
Fortumin vuosikertomus 2014

Fortum on vahvasti kestävään kehitykseen sitoutunut energiayhtiö. Pyrimme vastaamaan asiakkaidemme tarpeisiin tuottamalla, myymällä ja jakelemalla vähäpäästöistä sähköä ja lämpöä sekä tarjoamalla energia-alan asiantuntijapalveluja.

Sidosryhmäyhteistyö

Vastuulliseen toimintatapaamme kuuluu sidosryhmien näkemysten jatkuva kartoittaminen ja tasapainon hakeminen sidosryhmiemme erilaisten odotusten välillä. Vuoropuhelu, palaute ja hyvä yhteistyö ovat keskeiset keinot edistää yhteisymmärrystä sidosryhmiemme kanssa.

Sidosryhmäyhteistyötä Fortumissa tekevät useat tahot, erityisesti viestintä-, yhteiskuntasuhde- ja henkilöstötoiminnot, kestävän kehityksen yksikkö, sähkön ja lämmönmyynnistä vastaavat toiminnot sekä useat asiantuntijamme. Olemme lisänneet vuoropuhelua sidosryhmiemme kanssa myös sosiaalisen median kanavissa kaikissa toimintamaissamme.

Vastuu sidosryhmäyhteistyön johtamisesta määräytyy pääasiassa sidosryhmittäin tai vuorovaikutusteemoittain. Keskeisimmille vuorovaikutuksen osa-alueille, kuten yhteiskuntasuhteet sekä viestintä ja asiakasviestintä, on laadittu toimintaa ohjaavat vuosisuunnitelmat.

Fortumilla on epämuodollinen [sidosryhmien neuvottelukunta](#), johon Fortumin hallitus on kutsunut yhtiön keskeisten sidosryhmien edustajia lisätäkseen vuoropuhelua ja näkemysten vaihtoa yhtiön ja sen sidosryhmien välillä.

Raportoimme avoimesti vuoropuhelusta sidosryhmiemme kanssa ja toimintamme vaikutuksista. Toimintaamme vaikuttavia keskeisiä sidosryhmiä ovat osakkeenomistajat, sijoittajat ja analyytikot, asiakkaat, henkilöstö, viranomaiset ja päättäjät sekä media. Muita meille tärkeitä sidosryhmiä ovat palvelun- ja tavarantoimittajat, energia-alan organisaatiot sekä kansalaisjärjestöt. Seuraamme ja arvioimme säännöllisesti julkista keskustelua toimintamaissamme.

Tietoa kyselytutkimuksilla

Toteutamme vuosittain useita sidosryhmäyhteistyötä koskevia

kyselytutkimuksia yhdessä kolmansien osapuolten kanssa. Tutkimusten tavoitteena on auttaa Fortumia arvioimaan tärkeiden sidosryhmien odotuksia yhtiötä kohtaan ja vastaamaan niihin. Kyselyt mittavat myös sidosryhmäyhteistyömme onnistumista. Lisäksi tutkimukset tarjoavat tietoa nousevista kestävän kehityksen trendeistä ja huomioon otettavista riskeistä.

Hyödynnämme tutkimusten tuloksia liiketoiminnan suunnittelussa ja kehittämisessä. Asiakkailta saatava palaute ohjaa [tuotteiden ja palveluiden kehitystyötä](#). Lisäksi toimintamme kansallisissa ja kansainvälisissä järjestöissä auttaa syventämään käsityksiämme mm. kestävän kehityksen maailmanlaajuisista kysymyksistä ja niiden kytkennöistä liiketoimintaamme.

Tutkimus/kysely	Kohderyhmät	Kohdemaat	Toteutusfrekvenssi
One Fortum	Asiakkaat Julkishallinto Pääomamarkkinat Kansalaisjärjestöt Mielipidevaikuttajat Henkilökunta	Suomi, Ruotsi, Norja, Puola, Baltian maat, Venäjä	Vuosittain
EPSI-asiakastytyväisyystutkimukset	Sähkönmyynti-asiakkaat	Suomi, Ruotsi, Norja	Vuosittain
PR-barometri	Media	Suomi, Ruotsi, Puola, Baltian maat, Venäjä	Vuosittain
Mediaseuranta	Media	Kaikki toimintamaat	Päivittäin
Opiskelija-tutkimukset	Opiskelijat	Suomi, Ruotsi	Vuonna 2014 Suomessa toteutettiin T-Median ja Universumin työnantajatutkimukset sekä Talentumin Uratie-tutkimus. Ruotsissa tehtiin Universumin työnantajatutkimus.

Sosiaalinen media

Fortumin läsnäolo sosiaalisen median kanavissa on pääasiassa maakohtaista, ja toimintamaidemme välillä on joitakin eroja palveluiden käytössä. Facebook ja Twitter ovat sosiaalisen median pääkanavamme.

Niiden lisäksi hyödynnämme myös muita palveluja, kuten LinkedIniä, Youtubea ja bloggeja.

Facebookissa keskustelemme asiakkaidemme ja suuren yleisön kanssa Fortumista ja energia-alaan liittyvistä

ajankohtaisista asioista. Palvelemme Facebookin kautta myös asiakkaitamme sähkönjakelun ja kaukolämmön häiriötilanteissa. Twitterissä tiedotamme ja käymme vuoropuhelua asiakkaidemme, suuren yleisön, median, järjestöjen ja mielipidevaikuttajien sekä muiden yritysten

kanssa. Twitterissä keskustelunaiheina ovat niin ikään ajankohtaiset Fortumin toimintaan liittyvät seikat ja energia-alan kiinnostavat uudet asiat. Olemme hyödyntäneet Twitteriä myös asiakasviestinnässä sähkön- ja lämmönjakelun häiriötilanteissa.

Sidosryhmätutkimukset

Mittaamme vuosittain asiakastytyväisyyttä sekä yhtiön maineen kehitystä ja siihen vaikuttavia tekijöitä eri sidosryhmien keskuudessa laajan One Fortum -tutkimuksen sekä [EPSI-asiakastytyväisyystutkimuksen](#) avulla.

One Fortum -tutkimus kattaa asiakkaat, julkishallinnon, pääomamarkkinat, kansalaisjärjestöt ja mielipidevaikuttajat sekä Fortumin henkilökunnan.

Vuonna 2014 toteutimme tutkimuksen edellisvuoden tapaan Suomessa, Ruotsissa, Norjassa, Puolassa, Baltian maissa ja Venäjällä. Power Solutions -yksikön osalta tutkimuksen piiriin kuului lisäksi asiakkaita Saksasta ja Isosta-Britanniasta. Suomessa ja Ruotsissa tutkimme myös suuren yleisön näkemyksiä.

Osana One Fortum -tutkimusta teimme samoille kohderyhmille myös erillisen kestävän kehityksen kysymyksiin keskittyvän sidosryhmätutkimuksen, jonka tavoitteena oli selvittää sidosryhmiemme mielestä tärkeimmät kestävän kehityksen osa-alueet. One Fortum -tutkimukseen vastasi yhteensä 3 431 sidosryhmien edustajaa, joista 1 074 edusti henkilöstöä. Erilliseen kestävän kehityksen kyselyyn vastasi puolestaan yhteensä 1 720 sidosryhmien edustajaa, joista 985 edusti henkilöstöä.

EPSI-asiakastytyväisyystutkimus mittaa asiakastytyväisyyttä Suomessa, Ruotsissa ja Norjassa.

Fortumin ylin johto käsittelee tutkimusten tulokset, ja niitä hyödynnetään liiketoiminnan suunnittelussa ja kehittämisessä. Vuonna 2014 Fortumin maine ja asiakastytyväisyys olivat osa myös konsernin [kestävän kehityksen tavoiteasetantaa](#) ja maine suuren yleisön, asiakkaiden ja henkilöstön piirissä myös osa [pitkän aikavälin kannustejärjestelmää \(LTI\)](#).

Käytämme One Fortum -tutkimuksen, kestävän kehityksen sidosryhmätutkimuksen ja EPSI-asiakastytyväisyystutkimuksen tuloksia sekä muuta sidosryhmäyhteistyöstä saamaamme tietoa yritys vastuun olennaisten näkökohtien tunnistamiseen ja vuosiraportin sisällön määrittämiseen.

Maineemme on vakaa ja asiakkaat entistä tyytyväisempiä

Maineemme on pysynyt vakaana tärkeimpien sidosryhmien keskuudessa ja pienestä laskusta huolimatta on edelleen vahvin pääomamarkkinoilla toimivien sidosryhmiemme keskuudessa. Julkishallinnon edustajien keskuudessa maineemme parani kolmatta vuotta peräkkäin.

Maineemme parani Suomessa kaikkien sidosryhmien ja erityisesti asiakkaiden keskuudessa. Asiakastytyväisyys parani eniten lämpöliiketoiminnassa. Sähköliiketoiminnan henkilöasiakkaiden keskuudessa tyytyväisyys laski hieman, mutta yritysasiakkaiden osalta kasvoi kaikilla markkina-alueilla. Power Solutions -yksikön asiakkaat ovat edelleen erittäin tyytyväisiä ja aiempaa uskollisempia ja halukkaampia suosittelemaan Fortumia.

Maineemme on edelleen heikoin suuren yleisön keskuudessa ja laski vuodesta 2013 maineen heikennyttyä Ruotsissa. Mielipidevaikuttajien ja kansalaisjärjestöjen keskuudessa suhtautuminen Fortumiin on aiempaa positiivisempaa.

Operatiiviset toiminnot ja sosiaalinen vastuu ovat tekijöitä, jotka vaikuttavat maineeseemme eniten. Myös asiakaslähtöisyydellä ja työnantajakuvalla on merkittävä vaikutus. Edellisen vuoden tapaan Fortumin johtamiselle, operatiivisille toiminnoille ja taloudelliselle suorituskyvyllä annettiin korkeat arvosanat. Asiakaslähtöisyyden ja sosiaalisen vastuun osalta arvosanat jäivät edelleen muita maineen osatekijöitä alemmalle tasolle. Jatkamme toimintamme kehittämistä erityisesti näistä näkökulmista vuonna 2015.

Asiakasuskollisuus

kasvattaa asiakaskantaa

Kansainvälinen ja riippumaton EPSI Rating tutkii vuosittain sähkömyyntiyhtiöiden asiakkaiden tyytyväisyyttä Suomessa, Ruotsissa ja Norjassa. Vuoden 2014 EPSI-tutkimuksen mukaan sähköalan yleinen asiakastytyväisyys edellisvuoteen verrattuna pysyi samalla tasolla Suomessa, laski hieman Ruotsissa ja parani Norjassa. Fortumin asiakastytyväisyys parani Suomessa ja Norjassa, mutta laski Ruotsissa.

EPSI-tutkimuksen mukaan Fortumin asiakasuskollisuus parani eniten kaikista sähköyhtiöistä Suomessa. Asiakasuskollisuus ja asiakkaiden halu suositella Fortumia näkyivät myös kasvavana asiakaskantana. Myös asiakkaiden arvio Fortumin tuotteiden ja palveluiden laadusta parani.

Turvallinen toiminta ja riskienhallinta kiinnostavat sidosryhmiä

Erillisessä kestävään kehitykseen kohdistetussa sidosryhmäkyselyssämme päättäjät, mielipidevaikuttajat, kansalaisjärjestöt ja sijoittajat nostivat tärkeimmäksi alueeksi kestävään kehitykseen liittyvien riskien hallinnan. Suuri yleisö ja oma henkilöstö painottivat operatiivisten toimintojen turvallisuutta. Oma henkilöstö arvostaa lisäksi työturvallisuutta ja terveellistä työympäristöä.

Ilmastonmuutoksen hillitseminen ja siihen liittyen uusiutuvien polttoaineiden käyttö oli myös tärkeää päättäjien, mielipidevaikuttajien, kansalaisjärjestöjen ja suuren yleisön mielestä. Ylivoimaisesti tärkein asia suurelle yleisölle oli sähkön ja lämmön toimitusvarmuus.

Vähiten tärkeinä asioina pidettiin päättäjien, mielipidevaikuttajien, kansalaisjärjestöjen ja suuren yleisön mielestä tasa-arvoon ja työpaikan pysyvyyteen liittyviä asioita. Kansalaisjärjestöt ja sijoittajat arvioivat verojalanjäljen vähiten tärkeiden asioiden joukkoon.

Lue lisää

- [Riskienhallinnasta](#)
- [Operatiivisten toimintojen turvallisuudesta](#)
- [Työturvallisuudesta](#)
- [Ilmastonmuutoksen hillinnästä](#)
- [Monipuolisesta polttoaineiden käytöstä](#)
- [Sähkön ja lämmön toimitusvarmuudesta](#)
- [Tuesta yhteiskunnalle](#)
- [Työnantajakuvasta](#)
- [Sidosryhmien näkemyksiä, vesivoima](#)
- [Sidosryhmien näkemyksiä, ydinvoima](#)