

**PROGRESS IS NEVER DONE**

**20**

**20**



**20**

**21**

**JALAJÄLG**

2020-2021 Jalajalg Grupi jätkusuutlikkuse lühiraport



# EESSÕNA - MIKS ME SEDA TEEME?

Oleme uhked, et 2020-2021 on esimene majandusaasta kui Jalajalg AS alustas oma jätkusuutlikkuse alast raporteerimist. Selle sammuga soovime anda läbipaistva ülevaate meie ettevõtlusest, töötajate, keskkonna ja ühiskonnaga seotud tegevustest eesmärgiga täita endale seatud ootused ning ühildada need äritegevuse strateegiliste prioriteetidega. Raportist, sh käesolevast raportist lühiversioonist, leiab nii edulugusid kui ka väljakutseid, mida oleme oma jätkusuutlikkuse teekonnal kohanud.

Raport sisaldab jätkusuutlikkuse arenduseesmärke, strateegiat ja ka tegevusplaani kuni 2030. aastani.

Maailm me ümber muutub ning üha enam muutub oluliseks "tegutseda õigesti", nagu on kirjas ka Nike brändi, mida me uhkusega Baltikumis esindame, ühes põhiväärtuses. Tahame, et meie tegevused oleksid rohkem kliimasõbralikud, saame aru, et meil on ainult üks planeet ning plaan B pole võimalik.

Me usume spordi jõusse ja võimesse liigutada maailma edasi ning tuua inimestest välja parim – ja inimeste potentsiaali tuua maailmas välja parim. Mõistame, et selle suure eesmärgi saame me saavutada ainult üheskoos – koos oma tugeva tiimi ja vastustustundlike partnerite ning kogukonnaga.

**"Teeme õiget asja."**



Rainer Tops, Jalajalg AS tegevjuht

# TEGEVJUHI PÖÖRDUMINE

Rainer Tops

Jalajalg grupi suur visioon on alati olnud teha rohkem kui lihtsalt tegeleda ettevõtlusega. Esimestest tegutsemispäevadest alates on meie eesmärk olnud muuta traditsioonilist „maaletooja lihtsalt müüb toodet“ lähenemist. Saime kiiresti aru, et pikaajaline jätkusuutlik edu saab olla saavutatud ainult läbi turu pideva arendamise ja ehitamise. Läbi spordi inspiratsiooni, tarbijate harimise ning ausate ja läbipaistvate äritegevuse põhimõtete.

Nike bränd, mida me esindame, on inspiratsiooni ja innovatsiooni kaubamärk. See loob selge ootuse ka Jalajalg grupile rajada teed ning olla eeskujuks uut tüüpi mõtlemises ning uut tüüpi tegutsemises. Meie tänane roll on üheaegselt nii aru saada ettevõtte arenevatest vajadustest kui ühiskonna ja maailma üldisest toimimisest ning tegutseda nende vahel vastustustundlikult.

Ettevõtte oleme punktis, kus meil on tugevad fundamentaalsed põhiväärtused ja missioon, kuid kus me vajame terviklikku lähenemist, et oma tegutsemist mõõta ning arengut kommunikeerida nii oma töötajatele, klientidele kui ühiskonnale laiemalt. Seetõttu olemegi alustanud jätkusuutlikkuse alast raporteerimist, et pakkuda kõigile ülevaadet, kus me oleme täna ning mida me soovime saavutada, pakkudes kogu teekonnal igast sammust läbipaistvat vaadet.

Oma esimesed jätkusuutlikkuse teekonna olulised sammud oleme me juba teinud, et muuta üheskoos maailm paremaks:

- Usume spordi jõusse ja mõjusse. Usume, et sport loob inimestele parema maailma, kus elada.
- Inimesed on olulised ning inimesed teevad plaanid teoks.
- Juba aastaid oleme me investeerinud innovaatilistesse lahendustesse, et säästa energiat ning muid planeedi piiratud ressursse – soovime selles valdkonnas tulevikus rohkem ära teha ja eeskuju näidata.

Oleme uhked seni tehtud sammude üle, kuid see on alles algus. Jääme endale alati esitama väljakutseid teha veel paremini, teha veel rohkem.

**"Usume spordi jõusse.  
Usume, et sport muudab  
inimesed paremaks.  
Usume, et sport muudab  
maailma paremaks."**

# LÜHIDALT ETTEVÕTTEST

Meie teekond algas juba 1997. aastal, kui kaks noort ja ambitsioonikat Eesti ettevõtjat Anti Kalle ja Are Altraja saavutasid eksklusiivsed distributsiooniõigused maailma juhtiva brändi Nike esindamiseks. Sündis Jalajalg AS.

Jalajalg AS omab Baltikumis Nike esindusõigust. Jalajalg grupp opereerib nii hulgi- kui jaemüügivaldkonnas, müües edasi Nike jalatähti, riidekollektsioone kui ka aksessuaare nii enda Nike esinduskauplustes kui ka läbi erinevate hulgiklientide jaemüügikontseptsioonide Eestis, Lätis ja Leedus. Lisaks Nike kaubamärgile oleme maaletoojaks ka teisele suurele brändile Nike Inc portfoolios – Converse brändile.

Kuna Jalajalg grupp on ennast alati defineerinud rohkemana kui lihtsalt müügiettevõtte, on organisatsioon olnud põhiliseks sporti toetavaks ja sporti panustavaks eraettevõtteks kõigis Baltimaades. Meie selge fookus on alati olnud inspireerida iga ühiskonna liiget olema sportlik ja liikuv. Jalajalg grupp on aktiivne paljudes valdkondades – erinevate spordialaliitude, -klubide ja sportlaste toetaja, spordiürituste korraldaja, laste- ja noortesporti suur panustaja, jne.

**"Meie pikaajaline visioon  
on muuta sport  
iga inimese igapäevaseks  
harjumuseks."**



Anti Kalle, Phil Knight (Nike Inc kaasasutaja) ja Are Altraja, Orlando USA Detsember 2006



# MEIE PÕHIVÄÄRTUSED

Oma igapäevategevuse juhtivateks väärtusteks kasutame Nike Maxim`eid, mis on Nike Inc. poolt välja töötatud põhiväärtuste ja tegevusjuhiste kogum. Tutvustame neid esimese asjana kõigile töötajatele, kes liituvad meie tiimiga.

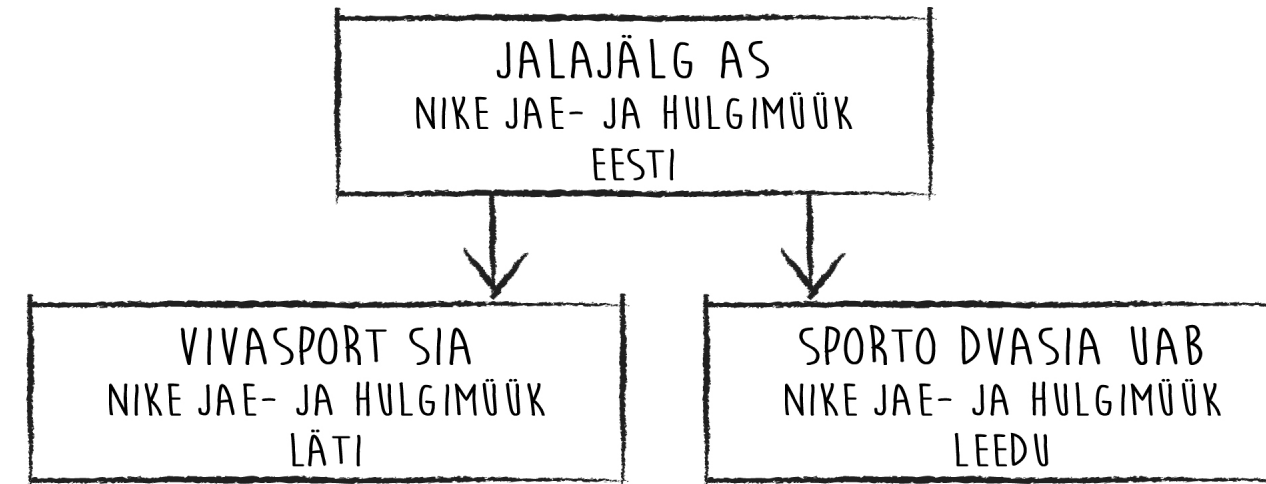
- **Sportlaste vajadused kõigepealt** – me eksisteerime sportlaste teenimiseks ning me usume, et kui Sul on keha, siis oled Sa sportlane.
- **Loome spordi tulevikku** – me oleme unistajad. Optimistid. Leiutajad. Me loome erakordset innovatsiooni ning ehitame uusi ärisid.
- **Liigume alati edasi** – me seisame selle eest, mida me usume ja me ei lepi status quo olukorraga. Me võimendame suuri ideid, tehes neid veelgi suuremaks.
- **Teeme õiget asja** – me oleme tegutsejad ja alati ausad mängijad nii äris kui spordis. Me hindame ausust ja kultuuri, kus igaühe hääl on kuuldav.
- **Tegutseme koos** – oleme ühtse tiimina otsustuskindlad oma potentsiaali realiseerimises ning väljakutsete ületamises.

Kõigis oma tegevustes täidame me loomulikult ka kõiki kohalikke seaduseid ja regulatsioone. Hindame kõrgelt inimõigusi ja kommunikatsiooni nii ettevõttesiseselt kui -väliselt, et keegi me ümber ei aktsepteeriks diskrimineerimist ei rassi, nahavärvi, rahvuse, sotsiaalse päritolu, religiooni või seksuaalorientatsiooni põhjal.

**“Progress is never done.”**

## GRUPI STRUKTUUR JA TEGEVUSPIIRKOND

Jalajälg grupp koosneb Jalajälg AS'ist kui emaettevõttest ja kahest tütarettevõttest – Viva Sport SIA Lätis ja Sporto Dvasia UAB Leedus. Ettevõtte omanikud ning tulusaajad on võrdselt Are Altraja ja Anti Kalle, mõlemad 50% osalusel.



Tabel 1. Grupi struktuur

VÕTMEMÕÕDIK	2020/2021	2019/2020
TÄISKOHAGA TÖÖTAJAJD 30.04.2021 SEISUGA	136	110
KÄIVE (MILJON €)	60,2	49,2
ÜKSUSTE ARV (KAUPLUSED, KONTORID, LAOD JNE)	17	17
KOHUSTUSED (MILJON €)	12,3	12,7
OMAKAPITAL (MILJON €)	12,5	6,9
VARAD KOKKU (MILJON €)	24,8	19,6

Tabel 2. Grupi põhiaandmed  
Allikas: Jalajälg AS aastaaruanne

Meie peakontor koos kõigi valdkonna juhtidega asub Tallinnas, Eestis. Kuna me oleme nii füüsiliselt kui ka online vahendusel (B2B teamsport) esindatud kõigis Baltimaades (Eestis, Lätis ja Leedus), siis meil on väiksemad kontorid ka Lätis ja Leedus, kus on täidetud põhifunktsioonid (müük, turundus, teenindus, finants).

Meie tiim koosneb mitmekülgetest erinevas vanuses individuaalidest. Kokku üle 50% meie tööjõust on naised, sealhulgas juhtivatel positsioonidel kontoris.

Ettevõtte omanikud ja Jalajälg grupi juhtkond töötavad igapäevases tihedas suhtluses, mis võimaldab ettevõtte vajaduste, väljakutsete ja prioriteetide head sisulist mõistmist. Strateegilised suunad, sealhulgas jätkusuutlikkuse tegevused, otsustatakse juhatuse ja nõukogu tasemel. Ettevõtte operatiivne otsustamine koos konkreetse teostusega (k.a. keskonna ja sotsiaalsetel eesmärkidel) on samas laiendatud juhtkonna pädevusse, mis tähendab, et ka iga valdkonna juht on alati kaasatud.

Jalajälg grupp on täielikult renoveerinud oma Eesti ja Leedu kontorid, pakkudes kvaliteetset ja kaasaegset töökeskkonda. Läti kontori laiendus ja uuendamine on planeeritud järgnevatele aastatele. Kõigis uutes kauplustes on selgelt olnud fookus luua töötajatele ka head puhkamisruumid ja -tingimused.



Grupi poolt opereeritavate kaupluste arv Baltikumis



# MEIE ESG FOOKUSTEEMAD





# INIMESED

## JUHTIMISKULTUUR

Globaalse spordi ja elustiili brändi Nike esindajatena on meie kohustus ning soov edendada sporti kogu ühiskonnas, aga eriti meie enda ettevõtte sees.

Meie juhtkonna esmane prioriteet on pakkuda õiglaseid ja võrdseid arenemisvõimalusi kõigile meie töötajatele. Me soovime oma töötajatele pakkuda kaasavat töökeskkonda, mis toetab nende personaalset arengut ja saavutusi ning seda mitte ainult tööalaselt vaid ka isiklikus elus. Kõik saab alguse ausast ja avatud suhtlusest kõigi meeskonnaliikmete vahel, mis on usalduse ehitamise põhieelduseks.

Toetamiseks meie töötajate arengueesmärke, oleme alati rõhutanud füüsilist aktiivsust ning spordi tähtsust, pakkudes töötajatele mitmesuguseid väljakutseid ning spordiga seotud põnevaid tiimiüritusi. Usume, et terves kehas on terve vaim. Tahame levitada spordi ja aktiivse elustiili armastust, et igaüks meie tiimis saaks jõuda oodatud saavutuste ning soovitud eduni, nii indiviidi tasandil kui ka ühtse meeskonnana.

Läbi oma INIMESTELE suunatud tegevuste panustame me järgmistesse ÜRO kestliku arengu eesmärkidesse:



## TÖÖTAJATE KAASATUS JA HEAOLU

Saame öelda, et meie ettevõtte on meie inimesed. Ettevõtte töötajate heaolu on meie jaoks esmatähtis. Tegevused, mida teeme töötajate kaasamiseks ja heaoluks:

- **Uue personaliprogrammi arendus.** Tugevdame oma tiimi lisaks personali-valdkonna kompetentsiga ning alustame uue personaliprogrammi arendamist.
- **Talentide kaardistamine.** Oleme ettevõtteks uhked, et enamus meie tänastest juhtkonnarollidest on täidetud talentide poolt, kes on kasvanud sinna ettevõtte seest. Soovime tulevikus veelgi põhjalikumalt aru saada iga tiimiliikme potentsiaalset, et seeläbi paremini kaardistada ettevõttesisesid karjääri võimalusi.
- **Töötajate tagasiside.** Tugeva töökultuuri ehitamise põhielemendiks on regulaarne töötajate tagasiside. Vajame selle protsessi korraldamiseks tihedamat sagedust, et saada veelgi täpsemad sisendeid ja pidevamat ülevaadet.
- **Tiimitunde tugevdamine.** Ettevõtteks pingutame kõvasti, et igaüks meist tunneks end olulise tiimiliikmena. Üks meie põhiväärtusi on luua võimalused füüsiliselt aktiivne olemiseks olenemata east, soost, usust või treenituse tasemest.
- **Motivatsioonipakett.** Oluline osa meie motivatsioonipaketist on harivad, samas meelelahutuslikud Baltikumi-üleused kick-off kogunemised enne iga hooaja algust. Need on täidetud teadmiste jagamise ning parimate emotsioonidega. Lisaks korraldame iga-aastaselt minimaalselt 2-3 sportlikku ja/või sotsiaalselt siduvat üritust, et tugevdada meeskonnasiseseid suhteid.

## TÖÖTAJATE ARENG

- **Võrdsed väljaõppe võimalused.** Korraldame erinevaid treeninguid ja koolitusi, et kindlustada kõigile töötajatele tugev teadmiste baas. Meie koolitusprogramm koosneb nii kohustuslikest koolitustest, nagu näiteks baasteadmised Nike tehnoloogiast, klienditeenindusest, väljapanekutest ja ka hooajalised kick-off treeningud. Lisaks korraldame erinevaid inspireerivaid meeskonnakoolitusi, samuti olenevalt ametikoha vajadusest juhtimisalaseid ning muid eritreeninguid.
- **Ühisüritused.** Ühisüritused on meie organisatsiooni selgrooks, tähistame ühiselt tiimisaavutusi vähemalt 2 korda aastas. Lisaks tähistame sportlikult sünnipäevi eesmärgiga levitada veelgi armastust spordi vastu ja tutvustada uusi spordialasid.



# PLANEET

## KESKKONNAGA SEOTUD TEEMADE ÜLDINE RAAMISTIK

Alustasime oma jätkusuutlikkuse teekonda sooviga jagada oma muret keskkonna tuleviku pärast. Mõistame, et iga meie tegevus vajab mingit energiat, mis jätab oma süsinikjalajälje planeedile. Soovime anda oma panuse Pariisi kliimakokkuleppe saavutamisesse, et hoida ülemaailmne keskmine temperatuuri tõus alla 1.5°C.

Täna me kaardistame kõik oma tegevused ja tarneahela, et stardi-positioon paika panna. Nike on globaalselt endale seadnud eesmärgiks olla süsinikneutraalne korporatsioon ning meie kui Nike esindajad ja äripartner soovime saavutada sama.

Loome tervislikke ja aktiivseid ühiskondi. Väärtustame teadmiste jagamist ning hariva sõnumi levitamist läbi kõigi meie tegevuste. Soovime, et inimesed meie ettevõtte sees ja ümber oleksid teadlikud ning julged meie jätkusuutlikkuse alaseid tegevusi, eesmärke, saavutusi ja väljakutseid ka kommunikeerima.

## ENERGIATÕHUSUS

Meie selge prioriteet on kasutada innovaatilisi lahendusi, et vähendada energia tarbimist. Üks meie suurimaid pühendumisi on jõuda grupina süsinikneutraalsuseni aastaks 2030. Kuna tegutseme rentnikena erinevates kaubanduskeskustes, vajame ambitsioonikate eesmärkide saavutamiseks head koostööd partneritega. Vajame, et rendipindade omanikud seavad endale samuti selged ESG eesmärgid ja liiguvad sihi-kindlalt taastuvenergia ning kõrgeimate energiasertifikaatide omanise suunas.

## LED LAHENDUSED

Liigume julgelt suunas, et kasutada ainult uuenduslikke tehnoloogiad nii meie kauplustes kui kontorites. Siiani oleme ära teinud:

- Kõigis meie kauplustes on LED valgustus, mis võrreldes traditsioonilise valgustusega tarbib vähemalt 30% vähem energiat.
- Uuemates kauplustes oleme asendanud suure enamuse paberist ja plastikust toodetud turundusmaterjalidest uute LED-lahendustega.

## ENERGIA INTENSIIVSUS JA -TÕHUSUS

Täna kaardistame kõigi meie poolt renditavate pindade energiatõhususe tasemeid. Mõningad meie partnerid on juba jaganud oma pikaajalisi energiatõhususe tõstmise plaane, kuid osad kaubanduskeskused on selgelt maha jäänud oma arendusplaanidega.

## JÄÄTMETE KÄSITLUS

Organisatsioonina saame otseselt mõjutada oma enda tegevuste jäätmete teket, käsitlust ja sorteerimist. Siiani oleme ära teinud:

**Paberivaba ettevõtlus.** Oleme muutunud, aga näeme võimalusi enamaks:

- e-Kataloogi süsteem. Uue e-Kataloogi süsteemi arendamine ja kasutuselevõtt on aastas kokku hoidnud vähemalt 100 000 paberilehe kasutamise.
- LED-ekraanid kauplustes. LED-ekraanidesse investeerimine on Baltikumi Nike esinduskauplustes säästnud aastas 40 000€, mis oleks kulunud paberist ja papist reklaampostritele. Transpordis tähendab see 2 500 km lisasõitude kokkuhoidu.

**Jäätmete sorteerimine.** Jäätmete sorteerimise valdkonnas saame veel areneda:

- Kontorijäätmed. Eesmärgiga vähendada ühekordseid toidupakendeid ja -nõusid, on meil kõik kontorid ja enamus kauplusi varustatud vastavalt.
- Jäätmete sorteerimine. Kontorites sorteeritakse jäätmeid. Kauplustes sõltume rohkem majaomanikust, aga ka seal võimalused järjest laienevad.

**Pakendamine.** Näeme muutusi pakendamises ja soovime muutuste jätkumist:

- Pakendite optimeerimine Nike poolt. Nike on pakendite kasutust minimeerinud juba pikka aega, märgatavalt on suurenenud taaskasutatud pakkematerjali osakaal.
- Pakendite taaskasutus. Vähemalt 80% pappkastidest me taaskasutame vähemalt 2x, aluste taaskasutus on samuti igal võimalusel teostatud.
- Tasulised paberkotid. Määrasime paberkotile kui lisapakendile hinna, et tõmmata tähelepanu liigse pakendamise keskkonnamõjule.

## TOOTEDISAIN JA VALIK

Tootearendus ja innovatsioonifookus on olnud Nike peamine prioriteet juba pikalt. Müüme ainult tooteid, mis on toodetud vastavalt kõige kõrgematele kvaliteedistandarditele – jätkusuutlikud materjalid, vastupidavad ja mugavad kasutada ning pikka aega kanda.

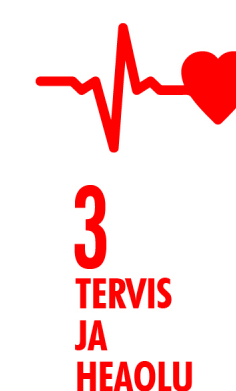
## NIKE TOOTMISE EESMÄRGID

Nike on selgelt välja öelnud oma teadusel põhineva globaalse eesmärgi 2030. aastaks – vähendada oma süsinikjalajälge 30% võrra kogu oma tarneahelas. Nike partnerina saame tegutseda mitmel suunal:

- Suurendame jätkusuutlike toodete osakaalu (nt Move to Zero kollektsiooni tooted) oma tootevalikus, alustades Nike esinduskauplustest.
- Harime oma tiimiliikmeid ja samuti kliente toodete jätkusuutlikkuse elementidest ja võimalustest, samuti toote pikemast kasutusajast.



Läbi PLANEEDIJE suunatud tegevuste panustame me järgmistesse ÜRO kestliku arengu eesmärkidesse:



3  
TERVIS  
JA  
HEAOLU



7  
JÄTKU-  
SUUTLIK  
JA PUHAS  
ENERGIA



8  
TÖÖHÕIVE-  
JA  
MAJANDUS-  
KASV



12  
SÄÄSTEV  
TOOTMINE  
JA  
TARBIMINE



13  
KLIIMA-  
MUUTUSTE  
VASTASED  
MEETMED



15  
MAA  
ÖKO-  
SÜSTEEMID



# PLANEET

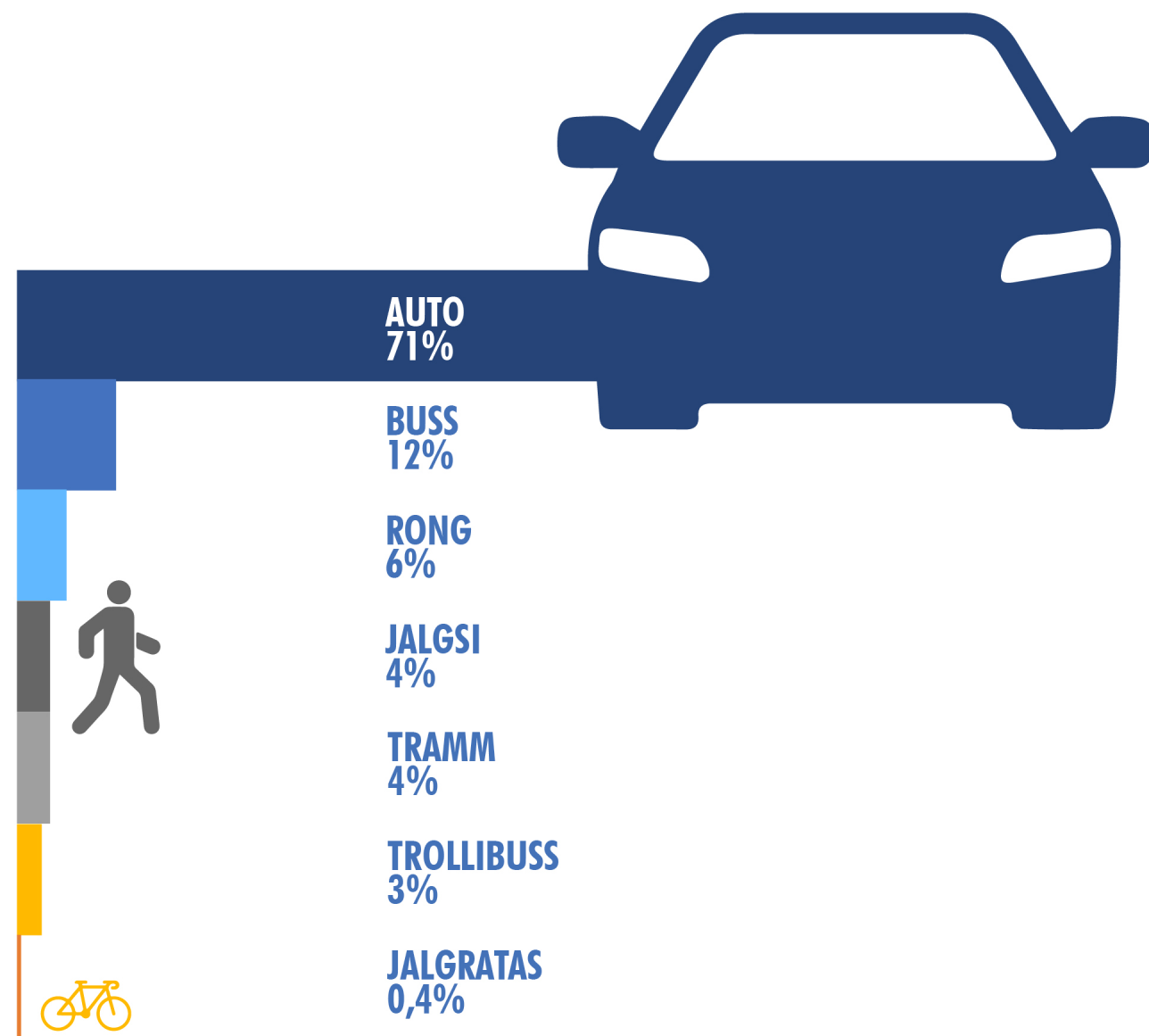
## KASVUHOONEGAASIDE (KHG) EMISSIOONID

Meil on ainult üks planeet ning kliimamuutuste mõju on reaalne. Oleme alustanud oma keskkonnavalade mõju kaardistamist, et paika panna stardipositsioon, fookuspunktid, teostada esimesed süsinik-emissioonide arvutused ning seada eesmärgid. See on väga paljudel viisidel uue protsessi algus nii meile kui meie partneritele kõikides riikides, kus tegutseme. Paljudel juhtudel on andmed raskesti kättesaadavad ja puudulikud, aga me jätkame küsimist ning lahenduste leidmist.

Meie esimesed kasvuhooonegaaside (KHG) emissioonide arvutused skoopides 1, 2 ja 3 on tehtud lähtuvalt KHG protokollile. KHG arvutused valideerisime Nomine Consult OÜ vahendusel ning raporti lõime koostöös oma audiitorpartneri KPMG-ga.

## TÖÖTAJATE LIIKUMISED

Grupi töötajate transpordivahendid



### SKOOP 1

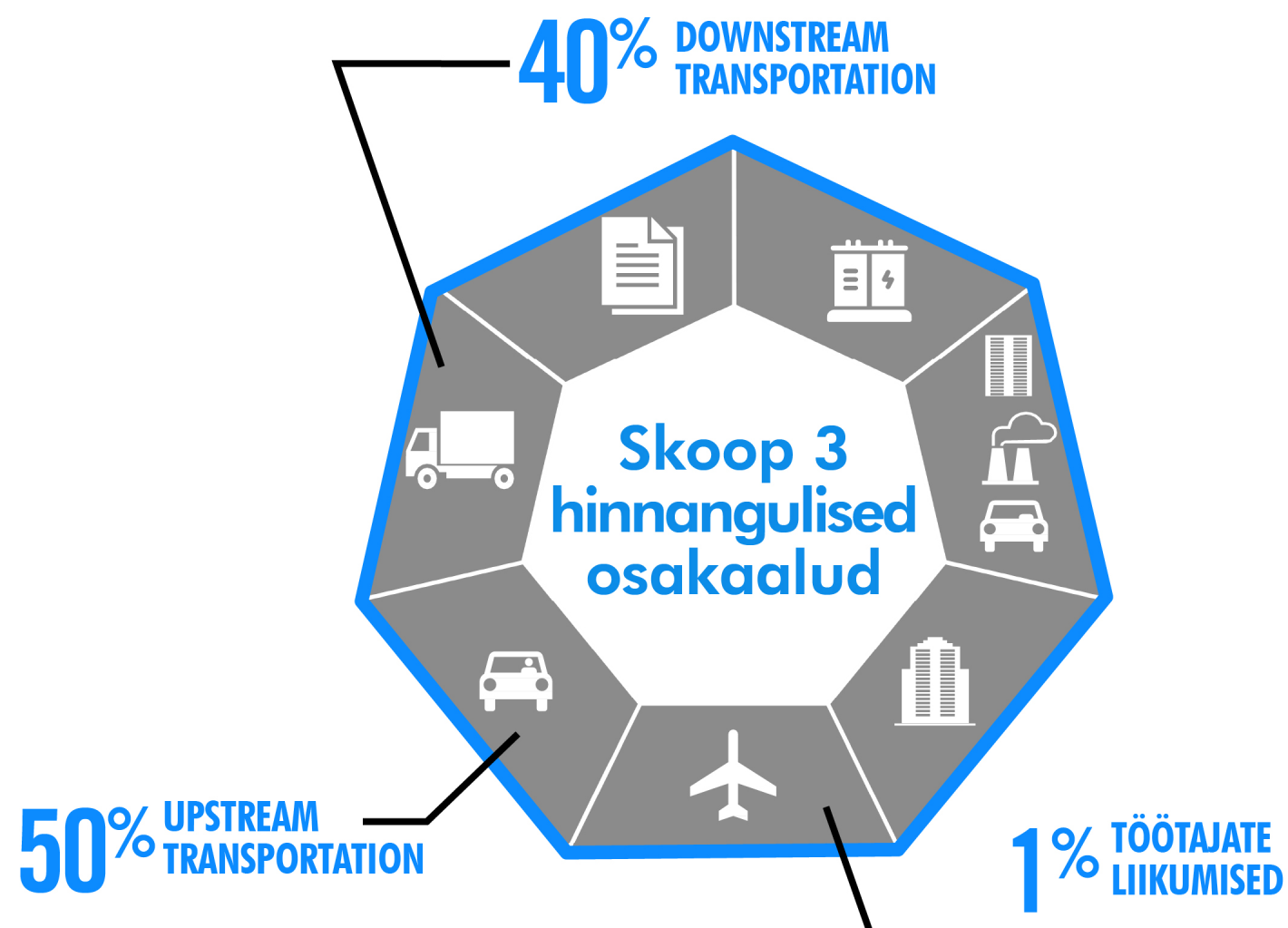
Skoop 1 emissioonidena on defineeritud kõik ettevõtte omanduses olevate sõiduvahendite ja hoonete emissioonid. Kuna meil hooned puuduvad, siis arvutasime ainult sõidukite mõju. Meie autopargi koguemissioon on 47,8 tCO<sub>2</sub>.

### SKOOP 2

Meil on piiratud võimalused mõjutada toodete tootmist ja transpordiahela algust, kuid meil on võimalus teha muudatusi enda poolt kontrollitud tegevuste osas. Siia alla kuuluvad: elektritarbimine, soojusenergia, jahutus- ja külmutusagregaatide kasutus kõigis meie üksustes. Meie skoop 2 emissioonid Eestis, Lätis ja Leedu tegevustest kokku on 320,2 tCO<sub>2</sub>.

### SKOOP 3

Usume ja teame, et kogu meie väärtusahela emissioonidest moodustavad skoop 3 emissioonid üle 90% kogu meie KHG emissioonidest. See on skoop, kus on samas kõige keerulisem tõmmata piire, koguda andmeid, mõõta ja arvutada. Seega alustasime esimesel aastal algusest ning valisime esimesteks skoop 3 valdkondadeks töötajate tööle/koju liikumise, ärireisimise ning piiratud kujul Euroopa sisese transpordi (Euroopa kesklaost meie Riia kesklattu ning sealt edasi kauplustesse), millele teostasime ka emissioonide arvutused. Meie Euroopa sisese transpordi, laonduse ja töötajate tööle/koju liikumise skoop 3 emissioonid on kokku 100 114,8 tCO<sub>2</sub>.



**SKOOP 1  
EMISSIOONID  
47,8 tCO<sub>2</sub>**

**SKOOP 2  
EMISSIOONID  
320 tCO<sub>2</sub>**

**SKOOP 3  
EMISSIOONID**  
Hinnanguliselt üle 90%  
kogu emissioonidest.  
Töötajate liikumised  
114,8 tCO<sub>2</sub>  
Euroopa sisene  
transport ja  
laondus  
100 000 tCO<sub>2</sub>

Jalajalg grupi 2021 arvutatud emissioonid kokku



# KOGUKOND

## JUHTIMISKULTUUR

Me ei müü ainult tooteid, vaid levitame Nike mõtteviisi "Kui Sul on keha, siis oled Sa sportlane". Me loome suhtumist, mis toetab kohalikku kogukonda, väärtustab isiklikku arengut ning soovi end hästi tunda. See globaalne sõnum võimendab elus eesmärkide seadmist ning üldist positiivset ellusuhtumist. Meie roll on oma igapäevategevustega tutvustada sportlikku ja aktiivset elustiili, tõsta teadlikkust ning muuta alustamine lihtsaks. Sport on oluline ja peab olema kättesaadav igaühele, prioriteetselt peame seejuures kohtlema noort põlvkonda – "Aktiivne järgmine generatsioon tähendab tervemat ja õiglasemat tulevikuühiskonda."

Jalajalg grupp on olnud läbi aastakümnete kogu Baltikumis üks suurimaid sporti ja spordiharrastusse panustajaid. Töötame koostöös kohalike partneritega, et tõsta noorte spordis osalemist ning toetada inimeste füüsilist liikumist läbi erinevate ürituste ja projektide. Teeme tihedat ja sisulist koostööd kõigi suurimate ning olulisemate spordiorganisatsioonidega Baltikumis (näiteks Eesti Olümpiakomitee, Eesti Kergejõustiku Liit, Eesti Jalgpalli Liit, Läti Kergejõustiku Liit, Leedu Korvpalli Föderatsioon, kõik peamised rahvaspordiürituste korraldajad, jne).

Meie töö on vilja kandnud, spordis osalus kasvas aasta-aastalt. Viimaseks covid-19 eelseks aastaks suutsime ainuüksi läbi põhipartnerite (top 10 igas riigis) sportima ja liikuma mõjutada otseselt 5% elanikkonnast (spordiklubide külustus, rahvaspordivõistlustel osalus, jne). Kaudne mõju (pered, sõbrad, jne) on hinnanguliselt 15% elanikkonnast.

Pandeemia andis küll tagasilööke, kuid jätkame oma missiooni.

## MÕJU KOGUKONNALE

Nike globaalne ja meie kohalik eesmärk on muuta sport iga inimese igapäevaseks harjumuseks, seega jätkame oma pingutusi, et jõuda tagasi Covid-19 eelsele 5% osaluse tasemele järgneva kahe aasta jooksul. Edasi jätkame ambitsioonikamalt, et 2025. aastaks inspireerida 7% elanikkonnast igapäevaselt spordis osalema ning viia iga-nädalane spordis osalemine riiklikul tasemel suuremaks kui 50% kogu elanikkonnast.

**"Me oleme tervisliku, teadliku ja aktiivse elustiili saadikud."**



## TERVISLIK JA AKTIIVNE ELUSTIIL

Kõik meie töötajad on osa ning esindavad globaalselt Nike brändi. Meie organisatsioon on spordi poolt juhitud ning absoluutselt igaüks meie tiimist mõjutab oma kogukonda alustades oma perest ja lähiringist.

## TÖÖTAJATE SPORTIMISE KAARDISTAMINE

Soovime teid näidata ise eeskujuks olles – üle 75% meie töötajatest teevad sporti iganädalaselt.

Oma töötajate sporti kaasamiseks pakume soodustusi spordi-

klubidesse, organiseerime sportlikke väljakutseid, võimaldame tasuta osalust rahvaspordiüritustel, jne.

## SPORT KUI IGAPÄEVAHARJUMUS

Oleme kõigi peamiste spordiorganisatsioonide ja -klubide sisuliseks partneriks, kelle roll on kogu ühiskonnale pakkuda kaasavaid liikumisprogramme, tõsta teadlikkust ning luua inspiratsiooni tegutsemiseks. Enamus harjumusi saab alguse lapsepõlvest, seetõttu fookuseerime eriti noortele.



# PROTSESSID

## JUHTIMISSTRUKTUUR

Jalajalg AS juhtimiskstruktuur on traditsiooniliselt kahetasandiline, koosnedes ettevõtte juhtkonnast ja nõukogust.

**Nõukogu tegevus.** Jalajalg AS nõukogu liikmed valitakse baseerudes nende kõrgele valdkonna tundmisele, et parimalt omanike huvisid esindada. Mõlemad ettevõtte omanikud on samuti tegevad nõukogus, koos siis kohalike spordi kogukonna ekspertidega. Nõukogu koosolekud toimuvad minimaalselt 10 korda aastas.

**Juhatus tegevus.** Juhatus roll on ettevõtte strateegilise suuna täideviimine, eesmärgiga juhtida ettevõtte kõiki tegevusi nii omanike, aga ka töötajate, tarnijate ja partnerite parimates huvides. Juhatus on vastutav kogu ettevõtte tegevuse eest, ettevõtte tegevjuht on vastutav ka ESG teemade, tegevuste ja tulemuste eest koostöös vastavalt valdkonnale määratud tiimiliikmetega.

## TARBIJAKAITSE, KLIENDITURVALISUS JA LÄBIPAISTVUS

Meie äritegevuse ja sealhulgas ka kommunikatsioonistrateegia baasiks on alati olnud läbipaistvus. Kommunikeerime avatult ja ausalt oma toodetest ning teenustest, väärtustame tarbija õigusi ja ohutust toodete kasutamisel, vältides võimalikke vigastusriske ning harides kliente pikema toote eluea saavutamise teemadel.

## MEIE TOOTED

Jalajalg grupp on olnud tarbijate teavitamise ja harimise eestvedajaks Baltikumi spordikaupade turul. Selle pingutuse eesmärk on alati olnud vältida toodete valesti kasutamist, samas tõsta ka toodete kasutusega, vältimaks ebavajalike uute toodete ostmist.

## TARBIJAKAITSEAMET

Austame kõiki tarbijakaitse seadusi ning hindame läbipaistvat ning ausat koostööd Tarbijakaitse ja Tehnilise Järeelvalve Ametiga.

## TOODETE HOOLDUS JA KASUTUSPERIOOD

Kvaliteetse toote kasutegur ja maksimaalne eluiga realiseeruvad ainult siis kui toodet õigesti kasutada ja hooldada. Meie prioriteetne eesmärk on jätkata sel teemal tarbijate harimist.

## VASTUTUSTUNDLIK TURUNDUS

Iga samm, mida teeme, on nähtav. Iga sõna, mida ütleme, omab tähendust. Nike esindajana kanname me täielikku vastutust iga turundus-sõnumi eest, mida me oma tarbijatele edastame, olenemata kas see on globaalne või kohalik sõnum.

Turundus on meie jaoks olnud alati enam kui ainult vahend brändi sõnumite edastamiseks ja uute toodete tutvustamiseks. Turundus on võimalus kaasatuse ja tervema ühiskonna edendamiseks ning avalikuks



väljaütlemiseks. Usume siiralt, et iga inimene saab areneda ja saavutada elus rohkem just läbi sportliku elustiili.

Kõik meie turundustegevused on teostatud kooskõlas kõrge moraalsuse ja sotsiaalsete normidega. Olulise lisamärkusena – kuna heategevusega seotud tegevused on sotsiaalselt olulised, siis meie ettevõtte põhimõte on alati olnud heategevusega seotud tegevusi mitte avalikult kommukeerida.

## ANDMETE PRIVAATSUS JA KAITSE

Kaasaegses äritegevuses on palju andmeid ja informatsioonivahetust - omanike ja partneritega suhtlus, juriidilised lepingud ja dokumendid, kliente puudutavad andmed, jne. Oleme vastutavad andmete privaatsuse tagamise eest nii meie klientide, töötajate kui ka äripartnerite ees.

Grupi tasemel minimeerime riske kasutades parimaid saadaolevaid lahendusi koos aktiivse kontrollmehhanismi ning topelt turvalahendustega. Jälgime pidevalt erinevate regulatsioonidega kooskõlas olemist ning koolitame oma meeskonda, et muudatustega kursis olek tagada. Kindlustamaks, et täidame kõiki andmekaitsemääruse (GDPR) nõudeid, oleme planeerinud vastava auditi 2023. majandusaastas.

## EETILINE JA LÄBIPAISTEV ÄRITEGEVUS

Tegutseme kõigi reeglite järgi alates 1997. aastast. Käitume ausalt ning ootame sama kõigilt oma partneritelt. Kohtleme oma tarbijaid õiglaselt. Julgustame eetilist ja läbipaistvat töökultuuri, oleme võimu kuritarvitamise ning sellega tavaliselt seotud altkäemaksu, korruptsiooni ja intellektuaalomandi rikkumiste vastased. Kindlasti järgime tegutsedes täielikult riiklikku seadusandlust.

Oma läbipaistvuse ning seaduskuulekuse kinnitamiseks auditeerib meid iga-aastaselt audiitorpartner, kes on tuntud oma kõrgete standardite, rahvusvahelise kogemuse ning hea maine poolest.

Läbi **PROTSESSIDELE** suunatud tegevuste panustame me järgmistesse ÜRO kestliku arengu eesmärkidesse:

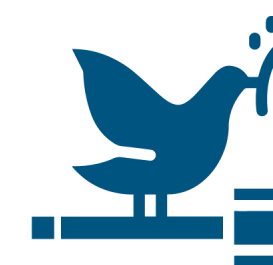
**1** KAOTADA VAESUS



**10** VÄHENDADA EBAVÕRDSUST



**16** RAHUMEELSED JA KAASAVAD INSTITUTSIOONID



**17** ÜLEILMNE KOOSTÖÖ





**OLEME LOONUD OMA ESIMESE TEEKONNA KAARDI, ET PAIKA SAADA PEAMISED OMA TEGEVUSED, MIDA PEAME EDASI UURIMA, VAJADUSEL MUUTMA, MÕÕTMA JA MILLES EESMÄRGID SAAVUTAMA, ET LIIKUDA JÄTKUSUUTLIKULT 2030. AASTA SUURE EESMÄRGI SUUNAS OLLA SÜSINIKNEUTRAALNE (NET ZERO) GRUPP.**





# 2025. AASTA EESMÄRGID JA MÕÕDIKUD

SUURE EESMÄRGI SAAVUTAMISEKS PEAME KÕIGEPEALT ALUSTAMA LÜHEMATEST EESMÄRKIDEST, MIDA SAAME SELGELT MÕÕDISTADA.  
2025. MAJANDUSAASTAKS OLEME PAIKA PANNUD JÄRGMISED KÕIGE OLULISEMAD FOOKUSTEEMAD:

## INIMESED

### TÖÖTAJATE KAASATUS JA HEAOLU

Mõjuala: Sotsiaalne

**Eesmärk:** Töökeskkond ja heaolu töökohal

Tegevused: Kaasata töötajad uuendusplaanide tegemisse

Parandatud puhketingimused kõigis kauplustes

**Eesmärk:** Töötajate kaasatus

Tegevused: Sotsiaalselt ja harivalt siduvad tegevused töötajatele

Töötajate tunnustamise üritused

Meeskonna tugevdamise üritused

Töötajate sportimise igakülgne toetamine

Turunduskampaaniad ja vastutustundlik turundustegevus, mille eesmärk on tõmmata rohkem tähelepanu tervislikule ja aktiivsele elustiilile ning heaolule (fookuses sport, tervis, ühiskonda panustamine jne)

## PLANEET

### ENERGIATÕHUSUS

Mõjuala: Keskkonnaalane

**Eesmärk:** 100% taastuenergia kasutus (RE 100%)

Tegevused: Kõigi energiaallikate täielik kaardistamine

Kogu energiakasutus kaetud taastuvatest allikatest toodetud energia sertifikaatidega (REC'idega)

**Eesmärk:** LED lahendused

Tegevused: LED valgustid kõigis kauplustes 2024. majandusaasta lõpuks

LED-ekraanid kõigis kauplustes 2024. majandusaasta lõpuks

## KOGUKOND

### MÕJU KOGUKONNALE / TERVISLIK ELUSTIIL

Mõjuala: Sotsiaalne

**Eesmärk:** 7% kogu elanikkonnast tegeleb igapäevaselt mingi spordiga

Tegevused: Sportlike / tervislike eluviiside teadlik kommunikeerimine

Lihtne spordile ligipääsetavus, mida toetab spordivarustuse kättesaadavus ning elanikkonna harimine toodete kasutamise teemadel

Vastava uuringu läbiviimine ja tulemused (partneriks Kantar EMOR)

**Eesmärk:** 5% elanikkonnast osaleb meie poolt eest veetud või toetatud spordiüritustel ja/või -klubitegevuses (kaudne mõju 15%ile elanikkonnast)

Tegevused: Spordiürituste korraldamine

Lihtsa alustamise programmide arendamine

Toetused (nii rahalised kui kogemuste jagamine) spordipartneritele

Tihe koostöö omavalitsuste, spordiürituste korraldajate ning vastavate organisatsioonidega ja mõjuisikutega

## PROTSESSID

### EETILINE JA LÄBIPAISTEV ÄRITEGEVUS

Mõjuala: Ettevõtte juhtimisalane

**Eesmärk:** 100% ühildatavus Nike peakontori nõuetega

Tegevused: Tarbijate ja klientide õiglane ning läbipaistev kohtlemine

Koolitusprogrammid ja teadmiste jagamine

ESG strateegia eesmärkide ja muutuste elluviimine

### VASTUTUSTUNDLIK TURUNDUS

Mõjuala: Sotsiaalne

**Eesmärk:** Kõrgele moraalsusele ja sotsiaalsetele normidele vastav turundus ja kommunikatsioon

Tegevused: Vastutustundlikud turundussõnumid

Sotsiaalsele vastutusele, kogukonna väärtustamisele ja tervislikele elustiilidele suunatud turundustegevused, mille põhiline rõhk on sotsiaalselt olulistel teemadel (spordis osalemine, tervis, kogukonda panustamine, heategevus, jne)



**THERE  
IS NO  
FINISH  
LINE**

