



MAA- JA
KOTITALOUSNAISET

Työkaluja oman yrityksen vastuullisuusviestintään

Päivi Matilainen ja Satu Nokkonen, ProAgria Etelä-Suomi ry / Etelä-Suomen maa- ja kotitalousnaiset
Kestävä RuokaHäme -hanke



Vastuullisuusviestinnän opas



opas



Kestävä RuokaHäme

<https://www.hamk.fi/wp-content/uploads/2024/01/Vastuullisuusviestinnän-opas-Kestava-RuokaHäme-2023.pdf>



MAA- JA
KOTITALOUSNAISET

Mitä yrityksen pitäisi tehdä vastuullisuusviestinnässä?

- Yrityksen tulee peilata omaa toimintaansa vastuullisuustekojen suhteen
- Listataan ylös kaikki vastuullisuuteen liittyvät todelliset teot ja toimintamallit
- Paras on esittää vain muutama todellinen toimenpide, kuin syyllistyä esittämään löyhästi toteen pohjautuvia ympäristöväitteitä.

Vastuullisuuden ydinkysymyksiä pienyrittäjän näkökulmasta

- Millaisia vaikutuksia (positiivisia ja negatiivisia) yritykselläsi on omaan toimintaympäristöönsä eli ihmisiin, ympäristöön ja yhteiskuntaan?
- Miten haitallisia vaikutuksia pienennetään ja hyviä vaikutuksia kasvatetaan?
- Miten suuret globaalit haasteet, kuten ilmastokriisi ja luontokato, tulevat muuttamaan yrityksesi toimintakenttää, ja miten tunnistettuja riskejä hallitaan?
- Miten viestit yrityksesi vastuullisuudesta tehokkaasti?

Viherpesu vs. Mustapesu

Viherpesu = Harhaanjohtavaa markkinointia tai virheellisiä ympäristöväittämiä, joita ei pysty todentamaan.

Mustapesu = Mustapesusyytökset lähtevät siitä lähtökohdasta, että joidenkin tahojen intresseissä on perusteettomasti ja vahingoittamistarkoituksessa kyseenalaistaa toisen tahon kestävän kehityksen tavoitteet.

Tiedonlukutaitoa, medialukutaitoa, tutkimustiedon lukutaitoa ja viherpesulukutaitoa tarvitaan, jotta meillä olisi edellytyksiä havaita mahdollisesti epäluotettavaa informaatiovaikuttamiseen tähtäävää viherpesu- ja mustapesu-sisältöä tietotulvan keskeltä.

	Ympäristövastuu	Sosiaalinen ja kulttuurinen vastuu	Taloudellinen vastuu
Tavoite	Luonnon monimuotoisuuden ja ekosysteemien säilyttäminen vähentämällä luonnonvarojen käyttöä ja materian kulutusta sekä minimoimalla haitallisia ympäristövaikutuksia.	Tavoitteena taata hyvinvoinnin edellytykset ihmisille ja varmistaa niiden siirtyminen myös tuleville sukupolville.	Tavoitteena edistää sisällöltään ja laadultaan tasapainoista kasvua, joka ei perustu pitkällä aikavälillä velkaantumiseen tai varantojen hävittämiseen.
Esimerkiksi	Raaka-aineiden ja materiaalien alkuperä, kierrätettävyys, elinkaari, yrityksen käyttämät energialähteet, hiilijalanjälki, vastuulliset hankinnat.	Ihmisoikeudet ja työolot, reilu palkka, tasa-arvo, monimuotoisuus, yhdenvertaisuus, kielten, kulttuurien ja tapojen säilyttäminen.	Kulutuksen hillitseminen, hyvä hallintotapa ja pitkäjänteinen talouspolitiikka.

Taulukko 1: Yritysvastuun kolme ulottuvuutta (YM 2023). Eri tutkimuksissa kulttuurinen vastuullisuus esitetään joko osana sosiaalista vastuullisuutta, kuten tässä, tai erillisenä, neljäntenä vastuullisuuden ulottuvuutena.

Vastuullisuusraportointi, kestävyysraportointidirektiivi

- Vastuullisuusasiat kannattaa yhdentää yrityksen muuhun olemassa olevaan viestintään, eikä tehdä sitä erillistä

Euroopan parlamentti hyväksyi marraskuussa 2022 kestävyysraportointidirektiivin (Corporate Sustainability Reporting Directive, CSRD). Direktiivin tavoitteena on laajentaa ja yhtenäistää raportointia vastaamaan sidosryhmien lisääntyneeseen tiedontarpeeseen vastuullisuusasioissa.

- Mikroyritykset, eli yritykset, joilla on alle 10 työntekijää, ovat toistaiseksi direktiivin ulkopuolella.

Vastuullisuusviestintä

Nykytilan
selvittäminen

Arvot,
vastuullisuustavoit
tteet ja tulevat
toimet

Viestinnän
suunnittelu ja
aloittaminen

Seuranta,
raportointi ja
jatkuuus



MAA- JA
KOTITALOUSNAISET

Nykytilan selvittäminen

- Mitä vastuullisuustoimia on jo tehty ja millaisia jatkuvia vastuullisuustoimia yrityksellä on.

Esim. laajennettu työterveyshuolto, yritykselle myönnetyt sertifikaatit, yhteistyö muiden oman alan toimijoiden kanssa, lähialueen verkostoihin kuuluminen, oma tai paikallinen raaka-aine tai vihreän energian käyttö.

- Kuinka toimia voidaan mittaroida muutoksen havainnollistamiseksi?

Vastuullisuustoimet teemoittain

Ympäristö

- Energiatehokkuuden lisääminen
- Hiilensidonnan tehostaminen

Palvelut

- Asiakastyytyväisyyskyselyt
- Raaka-aineiden alkuperän selvittäminen

Hyvinvointi

- Henkilöstön kouluttaminen
- Laajennettu työterveyshuolto



Yrityksen arvot ja vastuullisuustavoitteet

- Arvoja voivat olla esimerkiksi luonnonmukaisuus, ympäristön hyvinvointi, yhteisöllisyys, kestävyys tai luotettavuus.
- Tärkeimpiä arvoja on hyvä määrittää 3–5 kappaletta.
- Mitkä asiat ovat yritykselle erityisen merkityksellisiä?
- Arvojen pohjalta voidaan lähteä määrittämään yrityksen vastuullisuustavoitteita.

Apuna, YK:n Agenda 2030:n mukaisia kestävän kehityksen tavoitteita sekä Suomen, oman kunnan tai maakunnan päästö- ja ympäristötavoitteita.

<https://kestavakehitys.fi/agenda-2030>

Tulevat toimet ja vastuullisuussuunnitelma

- Kirjataan mitä vastuullisuuteen liittyviä tavoitteita yrityksellä on ja millä keinoin eli minkä toimenpiteiden avulla nämä tavoitteet aiotaan saavuttaa.
- Suunnitelma on hyvä tapa kertoa yrityksen vastuullisuudesta myös ulos päin, mutta se on ensisijaisesti apuväline yrityksen vastuullisuustoimintaan ja vastuullisuusviestinnän suunnitteluun.
- Suunnitelman muoto on vapaa, tärkeintä on, että siihen kirjataan ylös juuri oman yrityksen kannalta oleelliset asiat.
- Suunnitelmaan kirjataan yrityksen arvot, vastuullisuuden teemat sekä toteutettavat vastuullisuusteot ja -toimenpiteet.

Viestintäsuunnitelma ja vastuullisuus

- Vastuullisuussuunnitelma tukee viestintäsuunnitelmaa sisällöllään
- Hyvä suunnitelma seuraa vuoden kulkua ja nostaa sieltä esiin teemoja.
- Tärkeiden viestitettävien asioiden aikataulut ja päivämäärät. Mitä , kenelle ja missä? –kysymykset

Kohderyhmät ja viestintäkanavat huomioitava



Seuranta, raportointi ja jatkuvuus

- Viestintä on jatkuva prosessi, joka seuraa oman vastuullisuuden toteutumista.
- Kirjataan onnistumiset, epäonnistumiset, toistettavat ja muutettavat sekä lisättävät asiat.
- Otetaan huomioon asiakkaiden sekä sidosryhmien kokemukset omasta toiminnasta (asiakaskyselyt tai henk.kohtaiset kontaktoinnit)
- Lisää viestintäsuunnitelmaan tärkeimmät sidosryhmäsi

Viestintäkanavat

- Viestintäkanavien valinta tärkeää, jotta oikeat kohderyhmät viestille löytyvät
- Sellaiset kanavat käyttöön, jotka ovat luontevia yrityksen toimintaan ja eivät kuormita liikaa yrittäjää
- On tärkeää muistaa myös viestinnän tarkoituksenmukaisuus, johdonmukaisuus ja säännöllisyys ja keskittyä viestinnässä oman yrityksen kannalta tärkeimpiin kohderyhmiin.

Miten viestiä vastuullisuudesta ulospäin?

- Todenmukaisuus
- Osaaminen valittuihin viestintäkanaviin varmistettava
- Tunnista sidosryhmät ja heidän tarpeet
- Kuluttajille sellaista viestintää, jossa selkeä kosketuspinta (hävikin vähentäminen, eläinten hyvät olot)
- Some: Facebook, TikTok, Instagram
- LinkedIn (työpaikka kiinnostuneet, yhteistyökumppanit)
- Yrityksen omat verkkosivut

Mittarit

- Mittarit auttavat kehityksen seurannassa ja niillä voidaan arvioida tavoitteiden onnistumista.

Mittarit / Hiilijalanjälki

- **Hiilijalanjäljen** mittaaminen kertoo yrityksen tuottamista kasvihuonekaasuista eli sillä voidaan kuvata yrityksen ympäristövaikutuksia.

Hiilipäästöjä syntyy moninaisista lähteistä kuten toimitiloista, jätteistä ja logistiikasta. Päästöjen kartoittaminen on tärkeää, jotta tunnistetaan kehityskohteet ja voidaan suorittaa vaadittavia toimia päästöjen vähentämiseksi.

Hiilijalanjälki

Mitä? Tuotteen, palvelun tai toiminnan ilmastokuorma = päästöt kokonaisuudessaan

- CO₂ = hiilidioksidipäästöt = kaikki kasvihuonekaasut yhdessä

Miksi? Hiilidioksidipäästöt ovat suurin syy ilmastonmuutokselle. Ilmastonmuutosta voidaan hillitä vähentämällä päästöjä.

Miten? Pariisin ilmastopöytäkirja – tavoite hillitä ilmaston lämpenemistä

- Hiilineutraali Suomi 2035
- Muutos kuluttajakäyttäytymisessä ja mielipiteissä

LCA- Elinkaariarviointi

- Yrityksen hiilijalanjäljen tunteminen ja tuotteiden elinkaaren ympäristövaikutusten arviointi eli LCA (Life Cycle Assessment)
- Käsittää tuotteen tai palvelun ympäristövaikutukset koko sen elinkaaren ajalta.
- Ympäristövaikutukset kattavat ilmastovaikutusten lisäksi myös esimerkiksi toiminnan vaikutukset vesistöihin. Nämä vaikutukset lasketaan tuotteen raaka-aineiden hankinnasta alkaen tuotantoon, käyttöön, ja aina käyttöiän loppuun, kierrätykseen ja hävittämiseen asti.

Ilmasto- ja ympäristövaikutusten arviointimenetelmät

Koko yrityksen vai yhden tuotteen näkökulma?

Molempia tarvitaan

Yritys: koko arvoketjun hiilijalanjälki

- Käytetyin standardi GHG Protocol*
 - Scope 1: Omatoiminnan suorat päästöt
 - Scope 2: Ostoenergian epäsuorat päästöt
 - Scope 3: Muut epäsuorat päästöt (muu arvoketju)
- Koko arvoketjun päästöjen hahmottaminen, vaikuttamismahdollisuuksien tunnistaminen
- Yrityskohtaiset päästövähennystavoitteet (SBTI tavoitteiden asettaminen), hiilitiekartta yms.
- Yritysten vastuullisuustyö

Tuotekohteinen laskenta

- LCA-standardit ISO 14040/44 ja hiilijalanjälki-standardi ISO 14067
- Tuotteiden kehittäminen ja parantaminen, päästövähennyskohteiden tunnistaminen
- Strateginen suunnittelu, poliittinen päätöksenteko
- Markkinointi, kuluttajaviestintä, yritysten vastuullisuustyö, b-2-b- viestintä



Hiilijalanjälkilaskurit

Biocode

[Tuottajat & viljelijät – Biocode](#) (maksuton)

Ruokabrändeille ja tuotteille (Kokeile hiilijalanjälki- ja päästölaskentaa maksutta 14-päivän ajan)

[Products – Biocode – Reports](#)

Hiilijalanjälkilaskuri

IKE- Hiilijalanjälki laskuri

<https://lehti.seamk.fi/kestavat-ruokaratkaisut/ike-hiilijalanjalkilaskuri-avuksi-elintarviketuotteiden-paastovahennyksiin/>



MAA- JA
KOTITALOUSNAISET

Mittarit /Eettiset periaatteet, Arvot

Code of Conduct ja Supplier Code of Conduct luovat raamit vastuulliselle hankinnalle.

- [code of conduct handbook example3.pdf](#)
[\(codeofconduct.fi\)](#)

Mittarit / Asiakastyytyväisyys

- Asiakastyytyväisyys kertoo kuinka hyvin yritys vastaa asiakkaiden toiveisiin.
- Asiakkaiden vaatimus vastuullisuudesta on lisääntynyt, kertoo tyytyväisyys yleensä hieman myös vastuullisuudesta.
- Asiakastyytyväisyyden ylläpito on tärkeää taloudellisen kannattavuuden ja yrityksen tulevaisuuden kannalta.

Mittarit / Työntekijöiden tyytyväisyys

- Työntekijöiden tyytyväisyyttä mittaamalla voidaan arvioida muun muassa yrityksen sosiaalista kestävyyttä ja kuinka hyvää huolta yritys pitää työntekijöistä.
- Henkilökuntaa kouluttamalla varmistetaan osaava ammattitaito myös vastuullisuusasioissa.
- Kaikki tuntevat yrityksen toimintatavat ja pystyvät toteuttamaan niitä työssään



Mittarit / Standardit

- Ympäristöasioiden hallintajärjestelmä ISO 14001 Standardi

[ISO 14000 Ympäristöjohtamisen standardisarja | SFS](#)

ISO 14001 -standardi määrittelee resurssit, prosessit ja menetelmät, joiden avulla organisaatio pystyy noudattamaan sitä sitovia ympäristötavoitteita ja parantamaan ympäristönsuojelunsa tasoa.

Mittarit /Standardit

Esimerkiksi standardit ISO 14001 (ympäristöjärjestelmä), ISO 45001 (työturvallisuusjärjestelmä) ja ISO 22000 (elintarviketurvallisuus) voidaan sertifioida.

Sertifikaatteihin liittyy auditointi olennaisena osana

Ympäristömerkit

- Pohjoismainen ympäristömerkki, ohjaa yrityksiä panostamaan pienempään kemikaalimäärään. Kriteerejä kymmenille tuoteryhmille.

Lisätietoja:

[Ympäristömerkit – Motiva](#)

[Merkit apuna | Martat](#)



Maksuttomia työkaluja oman yrityksen vastuullisuusviestintään

HELMI-opas Maaseutumatkailuyrityksille:

[helmi_ebook_2019_2022-06-13-122857_hjrn.pdf \(maajakotitalousnaiset.fi\)](#)

Kestävää kasvua kiertotalouden liiketoimintamalleista

[PowerPoint Presentation \(sitra.fi\)](#)

Kiertotalouden kiinnostavimmat 2.1-lista (Sitra)

[Kiertotalouden kiinnostavimmat 2.1 – Sitra](#)

Kestävän elämäntavan motivaatioprofiilit

[Kestävän elämäntavan motivaatioprofiilit - Sitra](#)



MAA- JA
KOTITALOUSNAISET

Maksuttomia työkaluja oman yrityksen vastuullisuusviestintään

Työkalu yritysvastuun itsearviointi, Suomen yrittäjät

[Yritysvastuun itsearviointi - vastuullisuusarviointi.fi](https://www.yrittajat.fi/yritysvastuun-itsearviointi-vastuullisuusarviointi)

Kiitos 😊