



# Ilmastotoimista viestiminen ja kestävyys osana yrityksen brändiä

8.11.2023

Jenni Marsio, Motiva



Motiva Services

# Motiva-konserni – kestävän kehityksen tekijä

Nopeutamme siirtymistä kestävään yhteiskuntaan ja elämäntapaan.

Palveluksessamme on lähes 90 kestävyiden asiantuntijaa ja menetelmäosaajaa.

Motiva Services Oy on valtion kestävä kehityksen yhtiön Motiva Oy:n tytäryhtiö, joka palvelee erityisesti yrityksiä, kuntia ja alueita.





# Agendalla tänään

- Aloitus klo 14.00
- Mistä puhutaan, kun puhutaan ilmastoviestinnästä?
- Miten teidän organisaatio voisi tehdä ilmastoviestintää?
- Millaiset EU-direktiivit vaikuttavat ilmastoviestinnän pelikenttään?
- Esimerkkejä ja yhteistä keskustelua
- Klo 15.30 lopetus

Tavoitteena on, että saatte ideoita siihen, miten ilmastoviestinnän voisi aloittaa teidän organisaatiossa.



# Mitä ilmastoviestintä tarkoittaa?



## Tähän mennessä opittua

- Energiatehokkuus
  - Hiilijalanjälki
  - Kiertotalous
  - Ilmastokestävä liiketoiminta
- ➔ Mutta jos toimenpiteistänne ei tiedä kukaan, mitä hyötyä niistä on?
- ➔ Tässä auttaa viestintä

## Viestintä

Lähettäjän ja vastaanottajan  
vuorovaikutustilanne  
Aktiivista ja ennakoivaa  
toimintaa  
Toteuttaa strategiaa ja on  
osa johtamista  
On kokonaisvaltaista ja  
monipuolista

## Brändi

Mielikuva organisaatiosta  
Rakentuu kokonaisuudesta –  
ei ole vain logo tai  
visuaalinen ilme, vaan myös  
asiakaspalvelu, tuotteet,  
palvelut...  
On keino erottautua  
Voi vahvistaa viestinnällä

## Markkinointi & mainonta

Viestintä ja markkinointi  
nähdään joskus yhtenä  
kokonaisuutena  
Markkinointi on oleellinen  
osa myyntiprosessia  
Mainonta on yksi osa  
markkinointia



## Miksi teidänkin kannattaa viestiä vastuullisuusasioista?

Kestävä kehitys, ympäristö- ja ilmastoasiat ovat olleet keskustelussa jo vuosikymmeniä, ja niiden merkittävyys nousee jatkuvasti.

- Yhä useammin **myynnissä** sekä yksittäiset kuluttajat että asiakasorganisaatiot tulevat kysymään, miten nämä asiat on otettu huomioon teidän yrityksessänne
- **Tarjouspyynnöissä** yleistyy pyyntö saada tietoa yrityksen toimenpiteistä kestävän kehityksen eteen
- Luo hyvän kuvan yrityksestä, jos sillä on valmiina materiaali ja vastaukset vastuullisuusasioista. Vastuullisuudesta vastuullisesti viestivien yritysten **brändi** on vahvempi ja asiakkailta on yrityksestä parempi **mielikuva**.
- Kiristyvät **direktiivit** tuovat asiaa paitsi yhä enemmän **lainsäädäntöön**, myös tutummaksi asiakkaille ja muille sidosryhmille.

Tulevaisuudessa nykyistäkin tärkeämpää – joten parasta alkaa ”harjoitella” jo nyt

→ Aloittamalla nyt olet eturintamassa, ja saat **kilpailuetua** ja **arvoa liiketoiminnalle**

# Ilmastoviestintä? Kestävyysviestintä? Vastuullisuusviestintä?

Ilmastoteoista viestiminen on osa isompaa kokonaisuutta.

- Toiset puhuvat **vastuullisuudesta**, toiset **kestävyydestä** ja kolmannet **kestävästä kehityksestä**. Usein näkee myös englannin kielisiä vastineita **sustainability** ja **sustainable development**.
- Yrityksissä puhutaan usein myös **yritysvastuullisuudesta/yritysvastuusta** eli **corporate responsibility**
- Yritysmaailmassa näkyy myös lyhenne **ESG** – **environmental, social and governmental**

Kaikissa on kyse enemmän tai vähemmän samasta asiasta:

Mitä ko. organisaatio tekee maapallon ja sen ihmisten hyväksi, miten se tekee sen, ja miksi?

# Mitä ESG kehikko sisältää?

<b>Environmental = Ympäristö- vastuullisuus</b>	<b>Social = Sosiaalinen vastuullisuus</b>	<b>Governance = Hallinnollinen vastuullisuus</b>
Ilmastoasiat: päästöt, hiilijalanjälki ja hiilikädenjälki, toimitusketju	Henkilöstö: koulutus, turvallisuus, hyvinvointi, monimuotoisuus, yms.	Taloudelliset tunnusluvut Kirjanpito ja taloudesta huolehtiminen
Kierrätys ja kiertotalous: materiaalitehokkuus, jätehuolto ja uudelleenkäyttö	Muut sidosryhmät ja heistä huolehtiminen: toimittajat, asiakkaat, jälleenmyyjät	Sertifikaatit, sopimukset, auditoinnit, yhteistyöryhmät ja vastaavat
Luonnon monimuotoisuuden ja luontokadon huomiointi	Hyväntekeväisyys, yhteisöstä huolehtiminen	Lait ja direktiivit



# Hyvän vastuullisuusviestinnän ainekset

- Pohjautuu yrityksen strategiaan ja on sidottu tiukasti siihen
- Kertoo jo toteutuneista asioista, mutta myös suunnitelmista ja tulevasta kehityksestä
- Kertoo myös puutteista, ja miten niihin puututaan
  - On ok myöntää, että ei olla vielä maalissa.

**Muista! Kaiken ei tarvitse olla heti valmista.**

**AVOIMUUS & LÄPINÄKYVYYS  
JOHDONMUKAISUUS & YHTENEVÄISYYS  
FAKTAPOHJAISUUS & KATTAVUUS**



# Miten tehdä ilmastoviestintää?

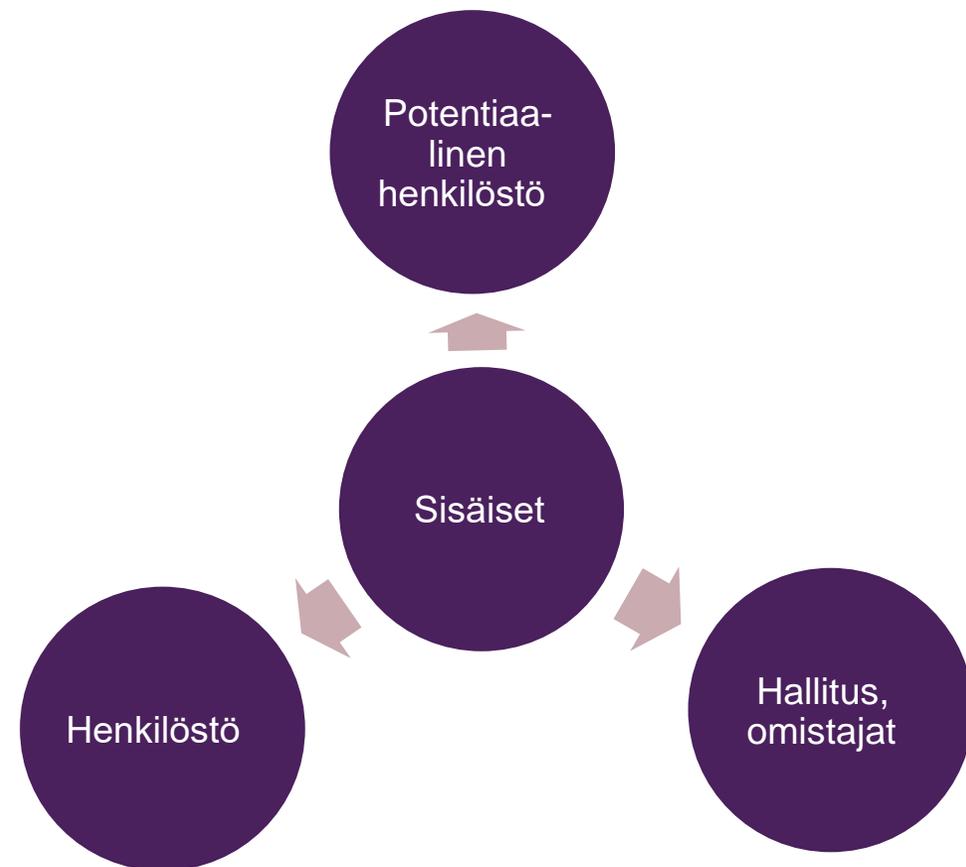
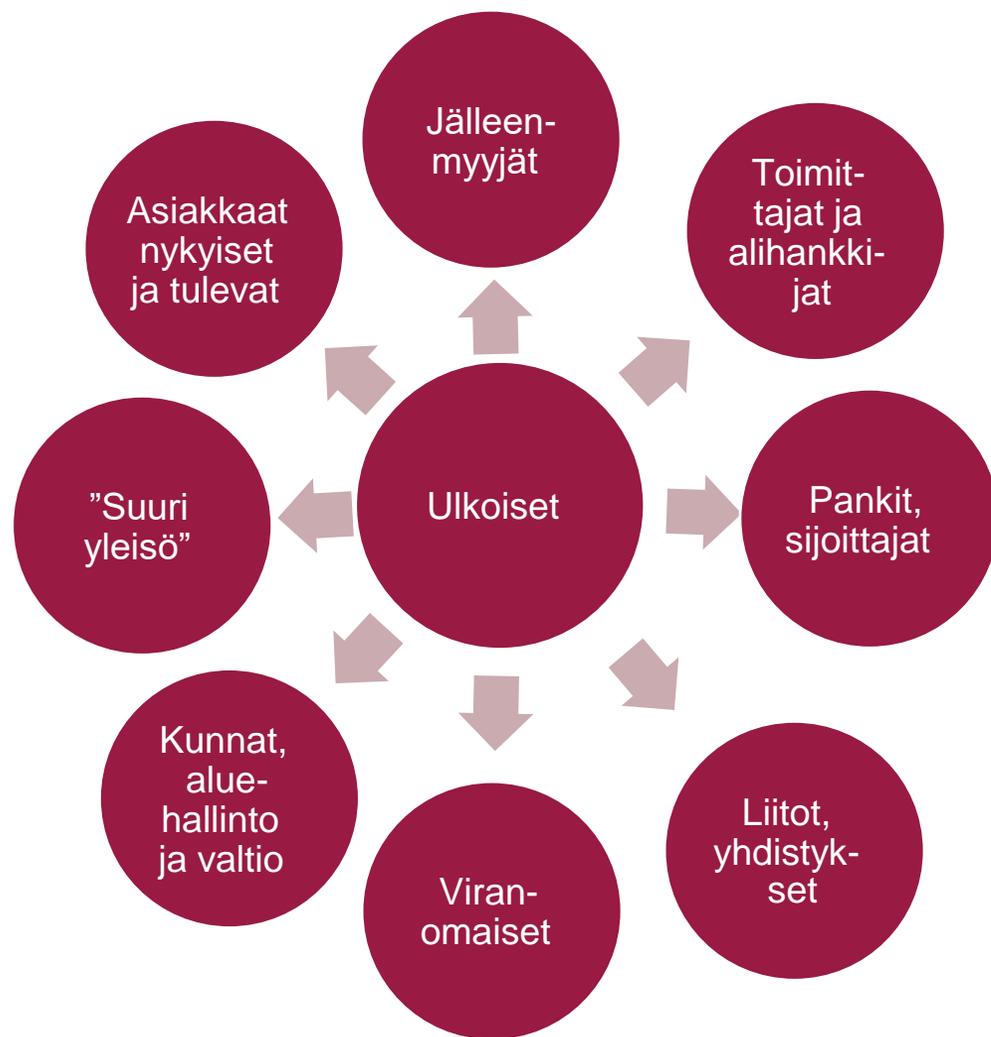
# Vastuullisuusviestinnän askeleet



# Perusteet kuntoon

1. Mitkä asiat ovat tärkeitä teidän yritykselle, ja miten edistätte niitä?
    - Liiketoimintasuunnitelma ja strategia
    - Arvot, missio ja visio
    - Vastuullisuustavoitteet, olennaiset vastuullisuusteemat
  2. Mitä asioita olette jo tehneet, mihin olette jo sitoutuneet tai ryhtyneet?
    - Jo tehdyt toimenpiteet, sopimukset, sitoumukset, jne.
  3. Mitä vielä kehitetään, mitä teillä on suunnitelmissa?
    - Mihin tartutaan seuraavaksi?
- Päätä pääasiat, ja pitäydy niiden viestinnässä.
- Mitkä noin kolme asiaa ovat tärkeimpiä teille?
  - Mieti nämä viestit, ja keskity niiden kertomiseen.
  - Viestejä tulee päivittää säännöllisesti.

# Keitä ovat sidosryhmäni?



# Missä viestini näkyy?



Kohtaamiset asiakkaiden  
ja muiden ihmisten kanssa:  
Kasvokkain  
Puhelimitse  
Sähköpostitse



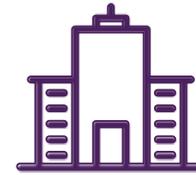
Esitteet  
Mainokset  
Kyltit



Dokumentit ja materiaalit:  
Tarjoukset  
Sopimukset



Digitaalinen viestintä:  
Verkkosivut  
Uutiskirjeet  
Sosiaalinen media  
Webinaarit



Liiketila ja sen julkisivu  
Työvaatteet  
Työautot



Tiedotteet  
Medianäkyvyys  
Näkyvyys  
yhteistyökumppaneiden  
viestinnässä



Tuotteet  
Pakkaukset  
Mainostuotteet



Vastuullisuusraportti,  
-esite tai -materiaali

# Keinoja viestintään

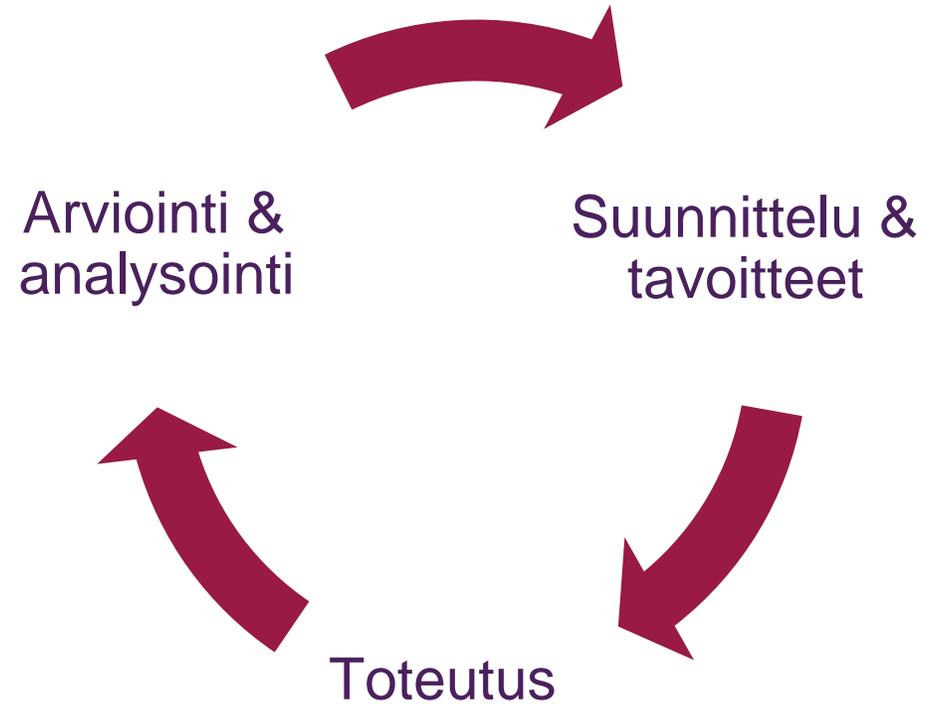
Kun olet:

- Selvittänyt tilanteen ja perusteet
- Miettinyt noin 3 tärkeintä asiaa kerrottavaksi
- Pohtinut tärkeimmät sidosryhmät
- Päittänyt viestinnän paikat

On aika alkaa töihin:

- Päivitä yrityksen materiaalit ajan tasalle valitsemiesi viestien mukaiseksi
- Ala kertomaan viesteistä tapaamisissa ja muissa kohtaamisissa
- Aloita vastuullisuusmateriaalin kasaaminen
- Päivitä materiaaleja, kun tulee tarvetta tai uutta tietoa

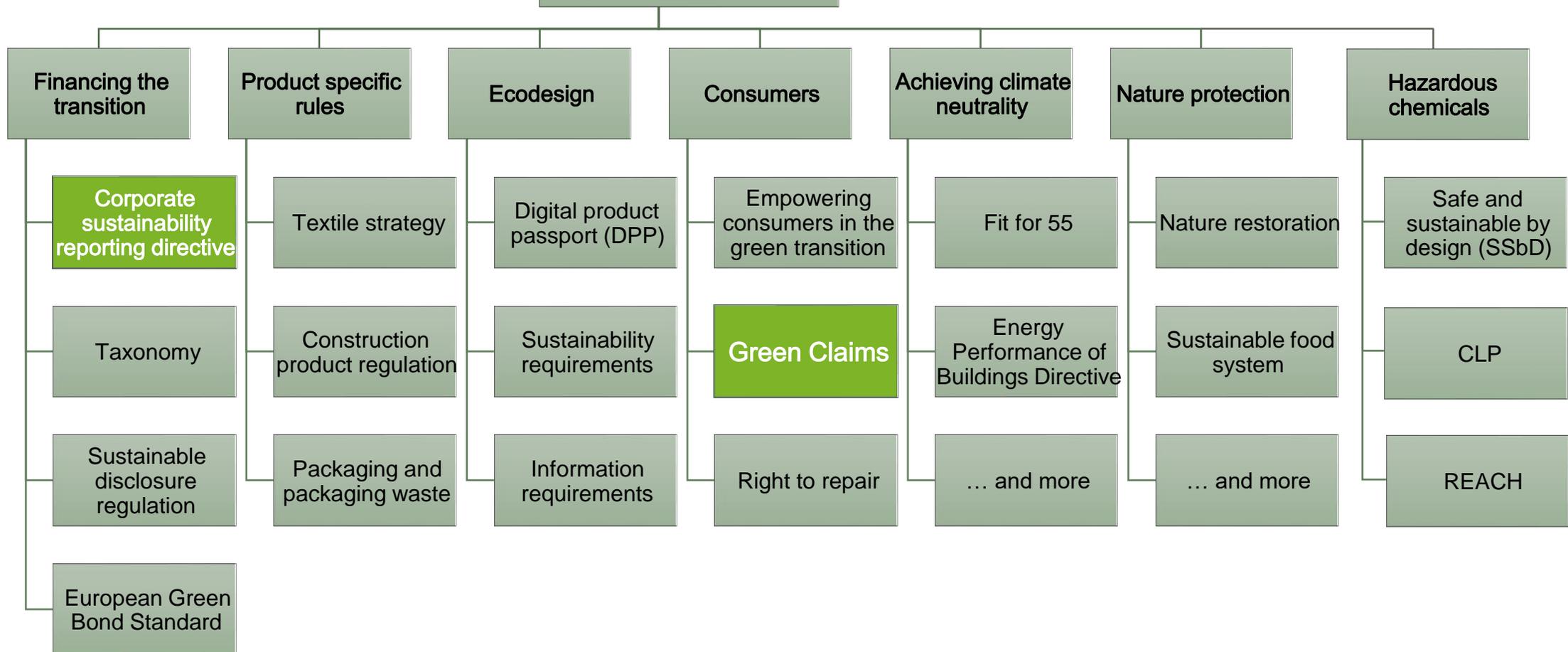
# Viestinnän ympyrä





# Muutama sana direktiiveistä

# Green Deal



# EU:n kestävyysraportointidirektiivi

## CSRD = Corporate Sustainability Reporting Directive

- EU:n kestävyysraportointidirektiivi tulee voimaan 1.1.2024.
  - Direktiivin myötä useat suuret yritykset alkavat raportoida päästöistään.
    - Tämä vaikuttaa myös isojen yritysten toimitusketjuissa oleviin pienempiin yrityksiin
  - Direktiivi tuo yhtenäiset eurooppalaiset standardit ja muuttaa vastuullisuusraportoinnin asemaa
    - Vastuullisuusluvut nousevat raportointiin yhtä tärkeäksi, kuin talouden luvut
    - Luvuista tulee helpommin vertailtavia
    - Termistö yhtenäistyy
- Kaikkien yritysten on hyvä olla selvillä omista ilmastovaikutuksistaan, ja valmistautua raportointiin.

# Green Claims -asetus

- Kuluttajaviestinnän ympäristöasioissa pitää olla todenmukaista, asiallista sekä perustua tieteeseen
- Tavoitteena kuluttajien suojaaminen viherpesulta
  - Vain kolmannen osapuolen etukäteen verifioituja ympäristöön liittyviä väittämiä sallitaan
- Myös ympäristömerkintäjärjestelmät pitää verifioida (pl. EU Ecolabel)
  - Ympäristömerkin avulla voidaan viestiä kriteereihin perustuvilla viherväittämillä
  - Viralliset ympäristömerkit (Joutsenmerkki, EU-Ecolabel) on tunnustettu luotettavana tapana osoittaa yleisiä ympäristöväittämiä



# Esimerkkejä ja keskustelua

# Esimerkki 1

Työvaateyritys Dimex

<https://www.dimex.fi/kestavyys/>



## LAATU KESTÄÄ AIKAA

Meille on aina ollut itsestään selvää, että maailmaa pitää katsella pitkällä tähtäimellä. Yksi merkittävimmistä vastuullisuuttamme edistävistä teoista on valmistaa vaatteita, jotka eivät ole arjen työssä koskaan suorituskykynsä rajoilla, vaan kestävät käyttöä ja aikaa sekä ovat tarpeen vaatiessa korjattavissa. Nämä ovat asioita, joista emme suostu koskaan tinkimään.

## TÄYTÄMME VAATIMUKSET

Suunnitteluamme, tuotantoamme ja tuotteidemme turvallisuusvaatimuksia ohjaavat tällä hetkellä suunnittelun, tuotannon ja turvallisuuden näkökulmasta oleelliset standardit, järjestelmät ja sertifiikaatit. BSCI - auditointeja olemme suorittaneet 40%:a riskimaiden tuotantolaitoksista. Tavoitteena on saavuttaa 100:n prosentin taso auditoinneissa vuoden 2023 - mennessä.

**KATSO SERTIFIKAATTIMME**

## AMFORI

Dimex on kestävää liiketoimintaa edistävän amfori BSCI:n jäsen. Kyseessä on yritysvetoinen aloite, jonka jäsenet ovat sitoutuneet parantamaan tuotantolaitosten ja -tilojen olosuhteita kaikkialla maailmassa.

Dimex on hankintaketjussaan sitoutunut noudattamaan ja edistämään amfori BSCI:n toimintaperiaatteita, jotka koostuvat 11:sta työelämän perussäännöstä.

1. Järjestäytymis- ja neuvotteluoikeus
2. Syrjintäkielto
3. Oikeudenmukainen korvaus
4. Kohtuulliset työajat
5. Työterveys ja -turvallisuus
6. Lapsityön kielto
7. Nuorten työntekijöiden erityinen suojelu
8. Epävakaiden työsuhteiden kielto
9. Pakkotyön kielto
10. Ympäristönsuojelu
11. Eettinen liiketoiminta

Hyödynnämme hankintamaiden riskiarvioinnissa amforin riskimaaluuokitusta, joka perustuu Maailmanpankin julkaisemiin Worldwide Governance -indikaattoreihin.

# Esimerkki 2

Peruna-alan myynti- ja kehitysyhtiö  
Maatilan <https://maatilan.fi/>

## VASTUULLISUUS

### Maatilan – varmasti vastuullinen valinta

Maatilan Jäljettömän Hyvä -tuotteet ovat ympäristöystävällisiä, läpinäkyvästi tuotettuja ja aina jäljitettävissä.

Katso oheisesta infograafista, kuinka vastuullisuusperiaate on huomioitu Maatilan-perunoiden viljelytoiminnan kaikissa vaiheissa.

#### Alkutuotanto



##### Maaperä

Käytämme viljelemiseen kivennäismaata. Satotaso nousee, hävikki ja hiilijalanjälki pienenevät.

#### Lajikevalinnat

Viljelemme vain lajikkeita, joiden satotaso ja käyttölaatu ovat hyviä. Hävikki pienenee.



##### Kastelu

Kastelemme viljelymaata järvien ja jokien pintavesillä, mikä on ekologisempaa kuin pohjavesien käyttö.



## JÄLJETTÖMÄN HYVÄÄ PERUNAA

Olemme Suomen suurin peruna-alan myynti- ja kehitysyhtiö.  
Maatilan Jäljettömän Hyvä -tuotteissamme on suomalaisten perunoiden pienin hiilijalanjälki:  
kompensoimme päästömme tekemällä yhteistyötä 4H-järjestön  
Taimiteko-hankkeen kanssa.

# Esimerkki 3

Motivan vastuullisuusraportti 2022

<https://www.motiva.fi/motiva/yritysvastuuraportti>

## Sisällys

<b>1. Nopeutamme siirtymistä kestäväan yhteiskuntaan ja elämäntapaan</b>	<b>1</b>	<b>4. Vastuullisuus ja vaikuttavuus</b>	
Sisällys	<u>2-3</u>	Hiilijalanjäljen laskenta	
Toimitusjohtajan terveiset	<u>4</u>	Motivan hiilijalanjälki 2019-2022	<u>23</u>
Organisaatio	<u>5</u>	KÄDENJÄLKI 1, Julkinen puurakentaminen	<u>24</u>
Nopeutamme siirtymistä kestäväan yhteiskuntaan ja elämäntapaan	<u>6</u>	KÄDENJÄLKI 2, KEINO-osaamiskeskus	<u>25</u>
Strategiakuva	<u>7</u>	KÄDENJÄLKI 3, Materiaalitori	<u>26</u>
Strategiset kasvualueet 2023	<u>8</u>	KÄDENJÄLKI 4, Energianeuvonta Motivasta	<u>27</u>
<b>2. Taloudellinen vastuu</b>	<b>9</b>		
Taloudellinen asema ja tulos, avainluvut	<u>10-12</u>		
<b>3. Motivoitunut, hyvinvoiva ja sitoutunut henkilöstö</b>	<b>13</b>		
Sitoutunut ja hyvinvoiva henkilöstö	<u>14</u>		
Uudet liiketoiminta-alueet aloittivat	<u>15</u>		
Merkityksellistä työtä	<u>16</u>		
Monipaikkaista työtä eri puolilta Suomea	<u>17</u>		
Huolehdimme henkilöstöstä	<u>18</u>		
Osaamisen kehittäminen	<u>19</u>		

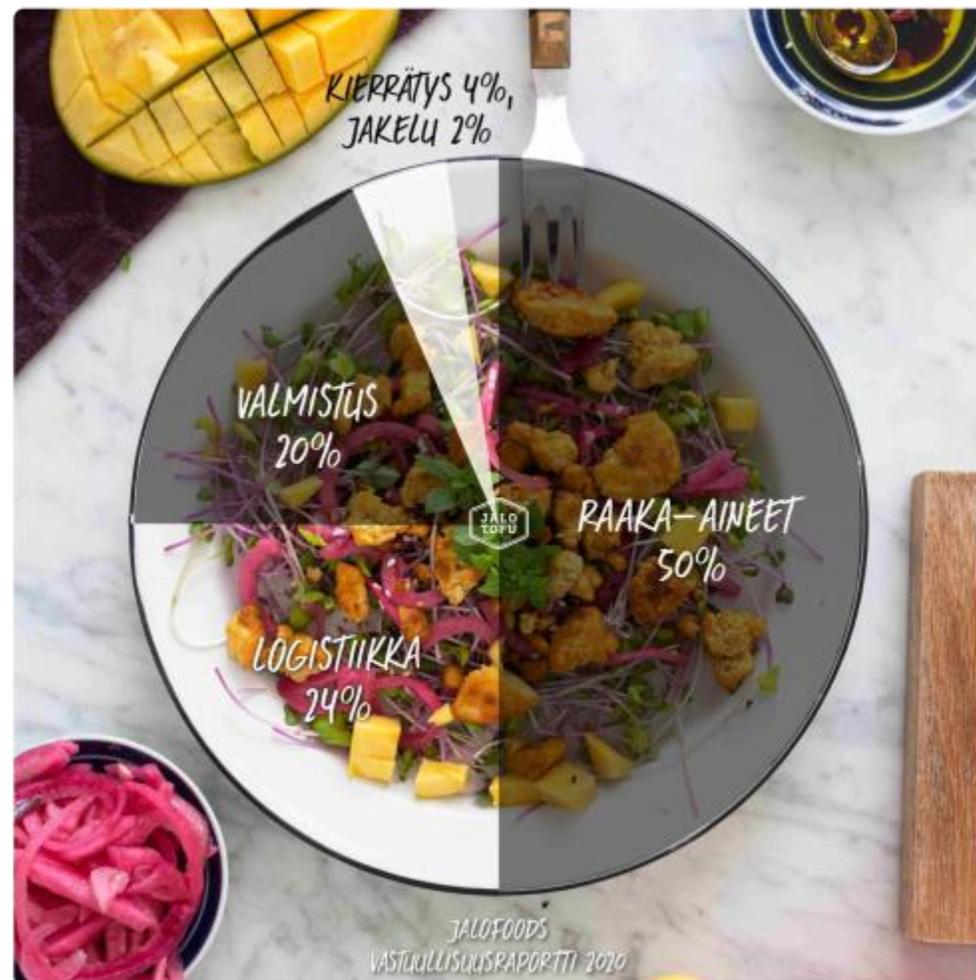


## Esimerkki 4

- Jalofoods (Oy Soya Ab) valmistaa kasviproteiinituotteita kuluttajille
- Vastuullisuus avattu läpinäkyvästi ja monipuolisesti:
  - Avaa, mistä hiilijalanjälki koostuu ja mitä laskelmassa on otettu huomioon
  - Kuvaa toimitusketjunsä ja kertoo hankinnoista
  - Kertoo, mitä tekoja on tehnyt vastuullisuuden eteen vuosien varrella
- Palkittu 2021 Kestävyyssraportointi –kilpailussa 2021 parhaana pk-yrityksenä:

*”Jalofoodsın kattava ja laadukas raportointi keskittyy ydinliiketoimintaan. Se kuvaa olennaisia vastuullisuuselementtejä toimitusketjusta aina kiertotalouteen ja biokaasulaitoksen suunnitteluun saakka...”*

<https://jalotofu.fi/vastuullisuus/>



# SISÄLTÖ

Sisällysluettelo _____	2
Yrityksestä lyhyesti _____	3
Johdon katsaus _____	4
Hallintotapa ja strategia _____	5
Taloudelliset tunnusluvut _____	6
Vastuullisuuden johtaminen _____	7
Sidosryhmät ja toimintaympäristö _____	8
Toimialan kestävyysaasteet _____	9
Toimitusketjun kuvaus _____	10
Vastuullisuuden liiketoimintamahdollisuudet ja -riskit _____	11
Vastuullisuusohjelma 2020–2022 _____	12
Jalofoodsin vastuullisuustavoitteet _____	13
Vastuulliset ja laadukkaat luomuhankinnat _____	14
Kokonaisvaltainen ilmasto- ja ympäristövastuullisuus _____	16
Osaava suomalainen työvoima _____	20
Terveellinen, herkullinen ja ravitseva kasvisruoka _____	21



## Esimerkki 5

Kiertotalous- ja jätehuoltoyritys  
Lassila & Tikanoja

<https://www.lt.fi/fi/>

<https://lassikko.lt.fi/>



Ilmastokestävä Pohjois-Karjala -hanke / Ilmastotoimista viestiminen

## Laitetaan yhdessä yrityksesi kierrätys kuntoon

Jokaista yritystä tarvitaan, jotta saamme koko Suomen kierrätysasteen nousuun!

LIITY HETI MUKAAN

SUOMEN  
KIERRÄTYSASTE  
NOUSUUN



## WEBINAARISARJA | Kohti täyttä kiertokulkua

Luontokato ja ilmastonmuutos ovat aikamme suurimmat haasteet. Yrityksillä on mahdollisuus toimia suunnannäyttäjinä kestävämmän huomisen puolesta, mutta suunnitelmien lisäksi tarvitaan myös konkreettisia tekoja. Mitä seuraavien vuosien aikana pitäisi tapahtua, jotta resurssit riittäisivät myös tulevaisuudessa? Miten ilmasto- ja luontotyön saa käyntiin, ja miten kiertotalous auttaa tässä?

KATSO WEBINAARIT

# Mistä saan tietoa

- Kaikille avoin verkkokurssi Kestävän kehityksen osaajaksi Eoppiva-alustalla: <https://www.eoppiva.fi/koulutukset/kestavan-kehityksen-osaajaksi/>
- Suomen YK-liitto on YK-teemoihin keskittyvä kansalaisjärjestö: <https://www.ykliitto.fi/>
  - YK-liiton Kestävä kehitys haltuun –verkkokurssi (35€): <http://3.65.181.179/product/kestava-kehitys-haltuun-verkkokurssi/>
- Sitoumus2050 on ilmainen valtion työkalu kestävyystyön kehittämiseen. Tavoitteellinen ja mitattava sitoumus on myös helppo tapa viestiä työstä kestävä kehityksen eteen. [www.sitoumus2050.fi](http://www.sitoumus2050.fi)
- Joutsenmerkki ohjaa kuluttajia, yrityksiä ja hankkijoita vastuullisempaan ja ympäristön paremmin huomioivaan kuluttamiseen ja tuotantoon. <https://joutsenmerkki.fi/>
- Yritysvastuuverkosto FIBS: <https://fibsry.fi/>
  - Yritysvastuun itsearviointi <https://www.vastuullisuusarviointi.fi/>
- UN Global Compact Suomi: <https://www.globalcompact.fi/>
  - YK:n Global Compact on maailman laajin yritysvastuuverkosto, johon kuuluu yli 19 000 yritystä yli 160 maasta.



**Kiitos!**





**Jenni Marsio**  
[jenni.marsio@motiva.fi](mailto:jenni.marsio@motiva.fi)



[www.motiva.fi/motiva\\_services](http://www.motiva.fi/motiva_services)