

KaMu Kanta-Häme / Päijät-Häme

Kasvua ja menestystä uusiutumalla

Tehokas ja vaikuttava
vastuullisuusviestintä pienyrityksessä



Minna Uusi-Simola

Asiantuntija

kestävä kehitys ja vastuullisuus

kansainvälisyys

floristiikan kilpailuvalmennus

Koulutus

Floristimestari

AmO

Technician- Experimental
Botanical Design

Ratkaisukeskeinen
kuvataideterapeutti



Webinaarin sisältö

Kerrataan, mihin vastuullisuuden vaatimus perustuu ja mitä teot ovat käytännössä

Luontojalanjäljen laskenta, entistä tehokaampaa ympäristötyötä

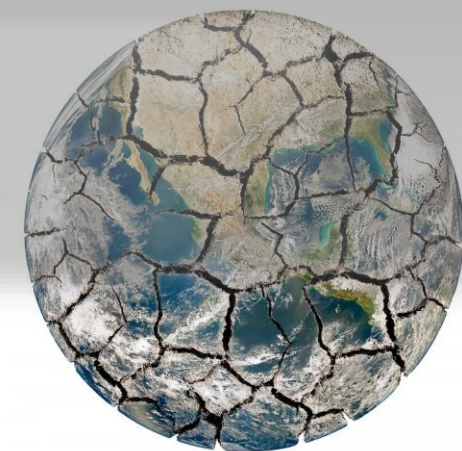
Miksi vastuullisuuden tunnistaminen ja esilletuominen on tärkeää yrityksille

Miten yrityksissä voidaan lisätä vastuullista ja kestävän kehityksen mukaista toimintaa.

Miten vastuullisuudesta viestitään pienyrityksessä eri sidosryhmille, herättäen kiinnostusta ja luottamusta.



Maankäyttö, veden käyttö, energian käyttö, ravinteet, haitalliset vieraslajit, taudit, saastuminen, lajien sisäisen muuntelun väheneminen, eliöyhteisöjen yksinkertaistuminen ja samanlaistuminen, kasvisokeus, luontosokeus, luonnon lukutaidottomuus, ihmiset ja luonto erillisiä toisistaan...



Luontokadon juurisyy on ylikulutus

Ihmistoiminta aiheuttaa luontokatoa ja luonnon monimuotoisuuden vähenemistä



Luontoa katoaa nopeammin, kuin koskaan aiemmin

6. massasukupuutto
meneillään

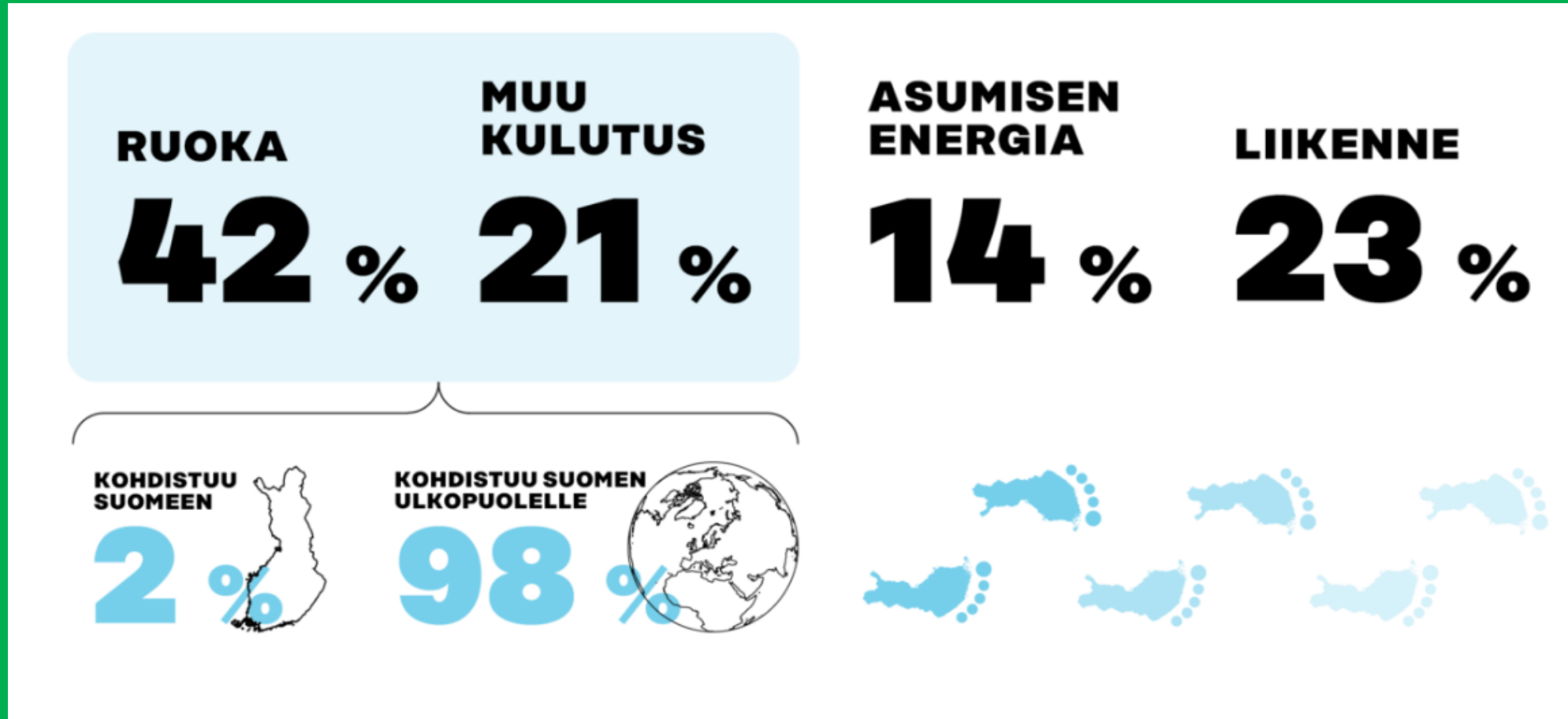
1/3 luonnosta
tuhoutumassa 2050
mennessä

1 000 000 lajia
katoamisvaarassa

luontokato on systeeminen
riski liiketoiminnalle ja
yhteiskunnalle

Ihmisten tulisi vahvistaa lajien, populaatioiden ja ekosysteemien hyvinvointia, runsautta, monimuotoisuutta ja palautumiskykyä.
YK ja EU ovat sitoutuneet pysäyttämään luontokadon 2030 mennessä.
Esimerkiksi metsien käyttöä, ruuantuotantoa ja kulutustottumuksia pitäisi muuttaa.

Suomalainen kulutus on kestäättömällä tasolla





Suomalaiset tarvitsevat 4 maapalloa kulutuksensa kattamiseen. Vuonna 2025 suomalaisten laskennallinen ylikulutuspäivä oli **6. huhtikuuta**. Maailman ylikulutuspäivä on viime vuodet pysytellyt elokuun alun tienoilla.



Jos kaikki maailmassa söisivät, asuisivat, liikkuisivat ja kuluttaisivat kuin suomalaiset, ainakin viidennes maailman lajeista olisi vaarassa kuolla sukupuuttoon.



72 % maailman kasvihuonekaasupäästöistä aiheutuu kotitalouksien kulutuksesta. Suomalaisten kotitalouksien kulutus muodosti 68 % kotimaan loppukäytön kasvihuonekaasupäästöistä. Loput 32 % syntyivät julkisesta kulutuksesta ja investoinneista. Sitra 2017



Suomalaisten suuri luontojalanjälki johtuu muun muassa vauraille länsimaille tyypillisestä korkeasta kulutuksesta, paljon liha- ja maitotuotteita sisältävästä ruokavaliosta sekä ilmastopäästöjä aiheuttavista liikkumistavoista.

Mihin vastuullisuus perustuu

- **Agenda 2030**
- YK:n jäsenmaat sopivat vuonna 2015 kestävän kehityksen toimintaohjelmasta ja tavoitteista, jotka ohjaavat kestävän kehityksen edistämistä vuosina 2016–2030.
- Niiden pyrkimyksenä on poistaa äärimmäinen köyhyys maailmasta ja turvata hyvinvointi ympäristölle kestävällä tavalla.
- Agenda 2030 pyrkii kestävään kehitykseen niin talouden, ihmisten hyvinvoinnin kuin ympäristön kannalta.
- Toimintaohjelma sisältää suunnitelman toimeenpanokeinoista sekä siitä, miten toimeenpanoa seurataan.
- Maat ovat sitoutuneet edistämään 17 tavoitetta kokonaisuutena. Tavoitteet sisältävät 169 alatavoitetta.

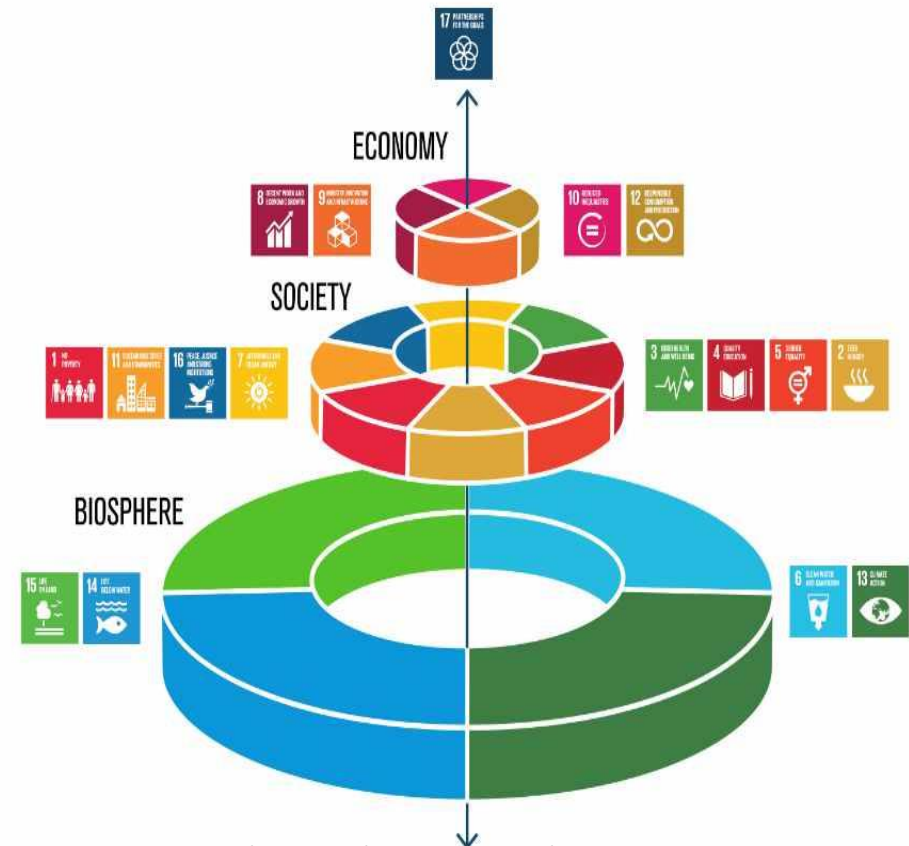


<https://www.ykliitto.fi/uutiset-media/logot-ja-sdg-kuvakkeet>

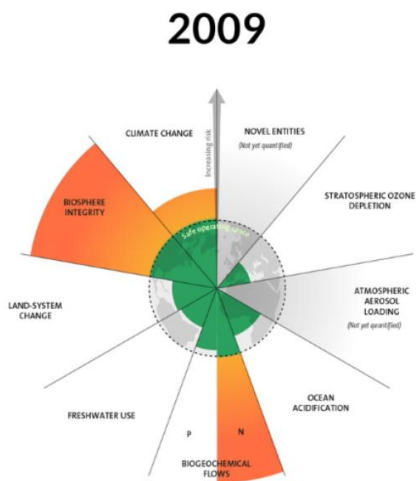
"Täytekekakumalli"

Miksi kestävän kehityksen tavoitteita ei voi napsia kuin vaan parhaita paloja seisovasta pöydästä?

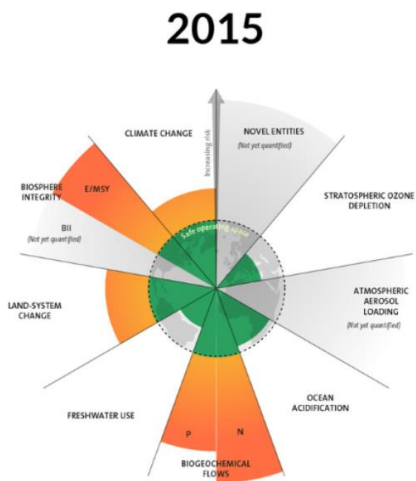
- Sektorikohtaisesta lähestymistavasta, jossa sosiaalinen, taloudellinen ja ekologinen kehitys nähdään erillisinä prosesseina, tulisi siirtyä kokonaisvaltaiseen, erilaiset yhteydet huomioon ottavaan malliin.
- Täytekekakumalli kuvaa, kuinka talouden ja yhteiskunnan menestyminen tulisi ymmärtää olevan täysin riippuvainen biosfäärin tilasta.
- The SDGs "wedding cake" (animation)
 - <https://youtu.be/dcvz6Fv8DqU>
- Sustainable Development Goals illustrated
 - <https://youtu.be/qfOgdj4Okdw?si=c4hGq0HltNldNdHu>



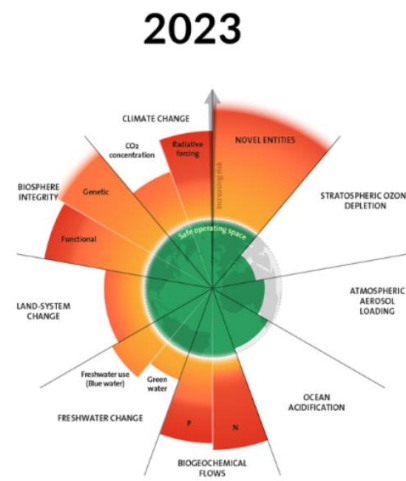
<https://www.stockholmresilience.org/research/research-news/2016-06-14-the-sdgs-wedding-cake.html>



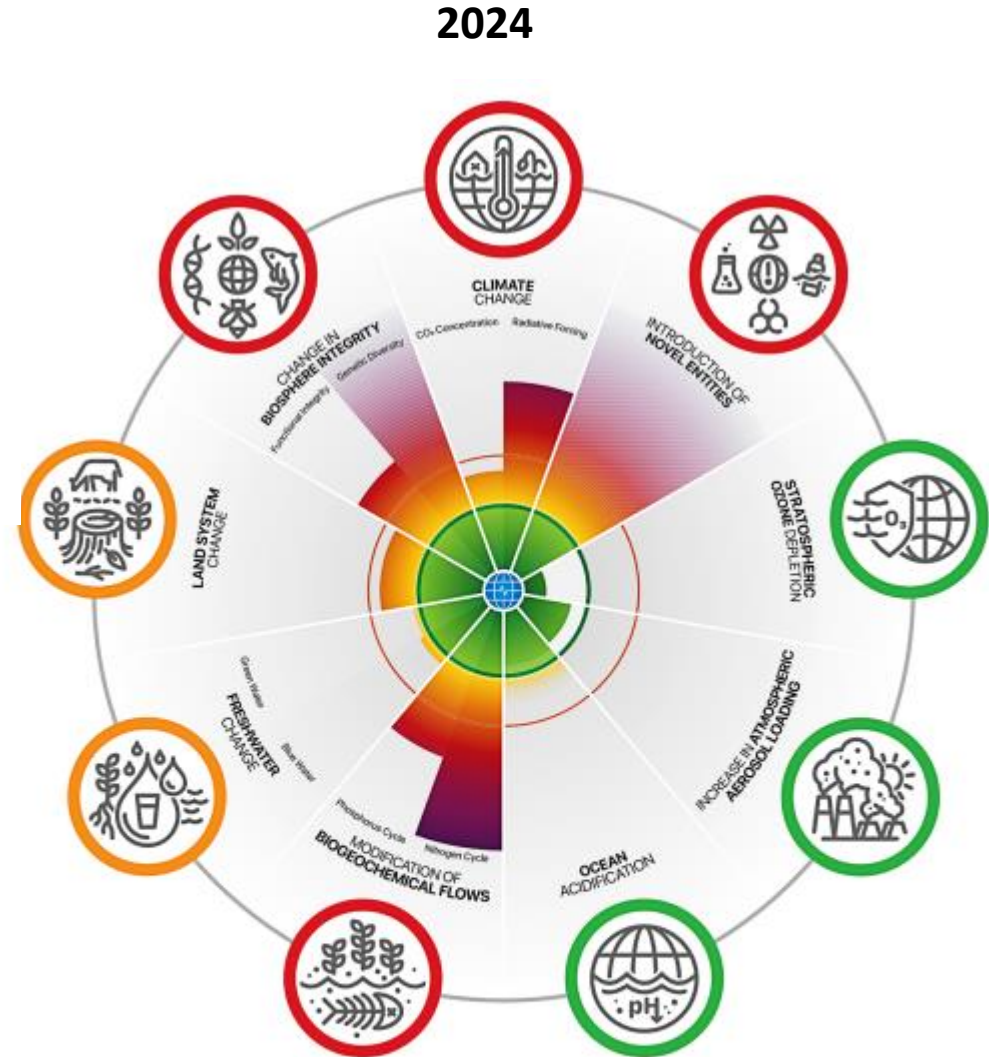
7 boundaries assessed,
3 crossed



7 boundaries assessed,
4 crossed



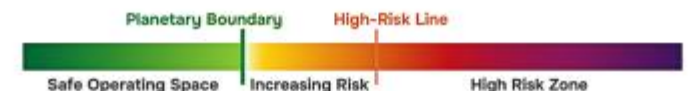
9 boundaries assessed,
6 crossed



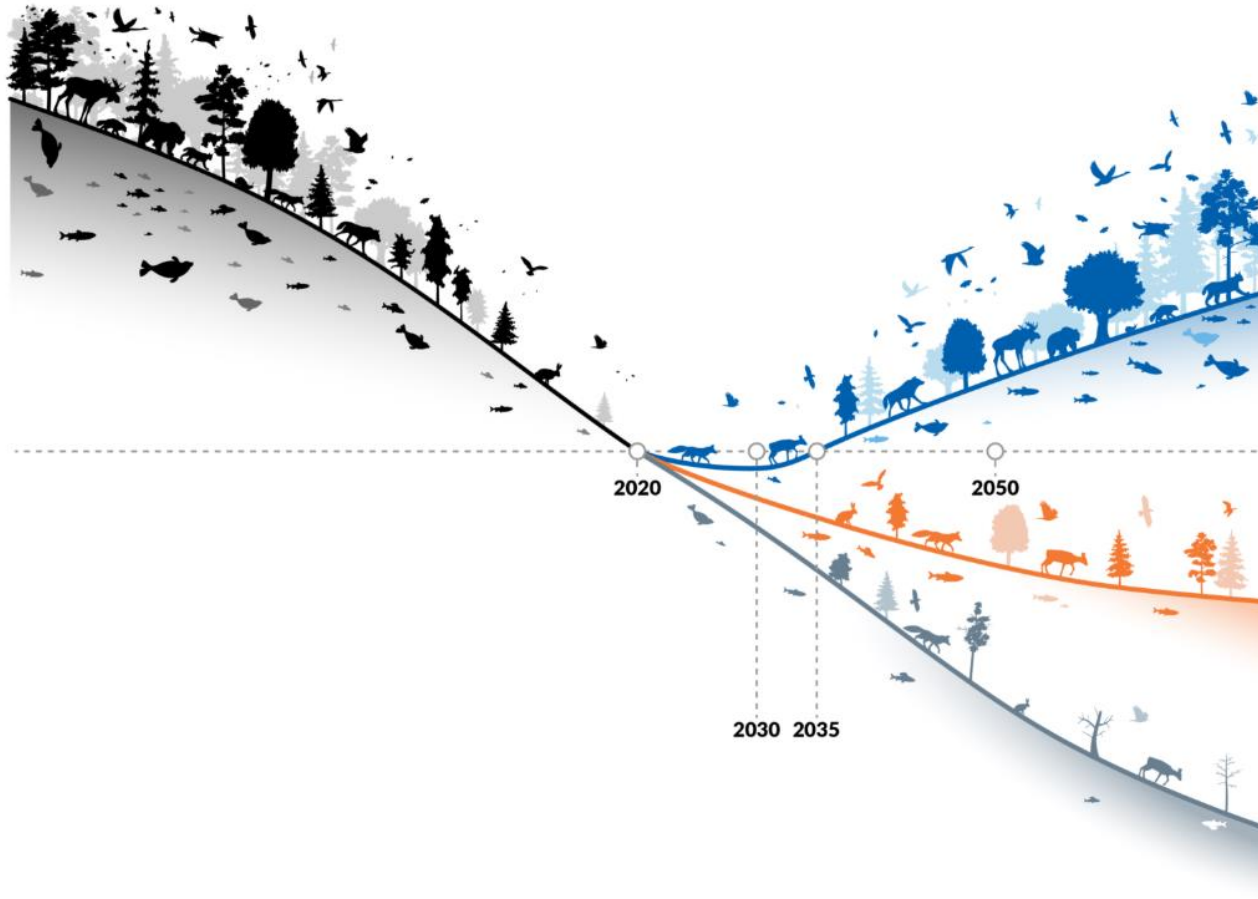
Planetaariset rajat

- Ihminen on vaikuttanut teollisen vallankumouksen ja 1800-luvulla alkaneen antroposeeni- kauden alusta lähtien toimillaan planeetan järjestelmiin.
 - Verrokkina käytetään suhteellisen hyvin tunnettua holoseeni-kaudelle ominaista vaihtelua
 - Holoseeni on nykyinen geologinen aikakausi, joka alkoi ilmaston lämmetessä viimeisimmän jääkauden jälkeen noin 11 560 kalenterivuotta sitten (noin 9 600 eaa.).
- Planetaarisia rajoja on kaikkiaan yhdeksän. Niistä kuusi on jo ylitetty.
 - Ylitetyt rajat ovat
 - ilmastonmuutos
 - biogeokemialliset virrat
 - makean veden kulutus
 - luonnon monimuotoisuuden väheneminen
 - maankäytön muutokset
 - uudet aineet ja elämänmuodot

- <https://www.stockholmresilience.org/research/planetary-boundaries.html>
- <https://www.planetaryhealthcheck.org/>

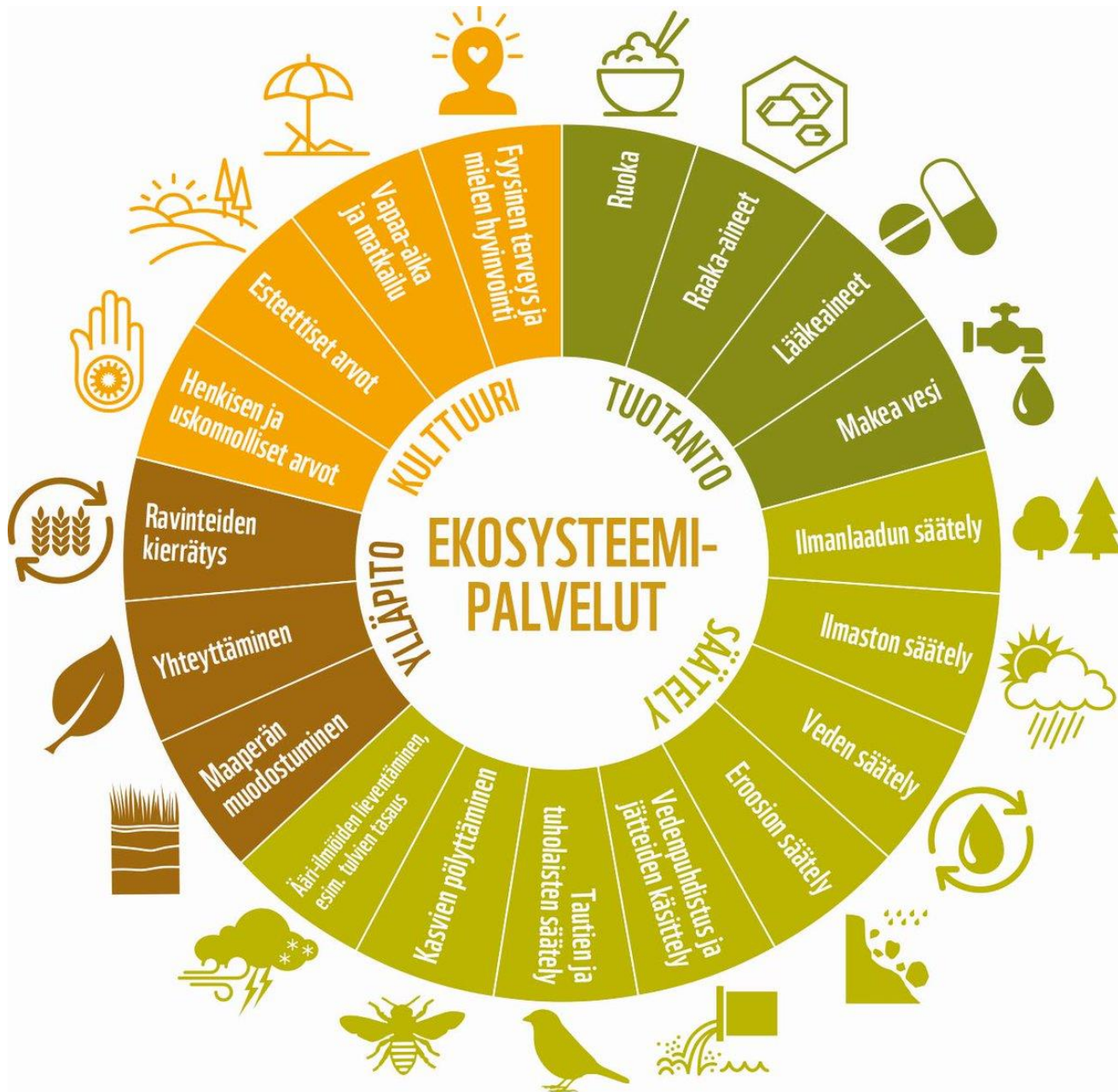


Suomen luontostrategia – luontokato pysäytetään 2030 mennessä



- Strategian päätavoitteena on, että vuoteen 2030 mennessä luontokato on pysäytetty ja luonnon monimuotoisuus alkaa elpyä. Lisäksi tavoitteena on luontoposiitivisuus niin, että vuoden 2035 jälkeen luonnon tila on parempi kuin se oli vuonna 2020 ja jatkaa sen jälkeen hiljalleen paranemistaan.
- Tuleva suunta riippuu siitä, toteutetaanko tarvittavat toimenpiteet luontokadon pysäyttämiseksi ja suunnan kääntämiseksi.
- **Sinisellä:** toimenpiteitä lisätään niin paljon, että ne pysäyttävät luontokadon ja kääntävät luonnon tilan elpymisuralle.
- **Oranssilla:** toimenpiteitä lisätään niin paljon, että ne onnistuvat jarruttamaan luontokadon vauhtia, mutta eivät riitä pysäyttämään sitä kokonaan.
- **Harmaalla:** luontokadon pysäyttämiseksi ei tehdä merkittäviä lisätoimia, ja luontokato jatkuu kuten tähänkin saakka.

Kuva: Māris Grunskis / Suomen Luontopaneeli.



Ekosysteemi-palvelut WWF:n (World Wildlife Fund) mukaan

Tuotantopalvelut tarkoittavat luonnosta saatavia aineellisia hyödykkeitä kuten ruokaa, muita raaka-aineita ja lääkekasveja.

Säätelypalvelut ovat esimerkiksi ravintokasvien pölytystä ja pohjaveden muodostumista.

Ylläpitopalvelut ovat muiden ekosysteemi-palveluiden taustalla olevia palveluita, kuten hiilensidonta, veden kierto ja yhteyttäminen.

Kulttuuripalveluita ovat esimerkiksi luonnon virkistyskäyttö sekä henkinen ja fyysinen hyvinvointi.

Planetaarinen hyvinvointi

Lähteet:

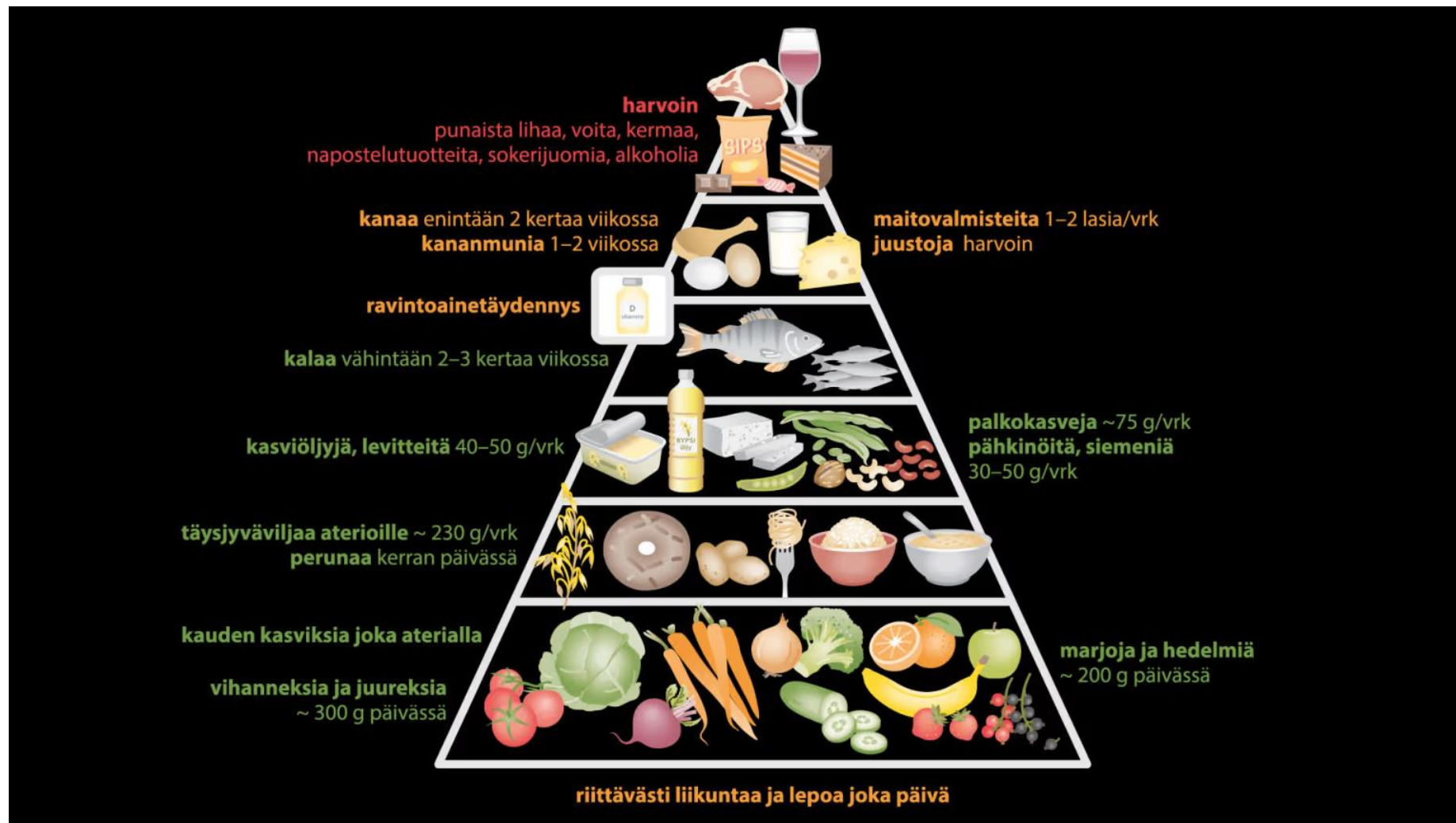
Biodiversity and Health,
Convention on Biological
Diversity; Planetary well-
being, Humanities & Social
Sciences Communications



Kohti ympäristövastuullista oppimisyhteisöä -hanke



Planetaarinen ruokavalio



Planetaarinen ruokavalio on ruokavaliosuositus, joka pyrkii yhdistämään ihmisen terveyden ja maapallon kestävyys.

Suosittelavia ruoka-aineita planetaarisen ruokavaliosuosituksen mukaisesti ovat kala, kasvikset, hedelmät, palkokasvit, täysjyväviljat ja pähkinät.

Duodecim Terveyskirjasto

kuva yle.fi

Vastuullisia ratkaisuja

resurssi- ja
energiatehokkuus

selvillä olo ja
raportointivelvollisuus

luontovaikutusten
selvittäminen ja
julkaiseminen

luontohaittojen
välttäminen ja
ylikompensointi

hankintaketjun ja
yhteistyökumppanien
vastuullisuustoimien
tunteminen

kiertotalousratkaisut

maan viljelykunnan
parantamiseen johtavat
toimet, esim. uudistava
maatalous, vihreiden
viikkojen maksimointi,
kerääjäkasvit..

kestävyyskasvatus

luontoyhteyden
vahvistaminen

luontoposiitivisuus

planetaarinen ruokavalio

kotimaisten, lähellä
tuotettujen raaka-aineiden
suosiminen

Miten voimme vaikuttaa omalla alallamme?

- Ideoi tauolla omalle alallesi ilmasto- ja luontoystävällinen tuote tai palvelu
- Aloita pohtimalla:
 - Mihin alasi systeemiin pitäisi/voisit vaikuttaa?
 - voisitko tuotteen tai palvelun avulla edistää kiertotaloutta esim. suunnittelun, jakamisen, huoltamisen, korjaamisen tai uudelleen käytön avulla?
 - voisitko vaihtoehtoisesti lisätä tietoisuutta luonnon monimuotoisuuden ja ilmastoviisauden tärkeydestä?
 - pystytkö suunnittelemaan tuotteen tai palvelun kiertotalouden periaatteiden mukaisesti, niin ettei jätettä synny ollenkaan?
- Ideoi konkreettinen palvelu tai tuote
- Valmistaudu jakamaan ideasi muille



Tavoitteena inspiroitua oman alan vaikuttamismahdollisuuksista ja kiertotalouden periaatteista.

Kiertotalous laajasti ymmärrettynä on tärkein ratkaisu ilmastomuutokseen ja luontokatoon. Silloin mukana ovat myös **jakamisen** sekä **huoltamisen**, **korjaamisen** ja **uudelleen käytön** ratkaisut.



Tauko 5 minuuttia...

Mitä vastuullisuus tarkoittaa yrityksissä ja organisaatioissa?

- Yritysten ja organisaatioiden kohdalla vastuullisuus tarkoittaa toimintaa, joka
 - tukee kestäväää kehitystä
 - aiheuttaa mahdollisimman vähän ympäristöhaittoja
 - kunnioittaa ihmisoikeuksia ja työoikeuksia
 - on eettistä ja hyvin johdettua
 - tuottaa taloudellista ja yhteiskunnallista hyvää
- Vastuullisuus elinkeinoelämässä tarkoittaa tulevaisuudelle hyvää bisnestä. Vastuulliset yritykset toimivat mahdollisimman kestäväällä tavalla, huomioivat sidosryhmien edut ja odotukset tähdäten samalla kannattavaan liiketoimintaan.

Parhaimmillaan yrityksen strategia perustuu vastuullisuuteen ja vastuullisuus on yrityksen kilpailuetu!

Millaista on vastuullinen ja kestävä liiketoiminta?



Vastaus: Yritys huomioi laajasti taloudellisen, ekologisen ja sosiaalisen (ja kulttuurisen) vastuun toiminnassaan

Hyvä hallintotapa

- **Eettisyys**; yritys toimii rehellisesti ja avoimesti. Noudattaa lakeja ja säännöksiä.
- **Hallintotapa**; vastuullisuusstrategia ja –ohjelma osana laadun hallintaa, hyvät hallintoperiaatteet

Ympäristövastuu

- **Vedenkulutus**; vettä säästävät laitteet, tuotantoprosessien optimointi, mahdollisten vesivuotojen tunnistaminen, suljetut järjestelmät.
- **Energiankulutus**; energiatehokkaat laitteet, lämmityksen ja jäähdytyksen optimointi, uusiutuvat energialähteet.
- **Kierrätys ja jätteenkäsittely**; ympäristöystävälliset pakkausmateriaalit, tuotantoprosessien optimointi, tehokas kierrätysjärjestelmä.
- **Ilmasto**; uusiutuvien energialähteiden käyttö, kuljetuslogistiikan parantaminen, raaka-aineet läheltä

Sosiaalinen (ja kulttuurinen) vastuu

- **Työntekijät**; paikallisen työvoiman käyttäminen, oikeudenmukaiset palkat, työntekijöille mahdollisuus koulutuksiin ja kehittymiseen, työpaikan monimuotoisuuden ja yhdenvertaisuuden edistäminen. Työntekijöiden palaute yrityksen kehittämisessä.
- **Yhteisö**; paikallisten yhteisöjen tukeminen, harrastusmahdollisuuksien ja tapahtumien tukeminen, avun tarjoaminen.
- **Kriittiset sidosryhmät**; yrityksen tulee ymmärtää miten sen toiminta vaikuttaa muihin toimijoihin. Vahvojen suhteiden ylläpitäminen asiakkaisiin, toimittajiin ja muihin sidosryhmiin.
- **Asiakkaat**; aidosti vastuulliset tuotteet ja palvelut, asiakaspalautteen merkitys yrityksen kehittämisessä.

Miksi vastuullisuuden tunnistaminen ja esiin tuominen on tärkeää?

1. Luottamuksen ja maineen rakentaminen

- Kuluttajat, sijoittajat ja yhteistyökumppanit arvostavat yhä enemmän vastuullisesti toimivia tahoja. Vastuullisuuden esiintuominen lisää luottamusta ja vahvistaa positiivista mainetta.

2. Kilpailuedun saavuttaminen

- Yritykset, jotka panostavat kestävyyteen ja vastuullisuuteen, voivat erottautua markkinoilla. Monet kuluttajat ovat valmiita maksamaan enemmän tuotteista ja palveluista, jotka ovat eettisiä ja ekologisia.

3. Lakien ja säädösten noudattaminen

- Yhä useammat säädökset ja direktiivit (esim. EU:n kestävyysraportointidirektiivi CSRD) vaativat yrityksiä raportoimaan vastuullisuudestaan. Ennakoimalla ja kehittämällä vastuullisuutta voidaan välttää sanktioita ja sääntelyyn liittyviä riskejä.

4. Riskienhallinta

- Vastuullisuus vähentää monenlaisia riskejä, kuten ympäristövahinkoja, sosiaalisia ongelmia ja huonoa hallintotapaa, jotka voivat johtaa mainehaittoihin tai taloudellisiin menetyksiin.

5. Sidosryhmien sitouttaminen

- Työntekijät, asiakkaat ja yhteistyökumppanit arvostavat vastuullisia toimintatapoja. Tämä lisää sitoutumista ja parantaa työyhteisön hyvinvointia sekä asiakassuhteita.

6. Pitkän aikavälin taloudellinen kestävyys

- Vastuullisesti toimivat yritykset ovat usein taloudellisesti kestävämpiä, sillä ne investoivat tulevaisuuteen, eivätkä nojaa lyhyen aikavälin hyötyihin ympäristön tai yhteiskunnan kustannuksella

7. Innovaatioiden edistäminen

- Vastuullisuus kannustaa yrityksiä kehittämään uusia, kestävämpiä ratkaisuja ja liiketoimintamalleja, jotka voivat tuoda uusia kasvumahdollisuuksia. Vastuullisuuden tunnistaminen ja sen esiin tuominen ei ole vain trendi, vaan välttämätön osa kestävästä kehitystä ja tulevaisuuden menestystä.

Vastuullisuusviestintä ja vastuullisuusraportointi

- **Vastuullisuusviestintä** tarkoittaa yritysten ja organisaatioiden tapaa viestiä siitä, miten ne ottavat huomioon taloudellisen, sosiaalisen, kulttuurisen ja ekologisen vaikutuksen omassa liiketoiminnassaan
- **Vastuullisuusraportointivelvoite** koskee toistaiseksi suuria, yleisen edun kannalta merkittäviä yhtiöitä. EU:n kestävyysraportointidirektiivi CSRD velvoittaa vuodesta 2024 eteenpäin kaikkia listattuja sekä kaikkia suuria yrityksiä raportoimaan vastuullisuudestaan aiempaa laajemmin.
- **Sitouta koko organisaatio johtoa myöten** Vastuullinen viestintä ei saa olla organisaatiossa yhden tai kahden henkilön harteilla. Vastuullisuudella on iso strateginen merkitys ja sen tulee ohjata koko organisaatiota. Pienelläkin yrityksellä vastuullisuuden tulisi olla kirjattu strategiaan ja sitä tulisi johtaa suunnitellusti.

ESG ja CSRD



ESG eli Environment Social Governance

Yritysvastuullisuusraportointi

- Liike-elämässä vastuullisuus näkyy yrityksen liiketoimintamallissa eli siinä, miten sen tuotteet ja palvelut tukevat kestäväää kehitystä. Vastuullisuus näkyy myös yrityksen riskienhallinnassa eli siinä, miten se minimoi haittavaikutukset omassa toiminnassaan.
- Kirjanpitolain raportointivelvoite koskee suuria, yleisen edun kannalta merkittäviä yhtiöitä, eli listattuja yhtiöitä, luottolaitoksia ja vakuutusyhtiöitä, joiden henkilömäärä ylittää tilikauden aikana keskimäärin 500 henkeä. Lisäksi yhtiön liikevaihdon tulee olla yli 40 miljoonaa euroa tai taseen 20 miljoonaa euroa.



CSRD eli Corporate Sustainability Reporting Directive

yritysten kestävyysraportointidirektiivi

- uusi EU-lainsäädäntö, joka velvoittaa yritykset raportoimaan kestävyysriskeistä ja -mahdollisuuksista. Sen tarkoituksena on lisätä yritysten vastuullisuustoiminnan läpinäkyvyyttä ja verrattavuutta.
- CSRD vaikuttaa suuriin yrityksiin, jotka ovat EU:ssa pörssilistoitettuja tai joilla on tiettyä kokoa ja liikevaihtoa. Raportointi perustuu Euroopan unionin kestävyysraportointistandardeihin (ESRS).

Standardit, sertifikaatit ja merkit

- Muun muassa ympäristö- ja laatu järjestelmät ja -ohjelmat kertova organisaatioiden, yritysten, palvelujen ja tapahtumien vastuullisuudesta.
 - Standardisoitujen järjestelmien taustalla on aina ulkopuolinen taho arvioimassa standardin kriteerien täyttymistä.
- Tuotteille ja palveluille voidaan myöntää erilaisia sertifikaatteja ja -merkkejä. Osan käyttöä valvoo viranomaistaho, osan taustalla voi olla esimerkiksi yhdistys.
- **Viranomaisten perustamia ympäristömerkkejä** ovat
 - Pohjoismainen ympäristömerkki eli Joutsenmerkki
 - EU-ympäristömerkki
 - EU:n energiamerkki
 - EU:n luomumerkki
- Avainlippu- ja Design from Finland -merkin käyttöoikeuden saaneet tuotteet ja palvelut sekä yritykset, joille on myönnetty Yhteiskunnallinen Yritys -merkki.

- Yritykselle virallinen sertifikaatti tai merkki tai sertifioidun tuotteen käyttäminen raaka-aineena omiin tuotteisiin voi olla kilpailuvaltti, ja se voi parantaa asiakastyytyväisyyttä.
- Aloittelevan pienyrittäjän voi olla kuitenkin haastavaa selvittää, mille tuotteille tai palveluille on mahdollista saada jonkin tietyn merkin käyttöoikeus.
 - Esimerkiksi:
 - Pohjoismaisen ympäristömerkin eli Joutsenmerkin ja EU-ympäristömerkin käyttöoikeuden myöntäminen perustuu tuotteen elinkaaren aikaisten ympäristövaikutusten arviointiin. Merkit ovat vapaaehtoisia, määräaikaista ja positiivisia, eli merkin saaneet tuotteet ovat omassa tuoteryhmässään ympäristön kannalta keskimääräistä parempia.
 - EU:n energiamerkki on pakollinen määrätyissä kodinkoneissa ja se kertoo laitteen energiankulutustason.
 - EU:n luomumerkki kertoo, että tuotetta valvoo suomalainen viranomainen ja se täyttää EU:n luomuasetuksen vaatimukset.
- Lisää tietoa Kuluttajaliitto <https://www.kuluttajaliitto.fi/materiaalit/vastuullinen-kuluttaminen-ymparisto-ja-energiamerkit/>

Voiko luottaa siihen, että vastuulliseksi markkinoitu tuote todellakin on vastuullinen?

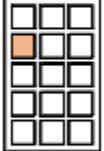
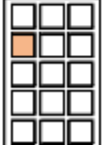
Vastuullisten ostopäätösten ja valintojen tekeminen voi olla kuluttajalle ja jopa ympäristöalan ammattilaiselle haastavaa. Tietoa ympäristöasioista tulee paljon, ja joskus tiedot voivat olla jopa ristiriidassa keskenään. Jokin tuote voi olla yhdestä näkökulmasta tarkasteltuna hyvä valinta, mutta toisesta näkökulmasta ei niinkään.

- Yritykset voivat omalla toiminnallaan parantaa kuluttajien luottamusta ja lisätä kiinnostusta ympäristöystävällisempiin tuotteisiin. Yksi hyvä keino lisätä kuluttajille ymmärrettävää ja luotettavaa tietoa ympäristövaikutuksista on tukeutua virallisiin ympäristömerkkeihin.
 - Erilaiset sertifikaatit ja viralliset merkit auttavat valinnassa
 - Erilaisia merkkejä, virallisia ja epävirallisia, on tällä hetkellä satoja. Pelkkä graafinen merkki aina kerro kuluttajalle selkeästi sitä, mistä merkissä on kyse.
 - Ympäristömerkkien lisäksi on eettisiä merkkejä, joilla halutaan kertoa siitä, miten tuotteen valmistus vaikuttaa valmistusmaiden sosiaalisiin ja ympäristöoloihin.
 - *Epävirallisia, yritysten itse kehittälemiä ympäristömerkkejä on paljon – niiden perusteella kuluttajan on kuitenkin vaikea tietää, onko tuote tai palvelu todella ympäristön kannalta kestävä.*

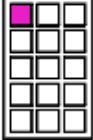
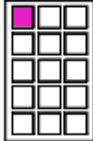
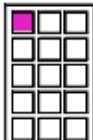
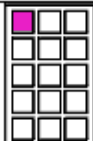
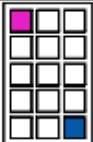
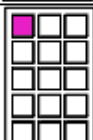
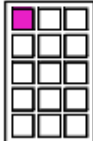
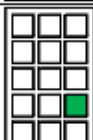
Vastuullisuutta ja/tai laadukkuutta ja/tai terveellisyyttä edistäviä merkkejä

	- Yritys / organisaatio tai sen osa		- Kala		- Sähkö
	- Kotimaiset maataloustuotteet / jatkojalosteet		- Puu / paperi		- Rakennukset / rakennusmateriaalit
	- EU:n alueella tuotetut maataloustuotteet / jatkojalosteet		- Tekstiilit / langat		- Palvelut
	- EU:n ulkopuolella tuotetut maataloustuotteet / jatkojalosteet		- Kemikaalit / kosmetiikka		- Toimistot
	- Kehitys- / kehittyvien maiden maataloustuotteet / jatkojalosteet		- Elektroniikka / kodinkoneet		- Tapahtumat

Kotimaisuus

Avainlippu		Tuote on valmistettu tai palvelu on tuotettu Suomessa. Avainlippu-toimikunta voi myöntää merkin harkintansa mukaan tuotteille, tuoteryhmille, yksilöidylle palveluille tai niiden yhdistelmille. Kotimaisuusasteen on oltava vähintään 50% omakustannusarvosta.	
Hyvää Suomesta		Elintarvike on valmistettu Suomessa suomalaisista raaka-aineista. Yhden raaka-aineen tuotteissa kotimaisuusasteen on oltava 100%, ja useamman raaka-aineen tuotteissa 75-100%.	
Sirkkalehti		Suomessa viljeltyjen puutarhatuotteiden merkki. Merkkiä saa käyttää vain ekstra- ja ykkösluokan tuotteille. Viljelijän on sitouduttava noudattamaan laatutarha-ohjeistoa.	

Yritysten ja organisaatioiden standardit sekä ympäristöohjelmat

ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015 Quality management systems - Requirements)		Kansainvälinen ISO-standardisoimisliiton hyväksymä laadunhallintastandardi. Yritykselle tai organisaatiolle voidaan myöntää akkreditoinnin jälkeen järjestelmän sertifikaatti. Julkaistu suomeksi nimellä "SFS-EN ISO 9001 Laadunhallintajärjestelmät. Vaatimukset", josta tietoa täällä .	
ISO 14001:2015 (Environmental management systems – Requirements with guidance for use)		Kansainvälinen ISO-standardisoimisliiton hyväksymä ympäristöjärjestelmästandardi. Yritykselle tai organisaatiolle voidaan myöntää akkreditoinnin jälkeen järjestelmän sertifikaatti. Julkaistu suomeksi nimellä "SFS-EN ISO 14001 Ympäristöjärjestelmät. Vaatimukset ja niiden soveltamisohjeita", josta tietoa täällä .	
ISO 45001:2018 (ISO 45001 - Occupational health and safety management systems - Requirements)		Kansainvälisen ISO-standardisoimisjärjestön hyväksymä työterveys- ja työturvallisuusstandardi. Yritykselle tai organisaatiolle voidaan myöntää akkreditoinnin jälkeen järjestelmän sertifikaatti. Julkaistu suomeksi nimellä "SFS-ISO 45001:2018 Työterveys- ja työturvallisuusjärjestelmät. Vaatimukset ja niiden soveltamisohjeita", josta tietoa täällä .	
OHSAS 18001:2007 (Occupational Health and Safety OHSAS 18001:2007)		Kansainvälinen työterveys- ja työturvallisuusstandardi. Ei ISO-standardi. Korvautumassa ISO 45001:llä. Ei kannata enää ottaa uutena järjestelmänä käyttöön.	
Ekokompassi		Hallinnollisesti kevyt ympäristöjärjestelmä yrityksille, organisaatioille ja tapahtumille. Saatavilla koko maassa (aiemmin vain pk-seudulla). Auditoinnin läpäisyn jälkeen voi käyttää Ekokompassi-merkkiä.	
EMAS (the Eco-Management and Audit Scheme)		Yrityksille ja organisaatioille tarkoitettu ympäristöjärjestelmä, joka perustuu EU:n asetukseen (EY) N:o 1221/2009. Koostuu ISO 14001 -standardin mukaisesta ympäristöjärjestelmästä sekä EMAS-selonteosta. Suositellaan, että yrityksellä tai organisaatiolla on ennen EMAS-järjestelmään liittymistä käytössään ISO 14001 -standardi. Raskas järjestelmä pk-yritykselle.	
EMAS Easy		Pk-yrityksille suunnattu kevennetty versio EMAS-järjestelmästä.	
WWF Green Office		Toimistoille suunnattu ympäristöjärjestelmä. Hallinnollisesti kevyt järjestelmä.	

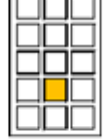
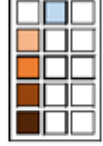
Yritysten omat vastuullisuusohjelmat		Voivat sisältää useita auditoituja järjestelmiä ja / tai ulkopuolisten tahojen myöntämiä sertifikaatteja, tai toimia organisaation sisäisenä vastuullisuusasioiden hallinnan työkaluna.	
Sitoumus 2050		Vapaamuotoinen kestävään kehitykseen liittyvä sitoumus, jonka voi tehdä yritys, organisaatio, yksityinen ihminen tai perhe tai muu yhteisö, kuten urheiluseura tai yhdistys. Sitoumuksen voi muotoilla itse, ja siihen liitetään jokin toteutumista kuvaava mittari. Sitoumus voi liittyä esimerkiksi toimintatapaan, kulutukseen, tuotteeseen tai palveluun. Ei vaadi hakuprosessia tms. Sitoumukset kuitenkin moderoidaan ennen julkaisua.	

Tuote- ja palvelukohtaiset standardit, sertifikaatit ja merkit

Maataloustuotteet sekä niistä valmistetut tuotteet

Eurolehti (EU-luomumerkki)		EU:n luomutunnus. Pakollinen merkintä EU:n alueella valmistetuissa, pakatuissa luomuelintarvikkeissa. Muissa luomuelintarviketuotteissa käyttö on valinnaista. Myös luonnonvaraiset tuotteet voivat olla luomua, mikäli ne on kerätty erikseen hyväksytyiltä luomukeruualueilta . Nykyisistä suomalaisista metsistä suurin osa voitaisiin hyväksyä suoraan luomukeruualueiksi.	
Leppäkerttu-luomumerkki		Luomuliiton myöntämä ja valvoma luomumerkki, joka voidaan myöntää vain suomalaisille luomutuotteille. Tuotteen on täytettävä EU:n luomusasetuksen ehdot. Maataloustuotteesta 100% tulee olla suomalaista, mutta valmisteissa suomalaisen luomuraaka-aineen osuudeksi riittää 75%. Leppäkerttumerkissä on mahdollista tuoda esille myös tarkempi tuotantoalue (esimerkiksi Lounais-Suomi).	
Luomu-aurinkomerkki		Suomen kansallinen luomumerkki. Tuotteen on täytettävä EU:n luomusasetuksen ehdot, ja sen on oltava suomalaisen luomuvalvontaviranomaisen valvonnassa. Myös tuontituotteelle voidaan myöntää aurinkomerkki.	
GOTS – Global Organic Textile Standard		Kansainvälinen standardi tekstiileille ja langoille. Luomukuitua on oltava vähintään 95%, jos tuotteeseen merkitään teksti "organic", ja 70%, mikäli merkintä on "made with organic". Tiettyjen kemikaali- ja laatuksien sekä sosiaalisten kriteerien tulee täytyä.	

* Ei luonnonvaraiselle kalalle

Allergiatunnus		Voidaan myöntää tuotteille, jotka eivät sisällä hajusteita tai yleisesti herkistäviä tai ärsyttäviä aineita tai niiden pitoisuuksia. Kriteerit ovat tuoteryhmäkohtaisia.	
CE-merkintä (Conformité Européenne)		Tuote on tarkastettu ja täyttää EU:n turvallisuus-, terveys- ja ympäristövaatimukset. Voi saada vain tuotteille, joille on määritelty koko EU:ssa voimassa olevat vaatimukset. Pakollinen tietyissä tuotteissa, joita myydään ETA-maissa.	
EU-ympäristömerkki		Ympäristömerkki, joka koskee tuotteen tai palvelun elinkaaren aikaisia ympäristövaatimuksia, tuotteen toimivuutta ja käyttäjäturvallisuutta. Merkki myönnetään hakemuksesta tuoteryhmiensä parhaille tuotteille ja palveluille.	
FI-Natura (Certified Natural Cosmetics)		Suomalainen luonnonkosmetiikan sertifikaatti. Luonnonkosmetiikka voi olla luomukosmetiikkaa, mikäli raaka-aineet on tuotettu luomuviljelymenetelmällä. Näin ei siis välttämättä ole.	
Joutsenmerkki		Pohjoismainen ympäristömerkki. Myönnetään hakemuksesta ympäristön kannalta tuoteryhmiensä parhaille tuotteille ja palveluille koko elinkaari huomioiden.	
OEKO-TEX® (OEKO-TEX® Standard 100; Öko-Tex®; Öko-Tex® Standard 100)		Kansainvälinen tekstiilien testaus- ja sertifiointijärjestelmä. Öko-Tex-liitto voi myöntää tuotteelle Oeko-Tex-sertifikaatin.	
Sydänmerkki		Elintarvikkeen rasvan on oltava hyvälaatuista ja suolan määrä on oltava tavanomaista vähäisempi. Joissakin tuoteryhmissä on oltava kuitua tavanomaista enemmän tai sokeria tavanomaista vähemmän.	

 Sisäilman laatuun vaikuttavat laitteet
  Hotellit
  Rakennustuotteet
  Suojavaatteet

EU:n nimisuoijat

Aito perinteinen tuote (APT)		EU:n elintarvikkeita ja maataloustuotteita koskevaan nimisuoijajärjestelmään kuuluva merkintä. Tuotantomenetelmä tai koostumus vastaa perinteistä käytäntöä. Valmistetaan perinteisesti käytetyistä raaka-aineista tai ainesosista.	
Suojattu alkuperänimitys (SAN)		EU:n elintarvikkeita ja maataloustuotteita koskevaan nimisuoijajärjestelmään kuuluva merkintä. Nimi on peräisin tietyltä alueelta, tietyistä paikasta tai poikkeustapauksissa maasta. Tuotteen laatu ja maine juontuvat maantieteellisestä ympäristöstä mukaan lukien luonto ja inhimilliset tekijät. Kaikki tuotantovaiheet tapahtuvat tietyllä maantieteellisellä alueella.	
Suojattu maantieteellinen merkintä (SMM)		EU:n elintarvikkeita ja maataloustuotteita koskevaan nimisuoijajärjestelmään kuuluva merkintä. Nimi on peräisin tietyltä alueelta, tietyistä paikasta tai maasta. Tuotteen laatu, maine tai ominaispiirre juontuu pääosin sen maantieteellisestä alkuperästä. Tuotantovaiheista ainakin yksi tapahtuu rajatulla maantieteellisellä alueella.	

Lisäksi omat sertifikaatit ja merkit:

- Metsäteollisuus sekä puu- ja paperituotteet
- Kalatalous
- Elektroniikka ja sähkö
- Tuontitavara



Avainlippu



Avainlippu-merkki kertoo, että tuote on valmistettu tai palvelu on tuotettu Suomessa tai kyseessä on kotimainen verkkokauppa, joka työllistää Suomessa.



Design from Finland

Design from Finland -merkki kertoo, että suomalaisen yrityksen tuote tai palvelu on muotoiltu Suomessa ja sen ammattimaiseen muotoiluun on investoitu.



Yhteiskunnallinen Yritys -merkki

Yhteiskunnallinen Yritys -merkki kertoo, että yritys on perustettu yhteiskunnallista tarkoitusta varten ja voitosta suurin osa kanavoituu yhteiskunnalliseen hyvään.

72%

Suosii suomalaisia tuotteita ja palveluita

Lähde: Kulutustutkimus 2023,
Frankly Partners

76%

Suosii suomalaisia palveluja ja palveluntarjoajia

Lähde: Kulutustutkimus 2023,
Frankly Partners

70%

Pitää suomalaisen työn ja suomalaisten yritysten tukemista aina vastuullisena valintana

Lähde: Kulutustutkimus 2023,
Frankly Partners

Suomalainen työ myöntää suomalaisesta valmistuksesta, suunnittelusta ja yhteiskunnallisen hyvän tuottamisesta kertovia merkkejä.

www.suomalainentyo.fi

★ Avainlippu-merkin pääkriteereiden mukaan tuotteen tulee olla valmistettu Suomessa ja sen kotimaisuusasteen tulee olla vähintään 50 %. Avainlippu-merkki ei edellytä, että kaikkien raaka-aineiden tulee tulla Suomesta.

Vastuullisuusraportoinnista vaikuttavuusraportointiin

”Yrityksen pitää tehdä jotain enemmän, saada aikaan vaikuttavuutta.”

- **Impact reportia** eli **vaikuttavuusraporttia** arvostetaan jo enemmän kuin vastuullisuusraporttia
 - Vaikutus-sanon peruserkitys on 'vaikutusvoima, teho', joka viittaa syvälle ulottuvaan kohdistumiseen, mahdolliseen muutokseen kohteessa.
 - **Vaikuttavuus tarkoittaa aikaansaattua muutosta.** Oppiminen ja muutokset ylipäänsä tähtäävät jonkinlaisen muutoksen aikaansaamiseen.
 - Vaikuttavuuden mittaamisella tarkoitetaan halutun muutoksen tavoittamista ja konkretisoimista.
 - Mittarina toimii esimerkiksi SITRAN ja Jyväskylän yliopiston kehittämä Luontojalanjälki- laskuri

Luontojalanjälki

LUONTOJALANJÄLKI:

- ✿ Maan- ja vedenkäyttö
- ✿ Luonnonvarojen suora hyödyntäminen
- ✿ Ilmastonmuutos
- ✿ Saasteet
- ✿ Haitalliset vieraslajit

Lähde: Jyväskylän yliopisto

Luontojalanjälki kertoo, kuinka suuren kuormituksen yksilön elämäntapa aiheuttaa luonnolle.

Luontoekvivalentti

- Laskennassa käytetään yksikkönä *luontoekvivalenttia*, joka tarkoittaa

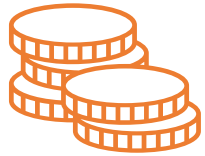
Osuutta kaikista maailman lajeista, jotka todennäköisesti häviää luontohaitan ajurien seurauksena.

Luontojalanjäljen arvionti

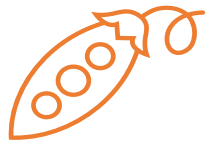
Luontojalanjäljen laskentaan tarvitaan ensinnäkin tieto siitä, mitä kulutetaan ja minkä verran. Sen jälkeen pitää selvittää, minkä verran kulutus aiheuttaa esimerkiksi maankäyttöä tai ilmastopäästöjä. Lisäksi tarvitaan tieto, mihin päin maailmaa esimerkiksi maankäyttö kohdistuu ja millaista haittaa luonnolle aiheutuu.



Arjen valinnoilla luontojalanjälkeä pienemmäksi



Kulutuksen luontojalanjälkeä on mahdollista pienentää merkittävästi arjen valinnoilla.



Suurimmat myönteiset vaikutukset syntyvät

- lisäämällä kotimaisten kasviproteiinien ja kalan osuutta ruokavaliossa
- energiansäästöllä
- vähentämällä puun ja muiden polttoaineiden käyttöä
- suosimalla kestäviä liikkumismuotoja
- ostamalla käytettyä ja välttämällä turhia hankintoja



Ruokavalion muutos parantaa luontojalanjälkeä

Vegaaninen 22,1%

Planetaarinen 17,7%

Lakto-ovo vegetaarinen 16,3%

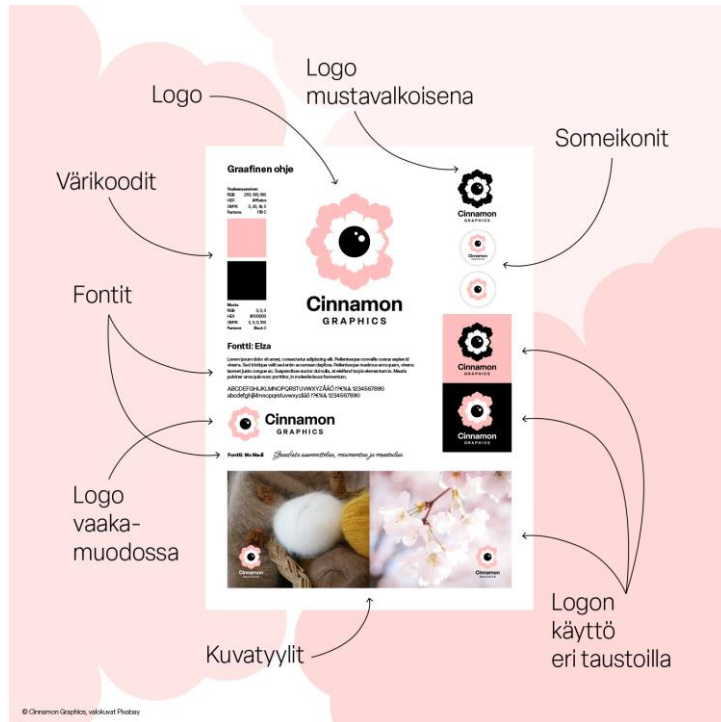
Oppaita ja laskureita

- Kestävyydestä kilpailuetua. Tilattavat oppaat <https://esgresilience.eu/fi/opas>
- Ilmaisia hiilijalanjälkilaskureita <https://www.openco2.net/fi/hiilijalanjalkilaskurit>
- Keskuskauppakamarin ilmasto-ohjelmaan haku
<https://kauppakamari.fi/vastuullisuus/ilmasto-ohjelma/>

Vinkkejä pienen yrityksen vastuulliseen viestintään



Viestintästrategia omannäköisen viestintätyylin perustana

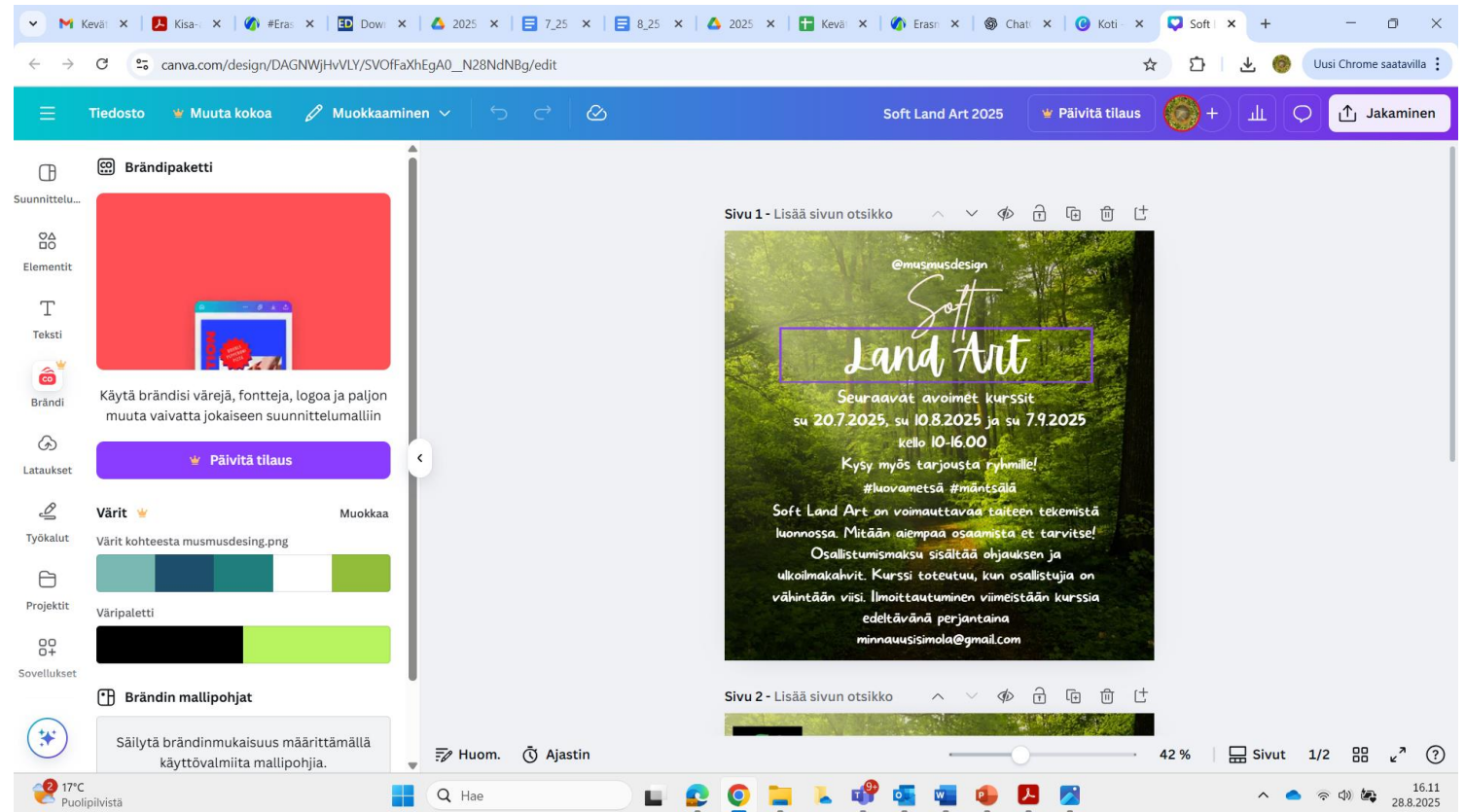


Yhtenäisen viestintätyylin luomisen vaiheet:

- Viestintästrategian määrittäminen: Luodaan selkeä viestintästrategia, joka määrittelee organisaation viestintätavoitteet, kohderyhmät ja viestintäkanavat.
- Viestintätyylin määritteleminen: Määritellään tarkkaan organisaation viestintätyyli, joka sisältää sanallisen viestinnän (mm. kieli, tyyli, sävy), visuaalisen viestinnän (mm. värit, logot, kuvat) ja muut graafiset elementit. Tyylin tulee istua brändin persoonaan: onko tyyli rento, asiantunteva, rohkea vai inhimillinen?
- Viestintäsuunnitelman tekeminen: Luodaan viestintäsuunnitelma, joka määrittelee, kuinka viestintätyyli toteutetaan eri viestintäkanavissa ja viestintätapahtumissa. Kalenterointi.
- Viestinnän hallinta: Hallitaan viestintää aktiivisesti ja varmistetaan, että kaikki viestintä noudattaa määriteltyä tyyliä.
- Viestinnän arviointi: Arvioidaan viestinnän tehokkuutta ja tarvittaessa tehdään muutoksia.

Esimerkkinä Canva

- Ilmainen versio tai maksullinen versio, joka mahdollistaa esimerkiksi oman brändin luomisen väreineen, fontteineen ja tyyleineen
- Printtituotteet, somepäivitykset jne.
- Helppo käyttää, mutta mahdollisuuksia on niin paljon, että aikaa saattaa mennä yksinkertaisenkin jutun tekemiseen paljon.



Tekoöly ideoinnin apuna

”Luo Soft Land Art tapahtumalle mainosteksti”

🌿 Soft Land Art – Luonto, taide ja hiljaisuuden voima

🌿 Tervetuloa kokemaan lempeästi maadoittava taide-elämys luonnon helmassa!

Soft Land Art -tapahtuma kutsuu sinut hidastamaan, aistimaan ja luomaan yhteyttä ympäröivään maisemaan taiteen keinoin. Tapahtuma yhdistää ympäristötaiteen, luonnon rauhan ja yhteisöllisyyden ainutlaatuiseksi kokemukseksi, joka puhuttelee niin kehoa, mieltä kuin sielua.

🌟 Ohjelmassa:

- Luontoon sulautuvia taideinstallaatioita
- Hiljaisia kävelyjä ja maataidetyöpajoja
- Läsnäolon ja aistimisen harjoituksia
- Musiikkia, runoutta ja yhteistä jakamista

📅 [Päivämäärä] 📍 [Paikka / Luontokohde] 🆓 Vapaa pääsy / ennakoilmoittautuminen

Tule yksin tai yhdessä – anna luonnon ja taiteen hoitaa.

Pehmeä laskeutuminen alkaa siitä, kun astut polulle.

Lisätiedot & ilmoittautuminen: [verkkosivut tai somekanava]

”Voisitko luoda mainoksesta kuvan, jonka voin liittää powerpoint esitykseen”



Miksi visualisointi on merkityksellistä?



- Yleisön kiinnostuksen herättäminen on yleinen haaste. Siksi visuaalinen tarinankerronta on välttämätöntä tehokkaalle viestinnälle.
- Pitkien tekstikappaleiden lukeminen voi pitkästytää, joten visuaalisten elementtien lisäämisestä tekstin rinnalle on hyötyä. Useiden tutkimusten mukaan kuvat ja muut visualisoinnit asiakirjoissa eivät vain ohjaa lukijan huomiota, vaan myös parantavat ymmärrystä ja muistamista.
- Asiakirjat, joissa on visuaalisia elementtejä, sitouttavat lukijoita enemmän kuin pelkkää tekstiä sisältävät dokumentit. Nämä havainnot korostavat visuaalisen sisällön tärkeyttä ja lukijalle koituvaa hyötyä.
- Tietojen esittäminen visuaalisesti houkuttelevassa muodossa lisää todennäköisyyttä, että lukija lukee koko julkaisun.

Rajaa tavoite tai teema

- Viestinnän rajaaminen tavoitteeseen tai teemaan jää paremmin yleisön mieleen.
- Liian yksityiskohtainen tai kattava viestintä voi johtaa siihen, että vastaanottajan voi olla vaikeaa erottaa olennainen.
- Kerro, mitä organisaatio tekee ollakseen osa ratkaisua maailman ongelmiin.
 - Aseta julkinen tavoite. Kohdista tavoite Agenda 2030 tavoite-ikoneihin
 - Julkisuus auttaa yritystä kirmämään kohti onnistumista.
 - Julkinen tavoite voi muuttaa myös organisaatiota itseään.



Kuluttajalähtöinen vastuullisuus

Kuluttajat arvostavat

laadukkuutta pitkäikäisyyttä kestävyyttä

- nämä ominaisuudet ovat tutkimuksen mukaan kuluttajien mielestä keskeisimpiä vastuullisessa tuotteessa.
- Huolehdi yrityksen koko tuotantoketjun ympäristövaikutuksesta ja pyri minimoimaan haitalliset vaikutukset. Paranna esimerkiksi tuotteiden pitkäikäisyyttä ja huollettavuutta.
- Kerro tuotteiden ja palveluiden ympäristövaikutuksista ymmärrettävästi ja avoimesti. Perusta ympäristöväitteet tutkittuun tietoon ja tuo perustelut helposti kuluttajien saataville.
- Älä luo **perusteetonta mielikuvaa** ympäristöystävällisyydestä esimerkiksi
 - epämääräisillä väittämillä (esim. "eco", "eco-friendly", "100 % natural", "natural origin", "vihreä", "luontoystävällinen", "eko-tuote") – mikäli näille ei löydy perusteita
 - ympäristöystävällisiksi miellettyillä väreillä tai symboleilla (esim. vihreä, ruskea)
 - materiaalivalinnoilla (esim. kartonkipakkausta korostetaan sisältöä huomioimatta).
- Auta kuluttajaa tekemään vastuullisia valintoja tuomalla virallisilla ympäristömerkeillä merkittyjä tuotteita helpommin kuluttajien saataville.

Viherpesun välttäminen

Mistä tunnistaa viherpesun?

Ympäristöväitteen tueksi ei löydy luotettavaa tietoa merkittävistä ympäristövaikutuksista.

Ympäristöväite ei kerro tuotteen tai palvelun merkittävistä ympäristövaikutuksista (väite koskee esimerkiksi vain pakkausta).

Väite on ympäripyöreä; liian yleinen ja sloganinomainen, eikä sitä perustella (esim. eco-friendly).

Ei esitetä väitteitä, vaan luodaan ”ympäristöystävällinen mielikuva” esimerkiksi väreillä tai materiaalivalinnoilla ilman että ne olisivat tavallista ympäristöystävällisempiä

Ympäristöväite ei kerro tuotteen tai palvelun ominaisuuksista, vaan on luonteeltaan lupaus jostain tulevaisuuden teosta

Tuotteella on epämääräinen sertifikaatti

Viestin aitous, läpinäkyvyys ja johdonmukaisuus

- Viesti vain siitä, mitä oikeasti tehdään – ei liioittelua (vältetään "viherpesua").
- Kerro myös keskeneräisistä asioista tai kehityskohteista – se lisää uskottavuutta.
- Avoimuus prosesseista ja valinnoista luo luottamusta (esim. mistä tuotteet hankitaan, miten työ tehdään).
- Sama viesti näkyy ja kuuluu kaikessa:
 - Verkkosivuilla
 - Asiakaskohtaamisissa
 - Pakkausmateriaaleissa
 - tapahtumissa jne.
- Myös henkilöstö ja yhteistyökumppanit viestivät samoja arvoja.



Kerro mitä teet ja osallista asiakkaat ja sidosryhmät



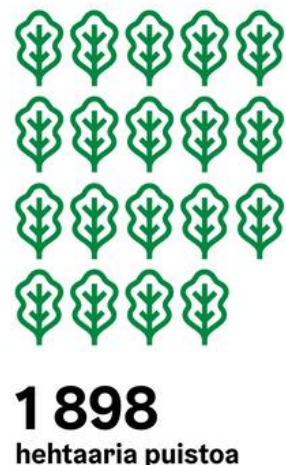
- Tarinallisuus
 - Kerro konkreettisia esimerkkejä ja tarinoita ihmisistä, teoista tai tilanteista.
 - Esim. "Näin vaihdoimme kierrätysmateriaaleihin – ja mitä opimme."
- Tarina puhuttelee usein paremmin kuin pelkkä data.
 - Data visuaalisena esityksenä tukee tarinaa ja antaa konkretiaa mittarien käytöstä
- Kysy asiakkailta, mikä vastuullisuudessa on heille tärkeää.
- Kerro, miten asiakkaan valinnat tukevat vastuullisuutta.
- Ota mukaan esimerkiksi yhteiskehittämiseen tai kerro asiakastarinoita.

Viesti selkeästi ja päämäärätietoisesti

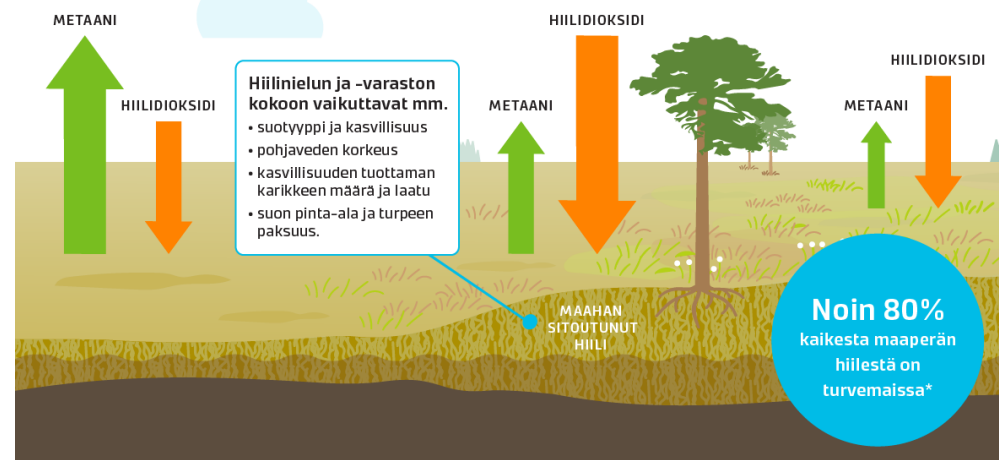
- Käytä selkokieltä: älä piiloudu hankalien termien tai jargonin taakse.
 - Visuaaliset elementit, kuten infografiikat tai symbolit (esim. sertifikaatit), auttavat konkretisoimaan viestin.
- Vastuullisuusviestintä ei ole kampanja, vaan osa arkea.
 - Näytä kehitystä ajan kuluessa – vaikka “Vastuullisuuden vuosi 2025” -päivityksillä.

Mittarit ja tulokset

- Kerro konkreettisia lukuja tai vaikutuksia: paljonko säästettiin, kuinka monta ihmistä tavoitettiin, mitä muutosta syntyi.
- Vastuullisuus vaikuttaa – ja sen pitää näkyä myös viestissä.



Suot säätelevät ilmakehän kasvihuonekaasupitoisuuksia



Luontoalan yrityksen vastuullisuuspäivitykset somessa



- Luontoalan yritykselle vastuullisuusviestinnän somepäivityksissä on tärkeää yhdistää visuaalisuus ja arvot niin, että viestit ovat helposti tunnistettavia, inspiroivia ja uskottavia
- **Luonnon värit:** maanläheiset sävyt (vihreä, ruskea, harmaa, sininen) yhdistettynä kirkkaisiin yksityiskohtiin (aurionkeltainen, kukkien värit).
- **Kuvat:** aitoja, paikallisia luontokuvia (metsä, vesi, eläimet, ihmiset luonnossa) – vältä liian geneerisiä kuvapankkikuvia.
- **Graafiset elementit:** kevyet luonnonmuodot (lehdet, oksat, vesipisarot, eläinten jäljet).
- **Toistuvat teemat:** esim. “Vastuullisuustorstai” tai “Luontofakta perjantai”.
 - **Kuvat + lyhyt teksti:** konkreettinen vinkki tai oivallus (esim. miten asiakkaat voivat toimia vastuullisesti).
 - **Videot / Reels:** pienet tarinat luonnosta ja vastuullisista teoista.
 - **Infografiikka:** yksinkertaisia kaavioita, joissa näkyy tuloksia (esim. kierrätysmäärät, istutettujen puiden määrä).
- ✨ **Yleisfiilis**
 - Rauhallinen, luonnonläheinen, inspiroiva.
 - Ei syyllistävä, vaan kannustava ja esimerkillä näyttävä.
 - Henkilökohtainen kosketus – näytä myös yrityksen ihmisiä ja arkea, ei pelkästään abstrakteja faktoja.

Webinaarin aiheisiin liittyvät videolinkit

- **What is Sustainability UCLA** 3.06 min DIA 8
 - <https://youtu.be/zx04Kl8y4dE?si=vjFYyGTkbIPDYRb5>
- **Sustainable Development Goals illustrated** 6.47 min DIA 11
 - <https://youtu.be/qfOgdj4Okdw?si=c4hGq0HltNldNdHu>
- **In a World of Systems, Donella Meadows** 9.22 min DIA 17
 - https://youtu.be/A_BtS008J0k?si=01_VIPVg9a9nFqdr

Lähteet

- Ely-keskus
- Kuluttajaliitto <https://www.kuluttajaliitto.fi/materiaalit/vastuullinen-kuluttaminen-ymparisto-ja-energiamerkit/> haettu 15.4.2025
- Luontopaneeli <https://luontopaneeli.fi/ajankohtaista/suomen-luontokato-voidaan-pysayttaa-lisatoimilla-toimenpidekuilun-kiinni-kurominen-vaatii-resursseja-ja-pitkajanteista-politiikkaa/> haettu 23.5.2025
- Pesonen Sanna. 2023. Työntekijäaktivismi organisaation ympäristö- ja sosiaalisen vastuullisuuden edistäjänä – työntekijäaktivistin käsikirja. Laurea.
- <https://suomalainentyo.fi/> haettu 5.6.2025
- <https://rodinia.fi/miten-aloittaa-kestavyysraportointi-5-vinkkia-pk-yrityksille/> haettu 13.6.2025
- Stockholm Resilience Centre <https://www.stockholmresilience.org/research/research-news/2016-06-14-the-sdgs-wedding-cake.html> haettu 23.5.2025
- <https://www.kuluttajaliitto.fi/viherpesuviisari/> haettu 3.6.2025
- YK <https://www.ykliitto.fi/uutiset-media/logot-ja-sdg-kuvakkeet> haettu 20.4.2025
- <https://www.yritysvastuuakatemia.fi/blog/kohti-pk-yrityksen-vastuullisuuden-raportointia> haettu 3.6.2025