

# Vastuullisuus - yritysten uusi normaali

**Kestävään kehitykseen liittyvän keskustelun ansiosta olemme alkaneet muuttaa tapaamme tarkastella yritystoimintaa.**

**Yhä** useammin keskusteluissa korostuu, miten yritykset voivat yhdistää taloudellisen kasvun sosiaaliseen ja ekologiseen kestävyteen maapallon kantokyvyn rajoissa. Vastuullisuusvaateiden myötä yritysten toiminta on jo nyt muuttunut monipuolisemmaksi, ja toiminnan vaikutukset ympäristöön, ihmisiin ja yhteiskuntaan tiedostetaan entistä paremmin. Myös viestinnän on oltava tehokasta ja todenmukaista, perusteetomiin väitteisiin puututaan entistä tiukemmin.

Nämä ovat keskeisiä teemoja "Vastuullinen yritystoiminta Pohjois-Karjalassa" -kehittämishojelman seminaareissa ja työpajoissa, joissa käsitellään yritysvastuun eri osa-alueita. Pohdimme vastuullisuussääntelyn tarjoamia hyötyjä yrityksille ja tutustumme keinoihin ja työkaluihin, joilla yritykset voivat kehittää kestävä kehityksen periaatteisiin perustuvia uusia liiketoimintamalleja, tavoitteenaan saavuttaa kilpailuetua ja edistää kasvua.

Vastuullisuuden vieminen yrityksen strategiasta toiminnaksi on elintärkeää. Sen merkitys korostuu kun EU:n kestävyysraportointidirektiivi astuu voimaan vaiheittain.

Vuodesta 2024 lähtien tietyt kokoiset suuryritykset kuuluvat uuden kestävyysraportoinnin piiriin, mikä tuo vastuullisuuden entistä lähemmäs myös pienempiä yrityksiä, erityisesti toimitusketjujen kautta.

Suuryritykset ovat alkaneet valikoimaan yhteistyökumppaninsa yhä kriittisemmin, ja jotkut ovat muuttaneet alihankkijoidensa ja toimittajiensa valintaperusteita vastuullisuusvaateiden myötä. Tämä tarkoittaa, että myös pk-yritysten on panostettava vastuullisuuteen pysyäkseen arvoketjuissa kilpailukykyisinä.

Vastuullisuuden painotus ei kuitenkaan saisi olla vain reaktio ulkoisiin paineisiin, vaan sen tulee olla osa yrityksen arvomaailmaa ja liiketoimintastrategiaa, jotta yrityksen arvo säilyy ja paranee. Tämä lähestymistapa auttaa taloudellisten hyötyjen saavuttamisessa, riskienhallinnan parantamisessa ja uusien liiketoimintamahdollisuuksien löytämisessä.

Vastuullisuus on olennainen osa yritysten pitkän aikavälin kilpailukykyä ja perintöä tuleville sukupolville. Ohjelmamme tarjoamat työkalut ja ohjaus auttavat yrityksiä tunnistamaan ja toteuttamaan tarvittavat muutokset kohti kestävämpää liiketoimintaa.

***"Vastuullisuus on olennainen osa yritysten pitkän aikavälin kilpailukykyä ja perintöä tuleville sukupolville."***

maan ja toteuttamaan tarvittavat muutokset kohti kestävämpää liiketoimintaa.

Tervetuloa mukaan ohjelmaamme, jossa osallistujien palautteen perusteella meillä on tarjolla "arvokasta tietoa mielenkiintoisesta aiheesta" sekä "hyvin ohjattuja, ajatuksia herättäviä keskusteluita", "konkreettisten suunnitelmien tekemistä" sekä ideoinnin ja ahaa-elämysten hetkiä. ■

## **Gyöngyi Mátray**

Projektipäällikkö,

Vastuullinen yritystoiminta Pohjois-Karjalassa -kehittämishojelma, EU-osarahoitteinen (ESR+) Pohjois-Karjalan Yrittäjät



# Avoimuus taklaa viherpesun

**Yrittäjydessä matkaan mahtuu mutkia, saavutuksia, ihmettelyä ja harhautumisia, mutta etenkin arjen työtä ja tekemistä. Ne, jotka kertovat tarinastaan erottuvat – usein edelläkävijöinä. Sama pätee myös vastuullisuuteen.**

**Vastuullisuudesta** viestiminen koetaan monessa yrityksessä kuitenkin vaativana. Ketä kiinnostaa? Mitä minä nyt tästä kertoisin? Uskallanko kertoa, ettei tulkita väärin?

Varmaa on, että vastuullisuusviestinnän hyöty päihittää riskin. Maine ja brändi vahvistuvat, työnantajamielikuva kirkastuu, asiakasluottamus ja rahoitusmahdollisuudet kohenevat. Liikkeellä kannattaa olla nyt, sillä esimerkiksi tuoreeseen Osuuspankin suuryritystutkimukseen vastanneista 56 prosenttia on joutunut vaihtamaan alihankkijoita tai toimittajia vastuullisuusvelvoitteiden takia. Viestintä liittyy olennaisesti odotuksiin.

Usein parjattu EU-sääntely toimii vastuullisuusviestinnän ajurina. Tämän vuoden alusta voimaan tullut CSRD-direktiivi edellyttää suurilta yrityksiltä tarkkaan säädeltyä kestävyysraportointia. Vuoden päästä sääntelyn piirissä ovat myös suurehkot pk-yritykset. Eikä raportointi katso enää pelkästään taaksepäin, vaan tulevaisuushäkökuilmakin sisältyy vaatimuksiin. Vaatimukset tulevat heijastumaan myös pienempiin yrityksiin, joten niilläkin kannattaa olla vastuullisuustyöstään luotettavaa dataa selkeästi viestittynä.

Optimisti näkee EU-sääntelyn raamina, joka helpottaa tekemistä. Ehdotus EU:n viherpesudirektiiviksi (Green Claims) suitsii harhaanjohtavia ympäristöväittämiä ja vaatii tilalle faktoja ja rehellisyyttä. Sen soveltamisalan piiriin kuuluvat kaikki yli 10 hengen yritykset. Rotia tarvitaan, sillä useiden tutkimusten mukaan jopa yli puolet yritysten ympäristöväitteistä on harhaanjohtavia, liioiteltuja tai virheellisiä.

Ilmaisut, kuten "vihreä", "ekologinen", "ympäristöystävällinen" joutavat likapyykkikoriin, ellei niiden tueksi ole esittävä todennettavia tosiasioita. Vastuullisuus-termin yleisluontainen käyttö kuuluu sekin suurennuslasin alle. Visuaalisuuteenkin pätee rehti meininki: vihreiden tunnelmakuvien aika on ohi.

Sääntely siis rajoittaa päälle liimattuja sloganeita ja kulluttajia hämmentäviä lupauksia. Se ei rajoita viestimistä, päinvastoin.

Avoim viestintä kertoo arvostuksesta asiakkaita, kumppaneita ja henkilöstöä kohtaan. Heitä kuunnellaan, ollaan avoimia ja reiluja. Vastavuoroisesti he osoittavat luottamustaan ja arvostustaan kertomalla mielellään vastuullisuusteosta si eteenpäin.

Kun yrityksen vastuullisuuden polkua aletaan kaivaa hangesta esiin, tulee viestinnän startata jo ennen kuin rukokset on vedetty käteen. Reitti selkenee, tarina terävöityy ja sidosryhmät tietävät missä mennään. Hikikin virtaa, ja parantamisen varaa löytyy aina, koska vastuullisuus ei tule koskaan täysin valmiiksi. ■

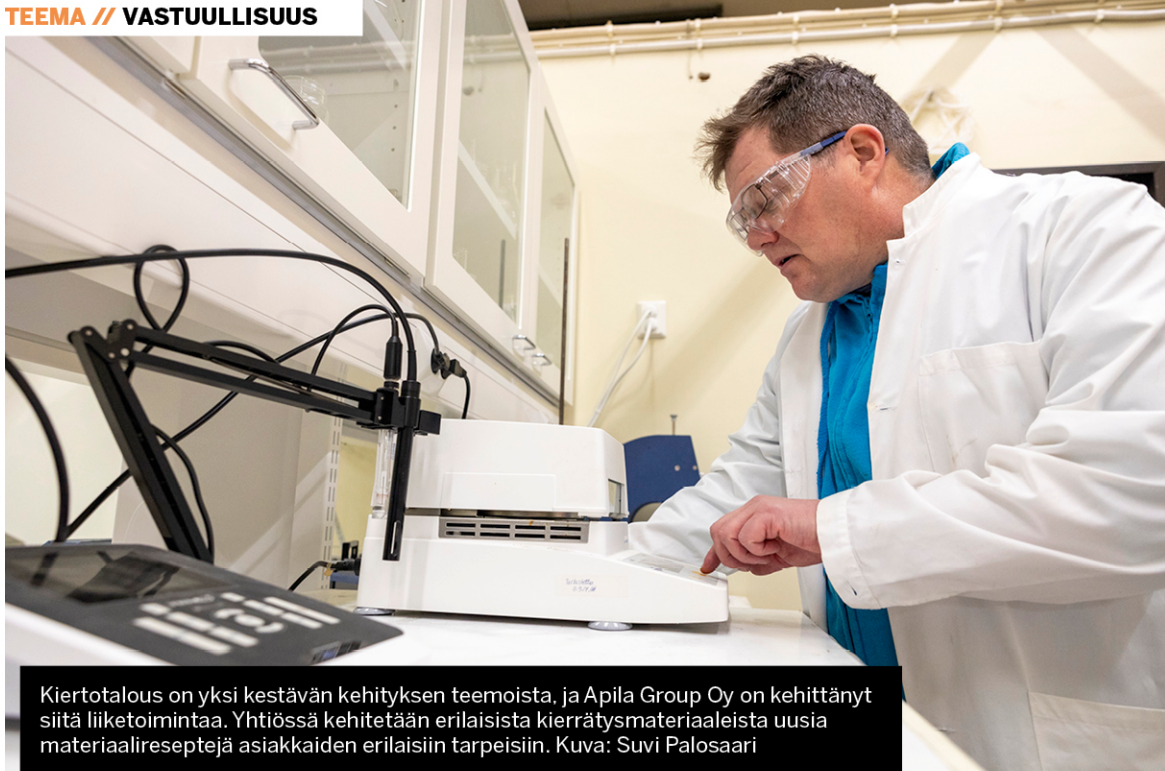
## Anu Ruusila

Cordial Communications Oy

p. 044 3050765

[www.cordial.fi](http://www.cordial.fi)





Kiertotalous on yksi kestävä kehityksen teemoista, ja Apila Group Oy on kehittänyt siitä liiketoimintaa. Yhtiössä kehitetään erilaisista kierrätysmateriaaleista uusia materiaali reseptejä asiakkaiden erilaisiin tarpeisiin. Kuva: Suvi Palosaari

# ISOJA JA PIENIÄ TEKOJA

**Isojen yritysten vastuullisuusraportointivelvoitteet ovat entistä tarkemmin määriteltyjä, ja samalla myös pienemmät yritykset joutuvat tarkastelemaan toimintaansa useista eri näkökulmista.**

✍ Teksti: Suvi Palosaari

**V**astuullisuustyö ei ole ikinä valmis. Aina löytyy uusia asioita, joita voi tehdä paremmin ja eri tavalla, pohtii myynti- ja markkinointikoordinaattori **Maarit Leppänen** Apila Group Oy:stä yritysten vastuullisuudesta.

Teema on ajankohtainen aihe kaikille yrityksille. Yrittäjä **Reima Luukkainen** Luukkaisen Puutarha Oy:stä kiteeltä kuvailee, että sitä mukaa kun isoissa yrityksissä vastuullisuusraporttien tekeminen lisääntyy, myös alaketjuun tulee myös raportointivastuu. Suuret yritykset haluavat tietää myymiensä ja käyttämiensä tuotteiden ja palveluiden olevan vastuullisesti tuotettuja.

– Asia tulee ihan väistämättä pienillekin yrityksille, eikä se ole huono asia. Se voi aiheuttaa vaivaa tai huolta, mihin rahkeet riittävät, ja yhden hengen yrityksissä voi olla pieni pelko, miten asiat saa kuntoon. Luukkainen sanoo, ja lohduttaa, että huoli voi tuntua isommalta kuin onkaan.

– Suomessa hommat on hoidettu pääsääntöisesti hyvin, enemmän on kyse siitä, miten asiat kirjataan ylös.

## Vastuullisuuden kolme kärkeä

Iso osa ihmisistä ajattelee vastuullisuuden koskevan ympäristö- ja ilmastoasioita, mutta se on paljon muutakin. Vastuullisessa liiketoiminnassa yritys toimii kestäväällä tavalla: se ottaa huomioon ympäristön, noudattaa hyvää hallintotapaa ja toimii sosiaalisesti vastuullisesti.

Moni pohjoiskarjalainen yritys toimii vastuullisesti monilla eri osa-alueilla tietämättään. Tämän ovat huomanneet myös Pohjois-Karjalan Yrittäjien kehittämishankkeen työpajoihin osallistuneet yrittäjät ja yritysten edustajat.

– Meidän alalla ympäristövastuullisuusasiat ovat isoin asia, mutta hallintopuoli tuli uutena asiana esiin. En osannut ajatella, että vastuullisuuden piiriin kuuluu sekin, että on tilillä rahaa maksaa palkat ja työntekijöillä on kaikki hyvin, kommentoi Savo-Karjalan Linja Oy:n perheytyksessä toimiva **Niko Hietala** työpajojen oppeja.

– Kun olemme joensuulainen perheytyys, suosimme paikallisia yrittäjiä ja maksamme verot Suomeen, sitä ei osaa ajatellakaan, että se on vastuullista toimintaa, sillä se on niin luonnollista. Mutta kun tätä aletaan puimaan läpi, mikä vas-



Plasthill on pyrkinyt kasvattamaan vastuullisuutta kehittämällä materiaaleja. Kuvassa Kupilka-tuotteita uusitusta luonnonkuitukomposiittimateriaalista, jossa on biopohjaisia aineksia on 62 prosenttia aiemman 50 prosentin sijaan. Kuva: Kupilka

tuu konkreettisesti tarkoittaa, niin huomataan, että paikallisen fiksaamon ja huoltopalvelun käyttäminen, esteettömät liiketilat tai palvelu monilla kielillä onkin vastuullista, yrittäjä **Mia Aatamila** Auto Aatamila Oy:stä kuvailee.

### Arjen pieniä tekoja

Vastuullisuutta voi lähteä kehittämään omassa yrityksessä juuri niin osti tai pienesti kuin itse haluaa. Suuret vastuullisuusteot vaativat usein yritykseltä isoja investointeja, joten ne voivat olla pitkänkin ajan suunnitelmia.

Reima Luukkainen kertoo aikataulutaneensa isoja vastuullisuustekoja, sillä isojen budjettien toimenpiteet eivät voi vaarantaa liiketoimintaa.

– Esimerkiksi energiaratkaisujen muuttaminen ei voi olla heti kahdessa kuukaudessa tehtynä, pitää kannattavuuskin pitää mielessä.

Vastuullisuuden askeleet ottavatkin toisinaan aikaa. Esimerkiksi **Niina Myyry** Kupilkasta kertoo, että tuotteiden materiaalia kehitettiin koko viime vuosi, jonka lopputuloksena biopohjaisten aineiden osuus materiaalissa kasvoi 12 prosenttia.

Karelia Puutecin yrittäjä **Riku Mantsinen** taas muistelee, että vastuullisiin lähtökohtiin perustuvan liimattoman CLT-rakennuslevyn alkuajatus syntyi jo vuosikymmeniä sitten, vaikka tuotteen pientuotanto käynnistyykin viime vuonna.

Aina ei tarvita kuitenkaan suuria investointeja tai pitkää kehitystyötä. Vastuulliset teot voivat alkaa jo ihan pienistä askelista. Arjen yksityiskohtiin voi alkaa tehdä muutoksia saman tien. Vastuullisuustyöpajoihin osallistunut yrittäjä **Mira Loponen** KonMirasta toteaa, että nyt hän kiinnittää paremmin huomiota omiin työskentelytapoihinsa ja esi-

## "Aika monille olen sanonut kiitos ei, meidän arvot eivät kohtaa tässä asiassa."

merkiksi käyttää ja huoltaa työkaluja niin, että ne pysyvät paremmin ehjinä, eikä käytä turhaa sähköä.

Mia Aatamila kertoo arjen pienistä teoista, että Auto Aatamilassa siivottiin varastoa vuosien varrella sinne kertyneistä turhista tavaroista ja kierrätykseen vietiin vanhoja renkaita ja vanteita.

– Ja ennen, kun asiakkaalle tarjottiin kahvit, meillä oli käytössä pahvimukit ja muovilusikat. Nyt kahvi tarjoillaan vielä posliinimukeista. Käsipyyhepaperit vessassa ovat vaihtuneet froteepyyhkeisiin ja kun firmassa syödään lounasta, haetaan take away -ruoka omiin astioihin.

Aatamila tokaiseekin, että kertakäyttötuotteista kertyi ihan jonninjoutavaa roskaa, ja olivat myös turhaa kuluja.

### Vastuunlevittäjät

Riku Mantsinen kertoo, että omat arvot ja ajatukset vastuullisuudesta kirkastuivat vastuullisuustyöpajojen myötä. Vaikka vastuullisuus korostuu yrityksen päämateriaalin eli puun kautta, puhuu Mantsinen, että vastuullisuus ulottuu yrityksen toiminnan juuriin saakka.

– Sen voi huomioida laajemminkin kuin vain omassa toiminnassa. Vastuullisuutta voi vaatia yhteistyökumppaneiltakin. Aika monille olen sanonut kiitos ei, meidän arvot eivät kohtaa tässä asiassa.

Saman näkökulman tuo esiin myös Mia Aatamila. Hän on halunnut tarkistaa, että yhteistyökumppaneillakin on asiat hallussa.

– Vastuullisuudesta keskustelu on tärkeää. Siitä tulee keskustella ja lisätä tietoa. Kerralla kukaan ei varmasti pysty tekemään kaikkea, mutta pikkuhiljaa.

Niko Hietala sanoo, että Savo-Karjalan Linjalla vastuullisuutta opetetaan myös työntekijöille.

– Me koulutamme kuljettajia taloudelliseen ja ekologiseen ajoon ja kannustetaan polttoaineen kulutuksen seurantaan.

Maarit Leppänen toteaa, että Apila Group on pieni yritys, jolla on laajat verkostot, jossa yhteistyötä tehdään erilaisten toimijoiden kanssa. Vaikka yritys toimii valtakunnallisesti, on sille tärkeää myös paikallistason vaikuttavuus ja vastuullisten näkökulmien esiintuominen.

– Kun me olemme kiertotalousyritys, on tärkeää, että me voimme antaa asiakkaille uutta tietoa ja uusia näkökulmia aiheesta.

### Hyvä viesti kantaa

Vastuullisuus toimii yrityksille positiivisena menestyksen mahdollistajana. Esimerkiksi kehittämis- ja markkinointipäällikkö **Niina Martikainen** CareCare Oy:stä kuvailee, että

yrittäjän tuote itsessään voi olla yhteiskunnallisesti vaikuttava ja vastuullinen.

Yrittäjä **Päivi Könönen** HR-Consulting Oy:stä pohtii, että yrittäjä voi hakea kiinnostusta vastuullisuuteen myös eurojen kautta: sitä kautta liiketoiminta voi kasvaa. HR-asiantuntijana Könönen itse kokee etenkin sosiaalisen vastuun osaluonnan tärkeäksi omalle yritykselleen.

Apila Group Oy on myös hyvä esimerkki vastuullisuudesta liiketoimintana: sen koko bisnesidea perustuu materiaalikehitykseen ja kiertotalouden laadunhallintaan.

– Vastuullisuus voi olla yritykselle strateginen valinta, Mira Loponen tiivistää.

Kun vastuullisuus on kirjattu yrityksen strategiaan, tulisi asiasta myös viestiä.

– Se hyvä asia kannattaa tuoda ilmi. Meillä suomalaisilla on tapana pitää kynttilää vakan alla, Niina Myyry Kupilkasta toteaa.

– Vastuullisuudesta ei voi koskaan viestiä liikaa, Niina Martikainen sanoo. ■

## Osaamismerkki kertoo vastuullisuuden kehittämisestä yrityksessä

**Pohjois-Karjalan Yrittäjillä** on meneillään Vastuullinen yritystoiminta Pohjois-Karjalassa -kehittämishanke. Sen tarkoituksena on tutustuttaa ja valmentaa maakunnan yrityksiä vastuullisuuteen. Hanke järjestää koulutusta vastuullisuudesta esimerkiksi ympäristön, henkilöstön, kiertotalouden ja viestinnän näkökulmasta.

Kehittämishankkeen työpajoihin osallistumisesta yritys voi saavuttaa yrittäjäjärjestön myöntämän Vastuu kannattaa Pohjois-Karjala -merkin, OpenBadgen. Osaamismerkki kertoo, että yrityksessä kehitetään tietoisesti kestävän kehityksen periaatteisiin nojaavia uusia liiketoimintamalleja, ja osoittaa, että yrityksellä on valmius tunnistaa ja vahvistaa toimintansa positiivisia vaikutuksia.

Hankkeen työpajoihin on osallistunut jo yli 80 yrittäjää. Näistä osaamismerkkin on saavuttanut yhdeksän. ■



Riku Mantsisen ajatukseen kuuluu, että mitä vähemmän prosessointia ja eri materiaaleja puisessa rakennuslevyssä käytetään, sen ekologisempi vaihtoehto tuote on. Kuvassa Mantsisen CLT-levyistä rakennettu minimökki. Kuva: Jyri Keronen