

Vastuullisuusviestintä

*Miten viestiä vastuullisuuspolulla
ja mitä sudenkuoppia kannattaa varoa?*

Anu Ruusila | Cordial Communications Oy | 13.10.2023

Cordial Communications – vaikuttavan viestinnän kumppani



Vastuullisuus



Kansainvälinen



Strateginen



Sisällöntuotanto



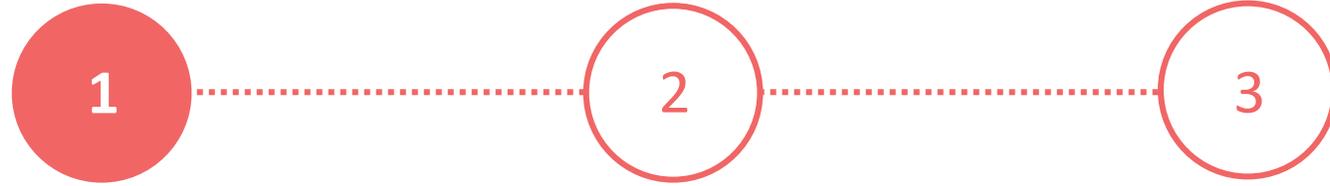
Valmennus



25+

Certified
Business
Coach





**Vastuullisuusviestintä
– Mitä & Miksi**

Tavoitteet ja
teot näkyviksi

Keinot &
karikot



Miksi kertoa vastuullisuudesta?

Globaali kehys: Kestävä kehitys

Vaikuttavuus

Teot sanojen
takana



Ympäristö



Sosiaalinen

Taloudellinen



KESTÄVÄN KEHITYKSEN TAVOITTEET

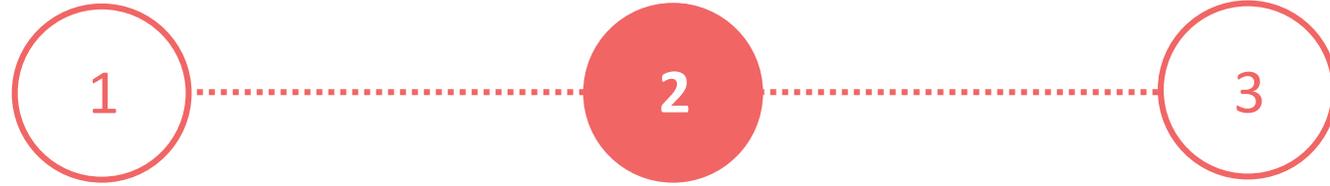
17 TAVOITETTA MAAILMAN MUUTTAMISEKSI





Vastuullisuusviestinnän sääntely

- Vastuullisuusraportoinnin direktiivi (CSRD)
 - Vaiheittain 2024 alkaen
 - Vaikutukset ulottuvat pienempiinkin yrityksiin
- Tulossa: Direktiivi viherväittämistä (Green Claims)



Vastuullisuusviestintä
– Mitä & Miksi

**Tavoitteet ja
teot näkyviksi**

Keinot &
karikot

A close-up photograph of two hands, one wearing a red knitted glove and the other a white sleeve, holding a heart shape formed by two interlocking hands. The background is a bright, warm sunset or sunrise over a body of water, with a lens flare effect. The text "Kaikki lähtee arvoista" is overlaid in white on the heart shape.

Kaikki lähtee arvoista



Vastuullisuuspolku



Agenda 2030

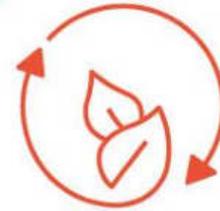
Missä olemme nyt?



“Tukijat”:
Tuemme hyvää



Sidosryhmille



“Edelläkävijät”:
Vastuullisuus on osa
toimintamalliamme



“Raportoijat”:
Toimimme vaatimusten
mukaan



Asiakkaille



Yrityksen sisällä



Sijoittajille



Vaikuttajille

CORDIAL
COMMUNICATIONS

Tavoitteet

Vaikuttavuus



Vastuullisuus – ESG

Viestintä

Vastuullisuustyö

Ympäristö

- Energia
- Jäte, pakkaukset
- Hiilidioksidi-päästöt (omat ja arvoketju)
- Vedenkulutus
- Luonnon monimuotoisuus
- Tuotteiden elinkaari, kiertotalous... jne



Talous / Hallinto

- Kannattavuus, kilpailukyky
- Laatu
- Paikallisuus / kotimaisuus
- Vaikutukset paikallisyhteisöön
- Verojalanjälki
- Vastuullisuuden johtaminen ...

Sosiaalinen

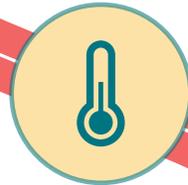
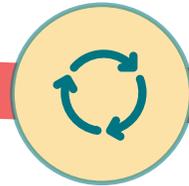
- Työhyvinvointi, työturvallisuus
- Monimuotoisuus, yhdenvertaisuus
- Osaamisen kehittäminen
- Verkostot (esim. oppilaitosyhteistyö)
- Sosiaalinen vastuu hankintaketjussa... jne

Konkreettiset etapit

Sisäisesti selviksi & sanoitus kirkaaksi

- *”Tarjoamme vuodesta 2023 lähtien koko henkilöstölle mahdollisuuksia yksilölliseen lisäkoulutukseen.”*
- *”Laskemme ensi vuonna kartonkijätteen määrän ja teemme suunnitelman sen pienentämiseksi.”*

Vertailudatan avulla mahdollisuus kehityksen tarkasteluun -> KERRO SIITÄ



Vastuullisuusviestinnän ytimessä

FAKTAT

YHTEISTYÖ

SIDOS-
RYHMÄT

AVOIMUUS

Vastuullisuusviestintä vakuuttaa myös vientimarkkinoilla

Why organisations should invest in a real strategy to communicate sustainability

From small startups to large multinationals, every organisation should invest in an effective strategy to communicate sustainability initiatives to stakeholders.



By Phil Brown

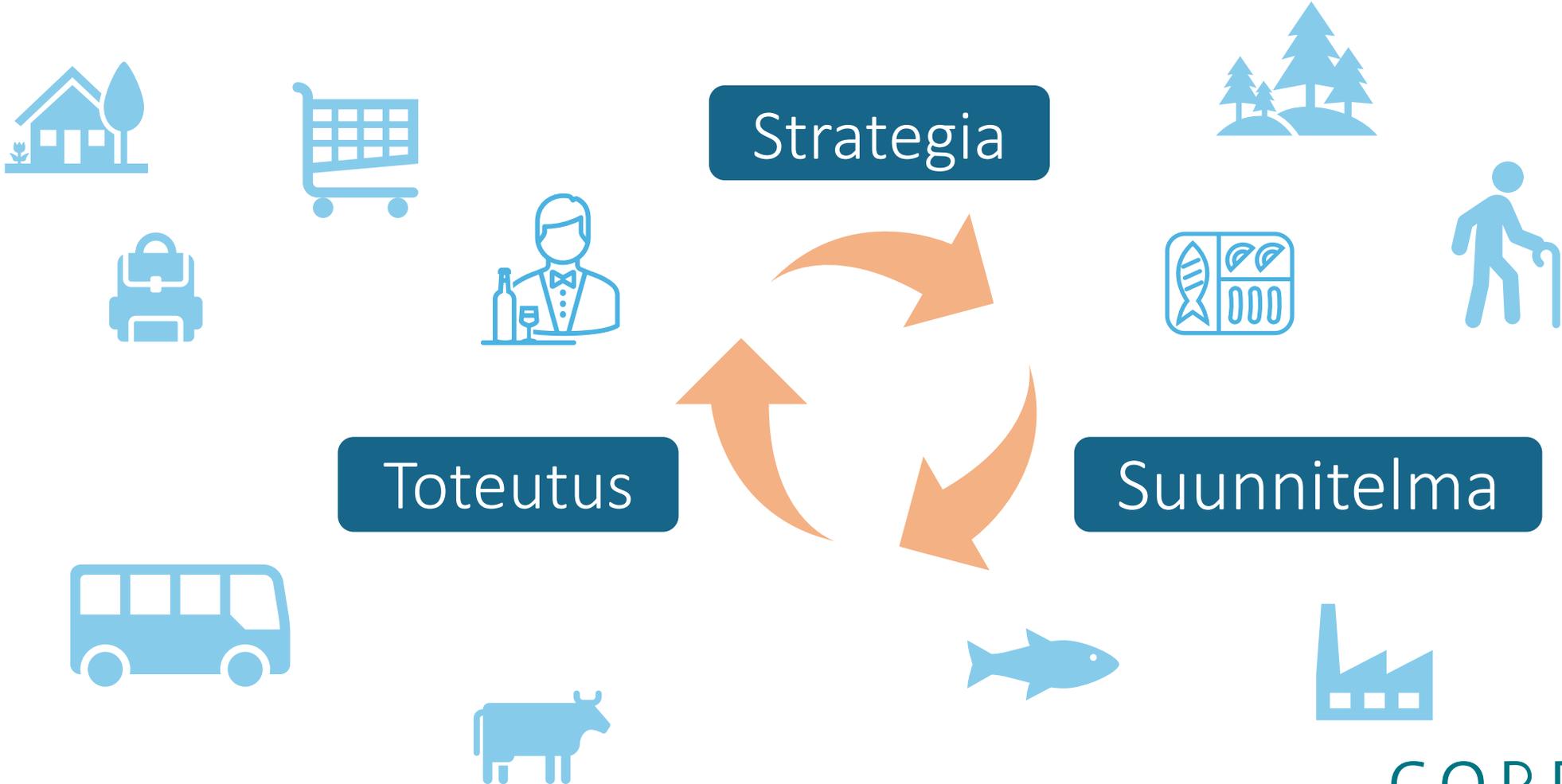
FULL BIO ▾



<https://www.theceomagazine.com/opinion/sustainability-strategy/>

Mikä vastuullisuudessa erityisesti
innostaa ja kutsuu viestimään?

Visiosta vaikuttavuuteen



Suunnitelma

- Tavoite
- Kohderyhmät
- Avainviestit
- Kanavat
- Budjetti
- Tekijät
- Aikataulu

Sisällöt

Ympäristö

- Energia
- Jäte, pakkaukset
- Hiilidioksidi-päästöt (omat ja arvoketju)
- Vedenkulutus
- Luonnon monimuotoisuus
- Tuotteiden elinkaari, kiertotalous.... jne



Sosiaalinen

- Työhyvinvointi, työturvallisuus
- Monimuotoisuus, yhdenvertaisuus
- Osaamisen kehittäminen
- Verkostot (esim. oppilaitosyhteistyö)
- Sosiaalinen vastuu hankintaketjussa... jne

Talous / Hallinto

- Kannattavuus, kilpailukyky
- Laatu
- Paikallisuus / kotimaisuus
- Vaikutukset paikallisyhteisöön
- Verojalanjälki
- Vastuullisuuden johtaminen ...

Kanavat

- **Sanansaattajat**
- Verkkosivut!
- Sisäisen viestinnän kanavat
- Some
- Ansaittu media
- Uutiskirjeet
- Pakkaukset, tuoteinfot
- Esitteet, hinnastot, menut
- Toimitilat
- Tapahtumat, messut ... jne!

Doing it together

We're committed to equality in the chocolate chain. And we also take action on other issues, such as climate change. Cocoa farmers in West Africa are already being impacted by the effects of climate change, such as drought and unpredictable rainy seasons. We look to see where we can reduce carbon emissions from bean to bar and, where we can't, we offset our footprint through partners such as Justdiggitt and GoodShipping.



Justdiggitt

Justdiggitt "regreens" dry land in Africa to offset carbon emissions.



GoodShipping

We now transport our sea freight green: on biofuel.



Fairtrade

Together we are helping the cocoa farmers strengthen their position in the supply chain.



ICI

The CLMRS enables us to determine the prevalence of illegal child labor in our supply chain and create lasting solutions.



Soil & More

Together we are helping the ABOCFA cooperative in Ghana and the Kapatchiva cooperative in Ivory Coast improve soil quality.



B Corp

The B Corp certification system helps us take a critical look at ourselves. B Corp standards address a company's social and environmental performance, the impact on employees and customers and whether it is fairly reported to the outside world.



TruePrice

True Price calculates the actual social cost of our bars, factoring in negative social and environmental impacts such as illegal child labor and carbon emissions.

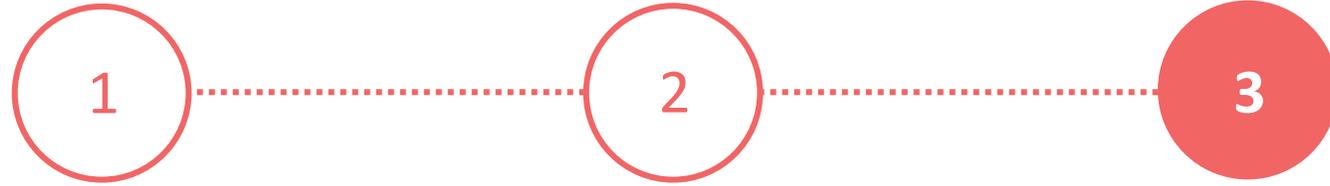


SCOPEinsight

SCOPEinsight analyses the organizational performance of the cooperatives we work with. So, we know what's going well, what needs to be improved and what it will take to achieve this. Fairtrade organizes a personalized training program based on the results.

Laatu, sertifikaatit, sitoumukset

- Kansainväliset standardit (ISO)
- Viralliset laatumerkit (esim. EU Ecolabel, Joutsenmerkki, Luomu)
- Toimialalla laajalti käytetyt merkit (esim. Sustainable Travel Finland (STF), PEFC, FSC)
- *Avaa merkin sisältö, linkit merkin myöntäjään.*



Vastuullisuusviestintä
– Mitä & Miksi

Tavoitteet ja
teot näkyviksi

**Keinot &
karikot**

Infograafit

”Palastelu”

Tunnetta &
Tarinoita

Kuvat
Videot

Vuorovaikutus &
osallistaminen

Yhteistyön kautta

Sanansaattajat

Palautteen
hyödyntäminen

Ansaittu
media

Sisältöjen kierrätys

Suunnitelmallisuus

ESG	Teema	Aihe/sisältö	Kohderyhmät	Keinot	Kanavat	Aikataulu	Kuka hoitaa	Budjetti/muuta huomioitavaa
S	<i>Työkulttuuri ja henkilöstön diversiteetti</i>	<i>Nuoret harjoittelijat pitkään talossa olleiden työkavereina</i>	<i>Oma henkilöstö, potentiaaliset työntekijät, asiakkaat</i>	<i>Tarinat ja visuaalisuus: tehdään kuvitetut harjoittelija-tarinat</i>	<i>Some, verkkosivut, koulutuskumppanien uutiskirjeet</i>	<i>Lokakuu</i>	<i>Valokuvat: Matti Teksti: Siiri Julkaisu: Siiri</i>	<i>Verkkosivuille lisätään ”ajankohtaista” osio.</i>

Karikot

Viherpesu ja muut pesuohjelmat

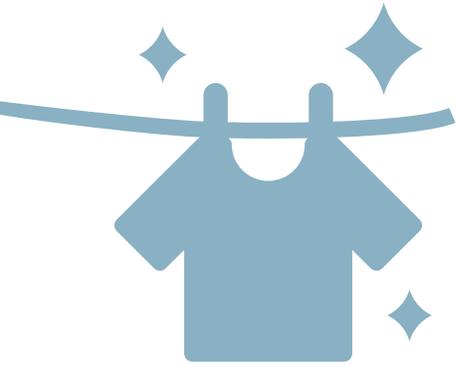
Puhetta vai tekoja?

56% ympäristöväittämistä: epämääräisiä, harhaanjohtavia tai perusteettomia tietoja

49% väittämistä: ei tukevaa tietoa

Lähde: Ympäristöväittämät Suomen markkinoilla (valtioneuvosto.fi)

Viherpesun viholliset: faktat & rehellisyys



- Katetta lupauksille
- Vihreä, eko-, kestävä, eettinen, luontoystävällinen ym. todennettava!
- Yleisesti tunnistetut sertifikaatit
- Alihankkijat, tuotantoketjut (Code of Conduct)

Ympäristöväittämät

Yleisiä, yksilöimättömiä ja moniselitteisiä ympäristö-väittämiä on vältettävä. Tällaisia ilmaisuja ovat esimerkiksi "vihreä", "kestävä", "ilmastoystävällinen", "fossiilivapaa" ja "ympäristöystävällinen".

Keskuskauppakamarin liiketapalautakunta

EU Green Claims Directive (proposal)

Minimikriteerit tuotteiden ja palveluiden ympäristövaikutusten todentamiseen ja viestintään.

Kierrä karikot



Viherpesu



Unohdetaan
sidosryhmät,
dialogi



Asenne ...



Vaikea-
selkoisuus



Faktat ja
taustat,
rehellisyys



Suunnitelma,
vuorovaikutus,
kuunteleminen



Vilpittömyys,
epätäydellisyys,
yhteistyö



Karsi,
tunnetta
mukaan, testaa



Matka jatkuu!

- Strategia & tavoitteet
- Viesti asia kerrallaan
- Monikanavaisuus & viestinviejät

- Jakaminen & yhteistyö
- Epätäydellisyys on ok!

Cordial Communications – vaikuttavan viestinnän kumppani

Erityisosaamistamme on viestinnän strateginen suunnittelu liikkeenjohdon tukena, vastuullisuus ja siitä viestintä, kansainvälinen viestintä sekä media- ja hankeviestintä.

Järjestämme viestinnän ja vastuullisuuden ryhmä- ja yksilövalmennuksia liikkeenjohdolle, yrittäjille ja viestinnän ammattilaisille suomeksi ja englanniksi.

Asiakkaamme ovat pääasiassa pk-yrityksiä ja kansallisia julkisia organisaatioita Suomessa ja Euroopassa.

Toimialaosaamisemme painottuu kiertotalouteen, matkailuun, elintarviketeollisuuteen, metsä- ja biotalouteen sekä tutkimukseen ja koulutukseen. Asiakkaita on lisäksi IT- sektorilta sekä järjestö- ja sote-toimijoista.

anu.ruusila@cordial.fi

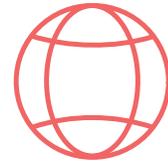
www.cordial.fi

<https://www.linkedin.com/in/anu-ruusila-12714120/>



Olemme Pohjoismaiden suurimman yritysvastuuverkoston, FIBS ry:n, jäsen.

Vaikuttavaa viestintää



Cordial Communications Oy | **Anu Ruusila**

