

Markkinoijan ostajan opas

Markkinointimateriaalien ja logistiikan vastuullinen hankinta

Opas markkinoinnin päättäjille, suunnittelijoille ja tekijöille, mainostajille, markkinoinnin palvelutarjoajille, markkinoinnin hankintakumppaneille, painotaloille ja logistiikkatoimijoille.

Päivitetty 1/2026

Alkuperäinen 05/2025



Marketing Finland

Markkinointimateriaalien ja logistiikan vastuullinen hankinta

Sisällys

JOHDANTO

1. Huolellisuusvelvoite osana vastuullista hankintaketjua
2. Hankintaketju
3. Vastuullisuus ratkaistaan jo kilpailutusvaiheessa
4. Vastuut ja niiden jakautuminen hankintaketjussa
5. Vastuullisen hankinnan kerrostumat

PAINOTUOTTEIDEN SUUNNITTELU JA TUOTANTO

6. Suunnittelun merkitys
7. Aikataulut
8. Painotuotteen taiton koon ja elinkaaren suunnittelu
9. Painopaperin valinta
10. Painopaperien sertifikaatit
11. Painotuotteen tehosteet ja jälkikäsittely
12. Painotuotteen pakkauksen suunnittelussa huomioitavaa
13. POS (Point of Sales) -tuotteiden suunnittelu

14. Suorapostituksen ajantasainen ja relevantti asiakasrekisteri

15. Painotalon valinta

LIKELAHJOJEN HANKINTA

16. Liikelahjojen vastuullinen hankinta
17. Liikelahjatoimittajan valinta

LOGISTIIKKA JA VARASTOINTI

18. Tuotteiden vastuullinen jakelutie
19. Tuotteiden kuljetus
20. Markkinointilogistiikka
21. Painotuotteiden ja liikelahjojen vastuullinen varastointi
22. Jakeluketjun seuranta, läpinäkyvyys ja raportointi
23. Paperinkierrätys/ -keräys
24. Painotuotteiden ja liikelahjojen hävittäminen

LOPPUSANAT ja TOIMITUSKUNTA

Johdanto

Markkinointimateriaalien tuotantoprosessi kattaa useita vaiheita, jotka alkavat suunnittelusta ja päättyvät hävittämiseen. Vastuullisuusnäkökulmat ovat keskeinen osa markkinointimateriaalien painotöiden prosessia.

Ilmastokriisi, ESG-vaatimukset ja kuluttajien kasvanut ympäristötietoisuus pakottavat markkinointimateriaalien ostajat ja palveluntuottajat tarkastelemaan omia hankintaprosessejaan. Markkinointiin tilataan usein merkittävä määrä painotuotteita ja muita myynnin edistämisen materiaaleja, jotka muodostavat huomattavan hiilijalanjäljen. Merkittävä hiilijalanjälki syntyy myös mainos- ja myyninedistämistuotteiden varastoinnista ja kuljettamisesta, sillä hiilidioksidipäästöt keskittyvätkin arvoketjun loppupäähän tavaroiden siirtämiseen paikasta toiseen.

Monilla markkinoinnin päättäjillä ja tekijöillä ei useinkaan ole riittävästi tietoa ja osaamista oman työnsä vaikutusten arvioimiseksi. Markkinointimateriaalien tilaajan ja tuotteiden vastaanottajan välille mahtuu useita eri vaiheita, joiden läpivalaiseminen on monesti haastavaa. Tämä ei kuitenkaan ole enää pätevä syy ummistaa silmiä, sillä EU:n asettama huolellisuusvelvoite pakottaa brändit ottamaan vastuun koko arvoketjusta.

Tämä opas on laadittu lisäämään tietoisuutta markkinointimateriaaleja tilaaville, suunnitteleville ja toteuttaville tahoille sekä näiden kuljetuksista vastaaville. Vaikka tämän oppaan pääpaino on hiilijalanjäljen vähentämisessä, tarjoamme samalla vinkkejä sosiaalisen vastuun lisäämiseksi.

**Minkä
haasteen
ratkaisemme?**

Hiilijalanjäljen vähentäminen

**Opas on laadittu lisäämään
tietoisuutta markkinointi-
materiaalia tilaaville,
suunnitteleville ja toteuttaville
tahoille sekä näiden
kuljetuksista vastaaville.**

1. Huolellisuusvelvoite osana vastuullista hankintaketjua

[Huolellisuusvelvoite](#) edellyttää, että yritykset tunnistavat, ehkäisevät ja korjaavat toiminnastaan mahdollisesti aiheutuvat haitat. Tämä tarkoittaa riskien arviointia, seurantamekanismien luomista sekä läpinäkyvyyttä toiminnassa.

Lainsäädäntö velvoittaa yrityksiä kantamaan vastuuta koko hankintaketjustaan entistä kattavammin. Tilaajana sinun tulee varmistaa, että koko hankintaketju noudattaa vastuullisia toimintaperiaatteita ja että yhteistyökumppaneilla on asianmukaiset prosessit kestävän kehityksen ja eettisten liiketoimintakäytäntöjen varmistamiseksi.

Vaikka lopullinen vastuu on tilaajayrityksellä, myös kaikki muut osapuolet, kuten mainostoimistot, painotalot, liikelahjatoimittajat ja ulkomainostajat, ovat velvollisia varmistamaan, että heidän toimintansa on vastuullista ja että asetetut vastuullisuustavoitteet täyttyvät.

Kohti
kestävämpää
liiketoimintaa

Tilaus-toimitusketju on
markkinointijohdon vastuulla

Haitallisten vaikutusten
tunnistaminen ja priorisointi omassa
toiminnassa, toimitusketjuissa ja
kumppanuussuhteissa.

2. Tilausketjun haaste

Tilausketjun haaste syntyy alla olevista tekijöistä ja siitä, että eri toimijoiden välinen yhteismitallinen raportointi puuttuu, jolloin syntyy ”kipupiste”, joka vastuullisuuden näkökulmasta pirstaloituu ja tiedonsaanti hankaloituu.



3. Vastuullisuus ratkaistaan jo kilpailutusvaiheessa

Kilpailutukset kuuluvat markkinointitöiden tilaamiseen ja niiden merkitys on viimeisinä vuosina korostunut. Ammattimainen markkinoinnin päättäjä määrittelee huolellisesti päätökseen vaikuttavat asiat sekä tavoitteet. Vastuu on työtilaajalla.

Vastuullisuus voi toimia kilpailutuksen erottavana tekijänä, ja se voi liittyä useisiin eri osa-alueisiin:

- **Sosiaalinen vastuullisuus:**

On tärkeää varmistaa, että palveluntarjoajan työntekijöitä kohdellaan oikeudenmukaisesti ja että työolot ovat turvalliset ja eettiset. Tämä voi näkyä vaatimuksissa esimerkiksi reilun kaupan sertifiointiin.

- **Kestävä suunnittelu:**

Markkinointimateriaalien suunnittelussa voidaan huomioida niiden elinkaaren pituus ja käytön jälkeinen kierrätettävyys. Kannattaa valita tarjoaja, joka tukee tuotteiden kestävyyttä ja jätteen minimointia.

- **Ympäristövaikutukset:**

Arvioi kuinka ympäristöystävällisiä eri toimittajien käytännöt ja materiaalit ovat. Esimerkiksi kierrätettyjen materiaalien käyttö, ekosertifioidut paperit sekä energiatehokkaat painovalmistustekniikat voivat olla merkittäviä valintakriteerejä. Lisäksi sitoutuuko yritys kokonaisvaltaisesti myös SBT-tavoitteisiin.

Vastuullisuus
voi toimia
kilpailutuksen
erottavana
tekijänä.

Kilpailutuksessa on tärkeää huomioida:

- Sosiaalinen vastuullisuus ja diversiteetti
- Kestävä suunnittelu
- Ympäristövaikutukset
- Läpinäkyvyys ja sertifiointi
- Logistiikan päästöjen vähentäminen
- Aikataulujen vaikutus arvoketjussa
- Maksuaikataulut
- Informaation sisältö
- Tarjousten saavutettavuus

- **Päästöjen vähentäminen:**

Palveluntarjoajien logistiset ratkaisut ja toimitus voivat aiheuttaa hiilidioksidipäästöjä. Vastuullinen tarjoaja pyrkii minimoimaan nämä päästöt esimerkiksi käyttämällä sähkö- tai biokaasua ajoneuvoja.

- **Läpinäkyvyys ja sertifiointi:**

Vastuulliset painopalveluntarjoajat tarjoavat selkeää tietoa toimintansa vaikutuksista ja voivat todentaa vastuullisuutensa kansainvälisillä sertifikaateilla, kuten FSC (Forest Stewardship Council) tai ISO 14001.

Tilaajan tulee arvioida, kuinka ympäristöystävällisiä palveluntarjoajien käytännöt ja materiaalit ovat. Esimerkiksi kierrätettyjen materiaalien käyttö, ekosertifioidut paperit sekä energiatehokkaat valmistustekniikat voivat olla merkittäviä valintakriteerejä.

Marketing Finland on laatinut [ohjeet vastuulliseen markkinointitöiden kilpailuttamiseen](#), jotka toimivat hyvänä pohjana. Myös vastuullisuustavoitteet ja haluttu taso on tärkeä määritellä jo kilpailutusvaiheessa. On tärkeä muistaa, että halvimman tarjouksen perässä juokseva, ei voi aina olettaa saavansa ekologisinta ja ”läpivalaistua” prosessia. Siksi myös vastuullisuudelle on järkevää asettaa arvo ja hinta.

Hyvin
toteutettu
kilpailutus.

**Ennen tarjouksen lähettämistä
kannustamme vuoropuheluun
toimittajien kanssa.**

Näin voit varmistaa,
että toimittaja pystyy vastaamaan
yrityksesi vaatimuksiin esim. ESG:n
sekä sertifikaattien osalta.
Samalla kumppanien
ymmärrys tarpeista kasvaa
ja saat varmemmin
oikeanlaisen tarjouksen.

4. Vastuut ja niiden jakautuminen hankintaketjussa

Tilaajan vastuu

- ESG
- Taloudelliset vastuut
- Sosiaaliset vastuut
- Ympäristövastuut

Graafiset toimijat

- Sertifikaatit
- Aikataulut
- Tekijänoikeudelliset kysymykset
- Ympäristövastuu
- Sosiaalisen vastuun kysymykset
 - tilausten vaikutus henkilöstön ylityömääriin
 - diversiteetti

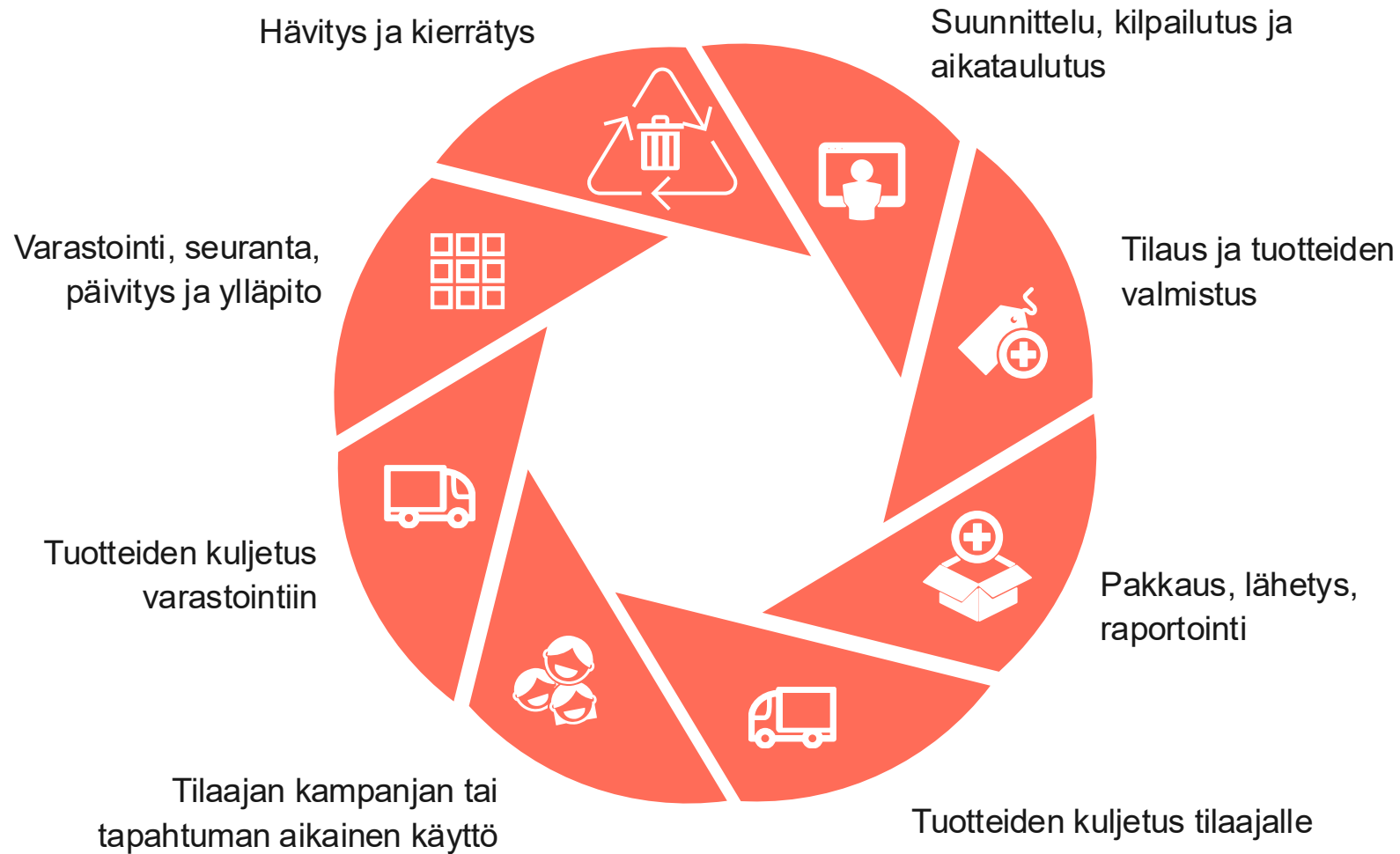
Painotalot

- Sertifikaatit
 - PEFC, FSC tai ISO 14001
- Aikataulut
- Toimitukset
- Ympäristövastuu
 - [SBT](#):n mukainen toiminta
 - hiilijalanjälkitieto (Scope 1-3)
- Sosiaalisen vastuun kysymykset
 - vuokratyövoiman käyttö

Logistiikka ja varastointi

- Sertifikaatit
- Aikataulut
- Ympäristölainsäädäntö
- Sosiaalisen vastuun kysymykset
 - Työntekijöiden oikeudet ja hyvinvointi
 - Alihankintaketjujen sosiaalinen valvonta
 - Työsuojaus ja työturvallisuus

5. Vastuullisen hankinnan kerrostumat



Painotuotteiden suunnittelu ja tuotanto



6. Suunnittelun merkitys

Suunnitteluvaiheessa määritellään markkinointimateriaalien tavoitteet, kohderyhmä ja visuaalinen ilme sekä tuotteen käyttöikä ja -tarkoitus. Siten suunnittelija osaa valita oikean kestoiset materiaalit ja huomioida myös tuotteiden kierrätyksen.

On tärkeää varata riittävästi aikaa toteutukseen, jotta töiden tilaaminen voidaan toteuttaa ekologisemmin ja perille toimittamiseen voidaan valita ympäristöystävällisin kuljetusmuoto. Riittävän aikataulutuksen varaaminen on vastuullista ja yksi tärkeimmistä päätöksistä, jotka vaikuttavat työn hiilijalanjälkeen.

Liian kiireellä tilatut työt toteutetaan usein erillisinä tilauksina, jolloin tuotantoa ei voida optimoida parhaalla mahdollisella tavalla ja tavaroiden kuljetuksissa joudutaan käyttämään vajaita kuormia ja vähemmän ekologisia kuljetusmuotoja.

Kiinnittämällä riittävästi huomiota suunnitteluvaiheeseen, vältetään virheet, jotka pahimmillaan huomataan vasta loppukäyttäjien toimesta. Kokenut suunnittelija ja tuotantokumppani ymmärtävät tämän ja muistuttavat asiasta myös työn tilaajaa. Mockup-mallien eli näytetöiden lähettäminen rasittaa kuitenkin ympäristöä, joten turhia lähetyksiä kannattaa välttää. Tämä voidaan saavuttaa panostamalla riittävästi tuotteen arviointiin ja tarkastamalla työ huolellisesti etukäteen.

Huolellisen suunnittelun ja oikean toimijan valinnan lisäksi voit vähentää merkittävästi työn jättämää hiilijalanjälkeä oikealla paperilaadun valinnalla, johon hyvä kumppani osaa ohjata myös tässä oikeaan suuntaan.

Onnistuneella
suunnittelulla
vaikutat
hiilijalanjälkeen.

Suunnitteluprosessissa
määritellään vastuullisuus.

**Vältä takaisinvedot
varmistamalla merkinnät**

Kaikille sattuu virheitä painotuotteita
tehdessä, jolloin tuotteita
joudutaan vetämään pois.

Takaisinvedot ovat sekä kalliita, että
ympäristölle erittäin kuormittavia.

Kyse on useimmiten siitä, ettei
sisältöihin ole suunnitteluvaiheessa
kiinnitetty riittävästi huomiota.

7. Aikataulutus

Riittävän aikataulutuksen varaaminen on yksi tärkeimmistä työn hiilijalanjälkeen vaikuttavista tekijöistä. Kun aikaa on riittävästi, niin kaikissa toteutuksen vaiheissa voidaan toimia vastuullisemmin. Hiilijalanjälki painottuu myös loppuvaiheeseen, jolloin on tärkeää jo alkuvaiheessa varata riittävä aika kuljetuksille tai miettiä töiden varastointia.

Tärkeää on myös muistaa, että tilaamalla markkinointimateriaalit ajoissa vältät ylikuormittamasta suunnittelijoita. Kiiretilauksia tulee aina, mutta niiden päälle ei pitäisi nojata.

Aikataulua suunnitellessa on hyvä muistaa huolellisuusvelvoite. Jos tilaaja aiheuttaa itse kiireen, sillä on itsellä vastuu seurauksista, joita aiheutuu koko arvoketjussa.

Muista
huolellisuus-
velvoite ja oma
vastuusi.

Vältä kiiretilauksia!

Varaamalla riittävästi aikaa töiden toteutukseen:

- Ei ylikuormiteta suunnittelijoita.
- Voidaan valita ekologisempia raaka-aineita ja niiden kuljetukset voidaan optimoida.
- Tuotannossa voidaan optimoida töiden toteuttaminen.
- Tuotteiden kuljetukset voidaan optimoida, jotta kulkuneuvot eivät liiku puolityhjinä ja voidaan valita ekologisia kuljetusmuotoja.

8. Painotuotteen taiton koon ja elinkaaren suunnittelu

Taiton suunnittelussa on myös tärkeää huomioida tuotteen elinkaari. Eli onko kyseessä painotuote, jota tarvitaan vain kertakäyttöön vai pidempiaikaiseen käyttöön, jolloin samaa tuotetta tarvitaan useamman kerran.

Tai jos tuotteesta, kuten esitteestä merkittävä osa pysyy samana ja vain osa muuttuu, voi olla järkevää painattaa muuttumattomat osat isommassa erässä. Tällöin voidaan muuttuva osa painaa pienemmissä erissä ja nitoa myöhemmin osaksi kokonaisuutta.

Kertakäyttöisen painotuotteen tilauserä

Jos kyseessä on painotuote, jota tarvitaan vain kertakäyttöön esimerkiksi messuille, määrittele määrä mahdollisimman tarkkaan. Iso painoserä voi vaikuttaa suhteessa edullisemmalta kuin pienempi, mutta pidä mielessäsi ylijäämä ja sen vastuullinen hävittäminen.

Tai jos tuotteen menekkiä ei tiedetä, kannattaa pohtia pienempää aloituserää ja sitä seuraavaa on-demand-tilausmahdollisuutta, ettei tuotetta paineta suotta varastoon ja heitetä sieltä roskeen.

Pitkäkäyttöisen painotuotteen tilauserä

Jos tiedät tarvitsevasi tiettyä painotuotetta useamman kerran, on todennäköisesti ekologisempaa painattaa tuotteita kerralla iso erä ja varastoida ne, jolloin tuotteet ovat valmiina seuraavaa kertaa varten.

Isoa määrää tilatessa, ota kuitenkin huomioon sisällön ajantasaisuus, eli kuinka usein sisältöä on tarve päivittää – tällöin saattaa sittenkin tulla kyseeseen pienemmän erän tilaaminen kerralla.

Muista ekologisuus!

**Painotuotteen
oikea koko
ja malli
vähentävät
hiilijalanjälkeä.**

Tapahtumatuotteissa ja kampanjamateriaaleissa esimerkiksi vuosiluvun tai päivämäärien poisjättäminen voi pidentää niiden käyttöikää moninkertaiseksi. Ylipäättään kaikki kannattaa pyrkiä suunnittelemaan niin, että materiaaleja voidaan uusiokäyttää kokonaan tai osittain.

Koon suhteen ei ole yhtä ohjetta kaikille painotuotteille, mutta vastuullisesta painotalosta voi kysyä ohjeita ja sinua opastetaan suunnittelussa. Tärkeintä on huomioida, että materiaalihukkaa jää mahdollisimman vähän.

Painotuotteen koolla on kuitenkin vaikutusta myös kuljetuksiin. Kuljetuskalusto myydään aina tilavuutena, painona, neliöinä ja jos tuote tai pakkaus on esim. matala, niin ylös jää paljon turhaa tilaa. Kuljetuksien kannalta on tärkeää myös miettiä toimitetaanko tuote kasattuna vai kasaamattomana. Esimerkiksi myymäläsomisteet voi olla ekologisempaa kuljettaa kasaamattomana, mutta tällöin on tärkeää kiinnittää suunnittelussa huomiota kasaamisen helppouteen.

Tilaa vain
tarpeeseen
oikea määrä.

Suunnittele
tarpeen mukainen
määrä materiaaleja,
jotta vältetään
yliäämä.

9. Painopaperin valinta

Tuotantovaiheessa markkinointimateriaalit valmistetaan suunnitelmien mukaisesti. On tärkeää kiinnittää huomiota ekologisiin painomateriaaleihin ja painotekniikoihin. Ympäristöystävälliset painopaperit pyrkivät minimoimaan ympäristövaikutuksiaan valmistusprosessista aina käytön jälkeiseen vaiheeseen asti.

Tässä on muutamia ominaisuuksia ja seikkoja, joita voi harkita ympäristöystävällisten painopaperien valinnassa:

- **Kierrätyspitoisuus**

Valitse paperilaatu, joka omaa pienemmän hiilijalanjäljen tai sisältää suuren määrän kierrätettyä kuitua. Kierrätetyn paperin valmistus vaatii vähemmän energiaa ja vähentää metsien hakkuuta – mutta toisaalta sen saaminen voi olla vaikeaa ja siten hiilijalanjälki ei välttämättä ole pienempää kuin tavallisen paperin.

- **Sertifikaatit**

Tarkista, onko paperi saanut tunnustusta FSC (Forest Stewardship Council) ja PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) -sertifikaattien osalta. Tämä tarkoittaa, että paperin valmistuksessa on noudatettu tiukkoja ympäristöstandardeja ja että metsätalous on kestävällä pohjalla.

- **Kloorivapaus**

Valitse paperi, joka on valkaistu ilman klooriyhdisteitä (TCF tai ECF). Kloorivapaa valkaisu vähentää ympäristölle haitallisten aineiden pääsyä vesistöihin.

Ympäristö-
ystävälliset
painopaperit.

Huomioi paperin tuoteselosteet.

Ennen ostopäätöksen tekemistä kannattaa tarkastella paperin tuoteselosteita ja mahdollisia ympäristösertifikaatteja, joita paperi saattaa kantaa. Useimmat paperitoimittajat tarjoavat tietoa tuotteidensa ympäristöominaisuuksista, joten voit tehdä tietoisin valinnan ympäristöystävällisten painopaperien suhteen.

10. Painopaperien sertifikaatit

- "Painopaperien sertifikaatit" voivat viitata erilaisiin painopaperituotteiden sertifiointeihin tai standardeihin, jotka koskevat ympäristöystävällisyyttä, kestävyyttä tai muita ominaisuuksia. Varmistuaksesi paperin valmistuksen aiheuttamista ympäristövaikutuksista, valitse Joutsenmerkillä tai EU-Ympäristömerkillä (EU-Kukalla) varustettu paperi. Tämä siksi, että metsän sertifiointimerkinnot, kuten FSC- tai PEFC-merkki, kertovat ainoastaan puuraaka-aineen alkuperästä mutta eivät mitään paperin valmistuksen ympäristövaikutuksista. Tässä on joitakin mahdollisia sertifikaatteja tai standardeja, jotka voivat liittyä painopaperiin:
- **FSC-sertifikaatti** (Forest Stewardship Council):
FSC on kansainvälinen järjestö, joka edistää vastuullista metsänhoitoa. FSC-sertifikaatti osoittaa, että painopaperin valmistuksessa on noudatettu tiukkoja metsänhoitoon liittyviä vaatimuksia.
- **PEFC-sertifikaatti** (Programme for the Endorsement of Forest Certification):
PEFC on toinen organisaatio, joka tarjoaa sertifiointia vastuullisesta metsänhoidosta. PEFC-sertifikaatti voi myös liittyä painopaperin valmistukseen.
- **ISO 14001 -ympäristöjärjestelmästandardi:**
Standardi määrittelee ympäristöjärjestelmän vaatimukset, ja se voi olla käytössä painopaperin valmistajilla varmistaakseen ympäristönäkökohtien huomioimisen.
- **Chlorine Free -sertifikaatti:**
Voi osoittaa, että paperin valmistuksessa ei ole käytetty klooria tai sen yhdisteitä, mikä voi vähentää ympäristövaikutuksia.

Recycled Content Certification:

Sertifikaatti voi liittyä siihen, että käytetty paperi on valmistettu kierrätetyistä materiaaleista.

On tärkeää tarkistaa painopaperin valmistajan ilmoittamat sertifikaatit ja standardit varmistaaksesi, että tuote vastaa haluamiasi ympäristö- tai laatuvaatimuksia. Tarkat sertifikaatit voivat vaihdella valmistajan ja tuotteen mukaan.

<https://www.ecolabel.net/fi/>

<https://salocin-group.com/join-the-dots/insights/sustainability-print-faqs/>

https://mpm.com/wp-content/uploads/2018/01/Field_Guide_IV_flipbook_eBook.pdf

11. Painotuotteen tehosteet ja jälkikäsittely

Painotuotteen tehosteilla ja jälkikäsittelyillä tarkoitetaan painamisen jälkeisiä työvaiheita, joilla tuotteen visuaalista ilmettä, tuntumaa tai käytettävyyttä parannetaan.

Näitä voivat olla esimerkiksi:

- Laminoinnit, lakkaukset, folioinnit
- Muotoon leikkaus, perforointi, nuuttaus
- Sidontaratkaisut ja kokoonpanot.

Kustannustehokkaita ja vastuullisia vaihtoehtoja:

1. Vesipohjainen lakkaus (dispersiolakka)

- **Käyttötarkoitus:** Suojaa painopintaa ja tuo himmeän tai kiiltävän viimeistelyn.
- **Kustannustehokas ja ympäristöystävällinen:** Ei sisällä liuottimia, ei estä paperin kierrätystä.
- **Hyvä valinta:** Esitteet, flyerit, kansilehdet.

2. Kierrätyskartonki ja luonnonpaperit

- **Tehoste itsessään:** Ekologinen paperilaatu tuo luonnollisen ilmeen ja taktiilisen kokemuksen ilman lisäkäsittelyä.
- **Säästöä:** Ei tarvita laminaatteja tai päällystettyjä materiaaleja.
- **Ekologiset merkit:** PEFC, FSC, EU Ecolabel, Blue Angel.

Vähennetään
painokoneiden
energian kulutusta
ja minimoidaan
päästöt.

Pyri
optimoimaan
tiedostot niin,
että painosta
saadaan aikaan
mahdollisimman
vähän hukkaa.

3. Preeglaus (kohopuristus ilman väriä tai foliointia)

- **Tehostaa ulkoasua hienovaraisesti ilman lisämateriaaleja.**
- **Ympäristöystävällinen:** Ei metallia, ei muovia, ei estä kierrätystä.
- **Hyvä valinta:** Kutsut, kortit, brändiesitteet.

4. Muotoon leikkaus (stanssaus)

- **Visuaalisesti vaikuttava ja kustannustehokas massatuotannossa.**
- Esimerkiksi kortin tai pakkauksen erottuva muoto.
- Ei lisää kierrätysjätettä, kun käytetään bio- tai kierrätyspaperia.

5. Niittisidonta tai luontaiset sidontamenetelmät

- **Kustannustehokas sidonta:** Kaksi niittiä selkäpuolella (esim. lehtiset, ohjekirjat).
- **Vastuullinen:** Vältetään muovisia selkätaskuja tai liimasidontaa, jos mahdollista.

6. Mattalakka + kiiltospottilakka (osalakkaukset ilman laminaattia)

- Kiiltävät yksityiskohdat (esim. logo tai otsikko) mattapintaaisessa taustassa.
- **Ekologisempi vaihtoehto kuin laminoitu UV-lakka.**
- Kierrätyskelpoisempi, kun ei käytetä muovipohjaisia pinnoitteita.

Käytetään
digitaalisia koevedoksia
fyysisten vedosten sijaan,
mikä vähentää jätettä.

Vältettävät tai harkintaa vaativat vaihtoehdot vastuullisuuden kannalta:

TEHOSTE	HAITTAPUOLI YMPÄRISTÖLLE	VAIHTOEHTO
Muovilaminaatit	Estävät paperin kierrätyksen	Vesipohjainen lakkaus
Metallifolio (esim. hopea/kulta)	Vaikea kierrättää, sisältää metallijätettä	Kohopuristus tai spottilakka
UV-lakka (liuotinpohjainen)	Sisältää VOC-yhdisteitä	Vesipohjainen spottilakka
PVC- tai PET-kansiot	Muovijäte, vaikea kierrättää	Kartonkiset kansiot

Yhteenveto: parhaat kustannustehokkaat ja vastuulliset tehosteet:

TEHOSTE	EDUT
Vesipohjainen lakkaus	Edullinen, ekologinen, kierrätettävä
Kierrätyspaperi tai -kartonki	Ekologinen ilme, edullinen ja viestii vastuullisuudesta
Kohopuristus ilman foliointia	Tyylikäs ja ekologinen, ei muovia tai metallia
Muotoon leikkaus	Visuaalisesti vaikuttava ilman lisämateriaalia
Spottilakka ilman laminaattia	Kiinnostava kontrasti, ei estä kierrätystä

Lisävinkkejä vastuulliseen jälkikäsittelyyn:

- **Vältä turhaa tehostamista:** Laadukas suunnittelu ja paperivalinta voi olla näyttävä ilman erikoiskäsittelyjä.
- **Käytä ympäristöystävällisiä painovärejä,** kuten kasvipohjaisia painovärejä ja vähemmän kemikaalien käyttöä sekä muita painotekniikoita.
- **Valitse digipainatus pienissä erissä:** Vähentää hävikkiä ja ylimääräisiä painorivejä.
- Jotkin painomenetelmät, kuten offsetpainatus, voivat olla ympäristöystävällisempiä kuin toiset. **Pyri valitsemaan menetelmiä, jotka vähentävät haitallisten päästöjen määrää painoprosessissa.**
- **Hyödynnä painotalon ekoratkaisut:** Monet tarjoavat hiilineutraaleja painatuspalveluja tai vihreää sähköä.

Painoalan sanastoa:

- graafinen.com/tietopankki/sanasto/
- pmllehti.fi/graafisen-alan-sanasto/



Vältä turhaa
tehostamista, sillä
laadukas suunnittelu
ja paperivalinta
voi olla näyttävä ilman
erikoiskäsittelyjä.

12. Painotuotteen pakkauksen suunnittelussa huomioitavaa

Pyydä painokumppaniasi kiinnittämään huomiota myös painotuotteiden pakkauksiin, sillä ympäristöystävälliset vaihtoehdot voivat olla vähemmän pakkausmateriaalia käyttäviä tai kierrätetyistä materiaaleista valmistettuja.

Painotuotteita suunnitellessa on tärkeä kiinnittää huomiota myös pakkaukseen, joka vaikuttaa tuotteen kuljetettavuuteen, tuotteiden ehjänä säilymiseen sekä turvalliseen sitomiseen kuljetusten aikana. Mikään muoto tai pakkaustyyppi ei ole sinällään mahdotonta kuljettaa, mutta on hyvä muistaa, että mitä vähemmän pakkauksen sisälle jää tyhjää tilaa, niin sitä enemmän voidaan autoon pakata myös muita tuotteita kuljetettavaksi. Tosin samaan aikaan on tärkeää huomioida se, että pakkauksen tehtävänä on suojella tuotetta ja mahdollisesti varmistaa sen takaisin lähetys. Kuljetusten turvallisessa pakkaamisessa on tärkeää, että pakkaukset voidaan kiinnittää hyvin, jotta ne eivät liiku ajaessa.

Kuljetusten hiilijalanjälkeen voidaan vaikuttaa merkittävästi kuljetusten optimoinnilla sekä pakkaussuunnittelulla. Jo suunnitteluvaiheessa tehtävät päätökset vaikuttavat siihen miten hyvin autot pystytään täyttämään, miten tuotteita voidaan varastoida sekä miten tuotteet kestävät kuljetusta. Myös kuljetustilausten tekemistä on tärkeä miettiä jo ajoissa.

Pakkauksen
koolla on
merkitystä.

Valitse
ympäristöystävälliset
pakkausmateriaalit.

Kuljetuksen
optimointia
hyvällä pakkaus-
suunnittelulla.

13. POS (Point of Sales) -tuotteiden suunnittelu

POS (Point of Sales) -tuotteiden eli erilaisten myynnin- ja menekinedistämismateriaalien vastuullisuus on tärkeä aihe, joka koskee myyntipisteissä käytettäviä tuotteita ja niiden ympäristövaikutuksia. Vastuullisuus voi kattaa useita näkökohtia, kuten ympäristöystävällisyys, eettisyys, sosiaalinen vastuu ja taloudellinen kestävyys.

Tässä on muutamia seikkoja, jotka liittyvät POS-tuotteiden vastuullisuuteen:

- **Suunnittelu:**

Suunnittelussa tulisi aina huomioida materiaalien monikäyttöisyys, missä ja miten materiaalia käytetään, jotta vältetään ylimääräisen materiaalin päätyminen roskiin. Lisäksi hyvällä suunnittelulla voidaan varmistaa, että samoja materiaaleja käytetään useita kertoja eri kampanjoissa ja eri vuosina.

- **Materiaalien valinta:**

Vastuulliset POS-tuotteet voivat olla valmistettu ympäristöystävällisistä ja kierrätettävistä materiaaleista. Esimerkiksi biohajoavat materiaalit tai kierrätetty kartonki voivat olla parempia vaihtoehtoja perinteisten, ympäristölle haitallisten materiaalien sijaan.

- **Sertifikaatit ja standardit:**

Valitsemalla POS-tuotteita, jotka ovat saaneet ympäristö- ja eettisiä sertifikaatteja, voidaan varmistaa, että tuotteet täyttävät tietyn vastuullisuustason. Esimerkiksi FSC-sertifikaatti osoittaa, että puumateriaalit ovat peräisin vastuullisesti hoidetuista metsistä.



Aikataulutus on erittäin kriittinen, sillä usein suunnittelussa unohtuu loppupään toteutus, jolloin materiaalit saapuvat myymälään pahimmillaan vasta, kun kampanja on jo puolivälissä tai jopa päättymässä. Tämä johtaa ylimääräisiin käynteihin ja asennuksiin, mikä lisää energiankulutusta ja päästöjä.

- **Eettiset käytännöt:**

POS-tuotteiden valmistuksessa on otettava huomioon eettiset näkökohdat, kuten työntekijöiden oikeudet, työolosuhteet ja oikeudenmukainen palkka. Eettinen hankinta ja tuotanto ovat keskeisiä osatekijöitä vastuullisuudessa.

- **Kierrätysmahdollisuudet:**

Vastuullisesti tuotetut POS-tuotteet voivat tarjota mahdollisuuksia kierrätykseen. Esimerkiksi vanhojen laitteiden tai materiaalien kierrätysohjelmat voivat auttaa vähentämään elektroniikkajätettä.

- **Pakkausten minimointi:**

Vähentämällä pakkausmateriaalien käyttöä voidaan vähentää jätteiden määrää. Kestävät pakkausratkaisut, kuten vähennetyt muovimäärät tai uusiokäytökelpoiset pakkaukset, voivat olla osa vastuullista lähestymistapaa.

- **Energiatehokkuus:**

POS-materiaalien, mm. infonäyttöjen, energiatehokkuus on tärkeää. Energiatehokkaat laitteet voivat vähentää energiankulutusta ja siten ympäristövaikutuksia.

Huolehdi kokonaisuudesta. Usein materiaaleja tulee usealta eri toimijalta, jolloin henkilöstö ei välttämättä tiedä, kuinka monesta eri osasta kampanja koostuu. Tällöin osa materiaaleista saattaa jäädä kokonaan käyttämättä.

Vaikka materiaali olisi suunniteltu uudelleenkäytettäväksi, saatetaan unohtaa käytännön asiat kuten uudelleenpakkaus, siirto tai varastointi. Jos näihin ei ole budjetoitu erikseen, kustannukset voivat nousta, ja lopulta materiaali päättyy kertakäyttöön suunnitelmista huolimatta.

” Jokainen painotuote, tapahtumanäkyvyys ja Point of Sales -ratkaisu on valinta – ei vain väreistä ja materiaaleista, vaan siitä, millaista maailmaa olemme luomassa. Tilaajana vaikutat valinnoillasi.”

Mirka Lammi

Chief Marketing & Sustainability Officer
Rebl Group Oyj

14. Suorapostituksen ajantasainen ja relevantti asiakasrekisteri

Vääriin osoitteisiin lähetetty suorapostitus on hukkaan heitettyä rahaa sekä kuormittaa luontoa. Asiakasrekisteriä täytyy myös yleisen tietosuoja-asetuksen eli GDPR:n mukaan ylläpitää.

Vastuullisen suorapostikampanjan tarkistuslista:

1. Tietosuoja ja luvat

- Tarkista, että vastaanottajien tiedot on kerätty laillisesti ja läpinäkyvästi.
- Asiakkaat ovat antaneet suostumuksensa suoramarkkinointiin tai siihen on muu lainmukainen peruste.
- Viestissä on selkeä ohje vastaanottajan oikeudesta kieltäytyä tulevista viesteistä (opt-out).
- Käytössä on ajantasainen rekisteriseloste ja tietosuojakäytäntö.

2. Kohdentaminen ja sisällön relevanssi

- Kohderyhmä on määritelty tarkasti (ei massapostitusta kaikille).
- Osoitelista ajan tasalla – pidä osoitelistat ”tuoreena”.
- Viestin sisältö on aidosti hyödyllinen ja kiinnostava vastaanottajalle.
- Viesti on räätälöity kohderyhmän kielen, tarpeiden ja arvojen mukaisesti.
- Tarjoa mahdollisuus kieltäytyä tulevista lähetyksistä.

Vastuullisuus-
näkökulmat
suorapostituk-
sessa.

Huomioi GDPR

Varmista, että
sinulla on laillinen peruste
käsitellä asiakkaiden
henkilötietoja.

3. Ympäristövastuu

- Käytetty materiaali on ekologista (kierrätetty, PEFC, FSC-sertifioitu tms.).
- Painotalolla on ympäristösertifikaatit (esim. ISO 14001).
- Ajoita materiaalit ja tiedot toimijoille oikeaan aikaan.
- Postitusmäärä on optimoitu – ei turhia lähetyksiä.
- Jakelussa suositaan vähäpäästöisiä vaihtoehtoja.

4. Eettinen ja saavutettava viestintä

- Viestisisältö on selkeää ja asiallista – ei harhaanjohtavaa.
- Kieli, kuvat ja grafiikka kunnioittavat monimuotoisuutta ja inklusiivisuutta.
- Viesti on helposti luettavissa myös ikäihmisille tai näkörajoitteisille (selkeät fontit, riittävä kontrasti).
- Tarkista, että myös alihankkijat ja jakelijat toimivat vastuullisesti.

5. Seuranta ja vaikutusten arviointi

- Onko olemassa suunnitelma tulosten seuraamiseksi (esim. vastausprosentti, palaute)?
- Arvioidaan kampanjan ympäristövaikutuksia ja asiakaspalautetta.
- Tehdään tarvittaessa korjaavia toimenpiteitä tulevia kampanjoita varten.

Valitse
ekologisia
materiaaleja.

Suosi vähäpäästöisiä vaihtoehtoja.

Tarkista myös
alihankkijoiden
ja jakelijoiden
vastuullisuus.

15. Painotalon valinta

Näitä asioita voit kysyä painotalolta:

- Eettiset toimintatavat?
- Tuki ja ohjeet vastuulliseen suunnitteluun?
- Tuotantolinjojen sertifiointit / [SBT-tavoitteet](#) ja niihin sitoutuminen?
- Ekologisten painomateriaalien saatavuus ja valikoiman laajuus?
- Jätemateriaalien kierrätys / hävittäminen?
- Onko tarjolla palvelulogistisia ratkaisuja?
- Pystytäänkö tuotantoprosessia läpivalaisemaan?
- Miten on hoidettu lämmön käyttö ja talteenotto?
- Vihreän sähkön ja energian osuus?
(kertoo kuinka sitoutunut yritys on oman toiminnan vaikutusten pienentämiseen)



Suosi paikallisia
painotaloja ja paperitoimittajia
vähentääksesi
tuotteen kuljetuksen
aiheuttamia
ympäristövaikutuksia.

Liikelahjojen hankinta



16. Liikelahjojen vastuullinen hankinta

Liikelahjojen vastuullinen hankinta edellyttää tietoista valintaprosessia ja huomion kiinnittämistä ympäristöystävällisiin, eettisiin ja sosiaalisesti kestäviin kriteereihin.

Tässä on joitakin vinkkejä liikelahjojen vastuullisen hankinnan toteuttamiseksi:

- **Valitse eettiset toimittajat:**

Tee yhteistyötä toimittajien kanssa, jotka noudattavat eettisiä liiketoimintakäytäntöjä. Kysy toimittajilta heidän ympäristö-, työntekijä- ja ihmisoikeuskäytännöistään.

- **Ympäristösertifikaatit ja -standardit:**

Suosi toimittajia, joilla on ympäristösertifikaatteja, FSC (Forest Stewardship Council) ja PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) -sertifikaatit tai ISO 14001. Tarkista, noudattaako toimittaja vastuullisuuteen liittyviä standardeja.

- **Kestävät materiaalit:**

Valitse lahjoja, jotka on valmistettu kestävästä ja ympäristöystävällisistä materiaaleista. Vältä kertakäyttöisiä tai vaikeasti kierrätettäviä materiaaleja.

Valitse eettisesti toimivat toimittajat.

Suosi paikallisia toimittajia vähentääksesi kuljetusmatkoja ja tukemalla paikallista taloutta.

- **Kierrätettävyys ja uusiokäyttö:**

Valitse lahjoja, jotka ovat helposti kierrätettäviä tai uudelleenkäytettäviä.
Vältä ylisuuria pakkauksia ja turhia muovimateriaaleja.

- **Sosiaalinen vastuu:**

Hanki lahjoja yrityksiltä, jotka ovat sitoutuneet sosiaaliseen vastuuseen ja reiluun kauppaan. Tarkista, että toimittajat kunnioittavat työntekijöiden oikeuksia ja noudattavat asianmukaisia työstandardeja.

- **Lahjojen käytännöllisyys:**

Valitse lahjoja, jotka ovat käytännöllisiä ja hyödyllisiä, jotta ne eivät päädy hukkaan.

- **Vastuulliset lahjapakkaukset:**

Jos käytät lahjapakkauksia, valitse kierrätettäviä tai uudelleenkäytettäviä vaihtoehtoja. Vältä liiallista pakkausmateriaalien käyttöä.

- **Seuraa ja raportoi:**

Seuraa toimittajien suorituskykyä säännöllisesti ja vaadi heiltä tietoa vastuullisuuskäytännöistään.

Raportoi liikelahjojen hankinnan vastuullisuudesta yrityksen sidosryhmille.

Vastuullinen liikelahjojen hankinta edistää kestävää liiketoimintaa ja voi myös parantaa yrityksen mainetta vastuullisena toimijana.

Valitse lahjoja,
jotka ovat
hyödyllisiä.

Osallista henkilöstöä
liikelahjojen valintaan
tai kysy heidän mielipiteitään.
Tämä voi auttaa varmistamaan,
että lahjat vastaavat
vastaanottajien arvoja ja
mieltymyksiä.

17. Liikelahjatoimittajan valinta

Vastuullisen toimittajan valinta liikelahjojen ja give away -tuotteiden hankintaan on tärkeä osa kestävän kehityksen mukaista toimintaa ja brändimielikuvaa. Kun lahjoitat tuotteita asiakkaille, kumppaneille, sidosryhmille tai henkilöstölle, valinnoillasi on suora vaikutus siihen, miten yrityksesi nähdään: vastuullisena vai ei.

Miten valitaan vastuullinen toimittaja liikelahjoille ja give away -tuotteille:

1. Määrittele vastuullisuuskriteerit

Ennen toimittajavertailua on hyvä miettiä, mitä vastuullisuus merkitsee juuri näiden tuotteiden kohdalla:

Tuotteen elinkaari:

- Onko tuote kestävä, uudelleenkäytettävä tai kierrätettävä?
- Voiko tuote päätyä helposti roskaksi vai onko se aidosti hyödyllinen?

Valmistusmateriaalit:

- Sisältääkö tuote ekologisia materiaaleja (esim. kierrätysmuovia, bambua, luomupuuvillaa)?
- Onko pakkaus ympäristöystävällinen tai täysin muoviton?

Valmistusolosuhteet:

- Onko tuote valmistettu eettisesti, ilman lapsityövoimaa ja oikeudenmukaisissa työoloissa?
- Onko toimittajalla vastuullisuussertifikaatteja (esim. amfori BSCI, Fairtrade, GOTS, ISO 14001, SA8000)?

2. Tee taustaselvitys toimittajasta

Tarkista:

- Toimittajan verkkosivuilta tai katalogeista löytyykö vastuullisuuslinjaus tai Code of Conduct.
- Onko heillä erikseen ekologisten tuotteiden valikoimaa?
- Voiko heiltä pyytää dokumentaatiota vastuullisuussertifikaateista tai tuotantopaikoista?

Kysy tarjouspyynnössä:

- Missä tuotteet valmistetaan?
- Mistä raaka-aineet ovat peräisin?
- Voiko tuotetta brändätä ilman muovia tai ympäristölle haitallisia aineita?
- Onko tuote ja pakkaus kierrätettävä?

3. Suosi kotimaisia ja eurooppalaisia toimittajia (jos mahdollista)

- Lähempää tulevat tuotteet vähentävät kuljetuspäästöjä.
- Kotimaiset tai EU:n sisäiset toimijat ovat usein valvotumpia ja täyttävät tiukemmat lainsäädännölliset vaatimukset.
- Suomessa tai Euroopassa valmistetut tuotteet voivat myös viestiä laatua ja luotettavuutta.

Kysy tarjouspyynnössä:

- Missä tuotteet valmistetaan?
- Mistä raaka-aineet ovat peräisin?
- Voiko tuotetta brändätä ilman muovia tai ympäristölle haitallisia aineita?
- Onko tuote ja pakkaus kierrätettävä?

4. Sisällytä vastuullisuusvaatimukset tarjouspyyntöön ja sopimukseen

Pyydä tarjouspyynnössä toimittajaa erittelemään vastuulliset vaihtoehdot.

Sopimuksessa voit vaatia esimerkiksi:

- Sertifioitujen materiaalien käyttöä
- Läpinäkyvää toimitusketjua
- Tiedon tuotteen hiilijalanjäljestä (jos saatavilla)

5. Tee pitkäaikaista yhteistyötä vastuullisten toimittajien kanssa

Kun löydät luotettavan ja vastuullisen kumppanin, kannattaa rakentaa pitkäaikainen suhde.

Se mahdollistaa parempien tuotteiden yhteiskehittämisen ja läpinäkyvän viestinnän asiakkaillesi. Pitkäaikainen yhteistyö lisää myös luottamusta ja toimitusvarmuutta.

➤ amfori.org/en

➤ fairtrade.net/en.html

➤ global-standard.org

➤ ekokompassi.fi

➤ sa-intl.org/programs/sa8000/

6. Hyödynnä vastuullisuutta viestinnässä

Kun valitset vastuullisesti valmistettuja tuotteita, voit kertoa siitä avoimesti:

- "Tämä lahja on valmistettu kierrätetystä PET-muovista."
- "Valitsimme tämän suomalaisen toimittajan, koska heidän tuotantonsa on hiilineutraali."
- Tämä parantaa brändin arvoa ja vastaa asiakkaiden ja sidosryhmien odotuksiin.

Esimerkkejä vastuullisista liikelahjoista:

- Kestävät juomapullot tai termosmukit (kierrätysmateriaaleista)
- Luonnonkuituiset kangaskassit (GOTS-sertifioitu puuvilla)
- Istutettavat siemenkortit tai mehiläispaperit
- Kotimaiset design-tuotteet pienyrittäjiltä
- Digitaaliset lahjakortit (ei fyysistä jätettä)



Kertauksena TOP6 vinkkiä vastuulliseen valintaan:

1. Määrittele vastuullisuuskriteerit.
2. Tee taustaselvitys toimittajasta.
3. Suosi kotimaisia ja eurooppalaisia toimittajia (jos mahdollista).
4. Sisällytä vastuullisuusvaatimukset tarjouspyyntöön ja sopimukseen.
5. Tee pitkäaikaista yhteistyötä vastuullisten toimittajien kanssa.
6. Hyödynnä vastuullisuutta viestinnässä.

Logistiikka ja varastointi



18. Tuotteiden vastuullinen jakelutie

Jakeluvaiheessa markkinointimateriaalit toimitetaan kohderyhmälle. Kuljetusten hiilijalanjälkeen voidaan vaikuttaa merkittävästi kuljetusten optimoinnilla sekä pakkaussuunnittelulla. Helpoin tapa vaikuttaa kuljetusten hiilijalanjälkeen on tilata tuotteiden kuljetus riittävän ajoissa.

Painotuotteiden vastuullisen jakelutien toteuttaminen edellyttää useita harkittuja toimenpiteitä. Tässä on joitakin ideoita ja käytäntöjä, jotka voivat auttaa luomaan kestävän ja vastuullisen painotuotteiden jakelutien:

Materiaalivalinnat:

- Käytä kierrätettäviä ja uusiutuvia materiaaleja painotuotteiden valmistuksessa ja pakkaamisessa.
- Minimoi pakkausmateriaalien käyttöä ja valitse kevyitä materiaaleja vähentääksesi kuljetuksen ympäristövaikutuksia.

Painoprosessin optimointi:

- Optimoï painotuotteiden suunnittelu ja asettelu vähentääksesi hukkaa.
- Optimoï tuotteiden menekki, määrä ja tilauseräkoot loppukäyttäjälle.

Suosi uusiutuvilla energialähteillä toimivia kuljetuspalveluita.

Tilaa kuljetus riittävän ajoissa!

Hyödynnä logistisia ratkaisuja, jotka pienentävät hiilijalanjälkeä, kuten yhteiskuljetuksia tai paikallisia jakelijoita.

Kuljetuksen optimointi

- Keskity paikalliseen jakeluun vähentääksesi pitkiä kuljetusmatkoja.
- Käytä tehokkaita kuljetusreittejä ja yhdistä kuljetuksia vähentääksesi päästöjä.

Digitaalinen jakelu:

- Harkitse painotuotteiden sähköistä jakelua, kuten sähköpostitse tai digitaalisina latauksina, vähentääksesi fyysistä kuljetusta.
- Tarjoa käyttäjälle mahdollisuus ladata painotuotteet verkkosivuilta.

Kierrätys ja jätteiden vähentäminen:

- Kannusta käyttäjiä kierrättämään painotuotteet.
- Käytä kierrätysmateriaaleja ja suunnittele tuotteet siten, että ne voidaan helposti kierrättää.

”Tuotteet tulevat paremmin esille kun asiakas on itse tilannut materiaalit.”

Eeva Ylimartimo
Toimitusjohtaja
Velox Logistiikka Oy

Vastuulliset kumppanuudet:

- Valitse vastuulliset ja ympäristöystävälliset kumppanit, kuten painotalot ja jakeluyritykset.
- Tarkista toimittajien ja kumppaneiden ympäristökäytännöt.

Asiakasviestintä:

- Tiedota asiakkaille yrityksesi vastuullisista käytännöistä.
- Tarjoa asiakkaille mahdollisuus valita ympäristöystävällisempi jakelutapa, kuten sähköinen toimitus.

Jatkuvan parantamisen prosessi:

- Seuraa ja arvioi jatkuvasti toimintasi ympäristövaikutuksia ja etsi tapoja parantaa niitä.
- Osallistu sertifiointiohjelmiin, kuten FSC (Forest Stewardship Council)



Toteuttamalla näitä käytäntöjä voit luoda vastuullisen jakelutien painotuotteillesi, vähentää ympäristövaikutuksia ja vastata kasvavaan ekologisen vastuun paineeseen.

19. Tuotteiden kuljetus

Tilaa kuljetukset jo hyvissä ajoin, jotta ajojärjestelijät pystyvät hyödyntämään ekologisimpia kuljetusmuotoja sekä optimoimaan ajoneuvojen käytön. Kuljetusmuotojen ekologisuuteen vaikuttaa kuljetusvälineen polttoaineen kulutuksen ja saastuttavuuden lisäksi myös se kuinka täynnä kuljetuskapasiteetti on. Tämä vaikuttaa myös hintaan nostavasti.

Kuljetusyhtiöiden ajojärjestelijät pyrkivät optimoimaan tavaroiden noudot ja haut siten, ettei ajoneuvojen tarvitse kulkea vajaina. Ymmärrettävästi on erittäin epäekologista, että painotalon pihaan kurvaa useita rekkoja hakemaan yksittäisiä paketteja. Kun aikaa tilausten suunnitteluun ei ole varattu riittävästi, ei tavaroiden noutoa ja vientiä pystytä optimoimaan parhaalla mahdollisella tavalla.

Vastuullinen kuljetusyhtiö tarjoaa sinulle henkilökohtaista apua tavarantoimitusten suunnitteluun sekä kertoo, mikä on riittävä aika kuljetusten optimointiin. Usein kuljetukset kannattaa tilata jo siinä vaiheessa kun tilaa itse työt.

Kun vertaillet eri kuljetusyhtiöitä, on hyvä muistaa, että hintaero eri kuljetusyhtiöiden välillä on melko pieni, koska kaikki Suomessa toimivat yhtiöt käyttävät samoja lauttayhteyksiä ja lentoyhtiöitä. Osa kuljetuspalvelun tarjoajista esittää hinnat sisältäen kaikki kustannukset, kun taas osalla ne ilmoitetaan erikseen. Osa kuljetusyhtiöstä myös kompensoi kuljetustensa aiheuttamia hiilijalanjälkiä hankkimalla ajoneuvoihin biopolttoainetta. Siksi kuljetusten kilpailuttamisessa kannattaa olla tarkkana ja nostaa tarjoukseen myös vastuullisuustavoitteet.

Ajoissa tehdyllä kuljetustilauksella on myös suora vaikutus kuljetusten hintaan.

Helpoin tapa vaikuttaa kuljetusten hiilijalanjälkeen on tilata tuotteiden kuljetus riittävän ajoissa.

Välivarastointi

Kun samaa tuotetta tarvitaan usein, on välivarastointi järkevä ratkaisu. Suomi sijaitsee logistisesti kaukana Euroopasta ja siksi esimerkiksi messu- ja näytemateriaalien välivarastointi voi olla järkevää toteuttaa Manner-Euroopassa hyvien logististen yhteyksien päässä. Se vähentää kuljetuksista aiheutuvaa hiilijalanjälkeä, mutta myös nopeuttaa toimituksia.

Kuljetusten hiilijalanjälkeen vaikuttaa kuljetusmuoto, matka, reitti sekä kuljetusyhtiön kaluston sijainti.

Apuna hiilijalanjäljen analysointiin voi käyttää kuljetusyhtiöiden omia laskureita, kuten esimerkiksi [FREJA Transport & Logisticsin](#) rakentama [Hiilijalanjäkilaskuri-analysaattori](#).

”Toimitetaan vain asiakkaan tarvitsemat määrät, näin hävikin määrä vähenee.”

Eeva Ylimartimo
Toimitusjohtaja
Velox Logistiikka Oy

20. Markkinointilogistiikka

Markkinointilogistiikka (tunnetaan myös nimellä **fyysinen jakelu**) tarkoittaa tavaroiden, palveluiden ja niihin liittyvän tiedon fyysisen virran suunnittelua, toteutusta ja hallintaa tuotantopaikasta aina kulutuskohteeseen asti – tavoitteena täyttää asiakastarpeet mahdollisimman tehokkaasti ja kannattavasti.

Markkinointilogistiikkaan sisältyy useita keskeisiä toimintoja, kuten:

- **Hankintapalvelu**
Tuotteiden ja palveluiden hankintaa asiakkaan toimeksiannosta.
- **Kuljetus / jakelu**
Tavaroiden siirtäminen valmistuspaikasta jakelupisteisiin ja lopulta asiakkaalle.
- **Varastointi**
Tuotteiden säilyttäminen, kunnes niitä tarvitaan.
- **Varastonhallinta**
Varmistetaan, että oikea määrä tuotteita on saatavilla oikeaan aikaan.
- **Tilausten käsittely**
Asiakkaan tilausten nopea ja tarkka käsittely.

Markkinointilogistiikka
= fyysisten tuotteiden jakelu

Markkinointilogistiikan
tehtävä on varmistaa, että
oikea tuote
päätyy oikealle asiakkaalle
oikeaan aikaan,
oikeassa kunnossa ja
oikeaan hintaan
– tukien koko yrityksen
markkinointistrategiaa.

- **Logistiikkainformaatiojärjestelmät**

Tuotteiden ja tiedon kulun seuranta ja hallinta.

- **Palautuslogistiikka ja kiertotalous**

Pyritään pitämään tuotteet, materiaalit ja resurssit kierrossa mahdollisimman pitkään

Markkinointilogistiikassa ei ole enää kyse vain “viennistä asiakkaalle”, vaan myös siitä, mitä tapahtuu sen jälkeen:

- Asiakaspalautukset ja käytetyt tuotteet täytyy hoitaa hyvin → asiakastyytyväisyys.
- Tehokas palautuslogistiikka vähentää kustannuksia ja ympäristökuormaa.
- Kiertotalous voi olla osa brändin arvolupauksista → markkinoinnin kilpailuvaltti.
- Logistiikan järjestelmien pitää tukea sekä eteen- että taaksepäin kulkevia virtoja.

” Usein suunnittelussa unohtuu loppupään toteutus, ja pahimmillaan materiaalit saapuvat myymälään vasta, kun kampanja on jo puolivälissä tai jopa päättymässä.”

Tanja Kortelainen
Manager, Merchandising Services
Retail 24

21. Painotuotteiden ja liikelahjojen vastuullinen varastointi

Mikäli yritykselläsi ei ole omia varastotiloja, niin myös painotalot sekä kuljetusyhtiöt tarjoavat varastointia. Jos painotuotteita lähetetään eri osoitteisiin, ei ole järkevää edes ottaa tuotteita omaan varastoosi, vaan varastoida ne painotalon tiloissa, joka säästää yhden kuljetuskerran.

Jos painotuotteita käytetään eri maissa, voi myös välivarastointi olla järkevä vaihtoehto. Kuljetusyhtiöt tarjoavat välivarastoja eri maissa, jolloin jakelu nopeutuu sekä tarvittavien kuljetusten määrä vähenee.

Vastuullinen varastointi liikelahjojen osalta voi liittyä useisiin näkökohtiin, kuten ympäristöystävällisyyteen, turvallisuuteen ja tehokkuuteen. Tässä on joitakin vinkkejä vastuulliseen liikelahjojen varastointiin:

Ympäristöystävälliset varastoratkaisut:

- Käytä kierrätettäviä ja kestäviä varastointimateriaaleja, kuten pahvia tai kierrätettävää muovia.
- Vältä ylisuuria pakkauksia ja käytä optimaalista pakkauskokoa vähentääksesi tarpeetonta jätettä.

”Vaikka materiaali olisi suunniteltu uudelleenkäytettäväksi, saatetaan unohtaa käytännön asiat kuten uudelleenpakkaus, siirto tai varastointi. Jos näihin ei ole budjetoitu erikseen, kustannukset voivat nousta, ja lopulta materiaali päättyy kertakäyttöön suunnitelmista huolimatta.”

Tanja Kortelainen
Manager, Merchandising Services
Retail 24

Sertifikaatit ja standardit:

- Valitse varastointi- ja pakkausmateriaalit, jotka täyttävät tietyt ympäristöstandardit, kuten FSC- tai PEFC-sertifikaatit.

Jätteiden lajittelu:

- Järjestä varastotilat siten, että jätteiden lajittelu on helppoa. Kierrätä paperi, pahvi, muovi ja muut kierrätettävät materiaalit asianmukaisesti.

Energiatehokkuus:

- Käytä energiatehokkaita valaistus- ja lämmitysjärjestelmiä varastoissasi.
- Harkitse uusiutuvan energian käyttöä, jos se on mahdollista.

Turvallisuus ja ergonomia:

- Huolehdi turvallisista varastointiratkaisuista estääksesi vahinkoja.
- Optimoi tilat siten, että työntekijöiden on helppo liikkua ja käsitellä materiaaleja vähentäen fyysistä rasitusta.



Vastuullinen varastointi
liikelahjojen osalta voi liittyä
useisiin näkökohtiin, kuten
ympäristöystävällisyyteen,
turvallisuuteen ja tehokkuuteen.

Jäljitettävyys ja varastointitehokkuus:

- Käytä varastointijärjestelmiä, jotka mahdollistavat brändimateriaalien tarkan jäljitettävyden.
- Käytä tehokkaita varastointiratkaisuja optimoidaksesi tilan käytön ja minimoidaksesi hukkaa.

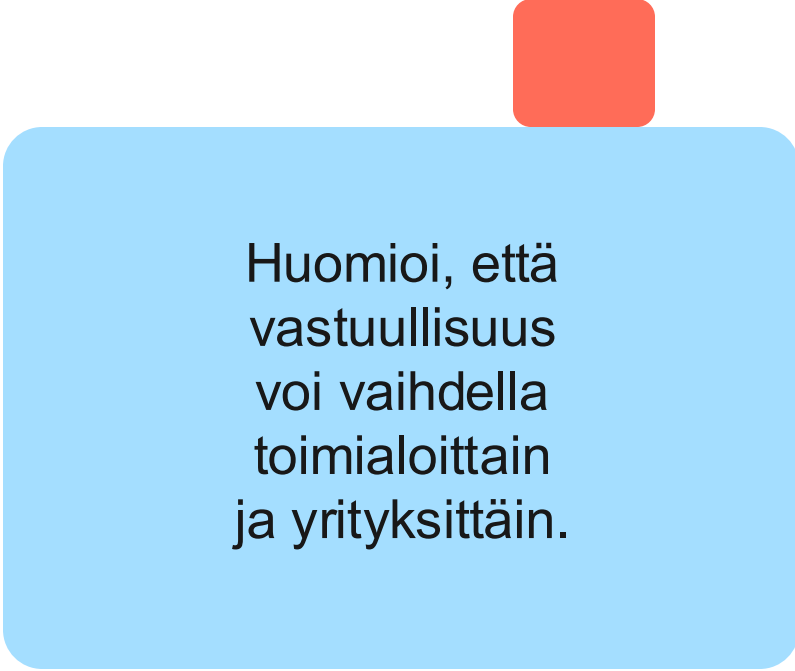
Koulutus ja tietoisuus:

- Kouluta henkilökuntaa vastuullisen varastoinnin käytännöistä ja korosta ympäristöystävällisiä toimintatapoja.

Hävikin minimointi:

- Seuraa ja hallitse varastotasoja tehokkaasti välttääksesi ylimääräistä tuotantoa ja hävikkiä. Tiedot saldoista, menekistä ja sitoutuneesta pääomasta antavat hyvät tiedot seuraaviin valmistuseriin ja hävikin minimointiin. Huomioi, että vastuullisuus voi vaihdella toimialoittain ja yrityksittäin. Jatkuvan parantamisen periaatteiden soveltaminen varastointikäytäntöihin auttaa varmistamaan, että brändimateriaalien varastointi on mahdollisimman kestävä ja vastuullista.

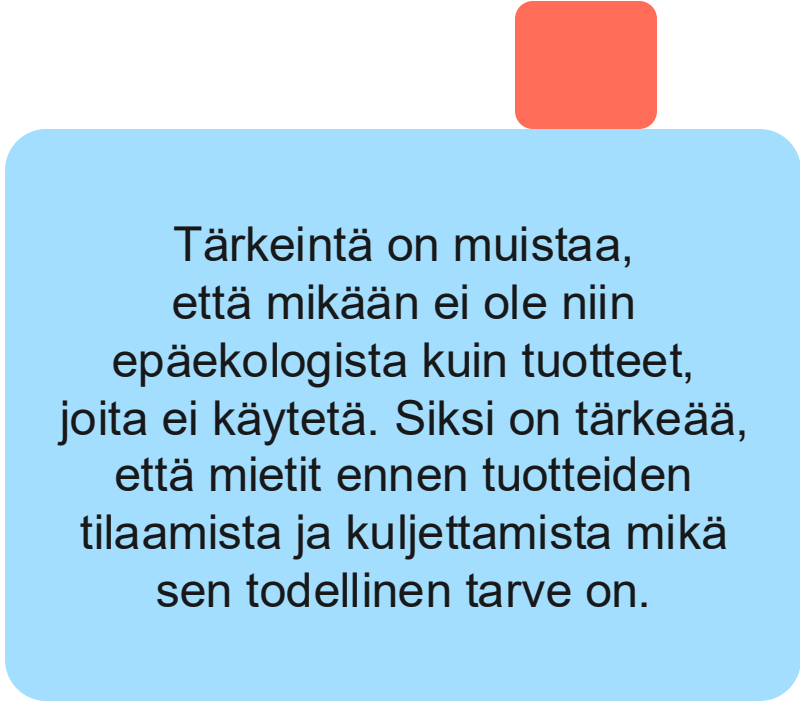
Lisätietoja: www.logistiikanmaailma.fi



Huomioi, että
vastuullisuus
voi vaihdella
toimialoittain
ja yrityksittäin.

22. Jakeluketjun seuranta, läpinäkyvyys ja raportointi

Saat todellisen käsityksen markkinoinnin töiden aiheuttamasta hiilijalanjäljestä vain läpivalaisemalla koko arvoketjun suunnittelusta, tuotantoon ja kuljetuksiin. Tämä ei kuitenkaan ole ongelmattonta, koska tieto on pirstaloitunut. Kehittyneet painotalot pystyvät tuottamaan sinulle tietoa painotöiden hiilijalanjäljestä, mutta tuotteiden kuljettamisen aiheuttama hiilijalanjälki selviää vasta kuljetusyhtiön raportista.



Tärkeintä on muistaa, että mikään ei ole niin epäekologista kuin tuotteet, joita ei käytetä. Siksi on tärkeää, että mietit ennen tuotteiden tilaamista ja kuljettamista mikä sen todellinen tarve on.

23. Paperinkierrätys/ -keräys

Paperinkierrätyksen toteuttaminen vaatii huolellista suunnittelua ja ympäristöystävällisten materiaalien valintaa. Näillä toimenpiteillä voit vähentää hiilijalanjälkeä ja edistää kestävä kehitystä.

Kierrätys sellaisenaan:

- Hyllytätön suunnittelu
- Tuotteiden pois kerääminen, uudelleen käyttöön ”restaurointi”, varastointi ja uudelleen toimitus.
- Tuotteen kierrätys kokonaan tai osittain.

Noudata paperinkierrätyksen/-keräyksen alueellisia/ yleisiä [ohjeita](#).

Hyvä muistaa,
että eri maissa on erilaiset
kierrätysjärjestelmät ja
ohessa olevat kierrätystavat
pätevät vain Suomessa.

24. Painotuotteiden ja liikelahjojen hävittäminen

Hävitys tarkoittaa materiaalien tai tuotteiden poistamiseen käytöstä silloin, kun niitä ei voida kierrättää tai käyttää uudelleen. Tavoitteena on varmistaa turvallinen ja sääntelyä noudattava poistaminen.

Hävittämisvaiheessa painotuotteet ja liikelahjat, jotka eivät ole enää käytössä, tulee hävittää vastuullisesti. Vanhojen aineistojen vastuullinen hävittäminen ja takaisinkeruu ovat tärkeitä ympäristön kannalta ja kierrätyksen suunnittelu tärkeä osa tuotteiden elinkaarta.

- Ensisijainen keino on välttää hukkaa painamalla ja teettämällä vain tarpeellinen määrä ja seuraamalla analytiikan kautta menekkiä, jolloin pystytään paremmin optimoimaan määriä.
- Hyödynnetään kierrätysmahdollisuudet: ylijäämämateriaalit kierrätetään tai uudelleen käytetään.
- Varmistetaan, että hävitys tapahtuu vastuullisesti, esimerkiksi käyttäen biohajoavia materiaaleja tai toimittamalla ne sertifioituihin jätteenkäsittelylaitoksiin.

Hyödynnä
kierrätysmahdollisuudet!

Tiesitkö,
että esimerkiksi
Roll Up:ien -mekanismit
voidaan kierrättää?
Tällöin vain kuvavuota
vaihdetaan uuteen
tarpeen mukaan.

Loppusanat ja toimituskunta

Opas on laadittu **lisäämään tietoisuutta** markkinointimateriaaleja tilaaville, suunnitteleville ja toteuttaville tahoille sekä palveluntuottajille heidän hankintaprosessiensa vaikutuksista. Oppaan pääpaino on **hiilijalanjäljen ja hukan vähentämisessä**, mutta se tarjoaa samalla vinkkejä sosiaalisen vastuun lisäämiseksi.

Vastuullisuus: Opas korostaa vastuullisuuden merkitystä markkinointimateriaalien tuotantoprosessissa, joka kattaa useita vaiheita suunnittelusta hävittämiseen.

Hiilijalanjäljen vähentäminen: Opas tarjoaa konkreettisia vinkkejä ja suosituksia, joiden avulla markkinointimateriaalien hiilijalanjälkeä voidaan vähentää.

Sosiaalinen vastuu: Materiaali sisältää suosituksia sosiaalisen vastuun lisäämiseksi, kuten työntekijöiden oikeudenmukainen kohteluun.

Toimituskunta

Oppaan ovat toteuttaneet yhdessä:

Marketing Finland ry

Esa Hyvärinen, Mastos Oy, Business Director

Helena Kujanpää, markkinoinnin ja viestinnän asiantuntija

Vastuulliset valinnat voivat olla haastavia, sillä oikean vaihtoehdon löytäminen ei ole aina yksiselitteistä.

Kun toiminnan taustalla on hyvät tarkoitusperät, kompromissitkin voivat olla perusteltuja.

Kaikki päätökset eivät välttämättä osu täysin oikeaan, mutta tärkeintä on oppia niistä ja kehittyä jatkuvasti.

Vastuullisuusstrategian
integrointi koko hankintaketjuun,
auttaa paitsi ympäristöä,
myös viestii asiakkaille ja
sidosryhmille sitoutumisesta
kestävän kehityksen periaatteisiin.

Yhdessä
vastuullisesti
toimien pääsemme
asetettuihin
tavoitteisiin.

Marketing Finland