



TEKSTI: Krista Korpela-Kosonen | KUVITUS: rawpixels.com / Freepik

# MITEN TEILLÄ VIESTITÄÄN VASTUULLISUUDESTA?

Ruokapalvelualalla tehdään vaikuttavaa vastuullisuustyötä. Siitä kannattaa viestiä suunnitelmallisesti, sillä vastuullisuus ei näy tuotteesta tai palvelusta päällepäin.

**S**uomalaiset kuluttajat haluavat yhä enemmän tietoa käyttämiensä tuotteiden ja palveluiden vastuullisuudesta.

”Vastuullisuus ei kuitenkaan näy tuotteesta, palvelusta tai brändistä päällepäin. Siksi siitä pitää viestiä. Jos vastuullisuudesta ei viestiä, kuluttajan on vaikea tehdä vastuullisia valintoja”, sanoo vastuullisuusviestinnän asiantuntija **Heidi Korva** viestintätoimisto Communikésta.



**Kuluttajat odottavat, että yritysten ja organisaatioiden toiminta ja viestintä on avointa ja läpinäkyvää.**

Korvan mukaan vastuullisuudesta viestiminen on tärkeää kaikilla toimialoilla, koska kuluttajat odottavat, että yritysten ja organisaatioiden toiminta ja viestintä on avointa ja läpinäkyvää.

”Kun yritys tai organisaatio alkaa viestiä vastuullisuudesta, sillä on luottamusta kasvattava vaikutus.”

Heidi Korva

## Vastuullisuustyössä ei voi koskaan olla valmis

Vastuullisuustyöstä ja -teoista viestiminen on Korvan mukaan viime vuosina lisääntynyt Suomessa. Vastuullisuudesta viestimistä ei silti pidetä yrityksissä ja organisaatioissa aina kovin helppona asiana.

”Monet toimijat ajattelevat, ettemme ole vastuullisuudessa vielä tarpeeksi pitkällä, jotta siitä voisi viestiä. Vastuullisuustyössä ei kuitenkaan voi olla koskaan valmis, koska koko ajan tulee uusia huomioitavia asioita. Jostakin kannattaa aloittaa. Alussa voi viestiä, että olemme vasta alkumatkalla emmekä ole vielä läheskään siellä, minne haluamme edetä”, Korva sanoo.

Millaisista vastuullisuuden teemoista juuri nyt pitäisi viestiä? Korvan mukaan ajankohtaisia, yhteisesti merkittäviä vastuullisuusteemoja ovat esimerkiksi ilmastonmuutos ja luonnon monimuotoisuuden väheneminen. Eri toimialoilla voivat lisäksi korostua myös muut vastuullisuusteemat.



**Raaka-aineiden alkuperä kiinnostaa, samoin työntekijöiden hyvinvointi sekä paikallisuus.**

”Ruoka-alalla tärkeitä teemoja ovat etenkin ihmisten, eläinten ja ympäristön hyvinvointi. Raaka-aineiden alkuperä kiinnostaa, samoin työntekijöiden hyvinvointi sekä paikallisuus”, Korva määrittelee.

## Onko vastuullisuus huomioitu hankinnoissa?

Hyvä vastuullisuusviestinnän lähtökoh- ta kaikenkokoisille ammattikeittäille on hankinnoista ja raaka-aineiden alkuperästä viestiminen. Yhä useammat ruokailijat kaipaavat tietoa siitä, mistä tarjottu ruoka on peräisin.

”Ruokapalveluissa kannattaa varmistaa, miten vastuullisuus on otettu hankinnoissa huomioon. Tarjotaanko meillä esimerkiksi lähituottajan perunaa tai tuotteita,

joille on myönnetty vastuullisuussertifikaatteja? Näistä kannattaa kertoa vaikkapa ruokalistassa, verkkosivuilla tai tarjoululinjastossa”, Korva sanoo.

Myös erilaiset teemaviikot ovat ruokapalvelualan toimijoille luonteva tapa nostaa omaa vastuullisuustyötä esille. Hävikkiiviikon ja kestävä kehityksen viikon kaltaiset teemat tarjoavat mahdollisuuden innostaa ruokailijain mukaan toimintaan.

Korva kertoo, että asiakkaiden ja sidosryhmien osallistaminen tekemiseen mukaan on vastuullisuusviestinnässä vahvistuva suuntaus. Ruokapalvelualan arjessa toteutetaan jo toimivia käytäntöjä. Hyvä esimerkki on hävikkiruuan myynti, joka on ollut monissa toimipaikoissa tehokas tapa saada hyötykäyttöön lounastarjoilusta ylijääneitä ruokia.

”Se on vastuullisuusteko ja vastuullisuusviestintää, että innostetaan ihmisiä niitä ostamaan. Ruokapalvelualalla on tehty tässä vuosikausia hyvää työtä”, Korva sanoo.

Yksi ruokapalvelualan vastuullisuustyön ja vaikuttamisen keino on tuuppaus eli nudging. Se tarkoittaa niitä lukuisia hienovaraisia keinoja, joilla ruokailijat saadaan automaattisesti tekemään vähän parempia valintoja. Vaikkapa niin, että sijoitetaan salaattit ja kasvikset ensimmäiseksi linjastoon, jotta ruokailija ottaa niitä lautaselleen enemmän.

”Ammattikeittiöt ovat monessa vastuullisuusasiassa esimerkin ja suunnan näyttäjiä. Parhaimmillaan tekojen vaikutavuus on paljon omaa keittiötä laajempi, kun ne siirtyvät käytännöiksi asiakkaiden arkeen ja koteihin.”



**Aina voi kertoa tavoitteista ja siitä, että me alamme nyt miettiä enemmän näitä asioita.**

## Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty

Koska ruokapalvelualalla tehdään vaikuttavaa vastuullisuustyötä jo nyt, siitä

kannattaa Korvan mukaan viestiä suunnitelmallisesti. Viestinnän rooli on vastuullisuustyössä merkittävä, jotta pystytään luomaan kuluttajien kaipaamaa läpinäkyvyyttä yrityksen ja organisaation teoille. ”Vaikka vastuullisuustyössä ei oltaisi vielä kovin pitkällä, voi aina kertoa tavoitteista ja siitä, että me alamme nyt miettiä enemmän näitä asioita”, Korva sanoo.

Vastuullisuusviestintä kannattaa viedä niihin kanaviin, joissa muutenkin viestitään. Tärkeitä ja toimivia viestinnän kanavia ovat

esimerkiksi verkkosivut, sosiaalinen media ja uutiskirjeet. Ruokapalvelualla myös ruokasali ja tarjoilulinjasto tarjoavat viestintään mahdollisuuksia. Tarjoilulinjastossa voi esimerkiksi kertoa, että meillä käytetään luomumaitoa ja Reilun kaupan kahvia. ”Aidossa valintatilanteessa ihminen on usein kaikkein vastaanottavaisin tarjotulle tiedolle”, Korva toteaa.

Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty -ajattelu pätee myös vastuullisuusviestinnässä. Heidi Korva kannustaa laatimaan

viestinnän tueksi jonkinlaisen suunnitelman tai vuosikellon, joka helpottaa tekemistä arjessa.

”Arjen kiireessä viestintä jää helposti sivuraiteelle. Viestinnän toteutusta helpottaa, että asiat on kertaalleen mietitty ja suunniteltu.” ■

## HEIDI KORVAN 8 VINKKIÄ VASTUULLISUUSVIESTINTÄÄN

1. Avoimuus kasvattaa luottamusta: ”Nämä tietää, mitä tekee.”
2. Valitse tärkeimmät vastuullisuusteemat ja sanoita pääviestit.
3. Uskalla avata myös keskeneräisiä ja haastavia asioita.
4. Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty: laadi viestinnän avuksi suunnitelma tai vuosikello.
5. Vie vastuullisuusviestintä kaikkiin kanaviin luontevaksi osaksi muuta viestintää.
6. Puhu ihmisten kielellä, älä piiloudu numeroiden ja sertifikaattien taakse.
7. Vastuullisuusviestinnän ei tarvitse olla kuivakan informoivaa – uskalla olla myös rento.
8. Muista onnistumisen mittaaminen ja jatkuva kehittäminen.

## Näin me sen Muuramessa teemme

**MUURAMEN KUNNAN** ruokapalveluissa tärkeitä arvoja ja vastuullisuusteemoja ovat kotimaisuus, turvallisuus, terveellisyys ja kestävä kehitys. Raaka-aineiksi pyritään valitsemaan mahdollisimman paljon kotimaisia tuotteita sekä lähi- ja luomuruokaa. Päiväkodeissa ja kouluissa juodaan luomumaitoa ja -piimää. Luomuna hankitaan myös härkäpua, puurohiutaleita ja marjoja. Riisi on korvattu kotimaisella ohralla, speltillä ja kauralla.

Ravitsemispäällikkö **Ilja Saralahti** on mielissään, että ruokalistalle on saatu myös kaksi maukasta lähikalatuotetta, joista on tullut ruokailijoiden keskuudessa hyvin suosittuja.

”Lahnapyörykät ja muikkukiusaus ovat supertuotteita! Ne tulevat läheltä ja mikä parasta, saamme pienimmätkin lapset syömään kalaa. Se on mahtava juttu jatkon kannalta.”

Muurame on ollut mukana Kouluruoka 2030 -hankkeessa, jonka tavoitteena on selvittää kouluruoan ilmastovaikutuksia.

Samalla on laadittu kokeiltavaksi ruokalista, jonka hiilijalanjälki on puolitettu. Kestävän kehityksen mukaisia tavoitteita viedään Muuramessa eteenpäin myös säännöllisellä ruokahävikin seurannalla. Punaista lihaa on korvattu ruokalistalla kasvisruoalla.

Muuramen kunnan ruokapalveluissa valmistuu joka arkipäivä noin 2100 lounassannosta. Tärkeimmät asiakasryhmät ovat peruskoulu, lukio ja päiväkodit sekä kunnan henkilöstö.

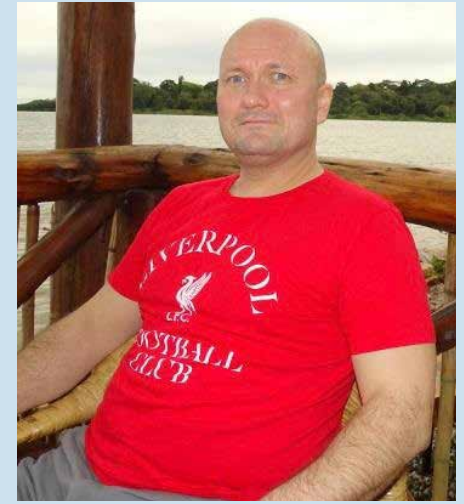
Ajankohtaisista vastuullisuusteemoista viestitään muun muassa kunnan verkkosivuilla ja paikallislehti Muuramelaisessa. Ruokasaleissa hyödynnetään päivittäin infolehtisiä, joissa kerrotaan päivän ruoasta ja raaka-aineista. Koululaiset voivat seurata ruokapalvelun kuulumisia myös Instagramissa.

Ilja Saralahden mukaan viestinnässä on merkittävässä roolissa lisäksi yhteistyö opettajien kanssa. Yläkouluissa ja lukioissa toimii kestävä kehityksen ryhmiä, joiden kanssa ruokapalvelu toteuttaa säännöl-

lisesti yhteisiä projekteja. Saralahti käy joka syksy luennoimassa seiskaluokkalaissille kouluruoasta ja kestävä kehityksen tavoitteista.

”Yhteistyö opetus henkilöstön kanssa on viestinnässä avainasemassa ja tärkeä kanava viestiä myös vastuullisuusteemoista”, Saralahti sanoo.

*Ilja Saralahti*



## Näin me sen Palvelukeskus Helsingissä teemme

**PALVELUKESKUS HELSINKI** on päivittäin mukana noin 100 000 ruokahetkessä. Ruokapalvelujen piirissä on joka päivä noin 75 000 helsinkiläistä päiväkotilapsista ikäihmisiin. Isolla toimijalla on mahdollisuus toteuttaa vastuullisuustyötäkin laajamittaisesti.

”Helsingin kaupungin vastuullisuuslinjat ohjaavat myös meidän työtämme. Hiilineutraali Helsinki 2035 -ohjelma on keskeinen tavoite, jota mekin edistämme. Käytännön työkalu toiminnassa on 3-vuotinen vastuullisuusohjelmamme”, kertoo vastuullisuussuunnittelija **Meri Mathlin** Palvelukeskus Helsingistä.

Ruokapalveluissa edistettäviä vastuullisuustekoja ovat muun muassa ilmastoystävällisen ruokalistan kehittäminen, ruokahävikin vähentäminen, ruoan kuljetuspäästöjen vähentäminen ja elintarvikehankintojen vastuullisuuskriteerien kehittäminen. Hankintojen vastuullisuuskriteereistä tehtiin laaja selvitys vuonna 2019, kun maito- ja liyahankinnat viimeksi kilpailutettiin.

”Sen seurauksena lihan kotimaisuusaste

kasvoi merkittävästi. Lähes kaikki käyttämämme liha on nyt suomalaista”, Mathlin kertoo.

Ilmastoystävällisen ruokalistan kehitystyö etenee suunnitellusti. Ruokalistalle on tuotu lisää kasvisruokia samalla, kun naudanlihan ja maitovalmisteiden osuutta on vähennetty. Käytännön vastuullisuustekoja tehdään myös helsinkiläisten oman lähivesistön, Itämeren, hyväksi.

”Elokuussa vietetyn Itämeri-päivän aikana ruokapalveluissamme tarjottiin 4500 kiloa Itämeren kalaa”, Mathlin kuvailee.

Viestintä ja tietoisuuden lisääminen on kirjattu tärkeäksi tavoitteeksi Palvelukeskus Helsingin vastuullisuusohjelmaan. Omalle henkilöstölle vastuullisuustyöstä viestitään henkilöstölehdessä ja -kirjeessä sekä intranetin uutispalstalla. Kerran kuukaudessa 5 minuuttia vastuullisuudesta -videosarjassa julkaistaan uusi video, jonka henkilöstö saa sähköpostitse käyttöönsä. Ruokailijoille ja muille sidosryhmille ajankohtaisista vastuullisuusasioista viestitään muun muassa Helsingin kaupungin verk-

kosivuilla, uutiskirjeissä ja sosiaalisessa mediassa. Sosiaalisen median kanavista käytössä ovat Facebook, koululaisia palveleva Instagram ja asiantuntijoille suunnattu LinkedIn.

*Meri Mathlin*

