

7. Kestävä kauppa, ilmastonmuutos ja yritysvastuu

Kaupalla ja sen arvoketjuilla on merkittävä rooli suomalaisen yhteiskunnan siirtymisessä kohti kestävyyttä, hiilineutraaliutta ja vastuullisuutta. Kaupan yritysten ilmastotyöllä on myös suuri kädenjälkivaikutus, se luo kuluttajille mahdollisuuksia vähentää omasta elämästä syntyviä ilmastovaikutuksia.

Suomalaisella kaupalla on hyviä mahdollisuuksia erilaistua globaalissa kilpailussa ja rakentaa kilpailuetua vastuullisuuden ja ekologisuuden varaan. Vastuulliset valinnat tulevat korostumaan kuluttajien arvomaailmassa entistä enemmän. Kauppa voi myös olla aktiivisesti tukemassa kuluttajien vastuullisia valintoja tarjoamalla tietoa esimerkiksi tuotteiden hiilijalanjäljestä ja eettisestä tuotantotavasta.

Yrityksillä ja kuluttajilla ei ole tällä hetkellä riittävästi tietoa, eikä taloudellisia kannusteita tehdä kestäviä ja vastuullisia valintoja. Ratkaisut tulee jatkossa rakentaa kuluttajien arkeen sopiviksi. Lisäksi kaupan tulisi löytää uusia ratkaisuja kumppaniverkoston ja toimitusketjun kestävyiden ja vastuullisuuden varmistamiseksi. Tässä tarvitaan kansallisen lainsäädännön ja tiedotuksen lisäksi globaalia yhteistyötä ja standardeja.

7.1 Ilmastonmuutos, ekologisuus ja luonnonvarojen kestävä käyttö kaupan toimialalla

Ilmastonmuutos on aiheuttanut kaupan toimialalle ja koko yhteiskunnalle uusia haasteita. Kaupan alan ilmastotyöhön vaikuttavat nyt ja tulevaisuudessa monet kansallisella ja kansainvälisellä tasolla laaditut tavoitteet. Pääministeri Marinin hallituksen ohjelmaan on kirjattu Suomen tavoite olla hiilineutraali vuonna 2035 ja hiilnegatiivinen nopeasti tämän jälkeen. Lisäksi hallitus on sitoutunut Euroopan unionin ja Suomen ilmastopolitiikan uudistamiseen niin, että Suomi tekee oman osansa maailman keskilämpötilan nousun rajoittamiseksi 1,5 asteeseen Pariisin ilmastopöytäkirjan mukaisesti. Tavoitteen saavuttamiseksi nopeutetaan päästövähennystoimia ja vahvistetaan hiilinieluja. Hallitusohjelman mukaan laaditaan toimialakohtaiset tiekartat vähähiilisyteen yhteistyössä alan toimijoiden kanssa.¹ Tiekartat määrittävät, mitä toimenpiteitä on tehtävä vähähiiliseen yhteiskuntaan siirtymiseksi².

Kaupan Liitto julkaisi kesäkuussa 2020 vähähiilisyystiekartan kaupan toimialalle osana hallitusohjelman vähähiilisyystiekarttojen toteuttamista. Uusiutuva kauppa 2035 -tiekartan tavoitteena on, että suomalainen kauppa on toimialansa globaali ilmastoedelläkävijä ja saavuttanut hiilineutraaliuden vuonna 2035, ja että vuonna 2050 ala on lähes nollapäästöinen. Kaupan toimialan tiekartta sisältää kolme eri skenaariota, joista Uusiutuva Kauppa 2035 on kunnianhimoisin ja tähtää hiilineutraaliuteen vuonna 2035 hallitusohjelmassa asetetun tavoitteen mukaisesti. Tiekartta on ehdollinen ja siinä määritetään tavoitteiden tueksi myös tarvittavia politiikkatoimenpiteitä, kuten investointikannustimia ja veroratkaisuja.

Kaupan omat päästöt edustavat alle yhtä prosenttia Suomen kasvihuonekaasupäästöistä, mutta kaupan yritysten ilmastotyöllä on merkittävä hiilikädenjälkivaikutus koko arvo- ja toimitusketjuun sekä asiakkaiden mahdollisuuksiin toimia ja elää hiilineutraalilla, kestäväällä tavalla. Hiilijalanjälki -käsite määrittää kielteisiä päästövaikutuksia, kun taas hiilikädenjäljellä kuvataan tuotteen päästövähennyspotentiaalia eli positiivisia ilmastovaikutuksista. Kun yritys tuottaa hiilikädenjälkeä asiakkailleen, asiakas pystyy alentamaan omaa hiilijalanjälkeään.³ Kaupan mahdollisuus vahvistaa hiilikädenjälkeä on merkittävä, koska sen asiakkaana on koko suomalainen yhteiskunta: koko muu elinkeinoelämä, julkinen sektori sekä kuluttajat.⁴ Vuonna 2016 kotitalouksien kulutuksen hiilijalanjäljestä 30 prosenttia muodostui liikkumisesta, 29 prosenttia asumisesta ja siihen liittyvästä energiankäytöstä, 19 pro-

¹ Pääministeri Sanna Marinin hallituksen ohjelma 2019

² Työ- ja elinkeinoministeriö 2021a

³ <https://www.sitra.fi/julkaisut/kuluttajan-valinnat-hiilijalanjalkensa-pienentamiseksi/>

⁴ Kaupan toimialan tilannekuva, muutos ja tulevaisuuskuva, EY 2021

senttia elintarvikkeista ja alkoholittomista juomista ja 22 prosenttia muista tavaroista ja palveluista.⁵ Kotitalouksien kulutusvalinnoilla on siis merkittävää vaikutusta ilmastoon ja ilmastomuutoksen hillintään. Kaupan toimiala välittää tavaroita ja palveluita kuluttajille, ja päivittäistavara- ja erikoiskauppa toimivat rajapintana yksityiseen kulutukseen. Kauppa voi vaikuttaa kuluttajien kulutuskäyttäytymiseen tarjoamalla aktiivisesti asiakkailleen hiilijalanjälkeä ja päästöjä pienentäviä ratkaisuja ja työkaluja oman käytön ja kulutuksen mittaamiseen ja vähentämiseen.⁶ Esimerkiksi päivittäistavarakaupan mobiilisovellusten avulla asiakas voi seurata esimerkiksi kulutuksensa hiilijalanjälkeä ja kotimaisuusastetta, joita voidaan mitata asiakasdatan avulla.⁷

Hiilijalanjälkeä voidaan useissa tapauksissa pienentää tarjoamalla tuotteiden sijasta palveluja ja elinkaariratkaisuja, nämä ratkaisut yleistyvät tulevina vuosina. Ostamisesta ja omistamisesta siirrytään palveluihin ja käyttöoikeuksiin esimerkiksi vuokrausliiketoiminnan kehittämisen avulla. Samoin huolto-, korjaus- ja kierrätyspalveluista tulee olennaisempi osa kaupan tarjoomaa jatkossa. Nämä luovat myös uusia liiketoimintamahdollisuuksia.

Merkittävä osa kaupan alan yrityksistä on jo siirtynyt hyödyntämään ilmastoystävällisiä energialähteitä ja muita kestävyttä vahvistavia keinoja toiminnassaan. Nämä liittyvät esimerkiksi materiaalihokkuuteen, hävikin vähentämiseen, uusiutuvan sähkö-, ja lämpöenergian omaan tuotantoon ja/tai käyttöön ja päästöttömiin voimanlähteisiin sekä logistiikkaan. Lisäksi alalla on investoitu energiatehokkaisiin toimitiloihin.

Kaupan toimialaan kytkeytyvät liitot ovat solmineet vapaaehtoisia sopimuksia ministeriöiden kanssa ilmastomuutokseen vaikuttamiseksi. Näitä ovat esimerkiksi Green deal -sopimukset.⁸ Lisäksi yritykset ovat liittyneet vapaaehtoiseen elinkeinoelämän energiatehokkuussopimukseen, ja päivittäistavarakauppa on mukana elintarvikealan materiaalihokkuussitoumuksessa, jonka tarkoituksena on vähentää ruoan valmistuksen, jakelun ja kulutuksen ympäristövaikutuksia.

Julkisilla hankinnoilla on suuri merkitys vihreän siirtymän vauhdittajana. Kaupunkien ja kuntien hankintayksiköt voivat käyttää ostovoimaansa sellaisiin tavaroihin, palveluihin ja urakoihin, joiden ympäristövaikutukset ovat muita pienemmät. Hankinnoilla voidaan kannustaa yrityksiä uusiin ratkaisuihin ja uudistaa markkinoita. Julkisia hankintoja tehdään vuosittain noin 35 miljardilla eurolla, ja arviolta kaksi kolmasosaa tarjouspyynnöistä sisältää kestävyysnäkökohtia yleisellä tasolla.⁹

Kaupan alalla on myös vastuullinen rooli tarjota tietoa kuluttajille ja tukea kestäviä kulutuspäätöksiä. Kauppa voi tarjota kuluttajille tietoa vastuullisista valinnoista kertomalla esimerkiksi tuotteiden hiilijalanjäljestä ja muista ympäristövaikutuksista, tuotantotavasta ja terveysvaikutuksista tuotteiden pakkauksissa, kaupan omassa markkinointiviestinnässä tai hyödyntämällä kaupan omia mobiilisovelluksia. Myös erilaiset pakkauksiin tulevat hiilijalanjälkimitarit ja kierrätettävät pakkaukset tulevat lisääntymään. Tiedon luotettavuuteen ja läpinäkyvyyteen on tärkeää kiinnittää yhä enemmän huomiota. Alalla tapahtuu myös viher- ja vastuullisuuspesua, jossa väittämiä käytetään markkinointitarkoituksessa ilman konkreettista tieteellistä näyttöä.

Kaupan toimialalla ilmasto- ja vastuullisuustyön merkitys tulee vain vahvistumaan tällä vuosikymmenellä, luoden myös uusia mahdollisuuksia kilpailukykyyn globaaleilla markkinoilla. Suomalainen kaupan ala voi rakentaa globaalisti merkittävää kilpailuetua vastuullisilla ratkaisuilla. Vastuulliset valinnat tulevat korostumaan kuluttajien valinnoissa yhä vahvemmin. Ympäristövastuun kääntäminen edelläkävijyydeksi ja menestystekijäksi vaatii kuitenkin systemaattista työtä. Vain lain vähimmäisvaatimukset kattavat kestävä kehityksen toimet eivät riitä globaaleilla markkinoilla. Kaupan alalla tullaan luomaan myös uusia liiketoimintamalleja, jotka pohjautuvat ansaintamahdollisuuksien, yhteiskunnallisen hyödyn ja yrityksen oman ydinosaamisen yhdistämiseen ovat mahdollisia tulevaisuudessa.¹⁰

⁵ Nissinen & Savolainen 2019

⁶ Kaupan toimialan tilannekuva, muutos ja tulevaisuuskuva, EY 2021

⁷ Saarijärvi & Hokkanen 2020 Mitrosen & Närväsen 2020 mukaan

⁸ Kaupan liitto 2020

⁹ <https://www.kuntaliitto.fi/sites/default/files/media/file/Kest%C3%A4v%C3%A4t%20hankinnat%20%E2%80%93%20tukea%20tekemiseen.pdf>

¹⁰ Mitronen & Närvänen 2020

Kaupan alan energiatehokkuus

Kaupan alalla kehitetään energiatehokkuutta aktiivisesti, ja ala on sitoutunut elinkeinoelämän energiatehokkuussopimukseen. Kaupan ala operoi hyvin merkittävää kiinteistökantaa ympäri Suomen. Kiinteistöjen hiilijalanjälkeä voidaan vähentää parantamalla energiatehokkuutta ja lisäämällä omaenergiantuotantoa esimerkiksi aurinkosähköllä. Keväällä 2021 energiatehokkuussopimuskauden 2017–2025 kaupan alan toimenpideohjelmaan on liittynyt 18 yritystä ja näiden 2643 toimipaikkaa. Kaupan alan yritykset ovat toteuttaneet viime vuosina runsaasti hankkeita energiatehokkuuden parantamiseksi. Edellisen sopimuskauden 2008–2016 päättyessä energiatehokkuutta parantavia toimenpiteitä oli voimassa kaikkiaan 3601 kappaletta, joiden avulla saavutettu energiansäästö oli 177 GWh. Tämä ylitti sopimuskauden tavoitteet selvästi. Säästöt saavutettiin noin 30 miljoonan euron investoinneilla, ja kumulatiiviset saavutettavat säästöt kustannuksissa olivat noin 50 miljoonaa euroa.

Kaupan ala tavoittelee merkittävästi parempaa energiatehokkuutta jatkossa esimerkiksi älykkäiden energiajärjestelmien avulla. Energiatehokkuussopimuskaudella 2017–2025 kaupan alan yritysten energiatehokkuuden tehostamistavoite vuodelle 2020 on 4 prosenttia ja 7,5 prosenttia vuodelle 2025 energiatehokkuussopimukseen liittyjän energiankäytöstä. Kaupan alan energiatehokkuutta kehittävät hankkeet koskevat esimerkiksi kylmälaitteiden lämmöntalteenottoa kauppakiinteistöjen energiatehokkuuden parantamiseksi. Kaupan ala voi osaltaan mahdollistaa uusiutuvan energian tuotannon lisäämistä Suomessa esimerkiksi energiankäytön joustavuutta hintasignaaleja ja digitalisaatiota hyödyntämällä.

Kaupan ala investoi aurinkosähköön. Kaupan kiinteistöjen hiilijalanjälkeä voidaan vähentää parantamalla energiatehokkuutta ja lisäämällä omaenergiantuotantoa, mikä tapahtuu usein aurinkosähköä hyödyntämällä. Päivittäistavarakauppa on investoinut viime vuosina aurinkosähkön tuotantokapasiteettiin omista kiinteistöissään. Aurinkosähkön tuotanto sopii erityisen hyvin päivittäistavarakaupoille, sillä paras tuotanto osuu kesäkuukausille samoin kuin jäähdytystarpeen aiheuttama suuri sähkönkulutus. Yritykset ovat voineet saada työ- ja elinkeinoministeriön energiatukea aurinkosähköinvestointeihinsa 20–25 prosenttia hyväksyttävistä kustannuksista. Investoinnit edesauttavat myös kaupan alan vastuullisuustavoitteiden saavuttamista.¹¹ Alle 800 000 kWh vuodessa tuottavat voimalat on vapautettu sähköverosta, mikä on myös merkittävä investoinnin kannattavuuteen vaikuttava tekijä.

Kaupan sijoittuminen, kaavoitus ja logistiikka kestävyysnäkökulmasta

Kaupan palveluiden sijoittuminen vaikuttaa niiden saavutettavuuteen eri kulkuvälineillä. Ostosmatkat ovat seurantatietojen mukaan pidentyneet¹². Vähittäiskauppa, erityisesti päivittäistavarakauppa aiheuttaa paljon enemmän matkoja ja kuljettuja kilometrejä kuin muut palvelut. Tulevaisuudessa korostuvat toisaalta asiointin helppous ja hyvä kaupan palvelujen saatavuus sekä toisaalta ilmastonmuutoksen hillinnän vaatimukset. Alueiden- ja maankäytön suunnittelulla voidaan luoda toiminta- ja kehittämisedellytyksiä kaupalle ja samalla edistää ilmastonmuutoksen hillintää ja palvelujen saavutettavuutta ohjaamalla kauppaa yhdyskuntarakenteellisesti hyvälle sijaintipaikoille. Esimerkiksi keskusta-alueen ulkopuolelle suuntautuvat kaupan toimipaikat on vaikeampi saavuttaa kestäväillä liikennetäydennyksillä, kuten joukko-liikennevälineillä. Kaupan ja muun palveluverkon suunnittelu tulisi kytkeä nykyistä kiinteämmin liikennejärjestelmäsuunnitteluun ja siinä tulisi tehdä yhteistyötä kaupan toimijoiden kanssa.

Kestävien kuljetustapojen valinta on tärkeää ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi. Noin kaksi kolmasosaa vähittäiskaupan päästöistä aiheutuu päivittäistavarakaupan toiminnoista. Vähittäiskaupan kotimaan tiekuljetusten hiilidioksidipäästöt ovat noin 502 000 tonnia vuodessa, nämä vastaavat noin 15 prosenttia ammattimaisten tiekuljetusten kokonaispäästöistä. Tavara-liikenne saattaa kasvaa verkkokaupan lisääntyessä eikä asiointiliikenne näyttäisi vähentyvän verkkokaupan myötä. Kaupan ala esittää ilmastotoimiksi koko kuljetusketjun suunnittelun tehostamista huomioiden ajoneuvojen verkottamisen ja reittisuunnittelun sekä taloudellisen aja tukeva järjestelmät. Lisäksi kuljetusten kilpailuttamisessa tulisi nostaa ympäristökriteereiden merkitystä. Kehityksen seuraamista hidastaa se, ettei nykyinen kuljetustilastointi mahdollista päästöjen inventointia koko toimialan läpäisten.¹³ Kauppojen vastuullisuusohjelmat eivät kuitenkaan useinkaan ota kantaa kaupan sijaintiin, vaikka sijainti vaikuttaa suoraan liikkumiseen ja on sitä kautta yksi osatekijä vähähiilisessä liiketoiminnassa.

¹¹ <https://tem.fi/energiatuki>

¹³ Kaupan liitto 2020 (tämä korjattava)

¹³ Kaupan liitto 2020

Kiertotalous ja kaupan toimiala

Ilmastomuutos sekä resurssien ja luonnonvarojen kasvava niukkuus lisäävät kiertotalouden ratkaisua tulevaisuudessa yhä enemmän. Kaupan alalla kiertotalous liittyy esimerkiksi tuote- ja pakkaussuunnitteluun, kierrättämiseen ja hävikkiin. Myös siirtymällä tavaroista palveluihin vahvistetaan usein kiertotaloutta. Kiertotaloudessa periaatteena on resurssien vähäisempi käyttö, jätteen ja hukkan synnyn minimointi ja ylijäämän käyttäminen uudelleen. EU:ssa ja Suomessa onkin tehty useita toimenpiteitä lineaarisesta talousmallista kiertotaloutta kohti. Suomessa Sitra on edistänyt kiertotaloutta aktiivisesti ja visioinut Suomesta kiertotalouden edelläkävijämaata.¹⁴

Keväällä 2021 vahvistetussa Kiertotalouden valtioneuvoston periaatepäätöksessä painotetaan kiertotalouden nostamista kestävästä talouskasvusta tavoittelevan elinkeinopolitiikan yhdeksi painopistealueeksi. Samalla se kutsuu kaikki yhteiskunnan toimijat – kansalaiset, yritykset, järjestöt ja päättäjät vaatimaan ja toteuttamaan konkreettisia tapoja ja tekoja, jotka edistävät hiilineutraalia kiertotalousyhteiskuntaa. Nykyisessä talousjärjestelmässä luonnonvarojen käytöstä voi aiheutua päästöjä tai haittaa luonnon ekosysteemeille ilman, että haitan aiheuttajalle kohdentuu kustannuksia. Yrityksillä ja kuluttajilla ei usein ole taloudellisia kannusteita tehdä kiertotalouden kannalta suotuisia valintoja. Kiertotaloustoimilla pyritään edistämään luonnon monipuolisuuden, biodiversiteetin, säilymistä. Kaupalla on aktiivinen rooli tämän systeemin muutoksen edistämässä.¹⁵

Kaupasta tulee tulevaisuudessa entistä enemmän palvelujen tarjoaja. Kaupan tarjoamassa ovat yhä olennaisemmin esimerkiksi huolto-, korjaus- ja kierrätyspalvelut. Myös vertaiskauppa ja käytettyjen tuotteiden kauppa ovat tulevaisuuden trendejä.¹⁶ Uudet, globaalisti kilpailukykyiset kiertotalouden ratkaisut vaativat liiketoimintamallien uudistamista, uusia ansaintalogiikkoja, kumppaniverkostoja ja investointeja. Tämä edellyttää yrityksiltä ja muilta toimijoilta prosessien ja teknologioiden kehittämistä ja esimerkiksi digitaalisten materiaali- ja logistiikka-alustojen käyttöönottoa.¹⁷ Uusien liiketoimintamallien tueksi tarvitaan laajaa yhteistyötä toisten yritysten, tutkimusorganisaatioiden, kaupunkien ja muiden toimijoiden kanssa, jotta systeminen kiertotalous voisi syntyä. Vientiin tähtäävään liiketoimintaekosysteemiin tarvitaan kansainvälistä yhteistyötä jo tutkimus- ja kehitysvaiheessa.

EU:n uudessa kiertotalouden toimintasuunnitelmassa kestävä tuotepolitiikka ja tuotesuunnittelu on nostettu avainasemaan siirtymässä kohti kestävämpiä kulutus- ja tuotantotapoja. Tuotesuunnittelulla voidaan vaikuttaa jopa 80 prosenttiin tuotteen elinkaaren aikaisista ympäristövaikutuksista. Kestävän tuotepolitiikan tavoitteena on vauhdittaa vihreää siirtymää ja tehdä ekologisesti suunnitelluista tuotteista valtavirtaa EU:n markkinoilla. Kestävän tuotepolitiikan keskeinen ohjauskeino on ekosunnitteludirektiivi, jonka soveltamisalaa laajennetaan koskemaan muitakin kuin sähköä käyttäviä laitteita. Komission aloitteessa mainitaan erityisesti elektroniikka ja tietotekniikkalaitteet, tekstiilit, huonekalut sekä välituotteista teräs ja sementti. Lisäksi tuotteilta edellytettäisiin energiatehokkuuden lisäksi myös kestävyyttä, kuten korjattavuutta ja varaosien saatavuutta, uudelleenkäytettävyyttä sekä turvallisempaa kierrätystä. Myös tuotteiden ennen aikaista vanhenemista torjutaan ja otetaan käyttöön hävityskielto myymättä jälleille kestokulutustavaroille. Aloitteella puututaan myös tuotteiden sisältämiin haitallisiin kemikaaleihin. Ekosuunnitteludirektiivin muutosten lisäksi kestäviä ja kiertotalouden mukaisia tuotteita edistetään muun muassa digitaalisen tuotepassin, ympäristöjalanjälkimenetelmän (PEF), vihreitä väittämiä koskevan sääntelyn, ympäristömerkkien ja julkisten hankintojen kestävyyskriteerien avulla sekä vahvistamalla kuluttajien mahdollisuuksia tuotteiden korjauttamiseen (*right to repair*) ja edistämällä vihreää siirtymää osana kuluttajapolitiikkaa.¹⁸

¹⁴ Mitronen & Närvänen 2020

¹⁵ Valtioneuvoston periaatepäätös kiertotalouden strategisesta ohjelmasta 8.4.2021, Linkki YM-sivulle <https://ym.fi/documents/1410903/42733297/Valtioneuvoston+periaatep%C3%A4%C3%A4t%C3%B6s+8.4.2021+kiertotalouden+strategisesta+ohjelmasta.pdf/ae1e0d0-802f-b272-e424-50c9cd1c5f5e/Valtioneuvoston+periaatep%C3%A4%C3%A4t%C3%B6s+8.4.2021+kiertotalouden+strategisesta+ohjelmasta.pdf?t=1617783970488>

¹⁶ Mitronen & Närvänen 2020

¹⁷ Uusiutuva kauppa 2035-tiekartta – kaupan alan vähähiilisyystiekartta 5.6.2020, Kaupan liiton julkaisu, linkki [file:///C:/Users/03060001/Downloads/kl_uusiutuvakauppa2035_a4_aukeama%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/03060001/Downloads/kl_uusiutuvakauppa2035_a4_aukeama%20(1).pdf)

¹⁸ Euroopan komissio 2020a

Vaikka kiristyvät jätteiden kierrätysasteet edistävät kiertotaloutta, tuo jatkuvasti lisääntyvä maiden rajat ylittävä etäkauppa haasteita tuottajavastuujärjestelmille. EU:n ulkopuolelta tulevat etämyyjät ovat EU:n ja Suomen lainsäädännön tuottajavastuuvetojen ulkopuolella, vaikka heiltä ostetut tuotteet ja näiden tuotteiden pakkaukset päätyvät kotimaisten tuottajien järjestämään ja kustantamaan jätehuoltoon. Tämä haastaa kotimaista kauppaa ja tuottajia sekä jätehuoltoa. Kaupan ala korostaakin kansainvälisen yhteistyön merkitystä, koska kauppa on globalisaation edelläkävijä. Tehokkaasti toimiva markkinavalvonta ja muu viranomaisvalvonta ovat tärkeässä roolissa EU:n ulkopuolisen verkkokaupan epäkohtien ratkaisemisessa. Kotimaisten sääntelyn valmistelussa on hyvä huomioida kansainvälisen verkkokaupan kilpailuasetelma. Kansallista lainsäädäntöä tulisi voida soveltaa myös EU:n ulkopuoliseen verkkokauppaan. Kotimaisten kaupan alaa rasittaa myös voimassa oleva UPU-postisopimus.

Elintarvikeala

Turhaan tuotettu ruoka kuormittaa sekä taloutta että ympäristöä ja heikentää ruokaturvaa. Tällä hetkellä Suomessa syntyy ruokahävikkiä noin 350-400 miljoonaa kiloa vuodessa, ja vähittäiskauppojen osuus tästä on noin 53-54 miljoonaa kiloa vuodessa, eli noin 15 prosenttia koko ruokaketjun osuudesta. Vähittäiskaupassa ruokahävikin osuus oli vuonna 2018 yhteensä 1,5 prosenttia ja vuonna 2019 yhteensä 1,4 prosenttia kokonaismyyntivolyymistä (kg). Määrällisesti ruokahävikkiä syntyi eniten hedelmä- ja vihannestuotteissa ja toiseksi eniten tuoreissa leipä- ja leipomotuotteissa. Kauppojen hävikin vähentäminen on parantunut muun muassa hyvän menekinhallinnan, sähköisten ennuste- ja tilausjärjestelmien, tehokkaan logistiikan, vapautuneiden aukioloaikojen sekä ammattitaitoisen henkilökunnan ansiosta.

Kansallisessa hävikkitiekartassa on linjattu keinot puolittaa ruokahävikki vuoteen 2030 mennessä, tässä linjataan myös indikaattorit ruokahävikin seurantaan. Myös Euroopan unioni on sitoutunut YK:n kestävä kehityksen mukaisesti puolittamaan vuoteen 2030 mennessä elintarvikejätteen määrän jälleenmyyjä- ja kuluttajatasolla sekä vähentämään ruokahävikkiä tuotanto- ja jakeluketjuissa. EU:n jätelainsäädäntö velvoittaa jäsenmaita seuraamaan säännöllisesti elintarvikejätteen ja ruokahävikin määrää. Ruokahävikin vähentämisessä myös elintarvikepakkauksilla on vaikutusta. Pakkausmerkinnät auttavat kuluttajia tekemään valintoja kestävyys- ja terveyskriteereitä huomioiden.

Elintarvikkeiden verkkokauppa laajenee, tämä voi vaatia uudenlaista viranomaisvalvontaa. Samoin elintarvikepetokset ja muu rikollinen toiminta elintarvikeketjussa luovat uudenlaisia haasteita. Päivittäistavara- ja elintarvikekauppa on Suomessa erittäin keskittynyttä, sillä kaksi suurinta ketjua hallitsee markkinoista yli 80 prosenttia ja kolmen suurimman osuus on yli 92 prosenttia. Elintarviketeollisuudessa toimijoita on huomattavasti enemmän, noin 1770 yritystä (vuonna 2019), joskin monilla sektoreilla pääosa markkinoista on muutaman suuren toimijan hallussa. Maataloustuottajia oli runsaat 45 400 vuonna 2020.

Tekstiilialan vastuullisuus

Uudet kiertotalouden mukaiset liiketoimintamallit tuovat uusia mahdollisuuksia ja toimintatapoja myös tekstiilien kauppaan. Tekstiilialalla on tarvetta ekologisen ja sosiaalisen kestävyys- ja vastuullisuuden parantamiselle, sillä tekstiiliala kuluttaa paljon luonnonvaroja ja sillä on merkittäviä ympäristö-, terveys- ja sosiaalisia vaikutuksia. Useimmat näistä haitallisista vaikutuksista tapahtuvat EU:n ulkopuolella. EU:n kansalaiset hankkivat keskimäärin 26 kiloa tekstiilejä vuosittain ja heittävät pois noin 11 kiloa. Keskimäärin EU:n kansalaisten vaatteiden, kenkien ja kodintekstiilien valmistukseen kului noin 1,3 tonnia raaka-aineita ja yli 100 kuutiota vettä vuosittain. Tekstiileihin käytetäänkin EU:ssa neljänneksi eniten luonnonvaroja ja niistä aiheutuu viidenneksi suurimmat hiilidioksidipäästöt. Globaalisti tekstiilisektori esimerkiksi tuottaa kasvihuonekaasupäästöjä enemmän kuin laiva- ja lentoliikenne yhteensä.

Kansallinen tekstiilialan vähähiilisyystiekartta vastaa tekstiilialan kestävyys- ja vastuullisuuteen liittyviin haasteisiin. Vastuullisuuden vaatimusten lisäksi tuotteisiin kohdistuu myös kiertotalouden ja kestävä tuotepolitiikan vaatimuksia. Tuotteiden tulisi jatkossa olla kestäviä, korjattavia, uudelleenkäytettäviä sekä niiden käyttöä lopussa turvallisesti kier-

rätettäviä. Tekstiilialan laskennallinen hiilijalanjälki Suomessa on maltillinen, 59 300 hiilidioksidiekvivalenttitonnia (tCO₂e). Mikäli muutoksia saadaan aikaiseksi koko arvoketjussa ja eri toimijoiden avulla, on alan mahdollista tavoitella hiilineutraalisuutta Suomessa jo vuonna 2035.¹⁹

Suurin osa tekstiili- ja muotialan arvoketjun ilmastoon kohdistuvista päästöistä syntyy kuitenkin alan toimitusketjuissa Suomen rajojen ulkopuolella. Globaalien ilmastotavoitteiden edistämiseksi alan yrityksiä tulisi kannustaa vaikuttamaan koko toimitusketjussa. Tällaisia vaikutuksia ovat esimerkiksi puhtaiden teknologioiden vienti tai ratkaisut, joilla materiaalit säilyvät kierroissa mahdollisimman pitkään. Moni kuluttaja toivoo saavansa lisää tietoa vaateen elämänkaaresta ostopäätöksensä tueksi. Erityisesti kuluttajia kiinnostavat vaateen laatu ja kestävyys, käyttöohjeet, vaateen materiaalit sekä tuotannossa käytetyt kemikaalit. Ostopäätökseen vaikuttavat kuitenkin myös mukavuus, ulkoasu ja hinta. Tiedon kuluttajat toivovat saavansa tuotelapusta, myyjältä tai myyjän tai valmistajan verkkosivuilta.²⁰

EU-tasolla on käynnissä tekstiilien tuotantoa ja kuluttamista ohjaavia toimia. Parhailaan laaditaan kiertotalouden mukaista tekstiilien standardointia²¹. Lisäksi Euroopan vihreän kehityksen ohjelmassa, EU:n uudessa kiertotalouden toimintasuunnitelmassa²² ja teollisuusstrategiassa tekstiilit on tunnistettu yhdeksi keskeisistä toimialoista, joissa on tarvetta ja mahdollisuuksia siirtyä kohti kestävämpää ja kiertotalouden mukaista toimintamallia. Komissio valmistelee parhailaan EU:n tekstiilistrategiaa, jonka tavoitteena on edistää kestävyyttä ja kiertotalouden mukaisia ratkaisuja tekstiilien koko arvoketjussa ja siten vauhdittaa EU:n vihreää siirtymää. Yhtenä kaupan alaan kohdistuvana ohjauskeinona komissio on esittänyt myymättömien kestokulutustuotteiden hävittämisen kieltä, mikä koskisi muiden tuotteiden lisäksi tekstiilejä. *(tässä ei ollut lähdettä)*

EU:n jätedirektiivin mukaisesti kaikkien jäsenmaiden tulee järjestää poistotekstiilien erilliskeräys vuoden 2024 loppuun mennessä. Sanna Marinin hallitusohjelmassa todetaan, että erilliskeräys käynnistetään Suomessa jo vuoden 2023 alussa. Tekstiilijätettä tuottavat yritykset, kuten kaupat, ovat itse vastuussa keräyksen organisoinnista ja voivat toteuttaa erilliskeräyksen esimerkiksi yhdessä jonkin jäteyrityksen kanssa. Kaikki erilliskerätty tekstiilijäte tulee kierrättää. Poistotekstiilejä syntyy Suomessa noin 71 miljoonaa kiloa vuosittain, mikä tarkoittaa noin 13 kiloa asukasta kohden. Näistä vain noin viidennes käytetään uudelleen tai kierrätetään materiaalina. Suurin osa poistotekstiileistä päättyy edelleen tekstiilijätteeksi ja jätteenpolttoon.²³

7.2 Kaupan vastuu omista ja arvoketjujen vaikutuksista

Vastuullinen liiketoiminta ulottuu päästövähennystavoitteiden ja ilmastovaikutusten lisäksi myös moniin muihin tekijöihin. Vastuullisuus voi toimia jopa strategisena välineenä yritysten kilpailukykyyn kasvattamiseen ja toiminnan kehittämiseen.²⁴ Suomella on mahdollisuus asemoitua kaupan alan kestävä kehityksen edelläkävijäksi kansainvälisessä kaupassa, jossa vastuullisuus kasvattaa myös merkitystään tulevaisuudessa. Suomalaisen kaupan ekologisesti tuotetut laadukkaat tuotteet voivat näin ollen luoda vastuullisuuteen perustuvaa kilpailukykyä. Tämä mahdollisuus korostuu entisestään, kun hinnalla kilpailu kansainvälisillä markkinoilla vaikeutuu.

¹⁹ <https://www.stjm.fi/toiminta-alueemme/vastuullisuus/hiilineutraali-tekstiiliala-tiekartta/>

²⁰ Vehmas 2021

²¹ Työryhmä CEN/TC 248/WG 39 Circular Textiles Chain – requirements and categories. <https://standards.iteh.ai/catalog/tc/cen/7bc1e4ec-d9f5-4ffd-804c-3e500b343f6d/cen-tc-248>

²² https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fi/ip_20_420

²³ Tiedot perustuvat TEXJÄTE –hankkeeseen ja ovat vuodelta 2012. TEXJÄTE - Tekstiilien uudelleenkäytön ja tekstiilijätteen kierrätyksen tehostaminen Suomessa –hanke (SYKE, Kuluttajatutkimuskeskus, HAMK ja UFF).

<https://www.syke.fi/hankkeet/texjate> Hankkeen tietoja päivitetään parhailaan ja tulokset valmistuvat kesäkuussa 2021.

²⁴ EY:n raportti

Euroopan komissio on määritellyt yritysvastuun yritysten vastuuksi niiden vaikutuksista yhteiskuntaan. Komission mukaan yritykset voivat tulla vastuullisiksi, kun ne sisällyttävät strategiaansa ja toimintoihinsa yhteiskunnallisia, eettisiä sekä ihmisoikeuksiin, ympäristöön ja kuluttajiin liittyviä näkökohtia. Myös lakien noudattaminen kuuluu vastuulliseen liiketoimintaan.²⁵ Samalla, kun kaupan toimiala voi vaikuttaa yhteiskunnallisesti merkittävien arvoketjujensa kautta koko maan päästöihin, toimiala voi arvoketjujensa kautta vaikuttaa laajasti myös ekologisen vastuun lisäksi myös muilla yritysvastuun osa-alueilla. Kaupan alalla vastuullisuuteen liittyviä kysymyksiä ovat esimerkiksi ihmisoikeudet, asiakastietojen vastuullinen käyttö, työturvallisuus sekä monimuotoisuuden huomioon ottaminen sekä rekrytointipolitiikassa että asiakaskäytännöissä.

Yritysvastuu

Kaupan alan yritysten toiminnassa yritysvastuu on ollut tärkeässä osassa jo pitkään.

Yritysvastuuseen voidaan katsoa liittyvän kolme eri osa-aluetta, jotka ovat taloudellinen, ekologinen ja sosiaalinen vastuullisuus. Taloudellinen vastuu tarkoittaa yrityksen tuottamaa taloudellista hyötyä eri sidosryhmille, tämä syntyy kannattavasta liiketoiminnasta vastuullisin keinoin esimerkiksi hyvää hallintotapaa ja taloudenpitoa noudattaen. Ekologinen vastuu liittyy kaupan tekemään ilmastotyöhön ja hiilijalanjäljen pienentämiseen. Sosiaalinen vastuu liittyy muun muassa omien ja kumppaniverkoston työntekijöiden hyvinvointiin ja tasa-arvoisuuteen sekä turvallisuuteen liittyviin kysymyksiin, tuotantoketjujen eettisyyteen ja vastuullisuuteen.²⁶

Hyvinvointi ja vastuullisuus ovat elintarvikealan megatrendejä, jotka korostuvat yhä enemmän tulevaisuudessa suomalaisten ruokaostoksissa kotimaisuuden lisäksi.

Elintarvikeketjun toiminnoilla on suuria vaikutuksia ympäristöön, sen parissa työskenteleviin ihmisiin ja talouteen. Monille kuluttajille kotimaisuus merkitsee luotettavuutta, johon on alettu kiinnittää entistä enemmän huomiota. Suomalaisen Työn Liiton tekemän tutkimuksen mukaan yli puolitoista miljoonaa suomalaista haluaa suosia paikallisia valmistajia aina kun on mahdollista. Paikallisuuden suosiminen liittyy kuluttamisen merkityksellisyyden kaipuuseen, jossa kuluttamisen tulee tukea kuluttajan arvomaailmaa ja antaa perusteita miksi ja miten kuluttaa²⁷. Hyvinvointitrendi nostaa terveellisten, ravinteikkaiden ja ilmastoystävällisten ruokien merkitystä. Yli puolet kuluttajista on jo tehnyt muutoksia ruokavalinnoissaan ympäristö- ja ilmastoystävyyden vuoksi²⁸. Myös luonnonmukaisten tuotteiden ostaminen liitetään usein vastuullisuuskysymyksiin. Selvityksissä on todettu, että luonnonmukaisten tuotteiden aktiivikäyttäjät pitävät tärkeänä, että viljelijä saa hinnasta oikeudenmukaisen osuuden. Halu tukea pienviljelijöitä ja -tuottajia sekä luonnon mukaisten tuotteiden puhtaus ja luonnollisuus korostuvatkin kuluttajien luomun ostoperusteluissa²⁹.

Tietoturvan merkitys kasvaa yhä, koska digitalisaation myötä kaupan alan asiakkaista on saatavilla entistä enemmän tietoa. Tämä lisää asiakasymmärrystä mutta henkilötietojen väärinkäyttöä. EU:n tietosuoja-asetus laittaa asiakastiedon käsittelylle entistä tiukemmat raamit. Asetuksen mukaan jokaisella on oikeus tietää muun muassa mitä henkilötietoja organisaatiolla on hänestä, tietää miten ja mihin tarkoitukseen henkilötietoja käsitellään sekä lopettaa henkilötietojen käsittely.³⁰ Asiakastiedon markkinointiin on saatava henkilöltä yksiselitteisesti annettu suostumus, joka on oltava myös mahdollista peruuttaa.³¹ Laajat yksityisyyden suojaan

²⁵ European Commission: Corporate social responsibility & Responsible business conduct, https://ec.europa.eu/growth/industry/sustainability/corporate-social-responsibility_en

²⁶ Mitronen & Närvänen 2020

²⁷ <https://suomalainentyo.fi/2018/12/04/kuluttamisen-trendit-muuttuvat-mika-on-kotimaisuuden-arvo-muuttuvassa-maailmassa/>

²⁸ Suomi syö –tutkimus/Taloustutkimus

²⁹ Suomi syö –tutkimus / Taloustutkimus

³⁰ Tietosuojavaltuutetun toimisto: Usein kysyttyä EU:n tietosuoja-asetuksesta, <https://tietosuoja.fi/gdpr>.

³¹ PwC: Asiakastietojen käyttäminen markkinoinnissa – muista ainakin nämä!, <https://uutishuone.pwc.fi/asiakastietojen-kayttaminen-markkinoinnissa>.

kohdistuneet tietomurrot ovat korostaneet asiakastiedon asianmukaisen käsittelyn sekä suojaamisen tärkeyttä.³² Pahimmillaan tietosuojaloukkausten uhrin altistuvat väärin käsiin päätyneiden tietojen vuoksi kiristykselle.

Työturvallisuuden tavoitteena on ylläpitää ja edistää työntekijöiden terveyttä, turvallisuutta ja työkykyä sekä ehkäistä työtapaturmia ja ammattitauteja. Päävastuu on työnantajalla, mutta työnantajan ja työntekijöiden yhteistyötä tarvitaan työturvallisuudesta huolehtimiseen ja sen kehittämiseen. Kaupan alan ja palvelualojen työntekijät kokivat työssään yleisimmin rasitusvammojen vaaraa teollisuudessa ja rakentamisen aloilla työskentelevien palkansaajien sekä terveydenhuollon työntekijöiden ohella. Väkivalta tai sen uhka ovat koholla palvelutyöntekijöiden, myyjien sekä asiakaspalvelutyöntekijöiden ryhmissä. Näissä ryhmissä väkivaltilanteita tai uhkaa oli kokenut Tilastokeskuksen vuosien 2013 ja 2018 työolotutkimusten mukaan 20–30 prosenttia palkansaajista.³³ Väkivallan uhan hallinnointi on kirjattu kaupan alan työehtosopimukseen.³⁴ Työntekijöiden hyvinvointiin vaikuttavat monenlaiset tekijät. Esimerkiksi kaupan aukiolosaäntelyn purkaminen on voinut jossain määrin vaikeuttaa kaupan alan työntekijöiden työn ja perhe-elämän yhteensovittamista.

Monimuotoisuudella tarkoitetaan henkilöstön, asiakkaiden ja muiden sidosryhmien moninaisuutta ja moniarvoisuutta. Ikä, sukupuoli, vammaisuus, terveydentila, etninen alkuperä, kansalaisuus, kieli, uskonto, vakaumus ja seksuaalinen suuntautuminen ovat monimuotoisuuden määrittäjiä ja samalla lainsäädännössä määriteltäviä syrjintäperusteita, joiden vuoksi ihmisiä ei saa asettaa eriarvoiseen asemaan työntekijänä tai asiakkaana. Monimuotoisuuden johtaminen on osa henkilöstöjohtamista, esimiestyötä sekä työsuojelua. Monimuotoisuus olisi hyvä sisällyttää rekrytointien suunnitteluun ja toteuttamiseen sekä perehdytykseen ja työtehtävien suunnitteluun. Monimuotoisessa työyhteisössä perehdytyksen merkitys korostuu ja perehdytyksen sisällön ymmärtäminen on hyvä varmistaa. Myös työpaikan esteettömyys tulisi arvioida sekä työntekijöiden että asiakkaiden näkökulmasta.³⁵ Viimeistään julkisuuden kohut asettavat painetta huolehtia, että kaupan alan tuotevalikoima ja mainokset eivät ole syrjiviä.³⁶

Kansainvälisten arvoketjujen läpinäkyvyys

Viime vuosina tietoisuus globaaleihin arvoketjuihin liittyvistä ihmisoikeus- ja ympäristöriskeistä on kasvanut. Vaikka kansainvälinen sopimuskokonaisuus on varsin kattava, eivät kaikki valtiot toimeenpane kansainvälisiä sopimuksia täysimääräisesti. Tämä vääristää kilpailua ja johtaa tilanteeseen, jossa paikallisväestön oikeudet joko vaarantuvat tai ne eivät toteudu. Kansainvälisesti sovitut vastuullisuusstandardit edellyttävät, että yritykset ovat tietoisia tuotteidensa arvoketjuihin liittyvistä haitallisista vaikutuksista ihmisiin ja ympäristöön ja pyrkivät toimimaan haittavaikutusten hallitsemiseksi. Yritysten tulisi myös kertoa julkisesti, millaisia riskejä niiden arvoketjuihin liittyy ja mitä yritys tekee riskien suhteen. Ihmisoikeuksiin liittyvä huomio kiinnittyy Suomen rajojen ulkopuolelle, vaikka ihmisoikeuksiin liittyviä kysymyksiä on myös Suomessa, esimerkiksi myös kaupan alaan liittyvällä siivousalalla.³⁷ Myös työturvallisuus on ihmisoikeus.

³² Ks. esimerkiksi YLE 17.2.2021: Vastaamon tietomurrosta on kuukausia, ja uhrin ovat yhä kuin löysässä hirressä: "Tämä on elinikäistä – tiedot on jo verkossa", <https://yle.fi/uutiset/3-11784431>.

³³ Suomen virallinen tilasto (SVT): Työolot [verkojulkaisu]. ISSN=2342-2874. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 30.3.2021]. Saantitapa: <http://www.stat.fi/til/tyoolot/index.html>.

³⁴ Palvelualan ammattiliitto PAM: Kaupan työehtosopimuksen kirjaukset väkivallan uhasta, <https://www.pam.fi/wiki/vakivallan-uhka-kaupan-alalla.html>.

³⁵ Työturvallisuuskeskus TTK, palveluryhmä: Monimuotoisuus, yhdenvertaisuus ja tasa-arvo työyhteisössä, https://ttk.fi/oppaat_ja_ohjeet/ladattavat_julkaisut/monimuotoisuus_yhdenvertaisuus_ja_tasa-arvo_tyoyhteisossa.

³⁶ Ks. esimerkiksi Iltasanomat 27.6.2020: Fazer harkitsee Geisha-suklaan nimen vaihtamista – "Olemme saaneet palautetta sekä puolesta että vastaan", <https://www.is.fi/kotimaa/art-200006554857.html>; YLE 13.8.2018: Ruotsalaisen vaatejätin mainoksesta rasismikohu Etelä-Afrikassa – mustan pikkupojan päällä "Siistein apina viidakossa" –paita, <https://yle.fi/uutiset/3-10021679>.

³⁷ Helsingin Sanomat 5.7.2020: Siivoton ala, <https://dynamic.hs.fi/a/2020/siivotonala/>.

Vastuullisen liiketoiminnan taustalla ovat kansainvälisesti sovitut standardit YK:ssa, OECD:ssä ja ILO:ssa. YK:n ihmisoikeusneuvosto hyväksyi vuonna 2011 YK:n yrityksiä ja ihmisoikeuksia koskevat ohjaavat periaatteet. YK:n periaatteet rakentuvat kolmelle pilarille: valtioiden velvollisuudelle suojella ja edistää ihmisoikeuksia, yritysten vastuulle kunnioittaa ihmisoikeuksia sekä korjaaville toimenpiteille. Ne eivät luo uusia kansainvälisen oikeuden velvoitteita, vaan niiden tarkoituksena on selkeyttää yritystoimintaan liittyvien ihmisoikeusriskien hallintaa valtioiden velvoitteiden ja yritysten vastuun osalta. OECD:n toimintaohjeet monikansallisille yrityksille ovat valtioiden suosituksia yrityksille vastuullisesta liiketoiminnasta. Toimintaohjeet ovat yrityksille vapaaehtoiset, mutta ohjeisiin sitoutuneet noin 50 valtiota, Suomi mukaan lukien. ILO:n kolmikantainen periaatejulistus, joka koskee monikansallisia yrityksiä ja sosiaalipolitiikkaa on ILO:n ainoa suoraan yrityksille suunnattu standardi. Se edistää ILO:n ihmisarvoisen työn tavoitetta ja sisältää menettelytapaoheja työllistämiseen, koulutukseen, työ- ja elinolosuhteisiin sekä työelämän suhteisiin.

Vastuullisuus ja osaamisen muutokset kaupan toimialalla

Vastuullisuuteen suoraan liittyvä sääntely on lisääntymässä. Olemassa olevaa sääntelyä on kestävästä rahoituksesta³⁸, konfliktimineraalien maahantuonnista³⁹ sekä vastuullisuusraportoinnista. Näistä vastuullisuusraportointia koskeva sääntely tulee uudistumaan.⁴⁰ Myös akkudirektiivin uudistusta koskeva ehdotus⁴¹ sisältää vastuullisuuteen liittyviä elementtejä. Lisäksi Euroopan komissio tulee antamaan sääntelyehdotukset kestävästä hallinnosta⁴² ja metsäkadon torjumisesta⁴³, joissa molemmissa keskeisessä roolissa on asianmukainen huolellisuus (due diligence). Myös Suomessa selvitetään kansallista sääntelyä yritys vastuusta.⁴⁴ Näiden lisäksi on myös muuta epäsuorasti vastuullisuuteen liittyvää sääntelyä, kuten tuoteturvallisuus- tai yksityisyydensuojasääntely.

Sääntelyn kasvu lisää painetta osaamiseen kehittämiseen sekä kaupan oman toiminnan että sen arvo- ja tuotantoketjujen hallinnassa. Vastuullisuuden integroiminen osaksi liiketoimintaa edellyttää, että organisaation jokaisen jäsenen tietää, mikä on oma rooli vastuullisuuden edistämiseksi. Kuten myös aiemmin on todettu, kuluttajat toivovat myyjien voivan kertoa tuotteiden vastuullisuudesta. Arvo- ja tuotantoketjuissa on paljon toimijoita, joista osalle vastuullisuuskysymykset eivät ole vielä täysin vakiintunut osa liiketoimintaa tai vastuullisuutta ei osata sanoittaa. Vastuullisuusosaamisen kehittämiseen tarvitaan siis panostusta.

³⁸ Euroopan komissio 2021b

³⁹ Euroopan komissio 2021c

⁴⁰ Euroopan komissio 2021d

⁴¹ Euroopan komissio 2020b

⁴² Euroopan komissio 2021e

⁴³ Euroopan komissio 2021f

⁴⁴ Ernst & Young Oy: Helminen ym. 2020

7.3. Johtopäätökset ja kehittämis ehdotukset

Johtopäätös 1.

Tulevaisuudessa kaupan toimiala on hiilineutraalisuuden edelläkävijä ja saavuttaa hiilineutraalisuuden vuonna 2035. Kauppa tekee aktiivisesti hiilineutraalisuutta tukevia toimia, on aktiivinen energiatehokkuussopimusten sopimuskumppani ja investoi energiatehokkuuteen ja omaenergian tuotantoon.

Kehittämis ehdotus 1.1. Vauhditetaan kaupan alan vähähiili-investointeja kehittämällä valti-onhallinnon ja kaupan alan yhteistyönä energiatehokkuussopimustoimintaa ja kannusteita.

Johtopäätös 2.

Tulevaisuudessa kaupan ala on edelläkävijä ja vahva kiertotalouden toteuttaja. Tehokkuuden parantuessa myös kaupan kilpailukyky paranee.

Kehittämis ehdotus 2.1. Luodaan uutena toimenpiteenä kaupan alan kiertotalouden toimen-pideohjelma eri ministeriöiden ja kaupan toimijoiden kanssa.

Johtopäätös 3.

Tulevaisuudessa kaupan alalla on vastuullisuustyötä edistämässä digitaaliset työväli-neet sekä monimuotoisuusmallit ja työkalut valtavirtaistamisessa. Valtio kannustaa kaupan alaa vastuullisiin toimintatapoihin.

Kehittämis ehdotus 3.1. Kehitetään yhdessä kaupan alan kanssa digitaalisia työkaluja kaupan alan vastuullisuustyön edistämiseen, mukaan lukien toimitusketjujen vastuullisuushallinta.

Kehittämis ehdotus 3.2. Toteutetaan kaupan alan monimuotoisuusmallien ja -työkalujen val-tavirtaistamisen -hanke yhdessä kaupan alan ja työntekijöiden kanssa.

Johtopäätös 4.

Tulevaisuudessa Suomi tekee vastuullisuudessa vaikuttamistyötä etsien ratkaisuja globaaleihin ongelmiin kansainväliseen ja EU-tasoiseen yhteistyöhön panostamalla kokonaisvaltaisesti ja systemaattisesti. Kaupan alan yhteinen sitoumus toimia kan-sainvälisten vastuullisuusstandardien mukaisesti sekä omassa toiminnassa että arvo- ja tuotantoketjuissa edistää hitaammin kehittyviä toimijoita pääsemään mukaan vas-tuullisuuskehitykseen.

Kehittämis ehdotus 4.1. Luodaan yhtäläisiä toimintaedellytyksiä tukevan lainsäädännön ja standardien kehittämiseksi EU- ja kansainvälisen vaikuttamisen kaupan alan pelikirja, joka kat-taa Suomen kannanotot ja toimenpiteet: 1) kestävä kehityksen teemoihin, 2) vastuullisuuden teemoihin ja 3) verkkokauppaan.