

VIESTINTÄ OSANA ILMASTOKUMPPANUUTTA

Miksi kannattaa viestiä?

Asiakkaat ovat entistä kiinnostuneempia yrityksen vastuullisuudesta ja ympäristöasioista. Earned Brand 2017 -selvityksen mukaan yli puolet kuluttajista tekee ostopäätöksen sen pohjalta, millainen kanta yrityksellä on yhteiskunnallisiin kysymyksiin. Kun yritys viestii tekemistään ilmastotoeista, asettamista tavoitteista ja yrityksen arvoista, se saa osoitettua ympäristövastuullisuuttaan ja rakennettua imagoaan.

Millaista on hyvä ilmastoviestintä yrityksessä?

- Viestitään avoimesti, rehellisesti, selkeästi ja monipuolisesti
- Viestitään eri kanavilla, jolloin saadaan enemmän näkyvyyttä
- Viestitään todellisista teoista
- Viestitään jo ennen kuin kaikki on valmista
- Viestitään myös yrityksen sisällä

Mistä kannattaa viestiä?

- Asetetuista tavoitteista
- Saavutuksista ja niiden vaikutuksista
- Toimista
- Tuotteiden hiilijalanjäljen pienentämisestä
- Vaatimuksista toimittajille ja yhteistyötahoille
- Osallistumisesta hankkeisiin tai verkostoihin
- Yrityksen sertifioituista laatu järjestelmistä tai ympäristömerkeistä
- Ongelmista ja haasteista

Muista viestiessäsi!

- Kerro, mitä päästövähennyksien luvut tarkoittavat käytännössä
- Kerro käytännön esimerkein
- Kerro yrityksen vahvuuksista
- Kerro, mitä vastuullisuus tarkoittaa teille
- Kerro taustatiedot ja ilmoita lähteet

Päijät-Häme on Hinku-maakunta, joka tavoittelee hiilineutraaliutta vuoteen 2030 mennessä.

Ilmastokumppanuuden tuomat konkreettiset hyödyt kannattaa kertoa myös muille sidosryhmille!

- Tuki yrityksen ilmastotyölle
- Soveltuvuus erilaisille organisaatioille
- Verkostoituminen ja näkyvyys
- Maksuton ja vapaaehtoinen
- Ilmastotoeista kertova tunnus käyttöön

Teemme
**ilmasto-
työtä**

Tekstejä käyttöösi:

”Olemme mukana Päijät-Hämeen Ilmastokumppanuusverkostossa. Haluamme olla osana Ilmastokumppanuutta, jotta se kasvaa kattavaksi yritysten verkostoksi, joka luo pohjaa uudelle ilmastotyön muodostumiselle Päijät-Hämeessä. Kehitämme yhdessä muiden mukana toimintaamme ilmastoystävälliseksi.”

”Katso millaisiin tekoihin sitouduimme Päijät-Hämeen Ilmastokumppanuuden myötä: [linkki](#)”

”Päijät-Häme tavoittelee hiilineutraaliutta vuoteen 2030 mennessä, mikä tarkoittaa kasvihuonekaasupäästöjen vähennystä 80 % vuoden 2007 tasosta ja hiilensidonnan lisäämistä. Yrityksemme on omilla tavoitteillaan mukana tekemässä tavoitteista totta.”

Lisätietoja ilmastokumppanuudesta sivulta: <https://paijat-hame.fi/ilmastokumppanuus/>

Lähteet:

Climate Joensuu: <https://www.joensuu.fi/documents/3877132/4699802/Vastuullinen+viestinta+PDF.pdf/a671d7f5-a6d0-4d3c-b9bc-170760658423>

ILMAVA: <https://www.kuntaliitto.fi/yhdyskunnat-ja-ymparisto/ymparisto/ilmastonmuutos/ilmastokunnat/ilmava>

hiilineutraalisuomi: <https://www.hiilineutraalisuomi.fi/fi-FI/Ilmastotyoyritysyhteistyoyritykset/Viestinta>

Miten viestii yrityksen nettisivuilla?

Ilmastokumppanuudessa mukana oleva Novart Oy viestii vastuullisuudestaan nettisivuillaan. Toiminnan läpinäkyvyys ja perustellut väitteet ovat hyvää markkinointia:
<https://www.novart.fi/yritys/ymparisto/>