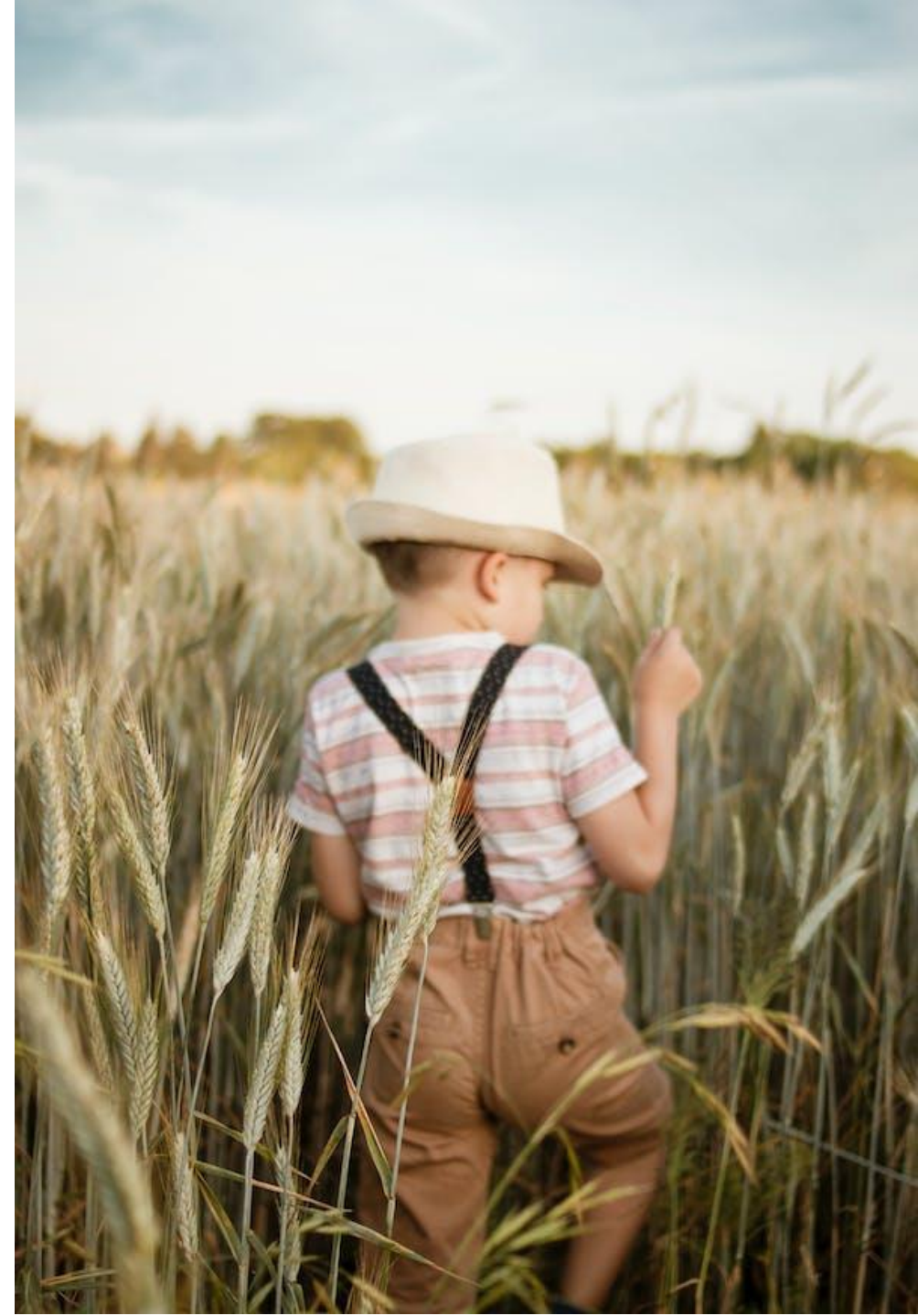




REDU

REDU Edu Oy





Jotpa rahoittaa,
REDU Edu kouluttaa,
yritys säästää!

EDISTÄ KESTÄVÄÄ ELINTARVIKETUOTANTOA

REDU Edu kouluttaa elintarvikealaa vastuullisuuteen

Aikuiskouluttaja REDU Edu Oy aloittaa
valtakunnallisen koulutuksen
elintarviketeollisuusalan työntekijöille.
Koulutus on yrityksille ILMAISTA.

Vastuullinen ja ekologisesti kestävä elintarviketeollisuus
-nimisellä koulutuksella tuetaan yhdeltä kantilta
työelämän rakennemuutosta elintarvikealalla.
REDU Edun koulutusosio on yksi osa elintarvikealaa
tukevasta valtakunnallisesta koulutuspaketista.

Tavoite

REDU Edun koulutuksen ydintavoite on kirkas: sen
pitää viedä yritys uudelle, vastuullisemmalle ja
taloudellisesti kannattavammalle tasolle.

Arkisessa työssä yrityksen toiminnassa tulisi jatkossa
panostaa: materiaalisäästöihin, hävikin
pienentämiseen, vastuullisuuden kertomiseen
asiakkaille ja elintarvikkeiden turvallisuuteen.
Kun esimerkiksi kierrätys ja hävikki saadaan haltuun,
se säästää euroja.

Kenelle ja koska?

- Koulutus on tarkoitettu elintarviketeollisuusalan
yrityksissä työskenteleville henkilöille.
- Hanke on valtakunnallinen. Toimialat ovat:
elintarvike-, liha-, leipomo- ja luonnontuotteet.
- Myös yritykset, joilla on asiakkaina hotelleja,
ravintoloita, pitopalveluita (HoReCa) ja matkailuala,
voivat osallistua.
- Toteutus vuosien 2023–2024 aikana. Toteutustapa
etäyhteys (Teams) ja työntekijöiden työpaikalla.

Arvonlisä nousuun

Elintarvikealan arvoa lisätään koti- ja vientimarkkinoilla
laadukkailla ruoka- ja juomatuotteilla sekä tuotteen
vastuullisuudesta kertovalla digitaalisella tiedolla.

Elintarvikesektori on biotalouden keskeinen osa.

Suomen biotalousstrategiassa tahdotaan
biotalouden arvonlisän kaksinkertaistamiseen.

Biotaloudella tarkoitetaan tuotantoa, jossa
hyödynnetään luonnosta saatavia uusiutuvia
materiaaleja. Samalla kehitetään ja otetaan käyttöön
niihin liittyviä paranneltuja tuotteita ja teknologioita.

Koulutuksen sisältö

Koulutuksen keskeiset sisältöalueet:

- ✓ **Asiakasymmärrys:** Koulutus avaa mahdollisuuden
syvälliseen asiakasymmärrykseen. Opit, kuinka
vastuullisuus ja ekologinen kestävyys voidaan
integroida asiakaslähtöisesti, tarjoten arvoa asiakkaille
ja vastaamalla juuri heidän tarpeisiinsa.
- ✓ **Palvelumuotoilu:** Kokonaisvaltainen käsitys
palvelumuotoilun merkityksestä vastuullisuudessa.
Opit käytännön esimerkkien kautta, kuinka kehittää
palveluita, jotka edistävät kestävää toimintaa.
- ✓ **Ilmastoneutraalius:** Käytännön keinot
ilmastotavoitteiden saavuttamiseksi. Opit
hiilijalanjalan laskennan perusteet ja kestäväen
energian käytön merkityksen.
- ✓ **Hiilijalanjalan laskeminen:** Syventyminen
hiilijalanjalan laskentamenetelmiin ja tuotteen
kokonaiskestävyyteen. Ympäristö, sosiaalinen ja
taloudellinen näkökulma huomioon ottaen.
- ✓ **Materiaalitehokkuus:** Materiaalitehokkaat
ratkaisut resurssien säästämiseksi ja jätteiden
vähentämiseksi. Toimittajayhteistyön merkitys ja
kierrätettävien materiaalien valinta.
- ✓ **Vastuullisuudesta viestiminen:** Kestävyys
rooli yrityksen maineessa ja brändissä. Tehokkaan
viestinnän perusteet ja sosiaalisen median
hyödyntäminen.
- ✓ **Kestävän toiminnan kaupallistaminen:**
Kestävyys merkitys yritykselle: yrityskulttuurin
ja brändin rooli, kestävyys osaksi yrityksen tarinaa,
kestävyys kilpailuetuna.

Tule ihmeessä mukaan ILMAISEEN, pääosin
työpaikallasi tapahtuvaan koulutukseen.

Ota yhteyttä, REDU Edu Oy, asiantuntija Hannu Pekkala
ilmoittaudu: 040 527 0629, hannu.pekkala@redu.fi



Aiheet

- Asiakasymmärrys
- Palvelumuotoilu ja yritys-esimerkit (case-studies)
- Ilmastoneutraalius ja hiilijalanjäljen laskeminen
- Materiaalitehokkuus
- Vastuullisuudesta viestiminen ja kestävän toiminnan kaupallistaminen





Asiakas on tärkeä

Asiakasymmärrys

- Asiakasodotusten ymmärtäminen
- Co-creation eli yhteiskehittäminen
- Miten ymmärrän asiakasta
- Asiakassegmentit
- Miten palvelet asiakasta kokonaisvaltaisesti
- Asiakasrekisteri
- Kuluttajatutkimukset
- Datan käsittely (tieto on, miten se saadaan ulos)
- Markkinointi ja myyntityö
- Asiakasymmärrysraportti

Custom





Asiakas on tärkeä



Kestävän kehityksen kolme peruselementtiä ovat:

1. ekologisuus
2. taloudellisuus
3. sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys.

Ekologinen kestävyys

Ekologinen kestävyys edellyttää, että ihmisen toiminta asettuu luonnon kantokyvyn rajoihin siten, etteivät luonnon monimuotoisuus tai ekosysteemien toimivuus vaarannu.

Ekotehokas tuotanto perustuu uusiutuvien ja uusiutumattomien luonnonvarojen säästöön ja päästöjen vähentämiseen. Keskeistä ekologisessa kestävyudessa on ympäristöä vähemmän kuormittaviin tuotanto- ja kulutustottumuksiin siirtyminen.

Työssäni:

- hävikin pienentäminen
- materiaalien käytön vähentäminen
- päästöjen vähentäminen
- aurinkoenergia, maalämpö

Customer





Asiakasymmärrys

Asiakas on tärkeä



Kysymyksiä raporttiin:

Mitä asiakas merkitsee yrityksellenne?

Miten arvot ohjaavat asiakkaan käyttäytymistä?

Onko yrityksellänne arvolupaus ja mikä se on?

Miten otatte huomioon yrityksellenne tärkeimmät asiakkaat?

Miten pidät luottamuksen asiakkaan kanssa jatkuvana?

Millaisia kyselyjä tai haastatteluja pidät asiakkaalle?

Miten hyödynnät dataa asiakasmarkkinoinnissa?

Customer





Konkreettisesti....

Asiakas on tärkeä



- Hiilijalanjälki (laskeminen, vertaus edelliseen vuoteen, siitä viestiminen)
- Hävikin pienentäminen
- Verkkosivut
- Pakkaaminen (koneet ja materiaalit)
- Tuotekehitys ja tuotteistaminen
- Energian säästö (hukkalämpö, sähkön säästäminen, mm. aurinkoenergia, veden säästö, maalämpö, kunnossapito)
- Tulevaisuuden kuvan luominen ja siitä viestiminen
- Koko henkilöstön sitouttaminen johdosta työntekijään → sama päämäärä
- Yms.

Tämä on vastuullista ja ekologisesti kestävää 😊

Customer





Asiakasymmärrys

Asiakas on tärkeä



Asiakas on tänään:

- Tuotetietoinen
- Hintatietoinen
- On vara valita
- S-ryhmä, K-ryhmä, Lidl, Tokmanni, Minimani, M-ketju, huoltoasemat
- Sinkkujen määrä kasvaa
- Erilaisuus (luomu, elämäntapa, allergiat, lähiruoka)
- Kiireinen (käyttövalmiit tuotteet)
- Palveluhaluinen/Ei palveluhaluinen
- Mukavuudenhaluinen
- Käyttää enemmän rahaa
- Hinta-laatusuhde
- Alkuperä merkitsee

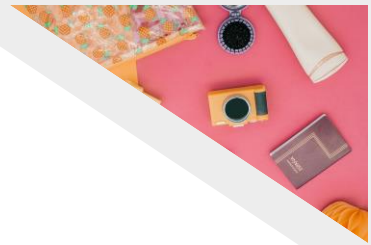
Customer



Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilun merkitys:

- Elämme kilpaillussa maailmassa.
- Uusia ja uudella tavalla toimivia yrityksiä, tuotteita ja palveluita syntyy jatkuvasti, pelkällä hinnalla ei voi, ei edes kannata enää kilpailla.
- Keskiössä ei pelkästään tuote, vaan sitoutetaan asiakas muilla argumenteilla yrityksen toimintaan (asiakasillat yms.)



Elintarvikeala Suomessa

- Kehittää ja valmistaa ruokaa kuluttajille
- Jalostaa kotimaisia maataloustuotteita ja tuontiraaka-aineita
- Harjoittaa elintarvikkeiden vientiä ja tuontia
- Vaalii ruokakulttuuria
- Työllistää elintarvikkeiden valmistuksessa, alkutuotannossa, jakelussa ja kaupassa sekä välillisesti pakkaus- ja koneteollisuuden, viestinnän ja julkisen hallinnon palveluksessa
- Vahvuutena asiakkaiden tarpeiden tuntemus, luotettavuus, osaaminen, korkeatasoinen teknologia ja pitkät perinteet
- Tavoitteena huolehtia ruoan laadusta kaikkina aikoina
- Pitää huoli huoltovarmuudesta



Materiaalitehokkuus

Keino hillitä ilmastonmuutosta on käyttää materiaaleja tehokkaasti.

Materiaalitehokkuuden tarkoituksena on tuottaa mahdollisimman paljon mahdollisimman vähästä ja samalla säästää ympäristöä.

Materiaalitehokkuuden avulla voidaan säästää myös kustannuksissa.



Ilmastoneutraalisuus

- EU on sitoutunut vähentämään nettokasvihuonekaasupäästöjään vähintään 55 prosentilla vuoteen 2030 mennessä vuoden 1990 tasosta. (Ympäristö ministeriö)
- Lisäksi EU:n tavoitteena on saavuttaa EU-tason ilmastoneutraalius, eli EU:n lainsäädännössä säänneltyjen päästöjen ja poistumien tasapaino vuoteen 2050 mennessä. (Ympäristö ministeriö)
- Suomi pyrkii ilmastoneutraaliksi vuoteen 2035 mennessä, ensimmäisenä hyvinvointivaltiona maailmassa. (Valtion konttori)

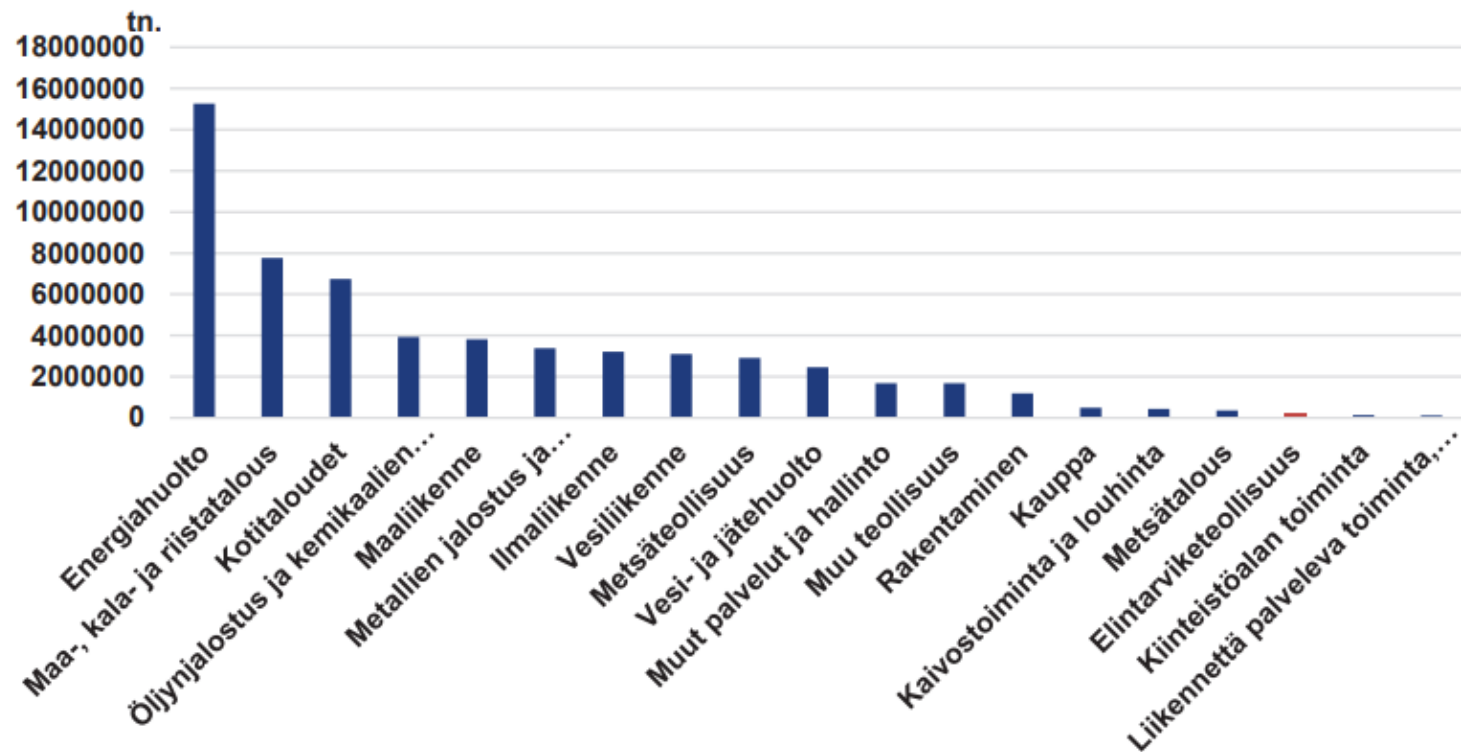
Ilmastoneutraalisuus/hiilineutraalisuus

....

- Kiertotalous
- Kestävyys
- Vähähiilisyys
- Ilmastoneutraalisuus
- Vihreä Siirtymä
- Vastuullisuus
- Resurssitehokkuus
- Kierrätys
- Ekotehokkuus
- Ympäristöystävällisyys
-

TOIMIALALAT

Ilmastopäästöt toimialoittain



Kuva 5. Elintarviketeollisuuden kokonaispäästöt ovat kaikkiin Suomen päästöihin suhteutettuna maltilliset.

Lähde: Suomen virallinen tilasto (SVT): Ilmapäästöt toimialoittain 2008-2017.

HIILIJALAN JÄLKI

- **Määritä rajat:** Määritä, mitkä toiminnot sisällytetään hiilijalanjäljen laskentaan. Tämä voi sisältää kaiken raaka-aineiden hankinnasta ja kuljetuksesta tuotantoon, jalostukseen, pakkaamiseen, jakeluun ja jätteenkäsittelyyn.
- **Kerää tiedot:** Kerää tiedot kaikista toiminnoista, jotka sisältyvät määriteltyihin rajoihin. Tämä voi sisältää esimerkiksi energiankulutuksen, raaka-aineiden kulutuksen, kuljetuksen tiedot ja jätteen määrän.
- **Laske päästöt:** Laske hiilidioksidipäästöt kullekin toiminnolle käyttämällä asiaankuuluvia muuntokertoimia. Esimerkiksi, jos tiedät kuinka paljon polttoainetta käytetään kuljetukseen, voit laskea hiilidioksidipäästöt käyttämällä polttoaineen hiilidioksidipäästökerrointa.
- **Summaa päästöt:** Laske yhteen kaikki hiilidioksidipäästöt saadaksesi kokonaishiilijalanjäljen.
- **Vertaa ja optimoi:** Vertaa hiilijalanjälkeäsi muihin saman alan yrityksiin ja etsi tapoja vähentää hiilijalanjälkeäsi.

KESTÄVYYS

Mitä on kestävä kehitys?

- Kestävä kehitys on maailmanlaajuisesti, alueellisesti ja paikallisesti tapahtuvaa jatkuvaa ja ohjattua yhteiskunnallista muutosta, jonka päämääränä on turvata nykyisille ja tuleville sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet. Tämä tarkoittaa myös, että ympäristö, ihminen ja talous otetaan tasavertaisesti huomioon päätöksenteossa ja toiminnassa.



Hiilijalanjälki

- ”Ihmisen toiminnan aiheuttamat ilmastopäästöt. Voidaan määrittää yritykselle, organisaatiolle, toiminnalle tai tuotteelle. Huomioi hiilidioksidipäästöjen lisäksi myös muut merkittävät kasvihuonekaasupäästöt, kuten metaanin ja typpioksiduulin.” Lähde: Sitra
- Scope 1: Omat suorat päästöt esim,. polttoainepäästöt
- Scope 2: Epäsuorat päästöt ostoenergiaan liittyen esim. ostosähkö
- Scope 3: Kaikki muut epäsuorat päästöt: materiaaliostot jne.

Miksi hiilijalanjälki

- Saadaan selville paljonko toiminta tuottaa hiilidioksidia tai muita kasvihuonekaasuja
- Saadaan selville mistä päästöjä toiminnassa syntyy
- Voidaan verrata vuosia keskenään
- Voidaan vähentää päästöjä mahdollisuuksien mukaan
- Konkretiaa mm. viestintään

Vastuullisuus on

- Yritystoiminnan vaikutusten ymmärtämistä: vaikutukset ympäristöön, ihmisiin ja yhteiskuntaan
- Parempaa ja kestävämpää liiketoimintaa – tavoitteellisesti
- Järkevämpiä arjen tekoja ja ratkaisuja
- Mitattua parantamista



Vastuullisuudesta viestiminen

- Integroitu osa yrityksen viestintästrategiaa
- Tukee yrityksen arvoja ja heijastaa niitä kaikessa viestinnässä
- Nykytilan arviointi ja kehityskohteiden määrittäminen
- Olennaisuusarviointi (kaksinkertainen)
- Pitkän tähtäimen perspektiivi tekemisessä ja viestinnässä
- Kestävyyseriskien arviointi
- Sidosryhmien odotusten huomiointi



- Ilmaise selkeästi yrityksesi vastuullisuustavoitteet ja toimenpiteet
- Auta ihmisiä ymmärtämään, mitä vastuullisuus yrityksessänne tarkoittaa
- Kerro mitä toimenpiteitä on tehty ja mitä asetettu tavoitteeksi
- Viestimällä vastuullisuudesta kerrot myös yrityksesi tarinaa (narratiivi)
- Kuvallinen viestintä auttaa tukemaan viestiänne ja korostaa arvopohjaanne
- Panosta ymmärrettävyyteen; käytä esimerkkejä ja tiivistä olennaisin viesti
- Yhteenvedot auttavat konkretian hahmottamisessa



