

VALOA  
viestintätoimisto

# Viestintäetua vedestä

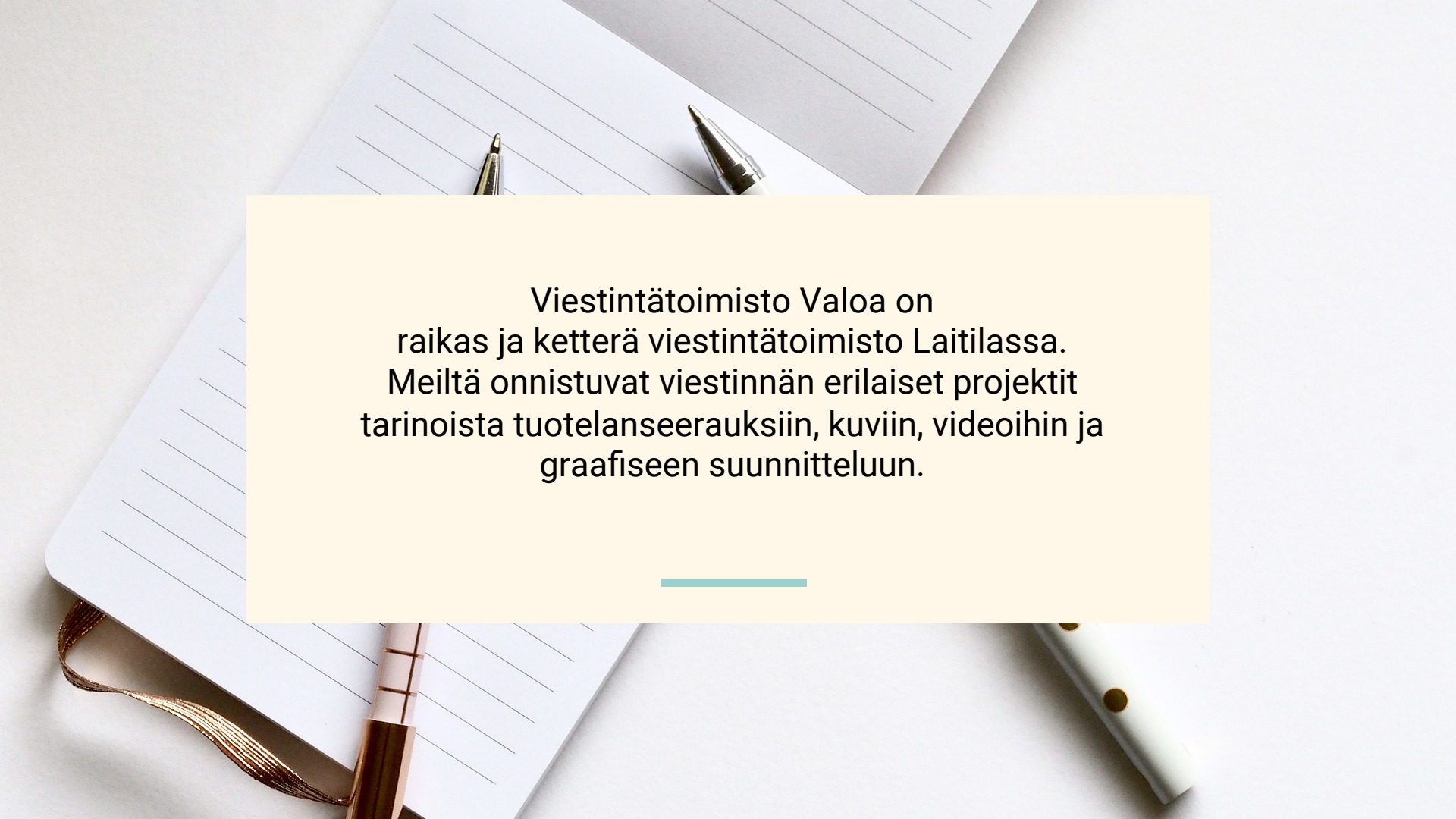
SATAFOOD 22.9.2021

# Hei, olen Tiina Kontra.

Olen viestinnän asiantuntija, Viestintätoimisto Valoan perustaja ja toimitusjohtaja. Minulla on vahva kansainvälinen kokemus sekä B2B- että B2C-yritysten markkinoinnista ja viestinnästä.

Kannukseni olen hankkinut Lähi-Idästä. Ennen Valoan perustamista syksyllä 2019, työskentelin seitsemän vuotta Arabiemiraateissa, missä suunnittelin myyntiä, markkinointia ja viestintää monenlaisille kohderyhmille. Minulla on vankka kokemus lifestyle-viestinnästä, sillä olen työskennellyt niin muodin, sisustuksen, hyvinvoinnin, ruoan kuin turisminkin parissa.



A top-down view of a desk with a notebook, pens, and a highlighter. The notebook is open, showing lined pages. Two pens are resting on the pages. A highlighter is visible in the bottom right corner. A yellow rectangular box is overlaid on the notebook, containing text.

Viestintätoimisto Valoa on  
raikas ja ketterä viestintätoimisto Laitilassa.  
Meiltä onnistuvat viestinnän erilaiset projektit  
tarinoista tuotelanseerauksiin, kuviin, videoihin ja  
graafiseen suunnitteluun.

---



# Osa-alueet

---

## **VESI RESURSSINA**

### **MITÄ VASTUULLISUUSVIESTINTÄ ON**

Yritysvastuu ja määritelmä

Miksi vastuullisuudesta kannattaa viestiä

### **VESI VIESTINTÄETUNA**

Puhdas vesi

Tekniset ratkaisut

Vesivastuullisuus

### **VIESTINNÄN KEINOJA**

Oma media, ansaittu media ja maksettu media

### **CASE-ESIMERKIT**



Vesi resurssina

Vesi on merkittävä resurssi luonnolle, ihmisille ja yrityksille. Maapallon pinta-alasta suurin osa on vettä. Suolaisesta vedestä ei ole puutetta, mutta makean veden varannot ovat varsin rajalliset ja maantieteellisesti tarkasteltuna epätasaisesti jakautuneet.

Yritysten toiminnassa vettä tarvitaan monessa eri yhteydessä ja yritykset ovatkin suurimpia vedenkäyttäjiä.

Vedenkulutuksesta tulisi olla tietoinen ja ottaa se osaksi vastuullisuusviestintää, jotta toimitaan yhä tehokkaammin vedenkulutuksen vähentämiseksi.

Mitä vastuullisuusviestintä on?

# Yritysvastuu

---

Yritysvastuuseen kuuluu kolme osa-aluetta

- Taloudellinen vastuu - Yritys huolehtii omasta kilpailukyvystään ja kannattavuudestaan pitkällä tähtäimellä.
- Sosiaalinen vastuu – yritys huolehtii oman henkilöstön hyvinvoinnista, osaamisesta, motivoinnista sekä hyvien toimintatapojen edistämistä.

Yritys on myös välillisesti vastuussa toimitusketjustaan ja vaikuttaa myös yhteisössään.

- Ympäristövastuu - yritys on selvillä liiketoiminnan mahdollisista ympäristövaikutuksista ja työskentelee ympäristökuormituksensa vähentämiseksi



# Vastuullisuusviestintä

---

Vastuullisuusviestintä kertoo organisaation arvoista ja toiminnan vastuullisuudesta. Se on erottamattomasti yhteydessä organisaation perustehtävään ja arjen tekoihin.

Vastuullisuus on tekoja, ei viestintää. Viestinnän tehtävä ei ole kehittää hyvältä kuulostavia vastuullisuusprosesseja.

# Miksi vastuullisuudesta kannattaa viestiä

---

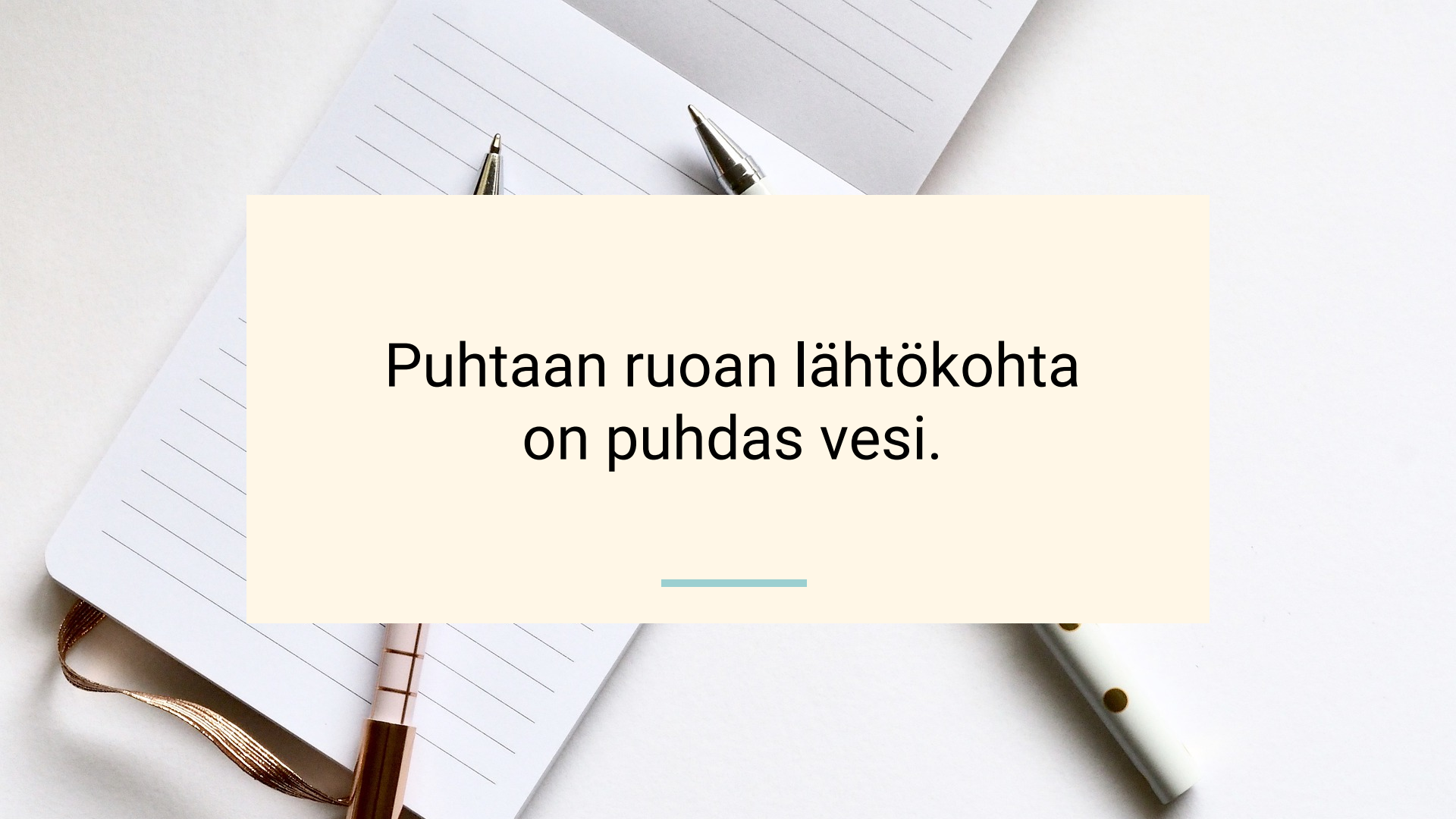
Yhteiskuntavastuusta viestiminen on tänä päivänä äärimmäisen tärkeää yrityksille, koska tämä luo luottamuksellista kuvaa yhtiöstä.

Kun vastuullisuus ei näy päällepäin siitä on aktiivisesti viestittävä ja tehtävä teot, tuotteet ja palvelut näkyviksi. Jos kukaan ei tiedä, arvoa ei synny.

Avoimuus ja rehellisyys ovat päivän avainsanoja. Pitkäjänteisellä, strategisella yritysvastuulla ja vastuullisella viestinnällä suojataan ja kasvatetaan yrityksen arvoa.



Vesi viestintäetuna



Puhtaan ruoan lähtökohta  
on puhdas vesi.

---

# Lisäarvoa tuovat tekijät arktisessa ruoantuotannossa

## Ekologiset lisäarvoa tuottavat tekijät:

- puhdas maaperä
- runsaat, puhtaat vesivarat, kasvukauden sateet
- kattava, vihreä infrastruktuuri
- puhdas ilma
- talvi pakkasineen, lumipeite ja routiva maa
- viileähkö, lyhyt ja valoisa kasvukausi
- vähätuulinen kasvukausi

## Teknis-yhteiskunnalliset lisäarvoa tuottavat tekijät:

- älykkäät teknologiset ratkaisut
- osaaminen, tutkimus-kehitys-innovaatio, lainsäädäntö, viranomais-toiminta, neuvonta,
- yhteistyö, yhteiskehittäminen, kuluttajalähtöisyys, pien(perhe)yrittä-jyys, kannustavat omistusrakenteet

## Arktiselle ruoantuotannolle syntyvät lisäarvotekijät:

- varmennetut puhtaat tuotteet\*\*
- terve tuotantoympäristö – puhdas ilma\*\*\*
- terveet eläimet, salmonellattomuus, vähäiset antibioottijäämät\*\*
- tuotteiden korkea sisäinen laatu (esim. luonnonmarjojen flavonoidipitoisuus mustikka, puolukka, hilla)\*\*
- tuotteiden korkea hygieeninen laatu – puhdas vesi\*\*\*
- jäljitettävät tuotteet – integroitu sopimustuotanto, läpinäkyvä dokumentaatio\*\*
- pieni ympäristöjalanjälki – ympäristökemikaalien seuranta\*
- ruokajärjestelmätasolla vastuullinen kiertotalous\*
- maatilatasolla hiilineutraali jätevapaa tuotanto\*

Puhdas vesi

# Suomalainen vesi raaka-aineena

---

Suomessa on runsaat ja korkealaatuiset vesivarat ja pohjaveden osalta olemme täysin omavaraisia. **Suomi onkin veden suhteen maailman rikkain maa ja Suomessa tuotetulla ruoalla on pieni vesijalanjälki.**

Vesijalanjälki tarkoittaa sitä, kuinka paljon vesivaroja on käytetty hyödykkeiden valmistamiseen. Kulutettuihin vesivaroihin lasketaan talousveden lisäksi kaikki vesi, joka on tarvittu esimerkiksi viljelyyn, teollisuuden prosesseissa ja tuotteiden valmistukseen. Litramäärän lisäksi tärkeää on tietää, missä hyödyke on tuotettu ja minkälainen vesitilanne tuotantoalueella on.

# Suomalainen vesi raaka-aineena

---

Maassamme on 6 350 pohjavesialuetta, joilla muodostuu 5,4 miljoonaa kuutiota pohjavettä vuorokaudessa. Ainoastaan noin 10 % muodostuvasta pohjavedestä on käytössä. Pohjavedet ovat hyvälaatuisia.

Suomen ilmasto on sopiva järvien syntymiselle: täällä sataa tarpeeksi ja viileässä ilmastossa haihtuu vain vähän vettä ilmaan. Yli 80 prosenttia järvi- ja merialueestamme on pintaveden perusteella vedenlaadultaan erinomaista tai hyvää.



# Satakuntalainen vesi

---

Satakunnassa on 86 pohjavesialuetta. Yleisten vesilaitosten hiekka- ja sora-alueilta saatava pohjavesi on käyttökelpoisuudeltaan yleensä moitteetonta.

Satakunnan merkittävimmät pohjavesivarat löytyvät kahdelta suurimmalta harjujaksolta, jotka ovat Porin-Virttaankankaan-Koski Tl:n harjujakso ja Noormarkun-Kokemäen-Huittisten harjujakso.

# Kuninkaanlähde

---

Kuninkaanlähde on Kankaanpäässä sijaitseva lähde ja virkistysalue.

Lähde sai nykyisen nimensä vuonna 1752 tapahtuneen Kuningas Aadolf Fredrikin vierailun jälkeen. Kuningas pysähtyi helteisenä päivänä 17. heinäkuuta seurueineen lähteelle syömään ja levähtämään. Paikalla on vierailusta kertova muistokivi. Kuninkaanlähde on ollut kuitenkin jo vuosisatoja aikaisemminkin merkittävä pysähdyspaikka eränkävijöille ja matkustavaisille.

Lähteen virtaama on noin 10 000 kuutiometriä vuorokaudessa ja se on yksi Suomen runsasvetisimmistä lähteistä.



# Säkylänharju ja Virttaankangas

---



Verrattuna muihin suomalaisiin harjuihin, ja jopa maailman suurimpiin harjuihin, Säkylänharju-Virttaankangas on poikkeuksellisen suuri ja näyttävä harjukompleksi.

Säkylänharju-Virttaankankaan alue on yhteinen Köyliön, Säkylän, Loimaan ja Huittisten kunnille, jotka hyödyntävät alueen pohjavesivarantoa vesihuollossaan.

Säkylän harju on Natura 2000 –alue, jossa esiintyy runsaasti valtakunnallisesti harvinaisia kasveja ja eläimiä ja merkittäviä luonnon kauneusarvoja.

# Tekniset ratkaisut

# Vesivastuullisuus

---

Vesivastuullisuus tarkoittaa, että yritys käyttää vettä ympäristön kannalta kestävästi ja että veden käyttö on samalla sosiaalisesti ja kulttuurisesti oikeudenmukaista ja taloudellisesti kannattavaa.

Se merkitsee, että yritys kantaa vastuun vaikutuksistaan ja hallitsee toimintansa vesiriskit.

Vesivastuullisuus avaa yrityksille uusia mahdollisuuksia ja kannustaa etsimään yhteisiä ratkaisuja vedenkäyttöön. Ratkaisut voivat olla esimerkiksi teknisiä parannuksia, vesiensuojelun edistämistä tai vesivarojen hallinnan kehittämistä (esimerkiksi vettä säästävät ratkaisut, veden kierrätys, sivuvirtojen hyödyntäminen jne.).

Toimet eivät rajoitu yrityksen omiin toimipaikkoihin vaan ottavat huomioon koko toimitusketjun. Ne kattavat yrityksen koko hankinta- ja arvoketjun myös Suomen rajojen ulkopuolella.

# Vesivastuusitoumus

---

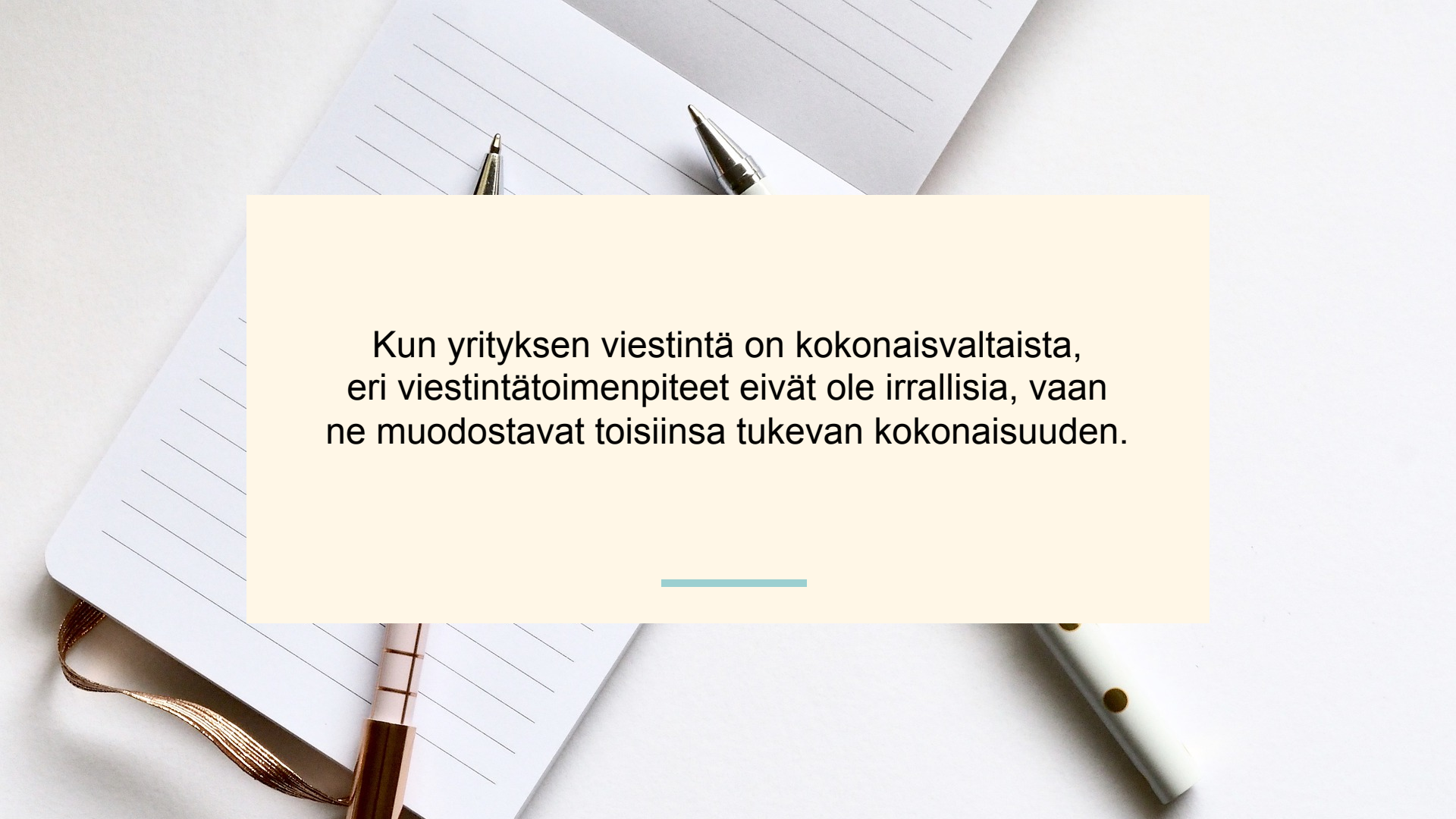
Vesivastuusitoumus haastaa yritykset tunnistamaan vesiriskit arvoketjuissaan ja huolehtimaan siitä, että niiden toimipaikat ja alihankkijat käyttävät vettä kestävästi. Se myös kannustaa yrityksiä kehittämään veden kestäväää hallintaa yhteistyössä sidosryhmien kanssa.

Sitoumuksen ovat perustaneet Aalto-yliopisto, Luke, SYKE, VTT, WWF Suomi, MMM, UM ja YM.



# Viestinnän työkaluja





Kun yrityksen viestintä on kokonaisvaltaista,  
eri viestintätoimenpiteet eivät ole irrallisia, vaan  
ne muodostavat toisiinsa tukevan kokonaisuuden.

---

# Viestinnän kanavat

---

Oma  
media

---

Ansaittu  
media

---

Maksettu  
media

---

POHDITTAVAA:

*Mitä kanavia pitkin eri kohderyhmät tavoitetaan?*

*Mikä on jokaisen kanavan rooli (tietoisuus - kiinnostus - päätöksenteko)?*

*Miten kanavat priorisoidaan?*

*Mitä resursseja viestinnällämme on käytössä? Mitä ovat vastuut ja roolit?*

# Kuluttajan ostopolku

---



# Kuluttajan ostopolku - esimerkki



Display-markkinointi

Facebook

Kuvat ja videot

Youtube

Sähköpostimarkkinointi

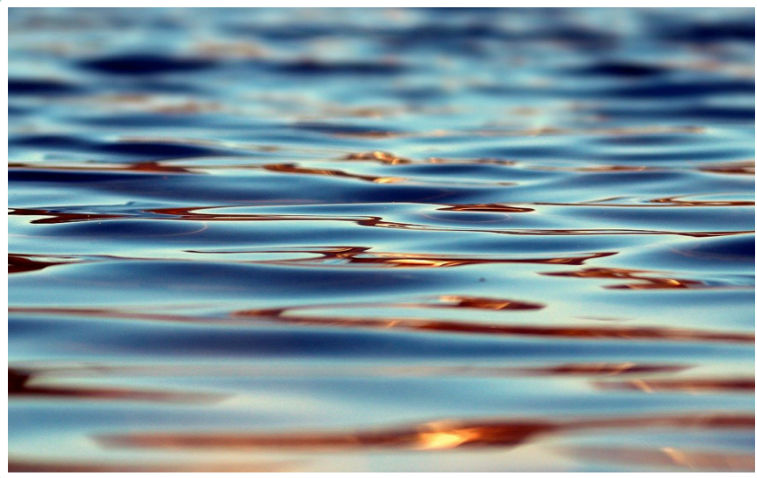
SEO ja Verkkosivut

Hakukonemarkkinointi

Some

Vaikuttajayhteistyöt

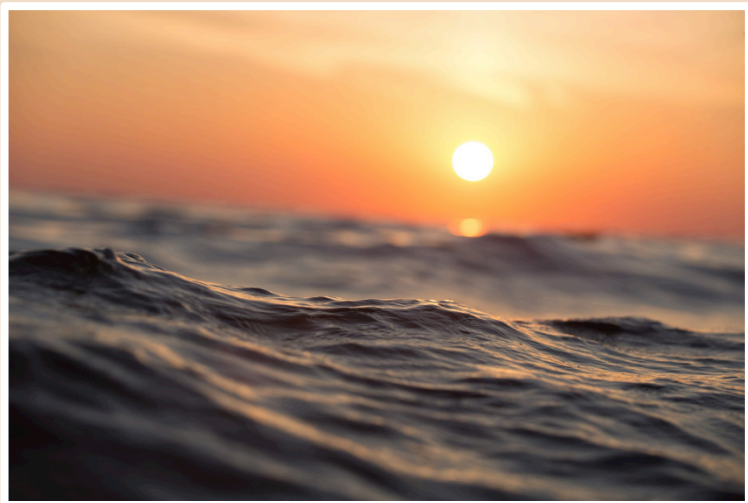
Tiedotteet



# Oma media

---

- Intranet
- Verkkosivut
- Blogi
- Sosiaalisen median kanavat
- Asiakaslehdet
- Tapahtumat
- Tutkimukset
- Kuvat ja videot



# Ansaittu media

---

- Näkyvyydet sanomalehdissä
- Aikakauslehdissä
- Erikoislehdissä
- Ammattilehdissä
- Radiokanavilla
- TV:ssä
- Arviot keskustelupalstoilla
- Sosiaalisen median julkaisut, linkit ja jaot



# Maksettu media

---

- Mainostila sanoma- ja aikakauslehdissä
- Mainosaika radiossa ja TV:ssä
- Sisältömarkkinointi
- Verkkomainonta
- Vaikuttajamarkkinointi
- Tapahtumamarkkinointi
- Sponsorointi
- Hakukonemainonta
- Some-mainonta

# Vesivastuullisuus viestinnässä

OY KARL FAZER AB ja ELOVENA





**Viestintätoimisto Valoa Oy**

[tiina@valoaviestinta.fi](mailto:tiina@valoaviestinta.fi) | 050 493 59 56

Untamontie 76, 23800 Laitila