

Opinnäytetyö (AMK)

Hankinta- ja myyntiosaamisen koulutus

2019

Sini Pietikäinen

YMPÄRISTÖ JA KESTÄVÄ KEHITYS KOSMETIIKASSA

– Vastuullista Korean kosmetiikkaa Suomeen

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Hankinta- ja myyntiosaamisen koulutus

Kevät 2019 | 43 + 1

Sini Pietikäinen

YMPÄRISTÖ JA KESTÄVÄ KEHITYS KOSMETIIKASSA

- Vastuullista Korean kosmetiikkaa Suomeen

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, minkälaisia parhaimpia tuotevalintoja sekä tekijöitä ympäristön kannalta voidaan tehdä tuotaessa Etelä-Korealaista kosmetiikkaa Suomeen.

Opinnäytetyössä keskitytään eniten vastuutekijöihin ympäristön näkökulmasta ja pohditaan, mitä kaikkea ympäristövastuuseen kuuluu. Tässä opinnäytteessä myös kuvataan korealaista kosmetiikkaa ja sen mielikuvaa maailmalla sekä kosmetiikan trendejä ympäristön kannalta. Tämä opinnäytetyö koostuu sekä teoreettisesta että toiminnallisesta osasta. Teoreettisessa osassa esitellään yleisiä, huomioon otettavia käytäntöjä maahantuonnille. Toiminnallinen osa koostuu haastattelusta.

Työ osoitti, että maailmalla kiinnostus ja huoli ympäristöasioista on noussut trendiksi kuluttajien keskuudessa. Vielä yrityksillä on paljon tehtävää vastuullisuusasioissaan, mutta kuluttajavaatimukset ohjaavat niitä oikeaan suuntaan.

Yritysten odotetaan toimivan kestävä kehityksen mukaisesti, ja ilman muutosta yritykset eivät menesty tulevaisuudessa. Kosmetiikan maahantuontiyrityksen tulee seurata alan trendejä ja valikoida yritykseensä tuotteita, jotka vastaavat kuluttajien kasvavaan kysyntään kestävä kehityksen mukaisesta kosmetiikasta.

ASIASANAT:

K-Beauty, kosmetiikka, maahantuonti, vastuullisuus, ympäristö

BACHELOR'S THESIS| ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Procurement and Professional Sales Management Programme

Spring 2019 | 43 + 1

Sini Pietikäinen

ENVIRONMENT AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN COSMETICS

- Responsible Korean cosmetics to Finland

The aim of this thesis is to find out the best product choices and factors for the environment that can't be made when importing cosmetics from South Korea to Finland.

The thesis mainly focuses on the factors of responsibility from an environmental point of view and discusses what environmental responsibility is all about. This thesis also introduces Korean cosmetics and its popularity around the world as well as cosmetic trends from an environmental point of view. This thesis consists of a theoretical and functional part. The theoretical part introduces general practices to be considered for importing environmentally relevant issues. The functional part is an interview, the answers are analyzed in the text.

The work showed that interest and concern about the environment in the world has become a trend among consumers. Still, companies have a lot to do with their responsibility in their affairs, but the consumer's demands guide them in the right direction

Businesses are expected to operate in a sustainable manner and without change, businesses will not succeed in the future. Cosmetics importers should follow industry trends and select products that match the growing demand for cosmetics for sustainable development.

KEYWORDS:

cosmetic, environment, import, K-Beauty, sustainability

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 VASTUULLISUUS KOSMETIIKASSA	8
2.1 Yrityksen yhteiskuntavastuu	8
2.2 Taloudellinen vastuu	9
2.3 Sosiaalinen vastuu	10
2.4 Ympäristövastuu	11
2.5 Elinkaariarviointi	11
2.6 Toimitusketjun hallinta	12
2.7 Kohti vastuullista hankintaa	13
3 YMPÄRISTÖN EHDOLLILLA	14
3.1 Kestävyys liiketoimintana	16
3.2 Cosmetics Europe	16
3.3 Pakkaukset	17
3.4 Raaka-aineet	19
3.5 Luonnonkosmetiikka	20
3.6 Vedetön kosmetiikka	22
4 KOSMETIIKAN LAINSÄÄDÄNTÖ	24
4.1 EU:n kosmetiikkalainsäädäntö	24
4.2 Korean kosmetiikkalainsäädäntö	25
4.3 Pakkausmerkinnät	26
4.4 Eläinkokeet	27
5 SUOMI JA ETELÄ-KOREA	28
6 KOREAN KOSMETIIKKA	30
6.1 K-Beauty	31
6.2 Raaka-aineet	33
6.3 Ympäristövaikutukset ja kestävä kehitys korealaisessa ihonhoidossa	34
6.4 Haastattelussa Virve Fredman	35
7 LOPUKSI	38

LÄHTEET

40

LIITTEET

Liite 1. Haastattelukysymykset

KUVAT

Kuva 1. Kuluttajien suhtautuminen kestävään kehitykseen.	15
Kuva 2. Biohajoava kosmetiikkapakkaus.	18
Kuva 3. Kosmetiikan merkit ja sertifikaatit.	21
Kuva 4. TonyMolyn leikittelevät pakkaukset.	32

TAULUKOT

Taulukko 1. Vesijalanjälki vedettömällä tuotteella.	22
Taulukko 2. Korealainen ihonhoitorutiini.	31
Taulukko 3. 9 suosituinta raaka-ainetta Korean kosmetiikassa.	33

1 JOHDANTO

Opinnäytetyössä selvitetään, millaisia ympäristövalintoja suomalainen maahantuontiyri-tyks voi tehdä, sekä millaisia valintoja voidaan tehdä tuotevalikoiman suhteen tuottaessa kosmetiikkaa Etelä-Koreasta. Pääaihe opinnäytetyössä on vastuullisuus, ja koko teksti on rakennettu sen ympärille. Kosmetiikka, ympäristö sekä vastuuasiat ovat ajankohtainen aihe. Vastuullisuus on osa monien yritysten toimintatapaa ja osa kestävästä kehitystä. Yritys voi omilla valinnoillaan vaikuttaa ympäristötekijöihin. Valikoimiin otettavilla tuotteilla on suuri merkitys kosmetiikan maahantuonnin menestymisessä. Vain valitsemalla oikeat tuotteet valikoimiinsa voi yritys vaikuttaa toimintansa tavoitteisiin.

Vastuulliseen kosmetiikkaan liittyy vahvimmin kosmetiikan ympäristövaikutukset. Tästä syystä tämä opinnäytetyö kuvastaa enemmän ympäristön ehdoilla olevaa vastuullisuutta, mikä tulisi tuotevalinnoissa ottaa huomioon. Korean kosmetiikalla on vahva markkinarako maailmalla, ja maan edistynyt tuotetutkimus ja kehitys sekä luonnolliset raaka-aineet lisäävät maailmanlaajuista kysyntää. Etelä-Korea toimii kosmetiikassa tiennäyttäjänä, ja kehitys kosmetiikan osalta on vuosia edellä muuta maailmaa.

Työn alussa keskitytään vastuullisuusasioihin ja kerrotaan yhteiskuntavastuusta ja erilaisista mittareista, joita voidaan yrityksissä käyttää. Seuraava luku keskittyy ympäristön kannalta tärkeisiin asioihin, joihin kosmetiikassa voidaan vaikuttaa. Lainsäädäntö on maahantuonnissa tärkeä tekijä, joten Suomen ja Etelä-Korean lakeja kuvataan lyhyesti tekstin kolmannessa luvussa. Toimivaan yhteistyöhön tarvitaan myös hyvät suhteet. Viimeinen luku keskittyy vain Etelä-Korean kosmetiikkaan ja haastattelun tuloksiin. Haastatteluun on vastannut Eleven-verkkokaupan maajohtaja ja Ostolakossa-blogia kirjoittava Korean kosmetiikan asiantuntija Virve Fredman.

Vain muuttamalla toimintatapojaan ympäristöystävällisemmiksi, voivat yritykset menestyä. Kuluttajatrendit huomioivat enenevässä määrin kestävästä kehityksestä ja kuluttajat vaativat yrityksiltä tekoja ottaa tämä huomioon. Etelä-Korean kosmetiikka on ollut Suomessa trendinä jo muutaman vuoden, ja tästä syystä opinnäytetyössä käsitellään kosmetiikan trendejä sekä niiden mahdollisuutta sekä toteutumista Etelä-Koreassa.

Opinnäytetyön tarkoituksena on herättää mielenkiintoa ja tietoisuutta. Työn tavoitteena on olla hyödyllinen kosmetiikan maahantuontiyrityksille. Aihealue on laaja, ja tästä syys-

tä tekstiä oli rajattava. Rajauksena toimi kosmetiikan tärkeät trendit vastuullisuuden näkökulmasta.

2 VASTUULLISUUS KOSMETIIKASSA

Kosmetiikan vastuullisuus on jatkuvasti enemmän esillä, ja kuluttajia kiinnostaa enenevässä määrin raaka-aineet sekä niiden vaikutukset omalle iholle että ympäristöön. Kosmetiikkaa liikkuu maailmalla todella paljon ja tuotteissa käytetään paljon erilaisia kemiallisia aineita. Uusia tuotteita kehitellään jatkuvasti ja kokeillaan erilaisten ainesosien yhteensopivuutta. Koska kuluttajat ovat enemmän heränneet kosmetiikan raaka-aineiden vaikutuksiin, on tästä syystä myös yritysten täytynyt muuttua ja tehdä tuotteistaan ja toiminnastaan avoimempia. Kosmetiikan tuoteselosteet ja raaka-aineet tulee olla kaikkien nähtävissä, jotta kuluttajat voivat helposti tarkistaa itse INCI (*International Nomenclature Cosmetic Ingredient*)- eli ainesosaluettelon sisällön. Tiettyjen kosmeettisten raaka-aineiden käyttö on kielletty ja yritysten tulee vastuullisuuttaan tavoitellessaan tutkia tarkemmin raaka-aineiden alkuperää sekä niiden ympäristövaikutuksia.

Kosmetiikan tulee olla turvallista käyttää myös pitkällä aikajaksolla. Suomeen kosmetiikkaa maahantuovien yritysten sekä niiden valmistajien vastuulla on tuoda kuluttajien tietoon kaikki turvallisuuden kannalta tärkeät tiedot; valmisteen koostumus, tuotteen ominaisuudet sekä arviointi tuotteen turvallisuudesta. (Stiens 2008, 13)

Korea on kosmetiikassa suurin tiennäyttävä, ja monet yritykset kääntävät katseensa Etelä-Korean puoleen, kun suunnitellaan uusia kosmeettisia tuotteita markkinoille. Tämän vuoksi Korean kosmetiikka, K-Beauty, on maailmalla suuressa roolissa, ja sen maahantuonti Suomeen on tärkeää kosmetiikkamarkkinoiden kannalta. Suomalaisten maahantuontiyrityksien tärkeä tehtävä vastuullisuudessaan onkin ymmärtää tuotteiden elinkaari ja myymiensä tuotteiden vaikutukset ympäristöön. (Mordor Intelligence 2016)

2.1 Yrityksen yhteiskuntavastuu

Yrityksillä on erilaisia vapaaehtoisia velvollisuuksia, odotettuja velvollisuuksia sekä erilaisia kansainvälisiä sopimuksia toiminnalleen, ja yritysvastuu (*Corporate Social Responsibility, CSR*) kuvastaa toimivan yrityksen vastuullisuutta heidän omassa liiketoiminnassaan. Yritykset voivat itse päättää, kuinka läpinäkyvää liiketoimintaa he haluavat harjoittaa sekä haluavatko he vuosiraportit ja vastuullisuussuunnitelmat kaikkien nähtäville. Mitä läpinäkyvämpää yrityksen liiketoiminta on, sitä enemmän se luo uskoa sidosryhmille yrityksen tavoista toimia kestäväen kehityksen tavalla. Jäljitettävyys kertoo siitä, että yritys

tiedostaa tuotteiden raaka-aineet ja valmistuslinjat. Yritysvastuu koostuu taloudellisesta, sosiaalisesta sekä ympäristövastuusta, ja vastuullisen liiketoiminnan osalta näiden kaikkien kolmen tulee kulkea riippuvuussuhteessa toisiinsa. Kosmetiikan maahantuoja, joka haluaa tuoda maahan vastuullista kosmetiikkaa, tulee toimia työssään lain vaatimusten mukaisesti. (Kuluttajaliitto n.d., Tukes 2019a, Työ ja elinkeinoministeriö n.d.)

Lainsäädäntöjen noudattaminen ja toimitusketjun vastuullisuus ovat vain muutamia esimerkkejä, joita yritysten tulee noudattaa halutessaan harjoittaa kannattavaa liiketoimintaa. Yritys voi halutessaan toimia vastuullisessa toiminnassaan vielä enemmän kuin vain lakien mukaisesti. Vastuullisuus on tänä päivänä avain onnistuneeseen liiketoimintaan, ja monet kuluttajat seuraavat yritysten tapoja toimia kestäväen kehityksen mukaisesti. Yrityksen vastuullisuus lähtee yrityksen omasta halusta toimia, ja se ohjaa liiketoimintaa oikeaan suuntaan. Yritysvastuu koskettaa koko henkilökuntaa sekä sitä ympäröiviä sidosryhmiä toimitusketjusta loppuasiakkaaseen, ja kestäväen kehityksen mukainen toiminta on vahvistava voimavara tiellä menestyvämpään liiketoimintaan. Eettisesti ja vastuullisesti toimivan yrityksen kaikkien jäsenten tulee toimia yrityksen arvojen mukaisesti, ja johdon tulee näyttää muille esimerkkiä omalla toiminnallaan.

Yritykset voivat halutessaan osallistua erilaisiin yritysvastuujärjestelmiin, jotka auttavat vastuullisuuden toteutumista. BSCI (*Business Social Compliance Initiative*) -järjestelmä on sosiaalisen laadunvalvonnan malli ja sen tarkoituksena on parantaa riskimaissa työnteekijöiden oloa. YK:n Global Compact on kymmenen toimintaperiaatteen mukainen toimintatapa, jonka kautta yritykset sitoutuvat toimimaan muun muassa ihmisoikeuksien kunnioittamiseen ja korruption ehkäisemiseen. Code of Conduct, eettiset arvot, on yrityksen itse valitsema toimintatapa, jota yrityksen henkilökunta sekä toimittajat sitoutuvat noudattamaan. (Kaupan Liitto 2004)

2.2 Taloudellinen vastuu

Yrityksen toiminta tulee olla lähtökohtaisesti kannattavaa, jotta se voi olla taloudellisesti vastuullinen pitkällä aikavälillä. Taloudellinen vastuu on tapa, jolla yritys luo taloudellista hyvinvointia ympäröivään yhteiskuntaan. (Harmaala & Jallinoja 2012, 19) Vastuullisen yrityksen tulee miettiä pitkällä aikavälillä päätöksiään ja niiden vaikutuksia.

Kosmetiikan maahantuoja voi taloudellisella toiminnallaan auttaa muun muassa paikallista yritystä tuontimaassa toteuttamaan omia vastuullisia visioitaan ja hankkeitaan

toimia kestävän kehityksen mukaisesti. Omassa maassaan yritys tuo työllisyyttä omalle organisaatiolleen ja mahdollisille jälleenmyyntiyrityksille.

2.3 Sosiaalinen vastuu

Henkilöstön työhyvinvointi on kantava voimavara liiketoiminnalle. Sosiaalisen vastuun kantavan yrityksen kuvaan kuuluu tarjota työntekijöilleen hyvä työterveyshuolto, työajat sekä viihtyisä työympäristö. Sen lisäksi yrityksen makroympäristön oletetaan toimivan ihmisoikeuksien mukaisesti ja syrjimättömästi. Sosiaaliseen ympäristöön lukeutuu myös hyvä hygienia, puhdas vesi sekä eläinoikeudet. Ilman kunnollista hygieniaa on mahdollista luoda ihmiselle turvallista kosmetiikkaa. Eläinoikeuksien puolestapuhujana kosmetiikkateollisuus on vahvasti parantunut maailmanlaajuisesti, mutta riskimaita – kuten osa Aasian maista – teollisuudella vielä on.

Ulkomailta kosmetiikkaa maahan tuovan yrityksen on oltava tarkkana sosiaalisen vastuun toteutuksessa. Toimitusketju saattaa tietyillä kosmetiikkatuotteilla olla pitkä. Jotta varmistetaan ihmisoikeuksien ja syrjimättömyyden toteutuvan koko toimitusketjussa, yrityksen tulee tehdä auditointeja valmistustehtaille sekä raaka-aineiden lähteille. Auditoinnin tarkoituksena on huomata mahdolliset väärinkäytökset sekä heikkoudet ja korjata ne yrityksen haluamalla tavalla, sekä tuoda esille laatujärjestelmän toimivuus ja tehokkuus (Logistiikan maailma 2019a).

Sosiaaliselle vastuulle on luotu erilaisia mittareita, ja yksi tunnetuimmista on BSCI. Sen tarkoituksena on määritellä toimintaperiaatteet perusoikeuksien noudattamiselle sekä ihmisoikeusrikkosten ehkäisemiselle ja vähentämiselle. Toinen, kansainvälisesti käytetty standardi on ISO 26000, joka on nimetty yhteiskuntavastuuoppaaksi (*Guidance on Social Responsibility*). Sen tavoitteena on opastaa, miten tärkeät toimintaperiaatteet muutetaan käytännön toiminnaksi. Siinä otetaan kantaa termeihin ja perusperiaatteisiin. ISO 26000 -standardiin kuuluu seitsemän osa-aluetta, muun muassa ihmisoikeudet, yhteisön kehittäminen sekä oikeudenmukaiset toimintatavat, mutta yritys ei voi saada siitä sertifikaattia. Kolmas tunnettu standardi on SA 8000, jonka käytöstä yritys voi saada sertifioinnin. (Harmaala & Jallinoja 2012, 113–114)

2.4 Ympäristövastuu

Ympäristövastuu on yrityksen tapa toimia ympäristön kannalta parhaalla mahdollisella tavalla, luonnonvaroja säästäen. Ympäristövastuulla on erilaisia ympäristömerkkejä. Fair Trade -merkki on varmuus siitä, että yritys toimii reilun kaupan sääntöjen mukaisesti. Laatustandardeista tunnetuin on ISO14001 -malli. Sen mukaan toimiva yritys sitoutuu ympäristön jatkuvaan parantamiseen sekä tunnistaa omien tuotteiden, toimintojen ja palveluiden ympäristövaikutukset. (Reilu Kauppa 2019)

Vastuullisessa kosmetiikan maahantuonnissa yrityksen tulisi keskittyä tuotteiden pakkausmateriaaleihin, toimitusketjun hallintaan, toimittajien vastuullisuuteen sekä kiertotalouteen. Yrityksen ekologiseen vastuuseen kuuluu oman toiminnan vaikutukset luontoon ja ympäristöön. Välittömiä ja välillisiä ympäristövaikutuksia tulisi yrittää vähentää. Välittömiin vaikutuksiin yrityksessä voidaan ajatella lukeutuvan kiinteistöjen kulut ja päästöt, kuljetus- ja varastointikustannukset. Välillisiin vaikutuksiin kosmetiikkatuotteiden valmistus niin tuotteelle kuin pakkaukselle, niiden käyttö sekä oikeanlainen hävittämistapa. Yritys voi ottaa toiminnassaan käyttöön WWF:n Green Office – ympäristöjärjestelmän, jonka tavoitteena on pienentää työpaikan ekologista jalanjälkeä ja vähentää päästöjä sekä siten parantaa toimiston ekotehokkuutta. Toinen toimiva ympäristönhallintajärjestelmä yritykselle on EMAS, jonka avulla yritys pystyy tunnistamaan toimintansa aiheuttamat ympäristövaikutukset ja sen seurauksena toimintaa pystytään muokkaamaan suunnitelmallisemmaksi niin, että yrityksen aiheuttaman päästöt, jätteet, energian sekä luonnonvarojen kulutus vähenisivät. (WWF n.d; Ympäristöhallinto 2019)

Ympäristövastuun näkökulmasta on logistiikka hoidettava taloudellisesti tarkoituksenmukaisina kokonaisuuksina suunnitelmien mukaisesti. Hankinnat voivat muun muassa painottaa ekologista kestävyttä sekä elinkaariajattelua; hankinnoissa tarkastellaan sen ympäristövaikutuksia raaka-aineille, valmistukselle, kulutukselle ja uusiokäytölle tai hävittämiselle. (Logistiikan maailma 2019b)

2.5 Elinkaariarviointi

Elinkaariarvioinnissa (*Life cycle assessment, LCA*), tarkastellaan tuotteen tai palvelun koko elinkaarensa aikana aiheuttamia positiivisia ja negatiivisia ympäristövaikutuksia

(Harmaala & Jallinoja 2012, 129). Siihen kuuluu koko toimitusketjun tarkastelu aina raaka-aineista tuotteen poistoon ja kaikki siltä väliltä.

Kestävän kehityksen mukaisesti toimivan maahantuontiyrityksen tulisi huolehtia, että maahantuotavien tuotteiden valmistamisessa olisi huolellisesti huomioitu kaikki elinkaaren vaiheet; ainesosat ja niiden hankinta, työvoima, kuljetukset, tuotteiden käyttö, kierrätys. Kosmeettisten tuotteiden valmistaminen on olennainen osa tuotteen elinkaarta, ja moni yritys toteuttaa jo toiminnassaan tapoja ympäristövaikutusten haittapuolien vähentämiseksi. Haittapuolet ovat kriittinen tekijä ympäristön kunnioittamisessa ja niiden ehkäisemisellä yritys sitoutuu kestävän kehityksen ympäristöpilariin. Yksittäisten yritysten tulisi toiminnassaan ottaa huomioon veden sekä energian kulutus ja jätteiden vähentäminen, hiilijalanjäljen pienentämisen sekä materiaalin ja tuotteiden hankkimisen kestävästä lähteistä ja luoda pitkäaikaisia kumppanuuksia toimittajien kanssa. (CosmeticsEurope 2019a)

2.6 Toimitusketjun hallinta

Toimitusketjun hallinnalla (*Supply Chain Management, SCM*) tarkoitetaan materiaalinvirran hallintaa, eli toimittaja- ja jakeluketjun johtamista sekä kehittämistä, mutta myös syvempää yhteistyötä koko ketjun tasolla. Kyseessä on siis eri organisaatioiden välisen liiketoiminnan prosessin haltuunotosta. Logistiset kilpailukeinot, kustannustehokkuus ja asiakaspalvelu voidaan siirtää koko ketjun tasolle, jolloin voidaan luoda kilpailukykyä markkinoille. Toimitusketjun hallinnalla pyritään kehittämään pitkällä aikavälillä toimitusketjusta niin tehokas kuin mahdollista. Sen voi saavuttaa, kun toimitusketjun kaikki osapuolet ovat hallinnassa; materiaali- ja palveluvirrat sekä niihin liittyvät tieto- ja rahavirrat. (Pirnes & Kukkola 2002, 182– 183; Huuhka 2017, 181)

Yritysten strategioiden ja tavoitteiden toimitusketjussa tulee olla yhteensopivat, vain niin voidaan kulkea yhdessä kohti tulevaisuuden tavoitteita. Koko toimitusketjun tulee kulkea yhteisten, eettisten ja kestävien periaatteiden mukaisesti. Tämä vaatii yrityksiltä tarkempaa työtä toimitusketjun suhteen suunnittelussa, hallinnassa sekä ympäristön huomioon ottamalla. Mitä pidempi on toimitusketju, sitä enemmän haasteita se tuo johtavalle yritykselle hallita kaikkia alueita yhteiskuntavastuun sääntöjen mukaisesti. Toimitusketjun hallintaan kuuluu myös toimiva logistiikka ja sen kustannussäätelyä niin, että tuote saadaan toimitettua asiakkaalle mahdollisimman nopeasti ja kustannustehokkaasti. (Huuhka 2017, 182 – 183)

2.7 Kohti vastuullista hankintaa

Kosmetiikan maahantuonti Koreasta Suomeen tarkoittaa tuontikauppaa, jolloin on kyse kansainvälisestä hankinnasta ETA-alueen ulkopuolelta ja toimitusketjuun saattaa kuulua paljon eri toimijoita. Mistä sitten tulisi huolehtia, jotta voidaan tehdä hankintoja vastuullisesti ja eettisesti? Edellä mainitut standardit auttavat koko toimitusketjua ottamaan vastuullisuuden toimintamallikseen, mutta se vaatii yritykseltä myös muita toimintatapoja sekä rooleja sekä toimitusketjun hallinnan ymmärtämistä.

Kun yritys päättää ryhtyä tekemään eettisiä hankintoja, tulee varmistaa tuotteita tai palveluita ostettaessa, että ne on tehty eettisiä periaatteita noudattaen. Tuotannon tulisi tapahtua turvallisissa tehtaissa, joissa sosiaalisen vastuun sekä ympäristövastuun näkökohdat on huomioitu ja pyritty turvaamaan ympäristön hyvinvointi. Tuotteiden valmistuksesta tulee löytyä kaikki tarvittavat dokumentit ja informaatiot, jotta voidaan vakuuttua siitä, että lopputuote on turvallinen käyttää ja tehty lainsäädäntöjen mukaisesti. Eettiset periaatteet, joita vastuullisessa hankinnassa tulisi vaatia, perustuvat kansainvälisiin sopimuksiin; ILO:n tai YK:n julistus. (Harmaala & Jallinoja 2012, 180)

Toimittajien riskiarviointi on suotavaa, kun tuotteita hankitaan alhaisempien kustannusten maista, kuten Aasiasta. Toimittajat jaetaan riskiluokkiin vastuullisen toiminnan osalta, yrityksen tavoitteet ja toimintaperiaatteet ohjaavat riskiluokkiin jakamista. Nämä luokitukset tehdään auditoimalla, jonka suorittavat usein yritykset itse tai ulkopuolinen taho. Auditoinnin tarkoituksena on pyrkiä korjaamaan esille tulleet puutteet ja ongelmat. Toimittaja saa mahdollisuuden pyrkiä parantamaan esille tulleet asiat hyväksyttävälle, vastuullisemmalle tasolle. (Harmaala & Jallinoja 2012, 180)

Vastuullisen hankinnan kannalta on parasta pyrkiä löytämään hyvät toimittajasuhteet ja pysyä niissä. Yhteistyöstä pyritään tekemään avointa. Usein pienet maahantuontiketjut toimivat isompien jälleen myyjien alihankkijoina tai osana laajempaa hankintaketjua. Toimitusketjuun liittyvät logistiikkaketjua tulee kehittää eettisten periaatteiden mukaan tiedostamalla mahdollisia kuljetusriskejä ja niiden vaikutuksia ympäristölle. Logistiikkaketjulle on sovittu eettinen ohjeistus vuonna 2010 yhdessä Suomen Kuljetus ja logistiikan (SKAL), Suomen Huolintaliikkeiden Liiton sekä Logistiikkayritysten liiton yhteistyössä. Ohjeiden tarkoituksena on vahvistaa lakien, sopimusten ja hyvien liiketapojen noudattamista logistiikkaketjuissa ja toimintaa kannustetaan toimimaan reilun pelin hengessä. (Logistiikan maailma 2019c)

3 YMPÄRISTÖN EHDOLLIA

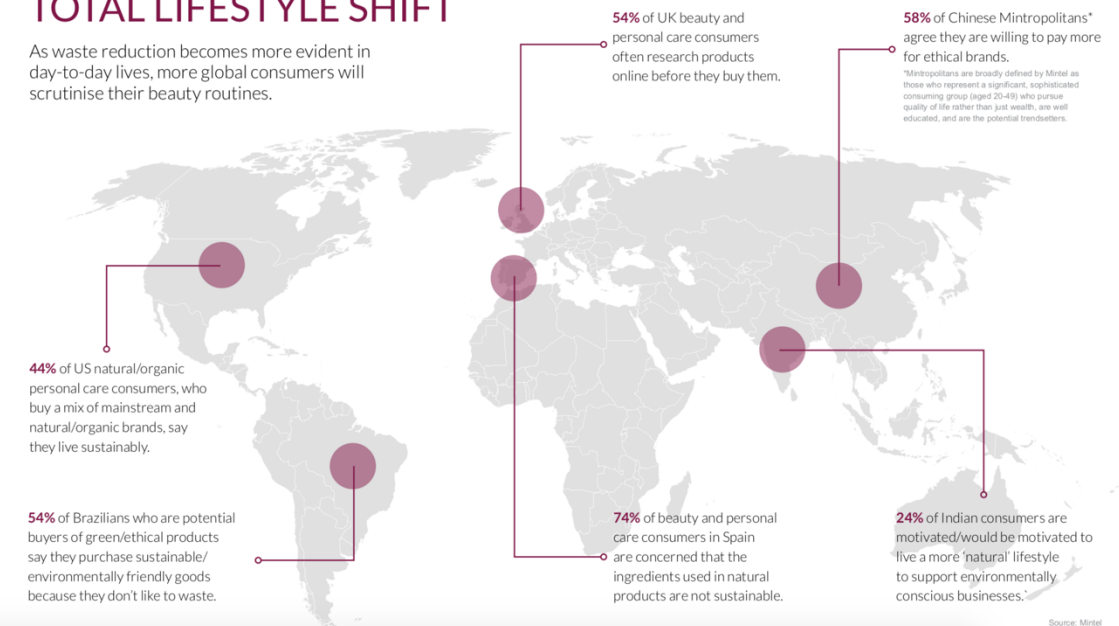
Aiemmassa kappaleessa käytiin läpi yleisiä tapoja yritysten vastuullisuuksista. Vastuullisesti toimivan yrityksen tulee näiden lisäksi huomioida paljon enemmän. Kosmetiikassa ympäristövalinnoilla on suurin osuus, minkä vuoksi tämä kappale keskittyy ympäristövaihteluihin laajemmin, sekä siihen, mihin vastuullisen kosmetiikkamaahantuonnin tulisi keskittyä. Kosmetiikkahyllyillä tuotteita on valtavasti ja kuluttajat menevät helposti sekaisin valinnoissaan, jos he haluavat pyrkiä eettisyyteen valinnoillaan. Ympäristövastuu koostuu monista eri tekijöistä, joista edellisessä kappaleessa mainitut seikat vain siivittävät.

Mintelin vuoden 2019 raportissa kerrotaan, että yritysten ja tuotemerkkien on siirryttävä täysin uuteen ajattelutapaan, kun keskitytään ympäristöön – jätteiden vähentämisestä kestävään kehitykseen, sekä koko toimitusketjun toiminnan muutokseen ympäristön kannalta paremmaksi. Kuluttajat odottavat näkevänsä entistä läpinäkyvämpiä tuotantoketjuja sekä eettisiä tuotteita. Jos yritykset eivät nyt muuta heidän lähestymistapaansa ympäristöä kohtaan, niitä yrityksiä ei enää ole lähitulevaisuudessa. Brändien tulisi muuttaa ajattelu- ja toimintatapaansa kestävyuden suhteen sekä turhien jätteiden loppumiseen (*zero-waste*) erilaisilla tavoilla, kuten kierrätettävillä pakkauksilla tai tuotteiden käyttöä pidentämisellä. (Mintel 2018)

Mintelin kuvasta (kuva 1) käy ilmi, kuinka paljon globaalien kuluttajien suhtautuminen eettisempään, jätteettömämpään kosmetiikkaan ja kuluttajien oman kulutuskäyttäytymisen muutokseen ympäristöystävällisemmäksi on kasvanut maailmanlaajuisesti. Sen mukaan muun muassa 58 % kiinalaisista kuluttajista on valmiita maksamaan enemmän tuotteista, jotka toimivat eettisesti. Espanjassa 74 % kosmetiikkaa ostavista kuluttajista ovat huolissaan siitä, että luonnontuotteiksi ilmoitetuissa tuotteissa käytetyt ainesosat eivät ole kestäviä ympäristön kannalta. (Mintel 2018)

IT'S THE DAWN OF A TOTAL LIFESTYLE SHIFT

As waste reduction becomes more evident in day-to-day lives, more global consumers will scrutinise their beauty routines.



Kuva 1. Kuluttajien suhtautuminen kestävään kehitykseen. (Mintel 2018)

Yritysten tulisi suosia sellaisia kosmetiikkavalmistajia Etelä-Koreasta, joiden arvot kohtaavat oman yrityksen arvot ja jotka toiminnallaan pyrkivät kestävän kehityksen tavoilla valmistamaan ja myymään kosmetiikkatuotteita. Kosmetiikkavalmistajien määrä maailmalla on suuri, mutta yritys voi omilla arvoillaan vaikuttaa siihen, millaisen yhteistyökumppanin kanssa töitä tehdään. Teknokemian sivuilla kerrotaan, että EU:ssa kosmetiikkateollisuus tekee töitä jatkuvasti parantaakseen kestävää kehitystä. Kosmetiikkateollisuutta on siinä tukemassa eurooppalainen järjestö, Cosmetics Europe. Järjestö on luonut useita oppaita sekä kestävän kehityksen käsikirjan. (Teknokemian yhdistys 2019a)

Kemianteollisuus kertoo tuoteketjun vastuusta seuraavan laisesti: ”Tuotteen tavoitteena on lisäarvon luominen yrityksen sidosryhmille. Tuoteketjun vastuullisuuteen kuuluu myös asiakkaiden vastuullisuustyön tukeminen. Vastuullisella tuotteella voidaan parhaimmillaan parantaa muiden toimijoiden resurssitehokkuutta toimitusketjussa, saada aikaan vähenevää veden sekä energian kulutusta, pienentää kasvihuonekaasujen päästöjä sekä mahdollistaa erilaisia kiertotalouden ratkaisuja”. (Kemianteollisuus 2019)

3.1 Kestävyys liiketoimintana

Kestävyys on uusi tapa tehdä liiketoimintaa ja sen tavoitteena on luoda ihmisille ja ympäristölle myönteisiä muutoksia. Kestävällä kehityksellä on valtava potentiaali kosmetiikkamarkkinoilla. Kestävän kehityksen mukainen yritys on tulevaisuutta, ja maailmanmarkkinoilla kuluttajien on helppoa pudottaa pois sellaiset yritykset, joiden arvot eivät vastaa kuluttajien omia. Vuonna 2018 McKinsey & Business of Fashion Study -yritys raportoi tutkimuksissaan, että 66 % nuorista ovat valmiita kuluttamaan enemmän rahaa brändeihin, jotka toimivat kestävän kehityksen mukaisesti (Business Of Fashion 2018).

Kestävyys kosmetiikkamarkkinoilla on laaja-alainen toimintatapa, jolla on vielä paljon kehitettävää, mutta potentiaalista näkemystä tulevaisuuden liiketoiminnalle. Kestävä liiketoiminta edellyttää raaka-aineiden toimitusketjun syvällisempää ja monipuolisempaa ymmärrystä sekä laajempaa kuvaa yrityksen toimintatavoista kestävän kehityksen ja vihreiden arvojen suhteen. Kestävä kauneus on toimintaa, jossa pyritään toimintamalliin, jossa hankinnoista, valmistuksesta, pakkauksista ja myynnistä koituu mahdollisimman pientä taakkaa ympäristölle.

Tulevaisuuden menestyvissä kosmetiikkayrityksissä jätteiden hävittäminen kierrättämällä ja kestävä kauneus muuttuvat yhä enemmän muodikkaammaksi tavaksi toimia ja kuluttajat ostavat enemmän näiltä yrityksiltä. Minkälaisia brändejä yritys haluaa edustaa? Mitä brändeiltä odotetaan? Vastaavatko heidän arvonsa ympäristön kannalta samoja asioita kuin meidän? Tässä muutamia kysymyksiä, joita menestyvän maahantuojaan kannattaa selvittää, jotta toiminta olisi kannattavaa, kestävän liiketoiminnan mukaista pitkällä ajanjaksolla.

3.2 Cosmetics Europe

Cosmetics Europe on toiminut yli 50 vuotta, tavoitteenaan auttaa kosmeettisten tuotteiden kanssa tekemisissä olevia yrityksiä ja kuluttajia toimimaan ympäristöä säästävillä tavoilla Euroopassa ja globaalissa ympäristössä. Heidän pyrkimyksensä on edistää kosmetiikan tuoteturvallisuutta sekä kertoa tulevaisuuden innovaatioista, sekä samalla saada taloudellista kasvua yritykselleen. Jäseniä järjestöllä on paljon, ja mukana suomalaisista yrityksistä esimerkkinä Teknokemian yhdistys (TY).

Cosmetics European sivuilla kerrotaan, että joka vuosi Euroopassa syntyy uusia tai paranneltuja kosmetiikkatuotteita 25 % verran kaikesta myynnissä olevasta kosmetiikasta. Tästä syystä yritys haluaa olla vastaamassa kuluttajien tarpeeseen tuotteista auttamalla kosmetiikkayrityksiä valmistamaan tuotteita kestävän kehityksen mukaisesti. Heidän järjestö tekee paljon töitä vastuullisuuden eteen ja haluaa sen tietouden laajenevan koko maailmaan. Kolme Cosmetics European yritysvastuun pääteemaa ovat:

1. Taloudellisen hyödyn tuottaminen yrityksen arvojen mukaisesti, sekä työpaikkojen kasvulla
2. Ympäristöjalanjäljen vähentäminen erilaisilla vapaaehtoisilla toimilla, kuten hiilidioksidipäästöjen alentaminen energiankäytön vähentämisellä, kuten veden kulutuksen pienentäminen ja jätteiden syntymisen vähentäminen tuotteen elinkaaren ajan
3. Yhteisöjen tukeminen koko tuotteen arvoketjussa, tuotteen valmistamisesta ja toimittamisesta reilun kaupan sääntöjen mukaisesti aina tuotekoulutuksista terveydenhuoltoon. (Cosmetics Europe 2019b)

3.3 Pakkaukset

Kosmetiikkatuotteita maahantuovan yrityksen vastuulla on tuotteiden elinkaari, ja vastuullisesti toimivan yrityksen tulisi kaikessa toiminnassaan pyrkiä kestävän kehityksen mukaiseen toimintaan. Pakkausmateriaaleilla on suuri ympäristövaikutus sekä niiden vähentämisellä on taloudellista hyötyä yritykselle. Mutta tiettyjen materiaalien käytöllä on ympäristölle haittaa lisääviä ominaisuuksia, kuten muovilla. Miksi sitten pakkauksissa käytetään niin paljon muoveja? Muovi on halpaa valmistaa, mutta sen käyttö aiheuttaa ympäristölle monenlaisia ongelmia. Kannattaisiko vastuullisesti toimivan maahantuontiyrityksen ottaa valikoimiinsa tuotteita, jotka on pakattu muilla tavoilla kuin muovipakkauksilla? Tai siirtyä käyttämään kierrätysmuovia.

Kosmetiikassa käytettävistä muovisista tuotepakkauksista syntyy merkittävä ympäristötaakka, ja kauneudenhoitotuotteiden kierrätys voi olla kuluttajille haaste; useissa kosmetiikkatuotteissa on paljon erilaisia osia, joiden lajittelu voi olla hankalaa, kuten muovipumput, lasipullo, kartonkipakkaus, muovikelmu yms. Kosmetiikan pakkausjätteet muodostavat suuren määrän kosmetiikkatuotteista. Kauneudenhoitoalalla noin 70 % jätteistä syntyy pakkauksista. (Vogue 2018)

Suomalainen yritys, Sulapac, on kehittänyt vastapainoksi muovisille, kertakäyttöisille tuotepakkauksille puupohjaiset pakkaukset, jotka ovat biohajoavia ja toimivat muovia paremmin ympäristön ehdoilla. Myös lasipullot ovat muovia vaihtoehtona parempi; lasi on helpommin kierrätettävissä. Muutamat suuret kosmetiikkayritykset, kuten L'Occitane ja Garnier, ovat jo ottaneet käyttöön ilmaisen kierrätysohjelman tuotteidensa pakkauksille ja L'Orealin tavoitteena on saavuttaa vuoteen 2020 mennessä 100 % uudelleentäytettävät muovipakkaukset tuotteilleen. (Sulapac 2018; TerraCycle 2019; Isojuttu 2018)

Kosmetiikan turvallisuusyritys, Fingredient Oy, on listannut vuoden 2019 tärkeimmät trendit kosmetiikalle. Siinä vastuullisuus on nousemassa keskeisemmäksi yrityksiensä toimintatavoista yhdessä Zero Waste – ajattelun eli jätteettömän toimintavan kanssa. Tavoitteeseen päästään muun ympäristövastuuajattelun toimintatapojen lisäksi uusilla pakkausinnovaatioilla. Suomalainen Sulapac® - innovaatio on kehittänyt pakkauksia, jotka ovat yhdistelmä puuta ja biohajoavaa sidosainetta. Pakkaukset (Kuva 2) ovat tyylikkäitä ja yksinkertaisia. Valmistukseen pääsivät ensimmäisenä kosmetiikkapurkit, ja esimerkiksi muotitalo Chanel on jo ostanut Sulapacin pakkaukset omille kosmetiikkatuotteilleen. Sulapacin lisäksi maailmalla suurta innostusta on herättänyt Miller Harris Forage Fragrancen kierrätysmateriaaleista valmistettu rasia, jota voidaan käyttää uudelleen muun muassa säilytysrasiana. Pakkausinnovaatioiden ennustetaan kasvavan ja materiaalien uudelleen hyödyntäminen, *upcycling*, on nouseva trendi kosmetiikka-alalla. (Fingredient Oy 2019)



Kuva 2. Biohajoava kosmetiikkapakkaus. (Pakkaus 2017)

Verkkokaupasta tilaaminen on kasvanut hurjasti vuosien saatossa myös kosmetiikan osalta. Korean kosmetiikkaa löytyy eniten valikoimista nettikaupoista. Kun lähtee tuomaan omalle yritykselleen kosmetiikkaa valikoimiin Koreasta, on todennäköistä, että tuotteet lähetetään eteenpäin kuluttajille postin kautta. Ympäristön kannalta oleellista liiketoimintaa on myös tapa lähettää kosmetiikkatuotteet kuluttajille. Ulkoiset pakkausmateriaalit ovat usein hyödyttömiä, ja usein ne kierrätetään pahvikeräykseen. Ympäristön kannalta tähän kannattaa kehittää toimintatapana pakkaukset ilman muovia, joita kuluttaja voi uudelleen käyttää tai mahdollisesti yritys tarjoaisi palvelunaan pahvilaatikon palauttamista yritykselle uusiokäyttöön. Aaltopahvi on hyvä vaihtoehto korvaamaan muovi, ne on valmistettu pitkälti kiertokuiduista.

3.4 Raaka-aineet

Raaka-aineiden hankinnalla on suuri ja tärkeä merkitys ympäristölle. Kasvipohjaisten raaka-aineiden käyttö kosmetiikassa on lisääntynyt huomattavasti. Niiden käyttö kosmetiikassa tarvitsee kuitenkin osittain enemmän resursseja kuin synteettisten raaka-aineiden käyttö, eivätkä ne siksi välttämättä yksistään ole järkeviä valintoja. Monet luonnosta peräisin olevat raaka-aineet aiheuttavat ihoärsytyksiä, ja tästä syystä kaikkia raaka-aineita ei voi käyttää kosmetiikassa ilman prosessointia. Kaikki luonnolliset ainesosat eivät siis välttämättä ole sen ympäristöystävällisempiä kuin synteettiset raaka-aineet: raaka-aineiden kasvu, sadonkorjuu, säilytys, hävittäminen ovat kaikki ympäristöön vaikuttavia asioita (Clean Beauty Asia 2019).

Kuitenkin kuluttajat haluavat enemmän vegaanisia ja kasviperäisiä kosmetiikkatuotteita markkinoille, ja tähän kysyntään Etelä-Korea on vastannut hyvin. Etelä-Koreassa suositaan paljon kasviperäisiä raaka-aineita, kuten inkivääriä, vihreää teetä ja aloe veraa. Eräs suosituin ja tunnetuin raaka-aine korealaisessa kosmetiikassa on etanoista tuleva lima, jonka hyödyistä iholle on paljon tutkittua tulosta. Korean kosmetiikan suosion yksi tekijä ovat raaka-aineet, jotka ovat pitkälti luonnosta peräisin olevia kemiallisten, keinoitekoisten raaka-aineiden sijasta. Kuitenkin Etelä-Korealaista kosmetiikasta löytyy paljon luonnollisten ja synteettisten raaka-aineiden yhdistelmiä, tämä siitä syystä, että korealaiset haluavat hoitaa ihoansa huolella ja kaikkia luonnon tehoaineita ei ole mahdollista käyttää tuotteessa turvallisesti ilman synteettisen aineen lisäämistä.

Vihreä kosmetiikka, Green Chemistry, on toimintatapa, jonka tarkoituksena on luoda yhdisteitä laboratoriossa, jotka jäljittelevät luonnollisia ainesosia tehokkaalla ja

ympäristöystävällisellä tavalla. Kosmetiikan valmistajat etsivät jatkuvasti tuotteilleen luonnollisempia ja ympäristöystävällisempiä raaka-aineita käytettäväksi (Acme-Hardesty 2019).

Kuten pakkausmateriaaleissa, myös raaka-aineissa muovien käyttö aiheuttaa haittaa ympäristölle. Mikromuovien käyttö on herättänyt laajaa negatiivista huomiota maailmalaajuisesti, ja mikromuoveja on käytetty kosmetiikassa paljon muun muassa kuorintavoiteissa. Huuhdeltaessa tuotteet pois kasvoilta ajautuvat mikromuovit viemäristöistä vesistöihin. Syksyllä 2018 Suomessa tehtiin kansalaisaloite, jossa esitetään kieltoa mikromuovia sisältävien kosmetiikkatuotteiden maahantuonnin, valmistuksen ja myynnin suhteen Suomen markkinoilla (YLE 2018).

Ympäristövastuullisen maahantuojan tulisi luoda turvallisuusarvio raaka-aineille, ja hyväksyä vain sellaiset merkit valikoimiinsa, joiden raaka-ainelistat vastaavat yrityksen vaatimuksia. Monet maahantuontiyhtyritykset ovat luoneet niin kutsuttuja törkylistoja (*The Dirty-list*) raaka-aineista, joita he eivät missään nimessä hyväksy edustamiensa brändien käyttävän. Listojen täytyy kattaa EU:n sisältämät raaka-ainekiellot, kuten parabeenit ja formaldehydit, mutta yritys voi lisätä listaan vielä oman yrityksensä arvon mukaisia kieltoja. Moni yritys on ottanut käyttöönsä vastuullisesti tuotettuja raaka-aineita.

3.5 Luonnonkosmetiikka

Pelkän luonnonkosmetiikan valikoiman ottaminen myyntiin on hyvä vaihtoehto ympäristön hyvinvoinnin kannalta toimivalle yritykselle. Koska raaka-aineet ovat pääosin luonnosta peräisin, pystytään niiden alkuperä tarkemmin jäljittämään. Luonnonkosmetiikassa raaka-aineiden ketjussa on minimoitu ympäristöön kohdistuvat haitat. Valmistuksessa tavoitellaan veden kulutuksen ja energian pienentämistä sekä jätteiden vähentämistä. (Pro Luonnonkosmetiikka Ry 2016a)



Kuva 3. Kosmetiikan merkit ja sertifiikaatit. (Ecomundo 2018)

Luonnonkosmetiikalla on erilaisia sertifiikaatteja (Kuva 3), niin EU:n sisäisiä kuin maailmanlaajuisia. Sertifiikaattien tarkoituksena on tuoda esille sellaiset valmistajat, joiden kosmetiikan tuotanto sekä tuotteet kuormittavat kuluttajaa ja ympäristöä vähiten. Sertifiointiin saamisesta vastaavat yritykselle ulkopuoliset tahot. Suurin maailmanlaajuisesti toimiva standardi on Cosmos. Sitä hallinnoi ja omistaa voittoa tavoittelematon järjestö, jonka tavoitteena on turvata kosmetiikan alalla ympäristön ja ihmisten hyvinvointi. Järjestö auttaa yrityksiä edistämään luonnollisemman ja luonnonmukaisemman kosmetiikan kehitystä (Cosmos 2019).

Jotta tuote voi saada luonnonkosmetiikan sertifiikaatin, pitää sen täyttää seuraavat kriteerit:

- Luonnollisia raaka-aineita tulee suosia valmistusprosessissa.
- Geenimanipuloidut raaka-aineet ovat kiellettyjä
- Suositetaan luomulaatuisia raaka-aineita, ja villikasvien keräily tulee tehdä vastuullisesti
- Tuotteissa käytettyjen raaka-aineiden tulee olla mahdollisimman vähän prosessoituja ja niiden käsittely on säädeltyä
 - Esimerkkinä kielto raaka-aineiden säteilyttämisestä
- Eläinkoekiello koskee sekä raaka-aineita että valmiita tuotteita
- Tuotteen tuotannon, käytön sekä hävittämisen tulee aiheuttaa mahdollisimman vähän ympäristöhaittoja
- Pakkausmerkinnät ja markkinointiviestinnän tulee olla täsmällistä ja sisältää vain oikeaa tietoa (Pro Luonnonkosmetiikka Ry 2016b).

3.6 Vedetön kosmetiikka

Mintelin Trends 2025 -raportissa kerrotaan, että nykyisellä maailman vedenkulutusasteella vuoteen 2025 mennessä kaksi kolmasosaa maailman väestöä saattaa kohdata vesipula. Vuoteen 2030 mennessä maailmassa on jäljellä vain 60 % vedestä, jos veden käyttöä ei saada pienennettyä. Tästä syystä monet tuotemerkit etsivät erilaisia vaihtoehtoja korvata tai rajoittaa veden käyttöä toiminnassaan. Yhdeksi vuoden 2019 kauneustrendeistä on listattu Harper's Bazarinin mukaan vedetön kosmetiikka, Waterless Beauty. Korean kosmetiikka toimii tässä tiennäyttäjänä. Koreassa kosmetiikan valmistus perustuu puhtaisiin, luonnosta saataviin raaka-aineisiin, ja niihin ei länsimaalaisesta tavasta eroten sekoiteta useinkaan vettä, vaan tuotteet sisältävät enemmän puhtaita aktiiviaineita. Vedetön kauneus syntyi Etelä-Koreassa, koska ihonhoitotuotteita valmistavat yritykset haluavat tuotteidensa olevan puhtaampia, ja veden käyttö kosmetiikkatuotteessa ei auta ihoa kosteutumaan. (Mintel 2015; Harper's Bazar 2018; Refinery29 2019)

Globaalin media-alan yritys Refinery29 on artikkelissaan kertonut vedettömän kosmetiikan kiinnostavan kuluttajia ja monet kauneusyritykset muuttavat toimintatapojaan vesijalanjäljen vähentämiseksi. Korealainen kosmetiikkayritys Whamisa käyttää artikkelin mukaan veden sijasta kosmeettisten tuotteiden valmistuksessaan kasviperäisiä uutteita. Täysin vedettömästä kosmetiikasta ei kuitenkaan voida puhua, sillä useisiin valmistusvaiheisiin, kuten luonnontuotteiden kasteluun, tarvitaan vettä (Taulukko 1). Kyseessä on ennemminkin veden käytön lopettaminen yhtenä raaka-aineena tuotteelle. Veden käyttö koko kosmetiikan elinkaareissa on ollut voimakasta, ja monissa kosmetiikkatuotteissa vesi on raaka-aineissa ensimmäisten joukossa, varsinkin synteettisissä valmisteissa. Monessa tuotteessa veden osuus on suuri, jopa 70 % ainesosien määrästä voi olla pelkkää vettä. Vedetön kosmetiikka trendinä on maailmanlaajuinen nouseva ilmiö, ja markkinoilta löytyy jo valmistajia, jotka ovat korvanneet veden käytön muilla nesteillä, kuten aloe veralla, tai pohjana on käytössä erilaisia öljyjä tai vahoja. (Refinery29 2017; Formula Botanica 2019)

Taulukko 1. Vesijalanjälki vedettömällä tuotteella. (FormulaBotanica 2019)

Vedettömän kasvobalmin vesijalanjälki	Vaikutus vedenkulutukseen
---------------------------------------	---------------------------

(jatkuu)

Taulukko 1 (jatkuu).

Kosmeettisten ainesosien viljely, sadonkorjuu ja käsittely	Maatalous tarvitsee vettä. Raaka-aineiden viljelmät tarvitsevat jopa 70% vettä
Kosmeettisten ainesosien toimitus	Esimerkiksi bioetanolia käytettäessä lentokone, joka kuljettaa shea-voita Ghanaanasta Yhdistyneeseen kuningaskuntaan, voi käyttää jopa 136 litraa vettä matkustajakilometriä kohti
Tuotteiden valmistus	Valmistusprosessi vaatii myös vettä. Tämä tapahtuu koneiden, puhdistuslaitteiden ja yleisten tilojen käytön avulla. Vesijalanjälki riippuu itse laboratorion laajuudesta.
Pakkaaminen ja tuotteiden kuljetus jälleenmyyntiin	Koko toimitusketjun käyttö tarvitsee vettä. Pakkauksen valmistaminen ja pakkaamisvaihe sekä kuljetuskustannukset loppukäyttäjälle saakka
Tuotteen käyttö loppukäyttäjällä	Arkisessa käytössä vettä kuluu, vaikka itse tuote ei vettä sisältäisi. Tuotteen käyttäminen vaatii valmisteluissa vettä
Tyhjän tuotteen hävittäminen	Ennen kuin pakkaus voidaan kierrättää, tulee se pestä

Vedettömässä kosmetiikassa on oikeastaan kyse vesijalanjäljen pienentämisestä yrityksen toiminnassa. Vedetöntä kosmetiikkaa kannattaa suosia ja samalla yrittää vähentää oman yrityksen sisäisessä toiminnassa veden käyttöä. Myös suosimalla muovittomia pakkauksia saadaan aikaan suurta veden säästöä. Vedettömässä kosmetiikkatrendissä tavoitellaan uutta toimintatapaa vastuullisuuden näkökulmasta. Veden käytön tulisi olla vastuullisempaa koko toimitusketjussa. Maailman vesivarat alkavat olemaan rajalliset ja muutoksia tulisi tehdä nopeasti.

4 KOSMETIIKAN LAINSÄÄDÄNTÖ

Kosmetiikkamarkkinat ovat valtavat ja kosmetiikkaa maahantuovan yrityksen tulee vastuullisuuden näkökulmasta huomioida erilaisia säädäntöjä ja lakeja, ennen kuin tuotetta voi alkaa tuoda maahan. Eurooppaan tuotavan kosmetiikan tulee olla EU:n kosmetiikka-asetusten (1223/2009/EY) mukainen. Suomen ja Korean markkinat ovat melko lailla samanlaiset, ja molemmilla mailla on omat valvojat.

Etelä-Korean kosmetiikka on EU:n tavoin tarkoin määriteltyä, mutta maiden välillä on raaka-aineiden osalta tiettyjä eroavaisuuksia. Tästä syystä maahantuojan on tarkasteltava raaka-aineita todella tarkasti, esimerkiksi korealaisessa kosmetiikassa saa vielä josain määrin käyttää lyijyä, kun taas EU:ssa sen käyttö on ollut kiellettyä jo pitkään.

4.1 EU:n kosmetiikkalainsäädäntö

Suomen laissa on säädetty, että kosmeettisia valmisteilla, jotka ovat Suomen markkinoilla, tulee olla nimetty vastuuhenkilö. Tämä vastuuhenkilö voi olla valmistaja tai maahantuojaja tai näiden nimeämä henkilö, jos kosmeettiset valmisteet tuodaan ETA-alueen ulkopuolelta. Myös jakelija, eli yritys, joka myy tai jakelee tuotteita muille yrityksille, voi olla vastuuhenkilö. Tämän nimetyn vastuuhenkilön vastuulla on kosmeettisen valmisteen turvallisuuden varmistaminen kosmetiikalain sekä EU:n kosmetiikka-asetusten mukaisesti. (Tukes 2019b) ETA-alueen ulkopuolelta kosmetiikkaa Eurooppaan maahantuova henkilö on vastuussa siitä, että maahantuomissaan kosmetiikkavalmisteissa ei ole sellaisia raaka-aineita käytetty, joiden käytön EU on kieltänyt.

Suomeen maahantuotavilla kosmetiikkatuotteilla tulee olla vastuuhenkilön toimesta tehty turvallisuusselvitys sekä turvallisuusarviointi. Ilman näitä ei ETA-alueen ulkopuolelta saa tuoda kosmetiikkaa. Vastuuhenkilön tulee selvittää, onko kosmetiikkavalmiste valmistettu laatustandardi GMP:n hyvien valmistustapojen ISO 22716:2007:n standardin mukaisesti. Tukesin sivulla kerrotaan standardin tarkoituksena olevan muun muassa antaa toimintaohjeet tuotannolle, varastoinnille, toimittamiselle sekä tarkastukselle.

Kosmeettisesta valmisteesta tulee löytyä oikeat tuotetiedot, joita vastuuhenkilön tulee päivittää tarvittaessa. Tiedoista tulee löytyä kosmetiikkatuotteen turvallisuusselvityksen lisäksi tarkka kuvaus tuotteesta, lausunto hyvistä tuotantotavoista, todisteet väitetyistä

vaikutuksista sekä tiedot kaikista eläinkokeista. Euroopan komission ylläpitämälle CPNP-portaalille (*Cosmetic Product Notification Portal*) tulee myös ilmoittaa tuotteen tiedot, ennen kuin uusia kosmeettisia tuotteita saa alkaa tuomaan maahan. Raportin tarkoituksena on varmistua siitä, että tuote on turvallista myydä EU:ssa. (Linnunmaa n.d.)

Suomessa kosmetiikkaa valvoo Turvallisuus- ja kemikaalivirasto Tukes sekä Tulli. Euroopassa kosmeettisten raaka-aineiden turvallisuutta valvoo ja käsittelee tiedekomitea Scientific Committee on Consumer Safety (SCCS).

4.2 Korean kosmetiikkalainsäädäntö

Etelä-Koreassa kosmetiikkaa säätelee kosmetiikkalaki, joka on luotu vuonna 1999. Se antaa yrityksille toimintaohjeet niin valmistukseen, myyntiin kuin tuontiin. Kosmeettiset tuotteet on jaettu kahteen; tavalliseen kosmetiikkaan ja toiminnalliseen kosmetiikkaan. Kosmetiikkalaki on tiukka, ja molemmille kosmetiikkavalmisteille on omat säännökset. Tavallista kosmetiikkaa Koreassa voidaan tietyissä määrin valmistaa ilman rekisteröintiä, mutta niitä valvotaan. Funktionaalinen kosmetiikan valmistaminen on toteutettava ministeriön valvonnan mukaisesti. Kaikkien kosmetiikkaa valmistavien yritysten on ennen toiminnan aloittamista haettava rekisteröintilupa toiminnalleen.

Tavalliseen kosmetiikkaan lukeutuu kaikki tuotteet, jotka on tarkoitettu käytettäväksi iholle levittämällä, hankaamalla, suihkuttamalla tai muulla puhdistavalla tavalla, joiden tarkoituksena on ihon puhdistaminen, kaunistaminen, houkuttelevuuden lisääminen, ulkonäön kirkastaminen, ihon ja hiusten terveyden ylläpito ja parantaminen kevyellä vaikutuksella. Toiminnalliseen kosmetiikkaan Koreassa on pääministerin määräyksestä luokiteltu seuraavan laiset tuotteet:

- a) Tuotteet, jotka edistävät ihon valkaisua
- b) Tuotteet, jotka auttavat silottamaan tai ehkäisemään rypyjä
- c) Tuotteet, jotka auttavat ihoa ruskettumaan ja suojautumaan auringon UV-säteiltä
- d) Ravitsevat tuotteet, joilla voidaan värjätä hiuksia tai poistaa niistä väriä
- e) Tuotteet, jotka ehkäisevät tai parantavat ihon ja hiusten kuntoa ja ongelmia. Esimerkiksi kuivumista, halkeamista tai hiustenlähtöä vastaan
- f) Tuotteet, jotka auttavat akneihon hoidossa
- g) Tuotteet, jotka auttavat vähentämään raskausarpia (Understanding Korea's Cosmetic Regulation 2017).

Korealainen kosmetiikka on laadultaan ensiluokkaista. Se on turvallista ja luotettavaa ja sitä säädellään joidenkin ainesosien suhteen jopa tiukemmin kuin EU:ssa (Fredman 2017). Koreassa kosmetiikan valvonnasta, säätelystä ja kosmetiikkatuotteen rekisteröinnistä vastaa Ministry of Food and Drug Safety (MFDS) -ministeriö sekä Korea Pharmaceutical Traders Association (KPTA) – yhdistys (Ministry Of Food And Drug Safety 2019).

4.3 Pakkausmerkinnät

Kosmeettisten valmisteiden pakkauksista Euroopassa tulisi löytyä pakolliset merkinnät:

- Vastuuhenkilön nimi ja osoite
- Alkuperämaa
- Sisällön määrä
- Säilyvyysaika, jos enimmäissäilyvyys 30 kk
- Säilyvyys avaamisen jälkeen, jos tuote säilyy yli 30 kk
- Tarvittavat varotoimenpiteet
- Eränumero
- Tuotteen käyttötarkoitus
- Ainesosaluettelo. (Teknokemia 2019b)

Kosmeettisten valmisteiden pakkauksista Etelä-Koreassa tulisi löytyä pakolliset merkinnät:

- Tuotteen nimi
- Kauppanimi
- Valmistajan tai maahantuojan osoite
- Ainesosaluettelo
- Sisällön määrä tai paino
- Valmistusnumero
- Vanhenemispäivä
- Hinta
- Ilmoitus funktionaalisesta kosmetiikasta
- Varoitusmerkinnät. (Chemlink n.d.)

4.4 Eläinkokeet

Euroopan Unioni aloitti asteittain eläinkoekiellon vuonna 2004. Tällöin kiellettiin valmiiden tuotteiden testaaminen eläimillä. Seuraava vaihe koettiin vuonna 2009, jolloin EU:ssa kiellettiin kokonaan kosmetiikan ainesosien testaamisen eläimillä ja samalla määrättiin markkinointikielto kosmeettisille valmisteille, joita ollaan testattu eläinkokeilla. Vuonna 2013 kosmetiikan eläinkielto Euroopan Unionissa tuli täydelliseksi; EU:n sisällä ei saa myydä kosmeettisia valmisteita, joiden valmistukseen on kieltojen jälkeen käytetty eläinkokein testattuja ainesosia tai valmiita tuotteita. (Teknokemia 2019c; Euroopan komissio n.d.)

Cosmetics Europe – järjestö pyrkii kehittämään jatkuvasti erilaisia vaihtoehtoja kosmetiikan testaamiseen ilman eläinkokeita, ja tavoitteena on saada koko maailmasta loppumaan eläinkokeellinen testimenetelmä ja luoda turvallinen tapa testata kosmeettisia valmisteita ja niiden vaikutuksia iholle. Cosmetics Europe on luonut erilaisia ohjelmia, jolla selvitetään muun muassa raaka-aineiden haittavaikutuksia iholle tai silmille. (Cosmetics Europe 2019c)

Vuonna 2016 Koreassa päätettiin Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs – järjestön toimesta, että kosmetiikan testaaminen eläimillä kielletään viiden vuoden sisällä. Päätöksen voimaan saattamista saatiin nopeutettua ja eläinkoekielto astui voimaan kaksi vuotta suunniteltua aiemmin, vuoden 2018 lopussa. Päätöksellään eläinkokeettomasta kosmetiikasta oli Etelä-Korea toinen Aasian maista, joka otti kiellon käyttöönsä Intian ollessa ensimmäinen. (Global Cosmetics News 2015)

5 SUOMI JA ETELÄ-KOREA

5.1 Suhteet ja sopimukset

Euroopan Unionilla ja Korealla on ollut strateginen kumppanuus vuodesta 2010 lähtien ja EU on Korean kolmanneksi tärkein kauppakumppani. Suomella ja Etelä-Korealla on vahvat, kaupalliset suhteet toisiinsa. Etelä-Korea on kolmanneksi suurin kauppakumppani Aasian maista Suomelle. Kuva suomalaisuudesta on Koreassa erittäin positiivinen ja maassa toimii yli 200 suomalaista yritystä. Maiden välillä on useita sopimuksia, joista vastuullisuuden näkökulmasta tärkeimpänä toimivat EU:n ja Etelä-Korean välinen vapaakauppasopimus sekä kaksoisverotuksen poisto. (Maailman Markkinat 2018)

Vapaakauppasopimus (FTA) astui voimaan vuonna 2011. Sopimuksella on poistettu suurin osa tuontitulleista kaupankäynnin tuotteilta.

5.2 Tuonti ja vienti

1970-luvun lopulla Suomen ja Korean välinen kauppasuhte kasvoi vauhdilla ja Tullin mukaan vienti sekä tuonti Etelä-Koreaan kasvoivat jyrkästi 20 % vuonna 2017. Kauppataase on kasvanut säännöllisesti vuodesta 2013 asti. Kemianteollisuuden osuus tuonnista on ollut 52 miljoonaa euroa vuonna 2017. Etelä-Korean tavoitteena on nousta maailman neljänneksi suurimmaksi viejäksi vuoteen 2022 mennessä. (Tulli 2018)

Etelä-Koreassa on maailman 8. suurimmat kosmetiikkamarkkinat, maailmanmarkkinoista edustavat reilua 3 %. Vuonna 2016 kosmetiikkamarkkinoiden arvioitiin olevan 8,5 miljardia dollaria, joista tuonti ja vienti olivat kokenut suuren kasvun edellisvuodesta. Vuosien 2012-2016 aikana kosmetiikkamarkkinat Etelä-Koreassa olivat kasvaneet 7,4 %. Kosmetiikkamarkkinoilla on laaja valikoima tuotteita maailmanlaajuisesti. Yritykset ja tuotteet, jotka ovat kilpailukykyisiä erottuvat edukseen tuonnissa; Etelä-Koreassa tuotemerkit, joilla on panostettu pakkauksiin, tuotekoostumukseen ja ainesosiin, nousevat helpoiten esille valikoimista. (Export.Gov 2019)

5.3 Kosmetiikan maahantuonti Etelä-Koreasta Suomeen

Korean kosmetiikan tuonti Suomeen voi olla pitkä ja hankala prosessi. Eleven-verkko-kaupan maajohtaja ja Ostolakossa-blogin kirjoittaja Virve Fredman on Korean kosmetiikan asiantuntija. Eleven-verkkokauppa tuo EU:hun useita kosmetiikka-valmisteita Etelä-

Koreasta. Fredman on koonnut blogiinsa kirjoituksen kosmetiikan maahantuontiprosessista;

Suurin haaste on saada kontakti oikean henkilön kanssa. Koreassa yllättävän vähän hallitaan englantia ja sähköposteihin vastaaminen on nihkeää – ilman siis suhteita tai korean kielitaitoa on hankalaa löytää kontakteja. Korean kosmetiikan jakeluissa toimii yrityksen ulkopuolinen linkkihenkilö, jolta saa tarvittaessa apua. Mutta vaikka linkkihenkilöön loisi kontaktin, ongelmana saattaa olla firmojen kiinnostuksen puute tarjota tuotteitaan jakeluun EU:hun. Toisena ongelmana on myös korealaisen yritysten tietämättömyys EU:n lainsäädännön vaatimuksista, josta syystä yritykset eivät välttämättä ole kiinnostuneet laajentamaan myyntiään Eurooppaan.

Mutta kun yhteistyö saadaan jonkun yrityksen kanssa luotua, muodostuu ensimmäiseksi ongelmaksi tilausmäärät, jotka useimmiten ovat todella suuria ja pienillä firmoilla ei ole mahdollisuutta ottaa valikoimaansa niin paljon tuotteita ja suuret maahantuojat eivät ole välttämättä halukkaita sijoittamaan niin suurta pääomaa. Seuraavana ongelmana on EU:n vaatima CPNP-rekisteröinti, jota korealaiset kosmetiikkayritykset eivät täysin ymmärrä. Vaikkakin CPNP-rekisteröinnin vastuu kuuluu maahantuovan yrityksen vastuulle, tulisi korealaisen kosmetiikkayrityksen luovuttaa maahantuovalle taholle reseptit ja pitoisuusarvot tuotteistaan sekä käyttämistään ainesosista. Ilman tuotetietoja ei eurooppalaista turvallisuus selvitystä ole mahdollista saada. CPNP-rekisteröinti on pakollinen raportti kosmetiikkaa EU:ssa myyvällä taholla. (Virve Vee 2018)

6 KOREAN KOSMETIIKKA

Korean kosmetiikka on maailmassa noussut mielenkiintoiseksi ja monet suuret kosmetiikkayritykset ottavat tuotesuunnitteluissaan oppia sekä mallia eteläkorealaisesta ihonhoidosta. Lähes kaikki uudet meikit, joita Euroopan markkinoille syntyy, ovat jo jonkin aikaa löytyneet Korean kosmetiikkavalikoimista. Esimerkkinä Koreasta peräisin olevat Amorepacificin Cushion-meikkivoiteet, jossa yhdistyy aurinkosuoja, meikkivoide sekä ihonhoito, kehiteltiin Korean markkinoille jo vuonna 2007, ja maailmanlaajuisesti hitiksi ne nousivat vuonna 2015. Nykyään monilta suurilta kosmetiikkamerkeiltä, kuten Dior, Chanel ja L'Oreal, löytyy valikoimistaan erilaisia Cushion-tuotteita. Marie Claire lehden toimittaja Katie Thomas kertoo, että Etelä-Korean kosmetiikkateollisuus on muita maita edellä kehityksessään 10-12 vuotta. Korean kosmetiikkateollisuus toimii tiennäyttäjänä muiden maiden kosmetiikkateollisuudelle ja nykyään monien länsimaalaisten kosmetiikkayritysten tuotteet jopa valmistetaan Etelä-Koreassa. (Amorepacific 2015; BBC News 2018)

Etelä-Koreassa on nousevana trendinä orgaaniset ja luontaiset kosmetiikkatuotteet, ja niiden markkinat ovat nopeasti kasvaneet kuluttajien etsiessä yhä enemmän tuotteita, jotka ovat ekologisista hinnan ja laadun rinnalla. Vaikka Koreassa käytetään paljon luonnosta saatavia raaka-aineita, löytyy tuotteista silti niiden lisäksi synteettisiä raaka-aineita. Puhdasta luonnonkosmetiikkaa ei siis juurikaan vielä löydy, mutta tähän on tulossa muutos. Etelä-Korean hallitus on äskettäin ottanut käyttöön muokatun luonnonkosmetiikan sertifiointijärjestelmän sekä ympäristömerkin, joka astuu voimaan maaliskuussa 2020. Muutoksen seurauksena on koottu lista raaka-aineista ja valmistustavoista, jotka eivät ole sallittuja tapoja valmistaa ja mainostaa luonnonkosmetiikkaa. (Chemicalwatch 2019)

Koreassa ihonhoitoon käytetään paljon aikaa – hyvinvoiva iho on tavoitteena ja kaunis iho on korealaisille oma tavaramerkkinsä ja tarkoituksena on hoivata ihoa pitkäaikaisesti. Korealaisille on tärkeää kosmetiikkavalmisteissa tietää niiden oikeat raaka-aineet ja niiden oikeat vaikutukset ihoon, ei niinkään se miltä tuote tuntuu iholla, vaan sen tulee oikeasti tehdä iholle hyvää. Kuluttajat Koreassa ovat siis hyvin tuote- ja raaka-ainetietoisia. Tästä syystä kosmetiikkateollisuudella on paineita luoda hyviä tuotteita, jotta he saavat uskollisia asiakkaita. Korealaiset kuluttajat ovat innokkaita testaamaan uusia raaka-aineita tuotteissa sekä he innostuvat helposti uusista pakkausnovaatioista.

6.1 K-Beauty

Etelä-Koreassa ihonhoitoa pidetään tärkeänä elämäntapana. Korealaisille kuuluu päivittäin 10-vaiheinen ihonhoitorutiini (Taulukko 2), jossa ihon virheet hoidetaan huolellisella ihonhoitorutiinilla – tärkeimpänä kaksoispuhdistus. Meikkituotteilla ei ole tarkoitus häivyttää virheitä, vaan vain korostaa ja suojata hyvinvoivaa, kosteutettua ihoa. Keskeisenä hoitona on ihon kosteustasapainon hyvinvointi ja käytettävien tuotteiden pääraaka-aineet ovat luonnosta peräisin keinotekoisien kemiallisten ainesosien sijasta. K-Beauty on korealaista kosmetiikkaa, joka on kehitetty ja valmistettu Koreassa maan kauneusfilosofian mukaan.

Taulukko 2. Korealainen ihonhoitorutiini. (Mindbodygreen 2019)

10-vaiheinen ihonhoitorutiini	Vaiheen tarkoitus
1. Kaksoispuhdistuksen ensimmäinen vaihe, öljypuhdistus	Öljypohjaisten epäpuhtauksien poistaminen kasvoilta
2. Kaksoispuhdistuksen toinen vaihe, vesipohjainen puhdistus	Viimeistelty kasvojen puhdistus
3. Kuorinta (tarvittaessa)	Kuolleen ihosolukon poisto
4. Kosteuttava kasvovesi	Tasapainottamaan ihon pH:ta
5. Hoitoneste	Kosteuden lisääminen
6. Kasvo-öljyt, seerumit, ampullit	Ihon ongelmakohtiin omat tuotteet ihon tarpeen mukaan, voidaan kerrostaa
7. Kasvonaamiot (tarvittaessa)	Kangasnaamiot (<i>Sheet mask</i>) tuovat lisäkosteutta
8. Silmänympärysoide	Kosteuttamaan herkkää silmänympärysihoa
9. Kosteusvoide	Viimeistellään kosteus iholle, yö- tai päivävoide
10. SPF-tuote (aamuisin)	Suojata iho auringolta

K-Beauty on maailman johtava maa ihonhoidon ja kauneuden saralla. Syitä suosiolle selittävät loistavat tuotekoostumukset edullisilla myyntihinnoilla. Korealaiset kuluttajat ovat tuotetietoisia ja eivätkä ole valmiita maksamaan suuria summia kosmetiikkatuotteistaan. Tästä syystä valmistajat pyrkivät jatkuvasti parantamaan tuotteitaan ja tarjoavat niitä parhaaseen hintaan. Koska kuluttajien mielipiteillä on suurta merkitystä, on Koreassa keskitytty tarjoamaan ja löytämään innovatiivisia tutkimuksia ja tuotekehityksiä. Uusia ja tehokkaita raaka-aineita kokeillaan ja kehitellään käyttöön jatkuvasti. Kuluttajat odottavat tuotteiden olevan myös herkälle iholle sopivia ja hyvin tuotetestattuja raaka-aineita, jotka kosteuttavat ja hoitavat ihoa saaden sen näyttämään terveellisestä ja hehkuvalta. Viimeisenä suosiota selittävänä tekijänä ovat kosmetiikkapakkausten ulkonäkö. Ne ovat huolellisesti suunniteltu ja tuotepakkauksia löytyy laidasta laitaan; niin leikkivistä pandapakkauksista aina elegantteihin tuotepurkkeihin. (Kuva 4) (Cho 2015, 128 – 129)



Kuva 4. TonyMolyn leikkitelevät pakkaukset. (StyleKorean 2019)

Virve Fredman kertoo kirjassaan ”Täydellinen iho – opas korealaiseen ihonhoitoon” (2017) selitystä K-Beautyn suosiolle: ”Korean kosmetiikan suosio rakentuu hyvin yksinkertaisesta yhtälöstä: korealainen kosmetiikka yhdistää nopeasti tuloksia tuovan ja elämyksellisen ihonhoidon laadukkaisiin, mutta silti edullisiin tuotteisiin. Se tekee ihonhoitosta hauskaa ja palkitsevaa” (Fredman, V. 2017, 9–10)

Korean kauneusrutiinit ovat siis kuuluisia monista ja monipuolisista vaiheistaan, jotka perustuvat useiden kerrosten lisäämiseen kasvoille ihon tarpeen mukaan. Tavoitteena

on nk. Dewy-skin eli hyvin kuulaan ja kosteutetun näköinen iho. Moni käyttää säteilevästä ihanneihostaan termiä "Chok-Chok".

6.2 Raaka-aineet

Korean kosmetiikassa erilaiset aktiiviaineet ovat osa tuotteiden suosiota. Korean kosmetiikassa käytetään paljon luonnollisia ainesosia, ja ainesosalista on länsimaalaista listaa usein huomattavasti lyhyempi. Tehoaineiden aktiivipitoisuudet tuotteessa voivat olla hyvinkin korkeat. Alla olevassa taulukossa (Taulukko 3) on yhdeksän suosituinta luonnosta saatavaa raaka-ainetta, joita käytetään paljon korealaisessa kosmetiikassa.

Taulukko 3. 9 suosituinta raaka-ainetta Korean kosmetiikassa. (BeautyMNL n.d.)

Ainesosa	Vaikutus iholle
Etanaseerumi (Snail mucin)	Kosteuttaa, uudistaa, rauhoittaa
Hyaluronihappo (Hyaluronic Acid)	Tehokosteuttaja
Mehiläisvaha (Propolis)	Auttaa soluja uusiutumaan (anti-age). Rauhoittaa. Vähentää tulehdusta
Inkivääri (Ginseng)	Anti-age. Kirkastaa ja heleyttää sameaa ihoa
Aloe Vera	Rauhoittaa ärtynyttä ihoa, kosteuttaa
C-vitamiini	Kirkastaa, tehostaa kollageenintuotantoa, vaalentaa
Arbutin	Vaalentaa pigmenttiläiskiä
Hunaja	Rauhoittaa akneihoa, antioksidantit vähentävät ikääntymisen merkkejä, kosteuttaa
Teepuu-öljy (tea tree oil)	Tasapainottaa

Koreassa useat luonnosta peräisin olevat raaka-aineet tulevat suurimmaksi osaksi Etelä-Korean Jejun saarelta. Trooppisella saarella on suuri Hallasan-tulivuori ja saarella on runsaasti kasvistoa ja eläimiä. Se, miksi raaka-aineet Jejun saarelta ovat niin suosittuja, johtuu tulivuoren aiheuttamasta tuhkamaaperästä sekä luonnollisesta lähdevedestä. (TotalBeauty 2018)

6.3 Ympäristövaikutukset ja kestävä kehitys korealaisessa ihonhoidossa

Vaikka Koreassa kosmetiikan valmistamisessa käytetään paljon luonnollisia raaka-aineita, on maassa toistaiseksi vielä melko vähän täysin luonnonkosmetiikkaa markkinoilla. Vuonna 2017 uutisoitiin Korean tekevän tutkimusta luonnon- ja orgaanisen kosmetiikkastandardin kehittämiseksi yhteistyössä luonnollisia kosmeettisia laatustandardeja valvovan Cosmosin kanssa. (Cosmetics-Design Asia 2017)

Korealaisen kosmetiikan raaka-aineet ovat muihin maihin verrattuna uniikkeja, ja tuotteet saavat inspiraationsa luonnosta. Korean kansainvälisen kaupan liiton vuoden 2018 raportissa kerrotaan Korean haluavan enemmän vegaanisten ja ympäristöystävällisten sertifikaattien saamista, jotta kuluttajien kasvavaan kysyntään vastuullisuudesta ja ympäristöhuolista pystyttäisiin paremmin vastamaan tulevaisuudessa.

Korean suurin kosmetiikkayritys, AmorePacific, on Koreassa ja koko maailmassa innovatiivinen tiennäyttäjän kestävä kehityksen mukaisessa tavassa toimia. Yritys pyrkii jakamaan aasialaisen kauneuden perintöä koko maailmalle yli 70 vuoden kokemuksella. AmorePacificin tuotteet valmistetaan laadukkaimmista ainesosista. Yrityksen kosmetiikkavalmistuksessa käytetään luonnon kolmea rikkainta, paikallisesti tuotettua raaka-ainetta; vihreää teetä, elvyttävää inkivääriä sekä voimakkaita papuja muiden raaka-aineiden lisäksi. Yrityksellä on omia tiloja, josta raaka-aineita kasvatetaan ja poimitaan suoraan valmistukseen, Jeju-saarella toimii yksi tiloista. Amorepacific-konserni on asettanut vuoden 2020 kestävä kehityksen visionsa, jossa heijastaa asiakkailleen, ympäristölle ja yhteiskunnalle antamansa lupauksen ja vahvan sitoutumisensa ja kunnianhimoisuutensa aktiivisesti osallistua tulevien sukupolvien tulevaisuuden luomiseen. (AmorePacific 2019)

Vuoden 2020 kestävä kehityksen sitoumustensa saavuttamiseksi Amorepacific-konserni pyrkii toteuttamaan erilaisia ohjelmia, jotka keskittyvät kolmeen pilariin ja kahdeksaan sitoumukseen vuoteen 2020 mennessä. Tavoitteena on tukea sidosryhmiä

johtamaan "kestävää elämää" jokapäiväisessä elämässään, saavuttaa "osallistuvaa kasvua" taloudelle ja sosiaalisille yhteisöille sekä myötävaikuttaa "kiertotalouteen" tuleville sukupolville. (AmorePacific 2019)

Vuonna 2015 yritys listattiin FORBESin listalle sijalle 28 maailman innovatiivisimmista yrityksistä (Forbes 2015). AmorePacific on vuosittain julkistanut raporttinsa toiminnastaan ja tavoitteistaan kestävän kehityksen mukaisesti.

6.4 Haastattelussa Virve Fredman

Haastateltavana oli Eleven-verkkokaupan maajohtaja ja Ostolakossa-blogin kirjoittaja Virve Fredman. Hän on myös korealaisen kosmetiikan asiantuntija. Haastattelukysymykset löytyvät tämän kirjoitelman liiteosiosta.

Korealaisella luonnonkosmetiikalla on vahvasti nouseva markkinarakomahdollisuus Suomessa. Luonnonkosmetiikka on Suomessa vahvasti suosiossa tällä hetkellä ja kysyntä on kasvamassa. Myös korealainen kosmetiikka on nouseva ja kiinnostava trendi. Nämä kahden trendin yhdistäminen mahdollistavat kuluttajien tavoittamisen kahdesta eri kohderyhmästä. Esimerkkinä korealaisesta luonnonkosmetiikasta on Whamisa-merkki, joka on Suomen markkinoilla saanut suurta kysyntää, vaikkakin sen osuus Korean markkinoista ei ole lainkaan niin suuressa mittakaavassa kuin Suomessa; tuotetta myydään Koreassa vain ilmeisesti Åland-ketjun myymälöissä pienellä hyllytilalla.

Fredman kertoo haastattelussaan, ettei luonnonkosmetiikalla ei ole vielä lainsäädännöllistä, vakiintunutta määritelmää, josta johtuen yritys voi itse määritellä sen luonnonkosmetiikan (*Natural Cosmetics*) tuotteiden tarkoituksen. Tähän vaikuttaa vahvasti kulttuuritekijät. Etelä-Koreassa yritykset käyttävätkin Natural Cosmetics-termiä paljon herkemmin kuin Suomessa. Useimmiten luonnonkosmetiikkanimitystä käytetään tuotteista, joissa on eteläkorealaiseen tapaan käytetty paljon luonnon raaka-aineita yhdistettynä synteettisiin apuaineisiin ja moderniin teknologiaan. Tuotteille luodaan luonnonmukainen imago, vaikkakin ainesosalistasta löytyy paljon muun muassa silikoneja, jotka ovat synteettisiä apuaineita. Näin ollen luonnonkosmetiikan käsite on Etelä-Koreassa erilainen kuin meillä. Suomessa luonnonkosmetiikalla viitataan tyypillisesti sertifioituun tai sertifioiduttomaan, pelkistä luonnon raaka-aineista valmistettuun kosmetiikkaan ilman synteettisiä ainesosia. Eroavaisuuksia luonnonkosmetiikan määrittämiselle siis löytyy maiden väliltä.

Etelä-Koreassa on haluttu yhdistää tuotekehittely ja maan korkea teknologia. Tarkoituksena on saada perinteiset luonnon aktiiviaineet sellaiseen muotoon, jossa ne vaikuttavat iholle mahdollisimman tehokkaasti ja tuotekoostumukset tuntuvat miellyttäviltä käyttää. Korkean kilpailutason vuoksi kosmetiikkamarkkinoilla pelkät hyvät, puhtaat ainesosat eivät riitä. Korealaisille tärkeänä ostopäätökseen vaikuttavina tekijöinä ovat ainesosat yhdistettynä pakkauksiin ja tuotekoostumuksiin. Yhdessä ne tarjoavat aistielämyksen tekstuurin ja tuoksujen yhdistelmästä yhdessä brändin imagon kanssa. Korean markkinoilta löytyy edelleen melko vähän sellaista luonnonkosmetiikkaa, joka täyttäisi suomalaisen luonnonkosmetiikan kriteerit. Myös sertifioitua kosmetiikkaa on toistaiseksi vähän tarjolla – tämä suureksi osaksi siitä syystä, ettei korealaisilla kuluttajilla ole tarpeeksi kiinnostusta täysin luonnonmukaisiin tuotteisiin kosmetiikkamarkkinoilla. Tärkeämpänä asiana pidetään innovatiivisuutta ja tuotteiden nopeaa vaikuttavuutta ihoon. Koska suurta kysyntää ei vielä ole, eivät yrityksetkään ole kovin innokkaita luonnonkosmetiikan tuotteita valmistamaan.

Etelä-Korean markkinoilla kysyntää ohjaavat trendit ja vahvana viime vuosina on näkynyt yksittäisten raaka-aineiden suosio, jota löytyykin useimmilta tuotemerkeiltä. Suosituimpiin ainesosiin lukeutuvat tällä hetkellä ihoa vahvistavat keramidit sekä cica-tuotteet (*Centella Asiatica*). Cica eli rohdosammakonputki on raaka-aine, jolla on ihoa rauhoittavia ominaisuuksia. Fredman uskoo Cica-tuotteiden trendin jatkuvan vielä pitkään perustuen korealaisen ihonhoidon filosofiaan hyvinvoivasta, heleästä ja terveeltä näyttävästä ihosta. Kuitenkin Etelä-Korea on ottanut osittain vaikutteita länsimaalaisten suosimista ainesosista, kuten retinoleista sekä hedelmähapoista, ja niitä ainesosia on alkanut vähitellen ilmestymään myös korealaisen kosmetiikkaan, vaikkakin filosofian mukaan ihoa pyritään varjelemaan erilaisilta aktiiviaineilta. Trendeinä jatkavat edelleen myös ihon sävyä tasoittavat ja parantavat tone up -tuotteet, joiden ainesosista voi löytyä rohtosammakonputkea sekä ihon sävyä välittömästi tasoittavia, optisesti vaalentavia ja kirkastavia pigmenttejä. Aurinkotuotteiden tuotekehitys edistyy jatkuvasti, tuotteet ovat koostumukseltaan kevyitä, mutta tarjoavat korkean UVA- ja UVB-suojan. Trendinä ovat myös heleyttävät hoito- sekä meikkituotteet. Tulevaisuuden trendiksi Fredman uskoo kaunistavat hybridituotteet, joissa yhdistyy hoitavuus, ihon suojaus sekä meikki. Hybridituotteiden avulla kasvojen ihoa saadaan kaunistettua monivaikutteisesti ja ihonhoitorutiinia saadaan nopeutettua. Vaikkakin eteläkorealaiset eivät koe kauneusrituaaliaan hankalaksi, haluavat kuluttajat kuitenkin olla fiksumpia ajankäyttönsä suhteen ja saavuttaa positiivisia vaikutuksia iholle nopeammassa ajassa.

Kestävä kehitys ei vielä Koreassa ole kovin suurissa jalanjäljissä, mutta se on kasvava tapa toimia. Moni yritys korostaa pieniä eettisiä tekojaan, kuten kierrätettäviä kartonkipakkauksia tai pakkaustekstejä, jotka on printattu soijapohjaisella musteella (Innisfreen tuotepakkaukset). Kestävä kehitys liiketoimintatapana ei kuitenkaan näy vahvana viestinä kuluttajille. Monet innovatiiviset tuoteuutuudet on usein valmistettu kertakäyttöisistä, paljon pakkausmateriaalia sisältävistä osista. Fredman osallistui Etelä-Korean K-Beauty Expo 2018 ja Cosmobeauty Seoul 2019 – kauneusmessuille, joissa vain muutama merkki nosti selvästi esille oman yrityksensä ympäristönäkökulmat. Näillä muutamalla merkillä ei kuitenkaan tuotevalikoimissaan ollut länsimaalaisen näkökulman mukaista luonnonkosmetiikkaa. Luonnonkosmetiikkatuotteilla ympäristöasioiden keskiössä ovat enemmän yksittäiset ainesosat, ei niinkään tuotantoprosessi.

Korealaista kosmetiikkaa valmistaviin tehtaisiin Fredman on päässyt jossain määrin tutustumaan. Tehtaissa noudatetaan yleistä lainsäädäntöä ja tuotteet valmistetaan hyvien valmistustapojen mukaisesti. Mutta ympäristöystävällisempää toimintatapaa ei juurikaan ole tullut esille, lukuun ottamatta jäteveden käsittelyä. Tämä siitä syystä, että kuluttajat eivät ympäristöystävällisempää toimintatapaa erityisemmin vaadi yrityksiltä.

Zero Waste- ajattelutapa ei juurikaan ole levinnyt Etelä-Korean kosmetiikkamarkkinoille. Kosmetiikkayritykset pyrkivät erottumaan massasta innovatiivisilla tuotteillaan, jotka sisältävät valitettavan paljon erilaisia, yhdisteltäviä osia. Useimmiten kuluttaja joutuu siis ostamaan useamman tuotteen, jotta hän saa valitsemansa lopputuloksen aikaiseksi. Pakkausroskaa syntyy Etelä-Koreassa muutoinkin kosmetiikan lisäksi paljon erilaisten take away- kahvien ja välipalojen suosion seurauksena. Markkinat ovat Etelä-Koreassa hyvin kuluttajakeskeiset, siellä halutaan korostaa helppoutta ja mukavuutta. Tästä syystä ei juurikaan ajatella kertakäyttöisyyden poistamista tai kierrätystä. Fredman on kuitenkin huomannut positiivisia muutoksia ympäristöasioihin; kaupoissa on juuri luovuttu ilmaisten muovipussien jakamisesta, ne on kielletty ilmeisesti lailla. Myös kahviloissa jaettavien kertakäyttöpillien jakamista on pyritty rajoittamaan.

Haastattelun tarkoituksena oli saada Korean kosmetiikan asiantuntijalta näkemystä Etelä-Korean kosmetiikan ympäristöasioihin niin yritysten kuin kuluttajien toimesta. Haastattelussa myös saatiin selville luonnonkosmetiikan markkinarako Etelä-Koreassa.

7 LOPUKSI

Työn tavoitteena oli selvittää tärkeitä tekijöitä kosmetiikkamarkkinoilla ympäristön näkökohdat huomioiden. Aihetta ohjasivat kosmetiikan ympäristötrendit maailmalla. Tavoitteena oli myös selvittää eteläkorealaisten kuluttajien suhtautumista luonnonkosmetiikkaan sekä ympäristöhuoliin. Lisäksi selvitettiin, minkälaisia tuotteita kannattaa maahantuojan ottaa valikoimiinsa Etelä-Koreasta ja löytyykö maasta ympäristön näkökulmasta vastuullista kosmetiikkaa.

Teoriaosuudessa keskityttiin kestävän kehityksen mukaisesti toimivan, suomalaisen maahantuontiyrityksen tärkeisiin valintoihin koskien maahantuotavia tuotteita ja niiden valintaa Etelä-Koreasta. Ympäristön ehdoilla toimivalla yrityksellä on valtavasti potentiaalia menestyä markkinoilla, sillä ympäristön huolehtiminen niin yrityksille kuin kuluttajillekin on nouseva arvo. Menestyvän yrityksen toiminta edellyttää läpinäkyvää toimitusketjua, sekä suurempaa kuvaa kestävän kehityksen laajoista teemoista. Askel kohti vihreämpää toimintatapaa yritysajattelussa avaa suurempia toimintamahdollisuuksia. Toimimalla omien arvojen mukaisesti ja vastuullisen yritystoiminnan mukaisesti, huomioiden kuluttajien toiveet ja kulutuskäyttäytymiset, saadaan kestävä kehitys toimintatapaan uusiin ulottuvuuksiin.

Kosmetiikkayritykset voivat olla suuria tiennäyttäjiä ja ohjata kuluttajia oikeaan suuntaan tuotevalinnoilla, jotka on valmistettu ympäristön ehdoilla. Etelä-Koreassa kuluttajat ovat heräämässä yhä enemmän ympäristön vaikutuksiin ja näin ollen korealaisen kosmetiikan ympäristöystävällinen kysyntä tulee tulevaisuudessa varmasti kasvamaan. Kun maahantuontiyritys ottaa toimintansa tavoitteeksi kokonaisuudessaan ympäristöasiat ja huolehtii sen toteutumisesta koko toimitusketjun osalta, menestyy yritys tulevaisuudessa. Maahantuonnissa tärkeintä on keskustella niiden merkkien kanssa, joilta tuotteita ostaa ja haastaa heitä selvittämään oman toimintansa kestävä kehitystä. Vaatimalla ja etsimällä vain parhaat ympäristön puolesta toimivat yritykset, voi maahantuontiyritys tulla osaksi globaalia liikettä ja saada maailmanlaajuiset kosmetiikkayritykset toimimaan kestävän kauneuden ehdoilla.

Käytännön osuudessa selvitettiin eteläkorealaisten kuluttajien suhtautumista ympäristöön sekä korealaisen luonnonkosmetiikan markkinoiden laajentumista haastattelun avulla. Käytännön osuudella saatiin luotua kokonaisuus tekstille. Haastattelusta saatiin selville, että eteläkorealaisella luonnonkosmetiikalla olisi Suomessa suuri markkinarako.

Korealaisten kuluttajien kiinnostus ohjaa kosmetiikkayrityksiä tekemään kuluttajien vaatimia tuotteita. Jos ympäristöhuolet saadaan enemmän kuluttajien tietoisuuteen Etelä-Koreassa, muuttuu myös kosmetiikkavalmistajien tapa toimia enemmän ympäristön puolesta. Puhdasta luonnonkosmetiikkaa löytyy toistaiseksi vielä melko vähän, mutta monet tuotteet koostuvat pääosin jo luonnollisista raaka-aineista.

Opinnäytetyön tarkoitus oli olla tutkiva, mutta myöskin ajatuksia herättävä yrityksen tavoista toimia. Työssä suurin haaste oli saada aihe rajattua, näkökulmia löytyi paljon. Jatkotutkimusmahdollisuuksia voisi olla eteläkorealaisen luonnonkosmetiikan sertifiointiin liittyvä sekä laajempi kosmetiikan ympäristötrendien tarkastelu. Myös vastuullisen kosmetiikan toimintatapojen laajentaminen ympäristöasioista laajemmaksi toimintatavaksi on aihe, jota voisi tutkia – miten saada toimintatapaa laajennettua ympäristöystävällisestä maapallo-ystävällisemmäksi (*Earth-friendly*).

LÄHTEET

Acme-Hardesty Company 2019. Green Cosmetics: The push for sustainable beauty. Viitattu 13.4.2019 <https://www.acme-hardesty.com/green-cosmetics-sustainable-beauty/>

AmorePacific 2015. Korea's 'Cushion Boom' changes Global beauty trends. Viitattu 2.5.2019 <http://en-int.apgroup.com/int/en/misc/news/2015-01-21.html>

AmorePacific 2019. A more beautiful world. Viitattu 8.5.2019 <https://www.apgroup.com/int/en>

BBC News 2018. K-Beauty: The rise of Korean make-up in the West. Viitattu 2.5.2019 <https://www.bbc.com/news/business-45820671>

BeautyMNL n.d. K-Beauty 101: Your Cheat Sheet to 9 popular Korean Skincare ingredients. Viitattu 2.5.2019 <https://beautymnl.com/bloom/articles/k-beauty-101-your-cheat-sheet-to-9-popular-ingredients>

Business of Fashion McKinsey & Company 2018. The State of Fashion. Viitattu 12.4.2019 https://cdn.businessoffashion.com/reports/The_State_of_Fashion_2018_v2.pdf

ChemicalWatch 2019. South Korea amends organic, natural cosmetic standard. Viitattu 8.5.2019 <https://chemicalwatch.com/75931/south-korea-amends-organic-natural-cosmetics-standard>

Chemlink n.d. South Korea Cosmetic Regulation. Viitattu 9.3.2019 <https://cosmetic.chemlinked.com/countrypage/south-korea-cosmetics-regulation>

Cho, C. 2015. The little book of skin care – Korean beauty secrets for healthy, glowing skin. Englanti: HarperCollinsPublishers.

Clean Beauty Asia 2019 Prediction – Natural Beauty in Asia. Viitattu 12.4.2019 <https://cleanbeautyasia.com/2019-beauty-predictions-asia>

Cosmetics Europe 2019a. Good sustainability practice for the cosmetic industry. Viitattu 6.3.2019 https://www.cosmeticseurope.eu/files/4214/6521/4452/GSP_Brochure.pdf

Cosmetics Europe 2019b. Viitattu 12.4.2019 <https://www.cosmeticseurope.eu>

Cosmetics Europe 2019c. The animal testing ban five years on. Viitattu 9.3.2019 <https://www.cosmeticseurope.eu/blog/animal-testing-ban-5-years>

Cosmetics-Design Asia 2017. Korea conducts research to develop natural and organic cosmetics standard. Viitattu 5.5.2019 <https://www.cosmeticsdesign-asia.com/Article/2017/06/12/Natural-and-organic-cosmetics-standard>

Cosmos 2018. Trust in organic and natural cosmetics. Viitattu 8.5.2019 <https://cosmos-standard.org>

Ecomundo 2018. Cosmetic labels and certifications. Viitattu 3.4.2019. <https://www.ecomundo.eu/en/blog/cosmetic-certification>

Euroopan komissio n.d. Ban on animal testing. Viitattu 10.3.2019 <http://ec.europa.eu/growth/sectors/cosmetics/animal-testing/>

Exporti.gov 2018. Helping U.S Companies Export. Viitattu 21.4.2019 <https://2016.export.gov/southkorea/doingbusinessinskorea/leadingsectorsforusexportsinvestment/cosmetics/index.asp>

Fingredient Oy 2019 - Turvallinen kosmetiikka. Kosmetiikan tärkeimmät trendit. Viitattu 12.4.2019 <https://www.turvallinenkosmetiikka.fi/zero-waste-vuoden-2019-kosmetiikkatrendi/>

Forbes 2015. How South Korea's AmorePacific became one of the World's most innovative companies. Viitattu 7.5.2019 <https://www.forbes.com/sites/gracechung/2015/08/19/how-south-korea-amorepacific-became-one-of-the-worlds-most-innovative-companies/#445a2b682b2b>

FormulaBotanica 2019. The Myth of Waterless Beauty. Viitattu 8.5.2019 <https://formulabotanica.com/waterless-beauty-trend/>

Fredman, V. 2017. Täydellinen iho - opas korealaiseen ihonhoitoon. Helsinki. WSOY.

Global Cosmetics News, 2015. Viitattu 21.4.2019 <https://globalcosmeticsnews.com/animal-testing-banned-in-south-korea/>

Harmaala, M.-M. & Jallinoja, N. 2012. Yritysvastuu ja menestyvä liiketoiminta. Helsinki: SanomaPro Oy.

Harper's Bazar 2018. 13 big beauty trends for 2019. Viitattu 6.5.2019 <https://www.harpersbazaar.com/uk/beauty/skincare/a25568595/beauty-trends-2019/>

Huuhka, T. 2017. Tehokkaan hankinnan työkalut.

Iloranta, K. & Pajunen-Muhonen, H. 2015. Hankintojen johtaminen. Helsinki: Tieosanoma Oy.

Iso Juttu 2018. L'Oreal Finland. Viitattu 10.4.2019 <https://isojuttu.fi/yritykset/loreal-finland-oy/>

Kaupan liitto 2004. Riskimaiden tavarantoimittajien työolojen parantaminen BSCI-mallin avulla. Viitattu 9.3.2019 https://kauppa.fi/tietoa_kaupasta/toimintaympaeristoe/ymperaeristoe_energia_ja_kemikaalit/kaupan_ymperaeristoevaikutukset/vastuullisuus_kaupan_toimialalla/riskimaiden_tavarantoimittajien_tyoeolojen_parantaminen_bsci_mallin_avulla_205

Kemianteollisuus 2019. Vastuu tuoteketjussa. Viitattu 29.3.2019 <https://www.kemianteollisuus.fi/fi/vastuullisuus/vastuu-tuotteesta/vastuu-tuoteketjussa/>

Kuluttajaliitto n.d. Yhteiskuntavastuu. Viitattu 8.3.2019 <https://www.kuluttajaliitto.fi/tietopankki/turvallisuus-ja-riskit/yhteiskuntavastuu/>

Linnunmaa n.d. Kosmetiikan velvoitteet markkinoilla. Viitattu 23.3.2019 <http://www.linnunmaa.fi/osaaminen/kosmetiikan-velvoitteet-markkinoilla/>

Logistiikan maailma 2019a. Auditointi. Viitattu 8.3.2019 <http://www.logistiikanmaailma.fi/logistiikka/laatu/auditointi/>

Logistiikan maailma 2019b. Vastuullinen liiketoiminta. Viitattu 23.3.2019 <http://www.logistiikanmaailma.fi/logistiikka/vastuullinen-logistiikka/taloudellinen-ymparisto-ja-sosiaalinen-vastuu/>

Logistiikan maailma 2019c. Vastuullinen logistiikka. Viitattu 26.3.2019 <http://www.logistiikanmaailma.fi/logistiikka/vastuullinen-logistiikka/eettinen-ohjeisto/>

Maailman Markkinat 2018. Etelä-Korea 2018-2019. Viitattu 23.3.2019 <https://www.marketopportunities.fi/home/2018/maailman-markkinat-2018-2019-etela-korea/>

Mindbodygreen 2019. K-Beauty; Everything you wanted to know about Korean beauty; Explained. Viitattu 2.5.2019 <https://www.mindbodygreen.com/articles/what-is-korean-beauty-k-beauty>

Ministry of Food and Drug Safety 2019. Viitattu 9.3.2019 <http://www.mfds.go.kr/eng/index.do>

Mintel 2015. Trends 2025. Viitattu 5.5.2019 <https://www.mintel.com/press-centre/beauty-and-personal-care/mintel-announces-four-beauty-trends-set-to-impact-global-markets-by-2025>

Mintel 2018. Global Beauty and Personal Care Trend 2019 - Sub-Zero Waste. Viitattu 12.4.2019 <https://www.mintel.com/beauty-trends/>

Mordor Intelligence 2016. South Korea cosmetic products market. Viitattu 8.3.2019 <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/south-korea-cosmetics-products-market-industry>

Pakkaus 2017. Sulapac lähtee maailmanvalloitukseen. Viitattu 10.4.2019. <https://www.pakkaus.com/sulapac-lahtee-maailmanvalloitukseen/>

Pirnes, H. & Kukkola E. 2002. Kansainvälisen liiketoiminnan käsikirja.

Pro Luonnonkosmetiikka Ry 2016a. Mistä tunnistaa aidon luonnonkosmetiikan? Viitattu 6.5.2019 <https://www.luonnonkosmetiikka.fi/luonnonkosmetiikka/mita-on-luonnonkosmetiikka/>

Pro Luonnonkosmetiikka Ry 2016b. Luonnonkosmetiikan sertifikaatit. Viitattu 6.5.2019 <https://www.luonnonkosmetiikka.fi/luonnonkosmetiikka/sertifiointitahot/>

Refinery29 2017. Is The `Clean beauty` Trend Cashing In On Climate Change? Viitattu 5.5.2019 <https://www.refinery29.com/en-us/2017/05/158677/beauty-industry-pollution>

Refinery29 2019. The boom of water-free beauty. Viitattu 6.5.2019 <https://www.refinery29.com/en-gb/2017/05/151483/water-free-beauty-trend>

Reilu Kauppa 2019. Merkit. Viitattu 8.3.2019. <https://reilukauppa.fi/meista/mika-on-reilukauppa/merkit/>

Stiens, R. 2008. Totuus kosmetiikasta: Parasta iholle, hiuksiin ja meikkiin. Helsinki: Tammi.

StyleKorean 2019. TonyMoly. Viitattu 1.5.2019. <https://www.stylekorean.com/brands/22/tonymoly>

Sulapac 2018. Viitattu 10.4.2019 <https://www.sulapac.com>

Teknokemian yhdistys 2019a. Kosmetiikkateollisuus tekee työtä kestäväen kehityksen eteen. Viitattu 9.3.2019 http://www.teknokemia.fi/fin/kosmetiikka/kestava_kehitys/

Teknokemian yhdistys 2019b. Pakkausmerkinnät. Viitattu 2.4.2019 http://www.teknokemia.fi/fin/kosmetiikka/kosmetiikan_turvallisuus_ja_lainsaadanto/pakkausmerkinnat/

Teknokemian yhdistys 2019c. Eläinkoekieltä. Viitattu 4.4.2019 http://www.teknokemia.fi/fin/kosmetiikka/kosmetiikan_turvallisuus_ja_lainsaadanto/elainkoeketon_kosmetiikka/

TerraCycle 2019. The L'Occitane Recycling programme. Viitattu 10.4.2019 <https://www.terracycle.com/en-CA/brigades/loccitane#@53.223647159817645:-91.46813446265162zoom:4>

TotalBeauty 2018. Who do so many K-Beauty products comes from Jeju island? Viitattu 3.5.2019 <https://www.totalbeauty.com/content/slideshows/jeju-island-beauty-products-181025/page1>

Tukes 2019a. Tuotteiden jäljitettävyyys. Viitattu 8.3.2019 <https://tukes.fi/tuotteet-ja-palvelut/vaatiustenmukaisuus/tuotteiden-jaljitettavyys>

Tukes 2019b. Vastuuhenkilön velvollisuudet. Viitattu 9.3.2019 <https://tukes.fi/kemikaalit/kosmetiikka/toimijaroolit/vastuuhenkilon-velvollisuudet>

Tulli 2018. Suomen ja Etelä-Korean välinen kauppa 2017. Viitattu 10.3.2019 https://tulli.fi/tilastot/tilastojulkaisu/-/asset_publisher/suomen-ja-etela-korean-valinen-kauppa-vuonna-2017

Työ ja elinkeinoministeriö n.d. Corporate social responsibility. Viitattu 8.3.2019 <https://tem.fi/en/social-responsibility>

Understanding Korea's Cosmetic Regulation 2017. Viitattu 9.3.2019. https://korea.in-cosmetics.com/RXUK/RXUK_InCosmeticsKorea/Presentations%20marketing%20trends%202017/15.00.%20Understanding%20Korea's%20cosmetic%20regulations.pdf?v=1497771318

Virve Vee 2018. Voisitteko alkaa myymään tätä korealaista merkkiä. Ostolakossa-blogi. Viitattu 23.4.2019 <https://blogit.terve.fi/ostolakossa/korealaisen-kosmetiikan-maahantuonti/>

Vogue 2018. Waste not: The future of Sustainability industry. Viitattu 10.4.2019 <https://www.vogue.co.uk/gallery/sustainability-in-the-beauty-industry>

WWF Green Office n.d. Viitattu 9.3.2019 <https://wwf.fi/vaikuta-kanssamme/greenoffice/mika-green-office/>

YLE 2018. Mikromuovien kieltä lailla. Viitattu 10.4.2019 <https://yle.fi/uutiset/3-10359894>

Ympäristöhallinto 2019. Viitattu 9.3.2019 https://www.ymparisto.fi/fi-FI/Kulutus_ja_tuotanto/Ymparistojarjestelmat_ja_johtaminen/EMASin_toteuttaminen

Liite 1: Haastattelukysymykset

1. Onko Etelä-korealaisella luonnonkosmetiikalla nousevaa markkinarakoa mielestäsi Suomessa?
2. Oletko huomannut luonnonkosmetiikan valmistuksen lisääntyneen Koreassa?
3. Mikä on mielestäsi seuraava trendi Etelä-Korean markkinoilla?
4. Onko Koreassa kestävä kehitys nousemassa vielä enemmässä määrin tavaksi tehdä liiketoimintaa?
5. Onko oman näkemyksesi mukaan korealaisilla kosmetiikkayrityksillä tärkeänä arvona ympäristöasiat? Tai tähtäävätkö yritykset tulevaisuuden visioissaan tähän?
6. Oletko päässyt tutustumaan korealaista kosmetiikkaa valmistavien tehtaiden toimintaan?
7. Vuoden 2019 yhtenä trendinä on listattu Zero Waste-ajattelutapa. Onko mielestäsi Koreassa kosmetiikkamarkkinoilla pyritty pakkausmateriaalien kierrätettävyyteen ja pakkausten uudelleen hyödyntämiseen?
8. Oma mielipiteesi korealaisten kiinnostuksesta ympäristöasioihin kosmetiikan saralta.