



Ympäristövastuullisuus ja sen raportointi kosmetiikka-alalla

Sonja Kauro

2021 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Ympäristövastuullisuus ja sen raportointi kosmetiikka-alalla

Sonja Kauro
Kauneudenhoitoala
Opinnäytetyö
Marraskuu, 2021

Sonja Kauro

Ympäristövastuullisuus ja sen raportointi kosmetiikka-alalla

Vuosi

2021

Sivumäärä

40

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia kosmetiikkayritysten ympäristövastuullisuusraportointia. Tavoitteena oli luoda kokonaiskuva kosmetiikka-alan ympäristövastuullisuusraportoinnin tämänhetkisestä tilasta. Työn yhteistyökumppanina toimi Lumene Oy, joka on suomalainen kosmetiikkaa valmistava yritys. Toimeksianto on tutkimustyö kosmetiikka-alan ympäristövastuullisuuden tämänhetkisestä tilasta ja sen raportoinnista. Tutkimus toteutettiin havainnointitutkimuksena, eli tarkastelemalla kosmetiikkayritysten julkaisemia vastuullisuusraportteja.

Työn teoreettinen viitekehys koostuu Euroopan kosmetiikkaympäristöön perehtymisestä, vastuullisuusraportoinnin perusaiheista ja EU Green Dealista ja sen osa-alueista. EU Green Dealin eli Vihreän kehityksen ohjelman tavoitteena on tehdä Euroopasta ilmastoneutraali maanosa vuoteen 2050 mennessä. Tutkimuksen aineistonkeruumenetelmä oli jäsennelty havainnointi. Tutkimuksessa kävi ilmi, että raportointi oli vaihtelevaa. Eniten yritykset raportoivat materiaalien ja energian käytöstään sekä päästöistään ilmakehään ja vähiten vesistöjä päästöistään ja toimittajiensa ympäristöarvioinneista. Tutkimus voitaisiin toistaa myöhemmin, jotta nähtäisiin, miten vastuullisuusraportointi on kehittynyt.

Sonja Kauro

Environmental responsibility and reporting of it in the cosmetics industry

Year	2021	Pages	40
------	------	-------	----

The aim of this Bachelor's thesis was to examine the environmental sustainability reporting of cosmetic companies. The goal was to gain insight into the current state of the environmental sustainability reporting of the cosmetics industry. The commissioner of this thesis was Lumene Oy, a Finnish company that manufactures cosmetic products. The commission was a study on the current state of environmental sustainability and the reporting of it in the cosmetics industry. The study was conducted as an observational study. It was done by observing the sustainability reports that cosmetic companies had published.

The theoretical framework of this thesis consists of the operational environment of the cosmetics industry in Europe, the basic concepts of sustainability reporting and the EU Green Deal and its sub-areas. The aim of the EU Green Deal is to make Europe a climate neutral continent by the year 2050. The data collection method of this study was structured observation. The study revealed the reporting of environmental sustainability was varied. The most reported subjects were the use of energy and materials and emissions to the atmosphere, and the least reported subjects were emissions to water and environmental assessments of suppliers. The study could be repeated later in order to learn how the sustainability reporting has evolved.

Keywords: responsibility reporting, environmental responsibility, observational study

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Yhteistyökumppanin esittely	6
3	EU:n kosmetiikkaympäristö	7
3.1	Lainsäädäntö.....	8
3.2	Kosmetiikka-alan itsesäätely	9
3.3	Kuluttajat	10
4	Vastuullisuusraportointi	11
4.1	GRI-viitekehys	11
4.2	Ympäristövastuullisuuden raportointi GRI:n mukaan	12
4.3	Viherpesu.....	12
5	Green Deal - Euroopan vihreän kehityksen ohjelma	13
5.1	Kiertotalouden toimintasuunnitelma	15
5.2	EU-taksonomia.....	15
5.3	Kemikaalistrategia	16
5.3.1	Kosmetiikka-asetuksen avaaminen uudelleentarkasteluun	17
5.3.2	Kansallinen kemikaaliohjelma	18
6	Tutkimus kosmetiikkayritysten ympäristövastuullisuusraportoinnista	18
6.1	Havainnointitutkimus	19
6.2	Tutkimuksen toteutus	19
6.3	Tutkimustulokset.....	20
6.3.1	Materiaalit.....	20
6.3.2	Energia ja vesi	22
6.3.3	Luonnon monimuotoisuus.....	23
6.3.4	Päästöt ilmakehään ja vesistöihin sekä päästötavoitteet.....	24
6.3.5	Toimittajien ympäristöarvioinnit.....	27
6.4	Tutkimustulosten yhteenveto	28
7	Pohdinta	30
7.1	Tutkimuksen luotettavuus	30
7.2	Vertailu aiempiin tutkimuksiin, jatkotutkimusideat ja yleinen pohdinta	31
	Lähteet.....	33
	Kuviot	38
	Liitteet	39

1 Johdanto

Vastuullisuus on aihe, joka on koko ajan enemmän esillä mediassa sekä arkipäiväisessä elämässämme. Ilmastonmuutos on nykyajan suurimpia haasteita, ja katseet kriisin ratkaisemiseksi kääntyvät niin yksilöihin, yrityksiin kuin valtioihinkin. Kuluttajat haluavat yrityksiltä yhä enemmän läpinäkyvyyttä vastuullisuusasioissa varmistuakseen siitä, että heidän ostamansa tuotteet eivät ole pahaksi ympäristölle tai muille ihmisille. Yritykset monilla aloilla ovat lisänneet viestintää vastuullisuuden suhteen esimerkiksi julkaisemalla vastuullisuusraportteja. Tässä opinnäytetyössä tutkitaan kosmetiikkayritysten ympäristövastuullisuuden ja sen raportoinnin nykytilaa.

Kosmetiikkayritysten ympäristövastuullisuutta ja sen raportointia tutkitaan tässä työssä perehtymällä yritysten julkaisemiin vastuullisuusraportteihin. Raporteista havainnoidaan tiettyjä asioita, jotka valitaan käyttäen apuna GRI-viitekehystä. GRI eli Global Reporting Initiative on kansainvälinen aloite, jonka tavoitteena on luoda kansainväliset standardit yritysvastuuraportoinnille (Global Reporting Initiative 2021). Opinnäytetyön tavoitteena on saada kokonaiskuva siitä, miten yritykset ottavat huomioon ympäristövastuullisuuden toiminnassaan ja miten ne siitä raportoivat. Työn yhteistyökumppanina toimii suomalainen kosmetiikkayritys Lumene Oy. Yhteistyökumppani voi hyödyntää opinnäytetyötä oman brändinsä kehittämisessä.

Opinnäytetyössä perehdytään myös EU:n Green Dealin ja sen alaiseen Kemikaalistrategiaan. EU julkaisi Vihreän kehityksen ohjelman eli Green Dealin loppuvuodesta 2019 ja Green Dealin odotetaan tuovan huomattavia muutoksia kaikille teollisuudenaloille, myös kosmetiikkalalle. Green Dealin päätavoitteena on saavuttaa Euroopan ilmastoneutraalius vuoteen 2050 mennessä. Tavoitteeseen pääsemiseksi EU on julkaissut lukuisia strategioita, ohjelmia ja etenemissuunnitelmia koskien eri teollisuudenaloja. Yksi julkaistuista strategioista on Kestävyttä edistävä kemikaalistrategia, jonka uskotaan tuovan mukanaan muutoksia koko kemikaalialalle. Lisäksi teoreettisessa viitekehyksessä käsitellään Euroopan kosmetiikkaympäristöä tällä hetkellä sekä vastuullisuusraportointia.

2 Yhteistyökumppanin esittely

Opinnäytetyön yhteistyökumppanina toimii suomalainen kosmetiikkayritys Lumene Oy. Lumene on saanut nimensä Kuhmoisissa sijaitsevan Lumenne-järven mukaan. Lumene tuotemerkkinä on tuotu ensimmäisen kerran markkinoille vuonna 1970 lääkeyhtiö Orionin toimesta. Silloin yrityksen nimi oli Noiro. Nimi vaihdettiin Noirosta Lumeneksi vuonna 2003, kun sen osti ryhmä pääomasijoittajia. Lumene on osa Lumene Groupia, johon kuuluu Lumenen lisäksi

kotimainen hiustuotebrändi Cutrin, joka tuli osaksi Lumene Groupia vuonna 1991. Lumene täytti 50 vuotta vuonna 2020. (Lumene 2021, 10.)

Lumene saa inspiraationsa pohjoisen Suomen luonnosta. Pohjoiset marjat on otettu ensimmäisen kerran osaksi strategiaa 2000-luvun alussa. Silloin Lumene lanseerasi lakansiemenöljyä ja C-vitamiinia sisältävän Lumene Vitamin+ -sarjan. Vitamin+ oli kansainvälinen menestys, sillä yksi tuotteista valittiin parhaaksi eurooppalaiseksi anti-age voiteeksi Euroopan laajuisessa tuotevertailussa. Lakansiemenöljyä ja C-vitamiinia käytetään yhä edelleen Lumenen tuotteissa. (Nordic Beauty Secrets 2020, 91;154.) Yksi Lumenen tämänhetkisiä suosituimpia tuotesarjoja on [VALO] NORDIC C, joka sisältää kyseisiä raaka-aineita.

Lakan lisäksi Lumene käyttää raaka-aineina myös muita pohjoisen luonnon kasveista jalostettuja ainesosia, kuten muista marjoista sekä puista peräisin olevia ainesosia, suovillaa, pakurikäppää, kauraa, mesiangervoa ja punalevää. Uusimpia valikoimaan otettuja raaka-aineita ovat horsmankukkauute, tyrnietikka, kauravoi, variksenmarjavesi ja fermentoitu kaurauute. Noin puolet Lumenen käyttämistä pohjoisen luonnon ainesosista ovat peräisin elintarvike- ja metsäteollisuuden sivuvirroista. Lumene on hyödyntänyt sivuvirta-ainesosia jo 20 vuoden ajan. (Lumene 2021, 31-32.) Sivuvirtojen hyödyntämistä pyritään lisäämään koko ajan. Lumene on myös patentoinut 10 innovaatiotaan (Nordic Beauty Secrets 2020, 78).

Koska Lumenen inspiraatio ja tärkeimmät raaka-aineet ovat peräisin pohjoisesta luonnosta, on luonnon suojeleminen Lumenelle tärkeä arvo. Lumene panostaa toiminnassaan kiertotalouteen ja jätteen minimoimiseen. Jokaisesta lanseerauksesta pyritään tekemään edellistä kestävämpi ja ympäristöystävällisempi. Kestävyyden lisäksi tuotteiden formuloinnissa kiinnitetään erityistä huomiota tuoteturvallisuuteen sekä tuotteiden tehoon. Lumenen strategia on tuottaa mahdollisimman luonnollisia tuotteita kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti. Lumene pyrkii olemaan hiilineutraali vuoden 2025 loppuun mennessä. (Lumene 2021, 14.) Lumene tekee työtä yhdessä Suomen Luonnonsuojeluliiton kanssa soiden ennallistamiseksi (Nordic Beauty Secrets 2020, 158).

Lumene nousi Suomessa markkinajohtajaksi hyvin pian lanseerauksen jälkeen, vuonna 1973, ja on sitä yhä edelleen (Nordic Beauty Secrets 2020, 154). Nykyään Lumenen päämarkkinat ovat Suomi ja muut pohjoismaat, ja Lumenella on ollut jo pitkään toimintaa myös esimerkiksi Venäjällä ja USA:ssa.

3 EU:n kosmetiikkaympäristö

Euroopan kosmetiikkamarkkinan on arvioitu olevan maailman suurin. Vuonna 2018 sen arvioitiin olevaan arvoltaan 78,6 miljardia euroa. Kosmetiikkatuotteiden ja raaka-aineiden tuotannolla on suuri vaikutus Euroopan talouteen niin kansallisella kuin alueellisellakin tasolla.

Kosmetiikka-ala työllistää Euroopassa suoraan tai välillisesti yli 2 miljoonaa ihmistä. (Cosmetics Europe 2019, 4-5.) Suomen osuus oli Euroopan kosmetiikkamarkkinasta Kosmetiikka- ja hygieniateollisuus ry:n (2020) mukaan vuonna 2019 1,3 % eli noin miljardin euron verran.

Kosmetiikkayritysten toimintaa Euroopassa ohjaa pääasiassa kolme tekijää: lainsäädäntö, alan itsesääntely sekä kuluttajien toiveet. Tämän opinnäytetyön kannalta olennaisimmat lainsäädännöt ovat EU:n Kosmetiikka-asetus (EY 1223/2009) sekä REACH-asetus (EY 1907/2006).

3.1 Lainsäädäntö

EU:n Kosmetiikka-asetus koskee kaikkia EU:n markkinoilla olevia kosmetiikkavalmisteita. Kosmetiikka-asetuksen tarkoitus on varmistaa ihmisten terveyden korkeatasoinen suojelu ja siihen tähdätään esimerkiksi kieltämällä ja rajoittamalla haitallisiksi epäiltyjen aineiden käyttöä kosmetiikassa. Kosmetiikkatuotteen turvallisuudesta vastaa sen vastuuhenkilö, joka voi olla esimerkiksi tuotteen valmistaja tai EU-maahantuojaja. Kosmetiikkatuotteille ei EU:ssa vaadita ennakkohyväksyntää eikä viranomaisen tarkasta niitä ennen markkinoille saattamista. Lain noudattamista valvoo jokaisen EU-maan oma toimivaltainen viranomainen, joita ovat Suomessa Tukes eli Turvallisuus- ja kemikaalivirasto ja Tulli. (Tukes 2021a.)

REACH-asetus puolestaan koskee kemikaaleja. REACH-asetuksen tarkoitus on varmistaa ihmisten terveyden sekä ympäristön suojelu. REACH on lyhenne sanoista Registration, Evaluation, Authorization and restriction of Chemicals, eli kemikaalien rekisteröinti, arviointi, lupamenetelyt sekä rajoittaminen. REACH-asetuksen mukaan yrityksen tulee tuottaa kemikaaleistaan ja niiden turvallisesta käytöstä tietoa ja toimittaa ne Euroopan kemikaalivirastolle. Euroopan kemikaalivirasto sekä EU:n jäsenvaltiot arvioivat näiden tietojen perusteella kemikaalia, ja sitä voidaan ehdottaa luvanvaraistettavaksi tai sen käyttöä voidaan muuten tarvittaessa rajoittaa. Luvanvaraistaminen tarkoittaa sitä, että kemikaalin käyttöön tarvitaan lupa. REACH vastuulistaa kemikaalitoimittajia antamaan tietoa turvallisesta käytöstä kemikaaliensa ostajille. (Tukes 2021b.)

REACH-asetus koskee myös kosmetiikan raaka-aineita ja kosmetiikkayrityksiä. REACHin velvoitteet koskevat yrityksiä, jotka valmistavat tai maahantuovat kemikaaleja, joko yksittäin tai osana valmista kosmeettista valmistetta, yli yhden tonnin verran vuodessa (Cosmetics Europe 2021a). Maahantuojalla tarkoitetaan tässä yhteydessä EU-maahantuontia, eli tuontia EU:n alueelle, ei yksittäiseen jäsenvaltioon. Yritykset, jotka käyttävät kemikaaleja kosmetiikan valmistukseen, ovat REACHin mukaan jatkokäyttäjiä. Jatkokäyttäjien tärkeä tehtävä on käyttää kemikaaleja turvallisesti ja välittää tietoa niistä toimittajille sekä asiakkaille. Heihin kohdistuu myös muita REACHin mukaisia velvollisuuksia liittyen esimerkiksi riskienhallintaan. (ECHA 2021.) Kosmetiikan ympäristövaikutuksia säädelään REACHin kautta, sillä kosmetiikka-asetuksen tarkoitus on ihmisen terveyden suojelu.

Opinnäyteyön kirjoittamisen aikaan kosmetiikkamaailmaa on puhuttanut REACH ja eläin-koekielto. EU:ssa on ollut kosmetiikalle täysi eläin-koekielto voimassa jo vuodesta 2013 (Euroopan komissio 2013), mutta rajapinta REACHin ja kosmetiikka-asetuksen välillä voi aiheuttaa sen noudattamisessa ongelmia. Euroopan kemikaalivirasto eli ECHA voi tietyissä tapauksissa pyytää kosmetiikan ainesosista eläin-koedataa (Cosmetics Europe 2021b). Asia nousi keskustelun-aiheeksi, kun siitä tehtiin kansalaisaloite ”Pelastetaan eläin-koekielto kosmetiikka - ei eläin-koekielto Euroopassa” elokuussa 2021. Aloitteentekijät pyytävät Euroopan komissiota vahvista-maan ja suojelemaan kosmetiikan eläin-koekieltoa, muuttamaan kemikaalilainsäädäntöä siten, että eläin-koekieltoja ei enää tarvittaisi ja modernisoimaan tiedettä EU:ssa. Aloitteelle kerätään tuenilmauksia 31.8.2022 asti. (Pelastetaan eläin-koekielto kosmetiikka - ei eläin-koekielto Euroopassa 2021). Cosmetics Europe pitää aloitetta tärkeänä ja on ilmoittanut tukevansa sitä (Cosmetics Europe 2021b).

3.2 Kosmetiikka-alan itsesääntely

Cosmetics Europe on Euroopan laajuinen kosmetiikka-alan etujärjestö, jonka jäseniä ovat kos- metiikka- ja hygienia-alan toimijat sekä kansalliset etujärjestöt. Cosmetics European tärkein arvo on varmistaa, että kuluttajat saavat käyttöönsä mahdollisimman hyviä tuotteita ja sa- malla mahdollistaa kosmetiikka-alan innovatiivisuus ja kasvu. Cosmetics Europe haluaa var- mistaa, että alan ääni tulee kuuluviin esimerkiksi uusia lainsäädäntöjä tehtäessä. Se myös auttaa jäseniään navigoimaan EU:n kosmetiikkalainsäädäntöä ja pysymään ajan tasalla alan trendeistä ja tulevista muutoksista. (Cosmetics Europe 2021c.) Lisäksi Cosmetics Europe on laatinut useita vapaaehtoisia sitoumuksia jäsenyrityksilleen, jotka eivät tule lainsäädännöstä. Cosmetics Europe esimerkiksi kehotti jäsenyrityksiään luopumaan mikromuoveista tuotteis- saan vuonna 2015. Vuoden 2017 alkuun mennessä muovisten mikrorakeiden käyttö oli vähen- tynyt 82 %. (Cosmetics Europe 2021d.)

Suomessa kosmetiikka-alan elinkeinopoliittinen toimialajärjestö on nimeltään Kosmetiikka- ja hygienieollisuus ry. Järjestön jäseniä ovat erilaiset alan toimijat, kuten maahantuojat, val- mistajat ja jakelijat. Myös Kosmetiikka- ja hygienieollisuus ry pyrkii olemaan mukana vai- kuttamassa lainsäädäntöön sekä auttaa jäsenyrityksiään esimerkiksi ymmärtämään lainsää- däntöä ja ennakoimaan muutoksia. Kosmetiikka- ja hygienieollisuus ry oli aikaisemmalta ni- meltään Teknokemian Yhdistys. Kosmetiikka- ja hygienieollisuus ry on Cosmetics European jäsen. (Kosmetiikka- ja hygienieollisuus ry 2021.)

Kosmetiikkayrityksillä on lisäksi omaa itsesääntelyä ja omia hankkeita. Monet yritykset seuraa- vat ainesosista tehtävää tutkimusta ja monilla on myös omia vastuullisuusohjelmia. Esimer- kiksi Henkel, L’Oréal, LVMH, Natura&Co ja Unilever ovat suunnittelemassa kosmetiikkatuot- teille vapaaehtoista ympäristövaikutusten arvioinnin pisteytysjärjestelmää. Järjestelmän ta- voitteenä on lisätä läpinäkyvyyttä ja auttaa kuluttajia tekemään kestäviä valintoja. Henkel,

L'Oréal, LVMH, Natura&Co ja Unilever kutsuvat kaikki halukkaat kosmetiikkayritykset mukaan projektiin. (Henkel 2021.)

3.3 Kuluttajat

Kuluttajien toiveet ohjaavat lainsäädännön ja kosmetiikka-alan itsesäätelyn ohella vahvasti alan toimintaa ja trendejä. Nykyaikana kuluttajat haluavat tehdä yhä tietoisempia valintoja ja niiden tekemiseksi vaaditaan yrityksiltä yhä enemmän läpinäkyvyyttä. Kuluttajat ovat aiempaa skeptisempiä, ja haluavat tietää enemmän ostamistaan tuotteista. Kuluttajat ovat myös entistä enemmän yhteyksissä toisiinsa: sosiaalinen media ja internet mahdollistavat esimerkiksi tuotearviointien ja hintavertailutyökalujen saatavilla olemisen vaikka kaupassa ostopäätöstä tehdessä. Myös huonoista kokemuksista on helppo kertoa internetissä. Internet ja älypuhelimet mahdollistavat sen, että kuluttajilla on mahdollisuus hakea tietoa yrityksistä ja niiden toimintatavoista missä ja milloin tahansa. (Mintel 2021a.)

Koronaviruspandemia on muuttanut kuluttajien ostokäyttäytymistä. Monen kuluttajan taloudellinen tilanne tiukentui pandemian takia, ja sitä, mihin rahaa käytetään, mietitään yhä tarkemmin. Kuluttajat ovat alkaneet kiinnittää huomiota enemmän ostamiensa tuotteiden ympäristövaikutuksiin, sekä sosiaalisiin vaikutuksiin. Moni on myös siirtänyt ostoksensa verkkoon. Kesäkuussa 2020 tehdyn tutkimuksen mukaan (Lightspeed/Mintel) jopa 31 % kuluttajista oli ostanut verkosta kosmetiikkatuotteita, joita he olisivat normaalisti ostaneet kivijalkamyymälästä. Tämä on suuri muutos, sillä kosmetiikka-ala on historiallisesti ollut vahvasti riippuvainen kivijalkamyymälöiden myynneistä. Verkossa ostosten tekemisen yleistymisen on myös lisännyt eettisten ja ekologisten brändien näkyvyyttä. (Mintel 2021b.)

Kuluttajat haluavat kauneusbrändeiltä yhä enemmän läpinäkyvyyttä ja tietoa siitä, miten yritykset osaltaan auttavat suojelemaan ympäristöä. Kuluttajat toivovat yritysten ottavan enemmän vastuuta. (Young 2020). Erytisesti nuorille, Z-sukupolven kuluttajille on tärkeää, että yrityksen arvomaailma vastaa heidän omaansa. Z-sukupolvi on kasvanut kulutusyhteiskunnassa, jossa kulutuksen seuraukset ympäristölle ovat jo alkaneet näkyä. Siksi heistä on kasvanut hyvin ympäristötietoinen sukupolvi ja koronaviruspandemia on lisännyt ympäristötietoisuutta entisestään. Z-sukupolvi haluaa nähdä, että yritykset pyrkivät tekemään osansa ilmastomuutoksen ehkäisyssä ja ympäristönsuojelussa. Z-sukupolvi suosii kosmetiikassa laboratoriovalmisteisia raaka-aineita luonnollisten sijaan, jos ne ovat kestävämpiä- ympäristön kannalta. Z-sukupolvi haluaa tietoa brändeiltä raaka-aineiden vaikutuksista sekä ihoon että ympäristöön ja heitä kiinnostavat myös paljon brändit, jotka osallistuvat jollain tapaa yhteisön hyvinvoinnin edistämiseen. (Cornford, 2021.)

4 Vastuullisuusraportointi

Suuret yritykset ovat velvoitettuja raportoimaan vastuullisuudestaan EU-direktiivin 2014/95/EU mukaan. EU-direktiivin pohjalta on tehty muutos Kirjanpitolakiin. Raportointivelvollisuus koskee pörssiin listautuneita suuria yrityksiä, vakuutusyhtiöitä ja luottolaitoksia. Vastuullisuusraportointi käsittää kuvauksen liiketoimintamallista, riskeistä ja niiden hallinnasta sekä yrityksen toimintalinjat koskien ympäristöä, sosiaalisia asioita, ihmisoikeuksia ja korruption torjuntaa. Direktiivissä ei kuitenkaan määritellä tarkasti, miten tai missä yhteydessä nämä asiat tulisi raportoida. Vaihtoehtoina on raportoida vastuullisuudesta toimintakeromuksen yhteydessä tai erillisenä selvityksenä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2021.) EU-direktiivin 2014/95/EU mukaan yrityksen on raportoitava ympäristöasioistaan tiedot yrityksen toiminnan vaikutuksista ympäristöön tällä hetkellä ja tulevaisuudessa ennakoitavat vaikutukset, tarvittaessa vaikutukset terveyteen ja turvallisuuteen tällä hetkellä ja tulevaisuudessa ennakoitavat vaikutukset, energian käyttö, päästöt ilmakehään ja ilman saastuminen sekä veden käyttö (Muun kuin taloudellisen tiedon direktiivi (2014/95/EU) 2014).

Raportointivelvollisuus auttaa yritysten sidosryhmiä, kuten kuluttajia ja sijoittajia arvioimaan yritysten toimintaa ja kannustaa yrityksiä toimimaan entistä vastuullisemmin. Euroopan komissio on julkaissut kahdet ei-taloudellisen tiedon raportoinnin ohjeet, ensimmäiset vuonna 2017 ja toiset täydentämään ensimmäisiä ympäristöasioiden osalta vuonna 2019. Ohjeet eivät kuitenkaan ole sitovat, vaan yritykset voivat valita, kuinka raportoivat. (Euroopan komissio 2021a.) Yritykset voivat käyttää raportoinnissa esimerkiksi kansallista, kansainvälistä tai unionin toimintakehystä. Tällaisia toimintakehyksiä ovat esimerkiksi ympäristöasioiden hallinta- ja auditointijärjestelmä (EMAS) ja kansainvälinen GRI-viitekehys. (Muun kuin taloudellisen tiedon direktiivi (2014/95/EU) 2014).

4.1 GRI-viitekehys

GRI-viitekehys julkaistiin ensimmäisen kerran vuonna 2000. GRI tulee sanoista Global Reporting Initiative. GRI:n tavoitteena on ollut luoda kansainväliset standardit yritysvastuuraportoinnille. (Kurittu 2018, 9-12.) GRI:n omilla verkkosivuilla kerrotaan, että GRI tähtää kestäväen tulevaisuuden luomiseen auttamalla yrityksiä tekemään toimintaansa entistä läpinäkyvämmäksi ja ottamaan vastuuta toimintansa vaikutuksista. GRI-standardit ovat ladattavissa verkkosivuilta ilmaiseksi. GRI on perustettu vuonna 1997 Bostonissa. Aluksi GRI julkaisi ohjeistuksia raportointiin, ja ensimmäinen varsinainen standardi julkaistiin vuonna 2016. Standardia päivitetään jatkuvasti ja siihen lisätään uusia aihealueita. (Global Reporting Initiative 2021.)

GRI:n mukaan tehdyn vastuullisuusraportin sisältö voidaan jakaa karkeasti kolmeen eri aihealueeseen. Ensimmäinen aihealue on taustatiedot raportoivasta yrityksestä. Aihealueeseen sisältyy esimerkiksi yrityksen yleinen esittely, strategian sekä eettisten periaatteiden esittely, hallituksen sekä sidosryhmien esittely sekä raportointitapa. Nämä kaikki aihealueet on jaettu

vielä pienempiin osiin GRI-standardissa. Tämän osion tarkoituksena on antaa raportin lukijalle taustatietoa yrityksestä ja antaa kontekstia esimerkiksi raportoitaville tunnusluvuille. Taustatietojen kertominen auttaa myös yritysten vertailussa. On vaikeaa tarkastella yritysten vastuullisuutta, jos niistä ei anneta mitään taustatietoja. (Kurittu 2018, 78.) GRI:n tavoite läpinäkyvyydestä jää saavuttamatta ilman kunnollista taustoitusta.

Toinen aihealue, joka niin ikään taustoittaa raporttia, on johtamisen kuvaus. Tässä osassa kuvataan, miten yritys johtaa vastuullisuusasioitaan. Osiossa käydään läpi myös sitä, mitkä asiat ovat yrityksen kannalta olennaisia ja miksi, sekä arvioidaan johtamistavan riittävyttä. Kolmannessa osassa käsitellään vastuullisuuden tunnuslukuja. Tunnuslukuosioon sisältyvät taloudellisen vastuun tunnusluvut, ympäristövastuun tunnusluvut, sosiaalisen vastuun tunnusluvut sekä toimialakohtaiset tunnusluvut. (Kurittu 2018, 145.) Kosmetiikka-alalle ei ole määritelty omia toimialakohtaisia tunnuslukuja.

GRI-standardien mukaisen raportin voi tehdä joko perustasoisena tai laajatasoisena. Näiden tasojen välillä on muutama ero raportoitavissa kohdissa ja niiden laajuudessa. Perustasoisessa raportissa riittää esimerkiksi yhden tunnusluvun raportoiminen per relevantti aihealue, kun taas laajatasoisessa raportissa on raportoitava kaikki GRI-standardissa luetellut tunnusluvut relevanteista aihealueista. Raporttiin valitusta tasosta ei kuitenkaan voida päätellä raportin tai raportoivan yrityksen luotettavuutta. Raporttiin on sisällytettävä tieto siitä, kumpaa tasoa noudattaen se on tehty. Jos raportti on tehty hyödyntäen GRI-standardia mutta ei kuitenkaan täytä sen vaatimuksia, raportissa voidaan mainita standardin hyödyntämisestä, mutta se ei ole pakollista. (Kurittu 2018, 102-103.)

4.2 Ympäristövastuullisuuden raportointi GRI:n mukaan

Ympäristövastuullisuutta raportoidaan GRI-standardiston mukaan ympäristövastuullisuuden tunnuslukujen avulla. Tunnuslukuja raportoidaan kahdeksalta eri osa-alueelta: materiaalit, energia, vesi, luonnon monimuotoisuus, päästöt, päästöt vesistöihin ja jätteet, ympäristölainsäädännön noudattaminen ja toimittajien ympäristöarvioinnit. Kaikki nämä jakaantuvat vielä pienempiin osa-alueisiin. Jokaisessa raportissa ei kuitenkaan välttämättä käsitellä kaikkia näitä osa-alueita, sillä GRI vaatii raportoimaan vain yrityksen kannalta olennaiset aiheet. (Kurittu 2018, 121.)

4.3 Viherpesu

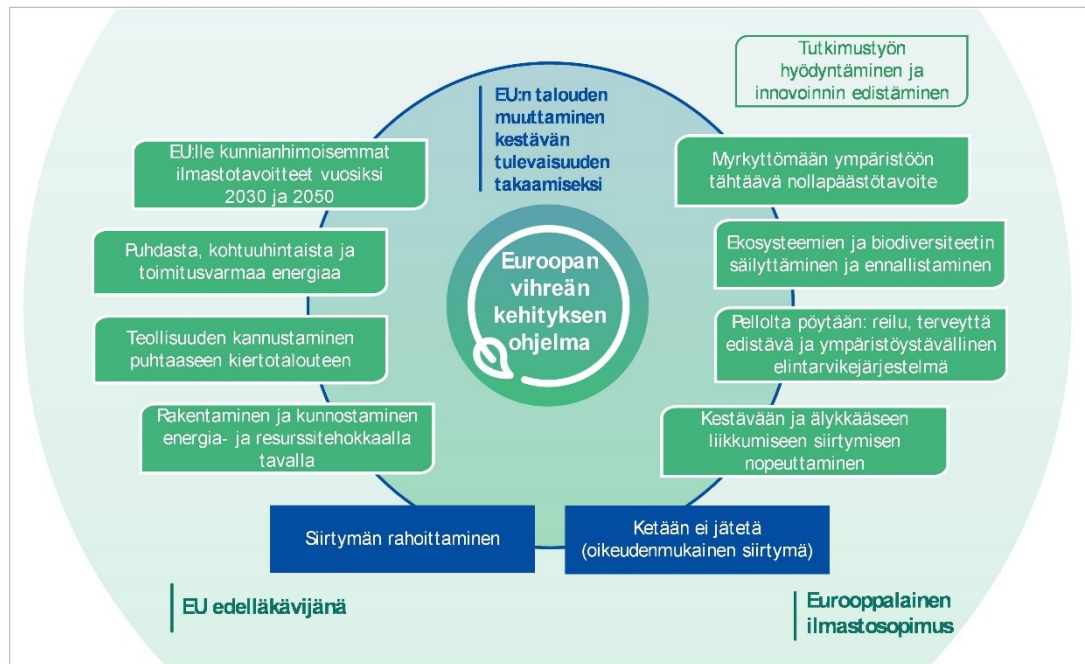
Viherpesulla tarkoitetaan tuotteiden tai yrityksen ympäristöystävällisyyteen kohdistuvaa harhaanjohtavaa markkinointia. Viherpesussa tuote, palvelu tai yritys esitetään ympäristöystävällisempänä, kuin se todellisuudessa on. Viherpesu ei ole terminä uusi, vaan se on ollut olemassa jo 1980-luvulta lähtien. Viherpesun määrä on kuitenkin lisääntynyt kuluttajien halutessa yhä ”vihreämpiä” ja vastuullisempia tuotteita. (Dahl 2010.) River (2021) kuvailee

koronaviruspandemian muuttaneen asenneilmapiiriä entisestään: pandemia ja siitä seurannut eristäytyminen ovat saaneet monet pohtimaan yhteiskuntaamme ja planeettaamme liittyviä kysymyksiä. Riverin mukaan yrityksiltä ei enää hyväksytä vastuullisuuteen liittyen epärehellistä viestintää. Muuttunut asenneilmapiiri pakottaa yritykset ottamaan vastuullisuutensa vakavammin ja etsimään hyviä tapoja viestiä siitä kuluttajille (River 2021).

Mitä viherpesu on käytännössä? TerraChoice on kehittänyt vuonna 2007 tutkimuksen perusteella ”seitsemän synnin listan”, joka on tarkoitettu työkaluksi viherpesun tunnistamiseksi. Seitsemän syntiä ovat: markkinoinnissa vain yhteen tuotteen ekologiseen ominaisuuteen keskittyminen ja muiden, mahdollisesti epäekologisten ominaisuuksien jättäminen taka-alalle, väitteiden esittäminen ilman todisteita, liian ympäripyöreiden väitteiden esittäminen, jotka kuluttaja voi helposti ymmärtää väärin, väärennetyt sertifikaatit tai muut merkit, epäolennaisten asioiden kertominen tai väittäminen, kuluttajan harhaanjohtaminen viestimällä oman tuotteen olevan ekologisempi kuin jonkun toisen, vaikka koko tuotekategoria olisi epäekologinen sekä yksinkertaisesti valheelliset ympäristöväittämät. (UL 2021.)

5 Green Deal - Euroopan vihreän kehityksen ohjelma

Green Deal eli Euroopan vihreän kehityksen ohjelma julkaistiin joulukuussa 2019. Ohjelman tavoitteena on saada Eurooppa hiilineutraaliksi maanosaksi vuoteen 2050 mennessä. Vihreän kehityksen ohjelmalla tavoitellaan kestäväää ja resurssitehokasta talouskasvua erottamalla talouskasvu resurssien käytöstä. (Euroopan komissio 2019.) Siirtymässä asetetaan ihmiset etusijalle, ja siitä pyritään tekemään oikeudenmukainen kaikille. Tämä tarkoittaa sitä, että niitä toimialoja ja ihmisiä tuetaan eniten, joille siirtymä aiheuttaa suurimmat haasteet. Vihreän kehityksen ohjelma ulottuu kaikille toimialoille. Ilmastonmuutos on aikamme suurin haaste, mutta Green Deal näkee sen myös hyvänä mahdollisuutena talousmallin uudistamiseen. (Euroopan vihreän kehityksen ohjelma 2019.)



Kuva 1: Euroopan vihreän kehityksen ohjelman osa-alueet (Euroopan vihreän kehityksen ohjelma 2019).

Green Dealin osa-alueita ovat EU:n ilmastotavoitteet, energia, kiertotalous, rakentaminen ja kunnostaminen, myrkyttömään ympäristöön, ekosysteemin ja biodiversiteetin suojelu, elintarvikejärjestelmä sekä kestävä ja älykäs liikkuminen. Green Dealin tavoitteisiin pääsemiseksi tarvitaan paljon investointeja sekä tieteellisen tutkimustiedon hyödyntämistä. (Euroopan vihreän kehityksen ohjelma 2019).

Vuoden 2050 nollapäästötavoite on muutettu jo lainsäädännöksi, kun Eurooppalainen ilmastolaki tuli voimaan kesäkuussa 2021. Lakiin on kirjattu myös vuoden 2030 tavoite: nettopäästöjen vähentäminen 55 % vuoteen 2030 mennessä vuoden 1990 tasoon verrattuna. Ilmastolakiin on sisällytetty lainsäädäntöpaketti vuoden 2030 tavoitteen saavuttamiseksi. Lisäksi se sisältää esimerkiksi eri vaiheet ilmastoneutraaliuden saavuttamiseksi ja toimia kehityksen seurauksiksi. Ilmastolain tarkoituksena on varmistaa, että päästötavoitteeseen vuodelle 2050 sitoudutaan ja se otetaan huomioon kaikkia muita päätöksiä tehdessä kaikilla aloilla. Ilmastolailla varmistetaan, että siirtymä ilmastoneutraaliuteen on peruuttamaton. (Euroopan komissio 2021b.)

Kosmetiikka-alalle Euroopan Vihreän kehityksen ohjelman tärkeä osa-alue on Myrkyttömään ympäristöön tähtäävä nollapäästötavoite. Tavoitteella pyritään estämään ympäristön pilaantumista, ja löytämään keinoja puhdistaa ilmaa, vettä ja maaperää. (Euroopan vihreän

kehityksen ohjelma 2019.) Euroopan komissio on julkaissut toukokuussa 2021 Saasteettomuus-toimintasuunnitelman, jonka avulla tavoitteisiin päästään. Myrkyttömään ympäristöön liittyvät oleellisesti myös kemikaalit ja niiden aiheuttamien haittojen seuranta ja vähentäminen. Lokakuussa 2020 on julkaistu Kestävyyttä edistävä kemikaalistrategia. (EU Action Plan: Towards Zero Pollution for Air, Water and Soil 2021.)

5.1 Kiertotalouden toimintasuunnitelma

Niin kosmetiikka-alaa kuin muitakin aloja tulee koskettamaan uusi Kiertotalouden toimintasuunnitelma. Kiertotalouden toimintasuunnitelma on osa uutta Euroopan teollisuusstrategiaa, joka julkaistiin maaliskuussa 2020 (Euroopan teollisuusstrategia 2020). Tämänhetkiselä kulutustahdilla Green Dealin mukaiseen ilmastoneutraaliustavoitteeseen on mahdotonta päästä, joten kiertotalouden toimintasuunnitelmalla pyritään edistämään kiertotaloutta ja vähentämään ylikulutusta. Kiertotalouden edistämiselä odotetaan olevan positiivisia taloudellisia vaikutuksia sekä EU-tasolla että yksittäisten yritysten liiketoiminnassa ja sillä pyritään myös tuomaan EU:lle kilpailuetua kansainvälisillä markkinoilla. Kiertotalouden toimintasuunnitelmassa esiteltävien aloitteiden avulla pyritään tekemään kestäviä tuotteista ja liiketoimintamalleista normi. Jätteitä ei haluta enää syntyvän ollenkaan tulevaisuudessa. Kiertotalouden toimintasuunnitelmassa määritellään raamit kestäväälle tuotepolitiikalle. (Circular Economy Action Plan 2020.)

Cosmetics Europe:n pääjohtaja John Chave kommentoi Kiertotalouden toimintasuunnitelman vaikutuksia kosmetiikka-alan Cosmetics Designin artikkelissa (2020). Chaven mukaan ehdotetut toimet tulevat olemaan haastavia niin kosmetiikka-alalle kuin muillekin aloille, mutta hän pitää kuitenkin tulevia muutoksia tervetulleina. Chaven mukaan Kiertotalouden toimintasuunnitelmalla on potentiaalia muuttaa kosmetiikka-alaa. Hän nostaa esille, että kosmetiikka-ala on jo tehnyt töitä vastuullisuuden eteen täyttääkseen kuluttajien toiveet vastuullisemmista tuotteista. Chave kertoi myös, että Cosmetics Europe osaltaan tukee Green Dealin tavoitteisiin pääsemistä. (Culliney 2020.)

5.2 EU-taksonomia

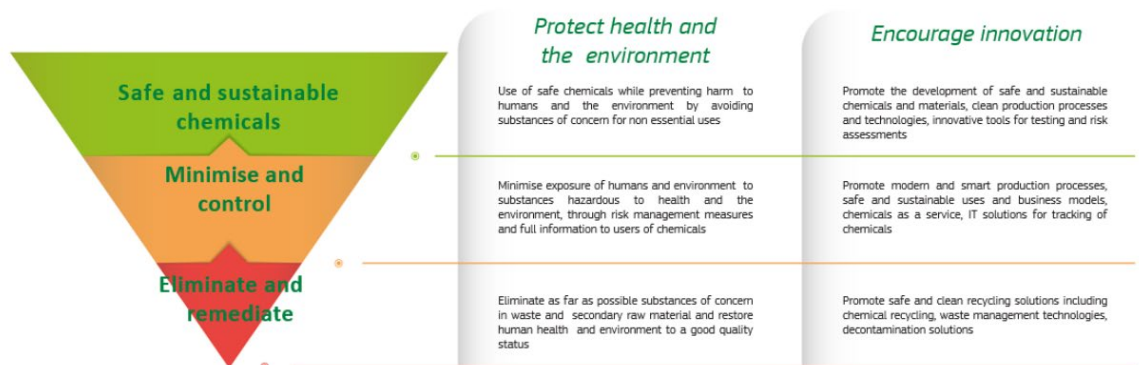
Koska Euroopan Vihreän kehityksen ohjelma tähtää kestävään talouskasvuun, liittyvät siihen myös rahoitusjärjestelmän muutokset. Aiheen tiimoilta on julkaistu EU-taksonomia. Taksonomia on kestävyysluokittelu investointi- ja rahoituskohteille. Euroopan komission Platform on Sustainable Finance (2021) on julkaissut ehdotuksen saastumisen ehkäisemiseen liittyvästä teknisestä kriteeristöstä. Tulevaisuudessa yrityksen saama rahoitus olisi sidottuna sen ympäristöystävällisyyteen. Kestävämpien investointihankkeiden olisi siis helpompi saada rahoitusta. (Elinkeinoelämän Keskusliitto 2021.) Teknisessä kriteeristöissä esiteltiin seuraavat kriteerit: ilmastonmuutoksen hillitseminen, ilmastonmuutokseen sopeutuminen, veden kestävä käyttö ja vesiresurssien suojeleminen, siirtyminen kiertotalouteen, saasteiden ehkäiseminen ja

kontrollointi sekä biodiversiteetin ja ekosysteemin suojelu ja ennallistaminen (Platform on Sustainable Finance 2021).

5.3 Kemikaalistrategia

Euroopan komissio julkaisi Kestävyyttä edistävän kemikaalistrategian tiedonantona lokakuussa 2020 (Chemicals Strategy for Sustainability 2020). Kemikaalistrategia on uusi, pitkän aikavälin visio EU:n kemikaalipolitiikasta. Sen ydinajatuksia ovat kemikaalien tuottaminen niin, että ne suunnitellaan olemaan turvallisia ja kestäviä ”safe-by-design”, sekä siten, että niistä on mahdollisimman paljon hyötyä yhteiskunnalle, ja mahdollisimman vähän haittaa ympäristölle. Sääntelykehystä pyritään myös vahvistamaan entisestään. Uutta kemikaalilainsäädäntöä ei ole näköpiirissä, vaan kyseessä on olemassa olevien lainsäädäntöjen tarkentaminen ja laajentaminen. Euroopan komissio on antanut toukokuussa 2021 alustavat arviot vaikutuksista REACH- ja CLP-asetuksiin. Vaikka uutta kemikaalilainsäädäntöä ei laadita, tulee Kemikaalistrategia kuitenkin todennäköisesti vaikuttamaan huomattavasti tuotekohtaisiin lainsäädäntöihin, kuten kosmetiikka-asetukseen. (Roubier 2021.)

Kemikaalistrategialla pyritään edistämään Euroopan kemikaaliteollisuuden globaalia kilpailukykyä sekä näyttämään esimerkkiä kemikaalien hallinnasta muille. Tavoitteena on myös houkutella sijoituksia yhä turvallisempiin ja kestävämpiin tuotteisiin ja tuotantopaihin, mikä edistäisi talouskasvua EU:ssa. (Chemicals Strategy for Sustainability 2020, 4.) Kemikaalien hallitsemisesta on esitelty uudenlainen hierarkia:



Kuva 2: Kemikaalien hallitsemisen uusi hierarkia (Chemicals Strategy for Sustainability 2020, 4).

Hierarkian mukaan eniten huolta aiheuttavat aineet pyritään poistamaan käytöstä kokonaan ja korvaamaa turvallisemmilla vaihtoehdoilla. Huolta aiheuttavien aineiden, joita ei voida korvata, käyttöä rajoitetaan ja ihmisten ja ympäristön altistumista niille pyritään välttämään. Kaikkien kemikaalien tulisi tulevaisuudessa olla ”safe and sustainable-by-design”, eli

turvallisiksi ja kestäviksi suunniteltuja, ja aiheeseen liittyen on tulossa EU:lta kriteeristö. Myös haitallisimmille kemikaaleille on mahdollisesti tulossa kriteeristö niiden käytön tarpeellisuudesta. Haitallisimpia kemikaaleja saisi tulevaisuudessa käyttää vain välttämättömissä käyttötarkoituksissa, ja ne tulisi poistaa käytöstä tai korvata muilla aineilla etenkin kuluttajatuotteissa. (Chemicals Strategy for Sustainability 2020, 2.) Kemikaalistrategia ei laske kuluttajatuotteita siis kemikaalien välttämättömäksi käyttötarkoitukseksi.

Cosmetics and Toiletries -lehdessä (6/2021) kommentoitiin Green Dealia ja Kemikaalistrategiaa. Lehden mukaan näkyvässä on huolestuttava trendi, jossa riskiperusteisesta lähestymistavasta ollaan siirtymässä vaaraperusteiseen. Cosmetics and Toiletries katsoo, että tämä tulee vaikuttamaan alaan sekä kuluttajiin suuresti. Nykyinen EU:n kosmetiikkalainsäädäntö on riskiperusteinen. (Cosmetics and Toiletries 6/2021.)

EU:n kosmetiikka-asetuksen ((EY) n:o 1223/2009) mukaan kosmetiikkatuotteiden ja niiden raaka-aineiden tulee käydä läpi toksikologinen riskienarviointiprosessi, ennen kuin ne voidaan saattaa markkinoille. Tätä kutsutaan kosmetiikkatuotteen turvallisuuden arvioinniksi. Turvallisuuden arvioinnissa tarkastellaan muun muassa aineiden pitoisuuksia tuotteessa. Monet aineet, kuten myös kosmetiikan raaka-aineet, voivat olla suurissa pitoisuuksissa haitallisia ihmiselle tai luonnolle, mutta pienemmissä pitoisuuksissa ne eivät aiheuta vaaraa. Jos raaka-aineita tarkasteltaisiin ainoastaan vaaraperusteisesti, eli ottamatta riskiin vaikuttavia tekijöitä kuten pitoisuutta huomioon, saattaisi se johtaa tilanteeseen, jossa monia raaka-aineita ei saisi ollenkaan käyttää.

5.3.1 Kosmetiikka-asetuksen avaaminen uudelleentarkasteluun

Kemikaalistrategian myötä kemikaaleihin liittyviä lainsäädäntöjä on avattu kohdennettuihin uudelleentarkasteluihin. Kohdennetut uudelleentarkastelut tehdään ainakin REACH-, CLP- ja kosmetiikka-asetuksille. (Euroopan komissio 2021c.) Pyrkimyksenä on rajata uudelleentarkastelu kemikaalistrategian mukaiseksi, eikä asetuksia avata kokonaisuudessaan tarkasteluun.

Kosmetiikka-asetuksen uudelleentarkastelun alustava vaikutustenarviointi avattiin kommentteille 4.10.2021. Alustavalla vaikutustenarvioinnilla informoidaan EU:n kansalaisia ja sidosryhmiä Euroopan komission suunnittelemista muutoksista, ja annetaan mahdollisuus antaa palautetta. Alustava vaikutustenarviointi ei siis vielä tarkoita lakimuutoksia. Tässä kohtaa esiteltävät suunnitelmat saattavat vielä muuttua. Komission ehdotus kosmetiikka-asetuksen uudelleentarkasteltavista asioista vaikutustenarviointeineen on tarkoitus esitellä vuoden 2022 lopulla. (Euroopan komissio 2021c.)

Alustavassa vaikutustenarvioinnissa käsitellään neljä aihealuetta: CMR-aineet, eli karsinogeeniset, mutageeniset ja lisääntymismyrkylliset aineet, turvallisuudenarvioinnit, nanomateriaalit ja tuotetietojen antaminen. CMR-aineiden osalta pyritään varmistamaan, että kosmetiikka

ei sisällä niitä. Lisäksi pyritään varmistamaan, että kosmetiikka ei sisällä ympäristöön kertyviä aineita tai kemikaaleja, jotka voivat vaikuttaa immuunipuolustukseen, hengityselimiin tai hermostoon tai aineita, jotka ovat toksisia jollekin elimelle. Tätä varten käydään läpi eri vaihtoehtoja, kuten esimerkiksi nykyisen CMR-aineita koskevan kosmetiikkalainsäädännön laajentaminen tai tiukentaminen tai CMR-aineiden käytön arvioiminen Kemikaalistrategiassa esitellyn välttämättömän ja ei-välttämättömän käytön periaatteen mukaan. (Euroopan komissio 2021c.)

Turvallisuudenarvioinneista halutaan tehdä nykyistä yhtenäisempiä ja tehokkaampia koko EU-lainsäädännön laajuisesti, ja varmistaa, että eri virastojen asiantuntemusta käytetään parhaalla mahdollisella tavalla. SCCS:n (Scientific Committee on Consumer Safety), joka arvioi kosmetiikan ainesosien turvallisuutta, tehtävät sen suhteen voitaisiin siirtää Euroopan kemikaalivirastolle. Lisäksi nanomateriaalin määritelmää halutaan yhtenäistää EU:n kemikaalilainsäädännössä. Kosmetiikka-asetuksessa olevaa nanomateriaalin määritelmää halutaan muokata tai laajentaa. Tuotetietojen suhteen puhutaan digitaalisten tuotetietojen vaihtoehdosta. Mainittu on myös joidenkin tuotetietojen yksinkertaistaminen. (Euroopan komissio 2021c.) Tällä hetkellä kaikki tuotteesta annettavat tiedot täytyy olla tuotteessa itsessään, mutta ehkä tulevaisuudessa digitaalisuutta voidaan hyödyntää.

5.3.2 Kansallinen kemikaaliohjelma

Ympäristöministeriö julkaisi 1.10.2021 ehdotuksensa Kansallisen kemikaaliohjelman uudistamisesta. Uusi kemikaaliohjelma vuosille 2021-2035 on linjassa EU Green Dealin sekä Kemikaalistrategian kanssa. Kemikaaliohjelman uudistuksen keskiöön on nostettu viisi teemaa: terveyden ja ympäristön suojeleminen haitallisilta kemikaaleilta, turvallinen kiertotalous ja kestävä kemia, tietoon pohjautuva päätöksenteko, kansainvälinen ja EU yhteistyö kemikaaliturvallisuuden parantamiseksi ja kemikaaliturvallisuuden parantaminen viestinnällä. (Ympäristöministeriö 2021.)

Opinnäytetyön kirjoittamisen aikaan ehdotus on ollut lausuntokierroksella, jonka jälkeen lausuntopalaute käsitellään, ja ohjelman on tarkoitus olla valmis vuoden 2021 lopussa. (Ympäristöministeriö 2021.)

6 Tutkimus kosmetiikkayritysten ympäristövastuullisuusraportoinnista

Tässä työssä tutkitaan kosmetiikkayritysten ympäristövastuullisuusraportointia. Tutkimus suoritetaan havainnointitutkimuksena, eli tutkimalla yritysten julkaisemia vastuullisuusraportteja. Raportit haetaan yritysten verkkosivuilta. Aihe on rajattu juuri ympäristövastuullisuuteen, koska sillä on yhteys Green Dealiin ja kemikaalistrategiaan. Tutkimuksen tarkoitus on selvittää, millaisia toimia kosmetiikkayritykset tekevät tällä hetkellä ympäristövastuun

suhteen, ja millaisia tavoitteita ne ovat mahdollisesti itselleen asettaneet tulevaisuuteen. Tutkimuksen kohdeyrityksiksi valitaan EU:ssa toimivia yrityksiä, mutta yritysten ei tarvitse olla rekisteröity EU-maahan.

6.1 Havainnointitutkimus

Tässä työssä toteutettava tutkimus on tyypiltään empiirinen poikkileikkaustutkimus. Empiirissä tutkimuksessa tietoa haetaan ja tuotetaan soveltavasti päämääränä käytännön sovellukset, kun taas teoreettinen tutkimus keskittyy uuden tiedon etsintään ilman käytännön sovellusten näkökulmaa. Empiiriset tutkimukset jaetaan edelleen havainnointiin ja kokeellisiin. (Holopainen & Pulkkinen 2012, 20-21.) Poikkileikkaustutkimuksella puolestaan tarkoitetaan tutkimusta, jossa tarkastellaan tiettyä ilmiötä ja sen eri puolia tiettyä ajankohtana. Tavoitteena on selvittää, miten asia on juuri nyt. (Holopainen & Pulkkinen 2012, 21.) Poikkileikkaustutkimuksen vastakohta on pitkittäistutkimus, jossa pyritään seuraamaan ja selittämään erilaisia ilmiöitä pitkällä aikavälillä (Vastamäki 2018).

Havainnointia voidaan käyttää tutkimusmenetelmänä sekä laadullisessa että määrällisessä tutkimuksessa. Havainnoinnin aineistonkeruumenetelmänä katsotaan kuitenkin sopivan paremmin laadulliseen tutkimukseen, sillä havainnointi on tapahtuma, jota ei täysin samanlaisena voida toistaa. Havainnointia voidaan silti käyttää tutkimusmenetelmänä luotettavasti myös määrällisessä tutkimuksessa. Määrälliseen tutkimukseen soveltuu hyvin systemaattinen eli jäsenelty havainnointi, joka on etukäteen hyvin tarkasti suunniteltua. (Vilka 2006, 33-34) Tässä tutkimuksessa käytetään jäseneltyä havainnointia eli tutkimuksessa havainnoitavat asiat määritellään tarkoin ennalta.

Havainnoinnin etu tutkimusmenetelmänä on, että se asettaa saadun tiedon sen kontekstiin paremmin kuin muut tutkimusmenetelmät. Havainnointia on käytettävä silloin, kun tutkittavasta asiasta on vähäisesti tai ei ollenkaan tietoa, esimerkiksi niin vähän että kyselytutkimuksen toteuttaminen olemassa olevan tiedon pohjalta ei ole mahdollista. (Grönfors 2015, 149.) Havainnoinnin katsotaan soveltuvan erityisen hyvin tutkimuksiin, joissa tutkitaan nopeasti muuttuvia tilanteita. Havainnointi sopii esimerkiksi ihmisten, tekstien, kuvien ja luonnon tutkimiseen. (Vilka 2006, 33-34.) Tähän tutkimukseen on valittu tutkimusmenetelmäksi havainnointi juuri edellä mainittujen seikkojen perusteella: tutkimuksen aiheesta on toistaiseksi vain vähän koottua tietoa, ja ympäristövastuullisuus ja sen näkyminen on aiheena sellainen, että se muuttuu jatkuvasti.

6.2 Tutkimuksen toteutus

Tutkimuksen aineisto haettiin internetistä. Osalle yrityksistä vastuullisuusraportti löytyi helposti yrityksen verkkosivujen kautta, kun taas joidenkin yritysten kohdalla jouduttiin hakemaan hakukoneella useammalla eri hakusanalla, ennen kuin raportti löytyi. Monella

yrityksellä ei myöskään joko ollut ollenkaan raporttia, tai sitä ei löytynyt yleisimmillä hakusanoilla. Vastuullisuusraporttia etsittiin yhteensä 24 yritykseltä, joista 12 vastuullisuusraportti löytyi.

Tutkimuksen aineistonkeruumenetelmä oli jäsennelty havainnointi. Sitä varten koostettiin havainnointilomake (liite 1). Lomakkeen avulla pyrittiin selvittämään, mitä asioita kosmetiikkayritykset raportoivat ympäristövastuullisuudestaan. Lomakkeen pohjana käytettiin GRI-viitekehyksen ympäristövastuullisuuden raportoinnin osa-alueita. GRI-viitekehyksestä otettiin lomakkeen ylätasot, ja niiden alle laadittiin alatasoja aiheista, jotka katsottiin tarpeellisiksi käsitellä kosmetiikka-alan sekä EU Green Dealin näkökulmasta, sekä yhteistyökumppanin toiveiden mukaan. Lisäksi tutkimuksen aikana kirjattiin esiin nousevia asioita ja havainnointilomakkeeseen lisättiin asioita niiden noustessa esiin. Tutkimuksesta päätettiin jättää pois GRI-standardin osa-alue ympäristölainsäädännön noudattamisesta, sillä ei pidetty todennäköisenä, että yksikään yritys raportoisi ympäristölainsäädännön rikkomisestaan.

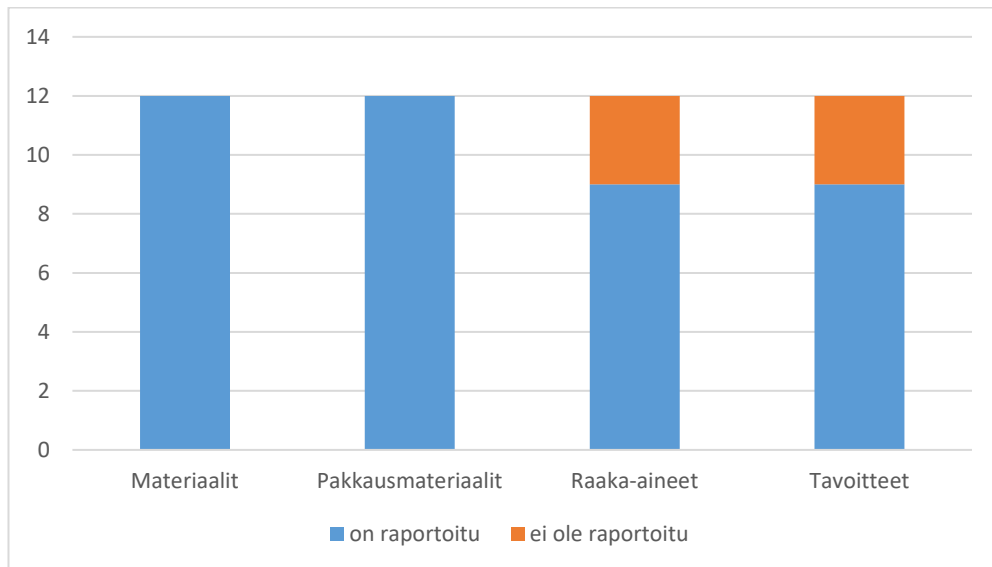
6.3 Tutkimustulokset

Tutkimuksessa kerättiin kaksi taustatietoa: yrityksen koko sekä se, onko raportti GRI:n mukainen vai ei. Tarkastelluista yrityksistä 9 oli suuria ja 3 keskikokoisia. Yrityksen suuruusluokan määrittelemiseen käytettiin Euroopan komission (2020, 11) luokittelua, jonka mukaan yritys on keskikokoinen silloin, kun sillä on 50-250 työntekijää, sen liikevaihto on 10-50 miljoonaa euroa tai taseen loppusumma on 10-43 miljoonaa euroa. Tätä suuremmat yritykset ovat suuria yrityksiä. On hyvä huomioida, että suuria yrityksiä koskee EU-direktiivi (2014/95/EU), jonka mukaan niiden on tehtävä vastuullisuusraportointia.

Tarkastelluista raporteista 4 oli GRI-raportteja. Kaikista raporteista 2 oli ulkopuolisen tahon auditoimia. Raporteissa aiheita oli raportoitu hyvin eri laajuisesti.

6.3.1 Materiaalit

Ensimmäinen tutkittu osa-alue oli materiaalit. Materiaalit-osio jaettiin vielä alaosiin: pakkausmateriaalit, raaka-aineet ja tavoitteet.



Kuvio 1: Materiaalien raportointi

Pakkausmateriaalit ja raaka-aineet katsottiin tarpeelliseksi tutkia erikseen, sillä ne ovat kaksi kosmetiikka-alan tärkeintä materiaalityyppiä. Materiaaleihin liittyvät tavoitteet taas nousivat esille raporteista - moni yritys oli raportoinut tavoitteitaan materiaalien käyttöön liittyen, joten ne päätettiin ottaa osaksi havainnointia. Kaikki yritykset olivat raportoineet pakkausmateriaaleista ja lisäksi 9 oli raportoinut muista raaka-aineista sekä materiaalien käyttöön liittyvistä tavoitteistaan.

Materiaaleista eniten esillä oli muovi ja sen käytön vähentäminen pakkauksissa. Suurin osa yritysten asettamista tavoitteista liittyi myös muovin vähentämiseen. Esimerkiksi erään yrityksen tavoitteena on luopua ensiömuovin käytöstä kokonaan vuoteen 2025 mennessä:

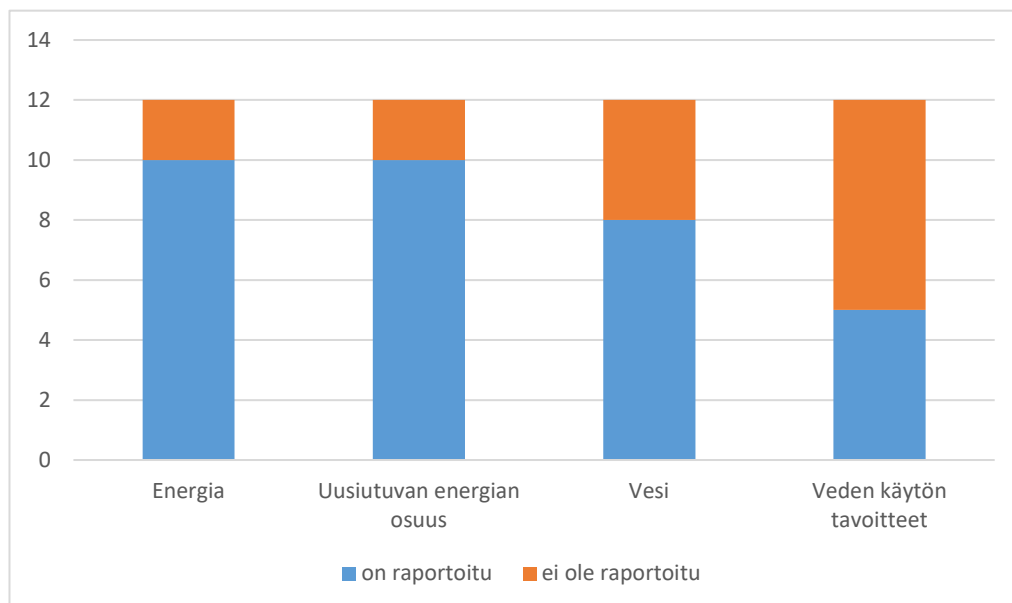
”By 2025 We will use ZERO VIRGIN PLASTIC in our products and packaging, saving more than 40,000 tons of virgin plastic per year”

Yritys kertoo tämän säästävän enemmän kuin 40 000 tonnia ensiömuovia vuodessa. Ensiömuovilla tarkoitetaan muovia, jossa ei ole yhtään uusiomuovia eli kierrätettyä muovia (Sanastokeskus 2021). Myös toisella yrityksellä oli samanlainen tavoite: käyttää 100 % kierrätettyä muovia pakkauksissaan vuoteen 2025 mennessä: *”Our ambition is clear: to achieve 100% recycled plastic in... ..bottles by 2025”*. Lukijalle kuitenkin jää epäselväksi, mitä tarkalleen ottaen sana ”bottles” eli pullo tarkoittaa. Onko kyseessä vain yhdentyypinen pakkaus ja jos on, kuinka suuri osa yrityksen tuotteista on tämäntyyppisessä pakkauksessa? Kuinka suuri merkitys muutoksella käytännössä on? Raporteissa oli paljon esillä myös pakkausten kierrätettävyyden edistäminen.

Muovin ohella esiin nousi useassa raportissa FSC-sertifioitu kartonki. FSC (Forest Stewardship Council) on kansainvälinen voittoa tavoittelematon järjestö, joka pyrkii edistämään vastuullista metsätaloutta. Jotta FSC-sertifikaatin voi saada, metsää tulee hoitaa ympäristöystävällisesti, sosiaalisesti hyödyllisesti ja taloudellisesti kannattavasti. (FSC 2021a.) Metsiä verrataan FSC:n kymmeneen periaatteeseen, joita ovat esimerkiksi työntekijöiden ja paikallisten yhteisöjen sosiaalisen ja taloudellisen hyvinvoinnin ylläpito tai parantaminen sekä lakien noudattaminen (FSC 2021b). Pelkkä FSC-sertifikaatti ei kuitenkaan tee kartongista vielä välttämättä ympäristöystävällistä valintaa, vaan huomioon on otettava muutkin sen valmistuksessa vaikuttavat tekijät.

6.3.2 Energia ja vesi

Seuraavaksi tarkasteltiin energian ja veden kulutuksen raportointia.



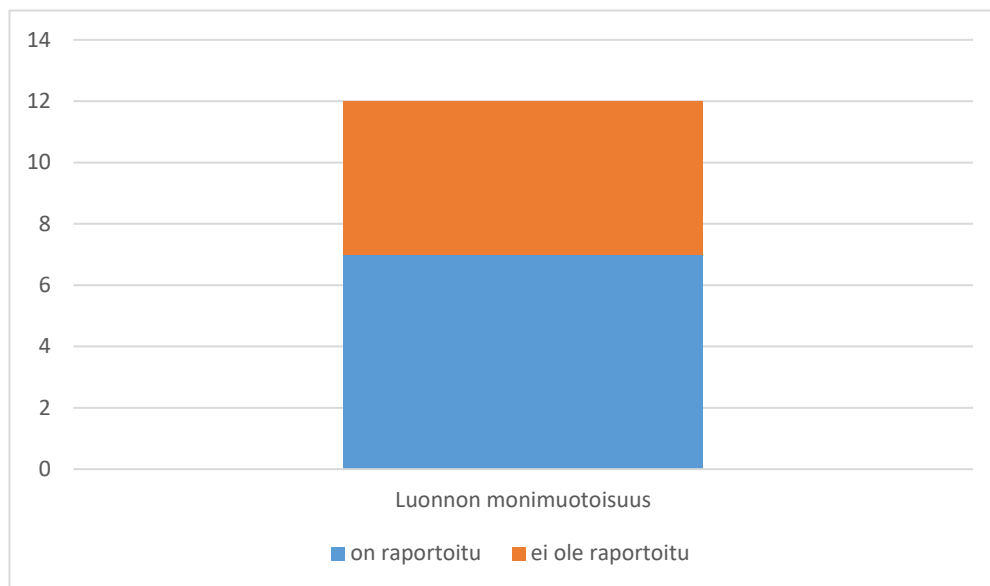
Kuvio 2: Energian ja veden kulutuksen raportointi

Tarkasteltavista yrityksistä melkein jokainen oli raportoinut energian kulutuksestaan. Vain kahdesta raportista tätä aihetta ei löytynyt. Raporteissa kerrottiin yritysten energiankulutuksesta ja sen vähentämisestä. Kaikissa raporteissa, joissa energiaa oli käsitelty, oli myös kerrottu jotain uusiutuvan energian osuudesta. Uusiutuvan energian osuus otettiin mukaan havainnointiin juuri tämän takia. On hyvä kuitenkin huomioida, että myös uusiutumaton energia voi olla vähäpäästöistä. Raporteissa ei kuitenkaan tätä oltu otettu huomioon, vaan painopiste oli nimenomaan uusiutuvan energian käytössä. Tämä voi johtua siitä, että kuluttajien suhtautuminen esimerkiksi ydinvoiman käyttöön on ristiriitaista, tosin asenteet sitä kohtaan ovat muuttuneet viime aikoina myönteisemmiksi (Bauduin 2021).

Vedenkulutuksestaan oli raportoinut hieman harvempi, kahdeksan kahdestatoista tutkittavasta yrityksestä. Monessa raportissa puhuttiin veden kulutuksen vähentämisestä sekä tuotannossa että tuotteissa. Muutamissa oli lisäksi annettu numeerisia arvoja yrityksen kokonaisvedenkulutuksesta. Konkreettisia tavoitteita vedenkulutukselle oli asettanut 5 tutkittavaa yritystä. Esimerkiksi eräs yritys oli ottanut käyttöön waterloop-järjestelmän osassa tehtaiaan. Waterloop-tehtaassa kaikki käytetty vesi puhdistetaan ja käytetään uudestaan, eli tuoretta vettä ei tarvita ollenkaan tuotannon käyttöön. Tuoretta vettä tarvitaan vain henkilöstölle sekä tuotteiden raaka-aineeksi. Yrityksen tavoitteena oli ottaa waterloop-järjestelmä käyttöön kaikissa tehtaissaan vuoteen 2030-mennessä: *”We aim to have 100% Waterloop factories by 2030”*. Eräs toinen yritys tähtäsi vähentämään vedenkulutustaan 25 % per valmistettu tuote vuoteen 2025 mennessä verrattuna vuoteen 2018: *”By 2025 we plan to reduce our water consumption per manufactured product by 25 % versus the 2018 baseline”*.

6.3.3 Luonnon monimuotoisuus

Seuraava tutkittu aihealue oli luonnon monimuotoisuus. Tässä osassa tutkittiin, raportoivatko yritykset toimintansa vaikutuksista luonnon monimuotoisuuteen.



Kuvio 3: Luonnon monimuotoisuuden raportointi

Luonnon monimuotoisuuden häviäminen on maapallolle merkittävä uhka ja monet yritykset voivat toimillaan vaikuttaa luonnon monimuotoisuuden säilymiseen tai sen huononemiseen. GRI-standardi kehottaa yrityksiä sisällyttämään tämän vastuullisuusraportteihinsa. (Kurittu 2018, 125.) Luonnon monimuotoisuutta oli käsitelty seitsemässä raportissa.

Monissa raporteissa luonnon monimuotoisuuden eli biodiversiteetin käsittely oli melko ympäröörä. Biodiversiteetti ja huoli sen säilyttämisestä oli mainittu, mutta mitään konkreettisia

toimia ei ollut vielä esittä. Eräs yritys kertoi edistävänsä biodiversiteetin säilymistä käyttämällä vain luomutuotettuja raaka-aineita:

”With 95 % of plant-based ingredients being certified organic, ...promotes organic agriculture and biodiversity...”

Luomutuotanto ei kuitenkaan ole automaattisesti ympäristöystävällisempää kuin ei-luomutuotanto. Yhdessä raportissa puolestaan kerrottiin, että yritys oli kartoittanut toimintansa osia, jotka huonontavat biodiversiteettiä ja tehnyt suunnitelman, miten asia saataisiin korjattua. Tämä projekti tehtiin yhteistyössä Kansainvälisen luonnonsuojeluliiton Ranskan osaston kanssa.

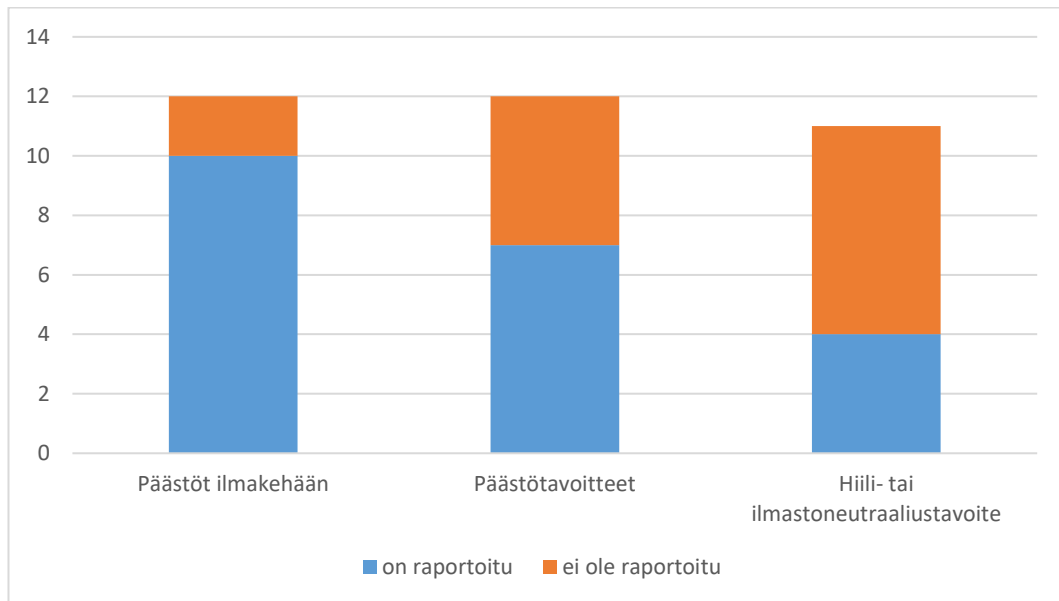
“The objective of this partnership is twofold: to determine the impact of the activities of the... ..brand on biodiversity; and to support IUCN France with its projects. This partnership allowed... ..to implement an action plan for the protection of biodiversity.”

Moni muukin yritys ilmoitti tekevänsä yhteistyötä erilaisten järjestöjen ja ohjelmien kanssa, jotta tähtäävät biodiversiteetin suojelemiseen.

Muutamassa raportissa nousi esille palmuöljy. Palmuöljyä tai sen johdannaisia käytetään jopa 70 % kaikista kosmetiikkatuotteista (MCDougall 2020). Palmuöljyä pidetään monesti ongelmallisena raaka-aineena, sillä sen tuotannon on katsottu edesauttavan sademetsien metsäkatoa. Palmuöljyn yhteydessä mainittiin RSPO eli Roundtable on Sustainable Palm Oil. RSPO on voittoa tavoittelematon järjestö, jonka tavoitteena on tehdä kestävästä palmuöljystä markkinoiden normi. RSPO on kehittänyt kriteeristön, joka yrityksen tulee täyttää saadakseen palmuöljylleen CSPO-sertifikaatti (Certified Sustainable Palm Oil). RSPO:lla on yli 4000 jäsentä maailmanlaajuisesti. (RSPO 2021.) Yritykset raportoivat käyttävänsä RSPO-sertifioitujen raaka-ainetoimittajien palmuöljyä.

6.3.4 Päästöt ilmakehään ja vesistöihin sekä päästötavoitteet

Seuraavaksi tutkittiin päästöjen ja päästötavoitteiden raportointia.



Kuvio 4: Päästöjen ja päästötavoitteiden raportointi

Päästöistään oli raportoinut 10 yritystä. Päästöjen raportoinnin lisäksi tässä osiossa tutkittiin yritysten raportoimia päästötavoitteita ja hiili- tai ilmastoneutraaliustavoitteita. Nämä katsottiin tärkeiksi osa-alueiksi Green Dealin takia: Green Dealin mukainen tavoite on saada Eurooppa ilmastoneutraaliksi vuoteen 2050 mennessä, joten yritysten omien ilmastotavoitteiden selvittäminen koettiin tärkeäksi. Kaikki tutkitut yritykset eivät tosin toimi pelkästään Euroopassa. Ilmakehään vapautuva hiilidioksidi on ilmastomuutoksen suurin aiheuttaja (Euroopan Komissio 2021d). Myös sen takia päästöt ja päästötavoitteet ovat merkittävä asia käsitellä tutkimuksessa.

Päästöistä oli raportoitu vaihtelevasti. Osa yrityksistä oli raportoinut tarkat luvut hiilidioksidipäästöistään ja osa raportoi lähinnä siitä, minkälaisia päästövähennyksiä oli jo saatu aikaan. Päästöistä oli raportoitu keskimäärin muita aiheita kattavammin ja selkeämmin. Tutkittavista yrityksistä seitsemän oli asettanut jonkinlaisia päästötavoitteita itselleen tuleviksi vuosiksi. Hiili- tai ilmastoneutraaliustavoitteen oli kuitenkin asettanut vain 4 yritystä. Tavoitteet olivat seuraavia:

olla hiilineutraali 5-10 vuoteen 2030 mennessä: *“We pledged to achieve net zero greenhouse gas (GHG) emissions by 2030”*

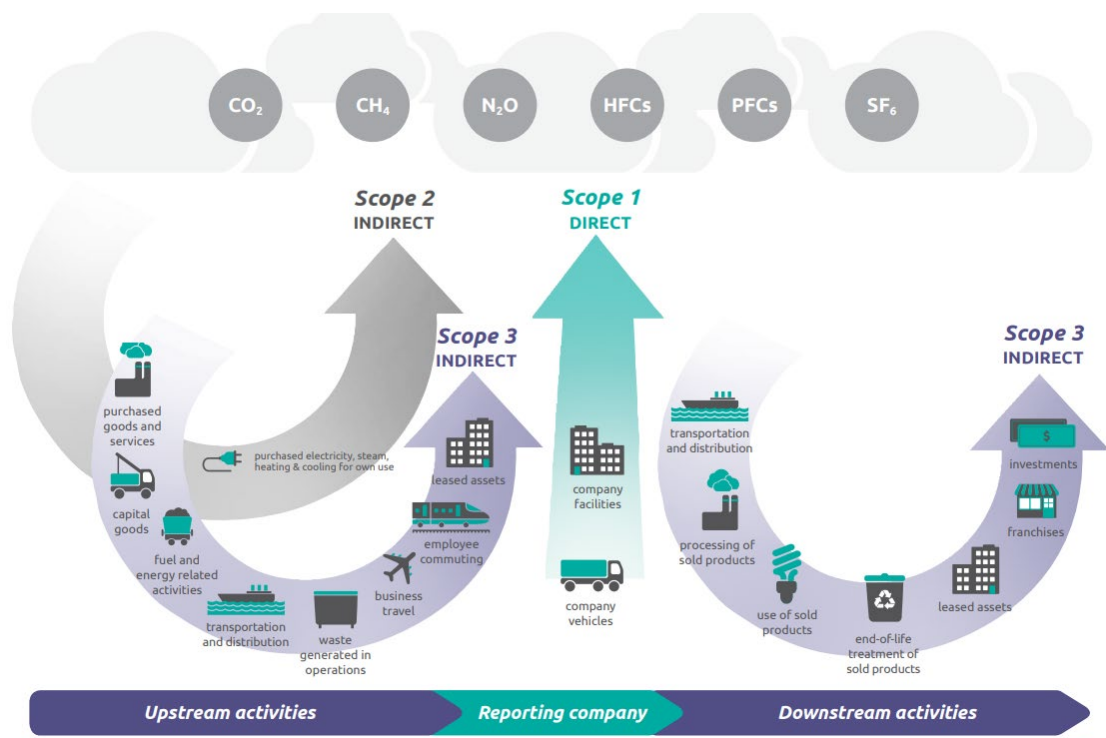
saada tehtaat hiilineutraaleiksi vuoteen 2025 mennessä: *“BY 2025 100% of our industrial sites will be CARBON NEUTRAL”*

saada tehtaat ilmastoneutraaleiksi vuoteen 2030 mennessä: *“Furthermore, all our production sites are to achieve climate neutral operations by 2030.”*

osa toiminnoista ovat hiilineutraaleja vuoteen 2030 mennessä: *“Carbon neutrality of our premises, commuting and transportation by 2030 at the latest.”*

Nämä vaikuttavat olevan hyvin linjassa Green Dealin vuoden 2050 tavoitteen kanssa. Oli yllättävää, ettei useampi yritys raportoinut hiili- tai ilmastoneutraaliustavoitetta. Yritysten raportointia päästöjä on kuitenkin hankalaa verrata keskenään, sillä niitä ei ole välttämättä laskettu käyttäen samaa laskentatapaa.

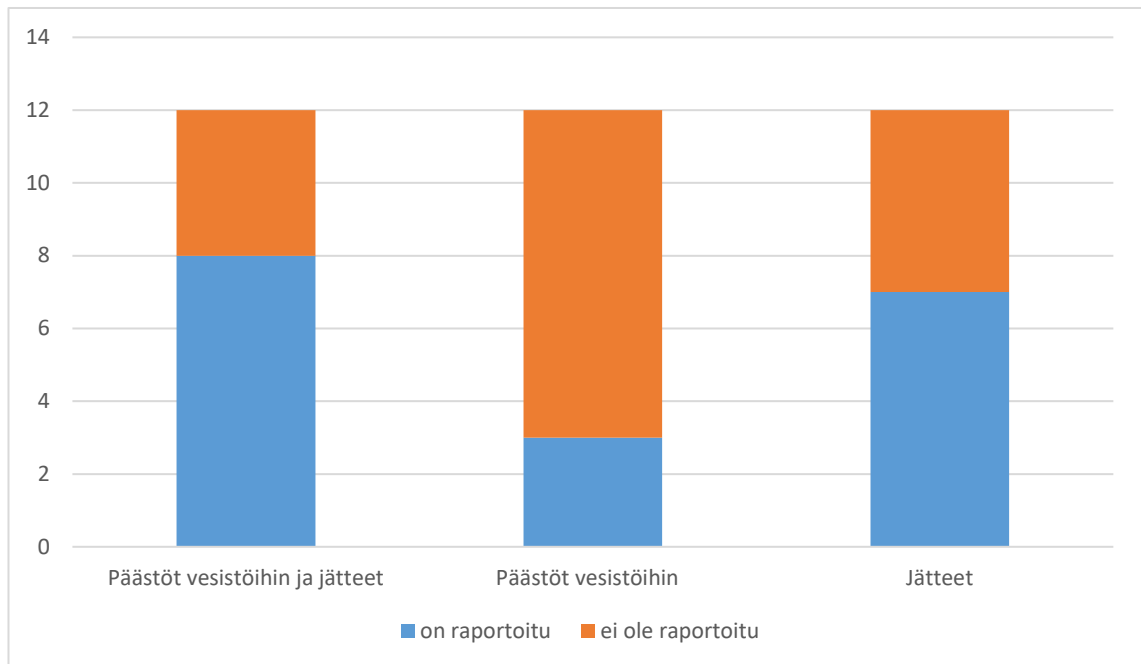
Päästöjen yhteydessä esiin tuli monessa raportissa Science Based Targets initiative eli SBTi. SBTi auttaa yrityksiä laatimaan itselleen tavoitteita hiilidioksidipäästöjen vähentämiseksi, jotka ovat linjassa tämänhetkisen tieteellisen tiedon kanssa. SBTi haluaa saada yksityisen sektorin tekemään toimia ilmaston lämpenemisen rajoittamiseksi. (Science Based Targets 2021.) Osa tutkituista yrityksistä oli jo aloittanut yhteistyön SBTi:n kanssa. Monessa raportissa kerrottiin myös päästölaskennasta ja esiin tuli esimerkiksi Greenhouse Gas Protocolin mukainen laskentatapa. Greenhouse Gas Protocol jakaa yrityksen tuottamat päästöt kolmeen osa-alueeseen: scope 1, scope 2 ja scope 3 (Greenhouse Gas Protocol 2011, 5).



Kuva 3: Päästöjen jakautuminen eri osa-alueisiin (Greenhouse Gas Protocol 2011, 5).

Scope 1 käsittää yrityksen suoraan tuottamat päästöt, scope 2 epäsuorat päästöt ja scope 3 epäsuorat päästöt, joita yritys ei varsinaisesti tuota itse vaan jotka tulevat esimerkiksi toimitusketjusta. (Greenhouse Gas Protocol 2011, 5.)

Päästöt vesistöihin ja jätteet

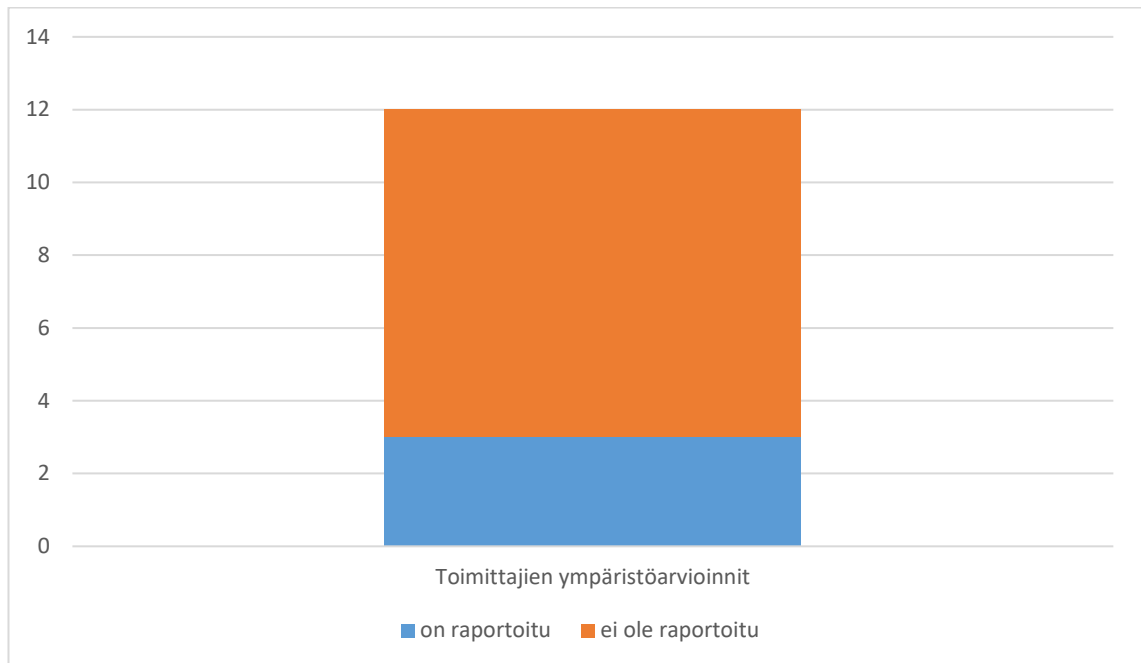


Kuvio 5: Vesistöpäästöistä ja jätteistä raportointi

Päästöt vesistöihin ja jätteet aihealueena oli raportissaan maininnut 8 yritystä. Aihealueen raportointi oli kuitenkin kauttaaltaan suppeaa. Päästöt vesistöihin oli mainittu vain kolmessa raportissa, joka on vähiten kaikista aihealueista. Näistä yksi oli vain todennut päästöjen vesistöihin olevan lain mukaisia. Jätteet oli käsitellyt hieman useampi, 7 yritystä. Jätteistäkään ei oltu raportoitu kovin perusteellisesti, eikä mainitsemisen arvoisia asioita juuri noussut esiin.

6.3.5 Toimittajien ympäristöarvioinnit

Viimeinen tutkittu aihealue oli toimittajien ympäristöarviointien raportointi.

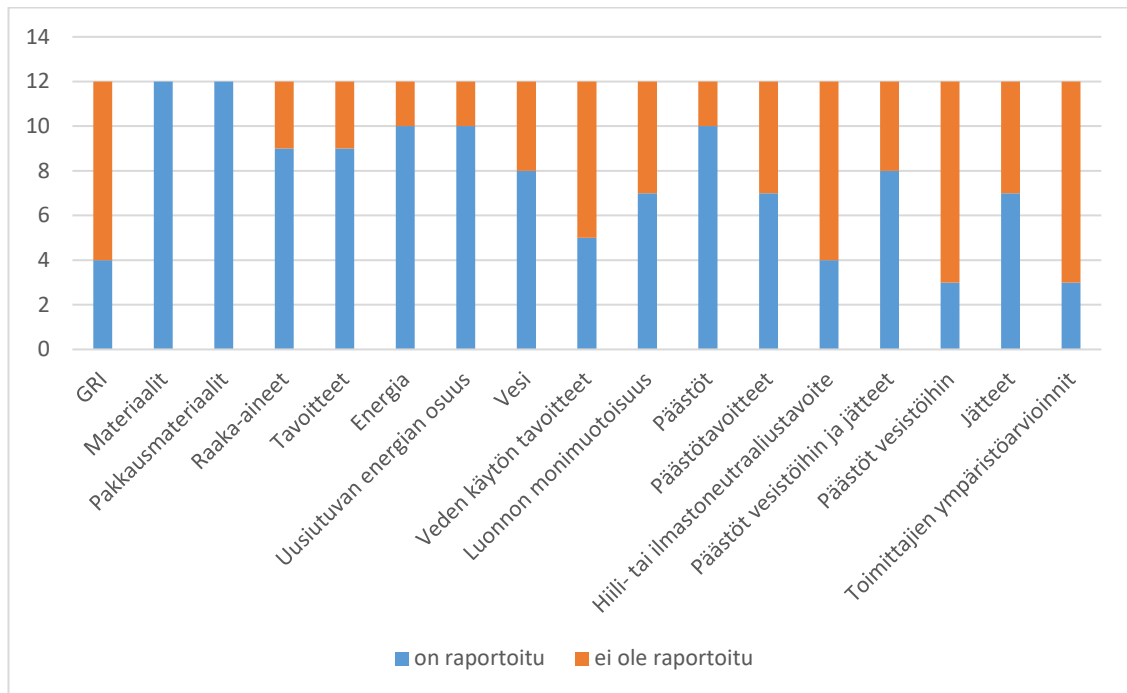


Kuvio 6: Toimittajien ympäristöarviointien raportointi

Toimittajien ympäristöarvioinneista oli kertonut raporteissaan 3 yritystä. Yksi yritys lupasi raportissaan julkaista toimittajien ympäristöarvioinnit vuoden 2021 osalta. Toimittajien ympäristöarvioinneista raportoineet olivat kaikki tehneet scope 3 -päästölaskelmat. Yksi yritys myös kertoi raportissaan auditoineensa toimittajiensa ympäristövastuullisuutta. Kuitenkin raporteissa fokus vaikutti olevan pääasiassa yritysten omista päästöistä, ja scope 3 päästöjä aletaan ehkä tutkimaan vasta, kun scope 1 ja 2 ovat osaltaan kunnossa.

6.4 Tutkimustulosten yhteenveto

Tutkittavista aiheista selkeästi eniten oli raportoitu materiaalien käytöstä sekä päästöistä. Hiilidioksidi- ja kasviuonepäästöt ja hiilijalanjälki ovat jo monelle kuluttajalle tuttuja käsitteitä ja kiinnostavia asioita, joten niistä oli raportoitu paljon ehkä sen takia. Lisäksi päästöt ovat ilmastonmuutoksen suurin aiheuttaja (Euroopan Komissio 2021d). Materiaalit ovat lisäksi kosmetiikka-alalla suuri tekijä, johon liittyy paljon kysymyksiä: ovatko käytetyt materiaalit ekologisia, eettisiä ja turvallisia? Monessa raportissa pyrittiin vastaamaan tähän kysymykseen.



Kuvio 7: Tutkimustulosten yhteenveto

Vähimmälle raportoinnille jäivät päästöt vesistöihin sekä toimittajien ympäristöarvioinnit. Monella yrityksellä saattaa olla paljon työtä vielä oman toimintansa ympäristövaikutusten arvioinnissa, joten toimittajien ympäristöarviointien tekemiseksi ei välttämättä ole ainakaan vielä resursseja tai kiinnostusta.

Yrityksistä 9 oli suuria yrityksiä, joita EU:ssa sitoo muun kuin taloudellisen tiedon raportoinnin direktiivi (2014/95/EU). Kahden tutkimuksessa mukana olleiden suurten yritysten kotipaikka ei kuitenkaan ole EU:ssa, joten juuri kyseinen direktiivi ei sido niitä. Muita tutkittuja suuria yrityksiä direktiivi sitoo. Direktiivin mukaan suurten yritysten tulee raportoida ainakin toimintansa vaikutukset ympäristöön nyt ja tulevaisuuden ennakoitavat vaikutukset, energian käyttö, päästöt ilmakehään ja ilman saastuminen sekä veden käyttö (Muun kuin taloudellisen tiedon direktiivi (2014/95/EU) 2014). Kaikki EU:ssa toimivat, tutkimuksessa mukana olleet suuret yritykset olivat raportoineet näistä asioista jollain tavalla. Raporteissa esiintyi myös YK:n kestävän kehityksen tavoitteita. Ylipäätään suurin osa yrityksistä, jonka raportin olivat tehneet, olivat tehneet siitä melko kattavan.

7 Pohdinta

7.1 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen kokonaisluotettavuutta arvioidaan validiteetin ja reliabiliteetin avulla (Vilka 2007, 152). Validiteetti tarkoittaa tutkimuksen pätevyyttä ja reliabiliteetti sen luotettavuutta. Reliabiliteetti kertoo tutkimuksen toistettavuudesta ja tutkimustulosten pysyvyydestä, eli siitä, muuttuisivatko tulokset, jos tutkimus toistettaisiin samanlaisena (Vilka 2007, 149). Havainnointitutkimuksessa haasteen reliabiliteetille muodostaa se, että havainnot ovat aina jossain määrin subjektiivisia. Havainnointia ei voida toistaa koskaan täysin samanlaisena. Havainnot riippuvat havaittajasta ja hänen esitiedoistaan, ymmärryksestään ja mielenkiinnon kohteistaan. (Vilka 2018.)

Menetelmänä käytetyn jäsennellyn havainnoinnin ansiosta tässä työssä tehdyn tutkimuksen kuitenkin voisi toistaa käyttäen samaa havainnointilomaketta (liite 1). Tutkimuksessa oli roolinsa kuitenkin muilla, lomakkeen ulkopuolisilla huomioilla, joita ei välttämättä toinen havaittaja havaitisi, tai pitäisi tärkeinä yksityiskohtina. Tutkimustuloksista ei välttämättä tulisi identtisiä, mutta voidaan olettaa, että teoriaan perehdyttyään toinen tutkija havaitisi suurimmaksi osaksi samoja asioita.

Validiteetti kertoo siitä, kuinka hyvin tutkimus on onnistunut mittaamaan sitä, mitä sen piti mitata (Vilka 2007, 150). Sisäinen validiteetti tarkoittaa sitä, kuinka hyvin saatu tutkimustulos edustaa asian todellista laitaa. Sisäistä validiteettia heikentävät mittausvirheet ja vinoumat tutkimusjoukon valinnassa. (Patino & Ferreira, 2018.) Tässä työssä tehdyn tutkimuksen sisäistä validiteettia saattaa heikentää se, että kaikkien yritysten vastuullisuusraportteja ei löytynyt. Jos kaikille 24 yritykselle olisi löytynyt raportti, olisiko tulos erilainen? Moni yritys tosin ei ole välttämättä julkaissut raporttia ollenkaan, joten vastausta on vaikeaa arvioida. Tutkimuksessa olisi voinut olla hyödyllistä käyttää myös jotakin muuta aineistonkeräysmenetelmää aineiston vinouman välttämiseksi, kuten haastatteluja.

Jäsennellyt havainnointi sopi aineistonkeruumenetelmänä tämäntyyppiseen tutkimukseen hyvin. Koska tutkimusaineistona oli raportteja, jotka olivat monikymmensivuisia, oli tärkeää käyttää apuna havainnointilomaketta (liite 1). Lomakkeen olisi kuitenkin voinut jäsentää vielä tarkemmin, jotta olisi saatu vielä tarkempaa dataa. Toisaalta tutkimuksen tavoitteena oli luoda yleiskuva vastuullisuusraportoinnin tämänhetkisestä tilasta, ja siihen käytetty havainnointilomake soveltui melko hyvin. Lomakkeen yleisluontoisuudella vältettiin myös tutkimuksen liika laajeneminen ja niin suuren datamäärän kerääminen, että sitä ei voisi tämänkaltaisessa työssä käsitellä. Kuitenkin lomaketta olisi joiltain osin ollut syytä tarkentaa myös tämän työn tarpeisiin.

7.2 Vertailu aiempiin tutkimuksiin, jatkotutkimusideat ja yleinen pohdinta

Gama ja Fischer ovat tehneet vastaavanlaisen tutkimuksen kosmetiikkayritysten vastuullisuusraportoinnista vuonna 2018. Kyseisessä tutkimuksessa oli käytetty aineistonkeräysmenetelmänä raporttien havainnoinnin lisäksi yritysten haastattelua. Tutkimuksessa havaittiin, että kosmetiikka-ala tekee paljon toimia joillain alueilla, kuten mikromuovien, palmuöljyn, jätehuollon ja kasvihuonekaasupäästöjen suhteen, kun taas esimerkiksi biohajoavat ainesosat, scope 3:n päästöt ja uusiutumattomien materiaalien kestävä hankinta ovat jääneet vähemmälle huomiolle.

Gama ja Fischer (2018) olivat analysoineet yritysten kestävä kehityksen strategioista seuraavien asioiden käsittelyä: materiaalit ja raaka-aineet, pakkaukset, energia, vesi, jätteet, toimitusketjujen hallinta, luonnon monimuotoisuus, ilmastonmuutos, metsäkato sekä eläinkoheet ja eläinten hyvinvointi. Tutkittavia yrityksiä oli kahdeksan. Tutkimustuloksista löytyi sekä eroja että yhtäläisyyksiä tässä opinnäytetyössä toteutettuun tutkimukseen. Myös Gaman ja Fischerin tutkimuksessa eniten mainittu aihe oli materiaalit, kuten myös tämän työn tutkimuksessa. Materiaaleista oli kuitenkin maininnut vain viisi yritystä kahdeksasta, kun taas tämän työn tutkimuksessa kaikki tutkitut yritykset olivat maininneet niistä. Gaman ja Fischerin tutkimuksessa pakkaukset, energian, veden, jätteet ja luonnon monimuotoisuuden oli maininnut neljä yritystä eli puolet tutkituista yrityksistä. Tässä työssä tutkittavista yrityksistä taas kaikki edellä mainitut aihealueet oli raportoinut yli puolet tutkittavista yrityksistä. Kun tutkimustuloksia vertaa, vaikuttaa siltä, että yritysten raportointi on muuttunut kattavammaksi Gaman ja Fischerin tutkimuksen jälkeen.

Jos asian kehitystä haluttaisiin seurata, voisi saman tutkimuksen toistaa joko vuosittain aina uusien vastuullisuusraporttien julkaisun jälkeen, tai esimerkiksi viiden vuoden päästä. Monet yritykset olivat asettaneet itselleen tavoitteita eri aihealueille 5-10 vuoden päähän, ja näitä tavoitteita voisi tarkastella uudelleen silloin selvittääkseen, miten tavoitteisiin on päästy tai ollaan pääsemässä. Myös Green Deal tulee tuomaan mukanaan vielä paljon muutoksia, ja yritysten ympäristövastuullisuusraportointia voisi tutkia uudestaan taas uusien muutosten tultua käytäntöön.

Tutkimusta tehdessä mielikuva osasta yrityksiä muuttui. Monella kuluttajalla on ajatus pahoista suuryrityksistä, jotka pilaavat ympäristön saasteillaan, mutta ympäristövastuullisuusraporteista kävi ilmi, että monet suuret yritykset tekevät todellisuudessa jo paljon ympäristövastuullisuuden saralla. Suurilla yrityksillä voi olla enemmän resursseja käytettäväänään ympäristövastuullisuuteen ja se näkyi myös raporteista. Monilla pienillä ja keskisuurilla yrityksillä ei ehkä ole mahdollisuutta julkaista vuosittaista vastuullisuusraporttia. Raportointivelvollisuus tosin saattaa tulevaisuudessa laajentua koskemaan myös muita kuin suuria yrityksiä. Siksi on

hyvä, että Green Dealissa painotetaan sitä, että ketään ei jätetä jälkeen ja niitä, joille siirtymä tuottaa suurimpia haasteita, tuetaan eniten.

Osassa raportteja esitettiin melko yksinkertaisia ratkaisuja ilmastonmuutokseen, joka on monimutkainen ongelma. Esimerkiksi tuotteiden sertifiointi ei välttämättä kerro vielä paljokaan niiden ympäristöystävällisyydestä, eikä pelkkä sademetsistä huolen kantaminen auta vaan tarvitaan myös konkreettisia tekoja. Raporteissa esiintyi onneksi myös konkreettisia suunnitelmia ja tekoja. Vaikka kosmetiikka-ala aiheuttaa vain osan maailman päästöistä ja huomattavasti pienemmän osan kuin monet muut teollisuuden alat, on kaikkien hoidettava oma osuutensa. Ilmastoahdistus ja huoli luonnosta on monelle jo arkipäivää. Green Dealin perehtyminen toi kuitenkin uutta perspektiiviä toivottomien ilmastouutisten rinnalle: EU:lla on todella suunnitelma ilmastonmuutoksen hillitsemiseksi, ja sen toteuttaminen on jo meneillään.

Lähteet

Painetut

Grönfors, M. 2015. Havaintojen teko aineistonkeräyksen menetelmänä. Teoksessa Valli, R. & Aaltola, J. (toim.). Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Jyväskylä: PS-kustannus, 146-161.

Holopainen, M. & Pulkkinen, P. 2012. Tilastolliset menetelmät. 5. - 7. painos. Helsinki: Sanoma Pro.

Nordic Beauty Secrets. Lumene 2020. Toteutus: Gut Studio Oy. Helsinki: Otava.

Sähköiset

Bauduin, P. 2021. How consumers are empowered to support nuclear energy. Smart Energy International. Viitattu 16.10.2021. <https://www.smart-energy.com/regional-news/europe-uk/how-consumers-are-empowered-to-support-nuclear-energy/>

Circular Economy Action Plan 2020. Euroopan Komissio. Viitattu 9.10.2021. https://ec.europa.eu/environment/pdf/circular-economy/new_circular_economy_action_plan.pdf

Cornford, L. 2021. Create beauty products for post-pandemic Gen Z. Viitattu 6.10.2021. Mintel Group. Lontoo. <https://clients.mintel.com/insight/create-beauty-products-for-post-pandemic-gen-z>

Cosmetics Europe 2019. Socio-Economic Contribution of the European Cosmetics Industry. Viitattu 11.8.2021. https://www.cosmeticseurope.eu/files/4715/6023/8405/Socio-Economic_Contribution_of_the_European_Cosmetics_Industry_Report_2019.pdf

Cosmetics Europe 2021a. The Cosmetics Industry And REACH. Viitattu 6.10.2021. <https://cosmeticseurope.eu/cosmetics-industry/cosmetics-industry-and-reach/>

Cosmetics Europe 2021b. Alternatives To Animal Testing - The Only Way Forward For The Eu. Lausunto. Viitattu 6.10.2021. <https://cosmeticseurope.eu/statement-aat-only-way-forward-eu>

Cosmetics Europe 2021c. About us. Viitattu 13.8.2021. <https://cosmeticseurope.eu/about-us/>

Cosmetics Europe 2021d. Leading voluntary actions. Viitattu 27.10.2021. <https://cosmeticseurope.eu/how-we-take-action/leading-voluntary-actions/>

Culliney, K. 2020. "Potential to be transformative": EC adopts 2020 Circular Economy Action Plan. CosmeticsDesign-Europe. William Reed Business Media. Viitattu 27.10.2021. https://www.cosmeticsdesign-europe.com/Article/2020/03/12/Europe-Circular-Economy-Action-Plan-necessary-beauty-and-cosmetics-impact?utm_source=copyright&utm_medium=On-Site&utm_campaign=copyright

Dahl, R. 2010. Green Washing - Do You Know What You're Buying? Environ Health Perspect 188/6. Viitattu 2.10.2021. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2898878/>

ECHA 2021. Tietoa jatkokäyttäjistä. Viitattu 6.10.2021. <https://echa.europa.eu/fi/regulations/reach/downstream-users/about-downstream-users/who-is-a-downstream-user>

Elinkeinoelämän keskusliitto 2021. Mikä ihmeen EU-taksonomia - Brysselin-toimistomme vastaa. Viitattu 9.10.2021. <https://ek.fi/ajankohtaista/uutiset/mika-ihmeen-eu-taksonomia-brysselin-toimistomme-vastaa/>

EU Action Plan: Towards Zero Pollution for Air, Water and Soil 2021. Euroopan komissio. Viitattu 27.10.2021. https://ec.europa.eu/environment/pdf/zero-pollution-action-plan/communication_en.pdf

EU:n kosmetiikka-asetus (EY) N:o 1223/2009. Viitattu 12.9.2021. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02009R1223-20201203>

Euroopan komissio 2013. Full EU ban on animal testing for cosmetics enters into force. Lehdistötiedote. Viitattu 6.10.2021. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_13_210

Euroopan komissio 2019. Euroopan vihreän kehityksen ohjelmassa esitellään keinot tehdä Euroopasta vuoteen 2050 mennessä ensimmäinen ilmastoneutraali maanosa, piristää taloutta, parantaa ihmisten terveyttä ja elämänlaatua, pitää huolta luonnosta ja huolehtia siitä, ettei ketään jätetä jälkeen. Lehdistötiedote. Viitattu 20.8.2021. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fi/ip_19_6691

Euroopan komissio 2020. User Guide to the SME definition. Viitattu 25.9.2021. <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/42921>

Euroopan komissio 2021a. Corporate sustainability reporting. Viitattu 12.10.2021. https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en

Euroopan komissio 2021b. Eurooppalainen ilmastolaki. Viitattu 6.10.2021. https://ec.europa.eu/clima/policies/eu-climate-action/law_fi

Euroopan komissio 2021c. EU Chemicals Strategy for Sustainability - Revision of the Cosmetic Products Regulation. Inception Impact Assessment. Viitattu 9.10.2021. [file:///C:/Users/kaurosron/Downloads/090166e5e2c74416%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/kaurosron/Downloads/090166e5e2c74416%20(1).pdf)

Euroopan komissio 2021d. Ilmastonmuutoksen syyt. Viitattu 6.10.2021. https://ec.europa.eu/clima/change/causes_fi

Euroopan teollisuusstrategia 2020. Komission tiedonanto. Euroopan komissio. Viitattu 9.10.2021. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/?qid=1593086905382&uri=CELEX%3A52020DC0102>

Euroopan vihreän kehityksen ohjelma 2019. Komission tiedonanto. Euroopan komissio. Viitattu 20.8.2021. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/?qid=1596443911913&uri=CELEX:52019DC0640#document2>

FSC 2021a. Frequently Asked Questions. Viitattu 16.10.2021. <https://www.fsc-uk.org/en-uk/about-fsc/what-is-fsc/frequently-asked-questions>

FSC 2021b. The 10 FSC Principles. Viitattu 16.10.2021. <https://www.fsc-uk.org/en-uk/about-fsc/what-is-fsc/fsc-principles>

Gama, M. & Fischer, T. 2018. Sustainability in the European Cosmetics Industry. Thinkstep. https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2591272/Cosmetics%20and%20Personal%20Care/Cosmetics_whitepaper_final_2018-1.pdf

Global Reporting Initiative 2021. Our Mission and History. Viitattu 20.8.2021. <https://www.globalreporting.org/about-gri/mission-history/>

Greenhouse Gas Protocol 2011. Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard. Viitattu 27.10.2021. https://ghgprotocol.org/sites/default/files/standards/Corporate-Value-Chain-Accounting-Reporting-Standard-EReader_041613_0.pdf

Henkel 2021. Henkel, L'Oréal, LVMH, Natura&Co, and Unilever invite the cosmetics sector to co-design a voluntary environmental impact assessment and scoring system for cosmetic products. Viitattu 27.10.2021. <https://www.henkel.com/press-and-media/press-releases-and-kits/2021-09-20-henkel-l-or%C3%A9al-lvmh-natura-co-and-unilever-invite-the-cosmetics-sector-to-co-design-a-voluntary-environmental-impact-assessment-and-scoring-system-for-cosmetic-products-1335956>

Kosmetiikka- ja hygienieollisuus ry 2020. Kosmetiikka- ja hygienia-alan markkinat vuonna 2020. Viitattu 19.8.2021. https://www.kosmetiikkajahygienia.fi/fin/kosmetiikka_ja_hygienia-teollisuus_ry/tilastotietoa/kotimaan_myyntitilastot/

Kosmetiikka- ja hygienieollisuus ry 2021. Viitattu 12.9.2021. https://www.kosmetiikkajahygienia.fi/fin/kosmetiikka_ja_hygienieollisuus_ry/

Kurittu, K. 2018. Yritysvastuuraportointi. E-kirja. Helsinki: Alma Talent.

Lumene 2021. Sustainability Report Lumene Group 2020. Viitattu 18.8.2021. https://www.lumene.com/on/demandware.static/-/Library-Sites-LumeneEUSharedLibrary/default/LUMENE_GRI_REPORT_2020.pdf

MCDougall, A. 2020. Sustainable palm oil is the only answer for cosmetics industry. CosmeticsDesign-Europe. William Reed Business Media. Viitattu 27.10.2021. <https://www.cosmeticsdesign-europe.com/Article/2014/03/25/Sustainable-palm-oil-is-the-only-answer-for-cosmetics-industry>

Mintel 2021a. Prove it - Trend Overview. Viitattu 6.10.2021. https://reports.mintel.com/trends/#/trend/501738?fromSearch=%3Ffilters.category%3D25%26freetext%3Dethical%2520ethos%26last_filter%3Dcategory&application=h:12,m:1072513

Mintel 2021b. The Ethical BPC Consumer. Viitattu 6.10.2021. <https://reports.mintel.com/display/1092877/?fromSearch=%3Ffreetext%3Dconsumers%2520avoid>

Muun kuin taloudellisen tiedon direktiivi (2014/95/EU) 2014. Viitattu 2.10.2021. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/HTML/?uri=CELEX:32014L0095&from=EN>

Patino, c. & Ferreira, J. 2018. Internal and external validity: can you apply research study results to your patients? NCBI. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6188693/>

Pelastetaan eläinkokeeton kosmetiikka - ei eläinkokeille Euroopassa 2021. Kansalaisaloite. Euroopan Unioni. Viitattu 27.10.2021. https://europa.eu/citizens-initiative/initiatives/details/2021/000006_fi

Platform on Sustainable Finance 2021. Platform on Sustainable Finance: Technical Working Group. Taxonomy pack for feedback. Viitattu 9.10.2021. https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/business_economy_euro/banking_and_finance/documents/210803-sustainable-finance-platform-report-technical-screening-criteria-taxonomy_en.pdf

River, B. 2021. The Increasing Dangers Of Corporate Greenwashing In The Era Of Sustainability. Forbes. Viitattu 2.10.2021. <https://www.forbes.com/sites/beauriver/2021/04/29/the-increasing-dangers-of-corporate-greenwashing-in-the-era-of-sustainability/?sh=3569ab204a32>

RSPO 2021. About. Viitattu 27.10.2021. <https://rspo.org/about>

Sanastokeskus 2021. TEPA-Termipankki. Viitattu 25.9.2021. <https://termipankki.fi/tepa/fi/haku/virgin%20plastic>

Science Based Targets 2021. FAQs. Viitattu 2.10.2021. <https://sciencebasedtargets.org/faqs>

Tukes 2021a. Kosmetiikka. Viitattu 18.8.2021. <https://tukes.fi/kemikaalit/kosmetiikka#a83ce375>

Tukes 2021b. REACH - Rekisteröinti, luvat ja rajoitukset. Viitattu 18.8.2021. <https://tukes.fi/kemikaalit/reach#a83ce375>

Työ- ja elinkeinoministeriö 2021. Vastuullisuusraportointi. Viitattu 12.10.2021. <https://tem.fi/vastuullisuusraportointi>

UL 2021. Sins of Greenwashing. Viitattu 2.10.2021. <https://www.ul.com/insights/sins-green-washing>

Vastamäki, J. 2018. Tutkimusasetelman ja mittareiden valinta kyselylomaketutkimuksessa. Teoksessa Valli, R. (toim.). Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. E-kirja. 5. painos. Jyväskylä: PS-kustannus.

Vilka, H. 2006. Tutki ja havainnoi. E-kirja. Helsinki: Tammi.

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. E-kirja. Helsinki: Tammi.

Vilka, H. 2018. Havainnot ja havainnointimenetelmät tutkimuksessa. Teoksessa Valli, R. (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. E-kirja. 5. painos. Jyväskylä: PS-kustannus.

Ympäristöministeriö 2021. Kansallisen kemikaaliohjelman uudistaminen. Viitattu 9.10.2021. <https://nextcloudym.webo.hosting/s/3sekwWNMoZ6FPYD#pdfviewer>

Young, E. 2020. Surroundings 2021: Sustainable Spaces. Viitattu 14.9.2021. Mintel Group. Lontoo. https://clients.mintel.com/trend/surroundings-2021-sustainable-spaces?fromSearch=%3FcontentType%3DIndustry%2520Trend%252CObservation%26filters.strategic-topic%3D108%26last_filter%3Dstrategic-topic%26sortBy%3Drecent%26view%3Dgrid

Julkaisemattomat

Roubier, A. 2021. EU:n kemikaalistrategia. Webinaari 16.6.2021. Kemianteollisuus ry.

Kuviot

Kuvio 1: Materiaalien raportointi.....	21
Kuvio 2: Energian ja veden kulutuksen raportointi	22
Kuvio 3: Luonnon monimuotoisuuden raportointi	23
Kuvio 4: Päästöjen ja päästötavoitteiden raportointi	25
Kuvio 5: Vesistö päästöistä ja jätteistä raportointi.....	27
Kuvio 6: Toimittajien ympäristöarviointien raportointi	28
Kuvio 7: Tutkimustulosten yhteenveto	29

Liitteet

Liite 1: Tutkimuksen havainnointilomake	40
---	----

Liite 1: Tutkimuksen havainnointilomake

YRITYS	Koko		huomioita
Aihe	on	ei ole	
GRI			
Materiaalit			
Pakkausmateriaalit			
Raaka-aineet			
Tavoitteet			
Energia			
Uusiutuvan energian osuus			
Vesi			
Veden käytön tavoitteet			
Luonnon monimuotoisuus			
Päästöt			
Päästötavoitteet			
Hiili- tai ilmastoneutraaliustavoite			
Päästöt vesistöihin ja jätteet			
Päästöt vesistöihin			
Jätteet			
Toimittajien ympäristöarvioinnit			