

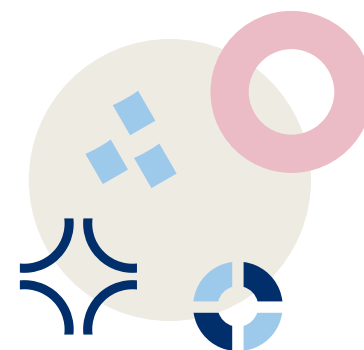
Vastuullisuusviestintä – mitä kannattaa sanoa?

KesTech

28.5.2026

Merli Juustila

**KESKUS-
KAUPPAKAMARI**





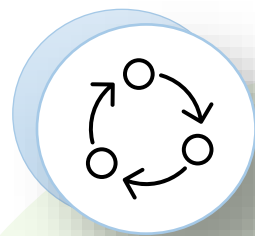
Miksi vastuullisuusviestintä on erittäin ajankohtaista 2026?

1. Sääntelyn muutokset
2. Sidosryhmien odotukset
3. Lainsäädännön kiristymisen



Ekosuunnittelulasetus

- Työsuunnitelma 2025-2030
- Digitaalinen tuotepassi
- Tuoteryhmäkohtaiset linjaukset



Kestävyyssraportointidirektiivi (CSRD)

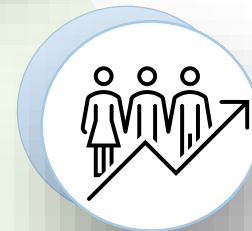
- Uudet rajat yrityksille 2025 OMNIBUS
- **VSME!**



Metsäkatoasetus

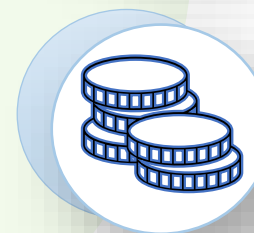
- Riskiluokitus eri maille
- Alkaa 2026-2027

Regulaation muutokset 2025



Hiilirajamekanismi (CBAM)

- Minimiraja 50 tonnia



EU Taxonomia

- Rajoja korotettu keiden kuuluu raportoida



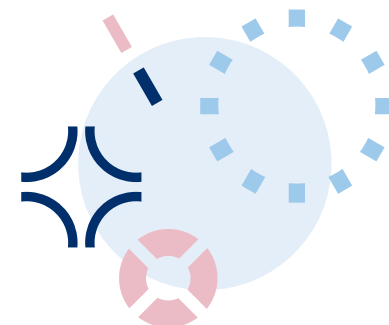
Vihreän siirtymän kuluttajasuojadirektiivi

- Viherväittämät ilman perustetta kielletään 2026



Tavaroiden korjauttamisdirektiivi

- Edistää kestävästä kulutuksesta lisäämällä tavaroiden korjaamista ja uudelleenkäyttöä
























Johdanto ympäristöväittämiin

63 %

kuluttajista ei luota tuotteiden
vastuullisuusväittämiin.

*Eurobarometri / Greenwashing: one of the
barriers to the transition 2023*

 ekologinen  hiilineutraali  kierrätettävä  biohajoava
 kestävä  vähäpäästöinen  vihreä energia
 ympäristöystävällinen  vastuullinen valinta  eettinen
tuotanto  CO₂-neutraali  luonnonmukainen 
ympäristövastuullinen  ilmastoystävällinen  100 % uusiutuva
 vähähiilinen  luonnollinen  vihreä vaihtoehto  pienempi
hiilijalanjälki  planeettaystävällinen  kompensoitu tuote
 luonnon ehdoilla  zero emission  hiilineutraali pakkaus
 ekoystävällinen  kestävän kehityksen mukainen  vastuullisesti
tehty

62 %

kuluttajista sanoi ettei pysty
erottamaan vastuullisia
tuotteita.



Mikä on ympäristöväittäminen

- **Vapaaehtoinen** markkinoinnissa tai asiakassuhteessa esitetty viesti, merkintä tm. tieto
 - Myös suullisesti annetut
 - myös yhdistettynä väreihin ja kuviin.
- jossa todetaan / *luodaan vaikutelma*, että
- tuotteen/yrityksen ympäristövaikututus on olematon, myönteinen tai parempi kuin aiemmin/muilla.

Yleinen vs täsmällinen ympäristöväittäjä

- Ympäristöväittäjä, jota ei täsmennetä selvästi samassa viestintävälineessä.
- Ilmaisut, jotka luovat vaikutelman siitä, että ympäristönsuojelullinen taso on erinomainen.
- Esim. "ympäristöystävällinen pakkaus", "ympäristöä säästävä", "vihreä", "ekologinen"
- "100 % fossiilivapaa"
- "60 % pienemmät ilmastovaikutukset kuin..."

- *Välittömästi vastuullisuusväitteen yhteydessä täsmennetty, mitä väite tarkoittaa.*
- *"100 prosenttia tämän pakkauksen tuottamiseen käytetystä energiasta saadaan uusiutuvista lähteistä".*
- *"60 % pienemmät kasvihuonekaasupäästöt hiilidioksidiekvivalenteissa mitattuna kuin..."*
- *"Tuote voidaan kierrättää vain tietyissä paikoissa, katso lähimmät kierrätyspisteet verkkosivustolta [URL]"*



Mitä laki ja säännöt sanovat nyt?

Pakottava lainsäädäntö

- Kuluttajansuojalaki (KSL) suojaa kuluttajia, Kuluttaja-asiamies valvoo.
- Laki sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa suojaa kilpailijoita, jotka valvovat.
- Molemmissa hyvän tavan vastaisen ja sopimattoman menettelyn kieltö
 - sis. totuudenvastaisten tai harhaanjohtavien tietojen antaminen, jotka olennaisia ostopäätöksen kannalta.
- Seuraamuksina mm. kieltö/oikaisu + uhkasakko, vahingonkorvaus, KSL:ssa seuraamusmaksu.
- Mikä on hyvän tavan vastaista?
 - Lain perustelut: "Määritettäessä voidaan ottaa huomioon mm. laki, valvontaviranomaisten ohjeet, **Kansainvälisen kauppakamarin markkinoinnin säännöt** ja kyseisen alan käytäntösäännöt."

Mitä laki ja säännöt sanovat nyt?

Kansainvälisen kauppakamarin markkinoinnin säännöt

- ICC:n ympäristöväittämäsäännöt (markkinoinnin perussääntöjen D-luku) – maailmanlaajuiset periaatteet päivitetty 2024.
 - Ks. tulkintaohje ICC Framework for Responsible Environmental Marketing Communication
 - Keskeinen sisältö: Ympäristöväittämien täytyy olla täsmällisiä, selkeitä ja todennettavia.
 - Yleiset ympäristöväittämät kiellettyjä, *paitsi jos todennettavissa erityisen vahvalla näytöllä.*
- ICC-säännöissä mittatikkuna "keskivertokuluttaja": markkinoinnin vaikutuspiirissä olevat kuluttajat **ja yritykset.**
- Keskuskauppakamarin Liiketapalautakunta antaa suosituksia.



ICC - Kansainvälisen kauppakamarin ohjeet vastuulliseen viestintään

29 kohdan cheklist, joka ohjaa vastuullisuusviestintää väittämien osalta.

Julkaistu marraskuussa 2025

[ICC Framework for Responsible Environmental Marketing Communications - ICC - International Chamber of Commerce](#)

24. Do you use your own environmental seals or logos?

- If consumers might reasonably interpret your own environmental seals and logos in environmental advertising to denote approval by an independent third-party, when that is not the case, it is likely to be misleading and/or deceptive.

12. Apart from environmental benefits, does the claim relate to health, safety or other benefits*?

*this might include "free of" claims as well as claims such as "safe", "safer", "non-toxic", "pesticide-free" or "organic"

- Express or implied health claims must have a reasonable basis. To meet that standard, each claim may have to be independently substantiated with appropriate scientific research or support.

28.5.2026



1. Do your proposed claims address:

The effect of the product, component or package on

- solid waste?
- water?
- air (smog, stratospheric ozone, nitrogen oxides (NO_x), sulphur oxides (SO_x), etc.)?
- climate (greenhouse gases, carbon offsets, carbon removal, carbon neutrality, climate positivity, etc.)?
- energy usage?
- wildlife and biodiversity?
- human health?
- environment?

The absence, reduction or presence of a specific substance?

The "**sustainability**" of the product, component or package?

Whether the product, component or package is made with or from **renewable material** or **renewable energy**?

Whether the product, component or package contains, is made with, or derives from or can be attributed to **recycled material**?

Whether the product, component or package is:

- **recyclable?**
- **compostable?**
- **degradable?**

Whether the product or package is **reusable** or **refillable?**

The future environmental benefits or goals of the organisation?

The impact of your products or operations on the health of the planet, the environment or the climate?

YES

If the answer is yes to one or more questions, you are making an environmental claim and should evaluate the net impression of the advertising to assure that it is not deceptive or misleading to the intended target audience.



Mikä muuttuu 2026

- Vihreän siirtymän kuluttajansuojadirektiivillä muutetaan kuluttajansuojalakia 27.9.2026.
 - Yleisten ympäristöväitteiden riskit kasvavat kuluttajakaupassa.
 - Harhaanjohtavan ja sopimattoman menettelyn tiukat kiellot ns. mustassa listassa.
 - Tavoitteena on selventää oikeustilaa ja palauttaa kuluttajien luottamus.
- Samat *periaatteet* ICC:n markkinointisäännöissä 2024 ja soveltamisohjeissa 2025 → ohjaavat käytäntöjä B2B-puolella.

Ote mustasta listasta*

- Direktiivin muutosten voimaan tultua kiellettyä:
 - markkinoida kulutushyödykettä merkityksettömillä ja ominaisuuksiin perustumattomilla seikoilla (2:6a§)
 - väittää tulevasta ympäristönsuojelullisesta tasosta ilman selkeitä, puolueettomia, julkisesti saatavilla olevia ja todennettavissa olevia sitoumuksia sis. täytäntöönpanosuunnitelma (jos vaikuttava 2:6b§)
 - sellaisen kestävyysmerkinnän esittäminen, joka ei perustu sertifiointijärjestelmään tai jota viranomaiset eivät ole vahvistaneet (VNA 2.1 § 4k);
 - kuluttajalle lain mukaan kuuluvien oikeuksien esittäminen osana elinkeinonharjoittajan tarjousta (VNA 2.1 § 11k);
 - yleisen ympäristöväittämän esittäminen ilman, että elinkeinonharjoittaja pystyy osoittamaan väittämän kannalta merkityksellistä, tunnustettua erinomaista ympäristönsuojelullista tasoa; (VNA 2.1 § 29k)
 - Ympäristöväittämän esittäminen koko kulutushyödykkeestä tai elinkeinonharjoittajan koko yrityksestä, jos väittäminen koskee vain kulutushyödykkeen tiettyä osaa tai elinkeinonharjoittajan yrityksen tiettyä toimintaa (30k);
 - väitteen esittäminen siitä, että kulutushyödykkeellä on neutraali, tavanomaista vähäisempi tai myönteinen vaikutus ympäristöön, jos väite perustuu kasvihuonekaasupäästöjen kompensointiin (31k);

*) Valtioneuvoston asetus kuluttajien kannalta sopimattomasta menettelystä markkinoinnissa ja asiakassuhteissa, ks. [ehdotus OM-mietinnössä](#) 2433

Kestävyyserkintä

- vapaaehtoinen ympäristöominaisuuksia tai yhteiskunnallisia ominaisuuksia koskeva merkintä, jonka tarkoituksena on edistää myyntiä erottamalla muista.
 - Tulkinnan laajuus vielä epäselvä, erityisesti "yhteiskunnallinen ominaisuus".
- Jatkossa kiellettyjä muut kuin sertifiointijärjestelmään perustuvat (ISO 14024, ns. tyyppin 1) merkit tai viranomaisten vahvistamat.

Viranomaisten vahvistamia kestävyyserkintöjä

- EU-ympäristömerkki (EU-kukka)
- Pohjoismainen ympäristömerkki (Joutsenmerkki)
- EU:n luomumerkki
- Saksassa Blauer Engel



Sääntelyn vaikutukset yrityksille?

- Kestävyyserkkeitä haetaan kolmannen osapuolen sertifiointiin piiriin.
 - investoitava auditointiprosessin luomiseen tai liityttävä olemassa olevaan sertifiointijärjestelmään.
 - auditointi-, lissenssimaksuja & kuluja prosessimuutoksista.
- + tasoittaa pelikenttää yrityksille, jotka ovat jo panostaneet sertifiointiin kestävyyserkkeihin ja ympäristöystävällisyyteen
- Pienille toimijoille haaste.

Tunnustettu erinomainen ympäristönsuojelullinen taso



- Virallisten EN-ISO 14024:n mukaisten **Pohjoismaisen ympäristömerkin eli Joutsenmerkin ja EU-ympäristömerkin tai lain** perusteella voidaan vastaisuudessakin osoittaa erinomaista ympäristönsuojelullista tasoa ja tämän perusteella esittää yleisiä ympäristöväittämiä.



- Esim. Energiatehokas energiatehokkuusluokan A perusteella
- Huom. "tiedostava", "kestävä", "vastuullinen" liittyvät ympäristön lisäksi mm. sosiaaliseen vastuuseen. Mitä tasoa sen osalta vaaditaan?



LIIKETAPALAUTAKUNNAN SUOSITUS

- Yleisiä, yksilöimättömiä ja moniselitteisiä ympäristöväittämiä on vältettävä
- Ympäristöväittämiä käytettäessä markkinoijan tulee näyttää väittämänsä toteen
- Mitä yleisluontoisempi väittäminen on, sitä vaikeampi se on yleensä näyttää toteen
- Vain olennaisia asioita saa korostaa
- Anna totuudenmukainen kuva, älä johda harhaan
- Totuudenmukaistenkin ilmaisujen käyttäminen saattaa olla harhaanjohtavaa, jos kokonaisuuden kannalta olennaisia tietoja ei kerrota tai jos ne esitetään epäselvästi
- Väittämien sallittavuutta arvioidaan sen mukaan, millä tavoin keskimääräisen kuluttajan voidaan olettaa ymmärtävän väittämän sisältö
- Markkinointia arvioidaan aina tapauskohtaisesti ottaen huomioon kokonaisvaikutelma

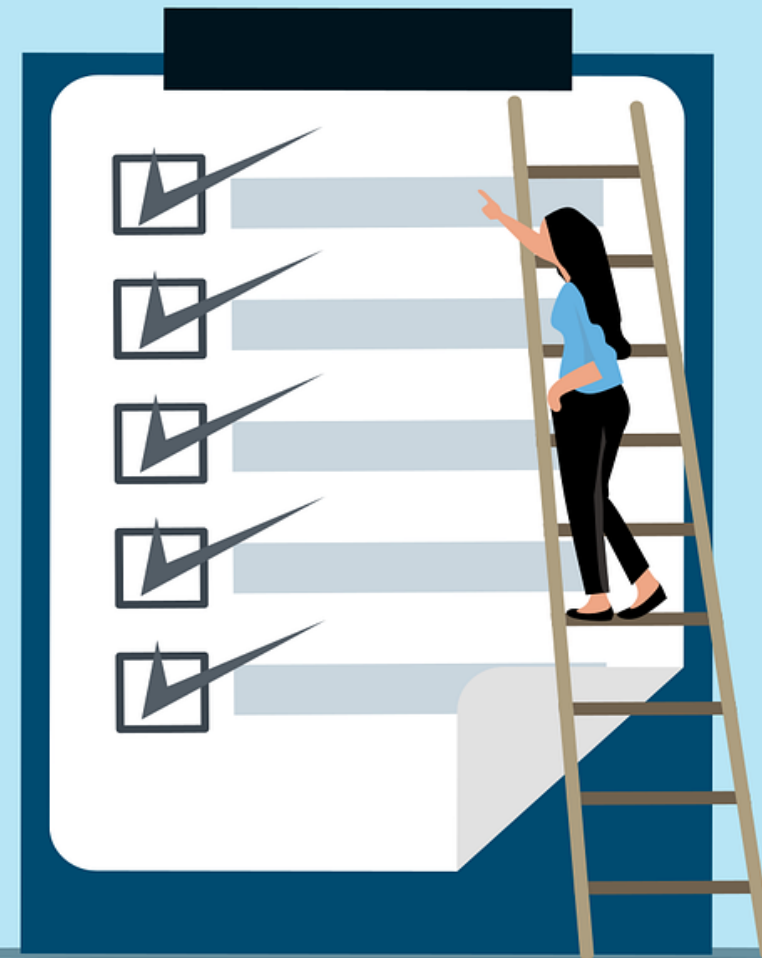
Värit
Kuvat
Äänet
Merkinnät
Taitto

Yritysten muistilista 2026

- **Keskity olennaiseen**
- **Kerro keskeneräisyydestä**
- **Konkreettiset ja täsmälliset teot viestintäkärkenä**
- **Läpinäkyvyys: anna lisätietoja nettisivuilla, varaudu todistamaan väitteesi**
- Käy läpi pakkaus-, tuote- ja brändivalikoima.
- Laadi uudet ohjeistukset.
- Pakkausmateriaalien ja etikettien päivittäminen
 - Lisättävä tarvittavat uudet tiedot, poistettava/korvattava kielletyt väittämät, symbolit ja logot.
 - Varaston tyhjentäminen ja kiellettyjen väitteiden poistaminen tuotevalikoimasta 3/2027 mennessä.

Kerro vastuullisuudesta jatkossakin!

28.5.2026





Lähteitä

- Tiedote OM: Hallitus esittää kuluttajansuojalainsäädäntöön vihreän siirtymän vaatimia lakimuutoksia - Valtioneuvosto
- Oikeusministeriön mietintö 21.10.2025, sis. asetuseräluonnos s. 133.
- Vihreän siirtymän kuluttajansuojadirektiivi
- OECD:n kansainvälinen vertailu oikeuskäytännöstä.
- Liiketalouseläntöalan suositus ympäristöväärittämien käyttäminen 11.1.2023.pdf
- Tulkintaohje ICC Framework for Responsible Environmental Marketing Communication 2025

Kiitos!

[kauppakamari.fi](https://www.kauppakamari.fi)

#Keskuskauppakamari

@K3FIN

28.5.2026



Merli Juustila

Vastuullisuusasiantuntija
050 3463139
merli.juustila@chamber.fi

