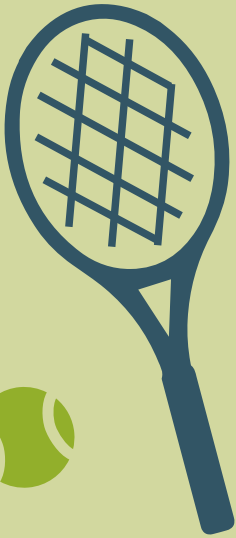


---

***Kiertotalous  
kuluttajakaupassa  
-pelikirja***

---





# **Esipuhe & tiivistelmä**

---

## Kiertotalous kuluttajakaupassa -pelikirja

Kiertotalouden liiketoimintamallien valtavirtaistamisella on keskeinen rooli vihreässä siirtymässä. Sitä ei mikään tahon tee yksin, vaan se perustuu kumppanuuksien luomiseen. Arvoketjujen rinnalle muodostuvat yhteistyökumppaneiden arvoverkostot.

Kaupan ala tarjoaa tuotteita ja palveluja yrityksille, kunnille ja kansalaisille. Alalla on tärkeä portinvartijan rooli suomalaisten kestävien kulutusvalintojen mahdollistamisessa. Kiertotalous kuluttajakaupassa edistyy käytännössä valmistamalla ja tarjoamalla asiakkaille yhä kestävämpiä tuotteita sekä valtavirtaistamalla liiketoimintamalleja, joilla pidennetään tuotteiden käyttöikää lisäämällä käytettyjen tuotteiden kauppaa sekä huolto-, korjaus- ja vuokrausliiketoimintaa.

Uusien liiketoimintamallien valtavirtaistaminen ei ole helppoa, sillä alan toimintaympäristö on monimutkainen ja säänneltyä esimerkiksi tuotevastuiden osalta. Kehityssuunta on silti selvä ja edelläkävijät ovat jo astumassa esiin. Esimerkiksi brittiläinen Selfridges-ketju tavoittelee, että 45 % sen asiakkaista asioisi tavarataloissa ensisijaisesti kiertotaloustuotteiden ja -palveluiden vuoksi vuonna 2030.

EU:lta odotetaan useita toimia kiertotalouden edistämiseen. Esimerkiksi aloite korjausoikeudesta parantaa kuluttajien mahdollisuuksia tuotteiden korjauttamiseen. Korjauspalveluiden renessanssissa kaupan alalla voi olla keskeinen rooli välikätenä. Jotta Suomi ja kaupan ala olisivat valmiita muutokseen, tarvitaan uusien työkalujen ja toimintamallien kehittämistä, taloudellisten kannusteiden käyttöönottoa, vaikuttavaa viestintää sekä osaamisen vahvistamista. Tämän pelikirjan tavoitteena on inspiroida etenkin kaupan alalla toimivia ja antaa kättä pidempää kiertotalouden mahdollisuuksien hyödyntämiseksi osana oman yrityksen liiketoimintaa. Fokuksessa on kuluttajakauppa ja tuoteryhmiä vaatteet ja kodintekstiilit, urheiluvälineet sekä kodinkoneet ja elektroniikka, mutta työkalupakin sisällöistä voivat hyötyä kaikki kaupan toimijat. Pelikirja on laadittu osana kansallista kiertotalousohjelmaa. Työ toteutettiin ympäristöministeriön sekä työ- ja elinkeinoministeriön toimeksiannosta tiiviissä yhteistyössä Kaupan liiton kanssa. Työn toteuttivat Tyrsky-Konsultointi Oy, Ethica Oy, Properta Asianajajatoimisto Oy ja Y4 Works Oy. Iso kiitos kuuluu myös työn eri tilaisuuksiin osallistuneille kaupan alan asiantuntijoille!

**Helsingissä 11.5.2023,**

**Mari Kiviniemi,** toimitusjohtaja, Kaupan liitto ry

**Natalia Härkin,** neuvotteleva virkamies, työ- ja elinkeinoministeriö

**Taina Nikula,** ympäristöneuvos, ympäristöministeriö

**Lisätiedot:** Marja Ola, johtava asiantuntija, Kaupan liitto ry (marja.ola@kauppa.fi, +358 50 383 7711) Sari Tasa, erityisasiantuntija, työ- ja elinkeinoministeriö (sari.tasa@gov.fi, +358 50 439 4819) Heikki Sorasahi, erityisasiantuntija, ympäristöministeriö (heikki.sorasahi@gov.fi, +358 50 516 2990)





i

## Sanastoa

**Kiertotalous** = talous- ja toimintamalli, joka mahdollistaa liiketoiminnan luonnon kantokyvyn rajoissa.

**Irtikytkeä** = kestävän kasvun ja hyvinvoinnin luominen irtikytetään neitsytraaka-aineiden ja luonnon resurssien lisääntyvästä käytöstä.

**Kiertotalouden liiketoimintamallit** = kiertotalouden liiketoimintamallit, esim. tuote palveluna -toimintamalli ja jakamisen alustat tähtäävät irtikytkeä ja ohjaavat yrityksiä luomaan uudenlaisia tapoja luoda arvoa asiakkailleen.

**Kiertotalouden liiketoimintaekosysteemit** = kiertotalouden liiketoimintaekosysteemit eli toimijaverkostot ovat kokonaisia arvoverkostoja, jotka yhdessä kehittävät tuotteita, palveluita ja ratkaisuja kiertotalouden periaatteita ja liiketoimintamalleja hyödyntämällä.

**Kiertotalouden sääntely** = tällä hetkellä ei ole erillistä kiertotalouslakia. Kiertotalouden sääntelyllä tarkoitetaan erilaisia kansallisia ja kansainvälisiä lakeja ja säädöksiä, jotka koskevat myös kiertotalouden periaatteiden mukaista toimintaa.

## Tiivistelmä

Kaupan ala on liikevaihdoltaan yksi Suomen suurimmista toimialoista. Kaupan alalla kokonaisuudessaan toimi vuonna 2019 lähes 40 000 yritystä, joista yli 90 % oli alle 10 henkilöä työllistäviä yrityksiä. Kaupan ala työllisti vuonna 2020 noin 270 000 henkilöä. On tärkeää ja välttämätöntä, että kaupan ala kulkee reippaasti kohti hiilineutraaliutta omien toimintojensa osalta, jotka tällä hetkellä ovat n. 700 000 tonnia CO<sub>2</sub>-ekvivalenttia eli vajaa 1% Suomen kokonaispäästöistä (scope 1 ja 2), mutta kaikkein tärkein rooli kaupalla on asiakasrajapinnassa kulutuksen ohjaamisessa kohti kestävämpää suuntaa. Tässä roolissa kaupan alalla on myös merkittävä mahdollisuus saada kiertotalousratkaisujen avulla alas toimitusketjun ja käytön aikaisia CO<sub>2</sub>-päästöjä (scope 3), sekä taklata luontokatoa. Yleisellä tasolla tarkastellen kiertotalous määritellään talousmallina, joka toimii luonnon kantokyvyn rajoissa kolmen pääperiaatteen kautta: 1) jäte ja päästöt suunnitellaan pois 2) materiaali pidetään kierrossa korkea-arvoisena ja 3) huolehditaan luonnonjärjestelmien uudistumiskyvystä ja edistetään sitä.

Kiertotalous kaupan alalla voidaan esittää viiden toisiinsa linkittyvän osa-alueen kautta. Kehitystyössä onkin tärkeää ottaa huomioon kaikki nämä osa-alueet, jotta päästään aidosti kiertotalouden mukaiseen toimintamalliin: **1) tuotteet 2) kiertotalouden liiketoimintamallit ja liiketoimintaekosysteemit 3) toimitilat 4) logistiikka ja käänteinen logistiikka 5) kierrätyksen edistäminen ja jätteiden synnyn ehkäisy.**

Kiertotalouden toimintamalleilla siis suunnitellaan kestävää kasvua, tuotteita ja palveluita ja uutta liiketoimintaa kilpailuedun ja pidemmällä tähtäimellä kilpailukyvyyn turvaamiseksi. Suunnittelu on avainsana sekä systeemisellä eli liiketoimintastrategian, toimintojen ja kumppanuusverkoston tasolla että tuotteiden ja palveluiden tasolla. Tästä syystä kiertotalouden mukaisen kehittämistyön tulisi olla osa liiketoiminnan kehittämistyötä.

Esimerkiksi uudelleen myynnin, vuokrauksen, korjauksen ja uudelleen valmistuksen osuuden globaalista muotimarkkinasta on arvioitu kasvavan nykyisestä 3,5 prosentista 23 prosenttiin vuoteen 2030 mennessä. Vastaavasti esimerkiksi elektroniikan puolella korjatun puhelimen hiilijalanjälki on noin 78 % pienempi kuin uuden puhelimen.

Asiakkaat ovat valmiita kiertotalouden toimintamalliin ja palveluihin. Helsingin Sanomien artikkeli nostaa esille Globaalin Data Consumer Resale -tutkimuksen, jonka mukaan (mukana 48 maata 4 eri mantereelta) vuosina 1981-2012 syntyneistä 62% ilmoittaa etsivänsä vaatteita ensin second hand -kaupoista ennen kuin ostavat uutta.

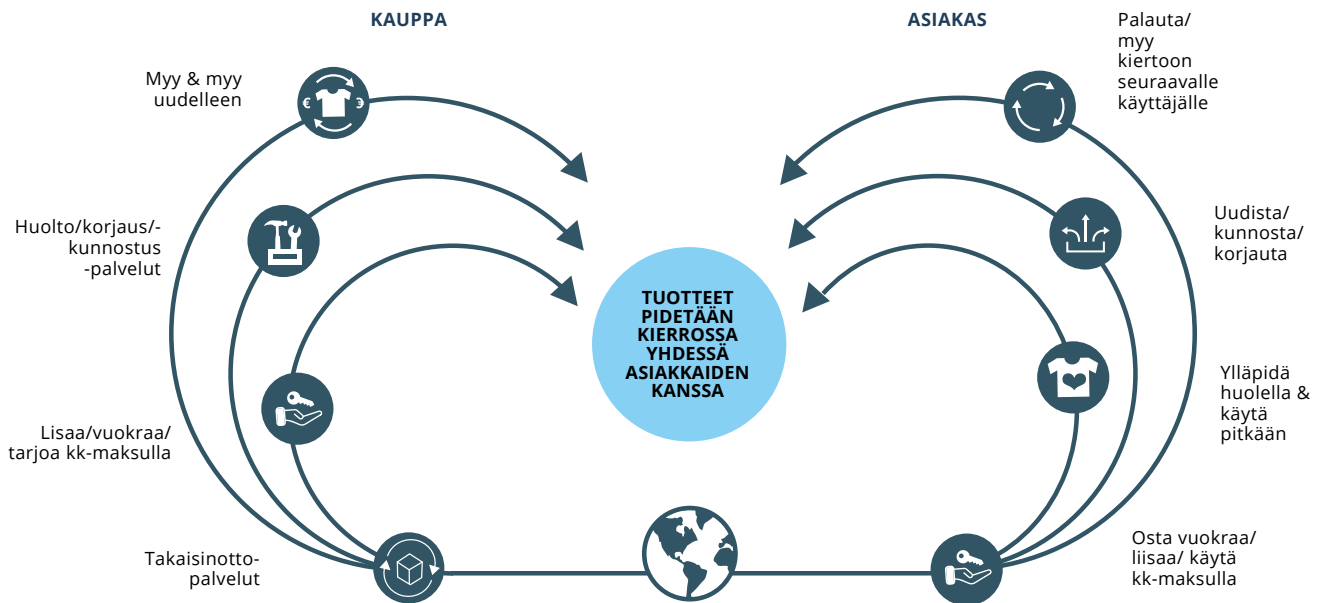
Kaupan alaa voisikin jatkossa visioida kokonaisvaltaisen elinkaari palvelun alusta -ajattelun kautta, jossa tuote palveluna -toimintamalli ja siihen kytketyt oheispalvelut mahdollistavat asiakkaiden vähähiilisen kiertotalouselämäntyylin.

Toisin sanoen: käytetyn tavaran takaisinotto ja uudelleen myynti sekä erilaiset palvelut, kuten kunnostus, korjaus ja huolto ovat tasaveroisessa asemassa uuden tuotteen myynnin kanssa tai



pitkällä aikavälillä jopa enenevässä määrin korvaavat perinteisen, kertaostokseen ja omistamiseen perustuvan myynnin. Tuote palveluna -ajattelu haastaakin siten yrityksen ansaintalogiikkaa erilaisten käyttöön tai aikaan perustuvien kuukausimaksun, leasing- tai vuokrausmallien kautta. Asiakkaille tuote palveluna -liiketoimintamalli tarjoaa vaihtoehdon tuotteen käyttöön ilman omistamista.

## Kuluttajakaupan kiertotalousvisio 2035



Pelikirjan ehdotus kaupan alan visioksi: Vuonna 2035 suomalainen kaupan toimiala on edelläkävijä kiertotalousliiketoiminnassa, jonka ytimessä on tuotteiden kierrossa pitäminen korkea-arvoisina yhdessä asiakkaiden kanssa. Elinkaarimalliin perustuvat tuote palveluna -konseptit muodostavat korjaus-, huolto- ja kunnostuspalveluiden kanssa jatkuvaan vuorovaikutukseen perustuvan asiakaspolun, jolla vähähiilinen kiertotalouselämäntyyli on osa hyvää arkea.

### Jotta visioon voidaan päästä, tarvitaan:

- 1)** ajattelutavan muutosta kaupan roolista: eli miten kauppa voi tuote- ja palveluvalikoimalla tukea asiakkaiden vähähiilistä kiertotalouselämäntyyliä.
- 2)** uudenlaista vuorovaikutusta asiakkaan kanssa, jossa tuotteiden kierrossa pitäminen on yhteinen tavoitetilä.
- 3)** kaupan alan toimijaverkostoja eli liiketomintaekosysteemejä, jotka toimivat kiertotalouden periaatteilla mahdollistaen kohdat 1 ja 2.
- 4)** Digitaalisia ratkaisuja, jotka mahdollistavat kiertotalouden mukaisen liiketoiminnan. Esi-merkiksi laadukas ja avoin tuotedata on välttämätön, jotta tuotetta voidaan korjata ja pitää turvallisesti useissa kierroissa.



## Pelikirja jakaantuu neljään osioon:

**Ensimmäisessä osiossa** tehdään katsaus nykytilaan ja esitellään case-kuvauksia. Tämän lisäksi kaupan alan kiertotalousvision kautta maalataan tulevaisuuskuva kiertotalouden potentiaalista kestävästä kasvun moottorina.

**Toisessa osiossa** keskitytään liiketoimintaekosysteemien rakentamiseen kolmen esimerkkikehityksen kautta: vaatteet ja kodintekstiilit, elektroniikka ja kodinkoneet ja urheiluvälineet.

**Kolmas osio** keskittyy kiertotalouden mukaisen liiketoiminnan sääntely-ympäristöön.

**Neljännestä osiosta** löydät työkalupakin, joka auttaa sinua konkreettisten toimien ideoinnissa ja jatkokehittämisessä.

**Nettisivujen lisämateriaalit -kohdasta** löydät lisää case-kuvauksia.

**Rakenne** on suunniteltu siten, että voit halutessasi tarkastella eri osioita itsenäisesti.

**Pelikirjan laatimisessa** on käytetty seuraavia menetelmiä: asiantuntijahaastattelut, verkkokysely, olemassa olevat selvitykset ja tilastot, kaupan alan toimijoiden työpajat sekä toteuttajatiimin asiantuntijanäkemykset.



## Sisältö

<b>1. KIERTOTALOUS KULUTTAJAKAUPASSA NYT JA TULEVAISUUDESSA</b>	10
Mitä tarkoitetaan kiertotaloudella?	11
Kiertotalouden nykytila	13
Vaatteet ja kodintekstiilit	15
Urheiluvälineet	18
Kodinkoneet ja elektroniikka	21
Kiertotalouden potentiaali	24
Kaupan alan kiertotalousvisio	26
Kiertotalouden ajurit kaupan alalla	27
Asiakkaat ovat jo valmiita kiertotalouteen	28
<b>2. KIERTOTALOUSLIIKETOIMINTAEKOSYSTEEMIEN KEHITTÄMINEN KOLMELLA TOIMIALALLA</b>	30
Vaatteet ja kodintekstiilit	32
Urheiluvarusteet	35
Kodinkoneet ja elektroniikka	38
<b>3. KIERTOTALOUS JA SÄÄNTELY</b>	43
Käytetyn tavaran kauppa ja kuluttajansuojalaki	45
Tavaroiden vuokraus	48
Tavaroiden korjaus	49
Vastuullisuusväittämät markkinoinnissa	50
Aineeton omaisuus	52
Tietosuoja	54
<b>4. TYÖKALUPAKIN KUVAUS</b>	56
<b>LÄHTEET</b>	58







# 1. Kiertotalous kuluttajakaupassa nyt ja tulevaisuudessa

---

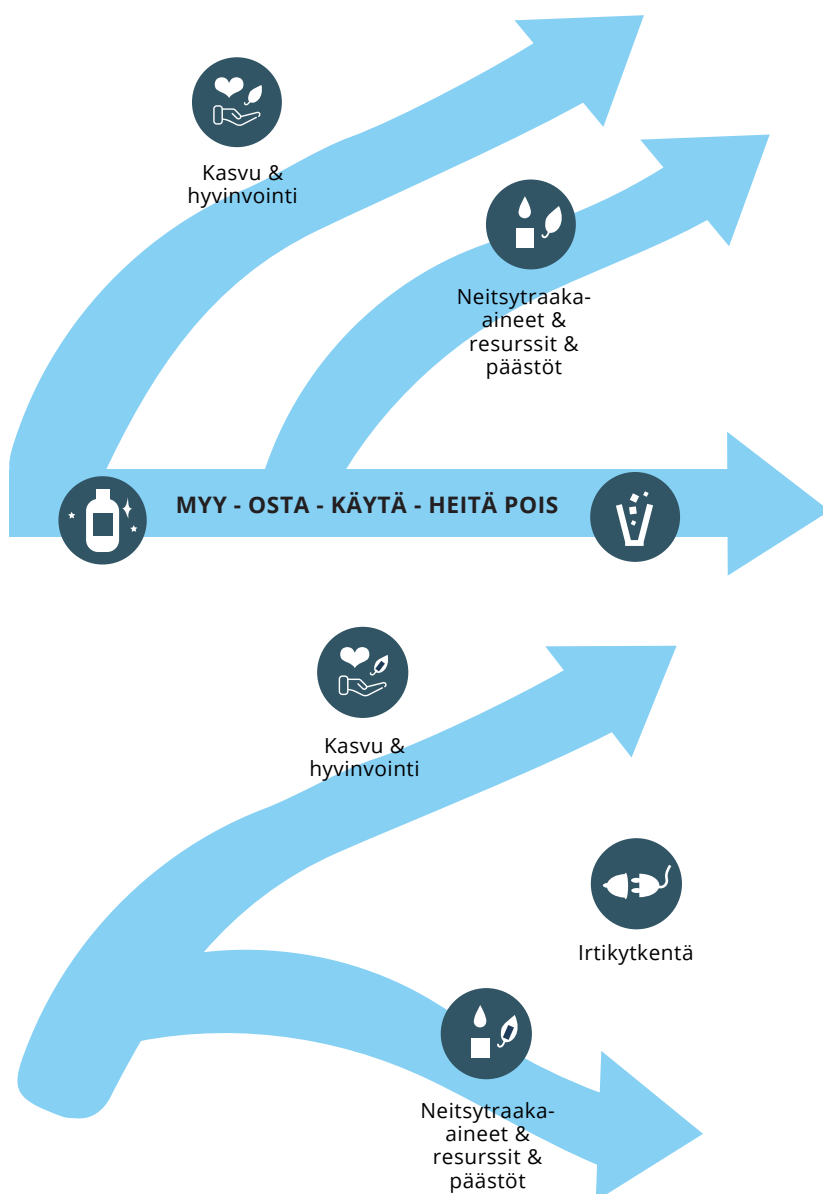
Tarkastelussa vaatteet ja kodintekstiilit,  
kodinkoneet ja elektroniikka ja urheiluvälineet

► **Tässä luvussa** käydään läpi, mitä kiertotaloudella tarkoitetaan sekä tarkastellaan nykytilaa tilastojen, lukujen ja case-kuvausten valossa kolmella sektorilla. Nykytilaa tarkastelemalla voit löytää myös itsellesi uusia liiketoimintamahdollisuuksia; kiertotaloussiirtymä tarkoittaa esimerkiksi lisääntyvää tarvetta korjauspalveluille ja niitä tukeville digitaalisille ratkaisuille. Lisää case-kuvauksia löydät nettisivujen 'lisämateriaalit' -kohdasta.

## Mitä tarkoitetaan kiertotaloudella?

Kaupan ala on liikevaihdoltaan yksi Suomen suurimmista toimialoista. Kaupan alalla kokonaisuudessaan toimi vuonna 2019 lähes 40 000 yritystä, joista yli 90 % oli alle 10 henkilöä työllistäviä yrityksiä. Kaupan ala työllisti vuonna 2020 noin 270 000 henkilöä. Tämä vastaa noin 10 % kaikkien alojen työllisistä. Ala elää murrosvaihetta, jossa kiertotalouden toimintamallit ovat jo joidenkin edelläkävijäyritysten arkipäivää, mutta varsinaisesta systemisestä muutoksesta ei voida vielä puhua, koska suurin osa toimijoista noudattaa lineaaritalouden toimintamallia.

Yleisellä tasolla tarkastellen kiertotalous määritellään talousmallina, joka toimii luonnon kantokyvyn rajoissa kolmen pääperiaatteen kautta: 1) jäte ja päästöt suunnitellaan pois 2) materiaali pidetään kierrossa korkea-arvoisena ja 3) huolehditaan luonnonjärjestelmien uudistumiskyvystä ja edistetään sitä. Irtikytkentä on kiertotalouden ytimessä ja auttaa hahmottamaan kiertotalouden tavoitetilaa kaikilla sektoreilla. Kun siis mietit, miten saada aikaan merkittäviä päästövähennyksiä ja hidastaa luontokatoa läpi oman arvoketjun, kiertotalouden työkalupakki antaa ratkaisuja molempiin.



Lineaaritalousmallissa kestävän kasvun ja hyvinvoinnin luonti tarvitsee aina enemmän neitsytraaka-aineita ja luonnon resursseja, samoin lineaarinen toimintamalli tuottaa lisääntyvästi päästöjä. Kiertotaloudessa kestävän kasvun ja hyvinvoinnin luominen pyritään irtikytkemään neitsytraaka-aineiden ja luonnonresurssien käytöstä sekä päästöjen tuottamisesta.



*“Meillä ei ole jäteongelmaa  
vaan meillä on suunnittelu-  
ongelma”.*

- Michael Braungart & William  
McDonough, Cradle to Cradle -  
viitekehyksen kehittäjät

Kyseessä ei siis ole pelkästään kierrätystalous, vaan kiertotalouden toimintamalleilla suunnitellaan kestävää kasvua, tuotteita ja palveluita ja uutta liiketoimintaa kilpailuedun ja pidemmällä tähtäimellä kilpailukyvyyn turvaamiseksi. Suunnittelu on siis avainsana sekä systeemisellä eli liiketoimintastrategian, toimintojen ja kumppanuusverkoston tasolla että tuotteiden ja palveluiden tasolla. Tästä syystä kiertotalouden mukaisen kehittämistyön tulisi olla osa liiketoiminnan kehittämistyötä. Kiertotalous kaupan alalla voidaan esittää oheisen kuvan mukaisesti viiden, toisiinsa linkittyvän osa-alueen kautta. Kehitystyössä onkin tärkeää ottaa huomioon nämä kaikki osa-alueet, jotta päästään aidosti kiertotalouden mukaiseen toimintamalliin.



## KIERTOTALOUS KAUPAN ALALLA

**1) TUOTTEET:** Kiertotalouskriteerejä (esim. ympäristömerkityt tuotteet; uudelleenkäytettävät tuotteet; kierrätyskomponentteja kuten kierrätyskuitua tai -muovia sisältävät tuotteet; selkeä ja luotettava tieto tuotteiden kiertotaloutta tukevista ominaisuuksista) täyttävillä tuotteilla X%:n osuus myynnistä.



### **2) KIERTOTALOUDEN LIIKETOIMINTAMALLIT ja LIIKETOIMINTAEKOSYSTEEMIT:**

Kiertotalouden mukaiselle liiketoiminnalle (esim. uudelleenkäytön edistäminen; huolto- ja korjaustoiminnan integrointi liiketoimintaan; tuotteet palveluna) X%:n kasvu tai osuus liikevaihdosta.

**3) TOIMITILAT:** Toimitilojen energiatehokkaat ratkaisut, hukkalämmön hyödyntäminen ja uusiutuvan energian tuotanto; tilojen tehokas ja joustava käyttö (ml. parkkipaikat) sekä mahdollinen jakaminen.

**4) LOGISTIIKKA JA KÄÄNTEINEN LOGISTIIKKA:** Tehokkaaksi optimoidut kuljetukset 0-/vähäpäästöisellä kalustolla.

**5) KIERRÄTYKSEN EDISTÄMINEN ja JÄTTEEN SYNNYN EHKÄISY:** Hävikin minimoimisen parhaat käytännöt (esim. punalaputus; hävikkihyllyt ja -tuotteet; hävikin jakaminen hyväntekeväisyyteen) yhdenmukaiset lajitteluohjeet; turhan pakkausjätteen minimointi esimerkiksi uudelleen käytettävien lavojen avulla; tehokas jätteiden lajittelu; kierrätysmahdollisuuksien tarjoaminen kuluttajille.

## Kiertotalouden nykytila

Kiertotalouden nykytilaa lukujen valossa tarkasteltaessa on selvää, että tilastointi ei ole vakiintunutta ja tietoa on pirstalemaisesti. Tilastojen sijaan tietoja joudutaan keräämään kyselyiden ja muiden selvitysten perusteella. Esimerkiksi eri tuoteryhmien uudelleenkäytön määriä ei ole tilastoitu kattavasti tähän mennessä.

Seuraavissa kappaleissa nykytilaa tarkastellaan vaatteiden ja kodintekstiilien, urheiluvälineiden ja kodinkoneiden ja elektroniikan sektoreilta. Osion lukeminen kannattaa myös siitä syystä, että sieltä voit löytää myös uusia liiketoimintamahdollisuuksia; esimerkiksi korjauspalveluita ja -ratkaisuja ja niihin liittyviä digitaalisia ratkaisuja helpon ja houkuttelevan asiakaskokemuksen luomiseksi tarvitaan jatkossa huomattavasti enemmän.

## ReTuna Kierrätysgalleria – kiertotalousostokeskus

### **KUVAUS & TAVOITELTU VAIKUTUS:**

ReTuna Kierrätysgalleria on Ruotsin Eskilstunassa sijaitseva kiertotalousostokeskus, jossa kaikki myytävä on kierrätettyä, uudelleenkäytettyä tai tuotettu vastuullisesti. ReTunan tarkoitus on mullistaa ostoksien tekeminen ilmastoystävällisesti ja sosiaalisesti kestävästi - valitulla toimintamallilla liiketoiminnan kasvu on mahdollista irtikytkeä neitsytmateriaalien käytöstä.

**ASIAKASKOKEMUS:** Kantavana ajatuksena on ollut luoda perinteisen ostokeskuksen kaltainen kokemus, jossa sekä kierrättäminen että käytettyjen tuotteiden hankinta on tehty asiakkaalle helpoksi yhden palautuspisteen ja eri tuotteisiin keskittyneiden monipuolisten kauppojen kautta. Näin käytettyjen tuotteiden ostaminen on asiakkaiden silmissä aidosti kilpailukykyinen vaihtoehto uuden hankkimiselle ja itselle turhat tavarat saadaan tehokkaasti kiertoon.

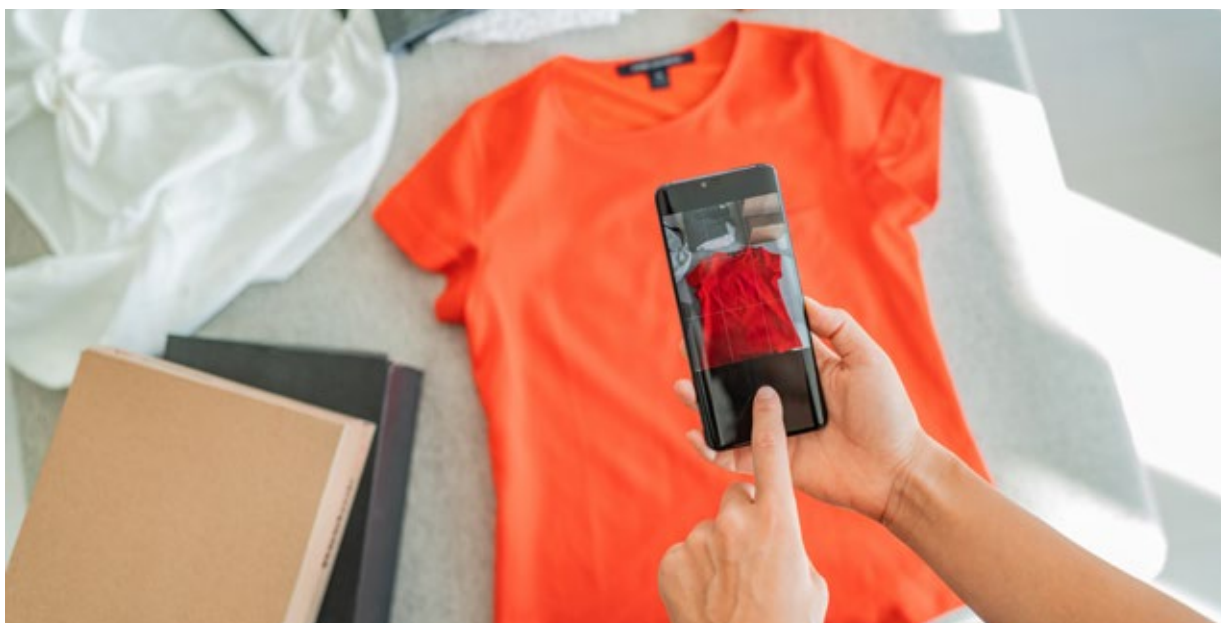
### **LIIKETOIMINTAMALLI & EKOSYSTEEMI:**

ReTunan kiertotalouden liiketoimintamalli on tuotteiden elinkaaren pidentäminen ja liiketoimintaekosysteemin fasilitointi. Kuluttajilta ja yrityksiltä palautuspisteiden kautta vastaanotetut tavarahjoitukset lajitellaan, arvioidaan ja toimitetaan ostokeskuksen eri toimijoiden kaappoihin. Seuraavaksi kauppojen henkilökunta arvioi tuotteet tarkemmin ja päättävät niiden korjauksesta, uudistamisesta ja myymisestä omassa myymälässään.

### **HYÖDYT KAUPAN ALAN**

#### **TOIMIJOILLE:**

- Ostokeskuksen toimijoille keskitetty lajittelu mahdollistaa keskittymisen tiettyjen tuotteiden käsittelyyn ja oman toimintaprosessin tehokkaaksi hiomiseen
- Monipuolinen kokonaisuus tuo ostokeskukseen asiakaskuntaa kaikille toimijoille.
- Yhteinen brändi ja markkinointiviestintä



## Vaatteet ja kodintekstiilit

Taloustutkimuksella teetetyyn kyselyn mukaan noin 14 prosenttia kuluttajista kertoo ostavansa kierrätettyjä vaatteita. Osuus on kasvanut selvästi viime vuosina. Eniten käytettyä ostavia on alle 35-vuotiaiden ja lapsiperheiden joukossa. Globaalin Data Consumer Resale -tutkimuksen mukaan (mukana 48 maata 4 eri mantereelta) vuosina 1981-2012 syntyneistä 62% ilmoittaa etsivänsä vaatteita ensin second hand -kaupoista ennen kuin ostavat uutta.

Muoti- ja urheilukaupan mukaan käytettyjen vaatteiden myynti kasvoi vuonna 2022 17 prosentilla. Käytettyjen vaatteiden ja kodintekstiilien jälleenmyynti tapahtuu pitkälti joko perinteisten kirpputorien tai nettikirpputorien kautta kuluttajalta kuluttajalle tai sellaisten tahojen kautta, jotka ottavat vastaan käytettyjä tuotteita lahjoituksena, kuten UFF tai Kierrätyskeskus.

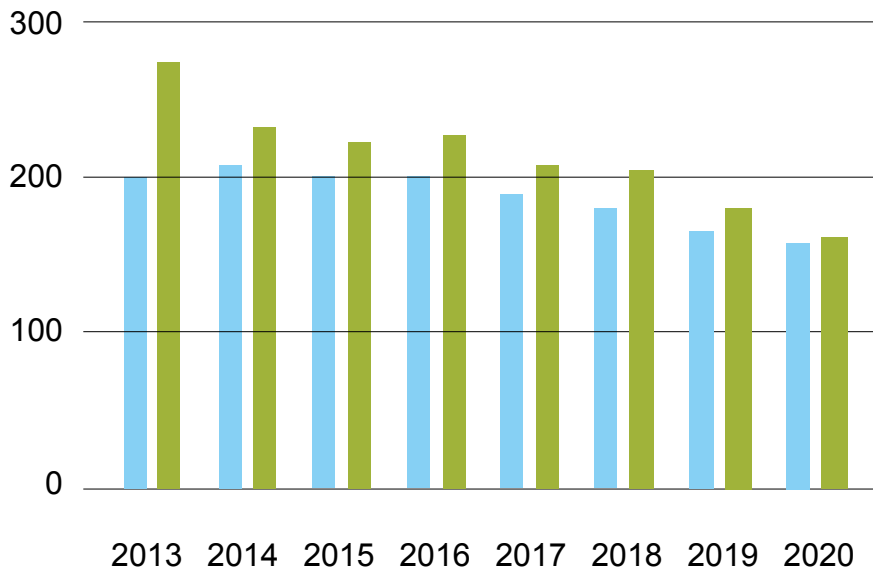
Vaatteiden ja kodintekstiilien jälleenmyynnin määrästä ja arvosta ei ole olemassa kattavaa tilastoa. Muoti- ja urheilukauppa ry:n mukaan käytettyjen vaatteiden markkinaosuus on yksi prosentti vaatteiden markkina-arvosta ja noin 3-4 prosenttia vaatekaupan volyymista.

Perinteisiä kenkien ja vaatteiden korjauspalveluita eli suutareita on melko paljon, mutta määrä on vähenemässä. Suutariliikkeitä oli Tilastokeskuksen toimialaluokituksen mukaan vuonna 2021 155, ja alan liikevaihto oli reilu 15 miljoonaa euroa. Suutariyritysten määrä, henkilöstö ja liikevaihto on vähentynyt melko tasaisesti viime vuosina (Kuva s.16). Ompelimoiden määrästä Suomessa ei löydy tilastoa, eikä ole tietoa siitä, miten moni ompelimo on pääasiassa korjausompelimo, ja miten moni tekee eniten uusia vaatteita.

Suutariliikkeiden liitto teki maaliskuussa 2022 kyselyn, jossa selvitettiin suutariyrittäjien tilannetta. Vastauksista nousivat esille erityisesti alalla työskentelevien korkea keski-ikä ja vaikeudet löytää yrityksille jatkajia. Suutaripalveluista on jo nyt puutetta isojen kaupunkien ulkopuolella, ja tilanne pahenee tulevana vuosina eläköitymisen myötä.

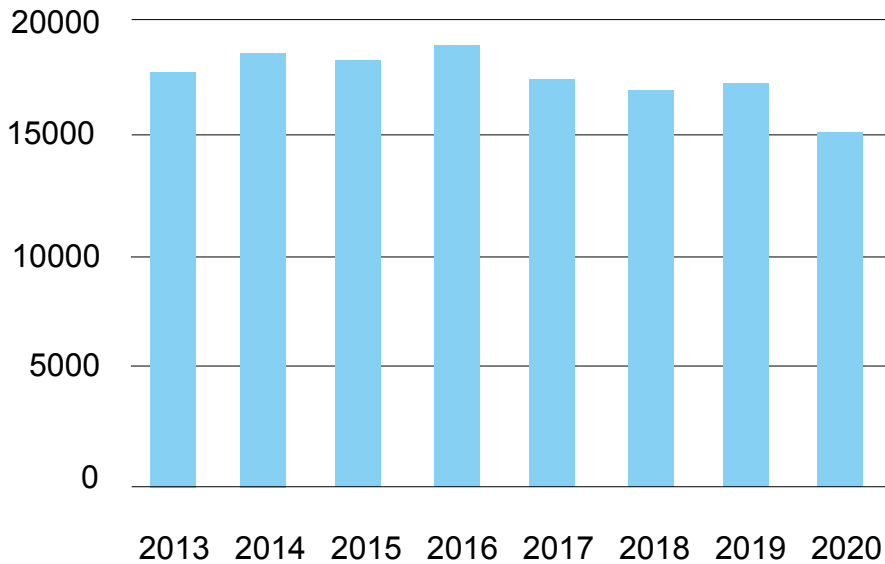


## Jalkineiden ja nahkatavaroiden korjaus vuosina 2013-2020



■ Yritysten lkm ■ Henkilöstö (hvt)

## Jalkineiden ja nahkatavaroiden korjaus Liikevaihto 1000€ vuosina 2013-2020 Tilastokeskuksen mukaan





## i

## thredUP – helpompi tapa myydä ja ostaa käytettyjä vaatteita

### KUVAUS & TAVOITELTU VAIKUTUS:

thredUP on yhdysvaltalainen uudenveroisten käytettyjen vaatteiden markkinapaikka verkossa ja second hand -jälleenmyyntipalvelun (Resale-as-a-service) tarjoaja, jonka palvelu pyrkii edistämään kertakäyttömuodin hylkäämistä ja kestävää kehitystä. Vaatteiden pitäminen käytössä mahdollisimman pitkään on muodin kiertotalouden keskeinen strategia - thredUP:n arvion mukaan jätteen määrä vähentyisi jopa 200 miljoonalla kilolla, jos kaikki Yhdysvalloissa ostaisivat yhden käytetyn tuotteen uuden sijaan.

**ASIAKASKOKEMUS:** thredUP:n kuluttaja-asiakkaita ovat sekä tuotteiden ostajat että niitä thredUP:lle myytäväksi toimittavat henkilöt. Ostajalle tarjotaan erittäin laaja valikoima vaatteita sekä asusteita verkkokaupassa, jonka käyttökokemus vastaa perinteisten, uusien vaatteiden myyntisivustoja. Tuotteita myytäväksi toimittavalle kuluttajalle toimintamalli on tehty mahdollisimman helpoksi - myyjä tilaa postitse toimitettavan pakkauksen, jossa tuotteet lähetetään veloituksetta ja thredUP hoitaa kaiken siitä eteenpäin.

### LIIKETOIMINTAMALLI & EKOSYSTEEMI:

thredUP:n kiertotalouden liiketoimintamalli on tuotteen elinkaaren pidentäminen uudelleenmyyntipalvelulla. Vastaanotetut tuotteet lajitellaan, arvioidaan ja valitut tuotteet laitetaan myyntiin verkkoalustalle thredUP:n omien työntekijöiden toimesta - kehitetty käsittelyprosessi mahdollistaa jopa sadan tuhannen tuotteen käsittelyn päivässä. Tuotteen lähettäneelle kuluttajalle tilitetään tuotteen myyntihinnasta riippuen 3-80% tai hyvitys lahjakorttina. Lisäksi tarjolla on resale-as-a-service -jälleenmyyntipalvelu, jonka kautta vaatebrändit voivat lanseerata oman käytettyjen vaatteiden markkinapaikan helposti.

### HYÖDYT KAUPAN ALAN

#### TOIMIJOILLE:

- Tuotteita toimittaville asiakkaille helpoksi tehty palvelu tarjoaa jatkuvan myytävien tuotteiden virran, jolloin kaupan tarjonta pysyy monipuolisena
- Second hand -myymälät saavat myytäväksi lajiteltuja vaatteita, jotka eivät päädy myyntiin thredUP:n verkkokauppaan
- Vaatebrändit voivat hyödyntää thredUP:n valmista palvelua oman käytettyjen vaatteiden kaupan aloittamiseksi, joka mahdollistaa uusien asiakassegmenttien tavoittamisen



## Urheiluvälineet

Muoti- ja urheilukaupan liiton mukaan urheiluvälineet kiertävät jo nyt käytössä melko hyvin. Monet urheiluvälineet käytetään joko loppuun tai myydään eteenpäin.

Tilastokeskuksen toimialaluokituksen mukaan vapaa-ajan ja urheiluvälineiden vuokrauksessa toimi vuonna 2021 91 yritystä, joiden yhteenlaskettu liikevaihto oli noin 35 miljoonaa euroa (Taulukko alla). Urheiluvälineiden vuokraus on yleistä siellä, missä on retkeilyyn ja urheiluun keskittyntä liiketoimintaa, kuten hiihtokeskuksissa ja retkeilyhotelleissa. Alan edustajien mukaan nykyisin suurin osa suksista myydään vuokraamoihin, jolloin niiden käyttöaste on korkea verrattuna siihen, että jokainen omistaa omat suksensa. Myös mm. tennis- ja sulkapallohallit vuokraavat välineitä.

### Vapaa-ajan ja urheiluvälineiden vuokrausliiketoiminta vuonna 2021 Tilastokeskuksen toimialaluokituksen mukaan

	Yritysten lkm	Liikevaihto 1000 €	Henkilöstö htv
Vapaa-ajan ja urheiluvälineiden vuokraus ja leasing	91	35002	120





## Decathlon Second life – kunnostetut urheiluvälineet takuulla

### **KUVAUS & TAVOITELTU VAIKUTUS:**

Ranskalainen, 56 maassa toimiva urheiluvälinekauppa Decathlon myy verkkokaupassa ja myymälöissään Second life -tuotteita, jotka ovat kuljetuksissa vaurioituneita tai asiakkaiden palauttamia. Tuotteet tarkistetaan Decathlonin asiantuntijoiden toimesta ja tarvittaessa kunnostetaan, jonka jälkeen ne myydään edullisempaan hintaan normaalilla takuulla ja palautusmahdollisuudella. Decathlon tavoittelee vuonna 2021 lanseeratulla Second life -tarjonnallaan merkittävää jätteen ja päästöjen vähentämistä.

### **ASIAKASKOKEMUS:**

Second life -tarjonta mahdollistaa asiakkaille edullisempien urheiluvälineostoksien tekemisen, kuitenkin säilyttäen tutut edut kuten takuun. Käytettyjen ja huollettujen urheiluvälineiden lisäksi asiakkaille on tarjolla muita elinkaari palveluita, kuten huolto-ohjeistukset, jotta he voivat huoltaa välineensä itsenäisesti.

### **LIIKETOIMINTAMALLI & EKO-SYSTEEMI:**

Decathlonin Second life -tarjonnan liiketoimintamallina on tuotteen elinkaaren pidentäminen. Tuotteet säilytetään niiden alkuperäisessä käyttötarkoituksessa korjaamalla ja kunnostamalla niitä – ja vaurioituneet tuotteet korjataan toiminnaltaan uudenveroisiksi. Tuotteiden tarkistuksen ja huollon suorittavat Decathlonin omat työntekijät. Lisäksi omissa tuotteissaan Decathlonilla noudatetaan eco design -ohjeistusta, jonka tarkoitus on mahdollistaa tuotteiden korjattavuus ja pidempi elinkaari.

### **HYÖDYT KAUPAN ALAN TOIMIJOLLE:**

- Systemaattinen tapa hyödyntää vaurioituneet ja palautustuotteet kannattavasti
- Brändin vahvistaminen
- Laajemman asiakaskunnan tavoittaminen



## Bundles – kodinkoneet käyttöön palveluna

### **KUVAUS & TAVOITELTU VAIKUTUS:**

Alankomaalainen Bundles tarjoaa uusia ja kunnostettuja pyykinpesukoneita, kuivausrumpuja ja muita kodinkoneita palvelumallilla tarkoituksenaan tarjota kaikille kestäviä ja resurssitehokkaita laitteita. Digitaalisia ratkaisuja hyödyntävä palvelu auttaa myös vähentämään energian, sähkön ja pesuaineiden kulutusta, sekä optimoi laitteen käyttöä mahdollistaen sen elinkaaren pidentämisen - vähentäen tarvetta uusien laitteiden valmistamiselle.

**ASIAKASKOKEMUS:** Palvelu mahdollistaa käyttäjälle laadukkaiden kodinkoneiden käyttämisen ilman omistamisen ja sitä kautta kertainvestoinnin tarvetta. Etäseurannan mukanaan tuoma ennakoiva huolto vähentää yllättäviä rikkoutumisia ja käyttökatkoja. Lisäksi osana palvelua tarjottu mobiilisovellus auttaa optimoimaan sähkön, veden ja pesuaineen kulutusta. Bundlesin mukaan heidän asiakkaansa säästävät keskimäärin 91 kWh energiaa, yli 10 litraa pesuainetta ja 3000 litraa vettä vuodessa.

### **LIIKETOIMINTAMALLI & EKOSYSTEEMI:**

Bundlesin kiertotalouden liiketoimintamalli on käytön mukaan maksettava toiminto palveluna -malli, jossa asiakas maksaa toiminnallisuudesta, eli pyykinpesukoneen tapauksessa pesemisestä käyttökertojen mukaan. Palveluntarjoaja säilyttää tuotteen omistuksen ja vastaa sen toiminnasta. Laitteiden käytöstä maksetaan kuukausimaksu (esimerkiksi pesukone alkaen 11,95€/kk), jonka lisäksi pesukohtainen maksu, joka on hinnoiteltu kuukausittaisten pesukertojen määrän mukaan. Jos laitteita ei enää voida korjata, ne toimitetaan kierrätykseen – huolto ja kunnostus on kuitenkin aina ensimmäinen vaihtoehto.

### **HYÖDYT KAUPAN ALAN TOIMIJOILLE:**

- Palvelumalli tuo jatkuvan tulonlähteen kertamyynnin sijaan saman tuotteen kiertäessä useamman asiakkaan käyttöön
- Tiivis asiakassuhde, joka mahdollistaa myös lisäpalveluiden myymisen asiakkaille
- Laittevalmistajat voivat optimoida omaa tuotekehitystään käyttödatan avulla



## Kodinkoneet ja elektroniikka

Käytettyjen kodinkoneiden myynnille on potentiaalisesti hyvät markkinat. Elektroniikan ja kodinkoneiden tukkukauppiat ry:n Taloustutkimuksella teettämän kyselyn mukaan vajaa 40 % vastaajista ostaisi käytettynä elektroniikkaa, noin 30 % isoja kodinkoneita ja noin 20 % pieniä kodinkoneita.

Verkkokaupan Vastuullisuusbarometrin 2022 mukaan kysyntä huolletulle ja käytetylle elektroniikalla ylittää tällä hetkellä tarjonnan: jopa 77 % vastaajista olisi valmis hankkimaan tunnetuista verkkokaupoista luotettavaa ja huollettua käytettyä elektroniikkaa, jos sitä olisi enemmän tarjolla. Niin ikään asiakkaat odottavat huoltopalveluita enenevässä määrin.

Toisaalta Kuluttajaliiton selvityksen mukaan vain 8% kuluttajista on sitä mieltä, että uudet käyttötavarat ovat kestäviä, ja jopa 78% on sitä mieltä, että tavarat eivät ole helposti korjattavissa (esim. korjauspalveluita ei ole saatavilla, korjaaminen on liian kallista tai vaatii erityisosaamista).

Kiinnostuksen kasvusta kertoo osaltaan myös esimerkiksi eurooppalainen yksityishenkilöistä, kansalaisjärjestöistä, yrityksistä koostuva Right to Repair -verkosto (Oikeus korjaukseen), joka pyrkii vaikuttamaan elektroniikkalaitteiden paremman korjattavuuden puolesta.

Esimerkiksi Ranskassa on jo otettu käyttöön elektroniikkalaitteiden korjattavuusindeksi. ja samanlaista työkalua pyritään saamaan käyttöön koko EU:n alueelle. Kiinnostus ostaa käytettyjä



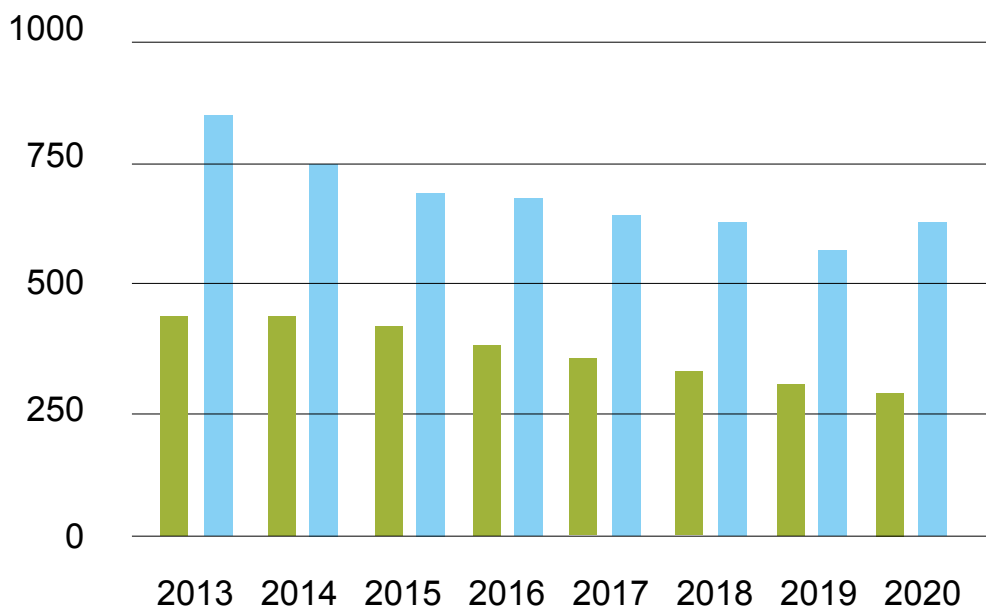
puhelimia kasvaa myös kaksinumeroisin luvuin: Esimerkiksi suomalainen Swappie, joka on erikoistunut korjaamaan iPhoneja ja myymään ne käytettyinä, on kasvanut perustamisvuodestaan 2015 lähes 200 miljoonan euron liiketoiminnaksi ja toimii Euroopassa 15 markkina-alueella.

Kodinkoneiden ja elektroniikan korjauspalveluita tarjoavia yrityksiä oli vuonna 2021 yhteensä 569 kappaletta, ja niiden liikevaihto oli reilut 206 miljoonaa euroa (Taulukko alla). Tämä korjaustoiminta työllisti yhteensä 1340 henkilötyövuoden verran. Perinteisten kodikonekorjauspalveluiden tarjonta on heikentynyt viime vuosina (ks. kuva alla).

### **Kodinkoneiden ja elektroniikan korjauspalveluliiketoiminta vuonna 2021 Tilastokeskuksen toimialaluokituksen mukaan**

	Yritysten lkm	Liikevaihto 1000 €	Henkilöstö htv
Tietokoneiden ja niiden oheislaitteiden korjaus	144	55701	333
Viestintälaitteiden korjaus	40	14649	85
Viihde-elektroniikan korjaus	84	50755	367
Kotitalouskoneiden sekä kodin ja puutarhan laitteiden korjaus	301	85011	555

### **Kotitalouskoneiden sekä kodin ja puutarhan laitteiden korjauspalveluiden henkilötyövuosien kehitys 2013-2020 Tilastokeskuksen toimialaluokituksen mukaan**



■ Yritysten lkm ■ Henkilöstö (hvt)

Arvokkaan pienelektroniikan kierto on jo arkipäivää. Kaupat kuten Swappie ja Fonum ostavat, huoltavat ja myyvät edelleen toimivia älypyhelimia. Näitä liiketoimintamalleja voinee soveltuvilta osin käyttää muunkin soveltuvan elektroniikan ja kodinkoneiden korjaukseen ja jälleenmyyntiin. Suurten kodinkoneiden tapauksessa laitteen korjaukseen vieminen tai lähettäminen ei ole kuluttajalle yhtä helppoa kuin pienikokoisten älypyhelimien ja tablettien, joten korjauspalveluita tarvitaan myös laitteen käyttöpaikassa.

Merkittävä osa käytetyn tavaran myynnistä tapahtuu erilaisten nettipalveluiden kautta kuluttajalta kuluttajalle (Tori.fi, Huuto.net ja lukuisten Facebook- ja muiden ryhmien kautta tai erilaisilla kirpputoreilla, harrastusryhmissä ym.). Lisäksi tietoteknisiä laitteita kiertää leasing-yhtiöiden kautta käytettynä uudelleen markkinoille.

Toimistokoneiden ja -laitteiden sekä tietokoneiden vuokraus- ja leasingtoiminta on tällä hetkellä suunnattu lähes yksinomaan yrityksille, mutta tällä liiketoimintamallilla voisi olla potentiaalia myös kuluttajakaupassa ja tarjoajia löytyy jo muutamia.



## Kiertotalouden potentiaali

On tärkeää ja välttämätöntä, että kaupan ala kulkee reippaasti kohti hiilineutraaliutta omien toimintojensa osalta (scope 1 ja 2). Kaupalla ja sen arvoketjulla on kuitenkin kaikkein tärkein rooli suomalaisten vähähiilisen kiertotalouselämäntavan edistäjänä ja yhteiskunnan muutoksen vauhdittajana, jotta kansallinen tavoitetilä eli hiilineutraali kiertotalous saavutetaan. Toisin sanoen kiertotalous tarjoaa erinomaisen ratkaisupaletin saada alas toimitusketjusta ja käytöstä syntyvät scope 3 -päästöt<sup>1</sup> sekä hidastaa luontokatoa. Suomen kuntien ja maakuntien kulutusperäiset päästöt huomioon ottavan laskennan mukaan yksityisen kulutuksen osuus on jopa yli 80 % Suomen kulutusperäisistä päästöistä, ja kauppa on luonnollisesti linkki asiakkaan ja kulutuksen välillä.

*Uudelleen  
myynnin, vuokrauksen, korjauksen  
ja uudelleen valmistuksen osuuden  
globaalista muotimarkkinasta on  
arvioitu kasvavan nykyisestä 3,5  
prosentista 23 prosenttiin vuoteen  
2030 mennessä.*

Lähde: HS -artikkeli, 2022



*Korjatun puhelimen hiili-  
jalanjälki on noin 78 %  
pienempi kuin uuden  
puhelimen.*

Lähde: Swappie Environmental Impact  
Report 2021

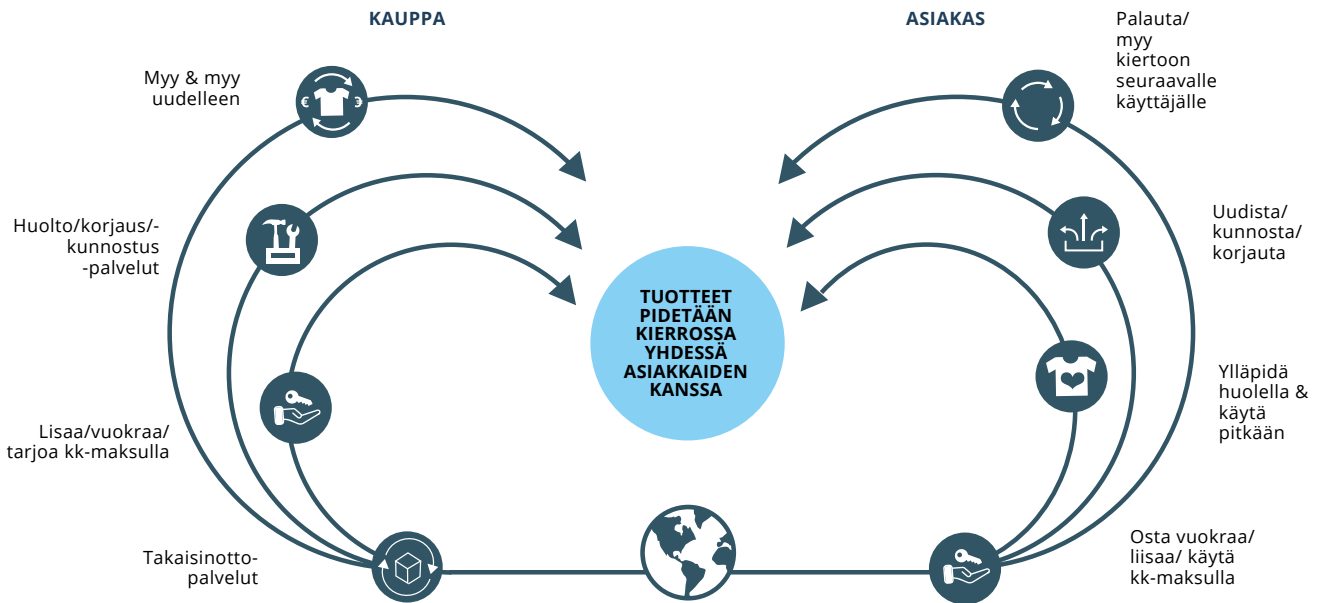
Kaupan alaa voisikin jatkossa visioida kokonaisvaltaisen elinkaari palvelun alusta -ajattelun kautta, jossa tuote palveluna -toimintamalli ja siihen kytketyt oheispalvelut mahdollistavat asiakkaiden vähähiilisen kiertotalouselämäntyylin.

Toisin sanoen käytetyn tavaran takaisinotto ja uudelleen myynti sekä erilaiset palvelut, kuten kunnostus, korjaus ja huolto, ovat tasaveroisessa asemassa uuden tuotteen myynnin kanssa. Pitkällä aikavälillä ne saattavat jopa enenevässä määrin korvata perinteistä, tavaran kertaostokseen ja omistamiseen perustuvaa myyntiä. Tuote palveluna -ajattelu haastaa näin sekä yrityksen ansaintalogiikkaa erilaisten käyttöön tai aikaan perustuvan kuukausimaksun, leasing- tai vuokrausmallien kautta että asiakkaan tarvetta omistaa tavaroita ja olla jatkossa pelkästään tavaran käyttäjä ja hyödyntäjä.

<sup>1</sup>Yritysten päästöt jaetaan kolmeen eri päästöluokkaan, joita kutsutaan scope 1, 2 ja 3. Scope 1 -päästöt ovat yrityksen oman toiminnan (esim. oma kiinteistö ja kulkuvälineet) aiheuttamat suorat päästöt. Scope 2 -päästöt ovat yrityksen käyttämän energian (sähkö, lämpö, jäädytys) päästöt. Scope 3-päästöillä viitataan yrityksen arvoketjussa syntyviin päästöihin, esim. raaka-aineiden hankinta, valmistus, kuljetus ja käyttö.



## Kuluttajakaupan kiertotalousvisio 2035



*”Vuonna 2035 Suomalainen kaupan toimiala on edelläkävijä kiertotalousliiketoiminnassa, jonka ytimessä on tuotteiden kierrossa pitäminen korkea-arvoisina yhdessä asiakkaiden kanssa. Elin-kaarimalliin perustuvat tuote palveluna -konseptit muodostavat korjaus-, huolto- ja kunnostuspalveluiden kanssa jatkuvaan vuorovaikutukseen perustuvan asiakaspolun, jolla vähähiilinen kiertotalouselämäntyyli on osa hyvää arkea.”*

### **Jotta visioon voidaan päästä, tarvitaan:**

- 1)** ajattelutavan muutosta kaupan roolista: eli miten kauppa voi tuote -ja palveluvalikoimalla tukea asiakkaiden vähähiilistä kiertotalouselämäntyyliä
- 2)** uudenlaista vuorovaikutusta asiakkaan kanssa, jossa tuotteiden kierrossa pitäminen on yhteinen tavoitetila
- 3)** kaupan alan toimijaverkostoja eli liiketomintaekosysteemejä, jotka toimivat kiertotalouden periaatteilla mahdollistaen kohdat 1 ja 2.
- 4)** digitaalisia ratkaisuja, jotka mahdollistavat kiertotalouden mukaisen liiketoiminnan. Esimerkiksi laadukas ja avoin tuotedata on välttämätön, jotta tuotetta voidaan korjata ja pitää turvallisesti useissa kierroissa.

## Kiertotalouden ajurit kaupan alalla

Käynnissä on aikamme suurin markkinamurros lineaaritaloudesta kiertotalouteen, ja kaupan alan toimijoiden kannattaakin tarkastella seuraavia ajureita kilpailuedun ja kilpailukyvyyn näkökulmasta ja samalla pohtia, miten oma toiminta vastaa ajureihin.

■ **Markkinaympäristö muuttuu nopeasti: EU:n** ja Suomen tahtotila mennä kohti hiilineutraalia kiertotaloutta on vahva. Yksi esimerkki on **Kestävä tuotepolitiikka -aloite**, jonka tavoitteena on saada kaikki EU:n alueella myytävät tuotteet kiertotalouden mukaisiksi eli käytännössä avainsanoja ovat: pitkäikäisyys, korjattavuus, varaosien saatavuus, uudelleen käytön/valmistuksen mahdollistaminen, kierrätettävyys ja haitallisten kemikaalien minimointi.

■ **Kiertotalous on jatkossa ainoa talous:** Suomen kiertotalousohjelman ja kansallisten kiertotaloustavoitteiden tavoitteena on luoda kiertotaloudesta Suomelle menestyvän talouden perusta ja ohjata kaikkia aloja irtikytkentään. Tämä tarkoittaa sitä, että yritysten tulee proaktiivisesti kehittää kiertotalouden mukaista liiketoimintaa pysyäkseen mukana kilpailussa.

■ **Materiaalien käsittely on päästöintensiivistä:** raaka-aineiden hankinta, valmistus ja käyttö tuottavat **n.70% CO2-päästöistä**; kiertotalouden toimintamalleilla saadaan aikaan merkittäviä päästövähennyksiä eli pystytään taklamaan scope 3 -päästöjä.

■ **Rajalliset resurssit:** suomalaiset tarvitsisivat noin neljän maapallon resurssit pitääkseen yllä nykyistä liiketoimintaa ja elämäntyyliä, joten nykyinen myy-osta-käytä-heitä pois -toimintamalli on jatkossa mahdoton yhtälö. Tällä hetkellä yli 90% materiaaleista ja tuotteista päätyy jätteeksi aiheuttaen samalla valtavan määrän päästöjä, sen sijaan, että materiaali pidettäisiin kiertotalouden periaatteiden mukaisesti kierrrossa.

■ **Jokainen yritys on riippuvainen luonnosta:** Kaikkien raaka-aineiden alkuperä on luonnossa. Lisäksi luonnon tarjoamat ekosysteemipalvelut ovat välttämättömiä liiketoiminnan olemassaololle: esimerkiksi vesi on luonnon ekosysteemipalvelu, jota ilman on mahdoton viljellä vaikkapa puuvillaa. Ilman kukoistavaa luontoa ei voi olla kukoistavaa liiketoimintaa, ja siksi omassa liiketoiminnassa tulee hakea keinoja irtikytkentään ja sitä kautta merkittävästi vähempään ympäristökuorman tuottamiseen. Luonnon monimuotoisuuden ja luonnon kiertokulkujen turvaaminen on jokaisen yrityksen tehtävä.

■ Pitkät tuotantoketjut ovat haavoittuvia, ja raaka-aineiden hinnat ja saatavuus voivat vaihdella rajusti. **Kiertotalousratkaisuilla** luodaan **resilienssiä** yritysten toimintakykyyn.



## Asiakkaat ovat jo valmiita kiertotalouteen

*”On selvää, että kuluttajat haluavat ostaa enemmän käytettyjä tuotteita ja ostamisen tulee olla helppoa. Yrityksillä onkin nyt hyvä mahdollisuus löytää tapa myydä käytettyä uuden rinnalla.”*

Lähde: Kaupan alan toimijan haastattelu

Kuten Sitran elämäntapatutkimuksesta käy ilmi, yhä useampi kuluttaja haluaa tehdä vastuullisia ja kiertotalouden mukaisia hankintoja, jotka säästävät luontoa ja vähentävät henkilökohtaista ympäristökuormaa. Asiakkaiden mukaan tuottajien tulisi kantaa vastuu myymiensä tuotteiden ja niiden materiaalien elinkaarista. Valmius esimerkiksi käytettyjen tuotteiden ostamiseen ja korjauspalveluihin on jo olemassa. Kun tarkastellaan kestävä elämäntavan toteutumista tutkimuksen valossa, käytetyn tavaran ostaminen sekä korjaaminen uuden tavaran hankkimisen sijaan ovat osana arkea yli 60% vastaajista. Nyt tarvitaankin houkuttelevien kiertotalouskonseptien aktiivista kehittämistä alan toimijoilta.

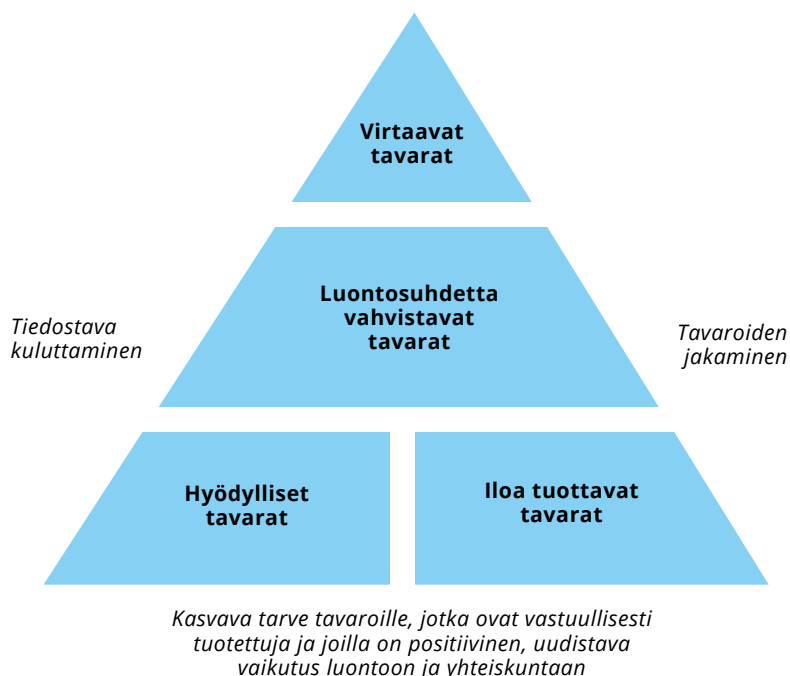
Samaa viestiä kertoo globaali ja myös Suomessa toteutettu laaja haastatteluihin perustuva Stuff in Flux 2 -tutkimus, joka valottaa, miten kuluttajakäyttäytyminen on muutoksessa. Viereisen kuvan mukaisesti asiakkaat toivovat mm. sitä, että tavaroilla olisi jatkossa monta omistajaa (kuvassa “virtaavat tavarat”), eli tavarat voisivat “virrata” käyttäjältä toiselle saaden näin useita elinkaarivaikutuksia.

*“Meiltä kysytään jo missä tuotteen voisi korjata.”*

Lähde: Kaupan alan toimijan haastattelu

## 1) Hyödylliset ja iloa tuottavat tavarat 2) Luontosuhdetta vahvistavat tavarat 3) Virtaavat tavarat

*Virtaavat tavarat: materiaalit virtaavat käyttäjältä toiselle: yksittäinen asiakas on omistajan sijaan käyttäjä ja ylläpitäjä, jolta tavara jatkaa kiertokulkuaan toiselle käyttäjälle.*



Alkuperäinen kuva Stuff in Flux 2 -tutkimus'.



### TOIMI

Lähde tarkastelemaan oman liiketoiminnan nykytilaa. Onko se täysin lineaarinen vai oletko jo lähtenyt kehittämään kiertotalouden toimintamallia? Apua löydät työkalupakista: työkalu #1 'Nykytilan arviointi ja kiertotalouden potentiaalin tunnistaminen' sekä työkalu #2 'Kohti kiertotaloutta -elinkaarimalli'.

Työkalu #3 'Asiakaskokemuksen kehittäminen kiertotalousratkaisuihin' auttaa asiakaspolun suunnittelussa, ja työkalun #4 'Kiertotalouden resursointi ja osaamistarpeet' avulla voit suunnitella sisäistä resursointia sekä tunnistaa uusia osaamistarpeita organisaation sisällä.



## 2. Toimijaverkoston eli kiertotalousliiketoiminta-ekosysteemien kehittäminen kolmella toimialalla

---

Vaatteet ja kodintekstiilit  
Urheiluvarusteet  
Kodinkoneet ja elektroniikka

► **Tässä luvussa** selvennetään, mitä tarkoitetaan kiertotalouden toimijaverkostolla eli liiketoimintaekosysteemillä, ja miksi niiden rakentaminen kaupan alalla on tärkeää. Jokaisesta tarkasteltavasta sektorista on myös tehty esimerkki, joka konkretisoi tekstiä. Esimerkkien lisäksi löydät tästä luvusta myös tarkistuslistan, joka ohjaa omaa kehittämistyötäsi nimenomaan asiakasnäkökulmasta.

*”Tarvittaisiin enemmän toimijoita käytettyjen tuotteiden vastaanottajapuolelle, esim. käytetyn kalusteen kauppa, tässä on vielä vähän toimijoita.”*

Lähde: Kaupan alan toimijan haastattelu

Kiertotalouden liiketoimintaekosysteemit ovat kokonaisia arvoverkostoja, jotka yhdessä kehittävät tuotteita, palveluita ja ratkaisuja kiertotalouden periaatteita ja liiketoimintamalleja hyödyntämällä. Näissä toimijaverkostoissa jokaisella verkoston yrityksellä on taloudellinen insentiivi eli houkutin olla mukana verkostossa. Tämän lisäksi ekosysteemin tarkoitus on luoda saumaton toimintamalli, jossa tavara pidetään kierrossa mahdollisimman pitkään mahdollisimman korkea-arvoisena. Kiertotalouden näkökulmasta materiaalikierrätys on viimeisin vaihtoehto, koska siinä arvoa tuhoutuu eniten.

Kiertotalouden liiketoimintaekosysteemit eivät siis ole toimitusketjuja, jotka vain kierrättävät syntyvät jätteensä (=kierrätystalous), vaan ne hyödyntävät monipuolisesti kiertotalouden mahdollisuuksia luoden uutta arvoa kaikille ekosysteemin toimijoille. Tällaisen liiketaloudellisesti kannattavan ekosysteemin kehittäminen ei ole aina helppoa – yrityksen oman liiketoiminnan lisäksi tarvitaan koko systeemin kehittämistä yhteiseen tavoitteeseen pääsemiseksi.

Asiakkaalle tämä verkostomainen toimintamalli tarkoittaa hyvää ja erittäin helpoksi tehtyä asiakaskokemusta. Jotta tuotteet voidaan pitää kierrossa, tarvitaan kumppaneita yli sektori-rajojen. Ekosysteemit tarvitsevat monenlaisia palveluiden tuottajia, digitaalisia ratkaisuja sekä kustannustehokkaasti toimivaa logistiikkaa. Ekosysteemien kehittäminen on uudenlainen tapa toimia kaupan alalla, ja isoilla toimijoilla onkin merkittävä rooli toimia “vitureina” vielä nuoressa kiertotalousmarkkinassa.

Tässä luvussa kuvataan 1) vaatteiden ja kodintekstiilien 2) urheiluvarusteiden 3) kodinkoneiden ja elektroniikan liiketoimintaekosysteemit esimerkinomaisesti, ja ne myös valottavat toimintamallin logiikkaa.



## Vaatteet ja kodintekstiilit: esimerkki toimijaverkostosta

---

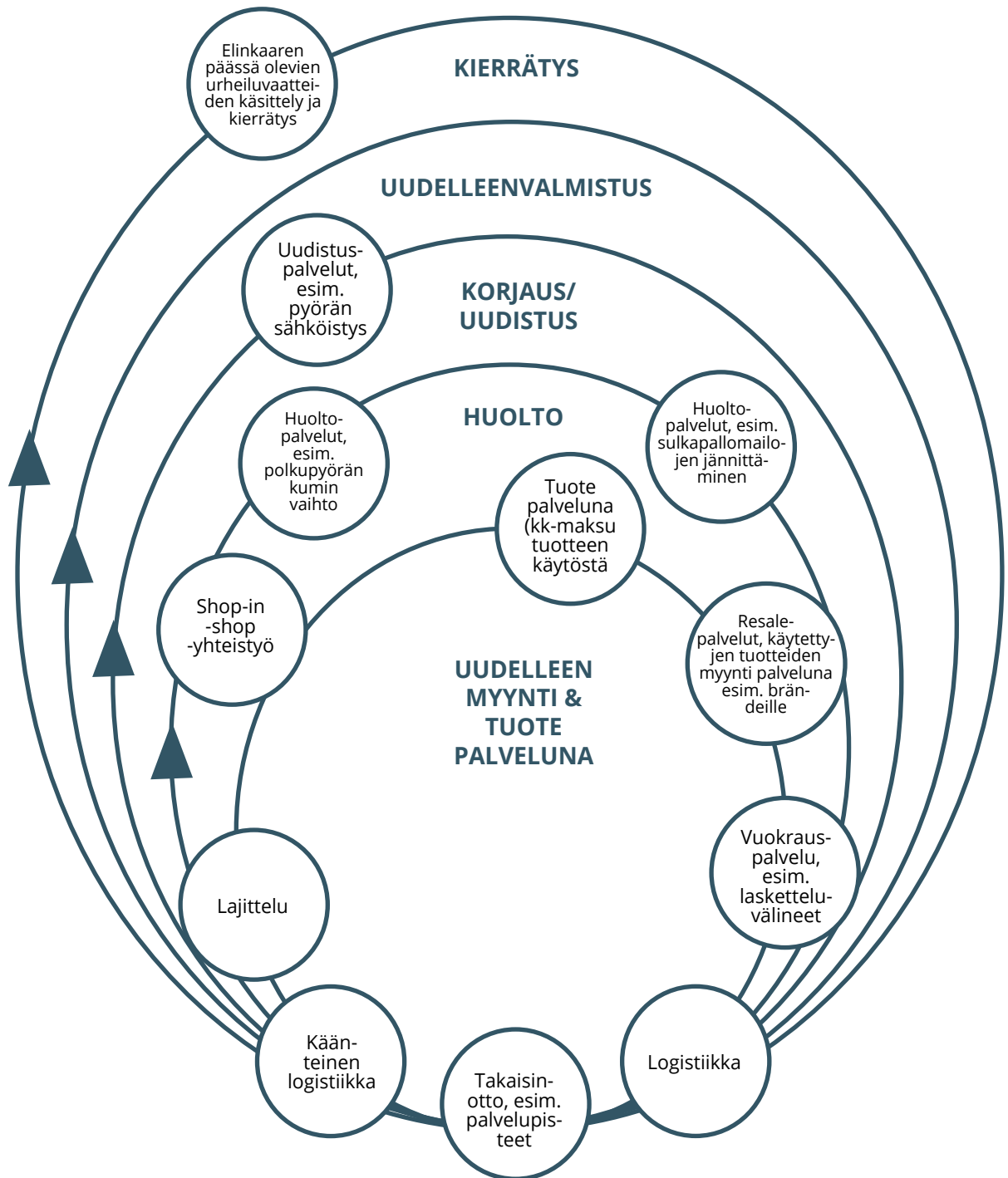
Vaatekauppa on tuonut uusien vaatteiden myymisen rinnalle vaatteiden takaisinoston ja uudelleenmyynnin, korjauspalvelut sekä kuukausimaksullisen vaatteiden vuokrauspalvelun, mikä muodostaa vaatekaupan kokonaisvaltaisen palvelutarjooman. Asiakkaalle tarjoomaa markkinoidaan houkuttelevana elinkaaripalveluna, jossa tuotteen kierrossa pitäminen on osa asiakaslupaus.

Asiakkaat voivat palauttaa vuokratut sekä jälleenmyytäväksi haluamansa vaatteet palautuspisteisiin, jotka sijaitsevat vaatekaupan tai kumppanien toimipisteissä esimerkiksi ruokakaupan yhteydessä. Tämä vaihe on kriittistä tehdä kuluttajalle mahdollisimman helpoksi, jotta tuotteiden kierto voidaan varmistaa. Käänteisen logistiikan hoitaa logistiikkatoimija, joka kuljettaa tuotteet lajitteluun.

Lajittelussa vuokrattavat vaatteet erotellaan muista, samoin myytäväksi tarkoitetut vaatteet lajitellaan kuntoluokkien mukaan ja toimitetaan joko vaatekaupan kuratoituun myymälään tai perinteisempään second-hand myymälään. Pesua tai korjausta vaativat tuotteet kuljetetaan huolto- ja korjauskumppanien kautta, josta ne palautuvat vaatekauppaan.

Elinkaaren päässä olevat tuotteet toimitetaan tekstiilien käsittelyyn ja kierrätykseen, josta syntyy uusiokuitua voidaan käyttää uusien tekstiilituotteiden raaka-aineena.







## Huomioitavaa asiakasnäkökulmasta

### Kiertotalouden tarkistuslistat:

Oheisten listojen avulla voit vielä varmistaa, että olet tarkastellut toimintaasi monipuolisesti ja huomioinut eri näkökulmat ja toisaalta uudet mahdollisuudet. Tarkistuslistat on koottu Kiertotalous kuluttajakaupassa -hankkeen Kaupan alan toimijoiden kehitystyöpajassa ja ne on jaettu kolmen sektorin mukaan: 1) Vaatteet ja kodintekstiilit 2) Urheiluvarusteet 3) Kodinkoneet ja elektroniikka

#### 1) VAATTEET JA KODINTEKSTIILIT

- Asiakashyödyt ja asiakasnäkökulma
- Onko arvopohjaisen kuluttamisen kasvu huomioitu?
- Miten varmistetaan palvelun helppous ja houkuttelevuus asiakkaalle?
- Ovatko tuotteet niin laadukkaita, että niiden arvo säilyy pitkään?
- Oletko huomioinut monipuoliset hintapisteet - laatua uutta edullisemmin?
- Voidaanko asiakasta osallistaa kiertotalouden toteuttamiseen?
- Viestitäänkö asiakkaalle jo esim. seuraavista aiheista:
  - Yleisesti kiertotalous-tuotteista
  - Miten saadaan pidettyä vaate käytössä mahdollisimman pitkään
  - Informaatio-ohjaus: fokus tiukemmille kierroille kierrätyksen sijaan

#### Logistiikka / vaatekeräys

- Voidaanko hyödyntää monen toimijan yhteistä keskitettyä logistiikkaratkaisua kustannusten optimoimiseksi?
- Onko keräyslaatikoiden / toimipisteiden sijainti optimaalinen?
- Miten varmistetaan, että tuotteet noudetaan sovitusti? Hyödynnetäänkö digitaalista ratkaisua?

#### Tuote palveluna: Vaatteiden vuokraaminen

- Onko asiakkaalle tarjolla mahdollisuus tuotteiden kokeilemiseen?
- Onko asiakkaalle tarjolla helppo toimitusmahdollisuus? (esim. verkkosivuilta hankkiminen ja toimitus lähikauppaan/pakettipisteeseen)

#### Ompelupalvelut / korjaaminen / huolto

- Voidaanko asiakkaalle tarjota korjaus/ompelepalvelu, jos tilattu tuote ei olekaan sopivan kokoinen?
- Onko myyjät ohjeistettu kertomaan korjaus/huoltopalveluista?
- Onko elinkaaren jatkamisen mahdollisuudet huomioitu tarjoamalla huoltopalvelua tai ohjeistusta (esim. nukan poisto, veto- ketjun vaihto tai mallimuutos)?
- Ovatko tuotteet tarpeeksi laadukkaita korjattaviksi?
- Onko tuotteiden varaosia saatavilla huolto- ja korjausta varten?
- Miten varmistetaan ammattitaitoisten tekijöiden löytäminen? Voimmeko itse kouluttaa osaajia?

Lähde: Kiertotalous kuluttajakaupassa -hankkeen Kaupan alan toimijoiden kehitystyöpaja 17.1.23



## Urheiluvarusteet: esimerkki toimijaverkostosta

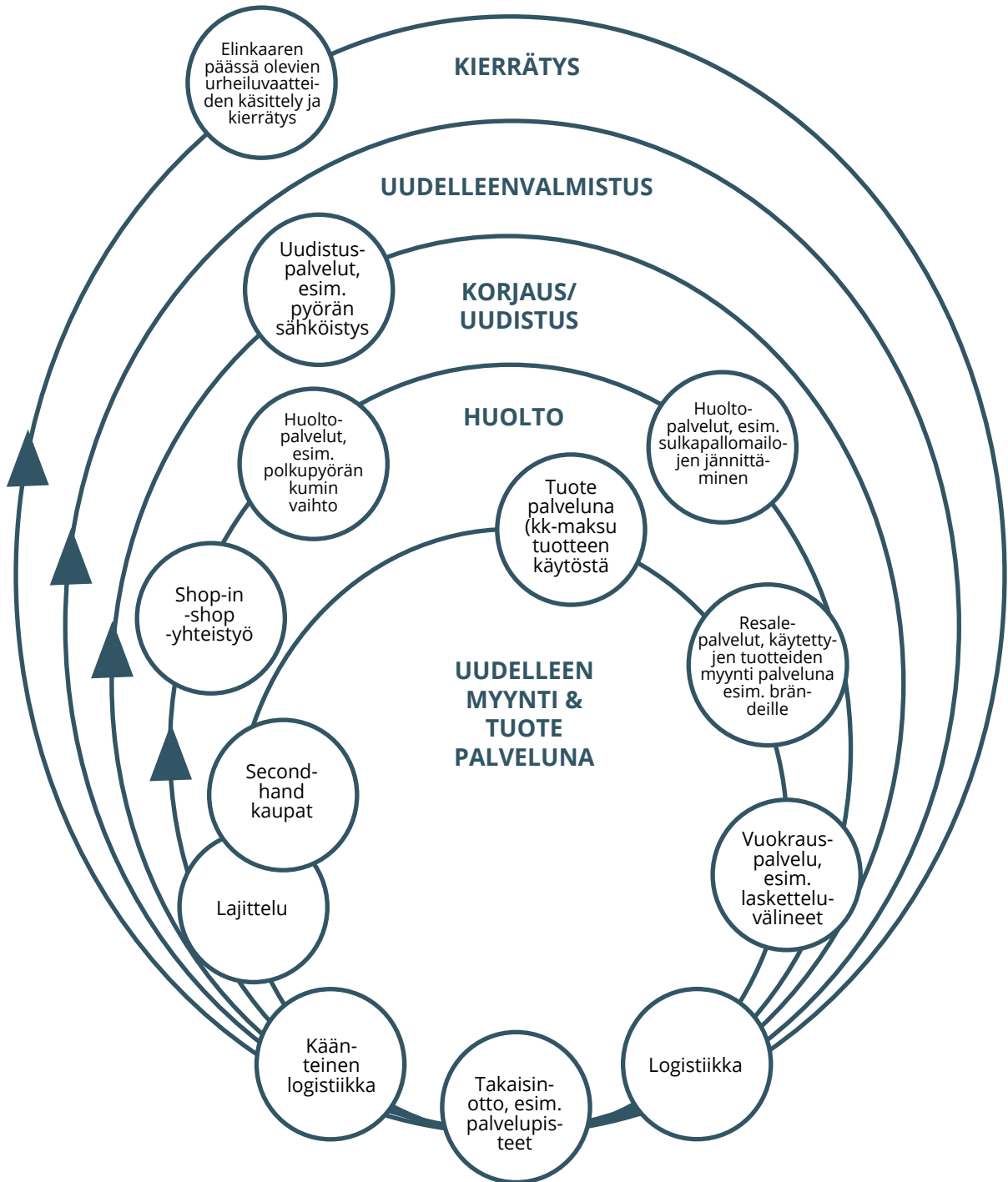
---

Pyöräkauppa on tuonut uutena palveluna mahdollisuuden pyörien ostamisen lisäksi hankkia pyörä kuukausimaksullisena kokonaispalveluna. Palvelu sisältää valitun pyörän lisäksi asiakkaan tarpeen mukaan lisävarusteet, kuten lukon ja kypärän. Asiakkaalle tarjotaan myös mahdollisuutta valita jo käytössä ollut pyörä edullisempaan kuukausihintaan.

Myös kaikki palvelun käytön aikaiset kuukausihuollot ja tarvittavat korjaukset kuuluvat kuukausimaksuun ja ne hoituvat valikoitujen huoltokumppanien kautta. Huoltoa tarvitsevan pyörän noutaa logistiikkatoimija suoraan asiakkaalta. Pyörän elinkaarta voidaan pidentää myös tarjoamalla muita elinkaaripalveluita, kuten osien päivitystä asiakkaan tarpeiden mukaisesti.

Asiakkaan käyttötarpeen muuttuessa tai hänen halutessaan lopettaa palvelun käyttö, käytössä olevalle pyörälle voidaan tilata nouto logistiikkatoimijalta, joka toimittaa pyörän takaisin kaupan yhteistyökumppanille tarkistukseen ja uudelleen käyttöön. Tässä kohtaa pyörä voidaan esimerkiksi päivittää sähköpyöräksi uudistuspalveluja tarjoavan yrityksen toimesta.

Elinkaaren päässä olevat tuotteet toimitetaan kierrätystoimijan käsittelyyn, jossa niistä erotellaan toimivat, uudelleenkäytettävät osat. Loput materiaalit kierrätetään uusien tuotteiden raaka-aineeksi.





## Huomioitavaa asiakasnäkökulmasta

### 2) URHEILUVARUSTEET

#### Huomioitavaa asiakashyödyistä ja asiakasnäkökulmasta

- Olemmeko huomioineet sen, että suurehko osa nuorista suosii käytettyjen tuotteiden ostamista?
- Miten tietoa kiertotalousvaihtoehdoista voitaisiin jakaa asiakkaille?
- Miten varmistetaan, että kiertotalousratkaisu helpottaa asiakkaan arkea?
- Miten voimme tarjota asiakkaille vähemmän tavaraa, mutta enemmän laatua?

#### Digialustat

- Miten luoda asiakkaille sosiaalisen median kuluttajien välistä kauppaa houkuttelevampi tapa ostaa käytettyjä tuotteita?

#### Korjaus/Huolto

- Miten varmistetaan ammattitaitoisten tekijöiden löytäminen? Voimmeko itse kouluttaa osaajia?
- Voimmeko tarjota uusia saavutettavia työpaikkoja osana korjaus/huoltotoimintaamme? (erityisesti perinteisesti vaikeammin työllistettävää matalamman koulutustason työntekijöitä)
- Voisiko korjaustoimintaa sertifioida?

#### Tuote palveluna

- Onko asiakkaalle tarjolla mahdollisuus tuotteiden kokeilemiseen?
- Miten asiakaspalvelumme osaamista ja resursseja tulisi kehittää palvelumallin tarjoamiseksi?
- Miten luomme liiketoimintamallin yhdessä verkostokumppanien kanssa?

#### 2nd hand -tuotteet

- Miten huomioimme urheiluvälineiden tekniikan vanhenemisen tuotevalikoimaa suunniteltaessa? (esim. 10 v vanhan polkupyörän tekniikka on aivan eri kuin nyt)
- Miten käytöstä poistuvat pyörät ja muut urheiluvarusteet saadaan kerättyä kuluttajilta? Miten saamme kiertoön palauttamisen houkuttelevaksi?

\*Lähde: Kiertotalous kuluttajakaupassa -hankkeen Kaupan alan toimijoiden kehitystyöpaja 17.1.23



## Kodinkoneet ja elektroniikka: esimerkki toimijaverkostosta

Pesukoneita myyvä yritys on kehittänyt uuden toiminta palveluna -mallin, jossa asiakas maksaa pesukoneen käytöstä pesukertojen mukaan. Käyttäjälle palvelu mahdollistaa laadukkaiden kodinkoneiden käyttämisen ilman omistamisen ja sitä kautta kertainvestoinnin tarvetta - palveluntarjoaja säilyttää tuotteen omistuksen ja vastaa sen toiminnasta.

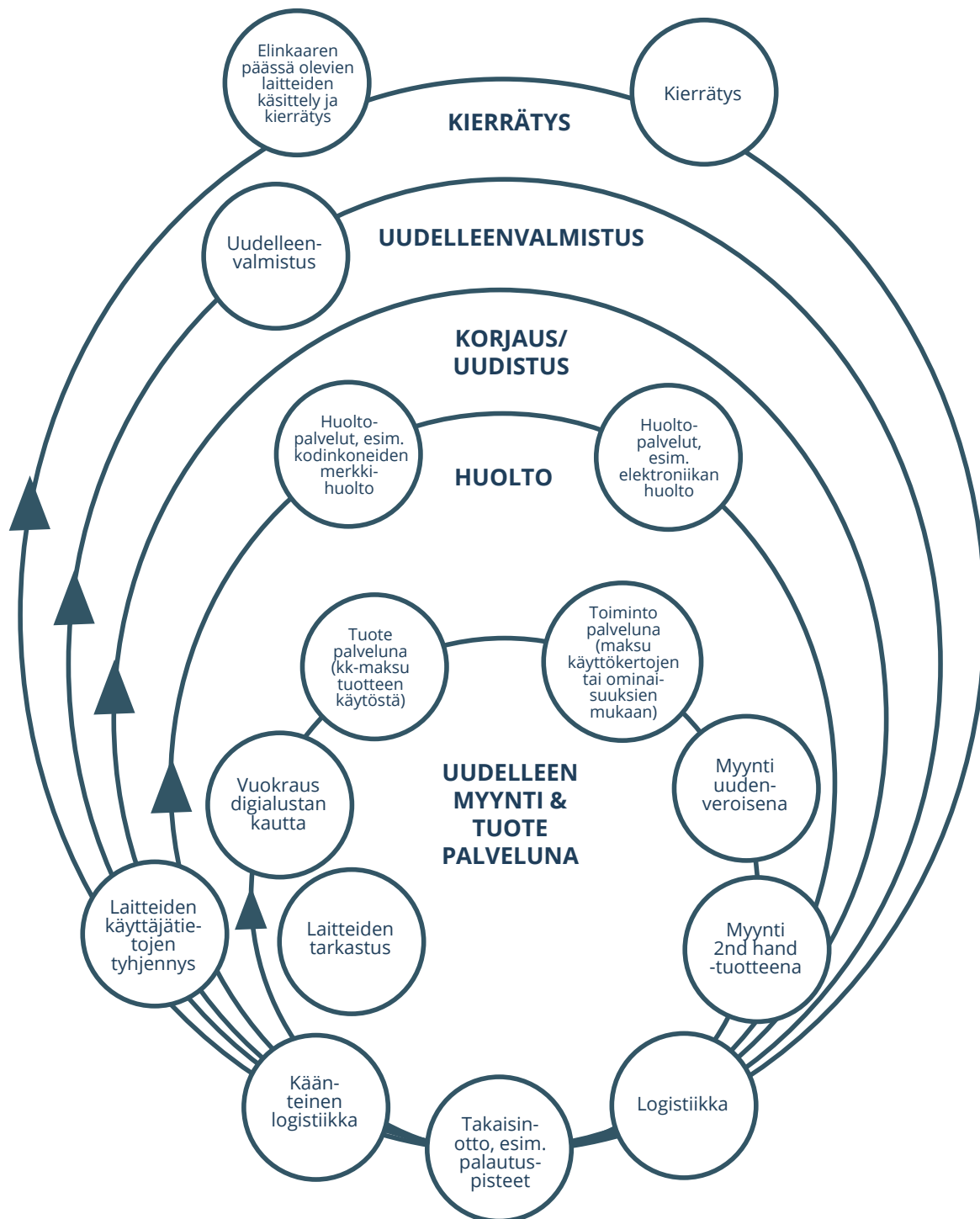
Palvelu sisältää laitteen kotiin toimituksen ja asennuksen kumppaniyrityksen toimesta. Laitteiden etäseuranta ja -optimointi auttaa ennakoimaan huoltotarvetta ja opastaa asiakasta laitteen resurssitehokkaassa käytössä. Käyttödata mahdollistaa myös lisäpalveluiden tarjoamisen, esimerkiksi pesuaineet voidaan toimittaa suoraan käyttäjälle tarpeen mukaan.

Tarvittavat huollot tekee huoltokumppani, jolla on pääsy laitteen lähettämiin tietoihin - näin huoltoyhtiö voi olla ennakoivasti asiakkaaseen yhteydessä eikä palvelun käyttöön tule katkoa. Jos pesukonetta ei voida korjata asiakkaan luona, huoltoyhtiö asentaa toisen vastaavan koneen ja viallinen kone kuljetetaan huoltokeskukseen. Käyttödataa muodostavien laitteiden kohdalla olennaista on myös käyttäjätietojen tyhjennys.

Relevantit tiedot laitteen käytöstä ja vikaantumisen syistä toimitetaan laitevalmistajalle, joka käyttää dataa omaan tuotekehitykseen.

Palvelun sopimattomat koneet toimitetaan kierrätystoimijan käsittelyyn, jossa ne joko kunnostetaan second-hand myymälöihin tai niistä erotellaan toimivat, uudelleenkäytettävät osat. Loput materiaalit kierrätetään uusien tuotteiden raaka-aineeksi.







## Huomioitavaa asiakasnäkökulmasta

### 3) KODINKONEET JA ELEKTRONIikka

#### Huomioitavaa asiakashyödyistä ja asiakasnäkökulmasta

- Miten varmistetaan palvelun helppous ja houkuttelevuus asiakkaalle? Helpottaisiko kk-maksu asiakkaan arkea?
- Miten tuomme esiin sen, että palvelumalli mahdollistaa asiakkaalle paremmat laitteet?
- Viestitääkö asiakkaalle jo turvallisuus- ja kyberturvallisuuskulmasta?
- Tarjoammeko erilaisille asiakkaille juuri heille sopivia kiertotalouden mukaisia vaihtoehtoja? (esim. kunnostettu käytetty laite tai uusi laite palvelumallilla, sisältäen määräaikaistarkastukset ja huoltosopimuksen)

#### Logistiikka

- Miten varmistamme tarvittavan volyymin varsinkin isompien laitteiden kannattavaan kuljettamiseen?

#### Lajittelu

- Voidaanko hyödyntää monen toimijan yhteistä keskitettyä lajittelukeskusta kustannusten optimoimiseksi?
- Miten varmistetaan ammattitaitoisten tekijöiden löytäminen? Voimmeko itse kouluttaa osaajia?

#### Digialustat

Voimmeko tarjota myyntikanavissamme uusien tuotteiden ohella kuluttajalle vaihtoehdon hankkia käytetty tuote?

#### Tuote palveluna

- Voimmeko tarjota laitteen kuukausimaksulla ja laskuttaa asiakasta esimerkiksi käyttökertojen mukaan?
- Miten saamme palvelun kuukausimaksun houkuttelevaksi? Mitä lisäarvopalveluita voimme yhdistää palveluun?
- Minkälaisia kumppaneita tarvitsemme palvelumallin toteuttamiseksi (esim. rahoitus ja vakuutus, digitaaliset alustat, huoltoyhtiöt)?

#### Korjaus ja huolto

- Miten isojen kodinkoneiden huolto voitaisiin tehdä paikan päällä? Miten varmistamme, että mukana on oikeat varaosat?
- Tarjoammeko kuluttajille mahdollisuuden ostaa varaosia?
- Voimmeko tarjota kuluttajille lisäpalveluita, kuten määräaikaistarkistuksia tai peruskunnossapitoa kodinkoneille? Voimmeko myydä huoltosopimuksia?
- Miten varmistetaan ammattitaitoisten tekijöiden löytäminen? Voimmeko itse kouluttaa osaajia?

Lähde: Kiertotalous kuluttajakaupassa -hankkeen Kaupan alan toimijoiden kehitystyöpaja 17.1.23





### **TOIMI**

Ekosysteemien kehittäminen: tarkastele ensin alla olevia esimerkkejä. Ota esiin työkalupakista työkalu #5 Kiertotalouden toimijaverkostotyökalu ja lähde hahmottamaan tuotteen matkaa työpohjaan; tarkistuslistan kysymykset auttavat sinua ideoinnissa eteenpäin.



## 3. Kiertotalous ja sääntely

---

► **Tässä luvussa** tutustutaan esimerkkeihin kiertotaloustoimintaan liittyvästä sääntelystä. Valittuja teemoja ovat kuluttajansuojaan liittyvä sääntely, immateriaalioikeudet sekä tietosuojaa koskevat velvoitteet, jotka olivat Kiertotalous kuluttajakaupassa -hankkeen tarkastelun kohteena. Osion löydät esimerkkejä ja apua siihen, miten sääntelyä huomioidaan kiertotaloustoiminnassa.

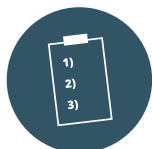
Suomessa ei ole erillistä tai kaiken kattavaa kiertotalouslakia, vaan kiertotaloustoiminnassa on huomioitava laajasti aina kulloinkin kyseessä olevan toiminnan luonne. Tämä määrittää sovellettavan sääntelyn.

Etenkin kaupan alalla tapahtuvaan kiertotaloustoimintaan soveltuva tai tuotekohtaista lainsäädäntöä on runsaasti ja se on jatkuvassa muutoksessa niin Suomessa, EU:ssa kuin kansainvälisesti.

### Miksi sääntelyä?

- Sääntely ohjaa kestävästä kehitystä.
- Lakisääteisten veloitteiden noudattaminen on vastuullisen kaupallisen toiminnan perusta. Sillä lisätään turvallisuutta ja luottamusta kiertotalouden toimintaan.
- Sääntelyn avulla hallitaan kiertotaloustoiminnan riskejä suhteessa kaikkiin toiminnan osapuoliin.
- Perehtyneisyys lainsäädännöstä ja sitä koskevat strategiset valinnat ovat osa kaupallisen toimijan kilpailuetua.

### Sääntely liikkeelle kiertotalouteen!



#### SUUNNITTELE

Kiertotaloustoiminnan suunnittelu- ja käynnistysvaiheissa tarvitaan oma sääntelykartoitus sisältäen olennaisen juridiikan tunnistamisen. Kartoitusta päivitetään aktiivisesti toiminnan edetessä ja kehittyessä.



#### TOIMI

Pelikirjaan on koottu taulukko, jossa on kuvattu valikoituja kaupan alan kiertotaloustoimintaan liittyviä kansallisia lakeja ja asetuksia Suomessa. Pelikirjassa on tarkistuslistoja ja työkaluja kiertotalouden juridiikan hallitsemiseksi. Hyödynnä tarvittaessa viranomaisten, järjestöjen, liittojen ja asiantuntijoiden apua. Tutki aineistossa mainitut lisätietolähteet.



#### ENNAKOI

Käytäntöjä kehitetään sääntelymuutoksia ennakoimalla. Varautua voi etenkin suunnitteleamalla huolellisesti tuotteiden markkinointia, menekkiä, kiertoa, korjausta ja poistoa koskevia käytänteitä sekä niihin liittyvää raportointia, asiakaspalvelua sekä reklamaatiokäytänteitä. Tarkkaile etenkin EU:n lainsäädäntöehdotuksia, mutta muista, että lopullinen lainsäädäntö voi vielä muuttua lainsäädäntöprosessin aikana.



Seuraavissa osioissa on esimerkkejä siitä, miten säännöksiä on mahdollista huomioida kaupan alan kiertotaloustoiminnassa. Osioden valittuja teemoja ovat kuluttajansuojaan liittyvä sääntely, immateriaalioikeudet sekä tietosuojaa koskevat veloitteet. Esimerkit eivät ole ohjeita tapauskohtaisiin tilanteisiin, vaan jokainen kiertotalouden toimintamalli vaatii aina erillistä kokonaistarkastelua. Etenkin innovatiivisiin kiertotalousmalleihin voi sisältyä juridista epävarmuutta, mikäli lainsäädäntö on tulkinnanvaraista eikä oikeuskäytäntöä ole ehtinyt kehittyä. Haastavien kysymysten tunnistaminen on jo itsessään tärkeä osa selvitysprosessia.

### LISÄTIETOA

*Tutustu myös Kiertotalous-Suomen verkkosivuilta löytyvään materiaaliin (lait ja sääntely) sekä vuonna 2020 käynnistyneen EU:n kiertotalouspoliittiseen toimenpidesuunnitelman sisältöön ja lainsäädäntöehdotuksiin (EN).*

### **Tiesitkö tämän ehdotetuista sääntelymuutoksista?**

EU:n vuonna 2022 päivitettyssä teollisuusstrategiassa on ehdotettu tavaroiden useiden ominaisuuksien ml. kestävyys, uudelleenkäytettävyys, päivitettävyys, korjattavuus, ylläpito, kierrätettävyys, energia- ja resurssitehokkuus parantamista. On ehdotettu, että kuluttajille vahvistettaisiin tavaroiden korjauttamisoikeus ja korjattavuuden varmistamiselle on erityisiä veloitteita (ks. myös vuonna 2023 julkistettu direktiiviehdotus tavaroiden korjattavuuden edistämiseksi). Kiertotaloutta turvataan tarjoamalla laajasti tietoa uudelleen käytettävien, kestävien ja korjattavien tuotteiden valitsemiseksi. Tätä on ehdotettu edistettävän digitaalisella tuotepassilla, joka sisältää monipuolista dataa. Muilla strategian toimilla pyritään esimerkiksi vähentämään myymättä jääneiden tavaroiden hävittämistä ja estetään perusteettomien vastuullisuus- ja ympäristöväittämien sekä -merkintöjen käyttö markkinoinnissa (ks. myös vuonna 2023 julkistettu direktiiviehdotus vihreistä väittämistä).

## Käytetyn tavaran kauppa ja kuluttajansuojalaki



**Kuluttajansuojalaki koskee** kulutushyödykkeiden tarjontaa, myyntiä ja muuta markkinointia elinkeinonharjoittajilta kuluttajille. Sitä sovelletaan myös käytetyn tavaran kauppaan yrityksen ja kuluttajan välillä. Ainoastaan käytetyn tavaran julkiseen huutokauppaan säännökset soveltuvat rajatusti. Poikkeus ei kuitenkaan koske esimerkiksi verkossa toteutettavaa huutokauppatoimintaa, joten käytännössä poikkeuksen piiri on suppea. Kuluttajansuojalakia ei sovelleta yksityishenkilöiden välillä tapahtuvaan kauppaan, mutta siitä voi seurata velvoitteita esimerkiksi verkon markkinapaikan tarjoajalle.

Valittu kiertotalouden liiketoimintamalli vaikuttaa siihen, millaisista oikeussuhteista on kyse, mitä säädöksiä tilanteeseen sovelletaan ja miten tai keneen vastuu kohdistuu. Myös silloin, kun toimitaan verkon markkinapaikoilla, tulee selvittää markkinapaikalla toimivien yritysten ja toimijoiden roolit. Erityisesti on määriteltävä oikeat vastuutahot ja sopimusosapuolet, kuten toimiiko yritys verkossa toimivan markkinapaikan tarjoajana vaiko esimerkiksi yrityskäyttäjänä ja huomioida kyseiseen rooliin liittyvät velvoitteet suhteessa kuluttajiin.

Mikäli toimitaan markkinapaikan tarjoajana, tulee edellyttää markkinapaikalla toimivia toimittajia ilmoittamaan selvästi siitä, missä roolissa ne toimivat ja varmistaa, että tieto kommunikoidaan kuluttajille palvelun ja tuotteen yhteydessä selvästi. Mikäli markkinapaikalla tehdään tuotehakuja, tulee samassa yhteydessä viestiä hakujen keskeisistä muuttujista. Jos myyntiin liittyy arvosteluja, tulee arvostelujen alkuperä varmistaa. Lisäksi verkon kautta tapahtuvaan käytetyn tavaran myyntiin liittyy useita muita velvoitteita, kuten tiedonantovelvoitteita. Velvoitteiden hallintaa varten on laadittu alle tarkistuslista.

Toimijoiden tulee kartoittaa ja tiedostaa vastuuriskit myös, kun toimitaan yhteistyössä alihankkijoiden kanssa. Tieto siitä, kuka tai mikä taho on mistäkin asiasta vastuussa, on viestittävä selkeästi asiakkaille ja muille ulkopuolisille. Onnistuneen viestinnän suunnittelussa voi hyödyntää palvelumuotoilun menetelmiä. Esimerkiksi alustatalouden liiketoimintamalleissa vastuutahoja voi olla useita (esim. myyjä, ostaja, markkinapaikan tarjoaja ja alihankkija).

Kaupan alan toimijat voivat halutessaan olla oma-aloitteisesti edistämässä yksityishenkilöiden riitatilanteiden ratkaisua tarjoamalla vaikkapa erilaisia sovittelumalleja (maksunpidätys / maksusitoumus / palvelun käytön jäädyttäminen ym.), mikäli toimintamallin perusideaan sisältyy riskejä yksityishenkilöiden välillä tapahtuvista riitatilanteista, kuten tavaran laadusta tai vahingon aiheutumisesta.



## TOIMI

### Tarkistuslista

Käytetyn tavarankuluttajakauppa verkossa

- Onko myyjää, markkinapaikkaa ja/tai alihankkijaa koskevat tiedot sekä yhteystiedot mukaan lukien oikeat vastuutahot ilmoitettu selvästi?
  
- Onko myytävä tavara kuvattu mahdollisimman selvästi ja siitä annettu riittävät tiedot (HUOM: "sellaisena kuin se on" -ehtoja tai vastaavia varaumia ei ole sallittua käyttää)?
  
- Onko tavarankäytön säilyttämisen prosessit suunniteltu (säilytys yleensä niin kauan kuin virheeseen voidaan vedota)?
  
- Löytyvätkö verkkokaupasta seuraavat tiedot?
  - yrityksestä ja asiakaspalvelusta
  - peruuttamisoikeudesta ja palauttamisesta sekä mahdollisista kuluista
  - toimitusajoista ja toimituksesta
  - toimitusrajoituksista
  - tavaroita ja palveluja koskevasta virhevastuusta
  - takuusta, jos sellainen on
  - maksutavoista
  - mahdollisen luottorahoituksen ennakkotiedoista
  - mahdollisista vakuuksista
  
- Kuuluuko prosessiin asiakkaalle lähetettävät sopimusehdot ja tilausvahvistus?
  
- Löytyykö verkkosivuilta tietosuojaseloste (ks. lisää kohdasta tietosuojat)?
  
- Onko virhe- ja reklamaatio-tilanteiden käsittelyprosessi ja toimintatavat suunniteltu?
  
- Jos toimintaan on osallisena useita tahoja, löytyykö niiden väliltä sopimus, josta osapuolten vastuut ilmenevät?
  
- Ovatko annetut tiedot selvät kuluttajalle? Voidaanko niiden löydettävyyttä parantaa esimerkiksi palvelumuotoilun keinoin?

*Työkalun listaus ei ole tyhjennävä.*

## LISÄTIETOA

*Kilpailu ja kuluttajavirasto (KKV)*

*Kampuksen kurssit kuluttajan-  
suojaamisen kehittämiseen*

<https://kkv-kampus.fi/>

*Kuluttajalle annettavat tiedot ja niiden  
esittäminen verkkokaupoissa*

<https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/verkkokauppa/kuluttajalle-annettavat-tiedot-ja-niiden-esittaminen-verkkokaupoissa/>

*Asiakaspalvelun järjestäminen*

<https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/tietoa-ja-ohjeita-yrityksille/asiakaspalvelun-jarjestaminen/#asiakaspalvelun-ABC-%E2%80%93lahde-naista-liikkeelle>

*Käytetyn tavaran kauppa ja virhevastuu*

<https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/tavaroiden-ja-palveluiden-virheet/vastuu-kaytetyn-tavaravirheesta/>



## Tavaroiden vuokraus



**Tavaroiden vuokraaminen** on yksi tyypillinen tavara palveluna -mallin mukainen kiertotalouspalvelu. Mikäli palvelu liittyy tavaran vuokraukseen, tulee toimijoiden olla selvillä siitä, missä suhteessa tavaran vuokraustoimintaa harjoitetaan. Synnykö tavaran vuokrasuhde yrityksen ja kuluttajan välille vai yksinomaan yksityishenkilöiden välille? Yrityksen ja kuluttajan väliseen vuokrasuhteeseen sovelletaan kuluttajansuojalakia.

Vuokrasopimukseen on tärkeää kirjata muun muassa vuokrauksen kohde, vuokran määrä tai määrätymisperuste, vuokra-aika sekä vuokran maksuajankohta. Lisäksi voidaan kirjata esimerkiksi vuokrakohteen kuntoon tai vakuutuksiin liittyviä velvoitteita. On tärkeää, että sopimusehdot pysyvät molemmille osapuolille kohtuullisina. Muuten sopimus voidaan todeta mitättömäksi. Myös muista kuluttajansuojalain mukaisista velvoitteista täytyy huolehtia. Vuokratoiminnassa yrityksen tulee kartoittaa ja sopia muun muassa siitä, kuka on vastuussa tavaran kunnon tarkastamisesta ja mahdollisesta vaatimusten mukaiseksi saattamisesta vuokrausten välillä tai vuokrakohteen aiheuttamasta vahingosta. Kaikki tarvittavat tavaraa koskevat tiedot on annettava. Vuokraustoimintaan on mahdollista harkita erilaisia vakuutustuotteita hallitsemaan muun muassa siihen liittyviä riskejä esimerkiksi tavaran rikkoutumisesta tai sen aiheuttamasta vahingosta. Vuokraustoiminnassa ja vakuutustuotteiden tarjoamisessa tulee niin ikään huolehtia tarkasti muun muassa erilaisista tiedonantovelvoitteista.



### TOIMI

#### *Malli sopimusehtoihin:*

Välinevuokraamoiden  
vakiosopimusehdot (2006, päivitetty  
2019) pdf



## Tavaroiden korjaus



**Tavaroiden korjaus** on perinteinen kiertotalouden elinkaari palvelu, jota voidaan tarjota sekä yksityishenkilöille että elinkeinonharjoittajille. Kuluttajien eli yksityishenkilöiden tavaroiden korjaamiseen sovelletaan kuluttajansuojalakea.

Mikäli yritys korjaa kuluttajan tavaraa, sovelletaan Suomen kuluttajansuojalakea. Laki sisältää muun muassa yleissäännökset kuluttajapalvelusopimuksista. Sen säännökset koskevat vastikkeellisia palveluksia, joita elinkeinonharjoittaja (toimeksisaaja) suorittaa kuluttajalle (tilaaja) ja joiden sisältönä on tavaraan kohdistuva työ tai muu suoritus.

Korjauspalveluiden osalta kuluttajansuojalaki määrittelee esimerkiksi sen, että jollei toisin ole sovittu, toimeksisaajan on hankittava palveluksen suorittamisessa tarvittavat aineet, varaosat ja tarvikkeet (materiaali). Korjauspalvelua tarjoavan tulee huolehtia muun muassa tarvittavien palvelua koskevien tietojen antamisesta kuluttajille sekä varaosien ja tarvikkeiden hankinnasta, ellei muuta ole erikseen sovittu. Sopimusehtojen laatimiseen kannattaa panostaa.

Palveluja koskee huolellisuusvelvoite. Esimerkiksi kuluttajaturvallisuuslain mukaan toiminnanharjoittajan on olosuhteiden vaatiman huolellisuuden ja ammattitaidon edellyttämällä tavalla varmistettava siitä, että kuluttajapalvelusta ei aiheudu vaaraa kenenkään terveydelle tai omaisuudelle. Toiminnanharjoittajalla on oltava riittävät ja oikeat tiedot kuluttajapalvelusta, ja hänen on arvioitava niihin liittyvät riskit. Osa tavaroiden korjauspalveluista saattaa edellyttää kelpoisuusvaatimuksia. Esimerkiksi sähkölaitteiden korjaukseen kohdistuvia töitä saavat tehdä vain sähköalan ammattilaiset.



### ENNAKOI (LAINSÄÄDÄNTÖ-EHDOTUKSIA)

**Otteita vuonna 2023 annetusta direktiiviehdotuksesta** tavaroiden korjattavuuden edistämiseksi (huomioithan, että **ehdotuksiin saattaa tulla vielä muutoksia** ennen niiden päätymistä lopulliseen lainsäädäntöön):

- Jos tavarassa ilmenee vika virhevastuuajana, myyjän tulee korjata viallinen tavara eikä vaihtaa uuteen, jos korjaus on halvempi tai saman hintainen kuin uusi tavara. Tällöin kuluttajakaan ei voi vaatia näissä tilanteissa uutta tavaraa.
- Valmistajan/tuottajan täytyy tarjota 5-10 vuotta korjausmahdollisuutta tuotteille, joiden korjattavuudelle on säädetty vaatimuksia EU:ssa.
- Jäsenmaiden täytyy huolehtia, että löytyy ainakin yksi verkkoalusta, jolla kuluttajat voivat hakea korjauspalveluiden tarjoajia, kunnostettujen tavaroiden myyjiä ja kunnostusta kaipaavien tavaroiden ostajia. Yrityksille käyttö vapaaehtoista.



## Vastuullisuusväittämät markkinoinnissa



**Vastuullisuusväittämällä tarkoitetaan** esimerkiksi kiertotaloustoiminnan erilaisiin vaikutuksiin, kuten ekologisiin, sosiaalisiin tai taloudellisiin vaikutuksiin liittyvää väitettä. **Tällaisten väittämien käyttöä ohjaavat kaksi pääperiaatetta:**

- ne tulee esittää erityisellä, totuudenmukaisella ja yksiselitteisellä tavalla ja
- niiden tueksi on esitettävä todisteita ja todisteet tulee esittää ymmärrettävässä muodossa.

Vastuullisuusväittämien lisäksi luotettavuus- tai laatumerkinnän esittämistä ilman lupaa tai perättömät väitteet siitä, että jokin virallinen taho olisi hyväksynyt tuotteen tai kyseessä olevan toiminnan luotettavaksi tai että se noudattaa virallisen elimen hyväksytyjä käytännesääntöjä, pidetään aina sopimattomina. Markkinoinnissa ei myöskään saa käyttää hyväksi lasten tai nuorten herkkäuskoisuutta eikä kuluttajien yleistä huolta ympäristöstä. Mainonnassa sen sijaan voidaan kertoa yrityksen toimintatavoista, niiden muutoksista tai eri tavoista vähentää ympäristön kuormittamista. Siinä ei kuitenkaan saa luoda yleistävää vaikutelmaa yrityksen ympäristöystävällisyydestä tavalla, joka antaa harhaanjohtavan vaikutelman yrityksen koko toiminnan ja kaikkien tuotteiden ympäristövaikutuksista.

Mainonnan mahdollista harhaanjohtavuutta arvioidaan keskivertokuluttajan näkökulmasta. Huomioon otetaan kaikki seikat kokonaisuudessaan. Ratkaisevaa eivät ole yksinomaan käytetyt sanamuodot, vaan syntyvä kokonaismielikuva. Sellaisiin ympäristövaikutuksiin ei tule vedota, joista on ristiriitaisia tutkimustuloksia. Oikeitakaan tietoja ei saa esittää harhaanjohtavalla tavalla.

Kiertotaloustoiminnan markkinoinnissa ei tule käyttää ilman tarkennuksia tai totuudenmukaisia todisteita muun muassa yleistason ilmaisuja ”kestävä”, ”säästää luontoa”, ”vihreä” tai ”ympäristöystävällinen”. Väittämänä voi tulla arvioitavaksi sanallisen esityksen ohella myös video, ääni, symboli tai muu graafinen esitys, joka viittaa tuotteen vastuullisuus- tai ympäristönäkökohtaan. Suositeltava väittämä on yksilöity, totuudenmukainen, olennainen, ajantasainen ja sitä selittävä perustelu todisteineen on selvä ja ymmärrettävä. Lisäksi siihen liittyvä muu kokonaisuus on totuudenmukainen.

### **TIESITKÖ?**

*Kuluttaja-asiamies arvioi vuonna 2022 päätöksessään TV-mainosta, jossa käytettiin muun muassa ilmauksia ”kohti puhtaampaa maailmaa” ja ”puhdas energia ja kierrätys”. Mainoksen luoma kokonaisvaikutelma oli viranomaisen mukaan harhaanjohtava, sillä se antoi liian myönteisen ja yksipuolisen kuvan yrityksen ympäristövaikutuksista (tarkemmat tiedot löydät asianumerolla: KKV/78/14.08.01.05/2021).*



## ENNAKOI (LAINSÄÄDÄNTÖEHDOTUKSIA)

**Otteita vuonna 2023 annetusta vihreitä väittämiä koske-  
vasta direktiiviehdotuksesta** (huomioithan, että ehdotuksiin  
**saattaa tulla vielä muutoksia** ennen niiden päätymistä lopulliseen lainsäädäntöön):

- Toimijoiden tulee käydä läpi usean kohdan lista yksilöidyn sekä vertailevan ympäristövaitteen ennakkolliselle arvioimiselle.
- Väitteen esittäminen edellyttää lisätietojen viestimistä muun muassa siitä, koskeeko väite koko tuotetta vai sen osaa, toimijan koko toimintaa vai osaa siitä, onko väite oleellinen tuotteen elinkaaren kannalta, käytetäänkö sen perusteena tieteellisesti hyväksytyjä määritelmiä / standardeja, johtaako väitteen kohteena oleva seikka muihin haitallisiin vaikutuksiin esimerkiksi ympäristölle tai kiertotalouden toteutumiseksi jne.
- Mikäli käyttövaihe on merkityksellinen ympäristövaikutusten aikaansaamiseksi, tulisi väitteen yhteydessä kommunikoida myös se, miten tuotetta on käytettävä.
- Vertailevien väitteiden perusteena olevat tiedot on annettava ja tietojen pitää olla vertailukelpoisia sekä ottaa huomioon muun ohella myös niitä koskevien arvoketjujen vertailukelpoisuus.
- Jatkossa käyttöön voi liittyä myös velvoite riippumattoman laitoksen ennakkollisesta hyväksynnästä sekä seuraamusmaksu säännösten rikkomisesta.

## LISÄTIETOA

Ympäristömarkkinoinnin ohje, 2019, KKV

<https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/tietoa-ja-ohjeita-yrityksille/kuluttaja-asiamehen-linjaukset/ymparistomarkkinointi/>

Ympäristöväittämien käyttäminen, Keskuskauppa-  
mari / liiketapalautakunta,  
2023

[https://kauppa-mari.fi/wp-content/uploads/2023/01/SUOSITUS\\_Ymparistovaittamien-kayttaminen\\_11.1.2023.pdf](https://kauppa-mari.fi/wp-content/uploads/2023/01/SUOSITUS_Ymparistovaittamien-kayttaminen_11.1.2023.pdf)



## Aineeton omaisuus (immateriaalioikeudet)



**Aineettomalla omaisuudella**, eli immateriaalioikeuksilla (IPR), tarkoitetaan esimerkiksi tavaran tai palvelun kaupallista tunnusta, uutta muotoilua tai niihin liittyvää luovan työn tulosta tai teknistä innovaatiota. Immateriaalioikeuksia suojataan esimerkiksi tekijänoikeudella, tavaramerkillä, mallioikeudella tai patentilla. Osa oikeuksista on rekisteröitävissä ja osa voi perustua käyttöön. Kiertotaloudessa immateriaalioikeudet voivat koskea esimerkiksi tavaroiden ja varaosien aineettomia oikeuksia. Esimerkiksi alun perin muiden elinkeinonharjoittajien liikkeelle laskemia tavaroita voidaan hyödyntää elinkaaren myöhemmissä vaiheissa toisten toimijoiden toimesta. Tällöin saattaa syntyä tilanteita, joissa joudutaan pohtimaan, aiheuttaako aineeton omaisuus riskin jatkokäytölle.

Tietyt tavarat tai niiden komponentit, kuten esimerkiksi erilaisiin sähkölaitteisiin tai muihin kodinkoneisiin liittyvät vaihdettavat tai uudelleen täytettävät osat (kuten kapselit, nestekaasu- ja hiilidioksidipullot) voivat lähtökohtaisesti olla uusiokäyttöön suunniteltuja tai tuotteen elinkaarta pidentäviä. Sama koskee esimerkiksi ns. bränditavaran varaosia. Muun muassa silloin, kun tavaroissa tai yhdistelemällä tehdyissä myöhemmissä tavaroissa esiintyy alkuperäisen liikkeelle laskijan tai muun tahon tavaramerkkejä tai ne liittyvät muiden toimijoiden muihin yksinoikeuksiin, voi toimintaan liittyä immateriaalioikeudellisia loukkauksvaieriskejä. Sama koskee näiden tavaroiden, osien ja niihin liittyvien palvelujen jatkomarkkinointia niin, että markkinoinnissa esimerkiksi viitataan toisen tavaramerkkiin tai käytetään toisen tavaramerkkiä (esimerkkinä vaatteiden vuokraustoiminta, kun valittavissa on toisen tavaramerkillä varustettu tuote / tuotokuva). Mikäli kiertotaloustoiminnassa hyödynnetään tavaraa, jossa esiintyy esimerkiksi toisen toimijan tavaramerkki, se sisältää tavaramerkillä myytävään osaan tai tavaraan liittyvän palvelun tai siihen voi kohdistua tekijänoikeus, tulee jatkokäyttö suunnitella huolellisesti. On suunniteltava muun muassa se, miten elinkeinonharjoittajan oma tavaramerkki tai muut kaupalliset tunnukset esiintyvät tuotteissa niiden muiden tietojen ja mahdollisten kaupallisten tunnusten rinnalla sekä markkinoinnissa, ja olisiko niiden yhteyteen syytä harkita selvennyksiä. Tämä edellyttää pääsääntöisesti aina tapauskohtaista arviointia, joten asiantuntijan kontaktointi on tarpeen. Se auttaa hallitsemaan riskejä toiminnan myöhemmissä vaiheissa.

Lisäksi on suositeltavaa suojata omassa kiertotaloustoiminnassa syntyneet innovaatiot ja tunnukset tarvittavassa laajuudessa. Ennakollisella reagoinnilla on merkittävä rooli toiminnan riskienhallintaan.

## Kiertotalouden tavaramerkkejä - esimerkit

### Sanamerkkejä

EUTM-rekisteröinti nro  
017951557

**SWAPPIE**

EUTM-rekisteröinti nro  
018354455

**RELOVE**

FI-rekisteröinti nro  
275125

**KAMUPAK**

### Kuviomerkkejä

FI-rekisteröinti nro  
260428



EUTM-rekisteröinti  
nro 018338410



EUTM-rekisteröinti nro  
018478845

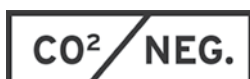
**Remeo**

EUTM-rekisteröinti nro  
017955078

**ZENROBOTICS**

### Hylätty tavaramerkkihakemus

EUTM-hakemus nro 018131475



### Käyttö kielletty sakon uhalla

(MT:2001:19)





### TOIMI

*IPR-asioiden suunnittelua varten on laadittu tarkistuslista olennaisimmista kysymyksistä ja harkittavista toimenpiteistä. Lista löytyy työkalupakista (työkalu nro 8).*

## Tietosuoja



**Kiertotalouden palvelut**, kuten elinkaarimalliin perustuvat tuote palveluna -mallin palvelut, asettavat vaatimuksia vuorovaikutukseen asiakkaiden kanssa. Palveluntarjoajalle voi kertyä nopeasti asiakkaiden sähköpostiosoitteita, puhelinnumeroita, nimiä ja muita henkilötietoja. Henkilötietojen käsittely tarkoittaa esimerkiksi tietojen keräämistä, hallussa pitämistä, säilyttämistä (tallennustilan tarjoaminen), käyttöä, siirtämistä, luovuttamista ja poistoa. Kaikki henkilötietoihin kohdistuvat toimenpiteet henkilötietojen käsittelyn suunnittelusta henkilötietojen poistamiseen ovat henkilötietojen käsittelyä. Henkilötietoa saattaa sisältyä myös käytettyihin laitteisiin (henkilötieto tai muu data).

Kun henkilötietoja kerätään niin, että ne ovat myös myöhemmin toimijan helposti löydettävissä, tulee tiedoille tunnistaa vastuutaho. Rekisterinpitäjä päättää esimerkiksi palvelun sisällöstä, eli mihin tarkoitukseen ja millä tavalla henkilötietoja käsitellään osana palvelua. Rekisterinpitäjä voi olla esimerkiksi palvelunkäyttäjistä henkilötietoja keräävä verkon markkinapaikka (osto- ja myyntipalsta tai huutokauppa) tai sosiaalisen median palvelu (kuten Marketplace-tyyliset toiminnallisuudet).

Kiertotaloustoiminnassa eri rekisterinpitäjien palveluita voidaan hyödyntää myös rinnakkain. Joissakin tilanteissa rekisterinpitäjä voi käyttää kumppania tai sallia toisten osapuolten käyttää henkilötietoja. Tällainen kumppani tai osapuoli voidaan katsoa henkilötietojen käsittelijäksi. Mikäli kiertotaloustoimintaan liittyy esimerkiksi kaupallinen kumppani, jolle toimitetaan henkilötietoja esimerkiksi kampanjan toteuttamista varten, on tämä laissa tarkoitettu henkilötietojen käsittelijä. Samoin käsittelijäksi katsotaan IT-kumppani, jolla on pääsy rekisterinpitäjän henkilötietoihin. Yhteisrekisterinpitäjyys on kyseessä silloin, kun kaksi tasaveroista toimijaa osallistuvat yhdessä henkilötietojen käyttöä koskevaan päätöksentekoon, ja lopputuloksena tapahtuva

henkilötietojenkäsittely ei johtaisi samaan lopputulokseen ilman molempien osapuolten myötävaikutusta. Käytännössä yhteisrekisterinpitäjäyys on tullut arvioitavaksi esimerkiksi sosiaalisen media palvelujen (esim. Facebook) suorittamassa tietojenkäsittelyssä, kun palvelua käyttävä ylläpitäjä määrittelee (parametrit valitsemalla), mitä tietoja kävijöistä kerätään sekä valitsee, miten ja milloin se näitä tietoja hyödyntää.

**Henkilötietojen käsittelyssä on noudatettava aina tietosuojalainsäädäntöä ja sen mukaisia tietosuojaperiaatteita. Tietosuojaperiaatteiden mukaan henkilötietoja on:**

- Käsiteltävä lainmukaisesti, asianmukaisesti ja rekisteröidyn kannalta läpinäkyvästi
- Käsiteltävä luottamuksellisesti ja turvallisesti
- Kerättävä ja käsiteltävä tiettyä, nimenomaista ja laillista tarkoitusta varten
- Kerättävä vain tarpeellinen määrä henkilötietojen käsittelyn tarkoitukseen nähden
- Päivitettävä aina tarvittaessa epätarkat ja virheelliset henkilötiedot on poistettava tai oikais-tava viipymättä äilytettävä muodossa, josta rekisteröity on tunnistettavissa ainoastaan niin kauan kuin on tarpeen tietojenkäsittelyn tarkoitusten toteuttamista varten.

**Yleisimmät toimenpiteet ja laadittavaksi tulevat dokumentit osoitusvelvollisuuden toteuttamiseksi kiertotalouteen liittyvässä toiminnassa, johon ei liity mm. erityisiin tietoryhmiin liittyvää tietojenkäsittelyä:**

- Käsittelyn oikeusperustetta koskeva arvio (ml. suostumukseen liittyvä dokumentaatio tai oikeutettuun etuun liittyvä tasapainotesti), eli mihin käsittely perustuu?
- Seloste (kirjallisesti) käsittelytoimista (jossa kuvataan henkilötietojen käsittely yleisesti)
- Tietosuojaperiaatteiden toteutuminen omassa toiminnassa
- Mahdolliset tietosuoja koskevat laajemmat toimintaperiaatteet
- Informointikäytännöt ja muut sisäiset ja ulkoiset ohjeistukset (kirjallisesti, kuten, riskiarvio, suojatoimenpiteet, ohjeet organisaation toimintaan, rekisteröidyn oikeuksien toteuttaminen käytännössä jne.)
- Henkilötietojen tietoturvaloukkausten dokumentointi ja tätä koskeva prosessi
- Tietosuojavastaavan asemaan ja tehtäviin liittyvä dokumentaatio (ei sovellu kaikkeen toimintaan)
- Yhteisrekisterinpitäjäyys-tilanteissa vastuualueiden määrittely
- Henkilötietojen käsittelyyn liittyvät sopimukset ja mahdollista tiedonsiirtoa kolmansiin maihin koskeva dokumentaatio

**TOIMI**

*Työkalupakista löytyy apua tietosuojaselosten laatimiseen (työkalu nro 9).*





## 4. Työkalupakin kuvaus

---

► **Aloita lukemalla** pelikirja ja tutustu vielä halutessasi muihin taustamateriaaleihin, kuten Sitran kiertotalousliiketoiminnan käsikirja ja Ethican Liiketoimintaa kiertotaloudesta-opas. Hyödynnä sitten työkaluja digitaalisessa muodossa tai tulosta kanvaasi mukaan.

### **Linkit:**

Sitran kiertotalousliiketoiminnan käsikirja <https://www.sitra.fi/uutiset/uusi-kasikirja-kiertotalousliiketoiminnan-kehittamiseen-sopii-kaikille-suomalaisyriyksille/>

Ethican liiketoimintaa kiertotaloudesta -opas: <https://www.ethica.fi/lataa-paivitetty-kiertotalous-oppaamme/>



Työkalupakin työkalut on suunniteltu kaikille kaupan alan toimijoille ja pakin tarkoituksena on auttaa systeemitasolla tunnistamaan ja suunnittelemaan liiketoiminnan kiertotalousratkaisuja. Yrityksen sisällä työkalupakkiin kannattaa tarttua liiketoiminnan kehittämisestä vastaavien henkilöiden johdolla ja kutsua mukaan läpileikkaava edustus koko organisaatiosta. Miksi? Sen takia, että kiertotalous tarkoittaa muutoksia tiimien organisoitumisessa, osaamisessa, tarjoomassa ja asiakkaiden kohtaamisessa aina ansaintalogiikan muutokseen saakka. Jotta harjoituksista päästään tekoihin, tarvitaan yhteinen näkemys siitä mitä ollaan tekemässä ja miksi, sekä tietysti mahdollisimman laaja hyväksyntä ja omistajuus jalkauttamiselle. On siis tarpeen kutsua koolle strategiasta vastaavien lisäksi esimerkiksi talousjohtaja, myynnistä ja hankinnoista vastaava, logistiikkapuolen edustaja sekä ilmasto -tai vastuullisuusjohtaja.

Työkalupakki muodostaa kokonaisuuden, eli liikelle kannattaa lähteä ensimmäisestä työkalusta eli nykytilan kuvauksesta ja jatkaa siitä järjestyksessä eteenpäin. Hyödynnä työkaluja esim. sisäisissä tiimipalaverissa tai kehitystyöpajoissa; tavoitteena on luoda uutta ansaintalogiikkaa, uusia kumppanuuksia ja kestäväää kasvua parhaalla mahdollisella asiakaskokemuksella.

Lisäksi työkalupakista löytyy tukea kiertotalouden sääntely-ympäristössä navigoimiseen. Työkalupakin lopussa on tiekartta, johon kannattaa tuoda kootusti tavoitetilan lisäksi välitavoitteet.

**Ja lopuksi: onnittele itseäsi, olet systemaattisella polulla kohti kiertotaloutta varmistuen yrityksesi kilpailuedun, kilpailukyvyn ja yhteisen planeettamme hyvän tulevaisuuden!**





# Lähteet

---

Circle Economy. 2022. *Circularity Gap Report*. Saatavilla osoitteessa: <https://www.circularity-gap.world/>

Circle Economy. 2023. *Circularity Gap Report*. Saatavilla osoitteessa: <https://www.circularity-gap.world/2023>

Design Forum Finland. 2022. *Stuff in Flux 2* -tutkimus. Saatavilla osoitteessa: <https://www.designforum.fi/projektit/stuff-in-flux-2/>

Ellen MacArthur Foundation. 2021. *Circular Business Models: Redefining growth for a thriving fashion industry 2021*. Saatavilla osoitteessa: <https://emf.thirdlight.com/link/circular-business-models-report/@/preview/1?o>

EU:n Vihreän kehityksen ohjelma; Vihreää kehityksen ohjelmaa eli Green Dealia käsittelevä podcast

Greene, Sharon ja Korkman, Oskar. 2022. *The Stuff People Want – A New Horizon for Design in Finland*. Saatavilla osoitteessa: [https://www.designforum.fi/app/uploads/2022/05/The-Stuff-People-Want\\_A-New-Horizon-for-Design-in-Finland.pdf](https://www.designforum.fi/app/uploads/2022/05/The-Stuff-People-Want_A-New-Horizon-for-Design-in-Finland.pdf)

Helsingin Sanomat. Artikkelit 2022 <https://www.hs.fi/visio/art-2000009116839.html>  
<https://www.muotijaurheilukauppa.fi/2022/10/07/kierratettyjen-vaatteiden-suosio-tuplaantui-kahdessa-vuodessa/>

Kaupan liitto. 2020. *Uusiutuva kauppa 2035* -tiekartta. Saatavilla osoitteessa <https://kauppa.fi/kaupan-vahahiilisysteiekartta/>

Kauppa.fi 2020 Hiili-indeksi:  
<https://kauppa.fi/tavoitteet/vastuullisia-ymparistotekoja/hiili-indeksi-seuraa-kaupan-alan-paastojen-kehitysta/>

Koskinen, J. 2022. *Uudelleenkäyttö lukujen valossa*. Esitelmä Kierrätyskeskuksen mediaretkellä 2.11.2022. Saatavilla osoitteessa: <https://www.materiaalitkiertoon.fi/download/noname/%7BC2F55FFA-D06E-4117-9CC3-077609E72F9B%7D/177641>

Muoti- ja urheilukauppa ry. 2022. *Kierratettyjen vaatteiden suosio tuplaantui kahdessa vuodessa*. Uutinen 7.10.2022.

Muoti- ja urheilukauppa ry. 2023. *Muotikaupan arvo kasvoi 5,1 %, käytettyjen vaatteiden kauppa +17 % vuonna 2022*. Uutinen 23.1.2023.  
<https://muotijaurheilukauppa.fi/2023/01/23/muotikaupan-arvo-kasvoi-51-kaytettyjen-vaatteiden-kauppa-17-vuonna-2022/>



Sitra. 2021. Kestävän elämäntavan motivaatioprofiilit. Saatavilla:

[https://www.sitra.fi/app/uploads/2021/10/kestavan-elamantavan-motivaatioprofiilit\\_esitys\\_sitra.pdf](https://www.sitra.fi/app/uploads/2021/10/kestavan-elamantavan-motivaatioprofiilit_esitys_sitra.pdf)

Suomen ympäristökeskus. Uutinen 31.1.2023 ”Kaikkien Suomen kuntien ja maakuntien kulutusperäiset päästöt laskettu ensimmäistä kertaa”.

Saatavilla osoitteessa: [https://www.hiilineutraalisuomi.fi/fi-FI/Ajankohtaista/Uutiset/Kaikkien\\_Suomen\\_kuntien\\_ja\\_maakuntien\\_ku\(64867\)#:~:text=Uuden%20p%C3%A4%C3%A4st%C3%B6laskennan%20mukaan%20Suomen%20kuntien,ja%20loput%206%20prosenttia%20investoinneista](https://www.hiilineutraalisuomi.fi/fi-FI/Ajankohtaista/Uutiset/Kaikkien_Suomen_kuntien_ja_maakuntien_ku(64867)#:~:text=Uuden%20p%C3%A4%C3%A4st%C3%B6laskennan%20mukaan%20Suomen%20kuntien,ja%20loput%206%20prosenttia%20investoinneista)

Suutariliikkeiden liitto. 2022. Kysely suutariyrittäjille. Internet-sivu.

<https://suutariliikkeidenliitto.fi/kysely-suutariyrittajille/>

Swappie. 2022. Swappie Environmental Impact Report 2021. Saatavilla osoitteessa:

[https://assets.swappie.com/Swappie\\_Environmental\\_Impact\\_Report\\_2021.pdf](https://assets.swappie.com/Swappie_Environmental_Impact_Report_2021.pdf)

The European Consumer Organisation. 2022. A repair score that works for consumers 2022. Saatavilla osoitteessa:

[https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/beuc-x-2022-054\\_beuc\\_paper\\_on\\_repair\\_score.pdf](https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/beuc-x-2022-054_beuc_paper_on_repair_score.pdf)

Tietosuojavaltuutetun toimisto. 2022. Arvioi riskit ja suunnittele toimenpiteet tietosuojan toteuttamiseksi. Saatavilla <https://tietosuojaja.fi/arvioi-riskit>

Tilastokeskus. 2022a. Kiertotalousliiketoiminnan indikaattorit. Internetsivusto

<https://www.stat.fi/tup/kiertotalous/kiertotalousliiketoiminnan-indikaattorit.html#uudelleen kaytto>

Viitattu 17.10.2022.

Tilastokeskus. 2022b. Yritykset toimialoittain. Tietokanta [https://pxweb2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin\\_yrti/statfin\\_yrti\\_pxt\\_11d5.px](https://pxweb2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_yrti/statfin_yrti_pxt_11d5.px)

[https://pxweb2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin\\_yrti/statfin\\_yrti\\_pxt\\_11d5.px](https://pxweb2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_yrti/statfin_yrti_pxt_11d5.px)

Viitattu 17.10.2022.

Verkkokaupan Vastuullisuusbarometri 2022

WWF Suomi. Uutinen 31.3.2022. Näkökulma: suomalaisten ylikulutuspäivä,

sota ja pandemia – mitä niillä on yhteistä? Saatavilla osoitteessa: <https://www.wwf.fi/uutiset/2022/03/nakokulma-suomalaisten-ylikulutuspai-va-sota-ja-pandemia-mita-niilla-on-yhteista/>

Ympäristöministeriö, 2023: Kuluttajat kiertotaloudessa. Saatavilla osoitteesta: [https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/164630/YM\\_2023\\_5.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/164630/YM_2023_5.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## **LÄHTEET KIERTOTALOUS JA SÄÄNTELY**

Kauppalaki (355/1987)

Kuluttajansuojalaki (38/1978)

Kuluttajaturvallisuuslaki (920/2011)

Laki varallisuus oikeudellisista oikeustoimista (oikeustoimilaki) (228/1929)

Tavaramerkkilaki (544/2019)

Tekijänoikeuslaki (404/1961)

Euroopan parlamentin ja Neuvoston asetus (EU) 2017/1001, annettu 14 päivänä kesäkuuta 2017, Euroopan unionin tavaramerkistä

Euroopan parlamentin ja Neuvoston asetus (EU) 2016/679, annettu 27 päivänä huhtikuuta 2016, luonnollisten henkilöiden suojelusta henkilötietojen käsittelyssä sekä näiden tietojen vapaasta liikkuvuudesta ja direktiivin 95/46/EY kumoamisesta ('yleinen tietosuojasäätös')

Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 1980/2000, annettu 17 päivänä heinäkuuta 2000, tarkistetusta yhteisön ympäristömerkin myöntämisyjärjestelmästä (EYVL L 237, 21.9.2000, s. 1–12)

Euroopan parlamentin ja Neuvoston direktiivi (EU) 2019/2161, annettu 27 päivänä marraskuuta 2019, neuvoston direktiivin 93/13/ETY ja Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivien 98/6/EY, 2005/29/EY sekä 2011/83/EU muuttamisesta unionin kuluttajansuojasääntöjen täytäntöönpanon valvonnan parantamisen ja nykyaikaistamisen osalta

Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivi 2005/29/EY, annettu 11 päivänä toukokuuta 2005, sopimattomista elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisistä kaupallisista menettelyistä sisämarkkinoilla ja neuvoston direktiivin 84/450/ETY, Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivien 97/7/EY, 98/27/EY ja 2002/65/EY sekä Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EY) N:o 2006/2004 muuttamisesta (sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva direktiivi) (EUVL L 149, 11.6.2005),



Neuvoston direktiivi 92/75/ETY, annettu 22 päivänä syyskuuta 1992, kodinkoneiden energian ja muiden voimavarojen kulutuksen osoittamisesta merkinnöin ja yhdenmukaisin tuotetiedoin (EYVL L 297, 13.10.1992, s. 16–19)

Euroopan komissio, 10.3.2020, Komission tiedonanto, Euroopan uusi teollisuusstrategia, COM(2020) 102 final

Ehdotus Euroopan parlamentin ja Neuvoston direktiiviksi tavaroiden korjaamista edistävästä yhteisistä säännöistä sekä asetuksen (EU) 2017/2394 ja direktiivien (EU) 2019/771 ja (EU) 2020/1828 muuttamisesta COM(2023) 155 final

Ohjeet sopimattomista elinkeinonharjoittajien ja kuluttajien välisistä kaupallisista menettelyistä sisämarkkinoilla annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston direktiivin 2005/29/EY tulkintaa ja soveltamista varten (ETA:n kannalta merkityksellinen teksti), (2021/C 526/01)

Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on substantiation and communication of explicit environmental claims (Green Claims Directive) COM(2023) 166 final

Kansainvälinen kauppakamari, ICC:n Markkinointisäännöt 2018, International Chamber of Commerce ICC 2018, (suomennos 2019)

Kilpailu- ja kuluttajavirasto, Ympäristömarkkinointi, ohjeet, <https://www.kkv.fi/kuluttaja-asiat/tietoa-ja-ohjeita-yrityksille/kuluttaja-asiamiehen-linjaukset/ymparistomarkkinointi/>, viitattu 17.4.2023

Tietosuojavaltuutetun toimisto, 2022, ohjeet, 'henkilötietojen käsittely': <https://tietosuoja.fi/henkilotietojen-kasittely>, viitattu 17.4.2023

Tietosuojavaltuutetun toimisto, 2022, ohjeet, 'osoitusvelvollisuus': <https://tietosuoja.fi/osoitusvelvollisuus>, viitattu 17.4.2023

Tekijänoikeusneuvosto, lausunto 2021:9, 16.11.2021, <https://www.edilex.fi/tekijanoikeusneuvosto/fi/20210009.pdf>

## **OIKEUSTAPAUKSET**

KKO 2006:17 'Gillette'

MAO:388/19 'SodaStream'

EUT C-197/21 'SodaStream'

EUT C-210/16 'Wirtschaftsakademie'

EUT C-40/17 'Fashion ID'

