



Työkalut

Työkalupakin sisältö

1) Nykytilan arviointi ja potentiaalin tunnistaminen: arvoketjutyökalu

2) Yrityksen liiketoiminnan kehittäminen kohti kiertotaloutta + arvon luominen: elinkaarimalli

3) Asiakaskokemuksen kehittäminen kiertotalousratkaisuihin

4) Yrityksen sisäinen kehittäminen: Kiertotalouden resursointi & osaamistarpeet

5) Ekosysteemin kehittäminen kumppaneiden kanssa: toimijaverkosto; tätä voi täyttää pelkästään oman liiketoiminnan kehittämisen näkökulmasta tai kumppaneiden kanssa

6) Tarkistuslistat kolmelle toimialalle

7) Kiertotaloustoiminnan lainsäädäntöä Suomessa

8) Käytetyn tavaran kauppa, vuokraus- ja korjaustoiminta: IPR-tarkistuslista

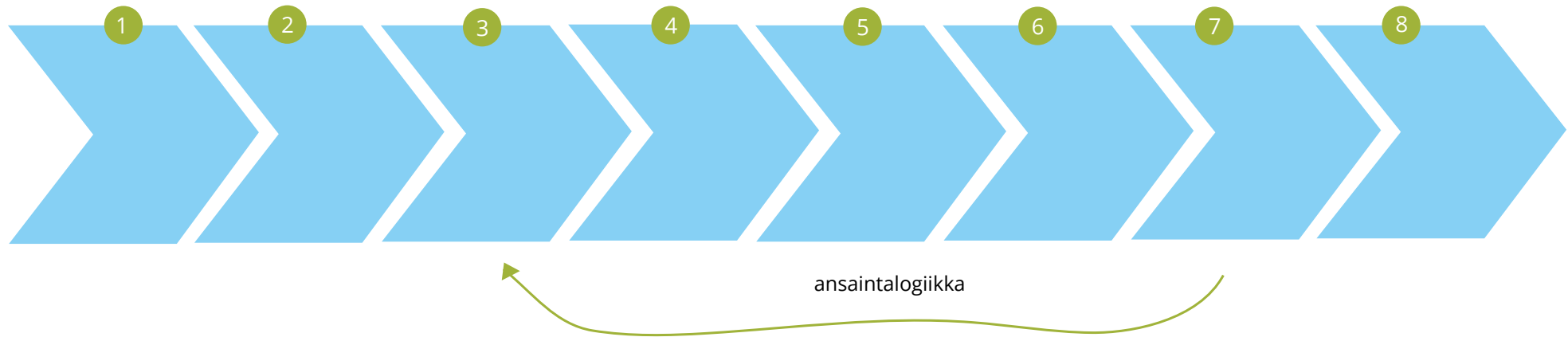
9) Työkalu tietosuojaselosteen laatimiseen

10) Tiekarttapohja yrityksen työskentelyä ohjaavana sisäisenä dokumenttina





1. Nykytilan arviointi ja potentiaalin tunnistaminen: Arvoketjutyökalu



Kiertotalouden arvoketjuharjoitus: Arvoketjuharjoituksen tarkoituksena on kuvata, miltä yrityksen koko toiminta näyttää tällä hetkellä kiertotalouden näkökulmasta katsottuna ja mitä potentiaalia arvoketjussa on jo tunnistettu.

Harjoitus on hyvä lämmittely, ennen kuin aloitetaan suunnittelemaan kiertotalouden mukaisia toimia tuoden samalla esiin sen, missä määrin lineaaritalouden mukaisia nykyiset toiminnot ovat: jos esimerkiksi tämän hetkinen näkymä tuotteiden elinkaaresta päättyy siihen, kun asiakas ostaa tuotteen, tarkoittaa se lineaaritalouden mukaista toimintamallia, jossa kiertotalouden ratkaisuja ei vielä hyödynnetä.

🕒 Tarvittava aika: 10min

Kuka: liiketoiminnan päätöksistä vastaavat henkilöt

Ohjeistus:

1) Mieti yrityksen nykytilaa systeemitasolta ja kuvaa pääkohdat oheiselle arvoketjupohjalle. Esimerkiksi 1. kohtaan suunnittelutyö; 2. kohtaan raaka-aineet Kauko-Idästä, 3. logistiikka Kauko-Idästä Eurooppaan, 4. valmistus, 5. myynti, 6 käyttö, jne. Eli työkalun avulla luot helikopteriperspektiivin näkymä siitä, miten yrityksenne "ketju" etenee. Samalla luot näkymän siihen, onko nykyinen toiminta täysin 'ota-käytä-heitä pois' -mallin eli

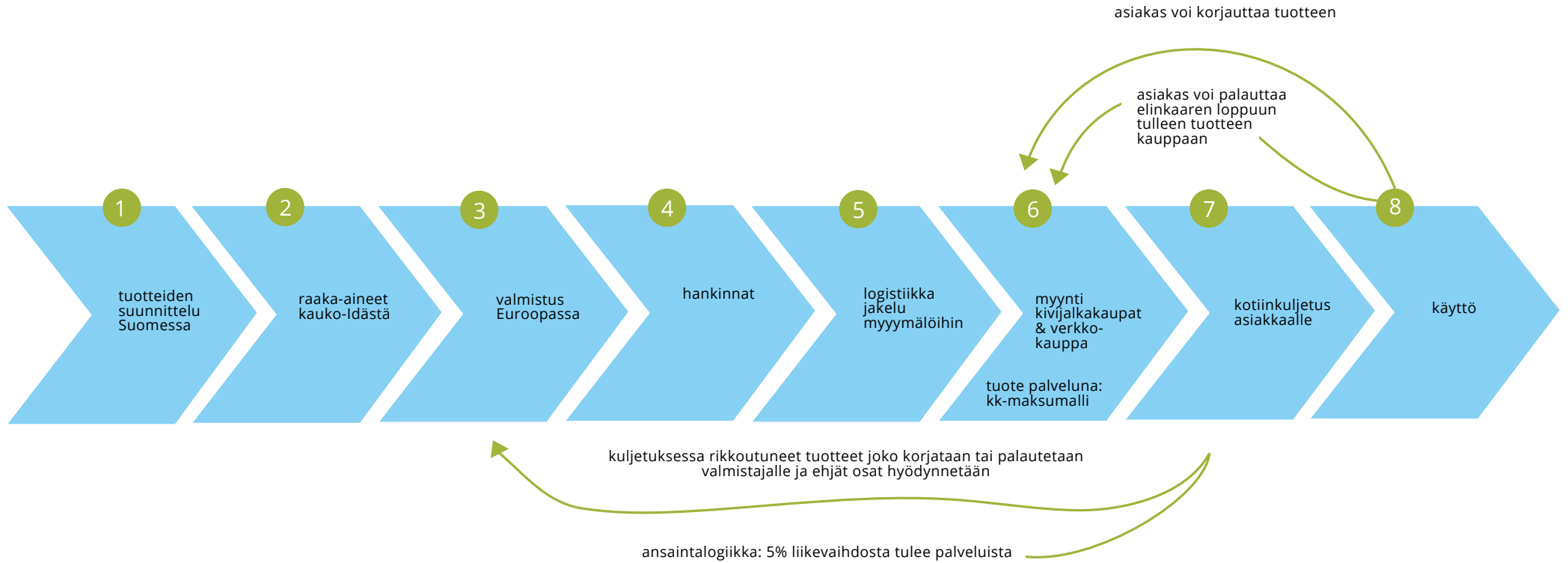
lineaaritalouden mukaista toimintaa, vai onko jossain kohdissa jo lähdetty jalkauttamaan kiertotalouden toimintamallia.

2) Onko teillä näkymä koko ketjun toimintaan ja erityisesti niihin kohtiin, joihin voitte vaikuttaa? Entä onko näkymää siihen, mitä tuotteille tapahtuu ketjun päässä, eli kun asiakas on käyttänyt tuotteen loppuun? Tai mitä tapahtuu vaikkapa palautetuille tai kuljetuksessa rikkoontuneille tuotteille? Jos tieto on olemassa, merkitse ketjun ylä/alapuolelle. Jos tietoa

ei ole, merkitse kohta kysymysmerkillä, jotta voit lähteä kehittämään siihen ratkaisua.

3) Kun olet kuvannut koko ketjun, kirjaa vielä ylös ansaintalogiikka; perustuuko kaikki tulo tällä hetkellä tuotteiden volyymimyyntiin vai tuleeko jokin osuus palveluista.

4) Jos teillä on esimerkiksi tuotteiden takaisinotto tai korjaustoimintaa merkkää ne "paluunuolena" ketjun yläpuolelle.





2. Yrityksen liiketoiminnan kehittäminen kohti kiertotaloutta + arvon luominen: elinkaarimalli

Elinkaarimallin tarkoituksena on kohta kohdalta työstää kiertotalouden ratkaisuja; samalla luot itsellesi systeemitason näkymän, joka auttaa hahmottamaan muutostarpeiden ketjun eri vaiheissa yhtenä kokonaisuutena ja tulevaisuuden saumattomana toimintamallina.

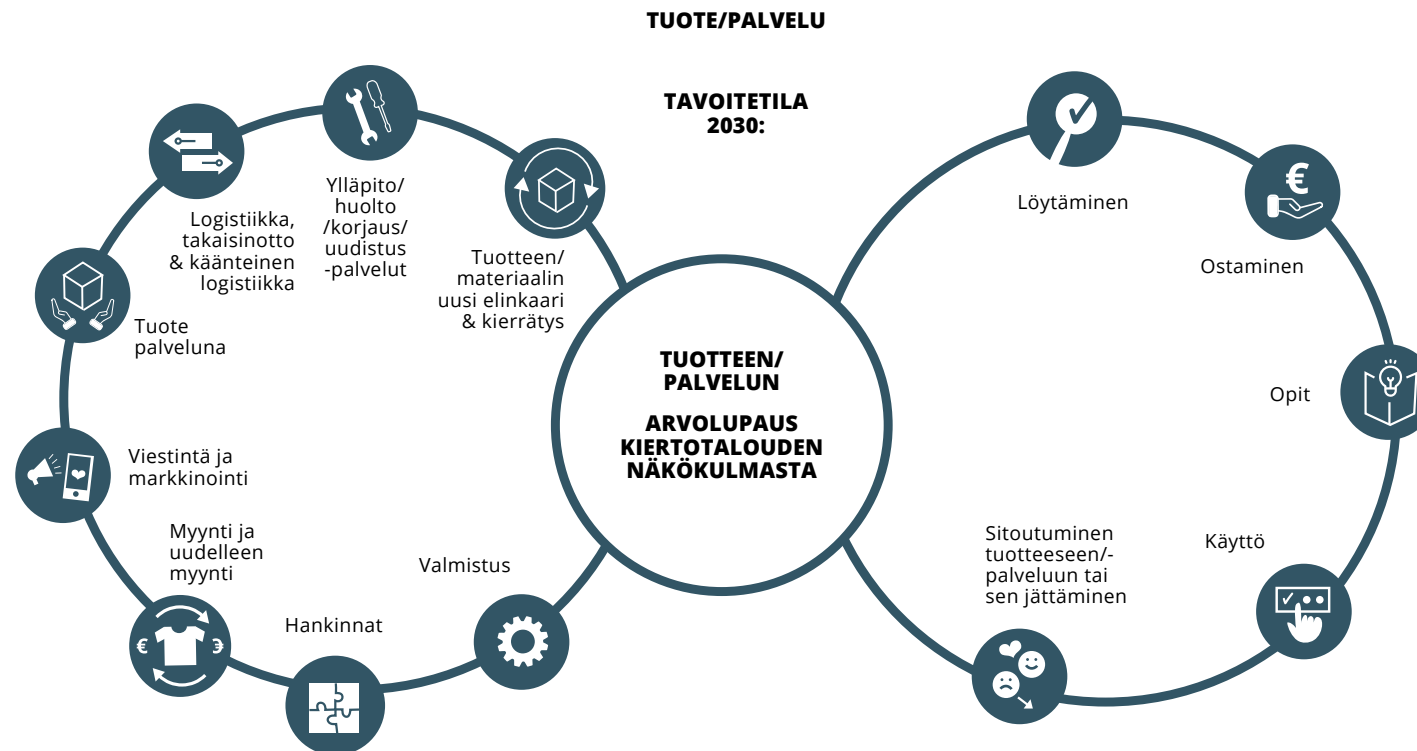
Jos esimerkiksi mietit käytetyn tuotteen uudelleen myyntiä, tulee samalla miettiä käänteisen logistiikan ratkaisuja/kumppaneita, digitaalisia työkaluja, huoltopalveluita ja viestintää & markkinointia.

Elinkaarimalli koostuu kahdesta ”kiekosta”: vasemmanpuoleinen kiekko keskittyy omiin toimintoihin, ja oikea kiekko asiakasrajapintaan.

Käytä post-it -lappuja ideoimiseen, niiden avulla voit tarvittaessa muuttaa ideoiden paikkaa elinkaaren kohdasta toiselle. Voit myös lähteä liikkeelle kevyesti ja ideoida 1-2 elinkaaren kohtaa kerralla.

🕒 **Tarvittava aika:** 30min - 3h

Kuka: liiketoiminnan päätöksistä vastaavat henkilöt



Ohjeistus:

1) Mieti ensin mitä tuotetta/tuoteperhettä lähdet työstämään ja merkkää se kiekon yläpuolelle. Mieti sen jälkeen pitkän aikavälin tavoitteita eli kiekon yläpuolella oleva visio; onko tavoitteena esim. että tuote on jatkossa houkutteleva palvelu, joka kiertää omistajalta toiselle lukuisia kertoja. Mitä ideoita pelikirjan kiertotalousvisio (luku 3) tuottaa omaan visioosi?

2) Lähde sen jälkeen liikkeelle vasemmasta kiekosta, eli omien toimintojen tarkastelusta. Aloita omasta "aloituspisteestä", eli esim. 'valmistus' tai 'myynti', ja lähde ideoimaan mitä uusia toimintamalleja ja ansaintamalleja kiertotalousajattelu voi tarjota. Oheinen esitetyt esimerkki sekä alla olevat kysymykset auttavat ideoinnissa.

3) Kun olet ideoinut vasemman kiekon elinkaaren, on aika siirtyä asiakkaan saappaisiin. Tässä kohtaa ota avuksi työkalu #3 'Asiakaskokemuksen kehittäminen kiertotalousratkaisuisissa' eli asiakaspolku-työkalu. Kuvaile, mitkä kiertotalousratkaisut ovat ainutlaatuisia, miten asiakas niistä hyötyy ja miten toimintamalli (esim. huolto & korjaus, takaisinotto jne..) tuodaan asiakkaalle tiettäväksi jo polun alussa.

4) Palaa sen jälkeen täyttämään oikea kiekko tuoden kiteytykset asiakaspolku -työkalusta osaksi kiekkoa.

5) Tarkastele vielä kerran vasenta puolta: tuottiko asiakaspolku uusia huomioitavia asioita omien toimintojen puolelle?

6) Mieti lopuksi keskellä oleva arvolupaus kiertotalouden näkökulmasta. Miten tarjoomasi tukee asiakkaiden vähähiilistä kiertotalouselämäntyyliä?

7) Siirry tämän jälkeen täyttämään työkalua #4 Yrityksen sisäinen kehittäminen.

Kysymyksiä helpottamaan työskentelyä:

- Millä tavoin voit tuoda uudelleen myynnin osaksi tarjoomaa?
- Mitkä ovat käytetyn tuotteen uudelleen myymisen hyödyt?
- Kerrotaanko asiakkaalle kiertotalouden mukaisesta toimintamallista jo ensimmäisessä kohtaamisessa?
- Mitä digitaalisia ratkaisuja tarvitset?
- Ketä kumppaneita tarvitset kiertotalousratkaisujen toteuttamiseen?
- Mitä kiertotalousnäkökulmia markkinoinnissa kannattaa tuoda esille? Miten kiertotalousratkaisut helpottavat asiakkaiden elämää?





3. Asiakaskokemuksen kehittäminen kiertotalousratkaisussa: Asiakaspolku

Kiertotalouden asiakaspolku:

Asiakaspolku-kanvaasin tarkoituksena on asettua asiakkaan saappaisiin ja tunnistaa hänen näkökulmastaan olennaiset toiminnan ja päätöksenteon kohdat ja tehdä ne näkyväksi.

Tarkoituksena on tunnistaa kiertotalouden näkökulmasta ne pisteet, joissa voidaan viestiä tai ohjata toimintaa kiertotalouden suuntaan ja tehdä näkyväksi kiertotalousratkaisun hyödyt asiakkaalle.

Asiakaspolun avulla voidaan asiakaskokemusta lähteä kehittämään entistä paremmaksi, ja asiakaskokemusta kannattaakin ajatella kilpailuvalltina; erinomainen palvelu ja loistava asiakaskokemus tuottavat pitkäikäisiä ja lojaaleja asiakkaita.

🕒 Tarvittava aika: 30min

Kuka: tuoteryhmävastaavat, markkinointi & myynti, asiakasrajapinnassa työskentelevät

Ohjeistus:

1) Valitse tuote tai palvelu, jonka polun haluat työstää. Aloita asiakaspolun ensimmäisestä kohdasta "Löytäminen".

2) Asiakaspolun eri kohtiin on koottu valmiiksi muutamia olennaisia kysymyksiä, joihin lähdetään hakemaan vastauksia. Asiaa kannattaa kuitenkin pohtia laajemminkin.

3) Voit lisätä mukaan myös inspiraatiokuvia netistä tuomaan esiin tavoiteltua fiilistä.

4) Kun olet täyttänyt kaikki kohdat, käy läpi polku vaihe vaiheelta ja täydennä vielä lopuksi aikaisemmat polun kohdat tarpeen mukaan. Vaikuttaako polku nyt ehjältä ja saumattomalta, eli sellaiselta, joka on asiakkaan ykkösvalinta helppouden, nopeuden ja huolettomuuden näkökulmasta. Valitsitko itse tällaisen asiakaskokemuksen monien kilpailijoiden joukosta?



Asiakaspolun eri vaiheet kiertotalouden näkökulmasta

Löytäminen

Miten, missä & milloin asiakas löytää tuotteen/palvelun?
Mikä kiertotalousnäkökulma voi houkutella asiakkaan tuotteen/ palvelun pariin?

Ostaminen

Millä perusteella ja mihin tarpeeseen asiakas ostaa tuotteen/palvelun? Mitä kiertotaloushyötyjä asiakas saa?
Millä bisnesmallilla asiakas ostaa tuotteen/palvelun? (kk-maksu, leasing, kertaostos, joku muu?)

Opit

Mitä asiakkaan tarvitsee tietää ennen kuin alkaa käyttää tuotetta/ palvelua ensimmäistä kertaa?
Miten asiakasta neuvotaan tuotteen/palvelun käytössä/ ylläpidossa/korjauksessa?

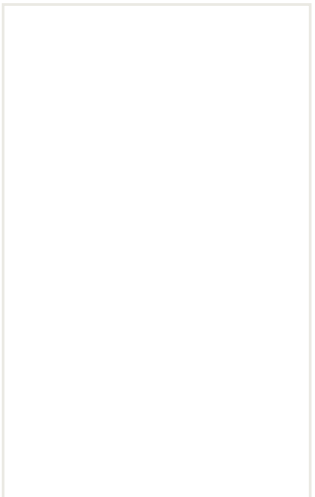
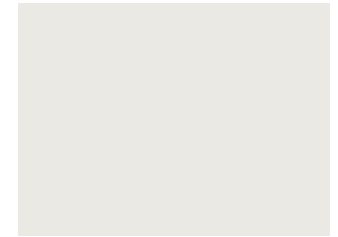
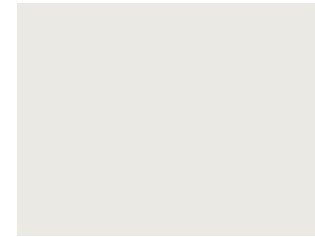
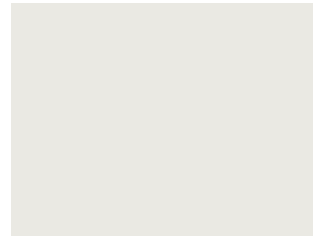
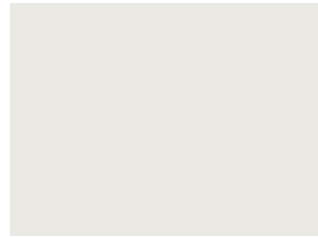
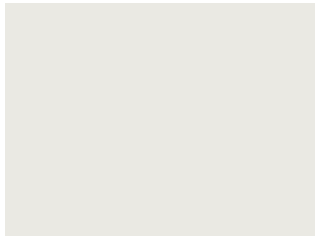
Käyttö

Mitä kiertotalouden tuomia hyötyjä halutaan korostaa?
Miten tuotteen/palvelun käytöstä voidaan saada tarvittaessa parhaiten palautetta?

Sitoutuminen

Miten asiakas saadaan käyttämään tuotetta/palvelua mahdollisimman pitkään? Voidaanko myydä lisäpalveluita?
Miten uusi elinkaari on järjestetty ja miten siitä viestitään asiakkaalle? Viestitääkö siitä jo 'ostaminen' -kohdassa?

Inspiraatiokuvia





4. Kiertotalouden resursointi & osaamistarpeet

Kiertotalouden resursointi ja osaamistarpeet:

Oheisen taulukon tarkoituksena on hahmottaa sisäisen kehittämisen tarpeet matkalla kohti kiertotalousliiketoimintaa. Tarkastele kehittämistarpeita peilaten aiemmin täytettyyn Kohti kiertotaloutta -elinkaarimalliin ja asiakaspolkuun.

🕒 **Tarvittava aika: 20min - 1h**

Kuka: johtoryhmän jäsenet, HR, yksiköiden/tiimien vetäjät

Ohjeistus:

1) Tarkastele elinkaarimallia täyttäessäsi esiin nousseita asioita ja mieti yrityksenne sisäisen kehittämisen tarpeita kolmesta näkökulmasta:

- A) Sisäisten tiimien organisoituminen ja yrityskulttuurin johtaminen
- B) Henkilökunnan osaaminen
- C) Tarvittavat investoinnit

2) Käy läpi myös asiakaspolku, kiinnitä huomiota erityisesti viestinnän ja markkinoinnin kehitystarpeisiin

3) Merkitse taulukkoon A) ne asiat, joita yrityksessänne tulee kehittää B) millä tavalla tunnistettuja asioita tulee kehittää, jotta ollaan systemaattisesti matkalla kohti kiertotalouden mukaista toimintamallia C) mitä on jo tehty.

4) Lopuksi priorisoi muutostarpeet; mitä tulee ja voidaan toteuttaa tänä vuonna, mitä ensi vuonna jne.

5) Seuraavaksi on ekosysteemityökalun (#5) vuoro.



5. Ekosysteemin kehittäminen kumppaneiden kanssa: toimijaverkosto

Toimijaverkostoharjoituksen tarkoituksena on auttaa työstämään miten ja kenen kanssa tuotteet pidetään kierrossa niiden arvo säilyttäen. Eli toisin kuin lineaarisessa toimitusketjussa, kiertotalouden kumppaniverkostotyökalu (käytetään myös nimitystä 'kiertotalouden liiketoimintaekosysteemi') varmistaa, että jokaisella luupilla on toimija/toimijoita, joka osaltaan edistää tuotteen "matkaa".

Tavoitteena on, että tuote pysyy mahdollisimman tiukoilla luupeilla, (eli uudelleen myynti/tuote palveluna/huolto/korjaus jne.), jotta tuotteen arvo säilyy ja se tuottaa eniten ja pisimpään liiketoimintaa jokaiselle toimijalle.

🕒 Tarvittava aika: 45min - 2h

Kuka: liiketoiminnan kehittäjät, palveluista ja kumppanuuksista vastaavat henkilöt, digitaalisista ratkaisuista vastaavat henkilöt

Ohjeistus:

1) Kertaa luvun 2 esimerkit. Aloita sen jälkeen kirjaamalla ekosysteemin alla olevaan laatikkoon tavoitellut asiakashyödyt

2) Ala sen jälkeen täyttämään toimijakortteja ja merkkää toimija oikeaan kohtaan verkostossa. Täydennä parhaan tietonne mukaan toimijoista seuraavat tiedot:

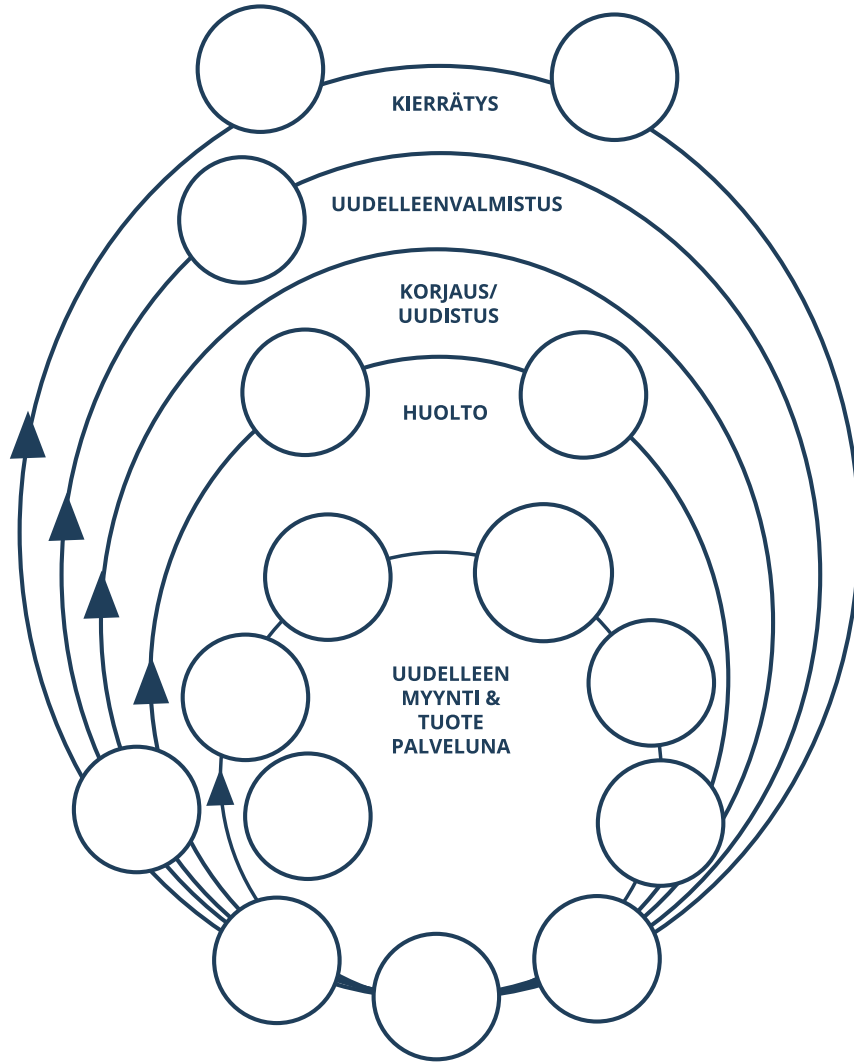
- A) Yritys
- B) Toiminta
- C) Toiminnan kuvaus & lopputuote/tarjonta
- D) Ansaintalogiikka

Mitä tarpeita & mitä puuttuu & haasteet (esim. volyymit, data, sääntely, ohjauskeinot, kumppanit)

3) Lopputuloksena syntyy kiertotalousekosysteemin kuvaus ja tietoa siitä, 1) mikä toiminto on kyseessä 2) eri toimintojen ansaintalogiikka 3) mitä tarvitaan, jotta toiminto voi toteutua; tämä voi liittyä vaikkapa tiedon keruuseen, volyymeihin, laatuun, dataan, yms.

4) Pyri kokoamaan mahdollisimman ehjä toiminta- ja toimijaverkosto tuotteen matkan varmistamiseksi eri luupeilla.

Kun olet tyytyväinen toimijaverkostoon, palaa vielä asiakashyötyihin ja täydennä tarvittaessa.



TOIMIJAKORTTI

Yritys

Toiminta

Toiminnan kuvaus & lopputuote/tarjonta:

Ansaintalogiikka:

Mitä tarpeita & mitä puuttuu & haasteet

ASIAKASHYÖDYT:



6. Tarkistuslistat kolmelle toimialalle

Oheisten listojen avulla voit vielä varmistaa, että olet tarkastellut toimintaasi monipuolisesti ja huomionut 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 huomionut monipuoliset hintapisteet - laatua uutta edullisemmin?
- Voidaanko asiakasta osallistaa kiertotalouden toteuttamiseen?
- Viestitäänkö asiakkaalle jo esim. seuraavista aiheista:
 - Yleisesti kiertotaloustuotteista
 - 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/ompeilupalvelu, 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, vetoketjun vaihto tai mallimuutos)?
- Ovatko tuotteet tarpeeksi laadukkaita korjattaviksi?
- Onko tuotteiden varaosia saatavilla huoltoa ja korjausta varten?
- Miten varmistetaan ammattitaitoisten tekijöiden löytäminen? Voimmeko itse kouluttaa osaajia?

Lähde: Kiertotalous kuluttajakaupassa -hankkeen Kaupan alan toimijoiden kehitystyöpaja 17.1.23





2) URHEILUVARUSTEET

Huomioitavaa asiakshyödyistä 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 kiertoon palauttamisen houkuttelevaksi?

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





3) KODINKONEET JA ELEKTRONIikka

Huomioitavaa asiakashyödyistä ja asiakasnäkökulmasta

- Miten varmistetaan palvelun helppous ja houkuttelevuus asiakkaalle? Helpottaisiko kk-mak-su asiakkaan arkea?
- Miten tuomme esiin sen, että palvelumalli mahdollistaa asiakkaalle paremmat laitteet?
- Viestitäänkö 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 löytyminen? 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 löytyminen? Voimmeko itse kouluttaa osaajia?

Lähde: Kiertotalous kuluttajakaupassa -hankkeen Kaupan alan toimijoiden kehitystyöpaja 17.1.23





7. Kiertotaloustoiminnan lainsäädäntöä Suomessa

Taulukossa on kuvattu valikoituja kaupan alan kiertotaloustoimintaan liittyviä kansallisia lakeja ja asetuksia Suomessa. (<https://www.finlex.fi/>) Sovellettava lainsäädäntö riippuu toiminnan luonteesta. Tällöin osa sääntelystä voi olla toiminnan kannalta oleellisempaa. Listaus voi toimia apuna lainsäädäntöön perehtymisessä kiertotaloustoiminnan lainsäädäntökartoitusta varten. Kansallisen lainsäädännön ohella sovelletaan lisäksi ylikansallista sääntelyä sekä muita kansainvälisistä sitoumuksista seuraavia oikeuksia ja velvoitteita. Taulukko ei ole aiheen laajuuden vuoksi tyhjentävä.

LAKI / ASETUS	LAIN / ASETUKSEN NUMERO
Arvonlisäverolaki	30.12.1993/1501
Jätelaki	646/2011
Jäteverolaki	17.12.2010/1126
Kauppakaari	31.12.1734/3
Kauppalaki	27.3.1987/355
Kilpailulaki	12.8.2011/948
Kuluttajansuojalaki	20.1.1978/38
Kuluttajaturvallisuuslaki	920/2011
Laki eräiden tuotteiden markkinavalvonnasta	16.12.2016/1137
Laki hyödyllisyysmallioikeudesta	10.5.1991/800
Laki jalkineiden ja tekstiilituotteiden vaatimustenmukaisuudesta	265/2022
Laki Kilpailu- ja kuluttajavirastosta	30.11.2012/661
Laki kuluttajariitalautakunnasta	12.1.2007/8
Laki oikeudenkäynnistä markkinaoikeudessa	100/2013



LAKI / ASETUS	LAIN / ASETUKSEN NUMERO
Laki palvelujen tarjoamisesta	1166/2009
Laki sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa	22.12.1978/1061
Laki sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa	22.12.1978/1061
Laki verkossa toimivia välityspalveluja ja hakukoneita koskevasta kieltomenettelystä	464/2020
Liikesalaisuuslaki	595/2018
Liikesalaisuuslaki	595/2018
Arvonlisäverolaki	30.12.1993/1501
Jätelaki	646/2011
Jäteverolaki	17.12.2010/1126
Kauppakaari	31.12.1734/3
Kauppalaki	27.3.1987/355
Kilpailulaki	12.8.2011/948
Kuluttajansuojalaki	20.1.1978/38
Kuluttajaturvallisuuslaki	920/2011
Laki eräiden tuotteiden markkinavalvonnasta	16.12.2016/1137
Laki hyödyllisyysmallioikeudesta	10.5.1991/800



LAKI / ASETUS	LAIN / ASETUKSEN NUMERO
Laki jalkineiden ja tekstiilituotteiden vaatimustenmukaisuudesta	265/2022
Laki Kilpailu- ja kuluttajavirastosta	30.11.2012/661
Laki kuluttajariitalautakunnasta	12.1.2007/8
Laki oikeudenkäynnistä markkinaoikeudessa	100/2013
Laki palvelujen tarjoamisesta	1166/2009
Laki sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa	22.12.1978/1061
Laki sopimattomasta menettelystä elinkeinotoiminnassa	22.12.1978/1061
Laki verkossa toimivia välityspalveluja ja hakukoneita koskevasta kiel-tomenettelystä	464/2020
Liikesalaisuuslaki	595/2018
Mallioikeuslaki	221/1971
Oikeusministeriön asetus kuluttajansuojalain 6 luvussa tarkoitetuista peruuttamislomakkeesta ja peruuttamisohjeista	110/2014
Oikeustoimilaki	13.6.1929/228
Patenttilaki	15.12.1967/550
Sähköturvallisuuslaki	1135/2016
Tavaramerkkilaki	26.4.2019/544
Tekijänoikeuslaki	8.7.1961/404



LAKI / ASETUS	LAIN / ASETUKSEN NUMERO
Tietosuojalaki	5.12.2018/1050
Tuotevastuulaki	17.8.1990/694
Työsopimuslaki	26.1.2001/55
Vahingonkorvauslaki	31.5.1974/412
Vakuutusopimuslaki	28.6.1994/543
Valtioneuvoston asetus jätteistä	978/2021
Valtioneuvoston asetus kiertotalouden ja kestävän vihreän kasvun edistämiseen myönnettävästä avustuksesta	1197/2020
Valtioneuvoston asetus kuluttajien kannalta sopimattomasta menettelystä markkinoinnissa ja asiakassuhteissa	601/2008
Valtioneuvoston asetus kulutushyödykkeen hinnan ilmoittamisesta markkinoinnissa	553/2013
Valtioneuvoston asetus kulutustavaroista ja kuluttajapalveluksista annettavista tiedoista	613/2004
Valtioneuvoston asetus pakkauksista ja pakkausjätteistä	1029/2021
Valtioneuvoston asetus paristoista ja akuista	520/2014
Valtioneuvoston asetus sähkö- ja elektroniikkalaiteromusta	3.7.2014/519
Valtioneuvoston asetus sähkölaitteiden turvallisuudesta	1437/2016
Ympäristönsuojelulaki	27.6.2014/527



8. Käytetyn tavaran kauppa, vuokraus- ja korjaustoiminta - IPR

Onko toimintaan liittyvään oman brändiin liittyvät esteet tutkittu ja tarvittavat suo- jaukset tehty?

- Suositeltavaa sopia kirjallisesti, että tarvittavat oikeudet brändielementteihin (kuten logo) siirtyvät suunnittelijalta
- Suositeltavaa tutkia ennen brändin julkaisua muun muassa aikaisemmat rekisteröinnit ja mahdollisesti vakiintuneet kilpailijoiden tunnukset, kuten:
 - Tavaramerkit (esimerkiksi sana merkit, kuvat, multimediamerkit)
 - Toiminimet ja aputoiminimet
 - Domainit ja sosiaalisen median käyttäjätunnukset
- Suositeltavaa tehdä tarvittavat rekisteröinnit (esim. FI ja EU):
 - Tavaramerkkirekisteröinti
 - Toiminimen ja aputoiminimen rekisteröinti
 - Domainien rekisteröinti ja sosiaalisen median käyttäjätunnuksien varaaminen
 - Suositeltavaa ottaa käyttöön toisten hakemia tavaramerkkejä koskeva valvontapalvelu

Liittyykö toimintaan kertaalleen liikkeelle lasketun kolmannen toimijan bränditavaran hyödyntämistä – jossa esim. tavaramerkki esiintyy – tai sisältääkö se bränditavaraan liittyvän palvelun?

- Vaikka tavaramerkkioikeus sammuu, kun tavara on laskettu kertaalleen vaihdantaan relevantilla maantieteellisellä alueella, on suositeltavaa suunnitella käyttö tarkasti.
- Erityisesti on suunniteltava, miten elinkeinonharjoittajan oma tavaramerkki tai muut kaupalliset tunnukset jatkossa esiintyvät tuotteissa niiden muiden tuotetietojen ja mahdollisten muiden kaupallisten tunnusten ja tietojen rinnalla sekä markkinoinnissa ja olisiko tiedoissa syytä harkita muun muassa selventäviä osia.
- Tämä koskee muun muassa:
 - Tavaraan painettua tai kaiverrettua tavaramerkkiä
 - Tavaraan tai sen pakkaukseen laitettavia ja siitä poistettavia tietoja (mm. etikettejä ja tarroja), joissa tavaramerkki on näkyvässä
 - Tavaroiden ja palvelujen markkinointia toiselle kuuluvaa tavaramerkkiä käyttämällä tai siihen viittaamalla

- Joissakin tilanteissa on syytä ottaa yhteyttä tavaramerkin haltijaan ennakkolisesti tavaramerkkiriskien hallitsemiseksi.

Liittyykö toimintaan toisen toimijan brändiin, nimeen tai tuotteeseen viittaamista (esim. yhteensopivuus, vertailu ym.)?

- Silloin kun markkinoinnissa viitataan toisen tavaramerkkiin mm.:
 1. Merkin käyttämisen perusteella ei saa syntyä vaikutelmaa siitä, että kolmannen ja tavaramerkin haltijan välillä on liikesuhde
 2. Käytöllä ei saa heikentää tavaramerkin arvoa hyödyntämällä perusteettomasti tavaramerkin erottamiskykyä tai laajaa tunnettuutta
 3. Tavaramerkkiä vähättelevä tai panetteleva käyttö ei ole sallittua
 4. Hyvän liiketavan mukaisuuden vastaista on myös sellainen käyttö, jossa kolmas esittää tuotteensa kyseisellä tavaramerkillä myytävien tuotteiden jäljitelmänä tai toisintoina



- Toisen tavaramerkin, kaupanimen tai muiden erottavien tunnusten käyttö voi olla mahdollista, mikäli siinä mm. noudatetaan vertailevaa mainontaa koskevan lainsäädännön edellytyksiä. Vertailuun perustuvat näkökohdat on huomioitava muun muassa silloin, kun verrataan kiertotalousmarkkinoilla kaupattavan tavaran tai palvelun ympäristönäkökohtia toisten tavaroihin ja palveluihin tai markkinoidaan tuotteiden kanssa yhteensopivia muita tavaroita.

Liittykö toimintaan mallioikeudella suojatun osan valmistamista?

- On syytä varmistaa, onko osan suojaus voimassa toiminnan käsittävissä maissa /ja selvittää aiheuttaako valmistus loukkauriskejä.

Liittykö toimintaan jo kertaalleen myydyn mallioikeudella suojatun osan hyödyntämistä?

- Mallioikeus ei anna sen haltijalle oikeutta kieltää mallioikeudella suojatun tuotteen hyväksikäyttöä, jos mallioikeuden haltija on saattanut tuotteen vaihdantaan relevantilla maantieteellisellä alueella. Silloin kun malliin viitataan toiminnassa muuten, on käyttö suunniteltava huolellisesti.

Liittykö toimintaan jo kertaalleen myydyn alkuperäisesti tekijänoikeudella suojatun tavaran hyödyntämistä?

- Mikäli kiertotaloustoiminnassa hyödynnetään kertaalleen liikkeelle laskettua tavaraa, johon voi kohdistua tekijänoikeus, tulee sen jatkokäyttöä suunnitella erityisen huolellisesti. Tarkemman juridisen harkinnan jälkeen tulee tarvittaessa ottaa yhteyttä oikeuden omistavaan tahoon uusiokäyttöön liittyvien riskien hallitsemiseksi. jälkeen tulee tarvittaessa ottaa yhteyttä oikeuden omistavaan tahoon uusiokäyttöön liittyvien riskien hallitsemiseksi.

Käytetäänkö toiminnassa käyttäjien ottamia valokuvia tai niiden tekemiä sisältöjä?

- Mikäli kiertotaloustoimintaa harjoitetaan esimerkiksi verkon markkinapaikalla, on palveluun syytä lisätä käyttöehdot valokuvien käytöstä ja muista niihin liittyvistä oikeuksista. Käytetyn tavaran kauppaan liittyvien erimielisyyksien selvittämiseksi, olisi hyvä kartoittaa kuvien säilytykseen liittyvät käytänteet, kuten säilytysaika, jonka tulisi olla vähintään virhevastuun kanssa yhdenmukainen aika, eli noin 1–2 vuotta.

Liittykö toimintaan jokin uusi innovaatio, toimenpide tai menetelmä?

- Jos ratkaisuun liittyy esimerkiksi keksinnöllinen tekninen ratkaisu, jolla hyödynnetään jo kertaalleen myytyjä tavaroita tai materiaaleja, kyseessä voi olla yksinoikeudella suojattava keksintö. Tällaisessa tapauksessa on syytä selvittää esimerkiksi patentti tai hyödyllisyysmallirekisteröinnin mahdollisuudet. Yksinoikeudella suojattua keksintöä on myös mahdollista kaupallistaa esimerkiksi lisensoimalla. Alkuvaiheessa on syytä suunnitella, miten keksintö pysyy luottamuksellisena, esimerkiksi salassapitosopimuksia hyödyntäen.



9. Työkalu tietosuojaselosteen laatimiseen

Informointivelvoitteen edellyttämiä tyypillisiä tietoja käytetyn tavaran kaupassa, vuokraus- ja korjaustoiminnassa

VELVOITE	KOMMENTTEJA	ESIMERKKEJÄ / LISÄTIETOA
<p>Rekisterinpitäjän / yhteisrekisterinpitäjän ja mahdollisen edustajan identiteetti ja yhteystiedot</p>	<p>Vaatii tiedonkäsittelyyn liittyvien osapuolten roolien tunnistamista.</p> <p>Selosteessa annetut tiedot mahdollistavat osapuolten tunnistamisen ja yhteydenottotavat (esim. toiminimi, Y-tunnus, puhelinnumero, sähköposti ja postiosoite).</p>	<p>Rekisterinpitäjä voi olla mm. myyjistä ja ostajista henkilötieto- ja keräävä kauppa tai markkinapaikka (osto- ja myyntipalsta tai huutokauppa), korjauspalvelun tarjoaja, vuokraaja tai verkkosivu / sosiaalisen median palvelu (kuten Marketplace-tyyliset toiminnallisuudet). Kiertotaloustoiminnassa eri rekisterinpitäjien palveluita voidaan hyödyntää myös rinnakkain. Rekisterinpitäjä voi myös käyttää kumppania, joka voi olla mm. henkilötietojen käsittelijä tai yhteisrekisterinpitäjä. Rekisterinpitäjän ja käsittelijän välillä tulee olla sopimus tietojen käsittelystä. Yhteisrekisterinpitäjien tulee järjestää tietosuojavelvoitteet keskinäisin järjestelyin.</p>
<p>Mahdollisen tietosuojavastaavan yhteystiedot</p>	<p>Vaatii sen selvittämistä, onko tietosuojavastaava nimettävä.</p> <p>Selosteessa annettu tieto mahdollistaa yhteydenoton tietosuojavastaavaan.</p>	<p>Tietosuojavastaavan nimittäminen voi olla velvoite (esimerkiksi käsiteltäessä tietoja laajamittaisesti tai käsiteltäessä arkaluonteisia tietoja) tai perustua vapaaehtoisuuteen.</p>
<p>Henkilötietojen käsittelyn tarkoitukset sekä käsittelyn oikeusperusteet</p>	<p>Vaatii kaikkien käyttötarkoitusten ja perusteiden määrittämistä. Jokaiselle käyttötarkoitukselle on oltava oma lain mukainen perusteensa.</p> <p>Selosteessa annetaan tietoa kaikista käyttötarkoituksista, joita varten henkilötietoja on määrä käsitellä sekä tieto siitä, mihin käsittely perustuu.</p>	<p>Esimerkiksi kiertotaloustoiminnassa sopimuksen perusteella voi olla kyse myynti- ja ostosopimusten täytäntöön panemisesta, palvelujen tuottamisesta (korjaus ja vuokraus), laskutuksesta, saatavien valvonnasta ja perinnästä sekä asiakaspalvelusta. Lakiin perustuvien velvoitteiden hoitamisen perusteella voi olla kyse esimerkiksi väärinkäytösten tutkimista varten käsiteltävistä tiedoista. Suostumuksen perusteella voi olla kyse tietyissä tilanteissa tietojen käsittelystä sähköistä suoramarkkinointia varten esimerkiksi tilanteessa, jossa osapuolten (B2C) välillä ei ole asiakassuhdetta.</p>



VELVOITE	KOMMENTTEJA	ESIMERKKEJÄ / LISÄTIETOA
<p>Jos käsittely perustuu oikeutettuun etuun rekisterinpitäjän tai kolmannen osapuolen oikeutetut edut Vaatii oikeutettujen etujen tunnistamista ja ns. tasapainotestin tekoa.</p>	<p>Selosteen perusteella voidaan arvioida, voiko oikeutettua etua käyttää perusteena käsittelylle.</p>	<p>Esimerkiksi oikeutetun edun perusteella voi olla kyse tietyissä tilanteissa markkinoinnista jo olemassa oleville asiakkaille.</p>
<p>Kyseessä olevat henkilötietoryhmät</p>	<p>Vaati käsiteltävien tietojen yksilöintiä ja ryhmittelyä. Antaa informaatiota siitä, mitä tietoja käsitellään.</p>	<p>Kiertotaloustoiminnassa esimerkiksi asiakkaan nimi ja yhteystiedot, myynti-, osto- tai tilaushistoriatiedot, henkilötunnus, korjattavia tavaroita koskevat tiedot, vuokraukseen liittyvät tiedot (pituus, paino, käyttöpaikka, -aika ym.), tuotekuvien ottajan tiedot, tuotteen käyttötiedot (huom: digitaalinen tuotepassi), erääntyvät ja tehdyt maksut, maksutavat (esim. maksukorttitiedot, pankkitiedot) ja toimitukset. Jos käsittelyyn liittyy esimerkiksi asiakasprofiilin luominen verkon markkinapaikalla, esimerkiksi tilin kautta tapahtuva toiminta (esim. palvelun tilaaminen tai peruuttaminen), tuotekuvat ja -ilmoitukset, vakuutuksia koskevat tiedot, yhteydenotot asiakaspalveluun, tilin suojaustiedot (salasanat). Väärinkäyttötilanteissa mm. vihjeet, pyynnöt, ilmoitukset ja muut palautteet, valvontameratiedot.</p>
<p>Henkilötietojen vastaanottajat tai vastaanottajaryhmät Vaatii vastaanottajien määrittelyä.</p>	<p>Antaa informaatiota siitä, mihin tietoa siirretään tai luovutetaan, jos niin tehdään. Jos tietoja ei luovuteta eteenpäin, sekin on hyvä mainita.</p>	<p>Kolmannet osapuolet, muut rekisterinpitäjät, yhteisrekisterinpitäjät ja henkilötietojen käsittelijät ovat vastaanottajia. Lähtökohtaisesti annetaan tiedot nimetystä vastaanottajasta. Mikäli toimitetaan tiedot vain vastaanottajaryhmistä, tulisi osoittaa, miksi valittu menettelytapa on asianmukainen. Vastaanottajaryhmiä koskevien tietojen tulisi olla niin täsmällisiä kuin mahdollista ja sisältää vastaanottajien tyyppin (esim. viittaus sen toimiin), toimialan, sektorin ja alasektorin sekä sijainnin. Esimerkiksi toimituksia varten asiakastietoa voidaan luovuttaa logistiikkakumppaneille, joita voivat olla Posti, PostNord, Budbee ja DHL (alihankkijoihin).</p>



VELVOITE	KOMMENTTEJA	ESIMERKKEJÄ / LISÄTIETOA
<p>Tiedot tietojen siirrosta kolmansiin maihin ja tiedot käytettävistä suojoimista</p>	<p>Vaatii selvitystä siitä, siirretäänkö tietoja mm. EU:n ulkopuolisiin maihin, ja minkä perusteella tiedon siirtäminen on mahdollista.</p> <p>Antaa tietoa tietosuojan varmistamisen riittävyyttä koskevasta päätöksen tai toimenpiteen olemassaolosta tai puuttumisesta) ja keinot saada kopio tai tieto niiden sisällöstä.</p>	<p>Esimerkiksi IT-järjestelmä ja -ekosysteemiratkaisuissa tietoja voidaan käsitellä EU:n ulkopuolella. Mikäli tietoja siirretään tai luovutetaan, käytetään lainsäädännön vaatimia turvatoimenpiteitä. Tietojen siirrosta tai luovutuksesta tehdään sopimuskumppanin kanssa sopimus noudattaen EU-komission vahvistamia mallisopimuslausekkeita, tai sopimuskumppanin edellytetään käyttävän EU-komission vahvistamia mallisopimuslausekkeita, vastaanottajamaassa on EU-komission päätöksen mukaan riittävä tietosuojan taso, tietoja käsittelevällä yrityksellä on yritystä koskevat sitovat säännöt (Binding Corporate Rules) tai siirtämiselle on olemassa muu lainmukainen peruste kuten oikeusvaateen laatiminen, esittäminen tai puolustaminen.</p>
<p>Henkilötietojen säilyttämisaika tai, jos se ei ole mahdollista, tämän ajan määrittämiskriteerit.</p>	<p>Vaatii sitä, että eri henkilötietoryhmille ja/ tai eri käsittelytarkoituksille on tapauskohtaisesti määritelty erikseen säilytysajat, joiden on oltava perusteltavissa ja tarpeeseen perustuvia.</p> <p>Antaa selosteessa tietoa sen arvioimiseksi, mikä tietojen säilytysaika on tietyille tiedoille tai tietyissä tarkoituksissa.</p>	<p>Tietojen säilytysaika (tai määrittämiskriteerit) tulee määritellä itse. Mm. missä ajassa ei-aktiiviset palvelussa olevat profiilit ja niiden alainen tieto poistetaan? Kuinka kauan vuokrauksen jälkeen esim. pituus ja painoa ym. käyttöä koskevia tietoja säilytetään? Joskus säilytysaika voidaan johtaa mm. pakollisista (lainsäädetyistä) säilytysajoista tai toimialojen käytännösäännöistä. Ei ole riittävää todeta, että henkilötietoja säilytetään niin kauan kuin on tarpeellista tiettyjen laillisten tarkoitusten saavuttamiseksi. Esimerkiksi kameravalvonnan osalta, mitä kauemmin säilyttäminen kestää (erityisesti, jos se kestää yli 72 tuntia), sitä enemmän tarvitaan perusteluja tarkoituksen laillisuudesta ja säilytyksen tarpeellisuudesta (viittaus: Euroopan tietosuojaneuvoston ohje, 2020).</p>



VELVOITE	KOMMENTTEJA	ESIMERKKEJÄ / LISÄTIETOA
<p>Tiedot rekisteröidyn oikeuksista sekä niiden käytöstä</p>	<p>Vaatii arviointia siitä, mitä oikeuksien käyttö tarkoittaa eri tietojen (tietoryhmät) ja perusteiden osalta.</p> <p>Mahdollistaa lakiin perustuvien oikeuksien käytön ja -toteutumisen rekisteröidylle käytännössä ja antaa tietoa niistä.</p>	<p>Rekisteröidyn oikeudet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oikeus saada pääsy henkilötietoihin • Oikeus tietojen oikaisemiseen • Oikeus tietojen poistamiseen • Oikeus käsittelyn rajoittamiseen • Vastustamisoikeus • Oikeus siirtää tiedot järjestelmästä toiseen <p>Tämän informaation tulisi sisältää tiivistelmä myös siitä, kuinka rekisteröity voi käyttää oikeuksiaan. Esim. samoja henkilötietoja voidaan säilyttää sekä suostumuksen perusteella että lakiin perustuvana käsittelynä. Vaikka suostumus peruutetaan, voi tieto säilyä muihin tarkoituksiin, kuten siihen, että lakisääteinen velvoite edellyttää tietojen säilyttämistä.</p>
<p>Henkilötietojen säilyttämisaika tai, jos se ei ole mahdollista, tämän ajan määrittämiskriteerit.</p>	<p>Vaatii sitä, että eri henkilötietoryhmille ja/ tai eri käsittelytarkoituksille on tapauskohtaisesti määritelty erikseen säilytysajat, joiden on oltava perusteltavissa ja tarpeeseen perustuvia.</p> <p>Antaa selosteessa tietoa sen arvioimiseksi, mikä tietojen säilytysaika on tietyille tiedoille tai tietyissä tarkoituksissa.</p>	<p>Tietojen säilytysaika (tai määrittämiskriteerit) tulee määritellä itse. Mm. missä ajassa ei-aktiiviset palvelussa olevat profiilit ja niiden alainen tieto poistetaan? Kuinka kauan vuokrauksen jälkeen esim. pituus ja painoa ym. käyttöä koskevia tietoja säilytetään? Joskus säilytysaika voidaan johtaa mm. pakollisista (laissa säädetyistä) säilytysajoista tai toimialojen käytännesäännöistä. Ei ole riittävää todeta, että henkilötietoja säilytetään niin kauan kuin on tarpeellista tiettyjen laillisten tarkoitusten saavuttamiseksi. Esimerkiksi kameravalvonnan osalta, mitä kauemmin säilyttäminen kestää (erityisesti, jos se kestää yli 72 tuntia), sitä enemmän tarvitaan perusteluja tarkoituksen laillisuudesta ja säilytyksen tarpeellisuudesta (viittaus: Euroopan tietosuojaneuvoston ohje, 2020).</p>



VELVOITE	KOMMENTTEJA	ESIMERKKEJÄ / LISÄTIETOA
<p>Jos käsittely perustuu suostumukseen, tieto oikeudesta peruuttaa suostumus milloin tahansa</p>	<p>Mahdollistaa suostumukseen perustuvan tietojen käsittelyn osalta suostumuksen peruuttamisen ja käsittelyn päättämisen.</p>	<p>Tämän informaation tulisi pitää sisällään tieto siitä, miten suostumus voidaan peruuttaa, ottaen huomioon se, että suostumuksen peruuttamisen tulee olla yhtä helppoa kuin suostumuksen antamisen.</p>
<p>Onko henkilötietojen antaminen lakisääteinen tai sopimukseen perustuva vaatimus tai sopimuksen tekemisen edellyttämä vaatimus sekä onko rekisteröidyn pakko toimittaa henkilötiedot ja tällaisten tietojen antamatta jättämisen mahdolliset seuraamukset</p>	<p>Antaa tietoa tietojen antamisen pakollisuudesta ja antamatta jättämisen seuraamuksista.</p>	<p>Verkkolomakkeilla tulisi selkeästi esittää, mitkä tiedot ovat pakollisia ja mitkä mahdolliset seuraamukset niiden antamatta jättämisestä. Vastaavalla tavalla tulisi osoittaa tiedot, jotka eivät ole tästä näkökulmasta pakollisia.</p>
<p>Tiedot siitä, mistä henkilötiedot on saatu sekä tarvittaessa siitä, onko tiedot saatu yleisesti saatavilla olevista lähteistä Vaatii tietolähteiden tunnistamista ja yksilöintiä.</p>	<p>Antaa tietoa siitä, mistä tiedot on kerätty. Toimitettavien tietojen tulisi sisältää tiedot tietolähteiden luonteesta (esim. onko kyseessä julkisesti vai yksityisesti ylläpidetty tietolähde, organisaation/toimialan/sektorin tyyppi ja tieto siitä, mistä tieto on peräisin (esim. EU tai ei-EU).</p>	<p>Nimenomainen tietolähde tulisi pääsääntöisesti tarjota, jollei se ole mahdotonta. Esimerkiksi käytettyjen tavaroiden kaupassa, vuokraus- ja korjaustoiminnassa ostajan tiedot yleensä kerätään henkilöltä itseltään.</p>



VELVOITE	KOMMENTTEJA	ESIMERKKEJÄ / LISÄTIETOA
Tiedot automaattisen päätöksenteon, ml. profiloinnin olemassaolosta, sekä ainakin näissä tapauksissa merkitykselliset tiedot käsittelyyn liittyvästä logiikasta samoin kuin kyseisen käsittelyn merkittävyys ja mahdolliset seuraukset rekisteröidylle	Mikäli toimintaan sisältyy ko. toimia, on tiedot annettava. Antaa tietoa ko. toimista.	Esimerkiksi jos ko. toimien seurauksena henkilöltä estetään pääsy palveluun tai tehdään häntä koskeva päätös. Lisätietoja löytyy automatisoituja yksittäispäätöksiä ja profilointia koskevista viranomaisohjeista.
Oikeus tehdä valitus valvontaviranomaiselle	Annetaan tietoa siitä, että jokaisella rekisteröidyllä on oikeus tehdä kantelu valvontaviranomaiselle.	Velvoite tulee täyttää jokaisen jäsenvaltion kansalaisen tietojen osalta erikseen, eli oikeus on siinä jäsenvaltiossa, jossa hänen vakinainen asuinpaikkansa tai työpaikkansa on tai jossa väitetty tietosuojasetuksen rikkominen on tapahtunut. Suomessa: Tietosuojavaltuutetun toimisto, PL 800, 00531 Helsinki, tietosuoja(at)om.fi, puhelinvaihe: 029 566 6700.



10. Kiertotalouden tiekartta ja tavoitteet

Kiertotalouden tiekartta:

Tiekartan tarkoituksena on olla kokoava taulukko, johon kuvataan ehdotetun vision mukainen tavoitetila vuodelle 2035 ja siihen johtavat konkreettiset tavoitteet seuraaville vuosille.

Ohjeistus:

1) Tiekartta suositellaan täydennettäväksi back-casting-menetelmällä, eli oikealta vasemmalle. Lähde siis liikkeelle 2035 tavoitetilasta, eli mieti vision kautta, minkälaista yritystä ja kiertotalouden mukaista tulevaisuutta haluatte rakentaa.

2) Palaa sen jälkeen vasempaan reunaan ja lähde kirjaamaan ylös muutospolkua, jotta isoon tavoitteeseen päästään - hyödynnä tässä aiemmin täytettyjä työkalupakin työkaluja.

3) Tiekarttaan merkitään ainoastaan isoja linjauksia kuvaavat päätavoitteet (1-2 / ajanjakso) ja siitä voi halutessaan tehdä tarkemman toimintasuunnitelman, joka ohjaa päivittäistä toimintaa ja prosesseja.

4) Jos yrityksessä on jo tehty esim. ilmastositoumuksia tai muita olennaisia tavoitteita, ne kannattaa myös tuoda osaksi tätä tiekarttaa.

5) Onnittelut! Nyt yrityksesi on systemaattisella polulla kohti kiertotaloutta!

“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.”



2023	2023-2025	2026-2028	2028-2034	2035 TAVOITETILA
Strategia (esim. liiketoimintamalli, yrityskulttuuri...)				
TKI (esim. suunnittelu, valmistus, palvelut...)				
Brändi (esim. markkinointi, asiakaskokemus, visuaalinen ilme)				