

Kaisa Kurittu

# **YRITYSVASTUU- RAPORTOINTI**

Kiinnostavan viestinnän käsikirja

Alma Talent  
Helsinki 2018

Copyright © 2018 Alma Talent Oy ja tekijä

ISBN 978-952-14-3520-1

ISBN 978-952-14-3521-8 (sähkökirja)

ISBN 978-952-14-3522-5 (verkkokirja)

Kansi: Outi Pallari

Taitto: Sirpa Puntti

BALTO print, Liettua 2018

Anna palautetta kirjasta: [protoimitus@almamedia.fi](mailto:protoimitus@almamedia.fi)

# SISÄLLYS

## OSA 1

### SUKELLUS YRITYSVASTUURAPORTOINTIIN

<b>1. Kurkistus verhon taa: GRI-raportoinnin lyhyt historia</b> . . . . .	9
<b>2. GRI-raportoinnin askelmerkit</b> . . . . .	14
<b>3. Valmistautuminen ja selkeä toteutustapa</b> . . . . .	15
Tee sisältösuunnitelma . . . . .	18
Tarvitaanko vastuullisuusraportoinnissa konsulttia? . . . . .	20
<b>4. Tunnistaminen – jotta raporttiin tulisi vain oikeaa asiaa</b> . . . . .	23
Periaatteet raportin sisällön määrittelyyn. . . . .	23
<b>5. Olennaisuuden arviointi – miten se tehdään</b> . . . . .	31
Tunnista: tee pitkä lista tärkeistä asioista. . . . .	32
Laita tärkeysjärjestykseen: priorisoi olennaisimmat . . . . .	38
Olennaisuus: matriisilla tai ilman . . . . .	44
Vahvista: olennaisuus tarvitsee johdon hyväksynnän . . . . .	49
Tarkista: ollaanko vielä kärryillä . . . . .	50
<b>6. Tietojen keruu ja sisällöntuotanto</b> . . . . .	51
Periaatteet raportoitavien tietojen laadun varmistamiseksi . . . . .	58
Mistä näitä tietoja oikein tulee? . . . . .	66
Joku laskentaraja tässä täytyy olla! . . . . .	69
<b>7. Raportin viimeistely ja julkaisu</b> . . . . .	72

## OSA 2

### GRI-STANDARDIN SISÄLTÖ

<b>8. Yleiset tiedot – kuvaus organisaatiosta ja raportista (102)</b> . . . . .	78
Organisaation kuvaus, eli millainen yritys raporttia tekee . . . . .	79
Strategia – suunnitelma, miten tästä selvittäään . . . . .	83

Eettiset toimintaperiaatteet, jotka ohjaavat toimintaa . . . . .	90
Hallintotapa, eli miten vastuullisuutta hallitaan . . . . .	92
Vuorovaikutus sidosryhmien kanssa . . . . .	95
Raportointitapa eli tiedot raportista. . . . .	97
<b>9. Johtamismalli – miten vastuullisuutta johdetaan (103)</b> . . . . .	108
<b>10. GRI-tunnusluvut</b> . . . . .	112
Taloudellisen vastuun tunnusluvut . . . . .	114
Ympäristövastuun tunnusluvut . . . . .	121
Sosiaalisen vastuun tunnusluvut . . . . .	129
Toimialakohtaiset liitteet ja tunnusluvut. . . . .	145
<b>11. Perusteet – miten tehdään GRI:n mukainen raportti (101)</b> . . . . .	146
GRI:n mukainen raportointi – mitä se käytännössä vaatii . . . . .	146
Onko muita vaihtoehtoja, kuin noudattaa GRI-standardia. . . . .	150

## OSA 3

### HYVÄN YRITYSVASTUURAPORTIN TUNNUSMERKIT

<b>12. Kirkkaat ydinviestit</b> . . . . .	154
Kenelle raportti oikein tehdään? . . . . .	155
Selkeä rakenne helpottaa lukijan työtä . . . . .	156
<b>13. Helppolukuisuus</b> . . . . .	162
Visuaalinen viestintä – oivalluksia, ei koristelua . . . . .	171
<b>14. Raportointia vai viestintää – mihin raporttia käytetään.</b> . . . . .	178
Jotta raportti ei jäisi hyllyyn pölyttymään . . . . .	178
Tienviittoja reitille . . . . .	183
<b>GRI-standarditaulukko</b> . . . . .	187
<b>Lähteet</b> . . . . .	195

# OSA 1

## SUKELLUS YRITYSVASTUURAPORTOINTIIN

**Y**ritysvastuuraportin tärkein tehtävä on välittää lukijalle relevanttia tietoa ja lisätä hänen ymmärrystään siitä, miten yritys toimii, mitä se tavoittelee ja mitä se on saanut aikaan. Viestinnän näkökulmasta raportilla on siis todella tärkeä tehtävä, ja mikäli raportti ei onnistu näissä perustehtävissään, sen arvo on varsin kyseenalainen. Yritysvastuuraporttien mukanaan tuomia hyötyjä luetellaan mielellään: on maineen nousua, riskienhallintaa, parempaa vuorovaikutusta ja toiminnan kehittymistä. Mitään näistä ei kuitenkaan tapahdu, mikäli raportti on huono. Jos raportti ei kerro oikeista asioista tai se kertoo asioista niin sekavalla tai vaikeaselkoisella tavalla, ettei lukija ymmärrä sanomaa, ei yrityksen maine parane eivätkä riskit pienene.

Yritysvastuuraporttien tekemisessä sekä sitä käsittelevissä oppaissa fokus on, sinänsä aivan oikein, teknisessä suorittamisessa. Noudatetaan ohjeita, seurataan periaatteita, täytetään pykälä ja askelletaan merkistä seuraavaan, jotta sisältö täyttää vaaditut kriteerit. Näiden mekaanisten vaiheiden rinnalla raportoinnissa *yhtä tärkeää* on hyvä viestintä. Hyvällä viestinnällä varmistetaan, että raportti täyttää tärkeimmän tehtävänsä: se tulee luetuksi ja se välittää lukijalle hänelle hyödyllistä tietoa. Raportin onnistuminen

vaatii, että viestinnästä vastaavat ymmärtävät raportin tärkeimmän sanoman. Onnistumista edesauttaa, kun viestinnästä vastaavat tuntevat myös tekniset vaatimukset raportoinnin taustalla. Mitä periaatteita noudatetaan, miksi niitä noudatetaan ja mitä ne tarkoittavat. Miksi asioista raportoidaan tietyllä tavalla ja miksi joku tapa on harhaanjohtava. Siksi GRI-raportoinnin taustaprosessin tunteminen on hyödyllistä viestinnän tekijöille. Raportin onnistuminen vaatii myös sen, että tietojen tuottajat, eri aihepiirien ja yritysvastuun asiantuntijat ymmärtävät, miten heidän sydäntään lähellä olevista asioista kannattaa viestiä, jotta joku muukin ymmärtäisi – ja jopa kiinnostuisi siitä. Siksi nuuhkaus hyvän viestinnän keinoja tekee hyvää yritysvastuun asiantuntijoille.

Käsissäsi oleva kirja jakautuu kolmeen osaan, joista voit poimia tarvitsemasi palaset tai lukea ne kaikki haluamassasi järjestyksessä. Ensimmäisessä osassa pöytäään katetaan yritysvastuuraportoinnin eri vaiheet ja askelmerkkejä raportoinnin toteuttamista varten. Kirjan toinen osa pu-reskelee kapulakielisen GRI-standardin pienempiin, helposti nielaistaviin osiin. Kakkososan jälkeen hahmotat standardin kokonaisuuden ja saatat uskaltautua jopa omin päin lueskelemaan tuota 440-sivuista julkaisua. Viimeinen, kolmas osa muistuttaa hyvistä viestinnän keinoista, joiden avulla yksityksissä harhaileva tai puiseva yritysvastuuraportti saadaan palautettua selkeälle polulle ja hiottua julkaisuksi, jonka sisällöstä on hyötyä sekä tekijälle että lukijalle.

Kirjan loppuun on koottu GRI-standardin sisältö suomeksi. Nämä sivut löytyvät pinkin tunnusvärin avulla helposti kirjan päädyistä.

Kirjan yhtenä tavoitteena on tehdä epävirallisen suomennoksen avulla GRI-standardista helpommin lähestyttävä ja tulkittava. Toisena tavoitteena on lisätä raportin tekijöiden ymmärrystä siitä, millaisista asioista hyvä yritysvastuuraportointi syntyy ja miten GRI-standardia voi hyödyntää raportoinnissa. Kaikkein tärkeimpänä tavoitteena on kuitenkin rohkaista kaikkia raportin tekijöitä kohti hyvää viestintää ja kiinnostavaa vastuullisuusraportointia.