

MiTEn Menee?

Tarkistuslista



Euroopan unionin
osarahoittama

Viimeaikaisten ostosten tarkistaminen

Seuraa viimeaikaista kulutustasi yksinkertaisen tulostettavan tarkistuslistan avulla.

Tämä tarkistuslista opastaa sinua dokumentoimaan, mitä ja mistä ostit viimeisen kahden kuukauden aikana neljässä keskeisessä kategoriassa:

- Ruoka
- Vaatteet
- Koti
- Energia

Se auttaa:

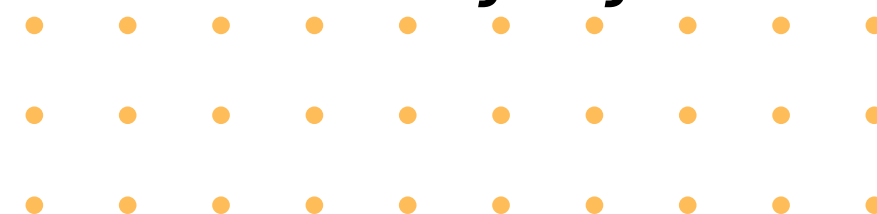
- Järjestelemään ja analysoimaan kulutustottumuksiasi
- Tunnistamaan usein ostetut asiat sekä ajankohdat

Comparative Research Network
CONSCIOUS CONSUMPTION Checklist
What and where did you buy in the last ... days/weeks/months?

FOOD	HOME
What: _____	What: _____
Where: _____	Where: _____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

WEAR	ENERGY
What: _____	What: _____
Where: _____	Where: _____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

**Riippuen tuotteiden määrästä, voit muuttaa ajanjaksoa kussakin luokassa.*





MITÄ ON CONSCIOUS CONSUMPTION?

Johdatus

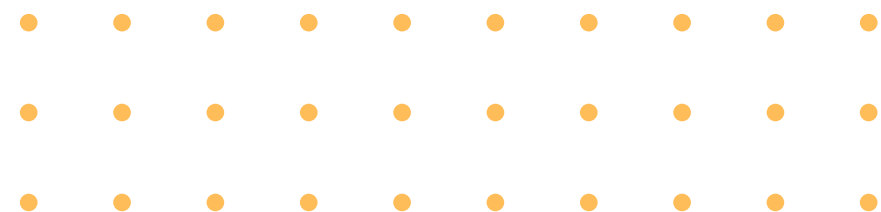


01. KESTÄVÄ KULUTTAMINEN

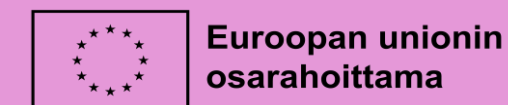
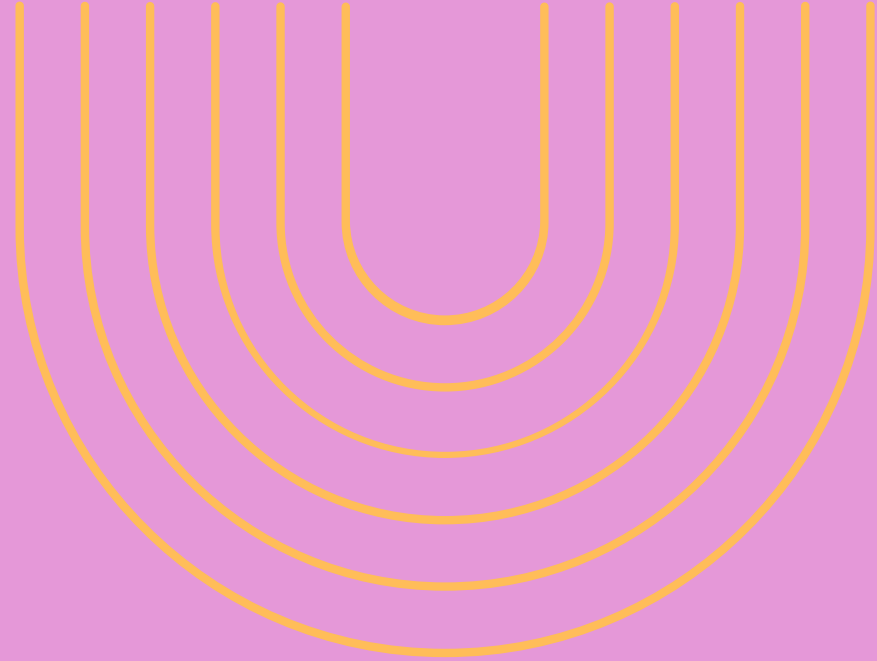
02. 1,5 ASTEEN ELÄMÄNTAPA

03. KOHTUULLISEN KULUTTAMISEN TILAT

04. SELÄTETÄÄN ONGELMA!



SISÄLTÖ



KESTÄVÄ

KULUTTAMINEN

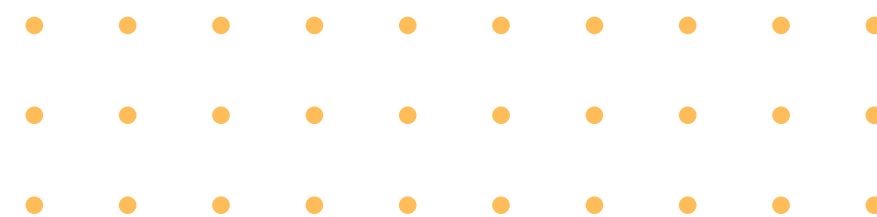
määritelmä

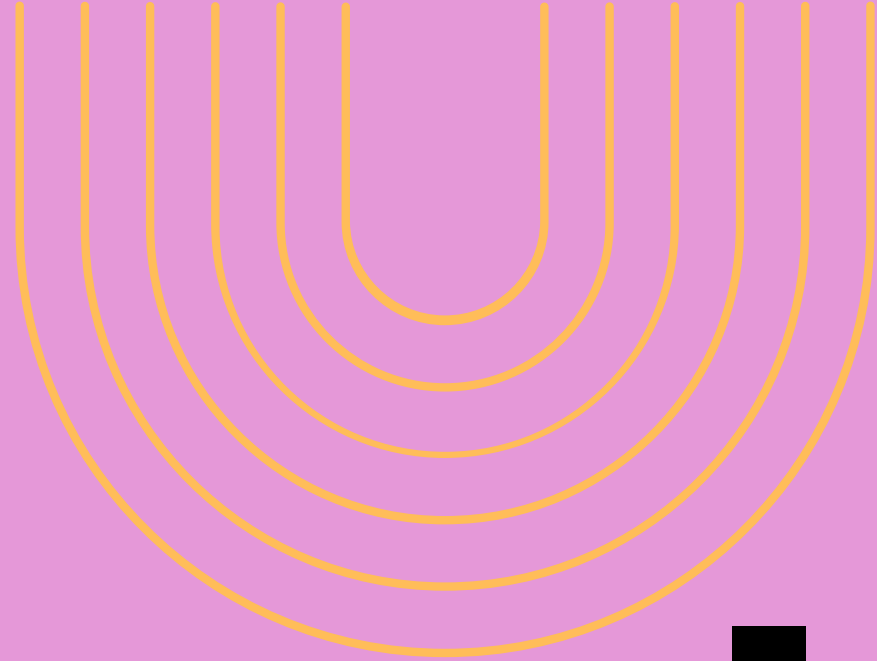


MITÄ ON KESTÄVÄ KULUTTAMINEN?

CoCo-projektin tavoitteena on kouluttaa ja kannustaa sinua tekemään tietoisempia ja kestävämpiä valintoja päivittäisessä kulutuksessasi. Haluamme siirtää painopisteen teoreettisesta tai abstraktista ympäristöasioiden keskustelusta käytännön kulutukseen liittyviin käytännönläheisiin ja mukaansatempaaviin toimiin. Haluamme tarjota sinulle helppoja ja käteviä vaihtoehtoja, jotka on helppo toteuttaa ja jotka auttavat sinua paitsi tekemään jotain ilmastonmuutosta vastaan, myös säästämään rahaa ja parantamaan terveyttäsi.

Maailmassa, jossa kulutustottumukset vaikuttavat merkittävästi ympäristöömme ja yhteiskuntaamme, kyky tehdä tietoisia valintoja on ratkaisevan tärkeä. Osallistumalla tälle tietoisien kuluttamisen oppitunnille saat käsityksen siitä, kuinka jokapäiväiset päätöksesi voivat edistää ympäristön kestävyyttä, sosiaalista vastuuta ja henkilökohtaista hyvinvointia. Tietoisien kulutuksen periaatteiden ymmärtäminen ei hyödytä vain sinua yksilönä, vaan sillä on myös tärkeä rooli yhteisöjemme ja koko planeettamme kestävämmän tulevaisuuden muovaamisessa.





1,5 ASTEEN ELÄMÄNTAPA

mikä se on ja mitä tekemistä sillä on minun kanssani?



1,5 ASTEEN ELÄMÄNTAPA

1,5 asteen elämäntapa tarkoittaa muutosten tekemistä jokapäiväisiin tottumuksiin ja käyttäytymiseen ilmastonmuutoksen vaikutusten vähentämiseksi. Se viittaa siihen, että muuttamalla tapamme kuluttaa asioita, kuten ruokaa, asumista, liikennettä, vapaa-ajan toimintaa ja kulutustavaroita, voimme osaltaan pitää globaalin lämpötilan nousun alle 1,5 celsiusasteessa.

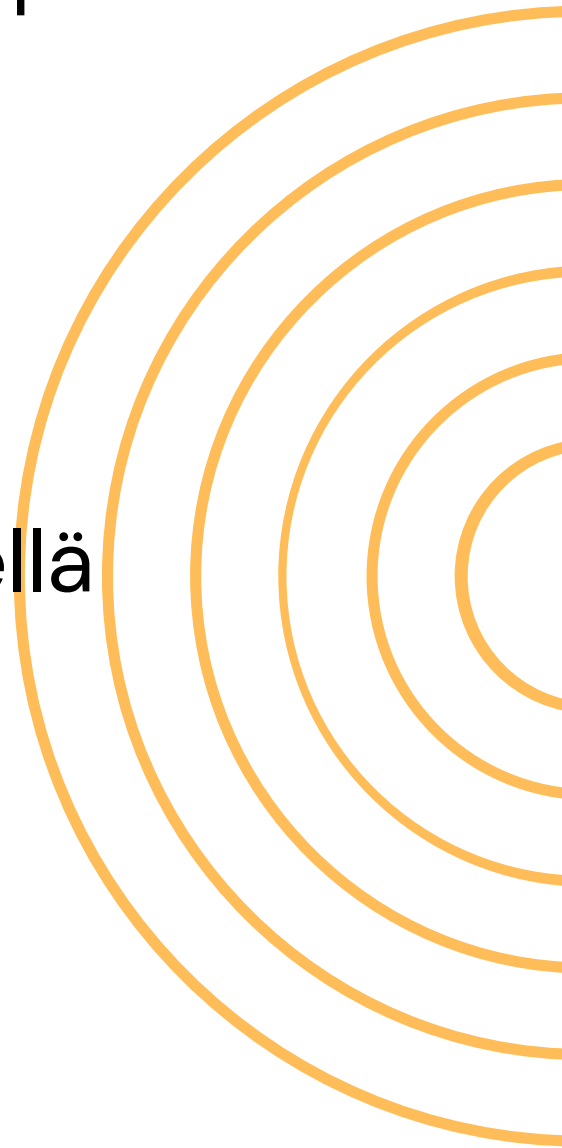
Tämä lähestymistapa korostaa kestävien elämäntapojen merkitystä ilmastohaasteiden tehokkaassa ratkaisemisessa hiilijalanjäljen sijaan.



1,5 ASTEEN ELÄMÄNTAPA VS. HIILIJALANJÄLKI

Pelkästään hiilijalanjälkeen keskittymiseen verrattuna 1,5 asteen elämäntapa tarjoaa useita keskeisiä etuja.

- 1,5 asteen elämäntapa ei katso pelkästään päästöjä. Se ottaa huomioon koko elämäntavan, mikä antaa täydellisemmän kuvan siitä, mitä on muutettava.
- Käyttämällä käsitettä jäljellä oleva hiilibudjetti (kokonaismäärä päästöjä, jolla pysymme vielä alle 1,5 °C lämpenemisessä), se viestii selkeästi välittömien toimien kiireellisyydestä. Tämä on motivoivampaa ja helpompi ymmärtää kuin abstraktit hiilijalanjälkiluvut.
- Se tunnistaa "hotspotit" tai elämäntapamme alueet, joilla on suurin ilmastovaikutus. Tämä auttaa priorisoimaan muutokset ja tehostamaan ponnisteluja.
- Lähestymistapa asettaa oikeudenmukaiset vähennystavoitteet jakaa jäljellä olevan hiilibudjetin oikeudenmukaisesti koko maailman väestön kesken. Tämä tarkoittaa, että jokainen saa kohtuullisen osuuden hiilibudjetista.
- Se tukee vähähiilisen elämäntavan omaksumista, mukaan lukien sekä parempia tuotteita että kulutustottumusten muutoksia.



POLKU 1,5 ASTEEN ELÄMÄNTAPAAN VUOTEEN 2030 MENNESSÄ

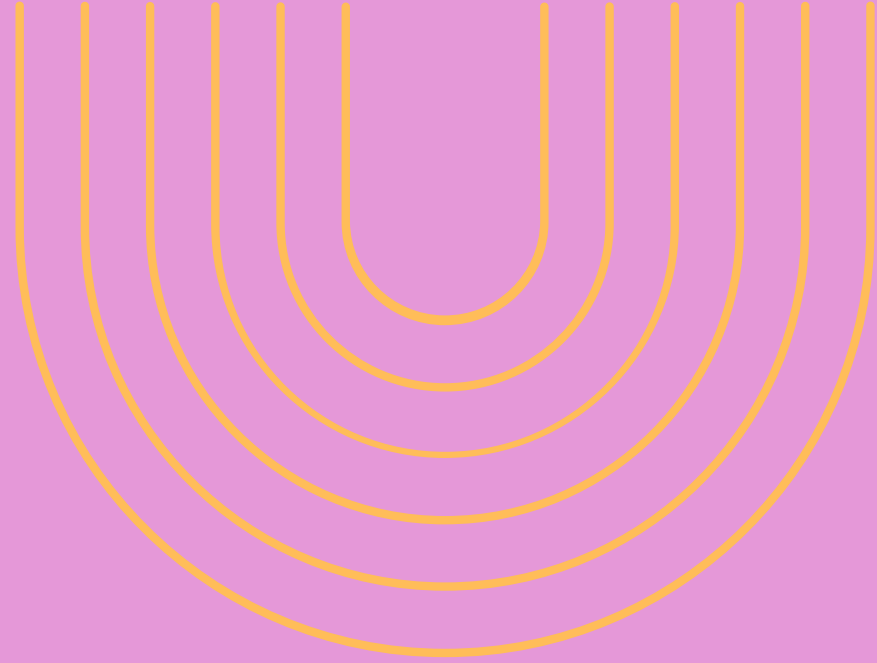
Vaihtaisitko autosi hybridiin?
Tai tuontilihan kotimaiseen kalaan?
Entä muutto pienempään asuntoon?
1,5 asteen elämäntapoihin on monia polkuja.

Voit seurata joitakin henkilöitä täällä:
<https://www.sitra.fi/en/publications/pathways-to-1-5-degree-lifestyles-by-2030/#hilmas-pathway-by-2030>

Tee oma elämäntapatestisi täällä: <https://www.lifestyletest.eu/>

Kysymys: Mitä oman kuluttamisesti aluetta voisit muuttaa?

Lähde: https://hotorcool.org/wp-content/uploads/2021/10/Hot_or_Cool_1_5_lifestyles_FULL_REPORT_AND_ANNEX_B.pdf



KOHTUULLISEN KULUTTAMISEN TILAT

mitä ne ovat ja miten niihin päästään?



KOHTUULLISEN KULUTTAMISEN TILAT

Kuvittele huone, jossa on katto ja lattia. Katto edustaa enimmäismäärää resursseja ja ympäristövaikutuksia, joihin meillä on varaa aiheuttamatta vahinkoa planeetalle (kuten fossiilisten polttoaineiden liiallinen kulutus). Lattia edustaa ihmisarvoisen ja ihmisarvoisen elämän edellyttämää vähimmäisresurssien kulutusta (kuten asumisen, ruoan ja terveydenhuollon perustarpeet).

Jos joku kuluttaa liikaa, hän jättää vähemmän muille ja aiheuttaa vahinkoa ympäristölle. Toisaalta, jos joku kuluttaa liian vähän, hänellä ei ehkä ole tarpeeksi perustarpeidensa tyydyttämiseen.

Reilun kulutustilan tarkoitus on varmistaa, että jokaisella on tarvitsemansa, ottamatta enempää kuin mitä planeetta kestää. Tämä tarkoittaa kulutuksen vähentämistä maissa, jotka käyttävät liikaa, ja kulutuksen lisäämistä siellä, missä ihmisillä ei ole tarpeeksi. Tämä on globaali lähestymistapa, mikä tarkoittaa, että rikkaiden maiden on vähennettävä rajusti resurssien kulutustaan, kun taas köyhien maiden on ehkä kulutettava enemmän parantaakseen ihmisten elinoloja. Pitämällä kulutuksen tässä oikeudenmukaisessa tilassa voimme saavuttaa tasapainoisen ja oikeudenmukaisen resurssien jakautumisen.

KOHTUULLISEN KULUTTAMISEN TILAT

Tietoinen kuluttaminen voi auttaa luomaan oikeudenmukaisia kulutustiloja käyttämällä resursseja ympäristöystävällisesti ja varmistamalla, että ne ovat kaikkien saatavilla. Tässä on muutamia tapoja, joilla eurooppalaiset kuluttajat voivat mukautua tähän konseptiin:

Reilu kulutustila on ekologisesti terve alue, joka varmistaa, että jokaisella on resurssit perustarpeidensa tyydyttämiseen. Se tarkoittaa kulutuksen tasapainottamista ympäristövahinkoa aiheuttavan ylikulutuksen ja sosiaalisia ongelmia aiheuttavan alikulutuksen välttämiseksi.

Tärkeimmät aiheet ovat:

- **Rajat:** Meidän kaikkien on pysyttävä ekologisissa rajoissa, koska planeettamme voi tuottaa vain tietyn määrän resursseja.
- **Tasapuolisuus:** Varmistetaan, että resurssit ovat kaikkien saatavilla. Kehittyvillä mailla on oikeus kuluttaa enemmän, kun taas kehittyneen maailman on harkittava kulutustaan uudelleen.
- **Hyvinvointi:** Resurssien käytön optimointi kaikkien hyvinvoinnin parantamiseksi. Monet tuotteet on valmistettu kestävämpään lyhytkestoisiin tai käyttämällä epäterveellisiä ainesosia, joten meidän tulisi sen sijaan asettaa etusijalle terveempiä tai pitkäkestoisempia vaihtoehtoja.

KUINKA KESTÄVÄ KULUTTAMINEN AUTTAA?

Kuluttajat voivat osallistua valintojen muokkaamiseen poistamalla kestäättömät tuotteet vaihtoehtoistaan:

- Voit valita kestävästä materiaaleista valmistettuja tuotteita, kuten luomupuuvillasta valmistettuja vaatteita tai paikallisesti tuotettua ja luomuruokaa.
- Jälleenmyyjä voidaan kehottaa poistamaan tuotteita, joilla on suuri ympäristövaikutus, kuten kertakäyttöiset muovit tai paljon fossiilisia polttoaineita käyttävät tuotteet. Esimerkiksi monet Euroopan maat ovat ottaneet käyttöön muovikasseja koskevia kielloja tai veroja, jotka kannustavat kuluttajia käyttämään uudelleenkäytettäviä pusseja.

Ylikulutuksen vähentäminen

Voit omaksua tapoja, jotka vähentävät ylikulutusta.

- Kasvipohjaisen ruokavalion mukauttaminen tai lihansyönnin vähentäminen voivat pienentää hiilijalanjälkeä merkittävästi. Tutkimukset ovat osoittaneet, että kestävä ruokavalio vähentää sydänsairauksien ja diabeteksen riskiä.
- Vähentämällä riippuvuutta yksityisautoista julkisen liikenteen, pyöräilyn tai kävelyn hyväksi voi vähentää kasvihuonekaasupäästöjäsi.

KUINKA KESTÄVÄ KULUTTAMINEN AUTTAA?

Yhteiskunnallisten innovaatioiden tukeminen

Kuluttajat voivat osallistua kestävästä kehityksestä edistäviin sosiaalisiin innovaatioihin:

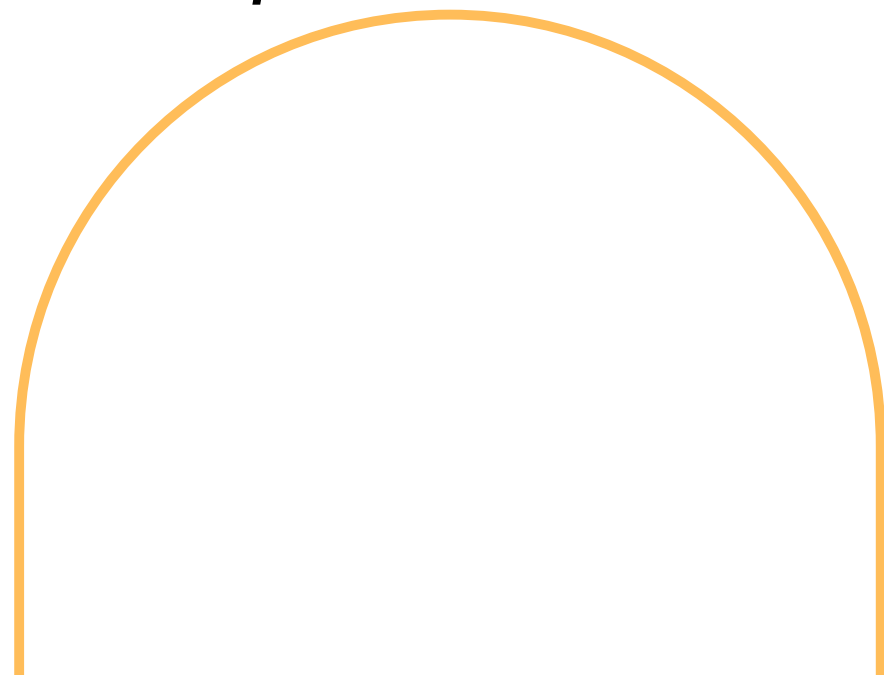
- **Osallistuminen yhteisön tukemaan maatalouteen:** Tilaamalla paikallisilta tiloilta tuoretuotteita kuluttajat tukevat paikallista taloutta ja pienentävät elintarvikkeiden pitkän matkan kuljetukseen liittyvää hiilijalanjälkeä. Sama koskee kaupunkipuutarhoja tai oman ruoan kasvattamista parvekkeella.
- **Osallistuminen yhteistalouseloihteisiin:** Jaettujen palvelujen, kuten autojen yhteiskäytön tai työkalukirjastojen, hyödyntäminen vähentää yksilöllisen omistajuuden tarvetta ja minimoi resurssien käytön.
- **Jaa tietoa yhteisössäsi:** Aloitteet, kuten korjauskahviloiden tai tee-se-itse tutoriaalit Youtubessa, auttavat korjaamaan tuotteita uusien ostamisen sijaan. Kirja- tai liinavaihto, tapahtuipa se sitten ystävien kesken, kouluissa tai kirpputoreilla, lisää reilua kulutustilaa entisestään.

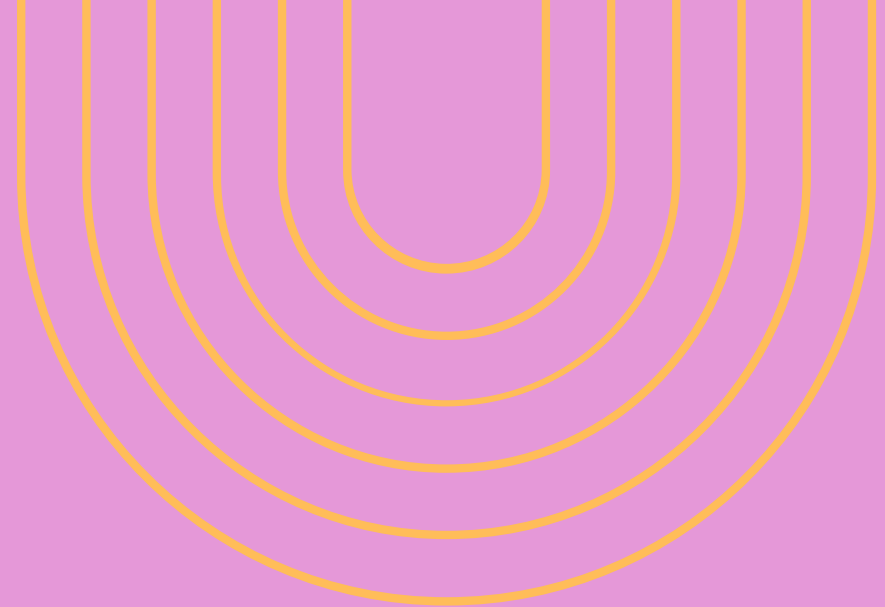
KUINKA KESTÄVÄ KULUTTAMINEN AUTTAA?

Mieti omaa kulutustasi.

- Teetkö jo asioita, jotka auttavat luomaan oikeudenmukaista kulutustilaa?
- Kirjoita ne muistiin.
- Mieti ostoslistaasi. Mitä muutoksia voit helposti soveltaa tukemaan polkua oikeudenmukaisen kulutustilan luomiseen?

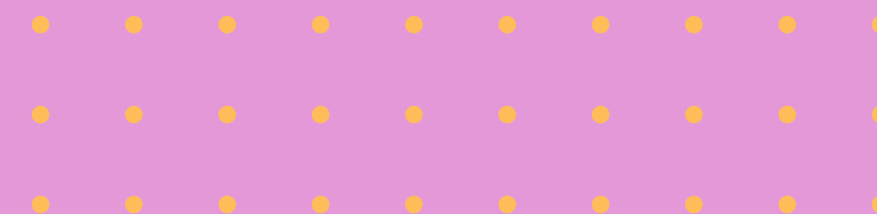
Lähde: https://hotorcool.org/wp-content/uploads/2021/10/Hot_or_Cool_1_5_lifestyles_FULL_REPORT_AND_ANNEX_B.pdf





SELÄTETÄÄN ONGELMA!

Pelataan ilmastopeliä



SELÄTETÄÄN ONGELMA!

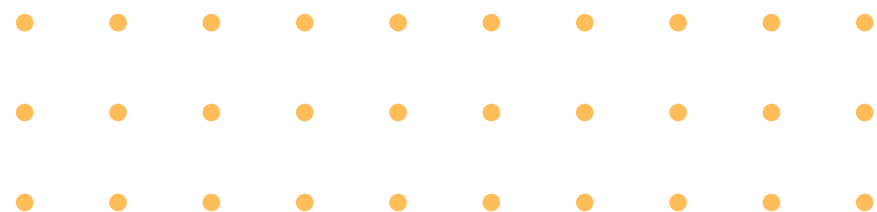
Haluatko tehdä muutoksen yhteisössäsi?

Kannustamme sinua käyttämään **Climate Fresk -peliä**, joka auttaa sinua ymmärtämään toimintasi ja laajempien ympäristövaikutusten välistä yhteyttä. Peli rohkaisee sinua pohtimaan kulutustottumuksiasi. Voit ladata sen ilmaiseksi täältä : https://climatefresk.org/wp-content/uploads/2020/01/Self-training_EN.pdf

Pelissä yhdessä kokoat ilmastonmuutoksen syy-seuraussuhteita.

Climate Fresk -pelin ryhmäympäristö mahdollistaa sosiaalisen oppimisen ja kestävästä ratkaisusta keskustelemisen.

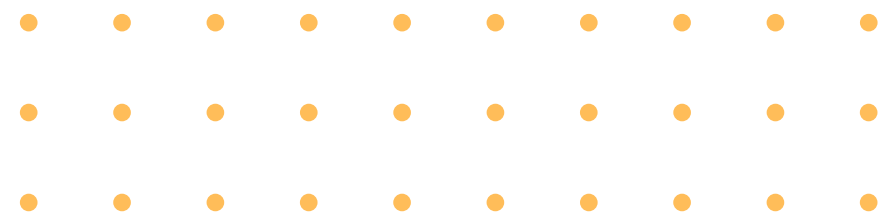
Pelin jälkeen ohjaajat voivat ohjata osallistujia tunnistamaan tiettyjä, toteutettavissa olevia muutoksia, joita he voivat tehdä elämässään. Tämä voi sisältää lihankulutuksen vähentämisen, lentomatkojen minimoimisen, julkisen liikenteen valitsemisen ja energian säästämisen kotona.



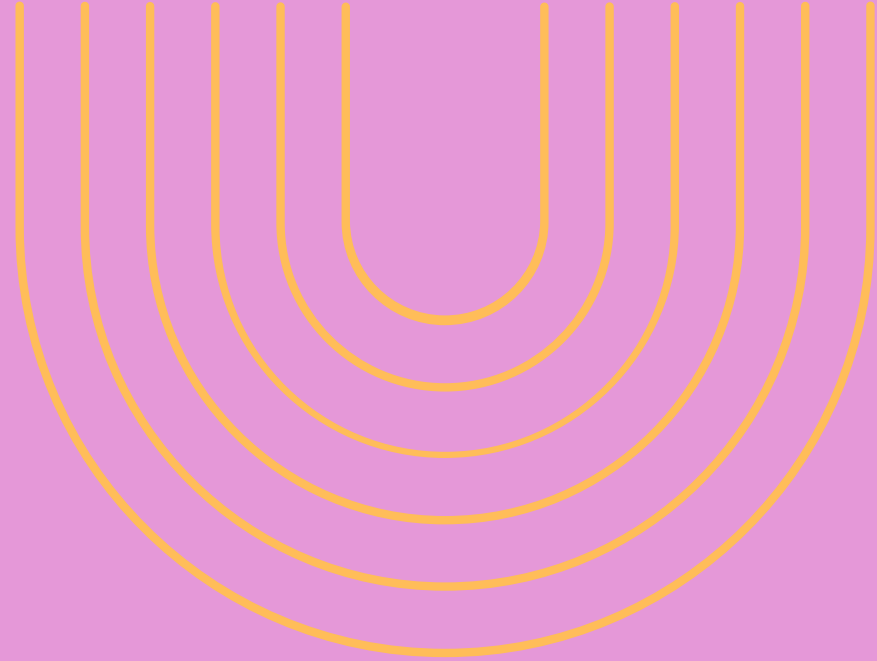
MERKKIEN TARKISTUS:
MITÄ MERKKEJÄ
OSTOKSISSASI ON?



- 01. MERKKIEN LUKEMINEN**
- 02. RUOKA-AINEIDEN SERTIFIKAATIT**
- 03. VAATTEIDEN MERKINNÄT**
- 04. METSÄTUOTTEET**
- 05. LAITTEIDEN ENERGIANKULUTUS**



SISÄLTÖ



MERKKIEN LUKEMINEN



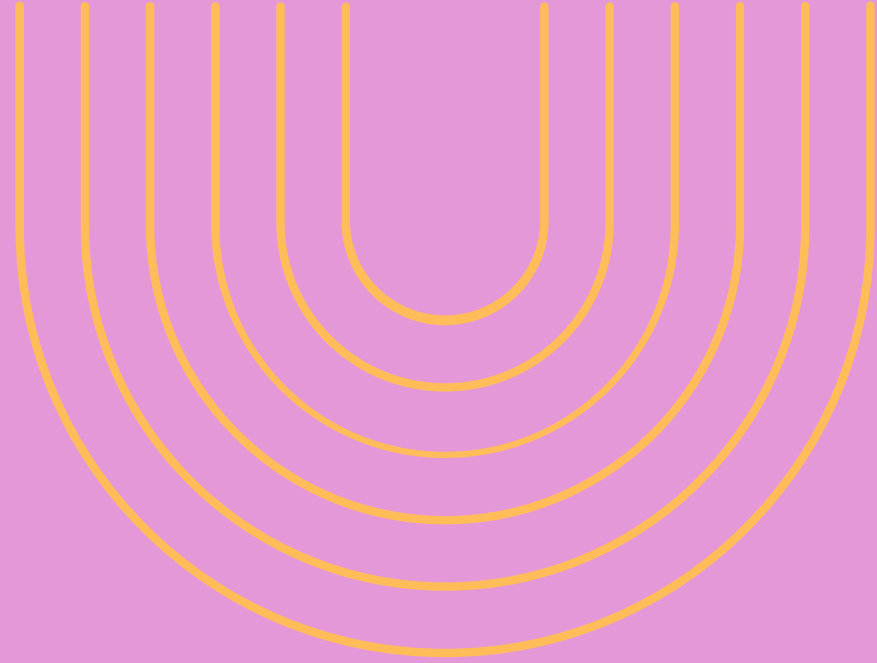
MERKKIEN YMMÄRTÄMINEN

Tuotteet, erityisesti kaupan hyllyiltä löytyvät pakkaukset, sisältävät aina merkintöjä. Nimen tai ainesosien lisäksi pakkauksessa on usein ylimääräinen etiketti tai kyltti. Nämä voivat herättää huomiota. On tavallista nähdä merkintöjä, kuten "eko", "luonnollinen", "luonnonmukainen", "tietoinen", "bio", "vegaaninen", "kestävä" tai "myrkytön".

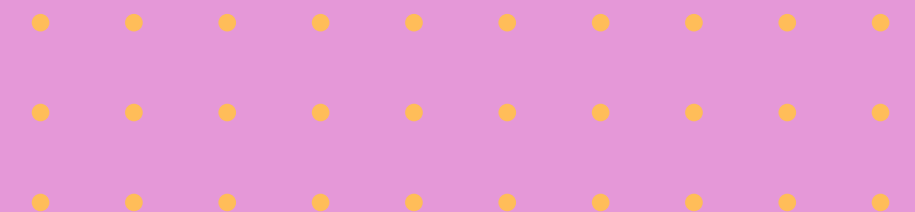
Oletamme, että nämä merkinnät tarjoavat lisätietoa ostajille ja kuluttajille. Ja niin ne tekevätkin. Mutta valitettavasti jotkut tuottajat lisäävät merkintöjä, jotka voivat olla harhaanjohtavia.

Tämä käytäntö tunnetaan viherpesuna. Se tarkoittaa kuluttajien harhaanjohtamista yritysten toimesta, jotka rakentavat imagoaan väärin väitteiden perusteella. Vihreäpesun tavoitteena on usein kääntää kuluttajien huomio pois yrityksen muista ympäristölle haitallisista toiminnan osa-alueista.





ONKO SERTIFIKAATTEJA?



ONKO SERTIFIKAATTEJA?

Sertifikaatteja, joita kutsutaan myös etiketeiksi tai merkinnöiksi, myöntävät asiaankuuluvat sertifiointiorganisaatiot, jotka vahvistavat, että tuote täyttää tietyt sosiaaliset ja ekologiset kriteerit tai ainakin yhden niistä. On ratkaisevan tärkeää, että nämä organisaatiot ovat liiketoiminnasta riippumattomia, jotta voidaan varmistaa sertifikaattien uskottavuus ja puolueettomuus.

ONKO SERTIFIKAATTEJA?

Sertifiointiin on useita erilaisia lähestymistapoja:

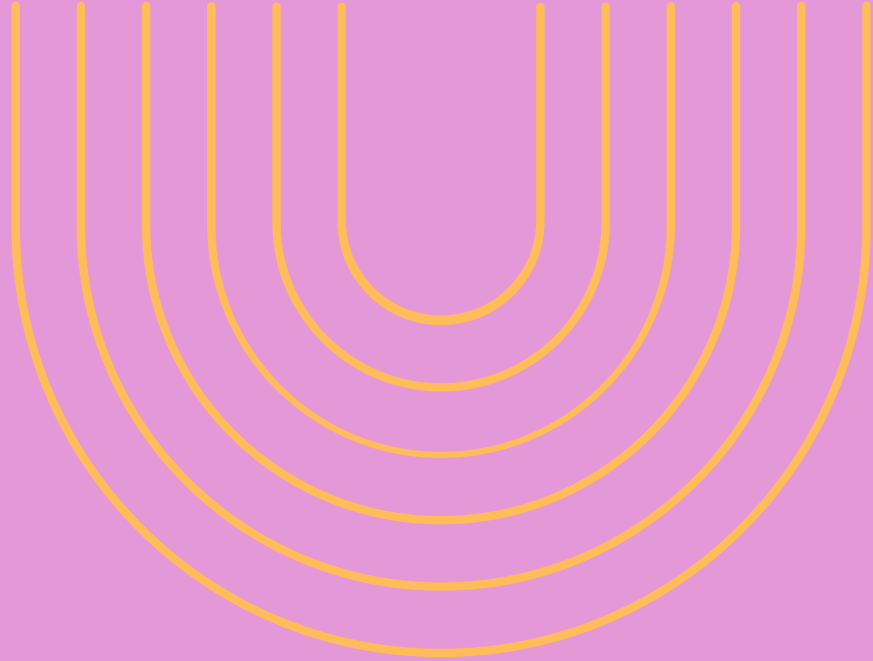
Yleisin on **tuotteiden sertifiointi**. Täyttäessään tarvittavat kriteerit yritys saa oikeuden käyttää lopputuotteessa kuluttajalle näkyvää merkkiä.

Toinen lähestymistapa on **tehtaan sertifiointi** – tässä tapauksessa yksittäisten tuotantolaitosten on täytettävä kriteerit, jotka auditoidaan ja sertifioidaan tiettyjen standardien noudattamiseksi. Sertifiointi ei näy lopputuotteessa.

Täysin erilainen lähestymistapa luonnehtii **monenvälisiä aloitteita**, jotka tuovat yhteen itsenäisiä yhteiskunnallisia järjestöjä, ammattiliittoja ja yrityksiä. Yritysten, jotka haluavat liittyä tällaiseen aloitteeseen, on noudatettava yhteisiä käytäntöjä. Usein yritykset ilmoittavat osallistumisestaan tällaisiin aloitteisiin tiedotusmateriaaleissaan ja joskus jopa tuotteissaan.

Toinen täysin erilainen käsite koskee aloitteita, jotka myöntävät niin sanotun **tuotekoodin**. Jokainen tämän järjestelmän tuote saa koodinsa, jonka avulla kuluttajat voivat jäljittää kaikki tuotantovaiheet. Tämä merkintä edistää suurempaa läpinäkyvyyttä toimitusketjussa ja antaa kuluttajille täydellisen kuvan tuotteen alkuperästä.

Eri tuoteryhmät saavat eri sertifikaatit.



RUOKA-AINEIDEN SERTIFIKAATIT



RUOKA-AINEIDEN SERTIFIKAATIT

Fairtrade eli Reilu kauppa:

on luonut kansalaisjärjestöt, joihin kuuluu aktivisteja ja vapaaehtoisia, kuluttajia ja yrityksiä, jotka haluavat tukea pienten tuottajayhteisöjen kehitystä, erityisesti globaalista etelästä (Afrikka, Latinalainen Amerikka, Karibia, Aasia ja Oseania).



Reilun kaupan pääperiaate on reilut hinnat, jotka tuottajat saavat tuotteistaan. Hinnat tulee aina määrittää paikalliset olosuhteet huomioon ottaen tuottajat ja muut sidosryhmät mukaan. Tuottajien korvauksen tulee kattaa kestävä ja ekologinen ja sosiaalisen tuotannon kustannukset. Merkintä löytyy usein tuotteista, kuten hedelmistä, vihanneksista, kahvista, suklaasta, kaakaosta, sokerista, mutta myös keksistä tai oliiviöljystä. Reilun kaupan sertifiikkaattia käytetään eri tuoteryhmille, kuten puuvillalle ja urheiluvälineille.

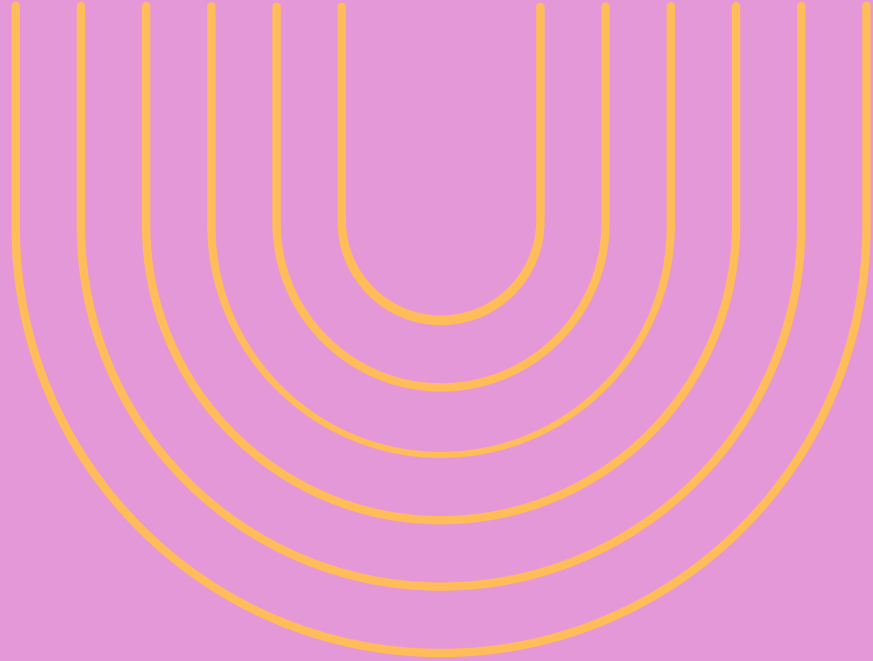
RUOKA-AINEIDEN SERTIFIKAATIT

Euroopan Unionin luomutunnus:

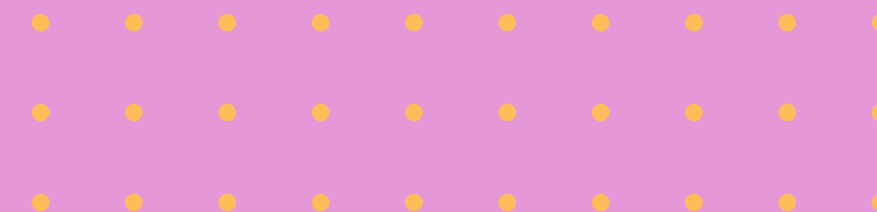
Tämä sertifiikaatti yhdistää kaksi symbolia: Euroopan lippu ja sen lehti symboloi luontoa ja kestäväää kehitystä.



EU:n luomutuotannon logo auttaa kuluttajia tunnistamaan luomutuotteet ja auttaa maanviljelijöitä markkinoimaan niitä kaikkialla EU:ssa. Tämä sertifiikaatti antaa kuluttajille luottamusta ostamiensa elintarvikkeiden ja juomien alkuperään ja luomulaatuun, ja sen läsnäolo tuotteessa tarkoittaa, että se on luomutuotantomääräysten mukainen, eli kyseessä on luomutuote. Sitä voidaan käyttää vain tuotteille, jotka ovat saaneet valtuutetun sertifiointielimen myöntämän sertifiikaatin, ja tällaisten tuotteiden on täytettävä tiukat tuotanto-, jalostus-, kuljetus- ja varastointitavat.



VAATTEIDEN MERKINNÄT



VAATTEIDEN MERKINNÄT

GOTS (Global Organic Textile Standard):

Tämä sertifikaatti löytyy tekstiilituotteista, jotka on valmistettu luonnonkuiduista, kuten puuvillasta, silkistä, pellavasta tai hamppusta.

Tällä sertifikaatilla varustetut materiaalit sisältävät pääosin luomuviljelyn raaka-aineita (ilman keinolannoitteita, torjunta-aineita tai muuntogeenisiä siemeniä).



VAATTEIDEN MERKINNÄT

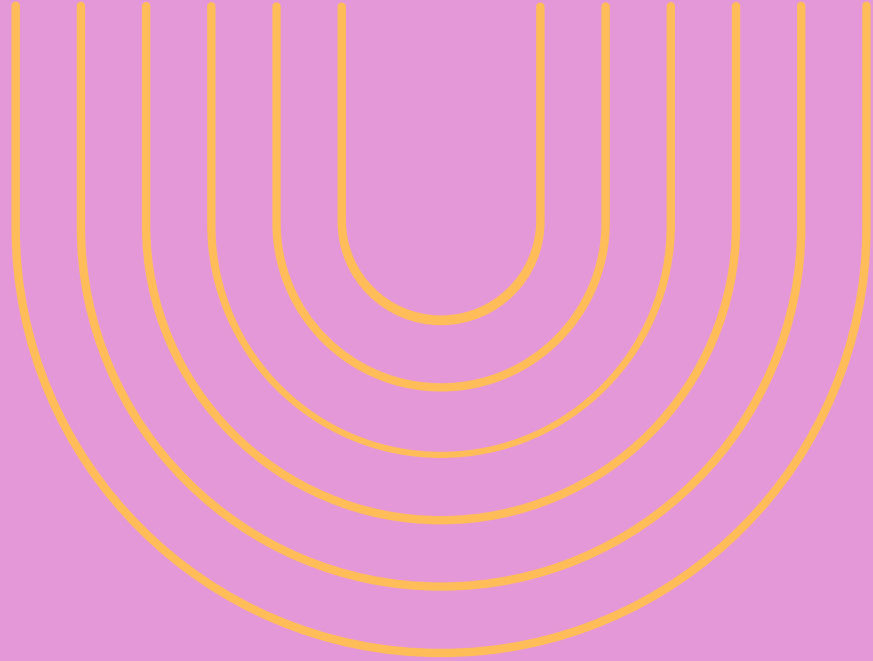


OEKO-TEX:

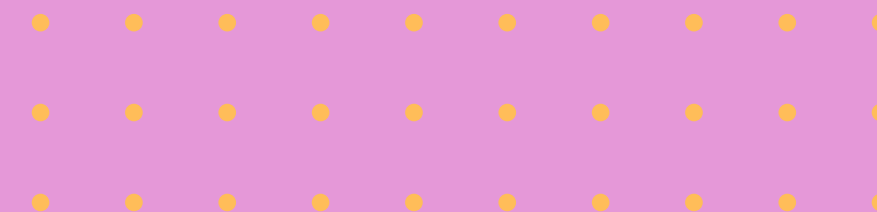
"Luottamuksen arvoiset tekstiilit."

Tällaiset tuotteet eivät voi sisältää (tai vain hyvin pieniä määriä) terveydelle haitallisia aineita, kuten syöpää aiheuttavia väriaineita tai allergeeneja.

Sertifikaatti koskee valmiita tuotteita, eli valmistuksen aikana on saatettu käyttää vaarallisia aineita. Kankaat testataan haitallisten aineiden varalta.



METSÄTUOTTEET



METSÄTUOTTEET

FSC – Forest Stewardship Council:

Kansainvälinen neuvosto, joka toimii 89 maassa ja maailmanlaajuisesti tunnustettu voittoa tavoittelematon, kestävää metsänhoitoa tukeva organisaatio.



Se myöntää sertifiikaatteja, jotka vahvistavat, että puu on hankittu vastuullisesti. Koska noin puolet maailmankaupan puusta käytetään paperin valmistukseen, sertifiointi on erittäin tärkeää ihmisten ja luonnon hyvinvoinnille. FSC varmistaa puutuotteen alkuperän varmentamisen myöntämällä CoC (Chain of Custody) -sertifikaatin, joka kattaa koko toimitusketjun tuotannosta loppukuluttajaan.

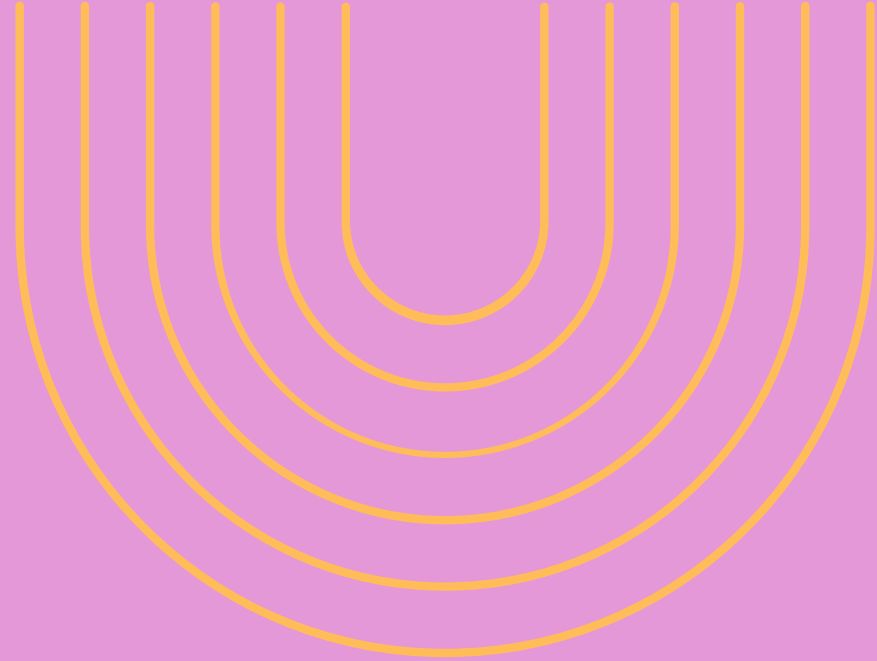
METSÄTUOTTEET

Rainforest Alliance:

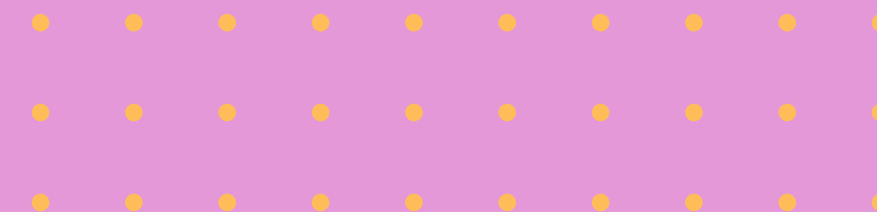
Tämä sertifiikaatti myönnetään useille tuoteryhmille, kuten puu, paperi, banaanit, tee, kahvi, kaakao, palmuöljy, leikkokukat ja saniaiset sekä useista ainesosista koostuvat tuotteet (esim. suklaa) ja jopa karjankasvatus, ilmastoystävällinen maatilat ja kestävä matkailu.



Puu- ja paperituotteiden osalta sertifiikaatti kattaa vain tuotantoketjun ensimmäisen vaiheen – raaka-aineen hankinnan. Metsätuotteiden Rainforest Alliance Certified -sertifiointiprosessi on samanlainen kuin FSC:n auditoinnit, mukaan lukien kenttäauditoinnit, tehdään vuosittain. SmartWood-auditoijat etsivät yhteiskunnallisia mielipiteitä ehdokkaan toiminnasta julkisten kommenttien, kyselyiden, henkilöhaastattelujen ja yleisötapaamisten avulla. Kiinnostuneet osapuolet voivat tehdä valituksia tai valituksia toimista, joiden he uskovat olevan FSC/Rainforest Alliance -sertifioitujen standardien vastaisia.



LAITTEIDEN ENERGIANKULUTUS



LAITTEIDEN ENERGIANKULUTUS

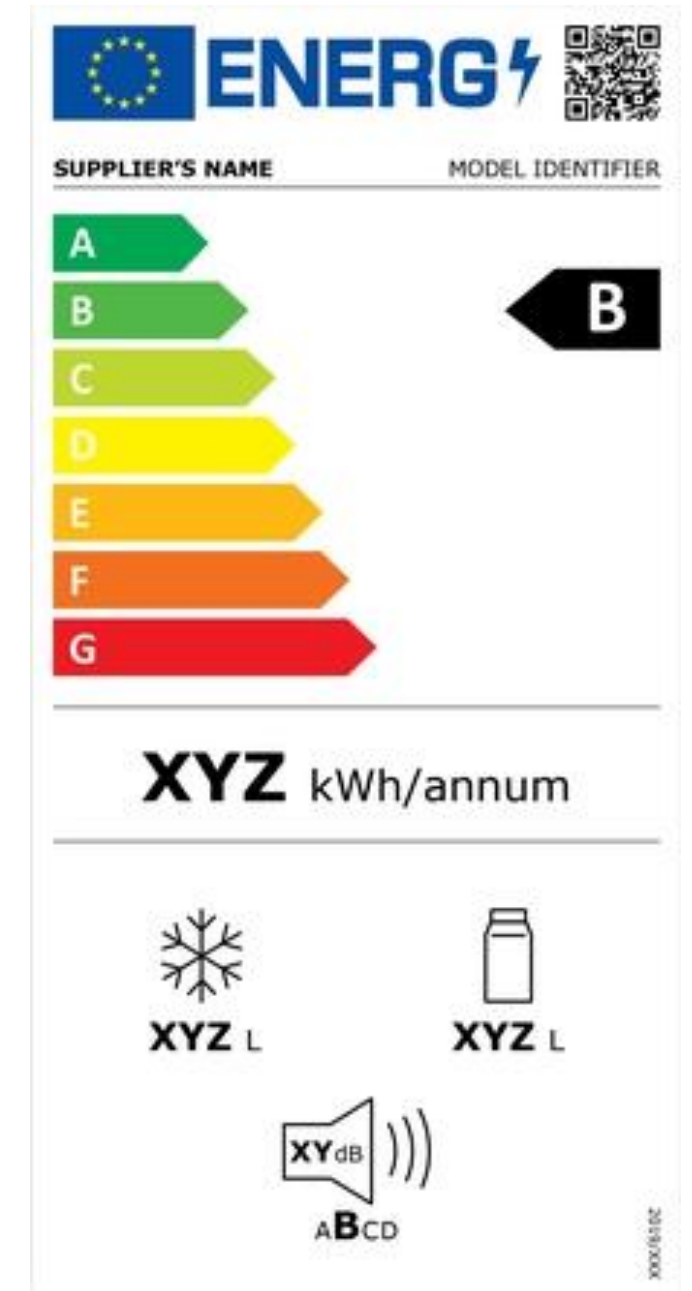
Energiatehokkuusluokka

Tämä tarra sisältää tietoa energialuokista ja perustiedot laitteesta, kuten energiankulutuksen ja melutason.

Euroopan unionissa kodinkoneiden ja valonlähteiden on oltava kantaa tätä etikettiä. Sen avulla kuluttajat voivat vertailla eri laitteita. Tällainen tieto on myös arvokas tietolähde kuluttajille, erityisesti siksi, että graafinen esitys antaa kuluttajille tietoa helposti saatavilla olevalla tavalla laitteen mahdollisista käyttökustannuksista.

Energiatehokkuusluokat on jaettu asteikolla A:sta G:hen, jossa luokka A, merkitty vihreällä palkilla, osoittaa tehokkaimman laitteen, ja luokka G, merkitty punaisella palkilla, on vähiten tehokas. Nämä luokat määräytyy vuosittaisen energiankulutuksen suhteen tällaisten laitteiden standardienergiankulutukseen asiaa koskevien määräysten mukaan.

<https://www.ecolabelindex.com/ecolabels/>





MAINONTA JA MINÄ



01. JOHDANTO

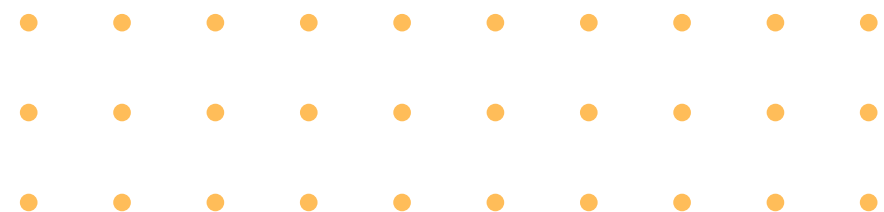
02. MIKÄ MEITÄ MOTIVOI OSTAMAAN?

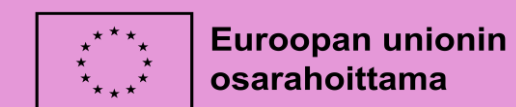
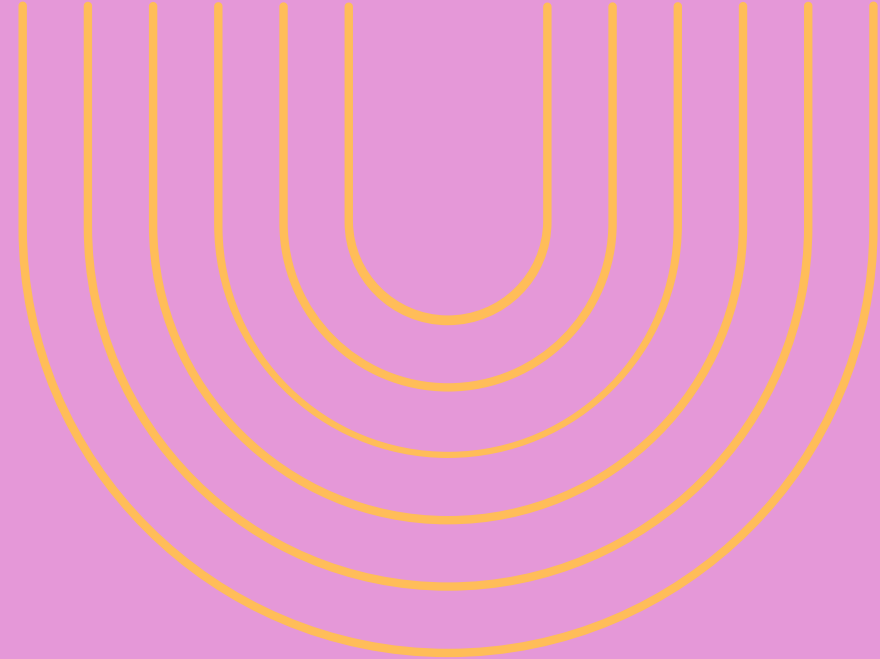
03. MITÄ ON VIHERPESU?

04. SERTIFIKAATIT



SISÄLTÖ





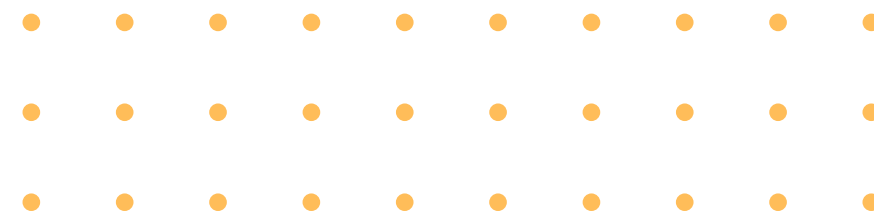
JOHDANTO



JOHDANTO

Yritykset kuvaavat tuotteitaan usein ympäristöystävällisinä, mutta nämä väitteet voivat olla harhaanjohtavia. Tässä moduulissa analysoidaan viherpesutaktiikoita, tutkitaan tosielämän esimerkkejä ja opitaan kriittisesti arvioimaan mainonnan ja median ympäristöväättämiä.

https://environment.Ec.Europa.Eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home/consumers_en



JOHDANTO

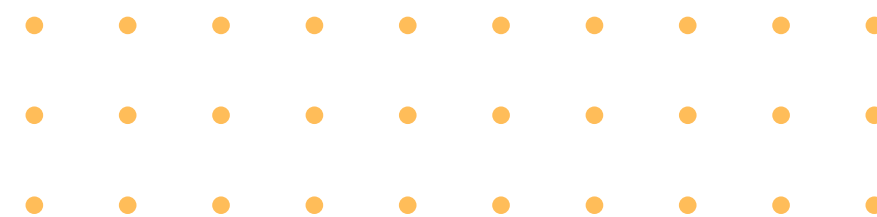
Viherpesu ja sen vaikutus kuluttajien päätöksentekoon: on tärkeää kattaa useita näkökulmia, jotka kannustavat kriittiseen ajatteluun ja antavat yksilöille mahdollisuuden tehdä tietoisia valintoja. Tässä on joitain keskeisiä näkökulmia pohdittavaksi:

- **Viherpesu-taktiikoiden ymmärtäminen:** tutustu erilaisiin viherpesu-taktiikoihin ja strategioihin, kuten epämääräiseen kielenkäyttöön, harhaanjohtaviin kuviin ja vääriin väitteisiin kestävästä kehityksestä. Analysoi tosielämän esimerkkejä osoittaaksesi, kuinka yritykset manipuloivat käsityksiään näyttääkseen ympäristövastuullisilta.
- **Kuluttajapsykologia:** perehdy kuluttajien päätöksenteon taustalla olevaan psykologiaan ja siihen, miten markkinointi vaikuttaa käsityksiin ja käyttäytymiseen. Keskustelkaa sellaisista käsitteistä kuin vihreä kulutus, jossa ihmiset etsivät ympäristöystävällisiä tuotteita, mutta voivat olla alttiita viherpesutaktiikoille kognitiivisten harhojen tai emotionaalisten vetoomusten vuoksi.



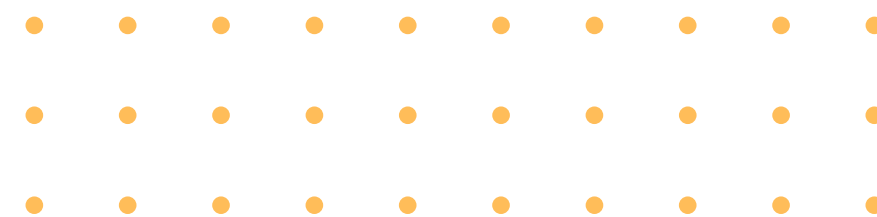
JOHDANTO

- **Yritysvastuu:** tutki yritysten roolia kestävän kehityksen ja eettisten käytäntöjen edistämisessä. Keskustele viherpesun eettisistä vaikutuksista, mukaan lukien mahdolliset haitat kuluttajille, ympäristölle ja luottamus yritysten vastuullisuuteen.
- **Säätelykehykset:** tutki vihreää markkinointia ja mainontaa ympäröivää sääntelymaisemaa. Keskustele valtion virastojen ja alan standardien rooleista markkinointilakien totuuden valvonnassa ja täytäntöönpanossa sekä petollisten käytäntöjen sääntelyn haasteista kehittyvillä markkinoilla.

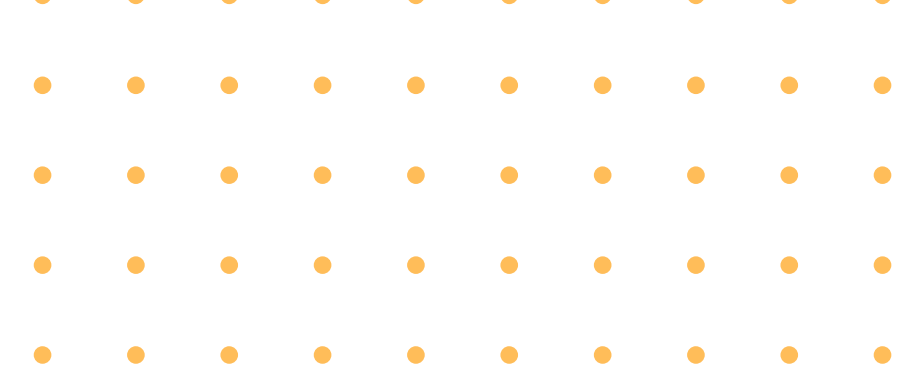


JOHDANTO

- **Medialukutaito:** Edistä medialukutaitoja auttaaksesi ihmisiä arvioimaan kriittisesti mainoksissa ja tiedotusvälineissä olevia ympäristöväittämiä. Opetta viherpesun havaitsemiseen liittyviä tekniikoita, kuten kolmannen osapuolen sertifikaattien etsimistä, väitteiden tarkistamista luotettavista lähteistä ja tuotteiden koko elinkaaren vaikutusten huomioon ottamista.
- **Kestävä kulutus:** kannusta keskustelua kestävästä kulutuksesta käsitteestä ja vastuullisesta kuluttamisesta. Tutustu vaihtoehtoihin ostopäätöksiin, kuten kulutuksen vähentämiseen, käytettyjen tai ympäristöystävällisten tuotteiden valintaan sekä läpinäkyvien ja eettisten yritysten tukemiseen.

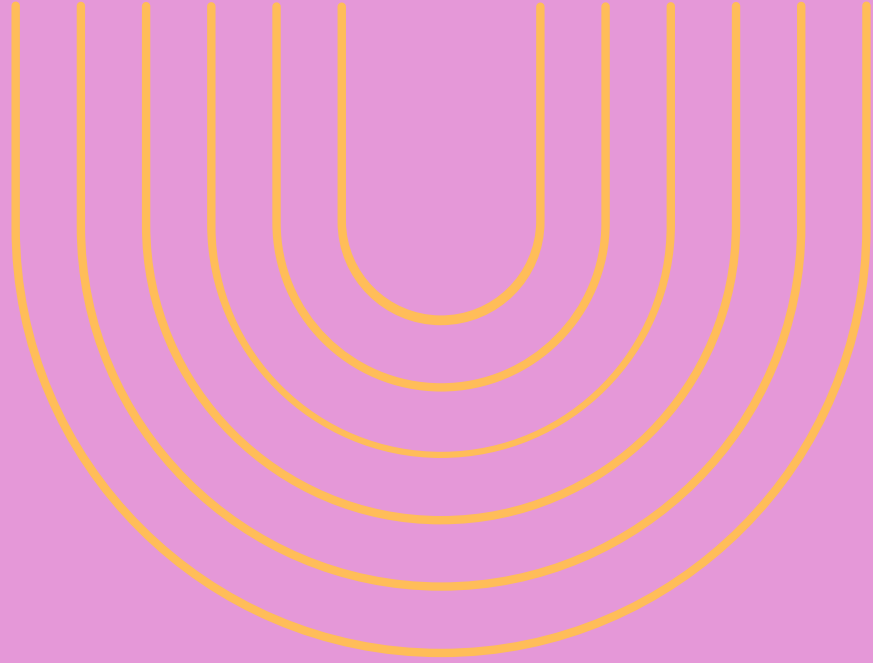


JOHDANTO



- **Kansalaisten voimaannuttaminen:** Valtuuta yksilöt toimimaan tietoisina kansalaisina ja kuluttajina. Keskustele tavoista edistää läpinäkyvyyttä ja vastuullisuutta yritysten käytännöissä, tukea viherpesua sääteleviä politiikkoja ja osallistua aloitteisiin, jotka edistävät kestävyyttä ja ympäristönhoitoa.

Käsittelemällä nämä näkökulmat kurssimateriaalissa opiskelijat voivat kehittää kokonaisvaltaisen ymmärryksen viherpesusta, sen vaikutuksista kuluttajien päätöksentekoon ja markkinoiden monimutkaisuudesta vastuullisina kansalaisina.



**MIKÄ MEITÄ
MOTIVOI
OSTAMAAN?**



MIKÄ MEITÄ MOTIVOI OSTAMAAN?

Joka päivä keskivertoihminen altistuu noin 300–350 mainokselle. Mainokset ovat erinomainen tapa kiinnittää huomiota tuotteisiin, syihin ja muihin aiheisiin.

[How ads influence our everyday lives | The Business Standard \(tbsnews.net\)](#)

Luettelo digitaalisten markkinoijien etiikasta:

[https://blogs.oregonstate.edu/digitalmarketing/2019/11/08/how-advertising-affects-society-and-our-life/](#)

MAINONTA

Mainonnan positiiviset ja negatiiviset vaikutukset nuoriin:

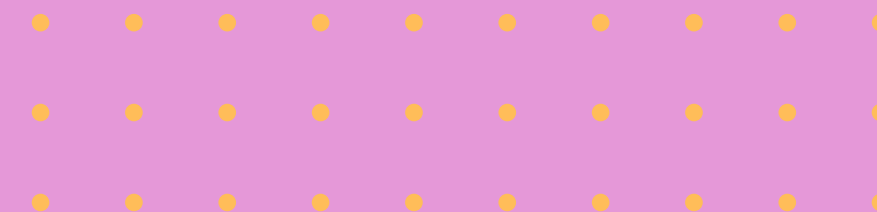
[https://studymasscom.com/advertising/positive-and-negative-effects-of-advertising-on-youth/](#)

Ajattelu vs. tunteet: mainonnan psykologia:

[Thinking vs Feeling: Psychology of Advertising | USC MAPP Online](#)



MITÄ ON VIHERPESU?



MITÄ ON VIHERPESU?

“Viherpesu on sitä, kun yritykset esittelevät väärin tuotteitaan tai toimintatapojaan ympäristöystävällisinä. Tämä voi tarkoittaa vihreiden kuvien käyttöä tai epämääräisten väitteiden esittämistä kestävästä kehityksestä ilman näyttöä. Se hämmentää kuluttajia ja heikentää todellisia ympäristötoimia.”

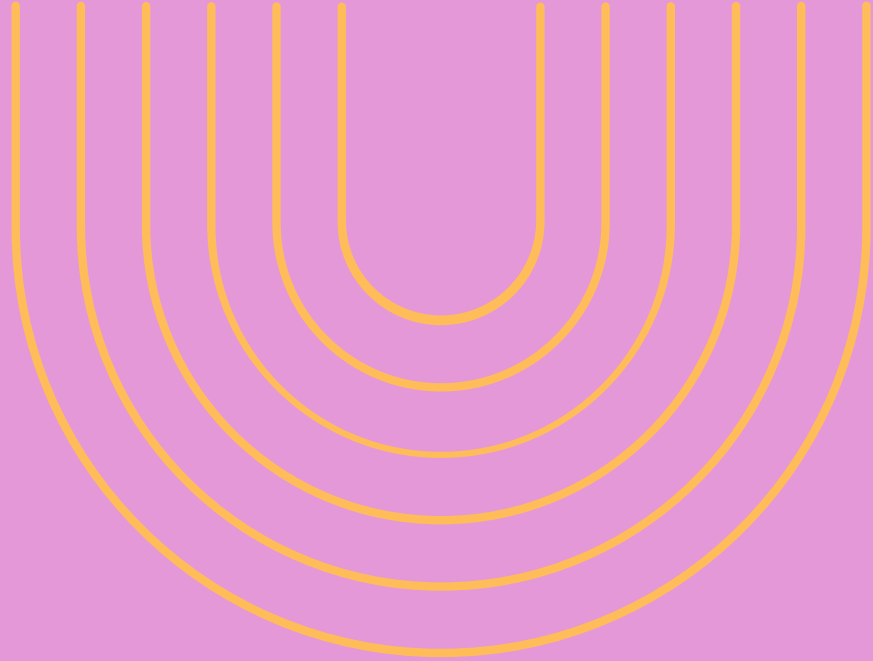
[EU adopts new law banning greenwashing and misleading product information | Euronews](#)

KUINKA VOIN OPPIA TUNNISTAMAAN VIHERPESUN?

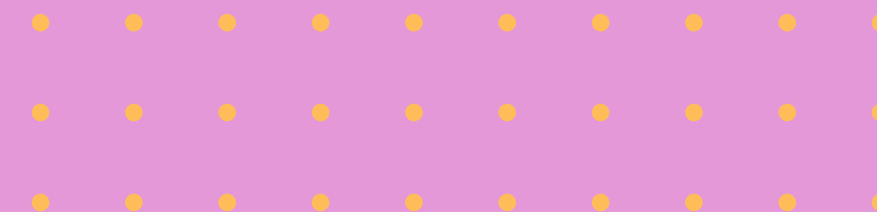
- Varo epämääräistä kieltä tai termejä, joilla ei ole määriteltyä merkitystä, kuten ympäristöystävällinen, kestävä, myrkytön. He eivät tarjoa todellista näyttöä.
- Älä lankea luontoaiheisiin kuviin. Ihmisiin reagoimme emotionaalisesti kuviin. Huomioi myös vihreitä logoja.
- Harkitse, ovatko väitteet relevantteja, ovatko väitteet todisteilla tuettuina.
- Kiinnitä huomiota sertifikaatteihin. Riippumattomat kolmannen osapuolen sertifioinnit voivat olla hyödyllisiä kestävän kehityksen merkkejä.
- Mieti, mitä sinulle ei kerrota. Vihreiden aloitteiden valikoiva tiedottaminen voi viedä huomion pois koko totuudesta.
- Käytä resursseja yritysten tutkimiseen, esimerkiksi:
 - [Home – Greenwash](#)
 - talking-trash.com

KUINKA VASTATA VIHERPESUUN?

- Opi tunnistamaan viherpesu.
- Lue lisää yrityksistä, joista ostat.
- Puhu, kun huomaat viherpesua, kyseenalaista ja etsi todisteita.
- Etsi minimaalisia tai kierrätettäviä pakkauksia.
- Tukea lainsäädäntöä ja vihreiden oppaiden luomista. Harkitse teemoja, kun esim. äänestämisen vaaleissa.
- Tutkimus kertoo, että jopa viherpesusta tietoisuus auttaa sinua tekemään tietoisempia valintoja.



SERTIFIKAATIT



SILMÄLLÄ PIDETTÄVIÄ SERTIFIKAATTEJA

Kuten aiemmin todettiin, sertifikaatit ovat tärkeitä, kun selvitetään, onko yritys todella niin kestävä kuin väittää. Näiden resurssien avulla voit tutkia yrityksiä, brändejä ja tuotteita, joihin käytät rahaa.

LEED (Leadership in Energy and Environmental Design)

on maailman laajimmin käytetty vihreiden rakennusten luokitusjärjestelmä. Lähes kaikkiin rakennustyyppeihin saatavilla oleva LEED tarjoaa puitteet terveille, tehokkaille ja kustannussäästöille vihreille rakennuksille. LEED-sertifiointi on maailmanlaajuisesti tunnustettu symboli kestävä kehityksen saavutuksista ja johtajuudesta.



<https://support.usgbc.org/hc/en-us/articles/4404406912403-What-is-LEED-certification>

SILMÄLLÄ PIDETTÄVIÄ SERTIFIKAATTEJA

B Corporation, joka tunnetaan myös nimellä B Corp, on maailmanlaajuinen liike, jonka tavoitteena on määritellä uudelleen menestys liiketoiminnassa vaatimalla laillisesti yrityksiä noudattamaan tiukkoja sosiaalisia ja ympäristöstandardeja. B Corp -sertifiointi on saatavilla sekä yrityksille että yksityishenkilöille.



<https://global-standard.org/> Kestävällä muodilla, eettisellä pukeutumisella, reilulla tuotannolla on monia merkityksiä. **Global Organic Textile Standard (GOTS)** -standardilla on selkeästi määritellyt kriteerit ja se on läpinäkyvä. GOTS on maailman johtava tekstiilien prosessointistandardi orgaanisille kuiduille, mukaan lukien ekologiset ja sosiaaliset kriteerit, ja sen tukena on koko tekstiilien toimitusketjun riippumaton sertifiointi. GOTS-sertifioidut lopputuotteet voivat sisältää kuitutuotteita, lankoja, kankaita, vaatteita, kodintekstiilejä, patjoja, henkilökohtaisen hygienian tuotteita sekä elintarvikekäyttöön tarkoitettuja tekstiilejä ja paljon muuta.



SILMÄLLÄ PIDETTÄVIÄ SERTIFIKAATTEJA

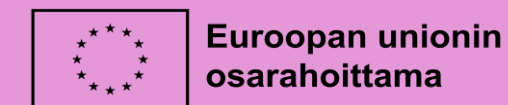
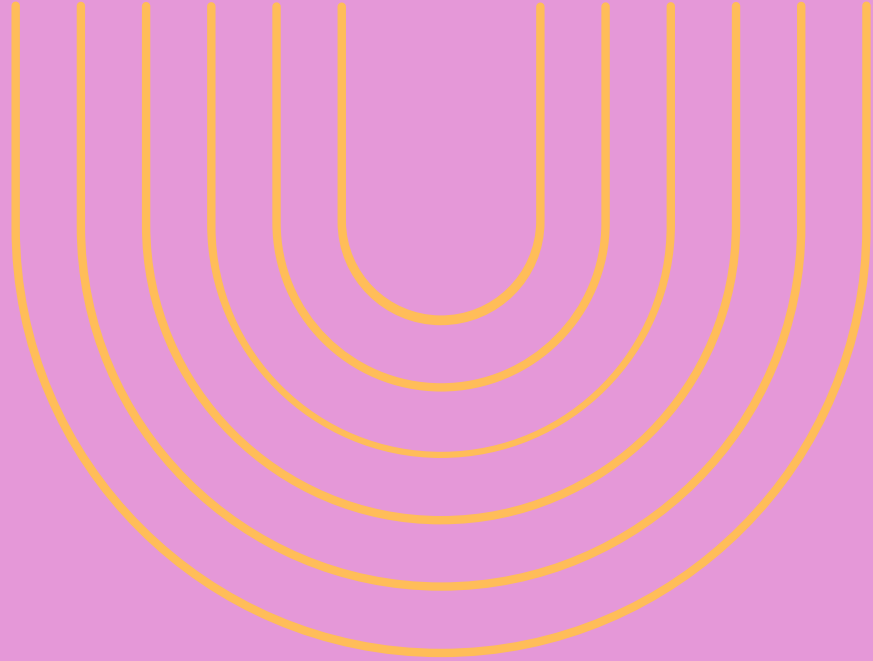
<https://www.oeko-tex.com/en/> sertifioi tekstiilejä (koti, vaatteet, jalkineet) ja nahkatavarat. Se tarjoaa erilaisia sertifikaatteja, mukaan lukien **STANDARD 100**, joka varmistaa, että kaikki komponentit on testattu haitallisten aineiden varalta. **LEATHER STANDARD** koskee nahkatuotteita.

https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home_en **EU-ympäristömerkki** auttaa kuluttajia, jälleenmyyjiä ja yrityksiä tekemään todella kestäviä valintoja.



LEATHER
STANDARD





TEHTÄVÄ: TARKISTA MERKINNÄT

**TARKASTA JOIDENKIN VAATTEIDESI MERKINNÄT.
MITÄ TIEDOA NIISTÄ VOI SAADA?**

<https://www.oeko-tex.com/en/label-check>





MITEN MUUTTAA TAPOJA



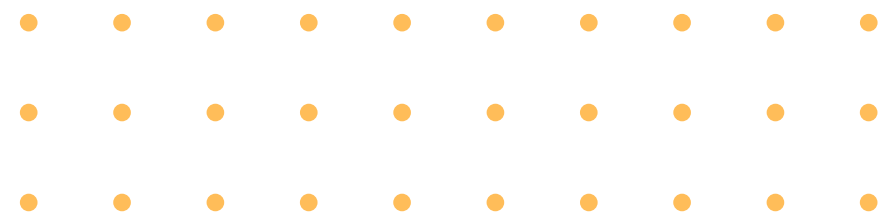
01. JOHDANTO

02. UUELLEENKÄYTTÖ

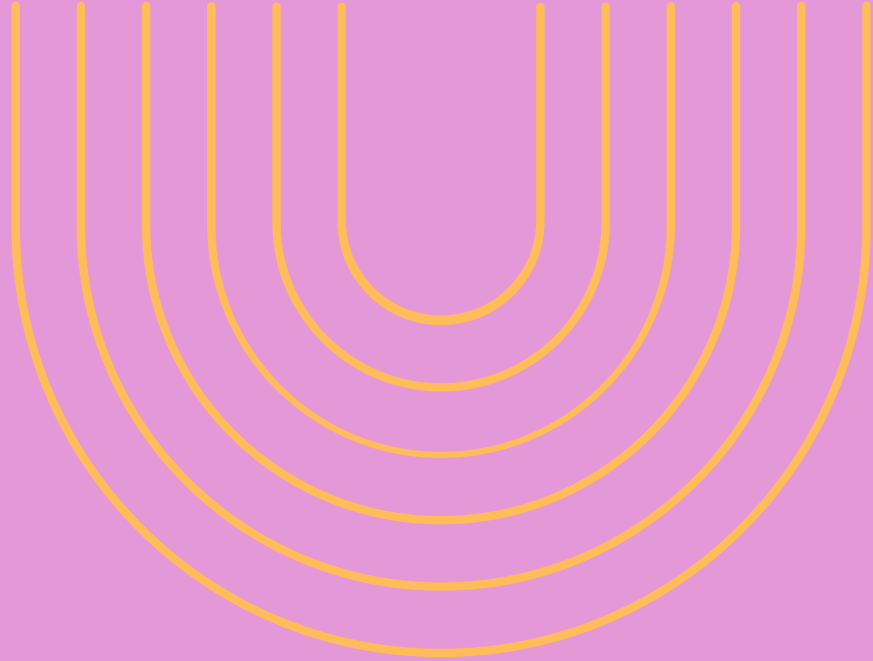
03. VÄHENTÄMINEN

04. KIERRÄTTÄMINEN

05. JAKAMINEN



SISÄLTÖ

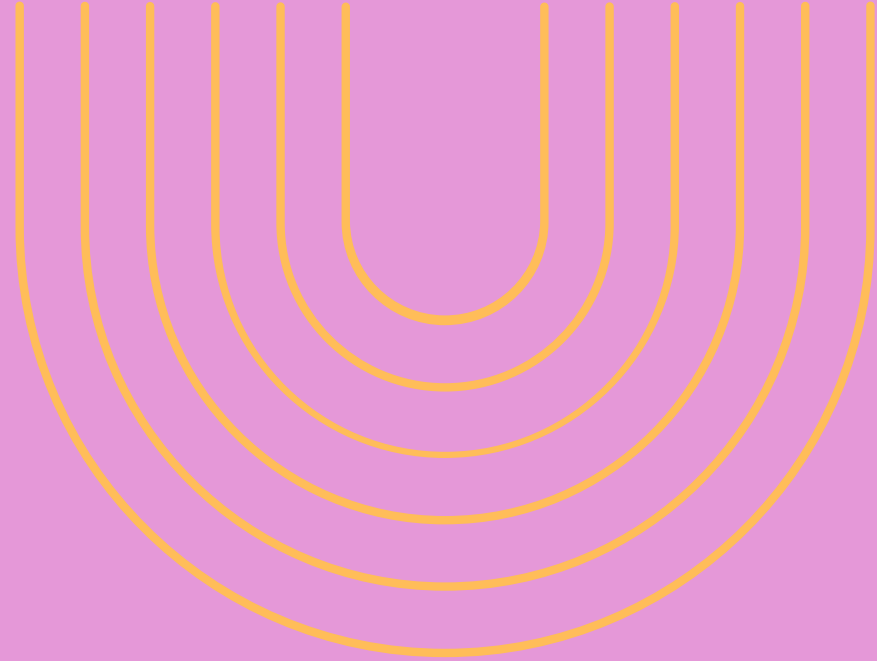


JOHDANTO



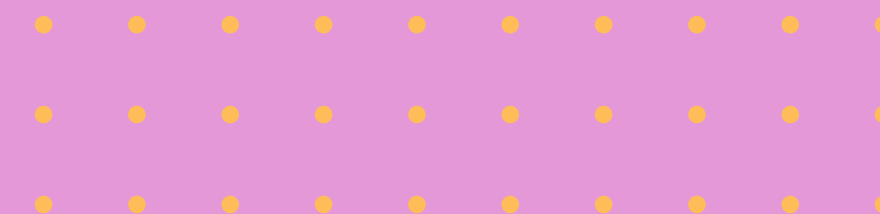
JOHDANTO





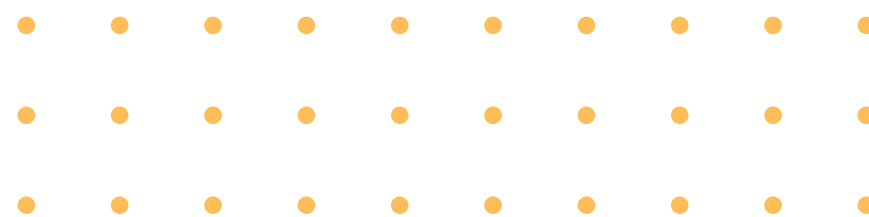
UUDELLEEN-

KÄYTTÖ



UUDELLEENKÄYTTÖ

- Uudelleenkäytöllä tarkoitetaan käytäntöä pidentää tuotteiden käyttöikää käyttämällä niitä useita kertoja sen sijaan, että ne heitetään pois yhden käyttökerran jälkeen. Tämä voi sisältää esineiden korjaamista, uudelleenkäyttöä tai lahjoittamista jätteen vähentämiseksi ja resurssien säästämiseksi.
- Uudelleenkäyttö kannustaa kestävämpään elämäntapaan minimoimalla uusien tuotteiden tarpeen ja vähentämällä ympäristövaikutuksia.

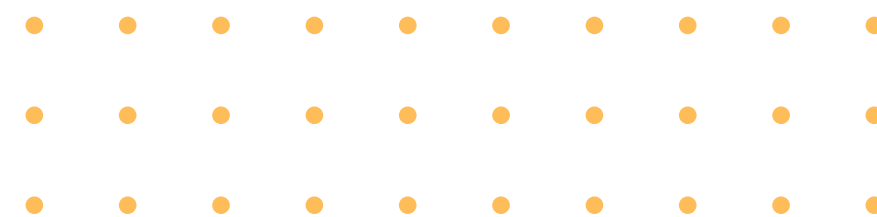


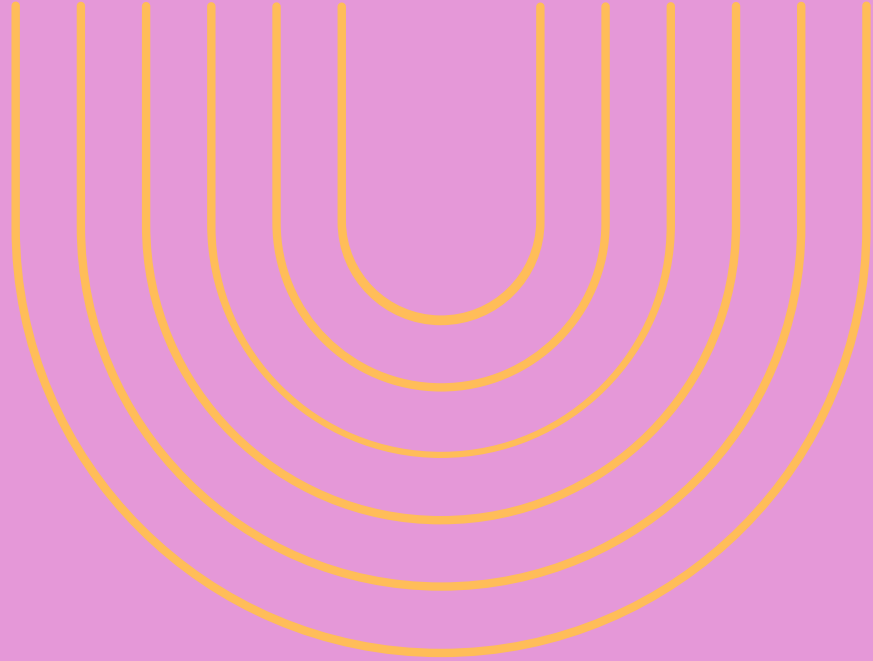
UUELLEENKÄYTTÖ

Esimerkki uudelleenkäytöstä: Päivittäisten tavaroiden uudelleenkäyttö

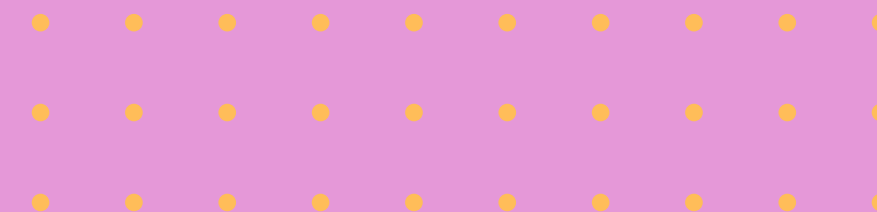
Ajattele päivittäisiä tavaroitasi – miten voit käyttää niitä uudelleen? Millaisia luovia tapoja voit kuvitella vanhojen tavaroiden uudelleenkäyttöön? Esimerkkejä voivat olla metallitölkit, muovikassit, kumisaappaat, kirjat, lelut, vaatteet, wc-paperirullat...

- [60+ Examples of Things You Can Reuse – Soapboxie](#)
- [Reuse – Knowledge Bank – Solar Schools](#)





VÄHENTÄÄMINEN





VÄHENTÄMINEN

- Vähentäminen tarkoittaa jätteen ja käytettyjen resurssien määrän minimoimista valitsemalla vähemmän kulutusta ja valitsemalla tuotteita, joiden pakkaukset ovat minimaaliset tai joiden käyttöikä on pidempi.
- Siihen kuuluu tarkoituksellisten ostopäätösten tekeminen kokonaiskulutuksen ja ympäristöjalanjäljen pienentämiseksi.
- Vähentämällä voimme merkittävästi vähentää vaikutustamme planeettaan ja edistää kestävyyttä.

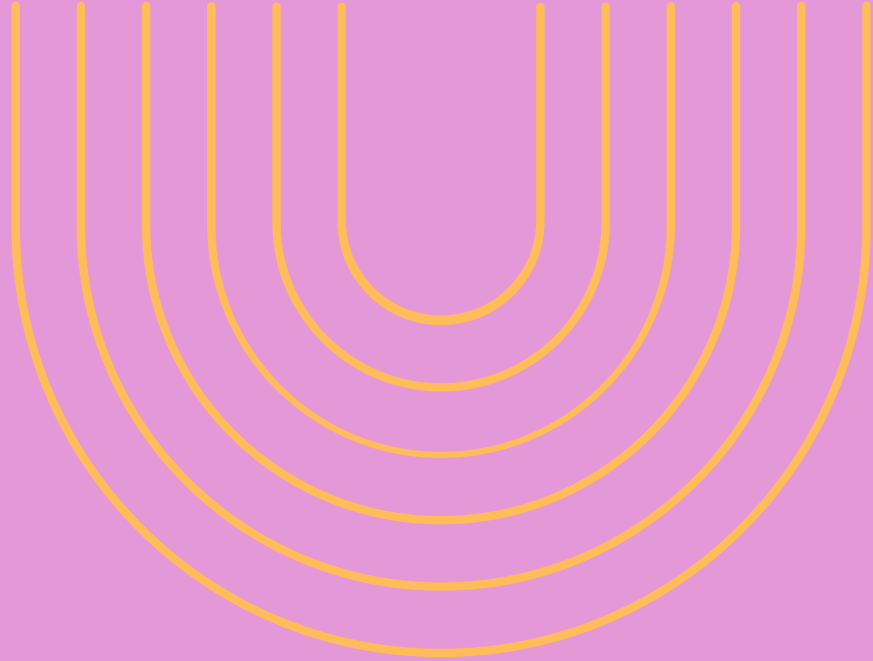
VÄHENTÄMINEN



Esimerkki pienentämisestä: **Rule of 5 eli ns. Viiden sääntö**

Yksi esimerkki vähentämisestä on Rule of 5 -haaste. Tässä haasteessa voit ostaa vain 5 uutta muotituotetta vuodessa. Kuinka monta olet ostanut jo tänä vuonna? Vähentääkö tämän haasteen hyväksyminen kulutustasi?

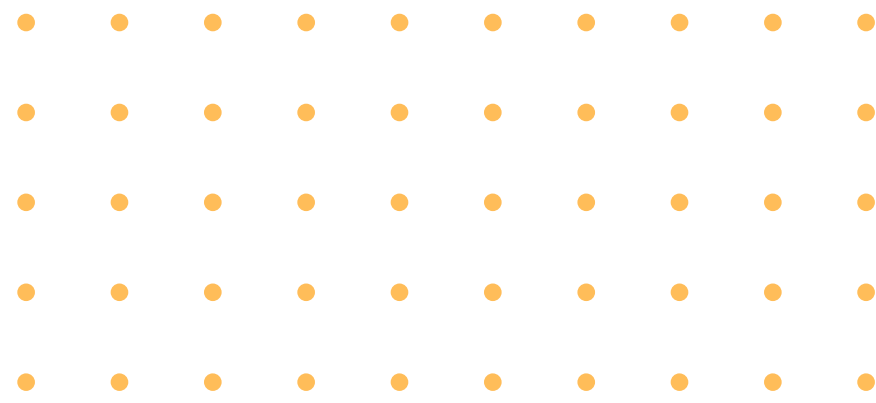
[Rule of 5: How It Works – by Tiffanie Darke – Rule of Five \(substack.com\)](#)



KIERRÄTYYS



KIERRÄTYS



- Kierrätyksellä tarkoitetaan prosessia, jossa jätemateriaalit muunnetaan uusiksi, uudelleenkäytettäviksi tuotteiksi, jotta ne eivät pääty kaatopaikoille.
- Tämä sisältää kierrätettävien materiaalien, kuten paperin, muovin, lasin ja metallin, lajittelun ja käsittelyn uusien esineiden luomiseksi.
- Kierrätys auttaa säästämään luonnonvaroja, vähentämään saastumista ja tukemaan kiertotaloutta antamalla vanhoille tuotteille uuden elämän.

KIERRÄTYS

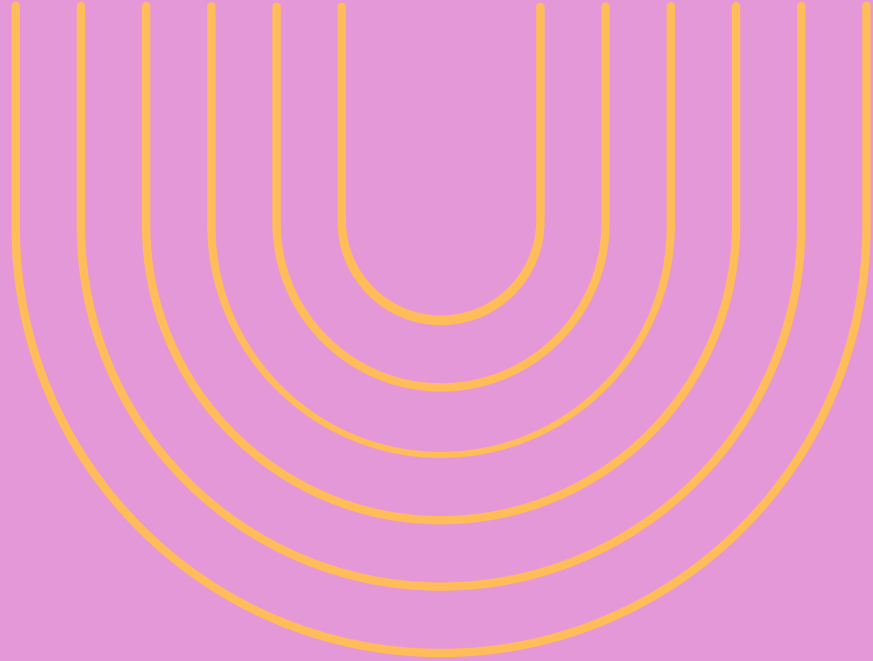
Esimerkki kierrätyksestä: **Mitä voidaan kierrättää?**

Kierrätettävät materiaalit voivat vaihdella eri Euroopan maissa tai eri alueilla. Mitä voit kierrättää alueellasi tai naapurustossasi?

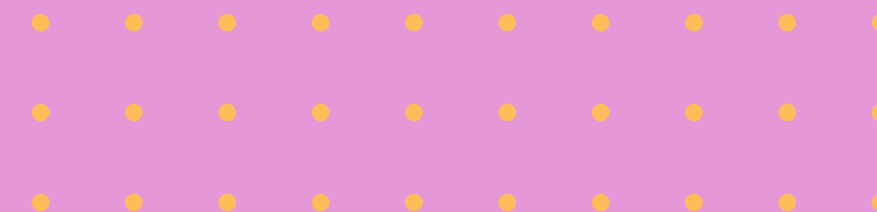
Yleisimmät kierrätystuotteet ovat:

- Pahvi
- Metallit
- Paperi
- Lasipullot
- Muovi
- Biojäte
- Paristot





JAKAMINEN





JAKAMINEN

- Jakamisella tarkoitetaan käytäntöä käyttää resursseja yhteistyössä niiden käytön maksimoimiseksi ja yksilöllisen kulutuksen vähentämiseksi.
- Tämä voi tarkoittaa tavaroiden, kuten työkalujen, vaatteiden tai ajoneuvojen jakamista yhteisön sisällä tai alustojen kautta, jotka helpottavat tavaroiden lainaamista ja lainaamista.
- Jakaminen edistää kestävyyttä vähentämällä kaikkien tarvetta omistaa samoja tavaroita, mikä vähentää kokonaisresurssien käyttöä ja tuhlausta.

JAKAMINEN

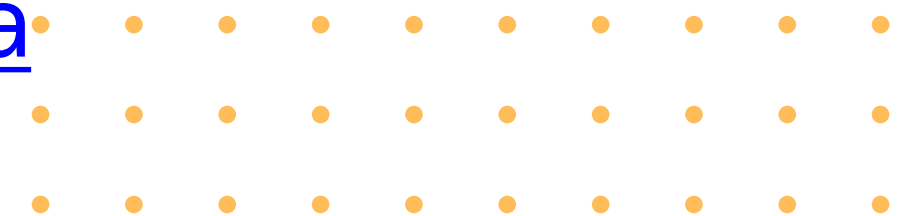


Esimerkki jakamisesta: **Jakamistalous**

Jakamistalous on ollut yksi nouseva aihe viime vuosina. Meillä on erilaisia alustoja ja palveluita, ja osa niistä on maailmanlaajuisesti käytössä. Millaisia esineitä olet jakanut tai mitä yhteisiä palveluita olet käyttänyt? Oletko käyttänyt Airbnb:tä, vuokrannut pyörän, skootterin tai jotain muuta ajoneuvoa? Oletko jakanut vaatteita ystäväiesi kanssa? Mitä muuta voisit jakaa kuluttaaksesi vähemmän?

[Sharing economy – Wikipedia](#)

Sitra: A fair share e-book: [A fair share \(eBook\) – Sitra](#)



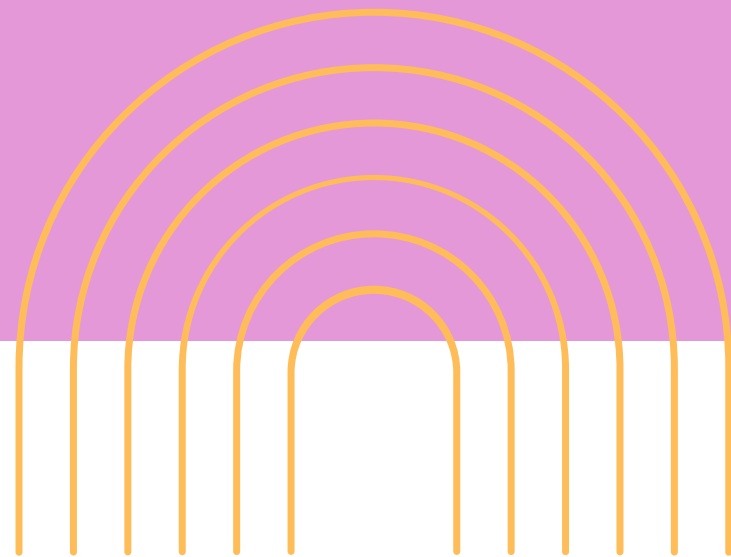
KUINKA UUDISTAA OSTOSLISTASI



COCO
CONSCIOUS
CONSUMPTION

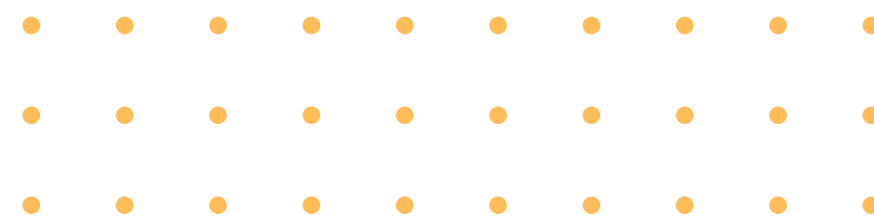


**Euroopan unionin
osarahoittama**



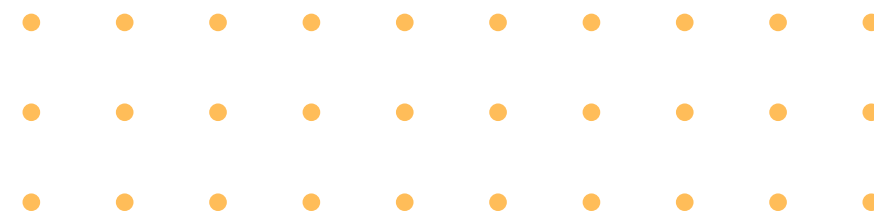
1. SUUNNITTELE ETUKÄTEEN

- Ennen kuin lähdet ruokakauppaan, tee inventaario ruokakomeroostasi, jääkaapistasi ja pakastimestasi arvioidaksesi, mitä tavaroita sinulla on jo käsillä.
- Luo ateriasuunnitelma tulevalle viikolle ruokavaliosi mieltymystesi, suunniteltujen reseptiesi ja kotitalouden tarpeidesi perusteella.



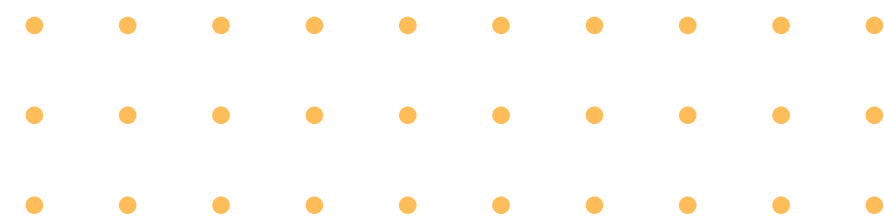
2. OSTA VÄHEMMÄN JA PAREMPAA

- Aseta laatu etusijalle määrää valitessasi elintarvikkeita ja valitse tuoreita, kokonaisia ainesosia aina kun mahdollista.
- Harkitse tuotteiden ravintoarvoa ja kestävyyttä ennen ostopäätöstä ja valitse paikallisesti tuotettuja, luomutuotteita tai eettisesti tuotettuja vaihtoehtoja, jos niitä on saatavilla.



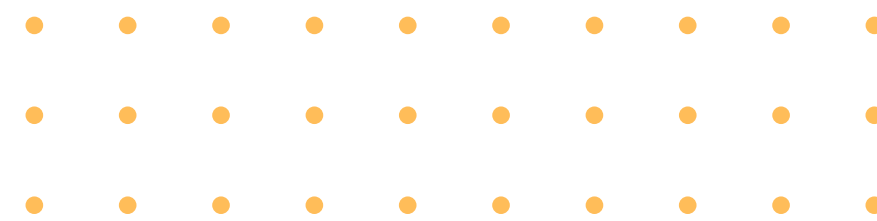
3. MINIMOI RUOKAHÄVIKKI

- Huomioi annoskoot ja vältä ostamasta liikaa pilaantuvia tuotteita, jotka voivat pilaantua ennen kuin ne voidaan kuluttaa.
- Valitse tuotteita, joilla on pidempi säilyvyys tai monipuoliset käyttötavat minimoidaksesi ruokahävikin riskin.
- Hyödynnä ylijäämät luovasti lisäämällä ne tuleviin aterioihin tai pakastamalla ne myöhempää käyttöä varten.



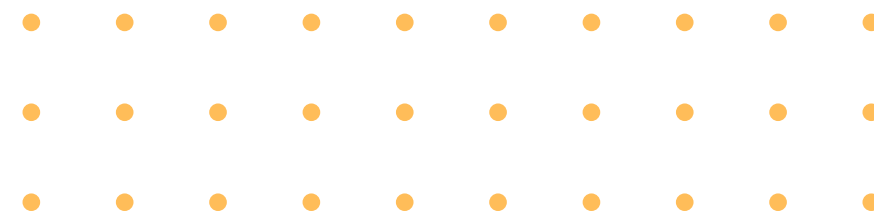
4. OTA KASVIPOHJAISET TUOTTEET KÄYTTÖÖN

- Lisää ostoslistallesi kasviperäisiä ruokia, kuten hedelmiä, vihanneksia, palkokasveja ja täysjyvätuotteita, monipuolistaaksesi ruokavaliotasi ja pienentääksesi ympäristöjalanjälkeäsi.
- Kokeile kasvipohjaisia vaihtoehtoja eläintuotteille, kuten kasvipohjaista lihaa, maidotonta maitoa ja munankorvikkeita löytääksesi uusia makuja ja tekstuureja.



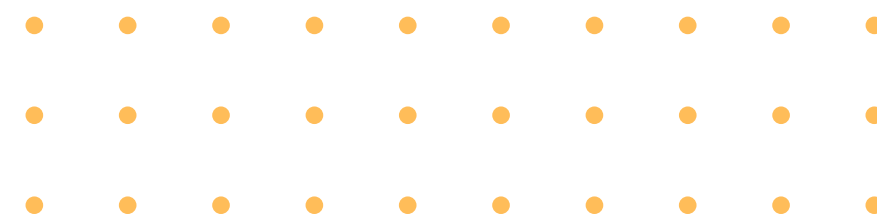
5. VÄHEMMÄN PAKKAUSJÄTETTÄ

- Valitse tuotteita, joissa on minimaalinen pakkaus tai valitse irtotavarat muovi- ja paperijätteen vähentämiseksi.
- Harkitse uudelleenkäytettäviä vaihtoehtoja, kuten kangaskasseja ja lasipurkkeja, pakataksesi ja säilyttääksesi elintarvikkeitasi kestävästi.



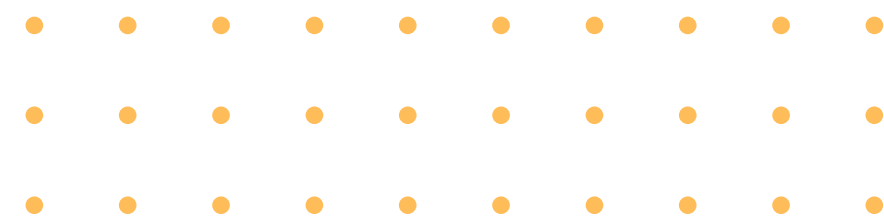
6. YLLÄPIDÄ JÄRJESTYSTÄ

- Pidä ostoslistasi järjestyksessä luokittelemalla tuotteet niiden sijainnin mukaan kaupassa tai ateriakategorioiden mukaan ostokokemuksesi tehostamiseksi.
- Käytä digitaalisia sovelluksia tai ruokakauppaluettelomalleja seurataksesi ostotarpeitasi ja välttääksesi impulssiostoksia.



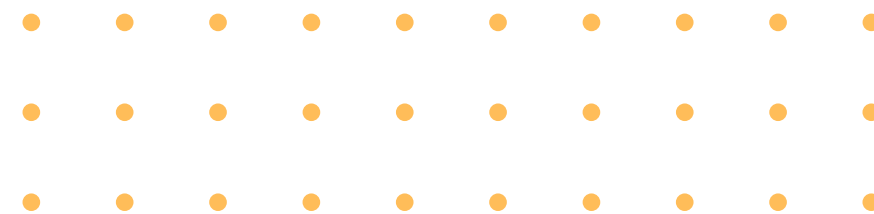
7. TARKASTELE JA TEE MUUTOKSIA

- Tarkista säännöllisesti ostoslistasi ja ateriasuunnitelmasi löytääksesi parannus- ja optimointikohteet.
- Muokkaa ostotottumuksiasi kokemuksistasi, mieltymyksistäsi ja muuttuvista ruokavaliotarpeistasi saadun palautteen perusteella.



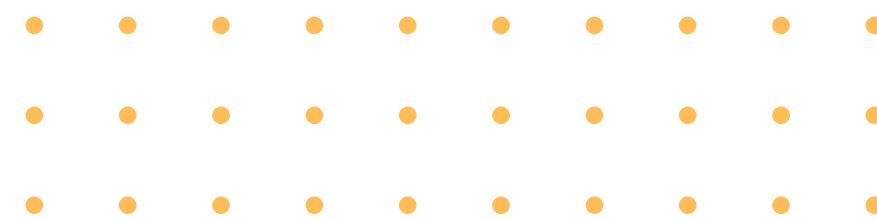
8. SUOSI SESONKITUOTTEITA

- Riippuen siitä, missä asut, harkitse kauden vihannesten ja hedelmien ostamista.
- Tee luettelo paikallisista vihanneksista ja hedelmistä.



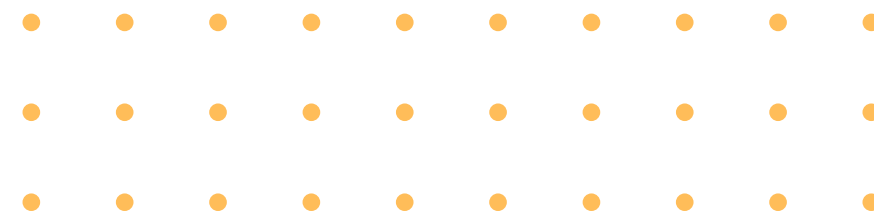
9. SUOSI PAIKALLISIA TUOTTEITA

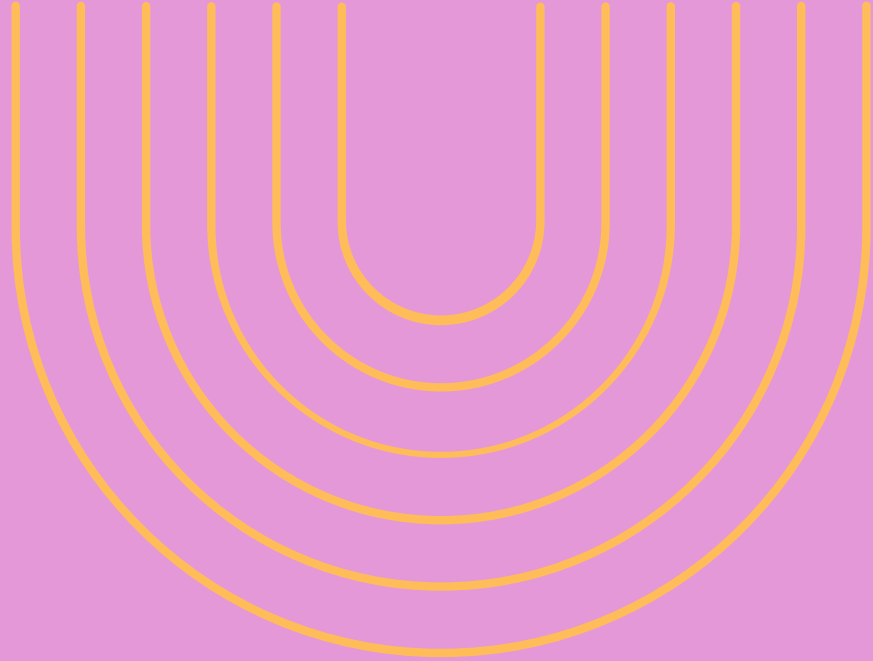
- Osta paikallisia tuotteita. Hyvä ratkaisu planeetallemme on minimoida jokapäiväisten tuotteiden kuljetus. Jos mahdollista, valitse tuotteita, jotka on kasvatettu (esim. vihannekset, kasvit) tai tuotettu (esim. leipä, kakut) mahdollisimman lähellä asuinpaikkaasi.



10. TARKISTA MITÄ KOTOA LÖYTYY JO

- Jos aiot ostaa uusia vaatteita, tarkista ensin, mitä vaatekaapistasi jo löytyy. Ole luova ja löydä uusia kokoonpanoja vanhoista vaatteistasi.





**NOUDATTAMALLA NÄITÄ OHJEITA VOIT UUDISTAA OSTOSLISTASI NIIN,
ETTÄ TERVEYS, KESTÄVYYS JA TEHOKKUUS ASETETAAN ETUSIJALLE, JA
VOIT TEHDÄ TIETOISEMPIA JA TARKOITUKSENMUKAISEMPAA
VALINTOJA, JOTKA VASTAAVAT ARVOITASI JA ELÄMÄNTAPAASI.**

