

# VASTUULLISUUSTUTKIMUS 2015

**Olisiko aika kuunnella  
kansalaisten näkemyksiä  
vastuullisuudesta?**

**Kyllä**

**Ei**

**Oletko jo ostanut  
menolipun  
70-luvulle?**

**Mainiota! Seuraavilta sivuilta löydät tietoa  
muun muassa siitä, mitä suomalaiset  
olisivat valmiita tekemään vaikuttaakseen  
yhtiöiden ja julkisen sektorin toimijoiden  
vastuullisuuteen.**

***miltton***

## Kun ostat tuotteen tai palvelun, kuinka tärkeää on, että se on vastuullisesti tuotettu?

- a) Erittäin tärkeää 15 %
- b) Tärkeää 38 %
- c) Melko tärkeää 37 %

d) Ei lainkaan tärkeää 10 %

Heistä **84 %** on valmis maksamaan enemmän vastuullisesti tuotetusta tuotteesta.

Naisista ainoastaan **7 %** ilmoitti, että vastuullisuus ei ole tärkeä asia. Miesten osalta vastaava luku oli **13 %**.

## Kuinka tärkeässä roolissa vastuullisuus on, kun arvioit yhtiötä tai julkisen sektorin toimijaa nykyisenä tai mahdollisena työnantajana?

- a) Erittäin tärkeässä 14 %
- b) Tärkeässä 32 %
- c) Melko tärkeässä 36 %

d) Ei lainkaan tärkeässä 8 %  
e) En osaa sanoa 10 %

Heistä **40 %** ei suostu työskentelemään yhtiön tai julkisen sektorin toimijan palveluksessa, joka toimii vastuuttomasti.

## Mitkä seuraavista vastuullisuusasioista ovat sinulle tärkeimpiä, kun arvioit yhtiön tai julkisen sektorin toimijan vastuullisuutta?

Työterveys ja -turvallisuus  
**35 %**

Työhyvinvointi ja henkilöstön osaamisen kehittäminen  
**23 %**

Talousrikollisuuden ja harmaan talouden torjunta  
**21 %**

Energian ja veden kulutuksen sekä päästöjen vähentäminen  
**15 %**

Hyvän-  
tekeväisyys ja sponsorointi  
**5 %**

Eettiset toimitusketjut  
**29 %**

Ympäristöystävälliset tuotteet ja palvelut  
**21 %**

Monimuotoisuus ja tasa-arvon edistäminen  
**7 %**

Ei mikään edellä mainituista asioista  
**20 %**

## Mitä olisit valmis tekemään vaikuttaaksesi yhtiön tai julkisen sektorin toimijan vastuullisuuteen?

Jätän ostamatta vastuuttomasti tuotettuja tuotteita tai palveluita

**63 %**

Jätän hakematta työpaikkaa, jossa työnantaja toimii vastuuttomasti

**39 %**

Jaan / kommentoin yhtiön tai julkisen sektorin toimijan vastuullisuuteen liittyviä asioita sosiaalisessa mediassa

**18 %**

Otan suoraan yhteyttä yhtiöön tai julkisen sektorin toimijaan

**9 %**

Kirjoitan mielipidekirjoituksen

**8 %**

Osallistun mielenosoitukseen

**5 %**

En yritä vaikuttaa yhtiön tai julkisen sektorin toimijan vastuullisuuteen

**21 %**

## Mistä saat tietoa yhtiöiden tai julkisen sektorin toimijoiden vastuullisuudesta?

Uutissivustoista, televisiosta, radiosta ja sanomalehdistä

**66 %**

Sosiaalisesta mediasta

**31 %**

Kansalaisjärjestöjen (esim. Finnwatch ja Greenpeace) raporteista tai tiedotteista

**24 %**

Yhtiöiden omilta internet-sivuilta, vuosikertomuksista ja vastuullisuusraporteista

**18 %**

Tuotepakkauksista ja palvelukuvauksista

**15 %**

Ystäviltä ja tutuilta

**14 %**

En ole kiinnostunut tällaisesta tiedosta

**13 %**

En saa tietoa mistään

**6 %**

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, mitkä ovat suomalaisten mielestä tärkeimmät vastuullisuusteemat ja miten vastuullisuus vaikuttaa kulutustottumuksiin ja työnantajamielikuvaan. Tutkimus toteutettiin 9.4.-15.4. välisenä aikana yhteistyössä tutkimuspalveluyritys Cintin kanssa. Tutkimukseen vastasi yhteensä 1 006 henkilöä.

Milton on kunnianhimoinen ja eteenpäinkatsova viestintätoimisto, joka on laajentanut osaamistaan PR:stä ja yritysviestinnästä vastuullisuus- sekä vaikuttajaviestintään, sijoittajasuhteisiin, mainontaan ja kansainvälisiin palveluihin. Missiomme on yksinkertainen: haluamme olla maailman paras viestintätoimisto suomalaisille organisaatioille sekä Suomessa ja muissa Pohjoismaissa toimiville kansainvälisille brändeille.

Yhteystiedot: Tino Aalto, Viestintäkonsultti, tino.aalto@milton.fi, 050 574 8713