

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

SISÄLLYS

OSA 1

SUKELLUS YRITYSVASTUURAPORTOINTIIN

1. Kurkistus verhon taa: GRI-raportoinnin lyhyt historia	9
2. GRI-raportoinnin askelmerkit	14
3. Valmistautuminen ja selkeä toteutustapa	15
Tee sisältösuunnitelma	18
Tarvitaanko vastuullisuusraportoinnissa konsulttia?	20
4. Tunnistaminen – jotta raporttiin tulisi vain oikeaa asiaa	23
Periaatteet raportin sisällön määrittelyyn.	23
5. Olennaisuuden arviointi – miten se tehdään	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
6. Tietojen keruu ja sisällöntuotanto	51
Periaatteet raportoitavien tietojen laadun varmistamiseksi	58
Mistä näitä tietoja oikein tulee?	66
Joku laskentaraja tässä täytyy olla!	69
7. Raportin viimeistely ja julkaisu	72

OSA 2

GRI-STANDARDIN SISÄLTÖ

8. Vleiset tiedot – kuvaus organisaatiosta ja raportista (102)	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
9. Johtamismalli – miten vastuullisuutta johdetaan (103)	108
10. GRI-tunnusluvut	112
Taloudellisen vastuun tunnusluvut	114
Ympäristövastuun tunnusluvut	121
Sosiaalisen vastuun tunnusluvut	129
Toimialakohtaiset liitteet ja tunnusluvut	145
11. Perusteet – miten tehdään GRI:n mukainen raportti (101)	146
GRI:n mukainen raportointi – mitä se käytännössä vaatii	146
Onko muita vaihtoehtoja, kuin noudattaa GRI-standardia.	150

OSA 3

HYVÄN YRITYSVASTUURAPORTIN TUNNUSMERKIT

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

OSA 1

SUKELLUS YRITYSVASTUURAPORTOINTIIN

Yritysvastuuraportin 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 luetaan 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 yritys vastuun 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 yritys vastuun asiantuntijoille.

Käsissäsi oleva kirja jakautuu kolmeen osaan, joista voit poimia tarvitsemasi palaset tai lukea ne kaikki haluamassasi järjestyksessä. Ensimmäisessä osassa pöytäkirjassa katetaan yritys vastuuraportoinnin eri vaiheet ja askelmerkkejä raportoinnin toteuttamista varten. Kirjan toinen osa puoreskelee 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 eksyksissä harhaileva tai puiseva yritys vastuuraportti 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 yritys vastuuraportointi syntyy ja miten GRI-standardia voi hyödyntää raportoinnissa. Kaikkein tärkeimpänä tavoitteena on kuitenkin rohkaista kaikkia raportin tekijöitä kohti hyvää viestintää ja kiinnostavaa vastuullisuusraportointia.