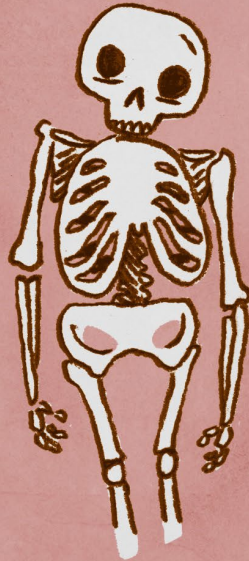


PÖYDÄLLE NOSTETAAN



A. NORSU



B. LUURANKO



C. KISSA

Jani Ikonen CICAT2025 CC BY-NC-ND 4.0

**VIESTI VASTUULLISUUDESTA
AVOIMESTI JA REHELLISESTI**

Yritysten vastuullisuusviestinnän tulisi olla avointa ja rehellistä. Kuluttajien puolestaan pitäisi suhtautua kriittisesti yritysten epämääräisiin vastuullisuusviesteihin. Kiinnitä vastuullisuusviestinnässä huomiota esimerkiksi tuotantoketjun läpinäkyvyyteen, negatiivisiin ja positiivisiin ympäristövaikutuksiin, hinnanmuodostukseen ja väitteiden todellisuusperustaan.

Tutkimus, johon kikka pohjautuu:

Virsu, V., Sjöblom, P., Mäkelä M. & Onkila, T. (2022). [Vastuullisuusarvot suomalaisten tekstiiliyritysten tarinoissa](#). Teoksessa H. Katajamäki, M. Enell-Nilsson, H. Kauppinen-Räsänen & H. Limatius (Eds.). Responsible Communication (s. 176–193). VAKKI Publications 14.

Hai Ta, A., Aarika-Stenroos, L. & Litovuo, L. (2022). [Customer Experience in Circular Economy: Experiential Dimensions among Consumers of Reused and Recycled Clothes](#). Sustainability 14(1).