

Kuituus Podcast

Jakso 2: Kierrätysmateriaalien ja kiertotalouden hyödyt yritykselle

[äänite alkaa]

Intro [00:00:01]: Aalto-yliopiston podcast. [äänimerkki]

Sini Suomalainen [00:00:06]: Suomessa syntyy satatuhatta tonnia poistotekstiiliä vuodessa. Sen erilliskeräys alkaa vuonna 2023. Nyt etsimme sille käyttökohteita. Minä olen Sini Suomalainen, Kuituus-hankkeen vetäjä. Tutustu aiheeseen kuituus.aalto.fi. [tunnusmusiikkia]

Intro [00:00:22]: Poistotekstiilistä tuotteeksi. Kuituus-podcast.

Sini Suomalainen [00:00:26]: Kuituus-podcastissa tänään vieraana Heini Santos Hesburgerilta, Noora Salonoja TouchPointista ja Olli Sahimaa Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulusta. Mitä sanoisitte, miksi kierrätyskuitua kannattaa käyttää? Aloitatko vaikka Noora?

Noora Salonoja [00:00:42]: No, koska se alkaa kohta olla edellytys sille, että maailmamme... ja että saadaan näitä vastuullisuusasioita eteenpäin.

Sini Suomalainen [00:00:51]: Mitäs Heini mietit?

Heini Santos [00:00:52]: Sanoisin, että koska resursseja ei meillä maapallolla ole loputtomasti. Kuten Noorakin sanoi, se on ihan välttämättömyys, että käytetään sitä, mitä on olemassa.

Olli Sahimaa [00:01:04]: Minä sanoisin, että ympäristö hyötyy, ja se ei ole ainoastaan tulevaisuutta, vaan nykyisyyttä.

Sini Suomalainen [00:01:11]: No Hesburgerin kaikki ainakin kuvittelevat tuntevansa, mutta mikä firma oikein on TouchPoint?

Noora Salonoja [00:01:17]: Me olemme työvaateyritys, ja olemme keskittyneet ekologisiin ja vastuullisiin työvaatteisiin. Mitä se käytännössä tarkoittaa? Se tarkoittaa sitä, että pyrimme hakemaan asiakkaalle aina ympäristöystävällisimmät materiaalit, oli se sitten kierrätettyä kuitua tai luomupuuvillaa jne.

Sini Suomalainen [00:01:37]: Entäs Heini? Hesburgerista kaikilla on oma mielikuvansa, niin haluatko kertoa siitä jotain muuta? Liittyykö Hesburgeriin jotain yllättävää?

Heini Santos [00:01:48]: No moni yllättyy siitä, kuinka paljon Hesburgeria on ulkomailla. Eli se tietysti mielletään, ja onkin suomalainen perheyrittys, mutta meillä alkaa nykyään olla jo melkein puolet ravintoloista ulkomailla. Meillä on kaikissa Baltian maissa paljon ravintoloita, Venäjällä, ja sitten on vielä muutamia muita maita, esimerkiksi Bulgariassa on aika paljon Hesburgereita. Se on sellainen monelle yllättävä tieto. Sitten tietysti tämä meidän kiertotaloutemme ja muut tällaiset ympäristöön liittyvät innovaatiot ja bisnekset, jotka ovat lähteneet ravintolaliiketoiminnastamme liikkeelle. Eivät kuitenkaan välttämättä ihan suoraan ole sellaisia, mitkä yhdistettäisiin ravintoloihin. Meillä on esimerkiksi omaa keittiölaitetuotantoa, jäteveden puhdistusta, kaikkennäköisiä rakentamiseen ja kiinteistöihin liittyviä energiansäästöasioita muun muassa. Sitten meillä on oma

tuotantolaitos Kaarinassa, missä tehdään isot määrät majoneesia ja kastikkeita ja nykyään myös kasviproteiinituotteita. Nämä ovat sellaisia asioita ainakin, mitkä eivät monelle välttämättä ensimmäisenä tule Hesburgerista mieleen.

Sini Suomalainen [00:03:04]: Heini, mikä sinun oma roolisi on Hesburgerilla?

Heini Santos [00:03:07]: Olen viestintäpäällikkö, eli viestintäasioista vastaan, ja myöskin vastuullisuus on paljolti minun pöydälläni.

Sini Suomalainen [00:03:15]: Jes. Ja Noora, mikä sinun roolisi on TouchPointissa?

Noora Salonoja [00:03:19]: Aloitin tammikuussa TouchPointin toimitusjohtajana.

Sini Suomalainen [00:03:22]: Entä Olli, mitäs sinä teet?

Olli Sahimaa [00:03:24]: Minä toimin tutkijatohtorina Aalto-yliopiston kauppakorkeakoulussa kiertotalouden liiketoimintamallien parissa. Olen kiinnostunut siitä, miten liiketoiminta voi edistää kiertotaloutta ja edistää ympäristöarvoja, eli tavallaan siitä myös laajemmassa mielessä arvonluonnista, eli tästä, miten yritykset voivat ei ainoastaan luoda arvoa taloudellisesti, vaan myös sosiaalista ja ympäristöarvoa.

Sini Suomalainen [00:04:00]: Hyvä. Juuri siihen me nyt kohta pureudumme. No mutta Heini, puhumme nyt kuitenkin tekstiilien kiertotaloudesta, tämä podcast on Poistotekstiilistä tuotteeksi. Miten Hesburger nimenomaan liittyy tähän tekstiilien kiertotalouteen?

Heini Santos [00:04:13]: No meillähän on tietysti paljon työntekijöitä. Meillä on noin 8000 ihmistä ketjumme ravintoloissa ja palveluksessa. He tarvitsevat tietysti työhönsä sopivat työvaatteet, eli vaikka olemmekin ravintola- ja elintarvikealalla, niin myöskin tarvitaan aika paljon tekstiiliä. Siinä sitten TouchPoint on ollut meille pitkäaikainen kumppani ja auttaja siinä, että saamme vaetetettua työntekijämme siten, että he näyttävät hyvältä, heillä on kulutusta kestävä vaatteet, mukavat työvaatteet, ja myöskin sellaiset, jotka on valmistettu ekologisesti ja kierrätetyistä materiaaleista.

Sini Suomalainen [00:05:00]: Minkälainen kuvio teillä sitten on? Teillä on molemmilla arvoissa ekologisuus ja kiertotalouden edistäminen, niin miten te käytännössä teette yhteistyötä, että nämä arvot toteutuisivat nyt näissä Hesburgerin työvaatteissa?

Noora Salonoja [00:05:11]: No jos minä aloitan vaikka tästä viimeisimmästä mallistosta, joka on kolmas mallisto, jonka TouchPoint on Hesburgerille tehnyt. Mielestäni se kuvastaa tietyllä tavalla sitä polkua. Se on ollut yli 10 vuoden yhteistyö, ja jokainen mallisto on mennyt aina askeleen edemmäs kohti ekologisuutta. Tämä, joka on nyt tullut vuonna 2018, suunniteltu ja tullut silloin käyttöön ja on edelleen käytössä, on Hesburgerille mutta myös TouchPointille ensimmäinen sataprosenttisesti ekologinen mallisto.

Sini Suomalainen [00:05:47]: Eli mitäs se tarkoittaa?

Noora Salonoja [00:05:49]: Eli se tarkoittaa sitä, että siinä mallistossa kaikki materiaalit ovat kierrätettyjä. Siellä on farkut tehty kierrätetystä materiaalista tai ylijäämästä, siellä on paidat tehty kierrätetystä polyesteristä, siellä on t-paidat tehty leikkuujätteestä, joka on sitten kierrätetty uudeksi langaksi ja kankaaksi. Siellä on vyönsoljetkin tehty kierrätetystä materiaalista. Eli siinä on lähdetty siihen, että sanotaan, että varmasti asiakas on haastanut meitä ja me olemme haastaneet asiakasta, ja on ollut todella selkeä visio siitä, mihin halutaan. Mielestäni Hesburger

on mahtava esimerkki siitä, että nämä eivät ole aina niitä kaikista helpoimpia projekteja siinä mielessä, että kun lähdetään tekemään uutta, niin siinä voi mennä hetki kun kehitetään. Se ei ole se nopein reitti, mutta sitten kun saavutetaan se lopputulos, niin se on mielestäni hyvännäköinen mallisto, se on ekologinen, se on kestävä, ja nyt sitä kehitetään eteenpäin niin, että tuodaan ja päivitetään aina tuote kerrallaan, pikkuhiljaa.

Sini Suomalainen [00:07:02]: Okei. Mitä tarkoitat, tuote kerrallaan? Eli päivitetään vielä ekologisemmaksi, vai aina vain...

Noora Salonoja [00:07:09]: No toki aina pitää hakea sitä vielä parempaa ratkaisua. Tai esimerkiksi jos täytyy jotain mallia tai muuta muuttaa, eli täytyy kuunnella myös tietenkin käyttäjiä. Mutta lähinnä tässä hain sitä, että se ei ole välttämättä vastuullista, että kun vaihdetaan mallisto, niin unohdetaan ja heivataan kokonaan se vanha, vaan se, että meidän pitää miettiä, miten käytämme sen vanhan varastot loppuun ja sitten sitä kautta, kun täytyy täydentää, niin siellä on sitten mahdollisuuksia tuoda uusia tuotteita.

Sini Suomalainen [00:07:45]: No niin, hyvä, nyt ymmärsin. Mitäs sitten, kun ne on oikeasti käytetty loppuun? Mitä niille sitten tapahtuu? Olisiko tämä Heinin tontilla, vai huolehtiiko siitäkin TouchPoint?

Heini Santos [00:07:56]: No, TouchPoint kyllä huolehtii siitäkin, mutta voin vastata sillä tasolla, että tämä on oikeastaan vielä se kruunu tälle keissille, että sitten kun ne työvaatteet on käytetty loppuun - ja siihenhän kuuluu tietysti meillä se prosessi, että katsomme että ne oikeasti käytetään loppuun, eli ihan konkreettisesti ravintolassa esimies tarkistaa vaatteet, että voiko ne laittaa pois, ovatko ne ikään kuin tarpeeksi kuluneita ja tarpeeksi loppuun käytettyjä. Niitä ei voi vaihtaa vain sen takia, että haluaa nyt uuden malliston, paidan, eli meillä voi olla työntekijällä päällä vaikka eri mallistosta samaan aikaan eri vaatekappaleita, koska se on ollut meille tärkeätä, että

ne oikeasti käytetään kaikki ensin loppuun. Tosiaan sen jälkeen kun todetaan, että ne ovat niin käytettyjä, että ne laitetaan jatkokäyttöön, niin ne kerätään meillä ravintolaan talteen ja lähetetään sieltä paluukuorman mukana keskusvarastollemme. Sieltä ne päätyvät sitten terassipöytien materiaaliksi. Eli niistä syntyy vielä ravintoloihimme todella hienoja ja kestäviä terassipöytiä.

Sini Suomalainen [00:09:08]: Okei. Onko niitä terassipöytiä jo paljon siis olemassa?

Heini Santos [00:09:13]: Kyllä niitä on ympäri Suomen ravintoloissa. En osaa tarkkaa lukumäärää sanoa, mutta näin on tehty jo joitain vuosia.

Sini Suomalainen [00:09:21]: Minusta olisi kyllä todella kiinnostavaa saada ne ravintolapääälliköiden kriteerit, milloin vaatteet ovat tarpeeksi loppuun kuluneet. Itselläni on ehkä vähän sitä ongelmaa, että niissä on vähän reikiä, ja sitten aina vain miettii, että no ehkä tämä vielä kelpaa. Jos sellaista voisi julkaista, niin se olisi kiinnostavaa.

Heini Santos [00:09:36]: Kyllähän siellä on ihan konkreettisesti ratkenneita tai revenneitä vaatteita suurimmaksi osin. Kyllä ne ovat hyvin loppuun käytettyjä.

Sini Suomalainen [00:09:46]: Miltäs, Olli, tämä yhteistyö kuulostaa noin tutkijan näkökulmasta?

Olli Sahimaa [00:09:50]: No mielestäni tässä oli kiinnostavaa nimenomaan tämä yhdessä kehittäminen, ja miten puhuitte sellaisesta visiosta ja kumppanuudesta, miten on ollut samoja arvoja, ja sitten on lähdetty yhdessä kehittämään sitä yhteistyötä. Ehkä toinen asia, mihin tartuin tässä, oli juuri se kun puhuitte, että yhteistyö on ollut pitkäaikaista. Varmaan se usein on näissä vastuullisuuden ja kiertotalouden keisseissä, että ne kaikki ratkaisut eivät ole välttämättä saatavilla,

tarvitaan juuri niitä uusia innovaatioita. Nämä kaksi pointtia mielestäni tässä olivat todella mielenkiintoisia.

Sini Suomalainen [00:10:39]: Jostainhan tällainen kumpuaa. Miten te olette sitten löytäneet toisenne? En tiedä onko se nyt jo kannattavaa, vai ovatko nämä kuitenkin sellaisia arvovalintoja, jotka oikeasti maksavat yrityksille? Mistä on löytynyt se halu panostaa tähän jo kuitenkin aika pitkä aika sitten?

Heini Santos [00:10:58]: No kyllä meillä ainakin, olemme suomalainen perheyritys ja omistajaperhe on vahvasti toiminnassa mukana, ja kyllä se on heidän tahtotilansa, joka ohjaa sitä sinne.

Noora Salonoja [00:11:12]: Joo, komppaan Heiniä siinä, että sen täytyy olla todella syvässä juurtuneena sen yrityksen arvoissa, ja TouchPoint on siitä vuodesta 2008, kun yhtiö on perustettu, niin se on perustettu siihen, että ekologisesti ja vastuullisesti tuotettuja työvaatteita. Sillä pohjalla ollaan edelleen. Tuo kysymys siitä, onko tämä liiketaloudellisesti järkevää tai maksaako tämä, niin emme me olisi yrityksenä tässä olleet näin pitkään, jos tämä ei olisi liiketaloudellisesti kannattavaa. Kyllähän sen pitää olla siinä. Sitten toinen on se, että koko ajan mennään siihen, että vastuullisuus tulee tällaiseksi, voisin sanoa hygieniatekijäksi, että sen pitää olla kunnossa. Emme me voi tehdä kompromisseja siinä, että materiaali on vaikka vastuullista, mutta ei kestä käytössä. Se ei ole vastuullista, koska silloin joutuu kuitenkin tuottamaan enemmän ja näin. Emme voi tehdä myönnytyksiä kestävyuden ja tuotteen tarkoitusperän takia.

Noora Salonoja [00:12:25]: Ja kyllä toinen on se, että hintatason pitää olla sama, tai ehkä piirun verran on voinut ottaa preemiota siitä, että tämä on ekologinen, mutta sekin on hyvin vahvasti mielestäni poistumassa. Kyllä lähtökohta on se, että vastuullisuus alkaa olla siellä pohjalla oletuksena.

Sini Suomalainen [00:12:50]: Te aloititte 2008, niin miten asiakkaiden vaatimukset ovat kehittyneet tämän matkan varrella? Siinä on aika pitkä aika, ja tuntuu, että melko paljon on tapahtunut.

Noora Salonoja [00:12:59]: Ihan valtavasti on tapahtunut. Sanotaan, että asiakkaiden... tai se, mikä on ollut hieno nähdä, on se, että tälle on koko ajan enemmän ja enemmän kysyntää. Ja ehkä sellaiset alun ennakkoluulot siitä, että jos se on ekologinen vaate, niin sitten se on epämukava päällä tai ei välttämättä kestä, tai juuri tämä, että sillä on sitten todella kova hintalappu, niin mielestäni näihin ennakkoluuloihin ei enää törmää. Se on hieno nähdä. Ja kyllä meillä mielestäni se on muuttunut todella paljon, tai mennyt siihen suuntaan, että koska olemme olleet TouchPointina aika lailla raivaamassa tätä kenttää ja olemme olleet se työvaatteitten tunnettu edelläkävijä tässä ekologisuudessa, niin se tarkoittaa myös sitä, että asiakkailla, jotka ottavat meihin nyt yhteyttä, on todella kovat oletukset ja odotukset niille tuotteille ja materiaaleille, mitä tuomme pöytään.

Sini Suomalainen [00:14:02]: Mitenkäs sitten, Heini, jotenkin tuntuu, että ketä se kiinnostaa, minkälaiset vaatteet sillä Hesburgerin työntekijällä on? Osaavatko teidän asiakkaanne pohtia tällaisia asioita tai kysellä?

Heini Santos [00:14:14]: Meitä se kiinnostaa, mutta voin ihan rehellisesti sanoa, että tämän viiden, kuuden vuoden aikana, mitä itse olen tässä ollut, en muista yhtään asiakaspalautetta, jossa meiltä olisi jotenkin odotettu tai vaadittu jotain meidän työvaatteiltamme meidän asiakkaamme toimesta.

Sini Suomalainen [00:14:31]: No mitenkäs lainsäädännön laita on, miten se menee tässä? Suosiiko se yhtään tällaisten valintojen tekemistä?

Heini Santos [00:14:38]: Minulla ei ainakaan ole tiedossa sinne päin ohjaavaa lainsäädäntöä.

Noora Salonoja [00:14:44]: Ei. Me olemme paljon mukana totta kai myös julkisissa kilpailutuksissa ja työvaateprojekteissa sitä kautta, ja siellä alkavat pikkuhiljaa nousta nämä tällaiset ekologisuus- tai vastuullisuusarvot. Esimerkiksi yksi merkittävä kilpailutus terveydenhuollon puolella, jonka voitimme pari vuotta sitten, siellä merkittävässä osassa siinä pisteytyksessä oli se, että pystyi tarjoamaan poistotekstiiliratkaisun näille vaatteille mitä toimittaa, ja että pystyi sen hinnoittelemaan. Ja siinä kohtaa saimme täydet pisteen, ja sanoisin, että se oli varmaan se, mikä ratkaisi silloin sen kisan. Eli kyllä näitä tulee, mutta saisi tulla enemmän. Käymme aika paljon koko ajan sellaista markkinavuoropuhelua myös julkisten tahojen kanssa siinä, että he olisivat tietoisia näistä vaihtoehtoista, että ne henkilöt, jotka valmistelevat hankintoja tai tekevät ostopäätöksiä myös tietäisivät, mihin suuntaan ala on menossa ja mikä on mahdollista.

Noora Salonoja [00:15:53]: Näen, että jos puhutaan työvaatesegmentistä, niin meillä on näitä tällaisia edelläkävijäyhtiöitä, kuten Hesburger, joilla se on syvään juurtunut sinne arvoihin ja he haluavat tehdä tätä, heillä on vahva visio, mutta sitten kyllä näillä julkisilla hankinnoilla on valtava merkitys siihen, miten toimialaa viedään eteenpäin. Ja maana esimerkiksi mielestäni Ranska on ensimmäisten joukossa, ehkä Ollilla on tästä parempaa infoa, mutta itse bongasin nyt keväällä jutun siitä, miten Ranska tulee lisäämään, onko se nyt sitten lakivelvoitteisesti tai miten, ekologisten ja kierrätettyjen materiaalien osuutta kaikissa julkisissa kilpailutuksissa. Myös vaate- tai tekstiilipuolella.

Sini Suomalainen [00:16:47]: Joo, kyllähän tämä näyttää siltä, että EU:n tekstiilistrategian myötä ehkä nämäkin asiat menevät tässä eteenpäin ihan lähiaikoina.

Noora Salonoja [00:16:55]: Toivotaan.

Sini Suomalainen [00:16:56]: Mitenkäs Olli kommentoisit tällaisia motivaattoreita? Toisaalta niiden arvojen täytyy olla siellä yrityksessä sisällä, ja toisaalta sitten on hieman kuluttajien vaatimuksia. Ovatko ne tyypillisiä motivaattoreita näihin kiertotalouden toimenpiteisiin?

Olli Sahimaa [00:17:11]: Kyllä varmasti. Ja näkisin, että varmaan juuri isossa kuvassa ollaan enemmän menossa juuri siihen suuntaan, että nämä vastuullisuusteemat ovat entistä tärkeämpiä kuluttajille. Mikään yritys ei voi enää jättää näitä huomiotta. Sitten, niin kuin Noora tässä mainitsi, jo nykyisellään vastuullisuus ja kiertotalous voivat olla myös hyvää liiketoimintaa, mikä on ilahduttavaa. Toivottavasti tulevaisuudessa vielä laajemmin eri toimialoilla sitten. Mitä muita hyötyjä sitten tällaisesta edelläkävijyydestä vastuullisuuden ja kiertotalouden teemoihin liittyen voi olla, niin on tietysti hyödyllisten kumppanuuksien kehittäminen, ja useinhan tämä kiertotaloustoiminta esimerkiksi rakentuu tällaisissa erilaisissa ekosysteemeissä. Ja tietysti, jos ehkä ajatellaan vielä vähän pidemmälle tulevaisuuteen, niin voidaan ehkä jopa puhua tällaisesta materiaalariskistä, jossa neitseellisten raaka-aineiden niukentuessa voidaan nähdä, että pelkästään neitseellisiin raaka-aineisiin tukeutuminen voi olla riski liiketoiminnalle, koska siellä voi tulla nopeita hinnannousuja tai hinnanvaihteluja.

Noora Salonoja [00:18:42]: Lisäisin vielä ehkä tuohon, että keneltä vaatimuksia tulee? Nyt jos puhutaan työvaatteista, niin kyllähän vaatimuksia tulee niiltä loppukäyttäjiltä. Vaikka Hesburgerin työntekijöiltä, mutta yleisesti asiakkaidemme työntekijöiltä. Tunnistamme sen, että varsinkin tietyillä toimialoilla hyvän työvoiman saatavuus on haaste, niin jos pystyy tällaisilla kuitenkin hyvin konkreettisilla teoilla parantamaan työnantajamielikuvaa ja toisaalta näyttämään esimerkillä tekoja vastuullisuudesta... Kun vastuullisuus ja kiertotalouskin mielletään aika sellaisiksi hämäisiksi asioiksi, mutta se voi olla niinkin yksinkertaista, että pelkästään sillä, että paidan kuitu päätettiin vaihtaa kierrätetyksi kuiduksi, on säästetty valtavasti energiaa tai vettä tai muuta. Eivät ne tunnukaan enää sitten niin monimutkaisilta ja vaikeilta yhtälöiltä.

Sini Suomalainen [00:19:49]: Tämä on todella hyvä pointti. Haluaako Heini jotenkin tätä...

Heini Santos [00:19:52]: Voisin vielä lisätä sen, että meillä juuri on esimerkiksi paljon nuoria työntekijöitä, keski-ikä taitaa olla 23 tai 24 suunnilleen. Mitenkään stereotypoimatta, nuorille se miltä he näyttävät ja vaatteet ovat todella tärkeä asia myöskin siinä työssä. Se, että meillä on hyvännäköiset vaatteet, missä TouchPoint on auttanut meitä, niiden suunnittelussa, ja sitten se, että ne ovat vastuullisesti tehtyjä, on meille selkeästi valtti rekrytoinnissa myöskin. Ja niin kuin varmasti kaikki tiedämme, nuorille erityisesti vastuullisuusnäkökulmat ovat todella tärkeä pointti, ja tärkeä siinä kohtaa, kun he valitsevat työpaikkaa.

Sini Suomalainen [00:20:40]: Olli, oletko muuten seurannut lainsäädäntöä tähän kierrätyskuitujen käytön edistämiseen liittyen yhtään tarkemmin? Onko sinulla jotain siitä, mitä haluaisit kommentoida vielä tähän väliin?

Olli Sahimaa [00:20:50]: No ei nyt ehkä tarkemmin muuta kuin tietysti se, että nyt yleisesti tekstiilisektorillahan tämä poistotekstiilin keräys on aika massiivinen muutos. Sen kautta tavallaan sitä poistotekstiiliä tulee sitten olemaan markkinoilla Suomessa siitä varmaan vuodesta 2023 eteenpäin merkittävässä määrin. Ihan tästä kuitulainsäädännöstä en osaa tarkemmin sanoa.

Sini Suomalainen [00:21:19]: Eli TouchPointin tytäryhtiöhän on Rester, joka alkaa avata tätä poistotekstiiliä, ja se homma alkaa nyt jo kesällä. Ja tätä tulee olemaan sellaisia aika merkittäviä määriä, ja nyt mietitään, että mihinkäs ne sitten saataisiin upotettua. Haluatko Noora vielä sanoa tästä jotain tarkemmin?

Noora Salonoja [00:21:37]: Joo, se jäikin tuosta alkuintrosta puuttumaan, siirryttiin heti seuraaviin aiheisiin. Mutta tosiaan, meidän tytäryhtiömme Rester rakentuu Paimioon, ja tällä hetkellä laitteiden ja koneiden asennustyöt ovat käynnissä. Kesällä

on tarkoitus sitten startata masiinat ja toiminta, niin sanotusti. Olemme jo vuoden keränneet asiakkaittamme poistotekstiilejä, niin että meillä olisi ikään kuin sitten ruokaa Resteriä varten heti, kun se starttaa. Oikeastaan tässä voisi sanoa, että jo lähtien siitä vuodesta 2017, kun Hesburgerin kanssa on lähdetty hakemaan näitä suljetun kierron keinoja... eli nyt tämä esimerkki näistä ulkokalusteista, joita on minun tietojeni mukaan toimitettu ainakin reilu 100 Hesburgerin ravintoloihin, mikä sekin on aika iso määrä. Niin täytyy ikään kuin huomioida se, että tällaista prosessia sille poistotekstiilin keräämiselle ei ole, ja silloin se vaatii... no, tässä tapauksessa useamman vuoden siihen, että me ensiksi koulutamme asiakkaittamme siihen, miten näitä kerätään, miten näitä lajitellaan, mitä voidaan kierrättää, mitä edellytyksiä sille tekstiilille on, esimerkiksi että sen täytyy olla puhdasta ja kuivaa ja näin päin pois.

Noora Salonoja [00:23:00]: Tosiaan nyt ollaan hyvin lähellä jännää h-hetkeä, että Rester tästä alkaa. Ja käyttökohteita tälle kuidulle me olemme tunnistaneet valtavan määrän. Se on ehkä sellainen, mikä monen ihmisen yllättää, että missä kaikkialla tekstiilejä on ja mihin kaikkialle tekstiilikuitua voidaan raaka-aineena soveltaa. Esimerkkejä ovat juuri erilaiset komposiitit, on tällaista robustimpaa komposiittia, kuten tämän tyyppinen, mitä on käytetty näissä ulkokalusteissa, mutta sitten siitä voidaan tehdä myös hyvin hienojakoista ja... miten tämän nyt niinkuin... fine tuunatumpaaakin materiaalia. Sitten on eristelevyt, erinäiset rakennusteollisuuden käyttökohteet, vähän niin kuin betonityyppiset seokset, missä se voi olla sidosaineena. Ja sitten meidän ultimate goalimme, johon haluamme sitä kuitua hyödyntää, on se, että siitä jonain päivänä voidaan tuottaa uutta lankaa ja sitten kangasta. Ei välttämättä seuraavaan työvaatteeseen, mutta johonkin muuhun tekstiilisovellukseen.

Sini Suomalainen [00:24:16]: Me puhummekin juuri tästä tämän podcastin seuraavassa jaksossa meidän kemian alan tutkijamme Marja Rissasen kanssa, ja sitten uppoudumme syvemmälle näihin käyttökohteisiin. Mutta niitä on tosiaan ihmeellisen paljon. Puhutaanko vielä vähän, että minkälaista hyötyä olette kokeneet saavanne tästä kierrätetyn tekstiilimateriaalin käytöstä? Onko siitä tullut mieleen joku esimerkki, jota ei olisi vielä mainittu?

Noora Salonoja [00:24:37]: Niin, sitä on vaikea tietysti, jos mietin hyötyä, vaikka liiketaloudellista hyötyä TouchPointille tästä on tullut, niin sitä on vaikea mitata, koska sitä ei voi erotella meidän toiminnastamme.

Sini Suomalainen [00:24:52]: Niin, te olette vähän niin kuin olemassa sen takia.

Noora Salonoja [00:24:54]: Sen takia, niin, juuri näin. Mielestäni suurimpia hyötyjä on ehkä ihan tämä, mistä aloitimme, se, että tämä on välttämätöntä. Ei meillä ole muita vaihtoehtoja kuin se, että kierrätettyä kuitua ja tekstiiliä aletaan hyödyntää ja käyttää paljon suuremmassa mittakaavassa kuin mitä on nyt tähän asti tehty. Tietyllä tavalla itse asiassa, jos vähän menee taaksepäin tuohon, mitä Olli sanoi tästä materiaaliriskistä, niin se on mielestäni todella mielenkiintoinen teema. Näen, että tämä pandemia tietyllä tavalla voi tuoda sen ihan uudella tavalla nyt esille, koska olemme nähneet tämän kevään aikana, viimeisen 2-3 kuukauden aikana, että joka ikinen kangastoimittajamme on ilmoittanut merkittävistä hinnankorotuksista kankaalle.

Noora Salonoja [00:25:51]: Ja se syy johtuu siitä, että se raakakangas, mitä näissä käytetään – näissä meidänkin materiaaleissamme käytämme melkein oikeastaan pelkästään työvaatelaatuja, ja ne tulevat Euroopasta, eli se viimeistely sille kankaalle tehdään Euroopassa – mutta se raakakangasmateriaali, sekä puuvilla että nämä polyesterit, tulevat Aasiasta. Ja tällä hetkellä siellä on ollut, ilmeisesti osittain sen takia, että taloudet Kiinassa ja Jenkeissä ovat jo päässeet kasvu-uralle näiden kaikkien tukipakettien seurauksena, niin siellä on kysyntä raakakankaalle kasvanut ihan uusiin sfääreihin, ja ne ovat nousseet hinnaltaan ihan... en tiedä, ovatko ennätysluvuissa, mutta korkeammalle kuin moneen vuoteen.

Noora Salonoja [00:26:38]: Ja sitten kun siihen lisää vielä tämän logistiikkakriisin, voisi sanoa, mikä nyt on käynnissä ja ollut syksystä lähtien, eli se, että kontit Kiinasta tai Aasiasta Eurooppaan ja tänne länteen maksavat 3-4 kertaa enemmän kuin

normaalissa tilanteessa, niin nämä kaikki tässä samalla kertaa ovat tehneet sen, että yhtäkkiä me olemmekin materiaalin ja sen hinnan suhteen aivan uudessa tilanteessa. Niin se, että jos jotenkin pystyisimme lokaalimmin ratkaisemaan sitä kierrätystä ja sitä, että saamme täällä myös paikallisesti jotenkin paremmin tuotettua, niin onhan siinä yksi tapa tulevaisuudessakin välttää tämän tyyppisiä riskejä, joiden nyt nähdään toteutuvan.

Sini Suomalainen [00:27:27]: No tämä oli todella kiinnostava ja konkreettinen selostus. Herättikö tämä teissä jotain ajatuksia, Olli tai Heini?

Olli Sahimaa [00:27:33]: Minulle tuli ehkä mieleen tuosta logistiikan roolista yleisemmin, että ne voivat olla siellä neitseellisen materiaalin tuotannossa haaste, mutta varmaan siinä kiertotalouden laajemmassa toteutumisessa myös tekstiilialalla täytyy ratkaista monia niitä logistiikkaan liittyviä ongelmia. Jos vaikka miettii tällaista Resterin jalostuslaitoksen kaltaista operaatiota, niin se on merkittävä logistinen haaste, miten saadaan ne poistotekstiilit kerättyä, miten ehkä pystytään jatkossa entistä paremmin, että olisi dataa saatavilla teksteilleistä, ja sitten, että pystyttäisiin erottelamaan niitä materiaaleja sillä tavalla, että niitä voitaisiin hyödyntää mahdollisimman korkean jalostusarvon kohteissa. Tämän kokonaisuuden hallinta ei ole mikään helppo tehtävä.

Noora Salonoja [00:28:39]: Joo, ei. Ja se on oikeastaan juuri tuo, mitä sanoin tuosta prosessista ja siitä, että tätä on lähdetty jo tietyllä tavalla vuosia sitten pilotoimaan ja testaamaan, ja se, että nyt olemme aktiivisesti jo reilun vuoden keränneet asiakkailtamme, niin se on juuri tuo, että sillä logistiikalla on itse asiassa ihan valtava merkitys tässä touhussa. Sanotaan näin, että sen logistiikan kustannuksen suhde siihen kokonaiskierrätykseen, niin se on valtaosa siitä. Ja sitten toinen on tämä, mitä sanoit datasta ja siitä, että mitä kuituja tuolla on ja missä määrin, niin olemme ihan uudella maaperällä, koska tätä ei ole tehty. Kun me Resteriäkin suunnittelemme ja sitä tuotantoa ja sen optimointia, niin kyllä tässä täytyy varautua siihen, että kun sitä dataa ei ole - meillä ei ole mitään, mihin voimme ikään kuin historiaan nojata, että

Suomessa syntyy tasan näin paljon polyesterisekoitetta ja sitä tulee tällaisella volyyymilla näin ja näin monta tonnia viikossa, ja sitten taas polyesteri puuvillasekoitteita näin paljon, ja elastaanin merkitys on tämä ja tämä – niin sitä tietoa ei ole, ja nyt sitä täytyy lähteä keräämään ja sitten oppimaan matkan varrella.

Noora Salonoja [00:30:13]: Mutta kyllä tämä logistiikka on yksi merkittävä tekijä, ja se ehkä, miksi Resterkin on perustettu. Olemme todenneet sen, että ratkaisu tällaisen mittakaavan ongelmaan kuin poistotekstiilit täytyy tehdä lokaalisti. Me emme voi, siinä ei ole järkeä, että me Suomessa keräämme poistotekstiilimme ja sitten kuljetamme ne jonnekin pitkän matkan päähän, missä ne sitten kierrätetään. Se ei ole taloudellisesti eikä myöskään ympäristön kannalta missään mielessä se järkevin ratkaisu.

Olli Sahimaa [00:30:49]: Mielestäni on kiinnostavaa, miten tässä ikään kuin kiertotalousmurroksen isossa kuvassa ollaan juuri monesti tällaisten tilanteiden edessä samalla tavalla kuin vaikka näiden tekstiilivirtojen osalta, ikään kuin, että kohta on käsissä materiaalia paljon enemmän kuin aiemmin, ja sille täytyy suunnitella ne järkevät käyttökohteet. Vähän samanlainen tilanne on esimerkiksi yhdyskuntajätesektorilla, missä EU:n tiukentuvat kierrätystavoitteet tarkoittavat sitä, että yhä enemmän yhdyskuntajätettä kokonaisuudessaan täytyy kierrättää. Ei ole olemassa niitä valmiita ratkaisuja, miten se kierrätystalous toteutetaan, vaan täytyy yhdessä eri toimijoiden kesken koettaa löytää ne optimaaliset ratkaisut kiertotaloudelle tässä uudessa tilanteessa.

Sini Suomalainen [00:31:52]: Miten sitten, kun sanoit, Noora, että Hesburger on myös haastanut teitä kehittämään uutta ja vaatinut paljon, niin olisiko jokin mielenkiintoinen keissi, mistä voisitte kertoa, joka on ollut erityisen vaikea toteuttaa mutta jota he ovat kuitenkin teiltä vaatineet?

Noora Salonoja [00:32:06]: Niin, en tiedä onko vaatia oikea sana, se on varmaan

enemmänkin, että on heitetty idea pöytään, ja sitten on yhdessä tartuttu haasteeseen. En itse henkilökohtaisesti ollut tässä projektissa mukana, mutta sivusta seurasin. Joskus nämä tällaiset ideat ja ehkä tietyllä tapaa tämä, kun Hesburgerilla varmaan meidät mielletään, että me teemme näitä työvaatteita, mutta me olemme aika syvällä tässä kiertotalouden skenessä ja piirissä ja tunnemme tahoja Suomesta, niin viimeisin, josta eilen tuli nyt ulostulo, mutta on tainnut Hesburgerin ravintoloissa ollakin jo jonkin aikaa, jos Heini nyt sallii, niin tämä tarjotinkeissi. Eli tuota, Hesburger totesi, että heillä on muoviva, jota jää prosesseista yli, ja toi sen sitten TouchPointin pöydälle, että onko teillä mitään ajatuksia, mitä tälle voisi tehdä, voisiko näistä kehittää vaikka tarjottimia? Tai en tiedä, menikö se tarina ihan näin, mutta olimme siinä vahvasti mukana ja haimme kumppaneita ja testasimme erilaisia muotteja, että miten saadaan se optimaalinen lopputulema. Ja nyt siellä on Hesburgerin omasta kierrätetystä muovista tehty tarjottimet ravintolaan. Nämä saavat välillä aika yllättäviäkin käänteitä nämä kumppanuudet. Ja se, että tuodaan ideoita avoimesti pöytään. Ehkä se haastaminen, mutta sitten myös se, miten sanoisin... että voidaan avoimesti kaikkea jakaa ja sparrailla yhdessä, siitä tulee aika hyviä lopputuloksia.

Heini Santos [00:33:46]: Meillä on monesti punaisena lankana se, mitä sellaista materiaalia meidän omasta toiminnastamme syntyy, mitä voisimme uudelleenkäyttää hyödyllisellä tavalla edelleen omassa toiminnassamme. Eli tehdä sitä oman toiminnan sisäistä kiertotaloutta. Tässä tarjotinkeississä tosiaan ihan konkreettisesti olimme keskusvarastollamme katselemassa, että mitäs sieltä syntyy sellaista, mistä voisi tehdä jotain muuta. Meillä on siis logistiikassa käytössä tällaisia polypropeenilaatikoita, joita aika ajoin menee rikki, ja niissäkin on ajatuksena se, että säästetään pakkausmateriaalia, niin on uudelleenkäytettävät laatikot pyörimässä meillä sisäisesti. Niitä oli sitten sellaisia määriä, että niistä todettiin, että nämä voisivat olla sellainen materiaalivirta, jonka voisi valjastaa johonkin uuteen käyttöön. TouchPointin avustuksella niistä on nyt sitten syntynyt käyttökelpoisia tarjottimia meidän ravintoloihimme.

Sini Suomalainen [00:34:52]: Okei. Siis työvaatefirma tekee laatikoista tarjottimia?

Noora Salonoja [00:34:57]: Me emme niitä tehneet, vaan sanotaan, että olimme siinä sellainen koordinaattorioperaattori tässä välissä. Meidän verkostoistamme löytyi sitten yhtiö, joka pystyi oikeasti tekemään siitä polypropeenista sitten ne tarjottimet. Mutta me olimme ehkä... niin kuin sanoin, niin kiertotalous on ehkä myös ennen kaikkea sitä ekosysteemiä, ja kukaan ei voi ratkaista näitä asioita yksin. Luulen, että meidän valttimme on siinä, kun olemme niin monta vuotta tätä tehneet ja olleet hyvin aktiivisia kentällä, niin meillä on aika hyvä se verkosto, ja ehkä sitten sellaisella samantyyppisellä asenteella, että viedään draivilla asioita eteenpäin ja haastetaan myös sitä meidän omaa verkostoamme, että löytyykö tähän ratkaisuja. Ja sitten välillä niitä löytyy.

Olli Sahimaa [00:35:58]: Minulle tämä oli todella inspiroiva keissi, mitä selititte tuossa. Mielestäni tätä kautta voi jotenkin hahmottaa sitä, miten kiertotalous voi tietyllä tavalla olla tapa ajatella. Ja kun ikään kuin omaksuu sen kiertotalouden mindsetin, niin sitä kautta voi löytyä tällaisia innovatiivisia uusia ratkaisuja, kun liiketoiminnassa ei olekaan kyse pelkästään siitä taloudellisesta arvonluonnista, vaan myös näiden ympäristöarvojen toteutumisesta. Todella innostava esimerkki.

Sini Suomalainen [00:36:41]: Niin, ja siinäkin mielessä innostava, että innovointi voi myös olla sitä, että kävellään siellä varastossa ja mietitään. Juuri näin. Mahtavaa.

Olli Sahimaa [00:36:49]: Joo, ja tämä kumppanuusnäkökulma tässä, että kaikkia ratkaisuja ei ole tarpeen tai ei edes pystytä tekemään itse, vaan myös että on ne oikeat kumppanuudet ja verkostot ja sen rooli.

Sini Suomalainen [00:37:02]: Meillä on muuten vielä yksi jakso tätä podcast-sarjaa tulossa juuri nimenomaan ekosysteemeistä. Siinä puhutaan vähän tarkemmin ja jopa, miten pääsee uimaan näihin verkostoihin sisälle. Mutta kysyisin vielä teiltä, että kun haluamme kuitenkin, että tekstiilikuitu saataisiin kiertämään varsinkin nyt, kun

sitä aletaan kerätä isot määrät Suomessakin, niin mitä te sanoisitte muille yrityksille, jotka miettivät, pystyisikö jotenkin käyttämään kierrätettyä tekstiilikuitua?

Noora Salonoja [00:37:27]: No jos minä aloitan, niin pystyy kyllä. Rohkeasti vain pilotoimaan. Mielestäni siinä on kaksi lähestymistä tähän asiaan myös yrityksiltä. Ensimmäinen on se, että syntyykö meidän prosesseistamme poistotekstiiliä? Ja jos syntyy, niin mitä sille tapahtuu tällä hetkellä? Todennäköisesti se menee joko sekajätteen mukana jonnekin ihan kaiken muun seassa, tai sitten se on jollain tavalla eritelty ja menee polttoon. Jos miettii tätä, esimerkiksi Resteriä, niin se raaka-aine, mitä se tarvitsee, on se poistotekstiili, ja me keräämme niiltä yrityksiltä. Eli nyt jos vain yritys keksii, mitä sen omasta toiminnasta syntyy, oli se sitten työvaatteita tai jotain sivutuotetta siitä omasta valmistuksesta, niin se on mielestäni ensimmäinen lähtökohta. Silloin on itse se tuottaja siihen prosessiin.

Noora Salonoja [00:38:28]: Sitten taas se, että miten voi itse käyttää sitä tekstiilikuitua, niin kuten tuossa lueteltiin, käyttökohteita on lukuisia. Ehkä vähän tuollainen samantyyppinen lähestyminen kuin mitä Hesburgerilla oli tämä, että käy katsomassa varastoa, käy katsomassa vähän sitä omaa tuotespektriään ja mitä tässä tuotetaan tai mitä käsitellään. Voiko jotain näistä korvata kierrätetyllä?

Heini Santos [00:38:56]: Joo, Nooralta todella hyvät ohjeet ja kannustukset siihen. Sanoisin kyllä, että jos tuntuu siltä, että asia vähän kiinnostelee, niin kyllä siihen kannattaa tarttua ja lähteä tarkemmin selvittämään, miten se voisi sopia juuri teidän tai meidän yrityksemme toimintaan. Ja sitten tarvitaan rohkeutta. Rohkeata mieltä ja uskallusta yrittää ja lähteä testaamaan asioita. Mekin olemme testaillleet, ja jotkut asiat ovat onnistuneet niin, että olemme voineet skaalata todella isosti ne, ja sitten on taas ollut sellaisia, joista on todettu, että tämä ei nyt etene. Mutta tuota, rohkeutta ja avointa mieltä.

Sini Suomalainen [00:39:37]: Tarvitaanko hirveästi myös rahaa?

Heini Santos [00:39:40]: No tuota, en sanoisi, että siihen... Totta kai yrityksen pyörittämiseen rahaakin tarvitaan, mutta en sanoisi, että tähän mitenkään erityisiä rahasummia tarvitse varata. Riippuu, millaista tekee.

Noora Salonoja [00:39:52]: No se on juuri näin, että se vähän riippuu toiminnasta ja millä laajuudella siihen lähtee. Mutta enemmän se on mielestäni juuri niin kuin Heinikin sanoi, sitä, että lähdetään kokeilemaan ja pilotoimaan, ja sieltä sitten löytyy. Ja se on juuri näin, että jotkut eivät toimi. Siinä voi tulla sellaisia haasteita vastaan, joita ei mitenkään ole pystytty ennakoimaan etukäteen. Ja sitten taas toiset menevät niin helposti, että sitä ihmettelee jälkikäteen, että miksei tätä ole aikaisemmin ajateltu tai tehty tällä tavalla. Rohkeutta vain peliin, ja sitten sitä kokeiluintoa.

Olli Sahimaa [00:40:30]: Joo, minun evästykseni ehkä juuri olisi se, että miettii sitä omaa liiketoimintaa myös laajemmassa mittakaavassa, ja miten se yritys voisi huomioida tulevaisuudessa ei ainoastaan sen taloudellisen arvonluonnin, vaan myös ympäristön ja sosiaalisen ulottuvuuden, ja sitä kautta olla toteuttamassa kiertotaloutta. Ja vaikka kiertotalouteen se muutos kokonaisuudessaan on hidasta ja sisältää monia haasteita, niin näkisin kyllä, että nämä isommat voimat, niin sanotusti, pikkuhiljaa ohjaavat maailmaa vähän vastuullisuuden ja kiertotalouden suuntaan. Siksi kannattaa olla siellä edelläkävijöiden joukossa.

Noora Salonoja [00:41:20]: Minun mielestäni ehkä sen voisi vielä lisätä, että ylipäättään on minusta ollut valtavan hienoa nähdä, jos miettii Suomen tätä tekstiilikenttää ja tätä muutosta ja uusia innovaatioita, joita täällä tällä hetkellä tapahtuu, puhutaan näistä sellupohjaisista kuiduista ja ratkaisuista ja... että meillä on isoja investointeja tulossa tähän maahan, viimeisenä nyt Spinnova ja Infinited Fiber Company ovat kertoneet näistä laitoksistaan ja muusta. On todella jännät ajat tällä hetkellä olla tässä tekstiilikuitujen ja tekstiilien parissa. Kun fakta on se, että tämä toimiala ei voi toimia näin kuin se on toiminut tässä viimeisimmät vuosikymmenet, niin muutos on välttämätön, ja uskon, että se tulee tapahtumaan tässä aika nopeasti. Seurataan jännityksellä tilannetta ja eletään mukana.

Sini Suomalainen [00:42:22]: Niin, tai melkein voisi teistä sanoa, että ohjaatte tilannetta.

Noora Salonoja [00:42:25]: No joo, joo, kyllä.

Sini Suomalainen [00:42:28]: Nyt sanon teille kaikille, että kiitoksia Heidi, kiitos Olli ja kiitos Noora.

Noora Salonoja [00:42:32]: Kiitos.

Heini Santos [00:42:33]: Kiitos paljon.

Olli Sahimaa [00:42:35]: Kiitoksia, oli mukava olla mukana. [äänimerkki]

[äänite päättyy]