



Sosiaalisten kiertotalousyritysten digitaalinen aikakausi: trendit, mahdollisuudet ja tulevaisuuden tiekartta



Euroopan unionin
osarahoittama



rreuse 

Kiitokset

Tämä raportti on tuotos hankkeesta ”Sosiaalisten yritysten digitaalinen aikakausi: kiertotalouden trendit ja mahdollisuudet (DigiSocCirc)”, jota osarahoittaa Euroopan unionin Euroopan sosiaalirahasto plus (ESF+) -ohjelma. 12 kuukautta kestävä hankkeen tavoitteena on auttaa kiertotaloudessa toimivia sosiaalisia yrityksiä omaksumaan digitalisaation tarjoamat mahdollisuudet tukea ja laajentaa niiden korvaamatonta sosiaalista ja ympäristövaikutusta. Se käsittelee digitalisaation tärkeimpiä uudelleenkäyttöön ja korjaukseen liittyviä trendejä, uhkia ja mahdollisuuksia.

[RREUSE](#):n johtama hankekonsortio koostuu eri puolilta Euroopan unionia toimivista yksittäisistä sosiaalisista yrityksistä sekä uudelleenkäytön, korjauksen ja kierrätyksen parissa toimivista alueellisista ja kansallisista verkostoista:

Yhteistyökumppanit:

- [Re-Use Austria](#)
- [Ateliere Fără Frontiere](#) (AFF, Romania)
- [Humana Nova](#) (Kroatia)
- [Branchevereniging Kringloop Nederland](#) (BKN, Alankomaat)
- [Re-Use Deutschland](#) (Saksa)
- [Kierrätyskeskus](#) (Suomi)

Liitännäiskumppanit:

- [Asociación Española de Recuperadores de Economía Social y Solidaria](#) (AERESS, Espanja)
- [ENVIE](#) (Ranska)
- [Emmaüs Europe](#)

Tämän raportin laatiminen on vaatinut kaikilta DigiSocCirc-hankkeen yhteistyökumppaneilta omistautumista, aikaa ja asiantuntemusta.

Julkaistu: Syyskuu 2024

Hanke: DigiSocCirc - ESF-2022-SOC-INNOV

Tuotos: D11: Lopullinen raportti:

Pääkirjoittaja:

- Charlotte Chng, charlotte.chng@rreuse.org

Toinen kirjoittaja:

- Frederick Ryan Wallace, frederick.ryanwallace@rreuse.org
- Simone Schirru, simone.schirru@rreuse.org

Suunnittelu ja asettelu:

- Boostern, info@boostern.com



**Euroopan unionin
osarahoittama**

Euroopan unionin yhteisrahoittama. Esitetyt näkemykset ja mielipiteet ovat kuitenkin vain kirjoittajien omia eivätkä ne välttämättä vastaa Euroopan unionin tai Euroopan sosiaalirahasto plus (ESR+) -ohjelman näkemyksiä. Euroopan unionia tai myöntävää viranomaista ei voida pitää niistä vastuussa.

RREUSE 26 Rue d'Edimbourg • 1050 Bryssel, Belgia
+32 (0)2 894 46 14 • info@rreuse.org • www.rreuse.org

04	Tiivistelmä
05	Johdanto
09	Uudelleenkäyttötoimintojen digitaaliset ja sosiaaliset trendit
09	Tavaroiden keräys uudelleenkäyttöä varten
11	Lajittelu
12	Logistiikka
13	Jäljitettävyys
14	Asiakaslähtöisten toimintojen digitaaliset ja sosiaaliset trendit
15	Käytettyjen tuotteiden sähköinen kaupankäynti
17	Kartat ja paikannussovellukset
19	Tiekartta sosiaalisille ja kiertotalousyrityksille digitaalisten työkalujen omaksumiseksi
19	Sosiaalisen yrityksen digitalisaation laajeneminen
20	Kasvua digitalisaation rajat ylittävällä yhteistyöllä
24	Toimenpidesuositukset
27	Johtopäätökset

Tiivistelmä

Sopeutuakseen muuttuviin markkinatrendeihin ja pysyäkseen kilpailukykyisinä kiertotaloudessa toimivien sosiaalisten yritysten digitaalinen muutos ei ole enää vaihtoehto vaan pikemminkin välttämättömyys. Digitalisaatio tarjoaa sosiaalisille yrityksille ratkaisevan mahdollisuuden parantaa ja optimoida työprosesseja uudelleenkäyttö- ja korjaustoiminnassaan, erityisesti uudelleenkäytettävien tavaroiden keräämisessä, lajittelussa, jäljitettävyydessä, logistiikassa sekä asiakaslähtöisissä palveluissa, verkkokauppa ja kartat mukaan lukien. Rajallisten resurssien ja heikommassa asemassa olevien työllistettyjen henkilöiden integraation vuoksi sosiaalisilla yrityksillä on kuitenkin digitalisaatiomatkallaan merkittäviä haasteita, jotka voivat heikentää niiden kykyä digitalisoitua.

Tämän raportin tavoitteena on antaa kattava katsaus uudelleenkäyttöalalla toimivien sosiaalisten yritysten digitaalisten siirtymien erilaisiin digitaalisiin ja sosiaalisiin trendeihin sekä tietoa niihin liittyvistä haasteista ja mahdollisuuksista. Raportti erittelee myös tarvittavat askeleet digitalisaation valtavirtaistamiseksi ja skaalauttamiseksi, sekä tarjoaa tiekartan pitkän aikavälin yhteistyöhön sosiaalisten yritysten yhteisössä. Tämän saavuttamiseksi se ehdottaa erilaisia käytäntösuosituksia määrittäen tuen, jota sosiaaliset yritykset tarvitsevat EU:lta ja kansallisilta toimielimiltä digitalisointia varten.

Kaiken kaikkiaan keskeiset havainnot osoittavat, että digitalisaation hyödyt ovat monitahoisia: se lisää tehokkuutta, nostaa sosiaalisten yritysten profiilia, parantaa työelämän ulkopuolella olevan työvoiman työllistettävyyttä ja osaamista sekä avaa uusia markkina- ja liiketoimintamahdollisuuksia. Siksi on oleellisen tärkeää, että nämä sosiaaliset yritykset pyrkivät yhteisvoimin rakentamaan sisäistä kapasiteettia toimintansa digitalisoimiseksi. Tämä edellyttää strategista keskustelua EU:n ja kansallisissa rakenteissa, teknistä tiedonvaihtoa ja syvällistä oppimista sekä rajat ylittäviä aloitteita. Digitalisaatiosta voi tulla todellisuutta kaikille, kun järjestelmiä kehitetään saatujen kokemusten pohjalta ja yhdistämällä resursseja niin, että digitaaliset työkalut ja taidot skaalataan ja valtavirtaistetaan eri organisaatioissa.

Johdanto

DigiSocCirc-hankekonsortion yhteistyökumppanit koostuvat uudelleenkäyttöalalla toimivista sosiaalisista yrityksistä (ks. taulukko 1). Yhteistyökumppanien uudelleenkäyttötoiminta koostuu erilaisista materiaalivirroista, jotka kattavat muun muassa tekstiilit, sähkö- ja elektroniikkatuotteet sekä huonekalut. Tätä varten ne keräävät ensin asukkaiden tavarat kierrätyskeskuksiensa kautta, ovelta ovelle -käynneillä ja julkisilla jätteenkeräyspisteillä tai yksityisen sektorin kanssa tehtyjen kumppanuuksien kautta vastaanottaakseen ylijäämätuotteita. Tämän jälkeen tavarat ja tuotteet lajitellaan eri luokkiin ja reitteihin (esimerkiksi päättämällä, voidaanko tavara tai tuote käyttää uudelleen suoraan vai vaatiiko se käsittelyä ennen kuin se voidaan ottaa uudelleen käyttöön). Käsittelyä vaativien tavaroiden ja tuotteiden kohdalla tehdään tarvittaessa korjauksia tai kunnostuksia niiden palauttamiseksi käyttökuntoon. Yhteistyökumppanit myyvät uudelleenkäytettävät tuotteet sitten myymälöissään ja verkkokaupoissaan. Näiden toimintojen myötä ne työllistävät työmarkkinoilta etääntyneitä ja heikommassa asemassa olevia yksilöitä ja parantavat heidän työllistettävyyttään kehittämällä uusia taitoja (esim. korjaustaitoja, ompelutaitoja) ja lisäämällä heidän itseluottamustaan¹.

DigiSocCirc-hankkeen pääkumppani RREUSE on Euroopan suurin uudelleenkäytön, korjauksen ja kierrätyksen parissa toimivien sosiaalisten yritysten verkosto. DigiSocCirc-hankkeen kautta se on koordinoinut säännöllisiä strukturoituja tapaamisia hankeconsortion kanssa syventääkseen tietämystään yhteisötalouden digitalisaatiosta ja edistääkseen kokemusten ja tiedon vaihtoa alalla sekä kumppaneiden välistä yhteistyötä. RREUSE pyrkii pääkirjoittajana tuomaan tässä DigiSocCirc-hankkeen loppuraportissa esiin näissä kokouksissa jaetut merkitykselliset tiedot.

Tämä raportti on tämän vuoden kestävä hankkeen aikana suoritettujen tutkimusten ja työpajojen huipentuma, johon ovat osallistuneet niin hankeconsortio sekä muut RREUSE:n jäsenet. Se perustuu aikaisempiin tapaustutkimusraportteihin² ja loppuraportteihin³ uudelleenkäyttötoiminnasta ja asiakaslähtöisistä palveluista.

¹ RREUSE (2023) Putting people and skills at the core of the circular economy: 18 stories from social enterprises. (Saatavilla [tästä](#)).

² RREUSE (2023) Case studies on skill sets and social impact 01. Digital and social trends in reuse operations (Saatavilla [tästä](#)) and RREUSE (2024) Case studies on skill sets and social impact 02. Digital and social trends in customer-facing services (Saatavilla [tästä](#)).

³ RREUSE (2023) Findings and Evaluation Report #01. Digital and social trends in reuse operations (Saatavilla [tästä](#)) and RREUSE (2024) Findings and Evaluation Report #02. Digital and Social trends in customer-facing services (Saatavilla [tästä](#)).

Taulukko 1. Luettelo DigiSocCirc-hankekonsortion sosiaalisista yrityksistä

Yhteistyökumppanit

Kuvaus



Re-Use Austria on ensisijaisesti sosiaalisten yritysten verkosto, johon kuuluu 46 uudelleenkäyttöalan toimijaa Itävallassa. Vuonna 2022 se lanseerasi [WIDADO](#)n, joka on verkkokauppapaikka sosiaalisten yritysten uudelleenkäyttötuotteille Itävallassa. Tärkeimmät syyt tähän olivat sähköisen kaupankäynnin nopea kasvu ja COVID-19-pandemian aikaiset sulkuolosuhteet, jotka asettivat haasteita sosiaalisten yritysten myymälöissä tapahtuvaan käytettyjen tavaroiden vähittäiskauppaan pohjautuville perinteisille liiketoimintamalleille.

 [Re-Use Austrian asiakaslähtöisten palveluiden tapaustutkimus \(sivut 4–6\)](#)

 [WIDADO: Re-Use Austrian sähköisen kaupankäynnin ratkaisu sosiaalisille yrityksille](#)



Ateliere Fără Frontiere (AFF) on romanialainen voittoa tavoittelematon järjestö, joka edistää haavoittuvien ja syrjäytyneiden yksilöiden sosiaalista, ammatillista ja kansalaisasemaa. Se tarjoaa kiertotalouden palveluita ja tuotteita neljässä työpajassa. Yksi niistä on Remesh-työpaja⁴, joka pyrkii valmistamaan muodikkaita tuotteita yrityksiltä kerätyistä mainoslipuista. Vaikka suurin osa Remesh-työpajan myynnistä on yritysten välistä liiketoimintaa, se myy tuotteita myös yksittäisille asiakkaille [overkkokaupan](#) kautta.

 [AFF:n asiakaslähtöisten palveluiden tapaustutkimus \(sivut 9–10\)](#)

 [Remesh-hankkeessa mainoslipuista valmistetaan muodikkaita tuotteita sähköiseen kaupankäyntiin](#)



Humana Nova on sosiaalinen osuuskunta, joka työllistää työrajoitteisia ja muita sosiaalisesti syrjäytyneitä henkilöitä valmistamalla ja myymällä laadukkaita ja innovatiivisia ekologisista ja kierrätetyistä kankaista valmistettuja tekstiilituotteita kotimaan ja ulkomaan markkinoiden tarpeisiin. Vuonna 2021 se loi uuden [verkkokauppa-alustan](#), jossa se myy kierrätettyjä tekstiilituotteita ja kestäviä tuotteita.

 [Humana Novan uudelleenkäyttötoimintojen tapaustutkimus \(sivut 3–5\)](#)

 [Digitaalisen ja ruumiillisen työn tasapainottaminen sosiaalisten yritysten uudelleenkäyttötoiminnoissa](#)

⁴ Muut kolme työpajaa ovat Educlick (kansallinen alusta, joka kerää ja kunnostaa sähköjätettä, joka lahjoitetaan kouluille), Bio&Co-luomutila (yhteiskunnallinen tila, joka kasvattaa luomuvihanneksia ja toimittaa niitä paikallisesti vuosittaisen tilausmallin kautta) sekä Logietic (innovatiivinen palvelu, joka tarjoaa logistiikka- ja pakkaustukea yrityksille, jotka etsivät sosiaalisesti ja ympäristöystävällisesti kestäviä palveluja).

Yhteistyökumppanit

Kuvaus



Branchevereniging Kringloop Nederland (BKN) on verkostoyhdistys, johon kuuluu 67 sosiaalista yritystä ja noin 250 uudelleenkäyttöalan myymälää eri puolilla Alankomaita. Se edustaa kiertotaloutta, osallistavaa yhteiskuntaa ja ammattimaista uudelleenkäyttöalaa. Vuonna 2022 se järjesti työpajan [OnlineKringlopen.nl](https://www.onlinekringlopen.nl), jossa kaikki sen jäsenet voivat yhdessä myydä käytettyjä tavaroita verkossa. Alusta on suunniteltu käytettäväksi erittäin matalalla osaamiskynnyksellä, joten se on kaikkien jäsenorganisaatioiden työntekijöiden käytettävissä.

 [BKN:n uudelleenkäyttötoimintojen tapaustutkimus \(sivut 9–11\)](#)

 [Digitaalisen valvonnan hyödyntäminen tietopohjaisen uudelleenkäyttöalan kehittämiseen](#)



Re-Use Deutschland e.V. on saksalainen valtakunnallinen kattobrändi, joka edistää yhteistyötä ja tarjoaa taattua laatua resurssien säästämässä mahdollistamalla uudelleenkäytön, korjauksen ja kierrätyksen (materiaalien kunnostuksen) käytettyjen tavaroiden myymälöissä. Se on yhteiseen hyvään suuntautuneiden uudelleenkäyttö- ja korjauspalveluiden sekä yhteistyössä toimivien julkisten kierrätyskeskusten, valmistajien ja jälleenmyyjien merkki. Siihen kuuluu 16 jäsentä, ja sillä on useiden eri sidosryhmien kanssa parhaillaan käynnissä hanke, jonka tarkoituksena on kehittää sähköinen sovellus elektroniikkajätteen tunnistamiseen ja arvioimiseen.

 [Re-Use Deutschlandin asiakaslähtöisten palveluiden tapaustutkimus \(sivut 7–8\)](#)

 [Sähkölaitteiden uudelleenkäyttöä edistävä innovatiivinen sovellus](#)



Kierrätyskeskus on voittoa tavoittelematon yritys, joka vähentää resurssien kulutusta, lisää ympäristötietoisuutta ja työllistymismahdollisuuksia. Kierrätyskeskuksella on 13 myymälää pääkaupunkiseudulla ja valtakunnallinen [verkkokauppa](#). Sen verkkokauppa on toiminut 8 vuotta, ja se on parhaillaan testausvaiheessa useilla eri alustoilla tapahtuvaa myyntiä varten, minkä avulla pyritään laajentamaan sen ulottuvuutta ja parantamaan asiakaskokemusta.

 [Kierrätyskeskuksen uudelleenkäyttötoimintojen tapaustutkimus \(sivut 6–8\)](#)

 [Sosiaalinen yritys, joka tarjoaa mielekkäitä työmahdollisuuksia ja digitaalisia taitoja](#)

Taulukko 1. Luettelo DigiSocCirc-hankekonsortion sosiaalisista yrityksistä

Liitännäiskumppanit

Kuvaus



Asociación Española de Recuperadores
de Economía Social y Solidaria

AERESS on voittoa tavoittelematon järjestö, joka on perustettu solidaarisuusyhteisöjen (yhdistysten, säätiöiden, osuuskuntien ja työnvälitysyritysten) kansalliseksi alustaksi. Nämä tahot ovat omistautuneet vähentämään jätettä, edistämään uudelleenkäyttöä ja lisäämään kierrätystä tavoitteenaan yhteiskunnallinen muutos ja sosiaalisen syrjäytymisen vaarassa olevien henkilöiden sosiaalisen ja työelämän integroitumisen edistäminen.



Nos valeurs redonnent de la valeur

Envie on Ranskan kansallinen sosiaalisen osallisuuden yritysten liitto, joka on auttanut syrjäytyneitä ryhmiä takaisin työelämään harjoittamalla taloudellista toimintaa, joka keskittyy pääosin käytettyjen sähkö- ja elektroniikkalaitteiden keräämiseen, korjaamiseen ja myyntiin. Tavarat myydään kohtuuhintaan kotitalouksille sen myymäläverkostossa ympäri Ranskaa.

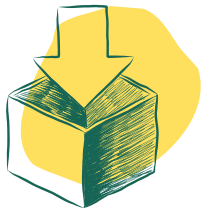


EMMAÜS
EUROPE

ACTIVISTS FOR CHANGE

Emmaüs Europe on Emmaüs-organisaatioiden liitto, joka kattaa 20 Euroopan maata. Emmaüs-liikettä ohjaa solidaarisuus ja se puolustaa haavoittuvimpia yhteiskuntaryhmiä. Se harjoittaa käytettyjen tavaroiden keräämistä ja myyntiä sekä tarjoaa asuntoja ja työpaikkoja yhteiskunnasta syrjäytyneille ihmisille. Emmaüs on toiminut yli 70 vuoden ajan jätteenkäsittelyn alalla, ja siitä on tullut vahva toimija jätteen ehkäisyssä ja jätehuollossa Euroopassa.

Uudelleenkäyttötoimintojen digitaaliset ja sosiaaliset trendit



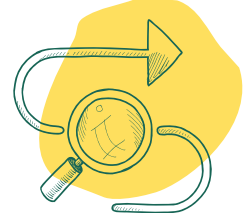
Keräys



Lajittelu



Logistiikka



Jäljitettävyys

Uudelleenkäytön digitaaliset ja sosiaaliset trendit sisältävät tyypillisesti seuraavien prosessien parantamisen ja optimoinnin: keräys, lajittelu, logistiikka ja jäljitettävyys.



Tavaroiden keräys uudelleenkäyttöä varten

Uudelleenkäyttötoiminnassa keräys voidaan määritellä prosessiksi, jossa kerätään uudelleenkäytettäviä tavaroita, jotka ovat useimmiten kansalaisten tai organisaatioiden lahjoittamia. Uudelleenkäytettäviä tavaroita kerätään tavallisesti lahjoituksina kansalaisilta kierrätyskeskuksissa, ovelta ovelle -keräyksillä, keräyskonteilla tai kunnallisissa jättepisteissä.

Kiertotalouden sosiaaliset yritykset ovat tyypillisesti toteuttaneet keräyksiä ovelta ovelle -keräyksissä tai kierrätyskeskuksissa, joihin asukkaat kuljettavat tavaransa ja lahjoittavat niitä. Ovelta ovelle -keräyksiä voidaan tehdä säännöllisesti aikataulun mukaan tai tapauskohtaisesti pyynnöstä.

Nämä sosiaaliset yritykset ovat viime vuosina ottaneet käyttöön verkkoalustoja (esim. sovelluksia) järjestääkseen noutaikoja tavaroita lahjoittaviin kotitalouksiin.

Nämä verkkotyökalut ovat hyödyllisiä, koska ne auttavat digitalisoimaan nouta-aikojen tiedot ja keskittämään ne yhteiselle alustalle, jolloin keräysprosessit voidaan optimoida esimerkiksi suunnittelemalla reitit tehokkaammin. Näissä sovelluksissa voidaan myös olla yhteydessä lahjoittajiin ja ilmoittaa, jos aikataulu muuttuu odottamattomien olosuhteiden vuoksi.



Sosiaaliset yritykset ovat ottaneet käyttöön myös muuta teknologiaa, mukaan lukien käytettyjen tekstiilien keräyskontteihin asennetut digitaaliset anturit ja jotka havaitsevat konttien täyttymisen sekä valvovat niiden sisälämpötilaa ja kosteutta. Resurssit voidaan näin optimoida tyhjentämällä vain riittävän täynnä olevat kontit, ja varmistamalla, etteivät ympäristöolosuhteet vaikuta keräysten laatuun.

Sosiaalisilla yrityksillä on kuitenkin perustavanlaatuisia haasteita keräysprosessiansa digitalisoinnissa, mukaan lukien heikosti koulutettu työvoima, perinteisiä työprosesseja koskevien muutosten vastustus, merkittävät lisäkustannukset

sekä valtavirran toimijoiden kanssa kilpaileminen. Työvoiman osaamisvajetta voidaan kuitenkin tukea rahoitusmahdollisuuksilla tai kehittämällä kumppanuusiyksityisten yritysten kanssa digitaalisen koulutuksen järjestämiseksi. Esimerkkinä on AFF:n ja Société Générale Global Solution Centren välinen projekti, joka tarjoaa työelämän ulkopuolella oleville työntekijöille pääsyn tietokoneen peruskursseille ja erikoiskursseille koskien elektroniikkajätteen asianmukaista keräämistä, lajittelua ja purkamista⁵. Alkukustannuksista huolimatta nämä tekniikat voivat auttaa parantamaan keräysprosessien tehokkuutta ja optimoimaan siten muita toimintaan liittyviä kustannuksia.

Täydelliset tiedot uudelleenkäyttöön tarkoitettujen tavaroiden keräämisestä ovat saatavilla aikaisemmasta uudelleenkäyttötoimintojen raportista⁶.

⁵ RREUSE (2024) Findings and Evaluation Report #02. Digital and social trends in customer-facing services pp. 16. (Saatavilla [tästä](#)).

⁶ RREUSE (2023) Findings and Evaluation Report #01. Digital and social trends in re-use operations. (Saatavilla [tästä](#)).



Lajittelu

Uudelleenkäytössä lajittelu voidaan määritellä kerättyjen tavaroiden luokitteluksi ja järjestämiseksi niiden tyyppin, laadun tai kunnan perusteella. Tärkeää on määrittää, mitkä tuotteet voidaan käyttää uudelleen, valmistella uudelleenkäyttöä varten tai kierrättää.

Sosiaalisissa yrityksissä lajitteluprosesseja hoitavat perinteisesti erikoiskoulutetut työntekijät ja ne sisältävät tärkeitä vaiheita, kuten lahjoitettujen tavaroiden ominaisuuksien ja siten niiden arvon ja uudelleenkäyttömahdollisuuksien arvioinnin. Tämän prosessin tehostamiseksi sosiaaliset yritykset ovat ottaneet käyttöön digitaalisia työkaluja tukeakseen työntekijöidensä lajittelutoimintaa.

Google Lensiä on käytetty esimerkiksi työkaluna lahjoitetun tavarankuvien analysointiin lajittelu- ja hinnoitteluprosessien tehokkuuden ja objektiivisuuden parantamiseksi. Yksi sen tärkeimmistä toiminnoista on käänteinen kuvahaku, joka näyttää kuvakaappauksen perusteella samat tai samankaltaiset verkossa saatavilla olevat tuotteet, mikä mahdollistaa tuotteen ominaisuuksien tunnistamisen ja hinnoittelun päätöksenteon parantamiseksi. Nämä työkalut voivat vapauttaa henkilöstöresursseja lajittelemaan tarkempaa harkintaa vaativia tavaroita, joita ei voida vielä arvioida teknologian avulla.

Koska sosiaalinen työllisyys on siitä huolimatta edelleen sosiaalisten yritysten prioriteetti, näihin

Täydelliset tiedot uudelleenkäyttöön tarkoitettujen tavaroiden lajittelusta ovat saatavilla aikaisemmasta uudelleenkäyttötoimintojen raportista⁸.

⁷ RREUSE (2024) Case studies on skill sets and social impact 02. Digital and social trends in customer-facing services pp. 7. (Saatavilla [tästä](#)).

⁸ RREUSE (2023) Findings and Evaluation Report #01. Digital and social trends in re-use operations. (Saatavilla [tästä](#)).



Logistiikka

Uudelleenkäyttötoiminnoissa logistiikka voidaan määritellä uudelleenkäytettävien tavaroiden siirtämiseksi ja varastoinniksi. Tämä kattaa kuljetuksen, varastoinnin sekä jakelun sen varmistamiseksi, että tuotteet ovat saatavilla aina siellä ja silloin kun niitä tarvitaan.

Uudelleenkäytön logistiikkaketju sosiaalisissa yrityksissä sisältää tyypillisesti tuotteiden keräämisen, varastoinnin ja lähettämisen joko fyysiseen myymälään myyntiä varten, tai suoraan asiakkaille, jotka ovat ostaneet tuotteet verkkokaupasta.

Sosiaaliset yritykset ovat pyrkineet parantamaan logistiikan tehokkuutta digitalisoimalla logistiikkaketjun eri osa-alueita. Jotkut sosiaaliset yritykset ovat ottaneet käyttöön automatisoituja järjestelmiä tuotevarastoissa. Esimerkiksi Kierrätyskeskus on ottanut käyttöön automatisoidun Tornado-varastojärjestelmän, joka optimoi säilytystilan varastoimalla tavarat kompaktisti⁹. Järjestelmä pystyy myös valitsemaan tarkasti tietyn myydyin tuotteen kaikkien varastoitujen tuotteiden joukosta ja lähettämään ne toimitettavaksi.

Muutkin sosiaaliset yritykset ovat ottaneet käyttöön digitaalisia työkaluja liiketoimintansa ja logistiikkaprosessiensa eri osa-alueiden hallintaan (kattaen mm. henkilöstöresurssit, toimitusketjun hallinnan ja myynnin). Ne antavat yleiskuvan uudelleenkäyttötoiminnoista, jolloin yritykset voivat helposti seurata tulevia ja myytyjä tuotteita, niiden määriä ja myyntiajankohtia. Esimerkiksi Humana Nova on ottanut käyttöön

yrityksen resurssien suunnittelutyökalun, jolla seurataan erilaisia liiketoimintaprosesseja, kuten kerättyjen ja uudelleenkäytettyjen tekstiilien määrää, raaka-ainevarastoa, tuotantotarvikkeita ja myytäviä lopputuotteita¹⁰. Tämä mahdollistaa paremman dokumentoinnin ja koordinoinnin koko logistiikkaketjussa, suuremman läpinäkyvyyden eri osastojen välillä ja paremman päätöksenteon.

Logistisen ketjun digitalisointi voi kuitenkin olla haastavaa sosiaalisille yrityksille. Ne kohtaavat esimerkiksi kovaa kilpailua valtavirran yrityksiltä, jotka ovat asettaneet standardin nopeille toimituksille, jotka ovat täten normalisoituneet asiakkaiden keskuudessa. Tätä ei aina ole mahdollista toteuttaa eikä se ole ympäristön kannalta kestäväntä. Lisäksi sosiaalisilla yrityksillä ei välttämättä ole resursseja keskittää ja koordinoita kaikkia logistiikan osa-alueita digitaalisten työkalujen avulla, mikä vaikeuttaa toteuttamista.

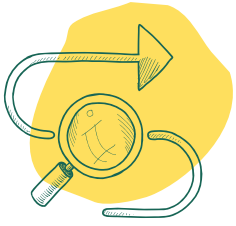
Näistä haasteista huolimatta logistiikan digitalisaatio tarjoaa näille sosiaalisille yrityksille mahdollisuuden kehittää liiketoimintastrategiaansa seuraamalla resurssien kulkua koko logistiikkaketjussa jatekemällä datalähtöisiä päätöksiä uudelleenkäyttötoimintansa parantamiseksi.

Täydelliset tiedot uudelleenkäyttöön tarkoitettujen tavaroiden logistiikasta ovat saatavilla aikaisemmasta uudelleenkäyttötoimintojen raportista¹¹.

⁹ RREUSE (2024) Findings and Evaluation Report #02. Digital and social trends in customer-facing services pp. 6. (Saatavilla [tästä](#)).

¹⁰ RREUSE (2023) Findings and Evaluation Report #01. Digital and social trends in re-use operations pp. 10. (Saatavilla [tästä](#)).

¹¹ RREUSE (2023) Findings and Evaluation Report #01. Digital and social trends in re-use operations. (Saatavilla [tästä](#)).



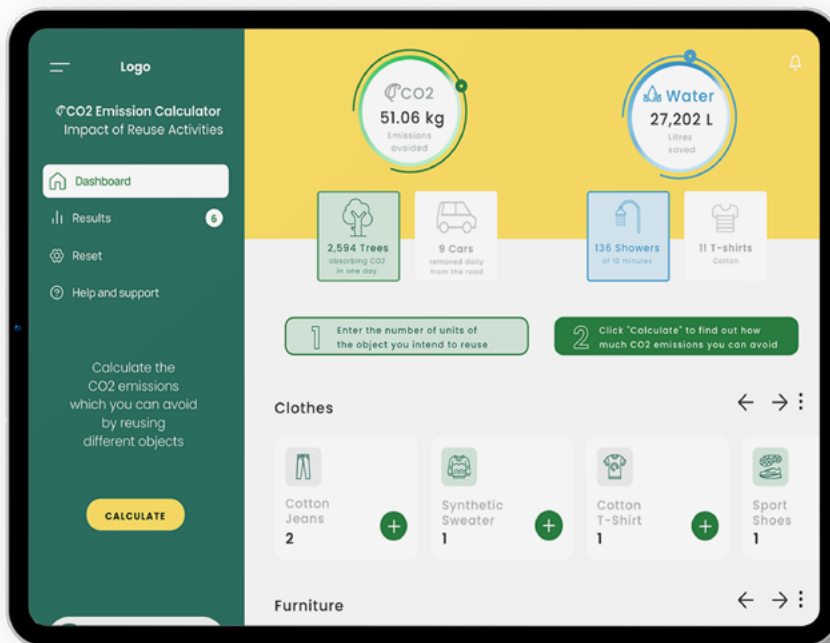
Jäljitettävyys

Uudelleenkäytössä jäljitettävyys voidaan määritellä kyvyksi jäljittää uudelleenkäytettävien tuotteiden alkuperää, historiaa ja elinkaarta. Se sisältää tiedot tuotteiden alkuperästä, niiden kunnosta, tuotteiden valmisteluprosesseista, sekä niiden määränpäästä uudelleenkäytön tai uudelleenkäyttöön valmistelemisen jälkeen.

Sosiaaliset yritykset ovat ottaneet käyttöön jäljitettävyysjärjestelmiä saadakseen selkeän yleiskuvan toiminnastaan ja kerätäkseen arvokasta tietoa käsitellyistä materiaaleista ja niitä käsittelevistä työntekijöistä. Tällaisten järjestelmien kautta kerätyn tiedon avulla ne voivat viestiä työnsä ympäristö- ja sosiaalisista ulottuvuuksista sekä kumppaneilleen, viranomaisille että asiakkailleen.

Tätä varten jotkin sosiaaliset yritykset ovat ottaneet käyttöön digitaalisia laskimia, jotka

jakavat uudelleenkäyttötoiminnan vaikutukset yksinkertaisella ja visuaalisesti näyttävällä tavalla. Esimerkki tästä on AERESSin (espanjalainen kiertotaloudessa toimivien sosiaalisten yritysten verkosto) kehittämä sosiaalinen ja ympäristölaskuri¹². Ympäristölaskuri arvioi tietyn tuotteen uudelleenkäytön ansiosta vältetyt hiilidioksidipäästöt ja säästetyt vesilitrat. Tämä havainnollistaa jätteen syntymisen ehkäisemisen ja erilaisista sosioekonomisista taustoista tulevien henkilöiden työllistämisen tärkeyttä.



¹² RREUSE (2023) Findings and Evaluation Report #01. Digital and social trends in re-use operations pp. 12. (Saatavilla [tästä](#)).

Jäljitettävyyden varmistaminen sosiaalisissa yrityksissä tuo lisäkustannuksia ja myös haasteita. Monissa Euroopan maissa ja alueilla esimerkiksi ei ole selvää, mikä sidosryhmä on vastuussa tietojen keräämisestä jakenenvastuulla onsenrahoittaminen. Sosiaaliset yritykset keräävät usein tietoja omasta aloitteestaan ja kustannuksellaan, vaikka tällaiset tiedot ovat merkityksellisiä EU:n ja kansallisten sosiaalisten ja ympäristöindikaattoreiden tai -tavoitteiden kannalta. Eri jäsenvaltioissa on myös erilaisia standardeja, mikä vaikeuttaa entisestään yhtenäisen jäljitettävyyjärjestelmän toteuttamista.

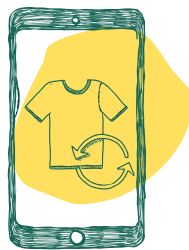
Jos nämä haasteet voidaan kuitenkin voittaa, jäljitettävyyden tarjoaa lukuisia etuja, kuten näiden sosiaalisten yritysten vaikutuksen ja uskottavuuden

lisääminen, arvokkaan tiedon kerääminen, asiakkaiden kestävien ostotottumusten edistäminen ja kumppanuuksien helpottaminen valmistavien merkkien kanssa tuotteiden läpinäkyvyyden lisäämiseksi.

Euroopan tasolla digitaalisen tuotepassin¹³ (DPP) tuleva käyttöönotto voi helpottaa tavaroiden jäljitettävyyttä keräys- ja lajitteluprosessien aikana, mikä parantaa uudelleenkäyttöastetta. Siksi on tärkeää, että DPP on suunniteltu myös uudelleenkäyttöä ajatellen eikä vain kierrätysalan näkökulmasta¹⁴. Ympäristö- ja sosiaalisten vaikutusten läpinäkyvyyden varmistamiseksi se on asetettava saataville myös itse tuotteissa, eikä ainoastaan niiden pakkauksissa¹⁵.

Täydelliset tiedot uudelleenkäyttöön tarkoitettujen tavaroiden jäljitettävyydestä ovat saatavilla aikaisemmasta uudelleenkäyttötoimintojen raportista¹⁶.

Asiakaslähtöisten toimintojen digitaaliset ja sosiaaliset trendit



Käytettyjen tuotteiden sähköinen kaupankäynti



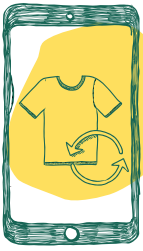
Kartat ja paikannusovellukset

¹³ Euroopan komissio – Kestäviä tuotteita koskeva ekosuunnitteluasetus. (Lue lisää [tästä](#)).

¹⁴ Joint Position paper (2023) Joint Position of European Environmental Organisations on the Revision of the Directive on Waste from Electrical and Electronic Equipment. (Saatavilla [tästä](#)).

¹⁵ RREUSE (2022) Targeted stakeholder consultation based on the Staff Working Document “Scenarios towards co-creation of a transition pathway for a more resilient, sustainable and digital textiles ecosystem”. (Saatavilla [tästä](#)).

¹⁶ RREUSE (2023) Findings and Evaluation Report #01. Digital and social trends in re-use operations. (Saatavilla [tästä](#)).



Käytettyjen tuotteiden sähköinen kaupankäynti

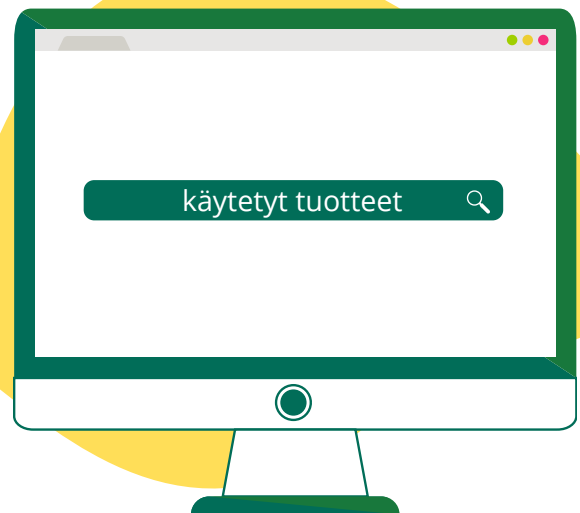
Sähköinen kaupankäynti on tavaroiden ja palveluiden ostamista ja myyntiä Internetin kautta.

Uudelleenkäyttöalalla toimivat sosiaaliset yritykset ovat yhä useammin omaksuneet käytettyjen tavaroiden verkkomyynnin osana liiketoimintamalliaan mukautuakseen muuttuviin asiakaskäyttäytymisiin, tavoittaakseen laajemman maantieteellisen yleisön ja monipuolistaakseen tulovirtoja.

Käytettyjen tuotteiden verkkomyynti on kuitenkin huomattavasti monimutkaisempaa kuin uusien tuotteiden myynti, koska jokainen tuote on ainutlaatuinen ja se on ladattava verkkokauppaan erikseen. Tämä tarkoittaa, että jotkut sosiaaliset yritykset päättävät myydä verkossa vain tuotteita, joiden hinnat ylittävät tietyn arvokynnyksen. Tästä syystä on tärkeää, että sosiaaliset yritykset saavat jatkuvasti riittävän määrän laadukkaita esinelahjoituksia kansalaisilta pitkäaikaisen kestävyuden ja kannattavuuden varmistamiseksi, sillä ne ovat markkinoiden ainoat toimijat, jotka priorisoivat paikallista uudelleenkäyttöä ja kunnioittavat jätehierarkiaa¹⁷.

Sosiaaliset yritykset ovat kehittäneet käyttäjäystävällisiä ja visuaalisesti houkuttelevia verkkokauppa-alustoja, ja ne ottavat käyttöön digitaalisia työkaluja markkinoidakseen tuotteitaan tehokkaasti verkkokäyttäjille, mukaan lukien

hakukoneoptimointi¹⁸ ja hakukonemainonta¹⁹. Ne pyrkivät takaamaan läpinäkyvyyden antamalla tuotteidensa kuvaukset ja alkuperät, koska tuotteet ovat yleensä käytettyjä tai kierrätettyjä. Tämä korostaa myös heidän työnsä vaikutusta asiakkaisiin ja kertoo heille kestävien ostosten tekemisen tärkeydestä. Lisäksi kilpaillakseen paremmin suurten kaupallisten toimijoiden kanssa nämä sosiaaliset yritykset pyrkivät myös täyttämään odotukset verkkokaupan markkinoilla tarjoamalla laadukkaita tuotekuvia, tehokasta asiakasviestintää ja laajan valikoiman myyntituotteita.



¹⁷ Katso periaate 4: RREUSE Guiding Principles on textiles collection and management. (Saatavilla [tästä](#)).

¹⁸ Oman verkkosivuston parantaminen vastaamaan paremmin hakukoneiden algoritmeja.

¹⁹ Verkkomainonnan muoto, jossa yritykset maksavat mainostensa näkymisestä korkealla hakutuloksissa.

Silti monet sosiaaliset yritykset kohtaavat haasteita verkkokauppansa kehittämisessä ja ylläpitämisessä. Ne käsittelevät ensisijaisesti ainutlaatuisia tuotteita, joiden luettelointi verkossa on aikaa vievää. Jotkut sosiaaliset yritykset saavat myös rajoitetusti laadukkaita lahjoituksia, jotka ne voivat myydä fyysisissä liikkeissään. Tämän vuoksi on vaikea perustella panostusta verkkokaupan kehittämiseen ja ylläpitämiseen, puhumattakaan kilpailusta kaupallisten verkkokaupparyitysten kanssa.

Sanomattakin on selvää, että sosiaalisten yritysten sähköisen kaupankäynnin menestyminen edellyttää kunnianhimoa näiden haasteiden voittamiseksi ja ajattelutavan muutosta. Erityisesti sähköinen kaupankäynti tulisi tunnistaa välttämättömyydeksi, sillä sen avulla voidaan vahvistaa brändikuvaa, kasvattaa yritysmyyntiä ja sopeutua vähittäiskaupan nykyisiin trendeihin.

"Sosiaalisten yritysten on aloitettava sähköinen kaupankäynti tänään eikä huomenna."

- Re-Use Austrian edustaja

Edellä mainitut haasteet voidaan onneksi ratkaista helpommin, jos sosiaaliset yritykset yhdistävät voimansa ja kehittävät yhteisen markkinapaikan esimerkiksi alueellisella tai kansallisella tasolla. Tämä voi valtavirtaistaa sosiaalisten yritysten verkkokaupan markkinoita mahdollistamalla suuremman tuotevalikoiman ja laajemman kuluttajakannan.

Sosiaaliset yritykset kuuluvat usein paikalliseen tai valtakunnalliseen organisaatioon tai kattojärjestykseen (liitto tai yhdistys), joka yhdistää sosiaaliset yritykset toisiinsa ja eri sidosryhmiin lisätäkseen niiden vaikutusvaltaa. Nämä organisaatiot tarjoavat myös alustan yhteistyölle, resurssien jakamiselle, vaikuttamiselle ja tuelle. Tällaiset organisaatiot voivat auttaa voittamaan sähköisen kaupankäynnin

kehittämiseen liittyviä haasteita sekä edistää jäseniensä valmiuksia. Tämä voidaan toteuttaa järjestämällä koulutusta ja säännöllistä seurantaa sekä kokouksia parhaiden käytäntöjen jakamiseksi.

Nämä sosiaaliset yritykset voivat hyödyntää sosiaalisen median kanaviaan ja käyttää sosiaalisen median mainontaa²⁰ kouluttaakseen asiakkaita tuotteistaan ja kertoakseen niiden takana olevista henkilöistä tuomalla sosiaalisesti vastuullisen ja inhimillisen näkökulman heidän vähittäismyyntikokemuksensa. Ne voivat myös lisätä verkkomyyntiään esittelemällä vaikuttajia, jotka jakavat heidän arvonsa ja ovat pukeutuneet heidän asuihinsa näillä alustoilla. Tämä Humana Novan²¹ menestyksekkäästi käyttämä strategia on vaikuttanut myönteisesti heidän verkkomyyntiinsä. Nämä yritykset voivat myös korostaa olemassa olevia laatumerkkejä²² esitelläkseen ympäristö- ja sosiaalisia vaikutuksiaan ja erottautuakseen paremmin valtavirran kilpailijoista.

Nykyisten valtavirran jälleenmyyntikanavien käyttäminen on toinen tapa sosiaalisille yrityksille kehittää sähköistä kaupankäyntiään ilman, että heidän tarvitsee kehittää omaa alustaa. Useat sosiaaliset yritykset käyttävät tavaroiden myymiseen olemassa olevia verkkomyyntialustoja, kuten eBayta, Facebook Marketplacea tai erityisiä tiettyjen tuoteryhmien alustoja.

Viimeisenä mutta ei vähäisimpänä, tekoälytekniikan käyttö voi virtaviivaistaa ja optimoida työprosesseja sähköisessä kaupankäynnissä. Re-Use Austria esimerkiksi käyttää tekoälyn tukemaa kuvantunnistusta, joka integroituu OpenAI-työkaluihin tuotteiden rekisteröimiseksi ja lataamiseksi verkkokauppaan, mikä tuottaa dataa olemassa olevien OpenAI-tietokantojen perusteella sen sijaan, että tietokanta luotaisiin tyhjästä. Tämä säästää aikaa ja parantaa tietojen laatua. Lisäksi tekoälytyökalut ovat myös käyttäjäystävällisiä ja alentavat vaadittua osaamistasoa, minkä ansiosta myös työelämän ulkopuolella olevat työntekijät pääsevät osalliseksi digitalisaation etuihin.

²⁰ Digitaalisen mainonnan muoto, joka toimittaa maksettuja mainoksia kohdeyleisölle sosiaalisen median alustoilla.

²¹ Humana Novan sosiaalisen median [kampanja](#), jossa oli mukana kroatialainen vaikuttaja

²² Useat RREUSE:n jäsenet ovat ottaneet käyttöön omat laatustandardijärjestelmänsä, mukaan lukien RESSOURCESen Solid'R- ja electroREV-merkinnät (Belgia), samanniminen FairWertungin merkki (Saksa) ja BKN:n 100 % Kringloop -laatumerkki (Alankomaat).

Esimerkiksi BKN:n verkkokaupan tekoälytyökalut²³ mahdollistavat tuotteiden lataamiseen ja alustan käyttämisen myös niiden jäsenten toimesta, joilla ei ole digitaalista osaamista.

Täydelliset tiedot käytettyjen tavaroiden sähköisestä kaupankäynnistä ovat saatavilla aikaisemmasta asiakaskeskeisten toimintojen raportista²⁴.



Kartat ja paikannussovellukset

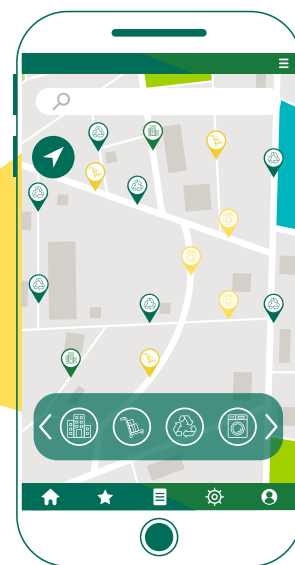
Digitaaliset kartat ovat vuorovaikuttavia digitaalisia esityksiä maantieteellisistä alueista, joita käytetään sosiaalisten yritysten käytettyjen tavaroiden liikkeiden ja lahjoituspisteiden paikantamiseen. Nämä kartat ovat käytettävissä useiden digitaalisten alustojen, kuten verkkoselaimien ja mobiilisovellusten, kautta.

Paikannussovellukset ovat ohjelmistosovelluksia, jotka on suunniteltu määrittämään ja jakamaan reaaliaikaisia maantieteellisiä sijainteja tarjotakseen käyttäjille tarkat ja ajantasaiset tiedot sosiaalisten yritysten tarjoamien palvelujen tietystä sijainnista.

Projektikumppanit ovat omaksuneet yhä enemmän digitaalisten karttojen ja paikannussovellusten käytön, sillä ne tarjoavat lukuisia etuja, mukaan lukien myymälöiden ja lahjoituspisteiden sijainnin tiedottaminen asiakkaille, sosiaalisten yritysten ja yksityisen ja/tai julkisen sektorin välisten kumppanuuksien edistäminen sekä mahdollisuudet laajentaa näitä kumppanuuksia alueellisella, kansallisella ja paikallisella tasolla. Siitä huolimatta laajempaa kehitystä ja korkeampia investointikustannuksia vaativia paikannussovelluksia käytetään harvemmin.

Verkkonäkyvyyden parantamiseksi nopeasti sosiaalisten yritysten on hyödyllistä listata käytettyjen tavaroiden liikkeensä Google Mapsiin ja sisällyttää niihin usein käytettyjä avainsanoja (esim. "käytetty" tai "kierrätetty"), jotta yritysten liikkeet näkyisivät useammin hakukoneessa. Itse asiassa jotkut organisaatiot ovat jopa luoneet yksilöllisen kartan kaupoistaan tai toimitiloistaan,

kuten Humana Nova ja ENVIE²⁵. Yksilöllinen kartta mahdollistaa sosiaalisen yrityksen tiettyjen sivustojen korostamisen käyttäjille, mikä vähentää kilpailua verrattuna yleiseen hakuun, joka näyttää ne kaupallisten käytettyjen tavaroiden jälleenmyyjien rinnalla.



²³ <https://OnlineKringlopen.nl>

²⁴ RREUSE (2024) Findings and Evaluation Report #02. Digital and social trends in customer-facing services. (Saatavilla [tästä](#)).

²⁵ Katso Humana Novan [kartta](#) ja ENVIE:n [kartta](#).

Vahvistaakseen käyttäjien sitoutumista nämä sosiaaliset yritykset pyrkivät tarjoamaan karttoihinsa ajan tasalla olevaa tarkkaa tietoa sekä tarjoamaan laajoja tietopisteitä. Esimerkiksi Re-Use Austrian säännöllisesti päivitetystä keräyspistekartasta on Itävallassa 1 498 eri keräyspistettä²⁶, joista käyttäjät voivat valita lähimmän tavaroiden ja tuotteiden lahjoittamiseksi. FairWertungin kartassa²⁷ käyttäjät voivat ilmoittaa keräyspisteen tilan ja antaa sähköpostiosoitteen seurantaan varten. Sosiaaliset yritykset tarjoavat perustietojen (esim. yhteystiedot ja osoitteet kartalla) lisäksi myös muita tietoja, kuten käsittelemiensä tuotevirtojen tiedot, tarjotut palvelut ja laatustandardit mahdollisten yhteistyökumppanien ja käyttäjien auttamiseksi tunnistamaan, minkä organisaation kanssa he voivat olla tekemisissä.

Lisäksi ne yhdistävät karttansa hakukoneisiin parantaakseen näkyvyyttään kestävien tuotteiden sijaintiin perustuvissa hauissa. Ne myös mainostavat karttojaan sosiaalisen median, verkkosivustojen ja henkilöiden kautta laajentaakseen tavoitavuuttaan ja kannustaakseen asiakkaita siirtymään yksinomaan fyysisissä myymälöissä käymisestä myös verkkokarttojensa käyttöön.

Näiden karttojen tarjoamista lukuisista eduista huolimatta rahoitusmahdollisuuksien saatavuudessa on edelleen haasteita. Tämä koskee erityisesti rahoitusta, joka on tarkoitettu kartan pitkän aikavälin käyttökelpoisuuden varmistamiseen sen toteuttamisen jälkeen, sekä sisäisen kapasiteetin puutetta työkalun ylläpitoon ja

päivittämiseen. Lisäksi tällä hetkellä saatavilla oleva laaja valikoima digitaalisia karttoja voi pienentää niiden verkkokäyttäjien joukkoa, jotka käyttävät tiettyä karttaa.

Digitaaliset kartat voivat kuitenkin tarjota lukuisia eri mahdollisuuksia, jos nämä ongelmat ratkaistaan. Näiden karttojen avulla käyttäjille voidaan esimerkiksi tarjota entistä kattavampaa tietoa, kuten tiettyjen tavaroiden ja tuotteiden lahjoituspyyntöjä vuoden aikana tai kerättyjen tuotemateriaalien tyyppitiedot logistiikan helpottamiseksi mahdollisille lahjoittajille. Tämä voi myös lisätä yksityisten yritysten tai asiakkaiden mahdollisuuksia olla tekemisissä käyttäjän kanssa. Samalla digitaaliset kartat voivat edistää sosiaalisten yritysten toimintaa ja kanavoida käyttäjiä fyysisiin ja verkkokauppoihin kokonaisuutensa parantamiseksi. Nämä kartat, kuten RREUSE-verkoston jäsenkartta, havainnollistavat näiden sosiaalisten yritysten ulottuvuutta ja vaikutusta EU:n toimielimiin²⁸ sekä kansallisiin ja paikallisiin päättäjiin, mikä voi auttaa luomaan suotuisamman toimintaympäristön.

Käytettyjen tuotteiden verkkokauppa-alustojen tapaan toiminnan aloittavat yritykset voivat oppia muilta, jotka ovat onnistuneesti julkaisseet omia karttojaan. Tämä säästää niiltä huomattavasti aikaa ja vaivaa. Rajat ylittävät yhteistyöt, kuten Re-Use Austrian yhteistyö Emmaüs Francen verkkokaupan (LabelEmmaüs)kansaniidenverkkomarkkinapaikan (WIDADO) kehittämiseksi, voivat lisätä alueellista ja kansallista yhteistyötä tiedon jakamisen ja yhteisten ratkaisujen kehittämisen edistämiseksi²⁹.

Täydelliset tiedot kartoista ja paikannussovelluksista ovat saatavilla aikaisemmasta asiakaskesteisten toimintojen raportista³⁰.

²⁶ Katso Re-use Austrian [kertta](#).

²⁷ Katso FairWertungin [kertta](#).

²⁸ RREUSE (2024) Findings and Evaluation Report #02. Digital and social trends in customer-facing services pp. 13. (Saatavilla [tästä](#)).

²⁹ RREUSE (2024) Findings and Evaluation Report #02. Digital and social trends in customer-facing services pg. 14. (Saatavilla [tästä](#)).

³⁰ RREUSE (2024) Findings and Evaluation Report #02. Digital and social trends in customer-facing services. (Saatavilla [tästä](#)).

Tiekartta sosiaalisille ja kiertotalousyrityksille digitaalisten työkalujen omaksumiseksi

DigiSocCirc-hanke loi kovasti kaivatun tilan sosiaalisille yrityksille eri puolilta Eurooppaa kokoontua jakamaan kokemuksiaan, ja sen ansiosta digitalisaatio pystyttiin pitämään korkealla heidän asialistallaan. Säilyttääkseen tämän asemansa RREUSE-verkossa ja laajentaakseen digitalisointitoimia uudelleenkäyttölalla konsortio määritteli etenemissuunnitelmassa seuraavat vaiheet digitaalisten työkalujen käyttöönottamiseksi kaikkien sidosryhmien laajuudelta.

Sosiaalisen yrityksen digitalisaation laajeneminen

Organisaatiotasolla digitalisaatioprosessi voidaan nähdä useana erillisenä vaiheena, kuten Re-Use Austrian verkkokaupan vaihemalli (ks. kuva 1). Aluksi digitalisaatiohankkeita on rajoitetusti ja niillä on vain vähän vaikutusta perinteisiin liiketoiminta-alueisiin. Tätä seuraa toiminnan tehostaminen digitaalisen muutoksen valtavirtaistamiseksi ja laajentamiseksi, mikä sisältää myös rajat ylittävää yhteistyötä ja tiedonvaihtoa muiden organisaatioiden kanssa.

Lopulta organisaatio saavuttaa laajan digitalisaation, joka vaikuttaa perusteellisesti koko liiketoimintaan. Sähköisen kaupankäynnin yhteydessä tähän voi sisältyä yhteisen eurooppalaisen markkinapaikan perustaminen ja verkkoliiketoiminta, joka edistää uudelleenkäyttötoimintojen kehittämistä sosiaalisissa yrityksissä.



"Verkkoalustojen laajentaminen on tulevaisuuteen suuntautuva lähestymistapa liiketoimintamalleihimme kuin pelkästään fyysisiin uudelleenkäyttöä edistäviin myymälöihin luottaminen. Verkkoalustat tarjoavat kapasiteettia, saavutettavuutta ja tavoittavuutta, joita on mahdoton toteuttaa tavallisissa myymälöissä. Tämä auttaa ottamaan merkittävän harppauksen alueellisten käytettyjen tuotteiden toimittamisessa asiakkaillemme."

- Re-Use Austrian edustaja

Kuva 1. Uudelleenkäyttöorganisaatioiden vaihemalli sähköisessä kaupankäynnissä

Lähde:



Kasvua digitalisaation rajat ylittävällä yhteistyöllä

Siirtyminen laajempaan näkökulmaan organisaation ulkopuolelle, rajat ylittävä oppiminen ja innovatiivisten käytäntöjen jakaminen on olennaista sosiaalisten yritysten digitalisoitumiselle. Tämän kautta sosiaaliset yritykset voivat yhdenmukaistaa toimintaansa ja yhdistää osaamistaan, mikä parantaa niiden kykyä digitalisoida työprosesseja nopeammin kuin itsenäisesti toimiessaan.

Hankekonsortio ja RREUSE-jäsenet ovat ehdottaneet seuraavia rajat ylittävän yhteistyön vaiheita:



Strategiset keskustelut

Jotta ala etenee yhteisellä näkemyksellä, mahdollisuuksien mukaan on tärkeää käydä keskusteluja strategisella tasolla seuraavista: alan nykyinen kehitys, tuleva kehitys suhteessa markkinoihin, teknologian kehitys ja pyrkimys ratkaisujen yhdenmukaistamiseen. Näitä keskusteluja voivat koordinoida korkeamman tason eurooppalaiset tai kansalliset rakenteet (esim. RREUSE) organisaatioiden johtajien tai tärkeimpien edustajien kanssa.

Nämä strategiset keskustelut tarjoaisivat myös suotuisan alustan jatkuvalla palautteella ja iteroinnilla, mikä on ratkaisevaa ottaen huomioon teknologian jatkuvan kehityksen sekä uudelleenkäyttösektorin alueellisesti, kansallisesti ja paikallisesti muuttuvan toimintaympäristön. Tällaiset keskustelut ovat välttämättömiä kokonaisstrategian yhdenmukaistamiseksi samalla kun varmistetaan, että se mukautuu asianomaisten sidosryhmien erilaisiin tilanteisiin.

Tekninen tiedonvaihto ja syvälinen oppiminen

Toiseksi tarvitaan säännöllistä jäseneltyä tiedonvaihtoa tietyistä teknisistä ja käytännöllisistä aiheista ryhmässä, mikä tarjoaa jokaiselle organisaatiolle rakennusosia omaan toimintaansa. Nämä aiheet voivat olla hyvinkin konkreettisia, kuten tekoälytyökalujen käyttö tekstiilien lajittelussa, digitaalisen markkinoinnin strategiat, verkkokaupan luominen jne.

Tällaiset ryhmäkeskustelut mahdollistavat syvällisen oppimisen ja edistävät vahvoja yhteyksiä ryhmän jäsenten välillä. Vaikka näitä tiedonvaihtoja voi koordinoida korkeampi rakenne (esim. RREUSE), ne tarjoavat myös mahdollisuuksia organisaatioille ottaa johtoaseman tietyissä aiheissa oman asiantuntemuksensa pohjalta. Tämä luo vahvempaa omistajuuden tunnetta organisaatioille sekä varmistaa, että keskustelua

johdetaan toimintojen toteuttajille sopivimmalla tavalla. Tekniset keskustelut suunnataan parhaassa tapauksessa henkilöille, jotka ovat suoraan mukana uudelleenkäyttökeskusten toiminnassa. Jotta näissä keskusteluissa käsiteltäisiin tärkeimpiä aiheita, niiden tunnistamiseksi voidaan tehdä kysely.



"Muiden työpajaan osallistuneiden henkilöiden kuuleminen antoi meille uusia ideoita omaan uudelleenkäyttötoimintaamme sekä inspiraatiota yhteisiin parannuksiin ja uusiin aloitteisiin."

- DigiSocCirc-työpajan osallistuja

Lisäksi hyväksi rajat ylittävän yhteistyön käytännöksi on todettu kumppanijärjestelmä, jossa kokeneisiin jäseniin yhdistetyt vähemmän kokeneet jäsenet hyötyvät neuvoista ja asiantuntemuksesta tietyn jakson ajan. Tämä voidaan toteuttaa vapaaehtoisesti, virallisella sopimuksella ja/tai erityisellä projektirahoituksella. Esimerkiksi hankekumppanit Re-Use Austria ja AERESS ovat tehneet yhteistyötä Espanjassa myönnetyllä rahoituksella hankkeessa, jossa he työskentelivät yhdessä verkkokaupan teeman parissa. Re-Use Austria on ollut yhteydessä myös toiseen projektikumppaniin, Kierrätyskeskukseen, ja ne ovat tavanneet Suomessa jakaakseen keskenään digitalisaatiokokemuksiaan ja oppiakseen toisiltaan siitä, mikä on toiminut ja mikä ei. Kokemuksen jälkeen Re-Use Austria korosti henkilökohtaisen tapaamisen tärkeyttä, mukaan lukien toisen organisaation varastovierailut, jotta voitaisiin keskustella perusteellisemmin ja ymmärtää paremmin järjestelmän toimintaa. Vaikka jokainen yritys on yksilöllinen, eikä ratkaisuja useinkaan voida toistaa tarkasti toisessa maassa, on erittäin hyödyllistä pysyä ajan tasalla erilaisista näkökulmista ja ratkaisuista, jotka voivat olla merkityksellisiä mukautetussa muodossa tai digitalisaation myöhemmässä vaiheessa.

Sosiaaliset yritykset voivat saada inspiraatiota myös projektikumppanilta BKN:ltä, joka on perustanut BKN-akatemian juurruttamaan jäsenorganisaatioiden työvoimaan digitaalisia taitoja osana yhteisen verkkomarkkinapaikan toteuttamista. Tämä kattaa ohjevideoiden jakelun ja verkkoseminaarien järjestämisen jäsenorganisaatioiden työntekijöille. Tällaisia prosesseja voidaan ottaa käyttöön organisaatioiden välisellä tasolla, jossa jäsenorganisaatiot jakavat saumattomasti asiantuntemusta keskenään. Tämä voidaan toteuttaa pilvipohjaisen alustan, kuten Google Driven tai Dropboxin, kautta.

Rajat ylittävät hankkeet







Rahoitusta tarvitaan, jotta rajat ylittävä yhteistyö kasvaisi ja olisi kestävä pitkällä aikavälillä. Tämä voi tapahtua rajat ylittävillä hankkeilla, joita rahoitetaan paikallisella, kansallisella tai EU:n tasolla. Osa sosiaalisista yrityksistä on ollut mukana EU-hankkeissa, jotka tukevat niiden sähköisen kaupankäynnin kehittämistä kansallisella tasolla. Esimerkiksi Kierrätyskeskus toteutti Euroopan

sosiaalirahaston (ESR) rahoittaman hankkeen, jossa opetettiin aktiivisesti digitaalisia taitoja ja ympäristöasioita haavoittuvassa työmarkkina- asemassa oleville henkilöille. Tällaisia hankkeita voidaan laajentaa rajat ylittävään mittakaavaan, jotta ne vaikuttaisivat tehokkaasti sosiaalisiin yrityksiin kaikkialla Euroopassa ja käynnistäisivät aktiivisemman alueellisen osallistumisen digitalisaation kehittämiseen. Näillä toimilla rahoitetaan alustavaa tutkimusta ja mahdollisia pilottitutkimuksia sekä digitalisaatiohankkeiden jatkoselvitystä ja toteuttamista laajemmassa maantieteellisessä mittakaavassa, mikä ei muuten olisi mahdollista.

Siksi on tärkeää, että sosiaaliset yritykset vaihtavat säännöllisesti tietoa rahoitus- ja apurahamahdollisuuksista ja tekevät konsortiona yhteistyötä vastaavissa hankehakemuksissa. Tällä lähestymistavalla ei saavuteta vain rajat ylittävää yhteistyötä, vaan se myös jakaa hankkeen vastuut konsortion kesken, jolloin jokainen sosiaalinen yritys voi toteuttaa näitä projekteja mielekkäästi ja samalla tasapainottaen päivittäistä toimintaansa.



Taulukko 2. Digitalisaation rajat ylittävien lähestymistapojen rakennusosat

	 Strategiset keskustelut	 Tekninen tiedonvaihto ja syvälinen oppiminen	 Rajat ylittävät hankkeet
Tavoite 	Alan yhteisen kehityskulun ja strategisen kehityksen varmistaminen	Konkreettisen ja yksityiskohtaisen tiedonvaihdon varmistaminen toimijoiden kesken	Digitalisaatiotyön rahoituksen ja pitkän aikavälin kestävyuden varmistaminen
Työkalut 	<ul style="list-style-type: none"> ● Henkilökohtaiset tapaamiset ● Verkkokokoukset ● Yhteistyö vaikuttamistoimissa 	<ul style="list-style-type: none"> ● Webinaarit, joissa esitellään esimerkkejä parhaista käytännöistä ● Syvälliset ja aihekohtaiset tekniset keskustelut ● Kyselyt ● Yksilölliset vuorovaikutukset ● Kumppanijärjestelmä 	<ul style="list-style-type: none"> ● EU-hankkeet ● Muut kuin EU:n rahoittamat hankkeet, mukaan lukien hyväntekeväisyysjärjestöjen rahoittamat hankkeet ● Kumppanuudet yksityisten tai julkisten kumppaneiden kanssa
 Kokonaisvaltaiset toiminnot			
<ul style="list-style-type: none"> ● Osallistuminen verkostoitumistapahtumiin, kuten työpajoihin ja konferensseihin ● Kumppanuuksien etsiminen sosiaalisten yritysten ulkopuolelta (yksityiset yritykset, julkinen sektori, teknologian tarjoajat, tutkimuslaitokset jne.) 			

Kaikille yhteistyön tasoille kumppanit ovat myös tunnistanee työkaluja, joilla voidaan helpottaa digitalisaatioon liittyvää tiedonvaihtoa:

- **Uutiskirjeet** ja **verkkosivujulkaisut**, jotka esittelevät digitalisaatiohankkeiden viimeaikaista kehitystä.
- **Kyselyt**, joiden avulla organisaatiot voivat osoittaa kiinnostuksensa tiettyihin aiheisiin ja tarjota esimerkkejä digitalisaatiosta; myöhemmin nämä kyselyn tulokset voidaan jakaa kaikkien kanssa.
- **Verkkoportaali** tietojen ja resurssien jakamiseen (esim. koulutuksen PowerPointit, webinaaritalenteet jne.).
- **Webinaarit**, joissa toimijat esittelevät projektialustojaan, kuten RREUSE:n jäsenilleen järjestämä Innovation Forum. Niistä on hyötyä jäsenille, sillä he voivat jakaa menestystarinoitaan tai innovaatioita, jotka voivat inspiroida muita jäseniä. Näiden tapahtumien esiintyjien ja osallistujien yhteystiedot ovat saatavilla, jotta asiasta kiinnostuneet voivat ottaa heihin yhteyttä myöhemmin. Tapahtumat voidaan myös tallentaa ja jakaa.

Kaiken kaikkiaan hankekonsortio ja muut RREUSE-jäsenet katsoivat, että rajat ylittävään yhteistyöhön tarvitaan eri lähestymistapojen yhdistelmää. Vaikka strategiaa johtaa ensisijaisesti korkeampi rakenne (esim. verkosto), niin verkoston kuin jäsenorganisaatioiden tulisi organisoida ja johtaa eri tehtävien toimintaa. Verkosto voi esimerkiksi tarjota toimintansa ja viestintäkanaviensa kautta jäsenjärjestöille ja vastaaville sosiaalisille yrityksille alustan kokoontumiseen, järjestää säännöllisiä työpajoja ja keskustelufoorumeita jäsenten kesken sekä tarjota hyödyllisiä kontakteja ja tietoa rahoitusmahdollisuuksista. Toisaalta jäsenorganisaatiot voivat johtaa kohderyhmien luomista, määrittää säännöllistä jäsennellyä

tiedonvaihtoa näiden ryhmien sisällä ja aloittaa kumppanuuksia suoraan muiden sosiaalisten yritysten kanssa. Näitä kumppanuuksia voidaan luoda rahoitettujen hankkeiden kautta.

Lisäksi on mahdollista käyttää erilaisia menetelmiä aina verkko- ja henkilökohtaisista tapaamisista foorumeihin, webinaareihin tai asiantuntijakeskusteluihin tapaamisen tarkoituksesta riippuen. Niihin voi liittyä asynkronista viestintää, kuten kyselyitä tai sähköposteja verkoston organisaatiossa, mikä helpottaa eri jäsenten kommunikointia heille sopivana aikana, koska sen ei tarvitse tapahtua samanaikaisesti.

Toimenpidesuosituks

Tässä osiossa annetaan käytäntöihin liittyviä suosituksia, joilla tuetaan sosiaalisten yritysten digitalisaatiota. Suositukset koskevat sekä EU:n että kansallisia toimielimiä.

1

Yhteisötalouden digitalisaation rahoittaminen.

EU:n koheesiopolitiikan, Horisontti Eurooppa -ohjelman ja kansallisten elpymis- ja palautumissuunnitelmien kaltaisten ohjelmien³¹ tulisi varmistaa sellaisten teknisten välineiden kehittäminen, joilla tuetaan yhteisötalouden uudelleenkäyttöalan toimijoita. Tämä suositus on myös linjassa yhteisötalouden puitteiden kehittämisestä vuonna 2023 annetun neuvoston suosituksen kanssa. Siinä korostetaan tärkeyttä varmistaa, että yhteisötalouden käytännöt mukautuvat digitalisaatioon ja kiertotalouteen siirtymiseen (kohdan 8 alakohta b) ja yhteisötalouden toimijoita tuetaan uuden teknologian hyödyntämisessä (kohdan 17 alakohta d)³². Jotta voitaisiin maksimoida rahoituksen tehokkuus ja huomioida sosiaalisten yritysten rajallinen kyky hakea useita hankkeita samanaikaisesti, ehdotuspyynnöt tulee ihannetapauksessa julkaista riittävän etäällä toisistaan.

³¹ Saadaksean elpymis- ja palautumiskivälineen mukaista tukea jäsenvaltioiden on kohdistettava vähintään 37 prosenttia talousarviostaan vihreisiin toimiin ja 20 prosenttia digitaalisiin toimiin elpymis- ja palautumissuunnitelmiansa mukaisesti.

³² Euroopan unionin neuvosto (2023) Neuvoston suositus yhteisötalouden toimintaedellytysten kehittämisestä. (Saatavilla [tästä](#)).

2

Yhteisötalouden verkostojen toiminnan jatkuvuuden varmistaminen.

Sosiaaliset yritykset ja muut yhteisötalouden verkostot moninkertaistavat molemminpuolisientiedonsiirron, tiedonkeruun sekä yhteistyö- ja rahoitusmahdollisuuksien jakamisen. Yhteisötalouden digitalisointia vaikeuttaa kuitenkin merkittävästi pitkän aikavälin taloudellisen tuen puute. Jäsenvaltioiden tulee yhdistää digitaaliseen hanke pohjaiseen tukeen toiminta-avustusmekanismeja toiminnan jatkuvuuden ja tulosten hyödyntämisen takaamiseksi. Niiden olisi esimerkiksi toistettava kansallisella tasolla Euroopan työllisyyttä ja sosiaalista innovointia koskevan ohjelma (EaSI), joka on osoittautunut ratkaisevan tärkeäksi Euroopan yhteisötalouden verkoston tuelle.

3

Oppimisvaihtojen ja verkostoitumismahdollisuuksien helpottaminen sosiaalisten yritysten, valtaviiran yritysten ja tutkimuslaitosten välillä.

EU:n nykyisten aloitteiden (esim. siirtymäsuunnitelma lähi- ja yhteisötalouteen, eurooppalainen osaamisohjelma, eurooppalainen yritysverkosto, Euroopan yhteisötalouden alueet ja Euroopan digitaali-innovaatiokeskukset) tulee toimia foorumeina, joiden avulla yhteisötalouden toimijat voivat tutkia yrittäjyyden ja johtamisen mahdollisuuksia edistää kiertotalouden digitalisaatiota sekä olla yhteydessä samanhenkisten toimijoiden kanssa.

4

Tietoisuuden lisääminen eurooppalaisesta ja kansallisesta rahoituksesta digitalisaation tukemiseksi.

EU:nuusiyhteisötalouden verkkosivusto-Social Economy Gateway³³-on rohkaiseva esimerkki digitaalisesta tilasta, joka voi antaa sosiaalisille yrityksille tietoa rahoitusmahdollisuuksista digitalisaatiohankkeisiin.

5

Sosioekonomisten ja ympäristönäkökohtien integrointi digitaalisen käytännön suunnitteluun.

Digitaalisia käytäntöjä (esim. tekoälyyn pohjautuvia) tulee ohjata ihmiskeskeisellä lähestymistavalla, joka pikemminkin tukee kuin heikentää osallistavan ja laadukkaan työpaikan luomista. Kiertotalouden edistämiseen käytettävien digitaalisten työkalujen tulee noudattaa EU:n jätehierarkiaa³⁴, edistää resurssien tehokasta käyttöä tukevaa teknologiaa ja vahvistaa solidaarisuuteen perustuvaa uudelleenkäyttöä ja korjausta, jotka ovat ominaisia yhteisötalouden yrityksille³⁵. Tällaiset toimet auttavat myös saavuttamaan EU:n sosiaalisten oikeuksien pilarin toimintasuunnitelman tavoitteen, jonka mukaan vähintään 80 prosentilla 16–74-vuotiaista on digitaaliset perustaidot vuoteen 2030 mennessä. EU:n komissio on määritellyt tämän edellytykseksi osallisuudelle ja työmarkkinoille osallistumiselle³⁶.

³³ Euroopan komission Social Economy Gateway -verkkosivusto. (Saatavilla [tästä](#)).

³⁴ Jätehierarkia on työkalu, jolla resurssien ja energian kulutuksen ohella arvioidaan ympäristöä suojelevia prosesseja edullisimmista epäedullisimpiin. EU:n jätehierarkia on kirjattu EU:n jätepuitedirektiivin 2008/98/EY artiklaan 4.

³⁵ RREUSE (2021) Job creation by social enterprises in the reuse sector. (Saatavilla [tästä](#)).

³⁶ European Commission (2021) The European Pillar of Social Rights Action Plan. (Saatavilla [tästä](#)).

6

Antaa suuntaviivat oikeasuhteisille, mukautetuille ja osallistaville kiertotalouden ja sosiaalisten vaikutusten mittausmenetelmille.

Kohdassa 3 (d) esitetään, että sosiaaliset yritykset mittaavat jo vaikutustaan ja tiedottavat niistä esimerkiksi digitaalisten laskimien avulla. Tätä kehitystä tukevien, EU:n yhteisötalouden toimintasuunnitelman ja EU:n kiertotalouden toimintasuunnitelman mukaisten käynnissä olevien toimien tulee vastata sosiaalisten yritysten tarpeita ja ominaisuuksia. Ne on suunniteltava yhteistyössä sosiaalisten yritysten kanssa, jotta vältetään digitaalisten esteiden luominen sekä haitalliset ja epärealistiset hallinnolliset rasitteet raportointiin.

7

Yliopistojen opetussuunnitelmien mukauttaminen edistämään vihreää sosiaalista yrittäjyyttä, joka sisältää digitalisaationäkökohdat.

Vuoden 2023 Eurobarometrin Sosiaalinen yrittäjyys ja nuoriso mukaan useimmat nuoret pitävät tärkeänä työskennellä organisaatioissa, joilla on sosiaalisia tai ympäristötavoitteita³⁷. Kuitenkin tätä kiinnostusta vastaavia sosiaalista ja vihreää yrittäjyyttä käsitteleviä akateemisia ohjelmia on vähän. Akateemisissa opetussuunnitelmissa tulee ottaa paremmin huomioon sosiaalisen ja vihreän yrittäjyyden aiheet, mukaan lukien digitalisaationäkökohtien, kuten hyvien ja avoimen lähdekoodin ohjelmistoratkaisujen teknologian integrointi, jotta nykyinen ja tuleva yhteisötalouden työvoima pystyy kehittämään tulevaisuuden vaatimuksia vastaavat digitaaliset taidot.

³⁷ Euroopan komission Eurobarometri (2023) Sosiaalinen yrittäjyys ja nuoriso. Suurin osa nuorista pitää "erittäin tärkeänä" tai "melko tärkeänä", että mahdollinen työnantaja on määritellyt yritykselle sosiaaliset tavoitteet (75 %) tai ympäristötavoitteet (73 %). (Saatavilla [tästä](#)).

Johtopäätökset

Konsortioikumppanien ja RREUSE-jäsenten kesken on lukuisia olemassa olevia ja tulevia kehityslinjoja eri työprosessien digitalisoimiseksi. Tästä ovat osoituksena useat esimerkit prosessien optimointiin ja nopeuttamiseen tähtäävistä digitalisaatiotoimista uudelleenkäyttötoiminnoissa ja asiakaslähtöisissä palveluissa. Tämä kehitys luo samalla mahdollisuuksia yhteisötalouden toimijoille lisätä julkista näkyvyyttään, parantaa työvoimansa valmiuksia ja lisätä tuotteiden kokonaisuutta.

Useimpien sosiaalisten yritysten yhteinen piirre on kuitenkin niiden vaikeudet saavuttaa haluttu digitaalisen muutoksen taso perustavanlaatuisten esteiden vuoksi, näihin kuuluvat muun muassa rajalliset resurssit ja heikot digitaaliset taidot omaava työvoima. Niiden haasteet vaihtelevat riippuen kyseessä olevasta digitalisaatiovaiheesta, alueellisista, kansallisista ja paikallisista konteksteista sekä niiden työn luonteesta, mukaan lukien niiden käsittelemät tuotevirrat ja toiminnot, joihin ne osallistuvat.

Vaikka DigiSocCirc-hanke on tuonut esiin nämä tärkeät havainnot, se on myös itsessään toiminut hyödyllisenä alustana vertaisoppimisen ja yhteistyön edistämiseksi näiden yhteisötalouden toimijoiden välillä korostaen jatkuvan tiedonvaihdon ja kumppanuuksien tärkeyttä myös hankkeen ulkopuolella. Rajat ylittävä yhteistyö on siten noussut keskeiseksi strategiaksi innovaatioiden sekä tiedon ja asiantuntemuksen jakamisen edistämiseksi laajemmassa maantieteellisessä mittakaavassa, mikä helpottaa näiden yhteisötalouden toimijoiden







digitaalista muutosta. Tämä voidaan saavuttaa useilla eri tavoilla, kuten strategisilla keskusteluilla, teknisillä keskusteluilla ja syvällisellä oppimisella sekä rajat ylittävillä hankkeilla. Tämän yhteisen vision puitteissa sosiaaliset yritykset työskentelevät yhdessä kehittääkseen toisiaan ja voittaakseen vastaavanlaisia haasteita, digitalisoidakseen menestyksekkäästi toimintansa ja varmistaakseen pitkän aikavälin kestävyden ja kannattavuuden.

Käytäntöjen tulisi lopuksi olla näiden rajat ylittävien aloitteiden mukaisia, jotta voidaan edelleen tukea digitalisaatiopyrkimyksiä ja tarjota näille sosiaalisille yrityksille paremmat mahdollisuudet saada rahoitusta ja lisätä niiden valmiuksia. Tämän myötä onnistuneesta digitalisaatiosta voi tulla todellisuutta monille näistä toimijoista.



PIDETÄÄN YHTEYTTÄ!

-  @RREUSE.RREUSE
-  @RREUSE
-  @RREUSE_Brussels
-  @RREUSE_Brussels
-  **TILAA
UUTISKIRJEEMME!**

Rue d'Edimbourg 26, 1050 Bryssel, Belgia
www.rreuse.org
info@rreuse.org
+32 (0)2 894 46 14