



Finlayson on Suomen vastuullisin sisustusbrändi Sustainable Brand Index™ 2025 -tutkimuksessa

Euroopan suurin riippumaton bränditutkimus, Sustainable Brand Index™, on jälleen kartoittanut kuluttajien näkemyksiä yritysten vastuullisuudesta eri toimialoilla. Vuoden 2025 tulokset vahvistavat, että suomalaiset pitävät Finlaysonia vastuullisuuden suunnannäyttäjänä – brändi nousi Furniture & Decoration -kategoriassa Suomen ykköseksi.

Finlayson vahvisti asemaansa vastuullisuuden edelläkävijänä myös kokonaisrankingeissa, nousten vaikuttavasti sijalle 25 kaikkien 248 arvioidun brändin joukossa. Edellisvuoden sijoitukseen nähden tämä merkitsee merkittävää harppausta ylöspäin – viime vuonna Finlayson oli sijalla 39, joten nousua kertyi peräti 14 pykälää.

“Vastuullisuus ei ole meille pelkkä markkinointipuhe, vaan se on ollut osa Finlaysonin DNA:ta jo yli 200 vuotta. Yrityksenä meillä on vastuu tehdä enemmän kuin minimi – ei riitä, että seuraamme muiden asettamia standardeja, vaan haluamme myös haastaa niitä. Tämä tunnustus osoittaa, että kuluttajat arvostavat rehellisyyttä ja tekoja sanahelinän sijaan. Olemme pitkään tehneet töitä vastuullisuuden eteen, mutta työ ei lopu koskaan. Meidän tehtävämme on tehdä vastuullisista valinnoista helpompia ja tuoda esiin myös niitä hankalia kysymyksiä, joita muut eivät välttämättä uskalla käsitellä”, Finlaysonin liiketoimintajohtaja **Jukka Kurttila** sanoo.

Vastuullisuus vaatii tekoja – ei vain puheita

Vuonna 2024 Finlayson otti rohkeasti vastuullisuuden roolia useilla merkittävillä teoilla. Palkkakuoppakampanjassa nostettiin esiin reilun palkkauksen keskeinen merkitys, ja lokakuussa valokeilaan nousivat Reilun kaupan tuotteet, jotka edustavat yrityksen sitoutumista eettisiin valintoihin. Kierrätyskampanjassa vanhat lakanat

Finlayson

EST. 1820

ja farkut saivat uuden elämän, ja samalla Riistokampanja ravisteli tekstiiliteollisuuden eettisiä ongelmia, tuoden esiin muun muassa paljon huomiota herättäneen Riistopussilakanasetin. Lisäksi Finlayson järjesti tarvikekeräyksen Ukrainan tueksi, osoittaen solidaarisuutta ja yhteiskuntavastuuta.

Vastuullisuustyö jatkuu myös tänä vuonna. Helmikuussa Finlayson käynnisti kansalaisaloitteen, jonka tavoitteena on kieltää ultrapikamuodin ja kertakäyttöisen krääsätavaran mainonta Suomessa. Kansalaisaloite vaatii eduskuntaa ryhtymään toimiin, jotta kaikki markkinoilla toimivat yritykset noudattaisivat samoja sääntöjä. Tällä hetkellä kiinalaiset verkkokaupat, kuten Temu ja Shein, hyödyntävät sääntelyn puutteita ja vääristävät kilpailua.

"Vastuullisuus ei ole staattinen tila, vaan jatkuvaa työtä ja rehellistä itsetutkiskelua. Me Finlaysonilla emme usko täydellisyyteen – uskomme kehitykseen. Siksi emme vain kerro onnistumisistamme, vaan myös siitä, missä meillä on vielä parannettavaa. Vastuullisuudessa tärkeintä on läpinäkyvyys, ei virheettömyyden illuusio. Jokainen valmistettu tuote kuormittaa ympäristöä, ja siksi meidän tehtävämme on etsiä parempia ratkaisuja päivä päivältä. Ja tämä on lupauksemme kuluttajille - tuomme rohkeasti esiin yhteiskunnallisesti tärkeitä puheenaiheita ja otamme rohkeasti kantaa vastuullisuuden puolesta", Kurttila summaa.

Taustatietoa tutkimuksesta:

- **Toimialan kilpailijat:** Finlaysonin lisäksi huonekalu- ja sisustusalan brändien kategoriassa arvioitiin muun muassa Arabia, Artek, Hackman ja Iittala. Viime vuonna Iittala sijoittui ensimmäiseksi tässä kategoriassa.
- **Kokonaisranking:** Finlayson sijoittui sijalle 25, Iittala sijalle 26, Pentik sijalle 28, Artek sijalle 46 ja Arabia sijalle 48.
- **Historiallinen menestys:** Vuosina 2018–2025 Finlayson on ollut toimialansa ykkönen joka vuosi lukuun ottamatta vuotta 2024, jolloin se sijoittui kolmanneksi. Vuosina 2015–2017 Finlayson oli myös ykkönen, kun toimiala oli nimeltään "Furniture & Decoration".

Lisätietoja:

Nea Mertsalmi, Head of Marketing
p. +358 50 323 9411
nea.mertsalmi@mannagroup.fi

Finlayson

EST. 1820