

1. Ettevõtte andmed

Ettevõtte nimi:	NaturaPura Ibérica, SA
Tegevusala:	Tekstiilitööstus
Põhitegevus:	Naturaalse värvusega puuvillatooted
Linn/riik:	Braga, Portugal
Asutamisaasta:	1999
Ettevõtte asukohtade arv (2004):	1
Kodulehekülg:	www.naturapura.pt
Töötajate arv (2004):	Täistööajaga 7, osalise tööajaga 1; naisi 7, mehi 1
2004. aasta käive (€):	480 000 (2005. aastaks planeeritud 800 000)

2. Vastutustundliku äritegevuse põhiteemad

Vastutustundliku tegevuse valdkonnad:	<input type="checkbox"/> Ärietika <input type="checkbox"/> Töökoht <input checked="" type="checkbox"/> Keskkond <input checked="" type="checkbox"/> Turg <input type="checkbox"/> Kogukond
Põhiküsimused:	<input checked="" type="checkbox"/> Bioloogiline mitmekesisus <input checked="" type="checkbox"/> Jätkusuutlik/säästev tootmine <input checked="" type="checkbox"/> Tarbija turvalisus
Motivaatorid vastutustundlikuks tegutmiseks:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eristumine turul ▪ Brändi positsioneerimine: "puhas ökoloogiline bränd" ▪ Klientide usaldus
Näited vastutustundliku ettevõtluse rakendamiseks:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ÜRO ja kohalike omavalitsuste strateegia toetamine, mille eesmärgiks on traditsiooniliste kokapõõsaistanduste asendamine bioloogilise puuvillaga Andide regioonis ja Amasoonase platool ▪ Euroopa ökomärgistusega bioloogilised puuvillatooted ▪ Hankijate toetamine keskkonnasõbralike tootmisprotsesside juurutamisel
Kas nimetatud tegevused on osa laiemast äristrateegiast? Jah/Ei? Kuidas?	Ettevõtte strateegia on algusest peale olnud suunatud nišisegmendile ehk klientidele, kes on keskkonnateadlikumad ja väärtustavad kõrgekvaliteedilist ja hüpoallergeenilist bioloogilist puuvilla.
Ärilised kasud:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Toodete eristumine ▪ Keskendumine kasvavale turusegmendile ▪ Sotsiaalselt tundlike ja keskkonnateadlike klientide lojaalsuse kasv
Sidusgrupid/kasusaajad:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lõuna-Ameerika talupidajad ▪ Kliendid ▪ Kohalik kogukond
Kasud ühiskonnale/ sidusgruppidele:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Puuvillasortide bioloogilise mitmekesisuse säilitamine ▪ Ühiskonna väärtuste mõjutamine ja jätkusuutliku arengu toetamine laiemas mõttes
Keda ja kuidas teavitati oma tegevusest:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Koduleht ▪ Kaubandusmessid ▪ Seminarid ▪ Ettevõtet tutvustav brošüür ja tootekataloogid ▪ Müük ja pakendamine ▪ Keskkonnaõppe programmid kohalikes koolides
Auhinnad/sertifikaadid/muu tunnustus:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Euroopa ökomärgistus (European Eco Label Certificate (PT 16/'01)

Väljakutsed algatuste elluviimisel:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sertifitseerimisprotsessi keerukus ja pikaajalisus (esimene selles valdkonnas Portugalis) ▪ Tööstuspartnerite ja hankijate leidmine ja koolitamine ▪ Tootmisprotsesside seadistamine
Täiendav informatsioon:	-

3. Vastutustundliku äritegevuse kirjeldus

NaturaPura "puhas ökoloogiline brand" on väike aga kiirelt kasvav ettevõtte, mille äristrateegia põhineb kõrgekvaliteedilistel sajabrotsendilisel looduslikel toodetel, mida müüakse keskmisest kõrgema hinnaga valitud kauplustes maailma nõudlikematel turgudel. Ettevõtte kasvab kiirelt ning toetab samal ajal nii sotsiaalset kui ka looduskeskkonda.

NaturaPura Ibérica, SA on Portugali traditsioonilise keskmise suurusega tekstiiliettevõttest võrsunud firma. Ettevõtte rajaja, härra Ressurreição, kes on erialalt tekstiiliinsener ja ettevõtja, külastas 1990ndate lõpus Andide piirkonda ja oli üllatunud, nähes looduslike värvitoonidega puuvilla istandusi. Tema teadmiste põhjal olid nii rohelise kui pruuni puuvilla sordid väga madala turuväärtusega ning hääbumise äärel. Samas kuulis ta ÜRO programmist, mille eesmärgiks oli väljasurevaid taimesorte päästa ning asendada traditsioonilised kokapõõsaste istandused bioloogilise puuvillaga. Tekstiiliinsenerina olid härra Ressurreiçãole hästi teada bioloogilise puuvilla, mis on toodetud pestitsiidide kasutamata, unikaalsed omadused ning tal tekkis idee hakata tootma uusi kõrgekvaliteedilisi, väga pehmeid ja hüpoallergeenilisi tooteid.

See nõudis mõnevõrra uurimistööd, ent Ressurreição võttis seda kui head väljakutset ning otsustas katsetamiseks teha esimese tellimuse.

Protsessi käigus leidis Ressurreição, et kõige otstarbekam oleks luua uus bränd. Ta alustas sellega tööd ning 1999. aastal sündiski NaturaPura iseseisva ettevõtte.

Samal ajal sai Ressurreição teada Euroopa ökomärgistusest ning otsustas selle omandada. See õnnestuski tal pärast 2 aastat jõupingutusi ja keerukat protsessi, sest oldi esimesed kogu Portugali tekstiilitööstuses.

Masinate seadistamine oli pikaajaline ja kulukas, ent viis lõpuks täiesti uue tootegrupi loomiseni 2002. aastal.

NaturaPura ostab toormaterjali otse tootjatelt ja kindlustab, et kogu tootmisprotsess toimub looduslikult, st pestitsiidide ja värvaineid kasutamata. Erinevad värvitoonid saadakse looduslike puuvillasortide segamisel ning kogu protsessi seire on äärmiselt hoolikas.

Alguses ei olnud kerge leida kohalikke tootjaid, kes oleksid valmis töötama sellise teistlaadse materjaliga, ning NaturaPura pidi neid palju masinate seadistamisel abistama. Nüüd ollakse sellega küll rohkem harjunud, ent siiski tuleb kõiki protsesse perioodiliselt auditeerida, et kindlustada lõpptoote kvaliteet.

NaturaPura meeskonnaga kohtumine annab märku nende kiirest ettevõtte vastu. Nad teavad, et töötavad erilise ettevõtte jaoks ja neil on hea meel oma kogemusi külalistega jagada. Töö ja eraelu tasakaal on sobiv: töögraafikud on paindlikud – tähtsaim on, et töö saaks tehtud.

NaturaPura ukсед on kohalikule kogukonnale avatud mitmel viisil:

- koolitusruum on kohalikele organisatsioonidele avatud erinevate algatuste, koosolekute, koolituste läbiviimiseks
- toetatakse keskkonnaorganisatsioone ja kohalike keskkonnaõppe algatusi
- toetatakse kultuuriüritusi ja regionaalseid arenguorganisatsioone
- oma tegevust tutvustatakse erinevatel innovatsiooni, jätkusuutlikkuse, ettevõtte ühiskondliku vastutuse ja keskkonnateemalistel seminaridel.

4. Kasutamine koolitusel

A) Täiendav teave antud juhtumikirjelduse kasutamiseks koolitusel (olulisuse kriteeriumid: vastutustundliku ettevõtluse valdkonnad)

NaturaPura peamine väärtus seisneb keskkonnateadlikkuse ja tehniliste oskuste kombineerimisel ellu kutsutud täiesti uues ärikontseptsioonis. Ettevõtte mainet toetab tugevasti Euroopa ökomärgistuse abil saadud tunnustus, mis on mõjukas vahend eristumiseks.

Käesolevat juhtumiuuringut saab kasutada hea näitena ettevõtte ühiskondlikust vastutusest nii turu kui looduskeskkonna valdkondades, ent kõige soovitamam on seda esitleda mõlema valdkonna vahelist sünergia välja tuues!

B) Pedagoogilised ettepanekud antud juhtumikirjelduse kasutamiseks koolitusel (olulisuse kriteeriumid: vastutustundliku ettevõtluse valdkonnad)

1) Aruteluteemad:

- millised sõnad seostuvad sellise brändiga nagu NaturaPura?
- Bioloogilise mitmekesisuse tähtsus Maa jätkusuutlikkuse tagamisel
- bioloogiline põllumajandus versus rohke pestitsiidide kasutamine
- positiivne mõju nii kohalikul kui globaalsel tasandil, mida toob kaasa kokapõõsaistanduste asendamine puuvillaga
- ettevõtte huvi tegeleda keskkonnaõppega kohalikul tasandil

2) **Euroopa ökomärgistus:** vaata täpsemalt <http://www.eco-label.com/> ning selgita kontseptsiooni osalejatele. Kasutada võib ka definitsiooni, mis on projekti ettevõtte ühiskondliku vastutuse sõnastikus.

3) Globaliseerumine viib Euroopa traditsioonilise tekstiilitööstuse raskesse kriisi. Mitmed selle valdkonna ettevõtted on raskustes või väljuvad turult. NaturaPura investeeris palju arendus- ja teadustöösse, ökomärgistusse, brändi ja ettevõtte maine kujundamisse. NaturaPura müügitulemuste kasvumäär läheneb 100%-le juba kolmandat aastat järjest, ent ettevõtte on alles nüüd saavutamas oma tulususpunkti. Arutle osalejatega, milline on sellise ettevõtte väärtus, milline on see võrreldes mõne traditsioonilise tekstiiliettevõttega?

4) NaturaPura alustas müüki nurgapoekestes, avas oma esimese eksklusiivse kaupluse 2004. aasta novembris ja teise aasta hiljem. Ettevõtte plaanib kontseptsiooni frantsiisida. Arutle osalejatega, millised on peamised aspektid frantsiisandja ja frantsiisivõtjate tasakaalustatud suhtes (kui võimalik, kasuta alusena frantsiisilepingu näidist).