

Elintarvikepäivä 2024 – elintarvikealan markkinointi ja ympäristövastuullisuus

26.6.2024

Elintarvikepäivä on vuosittainen elintarvikealan koulutus- ja ajankohtaistapahtuma, joka järjestettiin jo 53. kerran. Se tarjosi osallistujille arvokkaan tiedon lisäksi myös useita kohtaamisia ruoka-alan huippuasiantuntijoiden kanssa.

Tapahtuma houkutteli paikalle 500–600 ruoka-alan asiantuntijaa, ja se tarjosi heille mahdollisuuden tutustua noin 25–30 näytteilleasettajan palveluihin ja hankkeisiin (ETL, i.a.) Elintarvikepäivä on tunnettu paitsi asiantuntijapuheenvuoroistaan, myös sen sosiaalisesta elementistä: aamukahvit ja illallisbuffetit tarjosivat täydellisen ympäristön kollegoiden tapaamiseen ja uusimman tiedon äärellä keskusteluun.

Elintarviketeollisuusliiton ja Elintarvikkeiden tutkimussäätiön yhteistyössä järjestämä Elintarvikepäivä on pitkään ollut alustana, jossa alan ammattilaiset voivat päivittää tietojaan, verkostoitua ja saada inspiraatiota omaan toimintaansa. Päivän ohjelma oli jaettu kaikille osallistujille yhteiseen avausosioon (kuva 1) ja iltapäivän syventäviin sessioihin, jotka käsittelivät ajankohtaisia teemoja eri näkökulmista. Tässä verkkolehtiartikkelissa käsittelemme tarkemmin tapahtumassa esitettyjä asiantuntijapuheenvuoroja, jotka keskittyivät markkinointiin ja ympäristöteemoihin.



Kuva 1. SOK:n pääjohtaja Hannu Krook puhumassa kaupan ja teollisuuden asiakaslähtöisestä dialogista päivän avausosiossa (kuva: Alisa Ala-Huikku).

Vastuullinen markkinointi ja tiukentuva sääntely

Markkinoinnin teeman puheenvuorot painottuivat siihen, kuinka elintarvikealan yrityksien täytyy olla yhä valveutuneempia siitä, millä tavoilla ja millä alustoilla ne voivat tulevaisuudessa markkinoida tuotteitaan yhä edelleen tiukentuvassa lainsäädäntö- ja säätely-ympäristössä.

Fazerin markkinointijohtaja Riikka Vaara avasi puheenvuorossaan, kuinka EU:n digipalvelupäätös (DSA) tulee vaikuttamaan elintarvikkeiden verkkomarkkinointiin käytännön tasolla (Vaara, 2024). Tämän säädöksen myötä verkossa tapahtuvaa mainontaa tullaan reguloimaan entistä tarkemmin. Esimerkiksi rodun, uskonnon, terveydentilan tai seksuaalisen suuntautumisen perusteella ei voida enää jatkossa markkinoida tuotteita kuluttajille eri verkkosivuilla tai sosiaalisen median kanavissa ilman heidän lupaansa. Lisäksi lapsiin kohdennettu markkinointi kielletään kokonaan. Myös niin sanottu manipuloiva suunnittelu kielletään. Tästä esimerkkinä uutiskirjeet, jotka tulee pystyä jatkossa perumaan mahdollisimman helposti. DSA:n tavoitteena on tehdä markkinoinnista entistä läpinäkyvämpää sekä estää haitallista ja laitonta toimintaa verkossa. Tämän lisäksi kuluttajille annetaan paremmat mahdollisuudet ”liputtaa” laitonta ja sopimatonta sisältöä.

Erityisasiantuntija Marjo Misikangas Ruokavirastosta puolestaan keskittyi puheenvuorossaan ravitsemus- ja terveysväiteoppaan uudistuksiin ja siihen, kuinka kyseiset uudistukset tulevat vaikuttamaan erilaisten elintarvikkeiden markkinointiin jatkossa. Kuten edellisessä oppaassa, uudistetussakin versiossa tavoitteena on varmistaa, että kuluttajia ei voitaisi johtaa harhaan epäselkeällä markkinoinnilla (Misikangas, 2024). Marjo aloitti esityksensä muistuttamalla siitä, että elintarvikkeiden lääkkeellinen markkinointi on edelleen kiellettyä. Tuotteita ei siis saa jatkossakaan markkinoida esimerkiksi syöpää ehkäiseviksi. Lisäksi erilaiset spesifit ravitsemusväitteet, jossa korostetaan tietyn elintarvikkeen ominaisuuksia, on kielletty. Tästä esimerkkinä väite: ”jauhelihamme sisältää paljon proteiinia”. Tällä siis annetaan ymmärtää, että juuri kyseisen valmistajan jauheliha sisältäisi enemmän proteiinia kuin muiden valmistajien. Tämä ei siis pidä paikkaansa ja näin ollen sen käyttö on kiellettyä. Toisena esimerkkinä erilaiset laveat terveysväitteet, joissa annetaan ymmärtää, että kyseinen tuote on esimerkiksi ”vatsaystävällinen” tai ”hyväksi terveydelle” ilman, että valmistajalla on esittää väitteidensä tueksi kliinisesti todennettua todistusaineistoa. Edellä mainittujen määräysten lisäksi uutena asetuksena tuli ”ravintoaineen määrän toistaminen väitteen yhteydessä” -kohta, jonka mukaan tiettyjen ravintoarvojen, kuten esimerkiksi proteiinirahkan proteiinipitoisuutta ei saisi olla ”toistettuna” pakkauksen pääasiallisessa nähtävissä olevassa kentässä. Edellä mainitun kaltaisia tuotteita voi kuitenkin löytää kaupan hyllyiltä kohtalaisen helposti, mikä viestii siitä, että Ruokavirastolla on rajalliset resurssit erilaisten asetusten valvontaan.

Kolmantena markkinointiin keskittyvänä puhujana oli johtava asiantuntija Satu Vehviläinen Kilpailu- ja kuluttajavirastosta. Hänen esityksensä liittyi myös suurelta osin kuluttajansuojaan ja harhaanjohtavaan markkinointiin (Vehviläinen, 2024). Tässä tapauksessa suurennuslasin alla olivat kuitenkin ympäristöön liittyvät väitteet. Sana ”ympäristöystävällinen” tai muut vastaavat väitteet ovat jatkossa kiellettyjä tuotteiden markkinoinnissa, jos tuotteen elinkaarta koskevaa määritystä (**L**ife **C**ycle **A**ssestment selvitys) ei ole tehty. Lisäksi liian suurpiirteiset väitteet, kuten esimerkiksi ”pienempi ilmastovaikutus” tai ”vastuullinen” ei saa jatkossa käyttää, sillä niiden todenperäisyyttä on hankala todentaa luotettavasti. Lisäksi puheenvuorossa keskusteltiin ”Empowering Consumers for the Green Transition” -hankkeesta. Hankkeen tavoitteena on antaa kuluttajille työkalut tietoisten valintojen tekemiseen ja estää käytännöt, kuten viherpesu ja tuotteiden ennenaikainen/suunniteltu vanheneminen, jotka estävät tekemästä kestäviä ostovalintoja.

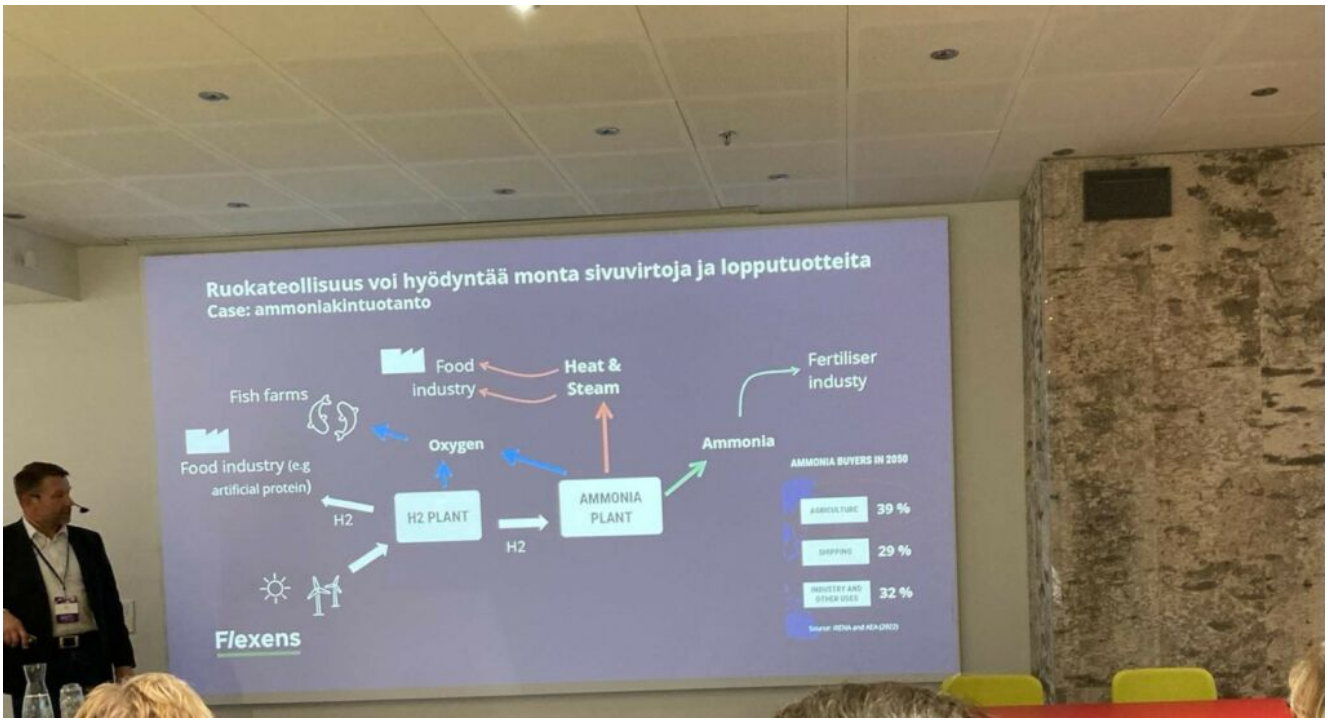
Kestävä elintarvikeketju ja puhtaat energiaratkaisut

Ympäristö ja vastuullisuus olivat päivän isoimpia teemoja. Asiantuntijat nostivat puheenvuoroissaan esiin, kuinka elintarvikealan yritykset voivat edistää kestävää kehitystä ja vastata ilmastonmuutoksen haasteisiin.

Fingridin talous- ja rahoitusjohtaja Jukka Metsälä esitteli puhtaan sähköjärjestelmän mahdollisuuksia vastuulliselle liiketoiminnalle (Metsälä, 2024). Hän painotti esityksessään ilmastonmuutoksen torjuntaa ja sähköistämisen roolia tässä prosessissa, korostaen sektorien integraatiota teollisuudessa, lämmityksessä ja liikenteessä. Metsälä esitti, että Fingridin investoinnit päästöttömään tuotantoon ja sähköverkkoihin ovat keskeisessä asemassa Suomen siirtyessä hiilineutraaliuteen vuoteen 2035 mennessä. Hän toi esille myös uusiutuvan energiantuotannon kasvun, kuten maatuulivoiman ja aurinkovoiman sekä kulutusjoustojen

tärkeyden sähkön hinnanmuodostuksessa. Fingridin strategiaan kuuluu varmistaa sähköjärjestelmän toimintavarmuus ja turvallisuus, mikä tukee kestävää talouskasvua Suomessa.

Solution Sales Lead Pasi Kokko VTT:ltä (kuva 2) puhui esityksessään vihreän ammoniakin ja vetytalouden mahdollisuuksista elintarvikeketjussa (Kokko, 2024). Hän esitteli vihreiden lannoitteiden, puhtaan logistiikkaketjun ja huoltovarmuuden merkitystä sekä korosti kotimaisuuden tärkeyttä. Kokko toi esille perinteisen vedynvalmistuksen aiheuttamat CO2-päästöt sekä esitteli vihreän ammoniakin ja vedyn tuotannon ratkaisuja, jotka hyödyntävät uusiutuvaa sähköä. Hän käsitteli myös EU-direktiivejä ja sääntelyä, jotka vaikuttavat vihreän ammoniakin tuotantoon ja vedyn jakeluinfrastruktuuriin. Esitys painotti vihreän ammoniakin ja vedyn potentiaalia vähentää päästöjä ja edistää kestävää kehitystä elintarviketeollisuudessa.



Kuva 2. Pasi Kokko VTT:ltä esittelemässä ammoniakintuotannon sivuvirtoja ja lopputuotteita, joita elintarviketeollisuus voisi hyödyntää (kuva: Alisa Ala-Huikku).

Erikoistutkija Juha-Matti Katajajuuri Luonnonvarakeskuksesta (Luke) esitteli LCAFoodPrint-hanketta, joka pyrkii yhdenmukaistamaan elinkaariarvioinnin menetelmiä Suomen elintarvikealalla. Hankkeen tavoitteena on parantaa ympäristöjalanjälkien vertailukelpoisuutta, luotettavuutta ja läpinäkyvyyttä. Katajajuuri korosti, että ruokatuotteiden ympäristöjalanjälkien arviointi on keskeinen osa yritysvastuutyötä (Katajajuuri, 2024). Ympäristöväittämien tulee perustua tutkittuun tietoon ja noudattaa standardeja kuten ISO 14044 ja Euroopan komission PEF-ohjeistusta. Hän toi esille myös kuluttajien luottamuksen parantamisen tärkeyden selkeiden ja täsmällisten ympäristöväittämien kautta.

Elintarvikepäivän kokonaiskuva

Elintarvikepäivä 2024 tarjosi kattavan ja monipuolisen katsauksen elintarvikealan ajankohtaisiin teemoihin. Tapahtumassa korostettiin erityisesti vastuullisuuden, kestävän kehityksen ja tiukentuvan sääntelyn merkitystä alan tulevaisuudelle.

Asiantuntijapuheenvuorot tarjosivat syvällistä tietoa ja konkreettisia esimerkkejä siitä, miten elintarvikealan yritykset voivat navigoida näissä muutoksissa ja edistää kestävää kehitystä. Elintarvikepäivä ei ainoastaan vahvistanut sen asemaa alan keskeisenä kokoontumisena, vaan myös korosti sen merkitystä suomalaisen elintarvikealan tutkimuksen ja kehityksen tukemisessa. Päivän osallistumismaksut ohjattiin suoraan tutkimukseen, joka edistää alan kehitystä.

Juuso Kumpulainen
Asiantuntija, TKI
SeAMK

Alisa Ala-Huikku
Asiantuntija, TKI
SeAMK

Kirjoittajat toimivat TKI-asiantuntijoina Future Frami Food Lab (FFFL) -hankkeessa, joka on on Euroopan unionin osarahoittama. Hankkeen päätavoitteena on lisätä Etelä-Pohjanmaan roolia ruokamaakuntana sekä johtavana elintarviketeknologian ja prosessien osaajana Suomessa ja kansainvälisesti merkittävänä toimijana sekä vahvistaa Frami Food Labin roolia elintarviketeknologioiden ja -prosessien testausalustana ja alan tunnistettuna osaamiskeskittymänä.

Lisätietoa hankkeesta verkkosivuilta.

Lähteet

ETL. (i.a.) *Tietoa elintarvikepäivästä.*https://www.etl.fi/elintarvikepaiva/tietoa-elintarvikepaivasta/

Katajajuuri, J-M. (14.5.2024). *Ympäristöjalanjälkiväittämien perustuttava tutkittuun ja yhdenmukaiseen tietoon.* Luke: Elintarvikepäivä 2024.

Kokko, P. (14.5.2024). *Vihreä ammoniakki ja vetytalous.* VTT: Elintarvikepäivä 2024.

Metsälä, J. (14.5.2024). *Puhtaan sähköjärjestelmän mahdollisuudet vastuulliselle liiketoiminnalle.* Fingrid: Elintarvikepäivä 2024.

Misikangas, M. (14.5.2024). *Uudistettu ravitsemus- ja terveysväiteopas.* Ruokavirasto: Elintarvikepäivä 2024.

Vaara, R. (14.5.2024). *EU:n digipalvelusäädös (DSA) ja sen vaikutukset elintarvikkeiden mainontaan.* Fazer: Elintarvikepäivä 2024.

Vehviläinen, S. (14.5.2024). *Ympäristöväitteiden lainmukaisuus markkinoinnissa nyt ja tulevaisuudessa.* KKV: Elintarvikepäivä 2024.