



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Tämä on alkuperäisen artikkelin rinnakkaistallenne (kustantajan versio).

Viite:

Mäki, K., & Taijala, B. (19.7.2021). Minne katosi hiilijalanjälki ruokapakkauksista. *Maaseudun Tulevaisuus*, 8.



Minne katosi hiilijalanjälki ruokapakkauksista?



Mielipiteet 19.07.2021

Viime aikoina kukaan ei ole voinut välttyä keskustelulta ruuan tuotannon ja jalostamisen ympäristövaikutuksista ja uusista mahdollisuuksista tuottaa ravintoa kestävämmillä tavoilla. Keskustelu ei ole turhaa, sillä ruuantuotanto ja -kulutus aiheuttavat yli 20 prosenttia ihmisten aiheuttamista ilmastovaikutuksista.

Niin eläin- kuin kasvipäristöryhmien sisällä esiintyy kuitenkin suurta vaihtelua niiden ilmastovaikutusasteessa. Ruuantuotannon ilmastovaikutuksia on viime vuosina pyritty hillitsemään voimakkaasti kehittämällä uusia tuotantomenetelmiä ja tuotteita. Asenteisiin vaikuttamalla on pyritty muuttamaan kulutustottumuksia ja vähentämään hävikkiruuan määrää.

Ympäristön kannalta oikeiden valintojen tekeminen kaupan hyllyllä ei kuitenkaan ole yksinkertaista, vaan vaatisi kuluttajilta ymmärrystä ruuan arvoketjujen eri vaiheista.

2010-luvulla kuluttajien ympäristötietoisuus ja -kiinnostus kasvoivat, ja yritykset alkoivat tiedostaa ympäristöasioiden merkityksen kilpailutekijänä ja imagonluojana. Yhtenä osana tätä kehitystä luotiin niin sanottuja hiilijalanjälkimerkkejä, joilla haluttiin viestiä kuluttajille tuotteiden ympäristö- ja erityisesti ilmastovaikutuksista.

Kuluttajat eivät kuitenkaan tieneet asiasta tarpeeksi, ja eri yritysten merkit ja laskentatavat olivat hyvin erilaisia. Lisäksi taloudellinen taantuma saattoi vaikuttaa yritysten haluun panostaa tämänkaltaiseen asiaan. Hiilijalanjälkimerkit pääosin katosivat lähes yhtä nopeasti kuin ilmestyivät.

Tällä hetkellä hiilijalanjälkimerkintä löytyy vain muutamasta kauppojen hyllyillä olevasta tuotteesta. Yhteistä näille tuotteille on, että niiden hiilijalanjälki on suhteellisen pieni, kuten esimerkiksi vehnäjauhoilla.

2020-luvulle tultaessa yritysten toimintaympäristö on muuttunut ja saatavilla olevan tiedon määrä kasvanut. Yritysten ja kuluttajien ympäristötietoisuus on lisääntynyt entisestään ja ympäristövaikutukset otetaan enenevässä määrin huomioon kaikissa toiminnoissa.

Tuotekohtaisten hiilijalanjälkimerkkien tilalle on ainakin osittain tullut eri toimijoiden tarjoamat hiilijalanjälkilaskurit. Näistä tunnetumpia ja käytetyimpiä

lienevät S- ja K-ketjujen omat hiilijalanjälkilaskurit. Niiden avulla asiakas saa suuntaa antavan arvion ostostensa ilmastovaikutuksista.

Tällä hetkellä laskureiden tuottama arvio on tosiaankin melko karkea, sillä molempien kauppaketjujen tuotteet on jaettu noin 40–50 tuoteryhmään ja kutakin tuoteryhmää edustaa vain yksi arvo. Kummankin ketjun tavoitteena on kuitenkin tarkentaa laskuria edelleen, mutta se edellyttää myös yrityksiltä tarkempaa tietoa tuotteiden ilmastovaikutuksista ja panostusta niiden tarkempaan laskemiseen.

Osaltaan tätä kehitystyötä on tehty myös Seinäjoen ammattikorkeakoulun toteuttamassa ja Etelä-Pohjanmaan liiton rahoittamassa Hiilijalanjälkilaskuri broileritiloille -hankkeessa. Hankkeen puitteissa on rakennettu laskuria broileritilojen käyttöön, mutta myös selvitetty kuluttajien suhtautumista hiilijalanjälkimerkintöihin ja hiilijalanjälkilaskureiden käyttöä.

Tutkimus osoitti, että suhtautuminen hiilijalanjälkimerkintöihin on hyvin jakautunutta. Tärkeänä tai erittäin tärkeänä merkintöjä piti 35 prosenttia vastaajista, mutta vastaavasti 29 prosenttia vastaajista piti merkintää vähän tai ei lainkaan tärkeänä. Neutraalisti asiaan suhtautui 36 prosenttia vastaajista.

Toisaalta tutkimuksen mukaan ei hiilijalanjälkilaskureidenkaan käyttö ole kovin yleistä, sillä vain 20 prosenttia vastaajista oli johonkin hiilijalanjälkilaskuriin tutustunut ja kahdeksan prosenttia ilmoitti sellaista käyttävänsä. Tutkimus toteutettiin keväällä 2020 ja vastaajien lukumäärä oli 701.

Useat organisaatiot tekevät selvitystyötä koko toimintansa ilmastovaikutuksiin liittyen, mutta yksittäisten tuotteiden hiilijalanjäljen laskeminen ja sen ilmoittaminen tuntuu edelleen olevan liian haasteellista. Suurelta osin tähän vaikuttaa harmonisoitujen laskentamenetelmien puute.

Toinen kehityskohde lienee edelleen myös kuluttajien asenteissa. Merkkien tai laskureiden kehittämällä ei ole merkitystä, elleivät kuluttajat ole niiden tuottamasta informaatiosta kiinnostuneita, ja tehdyn tutkimuksen mukaan ainakaan vielä näin ei ole. Tutkimuksen mukaan nimittäin vain alle seitsemän prosenttia hiilijalanjälkilaskuria käyttävistä ilmoitti sen vaikuttavan ostokäyttäytymiseensä.

Krista Mäki

asiantuntija, TKI

Beata Taijala

yliopettaja

Tuotekohtaisten hiilijalanjälkimerkkien tilalle on tullut eri toimijoiden tarjoamia hiilijalanjälkilaskureita.

Aiheet: Beata Taijala Krista Mäki broilerin hiilijalanjälki elintarvikkeet
hiilidioksidipäästöt hiilijalanjälki hiililaskuri pakkausmerkinnät
ruuantuotanto
