

Eduskunnan Ympäristövaliokunnan kuuleminen 8.4.2025

Asia: E 6/2025 vp Valtioneuvoston selvitys: Komission tiedonanto maatalouden ja ruoan visiosta

Kiitän mahdollisuudesta antaa asiantuntijalausunto Euroopan Komission 19.2.2025 julkaisemasta maatalouden ja ruoan tulevaisuutta koskevasta visiosta. Lausuntoni keskittyy Suomen kantaan (perusmuistio 11.3.2025, EU/447/2025-MMM-2) kohdentuen erityisesti ruokakulttuuriin sekä ruokajärjestelmään kuluttajien näkökulmasta.

Kuluttajainformaatio

Pidän Suomen kantaa kannattaa parempaa kuluttajainformaatiota eläinten hyvinvoinnista ja elintarvikkeiden ravintosisällöstä ja alkuperästä tarpeellisenä. Kuluttajille on oltava tarjolla luotettavaa tietoa, ja viranomaisten tulisikin kuluttajansuojalainsäädännöllä ja muilla keinoin pyrkiä harhaanjohtavien ja epäluotettavien ympäristöväittämien ja kestävyysmerkintöjen karsimista, kuten komissio esittää.

On kuitenkin huomionarvoista, että kulutuskäyttäytymistä tarkastelevat tutkimukset ovat toistuvasti osoittaneet sen, etteivät kulutusvalinnat ole suurelta osin tietoisia. Lisäksi tutkimukset osoittavat, että tiedon ja informaation lisääminen yksistään eivät riitä kulutuskäyttäytymisen muuttamiseksi, vaan tarvitaan myös muita keinoja (mm. ruokaympäristön muutokset, politiikkakeinot, arvo- ja asennemaailman muutokset). Ymmärrys ruokaan liittyvistä merkityksistä ja ruoankulutusta ohjaavista tekijöistä on tässä keskeistä.

Kuluttajien ruokaympäristön muodostavat fyysisen ympäristön (mm. vähittäiskauppa, julkiset ruokapalvelut) lisäksi ympäröivässä yhteiskunnassa vallitsevat asenteet, media sekä kuluttajien välittömät ja välilliset sosiaaliset suhteet. Kaikki edellä mainitut vaikuttavat ruokaan kohdistuvaan arvostukseen ja lopulta osaltaan siihen, mitä ja miten ruokaa kulutetaan, ja millaista ruokaa halutaan syödä ja pidetään hyvänä.

Ruokadialogi, ruoan arvostus ja tutkimus

Komissio esittää laajan ruokadialogin käynnistämistä koskien elintarvikkeiden koostumuksen muuttamista, ravitsemustiedon keräämistä sekä ruoan kohtuuhintaisuutta. Esitetty ruokadialogi painottuu temaattisesti ravitsemusterveellisyyteen ja sosiaalipolitiikan keinovalikoimien tarkasteluun.

Katson, että on tärkeää, että dialogiin otetaan mukaan ravitsemustieteellisen ja tuotannon näkökulmien lisäksi laajemmin ruoan yhteiskunnallista ja kulttuurista merkitystä tarkastelevia (tutkimus)tahoja. Jotta tarkoituksenmukaisia vaikutuskeinoja voidaan suunnitella, tarvitaan dialogia siten myös kulutustutkimusta tekevien tieteilijöiden, päättäjien ja ruokajärjestelmän muiden keskeisten toimijoiden välillä. Näin lisätään ymmärrystä esimerkiksi suositusten ja julkisen ohjauksen vaikutuksesta kuluttajien ruokakäyttäytymiseen.

Lisäksi ruoan yhteiskunnallisia ja kulttuurisia merkityksiä tarkastelevaa tutkimusta tulee huomioida, kun arvioidaan vaikuttavia toimia koskien innovatiivisin teknologioin tai perinteisin, pk-ruoantuotantomenetelmin tuotettujen tuotteiden hyväksyntää kuluttajien keskuudessa. Tutkimusten mukaan suomalaiset arvostavat ruoassa muun muassa kotimaista tuotantoa ja tuttuja makuja. Tämän lisäksi suomalaiset kuluttajat ovat kuitenkin kokeilunhaluisia ja myönteisiä innovaatioille. On siis mahdollista yhdistää perinteet ja innovatiivinen teknologia kulttuurisesti kestävästi. Suomalainen ruokakulttuuri voi säilyttää ominaispiirteensä myös muokkautumalla ajan mukana.

Komissio esittää ruokadialogikeskustelun tukemiseksi tutkimusta ultraprosessoidun ruoan vaikutuksista. Pidän hyvänä sitä, että keskustelu pohjaa tehtyyn tutkimukseen. Tutkimuspohjan tulisi kuitenkin olla laajempi, koska ruoan prosessointiaste (nk. NOVA-luokittelu) yksinkertaistaa ruokaryhmiä tarpeettomasti, jättää olennaisia puolia käsittelemättä, eikä ultraprosessointi viittaa yksiselitteisesti ruoan terveellisyyteen. Esimerkiksi suurin osa kaupassa myytävistä täysjyvä- ja ruisviipaleleistä ovat luokituksen mukaan ultraproseessoituja.

Ruokadialogin ohjaavana tavoitteena tulisi olla kuluttajien kattava ruokaosaaminen. Ruokaosaaminen on ”tietoa ja taitoa ruoan alkuperästä ja reiteistä, laadusta, ruoanvalmistusmenetelmistä sekä ruoka- ja ruokailukulttuurista” (Kansalliset ravitsemussuositukset, 2024). Ruokaosaaminen pohjautuu omaan ruokakulttuuristaan ja samalla luo ja ylläpitää ruoan arvostusta.

Markkinointi- ja menekinedistämistoimet ja ruokaosaaminen

Pidän kannatettavana haavoittuviin kuluttajaryhmiin kohdistuvan elintarvikkeiden markkinoinnin ohjeistamista. Tiedonvälityksen ja menekinedistämisen ohjeistuksen pohjaksi tulisi ottaa muun muassa kansalliset ravitsemussuositukset (2024) ravitsemusviestintää koskien: ravitsemusviestintä ”edistää myönteistä ruokapuhetta ja kannustaa terveyttä

edistäviin ja ympäristökestäviin ruokailutottumuksiin” (Kansalliset ravitsemussuositukset, 2024). Myös media ja elintarvikeyritykset ovat merkittäviä ravitsemusviestijöitä.

Ruoka- ja mediakasvatuksella on myös merkittävä rooli kuluttajien suojaamiseksi ja ruokaosaamisen vahvistamiseksi. Esimerkiksi lasten ja nuorten kykyä arvioida kriittisesti ravitsemusviestejä erilaisissa mediaympäristöissä voidaan tukea koulun ruoka- ja mediakasvatuksella tai muiden ruokakasvatusta antavien tahojen toimesta.

Menekinedistämis- ja tiedonvälitystoimilla voi pyrkiä lisäämään kuluttajien ymmärrystä kestävästä ja reilusta sekä samalla hyvänmakuisesta ruoasta. Samalla on mahdollista lisätä ruoan arvostusta. Näidenkin toimien pitää perustua viimeisimpään tieteelliseen tietoon (esimerkiksi yhteiskuntatieteelliseen ja käyttäytymistieteelliseen kulutustutkimukseen) ja ottaa se huomioon. Näin tieto tavoittaa myös tarkoituksenmukaisella tavalla ruokajärjestelmän merkittävän osan, kuluttajat.

Kunnioittavasti



Taru Lindblom

ruokakulttuurin professori (ma.)

Helsingin yliopisto