

1.

Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja • Kilpailu ja kuluttajat • 2022:48

Ympäristöväittämät Suomen markkinoilla

2.



5.10.2022

”Ympäristöväittämät Suomen markkinoilla,
huomioita elintarvikkeiden ja luomun
mainonnasta”

Tero Heinonen

Suomen ympäristökeskus (SYKE)

@Teronomics

Tutkimus lyhyesti

- Kerättiin järjestelmällinen otos mainoksia
- Luokiteltiin mainokset eri tavoilla
- Saatiin kokonaiskuvaa siitä, millaisia mainokset ovat
- Ei ole aiemmin tehty Suomessa
- Järjestettiin myös kansalaistiedekampanja ja 2 työpajaa elinkeinoelämälle
- Tulokset julkaistiin TEM julkaisuja -sarjassa kesällä 2022

Otos, kansalaistiede ja työpajat

1. Otos: 262 mainosta (FB 222 kpl + verkkolehdet 40 kpl)

a) Otos kerätty lokakuussa 2021

- 4 suosituksen verkkolehden etusivut: IL, IS, KL, MN (Media Audit Finland)
- Facebook-mainokset
 - Vain Suomeen kohdistettuja suomenkielisiä mainoksia
 - Mainoksella tehokkuusvaatimus

b) Verkkomainonnan osuus mainonnasta oli 50 % (1,267 mrd euroa v. 2021)

2. Viikon kansalaistiede –kampanja (#ympäristöväite)

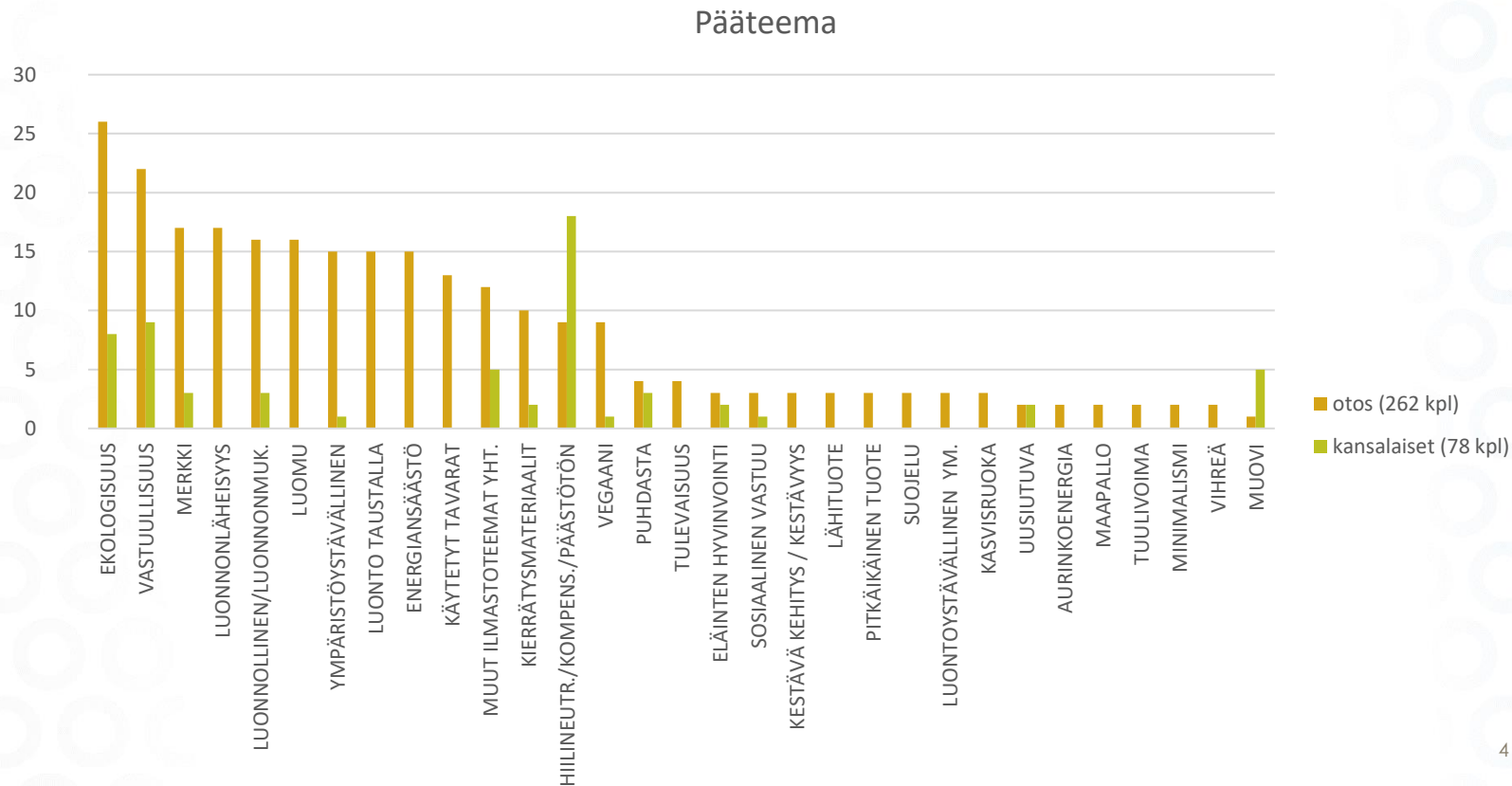
a) Pyydettiin arveluttavia ja vakuuttavia ympäristömainoksia (tai -väitteitä)

- Saatiin 78 havaintoa 15.11.-21.11.2021 (some + anonymi lomake)
- Kaikki paitsi yksi arveluttavuutensa vuoksi

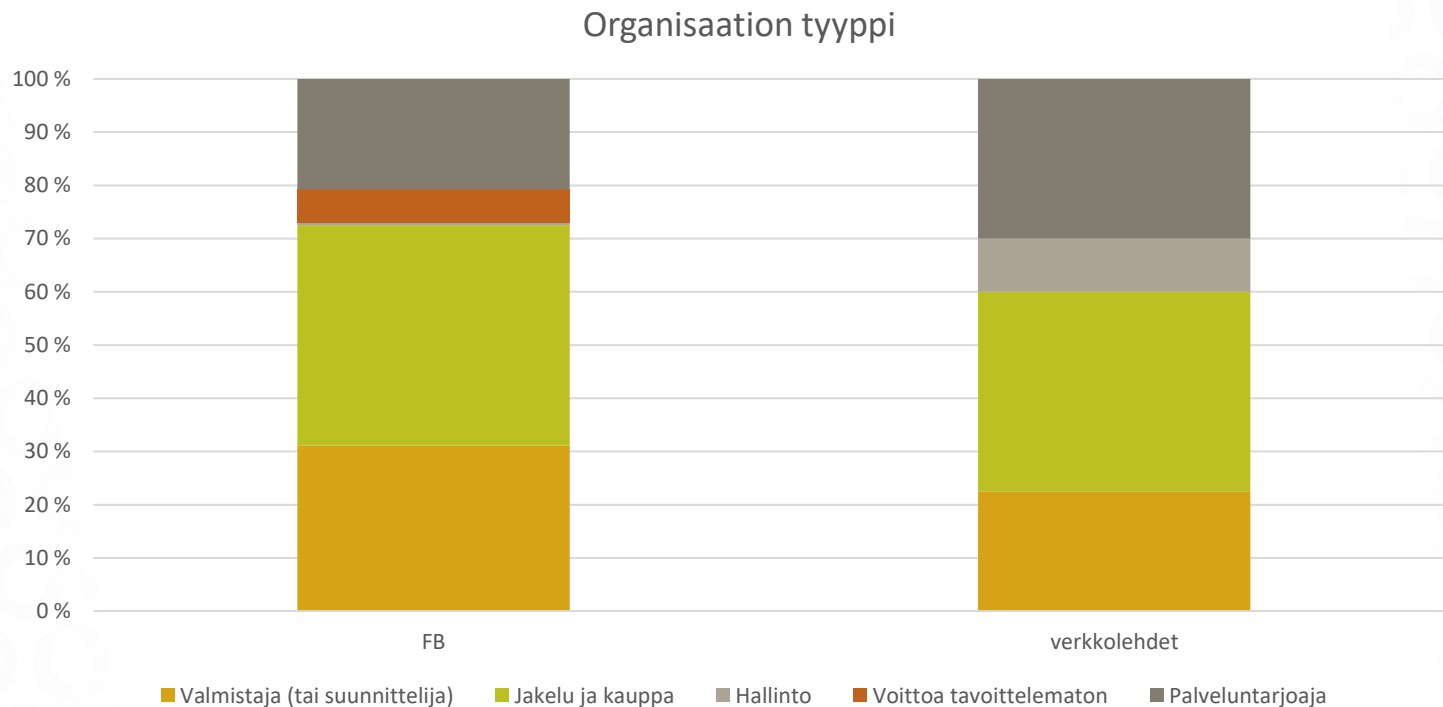
3. Kaksi työpajaa: elinkeinoelämän järjestöt & vaikuttajamarkkinointi



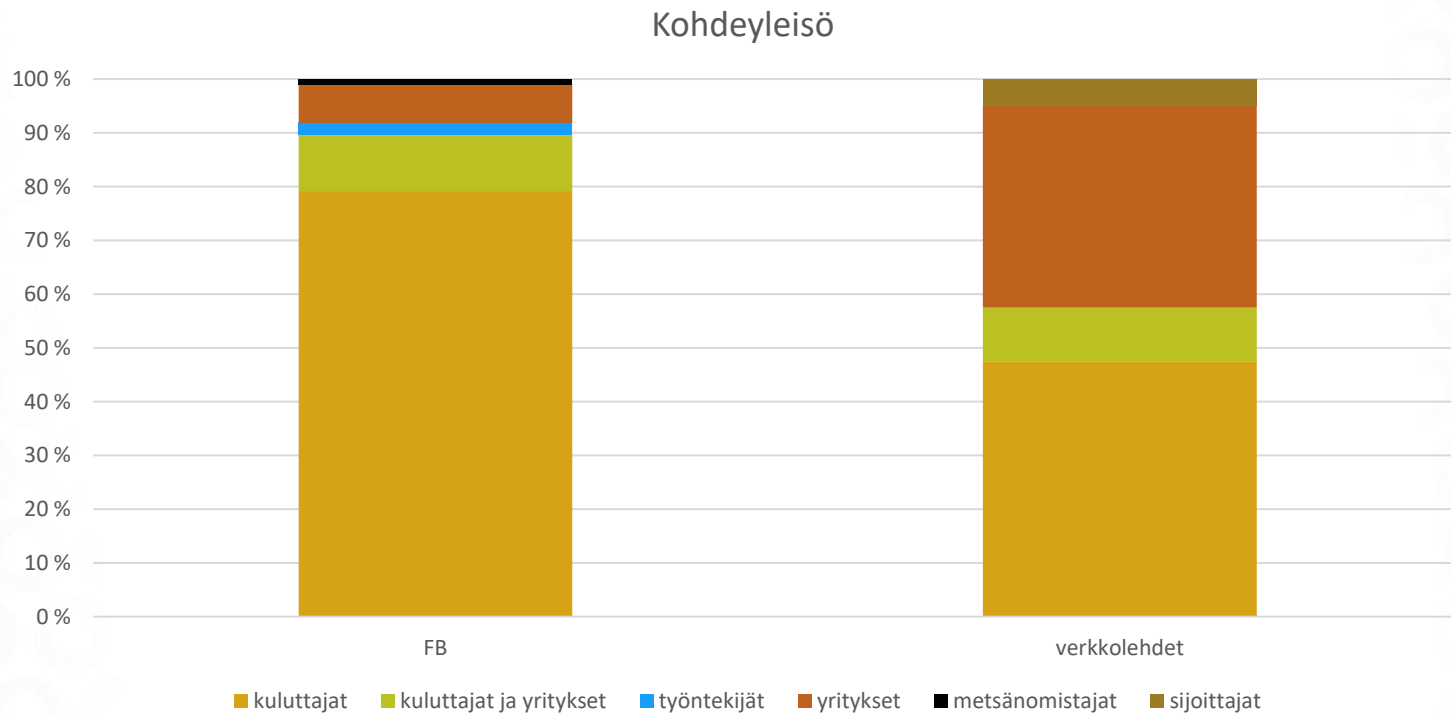
Ympäristöön liittyvä pääteema (kokonaisvaltainen tarkastelu)



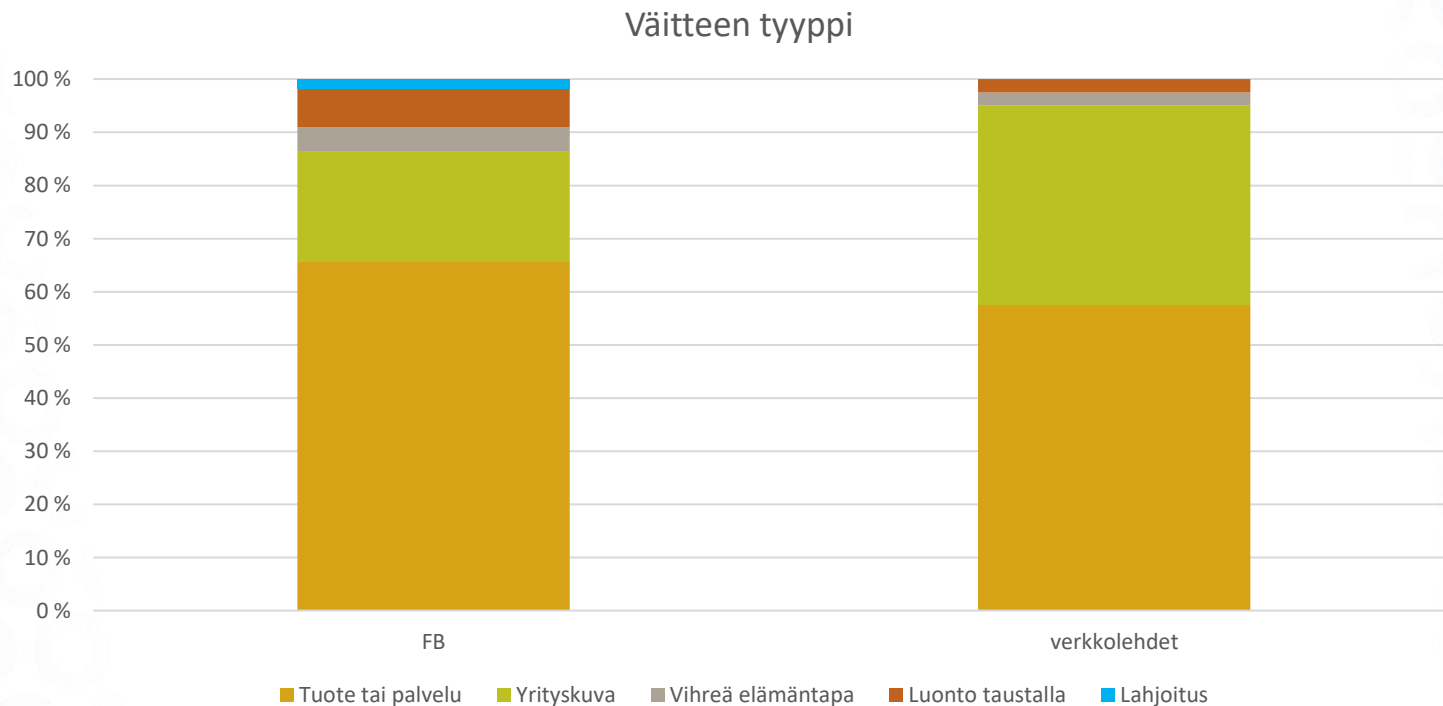
Tavarakauppaa mainostetaan enemmän kuin palveluja



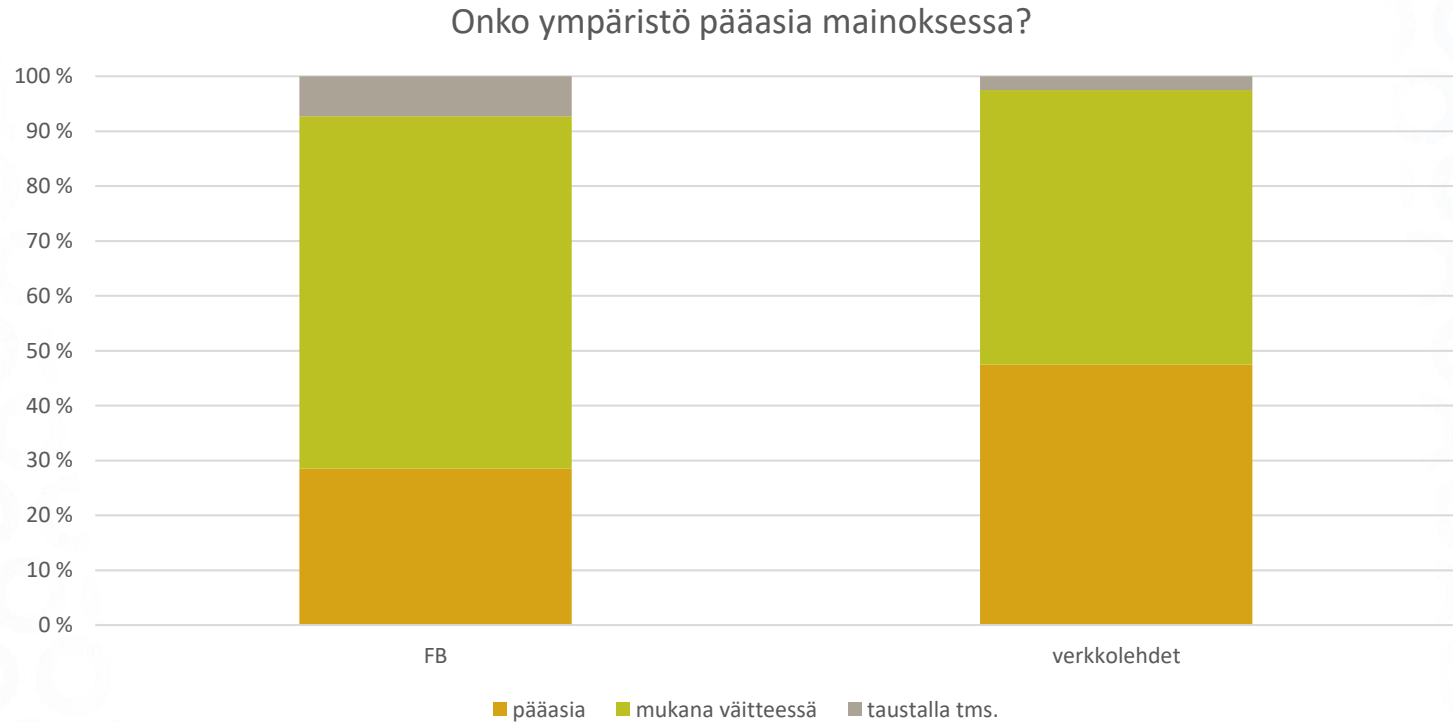
Enimmäkseen mainostetaan kuluttajille, mutta myös yrityksiltä toisille



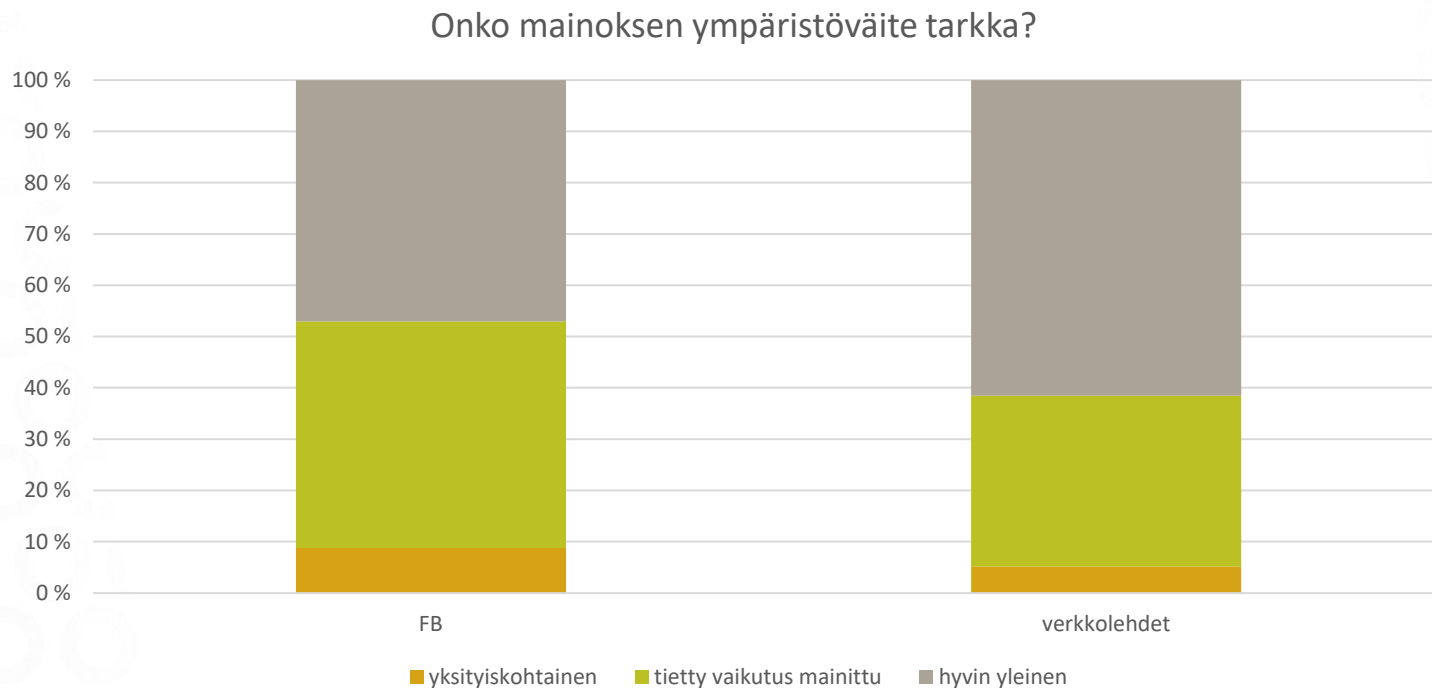
Tuotemainokset yrityskuvamainontaa yleisempiä



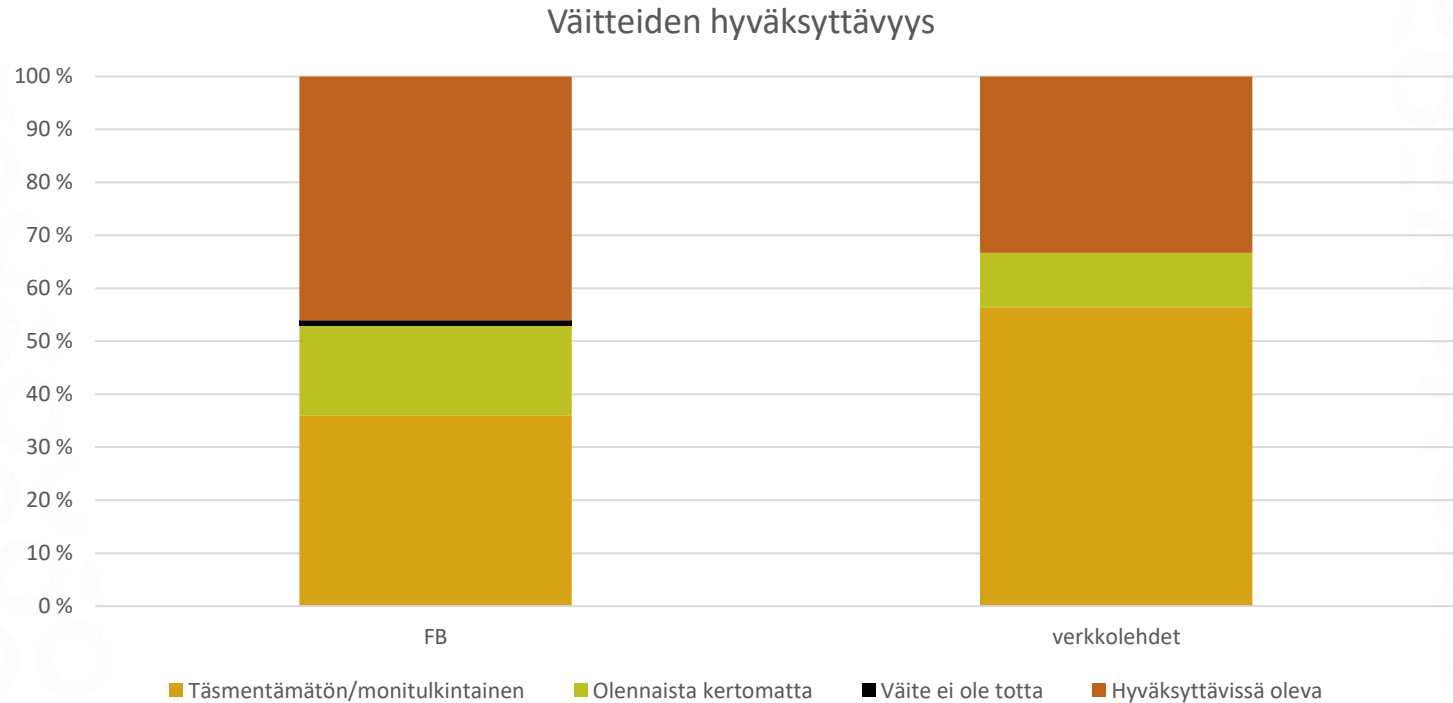
Yleisimmin ympäristöväite on (vain) mainoksen osa



Selkeää ja yksiselitteistä tietoa tarjotaan vain harvoin



Kevyt asianmukaisuuden arviointi: yli puolet reputti



Merkeistä

- Otoksessa Joutsenmerkki 1 kerran, Luomu-merkki 3 kertaa, EU-ympäristömerkki ei kertaakaan



Noin kolmasosasta havaituista
merkeistä ei löydy tietoa
merkin kriteereistä



Päähuomiot ympäristöväite-tutkimuksesta

- Vain harvoin perusteltua tai tarkempaa tietoa väitety(i)stä ympäristöparannuksesta
- Merkinnät usein vailla tietoa merkinnän kriteereistä
- Yli puolet reputti kevyen asianmukaisuuden arvioinnin
- Työpajat: yritykset kaipaavat ohjeita

Välikiitos!

syke.fi/hankkeet/ymparistovaite

#ymparistovaite

TEM/SYKE yhteisrahoitteinen hanke:
Ympäristövaihtämät Suomen markkinoilla,
6/2021 - 3/2022
Ohjausryhmä TEM, YM, KKV ja SYKE

5.10.2022

Tero Heinonen

Ari Nissinen

Suomen ympäristökeskus (SYKE)

etunimi.sukunimi@syke.fi



[Linkki hankesivulle](https://syke.fi/hankkeet/ymparistovaite)



Vihreät ja vastuulliset elintarvikepakkaukset



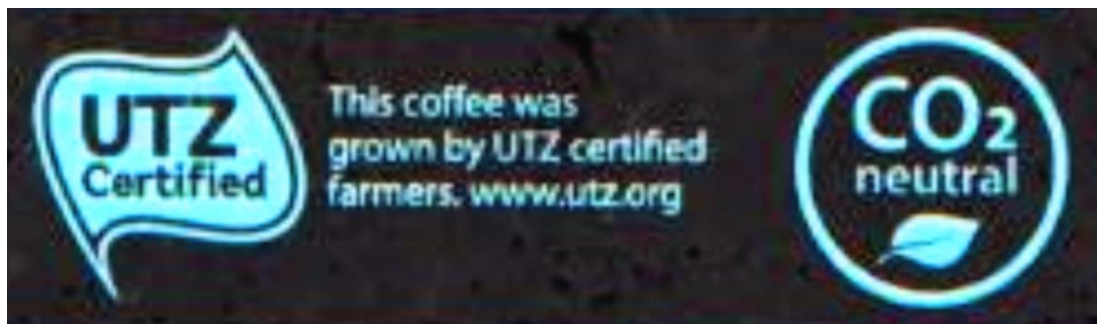


Liha(pakkauksen) "50 % vähemmän muovia" ja "30 % pienempi hiilijalanjälki" – muuttanut muotoaan



- Lisää kuluttaja-asiamiehen ratkaisusta

Saisiko olla maitoa, sokeria tai kompensaatiota?



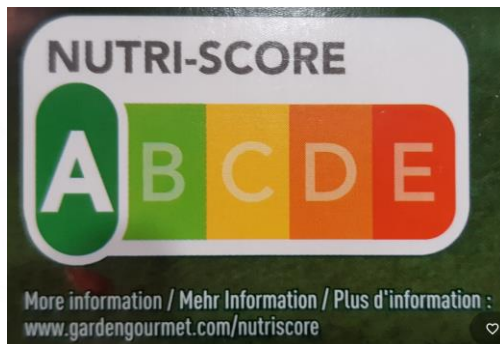
CO₂e laskentaa näkyvissä



Lisäävätkö useammat merkit selkeyttä ja ymmärrettävyyttä?



Ovatko nämäkin ympäristömerkintöjä?



How is the Nutri-Score calculated?

Nutri-Score gives a **rating** to the product based on a scientific algorithm. It takes into account **ingredients that are good for you** and therefore to be encouraged, such as **nuts, fruit, vegetables, fibers and proteins**. It also takes into account ingredients to limit, such as sugars, energy (calories), sodium (salt) and saturated fat. Nutri-score is based on 100gr or 100ml of product.



PARASTA
PIRKANMAALTA

Alueellisuuskriteerit

a. Valmistus (1), jalostus (2) ja käsittely (3) tapahtuu Pirkkanmaan maakunnassa JA

b. Yhden ainesosan tuote: raaka-aine 100 % Pirkkanmaalta, TAI

c. Usean ainesosan tuote: raaka-aineet 75 % Pirkkanmaalta, TAI

Tarkentavat ehdot

alueellisuuskriteereille:

d. Ellei b tai c ole mahdollista, käytetään suomalaista raaka-ainetta

e. Ellei a2 tai a3 ole mahdollista, käytetään mahdollisimman lähellä (luontaisella talousalueella) sijaitsevaa jalostajaa tai käsittelijää.



SYKE

Kiitos!

5.10.2022

”Ympäristöväittämät Suomen markkinoilla,
huomioita elintarvikkeiden ja luomun
mainonnasta”

Tero Heinonen

Suomen ympäristökeskus (SYKE)

@Teronomics

