

Ohjeistus elintarvikkeiden ympäristöjalan- jälkiväittämistä viestimiseen

Ruoka-LCA-viestintäohjeistuksen
julkaisuwebinaari

16.4.2024

Anniina Lehtilä, Hannele Heusala, Marita Kettunen,
Hanna Tuomisto ja Juha-Matti Katajajuuri





10.00 **Alkusanat, erikoistutkija**, ryhmäpäällikkö *Juha-Matti Katajajuuri*
10.05 **Ohjeistuksen tausta ja sen sisältö**, tutkijat *Hannele Heusala ja Anniina Lehtilä*
10.35 **Yrityspuheenvuoro**, Meiran vastuullisuus, kehitys ja viestintä -johtaja *Heidi Päiväniemi*
10.45 **Kysymyksiä & keskustelua**
11.10 **Yleisön palaute ohjeistuksesta** Mentimeter-kyselyllä
11.20 **Loppusanat**



Ohjeistuksen tausta ja tavoite

Tutkija Hannele Heusala

Suunta kohti säännellympiä ja yhtenäistetympiä ympäristöväittämiä



- Yli puolet yritysten ympäristöväittämistä on **epäselviä, harhaanjohtavia tai perusteettomia** (Euroopan komissio 2021; Heinonen & Nissinen 2021)
- Kuluttajien luottamus ympäristöväittämiin on heikko: 81 % suomalaiskuluttajista arvioi ympäristöväittämien arvioimisen olevan vaikeaa tai erittäin vaikeaa (Kantarin kysely 2022, n.1000)
- Nykyinen yritysten ympäristöväittämiin vaikuttava lainsäädäntö: Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskeva (UCP) direktiivi, jota sovelletaan Suomessa kuluttajansuojalaissa ja jonka noudattamista valvoo kuluttaja-asiamies
- Tulossa uutta EU-lainsäädäntöä

LCAFoodPrint-hanke (2021–2024)



- Koko hankkeen tavoitteena on:
 - Yhdenmukaistaa tuotekohtaisten ympäristöjalanjälkien laskentaa elinkaariarvioinnin menetelmin Suomen elintarvikealalla
 - Edistää ympäristöjalanjälkien **vertailukelpoisuutta, luotettavuutta ja läpinäkyvyyttä**
 - Parantaa kuluttajien ymmärrystä elinkaarista ympäristövaikutuksista.
- Hankkeessa tuotetaan sekä Kansallinen ruoka-LCA-ohjeistus ympäristöjalanjälkien laskentaa varten että Ruoka-LCA-viestintäohjeistus
- Laskennasta erillinen, avoin ja taustoittava esittelywebinaari tulossa 8.5.2024

Hankkeen toimijat:

Päärahoittajana Maa- ja metsätalousministeriö (MMM)

Lisäksi hanketta rahoittavat:

Apetit Oyj, Arla Oy, Atria Oyj, Biocode Oy, Elintarviketeollisuusliitto Ry, Envitecpolis Oy, Gaia Consulting Oy, Hankkija Oy, Heino Group, HKScan Finland Oyj, Juustoportti Food Oy, Kauppapuutarhaliitto ry, Kesko Oyj, Lantmännen Agro Oy, LCA Consulting Oy, Leijona Catering Oy, Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto MTK ry, Maatilatalouden kehittämisrahasto (MAKERA), Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry, Meira Oy, Nestle Finland, Olvi Oyj, Oy Gustav Paulig Ab, Oy Karl Fazer Ab, Oy Oatly Ab, Potwell Oy, Päivittäistavarakauppa ry, Raisio Oyj, Ruohonjuuri Oy, Saarioinen Oy, Satarehu Oy, SOK Liiketoiminta Oy, Valio Oy ja Yara Suomi Oy.

Hankkeen yhteistyökumppaneina toimivat myös:

Helsingin Yliopisto, Suomen Ympäristökeskus SYKE, Lappeenrannan teknillinen yliopisto LUT, Valtion teknillinen tutkimuskeskus VTT ja Maailman Luonnon Säätiö - World Wide Fund For Nature, Suomen rahasto sr, WWF Suomi, ympäristöministeriö.





**Viestintäohjeistuksella tavoitellaan
reilumpaa kilpailua, ympäristön
kannalta aidosti parempien tuotteiden
erottumista viherpesusta ja yritysten
ympäristöviestinnän luotettavuuden
parantamista**

Viestintäohjeistuksella halutaan tukea yhdenmukaista ja luotettavaa viestintää **tuotekohtaisista, elinkaariarvioinnilla (LCA) tuotetuista ympäristöjalanjäljistä**

- Ei koske yritysten laajempaa vastuullisuusviestintää, vaan **tuotekohtaista, vapaaehtoista viestintää** jalanjäljistä esim. pakkauksessa, mainoksissa ja nettisivuilla.
- Ohjeistus täydentää nykyistä sääntelyä, ja ennakoi tulevaa, tiukempaa sääntelyä.

Ohjeistuksen tausta



Käsittelee ensisijaisesti kuluttajaviestinnässä esitettyjä ympäristöväittämiä, mutta sitä voi käyttää soveltuvin osin myös B2B-viestinnässä



Ohjeistuksessa ei anneta yhtä yhdenmukaista ympäristöjalanjälkien viestintätapaa, vaan ohjeita viestinnän rungoksi ja tukea viestinnän suunnitteluun



Ei ole tehty kuluttajaviestinnän vaikuttavuuden näkökulmasta

Ohjeistuksen lähteet

Ohjeistus perustuu:

- **EU-lainsäädäntöön:** Kuluttajansuojadirektiivi (UCP) + tulkinta ja sovellusohjeistus, vihreän siirtymän kuluttajansuojadirektiivi (2024), Green Claims – direktiiviehdotus (2023)
- Suomen **kansalliseen kuluttajasuojalakiin ja valvontaan** (Kuluttaja-asiamiehen linjaukset)
- Ympäristömarkkinointiin liittyviin ympäristöjalanjälkeä koskeviin **ISO-standardeihin**
- Euroopan komission **Product Environmental Footprint (PEF) -ohjeistukseen** (2021)

Ohjeistuksessa esitetyt linjaukset perustuvat edellä mainittujen lähteiden tulkintaan elintarvikkeiden elinkaariarvioinnin ja jalanjälkiväittämien näkökulmasta, minkä lisäksi niitä on täydennetty **tutkijaryhmän suosituksilla**.





Ohjeistuksen sisältö

Tutkija Anniina Lehtilä

Ohjeistuksen sisältö



Tausta (käytettyjen lähteiden esittely, ohjeistuksen soveltaminen)



Tarkentava ohjeistus tietyille väittämätyypeille
(vertailuväittämät ja tulevaisuuteen viittaavat väittämät)



Ympäristöväittämät
(mitä ympäristöväittämät ovat, ja mitä lakiin perustuvia periaatteita niille on olemassa)



Termien käyttö
(yleistävät ja täsmentämättömät termit)



Jalanjälkiväittämät
(mitä ne ovat, millaisia kriteereitä niillä on, mitä niiden tulee sisältää, miten ne tulee esittää)



Todentaminen ja raportointi

Ohjeistuksen rajaukset

Ohjeistus koskee:

TUOTEKOHTAISET
JALANJÄLKIVÄITTÄMÄT

eli **tietyn elintarvikkeen ympäristöjalanjälki, joka on laskettu elinkaariarvioinnin avulla** ja joka kuvaa kyseisen tuotteen tuotantoketjua. Jalanjälväittäjä voi sisältää yhden tai useampia ympäristöjalanjälkiä.

Ohjeistus ei koske:

EI-TUOTEKOHTAINEN
YMPÄRISTÖVIESTINTÄ

esimerkiksi: yrityksen ympäristöjalanjälki, **aterian** ympäristöjalanjälki, **ruokavalion** ympäristöjalanjälki, Scope 3-päästöt (GHG Protocol)

YMPÄRISTÖMERKIT

Kolmannen osapuolen sertifioimat, esimerkiksi Luomusertifikaatti

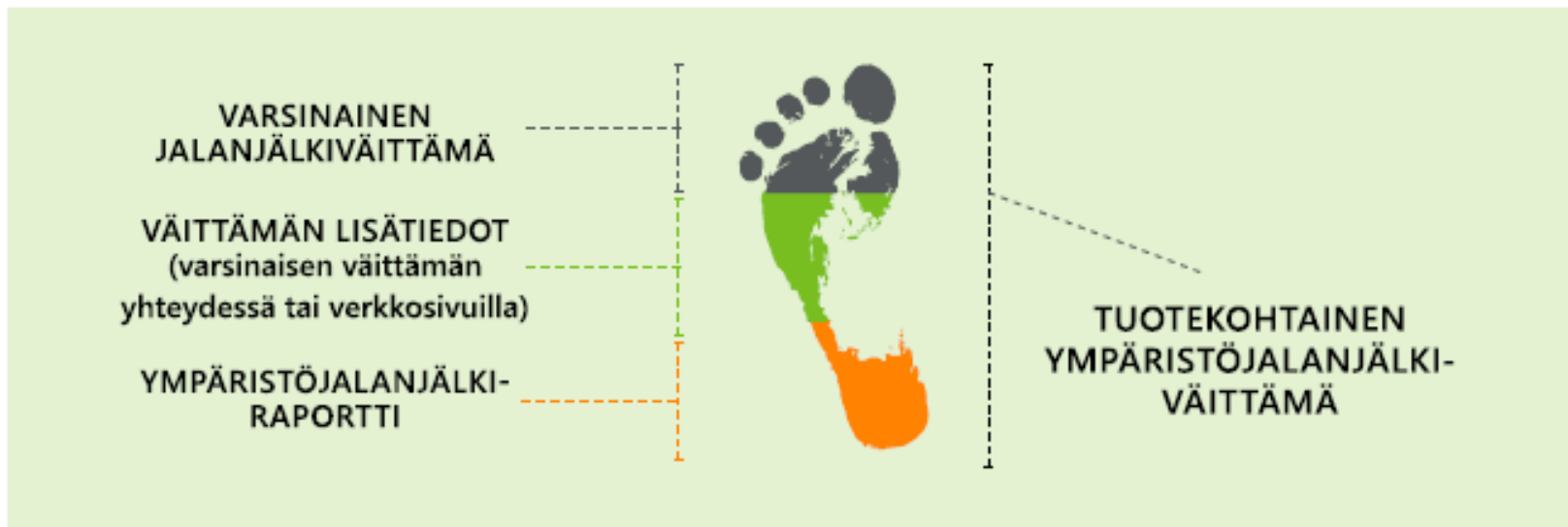
Ohjeistuksen rajaukset, eli millaiseen ympäristöviestintään ohjeistusta tulee soveltaa.

Jalanjälkiväittämä

= Ympäristöväittämän tyyppi (*tässä ohjeistuksessa määritelty termi*).

Viittaa elinkaariarvioinnilla määritettyihin, tuotekohtaisiin ympäristöjalanjälkiin

Viestittävien tulosten tulee perustua **elinkaariarviointiin**. Elinkaariarvioinnin tulee noudattaa ensisijaisesti kotimaisen elinkaaristen ympäristövaikutusten kansallista ruoka-LCA-ohjeistusta tai PEF-ohjeistusta (Euroopan komissio 2021).





Jalanjälkiväittäminen – periaatteet

- Tulee käsittää **vähintään tuotteen hiilijalanjälki**
 - Lisäksi sen on suositeltavaa sisältää tietoa tuotteen rehevöittävistä vaikutuksista ja muista kyseisen tuotteen kannalta olennaisista ja merkityksellisistä ympäristöjalanjäljistä
- Jalanjälkiväittämän ei tule kuvata vain yksittäistä osaa tuotteen elinkaaresta ilman, että väittäminen suhteutetaan tuotteen **koko elinkaaren aikaiseen ympäristöjalanjälkeen**

ESIMERKKI: Jalanjälkiväittäminen voi olla esimerkiksi "100 g CO₂-ekv./100 g syöntivalmista tuotetta". Keskeistä on, että väittäminen sisältää numeroin esitettyä tietoa tuotteen ympäristöjalanjäljen tai -jälkien suuruudesta. Pelkkä sanallinen väittäminen, esimerkiksi "ympäristöystävällinen" tai "vihreä", ei ole jalanjälkiväittäminen

Jalanjälkiväittämän vaatimukset

JALANJÄLKIVÄITTÄMÄN VAATIMUKSET

 Ympäristöjalanjäljen suuruus absoluuttisena lukuarvona, ei esimerkiksi pelkästään prosentuaalisesti, graafisesti tai sanallisesti

Jalanjäljen yksikkö tarkasti ilmaistuna (esimerkiksi CO₂-ekvivalenttia tai CO₂ ekv.)

Ilmoitettu yksikkö⁸ (100 g tai 100 ml)

Lähde: Tutkijaryhmän suositukset

 Selkeä tieto siitä, mitä ympäristövaikutusluokkia, eli ympäristöjalanjälkiä, väittämä kattaa

Laskennan päärajaukset, eli selkeä tieto siitä, mitkä elinkaaren vaiheet väittämä kattaa

Lähde: Euroopan komissio 2023

 Selittävä teksti, eli selkeä viittaus väittämän lisätietoihin, esimerkiksi www-linkki tai QR-koodi.

Lähde: ISO 14026:2018

⁸ Ilmoitetulla yksiköllä tarkoitetaan tuotteen määrää, jota käytetään referenssiyksikkönä tuotteen ympäristöjalanjälkien laskemisessa (mukaillen ISO 14067:2018).

Kuvitteellinen esimerkki suositeltavista jalanjälkiväittämästä ja selittävästä tekstistä:

Hiilijalanjälki: 100 g CO₂-ekv./100 g syöntivalmista tuotetta

Rehevöittävä vaikutus: 100 g P-ekv./100 g syöntivalmista tuotetta

Lisätietoja: [QR-koodi] tai [www-linkki lisätietoihin]

Minimivaatimus jalanjälkiväittämästä ja selittävästä tekstistä:

*100 g CO₂-ekv./100 g**

Seuraava osa voi sijaita eri kohdassa pakkausta/mainosta/tai muuta vastaavaa: **syöntivalmista tuotetta. Lisätietoja: [QR-koodi] tai [www-linkki lisätietoihin]*

Näiden lisäksi:

- Ennalta todentaminen (Green Claims –direktiiviehdotus)
- Systeemirajaus raaka-aineiden valmistuksesta kulutusvaiheeseen saakka (PEF-ohjeistuksen mukaisesti)
- KHK-päästöjen kompensatiota ei tule sisällyttää tuotteen hiilijalanjälkeen (Euroopan komissio 2024, PEF-ohjeistus).

Kuva 3. Varsinaisen jalanjälkiväittämän vaatimukset, sekä tutkijaryhmän laatimia esimerkkejä niiden esittämisestä (kursiivilla)

Lisätietojen vaatimukset

- Lisätiedot tulee olla varsinaisen väittämän yhteydessä tai niiden sijantiin tulee viitata selkeästi esim. QR-koodilla tai www-osoitteella
- **Keskeisin sisältö**
 - Aineisto ja menetelmät – tiivis kuvaus
 - Päästöjen jakautuminen sisällytettyjen elinkaaren vaiheiden välillä
 - Linkki todentamislauseen
 - Elinkaariarvioinnin toteuttajan ja todentajan tiedot
- Lisäksi: avoimesti saatavissa oleva raportti, joka sisältää yksityiskohtaisempaa tietoa.



Visuaalinen esitystapa

- Graafiset elementit **voivat täydentää** jalanjälkiviestinnässä käytettäviä sanoja ja numeroita
 - Oltava yksinkertaisia, selkeitä ja teemaltaa neutraaleja
 - Vältettävä epäsuoria viittauksia myönteisiin tai pienempiin ympäristövaikutuksiin, jos niille ei ole perusteita

Huom: Vihreän siirtymän kuluttajasuojadirektiivi (Euroopan komissio 2024) sallii jatkossa ainoastaan virallisiin sertifiointijärjestelmiin perustuvat tai rekisteröidyt tai viranomaisten vahvistamat kestävyysmerkit, eli visuaalisten esitystapojen kanssa on syytä noudattaa varovaisuutta.



Vertailuväittämät

- Tarkoittaa:
 - Vertailua saman tuotteen aiempaan versioon
 - Vertailua toiseen samankaltaiseen tuotteeseen tai tuotekeskiarvoon
- Ei tule korvata varsinaista jalanjälkiväittämää
- Tulee esittää numeerisesti, eikä esimerkiksi vain sanallisesti
- Vertailtavien tuotteiden elinkaariarviointien tulee muun muassa noudattaa samaa menetelmää ja sisältää samat elinkaaren vaiheet
- Ilmoitettava lisätiedoissa muun muassa seuraavat tiedot
 - Vertailukohta
 - Vertailun aikaväli
 - Päästövähennysten saavuttamistapa

Kuvitteellisia esimerkkejä suositeltavista vertailuväittämistä:

"Tuotteen hiilijalanjälki on 100 g CO₂-ekv./100 g syöntivalmista tuotetta. Pienensimme tuotteen hiilijalanjälkeä 10 % uuden, ruoansulauksen metaanipäästöjä vähentävän rehun avulla (verrattuna 1/2020 tehtyyn elinkaariarviointiin). Lisätietoja: [QR-koodi tai www-linkki]"

"Tuotteen A hiilijalanjälki on 100 g CO₂-ekv./100 g syöntivalmista tuotetta. Hiilijalanjälki on 30 % pienempi verrattuna tuotteeseen B (vertailu tehty käyttäen molemmille tuotteille samaa elinkaariarviointimenetelmää (PEF)). Lisätietoja: [QR-koodi tai www-linkki]"

Tulevaisuuteen viittaavat väittämät

- Ei tule korvata varsinaista jalanjälkiväittämää
- Tuotekohtaisessa ympäristöviestinnässä tulevaisuuden päästövähennystavoitteet tulee esittää **tuotekohtaisina**
- Ilmoitettava lisätiedoissa muun muassa seuraavat tiedot
 - Päästövähennykseen liittyvät toimenpiteet ja aikataulu
 - Päästövähennystavoite absoluuttisena lukuna tai prosenttina suhteessa tuotteen ympäristöjalanjälkeen

Esim. "tavoitteena hiilijalanjäljen pienentäminen 50 %:lla vuoteen 2025 mennessä"



Termien käyttäminen

- Tuotteen ympäristöväittämän ei tule viitata KHK-päästöjen kompensointiin/hyvityksiin vihreän siirtymän kuluttajansuojadirektiivin mukaisesti. Direktiivi astuu voimaana 2026.
 - esim. *hiilineutraali, hiilinegatiivinen, ilmastoneutraali*
- Tulee käyttää joko termiä "hiilijalanjälki" tai "ilmastovaikutus", mutta ei muita vaihtoehtoisia termejä näille.

Esimerkkejä täsmentämättömistä termeistä, joita **ei tule käyttää** jalanjälkiväittämissä.

ekologinen/eko-
energiatehokas
hiiliystävällinen
ilmastoystävällinen
lempeä ympäristölle
luonnon ystävä
luontoystävällinen
päästötön

tiedostava
vastuullinen
vihreä
ympäristölle hellävarainen
ympäristönmukainen
ympäristöystävällinen
ympäristöä kunnioittava
ympäristöä säästävä

ei-saastuttava
kestävä (mukaan lukien
muut kestävään kehitykseen
viittaavat termit)
ympäristölle turvallinen

Lähde: ISO 14021:2016

Lähde: Euroopan komissio 2021a ja 2024

Pähkinäkuoressa: ohjeistuksen kärki

Tuotekohtaisista ympäristöjalanjäljistä viestittäessä tulee varmistaa, että:

1. Jalanjälkiväittämä perustuu **elinkaariarvioinnilla laskettuun ja todennettuun kyseisen tuotteen tuotantoketjun** ympäristövaikutukseen
2. Jalanjälkiväittämä esitetään **selvästi, ymmärrettävästi, yksiselitteisesti ja täsmällisesti**, eikä se saa olla harhaanjohtava
3. Jalanjälkiväittämän lisäksi annetaan **tarpeeksi lisätietoja**
4. Vertailuväittämät tai tulevaisuuteen viittaavat väittämät eivät ole jalanjälkiväittämän kärki, ja ne täyttävät niille **annetut lisävaatimukset**



The background of the slide features a low-angle shot of a modern, multi-story building with a light-colored facade and numerous windows. In the foreground, there are green trees with white blossoms, likely cherry blossoms, which are slightly out of focus. The sky is a clear, bright blue with some light clouds. A semi-transparent white rounded rectangle is centered over the image, containing the text.

meira

Yrityspuheenvuoro Ruoka LCA-viestintäohjeistus

Heidi Päiväniemi
Vastuullisuus, kehitys ja viestintä –johtaja

Meira Oy

- Yli **satavuotias suomalainen yritys**, joka valmistaa kahvia ja maustamistuotteita sekä kuluttajille että ammattilaisille.
- Suurin osa, n. 98% tuotteistamme valmistetaan, pakataan omassa tehtaassamme **Helsingin Vallilassa**.
- Vastuullisuusohjelmamme ja tieteeseen perustuvat SBT-hyväksytyt päästövähennystavoitteemme viitoittavat työtämme niin Vallilassa kuin arvoketjussamme.
- Meiran liikevaihto oli vuonna 2023 99,8 milj. euroa ja henkilöstön määrä 188.
- Olemme osa italialaista **Massimo Zanetti Beverage** konsernia, joka on Euroopan suurimpia kahvialan yrityksiä.



Nopeasti ja laajasti etenevän kestävyys sääntelyn osana ympäristöväittämiin ja niiden viestimiseen nivoutuva lainsäädäntö täsmentyy edelleen

- Olemassaolevan lainsäädännön ja linjausten lisäksi EU-sääntelyn tavoitteena on **torjua viherpesua, edistää ympäristöväittämien vertailukelpoisuutta ja vahvistaa kuluttajien mahdollisuutta tehdä kestäviä valintoja.**
- Vaade läpinäkyvästä ja todennetusta tieteeseen perustavasta viestinnästä vapaaehtoisia ympäristöväittämiä koskien vahvistuu.**
 - Hyväksytty vihreän siirtymän kuluttajansuoja-direktiivi
 - Tuleva ympäristöväittämiä koskeva direktiivi (Green Claims Directive, syksy 2024)
- Tavoitteena on varmistaa, että ympäristöön liittyvät nimenomaiset markkinointiväitteet ovat **selkeitä, totuudenmukaisia ja todistettavissa**, jotta kuluttajat voivat tehdä kestäviä valintoja. Jatkossa kaikkien ympäristöväittämien tulee perustua tieteelliseen näyttöön ja kolmannen osapuolen etukäteiseen todentamiseen.
- Suunta on oikea. Oman haasteensa yrityksille kuitenkin tuo kestävyys sääntelyn laajuus, ja siinä myös ristikkäisvaikutusten tunnistaminen sekä osin erittäin lyhyet siirtymäajat.**

Kestävyys sääntelyyn liittyviä aloitteita ja aikataulua

Hyväksytty:

Kertakäyttömuoveja koskeva direktiivi (SUP)	Päästökauppadirektiivi (ETS, ETS2)
Kestävän rahoituksen asetus (taksonomia)	Energiatohokkuus-direktiivi (EED)
Kestävyysraportointi-direktiivi (CSRD)	Luonnon ennallistamista koskeva asetus
Metsäkatotasetus	

Käsittelyssä:

Pakkauksia ja pakkausjätettä koskeva lainsäädäntö (PPWR)	Maaperän terveyttä koskeva direktiivi
Jätepuitedirektiivin (WFD) päivitys	Uusia genominmuokkaustekniikoita koskeva asetus
Yritysvastuudirektiivi (CSDDD)	Kasvinsuojeluvälineiden käyttöä koskeva asetus
Pakkotyön torjuntaa koskeva asetus	Elintarviketietoisuusasetus

Jää pöydälle:

Ympäristöväittämiä koskeva direktiivi
Kestävien elintarvikkejärjestelmien puhtalainsäädäntö (FSFS)
Eläinten hyvinvointia koskeva lainsäädäntö

Lähde: ETL Kestävyys sääntelyn ajankohtaiskatsaus 7.3.2024

Vastuullisten valintojen tekeminen kiinnostaa, mutta se koetaan hankalaksi

meira



Enemmistö kuluttajista haluaa toimia vastuullisesti.



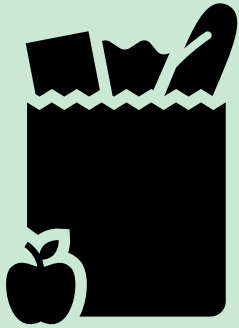
Suuri osa kuluttajista kokee tietävänsä liian vähän vastuullisuudesta. Erojen ymmärtäminen tuotteiden kesken on haastavaa.



Kuluttajien luottamus jaettuun vastuullisuustietoon on vähentynyt.

Oman arjen valintojen kautta vaikuttaminen koetaan helpoimmaksi

meira



Kuluttajat kokevat omaan arkeensa linkittyvät konkreettiset teot ja valinnat tärkeimmiksi ja myös helpoimmiksi keinoiksi vaikuttaa.

Ruoka LCA -viestintäohjeistuksen mahdollisuudet toimialan yrityksille



Tukee ympäristöväittämien viestinnän läpinäkyvyyttä ja vertailtavuutta.



Parempi vertailtavuus tuotteiden välille myös ympäristönäkökulmasta.



Ympäristöjalanjälkitieto lisää kuluttajien kiinnostusta tuotteiden ympäristövaikutuksia kohtaan sekä ymmärrystä niiden ympäristövaikutuksista. → Vaikutus ostopäätökseen vahvistuu.



Ohjeistuksen mukainen viestintä tukee osaltaan kuluttajien luottamuksen vahvistumista vastuullisuusviestintää koskien.



Yrityksillä on mahdollisuus ulosmitata aiempaa paremmin kilpailuetua vastuullisuudessa, kun kirjava väittämämarkkinointi ja viherpesu vähenee ja toisaalta kuluttajien tietoisuus ja ymmärrys myös lisääntyy.

Ohjeistus on hyvä alku, mutta haasteitakin voi olla:

Missä viestitään?

- Tuotteiden pakkausinformaation rakenne ja käytettävissä oleva tila on useasti hyvin rajallinen. Tietojen päivittymisen huomiointi.
- Ohjeistuksen jälkeenkin asiasisältö on myös edelleen vaativa kuluttajalle hahmottaa ja edellyttää tuekseen muutakin markkinointia/viestintää.

Vaikuttavuuden ja hyötyjen ulosmittaaminen markkinoinnissa ja viestinnässä

- Yrityksillä on rajalliset resurssit toimia ohjeistuksen mukaisesti ja tuotetasoisesti *läpi koko valikoiman/kattavalla tavalla*.
 - Tuotelaskentaan tarvittavan luotettavan tiedon hankinta / saatavuus.
 - Resurssien ja osaamisen riittävyys.

Varovaisuus ja ylitulkinnan riski

- Lisääkö ohjeistus ympäristövaikutuksista viestimistä vai vähentääkö sitä esim. varovaisuudesta tai yllämainituista asioista johtuen.

Meiran vinkit vastuullisuusviestinnän kehittämiseen



- Varmista oman organisaatiosi riittävä ymmärrys ohjeistuksen ohella lainsäädännön muutoksista ja niiden vaikutuksista.
- Panosta osaamisen päivittämiseen ja kehittämiseen tarvittaessa, huomioi keskeiset sidosryhmät läpi organisaation.
- Arvioi soveltaminen ja tunnista kehitystarpeet tuotteistossa tarvittavien tietojen osalta.



The background of the slide features a low-angle shot of a modern, multi-story building with a white facade and numerous windows. The building is partially obscured by the branches and white blossoms of trees in the foreground. The sky is a deep blue with some light clouds. A semi-transparent white rounded rectangle is centered over the image, containing the text.

Kiitos!

heidi.paivaniemi@meira.fi

meira



Kysymyksiä ja keskustelua



Yleisön palaute: Mentimeter-kysely



tai [linkki chatissa](#)

Ohjeita kuluttajille – ympäristöjalanjälkiä nähdessä kannattaa kiinnittää huomiota ainakin näihin asioihin:

Mitä?

Miten jalanjälki on esitetty? Onko jalanjälken suuruus esitetty numeroin?

Koskeeko jalanjälki koko tuotantoketjua vai vain tiettyä elinkaaren vaihetta?

Mitä kohden jalanjälki esitetty?

Onko tarjolla lisätietoja kattavasti ja tarkasti?

Liittyykö väittämään päästövähennyksiä?

Esim. "50 % pienempi hiilijalanjälki"

Liittyykö väittämään tulevaisuuden päästövähennystavoitteita?

Esim. "puolitamme hiilijalanjäljen 2035 mennessä"

Mainitaanko väittämässä jotain päästökompensaatioon liittyvää?

Esim. "hiilineutraali", "hiilinegatiivinen" tai "hiilijalanjälki hyvitetty"

Kiitos osallistumisesta!



Kiinnostaako LCA-laskenta?

Loppuvuodesta julkaistavan
Kansallisen ruoka-LCA-ohjeistuksen
avoin esittelywebinaari 8.5.2024
klo 10-12

Ilmoittautuminen alkaa pian - kutsu lähetetään
kaikille tämän päivän webinaarin osallistujille



© NATURAL RESOURCES INSTITUTE FINLAND

Ohjeistus saatavissa:

<https://www.luke.fi/fi/documents/ruokalca-viestintaohjeistus>

tai QR-koodi



Lisätietoja:

anniina.lehtila@luke.fi
hannele.heusala@luke.fi



**Ohjeistus elintarvikkeiden
ympäristöjalanjälkiväittämistä
viestimiseen**

Ruoka-LCA-viestintäohjeistus

