

Asia: Lausuntopyyntö Kuluttajansuojalain uudistaminen vihreän siirtymän edistämiseksi – Työryhmän mietintö

Oikeusministeriö

<https://www.lausuntopalvelu.fi/FI/Proposal/Participation?proposalId=4b3c6ee6-de4f-4e6c-90ad-11fc73838600>

Lausunto

Lausuntomme liittyvät vihreän siirtymän kuluttajansuojadirektiiviin ja erityisesti ruokatuotteisiin liittyvien vihreiden väitteiden näkökulmasta, johon liittyvää tutkimusta tehdään Lukessa paljon, ml. ruokatuotteiden elinkaariarvioinnit, niihin liittyvät tuoreet ympäristöjalanjälkien laskenta- ja viestintäsuositukset ja politiikka/päätätäjäsuosituksemme tältä vuodelta.

Vihreän siirtymän kuluttajansuojadirektiivin täytäntöön panemiseksi ehdotetaan erinäisiä muutoksia ja täydennyksiä, jotka koskevat markkinoinnissa annettavia tietoja. Muutoksilla pyritään yhtäältä lisäämään kuluttajien tietämystä hyödykkeiden ympäristövaikutuksista ja toisaalta puuttumaan totuudenvastaisten tai harhaanjohtavien ympäristöväittämien esittämiseen. Mietinnössä ehdotetaan muutoksia mm. kuluttajansuojalakiin. Muutokset ja täydennykset koskevat markkinoinnissa annettavia tietoja sekä elinkeinonharjoittajan tiedonantovelvollisuutta ennen sopimuksen tekemistä. Muutoksilla pyritään yhtäältä lisäämään kuluttajien tietämystä hyödykkeiden ympäristövaikutuksista ja toisaalta puuttumaan totuudenvastaisten tai harhaanjohtavien ympäristöväittämien esittämiseen. On tärkeää, että nämä muutokset tehdään, koska tutkimuksien perusteella on hyvin tiedossa, että yli puolet yritysten ympäristöväittämistä on epäselviä, harhaanjohtavia, monitulkintaisia tai perusteettomia ja kuluttajien luottamus ympäristöväittämiin on heikko. Yksi ongelma on, että ne jättävät aivan liian usein oleellisia asioita kertomatta kuluttajille ja näin ollen eivät täytä lähtökohtaisesti omaehtoisten väittämien tarvetta kohdentua olennaisiin ympäristöasioihin. Lisäksi kuluttajat ovat tuoneen tutkimuksissa esille, että omaehtoisten ympäristöväitteen todenperäisyydestä ei ole saatavissa lisätietoja ja siksi peräänkuulutamme osana lausuntoa läpinäkyvyyttä ja avoimuutta.

On tärkeää, kuten aihepiirissä aiemminkin Suomen kommentteissa on tuota esille, että kuluttajat saavat riittävästi luotettavaa tietoa tuotteiden kestävyyydestä ja ympäristöominaisuuksista, ja tämän tulisi tapahtua mahdollisimman kokonaisvaltaisesti ja tutkittuun/yhdenmukaiseen tietoon perustuen ja kaikista läpinäkyvyydestä kestävyysmerkinnöistä luovuttaisiin. Erityisen tärkeää on, että direktiivillä puututaan harhaanjohtavien ympäristöväitteiden ja kestävyysmerkintöjen esittämiseen ja on tärkeää että liitteen I (ns. musta lista) kohdat ovat riittävän yksiselitteisiä ja selkeitä. Tämä jo selkeyttää tilannetta markkinoilla ja on nyt jo ennalta siistinyt ruokatuotteisiin liittyviä ympäristöväittämiä etupainotteisesti.

Kuluttajien tulisi voida valita luotettavaan tietoon perustuen tuotteita, jotka ovat ympäristön kannalta parempia kuin esimerkiksi kilpailevat tuotteet. Vihreän siirtymän kuluttajansuojadirektiivi pyrkii tässä edistämään kilpailua ja ympäristön kannalta kestävämpien tuotteiden kehittämistä, minkä tulisi vähentää kielteisiä ympäristövaikutuksia. Tässä on suora analogia Luken juuri päättäneen viisivuotisen LCAFoodPrint-hankkeen keskeisiin johtopäätöksiin ja kansallisiin suosituksiin (lisätietoa esim. [luke.fi/LCAFoodPrint](https://www.luke.fi/fi/uutiset/politiikkasuositus-yhdenmukaisten-elinkaariarviointien-valtavirtaistuminen-edellyttaa-ruokaalalta-yhteisten-), <https://www.luke.fi/fi/uutiset/politiikkasuositus-yhdenmukaisten-elinkaariarviointien-valtavirtaistuminen-edellyttaa-ruokaalalta-yhteisten->

pelisaantojen-kayttoonottoa-ja-tukea-paattajilta). Perustellun ympäristöväitteen tueksi tulisi myös esittää kattavasti lisätietoja esimerkiksi yritysten nettisivuilla eli läpinäkyvyys väittämän takana tulisi avata laajemmin niistä kiinnostuneille ja viranomaisille. Tämä olisi tärkeää omaehtoisten ympäristöväittämien kannalta varsinkin ruokasektorilla, jossa sertifioidut merkinnät eivät ole vielä todennäköisesti laajasti lähitulevaisuutta.

Todettakaan että tuotteiden ympäristöväittämissä, esimerkiksi lähtökohtaisesti kaikissa omaehtoisissa ympäristöväittämissä, tulisi aina keskittyä olennaisiin asioihin ja tekijöihin. Tämäkin logiikka on uuden direktiivi taustalla, joskaan käsillä oleva direktiivi ei tästä näkökulmasta perkaa kattavasti yritysten tuotteiden omaehtoisten ympäristöväittämien mahdollisuuksia ja reunaehtoja. Todettakoon kuitenkin osana Luken lausuntoa, että hieman päinvastoin kuin mitä Suomessa kuluttaja-asiamies on tulkinnut esimerkiksi liittyen ruokapakkausten ympäristövaikutuksiin (ja esimerkiksi niiden kehittymisen kautta saavutettuihin ympäristöetuihin, suhteessa aiempiin pakkausratkaisuihin) ja niistä viestintään, niin yleensä pakkaukset (tuotantoketjut ja pakkausten uudelleenkäyttö/kierrätys kokonaisuudessaan) eivät muodosta ruokatuote-pakkaus-kokonaisuudesta kovin merkittäviä ympäristövaikutuksia, tyypillisesti vain muutamia prosenteja, ja näin ollen Luke lähtee omista ruokatuotteista koskevista viestintäsuosituksista, että tällaisessa yhteydessä olisi syytä kertoa ja avata myös mitä pakkausmuutoksen kautta saavutettu ympäristöhyöty tarkoittaisi esimerkiksi prosentuaalisesti koko tuote-pakkausjärjestelmän kannalta. Muutoin on riski, että kuluttaja ajattelee tekevänsä ison merkittävän ympäristövalinnan valitessaan uusia pakkausratkaisuja, vaikka ensisijaisesti hänen tulisi miettiä pakkauksen sisältöä ja onko esimerkiksi ruokaketjussa itsessään saavutettu merkittäviä ympäristövaikutusvähennyksiä.

Vaikka meillä on viralliset tunnistetut EN-ISO 14024 -standardin mukaiset ympäristömerkkijärjestelmät (Pohjoismainen ympäristömerkki eli Joutsenmerkki ja EU-ympäristömerkki) niin ruokajärjestelmän ja ekologisesti kestävämpien ruokavalintojen kannalta nämä eivät tuo helpotusta, koska niissä kriteereitä ei ole ruokatuotteille laadittu. Siksi juuri tällaisten sektorien osalta on tärkeää, että voidaan toistaiseksi edistää kuluttajien tiedollisia valinnan mahdollisuuksia omaehtoisten, kokonaisvaltaisten ympäristöväittämien kanssa. Pitkässä juoksussa myös ruokatuotteille tulee virallisia/sertifioituja ympäristömerkintöjä, mutta nykyhetkeen juuri laajasti käyttöön otettavat luotettavat, ja yhdenmukaiseen tuotteiden ympäristöjalanjälkitietoon perustuva viestintä kuluttajille brändien toimesta olisi askel asiassa hyvään suuntaan.

Sopimattomia kaupallisia menettelyjä koskevan direktiivin 2 artiklan alakohdassa määritellään ympäristöväittäminen. Ympäristöväittämällä tarkoitetaan kaupallisen viestinnän yhteydessä missä tahansa muodossa esitettyä viestiä tai esitystä, joka ei ole unionin oikeuden tai kansallisen lainsäädännön nojalla pakollinen, mukaan lukien teksti, kuvallinen, graafinen tai symbolinen esitys kuten merkinnät, markkinointinimet, yritysten nimet tai tuotenimet, ja jossa todetaan tai annetaan ymmärtää, että tuotteella, tuoteluokalla, tuotemerkillä tai elinkeinonharjoittajalla on myönteinen vaikutus tai ei ole lainkaan vaikutusta ympäristöön tai että se vahingoittaa ympäristöä vähemmän kuin muut tuotteet, tuoteluokat, tuotemerkit tai elinkeinonharjoittajat taikka että sen vaikutus on ajan kuluessa parantunut.

Vaikka kestävyysmerkinnän määritelmä on laaja, tosiasiaa sitä rajaa jossain määrin asetuksen 2 §:ään sisältyvä edellytys siitä, että kestävyysmerkinnän tulee perustua sertifiointijärjestelmään tai olla viranomaisen vahvistama.

Vaatus merkitsee käytännössä sitä, että merkinnällä voidaan tarkoittaa vain sen tyyppistä merkintää, jolle on asetettavissa konkreettisia ja valvottavissa olevia kriteerejä. Näin ollen on hyvä, että mietinnössä on tehty selvä tulkinta

siitä, että esimerkiksi yksinomaan tiettyä arvoa (esimerkiksi tuotteen hiilijalanjälki), ajatussuuntaa tai tukihanketta kuvaavia merkkejä tai visualisointeja, kuten sateenkaarimerkkiä (ns. liikennevalo/väriskaala, esimerkiksi tuotteen tietty ympäristöjalanjälki suhteessa muihin ruokatuotteisiin, vihreästä punaiseen), ei olisi pidettävä määritelmässä tarkoitettuina kestävyysmerkintöinä. Näistä osa onkin juuri sellaisia viestintäkeinoja, joita Luke pitää hyvinä ratkaisuna edistää kotimaisella ruokasektorilla lisätä kuluttajien tietoa ruokatuotteiden ympäristöjalanjäljistä systemaattisesti, kokonaisvaltaisesti ja olennaisuus ja koko tuotteen elinkaari edellä (viestintäsuosituksemme: <https://www.luke.fi/fi/documents/ruokalca-viestintaohjeistus>). Ohje keskittyy tuotekohtaisiin ympäristöjalanjälkiväittämiin, jolla tarkoitetaan tietyn elintarvikkeen ympäristöjalanjälkeä, joka on laskettu elinkaariarvioinnin avulla ja joka kuvaa kyseisen tuotteen tuotantoketjua. Jalanjälkiväittäjä voi sisältää yhden tai useampia ympäristöjalanjälkiä, lähtökohtaisesti vertailukelpoisuuden kannalta suosituksena on, että tulisi käyttää ns. uutta kansallista Ruoka-LCA-ohjeistusta ympäristöjalanjäljen laskentaan, tuomaan vertailukelpoisuutta ruokatuotteiden ympäristöjalanjäljistä ja sitä kautta palvelemaan kuluttajien kestäviä valintoja ja reilua kilpailua. Kuten mietinnössä todetaan niin elintarvikealalla on myös uusia tuulia liikkeellä. Yksi vaihtoehto on luoda kestävyysmerkinnäksi katsottavalle merkille standardin mukainen sertifiointijärjestelmä, ja ainakin elintarvikemarkkina-alalta saadun tiedon mukaan osa yrityksistä onkin ryhtynyt valmistelemaan kolmannen osapuolen sertifiointia omalle ohjelmalleen. Näistä tulemme näkemään luonnoksia lähiviikkoina ja vasta sitten Luke osaa osaltaan arvioida, toimitisivatko ne tässä kontekstissa tuoda esille tutkimukseen perustuvaa luotettavaa tietoa, tuotteiden koko elinkaaren näkökulmasta ja olennaisista asioista.

Lausunnon valmistelija(t):
Juha-Matti Katajajuuri

Liitteet: lausunto luke vihreän siirtymän dire.docx