

NEPGa-hankkeen yksi tavoitteista on kuluttajille suunnatun tuoteryhmäkohtaisen merkinnän luominen, jossa yhdistyy elintarvikkeen ympäristökuormitus sekä ravitsemuksellinen arvo yhdeksi selkeäksi merkiksi. Merkin tavoitteena on edistää terveellisten ja ympäristöystävällisten elintarvikkeiden tarjontaa sekä auttaa kuluttajia tekemään näiden arvojen suhteen parempia valintoja. Mahdolliseen merkkiin liittyen järjestimme 13.6 Helsingissä työpajan, jossa keskusteltiin merkin mahdollisuuksista sekä haasteista. Työpaja järjestettiin avoimena keskustelutilaisuutena, jossa kuultiin sidosryhmien ajatuksia mahdollisen merkintäjärjestelmän käyttöönottoon liittyen. Alustuksena keskusteluille toimivat puheenvuorot Anna Karalta (Sydänmerkki) sekä Karin Bergbomilta (Joutsenmerkki – Pohjoismainen ympäristömerkki). Lisäksi alustuksena käytiin läpi Terhi Latvalan (LUKE) johdolla edellisen työpajan tuloksia. Pienryhmissä keskusteltiin mitä uuden merkinnän lanseerauksessa ja toteuttamisessa vaaditaan käytännössä. Keskustelun pohjana käytettiin kolmea kysymystä:

- 1) Kuka sertifioi, valvoo ja rahoittaa merkkiä?
- 2) Mistä pitää lähteä liikkeelle? Tarvitaanko pilotti ja jos kyllä, minkälainen?
- 3) Millainen merkki konkreettisesti olisi?

Merkin ylläpidon rahoituksessa selkeästi oltiin sitä mieltä, että kustannukset katettaisiin liittymis- tai tarkistusmaksuilla eli rahoitus tulisi merkkiä tuotteissaan käyttäviltä yrityksiltä. Merkkiä hallinnoisi voittoa tavoittelematon taho, jolloin merkin kriteeristö sekä muu toiminta olisi läpinäkyvämpää ja puolueetonta. Mahdolliseksi ongelmaksi nostettiin tuotekohtaisten laskelmien hinta. Tarvittaisiin valmiita taulukoita tai tietokantoja, jotka auttaisivat laskelmissa. Liian korkea hinta asettaisi eri kokoiset yritykset eriarvoiseen asemaan. Etukäteen määritellyt kriteerit myös auttaisivat tuotekehitystä viemään tuotteita terveellisempään sekä ympäristöystävällisempään suuntaan. Merkinnän kriteerien selkeyttä painotettiin, jotta välttyttäisiin mahdolliselta keinotekoiselta hyvän arvon tavoittelulta. Käytännössä tämä voisi olla mahdollista, mikäli jokin yksittäinen osa-alue painottuu liikaa. Esimerkkinä, voiko suolan määrää vähentämällä kompensoida liikaa muita huonoja osa-alueita. Huolta aiheutti myös, ymmärretäänkö merkin sanoma oikein: tuoteryhmäkohtainen määritys saattaa aiheuttaa väärinkäsityksiä, äärimmäisenä esimerkkinä miksi perunalastu näyttäisi olevan parempi valinta kuin vaikkapa porkkana.

Yhtä mieltä keskustelijat olivat myös siitä, että pilottihanke on paras tapa lähteä liikkeelle. Ehdotettiin mahdollisuutta kokeilla merkin käyttöä pienessä mittakaavassa ensin lounasruokaloissa. Helpoimmaksi tuoteryhmäksi kokeiluun soveltuisi erilaiset viljatuotteet. Pilottitestausta tarvitsee rinnalleen paljon tiedotusta, jotta merkinnän merkitys avautuu kuluttajille kuin myös sitä käyttäville tahoille. Tarvitaankin paljon informaatiota sekä yhteydenpitoa eri sidosryhmien välillä.

Sen sijaan runsaasti hajontaa aiheutti kysymys merkin ulkonäöstä. Eritoten, pitääkö saman merkin sisällä olla erilliset arvot ympäristölle ja ravitsemukselle vai pitäisikö nämä yhdistää yhdeksi arvoksi. Lisäksi tulisiko merkin konkreettisesti olla jokin numeroarvo, liikennevalomalli vai vaan minimikriteerit täyttävän tuotteen merkki. Koska merkin pitää olla positiivinen, jotta se otettaisiin laajalti käyttöön, voi liikennevalomalli olla haastava. Merkin pitää olla selkeä, joten tekstiä merkki ei saisi sisältää. Muuten tilavaatimukset pakkauksissa kasvavat liikaa tai merkki jää huomaamattoman pieneksi. Lopputulemana merkin ulkonäön pitää olla sellainen, jotta se helposti auttaa kuluttajaa valitsemaan paremman tuotteen.