



POLICY BRIEF 2021:27

Näkökulmia ajankohtaisiin yhteiskunnallisiin kysymyksiin ja poliittisen päätöksenteon tueksi.

Tämä julkaisu on toteutettu osana valtioneuvoston vuoden 2020 selvitys- ja tutkimussuunnitelman toimeenpanoa (tietokayttoon.fi).

Julkaisun sisällöstä vastaavat tiedon tuottajat, eikä tekstisisältö välttämättä edusta valtioneuvoston näkemystä.

Lapsiin ja nuoriin kohdistuvaa epäterveellisten elintarvikkeiden markkinointia tulisi rajoittaa nykyistä tiukemmin

Mikael Fogelholm¹, Elina Närvänen², Maijaliisa Erkkola¹
ja Anu Lähteenmäki-Uutela³

¹ Helsingin yliopisto, ² Tampereen yliopisto, ³ Suomen ympäristökeskus (SYKE)

Sääntelyä pitää uudistaa erityisesti 13–17-vuotiaiden suojaamiseksi digitaalisissa markkinointikanavissa

Lasten ja nuorten oikeus terveelliseen ravitsemukseen on mainittu lapsen oikeuksien yleissopimuksessa. Kun alaikäiset kohtaavat epäterveellisten elintarvikkeiden markkinointia, tämä oikeus vaarantuu (ks. kuva 1 lasten ja nuorten mediaympäristöstä). Nuori ikä ja vanhempien matala koulutustaso ovat yhteydessä terveystiedon vähäisempään merkitykseen ruokavalinnoissa. Vastaavasti ruokaympäristöön liittyvien tekijöiden, kuten markkinoinnin ja sosiaalisten viiteryhmien merkitys on suurempi.

Nykyisellään Suomen lainsäädännössä ei määritellä epäterveellistä elintarviketta. Määritelmä tarvitaan, jotta markkinointia voidaan rajoittaa. Nykyinen lainsäädäntö, viranomaisohjeet ja elintarvike- ja markkinointialan itsesääntely eivät riitä suojaamaan kaikkia alaikäisiä. Tarvitaan toimenpiteitä, jotta erityisesti uudet digitaaliset markkinointikanavat ja 13–17-vuotiaat nuoret saadaan suojelun piiriin. Siksi lainvalmistelu kaikkia alaikäisiä koskevasta epäterveellisten elintarvikkeiden markkinointikiellosta tulisi käynnistää.



KUVA 1: Lasten ja nuorten mediaympäristö

Epäterveellisten elintarvikkeiden markkinointi lapsille ja nuorille

EPELI-hanke (Epäterveellisten elintarvikkeiden markkinointi lapsille ja nuorille) tuotti tietoa lapsiin ja nuoriin kohdistuvasta epäterveellisten elintarvikkeiden markkinoinnista ja epäterveellisten elintarvikkeiden määrittelystä Suomessa. Hanke laati suositukset keinoista, joilla lapsia ja nuoria voidaan suojata epäterveellisten elintarvikkeiden markkinoinnilta. Monitieteiseen hankkeeseen osallistui Helsingin yliopiston ravitsemustieteen, Tampereen yliopiston markkinoinnin ja Suomen ympäristökeskuksen juridiikan asiantuntijoita.

Hankkeessa hyödynnettiin useita tutkimusmenetelmiä ja -aineistoja: S-ryhmän tutkimuskäyttöön luovuttamaa asiakasomistajien ostoaineistoa, ravitsemusprofilointimenetelmien vertailua, havainnointimenetelmiä, haastatteluja ja juridista tarkastelua. Hankkeessa kuultiin eri sidosryhmiä, kuten elintarvike- ja markkinointialan liittoja ja yrityksiä, vanhempia ja 12–17-vuotiaita nuoria. Tutkimuksen tuloksena esitetään johtopäätökset ja suositukset epäterveellisten elintarvikkeiden markkinoinnin rajoittamiseksi Suomessa.

Kansainvälinen paine alaikäisten suojaamiseksi epäterveellisten elintarvikkeiden markkinoilta on kasvanut

Monet tahot, kuten YK, WHO ja UNICEF ovat vaatineet toimenpiteitä lasten oikeuksien suojelemiseksi ja markkinointirajoitusten laatimiseksi koskien epäterveellisiä elintarvikkeita. Epäterveellisten elintarvikkeiden markkinoinnilla on tutkimusten mukaan yhteys alaikäisten epäterveellisiin ruokatottumuksiin ja kasvavaan ylipaino-ongelmaan. Siten markkinoinnin rajoittamisella on vaikutusta paitsi yksilöiden myös laajemmin yhteiskunnan hyvinvointiin.

Lasten ja nuorten mediaympäristön vauhdikas digitalisoituminen ja sen mukanaan tuomat uudet markkinoinnin kanavat ja keinot ovat aiheuttaneet lisää painetta sääntelyn uudistamiseen. EU:n uudistettu AVMS-direktiivi kannustaa jäsenvaltioita kehittämään yhteis- ja itsesääntelyn keinoja liittyen alaikäisten kohtaamaan epäterveellisten elintarvikkeiden markkinointiin. Jotkin Euroopan maat, esimerkiksi Portugali ja Norja, ovat lailla kieltäneet epäterveellisten elintarvikkeiden markkinoinnin alle 16-vuotiaille.

Eri puolilla maailmaa sääntely muuttuu nopeasti. Esimerkiksi Meksikon yksittäisissä osavaltioissa epäterveellisten elintarvikkeiden markkinointi ja *myynti* alle 18-vuotiaille on kielletty.

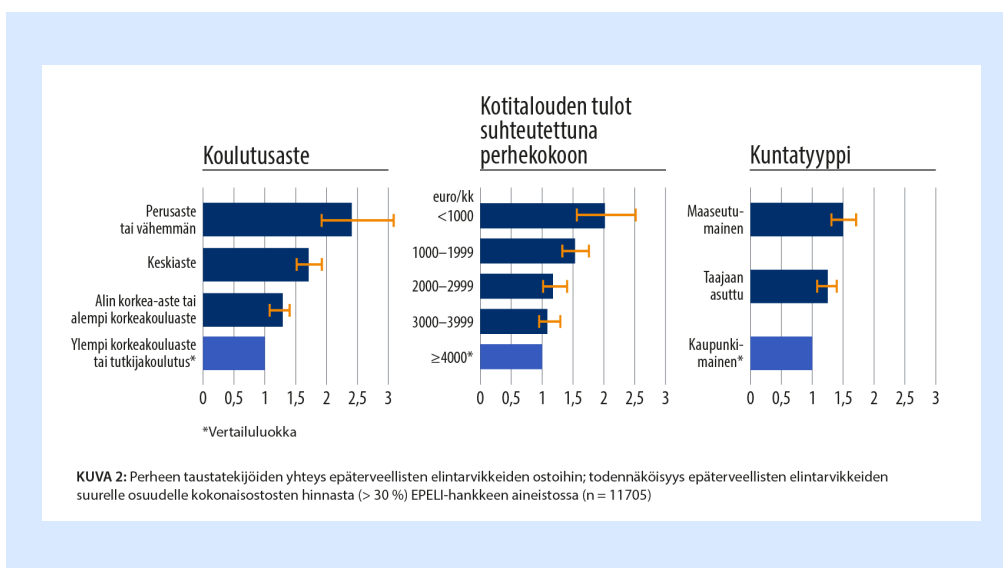
Sääntelyä pitää uudistaa monipuolisesti hyödyntäen eri keinoja

Kaikkia sääntelyn keinoja eli itsesääntelyä, viranomaisvalvontaa sekä lainsäädäntöä tulisi hyödyntää markkinoinnin rajoittamisessa. Itsesääntely on Suomessa toiminut melko tehokkaasti pienten lasten osalta, mutta se jättää ulkopuolelle 13–17-vuotiaat alaikäiset. Kilpailu- ja kuluttajaviraston laatiman linjauksen (KKV 2004, päivitetty 2015) soveltamisala ja velvoittavuus eivät ole selkeät. Markkinointi ja sen hyvän tavan vastaisuus on kuluttajalainsäädännössä määritelty, mutta epäterveellistä elintarviketta ei.

EPELI-hankkeen johtopäätökset ja suositukset

1. Markkinoinnin sääntelyä tarvitaan alaikäisten oikeuksien turvaamiseksi

- Alaikäisten oikeuksista (UNICEF) esimerkiksi oikeus terveyteen, ruokaan, elämään ja oikeus tietoon vaarantuvat, kun heihin kohdistuu epäterveellisten elintarvikkeiden markkinointia.
- Alaikäisen oikeuksien täysimääräinen toteutuminen edellyttää, ettei epäterveellisten elintarvikkeiden sääntelyssä jokin alaikäisten ryhmä jää suojan ulkopuolelle.
- Markkinoinnin sääntelyä tarvitaan erityisesti koulutuksen, tulojen, perheeseen ja asuinalueen mukaisten erojen tasaamiseksi epäterveellisten elintarvikkeiden ostoissa (katso kuva 2 seuraavalla sivulla).



2. Uutta sääntelyä tarvitaan suojaamaan erityisesti 13–17-vuotiaita

- Lainsäädäntö, Kilpailu- ja kuluttajaviraston (KKV) linjaus alaikäisille kohdistettuun elintarvikemarkkinointiin sekä yritysten itsesääntely eivät nykyisessä muodossaan suojele riittävästi kaikkia alaikäisiä heihin kohdistuvalta epäterveellisten elintarvikkeiden markkinoinnilta.
- Nykyinen sääntely suojelee kuitenkin melko hyvin pieniä, etenkin alle kouluikäisiä lapsia epäterveellisten elintarvikkeiden markkinointiviestinnältä.
- Sen sijaan 13–17-vuotiaat nuoret kohtaavat epäterveellisten elintarvikkeiden markkinointia digitaalisissa kanavissa, eikä tätä ikäryhmää juurikaan huomioida esimerkiksi itsesääntelyohjeissa.
- Erityisesti markkinointi, jossa hyödynnetään nuorten suosimia sosiaalisen median vaikuttajia, on ristiriidassa nykyisen sääntelyn antamien ohjeiden kanssa.

3. Sääntelyä on tehostettava monella rintamalla

- Itsesääntelyn, viranomaisvalvonnan ja lainsäädännön kehittäminen tukevat toisiaan, kun alaikäisiä suojellaan epäterveellisten elintarvikkeiden markkinoinnilta. Siksi sääntelyn kehittäminen tulee koskea näitä kaikkia. Kehittämistyö on tehtävä asiantuntijoiden ja virkamiesten yhteistyönä, sidosryhmiä kuunnellen.

- Kaikkien itsesääntelynormien soveltamisalaa tulisi laajentaa siten, että suojan ymmärrettäisiin kattavan kaikki alle 18-vuotiaat.
- Alaikäisiin vetoavat epäterveellisten elintarvikkeiden pakkaukset tulisi katsoa itsesääntelyohjeiden vastaisiksi.
- Kuluttaja-asiamiehen linjaus “Lapset ja elintarvikkeiden markkinointi” (KKV 2004, tarkistettu 2015) on vanhentunut, ja epäterveellisen elintarvikkeen määritelmän puuttuessa sen velvoittavuus on epäselvä.
- Huomiota on myös kiinnitettävä yritysten ja kansalaisten (erityisesti lasten, nuorten ja heidän vanhempien) valistamiseen ohjeistuksesta ja tietoisuuden lisäämiseen aiheesta.

4. Lainvalmistelu markkinoinnin rajoittamiseksi on käynnistettävä

- Epäterveellisten elintarvikkeiden markkinointia alaikäisille rajoittavaa lainsäädäntöä on alettava valmistella samalla, kun rajoituksille välttämätöntä ravitsemusprofiilijärjestelmää kehitetään.
- Lakiin perustuvien rajoitusten tulisi koskea alle 18-vuotiaisiin kohdistuvaa epäterveellisten elintarvikkeiden markkinointia.
- Erityisen tärkeä ryhmä ovat 13–15-vuotiaat eli nuorimmat siitä ikäryhmästä, jota nykyinen markkinoinnin rajoittamisen itsesääntely ei kata.

5. Ravitsemusprofilointi otettava käyttöön epäterveellisen elintarvikkeen määrittelyssä

- Suomessa on otettava käyttöön ravitsemusprofilointiin perustuva järjestelmä, joka kertoo elintarvikkeen ravitsemuksellisesta laadusta riittävän monipuolisesti, ei ainoastaan osoittaen epäterveellistä tai terveellistä vaihtoehtoa.
- Ensimmäinen vaihe: WHOEuro-malli on kehitetty markkinoinnin kieltämisen ja rajaamisen työkaluksi. Se kieltää täysin tiettyjen epäterveellisten ruokien markkinoinnin lapsille. Muita elintarvikkeita arvioidaan verraten ravintosisältöä tuoteryhmäkohtaisiin raja-arvoihin, jotka on asetettu terveyden kannalta epäedullisille ravintoaineille. Suomessa markkinoinnin rajoittaminen voi lähteä liikkeelle tästä mallista, joka esityksessämme on muokattu soveltamaan

tarvittaessa Sydänmerkin ravitsemuskriteerejä. Kuvassa 3 seuraavalla sivulla on esitys eri tuoteryhmien markkinoinnin rajoittamiseksi.



- Toinen vaihe: Kehitetään ravitsemusprofilointimalli laajaan terveystieteeseen käyttöön. Työssä on huomioitava tämänhetkinen kehitystyö EU-tasolla. Tavoitteena on yksi ainoa profilointimalli kansalliseen ja mielellään myös EU-tason käyttöön. Kuvassa 4 on esimerkki elintarvikkeiden ravitsemusprofiilin laskemiselle.

Elintarvikkeen merkitys ravintoaineen saannissa

(ravintoainetta 100 g:ssa elintarviketta suhteessa päivittäiseen saantisuosituksen)

	Erittäin paljon	Paljon	Kohtuul-lisesti	Melko niukasti	Niukasti													
TERVEELLISET						<table border="1"> <thead> <tr> <th>Pisteiden summa</th> <th>Ravitsemusprofiili</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>8 → 12</td> <td>Terveellinen</td> </tr> <tr> <td>3 → 7</td> <td>Melko terveellinen</td> </tr> <tr> <td>-2 → 2</td> <td>Neutraali</td> </tr> <tr> <td>-3 → -7</td> <td>Melko epäterveellinen</td> </tr> <tr> <td>-8 → -12</td> <td>Epäterveellinen</td> </tr> </tbody> </table>	Pisteiden summa	Ravitsemusprofiili	8 → 12	Terveellinen	3 → 7	Melko terveellinen	-2 → 2	Neutraali	-3 → -7	Melko epäterveellinen	-8 → -12	Epäterveellinen
Pisteiden summa	Ravitsemusprofiili																	
8 → 12	Terveellinen																	
3 → 7	Melko terveellinen																	
-2 → 2	Neutraali																	
-3 → -7	Melko epäterveellinen																	
-8 → -12	Epäterveellinen																	
Kuitu	4	3	2	1	0													
Monitydyttymätön rasva	4	3	2	1	0													
Kasviproteiini	4	3	2	1	0													
EPÄTERVEELLISET																		
Suola	-4	-3	-2	-1	0													
Lisätty sokeri	-4	-3	-2	-1	0													
Tyydyttynyt rasva	-4	-3	-2	-1	0													

Esimerkki elintarvikkeen ravitsemusprofiilin laskemisesta. Ravintoaineet luokitellaan terveyttä edistäviksi tai heikentäviksi. Elintarvike saa positiivisia pisteitä niistä terveyttä edistävästä ravintoaineista, joita siinä on paljon. Päinvastoin se saa negatiivisia pisteitä, jos siinä on yksi tai useampi terveyden kannalta epäedullinen ravintoaine. Ravitsemusprofiilia varten elintarvikkeen pisteet lasketaan yhteen. Yleensä näitä pisteitä verrataan suuremmissa ryhmissä (esim. proteiinien lähteet) ja tämän perusteella luokitellaan elintarvike kokonaisuudessaan johonkin luokkaan (tässä esimerkissä yhteen viidestä luokasta, epäterveellisimmästä terveellisimpään). Tätä luokitusta voi käyttää esimerkiksi markkinointirajoitusten, verotuksen tai pakkausmerkintöjen perustana.

KUVA 4: Epäterveellisten elintarvikkeiden määrittely

6. Markkinointirajoituksia seurataan altistumista ja ruoankäyttöä tutkimalla

- Mahdollisia markkinointirajoituksia on voitava seurata sekä alaikäisten altistumista, että lasten ja nuorten sekä lapsiperheiden ruoankäyttöä tutkimalla.
- WHO:n laatima CLICK-monitorointimalli voisi tarjota ratkaisun sosiaalisen median seurantaan. Ainakin nyky muodossa käytettävä metodi on kuitenkin työläs, eikä siten vielä sovi laajaan seurantaan. Menetelmän kehittämisessä on oltava mukana.
- Riittävät sosiodemografiset taustatiedot sisältävä asiakasetukorttiaineisto muodostaa hyvän järjestelmän sekä markkinointirajoitusten, että muiden ruoankäytön ohjauskeinojen seurantaan perheiden ruokaostosten avulla.

EPELI-hankkeen keskeiset johtopäätökset ja suositukset on esitetty kuvassa 5.



KUVA 5: EPELI-hankkeen suositus epäterveellisten elintarvikkeiden markkinoinnin rajoittamiseksi

Lisälukemista

Hankkeen raportti on julkaistu valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarjassa: Fogelholm, M., Närvänen, E., Erkkola, M., Lähteenmäki-Uutela, A., Kaivonen, I., Nikkola, A., Sutinen, U-M. ja Uusitalo, L. (2021). Epäterveellisten elintarvikkeiden markkinointi lapsille ja nuorille. Tilanne Suomessa ja pelisääntöjä markkinoinnin sääntelyyn. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan julkaisusarja 2021:57. Saatavilla osoitteessa <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-383-170-4>.

Viitteet

KKV = Kilpailu- ja kuluttajavirasto. (2004, tarkistettu 2015). Kuluttaja-asiamiehen linjaus. Lapset ja elintarvikkeiden markkinointi. Saatavilla osoitteessa <https://www.kkv.fi/ratkaisut-ja-julkaisut/julkaisut/kuluttaja-asiamiehen-linjaukset/toimialakohtaiset/lapset-ja-elintarvikkeiden-markkinointi/>

Lisätietoja

Professori Mikael Fogelholm, Helsingin yliopiston elintarvike- ja ravitsemustieteiden osasto, mikael.fogelholm@helsinki.fi, p. 050 318 0302. Fogelholm toimi EPELI-hankkeen johtajana. Hänellä on pitkä tutkijakokemus erityisesti kansanravitsemukseen ja terveyden edistämiseen liittyvistä kysymyksistä.

Ravitsemustieteen dosentti Majjaliisa Erkkola, Helsingin yliopiston elintarvike- ja ravitsemustieteiden osasto, majjaliisa.erkkola@helsinki.fi, p. 050 416 0389. Erkkola vastasi hankkeen ravitsemusosasta. Hänen tutkimusryhmänsä mielenkiinto kohdistuu lasten ja perheiden ravitsemukseen, ruoankäytön väestöryhmittäisiin eroihin sekä ruoankäytön tutkimusmenetelmien kehittämiseen.

Apulaisprofessori Elina Närvänen, Tampereen yliopiston Johtamisen ja talouden tiedekunta, elina.narvanen@tuni.fi, p. 050 318 6016. Närvänen toimi hankkeen vara-johtajana. Hänen tutkimustoimintansa liittyy markkinointiin, kuluttajien käyttäytymiseen ja kestävästä kehitystä edistävään liiketoimintaan.

Dosentti Anu Lähteenmäki-Uutela erikoistutkija Suomen ympäristökeskuksen (SYKE) ympäristöpolitiikkakeskuksessa, Anu.Lahteenmaki-Uutela@syke.fi, p. 029 525 2087. Lähteenmäki-Uutela vastasi hankkeessa markkinoinnin ja sen rajoittamisen juridisista kysymyksistä sekä lasten oikeuksien huomioimisesta. Hänen tutkimusalueitaan ovat ympäristölainsäädäntö, elintarvikelainsäädäntö ja kestävyysmurros.

EPELI-hanke on toteutettu osana valtioneuvoston vuoden 2020 selvitys- ja tutkimussuunnitelman toimeenpanoa.

Hankkeen ohjausryhmän puheenjohtaja:

Neuvotteleva virkamies Sirpa Sarlio

Sosiaali- ja terveysministeriö, sirpa.sarlio@gov.fi



Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminta
Statsrådets utrednings- och forskningsverksamhet

POLICY BRIEF on valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminnan artikkelisarja, joka esittelee näkökulmia ajankohtaisiin yhteiskunnallisiin kysymyksiin ja poliittisen päätöksenteon tueksi. Artikkelit julkaistaan verkkosivuilla tietokayttoon.fi.
© Valtioneuvoston kanslia