

Elintarvikkeet

Ruokahävikin vähentäminen on tärkeää poikkeusoloissa

Vallitsevan poikkeustilan aikana julkiseen keskusteluun on noussut moni ruokaa koskeva asia, kuten elintarvikkeiden riittävyys. Ruoan kysyntä on kasvanut, ja ruokakauppojen hyllyt ovat paikoin tyhjillään.

Suomessa kotitalouksien ruokahävikki on Luonnonvarakeskuksen laskelmien mukaan 120–160 miljoonaa kiloa vuosittain. Koko ruokaketjussa (alkutuotanto, teollisuus, kauppa, ravintolat sekä kotitaloudet) hävikin määrä on jopa nelinkertainen. Rahassa mitattuna tämä tarkoittaa, että ruokaa heitetään pois satojen miljoonien eurojen edestä.

Maailmanlaajuisesti hävikkiä syntyy yli miljardi tonnia joka vuosi. Tällä määrällä ruokkisi arviolta jopa kaksi miljardia ihmistä. Ruokahävikki on valtava ympäristöongelma, sillä turhaan tuotettu ruoka kuluttaa sekä taloutta että ympäristöä.

Työskentelen opiskelujeni ohella päivittäistavarakaupassa, ja olen etenkin viime viikkoina ollut huolissani ruokahävikin määrän lisääntymisestä ihmisten ostaessa elintarvikkeita poikkeuksellisen paljon. Tuleeko pienten, yhden tai kahden hengen kotitalouksien todella käytettyä kaikki ne seitsemän maitotölkkiä tai kolme leipäpusia, vai päätyykö osa tästä roskakoriin? Onko hamstraaminen tai ruoan ostaminen ”varmuuden vuoksi” merkki siitä, että Suomessa ruoka on liian halpaa? Jos elintarvikkeet olisivat arvokkaampia, niitä luultavasti ostaisiin arvostaa eikä niitä edes olisi varaa heittää roskikseen.

Saisiko tämänhetkinen kriisi ihmiset vihdoon ymmärtämään ruoan arvon ja sen, ettei ruoan saaminen kaupasta olekaan aina niin itsestäänselvyys kuin tähän asti meillä on totuttu ajattelemaan. Toivon mukaan ihmiset oppisivat myös hyödyntämään enemmän pakastamista sekä jakamista vaikkapa naapureille keinoina ehkäistä syntyvää jätettä.

Inka Tornivuori
opiskelija, Vantaa

Marketit ovat osa vaatetuotannon ongelmaa

Kolumnissa (HS 22.3.) esitettiin, että pikamuoti ja himoshoppailu eivät ole Suomessa enemmistölle ongelma, koska täällä käytetään vaatetukseen suhteellisen vähän rahaa ja iso osa vaatteista ostetaan marketeista.

Vaikka marketit eivät uusi valikoimaansa yhtä usein kuin pikamuotiketjut, myös niissä myydään halpatyömaissa tehty-

jä vaatteita, joiden laatu ei ole kestävä.

Suomalaiset ovat lyhyessä ajassa tottuneet vaatteiden kohtuuttoman halpaan hintaan. Korkea hinta ei takaa vaatteen eettisyyttä tai laadukkuutta, mutta vastuullista vaatetta ei ole mahdollista tuottaa muutama euron kuluttajahinnalla.

Kuluttajilla tulee aina olemaan houkutus valita halpa

vaate, löytyi se sitten pikamuotiketjun, marketin tai nettikaupan valikoimasta. Siksi vastuu vaateteollisuuden muutoksesta ei voi olla yksin kuluttajilla.

Päätäjien on luotava Suomessa sekä EU:ssa sitovaa yritysvastuulainsäädäntöä. Yritysten on puolestaan tunnettava velvollisuutensa ja panostettava läpinäkyvyyteen sekä kunnian-

himoiseen vastuullisuuteen. Tämä on mahdollista niin suurilta kuin pieniltäkin yrityksiltä.

Kuluttajien on hyvä harjaantuttaa yritysvastuusilmäänsä sekä tukea kansalaisyhteiskuntaa, joka valvoo, että muutokset lainsäädännössä ja yritysten toiminnassa toteutuvat.

Larri Himma

viestinnän suunnittelija
Ettisen kaupan puolesta ry