

Kansalaisten osallistaminen ruokapakkaamisen käytäntöjen uudistamiseen

Package-Heroes-tutkimushankkeen vaikuttavuuskertomus 1 Ihmiset

30.11.2022 / versio nro 7

1. Hankkeen nimi ja konsortiojohtaja

Package-Heroes, Ali Harlin

2. Vaikuttavuustavoite ja ohjelman tavoite

Kansalaisten arjen kannalta kestävien ruokapakkausikäytäntöjen edistäminen

Package-Heroes tutkii, luo ratkaisuja ja edistää siirtymistä kohti kestäväää elintarvikepakkaamista. Jotta voimme siirtyä kohti kestävämpää pakkaamista, tarvitsemme enemmän tietoa pakkausmateriaalien ja -ratkaisujen toteutettavuudesta ja ympäristövaikutuksista, keinoista kaupallistaa uusia pakkausinnovaatioita sekä ymmärrystä kuluttajien mieltymyksistä ja erilaisista muutoksen hidasteista.

Hankkeella on kolme vaikuttavuustavoitetta, jotka muodostavat yhdessä toisiaan täydentävän kokonaisuuden:

1. Kansalaisten arjen kannalta kestävien ruokapakkausikäytäntöjen edistäminen (Vaikuttavuuskertomus I Ihmiset)
2. Koko pakkausjärjestelmän ja -konseptin ympäristövaikutusten vähentämisen edistäminen, ja tutkimukseen perustuvan ymmärryksen lisääminen uusien (erityisesti kuitupohjaisiin materiaaleihin perustuvien) pakkausratkaisujen ympäristövaikutuksista (Vaikuttavuuskertomus II Ympäristö)
3. Uudenlaisen ruokapakkaamisen liiketoiminnan edistäminen (Vaikuttavuuskertomus III Liiketoiminta)

Tämä vaikuttavuuskertomus käsittelee vaikuttavuustavoitetta **1. Kansalaisten arjen kannalta kestävien ruokapakkausikäytäntöjen edistäminen**. Hankkeen tavoitteena on, että kansalaisten ymmärrys ja tietoisuus kokonaiskestävistä elintarvikepakkausista kasvaa, heidän roolinsa selkiytyy ja tieto erilaisista vaikutusmahdollisuuksista lisääntyy. Tavoitteenamme on myös monipuolistaa elintarvikepakkausalan muiden toimijoiden, kuten yritysten ja poliittisten päättäjien, ymmärrystä kuluttajan roolista ja tarpeista.

Vaikuttavuuskertomuksemme liittyy STN-ohjelman Kestävän kasvun avaimet (GROWTH) päätavoitteeseen mahdollistaa yhteiskunnan, yhteisöjen ja yksilöiden uudistumista kestäväillä tavoilla.

3. Vaikuttavuuden keinot, konkreettiset vaikutukset ja saavutukset

Kerromme tässä osiossa, miten hankkeemme on edistänyt vaikuttavuustavoitteen I Ihmiset toteutumista työssään ja tuloksissaan. Hankkeemme lähestyy vaikuttavuuden keinoja kolmesta näkökulmasta: **tieteellinen tutkimus- ja kartoitustyö, sidosryhmäyhteistyö ja tuloksista viestiminen**. Olemme jakaneet vaikuttavuuskertomuksemme näkökulmia vastaaviin osuuksiin.

3.1 Tutkimus- ja kartoitustyö

Ymmärrys kuluttajan roolista on lisääntynyt ja selkeytynyt

Pakkausala on murroksessa. EU-sääntelyn lisäksi erilaiset poliittiset pyrkimykset, materiaali-innovaatiot ja kuluttajien toiveet elävät jatkuvasti samalla, kun tutkimustieto pakkausalan kestävyysvaikutuksista lisääntyy. Myös koronaviruspandemia muutti kansalaisten kulutusikäytymistä ainakin väliaikaisesti. Tavoitteenamme on tarjota puolueetonta, tieteellistä ja ei-kaupallista tietoa kuluttajan roolista päätöksenteon ja kaupallisten toimijoiden valintojen tueksi.

Kestävän pakkausmurroksen onnistuminen vaatii tutkijoiden, päättäjien, yritysten, kolmannen sektorin ja kansalaisten yhteisymmärrystä ja yhteistyötä. Hankkeessa on kartoitettu elintarvikepakkausalan tärkeimmät toimijat, haastateltu heitä ja kutsuttu osallistumaan työpajoihin.

Tutkimusasetelmamme ja -menetelmämme ovat osallistavia ja vuorovaikutteisia. Käyttämämme menetelmät, kuten haastattelut, tapaamiset, kuluttajapaneeli ja työpajat, perustuvat ajatuksen käytännön toimijoiden osallistamisesta tutkimusprosessiin, jolloin jo tutkimuksen tekemisellä itsellään on vaikutusta tutkimukseen osallistuvien ajatuksiin ja käytökseen. Esimerkiksi työpajatyöskentelyssä ja kuluttajapaneelissa osallistujille herää uusia näkökulmia ja ajatuksia kestävän pakkauskulttuurin edistämisestä ja eri toimijoiden roolista. Näin ollen itsessään tutkimuksen tekeminen on vaikuttamistyötä. Vaikuttavuustavoitteen I osalta tutkimus on lisännyt ymmärrystä kuluttajakansalaisten roolista osana elintarvikepakkaamisen ketjua niin tutkijoiden kuin sidosryhmienkin keskuudessa.

Kuluttaja ei ole yksin vastuussa kestävän pakkauskulttuurin edistämisestä

Olemme luoneet sidosryhmäanalyysin ja elintarvikepakkaamisen toimijakentän kartoituksen avulla kokonaiskuvan niistä toimijoista, joilla on erilaisia elintarvikepakkaamiseen liittyviä intressejä ja toisaalta resursseja (tietoa, pääomaa, poliittista vaikutusvaltaa, mielipide/informaatioresursseja) vaikuttaa pakkausmurrokseen. Työtä pohjustettiin laatimalla kirjallisuuskatsaus. "Addressing consumer perspectives in sustainable food packages: insights from research literature" -katsaus on tarkoitus julkaista hankkeessa toimitettavassa vertaisarvioidussa teoksessa.

Toimijakenttäanalyysia varten keräsimme systemaattisesti pakkausaiheeseen liittyvää media-aineistoa sekä Suomesta että ulkomailta. Toimijakentän kartoituksessa haastateltiin kansalaisten roolista muun muassa ruokapakkaamisen politiikkaohjauksen kanssa tekemisissä olevia ministeriöiden, toimialajärjestöjen ja yritysmaailman edustajia. Haastatteluissa selvitettiin muun muassa sitä, millaisina päättäjät, yritykset ja kansalaisjärjestöt näkevät sekä kuluttajien roolin kestävän ruokapakkaamisen edistäjänä, että omat mahdollisuutensa kansalaisten kulutuskäyttäytymisen ohjaajina. Haastatteluissa selvitettiin myös, millaista tietoa kansalaisten käyttäytymisestä päättäjät ja järjestöt tarvitsevat.

Haastatteluaineisto toimi tutkimusaineistona artikkelille "Power and Responsibility in Transition of Sustainable Food Packaging", jossa tarkastellaan kiertotalouteen ja ruokapakkauksiin liittyviä kuluttajan ja tuottajan vastuukysymyksiä ja niistä käytävää keskustelua. Artikkelin julkaistiin kesäkuussa 2022 Routledgen teoksessa "Social and Cultural aspects of Circular Economy". Olemme myös kuulleet eri kansalaisjärjestöjä liittyen kansalaisten toiminta- ja vaikutusmahdollisuuksiin ja ideoineet yhteistyötapoja heidän kanssaan. Kansalaisten asemaa toimijakentässä on vuoden 2022 aikana analysoitu myös kuluttajapaneelin ja -haastattelujen avulla. Paneelimateriaalista kirjoitetaan elintarvikepakkaamista kuluttajan näkökulmasta käsittelevä artikkeli "Conditions for sustainable food packaging – consumer perspective". Kuluttajapaneelin osana toteutettiin myös ympäristöystävällisten elintarvikepakkausten suunnittelutyöpajoja. Tästä työstä on tekeillä artikkeli työnimellä "Utilizing design thinking and ethnographic research methods in food packaging design". Lisäksi kuluttajapaneelista on suunnitteilla metodologiapainotteinen julkaisu.

Kartoituksemme myötä eri toimijoiden näkemykset kansalaisten roolista pakkausmurroksessa ovat selkiytyneet, ja toisaalta osoittautuneet ristiriitaisiksi eri toimijaryhmien välillä. *Tutkimus on tuonut esiin, että kansalaisten rooli pakkausmurroksessa ei rajoitu pelkkään kuluttajuuteen vaan on moninainen ja esimerkiksi kierrätyksen sujuvuuden kannalta olennainen.* Kuluttajiin kohdistuva tutkimuksemme on myös muuttanut oletustamme kansalaisten roolista tärkeimpänä tai vaikutusvaltaisimpana muutoksen airuena. Tutkimukset osoittavat, ettei kuluttajien rooli ole yksiselitteisesti kaikkein merkittävin, ja tätä näkemystä olemme myös tuoneet esiin viestinnässämme.

Merkittävä este kestävälle kuluttamiselle on epäselvyys siitä mikä on kestävä

Laatimamme kirjallisuuskatsauksen, tutkimusartikkelin ja kuluttajapaneelityön perusteella voimme tehdä joitain johtopäätöksiä kansalaisten roolista pakkauskulttuurin muutoksessa, ja siihen liittyvästä aiemmasta tutkimuksesta. Merkittävä este kestävälle ruokapakkauskulttuurille on kansalaisen näkökulmasta katsottuna epäselvyys siitä, mikä on kestävä. Viestintä on usein ristiriitaista ja kuluttajan mahdollisuudet tunnistaa kestävämpi pakkausvaihtoehto kaupan hyllyltä on hankalaa. Viherpesua on paljon, ja kuluttajat helposti mieltävät tiettyjen pakkausten piirteiden indikoivan ympäristöystävällisyyttä (esim. pakkauksen väri tai materiaali), usein myös virheellisesti. Ympäristöystävällisyydestä tiedottavia sertifikaatteja on paljon eivätkä niiden standardit ole yhteneväisiä.

Muun muassa yllä mainittujen syiden vuoksi kansalaisten voi olla vaikea ottaa vastuuta kestävästä kuluttamisesta – miten voi tehdä kestäviä valintoja, jos kestävyyttä ei pysty arvioimaan? Tutkimusaineistostamme on tullut ilmi, että kansalaiset itse kokevat omat vaikutusmahdollisuutensa kestävän pakkaamisen edistämisen suhteen melko rajallisiksi. He peräänkuuluttavat muiden toimijoiden, kuten tuottajien ja päätöksentekijöiden vastuuta kestävän kuluttamisen

helpottamiseksi. Aineistomme myös paljastaa, että eri toimijoilla on erilaisia näkemyksiä siitä, millä toimijalla on suurin valta ja toisaalta siten velvollisuus saada aikaan muutosta. Tähän kysymykseen paneudumme aiemmin yllä mainitussa vastuukysymyksiä käsittelevässä artikkelissa. Parhaillaan pohdimme myös, miten hankkeessa vuoden 2022 aikana tehtyjen pakkausten elinkaarianalyyseiden tulokset voidaan jalkauttaa hyödyttämään kuluttajia ja auttaa tekemään kestäviä kulutusvalintoja. Kuluttajaneelin perusteella kansalaisten motivaatio kierrättää kasvaa, jos heillä on tietoa siitä, että kierrätys kannattaa.

Korona vaikutti elintarvikepakkausvalintoihin

Toteutimme kesällä 2020 kyselytutkimuksen, jossa selvitimme koronapandemian vaikutuksia ihmisten elintarvikepakkausten kulutukseen. Kyselyn osallistajat (n. 400) tarjosivat hyvän aineiston elintarvikepakkausnäköyksistä poikkeuksellisin aikoina. Kyselyn tuloksista julkaistiin raportti keväällä 2021. Yksi raportin johtopäätöksistä on, että pandemialla voi olla kauaskantoisia vaikutuksia siihen, millaista elintarvikepakkaamista kuluttajat suosivat. [Demopakkausratkaisumme](#), joka keskittyy kertakäyttöpakkausten korvaamiseen, onkin ajankohtainen ja kiinnostava tutkimuskohde myös kuluttajien kannalta.

Toimenpiteitä

2019–2021 kirjallisuuskatsaus, sidosryhmäanalyysi ja elintarvikepakkaamisen toimijakentän kartoitus
2019 media-analyysit aloitettiin; haastattelut päättäjien, yritysten ja järjestöjen kanssa aloitettiin
2020 koronakyselytutkimus; artikkelin “Addressing consumer perspectives in sustainable food packages: insights from research literature” kirjoittaminen
2021 raportti ”Koronapandemian vaikutukset elintarvikepakkaamiseen – kuluttajan näkökulma” julkaistiin
2022 artikkeli “Power and Responsibility in Transition to Sustainable food Packaging” julkaistiin, nuorisovisioista tekeillä artikkeli työnimellä “Future visions for sustainable food – alternative/novel paths envisioned by youth”; pakkausten suunnittelusta kirjoitteilla artikkeli työnimellä ”Utilizing design thinking and ethnographic research methods in food packaging design”; koko pakkausentästä tekeillä toimitettu teos ”Towards sustainable food packaging – concepts, methods and practice”

3.2 Yhteiskehittäminen ja vuorovaikutus

Vuorovaikutus Package-Heroes-hankkeessa on dynaaminen prosessi, jossa sidosryhmät osallistuvat niin tutkimusasetelman muotoutumiseen ja toteuttamiseen kuin tulosten levittämiseen. Toimijakentäkartoituksen myötä olemme osallistaneet elintarvikepakkaamisen toimijoita hyvin monipuolisesti. Tapaamisten, työpajojen ja etnografisen tutkimuksen tarkoituksena on ollut selvittää, mitkä kaikki asiat vaikuttavat kansalaisten kulutuskäyttäytymiseen ja päätöksentekoon ja mahdollistaa sujuva tiedonvaihto eri toimijoiden välillä. Sidosryhmätapaamisissa ja -haastatteluissa on luotu uusia keskusteluyhteyksiä eri toimijoiden välille ja tuotu esiin myös kuluttajan rooliin liittyviä vääristymiä, minkä johdosta esimerkiksi ministeriöiden ja yritysten edustajien ymmärrys kansalaisten roolista ja toimintatilasta on lisääntynyt. Hankkeessa on myös valmisteltu yhteistyötä Indonesian Surabayassa toimivan korkeakoulun kanssa, jonka tarkoituksena on kartoittaa tapaustutkimustemme toimivuutta indonesialaisessa toimintaympäristössä.

Yhteistyölle on tarvetta

Hankkeemme kuluessa järjestettyihin sidosryhmätyöpajoihin ja –tilaisuuksiin on osallistunut runsaasti alan toimijoita järjestötoimijoista ruoan valmistuksen, pakkaamisen, jakelun ja pakkausten kierrätyksen arvoketjun toimijoihin ja ministeriöiden ja yliopistojen edustajiin. Tapahtumissa on pohdittu mm. järjestöjen roolia ympäristötietoisuuden lisäämisessä (ympäristökasvatuksessa), tutkimuksen merkitystä sekä ruokapakkaamisen tulevaisuusvisioita. Yllättävää ryhmien tuottamissa visioissa oli niiden samankaltaisuus, mikä heijastanee pakkausalalla toimivien vaikeutta nähdä tulevaisuutta radikaalisti erilaisena. Pakkaussektorin ulkopuoliset toimijat toivat keskusteluun yllättävämpiäkin näkemyksiä. Kaikissa tähän mennessä järjestämissämme työpajoissa tavalla tai toisella nousee esiin yhteistyön tarve. Itse järjestämiemme tilaisuuksien lisäksi hankkeen tutkijat ovat osallistuneet asiantuntijoina lukuisiin sidosryhmien tilaisuuksiin, joista kattava listaus on tuotosindikaattoriraportoinnissamme. Olemme olleet yhteydessä osallistujiin muun muassa uutiskirjeellä, jolla on tällä hetkellä n. 300 tilaajaa. Pakkaa tulevaisuuteen 2022 -sidosryhmätapahtumamme kokosi noin 160 hengen osanottajajoukon helmikuussa 2022. Kansalaisten näkökulma mm. kulutuskulttuuriin sekä

pakkaussuunnitteluun nostettiin keskeisesti esille. Lisäksi syvennyttiin erilaisiin visioihin ja nuorten näkökulmaan, Tapahtuman tallenteet ja esitykset ovat projektimme nettisivuilla www.packageheroes.fi sekä osallistujien että muiden kiinnostuneiden hyödynnettävissä.

Keväällä 2020 aloitimme yhteistyön palautettavia panttirasioita valmistavan Kamupakin ja valitun tutkimusravintolan kanssa kansalaisten ruokapakkaamiseen liittyvän toiminnan tutkimiseksi ja avaintoimijoiden kartoittamiseksi. Keväällä 2021 toteutettiin myös Kamupak-käyttäjien kokemuksia kartoittava kyselytutkimus. Osallistuvaa havainnointia tehtiin kahdessa eri toimintaympäristössä, ravintolassa ja marketissa. Haastattelimme sekä Kamupakin edustajia että panttirasioiden käyttäjiä, ja keskustelimme heidän kanssaan koronakriisin aiheuttaman uuden tilanteen tarjoamista mahdollisuuksista ruokapakkaamisen ja take away -kulttuurin äkillisessä murroksessa.

Nuoret auttavat hahmottamaan kuluttajien nykytilannetta ja tulevaisuutta

Nuoria pidetään hankkeessa tärkeänä ja osin erillisenä ryhmänä, ja siten sekä keskeisinä murroksen tekijöinä että tärkeänä viestinnän kohteena. Kesällä 2019 tarjosimme opiskelijoille mahdollisuuden ratkoa ruoanjakelun pakkauskysymyksiä Helsingin seudun ammattikorkeakoulujen järjestämässä tapahtumassa (10days100challenges.fi). Kaksi parasta ratkaisua esiteltiin konsortiolle syyskuussa. Voittanut opiskelijaryhmä kirjoitti sivustollemme blogin. Kaksi hankkeen jäsentä tuki nuorten keskusteluja asiantuntijoina EYP (European Youth Parliament) Finlandin Tampereella 4.1.2020 järjestämässä istunnossa 'Paperin ja muovin käyttö elintarvikkeiden pakkauksissa'. Siihen osallistui nuoria ympäri Eurooppaa.

Keväällä 2021 keräsimme STN Just food -hankkeen kanssa kestäväää ruokaa vuonna 2050 käsittelevän esseeaineiston lukioissa viidellä paikkakunnalla (Lappeenranta, Tampere, Helsinki, Salla ja Kurikka). Reilut 120 essetä auttavat määrittämään nuorten kuluttajien näkemyksiä ja toiveita sekä tuottavat ideoita visiointityöhömmö. Pidimme myös oppitunteja ruokajärjestelmän ja ruokapakkaamisen ympäristövaikutuksista ja keinoista vastata niihin. Osa opettajista pyysi materiaalit käytettäväkseen ja oppilaat kertoivat oppineensa mm. aiheista "Oikeanlaisten pakkausten tärkeys" ja "Pakkausten muuttaminen on haastavampaa kuin ajattelin". Tästä aineistosta on tekeillä tutkimusartikkeli yhdessä JustFood-hankkeen kanssa (arvioitu valmistumisaika vuoden 2022 loppu).

Kuluttajapaneelimme arvioi uusien pakkausratkaisujen toimivuutta

Etnografinen kenttätyö toteutettiin pandemiatilanteen vuoksi verkossa, laadullisen tutkimusaineiston keräämistä varten kehitetyn Kernwertin ohjelmiston avulla. Vuosina 2021-2022 tuotimme etnografista aineistoa pakkauskulttuurista verkossa toimivan kuluttajapaneelin avulla. Paneeli auttoi arvioimaan erilaisten uusien pakkausratkaisujen toimivuutta arjessa sekä välitti tietoa kestävästä pakkauskulttuurista. Paneelissa oli 43 aktiivista jäsentä.

Etnografisen tutkimuksen tarpeisiin koottu kuluttajapaneeli on osa vaikutustyötä, sillä tiedon tuottaminen oli kaksisuuntaista. Kuluttajapaneelin jäseniksi valittiin ns. avaintoimijoita, tietoisia kuluttajia, jotka toimivat kestävästä kulutuskulttuurin edelläkävijöinä. Huhtikuussa 2021 paneeli arvioi hankkeessa ylöskaalattavista pakkausmateriaaleista valmistettavien pakkausten visuaalista ilmettä ja toimivuutta. Osallistavasta suunnittelutyöstä on tekeillä tieteellinen artikkeli. Talvella/keväällä 2022 kuluttajapaneeli muuttui informaatioalustaksi, jossa hankkeen tutkijat vastasivat infovideoiden avulla panelistien kysymyksiin.

Toimenpiteitä

2019 sidosryhmäseminaari ja -työpaja; Helsingin seudun ammattikorkeakoulujen 10days100challenges.fi
2020 European Youth Parliamentin istunto 'Paperin ja muovin käyttö elintarvikkeiden pakkauksissa'; järjestötyöpaja; visiötyöpaja yhdessä CLIC Innovationin 4Recycling -hankkeen kanssa; kenttätutkimus valituissa ravintolassa ja marketissa aloitettiin
2021 lukiolaisesseet ja -luennot yhdessä Just food -hankkeen kanssa; kuluttajapaneeli aloitettiin; Kamupak-tutkimus
2022 kuluttajapaneeli ja erityisesti sen sisältämät videot/tietoiskut, projektin tulosseminaari sidosryhmille Pakkaa tulevaisuuteen - Pack to the Future, webinaari *Biopohjaisten pakkausten ympäristövaihtämät - voiko niihin luottaa?* kestävyuden arvioinnista LCA:n avulla

3.3 Tuloksista viestiminen

Hankkeemme viestinnällä pyritään kertomaan elintarvikealan toimijoille ja kuluttajille kestävästä ruokapakkaamisesta. Käytämme viestintään hankkeen omien kanavien, kuten blogin ja sosiaalisen median, lisäksi mediakontaktointia ja tilaisuuksia. Median rooli työssämme on oleellinen ja mediaosumat kuvaavat konkreettisimmin tähän mennessä saavuttamaamme vaikuttavuutta. Package-Heroes-tutkijoiden näkyvyys perinteisessä ja sosiaalisessa mediassa sekä eri tapahtumissa on vaikuttanut positiivisesti tietoisuuden lisääntymiseen yhteiskunnassa ruokapakkaamiseen liittyen.

Yhteisesti jaetut termit helpottavat keskustelua kestävästä pakkaamisesta

Hankkeessa vuonna 2019 järjestetyn sisäisen työpajan aikana kirjoitettiin Wikipediaan uusia sisältöjä esimerkiksi SUP-direktiivistä (EU 2019/904) ja päivitettyä muun muassa kierrätystä ja pakkausmateriaaleja koskevaa Wikipedia-sisältöä. Olemme panostaneet erilaisten sekavaksi miellettyjen termien määrittelyyn selittämällä näitä nettisivuillamme sekä julkaisemalla yhteistyössä Pakkauslehden kanssa ”Termit tutuksi” -vakiopalstaa, jolla perehdytään pakkausalan terminologiaan. Ruokapakkaamisen terminologiaa avaavat sisällöt ovat suosittuja niin hankkeen verkkosivuilla kuin sosiaalisessa mediassa. Kestävyyden käsitteen monitulkintaisuus ja -olotteisuus on herättänyt paljon keskustelua. Olemmekin kirjoittaneet kestävyuden määrittelystä tieteellisen artikkelin. Suunnittelemme kansalaisjärjestöjen kanssa asiaa selkeyttäviä ja informatiivisia viestintä- ja koulutusmateriaaleja.

Hankkeen blogissa sekä mediassa olemme ottaneet kantaa useisiin ajankohtaisiin pakkauksiin liittyviin aiheisiin, kuten virkistysalueiden roskaantumiseen, SUP-direktiiviin ja muovipakkauksiin sovelletun panttijärjestelmän toimivuuteen ja mahdollisuuksiin. Olemme jakaneet sosiaalisessa mediassa vinkkejä, kuinka vähentää omaa ympäristökuormaa käyttämällä pakkauksia kestävästi. Tavoitteenamme on, että tarkoituksenmukaisen pakkauksen ymmärretään olevan tärkeä sekä ruokahävikin vähentämisessä että ympäristövaikutusten minimoinnissa.

Mediahuomio osoittaa, että tietoisuus ruokapakkaamisesta on lisääntynyt

Medialla on merkittävä rooli kuluttajakansalaisten tietoisuuden lisääntymisessä ja mielipiteenmuodostuksessa ja siksi olemme panostaneet medianäkyvyyteen hankkeen alusta alkaen esimerkiksi mielipidekirjoituksilla sekä tarjoamalla hankkeemme asiantuntijoita haastateltavaksi esimerkiksi Suomen Akatemian ylläpitämän Etsi Xpertti -palvelun kautta.

Media on ollut oma-aloitteisesti kiinnostunut tutkimusaiheestamme ja löytänyt asiantuntijoitamme haastateltaviksi. Tuotosindikaattoriraportissamme on listattuna kaikki mediaosumamme, joista tässä pari erityisesti kansalaisten rooliin liittyvää nostoa: Kiertotalouden erikoislehti Uusiouutiset / 10.3.2022: <https://www.uusiouutiset.fi/karkkien-muovikaareet-valmisruokapakkaukset-naissa-tuotteissa-pakkaussuunnittelu-vahentaisi-roskaantumisongelmaa-eniten/> raportoi sidosryhmätapaamisessa helmikuussa 2022 esitellyistä tutkimustuloksistamme. Kehittyvä Elintarvike ”Tulevaisuuden kestävä ruokapakkaaminen – visiosta visioparveen” (<https://kehittyvaelintarvike.fi/artikkelit/mielipiteet/kolumni/tulevaisuuden-kestava-ruokapakkaaminen-visiosta-visioparveen/>) peilasi erilaisia kestävä ruokapakkauksen visioita 28.2.2022.

Kaikille avoin webinaari ja suositukset

Maaliskuussa 2021 järjestimme yhdessä Marttojen ja Kuluttajaliiton kanssa Martta-akatemiassa avoimen webinaarin liittyen pakkauksien kokonaiskestävyyteen ja sen arviointiin. Webinaariin osallistui ”livenä” noin 30 ihmistä. Webinaarista tehtiin nauhoite, jota voidaan myöhemmin käyttää mm. koulutustarkoituksiin. Olemme valmistelemassa yhteistyössä Marttojen ja Kuluttajaliiton kanssa elintarvikepakkauksien kokonaiskestävyyttä valottavan ”kuluttajasuosituksen” eli ”consumer briefin”. Kuluttajaneelia varten nauhoitimme tietoisukuja, jotka ovat tulossa jakoon myös hankkeen ja yhteistyökumppaneiden nettisivuilla. Julkaisimme päätöksentekijöille ja muille toimijoille osoitetun päättäjäsuosituksen, jossa avataan kestävä ruokapakkaamisen kriteerejä.

Toimenpiteitä

2019- mediayhteistyö; blogikirjoitukset ja aktiivisuus sosiaalisessa mediassa alkoi; päivittyvä ”Ruokapakkaamisen ABC” julkaistiin www-sivuillamme

2020- Pakkauslehden ”Termit tutuksi”-sarja aloitettiin; Wikipedia-työpaja

2021 Tunnit lukioissa; webinaari yhdessä Marttojen ja Kuluttajaliiton kanssa; kuluttajasuositukset yhdessä Marttojen ja Kuluttajaliiton kanssa; kuluttajatyöpaja + oppimisalusta

2021 Kuluttajaneeli tietoiskuvideot; Policy Brief

2022 Kuluttajatyöpaja, White paper “Kestävä ja uudistuva yhteiskunta”, tutkijoiden haastattelu “Kuluttajat tarvitsevat lisää tietoa pakkausten ympäristövaikutuksista” hankkeen nettisivulla marraskuussa 2022; “consumer briefin” suunnittelu alkoi

4. Tahattomat vaikutukset ja muutokset konsortion toimintatavoissa

Vuoden 2021 alussa koronaviruspandemian jatkuminen jälleen siirsi ja muutti hankkeen alkuperäisiä suunnitelmia. Jatkoimme etnografista kenttätöitä online-työkalun avulla. Kenttätöiden siirtäminen verkkoon ja etätoteutukseen on vaatinut lisätoimia ja uudelleen ajattelua, mutta uusi suunnitelmamme mahdollistaa myös tehokkaamman ja vähemmän aikaa kuluttavan tavan kerätä laadullista aineistoa. Kuluttajaneeli on toiminut erittäin hyvin verkossa, ja sen avulla olemme saavuttaneet laajemman yleisön ja suuremman osallistujamäärän kuin olisimme perinteisin menetelmin tehneet. Joitain tutkimuksen syvyysasteita suunnitelma kuitenkin muutti. Paneelistista on tarvittaessa tarkoitus rekrytoida muutama avaininformantti, joiden kanssa teemme osallistuvaa havainnointia.

5. Vaikuttavuuden saavuttamiseksi tehty tutkimustyö

Tieteelliset artikkelit

Tynkkynen, Nina, Malmberg, Johan & Sonck-Rautio, Kirsi 2021. Koronaepidemian vaikutukset elintarvikepakkaamiseen – kuluttajan näkökulma. Espoo: Agile Publishing

Sonck-Rautio, Kirsi; Tynkkynen, Nina; Bor, Sanne; Åkermann, Maria, Varho, Vilja 2022: “Power and Responsibility in Transition to Sustainable Food Packaging” in In Pál, V. (ed.) Social and Cultural Aspects of the Circular Economy: Toward Solidarity and Inclusivity. Routledge.

Puheenvuorot / Konferenssisitelmät:

Vilja Varho, Minna Kaljonen, Roosa Ritola, Kirsi Sonck-Rautio, Anni Savikurki: Youth Visions on Sustainable Food in Finland 2050. Futures Conference: Planetary Futures of Health and Wellbeing, Turku 15.-17.6.2022

Ali Harlin, Maria Åkerman, Kirsi Sonck-Rautio, Ilkka Leinonen: Esitys "Näkökulmia kestävään ruokapakkaamiseen", PackSummit 2021, 11/2021

Kirsi Sonck-Rautio: "Ruokapakkaamisen kulttuurit ja muutos" ja Kirsi Sonck-Rautio & Anastasi Ivanova (nyk. Järvenpää) "Package design and the consumer panel" Pakkaa Tulevaisuuteen – tilaisuus 3/2022

Tulossa:

Sonck-Rautio, Kirsi & Tynkkynen, Nina: artikkeli “Addressing consumer perspectives in sustainable food packages: insights from research literature”

Tynkkynen, Nina; Hakala, Henri; Soini, Katriina; Bor, Sanne; Katajajuuri, Juha-Matti; Sundqvist-Andberg, Henna; Sonck-Rautio, Kirsi; Kataja Kirsi “Food packaging and the dimensions of sustainability - focus on functionality”(Vertaisarviossa)

Nielsen, Iben & Hakala, Henri: artikkeli ”Circular economy and quality of life”