

Kuluttajat haluavat peruselintarvikkeiden mainontaa pikaruoka- ja ainesmainonnan sijaan

Suomen Kuluttajaliiton kyselytutkimuksen mukaan erityisesti lapsiin kohdistettu markkinointi painottuu epäterveellisempiin tuotteisiin.

Kyselyyn osallistuneet toivoivat elintarvikemainonnan painottumista epäterveellisten tuotteiden sijaan kasviksiin, hedelmiin ja marjoihin sekä luomutuotteisiin. Vastaajat, joiden kotitaloudessa oli lapsia, vastustivat keskimääräistä enemmän valmisruuan ja einesten mainontaa.

Kyselyyn osallistuneiden mukaan tärkeimmät omiin ostopäätöksiin vaikuttavat tekijät ovat elintarvikkeen sisältö eli maku, haju, ravintosisältö ja ulkonäkö (86 %) sekä elintarvikkeen hinta (83 %). Vain 3 % vastaajista kertoi mainonnan vaikuttavan ostopäätöksiin.

Mainokset tuntuvat kuitenkin herättävän kuluttajien mielenkiinnon, sillä 82 % kertoi joskus kiinnostuneensa tuotteesta pelkän mainoksen perusteella. Silti 17 % vastaajista kertoi, ettei koskaan luota mainosten totuudenmukaisuuteen, esimerkiksi siihen, että terveelliseksi mainostettu tuote olisi oikeasti terveellinen. Vastaajat, joiden taloudessa oli lapsia, kertoivat kuitenkin joskus ostavansa lapsille elintarvikkeita houkuttelevan pakkauksen, esimerkiksi mainoshahmon ja kylkiäislelun takia (58 %). 40 % kertoi, ettei houkutteleva pakkaus ole koskaan syy ostamiselle.

Kyselyyn vastanneet toivoivat myös mainontaa pois lastenohjelmien yhteydestä sekä lisää peruselintarvikkeiden, kuten juuresten, viljatuotteiden ja marjojen mainontaa epäterveellisten tuotteiden mainonnan sijaan. Kritiikkiä esitettiin myös mielikuvamarkkinoinnin käyttöä kohtaan. Vastaajista osa oli kokenut, että tuotteisiin liitetään mielikuvia, jotka ovat ristiriidassa tuotteiden terveellisyyden, eettisyyden tai ekologisuuden kanssa.

Suomen Kuluttajaliitto selvitti verkkosivuillaan tammi-helmikuussa 2010 suomalaisten kokemuksia ja mielipiteitä elintarvikemarkkinoinnista. Kyselyyn vastasi 1003 henkilöä ympäri Suomen. Vastaajista 78 % oli naisia. Suurin joukko vastaajista oli 20-39 -vuotiaita.

Suomen Kuluttajaliiton sivuilla, osoitteessa www.kuluttajaliitto.fi/markkinointi voi tutustua elintarvikkeiden tuotevertailuihin. Vertailuihin on valittu hahmojen ja kylkiäislelujen avulla lapsille markkinoitavia tuotteita; muroja, jogurtteja ja viilejä, juomia, hampurilaisravintoloiden lastenaterioita, vanukkaita ja rahkoja sekä keksejä sekä vertailut välipalapatukoista, hyvinvointijuomista, maitohappobakteereja sisältävistä jogurteista, maustetuista vesistä, levitteistä ja ruisleivistä.