



## **Kuluttajaliitto vaatii HK Ruokataloa lopettamaan "sikailun"**

Kuluttajaliitto on kevään aikana saanut lukuisia yhteydenottoja kuluttajilta koskien HK Ruokatalon Rypsiporsas -tuotteiden mainontaa. Rypsiporsas – nimikkeellä myytävien tuotteiden markkinointi on ristiriidassa vastuullisen toiminnan ja myös lainsäädännön kanssa. Kuluttajaliitto vaatii HK Ruokataloa lopettamaan kuluttajien aliarvioimisen.

Erytystä hämmennystä ovat aiheuttaneet Rypsiporsas -tuotteisiin liitetyt väitteet. HK Ruokatalo käyttää Rypsiporsas -tuotteissaan "Vähemmän kovaa rasvaa" -merkintää. Internet -sivuillaan HK Ruokatalo kertoo kovan rasvan vähentyneen 15 %, joka tarkoittaa esimerkiksi leikkeleissä 0,1 -0,3 g /100g. Tuotevertailuja tekemällä on helppo huomata, että joissain tuotteissa muutos ei yllä edes tuohon 15 prosenttiin. "Vähemmän kovaa rasvaa" on ravitsemusväite. Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen mukaan ravintoaineen vähentämiseen liittyviä väitteitä saa esittää, jos vähennys on 30 prosenttia tai enemmän. Muuten vähennys ei ole merkittävä. Rypsiporsas -tuotteet jäävät tästä kauas. Lisäksi Suomen markkinoilta löytyy tuotteita, joiden rasvakoostumus on jo valmiiksi Rypsiporsas-tuotteiden kaltaisia.

Kuluttajaliitto kysyy HK Ruokatalolta onko vastuullista markkinointia väittää tuotteita sydämelle paremmiksi, jos tyydyttyneen rasvan määrä on vähentynyt, mutta samalla tuotteen suolapitoisuus on voimakassuolaisuuden rajalla. Suola on yleisesti tunnettu haittatekijä sydänterveydelle. Vastuutonta on hyväksikäyttää lainsäädännön porsaanreikää, jonka johdosta tällainen kuluttajan harhauttaminen on vielä toistaiseksi mahdollista.

Rypsiporsas -tuotteiden markkinoinnissa esitetty "Sydämelle parempi" teksti on Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen mukaan terveyteen liittyvä väite. Tällaisen väitteen tulisi kertoa terveyden ja elintarvikkeen välillä olevasta yhteydestä ja sen tulisi perustua tieteelliseen näyttöön, jonka riittävyyden arvioi EFSA eli Euroopan elintarviketurvallisuusvirasto. HK Ruokatalo ei tieteellistä näyttöä rypsiporsas -tuotteilleen ole esittänyt.

Kuluttajaliitto huomauttaa, että elintarvikkeiden rasvakoostumuksen muokkaaminen on kannustettava asia, mutta kuluttajan harhauttaminen aggressiivisella ja aliarvioivalla markkinoinnilla on vastuutonta.