

Tiedotusvälineille 8.9.2008

Huippupoliitikot avaavat biojätepussinsa ja paljastavat älyttömyysosamääränsä

Poliitikot Sauli Niinistö, Anni Sinnemäki ja Jutta Urpilainen sekä viihdetaiteilija Paula Koivuniemi ovat Kärkimedialehdissä käynnistyvän Ilmastotalkoot-kampanjan keulakuvia. Kampanjan teemana on ilmastoystävällinen ruoka ja siinä pureudutaan syömäkelpoisen ruoan poisheittämiseen.

Jokainen suomalainen heittää vuodessa roskeen keskimäärin 70 kiloa ruokajätettä, josta noin kolmasosa olisi syötävää. Eniten roskeen heitetään hedelmiä ja vihanneksia, lihaa ja kalaa, maito- ja leipomotuotteita sekä riisiä ja pastaa. Hukkaan menevän ruoan vähentäminen ehkäisee ilmastonmuutosta, sillä ruoantuotanto on merkittävä kasvihuonekaasujen lähde. Päästöjä aiheutuu ruoantuotannon eri vaiheissa kuten kasvatuksessa, jalostuksessa, kuljetuksissa ja säilytyksessä.

Ruoan heittäminen roskeen on älytöntä niin henkilökohtaisen talouden kuin ilmastonkin kannalta – siksi kampanjan keulakuville on laskettu myös oma älyttömyysosamäärä.

Kampanjan keulakuvat heittävät ilmoituksensa mukaan eniten pois leipää, juustoa sekä vihanneksia ja hedelmiä. Eduskunnan puhemies Sauli Niinistö heittää roskeen ainoastaan täysin pilaantunutta ruokaa. ”Kovettuneetkin leivät voi syödä”, Niinistö toteaa.

Anni Sinnemäen mukaan suurin syy ruoan roskeen heittämiseen on epäsäännölliset työajat: aina ei tule muistettua mitä jääkaapissa on. ”Suuri herkkuni on tuorejuusto, josta joskus valmistan ruokaa. Se on herkullista, mutta menee myös nopeasti vanhaksi. Pois heittämistä aion vähentää entistä huolellisemmalla ruuan käytöllä”, Sinnemäki sanoo.

”Työmatkat ja kaksi erillistä asuntoa aiheuttavat sen, että tuoreruoat vanhenevat. Ei pitäisi ostaa enempää kuin tarvitsee. Ja pitäisi ostaa pieniä pakkauksia”, Jutta Urpilainen toteaa.

Samoilla linjoilla on Paula Koivuniemi: ”Miksikö ruokaa tulee heitettyä roskeen? Joskus sitä vain jää – syystä tai toisesta – ja se ehtii vanheta jääkaappiin. Sitä tule myös välillä ostettua liikaa. Pois heittämisen vähentäminen on yksinkertaisinta siten, että ostan vähemmän.”

Kampanjan keulakuvien pois heittämien ruokien tarkka määrä ja heidän älyttömyysosamääränsä selviää kampanjan nettisivuilla www.alyttomyystesti.fi. Sivuilla on myös tietoa elintarviketuotannon vaikutuksista ilmastonmuutokseen sekä käytännöllisiä vinkkejä ympäristölle ystävällisempien ruokailutapojen edistämiseksi. Sivuilla etsitään myös Suomen älyttömintä kuntaa.

Kampanjan on ideoinut mainostoimisto Bob Helsinki ja se on toteutettu yhdessä digitoimisto Paperjamin sekä valokuvaaja Kimmo Syvärin kanssa. Kampanja näkyy Kärkimedialehdissä ja niiden internet-sivuilla syys-lokakuun ajan sekä myös www.suomi24.fi-sivuilla.

Lisätiedot:

Marja Isokangas-Huiko, brändijohtaja, Kärkimedia, p. 040 5588 066

Antti Tuomainen Bob Helsinki, suunnittelija, p. 040 9014 448

Kampanjan lehdistökuvat ovat ladattavissa maanantaina 8.9.2008 klo 16 alkaen osoitteessa rahti.bobhelsinki.fi. Käyttäjätunnus: ilmastotalkoot ja salasana: bobilma