



Joulukukkien vastuullisuus kuluttajan näkökulmasta

Seuranta ja havainnointi joulukukkien pakkausmerkinnöistä ja
kauppojen verkkosivuista

Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Puutarhatalous, hortonomi (AMK)

Kevät 2024

Jenna Seppä

Puutarhatalous

Tekijä Jenna Seppä

Työn nimi Joulukukkien vastuullisuus kuluttajan näkökulmasta

Ohjaaja Pasi Käkelä

Tiivistelmä

Vuosi 2024

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, kuinka hyvin kuluttajalle välittyi tietoa vastuullisuudesta suoraan joulukukkien pakkauksista, sekä kauppojen verkkosivuilta. Hypoteesi työtä edeltävän harrastustoiminnan perusteella oli, ettei pakkauksista löytyisi paljoa tietoa kasvien taustoista. Kasvipasseissa sen sijaan oletettiin ilmoitettavan, että kasvit tulisivat pääasiassa Suomen ulkopuolelta myymälöihin. Työn tilaajana toimi Kauppapuutarhaliitto, jolla oli kiinnostusta saada puutarha-alalle tietoa aiheesta. Tietoa kerättiin kolmessa Kuopiossa sijaitsevassa kaupassa: Lidlissä, K-citymarketissa, ja Prismassa. Verkkosivuja tarkasteltiin myös, koska kaikilla kolmella löytyi vastuullisuudesta omat esittelysivut, ja haluttiin nähdä, kuinka hyvin kasvit ja kukat ovat edustettuina sivuilla.

Kirjallisen seurannasta tehdyn raportin, valokuvien ja verkkosivujen lisäksi Puutarha&kauppa-lehdessä oli S- ja K-ryhmän edustajilta haastattelut aiheesta, joten sitäkin käytettiin pohjatietona. Kestävästä kehityksestä ja vastuullisuudesta etsittiin tietoa esimerkiksi Elinkeinoelämän keskusliiton, Ympäristöministeriön ja Suomen YK-liiton sivuilta. Kauppojen markkinaosuudet löytyivät NielsenIQ:n Päivittäistavaramyymälärekisteristä. Reilun kaupan ja Sirkkalehden sivuilta löytyi selitykset sertifikaateille ja niiden käyttövaatimukset.

Kolmessa seurantaan valitussa kaupassa havainnoitiin koko joulukuun ajan viikoittain, jonka aikana kirjoitettiin sekä raporttia havainnoista, että otettiin kuvia, jos lupa siihen oli. Lisäksi havainnoitiin kauppojen verkkosivuja. Seurantaan valittiin kolme Suomen suosituinta joulukukkaa: amaryllis, hyasintti ja joulutähti, jotka Plantagen esitteli raportissaan. Oletettiin, että kaikkia kolmea löytyisi kaikista seurannassa olevista kaupoista, jolloin niiden pakkausmerkintöjä olisi helpompi verrata keskenään.

Seurannassa huomattiin, että ennalta arvioitu pakkausmerkintöjen vähyys näkyi kaikissa kolmessa kaupassa, ja Reilun kaupan sertifikaatilla merkattuja kukkia oli ainoastaan joulutähtiä. Kolmea seurattavaa joulukukkaa löytyi kaikista kolmesta kaupasta joulukuussa, ja niissä oli kaupasta riippumatta keskenään hyvin samantapaiset pakkausmerkinnät. Verkkosivujen maininnat kukista tai kasveista olivat minimaaliset tai olemattomat, mutta muutamalla esiintyi pienet infot kukkien vastuullisuudesta.

Avainsanat Vastuullisuus, joulukukat, kestävä kehitys, seuranta

Sivut 35 sivua, ei liitteitä

Degree Programme in Horticulture

Author Jenna Seppä

Subject Sustainability of Christmas Flowers from the Viewpoint of a Consumer.
Monitoring and Observation of Christmas Flowers' Packaging Labels, as Well as
Stores' Websites.

Supervisors Pasi Käkelä

Abstract

Year 2024

This thesis was ordered by Kauppapuutarhaliitto. Kauppapuutarhaliitto requested information on Christmas flower production in Finland, and especially how they were able to communicate their information about the transparency of the whole production chain. The aim of this study was to find out how transparent and how easily accessible the information regarding Christmas flower production is for consumers. The focus on Christmas flowers was on *Euphorbia pulcherrima* (Poinsettia), *Hyacinthus orientalis* (Hyacinth) and *Amaryllis*, that also had to be singularly potted.

Most of the information for this thesis was gathered from three different stores in Kuopio, Finland: Lidl, K-citymarket and Prisma. All three chain stores had their own websites about sustainability. The websites were reviewed for information about plants or flowers for sale in the physical stores. The market shares for each store were found from NielsenIQ's Grocerystoreregister. Other information was gathered from sources other than the chain stores. Websites Elinkeinoelämän keskusliitto, Ympäristöministeriö and UN Association of Finland were researched for information regarding sustainability and sustainable development. Fairtrade and Sirkkahdimerkki explained on their websites, and requirements of use.

Monitoring was done weekly in all three stores for the month of December. The report was written based on my observations. Permission was granted from Lidl and K-citymarket for photographs to be taken, in order to support the text in my thesis.

My hypothesis, based on my own hobbies prior to this study, was that initially, information would not easily be found. It was also hypothesised that it would be common to find on plant passports of Christmas flowers that many would originally be imported from outside of Finland. It was found during monitoring that my original hypothesis for consumer information transparency was correct throughout all three chain stores. The packaging was similar for the flowers regardless of which store they were being sold in. Although all three monitored flower species that were sold in all three chain stores had similar packaging, the Fairtrade mark was only visible on the packaging of poinsettia. Minimal information regarding the plants and flower was found on the websites and only an introduction of Fairtrade flowers were found on couple of the website pages.

Keywords Write 3–5 keywords describing your thesis.

Pages 35 pages, no appendices

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Aiempaa julkaisua aiheesta	2
3	Kestävä kehitys ja vastuullisuus.....	4
3.1	Vastuullisuus – Yleisesti ja seurannassa olleilla yrityksillä	4
3.1.1	Lidl	5
3.1.2	S-ryhmä	6
3.1.3	K-ryhmä	6
3.2	Tuotteen läpinäkyvyys	7
3.2.1	Pakkausmerkinnät: Reilu kauppa ja Sirkkalehti	7
4	Seuranta	9
4.1	Lähtötilanne.....	10
4.2	Viikoittainen seuranta.....	11
4.2.1	Viikko 47, ensimmäinen seurantaviikko.....	13
4.2.2	Viikko 48	15
4.2.3	Viikko 49.....	16
4.2.4	Viikko 50	17
4.2.5	Viikot 51—52	19
4.2.6	Joulukuun aikainen verkkomarkkinointi	21
4.3	Johtopäätökset.....	23
5	Yhteenveto.....	25
	Lähteet.....	27

Kuvat

Kuva 1. Mustapohjainen Reilun kaupan merkki. (Reilu kauppa, n.d.).....	8
Kuva 2. Sirkkalehtimerkki kukilla. (Kasvikset, n.d.).....	9
Kuva 3. Luonnos Inkilänmäen Lidlin kukkamyyntipaikan sijainnista myymälässä (Seppä, 2024).....	11
Kuva 4. Luonnos Päivärannan K-citymarketin kukkamyyntipaikan sijainnista myymälässä (Seppä, 2024.).....	12
Kuva 5. Luonnos Savilahden Prisman kukkamyyntipaikan sijainnista myymälässä (Seppä, 2024.).....	13
Kuva 6. Pirkka-merkin Reilun kaupan punainen joulutähti, samaa kukkaa löytyi muovinen ja paperinen pakkaus. (Seppä, 2023)	14
Kuva 7. K-citymarket, hyasintin pakkausmerkinnät. (Seppä, 2023).....	14
Kuva 9. Lidl, päällysruukullinen ja käärepaperillinen amaryllis (Seppä, 2023)	15
Kuva 10. Lidl Reilun kaupan joulutähti, seurannan parhaat pakkausmerkinnät (Seppä, 2023)	16
Kuva 11. K-citymarket, vaalean pakkauksen joulutähti (Seppä, 2023)	17
Kuva 13. K-citymarket, hyllyillä piilossa olevat hyasintit (Seppä, 2023).....	17
Kuva 14. K-citymarket, Reilun kaupan isot joulutähdet (Seppä, 2023)	18
Kuva 15. K-citymarket, pääkäytävän rullakkohyllyn amarylliset (Seppä, 2023)	19
Kuva 17. Lidl, XL-kokoiset joulutähdet (Seppä, 2023).....	20
Kuva 18. K-citymarket, kukkaan puhjenneita hyasintteja (Seppä, 2023).....	20
Kuva 19. Lidl:n jouluteemaiset verkkosivut, aloitussivun näkymä. (Lidl, n.d.).....	21

Kuva 20. K-ryhmän joulukukkienvinkkisivu, aloitussivun näkymä. (K-ruoka, 2022)22

Kuva 21. S-ryhmän verkkosivu joulukuussa, aloitussivun näkymä. (S-kaupat, n.d.).....22

Kuva 22. Parhaat pakkausmerkinnät olivat Lidl:n Reilun kaupan joulutähdellä, sekä K-citymarketin Reilun kaupan isolla joulutähdellä (Seppä, 2023)24

Kuva 23. Lidl:n amaryllikset taas olivat heikoimmin varusteltu pakkausmerkinnöillä (Seppä, 2023).....24

1 Johdanto

Työn tilaajana toimi Kauppapuutarhaliitto. Tutkimuskysymys opinnäytetyölle oli: Kuinka hyvin kuluttaja saa tietoa ruokakauppojen yksittäispakattujen ja ruukutettujen joulukukkien vastuullisuudesta ja toimitusketjusta pakkausmerkinnöistä tai verkkosivulta? Pakkausmerkinnöissä seurattiin sertifikaatteja, tekstin määrää ja selkeyttä. Verkkosivuilla tarkasteltiin tekstin selkeyttä ja löydettävyyden helppoutta. Opinnäytetyön taustatietoja selvitettiin seurannalla kolmessa ruokakaupassa joulukuun ajan. Seurattavien ruokakauppojen verkkosivuja tarkkailtiin myös joulukuussa, sekä tammi-helmikuussa vertailtiin vastuullisuusaiheisia sivuja kaikilta ruokakaupoilta.

Opinnäytetyön aihe, joulukukat, rajattiin muista kukista ja kasveista seurannan selkeyttämiseksi, sillä joulukukilla on selkeä myyntisesonki. Joulukukkien seuranta toteutettiin viikoittaisina käynteinä kolmessa kuopiolaisessa ruokakaupassa; Inkilänmäen Lidlissä, Päivärannan K-citymarketissa sekä Savilahden Prismassa. Kaupat valikoituivat ensisijaisesti sijaintinsa vuoksi, sekä siksi, että S-ryhmä ja K-ryhmä omistavat suurimman osan Suomen päivittäistavarakauppojen markkinaosuudesta, ja Lidl pienempänä ketjuna Suomessa toi erilaista näkökulmaa seurantaan. Ruokakaupat valikoituivat seurantakohteiksi kukkakauppojen sijaan Kauppapuutarhaliiton ehdotuksesta.

Seurantaan valittiin kolme joulukukkaa: hyasintti, joulutähti ja amaryllis. Kauppojen havainnointikierrokset tehtiin joka viikko eri päivänä, jotta seurannassa näkyisi heti toimituksen jälkeinen, runsas valikoima, sekä toimitusta odottava, harvempi valikoima. Sähköpostiviestissä Veli-Matti Puhakka, S-ryhmän tuoteryhmäjohtaja (henkilökohtainen tiedonanto, 16.11.2023), mainitsi sähköpostissaan isompiin S-ryhmän myymälöihin tulevan kukkatoimituksia viisi kertaa viikossa, jolloin havainnointia pystyi ajoittamaan eri päiville hyvin. Muista kahdesta myymälästä ei selvinnyt tarkkoja toimituspäiviä.

Seurannassa havainnoitiin pakkausmerkintöjen lisäksi, milloin seurattavat kasvit ilmestyvät myymälöihin, ja kauanko niitä löytyi myynnistä, sekä vaihteliko valikoimat merkittävästi, jolloin tuotemerkinätkin olisivat olleet erilaiset. Havainnoinnin pohjalta kirjoitettiin kirjallinen raportti viikoittain, ja kuvausluvan myötä Lidl:stä ja K-citymarketista otettiin myös kuvia tekstiä tukemaan. Kuvausluvut näistä kahdesta myymälästä annettiin kirjallisena ennen seurannan aloitusta.

Kauppojen omien verkkosivujen lisäksi tarkastettiin Reilun kaupan ja Sirkkalehtimerkin omat sivut, jossa esiteltiin kyseiset sertifikaatit ja niiden käyttämisen ehdot. Nämä kaksi sertifikaattia oletettiin löytyvän joulukukista. Verkkosivuista selvitettiin, miten kaupat itse viestivät

vastuullisuudesta tuotteissaan. Vastuullisuus, ja yritysten tekemät vastuullisuustoimet ovat alkaneet näkyä fyysisten tuotteiden lisäksi eri markkinointikanavissa, eritoten ruokatarvikkeiden ja vaatteiden osalta. Kasveista ei kuitenkaan vastaavaa markkinointia ole tullut vastaan, joten verkkosivuja tutkimalla haluttiin selvittää, löytyisikö tarkempia tietoja tuotteista tai toimitusketjusta.

2 Aiempi haastattelututkimus aiheesta

Tilajana toimiva Kauppapuutarhaliitto on kasvihuoneyritysten valtakunnallinen yritysjärjestö, jonka jäsenyritykset viljelevät vihanneksia ja koristekasveja. Alan lehtiä ovat Puutarha&kauppa, joka on liiton Hedelmän- ja Marjanviljelijän liiton jäsenlehti, sekä koko Suomen puutarha-alan ammattilehti, ja liitelehti Floristi. Liitelehti on Suomen Kukkakauppiasliiton käyttämä jäsenlehti. (Puutarha&kauppa, n.d.)

Puutarha&kaupan liitelehdessä, Floristissa, 2023 marraskuussa julkaistiin artikkeli ”Miten olla varma kukkien vastuullisuudesta?”. Artikkelissa käsiteltiin vastuullisuuden mittaamisen haasteita, sekä haastateltiin kukkakauppiaita, K-ryhmän kukkien osto- ja myyntipäällikköä, Kukkatoimituksen toimitusjohtajaa, sekä S-ryhmän vastuullisuusvastaavaa ja ryhmäpäällikköä. Artikkelit käsitteli vastuullisuuskysymyksiä leikkokukkien osalta myymälöissä ja kukkakaupoissa, mutta samanlaisia haasteita pohdittiin tässä opinnäytetyössä ruukutettujen joulukukkien osalta. Lidl ei kuitenkaan ollut tässä jutussa mukana.

Lehtijutussa Kukkatoimituksen toimitusjohtaja Saku Vanhala kertoo kotimaisen kukkien kasvatuksen olevan varmemmin vastuullisempaa ympäristö- ja sosiaalineläkökulmasta, kun taas tuontikasveissa esiintyy vastuullisuudessa erilaisia haasteita. Vastuullisuuden haasteet näkyvät myös mittaushaasteina, esimerkiksi eri osa-alueiden painottumisella; Euroopassa viljeltäessä huolehditaan työntekijöiden oikeuksista, mutta tuotantoon saatetaan kuluttaa paljon energiaa, joka taas nostaa tuotteen hiilijalanjälkeä. (Rantala, 2023, s. 2) Vertailukohteenä esimerkiksi Afrikassa ja Etelä-Amerikassa tuotannon ympäristövaikutukset ja työntekijöiden oikeudet eivät välttämättä ole tavoitteiden mukaiset, mutta tuotannon energiatehokkuus saattaa olla selvästi Eurooppaa parempi, ja lennot mukaan lukien tuotteen hiilijalanjälki saattaa olla pienempi (Rantala, 2023, s. 2). Yhdeksi keinoksi vastuullisuuden lisäämisen Vanhala ehdotti oman tuotteen hankintaketjun tuntemista (Rantala, 2023, s. 2).

Tuotteiden valintakriteerinä vastuullisuus, tai taustojen tuntemus on Vanhalan mukaan vielä alhainen, ja vastuullisuudesta ei juurikaan ole noussut kukkakauppiailta kysymyksiä (Rantala, 2023, s. 2). Vanhalan mielestä kukkakauppiailta on kuitenkin mahdollisuus erikoistua tuotteiden vastuullisuuden lisäämiseen ja kasvin tuotantoketjun tuntemiseen, jolloin se voisi

tarkoittaa parempaa kilpailuasemaa marketteja vastaan (Rantala, 2023, s. 2). Mahdollisuus markkinoida liikettä vastuullisempana ja tuotteiden toimitusketjun tuntevana, kukkakaupoilla on.

Tuotteen taustojen tuntemista, sekä niiden viestinnästä voi helpottaa sertifikaattien avulla. Sertifikaatteja on kuitenkin runsaasti, ja niiden saaminen vaatii erilaisia kriteerejä. Kuluttajan voi siis olla vaikeaa tunnistaa ja ymmärtää niiden merkityksiä. Vanhala myös kertoo artikkelissa Kukkatoimituksen hankkivan suurimman osan tuotteistaan suorita kanavia käyttäen, jolloin tuotteen tuottaja, sekä tuotanto-olosuhteet ovat tiedossa (Rantala, 2023, s. 2). Huiskula-Hilverdan tukussa on käytössä FSI (Floricultural Sustainable Initiative), jonka tarkoituksena on helpottaa hahmottamaan erilaisia sertifikaatteja (Rantala, 2023, s. 2). FSI on kestävän kehityksen aloite, ja toimii yhteisenä systeeminä lukuisille sertifikaateille ja standardeille, ja järjestelmään pääsevät vain ne sertifikaatit, jotka täyttävät sille asetetut vaatimukset (Rantala, 2023, s. 2). Artikkelissa ei kuitenkaan avattu enempää, mitkä ja kuinka tiukat nämä vaatimukset sertifikaateille ovat. Huiskula-Hilverdan myyntijohtaja Anu Pohjola-Berhus kertoo jutussa vastuullisten kukkien ostamisen muuttuneen kuluttajille helpoksi verkkokaupassa, sillä siellä asioidessa voi valita, että sivu näyttää ainoastaan FSI:n piiriin kuuluvat tuotteet, jolloin valikoimaa on helppo selata (Rantala, 2023, s. 2). FSI helpottaa siis kuluttajalle vastuullisempien tuotteiden löytämistä, ilman että kaikkia sertifikaatteja tulisi tunnistaa ja tietää.

K-ryhmän myyntipäällikkö Suvi Seppälä kertoo kaikkien heillä myytävien kukkien sertifiointivaatimuksesta, sekä korkeasta kotimaisuusasteesta (Rantala, 2023, s. 2). Lisäksi yli kolmannes Keskon tuotteista on kotimaisia, ja osa niistä vielä Sirkkalehtimerkinnän saaneita (Rantala, 2023, s. 2). Sertifikaateilla, kestävän kehityksen linjauksilla, sekä auditoinneilla K-ryhmä pyrkii edistämään hankintaketjujen vastuullisuutta ja läpinäkyvyyttä (Rantala, 2023, s. 2). Mainintaa ei kuitenkaan ollut, miten tämä tieto tuodaan kuluttajalle esiin, tai onko tätä esitelty esimerkiksi kaupan verkkosivuilla paremmin kuluttajille.

S-ryhmällä panostetaan myös kukkien eri vastuullisuuden osa-alueisiin, ja jos kasvin tuotanto tapahtuu ryhmäpäällikkö Sari Ristaniemen mukaan riskimaassa, kolmannen osapuolen sertifiointi on tuotteelle pakollista. Ristaniemen mukaan asiakkaita on kiinnostanut vastuullisuus esimerkiksi tuotteen pakkauksen osalta, mutta sosiaalinen vastuu tai tuotantoon liittyvät kysymykset eivät ole nousseet pintaan (Rantala, 2023, s. 2). Reilun kaupan sertifikaatti kuitenkin niputtaa useamman vastuullisuuden osa-alueen sisäänsä, ja kertoo kuluttajalle selkeästi tuotteen vastuullisuudesta, jolloin se on kuluttajan helpompi ymmärtää (Rantala, 2023, s. 2).

3 Kestävä kehitys ja vastuullisuus

Ympäristöministeriö kiteyttää kestävän kehityksen merkityksen seuraavasti sivuillaan: ”Kestävä kehitys on maailmanlaajuisesti, alueellisesti ja paikallisesti tapahtuvaa jatkuvaa ja ohjattua yhteiskunnallista muutosta, jonka päämääränä on turvata nykyisille ja tuleville sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet” (Ympäristöministeriö, 2023). YK:n Bundtlandin komissiossa käsiteltiin ensimmäisen kerran vuonna 1987 Kestävää kehitystä, jonka jälkeen sen politiikka on muodostunut monipuoliseksi ja kattavaksi kokonaisuudeksi (Ympäristöministeriö, 2023).

Ekologinen kestävyys pitää sisällään kestävän kehityksen perusehdon, eli biologisen monimuotoisuuden ja ekosysteemien toimivuuden säilyttämisen sopeuttamalla ihmisen toiminnan luonnon kestävyys (Ympäristöministeriö, 2023). Kestävässä kehityksessä oleellisena on siis maapallon rajallisuuden ymmärtäminen, ja toiminnan sopeuttaminen niin, ettei niitä rajoja ylitettäisi. Kestäväksi toiminnan tekee myös se, jos se mahdollistaa myös tulevien sukupolvien elämisen kohtuullisesti, heiltä varoja kuluttamatta.

Taloudellisessa kestävyudessa painotetaan pääomaa ja kasvua, joka ei perustu velkaantumiseen tai varantojen liialliseen kuluttamiseen (Ympäristöministeriö, 2023). Kestävällä talouspolitiikalla luodaan olosuhteet, joissa kansallista hyvinvointia vaalitaan ja lisätään toiminnassa (Ympäristöministeriö, 2023). Taloudellinen kestävyys ei siis koske pelkästään yritystoimintaa, vaan myös yksilöiden taloudellista pääomaa, ja sen kestävä hallintaa ja kasvua.

Sosiaalisessa ja kulttuurisessa kestävyudessa painottuu sukupolvelta toiselle siirtyvän hyvinvoinnin edellytysten takaaminen (Ympäristöministeriö, 2023). Tasa-arvon tavoittelu usealla eri osa-alueella, kuten köyhyys, ruoka- ja terveydenhuolto, sukupuolien välinen epätasa-arvo ja koulutus, ovat oleellinen osa kestävä kehitystä (Ympäristöministeriö, 2023). Valtioiden ja kansainvälisten yhteisöjen toiminta näiden tasa-arvoasioiden tavoittelussa on isossa roolissa, sillä yhteiskunnan kehityksellä ja taloudellisuudella voidaan vaikuttaa maan asukkaiden hyvinvointiin (Ympäristöministeriö, 2023)

3.1 Vastuullisuus – Yleisesti ja seurannassa olleilla yrityksillä

EK:n vastuullisuusjulkaisussa vastuullisuus tiivistettiin, että yritys on vastuullinen, mikäli se huomioi toiminnassaan taloudelliset, sosiaaliset ja ekologiset vaikutukset (EK, 2019, s. 4). Eli vastuullinen yritys pyrkii ottamaan toiminnassaan samoja asioita huomioon, kuin kestävän kehityksen osa-alueissa. Vastuullisen yrityksestä tekee myös se, että se pystyy myös

näyttämään ja toteuttamaan huomioimiaan osa-alueita. Yksi keino esittää vastuullisuustavoitteet, on ilmaista ne yrityksen strategiassa (EK, 2019, s.4). Näin ollen kestävä kehitys ja vastuullisuus lomittuvat termeinä vahvasti keskenään.

Samaisessa EK:n raportissa vastuullisuus on jaettu kolmeen tasoon, jotka vaikuttavat yrityksen vastuullisuuden valintoihin. Alimmalla tasolla vastuullisuusvalintoihin vaikuttaa lainsäädäntö, ja valtiot, sekä Suomessa esimerkiksi Ruokavirasto ovat vallitsevan lainsäädännön lisäksi laatineet yrityksille vapaaehtoisia ohjeistuksia. Toisella tasolla vaikuttaa sidosryhmien odotukset, sekä vaatimukset, joille yritykset pyrkivät täten todentamaan esimerkiksi viestinnällä tuotteidensa vastuullisuudesta. Kolmannella tasolla vaikuttaa yrityksen omistajien, ja/tai johdon arvomaailma, yrityksen visio, sekä niistä kehitetty tavoitetaso. Tämä yleensä ilmenee yrityksen missiossa. (EK, 2019, s.5—8)

Jokaisella kolmella seurannassa olleella yrityksellä oli verkkosivut omista vastuullisuustavoitteistaan, sekä siitä, miten vastuullisuus ilmenee jo nyt yrityksen toiminnassa. Viestintä vastuullisuudesta kaikkien kauppojen osalta tuntui olevan selkeää, ja kaikilta kolmelta ketjulta löytyi vastuullisuusraportit. Kuitenkaan kaikkien verkkosivuilla ei ollut kasveja tai sesonkikukista tarkempaa mainintaa, jos ollenkaan, vaan viestintä painottui enemmän elintarvikkeisiin. Ruokakauppojen kaikki kolme ketjua pääasiassa ovat, vaikkakin S- ja K-ryhmällä molemmilla löytyy myös esimerkiksi rauta- ja autokauppaa, sekä hotellitoimintaa. Verkkosivuja havainnoidessa pyrittiin löytämään mainintaa kasvien tuotantoketjuista tai vastuullisuudesta, sillä yleisesti kaikki kolme ketjua kuitenkin painottivat yritystoimintansa olevan vastuullista.

3.1.1 Lidl

Lidl:n verkkosivuja tutkiessa löytyi selkeät sivut vastuullisuudesta, jossa avattiin, miten Lidl edistää vastuullisuutta (Lidl, n.d.-d). Sivua selatessa löytyi linkkejä muille saman aiheen sivuille, joista yhdellä esiteltiin tavoite tarjota Suomen vastuullisin ostoskassi (Lidl, n.d.-c). Ostoskassi ja sen mahdollinen sisältö avattiin ja esiteltiin vastuullisine ratkaisuineen: tuotteissa vastuullisuus näkyi raaka-aineiden todennetuissa sertifikaateissa, kierrätettävissä pakkauksissa, aktiivisessa ilmastotyössä ja terveellisimmissä tuotteissa. Tässä kaupakassimallissa ei kuitenkaan esiintynyt kasveja, tai Lidlissäkin esiintyviä vaatteita ja harrastusvälineitä.

Lidiltä löytyi erillinen sivu Reilusta kaupasta Lidl:ssä, jossa esiteltiin Reilun kaupan leikkoruusuja (Lidl, n.d.-e). Kun esittelytekstin jälkeen painoi kohdasta "Lue lisää Reilusta kaupasta Lidlissä", sivulla ei kerrottu muuta kasveihin tai kukkiin liittyvää, kuin että sertifikaatin

piirissä oleville viljelijöille maksetaan takuuhinta ja Reilun kaupan lisä kauppahinnan lisäksi. Tarkemmat maininnat itse toimitusketjuista tai Reilun kaupan toiminnasta jäivät uupumaan.

3.1.2 S-ryhmä

S-ryhmällä vastuullisuussivulla luvattiin verkkosivuilla tekstillä ”Teemme Suomesta parempaa paikkaa elää” (S-ryhmä, n.d.-c). Sivulla luvattiin ottaa valinnoissa huomioon luonnon ja ilmaston, sekä päätöksillä autettavan erilaisia elinympäristöjä ja lajeja säilymään. Sivun oli tehty hyvin visuaaliseksi, ja tekstiä oli hyvin vähän. Erilaisia teemoja oli esitelty vastuullisuudesta, ja kaikista avautui uusi verkkosivu aiheesta. Teemoja oli mm. ”Kestävä kuluttaminen”, ”Kasvu luonnonvarojen kunnioittaen” ja ”Yhdenvertaisen maailman tavoittelemisen” (S-ryhmä, n.d.-c). Lisäksi tämän saman sivun lopusta pääsi lukemaan vuosi- ja vastuullisuuskatsauksen vuodelta 2022.

Vastuullisia päätöksiä, joita esittelytekstissä luvattiin, ei kuitenkaan avattu tuotteiden kohdalta enempää. Kasveista ei ollut tänäkään ketjun sivuilla mainintaa muussa muodossa kuin luonnosta puhuttaessa, mutta ei myytävistä ruukku- tai leikkokukista. Sivun alareunasta pystyi lukemaan erilaisia ja eri aikoihin julkaistuja S-ryhmän omia uutisia, mutta niitäkään selailtua ei vastaan tullut myyntikukista mitään. Myöskään esimerkiksi Reilun kaupan sertifikaatista ei ollut erillistä mainintaa.

3.1.3 K-ryhmä

K-Ryhmä mainitsi heti sivun yläreunassa, otsikon alapuolella Keskon kuuluneen maailman vastuullisimman yrityksen listalle (Global 100-lista, Corporate Knights) 20 vuoden ajan (K-Ryhmä, 2022). Vastuullisuuden myös vakuuteltiin olleen yrityksen toiminnan keskiössä, ja että K-ryhmä on pyrkinyt myös auttamaan asiakkaitaan tekemään vastuullisempia valintoja. K-ryhmän esittelemiä vastuullisuustavoitteita ja -tekoja olivat hiilineutraalius, kestävät tuotteet ja palvelut, kiertotalouden, terveyden ja hyvinvoinnin edistäminen ja toimitusketjujen vastuullisuus (K-ryhmä, 2022). Lisäksi myös yrityksenä K-ryhmä mainostaa yrityksenä olevansa merkittävä työllistäjä, investoija ja veronmaksaja, ja niiden esittelyn yhteydessä pääsi lukemaan Keskon vuosiraportin (K-ryhmä, 2022).

Tuotteiden toimitusketjun esittelyssä oli myös maininta Reilun kaupan lisistä viljelijöille ja sertifikaatin merkityksestä tuotteen vastuullisuuteen (K-ryhmä, 2022). Vastuullisten toimitusketjujen esittelyn yhteydessä oli verkkolinkki sivustolle ”Tuotteiden jäljillä”, josta pystyi tarkistamaan tuotteiden alkuperään ja toimitusketjuun liittyviä seikkoja (K-ryhmä, n.d.). Tälläkään sivulla ei seurannassa olleita kasveja ollut esitelty. Tietoa löytyi ainoastaan

ruusuista, niiden tuotannosta, toimituksesta ja tavarantoimittajista. Kyseisen tuotteen esittelyn lisäksi oli kuitenkin maininta siitä, mitä Reilun kaupan lisällä oli saatu jo aikaan kyseisen kasvin tuotantomaassa (K-ryhmä, n.d.). Joulutähdestä ei ollut mainintaa, eikä se ole erilaisena kasvina rinnastettavissa ruusuun tuotantotiedoiltaan.

3.2 Tuotteen läpinäkyvyys

Läpinäkyvyys kuvaa viestinnän avoimuutta kuluttajalle yksittäisen tuotteen, ja tuotteen tuottaneen yrityksen osalta. Jotta viestintä tuotantoketjusta olisi läpinäkyvää, se edellyttää totuudenmukaisuutta ja avoimuutta tuotantoketjun eri vaiheista, kuten alkuperästä, ja tietojen helppoa löydettävyyttä. Kasvien osalta läpinäkyvyyttä voidaan viestiä kasvien pakkausten tuotemerkintöjen, kaupan verkkosivujen ja sertifikaattien kautta.

Seurannassa kiinnitettiin huomiota viestinnän laajuuteen ja selkeyteen, sekä tunnistettavien pakkausmerkintöjen ja sertifikaattien ilmaisuun. Tuotantoketjun lisäksi läpinäkyvyyttä voi olla myös hinnoittelussa, jolloin kuluttajalle on ilmoitettu selkeästi, mistä hinta koostuu, ja mikä kaikki hintaan vaikuttaa. Vaatteiden osalta tuotteen läpinäkyvyydestä on ollut medioissa paljon puhetta ja kirjoituksia, mutta vastaavaa ilmiötä ei ole yhtä isolla volyymilla kasvien osalta esiintynyt.

3.2.1 Pakkausmerkinnät: Reilu kauppa ja Sirkkalehti

Reilu kauppa, eli Fairtrade on sertifikaatti, jonka voi saada tuote, joka täyttää kaikki tarvittavat kriteerit. Kriteerit vastaavat kestävä kehityksen osa-alueita: taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristön kriteerit. Kriteerit on laadittu tuotteille ja tuoteryhmille, ja laatimisesta on vastannut Fairtrade International, ja niitä päivitetään jatkuvasti. Kriteerien ja tuotteiden auditoinnista vastaa ulkopuolinen yhtiö, Flocert, joka valvoo kriteerien noudattamista kaikissa tuotantoketjun vaiheissa, sekä puuttuu mahdollisiin rikkomuksiin. Kriteerit vaihtelevat tuote- ja tuoteryhmäkohtaisesti. Reilun kaupan tuotteet ovat tunnistettavissa sen logosta. Reilu kauppa on pyrkinyt pakkausmerkinnöillään sekä verkkosivuillaan tuomaan toimitusketjun eri vaiheita ja toimijoita esiin kuluttajille. (Reilu kauppa, n.d.-a)

Reilun kaupan yleisimmin, ja pisimpään käytetty merkki on ollut mustapohjainen tuotesertifioinnin merkki (Reilu kauppa, n.d.-b). Merkki ilmaisee tuotteen olevan kriteerit läpäissyt tuote, ja tuotanto- ja toimitusketjun läpinäkyvyyttä. Kaikissa kolmessa myymälässä huomattiin seurannan aikana Reilun kaupan joulutähteä joulukuun aikana, mutta niissäkin oli kauppojen välillä eroja pakkausmerkinnöissä. Reilun kaupan omilla sivuilla esiteltiin

kukkateollisuuden haasteita, sekä miten Reilu kauppa on pyrkinyt näitä ratkomaan (Reilu kauppa, n.d.-a).

Kuva 1. Mustapohjainen Reilun kaupan merkki. (Reilu kauppa, n.d.-c)



Reilun kaupan aikaansaamia muutoksia viljelyolosuhteisiin on ollut vähimmäispalkan määrittäminen, elämiseen riittävät ansiot, sekä työntekijöille maksettava reilun kaupan lisä (Reilu Kauppa, n.d.-a). Lisäksi Reilu kauppa on pyrkinyt edistämään naisten, työntekijöiden ja lasten oikeuksia esimerkiksi kirjallisilla palkkakuiteilla ja työsopimuksilla, sekä määrittämällä ympäristökriteerit, joita tuotannossa on noudatettava (Reilu Kauppa, n.d.-a). Sivun alareunassa oli esitelty kaikkien kolmen seurannassa olleen kauppaketjun Reilun kaupan ruusut, sekä Lidlin ja Pirkka-merkin neilikat, sekä mainittu kaikki kolme kukkien saatavuuden esittelyssä. Lisäksi oli mainittu, että myös joulutähtiä löytyy kaikista kolmesta seurannassa olleesta kaupasta.

Sirkkalehtimerkki on Suomalainen, Kotimaiset Kasvikset ry:n tuotemerkki, jota käytetään kotimaisuuden ilmaisemiseen esimerkiksi kukilla. Merkki takaa kotimaisuuden lisäksi laadukkaan tuotteen, sillä Reilun kaupan tavoin Sirkkalehtimerkkiä saa käyttää vain tarkat kriteerit läpäisseet viljelijät ja pakkaamot. Merkin käytöstä on pitänyt viljelijän ja pakkaamon tehdä sopimus Kotimaiset Kasvikset ry:n kanssa, jossa he sitoutuvat noudattamaan Laatutarha-ohjeistoa. Kun viljelijä tai pakkaaja sitoutuu ohjeiston noudattamiseen, Sitoutuessaan viljelijöiden ja pakkaajien tulee kiinnittää erityistä huomiota tuotannon ympäristövaikutuksiin, henkilöstön hyvinvointiin, sekä itse tuotteiden turvallisuuteen. Sirkkalehtimerkin muita nimiä on esimerkiksi kotimaisuus- ja puhtaasti kotimainen-merkki. (Puhtaasti kotimainen, n.d.)

Kukilla sirkkalehtimerkissä oli hieman erilainen teksti logon alla, ja teksti vaihtelee tuoteryhmän mukaan. Muita tuoteryhmiä ovat syötävät tuotteet ja taimitarhatuotteet. Syötävillä

tuotteilla teksti on ”puhtaasti kotimainen” ja taimitarhatuotteilla ”kestävästi kotimainen”.
(Kotimaiset kasvikset ry., n.d.-a)

Kuva 2. Sirkkalehtimerkki kukilla. (Kotimaiset kasvikset ry., n.d.-b)



4 Seuranta

Opinnäytetyön seurantaan valittiin kolme isompaa ruokakauppaa Pohjois-Savosta, Kuopiosta: Savilahden Prisma, Inkilänmäen Lidl, sekä Päivärannan K-citymarket. Valinnan yhtenä perusteena oli, että K- ja S-ryhmä muodostavat valtaosan Suomen päivittäistavaran myynnin markkinaosuudesta, ja Lidl toisi pienemmällä osuudellaan erilaisen näkökulman seurantaan (NielsenIQ, 2023). Viime vuoden (2023) kauppojen markkinaosuuksista ei löytynyt vielä tarkempaa tietoa, mutta vuodelta 2022 sen sijaan löytyi. Vuoden 2022 päivittäistavaramyyntirekisterissä S-ryhmän osuus Suomen päivittäistavarakauppojen markkinaosuudesta oli 47,0 %, ja kokonaisuudessaan S-ryhmän myynti oli kasvanut edellisvuoteen verrattuna. K-ryhmän päivittäistavaramyynnin markkinaosuus taas laski 35,2 %:iin. Lidl:n markkinaosuus oli kasvanut edellisvuoteen nähden, ja saavutti 9,8 % osuuden. (NielsenIQ, 2023)

Ensisijainen valintakriteeri seurannan ruokakaupoille oli niiden sijainti. Paikallisena Kuopiossa kyseisissä kaupoissa olisi helpompi suorittaa seuranta viikoittain. Havainnointikäyntien ajankohdiksi valikoitui viikoittaiset, ja joka viikko eri päivät, jotta olisi mahdollista havainnoida kauppojen eri vaiheissa olevia valikoimia. Seurannassa pyrittiin käymään kaupoissa niin, ettei joka kerta olisi juuri saapunut uutta kuormallista kukkia, jolloin valikoima olisi runsaimmillaan. Tällöin pystyi vertailemaan myös sesongin aikana, muuttuuko valikoima, ja valikoimassa olevien kukkien pakkausmerkintöjen laatu joulua kohti mennessä.

Kaikkiin kolmeen päivittäistavarakauppaan oltiin yhteydessä jo ennen seuranta, ja kartoitettiin kuvauslupia, mutta lopulta kaikista ei kuvauslupaa myönnetty. Lidl ja K-citymarket myönsivät kirjalliset luvat joko tekstiviestillä tai sähköpostilla, mutta Prismasta ei vastattu koko joulukuun

aikana. Tämän vuoksi kahdesta edellä mainitusta on valokuvia tukemassa tekstiä, mutta Prisman valikoimasta on tehtynä vain piirrosversiot kuvantamaan valikoiman pakkauksia, ja niiden merkintöjä.

Seurantaan valittiin työn tilaajan ehdotuksesta, ja tilastojen pohjalta kolme joulukukkaa: hyasintti *Hyacinthus orientalis*, joulutähti *Euphorbia pulcherrima* ja amaryllis *Hippeastrum*. Samat kasvit esiintyivät suomalaisten joulukukkasuosikkeina myös Plantagenin teettämässä kyselytutkimuksessa, Kasvitrendit 2022 -raportissa, jonka pohjana oli 1053 kuluttajan vastaukset, sekä valittujen asiantuntijoiden haastattelut (Plantagen, 2022). Nämä kolme joulukukkaa valikoituivat myös siksi, että niiden suosion vuoksi oli varmintaa, että kaikissa kolmessa myymälässä niitä löytyisi joulusesongin aikana, jolloin merkintöjen määrää pystyisi vertailemaan myös kasvikohtaisesti myymälöiden välillä. Seurannassa olevista myyntikasveista tehtiin tarkempi rajaus vielä ainoastaan ruukutettuihin, sekä yksittäin istutettuihin kasveihin, eli useamman lajin sisältävät koristeistutukset sekä leikkokukat eivät sisällyneet tähän seurantaan.

Seurannassa olevista joulukukista tarkkailtiin niiden pakkausmerkintöjen ja tuotetietojen laatua ja määrää joulusesongin ajan. Lisäksi kauppojen verkkosivuilta seurattiin kasvien osalta viestintää vastuullisuudesta joulusesongin aikana, sekä 2024 tammi-, helmi- ja maaliskuussa. Kaikissa kolmessa myymälässä kukkien esillepano ja sijainti pysyi pääosin samankaltaisena koko seurannan ajan.

4.1 Lähtötilanne

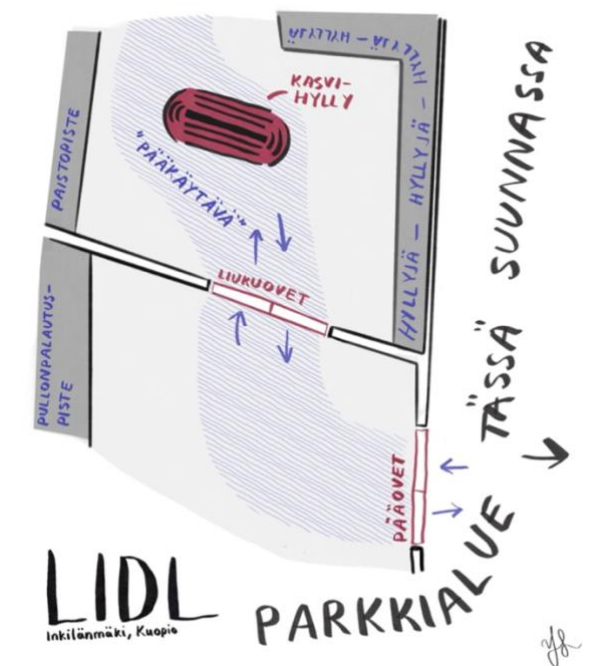
Kaikissa kolmessa myymälässä kasveille löytyi omat, selkeästi rajatut ja merkityt myyntialueet, jotka sijoituivat lähelle yhtä kauppojen sisäänkäynneistä. Ainoastaan seurannassa olleessa K-citymarketissa joulukukkaa löytyi useammasta paikasta, ympäri myymälää, mitä lähemmäs vuoden loppua menttiin. Hypoteesina pakkausmerkintöjen määrälle ja laadulle oli, että merkinnät olisivat vähäisiä, minimirajan ylittäviä tietoja, eikä tuotantoketjua esiteltäisi sen kummemmin. Miniminä tarkoitetaan kasvipassia, joka pitäisi kuitenkin löytyä kaikista seurattavista kasveista. Kasvipasseissa ei kuitenkaan paljoa tietoa ole kuluttajalle, vaan se sisältää pakolliset kuljetuksiin tarvittavat tiedot. Kasvipassit ovat välttämättömiä kaikille istutettaviksi tarkoitetuille kasveille, ja se on EU:n kasvinterveysasetuksen mukainen merkintä (Ruokavirasto, 2023). Kun kasville on myönnetty kasvipassi, sen voi välittää eteenpäin ilman kasvintuhoojien tarkastamista, ja uuden kasvipassin myöntämistä, ja passi on yleensä kiinnitettyä jokaiseen ruukkuun erikseen (Ruokavirasto, 2023).

4.2 Viikoittainen seuranta

Seuranta kesti yhteensä kuusi viikkoa, jonka aikana tehtiin havainnointikierrokset kerran viikossa Savilahden Prismassa, Inkilänmäen Lidlissä ja Päivärannan K-citymarketissa. Kierroksen aikana kirjoitettiin havainnoinnista muistiinpanoja, ja jos kyseisestä myymälästä oli saatu kuvauslupa, otettiin myös kuvia tekstin tueksi. Lidlistä ja K-citymarketista saatiin kirjalliset kuvausluvut ennen seurannan alkua, mutta Prismasta ei tullut ollenkaan vastausta. Prismasta osalta havainnoinnista raportointi suoritettiin siis kirjallisesti.

Kasvien myyntipaikat sijaitsivat kaikissa kaupoissa jonkin sisäänkäynnin yhteydessä. Inkilänmäen Lidlissä oli vain yksi sisäänkäynti, jonka jälkeen oli kolmikerroksinen, monisuuntainen hylly, jolle kasvit oli aseteltu. Alla luonnoskuva sisäänkäynnin kukkamyyntipaikasta. Hintalaput olivat selkeästi, isoin kirjaimin suoraan myytävän kasvin kohdalla, jolloin hinta oli helppo ja nopea tarkistaa heti kasvin huomattuaan. Myyntipaikalla kasveja ei ollut ylitsevuotavasti, mutta kuitenkin niin, että tyhjiä tasojakaan ei ollut. Seurannan aikana, eri viikon päivinä, ei ollut myöskään huomattavaa eroa kasvien määrässä, tai esillepanon siisteydessä. Seuranta tehdessä tehtiin luonnoksia, joiden pohjalta on tehty esimerkkikuva esillepanosta, sekä myyntipaikan sijainnista myymälässä.

Kuva 3. Luonnos Inkilänmäen Lidlin kukkamyyntipaikan sijainnista myymälässä (Jenna Seppä, 2024)



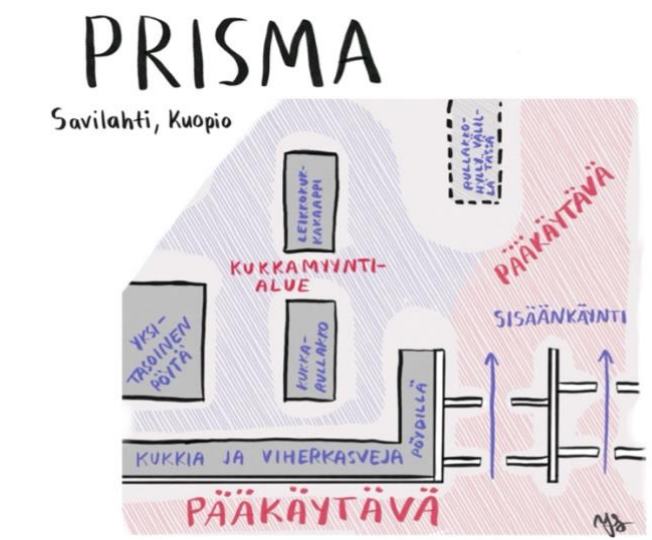
Päivärannan K-citymarketissa sisäänkäyntejä on useampi, mutta kaupan etupuolelta katsottuna vasemmanpuoleisen sisäänkäynnin vieressä ja suoraan edessä oli joulukuussa joulukukkien myyntiä. Luonnoksessa on vasemmanpuoleisen sisäänkäynnin kukkamyyntipaikka. Oikeanpuoleisen sisäänkäynnin luona ei ollut lainkaan kasveja. Tuotteiden volyyymi oli suurempi, kuin normaalisti myytävien kasvien, joten myyntipaikkoja oli leveämmällä ja useammassa paikassa joulukuun aikana. Kiinteiden myyntialueiden pinta-ala oli pienehkö, mutta liikkuvissa rullakoissa oli myös paljon joulukukkia koko sesongin ajan. Sisäänkäynnin yhteydessä oli ns. normaalihintaisia tuotteita, ja loppuvuodesta pääkäytävälle, sekä erillisille myyntipöydille, sekä rullakkohyllyille tuli myyntiin alennuksella jo kukkivia hyasintteja, amarylliksiä ja vanhempia joulutähtiä. Uuden vuoden lähestyessä joulukukkia oli ripoteltuna hieman joka puolelle kauppaa. Hyasintteja oli joulukuun aikana pöytien lisäksi myös hyllyssä, mutta myyntipöydät muutoin olivat yksitasoisia. 2024 alkuvuodesta Päivärannan K-citymarketissa oli kuitenkin remontti, joka vaihtoi ja muutti kasvien myyntipaikkaa hieman isommaksi ja sivummalle seurannan aikaisesta paikasta. Seurannan aikana ei kuitenkaan muutoksia vielä ollut.

Kuva 4. Luonnos Päivärannan K-citymarketin kukkamyyntipaikan sijainnista myymälässä (Jenna Seppä, 2024.)



Savilahden Prismassakin oli useampi sisäänkäynti, mutta oikeanpuolimmaisesta yhteydestä löytyi kaikki joulukukat. Alla luonnos sisäänkäynnin kukkamyyntipaikasta. Aluksi niitä oli vain yksitasoisilla myyntipöydillä, sisäänkäynnin vieressä, mutta lähempänä jouluaattoa, niitä löytyi myös rullakoista pääkäytävän varrelta. Prismän kukkamyyntialue oli kolmesta seurannassa olleista kaupoista suurin pinta-alaltaan, ja pysyi pääosin samana.

Kuva 5. Luonnos Savilahden Prisman kukkamyyntipaikan sijainnista myymälässä (Jenna Seppä, 2024.)



4.2.1 Viikko 47, ensimmäinen seurantaviikko

Prisman valikoimasta löytyi hyasintteja kolmen kappaleen lajitelmana, joissa ei ollut kuin hoito-ohje ostajalle, viljelijän sekä pakkaajan tiedot, pakkauksen kierrätysohjeet, sekä kasvipassi. Yksittäispakattuja hyasintteja ei ollut. Kasvipassi oli tässä tapauksessa kirjattu samaan, irralliseen lappuun pakkauksen ulkopuolelle, eikä ruokkuun. Amarylliksissä oli samanlainen, hyvin minimaalinen teksti, myös samanlaisessa irrallisessa lapussa. Joulutähtiä löytyi ainoastaan erikoisvärisinä. Niissä oli esitelty kukan kasvattanut kasvihuoneyritys, Huiskula. Pakkauksessa ei kuitenkaan ollut sen enempää tekstiä toimitusketjusta, kuin aiemmissakaan, mutta siinä oli esittely Huiskulasta kasvihuoneyrityksenä. Kotimaista -merkin

K-citymarketissa joulutähtiä havaittiin punaisina, Pirkka -merkin Reilun kaupan pakkauksissa. Reilun kaupan joulutähden pakkauksessa esiteltiin toimitusketju pistokkaasta eteenpäin. Pistokkaan alkuperämaaksi ilmoitettiin Kenia, ja kukkatila Reilun kaupan valvomaksi. Suomessa Oy Ansari-Yhtymä oli kasvattanut kukan täyskasvuiseksi. Näiden tietojen lisäksi oli vain linkki Reilun kaupan verkkosivuille, joista jo aiemmin tehdyn havainnoinnin pohjalta tiedettiin, ettei siellä esitelty joulutähteä juuri ollenkaan. Amarylliksiä ei löytynyt valikoimasta vielä.

Kuva 6. Pirkka-merkin Reilun kaupan punainen joulutähti, samaa kukkaa löytyi muovinen ja paperinen pakkaus. (Jenna Seppä, 2023)



Hyasinttejä löytyi yksittäispakattuina, sinivalkoisessa kääreessä. Pakkauksen kierrätyksestä ei ollut mainintaa, vaikkakin pakkaus vaikutti olevan muovista sekä kääre, että ruukku. Kasvin ulkoisen kääreen yläreunassa oli kuitenkin Sirkka-lehtimerkki, jossa luvattiin kotimaisuutta.

Kuva 7. K-citymarket, hyasintin pakkausmerkinnät. (Jenna Seppä, 2023)



Lidl jäi tällä seurannassa tällä viikolla väliin aikataulusyistä. Fyysisen myymälän havainnoinnin sijaan tarkasteltiin kuitenkin kaupan verkkosivut, mutta sieltäkään ei löytynyt joulukukista vielä mitään mainintaa. Myöskään kaupan jouluisessa tv-mainonnassa ei mainittu kukkia.

4.2.2 Viikko 48

K-citymarketin valikoimasta löytyi tällä viikolla jo kaikkia kolmea seurattavaa joulukukkaa. Toimitusketjua ei kuitenkaan ollut esitelty kasvipassin, ja pienen Sirkkalehtimerkin lisäksi, aiempaan ei siis muutosta. Huomio kiinnittyi kotimaisuusmerkintään Sirkkalehden muodossa tai tekstinä, mutta pakkauksissa ei kuitenkaan esitelty kotimaisuudelle perusteita tai tarkempia tietoja. Joissakin pakkauksissa kotimaisuus -merkin lisäksi saattoi lukea ”Viljelty Suomessa”, ja viljelijän tai pakkaajan nimet sekä osoitteet vain esiteltynä. Amarylliksien pakkauksissa oli vastaavanlaisia esittelyjä hoito-ohjeista viljelijän ja pakkaajan tietojen lisäksi.

Lidl:n valikoimasta löytyi tällä viikolla ainoastaan amarylliksiä. Toimitusketjua ei ollut esitelty kasvipassia enempää, ja se löytyi toisista amarylliksistä kääreen sisältä, sisäruukun kyljestä, eli sitä ei suoraan näkynyt pakkauksessa. Amarylliksiä oli sekä kaksi- että yksivanaisia, joista yksivanaisilla oli koristeellinen päällysruukku, ja kaksivanaisilla värikäs käärepaperi. Päällysruukullisessa amarylliksessa oli kasvin lisäksi koristeita, ja kasvipassi oli helpommin luettavissa ruukun sisälle painetusta irtolapusta. Siinäkin ei kuitenkaan ollut enempää tietoa, kuin kasvipassi ja kuvalliset kasvuolosuhteiden ohjeet ostajalle.

Kuva 8. Lidl, päällysruukullinen ja käärepaperillinen amaryllis (Jenna Seppä, 2023)



4.2.3 Viikko 49

Kotimaista -merkin hyasinteissa tai amarylliksissä ei ollut muutoksia pakkausmerkinnöissä. Joulutähteä löytyi eri värisinä vaihtoehtoina, mutta kaikki vaihtoehdot olivat jälleen Kotimaista -merkkiä, ja samoilla teksteillä, kuin aiemminkin. Valkoisia ja tummanpunaisia joulutähtiä löytyi kuitenkin myös Reilun Kaupan tuotteina, jolloin toimitusketjua oli hieman avattu kasvipassia enemmän. Lisäksi niistä löytyi selitys Reilun Kaupan -merkille, mutta kasvatusvaiheet ja toimitusketju jäivät hieman tulkinnanvaraisiksi. Paketissa luki: ”Joulutähti on kasvatettu täyskasvuiseksi Suomessa” ja ”Joulutähden pistokas on kasvatettu Reilun Kaupan tilalla”, mutta alkuperämaata ei ollut eritelty sen tarkemmin. Reilun Kaupan toimintaidean selityksessä oli avattu osan tuotteen tuotannosta tapahtuvan kehittyvissä maissa, mutta kyseisen kasvin osalta ei ollut kerrottu sen tarkemmin. Hyasinttia löytyi myös Kotimaista-merkkisinä nupuissaan, joissa ei hoito-ohjeiden ja kasvipassin lisäksi ollut muuta tietoa.

Lidlistä löytyi kaikkia kolmea joulukukkaa, joista amarylliksillä ja hyasinteilla oli heikoimmat tuotetiedot. Hintalapuissa luki vain ”kotimainen”, mutta itse tuotteissa ei ollut muuta kuin kasvipassit. Kukkahyllystä löytyi kuitenkin muutamia yksilöitä, jotka oli toimitettu Huiskulasta, ja niissä oli tarkempi esittely viljelijästä, ja siitä, kuinka kasvi oli kasvatettu Suomessa, Turussa. Pistokkaasta ei ollut mainintaa. Reilun Kaupan joulutähtiä löytyi myös, joissa taas oli erinomaiset tuotetiedot toimituksesta. Pistokkaan esiteltiin tulleen Keniasta, ja lopullisen kasvatuksen kerrottiin tapahtuneen eteläkarjalaisella kukkatilalla. Merkintä oli tähänastisista selkein ja suurin. Lisäksi pakkauksesta löytyi myös pakollinen kasvipassi sekä viljelleen kasvihuoneen yhteystiedot.

Kuva 9. Lidl Reilun kaupan joulutähti, seurannan parhaat pakkausmerkinnät (Jenna Seppä, 2023)



K-citymarketista löytyi Sirkkalehti-merkillä varustettuja, kahta erilaista joulutähteä, mutta kummassakaan ei lukenut kasvipassin, ja Sirkkalehtimerkin lisäksi muuta. Joulutähden erikoislajikkeella luki kasvin kasvattaneen kasvihuoneen nimi. Hyasintit olivat jo hieman alkaneet puhkeamaan kukkaan, ja ne oli siirretty myyntipaikalla hieman ”piiloon” korkeaan hyllyyn. Amarylliksiä ei löytynyt ollenkaan.

Kuva 10. K-citymarket, vaalean pakkauksen joulutähti (Jenna Seppä, 2023)



Kuva 11. K-citymarket, hyllyillä piilossa olevat hyasintit (Jenna Seppä, 2023)



4.2.4 Viikko 50

Prismassa hyasintit oli siirretty jo liikuteltaviin rullakkohyllyihin, joita myytiin tarjouksella pois. Pakkausmerkinnöissä ei muutoksia, vain kasvipassi, pakkaaja ja ostajalle suunnatut hoito-ohjeet. Reilun Kaupan joulutähteä löytyi, mutta niissäkään ei muutoksia. Amarylliksiä oli tullut runsaasti lisää, yhden pöydällisen verran, ja nekin edelleen Kotimaista -merkkisiä.

Lidlissä oli hyasintteja enää jäljellä. Lähempänä joulua oli tullut muiden joulukukkien tilalle koristeistutuksia, joissa pienet kasvit oli peitetty tekolumella ja koristeltu erilaisin jouluisin koriste-esinein. Joulukukat ja amaryllikset hävisivät valikoimasta.

K-citymarketissa kaikkia kolmea joulukukkaa oli, ja tällä kauppakierroksella huomattiin myös aiempien, Reilun kaupan joulutähtien lisäksi isompi joulutähti, jossa ei lukenut ainoastaan ”Pirkka”, vaan ”Pirkka Parhaat”, ja nämäkin yksilöt olivat merkattu Reilun kaupan kukiksi. Reilun kaupan merkinnän lisäksi pakkauksissa oli Sirkkalehtimerkki. Pakkauksessa luki merkkien lisäksi hoito-ohjeet, ja hieman avattu tuotantoketjua. Pistokkaan oli kerrottu kasvatetun Ugandassa, Reilun kaupan kukkatilalla, ja viljelty täyskasvuiseksi Huiskulan Puutarhalla. Tuotantoketjun kerrottiin olevan Reilun kaupan valvoma. Lisäksi sama teksti oli ruotsiksi, ja lopussa viljelijän, pakkaajan ja pakkauttajan yhteystiedot. Amarylliksiä ja hyasintteja oli siirretty rullakkohyllyille pääkäytävälle, mutta itse tuotteet olivat samoja, kuin aiemminkin. Kukkien myyntialue oli myös laajentunut pienestä nurkkauksesta myös toiselle puolelle käytävää, erillisille myyntipöydille. Amaryllisten ja hyasinttien pakkauksissa oli minimaaliset sirkkalehtimerkit pakkausten ulkopuolella olevissa lapuissa, joka ensin meinasi jäädä huomaamatta. Sen enempää tekstiä ei ollut kasvipassin, ja hoito-ohjeen lisäksi.

Kuva 12. K-citymarket, Reilun kaupan isot joulutähdet (Jenna Seppä, 2023)



Kuva 13. K-citymarket, pääkäytävän rullakkohyllyn amaryllit (Jenna Seppä, 2023)



4.2.5 Viikot 51—52

Prismasta löytyi kaikkia kolmea joulukukkaa vielä viikolla 51, mutta jo viikolla 52 joulukukat katosivat valikoimasta kokonaan. Viikolla 52 seurantakierros tehtiin Prismaan 27.12. ja silloin merkit joulukukista olivat kokonaan kadonneet. Seurannan aikana havaittiin valikoiman pysyneen samana, ja viimeisen kerran Prismassa joulukukat huomattiin 20.12. Kukat olivat myös myyntikunnoltaan vielä hyviä, lukuun ottamatta muutamia hyasintteja, joista osa oli jo viimeisellä myyntiviikolla täydessä kukassa.

Lidl:n valikoimassa oli myös viikolla 51 kaikkia joulukukkia, mutta pienemmissä määrin kuin aiemmillä viikoilla. Sama huomio kukkien valikoiman muuttumattomuudesta sesongin aikana. Aiemmin mainitun Reilun kaupan joulutähden lisäksi huomio kiinnittyi toisiin, isompiin joulutähtiin, joissa ei ollut Sirkkalehtimerkkiä, tai Reilun kaupan merkkiä. Samaa joulutähteä oli ollut jo aiemmin, mutta nyt kun jäljellä oli vain muutamia vaihtoehtoja, nämä erottuivat paremmin. Pakkauksissa oli Suomenlippu, varmaankin Lidl:n oma kotimaisuutta takaava sertifikaatti tai merkki, ja teksti: ”Juuret suomalaisessa mullassa”. Pakkauksen alareunassa kiersi vaaleanvihreä alue, jossa oli erilaisia, kotimaisuutta ja laadukkuutta kuvailevia sanoja. Kuitenkaan varsinaista tekstiä ei pakkauksessa ollut, ainoastaan kasvipassi viivakoodeineen. Viikolla 52 ei ollut jäljellä ainoatakaan joulukukkaa valikoimassa.

Kuva 14. Lidl, XL-kokoiset joulutähdet (Jenna Seppä, 2023)



K-citymarketista löytyi näistä kolmesta kaupasta pisimpään joulukukat valikoimasta, sillä joitain yksilöitä löytyi vielä viikolla 1. Viikolla 51 löytyi kaikkia kolmea seurattavaa joulukukkaa, joista hyasintteja ja amarylliksiä löytyi nyt molempia myös pääkäytäviltä rullakkohyllyistä. Molemmat kukat olivat samanlaisia, kuin aiemminkin viikoilla, Pirkka-merkkisiä. Löytyi myös Reilun kaupan joulutähteä, ja Sirkkalehtimerkkisiä, valkoisia joulutähtiä. Valikoima oli samanlaista myös viikolla 52, poikkeuksena kukkamyyntialueen kapeneminen, sillä käytävän toiselle puolelle aiemmin ylettynyt myyntialue oli kutistunut kahteen, pienempään esillepanopöytään. Kaikilla myyntialueilla, rullakkohyllyt mukaan luettuna, kukat olivat alennuksessa alkuperäisestä hinnastaan. Myös täällä olivat hyasintit alkaneet vuoden viimeisellä viikolla kukkimaan.

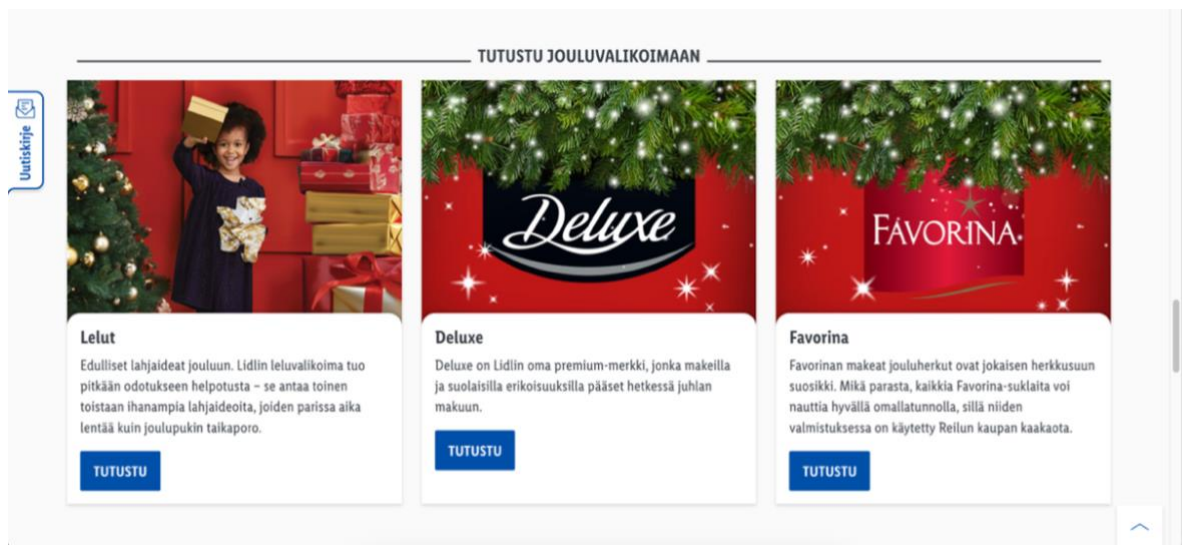
Kuva 15. K-citymarket, kukkaan puhjenneita hyasintteja (Jenna Seppä, 2023)



4.2.6 Joulukuun aikainen verkkomarkkinointi

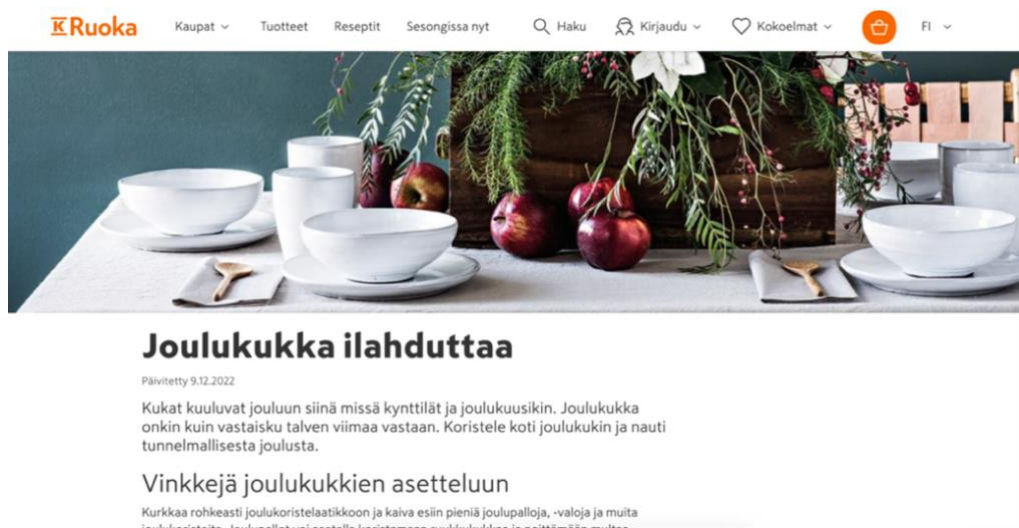
Kaikilla kolmella myymälällä oli joulukuussa omat, jouluaiheiset verkkosivut. Sivulla jaettiin lahjavinkkejä ja esiteltiin myytäviä tuotteita Lidl:n verkkosivuilla pääaiheina oli lelut, Lidl:n oman, Deluxe-merkin ja Favorinan makeisten esittely. Kasveista ei ole mainintaa listassa. Näkymään ei tullut muutoksia koko joulukuun aikana. Sivulla ei näy enää aihe-ehdotuksia, vaan sivulla on vain esittelyteksti joulusesongista. Verkkosivulta otettiin kuvakaappaus 28.11.2023, joka näkyy alla. (Lidl, n.d.-a) Sivu tarkistettiin uudelleen 13.3.2024, jolloin ei näitä kuvakkeita enää näkynyt.

Kuva 16. Lidl:n jouluteemaiset verkkosivut, aloitussivun näkymä. (Lidl, n.d.-b)



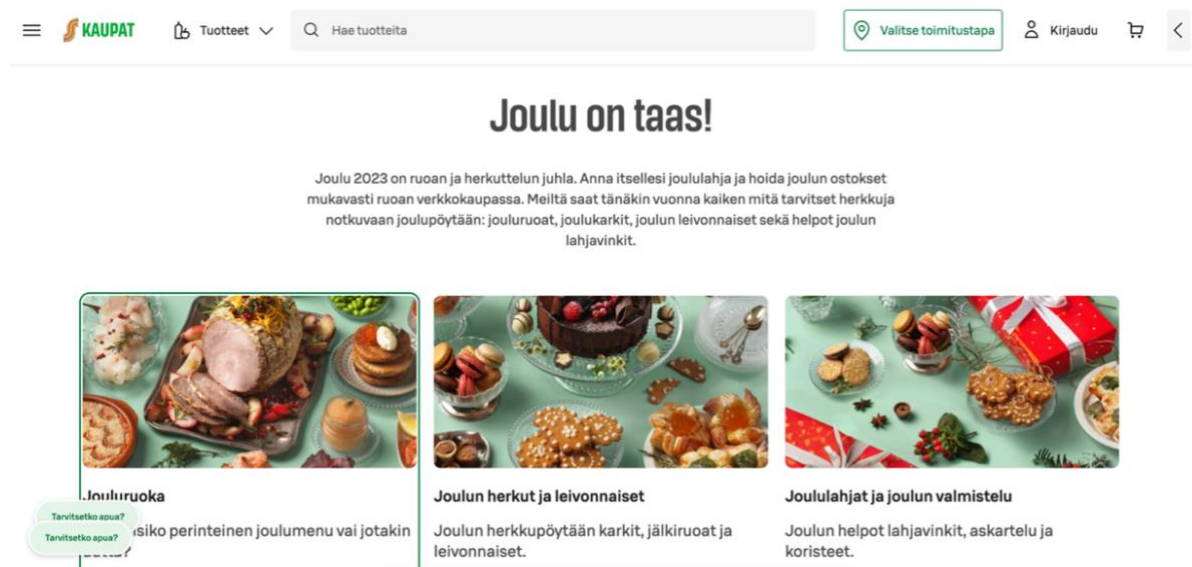
K-ryhmällä sen sijaan löytyi kokonainen sivu luotuna erilaisille ohjeille joulukukien asetteluun ja koristeluun (K-ruoka, 2023a). Lisäksi useimmat perinteiset joulukukat löytyivät esitelyinä hoito-ohjeineen sivulta. Kuvia kasveista ei ole, mutta ohjeet olivat muuten hyvin selkeät. Mainintaa ei kuitenkaan kasvien toimituksesta tai viljelystä ole, kasvit olivat vain hoito-ohjeineen esitely, ilman tieteellisiä nimiä. (K-ruoka, 2023a) Sivu katsottiin sekä marraskuussa 28. päivä 2023, että 13. maaliskuuta 2024. Sivu oli edelleen samanlainen.

Kuva 17. K-ryhmän joulukukkienvinkkisivu, aloitussivun näkymä. (K-ruoka, 2022b)



S-ryhmän sivuilta ei löytynyt kattavaa tietopakettia joulukukista, kuten K-ryhmällä, sillä pääpaino oli selkeästi jouluruoissa, sekä pikkujoulujen tarjoiluideoissa. Myöhemmin sivulla on myös yksittäisten tuotteiden esittelyä, sekä ruokaohjeita jouluruokien valmistukseen. Sivun alareunassa oli jälleen samanlaisia S-ryhmän omia artikkeleita, jouluaiheisia tietysti, joita pääsi klikkaamalla lukemaan. (S-kaupat, n.d.-a) Alla kuvakaappaus, miltä sivu näytti 28.11.2023, sillä 13.3.2024 uudelleen tarkistaessa sivulla ei näkynyt samanlaisia kuvakkeita tai linkkejä.

Kuva 18. S-ryhmän verkkosivu joulukuussa, aloitussivun näkymä. (S-kaupat, n.d.-b)



4.3 Johtopäätökset

Ennako-oletuksena oli, ettei kasvien pakkausmerkinnöissä olisi juurikaan tietoa kasvipassin ja hoito-ohjeiden lisäksi. Arvio perustui aiempiin havaintoihin seuranta-aikaa edeltävältä ajalta, eikä sen pohjalta pakkausmerkintöjä ajateltu olevan runsaasti. Vuoden ympäri löytyvistä viherkasveista oli tiedossa ulkomaapainotteisuus tuotantomaisissa, jonka pohjalta arvioitiin myös joulukukissa painottuvan ulkomainen tuotanto. Sirkkalehtimerkkiä, sekä Reilun kaupan merkkiä odotettiin nähtävän myös pakkauksissa, mutta pienemmissä määrin. Myöskään Kauppapuutarhaliitolla ei tullut ennako-oletusta tuotemerkintöjen määrästä tai laadusta.

Seurattavien kukkien oletettiin myös saapuvan Suomeen joko myyntivalmiina, tai vähintäänkin pistokkaana, jolloin itse kasvatus tapahtuisi Suomessa. Monien joulukukkien pistokkaat saapuivat Suomen ulkopuolelta, mutta useimmat oli kuitenkin kasvatettu Suomessa täyskasvuiseksi. Pakkausmerkintöjen määrä ja laatu oli seurannan aikana minimaalista. Reilun kaupan kukissa oli selkeästi eniten pakkausmerkintöjä, jokaisessa kolmessa kaupassa. Lidl:n valikoiman joulukukista löytyi sekä huonoin, sekä Lidl:n lisäksi K-citymarketin valikoimasta löytyi myös parhaimmat pakkausmerkinnät. Molempien, sekä K-citymarketin, että Lidl:n Reilun kaupan joulutähdissä oli pakkausmerkinnöissä avattu tuotantoa pistokkaasta eteenpäin ja pistokkaan alkuperämaa oli ilmoitettu. Lidl:n pakkauksessa oli esitelty myös Reilun kaupan tuotantoperiaatteita, kun taas K-citymarketin pakkauksessa esiteltiin Suomessa myyntikuntoon viljelyn yrityksenkin tiedot. Lidl:n joulutähden pakkauksessa mainittiin viljelyn tapahtuvan Suomessa loppuun ”eteläkarjalaisella tilalla”. Molemmissa tekstin määrä oli kuitenkin reilusti runsaampi, kuin missään muussa pakkauksessa seurannan aikana.

Seurannan heikoimmat pakkausmerkinnät olivat myös Lidl:n valikoimissa, sillä amarylliksilla ei ollut pakkausmerkintöjä pakkauksen ulkopuolella lainkaan. Prismastakin löytyi Reilun kaupan joulutähteä, mutta pienemmillä pakkausmerkinnöillä. Muutamissa kasvipasseissa (esimerkiksi K-citymarketin valkoinen joulutähti) luki Suomi, hyasinteilla ja amarylliksillä jokin muu, ja Reilun kaupan joulutähtien pistokkaat olivat tulleet ulkomailta. Joulutähdissä ”lopullinen” viljelymaa oli kuitenkin Suomi.

Kuva 19. Parhaat pakkausmerkinnät olivat Lidl:n Reilun kaupan joulutähdellä, sekä K-citymarketin Reilun kaupan isolla joulutähdellä (Jenna Seppä, 2023)



Kuva 20. Lidl:n amaryllit taas olivat heikoimmin varusteltu pakkausmerkinnöillä (Jenna Seppä, 2023)



Kauppojen verkkosivuilla oli esitelty monipuolisesti vastuullisuuden näkyvyyttä ketjun toiminnassa, valinnoissa ja tuotteissa, mutta kasvien osalta tietoa oli joko hyvin vähän, tai ei lainkaan. Kuitenkin mainintaa löytyi Reilusta kaupasta, esittelyä sen toimintaperiaatteista, sekä vaikutuksista tuotteiden valmistuksessa, mutta kasvit ja kukat jäivät tässäkin pienemmälle osalle. Puutarha&kauppa-liitelehden artikkelin mukaan (Rantala. 2023, s. 2) S- ja K-ryhmästä haastatellut henkilöt painottivat myös vastuullisuutta kukkien hankinnassa, mutta seurannan

aikana huomattiin, ettei vastuullisten kukkatuottajien ja -toimittajien toiminta välity kuluttajille. Suurimmassa osassa pakkauksia ei esiintynyt selkeitä, jos lainkaan, merkintöjä vastuullisesta toiminnasta. Artikkelissa (Rantala, 2023, s. 2) K-ryhmän vastaava, Seppälä, kertoi kaikkien K-ryhmän kaupoissa myytävien kukkien olevan sertifioituja, mutta pakkauksissa ei monissa näkynyt sertifikaatteja. Vastuullista kukkien hankintaa ja myyntiä kaupoissa saattaa siis jo olla, mutta teot menevät niin sanotusti ”hukkaan”, sillä tieto tästä ei välity kuluttajille.

Selkeimmin esille nousivat Reilun kaupan, ja Sirkkalehtimerkin sertifikaatit. Havainnointien pohjalta huomattiin, että joulukukkien myynti on hyvin sesonkipainoiteista, ja ne häviävät nopeasti myynnistä sesongin loputtua. Sesonki kesti vain joulukuun ajan. Sesongin sisällä ei valikoima kuitenkaan vaihtunut oletuksen mukaisesti, vaan pysyi samankaltaisena. Seurattavat joulukukat tulivat myyntiin joulukuun ensimmäisen tai toisen viikon aikana, ja myynti loppui joulun pyhien jälkeen.

Vastuullisuuden osalta oli etukäteen arvio, että vaikka tuotannossa tai toimituksessa toimivat yritykset toimisivatkin vastuullisesti, se ei näkyisi kuluttajille selkeästi. Tämä varmistui seurannan aikana. Pakkausmerkintöjen vähyys, ja verkkosivujen minimaaliset tuotetiedot kasveista arveltiin viittaavan siihen, ettei kuluttajilla olisi toistaiseksi ollut yhtä suuria vaatimuksia kasvien läpinäkyvyydestä, kuin esimerkiksi vaatteista. Tähän arvioon ei kuitenkaan paneuduttu tässä opinnäytetyössä tarkemmin, sillä esimerkiksi kuluttajien näkökulmaa avaavaa haastattelua ei ehditty toteuttaa. Puutarha&kaupan Floristi -liitelehdessä oli avattu kauppojen yhteyshenkilöiden kautta kaupan näkökulmaa vastuullisuuden näkyvyyteen ja siihen painottamiseen valinnoissa.

5 Yhteenveto

Kuluttaja saa niukasti tällä hetkellä pakkauksista ja verkkosivuilta tietoa joulukukkien vastuullisuudesta tai toimitusvaiheista. Pakkausmerkintöjen vähyden vuoksi kuluttajan tulee siis tällä hetkellä osata tulkita kasvipassia tai sertifikaatteja, sillä harvassa pakkauksessa niitä on avattu sen enempää. Vastuullisuutta voisi tuoda vielä hieman enemmän ilmi, sillä jos esimerkiksi kaikki kaupan valikoiman kukkien on oltava jo sertifioituja, se ei näy vielä kuluttajille. Viestintä vastuullisuudesta, ja kestävä kehityksen mukaisesta toiminnasta voisi myös kaikilla kolmella kaupalla näkyä kukkien ja kasvien osalta selkeämmin verkkosivuilla, ja pakkausmerkinnöissä esimerkiksi selkeinä sertifikaatteina. Ruokakaupat ovat kuitenkin kukkavalikoimaltaan kilpailijoita perinteisille kukkakaupoille, sillä kuluttajan on helppoa ostaa ruokaostoksienteon yhteydessä ohimennen kukkia sen hetken tarpeisiin, jolloin kukkakaupoissa ei välttämättä tule käytyä lainkaan.

Seurannan kesto oli yhteensä kuusi viikkoa, joiden aikana kauppojen kukkavalikoimaa tutkittiin, ja luvan saaneista otettiin kuvia raportin tueksi. Prisman osalta ei kuvauslupaa tullut, joten sieltä kirjattiin ainoastaan muistiinpanoja, sillä seurattavien joulukukkien pakkausmerkinnät olivat verrattavissa K-citymarketin valikoiman pakkausmerkintöihin, ja ne olivat selkeitä selitettynä myös sanallisesti. Havainnointi tehtiin kaikissa kolmessa kaupassa kirjaamalla muistiinpanoja muistioon. Muutaman viikon seurannan jälkeen huomattiin, ettei valikoimassa ollut juurikaan muutoksia, jolloin loppuviikot kirjattiin ylös vain muuttuneet asiat.

Lidl:ssä oli kooltaan pienin valikoima joulukukkia sesongin ajan, ja myyntisesonki oli lyhyin kaikista kolmesta. Seurattavia joulukukkia kuitenkin löytyi hyvin lähes koko joulukuun ajan, lukuun ottamatta lähemmäs jouluaattoa, kun tilalle tuli lahjamaiset koristeistutukset, jotka joulun jälkeen myös hävisivät. Verkkosivuilla ei ollut kasveista lainkaan mainintaa, vaikka vastuullisuutta painotettiin tuotteiden valikoimisessa ja kaupan toiminnassa.

K-citymarketissa ja Prismassa oli runsaasti ketjujen omia tuotemerkkejä, Pirkkaa ja Kotimaista, joissa esiintyi vaihtelevasti erilaisia pakkausmerkintöjä. Hyasintit ja amaryllit kuitenkin olivat koko joulukuun Prismassa vailla parempia pakkausmerkintöjä, ja tuotteiden pakkausten minimaaliset tiedot olivat näiden kahden myymälän välillä hyvin samanlaisia. K-citymarketissa kuitenkin pakkauksista oli löydettävissä pieniä Sirkkalehtimerkkejä, mutta olivat jäädä huomioimatta pienen kokonsa vuoksi. Lisäksi K-citymarketissa tuli suuri remontti ja uudelleenjärjestely heti tammi—helmikuussa, eli samoja myyntipaikkoja kukille ei ole enää käytössä. Kasvien myyntipaikka siirtyi hieman sisemmäs myymälää, ja kasvoi kooltaan isommaksi.

Myyntisesongit joulukukilla kestivät joulukuun lähes kokonaan. Myynti alkoi heti joulukuun alussa hyasinteilla, ja kukkien määrä sekä valikoima laajeni joulun pyhäpäiviä kohti. Joulun pyhien jälkeen, ennen uudenvuodenaattoa, Prismasta ja Lidlistä katosivat kaikki joulukukat, ja myyntiin saapui hiljalleen tavanomaisia viherkasveja samoilta myyntipaikoille. K-citymarketista löytyi vielä viimeiselläkin viikolla joulukukkia, mutta vaikutti siltä, että niistäkin pyrittiin pääsemään vain mahdollisimman monista suurilla alennuksilla eroon.

Lähteet

Kauppapuutarhaliitto. (n.d.). *Tietoa liitosta*. Haettu 4.4.2024

<https://kauppapuutarhaliitto.fi/tietoa-liitosta/>

Kotimaiset kasvikset ry. (n.d.-a). *Sopimus Sirkkalehtimerkin käytöstä*. Haettu 1.3.2024

<https://kasvikset.fi/viljelijoille/sopimus-sirkkalehtimerkin-kaytosta/>

Kotimaiset kasvikset ry. (n.d.-b). *Sopimus Sirkkalehtimerkin käytöstä*. [kuva] Haettu 1.3.2024

<https://kasvikset.fi/viljelijoille/sopimus-sirkkalehtimerkin-kaytosta/>

K-ruoka. (2022a). *Joulukukka ilahduttaa*. Haettu 21.3.2024 [https://www.k-](https://www.k-ruoka.fi/artikkelit/joulu/joulukukka)

[ruoka.fi/artikkelit/joulu/joulukukka](https://www.k-ruoka.fi/artikkelit/joulu/joulukukka)

K-ruoka. (2022b). *Joulukukka ilahduttaa*. [kuva] Haettu 21.3.2024 [https://www.k-](https://www.k-ruoka.fi/artikkelit/joulu/joulukukka)

[ruoka.fi/artikkelit/joulu/joulukukka](https://www.k-ruoka.fi/artikkelit/joulu/joulukukka)

K-ryhmä. (2022). *Vastuullisuus K:ssa*. Haetu 29.2.2024 [https://www.k-](https://www.k-ryhma.fi/artikkeli/vastuullisuus-k-ssa)

[ryhma.fi/artikkeli/vastuullisuus-k-ssa](https://www.k-ryhma.fi/artikkeli/vastuullisuus-k-ssa)

K-ryhmä. (n.d.). *Tuotteiden jäljillä*. Haettu 29.2.2024.

<https://www.kesko.fi/jaljilla/?cid=43102&sc=1>

Lidl. (n.d.-a). *Taianomaista joulunaikaa*. Haettu 28.11.2023

<https://www.lidl.fi/c/jouluvalikoima/s10022547>

Lidl. (n.d.-b). *Taianomaista joulunaikaa*. [kuva] Haettu 28.11.2023

<https://www.lidl.fi/c/jouluvalikoima/s10022547>

Lidl. (n.d.-c). *Tavoitteena Suomen vastuullisin ostoskassi*. Haettu 29.2.2024

<https://corporate.lidl.fi/vastuullisuus/tavoitteena-suomen-vastuullisin-ostoskassi>

Lidl. (n.d.-d). *Vastuullisuus on arkipäivää*. Haettu 29.2.2024

<https://corporate.lidl.fi/vastuullisuus>

Lidl. (n.d.-e) *Reilu kauppa*. Haettu 4.4.2024. [https://corporate.lidl.fi/vastuullisuus/reilu-](https://corporate.lidl.fi/vastuullisuus/reilu-toiminta/reilu-kauppa)

[toiminta/reilu-kauppa](https://corporate.lidl.fi/vastuullisuus/reilu-toiminta/reilu-kauppa)

NielsenIQ. (2023) *Päivittäistavaramyymälärekisteri*. Haettu 18.1.2024
<https://www.epressi.com/tiedotteet/kauppa/paivittaistavaramyymalarekisteri-2022.html?block=5&customer=4875>

Plantagen. (2022). *Kasvitrendit-raportti*.
<https://www.mynewsdesk.com/fi/plantagen/pressreleases/joulun-2022-trendit-hillittyae-harmoniaa-3214889>

Puhtaasti kotimainen. (n.d.). *Sirkkalehtimerkki*. Haettu 1.3.2024
<https://puhtaastikotimainen.fi/sirkkalehtimerkki/>

Puutarha&kauppa. (n.d.). *Puutarha&kauppa ravitsee puutarhurin*.
<https://puutarhakauppa.fi/puutarha-kauppa/>

Rantala, M. (2023). *Miten olla varma kukkien vastuullisuudesta?* Puutarha & Kauppa-lehti (19), Floristi-liite, s. 2

Reilu kauppa. (n.d.-a). *Reilun kaupan kriteerit*. Haettu 29.2.2024 <https://reilukauppa.fi/reilun-kaupan-kriteerit/>

Reilu kauppa. (n.d.-b). *Reilun kaupan merkki*. Haettu 4.4.2024 <https://reilukauppa.fi/merkit/>

Reilu kauppa. (n.d.-c). *Reilun kaupan merkki*. [kuva] Haettu 29.2.2024
<https://reilukauppa.fi/merkit/>

Ruokavirasto. (2023). *Kasvipassit*. Haettu 4.4.2024
<https://www.ruokavirasto.fi/kasvit/puutarhakasvit/tuotanto/kasvipassin-kaytto/>

S-kaupat. (n.d.-a). *Joulu on taas*. Haettu 28.11.2023 <https://www.s-kaupat.fi/sivu/joulu>

S-kaupat. (n.d.-b). *Joulu on taas*. [kuva] Haettu 28.11.2023 <https://www.s-kaupat.fi/sivu/joulu>

S-ryhmä. (n.d.-c). *Vastuullisuus*. Haettu 29.2.2024 <https://s-ryhma.fi/vastuullisuus>

Ympäristöministeriö. (2023). *Mitä on kestävä kehitys?* Haettu 4.4.2024 <https://ym.fi/mita-on-kestava-kehitys>