

SAVONIA-AMMATTIKORKEAKOULU

Savonia Business



**MARJOJEN KUVAT ELINTARVIKKEIDEN
PAKKAUSVIESTINNÄSSÄ**

**Pakkausanalyysi marjojen kuvien ja tuotesisältöjen vastaavuudesta
vähittäiskaupan jogurteissa, muroissa, myseleissä ja mehuissa**

Elisa Lepistö

Restonomin opinnäytetyö

Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Elintarvikealan liikkeenjohto

Tammikuu 2008

SAVONIA-AMMATTIKORKEAKOULU SAVONIA BUSINESS Koulutusohjelma, suuntautumisvaihtoehto Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma, elintarvikealan liikkeenjohdon koulutusohjelma		
Tekijä(t) Elisa Lepistö		
Työn nimi Marjojen kuvat elintarvikkeiden pakkausviestinnässä – Pakkausanalyysi marjojen kuvien ja tuotesisältöjen vastaavuudesta vähittäiskaupan jogurteissa, muroissa, mysleissä ja mehuissa		
Työn laji Opinnäytetyö	Päiväys 31.1.2008	Sivumäärä 45 + 19
Työn ohjaaja(t) Anja-Riitta Keinänen		Toimeksiantaja Arktiset Aromit ry
Tiivistelmä Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli selvittää kuinka paljon ja mitä marjoja käytetään elintarvikkeissa. Haluttiin myös selvittää elintarvikepakkauksissa esiintyvien marjakuvien määrää ja laatua. Työssä selvitettiin myös käytetäänkö marjojen kuvia havainnollistamaan tuotetta vai ovatko marjojen kuvat vain markkinointikeino. Aineisto kerättiin Kuopion kahdesta suuresta hypermarketista, Citymarketista ja Prismasta. Tutkimusaineistona olivat kaikki litran jogurtit (n=47), murot ja myslit (n= 127) sekä mehut (n=292). Pakkaukset käytiin läpi myymälöissä tuote kerrallaan, ja tiedot pakkauksista kerättiin kahteen taulukkoon. Kaikki pakkaukset, joissa viitattiin kuvin tai sanoin marjoihin, kuvattiin myös digitaalisella kameralla. Samoin kuvattiin marjaa sisältävät tuotteet. Mehuista kuvattiin tuotteet, jotka sisälsivät vain marjaa tai joiden pakkauksissa oli vain marjojen kuvia. Menetelmänä opinnäytetyössä käytettiin sisällön analyysia sekä kuva-analyysia. Sisällön analyysin avulla käsiteltiin pakkausmerkintöjä ja ravintosisältötietoja. Kuva-analyysin avulla tarkasteltiin pakkausten kuvia ja värejä. Tutkimuksen viitekehys muodostui marjojen ravitsemuksellisista ominaisuuksista, elintarvikelaista sekä värien ja kuvien merkityksistä. Tutkimuksessa selvisi, että marjoja käytettiin 20 % - 55 %:ssa tuoteryhmästään jogurteissa, muroissa & mysleissä ja mehuissa. Useimmin käytettyjä marjoja olivat vadelma, mansikka, mustikka, karpalo, mustaviinimarja, seljanmarja ja puolukka. Keskimääräiset marjapitoisuudet olivat jogurteissa 5,3 %, muroissa ja mysleissä 3,7 % ja täysmehupitoisuus mehuissa 54 %. Marjojen kuvia oli lähes poikkeuksetta kaikissa marjaa sisältävissä tuotteissa. Tulokset osoittavat, että tuotteen marjapitoisuus vaikuttaa positiivisesti tuotteen ravintosisältöön. Tulokset kertovat myös, että marjojen kuvien avulla ei yritetä myydä epäterveellisiä tuotteita. Tulokset ovat yleistettävissä omassa tuoteryhmissään, koska näyte oli edustava ja kattaa lähes koko Suomen Citymarkettien ja Prismojen valikoimat. Tutkimuksen perusteella suositellaan marjapitoisuuden nostamista tuotteissa ja kannustetaan kokeilemaan harvemmin käytettyjä marjoja. Pakkausten ulkonäköön on myös syytä kiinnittää huomiota, jotta marjapitoisuudesta saadaan oikea kuva myös kuvien perusteella.		
Asiasanat elintarvikkeet (YSA), kuvallinen viestintä (YSA), marjat (YSA), pakkausanalyysi, ravintosisältö, värit (YSA)		
Huomioitavaa		

SAVONIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES SAVONIA BUSINESS Degree Programme, option Degree Programme in Hospitality Management, Food Science Management		
Author(s) Elisa Lepistö		
Title of study The use of berry pictures in food packaging – how the use of berry pictures matches the contents of the packages in yoghurts, cereals, muesli and juices in retail trade		
Type of project	Date	Pages
Thesis	2008-01-31	45 + 19
Supervisor(s) of study		Executive organisation
Anja-Riitta Keinänen		Arktiset Aromit ry
Abstract This thesis tries to find out how much and which berries are used in foodstuff. The aim is also sort out how pictures of berries are used in food packages. We tried to solve if there is any link between the pictures of berries in packages and the healthiness of products. The data of the thesis was collected in two big grocery stores in Kuopio: Citymarket and Prisma. The data was selected to be all the cartons of 1 kilo yogurts (n=47), all the muesli and cereals (n=127) and all the juices (n=292). The data from every package was collected to two tables. Every package that contained words and images related to berries was photographed by the digital camera. Products which had berries as an ingredient were also photographed. Juices were an exception: the data was collected and the packages were photographed only if there were berries as an ingredient in the product. The thesis was done by using a qualitative method. The results were found by analysing package markings and ingredients both images and colours of packages. The theory is divided into three parts. The first part is about the nutritional value of berries. The second one handles the law of package markings in foodstuff and the third part is the theory of images and colours. As a result, it was found that 20 % to 55 % of products (yoghurts, muesli, cereals and juices) contain berries. Mainly raspberry, strawberry, blueberry, cranberry, blackcurrant, elderberry and lingonberry were used in products. On average the content of berries in the products were 5.3 % in yoghurts, 3.7 % in muesli and cereals both the content of solid juice 54 % in juices. There were images of berries in almost every package that contained berries. The results told that the more a product contains berry the better the nutritional value of a product is. It was also found that they are not trying to sell unhealthy products by using images of the berries in the packages. The results can be generalised in these groups of products. The conclusions of the results tell that it is recommended to increase content of berries and try the rarely used berries in the products. It is also important to pay attention to the imaginary of the package. It should give a real idea of the contents of a package.		
Keywords berries, colours, foodstuff, nutritional value, package analysis, visual marketing		
Note		

SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	5
2 MARJOJEN TERVEELLISYYS JA RAVITSEMUKSELLINEN LAATU	6
2.1 Energia ja energiaravintoaineet	6
2.2 Vitamiinit ja kivennäisaineet	6
2.3 Kuitu	7
2.4 Terveysvaikutteiset ainesosat	7
3 MARJATUOTTEET JA KULUTTAJAMARKKINOINTI	10
3.1 Marjojen markkinointia ohjaava lainsäädäntö.....	10
3.1.1 Pakkausmerkinnät	10
3.1.2 Ravitsemus- ja terveysväitteet	14
3.2 Pakkaus, tuote ja kuluttaja	15
4 PAKKAUKSEN VÄRIN JA KUVAN MERKITYS MARKKINOINTIViestinnässä	16
4.1 Pakkaus mainoksena ja markkinoijana	16
4.2 Visuaalinen pakkaus	16
4.2.1 Pakkauksen värit	16
4.2.2 Pakkauksen kuvat.....	20
5 MARJOJEN KUVAT JA RAVITSEMUSMERKINNÄT MEHUJEN, JOGURTTIEN JA MUROJEN TUOTEPAKKAUKSISSA.....	22
5.1 Tavoite ja tutkimusongelmat	22
5.2 Aineisto ja menetelmät	22
5.3 Tuotepakkauksien informaatioanalyysi	24
5.4 Tulokset	25
5.5 Tulosten tarkastelua viitekehyksen pohjalta.....	33
5.5.1 Marjojen käyttö jogurteissa, muroissa & mysleissä ja mehuissa.....	33
5.5.2 Marjatuotteiden pakkausmerkinnät.....	35
5.5.3 Värien ja marjojen kuvien käyttö tuotteiden markkinoinnissa	36
6 POHDINTA JA JATKOTUTKIMUSEHDOTUKSET	38
LÄHTEET	42
LIITTEET	
LIITE 1 Ravitsemusväitteet ja niihin sovellettavat edellytykset	46
LIITE 2 Litran jogurtit.....	49
LIITE 3 Murot ja myslit	50

LIITE 4 Marjaa sisältävät jogurtit	53
LIITE 5 Marjaa sisältävät murot	54
LIITE 6 Marjamehut.....	55
LIITE 7 Marjajogurttien ravintosisältö.....	56
LIITE 8 Marjamurojen ja -myslien ravintosisältö.....	58
LIITE 9 Marja-aromilla maustettujen murojen ja myslien ravintosisältö	59
LIITE 10 Mehujen ravintosisältö	60
LIITE 11 Marja-aromilla maustettujen mehujen ravintosisältö	63
LIITE 12 Esimerkkejä pakkauksista.....	64

1 JOHDANTO

”Happamia, sanoi kettu pihlajanmarjoista; Hillavuosi, hallavuosi; Oma maa mansikka, muu maa mustikka”, sanovat vanhat sananlaskumme. Marjat liittyvätkin olennaisena osana suomalaiseen ruokavalioon. Marjojen terveelliset ominaisuudet on tunnettu jo pitkään kansanperinteessä ja tieteellistä tutkimusta terveysvaikutuksista tehdään koko ajan etenkin Kuopion yliopistossa ja myös muissa tutkimuslaitoksissa. Marjojen käyttö on kuitenkin vähentynyt, sillä kaupungistumisen myötä kotimaiset marjat eivät enää kuulukaan kaikkien suomalaisten päivittäiseen ruokavalioon. Arktiset Aromit ry on yhdistys, joka tekee työtä luonnontuotteiden käytön ja arvostuksen lisäämiseksi. Yhdistyksen tehtävänä on lisätä myös luonnontuotteista valmistettujen elintarvikkeiden käyttöä. Yhdistys muun muassa tuottaa luonnontuoteaiheista neuvontamateriaalia, järjestää kampanjoita ja hankkeita, tekee luonnontuotteiden laatuluokituksia sekä on mukana kehittämässä koulutusta ja järjestötoimintaa. (Arktiset Aromit 2007.)

Arktiset Aromit haluaa tämän opinnäytetyön tuottamalla selvittää marjojen käyttöä elintarvikkeissa. Marjojen hyvien ominaisuuksien vuoksi on mielenkiintoista tietää kuinka paljon ja mitä marjoja käytetään elintarvikkeissa. Tavoitteena on myös selvittää vaikuttaako marjojen käyttö tuotteen ravintosisältöön ja tuodaanko tuotteen marjasisältö pakkauksessa esille. Oletuksena on, että osa pakkauksista johtaa kuluttajia lievästi harhaan: marjojen kuvat pakkauksissa liioittelevat tuotteen todellisuudessa sisältämää marjamäärää. Yhdysvalloissa tehty tutkimus lapsille suunnatuista elintarvikkeista (Prevention institute 2007) osoittaa, että hedelmäkuvat pakkauksessa eivät useinkaan tarkoita sitä, että tuote todellisuudessa sisältää hedelmää. On tärkeä tietää onko tilanne sama marjojen osalta Suomessa vai onko tuote juuri sellainen kuin pakkaus ja sen kuvat antavat ymmärtää. Pakkauksen kuvat eivät saa johtaa kuluttajaa tällä tavalla harhaan.

Opinnäytetyö jakautuu teoria- ja tutkimusosaan. Tämän työn teoria eli viitekehys rakennettiin kolmesta osasta. Ensimmäisessä käsitellään marjojen ravitsemuksellista laatua ja terveysvaikutteisia ominaisuuksia. Toisessa osassa tarkastellaan elintarvikelain mukaisia määräyksiä pakkausmerkinnöistä ja pakkausten kuvista. Kolmannessa osassa käsitellään pakkauksen värien ja kuvien merkitystä.

Tutkimusosioon valittiin tutkittavaksi kolmen eri tuoteryhmän tuotteita: myslit ja muut, mehut sekä jogurtit. Nämä kaikki ovat tyypillisiä tuoteryhmiä, joissa marjoja käytetään ainesosana. Kaikki ovat myös päivittäin käytettäviä tuotteita, joten niillä on yleisesti merkitystä kuluttajien ravitsemuksessa. Aineisto kerättiin kahdesta hypermarketista keräämällä tiedot jokaisesta tuoteryhmän pakkauksesta valmiisiin taulukopohjiin. Taulukoihin kerättiin tiedot tuotteiden ravintosisällöstä, marjapitoisuudesta, käytetyistä marjalajeista, ravitsemusväittämistä, väittämien ravintoaineista, marjojen kuvista ja pakkauksen väreistä. Marjaa tai marjan kuvia sisältävistä tuotteista otettiin lisäksi valokuvat digitaalisella kameralla. Aineisto käsiteltiin sisällön analyysin ja kuva-analyysin avulla.

2 MARJOJEN TERVEELLISYYS JA RAVITSEMUKSELLINEN LAATU

2.1 Energia ja energiaravintoaineet

Marjat sisältävät yleensä vain vähän energiaa, koska ne ovat hyvin vesipitoisia. Vettä niiden painosta on 80–90 %. Marjojen kuiva-aineesta suurin osa on sokereita ja kuitua sekä orgaanisia happoja. Proteiineja ja rasvoja on erittäin niukasti; proteiineja noin 0,7 % ja rasvaa alle 0,5 %. Poikkeuksena on tyrni, jossa rasvaa on 5 %. Sadassa grammassa marjoja energiaa on yleensä 20–50 kilokaloria ja suurin osa energiasta on peräisin sokereista. (Törrönen 2006.)

Kotimaiset marjat sisältävät keskimäärin vain 5-7 % sokeria (Kasvisten ravintoarvopas 2006). Sokerit ovat marjoissa tärkkelyksenä tai vapaina sokereina, joita ovat glukosi, fruktoosi ja sakkaroosi. Raaoissa marjoissa on eniten tärkkelystä ja kypsymisen aikana tärkkelys pilkkoutuu pienemmiksi sokereiksi, jolloin marjan maku ja aromi muodostuvat. (Törrönen 2006.)

Ihmisen elimistö tarvitsee monitydyttymättömiä rasvahappoja, joista linolihappo ja alfa-linoleenihappo ovat välttämättömiä saada sellaisenaan ravinnosta. Marjoissa on linolihappoa eli omega-6-rasvahappoa 31–250 milligrammaa ja alfa-linoleenihappoa eli omega-3-rasvahappoa 21–143 milligrammaa 100 grammassa. Karpalossa, puolukassa ja mustikassa niitä on eniten. Omega-6- ja omega-3-rasvahappojen suhde on marjoissa todella hyvä. Marjoissa ei ole kolesterolia. (Törrönen 2006.)

2.2 Vitamiinit ja kivennäisaineet

Marjat sisältävät vitamiineista etenkin C- ja E-vitamiineja, folaattia (B-ryhmän vitamiini) sekä A-vitamiinin esiasteita eli karotenoideja. C-vitamiinia on runsaasti etenkin ruusunmarjassa, tyrnimarjassa, mustaherukassa, lakassa ja pihlajanmarjassa. Näistä kaikista aikuisen ihmisen päivittäinen C-vitamiinin tarve täyttyy jo 100 gramman annoksesta. E-vitamiiniyhdisteitä on marjoista eniten ruusunmarjassa, tyrnissä, lakassa ja mustaherukassa. Päivittäinen E-vitamiinin saanti täyttyy esimerkiksi 300 grammasta lakkoja. Folaattia on eniten mansikassa, vadelmassa ja lakassa. Sen saanti marjoista on kuitenkin melko vähäistä: 100 grammasta vadelmaa saadaan noin 10 prosenttia

päivän tarpeesta. Karotenoidit ovat keltaisten, oranssien ja punaisten kasvien väriaineita. Karotenoideja on runsaasti ruusunmarjassa sekä paljon myös mustikassa, mustaherukassa, lakassa, tyrnissä, karviaisessa ja pihlajanmarjassa. (Törrönen 2006.)

Marjoissa on myös kivennäisaineita muun muassa kaliumia, kalsiumia, fosforia, magnesiumia, ja hivenaineista rautaa ja seleeniä. Marjojen natriumin ja kaliumin määrän suhde on hyvä, sillä natriumia saadaan vähän ja kaliumia paljon. Sadasta grammasta marjoja saadaan yhdestä kymmeneen prosenttia päivän suositellusta saannista kalsiumia, fosforia, magnesiumia ja rautaa. (Törrönen 2006.) Natriumia on eniten ruusunmarjassa ja lakassa, kaliumia eniten ruusunmarjassa sekä puna- ja mustaherukassa ja pihlajanmarjassa. Kalsiumia saa eniten ruusunmarjasta. Kalsiumia ja fosforia on myös mustaherukassa melko paljon. Raudan lähteenä parhaita ovat vadelma ja mustaherukka. Magnesiumia on selvästi eniten ruusunmarjassa, mutta paljon myös lakassa, mustaherukassa ja pihlajanmarjassa. (Kansanterveyslaitos 2007.)

2.3 Kuitu

Marjat sisältävät sekä liukoista että liukenematonta kuitua. Kuitupitoisuus sadassa grammassa vaihtelee eri marjoissa 1,9–6,3 gramman välillä. Eniten kuitua sisältävät pihlajanmarja, lakka, ruusunmarja, mustaherukka ja tyrnimarja. Marjat ovat ennen kaikkea tärkeä liukenevan kuidun, pektiinin, lähde. Pekiinin määrä vaihtelee lajin ja marjan kypsyysasteen mukaan. Törrösen mukaan Kilven ja Tiaisen tekemässä tutkimuksessa pektiiniä sisälsivät erityisesti puolukka, karpalo, herukat, karviaismarja, vadelma ja pihlajanmarja. (Törrönen 2006.)

2.4 Terveysvaikutteiset ainesosat

Marjat ovat itsessään erittäin terveellistä ravintoa, koska ne sisältävät vähän energiaa, runsaasti kuituja, paljon vitamiineja, runsaasti kivennäis- ja hivenaineita, vähän natriumia, paljon terveellisiä siemenöljyjä sekä fenolisia yhdisteitä (Terveelliset luonnonmarjat 2006). Paitsi, että marjat ovat tärkeä osa monipuolista ruokavaliota, marjojen erilaiset yhdisteet näyttävät edistävän terveyttä (Kasvien ravintoarvo-opas 2006).

Fenoliset yhdisteet

Marjojen vaikutusta elintoimintoihin ja hyvinvointiin tutkitaan Suomessa ja ulkomail- la. Erityisesti fenolisten yhdisteiden vaikutusta selvitetään. Fenoliset yhdisteet, siis antosyaanit ja flavonolit, toimivat elimistössä antioksidanteina. Vitamiinien tavoin ne estävät rasvojen ja solujen hapettumista. Parhaiten hapettumista estävät kversetiini (flavonoli) ja syanidiini (antosyanidiini), jotka ovat noin neljä kertaa E-vitamiinia tehokkaampia. Flavonoideilla on todettu lukuisia muita terveyteen liittyviä vaikutuksia. Ne muun muassa hillitsevät tulehduksia, bakteerien ja virusten toimintaa ja parantavat immuunijärjestelmän toimintaa. Väestötutkimukset antavat viitteitä siitä, että paljon flavonoideja saavat henkilöt sairastuvat harvemmin sepelvaltimotautiin, aivohalvaukseen, sydän- ja verisuonitauteihin sekä keuhko- ja mahasyöpään. Fenoliyhdisteiden antimikrobisia ominaisuuksia ei tunneta vielä tarkkaan, mutta tiedetään ainakin, että karpalon ja puolukan sisältämät harvinaiset flavonoidit suojaavat virtsatulehdukselta estämällä *Escherichia coli* -bakteerin kasvua. (Kasvisten ravintoarvo-opas 2006.)

Määrällisesti tärkeimpiä fenolisia yhdisteitä ovat antosyaanit. Niitä ovat syanidiini, delfinidiini, malvidiini ja pelargonidiini. Antosyaanit antavat marjoille punaisen tai sini-mustan värin, ja niitä onkin eniten voimakkaan värisissä marjoissa kuten mustaherukassa, variksenmarjassa, mustikassa ja marja-aroniassa. Toinen tärkeä ryhmä on flavonolit: kversetiini, kemferoli, myrisetiini. Niitä on marjoista etenkin karpalossa, puolukassa, mustikassa, variksenmarjassa, marja-aroniassa, tyrnissä ja pihlajanmarjassa. Kaikkia kolmea flavonolia on eniten juolukassa ja karpalossa. Eniten pelkkää kversetiiniä on löydetty juolukasta, puolukasta, karpalosta, marja-aroniasta, pihlajanmarjasta, tyrnistä ja variksenmarjasta. (Kasvisten ravintoarvo-opas 2006.)

Tämänhetkisen tutkimustiedon perusteella ei voida antaa suosituksia yksittäisten flavonoidien saantimääristä. Niiden lisääntyneen saannin on kuitenkin havaittu ehkäisevän useita tauteja, kuten syöpää, astmaa, diabetesta ja vähentävän sydäninfarktin todennäköisyyttä. (Kasvisten ravintoarvo-opas 2006.)

Siemenöljyt

Marjojen siemenissä on siemenöljyä Törrösen (2006) mukaan Anu Johanssonin väitöskirjassa esittämä määrä 5-33 % marjalajista riippuen. Joidenkin marjojen siementen öljyissä on hyviä kerta- ja monityydyttymättömiä rasvahappoja (öljyhappoa, omega-3- ja omega-6-rasvahappoja). Pienisiemenisissä marjoissa öljypitoisuus on yleensä suuri.

Eniten öljyä saadaan tuomesta, vadelmasta ja terttuseljasta, mutta eniten monityydyttymättömiä rasvahappoja on herukassa.

3 MARJATUOTTEET JA KULUTTAJAMARKKINOINTI

3.1 Marjojen markkinointia ohjaava lainsäädäntö

Marjojen markkinointia ohjaa ensikädessä elintarvikelaki L23/2006, jonka mukaan elintarvikkeesta on annettava pakkauksessa ja muussa markkinoinnissa totuudenmukaiset tiedot. Harhaanjohtavia tietoja tuotteesta ei saa antaa. Ei saa myöskään väittää, että elintarvikkeella olisi sairauksien ehkäisemiseen, hoitamiseen tai parantamiseen liittyviä ominaisuuksia. Kauppa- ja teollisuusministeriön asetus 1084/2004 elintarvikkeiden pakkausmerkinnöistä säätelee pakkauksien pakollisia ja vapaaehtoisia merkintöjä. Lisäksi kauppa- ja teollisuusministeriö on antanut asetuksensa mehujen luokittelun ja pakkausmerkintöjen varalle (943/2004). Elintarvikkeita koskevia ravitsemus- ja terveysväitteitä säätelee Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus 1924/2006.

3.1.1 Pakkausmerkinnät

Elintarvikkeiden pakkausmerkintöjä koskeva asetus (1084/2004) vaatii kuluttajille ja suurtalouksille myytäviin valmiiksi pakattuihin tuotteisiin seuraavat pakkausmerkinnät:

- 1) elintarvikkeen nimi;
- 2) ainesosaluettelo;
- 3) tiettyjen ainesosien määrä;
- 4) sisällön määrä;
- 5) vähimmäissäilyvyysaika tai viimeinen käyttöajankohta;
- 6) valmistajan, pakkaajan tai Euroopan unionissa toimivan myyjän nimi, toiminimi tai aputoiminimi sekä osoite;
- 7) alkuperämaa tai -alue, jos sen puuttuminen voi johtaa kuluttajaa harhaan elintarvikkeen alkuperän suhteen;
- 8) elintarvike-erän tunnus;
- 9) säilytysohje tarvittaessa;
- 10) käyttöohje tarvittaessa;
- 11) varoitusmerkinnät tarvittaessa; sekä
- 12) elintarvikkeen alkoholipitoisuus, jos se on nestemäisessä elintarvikkeessa yli 1,2 tilavuusprosenttia ja kiinteässä elintarvikkeessa yli 1,8 painoprosenttia. (1084/2004.)

Pakkausmerkintöjen täytyy olla pysyviä, helposti havaittavia ja ymmärrettäviä. Merkintöjä ei saa peittää muulla kirjallisella tai kuvallisella esityksellä. Ne eivät saa myöskään johtaa kuluttajaa harhaan esimerkiksi ominaisuuksien tai koostumuksen

suhteen. Sellaisia ominaisuuksia, joiden suhteen tuote ei poikkea muista vastaavista elintarvikkeista, ei saa ilmoittaa. (1084/2004.)

Elintarvikkeen nimenä tulee käyttää EY:n lainsäädännössä säädettyä nimeä, tai sen puuttuessa Suomessa käytettäväksi säädettyä nimeä. Jos kuluttajan kannalta on tärkeää, täytyy nimestä käydä ilmi elintarvikkeen olomuoto tai siihen kohdistunut erityinen käsittely kuten jauhaminen, pakastaminen tai savustus. (1084/2004.)

Elintarvikkeen ainesosat tulee ilmoittaa yhtenä kokonaisuutena painon mukaan alenevassa järjestyksessä. Kaikkien elintarvikkeiden ainesosia ei tarvitse ilmoittaa. Tällaisia ovat esimerkiksi tuoreet, käsittelemättömät marjat ja hedelmät. Kuten ovat myös hapatetut maitovalmisteet, joihin ei ole lisätty muita kuin valmistuksen kannalta välttämättömiä maitovalmisteita, entsyymejä tai mikrobiviljelmiä. Myöskään yhdestä ainesosasta koostuvan elintarvikkeen ainesosia ei tarvitse ilmoittaa, jos ainesosa käy selvästi ilmi elintarvikkeen nimestä. Ainesosana käytettävä marja-, hedelmä- tai kasvissekoitus, jossa mikään ainesosa ei ole painoltaan olennaisesti muita suurempi ja ainesosien suhde vaihtelee, voidaan merkitä ainesosaluetteloon yleisnimikkeellä, esimerkiksi ”marjoja” tai ”hedelmiä”. Sen jälkeen on kuitenkin ilmoitettava ”vaihtelevina osuuksina”. Kaikki käytetyt marjat tai hedelmät tulee luetella yksitellen. Ainesosaluettelossa sekoitus mainitaan kokonaispainon mukaisessa paikassa. Koostetun ainesosan yksittäiset ainesosat voidaan ilmoittaa myös omalla nimellään painonsa mukaisella paikalla. Tällöin luetellaan välittömästi sen jälkeen muut ainesosat painon mukaan alenevassa järjestyksessä. Aromit ilmoitetaan ”aromi(t)”-sanalla tai tarkemmalla nimellä. (1084/2004.)

Tiivisteinä tai kuivattuina lisättyjen ainesosien paino, joka palautuu ennalleen valmistuksen aikana, voidaan ilmoittaa alkuperäisen punnituksen mukaisesti. Tiivistetyt ja kuivatut elintarvikkeet voidaan ilmoittaa siinä järjestyksessä kun ne ovat nautintavalmiissa (palautettu alkuperäiseen olomuotoon vedellä) tuotteessa. Pakkauksessa tulee olla maininta siitä, että kysymyksessä on nautintavalmiin tuotteen ainesosat. (1084/2004.)

Makeutusaineella tai makeutusaineella ja lisätyllä sokerilla makeutettuun elintarvikkeeseen tulee nimen yhteyteen lisätä teksti, josta käy ilmi, että tuote sisältää makeu-

tusainetta. Samassa yhteydessä tulee kertoa mitä makeutusainetta on käytetty. Aspartaamia käytettäessä tulee lisätä teksti ”sisältää fenyylialaniinin lähteen”. (1084/2004.)

Pakkausmerkinnöissä tulee ilmoittaa yliherkkyyttä aiheuttavat ainesosat, joita on käytetty valmistuksessa ja joita on jossain muodossa valmiissa elintarvikkeessa. Näitä ovat muun muassa gluteenia sisältävät viljat, munatuotteet, maapähkinä, soija, maito (myös laktoosi), pähkinät (manteli, hasselpähkinä, saksanpähkinä, cashewpähkinä, pekaanipähkinä, parapähkinä, pistaasipähkinä, Macadamia pähkinä ja Queensland pähkinä) sekä seesaminsien. (1084/2004.)

Elintarvikkeiden pakkaukseen on lisättävä merkintä voimakassuolaisuudesta, jos suolapitoisuus esimerkiksi aamiaismuroissa ja –hiutaleissa on yli 1,7 painoprosenttia. Vähäsuolaiseksi aamiaismurot ja –hiutaleet on ennen voinut merkitä, jos suolaa on ollut enintään 1,0 painoprosenttia. (1084/2004.) Vähäsuolaisuuden raja lasketettaneen 0,3 prosenttiin, joten merkintää ei normaaleissa elintarvikkeissa tulla enää käyttämään liian alhaisen suolapitoisuuden vuoksi. Sen sijaan uuden lainsäädännön myötä otetaan käyttöön merkintä ”suolaa vähennetty”, mikä tarkoittaa 25 prosentin vähennystä voimakassuolaisuuden alarajasta. Näitä raja-arvoja tullaan vielä tarkistamaan. (Evira 2007.)

Pakkauksessa on ilmoitettava valmistuksessa käytettävän ainesosan määrä ainakin silloin, jos ainesosa ilmoitetaan elintarvikkeen nimessä (esimerkiksi mansikkajogurtti). Näin myös siinä tapauksessa, jos ainesosaa korostetaan pakkauksessa sanoin tai kuvin. Määrä on ilmoitettava myös, jos ainesosa on olennainen ja se erottaa tuotteen muista samantyyppisistä elintarvikkeista. Ainesosan määrän ilmoittamisesta voidaan muutamissa tapauksissa luopua, esimerkiksi jos ainesosaa käytetään pieninä määrinä maustamiseen, tai marja- ja hedelmäsekoituksissa, joissa mitään ainesosaa ei ole olennaisesti muita enemmän. Ainesosien määrä ilmoitetaan ainesosaluettelossa prosentteina kaikkien aineiden kokonaismäärästä. (1084/2004.)

Pakkauksen sisällön määrä ilmoitetaan nestemäisestä elintarvikkeesta paino- tai tilavuusmitoissa ja muista elintarvikkeista painomitoissa (1084/2004).

Elintarvikkeen säilyvyyden ilmaisemiseksi merkitään ajankohta ”parasta ennen”, johon asti elintarvike vähintään säilyttää sille tyypilliset ominaisuudet. Mikrobiologises-

ti helposti pilaantuvan elintarvikkeen pakkauksessa ilmoitetaan viimeinen käyttöajan-kohta ja säilytysohje. (1084/2004.)

Mikäli pakkauksessa esitetään ravitsemuksellinen väite, tulee tuotteen ravintosisältö ilmoittaa pakkauksessa. (1496/1993.)

Elintarvikepakkauksessa käytettävien kuvien tulee antaa oikea käsitys tuotteesta. Ne eivät saa esittää esimerkiksi sellaista ainesosaa, jota pakkaus ei sisällä. Tästä voidaan poiketa selittämällä kuvaa esimerkiksi ilmoituksella ”tarjoiluehdotus”. Kuvat eivät saa antaa liioiteltua tai harhaanjohtavaa käsitystä tuotteiden koosta tai ainesosien määrästä. Pakkauksessa voidaan esittää vain sellaisia ominaisuuksia, jotka ovat olennaisia elintarvikkeen tai kuluttajan kannalta. Esimerkiksi marjojen kuvia voi käyttää pakkauksessa ainoastaan, jos tuote sisältää kyseistä marjaa, eikä pelkästään marjan aromia. (Evira 2007.)

Mehujen ja tiettyjen vastaavien valmisteiden varalle on lisäksi säädetty laki (943/2004) pakkausmerkinnöistä. Mehujen pakkauksiin tulee merkitä täysmehupitoisuus, laimennusohje ja sana ”tiiviste”, jos se on tarkoitettu käytettäväksi laimennettuna. Kasvistäysmehun, tuoremehun ja mehun valmistukseen käytetyt hedelmät tai kasvikset tulee ilmoittaa nimen yhteydessä. Kuitenkin yli kolmesta lajista valmistetun mehun raaka-aineet voidaan ilmoittaa lukumääräisenä tai esimerkiksi ilmaisulla ”useita hedelmälajeja”. Mikäli tuotteeseen on lisätty sokeria, on se mainittava ja ilmoitettava myös lisätyn sokerin enimmäismäärä kuiva-aineena laskettuna ja grammoina litraa kohti.

Ravintoarvon ilmoittaminen täysmehuissa, nektareissa ja mehuissa on yleensä vapaaehtoista. Pakolliseksi se tulee, jos pakkauksessa esitetään ravitsemuksellinen väite. Väite on esimerkiksi viittaus elintarvikkeen sisältämiin vitamiineihin tai kivennäisaineisiin tai valmisteen keveyteen, sokerittomuuteen tai sokerin määrään. Makeutetussa täysmehussa ilmoitettu lisätyn sokerin määrä ei ole ravitsemuksellinen väite. Muiden mehujen ja nektareiden ravintoarvo on ilmoitettava, jos ilmoitetaan lisätyn sokerin määrä, joka katsotaan ravitsemukselliseksi väitteeksi. (Evira 2007.)

3.1.2 Ravitsemus- ja terveysväitteet

Euroopan parlamentin ja neuvoston elintarvikkeita koskevan ravitsemus- ja terveysväiteasetuksen mukaan ravitsemusväite on väite, joka antaa ymmärtää, että elintarvikkeella on erittäin hyödyllisiä ravitsemuksellisia ominaisuuksia energiamäärän tai ravintoaineiden suhteen. Tällaisia väitteitä ovat esimerkiksi viittaus vitamiineihin tai kivennäisaineisiin tai valmisteen keveyteen. Terveysväite taas on väite, jonka mukaan elintarvikkeella tai sen ainesosalla ja terveydellä on yhteys. (1496/1993; 1924/2006.)

Ravitsemus- ja terveysväitteet eivät saa olla harhaanjohtavia, aiheuttaa epäilyksiä muiden elintarvikkeiden turvallisuudesta tai rohkaista elintarvikkeen liialliseen kulutukseen. Väitteillä ei saa myöskään antaa ymmärtää, että monipuolisesta ruokavaliosta ei saisi riittävästi ravintoaineita. Sanallisesti tai kuvilla ei saa viitata elintoimintojen muutoksiin, jotka voisivat aiheuttaa pelkoa kuluttajissa. (1924/2006.)

Ravitsemus- ja terveysväitteen käyttö edellyttää myös, että ravintoaineella, johon väitteellä viitataan, on tieteellisesti todistettu olevan ravitsemuksellista tai fysiologista hyötyä. Ravintoainetta on myös sisällyttävä tuotteeseen lain mukainen merkityksellinen määrä tai lain puuttuessa tieteelliseen näyttöön perustuva vaikuttava määrä. Mikäli väitteellä viitattua ravintoainetta ei sisälly tuotteeseen lainkaan tai sitä on vähennetty, on sen vaikutus myös oltava tieteellisesti perusteltua. Ravintoaineen on luonnollisesti oltava sellainen, että elimistö pystyy sitä hyödyntämään. Väitteiden tulee olla keskivertokuluttajan ymmärrettävissä ja niillä tulee viitata tuotteisiin, jotka ovat valmiita nautittavaksi valmistajan ohjeen mukaisesti. (1924/2006.)

Ravitsemusväitteiden käyttö edellyttää, että väite on mainittu komission antaman asetuksen (1924/2006) liitteessä. Vertailevia ravitsemusväitteitä saa käyttää ainoastaan silloin, kun vertailu tehdään useiden saman elintarvikeryhmän tuotteiden välillä. Vertailujen ominaisuuksien ero on ilmoitettava samasta määrästä tuotetta.

Terveysväitteiden käyttöön liittyy myös määräyksiä. Pakkausmerkinnöissä tai mainonnassa tulee mainita monipuolisen ruokavalion ja terveellisten elämäntapojen tärkeys. On myös kerrottava kuinka paljon ja miten usein tuotetta tulee nauttia, jotta väitetty hyöty saadaan. Henkilöitä, joiden on vältettävä tuotteen nauttimista, on varoitettava. Mikäli tuotteen liiallisesta nauttimisesta on haittaa, täytyy asiasta huomauttaa.

Yleisluontoiseen tai täsmentämättömään hyötyyn, kuten kasvamiseen, psykologisiin toimintoihin tai painon kontrollointiin, viittaaminen on sallittua vain, mikäli väite on helposti ymmärrettävissä ja perustuu yleisesti hyväksyttyyn tieteelliseen tietoon. (1924/2006.)

Ravitsemus- ja terveystietolainsäädäntöä ollaan uudistamassa vuosien 2007 ja 2009 välillä. Euroopan parlamentti ja neuvosto on jo antanut uuden asetuksen elintarvikkeiden ravitsemus- ja terveystieteilästä, jota on alettu soveltamaan Euroopan unionin jäsenmaissa 1.7.2007. Ennen tuota ajankohtaa markkinoille toimitettuja tuotteita voidaan myydä 31.7.2009 asti. Uusi laki määrittelee sallitut ravitsemus- ja terveystieteilä. Ne yhtenäistetään koko Euroopan unionin alueella. Väitteiden käytön ehdoksi valmistellaan elintarvike- tai elintarvikeryhmäkohtaisia ravintosisältöprofiileja. Profiilien valmistuttua (viimeistään 1.1.2009) ainoastaan profiilia vastaavissa tuotteissa voidaan esittää ravitsemus- ja terveystieteilä. (Evira 2007.) Ravintosisältöprofiileita laadittaessa tullaan kiinnittämään huomiota ravintoaineiden sekä muiden aineiden kuten erilaisten rasvojen, sokerin ja suolan määrään. Elintarvikkeen merkitystä ja hyötyä koko väestön sekä tiettyjen riskiryhmien ravitsemuksessa tullaan myös tarkastelemaan. Huomiota kiinnitetään myös tuotteen yleiseen ravitsemukselliseen laatuun ja ravintoaineisiin, jotka tieteellisen tiedon mukaan ovat hyödyllisiä terveydelle. (1924/2006.)

3.2 Pakkaus, tuote ja kuluttaja

Suomen elintarvikelain mukaan pakkauksen tulee kertoa sanallisesti ja kuvallisesti pakkauksen sisällöstä, mutta ainakaan Yhdysvalloissa lapsille suunnattujen tuotteiden osalta näin ei aina ole. Prevention institute:ssa (2007) tehdyssä tutkimuksessa väitetään, että kaksi kolmasosaa lapsille suunnatuista brandituotteista, joiden pakkauksissa viitataan sanallisesti tai kuvallisesti hedelmiin, sisältää hyvin vähän tai ei ollenkaan hedelmää. Lisäksi tuotteissa on useimmiten paljon lisättyjä sokereita. Tutkimuksessa oli mukana muun muassa muroja, hedelmämehua ja hedelmäjogurtteja.

4 PAKKAUKSEN VÄRIN JA KUVAN MERKITYS MARKKINOINTIViestinnässä

4.1 Pakkaus mainoksena ja markkinoijana

Valtaosa vähittäiskaupassa myytävistä tuotteista ostetaan pelkän pakkauksen perusteella ilman muuta mainontaa (Raninen ym. 2003, 296; Remes 2006). Kuluttaja havaitsee tuotteen, ja sen pakkaus herättää hänessä kiinnostusta tarkastella tuotetta lähemmin. Jos kuluttaja löytää pakkauksesta tarvitsemansa tiedot ja saa myönteisen mielikuvan myös koskiessaan pakkaukseen, hänessä herää ostohalu. (Raninen ym. 2003, 296–297.)

Nykyään pakkaukset eivät pyri herättämään huomiota ainoastaan kaupassa, vaan kuluttaja on tekemisissä pakkauksen kanssa useita kertoja sen elinkaaren aikana. Siksi pakkaus on myös merkittävä väline markkinointiviestinnässä. Pakkauksen houkuttelevuudella, uutuudella, tunnettavuudella, informatiivisuudella ja informaation käytettävyydellä on suuri merkitys markkinoinnissa. (Kuusisto 2005.)

4.2 Visuaalinen pakkaus

Pakkauksen ulkonäössä merkitystä on nimellä, nimen kirjoitusasulla, väreillä, kuvilla, muodolla ja rakenteella. Nimi antaa tuotteelle identiteetin, joka ohjaa kuluttajaa ajattelemaan, että tuote on esimerkiksi kotimainen. Nimen kirjoitusasu kuvaa tuotteen luonnetta: esimerkiksi pyöreillä fonteilla voidaan kertoa suklaan makeudesta. Tuotteen nimen koolla välitetään hintamielikuvaa. Esimerkiksi kalliin vaikutelman saa aikaan pienellä nimellä ja hillityillä väreillä. Väreillä taas voidaan kiinnittää kuluttajan huomio tuotteeseen, koska tietyt värit huomataan paremmin kuin toiset. Pakkauksen väreillä voidaan myös korostaa kuvia: esimerkiksi tomaatit näyttävät punaisemmilta vihreää taustaa vasten. Pakkauksen muoto ja rakenne viestivät lähinnä tuotteen luonteesta ja sisällöstä: laadukas tuote myös pakataan laadukkaaseen pakkaukseen. (Raninen ym. 2003, 299–301.)

4.2.1 Pakkauksen värit

Väri on yksi tärkeimmistä pakkauksen ominaisuuksista: kuluttajat tunnistavat pakkauksen tai brändin nopeimmin juuri värin perusteella. Värillä voidaan erottua kilpaili-

joista: esimerkiksi Pepsi vaihtoi muutama vuosi sitten brändinsä värin punaisesta siniseen erottuakseen Coca Colasta. Värillä voidaan viestiä tuotteen taustoista: valmistajasta, kulttuurista, iästä, etnisyydestä, kotimaisuudesta ja hinnasta, tai sillä voidaan korostaa kuvia ja tekstejä. Väreillä on helppo viestiä kuluttajille tuoteperheen erilaisista raaka-aine- ja makuvaihtoehdoista. (Calver 2004, 146; Klimchuk & Krasovec 2006, 107.) Väreillä voidaan myös kertoa hajusta, koostumuksesta tai tuotteen vaikutuksista. Esimerkiksi marjojen tai hedelmien kuvat tuotepakkauksessa kertovat tuotteen mausta. Väreillä on myös sovittuja merkityksiä elintarvikkeissa: esimerkiksi maitotölkkien siniset ja punainen kertovat rasvan määrästä. Toisaalta värit herättävät luonnostaan mielikuvia: keltainen väri piristävstä vaikutuksesta, koska tunnetusti keltaoranssissa appelsiinissa on C-vitamiinia, joka virkistää. (Kauppinen-Räisänen 2007.)

Värit jaetaan pääväriin ja väliväriin: punainen, sininen ja keltainen ovat pääväriä, kun taas vihreä, oranssi ja violetti väliväriä (Huovila 2006, 42–43; Klimchuk & Krasovec 2006, 106). Toisaalla myös vihreä lasketaan pääväriksi. Perinteisesti värit jaetaan myös kylmiin ja lämpimiin väriin. (Loiri & Juholin 1998, 110–111.) Kylmät värit tuntuvat etääntyvän katsojasta ja lämpimät värit taas lähestyvän (Huovila 2006, 44). Kylmiä värejä ovat väriympyrässä (Kuvio 1) sinivihreää lähellä olevat värit ja lämpimiä taas oranssin ympärillä olevat (Taito- ja taideaineet Turun opettajankoulutuslaitoksessa 2004).



Kuvio 1. Väriympyrä (Taito- ja taideaineet Turun opettajankoulutuslaitoksella 2004).

Värejä yhdistelemällä saadaan aikaan erilaisia tunnelmia aina rauhallisesta räiskyvään tai jännittävstä maanläheiseen. Esimerkiksi punainen - vihreä on jouluinen väriyhdistelmä, mutta myös hyvin huomiota herättävä vastaväripari. Muita vastaväripareja ovat sininen - oranssi sekä keltainen - violetti. Punainen ja keltainen yhdessä taas luovat helposti mielikuvan edullisuudesta. (Nieminen 2004.)

Punainen

Punainen on lämmin väri ja se liitetään usein aurinkoon ja kuumuuteen. Punainen symbolisoi voimakkaita asioita ja tunteita kuten rakkautta, tulta, intohimoa, aggressiivisuutta, pelkoa tai vaaraa. Syvä punainen viestii hienostuneisuutta, kuninkaallisuutta, aitoutta, vakavuutta ja tehokkuutta. Kirkas punainen taas on vilkas ja vauhdikas väri. Pakkauksissa punaista käytetään huomion herättäjänä. Elintarvikepakkauksissa punainen viestii usein maun voimakkuudesta, esimerkiksi tulisuudesta tai mausteisuudesta, mutta toisaalla taas punaisten hedelmien ja marjojen mehukkuudesta. (Klimchuk & Krasovec 2006, 108.)

Oranssi

Oranssi on myös lämmin väri ja se yhdistetään usein auringon lämpöön sekä positiivisiin asioihin kuten energisyyteen, innostukseen, seikkailuun, iloisuuteen ja tyytyväisyyteen. Oranssi on joidenkin brändien vahva tunnus, Suomessa esimerkiksi Postin ja Fiskarsin. Elintarvikepakkauksissa oranssi voi viestiä hedelmäisestä tai mausteisesta mausta. (Klimchuk & Krasovec 2006, 108.)

Keltainen

Keltainen on positiivinen väri ja kuvastaa elämää, aurinkoa, lämpöä, aatteellisuutta, energiaa, leikkisyyttä ja toivoa. Se voi merkitä myös riskiä tai vaaraa, ja se herättää erittäin hyvin huomiota. Elintarvikepakkauksissa keltaista käytetään usein viestimään sitruunan tai voion aromista, auringonvalosta, terveellisyydestä ja tuoreudesta. (Klimchuk & Krasovec 2006, 108.)

Vihreä

Vihreä on maanläheinen väri ja kuvastaa tyyneyttä, elämää, nuoruutta, tuoreutta, luonnonmukaisuutta, mutta myös toimintaa, onnekkuutta, vaurautta ja rahaa. Vihreä viestii kierrätyksestä, luonnosta, ympäristöstä ja rauhallisuudesta, mutta se liitetään myös kateuteen. Elintarvikepakkauksissa vihreällä kuvataan usein mintun, omenan tai

limen makua tai happamuutta sekä viestitään yhä useammin tuotteen terveellisyydestä. (Klimchuk & Krasovec 2006, 109.)

Sininen

Sininen on rauhallinen väri ja symbolisoi arvokkuutta, lojaalisuutta, totuutta ja viisautta. Sininen viestii varmuutta, vahvuutta, luotettavuutta, pysyvyyttä ja turvallisuutta. Se antaa myös mielikuvan taivaasta ja vedestä. Sinistä väriä löytää harvoin luonnosta, ja siksi sillä on ollut negatiivinen vaikutus elintarvikepakkauksissa. Nykyään sinistä tosin käytetään melko paljon esimerkiksi vastavärinä punaiselle. (Klimchuk & Krasovec 2006, 110; Nieminen 2004, 193.)

Purppura / Violetti

Purppura on ollut ennen vanhaan harvinainen väri, ja siksi se henkii hienostuneisuutta, kuninkaallisuutta, ylellisyyttä, hyvinvointia, viisautta, henkisyttä, aistillisuutta, mystisyyttä, intohimoa ja urheutta. Syvä purppura viestii rauhasta, mutta voi myös antaa mielikuvan pimeydestä. Terveystuotteissa purppura voi merkitä mieltä, vartaloa ja henkeä, ja elintarvikkeissa marjojen, kuten viinirypäleen ja mustikan, makua. Nuorisolle suunnatuissa tuotteissa väri voi olla raikas, eksoottinen, hauska ja rohkea. (Klimchuk & Krasovec 2006, 111.)

Musta

Musta viestii voimaa, luotettavuutta, dramaattisuutta, viisautta ja tyylikkyyttä, mutta myös tuskaa ja surua. Mustan avulla voidaan korostaa muita pakkauksen värejä ja luoda kontrasteja. (Klimchuk & Krasovec 2006, 111; Nieminen 2004, 105.)

Valkoinen

Valkoinen väri edustaa puhtautta, raikkautta, viattomuutta, tehokkuutta, rehellisyyttä ja nykyaikaisuutta. Se myös muistuttaa lumesta ja kylmyydestä. Valkoinen korostaa ympärillään olevia muita värejä. Sitä on käytetty paljon lääkepakkauksissa kliinisen vaikutelman aikaansaamiseksi ja puhtauden vuoksi maitotuotteiden pakkauksissa. Ylellisissä pakkauksissa valkoinen voi kuvata vaurautta ja klassisuutta, mutta toisaalla se on tavanomainen eikä kovin havainnollinen. (Klimchuk & Krasovec 2006, 112; Nieminen 2004, 105.)

Harmaa ja ruskea

Harmaa ja ruskea viestivät maanläheisyyttä, arkisuutta, tavallisuutta ja rauhallisuutta. Teräksenharmaa tai tummanruskean sävyt ovat myös tyylikkäitä, etenkin mustan rinnalla. Suklaanruskeaa väriä käytetään paljon kahvin, teen ja kaakaon markkinoinnissa. (Nieminen 2004, 105.)

4.2.2 Pakkauksen kuvat

Kuva on keskeisin osa monia pakkauksia, koska se viestii niin suoraan ja tehokkaasti. Schmitt ja Simonson väittävät tutkimustensa perusteella, että kuva muistetaan neljä kertaa useammin kuin sanat. Kuva on merkittävä kuluttajan huomion vangitsija. (Calver 2004, 136.) Kuluttaja katsookin kuvaa ennen kuin lukee tekstin (Klimchuk & Krasovec 2006, 119). Tämä perustuu siihen, että kuva ymmärretään suoraan sellaisenaan ilman katsojan omaa prosessointia. Tekstin lukeminen taas vaatii aktiivista toimintaa ja keskittymistä lukijalta. (Huovila 2006, 26.) On kuitenkin huomattava, että kuvien tulkinta vaihtelee huomattavasti kulttuurin mukaan. (Klimchuk & Krasovec 2006, 119.)

Pakkauksissa käytetään huomattavan usein valokuvia, mutta myös kuvioita, piirroksia, symboleja ja kuvakkeita. Enimmäkseen niillä kuvataan tuotetta, esitellään sen käyttötarkoitusta, hyötyjä tai brändiä. Pakkauksen sisällön esittämisen sijasta kuvilla voidaan myös tavoitella jotain tunnetta, tunnelmaa, mielialaa tai elämäntapaa. Näitä tavoitellessa voidaan käyttää esimerkiksi kuuluisien henkilöiden tai maisemien kuvia. (Calver 2004, 136; Klimchuk & Krasovec 2006, 120–125.)

Pakkauksessa olevien kuvien avulla erotetaan helposti brändit toisistaan. Brändin tunnistamista voi edistää eri tuotteissa esimerkiksi samantyyillisillä kuvilla, tiettyjen värien tai mustavalkoisuuden toistolla. Kuvan tyyli on tärkeä tekijä, koska se liittyy läheisesti brändin persoonallisuuteen ja tuotteen asemointiin. (Calver 2004, 137–138.)

Kuvalla voidaan viestiä eri tavoin. Usein puhutaan kolmesta eri tavasta: kuva voi esittää kohdetta suoraan, välillisesti tai sopimuksen mukaan. Ensimmäisessä tapauksessa esimerkiksi näytetään tulta. Toisessa tapauksessa on kuvattu savua, jolloin katsoja voi päätellä jossain olevan myös tulta. Kolmannessa tapauksessa kuvassa voi olla esimer-

kiksi liikennemerkki, jonka merkitys on sovittu ja yleisesti tunnettu. (Huovila 2006, 59–60.)

Mielikuvia herättämällä voidaan tehostaa välitettävää viestiä. Mielikuvat perustuvat henkilöiden omiin kokemuksiin tai saatuun tietoon, jota ei kuitenkaan ymmärretä kokonaan. Visuaalisuudella voidaan pyrkiä luomaan mielikuvia vastaanottajan mielessä. Kuvan ja tekstin yhdistelmällä saadaan usein rakennettua mielikuvia ja mielleyhtymiä. Mielleyhtymä voi perustua samankaltaisuuteen, vastakohtaisuuteen, samanaikaisuuteen tai perättäisyyteen. Samankaltaisuudessa visuaalinen viesti yhdistyy tietoisesti tai tiedostamatta esimerkiksi taidehistoriasta tuttuun maalaukseen, mikä lisää kuvan tehoa. Voidaan myös esittää kaksi erilaista kuvaa, joita yhdistää jokin asia. Tämä luo uusia mielleyhtymiä. Vastakohtaan perustuva mielleyhtymä voidaan saada aikaan esimerkiksi muokkaamalla tunnettu kuva uudeksi: esimerkiksi miestä ylistävästä maalauksesta vaihdetaan sukupuoliroolit vastakkaisiksi ja tuodaan näin esiin omaa linjaa. Samanaikaisuuden varaan rakentuva mielleyhtymä voidaan aiheuttaa yhdistämällä kuvan viesti johonkin ajankohtaiseen asiaan. Perättäisyyden mielleyhtymä voidaan saada aikaan, kun kaksi kuvaa tai saman kuvan kaksi elementtiä koetaan perättäisiksi ja niiden yhdistäminen herättää kysymyksen tai antaa vastauksen. Kuva siis välittää tietoa, mutta vielä sitäkin tehokkaammin tunteita ja tuntemuksia. (Huovila 2006, 60–61.)

5 MARJOJEN KUVAT JA RAVITSEMUSMERKINNÄT MEHUIJEN, JOGURTTIEN JA MUROJEN TUOTEPAKKAUKSISSA

5.1 Tavoite ja tutkimusongelmat

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää vähittäiskaupassa myytävien mehujen, jogurttien sekä murojen ja myslien yhteyttä marjoihin. Haluttiin tietää kuinka paljon marjaa ja mitä marjoja käytetään näiden kolmen ryhmän tuotteissa. Tarkoituksena oli myös selvittää millaisia värejä ja marjojen kuvia pakkauksissa käytetään ja miten kuvat liittyvät tuotteen ravintosisältöön. Tutkimuksen toivottiin antavan myös vastauksen siihen myydäänkö marjojen kuvien avulla epäterveellisiä tuotteita.

Työn tulokset antoivat Arktisille Aromeille arvokasta tietoa siitä, kuinka marjoja ja marjojen kuvia käytetään elintarvikkeiden vähittäiskaupassa tällä hetkellä. Arktiset Aromit on yhdistys, joka pyrkii lisäämään luonnontuotteiden käyttöä ja tuntemusta. Tulokset voivat antaa myös tietoa kuluttajaviranomaisille pakkauslainsäädännön valvontaan. Tuloksissa nähdään, onko pakkausmerkintälaissa säädettyjä asetuksia etenkin kuvien käytöstä noudatettu.

Tutkimusongelmia työssä olivat:

- Miten paljon marjaa ja marjojen kuvia esiintyy jogurttien, mehujen, murojen ja myslien tuotepakkauksissa?
- Miten marjat ja niiden kuvat liittyvät tuotteiden ainesosiin, ravintosisältöön ja terveystietoihin?
- Markkinoidaanko marjojen kuvien terveellisyysmielikuvan avulla myös keskimääräistä vähemmän terveellisiä tuotteita?

5.2 Aineisto ja menetelmät

Opinnäytetyön tutkimukseen valittiin kolme tuoteryhmää, joissa yleisesti käytetään paljon marjaa: jogurtit, murot ja myslit sekä mehut. Näin saatiin aineistoa juomista, viljatuotteista ja maitotuotteista. Kaikilla tuoteryhmillä on myös merkitystä päivittäisessä ravitsemuksessa. Näistä tuoteryhmistä mukaan tutkimukseen otettiin kaikki mehut, kaikki murot ja myslit sekä litran jogurtit. (Ks. Liite 2 ja Liite 3.) Mehuiksi lasket-

tiin kaikki juotavaksi tarkoitetut marjoista, kasviksista tai hedelmistä valmistetut täysmehut, mehut, nektarit, mehujuomat, tiivisteet ja tuoremehut. (Ks. Liite 6.) Jogurtit rajattiin litran jogurtteihin, koska pieniä jogurtteja oli valtava määrä ja ne olisivat olleet valokuvaamisen kannalta ongelmallisia. Kuvauspaikka oli huoneenlämpöisessä tilassa, joten pienet tuotteet olisivat lämmenneet kuvaustilanteessa liian nopeasti. Monet pienistä jogurteista on myös pakattu yhdessä pahvin sisään, joten yksittäisen pakkauksen tarkastelu ja kuvaaminen olisi ollut mahdotonta pakkausta avaamatta.

Tutkimusaineisto kerättiin kahden eri kaupparyhmittymän hypermarketista: Kuopion Citymarketista ja Prismasta. Hypermarketeissa tuotevalikoimat ovat luonnollisesti erittäin laajat. Näin saatiin mukaan myös kahden eri kaupan omat merkit: Pirkka, Euroshopper, Rainbow ja X-tra. Tuotepakkaukset käytiin läpi järjestelmällisesti tuoterhyhmä ja hylly kerrallaan. Jokaista tuotetta käsiteltiin yksitellen ja tiedot pakkauksista kerättiin valmiisiin taulukkopohjiin. Taulukkoon merkittiin jokaisesta tuotteesta mitä marjaa tai hedelmää se sisältää, kuinka paljon marjaa on prosentteina ja mitä marjojen kuvia pakkauksessa on. Aineistoa kerättiin Citymarketissa kolmena päivänä viikolla 46. Saadusta aineistosta tehtiin tuotelista, jossa kaikki tuotteet olivat tunnistettavissa. Listan avulla saatiin helposti kerättyä Citymarketin valikoimaan kuulumattomien tuotteiden tiedot samalla tavalla Prismasta viikoilla 47 ja 48. Prismassa aineistoa kerättiin kahtena päivänä.

Sisällönanalyysi on laadullisen tutkimuksen perusmenetelmä, ja sen avulla erilaisia dokumentteja voidaan analysoida systemaattisesti. Dokumenttina voi olla lähes mikä tahansa kirjallinen tuotos. Dokumenteista valitaan tutkimuksen kannalta kiinnostavat ilmiöt. Tutkittavasta ilmiöstä pyritään saamaan järjestelmällinen ja tiivistetty kuvaus pelkistämisen, ryhmittelyn ja teemoittelun avulla. Pelkistämisessä aineistosta karsitaan kaikki epäolennainen pois. Ryhmittelyssä aineistosta etsitään samankaltaisuuksia ja erilaisuuksia. Teemoittelussa aineistoa jaetaan teoriasta tai aineistosta nousevien teemojen mukaisesti. Aineisto voidaan käsitellä myös määrällisesti eli siitä voidaan laskea esimerkiksi keskiarvoja tai tehdä ristiintaulukointia. Aineiston käsittelyn jälkeen siitä voidaan ja tulee tehdä johtopäätöksiä. (Anttila 2000; Tuomi & Sarajärvi 2006.) Menetelmän teorian perusteella sisällönanalyysi on sopiva menetelmä pakkauksien ja pakkausmerkintöjen tutkimukseen. Tutkimusaineistoa on mahdotonta kerätä muuten, kuin käymällä järjestelmällisesti läpi pakkaukset ja keräämällä niistä oleelliset tiedot.

Aineisto on myös järkevää käsitellä ryhmittelemällä, teemoittelemalla ja taulukoimalla tiedot ja analysoida tuloksia sen jälkeen.

Kuva-analyysistä puhutaan, kun sisällön analyysin aineistona on kuvallista materiaalia. Varmojen tulosten aikaansaamiseksi tulee työskennellä järjestelmällisesti. Kuvaa analysoidessa merkittäviä tekijöitä kuvassa ovat sisältö, värit, muodot, sommittelu, syvyys ja tunnelma. Kuvan analyysi ei kuitenkaan varsinaisesti eroa tekniikaltaan kirjallisen tekstin analyysistä. (Anttila 2000.) Kuva-analyysi sopii pakkausten kuvien tarkastelun menetelmäksi. Tässä työssä tosin sisältö, värit ja sommittelu ovat olennaisimmat tutkittavat asiat. Muotojen, syvyyden ja tunnelman tarkastelu eivät anna erityisten oleellista tietoa etsittäessä vastauksia tutkimuskysymyksiin.

5.3 Tuotepakkauksien informaatioanalyysi

Kaikkia tuoteryhmien tuotteita ei otettu tarkempaan tutkimukseen mukaan. Koska tuotteita tutkittiin marjojen käytön kannalta, rajattiin tarkempi analyysi koskemaan vain marjaa sisältäviä tuotteita. Jogurteista valittiin tarkempaan pakkausanalyysiin kaikki jogurtit, joissa sanallisesti tai kuvallisesti viitattiin marjoihin tai marjoihin ja hedelmiin. Ravintosisältöä ja marjapitoisuutta arvioitiin ainoastaan tuotteista, jotka sisälsivät pelkästään marjaa. Mehuista tutkimukseen valittiin ainoastaan marjaa ja marjan aromia sisältävät mehut sekä pakkaukset, joissa oli marjojen kuvia. Mehujen valtavan määrän vuoksi haluttiin marjaiset hedelmämehut tai hedelmäiset marjamehut rajata kokonaan pois aineistosta. Toisaalta sekä marjat että hedelmät ovat terveellisiä, joten marjoilla tuskin on erityistä merkitystä hedelmämehujen markkinoinnissa. Mu-roista ja mysleistä tarkempaan tutkimukseen otettiin tuotteet, jotka sisälsivät marjaa tai marjaa ja hedelmää sekä pakkaukset, joissa oli viittaus marjoihin tai marjoihin ja hedelmiin. Ravintosisältöä ja marjapitoisuutta tutkittiin kuitenkin vain marjaa sisältävistä tuotteista.

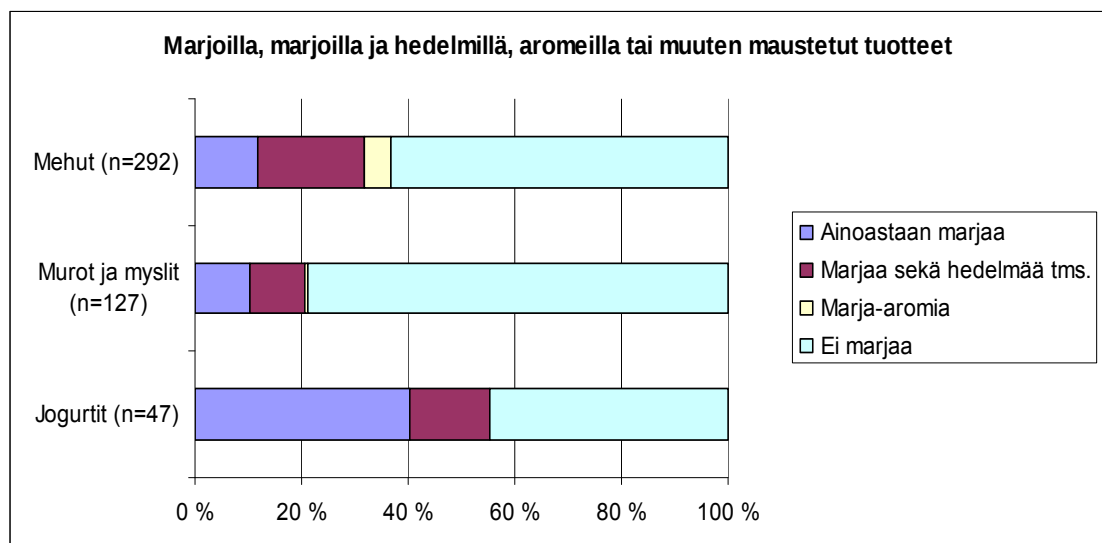
Aineisto kerättiin Citymarketista ja Prismasta samaan aikaan tuotevalikoima-analyysin aineiston kanssa. Pakkausten kuvaamista varten järjestettiin valkoisista kartongeista neutraali tausta pakkauksille. Tarkastettiin myös, että valaistus olisi mahdollisimman hyvä. Pakkausten ”julkisivusta” otettiin valokuvat digitaalisella kameralla ja tuotteen ravintosisältötiedot kerättiin valmiiseen taulukkopohjaan. Taulukkoon merkittiin tuotteen nimi, valmistaja, energiasisältö, proteiinit, rasva, tyydyttyneet rasvaha-

pot, tyydyttymättömät rasvahapot, hiilihydraatit, sokerit, kuitu, natrium, marjalajit ja marjapitoisuus. Taulukkoon kirjoitettiin myös ravitsemus- tai terveystäiteet, jotka mainitaan Euroopan neuvoston antamassa asetuksessa 1924/2006 (Liite 1). Lisäksi taulukkoon kirjattiin väittämän ravintoaine, lyhyt kuvaus kuvien marjalajeista sekä marjojen kuvien pinta-alasta pakkauksessa ja pakkauksen pääväreistä. (Liite 7, 8, 9, 10 ja 11.)

5.4 Tulokset

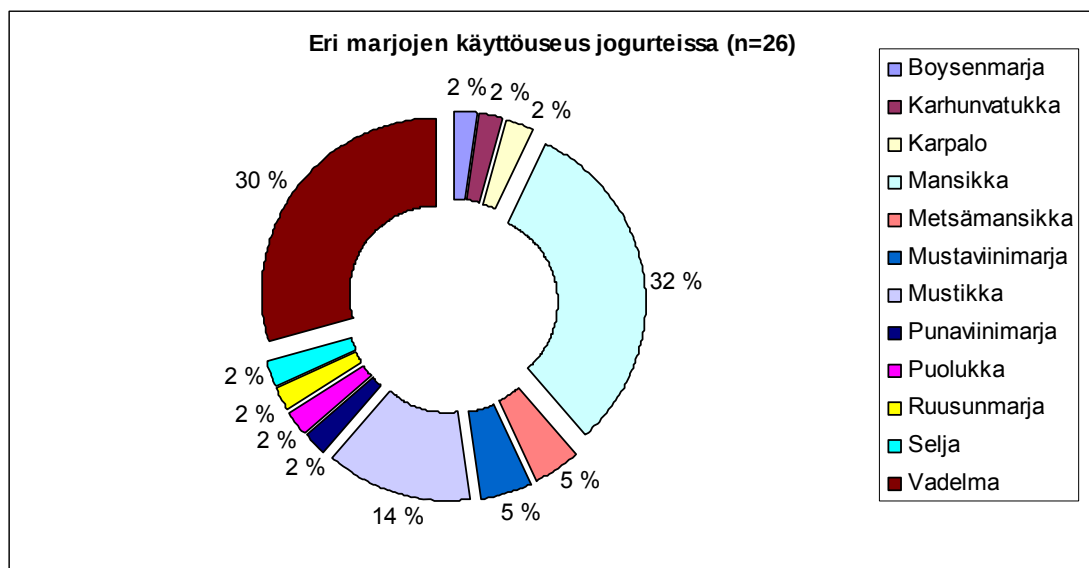
Jogurtit

Litran jogurtteja oli yhteensä 47 erilaista. Näistä 26:ssa eli 55 %:ssa oli marjaa. Marjaa sisältävistä jogurteista 19 olivat sellaisia, jotka sisälsivät marjaa ja seitsemän (7) sellaisia, jotka sisälsivät sekä marjaa että hedelmää. Kuviossa 2 nähdään mehujen, murojen & myslien ja jogurttien marjaa, marjaa & hedelmää sekä marja-aromia sisältävien ja marjaa sisältämättömien tuotteiden prosentuaaliset osuudet tuoteryhmästään.



Kuvio 2. Marjaa, marjaa & hedelmää, marja-aromeita tai ei ollenkaan marjaa sisältävien tuotteiden prosenttiosuudet tuoteryhmittäin.

Jogurtit sisälsivät seuraavia viljeltyjä marjoja: mansikka, vadelma, mustaviinimarja, ruusunmarja, karhunvatukka, punaviinimarja, boysenmarja ja seljanmarja. Luonnonmarjoja olivat oletettavasti mustikka, metsämansikka, karpalo ja puolukka. Marjoista useimmin oli käytetty mansikkaa (14), vadelmaa (13) ja mustikkaa (6). Muita marjoja oli käytetty yhdessä tai kahdessa jogurtissa. Kuviossa 3 ilmenee prosentteina eri marjojen käyttöuseus.



Kuvio 3. Eri marjalajien käyttöuseus prosentteina jogurteissa (n=26).

Marjapitoisuudet vaihtelivat kahdesta (2) kymmeneen (10) prosenttiin. Keskimääräinen marjapitoisuus marjajogurteissa oli 5,3 %. Jogurteissa terveellisyyteen vaikuttavat eniten rasvan ja hiilihydraatin määrä. Rasva on peräisin maidosta eli se on tyydytynyttä rasvaa. Hiilihydraatti puolestaan on enimmäkseen sokeria eli ”tyhjää” energiaa. Taulukossa 1 marjajogurtit on jaettu kahteen ryhmään marjapitoisuuden perusteella. Näyttää siltä, että enemmän marjaa sisältävät jogurtit sisältävät keskimäärin vähemmän energiaa, rasvaa ja hiilihydraattia sekä useammin ravitsemusväittämiä. Terveysväittämiä ei jogurteissa ollut. Enemmän marjaa sisältävät jogurtit ovat siis aineiston perusteella terveellisempiä kuin vähemmän marjaa sisältävät, koska niissä on enemmän marjaa ja vähemmän maitorasvasta ja sokerista peräisin olevaa energiaa.

Taulukko 1. *Marjajogurttien keskimääräinen ravintosisältö ja ravitsemusväittämien määrä ≤ 5 % marjaa sisältävissä ja >5 % marjaa sisältävissä jogurteissa.*

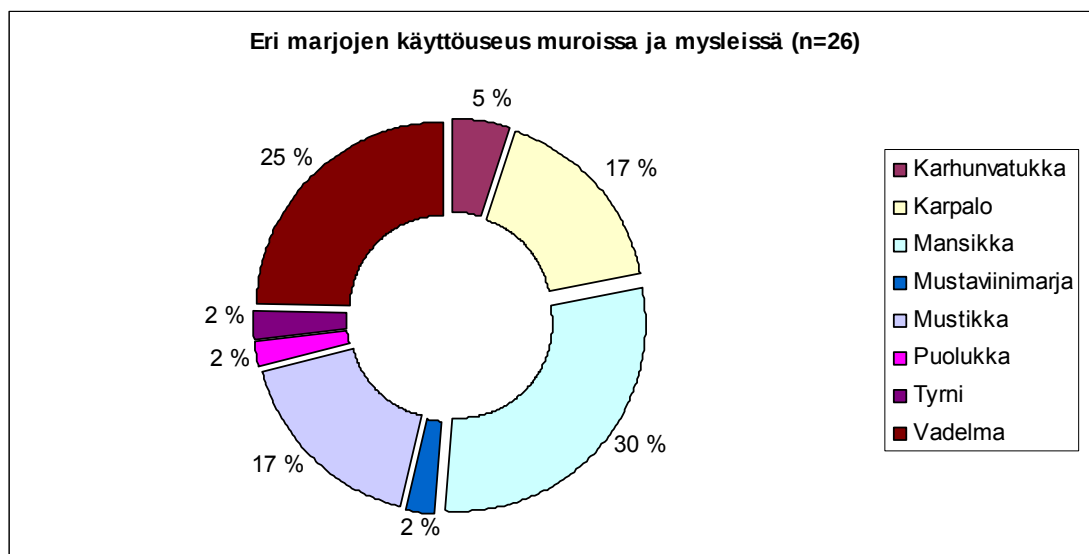
Ainesosa	Marjajogurtit	
	Marjaa 0,1 % - 5 % (n=12)	Marjaa 5,1 % -10 % (n=7)
Marjaa (%)	4,6	6,6
Energiaa (KJ)	314	259
Rasvaa (g)	1,3	0,8
Hiilihydraatteja (g)	12,4	9,8
Ravitsemusväittämiä (kpl)	0,6	1,3

Neljää tuotetta lukuun ottamatta kaikissa marjaa sisältävissä jogurteissa oli kaikkien marjojen kuvat myös pakkauksessa. Poikkeuksena olivat yksi hedelmä-marjajogurtti, jossa oli persikkaa, aprikoosia, vadelmaa ja seljanmarjaa, kaksi metsämansikkaa & mansikkaa sisältävää jogurttia sekä yksi karhunvadelmaa, mustikkaa, mansikkaa ja vadelmaa sisältävä jogurtti. Ensimmäisen pakkauksessa ei ollut seljanmarjan kuvaa, ja mansikkajogurttien pakkauksessa ei ollut kuin yhden mansikkalajin kuvat. Toisessa ei ollut metsämansikan kuvaa, ja toisessa ei ollut mansikan kuvaa. Neljännessä ei ollut kuvaa karhunvadelmasta.

Yhtään tuotetta ei löytynyt, jossa marjaa olisi ollut kuvina pakkauksessa, mutta ei ollenkaan sisällössä. Yhdessä jogurtissa, jossa oli 5 % mansikkaa ja 1 % metsämansikkaa, mainittiin nimessä ja esitettiin kuvissa vain metsämansikka. Pakkaus antaa ymmärtää, että se sisältää ainoastaan metsämansikkaa, vaikka suurin osa marjasta onkin tavallista mansikkaa. Eviran pakkausmerkintäoppaan (2007) mukaan kuvat eivät saa antaa liioiteltua käsitystä ainesosien suhteesta.

Murot ja myslit

Erilaisia muroja ja myslejä oli yhteensä 127. Marjaa oli 26 tuotteessa eli 20 %:ssa kaikista muroista ja mysleistä. Lisäksi yhdessä tuotteessa oli käytetty ainoastaan marja-aromia. Ainoastaan marjaa sisältäviä tuotteita oli 13 ja marjaa sekä hedelmää sisältäviä tuotteita 13 erilaista (ks. kuvio 2). Viljeltyjä marjoja olivat todennäköisesti mansikka, vadelma, karhunvatukka, mustaviinimarja ja tyrni. Luonnosta peräisin olevia marjoja olivat mustikka, karpalo ja puolukka. Useimmin oli käytetty mansikkaa (12), vadelmaa (10), mustikkaa (7) ja karpaloa (7). Muita marjoja oli käytetty yhdessä tai kahdessa tuotteessa. Eri marjojen käyttöprosentit näkyvät kuviossa 4.



Kuvio 4. Eri marjalajien käyttöuseus prosentteina muroissa ja myseleissä (n=26).

Marjapitoisuudet vaihtelivat 0,6 prosentista 9 prosenttiin. Keskimääräinen marjapitoisuus marjamysleissä oli 3,7 %. Muroissa ja myseleissä terveellisyys vaikuttaa rasvan, hiilihydraatin, sokerin ja kuidun määrää. Taulukossa 2 marjamurot ja marjamyslit on jaettu marjapitoisuuden perusteella kahteen ryhmään. Näyttää siltä, että enemmän marjaa sisältävissä muroissa ja myseleissä on vähemmän rasvaa, vähemmän sokereita ja enemmän kuitua. Ravitsemusväitteitä oli kuitenkin hyödynnetty useammin vähän marjaa sisältävissä tuotteissa. Terveysväitteitä ei ollut muroissa ja myseleissä. Marjoista saadun terveellisyshyödyn lisäksi marjaisemmat tuotteet ovat siis aineiston perusteella terveellisempiä, mutta sitä ei korosteta pakkauksessa ravitsemusväittein.

Taulukko 2. Marjamurojen ja -myslien keskimääräinen ravintosisältö <4 % ja ≥4 % marjaa sisältävissä tuotteissa.

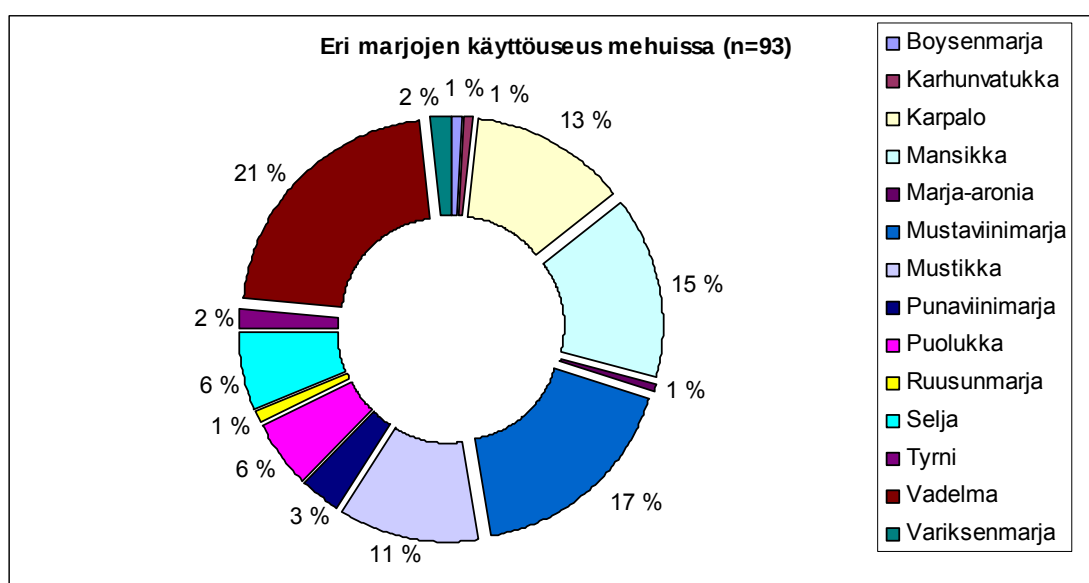
Ainesosa	Marjamurot ja -myslit	
	Marjaa 0,1 - 3,9 % (n=6)	Marjaa 4 - 9 % (n=6)
Marjaa (%)	1,9	4,8
Energiaa (KJ)	1721	1485
Rasvaa (g)	13,2	4,7
Hiilihydraatteja (g)	64	67
josta sokereita (g)	20,2	13,5
Kuitua (g)	8,9	9,5
Ravitsemusväitteitä (kpl)	1	0,7

Yhtä lukuun ottamatta jokaisessa marjaa sisältävässä tuotteessa esiintyi marjojen kuvia myös pakkauksessa. Ainoa poikkeava tuote sisälsi rusinaa, papaijaa, kookospähkinää, omenaa ja karpaloa, mutta karpalosta ei ollut kuvaa.

Marjojen kuvia taas oli kahdeksassa (8) pakkauksessa, vaikka tuote itsessään ei marjaa sisältänyt. Kahdeksasta (8) tuotteesta seitsemässä (7), joissa marjojen kuvia käytettiin pakkauksessa, oli lainmukainen selvennys ”tarjoiluehdotus”. Yhdestä pakkauksesta ilmoitus puuttui. Marjan kuvia oli myös piirroksena yhdessä tuotteessa, jossa oli käytetty ainoastaan marjan aromia. Tämäkään ei ole sallittua (Evira 2007).

Mehut

Mehuja oli yhteensä 292. Marjoista saatua täysmehua sisälsi 93 tuotetta eli 32 % kaikista mehuista. Puhtaasti marjamehuja oli 34 kaikista ja marjaa ja hedelmää tai kasvisia sisältäviä mehuja 59 erilaista. Lisäksi vain marja-aromeilla maustettuja juomia oli 14 eli 5 % kaikista. (ks. Kuvio 2) Puutarhamarjoja olivat mansikka, vadelma, tyrni, mustaviinimarja, punaviinimarja, marja-aronia, karhunvatukka, seljanmarja ja ruusunmarja. Luonnonmarjoista oli taas käytetty mustikkaa, puolukkaa, karpaloa ja variksenmarjaa. Useimmin oli käytetty vadelmaa (27), mustaviinimarjaa (22), mansikkaa (18), mustikkaa (14), karpaloa (16), seljanmarjaa (8) ja puolukkaa (7). Muista marjoista kutakin oli käytetty korkeintaan neljässä mehussa. Kuviosta 5 näkee eri marjojen käyttöuseuden prosentteina.



Kuvio 5. Eri marjalajien käyttöuseus prosentteina mehuissa (n=93).

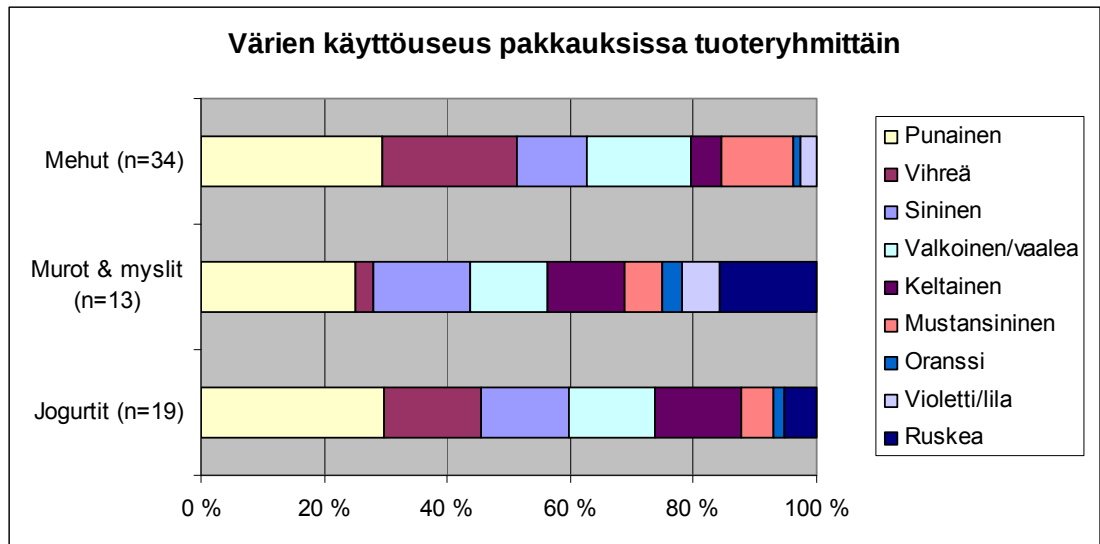
Täysmehupitoisuus vaihteli marjamehuissa 2 % ja 100 % välillä. Keskimääräinen täysmehupitoisuus marjamehuissa oli 52,4 %. Keskiarvo laskettiin niistä mehuista, joissa täysmehupitoisuus oli ilmoitettu (n=26). Lain mukaanhan täysmehupitoisuus on ilmoitettava pakkauksessa (943/2004), joten puutteita pakkausmerkinnöissä oli yhdeksässä (9) marjamehupakkauksessa. Pakkausmerkinnät marjamehuissa eivät olleet kovin yhtenevät: ravintosisältö oli ilmoitettu 22 tuotteessa. Siksi marjapitoisuuden vaikutuksista ravintosisältöön oli epämielekäästä tehdä vertailuja, etteivät tulokset antaisi väärää kuvaa koko tuoteryhmästä.

Marjojen kuvia oli kaikissa tuotepakkauksissa, jotka sisälsivät marjaa. Osa sekamehuista, 12 tuotetta, olivat sellaisia, joissa jonkin yksittäisen marjan kuvaa ei ollut. Seitsemässä (7) tapauksessa marja, jota ei ollut kuvattu, oli seljanmarja. Kahdessa (2) tapauksessa marja oli variksenmarja.

Yhden tuotteen kuvat olivat virheellisiä, sillä mehu sisälsi mansikkaa ja metsämansikka-aromia, mutta kuvassa ja nimessä tuotiin esille vain metsämansikka. Marjan kuvaahan ei saa olla, jos tuote sisältää vain aromia (Evira 2007).

Värit ja kuvat marjatuotteissa

Marjaa sisältävissä tuotepakkauksissa suurina pintoina eniten käytettyjä värejä olivat punainen, vihreä, sininen, valkoinen tai muu hyvin vaalea väri ja keltainen. (ks. kuvio 6) Näiden yhteenlaskettu osuus on jokaisessa tuoteryhmässä vähintään 68 %. Punainen on selkeästi käytetyin väri. Tuotteissa käytetyimmät marjat, vadelma ja mansikka, ovatkin punaisia. Ruskea väri oli melko yleinen muroissa ja mysleissä, mikä on luonnollista, sillä ruskea on viljojen väri.



Kuvio 6. Eri värien käyttö prosentteina marjamehuissa, -muroissa & myslissä ja -jogurteissa.

Väreistä mustaa ja harmaata ei käytetty yhdessäkään pakkauksessa huomattavia määriä. Myös oranssi, violetti ja lila olivat melko harvinaisia värejä. Näitä värejä on harvemmin luonnossa ja etenkin marjoissa, joten niitä ei varmaankaan siksi käytetä marjatuotteiden markkinoinnissa.

Punainen - vihreä vastaväriyhdistelmä oli melko yleinen pakkauksissa. Se esiintyi mehuissa 11 kertaa ja jogurteissa 2 kertaa. (Ks. Liite 12.) Sinistä käytetään myös vastavärinä punaiselle, ja näin olikin jogurteissa kolme kertaa, mehuissa kolme kertaa ja muroissa ja myslissä yhden kerran. (Ks. Liite 12.) Vastaväriparia violetti – keltainen oli käytetty vain yhdessä myslipakkauksessa. Kolmatta paria sininen – oranssi ei ollut missään marjatuotteessa.

Marjakuvien pinta-ala pakkauksessa vaihteli tuoteryhmittäin melko paljon. Jogurteissa marjojen kuvien osuus pakkauksen julkisivun pinta-alasta oli

- yli puolet noin 60 %:ssa (Ks. Liite 12.)
- noin puolet 20 %:ssa.
- alle puolet 20 %:ssa.

Muroissa ja myslissä kuvien pinta-ala oli alle puolet noin 75 %:ssa pakkauksista. Lopuissa pakkauksista ala oli noin puolet etupuolesta. Mehuihin marjojen kuvia oli alle puolet pinta-alasta 60 %:ssa tuotteista ja kuvia noin puolet alasta 40 %:ssa pakka-

uksista. Useimmiten marjat oli kuvattu suurin piirtein luonnollisessa koossa. Suurennettuna marjat olivat noin 15 %:ssa jogurttipakkauksista ja noin 25 %:ssa muro- ja myslit- sekä mehupakkauksissa.

Marjojen kuvia oli kaikkien tuoteryhmien kaikissa marjaa sisältävissä pakkauksissa. Lähes poikkeuksetta pakkauksissa kuvatut marjat olivat tuoreita, vaikka mikään pakkaus ei tietenkään sisältänyt tuoretta marjaa. Marjojen lisäksi pakkauksissa oli usein muita luonnonaineksia: yhteensä noin 40 %:ssa kaikista tuoteryhmistä (Ks. Liite 12). Noin 60 %:ssa muro- ja myslipakkauksia oli kuvattu tuote ja kattausta. Mehuista noin 15 %:ssa oli jokin ihmis- tai eläinhahmo. Yleensä nämä olivat lasten annosmehuissa. Noin 45 %:ssa mehupakkauksista tuote näkyi pakkauksesta läpi, eli oli käytetty lasipulloa. Muita aiheita olivat kuvat esineistä (esimerkiksi auto), ihmis- tai eläinhahmot, kattausta, kasvinosat (esimerkiksi mustikanvarpuja), muut elintarvikkeet, vesi ja kuvat tuotteesta.

Kuvat ja ravintosisältö

Tulosten perusteella näyttää siltä, että jogurteissa ja muroissa & myslissä marjojen kuvien avulla ei myydy erityisen epäterveellisiä tuotteita. Muroista ja myslleistä ne tuotteet, joissa ei ollut marjaa, mutta joiden pakkauksessa oli kuvia marjoista näyttävät itse asiassa olevan parempia ravintoarvoltaan kuin marjamurot ja –myslit. Taulukosta 3 nähdään, että marjaa sisältämättömissä tuotteissa on keskimäärin vähemmän rasvaa, vähemmän sokereita ja enemmän kuitua sekä ravitsemusväitteitä.

Taulukko 3. *Marjojen kuvia ja marjaa 0 % sekä marjojen kuvia ja marjaa 0,1 – 9 % sisältävien murojen ja myslien keskimääräinen ravintosisältö ja ravitsemusväitteiden määrä.*

Ainesosa	Murot ja myslit	
	Marjaa 0 %, pakkauksessa marjojen kuvia (n=7)	Marjaa 0,1 % - 9 % (n=12)
Marjaa (%)	0	3,3
Energiaa (KJ)	1431	1603
Rasvaa (g)	4,3	9
Hiilihydraatteja (g)	65	65
josta sokereita (g)	12,8	16,8
Kuitua (g)	13,2	9,2
Ravitsemusväitteitä (kpl)	1,3	0,8

Taulukosta 4 nähdään, että jogurteissa marjojen kuvien runsaus pakkauksessa ei juuri vaikuta ravintosisältöön, marjapitoisuuteen eikä ravitsemusväittämiin. Enemmän marjojen kuvia sisältävien tuotteiden keskimääräinen ravintosisältö on parempi ainoastaan hiilihydraattien kohdalla. Rasvaa taas paljon marjakuvia sisältävissä tuotteissa on keskimäärin 0,4 grammaa enemmän (100 grammassa). Marjan kuvia enemmän sisältäneet tuotteet sisälsivät keskimäärin hieman vähemmän marjaa ja ravitsemusväittämiä kuin tuotteet, joissa kuvia on korkeintaan puolet pinta-alasta.

Taulukko 4. *Marjojen kuvia yli 50 % tai ≤ 50 % pakkauksen pinta-alasta sisältävien marjajogurttien keskimääräinen ravintosisältö ja ravitsemusväittämien määrä.*

Ainesosa	Marjajogurtit	
	Kuvat alle ≤ 50 % (n=8)	Kuvat yli 50 % (n=11)
Marjaa (%)	5,5	5,2
Energiaa (KJ)	298	291
Rasvaa (g)	0,93	1,3
Hiilihydraatteja (g)	12,2	10,8
Ravitsemusväittämiä (kpl)	0,9	0,8

Marjamehuista keskimääräisiä ravintosisältöjä ei voitu laskea, koska 35 %:ssa pakkauksista ravintosisältötietoja ei ilmoitettu. Kun marjojen kuvien pinta-alaa verrattiin täysmehupitoisuuteen, nähtiin, että marjojen kuvat pakkauksissa eivät anna totuuden mukaista kuvaa täysmehupitoisuudesta. Mehuissa, joissa marjojen kuvien pinta-ala oli alle puolet pakkauksesta (n=17) keskimääräinen täysmehupitoisuus oli 73,7 %. Pakkauksissa, joissa kuvien pinta-ala oli noin puolet (n=9), täysmehupitoisuus oli keskimäärin 12,2 %. Tulosta selittää hieman se, että suurin osa paljon täysmehua sisältävistä mehuista myydään lasipullossa, jolloin painopinta-alaa on vain vähän. Tällöin mehu yleensä näkyy lasin (tai muovin) läpi, joten se toiminee omana markkinoijanaan.

5.5 Tulosten tarkastelua viitekehyksen pohjalta

5.5.1 Marjojen käyttö jogurteissa, muroissa & myseleissä ja mehuissa

Marjat olivat suosittuja raaka-aineita jogurteissa: yli puolet kaikista jogurteista sisälsi marjaa. Mehuissa vain kolmasosassa oli käytetty marjaa, vaikka mehut perinteisesti on

tehty marjoista. Muroista ja mysleistä viidesosassa oli marjaa. Juomissa ja viljatuotteissa marjojen käyttöä kannattaisikin lisätä, sillä marjat ovat hyviä maun antajia ja erittäin terveellisiä. Niitä on myös hyvin saatavilla useimpina vuosina kotimaasta.

Marjaa sisältävissä tuotteissa marjan keskimääräinen pitoisuus oli kuitenkin heikko: Jogurteissa 5,3 %, muroissa ja mysleissä 3,7 % ja mehuissa keskimääräinen täysmehupitoisuus 54 %. Esimerkiksi mehuissa on paljon tuotteita, jossa mehua on vain pieni osa ja varsinainen väri ja maku tulevat väri- ja aromiaineista. Marjojen terveellisten ominaisuuksien kannalta katsottuna pitoisuudet ovat todella pieniä. Jos 125 gramman annoksessa jogurtia on marjaa 4 %, saanti on painossa mitattuna 5 grammaa marjaa. Tällaisessa määrässä ei ole kovin paljon mukana marjan kuituja, vitamiineja, kivennäis- ja hivenaineita tai fenolisia yhdisteitä. Esimerkiksi sadasta grammasta lakkoja täyttyy päivittäinen C-vitamiinin tarve ja 300 grammasta E-vitamiinin tarve (Törrönen 2006). Sen mukaan laskettuna 5 % marjaa sisältävässä jogurttiannoksessa on vain viisi prosenttia päivän C-vitamiinitarpeesta ja 1,7 % E-vitamiinitarpeesta. Näin pienillä marjamäärillä ei siis ole juurikaan merkitystä välttämättömien ravintoaineiden saannille.

Tutut ja makeat marjamme vadelma, mansikka ja mustikka olivat kaikissa tuoteryhmissä käytetyimpiä marjoja. Näillä kaikilla on paljon hyviä ominaisuuksia: vadelmassa esimerkiksi folaattia, pektiiniä ja rautaa, mansikassa folaattia ja mustikassa antosyaaneja, karotenoideja sekä omega-3- ja -6-rasvahappoja. Mustaviinimarjaa, puolukkaa ja seljaa käytettiin paljon ainoastaan mehuissa. Karpalo oli suosittu mehuissa ja muroissa & mysleissä. Puolukka ja karpalo sisältävät etenkin omega-3- ja -6-rasvahappoja, pektiiniä sekä flavonoleja. Mustaviinimarjassa taas on muun muassa C- ja E-vitamiinia, pektiiniä, antosyaaneja, rautaa, magnesiumia, kalsiumia ja fosforia. Useimmin käytetyt marjat ovat siis erittäin hyödyllisiä terveydelle.

Jogurteissa karpaloa ei ollut käytetty juuri ollenkaan. Tämä johtuu ehkä jogurtin happamuudesta, mutta toisaalta jogurtissa voisi ehkä käyttää karpalojauhetta kokonaisten marjojen sijaan. Samoin voisi käyttää esimerkiksi puolukkaa ja tyrniä, joita ei myöskään käytetty juuri ollenkaan jogurteissa. Niitä on saatavilla kuitenkin myös jauheina. Jauheita käyttämällä voisi saada erinomaisen värin ja maun jogurtteihin. Nämä voimakkaan makuiset marjat toisivat jogurtteihin pirteän lisän myös tavanomaisempien marjojen kanssa kokonaisina käytettäessä.

Kaikissa tutkimuksen tuoteryhmissä vähän käytetty variksenmarja on erittäin antioksidantti-, antosyaani- ja proantosyanidiinipitoinen (Arktiset Aromit). Sen käyttöä olisi helppo lisätä, sillä sitä on saatavilla helposti. Variksenmarjaa voisi hyvien ominaisuuksien vuoksi käyttää muiden marjojen seassa. Erityisesti flavonoleja sisältävän marja-aronian käyttö on myös vähäistä, vaikka sitä käytetään koristekasvina erittäin paljon Suomessakin. Samoin ruusunmarja on vähän käytetty näissä tuoteryhmissä, vaikka se sisältää runsaasti C- ja E-vitamiinia sekä karotenoideja ja magnesiumia.

Marjoja, joita ei ollut missään tuotteissa, ovat esimerkiksi pihlajanmarja, karviainen, mesimarja ja juolukka. Kaikilla näillä kuitenkin on paljon terveydelle hyödyllisiä ominaisuuksia. Pihlajanmarjassa on paljon esimerkiksi C-vitamiinia, pektiiniä, karotenoideja, magnesiumia ja flavonoleja. Samoin karviaisessa on karotenoideja ja pektiiniä sekä juolukassa ainakin flavonoleja. Näistä kaikista marjoista olisi etua kuluttajien terveydelle.

5.5.2 Marjatuotteiden pakkausmerkinnät

Pakkaukset näyttivät olevan enimmäkseen elintarvikelain ja pakkausmerkintöihin vaikuttavien asetusten mukaiset. Tutkimuksessa ei tullut vastaan tuotteita, joissa pakkausmerkinnät eivät olisi olleet esimerkiksi pysyviä tai melko helposti havaittavia. Tuotteissa, jotka sisälsivät marjaa, oli lähes poikkeuksetta marjojen kuvia myös pakkauksessa. Marjaprosentti ilmoitettiin aina jogurteissa. Mysleissä yhdestä pakkauksesta puuttui ilmoitus marjapitoisuudesta. Mehuissa pakollista täysmehupitoisuutta ei ilmoitettu yhdeksässä pakkauksessa. Kuvat olivat yleensä sellaisia, että niistä ei saanut harhaanjohtavaa käsitystä tuotteesta. Muroissa & mysleissä ja mehuissa oli molemmissa ainoastaan yksi pakkaus, jossa vain aromilla maustetussa tuotteessa oli marjan kuva. Jogurteissa hieman harhaanjohtava pakkaus oli mansikkametsämansikkajogurtilla, jonka nimessä ja kuvissa oli vain metsämansikka. Metsämansikkaa kuitenkin oli vain 1 % ja mansikkaa 5 %. Marjojen kuvia ei ollut yleensä tuotteissa, jotka eivät marjaa sisältäneet. Kahdeksassa marjattomassa muro- tai mysli-pakkauksessa oli marjojen kuvia. Näistä yhdestä puuttui lainmukainen teksti ”tarjoiluohdotus”.

Pakkausmerkintäasetuksen tulkinta on vaikeampaa esimerkiksi jogurttien pakkausten kuvituksen pinta-alan liioittelevuudesta. Tuotteissa marjaa oli keskimäärin 5,3 %, mutta marjojen kuvien pinta-ala oli yli 50 % pakkauksen etupinnasta noin kahdessa kolmasosassa marjajogurteista. Pakkausta katsomalla marjojen osuus tuotteesta näyttää äkkiseltään melko suurelta. Mehuissa pakkaukset, joissa on eniten marjojen kuvia sisältävät vähiten täysmehua. Kuvia noin 50 % pakkauksen pinta-alasta sisältävissä tuotteissa täysmehupitoisuus oli keskimäärin 12,2 %. Tämä tulos vaikuttaa melkoisen harhaanjohtavalta. Muroissa ja myseleissä marjakuvien pinta-ala oli noin puolet neljäsosassa pakkauksista, vaikka yhdessäkään tuotteessa marjojen osuus ei ollut yli 7 %.

5.5.3 Värien ja marjojen kuvien käyttö tuotteiden markkinoinnissa

Väreillä viestittiin hyvin usein tuoteperheen eri makuvaihtoehtoista. Pakkauksen ulkonäössä muuttui usein vain marjalaji, kun oli kyse saman tuotesarjan eri makuvaihtoehtoista. Marjalajin lisäksi saattoi muuttua myös pakkauksen muut värit, sillä usein muut käytetyt sävyt oli johdettu marjojen väristä.

Pakkauksissa eniten käytetty punainen väri herättää huomiota sen lisäksi, että se kertoo mausta ja marjojen mehukkuudesta. Kun punaiseen vielä yhdistetään sen vastaväri vihreä, saadaan erittäin hyvin huomiota herättävän pakkauksen lisäksi mielikuva luonnonmukaisuudesta ja terveellisyydestä. Näitä yhdistelmiä oli kolmessatoista marjapakkauksessa. Myös punaisia marjoja sinisellä taustalla oli muutamassa pakkauksessa. Sininen olikin varsin yleisesti käytetty väri, vaikka sitä on perinteisesti vierastettu elintarvikkeissa. Se toimiikin hyvin punaisen rinnalla, ja tuo myös mielikuvan taivaasta tai vedestä. Valkoista väriä oli myös useissa pakkauksissa, ja sen tehtävä olikin usein korostaa muita värejä ja olla neutraali tausta. Muroissa ja myseleissä yleinen ruskea kertoo maanläheisyydestä ja arkisuudesta, saadaanhan vilja pellosta ja aamiaista syödään päivittäin. Keltaista oli myös useissa pakkauksissa ja sen tehtävä onkin herättää huomiota ja viestiä auringosta, terveellisyydestä ja tuoreudesta.

Näissä marjatuotteissa ei näytä olevan tarpeellista luoda dramatiikkaa pakkauksiin mustan avulla tai kertoa energisyydestä, iloisuudesta tai hedelmäisyydestä oranssin avulla. Harmaan arkisuutta tai teräksenharmaan tyylikkyyttä ei myöskään käytetty pakkauksissa. Mehuhyllyssä huomiota herätti pakkaus, jossa mustaa väriä oli käytetty marjojen kuvien rinnalla. Tämä punainen energia –niminen tuote oli energiajuoma,

mutta se löytyi mehuhyllystä pahviin pakattuina, ja sisälsi myös täysmehua. Punainen energiajuoma näytti marjojen kuvineen mehupakkaukselta, mutta siihen lisätty energiajuomille tyypillinen musta viesti muusta kuin tavallisesta mehusta.

Marjojen kuvat näyttävät olevan tärkeä osa tuotteiden markkinointia. Lähes poikkeuksetta pakkauksissa oli näyttäviä kuvia tuotteen sisältämistä marjoista. Kuvat kertovat tietenkin myös mausta, mutta usein marjat oli kuvattu myös mahdollisimman herkullisen näköisinä. Kuvat ovatkin pakkauksissa värien ohella tärkein huomion kiinnittäjä. Kuvien avulla brändit ja tuoteperheet voidaan helpommin erottaa toisistaan. Saman tuoteperheen pakkauksissa kuvat usein oli aseteltu samalla tavalla ja ne olivat samantyyllisiä, vaikka värit olisivatkin vaihdelleet.

Kuvat esittivät lähes poikkeuksetta tuoreita marjoja, eli kertoivat tuotteen mausta ja antoivat mielikuvan tuotteen terveellisyydestä. Pakkauksen sisältöä, eli tuotetta oli kuvattu melko usein muroissa ja myslissä, mutta muissa tuoteryhmissä harvoin. Mielikuvat tehostavat kuitenkin kuvien välittämää viestiä. Harvan pakkauksen kuvat pyrkivät välittämään mielikuvaa esimerkiksi elämäntavasta tai tunteesta. Tällainen oli kuitenkin yksi jogurtti. Siinä pyrittiin herättämään mielikuva tasapainoisesta elämäntavasta yhdellä jalalla tasapainoilevan naisen hahmon avulla. Toinen esimerkki oli yksi myslä, jossa oli kuva kolmesta iloisesta naisesta yhteistä tehetkeä viettämässä. Kuva liittyikin vahvasti yhdessä laihduttamisen ideologiaan, jota myslin tuottaja tunnustusti edustaa.

Marjat viestivät terveellisyydestä ja värittivät pakkausta tuotteen sisältämillä lajikkeilla. Poikkeus marjoissa oli kuitenkin seljanmarja, jolla ei näytä olevan ollenkaan arvoa markkinoinnissa, sillä seitsemässä tuotteessa yhdeksästä marjaa ei kuvattu pakkauksissa, vaikka se oli yksi valmistusaineista. Seljan marjalla ei luultavasti ole tunnettuutta niin kuin esimerkiksi mustikalla tai karpalolla. Selja ei kasvakaan luonnonvaraisena Suomessa, vaan eteläisemmässä Euroopassa. Kaikkia muita käytettyjä marjoja kasvaa kotimaassa, vaikka itse tuotteissa ei välttämättä suomalaisia marjoja käytetäkään.

6 POHDINTA JA JATKOTUTKIMUSEHDOTUKSET

Marjojen käyttö elintarvikkeissa on tämän tutkimuksen mukaan yleistä, mutta käytetyt marjamäärät ovat melko vähäisiä. Marjajogurttien ja -murojen & myslien keskimääräinen marjapitoisuus on pieni, eikä sillä ole kovin suurta merkitystä marjojen päivittäiselle saannille. Yhden 125 gramman jogurttiannoksesta esimerkiksi saa keskimääräisen marjapitoisuuden (5,3 %) mukaan laskemalla 6,6 grammaa marjaa. Päivittäinen marjan saanti tulisi suositusten mukaan olla 100 grammaa. Vähittäiskaupoissa on myynnissä jogurtteja, joissa marjapitoisuus on 12 %, eli teknisesti marjamäärän nostaminen tuotteissa pitäisi olla mahdollista. Samoin myydään esimerkiksi hedelmämysliä, jossa hedelmiä ja pähkinöitä on yhteensä 45 %. Jogurteissa ja muroissa & myslissä marjapitoisuutta tulisikin nostaa reilusti, jotta tuotteista olisi hyväksi marjan lähteeksi.

Tuotteisiin, joissa marjaa olisi esimerkiksi yli 10 %, voitaisiin kehittää yhteinen merkintätapa. Merkintä voisi olla esimerkiksi teksti ”hyvä marjojen lähde”, kuten on jo olemassa ilmoitus esimerkiksi kuidun määrästä. Marjapitoisuus voitaisiin ilmoittaa myös pakkauksen etupuolella esimerkiksi jonkin symbolin sisässä. Marjapitoisuuden ilmoittaminen etusivulla olisi tärkeää myös hyvin vaihtelevien marjojen kuvien vuoksi. Pakkausten kuvat antoivat useammin kuin joka toisessa jogurtissa ymmärtää, että tuote sisältää yli puolet marjaa. Usein pakkauksen värit vielä korostivat marjojen kuvia tai saivat marjojen kuvapinta-alan näyttämään todellista suuremmalta. Laaja-alaiset kuvat olivat harvinaisempia muroissa ja myslissä, mutta niissäkin oli muutamia liioittelevia kuvia. Mehuissa paljon täysmehua sisältävissä tuotteissa oli vähän kuvia ja vähän täysmehua sisältävissä paljon kuvia. Marjapitoisuusmerkintä olisikin tärkeä olla pakkauksen etupuolella, jotta enemmän marjaa sisältävät tuotteet voitaisiin erottaa vain vähän marjaa sisältävistä.

Paljon marjaa sisältävät tuotteet pitäisi pystyä erottamaan myös pakkausten kuvienkin avulla. Asetuksiin tulisikin lisätä suuntaa antavia ohjeita kuvien käytöstä. Kuulostaa kohtuulliselta, että esimerkiksi yli puolet pakkauksen pinta-alasta saisi olla kuvitettu marjoilla, jos tuote sisältää marjaa yli puolet ainesosien kokonaismäärästä. Tästä seuraisi, että mehuista erottaisi helposti paljon täysmehua sisältävät tuotteet. Mehuissa,

jogurteissa ja muroissa & mysleissä marjojen kuvien osuutta täytyisi vähentää reilusti useissa pakkauksissa.

Marjoista käytetään useita lajeja, mutta joitakin erittäin terveellisiä ja terveysvaikutteisia ainesosia sisältävät marjoja ei ollut missään tuotteissa. Marjoilla, joita on käytetty vain vähän tai ei ollenkaan olisi varmasti uutuusarvoa myös markkinoinnissa. Monia kuluttajia voisi uutuuden vuoksi kiinnostaa teollisesti valmistettu juolukka-mustikkajogurtti, jossa marjaa olisi vaikkapa 12 %. Tuotekehityksen avulla tuotteesta saataisiin hyvänmakuinen ja sen markkinoinnissa voisi korostaa harvinaista makua.

Marjojen käyttö tuotteissa näyttää olevan verrannollinen tuotteiden ravintosisältöön. Jogurteissa ja muroissa & mysleissä enemmän marjaa sisältävät tuotteet olivat myös muilta ominaisuuksiltaan terveellisempiä. Tämä on erittäin positiivinen tulos, koska marjojen määrän perusteella tuotteen valitseva kuluttaja tulee samalla valinneeksi myös terveellisemmän tuotteen. Mehuissa ravintosisältötietoja ei ollut ilmoitettu niin useassa pakkauksessa, että vastaavaa vertailua olisi voinut tehdä.

Marjojen kuvienkaan avulla ei myydy epäterveellisiä tuotteita tutkimuksessa mukana olleissa tuoteryhmissä. Tilanne näyttää siis olevan parempi Suomessa kuin Yhdysvalloissa. Muroissa ja mysleissä marjattomia tuotteita myytiin jonkin verran marjojen kuvien avulla, mutta tuotteet olivat itse asiassa yleisesti parempia ravintoarvoltaan kuin marjaa sisältävät tuotteet. Pelkillä aromeilla maustetuissa tuotteissa ei paria poikkeusta lukuun ottamatta ollut marjojen kuvia. Tuotteen nimessä tosin mainittiin marjan maku, esimerkiksi ”mansikan makuinen juomatiiviste”. Pakkauksen punainen väri tuki poikkeuksetta viestiä marjaisuudesta. Nämä juomathan ovat yleensä lähes energiatomia, ja sisältävät vettä, aromia ja väriaineita. Sinänsä ne eivät ole siis epäterveellisiä, mutta yhtään marjaa niissä ei ole.

Tutkimuksen reliaabelius tarkoittaa sitä, että tulokset eivät ole sattumanvaraisia, vaan ne ovat toistettavissa (Hirsjärvi ym. 2000). Tämä tutkimus on reliaabeli, sillä yhtä hyvin joku toinen henkilö olisi voinut kerätä saman aineiston ja käsitellä sitä samalla tavalla kuin tässä työssä on käsitelty. Laadullisessa tutkimuksessa tosin aineistoa käsitellään osittain tutkijan omien näkemysten mukaisesti. Kuitenkin selostamalla tutkimuksen kulun tarkasti, saadaan hyvä käsitys siitä, kuinka tutkimus on tehty.

Validiteetti puolestaan tarkoittaa tutkimuksen luotettavuutta (Hirsjärvi ym. 2000). Tämän tutkimuksen tilaaja on Arktiset Aromit, jotka halusivat tehdä selvityksen marjojen käytöstä ja markkinoinnista elintarvikkeissa. On helpompi edistää marjojen käyttöä, kun tiedetään miten niitä käytetään tällä hetkellä elintarvikkeissa. Tutkimus on tärkeä, sillä marjat ovat tutkimusten ja vanhan kansan tietojen mukaan erittäin terveellisiä ja hyödyllisiä ihmisen hyvinvoinnille. Ennen tutkimuksen tekoa en tiennyt marjojen lukuisista terveysvaikutuksista kovin tarkasti. En myöskään olisi arvannut tuotteita olevan niin valtavasti kuin niitä on olemassa. Luulin, että esimerkiksi mehuissa täysmehupitoisuus olisi ollut suurempi. Tulosten mukaan pitoisuus vaihteli erittäin paljon mehujen välillä. Nyt tiedän millä lailla marjoja käytetään tutkimuksessa mukana olleissa tuoteryhmissä ja tiedän, että käyttöä voisi lisätä.

Aineisto kerättiin myymälän hyllyissä olleista tuotepakkauksista. Koska valmistajia oli hyvin monta, tämä oli tutkimuksen kannalta järkevä tapa kerätä aineisto. Valmistajilta olisi voinut pyytää tuotteiden tietoja, mutta jos valmistajat eivät olisi halunneet tehdä yhteistyötä, ei kaikkia tuotteita olisi saatu mukaan. Tutkimuksen luotettavuutta kuitenkin heikentää se, että tietoja ei ollut tuotettu tutkimusta varten (Vilkkä 2006, 28). Pakkausmerkintöjen ja ravintosisältötietojen laajuus vaihtelikin eri tuotteissa. Osa jogurttien valmistajista oli merkinnyt tuotteisiinsa sokerin osuuden hiilihydraateista ja osa ei. Mehuissa joissakin pakkauksissa oli merkitty vain täysmehupitoisuus, ja joissakin oli koko ravintosisältö natriumia ja sokereita myöten. Ravintosisältötiedot on kuitenkin yleensä merkittävä pakkauksiin, ja ne ovat laskennallisia tai valmiista tuotteesta mittaamalla analysoituja. Siksi ravintosisältötietoja voitaneen kuitenkin pitää melko luotettavana lähteenä. Luotettavuutta lisää myös se, että tietojen julkaisijat, yritykset, ovat yleisesti tunnettuja. Tuotteiden valtava määrä kuitenkin heikentää tulosten luotettavuutta, sillä myymälässä pakkauksia käsiteltiin nopealla tahdilla, ja joidakin tietoja pakkauksista saattoi jäädä huomaamatta. Toisaalta joidenkin tuotteiden tiedot tarkastettiin tarvittaessa valmistajien internet-sivuilta, ja valokuvista saattoi myös katsella pakkauksia uudelleen.

Tutkimuksen teko kesti suunnittelun aloittamisesta valmistumiseen yhteensä noin yhdeksän kuukautta. Tutkimus oli tarkoitus saada valmiiksi joulukuun 2007 mennessä, mutta työ veikin aikaa noin kuukauden odotettua enemmän. Tutkimuksen ajankohtaisuutta heikentää hieman se, että pakkaukset ja tuotteet uudistuvat nopealla tahdilla. Vuoden 2008 alussa Valiojogurtti -sarja (4 jogurttia) sekä rasvaton Valiojogurtti -sarja

(4 tuotetta) uudistui sekä sisällöltään että ulkonäöltään. Tutkimusaineisto kerättiin vuoden 2007 puolella, joten uusia pakkauksia ei saatu tutkimukseen mukaan. Uusissa-kin pakkauksissa marjat ovat näyttävästi esillä, mutta ulkoasu on hieman erilainen kuin tutkimuksen aineistossa olevissa Valiojogurteissa. Uudistuneiden pakkausten osuus on noin viidennes kaikista litran jogurteista, joita oli 47 erilaista. Totuus on, että tutkimus on aina jäljessä nykyhetkestä.

Aineisto analysoitiin tekemällä määrällisiä analyyseja tutkimuskysymyksistä nousevien teemojen pohjalta. Teemojen mukaisista aiheista tehtiin taulukoita ja kuvioita tulosten selventämiseksi. Näiden pohjalta voitiin eri tuoteryhmiä analysoida yhdessä ja erikseen sekä eri teemojen mukaisesti. Johtopäätöksiä tuloksista tehtiin viitekehyksen antamien tietojen pohjalta. Tutkimuksen raportti on laadittu mahdollisimman hyvin tutkimuksen etenemistä vastaavaksi. Tutkimuksesta on pyritty antamaan kaikki oleelliset tiedot.

Jatkotutkimuksen aiheesta voisi tehdä kuluttajien avulla. Heitä haastatteleamalla saisi uuden näkökulman tässä työssä käsitellyyn aiheeseen. Pakkausten välittämästä terveellisyysmielikuvasta kertoisi esimerkiksi se, että kuluttajat järjestäisivät pakkauksia niiden ulkonäön perusteella marjapitoisimpiin tai terveellisimpiin tuotteisiin.

LÄHTEET

Anttila, P. 2000

Tutkimisen taito ja tiedonhankinta. Taito-, taide- ja muotoilualojen tutkimuksen työvälineet. Akatiimi Oy. Hamina.

Arktiset Aromit ry 2007

Arktiset Aromit ry:n kotisivut. Luettu 12.12.2007. Luettavissa sähköisessä muodossa osoitteessa <http://www.arctic-flavours.f>

Calver, G. 2004

What is packaging design? RotoVision SA. Mies. Switzerland.

Evira – Elintarviketurvallisuusvirasto 2007

Verkkodokumentti. Luettu 13.10.2007.

Evira > elintarvikkeet > valvonta ja yrittäjät > pakkausmerkinnät > ravitsemusväitteet.

<http://www.evira.fi>

Evira – Elintarviketurvallisuusvirasto 2007

Pakkausmerkintäopas. Luettu 23.10.2007. Luettavissa sähköisessä muodossa osoitteessa http://www.palvelu.fi/evi/files/55_519_279.pdf

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara P. 2000

Tutki ja kirjoita. 6., uudistettu painos. Tummavuoren kirjapaino Oy. Vantaa.

Huovila, T. 2006

“Look” - visuaalista viestisi. Karisto Oy. Hämeenlinna.

Kansanterveyslaitos 2007

Fineli -elintarvikkeiden koostumustietopankki. Luettu 31.10.2007.

Fineli > Ravintotekijät ruoankäyttöluokittain > Marjat

www.fineli.fi

Kasvisten ravintoarvo-opas 2006

Tietoa marjojen, hedelmien ja vihannesten ravitsemuksellisesta koostumuksesta ja teknologisista ominaisuuksista – kirjallisuus- ja tutkimuskatsaus. Luettu 31.10.2007.

Viikki Food Centre > Kirjasto > Oppaat

www.foodcentre.helsinki.fi

Kauppinen-Räisänen H. 2007

Onko pakkauksen väreillä väliä? Värien merkitys kuluttajan näkökulmasta. MTT. Ruokamessut 2007.

Klimchuk, M. & Krasovec, S. 2006

Packagingdesign: Successful Product Branding from Concept to Shelf. John Wiley & Sons Inc. New Jersey.

Kuusisto, J. 2005

Pakkausten pinnassa mediapotentiaalia. Kehittyvä elintarvike 16 (2005) : 4, s.16–17

Nieminen, T. 2004

Visuaalinen markkinointi. WSOY. Porvoo.

Prevention institute 2007

Where is the fruit? 19.4.2007. Luettavissa sähköisessä muodossa osoitteessa <http://www.preventioninstitute.org/sa/fruit/wheresthefruit.pdf>

Raninen, T., Rautio, J. & Asikainen, J. 2003

Mainonnan ABC. WSOY. Helsinki.

Remes, M. 2006

Pakkaus on brändinrakentaja. Pakkaus 41 (3), 28–29.

Taito- ja taideaineet Turun opettajankoulutuslaitoksella 2004

Värioppia. 18.11.2004. Luettavissa sähköisessä muodossa osoitteessa
[http://vanha.edu.utu.fi/tokl/tata/kuvataide/oppimateriaalia_colors2.htm#](http://vanha.edu.utu.fi/tokl/tata/kuvataide/oppimateriaalia_colors2.htm#Perusv%E4rit)
 Perusv%E4rit

Terveelliset luonnonmarjat 2006

Arktiset Aromit ry. Kalevaprint Oy.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2006

Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Gummerus Kirjapaino Oy.
 Jyväskylä.

Törrönen, R. 2006

Tutkimustietoa marjojen terveellisyydestä ja terveysvaikutuksista. Kuopion yliopisto. 3.12.2007. Luettavissa sähköisessä muodossa osoitteessa
www.teknia.fi/upload/Tutkimustietoa_marjoista.pdf

Vilkka, H. 2006

Tutki ja havainnoi. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Helsinki.

L23/2006

Elintarvikelaki. 11.10.2007. Luettavissa sähköisessä muodossa osoitteessa <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2006/20060023>

943/2004

Kauppa- ja teollisuusministeriön asetus mehuista ja tietyistä vastaavista valmisteista. 10.10.2007. Luettavissa sähköisessä muodossa osoitteessa <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2004/20040943>

1084/2004

Kauppa- ja teollisuusministeriön asetus elintarvikkeiden pakkausmerkinnöistä. 10.10.2007. Luettavissa sähköisessä muodossa osoitteessa <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2004/20041084>

1924/2006

Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus elintarvikkeita koskevista ravitsemus- ja terveystieteilästä. 12.10.2007. Luettavissa sähköisessä muodossa Evira > elintarvikkeet > valvonta ja yrittäjät > pakkausmerkinnät > ravitsemusväitteet > ravitsemus- ja terveystieteiläasetus <http://www.evira.fi>

LIITE 1 Ravitsemusväitteet ja niihin sovellettavat edellytykset

Ravitsemusväitteet ja niihin sovellettavat edellytykset

VÄHÄENERGIAINEN

Väite, jonka mukaan elintarvike on vähäenergiainen, ja mikä tahansa muu väite, jolla on kuluttajalle oletettavasti sama merkitys, voidaan esittää vain, mikäli tuote sisältää energiaa enintään 40 kcal (170 kJ)/100 g kiinteiden tai enintään 20 kcal (80 kJ)/100 ml nestemäisten elintarvikkeiden osalta. Pöytäkäyttöön tarkoitettuihin makeutusaineisiin sovelletaan raja-arvoa 4 kcal (17 kJ)/ annos, joka vastaa makeuttamisominaisuuksiltaan 6 g sakkaroosia (noin 1 tl sakkaroosia).

ENERGIAPITOISUUTTA VÄHENNETTY

Väite, jonka mukaan elintarvikkeen energiapitoisuutta on vähennetty, ja mikä tahansa muu väite, jolla on kuluttajalle oletettavasti sama merkitys, voidaan esittää vain, mikäli tuotteen energiapitoisuutta on vähennetty vähintään 30 prosenttia. Lisäksi on ilmoitettava se tekijä tai ne tekijät, jonka tai joiden vuoksi elintarvikkeen kokonaisenergisäisältö on vähentynyt.

ENERGIATON

Väite, jonka mukaan elintarvike on energiaton, ja mikä tahansa muu väite, jolla on kuluttajalle oletettavasti sama merkitys, voidaan esittää vain, mikäli tuote sisältää energiaa enintään 4 kcal (17 kJ)/100 ml. Pöytäkäyttöön tarkoitettuihin makeutusaineisiin sovelletaan raja-arvoa 0,4 kcal (1,7 kJ)/ annos, joka vastaa makeuttamisominaisuuksiltaan 1 g sakkaroosia (noin 1 tl sakkaroosia).

VÄHÄRASVAINEN

Väite, jonka mukaan elintarvike on vähärasvainen, ja mikä tahansa muu väite, jolla on kuluttajalle oletettavasti sama merkitys, voidaan esittää vain, mikäli tuote sisältää rasvaa enintään 3 g/100 g kiinteiden tai 1,5 g/100 ml nestemäisten elintarvikkeiden (1,8 g/100 ml kevytmaidon) osalta.

RASVATON

Väite, jonka mukaan elintarvike on rasvaton, ja mikä tahansa muu väite, jolla on kuluttajalle oletettavasti sama merkitys, voidaan esittää vain, mikäli tuote sisältää rasvaa enintään 0,5 g/100 g tai 0,5 g/100 ml. Väitteet, jotka on esitetty "X-prosenttisesti rasvatonta"-muodossa, ovat kuitenkin kiellettyjä.

VÄHÄN TYYDYTTYNEITÄ RASVOJA

Väite, jonka mukaan elintarvike sisältää vähän tyydyttyneitä rasvoja, ja mikä tahansa muu väite, jolla on kuluttajalle oletettavasti sama merkitys, voidaan esittää vain, mikäli tuotteen sisältämien tyydyttyneiden rasvahappojen ja transrasvahappojen yhteismäärä on enintään 1,5 g/100 g kiinteiden ja 0,75 g/100 ml nestemäisten elintarvikkeiden osalta niin, että kummassakin tapauksessa tyydyttyneiden rasvahappojen ja transrasvahappojen yhteismäärän osuus energiasisällöstä on enintään 10 prosenttia.

EI TYYDYTTYNYTTÄ RASVAA

Väite, jonka mukaan elintarvike ei sisällä tyydyttynyttä rasvaa, ja mikä tahansa muu väite, jolla on kuluttajalle oletettavasti sama merkitys, voidaan esittää vain, mikäli tyydyttyneiden rasvahappojen ja transrasvahappojen yhteismäärä on enintään 0,1 g/100 g tai 0,1 g/100 ml.

VÄHÄSOKERINEN

Väite, jonka mukaan elintarvike on vähäsokerinen, ja mikä tahansa muu väite, jolla on kuluttajalle oletettavasti sama merkitys, voidaan esittää vain, mikäli tuote sisältää sokeria enintään 5 g/100 g kiinteiden tai 2,5 g/100 ml nestemäisten elintarvikkeiden osalta.

SOKERITON

Väite, jonka mukaan elintarvike on sokeriton, ja mikä tahansa muu väite, jolla on kuluttajalle oletettavasti sama merkitys, voidaan esittää vain, mikäli tuote sisältää sokeria enintään 0,5 g/100 g tai 0,5 g/100 ml.

EI LISÄTTYJÄ SOKEREITA

Väite, jonka mukaan elintarvikkeeseen ei ole lisätty sokereita, ja mikä tahansa muu väite, jolla on kuluttajalle oletettavasti sama merkitys, voidaan esittää vain, mikäli tuotteeseen ei ole lisätty mono- tai disakkarideja tai muita elintarvikkeita, joita käytetään niiden makeuttavan vaikutuksen vuoksi. Jos sokeria on elintarvikkeessa luontaisesti, pakkauksessa olisi oltava myös seuraava merkintä: "SISÄLTÄÄ LUONTAISESTI SOKEREITA".

(jatkuu)

(Jatkuu liite 1)

VÄHÄN NATRIUMIA SISÄLTÄVÄ TAI VÄHÄSUOLAINEN

Väite, jonka mukaan elintarvike sisältää vähän natriumia/suolaa, ja mikä tahansa muu väite, jolla on kuluttajalle oletettavasti sama merkitys, voidaan esittää vain, mikäli tuote sisältää natriumia enintään 0,12 g/100 g tai 0,12 g/100 ml tai vastaavan määrän suolaa. Lukuun ottamatta luontaisia kivennäisvesiä, jotka kuuluvat direktiivin 80/777/ETY soveltamisalaan, vesissä saisi olla natriumia enintään 2 mg/100 ml.

ERITTÄIN VÄHÄN NATRIUMIA SISÄLTÄVÄ TAI ERITTÄIN VÄHÄSUOLAINEN

Väite, jonka mukaan elintarvike sisältää erittäin vähän natriumia/suolaa, ja mikä tahansa muu väite, jolla on kuluttajalle oletettavasti sama merkitys, voidaan esittää vain, mikäli tuote sisältää natriumia enintään 0,04 g/100 g tai 0,04 g/100 ml tai vastaavan määrän suolaa. Tätä väitettä ei saa käyttää luontaisista kivennäisvesistä ja muista vesistä.

EI NATRIUMIA SISÄLTÄVÄ tai SUOLATON

Väite, jonka mukaan elintarvike ei sisällä natriumia eikä suolaa, ja mikä tahansa muu väite, jolla on kuluttajalle oletettavasti sama merkitys, voidaan esittää vain, mikäli tuote sisältää natriumia enintään 0,005 g/100 g tai vastaavan määrän suolaa.

KUIDUN LÄHDE

Väite, jonka mukaan elintarvike on kuidun lähde, ja mikä tahansa muu väite, jolla on kuluttajalle oletettavasti sama merkitys, voidaan esittää vain, mikäli tuote sisältää ravintokuituja vähintään 3 g/100 g tai 1,5 g/100 kcal.

RUNSASKUITUINEN

Väite, jonka mukaan elintarvike on runsaskuituinen, ja mikä tahansa muu väite, jolla on kuluttajalle oletettavasti sama merkitys, voidaan esittää vain, mikäli tuote sisältää ravintokuituja vähintään 6 g/100 g tai 3 g/100 kcal.

PROTEIININ LÄHDE

Väite, jonka mukaan elintarvike on proteiinin lähde, ja mikä tahansa muu väite, jolla on kuluttajalle oletettavasti sama merkitys, voidaan esittää vain, mikäli vähintään 12 prosenttia elintarvikkeen energiasisällöstä muodostuu proteiineista.

RUNSAASTI PROTEIINIA SISÄLTÄVÄ

Väite, jonka mukaan elintarvike sisältää runsaasti proteiinia, ja mikä tahansa muu väite, jolla on kuluttajalle oletettavasti sama merkitys, voidaan esittää vain, mikäli vähintään 20 prosenttia elintarvikkeen energiasisällöstä muodostuu proteiineista.

[VITAMIININ NIMI] JA/TAI [KIVENNÄISAINEN NIMI] LÄHDE

Väite, jonka mukaan elintarvike on vitamiinin ja/tai kivennäisaineen lähde, ja mikä tahansa muu väite, jolla on kuluttajalle oletettavasti sama merkitys, voidaan esittää vain, mikäli tuote sisältää niitä vähintään direktiivin 90/496/ETY liitteessä määritellyn merkitsevän määrän tai vitamiinien, kivennäisaineen ja eräiden muiden aineiden lisäämisestä elintarvikkeisiin 20 päivänä joulukuuta 2006 annetun Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EY) N:o 1925/2006 (1) 6 artiklan mukaisesti myönnettyjen poikkeusten perusteella määrättyä määrää.

SISÄLTÄÄ RUNSAASTI [VITAMIININ NIMI] JA/TAI [KIVENNÄISAINEN NIMI]

Väite, jonka mukaan elintarvike sisältää runsaasti vitamiineja ja/tai kivennäisaineita, ja mikä tahansa muu väite, jolla on kuluttajalle oletettavasti sama merkitys, voidaan esittää vain, mikäli tuote sisältää vähintään kaksi kertaa enemmän vitamiineja ja/tai kivennäisaineita kuin väitteen "[VITAMIININ NIMI] ja/tai [KIVENNÄISAINEN NIMI] lähde" osalta edellytetään.

SISÄLTÄÄ [RAVINTOAINEEN TAI MUUN AINEEN NIMI]

Väite, jonka mukaan elintarvike sisältää ravintoainetta tai muuta ainetta, jonka osalta tässä asetuksessa ei ole säädetty erityisiä edellytyksiä, ja mikä tahansa muu väite, jolla on kuluttajalle oletettavasti sama merkitys, voidaan esittää vain, mikäli tuote on tämän asetuksen kaikkien soveltuvien säännösten ja erityisesti sen 5 artiklan mukainen. Vitamiinien ja kivennäisaineen osalta sovelletaan väitteelle "... lähde" asetettuja edellytyksiä.

(1) EUVL L 404, 30.12.2006, s. 26.

(jatkuu)

(Jatkuu liite 1)

LISÄTTY [RAVINTOAINEEN NIMI]

Väite, jonka mukaan yhden tai useamman muun ravintoaineen kuin vitamiinin tai kivennäisaineen määrää on lisätty, ja mikä tahansa muu väite, jolla on kuluttajalle oletettavasti sama merkitys, voidaan esittää vain, mikäli tuote täyttää väitteelle "... lähde" asetetut edellytykset ja lisäys on vähintään 30 prosenttia vastaavaan muuhun tuotteeseen verrattuna.

[RAVINTOAINEEN NIMI] VÄHENNETTY

Väite, jonka mukaan yhden tai useamman ravintoaineen määrää on vähennetty, ja mikä tahansa muu väite, jolla on kuluttajalle oletettavasti sama merkitys, voidaan esittää vain, mikäli määrää on vähennetty vähintään 30 prosenttia vastaavaan muuhun tuotteeseen verrattuna. Tästä ovat poikkeuksena mikroravintoaineet, joiden osalta hyväksytään 10 prosentin muutos vertailuarvoissa direktiivin 90/496/ETY mukaisesti, sekä natrium tai vastaava suolamäärä, joiden osalta hyväksytään 25 prosentin muutos.

KEVYT

Väite, jonka mukaan tuote on "kevyt", ja mikä tahansa muu väite, jolla on kuluttajalle oletettavasti sama merkitys, voidaan esittää vain samoilla edellytyksillä kuin väite "vähennetty". Väitteeseen on myös liitettävä ilmoitus siitä tekijästä tai niistä tekijöistä, jonka tai joiden vuoksi elintarvike on "kevyt".

LUONTAISESTI/LUONTAINEN

Mikäli elintarvike täyttää luontaisesti ravitsemusväitteen käytölle tässä liitteessä asetetut edellytykset, väitteeseen voidaan liittää määre "luontaisesti/luontainen".

(1924/2006)

LIITE 2 Litran jogurtit

Nro	Tuote	Valmistaja	Sis. marjaa tai hedelmää	Marjaa % tai yht.hed+marjaa	Marjojen kuvia
1	YOghurt	Valio	Mansikka, vadelma, mustikka, puolukka	4	mansikka, mustikka, vadelma
2	YOghurt	Valio	Mansikka, metsämansikka	4	Mansikka, metsämansikka
3	YOghurt	Valio	Mango, aprikoosi, kiivi		
4	Pirkka Mustikka	Ruokakesko	Mustikka	6	Mustikka
5	Pirkka Banaani	Ruokakesko	Banaani		
6	ES persikka-passion	Ruokakesko	Persikka, passion		
7	ES omenamysli	Ruokakesko	Omena, banaani		
8	ES mansikka	Ruokakesko	Mansikka	2	Mansikka
9	ES maustamaton	Ruokakesko			
10	Pro Feel vadelma	Valio	Vadelma	10	Vadelma
11	Laktoositon hedelmäpommi	Valio	Persikka, vadelma , aprikoosi	yht. 6	Vadelma
12	Laktoositon metsämansikka	Valio	Mansikka, metsämansikka	6	Metsämansikka
13	Laktoositon maustamaton	Valio			
14	Vadelma-boysenmarja	Valio	Vadelma, boysenmarja	6	Vadelma, boysenmarja
15	Uuniomena	Valio	Omena		
16	Appelsiini	Arla-Ingman	Appelsiini		
17	Rasvaton banaani	Arla-Ingman	Banaani, mango		
18	Rasvaton mansikka-appelsiini	Arla-Ingman	Mansikka, appelsiini	3	Mansikka
19	Rasvaton metsämarja	Valio	Mustikka, mansikka, vadelma, karhunvadelma	6	Mustikka, mansikka, vadelma
20	Rasvaton banaani	Valio	Banaani		
21	Rasvaton hedelmämix	Valio	Persikka, aprikoosi, vadelma	yht. 6	Vadelma
22	Rasvaton mansikka-vanilja	Valio	Mansikka	6	Mansikka
23	Hedelmäpommi	Valio	Persikka, aprikoosi, vadelma, seljanmarja	yht. 6	Vadelma
24	Mansikka	Valio	Mansikka	6	Mansikka
25	Banaani	Valio	Banaani		
26	Vanilja	Valio			
27	Vanilla vanilja	Valio			
28	Vanilla vadelma	Valio	Vadelma	5	Vadelma
29	Vanilla mustikka	Valio	Mustikka	5	Mustikka
30	Vanilla mansikka	Valio	Mansikka	5	Mansikka, metsämansikka
31	A+ vilja	Valio	Omena, rypäle		
32	A+ rasvaton aprikoosi	Valio	Aprikoosi		
33	A+ rasvaton maustamaton	Valio			
34	A+ maustamaton +D-vitamiini	Valio			
35	A+ rasvaton mansikka-mustikka	Valio	Mansikka, mustikka	4,8	Mansikka, mustikka
36	A+ vadelma-persikka	Valio	Vadelma, persikka	2,4	Vadelma
37	Luonto+ maustamaton	Arla-Ingman			
38	Luonto+ rasvaton maustamaton	Arla-Ingman			
39	Hedelmä	Arla-Ingman	Persikka, aprikoosi, vadelma	5	Vadelma
40	Mansikka	Arla-Ingman	Mansikka	5	Mansikka
41	Metsämarja	Arla-Ingman	Mansikka, vadelma, mustikka	5	Mansikka, vadelma, mustikka
42	Rasvaton puutarhamarja	Arla-Ingman	Mansikka, vadelma, punahe- rukka, mustaherukka	5	Mansikka, vadelma, puna- ja mustaherukka
43	Rasvaton vanilja	Arla-Ingman			
44	Makupolku omena-kaneli	Arla-Ingman	Omena		
45	Makupolku ruusunmarja-vadelma	Arla-Ingman	Ruusunmarja, vadelma	5	Ruusunmarja, vadelma
46	Makupolku mansikka-raparperi	Arla-Ingman	Mansikka, raparperi	3	Mansikka
47	Makupolku mustaviinimarja-karpalo	Arla-Ingman	Mustaviinimarja, karpalo	5	Mustaviinimarja, karpalo

LIITE 3 Murot ja myslit

Nro	Tuote	Valmistaja	Sis. marjaa tai hedelmää	Marjaa % tai yht. hed+marjaa	Marjojen kuvia
1	Pirkka Marjainen täysjyvämuuro	Ruokakesko	Mansikka, vadelma , kirsikka	yht. 6	Tuotekuvassa
2	Pirkka täysjyvämuuro	Ruokakesko			
3	Weetaflakes	Weetabix			
4	Special K active	Kellogg's			
5	Special K red berries	Kellogg's	Vadelma, mansikka , kirsikka	yht. 5	Mansikka, vadelma
6	Special K apple crispy	Kellogg's	Omena		
7	Special K black&blue berries	Kellogg's	Karhunvatukka, mustaherukka, mustikka	5	Karhunvatukka, mustikka, mustaherukka
8	All bran plus	Kellogg's			
9	Elovena marjainen kauramysli	Ravintoraisio	Omena, vadelma, mustikka	5,5	Vadelma, mustikka sekä tuotokuva
10	Elovena hedelmäinen kauramysli	Ravintoraisio	Rusina, omena		
11	Pirkka Luomu myslit	Ruokakesko			
12	Pirkka hedelmäinen myslit	Ruokakesko	Rusina, papaija, mango, aprikoosi		
13	Pirkka Mysli	Ruokakesko			
14	Pirkka kilomysli	Ruokakesko	Rusina, papaija, ananas		
15	Pirkka omena-kaneli muromysli	Ruokakesko	Omena		
16	Pirkka Jogurtti-mansikka muromysli	Ruokakesko	Mansikka	1	Tuotekuvassa
17	Pirkka marjainen muromysli	Ruokakesko	Vadelma, mansikka, mustikka	2	Tuotekuvassa
18	Pirkka metsämarja muromysli	Ruokakesko	Mustikka, karhunvatukka	4	Karhunvatukka sekä tuotekuvassa
19	Pirkka Special muromysli	Ruokakesko	Rusina		
20	Alpen original Swiss style muesli	Weetabix	Rusina		
21	Alpen Swiss style muesli	Weetabix	Rusina		
22	Myllärin Paratiisimysli	Helsingin mylly	Banaani, ananas		
23	Luomumysli	Sysmän luomuherkut	Karpalo, omena	3	Karpalo
24	Axa f-mysli gold	Cerealia foods	Rusina, taateli, banaani		
25	Axa f-mysli hedelmä	Cerealia foods	Rusina, banaani, ananas		
26	Sun muro	Top food			
27	American crunch	Finax	Mansikka	0,6	Mansikka sekä tuotekuvassa
28	Start myslit metsämarja	Cerealia food			
29	Start naturell	Cerealia food			
30	Start vadelma & banaani	Cerealia food	Banaani, vadelmagranula	5,5 vad.granula	Vadelma sekä tuotekuvassa
31	Da musli forest fruit	Finax	Vadelma, mustikka, karpalo	4	Tuotekuvassa
32	Da musli naturel	Finax			
33	Da musli strawberry	Finax	Mansikka, omena	2,5	Tuotekuvassa
34	Crunch apple kaneli	Finax	Omena		
35	Mysli mansikka-omena	Painonvartijat	Rusina, omena, mansikkamuro	2 mans.muro	Tuotekuvassa
36	Mysli hedelmä & marja	Painonvartijat	Papaija, ananas, omena karpalo	5	Tuotekuvassa
37	4-vilja muro naturell	Sun muro			
38	Pirkka lesehiutale	Ruokakesko			
39	Raisin wheats	Kellogg's	Rusina		
40	Chocolate wheats	Kellogg's			
41	All bran yoghurt	Kellogg's			
42	Fitness & fruits	Nestle	Rusina, papaija, kookospähkinä, omena, karpalo	yht. 26	Ei
43	Special klassic	Kellogg's			

(jatkuu)

(Jatkuu liite 3)

44	Original weetabix	Weetabix			
45	Honey nut w-minis	Weetabix			
46	Choco w-minis	Weetabix			
47	Oatibix	Weetabix	Rusina		
48	Nordic flakes	Finax			
49	Flakes	Urterkram			
50	Sun flakes	Top food			
51	Spelt täysjyvämuuro	Sun spelt			
52	Spelt täysjyvämuuro omena	Sun spelt	Omena		
53	Ruismuro	Quoaker			
54	Elovena rapeita kauramuroja	Ravintoraisio			
55	Honey nut cheerios	Nestle			
56	Röllimurot	Taivalkosken mylly	Vadelma, metsämarja aromit	0	Vadelma
57	Vehnärenkaita hunaja	Sun muro			
58	Vehnärenkaita suklaa	Sun muro			
59	Star force	Weetabix			
60	Lion muroja	Nestle			
61	Suklaamuro	Sun muro			
62	Pirkka suklaamuro	Ruokakesko			
63	Pirkka suklaatasku	Ruokakesko			
64	Weetos suklaamuro	Weetabix			
65	Stars	Weetabix			
66	Rice krispies	Kellogg's			
67	Frosties	Kellogg's			
68	Rice krispies multi grain	Kellogg's			
69	Fros rice krispies	Kellogg's			
70	Pirkka Sokerihuurrettu maissi-hiutale	Ruokakesko			
71	All bran regular	Kellogg's			
72	Coco pops	Kellogg's			
73	Pirkka Viidakkomuro	Ruokakesko			
74	Cheerios 4-vilja	Nestle			
75	Kauramuro	Quoaker			
76	Axa f-mysli marja	Cereal food	Vadelma, mustikka	7	Vadelma, mustikka
77	Bran musli mansikka	Finax	Papaija, omena, mansikka	2	Mansikka sekä tuotekuvassa
78	Perhe musli	Finax	Rusina, omena		
79	Hedelmämysli	Finax	Omena, ananas, papaija, rusina, banaani		
80	Myllärin rapea mysli	Helsingin mylly			
81	Tyrni mysli	Vavesaaren tila	Tyrni	3	Tyrni
82	Mustikka mysli	Vavesaaren tila	Mustikka	4,5	Mustikka
83	Omena-puolukka mysli	Vavesaaren tila	Omena, puolukka	1	Puolukka
84	Sun musli perusmysli	Top food	Rusina		
85	Sun musli sport	Top food	Rusina		
86	Sun musli suomalainen hedelmämysli	Top food	Rusina, papaija, ananas, omena, banaani		
87	Euroshopper Heelmämysli	Ruokakesko	Rusina, banaani, taateli, viikuna ym.		
88	Euroshopper crunchy muesli	Ruokakesko			
89	Voi hyvin perinteinen mysli	Finax			
90	Fruit musli gluteeniton	Finax	Papaija, ananas, omena		
91	Orcanic rich muesli	Alara	Rusina, aprikoosi, taateli		
92	Crunchy mysli	Helsingin mylly			

(jatkuu)

(Jatkuu liite 3)

93	Rapea fruity mysli	Helsingin mylly	Rusina, omena, mansikka	0,4	Mansikka
94	Luomu rapea ja hunajainen ekomysli	Sysmän luomukerut			
95	Rainbow vehnämuroke	Inex partners		0	Vadelma (tarjoiluehdotus)
96	Oatibix bitesize	Weetabix	Rusina, omena		
97	Vanilliini hunajamuroja	Virtasalmen viljatuote		0	Vadelmia
98	Sun rings banana	Top food	Banaani		
99	Sun frings berries	Top food	Mansikka, vadelma	?	Mansikka, vadelma
100	Talk muru makeutettu	Taivalkosken mylly		0	Mustikka, vadelma
101	Täysjyvähiutaleet karpalo-mansikka	Painonvartijat	Mansikka, karpalo	9	Mansikka, karpalo
102	All bran apple & fig	Kellogg's	Omena, viikuna		
103	Rainbow kauramuro	Inex partners			
104	Talk muru makeuttamaton	Taivalkosken mylly		0	Vadelma, mustikka
105	Shredded wheat	Nestle			
106	Fitness & yoghurt	Nestle			
107	Bran musli naturell	Finax			
108	Honni corn smacks	Kellogg's			
109	Coco pops rocks	Kellogg's			
110	Rainbow riisi-vehnähiutale	Inex partners			
111	Rainbow Bran flakes	Inex partners		0	Mansikka (tarjoiluehdotus)
112	Weetos stars	Weetabix			
113	Rainbow riisimurot	Inex partners		0	Vadelma
114	Corn flakes	Kellogg's			
115	Rainbow corn flakes	Inex partners			
116	X-tra maissihiutaleet	Inex partners			
117	Nesquik kaakaomuroja	Nestle			
118	Crunch naturell	Finax			
119	Crunch punaiset marjat	Finax	Karpalo, vadelma	1,8	Tuotekuvassa
120	Rainbow omena-kaneli muro-mysli	Inex partners			
121	Rainbow hedelmäinen muro-mysli	Inex partners	Ananas, banaani, persikka, omena		
122	Rainbow hedelmämysli	Inex partners	Rusina, karpalo , viikuna, aprikoosi, papaija, omena jne.		
123	Rainbow marjainen muromysli	Inex partners	Vadelma, mansikka	3	Mansikka ja vadelma
124	Rainbow spelttimuromysli	Inex partners		0	Vadelma, mustikka (ei "tarjoiluehdotusta")
125	Rainbow muromysli	Inex partners			
126	X-tra mysli	Inex partners	Rusina		
127	Rainbow aamiaismysli	Inex partners	Banaani, papaija, rusina, aprikoosi		

LIITE 4 Marjaa sisältävät jogurtit

Marjajogurtit					
Nro	Tuote	Valmistaja	Sis. marjaa tai hedelmää	Marjaa % tai yht.hed+marjaa	Marjojen kuvia
1	A+ rasvaton mansikka-mustikka	Valio	Mansikka, mustikka	4,8	Mansikka, mustikka
2	ES mansikka	Ruokakesko	Mansikka	2	Mansikka
3	Laktoositon metsämansikka	Valio	Mansikka, metsämansikka	6	Metsämansikka
4	Makupolku mustaviinimarja-karpalo	Arla-Ingman	Mustaviinimarja, karpalo	5	Mustaviinimarja, karpalo
5	Makupolku ruusunmarja-vadelma	Arla-Ingman	Ruusunmarja, vadelma	5	Ruusunmarja, vadelma
6	Mansikka	Valio	Mansikka	6	Mansikka
7	Mansikka	Arla-Ingman	Mansikka	5	Mansikka
8	Metsämarja	Arla-Ingman	Mansikka, vadelma, mustikka	5	Mansikka, vadelma, mustikka
9	Pirkka Mustikka	Ruokakesko	Mustikka	6	Mustikka
10	Pro Feel vadelma	Valio	Vadelma	10	Vadelma
11	Rasvaton mansikka-vanilja	Valio	Mansikka	6	Mansikka
12	Rasvaton metsämarja	Valio	Mustikka, mansikka, vadelma, karhunvadelma	6	Mustikka, mansikka, vadelma
13	Rasvaton puutarhamarja	Arla-Ingman	Mansikka, vadelma, punaherukka, mustaherukka	5	Mansikka, vadelma, punaherukka, mustaherukka
14	Vadelma-boysenmarja	Valio	Vadelma, boysenmarja	6	Vadelma, boysenmarja
15	Vanilla mansikka	Valio	Mansikka	5	Mansikka, metsämansikka
16	Vanilla mustikka	Valio	Mustikka	5	Mustikka
17	Vanilla vadelma	Valio	Vadelma	5	Vadelma
18	YOghurt	Valio	Mansikka, vadelma, mustikka, puolukka	4	Mansikka, mansikka, mustikka, vadelma
19	YOghurt	Valio	Mansikka, metsämansikka	4	Mansikka, metsämansikka
Marja+hedelmäjogurtit					
1	A+ vadelma-persikka	Valio	Vadelma, persikka	2,4	Vadelma
2	Hedelmä	Arla-Ingman	Persikka, aprikoosi, vadelma	5	Vadelma
3	Hedelmäpommi	Valio	Persikka, aprikoosi, vadelma, seljanmarja	yht. 6	Vadelma
4	Laktoositon hedelmäpommi	Valio	Persikka, vadelma, aprikoosi	yht. 6	Vadelma
5	Makupolku mansikka-raparperi	Arla-Ingman	Mansikka, raparperi	3	Mansikka
6	Rasvaton hedelmämix	Valio	Persikka, aprikoosi, vadelma	yht. 6	Vadelma
7	Rasvaton mansikka-appelsiini	Arla-Ingman	Mansikka, appelsiini	3	Mansikka

LIITE 5 Marjaa sisältävät murot

Marjamyslit ja -murot					
Nr o	Tuote	Valmistaja	Sis. marjaa tai hedelmää	Marjaa % tai yht. hed+marjaa	Marjojen kuvia
1	American crunch	Finax	Mansikka	0,6	Mansikka sekä tuotekuvassa
2	Axa f-mysli marja	Cerealia food	Vadelma, mustikka	7	Vadelma, mustikka
3	Crunch punaiset marjat	Finax	Karpalo, vadelma	1,8	Tuotekuvassa
4	Da musli forest fruit	Finax	Vadelma, mustikka, karpalo	4	Tuotekuvassa
5	Mustikka mysli	Vavesaaren tila	Mustikka	4,5	Mustikka
6	Pirkka Jogurtti-mansikka muromysli	Ruokakesko	Mansikka	1	Tuotekuvassa
7	Pirkka marjainen muromysli	Ruokakesko	Vadelma, mansikka, mustikka	2	Tuotekuvassa
8	Pirkka metsämarja muromysli	Ruokakesko	Mustikka, karhunvatukka	4	Karhunvatukka sekä tuotekuvassa
9	Rainbow marjainen muromysli	Inex partners	Vadelma, mansikka	3	Mansikka ja vadelma
10	Special K black&blue berries	Kellogg's	Karhunvatukka, mustaherukka, mustikka	5	Karhunvatukka, mustikka, mustaherukka
11	Sun rings berries	Top food	Mansikka, vadelma	?	Mansikka, vadelma
12	Tyrni mysli	Vavesaaren tila	Tyrni	3	Tyrni
13	Täysjyvähiutaleet karpalo-mansikka	Painonvartijat	Mansikka, karpalo	9	Mansikka, karpalo

Marjakuvalliset pakkaukset, joissa ei marjaa

1	Röllimurot	Taivalkosken mylly	Vadelma, metsämarja aromit	0	Vadelma
2	Talk muru makeutettu	Taivalkosken mylly		0	Mustikka, vadelma
3	Talk muru makeuttamaton	Taivalkosken mylly		0	Vadelma, mustikka
4	Vanilliini hunajamuroja	Virtasalmen viljatuote		0	Vadelmia
5	Rainbow Bran flakes	Inex partners		0	Mansikka (tarjoiluohdotus)
6	Rainbow riisimurot	Inex partners		0	Vadelma
7	Rainbow spelttimuromysli	Inex partners		0	Vadelma, mustikka (ei "tarjoiluohdotusta")
8	Rainbow vehnämuroke	Inex partners		0	Vadelma (tarjoiluohdotus)

Marja + hedelmämuromyt ja -mysli

1	Bran musli mansikka	Finax	Papaija, omena, mansikka	2	Mansikka sekä tuotekuvassa
2	Da musli strawberry	Finax	Mansikka , omena	2,5	Tuotekuvassa
3	Elovena marjainen kauramysli	Ravintoraisio	Omena, vadelma, mustikka	5,5	Vadelma, mustikka sekä tuotokuva
4	Fitness & fruits	Nestle	Rusina, papaija, kookospähkinä, omena, karpalo	yht. 26	Ei
5	Luomumysli	Sysmän luomukut	Karpalo , omena	3	Karpalo
6	Mysli hedelmä & marja	Painonvartijat	Papaija, ananas, omena karpalo	5	Tuotekuvassa
7	Mysli mansikka-omena	Painonvartijat	Rusina, omena, mansikkamuro	2 mans.muro	Tuotekuvassa
8	Omena-puolukka mysli	Vavesaaren tila	Omena, puolukka	1	Puolukka
9	Pirkka Marjainen täysjyvämuro	Ruokakesko	Mansikka, vadelma , kirsikka	yht. 6	Tuotekuvassa
10	Rainbow hedelmämysli	Inex partners	Rusina, karpalo , viikuna, aprikoosi, papaija, omena jne.		Ei
11	Rapea fruity mysli	Helsingin mylly	Rusina, omena, mansikka	0,4	Mansikka
12	Special K red berries	Kellogg's	Vadelma, mansikka , kirsikka	yht. 5	Mansikka, vadelma
13	Start vadelma & banaani	Cerealia food	Banaani, vadelmagranula	5,5 vad.granula	Vadelma sekä tuotekuvassa

LIITE 6 Marjamehut

Nro	Tuote	Valmistaja	Sis. marjaa tai hedelmää	Täysmehupitoisuus %	Marjojen kuvia
1	Ekströms vanhanajan mustaherukka-mehu	Procordia food	Mustaherukka	43,7	Mustaherukka
2	Grandi mansikka	Valio	Mansikka	?	Mansikka
3	Grandi vadelma	Valio	Vadelma	?	Vadelma
4	Juissi mustikka-vadelma mehujuoma	Marli	Mustikka, vadelma	?	Mustikka, vadelma
5	Karpalo mehujuoma	Granini	Karpalo	25	Karpalo
6	Karpalo mehujuoma	Riitan herkku	Karpalo, kaarnikka	10	Karpalo
7	Karpalo mehujuoma	Ocean spray	Karpalo	25	Karpalo
8	Karpalo täysmehu	Kaskein marja	Karpalo	100	Karpalo
9	Karpalomehu	Aten marja-aitta	Karpalo	100	Karpalo
10	Karpalomehu	Aten marja-aitta	Karpalo	90	Karpalo
11	Kidius metsämansikka mehujuoma	Valio	Mansikka, aromi metsä-mans.	?	Mansikka
12	Mansikka	Aten marja-aitta	Mansikka	90	Mansikka
13	Mansikkajuoma	Vip juicemaker	Mansikka	8,5	Mansikka
14	Multivitamiinijuoma	Vip juicemaker	Karpalo, mustaherukka	5	Karpalo, mustaherukka
15	Mustaherukkamehu	Aten marja-aitta	Mustaherukka	100	Mustaherukka
16	Perinteinen mustaherukkamehu	Marli	Mustaherukka	60	Mustaherukka
17	Perinteinen mustaherukka-puolukkajuoma	Marli	Mustaherukka, puolukka	10	Mustaherukka, puolukka
18	Pirkka kevyt vadelmajuomatiiviste	Ruokakesko	Vadelma	2	Vadelma
19	Pirkka metsämansikkajuoma	Ruokakesko	Mansikka, aromi mansikka	?	Mansikka
20	Pirkka mustaherukkamehu	Ruokakesko	Mustaherukka	95	Mustaherukka
21	Pirkka vadelmajuoma	Ruokakesko	Vadelma	?	Vadelma
22	Proviva marjajuoma mustikka	Skånemejerier	Mustikka	10	Mustikka
23	Proviva marjajuoma ruusunmarja	Skånemejerier	Ruusunmarja	12	Ruusunmarja
24	Puolukka mehujuoma	Riitan herkku	Puolukka, kaarnikka	10	Puolukka
25	Puolukkajuoma	Vip	Puolukka	?	Puolukka
26	Puolukkamehu	Aten marja-aitta	Puolukka	100	Puolukka
27	Puolukkamehu	Aten marja-aitta	Puolukka	90	Puolukka
28	Rainbow karpalo-mustaherukka	Inex partners	Karpalo, mustaherukka	?	Karpalo, mustaherukka
29	Rainbow mustaherukkamehutiiviste	Inex partners	Mustaherukka	70	Mustaherukka
30	Sepon mustaherukkamehu	Seppo Huuskonen	Mustaherukka	65	Mustaherukka
31	Sepon punaherukka-mansikkamehu	Seppo Huuskonen	Mansikka, punaherukka	65	Mansikka, punaherukka
32	Sepon punaherukkamehu	Seppo Huuskonen	Punaherukka	65	Punaherukka
33	Trip metsämarja	Marli	Mustikka	?	Mustikka, karhuva-tukka
34	Tyrnitäysmehu	Kaskein marja	Tyrni	100	Tyrni
Aromilla maustetut mehut					
1	Fun light mansikka	Procordia food	Aromit	0	ei
2	Fun light metsämarja	Procordia food	Aromit	0	ei
3	Fun light vadelma	Procordia food	Aromit	0	ei
4	Juicy light mansikka	Herkkumaa	Aromit	0	ei
5	Juicy light metsämarja	Herkkumaa	Aromit	0	ei
6	Juicy light vadelma	Herkkumaa	Aromit	0	ei
7	Rainbow vad&mans makuinen juomatiiviste	Inex Partners	Aromit	0	ei
8	Tropic O'light mansikka-mustikka	Marli	Aromit	0	ei
9	Tropic O'light metsämansikka	Marli	Aromit	0	ei
10	Tropic O'light vadelma	Marli	Aromit	0	ei
11	VipMix mansikkajuoma	Vip	Aromit	0	ei

LIITE 7 Marjajogurttien ravintosisältö

Tuote	YOghurt metsämarja	YOghurt kesänmarjat	Pirkka mustikkajogurtti	Euroshopper mansikkajogurtti	ProFeel rasvaton vadelmajogurtti	Laktoositon, rasvaton valiojogurtti, metsämansikka	Rasvaton valiojogurtti metsämarja	Rasvaton puutarhamarja	Metsämarja jogurtti
Valmistaja	Valio	Valio	Ruokakesko	Pölvapiim-dairy company	Valio	Valio	Valio	Arla Ingman	Arla Ingman
Energiaa, kJ / 100 g	260	260	380	350	160	290	170	180	360
Proteiineja, g	3,5	3,5	3,2	2,8	3,6	3,2	3,8	3,7	3,5
Rasvaa, g	< 0,05	< 0,05	2	2,4	0,1	0,4	0,1	0,1	2
Tyydyttyneitä rasvahappoja, g					0,06				
Hiilihydraatteja, g	12	12	15	13	5,9	13	6,4	6,5	13
josta sokereita, g					(lakt. <1)	8			
Kuitua, g					1,9				
Natriumia, g					38 mg				
Marjalaji(t)	Mansikka, mustikka, puolukka, vadelma	Mansikka, metsämansikka	Mustikka	Mansikka	Vadelma	Mansikka, metsämansikka	Karhuva-delma, mustikka, mansikka, vadelma	Mansikka, vadelma, punaherukka, mustaherukka	Mansikka, vadelma, mustikka
Marjaa % tai g	4	4 (3 + 1)	6	2	10	6 (5+1)	6	5	5
Väittämä(t)					Rasvaton, sisältää kalsiumia & kuitua, vähäkalorinen	Rasvaton	Rasvaton	Kevyt, rasvaton	
Väittämän ravintoaine, g tai µg					Kalsiumia 180 mg, D-vitamiinia 0,5 µg.				
Marjojen kuvat (osuus julkisivun pinta-alasta)	Mansikka, mustikka, puolukka, vadelma. Noin puolet	Mansikka, metsämansikka. Alle puolet	Mustikka. Noin puolet	Mansikka. Yli puolet	Vadelma. Noin puolet	Metsämansikka. Yli puolet	Mustikka, mansikka, vadelma. Yli puolet	Mansikka, vadelma, punaherukka, mustaherukka. Yli puolet	Mansikka, vadelma, mustikka. Yli puolet
Pakkauksen väri(t)	Keltainen, punainen, sininen	Keltainen, punainen, vihreä, valkoinen	Sininen, keltainen, vihreä	Punainen (eri sävyjä)	Valkoinen, sininen, punainen	Valkoinen, vihreä, punainen	Vihreä, punainen, sininen	Valkoinen, keltainen, mustansininen, punainen	Sininen, punainen

(jatkuu)

(Jatkuu liite 7)

Tuote	Man- sikka jogurt- ti	Valiojogurtti vadelma- boysenmarja, hyla	Rasvaton mansikka- vanilja valiojogurtti	A+ jogurtti mansikka- mustikka	Vanilla vadelma	Vanil- la mus- tikka	Vanil- la man- sikka	Valio- jogurtti man- sikka	Makupol- ku ruusun- marja- vadelma	Maku- polku musta- viini- marja- karpalo
Valmistaja	Arla Ing- man	Valio	Valio	Valio	Valio	Valio	Valio	Valio	Arla Ingman	Arla Ingman
Energiaa, kJ / 100 g	360	305	170	300	340	340	340	340	340	340
Proteiineja, g	3,5	3,6	3,8	3,2	3,2	3,2	3,2	3,4	3,5	3,5
Rasvaa, g	2	1	0,1		2,1	2,1	2,1	2	1,5	1,5
Tyydyttyneitä rasva- happoja, g										
Hiilihydraatteja, g	13	10	6,4	14	13	13	13	12	13	13
josta sokereita, g		5	2 (fruk- toosia)	8,6 (fruk- toosia)				8 (sakka- toosia)	<1 (lak- toosia)	<1 (lak- toosia)
Kuitua, g										
Natriumia, g										
Marjalaji(t)	Man- sikka	Vadelma, boysenmarja	Mansikka	Mustikka, mansikka	Vadel- ma	Mus- tikka	Man- sikka, metsä- man- sikka	Man- sikka	Ruusun- marja, vadelma	Musta- viini- marja, karpalo
Marjaa % tai g	5	6	6	4,8	5	5	5 (4+1)	6	5 (3+2)	5
Väittäjä(t)		30% vähem- män lisättyä sokeria, lisätty D- vitamiinia	Rasvaton	Lisätty D- vitamiinia, A+B, rasvaton	Lisätty D- vitamii- nia	Lisätty D- vita- miinia	Lisätty D- vita- miinia			
Väittämän ravintoaine, g tai µg		D-vitamiinia 0,5µg		D- vitamiinia 0,5µg	D- vitamii- nia 0,5µg	D- vita- miinia 0,5µg	D- vita- miini 0,5µg			
Marjojen kuvat (osuus julkisivun pinta-alasta)	Man- sikka. Yli puolet	Vadelma, boysenmarja. Yli puolet	Mansikka. Yli puolet	Mansikka, mustikka. Alle puolet	Vadel- ma. Yli puolet	Mus- tikka. Yli puolet	Man- sikka. Noin puolet	Man- sikka. Yli puolet	Ruusun- marja, vadelma. Alle puolet	Musta- viini- marja, karpalo. Alle puolet
Pakkauksen väri(t)	Sini- nen, punai- nen	Punainen, mustansininen	Vihreä, punainen, keltainen	Vihreä, sininen, punainen	keltai- nen, punai- nen, ruskea	Kel- tainen, sini- nen, ruskea	Kel- tainen, punai- nen, ruskea	Punai- nen, vihreä	Valkoi- nen, punainen, vihreä, oranssi	Valkoi- nen, punai- nen, mustan- sininen, vihreä

LIITE 8 Marjamurojen ja -myslien ravintosisältö

Tuote	Axa f-mysli marja	Luomu mustikka mysli	Luomu tyrni mysli	American crunch mansikkamuromysli	Special K black & blue berries	Pirkka metsämarja muromysli
Valmistaja	Cerelia foods	Vavesaaren tila	Vavesaaren tila	Finax	Kellogg's	Ruokakesko
Energiaa, kJ / 100 g	1470	1412	1392	1900	1586	1640
Proteiineja, g	9,5	9,7	10,3	8	13	9
Rasvaa, g	5	7,9	7,4	17	1,5	9
Tyydyttyneitä rasvahappoja, g	1	1,5	1,6	7	0,5	3,3
Hiilihydraatteja, g	66	55,7	55,1	66	77	69
josta sokereita, g	11	7,4	8,2	26	24	21
Kuitua, g	8	13	11,3	6,5	3,5	10
Natriumia, g	0,2	<0,01	<0,01	0,1	0,75	0,2
Marjalaji(t)	Vadelma, mustikka	Mustikka	Tyrni	Mansikka	Karhunvatukka, mustikka, mustaviinimarja	Mustikka, karhunvatukka
Marjaa % tai g	7	4,5	3	0,6	5	4
Väittäjä(t)						Runsaskuituinen, vähäsuolainen
Väittämän ravintoaine, g tai µg						Suola 0,4 %
Marjojen kuvat (laji, osuus julkisivun pinta-alasta)	Vadelma, mustikka. Noin puolet	Mustikka. Alle puolet	Tyrni. Alle puolet	Mansikka. Alle puolet	Karhunvatukka, mustikka, mustaviinimarja. Alle puolet	Karhunvatukka. Alle puolet
Pakkauksen väri(t)	Sininen, punainen, keltainen	Sininen, keltainen	Vihreä, keltainen	Valkoinen, punainen, sininen	Sininen, mustansininen, punainen	Violetti, mustansininen, ruskea

Tuote	Rainbow marjainen muromysli	Pirkka jogurtti-mansikka muromysli	Pirkka marjainen muromysli	Da musli forest fruit	Sun rings berries	Täysjyvähiutaleet karpalo & mansikka	Crunch punaiset marjat
Valmistaja	Inex partners	Ruokakesko	Ruokakesko	Finax	Top Food	Painonvartijat	Finax
Energiaa, kJ / 100 g	1800	1765	1870	1400	1583	1400	1600
Proteiineja, g	10	8	7	10	7,7	11	8,5
Rasvaa, g	15	16	17	3	4,2	2	7
Tyydyttyneitä rasvahappoja, g	4	8	7	0,9	1,6	< 0,5	2
Hiilihydraatteja, g	65	61	66	66	72,8	66	71
josta sokereita, g	22	25	27	5,5	28	12	13
Kuitua, g	7	7	3,5	8,5	8	14	18
Natriumia, g	0,2	0,22	0,4	0,25	0,1	0,5	0,07
Marjalaji(t)	Vadelma, mansikka	Mansikka	Vadelma, mansikka, mustikka	Vadelma, mustikka, karpalo	Mansikoita, vadelmia	Mansikka	Vadelma, karpalo
Marjaa % tai g	3 (1,5+1,5)	1	2	4 (2+1+1)	ei ilmoitettu määrää	4	1,8 (0,3+1,5)
Väittäjä(t)	Runsaskuituinen, vähäsuolainen	Runsaskuituinen, vähäsuolainen	Kuidun lähde	Runsaskuituinen, vähäsuolainen	Vähäsuolainen		Vähäsuolainen
Väittämän ravintoaine, g tai µg	Suola 0,6 %, Kuitu 7 %	Kuitua 7 g, suolaa 0,6 %	Kuitua 3,5 g	Suolaa 0,6 %, tiamiinia 0,36 mg, rautaa 4,07 mg	Suola 0,3 %		Suola 0,2 %
Marjojen kuvat (laji, osuus julkisivun pinta-alasta)	Punaisia marjoja. Alle puolet	Punaisia marjoja. Alle puolet	Vadelma. Alle puolet	Annoksessa marjoja. Alle puolet	Mansikka, vadelma. Noin puolet	Alle puolet	Alle puolet
Pakkauksen väri(t)	Punainen, vaalea	Punainen, ruskea	Punainen, ruskea	Sininen, violetti, keltainen	Punainen, ruskea	Sininen, valkoinen	Punainen, valkoinen

LIITE 9 Marja-aromilla maustettujen murojen ja myslien ravintosisältö

Tuote	Rainbow Bran flakes	Rainbow riisimurot	Rainbow spelttimuro	Talk muru makeuttamaton	Rainbow vehnämuro	Vanilliini hunajamuroja	Talk muru makeutettu	Röllimurot
Valmistaja	Inex partners	Inex partners	Inex partners	Taivalkosken mylly	Inex partners	Virtasalmen viljatuote	Taivalkosken mylly	Taivalkosken mylly
Energiaa, kJ / 100 g	1350	1600	1750	1280	1450	1550	1290	1350
Proteiineja, g	11	6	10	12,3	11	7,6	8,8	6,8
Rasvaa, g	2,5	1,5	14	4	1,9	2,3	2,9	2,3
Tyydyttyneitä rasvahappoja, g	0,2	85	5	1,2	0,4	0,3	0,65	0,5
Hiilihydraatteja, g	63		62	54,4	69	76,4	60,7	67,7
josta sokereita, g	20		17	1,5	4,8	17,6	13,6	15
Kuitua, g	17		10	20,7	10	3,6	17,1	14,1
Natriumia, g	0,9		0,2	0,38	0,26	0,3	0,37	0,3
Marjalaji(t)	ei	ei	ei	ei	ei	ei	ei	Aromia
Marjaa % tai g	ei	ei	ei	ei	ei	ei	ei	0
Väittäjä(t)			Runsaskuituinen, vähäsuolainen	Sydänmerkki, vähäsuolainen,	Runsaskuituinen, vähärasvainen	Vähäsuolainen	Sydänmerkki, vähäsuolainen	Sydänmerkki, vähäsuolainen, runsaskuituinen
Väittämän ravintoaine, g tai µg			Suola 0,4 %	Suola 0,97 %, beetaglukania 2,8 %	Kuitu 10 %, rasvaa 1,9 %	Suola 0,8 %	Suolaa 0,97 %, Beetaglukania 2,8 %	Suola 0,6 %. Kuitua 14,1 g
Marjojen kuvat (laji, osuus julkisivun pinta-alasta)	Mansikka (tarjoiluohdotus)	Vadelmia	Vadelmia, mustikoita (ei mainintaa "tarjoiluohdotus")	Vadelmia, mustikoita	Vadelmia (tarjoiluohdotus)	Vadelmia (tarjoiluohdotus)	Mustikka, vadelma	Vadelma piilossa annoksen seassa, toinen peikon kädessä
Pakkauksen väri(t)	Vaalean ruskea pohja	Vaalean harmaa, sinertävä	Vaalean sinertävä	Vaaleanpunainen / pinkki / tumman ruskea	Keltainen pohjaväri	Vaalea pohja, kellertävä	Keltaranssi pohjaväri, osa tummanruskeaa	Metsäiset värit, punainen teksti

LIITE 10 Mehujen ravintosisältö

Tuote	Trip sokeriton metsämarja	Kidius metsä-mansikka mehujuoma	Pirkka metsäman-sikkajuoma	Pirkka vadelma-juoma	Grandi vadelma	Grandi mansikka	Granini Cranberry juice drink
Valmistaja	Marli	Valio	Vip-Juicemaker	Vip-Juicemaker	Valio	Valio	Marli
Energiaa, kJ / 100 g	6	150	170	170			217
Proteiineja, g	< 0,1	0	< 1	< 1			< 0,5
Rasvaa, g	0	0	0	0			< 0,5
Tyydyttyneitä rasvahappoja, g							
Hiilihydraatteja, g	0,1	9	10	10			11,6
josta sokereita, g	0,1						
Kuitua, g	0						
Natriumia, g	< 0,01						
Marjalaji(t)	Mustikka	Mansikka, metsämansikka AROMI	Mansikka	Vadelma	Vadelma	Mansikka	Karpalo
Täysmehua %	?	?	?	?	?	?	25
Väittäjä(t)	Sokeriton	20% vähemmän sokeria, makeutettu hedelmäso-kerilla					
Väittämän ravintoaine, g tai µg	Sokeria 0,1 g						
Marjojen kuvat (laji ja osuus pinta-alasta)	Mustikka, karhunvadelma. Noin puolet	Mansikka. Alle puolet	Mansikka. Alle puolet	Vadelma. Alle puolet	Vadelma. Alle puolet	Mansikka. Alle puolet	Karpalo. Noin puolet
Pakkauksen väri(t)	Lila, sininen	Punainen	Punainen	Punainen	Punainen	Punainen, vihreä	Punainen, vihreä

Tuote	Karpalomehujuoma	Perinteinen mustaherukka-puolukka mehujuoma	Karpalo mehujuoma	Puolukka-juoma	Juissi mustikka-vadelma mehujuoma	Tyrnitäys-mehu	Aten mustaherukka kylmäpu-ristettu täysme-hu
Valmistaja	Ocean spray	Marli	Riitan herkkä, Härmä food	Vip-Juicemaker	Marli	Kaskein marja Ky	Aten marja-aitta
Energiaa, kJ / 100 g	207	198	90	195		130	
Proteiineja, g	0	< 1	< 1	< 0,1		0,53	
Rasvaa, g	0	< 0,5	< 1	< 0,1		1,7	
Tyydyttyneitä rasvahappoja, g							
Hiilihydraatteja, g	11,7	11	5,3	11,5		3,4	
josta sokereita, g							
Kuitua, g							
Natriumia, g							
Marjalaji(t)	Karpalo	Mustaherukka, puolukka	Karpalo ja kaamikka	Puolukka	Mustikka, vadelma	Tyrni	Mustaherukka
Täysmehua %	25	10	10	10		100	100
Väittäjä(t)	sisältää runsaasti C-vitamiinia, antioksidantteja		Kevyt				Ei lisättyä sokeria tai makeutusaineita
Väittämän ravintoaine, g tai µg	30 mg C-vitamiinia, 100 mg proantosy-aniideja						
Marjojen kuvat (laji ja osuus pinta-alasta)	Karpalo. Noin puolet	Puolukka, mustaherukka. Alle puolet	Karpalo. Noin puolet	Puolukka. Alle puolet	Mustikka, vadelma. Noin puolet	Tyrni. Alle puolet	Mustaherukka. Alle puolet
Pakkauksen väri(t)	Sininen, punainen	Sininen, vihreä, punainen, mustansininen	Punainen, vihreä	Vihreä, punainen	Punainen, sininen	Keltainen, valkoinen	Vihreä, valkoi-nen, mustansi-ninen

(jatkuu)

(Jatkuu liite 10)

Tuote	Aten puolukka kylmäpuristettu mehu	Aten kylmäpuristettu puolukka-täysmehu	Aten kylmäpuristettu karpalomehu	Aten kylmäpuristettu karpalotäysmehu	Aten mansikkamehu	Pirkka mustaherukkamehu	Pirkka kevyt vadelmajuoma-tiiviste
Valmistaja	Aten marja-aitta	Aten marja-aitta	Aten marja-aitta	Aten marja-aitta	Aten marja-aitta	Ruokakesko	Ruokakesko
Energiaa, kJ / 100 g						1275 (tiiviste)	5 (valmista juomaa)
Proteiineja, g						0	0
Rasvaa, g						0	0
Tyydyttyneitä rasvahappoja, g							
Hiilihydraatteja, g						75	0,3
josta sokereita, g	10 % sokeria				10		
Kuitua, g							
Natriumia, g							
Marjalaji(t)	Puolukka	Puolukka	Karpalo	Karpalo	Mansikka	Mustaherukka	Vadelma
Täysmehua %	90	100	90	100	90	95	2
Väittäjä(t)	Kevyesti sokeroitu	Makeuttamaton, ei lisättyä sokeria tai makeutusaineita		Makeuttamaton	Kevyesti sokeroitu		Kevyt
Väittämän ravintoaine, g tai µg							
Marjojen kuvat (laji ja osuus pinta-alasta)	Puolukka. Alle puolet	Puolukka. Alle puolet	Karpalo. Alle puolet	Karpalo. Alle puolet	Mansikka. Alle puolet	Mustaherukka. Alle puolet	Vadelma. Noin puolet
Pakkauksen väri(t)	Punainen, vihreä, valkoinen	Vihreä, punainen, valkoinen	Punainen, valkoinen, vihreä	Vihreä, valkoinen, punainen	Valkoinen, vihreä, punainen	Sininen, mustansininen	Punainen

Tuote	Sepón mansikka-punaherukkamehu	Sepón mustaherukkamehu	Sepón punaherukkamehu	Perinteinen mustaherukkamehu	Ekströms vanhanajan mustaherukkamehu	Pro viva marja-juoma mustikka	Pro viva marja-juoma ruusunmarja
Valmistaja	Seppo Huuskonen	Seppo Huuskonen	Seppo Huuskonen	Marli	Procordia food	Skånemejerier	Skånemejerier
Energiaa, kJ / 100 g					20 (valmista juomaa)	200	200
Proteiineja, g					< 0,5	< 0,5	< 0,5
Rasvaa, g					< 0,5	< 0,1	< 0,1
Tyydyttyneitä rasvahappoja, g						< 0,1	< 0,1
Hiilihydraatteja, g					1,3	11	12
josta sokereita, g					1,2	10	11
Kuitua, g					< 0,5	< 0,5	< 0,5
Natriumia, g					0,01	0,01	0,01
Marjalaji(t)	Mansikka, punaherukka	Mustaherukka	Punaherukka	Mustaherukka	Mustaherukka	Mustikka	Ruusunmarja
Täysmehua %	65	65	65	60	43,7	10	14
Väittäjä(t)					Sokeroimaton	Sisältää hyödyllisen bakteerikannan	Sisältää hyödyllisen bakteerikannan
Väittämän ravintoaine, g tai µg						C-vitamiini 35 mg, 50 miljoonaa LP 299 v bakteeria / 1 ml	C-vitamiini 35 mg, 50 miljoonaa LP 299 v bakteeria / 1 ml
Marjojen kuvat (laji ja osuus pinta-alasta)	Mansikka, punaherukka. Alle puolet	Mustaherukka. Alle puolet	Punaherukka. Alle puolet	Mustaherukka. Alle puolet	Mustaherukka. Alle puolet	Mustikka. Noin puolet	Ruusunmarja. Noin puolet
Pakkauksen väri(t)	Valkoinen, keltainen, vihreä, punainen	Valkoinen, keltainen, vihreä, punainen	Valkoinen, keltainen, vihreä, punainen	Valkoinen, mustansininen	Valkoinen, sininen, mustansininen	Sininen	Oranssi

(jatkuu)

(Jatkuu liite 10)

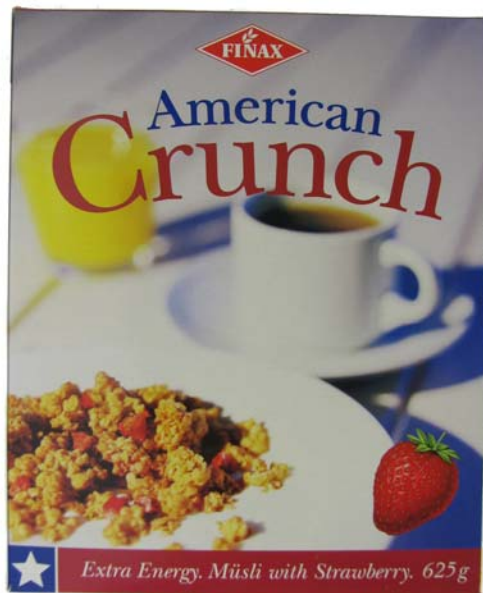
Tuote	Karpalotäysme- hu	Puolukkame- hujuoma	Rainbow Karpalo- mustaherukka- juoma	Mansikka- juoma	Multivita- miinijuoma	Rainbow Mustahe- rukkame- hutiiviste	VipMix mansikka- juomatiiviste
Valmistaja	Kaskein marja Ky	Riitan herkku / Härmä food	Inex partners	Vip- juicemaker	Vip-juicemaker	Inex partners	Vip-juicemaker
Energiaa, kJ / 100 g	150	83,6	190	170	173	210	26
Proteiineja, g	0	< 0,1	< 1	< 1	< 1	< 1	< 0,5
Rasvaa, g	< 0,5	< 0,7	0	< 1	< 1	0	0
Tyydyttyneitä rasvahappoja, g							
Hiilihydraatteja, g	8,6	4,9	11	9,6	10	11	1,5
josta sokereita, g							
Kuitua, g							
Natriumia, g							
Marjalaji(t)	Karpalo	Puolukka, kaarnikka	Mustaherukka, karpalo	Mansikka	Karpalo, mustaherukka	Mustahe- rukka	Mansikka
Täysmehua %	100	10	?	8,5	5	70	?
Väittäjä(t)		Kevyt	Monivitami- noitu				
Väittämän ravin- toaine, g tai µg			C-vitamiini 9 mg, niasiini 2,7 mg, panto- teenihappo 0,9, B6 0,3 mg, foolihappo 30 µg		C-vitamiinia 9 mg, niasiini 2,7, pantoteenihap- po 0,9 mg, B6 0,3 mg		
Marjojen kuvat (laji ja osuus pinta-alasta)	Karpalo. Alle puolet	Puolukka. Noin puolet	Karpalo, mustaherukka. Noin puolet	Mansikka. Noin puolet	Karpalo, mustaherukka. Noin puolet	Mustahe- rukka. Alle puolet	Ei
Pakkauksen väri(t)	Valkoinen, punainen	Punainen, vihreä	Violetti, mustansininen, punainen, vihreä	Vihreä, punainen	Sininen, punainen, mustansininen	Sininen, mustansi- ninen	Punainen

LIITE 11 Marja-aromilla maustettujen mehujen ravintosisältö

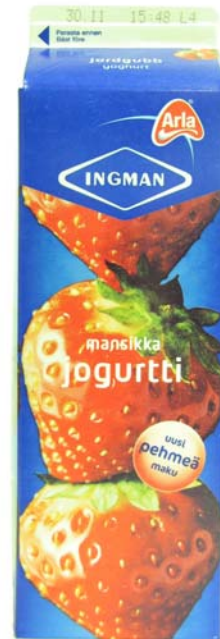
Tuote	Rainbow vadelman ja mansikan makuinen juomatiiviste light	Juicy light metsämarja	Juicy light mansikka	Juicy light vadelma	Fun light metsämarjan makuinen juomatiiviste
Valmistaja	Inex partners	Herkkumaa Oy	Herkkumaa Oy	Herkkumaa Oy	Procordia food
Energiaa, kJ / 100 g	4 (valmista juomaa)	3 (valmista juomaa)	3,7 (valmista juomaa)	3,8 (valmista juomaa)	4 (valmista juomaa)
Proteiineja, g	< 0,1	0	0	0	0
Rasvaa, g	0	0	0	0	0
Tyydyttyneitä rasvahappoja, g					
Hiilihydraatteja, g	0	0	0,1	0,1	0,2
josta sokereita, g					0
Kuitua, g					
Natriumia, g					0,01
Marjalaji(t)	Aromit	Aromit	Aromit	Aromit	Aromit
Täysmehua %	0	0	0	0	0
Väittäjä(t)	Sokeroimaton	Sokeriton	Sokeriton	Sokeriton	Sokeriton, Sisältää makeutusaineita
Väittämän ravintoaine, g tai µg					
Marjojen kuvat (laji ja osuus pinta-alasta)	Ei	Ei	Ei	Ei	Ei
Pakkauksen väri(t)	Punainen	Lila, pinkki	Punainen	Punainen	Lila

Tuote	Fun light vadelma	Fun light mansikka	Tropic O'light mansikka-mustikka	Tropic O'light metsämansikanmakuinen juomatiiviste	Tropic O'light vadelma
Valmistaja	Procordia food	Procordia food	Marli	Marli	Marli
Energiaa, kJ / 100 g	4 (valmista juomaa)	4	2 (valmista juomaa)	2	2
Proteiineja, g	0	0	0	0	0
Rasvaa, g	0	0	0	0	0
Tyydyttyneitä rasvahappoja, g					
Hiilihydraatteja, g	0,2	0,2	0	0	0
josta sokereita, g		0	0	0	0
Kuitua, g					
Natriumia, g	0,01	0,01	0,002	0,002	0,002
Marjalaji(t)	Aromit	Aromit	Aromit	Aromit	Aromit
Täysmehua %	0	0	0	0	0
Väittäjä(t)	Sokeriton, sisältää makeutusaineita	Sokeriton, sisältää makeutusaineita	Sokeriton	Sokeriton	Sokeriton
Väittämän ravintoaine, g tai µg					
Marjojen kuvat (laji ja osuus pinta-alasta)	Ei	Ei	Ei	Ei	Ei
Pakkauksen väri(t)	Punainen	Punainen	Lila	Puna-oranssi	Pinkki

LIITE 12 Esimerkkejä pakkauksista



Pakkaus, jossa tuote, marja sekä kattausta näkyvillä



Pakkaus, jossa sininen pohjaväri korostaa punaisia marjoja



Pakkaus, jonka pinta-alasta yli puolet marjojen kuvia



Pakkaus, jossa marjoja ja luonnonaineksina karpalon lehtiä



Pakkaus, jossa vastavärit vihreä - punainen