



Elintarvikepakkaukset kuluttajien näkökulmasta


Toni Rynnänen / Ruralia-instituutti

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Ruralia-instituutti / Toni Rynnänen

www.helsinki.fi/ruralia

10.10.2017 1



Esityksen aiheita

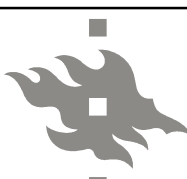
- Tarkastellaan pakkauksiin liittyviä tekijöitä kulutus- ja markkinointitutkimuksen näkökulmasta (Rynnänen ja Hakatie 2013; 2014; Rynnänen ja Rusko 2015; Rynnänen ym. 2016)
- Hieman kevyemmällä otteella kuluttajien käsityksiä luomupakkauksista
 - Esimerkkinä opiskelijoiden keräämä haastatteluaineisto – mitä kuluttajat liittävät luomuun ja luomupakkauksiin?
- Painotus elintarvikkeissa - hankintaketjuineen pakkausintensiivisin (n. 80% pakkauksista)

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Ruralia-instituutti / Toni Rynnänen

www.helsinki.fi/ruralia

10.10.2017 2



Pakkaustutkimus ja kuluttajat

- Valtaosa pakkaustutkimuksista liittyy materiaalien, logistiikan ja pakkausteknologian kehittämiseen
 - Kuljetuspakkaus - tuoterymäpakkaus - kuluttajapakkaus (myös muovikassit ja puulavat ovat pakkauksia)
- Luomun kuluttamiseen liittyvää tutkimusta on tehty, mutta luomupakkauksiin rajattua vain niukasti:
 - Luomukahvipakkausten ominaisuuksien vaikutus ostoaikomuksiin (Della & Suzana 2007)
 - Luomumerkkien vaikutus kuluttajien maksuhalukkuuteen (Janssen & Hamm 2012a; 2012b)
 - Luomuhedelmien ja -kasvien pakkaamattomuuden vaikutus kulutusvalintaan (Van Herpen ym. 2016)

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Ruralia-instituutti / Toni Ryyänen

www.helsinki.fi/ruralia

10.10.2017 3



Esimerkki pakkauksen vaikutuksesta: Tropicana

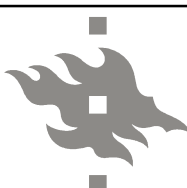


Kuvalähde: <http://ideasinspiringinnovation.wordpress.com/2010/03/01/logo-packaging-design-makeover-tropicana-orange-juice/>

Pakkauksen uudelleen muotoilun jälkeen Tropicana Pure Premium -tuoteryhmän myynti laski 1.1.-22.2.2009 välisenä aikana 20%. Yhtiö ilmoitti 23.2. vetävänsä uuden Peter Arnellin suunnitteleman pakkauksen pois markkinoilta. Tuote oli markkinoilla alle 2 kuukautta. (Advertising Age, April 2, 2009)

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

www.helsinki.fi/ruralia



Tutkimuksissa pakkauksiin liitetyjä tekijöitä

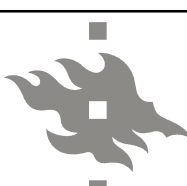
- Pakkauksella on useita itsestäänselvyyksinäkin pidettyjä toimintoja, jotka ovat joko logistiikka- tai markkinaohjautuvia (Rundh 2005)
 - Auttaa tuotteen löytämisessä kaupassa
 - Markkinoi tuotetta/brändiä
 - Informoi ja viestii sisällöstä
 - Mahdollistaa kuljetuksen; ei vie tilaa, painaa vähän
 - Suojaa tuotteen, pitää tuotteen sisällään, vähentää hävikkiä (myös: estää ilkkivaltaa, vähentää näpistyksiä)
 - Mahdollistaa helppokäyttöisyyden ja -annosteltavuuden
 - On helposti hävitettävä, kierrätettävä, materiaaleja säästävä...

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Ruralia-instituutti / Toni Ryyänen

www.helsinki.fi/ruralia

10.10.2017 5



Tutkimuksissa pakkauksiin liitetyjä tekijöitä

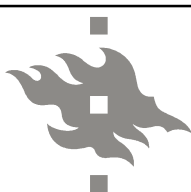
- Pakkaus on kiinteässä suhteessa tuotteen koettuun laatuun ja tuoteominaisuuksiin, ns. sensory transference -ilmiö
 - Mielikuva tai vaikutelma pakkauksesta on yhteydessä tuotemielikuvaan
- Kuluttaja ei välttämättä erottele tuotetta ja pakkausta toisistaan (symbioottinen suhde, holistinen kokonaisuus)
- Pakkaus on ensimmäinen kontaktipiste tai käyttöliittymä kuluttajan ja tuotteen välillä: pakkaus nähdään ensin ja siihen myös tartutaan ennen tuotetta (näkö- ja tuntoaistit)
- Pakkauksen rooli ostopäätöksessä? Ostoslista? Erään arvion mukaan n. 73% päivittäistavaran ostopäätöksistä tehdään ostohehkellä (Davison ja Connolly 1996)

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Ruralia-instituutti / Toni Ryyänen

www.helsinki.fi/ruralia

10.10.2017 6



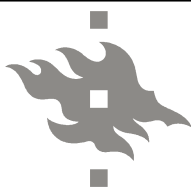
Esimerkki pakkauksen ja tuotteen välisestä ”symbioottisesta suhteesta” ja koetusta laadusta

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Ruralia-instituutti / Toni Ryyänen

www.helsinki.fi/ruralia

10.10.2017 7



Pakkausviestinnän tehokkuus: luomuvalmisruokasarja Englannista

Swaddles on yksi ONEfood -yrityksen brändeistä (ONE =
Organic, Natural and Ethical)



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

www.helsinki.fi/ruralia

Home | News | U.S. | Sport | TV&Showbiz | Femail | Health | Science | Money | RightMinds | Coffee Break | Travel | Columnists

News Home | Arts | Headlines | Pictures | Most read | News Board | Login

zalando
Klikkaa tästä!
Ilmainen toimitus!

Company director jailed for re-selling cheap supermarket food as expensive organic produce


By DAILY MAIL REPORTER
UPDATED: 17:27 GMT, 23 September 2009

Comments (6) | Share | Tweet | Like

The director of a food company which provided pies to an upmarket shop which supplies Buckingham Palace has been jailed for re-packaging cheap supermarket goods as organic.

Neil Stansfield, 51, bought food from non-organic sources including Tesco and Waitrose and sold it at twice the price netting £500,000 in his six-year fraud operation.

His firm Onefood - which stood for 'Organic, Natural and Ethical' - sold a £20 Waitrose salmon for £51 while pork pies bought from a local butcher for £1.30 were sold for £2.50.



© PUBLICITY PICTURE

Non-organic: Food from Onefood - who repackaged supermarket food and sold it as organic - could have ended up on the dinner table at Buckingham Palace

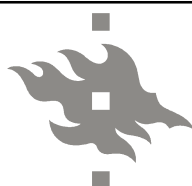
The non-organic pork pies were bought repackaged and shipped off to the London fine foods store Fortnum & Mason, which supplies the Royal Family at Buckingham Palace.

Toimitus 0€
Aye
Säästä jopa 60 %
KLIKKA A OSTOPKILLE

FEMAIL TODAY

- ▶ I'm shutting your butt down: Quentin Tarantino's TV rant at Krishnan Guru-Murti after refusing to answer questions over film violence
- ▶ Blue meets the deep blue! Beyoncé helps daughter take her first ocean steps on holiday in the Bahamas. Little Blue Ivy turned one on Monday
- ▶ You are a bully and desperate to make this public: Sharon Osbourne lashes out at Lady Gaga in open letter after singer criticised daughter Kelly
- ▶ Her big comeback! Adele snuggles her baby son to her chest as she prepares to perform at the Golden Globes. Arrived in LA on Thursday night

Try it for FREE for 60 Days



Tutkimuksissa pakkauksiin liitettyjä tekijöitä

- "Pakkauskokonaisuus" muodostuu rakenteellisista ja visuaalisista elementeistä (Silayoi ja Speece 2007; Rynnänen ja Hakatie 2013; 2014)
 - Rakenne (3D): pakkausmateriaali ja pakkauksen (tunnistettava) muoto
 - Visuaalisuus (2D): grafiikka ja tuoteinformaatio
- Pakkauksella on kaksi "totuuden hetkeä" – osto ja käyttö (Löfgren ym. 2008)
 - Pakkaus tulee "näkyväksi" kuluttajille näissä tilanteissa. Eriytyneitä toimintoja
- Pakkaus on kustannustehokas markkinointikanava – suunnitellaan joka tapauksessa, tulee "kutsuttuna" kuluttajien kotiin, on läsnä arjessa

Pakkausten rakenteelliset ja visuaaliset tekijät

Tuoteperheen nimi

Värimaailma

Kuvamaailma

Brändin nimi/logo

Pakkauksen rakenne

Pakkauksen materiaali

Tekstit /FONTIT

Graafiset elementit
Piirrokset/taulukot

Sommittelu

Lähde: Annaleena Hakatie / VersoFinland

Aistien yhdistäminen tuottaa rikkaamman kokemuksen

SALT

SOUR

SWEET

BITTER

UMAMI

HELSINGIN YLIOPISTO
 HELSINGFORS UNIVERSITET
 UNIVERSITY OF HELSINKI

Lähde: Annaleena Hakatie / VersoFinland
www.helsinki.fi/ruralla
10.10.2017 12

		<p>Kumpi on parempi: kuva oikealla vai vasemmalla?</p> <hr/> <p>Oikealla (Deng & Kahn 2009; Silayoi & Speece 2007) vs. vasemmalla (Rettie & Brewer 2000; Otterbring ym. 2013)</p>
		
		
		
		

www.helsinki.fi/ruralia 10.10.2017 13

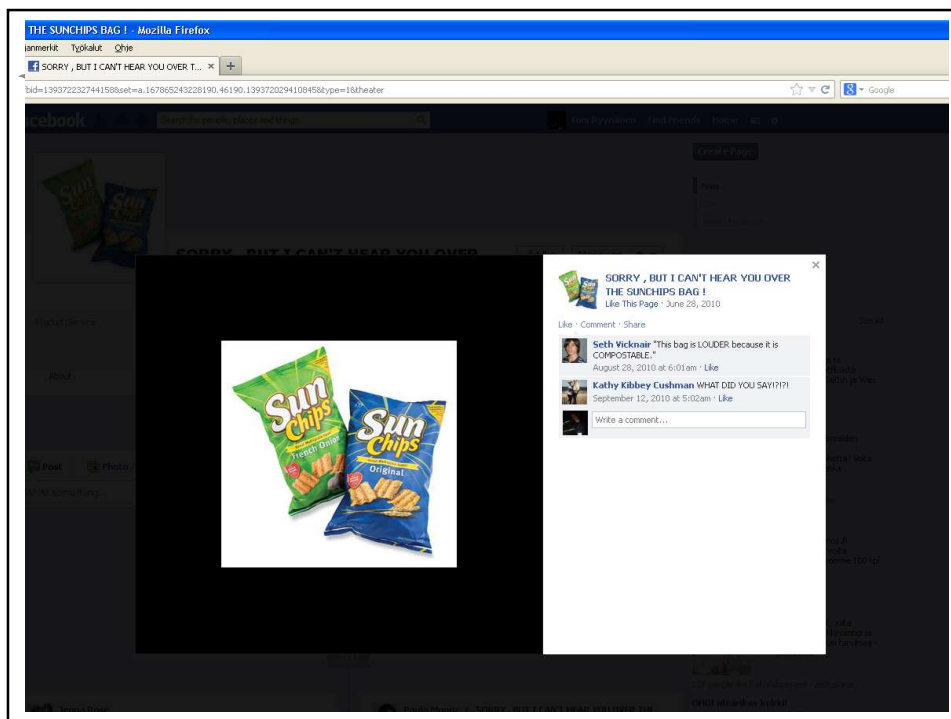


Case SunChips – kuinka ennakoida...

Pakkauksen uudelleen suunnittelun jälkeen Frito-Lay SunChipsien myynti tippui 11%. Pussista lähtevää ääntä (johtuu erityisestä pussia jäykentävästä molekyylirakenteesta) on verrattu aina ruohonleikkureista suihkukoneisiin.

Aiheen ympärille perustettiin myös Facebook -ryhmä nimellä: "Sorry But I Can't Hear You Over This SunChips Bag." (USA Today, April 4. 2010)

www.helsinki.fi/ruralia





Esimerkki pakkausten ”muotijärjestelmästä”
(fashion system of packaging, Ryynänen & Rusko 2015)

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Ruralia-instituutti / Toni Ryynänen

www.helsinki.fi/ruralia

10.10.2017 16



Lahden AMK:n pakkausmuotoilun opiskelijoiden tekemät haastattelut

-

Mitä kuluttajat liittävätkin luomuun ja luomupakkauksiin?

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

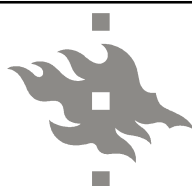
Ruralia-instituutti / Toni Ryyänen

www.helsinki.fi/ruralia

10.10.2017 18




© Esko Pyysalo 2012



Lahden AMK:n opiskelijoiden tekemät haastattelut

- 11 Lahden muotoiluinstituutin neljännen vuoden opiskelijaa toteutti syksyllä 2012 yhteensä 33 teemahaastattelua osana tulevaisuudentutkimus -kurssia
 - Millaisia tekijöitä kuluttajat liittävätkin haastateltaessa luomuun?
 - Miten kuluttajat kertovat kokevan luomupakkaukset?
 - Mitä luomupakkauksessa pitäisi olla/ei saisi olla haastateltujen kuluttajien mukaan?


Opiskelijat hyödynsivät haastattelujen tuloksia valitsemansa elintarvikepakkauksen luomuversion suunnittelemisessa (tuotteen sai valita vapaasti)



Haastattelut ja luomupakkaus

- Haastatteluissa esiintyneitä tekijöitä. Luomupakkaukset tunnistetaan:
 - Luomumerkistä, merkinnästä kaupanhyllyssä
 - ”Pakkauksesta yritetty tehdä luonnollisen näköinen”, ”maanläheinen logo”, ”maalaismainen ilme”, ”Erotuu muista pakkauksista yksinkertaisuudellaan”
 - ”Vihree tule heti mieleen”, ”Ruskee ja pahvi”, ”Luonnon värit ja sävyt”
 - ”Mut se olis tosi hauska jos ois joku tällainen luonnonsävy ja, jonka kanssa ois sitten joku trendikkäämpi joku neonväri tai joku...”
 - ”On pakattu uusiopaperiin tai raakapahvipakkaukseen”
 - ”Ei juuri mistään – näyttää samalta kuin muut”; ”Osa pakkauksista täysin samoja, jossain lukee pienellä 'eco' tai jotain”


HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI
Ruralia-instituutti / Toni Ryyänen
www.helsinki.fi/ruralia
10.10.2017 21



Haastattelut ja luomupakkaus

- Miltä luomupakkaus ei ole tai miltä se ei näytä:
 - ”Epäympäristöystävälliseltä”
 - Ylihienosti pakatulta
 - Ei näytä high-endiltä vs. ei näytä halvalta (vastakohtat?)
 - Ei ole pakattu moneen eri materiaaliin, ei muovia (pakattu ”luonnolliseen” materiaaliin)
 - Ei kirkkaita värejä, kiiltäviä pintoja ja moderneja asetelmia tuotekuivissa
 - ”Ei tehty kiiltävästä materiaalista, sellaisesta mistä ei heti tunnista mistä materiaalista pakkaus on tehty”
 - ”Ei vois olla mustaa, näyttää saastuneelta”, ”Punainen ei tuu ekana mieleen”, ”Ei vaaleanpunaista”, ”Ei ole poikkeavan väristä” (eli jotain muuta kuin vihreä tai ruskea)
 - ”Ei kotikutoisen näköistä”, ”Ei tylsiä pakkauksia”
 - ”Luomun täytyy aina näyttää joltain Marita-kerhossa käsintehdyiltä. Ja vähän nuhjuiselta?”

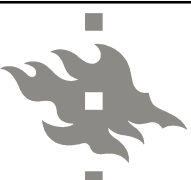
HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI
Ruralia-instituutti / Toni Ryyänen
www.helsinki.fi/ruralia
10.10.2017 22



Haastattelut ja luomupakkaus

- "Perinteiset kierrätyskartonki- ja vihreän sävytteinen ilme voivat aiheuttaa vastareaktioita kuluttajissa...", "Luomu saattaa näyttää liian 'hipiltä' ja karkottaa asiakkaita."
- Luomun 'liian' korkealaatuisen pakkausmielikuvan kielteisyys?
 - "Luomun asettaminen luksus-luokkaan voi olla esteenä luomutuotteiden siirtymiselle kohti koko kansan massamarkkinoita"
 - "Luomua on hankala nähdä itsestään selvytenä tulevaisuudessa, jos se eristetään omaksi 'parempien ihmisten' tuoteryhmäksi. Näin se vääjäämättä edesauttaa ylläpitämään vaihtoehtoroolia kuluttajien silmissä"
 - "Selkeää visuaalista suuntaa saatetaan hyväksikäyttää mm. viherpesussa"

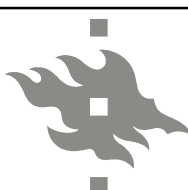
HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI
Ruralia-instituutti / Toni Ryyänen
www.helsinki.fi/ruralia
10.10.2017 23



Haastattelut ja luomupakkaus

- Vasta-alkajat vs. luomutietoiset – "Luomutietoiset vierastavat kotikutoisuutta ja 'luomumaisuutta', kun taas vasta-alkajaa ne kiehtovat"
- "Luomulla hifistely on kyllä negatiivista", "luomulla hienostelu on luoltaan työntävää"
- Leimaantuminen vs. erottuminen
 - "Leimaantuminen hipiksi" vs. identiteetin aktiivinen rakentaminen
 - "[joku voi ostaa luomua] näyttääkseen paremmalta kuluttajalta", "Saadakseen hyvän omantunnon", "Koska siitä tulee hyvä mieli", "Tulee hyvä mieli ja saan paremman omantunnon". Myös: "Omantunnon tuskat"

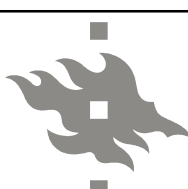
HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI
Ruralia-instituutti / Toni Ryyänen
www.helsinki.fi/ruralia
10.10.2017 24



Haastattelut ja luomupakkaus

- Isojen vs. pienien tuottajien tukeminen?
- ”Välillä tuntuu ristiriitaiselta ostaa Valion ja Pirkan tuotteita, sillä samalla tuen - en ainoastaan heidän luomutuotantoaan - vaan myös muita tuoteryhmiä, jotka eivät välttämättä ole luomua nähneetkään.”

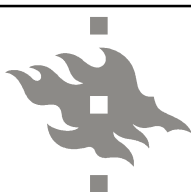
HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI
Ruralia-instituutti / Toni Ryyänen
www.helsinki.fi/ruralia
10.10.2017 25



Haastattelut ja luomupakkaus

- ”Itse olen ollut kaupan vihannestiskillä, jossa lähes kaikki luomutuotteet on pakattu muoviin tai yksittäispakattu, esim. kesäkurpitsat. Ne kesäsesongin tuotteet, joita ei ole pakattu näin tuntuvat siten enemmän luomulta, vaikka eivät sitä olisikaan.”
- ”Olin onnistunut ostamaan lähes kaiken luomuna ja minua nauratti kun hinnalla oli lähes kaikki pakkaukset jotain ruskeaa paperia tai vihreän väristä. Tuntui sille, kun olisin ostanut sellaisen ’hyvän ihmisen’ ostokset”
- **Pakkausten muotoa ei kommentoida lainkaan. Grafiikkaa vain vähän, mutta värejä ja materiaaleja sitäkin enemmän**

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI
Ruralia-instituutti / Toni Ryyänen
www.helsinki.fi/ruralia
10.10.2017 26



Esimerkki kurssilla muotoiluista pakkauksista

Case Sysmän luomumysli

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Ruralia-instituutti / Toni Ryyänen

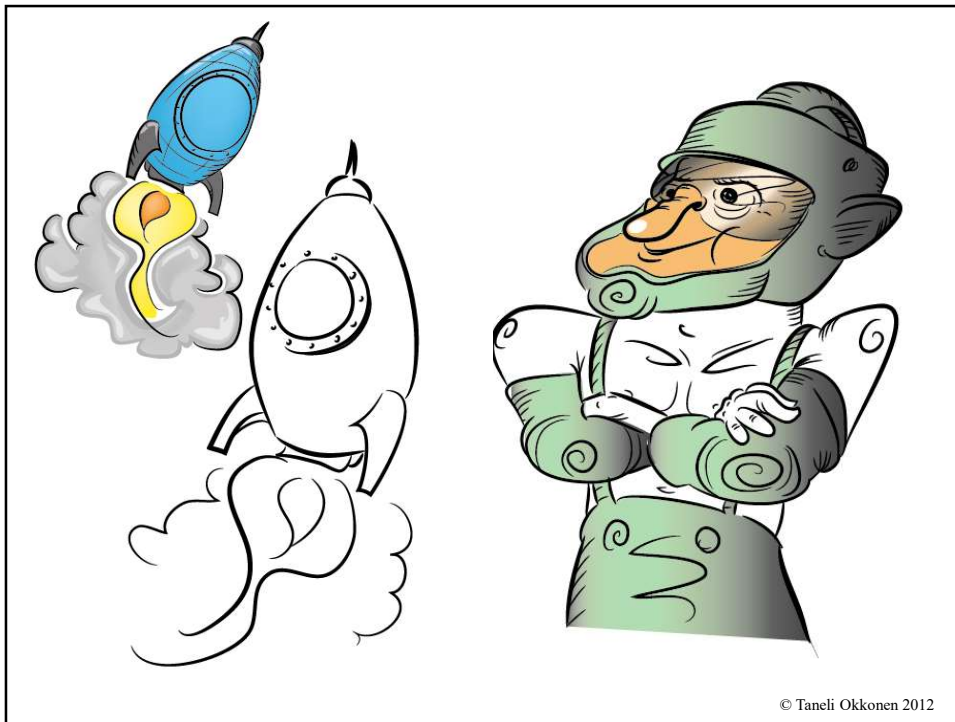
www.helsinki.fi/ruralia

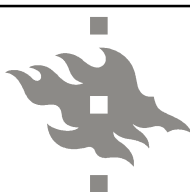
10.10.2017 27



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI





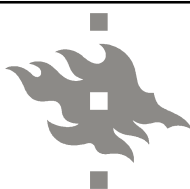


Tekesin Lohaspack -hankeen (2011-2014) aineistossa parhaiten menestyneet pakkaukset

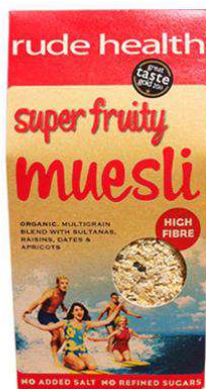


HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

www.helsinki.fi/ruralla

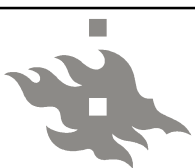


Tekesin Lohaspack -hankeen (2011-2014) aineistossa heikoiten menestyneet pakkaukset



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

www.helsinki.fi/ruralla



Yhteenveto

- Pakkausten perusfunktiot ovat vain lähtökohta – minimitaso
- Alihyödynnetty kilpailutekijä? Koetaanko välttämättömänä pahana?
- Viestintäkanava kuluttajarajapinnassa, edullinen markkinointiväline
- Pakkaus-tuoteyhdistelmä koetaan moniaistisesti – linjakuus suunnittelussa (miten esim. suunnitella tyylikkäästi halpaa?)
- Tuoteryhmien välillä eroa – ei yksiselitteistä kaavaa pakkausten kehittämiseen
- Silent salesman vs. toimivuus käytössä? Mieluiten molemmat...
- MAYA – sopivan uusi ja yllättävä, mutta silti tuttu ja turvallinen?
- Asiyhteyksien ymmärtäminen: punainen voi merkitä kieltoa tai vaaraa, olla romanttinen väri tai viitata Coca-Colaan – merkityssuhteita voi myös aktiivisesti luoda kuluttajille

HELSINGIN YLIOPISTO
 HELSINGFORS UNIVERSITET
 UNIVERSITY OF HELSINKI

 Ruralia-instituutti / Toni Ryynänen

 www.helsinki.fi/ruralia

 10.10.2017 35



Kiitos!


toni.ryynanen@helsinki.fi
 +358 50 311 9398

HELSINGIN YLIOPISTO
 HELSINGFORS UNIVERSITET
 UNIVERSITY OF HELSINKI

 Ruralia-instituutti / Toni Ryynänen

 www.helsinki.fi/ruralia

 10.10.2017 36



Lähteitä

Connolly, A. & Davison, L. (1996), "How does design affect decisions at point of sale?", *The Journal of Brand Management*, 4(2), 100-107.

Deng, X. & Kahn, B. (2009), Is Your Product on the Right Side? The "Location Effect" on Perceived Product Heaviness and Package Evaluation, *Journal of Marketing Research*, 46(6), 725-738.

Janssen, M. & Hamm, U. (2012a), The mandatory EU logo for organic food: consumer perceptions, *British Food Journal*, 114(3), 335-352.

Janssen, M., & Hamm, U. (2012b). Product labelling in the market for organic food. Consumer preferences and willingness-to-pay for different organic certification logos, *Food Quality and Preference*, 25, 9–22.

Löfgren, M., Witell, L. & Gustafsson, A. (2008), Customer satisfaction in the first and second moments of truth, *Journal of Product and Brand Management*, 17(7), 463-474.

Otterbring, T., Wästlund, E., Gustafsson, A. & Shams, P. (2013), *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(5), 676-684.

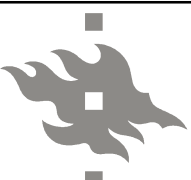
Rettie, R. & Brewer, C. (2000), The verbal and visual components of package design", *Journal of Product and Brand Management*, 9(1), 56-70.

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Ruralia-instituutti / Toni Rynnänen

www.helsinki.fi/ruralia

10.10.2017 37



Lähteitä

Rynnänen, T. & Hakatie, A-L. (2013), Low involvement, low price and low quality image renegotiated – a case study of staple food package design, *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 23(2), 1-16.

Rynnänen, T. & Hakatie, A-L. (2014), We must have the wrong consumers – a case study on new food product development failure, *British Food Journal*, 116(4), 707-722.

Rynnänen, T. & Rusko, E. (2015), Professionals' view of consumers' packaging interactions – a narrative analysis, *Packaging Technology and Science*, 28(4), 341-355.

Rynnänen, T., Joutsela, M. & Heinonen, V. (2016), "My Grandfather kept one of these tins on top of the bookshelf": Consumers' recalled experiences involving packaging, *Qualitative Market Research*, 19(1), 4-26.

Rundh, B. (2005), "The multi-faceted dimension of packaging: marketing logistics or marketing tool?", *British Food Journal*, 107(9), 670-684.

Silayoi, P. & Speece, M. (2007), The importance of packaging attributes: a conjoint analysis approach, *European Journal of Marketing*, 41(11/12), 1495-1517.

van Herpen, E., Immink, V. & van den Puttelaar, J. (2016), Organics unpacked: The influence of packaging on the choice for organic fruits and vegetables, *Food Quality and Preference*, 53, 90-96.

HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Ruralia-instituutti / Toni Rynnänen

www.helsinki.fi/ruralia

10.10.2017 38