

Elintarvikkeen ostopäätökseen vaikuttavat elintarvike- merkinnät

Annette Takko



Tekijä(t) Annette Takko	
Koulutusohjelma Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma	
Opinnäytetyön nimi Elintarvikkeiden ostopäätökseen vaikuttavat tiedot	Sivu- ja liitesivumäärä 40 + 3
<p>Opinnäytetyö käsittelee elintarviketietoasetuksen johdosta tulleita muutoksia pakkaamattomien ja pakattujen elintarvikkeiden merkinnöissä. Työssä käsitellään voimassa olevia pakkausmerkintöjä pakatuista elintarvikkeista sekä säädöksiä koskien pakkaamattomien elintarvikkeiden merkitsemistä niin vähittäiskaupassa kuin esimerkiksi tarjoilupaikoissa Suomessa sekä muualla maailmassa, pääsääntöisesti Yhdysvalloissa. Yhdysvallat valittiin työhön vertailun vuoksi, sillä maassa on käytössä ketjuravintoiloissa käytäntö, jonka mukaan ruokalistoilla ja menuvaluilla pitää olla tarjolla kuluttajille tietoa tuotteiden ravintosisällöstä.</p> <p>Tässä työssä haluttiin myös selvittää, olisiko suomalaisten kuluttajien mielestä syytä sille, että Suomessa ravintoloiden ja kahviloiden pitäisi tarjota vastaavaa tietoa asiakkailleen. Työn tarkoituksena oli selvittää, mitä kuluttajat pitävät elintarvikkeen suhteen tärkeänä tehdessään ostopäätöksiä sekä kuinka tietoa on heidän mukaan saatavilla ja kuinka se tulisi esittää. Tutkimustulosten seurauksena voi tarjota vinkkejä alan toimijoille siitä, kuinka tietoja voisi asiakkaille tarjota mahdollisimman tehokkaasti ja huomattavalla tavalla.</p> <p>Tutkimuksessa selvitettiin, mitkä tiedot elintarvikkeista vaikuttavat eniten kuluttajan ostopäätökseen, mikä on kuluttajan näkökulmasta paras tapa tuoda elintarviketiedot esille ja viimeisenä, ovatko kuluttajat huomanneet uuden elintarviketietoasetuksen ja kuinka heidän mielestään tietoa on ollut saatavilla. Kvantitatiivinen tutkimus suoritettiin syksyllä 2015 puolistrukturoitujen haastattelujen avulla Tallinnanaukiolla Helsingin Itäkeskuksessa.</p> <p>Haastatteluihin vastasi kaikkiaan 66 henkilöä. Tutkimuksessa selvisi, että tärkein ostopäätökseen vaikuttava elintarvikemerkintä oli elintarvikkeen ravintosisältö, tarkemmin energiasisältö. Toiseksi tärkeimmäksi nousi ainesosaluettelo ja yksittäisten raaka-aineiden osuus elintarvikkeesta.</p> <p>Haastatelluista yli puolet oli huomannut, että pakkaamattomista elintarvikkeista annetaan nykyään tietoa tuotteiden läheisyydessä, mutta heistä noin puolet oli sitä mieltä, että tiedon luettavuudessa on haasteita. Selvisi, että kaikissa vähittäiskaupoissa tiedot eivät ole samalla tavalla esillä ja toiset esittävät tiedot selkeämmin kuin toiset.</p> <p>Vastaajien mukaan paras tapa tuoda tiedot esille oli esittää ne kirjallisesti tuotteen välittömässä läheisyydessä. Muutama vastaaja halusi tiedot suullisesti pyydettyä, sillä sanoi näkökyvyn olevan liian heikko suhteessa pienellä painettuun tekstiin koskien tuotteen tietoja.</p> <p>Hieman alle puolet vastaajista oli sitä mieltä, että kahviloiden ja ravintoloiden pitäisi esittää tuotteidensa ja annostensa tiedot ruokalistoilla, menuvaluilla tai erikseen pyydettyä. Kuluttajat ovat tietoisia siitä, että ravintolassa ja kahvilassa nautittu ruoka on energiapitoista, mutta he kaipaavat silti lisätietoa myös ruoan sisältämisestä aineksista ja allergeeneista ja yliherkkyyttä aiheuttavista ainesosista.</p>	
Asiasanat Elintarvike, pakkausmerkintä, elintarvikelainsäädäntö	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Merkintämääräykset Suomessa	3
2.1	Yleistä merkintämääräyksistä.....	3
2.2	Säännöt koskien pakkausmerkintöjä	4
2.3	Pakkaamattomien elintarvikkeiden merkinnät	5
2.4	Ainesosaluettelon laatiminen ja ohjeistus	8
2.5	Ravintoarvotietojen ilmoittaminen	11
2.6	Vapaaehtoiset merkinnät	12
2.7	Vastuu merkintöjen tekemisestä	13
3	Elintarvikkeiden merkinnät muualla maailmassa	14
3.1	Merkintämääräykset yhdysvaltalaisissa ketjuravintoloissa	15
3.2	Merkintämääräyksiä toimivuus ja vaikutukset.....	17
4	Tutkimus syksyllä 2015	21
4.1	Tutkimuksen tavoite ja alaongelmat	21
4.2	Tutkimuksen toteutus, haastattelu ympäristö ja haastateltavat	21
4.3	Puolistrukturoitu haastattelu lähestymistapana tutkimukseen.....	22
4.4	Aineiston analysointi	25
5	Tulokset	26
5.1	Kuluttajan ostopäätökseen vaikuttavat tiedot elintarvikkeesta	26
5.2	Kuinka tiedot pitäisi esittää kuluttajien mukaan	29
5.3	Elintarviketietoasetuksen huomioiminen ja tiedon saatavuus kuluttajan näkökulmasta.....	32
6	Johtopäätökset ja pohdinta.....	35
	Lähteet	40
	Liitteet.....	42
	Liite 1. Haastattelulomake	42
	Liite 2. Apulomake haastattelun tueksi	44

1 Johdanto

Opinnäytetyö käsittelee pakattujen ja pakkaamattomien elintarvikkeiden merkintöjä ja niistä annettavia ja saatavia tietoja. Huhtikuussa 2015 astui voimaan yleiset elintarvikemerkinnät, joiden johdosta myös pakkaamattomista elintarvikkeista on oltava tarjolla kuluttajalle tietoa muun muassa tuotteesta, sen sisältämistä ainesosista, allergeeneista ja intoleransseja aiheuttavista aineista sekä elintarvikkeen alkuperämaasta. Vuoden 2016 joulukuussa astuu myös kaikkien elintarvikkeiden ravintoarvomerkinnot pakollisiksi. (Maa- ja metsätalousministeriö 2014a). Elintarvikelainsäädännön tarkoituksena on suojata ja valvoa kuluttajien etua ja tukea tiedon antamista kuluttajille. Tietoa pitää olla tarjolla myös esimerkiksi kahviloissa ja ravintoloissa, joten elintarviketietojen merkitseminen ylös niiden todentamisen kannalta on tärkeää, mikäli tietoja ei kirjata tuotteen läheisyyteen. Tässä opinnäytetyössä etsitään vastauksia kolmeen tutkimusongelmaan. Puolistrukturoitujen haastattelujen avulla selvitetään kuluttajien näkemyksiä siitä, mitkä elintarvikkeen tiedoista vaikuttavat eniten ostopäätöksiä tehdessä, kuinka elintarviketiedot pitäisi ilmoittaa ja ovatko haastateltavat huomanneet uuden elintarviketietoasetuksen ja kiinnittäneet huomiota muun muassa pakkaamattomien elintarvikkeiden merkintöihin.

Suuri osa pakkaamattomista elintarvikkeista toimitetaan suurtalouksille ja vähittäismyyntipaikoille, jotka myyvät tuotetta eteenpäin. Siksi on tärkeää, että seuraavassa myyntipaikassa tiedetään elintarviketta koskevat tiedot, sillä kuluttajilla on erilaisia ruokavaliota rajoittavia tekijöitä, kuten allergioita ja yliherkkyyksiä. (Evara 2014, 30–31.) Aihe on ajankohdainen myös siksi, että kuluttajat osaavat vaatia puhtaampaa ruokaa, ovat tietoisempia terveellisestä ruokavaliosta sekä usein pyrkivät välttämään suuria määriä lisä- ja säilöntäaineita.

Tietojen tarjoaminen lisää läpinäkyvyyttä elintarvikealan yritysten toiminnassa ja tarjoaa työkaluja ja lisätietoa kuluttajille päätöksenteossa terveellisemmän elämäntavan suhteen. Kun puhutaan pakkaamattomasta elintarvikkeesta, tarkoitetaan myyntipaikassa asiakkaan itse pakkaamaa, asiakkaan pyynnöstä pakattua tai valmiiksi myyntipaikassa välitöntä myyntiä varten pakattua elintarviketta. Välittömällä myynnillä tarkoitetaan myyntiä, joka tapahtuu 24 tunnin kuluessa elintarvikkeen pakkaamisesta. (Evara 2014, 10.) Elintarvikelain (23/2006) mukaan elintarvikkeen tiedot eivät saa antaa väärää kuvaa elintarvikkeen ominaisuuksista, koostumuksesta, luonteesta, määrästä, säilyvyydestä tai alkuperämaasta ja siitä annettavat tiedot on oltava totuudenmukaista ja riittävää.

Tutkimus suoritettiin syksyllä 2015 jalkautumalla Tallinnanaukiolle Helsingin Itäkeskukseen ja keräämällä kuluttajilta vastauksia puolistrukturoidun haastattelun avulla. Kuluttajina tutkimuksessa olivat elintarvikkeiden suhteen kaikenikäiset ostopäätöksiä tekevät naiset ja miehet. Tutkimus suoritettiin kvantitatiivista menetelmällä käyttäen apuna Webropol-ohjelmaa. Avoimet vastaukset analysoitiin manuaalisesti etsimällä vastauksista yhteneväisyyksiä, uusia näkökulmia ja ideoita esimerkiksi elintarviketietojen esittämistavoille. Kyselyllä haluttiin tutkia, mitkä elintarvikkeen tiedoista vaikuttavat eniten kuluttajan ostopäätökseen, mikä on kuluttajan näkökulmasta paras tapa tuoda elintarvikkeiden tiedot esille ja ovatko kuluttajat huomanneet elintarviketietoasetuksen ja kuinka tietoa on heidän mukaan ollut saatavilla. Tutkimuksessa selvitettiin myös vastaajien mielipiteitä siitä, tarvitseeko kahvilassa ja ravintolassa nautituista ruuista ja aterioista ilmoittaa tuotetiedot ja miten kyseiset tiedot tulisi esittää. Tutkimus avaa kuluttajien näkemyksistä koskien elintarviketietoasetusta ja antaa arvokasta tietoa myös elintarvikkeiden parissa vähittäismyyntipaikoissa sekä tarjoilupaikoissa (ravintolat, kahvilat, henkilöstöravintolat ja pikaruokapaikat) työskenteleville henkilöille. Tietoa pitää tarjota, mutta missä muodossa sitä halutaan vastaanottaa? Elintarviketietojen esille asettaminen esimerkiksi ravintoloiden ruokalistoilta tai kahviloissa tuotteiden läheisyyteen vitriineihin on hankalaa, vie aikaa ja aiheuttaa kustannuksia. Tutkimuksessa kysyttiin kuluttajilta, että onko heidän mielestään tarpeellista, että kahviloissa ja ravintoloissa tiedot ovat luettavissa ja minkälaisessa muodossa ne tulisi esittää. Näkökulma otettiin mukaan tutkimukseen, sillä tiedon vastaanottaminen on kaikista tehokkainta, kun se vastaa kysyntään.

Tärkeimpiä lähteitä työssä ovat Eviran elintarviketieto-oppaat, Maa- ja metsätalousministeriön virtuaaliset luentomateriaalit sekä ulkomaiset tutkimukset ja artikkelit koskien merkintämääräyksiä ja niiden tutkittua tehokkuutta ruokavalioon muualla maailmassa, eritoten Yhdysvalloissa. Yhdysvalloissa on käytäntö, jonka mukaan ravintolaketjujen, joihin kuuluu yli 20 toimipistettä, on tarjottava asiakkailleen tuotteistaan ravintosisältötiedot. Tässä opinnäytetyössä käsitellään kyseisen käytännön toimivuutta ja vaikutuksia Yhdysvalloissa ja pohditaan haastatteluista saatujen tulosten nojalla samankaltaisen käytännön toimivuutta ja kannatusta Suomessa. Liitteinä opinnäytetyössä on tutkimuksessa käytetty haastattelulomake sekä haastattelussa apuna käytetty kuvallinen lomake, jossa on esimerkit ravintoarvotiedoista, ”parasta ennen”-päivämäärästä sekä ainesosaluettelosta. Kuvallisen lomakkeen avulla karsitaan väärinymmärryksiä ja sekaannuksia haastattelutilanteissa, mikäli haastateltavalle on epäselvää, mitä tarkoitetaan, kun puhutaan ainesosa- tai ravintoarvoluettelosta.

2 Merkintämääräykset Suomessa

Elintarvikelainsäädännön on suojattava kuluttajien etuja ja tarjottava apua elintarvikevalintojen tekemiseen tukemalla tiedon antamista kuluttajalle. Elintarvikeasetuksen 8 §:n mukaan sen tehtävänä on estää vilpilliset menettelyt, elintarvikkeiden väärentäminen ja kaikki toiminta, joka voi johtaa kuluttajia harhaan. Elintarvikeasetuksen 16 §:n mukaisesti elintarvikkeen pakkaus, muoto, ulkonäkö, merkintä, mainonta ja esillepano eivät saa olla harhaanjohtavia. Myöskään tapa, jolla elintarvikkeet on aseteltu ja ne olosuhteet, joissa ne on esitelty, eivät saa saattaa kuluttajaa harhaan. (Asetus elintarvikelainsäädäntöä koskevista yleisistä periaatteista 178/2002/EY.)

Elintarvikelain (23/2006) 1 §:ssä todetaan, että lain tarkoitus on varmistaa, että elintarvikkeesta saatava tieto on totuudenmukaista ja riittävää sekä varmistaa elintarvikkeen jäljiteltävyys. Sen tiedot eivät saa antaa väärää kuvaa elintarvikkeen ominaisuuksista, koostuksesta, luonteesta, määrästä, säilyvyydestä tai alkuperämaasta. Lain 9 §:n mukaisesti elintarvikkeesta ei saa antaa tietoa, jonka mukaan se parantaa tauteja sekä ennaltaehkäisee ja hoitaa sairauksia. (Elintarvikelaki 23/2006.)

2.1 Yleistä merkintämääräyksistä

Elintarvikkeita koskevat merkintämääräykset muodostuvat elintarvikelaista (23/2006) tai elintarvikelain nojalla annetuista sekä elintarvikelain 3 pykälään kuuluvista Euroopan unionin säännöksistä sekä muista EU:n säännöksistä, jotka koskevat elintarvikkeiden pakkausmerkintöjä ja muita elintarvikkeen myynnin yhteydessä kuluttajalle annettavia tietoja (Evira 2014, 12). Merkinnällä tarkoitetaan elintarvikkeeseen liittyvää mainontaa, tietoa, tavaramerkkiä, kuvaa, tuotenimeä tai tunnusta, joka on tehty elintarvikkeeseen viittaamaan pakkaukseen, asiakirjaan, tiedotteeseen, etikettiin, renkaaseen tai kaulukseen (Evira 2014, 10). Määräykset pohjautuvat suurilta osin Euroopan unionilta saatuihin säädöksiin, jotka on liitetty osaksi Suomen lainsäädäntöä tai jotka ovat voimassa sellaisenaan. Tärkein säädöksistä on Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EU) N:o 1169/2011 elintarviketta koskevien tietojen antamisesta kuluttajalle eli elintarviketietoasetus. (Evira 2014, 12.) Elintarviketieto on loppukuluttajalle annettavaa tietoa elintarvikkeesta etiketillä, jollain muulla elintarvikkeen mukana tulevalla materiaalilla, suullisesti tai teknologian välityksellä (Evira 2014, 9–10).

Vaatimukset elintarvikkeesta annettavista tiedoista on kirjattu elintarvikelaissa ja yleisessä elintarvikeasetuksessa (EY) N:o 178/2002 ja määräyksiä sovelletaan kaikissa elintarvikkeissa, jotka päätyvät loppukuluttajalle. Tiedot koskevat myös suurtalouksista toimitettavia

sekä suurtalouksiin toimitettavia elintarvikkeita. (Evira 2014, 12.) Loppukuluttaja on henkilö, joka ei käytä elintarviketta kaupalliseen tai liiketoiminnalliseen tarkoitukseen (Evira 2014, 9).

Elintarvikkeiden merkintöjä koskeva lainsäädäntö voidaan jakaa kahteen osa-alueeseen: yleisiin merkintöihin ja ravintoarvomerkintöihin (Evira 2014, 12). Yleiset elintarvikemerkinnot, jotka koskevat myös pakkaamattomia elintarvikkeita, tulivat voimaan 1.4.2015 ja ravintoarvomerkinnot koskien kaikkia elintarvikkeita, astuvat voimaan 13.12.2016 (Maa- ja metsätalousministeriö 2014a).

2.2 Säännöt koskien pakkausmerkintöjä

Merkintöjen pitää olla luettavissa elintarvikkeen pakkauksessa siten, että ihminen pystyy lukemaan ne normaalilla näkökyvyllä ilman apuvälineitä. Pakkausmerkintöjä ei saa peittää eikä luettavuutta saa häiritä toisella tekstillä tai kuvalla. Kaikki pakolliset pakkausmerkinnät tulee olla kirjattuina helposti luettavina, helposti huomattavina, selvinä, riittävän suuri- kokoisin kirjaimin kirjoitettuina ymmärrettävästi ja muuttumattomalla tavalla. (Evira 2014, 14.) Ymmärrettävyyteen vaikuttavat turhat lyhenteet, joilla pyritään pienentämään pakollisten merkintöjen viemää tilaa pakkauksen pinnalta. Ei saa olettaa, että kuluttaja ymmärtää lyhenteitä, joita pakkaukseen on merkitty. (Evira 2014, 17.)

Valmiiksi pakattu elintarvike on pakattu kokonaan tai osittain ennen myyntiä jossain muualla kuin myyntipaikassa siten, että pakkaaminen ei ole tapahtunut asiakkaan pyynnöstä, eikä elintarviketta pysty millään tavalla muuttamaan avaamatta pakkausta (Evira 2014, 10).

Pakkausmerkintöjen sujuva luettavuus määräytyy sen mukaan, kuinka hyvin teksti erottuu taustasta. Pakkauksen ulkomuoto ja koristelu eivät saa haitata luettavuutta, eikä esimerkiksi taitettavaa etikettiä suositella pakkausmerkintöjen kirjoitusalueeksi sen huonon kestävyyden sekä merkintöjen heikon huomattavuuden vuoksi. Taustan väri ei saa haitata tekstin luettavuutta eli tekstin on erottauduttava värillisesti siten, että sitä on vaivatonta lukea elintarviketta tai pakkauksen taustaa vasten. (Evira 2014, 14.) Merkintöjen pitää kestää kulutusta ja kosteutta kuluttajan normaaleissa käyttö- ja säilytysolosuhteissa. Pakkauksen suunnitteluvaiheessa pitää huomioida pakollisten pakkausmerkintöjen sijoittaminen niin, että ne ovat mahdollisimman pysyviä ja tulevaisuudessa vältyttäisiin elintarvikkeen uudelleenpakkaamiselta. (Evira 2014, 17.)

Havaittavuus riippuu siitä, kuinka isoa teksti on suhteessa elintarvikkeen pakkauskokoon ja ovatko merkinnät helposti havaittavassa paikassa. Pakkauksen muoto vaikuttaa siihen, mihin merkinnät kirjoitetaan. Pakkauksen pohja ei ole suositeltava merkintöjen sijoituspaikka, mutta tilanteissa, joissa pakkauksen sivut ovat liian kapeat tekstile, pohja on ainut paikka sijoittaa pakolliset merkinnät (mainittakoon esimerkiksi patukat tai suklaalevyt). Tarvittaessa kuluttajalle on annettava tieto elintarvikkeen näkyvillä paikoilla siitä, mistä tarvittavaa tietoa löytyy ("parasta ennen: katso pakkauksen pohja"). (Evira 2014, 15.)

Havaittavuutta edistäviä vaatimuksia ei saa ohittaa varaamalla pakkauksen näkyvimmit kohdat ainoastaan kuluttajia kalasteleville kuville tai teksteille. Elintarvikkeen nimi, sisällön määrä ja todellinen alkoholipitoisuus tilavuusprosentteina ovat pakollisista merkinnöistä ne, jotka on oltava näkyvissä samassa nähtävissä olevassa kentässä. (Evira 2014, 15.) Nähtävissä oleva kenttä on pakkauksen pinta, joka pystytään lukemaan yhdestä ja samasta katselukulmasta (Evira 2014, 10).

Luettavuuteen ja havaittavuuteen vaikuttaa tekstin koko pakkauksessa. Kirjasinkoko on pääsääntöisesti ennalta määrätty elintarviketietoasetuksen 9 artiklassa, jonka mukaan x-kirjaimen korkeus on vähintään 1,2 mm lukuun ottamatta pakkauksia tai astioita, joiden suurin pinta-ala on 80 cm². Tällöin x-kirjaimen koko on vähintään 0,9 mm. Tekstin koko pitää kuitenkin suhteuttaa elintarvikkeen pakkauskokoon. (Evira 2014, 15.)

Elintarviketietoasetuksessa määrättyjä kirjasinkokoja ei tarvitse ottaa huomioon vapaaehtoisissa annetuissa elintarviketiedoissa, kuten ravitsemus- ja terveystietoisissa. (Evira 2014, 16.)

2.3 Pakkaamattomien elintarvikkeiden merkinnät

Elintarvikkeasetukseen kuuluu lisäksi pakkaamattomat elintarvikkeet ja niitä koskevista merkinnöistä päätetään kansallisesti (Evira 2014, 13). Pakkaamaton elintarvike on myyntipaikassa asiakkaan itse pakkaama, asiakkaan pyynnöstä pakattu tai valmiiksi myyntipaikassa välitöntä myyntiä varten pakattu elintarvike. Välittömällä myynnillä tarkoitetaan myyntiä, joka tapahtuu 24 tunnin kuluessa elintarvikkeen pakkaamisesta. (Evira 2014, 10.)

Kuluttajat tarvitsevat tietoa valmiiksi pakattujen elintarvikkeiden lisäksi pakkaamattomista elintarvikkeista ja niiden sisältämistä ainesosista. Tämän seurauksena pakkausmerkintäsäännökset koskevat suurta osaa irtomyynnissä olevia tuotteita. Suuri osa pakkaamattomista tuotteista toimitetaan suurtalouksille ja vähittäismyyntikaupoille, jotka käyttävät ja myyvät elintarviketta eteenpäin. Siksi on olennaista, että vähittäismyyntipaikassa tiede-

tään myytävää elintarviketta koskevat tiedot, sillä kuluttajilla on erilaisia ruokavaliota tai ruokavaliota rajoittavia tekijöitä, kuten keliakia tai laktoosi-intoleranssi. (Evira 2014, 30–31.)

Vähittäismyyntipaikassa on annettava pakkaamattomasta elintarvikkeesta tiedoksi elintarvikkeen nimi, ainesosaluettelo, allergioita ja intoleransseja aiheuttavat ainesosat tai tieto siitä, mistä tiedon saa, alkuperämaa tai lähtöpaikka sekä olennaiset käyttö- ja säilytysohjeet. Tämän lisäksi 13.12.2016 lähtien on annettava tieto rasvan ja suolan määrästä ja ilmoitettava mahdollisesta voimakassuolaisuudesta irtomyynnissä olevista juustoista, leikkeleistä, makkaroista ja ruokaleivistä. (Evira 2014, 31.) Pakkaamattomia elintarvikkeita koskevat tiedot tulivat pakollisiksi 1.4.2015 (Maa- ja metsätalousministeriö 2014a).

Tuotteen alkuperämaalla tarkoitetaan maata, jossa elintarvike on valmistettu tai tuotettu. Valmistus on elintarvikkeen yhdistämistä muihin ainesosiin ja sen käsittelyä, kuten kypsentämistä. Valmistus on peräisin siitä maasta, jossa sille on tehty viimeinen merkittävä valmistus tai käsittely yrityksessä, joka on varustettu kyseiseen tarkoitukseen. Valmistuksena ei pidetä vähäistä käsittelyä, kuten kuivaamista, pakkaamista tai lajittelua. Mausteiden kohdalla vähäinen käsittely, esimerkiksi kuivaaminen, ei muuta tuotteen alkuperämaata. Mikäli vähäinen käsittely tehdään toisessa maassa, missä elintarvike on tuotettu, pakkaukseen ilmoitetaan elintarvikkeen alkuperäinen tuotantomaa. Alkuperämerkinnäksi kelpaa alkuperämaan nimi, yleisesti tunnettu maan lyhenne tai alkuperäalue. (Evira 2014, 100–101.)

Valmisteen yhteyteen on kirjattava säilytysohjeet, mikäli ne poikkeavat normaalista huoneenlämpötilasta tai se vaatii erityisiä säilytysolosuhteita säilyäkseen ilmoitettuun ajankohtaan saakka tai on mahdollista, että kuluttaja ei tiedä, kuinka valmistetta tulee säilyttää. Säilytysohjeen tarpeen arvioiminen on tuotteen takana toimijan vastuulla. (Evira 2014, 107.)

Elintarviketta varten on laadittava käyttöohjeet, mikäli valmisteen käyttäminen ilman sitä on vaikeaa, sen puuttuminen saattaa aiheuttaa terveydelle vaaraa tai on mahdollista, että elintarviketta käytetään väärin. Ohjeet on annettava sanoin ja numeroin ja ohjeita voi tukea kuvilla ja symboleilla, mutta pelkkien symbolien käyttö ei ole riittävä ohjeistus. (Evira 2014, 109.)

Elintarvikelain (23/2006) 13 §:n 6 momentin mukaan niissä tapauksissa, kun toiminta on yksityishenkilön harjoittamaa, toimintaa ei pidetä elinkeinon harjoittamisena tai elintarvikkealan toiminta tapahtuu samassa huoneistossa kuin muu elinkeinotoiminta, elintarviketie-

toja (lukuun ottamatta allergeeneja ja intoleransseja) ei tarvitse ilmoittaa pakkaamattomana myytävän elintarvikkeen osalta loppukuluttajalle (Elintarvikelaki 23/2006). Kyseisenä toimintana voidaan pitää kouluissa järjestettäviä myyjäisiä ja kotoa käsin tapahtuvaa myyntiä, joka ei ole jatkuvaa tai toistuvaa ja myytävien elintarvikkeiden määrän on vähäistä (Evira 2014, 32).

Maa- ja metsätalousministeriö teetti touko-kesäkuussa 2013 tutkimuksen, johon osallistui 1050 haastateltavaa. Tutkimuksessa haluttiin selvittää, että mitä tietoja kuluttajat pitävät tärkeinä ja olettavat saavansa ja millä tavalla tietoa toivotaan saavan elintarvikkeista. Tutkimuksessa haettiin myös vastauksia siihen, olisivatko haastateltavat valmiita maksamaan elintarvikkeesta kalliimpaa hintaa saadakseen selville kaikki siihen liittyvät halutut tiedot. (Maa- ja metsätalousministeriö 2014b.)

Elintarvikemyymälässä vastaajista 67 % odotti saavansa selville tuotteen alkuperämaan, 67 % merkinnät päiväyksistä, 46 % tiedot elintarvikkeen ainesosista, noin 10 % tiedot ravintosisällöstä sekä 16 % rasvan määrästä tai laadusta, 15 % suolan määrästä ja 11 % energian määrästä. Parhaana ilmoitustapana pakkaamattomien elintarvikkeiden merkinnöistä (71 %) oli haastateltavien mielestä myyntipaikan välittömässä läheisyydessä oleva taulu tai esite. Vain noin viidesosa piti riittävänä, että myyntipaikan välittömässä läheisyydessä oli ilmoitus taululla tai esitteessä, että tiedot saadaan suullisesti pyytämällä. Puolet haastateltavista oli sitä mieltä, että elintarvikkeen myyntitavalla eli onko tuote kuluttajan itse pakkaama, kuluttajan pyynnöstä pakattu tai valmiiksi välitöntä myyntiä varten pakattu, ei ole vaikutusta siihen, miten tiedot tulisi kuluttajalle antaa. (Maa- ja metsätalousministeriö 2014b.)

Tarjoilupaikoissa eli ravintoloissa, kahviloissa, henkilöstöravintoloissa ja pikaruokapaikoissa kuluttajat odottavat saavansa seuraavia tietoja: elintarvikkeen ainesosat (58 %), elintarvikkeen ja raaka-aineen alkuperämaa (49 %), allergeenit (46 %), ravintosisältötiedot yleisesti (16 %) sekä rasvan määrä tai laatu (14 %), suola (13 %) ja energia (10 %). Enemmistö eli 67 % oli sitä mieltä, että paras tapa ilmoittaa merkinnät on ruokalistassa ja vain 16 % sanoi, että on riittävää, että tiedot saadaan pyytämällä. Tarjoilupaikalla ei ollut 62 % mukaan väliä, kuinka tiedot pitäisi antaa. Enemmistö (67 %) ei ollut halukas maksamaan korkeampaa hintaa saadakseen selville tarpeellisina pitämänsä tiedot. Kuluttaja haluaa saada tietoa pakkaamattomista elintarvikkeista, mutta eivät ole valmiita maksamaan niistä sen takia enempää. Kuluttajakyselyn tuloksena saatiin, että kuluttajaa kiinnostaa samat asiat liittyen merkintöihin riippumatta siitä, onko elintarvike pakattu vai pakkaamaton. (Maa- ja metsätalousministeriö 2014b.)

Pakkaamattomien elintarvikkeiden merkintätapoihin liittyy paljon haasteita. Elintarvikemyymälät myyvät pakkaamattomia elintarvikkeita eri tavoin, pakkaamattomille elintarvikkeille on erilaisia tarjoilupaikkoja ja niitä käsitellään jokaisessa yksikössä niissä totutuilla tavoilla. Kaikista tuotteista on oltava saatavilla tiedot allergisoivista ja yliherkkyyttä aiheuttavista ainesosista helposti ja selkeästi. (Maa- ja metsätalousministeriö 2013a.) Pakolliset elintarviketiedot pitää olla esillä ennen kuluttajan ostopäätöksen syntymistä. Tarvittavia elintarviketietoja on mahdollista antaa myös teknologiaa hyödyntäen, mutta siitä on oltava maininta kuluttajalle erikseen näkyvillä. (Maa- ja metsätalousministeriö 2013b.) Elintarviketiedot saa antaa kuluttajalle suullisesti, mutta silloin pitää olla kuluttajalle näkyvillä ilmoitus siitä, että tiedot on saatavilla kysyttäessä. Suullisen tiedon on pidettävä täysin paikansa ja se on todennettava. Tiedon kannalta jokainen kuluttaja on kiinnostunut eri asioista ja kiinnostus eri tuotteita koskevia merkintöjä kohtaan vaihtelee tuoteryhmittäin. Vaatimusten toteutumista tulee valvoa käytännössä. (Maa- ja metsätalousministeriö 2013a.)

Pakkaamattomien elintarvikkeiden pakolliset ravintoarvomerkinnot astuvat voimaan 13.12.2016 (Maa- ja metsätalousministeriö 2014a). Kyseessä olevien valmisteiden ravintoarvomerkinnot voidaan rajata energiasisältöön tai energiaan, rasvaan, tyydyttyneisiin rasvoihin, sokereihin ja suolaan. Tieto voidaan kertoa annosta tai kulutusyksikköä kohti, kunhan käytetty yksikkö on erikseen kerrottu. Annoksella tarkoitetaan kerralla nautittavaa kohtuullisen kokoista määrää elintarviketta. Kulutusyksikkö nautitaan yksittäin ja se voi tarkoittaa esimerkiksi keksiä tai palaa suklaalevystä. Annos voi koostua useasta kulutusyksiköstä. (Evira 2014, 119–120.)

2.4 Ainesosaluettelon laatiminen ja ohjeistus

Elintarvikkeen ainekset sekä pakatuissa että pakkaamattomissa elintarvikkeissa ilmoitetaan luettelossa paljousjärjestyksessä valmistusajankohdan mukaisesti. Lisätty vesi ja haihtuvat aineet kirjataan sen mukaan, kuinka paljon niitä on lopullisessa elintarvikkeessa. Lukuun ottamatta lihaa, kalaa ja äyriäisiä sekä niiden jalostamattomia valmisteita, mikäli veden määrä on enintään 5 %, sitä ei tarvitse erikseen ilmoittaa. (Evira 2014, 63.) Ainesosien määrät lasketaan sillä hetkellä, kun ne reseptin mukaan tuotetta valmistettaessa lisätään ja ne on ilmoitettava siinä muodossa, jossa ne on valmisteeseen lisättäessä. Mikäli luetteloon on kirjattu ”kanaa”, ”maitoa” ja ”banaania”, on ainesten pitänyt olla ra’assa ja käsittelemättömässä muodossa lisäämishetkellä. Mikäli ainekset ovat olleet muussa muodossa, kirjataan luetteloon raaka-aineen tila valmistushetkellä, esimerkiksi ”kypsenetty kana” tai ”maitojauhe”. (Evira 2010, 15.) Määrät on ilmoitettava keskimääräisinä määrinä ja tuotteen valmistusprosessissa on pyrittävä noudattamaan hyviä valmistusmenetelmiä ja noudattamaan valmistusohjetta. Merkinnot on tehtävä elintarvikkeen nimen

yhteyteen ja ainesosaluettelossa kyseisen ainesosan kohdalle. Sellainenkin vaihtoehto on olemassa, jonka mukaan aineiden määrät ilmoitetaan erikseen ainesosaluettelon jäljessä. (Evira 2010, 17.)

Poikkeuksen muodostavat ainesosat, jotka lisätään elintarvikkeeseen tiivistettyinä tai kuivattuina, mutta palautuvat normaaliin olomuotoonsa valmiissa elintarvikkeessa. Kyseisten ainesosien määrät voidaan ilmoittaa ainesosaluettelossa niiden alkuperäisten painojen mukaan ennen kuivattamista tai tiivistämistä. (Evira 2010, 17.)

Ainesosan määrä pitää ilmoittaa ainesosaluettelossa, mikäli se on mainittu elintarvikkeen nimessä. Jauhelihapizzan ainesosaluettelossa on luettava jauhelihan määrä. Eri lihalajeista valmistetuissa elintarvikkeissa pitää olla kirjattuna eri lihalajien painosuhte. Elintarviketietoasetuksen mukaan pakkauksissa tulee lukea, mistä eläinlajista liha on peräisin. Ainesosien määrä ilmoitetaan koko tuotteen painosta, esimerkiksi marinoidun raakalihavalmisteen kohdalla ilmoitetaan lihan osuus koko elintarvikkevalmisteen painosta. (Evira 2014, 70–71.) Ainesosaluetteloa laadittaessa lihan kohdalla pitää ottaa huomioon myös pakkausmerkintäasetuksen 18 §:n säännös, jossa on määritelty ainesosana käytettävä liha ja sen rasva- ja sidekudosproteiinipitoisuuksien enimmäismäärät (Evira 2010, 6).

Tuotteen ainesosaluetteloon on merkittävä myös aineet, jotka kuluttaja osaa yhdistää elintarvikkeeseen, mutta jotka eivät käy elintarvikkeen nimestä ilmi, kuten Janssonin kiusauksen kalapitoisuus. Luetteloon kirjataan myös aineet, jotka eivät välttämättä ole yhdistettävissä kyseessä olevaan elintarvikkeeseen sen nimen tai ulkonäön perusteella, mutta ovat olennaisia sen valmistuksen kannalta ja erottavat sen muista elintarvikkeista, kuten marsipaani ja sen sisältämä manteli tai aprikoosinsydän. Jos tiettyä ainesosaa on korostettu pakkausmerkinnöissä kuvin, sanoin tai erivärisin ja – kokoisin fontein, pitää aineen määrä ilmoittaa elintarvikkeen ainesosaluettelossa. (Evira 2014, 70–71.)

Ainesosien määrä ilmoitetaan pääasiassa ainesosan käyttöhetken (eli elintarvikkeen valmistushetken) mukaisesti prosentuaalisesti kaikkien reseptissä mukana olevien ainesosien yhteispainosta. Poikkeuksena ovat vettä haihduttavat elintarvikkeet, kuten leipomotuotteet ja makkarat, joiden kohdalla ainesosien osuus kirjataan valmiin elintarvikkeen mukaisesti. Kyseisten tuotteiden kohdalla aineen määrän ylittäessä 100 %, ilmoitetaan, kuinka paljon 100 grammaan valmista tuotetta on ainesosaa käytetty. (Evira 2014, 71.)

Pakkausmerkintäasetuksen 29 §:n 4 kohdan mukaan valmisteen koostuessa pääasiassa yhdestä raaka-aineesta, eikä sen määrän vaihtelulla ole merkitystä kuluttajan valintaan, ei sen ainesosapitoisuutta tarvitse ilmoittaa (Evira 2010, 5). Näin ollen poikkeuksen muodos-

tavien elintarvikkeiden pakkausmerkinnöissä ei tarvitse ilmoittaa elintarvikkeen nimessä olevien ainesosien määrää. Tällaisiin poikkeuksiin kuuluvat ainakin kermajäätelö, kasvis- ja lihaliemivalmisteet sekä peruna- ja lanttulaatikko. (Evira 2010, 13.)

Kun kyseessä on elintarvike, jonka nimessä on useampi kuin yksi ainesosa, ilmoitetaan vain niiden ainesosien määrä, joilla on kuluttajalle enemmän merkitystä valintaa tehdessä. Esimerkiksi kinkku-herkkusienipizzan ainesosaluettelossa pitää lukea kinkun ja herkkusienien osuus pizzasta, mutta lihamakaronilaatikon kohdalla riittää ainoastaan lihan määrän ilmoittaminen. (Evira 2010, 5.) Käytäntö on voimassa myös silloin, kun tuotteen nimessä on käytetty jotain tiettyä ainesosaryhmää, kuten kasvispiirakka, jolloin on ilmoitettava kasvien määrä piirakan kokonaisuudesta. Tuotteet, jotka sisältävät lihaa, kuten jauhelihapizza, on eriteltävä tämän lisäksi myös kaikki pizzassa käytetyt lihalajit. (Evira 2010, 6.) Elintarvikkeen nimen koostuessa ainesosasta ja ainesosaryhmästä, kuten aprikoosi-hedelmäkakku, on erikseen ilmoitettava aprikoosin ja hedelmien määrä (Evira 2010, 7). Elintarvikkeiden nimeämisessä saa käyttää pääsääntöisesti ainoastaan niitä ainesosia, joita elintarvike sisältää. Poikkeuksia ovat muun muassa hillosokeri, teeleipä ja suklaajäätelö, mikäli jäätelö on saanut suklaan makunsa kaakaosta, eikä varsinaisesti suklaasta. Nämä ovat niin sanottuja vakiintuneita nimiä, jotka eivät sisällä kaikkia nimenmukaisia ainesosia, eikä täten niitä ilmoiteta ainesosaluettelossa. (Evira 2010, 4–5.)

Elintarvikkeen nimessä voi olla myös koostettu elintarvike, jolloin sen määrä on myös ilmoitettava (Evira 2010, 8.) Koostettu ainesosa on elintarvikkeen valmistuksessa käytetty toinen elintarvike, joka sisältää useampaa kuin yhtä ainesosaa (Evira 2014, 65). Koostettu elintarvike voi tarkoittaa elintarvikkeessa olevaa täytettä, hilloa tai kastiketta. Mikäli koostetta on kuvailtu jollain tietyllä ainesosalla, myös sen määrä on erikseen ilmoitettava, kuten vadelmahillomunkki, jonka ainesosaluettelossa pitää olla kirjattuna vadelman ja hillon määrä. (Evira 2010, 8.)

Pakkausmerkintäasetuksen mukaan kiinteistä elintarvikkeista on ilmoitettava valutettu paino, mikäli ne on säilötty jonkinlaiseen nesteeseen, kuten sokeri- tai suolaliemeen, etikkaan tai hedelmä- tai vihannesmehuun, ja jolla ei ole ratkaisevaa painoarvoa kuluttajan valinnan kannalta. Jos tuotteessa on kaksipainomerkintä eli pakkaukseen on merkitty kiinteän elintarvikkeen paino ja tuotteen kokonaispaino, ainesosien määrää ei erikseen tarvitse ilmoittaa, sillä se on laskettavissa. Määrää ei tarvitse myöskään ilmoittaa, jos pakkaukseen on merkitty vapaaehtoisesti valutettu nettopaino. (Evira 2010, 11.)

Elintarvikkeeseen käytettävien aromiaineiden, mausteiden tai maustamiseen käytettävien muiden elintarvikkeiden tai elintarvikeryhmien määriä ei tarvitse ilmoittaa, jos niitä käytetään

tään pieninä määrinä lisäämään elintarvikkeeseen jotakin tiettyä makua, kuten sitruunaa sitruunakakussa tai sitruunapippurissa. Elintarvikkeen nimeämisen suhteen tulee kuitenkin olla tarkka, sillä se ei saa johtaa kuluttajaa harhaan. Tuotteen nimeen tulee lisätä esimerkiksi ilmaisu ”makuinen”, mikäli jotakin ainesosaa on käytetty elintarvikkeessa ainoastaan aromina tai mausteena, kuten mansikan makuinen jogurtti verrattuna mansikkajogurttiin, jossa pitää ilmoittaa mansikan kokonaismäärä. (Evira 2010, 13.)

Mikäli tuote on tuore ja millään tavalla käsittelemätön hedelmä, vihannes, marja tai sieni, sen ainesosia ei tarvitse erikseen ilmoittaa. Elintarvikkeen koostuessa yhdestä aineesta, jonka nimi on sama kuin elintarvikkeen nimi ja se kertoo selkeästi ainesosan laadun, ainesosaluettelo ei erikseen tarvita. Tällaisia ovat muun muassa kahvi ja tuore liha. Vastaavalla tavalla voidaan toimia myös maitovalmisteiden kohdalla, jotka eivät sisällä muuta, kuin valmistuksen kannalta olennaisia ja välttämättömiä mikrobiviljelmiä ja entsyymejä ja hiilihapotetun veden kohdalla, mikäli elintarvikkeen nimestä voidaan lukea sen sisältävän hiilihappoa. (Evira 2014, 51.)

2.5 Ravintoarvotietojen ilmoittaminen

Ravintoarvomerkinnot pitää olla kirjattuina pakatuissa elintarvikkeissa 13. joulukuuta 2016 mennessä. Mikäli elintarvikkeen pakkauksessa on esitetty vapaaehtoisesti tuotteen ravintoarvotiedot aikavälillä 13.12.2014–13.12.2015, ne on esitettävä elintarviketietoasetuksen sääntöjen ja ohjeiden mukaisesti. Jos elintarvikkeesta on esitetty terveystiete tai sen ominaisuuksia on muutettu ravitsemuksellisesti, ravintoarvotietojen esittäminen on pakollista. (Evira 2014, 117.)

Pakolliset ravintoarvotiedot sisältävät energiasisällön, rasvan, tyydyttyneiden rasvojen, hiilihydraattien, sokereiden, proteiinin ja suolan määrät. Ravintoarvoilmoitusta on mahdollista täydentää esittämällä ravintoaineista yhden tai useamman määrät, esimerkiksi kertaja monitydyttymättömät rasvat, polyolit, tärkkelys ja ravintokuitu. Elintarviketietoasetuksen liitteessä XIII on lueteltu kivennäisaineita ja vitamiineja, joiden määrät on myös mahdollista ilmoittaa ravintoarvotiedoissa, mikäli ne ylittävät samassa liitteessä eriteltyihin merkitseviin määriin. (Evira 2014, 118.) Vitamiinit ja kivennäisaineet saa ilmoittaa, mikäli niiden määrä ylittää merkitsevän määrän rajan 100 grammaa tai 100 millilitraa kohden tai yhden annoksen pakkauksessa, kuten esimerkiksi jogurttipurkki tai voinappi (Evira 2014, 121).

Energiasisältö ja ravintoaineiden määrät ilmoitetaan mitattuna elintarvikkeen 100 grammaa tai 100 millilitraa kohden. Tiedot voidaan esittää myös annosta tai kulutusyksikköä

kohden. Sen seurauksena annoksen tai yksikön koko sekä niiden määrä on ilmoitettava ravintoarvoilmoituksen välittömässä läheisyydessä. Tiedot annetaan myytävästä elintarvikkeesta, mutta ne voidaan antaa myös nautittavasta tuotteesta, jolloin elintarvikkeen tuoteselosteesta on tultava ilmi yksityiskohtaiset valmistusohjeet, kuten veden lisääminen mehutiivisteeseen tai pussikeittoon. (Evira 2014, 120.)

Ravintoarvotiedot ilmoitetaan kokonaisuutena ja tietojen pitää olla luettavissa yhdessä nähtävissä olevassa kentässä. Niiden pitää olla selkeästi kirjoitetut sekä elintarviketietoasetuksen mukaisesti ennalta määrätystä järjestyksessä. Jos elintarvikkeen pakkauksessa on tilaa, tiedot esitetään taulukkomaisesti ja muussa tapauksessa lineaarisesti eli vaakasuorilla riveillä. Kaikki tiedot esitetään kirjallisesti ja numeroin ja halutessa symboleita ja kuvia voi käyttää lisänä. (Evira 2014, 120.)

Kaikki energiaa tuottavat ravintoaineet lasketaan yhteen energiasisältöön, joka esitetään kilojouleissa (kJ) ja kilokaloreissa (kcal) (Evira 2014, 121). Elintarvikkevalmisteiden pakkausmerkintöjen pitää perustua valmistajan tekemiin analyysihin tuotteesta, ainesosien tunnettujen ja todellisten keskiarvolukujen perusteella tehtyihin laskelmiin tai yleisesti hyväksytyihin ja tunnettuihin tietoihin perustuviin laskelmiin. Elintarviketurvallisuusvirasto suosittelee, että mikäli tuotteessa on terveystväite tai tuotetta myydään jonkin ravintoaineen lähteenä, kyseessä olevan ravintoaineen määrä mitataan laboratoriossa tai varmistetaan jollain toisella luotettavalla tavalla. Ravintoaineet ilmoitetaan siinä määrässä, kun ne ovat viimeisenä käyttöpäivänä tai parasta ennen-päivänä. (Evira 2014, 125.)

2.6 Vapaaehtoiset merkinnät

Yleiset merkintämääräykset koskevat myös vapaaehtoisesti annettavia elintarviketietoja. Tiedot eivät saa olla kuluttajalle harhaanjohtavia, moniselitteisiä, epäselviä ja merkintöjen on perustuttava tieteellisesti todennettavaan tietoon. Euroopan komissio hyväksyy täytäntöönpanosäädöksiä vapaaehtoisesti annettavista tiedoista, joihin kuuluu allergeenien ja intoleransseja aiheuttavien ainesosien tahaton ilmentyminen elintarvikkeessa, elintarvikkeen soveltuvuus kasvisyöjille ja vegaaneille sekä saannin vertailuarvojen ilmoittaminen eri väestöryhmien osalta. (Asetus elintarviketietojen antamisesta kuluttajalle 1169/2011/EU.)

Terveystväite on väite, jolla annetaan ymmärtää, että elintarvikkeella tai sen ainesosalla on yhteys terveyden kanssa. EU komission väiterekisterissä on sallitut terveystväitteet rekisterissä, mikäli elintarvike täyttää terveystväitteen käytön ehdot. Ravitsemusväitteet ovat hyödyllistä ravintosisältöä koskevia, esimerkiksi ilmoitus runsaskuituisuudesta. (Evira 2014,

144.) Useat elintarvikkeet sisältävät terveys- tai ravitsemusväitteen. Kuluttajan valintojen helpottamiseksi ja korkean kuluttajansuojatason ylläpitämiseksi markkinoille päästettävien elintarvikkeiden on oltava turvallisia ja asetustenmukaisin merkinnöin varustettuja (Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus elintarvikkeita koskevista ravitsemus- ja terveysväitteistä 1924/2006/EY). Kun terveys- tai ravitsemusväite on tehty, pitää ilmoittaa elintarvikkeen ravintoarvomerkinnät. Jos väite koskee ainetta, jota ei ole ilmoitettu ravintoarvomerkinnässä, sen määrä on ilmoitettava samassa kentässä ravintoarvomerkinnän kanssa ja sen määrän ilmoittamiseksi käytettävän mittayksikön on oltava kyseisen yksittäisen aineen kannalta tarkoituksenmukainen. (Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus elintarviketietojen antamisesta kuluttajalle 1169/2011/EU.)

2.7 Vastuu merkintöjen tekemisestä

Elintarvikkeen säännösten mukaisista merkinnöistä on vastuussa se toimija, jonka nimellä elintarviketta myydään. Mikäli kyseinen toimija ei kuulu Euroopan Unioniin, vastuu siirtyy tuotteen maahantuojalle. Muiden elintarvikealan toimijoiden velvollisuutena on valvoa, etteivät he myy, välitä tai tarjoile tai luovuta muualla unionin alueella elintarvikkeita, joiden pakkausmerkinnöissä on puutteita tai virheitä tai jotka eivät muilla tavoin vastaa säännöksiä. Pääsääntöisesti ensisijainen vastuu on aina sillä taholla, joka tuo elintarviketta markkinoille. Ne tahot, jotka toimittavat elintarvikkeita muille, kuin loppukuluttajille tai suurtalouksiin, pitää huolehtia siitä, että muilla elintarvikealan toimihenkilöillä on tarjolla riittävät tiedot elintarvikkeesta velvollisuuksiensa täyttämiseen. (Evara 2014, 20–21.)

Kaupassa pakattujen ja irtotuotteina myytävien elintarvikkeiden tuotemerkinnoistä vastaa kauppa (Evara 2014, 21).

3 Elintarvikkeiden merkinnät muualla maailmassa

Monissa Euroopan maissa on käytössä ravintosisältöilmoitukset elintarvikepakkauksissa. Ilmoitukset ovat tärkeä työkalu, kun kuluttajille tarjotaan tietoa, jota he voivat hyödyntää tehdessään ravitsemustaan koskevia päätöksiä. Käytössä on tulkinnallisia apuvälineitä, kuten erilaisia yksinkertaistettuja yhteenvetoja pakkauksen takapuolelta löytyvästä yksityiskohtaisemmasta ravintosisältöluettelosta. Vuosina 2003–2006 suoritettiin tutkimuksia siitä, kuinka eurooppalaiset vastaanottavat, ymmärtävät, pitävät ja käyttävät ravintosisältötietoja. Tutkimuksista selvisi kuluttajien laaja kiinnostus ravintosisältöilmoituksia kohtaan elintarvikkeiden pakkauksissa, mutta se vaihteli tilanteen ja tuotteen mukaan. Kuluttajat pitivät ajatuksena yksinkertaistetuista yhteenvedoista pakkauksen etupuolella, mutta heidän mielipiteensä olivat eriäviä siitä, minkälaisessa muodossa tiedot tulisi antaa, esimerkiksi liikennevalojärjestelmä (eli värein ilmoitetut ravintoainetasot), päivittäiset saantisuosituksiset (GDA) ja logot ja symbolit, jotka kuvaavat terveellisyyttä. Mielipide-eroja aiheutti käytön helppous, kaiken oleellisen tiedon saaminen sekä painostus kuluttajaa kohtaan käyttäytymään määrättyllä tavalla. (Cairns, Pillo-Blocka, Schmidt & Wills 2009, 102.)

The Tracking Nutrition Trends (TNT) teki Kanadassa vuonna 1989 tutkimuksen, jossa tutkittiin täysi-ikäisten kuluttajien itse arvioimaa tiedon tasoa, asenteita sekä käyttäytymistä liittyen ruokaan ja ravitsemukseen. Tutkimuksessa selvisi, että suurin osa (87 %) kanadalaisista oli sitä mieltä, että heillä on jotakin tietoa ravitsemuksesta. Tiedon lähteiksi nimettiin ravintosisältöluettelot (77 %), ystävät, sukulaiset ja kollegat (66 %), media (65 %), terveysalan ammattilaiset (51 %) ja ravitsemusterapeutit (23 %). Terveysalan ammattilaisia pidettiin luotettavampana lähteenä kuin ravintosisältöluetteloita. (Cairns ym 2009, 104.)

The Asian Food Information Centre (AFIC) teki vuonna 2006 Kiinassa ja Malesiassa tutkimuksen, jonka tarkoituksena oli tutkia kuluttajien reaktioita elintarvikepakkauksissa oleviin ravintosisältötietoihin ja niiden sisällöllisiin tekijöihin, jotka vaikuttivat kuluttajien vastauksiin. Tutkimuksessa selvisi, että kuluttajat tunnistavat säännökset koskien ravitsemusmerkintöjä pakkauksissa, mutta arvioivat oman tietämyksensä aiheutta heikoksi. Tuntematon ja uusi tieto jätettiin huomiotta tai sitä ei pidetty uskottavana. Kuluttajat uskoivat, että ruokavalio vaikuttaa terveyteen ainoastaan lyhyellä aikavälillä ja syömiskäyttäytymisen vaikutusta terveyteen pitkällä aikavälillä ei tunnustettu. Taustalla saattaa olla 2000 vuotta vanha aasialainen perinne, jonka mukaan tietyillä ruoilla pystytään vaikuttamaan terveyteen ja sairauksiin. (Cairns ym 2009, 104–105.)

Aasiassa on yleisempää syödä ulkona kuin missään muualla maailmassa. Sitä harrastetaan kaikissa tuloluokissa ja se vaikuttaa olennaisesti ravitsemukselliseen tilanteeseen. Suuri osa ulkona syödyistä ruoista tuotetaan niin sanotusti epävirallisella ja vaatimattomalla sektorilla, jossa tuotteen uudelleenpakkaaminen asiakkaalle on harvinaista ja sen säännöllinen tarkkailu ja hallinta on vaikeaa. Kyseessä olevat sektorit eivät todennäköisesti tule olemaan osana merkintäkäytännöissä, joissa kuvataan ravintoarvoja koskevia tietoja. Markkinointitutkimustoimisto AC Nielsenin tekemässä tutkimuksessa selvitettiin syömistä ulkona eli muualla kuin kotona. Tutkimuksessa oli mukana 12 Aasian maata ja siinä selvisi, että ulkona syömisessä valintoihin vaikuttavat ruoan tuttuus, maku, mukavuus sekä sosiaalinen yhteenkuuluvuus. Terveellisyys ja ravitsemuksellisuus olivat myös valintakriteerejä, mutta ne olivat toissijaisia. Tutkimuksessa tuli myös ilmi, että määritelmät ”terveellinen” ja ”ravitsemuksellinen tasapaino” olivat sosiaalisesti määritelty, mutta tieteellisesti väärin. Esimerkiksi jotkut vastaajista uskoivat, että ruoan rasvaisuutta voi vähentää yhdistämällä siihen hapanta ruokaa. Ulkona syödyn ruoan energiapitoisuutta aliarvioitiin usein, erityisesti jos tarkasteltiin paikallisia ja perinteisiä ruokalajeja. Aasialaiset kuluttajat ajattelivat positiivisesti ravintosisältötiedoista, mutta kannattivat enemmän ”hyvä minulle”-ilmoituksia sekä varoituksia sekä tietoa ja neuvoja siitä, kuinka kulutusta voi vähentää. (Cairns ym 2009, 105.)

Laaja ravintoarvomerkintöjen käyttöönotto on lapsen kengissä Aasian maissa, joissa voidaan kuitenkin ottaa oppia ja hyödyntää muiden maiden kokemuksia, joissa merkinnät ovat olleet käytössä jo pidemmän aikaa. Aasian alue koostuu sekalaisista ja ainutlaatuisista kulinaarisista osista ja yleisesti pidetään tärkeänä yhteyttä ruoan ja terveyden välillä. Siksi pidetään tärkeänä, että alueelliset ja sisällölliset seikat otetaan huomioon, kun aletaan suunnitella ja tehdä linjausta merkinnöistä. Huomioon on otettava myös se tosiasia, että Aasiassa myydään huomattava määrä ruokaa ilman minkäänlaista pakkausta, joten kenties on hyödynnettävä tiedon levittämisessä joitakin muita kanavia. (Cairns ym 2009, 105.)

3.1 Merkintämääräykset yhdysvaltalaisissa ketjuravintoloissa

Yhdysvaltain ruoka- ja lääkehallinnon (FDA) mukaan yhdysvaltain kansalainen saa kolmanneksen päivän energiansaantisuosituksesta syömällä ja juomalla kotinsa ulkopuolella. Tuomalla energiasisällöt selkeästi ja yhdenmukaisesti julki ketjuravintoloiden ruokalistoilta, kuluttajia helpotetaan tekemään parempia valintoja itselleen ja perheelleen. Energiasisällöt sekä suositeltu päivittäinen energiansaantisuositus on ilmoitettava ruokalistoilta sekä menuauluissa ja määräysten mukaan myös muiden ravintosisältötietojen tulee olla

saatavilla kirjallisessa muodossa niitä pyydetessä. Muihin ravintosisältötietoihin kuuluu kokonaisenergiämäärä, energian määrä rasvasta, tyydyttynyt rasva, transrasva, kolesteroli, suola, hiilihydraatit, kuitu, sokeri ja proteiini. Toimijoiden on huolehdittava siitä, että kuluttaja on tietoinen siitä, että kaikki tarjolla oleva ravintosisältötieto on saatavilla erikseen pyydetessä. (FDA 2014.) On tärkeää, että tarjolla oleva tieto on paikkansapitävää ja ymmärrettävää ja sen tarkoitus on vaikuttaa kuluttajan ruokaa koskeviin ostopäätöksiin. Ihanteellisinta on, että ravintosisältötietojen esilläolo auttaa kuluttajaa tekemään tietoisia valintoja kokonaisvaltaisesti koskien ruokavaliota ja elämäntapaa. (Cairns, Pillo-Blocka, Schmidt & Willis 2009, 102–106.) Yli 20 yksikköä tai jälleenmyyntipaikkaa hallitsevien ravintola-alan ketjujen on noudatettava tällaista käytäntöä. Merkintämääräykset ravintoloissa koskevat esimerkiksi ravintolailllaisia, drive-in-tyylisiä pikaruoka-aterioita, mukaan haettavia pizzoja, kaupoista tai delitiskeiltä ruokalistan mukaan tilauksesta tehtyjä voileipiä, kahviloissa myytäviä muffinsseja, elokuvateattereissa myytävää popcornia tai lähikaupassa paikan päällä valmistettavia kylmiä juomia tai hot dogeja. (FDA 2014.) Vuosien 2003 ja 2004 aikana kaikesta ulkona syödystä ruoasta 55 % nautittiin suurimmissa ketjuravintoloissa (Mancino, Morrison & Variyam 2011, 38).

Vuodesta 2010 Yhdysvalloissa liittovaltion laki on määrännyt ketjuravintoloiden koko maassa ilmoittamaan energiasisältönsä ruokalistoillaan ja menutauluillaan. Muualla kuin kotona syödyissä aterioissa ja välipaloissa on usein suurempi energiapitoisuus kuin kotona valmistetussa ruoassa. Nykypäivänä ulkona syöminen on suurelle osaa väestöstä jokatapäiväistä, jonka seurauksena yhdysvaltalaiset saavat suuren osan aterioistaan ja energiastaan, arviolta 33 %, ruoasta, joka on valmistettu kodin ulkopuolella. Economic Research Servicen (ERS) tekemän tutkimuksen mukaan 42 % yhdysvaltalaisten kotitalouksien ruoista syödään muualla kuin kotona. Vuosina 2005–2006 noin puolet aikuisista vastaajista söi ulkona kolme kertaa tai useammin viikossa ja 12 % söi ulkona useammin kuin seitsemän kertaa viikossa. (Mancino, Morrison & Variyam 2011, 35.)

Kuluttajat tekevät ravitsemuksellisesti heikompia valintoja ravintoloissa, joissa tuotteiden kokonaisvaltaista ravintosisältöluettelo ei välttämättä ole saatavilla. Kuluttajat saavat enemmän energiaa, tyydyttyneitä rasvoja ja kolesterolia sekä pienempiä määriä ravintokuituja, kalsiumia ja rautaa kuin kotona tehdystä ruoasta. Jokainen ulkona syöty ateria lisäsi aikuisen energiansaantia keskimäärin 134 kilokaloria. Lapsilla vastaava luku oli 65 ja teini-ikäisillä 108 kilokaloria. Useamman tutkimuksen tuloksista ilmeni, että kuluttajat jatkuvasti aliarvioivat ravintolatuotteiden energia- ja rasvapitoisuuden. Eroavaisuus arvioidun ja todellisen energiamäärän välillä oli suurin hyvin energiapitoisilla tuotteilla sekä sellaisien ravintoloiden tuotteilla, jotka markkinoivat ruokalistansa vaihtoehtoja terveellisinä. Vaikka kuluttajat osittain ymmärtävät ulkona syömistä vaikuttavan negatiivisesti ruokava-

lion laatuun, heillä on silti vaikeuksia korjata tilannetta, mikäli heillä ei ole tietoa syömänsä ruoan energiasisällöstä tai ravintoaineista. (Mancino, Morrison & Variyam 2011, 36.)

Kotona tehdyn ruoan raaka-aineiden ostohetkellä kuluttajalla on mahdollisuus tutustua pakkauksessa oleviin merkintöihin ja vertailla eri aineiden energia, rasva- ja suolapitoisuuksia. Energiämäärien julkitulo ketjuravintoloissa saattaa rohkaista kuluttajia valitsemaan ravintoloiden listoilta tuotteita, joissa on pienempi energiasisältö tai kannustaa ketju- ja tuomaan markkinoille ja kehittämään terveellisempiä vaihtoehtoja. (Mancino, Morrison & Variyam 2011, 36.)

3.2 Merkintämääräyksien toimivuus ja vaikutukset

Yli viidentoista vuoden ajan kuluttajilla on ollut mahdollisuus saada tietoa ravitsemukseen ja terveyteen liittyvissä asioissa ravintotietopaneelista (Nutrition Facts Panel, NFP). Paneelista on luettavissa kyseessä olevan ruoan tai virvokkeen ravitsemuksellinen koostumus. Ruokavaliosuositukset (Dietary Guidelines for Americans) ilmaisee tieteeseen perustuvia neuvoja, kuinka tehdä terveyden ja fyysisen hyvinvoinnin ylläpitämisen kannalta parhaita valintoja. Tietojen avulla kuluttajat pystyvät tekemään vastuullisempia valintoja koskien päivittäistä ruokavaliota. (Cairns ym 2009, 102–103.)

The International Food Information Council (IFIC) on tehnyt vuodesta 2003 lähtien tutkimuksia siitä, kuinka kuluttajat vastaanottavat, ymmärtävät sekä hyödyntävät ravintotietopaneelissa olevaa tietoa ostaessa tai kuluttaessa ruokaa ja virvokkeita. Joukossa, josta puolet tutkittavista kertoi ylläpitävänsä terveellistä ruokavaliota, ravintotietopaneeli nimettiin yhdeksi tärkeimmistä tietolähteistä, kun haluttiin tehdä muutos ruokavalioon. Tutkittavista 58 % sanoi käyttävänsä paneelia, kun jotakin tiettyä tuotetta oltiin ostamassa ensimmäistä kertaa tai silloin, kun kahta samanhintaista ja -kaltaista tuotetta verrattiin keskenään. Vaikka paneelia käytettiin usein, vain neljäsosa oli sitä mieltä, että se oli helppokäyttöinen. Kaksi kolmasosaa kuluttajista sanoi lukevansa energiapitoisuuden ravintotietopaneelista, mutta he eivät osanneet yhdistää tietoa omaan päivittäiseen energiansaantisuositukseensa. Selvä enemmistö (88 %) virheellisesti arvioi, että heidän oma päivittäinen energiantarpeensa muodostuu ainoastaan iän, painon ja pituuden mukaan. Lähes puolet kuluttajista ei olisi edes rohjennut arvata. Alle kolmasosa tiesi yleisesti ottaen, että paino nousee, kun ruokavalio sisältää liikaa energiaa. (Cairns ym 2009, 103.)

Avainasemassa oleville ravintoaineille on merkitty päivittäiset saantisuositukset prosentuaalisina osuuksina. Saantisuositusten avulla voi arvioida, sisältääkö elintarvike jotakin tiettyä ainesosaa paljon vai vähän, kun sitä verrataan esimerkiksi 2000 kilokaloria sisältä-

vään ruokavalioon. Kuluttajat eivät osanneet yhdistää annettua tietoa omaan ruokavali-
 oonsa ja usea jopa luuli, että mikäli rasvan osuus oli ilmoitettu olevan 10 % päivän saan-
 tisuosituksesta, tuote sisälsi 10 % rasvaa. Kuluttajat suosivat enemmän ”määrä per an-
 nos”-ilmoituksia, joissa arvot on esitetty grammoina prosenttien sijaan. Yhdysvaltain ruo-
 ka- ja lääkehallinto (FDA) säätelee tieteellisesti todistettujen terveystietojen käyttöä elin-
 tarvikepakkauksissa. Kuitenkin tieteellisesti selitetyt terveystiedot ovat kuluttajien mu-
 kaan hankalia ymmärtää, mikä kertoo siitä, että ne pitäisi olla kerrottu ymmärrettävämäl-
 lä kielellä. Kuitenkin, terveystiedot pakkausissa saattavat edesauttaa ravintotietopanee-
 lin käyttöä. (Cairns ym 2009, 103.)

IFIC:n tutkimuksen mukaan ravintotietopaneelissa on vielä parantamisen varaa. Kehitys-
 kohdiksi mainittiin muun muassa fonttikoon suurentaminen, annoskoon standardisointia
 samankaltaisille tuotteille, johdonmukaisen terminologian ylläpitämistä sekä avainase-
 massa olevan tiedon siirtämistä elintarvikepakkauksen etupuolelle näkyvälle paikalle. Ku-
 luttajat halusivat selvennystä muun muassa sille, mitä päivittäinen saantisuositus tarkoit-
 taa ja mikä on energian suhde rasvasta saatavaan energiaan. (Cairns ym 2009, 103–
 104.) Vuonna 2008 suoritettun tutkimuksen mukaan henkilöt, jotka aktiivisesti käyttivät
 ravintotietopaneelia, saivat ravintonsa mukana enemmän rautaa ja kuituja, kuin henkilöt,
 jotka harvoin tai eivät koskaan käyttäneet paneelia. Samaan aikaan sama tutkimus kui-
 tenkin tuli siihen johtopäätökseen, ettei ole todisteita siitä, että ravintotietopaneelin käyttöä
 voitaisiin yhdistää vähentyneeseen energian, tyydyttyneen rasvan ja kolesterolin saantiin.
 (Mancino, Morrison & Variyam 2011, 40.)



Kuva 1. Nutrition facts panel

Alueella, joissa ruokavalioon, ravitsemukseen tai terveyteen linkittyvät sairaudet ovat yleisiä tai yleistymässä, on tärkeää, että tieto ruoan ainesosista sekä ravitsemuksellisista ominaisuuksista on saatavilla, ymmärrettävissä sekä sillä on vaikutus kuluttajan tekemiin valintoihin. Ravintotietopaneeli on tärkeä työväline, jonka avulla ruoan tuottajat kommunikoivat kuluttajille tuotteensa ravitsemuksellisuudesta koostumuksesta. Ideaalitapauksessa kuluttaja tekee annettujen tietojen pohjalta harkittuja valintoja koskien omaa ruokavaliotaan. Kuitenkin vaikka kyseiset tiedot ovat olleet saatavilla viimeisen 15 vuoden ajan, ylipaino on lisääntynyt ja kuluttajat ovat esittäneet hämmennystä tavasta, jolla tietoa on välitetty. Tutkimukset ravitsemuksen tärkeydestä, kuluttajien ravitsemustietämyksestä, ja itse kulutuskäyttäytymisestä tarjoavat käsityksen siitä, että hyödyllistä olisi kehittää viestiä ruoan vaikutuksesta terveyteen. Päätöksentekoa koskien ruokatuotteiden kehitystä ja markkinointia vaatii pohjalle ravitsemukseen ja ostokäyttäytymiseen liittyviä tutkimuksia. Luettelot ja paneelit eivät aina ole tehokkaita viestin tuomisessa esille. Lisätutkimusten avulla tulisi selvittää, kuinka opettaa ja motivoida kuluttajia lisäämään jo olemassa ja saatavilla olevat ravitsemustiedot jokapäiväiseen elämään ja ostotottumuksiin. Kuluttajakyselyiden mukaan vaikuttaisi ainakin siltä, että energiapitoisuudet tulisi olla silmiinpistävämmin näkyvillä sekä annoskoot ja päivittäiset saantisuositukset pitäisi olla paremmin ymmärrettävissä. (Cairns ym 2009, 105.)

Lausannessa, Sveitsissä tehtiin vuonna 2013 tutkimus, jossa tutkittiin ravintoarvotietojen vaikutusta asiakkaiden ostopäätöksiin fine dining-ravintolassa. Tutkimus aloitettiin kartoittamalla asiakkaiden ostokäyttäytymistä kolmen viikon aikana ilman ravintoarvotietojen esittämistä ja sen jälkeen kolmen viikon ajan ilmoittamalla ravintoarvotiedot. Tyypillisesti hienoina pidetyissä ravintoloissa valinnat tehdään maun, nautinnon ja mukavuuden mukaan ja usein ajatellaan, että ravintoarvotiedot ovat toissijaiset. Fine dining-ravintoloissa asioivien taloudellinen ja koulutuksellinen tausta on usein keskivertoväestöä korkeampi ja he ovat usein tietoisempia terveellisyydestä sekä omasta terveydestään. He todennäköisesti tietävät ravitsemuksellisesta näkökulmasta, mitä tilaavat ja syövät ja käyttävät yleisesti enemmän rahaa terveyttä edistäviin tuotteisiin, joissa uskotaan olevan vain vähän huonoja ainesosia. Tutkimuksessa selvisi, että vähäenergisiin vaihtoehtoihin valittiin viisi kertaa useammin, kuin ennen ravintoarvotietojen julkaisemista ruokalistoilla. Terveellisyydestä huolehtivat asiakkaat priorisoivat terveellisyyden ja ravintosisällön kun seikkoja verrataan hintaan ja makuun. Tutkimukseen osaa ottaneet naiset haluavat tietoa huomattavasti enemmän ravintoloissa kuin miehet ja tutkimuksen mukaan niissä maissa, missä ruokalistoilta ei ole pakollista ilmoittaa ravintoarvotietoja, ravintolat voivat saavuttaa huomattavan edun muihin toimijoihin verrattuna tarjoamalla tiedot asiakkailleen. Lisätutkimuksia tarvi-

taan kuitenkin siitä, kuinka ja missä muodossa tietojen pitäisi olla esillä. (Fotouhinia-
Yepes 2013, 281–292.)

4 Tutkimus syksyllä 2015

Tutkimus suoritettiin syksyllä 2015 puolistrukturoiduilla haastatteluilla. Tutkimuksen kohderyhmään kuuluivat kaikki täysi-ikäiset elintarvikkeiden suhteen ostopäätöksiä tekevät eri-ikäiset naiset ja miehet. Tutkimusta varten pyrittiin haastattelemaan 100 henkilöä, mutta lopulta haastatteluja saatiin 66 kappaletta.

4.1 Tutkimuksen tavoite ja alaongelmat

Tutkimuksessa haluttiin selvittää, mitkä tiedot elintarvikkeista vaikuttavat eniten kuluttajan ostopäätökseen ja mikä on kuluttajan näkökulmasta paras tapa tuoda tiedot esille. Tällä hetkellä Suomessa on ilmoitettava pakatuista ja pakkaamattomista elintarvikkeista vähintään elintarvikkeen valmistuksessa käytetyt ainekset, allergeenit sekä intoleransseja aiheuttavat ainesosat. Toisin kuin esimerkiksi Yhdysvalloissa, Suomessa ei vielä ole pakollista ilmoittaa valmisteiden ravintoarvosisältöä, vaikka sillä saattaa olla suuri vaikutus kuluttajien valintoihin.

Alaongelmina tutkimuksessa oli, että ovatko kuluttajat huomanneet uuden elintarviketietoasetuksen ja kuinka tietoa on kuluttajien mukaan ollut saatavilla. Elintarviketietoasetus koskee niin vähittäiskauppaa kuin myös tarjoilupaikkoja, joten tutkimuksessa on otettu huomioon myös kuluttajien mielipiteitä ja näkemyksiä kahviloiden ja ravintoloiden antamista elintarviketiedoista ja siitä, kuinka tietoja voisi vaihtoehtoisesti esittää.

4.2 Tutkimuksen toteutus, haastatteluympäristö ja haastateltavat

Tutkimus toteutettiin puolistrukturoituina haastatteluina. Puolistrukturoituun haastatteluun päädyttiin, sillä oli syytä epäillä, ettei pelkkä kyselylomake ole kaikille vastaajille täysin ymmärrettävissä oleva tiedonkeruumenetelmä. Puolistrukturoidun haastattelun avulla haastattelijan oli mahdollista esittää kysymykset, avata niitä ja varmistaa, että haastateltava ne ymmärtää. Haastattelijalla oli myös haastattelutilanteissa mukana kuvamateriaalia kysymyksien ja ymmärtämisen tueksi.

Vastaajat saatiin kysymällä eri-ikäisiltä ohikulkijoilta, onko heillä aikaa osallistua muutama minuutti kestävään haastatteluun. Haastateltaville tehtiin selväksi, että vastaaminen on täysin anonyymiä eikä se sido mihinkään. Haastattelut sijoituivat syyskuusta lokakuulle ja tavoitteena oli saada noin 100 haastattelua. Karkeasti arvioiden noin yksi viidestä suostui haastatteluun. Suurin osa kieltäytyneistä vetosi kiireeseen, osa luuli haastattelijan myyvän jotain ja osa ei halunnut pysähtyä haastattelijan kohdalle, sillä luuli tämän keräävän lahjoittajia eri järjestöille. Toisena haastattelupäivänä Tallinnanaukiolla ja kauppakes-

kus Itiksen sisällä kiersi henkilö, joka keräsi kyselylomakkeeseen vastaajia. Hän palkitsi kaikki kyselynsä vastanneet suklaapatukalla, jolloin kiinnostus hänen kyselyään kohtaan oli suurempi kuin vastaaminen haastatteluun. Osa jopa luuli, että kyseessä on yksi ja sama tutkimus ja kieltäytyi haastattelusta vedoten siihen, että on jo kertaalleen vastannut kyselyyn. Kolmantena haastattelukertana haastattelijalla oli tarjota kiitoksena suklaakonvehteja haastatteluun osallistuneille, mutta se ei olennaisesti lisännyt ihmisten halua osallistua tutkimukseen.

Haastattelut toteutettiin Helsingissä Itäkeskuksen Tallinnanaukiolla sekä kauppakeskus Itiksen Pasaasikäytävän Robert's Coffee- kahvilassa. Tallinnanaukio sijaitsee Helsingin metron sisäänkäyntien sekä bussiterminaalin välittömässä läheisyydessä ja aukiolla on vilkas läpikulku kauppakeskuksen ja julkisen liikenteen terminaalin välillä. Robert's Coffeessa asioi päivittäin 300–400 asiakasta, joista noin puolet nauttivat ostamansa tuotteet paikan päällä. Haastattelut toteutettiin Tallinnanaukiolla neljänä eri päivänä ja Robert's Coffeessa yhden arki-illan aikana. Tallinnanaukiolla suoritettujen haastattelujen ajankohta oli kello 14 ja 19 välillä, jolloin kulku Tallinnanaukiolla oli vilkkaimmillaan. Robert's Coffeessa haastattelut tapahtuivat kello 19 ja 21 välillä, jolloin kahvilassa oli hiljaista ja haastateltavilla oli enemmän aikaa osallistua tutkimukseen. Kahvilassa haastatteluun osallistuneet olivat rennompia ja suurin osa heistä halusi vilpittömästi ottaa osaa tutkimukseen, sillä monen mielestä tutkimuksen aihe oli mielenkiintoinen ja ajankohtainen. He vastasivat avoimiin haastattelukysymyksiin hieman syvällisemmin ja perustelivat vastauksiaan enemmän kuin Tallinnanaukiolla vastanneet. Muutama kahvilassa haastateltu sanoi, että ympäristönä kahvila oli hyvä paikka pitää haastattelu, sillä haastateltava voi tutkia ja miettiä kysymyksiä omasta näkökulmastaan sijoittamalla itsensä uudelleen vitriinin eteen tekemään ostopäätöstään.

4.3 Puolistrukturoitu haastattelu lähestymistapana tutkimukseen

Aineistonkeruumenetelmänä oli tutkimuksen suunnitteluvaiheessa kyselylomake, mutta lopulta päädyttiin puolistrukturoituun haastatteluun. Kyselylomake sellaisenaan olisi saatanut olla liian epäselvä tai siinä kysytyt kysymykset ja seikat olisivat voineet jäädä tutkitaville epäselviksi. Puolistrukturoitu haastattelu mahdollisti kysymysten selittämisen, tukimateriaalin, tässä tapauksessa valokuvien, käytön ja lisäkysymyksien esittämisen.

Haastattelusta tekee joustavan se, että haastattelijan on mahdollista johdatella tutkimuskysymyksien avulla tiedonkeruuta toivottuun suuntaan, kuitenkin ohjaamatta keskustelua liikaa. Hän voi pyytää haastattelijaa tarkentamaan tai selittämään vastauksiaan ja kiinnittää huomiota nonverbaaliseen viestintään. Nonverbaalista viestintää on muun muassa

ilmeet ja eleet, tauot puheen välissä sekä liikkuminen. Tutkijan on mahdollista järjestää kysymystenasettelu tilanteen mukaan ja lisätä joukkoon esimerkiksi kysymyksiä, jotka kartoittavat tutkittaviin liittyviä taustatietoja. Tutkittaessa abstrakteja ilmiöitä, on tutkijan muodostettava abstrakteista asioista konkreettisia kysymyksiä, joihin haastateltavan on mahdollista vastata ilman teoreettista tietoperustaa, joka esimerkiksi tutkijalla jo entuudestaan on. Kysymysasettelut ovat riippuvaisia tutkimuksellisista tavoitteista ja haastattelumuodosta. Tuotetun aineiston sisältöön vaikuttaa olennaisesti haastattelijan kysymystenasettelu sekä valmistautuminen. (Puusa 2011, 76–77.)

Haastatteluissakin on myös rajoitteita. Ihmisten käsityksiä, uskomuksia ja tulkintoja on vaikea arvioida ja analysoida ja tutkijan on muistettava, että haastatteluissa saadaan selville ainoastaan käsityksiä asioista. Haastattelijan pitää luoda luottamuksellinen ja avoin haastatteluilmapiiri ja rohkaistava tutkittavia osallistumaan kokonaisvaltaisesti tutkimukseen. Tutkijan on pidettävä mielessä, että ihmisillä on taipumus antaa niin sanotusti yleisesti hyväksyttäviä vastauksia. Haastatteluissa on riski, että tutkija vaikuttaa saataviin vastauksiin johdattelemalla kysymyksiä tai ohjaamalla haastattelua liikaa tiettyyn suuntaan. Tulkintavirhemahdollisuuksia syntyy, mikäli haastateltava ei ymmärrä esitettyjä kysymyksiä, haastatteliija ylitulkitsee tai ymmärtää saadut vastaukset väärin tai kysymyksenasettelussa käyttää liian vaikeaa terminologiaa tai kieltä, jota tutkittavat eivät ymmärrä. (Juuti & Puusa 2011, 77–78.) Siksi oli olennaista, että tutkija pyrki parhaansa mukaan selittämään kysymykset ja käsitteet, jolloin haastateltavilta saataisiin mahdollisimman totuudenmukaiset ja tarkat vastaukset.

Haastattelumetodeja on useita ja pääasiassa ne eroavat niiden ohjailtavuuden eli strukturointiasteen mukaan. Strukturoidussa haastattelussa kysymykset ja vastaukset on laadittu etukäteen tutkittavan asian tai ilmiön teoriaan perustuen. Puolistrukturoitu haastattelu eroaa strukturoidusta haastattelusta siten, että se on vapaampi ja haastateltavasta on mahdollista saada ilmi asioita, joita tutkija ei välttämättä olisi osannut odottaa tai ottaa huomioon. (Juuti & Puusa 2011, 81.) Aineiston analysointi on kuitenkin työläämpää ja haasteellisempää, kun mukana on avoimia kysymyksiä, joihin jokainen haastatteliija on vastannut omalla tavallaan. Avoimet vastaukset on pyrittävä saamaan jonkinlaiseen numeeriseen muotoon ja se vie enemmän aikaa kuin valmiiden vastauksien analysointi. (Tilastokeskus 2015.)

Haastattelulomake (liite 1) koostui kymmenestä kysymyksestä, joista ensimmäiset kaksi kysymystä mittasivat ikää ja sukupuolta. Kaikki kysymykset lukuun ottamatta kysymystä numero yhdeksän, olivat monivalintakysymyksiä. Ainoastaan yksi kysymys oli vapaaehtoinen, kysymys numero 4, johon pystyi vastaamaan ainoastaan, mikäli oli vastannut

myöntävästi edelliseen kysymykseen numero 3, ”Oletko kiinnittänyt huomiota, että 1.4.2015 lähtien pakkaamattomista elintarvikkeista on pitänyt olla saatavilla ainesosaluettelo, tieto allergiaa ja yliherkkyyttä aiheuttavista aineksista, tieto alkuperämaasta, mahdolliset säilytys- ja käyttöohjeet sekä merkintä viimeisestä käyttöpäivästä tai parasta ennenmerkintä?” Kysymyksessä tuotiin esille elintarviketietoasetuksen voimaantulon ajan kohta, vaikkei asetuksella tai sen toteutamisella ollut yhtä suurta merkitystä, kuin sillä, oliko uudet käytännöt tietojen esittämisestä huomattu. Haastattelutilanteessa oli mahdollista kertoa hieman elintarviketietoasetuksen taustoista ja vaikutuksista, josta saattaisi olla apua vastaajille. Kysymyksessä neljä mitattiin sitä, tarjotaanko kuluttajille tietoja pakkaamattomista elintarvikkeista ja kuinka hyvin ne ovat luettavissa. Siinä haluttiin mitata, kuinka vähittäiskaupoissa on käytännössä asiakkaan näkökulmasta noudatettu asetusta ja kuinka selkeästi vaaditut tiedot on esitetty. Samalla on mahdollista saada tietoa ja työkaluja siihen, onko aihetta ja kuinka mahdollisia epäkohtia pitää korjata.

Viidennessä kysymyksessä kartoitettiin yleisellä tasolla, mitä elintarviketta koskevaa tietoa kuluttajat pitivät kaikista tärkeimpänä, kuudennessa kysymyksessä tarkennettiin ravintoarvoluettelon ja seitsemännessä ainesosaluettelon tärkeinä pidettyihin sisällöllisiin ominaisuuksiin. Seitsemänteen kysymykseen pystyi jättämään myös avoimen vastauksen, mikäli valmiiden vastauksien joukosta ei löytynyt sopivaa vastausta. Kysymyksissä oli tarkoituksena mitata kuluttajien mielestä tärkeimpinä pidettyjä tietoja ja seikkoja elintarvikkeen sisällöstä ja ominaisuuksista. Mitkä tiedot vaikuttavat eniten ostopäätökseen?

Kahdeksas ja kymmenes kysymys koskivat tietojen esittämistapoja vähittäiskaupoissa sekä ravintoloissa että kahviloissa. Molempiin pystyi jättämään myös avovastauksen mikäli itsellä oli jokin muu idea esittää elintarviketiedot kuluttajille. Johdatuksena kymmenennelle kysymykselle oli avoin kysymys numero yhdeksän, ”Pitäisikö mielestäsi ravintoloissa ja kahviloissa olla ravintoarvot tai ainesosaluettelot esillä? Mistä syystä?”. Kysymyksenasettelu vaati haastateltavaa antamaan jonkinlaisen perustelun vastaukselleen sen sijaan, että olisi vastannut lyhyesti vain kyllä tai ei. Kysymyksen tarkoituksena on saada käsitys siitä, miten kuluttajat haluavat tiedot saada ja kuinka tiedonsaanti ja -tarjonta vastaisivat kaikista parhaiten tarpeeseen. Kahviloiden ja ravintoloiden on pystyttävä vastaamaan tehokkaalla tavalla tiedonjanoon ilman, että se haittaa myyntiä tai että siitä tulee taloudellinen taakka. Kaikkea tietoa ei haluta laittaa esille, ja moni elinkeinossa haluaa apuja siitä, kuinka ilmoittaa tuotteistaan niin, että tieto mahtuvat pieneen tilaan, mutta on silti ymmärrettävissä. Avoimen kysymyksen avulla haluttiin selvittää kuluttajan ajatuksia siitä, minkälaisissa ravintoloissa tai kahviloissa sekä minkälaisista tuotteista tietoa pitäisi tarjota.

4.4 Aineiston analysointi

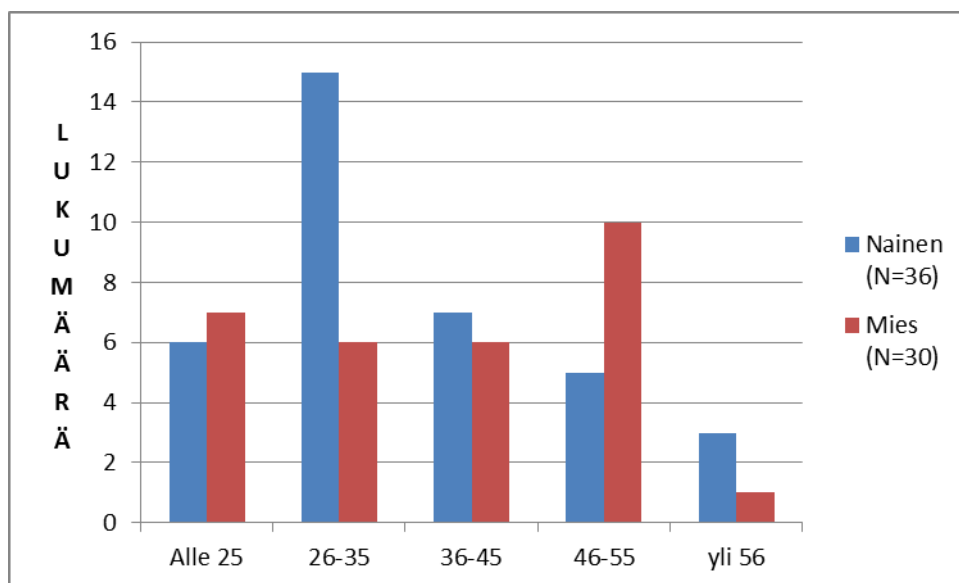
Aineisto on analysoitu syöttämällä haastatteluista saadut vastaukset Webropol-ohjelmaan. Kaikki saatu haastatteluaineisto oli paperilla, joten tiedot syötettiin haastattelulomake kerrallaan ohjelmaan manuaalisesti. Tutkimus suoritettiin määrällisiä tutkimusmenetelmiä apuna käyttäen, joten Webropolin avulla oli mahdollista tehdä taulukoita ja analysoida erikäisten ja eri sukupuolten välisiä vastauksia toisiinsa. Ohjelman avulla saadut tiedot vietiin Excel-tilukkolaskentaohjelmaan, jonka avulla tehtiin kaikki tässä opinnäytetyössä olevat taulukot.

Avoimet vastaukset analysoitiin manuaalisesti, sillä vastauksien lukumäärä oli suhteellisen pieni (alle 100) ja analysointi ei osoittautunut liian hankalaksi tai aikaa vieväksi. Jokainen vastaus luettiin erikseen, jolloin joukosta oli löydettävissä samankaltaisuuksia ja yhteisiä teemoja, joiden nojalta tehtiin johtopäätöksiä ja pohdintaa.

5 Tulokset

Puolistrukturoidussa haastattelulomakkeessa (liite 1) oli 10 kysymystä, joista yksi oli avoin. Haastatteluun otti osaa 66 vastaajaa, joista hieman yli puolet oli naisia.

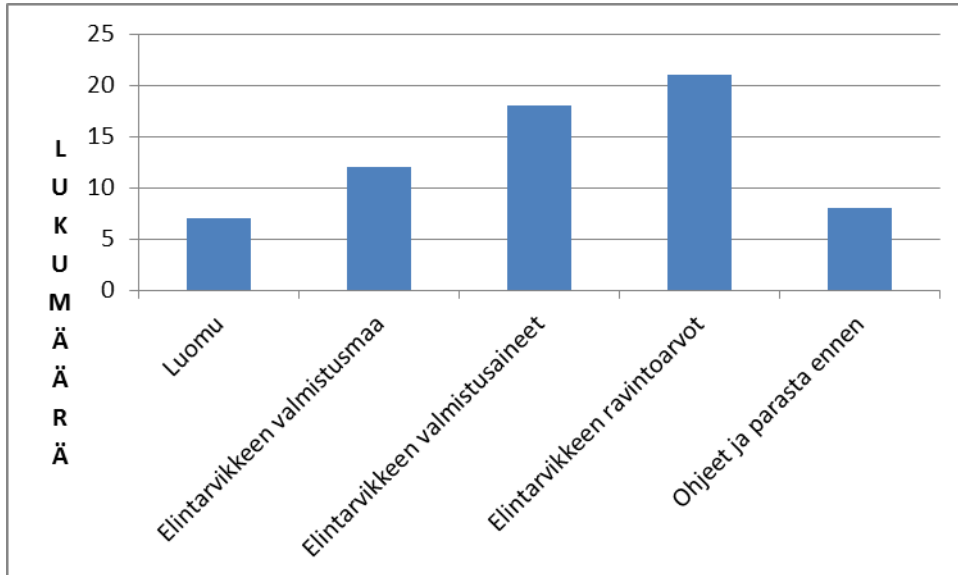
Suurin osa vastaajista oli iältään 26–35-vuotiaita (21), heidän jälkeensä eniten oli 46–55-vuotiaita. Alle 25-vuotiaita oli likimain saman verran kuin 36–45-vuotiaita ja ainoastaan 4 henkilöä kaikista vastaajista oli iältään yli 55-vuotias. Enemmistö oli naisia iältään 26–35-vuotiaita ja toiseksi eniten oli 46–55-vuotiaita miehiä.



Kuvio 1. Vastaajien (n=66) ikäjakauma sukupuolen mukaan

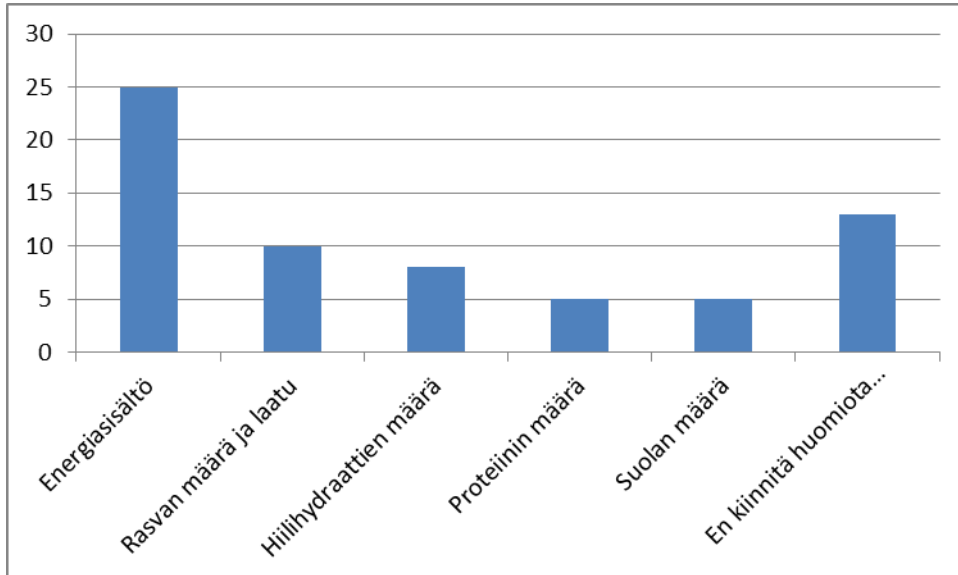
5.1 Kuluttajan ostopäätökseen vaikuttavat tiedot elintarvikkeesta

Haastateltavilta kysyttiin, että mitä elintarviketta koskevista tiedoista he pitävät tärkeimpänä. Suurin osa (32 %) piti elintarvikkeiden ravintoarvoja tärkeimpinä (kuvio 2), toiseksi tärkeimpänä pidettiin tietoa käytetyistä aineksista (27 %) ja kolmanneksi tärkeimpänä elintarvikkeen alkuperämaata (18 %). Luonnonmukaisuus ja tiedot viimeisestä käyttöpäivästä sekä säilytys- ja käyttöohjeista olivat tärkeimpiä noin kymmenesosalle vastaajista. Vastausvaihtoehdoiksi annettiin luomu, sillä luonnonmukaisesti tuotetut elintarvikkeet ovat kasvattaneet suosiotaan ja sitä pidetään puhtaampana ja terveellisempänä vaihtoehtona. Kysymyksessä haluttiin ottaa myös huomioon kotimaisuus eli haluttiin tutkia, vaikuttaako elintarvikkeen alkuperä kuluttajan ostopäätökseen.



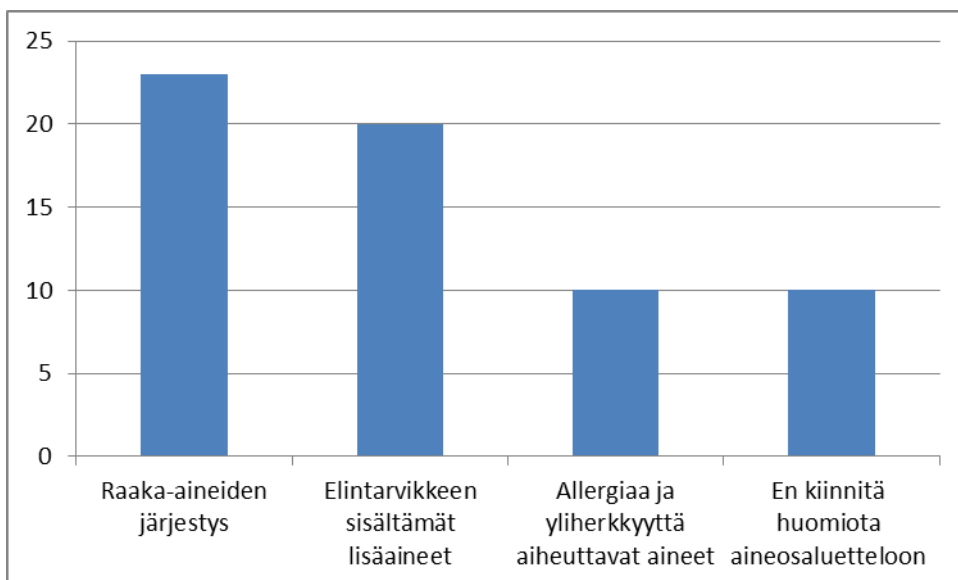
Kuvio 2. Kuluttajien, vastaajia 66, ostopäätökseen vaikuttavat tiedot elintarvikkeista

Haastatelluista 38 % enemmistö piti elintarvikkeen energiasisältöä tärkeimpänä tietona koskien tuotteen ravintoarvoja (kuvio 3.). Neljäsosa vastaajista sanoi, ettei useimmiten kiinnitä huomiota ravintoarvoluetteluun. Haastatteluun osallistuneista 15 % oli sitä mieltä, että rasvan määrä ja laatu oli tärkein, 12 % piti hiilihydraattien määrää tärkeimpänä ja hieman alle kymmenesosan mielestä sekä suolan että proteiinin määrät olivat tärkeimpiä ravintoarvoluettelon sisällöstä. Kysymyksessä oli myös avoin vastausmahdollisuus, mutta yksikään vastaajista ei haastatteluhetkellä osannut nimetä mitään tärkeämpää vaihtoehtoa, kuin mitä oli jo valmiiksi annettu.



Kuvio 3. Ravintoarvoja koskevat tiedot vaikuttavina tekijöinä kuluttajien ostopäätökseen, n=66

Yli kolmasosa haastatelluista sanoi, että raaka-aineiden järjestys eli yksittäisten ainesosien määrällinen osuus elintarvikkeesta oli suurin ostopäätökseen vaikuttava tekijä, kun puhuttiin ainesosaluettelosta (kuvio 4). Kolmasosa vastaajista nimesi lisäaineet ja 15 % vastaajista allergiaa ja yliherkkyyttä aiheuttavat ainesosat tärkeimmiksi kriteereiksi ostopäätöksiä tehdessä. Kaikista haastatteluun osallistuneista 15 % sanoi, ettei useimmiten kiinnitä huomiota ainesosaluetteluun.



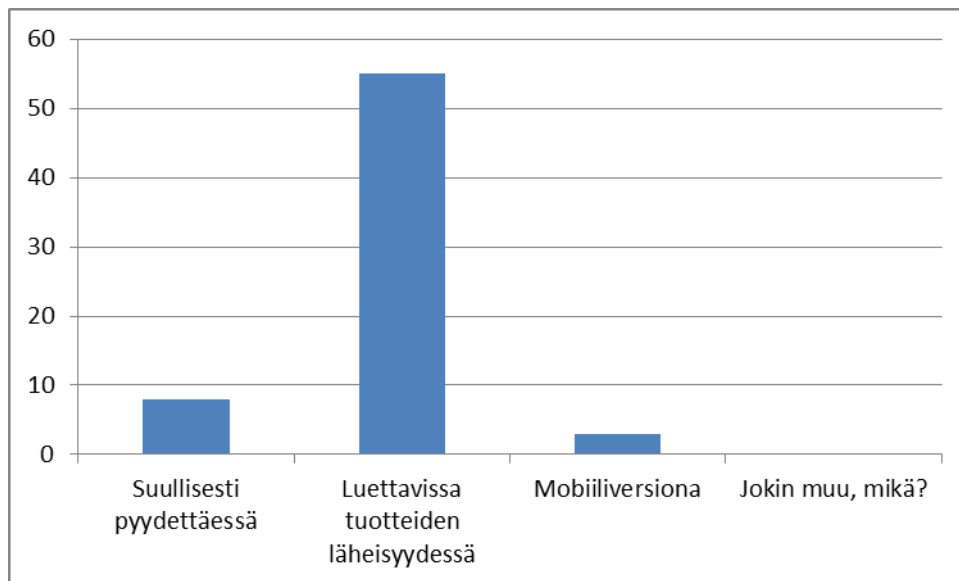
Kuvio 4. Ainesosaluettelon tiedot vaikuttavina tekijöinä kuluttajien ostopäätökseen, vastaajia 66

Kysyttäessä tärkeintä elintarviketta koskevaa tietoa, kaikista tärkeimmäksi kaikkien vastaajien keskuudessa nousi tieto ravintoarvoista (kuvio 2). Kun tarkastellaan naisten ja miesten vastauksien välisiä eroja, naisille tärkeimmät tiedot olivat tiedot ravintoarvoista, elintarvikkeen valmistusaineet sekä luonnonmukaisuus. Miehillä tärkeimmät tiedot olivat alkuperämaa, tiedot ravintoarvoista sekä elintarvikkeen valmistusaineet.

Suurimmat eroavaisuudet naisten ja miesten välillä tulivat kysymyksissä kuusi ja seitsemän (liite 1). Käsiteltäessä tärkeimpinä pidettyjä ravintoarvoluettelon osia, naisilla tärkeimmäksi nousi energiasisältö (61 %) kun taas miehillä osuus oli 10 %. Miehillä tärkeimmäksi nousi rasvan määrä ja laatu (33 %). Vastauksista selvisi myös, että miehistä lähes kolmasosa ei useimmiten kiinnitä huomiota ravintoarvoluetteluun. Kun kysyttiin ainesosaluettelosta, naisten keskuudessa tärkeimmäksi ostopäätökseen vaikuttavaksi teijäksi selvisi elintarvikkeen sisältämät lisäaineet (50 %) ja miehillä raaka-aineiden järjestys eli yksittäisen raaka-aineen osuus kokonaiselintarvikkeesta (52 %). Naisista kymmenesosa ja miehistä viidesosa sanoi, ettei kiinnitä huomiota ainesosaluetteluun.

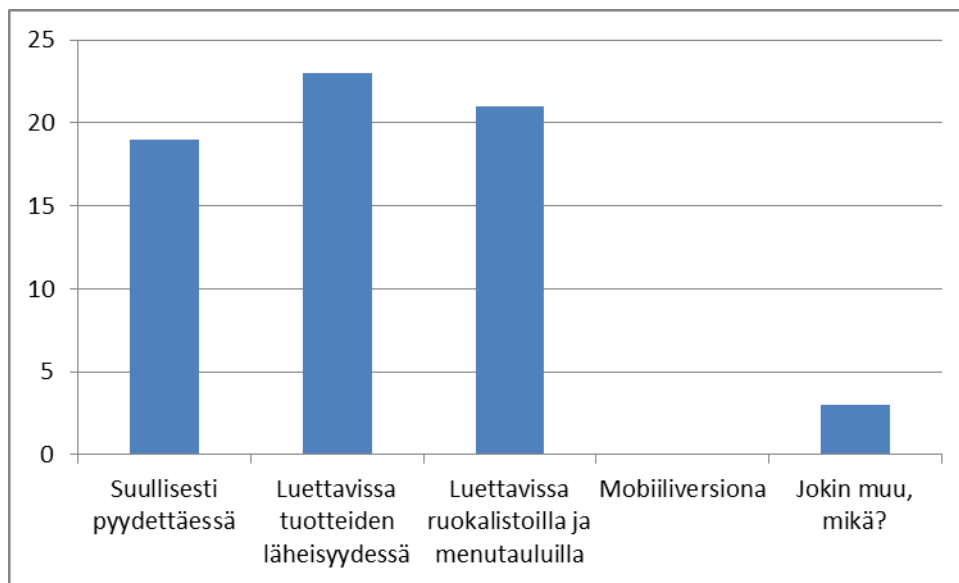
5.2 Kuinka tiedot pitäisi esittää kuluttajien mukaan

Kysyttäessä tapaa, jolla tiedot tulee esittää vähittäiskaupoissa, oli tuntuva enemmistö (83 %) sillä kannalla, että pakkaamattomien elintarvikkeiden tiedot pitäisi olla luettavissa tuotteiden välittömässä läheisyydessä, 12 % mielestä tietojen pitäisi olla saatavilla suullisesti erikseen pyydettyä ja kolme haastateltavaa halusi, että tiedot olisivat saatavilla mobiiliversiona esimerkiksi älypuhelimeen (kuvio 5).



Kuvio 5. Kuluttajien näkemys siitä, kuinka tiedot olisi esitettävä vähittäiskaupoissa, n=66

Kartoittaessa kysymyksessä 10 kuluttajien näkemyksiä siitä, kuinka tiedot pitäisi esittää kahviloissa ja ravintoloissa, oli enemmistö (35 %) sillä kannalla, että tiedot tulisi olla luettavissa tuotteiden välittömässä läheisyydessä ja toiseksi yleisin vastaus oli, että tiedot tulisi olla luettavissa ruokalistoilla tai menutauluilla (32 %) (kuvio 6). Suullisen tiedonesittämisen kannalla oli noin kolmasosa vastaajista ja 3 vastaajaa ehdotti jotakin muuta, kuin annettuja vaihtoehtoja vaikkakin yksi annetuista avoimista vastauksista olisi käynyt vaihtoehtoon d., mobiiliversiona (liite 1). Muihin vastauksiin kuului elektroninen kosketusnäyttö, joka olisi helppo huomata. Siitä voisi valita haluamansa elintarvikkeen koskettamalla eri vaihtoehtoja ja näin saada elintarvikkeen tiedot esille. Fonttikoko olisi säädettävissä, jolloin luettavuus paranee. Qr-koodia ehdotettiin myös ruokalistojen yhteyteen. Kaikki asiakkaat eivät välttämättä halua tietää kaikkia yksityiskohtia ruoasta, jolloin he, jotka haluavat, voivat qr-koodin kautta saada haluamansa tiedot mobiililaitteeseensa. Kolmas avoimen vastauksen jättänyt sanoi, että hänen mielestään tietoja ei tarvitse antaa millään tavalla erikseen pyytämättä.



Kuvio 6. Kuluttajien näkemys siitä, kuinka tiedot olisi esitettävä kahviloissa ja/tai ravintoloissa, n=66

Tietojen esittämistavoissa ei ollut suuriakaan mielipide-eroja miesten ja naisten välillä, mutta ainoat avoimet vastaukset tulivat miespuolisilta osanottajilta. Muihin ehdotuksiin kuului ”kosketusnäyttötaulu”, jota koskettamalla saisi valita haluamansa tuotteen ja saada siitä haluamansa tiedot helposti ja selkeästi. Toinen ehdotus oli kirjata qr-koodit menutauluille ja ruokalistoihin, joiden avulla ne henkilöt, jotka haluavat tietää enemmän tuotteista, voisivat itse ottaa selvää käyttämällä apunaan mobiililaitetta, kuten älypuhelin. Kolmas avoin vastaus ei tarjonnut uutta ehdotusta, vaan vastaaja oli sitä mieltä, että hänen mu-

kaansa mitään tietoja ei tarvitse antaa. Molempien sukupuolten edustajat olivat enemmistöllä sitä mieltä, että tietojen tulisi olla luettavissa tuotteiden läheisyydessä.

Yhdeksäs kysymys haastattelulomakkeella koski sitä, pitäisikö haastateltujen mielestä ravintoloiden ja kahviloiden pitää ainesosaluetteloja sekä ravintoarvoja esillä ja mistä syystä (liite 1). Kyllä-vastauksista nousi esille 4 erilaista ryhmää, joiden avulla vastauksia perusteltiin. Hienoina pidettävät ravintolat eli fine dining-ravintolat ansaitsivat monen vastaajan mielestä erivapauden tietojen ilmoittamisesta kuluttajalle kun taas kahviloiden ja pika-ruokaravintoloiden olisi pakko ilmoittaa tuotteidensa sisältämät ainekset ja ravintoarvot. Kahviloissa ja pikaruokaravintoloissa heräteostoksien tekeminen on yleisempää ja tuotteiden uskotaan sisältävän todennäköisesti enemmän lisäaineita, sokeria ja energiaa. Kaksi vastaajaa halusi, että tietojen pakollinen tarjoaminen haastaisi toimijat tekemään tuotevalikoimansa suhteen vastuullisempia valintoja ja tarjoamaan lisäaineettomia ja terveellisempiä vaihtoehtoja asiakkailleen. Yksi vastaaja huomautti, että mikäli kaikki tiedot olisivat valmiiksi esillä asiakkaan nähtävillä, niiden etsimiseen ei menisi henkilökunnalta enää ylimääräistä aikaa.

Toinen ryhmä koostui niistä, joiden mukaan terveellisiltä vaikuttavat ruoat ravintoloissa saattavat olla todella epäterveellisiä. Yksi vastaaja sanoi, että tietojen esillä oleminen voi lisätä kuluttajien tietoisuutta ja auttaa heitä tekemään parempia valintoja varsinkin pika-ruokaravintoloissa. Eräs vastaaja sanoi valitsevansa tällä hetkellä ostoksensa pääsääntöisesti ulkonäön perusteella, mutta oli tietoinen siitä, että se saattaa olla valikoiman epäterveellisin vaihtoehto.

Kolmas ryhmä sanoi olevansa kiinnostunut lähinnä allergeeneista ja yliherkkyyksistä ja monen haastatellun mukaan riittäisi, kun ne on ilmoitettu vaikka tuotteen etiketissä samalla tavalla kuin vähittäiskaupoissa.

Neljäs ryhmä koostui vastauksista, joiden mukaan tietojen esittäminen auttaa ylläpitämään terveellistä ruokavaliota ja elämäntapaa. Energiämäärän ilmoittaminen, ”Amerikan malli” ja päivittäisen saantisuosituksen ilmoittaminen mainittiin esimerkkeinä siitä, kuinka tietoja voitaisiin esittää kaikista tehokkaimmin. (”Amerikan mallilla” tarkoitettiin Yhdysvaltain tapaa, jossa ketjuravintolat ilmoittavat ruokalistoillaan ja menuauluissaan tuotteidensa sisältämät energiämäärät ja päivittäisen saantisuosituksen.) Muutamassa perustelussa nousi esille lisäaineiden määrä elintarvikkeissa sekä energian ja sokerin määrät, jotka pitäisi heidän mukaansa ainakin ilmoittaa, jotta asiakas osaa tehdä viisaampia valintoja ruokavalionsa ja terveytensä tueksi.

Kieltävästi vastanneiden mielipiteet tietojen esittämisen tarpeellisuudesta perustuivat pääasiassa heidän omiin tarpeisiinsa ja tottumuksiinsa käyttää erilaisia ravintolapalveluita. Vastanneista viisi sanoi suoraan, ettei heitä kiinnosta tietää elintarvikkeen tietoja. He eivät myöskään kiinnittäneet huomiota ainesosaluetteloon eivätkä ravintoarvoihin kysymyksissä kuusi ja seitsemän (liite 1.).

Osa vastaajista sanoi, että heille ulkona syöminen on harvinaista ja yksi haastatelluista kuvaili sitä ylellisyydeksi, jolloin hän ei halua tietää ruokansa kalorimäärää. Eräs vastaajista sanoi, että ravintolassa asioiminen on itsensä palkitsemista, eikä silloin tule kiinnitettyä huomiota energiasisältöön. Heidän joukossaan oli kuitenkin ymmärrys siitä, että tiedoista olisi hyötyä, mikäli ravintoloissa ja kahviloissa asioiminen olisi jokapäiväistä ja sillä olisi suuri vaikutus ruokavalioon.

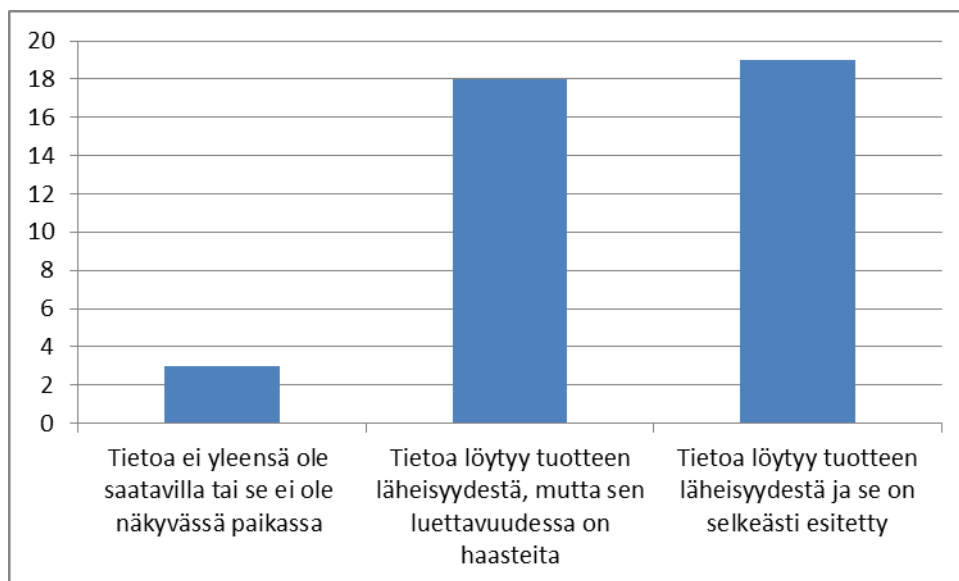
Kaksi vastaajaa kertoi, etteivät he kärsi allergioista tai yliherkkyyksistä, eikä sen takia heidän mielestään elintarviketietoja tarvitse ilmoittaa. Yksi vastaaja sanoi, ettei ravintoloiden tarvitse ilmoittaa tuotteidensa ainesosaluetteloita, sillä hänen mukaansa ravintoloilla on oikeus pitää reseptinsä salaisina. Muutama vastaaja piti omaa tietämystään tarpeeksi hyvänä arvioimaan elintarvikkeiden terveellisyttä eikä siksi pitänyt tarpeellisena sitä, että ne olisi kirjallisena esillä. Oli myös riittävää, jos tietoa saa ainoastaan kysymällä, sillä suullisesti saatu tieto oli erään vastaajan mukaan helpommin ymmärrettävissä kuin kirjallinen tieto. Toisin sanoen suurin osa kielteisen vastauksen antaneista oli sitä mieltä, ettei aihe kosketa heitä eikä sen vuoksi kokenut tarpeelliseksi sitä, että ravintolat ilmoittaisivat kirjallisesti ruokatuotteidensa ainesosat tai ravintosisällöt.

5.3 Elintarviketietoasetuksen huomioiminen ja tiedon saatavuus kuluttajan näkökulmasta

Kysymyksessä 3 kysyttiin, että olivatko vastaajat kiinnittäneet huomiota huhtikuussa 2015 voimaan astuneeseen elintarviketietoasetuksen kohtaan, jonka mukaan myös pakkaamattomissa elintarvikkeissa tulee olla tiedot esillä. Kysymyksen tarkentamiseksi haastattelija antoi esimerkkejä siitä, miten ja minkälaisissa tuotteissa tiedot on ilmoitettava. Esimerkkinä käytettiin vähittäiskaupan paistotuotteiden itsepalvelutiskiä. Vastaajista enemmistö (63 %) oli huomannut tai kiinnittänyt huomiota pakkaamattomien tuotteiden elintarviketietoihin. Heidän joukkoonsa kuului muutama vastaaja, joka on huomannut paistotuotteiden läheisyydessä olevan enemmän tietoa, mutta ei osannut yhdistää sitä elintarviketietoasetukseen. Kaksi vastaajaa oli sitä mieltä, että tiedot ovat aina olleet esillä. Vastaajat jotka vastasivat ei, eivät olleet kuulleet aikaisemmin elintarviketietoasetuksesta, eivätkä huomanneet mitään eroa tiedon määrässä entiseen verrattuna.

Neljäs kysymys ei ollut pakollinen kysymys ja siihen otti kantaa ne, jotka vastasivat myöntävästi kysymykseen kolme. Neljännessä kysymyksessä kartoitettiin elintarviketietojen havaittavuutta ja tiedon saatavuutta. Noin puolet vastaajista (48 %) sanoi, että tietoa löytyy tuotteen välittömästä läheisyydestä ja se on selkeästi esitetty (kuvio 7). Haastatelluista 45 % oli sitä mieltä, että tietoa on kyllä saatavilla, mutta sen luettavuudessa on haasteita. He täsmensivät, että teksti on usein hyvin pientä, riviväli on hyvin kapea ja etiketit tuotteiden alla ovat tekstimääräänsä nähden liian pienet ja täyteen ahdetut. Joissain vähittäiskaupoissa paistopistetuotteiden tiedot on kerätty yhteen kansioon, jolloin ne pitää erikseen hakea sen sijaan, että ne sijaisivat suoraan tuotteen edessä tai läheisyydessä. Haastateltuja kysyi muutamalta, että ovatko he huomanneet vähittäiskaupoissa tai ravintoloissa tiedoksiantoa siitä, että henkilökunnalta saa kysyä pakkaamattomiin tuotteisiin liittyvistä asioista. Tiskien palvelupisteillä ei vastaajien mukaan lähestulkoon koskaan lue, että tuotteiden tiedoista saa kysyä henkilökunnalta, mutta joissain kahviloissa ja lounasravintoloissa tieto oli esillä kassalla tai vitriinin päällä.

Vastaajista kaksi ei osannut sanoa mitään tarkkaa vastausta, sillä heidän mielestään joissain paikoissa tiedot ovat hyvin esillä ja toisissa taas heikommin.

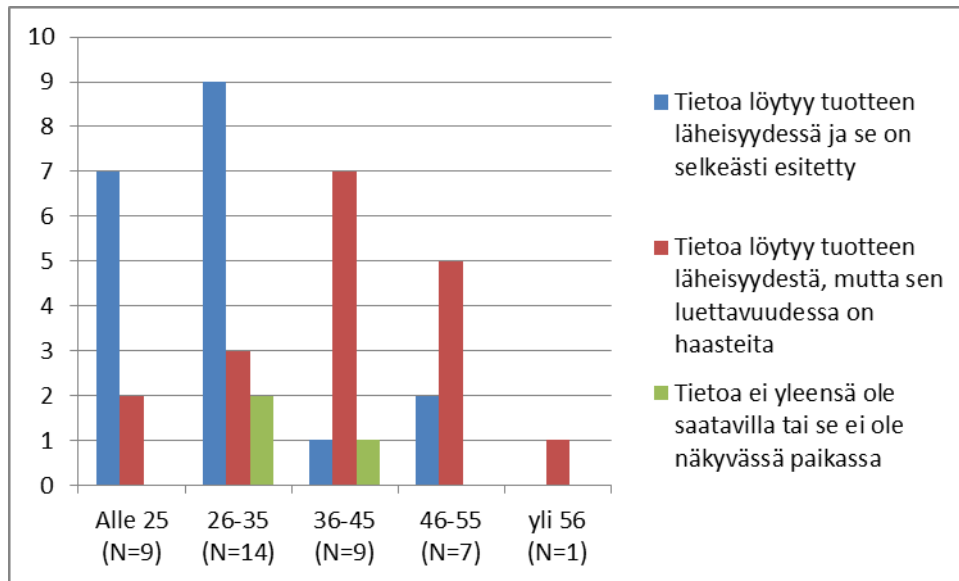


Kuvio 7. Pakkaamattomien elintarvikkeiden tietojen luettavuus, n=40

Haastatelluista, jotka olivat huomanneet, että pakkaamattomista elintarvikkeista on ilmoitettava elintarviketietoasetuksen voimaantulon myötä enemmän tietoja kuluttajille, suurin osa oli naisia (62 %).

Kun tarkkailtiin tiedon saatavuutta ja luettavuutta, tutkittiin sitä ikäjakautuksen mukaan (kuvio 8). Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että tietoa löytyy elintarvikkeen läheisyydestä ja

on selkeästi esitetty (kuvio 4). He muodostuvat pääasiassa alle 25- ja 26–35-vuotiaista henkilöistä, kun taas suurin osa iältään 36–56-vuotiaista koki, että tiedot olivat kyllä olemassa, mutta niiden luettavuudessa oli haasteita.



Kuvio 8. Elintarviketietojen luettavuus ikäjakauman mukaan, n=40

6 Johtopäätökset ja pohdinta

Suomessa astui voimaan elintarviketietoasetus huhtikuussa 2015, jonka mukaan myös pakkaamattomista elintarvikkeista on ilmoitettava muun muassa valmistuksessa käytetyt ainekset, allergeenit ja yliherkkyyttä aiheuttavat aineet, alkuperämaa, käyttö- sekä säilytysohjeet sekä viimeinen käyttöpäivämäärä. (Evira 2014, 12.) Pakkaamaton elintarvike on myyntipaikassa asiakkaan itse pakkaama, asiakkaan pyynnöstä pakattava tai myyntipaikassa välitöntä myyntiä varten pakattu (Evira 2014, 10).

Suurin osa haastatelluista henkilöistä oli huomannut, että tietoa on saatavilla, mutta vain harva tiesi tiedon määrän lisääntyneen elintarviketietoasetuksen johdosta. Monen haastatellun mielestä tietoa on aina ollut saatavilla eivätkä he olleet huomanneet suurtakaan eroa kuluneen vuoden aikana. Nuoret vastaajat (alle 25-vuotiaat sekä 26–35-vuotiaat vastaajat) kertoivat, että tietoa löytyy tuotteiden läheisyydestä eikä heillä ole vaikeuksia lukea tekstiä. Heitä vanhemmat kokivat jo havaittavuudessa ja luettavuudessa haasteita. Tekstin sanottiin olevan liian pientä johtuen etiketin pienestä koosta ja tiedon määrästä. Osaselitys huonoon luettavuuteen voi olla myös iän mukaan heikentynyt näkökyky.

Tärkeimpänä elintarviketietona yleisellä tasolla pidettiin tuotteen ravintoarvotietoja ja toiseksi suurin vaikutus oli valmistusaineilla. Yhdeksän kysymyksen vastauksiin lukeutui useampi toive siitä, että ravintolat ja kahvilat ilmoittaisivat ainakin energia-, rasva- ja sokeimäärät. Monen mielestä energiamäärän mukaan on helpoin tehdä terveellisempiä valintoja ja säädellä päivittäistä energiasaantiaan. Yhdysvaltain ruoka- ja lääkehallinnon (FDA) mukaan yhdysvaltalainen henkilö nauttii kolmanneksen päivän saantisuosituksestaan kotinsa ulkopuolella ravintoloissa ja kahviloissa. Kun elintarvikkeita tuottavat yritykset veloitetaan ilmoittamaan tuotteidensa elintarviketiedot sekä ravintoarvot selkeästi esille, autetaan kuluttajia tekemään ruokavalionsa ja terveytensä kannalta parempia valintoja. Toimijoiden on myös varmistettava, että kaikki tieto ravintosisältö mukaan lukien on saatavilla erikseen pyydettyäessä. (FDA 2014.) Toisin kuin uskottiin, The International Food Information Councilin (IFIC) tekemän tutkimuksen mukaan vain neljäsosa kuluttajista piti ravintoarvoluetteloita helppokäyttöisenä ja kaksi kolmasosaa ei osannut yhdistää saamaansa tietoa omaan päivittäiseen saantisuositukseensa. Yhdysvaltalaiskuluttajat peräänkuuluttivatkin helppokäyttöisempiä ilmaisia tiedoista ja vakioituja annoskokoja samankaltaisille tuotteille määriteltäessä päivittäisiä saantisuosituksia. (Cairns, Pillo-Blocka, Schmidt & Willis 2009, 103.) On mahdollista, että Suomessa ymmärrys ei ole tässä asiassa samalla tasolla, kuin Yhdysvalloissa, mutta pitää silti ottaa huomioon, että mikäli ei ole yhtään perehty-

nyt ravintoarvoihin tai tiedä edes suurin piirtein omaa henkilökohtaista päivittäistä perusai-
neenvaihduntaansa, on hyvin hankala tietää, kuinka iso energiamäärä on itselle liikaa tai
sopivasti. Ravintoarvoluettelo on helppo sanoa hyväksi ohjenuoraksi kun tavoitellaan ter-
veellisempää ruokavaliota, mutta jos sitä ei osaa lukea tai sitä ei ymmärrä oikein, siitä ei
ole lopputuloksen kannalta mitään hyötyä.

Tutkittaessa ostopäätökseen vaikuttavia tekijöitä, ravintoarvaluettelosta tärkeimmäksi
nousi energiasisältö, jonka valitsi varsinkin suurin osa naisista. Esiin nousi myös tutkimuk-
seen osallistuneiden nuorten miesten suosiossa ollut proteiinin määrä, joka on viime vuo-
sien aikana ollut suosittu lisä monissa elintarvikkeissa. Nuoret, jotka nimesivät proteiinin
tärkeäksi, mainitsivat myös noudattavansa terveellistä ruokavaliota ja terveellisiä elintapo-
ja myöhemmissä kysymyksissä. Ainesosaluettelossa naisten ja miesten vastaukset erosi-
vat toisistaan, mutta tärkeimmäksi nousi silti raaka-aineiden järjestys eli yksittäisen ai-
nesosan osuus kokonaiselintarvikkeesta. Ainesosaluettelosta halutaan nähdä, onko tuot-
teessa sitä, mitä on luvattu tai mitä elintarvikkeelta odotetaan. Naisten kohdalla oli suuri
määrä vastaajia, joille oli tärkeää saada tietää tuotteen sisältämät lisäaineet. Kuitenkin
kummankin kysymyksen kohdalla paljastui huomattava osa vastaajia, jotka eivät useimmi-
ten kiinnitä huomiota kumpaankaan tietolähteeseen.

Haastateltavat olivat enemmistöllä sitä mieltä, että tietoja on kaikista helpoin havaita ja
käsitellä, kun ne löytyvät tuotteen läheisyydestä. Lähes yhtä suuri osa vastaajista oli sillä
kannalla, että tietojen pitäisi olla luettavissa menutauluilla sekä ruokalistoilla, mutta moni
täsmensi, että säännön ei välttämättä tarvitse koskea hienompia ja kalliita fine dining-
ravintoloita, jonne mennään elämyksen perässä. Vuonna 2013 toteutettiin Sveitsissä tut-
kimus, jossa tutkittiin ravintoarvojen esittämistä fine dining-ravintolassa. Tutkimuksessa
todettiin, että ilman ravintoarvojen ilmoittamista valinnat tehtiin usein maun, nautinnon
sekä mukavuuden mukaan. Hienoissa ravintoloissa asioivat asiakkaat, joilla on usein kor-
keampi taloudellinen sekä koulutuksellinen tausta ja heillä on usein korkea tietämys ter-
veellisyydestä ja omasta terveydentilastaan. He tietävät ravitsemuksellisesta näkökulmas-
ta, mitä he tilaavat ja syövät. Tosin tutkimuksessa selvisi, että koettiin myös ylellisyytenä
saada ruokalistalle ravintoarvotiedot annoksista. Tutkimuksessa kuitenkin selvisi, että vä-
häenergisempi vaihtoehto valittiin viisi kertaa useammin kuin ennen tutkimusta, joka ilmai-
see selkeästi ravintoarvojen ilmoittamisen ruokalistoilla vaikuttavan asiakkaan valintoi-
hin. (Fotouhinia-Yepes 2013, 282–288.) Tässä tutkimuksessa moni haastateltava sanoi,
pitävänsä ravintolassa syömistä ylellisyytenä, jolloin ei halua murehtia energiamääriä.
Kuitenkaan ei voi sanoa, ettei tiedon saaminen mahdollisesti muuttaisi heidän tekemiään
valintoja ja muuttamaan mieltään terveellisemmän vaihtoehdon edessä. Sama koskee
heitä, jotka sanoivat käyvänsä ulkona vain harvoin syömässä, eikä heidän sen takia tarvit-

se murehtia ruoan terveydellisistä ominaisuuksista. Usea yhdysvaltalaisutkimus tuli siihen lopputulokseen, että kuluttajat aliarvioivat jatkuvasti ravintolatuotteiden energiapitoisuuden varsinkin hyvin energiapitoisten ja terveellisinä pidettyjen tuotteiden kohdalla (Mancino, Morrison & Variyam 2011, 36). Eräs vastaaja oli sitä mieltä, että hän osaa omasta mielestään arvioida eri ravintoloissa nauttimiensa aterioiden terveellisyyden, ja oli siksi sillä kannalla, ettei tietoja tarvitse erikseen kertoa. Mikäli ravintoloissa asiominen on tiheää, kannattaa yrittää tutustua syömiensä aterioiden ravintosisältöön, sillä todellisuus saattaa olla hyvinkin erilainen, mitä on luullut ja sillä saattaa olla vaikutuksia terveyteen.

Tutkimukseen oli haastavaa saada osallistumaan haastateltavia ja tarkoituksena alkupe-
räisessä suunnitelmassa oli saada kasaan 100 haastattelua, joka kuitenkin määrällisesti jäi 66. Olisin varmaankin saanut 100 vastausta, jos minulla olisi ollut huomattavasti enemmän aikaa ja kärsivällisyyttä kysyä ja pysäyttää jokaisen potentiaalisen ohikulkijan, mutta en loppujen lopuksi uskonut, että sillä olisi ollut suurta vaikutusta tulosten kannalta. Suurempi vaikutus olisi varmasti ollut, jos olisin pitänyt haastatteluja eri paikoissa. Alkupe-
räisen suunnitelman mukaan olisin mennyt myös Jumbon kauppakeskukseen, mutta en ollut varma, tarvitseeko sinne hankkia jonkinlaisen tutkimusluvan ja Tallinnanaukiolla sain kerätä vastauksia, joten päätin pitää kaikki haastatteluni Itäkeskuksen alueella. Tallin-
nanaukio oli ympäristönä haastava paikka suorittaa haastatteluja johtuen paikalla olevista pienistä levottomuuksista sekä haastattelujen aikaan vallinneesta huonosta säästä. Sopi-
vien haastateltavien löytäminen väkijoukosta osoittautui vaikeammaksi, mitä osasin odot-
taa ja parina haastattelupäivänä paikalla oli myös toinen henkilö, joka oli suorittamassa tutkimusta. Hänellä oli mahdollisuus palkita vastaajansa suklaapatukalla, kun taas minulla ei ensimmäisten haastattelukertojen aikana ollut mitään palkkioita omille haastateltaville henkilöille. Useampi ihminen erehtyi luulemaan, että olimme tekemässä samaa tutkimusta eikä siksi pysähtynyt luokseni vastaamaan tutkimukseen. Minua myös tietoisesti välteltiin, sillä ihmiset eivät halunneet ostaa mitään, liittyä mihinkään tai antaa tietojaan minulle, eikä heillä ollut kiinnostusta tai aikaa kuunnella, mitä varten olin paikalla ja miksi halusin haas-
tatella heitä. Kaikkein alttiimpia ja suostuvaisimpia olivat nuoret naiset ja miehet. Suurin osa vastaajista halusi kuitenkin päästä mahdollisimman nopeasti haastattelun loppuun ja tarjosi vain nopeita vastauksia, enkä usko, että kaikki vastaajat edes sisäistivät tai ym-
märsivät kysymykset kunnolla. Olisin toivonut avoimiin kysymyksiin enemmän vastauksia, mutta vain muutama oli niitä halukas antamaan tai edes miettimään mahdollisia vaihtoehto-
ja. Tosin vastausten kirjaaminen oli helppoa ja yksinkertaista, koska suurin osa vastaa-
jista piti vastauksensa lyhyinä ja ytimekkäinä.

Työpaikallani Robert's Coffee-kahvilassa pidin kymmenkunta haastattelua. Ympäristönä se oli rauhallisempi ja sisätiloissa oli mukavampi olla kuin ulkona. Ilta-aikaan paikalla val-

litsi myös rauhallisuus, joten vastaajat olivat rennompia ja halukkaampia ottamaan osaa tutkimukseen. Halukkuuteen saattoi vaikuttaa myös se, että kyseiset henkilöt ovat kanta-asiakkaitani, joten he mielellään auttoivat tutkimuksen etenemisessä. He myös perehtyivät kysymyksiin enemmän ja pohtivat syvällisemmin antamia vastauksia.

Haastattelulomakkeen tarkoituksena oli mitata ostopäätökseen vaikuttavia ravintoarvotietoja ja elintarvikkeen valmistuksessa käytettyjen aineiden merkitystä. Kysymyksissä ei ollut vaihtoehtoina ostopäätökseen vaikuttavina seikkoina hintaa, merkkiä, makua tai muita ominaisuuksia. Jälkikäteen miettien varmasti monelle ne ovat ensisijaiset ostopäätökseen vaikuttavia asioita. Mahdollisesti ne henkilöt, jotka vastasivat, etteivät kiinnitä huomiota ravintoarvo- tai ainesosaluetteloon, pitävät jotain muuta seikkaa paljon tärkeämpänä. Voisiko siis olla, että tietyllä tavalla kysymyksissä tuli katoa, sillä kysymykset osoitettiin henkilöille, jotka eivät kuuluneet tutkimuksen kohderyhmään. Jos tutkimuksen tarkoituksena oli tutkia elintarvikkeen tietojen vaikutuksia kuluttajan ostopäätökseen, olisi pitänyt tutkia vain niitä, joille tiedot ovat tärkeitä. Se olisi ollut mahdollista, jos olisin kirjannut kysymykseen numero 5 lisää vaihtoehtoja tai yhden avoimen vaihtoehdon ja täten olisin voinut karsia vastaajista ne pois, joille esimerkiksi ainoastaan hinta ratkaisee ostopäätöksiä tehdessä. Niin suuri osa tämän tutkimuksen vastaajista sanoi, ettei kiinnitä huomiota elintarviketietoihin, että jäljelle jäi verrattain vähän vastauksia, joiden pohjalta pitäisi tehdä jollain tasolla yleistettäviä johtopäätöksiä.

Tutkimuksen tavoitteena oli myös selvittää, kuinka elinkeinossa voidaan ilmaista elintarviketietoja selkeästi ja ymmärrettävästi. Vastauksia tuli muutama, mutta ne eivät vaikuttaneet laisinkaan huonoilta. Eritoten idea kosketusnäytöstä, jota koskettamalla saa tietoja eri elintarvikkeista, voisi olla toimiva vaihtoehto ainakin vähittäiskaupoissa. Se olisi kirkkaudesta ja värikkydestä johtuen paremmin huomattavissa, luettavuus olisi parempi, se herättäisi asiakkaissa mielenkiintoa ja olisi helppokäyttöinen. Kaiken lisäksi sitä olisi helppo ja nopea päivittää reaaliajassa. Joidenkin kahviloiden ja ravintoloiden liikeideaan voisi sopia qr- koodit menuauilla ja ruokalistoilla, jotka voitaisiin lukea mobiililaitteella ja sitä kautta päästä lukemaan elintarviketiedot. Koodit eivät veisi huomattavasti tilaa listoilta ja niidenkin päivittäminen käy yksinkertaisesti. Täytyy kuitenkin muistaa, että kaikilla ei ole käytössään älylaitteita eikä kaikkia ominaisuuksia tai sovelluksia osata tai olla halukkaita käyttämään.

Aloitin opinnäytetyön tekemisen loppukeväästä 2015. Aloitin aineistonkeruulla ja opin käyttämään erilaisia koulun kautta käytössä olevia tietolähteitä ja virtuaalisia arkistoja, joista sain kerättyä kaikki ulkomaiset lähteeni työhön. Syksyllä 2015 osallistuin Elintarviketiedot esiin! – seminaariin, joka oli hyödyllinen, muttei tarjonnut työni kannalta erityisem-

min uutta Seminaarissa tuli toki esille mielenkiintoisia ja kuluttajille vieraita näkökulmia, esimerkiksi pakkausmateriaalien ja pakkausmerkintöjen tuomista kustannuksista elintarvikkealan toimijoille.

Haastattelulomakkeen tekemisen olisi voinut aloittaa aikaisemmin ja keskittyä siihen ajan kanssa. Tein koehaastattelun kolmelle hengelle, nyt jos saisin tehdä uudelleen, tekisin sen useammalle henkilölle ja syöttäisin tulokset Webropoliin ja katsoisin, miten tulosten analysointi toimii käytännössä. Huomasin myös kirjoitusvirheitä ja virheitä numeroinnissa ja olin huojentunut, että suoritin tutkimuksen puolistrukturoituna haastatteluina, joten kukaan ulkopuolinen ja vastaaja ei niitä huomannut. Loppujen lopuksi niillä ei ollut tutkimustulosten kannalta mitään vaikutusta, mutta virheet lomakkeessa olisi ollut mielestäni vastaajien aliarvioimista ja tutkimuksen tekijälle noloa. Loppujen lopuksi opin prosessin aikana käyttämään Webropolia, tekemään Excelillä taulukoita, vertaamaan ristiin erilaisten vastaajien vastauksia ja analysoimaan niitä.

Aihevalintaan olen ollut koko opinnäytetyöprosessin ajan tyytyväinen, mielenkiintoni ei laantunut missään vaiheessa ja kun pääsin käsittelemään aineistoa, jota löysin koskien muun maailman tapoja, työ muuttui entistä mielenkiintoisemmaksi. Mielestäni oman tutkimusaineiston analysoiminenkin oli kiinnostavaa ja olin yllättynyt, miten hyvin mieleeni on jäänyt suuri osa haastatteluista näin pitkän ajan jälkeen. Itse haastattelujen tekeminen ei tosin tuntunut mukavalta, mutta päätettyäni, että 66 haastattelua riittää, oloni oli huojentunut. Tulosten syöttäminen Webropoliin oli helppoa, mutta yllättävän aikaa vievää. Numeroin kaikki vastauslomakkeet varmuuden vuoksi, enkä usko, että tulosten kirjaamisessa tuli virheitä. Olin ajatellut, että minulla ei mene aineiston syöttämiseen kauaa aikaa, sillä suurin osa vastauksista oli monivalintakysymyksiä ja joukossa oli vain yksi täysin avoin kysymys.

Lähteet

Arsenault, J.E., Hersey, J.C., Kosa, K.M., Muth, M.K. & Wohlgenant, K.C. 2013. Effects of front-of-package and shelf nutrition labeling systems on consumers. *Nutrition Reviews*, 71, 1, s. 1-14.

Cairns, G., Pillo-Blocka, F. Schmidt, D.B. & Wills, J.M. 2009. Exploring global consumer attitudes toward nutrition information on food labels. *Nutrition Reviews*, 67, 1, s. 102-106.

Elintarvikelaki 13.1.2006/23. Luettavissa:

<https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060023>. Luettu: 1.6.2015.

Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus elintarviketietojen antamisesta kuluttajalle (EU) N:o 1169/2011. Luettavissa: [http://eur-](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0018:0063:FI:PDF)

[lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0018:0063:FI:PDF](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0018:0063:FI:PDF). Luettu: 23.7.2015.

Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus yleisestä elintarvikelainsäädännöstä (EY) N:o 178/2002. Luettavissa: [http://eur-](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:031:0001:0024:FI:PDF)

[lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:031:0001:0024:FI:PDF](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:031:0001:0024:FI:PDF). Luettu: 1.6.2015.

Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus elintarvikkeita koskevista ravitsemus- ja terveysväitteistä (EY) N:o 1924/2006. Luettavissa: [http://eur-lex.europa.eu/legal-](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006R1924&from=en)

[content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006R1924&from=en](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006R1924&from=en). Luettu: 23.7.2015.

FDA U.S. Food and Drug Administration 2014. Menu labeling requirements at-a-glance. Luettavissa:

<http://www.fda.gov/Food/IngredientsPackagingLabeling/LabelingNutrition/ucm248732.htm>. Luettu: 31.5.2015.

Fotouhinia-Yepes, M. 2013. Menu calorie labeling in a fine dining restaurant: will it make a difference? *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 14, 3, s. 281-293.

Frumkin, P. 2008. Industry must pick its battles, and menu labeling legislation might be a good place to compromise. *Nation's Restaurant News*, 42, 46, s. 18.

Evira 2010. Ainesosan määrän ilmoittaminen. Luettavissa:
http://www.evira.fi/attachments/elintarvikkeet/valvonta_ja_yrittajat/pakkausmerkinnat/ainesosan_maaran_ilmoittaminen_fi.pdf. Luettu: 24.7.2015.

Evira 2014. Elintarviketieto-opas elintarvikevalvojille ja elintarvikealan toimijoille. Luettavissa: <http://www.evira.fi/portal/fi/tietoa+evirasta/julkaisut/?a=category&cid=23>. Luettu: 18.4.2015.

Maa- ja metsätalousministeriö 2014a. Kansallinen elintarviketietoasetus – pakkaamattomat elintarvikkeet ja niiden merkinnät. Luettavissa:
http://www.evira.fi/files/attachments/fi/evira/tapahtumat/elintarvikkeet/elintarviketietoasetus_pakkaamattomat_helsinki_171014.pdf. Luettu: 18.4.2015.

Maa- ja metsätalousministeriö 2014b. Luonnos Maa- ja metsätalousministeriön asetukseksi elintarviketietojen antamisesta kuluttajalle. Luettavissa:
http://www.mmm.fi/attachments/elo/lausuntopyynnot/17.1.2014_aha/6MgpWmSOi/Muistio_MMMa_elintarviketietojen_antamisesta_kuluttajille.pdf. Luettu: 2.6.2015.

Maa- ja metsätalousministeriö 2013a. Missä mennään pakkausmerkintälainsäädännössä? Luettavissa:
http://www.evira.fi/files/attachments/fi/evira/tapahtumat/elintarvikkeet/haikonen_elintarviketietoasetus_300513.pdf. Luettu: 18.4.2015.

Maa- ja metsätalousministeriö 2013b. Mitä tietoja kuluttajat haluavat saada elintarvikkeista. Luettavissa:
http://www.mmm.fi/attachments/elintarvikkeet/6lWOEPBwE/Elintarviketietoasetus_310713.pdf. Luettu: 18.4.2015.

Mancino, L., Morrison, R.M. & Variyam, J.N. 2011. Will calorie labeling in restaurants make a difference? *Prepared Foods*, 180, 6, s. 35-48.

Puusa, A. & Juuti, P. (toim.) 2011. Menetelmäviidakon raivaajat. JTO. Helsinki.

Tilastokeskus 2015. Puolistrukturoitu haastattelu. Luettavissa:
<https://www.stat.fi/virsta/tkeruu/04/02/>. Luettu: 28.8.2015.

Vilka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Tammi. Helsinki.

Liitteet

Liite 1. Haastattelulomake

1.) Sukupuoli

- a.) Mies
- b.) Nainen

2.) Ikä

- a.) alle 25
- b.) 26–35
- c.) 36–45
- d.) 46–55
- e.) yli 56

3.) Oletko kiinnittänyt huomiota, että 1.4.2015 lähtien pakkaamattomista elintarvikkeista on pitänyt olla saatavilla ainesosaluettelo, tieto allergiaa ja yliherkkyyttä aiheuttavista aineksista, tieto alkuperämaasta, mahdolliset säilytys- ja käyttöohjeet sekä merkintä viimeisestä käyttöpäivästä tai parasta ennen-merkintä?

- a.) kyllä
- b.) en

4.) Jos olet, niin kuinka tietoa on mielestäsi ollut saatavilla esimerkiksi irtotuotteiden, kuten ruokakaupoissa paistotuotteiden tai tiskillä tilauksesta pakattujen ruokien, kohdalla?

- a.) Tietoa löytyy tuotteen läheisyydessä ja se on selkeästi esitetty.
- b.) Tietoa löytyy tuotteen läheisyydestä, mutta sen luettavuudessa on haasteita.
- c.) Tietoa ei ole yleensä ole saatavilla tai se ei ole näkyvässä paikassa.

5.) Mikä elintarviketta koskevista tiedoista on mielestäsi tärkein?

- a.) Luomu
- b.) Mistä maasta elintarvike on peräisin
- c.) Mistä aineista elintarvike on valmistettu
- d.) Tieto ravintoarvoista, kuten energiasisältö, hiilihydraattien, proteiinin, sokerin ja suolan määrät
- e.) Mahdolliset käyttö- ja säilytysohjeet sekä "parasta ennen"-päivämäärä tai viimeinen käyttöpäivä

- 6.) Mikä elintarvikkeen ravintoarvoja koskevista tiedoista on mielestäsi tärkein?
- a.) energiasisältö
 - b.) rasvan määrä ja laatu
 - c.) hiilihydraattien, kuten sokerin määrä
 - d.) proteiinin määrä
 - e.) suolan määrä
 - f.) jokin muu, mikä?
 - g.) en useimmiten kiinnitä huomiota ravintoarvoluetteloon
- 7.) Mikä seuraavista ainesosaluettelon sisällöstä vaikuttaa ostopäätökseesi eniten?
- a.) raaka-aineiden järjestys eli yksittäisten ainesosien määrällinen osuus elintarvikkeen koostumuksesta
 - b.) mahdolliset elintarvikkeen sisältämät lisäaineet
 - c.) mahdolliset allergiaa ja yliherkkyyttä aiheuttavat ainesosat
 - d.) en useimmiten kiinnitä huomiota ainesosaluetteloon
- 8.) Miten merkinnät tulisi esittää pakkaamattoman elintarvikkeiden yhteydessä vähittäiskaupoissa?
- a.) Tiedot saatavilla suullisesti pyydettyäessä
 - b.) Tiedot luettavissa tuotteen välittömässä läheisyydessä
 - c.) Tiedot tulisi olla saatavilla mobiiliversiona esimerkiksi älypuhelimeen
 - d.) Muu, mikä?
- 9.) Pitäisikö mielestäsi ravintoloissa ja kahviloissa olla ravintoarvot tai ainesosaluettelot esillä? Mistä syystä?
- 10.) Miten merkinnät tulisi olla esillä ravintoloissa ja kahviloissa?
- a.) Tiedot tulisi olla saatavilla suullisesti pyydettyäessä
 - b.) Tiedot tulisi olla luettavissa tuotteiden välittömässä läheisyydessä
 - c.) Tiedot tulisi olla luettavissa ruokalistoilta tai menukylteillä esimerkiksi pikaruokaravintoloissa
 - d.) Tiedot tulisi olla saatavilla mobiiliversiona esimerkiksi älypuhelimeen
 - e.) Muu, mikä?

Liite 2. Apulomake haastattelun tueksi

ESIMERKKI RAVINTOARVOTIEDOISTA



ESIMERKKI AINESOSALUETTELOSTA

Parasta ennen/Bäst före:
14.10.2015
L35243 70 04:43

Ainesosat: vehnä jauho, vesi, hapantaikina (täysjyväruisjauho, vesi), ruisjauho, auringonkukansiemen (4 %), hiiva, pellavan siemen (2 %), hirssi, suola, dekstroosi, **vehnägluteeni**, ohra-mallasuute, happamuudensäätöaine (E262)

Ingredienser: vetemjöl, vatten, surdeg (fullkornsrågmjöl, vatten), rågmjöl, solroströn (4 %), jäst, linfrön (2 %), hirs, salt, dextros, **vetegluten**, kornmallextrakt, surhetsreglerande medel (E262)

Ravintoarvo/Näringsvärde/100 g:

energia/energi	1110 kJ (260 kcal)
rasva/fett	3,7 g
josta hydyttyntä/varav mättat	0,6 g
hiilihydraatti/kolhydrat	46 g
josta sokereita/varav sockerarter	2,4 g
ravintokuitu/kostfiber	6,0 g
proteiini/protein	8,8 g
suola/salt	1,0 g
laktoosia/laktos	0 g/100 g