

**PAKKAUSKONSEPTI**

*Pikkuleipäpakkauksen*

**GLUTEENITTOMALLE**

*rakennesuunnittelu*

**TUOTTEELLE**

*ja graafinen ilme*

ESSI SALMINEN | OPINNÄYTETYÖ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

TEOLLINEN MUOTOILU | 2015





# OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilun koulutusohjelma | Teollinen muotoilu

2015 |

Pekka Mannermaa

## PAKKAUSKONSEPTTI GLUTEENITTOMALLE TUOTTEELLE

Opinnäytetyön aiheena oli suunnitella pakkauskonsepti, pakkaus sekä graafinen ilme gluteenittomille pikkuleiville. Pakkauksen vaatimuksiin kuului, että sen rakenne tukee gluteenittomia tuotteita, pakkaus on materiaaliystävällinen sekä kustannustehokas, jonka lisäksi graafisen ilmeen tuli tukea yrityksen imagoa ja viestiä tuotteen sanomaa. Tavoitteena oli luoda pakkauskonsepti erilaisia tutkimusmenetelmiä hyödyntäen.

Työn toimeksiantajana toimi pakkausten kehittäjä Rukki Finland Oy. Aiheen suunnittelussa keskityttiin pakkauksen käytettävyyteen, sen kokoamiseen, täyttämiseen ja sulkemiseen. Lisäksi uudelleen sulkemisesta tuli työn yksi tärkeimmistä kriteereistä. Ilman erillistä kiinnittäjää pakkauksen tuli olla tiivis, kun se oli kertaalleen avattu. Asiakkaan, Gluteeniton Leipomo ILONAn ilme, tuli heijastua graafisen ilmeen suunnittelussa. Käyttäjäkyselyn ja asiakashaastattelun avulla tutustuttiin gluteenittomiin tuotteisiin liittyviin tottumuksiin, toiveisiin ja odotuksiin. Työn taustoituksessa käytettiin myös toimeksiantajan asiantuntijuutta. Lisäksi dokumenttiaineiston avulla kerättiin tietoa pakkaussuunnittelun eri vaiheista ja asioista, joita on otettava huomioon alan laajuus huomioon ottaen.

Pääasiallisesti pakkaushahmomalleja tehden edennyt suunnitteluvaihe hahmotti rakenteen todellisen toimivuuden ja mahdollisti epäkohtiin puuttumisen ajoissa, joita ei esimerkiksi pelkästään piirtämällä tai mallintamalla olisi huomannut. Graafisten ilmeiden suunnittelussa kuvankäsittelyohjelmat olivat parhaita tapoja kokeilla erilaisia yksityiskohtia. Ikkunan lisääminen asiakkaan toiveesta ja tarvittavan tekstin mahdolluttaminen tuntuivat kaikki lopulta asettuvan paikalleen pitkällisen sommittelun ja kokeilun myötä.

Opinnäytetyön tuloksena syntyi käsin koottava, tiivis kartonkipakkaus, joka heijastaa asiakkaan ja käyttäjien arvomaailmaa.

### ASIASANAT:

Pakkaussuunnittelu, rakennesuunnittelu, graafinen suunnittelu, gluteenittomuus, asiakaslähtöisyys, käyttäjälähtöisyys, pikkuleipäpakkaus, kartonki, käytettävyys.

# BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

## TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree programme of Design | Industrial Design  
2015 |  
Pekka Mannermaa

### A PACKAGE CONCEPT FOR THE GLUTEN FREE PRODUCT

The topic of this thesis was to design a package concept for the gluten free biscuits including the package and the visual look. The requirement was that the composition of the package supports the gluten free products. The package is both a material friendly and cost-effective. In addition to that the graphic look needed to visualize the image of the firm and communicate the message of products. The main objective in this thesis was to make the concept using different research methods which have to be considered in the design.

The thesis was commissioned by Rukki Finland Oy, which is a developer of packages. The design focused on the usability of the package: it should be easy to assemble, fill and close. Re-closing became one of the most important issues. The package should be tight and compact without a separate fastener when it was opened once. The customer of this thesis Gluteeniton Leipomo ILONA's visual look needed to be visible in package's graphic design. By the inquiry of users and the interview of the customer helped to find out expectations and wishes of gluten free product's packaging. Rukki Finland expertise was used to background the thesis. Different phases and relevant points in packaging design were taken into account by support of document material.

Building several packaging models indicated the practical usability of package as well as the faults that wouldn't have been noticed by 3D modelling or drawing. Designing graphic looks with graphics programs were the best way to try different details in the design. Adding a window by customer's request and implementing the text to the package came true after many hours of work.

The result of this thesis is a collapsible and tight carton package, which reflects the customer's and users values.

#### KEYWORDS:

Packaging design, structural packaging design, graphic design, gluten free, customer oriented approach, user oriented approach, cookie package, carton, usability.



# SISÄLLYSLUETTELO

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>1</b>
<b>2 KEHITYSKOHTEN TAVOITTEET JA MÄÄRITTELY</b>	<b>3</b>
2.1 Toimeksianto ja tavoitteet	4
2.2 Rukki Finland	5
2.3 Gluteeniton Leipomo ILONA	5
<b>3 TIEDONHANKINTA JA TUTKIMUSMENETELMÄT</b>	<b>7</b>
3.1 Viitekehys	8
3.2 Prosessikaavio	9
3.3 Tutkimuskysymykset	9
3.4 Tutkimusmenetelmät	10
3.4.1 Haastattelut ja havainnointi	10
3.4.2 Dokumenttiaineisto	11
3.4.3 Benchmarking	11
<b>4 LÄHTÖKOHDAT GLUTEENITTOMAN TUOTTEEN PAKKAUKSELLE</b>	<b>13</b>
4.1 Pakkaussuunnittelu	14
4.1.1 Materiaali	16
4.1.2 Rakenne	17
4.1.3 Graafinen suunnittelu	18
4.2 Gluteenittomien tuotteiden käyttäjät ja käyttäjäkysely	19
4.3 Benchmarking ja pakkausanalyysi	25
4.4 Pakkausmerkinnät	28
<b>5 PAKKAUSVAIHTOEHTOJEN SUUNNITTELU</b>	<b>30</b>
5.1 Ideointi	31
5.2 Pakkauskonseptivaihtoehdot	43
5.3 Tutkimustulokset	45
<b>6 LOPULLINEN KONSEPTI</b>	<b>47</b>
<b>7 JOHTOPÄÄTÖKSET</b>	<b>53</b>
LÄHTEET	57



# KUVAT

Kuva 1. Rukki Finland Oy.	5
Kuva 2. Gluteeniton Leipomo ILONA.	6
Kuva 3. Viitekehys.	8
Kuva 4. Prosessikaavio.	9
Kuva 5. Gluteenittoman tuotteen merkin graafiset ohjeet.	12
Kuva 6. Kollaasi markkinoilla olevista gluteenittomista tuotteista.	20
Kuva 7. Kollaasi erilaisista kartonki- ja pikkukeksipakkauksista, sulkemiskokouksista.	26
Kuva 8. Nykyinen valkoinen, ikkunaton leivospakkaus ja sen kokoaminen aiheesta	27
Kuva 9. Macaron-keksipaketteja.	27
Kuva 10. Pakkauksiin tulevat nykyiset tarrat.	27
Kuva 11. A4 –paperista taiteltu pikkukolmioarkki sekä erilaisia taitteluita	32
Kuva 12. L-mallinen pakkausratkaisu ja taitoksien kokeilua.	32
Kuva 13. Kiinnittäminen taittelemalla.	32
Kuva 14. Vahvikkeen kokeilua pohjaosaan.	34
Kuva 15. Neliön-mallinen pakkaus.	34
Kuva 16. Yhä kapeamman pakkauksen hahmottelemista ja erillinen kansivaihtoehto.	35
Kuva 17. Kasaan taittuva pakkaus erillisellä kannella.	36
Kuva 18. Kannen lisääminen ja sulkeminen rakenteeseen.	36
Kuva 19. Toimimattomasta toimivaa ja siivekkeiden lisäämistä.	36
Kuva 20. Kiinnityssysteemi, joka hylättiin toimimattomana.	37
Kuva 21. Lämpien asettuminen ja rakenteeseen kiinnittyminen.	37
Kuva 22. Aiheen levityskuva.	38
Kuva 23. Erilaisia kalvoikkunoita valkoisessa pakkauksessa.	39
Kuva 24. Sinetti- ja pakkausilmevaihtoehtoja.	41
Kuva 25. Sinettivyöte pakkauksessa.	42
Kuva 26. Yksityiskohtia pakkausgrafikoista sineteissä.	42
Kuva 27. Pakkausilmevaihtoehdot käyttäjien arvioimina.	44
Kuva 28. Aihiosta koottu rasia.	44
Kuva 29. Aiheen kokoaminen rasiaksi ja täyttäminen asiakkaan toimesta.	46
Kuva 30. Grafiikka levitetystä aiheesta.	48
Kuva 31. Etiketti, tarrasinetti, pakkaukseen tulevat tekstit sekä grafiikka.	49
Kuva 32. Ilme rasiassa.	50
Kuva 33. Ohjeet aiheen kokoamisesta rasiaksi.	51
Kuva 34. Aiheen levityskuva korjausten jälkeen.	52
Kuva 35. 3D-kuva valmiista pakkauksesta ja ilmeestä.	52

# LIITTEET

Liite 1. Benchmarking ja pakkausanalyysikuvat	
Liite 2. Kysely gluteenittomien tuotteiden pakkauksista	
Liite 3. Kysely gluteenittomien tuotepakkauksien ilmeistä	
Liite 4. Pikkuleipäpakkaukseen käytetyn materiaalin tiedot	



JOHDANTO



Opinnäytetyön tavoitteena on luoda pakkauskonsepti, jossa pakkaus on luotettava ja auttaa gluteenittoman tuotteen tunnistettavuudessa. Lisäksi pakkauksen rakenteen suunnittelussa otetaan huomioon ympäristöystävällinen materiaali ja materiaalin tehokas käyttö. Tarkoituksena on, että pakkaus on helposti koottavissa, tuotteet on aseteltavissa pakkaukseen siististi ja helposti ja että pakkaus on voitava sulkea tiiviiksi. Lisäksi tuotteiden tulee näkyä ilman, että pakkaus joudutaan avaamaan. Opinnäytetyö on käyttäjä- ja asiakaslähtöinen ja molempien mieltymyksiä ja tottumuksia pakkauksesta kerättiin kyselyillä ja haastattelulla.

Pakkaussuunnittelussa suunnittelijan tulee hallita erilaisia osa-alueita. Pakkauksen tehtävänä on ensisijaisesti suojella tuotetta, ja sen on oltava viestinnällisesti ja logistisesti mietitty. Lisäksi pakkauksen käytettävyyden on oltava vaivatonta. Materiaalin tehokkaan hyödyntämisen lisäksi pakkauksen kierrätys on tärkeää.

Pakkaus on yrityksen käyntikortti, markkinointiväline, joka viestii tuotemielikuvia ja vaikuttaa ostopäätökseen. Onnistunut pakkauskokonaisuus, pakkaus ja graafinen ilme, edistävät myyntiä, markkinoivat ja luovat mielikuvia yrityksestä. Toimivalla graafisella suunnittelulla tieto pakkaukseen saadaan loogisesti ojennukseen ja se tukee tuotetta ja tuotteen sanomaa.

Keliakia on diagnosoitu autoimmuunisai-

raus, jonka ainoa hoitokeino on oikeanlainen ruokavalio. Pienikin määrä gluteenia aiheuttaa keliakikossa allergisen reaktion, johon ei ole kehitetty lääkehoitoa. Päivittäinen tarkkuus ihmisen perustarpeen, ruoan kanssa, voi olla ajoittain raskastakin. Keliakikot ovat ruoassa joutuneet aina tyytymään valitsemisen sijaan (Keliakialehti 2014.) Yhä kasvava kysyntä gluteenittomien tuotteiden kohdalla tuo esille myös pakkausten arvon tärkeyden.

Vehnä-, ohra- ja ruisallergiset voivat vaihtelevissa määrin syödä gluteenipitoista ruokaa. Gluteeniherkät kokevat saavansa samankaltaisia oireita kuin keliakikot, mutta sairautta ei ole diagnosoitu. Gluteenittomuuden trendikäyttäytyminen on lisääntynyt Suomessa, ja sitä pidetäänkin eräänlaisena vastauksena painonhallintakysymyksiin ja iho-ongelmien hoitoon. Koska gluteenitonta tuotetta voi siis käyttää kuka vain, on työn kohderyhmäksi valittu nämä kaikki jo edellä mainitut käyttäjät.

Pakkauksella voidaanankin vaikuttaa käyttäjän mielikuviin yrityksestä ja tuotteesta. Toteuttamalla opinnäytetyöllä, toimeksiantajani Rukki Finland Oy:n ja Gluteeniton Leipomo ILONAn avulla, toivon luovani sellaisen pakkauskonseptin, joka on turvallinen ja luotettava. Tällöin se helpottaa käyttäjien ostokäyttäytymistä pakkauksen ja ilmeen erottuessa positiivisesti kanssakilpailijoistaan.

# 2

## KEHITYSKOHTTEEN TAVOITTEET JA MÄÄRITTELY

## 2.1 TOIMEKSIANTO JA TAVOITTEET

Tämän opinnäytetyön aiheena oli toteuttaa pakkauskonsepti, joka tukee gluteenitonta tuotetta. Toimeksiantajana toimi pakkaus-  
tenkehittäjä Rukki Finland Oy. Pakkaus-  
konsepti luotiin opinnäytetyön asiakkaan  
Gluteeniton Leipomo ILONA:n leipomil-  
le pikkuleiville. Pakkaussuunnittelu tulee  
yritykselle tarpeeseen, sillä tällä hetkellä  
käytössä ovat valkoiset, ikkunattomat, ne-  
liön malliset rasiat, joita käyttävät monet  
muutkin leipomot tuotteillaan.

Tavoitteena työlle oli, että pakkauksen on  
oltava sekä visuaalisesti/grafisesti että ra-  
kenteeltaan sellainen, että se tukee pakka-  
uksen sisällä olevia gluteenittomia tuotteita  
luotettavasti. Pakkauksen ilmeen tulee  
viestiä Ilonan yritysilmettä. Pakkauksen  
tulee olla myös rakenteeltaan uudelleen  
avattava ja suljettaessa siitä on tultava tii-  
vis. Lisäksi sen on viestittävä selkeästi si-  
sältämänsä tuote. Työn alussa laadittiin  
käyttäjäkysely, jossa kartoitettiin käyttäjien  
ajatukset nykyisistä gluteenittomien tuot-  
teiden pakkauksista. Ensimmäisen vaiheen  
kyselyyn yhteystietonsa jättäneet tavoiteti-  
tiin jälleen työn lopussa, jolloin tehdyistä  
graafisista ilmeistä laadittiin uusi kysely.

Toimeksiantovaiheessa päätettiin, mikä on  
tavoite ja mitä välvaiheita tavoitteeseen  
pääsyksi on. Ennen itse suunnitteluvai-  
hetta oli tärkeää tutustua sekä tuotteeseen  
että toimeksiantajan ja asiakkaan sekä  
kohderyhmän tarpeisiin. Olemassa olevien  
tuotteiden ja mekanismien kartoittami-  
seen keskityttiin myös huolella. Kohteiden

tarkastelu auttoi viemään työtä haluttuun  
suuntaan aina haluttuun lopputulokseen  
saakka.

Pakkauksen tehtävä on ensisijaisesti suojata  
tuotetta, jonka lisäksi graafinen ilme tukee  
yrityksen ilmettä ja imagoa. Pakkauksella  
ikään kuin keskustellaan käyttäjän kanssa  
ja vaikutetaan tuotteen käytettävyyteen ja  
onnistunut pakkauskonsepti luo lisäarvoa  
tuotteelle. Tehtävänä oli luoda toimiva ra-  
kenneratkaisu pakkaukseen, johon suun-  
niteltiin viisi pakkauskonseptivaihtoehtoa.  
Näistä valittiin yksi, joka hiottiin työn lop-  
putulosta vaadittavaan kuntoon.

Käyttäjää eli opinnäytetyön kohderyhmää  
yhdistää gluteeniton erityisruokavalio.  
Ryhmään lukeutuvat ne, joiden päivittäi-  
nen ateria on täysin gluteeniton, mutta  
myös ne, jotka välttävät gluteenia lähes  
päivittäin, jotkut mahdollisesti harvem-  
minkin, kuitenkin ilman diagnoosia sai-  
raudesta. Taustalla saattaa olla diagnooitu  
keliakia tai oma halu välttää gluteenia si-  
sältävää ruokaa sen aiheuttamien sivuvai-  
kutusten vuoksi. Lisäksi listalla saattavat  
olla ne, jotka syövät gluteenitonta ruokaa  
painonhallintamielessä ja kokevat ruoka-  
valiosta olevan siihen hyötyä.

Pakkausmateriaalina käytettiin kartonkia,  
jolla tavoiteltiin ympäristöystävällisempää  
otetta kuin esimerkiksi muovisilla pus-  
seilla, joihin jossain tapauksissa tuotteita  
saatetaan pakata. Pakkauksen rakenne oli  
suunniteltava niin, että sen kokoaminen,

täyttö ja kiinnitys käsin ilman erillistä koneetta on mahdollista. Toisaalta taas käsillä tekeminen ilman koneellista apua yksinkertaistaa suunnittelua siinä, että koneiden toimintaa ei tarvitse niin yksityiskohtaisesti tuntea.

Suunnitteluvaiheessa rakennettiin paljon hahmomalleja, joiden avulla haluttu rakenne pakkaukseen saavutettiin. Tähän vaiheeseen oli hyvä varata aikaa, sillä toivotut elementit tuli sisällyttää pakkaus-suunnitteluun. Toimeksiantajan tehtävä tutkijana oli tässä vaiheessa hyvin tärkeää. Hänen ideansa ja parantamishdotuksensa veivät työtä toivottuun lopputulokseen yhdessä suunnittelijan näkemyksen kanssa. Rakennetta suunniteltaessa myös graafista ilmettä mietittiin pakkaukseen sopivaksi. Siihen keskityttiin kunnolla, kun rakenne oli muotou-tunut halutunlaiseksi.

Adoben Illustrator-, Photoshop- ja InDesign-ohjelmat auttoivat hahmottelemaan rasiaan graafista ilmettä. Osaaminen keskittyi selkeästi luontaisesti gluteenittomiin, suolaisiin ja makeisiin tuotteisiin, joiden kysyntä on yhä kasvava ala niin Suomessa kuin maailmallakin. ILONAn tehtävänä on vastata tähän kysyntään tuottamalla laadukkaita, turvallisia ja kotimaisia, käsityönä tehtyjä tuotteita. Graafisen ilmeen kohdalla maun ja laadun esilletuominen oli tärkeää. Asiakas halusi, että pakkauksesta on nähtävissä yrityksen logo, slogan ja tarkasti se, mitä tuotetta se sisältää ja tuoteseleste.

## 2.2 RUKKI FINLAND

Rukki Finland Oy on vuonna 2013 perustettu vantaalainen yritys, joka toimii pakkauksien kehittäjänä. Opinnäytetyön yhteyshenkilönä toimii pakkausasian-tuntija, elintarvikealan ammattilainen ja Rukki Finland Oy:n perustaja Laura Hyvärinen. Rukki Finland suunnittelee asiakaslähtöisiä pakkauskonsepteja sekä uudistaa vanhoja paremmin toimiviksi. Yrityksen erityisosa-alue ovat elintarvikepakkaukset. Rukki Finland Oy tekee myös materiaalien optimointia, jossa löydetään paremmin toimivia materiaaleja ja materiaalikustannussäästöjä. Tavoitteena yrityksellä on, että asiakas saa tuotua kehitellyt pakkaukset nopeasti markkinoille saaden sitä kautta kilpailuetua.



Kuva 1. Rukki Finland Oy.

## 2.3 GLUTEENITON LEIPOMO ILONA

ILONA leipomon alkoi 2000-luvun alusta, kun sen perustajajäsenen Mira Lindqvistin tyttärellä todettiin vilja- ja maitoallergia ja sen vuoksi tuli noudattaa erityisruokavaliota. Kauppojen tarjonta oli vielä varsin rajattua, jolloin tutustuminen itse gluteenittomiin leivontatapoihin tuli aiheelliseksi. Gluteeniton

Leipomo ILONA sai alkunsa vuonna 2012. ILONAn monipuoliseen valikoimaan kuuluvat suolaiset ja makeat leivonnaiset esimerkiksi leivät, sämpylät, piiraat, pasteijat, pullat, munkit, donitsit, pikkuleivät, kakut ja lisäksi vielä sesonkituotteet. Lindqvistin tiimi leipoo luontaisesti gluteenittomat tuotteet parhaista ja laadukkaista raaka-aineista ja samaa reseptiä on käytetty tuotteissa alusta alkaen. (Ilonaleipomo 2014.)

Gluteeniton Leipomo ILONA haluaa viestittää sanomaa ”elämä maistuu taas”, joka juontaa ajatukseen diagnoosin jälkeiseen totutteluun (ilonaleipomo). Monelle se on kaiken hyvän loppu, mitä tulee ruokatottumuksiin. ILONAn tuotteilla kaikesta hyvästä ei kuitenkaan tarvitse luopua, vaan samoista maukkaista ruoista voi nauttia samalla lailla kuin ennen – gluteenittomana. Ilona leipomo haluaa tarjota kotileivonnaisia myös allergisille ja erikoisruokavaliota noudattaville sekä niille, jotka muuten haluavat välttää perusviljoja (Ilonaleipomo 2014).

Ihmisten tietämättömyys ja kauppojen keho tuotesaatavuus gluteenittomien tuotteiden osalta vaikuttaa siihen, että erityisruokavaliota tarvitsevat kääntyvät juuri heitä kohden, jotka

sitä luotettavimmin pystyvät tarjoamaan. ILONA ansaitsee laadukkaille tuotteilleen sellaiset pakkaukset, jotka tukevat tuotteen ainutlaatuisuutta ja tuovat käyttäjälle lisäarvoa muun muassa säilyttävyyden kannalta. Gluteeniton Leipomo ILONAn tuotteita voi ostaa kaupapahallista, muutamista kahviloista ja puodeista Pirkanmaan alueella sekä pääkaupunkiseudulla. Lisäksi ILONA leipomon henkilökunnan voitavata erilaisilla alan messuilla ja tapahtumissa.



Kuva 2. Gluteeniton Leipomo ILONA.

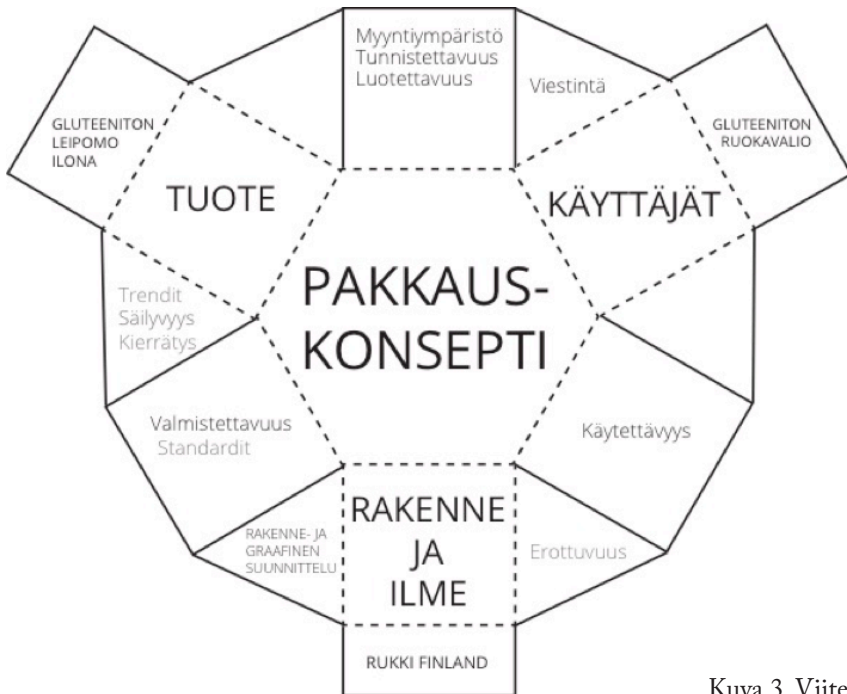
# B

**TIEDONHANKINTA JA  
TUTKIMUSMENETELMÄT**

### 3.1 VIITEKEHYS

Viitekehysten keskiössä on tutkittava kohde, johon työllä tähdätään, tässä tapauksessa pakkauskonsepti. Keskiön ympärille tulevat ne asiat, jotka aiheeseen vaikuttavat, eli rakenne ja ilme toimeksiantajalta Rukki Finland Oy:lta, tuote, kun asiakkaana on Gluteeniton Leipomo ILONA sekä käyttäjät eli kohderyhmänä gluteenitonta ruokavaliota noudattavat. Gluteenittoman tuotteen pakkauksen tulee olla helposti tunnistettavissa ja huomionarvoista on myös tuotteen säilyvyys ja tätä kautta

pakkauksen rakenne. Graafisen ilmeen tulee viestiä oikeat asiat, muun muassa juuri gluteenittomuuden täytyy näkyä selkeästi. Ilmeen on oltava aikaa kestävä, ja on käytettävä sellaista värimaailmaa, mikä sopii gluteenittoman tuotteen etikettiin. Pakkauksen tulee olla helposti lähestyttävä ja houkuttelevan näköinen, ja sen tärkein viesti, gluteenittomuus tulee olla helposti havaittavissa. Viitekehuksesta huomaa, mitkä asiat ovat yhteydessä toisiinsa.



Kuva 3. Viitekehys.



Kuva 4. Prosessikaavio

### 3.2 PROSESSIKAAVIO

Prosessikaavion (kuva 4) tehtävä on selkeyttää opinnäytetyön etenemistä ja helpottaa työn aikataulullista hahmottamista. Kaaviosta on luettavissa työn vaiheet kronologisessa järjestyksessä. Toimeksiannon ja tehtävänannon jälkeen seuraa itse työstövaihe tiedonkeruun, suunnittelun kuin hahmomallienkin osalta, jonka jälkeen päädytään toteutukseen, jossa haluttu ilme ja pakkausratkaisu viedään konseptitasolle.

### 3.3 TUTKIMUSKYSYMYKSET

1.

MITEN GLUTEENITTOMUUS  
ILMENEÄ PAKKAUKSESSA  
ILMEESSÄ JA VISUAALISUUDESSA?

2.

MINKÄLAISIA VAATIMUKSIA  
GLUTEENITTOMUUS AIHEUTTAA  
PAKKAUKSEN KÄYTÖLLE?



Tarkoituksena oli tutkia gluteenittoman merkin tunnettavuutta ja havainnollisuutta pakkauksissa: mikä siis tuo luotettavuutta ja miten tuotteen tunnistaa gluteenittomaksi. Graafisella ilmeellä on viestittävä gluteenittomuus mahdollisimman selkeästi ja helpopolukuisesti. Lisäksi opinnäytetyössä tutkittiin, millainen pakkaus gluteenittomalle tuotteelle olisi paras. Koska tuotteen pakkaukseen ei saa joutua muita aineita niin kaupan hyllyillä kuin kotonaan, tuotteen sulkeminen ja uudelleen avaaminen olivat kriteereitä työssä.

### 3.4 TUTKIMUSMENETELMÄT

Työssä oli kyse kvalitatiivisesta tutkimuksesta. Vaikka työssä käytettiin myös määrällistä tutkimustapaa, esimerkiksi haastatteluiden puitteissa, oli työ silti laadulliseen tutkimustapaan nojaavaa. Työssä toteutettiin muun muassa kysely, johon vastasivat Facebook-ryhmän jäsenet Gluteenitonta elämää -ryhmästä, mutta opinnäytetyöhön haastateltiin myös tiettyjä henkilöitä. (Tilastokeskus 2014.)

Menetelminä käytettiin haastatteluiden lisäksi benchmark-menetelmää kartoittaessa jo olemassa olevia tuotteita ja listattaessa niiden hyviä ja huonoja puolia. Testausten ja analyysien avulla konkretisoitiin tuotteiden todellisia puutteita ja onnistuneet seikat otettiin huomioon. Lisäksi aineistoon graafisesta suunnittelusta ja pakkausmuotoilusta tutustuttiin paremmin syventäen näin tietotasoa aiheista. Opinnäytetyöt

aiheeseen liittyen sekä olemassa olevat gluteenittomien tuotteiden pakkaukset olivat tarkastelun alla työtä tehdessä.

Prototyopin avulla hahmoteltiin suunniteltujen pakkausten toimivuutta. Pakkaussuunnittelusta on tietoa saatavilla kattavasti, mutta käyttäjien kokemukset käytännössä ovat aina henkilökohtaisia ja siksi tutkimisen arvoisia. Se minkä esimerkiksi suunnittelija kokee yksinkertaiseksi, voi käyttäjälle aiheuttaa hämmennystä ja johtaa jopa tuotteen boikotointiin. Tämän opinnäytetyön kohdalla oli tavoitteena, että pakkaus on helppo koota, jolloin pakkausvaihe tuotteen elinkaareissa on sujuvaa ja mahdollisimman vähän aikaa vievää. Oli siis äärimmäisen tärkeää, että pakkaus on ymmärrettävä sekä käyttäjälle että asiakkaalle ja se lisäksi työn haastavuutta.

#### 3.4.1 HAASTATTELUT JA HAVAINNOINTI

Haastatteluissa mitataan haastateltavien arvoja, tottumuksia ja mielipiteitä. Haastatteluissa kerätään tietoa vastaajien kokemuksista todellisuudesta (Tilastokeskus 2014.) Haastattelijan on pyrittävä välttämään liian johdattelua keskustelua. Mielekstä olisi haastateltavien itse kertoa kokemuksistaan vapaasti ja haastattelijan taito onkin kysyä tarkennuskysymyksiä. Alussa opinnäytetyössä tietolähteenä toimi Turun seudun keliakialiiton puheenjohtaja Jarmo Paakkolainen, jolta kysyttiin keliakiasta yleensä sairautena sekä hänen kokemuksiaan tuotteiden käyttäjänä. Pak-

kausasiantuntijana työssä käytettiin Rukki Finlandin Laura Hyväristä, joka vastasi pakkauksen toimivuudesta ja auttoi asian teknisyydessä sekä arvioijana graafisissa ilmeissä. Haastatellessa Gluteeniton Leipomo ILONAn omistajaa Mira Lindgustiä ilmeni hänen näkökulmansa yrityksensä pakkaukseen. Rakennesuunnittelija Susanna Sotka A&R Carton yrityksestä kertoi pakkaussuunnittelusta yleensä ja osasi kertoa asiasta hieman aihetta päivätynönä tekevänä.

Havainnoinnissa tutkimuskohdetta tarkasteltiin monipuolisesti ja systemaattisesti. Havainnointitilanteessa tutkija saattaa omalla käyttäytymisellään ja kysymyksillä johdatella kokeilijoita liian johdonmukaisesti. Tilannetta ei tulisi rajata pelkästään puheeseen, vaan myös toimintaan: liikkeisiin, kasvojen ilmeisiin ja eleisiin (Tilastokeskus 2014). Opinnäytetyössä tarkoituksena oli havainnoida käyttötilannetta asiakkaan näkökulmasta ja käyttäjän aistimuksia visuaalisesta ilmeestä.

### 3.4.2 DOKUMENTTIAINEISTO

Dokumenttiaineistolla tarkoitetaan kaikenlaista ilmiötä kirjattua aineistoa. Se voi olla julkaistuja tekstejä, valokuvia, tutkimuksia, kehityskulkuja tai vaikkapa tilastoja, joiden käyttö omassa työssä saattaa olla hyödyllistä (Anttila 1997, 277.) Keliakialehti sisältää paljon tietoa sairaudesta, gluteenittomista tuotteista ja esimerkiksi sairauden psykologisesta puolesta, joita ei

gluteenittomia tuotteita käyttämättömänä ole tullut ajatelleeksi. Lisäksi pakkaussuunnittelusta kirjallisuutta on paljon saatavilla, joiden tietoja oli suotavaa käyttää opinnäytetyössä.

Aiheesta tehtyjen opinnäytetöiden avulla oli mahdollista saada tietoa pakkaussuunnittelusta, elintarvikealasta ja graafisesta suunnittelusta, jotka oleellisesti määrittelevät pakkaukselle ehtoja. Opinnäytetöitä kartoittaessa hahmotti, mitä tässä opinnäytetyössä kannatti tutkia ja mitä jättää vähemmälle huomiolle aiheen laajuuden vuoksi.

### 3.4.3 BENCHMARKING

Benchmarkingissa eli vertailuanalysissä vertaillaan omaa toimintaa toisen toimintaan. Benchmarking voi kohdistua niin tuotteeseen, strategiaan kuin prosessiinkin (E-conomic 2014.) Tässä opinnäytetyössä pyrittiin ottamaan huomioon jo olemassa olevien pakkausten ominaisuudet, joita voisi hyödyntää opinnäytetyössä. Koska graafinen ilme oli omassa osassaan työssä, myös jo olemassa olevan gluteenittoman merkin tunnistettavuuden ja havainnoinnin mittaaminen olivat tärkeä osa työtä. Lisäksi tutkinnan alla olivat trendit pakkausmuotoilussa unohtamatta kuitenkin kohderyhmän ja asiakkaan sekä suunnittelijan omia vaatimuksia.

Koska Keliakialiiton gluteenittoman tuotteen graafinen merkki (kuva 5) täytyy ostaa



Kuva 5. Gluteenittoman tuotteen merkin graafiset ohjeet.

vuodeksi kerrallaan tuotteisiin, sitä ei voi liittää tuotteen pakkaukseen omin päin. Gluteeniton Leipomo ILONA ei merkkiä käytä, mutta käyttäjäkyselyllä voidaan silti kartoittaa merkin tehokkuutta. Koetaanko graafinen merkki toimivaksi vai onko teksti ”gluteeniton” tehokkaampi?

Jos benchmarkingilla kartoitetaan suurta määrää pakkauksia, pakkausanalyysissä keskitytään yhteen pakkaukseen syvällisesti sen fyysisten sekä sosiaalisten ulottuvuuksien osalta (Ranta, 2014.) Tällaisella yksityiskohtaisella tutkimisella kohteesta löydetään yksityiskohtaisempaa tietoa opinnäytetyön muotoiluosuutta varten. Opinnäytetyön tuotteena ovat pikkuleivät, jolloin keskityttiin tukimaan pikkuleipäpakkamista.

# 4

**LÄHTÖKOHDAT  
GLUTEENITTOMAN  
TUOTTEEN PAKKAUKSELLE**

## 4.1 PAKKAUSSUUNNITTELU

Pakkaus on nykymaailmassa merkittävä kilpailukeino ja sen tehtävä varsin laaja-alainen. Se on sekoitus suojausta, myyninedistämistä, lakia, logistiikkaa, valmistusta ja materiaalien käsittelyä (Järvi-Kääriäinen & Leppänen-Turkula, 2002, 15). Pääasiassa pakkaus suojaa, säilyttää, mahdollistaa jakelun, kertoo tuotteesta, sisältää tuotteen, lisää käyttömukavuutta ja myy. Nämä perustoiminnot tuskin muuttuvat tulevaisuudessakaan. Pakkaus kertoo tuotteen laadusta ja toimii ikään kuin yrityksen käyntikorttina muodostuen osaksi yrityskuvaa (Järvi-Kääriäinen & Ollila, 2007, 9.) Pakkaussuunnittelussa tulee huomioida pakkauksen houkuttelevuus, design, väri, painatus, käytettävyyden ja turvallisuus. Pakkauksen tulee suojata tuotetta ulkoisilta ärsykkeiltä kuten valolta, pölyltä, kosteudelta, hajuilta ja mauilta sekä mahdollisilta ei-toivotuilta kosketuksilta. Pakkauksen tulee kestää tärinää ja erilaisia iskuja. Pakkaukset kertovat tuotteista erilaisin merkinnöin ja elintarvikkeiden merkinnöissä on omat säädöksensä.

Pakkauksesta jäljelle jää yleensä itse pakkaus, jonka tie vie joko uudelleenkäyttöön, kierrätykseen tai energiaksi. Osa pakkauksista menee kaatopaikalle, joka aiheuttaa pakkausalalle omat haasteensa. Lähtökohtana on, että kaikki alalla on kestävä kehityksen mukaista ja vuosi vuodelta lisääntyvä kuluttajien tietämys nostaa ym-

päristöasiat suurennuslasin alle. Hyvä pakkaus on sellainen, jonka pystyy avaamaan ilman apuvälineitä ja jonka voi vielä sulkea. Hyvä pakkaus on myös ekologinen ja helppo hävittää (Maaseudun tulevaisuus 2014).

Pakkaamisesta voidaan puhua nykymaailmassa kokonaislaatuisena käyttökokemuksena. Pakkauksen tulee tyydyttää käyttäjän tarpeet, jonka lisäksi käyttäjiä kiinnostaa muukin kuin vain tuotteen laatu. Käyttäjä soveltaa jokaista aistiaan tutkiessaan pakkausta ja graafista ilmettä, vaikkei sitä itse huomaisikaan. Käyttäjä kiinnittää huomiota materiaaliin, väreihin, painoon, avauksesta lähtevään ääneen ja esimerkiksi siihen, vastaako pakkaus heidän arvojaan. Tämän kaltaiset arviot tapahtuvat sekunneissa, eikä kahta samanlaista kokemusta käyttäjien välillä ole. Valinnat tapahtuvat usein käyttäjän tunnesyihin nojautuen, mikä tekee käyttäjakeskeisestä pakkaus-konseptin luomisesta hyvin haastavaa.

Tietoa vaatimuksista sai erilaisilla tiedonkeruumenetelmillä, kuten haastatteluilla, kyselyillä ja havainnoinneilla, jotka työstövaihetta aloittivat ja olivat tärkeä perusta itse suunnitteluvaiheelle. Käyttäjä- ja asiakaslähtöisessä suunnittelussa työn alussa laadittiin kysely käyttäjille, jossa kartoitettiin heidän ajatuksiaan nykyisistä olemassa

”

*...Että tulisi sellainen olo (gluteenittoman tuotteen syöjänä), että voi olla iloinen pakkauksen valitessaan eikä kokisi, että jäisi jostakin paitsi.*

anonyymi vastaaja käyttäjäkyselyssä (henkilökohtainen tiedonanto.)

olevista gluteenittomista tuotteista. Myös asiakasta haastateltiin, jotta hänen toiveensa huomioitaisiin mahdollisimman hyvin suunnitteluvaiheessa. Listatut, halutut asiat olivat oleellinen lähtökohta pakkauksen rakennetta miettiessä.

### Pakkauspainomenetelmät

Kartonkikotelot painetaan pääasiassa offset-tekniikalla. Käytössä on toki useita vaihtoehtoja offset- eli laakapainon lisäksi: kohopaino, fleksopaino, syväpaino, silkki- eli seripaino sekä digitaalipaino. Painatuksessa on käytössä kaikki kirjapainoalan painatustekniikat ja on suunnittelijan vastuulla, että suunniteltu grafiikka on painattavissa. Painomenetelmän valinta ja sen soveltuvuus määräytyvät aina painotuotteen käyttötarkoituksen ja tuotteelta vaadittavien tekijöiden mukaisesti. Painokoneet ovat arkeille painavia rainakoneita. Yhdellä väritelällä saadaan yksi väri, mutta mitä kehittyneempi painokone on, sitä useampia painoteloja siitä löytyy. Pakkauspuolella viimeisenä on usein lakkaus, joka suojaa painatusta. Tummuus- eli sävyerot muodostetaan painomateriaalille rasteroimalla kuva siten, että tummuusvaihtelut syntyvät pinta-alapeittymän vaihteluista. Katseluetäisyydeltä rasteripisteet näkyvät yhtenäisinä pisteinä. Sävyt muodostuvat monivärikuvaan kolmen perusvärin avulla, jotka ovat syaani, magenta, keltainen, joiden lisäksi myös musta yhdessä ovat nelisarjavärit (cmyk) (Järvi-Kääriäinen ym. 2007, 113.)

Stanssauksessa aihio leikataan irti kartonkiarkista, joka tapahtuu painatusvaiheen jälkeen. Preeglauksessa eli kohopuristusmenetelmässä pakkauspinnaalle saadaan erilaisia kohoelementtejä. Nuuttaus tarkoittaa taiveurien tekemistä aihioon niin, että kokoon taiteltavuus helpottuu. Mikäli liimaussaumoilta on tarvetta, se tapahtuu näiden kolmen edellä mainitun toimenpiteen jälkeen, jonka lisäksi ne esitaivutetaan koneellisesti asiakasta varten. Yleisin liimaus eli sivuliimaus tehdään usein esitaittojen jälkeen. Liima-aine on lähes joka tilanteessa vesiohenteista dispersioliimaa, joka on elintarvikekelpoista. PE-taustaisen koteloiden liimaus voidaan tehdä myös kuumasauamalla liekityslaitteella, jossa nestekaasuliekki sulattaa muovin ja vastapuoli lämmitetään, jolloin sula muovi tarttuu esilämmitettyyn kartongin pintaan ja on näin nestetiivis (Järvi-Kääriäinen ym. 2002, 171.) Erilaisten toimenpiteiden ymmärtäminen rakennesuunnitteluvaiheessa on tärkeää yllätyksien minimoimiseksi.

Koska opinnäytetyöhön toteutuvan pakkauksen kokoaminen tapahtuu käsin, erilaisiin pakkauslaitteisiin syvällisemmin tutustuminen on tässä tarpeetonta. Pakkaus on tällä hetkellä ja tulee olemaan kevyt. Pakkausta käsitellään yleensä varovaisin ottein, eikä siihen kohdistu suuria ulkoisia voimia, kuten aterimien kosketusta. Pakkaus joutuu kuitenkin kovimmalle koetukselle kuljetuksien aikana. Kuljetuksen aikana on ensiarvoisen tärkeää, että pakkaus pysyy tiukasti kiinni, jolloin kontaminaatiomah-

dollisuus eli pilaantuminen ei-toivotun osatekijän kanssa kuten gluteenipitoisen tuotteen kanssa, minimoidaan. Esillepanossa myymälässä pakkaus tuotteineen saattaa olla lähellä gluteenipitoisia pakkauksia. Myös tällöin tiivis pakkaus nousee arvoonsa.

Opinnäytetyössä tarkoituksena oli, että pakkaus tulee koota helposti aihioista rasiaksi, eikä siinä voi olla mitään ylimääräistä sekoittamassa kokoamista. Aihion on oltava yksinkertainen ja mikäli siihen suunnitellaan jotain uutta, on oppiminen tehtävä helpoksi. Tuotteiden asetteleminen pakkaukseen on oltava tehokasta. Tuotteet tullaan asettelemaan pakkaukseen järjestykseen nykyisen epämääräisen keon sijaan ja se on otettava huomioon suunnitteluvaiheessa. Tarkoituksena oli myös, että pakkaukseen kiinnitettävien erilaisten tarrojen paikat oli osoitettava selkeästi niin, ettei pakkauksien keskinäistä eroavuutta synny. Se vaikuttaa asiakkaan kokemaan kuvaan pakkauksesta ja vaikeuttaa tunnistettavuutta, mikäli tarrat liimataan joka kerralla erilailla ja eri paikkoihin.

#### 4.1.1 MATERIAALI

Gluteeniton leipomo ILONA on käyttänyt tähän mennessä kartonkista pakkausta pikkuleiville. Tähän työhön materiaalia ei vaihdettu sen hyvien kierrätysominaisuuksien, ekologisen mielikuvan ja kustannustehokkuuden vuoksi.

Kartonki rakentuu useasta eri kuitukerroksesta, yleisimmin kolmesta neliömassojen ollessa 140-700 g/m<sup>2</sup>. Taivekartonki on Suomessa yleisemmin käytetty kotelo-pakkaukskartonki sen ominaisuuksien ollessa ihanteelliset mitä tulee painatukseen, pakkauskoneajettavuuteen ja tukevuuteen (Järvi-Kääriäinen ym. 2007, 143.)

PE- pinnoite antaa kartongille suojan kosteutta ja rasvaa vastaan. Kartonki on joustava ratkaisu erottautumiseen kilpailijoista muotoilun keinoin ja sopii hyvin pakattavalle tuotteelle. Kartongin raaka-aineena käytetäänkin uusiutuvaa luonnonvaraa, puuta ja sen kierrätysominaisuudet ovat erinomaiset (maaseuduntulevaisuus.fi.) Kuitupakkausjätteestä kierrätetään eli käytetään materiaalina tällä hetkellä 80% (metsäteollisuus.fi). Muovipinnoitteiset kartonkikotelot hävitetään turvallisemmin kotelokierrätyksen kautta tai polttamalla (Järvi-Kääriäinen ym. 2007, 149). Kartonkikoteloon tai -rasiaan pakattu tuote saadaan nopeasti ja tehokkaasti teollisen jakeluketjun kautta jälleenmyyjälle ja kuluttajalle.

Nykyiset ikkunattomat kartonkipakkaukset eivät näytä, mitä pakkaus sisältää. Lisäksi pakkauksen sisällä tuote pääsee liikkumaan. Asiakas ei asettanut uudelle pakkaukselle ikkunan lisäämisen jälkeen minkäänlaisia erityistoiveita ja materiaalin valinta jäikin suunnittelijalle itselleen. Erilaisten taustatutkimusten ja vertailutietojen valossa materiaaliksi valikoitui kar-

tonki, sillä se on kestävä ja tuo tuotteelle arvoa tavalliseen läpinäkyvään muoviseen pussiin verrattuna. Työn lähtökohtana oli, että materiaalia pyritään käyttämään mahdollisimman vähän ympäristöä kuormittavasti.

#### 4.1.2 RAKENNE

Ostotilanteessa pakkauksella vakuutetaan ostajalle, että tuote on laadukas nautittavaksi. Tuote pakkauksen sisällä on koskematon, ehjä ja elintarvikkeiden kohdalla tuote on maultaan sitä, mitä sen kuuluu olla. Pakkauksen rakenne suunniteltiin niin, että se suojaa tuotetta kokonaan tiivydellään ja pitää tuotteen tuoreena.

A&R Cartonilla rakennesuunnittelijan tehtävissä toimivan Susanna Sotkan haastattelun myötä selkiintyi rakennesuunnittelun eteneminen aina asiakkaan toivomuksista lopulliseen tuotokseen asti. Esko Articos -3D ohjelmalla luodaan esimerkkiaihiopohja tulostetaan mallintekokoneella eli piirturilla, jolloin saadaan nopeasti aikaan konkreettinen koottava pakkaus. Tämän vaiheen jälkeen aihio hyväksytetään asiakkaalla, josta pakkaus menee mahdolliseen liimaukseen. Mahdollisimman paljon pyritään käyttämään valmiita pakkausaihoita ja ratkaisuja, joita suunnittelutilan hyllyillä oli paljon esillä ja joihin tarpeen tullen voi tehdä pieniä muutoksia asiakkaan toivomalla tavalla. Sotka esitteli myös yrityksen laajaa kartonkivaihtoehtovalikoimaa. Valittavana on

suuri määrä eri paksuisia kartonkeja erilaisiin käyttötarkoituksiin. Valokuvaus paikan päällä ei ollut mahdollista.

Kotelon rakenteen ja mitoituksen ilmoittamiseen käytetään Suomessa K-L-M-rakennekoodistoa. K-rakenteelliset ovat kapselimaisia, vähintään sivuliimattuja keloita, joiden pohja muodostuu useammasta läpystä. L-rakenteessa kotelo muodostuu pohjan ympärille, jolloin pohja muodostuu yhdestä ehjästä osasta. M-rakenne muodostuu kahdesta osasta, kannesta ja pohjasta. Kotelon mitat ilmoitetaan järjestyksessä pituus L x leveys B x korkeus H (Järvi-Kääriäinen ym. 2007, 146.)

Vähittäiskaupassa gluteenittomia kotimaisia, pienen leipomon tuotteita näkee paljon pienissä läpinäkyvissä muovipusseissa. Kiinnitys on ratkaistu nitojalla, jolla pussiin on saatu kiinnitettyä pieni paperinen lappu, joka sisältää tiedot tuotteesta.

Tilanteessa, jossa pakkaus on käsin koottava, on mahdollista tehdä hieman vapaampia ratkaisuja, joita koneellisesti ei olisi mahdollisuus toteuttaa. Toisaalta liian monimutkainen rakenne vaatii opettelua, johon yleensä pakkaajalla ei ole tehokkuuden maksimoimisen vuoksi juurikaan ylimääräistä aikaa. Liimaamaton aihio vaatii koaamiseen enemmän aikaa kuin liimattu. Liimaamaton pakkaus on litteä ja vie vähän tilaa. ILONAlla on valikoimissaan paljon erilaisia tuotteita, joille pikkuleipäpakkaus ei sovellu. Mahdollisesti tulevaisuudessa



ILONAn jokaisen tuotteen pakkaaminen edustavaan rasiaan on ilmeisempää ja pakkauksien säilyttäminen tilan kannalta nousee tärkeäksi kriteeriksi. Kotelon on oltava helppo, nopea ja johdonmukainen koota ja sen täyttäminen pitää olla sujuvaa. Kuljetuksessa ja esillä ollessa pakkauksen on kestävä erilaisia kolhuja ja kosketuksia. Rakenteen pohtiminen onkin opinnäytetyön yksi tärkeimmistä osa-alueista. Sen teknisyyden vuoksi asialle tulee suunnitteluvaiheessa antaa paljon aikaa ja erilaisten hahmomallien kautta päädyttään toimivaan lopputulokseen.

3-D -ohjelman mallinnukseen päätyi se yksilö, jonka rakenne oli toimivin. Koska pakkaus sisältää rasvaisia pikkuleipiä, pakkauksen kartonkinen sisäpinta sai pinnoitteen muovista. Rakenteen osalta huomioitavaa oli pakkauksen tiivistä ajatellessa lukitus, saumat ja kompaktius. Uusi pakkaus tulee lisäksi olemaan hieman pienempi kuin nykyinen. Suunnitteluvaiheessa oli huomioitava pakattavan tavaran koko, jolloin minimoidaan tyhjän tilan määrä entisestään.

#### 4.1.3 GRAAFINEN SUUNNITTELU

Graafinen suunnittelu on ulkoasun suunnittelua. Koko pakkaustyyllillä luodaan kuvaa itse tuotteesta. Siihen vaikuttaa pakkauksen muoto, väri, teksti ja typografia. Pakkauksen graafisen ilmeen tulisi aina tukea pakkauksen muotoa ja tuotetta pakkauksen sisällä sekä tukea yrityksen ima-

goa niin, että ilme jo itsessään antaisi vahvan tuntuman siitä, mitä pakkaus sisältää (Järvi-Kääriäinen ym. 2007, 11.) Voidaan puhua, että pakkaus oikeastaan keskustelee käyttäjiensä kanssa erilaisin symbolein, tuotemerkein, sloganein, puhumattakaan varoitusmerkinnöistä, tuoteselosteista ja muista informaatio-osista.

Pakkausgraafikan suunnittelussa katsetta voi ohjaila monilla eri elementeillä. Kontrastit, värit, kokoerot, viivat, sommittelu sekä tyhjätila stimuloivat ostajan mieltä. Tasapainoinen ja mielenkiintoinen sommittelu syntyy noudattamalla kultaisen leikkauksen sääntöä, jossa kuva-ala on vaakasuunnassa leikattu kolmeen osaan niin, että kuvien suhde on 2:3. Kontrasti on tehokkain tapa hallita silmän liikettä ja ihmisen havaitseekin luonnostaan poikkeavuuksia. Kontrasti auttaa hahmottamaan, mikä pakkauksessa on tärkeää. Laatikat korostavat asioita, mutta esimerkiksi viivat voivat hidastaa lukemista. Tyhjä tila tuo järjestystä siinä missä elementtien yhtenäisyyskin. Tyhjä tila tuo kokonaisuuteen arvokkuutta ja helpottaa tekstin lukukelpoisuutta, mikä gluteenittoman tuotteen pakkauksen suunnittelussa on hyvä muistaa (Sommittelu, 2014.)

Värien käytöllä, mutta myös käyttämättömyydellä on suuri merkitys pakkauksen ilmeessä. Väriin havaittavia ominaisuuksia ovat sen sävy, valööri ja kylläisyys. Sävy tarkoittaa saman värin erilaista valaistusta ja jonkinlaista väriyhdistelmää. Valöörillä tar-

koitetaan värin tummuusarvojen vaihtelua ja kylläisyydellä värin puhtautta ja väripi-toisuutta (Virva 2007.) Väreillä on psyko-logisia vaikutuksia ja erilaiset värit liitetään monesti tiettyihin asioihin. Se, kuinka väri koetaan, liittyy vahvasti kokijan kulttuuriin ja tottumuksiin sekä värikokemuksiin. Punainen on esimerkiksi usein varoittava väri ja viestii kiellosta. Vihreä taas on elämän väri, joka liitetään usein terveyteen ja hyvinvointiin. Väreillä voidaan tiedostamat-tomasti vaikuttaa päätöksiin. Informaa-tiografiikan kohdalla värin käyttöä tulee käyttää harkitusti, jotta ei-toivottua reaktiota ei syntyisi.

Typografia muodostuu graafisten ele-menttien kokonaisuudesta. Kirjasintyyli on kirjasinten paino- ja viivamuunnoksia, joilla voidaan luoda painotuksia ja kont-rasteja kirjasinten välille. Kirjasintyyppien lajitteluperusteista yleisin on jakaa ne päät-teettömiin eli groteski (engl. sans-serif) ja päätteellisiin eli antiikva (engl. serif) kirja-sintyyppihin. Toinen tapa on tehdä jakoa kirjasintyyppien välistysten mukaan. Väli-styksellä pyritään parantamaan luettavuutta ja tekstin yhtenäisyyttä (Graafinen, 2010-2015). Väreillä on merkitystä myös tekstin luettavuuteen. Tavallisesti musta-valkoinen on luettavin ja selkein yhdistelmä ja saman värin eri sävyeroilla saa aikaan tehokkaita syvyysvaikutelmia (Virva 2007).

Pakkausgrafiikka tukee yritysilmettä ja tuotekuvaa. Se tarkoituksena on kertoa tuotteesta ja informoida tarvittava tie-

to käyttäjälle. Suunnittelu lähti liikkeelle Gluteeniton Leipomo ILONAN ja pikku-leipien liiketoimintastrategian omaksumi-sella ja ymmärtämisellä.

Kollaasin (kuva 6) avulla tutkittiin, mitä tuotteita on olemassa ja minkälaisia ele-menttejä gluteenittomien tuotteiden pak-kauksiin liitetään. Nopeasti esille nousee valkoinen väri, mikä on hallitseva monen gluteenittoman tuotteen pakkauksen koh-dalla. Käyttäjäkyselyn kohdalla ilmeni, että kuluttajat kokevat jotkin gluteenitto-mat tuotteet nopeasti ”apteekkimaisiksi”. Lieneekö juuri valkoinen väri aiheuttanut apteekkimaista tunnelmaa? Valkoinen väri liitetään usein puhtauteen ja raikkauteen (Virva 2007.) Käyttäjäkyselyn pohjal-ta pakkauksiin toivottiin myös selkeyttä. Graafista ilmettä suunniteltaessa ILONAN viestimä sanoma listataan, minkä näkymi-nen tavalla tai toisella pyritään tuomaan pakkauksen grafiikkaan.

## 4.2 GLUTEENITTOMIEN TUOTTEI-DEN KÄYTTÄJÄT JA KÄYTTÄJÄKYS-E-LY

Keliakia on lääkärin toimesta diagnosoitu perinnöllinen autoimmuunisairaus, josta ei voi parantua. Keliakiassa gluteeni aiheut-taa ohutsuolessa tulehduksen ja nukka-vaurion, mikä vaikeuttaa ravintoaineiden imeytymistä. Sairauteen voi altistua minkä ikäisenä tahansa. Keliakikolle gluteeni-ton ruokavalio tarkoittaa sitä, että ruossa ei tule olla pieniäkään määriä gluteenia,

esimerkiksi leivänmuruja. Gluteeni on vehnässä, ohrassa ja rukiissa esiintyvä proteiini, joiden pois-varmistaminen on aina keliakikron omalla vastuulla. Gluteenittomia viljoja ovat esimerkiksi riisi, hirssi, tattari, maissi ja durra sekä gluteeniton kaura. Suomessa on diagnosoitu keliakikkoja yli 35 000, minkä lisäksi valtaosa keliakikoista on vielä diagnosoimatta (Karppinen & Alivuotila 2014, 10, 17.)

Vehnä-, ohra-, ja ruisallerginen eroaa keliakikosta siinä, että sietokyky vehnälle, ohralle ja rukiille vaihtelee. Yhden on noudatettava ehdottoman tarkkaa ruokavaliota, kun taas toinen voi syödä pieniä määriä ilman tuntuvia oireita. Kyseessä on kuitenkin eri sairaus, sillä viljoista syntyvä reaktio on immunologinen eli ihmisen immuunipuolustus saa aikaan immunologisen reaktion jotakin elimistön omaa molekyyliä



Kuva 6. Kollaasi markkinoilla olevista gluteenittomista tuotteista.

*...esimerkiksi viime vuonna DaCapo-suklaat eivät sisältäneet gluteenia kun taas samat tänä vuonna sisälsivät.*

anonyymi vastaaja käyttäjäkyselyssä (henkilökohtainen tiedonanto.)



vastaan, jonka seurauksena molekyylien määrä elimistössä vähenee tai katoaa kokonaan (Immunologia, 2014). Lasten allergiat usein paranevat, mutta aikuisten allergiat ovat pysyvämpiä.

Vehnä-, ohra-, ja ruisallergisien ostopäätöksiin pakkaus saattaa vaikuttaa hieman. Tällöin kahden tuotteen välillä, gluteenipitoisen ja gluteenittoman kohdalla vaikuttaa jo suurempi määrä vaihtuvia muuttujia, kuten hinta, tuotteen säilyminen sekä mielikuvat tuotteesta ja brändistä. He valitsevat gluteenipitoisen tuotteen todennäköisesti helpommin hyllyltä, mikäli siinä lukee gluteeniton, kun taas keliakikko joutuu etsimään tiedon pakkauksesta pakonomaisesti. Gluteenia omaksi ilokseen välttävä valitsee tuotteensa oman mielensä mukaan. Gluteenipitoisen tuotteen pakkaus voi jäädä hyllyyn jo edellä mainituista syistä, jolloin painottuu mielikuvien tärkeys. Tuotteen kotimaisuus ja tuoreus saattavat olla oleellisia tekijöitä tuotetta valitessa. Näiden asioiden alleviivaaminen tuskin ainakaan vähentää tuotteesta välittyvää positiivista kuvaa ja voivat olla ratkaisevassa osassa ostohetkellä.

Gluteeniherkät välttävät vehnän, ohran ja rukiin käyttöä, sillä he kokevat saavansa oireita kyseisistä viljoista, vaikkakaan heillä ei ole diagnosoitua keliakiaa. Esimerkiksi yli miljoona australialaista käyttää glutee-

nitonta ruokavaliota ja markkinat kasvavat 20% vuosivauhtia. Yhdysvalloissa arvioilta 8% väestöstä ostaa gluteenittomia ja vehnättömiä tuotteita. Australiassa on tutkittu gluteeniherkkyyden olevan useimmilla osa ärtyvän suolen oireyhtymää (The Australian Coeliac 2014, 14.) Kansainvälisesti gluteenittomien tuotteiden kasvuennuste on noin 15-30% vuodessa (Koota 2014, 30).

Trenditietoinen välttää gluteenipitoisia viljoja muista kuin terveydellisistä syistä. Pääasiassa painonhallintatapana pidettävä viljan proteiinin välttäminen on saanut alkunsa Yhdysvalloista ja on saavuttanut myös Suomen, jossa gluteenittomien tuotteiden kysyntä on kasvanut parin viime vuoden aikana (Yhteishyvä 2014). Muita syitä voi olla muun muassa kokeilunhalu tai iho-ongelmien hoito. Yleensä trendimmeessä gluteenittomuutta noudattava ei ole täysin ehdoton ruokavaliion suhteen ja saattaakin palata takaisin viljojen pariin tehden trendistä vain ohimenevän tapauksen. (Karppinen 2014, 16.)

Gluteenittomuuden täydellinen sekä pakollinen noudattaminen saattaa keliakikolle olla hyvinkin aikaa vievää ja tarkkuus onkin vakio sairastavan elämässä. Keliakikoille on elintärkeä tutkia tarkasti pakkauksen tuoteselostetta pysyäkseen terveenä. Ihmisen tiedonkäsittelyyn kuuluvat

muun muassa havaitseminen, tarkkaavaisuus ja keskittyminen, mieleen painaminen ja mieleen palauttaminen, sekä oppiminen, ajattelu ja ongelmanratkaisu. Tarkkuus vaatii voimia ja sopivien tuotteiden löytäminen kaupan hyllyltä vaatii erityistä keskittymistä. Väsyneenä työpäivän jälkeen kaupassakäynnistä voi tulla rasittavakin, sillä mitä tahansa hyllystä ei voi vain ottaa (Herno 2014, 12.) Markkinoilla on olemassa paljon tuotteita, jotka ainesosiltaan sopivat keliakikoille, mutta joista puuttuu kokonaan gluteenin merkintä (Heinonen 2014, 19).

Pakkausilmeellä ja pakkausratkaisulla gluteenittomien tuotteiden käyttöä voi helpottaa. Oli suunniteltava sellainen graafinen ilme, joka on helppo huomata ja johon voi luottaa pelkäämättä altistumista sopimattomalle ainesosalle. Pakkausrakenteen tuli olla sellainen, että pakkaus on tiivis uudelleen suljettaessa eikä erillistä sulkijaa tarvita. Keliakikon psyykkisen jaksamisen kannalta olisi tärkeää, että vastaan tulee tilanteita ja hetkiä, jolloin voi vain valita tuotteen, tarkistamatta.

Oikeanlaisella pakkauksella voidaan helpottaa käyttökokemusta, mutta sillä on mahdollisuus saada aikaan myös tunnetasolla tapahtuvia reaktioita. Pakkauksien visuaalisen ilmeen merkitys on suuri ja mikäli pakkauksesta ei ole heti löydettävissä tarpeellista tietoa, on mahdollisuus, että se jää hyllyyn asiakkaan valitessa tilalle tutun tuotteen. Tämä ongelma on varsinkin

kin uutuuksilla, joiden tulisi ilmeiltään olla sellaisia, että ne saavat asiakkaan kokeilemaan jotain uutta. Toisaalta kaupassa, jossa gluteenittomien tuotteiden valikoima on suppea, ei tilalle ole välttämättä mahdollisuutta saada korvaavaa tuotetta. Tekstin selkeys ja luettavuus, pakkauksen rakenne ja käytettävyys sekä tuotteesta kertovan tuoteselosteen näkyminen saattavat olla asioita, jotka vaikuttavat ostopäätökseen.

Keliakikon jokapäiväisen gluteenittomuuden vuoksi he eivät voi valita gluteenittoman tuotteen puuttuessa tavanomaista tilalle, joka taas onnistuu lähes jokaisen muun käyttäjäryhmän tilanteessa. Keliakikoiden on siis ostettava juuri se tuote pakkauksineen, joka täyttää gluteenittoman tuotteen kriteerit. Pakkauksen visuaalisella ulkonäöllä, rakenteesta puhumattakaan ei siis ole minkäänlaista osuutta ostovalinnassa, mikäli tuotevaihtoehtoja on yksi. Lisäksi uusien tuotteiden kohdalla epämääräinen gluteeninon-merkintä saa epäilevän ostajan jättämään tuotteen hyllyyn ja valitsemaan tilalle tutun ja turvallisen.

Kauppakierroksella Pitkämäen K-Supermarketissa (28.11.2014) Keliakialiiton jäseniä kutsuttiin kaupan ainutlaatuisen gluteenittomien tuotteiden ”osastolle”, jonka kauppiaat Veli-Pekka Hussi on remontoimalla myötä halunnut kauppaansa toteuttaa. Uudistuksella on haluttu helpottaa tuotteiden löytyvyyttä ja näin gluteenittomien tuotteiden ostotapahtumaa. Kauppakier-

ros auttoi havainnoimaan, kuinka gluteenittomien tuotteiden käyttäjät toimivat kauppaympäristössä. Lisäksi tekijä sai työhönsä monipuolisesti tietoa aiheestaan ja pystyi syventämään tietoaan gluteenittomasta ruokavaliosta. Yleensä gluteenittomat tuotteet on sijoitettu kaupan muun valikoiman joukkoon ja niiden löytäminen saattaa olla vaikeaa. Tuotteet voivat lisäksi olla merkittynä heikosti gluteenittomiksi, jolloin kaupapakynnistä saattaa tulla kes-  
toltaan hyvinkin pitkä.

Koska tarkkuutta vaaditaan tuotese-  
losteita lukiessa ja tuotteen sopivuutta  
varmistuessa, uudistus kaupassa on tullut  
tarpeeseen. Kierroksella ilmeni käyttäjien  
henkilökohtaisia mielipiteitä tuotteiden  
pakkauksista ja avoin vastaanotto ja halu  
kertoa pakkauksien vajavaisuuksista auttoi  
tekijää etenemään opinnäytetyössä. Eräs  
haastateltavista kertoi Saarioisten glutee-  
nittomien tuotteiden olevan paras vies-  
tinnällisessä ulkoasussaan, kun taas HK:n  
tuotteet olivat hänen mielestään epäsel-  
viä. Kauppakierroksella gluteenittomien  
tuotteiden hyllyt ovat vallanneet tuotteet  
pääasiassa Suomesta, mutta myös Yhdys-  
valloista ja Ranskasta. Ilonan tuotteita  
kaupassa ei ole ainakaan toistaiseksi.

#### Käyttäjäkysely ja vastausten analysointi

Koska kuluttajat eivät juurikaan huomaa  
koko pakkauksketjua, he kiinnittävät huo-  
mioita ja arvostavat pakkauksessa usein  
erityyppisiä asioita kuin niiden valmistajat,

pakkaajat tai jakeluporras. Näin ollen pak-  
kauksen kulutusryhmiä muodostuu lähinnä  
kolmesta vaiheesta, jotka ovat ostotilanne,  
käyttö ja hävittäminen (Järvi-Kääriäinen  
ym. 2007, 17.) Tällöin käyttäjähaastattelu  
tulee tarpeeseen selvittääkseen, mihin ku-  
luttajat oikeastaan kiinnittävät huomiota  
pakkauksen elinkaareissa. Tavoitteena on  
tuntea ne ihmiset ja se käyttäjäryhmä, joil-  
le tuotetta ollaan suunnittelemassa ja siten  
myös ennakoida suunnittelun onnistunei-  
suutta (Virtanen 2005, 17.)

Opinnäytetyö oli tarkoitus toteuttaa niin  
asiakas- ja käyttäjälähtöisesti kuin mah-  
dollista. Kyselyn laatiminen tuotteen  
mahdollisille kuluttajille oli ilmeisin tapa  
saada tietää heidän käyttökokemuksistaan  
ja tottumuksistaan. Ensimmäinen kyse-  
ly toteutettiin Facebookin Turun seudun  
keliakiayhdistyksen sivuilla huonolla me-  
nestyksellä. Sivustolla kysely ei ilmestynyt  
ryhmän etusivulle, vaan sivupalkkiin, josta  
sitä tuskin kukaan huomasi. Vanhaa kyse-  
lyä uudistettiin ja se julkaistiin myöhem-  
min Facebookin Gluteenitonta elämää  
-ryhmässä, jossa suuresta ryhmästä suun-  
nittelija toivoi saavansa vastauksia. Koska  
kysely ilmestyi nyt ryhmän etusivulle, se  
sai paljon huomiota ja aiheutti vilkasta  
keskustelua. Jo pelkästään kommenttiri-  
ville tuli paljon ehdotuksia, jotka olisivat  
auttaneet pääsemään työssä eteenpäin ja  
joista asiaan vasta hetki sitten perehtynyt  
sai valtavasti lisäinformaatiota.

Vastauksia tuli 87, joista naisia oli 85.

Ikähaarukka oli 20:sta 60:teen, joista 31-40-vuotiaita oli eniten eli 38 %. Vastaa- jista 83 % syö vain gluteenitonta ruokaa, 10 % useamman kerran viikossa ja loput kuu- kausittain tai harvemmin. Gluteenittomia tuotteita ostetaan itselle, jonka lisäksi myös puolisolle, lapselle ja ystäville. Taloudes- sa kaikki gluteenittomia tuotteita syövien osuus oli viidennes vastaajista. Kysyttä- essä tuotteiden löytymistä kaupassa, 65 % koki, että tuotteita on vaikea löytää ja että ne eivät erotu hyllystä edukseen. Glutee- nittomien tuotteiden erityisominaisuuk- sista verrattuna tavanomaisiin tuotteisiin, pinnalle nousi merkinnät, joiden toivottiin olevan nykyistä suurempia ja selkeämmin esillä. Tuotteessa olisi hyvä lukea myös luontaisesti gluteeniton, jos se todella on sitä. Suurin huomio ja parannuksen kohde oli ehdottomasti sana ”gluteeniton”, jon- ka selkeyden koettiin auttavan tuotteiden havainnollistamisessa (96 % vastaajista). Joissakin nykyisissä pakkauksissa sana on yleensä pienellä ja vain lisättyä tuoten- men perään, jolloin sitä saa etsiä pakkauk- sesta, joskus jopa lähilaseja käyttäen.

Pakkauksen kestävyys toivottiin myös parannusta, sillä nykyisellään särkynyt pakkaus aiheuttaa kontaminaatiovaaran, ja tuote on tällöin käyttökeltoton juuri ke- liaakikoiden kohdalla. Kun pakkaus ei ole tiivis, ongelma on suuri varsinkin niissä

perheissä, joissa gluteenittomia tuotteita eivät kaikki käytä. Kyselyn tulosten perus- teella parannusta toivottiin gluteenitto- mien tuotteiden yhtenäiseen värikoodiin. Tässä opinnäytetyössä ei tähän asiaan ole mahdollisuutta vaikuttaa, mutta on huo- mion arvoinen asia, joka todella vaikuttaisi ostokäyttäytymiseen.

Pakkauksien toivottiin erottuvan selkeäs- ti muista tuotteista, eikä yritys naamioida niitä muiden tuotteiden kaltaisiksi saan- nut kannatusta. Keliakialiiton gluteeni- ton –merkki sai myös kehuja osakseen. 59 % vastaajista oli sitä mieltä, että merkki helpottaa gluteenittoman tuotteen pak- kauksen huomioimista. Merkin voi anoa vuodeksi kerrallaan ja tällä hetkellä Glu- teeniton Leipomo ILONA ei sitä käytä. Lisäksi tuoteselosteiden selkeyttä koros- tettiin useaan otteeseen. Muutama vastaaja kommentoi suoraan, että monet gluteeni- tomat tuotteet on pakattu useasti ”apteek- kimaisesti” halvan näköisiin pakkauksiin, joista välittyy mielikuva, että tuotteet sen sisällä ovat kuivempia ja pahemman ma- kuisia, kuin vastaavat gluteenipitoiset. Pak- kauksien ulkoasuun toivottiin siis piris- tystä ja houkuttelevuutta. Kun gluteeniton pakkaus erottuisi hyllystä selkeästi, uskal- taisi esimerkiksi lähettää lapsen ostoksille.

Kommenteissa luontaisesti gluteenittoman tuotteen merkintään toivottiin selkeyttä.

*...että vaikka se virallinen gluteeniton-symbolikin on asiallinen ja tietty tuo luotta- muksen (...), niin välillä sitä on vähän vaikea erottaa muusta pakkauksen grafi- kasta ja teksteistä. Että kyllä se "gluteeniton" -teksti mahdollisimman selvästi on se paras. Mieluiten muuallakin kuin raaka-ainelistan jatkona pienellä.*

anonyymi vastaaja käyttäjäkyselyssä (henkilökohtainen tiedonanto.)



EU-asetuksen mukaan gluteeniton tuote voi sisältää pelkästään luontaisesti gluteenittomia viljoja, vehnätärkkelystä tai gluteenitonta kauraa, joiden gluteenipitoisuus jää alle 20 mg/kg. Gluteeni vältetään karsimalla ruokavaliosta vehnän sukuiset viljat vehnä, ohra ja ruis. Kaura ja vehnätärkkelys on myös hyväksytty Suomessa osaksi gluteenitonta ruokavaliota. Muita luonnostaan gluteenittomia viljalajeja ovat muun muassa riisi, tattari, hirssi ja maissi (Wikipedia.)

Tuote-esimerkeistä ja valmistajista, joiden tuotteet informoivat gluteenittomuuden hyvin, ehdottomasti näkyvimmit olivat Semper ja Schär. Semperin pakkauksilmeitä keuhuttiin yhtenäisiksi ja näin erottuviksi, mutta samalla tylsän ”apteekkimaisiksi”. Suomalaisista pienemmistä brändeistä Vuohelan herkut sai vastaajilta kiitosta yhtenäisestä ilmeestä. Kun yrityksen nimessä, niin kuin Gluteeniton leipomo Ilonalla, esiintyy sana ”gluteeniton”, osoittautui se toimivaksi ratkaisuksi. Epäselvästi gluteenittomuutta viestivät usean vastaajan mielestä paikalliset valmistajat, ja monet vastaajista olivat kommentoineet tähän kohtaan, että huonosti gluteenittomuudesta kertovat pakkaukset jäävät usein kaupan hyllylle. Suklaisissa ja makeisissa yleensä sekä pakastetuotteissa gluteenittomuus on usein kerrottu epäselvästi. Fazerin saadessa monta miinusääntä puolelleen, samanlaisen negatiivisen palautteen joutuivat kuulemaan myös Pirkka, Saarioinen, Barilla ja Myllyn paras.

Pakkaukseen toivottiin uudelleen sulkemisen mahdollisuutta, jota toivoi yli puolet vastaajista. Avauskertoja kestävä pakkaus olisi myös toivottavaa, sillä pussit eivät ole kestäviä tässä tarkoituksessa. Kierrätettävyyks oli tärkeää hieman alle puolille vastaajista. Tuotteen näkyvyys pakkauksesta oli melko tärkeää lähes puolelle, kun taas hyvin tärkeää 36 %:lle vastaajista. Pakkaus on oltava helposti avattavissa vain yhden vastaajan ollessa ajatusta vastaan.

### 4.3 BENCHMARKING JA PAKKAUSANALYYSI

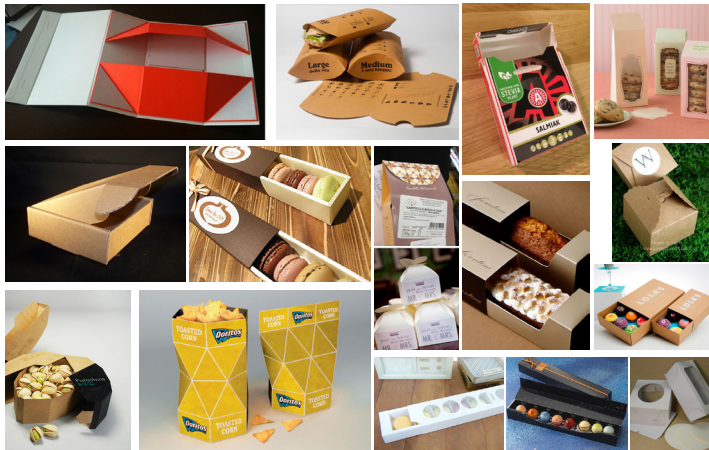
Tarkasteluun otettiin pikkuleipäpakkaminen sekä erilaiset kartonkiin soveltuvat kiinnitysratkaisut, jotka auttoivat suunnittelijaa havainnoimaan pakkauksen eri puolia. Ennen suunnittelun varsinaista aloittamista, benchmarking –työkalulla laadittiin kollaasitauluja (kuva 7) olemassa olevista tuotepakkauksista, joka auttavat hahmottamaan tyyliisuuntaa, jota tulevilla pakkauksella halutaan tukea. Kuvat ovat useasta eri lähteestä koskien pikkuleipä- ja kekkipakkaamista sekä kartonkipakkaamista. Lisäksi oli tutkittava, mitä pakkaukselle on jo olemassa, kuinka niiden tiiviys on saavutettu ja millainen mekanismi niissä on. Asiakashaastatteluilta ja käyttäjäkyselyillä kartoitettiin ajatuksia ja tottumuksia gluteenittomien tuotteiden parissa olevilta. Dokumenttiaineistoa hyödyntäen, pakkausanalyysiä soveltaen ja asiantuntijoita haastatellen suunnitteluosio sai näin reunaehjoja ja työ raamit.



Tarjolla on hyvin monenlaista vaihtoehtoa ja ratkaisua pikkuleipien pakkaamiseen. Haastetta työhön lisäsi se, että pakkaus oli todella voitava valmistaa ja toteuttaa, joten materiaalikustannuksista lähtien oli mietittävä tähän opinnäytetyöhön soveltuvaa ratkaisua. Liian monimutkaisiin ratkaisuihin ei voitu tarttua, koska pakkauksen kokoaminen ei voi viedä ylimääräistä aikaa. Oli tärkeää saada selville myös pakkaajan ajatuksia toimivasta pakkauksesta. Oli olennaista tietää, miten aihioista kasataan kotelo, kuinka tuotteet asettuvat pakkaukseen, miten pakkaus suljetaan ja kuinka se lajitellaan jälleenmyyntiä varten. Pakattava tuote, gluteenittomat pikkuleivät pakataan tällä hetkellä pakkauskooltaan pieneen rasiaan, jonka mitat ovat 95 mm x 105 mm x 60 mm (kuva 8). Toiveena oli tehdä vieläkin kompaktimpi pakkaus, sillä nykyisessä

valkoisessa ja ikkunattomassa pakkauksessa tuotteet eivät ole tiiviisti, jonka lisäksi pakkauksesta ei näe, mitä se sisältää. Pikkuleivät annostellaan laatikkoon 100-200 gramman verran, joka tarkoittaa noin 10-25 kappaletta.

Asiakkaan näkemys on, että pikkuleipiä ei syödä kerralla ja pakkauksen tulee ”näyttää hyvältä”, jotta se erottuu hyllystä. Pakkaajan ja jälleenmyyjän haastattelulla haluttiin selvittää pakkausprosessin eri puolia. Kokoaja taittelee pakkauksen aihioista, asettelee tuotteet pakkaukseen, sulkee ja laittaa pakkauksen esille. Nykyinen ikkunaton neliölaatikko kootaan kahdesta samanlaisesta aihioista, joista toinen toimii pohjana, toinen kantena. Pakkaaminen käy melko nopeasti ja opittu pakkaustyyli vain entisestään tekee työskentelystä toimivampaa.



Kuva 7. Kollaasi erilaisista kartonki- ja pikkuleikkipakkausista, sulkemisratkaisuja.



Pakkausanalyysin tarkoituksena on ottaa tarkastelun kohteeksi yksi pakkaus syvälisemmin. Esimerkiksi makeat Macaronkeksit (kuva 9) pakataan yleensä näyttävään pakkauksiin. Eri väriset tuotteet ovat järjestyksessä pakkauksessa ja pakkauksien ulkomuoto on useinkin hyvin yksinkertainen. Pakkaukset viestivät, että tuote sisällä on herkullinen. Se on saatu aikaiseksi tuotteiden korostamisella esimerkiksi isoilla kalvoikkunoilla. Kun kalvoikkunoita ei ole pakkauksessa ollenkaan, tuote on kuvattu pakkauksen kylkeen usein realistisen koikoisena värikuvana tai graafisella piirroksella.

#### 4.4 PAKKAUSMERKINNÄT

Elintarvikkeiden pakkausmerkintävaatimukset on esitetty kauppa- ja teollisuusministeriön asetuksessa elintarvikkeiden pakkausmerkinnöistä. Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EU) N:o 1169/2011 elintarviketietojen antamisesta kuluttajille on julkaistu 22.11.2011. Siirtymäaika pakollisia elintarviketietoja koskevien vaatimusten soveltamiselle on kolme vuotta asetuksen voimaantulosta. Pakollista ravintoarvomerkintää koskeva siirtymäaika on viisi vuotta asetuksen voimaantulosta.

Pakkausmerkintöjen tulee säädöksen mukaan olla selkeät, jotta normaalin näkökyvyn omaava henkilö pystyy lukemaan ne ongelmitta. Pakollisiin pakkausmerkintöihin kuuluvat elintarvikkeen nimi ja sisälön määrä sekä ainesosaluettelo, jossa on

lueteltuna tarvittaessa tiettyjen ainesosien määrä. Lisäksi merkinnöistä pitää ilmetä vähimmäissäilyvyysaika tai viimeinen käyttöajankohta. Valmistajan, pakkaajan nimi ja osoite tulee myös olla luettavissa luettelosta. Elintarvike-erän tunnus sekä alkuperämaa ovat myös pakollisia tietoja kuluttajan tietää halutessaan tuotteesta. Tarvittaessa pakkaukseen voi liittää säilytysohjeen, käyttöohjeen tai varoitusmerkinnän. Kaikki tiedot on esitettävä niin, etteivät ne johda ostajaa harhaan elintarvikkeen ominaisuuksien, koostumuksen, luonteen, määrän, alkuperän, valmistus- tai tuotantomenetelmän tai muun vastaavan seikan suhteen. Pakkausmerkintöjen tulee olla helposti havaittavissa, riittävän isoin kirjaimin merkittyjä, helposti luettavissa, ymmärrettäviä, pysyvällä tavalla tehtyjä eikä niitä saa peittää millään tavalla. Lisäksi pakkauksen ja tuotteen muodolla, ulkonäöllä, pakkausmateriaalilla, tavalla, jolla tuotteet on aseteltu ei saa kuluttajaa johtaa harhaan. (Evara 2015).

Gluteeniton Leipomo ILONAn pakkausuksiin lisätään tarrapintainen etikettitarra sekä ILONAn logolla ja yhteystiedoilla varustettu pienempi tarra (kuva 10). yrityksen nykyiset etiketit ovat valkoiset, koneella painetut tarrapohjaiset laput, jotka liimataan pakkauksen kylkeen. Tarroja on kahdenlaisia: toinen on etiketti tuotetietoineen, toinen on ILONAn mustavalkoisella logolla varustettu pienempi tarra. Haasteena oli saada etikettejä tukeva pakkaus, johon tarrat voidaan liimata nopeasti.



**PAKKAUSVAIHTOEHTOJEN  
SUUNNITTELU**

## 5.1 IDEOINTI

### DESIGN BRIEF:

#### TUOTE:

Tiivis, ikkunallinen, kompakti, kymmenelle gluteenittomalle pikkuleivälle soveltuva rasia, jonka graafisesta ilmeestä on havainnoitava gluteenittomuus selkeästi ja joka tukee ILONAn yrityskuvaa. Rasia 100 g:lle–200 g:lle vastaa noin 10–20 kappaletta pikkuleipiä.

#### TAVOITTEET:

Pakkauksen rakenteen ja 3-5 graafisen ilmeen suunnittelu pakkaukseen. Pakkauksen kokoaminen, täyttö ja sulkeminen pitää olla tehokasta ja uudelleensuljettavuus hyödynnettynä pakkauksessa. Gluteenittomuus pitää näkyä pakkauksessa.

#### MUOTOILUTYÖ:

Olemassa olevien tuotteiden ja visuaalisten ilmeiden kartoitus, asiakashaastattelu ja käyttäjäkysely alussa ja lopussa, ekologisuus, kustannustehokkuus, uusi hyvänäköinen ja toimiva rakenneratkaisu.

#### KOHDERYHMÄ:

Gluteenittomia tuotteita käyttävät.

Asiakas tarjosi tuotteeksi pikkuleipiä, joille on jo olemassa rasia, mutta sen ongelma oli laatikon koko ja ilme. Laatikon rakenteen vuoksi oli vaikea nähdä, mitä pakkaus oikeastaan pitää sisällään. Lisäksi pakkaus ei ole asiakkaan mielestä ”myyvän näköinen”, jonka lisäksi toiveena oli saada siitä enemmän yrityksen oloinen, väreineen ja logoineen. Toinen pakkaus, johon gluteenittomat pikkuleivät nykyään pakataan, on myös laatikkomainen. Siinä on hieman isompi kalvoala, josta leivät voisi tarkistaa ennen ostoa. Haasteena on, että pakkauksen kylkeen tulee niin paljon erilaisia tarroja, muun muassa tärkeä tuoteseloste, jolloin ikkunakalvot peittyvät. Asiakkaan toiveena olivat sellaiset pakkaukset, jotka ovat sieviä ja jotka mahdollisesti sisältävät mietelauseita, ainakin Gluteeniton Leipomo ILONAn oman lausahduksen ”Ja elämä maistuu taas”. Pikkuleipiä ei ole tarkoitus syödä kaikkia kerrallaan, joten asiakas toivoi pakkausta, missä niitä voisi hetken säilyttää. Mahdollisesti pikkuleipiä voisi myös tarjoilla pakkausta hyväksikäyttäen, jolloin erillistä tarjoilulautasta ei tuotteelle tarvittaisi. Lisäksi puhetta oli yrityksen värimaailmasta, jonka toistoa pakkauksiin halutaan. Keltainen päävärinä on se, josta ILONAn tunnistaa. Lisäksi ruskea, musta ja valkoinen ovat käytettyjä sävyjä.

Ideointivaihe käynnistyi tarpeen kartoittamisesta. Lähtökohtaisesti pakkaus suunniteltiin noin 10 pikkuleivälle. Asiakkaan toiveisiin nojaten alettiin suunnitella ikkunallista, toimivaa pakkauksesta, johon

kooltaan noin 55 mm x 55 mm kokoinen pikkuleipä mahtuisi. Tuotteissa on hieman kokovaihtelua käsityön vuoksi, joten rasiaan on hyvä jättää tilaa myös muutamaa millimetriä isommille yksilöille. Tarkoituksena oli luoda kustannuksiltaan edullinen pakkaus. Asiakkaan positiivisuutta huokuva yritys ilme oli tarpeen siirtää myös pakkaukseen. Jo käyttäjäkyselyssä esille tuli, kuinka nykyisten gluteenittomien tuotteiden pakkaukset ovat lähes järjestäen ilmeettömiä, ”kotikutoisen” näköisiä ilmeitä kauppojen hyllyillä, joten ILONAn positiivisuus ja herkullisuus, sekä kotimainen käsityö olivat kelpo lähtökohdat työlle. Asiakkaan toiveet tuli myös liittää mahdollisuuksien mukaan työhön.

Koska työ toteutettiin pääasiallisesti asiakas- ja käyttäjälähtöisesti, heidän arvonsa ja ajatuksensa gluteenittoman tuotteen pakkauksen konseptissa oli tärkeää. Käyttäjäkyselymyksellä kartoitettiin mielipiteitä pakkauksista, ja tuloksiin nojaten vastaukset otettiin huomioon nyt suunnitteluvaiheessa. Teollisen muotoilun opiskelijana käytettävyydellä oli suuri merkitys pakkauksen suunnittelussa.

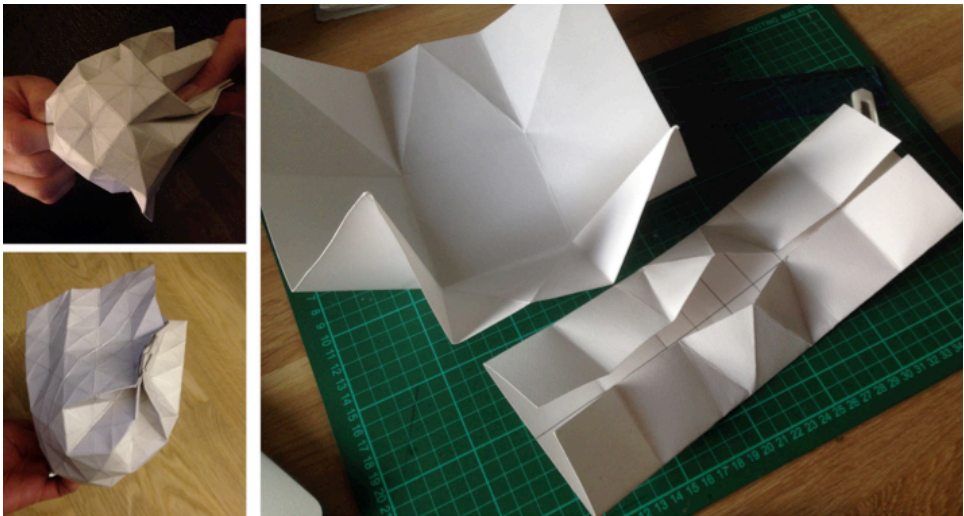
Pakkauksen tulee olla ymmärrettävä pakkaajalle ja asiakkaalle. Asiakkaan vapaa suhtautuminen tulevan pakkauksen rakenteeseen antaa mahdollisuuksia luoda ja ideoida paljon erilaisia ratkaisuja tiiviissä mielessä pitäen. Käyttäjäkyselyllä huomioitiin tiiviiden merkitys, joka asetti jo omat ehtonsa pakkaukselle. Gluteenitto-

massa tuotteessa tiivis pakkaus on pakollinen, jotta kontaminaatiota ei tapahdu.

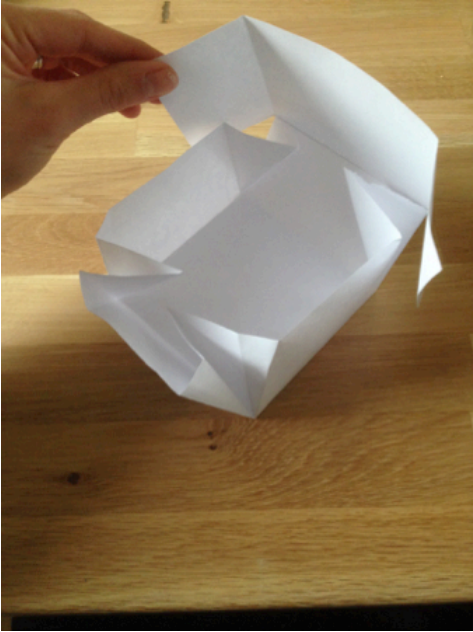
Ideointi tapahtui pääasiassa hahmomallien avulla. Ideointivaiheessa oli tärkeää dokumentoida jokainen tuotos. Piirrosten avulla pystyttiin hahmottamaan pakkauksen ulkonäköä ja mallia, mutta pelkkä piirtäminen ei anna todellista kuvaa rakenteen toimivuudesta. Hahmomallien avulla virheet huomioitiin heti ja korjaaminen tapahtui aikaisessa vaiheessa. Rakenteen yksinkertaisuuden, kustannustehokkuuden ja selkiintyneiden reunaehto- jen avulla tulevan pakkauksen rakenne muodostui kokeiluiden kautta. Jotta kartongin käyttäytyminen ja toimiminen käyttötilanteessa saadaan varmistettua ja todettua, oli suunnitteluvaiheessa tehtävä paljon hahmomalleja.

Kartongin paksuudeksi valittiin 220-240 g/m<sup>2</sup> tätä vaihetta varten.

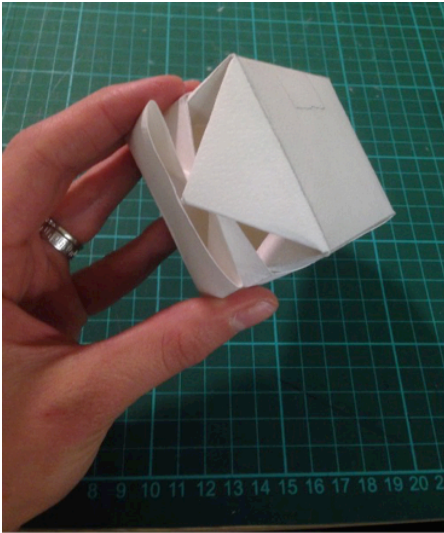
Ideointi alkoi erilaisten taitoksien hahmottamisella (kuva 11). Ideana on selvittää, kuinka paperi tottelee erilaisissa kulmissa ja minkälaisia mahdollisuuksia taitekulmilla on. Pakkausvaihtoehdoissa kokeilussa olivat sekä liimattavat, että liimaamattomat pakkausvaihtoehdot. Koska mallien rakentaminen tuntui auttavan eniten muodon antamisessa ja käytettävyyden testaamisessa, mallintaminen myös tuntui tässä vaiheessa tarpeettomalta.



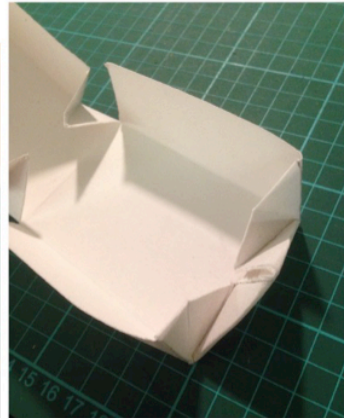
Kuva 11. A4 –paperista taiteltu pikkukolmioarkki sekä erilaisia taitteluita.



Kuva 12. L-mallinen pakkausratkaisu ja taitoksien kokeilua.



Kuva 13. Kiinnittäminen taittelemalla.





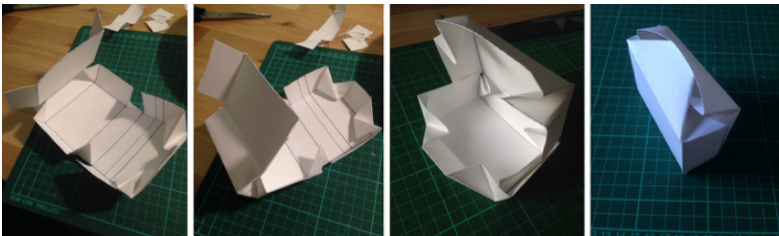
L-mallinen pakkausmalli (kuva 12) valikoitui toimivaksi, sillä siinä kansi on samassa ja estää näin ollen ”sooloilun” pakkaamisvaiheessa. Tuotteita ei ole siis mahdollista pakata esimerkiksi erilliseen alaosaan ja sulkea se sitten vain pussilla. L-mallinen pakkaus on kätevä paikassa, jossa erilaisia pakkauksia on paljon ja tuotteita useampi. L-mallinen eli yhdestä palasta koottava rasia on mahdollista toteuttaa joko liimaamalla tai liimaamatta.

Kehitellyn taittelusysteemin avulla (kuva 13) pakkaus saatiin kyllä kiinni tiiviisti, mutta kysymymerkiksi muodostui tuotteiden sopiminen siististi pakkaukseen. Tähän asti pakkaus oli tehty pienoismallina ja kun pakkauksen suhteita lähdettiin suu-rentamaan, se ei enää toiminutkaan suorakaiteen muotoisena. Vaihtoehtoksi jäi tehdä pakkauksesta neliön mallinen (kuva 15), jolloin neljä kertaa kolmen pikuleivän pinoista pakkaus oli näin 12 kap-

paleelle.

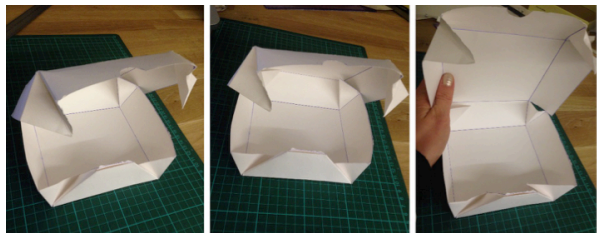
Pakkaus sulkeutui myös pitkään ikään kuin ylöspäin avonaiseksi ja taitoksien paikan vaihto mahdollisti kiinnityksen alaspäin sulkeutuvaksi, jolloin rasia pysyi paremmin kiinni. Suorakaiteen muotoista rasiaa, jossa pakkaus on poikittain, kokeiltiin myös pituussuunnassa avautuvaksi, mutta koska suhteita muuttamalla isommaksi rasian ei täyttänyt toiminnallisia kriteereitä, suorakaiteenmuotoisesta pakkauksesta luovuttiin ja neliömallisen pakkauksen miettimistä jatkettiin.

Tässä vaiheessa erilaisten pohjavahvikkeiden testaus alkoi (kuva 14). Ideana oli tehdä pakkauksesta tukevampi ja avautuessaan se pitäisi vahvikkeen turvin paremmin muotonsa. Ongelmaksi tässä kohdin muodostui rasian monimutkaisuus. Vahvikkeen kanssa taiteltavaa tuli lisää ja se vaikuttaisi varmasti myöhemmin pakkauksen käytet-



Kuva 14. Vahvikkeen kokeilua pohjaosaan.

Kuva 15. Neliön-mallinen pakkaus.

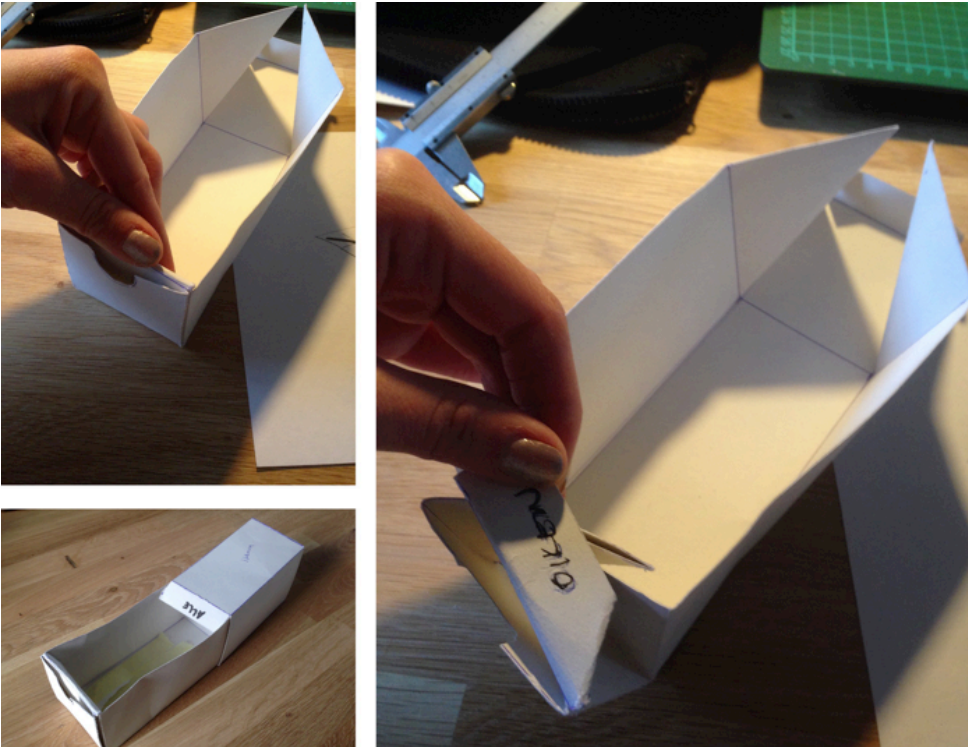


tävytyteen. Pakkaus olisi mahdollista toteuttaa liimaamalla, jolloin yksi välivaihe jäisi pois.

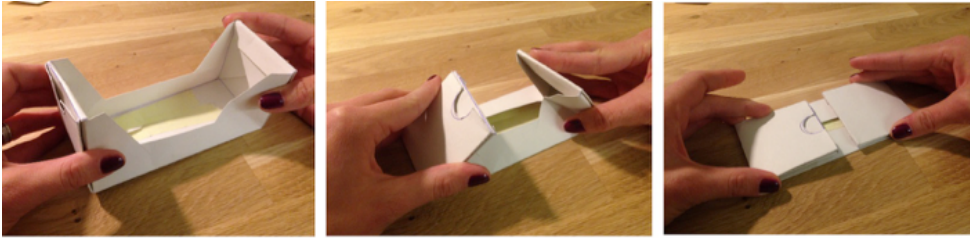
Koska liimaamattoman aihion kannalla haluttiin pysyä, oli jatkettava rakennekehittelyä. Yhä toimivamman rakenteen suunnittelu jatkui edellisen innoittamana taittelemalla nurkkia päällekkäin niin, että taitoksien lomittaisuudesta syntyisi tiivis pakkaus (kuva 16). Mielessä oli myös pidettävä monimutkaisuuden karsiminen, sillä aikaisemmassa vaiheessa se oli tuottanut ongelmia.

Rasia, 150 mm x 65 mm, kehittyi erilaisten epäonnistumisien kautta juuri kymmenelle pikkuleivälle ja pakkauksessa syötävät olisivat siistissä rivissä. Rasia oli vain ilman kantta ja erillinen putkimainen sulkusysteemi ei miellyttänyt, sillä ideana oli tehdä yhdestä aihioista kasattava kokonainen pakkaus. Kannen yhdistäminen pakkaukseen aloitti uuden suunnitteluvaiheen erilaisine pienine huomioineen, joita korjailtiin jatkuvasti rakennetta hahmotellessa kartongista.

Liimatun aihion suunnittelussa pakkaus



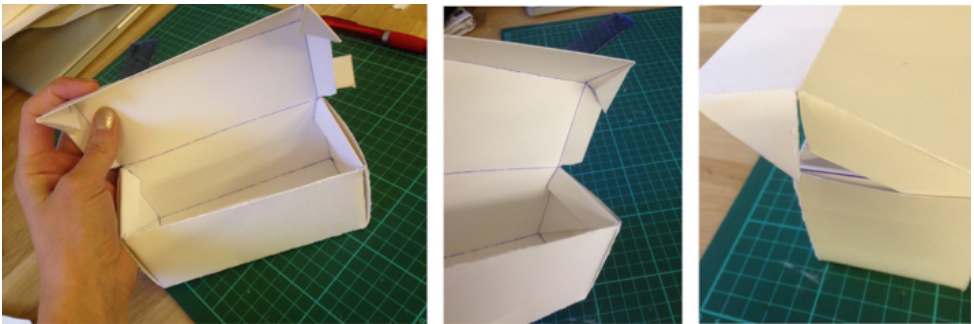
Kuva 16. Yhä kapeamman pakkauksen hahmottelemista ja erillinen kansivaihtoehto.



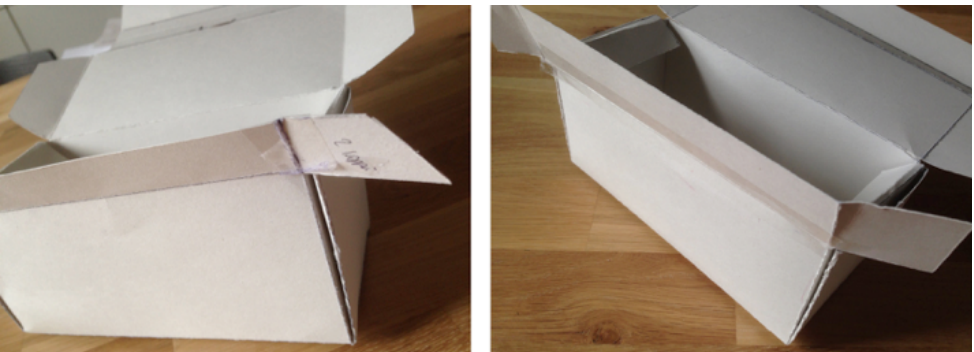
Kuva 17. Kasaan taittava pakkaus erillisellä kannella.

taittuisi sivuista kokoon, jolloin rasia menee litteäksi ja on suoristettavissa käyttökelpoiseksi (kuva 17). Erillisen kannen ja kustannuksien vuoksi pidättäydettiin kuitenkin kannellisessa vaihtoehdossa, jonka lisäksi taitettavan pakkauksen tiiviys mietittiin. Sen kehitys vaatisi enemmän työtunteja toimiakseen gluteenittomilla tuotteilla.

Koska kehityksen keskipisteenä oli nyt kannellinen pakkaus, joka taitellaan kokoon, sen ongelmattomaan toimivuuteen keskityttiin nyt todenteolla. Pakkaus tarvitsi nyt jonkin tavan sulkeutua. Läppiä lisättiin teipein (kuvat 18 ja 19), jotta kiinnitys onnistuisi parhaiten, kun pakkaus on kertaalleen avattu. Läppien sujuva



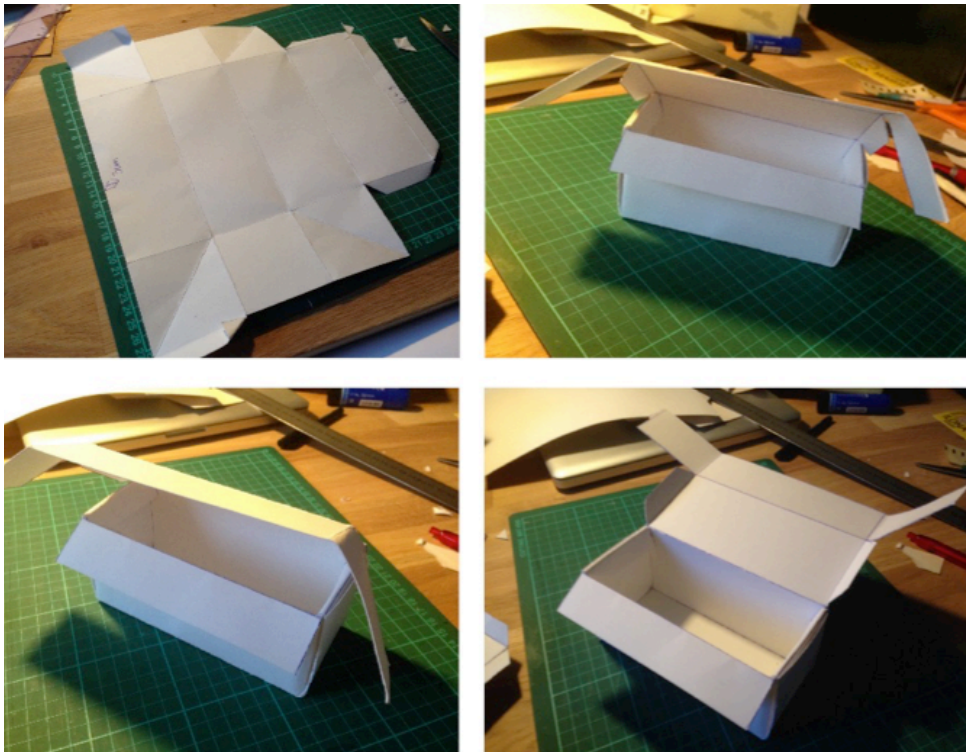
Kuva 18. Kannen lisääminen ja sulkeminen rakenteeseen.



Kuva 19. Toimimattomasta toimivaa ja siivekkeiden lisäämistä.



Kuva 20. Kiinnityssysteemi, joka hylättiin toimimattomana.

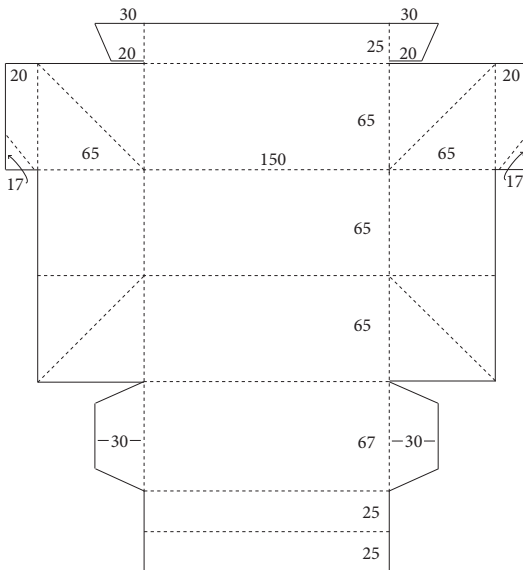


Kuva 21. Lämpien asettuminen ja rakenteeseen kiinnittyminen

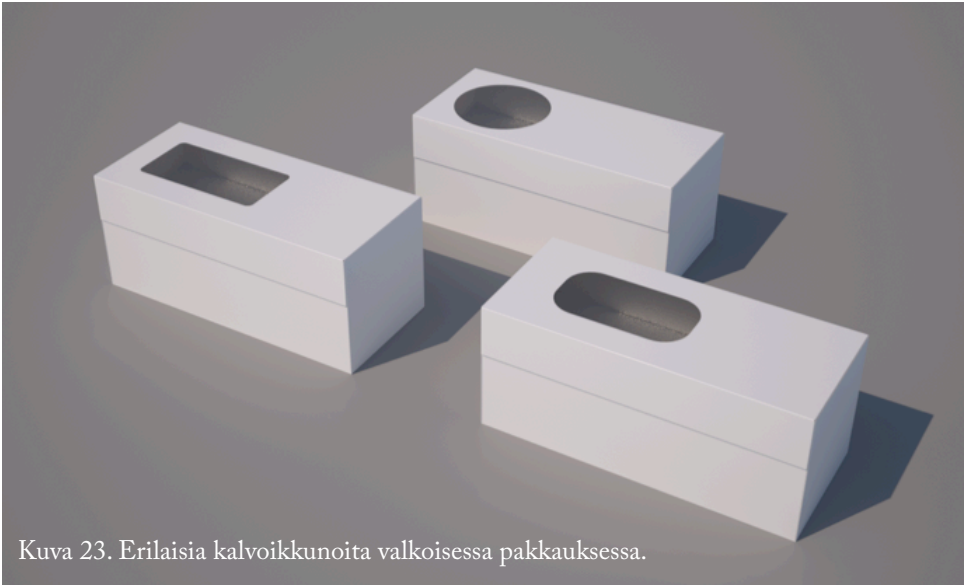
taitteleminen pakkauksen rakenteeseen mahdollistaisi sulun ilman erillistä sulkijaa. Myös lovimaista sulkemistorakaisua kokeiltiin (kuva 20), mutta ratkaisu ei ollut paras mahdollinen pakkaukselle. Pelkät sivuläpät kansiosassa eivät olleet vielä riittävä tapa sulkea rasiaa tiivisti, joten pienen 25 mm:n siiven liittäminen rakenteen etuosaan teki leivosrasiasta tiiviimmän.

Pakkaurakenne hahmottui lopulta ensimmäisiä taitteluehdotuksia yksinkertaisemmaksi. Taiteltavaa on jonkin verran, mutta pakkaus on looginen ja muutaman harjoittelukerran jälkeen opittavissa lihas-

muistiin. Haasteena oli pakkauksen tiiviyshdot, jotka täytyivät nyt eteen tulleen läpän ansiosta. Sen ympärille ikään kuin kannen läppä kietoutuu ja sulkeutuu rakenteeseen. Pakkaus on mitoitettu kymmenelle tuotteelle ja mikäli pakkaukokoa halutaan isontaa, pakkaus skaalattavissa suuremmaksi. Pakkaukseen oli seuraavaksi suunniteltava ikkunan lopullinen paikka ja muoto sekä graafinen ilme. Aihion levityskuva (kuva 22) oli muotoutunut mittoi- neen vaiheeseen, josta siitä oli mahdollista tulostaa kokeiluvärsio oikeasta materiaalis- ta.



Kuva 22. Aihion levityskuva.



Kuva 23. Erilaisia kalvoikkunoita valkoisessa pakkauksessa.

### Kalvoikkunat ja pakkausgrafikka

Tuotteet ovat esillä myymälöissä hyllyssä tuotteiden kanssa, jotka saattavat sisältää gluteenia. Tällöin esimerkiksi ei-haluttua pakkauksen avaamista voidaan rajoittaa pakkaukseen tulevalla ikkunalla, jotta tuotteen näkee heti. Ikkunan lisääminen pakkaukseen oli asiakkaan toivomus alusta lähtien. Ikkunan liimaaminen on erillinen liimaustapahtuma ja materiaalina käytetään yleensä asetaattikalvoa tai jotain muovikalvoa (Järvi-Kääriäinen ym. 2002, 170). Ikkuna on mahdollista lisätä pakkaukseen lähes minkä mallisena tahansa, joten on tärkeää suunnitella juuri pikkuleipäpakkaukseen sopiva ikkunamalli. Ikkunan lisäksi pakkaukseen tulee grafiikkaa, joten näiden yhteensopivuus on tärkeää huomioida.

Kalvoikkunan tarkoitus on esittää pakkauksen sisältämien tuotteiden tuoreus ja ulkonäkö. Ikkunan paikan miettiminen lähtee siitä, minkä muotoinen pakkaus on ja mitä elementtejä pakkaukseen tulee. Kalvoikkunan kautta käyttäjä arvioi tuotetta, joten paikkaa määrittää myös se, mitä tuotteesta halutaan korostaa.

Gluteenittoman tuotteen pakkaukseen ikkuna aseteltiin niin, että se ilmensi tuotetta päältä (kuva 23). Ikkunan käyttöä rajoitti pakkauksen pinnat, ainoastaan yhdelle sivulle se oli mahdollista asetella niin, että se todella tukee tuotteita pakkauksen sisällä. Suunnitellun rakenteen mukaan ikkunalle määräytyi paikka pakkauksen kansiosasta. Tilaa tulee jättää vähintään noin 15 mm

pakkauksen sivureunoista, jotta kalvopin-  
nan lisääminen ja liimaaminen onnistuisi  
toivotulla tavalla (henkilökohtainen tie-  
donanto.) Koska tuotetta ei voida sanoa  
gluteenittomaksi pelkästään ulkonäön pe-  
rusteella, ikkuna ei ole pakkauksessa pää-  
osassa.

ILONAn kohdalla keltainen väri on hallit-  
seva (Värit ovat ikivanha visuaalinen kieli,  
2012.) Keltaiseen liitetään yleensä posi-  
tiivisuus ja ILONAn viestimä ajatus ”ja  
elämä maistuu taas!” tuo mahdollisuuden  
nauttia ruoan herkuista myös erityisruoka-  
valion kohdalla.

Vierailu A&R Carton:lla selvensi kuvaa  
pakkaukseen käytettävistä materiaaleista.  
Vaikka yrityksellä on tarjota paljon valkoi-  
sia pakkauksia asiakkaan haluamalla grafi-  
kalla, on myös ruskean värisen kartongin  
käyttäminen mahdollista. Ruskea kartonki  
tuo pakkaukselle maanläheisempää tun-  
nelmaa ja ajatusta ekologisesta tuotteesta.  
Koska ILONAn kohdalla näin on, ruskean  
kartongin käyttö on perusteltua. Keltaisen  
ja valkoisen värin yhdistäminen ruskeaan  
saa pakkauksen näyttämään hyvältä ole-  
matta lainakaan tunkkainen. Asiakkaan  
toive ruskean värin käytöstä voisi näin tois-  
tua pakkauksen materiaalin kohdalla.

Yrityksen rakennesuunnittelijan Susanna  
Sotkan avustuksella opinnäytetyön pik-  
kuleipärasian tulostaminen piirturilla on-  
nistui, jolloin asiakas sai kokeilla oikean-  
laista pakkausta todellisuudessa. Piirturilla

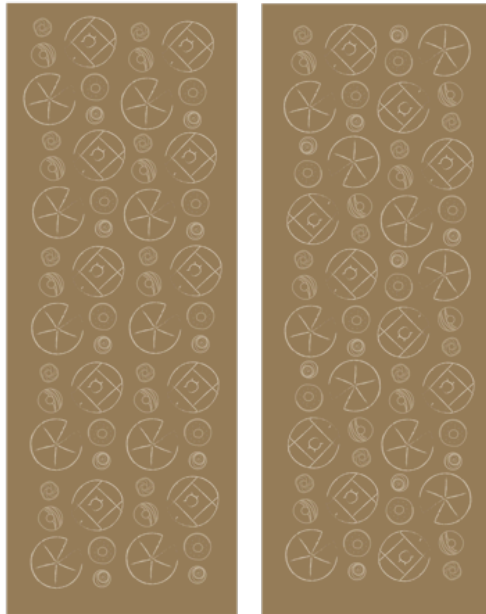
tulostaessa huomattiin myös pakkauksen  
parannuskohdat ja sivuläppien pituuteen  
lisättiinkin sentti, jotta kiinnitys on taattu.

Gluteenittoman tuotteen pakkauksen tii-  
viyden korostamisesta tuli idea käyttää  
pakkauksessa jonkinlaista sinettiä ja vyö-  
tettä (kuva 24). Lisätyötä sinetin laitto ei  
tuo, sillä tarrat ovat joka tapauksessa kiin-  
nitettävä pakkaamisvaiheessa. Sekä tar-  
raan, että nauhaan on kuvailtuna ILONAn  
tuotteita, josta näkee yrityksen maukkaat ja  
herkulliset, suolaiset ja makeat leivonnai-  
set (kuva 26). Leivontaan käytettäviä lei-  
pomisvälineitä suunniteltiin ilmentämään  
kuvaa käsillä tekemisestä. Sinetteihin ko-  
keiltiin erilaisia elementtejä ja väriyhdistel-  
miä (kuva 25).

PAPERISINETIT

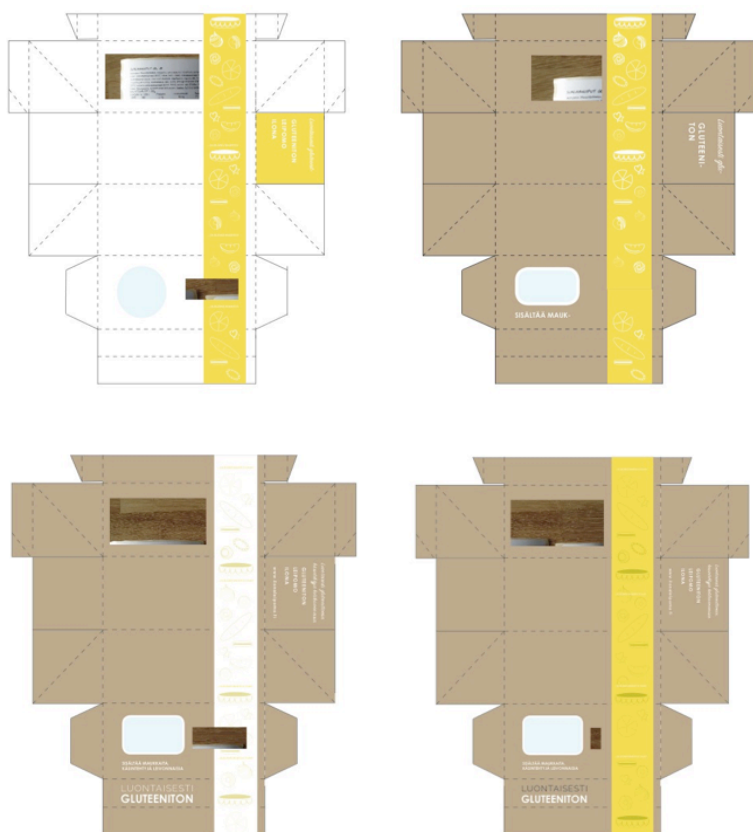


TARRASINETIT

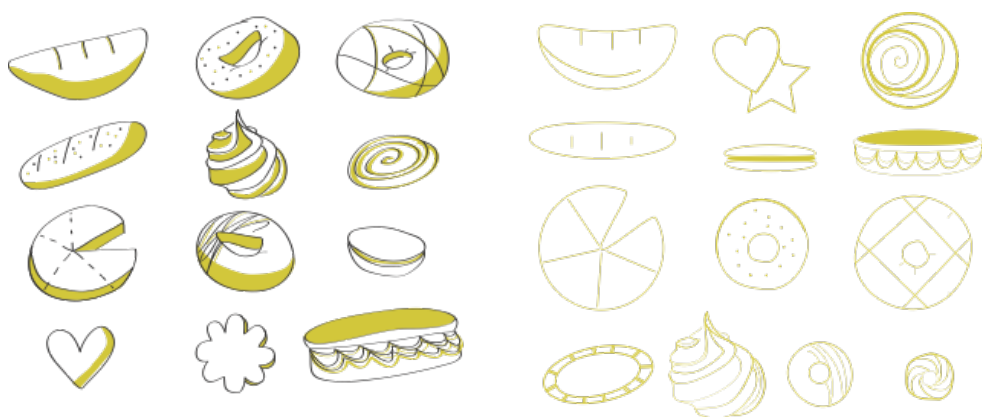


Kuva 24. Sinetti- ja pakkausilmevaihtoehtoja.





Kuva 25. Sinettivyöte pakkauksessa.



Kuva 26. Yksityiskohtia pakkausgrafikoista sineteissä.

## 5.2 PAKKAUSKONSEPTIVAIHTOEHDOT

Opinnäytetyön tarkoituksena oli löytää yksi pakkausrakennerratkaisu, joka on hyväksytty asiakkaalla. Hyväksynnän jälkeen pakkaukseen luodaan kolmesta viiteen ilmevaihtoehtoa, jotka käyttäjät arvioivat. Käyttäjien tiedot on kerätty ensimmäisen kyselyn kautta, jossa tiedusteltiin käyttäjien tottumuksia gluteenittomien tuotteiden kohdalla. Jo rakenteen suunnitteluvaiheessa, kyselyn tuloksiinkin nojaten, visuaaliselle ilmeelle ja etiketeille rakentui oma paikkansa pakkauksen edestä. Koska gluteenittomuuden pitää näkyä selkeästi, sanan paikka on ehdottomasti pakkauksen edessä. Tuotteen sopivuus itselle todetaan heti, kun pakkausseloste aseteltiin pakkauksen etuosaan.

Eri värisien sinettitarrojen ja sinettivyötteiden kokeilu valkoista ja ruskeaa pahvia vasten luovat kaikki omanlaistaan tunnelmaa (kuva 27). Nykyisen tuoteselostetarran ilmeen uusiminen mahdollisti uudelleenasettelun nykyisille tarvittaville tiedoille, jotka tulevat pakkauksen etupuolelle. Myös tuoteselostetarraa on mahdollista hyödyntää sinettinä pakkauksessa. Suunnitelluissa vaihtoehtoissa tuoteselosteesta hävisi hinta-, paino- ja parasta ennen -tiedot, sillä ne lisätään yleensä käsin. Kun tuoteseloste lisätään pakkauksen etuosaan, saattaa pakkaus näyttää kotitekoiselta käsin kirjatulla tiedoilla. Tarvittavan informaation saa lisättyä pakkauksen sivuille tai taakse erillisellä tietotarralla.

Ruskea pakkauksessa, keltainen, valkoinen ja ripaus mustaa etiketeissä, tarrasinetissä sekä vyötteessä tuovat kaikki ILONAN värimaailmaa esille. Erilaisten graafisten elementtien, kuten ILONAN tuotteiden ja leivontaan käytettävien tavaroiden lisääminen pakkauksiin toivat paljon vaihtoehtoja, joista lopulta viisi valittiin käyttäjäkyselyyn soveltuviksi.



Kuva 27. Pakkausilmevaihtoehdot käyttäjien arvioimina.

### 5.3 TUTKIMUSTULOKSET

Käyttäjakeskeisessä suunnittelussa tutkimus, tässä tilanteessa opinnäytetyö gluteenittoman tuotteen pakkauksesta ja ilmeestä, on aloitettu käyttäjäkyselyllä, jossa pyrittiin ymmärtämään käyttäjää, toimintaa, käyttökontekstiä sekä käyttöön liittyviä kokemuksia. Loppukuluttajakyselyssä käyttäjille pakkausilmevaihtoehtoja vertailtiin keskenään. Koska kyselyssä ei ilmene pakkauksen rakenteellinen toimivuus, aistit keskittyvät nyt täysin ulkoisiin seikkoihin eli siihen, miltä pakkaus näyttää. Tarkoituksena on, että kuluttajat ovat mukana koko suunnitteluprosessin ajan. Suunnitteluprosessiin kuuluu myös se, että tuotetut ratkaisut esitellään käyttäjille ja ratkaisuisista kysytään palautetta. Yksi tapa saada tietoa on tekemällä käytettävyydesti, joka tapahtuu asiakkaalla. (Virtanen 2005, 17.) Tuotteen kehitys jatkuu tarvittaessa niin kauan, kunnes haluttu ratkaisu on laadultaan toimiva.

Toisen vaiheen kyselyn vastaajista suurin osa oli iältään 30-60-vuotiaita. Kaiken kaikkiaan 21 vastaajasta 81 % söi pelkästään gluteenittomia tuotteita. Kyselyssä ilmeni nopeasti käyttäjien mieltymykset

rasiailmevaihtoehtoihin. Kolmas vaihtoehto miellytti monia sen tasapainoisen asetelun ja selkeyden vuoksi sekä vaihtoehdon sinettiratkaisu oli miellyttävin. Rasiasta oli luettavissa helpoiten sana luontaisesti gluteeniton. Vaihtoehto oli vastaajien mielestä myös sellainen, joka toi tuotteen herkkyyden esille ja rasiavaihtoehto lähtisi myös mukaan todennäköisimmin kaupan hyllyltä. Vaalean keltainen teksti koettiin hankalaksi erottaa valkoiselta taustalta. Luontaisesti -sana oli hahmoteltuna moneen ilmeeseen juuri keltaisella värillä, koska sen merkitystä ei suunniteltaessa pidetty niin tärkeänä kuin esimerkiksi sanaa gluteeniton. Kuitenkin palautteen mukaan, käyttäjä haluaa heti tietää tuotteen olevan luontaisesti, mikäli sille on tarvetta, ja kolmos vaihtoehdossa se viestittyi selvemmin. Rasiailmevaihtoehto viisi koettiin epäselvimmäksi ja siinä oli suurimman osan vastaajista mukaan gluteenittomuus tuotu epäselvemmin esille. Tuoteselosteen näkymisen tärkeyttä pakkauksen etuosassa pidettiin myös tämän otannan kesken hyvin tärkeänä. Graafisten elementtien käyttäminen pakkauksessa sai myös kiitosta ja se saattaisi lisätä myös pakkauksen arvoa.

Kuva 28. Ahiosta koottu rasia.



Jo kyselyä laadittaessa oli mietittävä kuvien asettelu vastaajille niin, että kysely hyödyttäisi laatijaa parhaalla mahdollisella tavalla. Vierekkäin asettelu mahdollisti näin rasioiden vertailun keskenään ja paras vaihtoehdoista nousi selkeimmin pinnalle. Erilaisten kyselykoneiden vertailu nosti esiin niiden suuria eroja käytössä ja kuvien koossa, jotka oli mahdollista lisätä kyselykaavakkeeseen.

Aihion kasaaminen asiakkaalla kuului myös opinnäytetyön havainnoitiin. Aihion kokoaminen rasiaksi, sen täyttäminen tuotteilla sekä sulkeminen asiaankuuluvalla tavalla ovat ratkaisevia asioita työn onnistumisen suhteen. Aiemmin A&R

Carton:lla tulostetun rasian kokoaminen onnistui asiakkaalta vaivatta opastuksen jälkeen (kuvat 28 ja 29). Pikkuleipiä aseteltu tapahtui sekin ongelmitta, vaikkakin tuotteilla on paikoittain isojakin kokoeroja. Asiakkaan puolesta saman suuruisten pikkuleipiä tekeminen ei ole hankalaa ja sopivuus rasiaan on helppo näin ratkaista. Asiakas mieltä myös rasian väri- ja materiaaliratkaisuun, sekä kiinnitykseen ja mainitsi rasian ilmentävän Gluteeniton Leipomo ILONAn kuvaa. Pakkaukseen on lisättävissä myös elintarvikekelpoista silkkipaperia, jonka päälle tuotteet asetellaan rasiaan sisään.



Kuva 29. Aihion kokoaminen rasiaksi ja täyttäminen asiakkaan toimesta.



**LOPULLINEN KONSEPTI**



Kuva 30. Grafiikka levitetyssä aihiossa.

Pakkaukonseptissa tavoitteena oli löytää ratkaisu pakkaukseen, jossa ilmenee gluteenittomuus selkeästi sekä rakenteessa että ilmeessä. Työn tarkoituksena oli ensin luoda pakkauksen rakenne, jonka jälkeen ideoitiin kolmesta kuuteen graafista ilmettä gluteenittomuutta viestimään.

Aihion levityskuvaan tehtiin pieni muutos rakennesuunnittelijan opastuksella. Siivekkeet, jotka taittavat rakenteen sisään pitäen rasiaa koossa, saivat lisäpituutta noin yhden senttimetrin verran. Tällöin rasia pysyy entistä paremmin kiinni. Rasian materiaaliksi valittiin ruskea kartonki, Billerud Korsnäs Light 250g/m<sup>2</sup> (liite 4), joka on toiselta puolelta valkoinen ja PE-pintainen.

Käyttäjäkyselyssä ilmeni myös, että grafiikan lisääminen pakkaukseen saattaisi lisätä

sen myyntiarvoa. Erilaisten elementtien kanssa tulee olla varovainen, ettei pakkauksen ilme tule sekavaksi ja viesti muutu epäselväksi. Kyselyistä saadun palautteen nojalla asiakkaan ehdottamista mietelauseista pakkauksilmeessä luovuttiin, jotta pakkaukseen ei tule tarpeellista enempää ylimääräistä tekstiä.

Lopulliseen pakkaukseen (kuva 32) lisättiin lopulta ILONAn tuotteita ilmenevä graafinen kuvakollaasi, jossa pyöreän muotoiset tuotteet, leivät, makeat pullat ja donitsit sekä pikkuleivät toistuvat tietyssä sarjassa. Kuvat ovat haalean värisiä, näin ilme on hallittu ja siisti (juva 31).

Pyöreä tarra on kooltaan 50 mm x 50 mm ja siitä ilmenee ILONAn logo, internet- osoite sekä puhelinnumero keltaisella pohjalla. Etiketin mitat ovat 35 mm x 70



Kuva 31. Etiketti, tarrasinetti, pakkaukseen tulevat tekstit sekä grafiikka.

mm ja siitä on luettavissa, mitä ja kuinka monta kappaletta tuotetta pakkaus sisältää, sekä tuoteseloste. Tuoteselostetarran muodonmuutos mahdollisti sen, ettei käsin kirjoittaminen ole mahdollista sille puolelle pakkausta, joka näkyy suoraan ensimmäisenä asiakkaalle. Etiketti on suorakaiteen muotoinen, pyörästetyillä reunoilla ja on hillitty pyöreän ILONAn logotarrasinetin rinnalla. Etikettissä on käytetty kaunokir-

joitusta muistuttavaa tekstityyppiä, mutta sitä ei kuitenkaan sekoita vapaalla kädellä kirjoitettuun. Valkoiselta pohjalta nousee selkeästi esil-le paketin sisältö sekä kappalemäärä. Elämä maistuu taas! –mietelau-setta on käytetty pakkauksen päällä, joka on luettavissa samaan aikaan, kun tutkii tuotetta kalvoikkunan läpi.

Pakkauksesta tuli tiivis, kuten gluteenit-



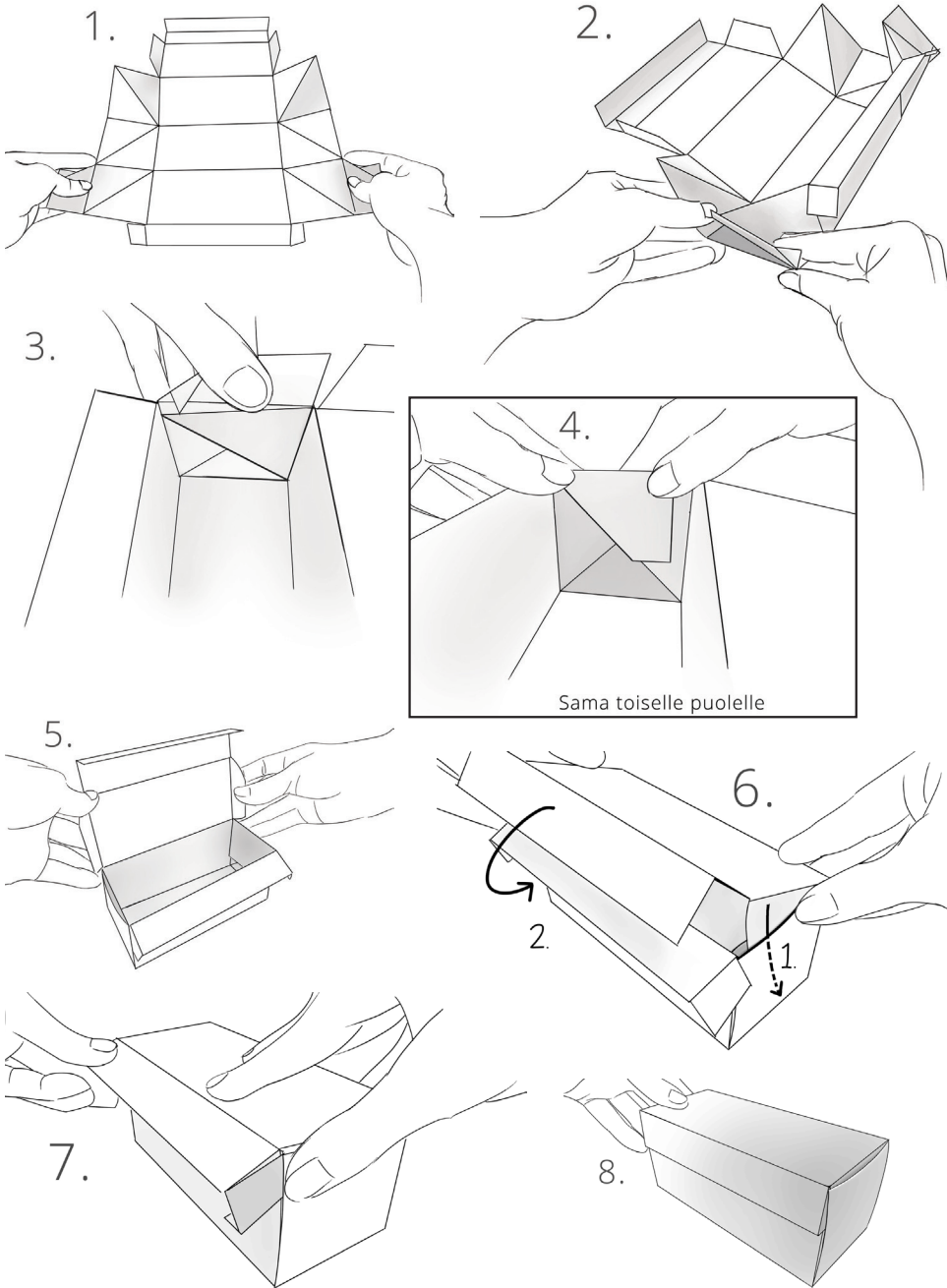


Kuva 32. Ilme rasiassa.

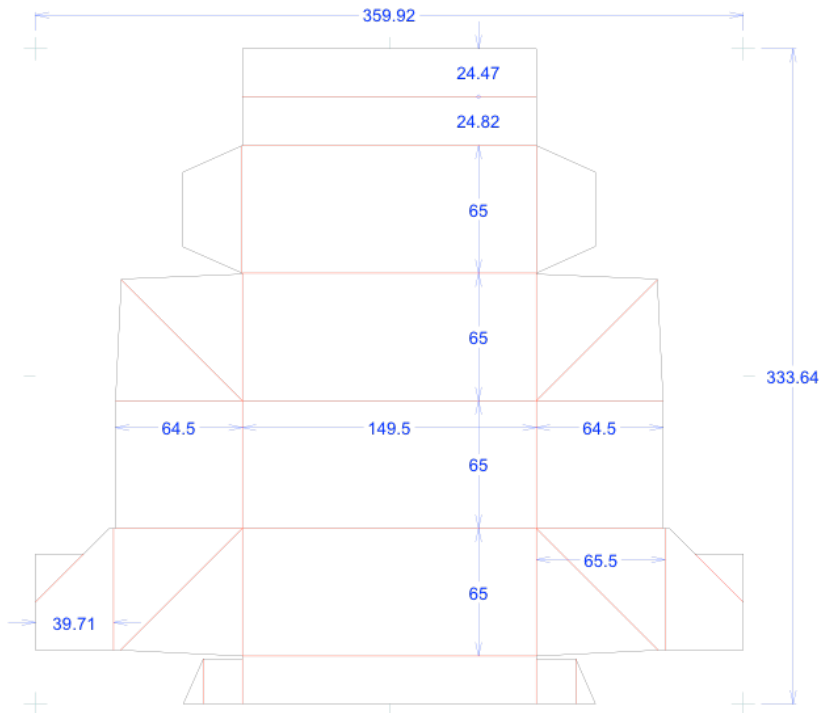
tomia tuotteita sisältävän pakkauksen kuuluukin. Lisäksi pakkaus on uudelleen suljettavissa ja tiivis myös kiinni ollessaan. Pakkausaihio on yksinkertainen ja helposti opeteltavissa. Pakkaus vaatii hieman taittelemista, mutta on koottuna jämerä ja toimiva, gluteenittomalle tuotteelle sopiva. Koottuna aihio on helposti täytettävissä: keksit asettuvat rasiaan siististi joko pinnon tai riviin. Kun pakkaus ensimmäistä kertaa avataan, siitä poistetaan pyöreä tarra, jossa on pelkästään ILONAn logo ja yhteystiedot. Sen jälkeen se on suljettavissa yhä tiiviisti ilman erillistä kiinnittäjää. Tiiviyttä lisäävät läpät, jotka taittuvat päällekkäin jonka jälkeen sivuläpät taittuvat pakkauksen rakenteeseen.

Pakkaus on itsessään kulmikas, joka viestii asiallista ja luotettavaa linjaa. Se on tyyli-

käs ja toimiva, eikä siihen ole lisätty mitään ylimääräistä. Pakkaus menee pieneen tilaan valmiina kierrätettäväksi. Tarrojen liimaus käy nopeasti sillä, niin etikettitarrale, kuin sinettitarrale on merkitty niille kuuluva paikka. Näin ollen tarran saa paikalle ainoastaan yhdellä tavalla, eikä esimerkiksi pakkauksilmeiden kohdalla synny eroja, mikä helpottaa tunnistettavuutta (kuva 30). Logistisesti ajateltuna pikkuleipäpakkaus on toimiva sen simppelein ulkomuodon vuoksi.



Kuva 33. Ohjeet aihion kokoamisesta rasiaksi.



Kuva 34. Aihion levityskuva korjausten jälkeen.



Kuva 35. 3D-kuva valmiista pakkauksesta ja ilmeestä.

# JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyössä tehtävänä oli pohtia ja suunnitella kyselyihin ja haastatteluihin nojaten, kuinka gluteenittomuus näkyy gluteenittoman tuotteen pakkauksessa, sekä visuaalisesti, että rakenteessa. Työssä hyödynnettiin kartonkia materiaalina, sillä sen ansiosta pakkauksesta saatiin jämää, tiivis sekä tukeva gluteenittomia tuotteita varten. Myös kustannustehokkuuteen ja ekologisuuteen kiinnitettiin paljon huomiota, sekä siihen, että hukkapaloja syntyisi mahdollisimman vähän. Työ aloitettiin kartoittamalla jo olemassa olevia tuotteita sekä erilaisia kiinnitysratkaisuja kartonkipakkauksissa.

Työssä painottui vahvasti asiakas- ja käyttäjälähtöisyys. Jotta lopputulos olisi mahdollisimman toimiva ja kaikkia osapuolia miellyttävä, toteutettiin alussa käyttäjäkysely, jossa selvitettiin ajatuksia ja tottumuksia jo olemassa olevista pakkauksista ja ilmeistä. Lisäksi asiakashaastatteluiden myötä kerätty tieto haluamasta pakkauksesta ja ilmeestä auttoivat lopputulokseen. Kyselyssä ilmeni epäkohtia, mitä gluteenitonta ruokavaliota käyttävät henkilöt kokevat, jonka lisäksi ympäristöystävällisyys nousi vahvana asiana pinnalle, joka vaikuttaa ostopäätökseen. Sen kautta linjautui materiaalivalinta ja myös materiaalin tehokas käyttö. Asiakkaan toive ikkunallisesta pakkauksesta asetti sekin omat raaminsa työn toteutukselle. Pakkauksessa tuli olla myös alhaiset valmistuskustannukset, karsimatta kuitenkaan lopputuloksesta.

Asiakas- ja käyttäjäkyselyillä päästiin sekä gluteenittomia tuotteita käyttävien, että tuotteita pakkaavien ja tekevien arkeen ja tottumuksiin. Erilaisilla tutkimuksilla työ rajattiin ja suunnittelulle asetettiin reunaehdot. Työssä keskityttiin käytettävyyteen eli pakkauksen vaivattomaan kokoamiseen. Lisäksi ilmeen viestinnällisyyteen panostettiin huolellisesti, sillä gluteenittomuuden näkyvyyteen pakkauksessa kasattiin paljon painoarvoa.

Tutkimuskysymyksiin etsittiin vastauksia erilaisten tutkimusmenetelmien kautta. Jo olemassa olevien tuotteiden listaaminen benchmarking-työkalulla sekä visuaalisella että teknisellä puolella auttoi hahmottamaan mahdollisuuksia. Dokumenttiaineistoa lukiessa työlle selkiintyi aihealueet, jotka kannatti ottaa esille opinnäytetyötä laatiessa. Tietokirjat pakkaamisesta avasi silmiä nähdä koko aiheen laajuus ja mahdollisuudet; kuinka monimuotoista pakkaussuunnittelu onkaan, graafisesta suunnittelusta puhumattakaan. Kaiken sen tietomäärän keskellä oli ajoittain vaikea määritellä, mikä olisi tärkeää juuri tämän työn kohdalla varsinkin, kun mielessä pyörivät työlle asetetut tutkimuskysymykset ja valmiit kriteerit tulevan pakkauksen suhteen. Projektin aikana selkeni myös oman ajan käyttö.

Lopullisen aihion suunnitteluvaihe oli aikaa vievää ja toimivuuden takaamiseksi tehtiin monta kartonkihahmomallia, joista epäkohdat huomioitiin. Korjauksiin oli

helppo puuttua heti, ja suunnitteluvaihe eteni jouhevasti. Protomallien hahmotteleminen suoraan kartongista, ei niinkään piirtämällä, auttoi huomaamaan heti mahdolliset virheet. Kartongin käyttäytymistä harjoiteltiin ja testattiin A4-kokoisella paperilla, johon oli taiteltu pieniä neliöitä taitoksia havainnollistaakseen.

Tutkimuskysymyksenä työlle oli, kuinka gluteenittomuus näkyy pakkauksen rakenteessa ja visuaalisessa ilmeessä. Vastauksena kysymykseen on, että tuoteselosteen on oltava helposti luettavissa ja paikassa, jossa sitä ei tarvitse etsiä. Lisäksi gluteeniton-sanan on oltava löydettävissä heti, eikä jatkona tai lyhenteenä tuoteselosteen perässä. Mikäli tuote on luontaisesti gluteeniton, myös sanan ”luontaisesti” on oltava nähtävissä helposti. Pakkauksen käytölle gluteenittomuus vaatii sen, että pakkauksen on oltava tiivis sekä avaamattomana, että uudelleenkiinnitettynä. Tuote on hyvä myös nähdä, jolloin pakkausta ei tule epähuomiossakaan avattua kontaminaation pelossa ennen ostopäätöstä. Sinetin käyttö luo kuvaa ja varmistaa käsityksen koskemattomasta tuotteesta.

Ikkunallisen, tiiviin ja uudelleen suljetavan pakkauksen rajaehdot tulivat nopeasti ilmi ja niiden kriteereiden avulla malleja työstettiin useita. Myös pakkauksen käyttäminen esimerkiksi tarjoiluun oli ylimääräinen funktio, joka tuo lisäarvoa pakkaukselle. Nykyinen valkoinen, ikkunaton, neliönmallinen pakkaus on koottavissa aihioista ilman liimausta ja tällä asetelmalla

lähdettiin työstämään myös uutta pakkausratkaisua. Aihiot on helppo varastoida päällekkäin ja kokoaminen on vaivatonta. Etikettitarra ja tarrasinetti kiinnitetään niille varattuun kohtaan, jolloin yhtenäisen ilme taataan.

Alan ammattilaisilla on käytössään pakkaussuunnitteluun erikseen käytettävä tietokone-ohjelma Esko ArtiosCAD, jolla aihion testaus tietokoneruudulla onnistuu vaivattomasti. Lisäksi aihion tulostus testausmielessä piirturilla käy sekin vaivattomasti hetkessä, johon itse käytin aikaa tehden kaiken käsityönä. Aihion tulostus tapahtui vasta työn loppumetreillä, joten siinä vaiheessa huomioituihin parannusehdotuksiin ei ollut enää mahdollista puuttua.

Kyselykaavake, joka on kattava sekä laadukas, ja antaa hyödyn vastauksillaan, oli haastava laatia. Ongelmallista oli asetella kysymykset niin, etteivät ne olleet liian suoria tai johdattelevia. Kun käyttäjäkysely viimein saatiin suunniteltua niin, että se täytti kaikki vaadittavat kriteerit, siitä ilmeni muun muassa, että, gluteenittomuus on näkyy selkeämmin tekstimuodossa. Kun pakkauksessa lukee ”gluteeniton”, voi siihen näin ollen luottaa ja tuotteet koetaan turvallisena. Jos tuotteet ovat luontaisesti gluteenittomia, kuten Gluteeniton Leipomo ILONAn tuotteet ovat, on sekin hyvä ilmetä pakkauksen ilmeessä selkeästi. Sekä teksti, että etiketti sijaitsevat pakkauksen pitkällä sivulla paikalla, josta ne nähdään ensimmäisenä. Kyselyn tuloksena huomati-

tiin myös, että pienleipomoiden pakkaukset ovat usein kotikutoisen näköisiä ja näin ollen käyttäjät kokevat ostavansa tuotteita vailla ylpeyden tunnetta. Osalle kuluttajista gluteenittomien tuotteiden ostaminen on elinehto ja valinnanvaraa ei näin ollen ole. Kysymysten laatiminen niin, että tekijä saisi niillä maksimaalisen hyödyn työlleen, oli myös toisen vaiheen kyselykaavakkeen laatimisessa haastavaa. Lisäksi oli pohdittava kuvien asettelu kyselyyn, joka ratkesi lopulta rinnakkaisasettelulla. Ihannetilanteessa omia pakkauksia olisi arvioitu jo olemassa olevien pakkausten rinnalla, mutta tilanteeseen valmistuminen olisi vienyt liikaa aikaa. Kaikki pakkaukset olisi pitänyt kuvattava samassa olosuhteissa, samassa valossa, jolloin ne olisivat olleet tasavertaisia keskenään. Vertailumahdollisuus olisi vaatinut opinnäytetyöpakkauksesta ja ilmeestä lopullista versiota tai niin pitkälle vietyä protomallia, että vertaileminen kaupassa olevien tuotteiden rinnalla olisi ollut mahdollista. Kyselyiden laatimisessa oli myös tekniset ongelmansa, sillä vaadittavalla kuvan koolla oli huomattavia eroja kyselypohjasta riippuen. Pakkausilmeiden vertailussa olisi voinut käyttää kohtaa ”ei mikään näistä”, mutta se jäi puuttumaan ja siitä kysyjä sai palautetta myös palautekohdassa.

Opinnäytetyö on ollut mielekäs ja antoisa projekti aiheen saamisesta lähtien. Pakkaus grafiikoinen on onnistunut, sillä työssä on onnistuttu luomaan tutkimuskysymyksiä vastaava ratkaisu, joka on myös asiakas- ja käyttäjälähtöinen. Koko rakennesuunnit-

telu on ollut hyvin mielenkiintoista sekä opettavaista ja työllistyminen alalta kiinnostaa. Juuri rakennesuunnitteluun sai kulumaan paljon aikaa, vaikkakaan graafisen ilmeen tärkeyttä ei aliarvostettu missään vaiheessa. Rakenteen toimivuuteen ja aihion yksinkertaiseen kokoamiseen olisi toivonut irtoavan vielä lisää aikaa, mutta seuraavaan vaiheeseen siirtyminen aikataulun pitämiseksi esti jatkuvan hiomisen.

Aihio tulostettiin testauskuntoon A&R Cartonin rakennesuunnittelijan Susanna Sotkan avustuksella. Tällöin pakkauksesta löytyi vielä korjattavia tekijöitä, jotka olisi korjattavissa projektin jatkuessa. Jotta kannen kiinnitys saadaan mahdollisimman ongelmattomaksi, on sen rakenteeseen mahdollisesti tulossa pieniä muutoksia.

Mallin testaus tapahtui asiakkaalla, joka mieltäsi rasian väri- ja materiaalivalintaan, sekä kompaktiuteen ja alleviivasi pakkauksen olevan yrityksensä näköinen. Visuaaliset ilmeet arvioitiin käyttäjillä, jotka olivat jättäneet yhteystietonsa ensimmäisen vaiheen kyselyssä. Viidestä pakkausilmevaihtoehdosta yksi nousi huomattavasti toisten yli. Samasta ilmeestä myös asiakas oli pitänyt pienen kyselyn seurauksena. Käyttäjiltä kerätyn mielipidekyselyiden vastausten perusteella sekä muilla tiedonkeruumenetelmillä ja toimeksiantajalta saadun opastuksen avulla saatiin aikaan pakkauskonsepti, joka miellyttää asiakasta, jolloin työn lopputulosta voidaan pitää onnistuneena.

## LÄHTEET

Alivuotila, L. 2014. Pakko olla sairaan tarkka. Keliakialiiton lehti nro 3 elokuu 2014.

Anttila, P. 1988. Tutkimuksen taito ja tiedonhankinta. Metodix 2014. 9.1.6 Dokumenttiaineisto. Viitattu 15.11.2014.

[http://www.metodix.com/fi/sisallys/01\\_menetelmat/01\\_tutkimusprosessi/02\\_tutkimisen\\_taito\\_ja\\_tiedon\\_hankinta/09\\_tutkimusmenetelmat/22\\_dokumenttiaineisto](http://www.metodix.com/fi/sisallys/01_menetelmat/01_tutkimusprosessi/02_tutkimisen_taito_ja_tiedon_hankinta/09_tutkimusmenetelmat/22_dokumenttiaineisto)

Anttila, P. 1997. Tutkimuksen taito ja tiedon hankinta. Akatiimi Oy.

E-conomic 2014. Benchmarking - Mitä tarkoittaa Benchmarking? Viitattu 15.11.2014

<http://www.e-conomic.fi/kirjanpito-ohjelma/sanakirja/benchmarking>

Elintarviketurvallisuusvirasto Evira. Elintarvikkeiden pakkausmerkinnät. Viitattu 15.2.2015

<http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/valmistus+ja+myynti/pakkausmerkinnat/>

Elintarviketurvallisuusvirasto Evira. Elintarvikkeiden markkinointi. Viitattu 15.2.2015.

<http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/valmistus+ja+myynti/markkinointi/>

Gluteeniton leipomo Ilona 2014. Viitattu 14.1.2015

<http://www.ilonaleipomo.fi/leipomo.html>

Gluteeniton leipomo Ilona. Viitattu 15.1.2014.

<https://pbs.twimg.com/media/B8VVJCaCcAI0AEM.jpg>

Gluteenittoman tuotteen merkin graafiset ohjeet 1.1.2012 alkaen. Viitattu 24.3.2015.

[https://www.keliakialiitto.fi/liitto/merkki/yrityksille/graafigiset\\_ohjeet/](https://www.keliakialiitto.fi/liitto/merkki/yrityksille/graafigiset_ohjeet/)

Gluteeniton ruokavalio 2015. Wikipedia. Viitattu 26.4.2015.

[http://fi.wikipedia.org/wiki/Gluteeniton\\_ruokavalio](http://fi.wikipedia.org/wiki/Gluteeniton_ruokavalio)

Graafinen.com. Kirjaimet, kirjasinleikkaukset ja kirjasintyytit 2010-2015. Viitattu 15.2.2015.

<http://www.graafinen.com/suunnittelu/typografia/kirjaimet-kirjasinleikkaukset-ja-kirjasintyytit/>

Haaga-Helia. Sommittelu. Viitattu 15.2.2015.



<http://myy.haaga-helia.fi/~vanvu/www/suunnittelu/sommittelu.html>

Heinonen, H. 2014. Totta vai tarua? Keliakialiiton lehti nro 3 elokuu 2014.

Herno, H. 2014. Jatkuva tarkkuus hengästyttää mieltä. Keliakialiiton lehti nro 3 elokuu 2014.

Immunologia 2015. Wikipedia. Viitattu 12.1.2015  
<http://fi.wikipedia.org/wiki/Immunologia>

Järvi-Kääriäinen T. & Leppänen-Turkula, A. 2002. Pakkaaminen, perustiedot pakkauksista ja pakkaamisesta. Pakkausteknologia – PTR ry.

Järvi-Kääriäinen, T. ja Ollila, M. 2007. Toimiva pakkaus. Pakkausteknologia – PTR ry ja Ope-tushallitus.

Karppinen, K. 2014. Saman ruokavalion äärellä monta eri ryhmää. Keliakialiiton lehti nro 3 elokuu 2014.

Keliakialiitto 2014. Gluteenittoman tuotteen merkin graafiset ohjeet 1.1.20112 alkaen. Viitattu 15.11.2014  
[http://www.keliakialiitto.fi/liitto/merkki/yrityksille/graafigiset\\_ohjeet/](http://www.keliakialiitto.fi/liitto/merkki/yrityksille/graafigiset_ohjeet/)

Koota, E. 2014. Kotimaista kauraa gluteenittomana. Yhteishyvä lokakuu 2014. Viitattu 13.1.2015.

Maaseudun tulevaisuus 15.9.2014. Pakkauksella on väliä. Viitattu 27.1.2015. <http://www.maaseuduntulevaisuus.fi/mielipiteet/pääkirjoitukset/pakkauksella-on-väliä-1.70059>

Metsäteollisuus 26.10.2010. Kuitupakkausten kierrätys toimii hyvin. Viitattu 27.1.2015. <http://www.metsateollisuus.fi/uutishuone/uutiset/Kuitupakkausten-kierratys-toimii-hyvin-836.html>

Raivolanpakkaus Oy 1.8.2015. Leivosasiat ja tukialustat. Viitattu 15.1.2015.  
<http://www.raivolanpakkaus.fi/hinnastot/9.pdf>

Ranta, E, 2014. Take away pakkaustuoteperheen konseptointi Pyroll Oy:lle. Viitattu 16.11.2014.

Rukki Finland Oy 2013-2015. Viitattu 14.1.2015. <http://rukki.fi>

Rukki Finland Oy. Yrityshaku Synergia. 15.11.2014.

<http://synergia.yrittajat.fi/images/4af4f0ed8bd348e2b530cd9905457691>

Tilastokeskus 2014. Haastattelemalla kerätyn tiedon luonne. Viitattu 15.11.2014. <http://tilastokeskus.fi/virsta/tkeruu/01/01/>

Tilastokeskus 2014. Laadullisen ja määrällisen tutkimuksen erot. Viitattu 15.11.2014 <http://tilastokeskus.fi/virsta/tkeruu/01/07/>

The Australian Coeliac, suomentanut Puntila, N. 2014. Keliakialiiton lehti nro 3 elokuu 2014.

Yle. Oppiminen. Värit ovat ikivanha visuaalinen kieli. Viitattu 15.2.2015.

<http://oppiminen.yle.fi/historia-maailma/varit-ovat-ikivanha-visuaalinen-kieli>

Torkki, S. (toim.) Kohti käyttäjäkeskeistä muotoilua. Muotoilukoulutuksen painotuksia SeAMK:ssa. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. 2005.

Virva. Värien merkitys 2007. Viitattu 15.2.2015.

[http://verkkohelpa.edu.hel.fi/varien\\_merkitys.pdf](http://verkkohelpa.edu.hel.fi/varien_merkitys.pdf)



## BENCHMARKING JA PAKKAUSANALYYSI -KUVAT

Kollaasi markkinoilla olevista gluteenittomista tuotteista



1. Vuohelan herkku. Suklaakakkujauhoseos 2014. Viitattu 2.2.2015  
<http://www.vuohelanherkku.fi/tuotteet/suklaakakkujauhoseos>
2. Erimenu.fi. Apua ruokavalion hallintaan Pirkka gluteeniton jyväsä leipä 500 g 2015. Viitattu 12.1.2015  
<http://www.erimenu.fi/tuote/Pirkka/Pirkka%20gluteeniton%20jyväsä%20leipä%20500%20g/:valokuvat/>
3. Essi Salminen, 2014
4. Erimenu.fi. Apua ruokavalion hallintaan. Lumina gluteeniton yrttisämpylä jauhoseos 2015. Viitattu 12.1.2015  
<http://www.erimenu.fi/tuote/Linseed%20Oy/LUMINA%20gluteeniton%20yrttisämpylä%20jauhoseos/:valokuvat/>
5. Rizen - 100 % sans gluten! 2 Pains Frais Précuits BIO - Blanc non tranché - sans gluten - 2 x 225 gr - Schnitzer 2015. Viitattu 12.1.2015  
<http://www.rizen-sans-gluten.com/PBSCProduct.asp?ItmID=3057459>
6. The dieline Bùrger Gluten free 2015. Viitattu 14.1.2015  
<http://www.thedieline.com/blog/2013/8/13/burgen-gluten-free.html?SSScrollPosition=24>
7. Glu.fi. Gluteeniton nettiyhteisö. Fria Bröd Ab Omen amuffini 200 g pakaste 2015. Viitattu 12.1.2015  
<http://www.glu.fi/tuotteet/gluteeniton/Fria+Br%F6d+Ab+Omenamuffini+200g+pakaste/1002/>
8. Raisio keittokirja. Provena gluteeniton kaurainen leivontajauho. Raisio Oyj 2014. Viitattu 12.1.2015  
<http://www.provena.fi/tuotteet/gluteenittomat-tuotteet/provena-gluteeniton-kaurainen-leivontajauho?reid=6411200108986>

## LIITE 1

### BENCHMARKING JA PAKKAUSANALYYSI -KUVAT

Kuvakollaasi: Kollaasi erilaisista kartonki- sekä pikkukeksipakkauksista ja sulkemistekniikoista



1. Kawagraf embalagens. Le Creuset 2014. Viitattu 12.1.2015

<http://www.kawagraf.com.br/#!embalagens/cjg9>

2. Behance. Gasapanino 1.0 2006-2015. Viitattu 12.1.2015

<https://www.behance.net/gallery/Gasapanino-10/3792217>

3. Essi Salminen 2015.

4. Every last detail by Sharnel Dollar. Packaging ideas for Christmas treats 2009. Viitattu 15.1.2015  
<http://sharneldollardesigns.com.au/index.php/packaging-ideas-for-christmas-treats>
5. Jerui Packaging. Corrugated carton packaging paper box 2013. Viitattu 12.1.2015 <http://jeruiyac.com/products.asp?id=147>
6. Veratile Packaging. Folding Cartons Dessert Display Packaging. Dessert Tailor Made Corrugated Foldable Carton Supply 2012. Viitattu 12.1.2015  
<http://www.v-packaging.com/folding-cartons-dessert-display-packaging/>
7. Essi Salminen, 2014
8. Wedding bee. Help finding a unique favor box 2004-2015. Viitattu 22.2.2015  
<http://boards.weddingbee.com/topic/help-finding-a-unique-favor-box/>
9. Grand Hyatt. Restaurants & Bars. Seasonal Pound cake 2014. Viitattu 15.1.2015  
<http://restaurants.tokyo.grand.hyatt.co.jp/fiorentina-pastry-tokyo/gift.html>
10. Etsy. Paper & sort 2015. Viitattu 22.2.2015  
<https://www.etsy.com/listing/184049387/5-kraft-brown-paper-scalloped-small-box?ref=related-0>
11. Lovely package. Lola's kitchen 2009. Viitattu 15.1.2015  
<http://lovelypackage.com/lola's-kitchen/#more-5778>
12. Bashooka. 73 IMPRESSIVE FOOD PACKAGING DESIGNS - MIGHTY NUTS 2015. Viitattu 18.1.2015  
<http://bashooka.com/inspiration/food-packaging-designs/>
13. Behance. Doritos Packaging Concept 2006-2015. Viitattu 12.1.2015  
<https://www.behance.net/Gallery/Doritos-Packaging-Concept/314549>
14. Etsy. Fromsoul 2015. Viitattu 18.1.2015  
[https://www.etsy.com/listing/212686397/5-macaron-window-cases-in-white-5hd-type?-ref=shop\\_home\\_active\\_12](https://www.etsy.com/listing/212686397/5-macaron-window-cases-in-white-5hd-type?-ref=shop_home_active_12)
15. Creative Chocolate Ideas from Japan. Planetary Chocolates 2015. Viitattu 18.1.2015  
<http://www.spoon-tamago.com/2014/04/16/creative-chocolate-ideas-from-japan/>
16. Raivolan pakkaus Oy. Leipomopakkaukset ja konvehtirasiat 2015. Viitattu 15.1.2015  
<http://www.raivolanpakkaus.fi/tuotteet.php?id=9>

## BENCHMARKING JA PAKKAUSANALYYSI -KUVAT

Kuvakollaasi: Macaron-keksipakettianalyysi



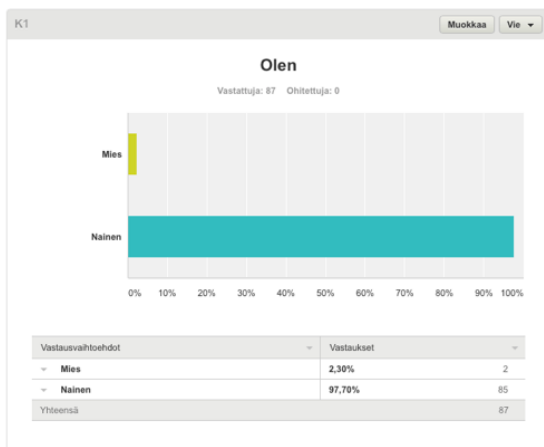
1. Meringue Dessert Boutique 2015. Viitattu 15.3.2015  
<http://www.coroflot.com/samirakdesign/meringue-dessert-boutique>
2. MACARON PACKAGING BO-BON. Viitattu 15.3.2015.  
<http://www.mydesignmg.com/wp-content/uploads/2012/11/4b1.jpg>
3. Bisous Macaron Manufaktur. Viitattu 15.3.2015. <http://www.theenglishgroup.co.uk/wp-content/uploads/2013/05/bisous2-460x328.png>
4. Macaron packaging box Biscuit candy chocolate box with pvc window. Viitattu 15.3.2015.  
[http://www.aliexpress.com/store/product/24-5-7-3-4CM-cake-biscuit-candy-gift-box-container-wedding-party-favor-gift-food/930464\\_1063404437.html](http://www.aliexpress.com/store/product/24-5-7-3-4CM-cake-biscuit-candy-gift-box-container-wedding-party-favor-gift-food/930464_1063404437.html)



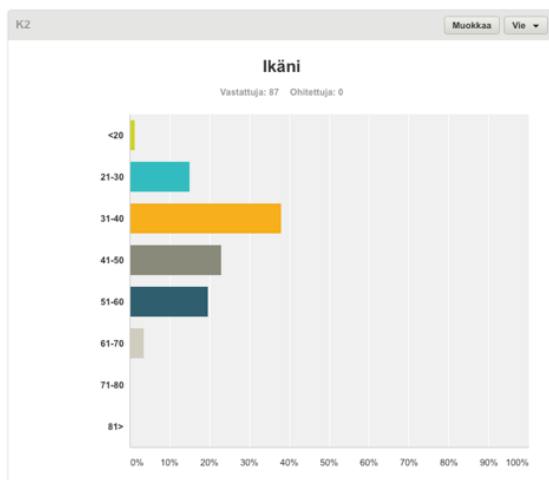
## Kysely gluteenittomien tuotteiden pakkauksista 31.1.2015 - 6.2.2015

Tervetuloa vastaamaan gluteenittomia pakkauksia koskevaan opinnäytetyöhön. Aihealue liittyy pakkausmuotoiluun ja graafiseen suunnitteluun. Vastaaminen vie 5 minuuttia. Kyselyn tarkoituksena on selvittää, miten gluteenittomuus ilmenee pakkauksessa ja millainen pakkaus rakenne tukee gluteenitonta tuotetta. Jätähän sähköpostiosoitteesi kyselyn loppuun, jos olet kiinnostunut osallistumaan

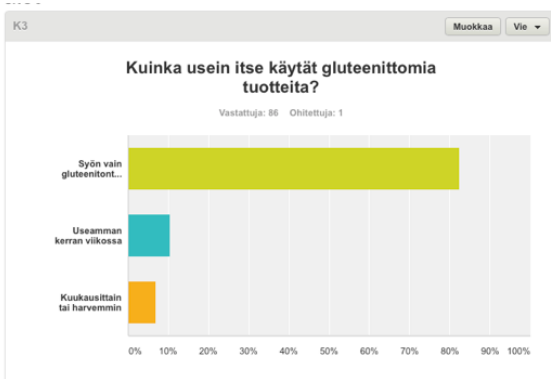
tutkimuksen seuraavaan osioon. Tämän kyselyn tulosten perusteella suunnittelen kolme konseptia. Jatkokyselyssä pyydän arvioita pakkausilmeistä selvittääkseni, mikä konsepteista on toimivin. Jos et jätä sähköpostiosoitteitasi, kysely on täysin anonymi. Yhteystietojanne ei mainita opinnäytetyössä eikä käytetä markkinointitarkoituksiin.



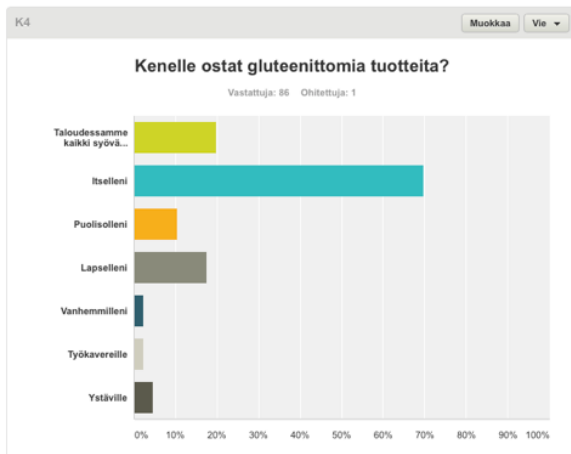
### 1. Olen, mies/nainen



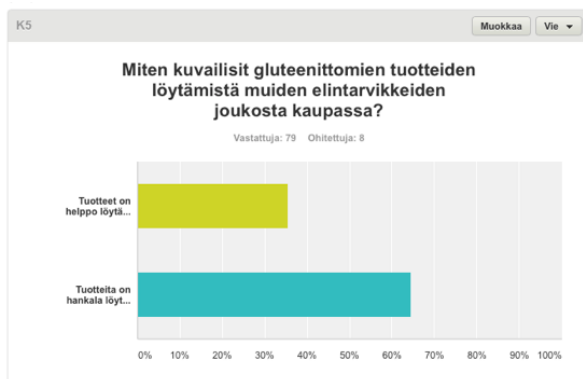
### 2. Ikäni



3. Kuinka usein itse käytät gluteenittomia tuotteita?



4. Kenelle ostat gluteenittomia tuotteita?



5. Miten kuvailisit gluteenittomien tuotteiden löytämistä muiden elintarvikkeiden joukosta kaupassa?

## Mitä erityisiä ominaisuuksia gluteenittomien tuotteiden pakkauksissa pitäisi olla, jotka eivät ole niin tärkeitä tavanomaisten tuotteiden pakkauksissa?

Vastattuja: 79 Ohitettuja: 8

**Vastaukset (79)** Tekstianalyysi Omat luokat

**PRO-OMINAISUUS**  
Tekstin analysoinnin avulla voit hakea ja luokitella vastauksia sekä tarkastella usein käytettyjä sanoja ja lauseita. Voit käyttää tekstin analysointia korottamalla tilitys GOLD- tai PLATINUM-tasolle.

Korota Lisätietoja >

Luokittele... Suodata luokittain... Näe vastauksia

Näkyissä 79 vastausta

**Juteinton merkki selkeänä ja isolla**  
1.1.2015 21:50 [Katso vastaajan vastaukset](#)

**Ilkeä maininta onko luontaisesti gluteinton vai gluteinton.**  
1.1.2015 21:00 [Katso vastaajan vastaukset](#)

**Juteinton merkintä saisi olla selkeämpi**  
1.1.2015 20:49 [Katso vastaajan vastaukset](#)

**Ilkeästi näkyvissä gluteenittomuus, mielellään kerätynä samaan hyllykköön**  
1.1.2015 20:01 [Katso vastaajan vastaukset](#)

**Tärkeä ainesosalista. Selkeä merkintä gluteinton tai luontaisesti gluteinton.**  
1.1.2015 19:17 [Katso vastaajan vastaukset](#)

**Ilkeästi merkitty 'gluteinton'**  
1.1.2015 18:20 [Katso vastaajan vastaukset](#)

**il. merkki. Suljettavuus voisi olla turvallisempi, saumat ei saisi vuotaa jauhopakkauksissa, eikä pakkaukset**

6. Mitä erityisiä ominaisuuksia gluteenittomien tuotteiden pakkauksissa pitäisi olla, jotka eivät ole niin tärkeitä tavanomaisten tuotteiden pakkauksissa? (Avoin vastauskenttä, kuvankaappaus satunnainen otanta vastauksista)

## Mainitse ainakin yksi tuote tai valmistaja, jonka pakkauksissa kerrotaan gluteenittomuudesta selkeästi?

Vastattuja: 72 Ohitettuja: 15

**Vastaukset (72)** Tekstianalyysi Omat luokat

**PRO-OMINAISUUS**  
Tekstin analysoinnin avulla voit hakea ja luokitella vastauksia sekä tarkastella usein käytettyjä sanoja ja lauseita. Voit käyttää tekstin analysointia korottamalla tilitys GOLD- tai PLATINUM-tasolle.

Korota Lisätietoja >

Luokittele... Suodata luokittain... Näe vastauksia

Näkyissä 72 vastausta

**Molanen, tässä toimi myös se värityspuoli, kun ovat punaisia pakkauksia. Samoin pidin semperin pakkauksista.**  
2.2.2015 9:44 [Katso vastaajan vastaukset](#)

**Semper**  
1.2.2015 21:01 [Katso vastaajan vastaukset](#)

**Molias, schär.**  
1.2.2015 20:55 [Katso vastaajan vastaukset](#)

**Schär, Semper, Molanen, Glutano, mutta nuo tunnistaa jo nimestä, joten en ole varma, onko pakkauksissa asiasta kerrottu selkeästi**  
1.2.2015 19:23 [Katso vastaajan vastaukset](#)

**semper**  
1.2.2015 18:13 [Katso vastaajan vastaukset](#)

**Semper**  
1.2.2015 15:11 [Katso vastaajan vastaukset](#)

**Semper**

7. Mainitse ainakin yksi tuote tai valmistaja, jonka pakkauksissa kerrotaan gluteenittomuudesta selkeästi. (Avoin vastauskenttä, kuvankaappaus satunnainen otanta vastauksista)

## Mainitse ainakin yksi tuote tai valmistaja, jonka pakkauksissa kerrotaan gluteenittomuudesta epäselvästi.

Vastattuja: 72 Ohitettuja: 15

**Vastaukset (72)** Tekstianalyysi Omat luokat

**PRO-OMINAISUUS**  
Tekstin analysoinnin avulla voit hakea ja luokitella vastauksia sekä tarkastella usein käytettyjä sanoja ja lauseita. Voit käyttää tekstin analysointia korottamalla tilitys GOLD- tai PLATINUM-tasolle.

Korota Lisätietoja >

Luokittele... Suodata luokittain... Näe vastauksia

Näkyissä 72 vastausta

**Pirkan tuotteet joista osa on gluteeniton**  
31.1.2015 20:02 [Katso vastaajan vastaukset](#)

**Pirkka**  
31.1.2015 19:22 [Katso vastaajan vastaukset](#)

**Elovena**  
31.1.2015 18:23 [Katso vastaajan vastaukset](#)

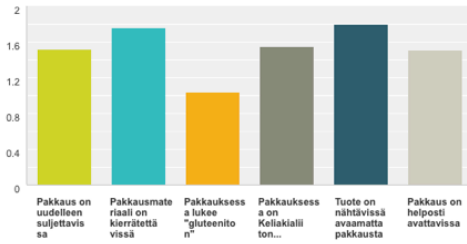
**Hirvelän kaurakultunen**  
31.1.2015 17:54 [Katso vastaajan vastaukset](#)

**karkit yleisesti**  
31.1.2015 17:46 [Katso vastaajan vastaukset](#)

**Sunnuntai ja Pirka,, en käytä vehnätärkkelystä.**  
31.1.2015 17:24 [Katso vastaajan vastaukset](#)

**Knorr**  
31.1.2015 17:17 [Katso vastaajan vastaukset](#)

8. Mainitse ainakin yksi tuote tai valmistaja, jonka pakkauksissa kerrotaan gluteenittomuudesta epäselvästi. (Avoin vastauskenttä, kuvankaappaus satunnainen otanta vastauksista)



	Hyvin tärkeänä	Melko tärkeänä	En koe kovin tärkeänä	Yhteensä	Painotettu keskiarvo
Pakkaus on uudelleen suljettavissa	57,75% 41	32,39% 23	9,86% 7	71	1,52
Pakkausmateriaali on kierrätettävissä	42,86% 30	38,57% 27	18,57% 13	70	1,76
Pakkauksessa lukee "gluteeniton"	95,77% 68	4,23% 3	0,00% 0	71	1,04
Pakkauksessa on Kelkkaliiton myöntämä gluteeniton -merkki	59,15% 42	26,76% 19	14,08% 10	71	1,55
Tuote on nähtävissä avaamatta pakkausta	36,62% 26	46,48% 33	16,90% 12	71	1,80
Pakkaus on helposti avattavissa	50,00% 35	48,57% 34	1,43% 1	70	1,51

9. Kuinka tärkeänä pidät seuraavia asioita gluteenittomien tuotteiden pakkauksissa? 1 = tärkeä, 2 = melko tärkeä, 3 = en koe kovain tärkeänä, 4 = en osaa sanoa. Lisäksi kohdan avoin kommenttikenttä, satunnainen otanta.

Vastaukset (18) | Tekstianalyysi | Omat luokat

**PRO-OMINAISUUS**  
 Tekstin analysoinnin avulla voit hakea ja luokitella vastauksia sekä tarkastella usein käytettyjä sanoja ja lauseita. Voit käyttää tekstin analysointia korottamalla tiäsi GOLD- tai PLATINUM-tasolle.

Korota | Lisätietoja »

Luokittele... | Suodata luokittain | Hae vastauksia

Näkyvissä 18 vastausta

**Pakkauksesta käy heti selville että se on gluteeniton.**  
 2.2.2015 18:15 [Katso vastaajan vastaukset](#)

Toivoisin, että pakkauksesta jäisi mahdollisimman vähän roskaa. Suljettavuuden tärkeys on kiinni siitä, käytetäänkö tuote melkein heti kokonaan vai kestääkö se pidempään, jolloin tärkeämpää.  
 1.2.2015 19:28 [Katso vastaajan vastaukset](#)

paketti olisi tarpeeksi tiivis esim jauho ja lesepaketit etteivät pääse põlisemään avaamattomasta pakkauksesytä  
 1.2.2015 9:54 [Katso vastaajan vastaukset](#)

pakkaus on houkuttelevan näköinen  
 31.1.2015 23:21 [Katso vastaajan vastaukset](#)

Selkeys  
 31.1.2015 19:25 [Katso vastaajan vastaukset](#)

Pakkaus olisi houkuttelevan ja herkullisen näköinen. Että tulisi sellainen olo, että voi olla iloinen pakkauksen valitessaan eikä kokiisi että jää jostakin paitsi.  
 31.1.2015 16:10 [Katso vastaajan vastaukset](#)

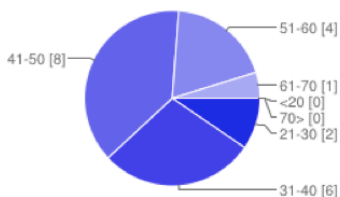
## Kysely gluteenittomien tuotteiden pakkausilmeistä

Tervetuloa käyttäjäkyselyn toiseen vaiheeseen. Tarkoituksena on saada kuluttajapalautetta erilaisista pakkausilmeistä. Gluteeniton leipomo Ilonan gluteenittomat tuotteet leivotaan käsityönä rakkauksella ja parhaista raaka-aineista. Tuotteita myydään sekä Tampereen, että Helsingin alueiden kahviloissa, leipomoissa ja kaupahalleissa. Kysely on täysin anonyymi.

Yhteystietojanne ei mainita opinnäytetyössä eikä käytetä markkinointitarkoituksiin. Vastaaminen vie noin 5 minuuttia.

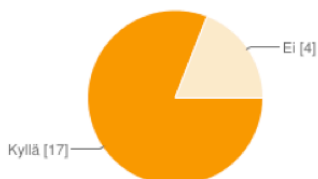
1. Ikäni, syön ainoastaan gluteenittomia tuotteita.

### Ikäni



<20	0	0 %
21-30	2	9.5 %
31-40	6	28.6 %
41-50	8	38.1 %
51-60	4	19 %
61-70	1	4.8 %
70+	0	0 %

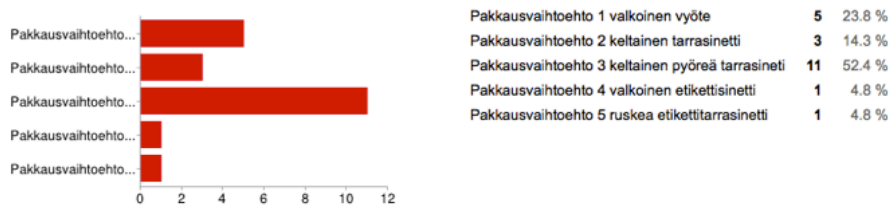
1. Syön ainoastaan gluteenittomia tuotteita.



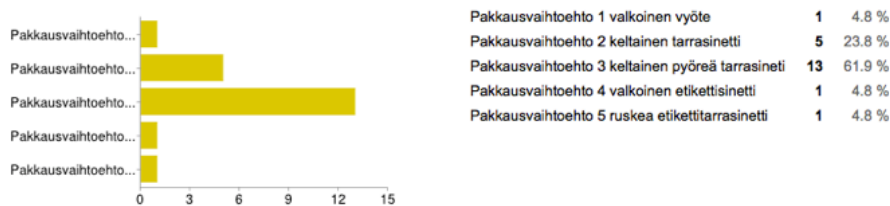
Kyllä	17	81 %
Ei	4	19 %

## 2. Miten gluteenittomuus näkyy pakkausilmevaihtoehdoissa?

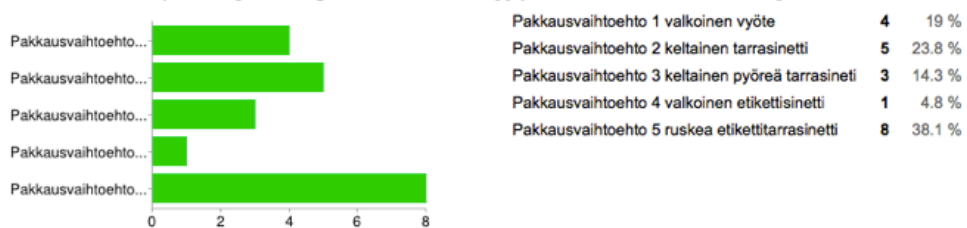
### Pakkausilme on mielestäni hyvännäköinen [2. Miten gluteenittomuus näkyy pakkausilmevaihtoehdoissa?]



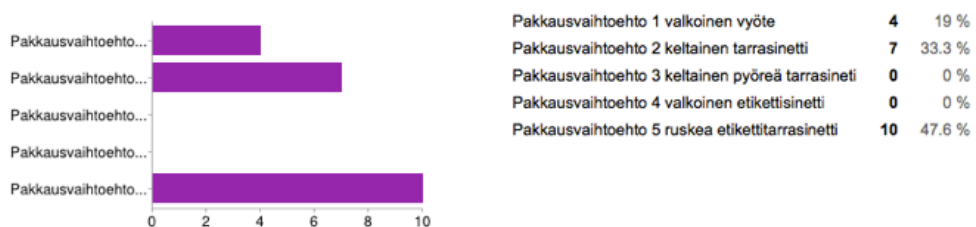
### Pakkausten väreistä on aistittavissa tuotteen gluteenittomuus [2. Miten gluteenittomuus näkyy pakkausilmevaihtoehdoissa?]



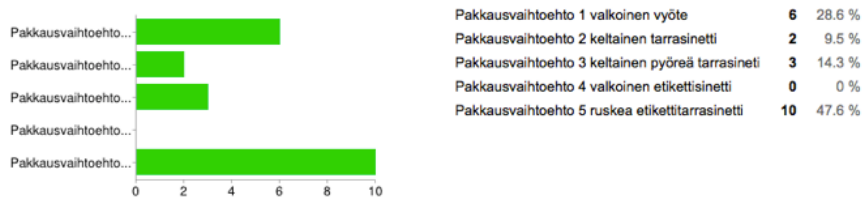
### Pakkausilme on epäselvä [2. Miten gluteenittomuus näkyy pakkausilmevaihtoehdoissa?]



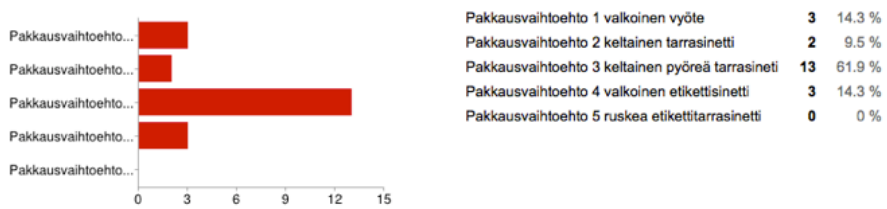
### Gluteenittomuus on tuotu epäselvästi esille [2. Miten gluteenittomuus näkyy pakkausilmevaihtoehdoissa?]



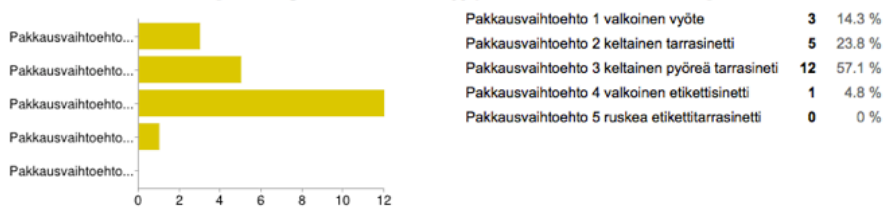
**Pakkaus ei miellytä minua [2. Miten gluteenittomuus näkyy pakkausilmevaihtoehdoissa?]**



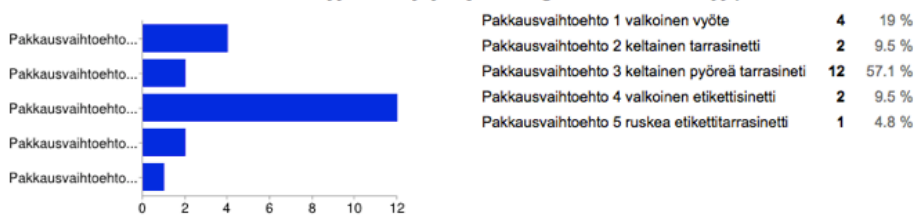
**Gluteenittomuus on tuotu selkeiten esille [2. Miten gluteenittomuus näkyy pakkausilmevaihtoehdoissa?]**



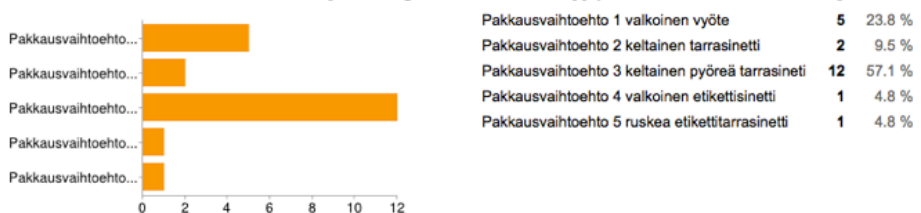
**Sinettiratkaisu on toimiva [2. Miten gluteenittomuus näkyy pakkausilmevaihtoehdoissa?]**



**Tartuisi mukaani todennäköisimmin myymälän hyllyltä [2. Miten gluteenittomuus näkyy pakkausilmevaihtoehdoissa?]**



**Ilme tuo tuotteen herkullisuuden esille [2. Miten gluteenittomuus näkyy pakkausilmevaihtoehdoissa?]**



3. Kuinka tärkeänä pidät tuoteselosteen esiintymistä pakkauksen etuosassa?

### 3. Kuinka tärkeänä pidät tuoteselosteen esiintymistä pakkauksen etuosassa?



4. Voit antaa vielä palautetta pakkausilmeisiin liittyen.

#### 4. Voit antaa vielä palautetta pakkausilmeisiin liittyen.

Selkeät merkinnät ettei tarvitse suurennuslasia katsoessaan onko vai eikö ole gluteiiniton jos ei muuten tuotteen nimestä käy ilmi.

Ruskeasta väristä tulee minulle miellelyhtymä rukiseen ja on vähän tunkkainen väri. Vaaleansininen pakkaus on keveän näköinen. Ykköspakkauksen nauha selkein. Toivottavasti näyttö ei vääristä kovin alkuperäisiä värejä.

Mielellään selkeästi erottuva teksti, esim. tuo esimerkki kolmosen teksti luontaisesti gluteeniton erottuu tuossa laatikossa erittäin hyvin verrattuna näihin muihin. Huomioidaanhan myös tarpeeksi suuri fontti tuoteselosteessa. Nimim. vehnätön gluteeniton laktoositon suklaaton kaakaoton äyriäisetön....

Selkeästi pitää tulla luontaisesti gluteeniton sillä en käytä tärkkelyksiäkään. Helppo valita hyllystä. tuoteseloste siksi hyvä olla helposti luettavissa koska muitakin vältettäviä kuten malto ja soija. Minun silmään graafisesti selkeä asettelu 3.ssa ja symmetrinen ja hyödyntää koko tilan oleellisella.



## Pikkuleipäpakkaukseen käytetyn kartongin tiedot



## BILLERUDKORSNÄS

Technical data sheet

## BillerudKorsnäs Light

April 8, 2014

250 gsm 270 gsm 290 gsm 310 gsm 330 gsm

Property	Unit	Method	Tolerance	250	270	290	310	330
Basis weight	g/m <sup>2</sup>	ISO 536	±5%	250	270	290	310	330
Caliper	microns	ISO 534	±6%	355	395	420	445	470
Bending resistance								
L&W 15° MD	mN	ISO 2493	-20%	323	395	470	555	675
L&W 15° CD	mN	ISO 2493	-20%	143	178	218	260	320
Internal bond strength	J/m <sup>2</sup>	T 569	min 90	150	150	150	150	150
Tearing resistance	GM mN	ISO 1974		4000	4500	5200	5800	6300
Compression strength								
SCT MD	kN/m	ISO 9895		7.5	8.0	8.5	9.0	9.5
SCT CD	kN/m	ISO 9895		5.2	5.7	6.1	6.5	6.9
D65 Brightness TS	%	ISO 2470-2	±2.0	84.5	84.5	84.5	84.5	84.5
CIE Whiteness TS	%	ISO 11475		90.0	90.0	90.0	90.0	90.0
Roughness								
PPS-10 TS	microns	ISO 8791-4	max 2.8	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7
Bendtsen TS	ml/min	ISO 8791-2	max 300	120	120	120	120	120
Bendtsen RS	ml/min	ISO 8791-2	max 1500*, 1600**	1000	1000	1000	1100	1100
Cobb 60" TS	g/m <sup>2</sup>	ISO 535		35	35	35	35	35
Cobb 60" RS	g/m <sup>2</sup>	ISO 535		35	35	35	35	35
Moisture content	%	ISO 287	±1.0	7.6	7.7	7.8	7.9	8.0

\*) For 250-290 gsm, \*\*) For 310-330 gsm

- Testing climate: 23°C, 50% RH

- Min/max property values are lower resp. upper limit values for 95% confidence interval of the tested properties and are based on measurements on tambour basis.

- During the converting process, especially the bending stiffness values might be influenced negatively.

- This specification might be revised, if considerable changes in the production conditions are necessary, or customer demands so require.

Kiitos kuuluu heille

Asiakkaani, Gluteeniton Leipomo Ilonan Mira Lindqvist

Opettajat Pekka Mannermaa, Markku Seppälä, Ulla Seppälä-Kavén

Toimeksiantajani Rukki Finland Oy:n Laura Hyvärinen

Osaava oponoija Riina Siirasti ja muut henkistä tukea tarjonneet opiskelukaverini  
sekä järjen ääneni, muurini Hannes Salminen.