

Luonnontuotteiden terveyst- ja hyvinvointihyötyjen tuotteistaminen:

# Tieteellisen ja soveltavan tutkimustiedon hyödyntäminen tuotemarkkinoinnissa

Erityisasiantuntija Jenni Lappi, Ruokalaakso,  
Savonia-ammattikorkeakoulu Oy

TKI-asiantuntija Johanna Kantala, Ruokalaakso,  
Savonia-ammattikorkeakoulu Oy

VALTAKUNNALLISET LUONNONTUOTEPÄIVÄT VERKKOSEMINAARI  
18.11.2020 / J.Lappi & J.Kantala

Pohjois-Savon liitto tukee  
maakunnan  
menestystä



Vipuvoimaa  
EU:lta  
2014–2020







Ruokatarendit ja luonnontuotteet



Tiedon kerääminen  
tuotemarkkinointiin



Tiedon hyödyntäminen  
tuotemarkkinoinnissa



Uuden tiedon tuottaminen  
terveyshyödyistä



# Ruokatarendit tukemassa luonnontuotteiden tuotteistamista

- Kasvispohjaiset ruokavaliot
- Vegaanivaihtoehdot
- Hapatetut tuotteet
- Uudet ja perinteiset raaka-aineet
- Paikallisuus/lähirooka
- Puhtaus
- Luonnollisuus/luonnonmukaisuus/aitous
- Luonto/ekologisuus
- Kestävyys /kestävä kehitys
- Jäljitettävyys
- Terveys
- Hyvinvointi
- Superfood
- Wellness
- Helppous
- Yksilöllisyys
- Mielihyvä
- Värikkyys
- Tiedostava kuluttaja



- ✓ väreikkäitä
- ✓ esteettisiä
- ✓ puhtaita
- ✓ luonnollisia
- ✓ paikallisia
- ✓ kestävästi tuotettuja
- ✓ Kasvispohjaisia
- ✓ perinteisiä
- ✓ mielihyvää tuottavia → hyvinvointia edistäviä (kohderyhmä)
- ✓ terveellisiä ??



**Luonnontuotteet  
ovat  
trendikkäitä**





# Luonnontuotteet ja tuotemarkkinointi

## - asiakas- ja markkinaymmärrystiedon kartoittaminen

- Markkinatilanteen selkeytyminen, positiointi markkinoilla
- Tuoteprofiilin täsmentyminen (mm. tuoteominaisuudet, käyttötarkoitus)
  - Kilpailukyky lisääntyy
- Uusia ideoita - edistää innovaatiokykyä
- Vastaavuus asiakastarpeisiin - kuluttajaymmärrys lisääntyy
  - Vähemmän riskejä
- Kehittää yrityksen sisäisiä prosesseja
  - Oikeat myyntikanavat

- Yrityksillä tulee olla asianmukaista tietoa markkinoinnin tueksi, erityisesti, kun markkinoidaan hyvinvoinnin ja terveyden viitekehyksessä
- Tietoa kannattaa kerätä ja hyödyntää systemaattisesti ja laajasti
- Jos omat aika- tai osaamisresurssit eivät riitä, syytä hyödyntää asiantuntija-apua → yrityksen ulkopuoliset asiantuntijat voivat tarjota myös uusia näkökulmia
- Tiedon kerääminen on osa tuotekehitysprosessia
- Käyttäjätiedon puute yleisin syy tuotekehityksen epäonnistumiselle → aktiivisemmin tietoa keräävät menestyvät paremmin



**Millaista tietoa**

**hyvinvointi- ja terveyshyötyjen**

**tuotemarkkinointiin?**





# Hyvinvointi- ja terveyshyödyt tuotemarkkinoinnissa

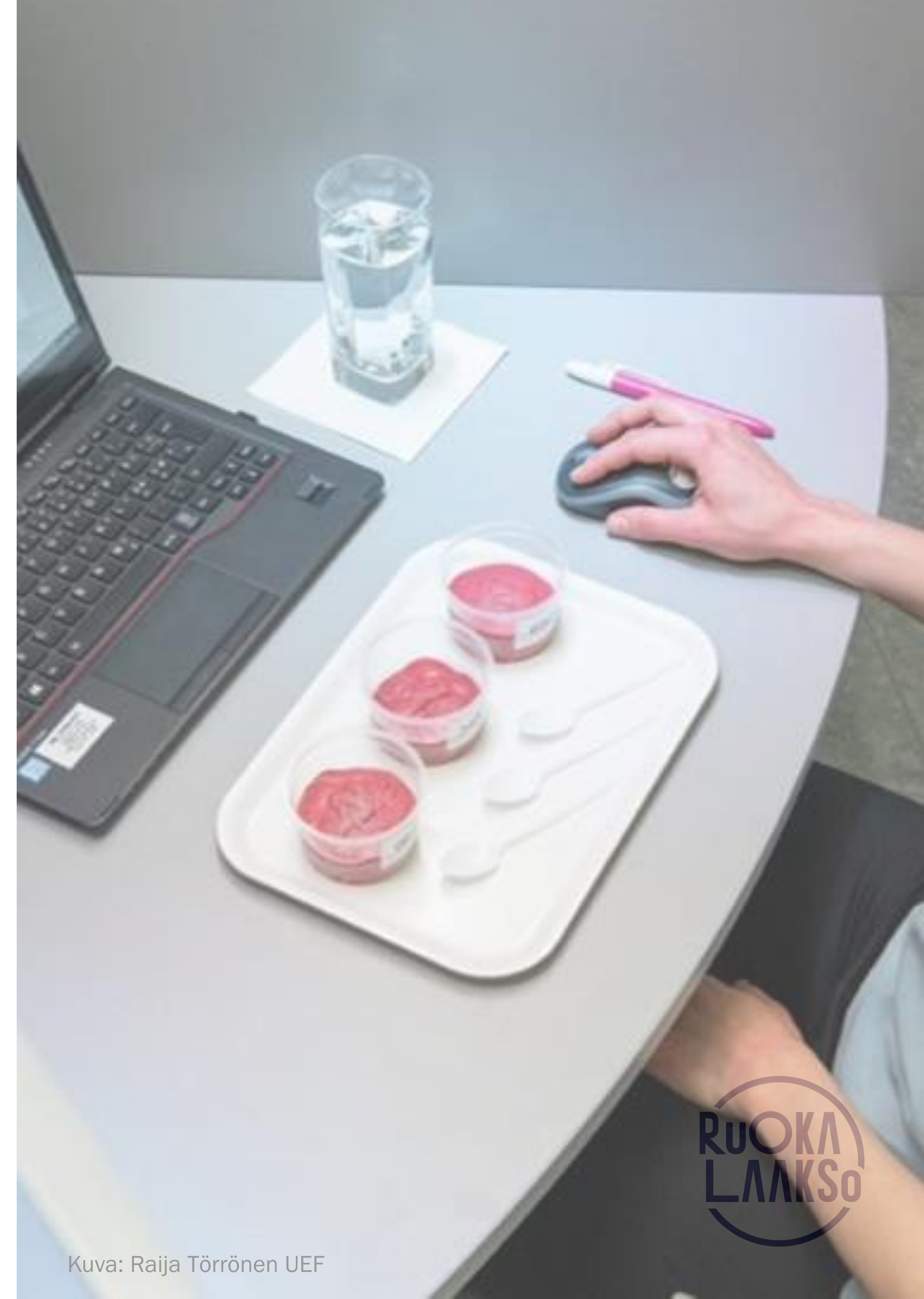
Laajasti erilaisten tietolähteiden hyödyntäminen – tärkeää suodattaa oleellisin ja oikea tieto.

## 1) Kohderyhmän ja sen tarpeiden tunnistaminen markkinoinnin kohdentamiseksi – kuluttajatutkimukset

- Eri kohderyhmät voivat tulkita hyvinvointihyötyjä eri tavoin
- Kohderyhmien käyttäytyminen, valintaperusteet, asenteet ja arvot – yksilöidympää, muuttuvaa
- Kuluttajien osallistaminen - interaktiivisuus ja avoin tuotekehitys lisääntyy
- Soveltuvat menetelmät

## 2) Tunne terveyshyödyt ja ravitsemukselliset ominaisuudet – Markkinoi oikein

- Tuotetuntemus ja lainsäädäntö
- Tutkimusnäyttö
- Uuden tiedon tuottaminen



**Voisitko kertoa tarkemmin, mitä tietoa  
kuluttajatutkimukset tarjoavat  
tuotemarkkinointiin?**





# Kuluttajatutkimustieto

## MITEN

- Aidot valinta- ja käyttötilanteet
- Haastattelut
- Ryhmähaastattelut/workshopit (työpajat)
- Kyselyt
- Makutestit
- Kotitestit
- Havainnointi
- Tunneanalyysit
- Maistatukset
- Laboratoriotestit
- Selvitykset

Tutkittavia tuotteita tai asioita voivat olla ideat, kulutushyödykkeet kuten elintarvikkeet, ruokatuotteet, tuotepakkaukset sekä ostokäyttäytyminen ja kauppaympäristö.

## MITÄ

- Tuotteiden hyväksyttävyys ja miellyttävyys
- Kuluttajien mieltymykset ja käyttäytyminen
- Ostokiinnostus ja ostopaikat
- Tuotebrändit
- Saatavuus
- Käyttötottumukset
- Tuotteiden valintatekijät
- Tuoteprofiili
- Maksuhalukkuus
- Tunnettuus, imago
- Uudet tuoteinnovaatiot





# Miten kuluttajatutkimustietoa voi hyödyntää?



# Kuluttajatutkimustiedon hyötynäkökulmat yritykselle

- Tuotekehitys (kustannustehokkuus, laatu, vastaa kysyntään, vältetään turhia riskejä, investoinnit)
  - Tuoteominaisuudet, uusia ideoita, modifioimista, pakkaussuunnittelu, konseptointi
  - Ostokiinnostuksen kartoittaminen
  - Testausta ja kokeilua
- Markkinointi (täsmämarkkinointi, vaikuttajamarkkinointi)
  - Markkinointitoimenpiteet, markkinointikanavat/viestintä
  - Kuluttajan kiinnostuksen pisteet, ostoprosessiin vaikuttaminen
  - Tukea lanseeraukseen
- Myynti (helpottaa – kenelle, miten ja miksi)
- Yrityksen sisäiset prosessit (työkaluja, tehostuminen)
  - Käsitys tiedonkeruumenetelmistä ja tietolähteistä - millaista erilaista tietoa voi kerätä ja miten
- Henkilöstön kouluttaminen (viestintä ja vuorovaikutus tehostuu)
- Uusia näkökulmia (ulkopuolisin silmin)
- Erilaistumisen mahdollisuudet (kilpailijavertailu)
- Tukea sopimusneuvotteluisissa (esim. kumppanuussopimukset)

Minkä ongelman tuote ratkaisee?

Miten tuote hyödyntää asiakasta?





# **Terveyshyötyihin viittaava tuotemarkkinointi?**



# Terveyshyödyt tuotemarkkinoinnissa

## Tiedon oikeellisuuden tarkistaminen

- Noudatettava yleistä elintarvikelainsäädäntöä sekä uusielintarvikeasetusta (EU) 2015/2283
  - Avun pyytäminen esim. Ruokavirasto, Medfiles, hankeverkostot, terveystarkastajat
- Terveellisyyteen viittaaminen **tuotteen yhteydessä** (mm.pakkaus, verkkosivujen tuotekuva) vaatii ravitsemus- ja terveystuotteasetuksen noudattamista ((EY) N:o 1924/2006).
  - Ei yhtäkään terveystuotetta (EU), joka soveltuisi luonnontuotteisiin
    - *Viennin osalta esim. Aasiaan huomioitava kohdemaan lainsäädäntö*
- **Moni ravitsemustuote voi soveltua luonnontuotteisiin – Kannattaa hyödyntää**





# Esimerkki sallituista ravitsemusväitteistä - Nokkonen



Kuivausmenetelmä ja -tapa vaikuttaa C-vitamiini- ja folaattipitoisuuksiin. Oma tuote analysoitava näiltä osin.



Ravitsemusväite	Määrä / 100 g (Fineli*)	Ravitsemusväitteen raja-arvo	Ravitsemusväite	Määrä / 100 g (Fineli*)	Ravitsemusväitteen raja-arvo
Runsaskuituinen	6,6 g	≥ 6 g/100 g	Runsaskuituinen	31 g	≥ 6 g/100 g
Sisältää runsaasti C-vitamiinia	64 mg	≥ 24 mg/100 g	Sisältää runsaasti C-vitamiinia	24 mg	≥ 24 mg/100 g
Sisältää runsaasti folaattia	194 µg	≥ 60 µg	Sisältää runsaasti kalsiumia	2830 mg	≥ 240 mg
Sisältää runsaasti kalsiumia	430 mg	≥ 240 mg	<b>Sisältää runsaasti rautaa</b>	6,7 mg	≥ 4,2 mg
<b>Raudan lähde</b>	3,5 mg	≥ 2,1 mg			

\*Pitoisuudet THL:n Fineli-tietokannasta



# Terveyshyödyt – tutkimustiedon hyödyntäminen tuotemarkkinoinnissa

- Luonnontuotteilla ei ole todistettuja terveysvaikutuksia tai -hyötyjä
  - Tuotteita ei voi markkinoida terveysvaikutuksiin viitaten
- Tehtyihin tutkimuksiin ja uutisointiin voi viitata yleisesti
  - Esim. verkkosivuilla, sosiaalisessa mediassa (huom. tutkimustuloksiin ei voi viitata tuotteen yhteydessä, eikä väittäen terveyshyödyn olevan toteen osoitettu; vrt. terveysväite)
  - Verkostoitumalla asiantuntijoiden (ja median) kanssa voi saada heitä viestimään yleisesti mahdollisista terveyshyödyistä

Nokkosesta: <https://yle.fi/uutiset/3-6167434>

- Mielikuvan muodostamista kuluttajille ilman suoraa tuotemarkkinointia

*Puolukasta mainittua erään yrityksen verkkosivuilla:*

## **”Puolukan vaikutus ja hyödyt**

Jos mummosi on kehottanut syömään puolukoita, hän tiesi mistä puhui.

Puolukan terveyshyötyihin voit tutustua vaikka tästä [kirjallisuusselvityksestä](#).

Ja vaikka et piittäisi tuon taivaallista puolukan terveydellisyydestä, niin onhan se aivan mahtavan makuinen marja niin aamupuurossa, smoothiessa kuin puolukka- eli lappapuurossa.”





# **Esimerkki uuden tutkimustiedon tuottamisesta ja mahdollisesta hyödyntämisestä markkinoinnissa**



# Ruokalaakson marjapilotti – Mustaherukan vaikutusten mahdollistamista “terveysväitetasolle”



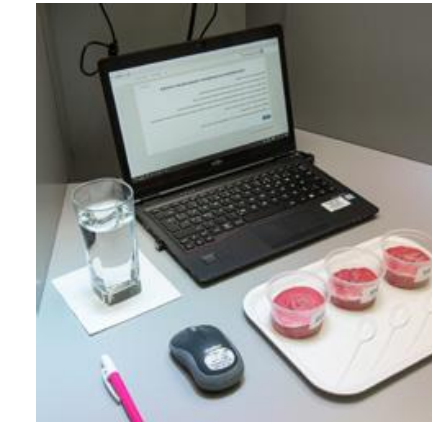
Tuote-  
kehitys

Yritysten, Itä-Suomen  
yliopiston ravitsemustieteen  
ja kehitysyhtiö SavoGrow'n  
yhteistyönä



Kuluttaja-  
ymmärrys

Savonia-AMK:n, Itä-  
Suomen yliopiston ja  
kuluttajien yhteistyönä



Vaikutusten todentaminen Itä-Suomen yliopistolla -

Testattiin mustaherukkaa  
ja kehitettyä tuotetta  
kliinisissä ateriakokeissa  
Mustaherukan vaikutus  
aterianjälkeisen  
verensokerin säätelyyn





# Ruokalaakson marjapilotti – Mustaherukan vaikutusten mahdollistamista “terveysväitetasolle”

Vaikutuksen todentamiseen vaadittiin:

- Tutkimussuunnitelma
  - Eettisen luvan hakuprosessi
  - Vapaaehtoisten tutkittavien rekrytointi
  - Käytäntöjen valmistelu; ohjeistukset, laboratoriotilaukset, yms.
  - Tutkimuksen suorittaminen (ateriakokeet syksyllä 2019)
  - Verinäytteiden analysointi
  - Tulosten käsittely ja tulkinta
  - Tulosten raportointi (tutkimusjulkaisun kirjoittaminen)
- Suunnittelusta julkaistuun artikkeliin 1,5 vuotta
- Palkat, reagenssit, tarvikkeet, analyysit huomioiden kustannus noin 60 000 €

Kustannukset katettiin  
hankerahoituksella, jossa osana  
yritysrahoitusosuudet.





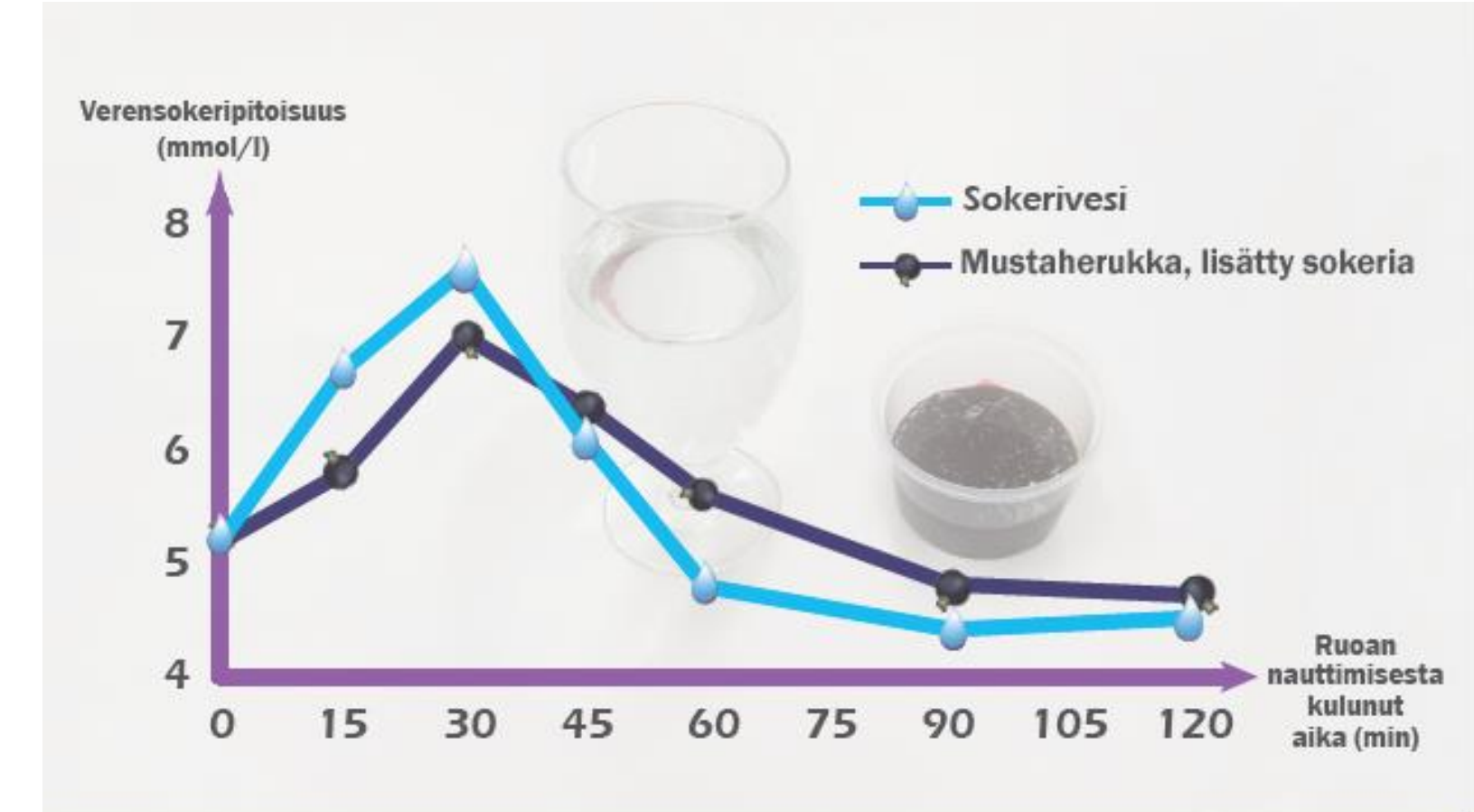
# Marjapilotista saadun uuden tiedon hyödyntäminen

Tieteellinen artikkeli

Blackcurrant (*Ribes nigrum*) lowers sugar-induced postprandial glycaemia independently and in a product with fermented quinoa: a randomized crossover trial. Lappi J, Raninen K, Väkeväinen K, Kårlund A, Törrönen R, Kolehmainen M. British Journal of Nutrition.

<https://doi.org/10.1017/S0007114520004468>.

Yleistajuinen esite.  
Hyödynnettäväksi  
mustaherukasta  
viestimiseen  
(esite tulee ladattavaksi  
[www.ruokalaakso.fi](http://www.ruokalaakso.fi))



## Tasapainoa aterianjälkeiseen verensokeriin

Syödyn sokerin aiheuttamaa verensokerin nopeaa nousua ja siitä seuraavaa nopeaa laskua alle paastotason pidetään usein toistuvana haitallisena verensokeriaineenvaihdunnan säätelylle. Mustaherukka tasapainottaa nautitusta sokerista johtuvaa verensokerin vaihtelua [5,6,7].

Vaikutus on havaittu, kun soseena tai nektarina syödyn mustaherukan määrä on ollut 1,5-3,0 dl ja mustaherukkaan on lisätty maittavuuden parantamiseksi sokeria 25-35 g. Lisätyn sokerin määrä on kohtuullinen ja sopii osaksi tasapainoista ja monipuolista ruokavaliota [8].

**Suomalainen puhdas ja pohjoinen kasvuympäristö** tuottaa mustaherukasta luonnostaan turvallista, laadukasta ja aromikasta. Monenlaiseen käyttöön soveltuva, ravintorikas mustaherukka<sup>[1]</sup> on

- ✓ Runsaskuituinen
- ✓ Runsaasti C- ja K-vitamiinia sisältävä
- ✓ E-vitamiinin ja kaliumin lähde

Mustaherukassa on myös runsaasti polyfenoleihin kuuluvia antosyaaneja, joilla voi mahdollisesti olla terveysvaikutuksia.<sup>[2]</sup>

## Tiesitkö, että...

- 💡 ... mustaherukka sopii nautittavaksi sellaisenaan tai osana monenlaisia ruokia ja elintarvikkeita
- 👉 ... kotimaisessa mustaherukassa on hyvin vähän kasvinsuojelujäämiä ja vierasaineita<sup>[3]</sup>
- 💰 ... mustaherukka on edullinen lisä ruokavalioon
- 🇫🇮 ... ostamalla kotimaista mustaherukkaa tuet herukanviljelyä Suomessa myös jatkossa
- 📍 ... Suomessa herukan viljely on keskittynyt **Itä- ja Keski-Suomeen**. Itä- ja Keski-Suomessa tuotetaan lähes 80% koko maan herukoista.<sup>[4]</sup>



## Valmista helppo mustaherukkasmoothie

🍓 Jos käytät pakastemarjoja, sulata niitä hieman. Kuori omena, poista siemenkoti ja paloitele omena.

🍹 Laita kaikki ainekset tehosekoittimeen ja sekoita tasaiseksi.

🥤 Kaada valmis smoothie lasiin ja nauti heti!

Esite on tuotettu osana Ruokalaakso (2018-2020) ja Savolaisuus on makuasia (2019-2021) -hankkeita. Lähteet:



# YHTEENVETO

## Luonnontuotteiden hyvinvointi- ja terveyshyödyt tuotemarkkinoinnissa

Soveltava kuluttajatutkimus luo tietoa kuluttajien näkemyksistä tuotteen hyvinvointihyödyistä

- Auttaa suuntaamaan tuotteistamista, tuoteviestintää ja markkinointia
- Kuluttajien näkemyksiä voi käyttää markkinoinnissa (poislukien viittaaminen terveyshyötyihin)

Terveyshyödyillä ei voi markkinoida tuotetta\*

- Asianmukaisia ravitsemusväitteitä ja analyysitietoja voi hyödyntää

Luonnontuotetutkimuksiin ja uutisointiin voi viitata yleisessä markkinoinnissa

\*ilman riittävää tieteellistä näyttöä

Luodaan myönteistä mielikuvaa luonnontuotteisiin ja hyvinvointiin liittyen, johtamatta kuluttajia harhaan terveyshyötyjen osalta





# KIITOS!

Jenni Lappi  
Ruokalaakso, projektipäällikkö  
Savonia-ammattikorkeakoulu Oy  
044 785 5353  
[Jenni.lappi@savonia.fi](mailto:Jenni.lappi@savonia.fi)

Johanna Kantala  
Ruokalaakso, TKI-asiantuntija  
Savonia-ammattikorkeakoulu Oy  
044 785 6929  
[Johanna.kantala@savonia.fi](mailto:Johanna.kantala@savonia.fi)

Pohjois-Savon liitto tukee  
maakunnan  
menestystä



Vipuvoimaa  
EU:lta  
2014–2020

