

Sijoita toimivaan pakkaukseen!

Onnistunut pakkaus houkuttelee ostamaan tuotteen. Samalla pakkaus auttaa tuotetta erottautumaan lukuisten muiden tuotteiden joukosta. Lisäksi se peittää ja paljastaa sopivasti tuoden esiin tuotteen parhaat puolet. Parhaimmillaan pakkaus antaa asiakkaalle tietoa ja vinkkejä tuotteen käytöstä sekä säilyttämisestä.

Lainsäädäntö ei velvoita pakkaamaan tuoreita, sellaisenaan myytäviä kasviksia. Kuitenkin pakkaaminen on yhä tarpeellisempaa, kun tuotteiden tiedot ovat pidentyneet ja määrät lisääntyneet. Perustehtävänään pakkaus suojaa kasviksia kylmältä, kuumalta, haihdutustappioilta ja kolhuilta. Suunnittelun lähtökohtana on kuitenkin yhä useammin myynninedistäminen tuotteistamisen avulla. Pakkauksen tulisi olla houkutteleva ja käytännöllinen. Onnistunut pakkaus maksaa itsensä takasin lisääntyvän myynnin ja vähentyvän hävikin myötä. Parhaimmillaan pakkaus luo uuden myyntierän tai auttaa tekemään perustuotteesta kysyttyä merkituotetta.

Pakolliset pakkausmerkinnät

Peruspakkauksessa on oltava tieto sisällöstä, ellei tuote ole riittävän hyvin näkyvässä. Tämän lisäksi pakkauksen tulee kertoa tuotteen laatuluokka, alkuperämaa sekä pakkauksen sisällön määrä esimerkiksi grammoina. Pakkauksessa tulee aina olla myös viljelijän tai pakkaajan nimi sekä yhteystiedot. Päiväystietoja ei vaadita perunaa lukuun ottamatta kokonaisilla kasviksilla. Lisätietoja pakollisista pakkausmerkinnöistä löytyy internetistä www.evira.fi -sivuilta. Sieltä selviää myös, mitä tietoja tarvitaan pilkottujen ja jatkojalostettujen kasvien pakkauksiin.

Lisätietoja myynnin tueksi

Vapaaehtoisista merkinnöistä tärkein on säilyvyysaika ja säilytysolosuhdesuositus. Ajan voi ilmaista parhaiten parasta ennen päiväyksellä, joka antaa eniten pelivaraa kaupan ketjua ajatellen. Pakkaus on myös mainio mainostila, jossa voidaan kertoa lisää tuotteesta, sen tuotantotavasta ja käytöstä. Kuluttajaa kiinnostavat muun muassa tuotteen maku, terveellisyystiedot, puhtaus, tuotantotapa ja muun muassa se, missä tuote on viljelty. Esimerkiksi teksti ”Hiekkamaan porkkanat” antaa positiivisen mielikuvan ostajalle. Hyviä lisätietoja ovat myös tiedot pakatun tuotteen lajikkeesta tai viljelyolosuhteista. Myös käyttövinkit ja reseptit kiinnostavat. Usein kannattaa myös kuvailla tuotetta ja kertoa sen mausta tai koostumuksesta esimerkiksi aromikkaat kirsikkatomaatit.

Pakkaus viestii brandia

Pakkauksen avulla on myös mahdollisuus erottautua ja rakentaa brandia eli tuotemerkkiä, joka kertoo tuotteen laadun olevan muita vastaavia parempaa. Tuotemerkin ja pakkauksen avulla halutaan korostaa kuluttajalle sitä, että ostamalla juuri tämän tuotteen voit olla varma hyvästä laadusta, mausta jne. Vahvan brandin rakentaminen vaatii pitkäjänteisen suunnitelman ja panostuksen. Usein on helpompaa luottaa valmiisiin brandeihin esimerkiksi Puhtaasti kotimainen -merkin tunnettavuuteen ja kaupan omiin tuotemerkkeihin. Näistä huolimatta esimerkiksi oman yrityksen logon käyttäminen vahvistaa tuotteen luotettavuutta kuluttajan silmissä.

Visuaalinen ilme ratkaisee

Pakkauksen visuaalisen ilmeen onnistuminen auttaa ostohetkellä, koska hyvä ja houkutteleva ulkonäkö erottuu hevi-osaston värikylläisessä maailmassa. Liian monivärinen ja kuvitettu pakkaus

heikentää puolestaan viestiä laadusta. Logojen ja merkintöjen runsaus saa aikaan sekavan kuvan. Selkeä ja voimakasväriäinen pakkaus, josta selviää ensikatseella pakkauksen sisältö ja alkuperä toimii yleensä parhaiten. Päälyssivulle ei kannata pakata liikaa tekstiä, vaan lisätiedot sopivat parhaiten pakkauksen taakse, sivuille tai sisälle. Pakolliset lisätiedot on löydettävä yhdeltä sivulta. Pakkauksen suunnittelussa kannattaa luottaa alan ammattilaisten apuun, mutta oma tarkkaavaisuus on tarpeen.

Pakkaus suojaa

Pakkauksen alkuperäinen käyttö on ollut suojata tuotetta kylmältä, kuumalta, haihdutukselta ja kolhuilta. Tämä on hyvä huomioida jo suunnitteluvaiheessa. Samalla mietitään myös kuljetuspakkauksia ja niitä olosuhteita, joissa tuote on kaupassa ja kuluttajan kotona. Tärkeää on myös se kuinka pakkauksen koko sopii kohderyhmälle tai esimerkiksi jääkaappiin. Hyvä pakkaus on usein lähes aina umpinainen, mutta materiaalivalinnassa tai rei'ittämällä pakkausmuovikalvo varmistetaan se, että tuote pakkauksen sisältö voi hengittää.

Alkuperämerkinnät

Alkuperästä on noussut yksi tärkeimmistä ostopäätökseen vaikuttavista tekijöistä. Alkuperän ja samalla tuotteen laadun voit ilmoittaa käyttämällä Puhtaasti/Kauniisti kotimainen merkintää, jonka käyttöoikeuden voi anoa Kotimaiset Kasvikset ry:stä p. 09-6155 4553.

Huomaathan, että tuoreiden kasvien osalta alkuperämaan tulee aina ilmoittaa myös sanallisesti. Tuotteen alkuperämaa eli viljelymaa on merkittävä pakkaukseen pakkaajatiedon lisäksi, vaikka pakkaajan kotimaa on sama kuin viljelymaa. Alkuperämaan tunnuksena voi käyttää maan nimeä tai adjektiivia esim. Suomi, suomalainen.

Ekologisuus

Pakkaaminen lisääntyy kaikkien elintarvikkeiden osalta. Hedelmien ja vihannesten osalta pakkaaminen on toistaiseksi ollut meillä Suomessa vähäisempää kuin muiden tuoteryhmien tuotteilla ja tai esimerkiksi muissa länsimaissa. Pakkaaminen on monella tavoin suositeltavaa, mutta hyvää pakkauksista suunniteltaessa, yhtenä argumenttina on pakkauksen ekologisuus. Ylipakkaamista tulisi aina välttää ja suunnitellun pakkauksen materiaalit valita niin, että niistä tulee mahdollisimman vähän jätettä ja sekin on helposti hävitettävissä esimerkiksi kompostoimalla tai polttamalla.

Timo Taulavuori (+ päivitykset Katarina Lassheikki)
Kotimaiset Kasvikset ry