



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Tuure Rajala

Ravitsemusväitteen vaikutus lounasravintoloiden itsepalvelulinjastojen asiakkaiden ruokavalintoihin

Opinnäytetyö
Syksy 2022
Restonomi (AMK)



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Tutkinto-ohjelma: Restonomi (AMK)

Tekijä: Tuure Rajala

Työn nimi: Ravitsemusväitteen vaikutus lounasravintoloiden itsepalvelulinjastojen asiakkaiden ruokavalintoihin

Ohjaaja: Terhi Junkkari

Vuosi: 2022

Sivumäärä: 42

Liitteiden lukumäärä:0

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia ravitsemusväittämän vaikutusta lounasravintoloiden asiakkaiden ruokavalintoihin. Ravitsemusväittämän vaikutusta tutkittiin eri ikäryhmissä. Työn toimeksiantaja oli Terveellisemmäksi reformuloitujen menestysruokatuotteiden yhteiskehittäminen Etelä-Pohjanmaalla -hanke (REMU-hanke). Opinnäytetyö kuuluu REMU-hankkeen tutkimuskokonaisuuteen, jossa tutkittiin ravitsemusväittämien ja erilaisten aistisimulaatioiden vaikutusta ruokavalintoihin.

Vlaevin ym. (2016) mukaan tuuppaus voidaan määritellä interventioiksi, jotka muuttavat ympäristöä, taikka asioiden paikkaa käyttäytymisen muuttumisen toivossa. Tuuppaustoimia on tutkittu paljon mutta ruoan kulutuksen määrää ei ole aiemmin paljoa tutkittu aiemmissa tuuppaustutkimuksissa (Bucher ym. 2016). Tuuppaustoimitutkimuksia, joissa on selvitetty ravitsemusväitteen vaikutusta ruoan kulutukseen, on aidoissa lounasympäristöissä tehty vain muutamia.

Tutkimus toteutettiin Etelä-Pohjanmaan alueella kahdessa eri lounasravintolassa. Molemmissa ravintoloissa tehtiin kaksi tutkimusviikkoa ja tutkimusviikot olivat kolmepäiväisiä. Ensimmäisellä tutkimusviikolla lounaslinjaston tuotteita ei merkitty ravitsemusväitteillä. Toisella tutkimusviikolla ravitsemusväittämän kriteerit täyttävälle ruoille laitettiin tutkimukseen valittu ravitsemusväite, Sydänmerkki. Tutkimuksessa mitattiin kokonaiskulutus punnitsemalla lounasravintoloiden tarjoamat ruoat ja asiakaskohtainen kulutus saatiin jakamalla kokonaiskulutus asiakasmäärällä. Opinnäytetyössä tarkasteltiin tutkimusviikkojen muutoksia ravintoloiden sisällä sekä verrattiin lounasravintoloiden muutoksia keskenään.

Opinnäytetyö sisältää liike- ja ammattisalaisuuksia.

¹ Asiasanat: ravitsemusväite, tuuppaustoimi, kuluttajakäyttäytyminen, ruokavalinnat, itsepalvelulinjasto

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Degree programme: Bachelor of hospitality management

Author/s: Tuure Rajala

Title of thesis: Effect of nutrition claim on customers' food choices at buffet lunch restaurants

Supervisor(s): Terhi Junkkari

Year: 2022

Number of pages: 42

Number of appendices: 0

The objective of this thesis was to find out how nutrition claims effect on the customers' food choices at lunch restaurants. The effect of the nutrition claim was examined in different age groups. The mandator of the thesis was the REMU project. This thesis is a part of the research entirety of the REMU project in which nutrition claims and different sense simulations and their effect on people's food choices were studied.

Vlaev et al. (2016) defines that nudging is an intervention where environment is changed to make people change their behaviour. There has been a lot of research concerning nudging, but the amount of food consumption has not been studied much before in previous nudging research (Bucher et al. 2016).

This research was executed at two different restaurants in South Ostrobothnia. At both restaurants, there were two research weeks. Each research week contained three research days. At both restaurants, there were no nutrition claims visible during the first research week. During the second research week there was a nutrition claim visible. In this research Heart Symbol was used as a nutrition claim. Heart symbol stickers were placed on the foods that met the criteria for a nutrition claim. The research measured the total consumption by weighing the food provided by lunch restaurants and the consumption per customer was obtained by dividing the total consumption by the number of customers.

Thesis contains both business and trade secrets.

¹ Keywords: nutrition claim, nudge, consumer behavior, food choice, self-service buffet

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä	2
Thesis abstract	3
SISÄLTÖ	4
Kuva-, kuvio- ja taulukkuuettelo	6
1 JOHDANTO	7
2 TUTKIMUKSEN TAUSTA JA TOIMEKSIANTAJA	8
2.1 Hankkeen organisaatiot.....	8
2.2 Hankkeen tavoite.....	8
2.3 Ravitsemusväitteen tutkimus.....	8
3 TUUPPAUSTOIMET	9
3.1 Määritelmä	9
3.2 Ihmisen käyttäytyminen tuuppauksessa	9
3.3 Päätökseen vaikuttavat tekijät ja niiden muokkaaminen	9
4 KATSAUS YLEISIMPIIN RAVITSEMUSVÄITTEISIIN	12
4.1 Ravitsemusväitteiden lainsäädäntö	12
4.2 Sydänmerkin määritelmä ja tunnettavuus	12
4.3 Sydänmerkin tuoteryhmäkohtaiset kriteerit	13
4.4 Keyhole	14
4.5 Nutri-Score keskustelu	15
5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	17
5.1 Tavoitteet	17
5.2 Tutkimusasetelma	18
5.3 Lounasravintoloiden kuvaus.....	18
6 TULOKSET	19
6.1 Lounasravintola A:n tulokset	19
6.2 Lounasravintola B:n tulokset	20
6.3 Lounasravintoloiden A:n ja B:n kolmen päivän yhteenlaskettu kulutus	20
7 YHTEENVETO JA POHDINTA.....	21

7.1	Yhteenveto ravitsemusväitteen vaikutus eri ikäryhmissä	21
7.2	Yhteenveto ravitsemusväitteen vaikutus ruokien kokonaiskulutukseen	21
7.3	Tutkimuksen haasteet	21
7.4	Pohdinta	21
LÄHTEET		22

Kuva-, kuvio- ja taulukkoluettelo

Kuva 1. Sydänmerkki logo	13
Kuva 2. Keyhole logo	15
Kuva 3. Nutri-Score logo	16

1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö on osa Terveellisemmäksi reformuloitujen menestysruokatuotteiden yhteiskehittäminen Etelä-Pohjanmaalla -hankkeen tutkimuskokonaisuutta. Opinnäytetyön kirjallisuuskatsauksessa käydään läpi EU:ssa käytössä olevia ravitsemusväittämiä ja niiden lainsäädäntöä. Ravitsemusväitteistä työssä esitellään kotimainen Sydänmerkki, Pohjois-Euroopassa käytössä oleva Keyhole sekä ranskalaisten kehittänyt NutriScore, jota on ehdotettu yleiseurooppalaiseksi ravitsemusväitteeksi.

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, kuinka ravitsemusväittämät vaikuttavat lounasravintoloissa asiakkaiden ruokavalintoihin. Tuloksista on tehty päivätasoiset tarkastelut ja lopuksi on tehty tarkastelu koko tutkimusviikkojen yhteenlasketuista kulutuksista. Pohdinnassa on tuotu esille mahdollisia selittäviä tekijöitä tuloksissa esille tulleille muutoksille. Tutkimuksen tuloksista herää uusia jatkotutkimuskysymyksiä. Opinnäytetyö sisältää liike- ja ammattisalaisuuksia.

2 TUTKIMUKSEN TAUSTA JA TOIMEKSIANTAJA

2.1 Hankkeen organisaatiot

Terveellisemmäksi reformuloitujen menestysruokatuotteiden yhteiskehittäminen Etelä-Pohjanmaalla -hanke aloitettiin vuoden 2020 huhtikuussa ja se kesti vuoden 2022 maaliskuuhun (Vaasan yliopisto, 2022). Jatkossa hankkeesta käytetään nimitystä REMU-hanke. Koronanpandemian vuoksi hanketta jatkettiin vuoden 2022 syyskuulle (T. Junkkari, henkilökohtainen tiedonanto, 13.5.2022). Hanke on toteutettu Vaasan yliopiston, Turun yliopiston ja Seinäjoen ammattikorkeakoulun yhteistyönä (Vaasan yliopisto, 2022). Hankkeessa on ollut mukana useita eri toimijoita Etelä-Pohjanmaan alueelta kuten Atria Oyj, Pihkaho-visäätio sr, Kurikan kaupunki, Juustoportti Oy, Lapuan leipä, Into Seinäjoki Oy, sekä Pirjon pakari Oy. Hanketta on rahoitettu Euroopan aluekehitysrahastosta.

2.2 Hankkeen tavoite

REMU-hanke selvitti uusien tuotteiden sekä palveluiden ja näiden yhdistelmien mahdollisuuksia, mitä voi hyödyntää kuluttajien hyvinvointipyrkimyksissä (Vaasan yliopisto, 2022). Hankkeessa etsittiin uusia mahdollisuuksia yritysten ja erilaisten toimijoiden tuotteiden markkinoinnille. Hankkeen tavoitteena oli tehdä Etelä-Pohjanmaan alueella toimivista toimijoista hyvinvointiin keskittynyt yhteenliittymä.

2.3 Ravitsemusväitteen tutkimus

REMU-hankkeessa tutkittiin myös ravitsemusväitteen sekä erilaisten aistisimulaatioiden vaikutusta kulutukseen (T. Junkkari, henkilökohtainen tiedonanto, 7.11.2022). Tämä opinnäytetyö on tehty REMU-hankkeen työpakettiin, jossa tutkittiin ravitsemusväitteen vaikutusta kuluttajien ruokavalintoihin lounasravintolassa eri ikäryhmillä. Opinnäytetyön tekijä on ollut keräämässä ruoankulutusdataa hankkeelle.

3 TUUPPAUSTOIMET

3.1 Määritelmä

Vlaevin ym. (2016) mukaan tuuppausta (nudging) ei ole kirjallisuudessa määritelty tarkasti ja yksi määritelmä on se, että tuuppaus on mitä tahansa, mikä vaikuttaa ihmisen käyttäytymiseen ennakoitavissa olevalla tavalla, eikä kiellä mitään vaihtoehtoja. Kirjoittajien mukaan tämä määritelmä ei anna tarkkaa kuvaa mitä tuuppauksella tarkoitetaan. Vlaevin ym. (2016) mukaan tuuppaus on tarkemmin määriteltynä interventioita, jotka muuttavat ympäristöä, taikka asioiden paikkaa terveyskäyttäytymisen muuttumisen toivossa. Heidän mukaansa nämä interventionmuutokset tehdään siihen tilaan, jossa vaikutettavat ihmiset ovat. Vlaev ym. (2016) toteavat, että tyypillisesti nämä muutokset vaativat mahdollisimman vähän tietoista ajattelua ja voivat vaikuttaa useaan yhtäaikaaisesti, myöskään muutoksia ei ole kohdennettu jollekin tietylle ryhmälle. Kirjoittajien mukaan tämä määritelmä antaa tarkemman kuvan ja kuvaa tuuppausteoriaa kokonaisuudessaan paremmin. Sanastokeskus (i.a.) määrittelee interventiotutkimuksen tutkimukseksi, jossa tiedonkeruumenetelmän olennainen osa on tutkijan puuttuminen tutkittavaan ilmiöön.

3.2 Ihmisen käyttäytyminen tuuppauksessa

Vlaev ym. (2016) kertovat, kuinka tuuppaustoimet muokkaavat käyttäytymistä. Kirjoittajien mukaan terveyskäyttäytymistä selittävän tuplaprosessointimallin (dual process model) mukaan ihmisellä on kaksi menetelmää prosessoida tietoa. Menetelmä yksi on automaattista, nopeaa, tiedostamatonta, hallitsematonta sekä vaivatonta. Kirjoittajien mukaan menetelmä kaksi on muun muassa tietoista, hidasta, kontrolloitua sekä rationaalista. Kirjoittajat toteavat, että tuuppaustoimet voivat aktivoida tätä tiedostamatonta tietojen käsittelyä eli menetelmää yksi ja sitä kautta vaikuttaa ihmisten terveyskäyttäytymiseen.

3.3 Päätökseen vaikuttavat tekijät ja niiden muokkaaminen

Münscher ym. (2016) listaavat päätöksentekoon vaikuttavia tekijöitä olevan muun muassa tiedon kääntäminen (translate information) ja tiedon tekeminen näkyväksi (make information visible). Kirjoittajat tarkoittavat tiedon kääntämisellä tiedon muuttamista sellaiseen

muotoon, että se on ihmisen helppo saada ja havaita. Kirjoittajien mukaan, kun tieto, joka yleensä on piilossa kuluttajalta, tuodaan esille, niin tämä voi vaikuttaa käyttäytymiseen. Tästä kirjoittajat käyttävät esimerkkinä aterian ravintoainesisältöä, eli jos ruoan ravintoainesisältö tuodaan ihmiselle luettavaksi, tämä voi vaikuttaa päätöksentekoon ruokaa valittaessa.

Muita keinoja vaikuttaa tiedostomattomaan päätöksentekoon ovat muun muassa vaihtaa vakioasetelmaa ja asiakkaan fyysisen vaivan määrän muuttaminen (Münscher ym. 2016). Münscher ym. (2016) kirjoittavat, että vakio on ennakkoon valittu vaihtoehto, johon ihminen voi halutessaan vaikuttaa. Kirjoittajien mukaan muuttamalla vakiota voidaan vaikuttaa ihmisten käytökseen. Kirjoittajat tuovat esille lautasen koon ja sen, kuinka lautasen koko vaikuttaa ihmisen syömiseen. Kirjoittajien mukaan lautaset toimivat ravintoloissa vakioina. Voidaan ajatella, että jos lautanen vaihdetaan lounasravintolassa pienemmäksi, niin ihmiset ottavat ruokaa lautaselle vähemmän. Saman pitäisi siis toimia päinvastaisesti eli vaihtamalla lautanen isoksi, niin ruokaa otetaan lautaselle enemmän. Münscher ym. (2016) kertovat vaihtoehtojen vaivanmäärän muuttamisesta, mikä tarkoittaa sitä, että jos vaihtoehtoon pitää nähdä vaivaa, niin tämä vaivannäkö muuttuu esteeksi, joka estää ihmistä toimimasta. Esimerkin omaisesti tässäkin voidaan käyttää lautasia. Esimerkiksi jos lounaslinjastossa olevat lautaset ovat pienempiä, ja suurempia lautasia saa kysymällä henkilökunnalta, niin tämä kysyminen on lisävaivaa ja ihminen ottaa tämän lounaslinjastossa valmiina olevan vaihtoehdon. Münscher ym. (2016) mukaan vaihtoehdon vaivanmäärään vaikuttavat saatavuus ja etäisyys. Kirjoittajat kertovat, että tällaiset pienet muutokset vaikuttavat suuresti ihmisen käyttäytymiseen. Esimerkiksi jos lounasravintolassa on pienemmät lautaset linjaston päässä ja suuremmat lautaset ovat muutaman metrin päässä, niin ihmiset joutuisivat hakemaan lautasen kauempaa, mikä olisi lisää vaivaa, niin ihminen ottaisi vakiona olevan lautasen.

Hollands ym. (2013) kirjoittavat eri interventiotyypeistä. Hollandsin ym. (2013) mukaan yksi interventiotyyppi on koko (sizing), jota muuttamalla voidaan vaikuttaa ihmisen käyttäytymiseen. Wansinkin (2011, s.66) mukaan, jos ihminen laittaa perunamuusia isolle lautaselle, niin tämä iso lautanen todennäköisesti saa ihmisen ottamaan ruokaa enemmän, koska ruokamäärä näyttää suhteessa lautaseen pienemmältä. Wansink (2011, s.67) testasi miten jäätelökulhon ja kauhan koko vaikutti ihmisillä siihen miten paljon jäätelöä he ottavat.

Wansinkin (2016) mukaan he, joilla oli isompi kulho ja isompi kauha, ottivat 57 % enemmän jäätelöä kuin he, joilla oli pienempi kulho ja pienempi kauha. Münscherin ym. (2016) mukaan ihminen käyttää ravintoloissa lautasen kokoa indikaattorina sille, paljonko ruokaa ottaa. Eli lautasen kokoa muuttamalla voidaan mahdollisesti vaikuttaa ruoan kulutukseen.

Yksi Hollandsin ym. (2013) esittelemistä tutkimusinterventiotyypeistä on leimaaminen (labeling). Kirjoittajien mukaan leimaamisessa tuotteeseen tulisi laittaa leima taikka tarjota tietoa jotenkin muuten tuotteessa. Kirjoittajat tuovat esille myös sen, että tieto voidaan tarjota myös valintatilanteessa. Erilaiset ravitsemusväittämät voivat toimia tällaisessa toiminnassa ja ohjata ihmisten käyttäytymistä.

4 KATSAUS YLEISIMPIIN RAVITSEMUSVÄITTEISIIN

4.1 Ravitsemusväitteiden lainsäädäntö

Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EU) 1924/2006 mukaan ravitsemus- ja terveysväitteet eivät voi olla muun muassa harhaanjohtavia taikka totuudenvastaisia. Laissa kerrotaan, että väitteet eivät myöskään saa kannustaa liialliseen kulutukseen taikka kyseenalaistaa muiden tuotteiden turvallisuutta. Laissa todetaan, että väitteen pohjalla tulee olla hyväksyttyä tieteellistä näyttöä, joka todentaa väitteen paikkaansa pitäväksi. Laissa todetaan myös siitä, että toimija, joka käyttää ravitsemus- tai terveysväitettä on perusteltava käytössä oleva väite.

Koska Suomi on EU-jäsenmaa, ei Suomi voi omassa lainsäädännössään poiketa EU:n lainsäädännöstä. Ruokaviraston (2021) mukaan ravitsemusväite voi perustua elintarvikkeen ominaisuuksiin esimerkiksi energiamäärässä, jonka tuote sisältää, tai ei sisällä. Ruokaviraston (2021) mukaan ravitsemusväite voi myös perustua ravintoaineeseen, jota tuote sisältää tai ei sisällä, taikka sisältää lisättynä tai vähennettynä määränä. Ravitsemusväite voidaan liittää sekä käsittelemättömiin että jalostettuihin tuotteisiin, kunhan ne täyttävät vaadittavat kriteerit (Ruokavirasto, 2021).

4.2 Sydänmerkin määritelmä ja tunnettavuus

Sydänmerkkiä on käytetty elintarvikkeissa 2000 vuodesta lähtien (Sydänmerkki, i.a.-c). Sydänmerkin tunnettavuutta tutkitaan vuosittain ja nykyään yli 80 % kuluttajista tunnistaa merkin, sekä noin 50 % käyttää merkkiä ostopäätösten tekemiseen. Kuluttajien mielestä Sydänmerkki koetaan selkeänä ja tarpeellisena, sekä se mielletään sopivan kaikenikäisille. Sydänmerkki kasvattaa tuotteiden myyntiä, sekä yritykset kokevat sen lisäarvon antajana (Sydänmerkki, i.a.-c). Kuvassa 1 on sydänmerkin logo esimerkkinä.

Sydänmerkki osoittaa tuotteen taikka ruoan olevan parempi vaihtoehto terveyden kannalta tuoteryhmässään (Sydänmerkki, i.a.-g). Sydänmerkin voi saada tuote, jossa rasvan laatu on hyvä, sokeria ja suolaa on maltillisesti ja kuitua paljon (Sydänmerkki, i.a.-g). Tuoteryhmiä, joissa Sydänmerkki voi olla, on yli 50 (Sydänmerkki, i.a.-g). Kullakin tuoteryhmillä on

ravitsemuskriteerit, jotka niiden tulee täyttää. Kriteereissä vaikutetaan terveyden ja ravitsemuksen näkökulmasta vaikuttaviin tekijöihin. Sydänmerkki on rekisteröity ravitsemusväitteeksi EU:ssa (i.a.-g). Sydänmerkki löytyy elintarviketeollisuudessa kuluttajapakkauksissa ja ruokapalvelualalla ravintoloista (i.a.-g). Sydänmerkki on vuosimaksullinen ja merkin käytöstä kerätyt rahat käytetään Sydänmerkki-järjestelmän ylläpitoon (i.a.-d).



Kuva 1. Sydänmerkki-logo (Sydänmerkki, i.a.-a)

4.3 Sydänmerkin tuoteryhmäkohtaiset kriteerit

Sydänmerkillä on eri kriteerit erilaisille tuoteryhmille (Sydänmerkki. i.a.-f). Tässä kappaleessa on kerrottu Sydänmerkin-kriteerejä niille tuoteryhmille, joiden kulutusta mitattiin tässä tutkimuksessa. Yhtenä tuoteryhmänä on muun muassa maito ja maitovalmisteet (Sydänmerkki. i.a.-f). Tähän tuoteryhmään kuuluu muun muassa maito ja maidon kriteereinä ovat rasvan, tyydyttyneen rasvan, sokerin ja suolan määrä (Sydänmerkki. i.a.-b). Jotta maito voi saada Sydänmerkin, saa siinä olla rasvaa enintään 0,5 grammaa per 100 grammaa tai jos maito sisältää rasvaa enemmän, niin sitten tarkastellaan tyydyttyneen rasvan määrää. Maidossa suolan määrä saa enimmällään olla 0,13 grammaa per 100 grammaa ja sokeria saa olla enintään 5,0 grammaa per 100 grammaa (Sydänmerkki. i.a.-b).

Sydänmerkillä on omat kriteerit ravintorasvoille ja tavoitteena ei ole vaikuttaa rasvan määrään, vaan rasvojen laatuun (Sydänmerkki. i.a.-e). Levitettävien rasvojen kriteerinä on se, että ne sisältävät tyydyttynyttä rasvaa maksimissaan 30 % kokonaisrasvasta. Sivustolla sanotaan myös, että levittävien rasvojen osalta tarkastellaan suolan määrää, jota voi olla 1,0 grammaa per 100 grammaa tuotetta (Sydänmerkki. i.a.-e).

Tuoreiden kasvien Sydänmerkin kriteerit ovat nämä: niihin ei ole lisätty rasvaa, sokeria taikka suolaa (Sydänmerkki, i.a.-a). Säilykekasviksilla kriteerinä on joko rasvaa 2,0

grammaa per 100 grammaa tai jos rasvaa on enintään 10 grammaa per 100 grammaa, niin silloin tyydyttyntä rasvaa saa olla enintään 20 % (Sydänmerkki, i.a.-a).

Sydänmerkki-ateria sisältää pääruoan, peruna tai viljalisäkkeen, sekä muut aterianosat, kuten leivän, juoman sekä kasviksia (Sydänmerkki, i.a.-h). Pääruokatyypeille on omat kriteerinsä rasvan, tyydyttyneen rasvan sekä suolan osalta. Pääruokakeitolla rasvaa saa olla enintään 3 grammaa per 100 grammaa, josta tyydyttyntä rasvaa saa olla 1 gramma per 100 grammaa. Suolaa pääruokakeitossa saa olla 0,7 grammaa per 100 grammaa. Pääruoan energialisäkkeistä esimerkiksi keitetty peruna ei saa sisältää lisättyä suolaa eikä lisättyä rasvaa, jotta se täyttää Sydänmerkin ateriakriteerin (Sydänmerkki, i.a.-h). Kasvislisäke, joka sisältää kypsennettyjä kasviksia, saa sisältää Sydänmerkki-kriteerien mukaan suolaa 0,3 grammaa per 100 grammaa, sekä marinadin rasvasta saa olla enintään 20 % tyydyttyntä rasvaa.

4.4 Keyhole

Ruotsista lähtöisin oleva Keyhole-merkki on nykyään käytössä Ruotsissa, Norjassa, Tanskassa, sekä Islannissa (Livsmedelsverket. i.a.). Livsmedelverketin (i.a.) mukaan Keyhole-merkki perustuu tutkittuun tietoon pohjoismaisista ruokatottumuksista ja siihen, mitä pitäisi syödä parantaakseen terveyttä. Keyhole-merkinnässä keskitytään viiteen osa-alueeseen, jotka ovat vähemmän suolaa, vähemmän sokeria, enemmän kuitua, enemmän täysjyvää ja terveellisempää rasvaa. Keyhole -merkinnässä elintarvikkeita verrataan samantyyppisiin elintarvikkeisiin ja Keyhole-merkityt elintarvikkeet ovat kategoriassaan terveellisempi vaihtoehto. Keyhole-merkin käyttö on ilmaista (Livsmedelsverket. i.a.). Kuvassa 2 on esiteltynä Keyholen logo.



Kuva 2. Keyhole logo. (Livsmedelsverket. i.a)

4.5 Nutri-Score keskustelu

EU:ssa käydään keskustelua pakollisesta elintarvikepakkausmerkinnästä, joka kertoo tuotteen ravitsemuslaadusta (Koivu, A. 2021.). Koivun (2021) mukaan painetta tällaiselle ravitsemusmerkinnällä on ja EU:ssa on ehdotettu, että EU:n yhtenäinen pakkausmerkintä tulisi 2022 mennessä. Kirjoittajan mukaan vaikka moni EU-maa on Nutri-Scorea suositellut, on se kuitenkin monimutkaisempi kokonaisuus, jossa on vaikea ottaa ruokakulttuurien eroja huomioon. Koivun (2021) mukaan Suomen ja pohjoismaiden tulisi olla mukana kehittämässä Nutri-Scorea, koska Suomessa ja pohjoismaissa on useamman vuosikymmenen kokemus Sydänmerkin ja Keyholen käytöstä. Kuvassa kolme on esitelty Nutri-Scoren logo.

Ranskassa otettiin käyttöön Nutri-Score-merkintä vuonna 2017 ja nykyään merkkiä ovat suositellut useat eri Euroopan valtiot kuten Belgia, Sveitsi ja Saksa (Santé publique France, 2022). Santé publique Francen (2022) mukaan Nutri-Score-merkintä on viisiasteinen väreillä ja kirjaimilla tehty merkki. Merkissä lasketaan paljonko jokin elintarvike sisältää ravintoaineita per 100 grammaa tai per 100 millilitraa. Nutri-Score-merkissä rajoitetaan elintarvikkeiden energiamäärää, tyydyttyneiden rasvahappojen määrää, sokereita ja suolaa (Santé publique France, 29.7.2022). Nutri-Score-merkinnässä ravintoaineissa suositetaan kuitua, sekä proteiinia ja elintarvikkeissa muun muassa kasviksia, pähkinöitä, sekä rapsiöljyä. Eurofinsin (i.a.) julkaisussa kerrotaan, kuinka Nutri-Scoren pisteytys lasketaan. Esimerkiksi, jos juoma sisältää energiaa yhtä paljon tai vähemmän kuin 240 kilojoulea per 100 millilitraa, saa juoma kahdeksan pistettä ja kahdeksalla pisteellä juoma saa arvosanan D (Eurofins, i.a).



Kuva 3. Nutri-Scoren logo (Koivu, A. 2021)

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

5.1 Tavoitteet

Bucher ym. (2016) toteavat, että tuuppaustutkimuksille, joissa mitataan ruoan kulutusta ai-doissa ruokailuympäristöissä, on tarvetta, koska niitä on tehty vähän. Kirjoittajat kertovat, että tulevien tutkimusten tulisi tutkia grammamäärällistä muutosta kulutuksessa. REMU-hankkeessa on tutkittu juuri tuuppaustoimia ja niiden vaikutusta ruokavalintoihin grammamäärässä.

Opinnäytetyön tavoitteena on antaa katsaus Euroopassa toimivista terveys- ja ravitsemusväitteistä sekä kuvata miten laki näitä väitteitä säätelee. Työssä käydään myös läpi tuuppaustoimia ja tuodaan esille aiempia tuuppaustoimista tehtyjä tutkimuksia.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää tuuppaustoimen vaikutusta lounasravintoloiden itsepalvelulinjastojen kulutukseen. Tutkimuskysymykset, joihin haettiin vastausta olivat:

- Kuinka ravitsemusväite vaikuttaa lounaslinjaston ruokavalintoihin ja kulutukseen eri ikäryhmissä?
- Miten lounaslinjaston ravitsemusväite vaikuttaa ruokien kulutukseen kokonaisuudessa?

Tavoitteena oli tarkastella uusia tuloksia ja verrata niitä aiempiin tuuppaustoimista tehtyihin tutkimuksiin, huomioiden kuitenkin tutkimusten erilaiset lähtökohdat. Opinnäytetyön tavoitteena on myös pohtia mahdollisia selityksiä tuloksille.

5.2 Tutkimusasetelma

Tutkimus toteutettiin kahdessa eri lounasravintolassa Etelä-Pohjanmaan alueella. Lounasravintolat on nimetty lounasravintola A:ksi ja lounasravintola B:ksi. Tutkimus toteutettiin viikoilla 8 ja 13 lounasravintola A:ssa ja viikoilla 17 ja 19 lounasravintola B:ssä. Tutkimuksessa tarkasteltiin ravitsemusväitteiden vaikutusta kulutukseen lounasravintoloissa. Asiakaiden määrä laskettiin kulutettujen lautasten perusteella ja ruokailijoiden ruoankulutusta mitattiin laskemalla mennyt ruoka per lautanen. Lounasravintoloissa tehtiin kaksi tutkimusviikkoa. Tutkimusviikoilla kenttätutkimusta tehtiin tiistaisin, keskiviikkoisin ja torstaisin. Ensimmäisellä viikolla tehtiin kontrollitestit eli mitään ravitsemusväitteitä ei ollut esillä, sillä haluttiin saada normaalia menekkiä kuvaava data. Toisella viikolla taas oli ravitsemusväitteitä eli Sydänmerkit oli laitettu eri ruoille. Ruokat, jotka oli merkitty Sydänmerkillä, täyttivät Sydänmerkin kriteerit.

Sisältää liike- ja ammattisalaisuuksia.

5.3 Lounasravintoloiden kuvaus

Sisältää liike- ja ammattisalaisuuksia.

6 TULOKSET

Sisältää liike- ja ammattisalaisuuksia.

6.1 Lounasravintola A:n tulokset

Sisältää liike- ja ammattisalaisuuksia.

6.2 Lounasravintola B:n tulokset

Sisältää liike- ja ammattisalaisuuksia.

6.3 Lounasravintoloiden A:n ja B:n kolmen päivän yhteenlaskettu kulutus

Sisältää liike- ja ammattisalaisuuksia.

7 YHTEENVETO JA POHDINTA

7.1 Yhteenveto ravitsemusväitteen vaikutus eri ikäryhmissä

Sisältää liike- ja ammattisalaisuuksia.

7.2 Yhteenveto ravitsemusväitteen vaikutus ruokien kokonaiskulutukseen

Sisältää liike- ja ammattisalaisuuksia.

7.3 Tutkimuksen haasteet

Sisältää liike- ja ammattisalaisuuksia.

7.4 Pohdinta

Sisältää liike- ja ammattisalaisuuksia.

LÄHTEET

- Bucher, T., Collins, C., Rollo, M. E., McCaffrey, T. A., De Vlieger, N., Van der Bend, D., Truby, H., & Perez-Cueto, F. J. A. (2016). Nudging consumers towards healthier choices: A systematic review of positional influences on food choice. *British journal of nutrition*, 115(12), 2252.
- Eurofinns. (i.a.) *The Nutri-Score – all important facts and novelties about the application at a glance*. <https://www.eurofins.de/food-analysis/food-news/food-testing-news/nutri-score/>
- Euroopan parlamentin ja neuvoston asetus (EY) N:o 1924/2006, elintarvikkeita koskevista ravitsemus- ja terveystähteistä. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FI/TXT/?uri=CELEX:32006R1924>
- Hollands, G. J., Shemilt, I., Marteau, T. M., Jebb, S. A., Kelly, M. P., Nakamura, R., . . . Ogilvie, D. (2013). Altering micro-environments to change population health behaviour: Towards an evidence base for choice architecture interventions. *BMC public health*, 13(1), 1218. <https://doi.org/10.1186/1471-2458-13-1218>
- Koivu, A. (2021) Suomi mukaan Nutriscoren kehitystyöhön. *Kehittyvä elintarvike*. (33.), 12–13. <https://kehittyvaelintarvike.fi/artikkelit/uutisia/suomi-mukaan-nutriscoren-kehitystyohon/>
- Leipätiedotus ry. (26.8.2021) *Kuluttajatutkimus: Leipää syödään, koska se on hyvää ja terveellistä*. <https://www.epressi.com/tiedotteet/ruoka-ja-elintarvikkeet/kuluttajatutkimus-leipaa-syodaan-koska-se-on-hyvaa-ja-terveellista.html?customer=1804>
- Livsmedelsverket. (i.a.) The keyhole design manual <https://www.livsmedelsverket.se/globalassets/foretag-regler-kontroll/livsmedelsinformation-markning-halsopas-taenden/nyckelhalet/designmanual-the-keyhole.pdf>
- Martat. (i.a.). *Ikäihmisen ruokavalio*. <https://www.martat.fi/marttakoulu/ravitsemus/ikaihminen-ruokavalio/>
- Münscher, R., Vetter, M., & Scheuerle, T. (2016). A review and taxonomy of choice architecture techniques. *Journal of behavioral decision making*, 29(5), 511-524. <https://doi.org/10.1002/bdm.1897>
- Pusa, T., & Kara, A. (3.1.2019) Tietoinen syöminen rauhoittaa ruokailuhetken. Sydänliitto. <https://sydan.fi/fakta/tietoinen-syominen-rauhoittaa-ruokailuhetken/>

- Ruokavirasto. (9 12 2021). *Ravitsemusväitteet*. <https://www.ruokavirasto.fi/elintarvikkeet/elintarvikeala/pakkausmerkinnat-ja-markkinointi/ravitsemus--ja-terveysvaitteet/ravitsemusvaitteet/>
- Sanastokeskus. (i.a.). Interventiotutkimus. TEPA-termipankki, erikoisalojen sanastojen ja sanakirjojen kokoelma. Haettu 23.11.2022, <https://termipankki.fi/tepa/fi/haku/interventiotutkimus>
- Santé publique France (29.7.2022) *Nutri-Score*. <https://www.santepubliquefrance.fr/en/nutri-score>
- Sydänmerkki. (i.a. -a). *Kasvikset*. https://ammattilaiset.sydanmerkki.fi/elintarviketeollisuus/tuotteiden_myontamisperusteet/kasvikset/
- Sydänmerkki. (i.a. -b). *Maito ja maitovalmisteet sekä niiden kaltaiset valmisteet*. https://ammattilaiset.sydanmerkki.fi/elintarviketeollisuus/tuotteiden_myontamisperusteet/maito-ja-maitovalmisteet-sekae-niiden-kaltaiset-valmisteet/
- Sydänmerkki. (i.a. -c). *Ohjaa ostopäätöksiä*. <https://ammattilaiset.sydanmerkki.fi/elintarviketeollisuus/ohjaa-ostopaatosia/>
- Sydänmerkki. (i.a. -d). *Onko Sydänmerkki maksullinen?*. <https://www.sydanmerkki.fi/maksaako-merkki-ja-miksi/>
- Sydänmerkki. (i.a. -e). *Ravintorasvat*. https://ammattilaiset.sydanmerkki.fi/elintarviketeollisuus/tuotteiden_myontamisperusteet/ravintorasvat/
- Sydänmerkki. (i.a. -f). *Sydänmerkki tuotekriteerit*. https://ammattilaiset.sydanmerkki.fi/elintarviketeollisuus/tuotteiden_myontamisperusteet/
- Sydänmerkki. (i.a. -g). *Sydänmerkki*. <https://www.sydanmerkki.fi/sydanmerkki/>
- Sydänmerkki. (i.a. -h). *Sydänmerkki-ateria*. https://ammattilaiset.sydanmerkki.fi/uploads/general/AterianKriteerit_05_2019.pdf
- Vaasan yliopisto (21.2.2022) *Terveellisemmäksi reformuloitujen menestysruokatuotteiden yhteiskehittäminen Etel -Pohjanmaalla*. <https://www.uwasa.fi/fi/tutkimus/hankkeet/terveellisemmaksi-reformuloitujen-menestysruokatuotteiden-yhteiskehittaminen>
- Vlaev, I., King, D., Dolan, P., & Darzi, A. (2016). The Theory and Practice of "Nudging": Changing Health Behaviors. *Public administration review*, 76(4), 550-561. <https://doi.org/10.1111/puar.12564>
- Wansink, B. (2011). *Mindless Eating Why we eat more than we think*. Hay house.