

Luomun kuluttajabarometri 2017

Anne Kallinen

Maija Salmenhaara

Pasi Saarnivaara

23.10.2017

221100573

Sisältö

1	Yhteenveto ja tiivistelmä	3	12	Luomun imago	55
2	Tutkimuksen tavoite, toteutus ja tutkimusaineisto	8	13	Mielipiteet luomuun liittyvistä väittämistä	58
3	Luomuelintarvikkeiden ostouseus ja käyttäjäprofiilit	12	14	Suhtautuminen luomuvaihtoehtoon tarjoamiseen joukkoruokailussa	62
4	Luomun käytön muutos	22	15	Suhtautuminen luomumaidon D-vitamiinointiin	65
5	Luomun käyttöaiheet	25	16	Luomuelintarvikkeiden ostaminen ja ostoaikomukset	69
6	Kiinnostus alkuperää ilmaiseviin asioihin	29	17	Valikoimatoiveet	81
7	Vastuullisuuteen liittyvien ominaisuuksien tärkeys	33	18	Luomuvalikoiman muutos viime vuosina	84
8	Luomun merkityksen ymmärtäminen ja luomutietous	36	19	Luomuelintarvikkeiden ostopaikat	88
9	Luomumerkin tunteminen	44	20	Luomuun liittyvä tieto ja tietolähteet	91
10	Mielikuva luomun ja tavanomaisen elintarvikkeen eroista	47	21	Luomun menekkiä edistäviä asioita	101
11	Tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita	51			

1 Yhteenveto

Luomun kasvuvauhti on kiihtynyt. Säännöllisesti luomua käyttävien aikuisten määrä on 150 000 suurempi kuin kaksi vuotta sitten ja 400 000 suurempi kuin vuonna 2010. Yli puolet suomalaisista käyttää luomua säännöllisesti, muutamasta kerrasta viikossa kertaan kuukaudessa. Niin ikään yli puolet luomua säännöllisesti käyttävistä on aktiivikäyttäjiä, jotka syövät luomutuotteita ainakin viikoittain.

Aktiivikäyttäjistä 70 % on lisännyt luomutuotteiden käyttöä ja 80 % arvioi myös lisäävänsä sitä jatkossa. Muista säännöllisistä käyttäjistä käyttöä on lisännyt 40 % ja 70 % aikoo lisätä sitä jatkossa. Vain 10 % suomalaisesta aikuisväestöstä ei ole tutustunut luomuun lainkaan, kun osuus oli 14 % vuonna 2015 toteutetussa kyselyssä.

Luomun käyttö on laajentunut entistä tasaisemmin eri väestöryhmiin, pääkaupunkiseudulta suuriin kaupunkeihin, eri tuloluokkiin ja muidenkin kuin korkeakoulutettujen keskuuteen. Miesten osuus on kasvanut, mutta aktiivisimpia luomun käyttäjiä ovat edelleen 30 - 49-vuotiaat naiset ja lapsiperheet.

Luomun koetaan eroavan tavanomaisesta eniten torjunta-aineettomuudella, luonnonmukaisuudella, ei-teollisilla lannoitteilla ja eläinten elinolosuhteilla. Aiempaa harvemmin mainitaan kallis hinta. Puhtaus ja torjunta-aineettomuus sekä hyvä maku ja terveellisyys korostuvat luomun tärkeimpinä ostoperusteina. Terveellisyyden ja eläinten hyvinvoinnin merkitys on kasvanut ja luomun aktiivikäyttäjille myös puhtauden ja laadun merkitys.

Kananmunia, vihanneksia ja juureksia sekä maitoa ja maitotaloustuotteita ostetaan yleisimmin luomuna. Niitä, liha- ja lihavalmisteita sekä hedelmiä halutaan useimmin ostaa jatkossa. Valikoimien koetaan laajentuneen. Lisää toivotaan varsinkin liha- ja lihavalmistevalikoimia.

Lähes kaksi kolmesta voisi ostaa enemmän luomuelintarvikkeita, jos niiden hinta olisi halvempi. Hinnan merkitys on kuitenkin pienempi kuin kaksi vuotta sitten. Haluttaisiin myös varmistua luomutuottajien saaman hinnan oikeudenmukaisuudesta. Tarvitaan lisää tietoa, sillä aiempaa useampi haluaa vakuuttua luomun erilaisuudesta, varsinkin harvakseltaan mutta silti säännöllisesti luomua käyttävät. Luomun aktiivikäyttäjät painottavat valikoimien laajentamista sekä tietoa tarjolla olevista luomutuotteista

Luomun käyttäjien määrä?

2 miljoonaa käyttäjää

400 000 käyttäjää
enemmän kuin 2010

150 000 käyttäjää
enemmän kuin 2015

Luomun ostouseus, käyttäjät ja käytön muutossuunnat (kuvat 13-28)

- Yli puolet suomalaisista käyttää luomua säännöllisesti, muutamasta kerrasta viikossa kertaan kuukaudessa. Osuus on kasvanut 52 prosenttiin kahden vuoden takaisesta 48 prosentista.
- Säännöllisistä käyttäjistä 28 % on aktiivikäyttäjiä ja heistä vajaat 40 % (11 %) käyttää luomua useamman kerran viikossa. Luomua kokonaan vieroksuviin joukko on pienentynyt 10 prosenttiin, kun osuus oli 14 % vuonna 2015.
- Vuonna 2015 toteutettuun tutkimukseen verrattuna luomun käyttö on laajentunut tasaisemmin eri väestöryhmiin, pääkaupunkiseudulta suuriin kaupunkeihin, eri tuloluokkiin ja muidenkin kuin korkeakoulutettujen keskuuteen. Miesten osuus on kasvanut, mutta aktiivisimpia luomun käyttäjiä ovat edelleen 30-49 vuotiaat naiset ja lapsiperheet.
- Aktiivikäyttäjät ovat edelläkävijäkuluttajia ja ruokavaikuttajia (TNS Mind-aineistolla täydennettynä).
- Aktiivikäyttäjistä 70 % on lisännyt luomutuotteiden käyttöä ja 80 % arvioi lisäävänsä jatkossa. Harvemmin, mutta ainakin kuukausittain luomua käyttävistä käyttäjiä on 40 % ja lisäysaikomuksia on 70 prosentilla.

Kiinnostus ruuan alkuperän ja vastuullisuuteen liitettäviin asioihin (kuvat 29-35)

- Luomuun suhtautumisessa myönteisen neutraali suhtautuminen on kasvanut ja vastustus vähentynyt.
- Kysyttäessä vastuullisuuteen liitettävien asioiden tärkeydestä 21 % vastaajista sijoitti luomun kolmen tärkeimmän joukkoon. Luomua monta kertaa viikossa käyttävillä luomu oli kärjessä (57 %) suomalaisen alkuperän ohella (68 %)

Luomun merkityksen ymmärtäminen, luomutietous ja luomumerkin tunnistaminen (kuvat 36-46)

- Suomalaiset kokevat olevansa hyvin perillä siitä, mitä luomu tarkoittaa: 82 % hyvin ja 15 % huonosti. Luomutietoudessa on kuitenkin puutteita varsinkin harvemmin luomua käyttävillä.
- Lehtimerkin tunnettuus kasvoi aavistuksen ja Aurinkomerkin väheni.

Tiivistelmä 2/3

Luomun ero tavanomaiseen ja ostoperusteet (kuvat 47-54)

- Avoimella kysymyksellä kysyttiin eroaako luomu tavanomaisesti tuotetusta elintarvikkeesta.
 - Luomun koettiin eroavan eniten torjunta-aineettomuudella ja luonnonmukaisuudella, ei-teollisten lannoitteiden käytöllä ja eläinten olosuhteissa, vielä enemmän kuin vuonna 2015. Aiempaa harvemmin mainittiin kallis hinta (7 % nyt ja 17 % vuonna 2015).
- Puhtaus, torjunta-aineettomuus ja lisääaineettomuus sekä hyvä maku ja terveellisyys korostuvat kysyttäessä luomun tärkeimpiä ostoperusteita (avoin kysymys). Monta kertaa viikossa luomua käyttävillä korostuvat maku, terveellisyys ja eläinten hyvinvointi, puhtauden ja torjunta-aineettomuuden ohella.
 - Vuoteen 2015 verrattuna vahvistui koko väestön keskuudessa terveellisyys ja eläinten hyvinvointi. Aktiivikäyttäjillä korostui näiden lisäksi myös laatu, puhtaus, lisääaineettomuus ja torjunta-aineettomuus.

Luomun imago ja liitettävät mielikuvat (kuvat 55-61)

- Luomun imagossa korostuu terveellisyys ja vastuullisuus. Entistä harvemmin luomu nähdään pienimuotoisena toimintana.
- Lapsille sopivuus, eläinten ja ympäristön hyvinvointi liitetään yleisimmin luomuun väittämin mitattuna.

Suhtautuminen luomuvaihtoehdon tarjoamiseen joukkoruokailussa (kuvat 62-64)

- Useampi kuin joka toinen ja aiempaa useampi pitää luomuruuan tarjoamista tärkeänä päiväkodeissa, kouluissa ja työpaikoilla. Samalla "ei-tärkeänä" -pitävien osuus on vähentynyt.
- Vastaavaa muutosta ei ole tapahtunut suhtautumisessa luomuvaihtoehdon tarjoamista ravintolassa ei pidetä niin tärkeänä.

Suhtautuminen luomumaidon D-vitamiinointiin (kuvat 65-68)

- Luomumaidon D-vitamiinointi vakauttaa maidon käyttöä, sillä käyttäjiä on aiempaa enemmän. Erityisesti luomun säännölliset käyttäjät arvioivat D-vitamiinoinnin lisäävän luomumaidon käyttöä.
-

Tiivistelmä 3/3

Luomutuotteiden ostaminen, ostoaiomukset ja valikoimatoiveet (kuvat 69-83)

- Kananmunia, vihanneksia ja juureksia sekä maitoa ja maitotaloustuotteita ostetaan yleisimmin luomuna. Ne, sekä liha- ja lihavalmistet että hedelmät ovat halutuimpia tuotteita jatkossa.
- Luomun aktiivikuluttajat haluavat lisätä eniten maidon- ja maitotaloustuotteiden, kasviksien ja hedelmien käyttöä luomuna.
- Luomuvalikoimien laajentamista kaivataan varsinkin lihan osalta, seuraavaksi eniten leivän ja hedelmien.

Luomuvalikoiman muutos viime vuosina ja ostopaikat (kuvat 84-90)

- Luomuvalikoimien koetaan kasvaneen. Kolmannes kaikista aktiivikäyttäjistä ja yli 40 % useamman kerran viikossa luomua käyttävistä on havainnut valikoiman kasvaneen merkittävästi.
- Lähes yhdeksän kymmenestä ostaa luomutuotteita päivittäistavarakaupasta. Aktiivikuluttajat tekevät luomuostoksia myös erikoiskaupoissa, toreilla ja suoraan maatiloilla. Ruokapiirien ja verkkokaupan osuus luomun ostopaikkoina on yhä vähäinen.

Luomuun liittyvä tieto ja tietolähteet, askarruttavat asiat (kuvat 91-100)

- Luomuun liittyvää tietoa ilmoitti etsineensä joka viides ja aktiivikäyttäjistä reilu kolmannes. Tietoa on etsitty pääasiassa internetistä, mutta aiempaa selvästi useammin kaupasta. Nuoret ja iäkkäät miehet ovat aktiivisimpia tiedon hakijoita.
- Avoimena kysyttiin askarruttavia asioita: ne liittyivät ympäristöhaittoihin, luomun sisältöön ja luottamukseen ja tuottajien elinkeinon harjoittamiseen

Luomun menekkiä edistävät asiat (kuvat 101-104)

- Lähes kaksi kolmesta ostaisi enemmän luomuelintarvikkeita, jos niiden hinta olisi halvempi. Hinta mainitaan kuitenkin hieman aiempaa harvemmin. Entistä enemmän haluttaisiin varmistua luomutuottajien saaman hinnan oikeudenmukaisuudesta ja luomun eroista tavanomaiseen verrattuna. Luomun aktiivikäyttäjät painottavat valikoimien laajentamista sekä tietoa tarjolla olevista luomutuotteista.

2

Tutkimuksen tavoite, toteutus ja tutkimusaineisto

Tutkimuksen tavoite

Tämän tutkimuksen on toteuttanut Kantar TNS syyskuussa 2017 Pro Luomu ry:n toimeksiannosta. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää kuinka tuttuja asioita luomuruokaan liittyvät asiat ovat kuluttajille, asenteita luomua kohtaan sekä luomuelintarvikkeiden käyttöä. Tutkimus on seuranta vuosina 2010, 2012, 2013 ja 2015 toteutetuille vastaaville tutkimuksille.

Tutkimuksen aihepiirejä ovat:

- Luomuelintarvikkeiden ostouseus ja käyttäjäprofiilit
- Muutokset omassa luomutuotteiden käytössä ja käyttöaiheet
- Luomun, lähiruuan, ruuan alkuperän ja Reilun kaupan tuotteiden kiinnostavuus
- Vastuullisuuteen liittyvien ominaisuuksien tärkeys
- Luomun merkityksen ymmärtäminen ja luomutietous
- Mielikuva luomun ja tavanomaisten elintarvikkeiden eroista
- Syyt ostaa luomuelintarvikkeita
- Luomuruuan imago ja luomuun liitettävät mielikuvat
- Suhtautuminen luomuvaihtoehtojen tarjoamiseen joukkoruokailussa
- Suhtautuminen luomumaidon D-vitamiinointiin
- Luomuelintarvikkeiden ostaminen ja ostoaikeet
- Luomuvalikoimatoiveet
- Luomuelintarvikkeiden ostopaikat, kuva valikoimien kehityksestä
- Luomutieto ja tietolähteet, askarruttavat asiat
- Luomun menekkiä edistäviä asioita

Tutkimuksen toteutus

- Kysymykset esitettiin vastaajille GallupForumilla syyskuussa 2017.
- Tutkimusaineisto edustaa Suomen 18-68 -vuotiasta väestörakennetta iän, sukupuolen ja asuinalueen mukaan.
- GallupForum muodostuu tällä hetkellä noin 40 000 suomalaisesta jäsenestä, jotka edustavat Suomen 18-69-vuotiasta väestöä. Vastaajat vastaavat tutkimuslomakkeisiin internetin kautta omalla tietokoneellaan.
- GallupForumien jäsenet vastaavat tutkimuksiin keskimäärin kaksi kertaa kuukaudessa. TNS Gallup Oy on rekrytoinut vastaajat erillisillä rekrytointilomakkeilla muiden tutkimusten yhteydessä tai erillisellä rekrytointitutkimuksella.

Tutkimusaineiston rakenne

Gallup Forum 18-68 -vuotiaat		
	N=kpl	%
Kaikki	1004	100
Naiset	498	50
Miehet	506	50
18-29 vuotta	213	21
30-39 vuotta	173	17
40-49 vuotta	221	22
50-59 vuotta	176	18
60-67 vuotta	221	22
Perusaste	81	8
Alempi keskiaste	226	23
Ylempi keskiaste	292	29
Korkea-aste	406	40
Pääkaupunkiseutu	220	22
Muut yliopistokaupungit	297	29
Muut kaupungit	258	26
Maaseutu	230	23

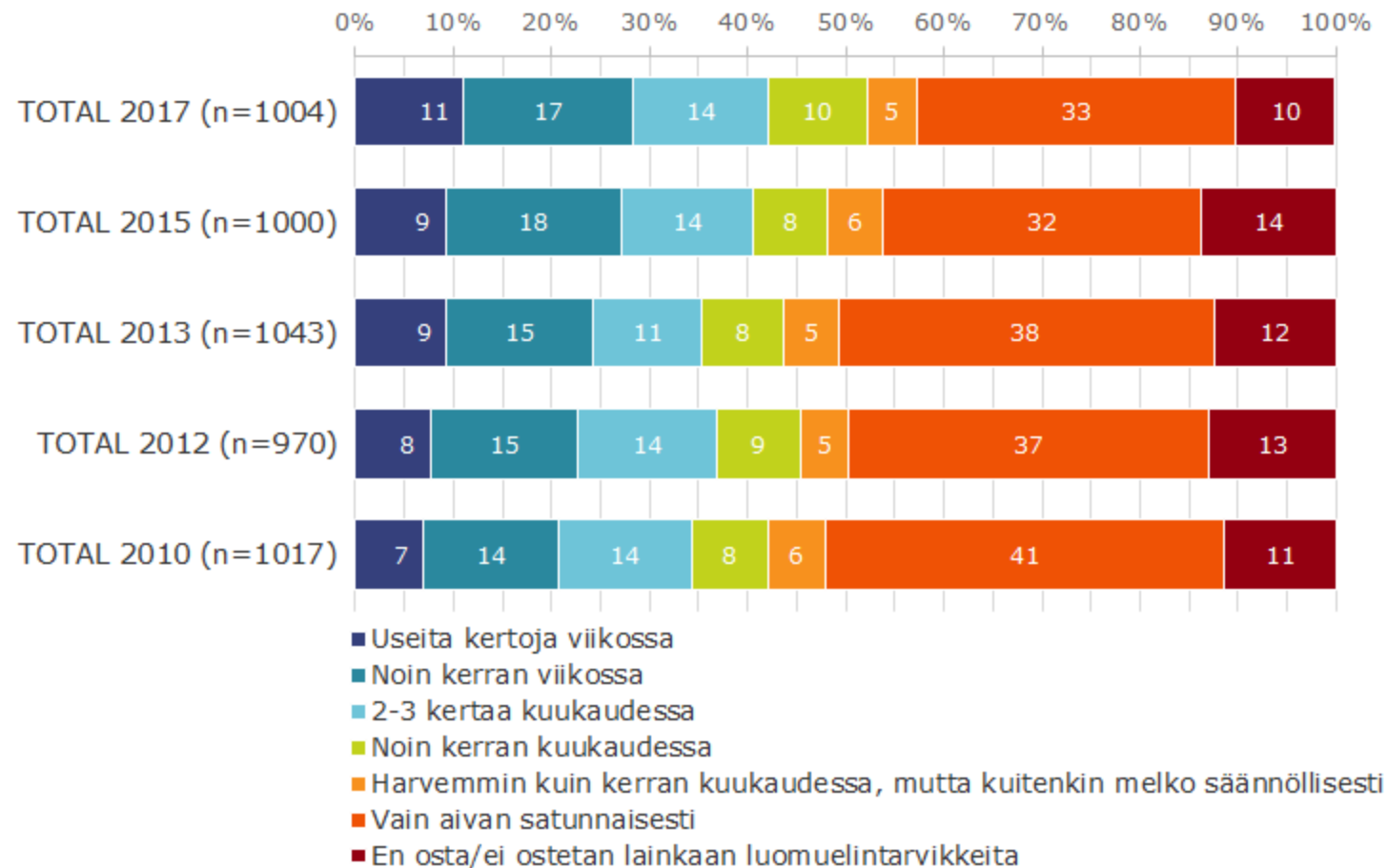
3

Luomuelintarvikkeiden ostouseus ja käyttäjäprofiilit

Luomuelintarvikkeiden ostouseus

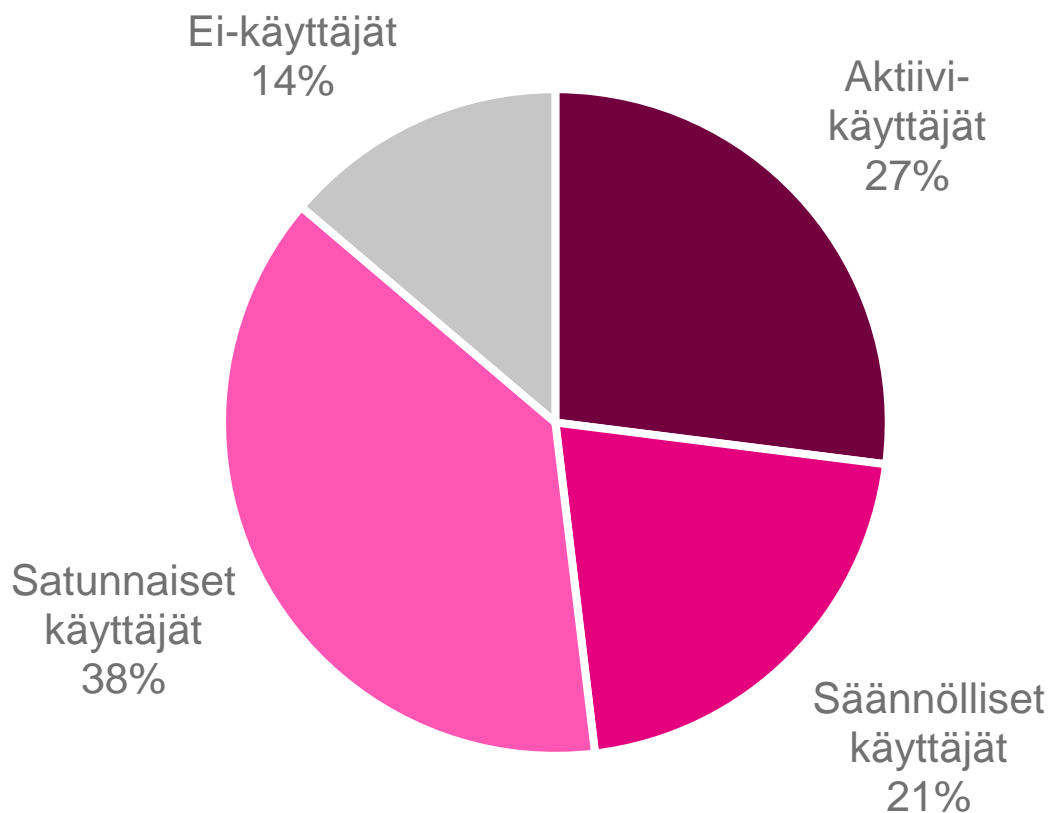
Kuinka usein ostat/talouteesi ostetaan luomuelintarvikkeita?

TOTAL 2017 (n=1004)

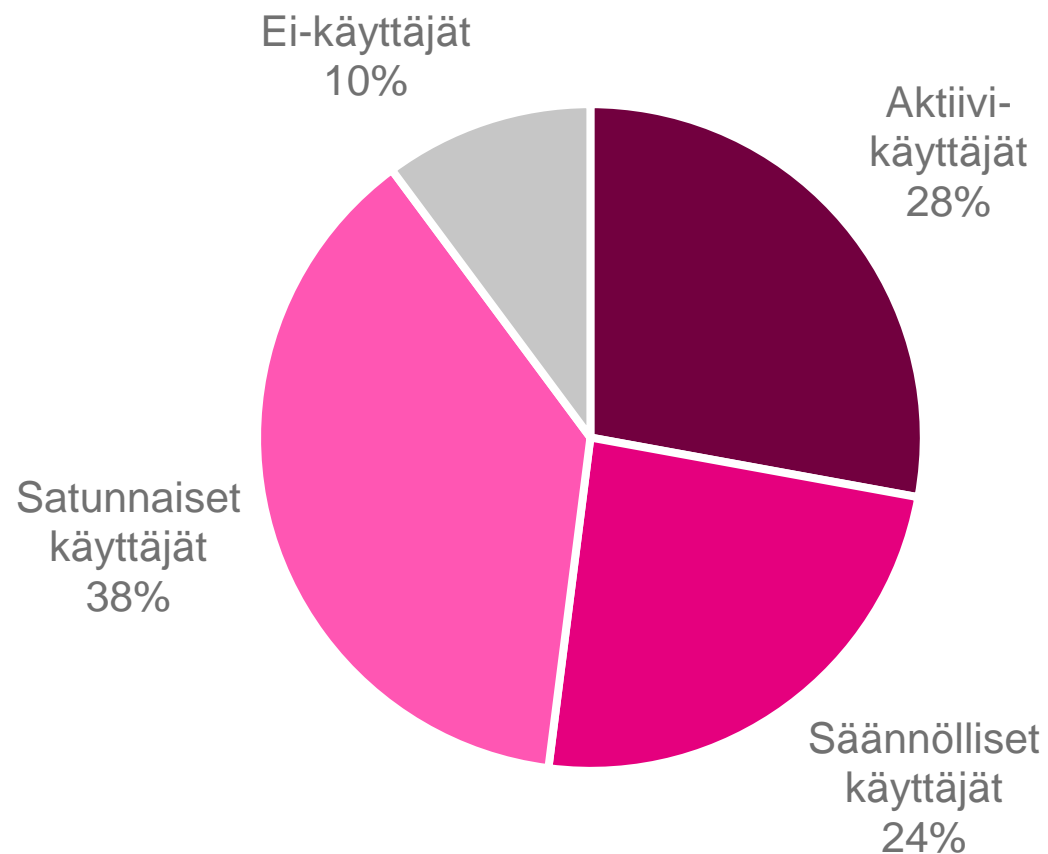


Luomutuotteiden käyttö

2015



2017



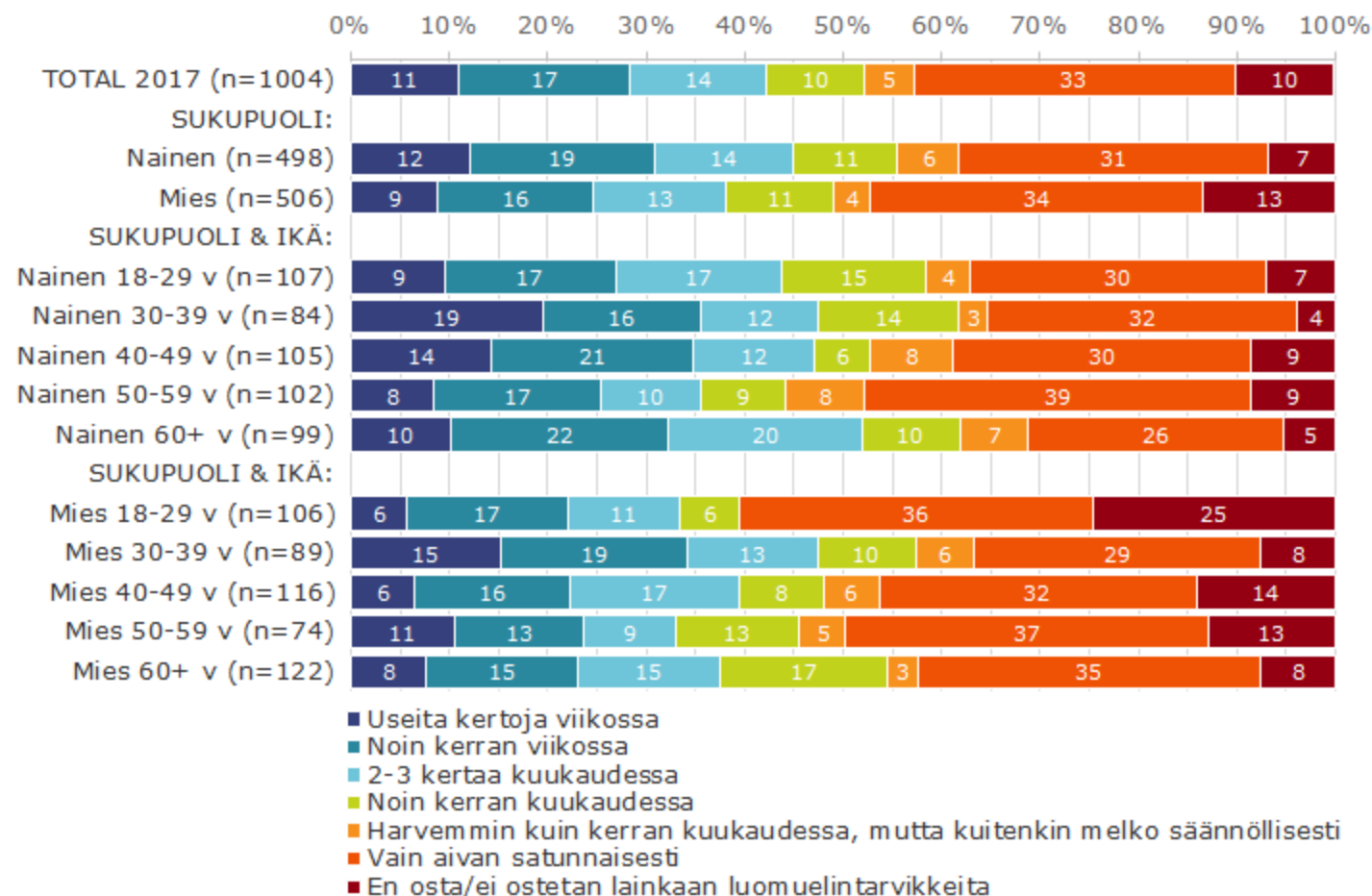
Aktiivikäyttäjät = käyttää vähintään viikoittain, Säännölliset käyttäjät = käyttää kuukausittain

Luomuelintarvikkeiden ostouseus

Kuinka usein ostat/talouteesi ostetaan luomuelintarvikkeita?

TOTAL 2017 (n=1004)

(1/2)

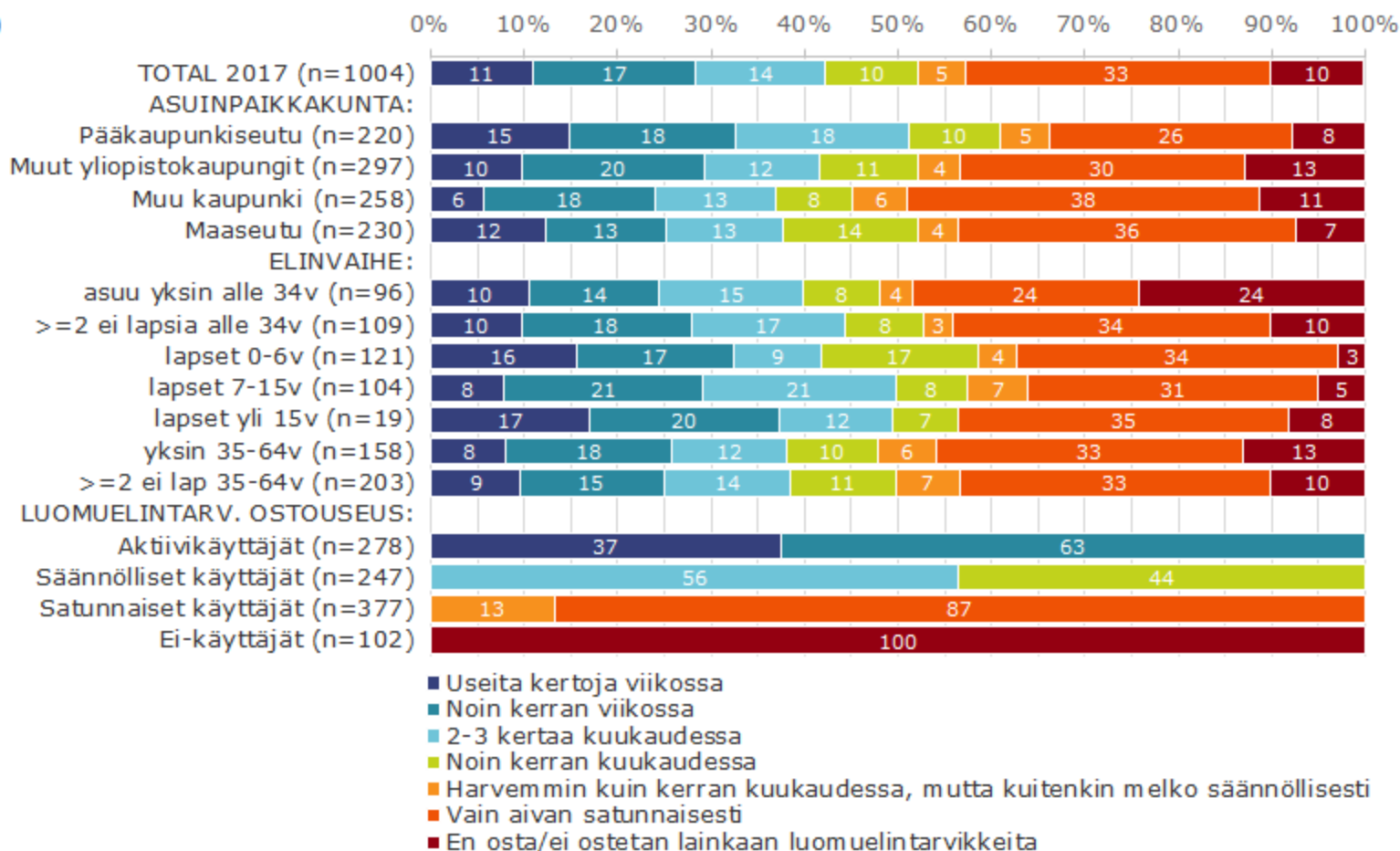


Luomuelintarvikkeiden ostouseus

Kuinka usein ostat/talouteesi ostetaan luomuelintarvikkeita?

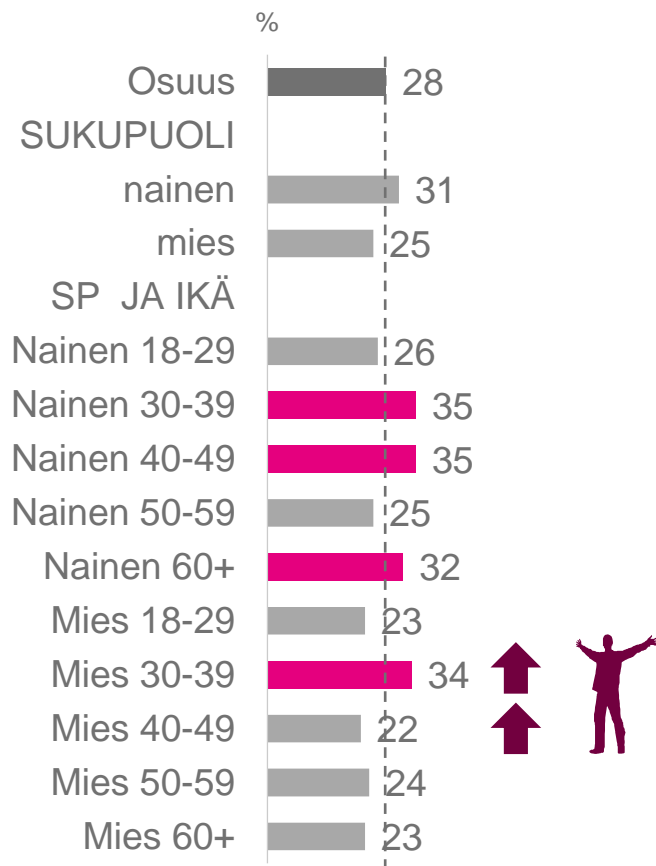
TOTAL 2017 (n=1004)

(2/2)

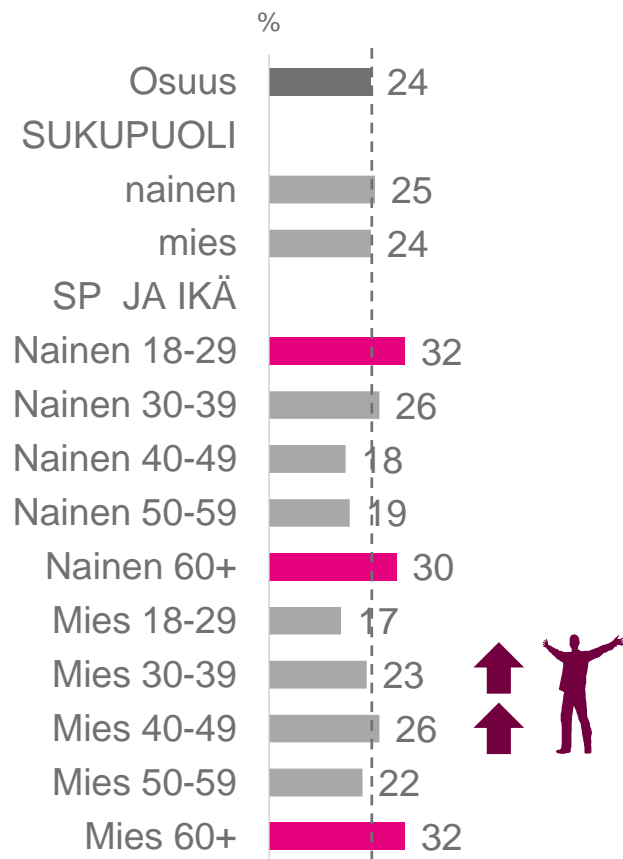


Käyttäjäprofiilit

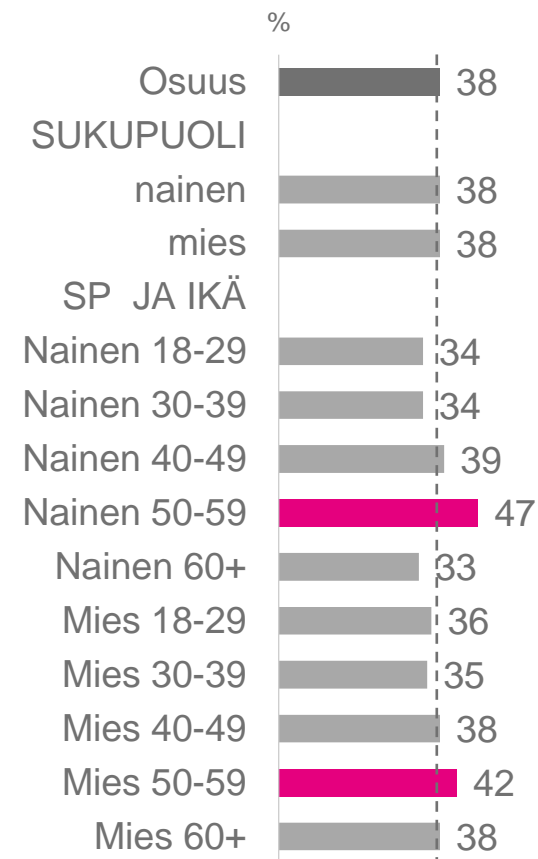
Aktiivikäyttäjät



Säännölliset käyttäjät



Satunnaiset käyttäjät

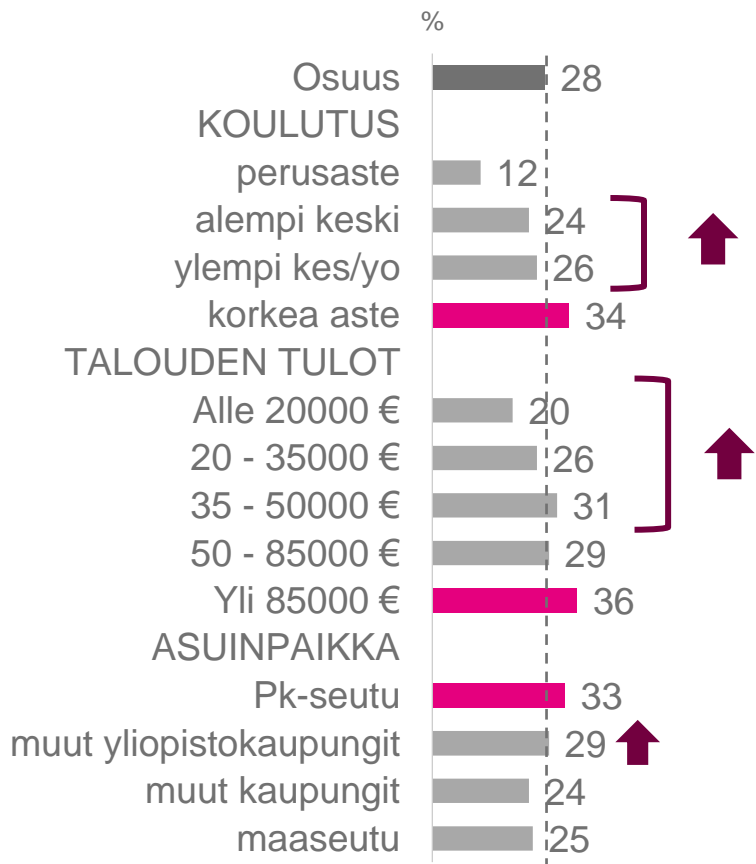


■ Korostuu väestöön nähden

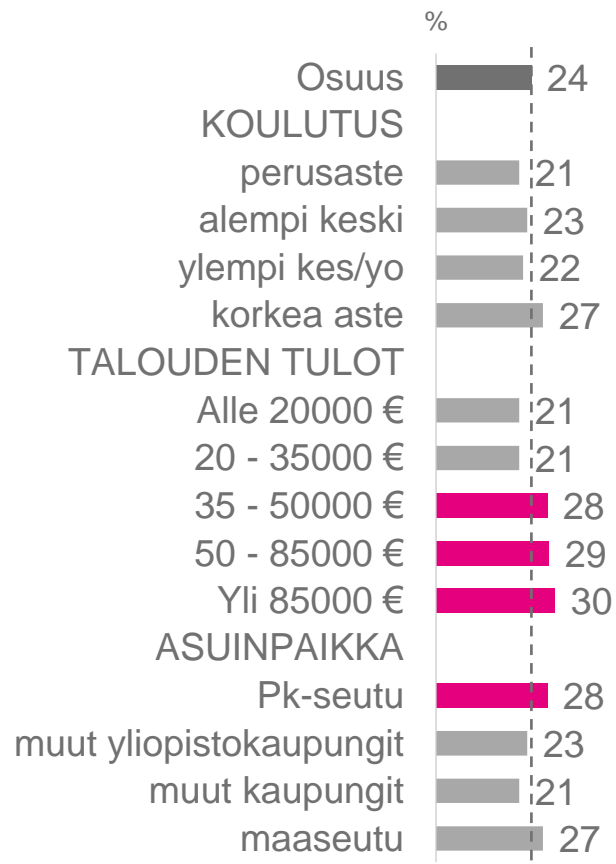
↑ Osuus käyttäjistä kasvanut

Käyttäjäprofiilit

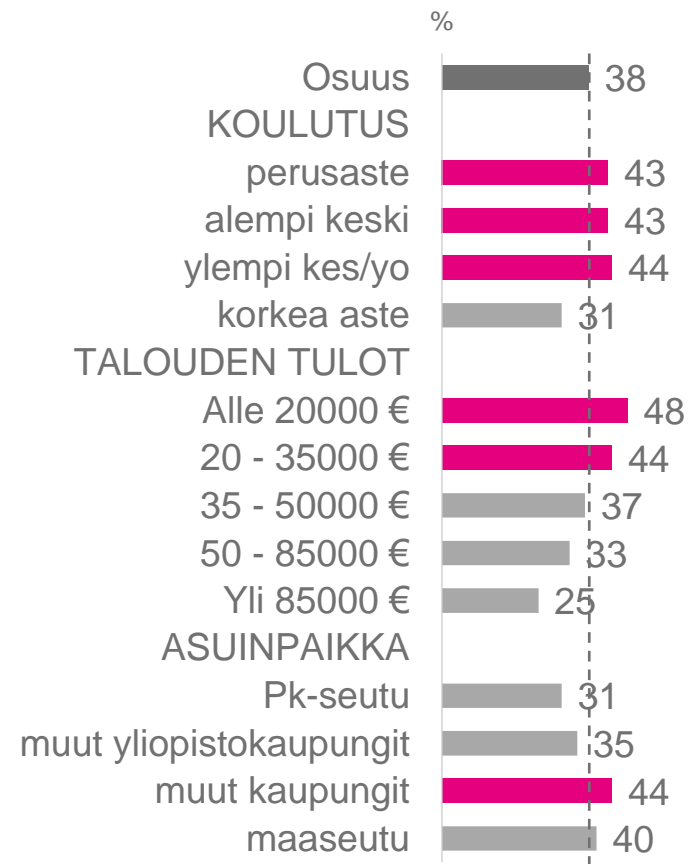
Aktiivikäyttäjät



Säännölliset käyttäjät



Satunnaiset käyttäjät



TNS Mind – luomun aktiivikäyttäjät kuluttajina

Vastuullisuus

Terveellisyys

Hyvinvointi

Yksilöllisyys

Laatu ennen hintaa

Uutuudet

Innovatiiviset brändit

Design & muotoilu

Visuaalisuus

Elämyksellisyys

Digitaalisuus

TNS Mind – luomun aktiivikäyttäjät ja ruoka

Ruoka nautintona

Yhdessäolo

Itse tehden

Harrastus

Kiireen tunne

*Ei aina aikaa –
kätevät ja helpot
ratkaisut*

Kokeilee uutta

*Tuunaa reseptejä
Laatu, alkuperä,
kotimaisuus*

TNS Mind – luomun aktiivikäyttäjät ruokavaikuttajina

*Keskimääräistä
useampi on ruuan
edelläkävijäkuluttaja*

*Seuraavat aktiivisesti
kaupan valikoimaa,
ruuan verkkokauppa
kiinnostaa*

***Keskustelevat** usein
ruuasta ja
vaikuttavat muihin
kuluttajiin*

4

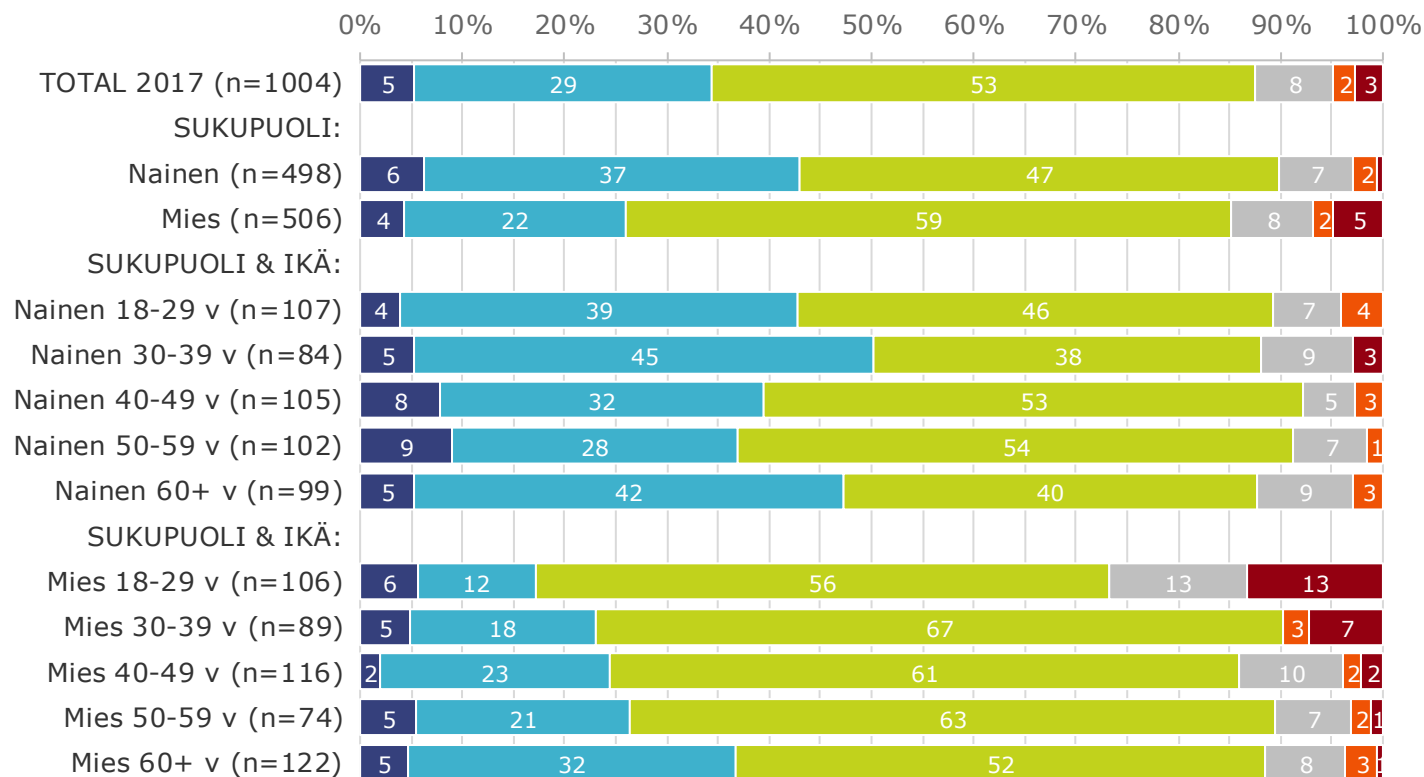
Luomun käytön muutos

Luomuelintarvikkeiden käytön muutos

Miten arvioit luomuelintarvikkeiden käytön muuttuneen viimeisen vuoden aikana?

TOTAL 2017 (n=1004)

(1/2)



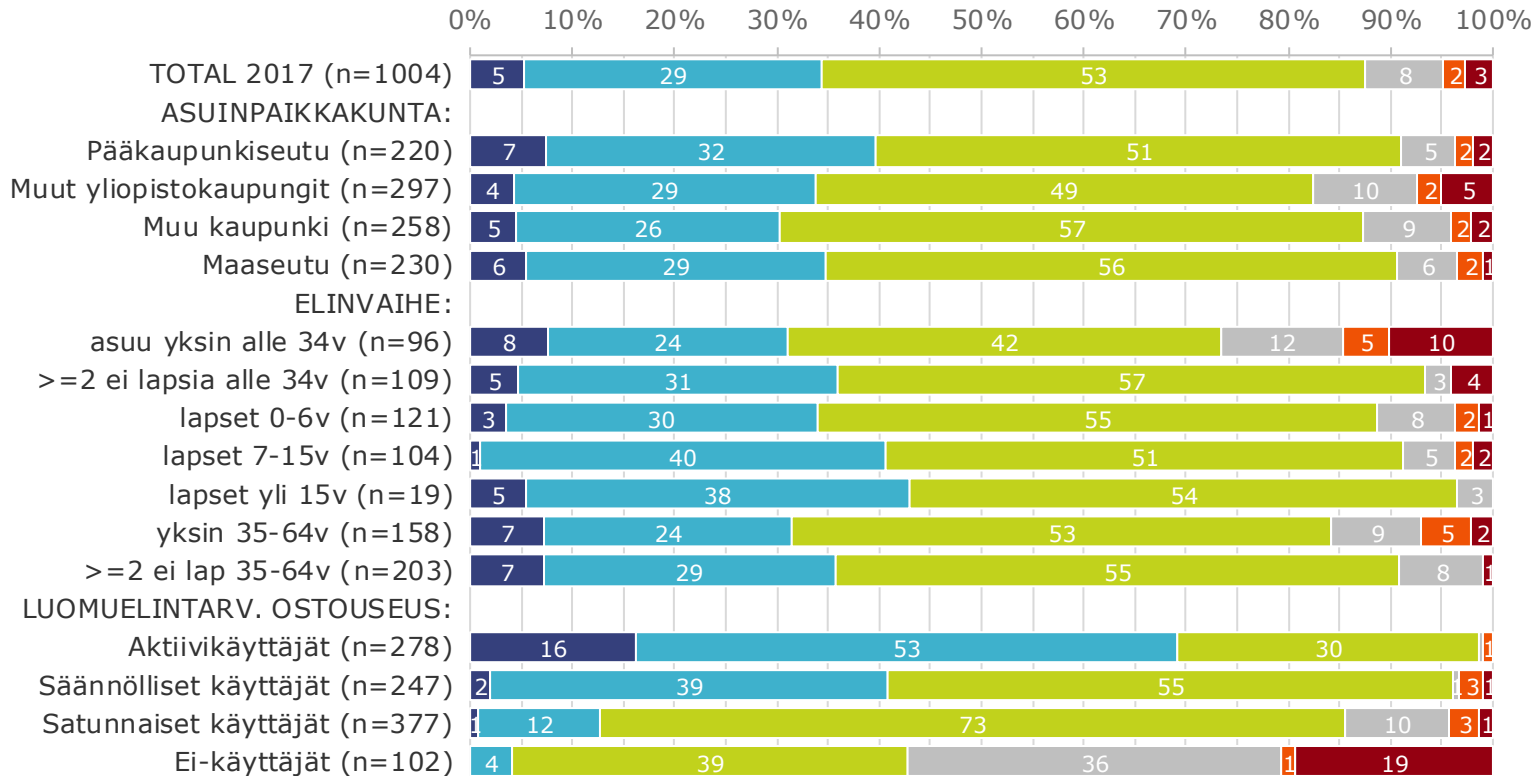
- Olen lisännyt huomattavasti
- Olen lisännyt jonkin verran
- Käyttö ennallaan
- En osaa sanoa
- Vähentänyt hieman
- Vähentänyt huomattavasti

Luomuelintarvikkeiden käytön muutos

Miten arvioit luomuelintarvikkeiden käytön muuttuneen viimeisen vuoden aikana?

TOTAL 2017 (n=1004)

(2/2)



■ Olen lisännyt huomattavasti
 ■ Olen lisännyt jonkin verran
 ■ Käyttö ennallaan
■ En osaa sanoa
 ■ Vähentänyt hieman
 ■ Vähentänyt huomattavasti

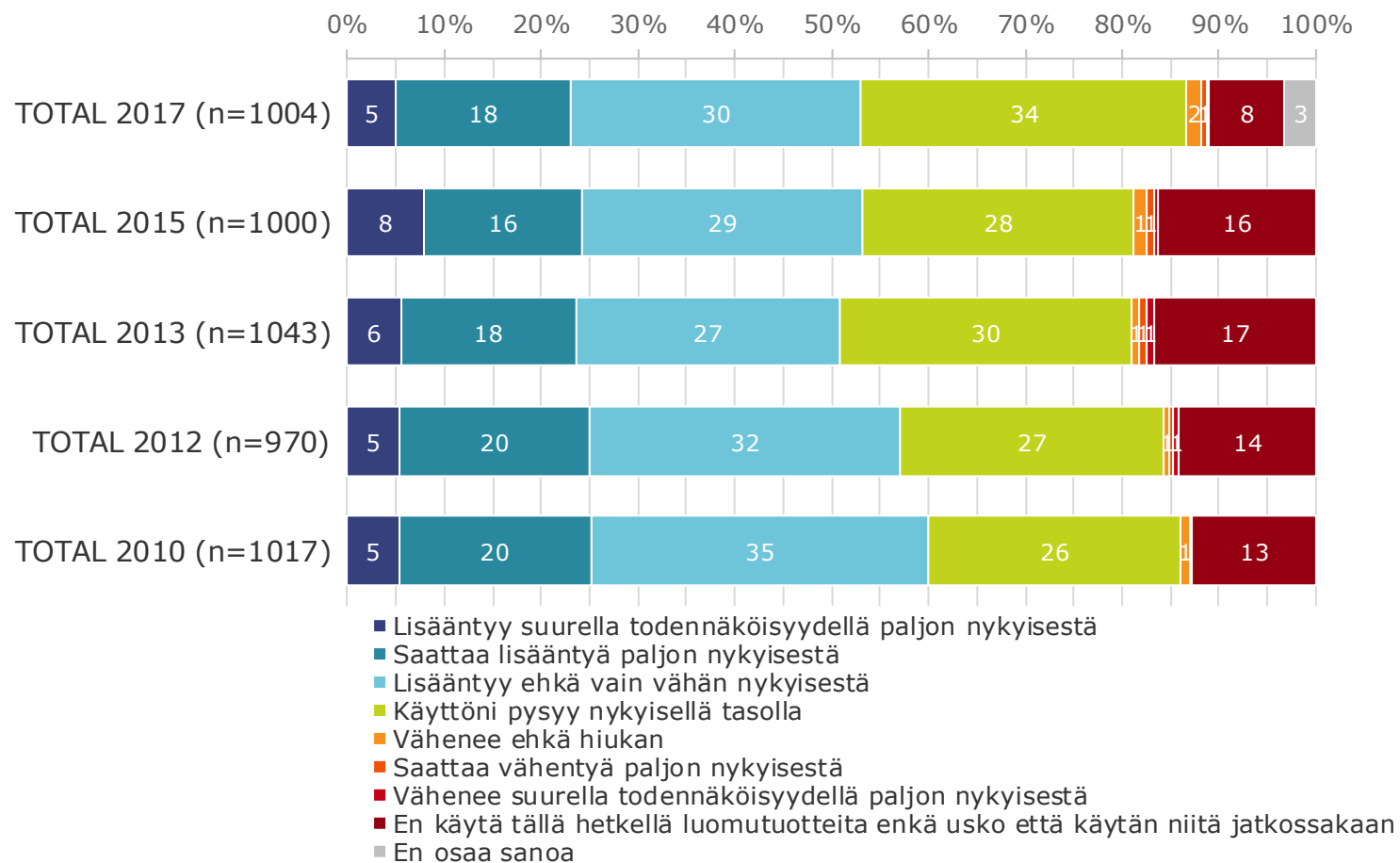
5

Luomun käyttöaiheet

Muutokset omassa luomuelintarvikkeiden käytössä

Miten uskot oman luomuelintarvikkeiden käyttösi kehittyvän seuraavan kahden vuoden aikana?

TOTAL 2017 (n=1004)

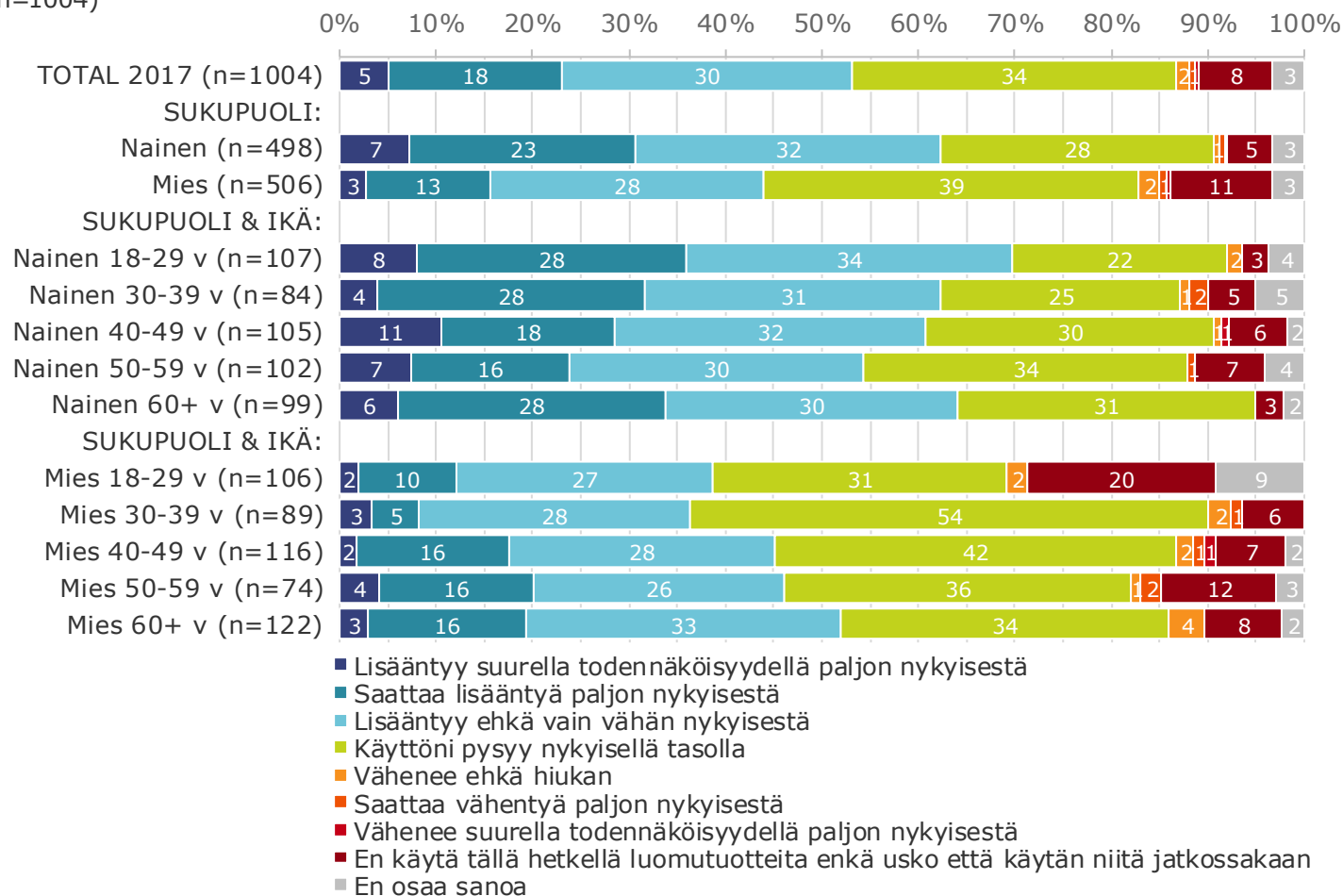


Muutokset omassa luomuelintarvikkeiden käytössä

Miten uskot oman luomuelintarvikkeiden käyttösi kehittyvän seuraavan kahden vuoden aikana?

TOTAL 2017 (n=1004)

(1/2)

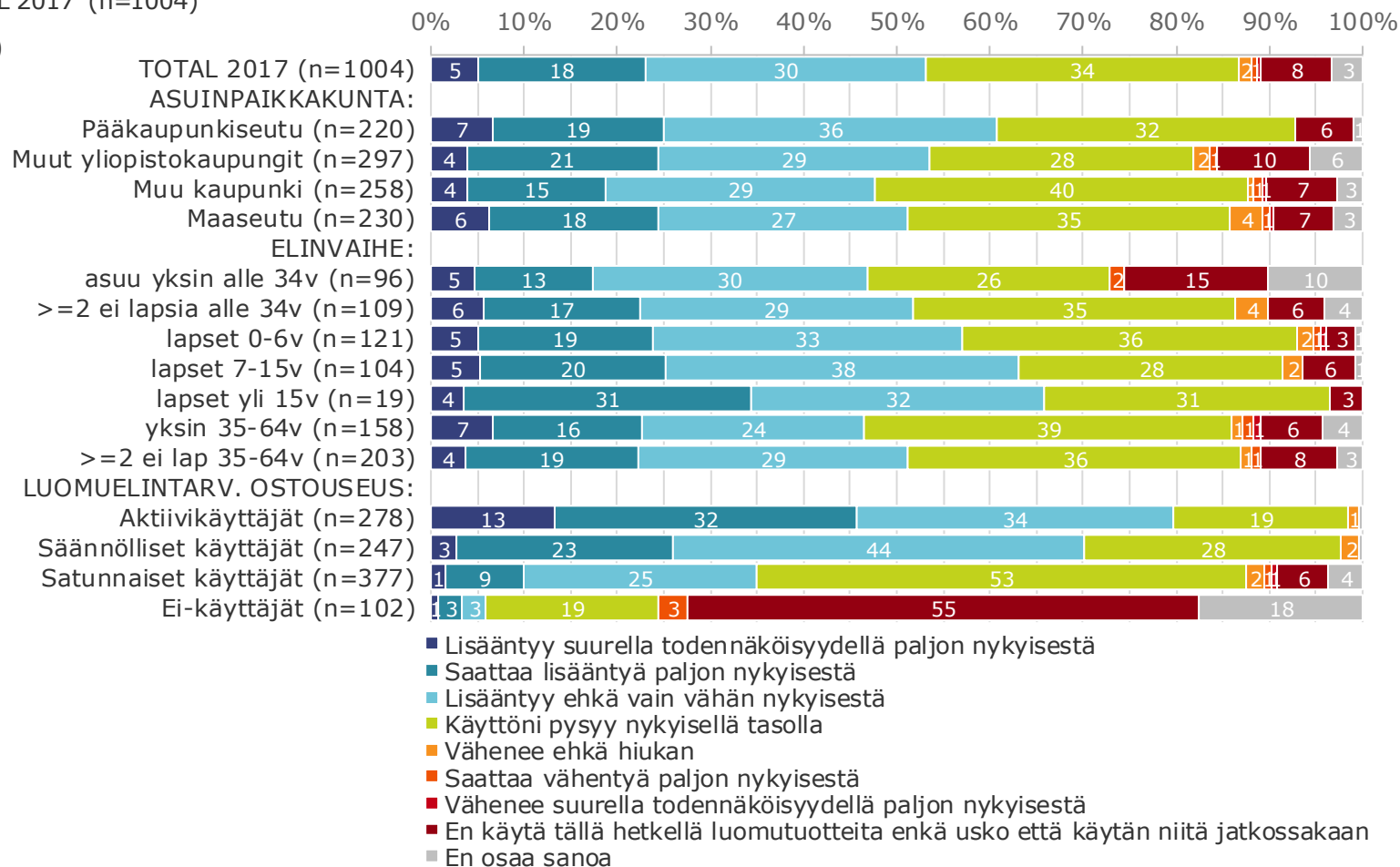


Muutokset omassa luomuelintarvikkeiden käytössä

Miten uskot oman luomuelintarvikkeiden käyttösi kehittyvän seuraavan kahden vuoden aikana?

TOTAL 2017 (n=1004)

(2/2)



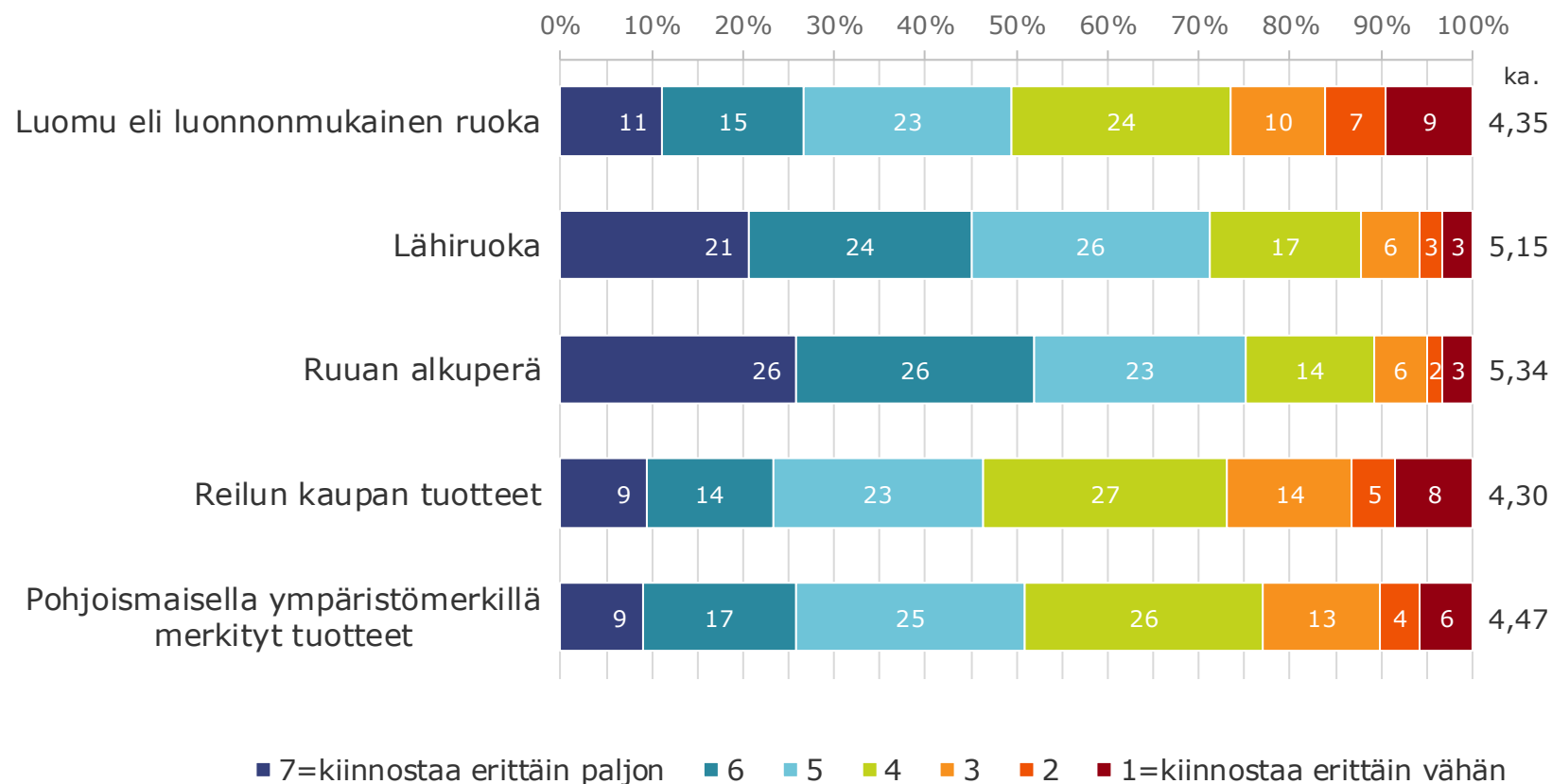
6

Kiinnostus alkuperää ilmaiseksiviin asioihin

Kiinnostus alkuperää ilmaiseviin asioihin

Kuinka paljon sinua kiinnostaa...?

TOTAL 2017 (n=1004)



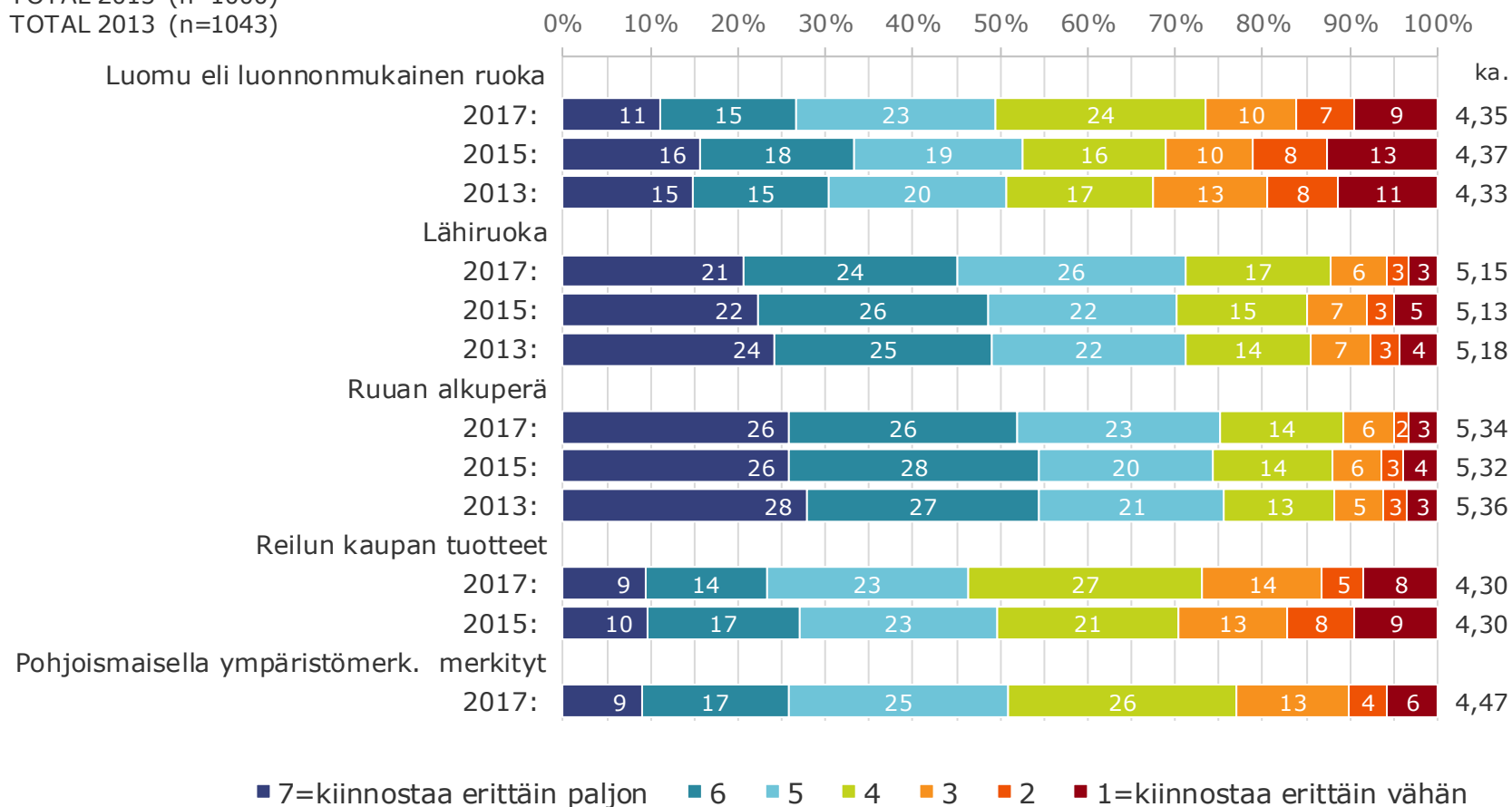
Kiinnostus alkuperää ilmaiseviin asioihin

Kuinka paljon sinua kiinnostaa...?

TOTAL 2017 (n=1004)

TOTAL 2015 (n=1000)

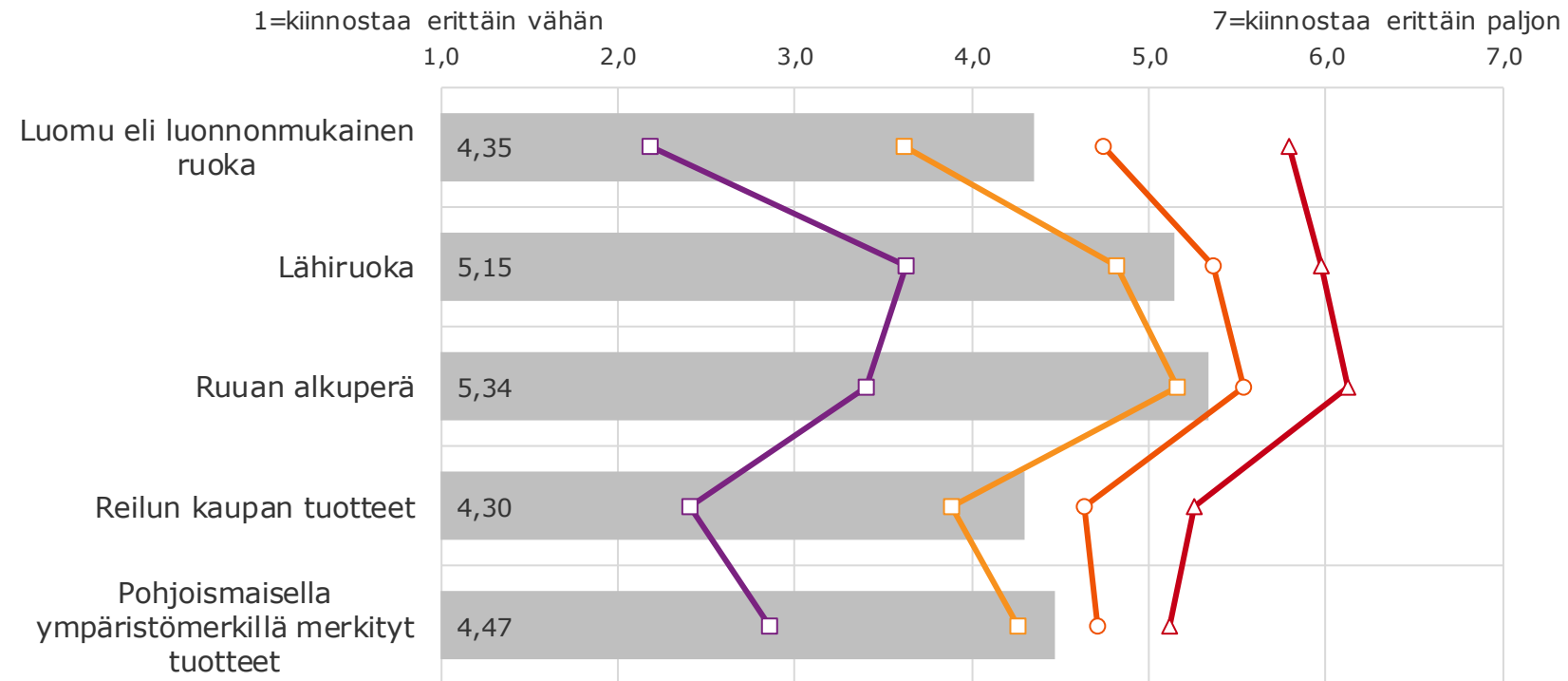
TOTAL 2013 (n=1043)



Kiinnostus alkuperää ilmaiseviin asioihin

Kuinka paljon sinua kiinnostaa...?

TOTAL 2017 (n=1004)



■ TOTAL 2017 (n=1004) □ Satunnaiset käyttäjät (n=377)
 ○ Säännölliset käyttäjät (n=247) ▲ Aktiivikäyttäjät (n=278)
 □ Ei-käyttäjät (n=102)

LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

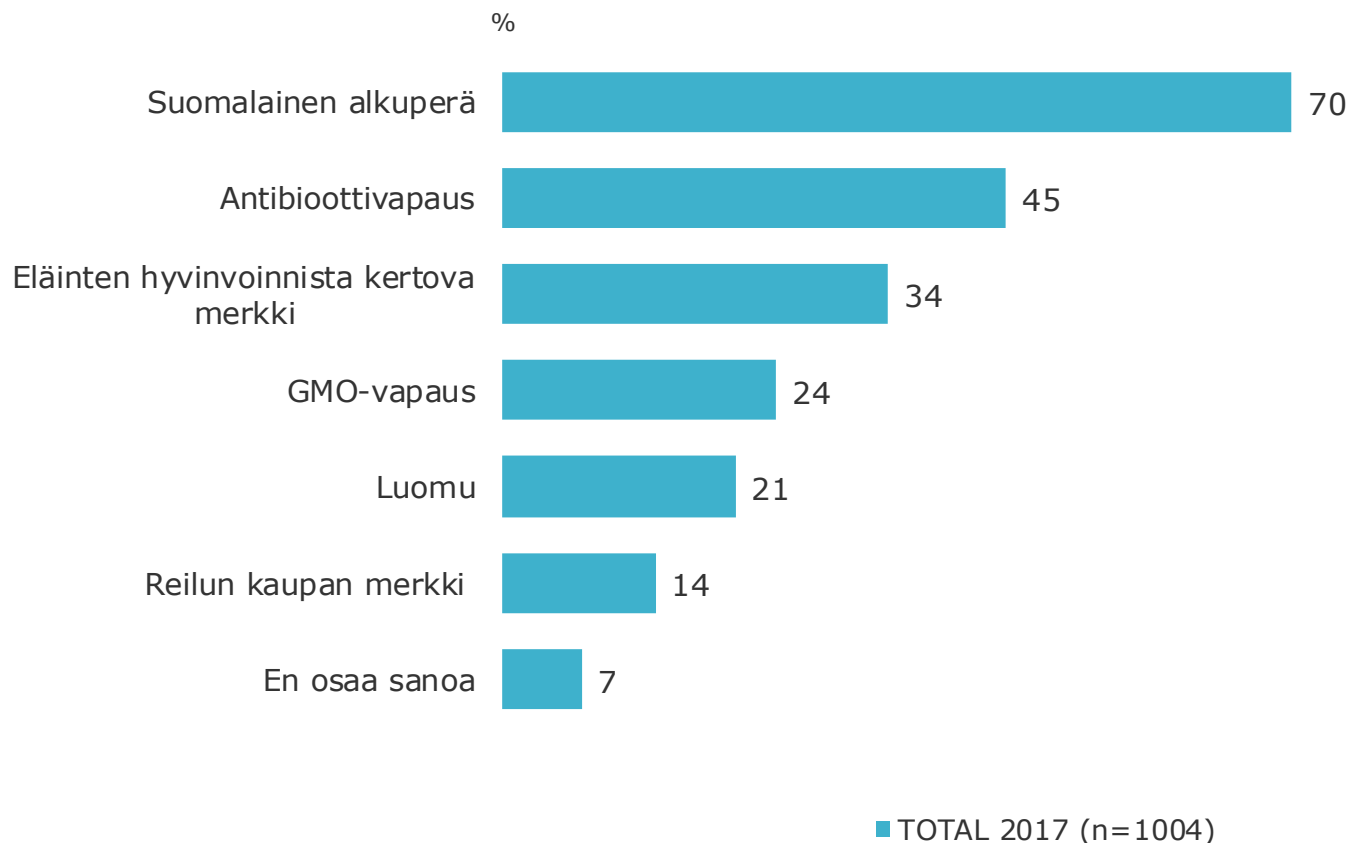
7

Vastuullisuuteen liittyvien ominaisuuksien tärkeys

Vastuullisuuden liittyvien ominaisuuksien tärkeys

Mitä seuraavista elintarvikkeen ominaisuuksista pidät tärkeimpinä? Merkitse mielestäsi kolme tärkeintä.

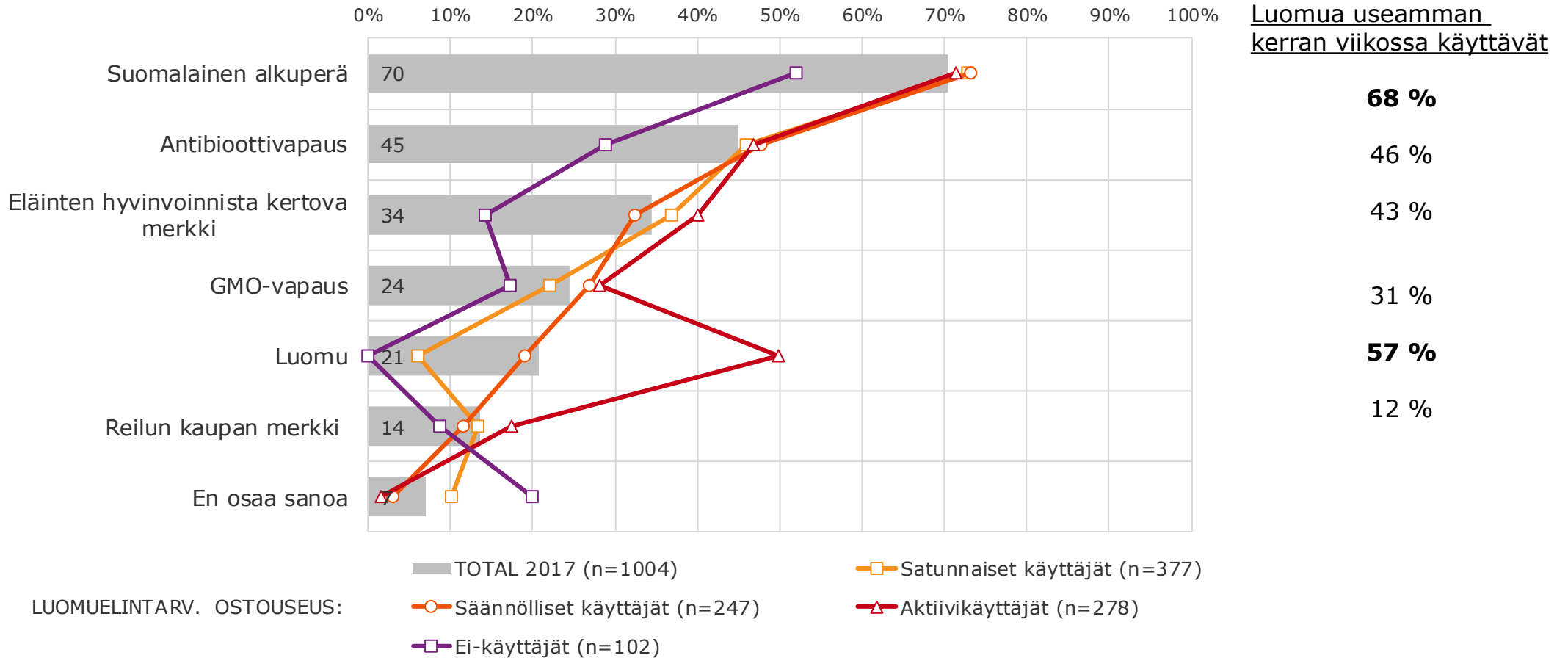
TOTAL 2017 (n=1004)



Vastuullisuuden liittyvien ominaisuuksien tärkeys

Mitä seuraavista elintarvikkeen ominaisuuksista pidät tärkeimpinä? Merkitse mielestäsi kolme tärkeintä.

TOTAL 2017 (n=1004)



LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

8

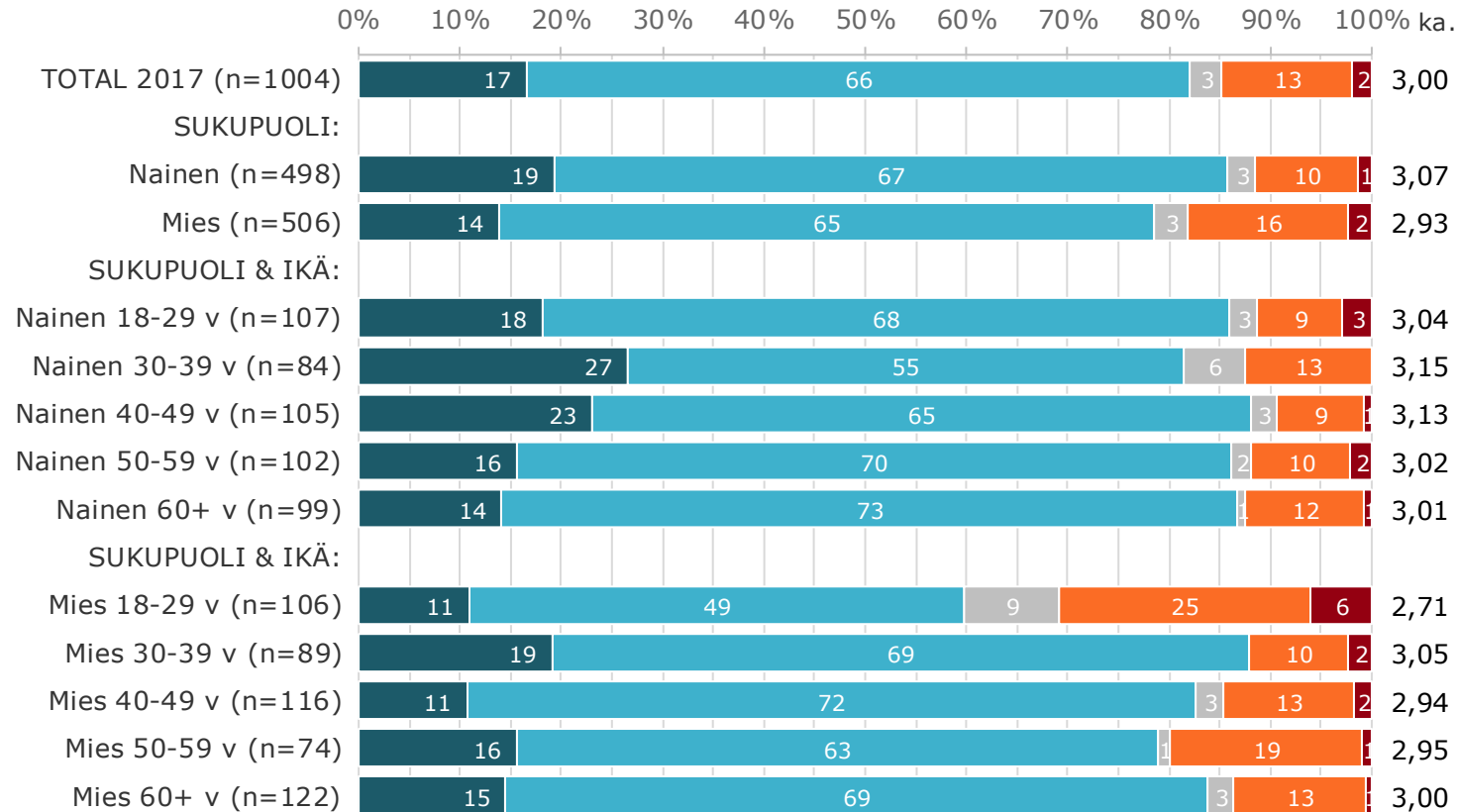
Luomun merkityksen ymmärtäminen ja luomutietous

Luomun merkityksen ymmärtäminen

Kuinka hyvin mielestäsi olet perillä siitä mitä Luomu tarkoittaa?

TOTAL 2017 (n=1004)

(1/2)



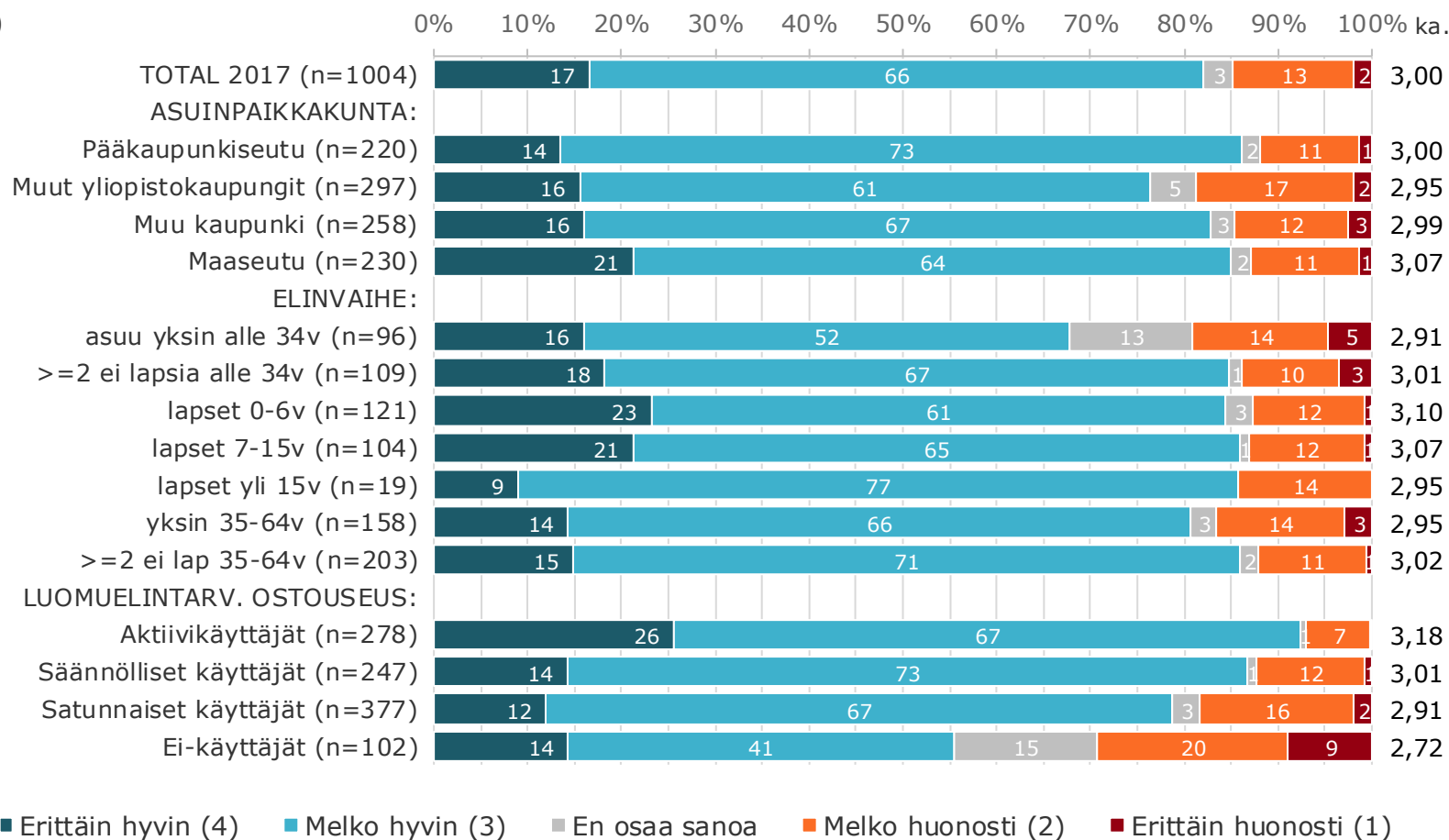
■ Erittäin hyvin (4) ■ Melko hyvin (3) ■ En osaa sanoa ■ Melko huonosti (2) ■ Erittäin huonosti (1)

Luomun merkityksen ymmärtäminen

Kuinka hyvin mielestäsi olet perillä siitä mitä Luomu tarkoittaa?

TOTAL 2017 (n=1004)

(2/2)



Luomutietous

Mitkä väittämät mielestäsi pitävät paikkaansa LUOMUtuotteiden osalta?

TOTAL 2017 (n=1004)

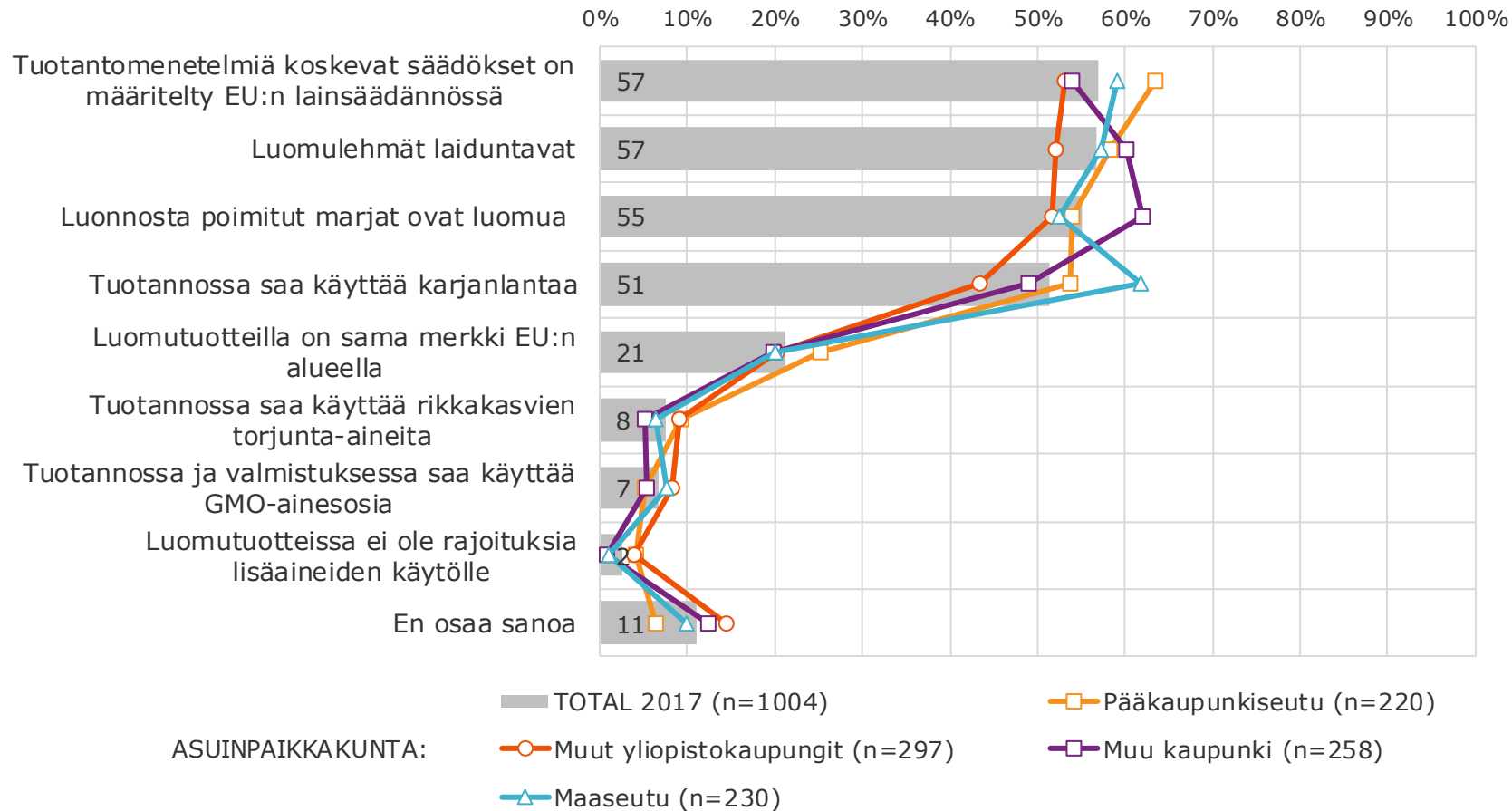


■ TOTAL 2017 (n=1004)

Luomutietous

Mitkä väittämät mielestäsi pitävät paikkaansa LUOMUtuotteiden osalta?

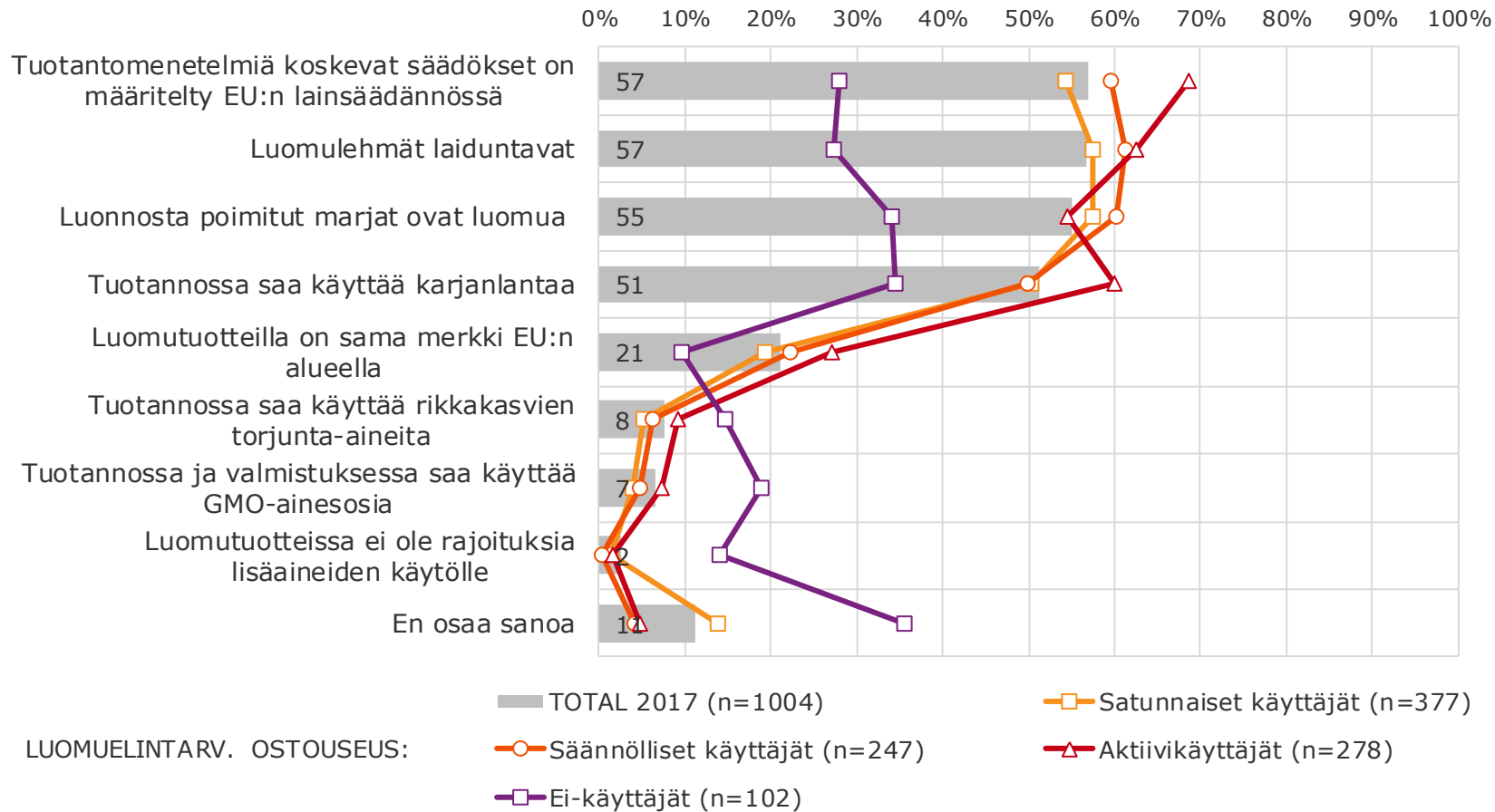
TOTAL 2017 (n=1004)



Luomutietous

Mitkä väittämät mielestäsi pitävät paikkaansa LUOMUtuotteiden osalta?

TOTAL 2017 (n=1004)



LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

Luomutietoisuus >< luomuväittämät

		Kuinka hyvin mielestäsi olet perillä siitä mitä Luomu tarkoittaa?				
		Erittäin hyvin	Melko hyvin	Melko huonosti	Erittäin huonosti	En osaa sanoa
	1004	166	659	130	19	31
Tuotannossa saa käyttää rikkakasvien torjunta-aineita	8	6	7	10	24	10
Tuotannossa ja valmistuksessa saa käyttää GMO-ainesosia	7	9	5	9	24	0
Tuotantomenetelmiä koskevat säädökset on määritelty EU:n lainsäädännössä	57	68	59	50	4	17
Luomutuotteilla on sama merkki EU:n alueella	21	29	22	12	19	5
Luomulehmät laiduntavat	57	58	63	38	19	20
Tuotannossa saa käyttää karjanlantaa	51	61	54	36	36	11
Luonnosta poimitut marjat ovat luomua	55	53	58	53	23	22
Luomutuotteissa ei ole rajoituksia lisäaineiden käytölle	2	1	1	5	30	4
En osaa sanoa	11	6	8	18	44	62

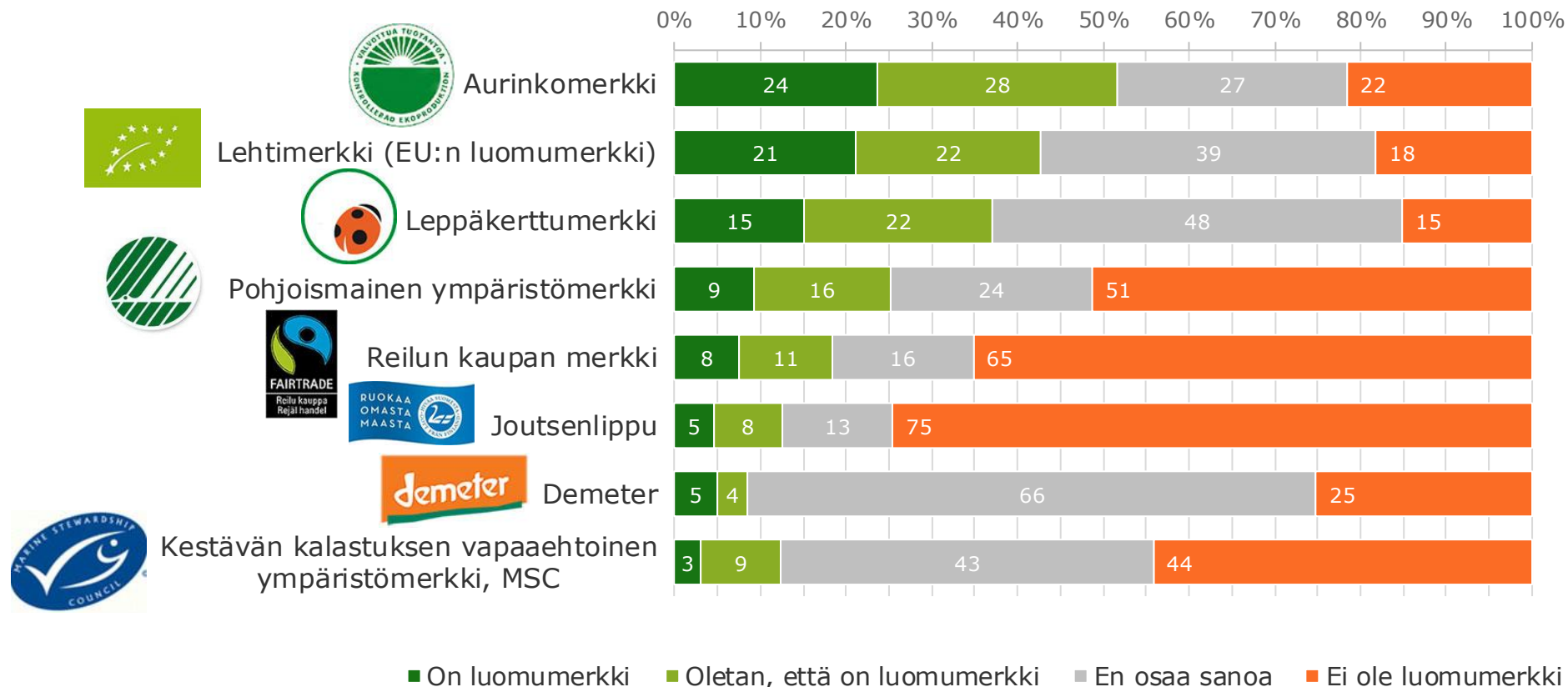
9

Luomumerkin tunteminen

Luomumerkin tunteminen

Mitkä seuraavista tiedät olevan luomutuotteiden merkkejä?

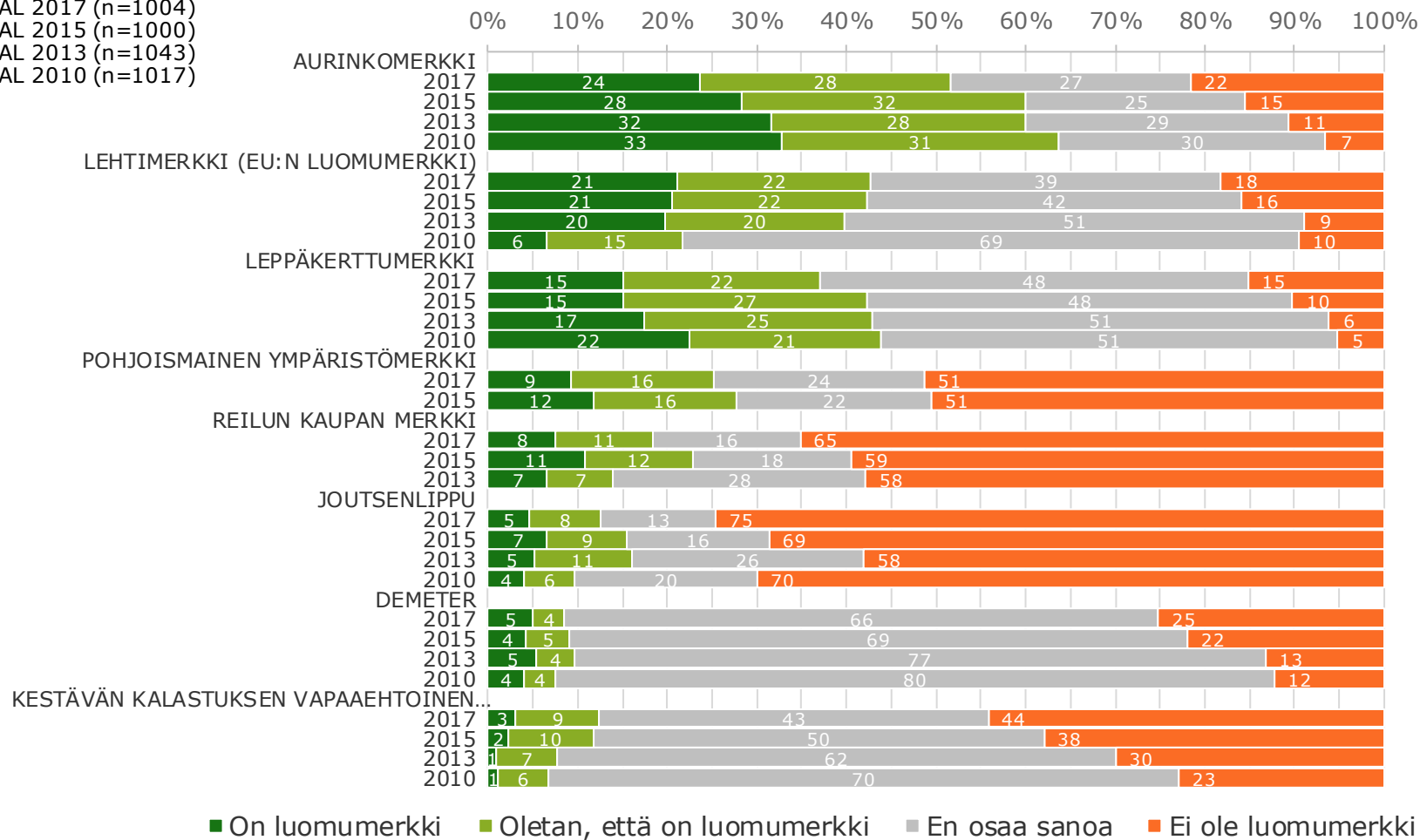
TOTAL 2017 (n=1004)



Luomumerkin tunteminen

Mitkä seuraavista tiedät olevan luomutuotteiden merkkejä?

TOTAL 2017 (n=1004)
 TOTAL 2015 (n=1000)
 TOTAL 2013 (n=1043)
 TOTAL 2010 (n=1017)



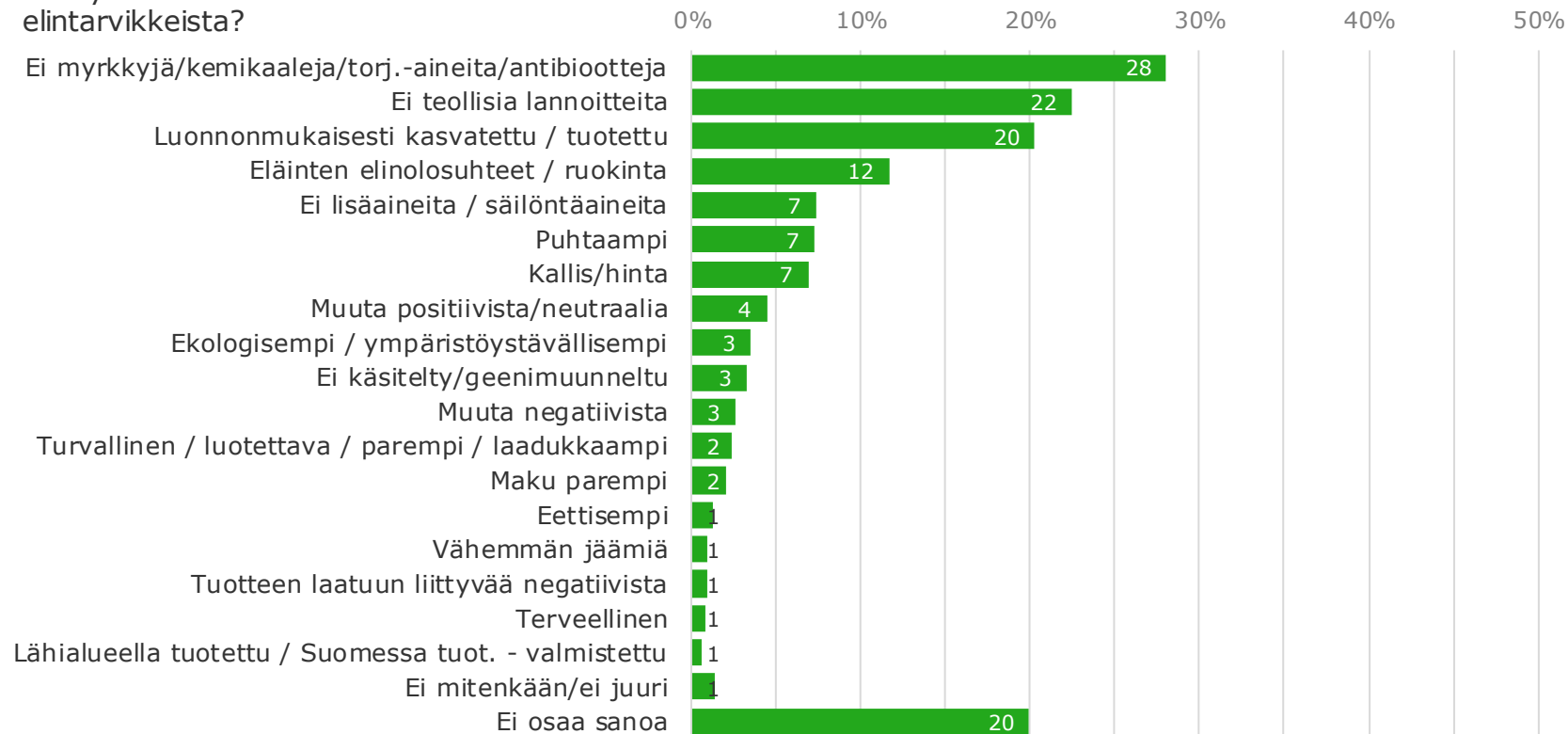
■ On luomumerkki ■ Oletan, että on luomumerkki ■ En osaa sanoa ■ Ei ole luomumerkki

10

Mielikuva luomun ja tavanomaisten elintarvikkeiden eroista

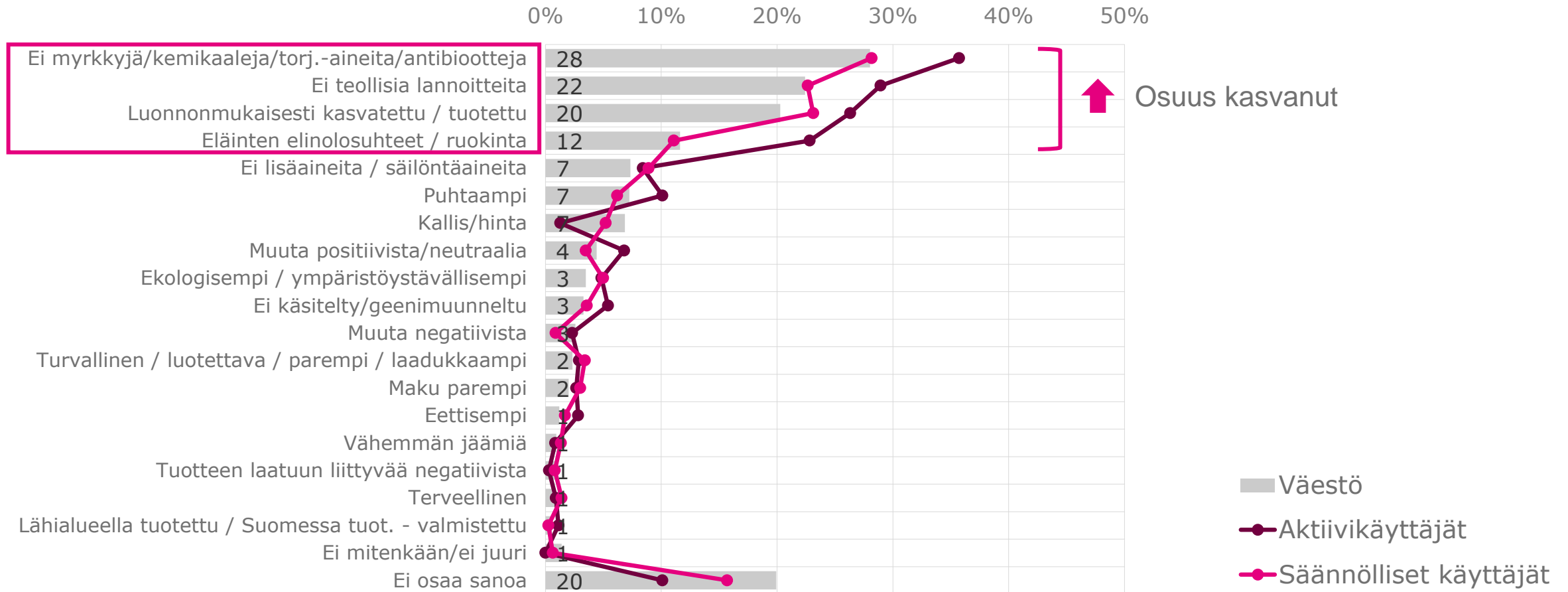
Mielikuva siitä, miten luomutuotteet eroavat muista elintarvikkeista

Miten luomutuotteet sinun käsityksesi mukaan eroavat muista elintarvikkeista?

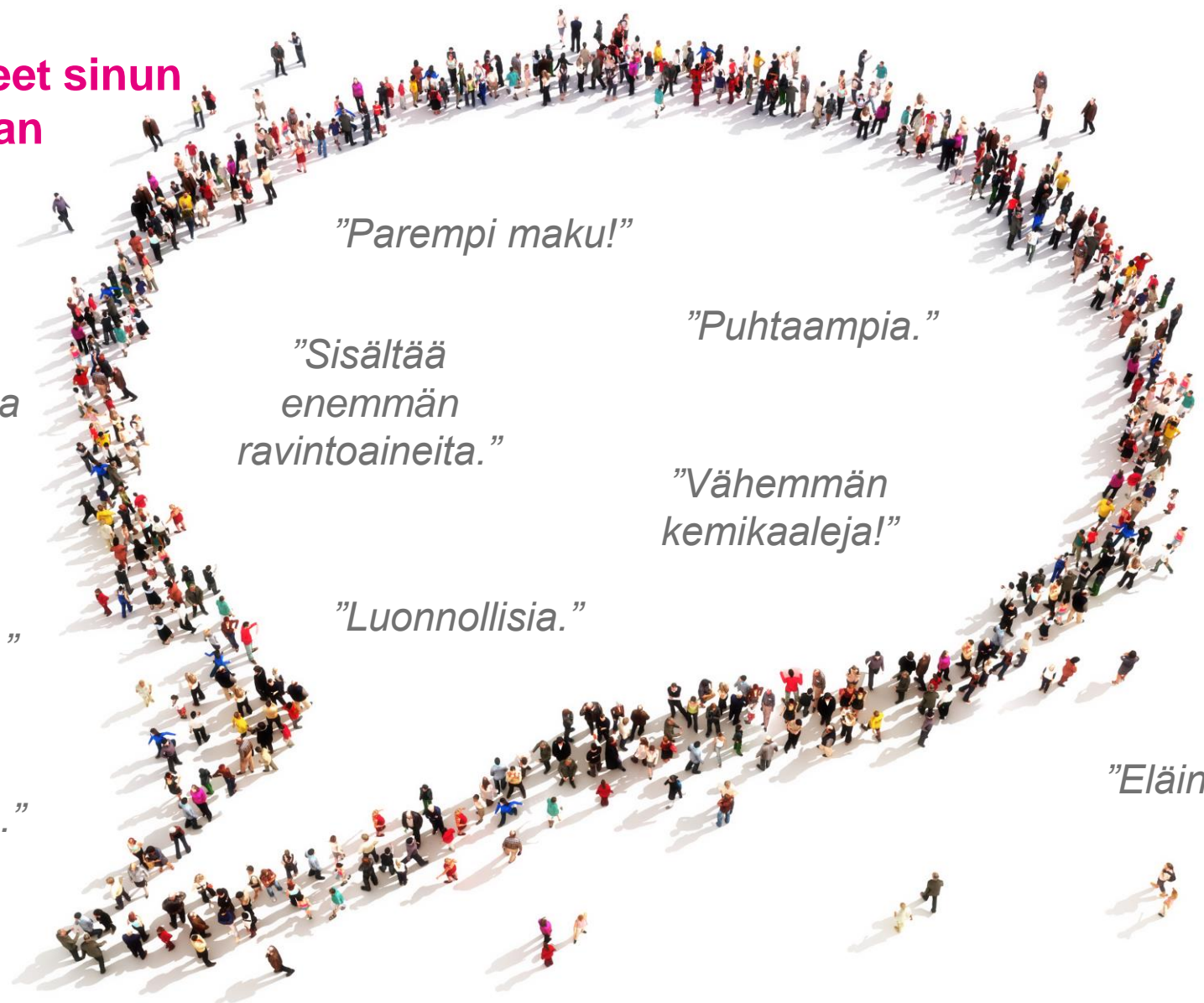


■ TOTAL 2017 (n=1004)

Mielikuva luomun ja tavanomaisen eroista



Miten luomutuotteet sinun käsityksesi mukaan eroavat muista elintarvikkeista?



"Ei käytetty teollisia lannoitteita eikä torjunta-aineita."

"Kalliimpia."

"Ei geenimuuntelua."

"Parempi maku!"

"Sisältää enemmän ravintoaineita."

"Luonnollisia."

"Puhtaampia."

"Vähemmän kemikaaleja!"

"Ekologisia."

"Niihin ei ole lisätty mitään outoa."

"Ei antibiootteja."

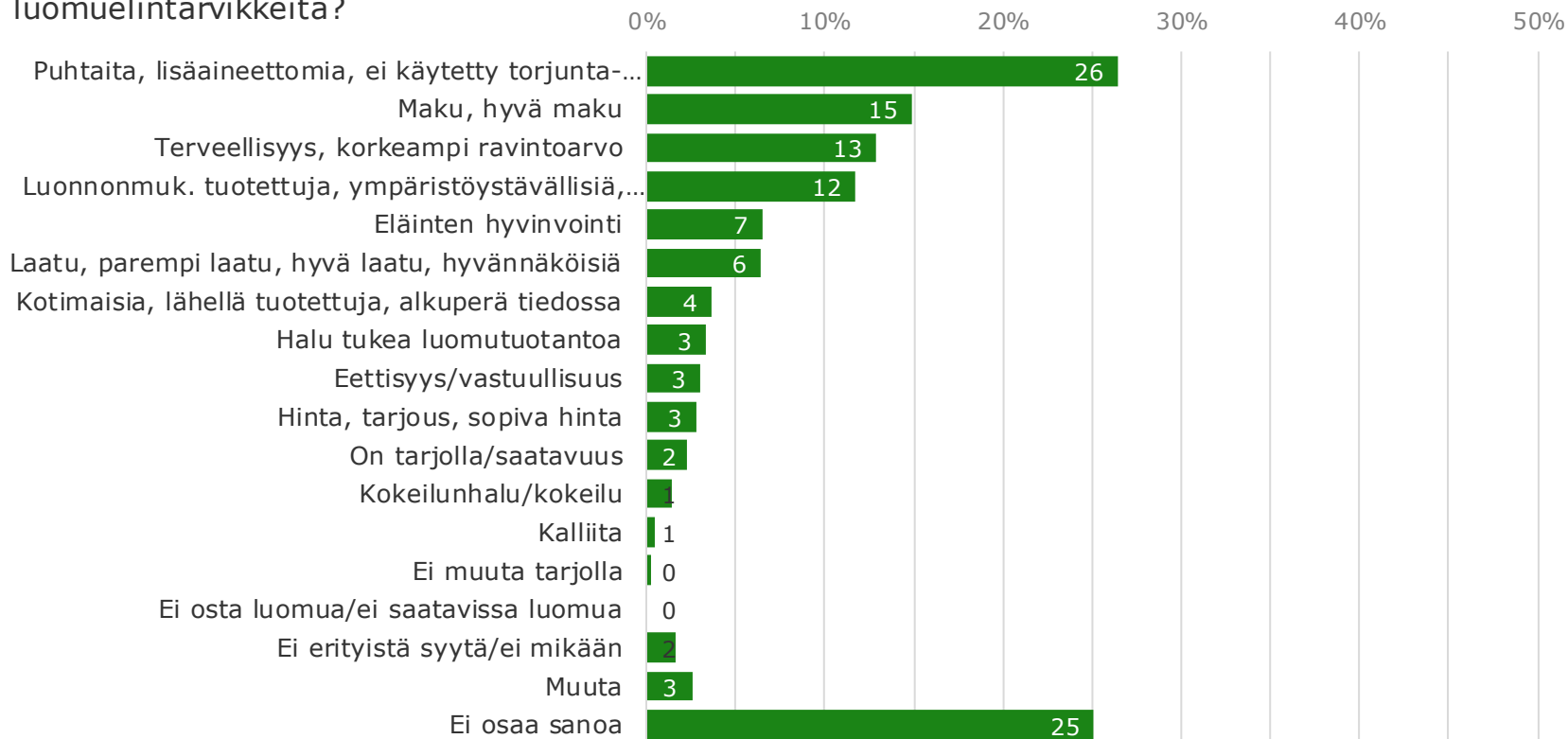
"Eläinten kohtelu parempaa."

11

Tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita

Tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita

Mikä on tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita?

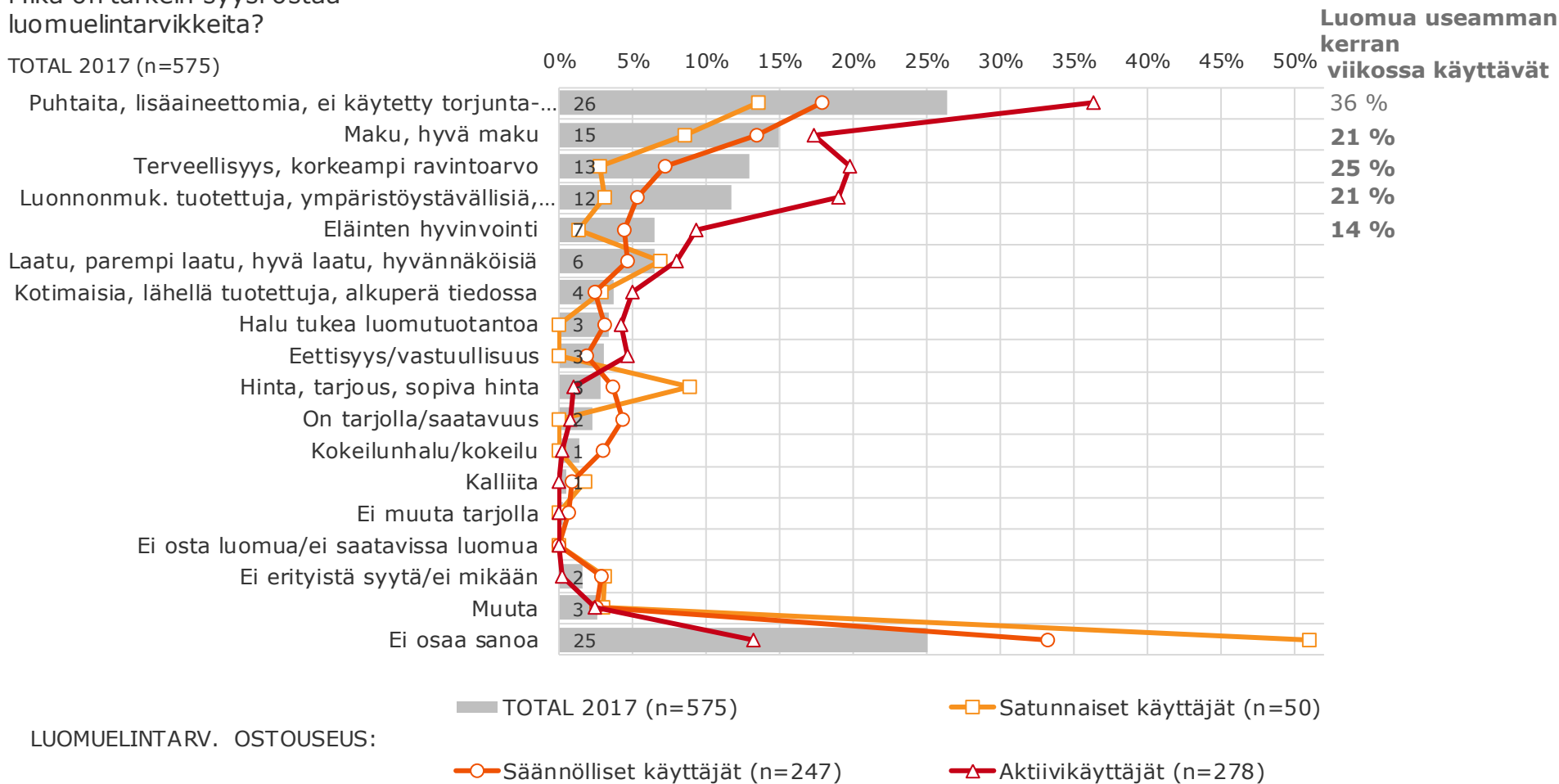


■ TOTAL 2017 (n=575)

Tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita

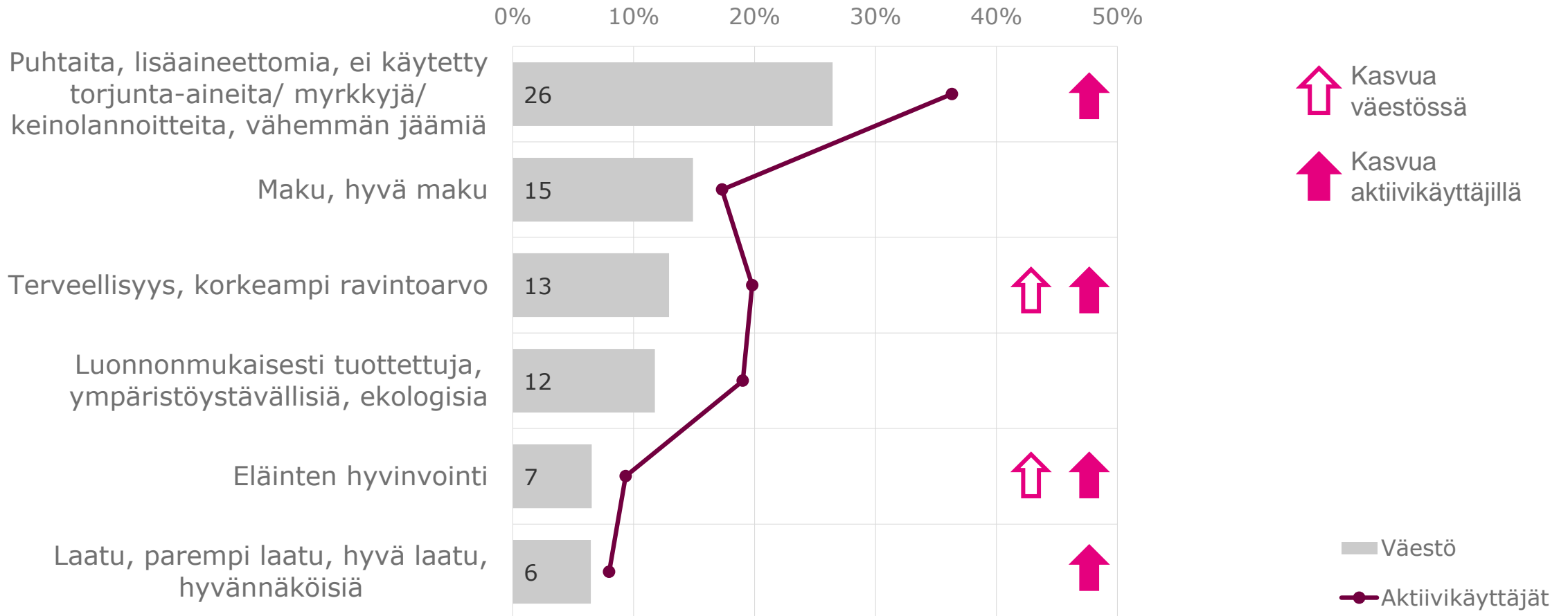
Mikä on tärkein syys ostaa luomuelintarvikkeita?

TOTAL 2017 (n=575)



LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

Tärkeimmät syyt ostaa luomuelintarvikkeita



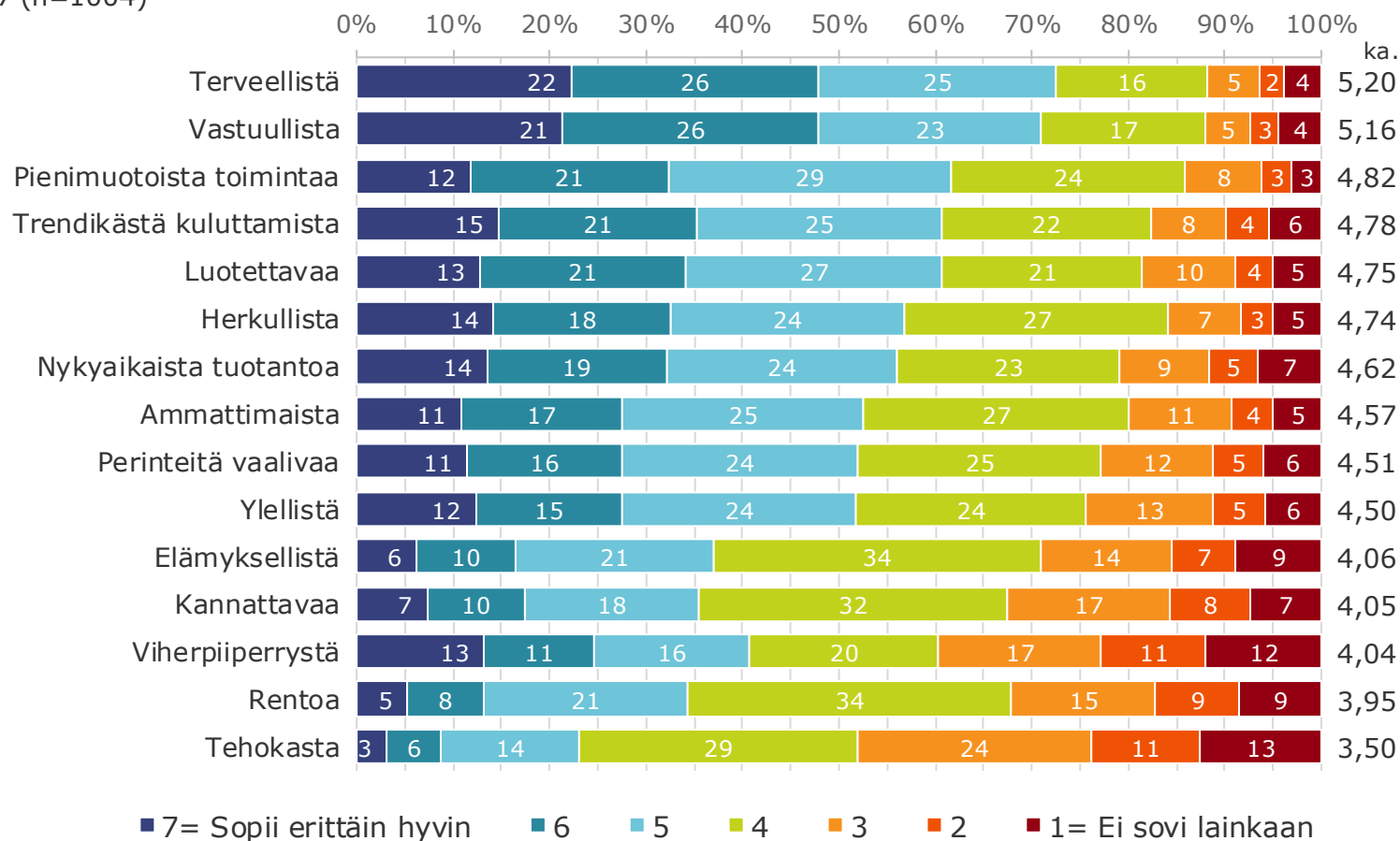
12

Luomun imago

Luomun imago

Seuraavaksi muutamia sanoja. Miten hyvin tai huonosti nämä mielestäsi sopivat luomuruuan mielikuvaan?

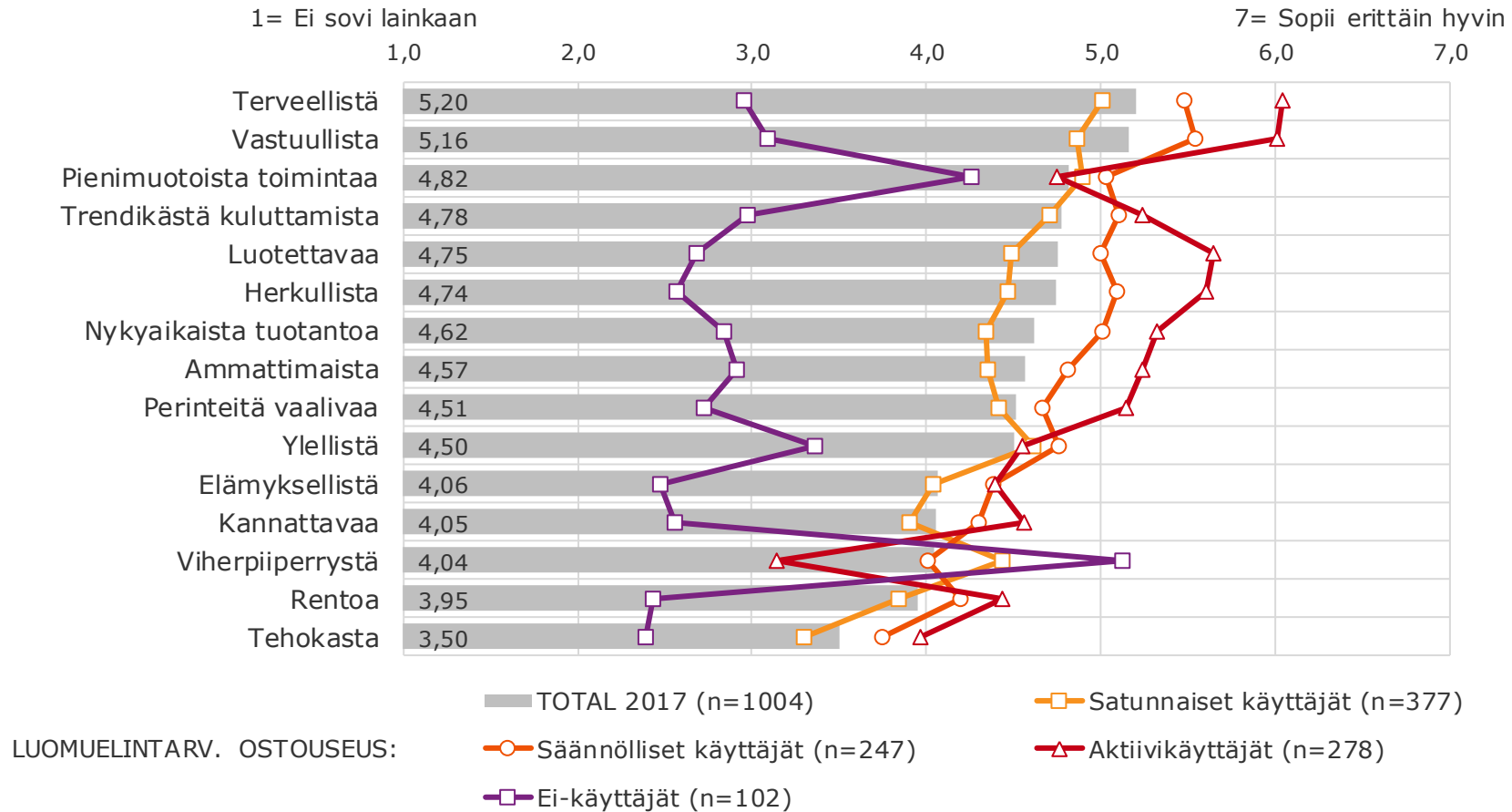
TOTAL 2017 (n=1004)



Luomun imago

Seuraavaksi muutamia sanoja. Miten hyvin tai huonosti nämä mielestäsi sopivat luomuruuan mielikuvaan?

TOTAL 2017 (n=1004)



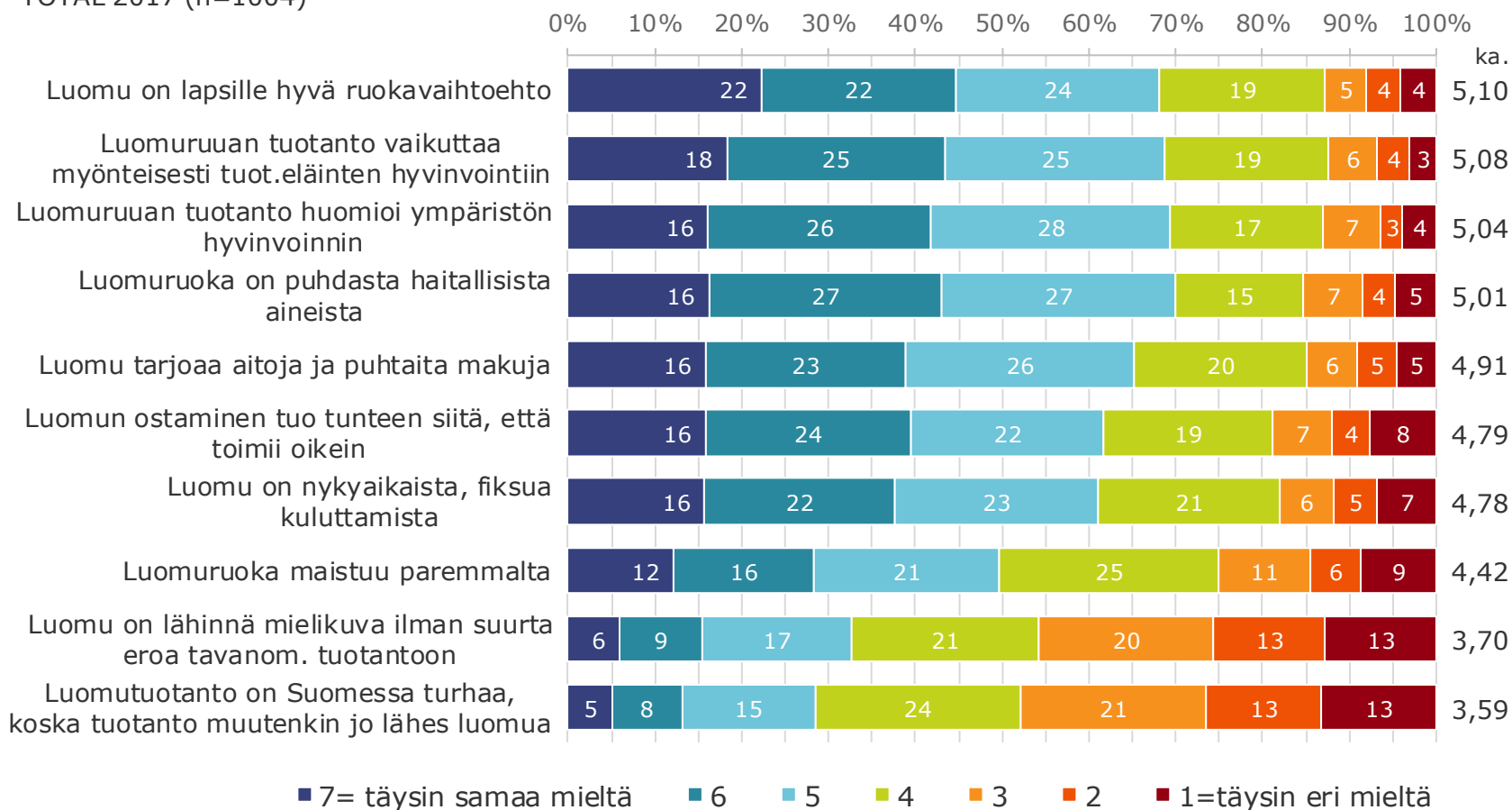
13

Mielipiteet luomuun liittyvistä väittämistä

Mielipiteet luomuun liittyvistä väittämistä

Seuraavassa on muutamia väittämiä luomuruuasta. Merkitse kunkin kohdalle oletko väittämän kanssa samaa vai eri mieltä.

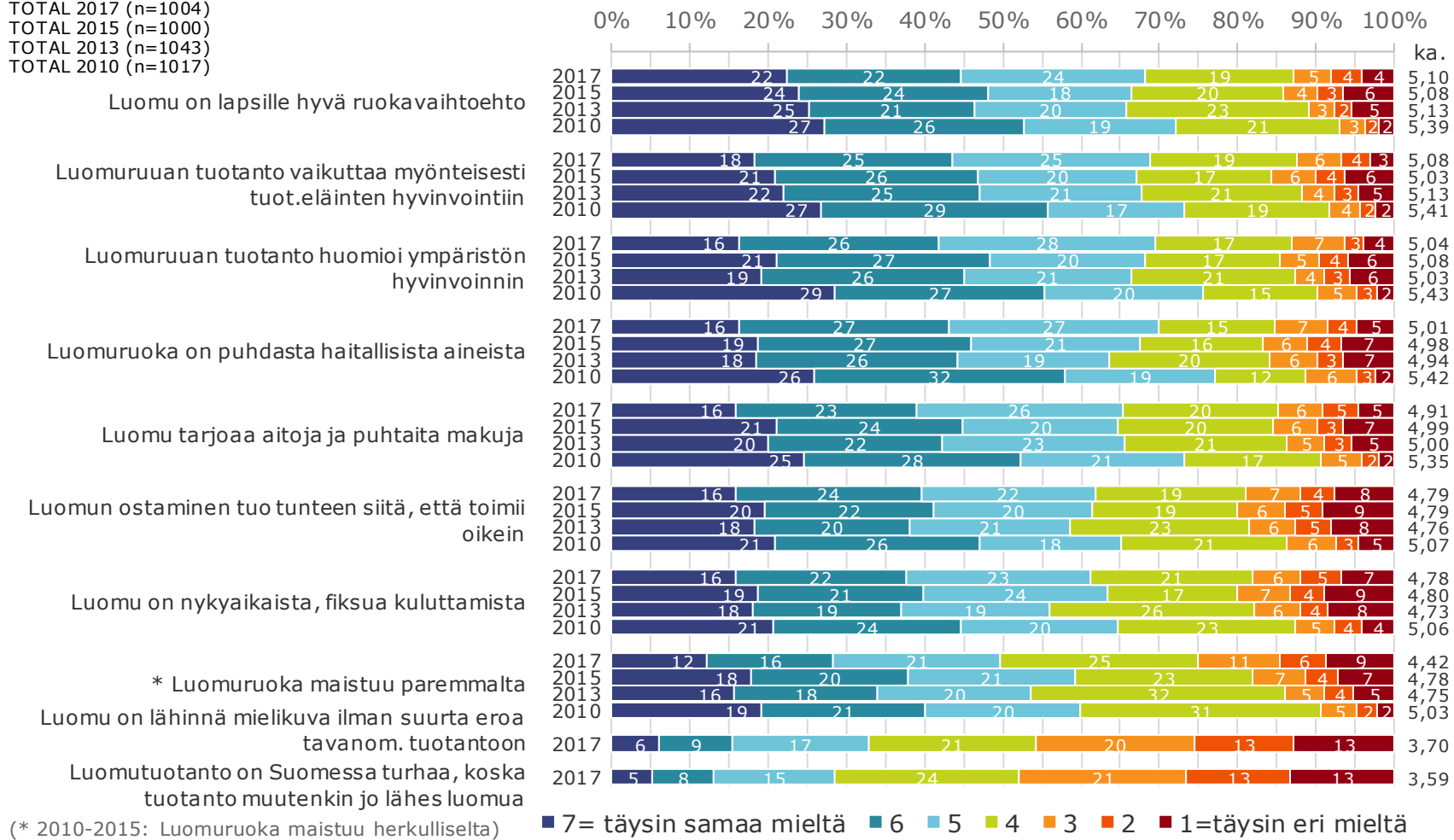
TOTAL 2017 (n=1004)



Mielipiteet luomuun liittyvistä väittämistä

Seuraavassa on muutamia väittämiä luomuruuasta. Merkitse kunkin kohdalle oletko väittämän kanssa samaa vai eri mieltä.

TOTAL 2017 (n=1004)
 TOTAL 2015 (n=1000)
 TOTAL 2013 (n=1043)
 TOTAL 2010 (n=1017)



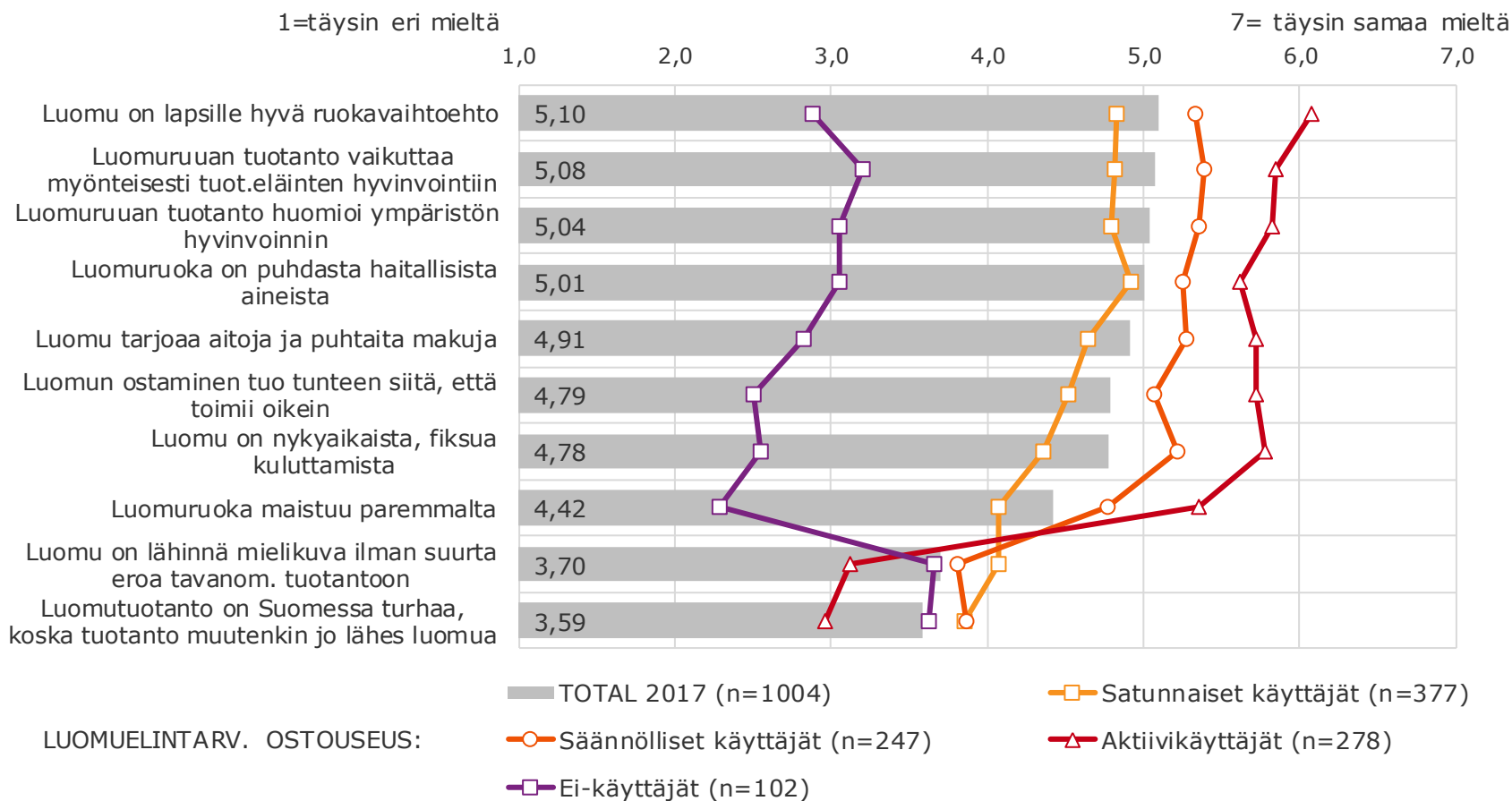
(* 2010-2015: Luomuruoka maistuu herkulliselta)

■ 7= täysin samaa mieltä ■ 6 ■ 5 ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1=täysin eri mieltä

Mielipiteet luomuun liittyvistä väittämistä

Seuraavassa on muutamia väittämiä luomuruuasta. Merkitse kunkin kohdalle oletko väittämän kanssa samaa vai eri mieltä.

TOTAL 2017 (n=1004)



14

Luomuvaihtoehdon tarjoaminen joukkoruokailussa

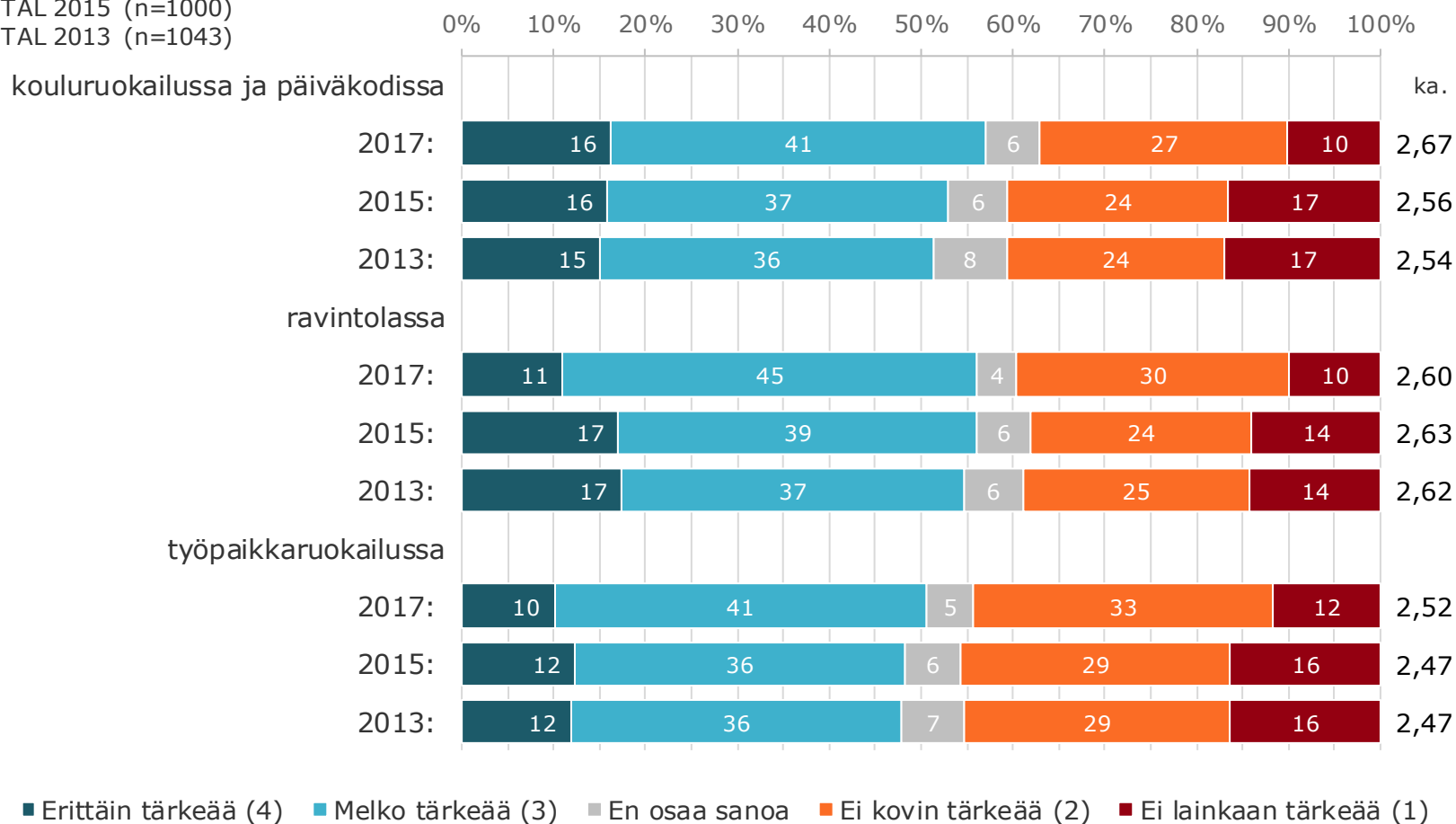
Luomuvaihtoehdon tarjoaminen joukkoruokailussa

Miten tärkeänä pidät luomuvaihtoehdon tarjoamista...?

TOTAL 2017 (n=1004)

TOTAL 2015 (n=1000)

TOTAL 2013 (n=1043)

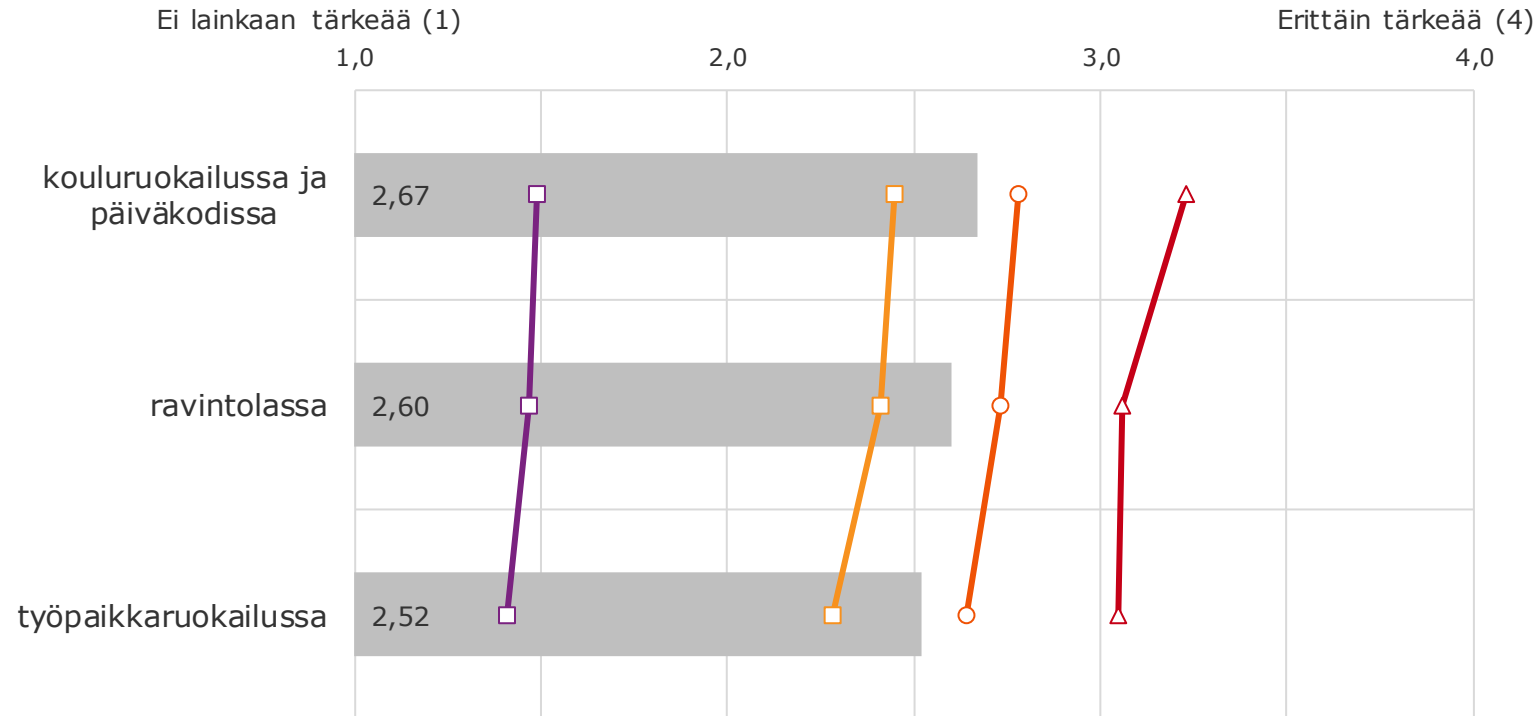


■ Erittäin tärkeää (4) ■ Melko tärkeää (3) ■ En osaa sanoa ■ Ei kovin tärkeää (2) ■ Ei lainkaan tärkeää (1)

Luomuvaihtoehdon tarjoaminen joukkoruokailussa

Miten tärkeänä pidät luomuvaihtoehdon tarjoamista...?

TOTAL 2017 (n=1004)



LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

■ TOTAL 2017 (n=1004)

○ Säännölliset käyttäjät (n=247)

□ Ei-käyttäjät (n=102)

□ Satunnaiset käyttäjät (n=377)

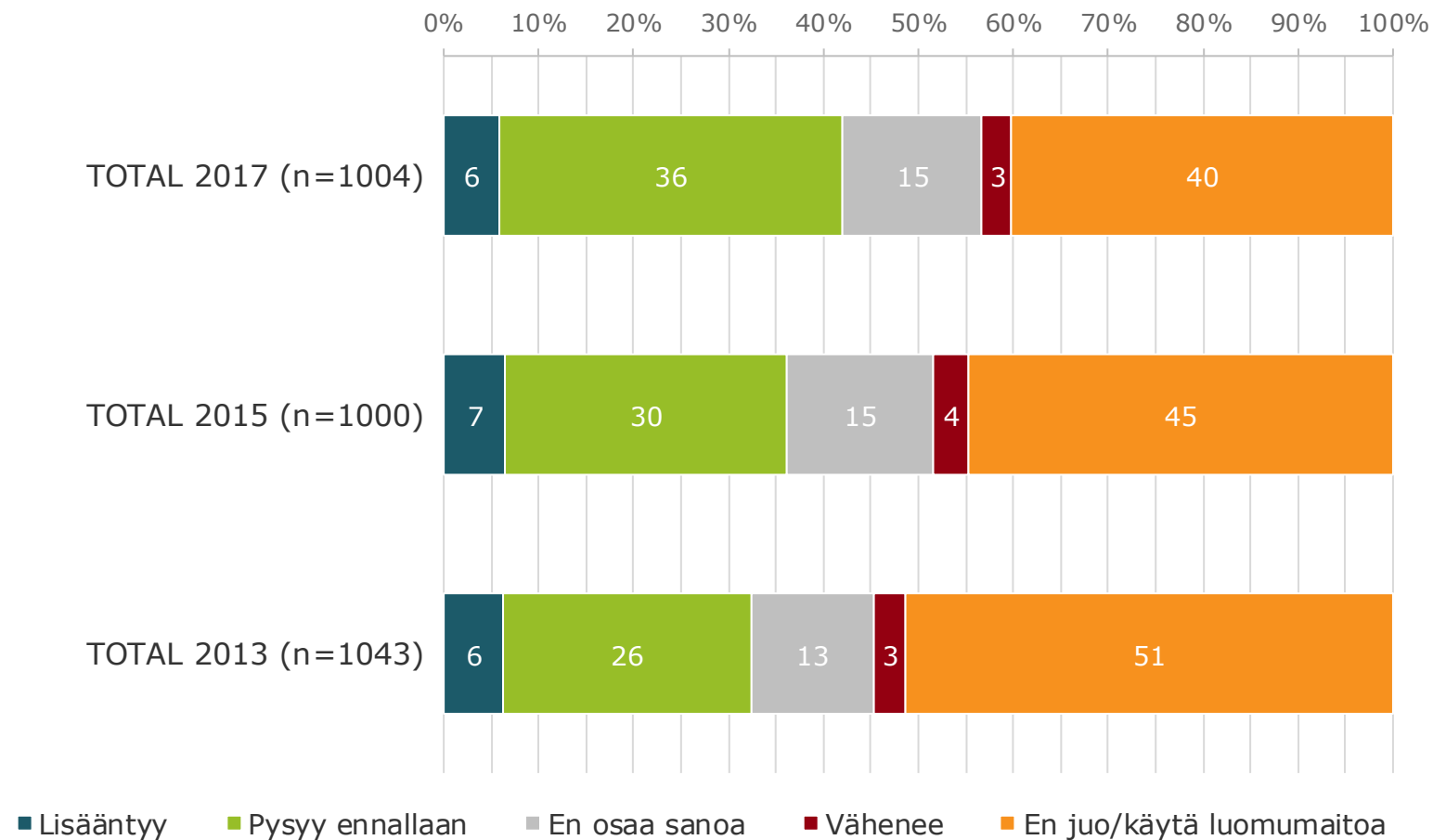
△ Aktiivikäyttäjät (n=278)

15

Suhtautuminen luomumaidon D-vitamiinointiin

Suhtautuminen luomumaidon D-vitamiinointiin

Miten arvioit luomumaidon D-vitamiinoinnin vaikuttavan luomumaidon käyttöön taloudessasi?

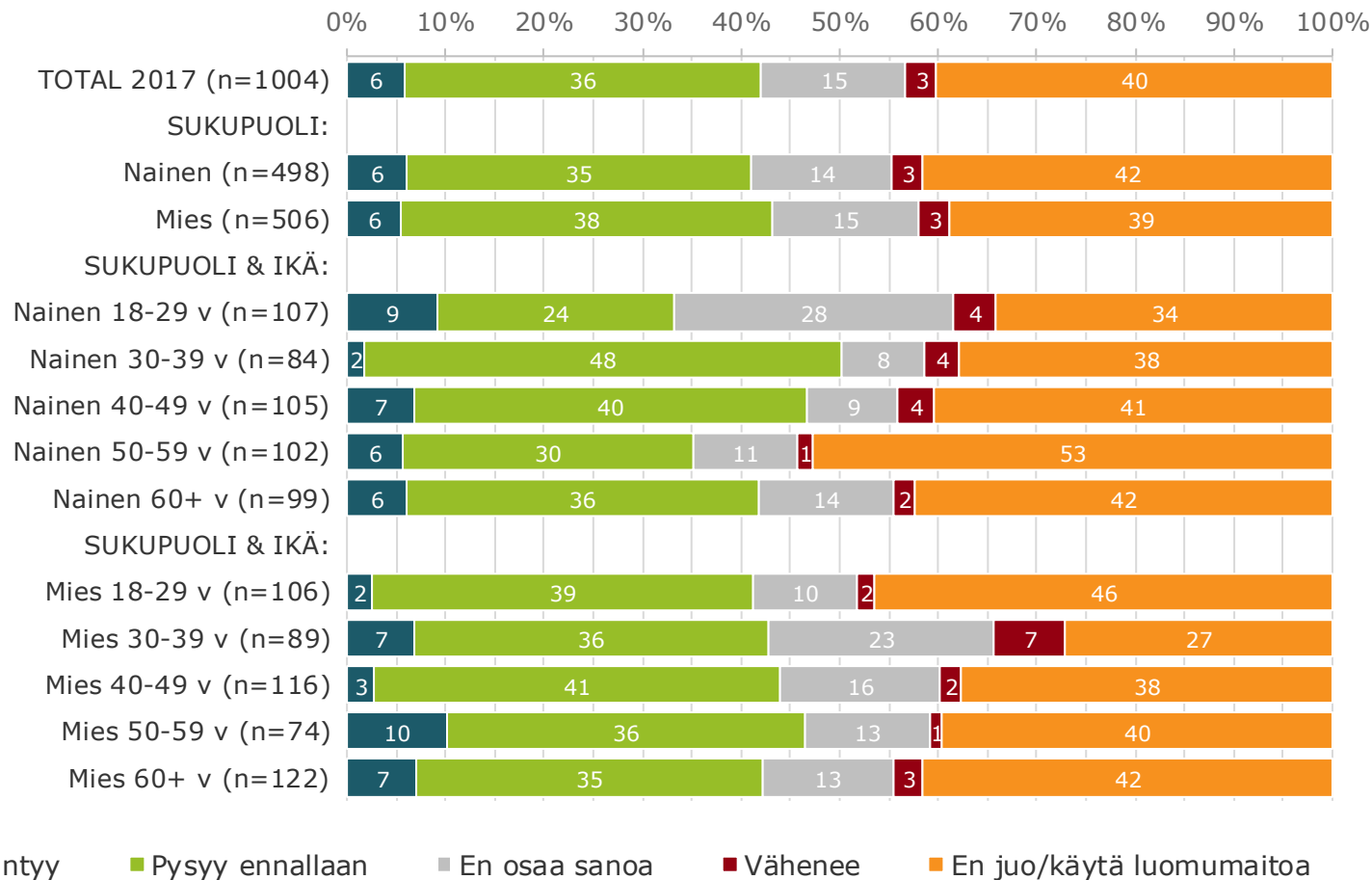


Suhtautuminen luomumaidon D-vitamiinointiin

Miten arvioit luomumaidon D-vitamiinoinnin vaikuttavan luomumaidon käyttöön taloudessasi?

TOTAL 2017 (n=1004)

(1/2)

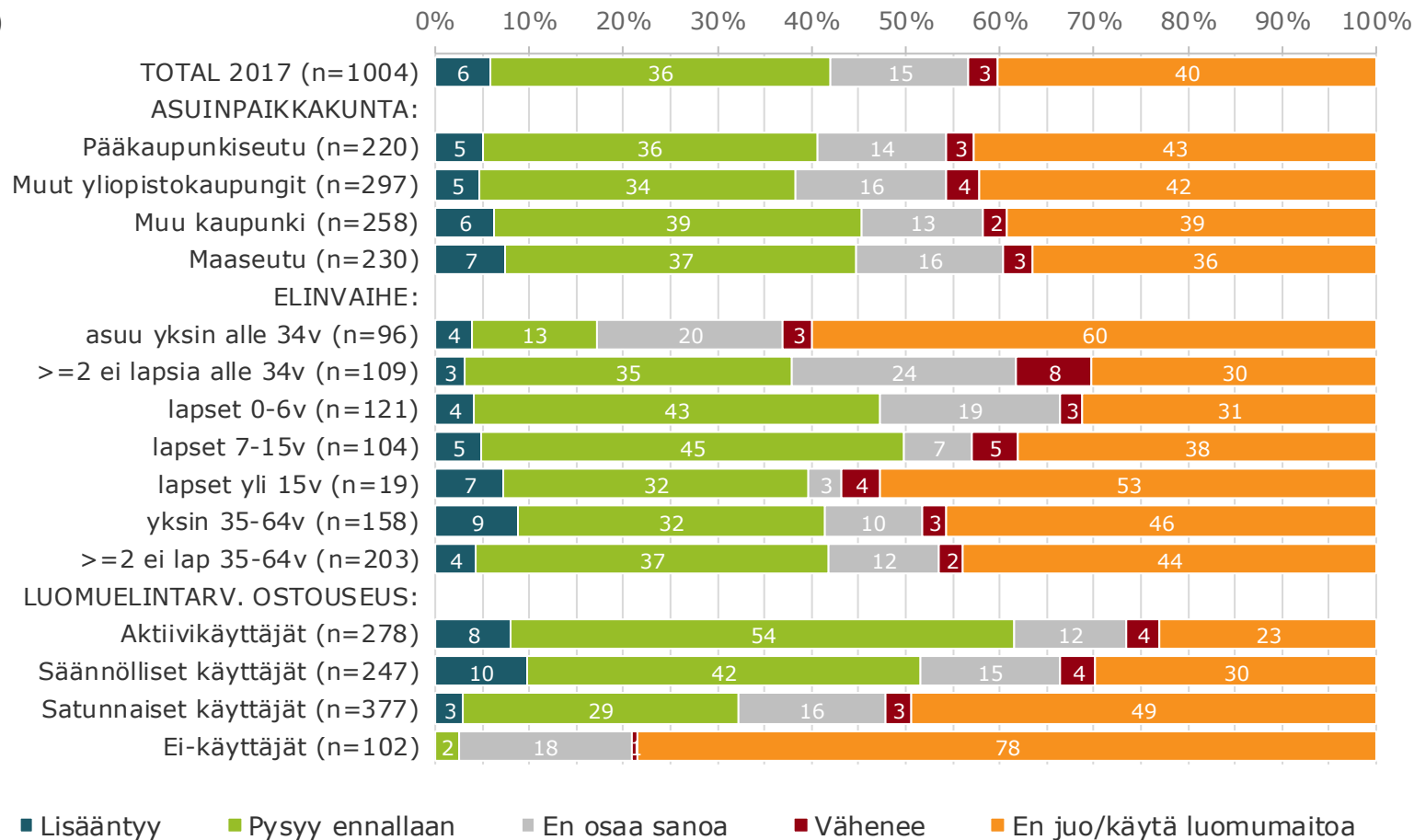


Suhtautuminen luomumaidon D-vitamiinointiin

Miten arvioit luomumaidon D-vitamiinoinnin vaikuttavan luomumaidon käyttöön taloudessasi?

TOTAL 2017 (n=1004)

(2/2)

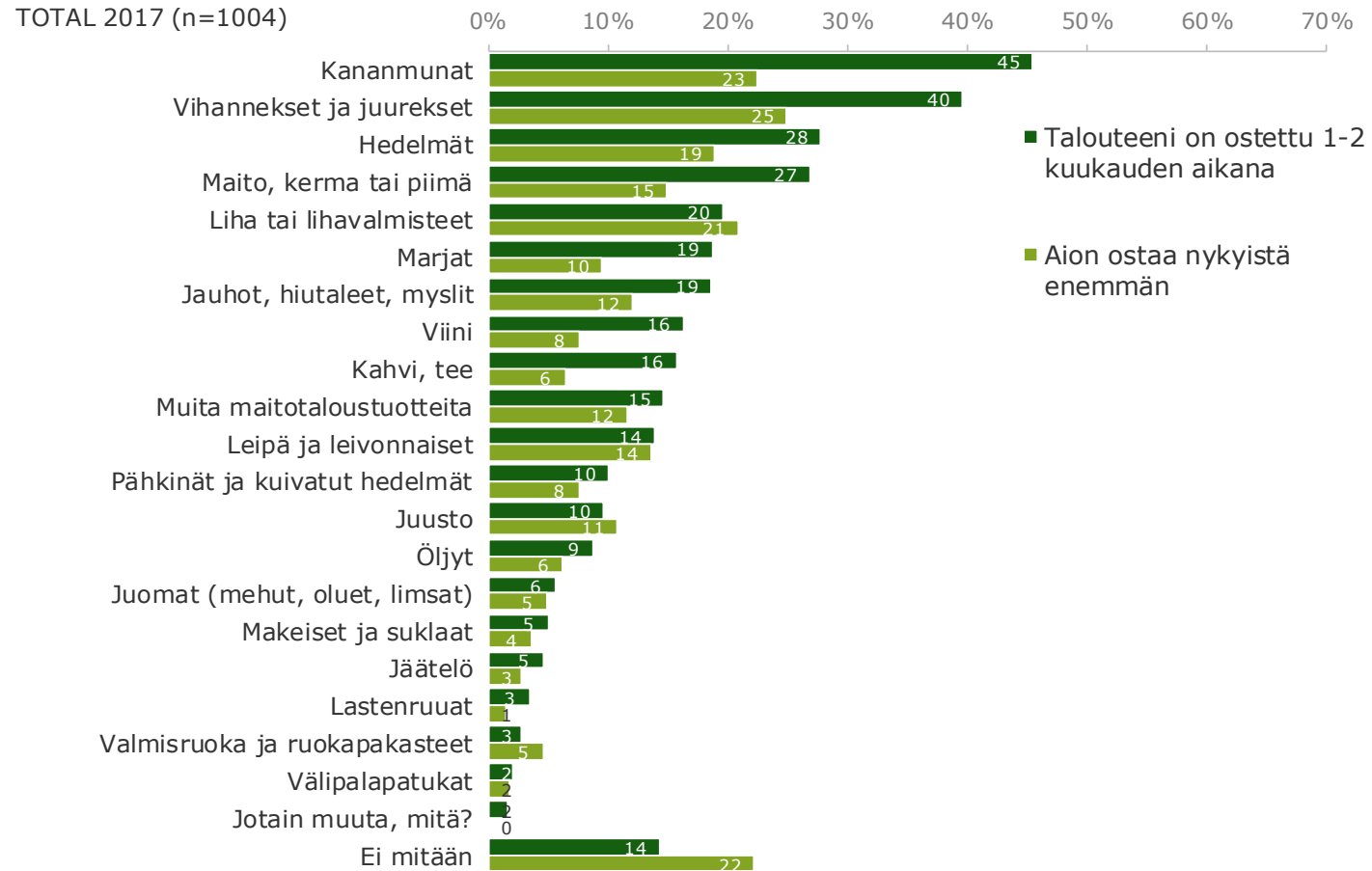


16

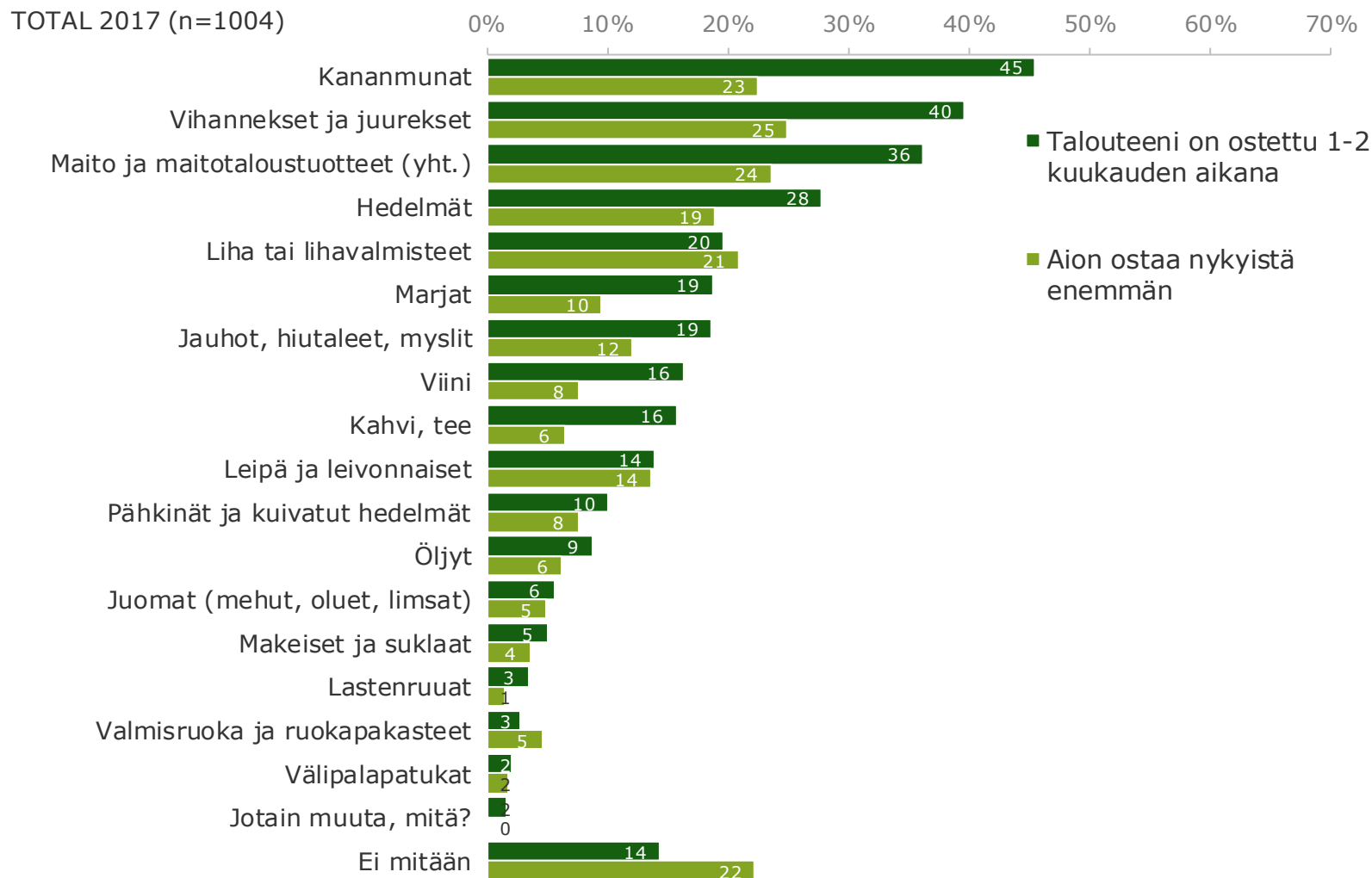
Luomuelintarvikkeiden ostaminen ja ostoaikomukset

Luomuelintarvikkeiden ostaminen ja ostoaikomukset

Mitä luomuelintarvikkeita olet ostanut/talouteesi on ostettu 1-2 viimeisen kuukauden aikana?
Mitä seuraavista tuoteryhmistä aiot ostaa luomuna nykyistä enemmän?

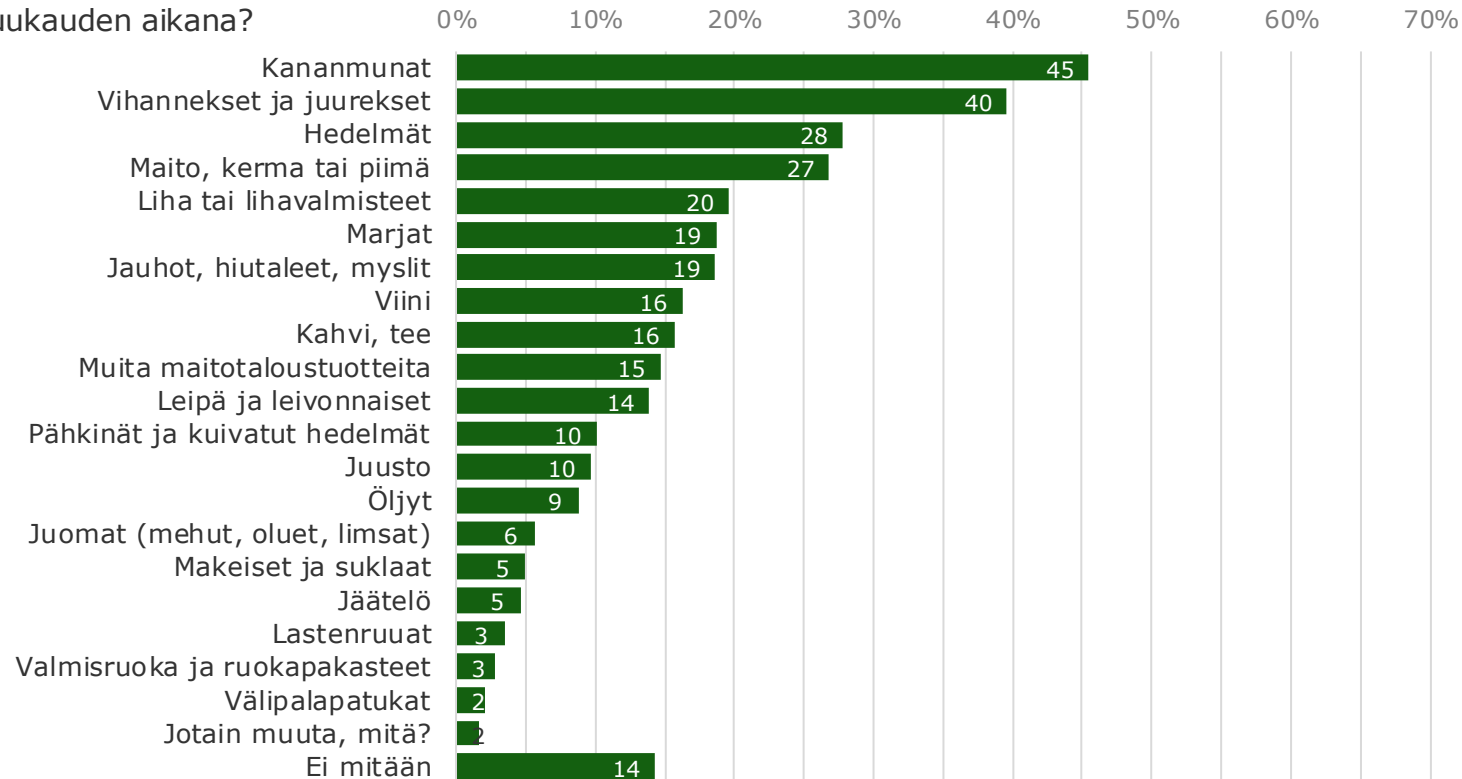


Luomuelintarvikkeiden ostaminen ja ostoaikomukset - MAIDOT YHDISTETTY



Luomuelintarvikkeiden ostaminen

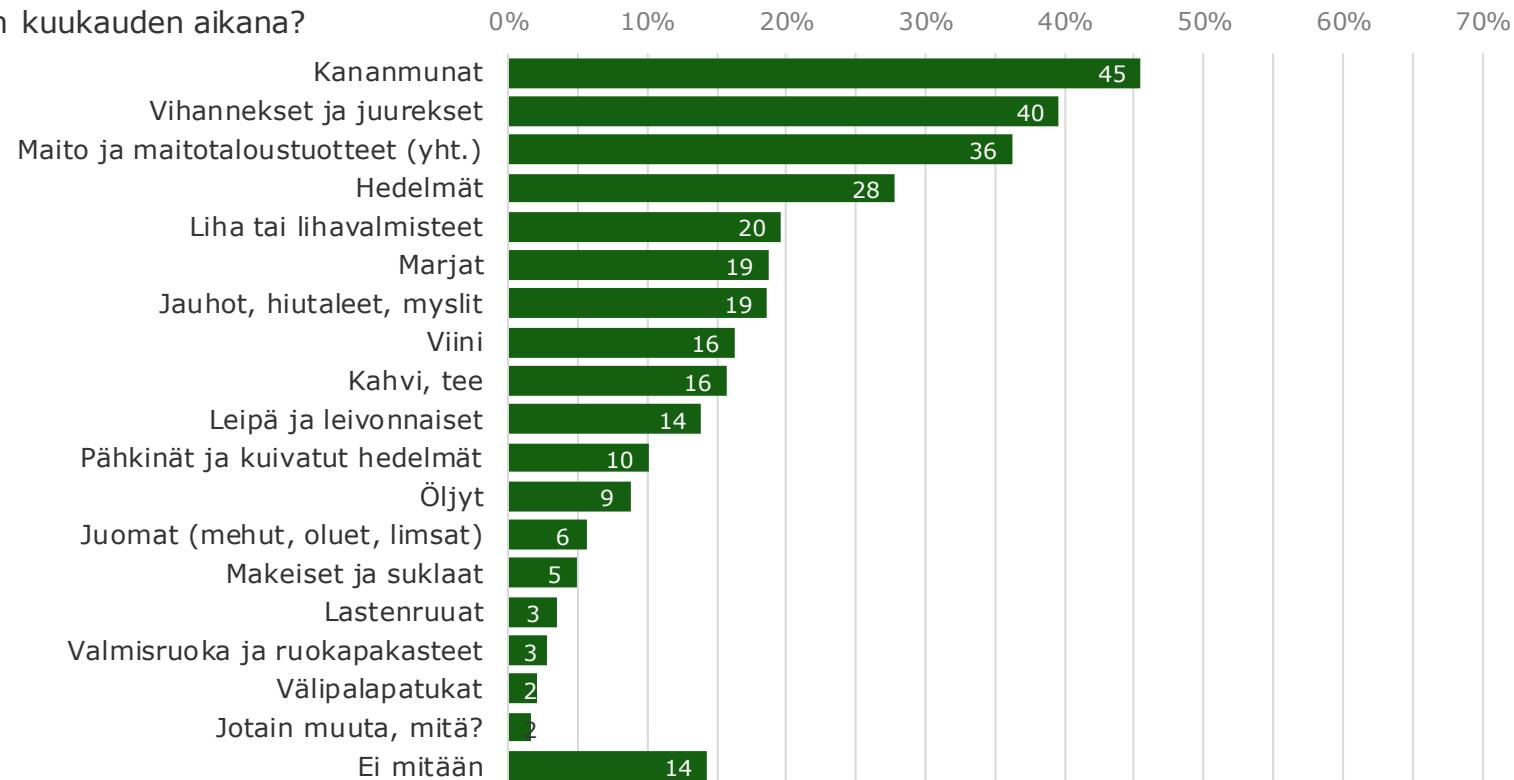
Mitä luomuelintarvikkeita olet ostanut/talouteesi on ostettu 1-2 viimeisen kuukauden aikana?



■ TOTAL 2017 (n=1004)

Luomuelintarvikkeiden ostaminen MAIDOT YHDISTETTY

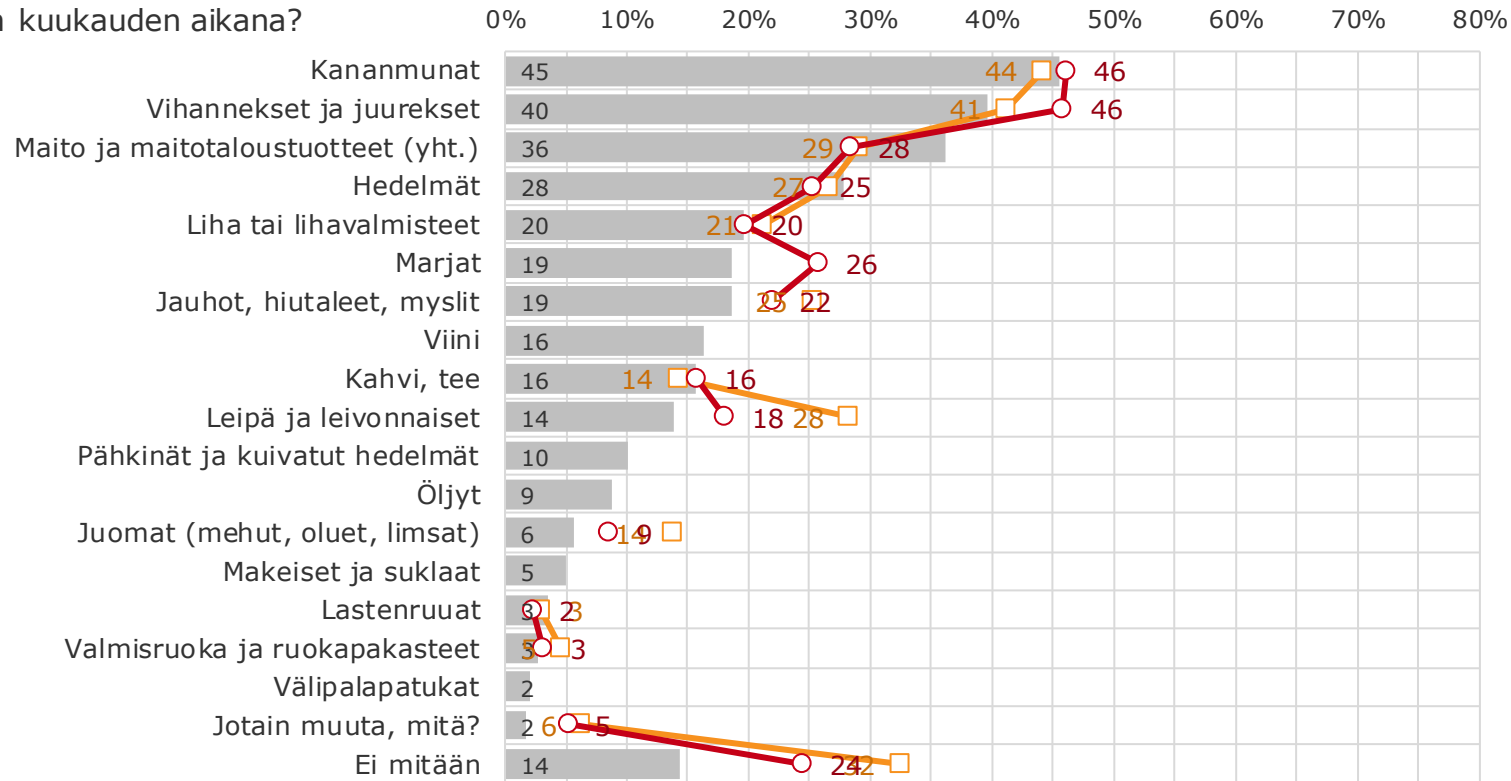
Mitä luomuelintarvikkeita olet
ostanut/talouteesi on ostettu 1-2
viimeisen kuukauden aikana?



■ TOTAL 2017 (n=1004)

MAIDOT YHDISTETTY

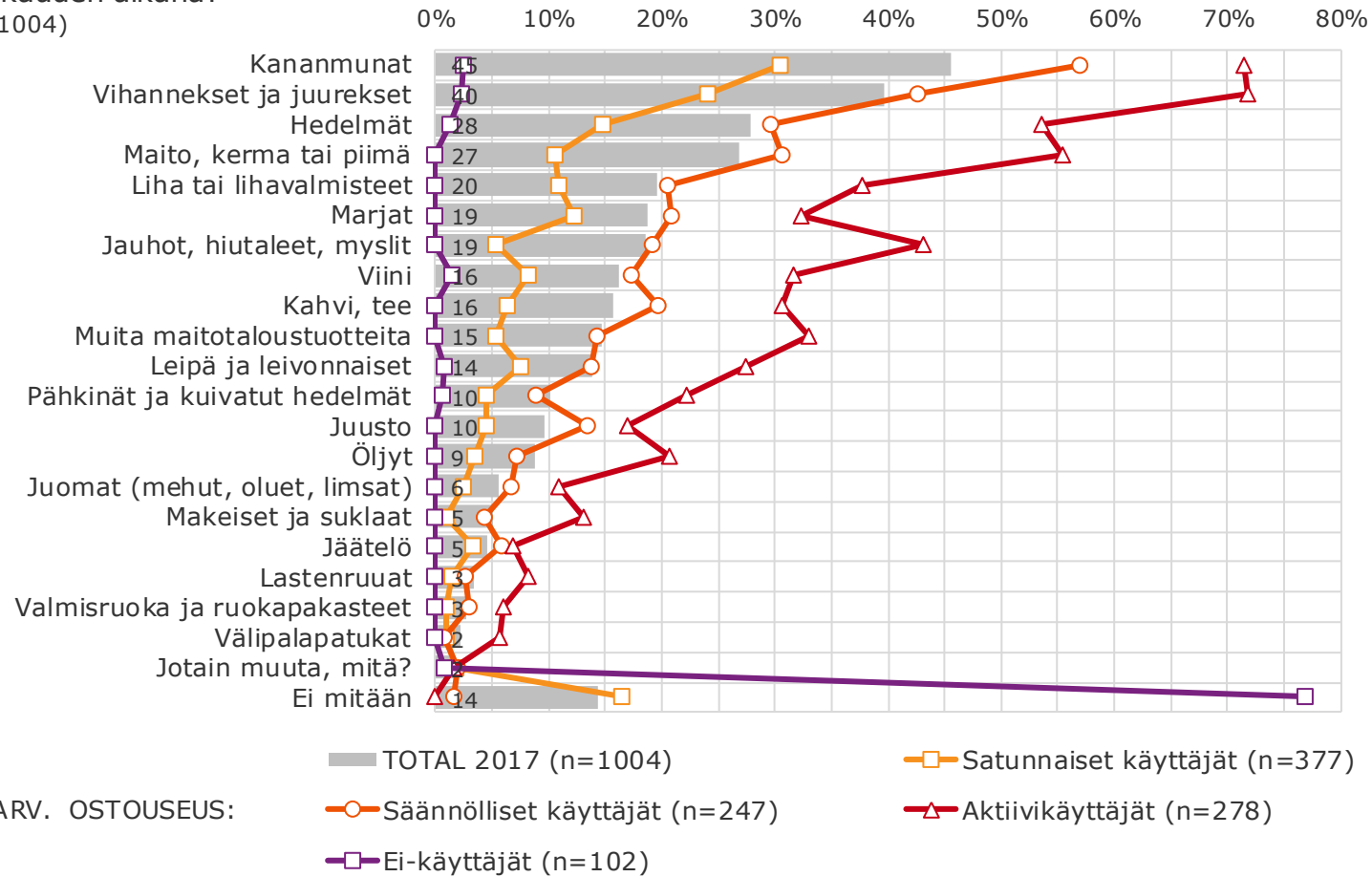
Mitä luomuelintarvikkeita olet
ostanut/talouteesi on ostettu 1-2
viimeisen kuukauden aikana?



■ TOTAL 2017 (n=1004) □ TOTAL 2013 (n=1043) ○ TOTAL 2015 (n=1000)

Luomuelintarvikkeiden ostaminen

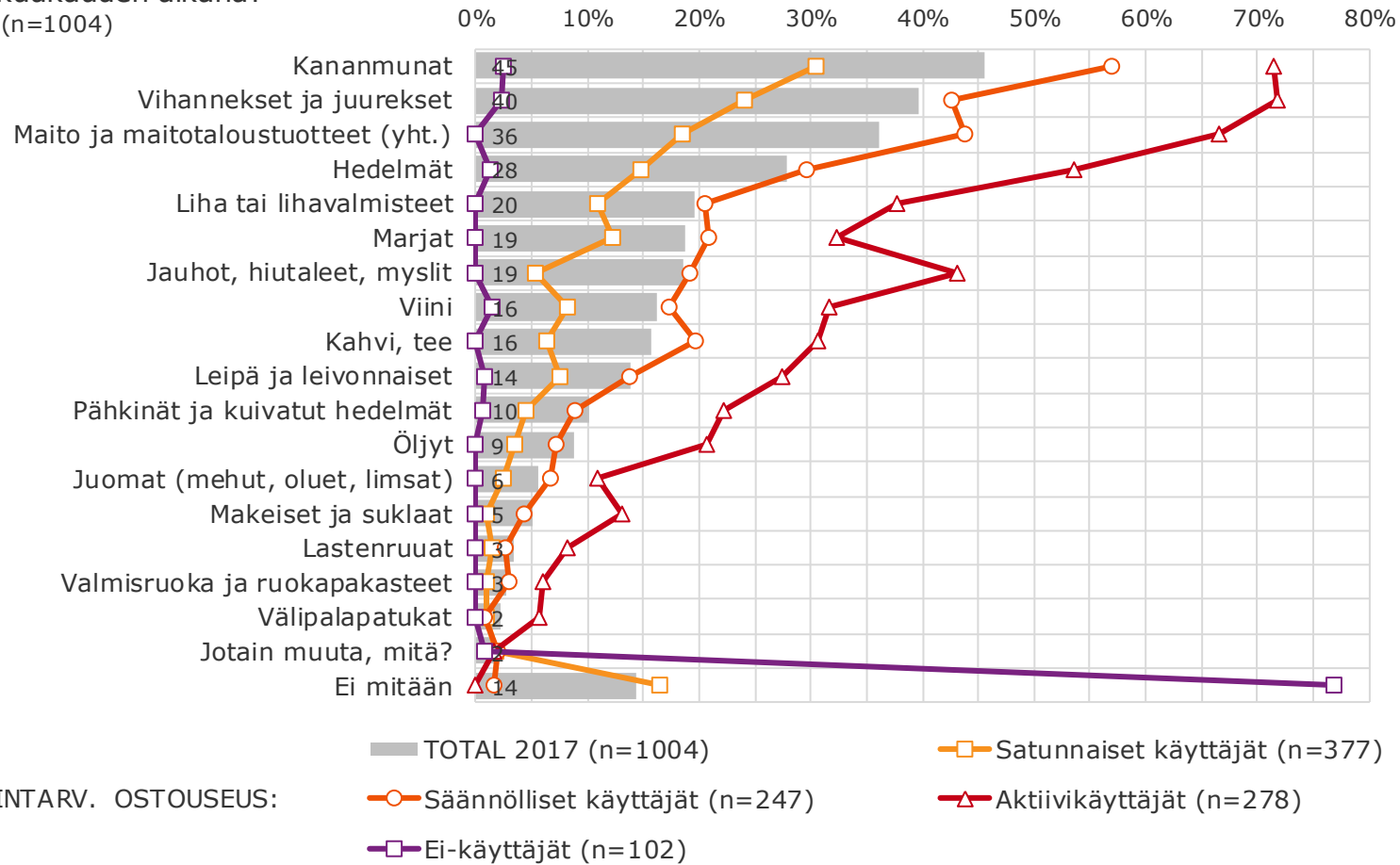
Mitä luomuelintarvikkeita olet
ostanut/talouteesi on ostettu 1-2
viimeisen kuukauden aikana?
TOTAL 2017 (n=1004)



LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

MAIDOT YHDISTETTY

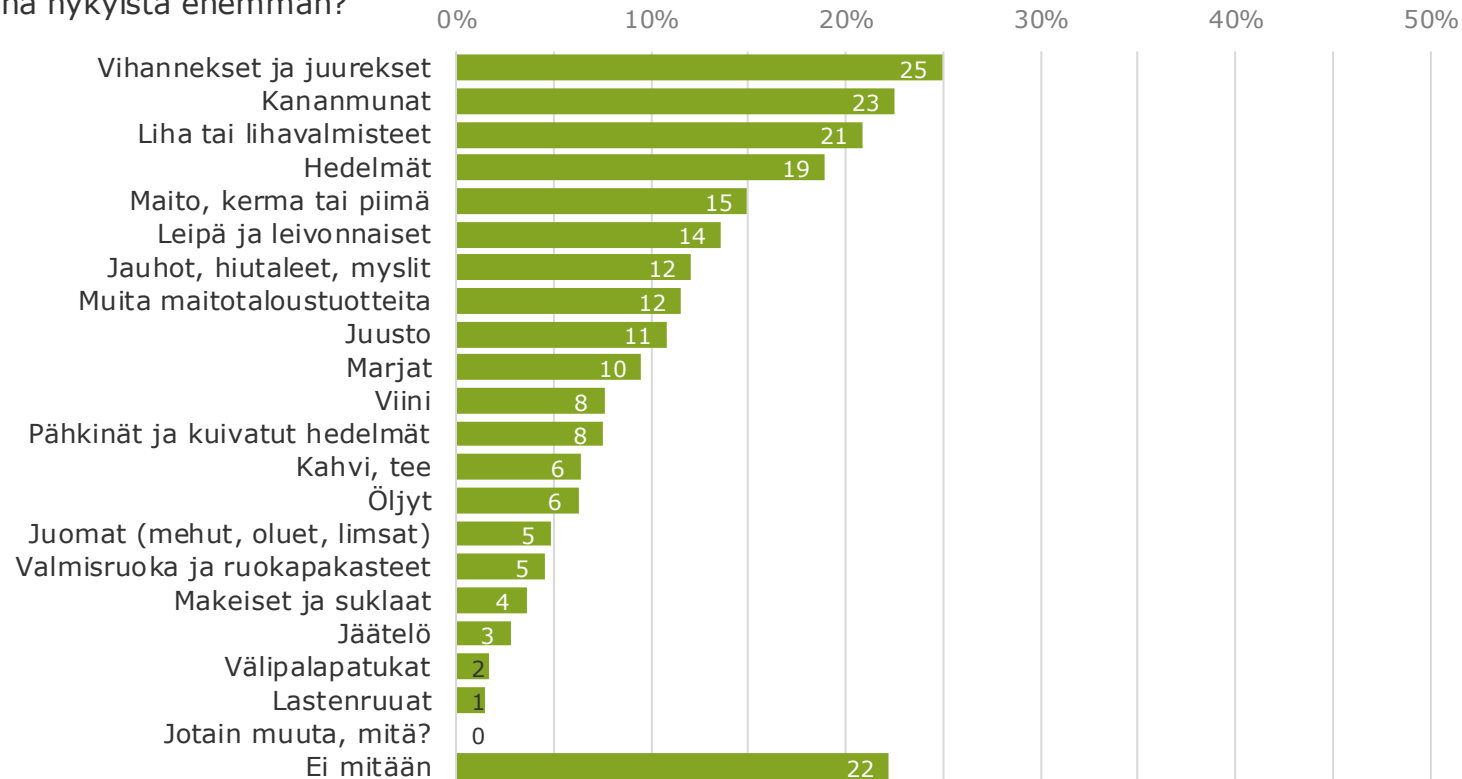
Mitä luomuelintarvikkeita olet
ostanut/talouteesi on ostettu 1-2
viimeisen kuukauden aikana?
TOTAL 2017 (n=1004)



LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

Aikoo ostaa luomuna nykyistä enemmän

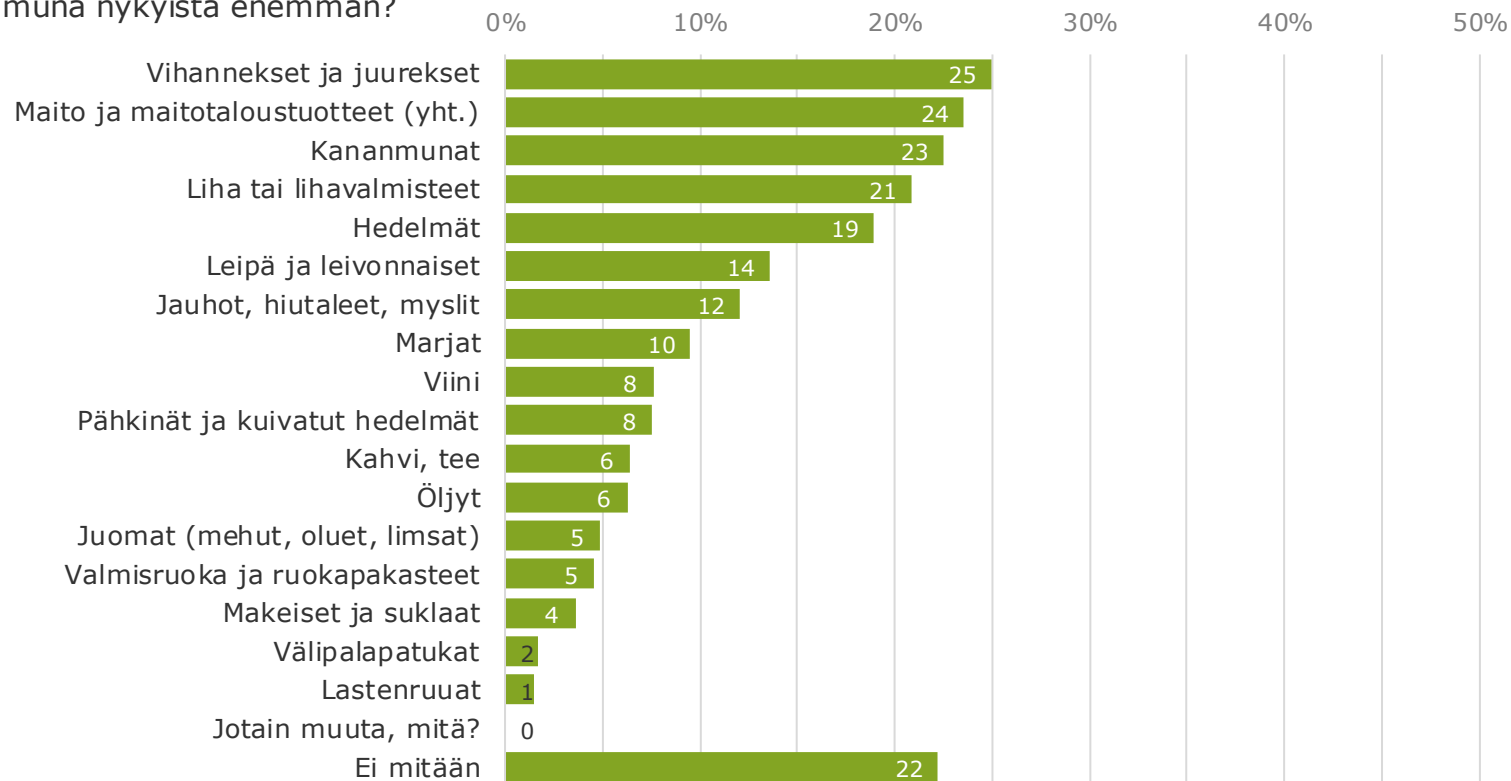
Mitä seuraavista tuoteryhmistä aiot ostaa luomuna nykyistä enemmän?



■ TOTAL 2017 (n=1004)

Aikoo ostaa luomuna nykyistä enemmän - MAIDOT YHDISTETTY

Mitä seuraavista tuoteryhmistä aiot ostaa luomuna nykyistä enemmän?

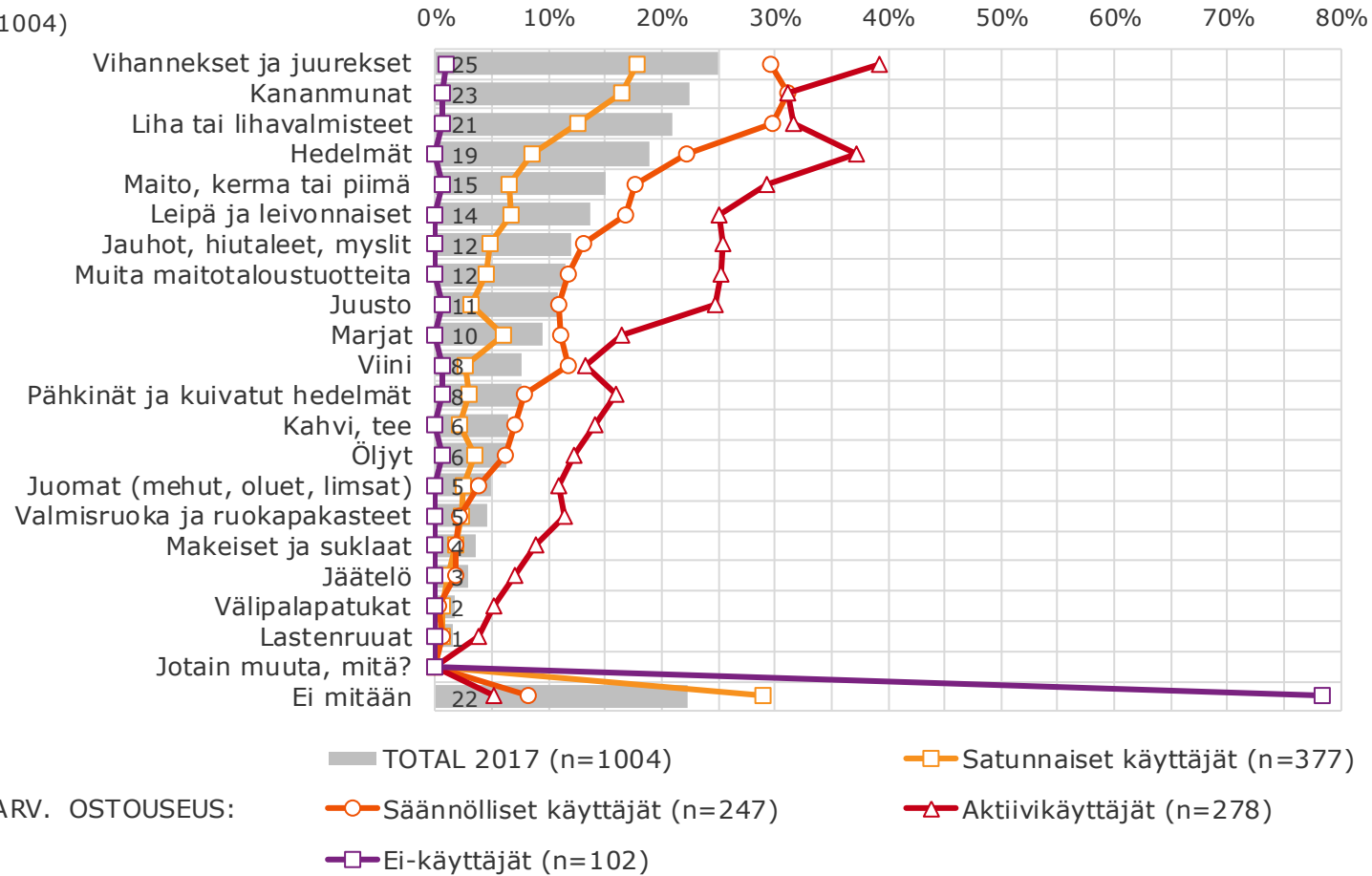


■ TOTAL 2017 (n=1004)

Aikoo ostaa luomuna nykyistä enemmän

Mitä seuraavista tuoteryhmistä aiot ostaa luomuna nykyistä enemmän?

TOTAL 2017 (n=1004)

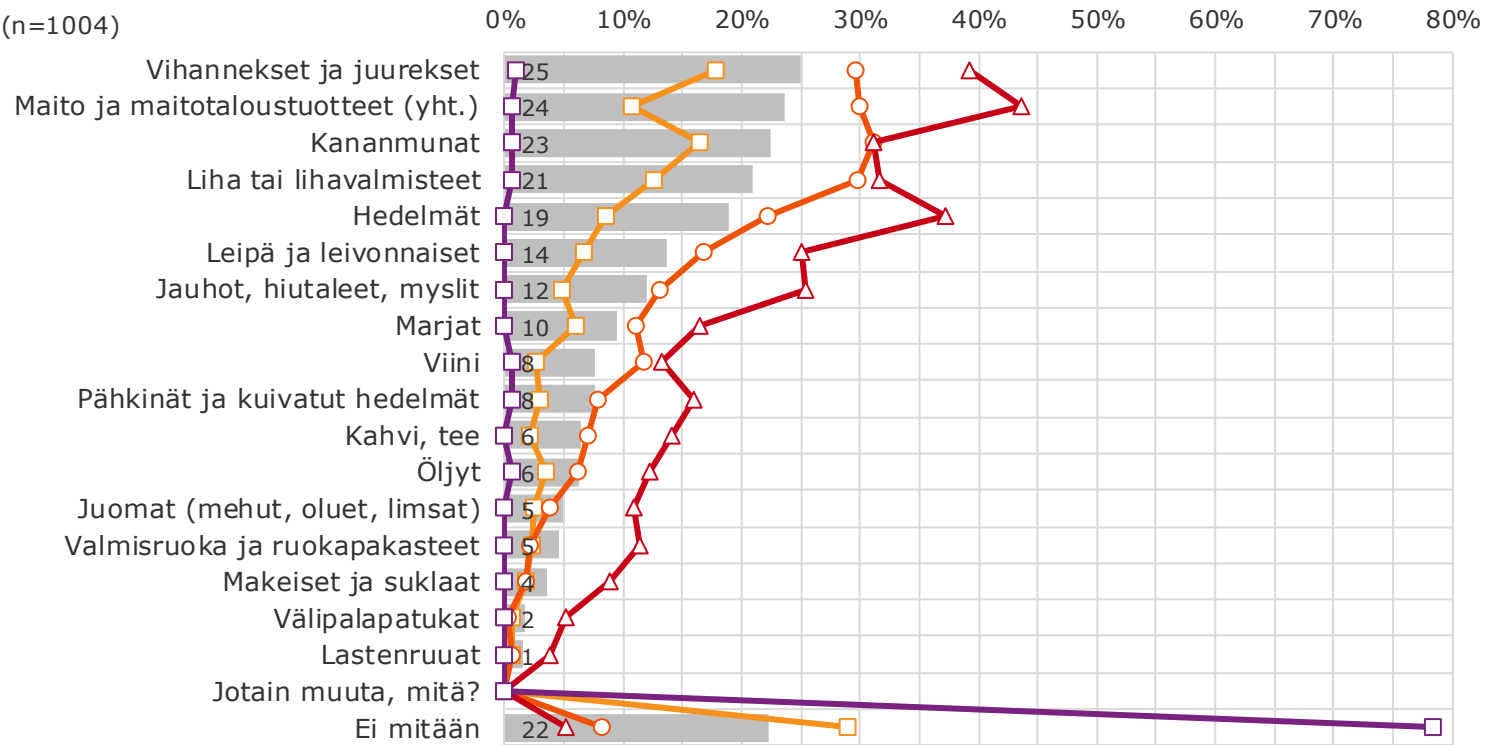


LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

MAIDOT YHDISTETTY

Mitä seuraavista tuoteryhmistä aiot ostaa luomuna nykyistä enemmän?

TOTAL 2017 (n=1004)



■ TOTAL 2017 (n=1004)

□ Satunnaiset käyttäjät (n=377)

LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

○ Säännölliset käyttäjät (n=247)

△ Aktiivikäyttäjät (n=278)

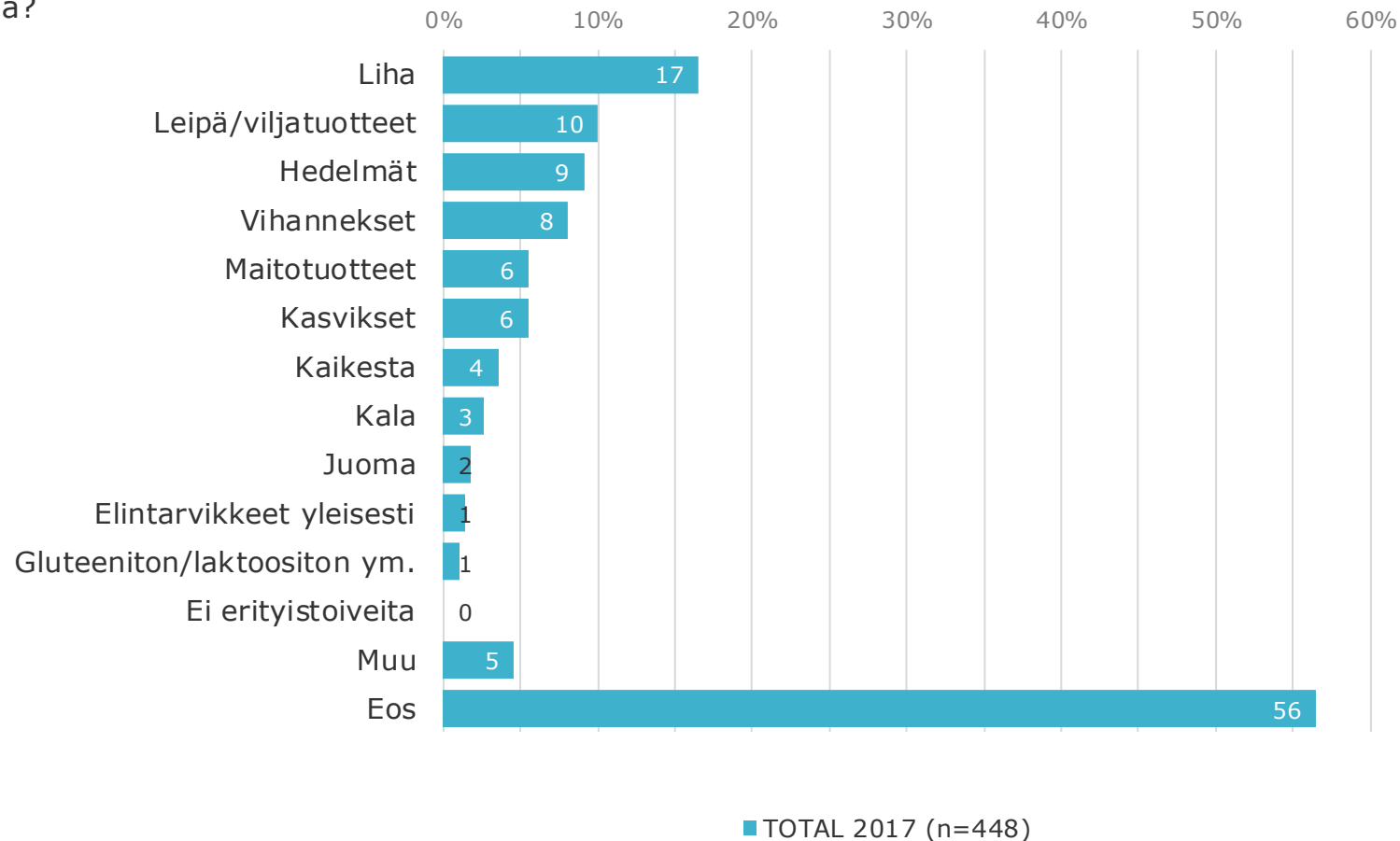
□ Ei-käyttäjät (n=102)

17

Valikoimatoiveet

Mistä luomutuotteista toivoisit enemmän valikoimiamia

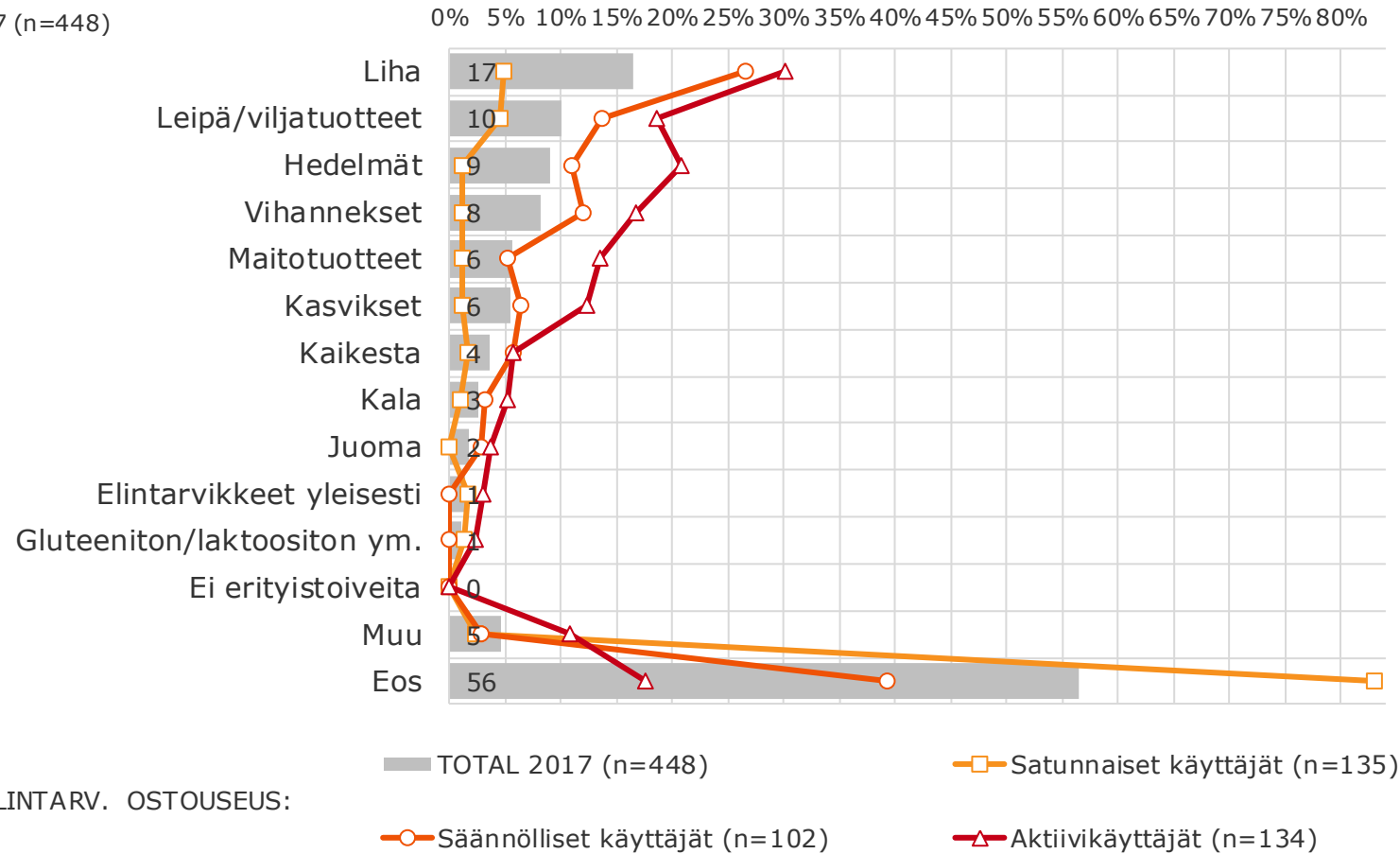
Mistä tuotteista toivoisit lisää valikoimiamia?



Mistä luomutuotteista toivoisit enemmän valikoimiamia

Mistä tuotteista toivoisit lisää valikoimiamia?

TOTAL 2017 (n=448)



LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

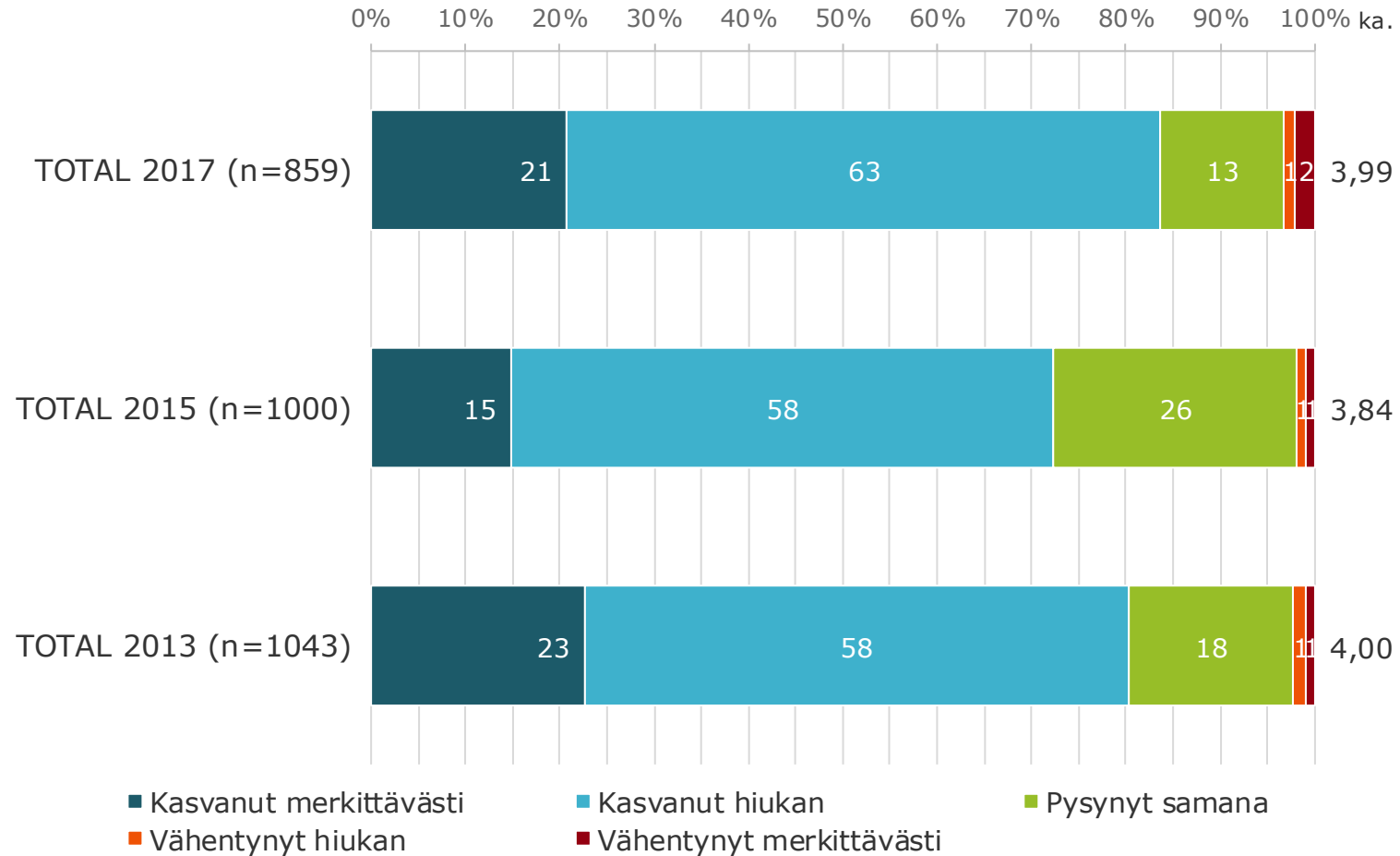
18

Luomuvalikoiman muutos viime vuosina

Luomuvalikoiman muutos viime vuosina

Onko luomuvalikoima viime vuosina mielestäsi...

ARVIONSA ANTANEET, TOTAL 2017 (n=859)

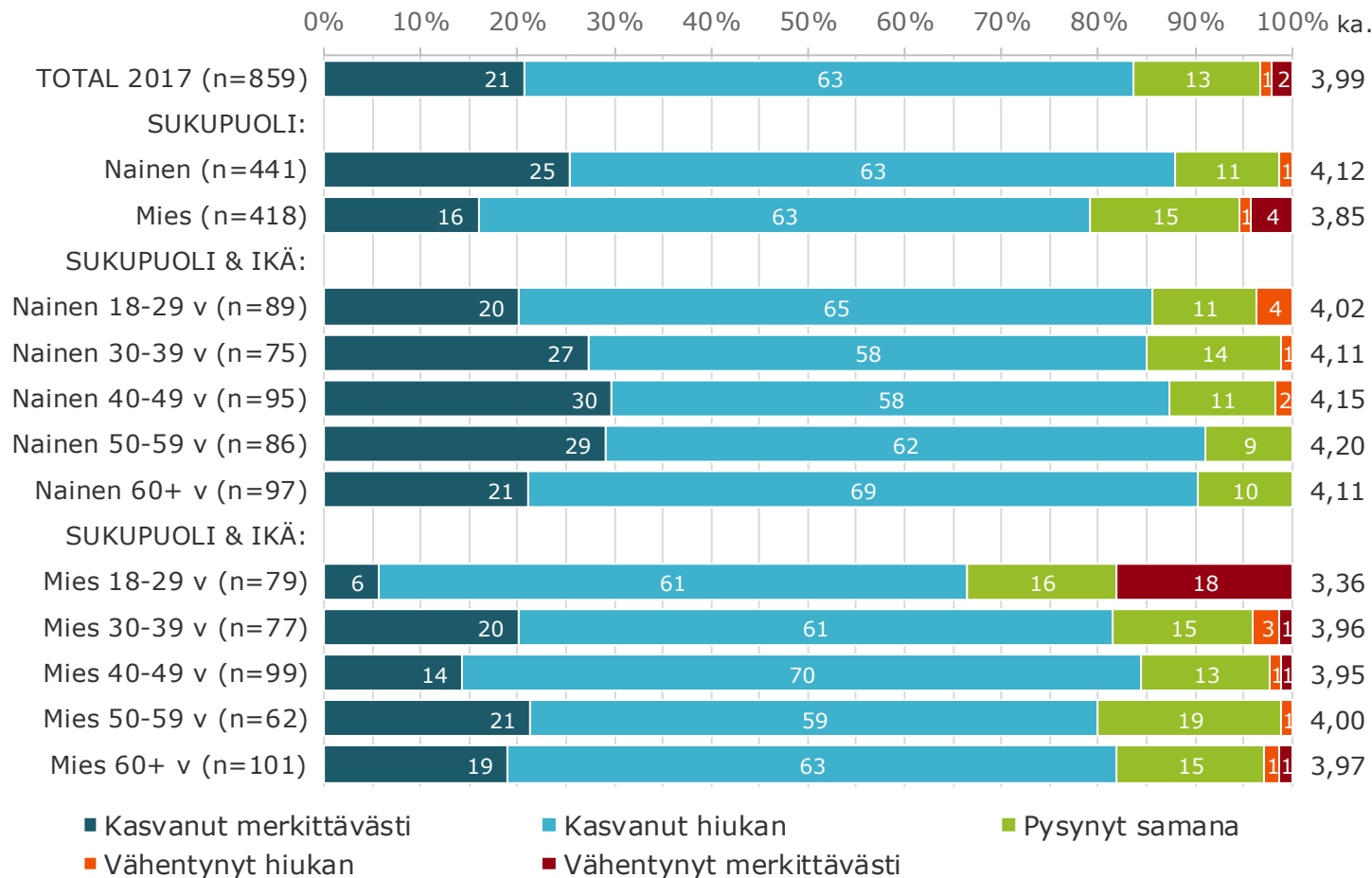


Luomuvalikoiman muutos

Onko luomuvalikoima viime vuosina mielestäsi...

ARVIONSA ANTANEET, TOTAL 2017 (n=859)

(1/2)

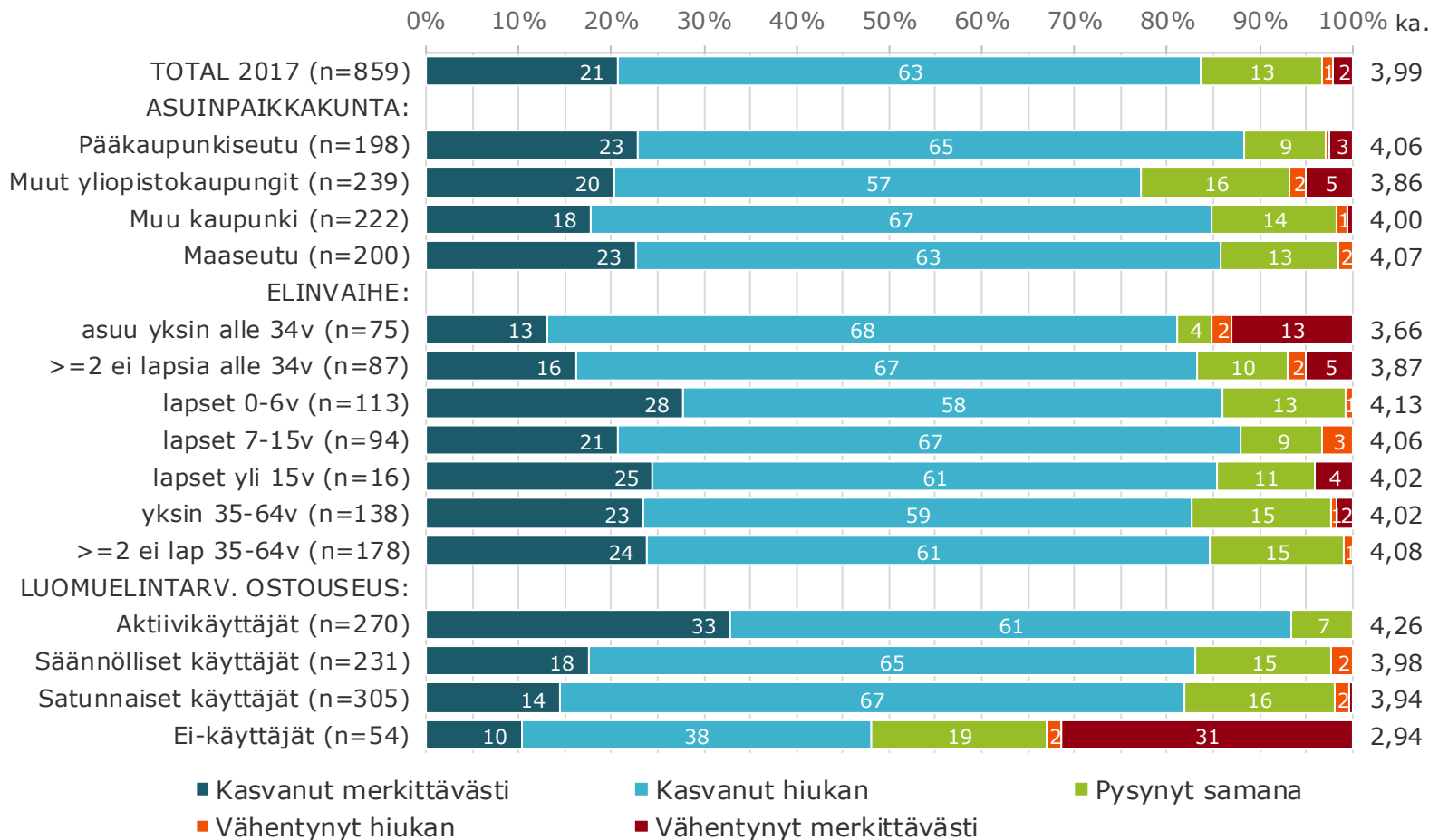


Luomuvalikoiman muutos viime vuosina

Onko luomuvalikoima viime vuosina mielestäsi...

ARVIONSA ANTANEET, TOTAL 2017 (n=859)

(2/2)



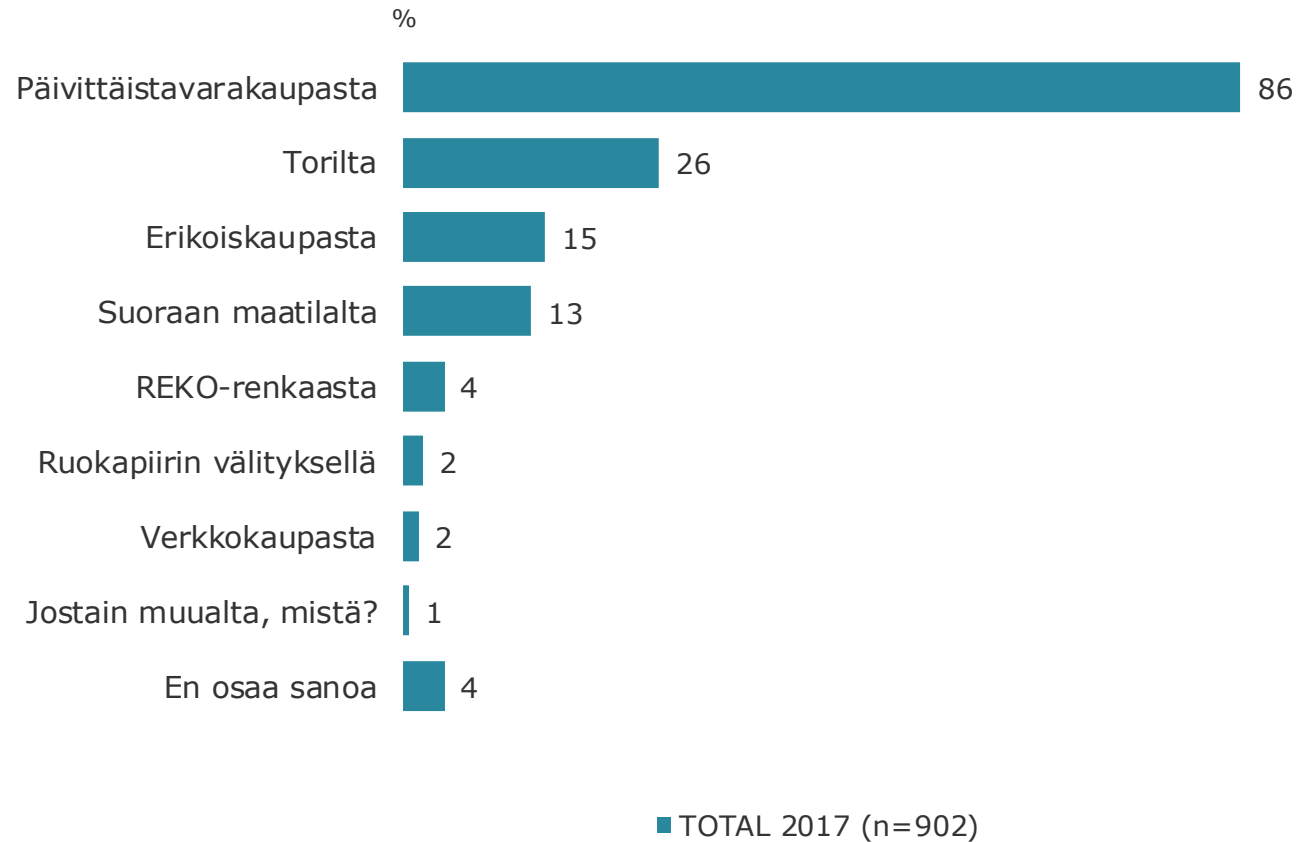
19

Luomuelintarvikkeiden ostopaikat

Luomuelintarvikkeiden ostopaikat

Mistä olet ostanut luomuelintarvikkeita viimeisen vuoden aikana? Valitse kolme tärkeintä ostopaikkaasi.

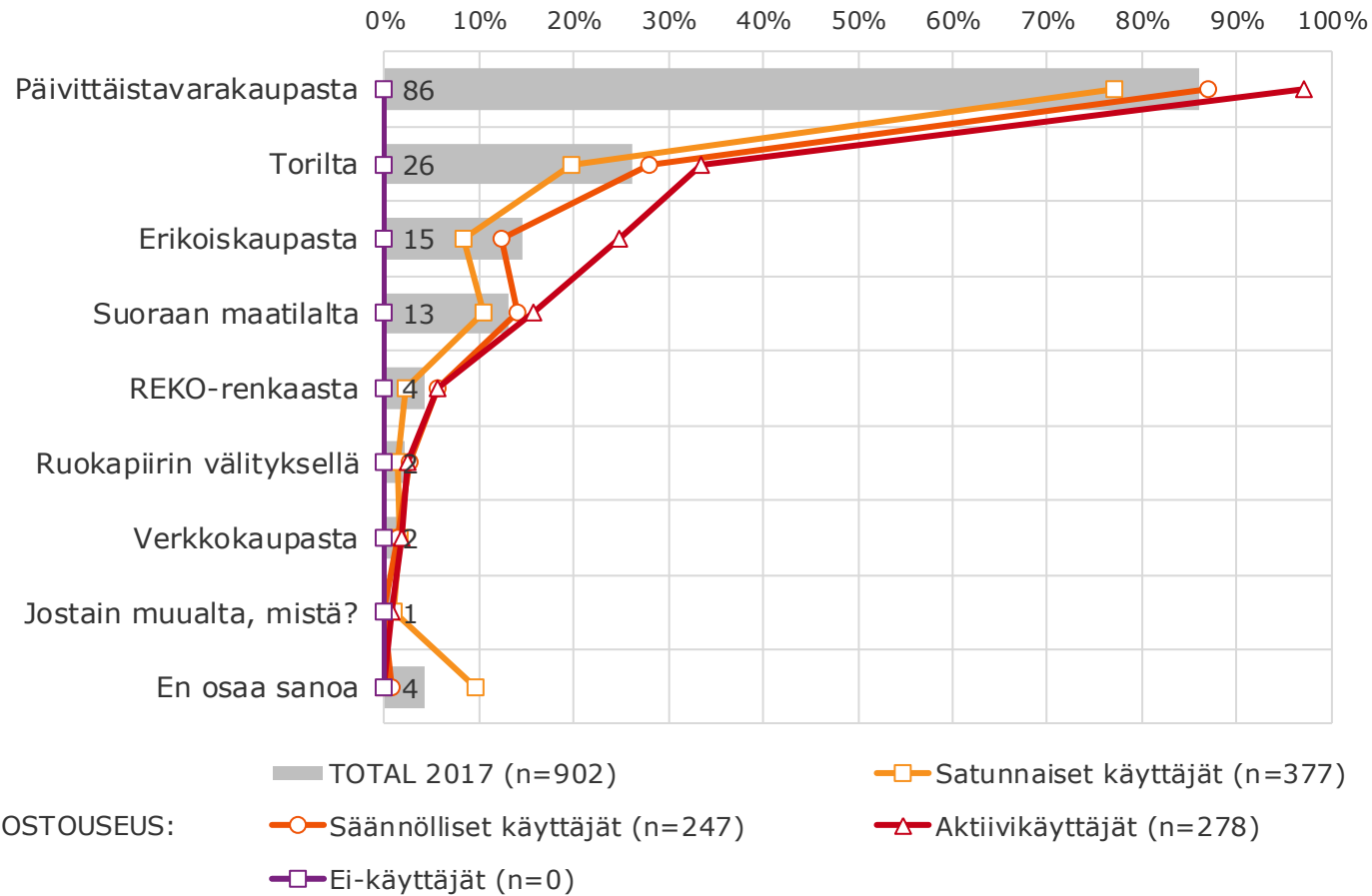
TOTAL 2017 (n=902)



Luomuelintarvikkeiden ostopaikat

Mistä olet ostanut luomuelintarvikkeita viimeisen vuoden aikana? Valitse kolme tärkeintä ostopaikkaasi.

TOTAL 2017 (n=902)



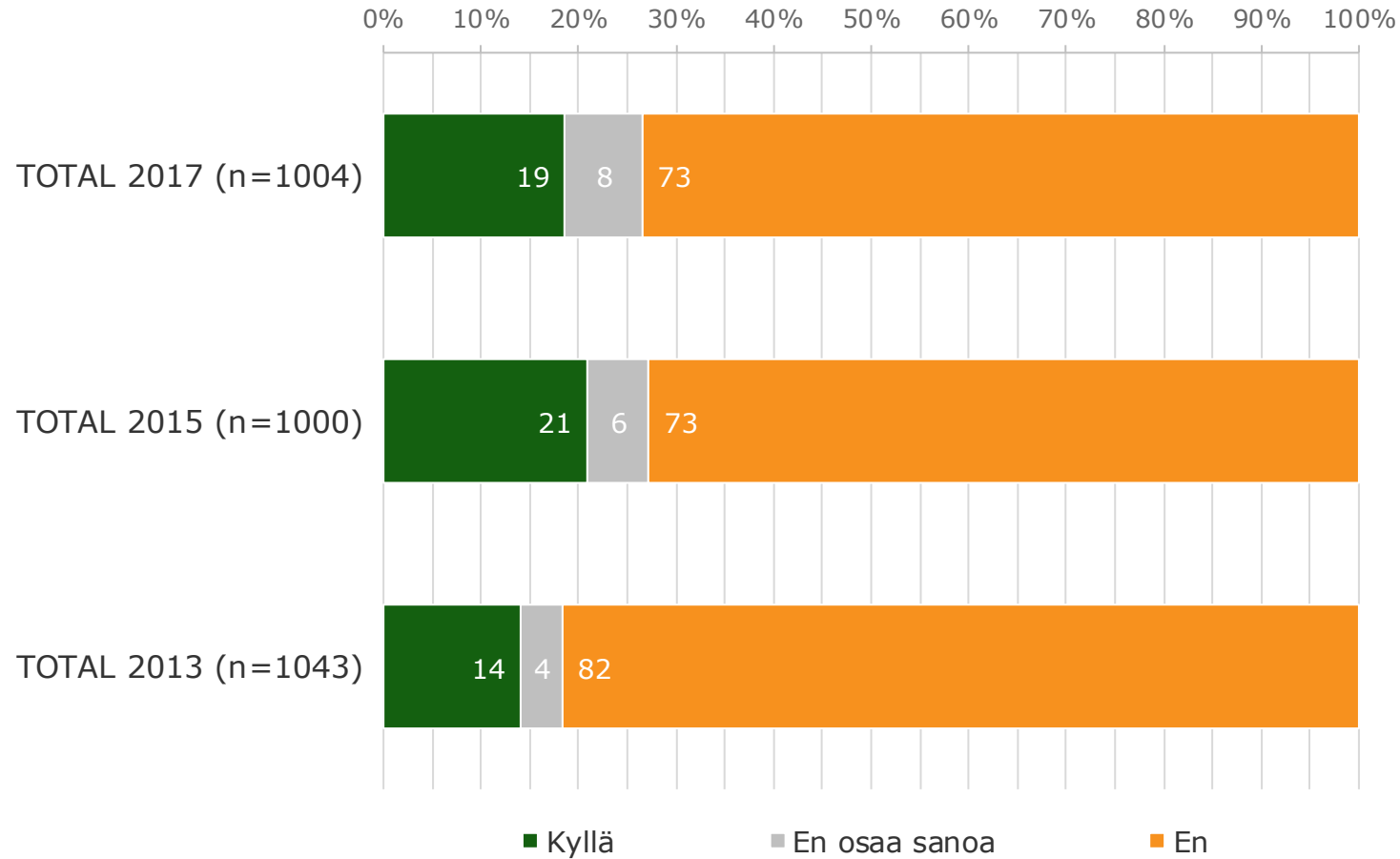
LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

20

Luomuun liittyvä tieto ja tietolähteet

Luomuun liittyvän tiedon haku

Oletko etsinyt luomuun liittyvää tietoa?

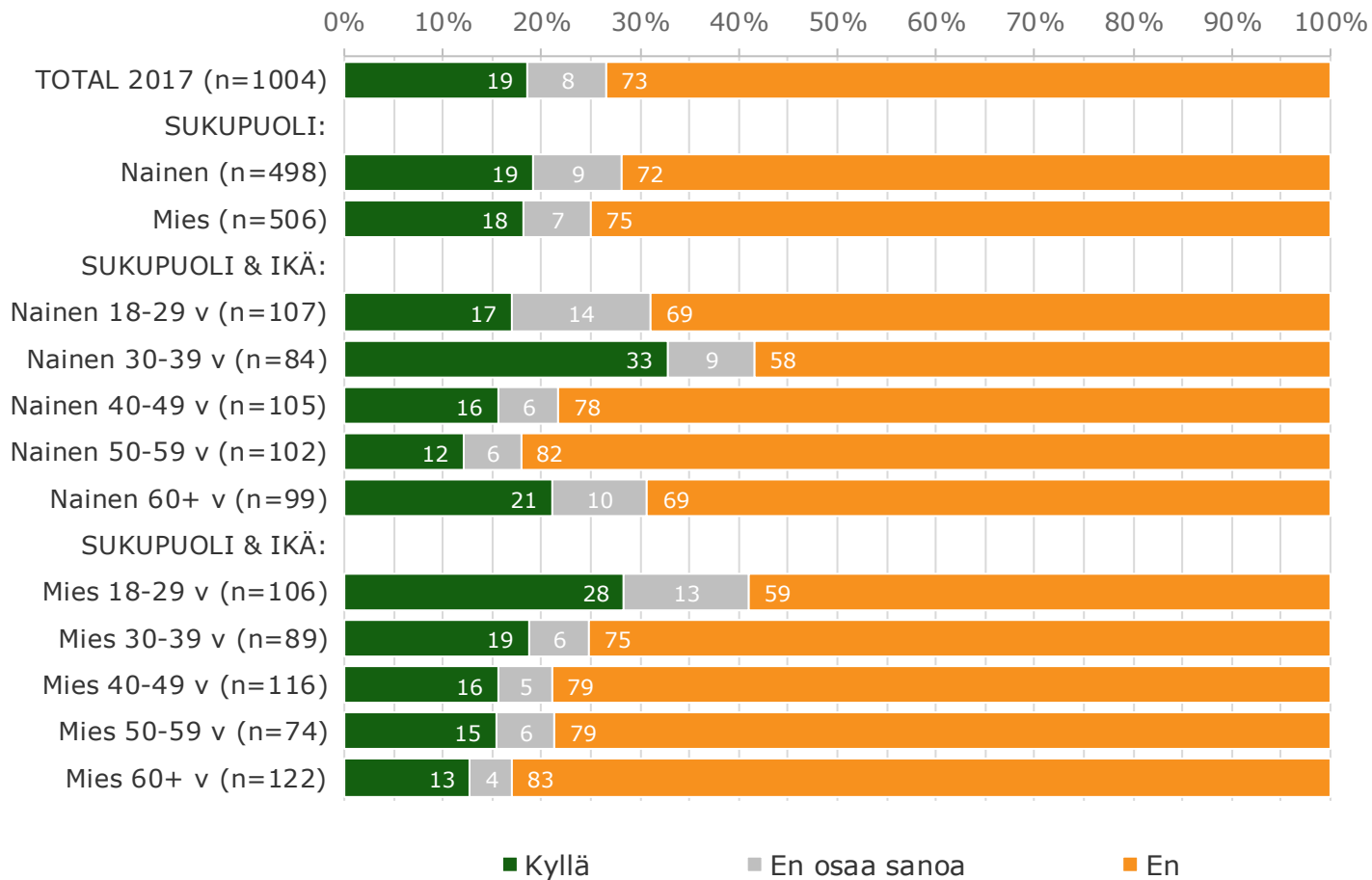


Luomuun liittyvän tiedon haku

Oletko etsinyt luomuun liittyvää tietoa?

TOTAL 2017 (n=1004)

(1/2)

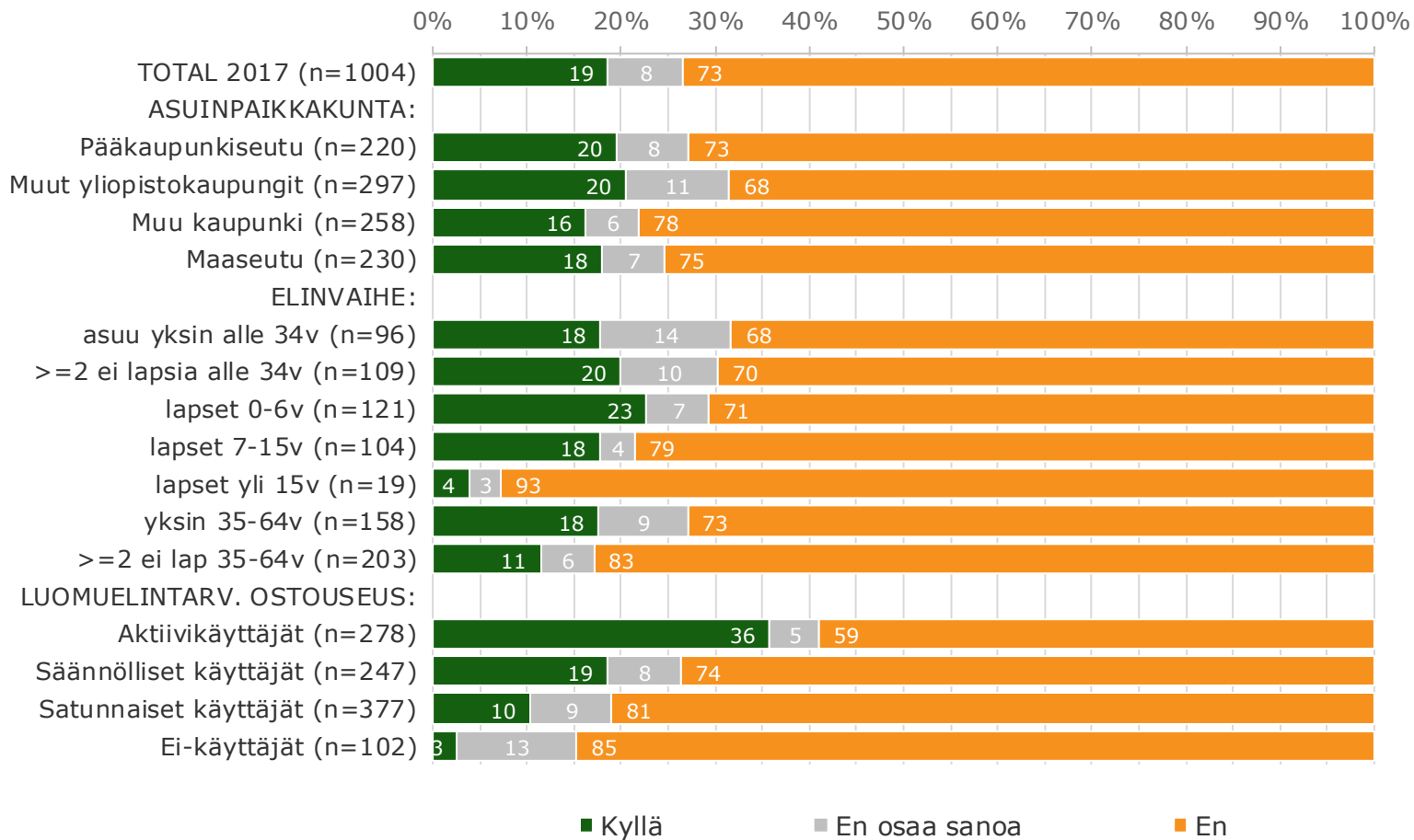


Luomuun liittyvän tiedon haku

Oletko etsinyt luomuun liittyvää tietoa?

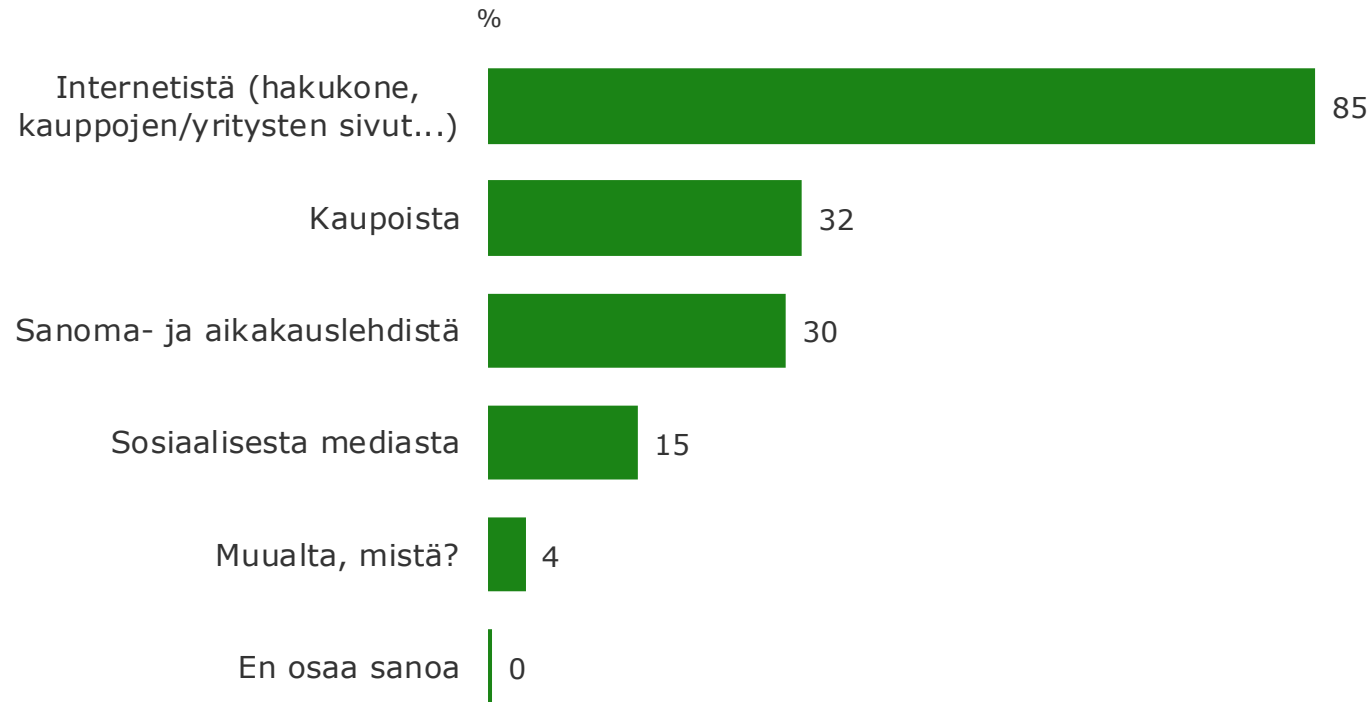
TOTAL 2017 (n=1004)

(2/2)



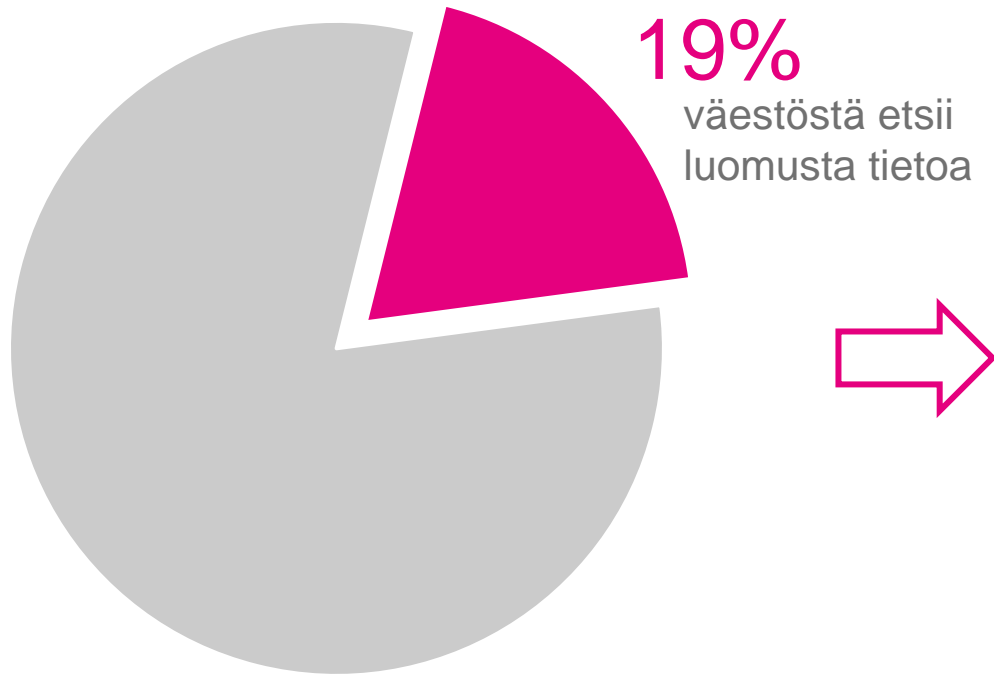
Luomuun liittyvät tietolähteet

Mistä olet etsinyt tietoa luomusta?
(n=jos etsinyt)
TOTAL 2017 (n=187)

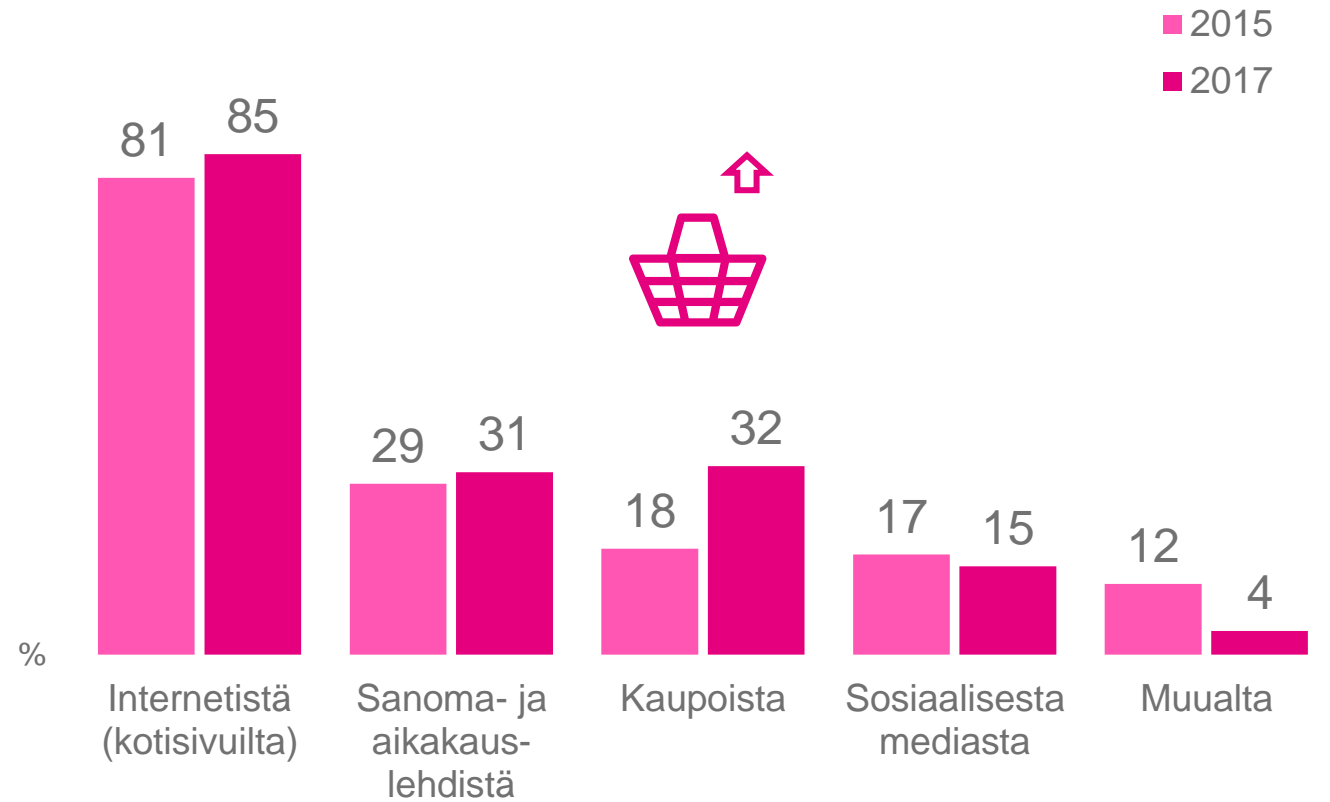


■ TOTAL 2017 (n=187)

Mistä luomuun liittyvää tietoa etsitään



Mistä olet etsinyt luomuun liittyvää tietoa?



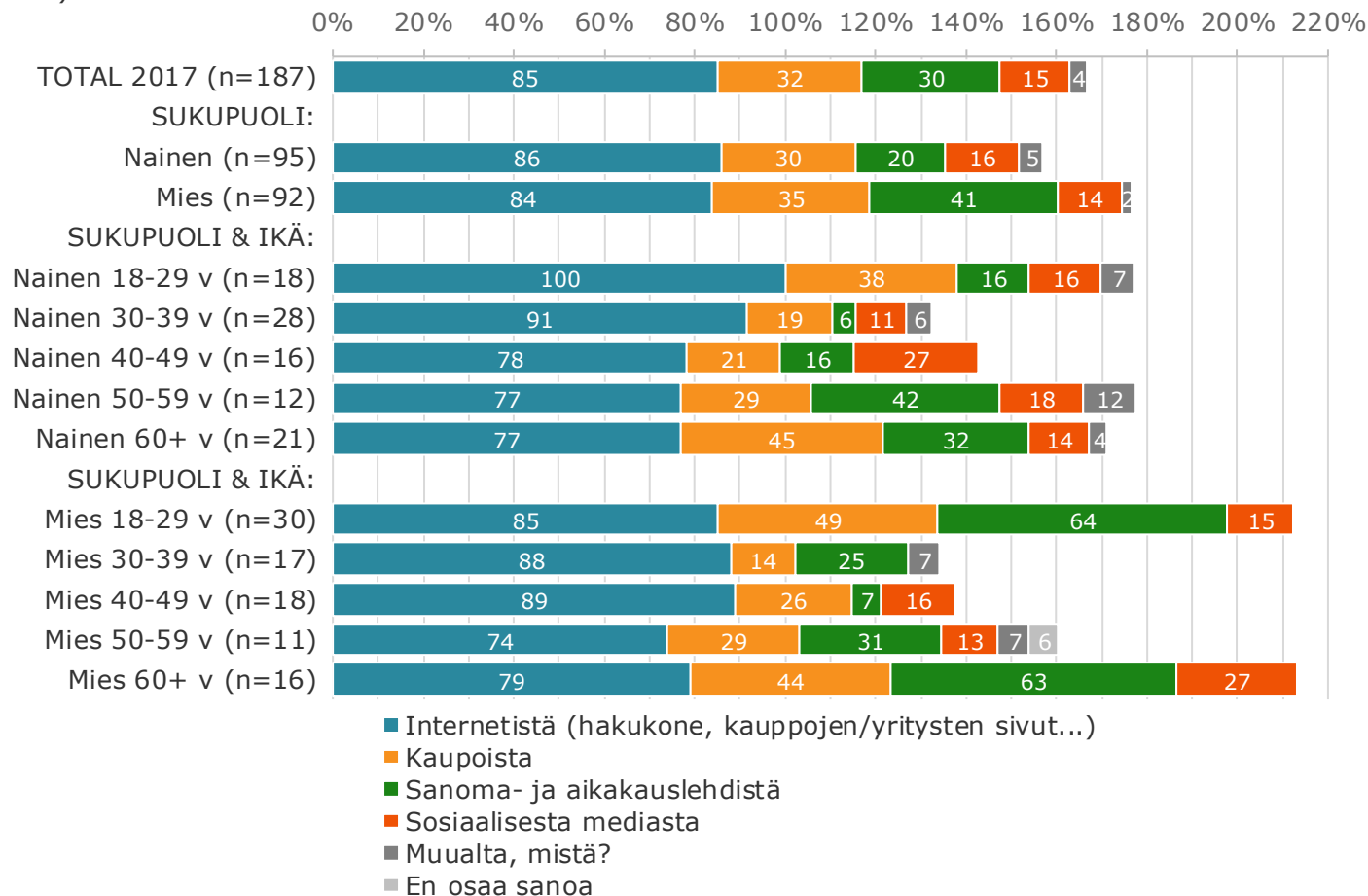
Luomuun liittyvät tietolähteet

Mistä olet etsinyt tietoa luomusta?

(n=jos etsinyt)

TOTAL 2017 (n=187)

(1/2)



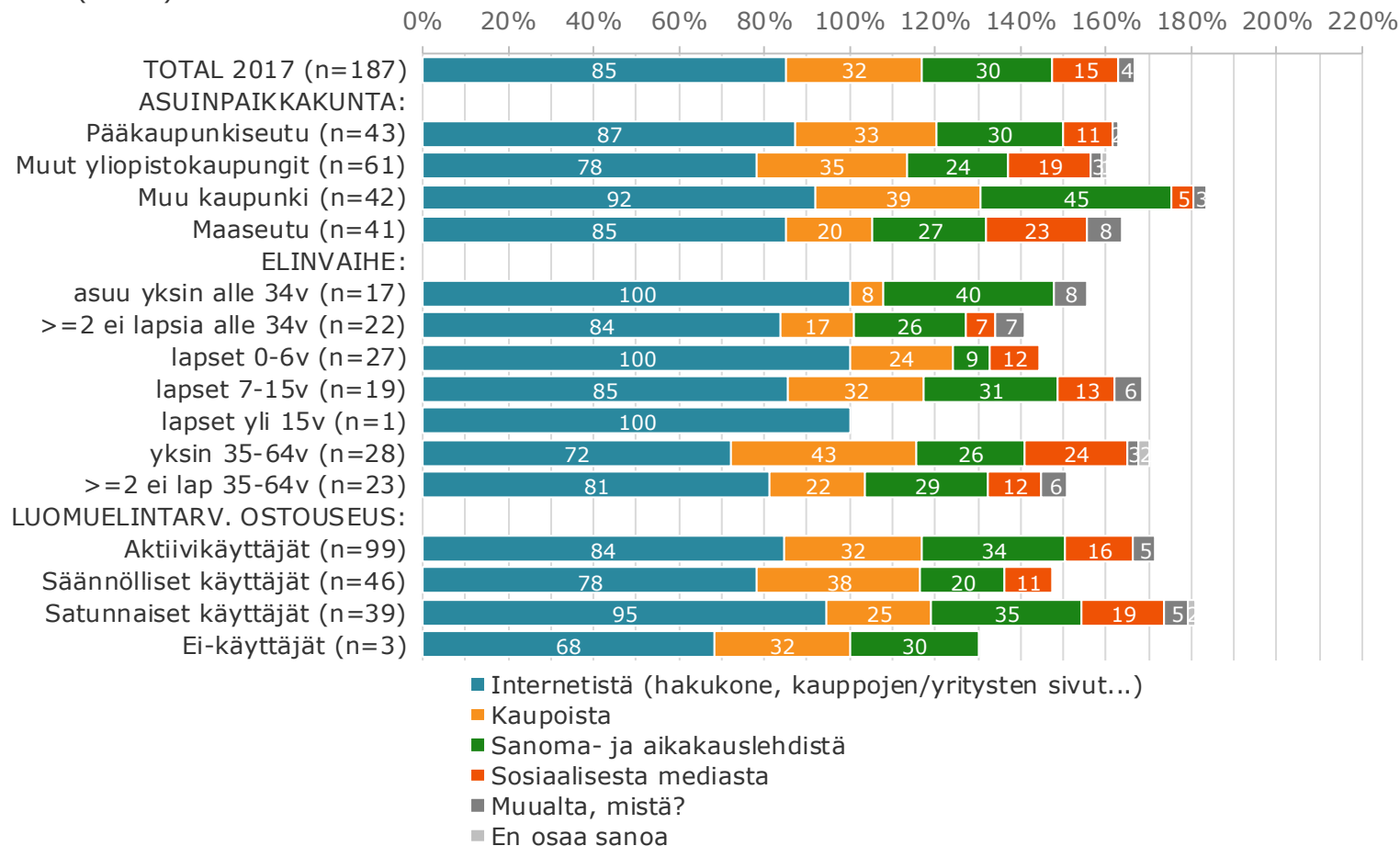
Luomuun liittyvät tietolähteet

Mistä olet etsinyt tietoa luomusta?

(n=jos etsinyt)

TOTAL 2017 (n=187)

(2/2)



Mitä tietoa toivoisit luomusta enemmän? Tietoa mm.

” Lihatuotannossa eläinten hyvinvointiin liittyviä asioita.”

” Tarkemmin mitä kriteeristö pitää sisällään. Esimerkiksi antibioottien käyttö yms.”

” Kuka tuottanut ja missä.”

” Hintavertailuja luomu/ ei-luomu, koska nykyisellään en tiedä, ovatko kaikki elintarvikkeet kalliimpia luomuna.”

” Haluaisin tietää, onko luomutuotanto pitkällä aikavälillä kestävämpi ekologinen vaihtoehto kuin tavallinen tuotanto.”

” Siitä, kuinka hyvin luomutuotantoa valvotaan.”

” Lannoituksesta ja rikkakasvitorjunnasta.”

” Tuottajalle oikeudenmukainen korvaus.”

” Mikä lisäarvo luomulla on muihin elintarvikkeisiin nähden.”

” Faktaa, ennen kaikkea luomun terveellisyydestä verrattuna ei-luomuun.”

Onko vielä jokin asia, mikä sinua askarruttaa luomussa/luomutuotteissa?

Askarruttaa, voiko luottaa siihen että tuote on oikeasti luomua.

Ainoastaan hinta. Liian kallista verrattuna muihin tuotteisiin.

Miksi luomutuotteita ei pakata ekologisesti?

Ei ole itsestäänselvää, että ne olisivat edes terveellisempiä.

Luomua tuotetaan nykyisin suurissa yksiköissä, tehotuotannon-omaisesti. Eläimet ja ympäristö kärsivät.

Onko ulkomaisten luomuelintarvikkeiden valvonta yhtä tehokasta kuin kotimaisten?

Suomalainen tavallinen tuotanto on puhtaampaa, kuin eurooppalainen luomu.

Luomu on rikkaiden maiden ylellisyyttä ja joskus tunnen siitä huonoa omaatuntoa. Luomuruualla ei saada maailman nälkäisiä ruokittua, valitettavasti.

Käsittäakseni väitettyjä maku- ja terveysetuja luomussa ei ole pystytty osoittamaan tieteelliset kriteerit täyttävissä tutkimuksissa. Silti makua ja terveellisyyttä käytetään luomun myyntiargumenttina, ja se on kyseenalaista. Se asettaa luomutuotannon tai ainakin sen markkinoinnin epämääräiseen valoon. Luomun puolesta pitäisi argumentoida enemmän sillä, että tuotanto on vähemmän ympäristöä kuormittavaa (jos se sitä on), ja vaikka eläinten hyvinvoinnilla.

Saako alkutuottaja tarpeeksi tuloja?

Hedelmien ja vihannesten laatu vaihtelee liian paljon.

Luomutuotanto ei ole kovin kustannustehokasta.

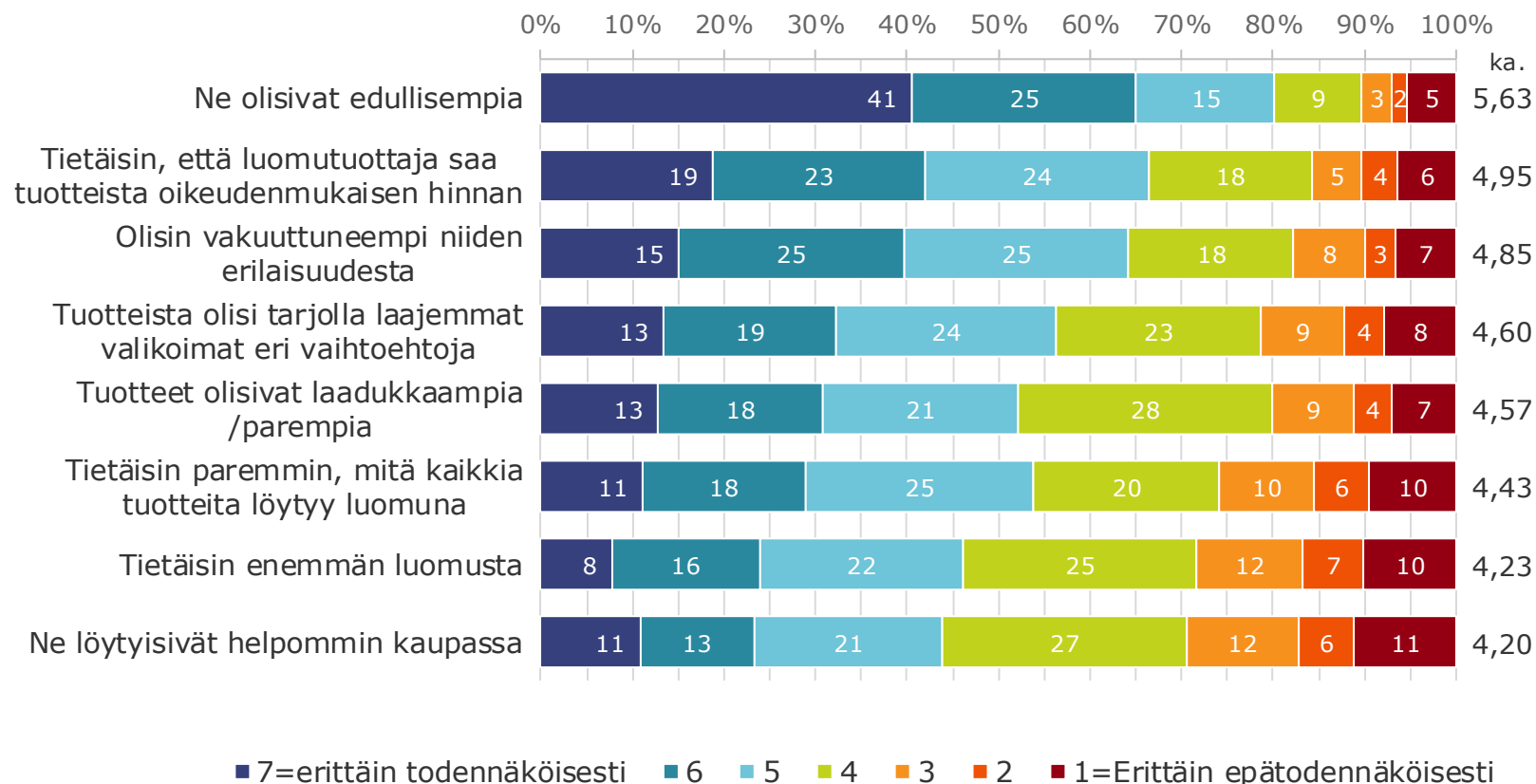
21

Luomun menekkiä edistäviä asioita

Luomun menekkiä edistäviä asioita

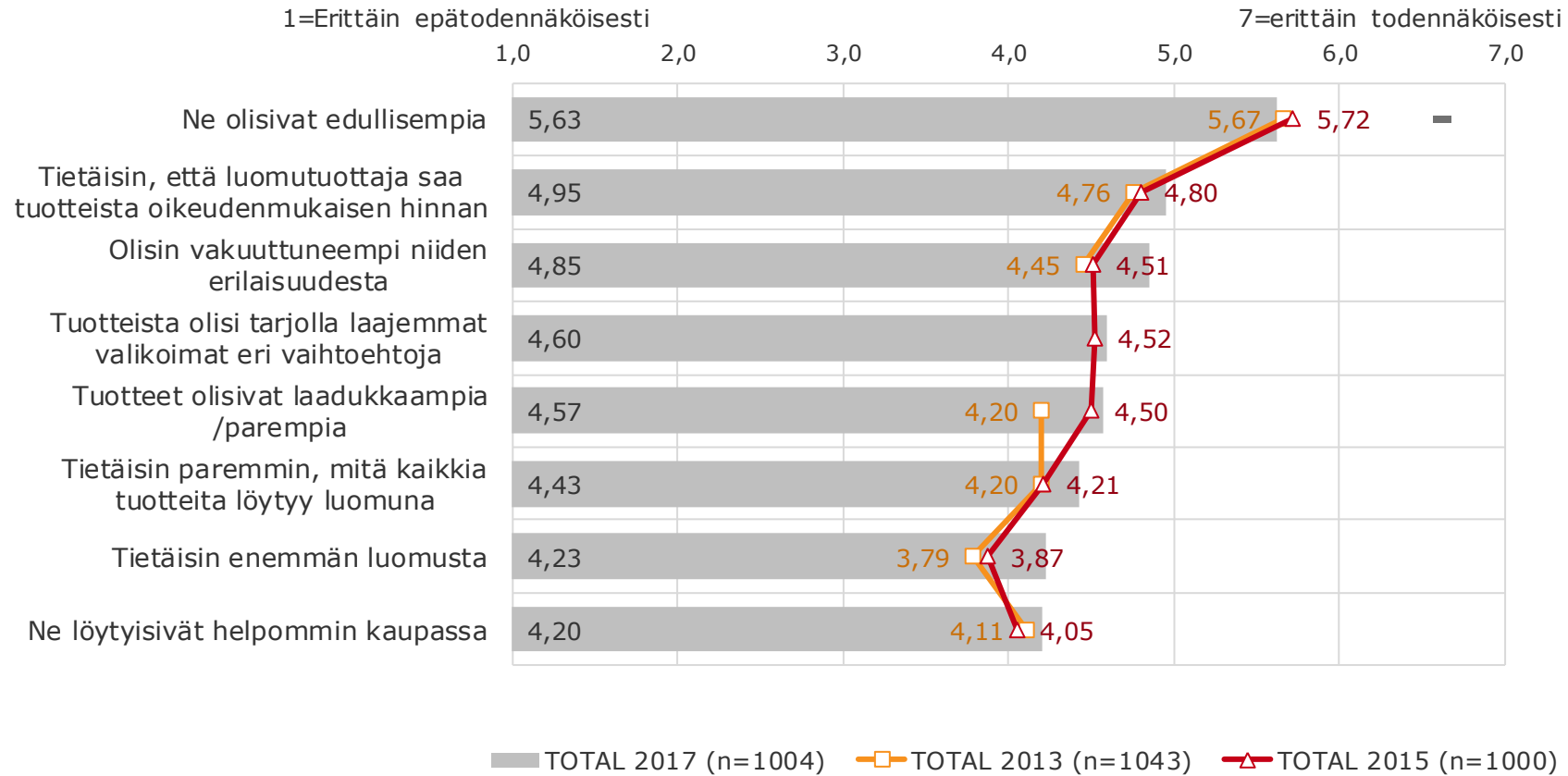
Kuinka todennäköisesti ostaisit luomuelintarvikkeita enemmän, jos...

TOTAL 2017 (n=1004)



Luomun menekkiä edistäviä asioita

Kuinka todennäköisesti ostaisit luomuelintarvikkeita enemmän, jos...



Luomun menekkiä edistäviä asioita

Kuinka todennäköisesti ostaisit luomuelintarvikkeita enemmän, jos...

TOTAL 2017 (n=1004)

