

Luomu toimii kananmunissa – miksi?

Miska Kuusela
Dava Foods Finland Oy

Kananmunahyllyn läpivalaisu

1. Virikehäkkikanan munat

- nykysäädösten mukaisissa häkkiolosuhteissa, normaali ruokinta



2. Vapaan kanan / lattiakanalan munat

- vapaana sisätiloissa, tilaa säädösten mukaan, normaali ruokinta



3. Free-range / ulkokanan munat

- ulkolaidun, tilaa säädösten mukaan, normaali ruokinta



4. Luomu

- ulkolaidun, ikkunat sisätiloissa, paljon tilaa, luomurehu, jne. luomusäädösten mukaan



+ Omega

+ Moninaiset kauppanimet

- "onnellisen kanan", "orsikanan", "Möttösen", "maalaistalon", "parempaa kuin luomu", "terassikanalan"

Luomun valinnan mielikuvatekijöitä

Luomun markkinaosuus tuoteryhmässä

Erittäin suuri

>10%

Suuri

>3%

Kohtalainen

>2%

Vähäinen

>1 %

Mitätön

<1 %

luomu on pääargumentti, "luomuversio" tavallisesta	←	→	luomu on hienon tuotteen laadun ja mielikuvan "viime silaus" ja lisäarvo
jalostamaton perustuote	←	→	pitkälle jalostettu, prosessoitu, tuotekehitetty
läheinen ja luotettava	←	→	etäinen ja arveluttava
luonto, ympäristö, ekologia ei paina	←	→	painaa
eläinten hyvinvointi ei paina	←	→	painaa
terveys, ravinto	←	→	nautiskelu, huvi
kasvi	←	→	eläin
pieni hintapreemio	←	→	suuri hintapreemio

Porkkana

Luomun markkinaosuus tuoteryhmässä

Erittäin suuri

>10%

Suuri

>3%

Kohtalainen

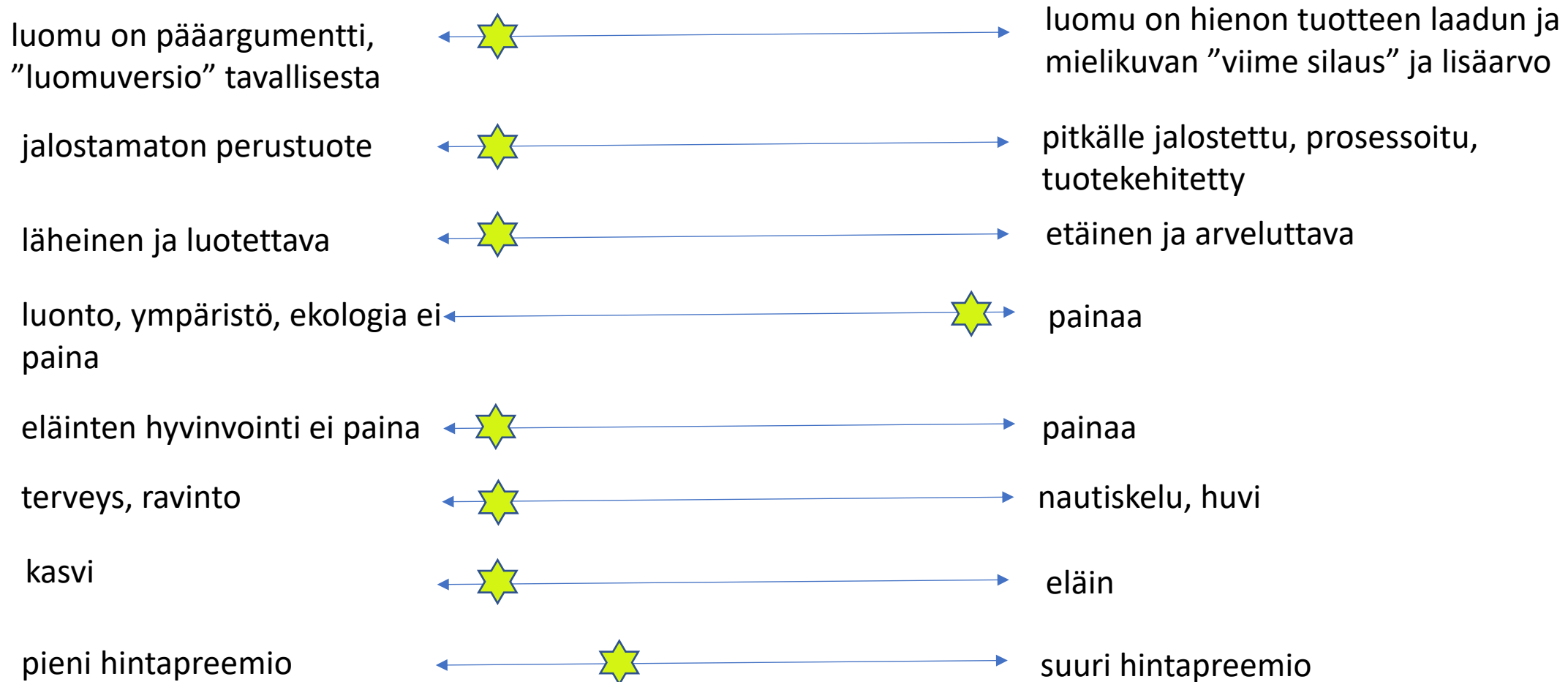
>2%

Vähäinen

>1%

Mitätön

<1 %



Maito

Luomun markkinaosuus tuoteryhmässä

Erittäin suuri

>10%

Suuri

>3%

Kohtalainen

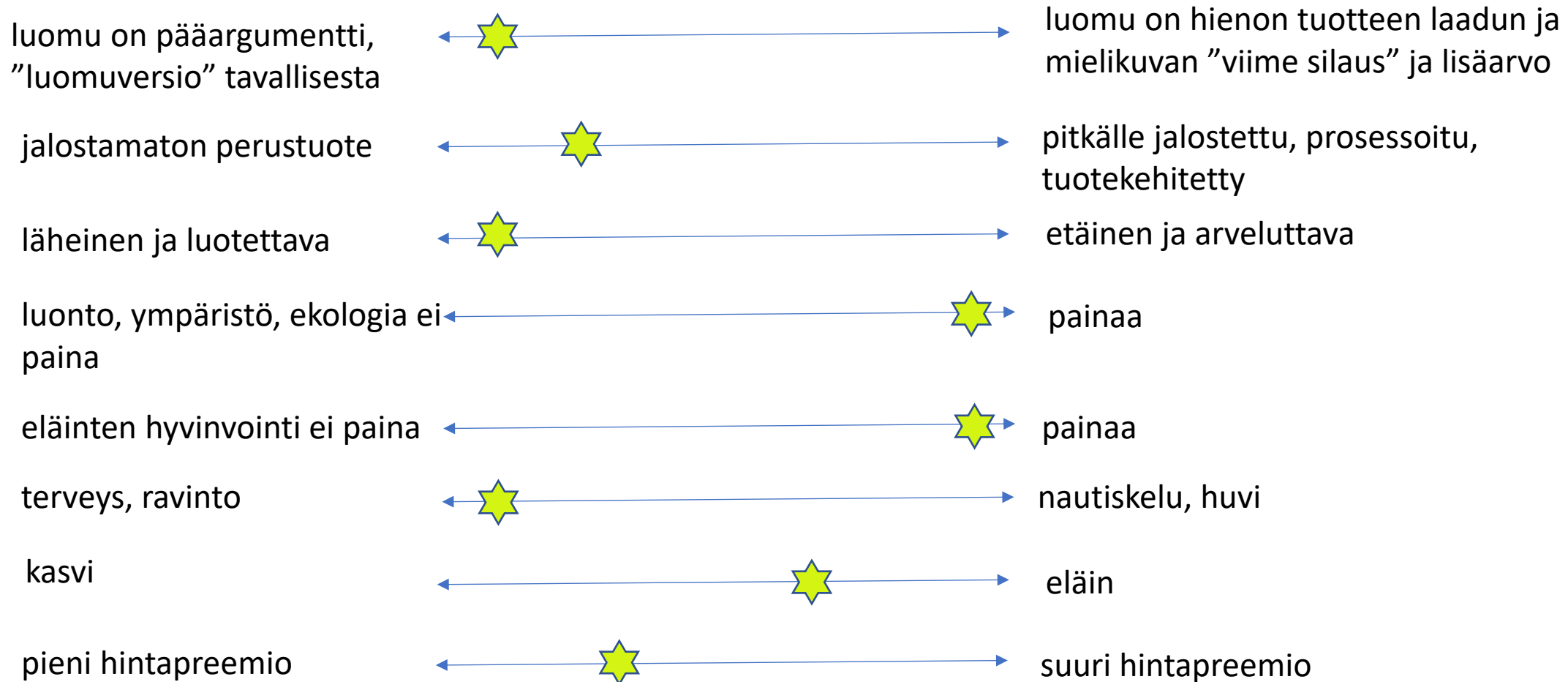
>2%

Vähäinen

>1%

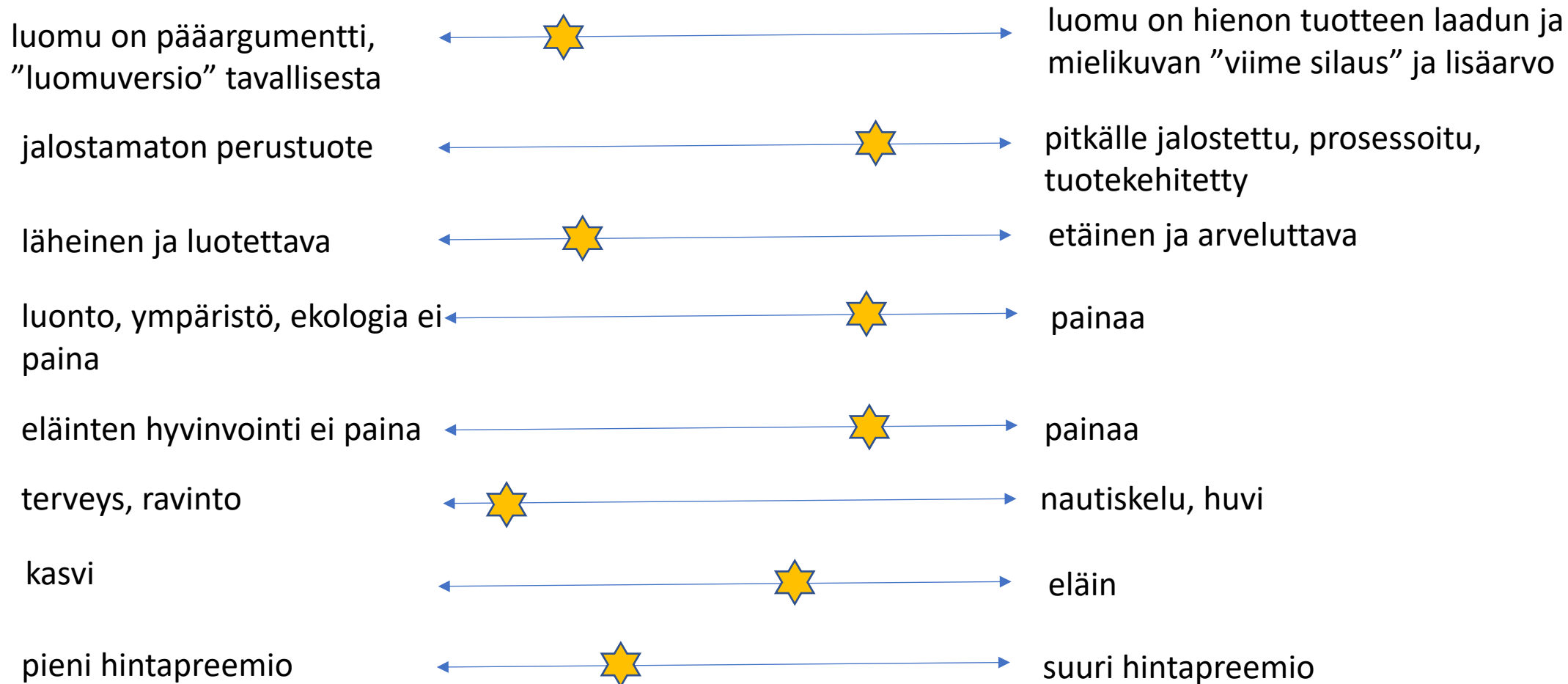
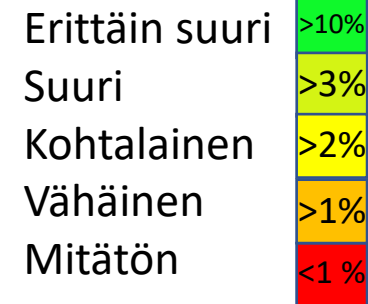
Mitätön

<1 %



Edam-juusto

Luomun markkinaosuus tuoteryhmässä



Jugurtti

Luomun markkinaosuus tuoteryhmässä

Erittäin suuri

>10%

Suuri

>3%

Kohtalainen

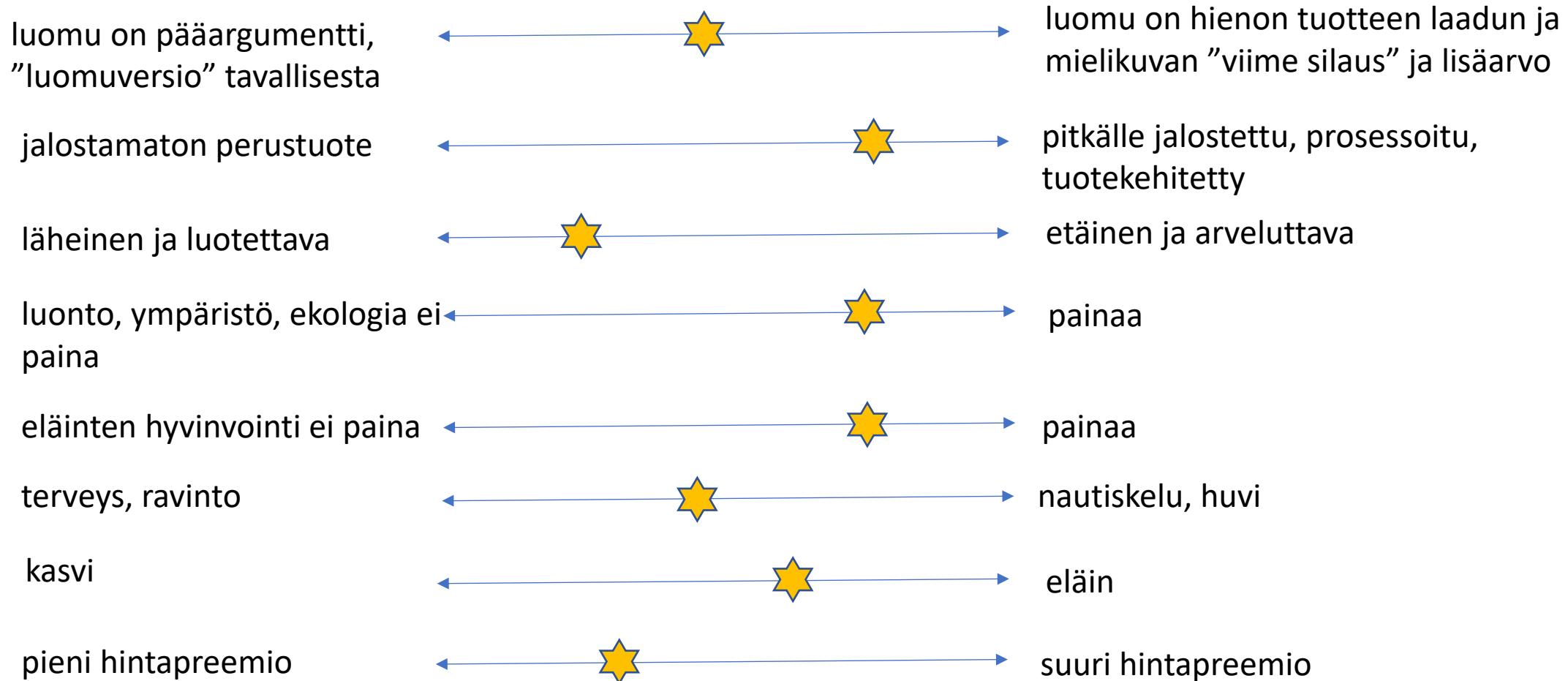
>2%

Vähäinen

>1%

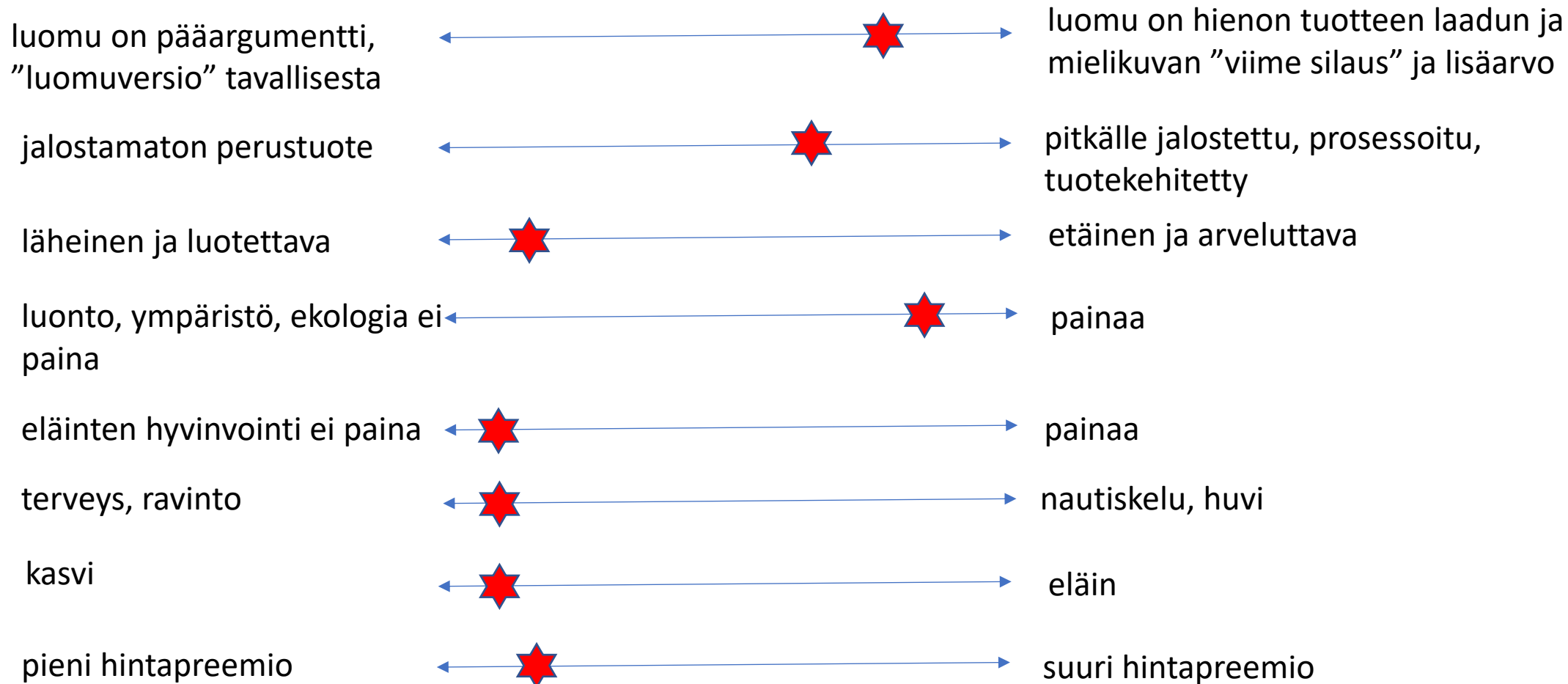
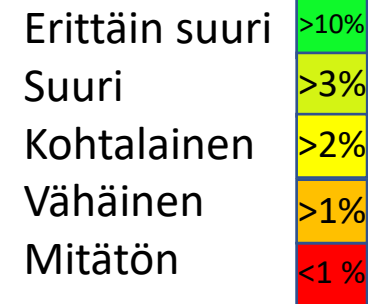
Mitätön

<1%



Tuore leipä

Luomun markkinaosuus tuoteryhmässä



Kaurahiutale

Luomun markkinaosuus tuoteryhmässä

Erittäin suuri

>10%

Suuri

>3%

Kohtalainen

>2%

Vähäinen

>1%

Mitätön

<1 %

luomu on pääargumentti,
"luomuversio" tavallisesta



luomu on hienon tuotteen laadun ja
mielikuvan "viime silaus" ja lisäarvo

jalostamaton perustuote



pitkälle jalostettu, prosessoitu,
tuotekehitetty

läheinen ja luotettava



etäinen ja arveluttava

luonto, ympäristö, ekologia ei
paina



painaa

eläinten hyvinvointi ei paina



painaa

terveys, ravinto



nautiskelu, huvi

kasvi



eläin

pieni hintapreemio



suuri hintapreemio

Kyljys

Luomun markkinaosuus tuoteryhmässä

Erittäin suuri

>10%

Suuri

>3%

Kohtalainen

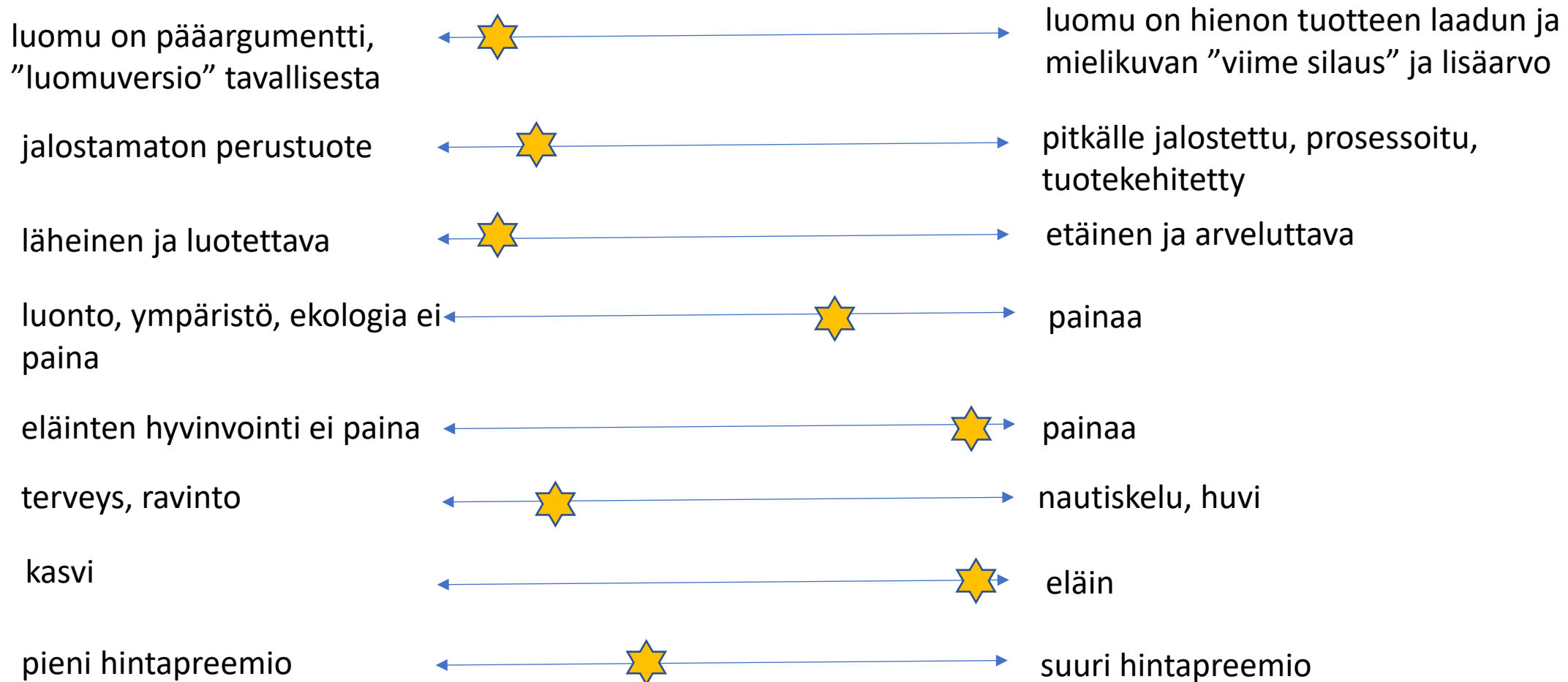
>2%

Vähäinen

>1%

Mitätön

<1 %



Palvikinkkuviipaleet

Luomun markkinaosuus tuoteryhmässä

Erittäin suuri

>10%

Suuri

>3%

Kohtalainen

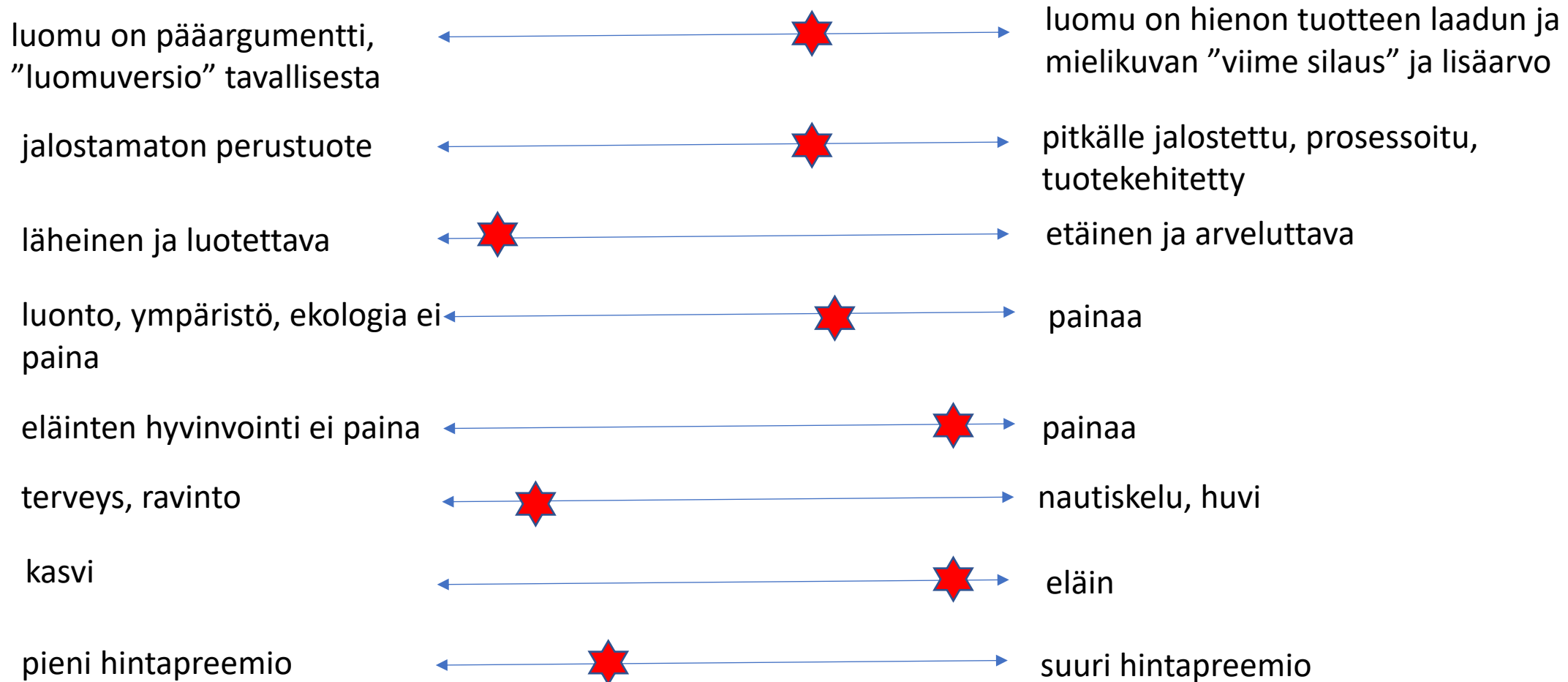
>2%

Vähäinen

>1%

Mitätön

<1 %



luomu on hienon tuotteen laadun ja mielikuvan "viime silaus" ja lisäarvo

pitkälle jalostettu, prosessoitu, tuotekehitetty

etäinen ja arveluttava

painaa

painaa

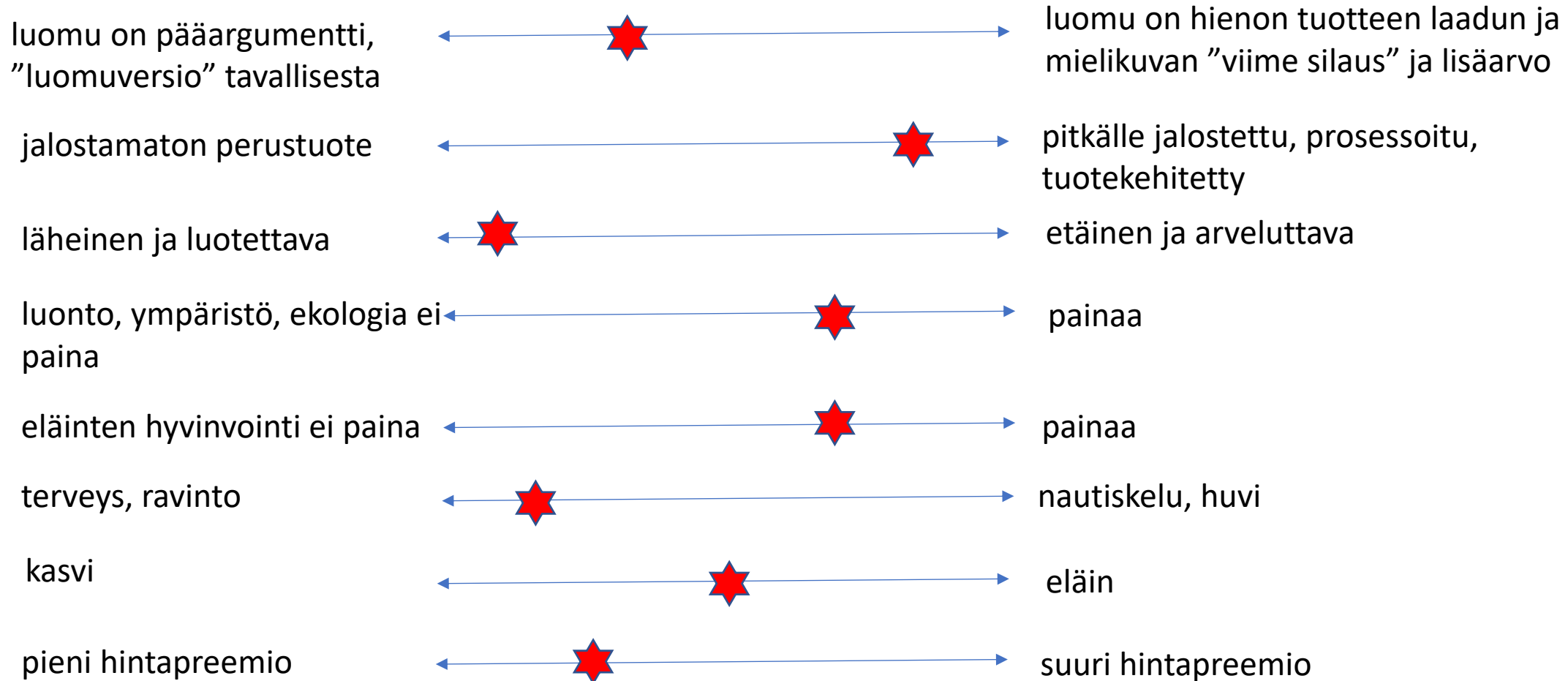
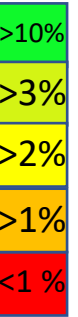
nautiskelu, huvi

eläin

suuri hintapreemio

Liha-makaronilaatikko tai kaalilaatikko

Erittäin suuri
Suuri
Kohtalainen
Vähäinen
Mitätön



Urheilulisäravinne

Luomun markkinaosuus tuoteryhmässä

Erittäin suuri

>10%

Suuri

>3%

Kohtalainen

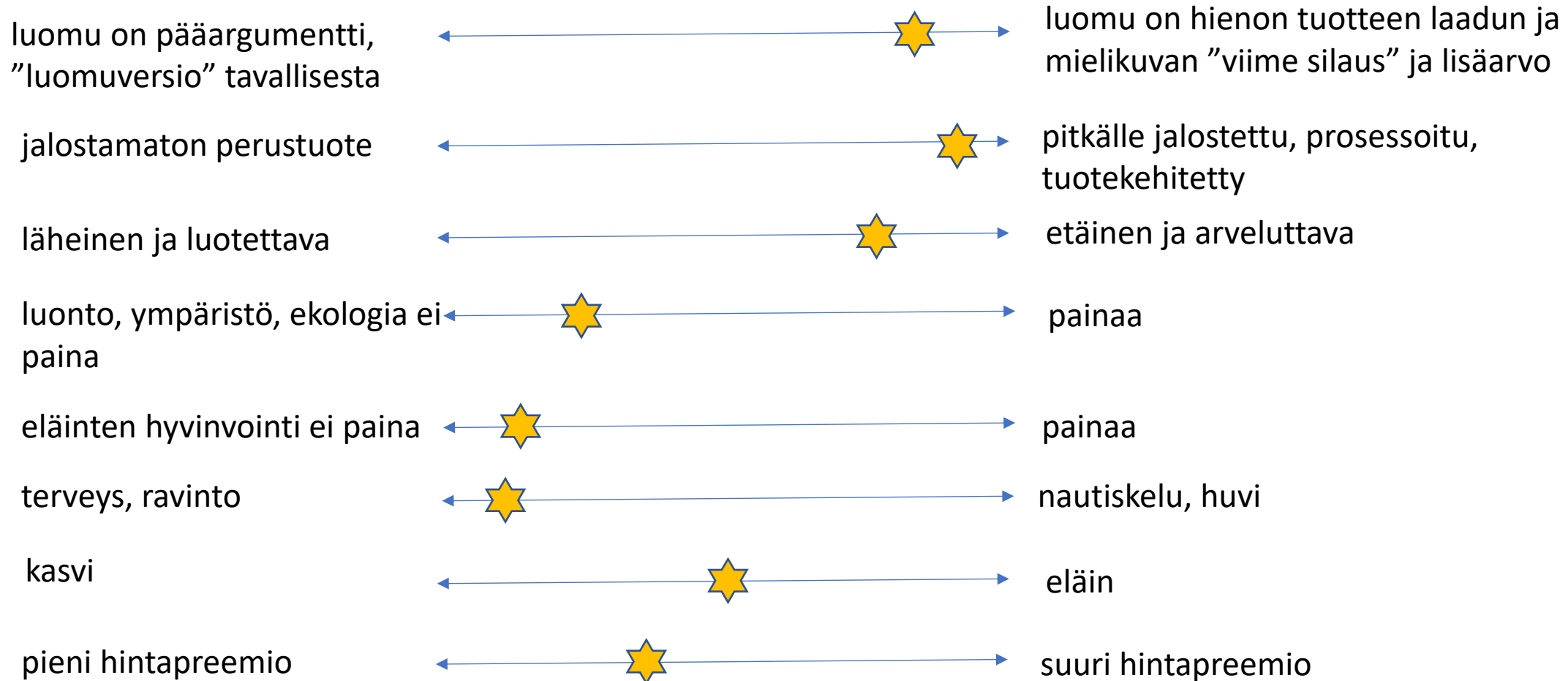
>2%

Vähäinen

>1%

Mitätön

<1%



Tuore kala

Luomun markkinaosuus tuoteryhmässä

Erittäin suuri

>10%

Suuri

>3%

Kohtalainen

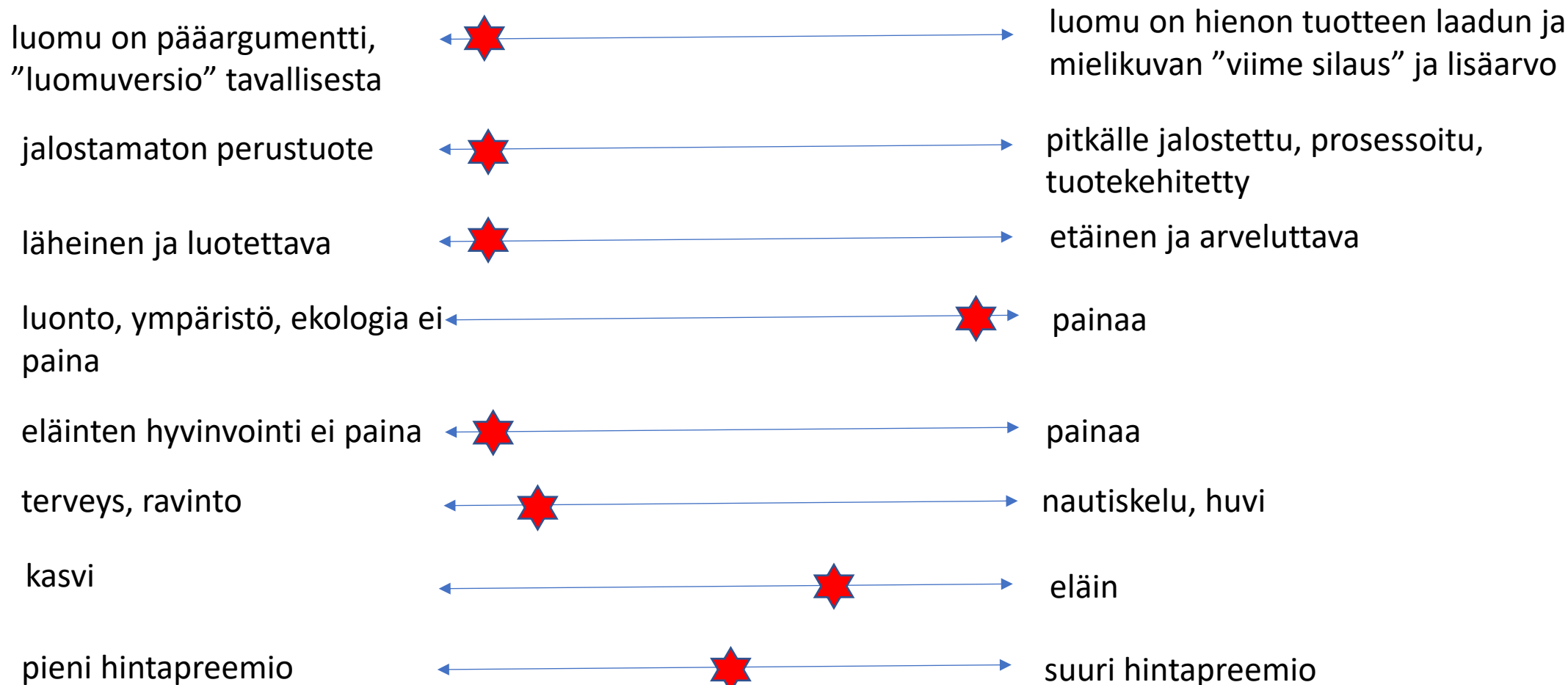
>2%

Vähäinen

>1%

Mitätön

<1 %



Olut

Luomun markkinaosuus tuoteryhmässä

Erittäin suuri

>10%

Suuri

>3%

Kohtalainen

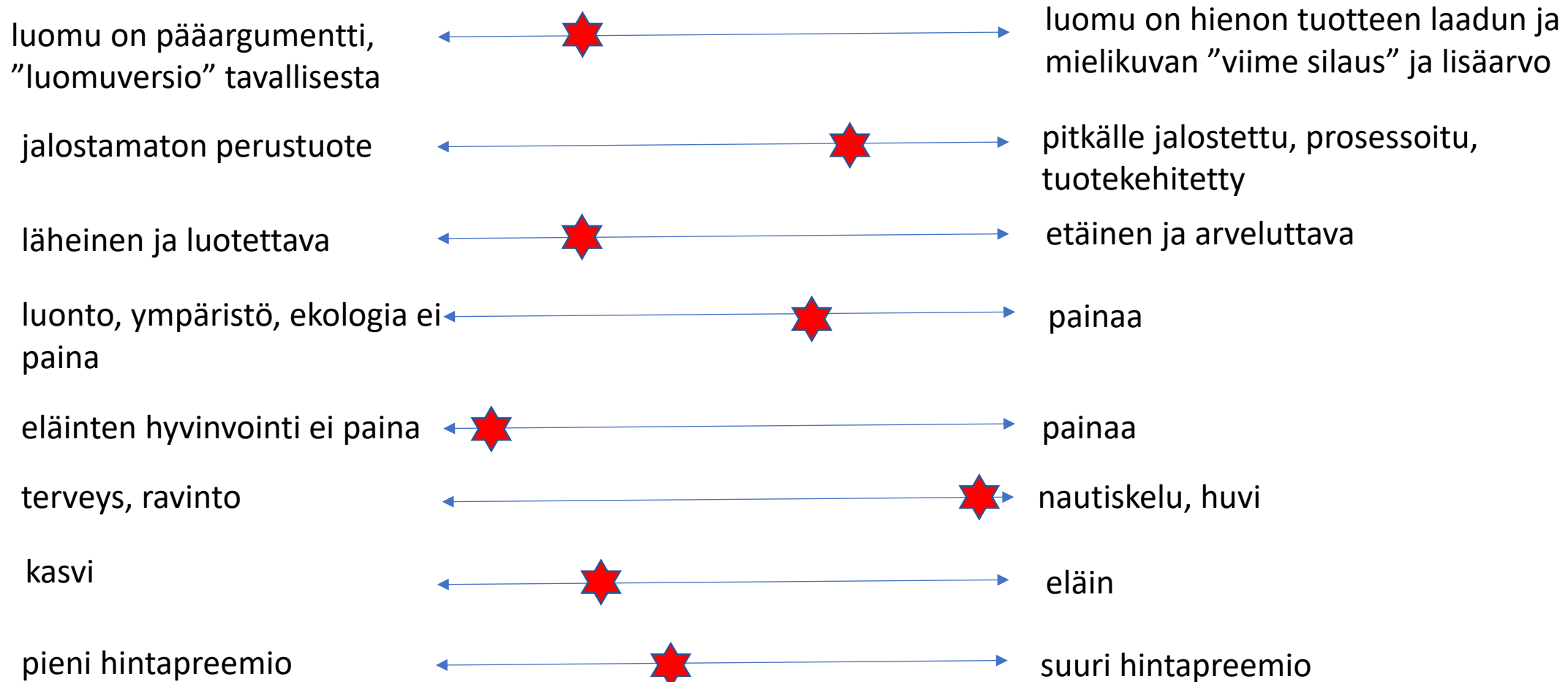
>2%

Vähäinen

>1%

Mitätön

<1 %



Perunalastu

Luomun markkinaosuus tuoteryhmässä

Erittäin suuri

>10%

Suuri

>3%

Kohtalainen

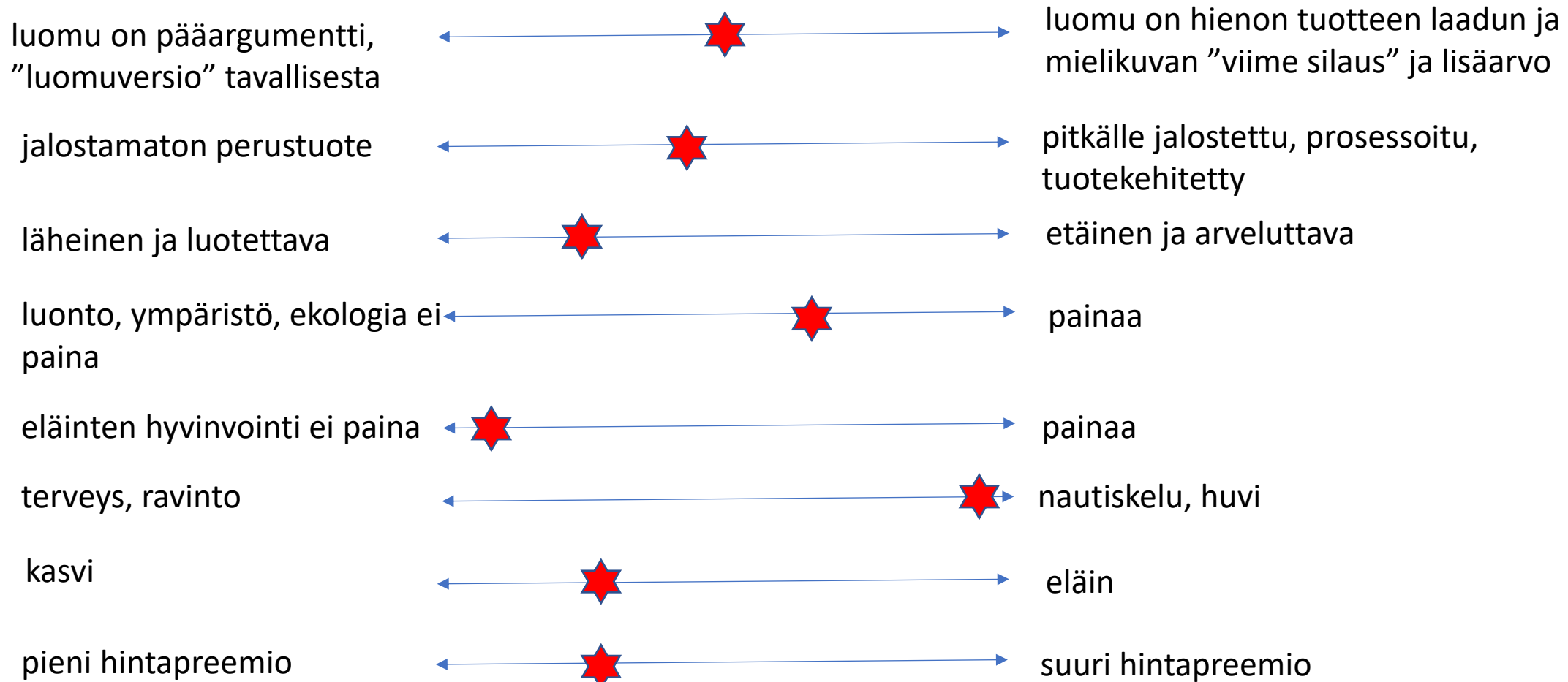
>2%

Vähäinen

>1%

Mitätön

<1 %



Kananmuna

Luomun markkinaosuus tuoteryhmässä

Erittäin suuri

>10%

Suuri

>3%

Kohtalainen

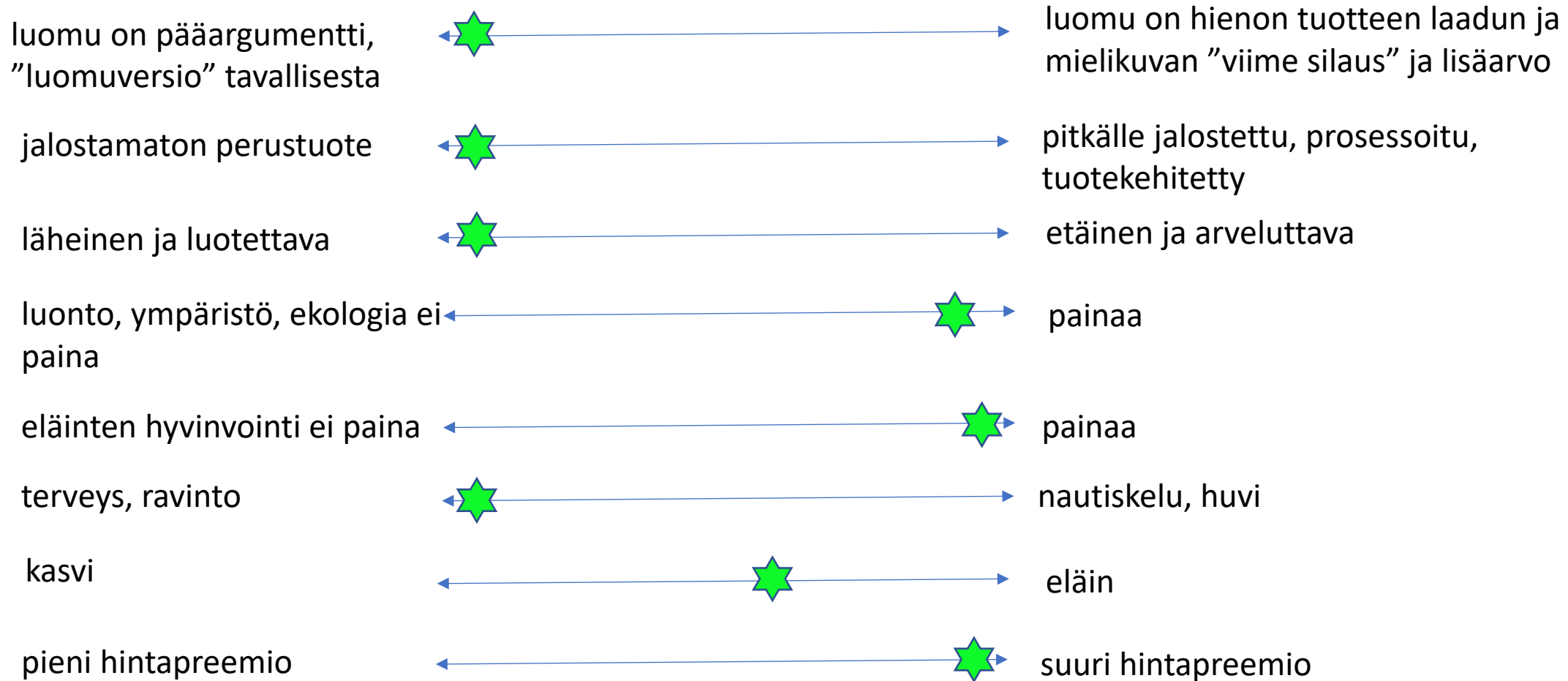
>2%

Vähäinen

>1%

Mitätön

<1 %



Kaikki yhdessä*

* Disclaimer: Jokainen tähti ei ole ryhmissä millilleen samassa paikassa kuin edellä, eikä se ole edes tämän kuvan pointti

Luomun markkinaosuus tuoteryhmässä

Erittäin suuri

>10%

Suuri

>3%

Kohtalainen

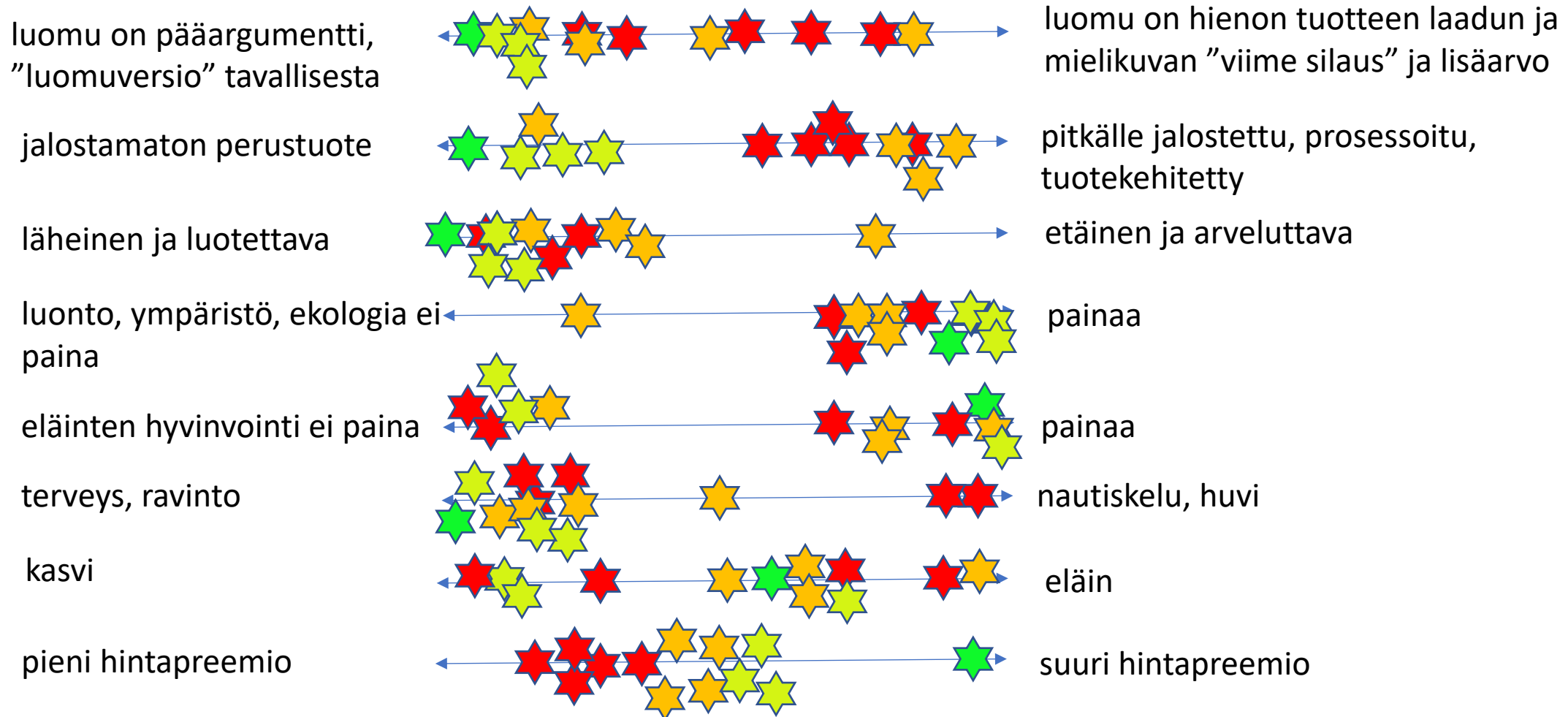
>2%

Vähäinen

>1%

Mitätön

<1%

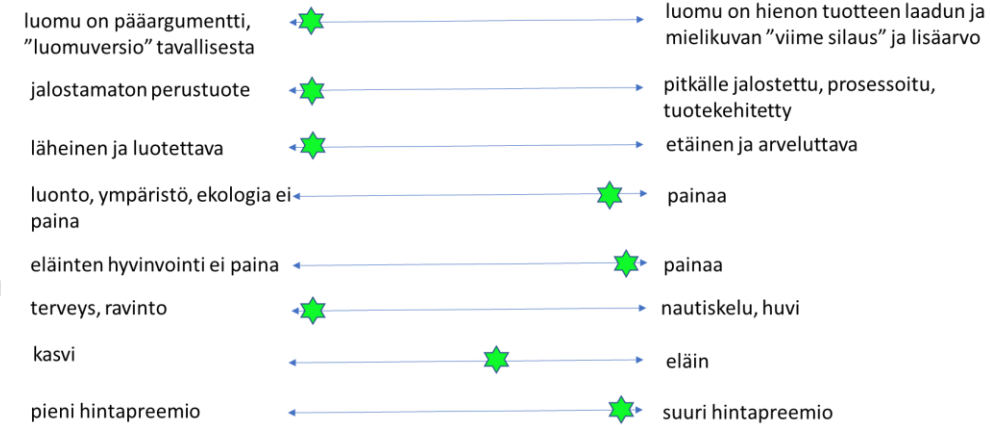


Luomukananmuna

- ”Luomu” on pääargumentti
 - Luomukananmuna erottautuu vain tällä
 - , sekä sen mukana tulevilla makuun, eettisyyteen, ekologisuuteen ja eläinten hyvinvointiin liittyvillä mielikuvallisilla ja faktisilla arvoilla
- Täysin jalostamaton ja prosessoimaton perustuote, luonnontuote sellaisenaan
- Läheinen, luotettava, kotimainen, kasvollinen, ymmärrettävä
- Helppoa monikäyttöistä perusravintoa
- Ostetaan ja syödään ravitseminen ja terveys mielessä, ei niinkään poikkeuksellinen nautiskelu ja huvi
- On eläinperäinen, mutta ei ole eläin, ei syödä eläintä
- Ei ole koskaan ollut elävä olento, mutta eläinten hoito ja hyvinvointi on keskeisesti läsnä
- Luomun arvot painavat ekologian, eettisyyden, turvallisuuden, terveellisuuden, (lähiruuan) ja eläinten hyvinvoinnin kannalta
- Voimakas ja konkreettinen ero ja jopa vastakkainasettelu ”tavanomaiseen”
- Erittäin korkea hintapremio, joka ei ole myynnin este
 - => lisäarvo ylittää lisähinnan, *de facto*
- Erittäin korkea luomun markkinaosuus niin euroissa kuin volyymissa
 - ja edelleen kovassa kasvussa

Luomun markkinaosuus tuoteryhmässä

Erittäin suuri >10%



⇒ **Miten oma luomutuotteesi voisi olla enemmän kananmunan kaltainen?**



Kiitos!

Cultivating Value

DAVA Foods 