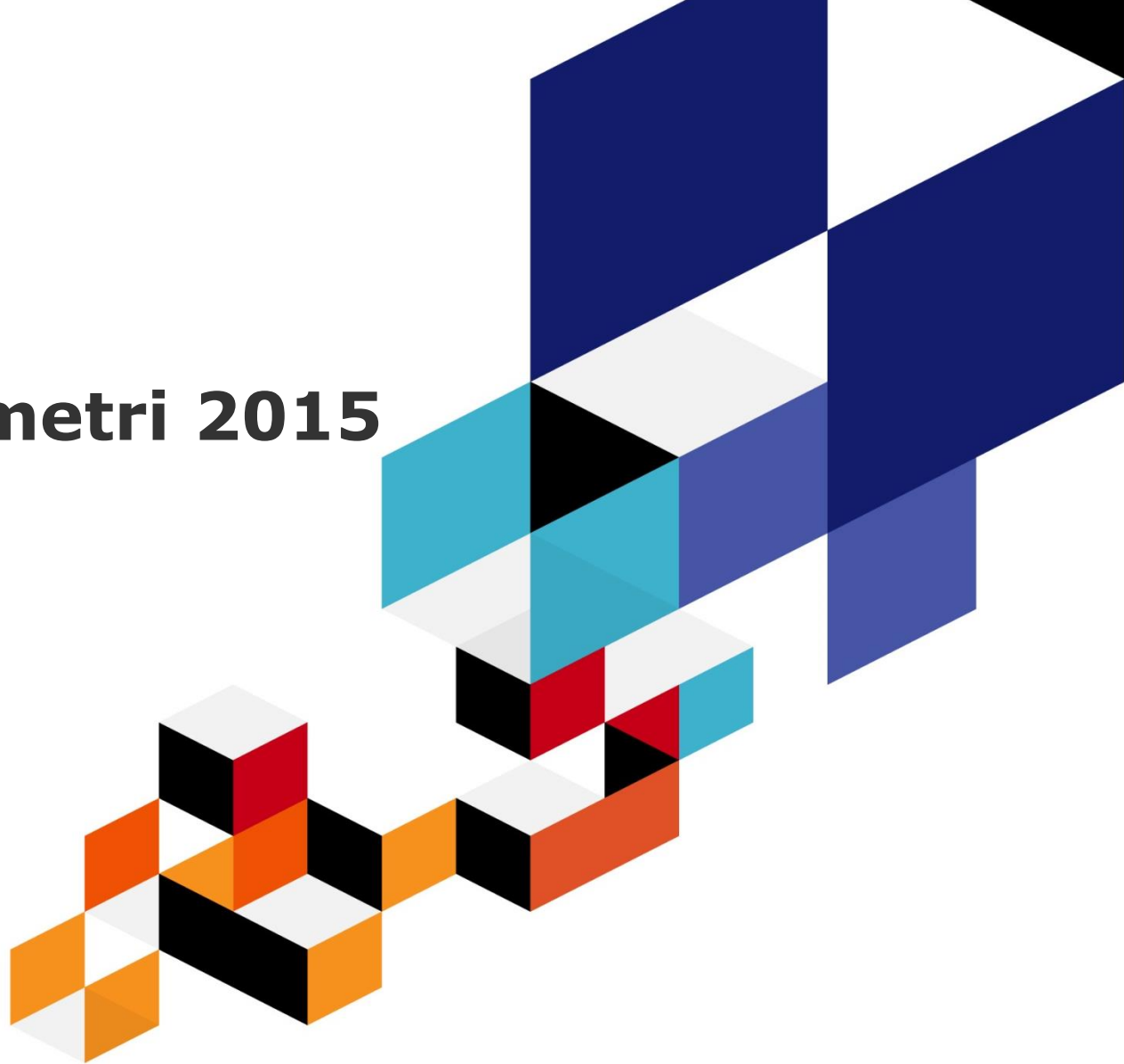


Luomun kuluttajabarometri 2015

Pasi Saarnivaara
25.9.2015



**Suomen Gallup Elintarviketieto Oy /
Luomun kuluttajabarometri 2015**

©TNS 2015

 **mmm.fi**
ruokaa ja luonnonvaroja

PRO LUOMU 

Sisältö

<u>Yhteenveto</u>	3
<u>Tutkimuksen tavoite ja tutkimusaineisto</u>	7
<u>Luomun kiinnostavuus</u>	11
<u>Luomuelintarvikkeiden käyttöuseus</u>	22
<u>Merkkien tunteminen</u>	30
<u>Mielikuva siitä, miten luomutuotteet eroavat muista elintarvikkeista</u>	38
<u>Tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita</u>	47
<u>Luomuelintarvikkeiden ostopaikat</u>	56
<u>Luomuvaihtoehdon tarjoaminen</u>	64
<u>Luomun menekkiä edistäviä asioita vastanneiden mukaan</u>	73

<u>Valikoimatoiveet</u>	83
<u>Mielipiteen luomuun liittyvistä väittämistä</u>	91
<u>Luomuruuan imago</u>	100
<u>Luomuelintarvikkeiden ostaminen, ostoaikomukset ja erottuminen</u>	108
<u>Luomumaidon käyttö ja D-vitaminointi</u>	132
<u>Luomuvalikoiman muutos viime vuosina</u>	135
<u>Luomuun liittyvä tieto ja tietolähteet</u>	138
<u>Luomusloganin tunnettuus ja ajatukset</u>	144
<u>Muut askarruttavat asiat</u>	

Yhteenveto

- Luomu kiinnostaa useampaa kuin joka toista ja kiinnostus luomua kohtaan on kasvanut vuodesta 2013. Lähiruoka ja ruuan alkuperä kiinnostaa noin 70 %:a 18-67-vuotiaista mutta kiinnostuksen kasvu on pysähtynyt. Puolet väestöstä on kiinnostunut myös Reilun Kaupan tuotteista.
- Eniten luomu kiinnostaa 30-39 - ja yli 60 -vuotiaita naisia, alle 7-vuotiaiden lasten vanhempia sekä kaiken ikäisiä pariskuntia ja pääkaupunkiseudulla asuvia. (aktiivikäyttäjiä)
- Useammassa kuin joka neljännessä taloudessa ostetaan viikoittain luomuelintarvikkeita. Vuodesta 2010 aktiivikäyttäjien, eli viikoittain ostavien talouksien, määrä on kasvanut 21→27 prosenttiin.
- Aktiivikäyttäjiä ovat erityisesti 30-39 -vuotiaat, perheet, joissa on alle kouluikäisiä lapsia ja pääkaupunkilaiset. Käyttäjien määrä on lisääntynyt parissa vuodessa etenkin pääkaupunkiseudulla (39%>28%), joten ero muuhun maahan luomun käytössä on jälleen kasvanut.
- Tärkeimmät syyt ostaa luomuelintarvikkeita ovat tuotteiden puhtaus, maku ja ympäristöystävällisyys. Varsinkin puhtauden merkitys on kasvanut, ympäristöystävällisyyden hieman laskenut.
- Vahvin mielikuva luomutuotteiden erosta muihin elintarvikkeisiin on se etteivät ne sisällä myrkyjä, kemikaaleja tai antibiootteja.
- Aurinkomerkin tunnettuus pysyi ennallaan, kaksi kolmesta vähintään olettaa että se on luomumerkki. Lehtimerkin tunnettuus parani luomuostajien keskuudessa, lähes puolet tunnistaa merkin luomumerkiksi. Tunnettuus parani 3%-yksikköä (46%>43%) Leppäkerttu-merkin tunnettuus säilyi myös lähes ennallaan, kun vajaa puolet oletti tai tiesi merkin luomuksi. Kysyttäessä luomu-sanat oli peitetty. Aiempaa useampi tiesi, ettei Hyvää Suomesta -merkki ole luomumerkki.

Yhteenveto

- Lähes kaikki (90 %) ovat ostaneet luomuelintarvikkeita päivittäistavarakaupoista. Reilu neljännes on hankkinut tuotteita torilta ja joka viides erikoiskaupoista. Aktiivikäyttäjät suosivat enemmän erikoiskauppoja (kuin myös naiset ja pääkaupunkilaiset).
- Luomuruuan tarjoamista joukkoruokailussa ja ravintoiloissa pitää ainakin melko tärkeänä useampi kuin joka toinen. Noin kolmannes vastaajista ei pidä asiaa kovin tärkeänä.
- **Joka toinen ilmoittaa oman luomuelintarvikkeiden käyttönsä lisääntyvän.** Suurella todennäköisyydellä lisäävien joukko on kasvanut kuudesta prosentista kahdeksaan parissa vuodessa. Lisääjiä on eniten jo nyt luomua viikoittain käyttävien (aktiivikäyttäjien) joukossa. Kasvavaa kiinnostusta on myös mm. pienten lasten perheissä.
- **Hinta on edelleen suurin luomuelintarvikkeiden käytön este.** Kaksi kolmesta ostaisi enemmän luomuelintarvikkeita, jos niiden hinta olisi halvempi. Seuraavaksi tärkein ja viime vuosina jatkuvasti merkitystään kasvattanut asia olisi tieto siitä, että **luomutuottaja saa tuotteista oikeudenmukaisen hinnan.** Kolmanneksi tärkein menekkiä edistävä tekijä olisi **laajemmat valikoimat.**
 - Eniten lisävalikoimia toivottiin lihatuotteista, sen jälkeen hedelmistä, leipä- ja viljatuotteista sekä vihanneksista. Varsinkin pienten lasten perheet toivoivat enemmän luomulihavalikoimia.
- Esitetyistä luomuun liittyvistä väittämistä eniten kannatusta sai **”luomu on lapsille hyvä ruokavaihtoehto”** ja **”luomuruuan tuotanto huomioi ympäristön hyvinvoinnin”**. Lähes yhtä paljon kannatettiin väittämää: **” luomutuotanto vaikuttaa myönteisesti tuotantoeläinten hyvinvointiin”** sekä **”luomu tarjoaa aitoja ja puhtaita makuja”**.
 - Jokainen väittämä, tuotantoeläinten hyvinvointia lukuunottamatta, sai enemmän kannatusta nyt kuin vuonna 2013. Tässä valossa luomuruuan imago on selvästi parantunut parissa vuodessa.

Yhteenveto

- **Luomuruokaa** kuvaavat parhaiten **terveellisyys, vastuullisuus**, pienimuotoinen toiminta, herkullisuus sekä kuluttamisen trendikkyys. Aktiivikäyttäjät nostavat ykköseksi vastuullisuuden. Luomuruoka katsotaan aiempaa useammin terveelliseksi, vastuulliseksi, pienimuotoiseksi toiminnaksi, luotettavaksi ja nykyaikaiseksi tuotannoksi. Entistä harvempi pitää luomuruokaa viherpiiperryksenä.
- **Eniten käytettyjä luomuelintarvikkeita** ovat järjestyksessä **kananmunat, vihannekset ja juurekset, maito ja maitotaloustuotteet**, marjat ja hedelmät.
- **Nykyistä enemmän** suunnitellaan ostettavan etenkin **vihanneksia ja juureksia**, kananmunaa, lihaa ja lihavalmisteita, hedelmiä ja maitoa ja maitotaloustuotteita.
- Eniten vastaajien mielestä edukseen luomutuotteista poikkeavat kananmunat, vihannekset ja juurekset sekä liha ja lihavalmisteet. Yleisimmät vastaukset luomutuotteiden poikkeavuudesta liittyvät parempaan makuun, laatuun ja terveellisyyteen. Luomua jo nyt vähintäänkin melko säännöllisesti ostavat aikovat yleisimmin lisätä eri luomutuotteiden käyttöä.
- Jos luomumaito D-vitamiinoidisiin 7% lisäisi luomumaidon käyttöä, 4% vähentäisi ja kolmanneksella käyttö pysyisi ennallaan. D-vitamiinoinnin sekä puolesta että vastaan ovat erityisesti luomua paljon käyttävä, asia siis jakaa aktiivikäyttäjien mielipiteen.
- Selvä **enemmistö** (73 %) katsoo, että **luomuvalikoima on viime vuosina lisääntynyt**. Merkittävänä kasvua pitää joka kuudes, yleisimmin alle 40-vuotiaat naiset. Valikoimien kasvun havainnointi on hieman laantunut kuitenkin edelliskerrasta, jolloin 80%:n mielestä valikoimat olivat laajentuneet.

Yhteenveto

- Luomuun liittyvää tietoa ilmoitti etsineensä jo joka viides 18-67-vuotias suomalainen. Vuonna 2013 luku oli 14 % vastaajista. Tietoa ovat hakeneet yleisimmin aktiivikäyttäjät, alle 40-vuotiaat naiset sekä alle 34-vuotiaat pariskunnat.
 - Tietoa on etsitty useimmiten internetistä esim. kauppojen ja yritysten kotisivuilta (81 %) sekä sanoma- ja aikakauslehdistä (29 %) mutta myös kaupoista (18 %) ja sosiaalisesta mediasta (17 %).
- Muita askarruttavia asioita luomuun liittyen olivat mm. mahdolliset ympäristöhaitat, onko tuotteet paremman makuisia, onko tuotteet terveellisempiä, luottamus siihen onko tuote todella luomua ja tuottajien elinkeinon harjoittamisen mahdollisuudet.

1

Tutkimuksen tavoite ja tutkimusaineisto



[Takaisin sisällysluetteloon](#)



Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun kuluttajabarometri 2015

©TNS 2015

PRO LUOMU 

Tutkimuksen tavoite

Tämän tutkimuksen on toteuttanut Suomen Gallup Elintarviketieto elokuussa 2015 Pro Luomury:n toimeksiannosta.

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää kuinka tuttuja asioita luomuruokaan liittyvät asiat ovat kuluttajille, asenteita luomua kohtaan sekä luomuelintarvikkeiden käyttöä. Tutkimus on seuranta vuosien 2010, 2012 ja 2013 toteutetulle vastaavalle tutkimukselle.

Tutkimuksen aihepiirejä ovat:

- Luomun, lähiruuan, ruuan alkuperän ja Reilun kaupan tuotteiden kiinnostavuus
- Luomutuotteiden ja muiden elintarvikkeiden erot
- Merkin tunteminen luomumerkiksi
- Luomuelintarvikkeiden käyttöuseus
- Syyt ostaa luomuelintarvikkeita
- Luomuelintarvikkeiden ostopaikat
- Luomuvaihtoehdon tarjoaminen eri ruokailupaikoissa
- Muutokset omassa luomutuotteiden käytössä
- Syitä, joilla uskoisi ostavansa enemmän luomua
- Luomuruuan imago
- Luomuun ja lähiruokaan liitettävät mielikuva
- Luomuelintarvikkeiden käyttöyleisyys, -aikomukset ja poikkeaminen muista elintarvikkeista
- Luomumaidon D-vitaminointi
- Luomuvalikoimat ja Luomutiedon hankinta
- Luomusloganin tunnettuus ja toimivuus

Tutkimuksen toteutus

Kysymykset esitettiin vastaajille GallupForumilla 25.8.–31.8.2015.

Tutkimusaineisto edustaa Suomen 18 -67 -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 18-67 -vuotiaat	Oikaistu 2015	
	N=kpl	%
Kaikki	1000	100
Naiset	541	50
Miehet	459	50
18-29 vuotta	202	21
30-39 vuotta	201	22
40-49 vuotta	184	19
50-59 vuotta	201	19
60-67 vuotta	212	20
Perusaste	263	10
Alempi keskiaste	516	19
Ylempi keskiaste	113	33
Korkea-aste	108	36
Pääkaupunkiseutu	263	22
Muut yliopistokaupungit	244	27
Muut kaupungit	272	28
Maaseutu	221	24

Luomun kiinnostavuus



[Takaisin sisällysluetteloon](#)



Suomen Gallup Elintarviketieto Oy /
Luomun kuluttajabarometri 2015

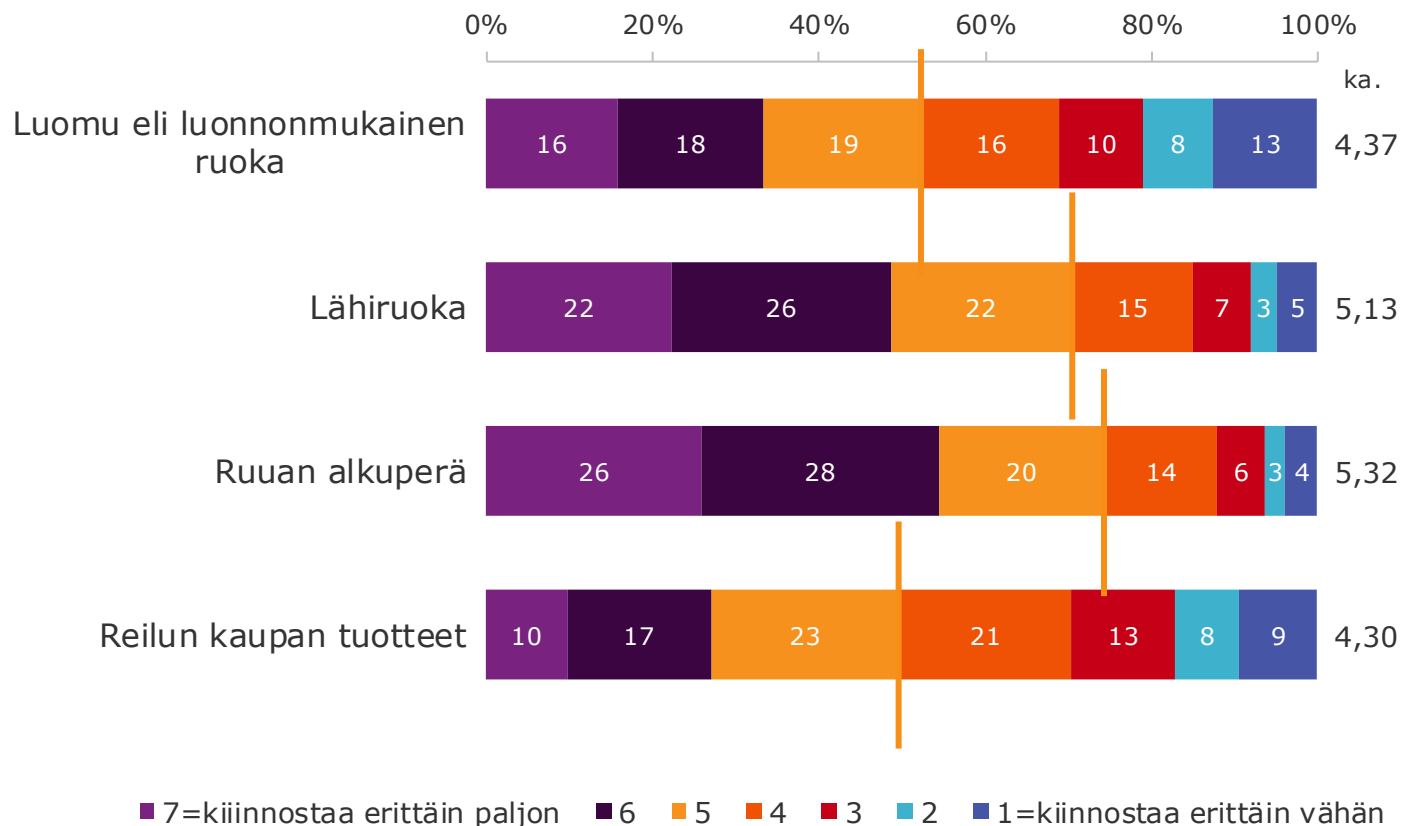
©TNS 2015



Luomun kiinnostavuus

Kuinka paljon sinua kiinnostaa...?

TOTAL 2015 (n=1000)

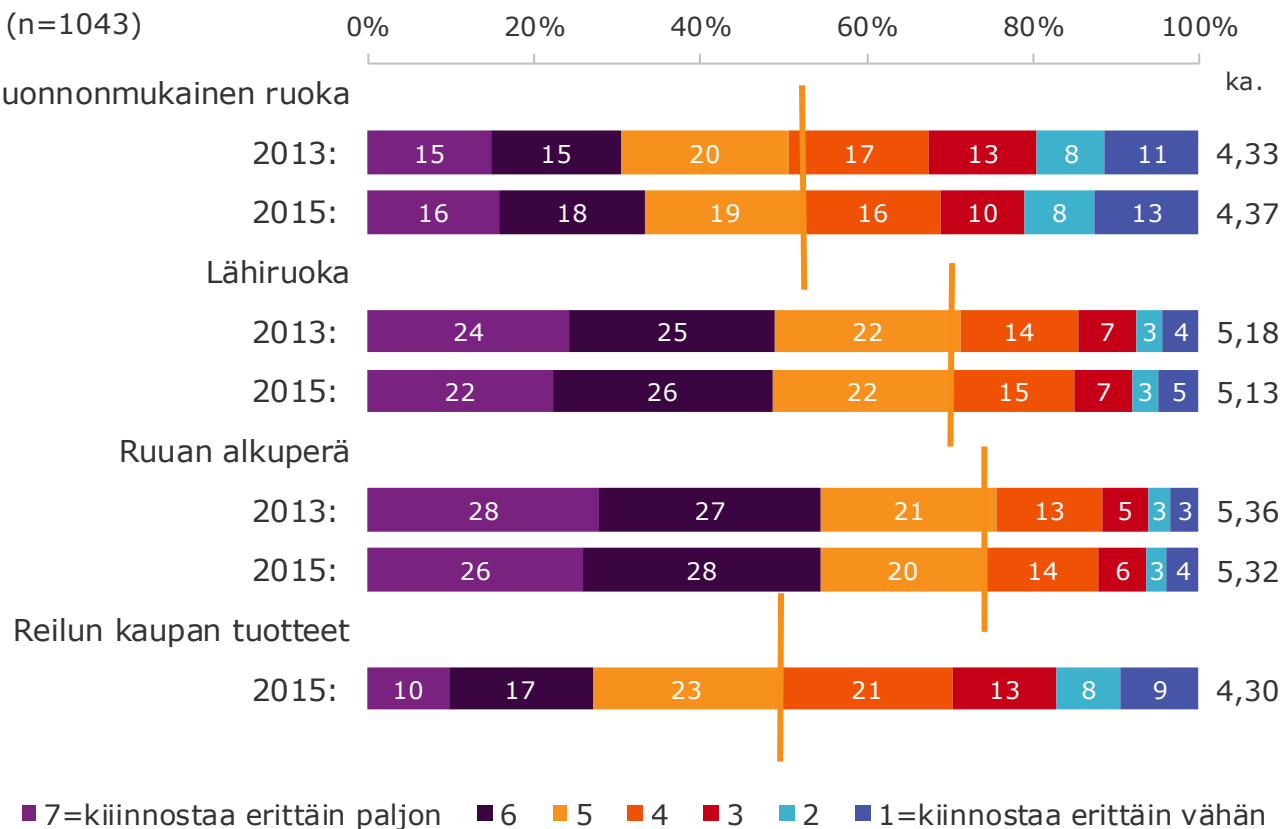


Luomun kiinnostavuus

Kuinka paljon sinua kiinnostaa...?

TOTAL 2015 (n=1000)

TOTAL 2013 (n=1043)



Kiinnostus luomua kohtaan 2015-2013 muutokset

<i>Luomu kiinnostaa erittäin tai melko paljon, muutos 2013-2015</i>	<i>2015</i>	<i>Muutos 2013-2015</i>	<i>Luomu kiinnostaa erittäin tai melko paljon muutos 2013-2015</i>	<i>20152</i>	<i>Muutos 2013 -2015</i>
	%	%-yks		%	%-yks
TOTAL	33	3	yksin alle 34v	30	-4
Nainen	43	5	pariskunta ei lapsia kotona <=34v	41	4
Mies	24	1	lapset 0-6v	35	-4
18-29v Nainen	43	5	lapset 7-15v	30	8
30-39v Nainen	45	3	lapset yli 15v	28	-5
40-49v Nainen	41	9	yksin 35-64v	28	4
50-59v Nainen	41	3	pariskunta ei lapsia kotona 35-64v	38	8
60- Nainen	45	9	eläkel yli 65v ei lapsia	27	1
18-29v Mies	33	6	Pääkaup seutu	42	8
30-39v Mies	25	-4	Muut yliopisto kaup.	33	4
40-49v Mies	19	-3	Muu kaup.	27	-3
50-59v Mies	24	1	Maaseutu	33	4
60- Mies	19	2			

3

Luomuelintarvikkeiden käyttöuseus



Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun
kuluttajabarometri 2015

©TNS 2015

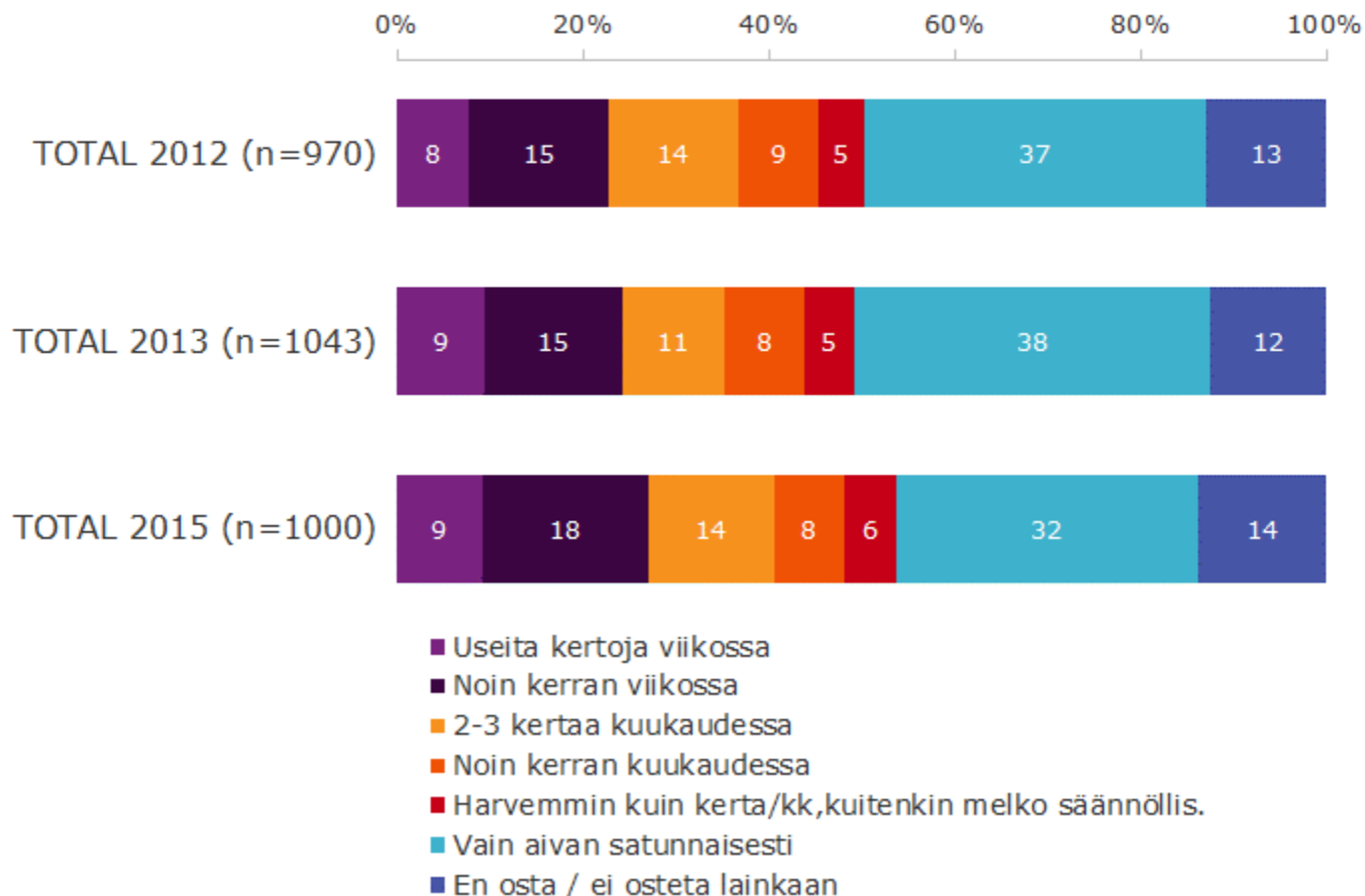


[Takaisin sisällysluetteloon](#)

PRO LUOMU 

Luomuelintarvikkeiden käyttöuseus

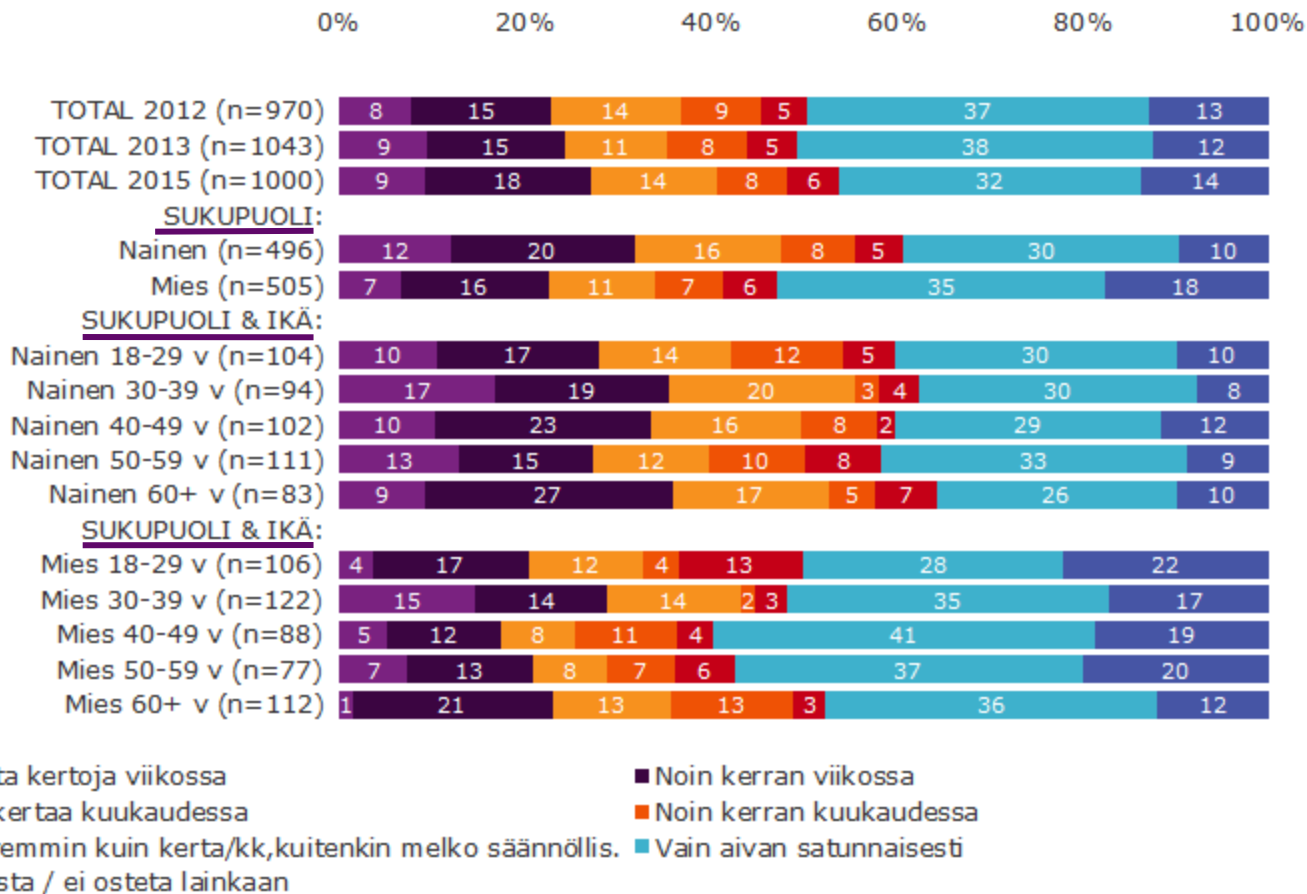
Kuinka usein ostat/talouteesi ostetaan luomuelintarvikkeita?



Luomuelintarvikkeiden käyttöuseus

Kuinka usein ostat/talouteesi ostetaan luomuelintarvikkeita?

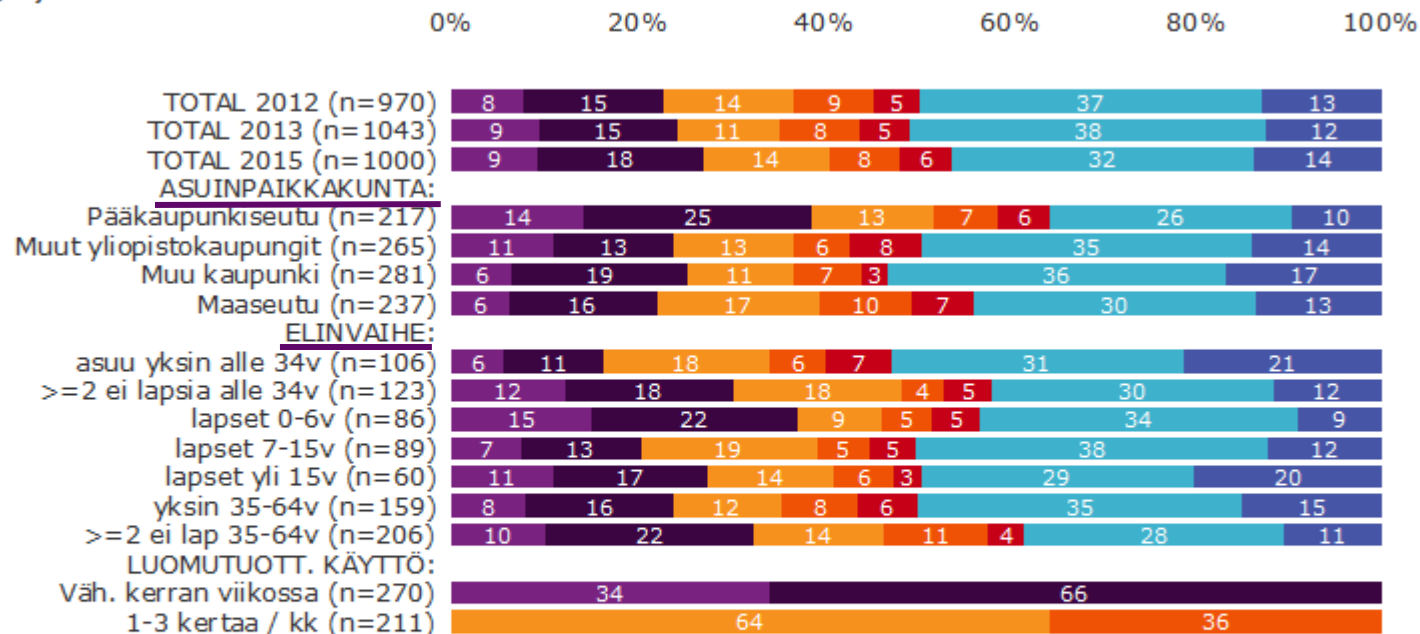
(1/2)



Luomuelintarvikkeiden käyttöuseus

Kuinka usein ostat/talouteesi ostetaan luomuelintarvikkeita?

(2/2)



- Useita kertoja viikossa
- 2-3 kertaa kuukaudessa
- Harvemmin kuin kerta/kk, kuitenkin melko säännöllis.
- Noin kerran viikossa
- Noin kerran kuukaudessa
- Vain aivan satunnaisesti
- En osta / ei osteta lainkaan

Luomun käyttäjäprofiilit

Kuinka usein ostat/talouteesi ostetaan luomuelintarvikkeita?	Total	Nainen	Mies	Nainen 18-29 v	Nainen 30-39 v	Nainen 40-49 v	Nainen 50-59 v	Nainen 60+ v	Mies 18-29 v	Mies 30-39 v	Mies 40-49 v	Mies 50-59 v	Mies 60+ v
Base	1000	496	505	104	94	102	111	83	106	122	88	77	112
Aktiivikäyttäjät	27	32	22	28	35	34	27	36	20	29	17	21	23
Käyttäjät	27	29	25	32	27	26	31	28	30	19	23	22	29
Satunnaiset käyttäjät	32	30	35	30	30	29	33	26	28	35	41	37	36
Ei-käyttäjät	14	10	18	10	8	12	9	10	22	17	19	20	12

Luomun käyttäjäprofiilit

Kuinka usein ostat/talouteesi ostetaan luomuelintarvikkeita?	perusaste	alempi keski	ylempi kes/yo	korkea aste	Pääkaup seutu	Muut yliopisto kaup.	Muu kaup.	Maaseutu	asuu yksin alle 34v	>=2 ei lapsia alle 34v	lapset 0-6v	lapset 7-15v	lapset yli 15v	yksin 35-64v	>=2 ei lap 35-64v	eläkel >=65v ei lapsia
Base	99	183	338	365	217	265	281	237	92	120	84	89	61	167	216	103
Aktiivikäyttäjät	13	16	25	39	39	24	25	22	16	30	37	20	27	24	33	26
Käyttäjät	19	26	29	28	26	27	21	34	31	28	20	30	23	26	29	26
Satunnaiset käyttäjät	41	33	34	27	26	35	36	30	31	30	34	38	29	35	28	36
Ei-käyttäjät	27	25	12	6	10	14	17	13	21	12	9	12	20	15	11	12

Luomun käyttäjäprofiilit

Kuinka usein ostat/talouteesi ostetaan luomuelintarvikkeita?	Total	Alle 20 000 €	20 000 - 35 000 €	35 000 - 50 000 €	50 000 - 85 000 €	Yli 85 000 €
Base	1000	140	156	145	221	114
Aktiivikäyttäjät	27	18	23	29	29	41
Käyttäjät	27	26	28	33	29	25
Satunnaiset käyttäjät	32	38	36	27	31	24
Ei-käyttäjät	14	18	13	11	11	10

Luomuelintarvikkeiden käytön muutokset

Muutokset luomuelintarvikkeiden ostamisessa 2015-2013 %-yks	KAIKKI	Nainen	Mies	18-29v Nainen	30-39v Nainen	40-49v Nainen	50-59v Nainen	60+ Nainen	18-29v Mies	30-39v Mies	40-49v Mies	50-59v Mies	60+ Mies
Aktiivikäyttäjät	3	3	3	4	-3	9	-3	10	0	3	-4	3	8
Käyttäjät	2	5	-1	4	9	5	7	-4	9	-5	-9	-1	1
Satunnaiset käyttäjät	-6	-7	-5	-6	-1	-11	-6	-14	-12	-1	10	-9	-11
Ei-käyttäjät	1	-1	4	-3	-5	-3	1	7	2	3	4	6	1
Muutokset luomuelintarvikkeiden ostossa 2015-2013 %-yks	KAIKKI	Perusaste	Alempi keskiaste	Ylempi keskiaste/ Yo	Korkea-aste	yksin, alle 34v	pariskunta, ei lapsia, alle 34v	lapset 0-6v	lapset 7-15v	lapset yli 15v	yksin 35-64v	pariskunta, ei lapsia, 35-64v	eläkeläiset, yli 65v ei lapsia
Aktiivikäyttäjät	3	3	4	4	5	-8	1	-1	0	5	3	6	10
Käyttäjät	2	-11	1	3	5	8	5	-1	8	-2	3	4	-11
Satunnaiset käyttäjät	-6	-1	-12	-9	-4	-7	-2	3	-6	-6	-9	-12	-6
Ei-käyttäjät	1	8	7	1	-5	7	-4	-1	-3	3	3	2	7

Muutokset luomuelintarvikkeiden ostossa 2015-2013 %-yks	Pääkaup seutu	Muut yliopisto kaup.	Muu kaup.	Maaseutu
Aktiivikäyttäjät	11	3	0	-2
Käyttäjät	-7	2	-6	15
Satunnaiset käyttäjät	-7	-4	-1	-11
Ei-käyttäjät	3	-1	7	-2

4

Merkin tunteminen luomumerkiksi



[Takaisin sisällysluetteloon](#)



Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun
kuluttajabarometri 2015

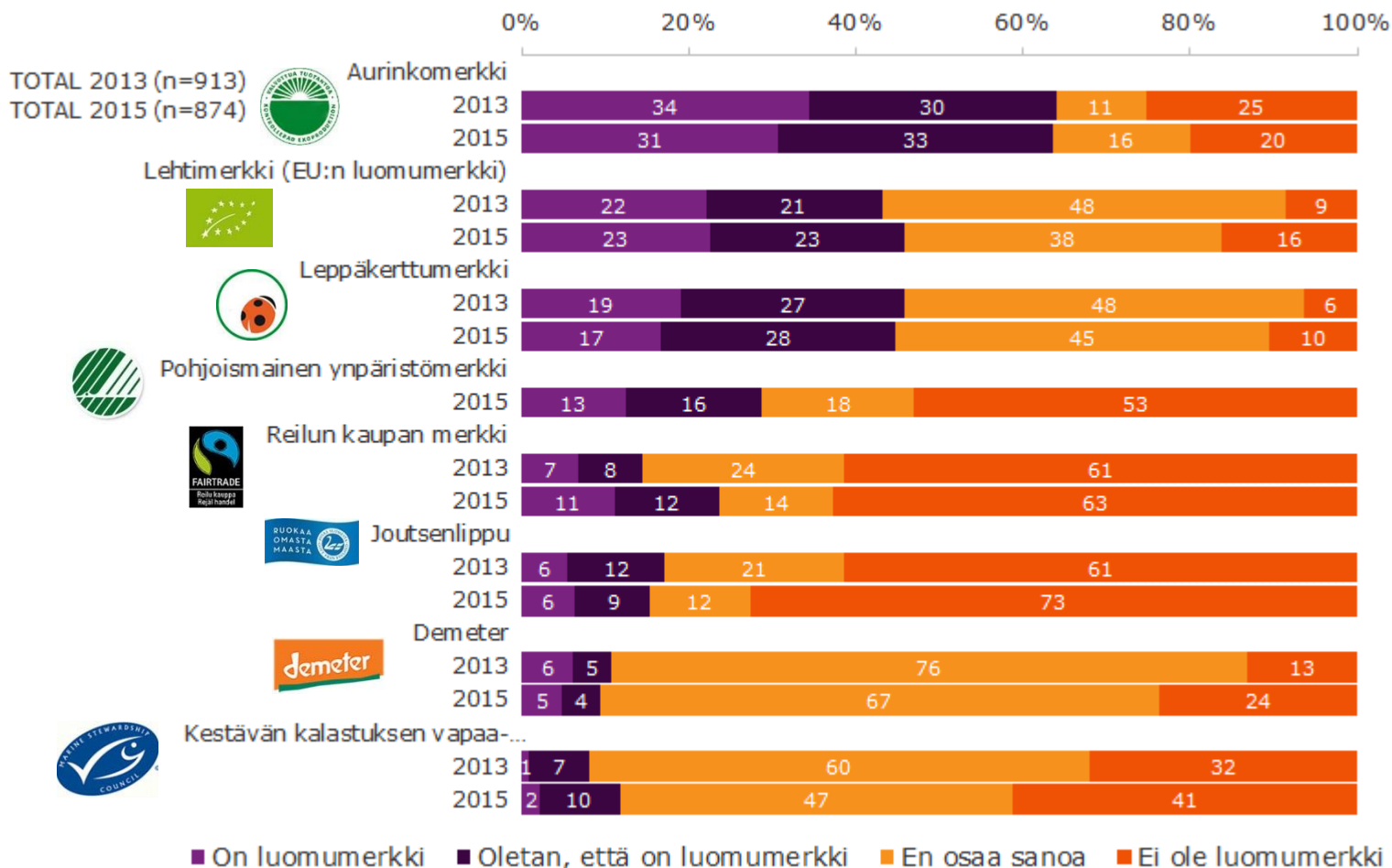
©TNS 2015



Merkin tunteminen luomumerkiksi – ilman ei-käyttäjiä

(mukana ainoastaan ihmiset jotka ostavat luomutuotteita edes joskus, 2015 n=874)

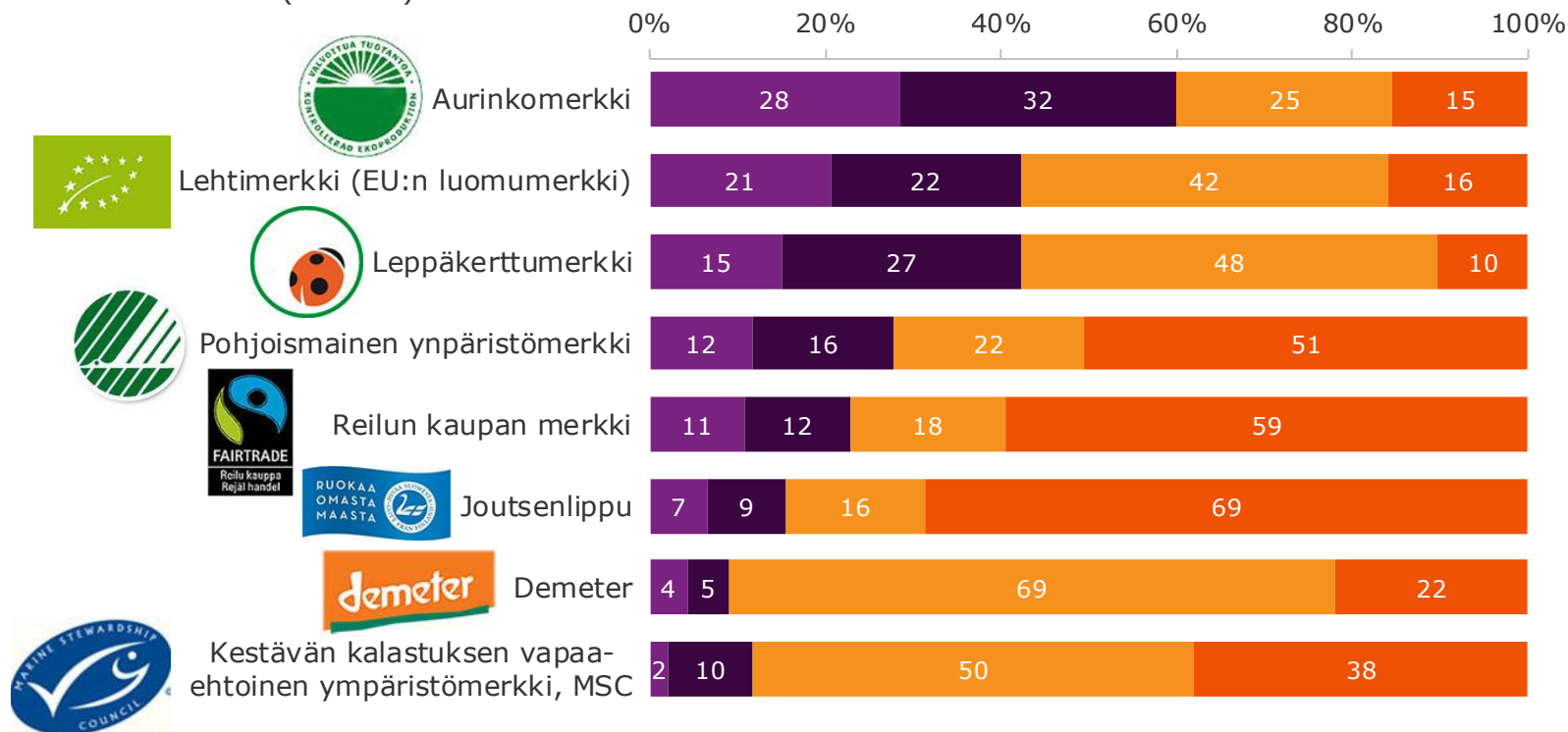
Mitkä seuraavista tiedät olevan luomutuotteiden merkkejä?



Merkin tunteminen luomumerkiksi

Mitkä seuraavista tiedät olevan luomutuotteiden merkkejä?

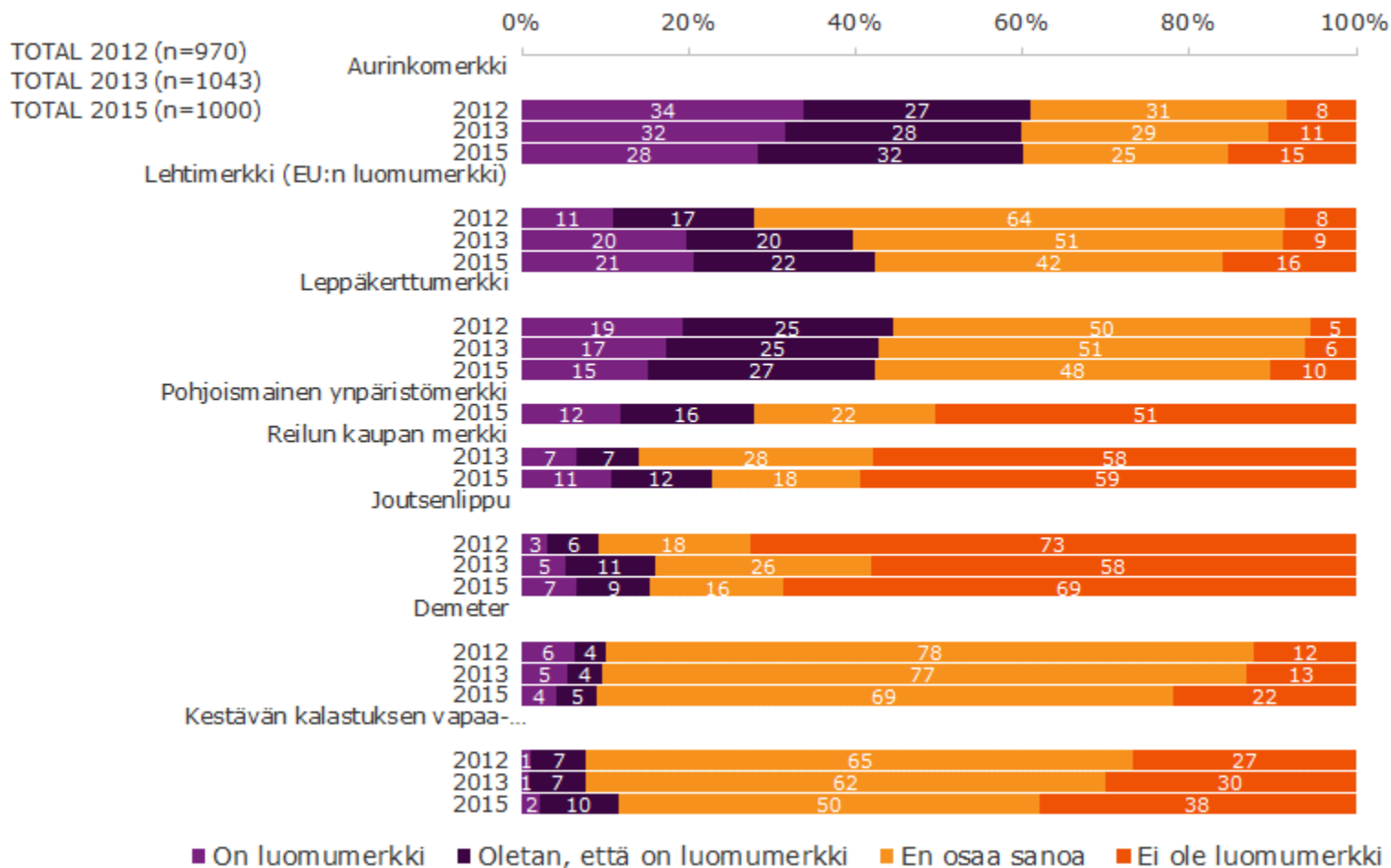
TOTAL 2015 (n=1000)



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

Merkin tunteminen luomumerkiksi

Mitkä seuraavista tiedät olevan luomutuotteiden merkkejä?



5

Muutokset luomuelintarvikkeiden käytössä



[Takaisin sisällysluettelo](#)



Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun
kuluttajabarometri 2015

©TNS 2015

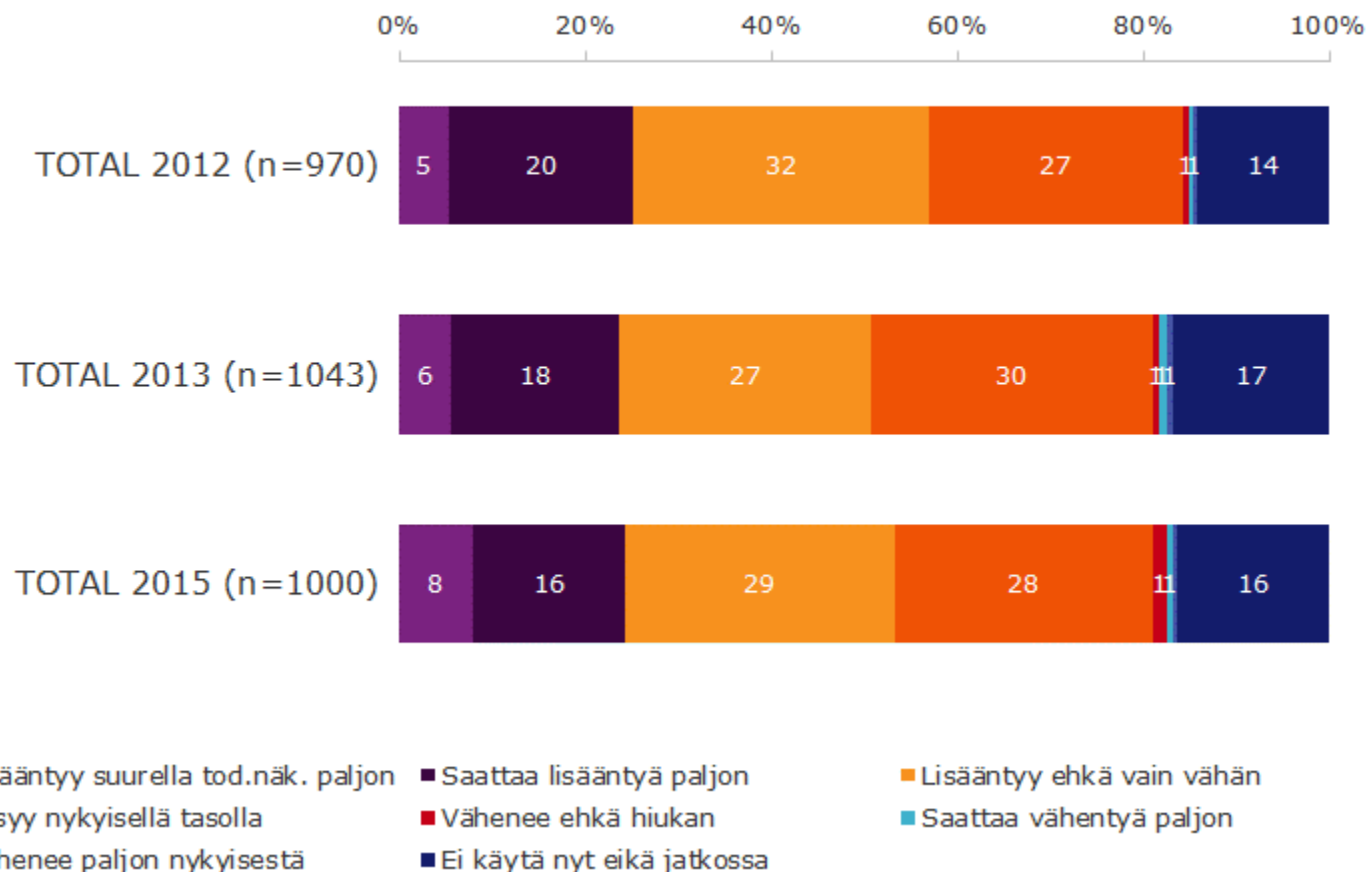


ruokaa ja luonnonvaroja

PRO LUOMU

Muutokset omassa luomuelintarvikkeiden käytössä

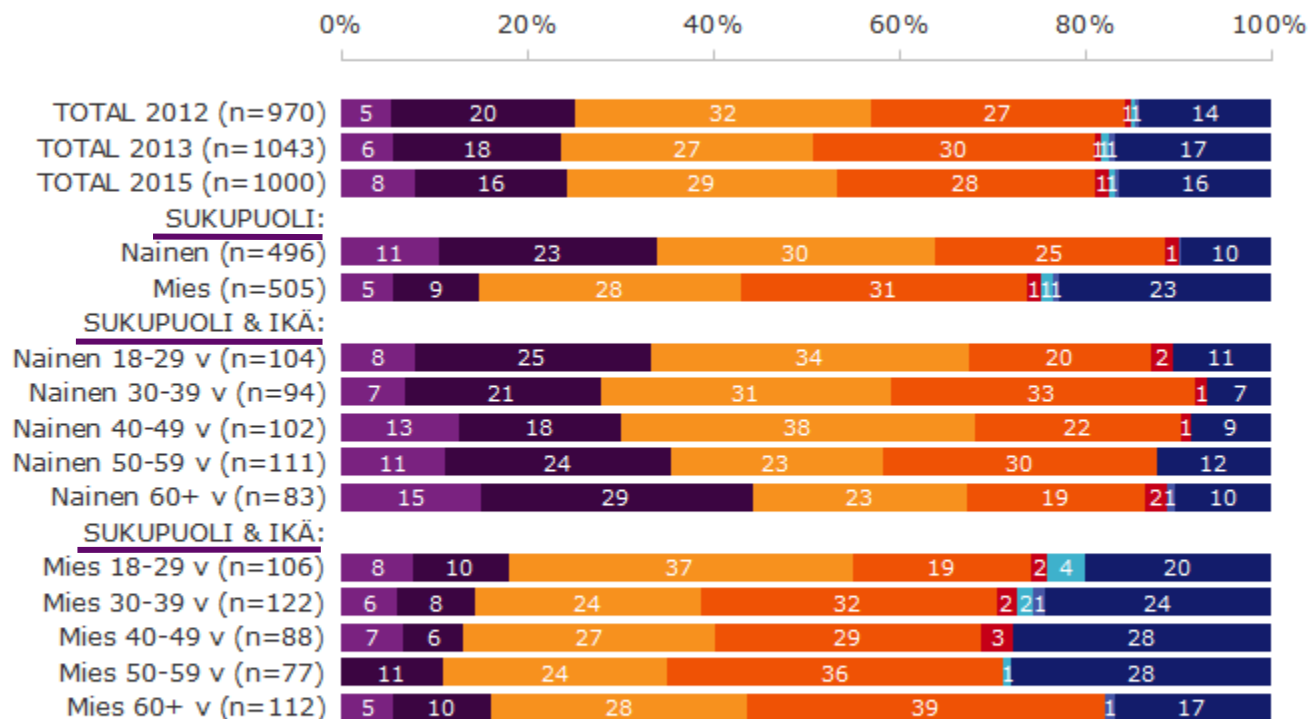
Miten uskot oman luomuelintarvikkeiden käyttösi kehittyvän seuraavan kahden vuoden aikana?



Muutokset omassa luomuelintarvikkeiden käytössä

Miten uskot oman luomuelintarvikkeiden käyttösi kehittyvän seuraavan kahden vuoden aikana?

(1/2)

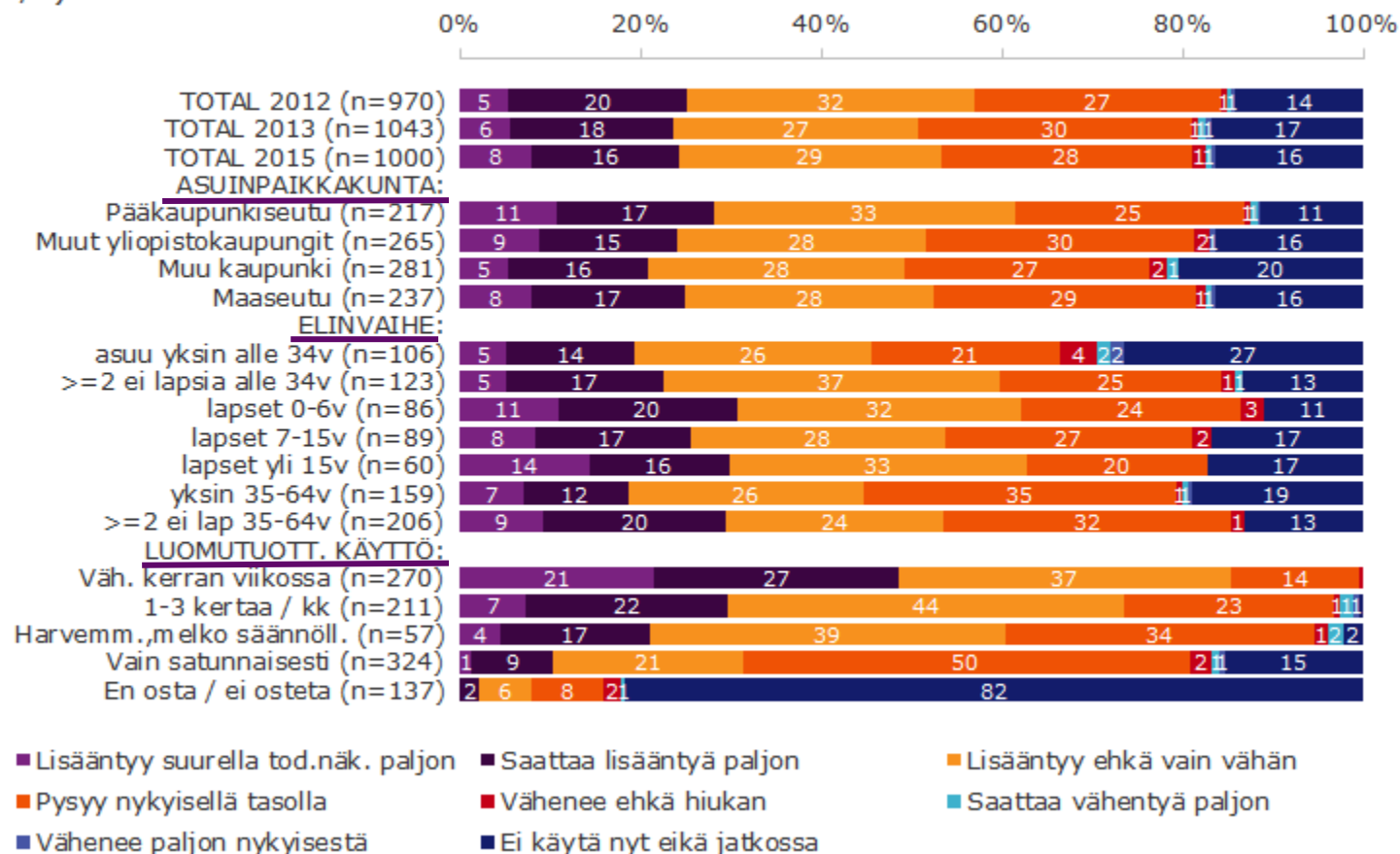


■ Lisääntyy suurella tod.näk. paljon ■ Saattaa lisääntyä paljon ■ Lisääntyy ehkä vain vähän
 ■ Pysyy nykyisellä tasolla ■ Vähenee ehkä hiukan ■ Saattaa vähentyä paljon
 ■ Vähenee paljon nykyisestä ■ Ei käytä nyt eikä jatkossa

Muutokset omassa luomuelintarvikkeiden käytössä

Miten uskot oman luomuelintarvikkeiden käyttösi kehittyvän seuraavan kahden vuoden aikana?

(2/2)



6

Mielikuva siitä, miten
luomutuotteet eroavat
muista elintarvikkeista



Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun
kuluttajabarometri 2015

©TNS 2015



ruokaa ja luonnonvaroja

PRO LUOMU 

[Takaisin sisällysluetteloon](#)

Mielikuva siitä, miten luomutuotteet eroavat muista elintarvikkeista

Miten luomutuotteet sinun käsityksesi mukaan eroavat muista elintarvikkeista?

TOTAL 2015 (n=1000)

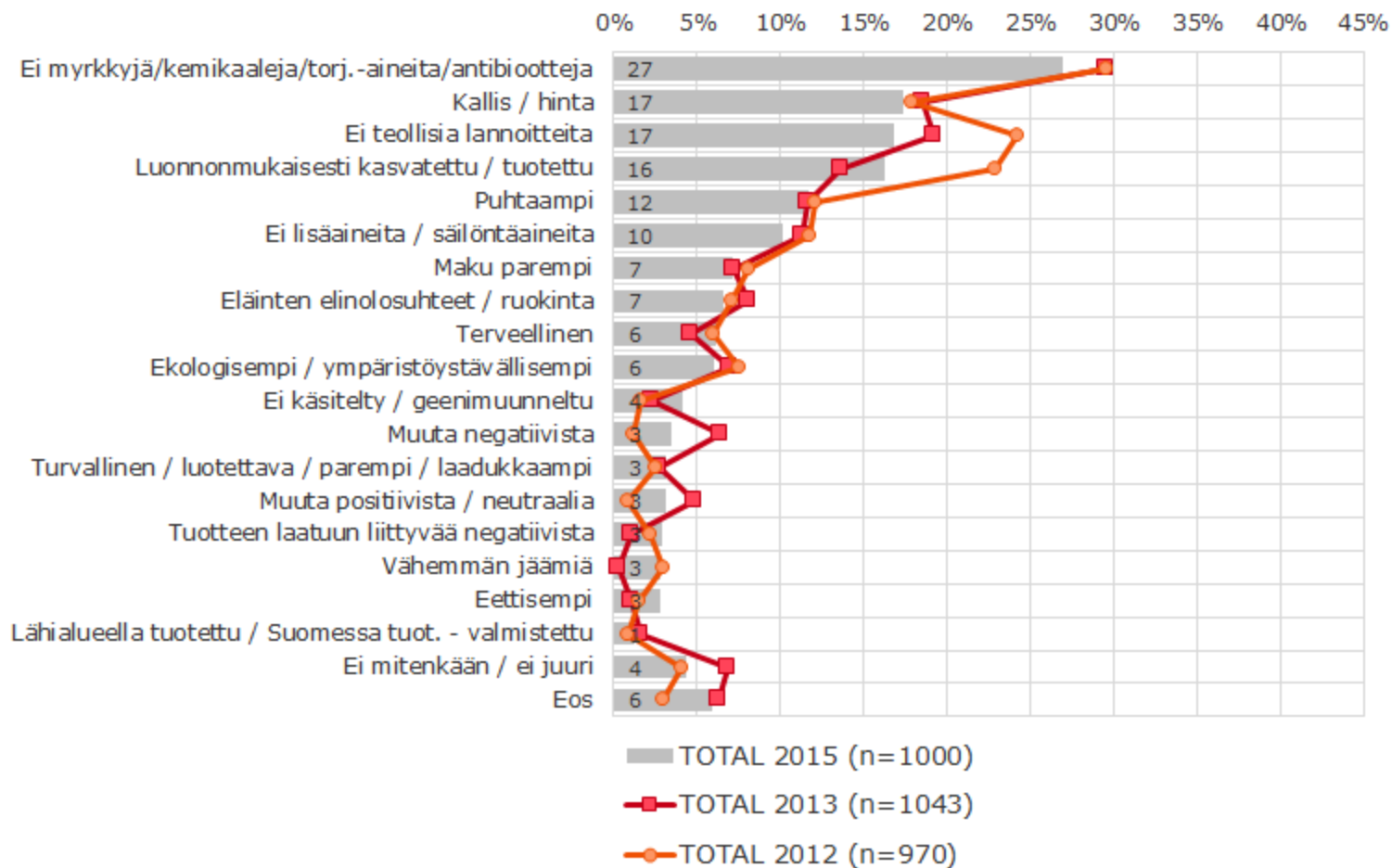
%



■ TOTAL 2015 (n=1000)

Mielikuva siitä, miten luomutuotteet eroavat muista elintarvikkeista

Miten luomutuotteet sinun käsityksesi mukaan eroavat muista elintarvikkeista?

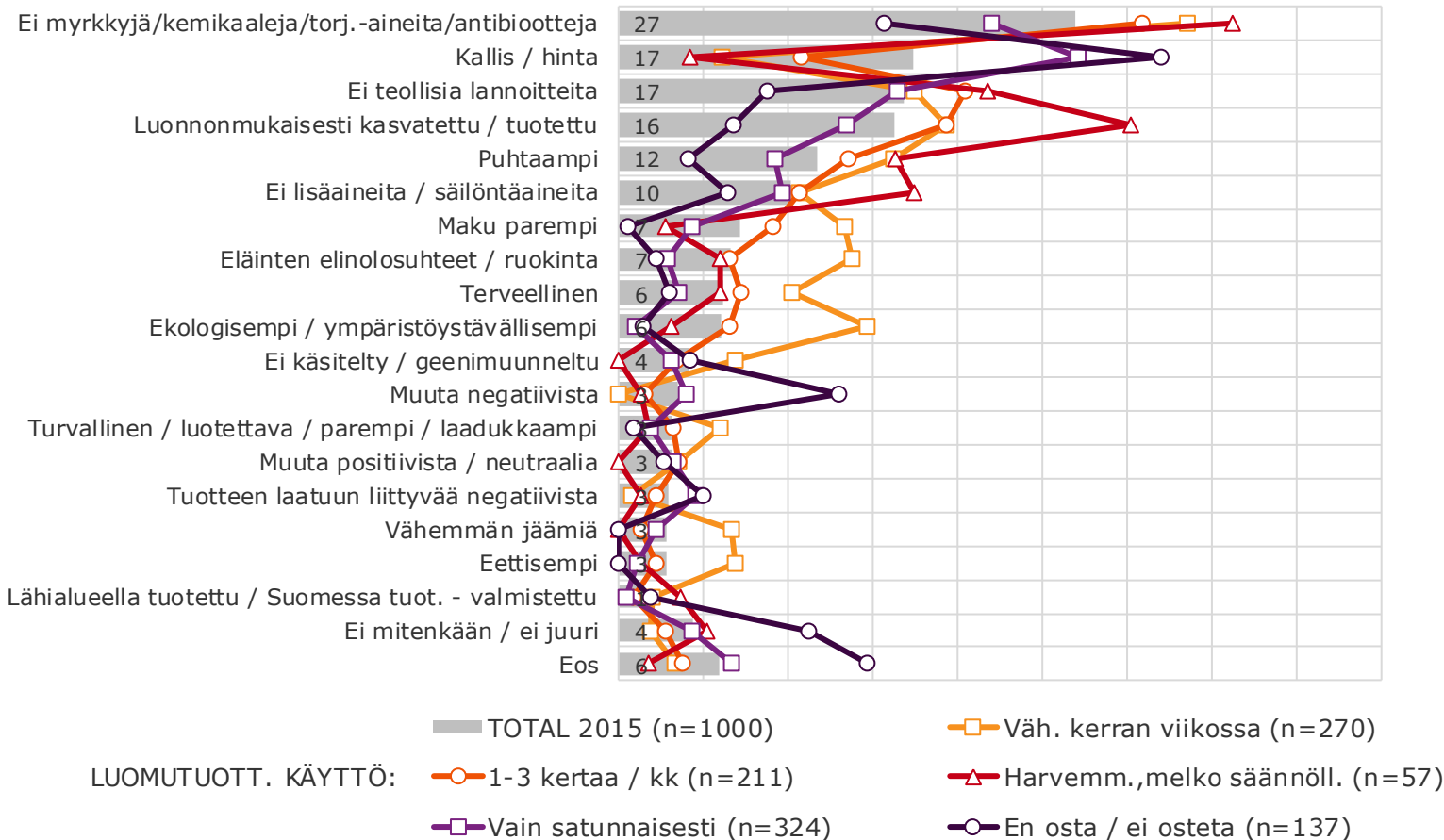


Mielikuva siitä, miten luomutuotteet eroavat muista elintarvikkeista

Miten luomutuotteet sinun käsityksesi mukaan eroavat muista elintarvikkeista?

TOTAL 2015 (n=1000)

0% 5% 10% 15% 20% 25% 30% 35% 40% 45%



7

Tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita



Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun
kuluttajabarometri 2015

©TNS 2015



[Takaisin sisällysluettelo](#)

PRO LUOMU

Tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita

Mikä on tärkein syys ostaa luomuelintarvikkeita?

TOTAL 2015 (n=538)

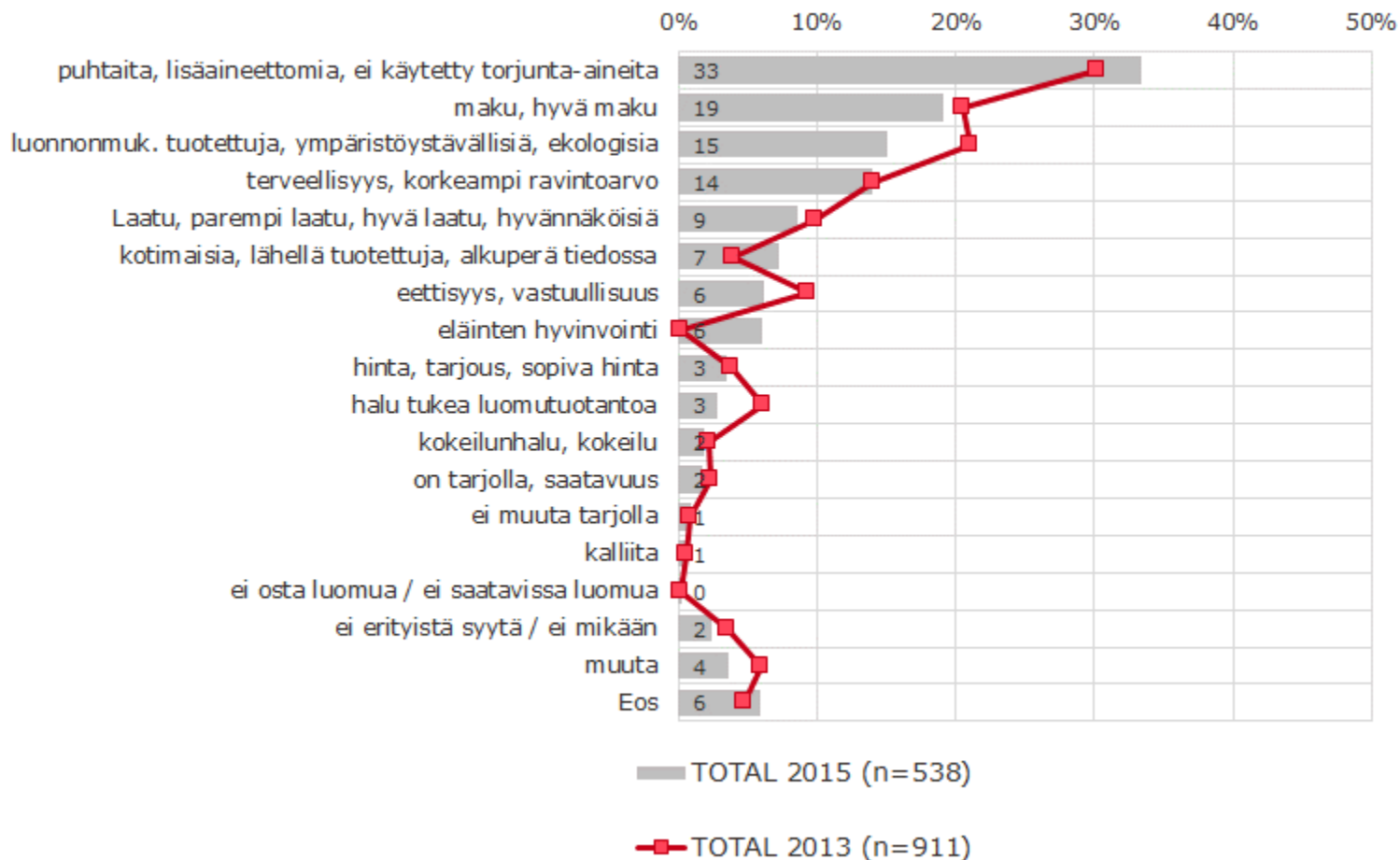
%



■ TOTAL 2015 (n=538)

Tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita

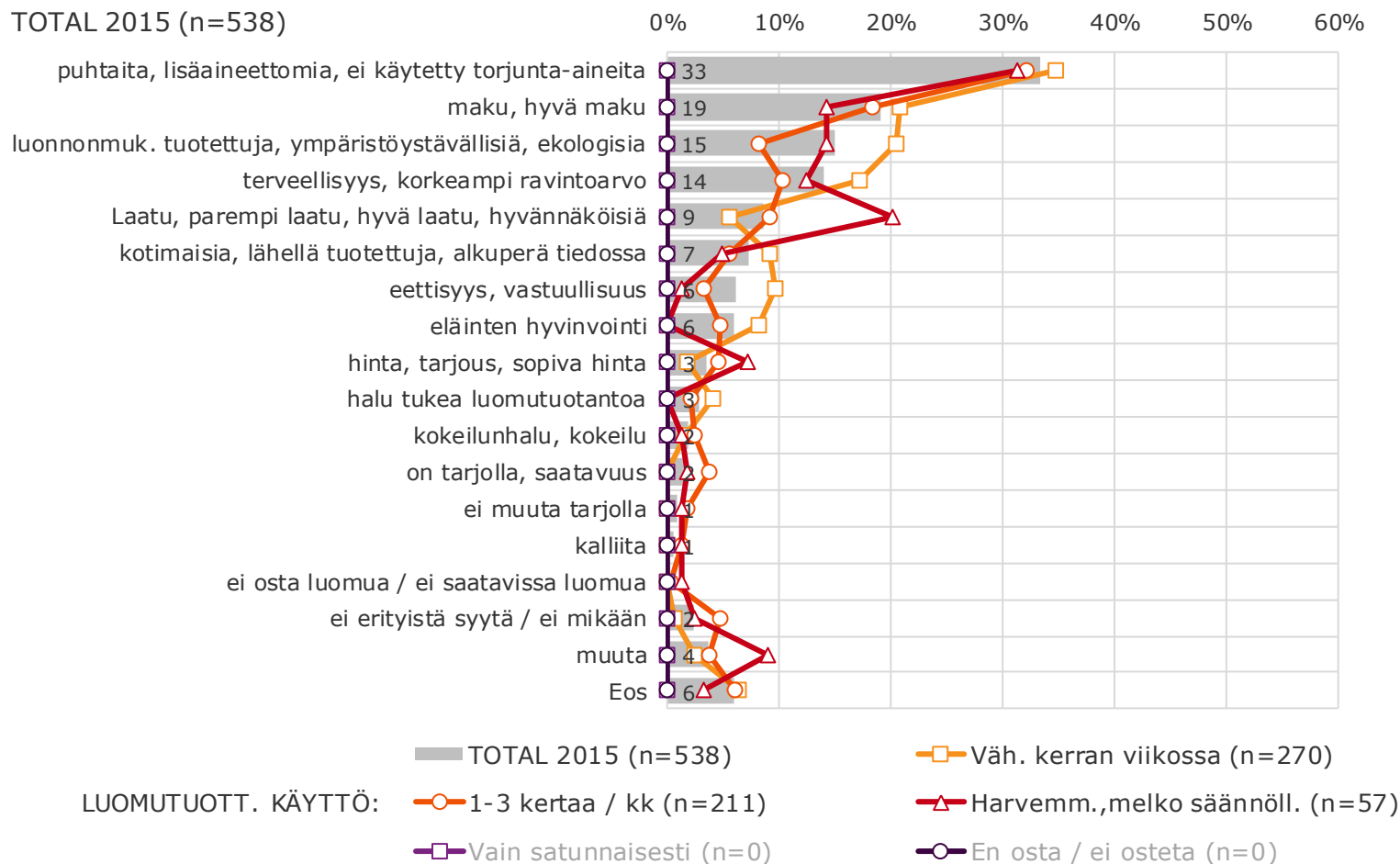
Mikä on tärkein syys ostaa luomuelintarvikkeita?



Tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita

Mikä on tärkein syys ostaa luomuelintarvikkeita?

TOTAL 2015 (n=538)



8

Luomuelintarvikkeiden ostopaikat



[Takaisin sisällysluetteloon](#)



Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun
kuluttajabarometri 2015

©TNS 2015

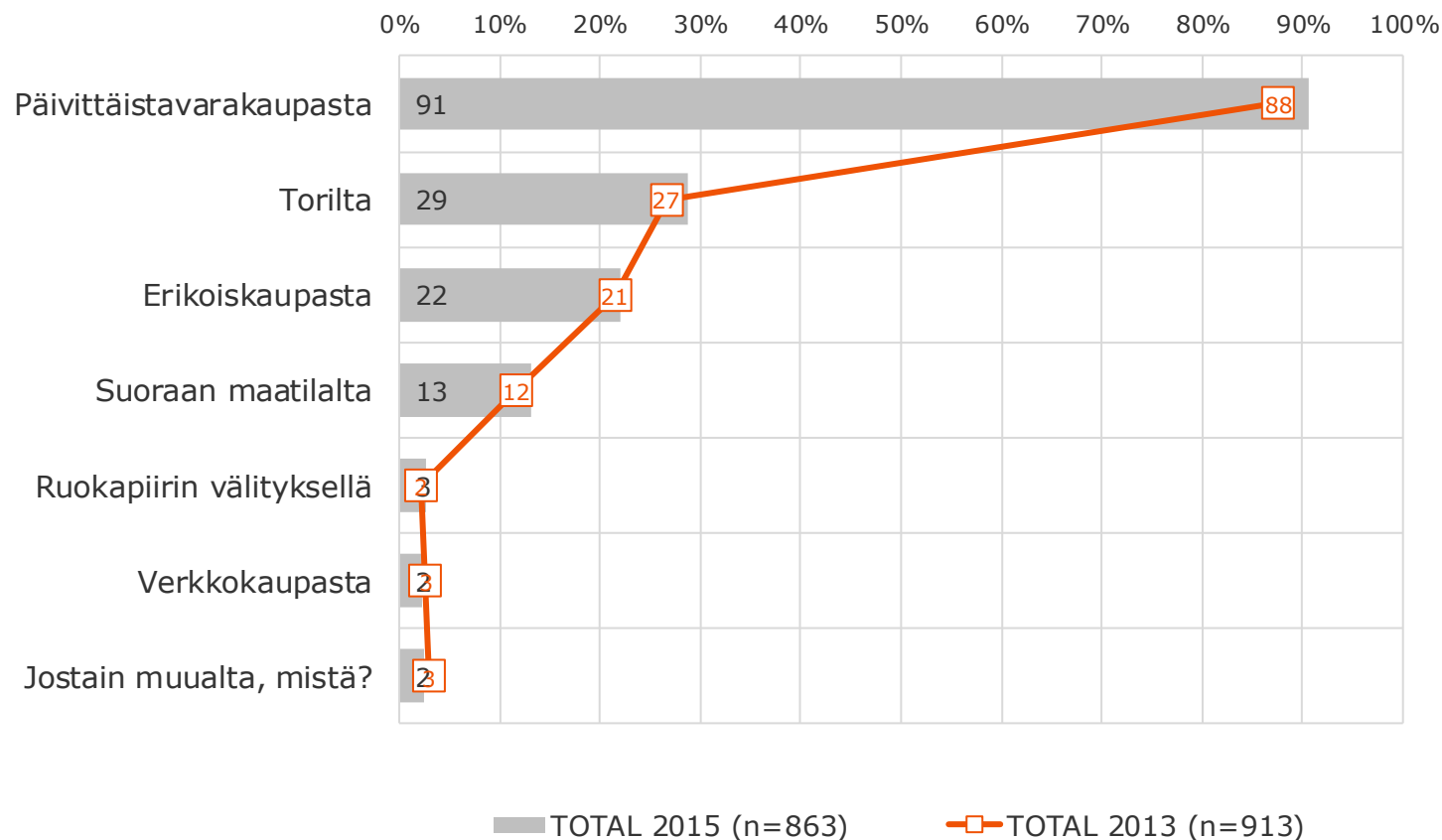


ruokaa ja luonnonvaroja

PRO LUOMU

Luomuelintarvikkeiden ostopaikat

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

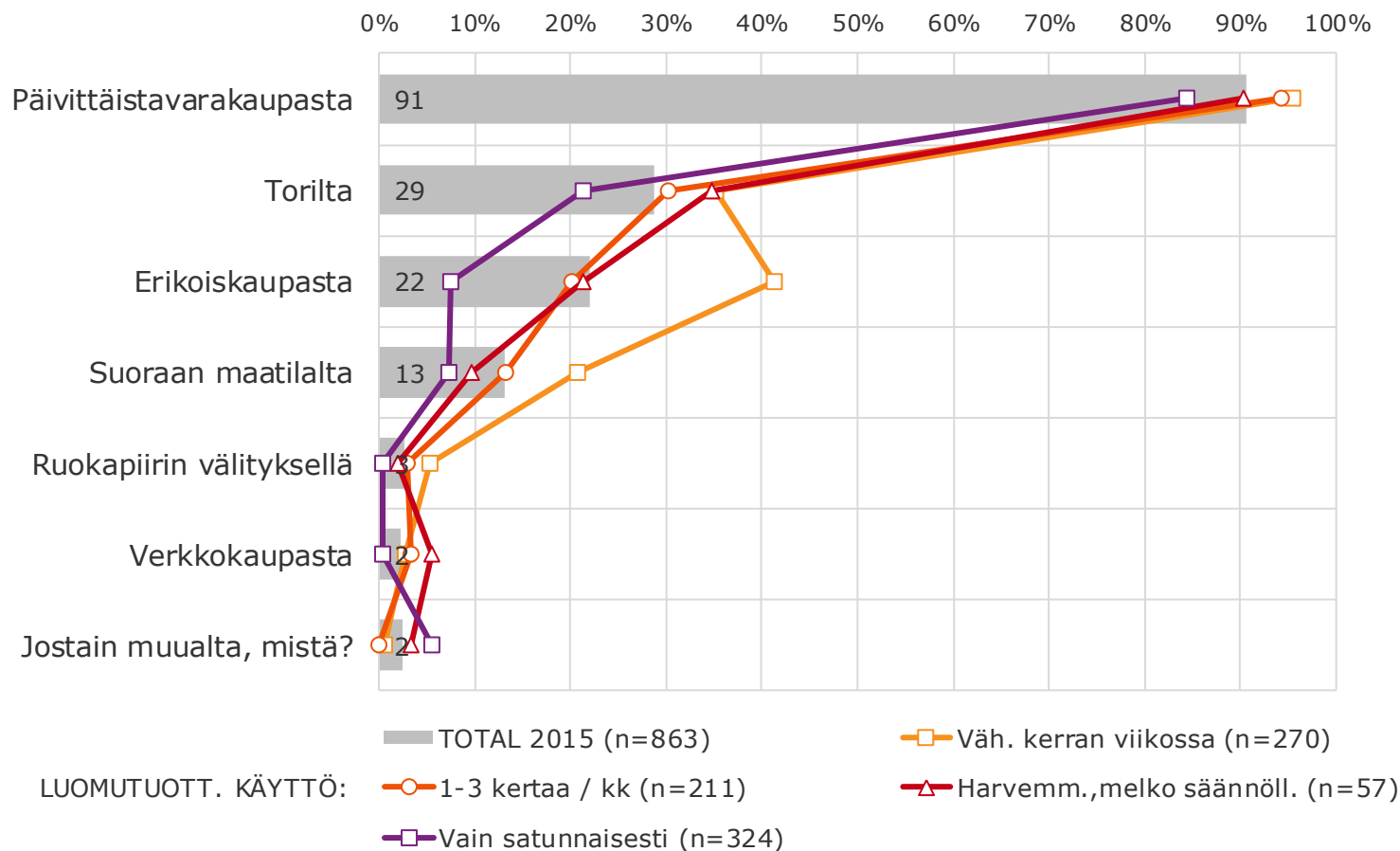


Luomuelintarvikkeiden ostopaikat

Mistä olet ostanut luomuelintarvikkeita viimeisen vuoden aikana?

Mainitse kolme tärkeintä ostopaikkaasi.

TOTAL 2015 (n=863)



9

Luomuvaihtoehdon tarjoaminen



[Takaisin sisällysluetteloon](#)



Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun
kuluttajabarometri 2015

©TNS 2015



ruokaa ja luonnonvaroja

PRO LUOMU

Luomuvaihtoehdon tarjoaminen

Miten tärkeänä pidät luomuvaihtoehdon tarjoamista...?

TOTAL 2013 (n=1043)

TOTAL 2015 (n=1000)

0% 20% 40% 60% 80% 100%

kouluruokailussa ja päiväkodissa

ka.

2013: 15 36 8 24 17 2,54

2015: 16 37 6 24 17 2,56

ravintolassa

2013: 17 37 6 25 14 2,62

2015: 17 39 6 24 14 2,63

työpaikkaruokailussa

2013: 12 36 7 29 16 2,47

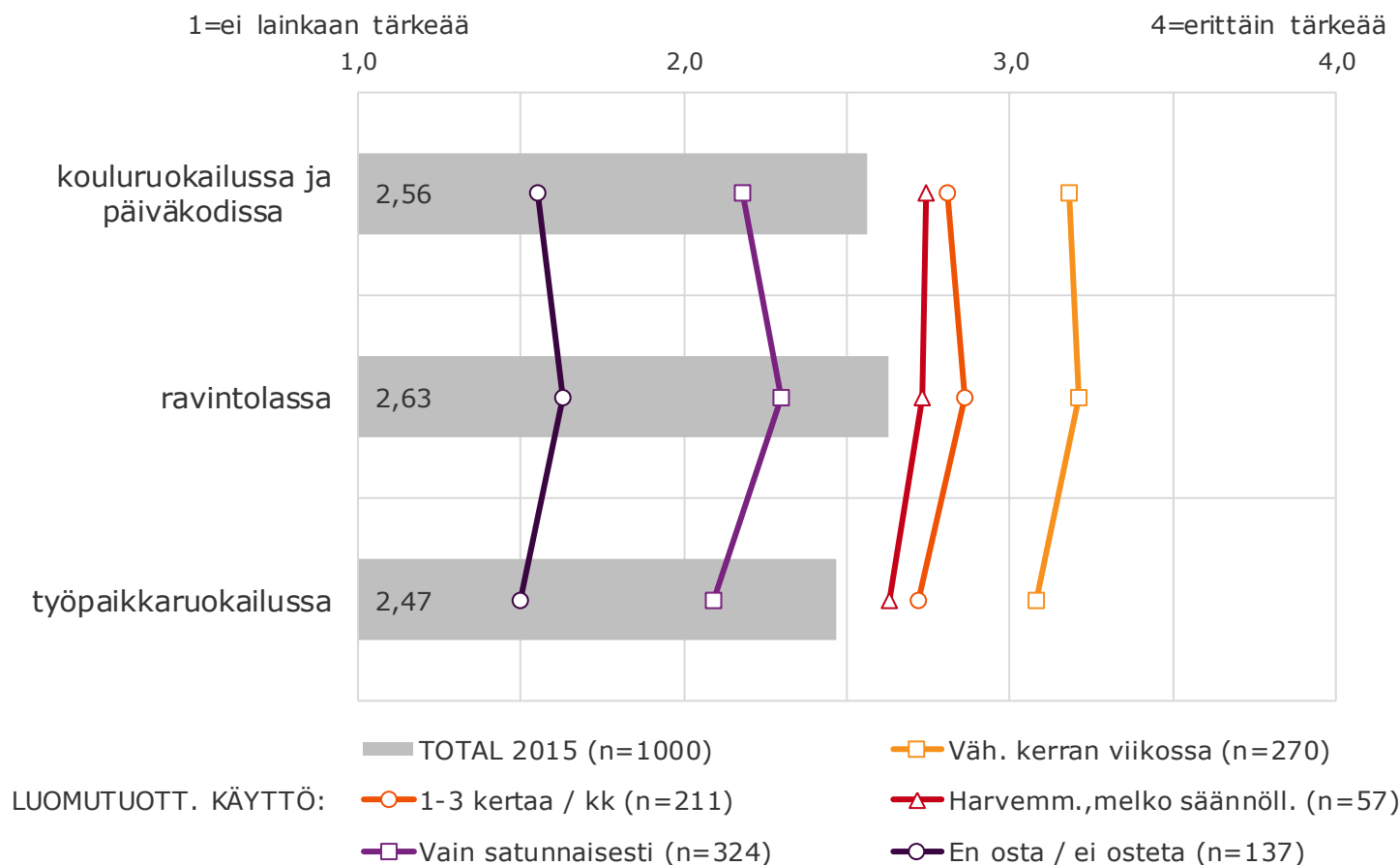
2015: 12 36 6 29 16 2,47

■ 4=erittäin tärkeää ■ 3=melko tärkeää ■ en osaa sanoa ■ 2=ei kovin tärkeää ■ 1=ei lainkaan tärkeää

Luomuvaihtoehdon tarjoaminen

Miten tärkeänä pidät luomuvaihtoehdon tarjoamista...?

TOTAL 2015 (n=1000)



10

Luomun menekkiä
edistäviä asioita
vastanneiden mukaan



[Takaisin sisällysluetteloon](#)



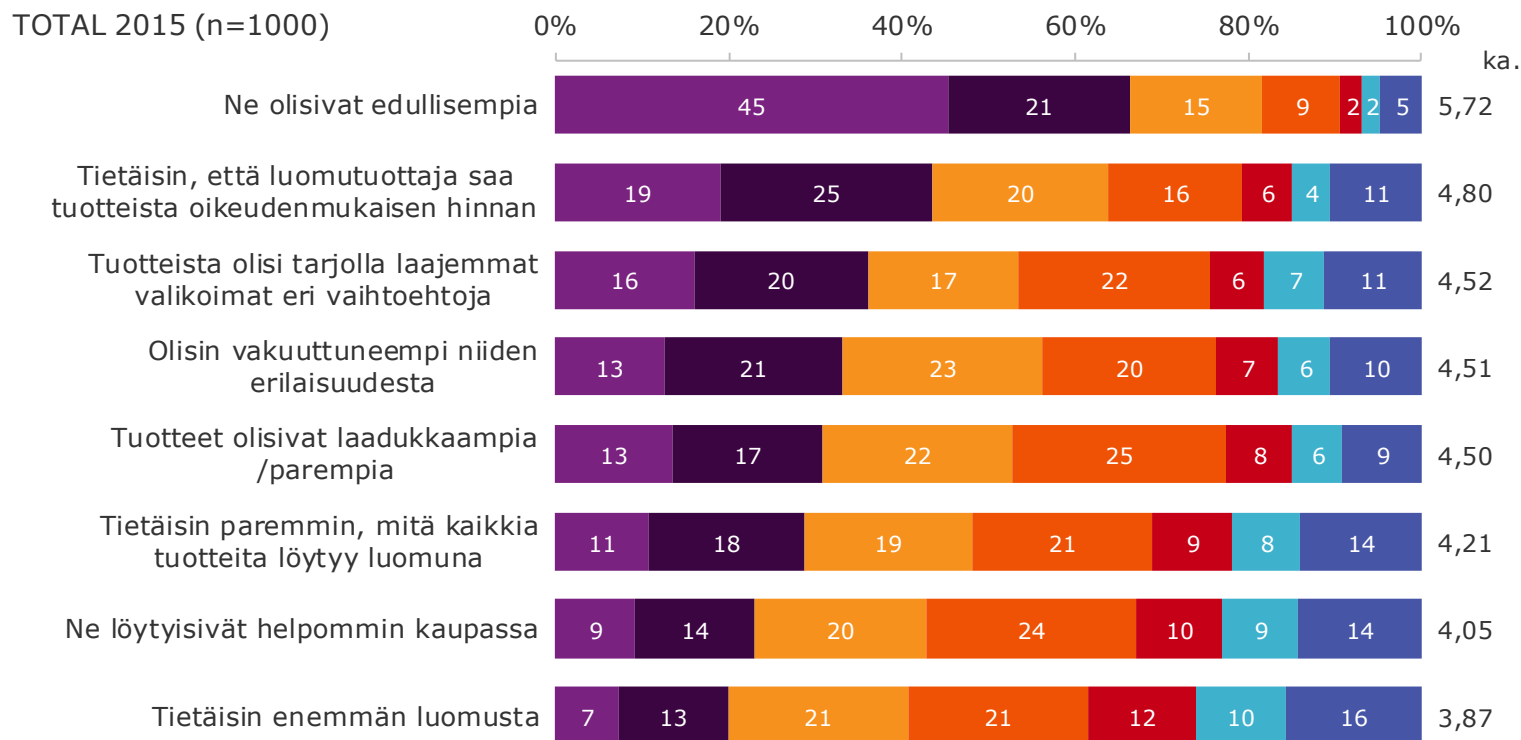
Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun
kuluttajabarometri 2015

©TNS 2015



Luomun menekkiä edistäviä asioita

Kuinka todennäköisesti ostaisit luomuelintarvikkeita enemmän, jos...



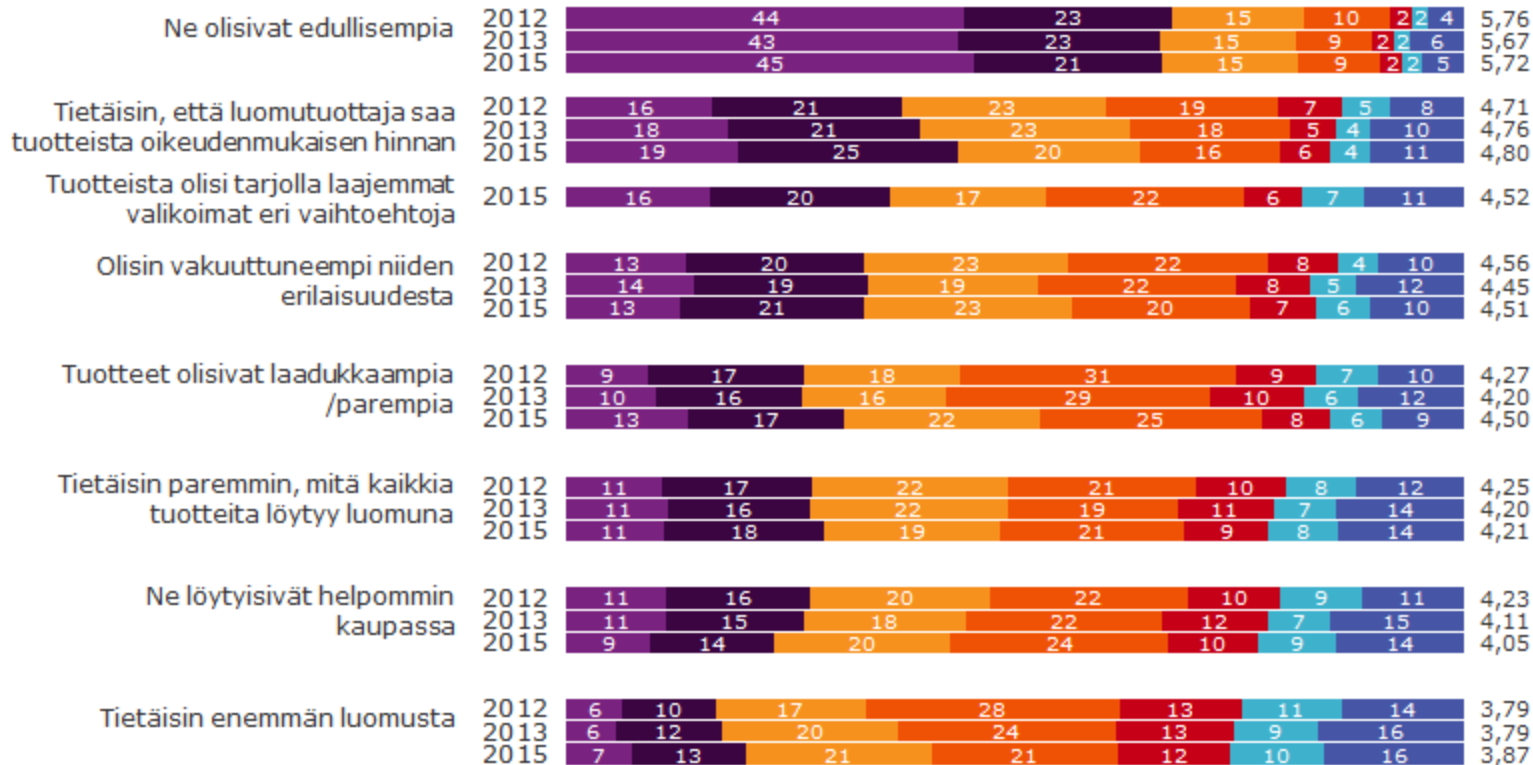
■ 7=erittäin todennäköisesti ■ 6 ■ 5 ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1=Erittäin epätodennäköisesti

Luomun menekkiä edistäviä asioita

Kuinka todennäköisesti ostaisit luomuelintarvikkeita enemmän, jos...

TOTAL 2012 (n=970)
TOTAL 2013 (n=1043)
TOTAL 2015 (n=1000)

0% 20% 40% 60% 80% 100%
ka.



■ 7=erittäin todennäköisesti ■ 6 ■ 5 ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1=Erittäin epätodennäköisesti

Luomun menekkiä edistäviä asioita

Minkälaisia parannusehdotuksia? LAATU/PAREMMUUS

- Hinta/edullisempia
- Parempi säilyvyys
- Monipuolisuutta
- Tasalaatuisuutta

Mistä asiasta erityisesti? ERILAISUUDESTA VAKUUTTUMINEN

- Aitous/varmuus asiasta
/ Luottamus
 - Terveellisyys
- Ovatko parempia?
 - Puhtaus
 - Makuero

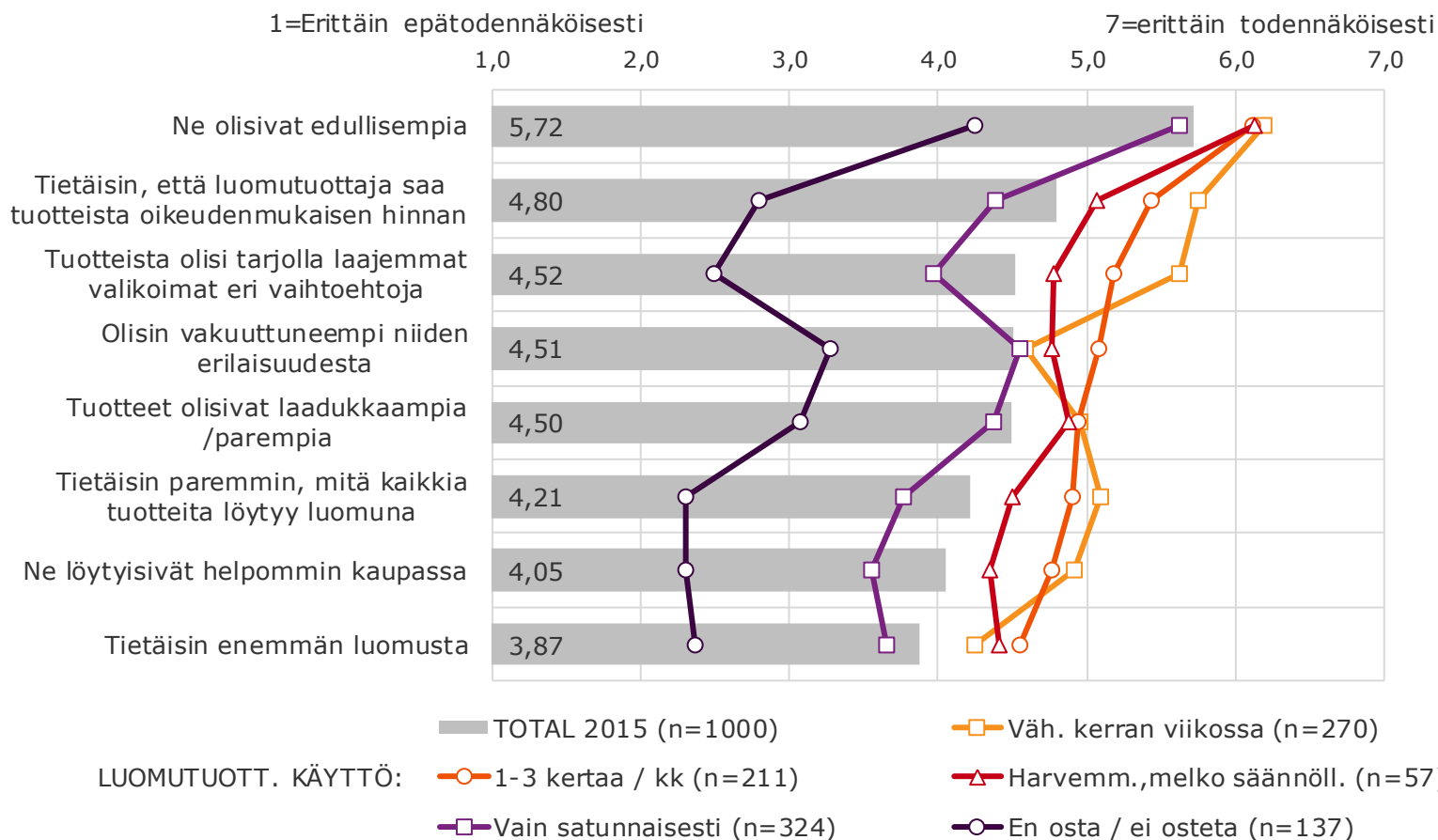
Mitä tietoa toivoisit luomusta enemmän? TIETOA mm.

- Alkuperästä, tuottajan nimi
 - Hyödyistä
 - Eläinten kohtelusta
- Miten ja missä valmistettu ja miten tuotteen hinta muodostuu
 - Terveysvaikutuksia
 - Tuotantotavoista
 - Viljelytavoista

Luomun menekkiä edistäviä asioita

Kuinka todennäköisesti ostaisit luomuelintarvikkeita enemmän, jos...

TOTAL 2015 (n=1000)



11

Valikoimatoiveet



[Takaisin sisällysluetteloon](#)



Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun
kuluttajabarometri 2015

©TNS 2015

 **mmm.fi**
ruokaa ja luonnonvaroja

PRO LUOMU 

Mistä tuotteista toivoisi enemmän valikoimiamia

Mistä tuotteista toivoisit lisää valikoimiamia?

TOTAL 2015 (n=535)

%

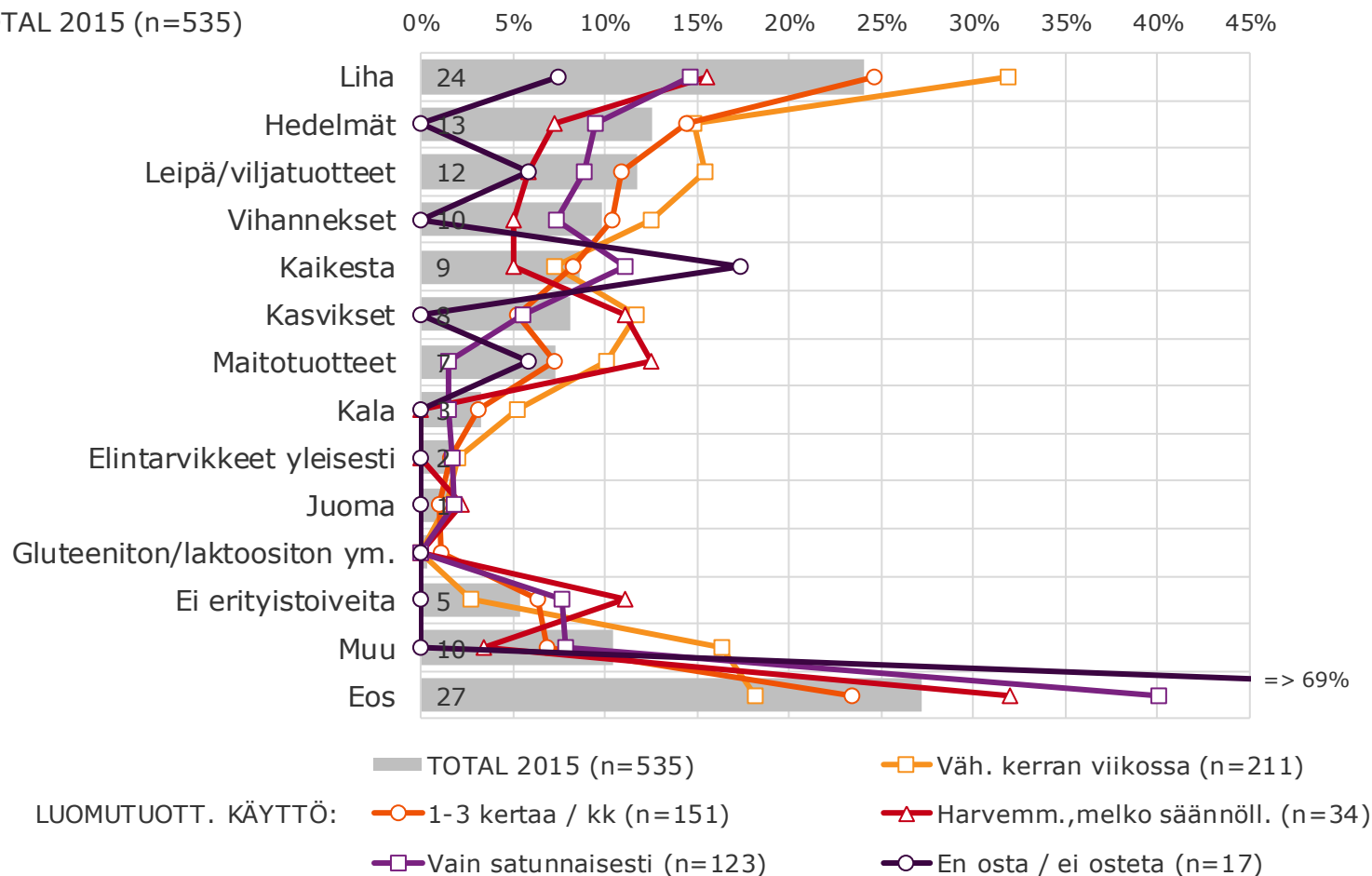


■ TOTAL 2015 (n=535)

Mistä tuotteista toivoisi enemmän valikoimiamia

Mistä tuotteista toivoisit lisää valikoimiamia?

TOTAL 2015 (n=535)



12

Mielipiteen luomuun liittyvistä väittämistä



Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun
kuluttajabarometri 2015

©TNS 2015

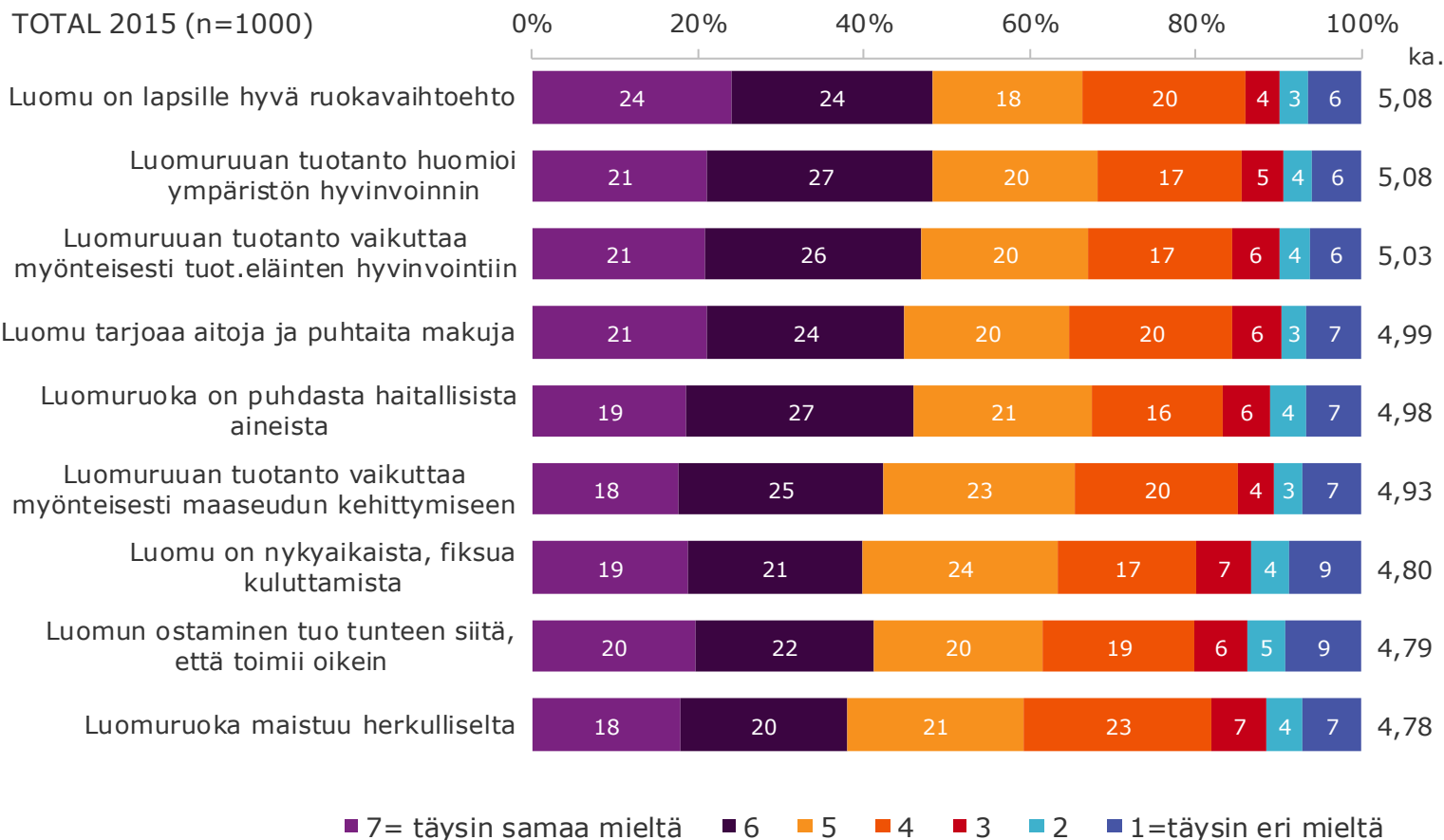
 **mmm.fi**
ruokaa ja luonnonvaroja

[Takaisin sisällysluetteloon](#)

PRO LUOMU 

Mielipiteet luomuun liittyvistä väittämistä

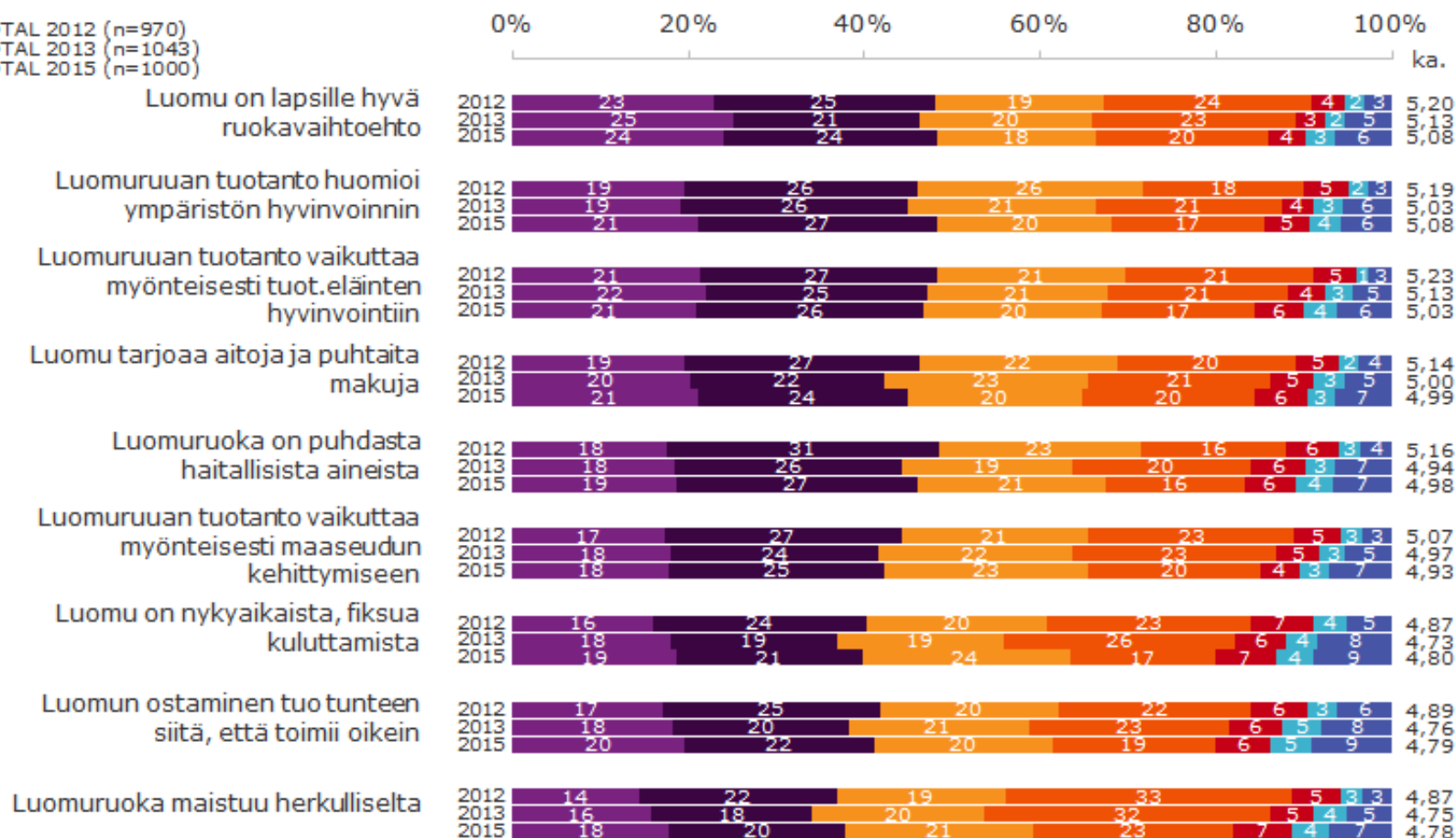
Seuraavassa on muutamia väittämiä luomuruuasta. Merkitse kunkin kohdalle oletko väittämän kanssa samaa vai eri mieltä.



Mielipiteet luomuun liittyvistä väittämistä

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

TOTAL 2012 (n=970)
TOTAL 2013 (n=1043)
TOTAL 2015 (n=1000)

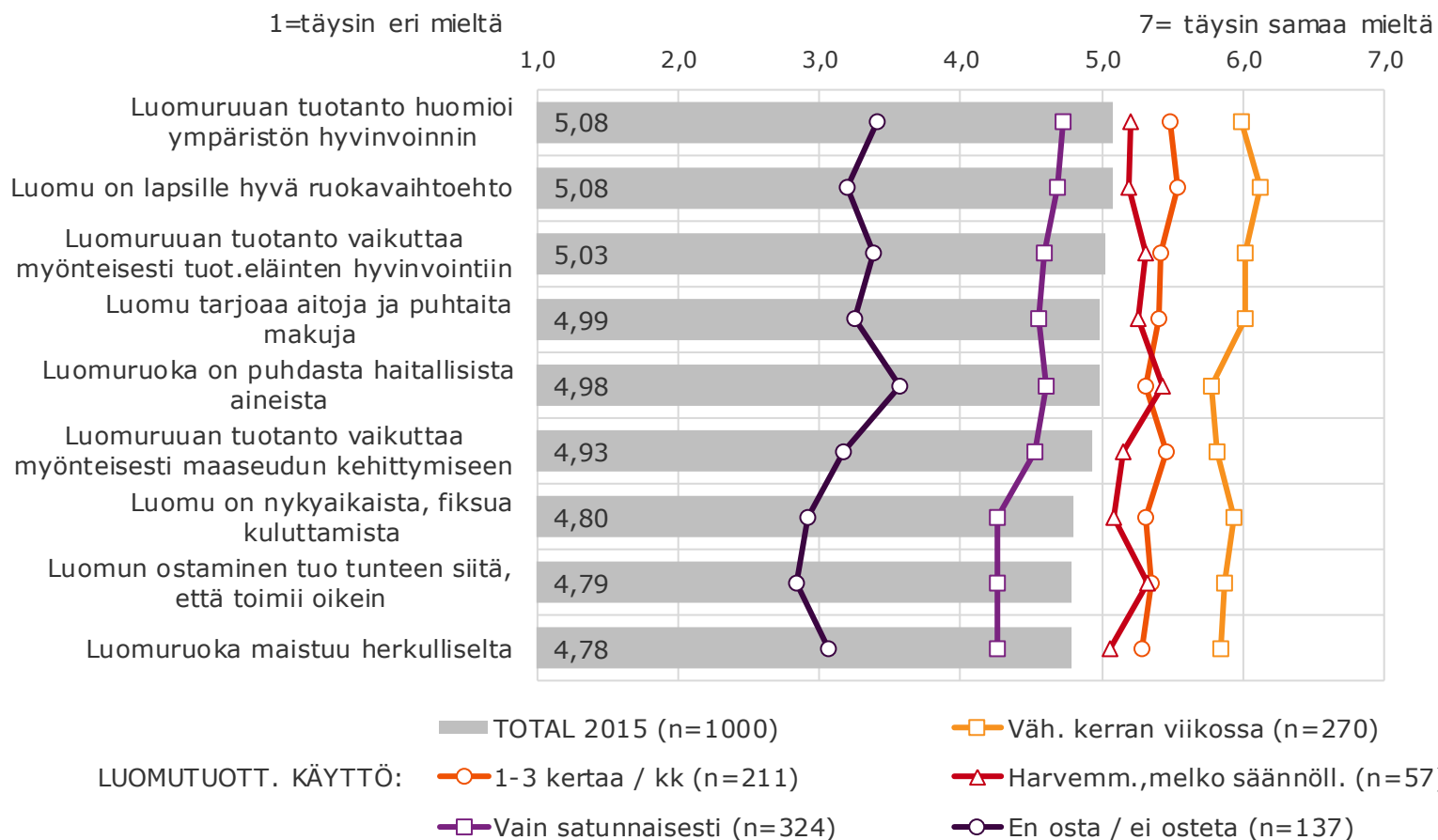


■ 7= täysin samaa mieltä ■ 6 ■ 5 ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1=täysin eri mieltä

Mielipiteet luomuun liittyvistä väittämistä

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

TOTAL 2015 (n=1000)



13

Luomuruuan imago



[Takaisin sisällysluetteloon](#)



Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun
kuluttajabarometri 2015

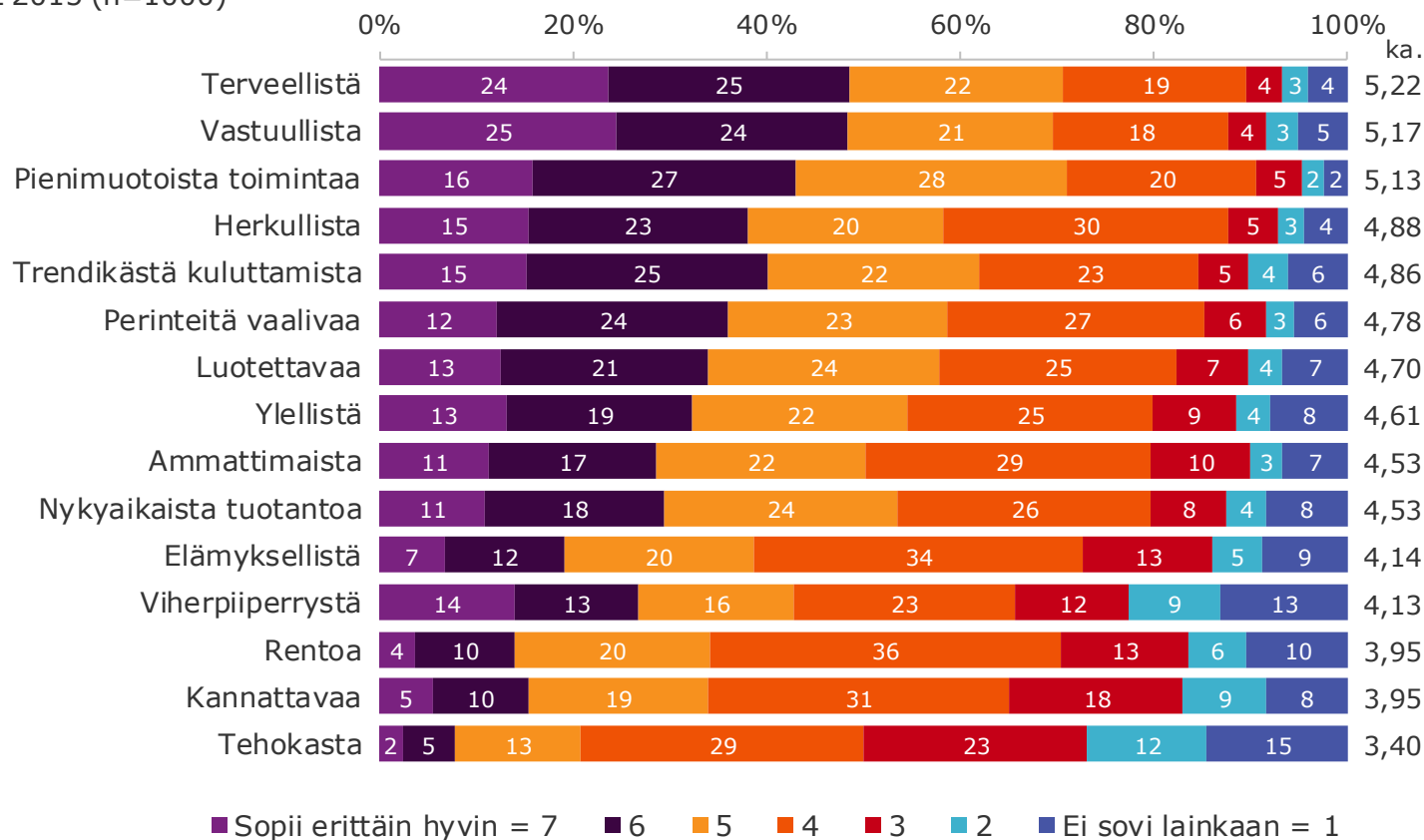
©TNS 2015



Luomuruuan imago

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

TOTAL 2015 (n=1000)

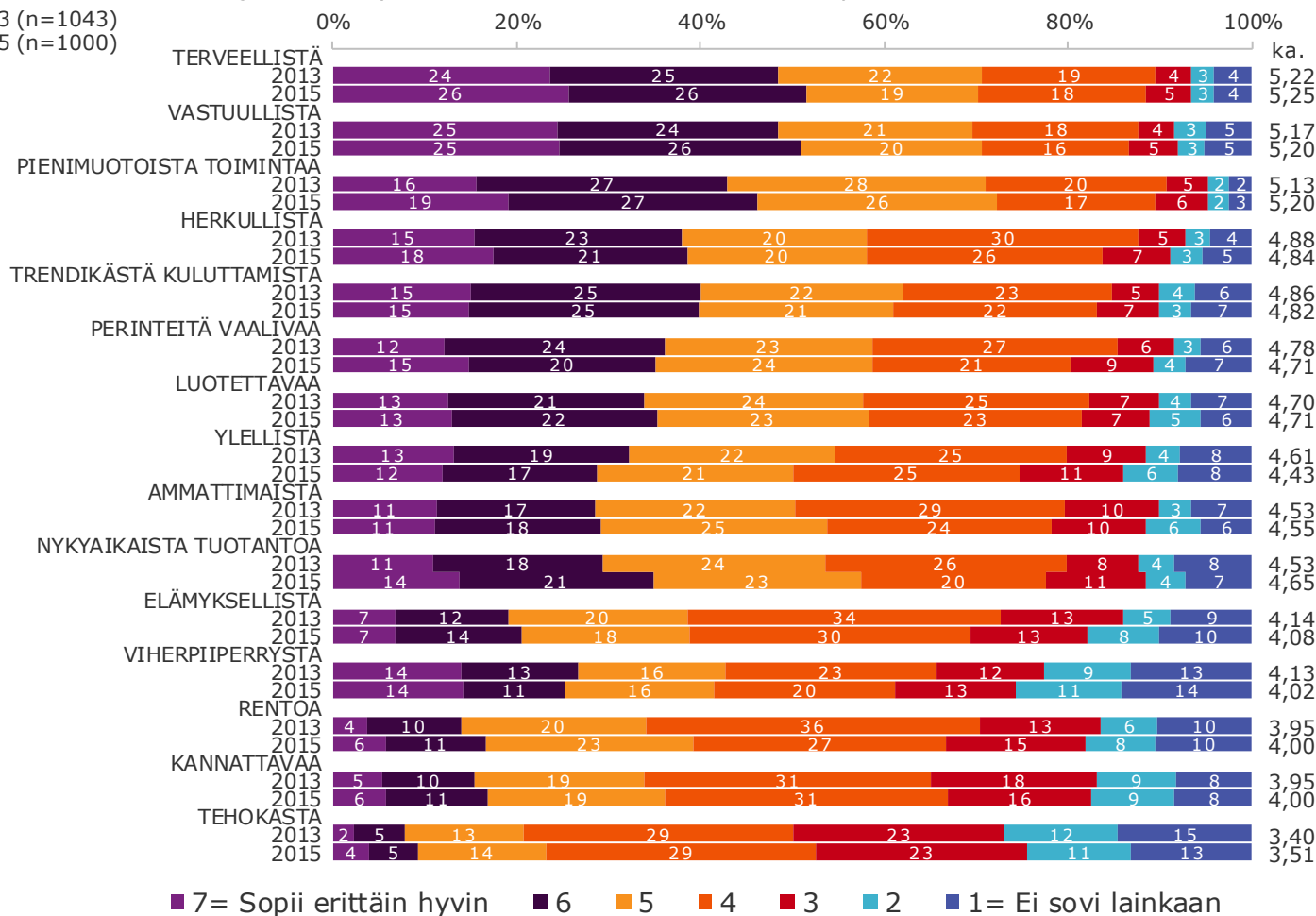


Luomuruuan imago

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

TOTAL 2013 (n=1043)

TOTAL 2015 (n=1000)

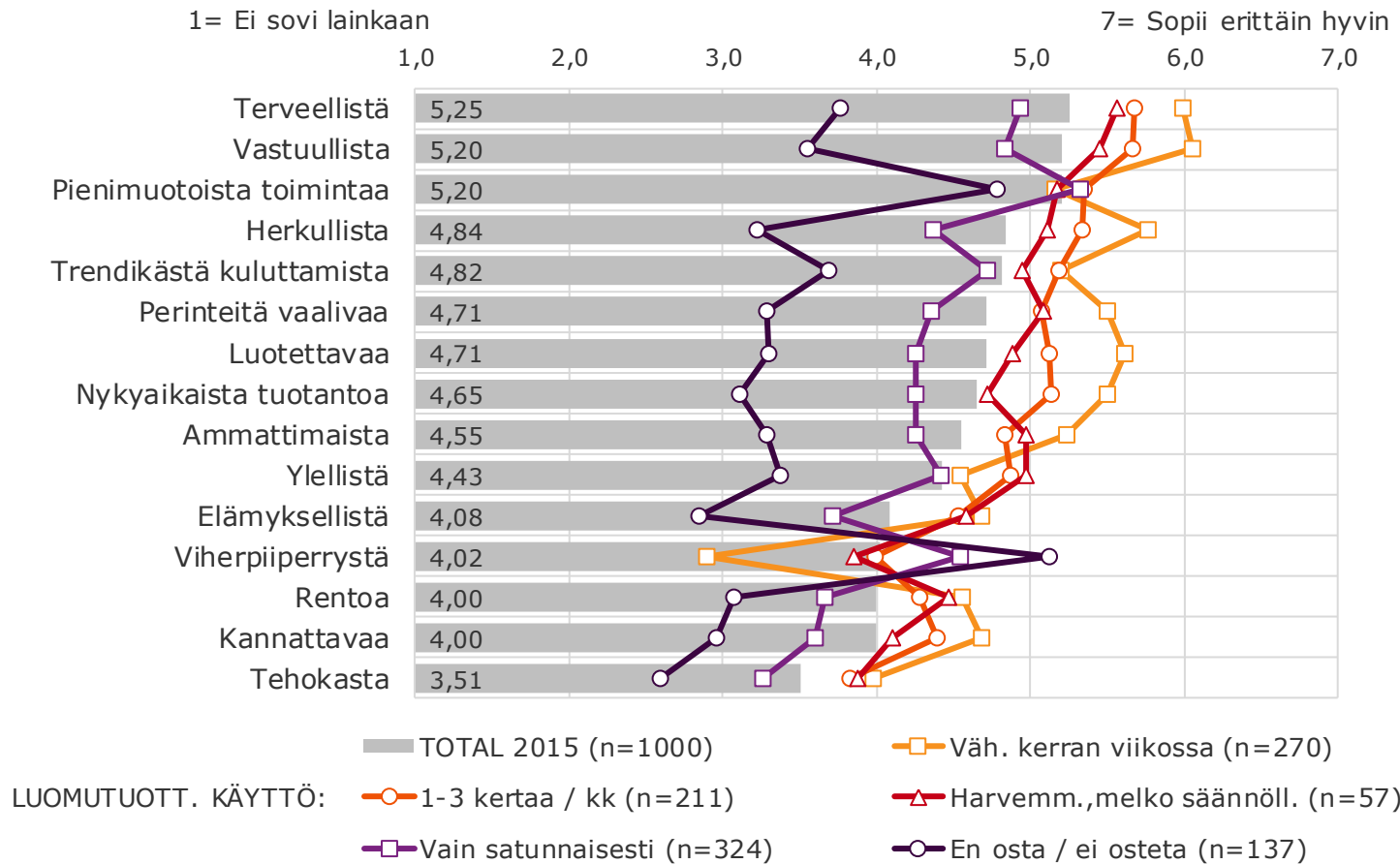


■ 7= Sopii erittäin hyvin ■ 6 ■ 5 ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1= Ei sovi lainkaan

Luomuruuan imago

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

TOTAL 2015 (n=1000)



14

Luomuelintarvikkeiden ostaminen, ostoaikomukset ja erottuminen



[Takaisin sisällysluetteloon](#)



Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun
kuluttajabarometri 2015

©TNS 2015

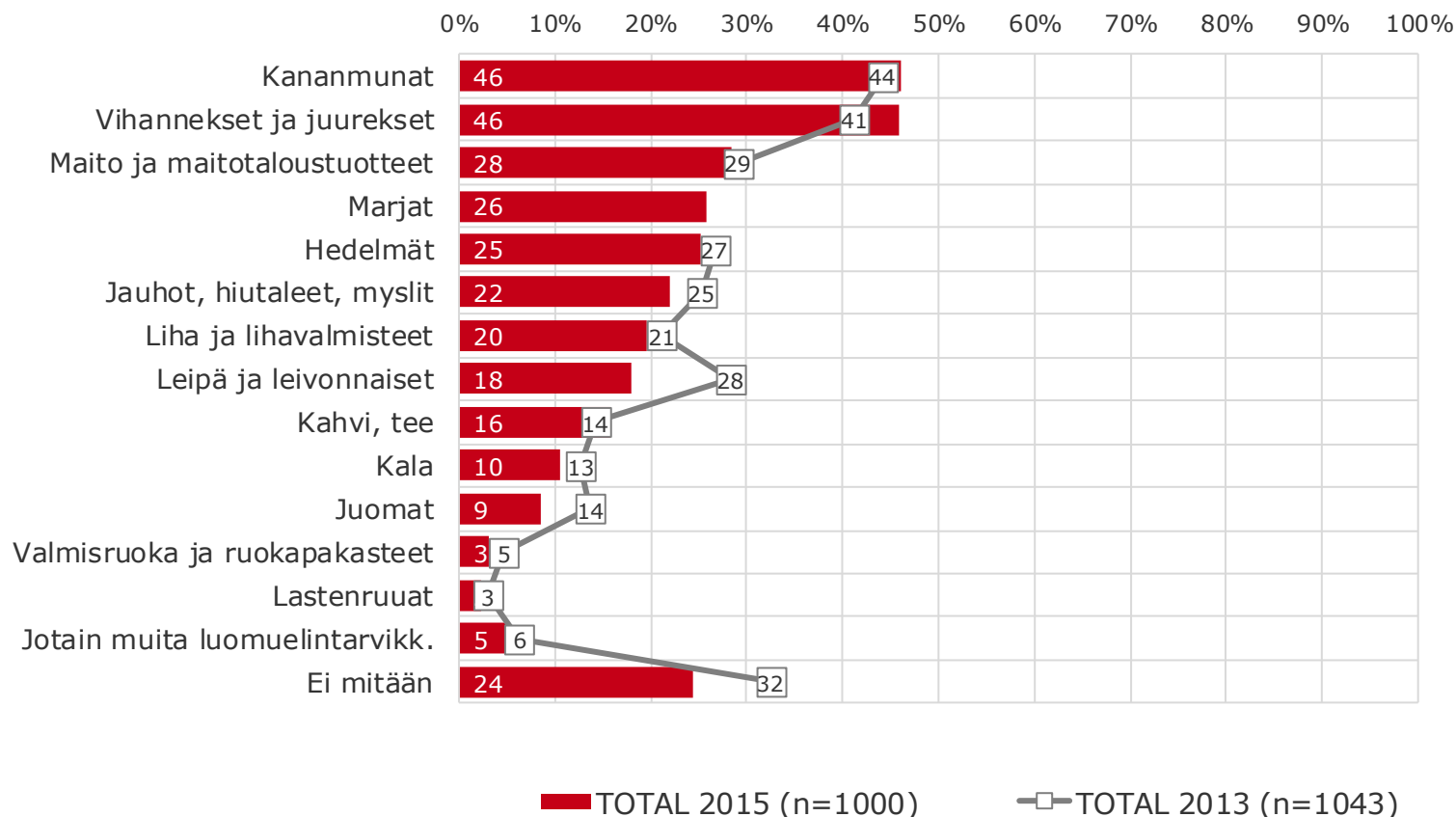


ruokaa ja luonnonvaroja

PRO LUOMU

Luomuelintarvikkeiden ostaminen

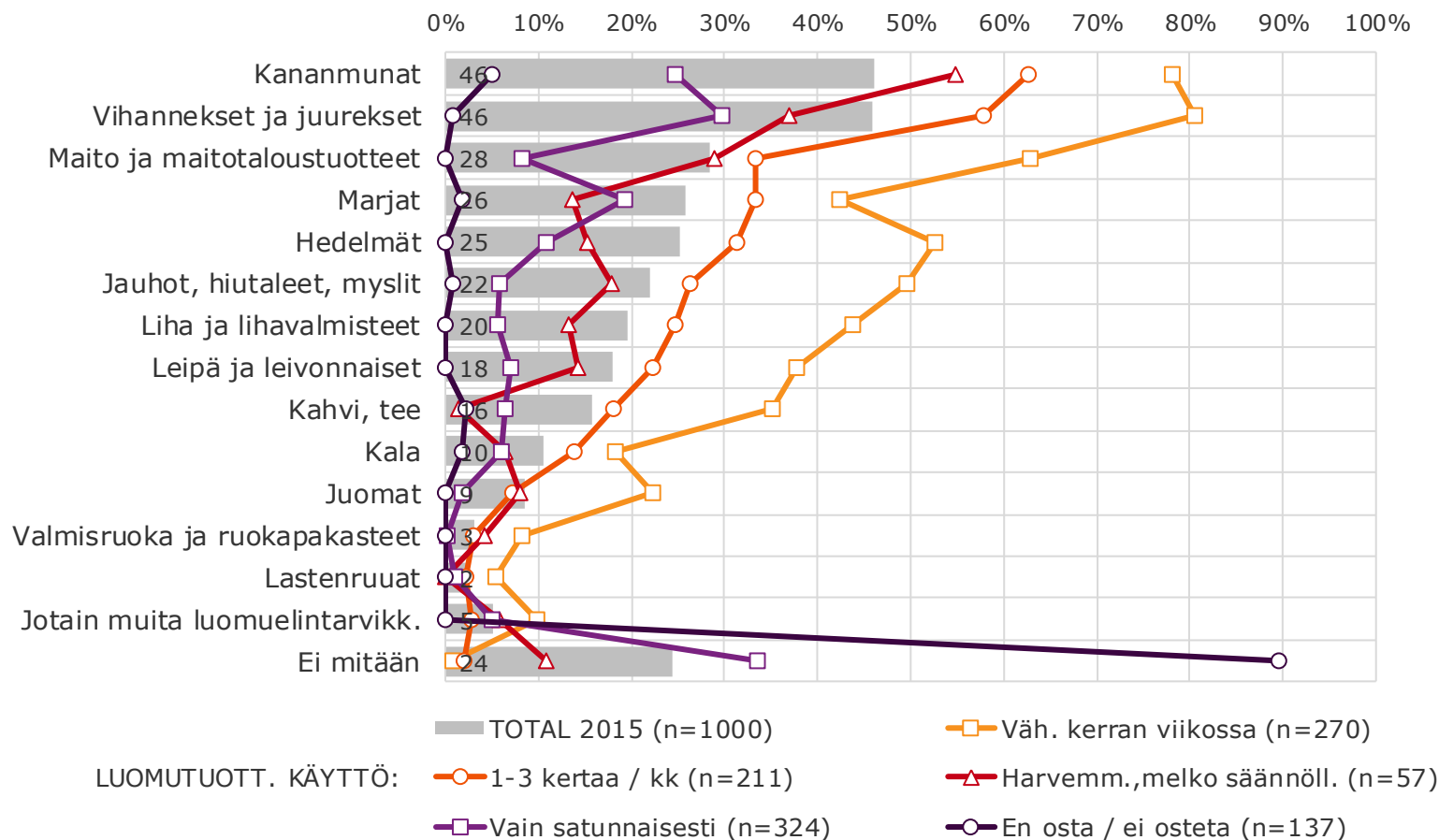
Mitä luomuelintarvikkeita olet ostanut/talouteesi on ostettu 1-2 viimeisen kuukauden aikana?



Luomuelintarvikkeiden ostaminen

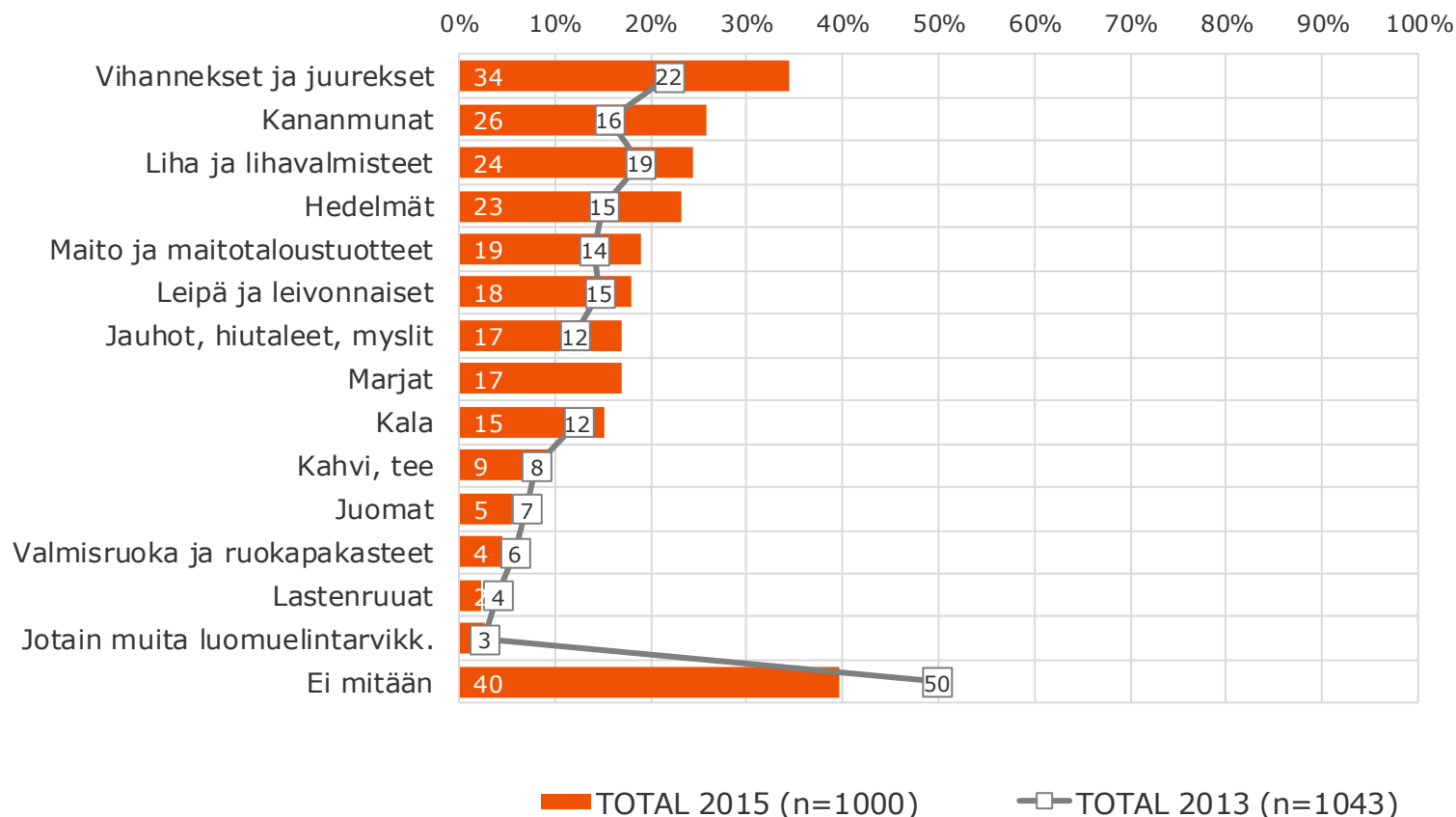
Mitä luomuelintarvikkeita olet ostanut/talouteesi on ostettu 1-2 viimeisen kuukauden aikana?

TOTAL 2015 (n=1000)



Aikoo ostaa luomuna nykyistä enemmän

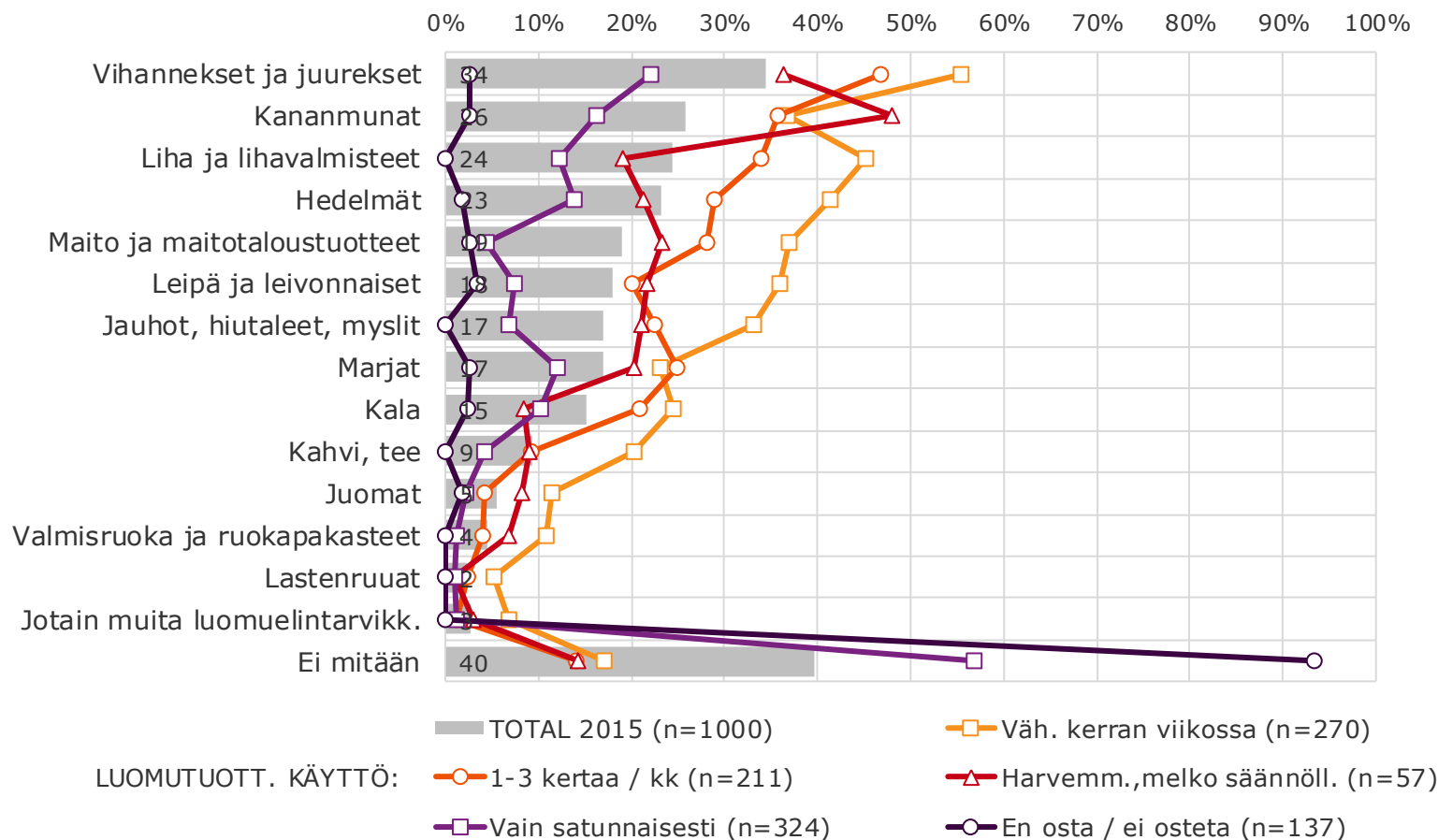
Mitä seuraavista tuoteryhmistä aiot ostaa luomuna nykyistä enemmän?



Aikoo ostaa luomuna nykyistä enemmän

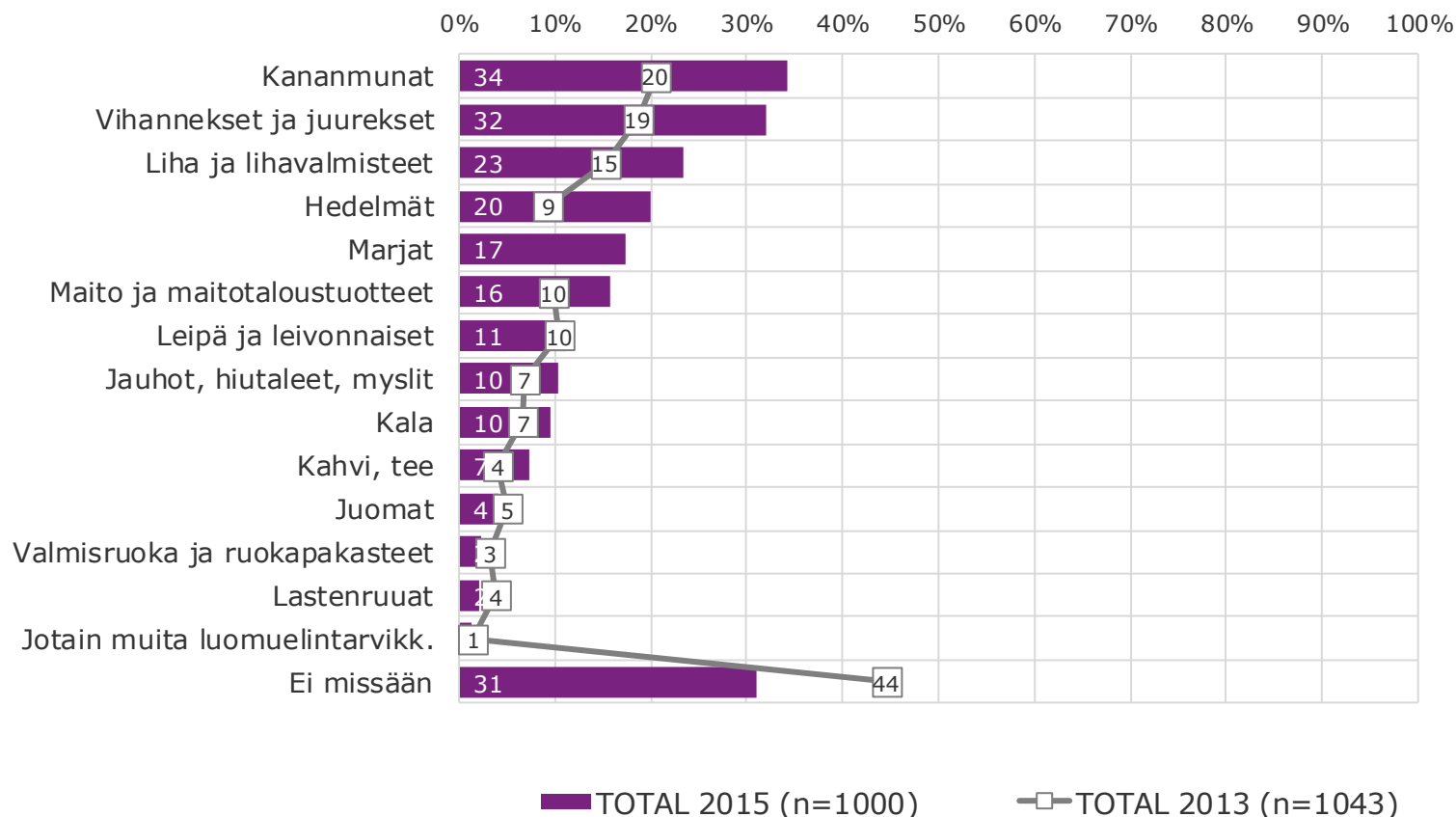
Mitä seuraavista tuoteryhmistä aiot ostaa luomuna nykyistä enemmän?

TOTAL 2015 (n=1000)



Luomuvaihtoehto poikkeaa eniten edukseen

Missä tuoteryhmissä luomuvaihtoehto poikkeaa mielestäsi eniten edukseen?



Luomuvaihtoehto poikkeaa eniten edukseen avoimet

Kananmunat:

- Kanoilla paremmat olot
- Parempi maku (50% vastauksista)
- Parempi vatkautuvuus
 - Väri

Maito:

- Eettisyys
- Maku

Liha:

- Eettisyys / eläimillä paremmat olot
- Vähemmän antibiootteja
 - Laatu
 - Maku

Vihannekset, juurekset, hedelmät:

- Maku
- Vähemmän myrkkyyjä / torjunta-aineita
 - Tuoreus
 - Raikkaus

Marjat:
+ Terveellisempiä

Kala:

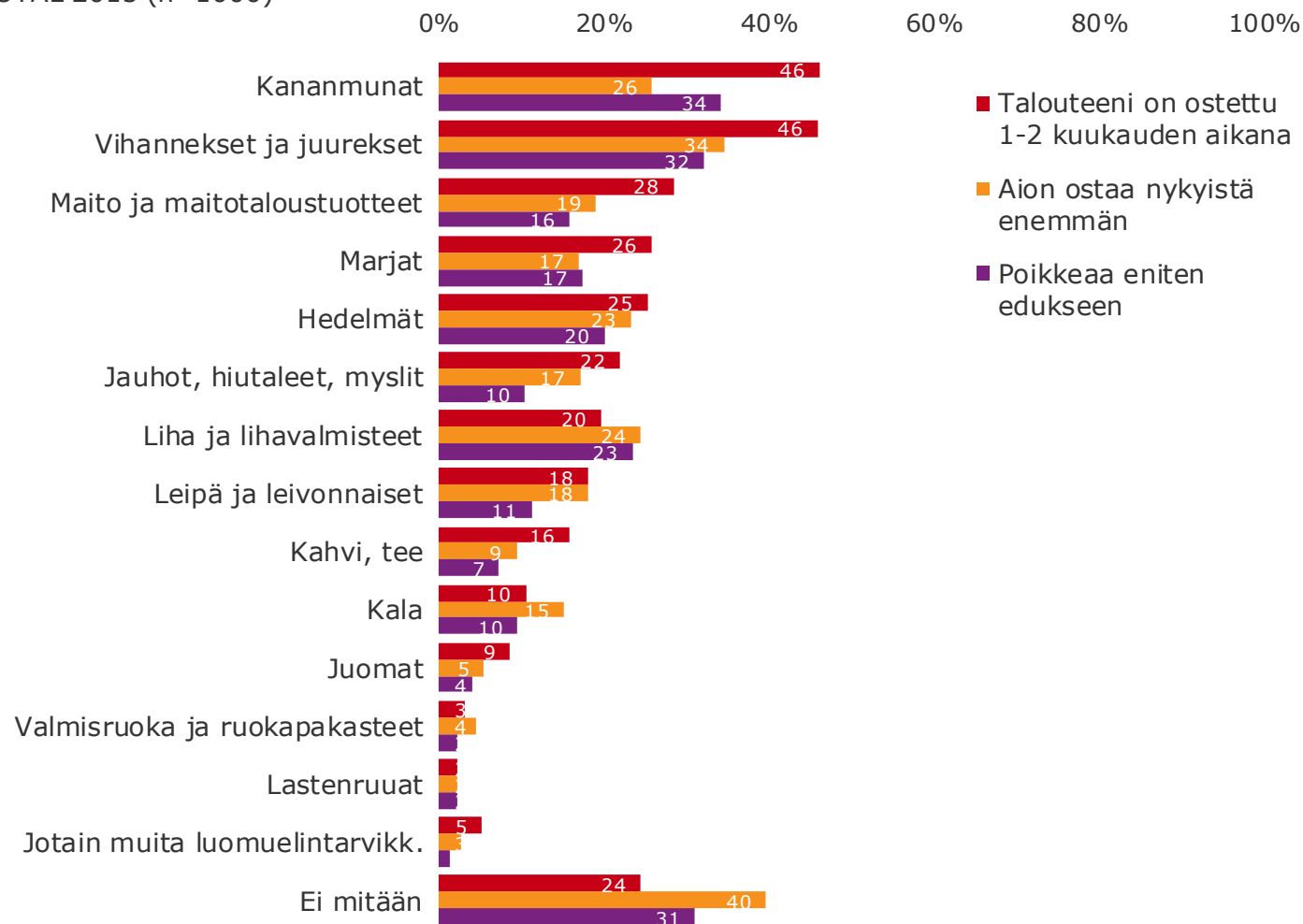
- Maku
- Laadukkaampaa
- Turvallisempi
- Terveellisempää

Leipä:

- Maku
- Terveellisempää
- "Puhtaat jauhot pussissa"

Luomuelintarvikkeiden ostaminen

TOTAL 2015 (n=1000)



15

Luomumaidon käyttö ja D-vitaminointi



Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun
kuluttajabarometri 2015

©TNS 2015

 **mmm.fi**
ruokaa ja luonnonvaroja

PRO LUOMU 

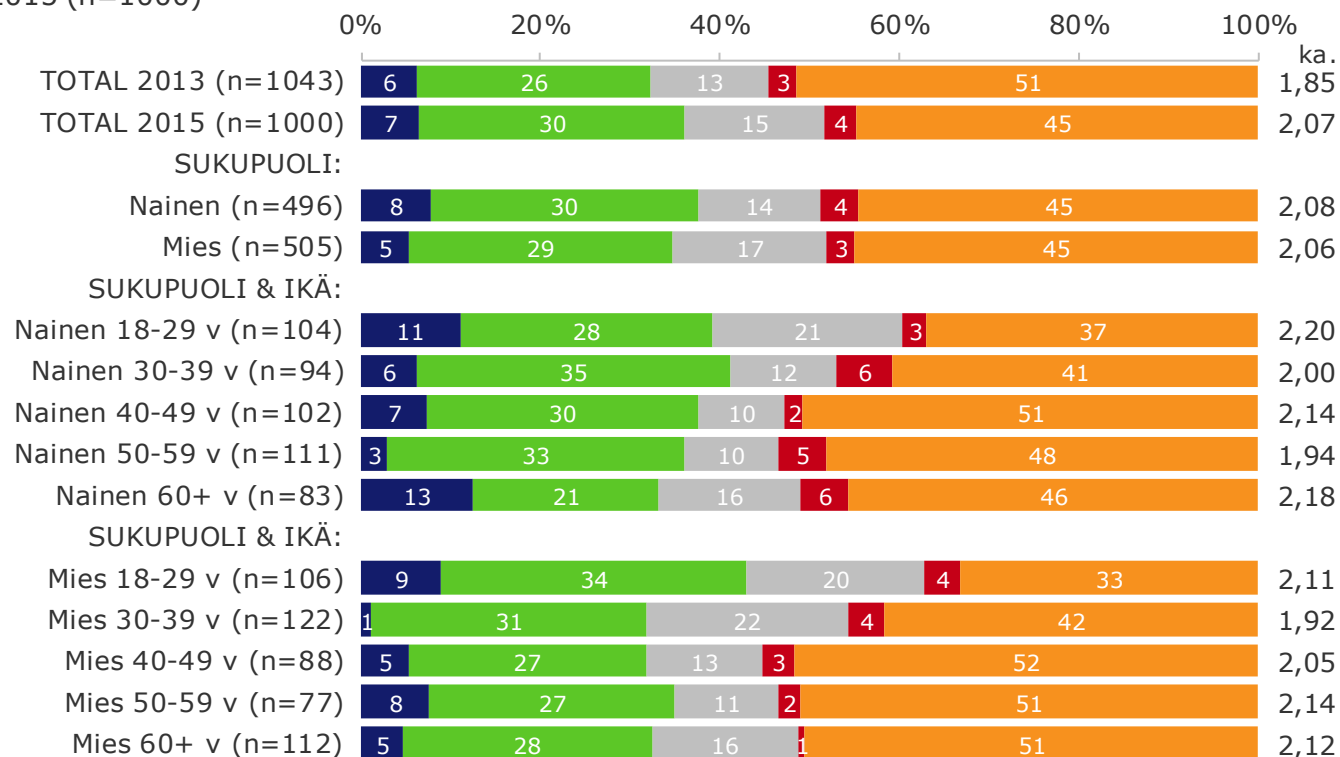
[Takaisin sisällysluetteloon](#)

Luomumaidon käyttö ja D-vitaminointi

Jos luomumaito D-vitamiinoidisiin, miten arvioit luomumaidon käytön taloudessasi muuttuvan?

TOTAL 2015 (n=1000)

(1/2)

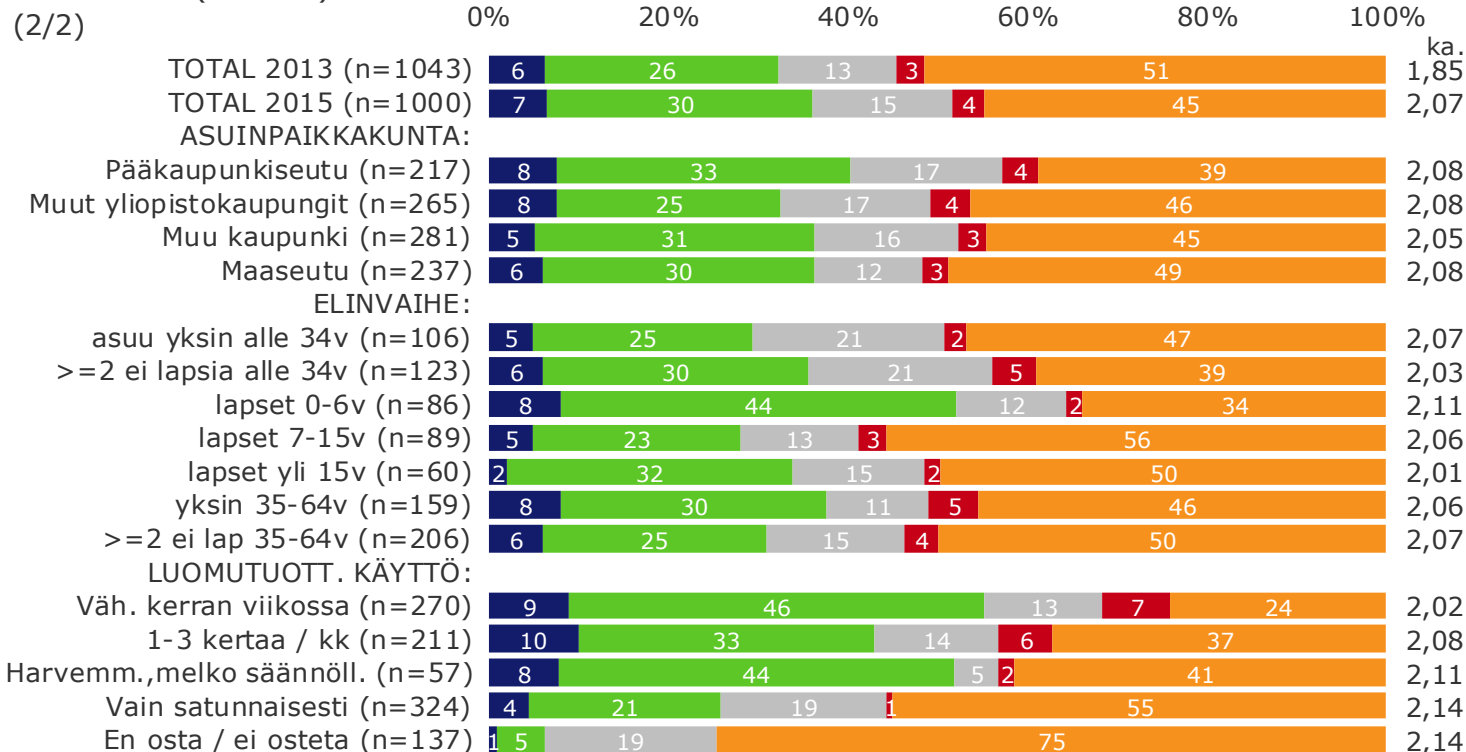


■ 4=lisääntyy ■ 3=pysyy ennallaan ■ en osaa sanoa ■ 2=vähenee ■ 1=en juo/käytä luomumaitoa

Luomumaidon käyttö ja D-vitamiinointi

Jos luomumaito D-vitamiinointiin, miten arvioit luomumaidon käytön taloudessasi muuttuvan?

TOTAL 2015 (n=1000)



■ 4=lisääntyy ■ 3=pysyy ennallaan ■ en osaa sanoa ■ 2=vähenee ■ 1=en juo/käytä luomumaitoa

16

Luomuvalikoiman muutos viime vuosina



[Takaisin sisällysluettelo](#)



Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun
kuluttajabarometri 2015

©TNS 2015

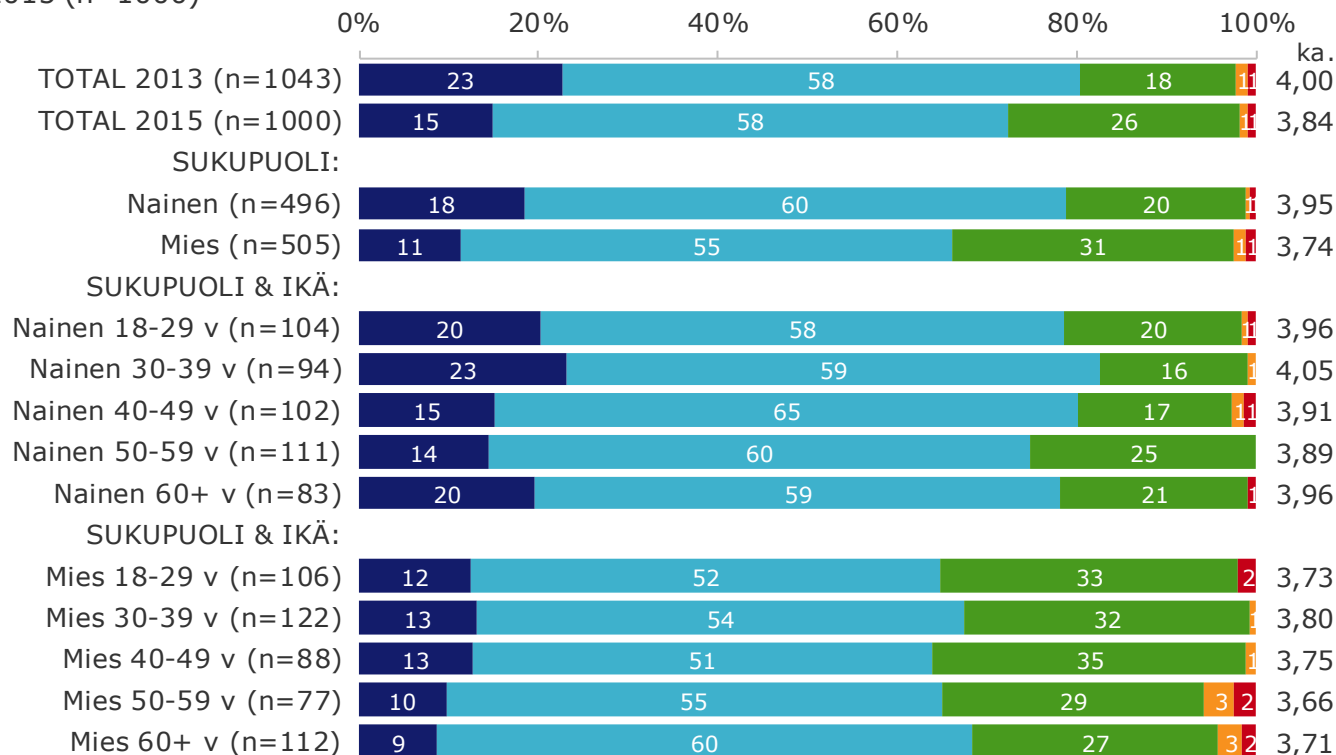


Luomuvälikoiman muutos viime vuosina

Onko luomuvälikoima viime vuosina mielestäsi...?

TOTAL 2015 (n=1000)

(1/2)



■ 5=kasvanut merkittävästi

■ 4=kasvanut hiukan

■ 3=pysynyt samana

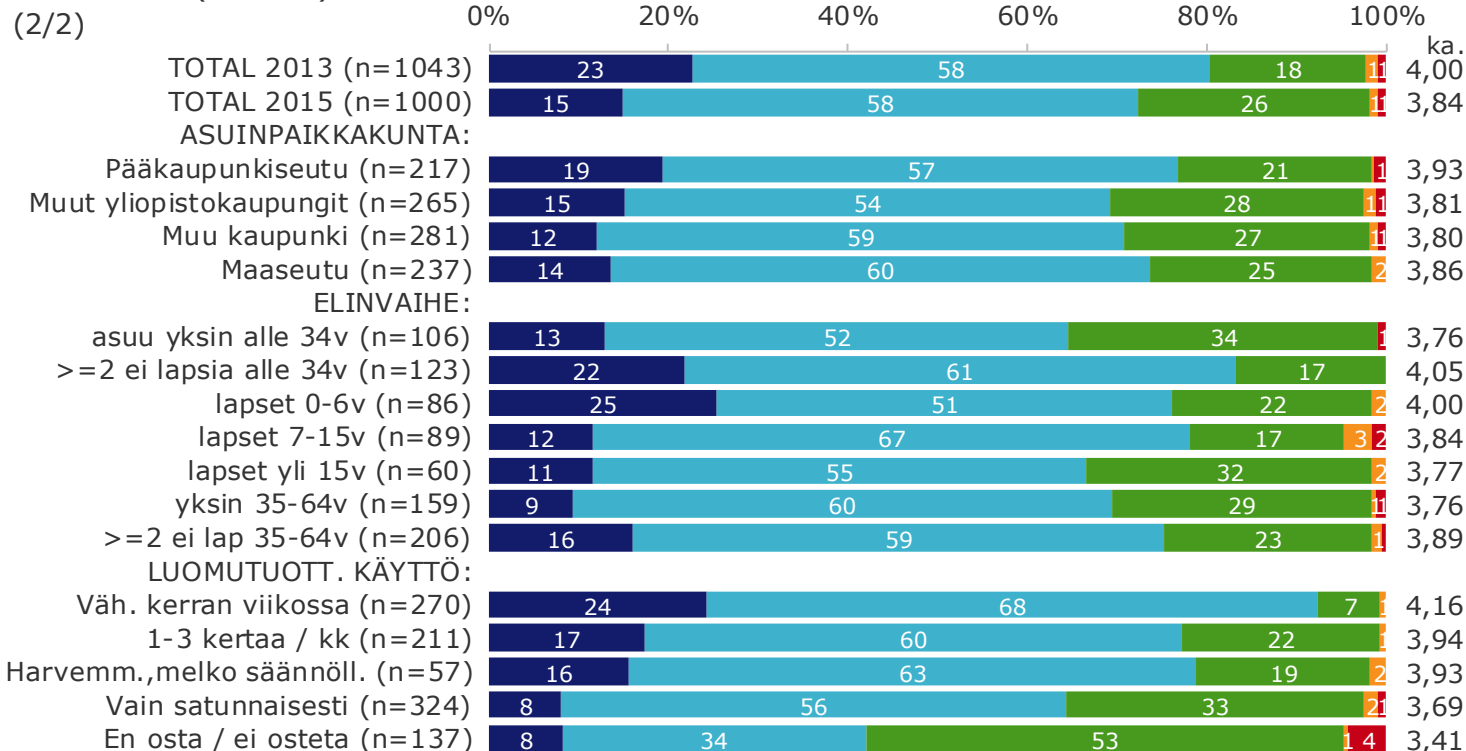
■ 2=vähentynyt hiukan

■ 1=vähentynyt merkittävästi

Luomuvälikoiman muutos viime vuosina

Onko luomuvälikoima viime vuosina mielestäsi...?

TOTAL 2015 (n=1000)



■ 5=kasvanut merkittävästi

■ 4=kasvanut hiukan

■ 3=pysynyt samana

■ 2=vähentynyt hiukan

■ 1=vähentynyt merkittävästi

17

Luomuun liittyvä tieto ja tietolähteet



[Takaisin sisällysluettelo](#)



Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun
kuluttajabarometri 2015

©TNS 2015



ruokaa ja luonnonvaroja

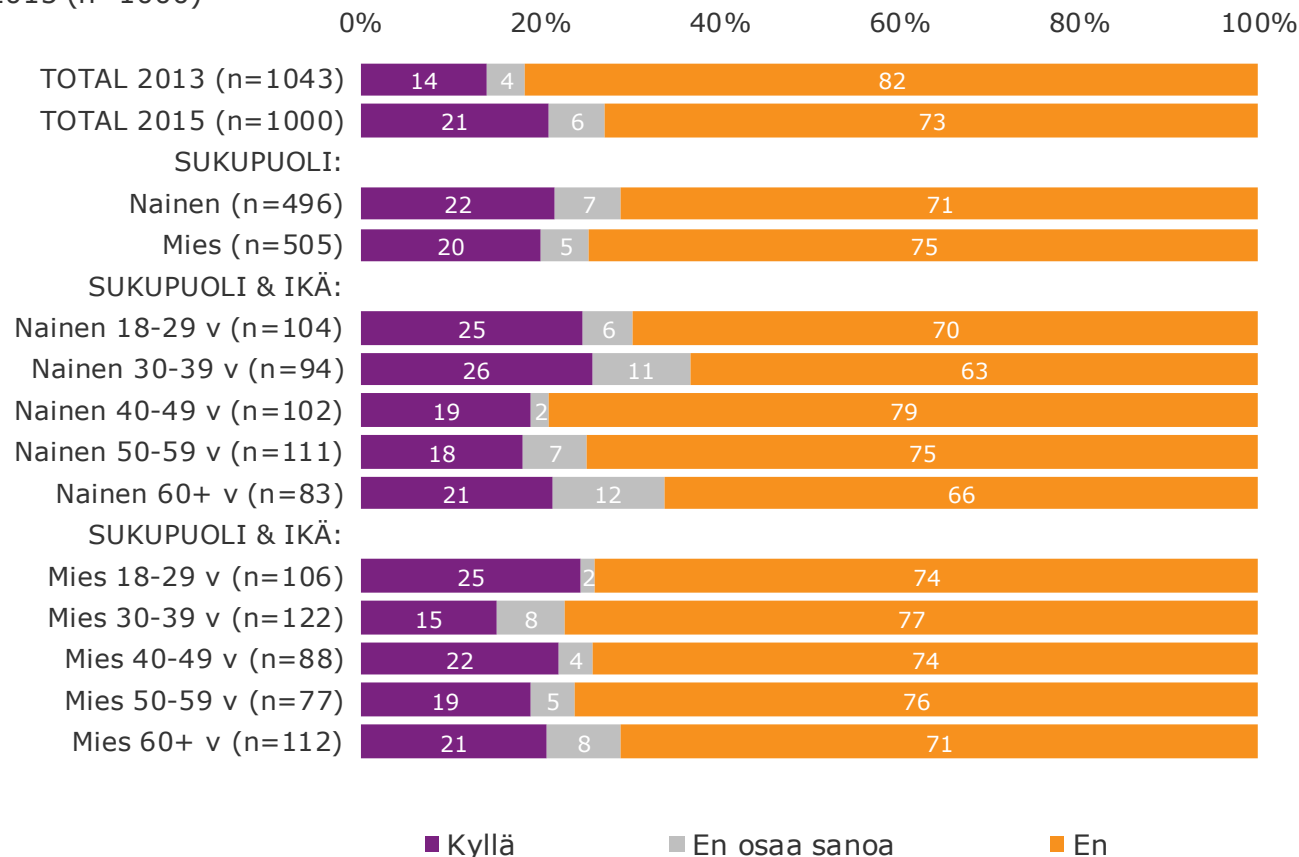
PRO LUOMU

Etsinyt luomuun liittyvää tietoa

Oletko etsinyt luomuun liittyvää tietoa?

TOTAL 2015 (n=1000)

(1/2)



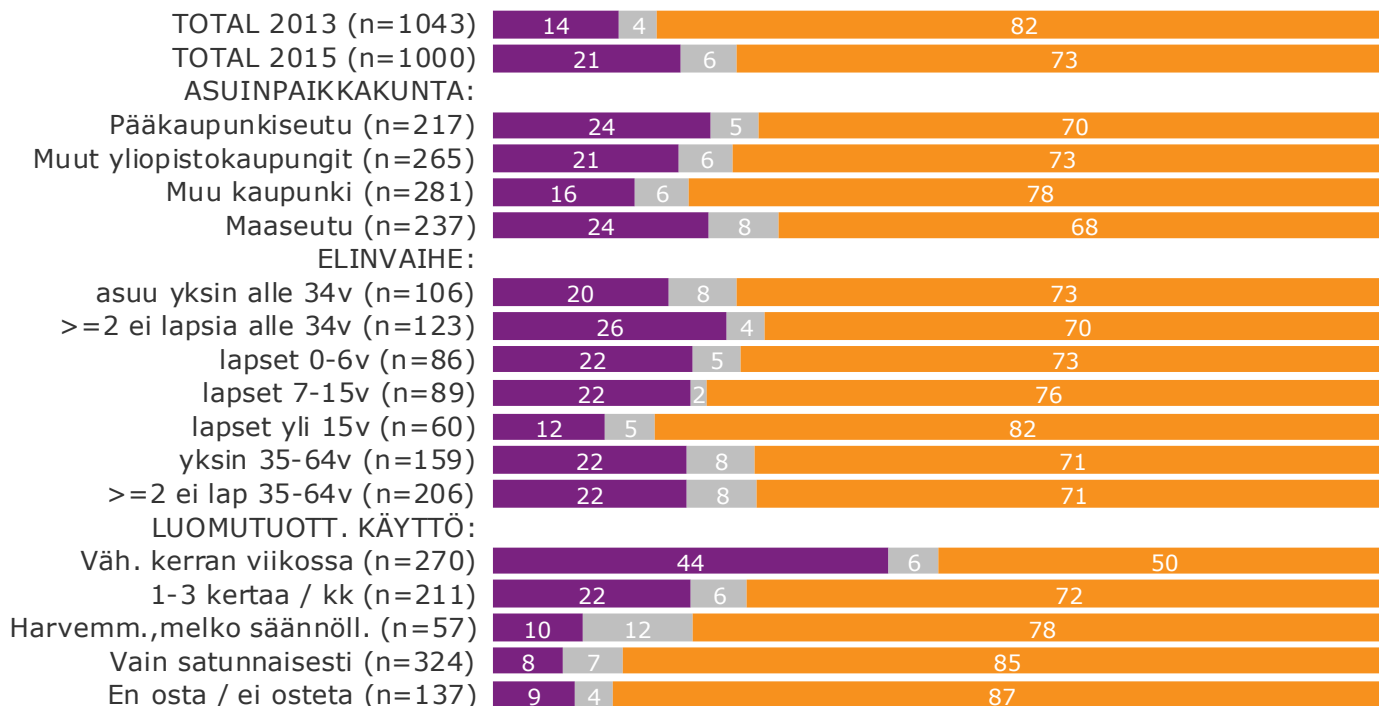
Etsinyt luomuun liittyvää tietoa

Oletko etsinyt luomuun liittyvää tietoa?

TOTAL 2015 (n=1000)

(2/2)

0% 20% 40% 60% 80% 100%



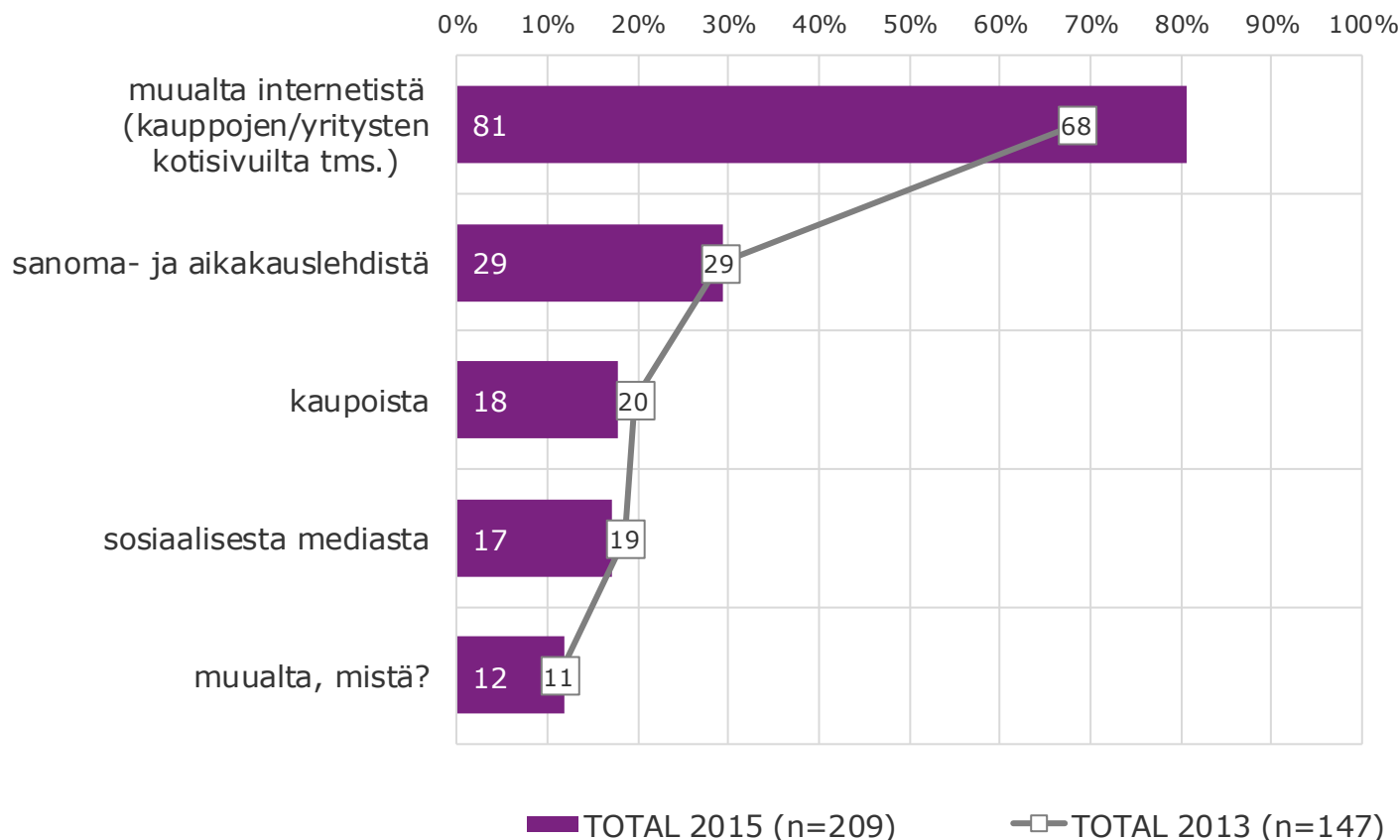
■ Kyllä

■ En osaa sanoa

■ En

Luomuun liittyvät tietolähteet

Mistä olet etsinyt luomuun liittyvää tietoa?
(n=jos etsinyt)



Luomuun liittyvät tietolähteet

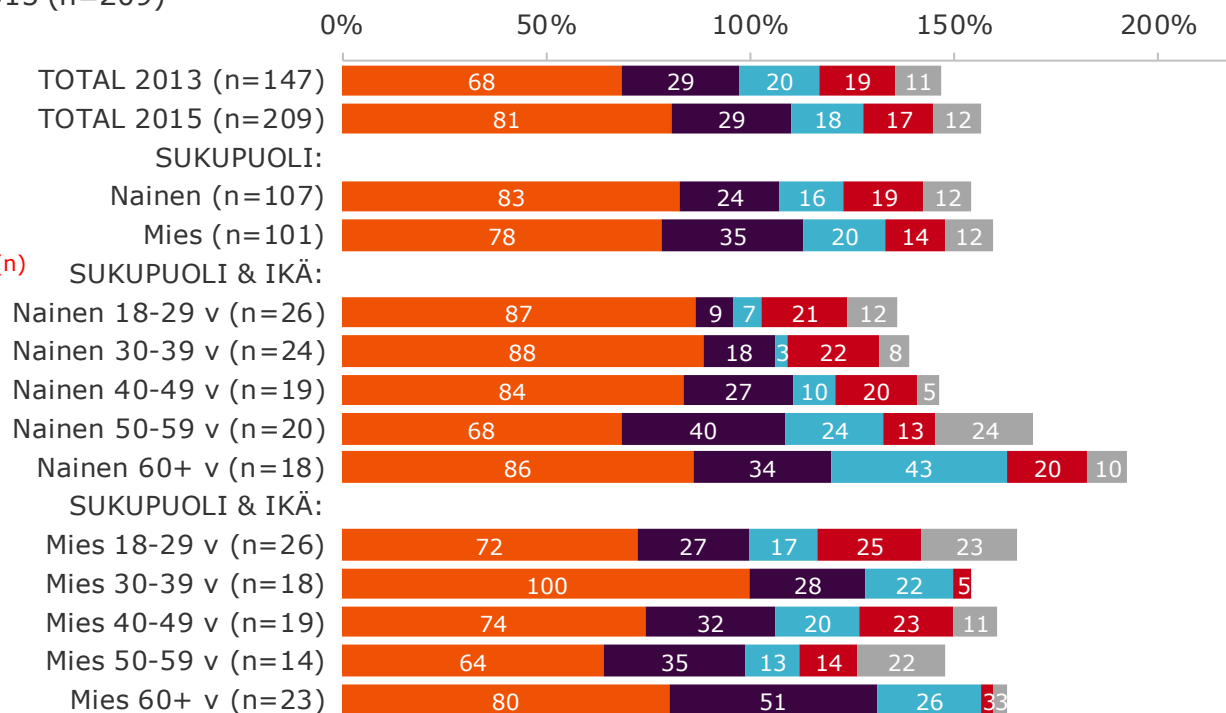
Mistä olet etsinyt luomuun liittyvää tietoa?

(n=jos etsinyt)

TOTAL 2015 (n=209)

(1/2)

Huomioi pieni
vastaajamäärä (n)



- muualta internetistä (kauppojen/yritysten kotisivuilta tms.)
- sanoma- ja aikakauslehdistä
- kaupoista
- sosiaalisesta mediasta
- muualta, mistä?

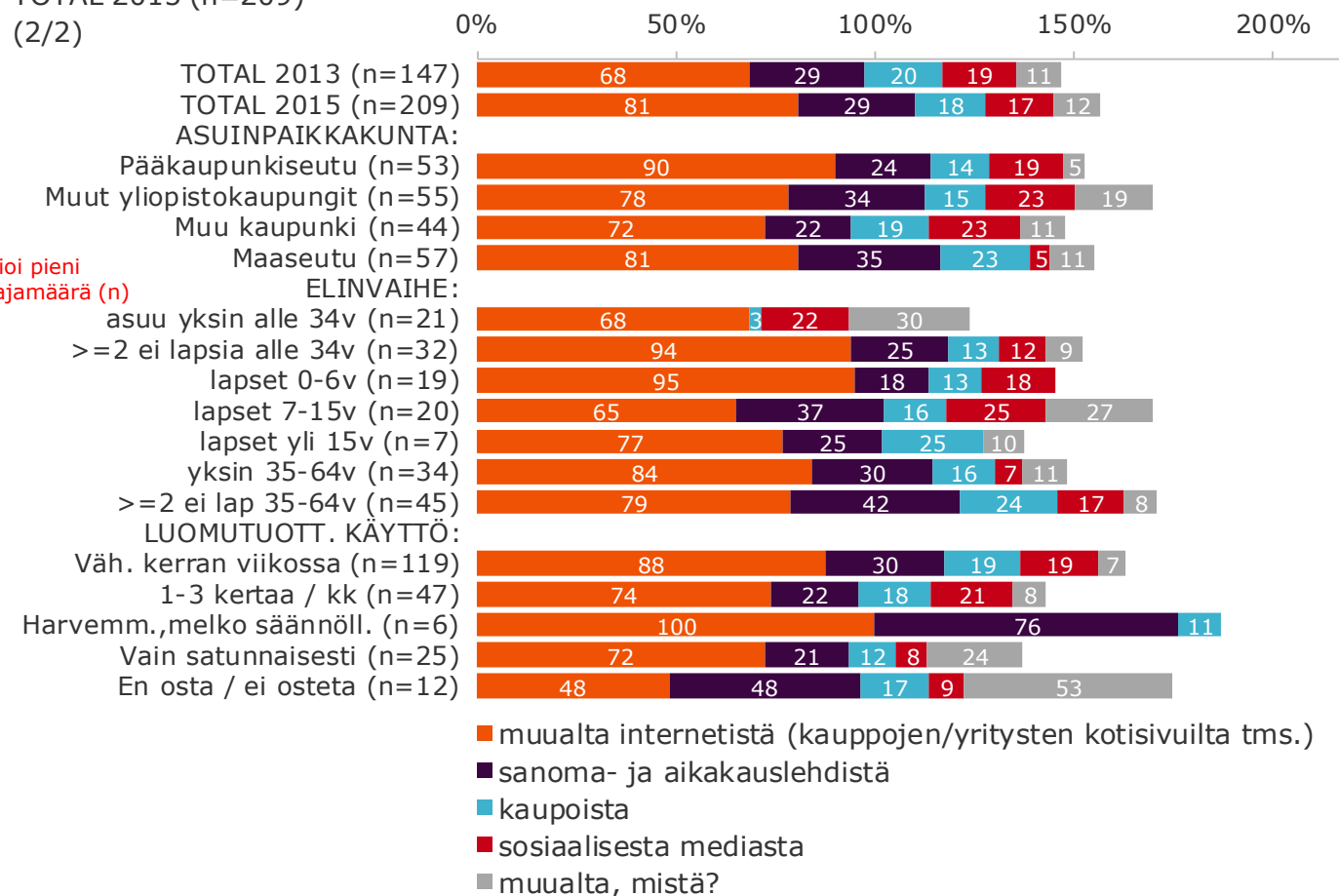
Luomuun liittyvät tietolähteet

Mistä olet etsinyt luomuun liittyvää tietoa?

(n=jos etsinyt)

TOTAL 2015 (n=209)

(2/2)



18

Luomusloganin tunnettuus ja ajatukset Muut askarruttavat asiat



[Takaisin sisällysluettelo](#)



Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun
kuluttajabarometri 2015

©TNS 2015



Askarruttavat asiat luomusta

- Askarruttaa se, aiheuttaako luomutuotanto jotain ympäristöhaittaa, kuten joskus väitetään. Myös askarruttaa se, säilyvätkö kaikki luomutuotteet yhtä hyvin.
- Ehkä kaipaisi vielä lisää tietoa, ja kylmiä raakoja faktoja luomutuotteista. Onko oikeasti paremman makuista, vai syntyykö parempi makukokemus puhtaasta omastatunnosta? Onko oikeasti terveellisempää?
- ei, paitsi kuluttajana toivoo kohtuullisia hintoja, voin ostaa luomua jos se on 10% kalliimpaa mutta en jos se on 50% kalliimpaa.
- Eniten se eläinten olojen todellisuus ja tuottajien elinkeinon harjoittamisen mahdollisuudet
- tuotannon luotettavuus
- Onko tosiaan luomua?