

KULUTTAJAKYSELY KUNTIEN VASTUULLISISTA HANKINNOISTA

Yhteenvetoraportti huhtikuu 2016



Kyselyn tausta ja sisältö

- Tämän kyselytutkimuksen liittyen suomalaisten näkemyksiin kuntien vastuullisista hakinnoista on toteuttanut **YouGov Finland**. Kyselyn toimeksiantajina ovat Motiva Services Oy-Ympäristömerkintä, Reilu kauppa ry, Pro Luomu ry ja Ekocentria (*Tämä tieto pyydetään kertomaan tuloksia mahdollisesti julkistettaessa*).
- Tiedot kerättiin sähköisenä kyselynä 8.4. – 11.4.2016 välisenä aikana YouGovin kuluttajapaneelissa. Paneeliin kuuluu yli 20.000 suomalaista.
- Kyselyn vastaajamäärä on 1007. Kohderyhmään kuuluvat 18 vuotta täyttäneet suomalaiset. Lähtöotos ja lopullinen vastaajajoukko painotettiin aikuisväestöä edustavaksi iän (18v.+), sukupuolen ja kotipaikan mukaan.
- Kokonaistuloksissa (N=1007) keskimääräinen luottamusväli on $\pm 2,8\%$ -yksikköä suuntaansa (95%:n luottamustasolla).
- Tämän yhteenvetoraportin lisäksi toimeksiantajille on toimitettu erillisenä tiedostona ristiintaulukointi (Excel).
- Sales Questor Oy edustaa Suomessa YouGovin tutkimuspalveluja. Projektin vastuuhenkilönä Sales Questor Oy:ssä on toiminut Ville Haikola (p. 040 7722 651).

Tiivis yhteenveto päätuloksista

1/2

KUNTIEN HANKINTOJEN VASTUULLISUUS KOETAAN TÄRKEÄKSI

Lähes yhdeksän kymmenestä pitää kuntien vastuullisia hankintoja vähintään melko tärkeänä, vain joka kymmenes ei koe kuntien hankintojen vastuullisuusasiaa tärkeäksi. Naiset kokevat asian hieman tärkeämmäksi kuin miehet, samoin vanhempi väestö kokee sen tärkeämmäksi kuin nuoret.

OMAN KUNNAN TOIMINTA EI ENEMMISTÖN MUKAAN OLE VIELÄ HYVÄLLÄ TASOLLA HANKINTOJEN VASTUULLISUUDESSA

Vain noin joka kymmenes uskoo, että oma kunta ei lainkaan huomioi hankinnoissaan ympäristövastuun tai sosiaalisen vastuun asioita. Toisaalta vain joka kahdeksas kokee kuntansa huomioivan ympäristönäkökulman hankinnoissaan hyvin ja joka kolmas uskoo kuntansa huomioivan sosiaalisen vastuun hankinnoissaan hyvin. Useimmiten koetaan, että vastuuasioita huomioidaan jonkin verran.

Taustaryhmittäin erot käsityksissä olivat varsin pienet. Uudellamaalla ja pääkaupunkiseudulla sosiaalisen vastuun huomiointiin (vähintään jonkin verran) uskottiin hieman muuta maata useammin.

PAIKALLISTEN YRITYSTEN TYÖLLISTÄMINEN TÄRKEINTÄ

Useampi kuin joka toinen kokee kuntien hankinnoissa tärkeimmäksi paikallisten yritysten työllistämisen. Muut näkökohdat jäävät selvästi taakse. Tuoteturvallisuus ja sosiaaliset näkökohdat koetaan seuraavaksi tärkeimmiksi, hieman useammin kuin ympäristöasiat.

Pääkaupunkiseudulla ja nuorten keskuudessa paikallisten yritysten työllistämisenäkökulma koetaan (erityisesti elintarvikehankinnoissa) hieman harvemmin tärkeimmäksi, mutta näissäkin ryhmissä se on selvä ykkönen. Nuoret ja myös naiset valitsevat sosiaaliset näkökohdat tärkeäksi muita selvästi useammin. Ympäristöasiat taas nousevat pääkaupunkiseudulla muuta maata selvemmin esiin.

Tiivis yhteenveto päätuloksista

2/2

JOUTSENMERKKI TUNNETUIN – KAKSI KOLMESTA TIETÄÄ MERKITYKSENKIN

Vain 3% sanoi, ettei ole nähnytkään Joutsenmerkkiä. Joka toinen tunnisti ja tiesi Reilun kaupan merkin merkityksen. *(HUOM! Merkityksen tietäminen on vastaajan oma arvio)*. EU-Ympäristömerkki oli heikoiten tunnettu, useampi kuin joka toinen vastasi, ettei ole edes nähnyt sitä.

Naiset tunnistivat ja tiesivät kaikkien merkkien merkityksen miehiä paremmin. Nuoret tiesivät vanhempia paremmin Reilun kaupan merkin, mutta vanhempia huonommin Joutsenmerkin.

KUNTIEN HALUTAAN OLEVAN VASTUULLISIA JA KUNTIEN HANKINTOJEN MERKITYKSEEN USKOTAAN VAHVASTI

Neljä viidestä on samaa mieltä siinä, että kuntien tulee huomioida ja minimoida sekä ihmisoikeus- että ympäristöriskit hankinnoissaan. Lähes yhtä moni uskoo myös, että kuntien hankinnoilla voidaan merkittävästi edistää vastuullisuutta. Seitsemän kymmenestä myös haluaa tietää miten oman kunnan hankinnoissa vastuullisuus huomioidaan.

Vastaukset kaikkiin vastuullisen hankinnan väittämiin osoittavat, että naiset ovat selvästi miehiä vaativampia kuntien vastuullisia hankintoja kohtaan. Nuoret ovat puolestaan hieman vähemmän vaativia kuin vanhemmat.

Tiivis yhteenveto Pro Luomun omista kysymyksistä

HINNAN KOETAAN USEIMMIN EROTTAVAN LUOMUN MUISTA

Kysyttäessä spontaanisti mikä erottaa luomutuotteet muista elintarvikkeista, vastaa reilu viidennes hinnan/kalleuden. Myrkkujen pienempi määrä on lähes yhtä usein mainittu. 6% vastaa ettei mikään /juuri mikään.

Naisilla myrkkujen vähäisempi määrä on yleisin vastaus ja vasta sitten hinta. Miehillä hinnan mainitsee lähes kolmannes. Vanhimmissa on eniten niitä, jotka kokevat, ettei luomu eroa muista elintarvikkeista (10%). Nuorimmista peräti viidennes ei osaa ottaa kantaa.

TERVEELLISYYS, VASTUULLISUUS, PIENIMUOTOISUUS JA HERKULLISUUS PARHAITEN LUOMURUOKAA KUVAAVIA

Viidestätoista esitetystä sanasta nämä kuvasivat vastaajien mielestä luomuruokaa parhaiten. Kannattava, rento ja tehokas heikoiten.

Verrattaessa syksyn Luomubarometrin tuloksiin (erona hieman eri ikärakenne ja "eos" -vastausvaihtoehdon puuttuminen barometrissa) voidaan todeta, että eroja ei juuri ole. Kuuden ensimmäisen järjestys on sama. Ammattimaisuus ja tehokkuus saavat kuitenkin barometria korkeammat arviot.

YLI PUOLELLE RAVINTOLAN LUOMUTUOTTEIDEN KÄYTÖLLÄ OLISI MYÖNTEINEN VAIKUTUS SEN VALINNAN KANNALTA

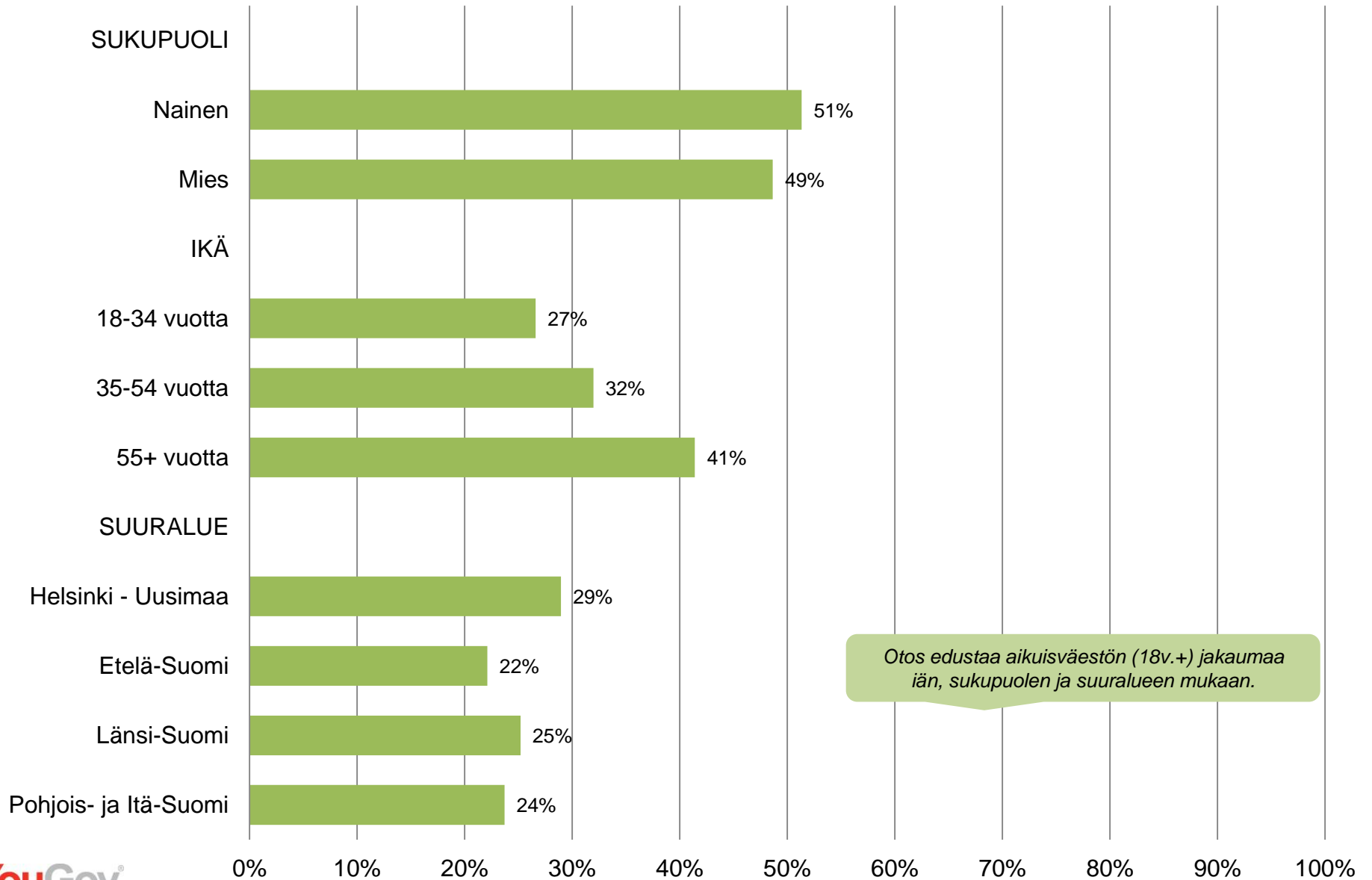
Joka kuudennelle sillä olisi iso myönteinen vaikutus. Joka kolmannelle ravintolan luomutuotteiden käyttö ei vaikuttaisi ravintolan valintaan ja 7%:lle sillä olisi jopa kielteinen vaikutus.

Naisille vaikutus olisi taas selvästi suurempi kuin miehille, mutta miehilläkin se vaikuttaisi lähes joka toiselle myönteisesti.



Vastaajaryhmän rakenne

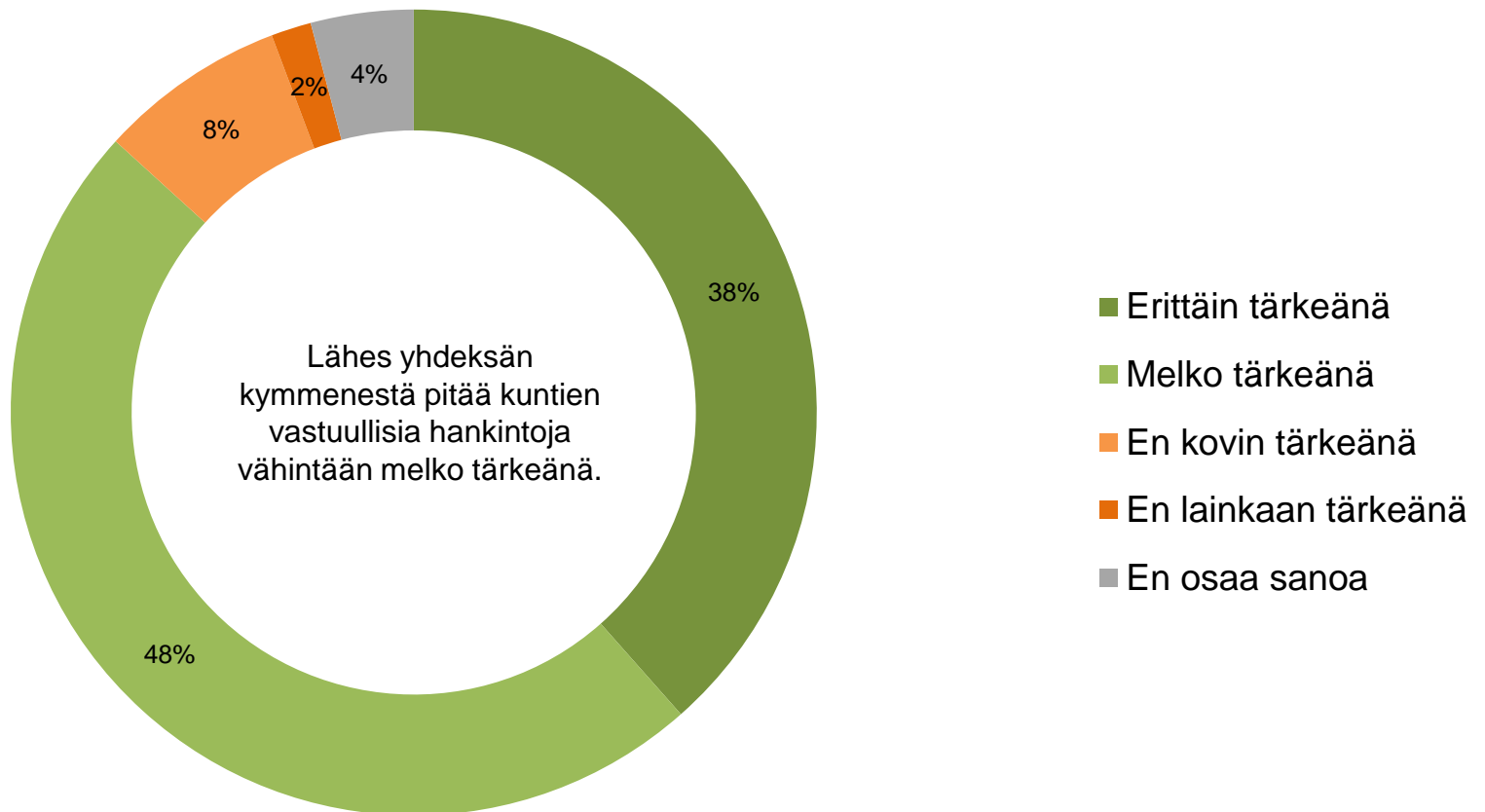
Vastaajaryhmän rakenne. (N= kaikki, 1007)



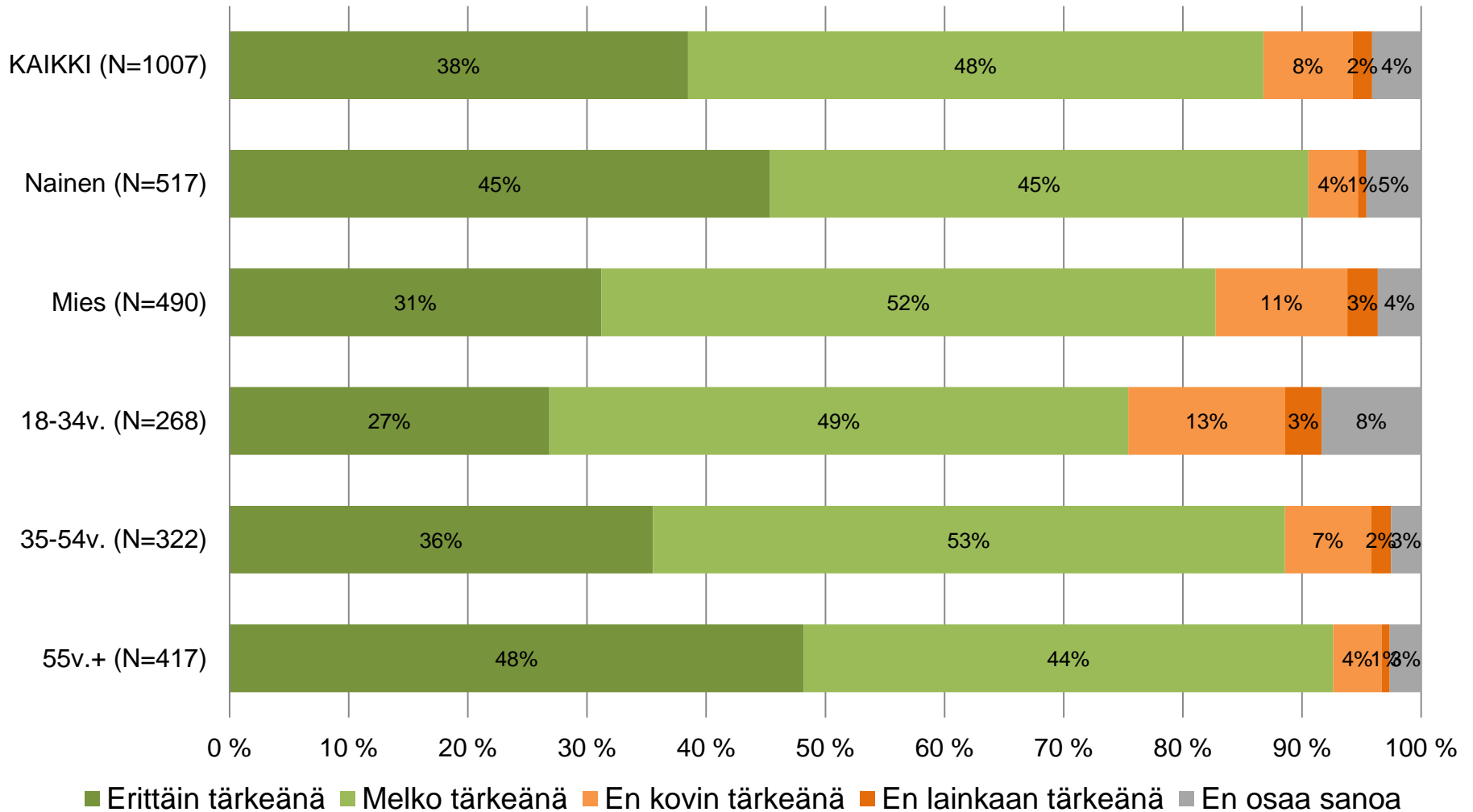


Tulokset tilaajien yhteisistä kysymyksistä

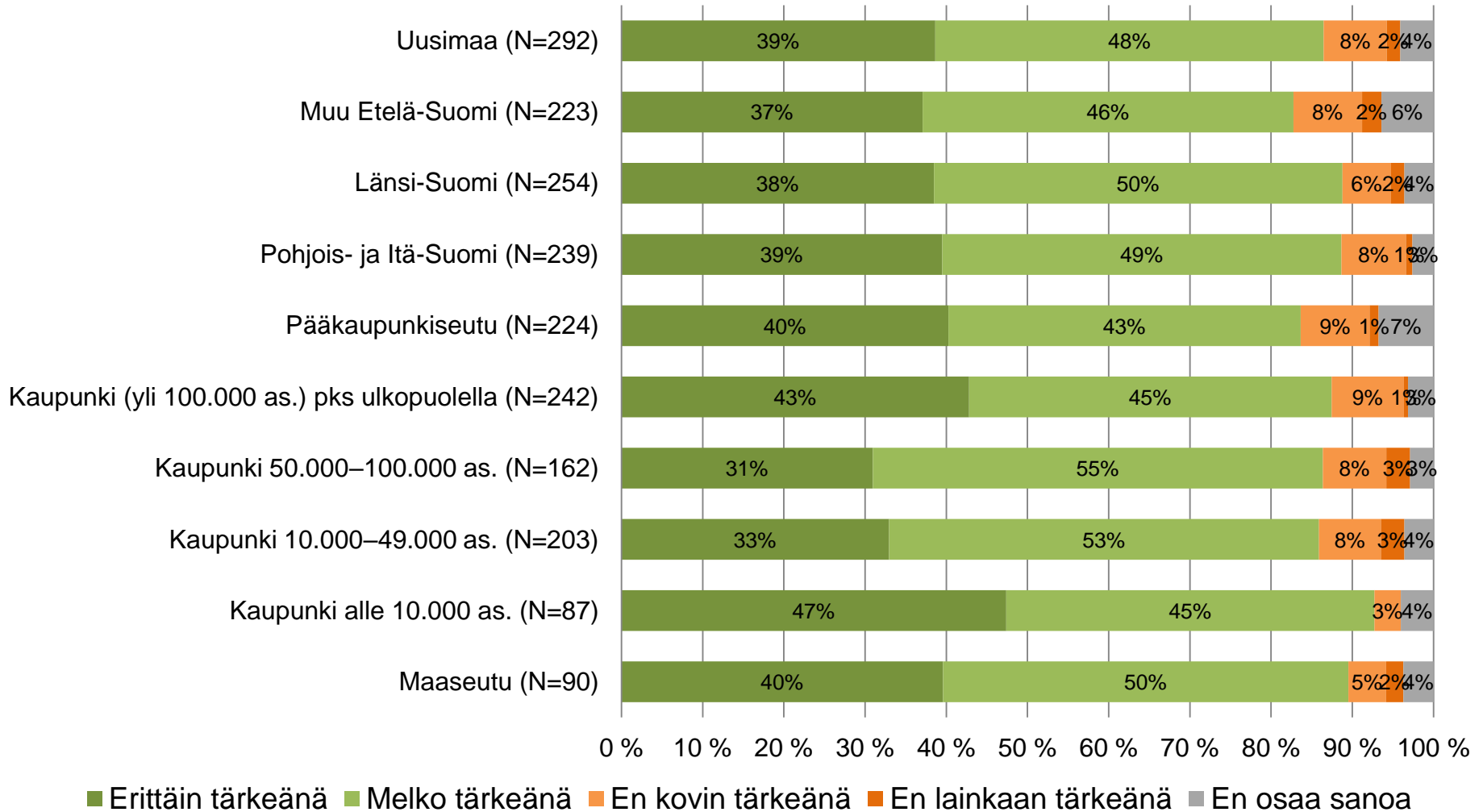
Kunnat hankkivat vuositason merkittävän määrän palveluja ja tuotteita (n. 11-12 miljardilla eurolla), esimerkiksi elintarvikkeita, käyttötavaroita sekä palveluja. **Miten tärkeänä pidät, että kunnat yleensä ottavat hankinnoissaan huomioon tuotteiden ja palveluiden vaikutukset ympäristön hyvinvointiin ja tuotteita valmistavien ihmisten hyvinvointiin?** (N= kaikki, 1007)



Kunnat hankkivat vuositasolla merkittävän määrän palveluja ja tuotteita (n. 11-12 miljardilla eurolla), esimerkiksi elintarvikkeita, käyttötavaroita sekä palveluja. **Miten tärkeänä pidät, että kunnat yleensä ottavat hankinnoissaan huomioon tuotteiden ja palveluiden vaikutukset ympäristön hyvinvointiin ja tuotteita valmistavien ihmisten hyvinvointiin?** (N= kaikki)

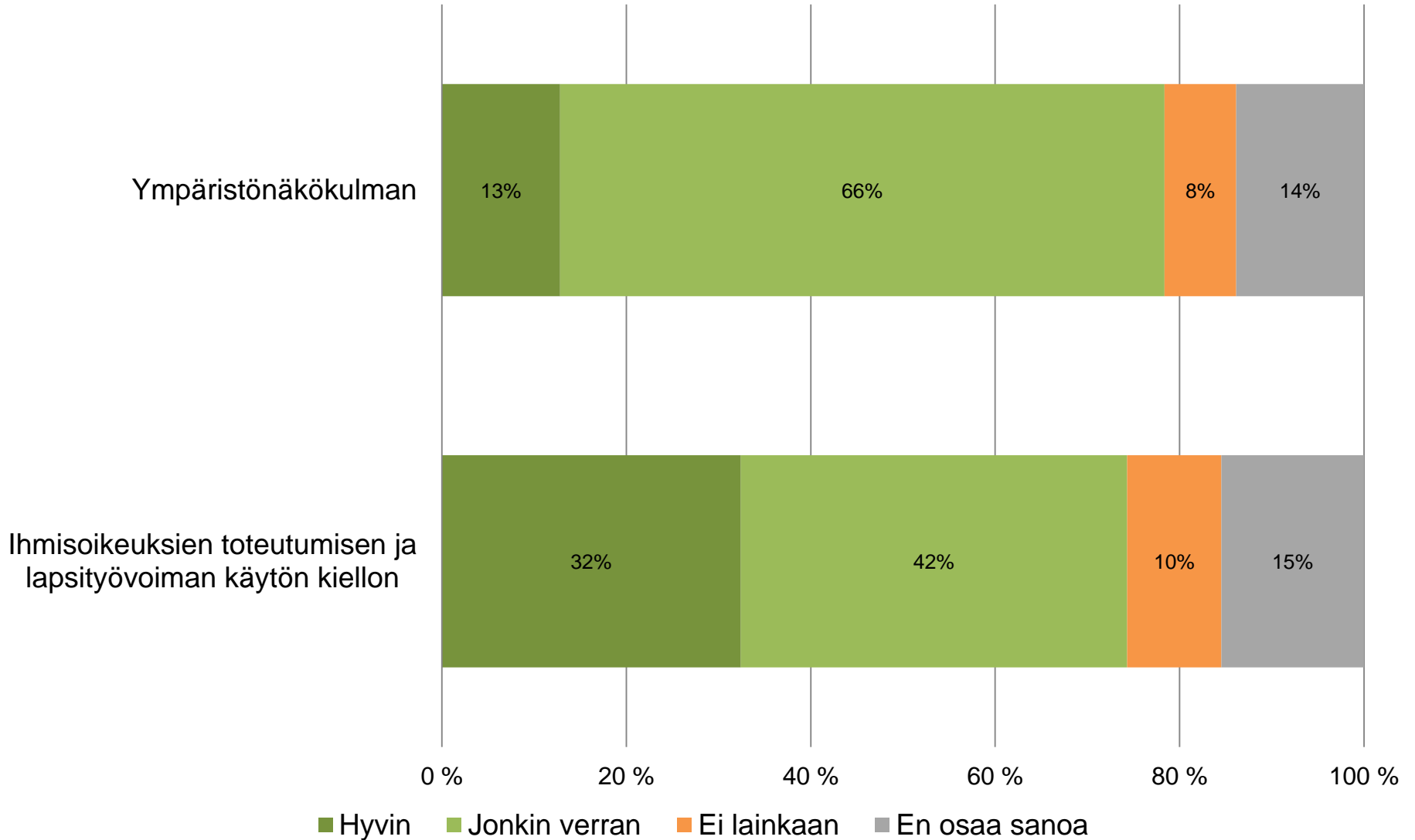


Kunnat hankkivat vuositasolla merkittävän määrän palveluja ja tuotteita (n. 11-12 miljardilla eurolla), esimerkiksi elintarvikkeita, käyttötavaroita sekä palveluja. **Miten tärkeänä pidät, että kunnat yleensä ottavat hankinnoissaan huomioon tuotteiden ja palveluiden vaikutukset ympäristön hyvinvointiin ja tuotteita valmistavien ihmisten hyvinvointiin?** (N= kaikki)



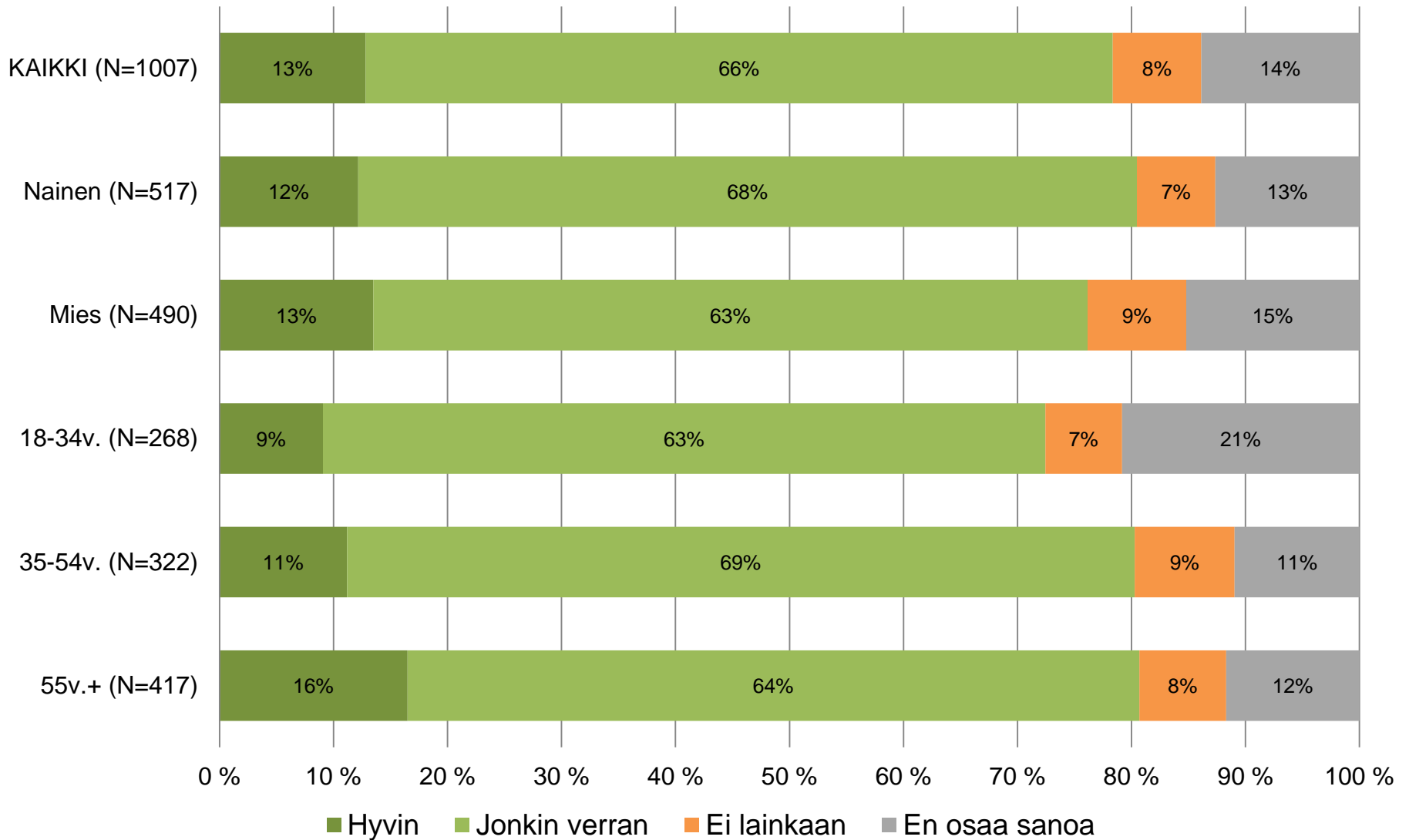
Miten hyvin uskot oman kuntasi huomioivan kyseisissä hankinnoissaan...?

(N= kaikki, 1007)



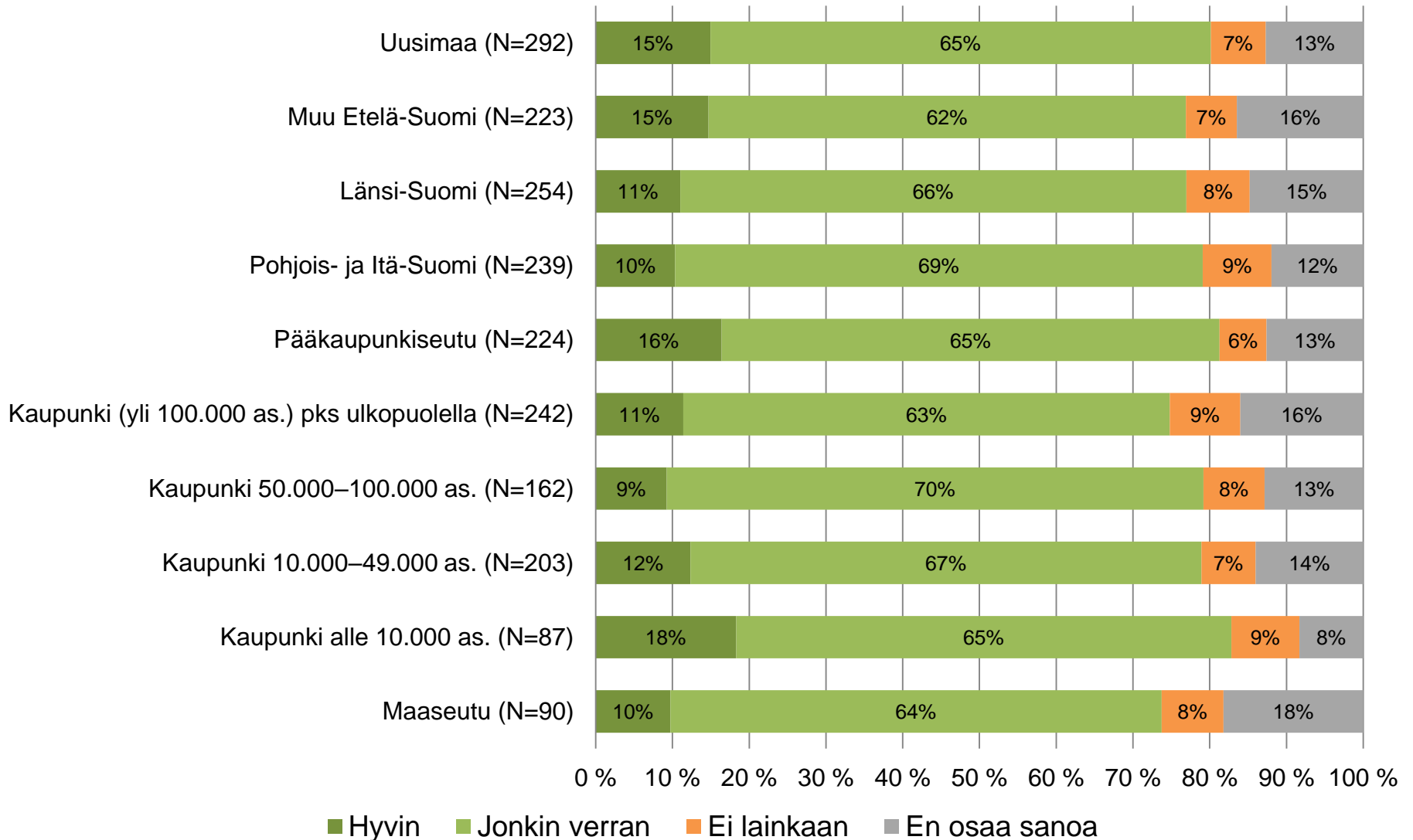
Miten hyvin uskot oman kuntasi huomioivan kyseisissä hankinnoissaan...**ympäristönäkökulman?**

(N= kaikki)

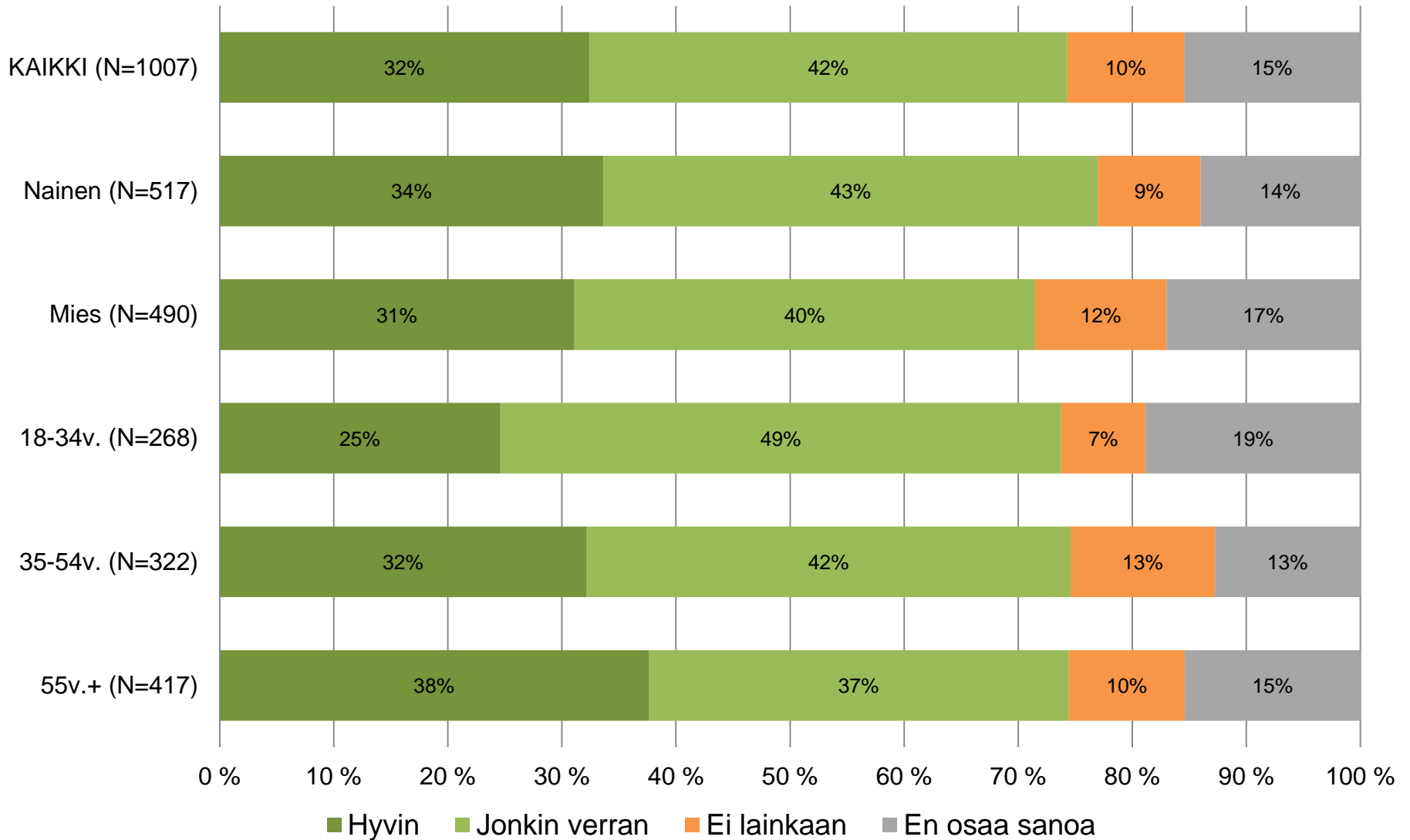


Miten hyvin uskot oman kuntasi huomioivan kyseisissä hankinnoissaan...**ympäristönäkökulman?**

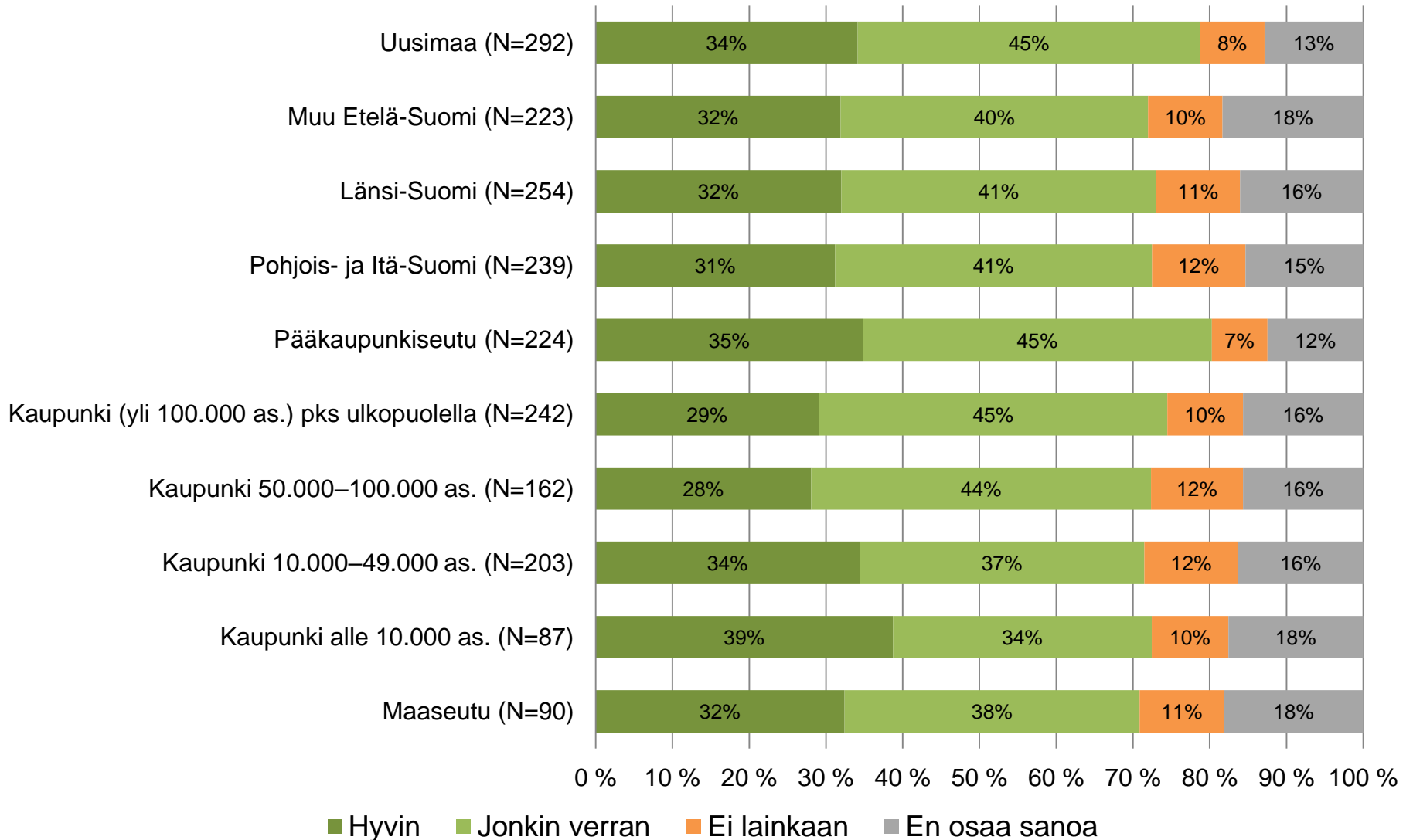
(N= kaikki)



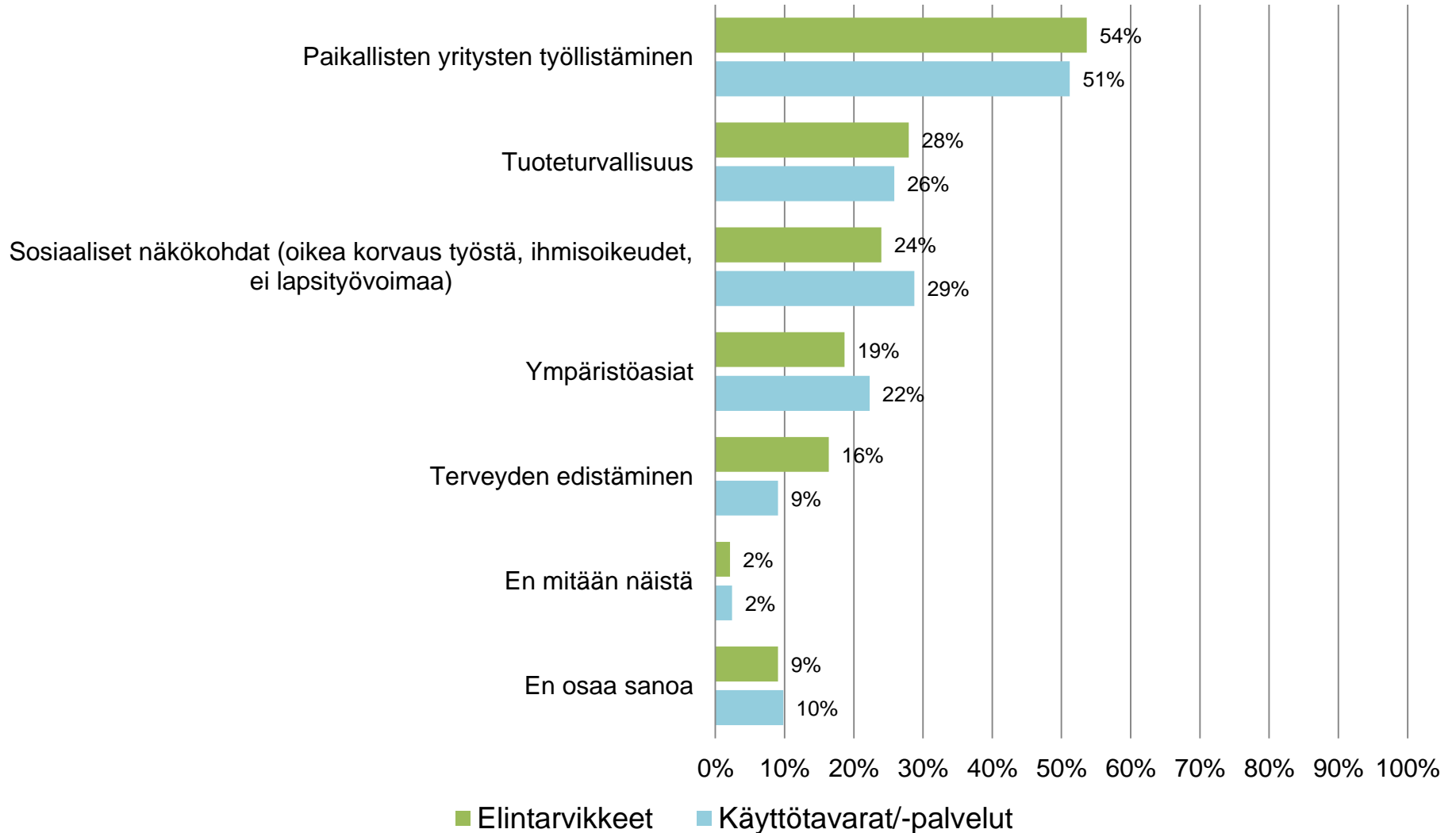
Miten hyvin uskot oman kuntasi huomioivan kyseisissä hankinnoissaan... Ihmisoikeuksien toteutumisen ja lapsityövoiman käytön kiellon? (N= kaikki)



Miten hyvin uskot oman kuntasi huomioivan kyseisissä hankinnoissaan... Ihmisoikeuksien toteutumisen ja lapsityövoiman käytön kiellon? (N= kaikki)



Mitä seuraavista vastuullisuuden osa-alueista pidät tärkeimpänä kuntasi hankkiessa elintarvikkeita ja toisaalta käyttötavaroita ja palveluita (esim. paperit, painotuotteet, pesuaineet, siivous- ja kokouspalvelut)? Valitse korkeintaan kaksi. (N= kaikki, 1007)



Mitä seuraavista vastuullisuuden osa-alueista pidät tärkeimpänä kuntasi hankkiessa **elintarvikkeita**?

Valitse korkeintaan kaksi. (N= kaikki)

	KAIKKI (N=1007)	Nainen (N=517)	Mies (N=490)	Uusimaa (N=292)	Muu Etelä- Suomi (N=223)	Länsi- Suomi (N=254)	Pohjois- ja Itä-Suomi (N=239)
Paikallisten yritysten työllistäminen	54 %	51 %	56 %	45 %	55 %	56 %	61 %
Tuoteturvallisuus	28 %	29 %	27 %	30 %	27 %	28 %	27 %
Sosiaaliset näkökohdat (oikea korvaus työstä, ihmisoikeudet, ei lapsityövoimaa)	24 %	27 %	21 %	26 %	25 %	22 %	23 %
Ympäristöasiat	19 %	21 %	16 %	27 %	20 %	15 %	11 %
Terveyden edistäminen	16 %	15 %	17 %	16 %	14 %	17 %	18 %
En mitään näistä	2 %	2 %	2 %	1 %	2 %	3 %	2 %
En osaa sanoa	9 %	9 %	9 %	9 %	9 %	9 %	9 %

Mitä seuraavista vastuullisuuden osa-alueista pidät tärkeimpänä kuntasi hankkiessa elintarvikkeita?

Valitse korkeintaan kaksi. (N= kaikki)

	18-34v. (N=268)	35-54v. (N=322)	55v.+ (N=417)	Pääkaupunkiseutu (N=224)	Kaupunki (yli 100.000 as.) pks ulkopuolella (N=242)	Kaupunki 50.000– 100.000 as. (N=162)	Kaupunki 10.000– 49.000 as. (N=203)	Kaupunki alle 10.000 as. (N=87)	Maaseutu (N=90)
Paikallisten yritysten työllistäminen	38 %	53 %	64 %	42 %	50 %	53 %	61 %	72 %	60 %
Tuoteturvallisuus	27 %	31 %	26 %	31 %	33 %	28 %	27 %	18 %	17 %
Sosiaaliset näkökohdat (oikea korvaus työstä, ihmisoikeudet, ei lapsityövoimaa)	34 %	24 %	17 %	26 %	28 %	27 %	22 %	13 %	20 %
Ympäristöasiat	20 %	22 %	15 %	29 %	19 %	15 %	14 %	13 %	17 %
Terveyden edistäminen	20 %	14 %	16 %	16 %	20 %	12 %	17 %	17 %	12 %
En mitään näistä	3 %	2 %	2 %	1 %	2 %	5 %	3 %	1 %	-
En osaa sanoa	15 %	8 %	5 %	9 %	8 %	11 %	8 %	7 %	12 %

Mitä seuraavista vastuullisuuden osa-alueista pidät tärkeimpänä kuntasi hankkiessa käyttötavaroita ja palveluita (esim. paperit, painotuotteet, pesuaineet, siivous- ja kokouspalvelut)? Valitse korkeintaan kaksi. (N= kaikki)

	KAIKKI (N=1007)	Nainen (N=517)	Mies (N=490)	Uusimaa (N=292)	Muu Etelä- Suomi (N=223)	Länsi- Suomi (N=254)	Pohjois- ja Itä-Suomi (N=239)
Paikallisten yritysten työllistäminen	51 %	48 %	54 %	49 %	46 %	56 %	54 %
Sosiaaliset näkökohdat (oikea korvaus työstä, ihmisoikeudet, ei lapsityövoimaa)	29 %	34 %	23 %	31 %	30 %	28 %	25 %
Tuoteturvallisuus	26 %	25 %	27 %	25 %	27 %	23 %	29 %
Ympäristöasiat	22 %	25 %	20 %	30 %	24 %	15 %	19 %
Terveyden edistäminen	9 %	9 %	9 %	7 %	10 %	11 %	9 %
En mitään näistä	2 %	2 %	3 %	2 %	2 %	3 %	2 %
En osaa sanoa	10 %	10 %	9 %	11 %	10 %	10 %	9 %

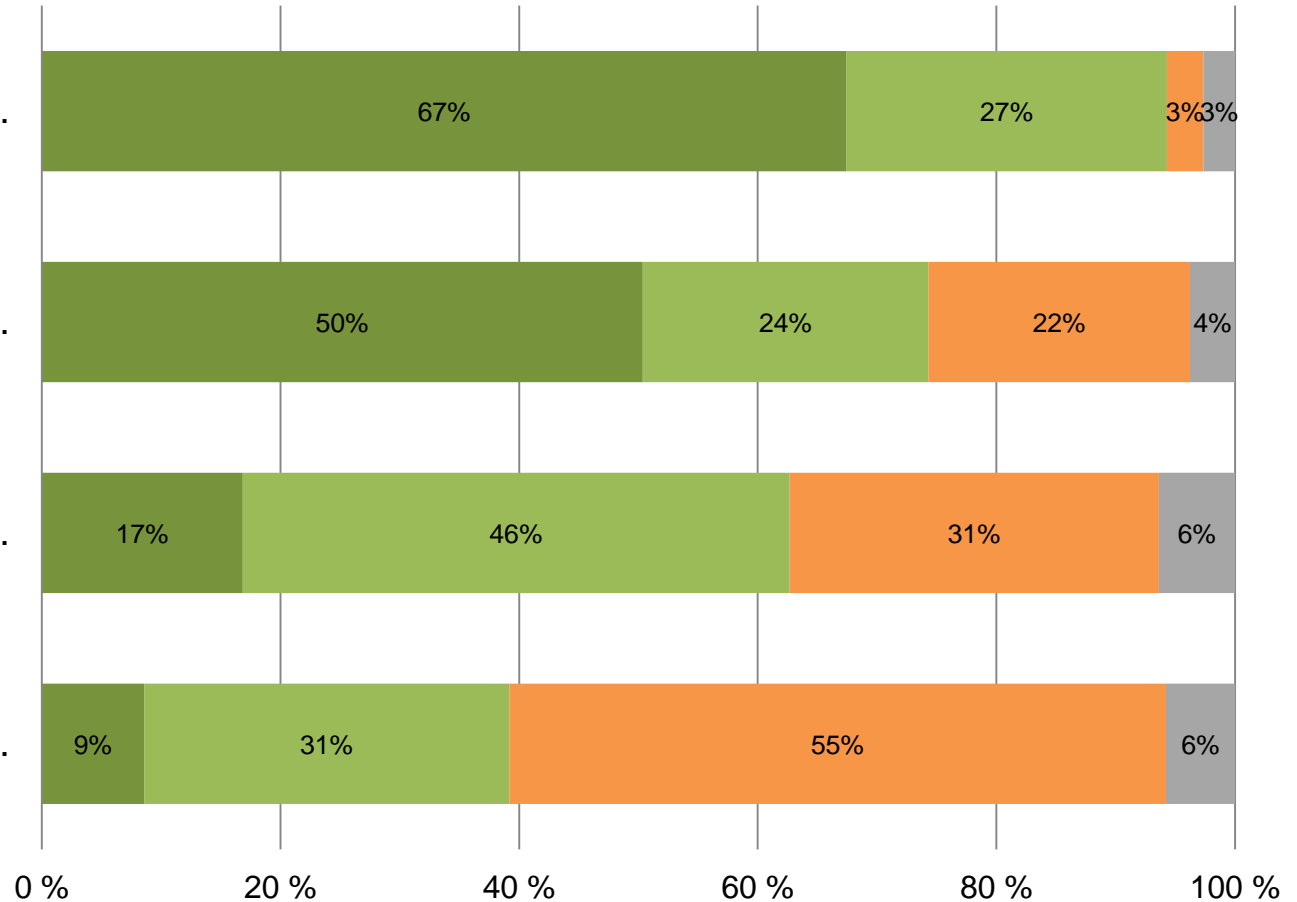
Mitä seuraavista vastuullisuuden osa-alueista pidät tärkeimpänä kuntasi hankkiessa käyttötavaroita ja palveluita (esim. paperit, painotuotteet, pesuaineet, siivous- ja kokouspalvelut)? Valitse korkeintaan kaksi. (N= kaikki)

	18-34v. (N=268)	35-54v. (N=322)	55v.+ (N=417)	Pääkaupunkiseutu (N=224)	Kaupunki (yli 100.000 as.) pks ulkopuolella (N=242)	Kaupunki 50.000– 100.000 as. (N=162)	Kaupunki 10.000– 49.000 as. (N=203)	Kaupunki alle 10.000 as. (N=87)	Maaseutu (N=90)
Paikallisten yritysten työllistäminen	38 %	56 %	56 %	47 %	49 %	54 %	55 %	57 %	47 %
Sosiaaliset näkökohdat (oikea korvaus työstä, ihmisoikeudet, ei lapsityövoimaa)	36 %	30 %	23 %	32 %	32 %	25 %	28 %	20 %	27 %
Tuoteturvallisuus	23 %	27 %	27 %	26 %	31 %	24 %	25 %	24 %	18 %
Ympäristöasiat	25 %	21 %	21 %	32 %	22 %	18 %	16 %	19 %	22 %
Terveyden edistäminen	13 %	6 %	9 %	5 %	11 %	11 %	9 %	9 %	8 %
En mitään näistä	3 %	2 %	3 %	2 %	2 %	5 %	3 %	2 %	-
En osaa sanoa	17 %	10 %	5 %	10 %	9 %	10 %	10 %	7 %	13 %

Missä määrin seuraavat vastuullisuusmerkit ovat sinulle tuttuja?

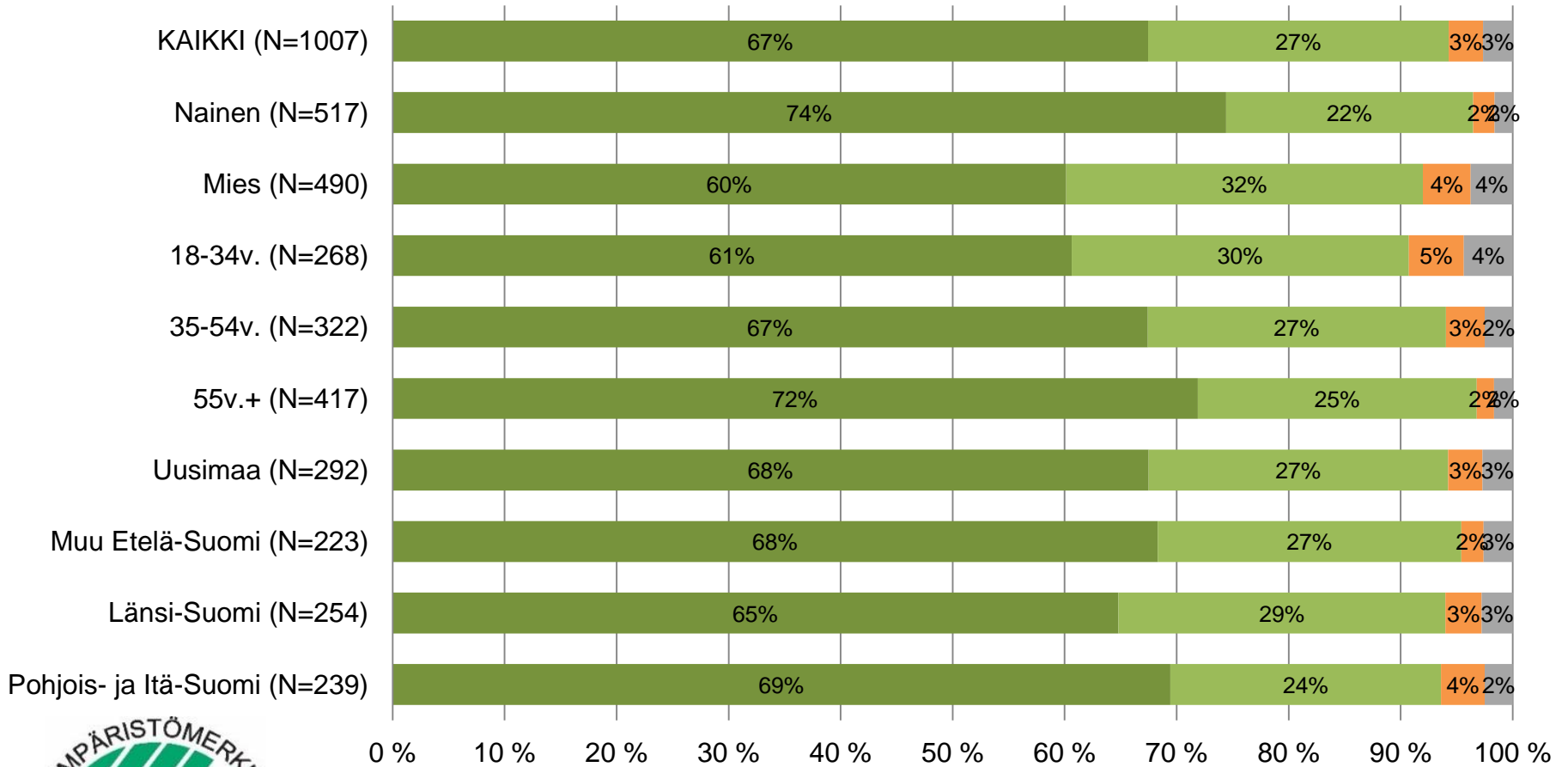
(N= kaikki, 1007)

Vastaajalle näytettiin nämä 4 logoa



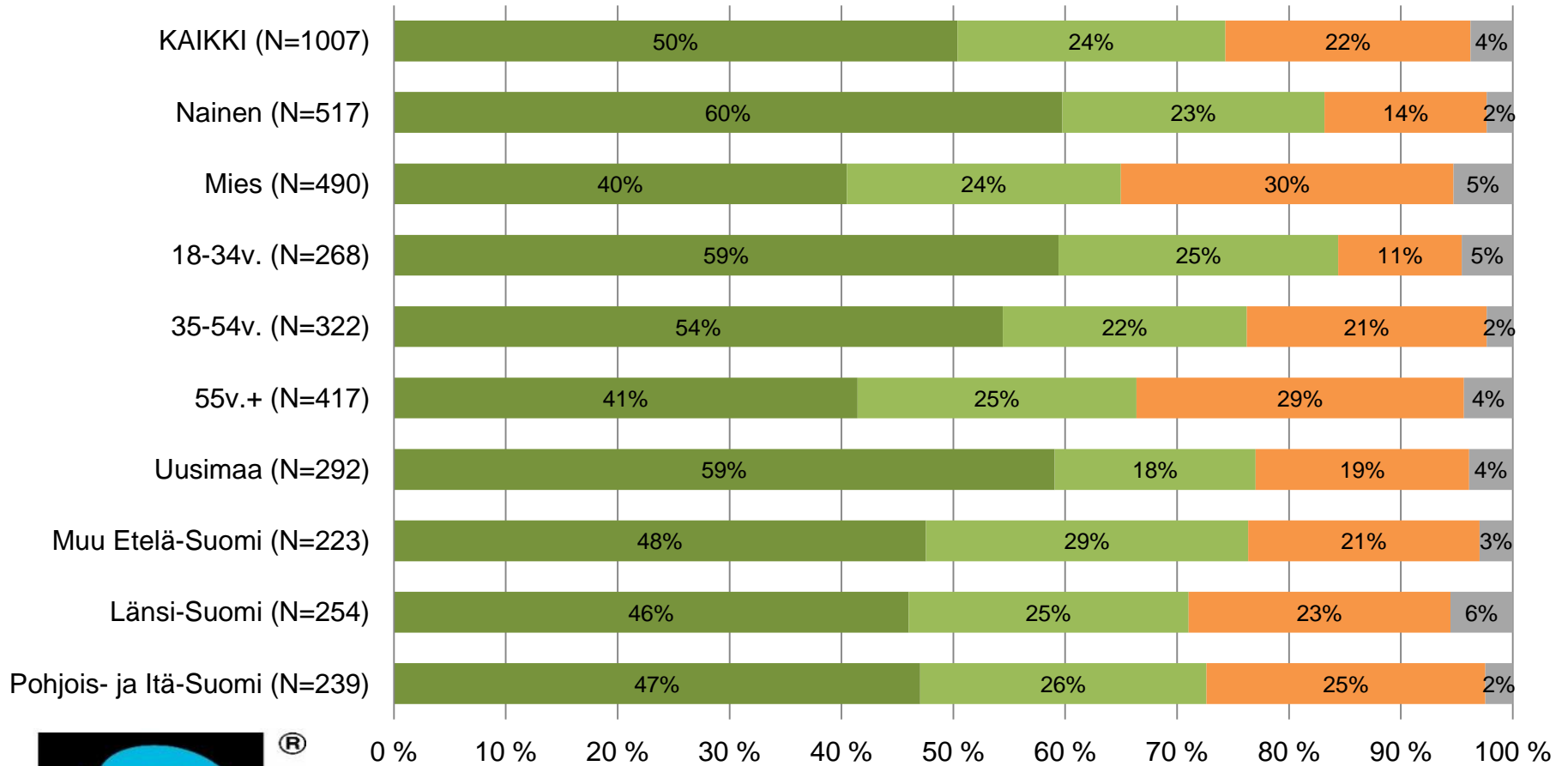
- On tuttu ja tiedän, mitä se merkitsee
- Olen nähnyt, mutta en tunne tarkemmin sen merkitystä
- En tunne lainkaan
- Ei osaa sanoa

Missä määrin seuraavat vastuullisuusmerkit ovat sinulle tuttuja? (N= kaikki)



- On tuttu ja tiedän, mitä se merkitsee
- Olen nähnyt, mutta en tunne tarkemmin sen merkitystä
- En tunne lainkaan
- Ei osaa sanoa

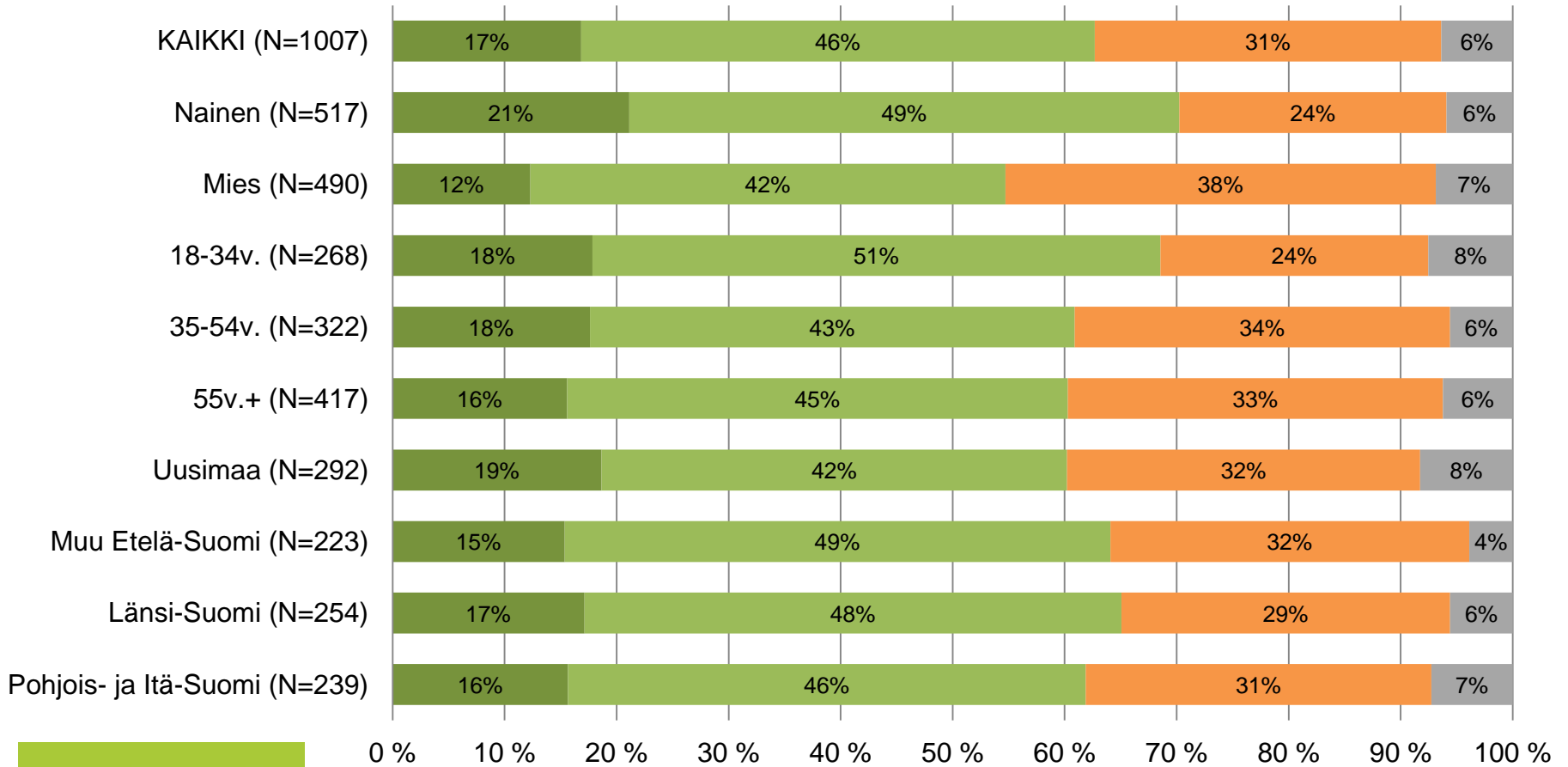
Missä määrin seuraavat vastuullisuusmerkit ovat sinulle tuttuja? (N= kaikki)



®

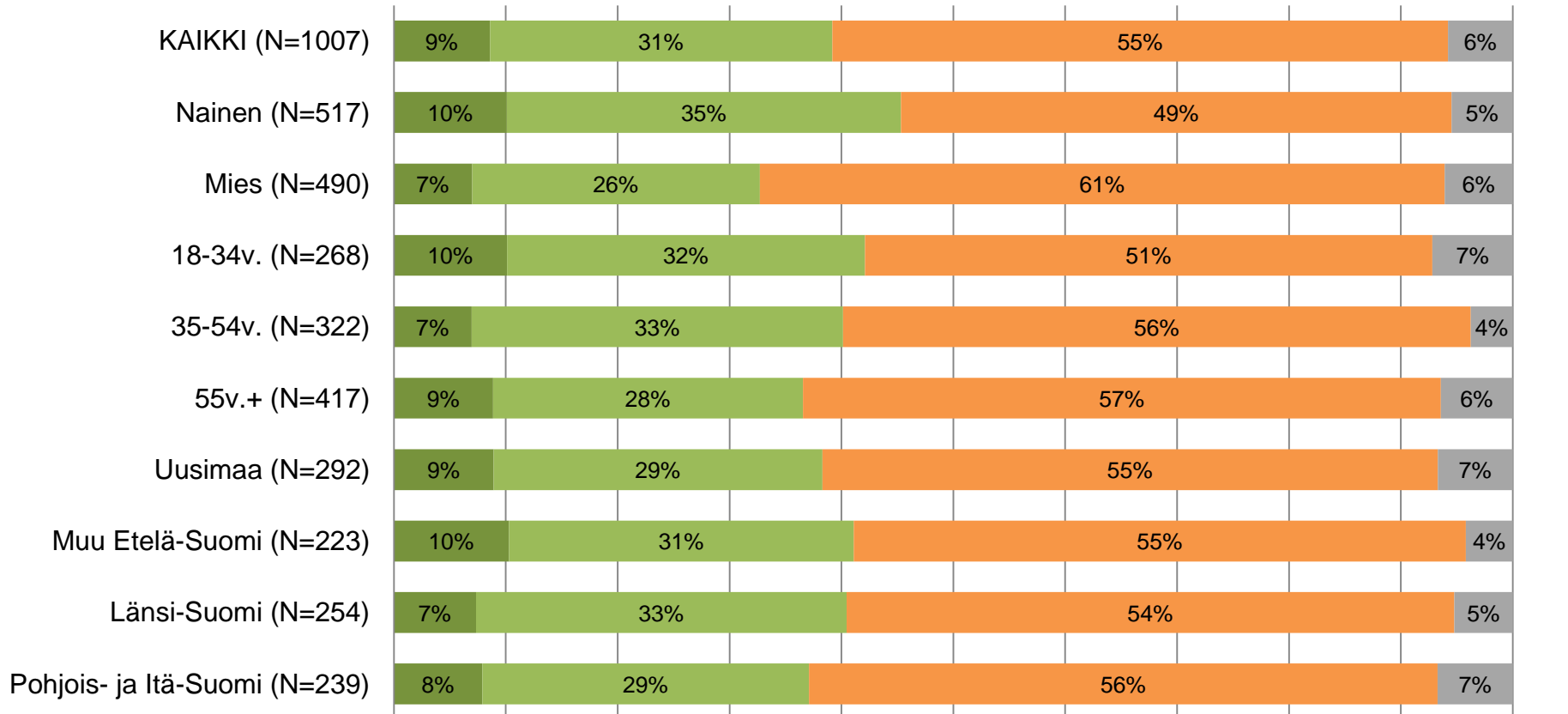
- On tuttu ja tiedän, mitä se merkitsee
- Olen nähnyt, mutta en tunne tarkemmin sen merkitystä
- En tunne lainkaan
- Ei osaa sanoa

Missä määrin seuraavat vastuullisuusmerkit ovat sinulle tuttuja? (N= kaikki)



- On tuttu ja tiedän, mitä se merkitsee
- Olen nähnyt, mutta en tunne tarkemmin sen merkitystä
- En tunne lainkaan
- Ei osaa sanoa

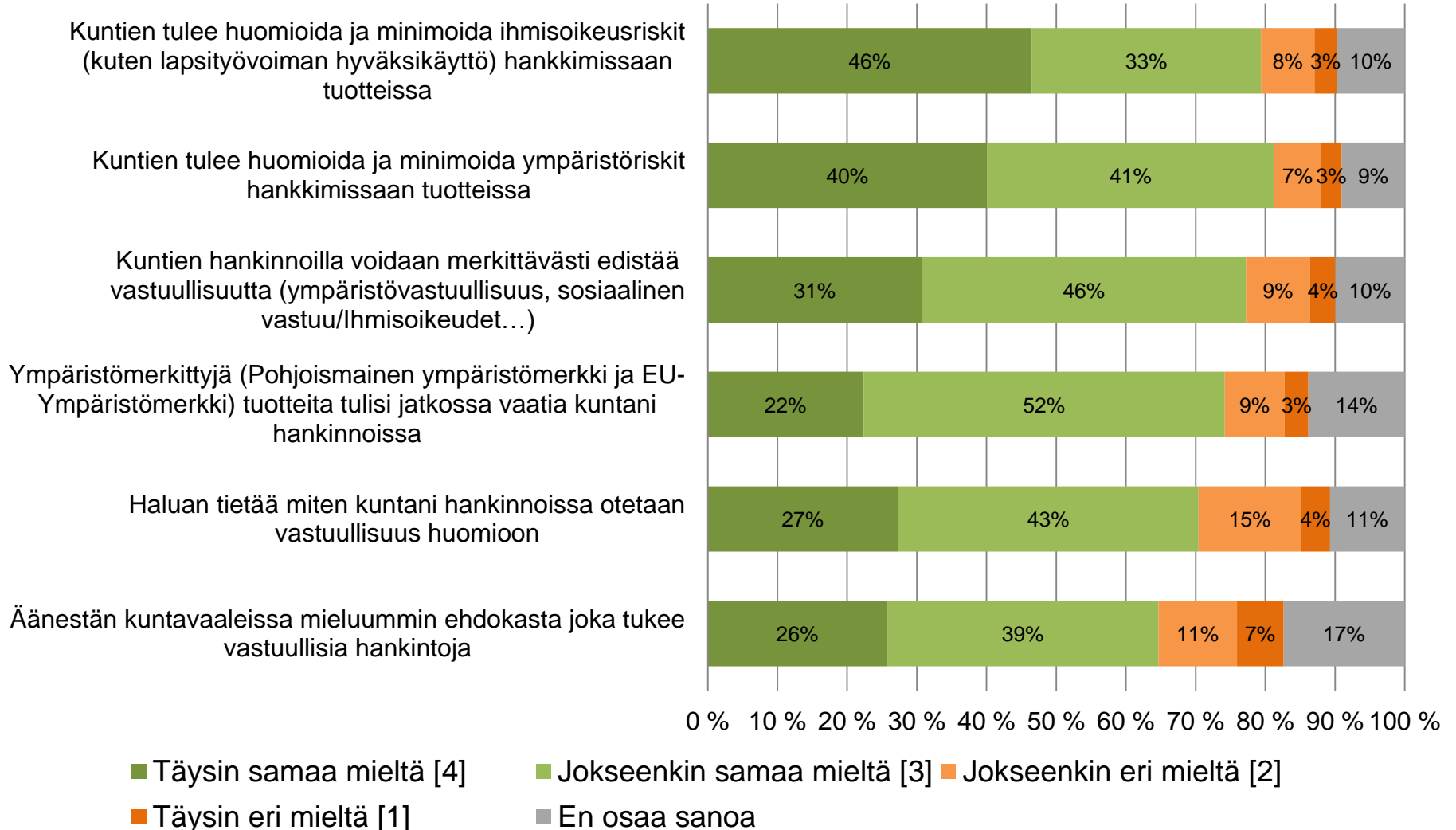
Missä määrin seuraavat vastuullisuusmerkit ovat sinulle tuttuja? (N= kaikki)



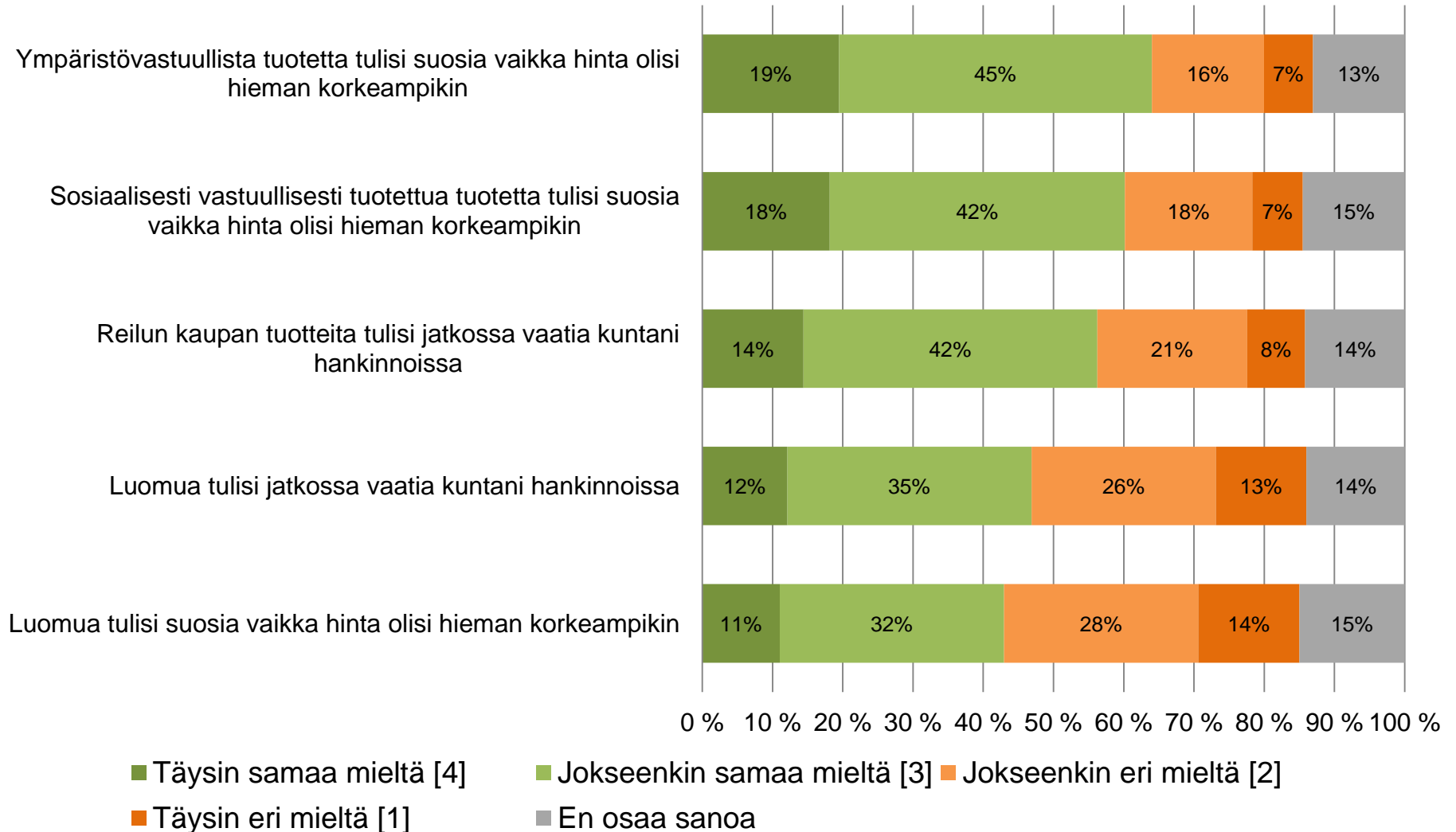
0 % 10 % 20 % 30 % 40 % 50 % 60 % 70 % 80 % 90 % 100 %

- On tuttu ja tiedän, mitä se merkitsee
- Olen nähnyt, mutta en tunne tarkemmin sen merkitystä
- En tunne lainkaan
- Ei osaa sanoa

Kunnissa käytetään kuntalaisten verorahoja mm. elintarvikkeiden sekä käyttötavaroiden ja palvelujen (esim. paperit, painotuotteet, pesuaineet, siivous- ja kokouspalvelut...) hankintoihin. **Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä kuntien näihin hankintoihin liittyen?** (N= kaikki, 1007)



Kunnissa käytetään kuntalaisten verorahoja mm. elintarvikkeiden sekä käyttötavaroiden ja palvelujen (esim. paperit, painotuotteet, pesuaineet, siivous- ja kokouspalvelut...) hankintoihin. **Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä kuntien näihin hankintoihin liittyen?** (N= kaikki, 1007)



Kunnissa käytetään kuntalaisten verorahoja mm. elintarvikkeiden sekä käyttötavaroiden ja palvelujen (esim. paperit, painotuotteet, pesuaineet, siivous- ja kokouspalvelut...) hankintoihin. **Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä kuntien näihin hankintoihin liittyen?** (N= kaikki)

Keskiarvo 4 – 1 (4= täysin samaa mieltä... 1= täysin eri mieltä)	KAIKKI (N=1007)	Nainen (N=517)	Mies (N=490)	18-34v. (N=268)	35-54v. (N=322)	55v.+ (N=417)
Kuntien tulee huomioida ja minimoida ihmisoikeusriskit (kuten lapsityövoiman hyväksikäyttö) hankkimissaan tuotteissa	3,36	3,56	3,14	3,23	3,34	3,45
Kuntien tulee huomioida ja minimoida ympäristöriskit hankkimissaan tuotteissa	3,30	3,48	3,10	3,11	3,33	3,39
Kuntien hankinnoilla voidaan merkittävästi edistää vastuullisuutta (ympäristövastuullisuus, sosiaalinen vastuu/Ihmisoikeudet...)	3,16	3,32	2,98	2,95	3,14	3,28
Ympäristömerkityjä (Pohjoismainen ympäristömerkki ja EU-Ympäristömerkki) tuotteita tulisi jatkossa vaatia kuntani hankinnoissa	3,08	3,22	2,92	2,92	3,04	3,20
Haluun tietää miten kuntani hankinnoissa otetaan vastuullisuus huomioon	3,05	3,15	2,94	2,79	3,01	3,23
Äänestän kuntavaaleissa mieluummin ehdokasta joka tukee vastuullisia hankintoja	3,01	3,19	2,81	2,90	2,97	3,11
Ympäristövastuullista tuotetta tulisi suosia vaikka hinta olisi hieman korkeampikin	2,88	3,05	2,69	2,79	2,85	2,95
Sosiaalisesti vastuullisesti tuotettua tuotetta tulisi suosia vaikka hinta olisi hieman korkeampikin	2,83	3,01	2,64	2,72	2,82	2,91
Reilun kaupan tuotteita tulisi jatkossa vaatia kuntani hankinnoissa	2,73	2,95	2,48	2,59	2,80	2,74
Luomua tulisi jatkossa vaatia kuntani hankinnoissa	2,54	2,75	2,30	2,41	2,53	2,61
Luomua tulisi suosia vaikka hinta olisi hieman korkeampikin	2,47	2,65	2,27	2,34	2,47	2,53

Kunnissa käytetään kuntalaisten verorahoja mm. elintarvikkeiden sekä käyttötavaroiden ja palvelujen (esim. paperit, painotuotteet, pesuaineet, siivous- ja kokouspalvelut...) hankintoihin. **Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä kuntien näihin hankintoihin liittyen?** (N= kaikki)

<p style="text-align: center;">Keskiarvo 4 – 1 (4= täysin samaa mieltä...1= täysin eri mieltä)</p>	<p style="text-align: center;">Uusimaa (N=292)</p>	<p style="text-align: center;">Muu Etelä-Suomi (N=223)</p>	<p style="text-align: center;">Länsi-Suomi (N=254)</p>	<p style="text-align: center;">Pohjois- ja Itä-Suomi (N=239)</p>
Kuntien tulee huomioida ja minimoida ihmisoikeusriskit (kuten lapsityövoiman hyväksikäyttö) hankkimissaan tuotteissa	3,35	3,41	3,36	3,32
Kuntien tulee huomioida ja minimoida ympäristöriskit hankkimissaan tuotteissa	3,34	3,33	3,32	3,21
Kuntien hankinnoilla voidaan merkittävästi edistää vastuullisuutta (ympäristövastuullisuus, sosiaalinen vastuu/Ihmisoikeudet...)	3,14	3,19	3,14	3,17
Ympäristömerkittyjä (Pohjoismainen ympäristömerkki ja EU-Ympäristömerkki) tuotteita tulisi jatkossa vaatia kuntani hankinnoissa	3,10	3,16	3,01	3,05
Haluan tietää miten kuntani hankinnoissa otetaan vastuullisuus huomioon	3,05	3,06	3,02	3,07
Äänestän kuntavaaleissa mieluummin ehdokasta joka tukee vastuullisia hankintoja	3,01	3,01	3,02	3,02
Ympäristövastuullista tuotetta tulisi suosia vaikka hinta olisi hieman korkeampikin	2,92	2,90	2,92	2,77
Sosiaalisesti vastuullisesti tuotettua tuotetta tulisi suosia vaikka hinta olisi hieman korkeampikin	2,88	2,82	2,87	2,74
Reilun kaupan tuotteita tulisi jatkossa vaatia kuntani hankinnoissa	2,79	2,81	2,65	2,65
Luomua tulisi jatkossa vaatia kuntani hankinnoissa	2,56	2,53	2,50	2,55
Luomua tulisi suosia vaikka hinta olisi hieman korkeampikin	2,45	2,44	2,47	2,51

Kunnissa käytetään kuntalaisten verorahoja mm. elintarvikkeiden sekä käyttötavaroiden ja palvelujen (esim. paperit, painotuotteet, pesuaineet, siivous- ja kokouspalvelut...) hankintoihin. **Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä kuntien näihin hankintoihin liittyen?** (N= kaikki)

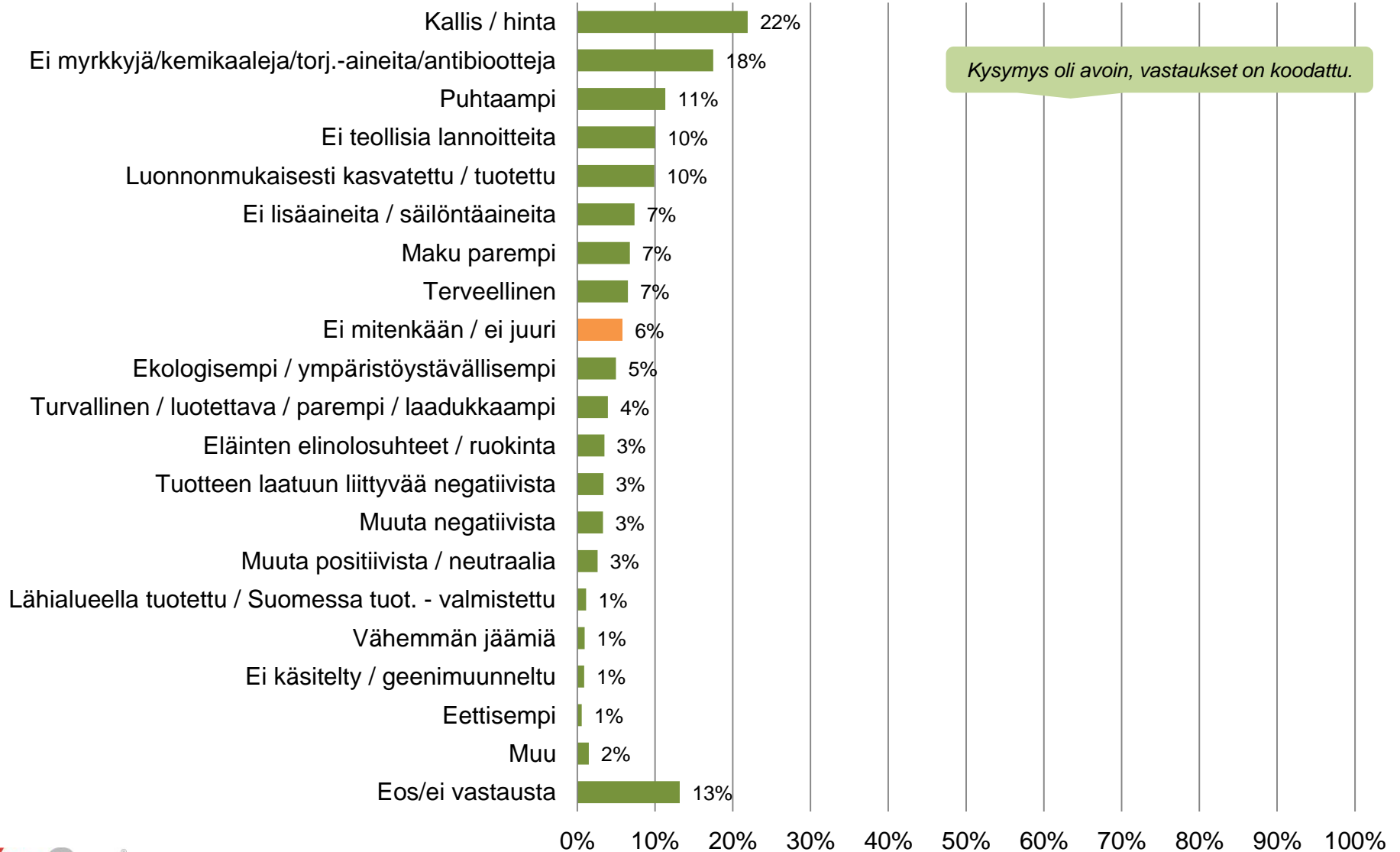
Keskiarvo 4 – 1 (4= täysin samaa mieltä... 1= täysin eri mieltä)	Pääkaupunkiseutu (N=224)	Kaupunki (yli 100.000 as.) pks ulkopuolella (N=242)	Kaupunki 50.000– 100.000 as. (N=162)	Kaupunki 10.000– 49.000 as. (N=203)	Kaupunki alle 10.000 as. (N=87)	Maaseutu (N=90)
Kuntien tulee huomioida ja minimoida ihmisoikeusriskit (kuten lapsityövoiman hyväksikäyttö) hankkimissaan tuotteissa	3,36	3,35	3,33	3,34	3,51	3,33
Kuntien tulee huomioida ja minimoida ympäristöriskit hankkimissaan tuotteissa	3,34	3,32	3,24	3,28	3,39	3,22
Kuntien hankinnoilla voidaan merkittävästi edistää vastuullisuutta (ympäristövastuullisuus, sosiaalinen vastuu/Ihmisoikeudet...)	3,11	3,16	3,13	3,12	3,30	3,26
Ympäristömerkittyjä (Pohjoismainen ympäristömerkki ja EU-Ympäristömerkki) tuotteita tulisi jatkossa vaatia kuntani hankinnoissa	3,05	3,05	3,10	3,08	3,20	3,11
Haluan tietää miten kuntani hankinnoissa otetaan vastuullisuus huomioon	3,04	3,03	3,04	3,00	3,11	3,18
Äänestän kuntavaaleissa mieluummin ehdokasta joka tukee vastuullisia hankintoja	2,96	2,99	2,93	3,02	3,24	3,11
Ympäristövastuullista tuotetta tulisi suosia vaikka hinta olisi hieman korkeampikin	2,91	2,84	2,90	2,80	2,95	2,99
Sosiaalisesti vastuullisesti tuotettua tuotetta tulisi suosia vaikka hinta olisi hieman korkeampikin	2,86	2,79	2,84	2,74	2,89	3,01
Reilun kaupan tuotteita tulisi jatkossa vaatia kuntani hankinnoissa	2,76	2,70	2,79	2,62	2,77	2,81
Luomua tulisi jatkossa vaatia kuntani hankinnoissa	2,53	2,44	2,62	2,44	2,63	2,79
Luomua tulisi suosia vaikka hinta olisi hieman korkeampikin	2,40	2,39	2,60	2,37	2,56	2,73



Tulokset Pro Luomun / Ekocentrian omista kysymyksistä

Miten luomutuotteet sinun käsityksesi mukaan eroavat muista elintarvikkeista?

(N= kaikki, 1007)

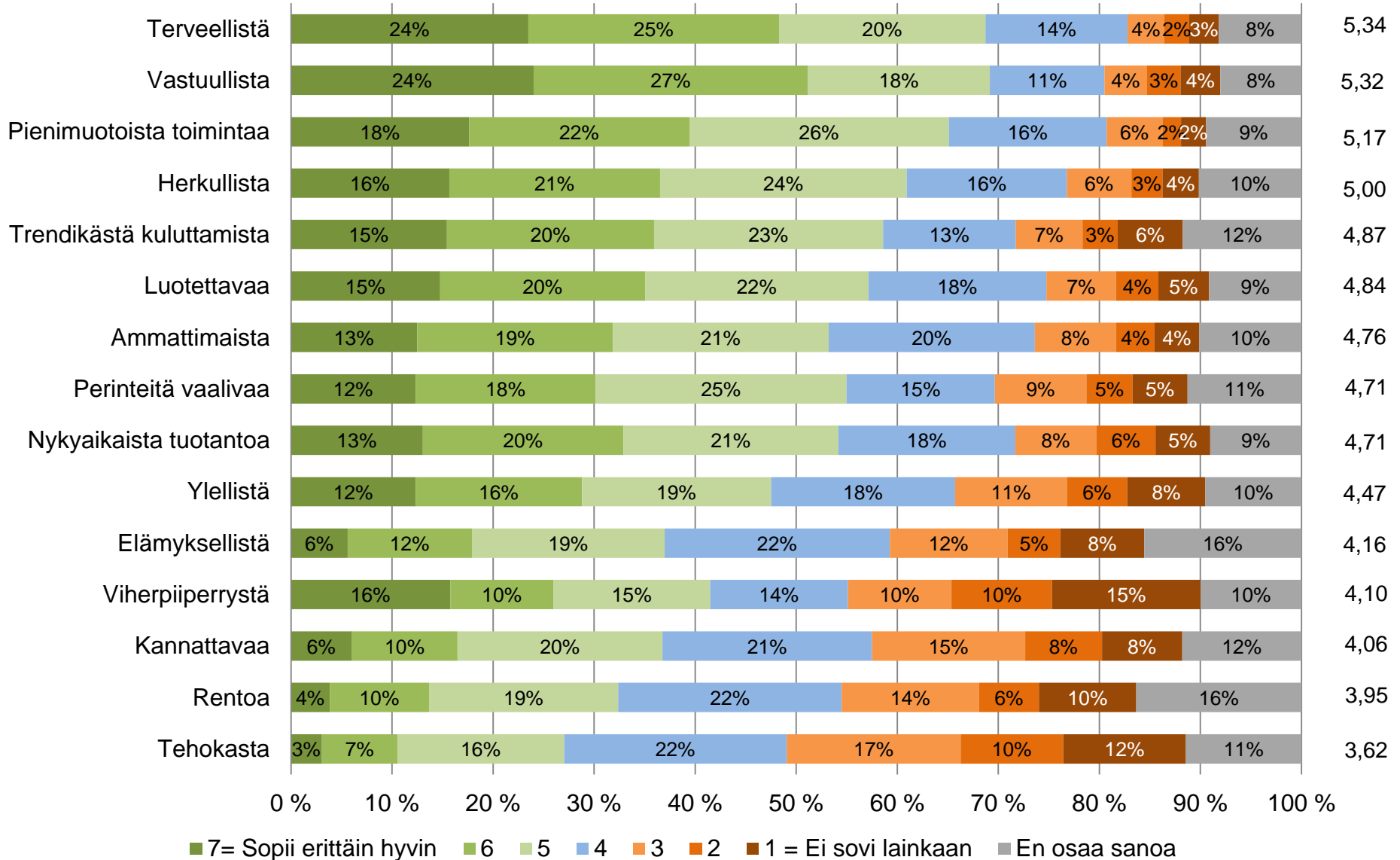


Miten luomutuotteet sinun käsityksesi mukaan eroavat muista elintarvikkeista? (N= kaikki)	KAIKKI (N=1007)	Nainen (N=517)	Mies (N=490)	18-34v. (N=268)	35-54v. (N=322)	55v.+ (N=417)
Kallis / hinta	22 %	15 %	29 %	17 %	23 %	25 %
Ei myrkkijä/kemikaaleja/torj.-aineita/antibiootteja	18 %	24 %	11 %	19 %	17 %	17 %
Puhtaampi	11 %	14 %	9 %	11 %	10 %	13 %
Ei teollisia lannoitteita	10 %	12 %	8 %	6 %	10 %	13 %
Luonnonmukaisesti kasvatettu / tuotettu	10 %	12 %	8 %	14 %	12 %	5 %
Ei lisäaineita / säilöntäaineita	7 %	8 %	7 %	7 %	10 %	6 %
Maku parempi	7 %	9 %	5 %	3 %	5 %	11 %
Terveellinen	7 %	7 %	6 %	9 %	7 %	4 %
Ei mitenkään / ei juuri	6 %	4 %	8 %	3 %	4 %	10 %
Ekologisempi / ympäristöystävällisempi	5 %	6 %	4 %	7 %	6 %	3 %
Turvallinen / luotettava / parempi / laadukkaampi	4 %	4 %	4 %	4 %	3 %	4 %
Eläinten elinolosuhteet / ruokinta	3 %	5 %	2 %	5 %	4 %	2 %
Tuotteen laatuun liittyvää negatiivista	3 %	2 %	4 %	3 %	4 %	3 %
Muuta negatiivista	3 %	3 %	4 %	3 %	4 %	3 %
Muuta positiivista / neutraalia	3 %	3 %	2 %	2 %	2 %	3 %
Lähialueella tuotettu / Suomessa tuot. - valmistettu	1 %	2 %	-	2 %	1 %	1 %
Vähemmän jäämiä	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Ei käsitelty / geenimuunneltu	1 %	0 %	1 %	2 %	1 %	0 %
Eettisempi	1 %	0 %	1 %	1 %	1 %	-
Muu	2 %	1 %	2 %	2 %	1 %	2 %
Eos/ei vastausta	13 %	10 %	17 %	21 %	14 %	8 %

Miten luomutuotteet sinun käsityksesi mukaan eroavat muista elintarvikkeista? (N= kaikki)	Uusimaa (N=292)	Muu Etelä-Suomi (N=223)	Länsi-Suomi (N=254)	Pohjois- ja Itä-Suomi (N=239)
Kallis / hinta	22 %	27 %	20 %	19 %
Ei myrkkyjä/kemikaaleja/torj.-aineita/antibiootteja	20 %	16 %	18 %	15 %
Puhtaampi	9 %	12 %	10 %	15 %
Ei teollisia lannoitteita	9 %	12 %	10 %	9 %
Luonnonmukaisesti kasvatettu / tuotettu	15 %	7 %	9 %	8 %
Ei lisäaineita / säilöntäaineita	8 %	4 %	7 %	10 %
Maku parempi	5 %	8 %	8 %	6 %
Terveellinen	6 %	7 %	5 %	8 %
Ei mitenkään / ei juuri	5 %	9 %	4 %	6 %
Ekologisempi / ympäristöystävällisempi	6 %	5 %	4 %	4 %
Turvallinen / luotettava / parempi / laadukkaampi	5 %	2 %	4 %	5 %
Eläinten elinolosuhteet / ruokinta	6 %	4 %	2 %	2 %
Tuotteen laatuun liittyvää negatiivista	1 %	5 %	5 %	3 %
Muuta negatiivista	4 %	5 %	3 %	1 %
Muuta positiivista / neutraalia	3 %	3 %	2 %	2 %
Lähialueella tuotettu / Suomessa tuot. - valmistettu	1 %	0 %	1 %	2 %
Vähemmän jäämiä	0 %	1 %	1 %	1 %
Ei käsitelty / geenimuunneltu	1 %	1 %	0 %	1 %
Eettisempi	0 %	1 %	0 %	0 %
Muu	1 %	1 %	3 %	1 %
Eos/ei vastausta	13 %	8 %	18 %	13 %

Seuraavaksi muutamia sanoja. **Miten hyvin tai huonosti nämä mielestäsi sopivat luomuruuan mielikuvaan?**
 Anna vastaukseksi numeroista 1-7 se, joka on lähinnä vastaa mielipidettäsi. (N= kaikki, 1007)

k.a.



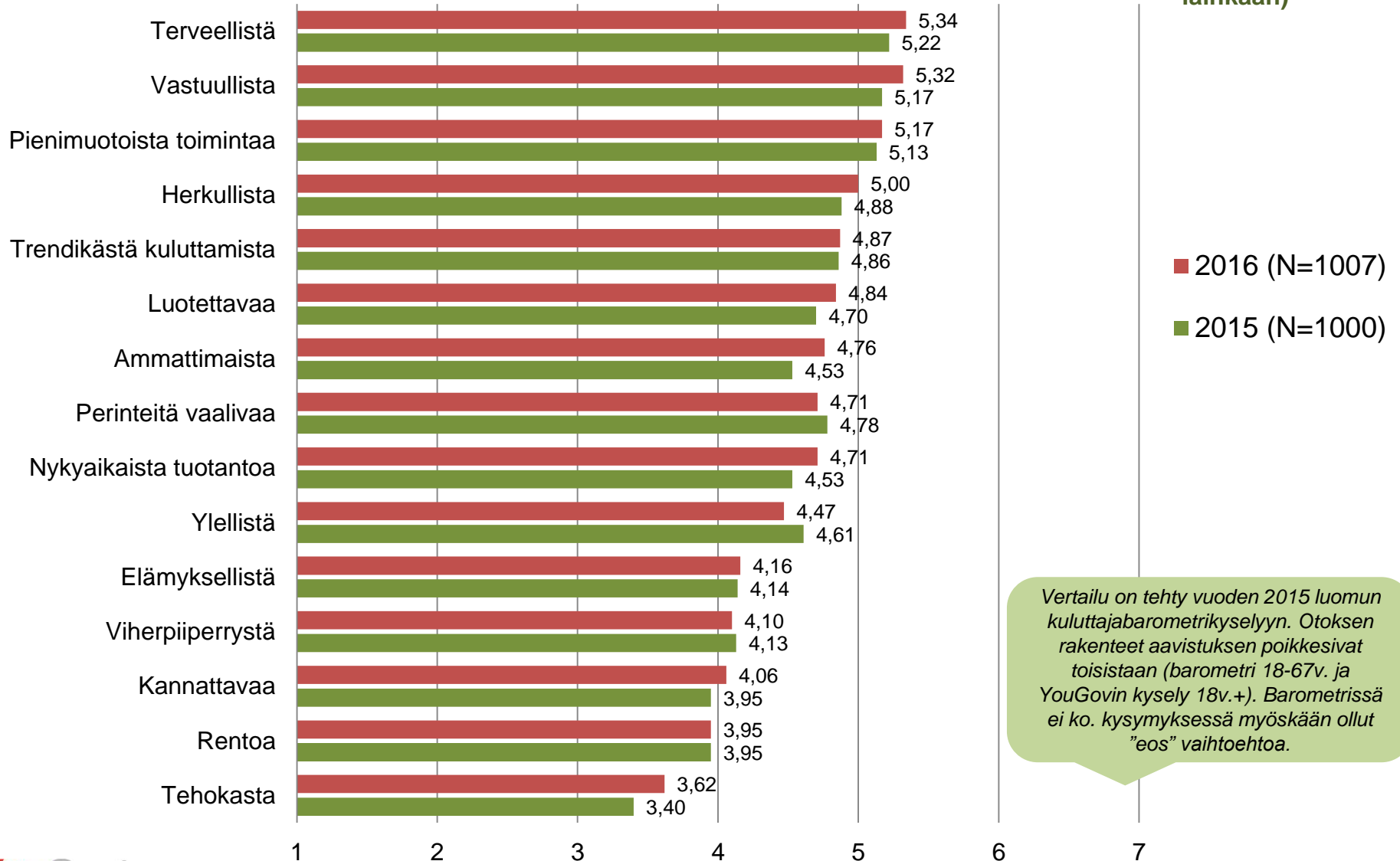
■ 7= Sopii erittäin hyvin ■ 6 ■ 5 ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1 = Ei sovi lainkaan ■ En osaa sanoa

Miten hyvin tai huonosti nämä mielestäsi sopivat luomuruuan mielikuvaan? (N= kaikki) Keskiarvo 7-1 (7=erittäin hyvin... 1=ei lainkaan)	KAIKKI (N=1007)	Nainen (N=517)	Mies (N=490)	18-34v. (N=268)	35-54v. (N=322)	55v.+ (N=417)
Terveellistä	5,34	5,69	4,97	5,08	5,38	5,47
Vastuullista	5,32	5,71	4,91	5,12	5,45	5,35
Pienimuotoista toimintaa	5,17	5,24	5,08	4,78	5,20	5,36
Herkullista	5,00	5,38	4,58	4,68	5,05	5,15
Trendikästä kuluttamista	4,87	5,11	4,62	4,71	4,91	4,95
Luotettavaa	4,84	5,18	4,48	4,74	5,01	4,78
Ammattimaista	4,76	5,11	4,39	4,64	4,82	4,80
Perinteitä vaalivaa	4,71	4,98	4,42	4,38	4,75	4,86
Nykyaikaista tuotantoa	4,71	5,04	4,33	4,44	4,74	4,84
Ylellistä	4,47	4,70	4,22	4,29	4,55	4,51
Elämyksellistä	4,16	4,35	3,96	3,92	4,27	4,22
Viherpiiperrystä	4,10	3,73	4,50	4,14	4,12	4,06
Kannattavaa	4,06	4,30	3,79	4,12	4,10	3,99
Rentoa	3,95	4,15	3,73	3,90	4,05	3,89
Tehokasta	3,62	3,91	3,31	3,46	3,85	3,54

Miten hyvin tai huonosti nämä mielestäsi sopivat luomuruuan mielikuvaan? (N= kaikki) Keskiarvo 7-1 (7=erittäin hyvin... 1=ei lainkaan)	Uusimaa (N=292)	Muu Etelä-Suomi (N=223)	Länsi-Suomi (N=254)	Pohjois- ja Itä-Suomi (N=239)
Terveellistä	5,34	5,36	5,25	5,43
Vastuullista	5,42	5,26	5,26	5,33
Pienimuotoista toimintaa	5,04	5,28	5,08	5,29
Herkullista	4,99	4,98	4,90	5,13
Trendikästä kuluttamista	4,90	4,83	4,69	5,07
Luotettavaa	4,90	4,78	4,78	4,90
Ammattimaista	4,83	4,78	4,70	4,74
Perinteitä vaalivaa	4,78	4,75	4,57	4,74
Nykyaikaista tuotantoa	4,77	4,56	4,58	4,90
Ylellistä	4,49	4,37	4,33	4,69
Elämyksellistä	4,14	4,13	4,08	4,31
Viherpiiperrystä	4,05	4,45	3,89	4,05
Kannattavaa	4,23	3,94	3,96	4,08
Rentoa	4,02	3,92	3,72	4,13
Tehokasta	3,73	3,45	3,57	3,72

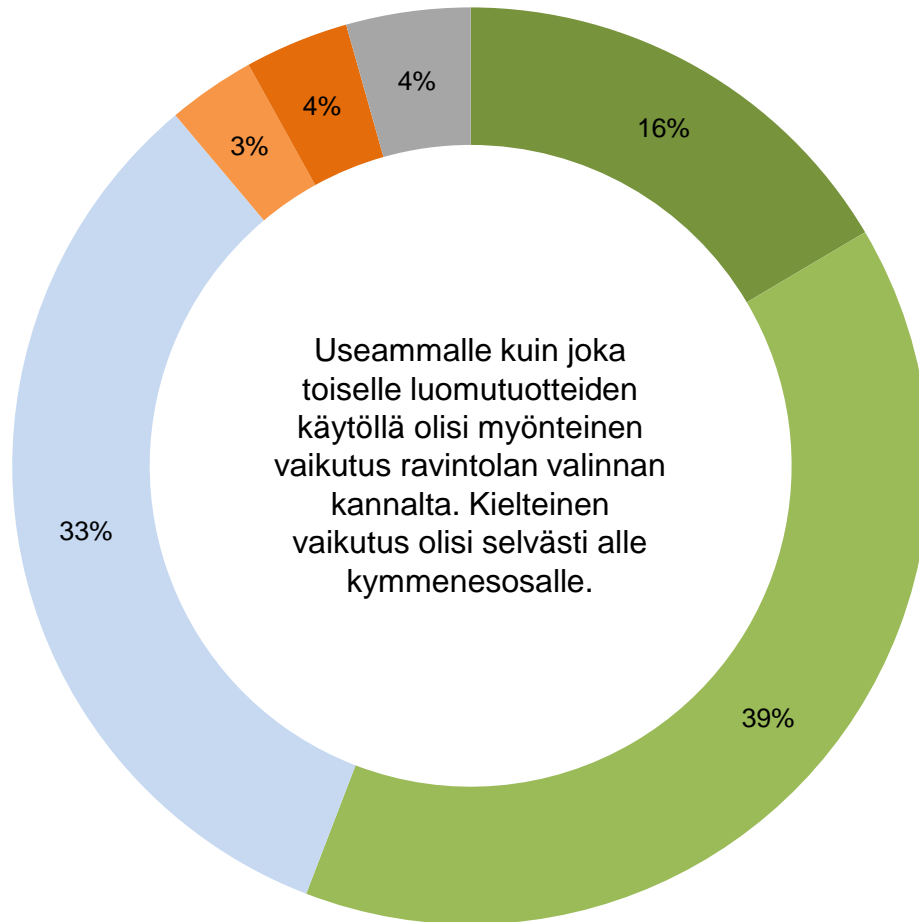
Seuraavaksi muutamia sanoja. **Miten hyvin tai huonosti nämä mielestäsi sopivat luomuruuan mielikuvaan?**
 Anna vastaukseksi numeroista 1-7 se, joka on lähinnä vastaa mielipidettäsi. (N= kaikki)

(7=erittäin hyvin...1=ei lainkaan)



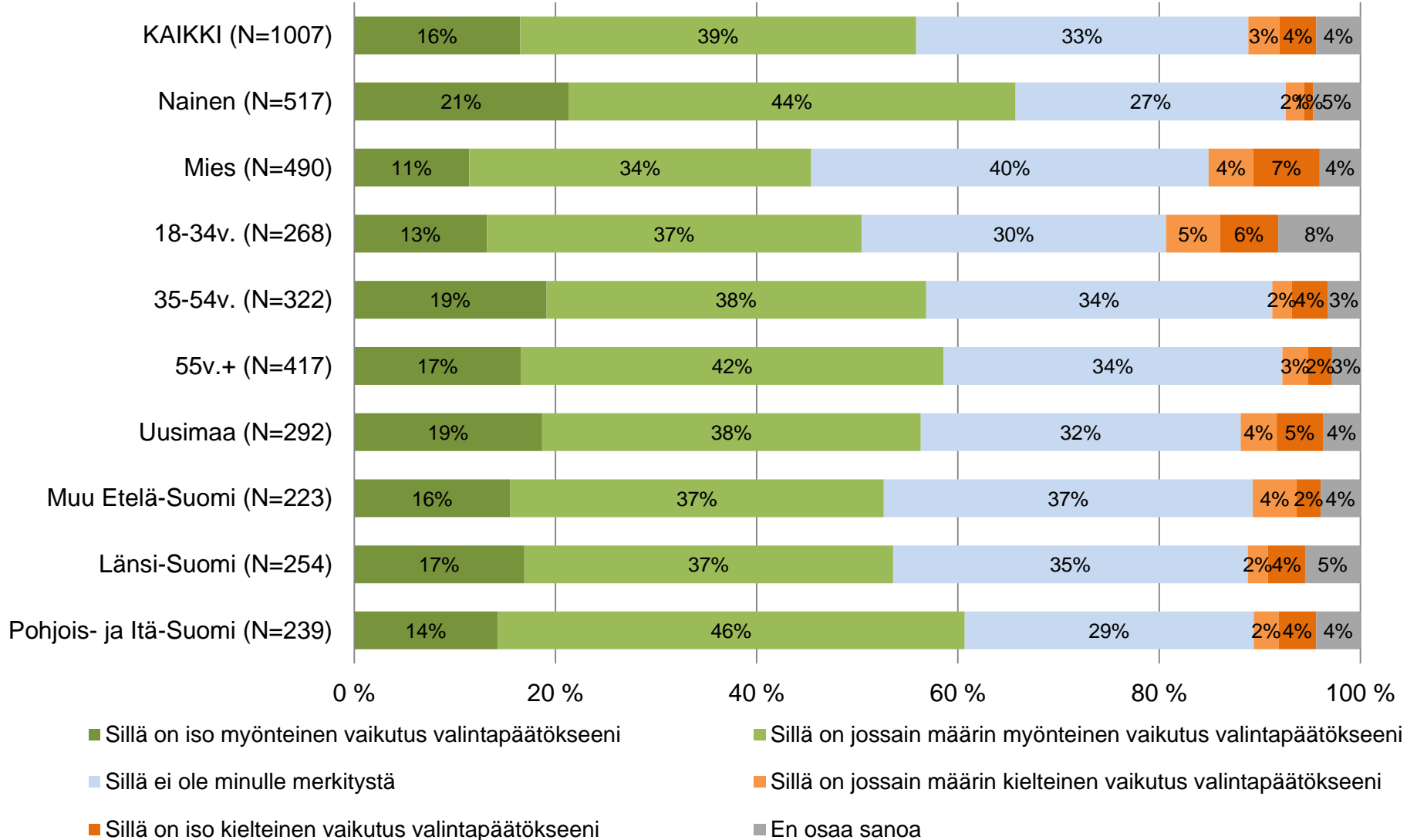
Vertailu on tehty vuoden 2015 luomun kuluttajabarometrikyselyyn. Otoksen rakenteet aavistuksen poikkesivat toisistaan (barometri 18-67v. ja YouGovin kysely 18v.+). Barometrissä ei ko. kysymyksessä myöskään ollut "eos" vaihtoehtoa.

Jos ravintola ilmoittaa käyttävänsä ruuan valmistuksessa luomutuotteita, niin millainen vaikutus sillä on sinulle kyseisen ravintolan valinnan kannalta? (N= kaikki, 1007)



- Sillä on iso myönteinen vaikutus valintapäätökseeni
- Sillä on jossain määrin myönteinen vaikutus valintapäätökseeni
- Sillä ei ole minulle merkitystä
- Sillä on jossain määrin kielteinen vaikutus valintapäätökseeni
- Sillä on iso kielteinen vaikutus valintapäätökseeni
- En osaa sanoa

Jos ravintola ilmoittaa käyttävänsä ruuan valmistuksessa luomutuotteita, niin millainen vaikutus sillä on sinulle kyseisen ravintolan valinnan kannalta? (N= kaikki)



Sales Questor Oy:n osakkaat

Yhteyshenkilöt:

Ville Haikola, KTM
ville.haikola@questor.fi

040 772 2651

Vesa Ryyppö, FM
vesa.ryyppo@questor.fi

0400 234 729

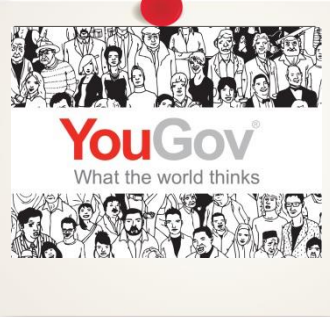
WWW.salesquestor.fi

WWW.yougov.fi

YouGov in brief...

who?

YouGov is an international, full service online market research agency offering custom research, omnibus, field and tab services, qualitative research, syndicated products and market intelligence reports.



why?

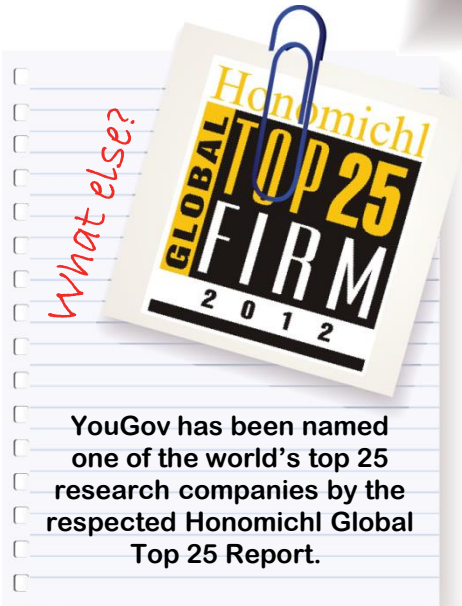
It is YouGov's ambition to supply a live stream of continuous, accurate data and actionable insight into what people are thinking and doing all over the world, all of the time, so that companies and institutions can better serve the people that sustain them.



when?

Founded in the UK in 2000, YouGov is considered the pioneer of online market research.

What else?



YouGov has been named one of the world's top 25 research companies by the respected Honomichl Global Top 25 Report.

where?

YouGov has 477 employees in 21 offices worldwide and served 2,500 clients across 42 countries in 2012.

The YouGov group operates an online panel of over 3.3 million respondents worldwide representing all ages, socio-economic groups.