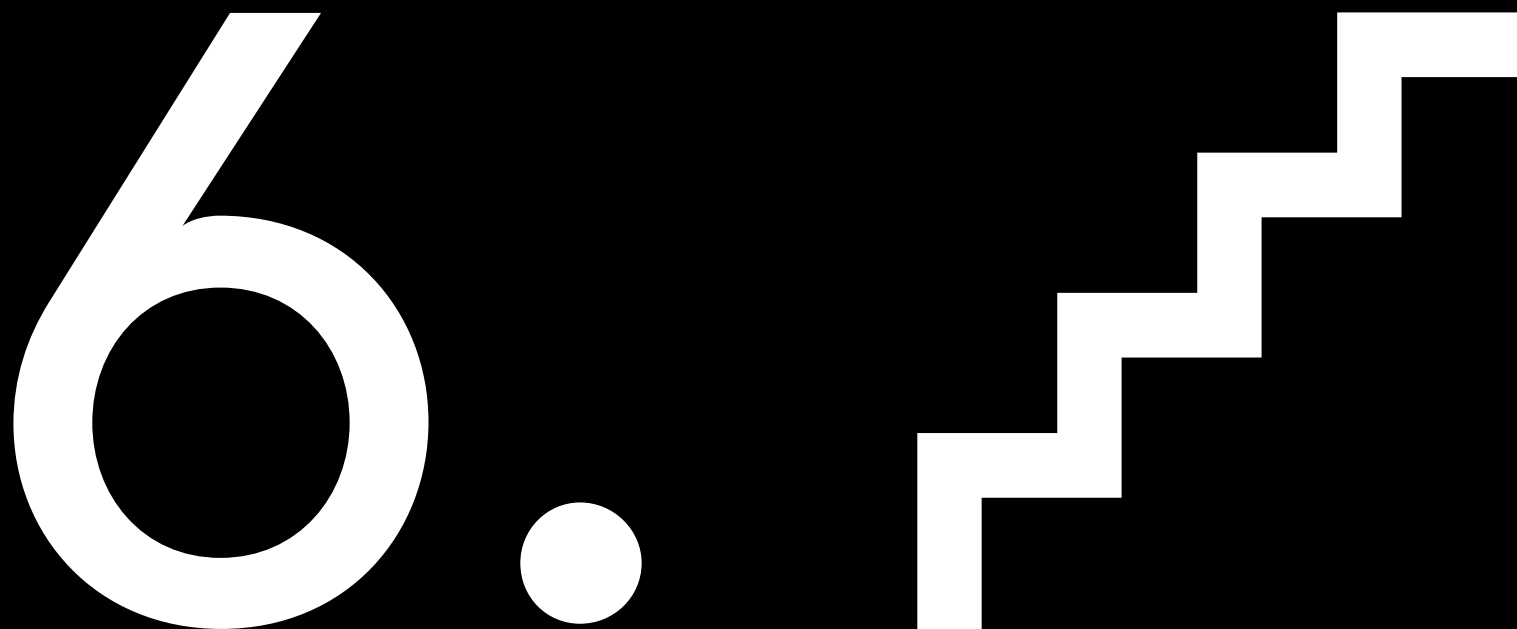




theinformedconsumer.fi / #tiedostavakuluttaja
paivi.korteniemi@kuudes.fi / saara.jarvinen@kuudes.fi

Pelastetaan luomuleipä

Näillä eväillä leivotaan menestyskonsepti

Selvitys luomuleivän oston esteistä ja tulevaisuuden mahdollisuuksista.

Päivi Korteniemi & Saara Järvinen / **Kuudes Kerros** / 10.10.2016

Tutkimuksen tilaaja

Pro Luomu ry luomualan toimijoiden yhteistyöjärjestö, jonka tehtävänä on edistää luomun kasvua ja kehitystä Suomessa. Luomuleipätutkimus on osa pääosin **MMM**:n rahoittamaa ja Pro Luomun toteuttamaa Täsmäluomu- hanketta.

Tutkimuksen toteuttaja

Strateginen designtoimisto **Kuudes Kerros**.

HAASTE: Luomuleivän myynti laskee vaikka luomu yleisesti on hyvässä nousussa.

”Mä en oikein edes osaa sanoa, mitä mieltäisin luomu- ja tavallisen leivän eroiksi. Leipä ei ole se tuote, jossa ensimmäisenä mietin onko luomua.”

Tutkimuksen pohjana Luomukuluttajaprofiilit

Luomubarometri + Tiedostava Kuluttaja = Luomukuluttajaprofiilit

Luomun kuluttajabarometriin 2013 vastasi yhteensä 1043 suomalaista. Kyselyn toteutti TNS Gallup Elintarviketieto Oy ja sitä rahoitti maa- ja metsätalousministeriö.

Tiedostava Kuluttaja on design-toimisto Kuudennen Kerroksen ja dosentti Arto O. Salosen tekemä syväluotaava tutkimus suomalaisesta kuluttamisesta. Se muodostuu Suomen kattavasta kvantitatiivisesta tutkimuksesta (2013, n = 1023 ja 2015 n = 1052 suomalaista), jonka tuloksia on syvennetty kvalitatiivisilla haastatteluilla sekä skenaariotyöskentelyllä.

Kuudes Kerros ja Pro Luomu toteuttivat luomukuluttajasegmentoinnin vuonna 2014 Luomubarometrin ja Tiedostavan Kuluttajan pohjalta.

Luomuleipätutkimuksen prosessi



Ostospäiväkirjat



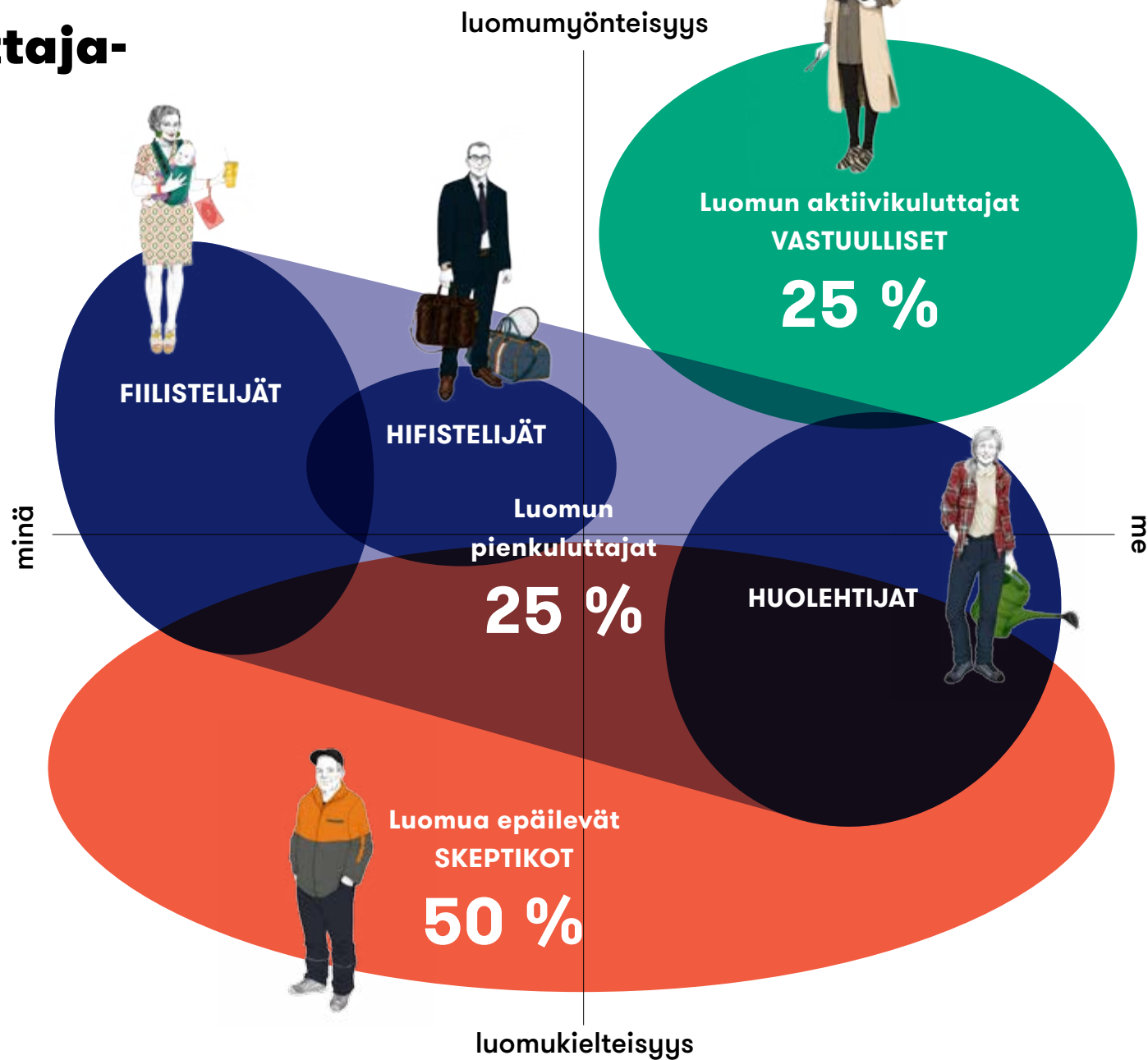
Haastattelut



Co-creation -työpajat

luomukuluttaja- profiilit

Luomukuluttaja- profiilit





LUOMUN AKTIIVIKULUTTAJAT

Arvostaa huolella tehtyä ja aitoa ja pyrkii kuluttamaan arvojensa mukaisesti. Luomun aktiivikuluttajalle vähemmän on enemmän.

SUHDE LUOMUUN

- 1. Arvostaa, kun asiat on mietitty hänen puolestaan, siksi luomu helpottaa arkea.**
- 2. Tietää tuoteryhmittäin, mistä luomussa on perimmiltään kyse. Haluaa tuntea tuotteen taustat syvällisesti.**
- 3. Punnitsee vastuullisen eri näkökohtia. Kokonaisvastuullisin valinta voi luomun sijaan olla tapauskohtaisesti myös reilun kaupan tuote tai lähellä tuotettu tuote.**

Eveliina, 45 v

Luomun
aktiivikuluttaja
Mies ja teini-
ikäiset lapset



SUHDE LEIPÄÄN

Ostaa luomuleipää aina kun mahdollista, mutta kokee luomuleipävalikoiman rajallisena. Luomun aktiivikuluttajissa on myös paljon leipäkriittisyyttä ja valikoivuutta viljojen ja leivontamenetelmien suhteen (esim. juureen leivotut leivät kiinnostavat). Monet aktiivikuluttajat myös leipovat itse, jotta saavat juuri sellaista leipää, kun haluavat.

”Muistanko muuta luomuleipää kuin jälkiuunipalat? Onko sellaista edes olemassa?”

Eveliina / aktiivi





LUOMUN PIENKULUTTAJAT hifistelijät

Vaativa kuluttaja, joka arvostaa laatua ja hyvää palvelua. Toisaalta elämyksellisyys, toisaalta tiukat faktat kiinnostavat.

SUHDE LUOMUUN

- 1. Luomu on terveystietoinen valinta ja se auttaa minua voimaan paremmin.**
- 2. Järkiperusteet ja kovat faktat vakuuttavat.**
- 3. Laadukkailla luomuostoksilla rakennetaan myös omaa imagoa. Taidokas palvelu on kriittinen osa tuotetta.**

Olli, 35 v

Luomun
pienkuluttaja /
Hifistelijä
Vaimo ja pieni
lapsi



SUHDE LEIPÄÄN

Hakee leipää, joka on valmistettu laadukkaista raaka-aineista. Kotimainen vilja koetaan huippulaadukkaaksi ja se riittää, joten luomu voidaan kokea jopa turhaksi. Urheilun ja siihen liittyvien ruokavaliotrendien (esim. paleo) kautta ryhmässä on myös leipäkriittiyttä.

“Laatu on sanana niin vaikea. Raaka-aine ja valmistustapa ja vastuullisuus osa sitä kokonaisuutta.”

Olli / hifistelijä





LUOMUN PIENKULUTTAJAT huolehtijat

Ajattelee aina perheen tai yhteisön parasta ja hakee elämältä pysyvyyttä. Jotta arki sujuisi hyvin, tekee hän kompromisseja kulutuksensa suhteen.

SUHDE LUOMUUN

- 1. Ostaa luomua silloin, kun kokee sen olevaan perheelleen paras valinta.**
- 2. Kokee, että luomu on kallista ja usein jättää sen ostamatta hinnan takia. Edullisempi suoramyynti houkuttelee.**
- 3. Haluaa tukea lähiympäristöään konkreettisilla teoilla ja siksi lähituotettu ruoka kiinnostaa usein luomua enemmän.**

Inkeri, 40 v

Luomun
pienkuluttaja /
Huolehtija
6- ja 7 vuotiaat
lapset



SUHDE LEIPÄÄN

Huolehtijan perheessä syödään ravintoympyrän mukaan ja leipää syödään melko paljon. Huolehtija suosii täysjyväleipää ja tarkistaa pakkauksesta kuitupitoisuuden. Lapsiperheissä haetaan hyviä kompromisseja, jotka sekä maistuvat lapsille että ovat riittävän terveellisiä.

”Lapset tykkäävät paahtiksesta ja perusruispaloista. Lapsille koostumuksen pitää olla tasainen.”

Inkeri / huolehtija





LUOMUN PIENKULUTTAJAT fiilistelijät

Innostuu kaikesta uudesta ja on altis vaikutuksille. Fiilistelijän elämä täyttyy elämyksillä, kauniilla asioilla ja ihmissuhteilla.

SUHDE LUOMUUN

- 1. Luomu on parhaimmillaan ihanaa elämyksellistä hemmottelua. Luomuruoka kilpailee muun lifestyle-kulutuksen kanssa.**
- 2. Hyvinvointi on tärkeä myyntiargumentti.**
- 3. Pakkauksen on vedottava tunteisiin.**

Laura, 28 v

Luomun
pienkuluttaja /
fiilistelijä
Aviopuoliso,
ei lapsia



SUHDE LEIPÄÄN

Vaikutuksille altis fiilistelijä on hämillään siitä, onko leipä terveellistä vai pitäisikö siitä luopua, kun gluteenittomasta ruokavaliosta puhutaan paljon lehdissä ja blogeissa. Hän saattaa kokeilla gluteenitonta ruokavaliota, mutta kuten Fiilistelijän kokeilut muutenkin, ne voivat lopahtaa hyvinkin pian. Fiilistelijä hakee terveellisiä leipävaihtoehtoja arkeen ja viikonloppuisin herkutellaan mm. paistopisteiden leivillä.

“Laadukkain ois se jos se on vähän lämmin, vaalea leipä, paperipussissa, rapea kuori.”

Laura / fiilistelijä



luomuleivän
oston esteet

LEIPURIMME LEIPOVAT TÄÄLLÄ JOKA PÄIVÄ
JAUHOISTA, VEDESTÄ JA MUISTA PUHTAISTA RAAKA-
AINEISTA VASTUSTAMATTOMAN TUORETTA LEIPÄÄ.

HYPOTEEsit / LUOMULEIVÄN OSTON ESTEET

1.

Hinta-laatu -suhde ei vastaa odotuksia

Paistopisteiden myötä kuluttajan käsitys tuoreesta leivästä on muuttunut. Kuluttaja valitsee edullisemman vastapaistetun tuontituotteen.

Validointi /

Kysytään mikä on kuluttajan mielestä
kaupan laadukkain leipä? Miksi?



“Laadukkain ois se jos se on vähän lämmin, vaalee leipä, paperipussissa, rapee kuori.”

Laura / fiilistelijä



”Paistopisteleipiä en ole ostanut viimeiseen vuoteen. Olen kuullu ystävältä, joka on leipomoalan yrittäjä, on kertonut, että tulevat jostain Keski-Euroopasta pakasteina ja puolivalmiina. Ennen ostin ennen kun kuulin totuuden. Sitten ne vaan pakataan kivaan ‘lähellä tuotettu’-pussiin.”

Inkeri / huolehtija

**Laatu on sanana niin
vaikea. Raaka-aine
ja valmistustapa ja
vastuullisuus osa sitä
kokonaisuutta.**

Olli / hifistelijä



TULOS

Kriittisten kuluttajien keskuudessa paistopisteiden lumo on jo hälvenemässä. He kyseenalaistavat leivän tuoreuden ja paikallisuuden, millä on merkitystä laatuvaikutelmaan. Vähemmän latutietoiset priorisoivat yhä lämmintä paistopistetuetta.



Laatu tarkoittaa nyt esimerkiksi pientuottajan rapeakuorista leipää erikoisliikkeestä, kiviarinalla paistettua leipää tai luomuleipää. **Tässä mielessä aika on otollinen luomuleivän nousulle.**



HYPOTEESEIT / LUOMULEIVÄN OSTON ESTEET

2.

Maku on luomussa yhä tärkeämpi ominaisuus.

Tämä vieläpä korostuu leipäkategoriassa, kuluttajan odotukset ovat kovat. Tuotteiden ja pakkausten ulkonäkö on kriittinen valintatekijä kun kuluttaja etsii maukkainta leipää.



Validointi /

Käydään läpi kuluttajan ostamien leipien
valintakriteerit ja kiinnitetään huomiota
mainintoihin mausta.

**”Kyllä mä uskon että
luomun ero on siinä maussa.
Siinä voi olla enemmän
pehmeyttä ja semmonen
oikeanlainen happamuus
mitä aidossa ruisleivässä
on jos se on juureen tehty.
Sellanen täyteläinen ja
pehmeä. Pitäis maistaa niin
vois ehkä tietää paremmin.
Ei oo tullut mieleen että
pitäisi maistaa.”**

Olli / hifistelijä



**”Lapset tykkäävät
paahtiksesta ja
perusruispaloista.
Lapsille koostumuksen
pitää olla tasainen.”**

Inkeri / huolehtija



TULOS

Kuluttajat puhuivat vähän leivän mausta. Laadusta puhuttaessa nostetaan esiin tuoreet rapeakuoriset lähileipomon leivät tai paistopisteleivät ja nämä leivät yhdistetään erikoishetkiin. Arkileivistä puhuttaessa kuluttajat harvoin mainitsevat maun. Arjessa ollaan valmiita tekemään kompromisseja leivän maun suhteen, jotta leipä olisi mm. terveellistä ja hyvin säilyvää.



Luomuleivän kohdalla maku ei noussut lisäarvotekijäksi, joka automaattisesti liitetään luomuleipään. Eräs kuluttaja jopa mainitsi, että on hyvä, kun Oululaisen Luomu Jälkiuunileipä ei eroa tavallisesta. **Jos luomuleivän paremmuus argumentoidaan maulla, pitää parempi maku myös konkreettisesti perustella kuluttajalle.**



HYPOTEESIT / LUOMULEIVÄN OSTON ESTEET

3.

**Vastuullisuus ei tuo leivälle nostetta
samoin kuin muille luomutuotteille**

Eläinten hyvinvointi on nouseva motiivi, muttei liity viljatuotteisiin
Oikeudenmukainen tuottajahinta kiinnostaa. Mutta paistopisteleipäkin
saattaa näyttäytyä kuluttajalle paikallisena vastuullisena valintana.

Validointi /

Käydään läpi kaikki luomutuotteet jotka kuluttaja on ostanut sekä niihin liittyvät valintakriteerit.

Verrataan näitä leivän kriteereihin.

Kysytään millainen on vastuullisesti tuotettu leipä.

**”Vastuullisesti tuotettu
leipä on kotimainen,
ympäristö tulee enemmän
siinä ettei toiselta
puolelta maailmaa tuoda
raaka-aineista. Lähellä
ja mahdollisimman
puhtaasti.”**

Inkeri / huolehtija



**“Tulee ekana mieleen
se, että arvostaa sitä
viljelijää tuottajana, että
se saa asianmukaisen
korvauksen. sillai voi
tukea tuottajaa. se joka
valmistaa niin tekee
liiketoimintaa. se olisi se
ketju. jotenki kokisi että se
raha menisi perille asti.”**

Olli / hifistelijä



**“1. Kasvatusvaihe,
miten vilja on viljelty
2. Mitä leipään on lisätty
3. Suomessa tuotettu.
Ei ole kuljetettu kaukaa”**

Laura / fiilistelijä



TULOS

Vastuullisuus on leivässä hankala kysymys, jota kuluttajat eivät selkeästi ole paljon miettineet. Kysyttäessä nousevat kotimaisuus, alkutuotannon päästöt ja oikeudenmukaiset tuottajahinnat



Luomuleivän kohdalla kotimaisuus on kriittistä.

Tuotantoketjun läpinäkyvä avaaminen voi olla hyödyksi. Ympäristönäkökohtien kommunikointia kannattaa testata.

HYPOTEESIT / LUOMULEIVÄN OSTON ESTEET

4.

Suurilla leipäbrändeillä (Vaasan, Fazer) ei ole juurikaan luomuleipiä vrt. esim. maitotuotteissa Valiolla on jo kohtuullisen laaja luomuvalikoima.

Kun suuri tunnettu brändi markkinoi luomuvalikoimaansa, se yleensä alkaa kiinnostaa tavallisempiakin kuluttajia.

Isot brändit voivat tuottaa luomua edullisemmin kuin pienleipomot.

Validointi /

Kysytään mitä luomuleipiä kuluttaja
muistaa nähneensä kaupassa.

“Joo Vaasan jälkiuuni on luomua. Sen muistaa kun siinä on se vihreä keskusta. Se väri on jäänyt mieleen.”

Olli / hifistelijä



“En tiedä miksi en ole huomannutkaan luomujälkiuunileipää! En ole näköjään valmis näkeen vaivaa että etsisin sen hyllystä.”

Laura/fiilistelijä



“Ei nää niin erotu, ei muista että mikä se väri oli, kiireessä ottaa ja myöhemmin huomaa että ei ollutkaan luomu.”

Eveliina, aktiivi

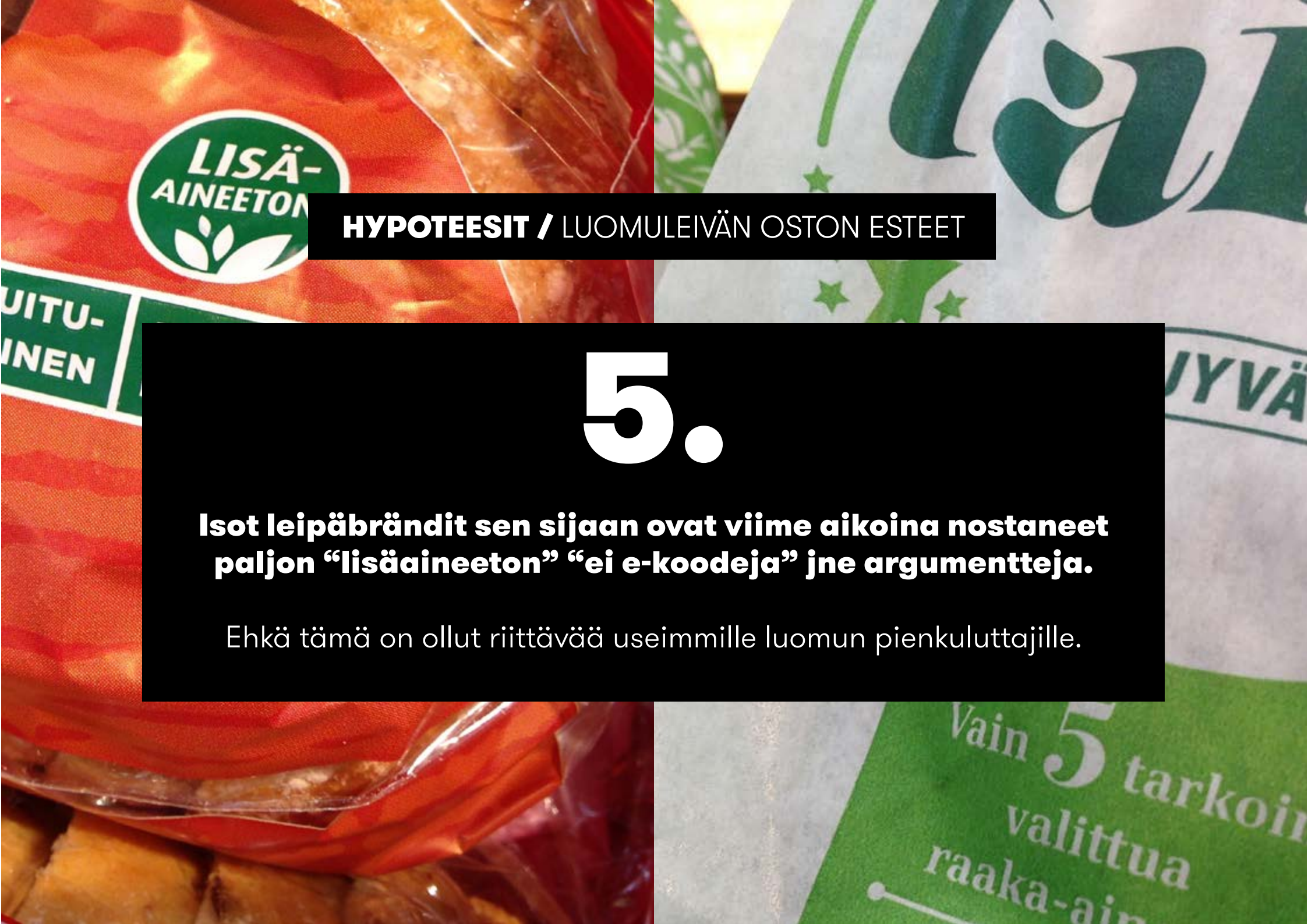


TULOS

Kysyttäessä kuluttajat eivät muista kaupan monia tuotteita. Ainoa tunnettu luomuleipä on Oululaisen Jälkiuunipalat. Edes luomun aktiivikuluttaja ei ole löytänyt kuin kaksi vakikauppansa lukuisista luomuleipäbrändeistä.



Tunnetut brändit auttaisivat tekemään luomua tunnetuksi leipäkategoriassa. Lisäksi luomun erottuvuus hyllyssä on heikko. Näyttäisi että luomua ei ole tarjolla kysytyimmissä leipätyypeissä, mikä tuo illuusion tarjonnan vähyydestä. Tästä lisää hypoteesin 7 yhteydessä.



LISÄ-
AINEETON

HYPOTEESEIT / LUOMULEIVÄN OSTON ESTEET

5.

Isot leipäbrändit sen sijaan ovat viime aikoina nostaneet paljon “lisäaineeton” “ei e-koodeja” jne argumentteja.

Ehkä tämä on ollut riittävää useimmille luomun pienkuluttajille.

Validointi /

Kysytään millaista on terveellinen leipä.

**“Tuntuu hyvältä kun
pakkauksessa lukee
että lisäaineeton tai
kuitupitoinen, mutta
en mä katso mitä siellä
tuoteselosteessa lukee.”**

**”Viimeksi oli
porkkanasämpylöitä, oli
kasvista mukana. Se näytti
tuoreemmalta.”**

Laura / fiilistelijä

**”Yritän löytää vehnätöntä
mysliä, jossa ei olisi
rusinoita.”**

Eveliina / aktiivi



”Fazerin leipään ei ole lisätty vehnägluteenia. Yritän ostaa sellaista, jossa ei ole kauheasti mitään ylimääräistä. Ravintotietoiset ystävät ovat valistaneet, että lisätty vehnägluteeni on pahin, joka altistaa suolistossa esim. keliakialle.”

Inkeri / huolehtija

“Syödään leipää, mutta se on toi täysvilja, kaura pääsääntöisesti. Se on vatsaystävällistä ja ravitsevaa, makrorakenne optimaalinen, rasvaa 8%, proteiinia 14%.”

Olli / hifistelijä



TULOS / KRIITTISET

Raaka-aineet ja lisäaineet kiinnostavat valintatilanteessa. Leipäkriittiset suosivat kauraa ja ruista ja katsovat tarkasti ainesosaluettelon. Luomun aktiivikäyttäjissä on paljon heitä jotka eivät syö leipää lainkaan.



Luomuleipää kannattaa valmistaa tinkimättömyydellä, sillä kuluttajien tietoisuus kasvaa ja luomuun liitetään raaka-aineiden yksinkertaisuus. **On hyödyksi nostaa näkyvästi raaka-aineisin liittyviä argumentteja, esimerkiksi “lisäaineeton”, “täysjyvää”, “venhätön”, “ilman lisättyä vehnägluteenia”, “luontaisesti gluteeniton”. Juurekset, siemenet ja pähkinät kiinnostavat.**

**”Ei mun mielestä leipä
ole kauhean terveellistä.
Lähinnä liittyy lapsiin,
koska puputtavat leipää ja
jättävät syömättä kaiken
muun. Aamupalana ja
eväänä käy ihan hyvin.
Kuitupitoinen, se on se
hyvä, mitä leivästä saa.”**

Inkeri / huolehtija



TULOS / LAPSIPERHEET

Lapsiperheissä yritetään löytää mahdollisimman hyvä kompromissi jotta lapsi suostuu syömään ja ruoka olisi mahdollisimman terveellistä. Lapsiperheissä syödään paljon leipää, koska yleensä lapset tykkäävät siitä ja se on keino saada lapsi syömään edes jotain. Vanhemmat haluaisivat, että lapsi syö mahdollisimman terveellistä leipää (kaura, ruis, täysjyvä, kuitupitoinen jne), mutta lapset usein vaativat vaaleaa leipää.



Miten siis luoda hyvä kompromissileipä, joka vastaa sekä vanhempien ja lasten tarpeisiin? **Tässä olisi hyvä sauma luomuleivälle, jonka pääargumenttina olisi puhtaus (= parempaa lapsille) yhdistettynä esim. ”parempiin” viljoihin (kaura, ruis), täysjyvään ja kuitupitoisuuteen.**

HYPOTEESIT / LUOMULEIVÄN OSTON ESTEET

6.

Toisaalta aivan tavallinenkin leipä vaikuttaa puhtaalta ja lisäaineettomalta. Luomuleipä ei erotu puhtaudellaan.

Kuluttaja ei vielä ole kovin tietoinen leipien lisäaineista eikä viljatuotteiden torjunta-aineista keskustella samoin kuin esimerkiksi hedelmien.

Validointi /

Näytetään kuvia tavallisista ja luomutuotteista ja pyydetään listaamaan niiden eroja.

“Pinta. Kun koskettelee niin erottaa et toinen on luomu ja toinen ei.”

Olli / hifistelijä



“Ite ei ole enää lisääntymisvaiheessa, mutta lasten kannalta miettii että kun myrkyt kerääntyy elimistöön, miten se sitten vaikuttaa myöhemmin.”

Eveliina / aktiivi

“Omenoissa mietin että mitä siinä pinnassa on, että ois kivempi ostaa luomua. Mielellään ostaisin enemmän. Jos ne on laitettu vierekkäin, niin ostan helpommin. Jos on omassa hyllyssä niin unohdan herkästi koko luomun.”

Laura / fiilistelijä



“Lapset on olleet hyvin allergisia, ei pystyneet esimerkiksi tavallista kurkkua ja omenaa syömään, mutta luomua pystyy.”

Eveliina / aktiivi

Mitä
eroa
?

“Lasten puberteetti aikaistuu maidon ja lihan hormonien takia”

Eveliina / aktiivi



Perusmaidon maku on kova ja jää kylmäks.

Olli / hifistelijä

Mitä eroa?

“Yks harvoista tuotteista mistä huomaa eroa, se on maussa se ero. Se ei ole niin homogenisoitu. Luomussa on pehmeempi ja smoothimpi se maku.”

Olli / hifistelijä



“Puhtaus on se juttu. Ja sitten se että miten sitä lehmää on kohdeltu.”

Laura / fiilistelijä

“Ei homogenoitu, vähemmän käsitelty. Lapsille mitä vähemmän junkia ja ympäristömyrkkijä, sen parempi.”

Inkeri / huolehtija



“Kyllä tuotteissa voisi ollakin jotain eroa. Mutta lähtökohtasesti niin luotan tähän suomalaiseen viljaan aika vahvasti niin puhtaus näissä ja se korkealaatuisuus.”

Olli / hifistelijä

Mitä eroa ?



**“luomu 3,5€ ja normi 2€.
jos normi on 2€ ja luomu 2,90€
niin sit voisin ehkä ymmärtää.”**

Olli / hifistelijä

Voisko puhua maatalouden päästöistä, että kun ostat luomuleivän niin suojelet Itämerta?”

Eveliina / aktiivi

“Leivässä se ei iske. Mietin että omenassa syön suoraan sitä torjunta-ainetta, mutta leivässä se ei niin tunnu, kun se ei tule niin suoraan.”

Laura / fiilistelijä

LUOMULEIVÄN HINTA

Eveliina, aktiivikuluttaja:

ostaa aina maksoi mitä maksoi

Inkeri, huolehtija:

saa maksaa tuplasti enemmän

(huolehtijalle yleisesti hintaero on max. puolitoistakertainen)

Olli, hifistelijä:

puolitoistakertainen hinta ok

Laura, fiilistelijä:

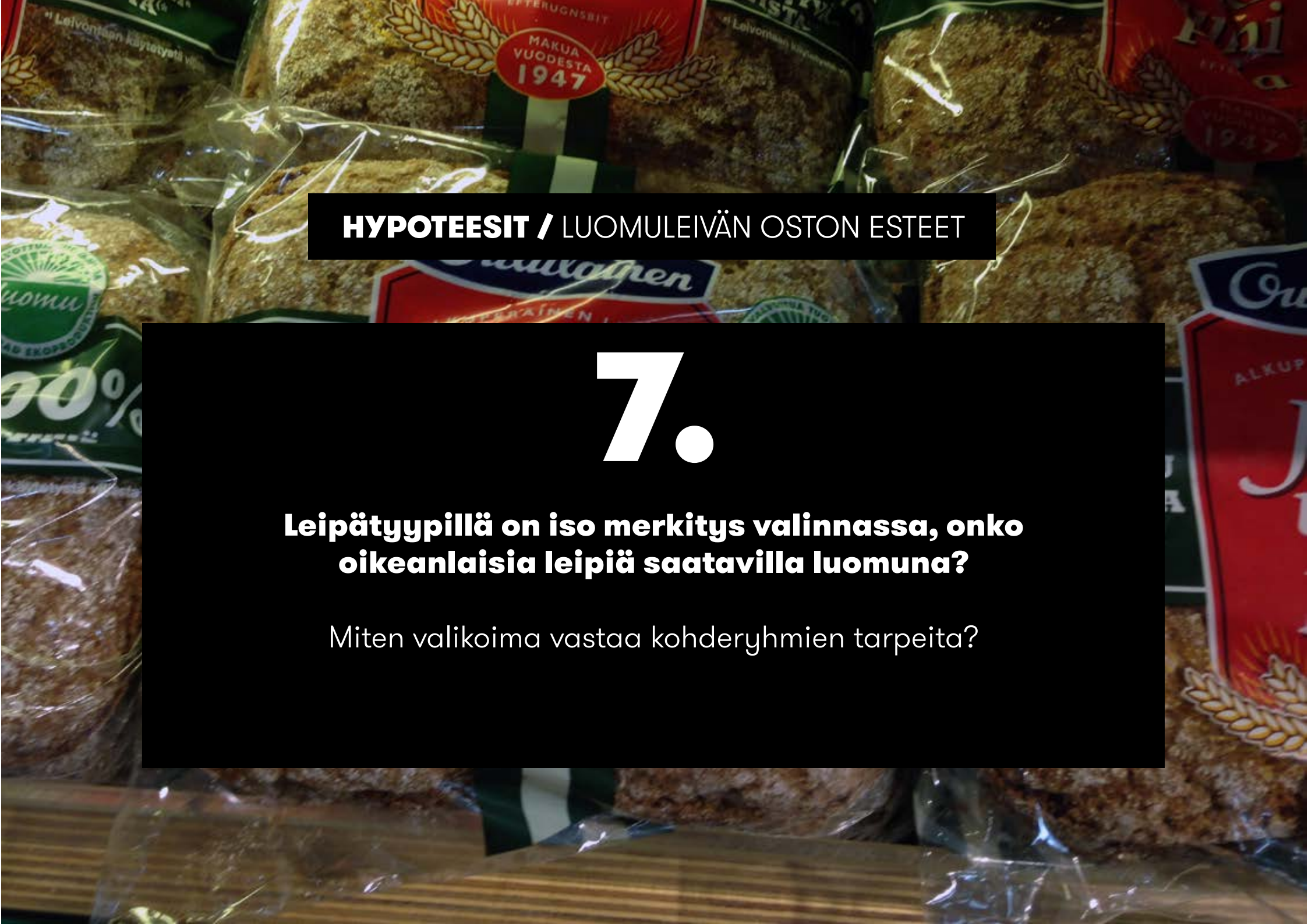
muutamia kymmeniä senttejä

TULOS

Luomun lisäarvotekijät ovat muissa tuoteryhmissä huomattavasti merkittävämpiä.



Luomuleipää ei ole kyetty argumentoimaan niin että sitä pidettäisiin hintansa väärinä. Lisäksi mielikuva luomun hinnasta on jopa todellista hintatasoa korkeampi. Ongelma korostuu koska arkisimpia leipätyyppejä ei ole tarjolla luomuna. **Leivässä pelkkä luomu ei riitä herättämään kiinnostusta, on löydettävä muitakin erottavia tekijöitä ja kommunikoida niitä selkeämmin.**



HYPOTEEsit / LUOMULEIVÄN OSTON ESTEET

7.

Leipätyypillä on iso merkitys valinnassa, onko oikeanlaisia leipiä saatavilla luomuna?

Miten valikoima vastaa kohderyhmien tarpeita?

Validointi /

Keskustellaan kuluttajan suosikkileipätyypeistä
ja niiden saatavuudesta luomuna.

**”Yleensä olisin ostanut
Fazerin täysjyvä
paahtista lapsille. Se on
hyvää koska lapset ovat
tottuneet, erilainen ei
kelpaa. Jälkiuunipaloja
on luomuna, ostan itselle.
Liian kovia lapsille. Jos
suosikkipaahtista ois
luomuna ja maksaisi 2
kertaa enemmän, ostaisin
ehdottomasti.”**

Inkeri / huolehtija



**”Kausittaisesti
ostan näkkäreitä ja
hapankorppuja. Onkohan
niitä luomuna?”**

**“Jälkiuuni- ja sellaiset on
hyviä ja saaristolaisleivät,
mutta lapset aina välillä
kyllästyy niin sitten
vaihdetaan taas. Samsaran
leivät on tosi tiiviitä,
lapset ei tykkää niistä.
Tässä jälkiuunileivässä ei
huomaa eroa tavallisiin,
siinä mielessä onnistuttu.”**

Eveliina / aktiivi



TULOS

Luomuleivän saatavuutta pidetään huonona, eli kuluttajan suosikkileipätyyppejä ei löydy luomuna tai ne eivät erotu hyllystä. Erityisesti lapsiperheissä leivän tuttu tyyppi on kriittinen valintatekijä. Nykyinen tarjonta painottuu maalaisleipätyyppeihin paperipussileipiin. Kuluttajat eivät näytä olevan tietoisia myöskään luomunäkkileivän olemassaolosta.



Luomuleivissä olisi kysyntää pehmeille, lasten makuun sopiville arkileiville. Myös klassikkoleipien luomuversionot voisivat toimia kunhan niiden tunnettuus ja hyllyerottuvuus taataan. Markkinointisatsaukset luomuversioihin hyödyttävät myös emobrändiä.

KESKEISET HAASTEET

“En tiedä mitä luomu tarkoittaa leivässä.”

“Luomuleipiä ei ole saatavilla.”

“Tai ainakaan luomu ei erotu hyllystä.”

“Luomuleipä on kamalan kallista.”

konseptipolut

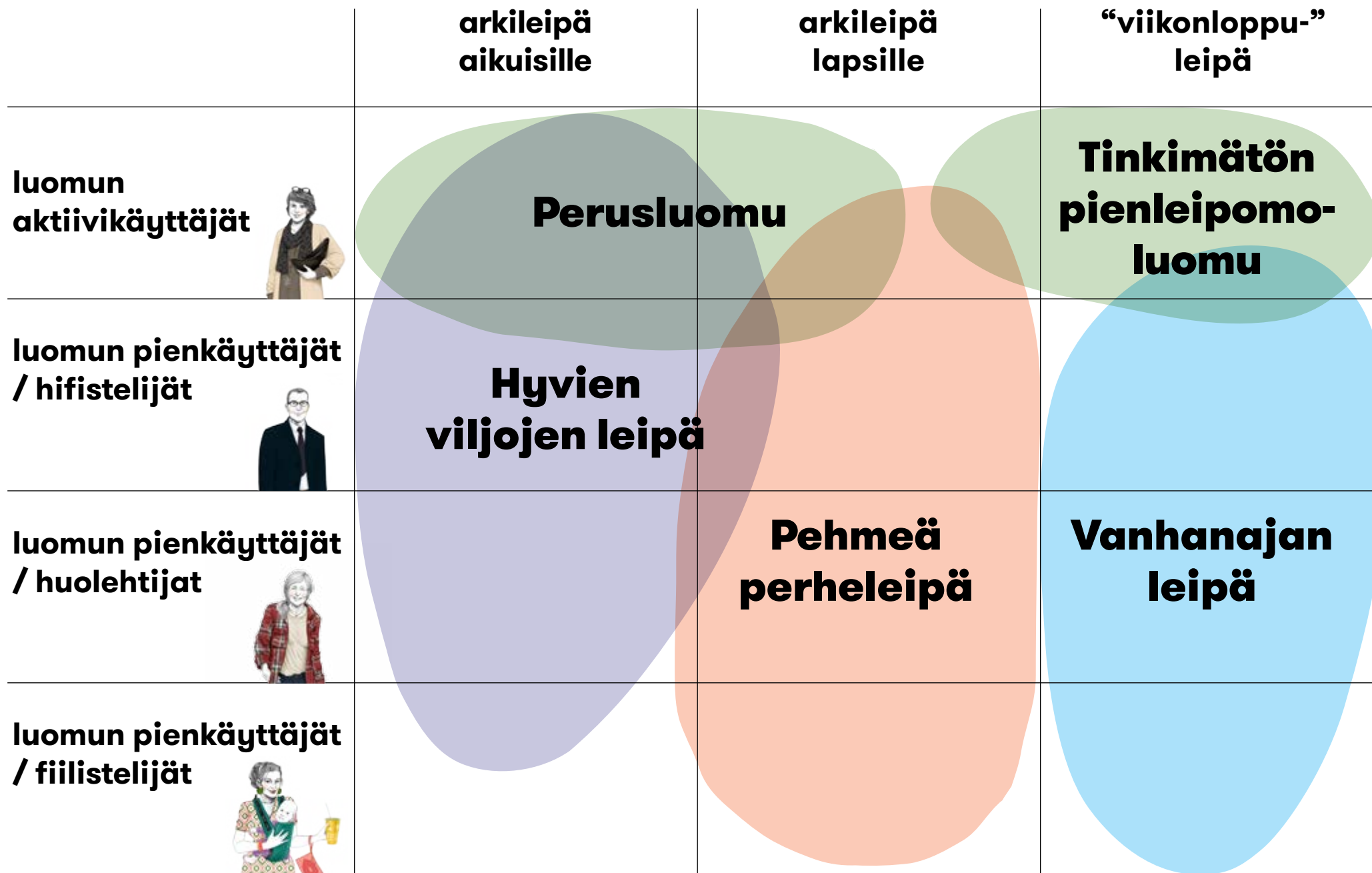
**Perusongelma on että nykyiset luomuleivät
on tehty luomun aktiivikäyttäjille ja niissä
viestinnän kärkenä on pelkkä luomu.**

**Pienleipomot tarjoavat heille paljon
laatuluomuleipiä ja isot leipomot ovat
kokeilleet perusleipien luomuversiona.**

	arkileipä aikuisille	arkileipä lapsille	“viikonloppu-” leipä
luomun aktiivikäyttäjät 	Perusluomu		Tinkimätön pienleipomo- luomu
luomun pienkäyttäjät / hifistelijät 			
luomun pienkäyttäjät / huolehtijat 			
luomun pienkäyttäjät / fiilistelijät 			

Löysimme myös täyttämättömiä luomuleipätarpeita, joilla luomun pienkuluttajatkin saataisiin ostamaan enemmän luomuleipää.

Luomun pienkäyttäjärühmissä on kriittistä huomioida se, että luomun edelle menee muita kriteereitä ja luomun lisäksi tuotteen pitää sisältää muutakin kohderyhmiä puhuttelevaa lisäarvoa.





Perusluomu

Tutut tuotteet luomun lisäarvolla.

Useimmat isojen leipomojen luomuleipäkonseptit on rakennettu sillä tekemällä suositusta ja hyväksi havaitusta leipäbrändistä luomuversio.

Esimerkkinä tässä haastatteluissa ja co-creationissa esiin nousut Oulaisen luomujälkiuunileipä. Tämä konsepti toimii hyvin – mutta vain niille kuluttajille joille luomu itsessään on leivässä merkittävä lisäarvo.

Valitettavasti tämä on vain pieni joukko kuluttajia.

Luomun pienkuluttajat valitsevat alkuperäisen tuotteen, vaikkei hinta-erokaan olisi suuri. Jos tällä periaatteella tehtyjä konsepteja halutaan myydä myös laajemmille joukoille, heille pitää pystyä paremmin kommunikoimaan luomun hyödyt leivässä.





KOROSTA



Luomun puhtaus.
Mitä konkreettista voidaan
kertoa luomuviljan eroista?

Kuluttaja kaipaa faktoja, voidaanko niitä antaa?



KOROSTA

Luomun ympäristöystävällisyys.
Joutsenmerkitty leipomo?

Eräs co-creation-workshopiin osallistuneista kuluttajista oli vakuuttunut, että luomujälkiuunileivässä on Joutsenmerkki. Olisiko se mahdollista tai voidaanko löytää jokin muu selkeä tapa kommunikoida luomuviljan ympäristöystävällisyydestä? Toinen kuluttaja ehdotti että myisimme Itämerileipää, koska luomuviljely saastuttaa Itämerta vähemmän.



VARO



Kannattaa silti varoa ettei luvata liikoja.

Yksinkertaisessa tuotteessa
liiat väittämät ärsyttävät
erityisen paljon.



Hyvien viljojen leipä

Ravitsevat viljalajit / Ei mitään ylimääräistä

Suurin potentiaali kasvattaa luomuleipämarkkinaa on luoda kokonaan uusia konsepteja, jotka puhuttelevat luopu pienkäyttäjiä. Iso kasvu-potentiaali on hyvinvointitrendissä. Viljat ovat nyt kovassa huudossa, kunhan vältetään valkoista vehnää. Kaura ja ruis kiinnostavat.





KOROSTA

Luomu ja kotimaisuus uusin tavoin tulkiten.

Hyvinvointileivässä luomu ja kotimaisuus ovat lisäarvoja ja liittyvät toisiinsa. Kuluttaja pitää kotimaista viljaa puhtaana ja alkaa ymmärtää, ettei kaikki leipä ole kotimaisista aineksista tehtyä.

Kannattaa kuitenkin varoa kliseitä; luomunvihreä ja sinivalkoisuus kyllästyttää kuluttajia. Kun sanoimme että luomu ei erotu hyllystä, emme tarkoittaneet, että leipäbrändien pitäisi tehdä kirkkaamman vihreitä leipäpakkauksia, vaan nyt kannattaa satsata erottuvaan, mieleenpainuvaan designiin.



KOROSTA



Täsmällisyys kun viestitään
lähituotannosta.

Lähituotanto kiinnostaa, ja se yhdistyy luomuun, mutta jälleen kuluttajia ärsyttää, jos ollaan väittämissä epätäsmällisiä. Luomun periaatteisiin yhdistyy läpinäkyvyys: kerrotaan, mistä leivän sisältämä vilja tarkalleen ottaen tulee tai missä limppu on leivottu.



KOROSTA



Kommunikoidaan aineksia ja menetelmää,
kuluttaja tekee päätelmät terveellisyydestä.

Kuluttajat suuttuivat, kun väitimme esimerkkituotetta terveelliseksi.

Mutta kun terveellisyyden sijaan kommunikoimme raaka-aineista ja valmistusmenetelmistä, he tekivät päätelmät terveellisyydestä itse ja innostuivat tuotteesta.

Epätasälliset terveysväitteet ovat siis paha sudenkuoppa.



Pehmeä perheleipä

Lapsillekin maistuvaa, hyvää arkileipää

Kuluttajat kokivat että lapsille kelpaavaa luomuleipää ei ole saatavilla. Lapsille sopivassa luomuleivässä olisi potentiaalia. Eräskin kuluttaja sanoi, että valkoinen paahtiskin olisi luomuna paremman omatunnon valinta.





KOROSTA



Luomu = lisä- ja säilöntäaineeton.

Luomu tarkoittaa monelle lisäaineetonta vaihtoehtoa. Olisiko siis tässä mahdollisuutta tehdä "Snellmanit" eli nostaa kuluttajan laatuodotuksia murentamalla luottamusta tavallisiin tuotteisiin? Mikä olisi se leipomoalan natriumglutamaatti, pakastettu jauheliha tai lenkkimakkara, johon on pumpattu vettä? Isot leipomot tuskin haluavat ruveta nakertamaan omaa bisnestään, mutta luomuun erikoistuneet tuottajat voisivat viitata siihen, mitä he tekevät toisin kuin ei-luomut.



KOROSTA

Pehmeä, mutta kuitu- ja täysjyväpitoinen luomuleipä kiinnostaa.

Vanhempi hakee hyvää kompromissia omien terveystavoitteidensa ja lasten vaatimusten välillä.



VARO



Alleviivatusti lapsille
markkinoitu leipä ärsyttää.

Vaikka haastatteluista tuli selkeästi tarve lasten makuun sopivalle luomuleivälle, kuluttajia ärsytti, kun esittelimme heille lasten leipäkonseptin. Tavoitteena on, että koko perhe syö samaa leipää eikä nirsoille lapsille anneta periksi. Leivän pitää siis olla koko perheen mieleen eikä lapsia kannata alleviivata markkinoinnissa.



VARO



Perhetuotteen pitää olla sopivasti
arkinen ja edullinen.

**Tarvetta on nimenomaan kohtuullisen edulliselle arkiluomuleivälle.
Mielikuvien tasolla luomuleipä on todellista kalliimpaa
ja siksi tämän kanssa täytyy olla tarkkana.**



our Fresh Ingredients.
Your Passion.



Vanhanajan leipä

Aito menetelmä / Alkuperä / Premium-pakkaus

Kuluttajat liittävät luomuleipään aitouden ja alkuperäisyyden. Tällä kannattaa ratsastaa, sillä se tuo mielenkiintoisen lisäarvon luomuleipään. Tästä hyvä esimerkki on erään toisen viljatuotteen, pienpanimoiden luomuoluiden hyvä myyntimenestys viime vuosina.





KOROSTA



Perinteisestä leivontamenetelmästä
kertominen vetoaa.

**Perinteinen leivontamenetelmä, taikinajuuri ja kiviaria kiinnostaa. Kuluttajan korvissa
tällainen leipä kuulostaa jopa terveelliseltä, vaikka se sitten olisikin vehnäleipää.**



KOROSTA



Yhteys tuottajaan: Suomalaisuus on tärkeää ja tuottajan reilu kohtelu lisää leivän arvoa.

**Leivän tarinaa kannattaa kertoa niin pitkälle kuin mahdollista.
Luomuun liitetään myös eettisyys ja rehdit tuottajahinnat – viljelijän toimeentulolla on merkitystä.**



VARO



Liian halvan näköinen pakkaus
laatutuotteessa.

Kun leipää tehdään näin tinkimättömästi, täytyy myös pakkauksen olla sen mukainen. Nykyiset laatuluomuleivät ovat usein juuri tässä kohtaa eivätkä erotu hyllyssä edukseen. Kauniit paperipussit toistuivat koko ajan kuluttajan puheissa, ja tässä tuotteessa pakkauksella on erityisesti merkitystä.

Kuunnellaan luomun pienkäyttäjää!

**Hänessä on luomuleivän kasvun mahdollisuus.
Ja muistetaan, että hänelle kriteereinä leivän
ostamisessa on luomun edellä muita tarpeita:
terveys, perhearki ja laatu. Onneksi nämä kaikki
kolme linkittyvät luomuun luontevasti.**

	arkileipä aikuisille	arkileipä lapsille	“viikonloppu-” leipä
luomun aktiivikäyttäjät 	Perusluomu Luomun konkreettiset hyödyt itseni ja ympäristön kannalta.		
luomun pienkäyttäjät / hifistelijät 	TERVEYS: Hyvien viljojen leipä Raaka-aine / Yksinkertaisuus / Suomalaisuus	PERHEARKI: Pehmeä perheleipä Kompromissi lapsen ja aikuisen tarpeisiin / Sopiva arkisuus	LAATU: Vanhanajan leipä Alkuperä / Leivonta- menetelmä / Pakkauksen laatuvaikutelma
luomun pienkäyttäjät / huolehtijat 			
luomun pienkäyttäjät / fiilistelijät 			

1.

LUOMU & TERVEYS

”Luomu lupaa, että viljan viljelyssä ei ole käytetty kemikaaleja tai torjunta-aineita. Ihmiset saavat muutenkin niitä kaikkialta.”

2.

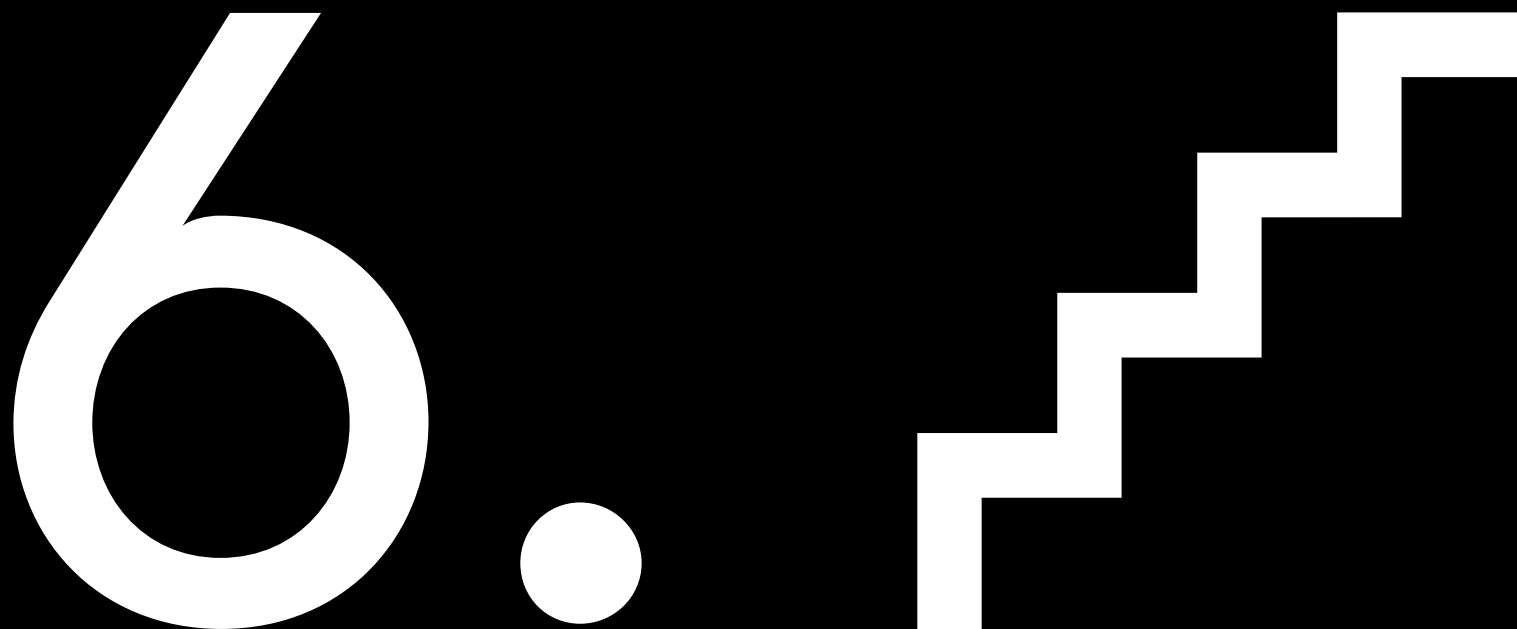
LUOMU & PERHE

**“Lapset puputtaa hirveesti leipää.
Jos lasten suosikkipaahtista ois
luomuna ja maksaisi kaksi kertaa
enemmän, ostaisin ehdottomasti.”**

3.

LUOMU & LAATU

”Kyllä mä uskon että luomun ero on siinä maussa. Enemmän pehmeyttä ja oikeanlainen happamuus mitä aidossa ruisleivässä on jos se on juureen tehty.”



theinformedconsumer.fi / #tiedostavakuluttaja
paivi.korteniemi@kuudes.fi / saara.jarvinen@kuudes.fi