

Jääkö luomu ilmastokeskustelun jalkoihin?

Tuoretta tutkimustietoa tiedostavasta kuluttamisesta
Suomessa ja Ruotsissa

Päivi Korteniemi & Petra Väänänen-Leimu

#theinformedconsumer
#tiedostavakuluttaja
#kuudesdesign

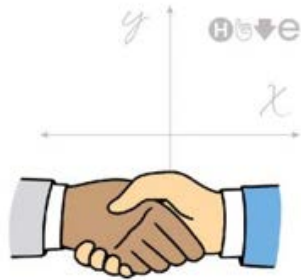
Kuudes on asiakaslähtöisiä
strategioita ja konsepteja
suunnitteleva **design-toimisto.**



ASIAKAS- YMMÄRRYS

1

- Kvantitatiivinen
- Kvalitatiivinen tutkimus



STRATEGIA & INNOVOINTI

2

- Brändi- ja portfoliostrategia
- Palvelumuotoilu
- Innovointi



GRAAFINEN SUUNNITTELU

3

- Visuaalinen ilme
- Pakkaus-suunnittelu



DIGITAALINEN SUUNNITTELU

4

- Käyttöliittymä-suunnittelu
- Digitaalinen design



TILA- SUUNNITTELU

5

- Tilasuunnittelu

Syvällinen asiakasymmärrys

on työkalumme
hahmottaa ja kuroa
tämä kuilu
umpeen.



Arvot, motiivit, pyrkimykset



Arki todellisuudessa

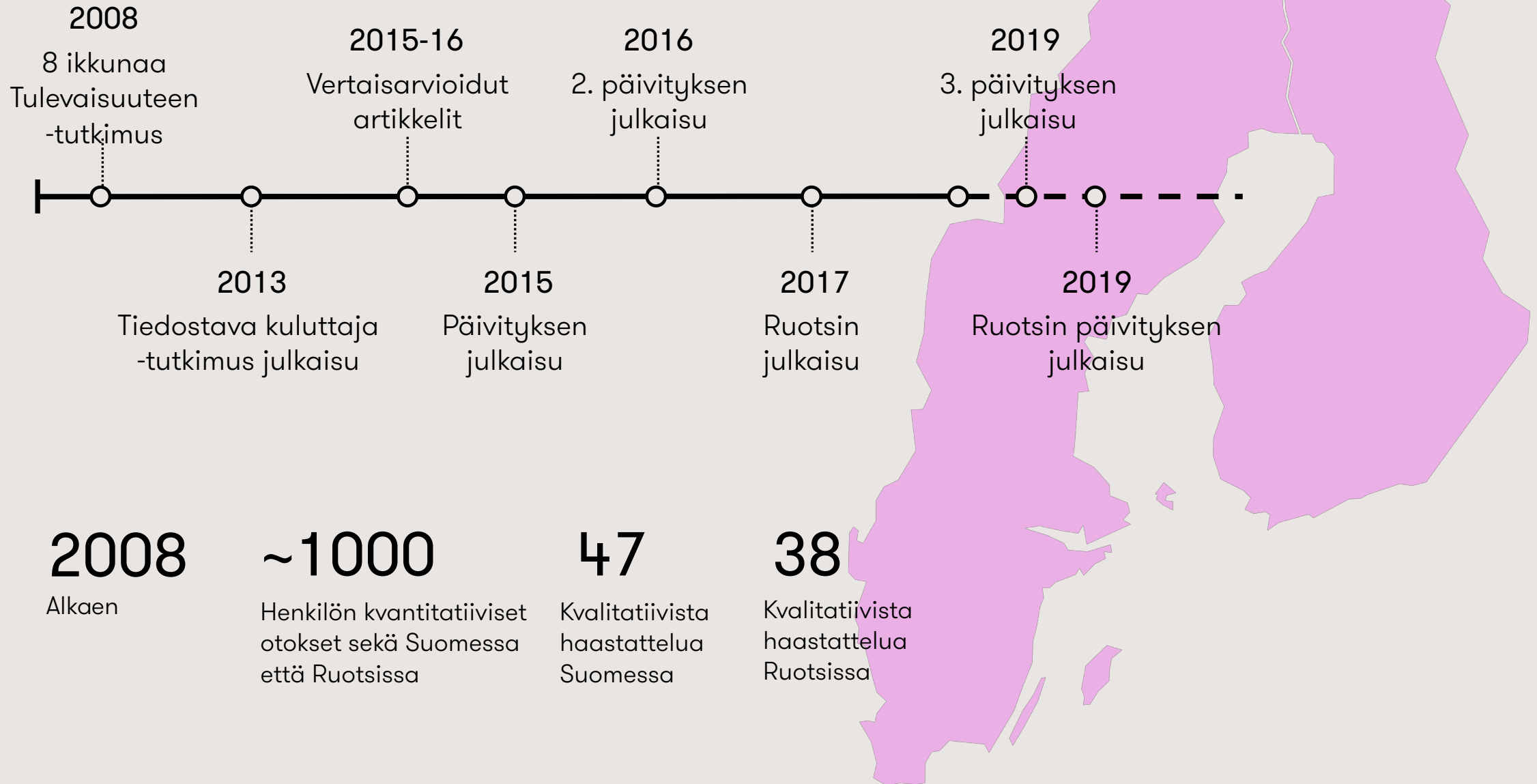
6.

6,60 €

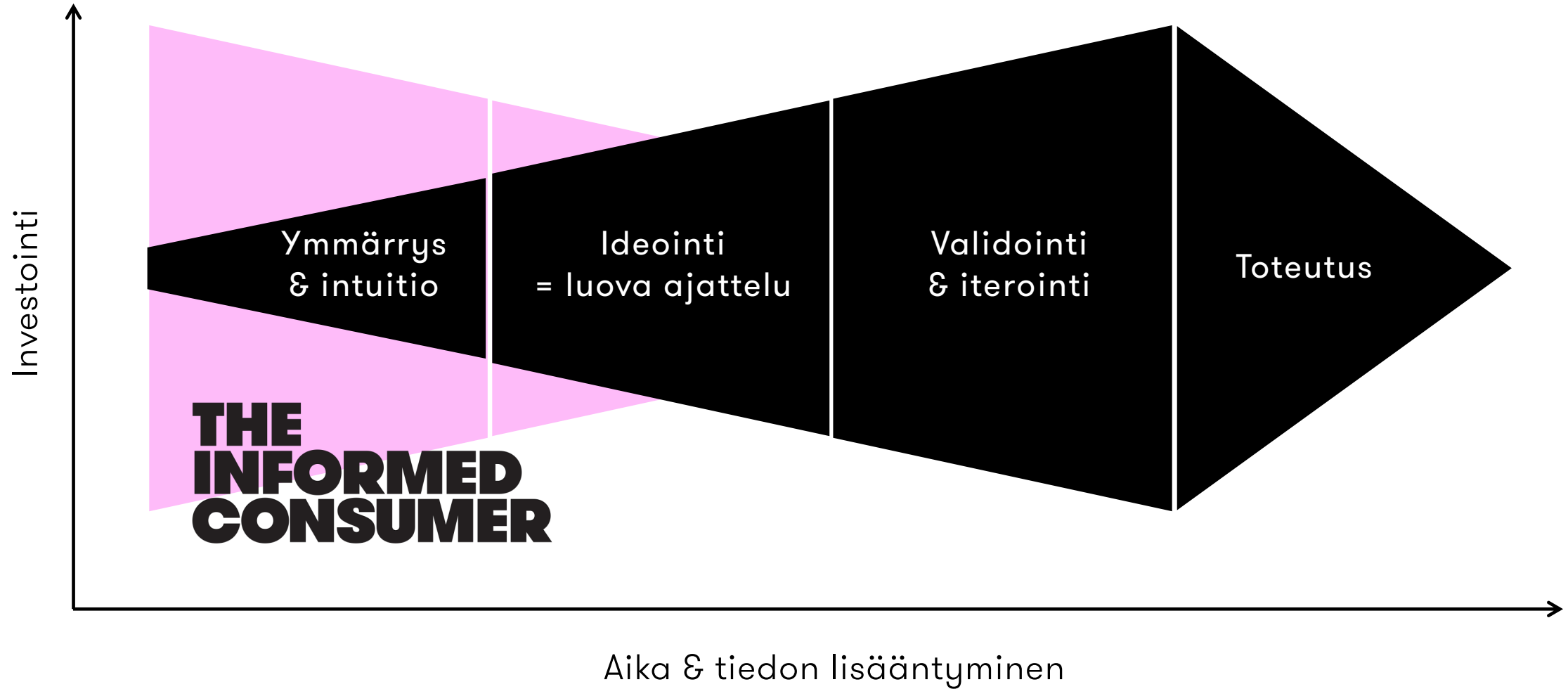
THE INFORMED CONSUMER

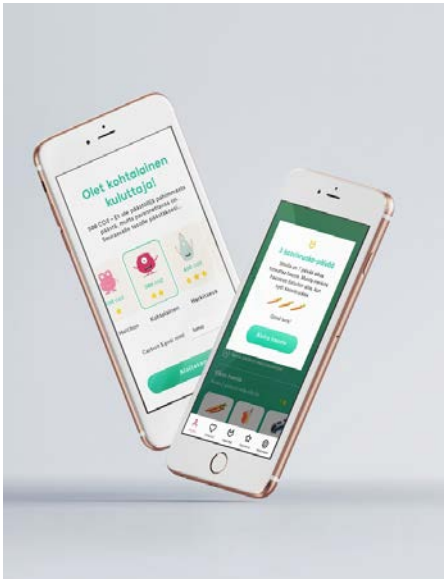
Tiedostava kuluttaja



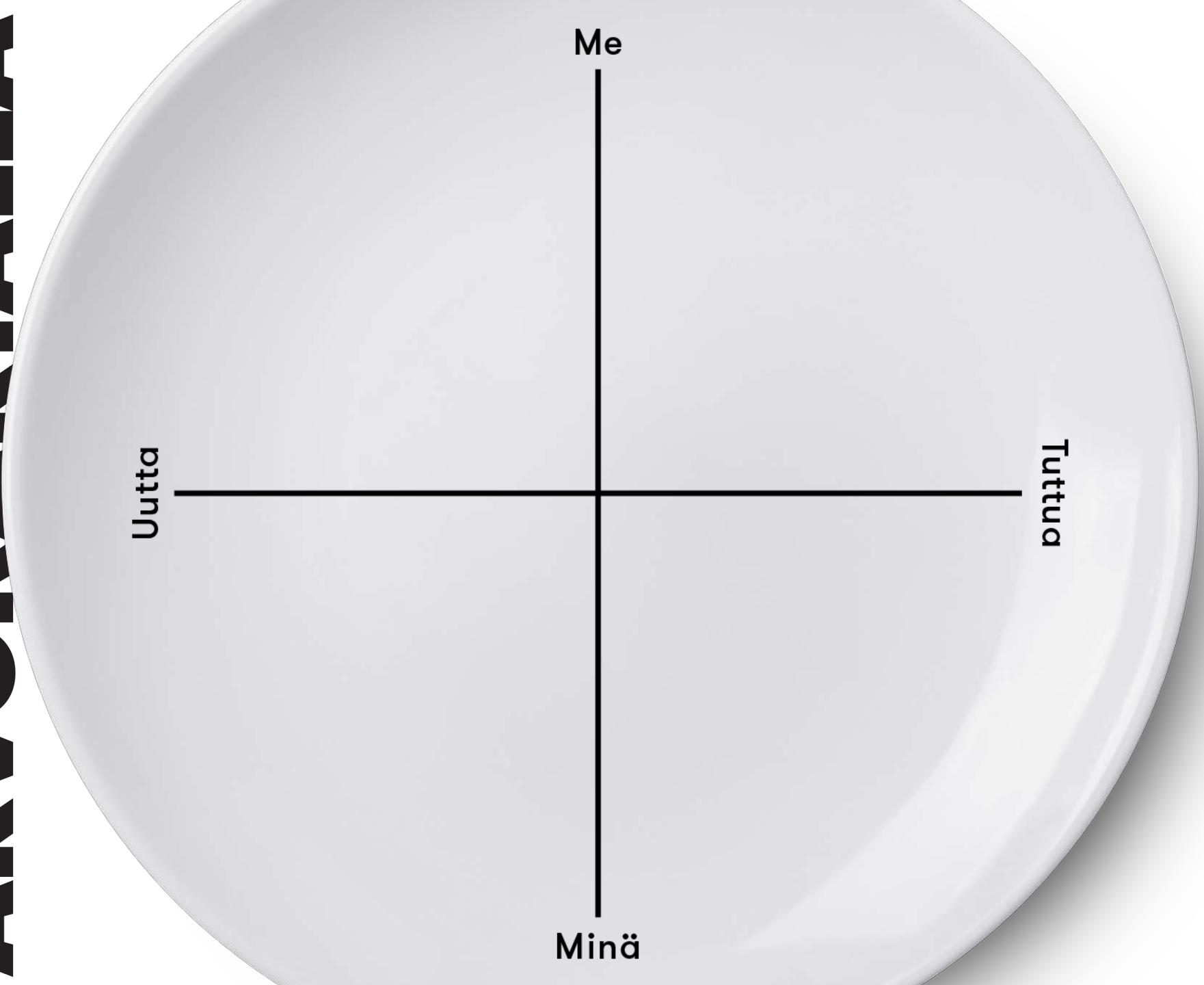


Miten kehitämme asiakaslähtöisiä strategioita ja konsepteja

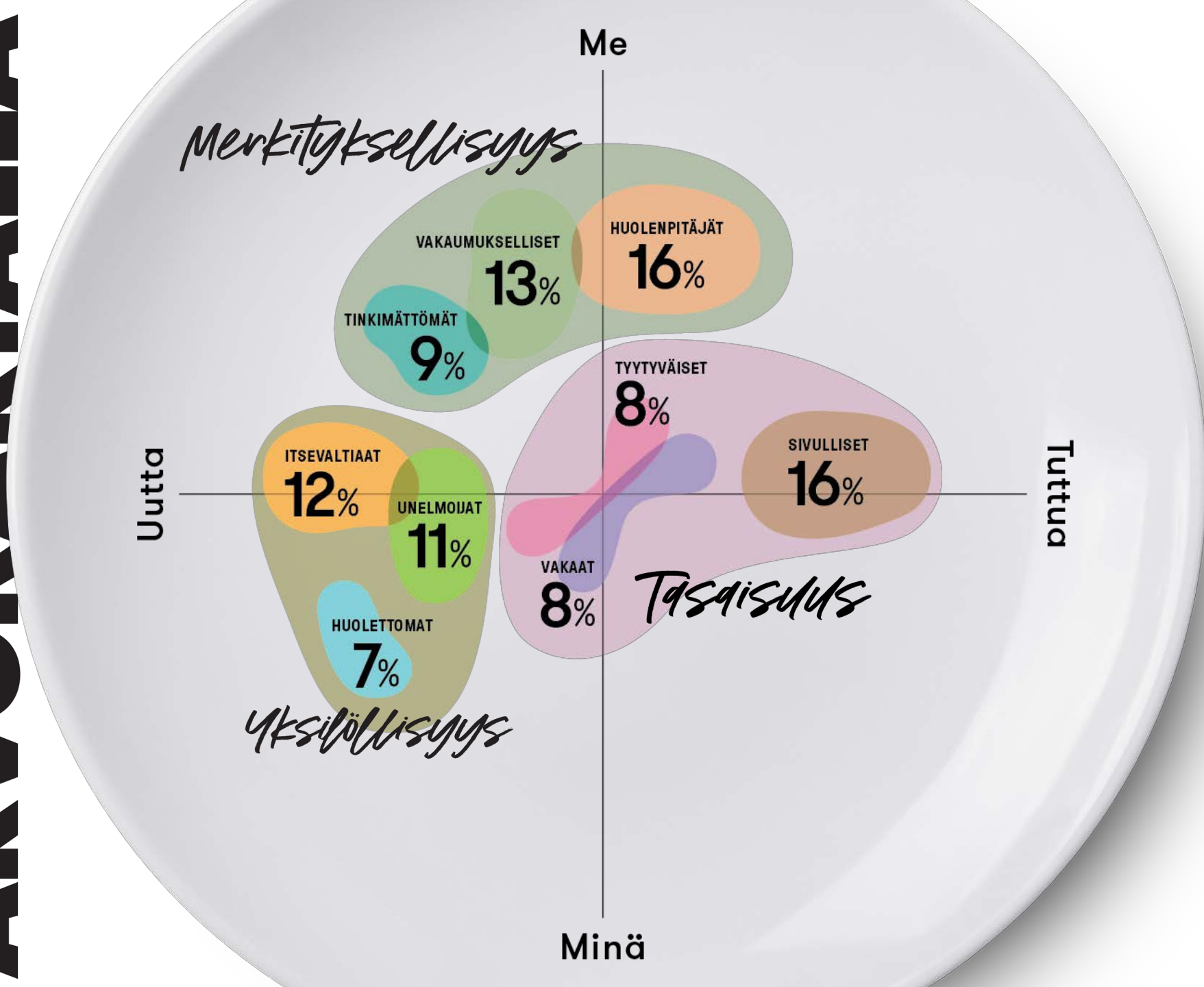




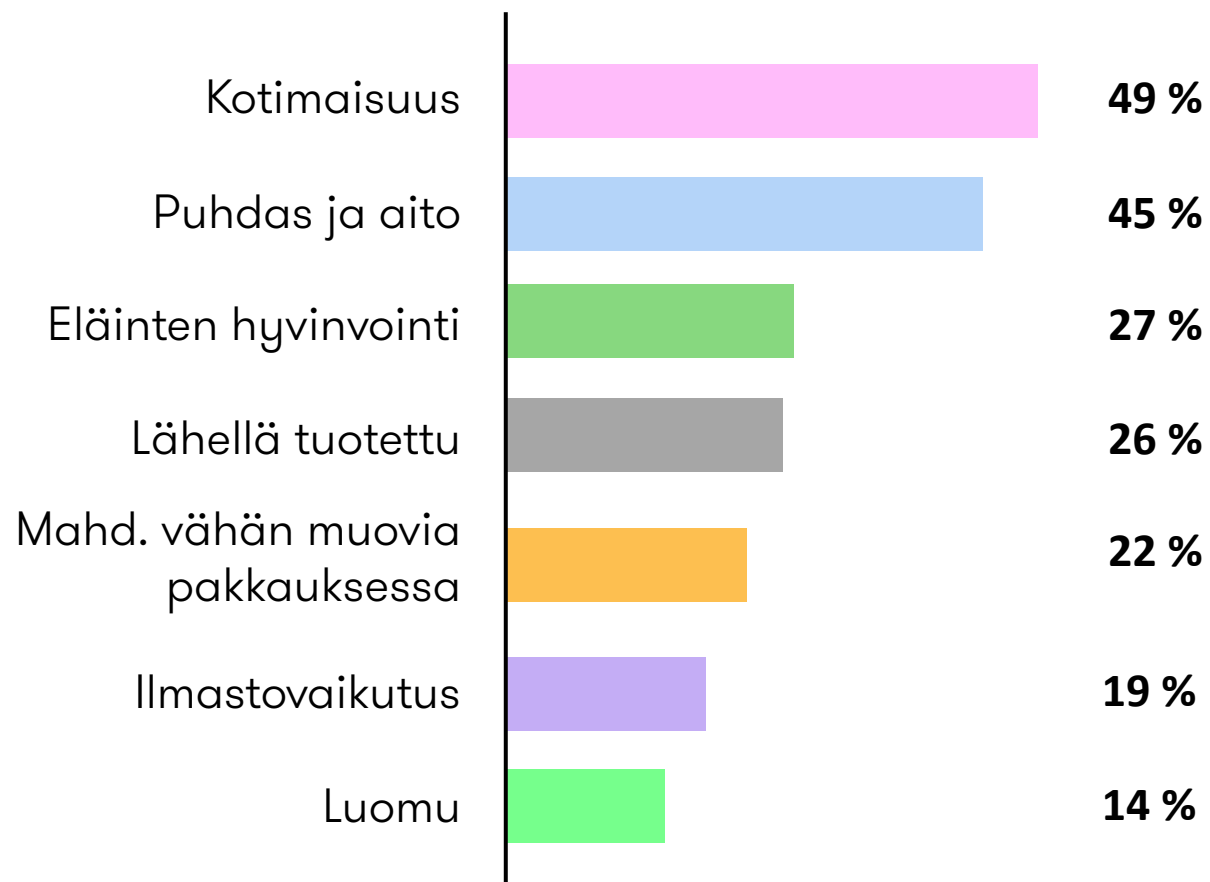
SUOMALAISET KULUTTAJAT ARVOKARTALLA



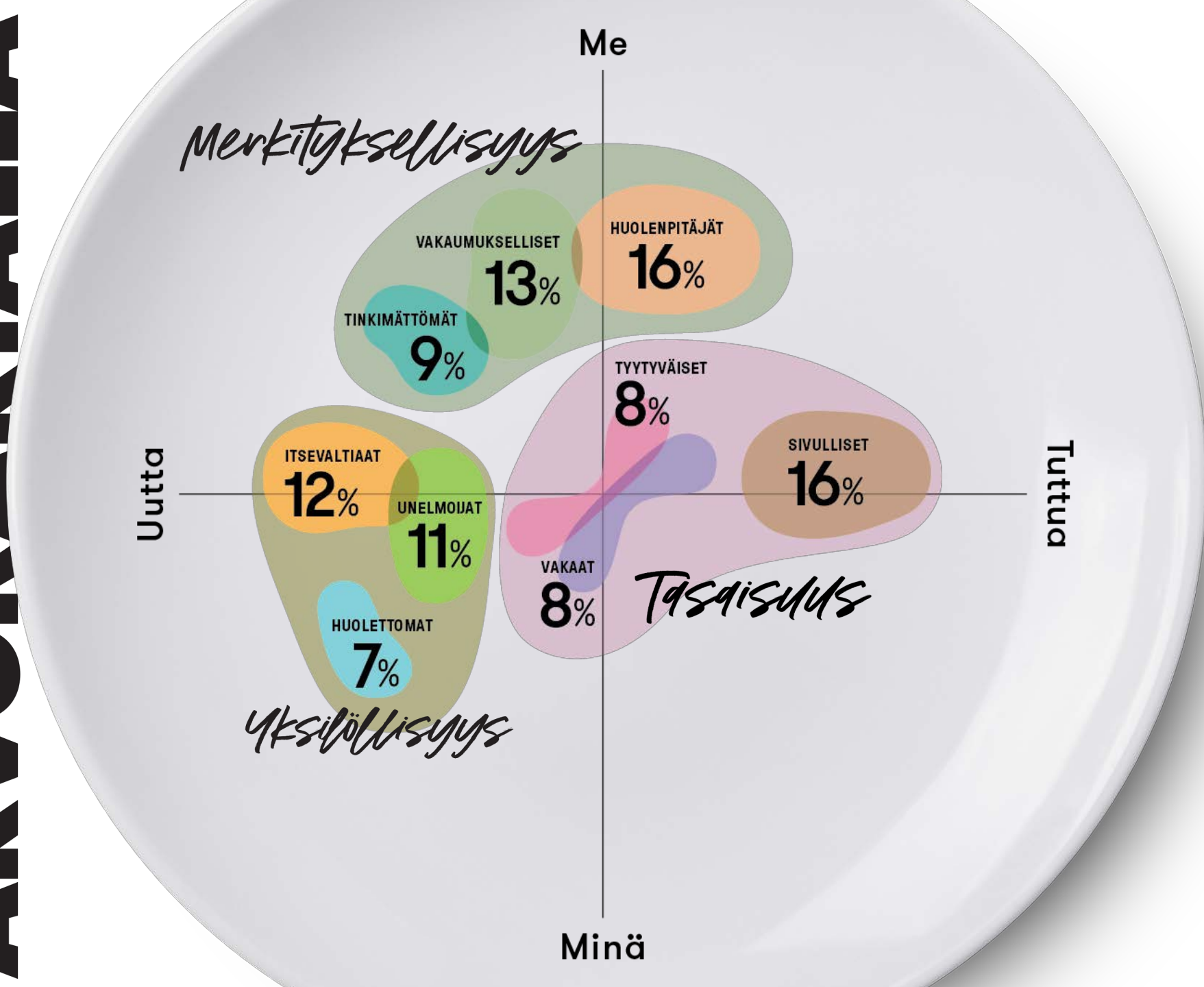
SUOMALAISET KULUTTAJAT ARVOKARTALLA



Tärkeimmät vastuullisuuteen liittyvät valintakriteerit ruuassa



SUOMALAISET KULUTTAJAT ARVOKARTALLA



Merkityksellisyys

Yksilöllisyys

Tasaisuus

Tiukimattömät

9%



“Luomu edustaa minulle kokonaisvaltaista korkeaa laatua.”

Vakavarmukselliset

13%



“On ihanaa, että luomun ostaminen on helpompaa. Valikoimaa on koko ajan enemmän.”

Huoleenpitäjät

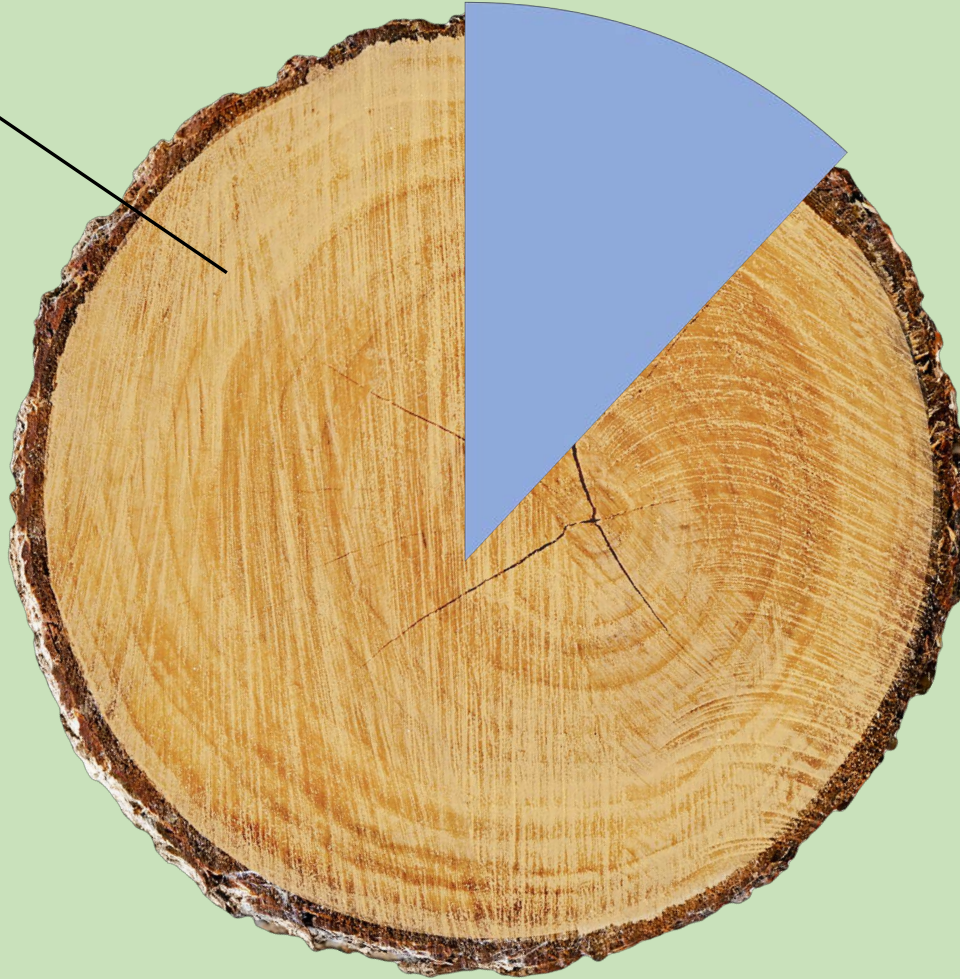
16%



”Aikuisten lasteni kautta olen oppinut ostamaan luomua. Erityisesti silloin, kun hinta ei ole este.”

65%

Pitää luomua
laadukkuuden
edellytyksenä.



50%

Käyttää mahdollisimman
paljon itse kasvattamia ja
hankkimia luonnontuotteita
kuten kasviksia, marjoja ja
sieniä.

47%

Pitää tärkeänä,
että ruoka on
mahdollisimman
ei-teollista.

Checklist

- ✓ Eihän luomu sulje pois muita vastuullisuuden ulottuvuuksia?
- ✓ Rehellisyys, aitous ja läpinäkyvyys: onko brändillä uskottava missio?
- ✓ Onko tuote puhdas ja luonnollinen?
Puolivalmisteisiin ja valmisruokiin luomu tuo aitoutta ja luonnollista mielikuvaa.
- ✓ Onko tuote kokonaisvaltaisesti laadukas ja tinkimättömästi valmistettu?



Kruunuherkku Pinaattiohukaiset
Ruoka-arjen helpottaja, jossa ei tarvitse tehdä kompromissejä. Käsityönä tehdyt luomuohukaiset sisältävät 23% pinaattia.

Merkityksellisyys

Yksilöllisyys

Tasaisuus

Itsevalttiat

12%



"Tällä hetkellä olen ketogeenisellä ruokavaliolla. Luomuna aina liha".

Uuelmoijat

11%



"Välillä hemmottelen itseäni ostamalla Renée Voltairen luomugranolaa, jossa on ihanan kaunis pakkaus".

Huolettomat

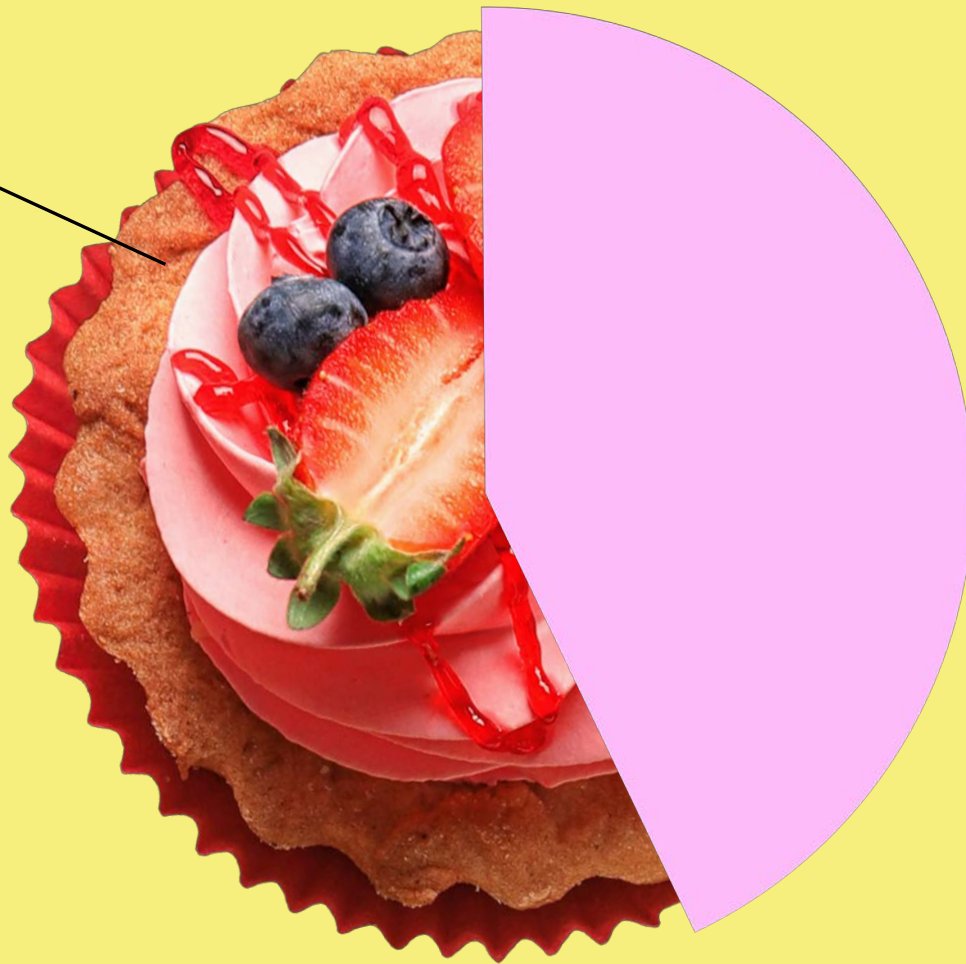
7%



"Ostin luomukananmunia kun tavalliset oli kaupasta loppu."

61 %

On tehnyt muutoksia ruokatottumuksiinsa viimeisen vuoden aikana.



52 %

Ei ole valmis tinkimään elämyksistä vastuullisuuden vuoksi.

27 %

Suosii terveyttä edistävää ruokaa.

Checklist

- ✓ Onko brändi kiinnostava, elämyksellinen ja rakentaako se kuluttajan omaa identiteettiä?
- ✓ Tuo luomua esiin hyvinvointinäkökulmasta.
- ✓ Onko luomutuote helppo omaksua ja ottaa osaksi arjen rutiineita?
- ✓ Älä saarnaa, vaan puhu vastuullisuudesta ja luomusta positiivisten asioiden kautta. Älä luo ahdistusta vaan tarjoa ratkaisuja.



Well Told Health
Elämyksellisen luomuravintolisäbrändin kauniita pakkauksia pitää mielellään esillä ja luomu lisää laatu- ja terveellisyysvaikutelmaa.

Merkityksellisyys
Yksilöllisyys

Tästä alkaa

Tyyttyväiset

8%



”Haluaisin ostaa enemmän luomua ja lähiruokaa, mutta kolmilapsisessa perheessä se ei aina ole mahdollista”.

Vakavat

8%



”En ole varma, onko luomu aidosti ympäristölle parempi. Näkökulmia on niin monia”.

Sivulliset

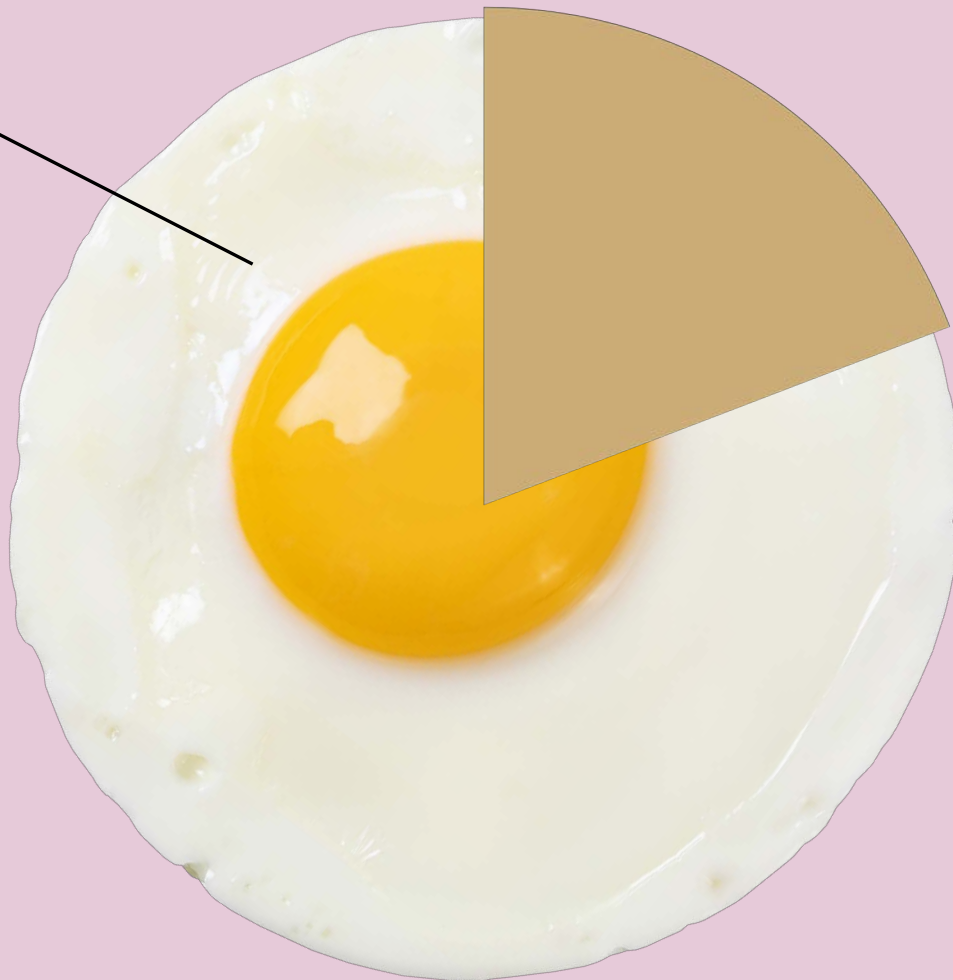
16%



”Ei kovin paljon puhuttele, ei ole mun juttu.”

57 %

Ajattelee, että
vastuullinen
kuluttaminen on
vaikeaa ja kallista.



42 %

Pitää tärkeänä,
että ruoka on
puhdasta ja aitoa.

5 %

Pitää luomua
tärkeänä
valintakriteerinä
ruokaa ostettaessa.

Checklist

- ✓ Kotimaisuus riittää, luomu koetaan usein turhaksi.
- ✓ Luomutuote voi kiinnostaa, jos hinta on lähellä tavallisen tuotteen hintaa.
- ✓ Luomu kannattaa perustella rationaalisin faktoin ja tuoda sitä esille mahdollisimman monenlaisen hyödyn kautta (esim. maku, hyvinvointi, tuottajat).
- ✓ Älä odota että kuluttaja muuttaa radikaalisti käyttäytymistään, sillä uusien rutiinien omaksuminen vaatii aikaa.

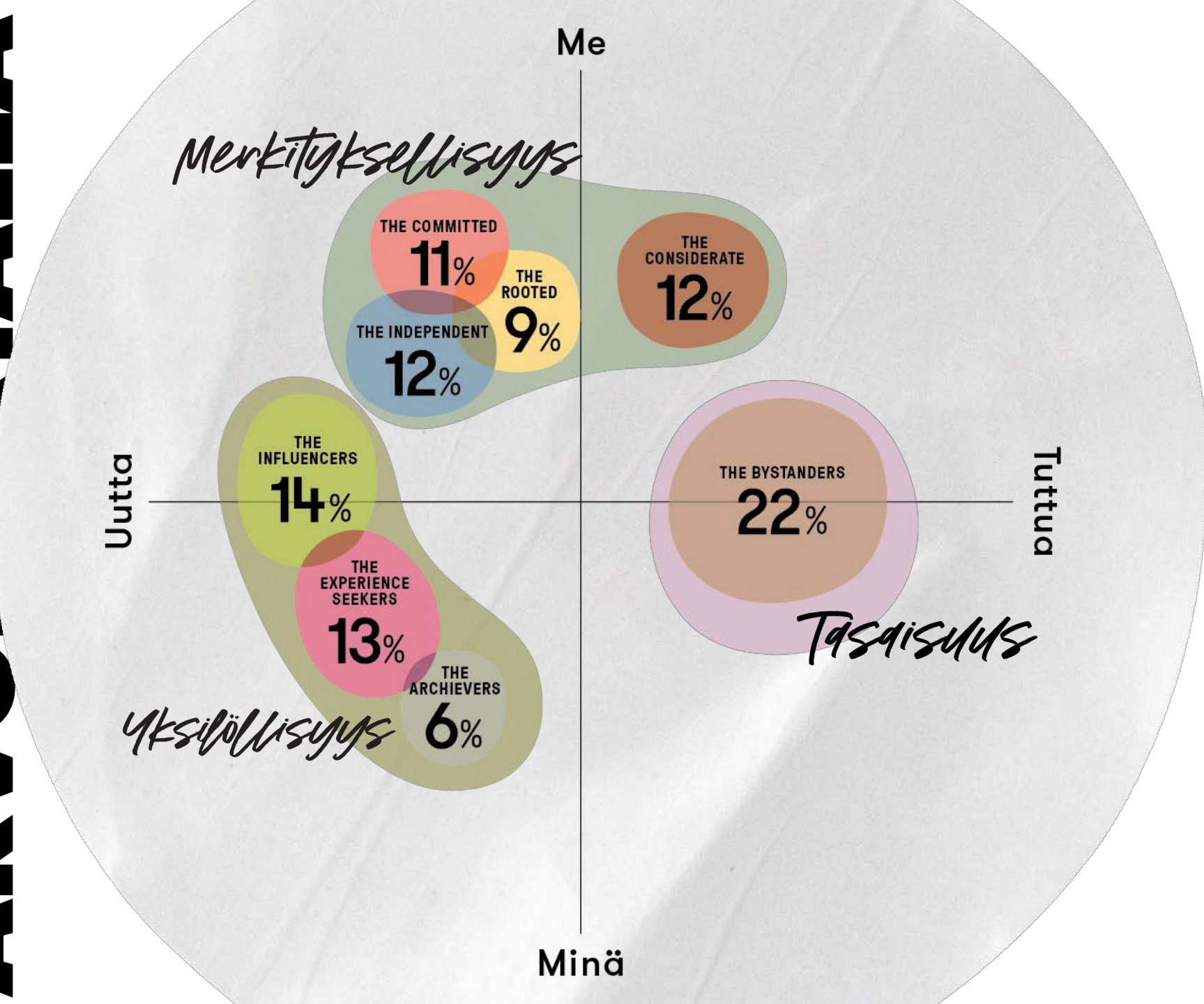


Kotimaista Luomu Kaurahiutale
Tutun tuotteen voi ostaa luomuna, jos hintaero tavalliseen on hyvin pieni ja jos tuote on kotimainen.

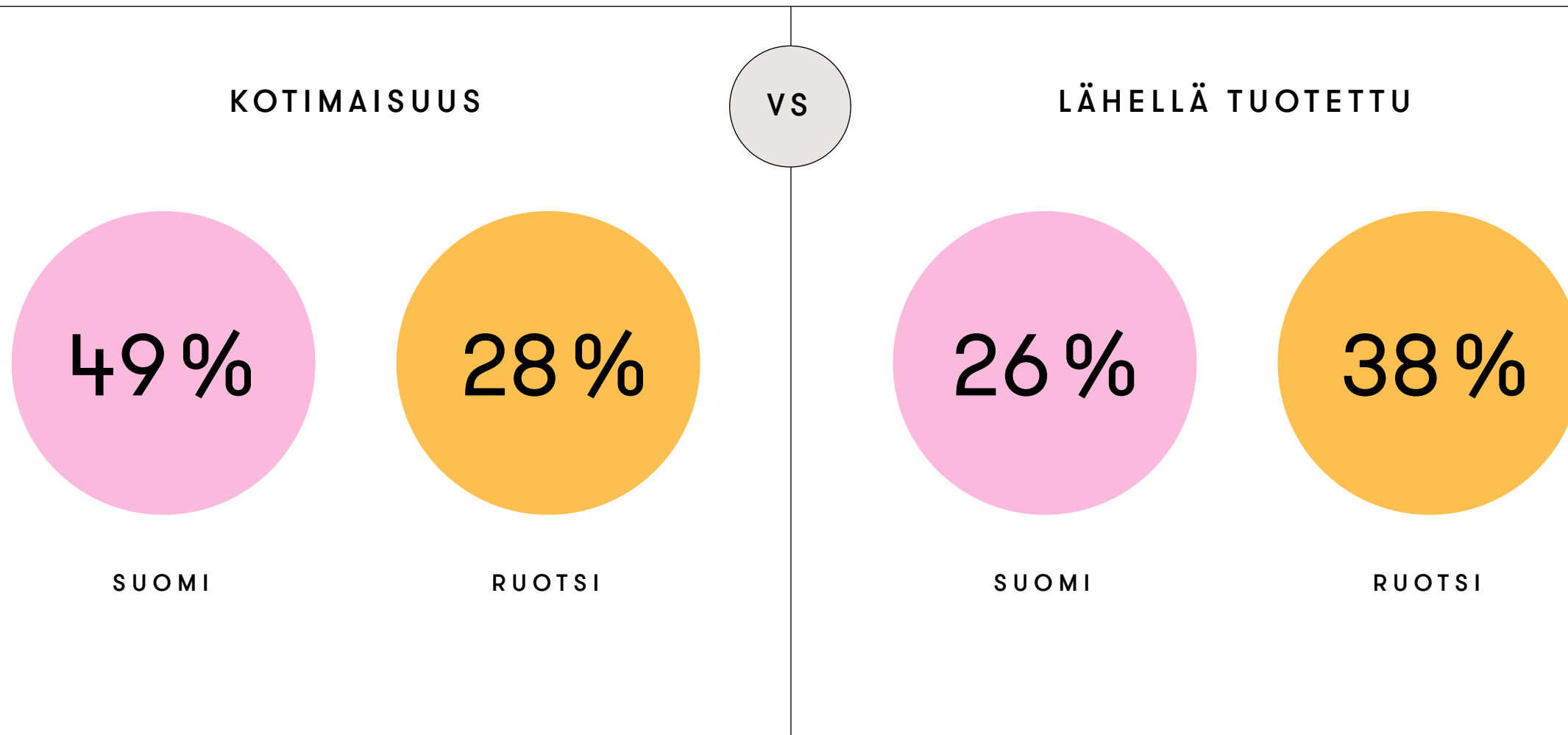
Entä miten länsinaapurissa?



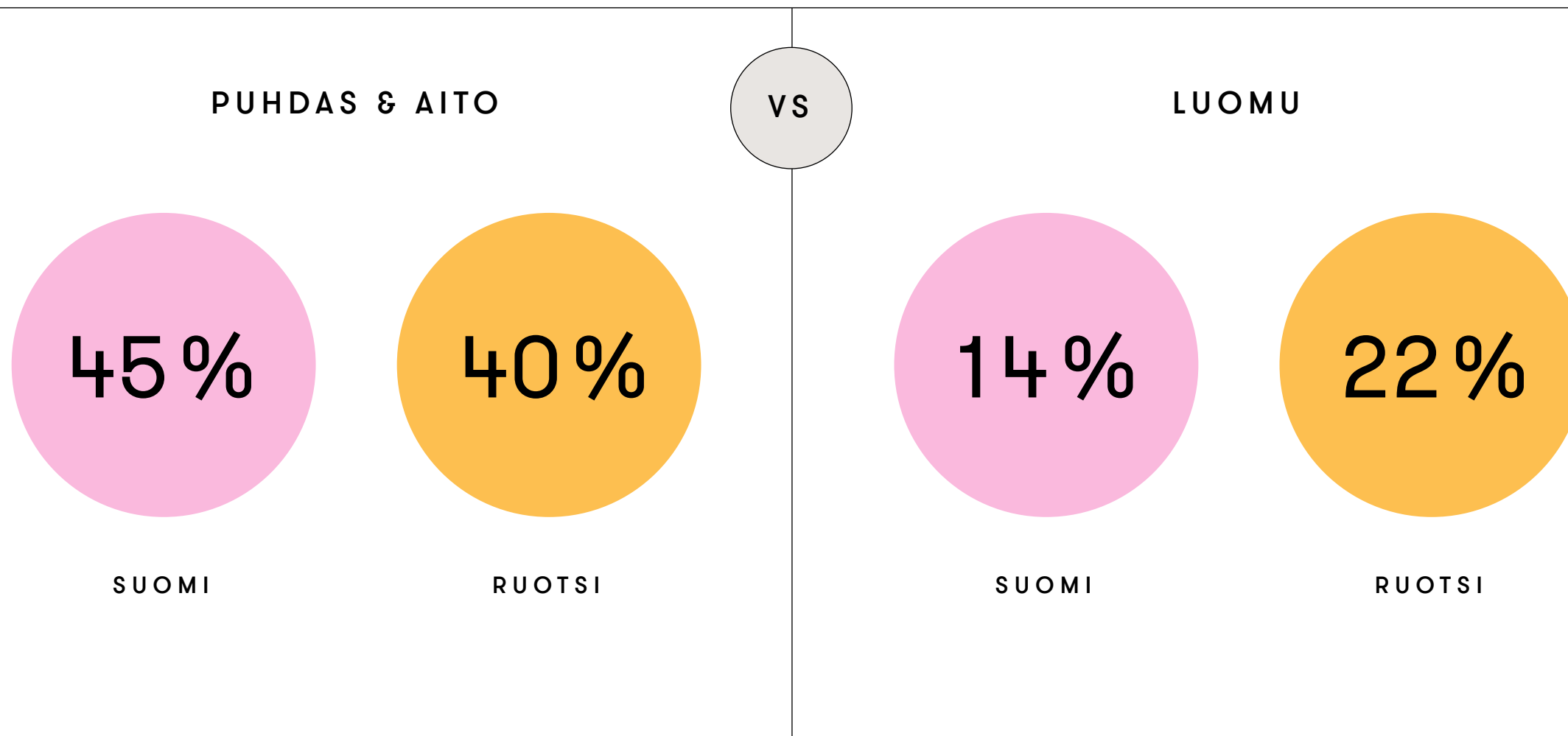
RUOTSALAISET KULUTTAJAT ARVOKARTALLA



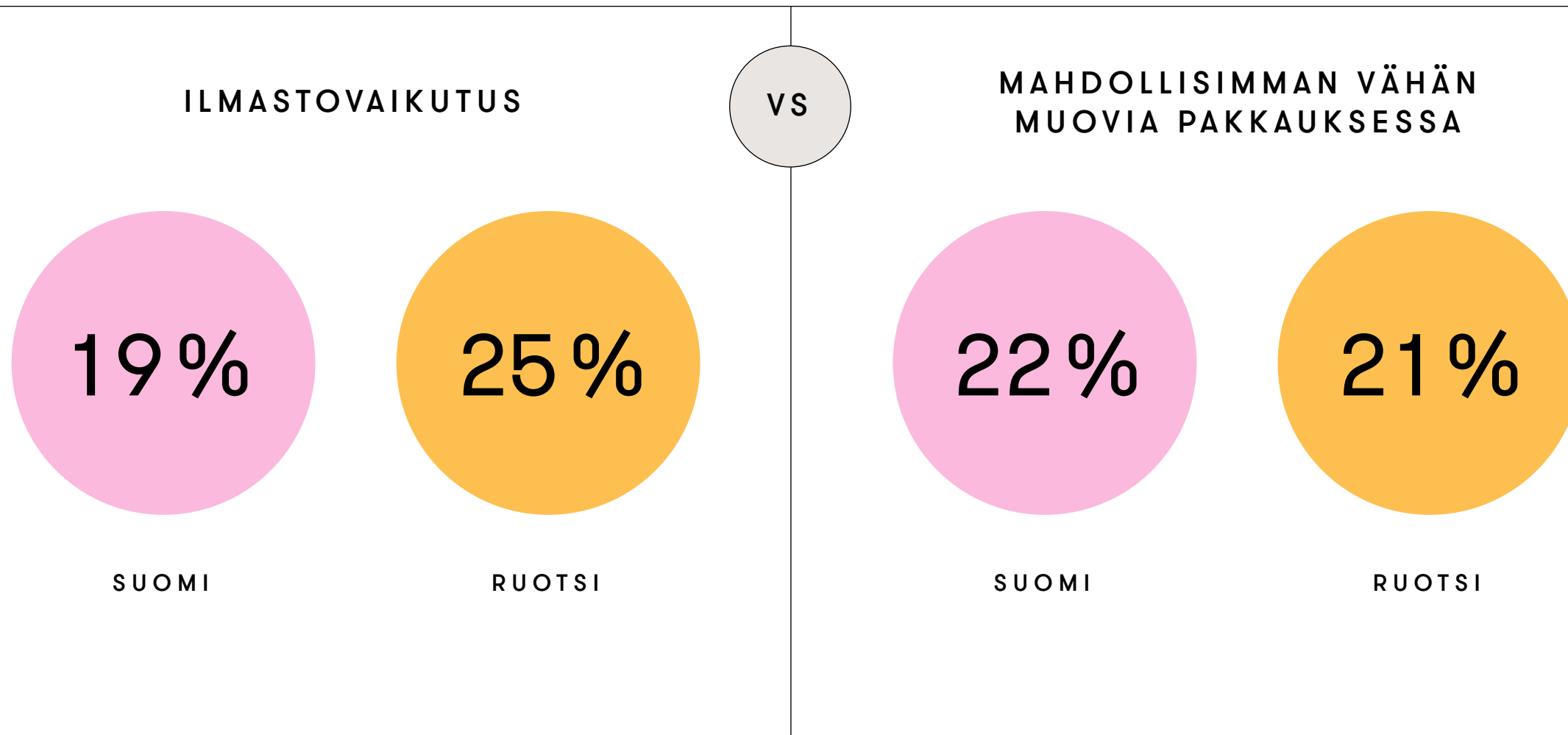
Tärkeimmät vastuullisuuteen liittyvät valintakriteerit ruuassa Suomessa ja Ruotsissa



Tärkeimmät vastuullisuuteen liittyvät valintakriteerit ruuassa Suomessa ja Ruotsissa



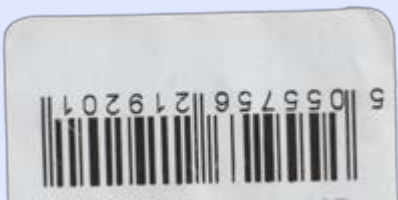
Tärkeimmät vastuullisuuteen liittyvät valintakriteerit ruuassa Suomessa ja Ruotsissa





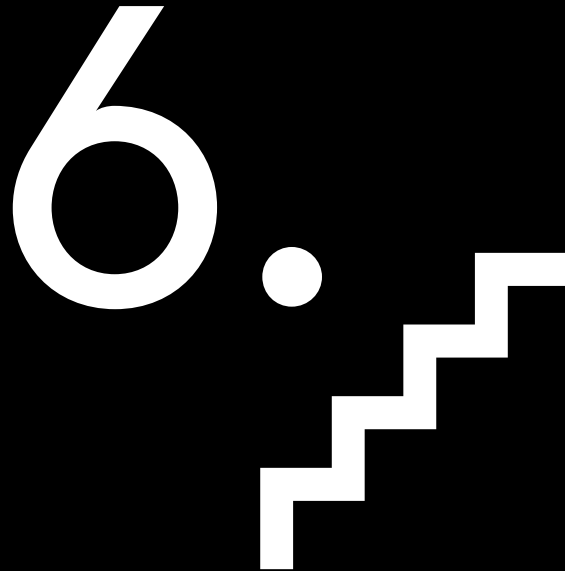
Johtopäätökset

1. Ilmastovaikutukset dominoivat ruokaan liittyvää vastuullisuuskeskustelua. Voimmeko yhdistää tuotteissamme ilmastonäkökulman ja luomun?
2. Kuluttajakenttä on pirstaloitunut ja syitä käyttää luomua on monia. Valitse kohderyhmäsi ja ymmärrä heidän motiivinsa luomun suhteen.
3. Luomu kattaa alleen usean ajankohtaisen trendin. Miten hyödyntää näitä asioita luomubrändin kehityksessä ja kommunikoinnissa?



Kuudes Helsinki
Tehtaankatu 27-29 D
4. Krs, 00150 Helsinki

www.kuudes.com



Päivi Korteniemi,
Strategy Director
paivi.korteniemi@kuudes.com

Petra Väänänen-Leimu,
Insight Specialist
petra.vaananen-leimu@kuudes.com