

KANTAR

Luomun kuluttajabarometri 2019

Pasi Saarnivaara

Tanja Kyhälä

Anne Kallinen

4.10.2019

221400268

KANTAR

Kantar TNS Agri Oy

Luomun kuluttajabarometri 2019



Maa- ja metsätalousministeriö

PRO LUOMU 

Sisältö

1	Tutkimuksen tavoite, toteutus ja tutkimusaineisto	8	13	Luomuvaihtoehdon tarjoaminen joukkoruokailussa	71
2	Luomuelintarvikkeiden ostouseus ja käyttäjäprofiilit	12	14	Luomuvalikoiman muutos viime vuosina	76
3	Luomun käytön muutos	23	15	Luomuelintarvikkeiden ostopaikat	80
4	Luomun käyttöaiheet	27	16	Luomun menekkiä edistäviä asioita	84
5	Kiinnostus tuotantotapaa ilmaiseviin asioihin	31			
6	Vastuullisuuteen liittyvien ominaisuuksien tärkeys	36			
7	Luomun merkityksen ymmärtäminen ja luomutietous	39			
8	Luomumerkin tunteminen	46			
9	Mielikuva luomun ja tavanomaisten elintarvikkeiden eroista	49			
10	Tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita	55			
11	Luomun imago	61			
12	Mielipiteet luomuun liittyvistä väittämistä	66			

1 Yhteenveto

Luomun suosio on kasvanut. Säännöllisesti luomua käyttävää 2,2 miljoonaa aikuista, 150 000 enemmän kuin kaksi vuotta sitten ja 550 000 enemmän kuin vuonna 2010. Yli puolet suomalaisista käyttää luomua säännöllisesti, muutamasta kerrasta viikossa kertaan kuukaudessa. Niin ikään yli puolet luomua säännöllisesti käyttävistä on aktiivikäyttäjiä, jotka syövät luomutuotteita ainakin viikoittain.

Käyttöaikeiden perusteella luomun kasvu jatkuu. Aktiivikäyttäjistä 70 % on lisännyt luomutuotteiden käyttöä ja lähes 90 % arvioi myös lisäävänsä sitä jatkossa. Muista säännöllisistä käyttäjistä käyttöä on lisännyt 40 % ja 70 % aikoo lisätä sitä jatkossa. Tämä kehityskulku heijastelee vastuullisuuden kasvua yleisenä kulutustrendinä, vastuullisuus ja siihen liittyvät arjen teot ja ostokäyttäytymisen muuttaminen vastuullisempaan suuntaan kasvaa myös muussa kuluttamisessa. Vain 10 % suomalaisesta aikuisväestöstä ei ole tutustunut luomuun lainkaan, osuus on pysynyt vuoden 2017 tasolla.

Luomun käyttö on laajentunut entistä tasaisemmin eri väestöryhmiin, pääkaupunkiseudulta muualle maahan, eri tuloluokkiin ja muidenkin kuin korkeakoulutettujen keskuuteen. Miesten osuus on kasvanut, mutta lapsiperheet ovat edelleen keskeinen käyttäjäryhmä.

Luomun koetaan eroavan tavanomaisesta eniten torjunta-aineettomuudella, ei-teollisilla lannoitteilla, luonnonmukaisuudella ja eläinten elinolosuhteilla. Aiempaa useammin mainitaan torjunta-aineettomuus/myrkyttömyys, erityisesti aktiivikäyttäjien keskuudessa. Puhtaus ja torjunta-aineettomuus sekä hyvä maku ja terveellisyys korostuvat luomun tärkeimpinä ostoperusteina. Maun ja ympäristöystävällisyyden/ekologisuuden merkitys on kasvanut.

Valikoimien koetaan laajentuneen. Luomun tarjoamista julkisissa ruokapalveluissa pidetään entistäkin tärkeämpänä.

Aktiivikäyttäjät kaipaavat saatavuutta ja lisää valikoimia, satunnaiset käyttäjät lisää vakuuttumista luomun erosta tavanomaiseen. Yli puolet voisi ostaa erittäin todennäköisesti tai todennäköisesti enemmän luomuelintarvikkeita, jos niiden hinta olisi halvempi. Hinnan merkitys on kuitenkin pienempi kuin kaksi vuotta sitten. Oikeudenmukaista korvausta tuottajalle pidetään edelleen tärkeänä.

Luomua säännöllisesti käyttävien määrä?

2,2 miljoonaa
käyttäjää

550 000 käyttäjää
enemmän kuin 2010

150 000 käyttäjää
enemmän kuin 2017

Tiivistelmä 1/3

Luomun ostouseus, käyttäjät ja käytön muutossuunnat

Yli puolet suomalaisista käyttää luomua säännöllisesti, muutamasta kerrasta viikossa kertaan kuukaudessa. Vuoteen 2017 verrattuna yhä useamman luomun käyttö on säännöllisempää ja käyttöä on lisätty. Aktiivikäyttäjiä eli ainakin viikottain käyttäviä on enemmän ja satunnaisia vähemmän. Lisäys on kohdistunut kerran viikossa käyttäviin, kun useana päivänä viikossa käyttäviä on entinen määrä.

- Säännöllisistä käyttäjistä yli puolet on aktiivikäyttäjiä ja heistä vajaat 40 % (11 % väestöstä) käyttää luomua useamman kerran viikossa. Luomua kokonaan vieroksuviien joukko on pysynyt 10 prosentissa, kuten vuonna 2017.
- Luomun käyttö on laajentunut entistä tasaisemmin eri väestöryhmiin, pääkaupunkiseudulta muualle maahan, eri tuloluokkiin ja muidenkin kuin korkeakoulutettujen keskuuteen. Miesten osuus on kasvanut, mutta lapsiperheet ovat edelleen keskeinen käyttäjäryhmä.
- Luomun kasvu jatkuu käyttöaikeiden perusteella. Kiinnostuneita on enemmän ja lisäysaikeita on useammalla kuin kaksi vuotta sitten. Merkittävä lisäyspotentiaali on säännöllisissä käyttäjissä, jotka ostavat luomutuotteita harvemmin kuin viikottain, mutta ainakin kuukausittain. Aktiivikäyttäjistä 70 % on lisännyt luomutuotteiden käyttöä ja lähes 90 % arvioi lisäävänsä jatkossa. Säännöllisistä käyttäjistä käyttöä lisänneitä on 40 % ja lisäysaikomuksia on 70 prosentilla.
- Aktiivikäyttäjät ovat edelläkävijäkuluttajia ja ruokavaikuttajia (Kantar Mind-aineiston mukaan).

Kiinnostus ruuan alkuperän ja vastuullisuuteen liitettäviin asioihin

Luomuun suhtautumisessa myönteinen suhtautuminen on kasvanut. Kysyttäessä vastuullisuuteen liitettävien asioiden tärkeydestä 56 % vastaajista pitää luomua erittäin tärkeänä, tärkeänä tai melko tärkeänä. Luomun aktiivikäyttäjillä vastaava osuus on 90 %.

Tiivistelmä 2/3

Luomun merkityksen ymmärtäminen, luomutietous ja luomumerkin tunnistaminen

Suomalaiset kokevat olevansa hyvin perillä siitä, mitä luomu tarkoittaa: 82 % hyvin ja 15 % huonosti. Luomutietoudessa on kuitenkin puutteita varsinkin harvemmin luomua käyttävillä.

- Sekä Lehtimerkin että Aurinkomerkin tunnettuus kasvoi.

Luomun ero tavanomaiseen ja ostoperusteet

Avoimella kysymyksellä kysyttiin, miten luomu eroaa tavanomaisesti tuotetusta elintarvikkeesta.

- Luomun koettiin eroavan eniten torjunta-aineettomuudella, ei-teollisten lannoitteiden käytöllä ja luonnonmukaisuudella sekä eläinten olosuhteissa. Aiemaa useammin mainittiin torjunta-aineettomuus/myrkyttömyys, erityisesti aktiivikäyttäjien keskuudessa.
- Puhtaus, torjunta-aineettomuus ja lisääineettomuus sekä hyvä maku ja luonnonmukaisesti tuottaminen/ympäristöystävällisyys/ekologisuus korostuvat kysyttäessä luomun tärkeimpiä ostoperusteita (avoin kysymys). Monta kertaa viikossa luomua käyttävillä korostuvat maku, terveellisyys ja eläinten hyvinvointi, puhtauden ja torjunta-aineettomuuden ohella.
- Vuoteen 2017 verrattuna vahvistui koko väestön sekä aktiivikäyttäjien keskuudessa maku ja ympäristöystävällisyys/ekologisuus.

Luomun imago ja liitettävät mielikuvat

Luomun imagossa korostuu terveellisyys ja vastuullisuus.

- Lapsille sopivuus, eläinten ja ympäristön hyvinvointi liitetään yleisimmin luomuun väittämin mitattuna. Vuotta 2017 harvemmin luomutuotannon nähdään auttavan hillitsemään ilmanston lämpenemistä.

Suhtautuminen luomuvaihtoehdon tarjoamiseen joukkoruokailussa

Aiempaa suurempi osa aikuisväestöstä pitää tärkeänä luomun tarjoamista julkisissa ruokapalveluissa, koulu- ja päiväkodeissa 62 %, ravintoloissa 60 % ja työpaikkaruokailussa 56 %.

Luomuvalikoiman ja luomutuotteiden hinnan muutos viime vuosina

Luomuvalikoimien koetaan kasvaneen. Lähes kolmannes kaikista aktiivikäyttäjistä on havainnut valikoiman kasvaneen merkittävästi.

- Luomutuotteiden hinnan koetaan nousseen hieman useammin kuin kaksi vuotta sitten.

Luomutuotteiden ostopaikat

Luomutuotteet ostetaan pääasiassa päivittäistavarakaupasta. Muiden kanavien merkitys on selvästi vähäisempi, mutta kasvava luomua aktiivisesti käyttävien keskuudessa, varsinkin erikoiskauppojen, verkkokauppojen ja Reko-renkaiden.

Luomun menekkiä edistävät asiat, askarruttavat asiat

Yli puolet voisi ostaa erittäin todennäköisesti tai todennäköisesti enemmän luomuelintarvikkeita, jos niiden hinta olisi halvempi. Hinnan merkitys on kuitenkin pienempi kuin kaksi vuotta sitten. Edelleen tarvitaan lisää tietoa, sillä erityisesti satunnaiset käyttäjät kaipaavat vakuuttumista luomun erosta tavanomaiseen. Haluttaisiin myös varmistua luomutuottajien saaman hinnan oikeudenmukaisuudesta. Luomun aktiivikäyttäjät painottavat valikoimien laajentamista.

- Avoimena kysyttiin askarruttavia asioita: ne liittyivät tehottomuuteen, tutkimustarpeeseen, luomun sisältöön ja luottamukseen sekä hintaan.

1

Tutkimuksen tavoite, toteutus ja tutkimusaineisto

Tutkimuksen tavoite

Tämän tutkimuksen on toteuttanut Kantar syyskuussa 2019 Pro Luomu ry:n toimeksiannosta. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, kuinka tuttuja asioita luomuruokaan liittyvät asiat ovat kuluttajille, asenteita luomua kohtaan sekä luomuelintarvikkeiden käyttöä. Tutkimus on seuranta vuosina 2010, 2012, 2013, 2015 ja 2017 toteutetuille vastaaville tutkimuksille.

Tutkimuksen aihepiirejä ovat:

- Luomuelintarvikkeiden ostouseus ja käyttäjäprofiilit
- Muutokset omassa luomutuotteiden käytössä ja käyttöaiheet
- Luomun, lähiruuan, ruuan alkuperän ja Reilun kaupan tuotteiden kiinnostavuus
- Vastuullisuuteen liittyvien ominaisuuksien tärkeys
- Luomun merkityksen ymmärtäminen ja luomutietous
- Mielikuva luomun ja tavanomaisten elintarvikkeiden eroista
- Syyt ostaa luomuelintarvikkeita
- Luomuruuan imago ja luomuun liitettävät mielikuvat
- Suhtautuminen luomuvaihtoehtoon tarjoamiseen joukkorukailussa
- Luomuelintarvikkeiden ostopaikat, kuva valikoimien kehityksestä
- Luomun menekkiä edistäviä asioita

Tutkimuksen toteutus

- Kysymykset esitettiin vastaajille GallupForumilla syyskuussa 2019.
- Tutkimusaineisto edustaa Suomen 18-69 -vuotiasta väestörakennetta iän, sukupuolen ja asuinalueen mukaan.
- GallupForum muodostuu tällä hetkellä noin 40 000 suomalaisesta jäsenestä, jotka edustavat Suomen yli 15-79-vuotiasta väestöä. Vastaajat vastaavat tutkimuslomakkeisiin internetin kautta omalla tietokoneella, älypuhelimella tai tabletilla.
- GallupForumien jäsenet vastaavat tutkimuksiin keskimäärin kaksi kertaa kuukaudessa. Kantar on rekrytoinut vastaajat erillisillä rekrytointilomakkeilla muiden tutkimusten yhteydessä tai erillisellä rekrytointitutkimuksella.

Tutkimusaineiston rakenne

Gallup Forum 18-69 -vuotiaat		
	N=kpl	%
Kaikki	1014	100
Naiset	502	49
Miehet	512	51
18-29 vuotta	228	22
30-39 vuotta	171	17
40-49 vuotta	207	20
50-59 vuotta	165	16
60-67 vuotta	244	24
Perusaste	77	8
Alempi keskiaste	215	21
Ylempi keskiaste	268	26
Korkea-aste	329	32
Pääkaupunkiseutu	230	23
Muut yliopistokaupungit	260	26
Muut kaupungit	284	28
Maaseutu	240	24

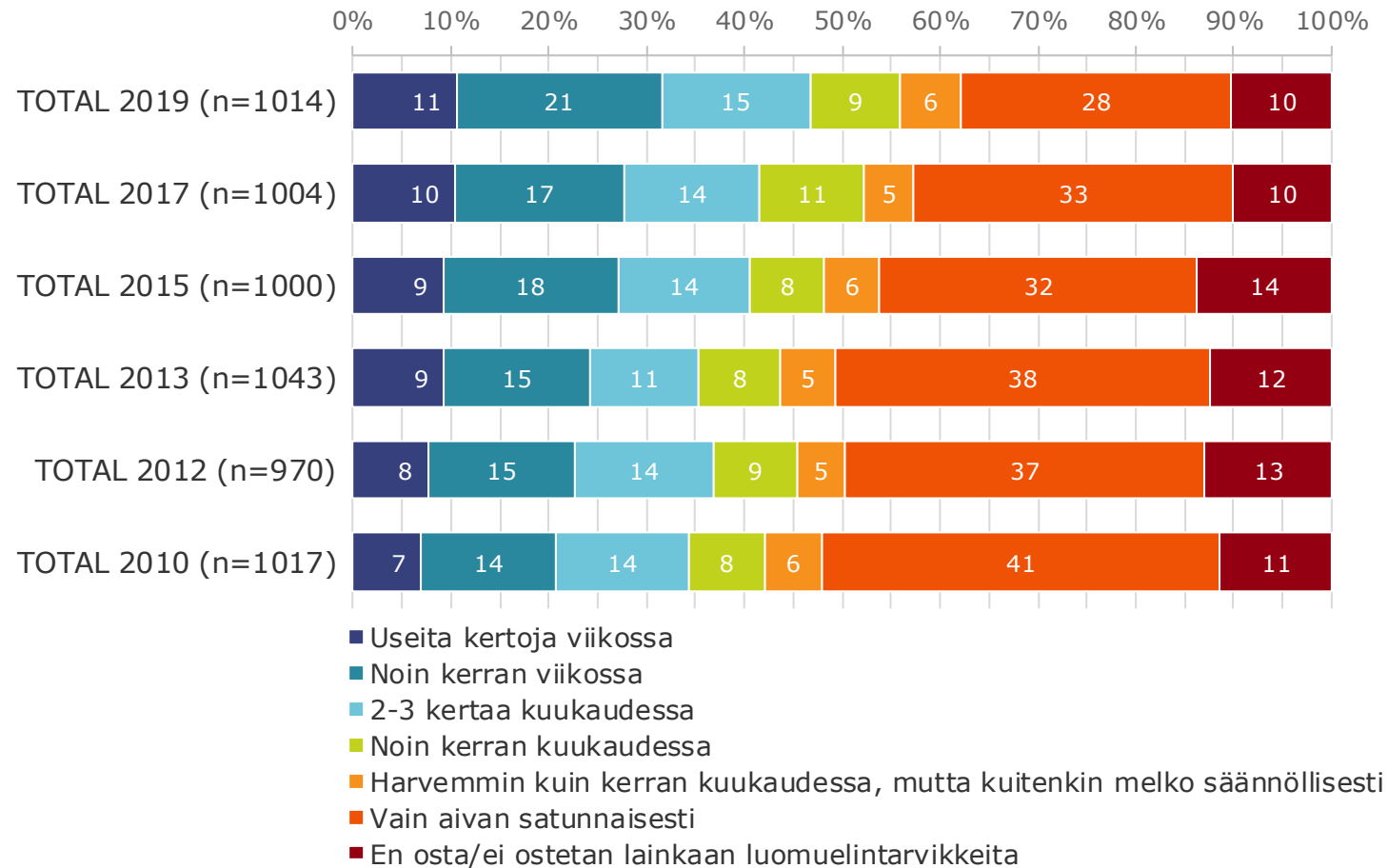
2

Luomuelintarvikkeiden ostouseus ja käyttäjäprofiilit

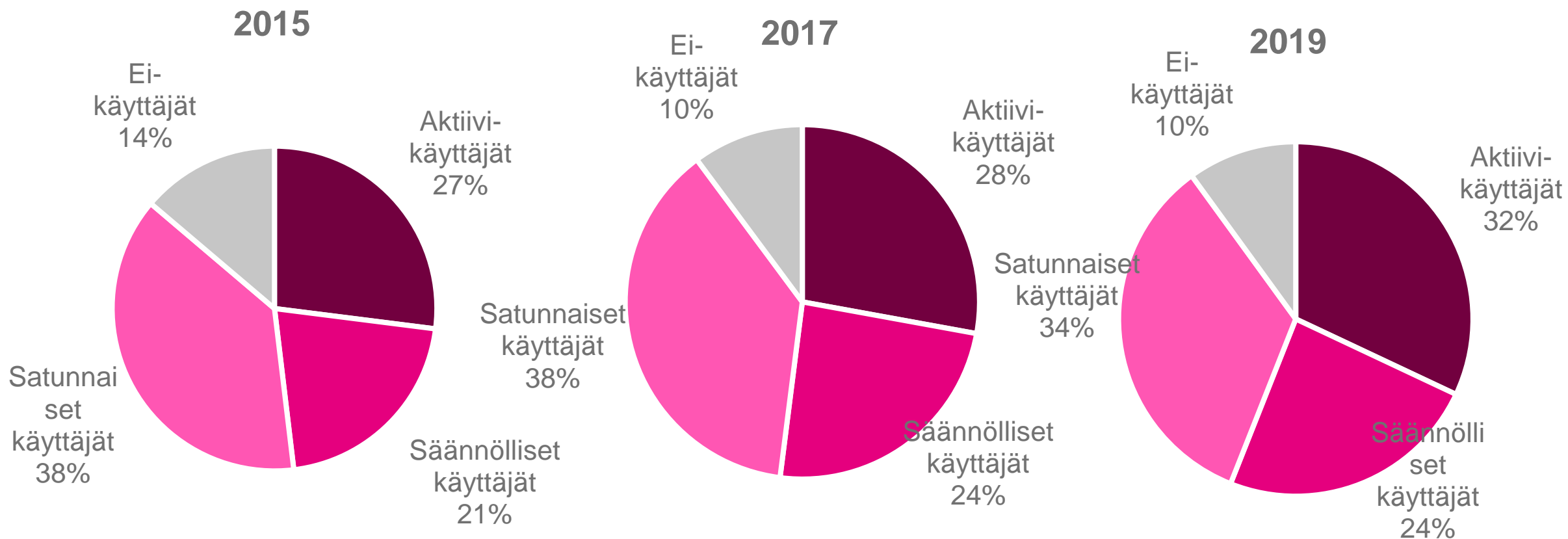
Luomuelintarvikkeiden ostouseus

Kuinka usein ostat/talouteesi ostetaan luomuelintarvikkeita?

TOTAL 2019 (n=1014)



Luomutuotteiden käyttö



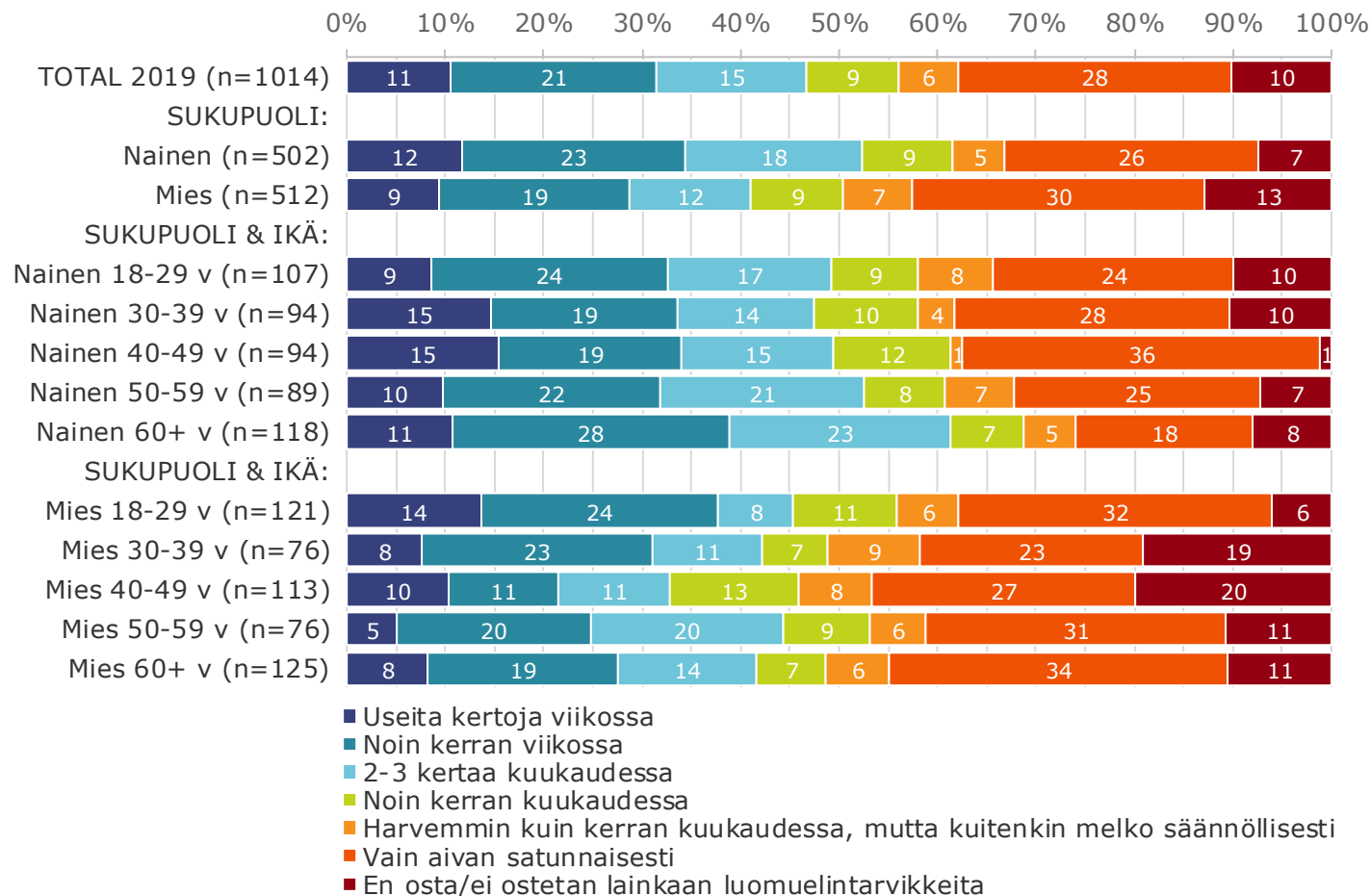
Aktiivikäyttäjät = käyttää vähintään viikoittain, Säännölliset käyttäjät = käyttää kuukausittain

Luomuelintarvikkeiden ostouseus

Kuinka usein ostat/talouteesi ostetaan luomuelintarvikkeita?

TOTAL 2019 (n=1014)

(1/2)

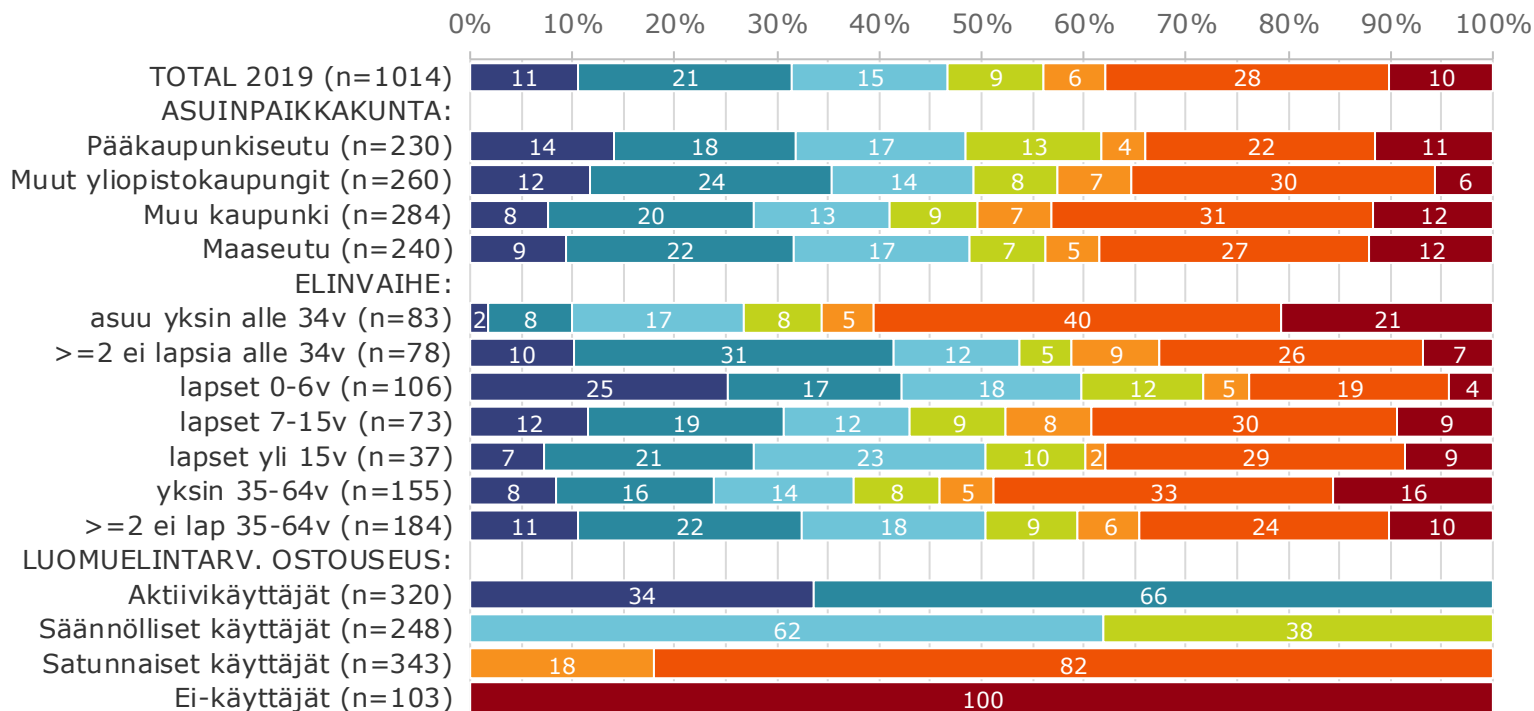


Luomuelintarvikkeiden ostouseus

Kuinka usein ostat/talouteesi ostetaan luomuelintarvikkeita?

TOTAL 2019 (n=1014)

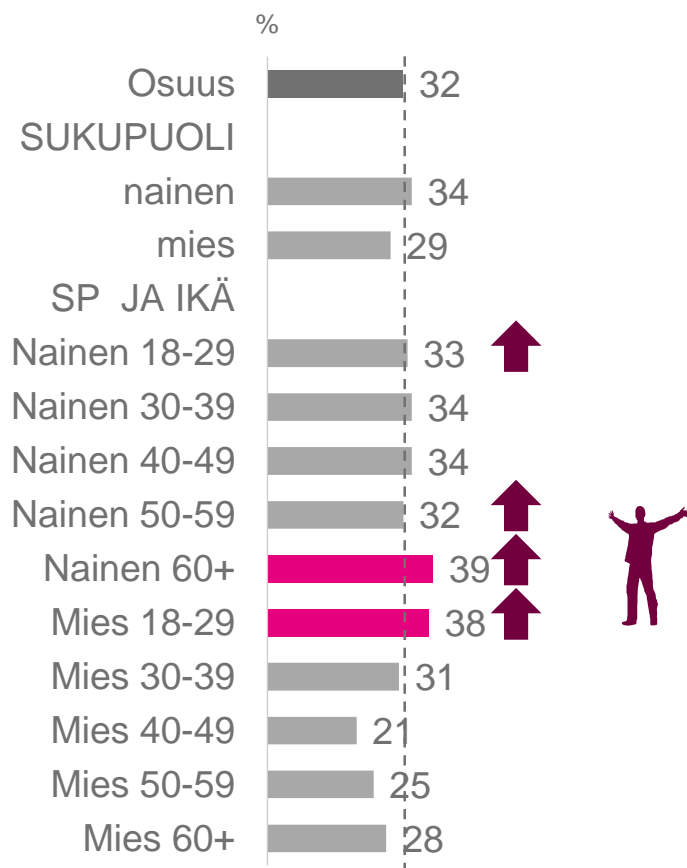
(2/2)



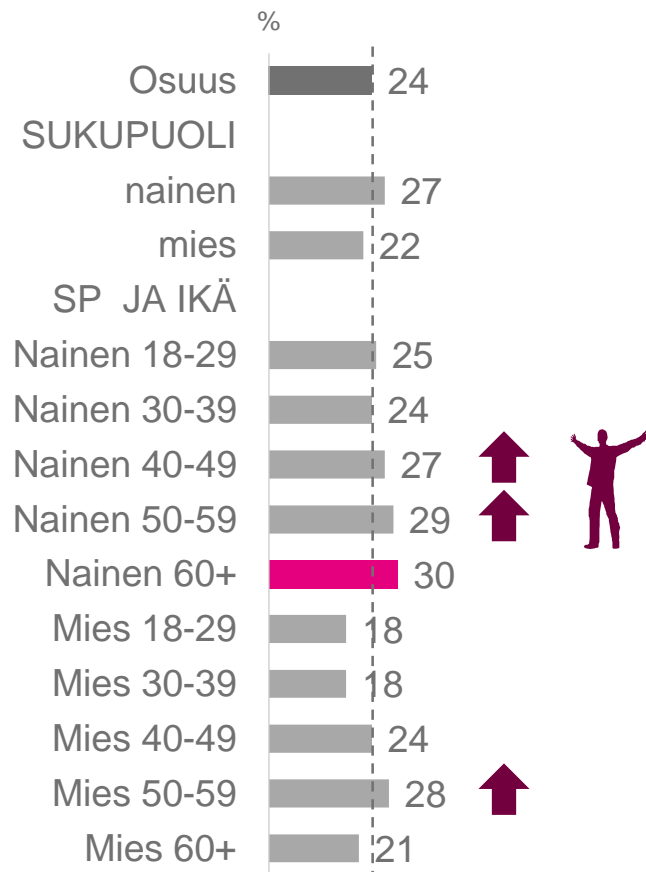
- Useita kertoja viikossa
- Noin kerran viikossa
- 2-3 kertaa kuukaudessa
- Noin kerran kuukaudessa
- Harvemmin kuin kerran kuukaudessa, mutta kuitenkin melko säännöllisesti
- Vain aivan satunnaisesti
- En osta/ei ostetan lainkaan luomuelintarvikkeita

Käyttäjäprofiilit

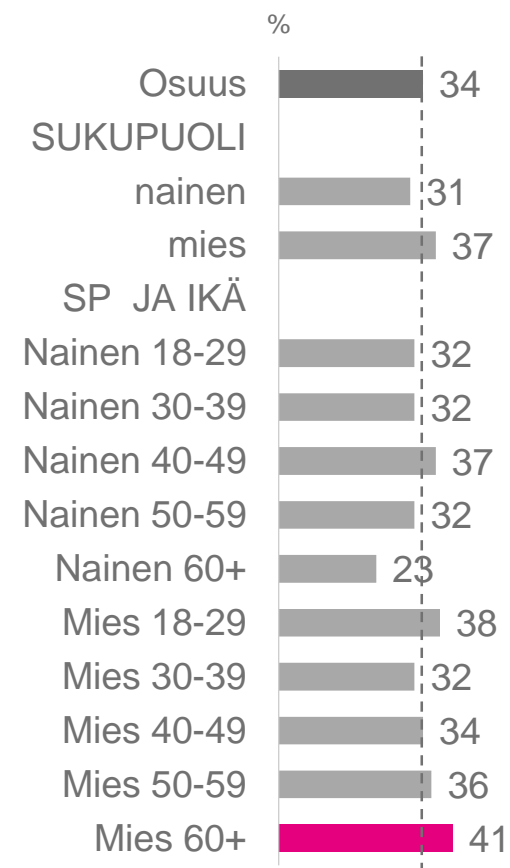
Aktiivikäyttäjät



Säännölliset käyttäjät



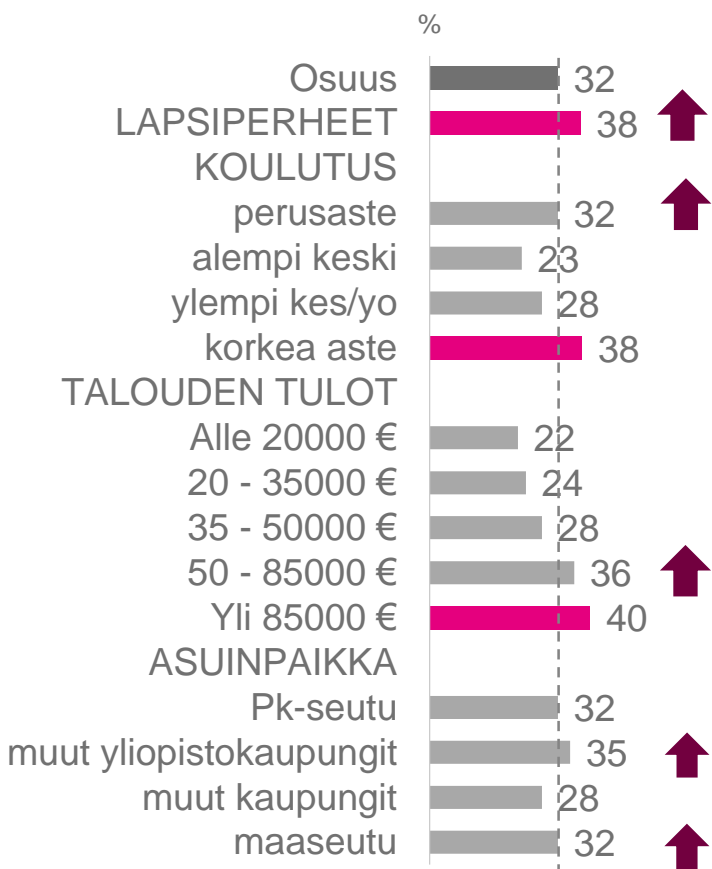
Satunnaiset käyttäjät



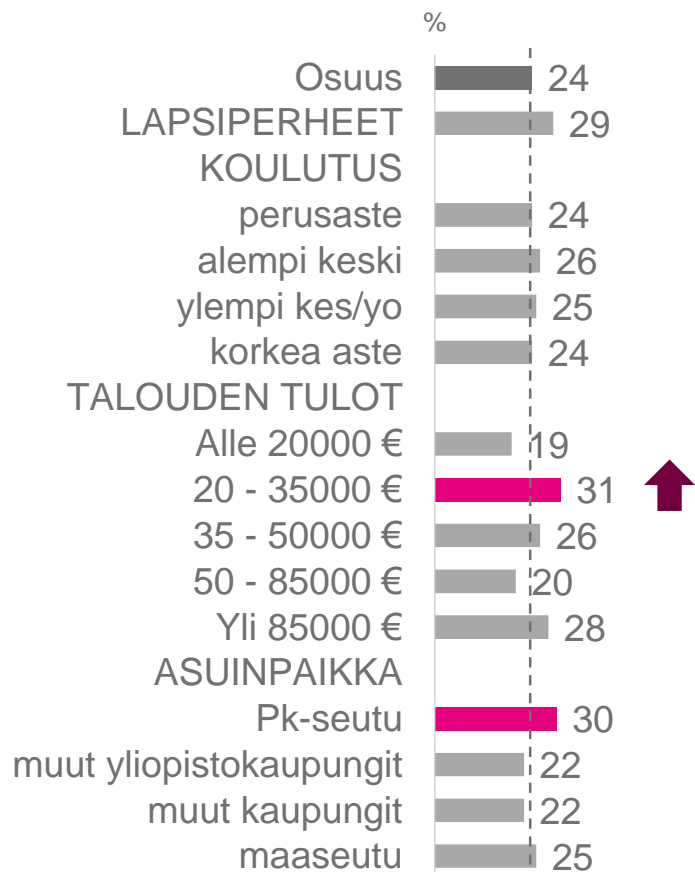
■ Korostuu väestöön nähden
 ↑ Osuus käyttäjistä kasvanut

Käyttäjäprofiilit

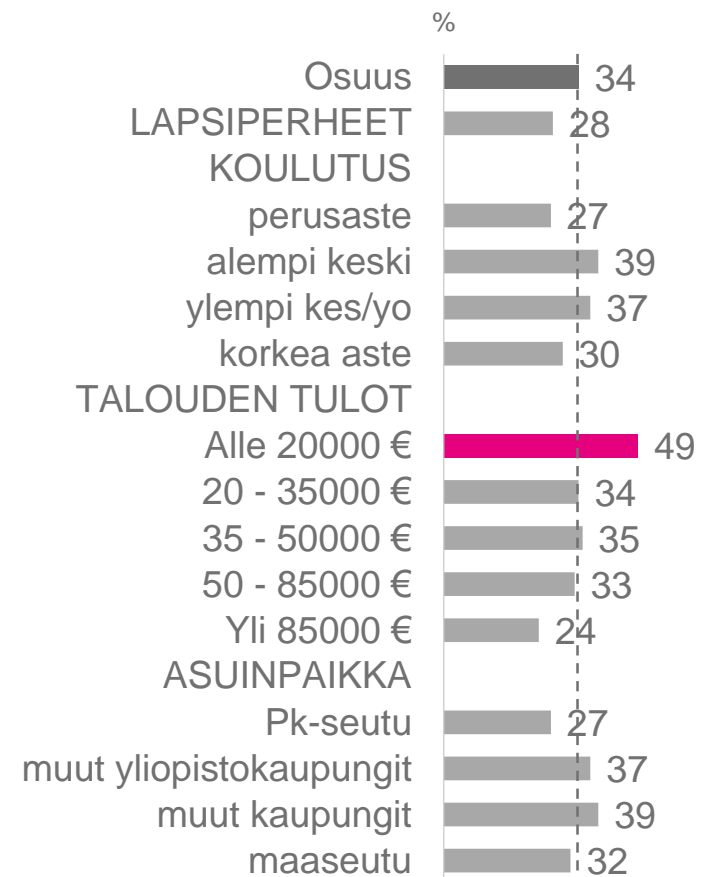
Aktiivikäyttäjät



Säännölliset käyttäjät



Satunnaiset käyttäjät



■ Korostuu väestöön nähden ↑ Osuus käyttäjistä kasvanut

KÄYTTÄJÄPROFIILIT

■ **TOTAL 2019 (n=1014)**

■ **Aktiivikäyttäjät (n=320)**

■ **Säännölliset käyttäjät (n=248)**

■ **Satunnaiset käyttäjät (n=343)**

■ **Ei-käyttäjät (n=103)**

%

%

%

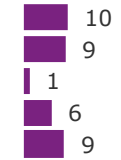
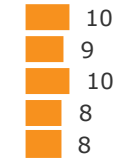
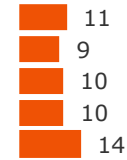
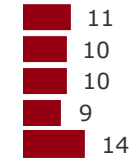
%

%

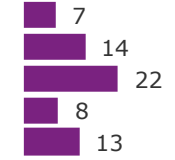
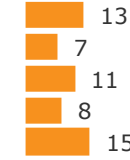
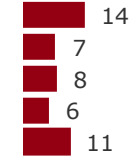
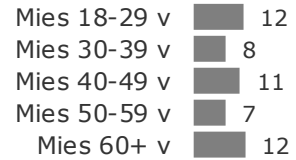
SUKUPUOLI



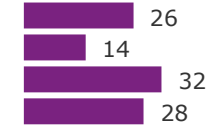
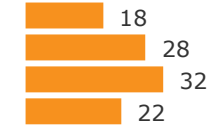
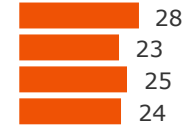
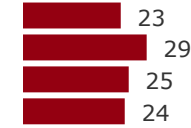
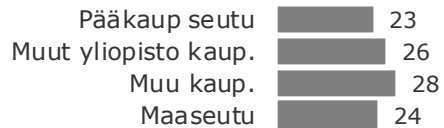
SUKUPUOLI & IKÄ



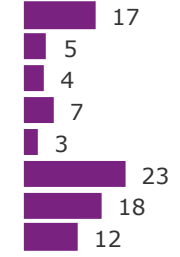
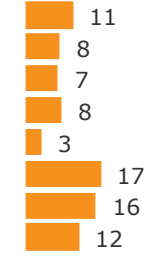
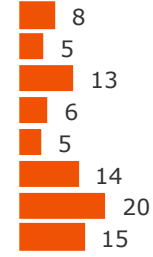
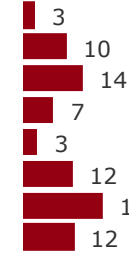
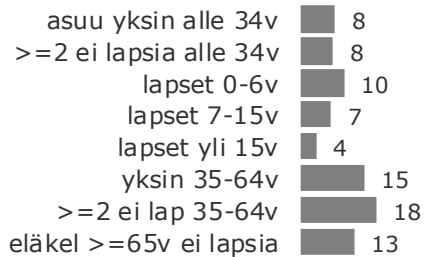
SUKUPUOLI & IKÄ



ASUINPAIKKAKUNTA



ELINVAIHE



Kantar Mind – luomu ja vastuullisuus

37 % kuluttajista on
sekä asenteiltaan että
teoiltaan hyvin
vastuullisia

*Vastuulliset kuluttajat
odottavat brändeiltä
innovaatioita ja
uudistumista sekä
korkeaa laatua*

*Heille on tärkeää mm.
Hyvinvointi ja terveys
egologia ekologian ohella
Elämyksellisyys
Yksilöllisyys*

Kantar Mind – luomun aktiivikäyttäjät ja ruoka

Kokeilee uutta

*Tuunaa reseptejä
Laatu, alkuperä,
kotimaisuus, lähiruoka*

Kiireen tunne

*Ei aina aikaa – kätevät ja
helpot ratkaisut
Valmisruuan käyttö*

Asennemuutos

*Vähemmän lihaa,
enemmän kasviksia
Yksilöllinen juuri itselle
sopiva ruokavalio*

Kantar Mind – luomun aktiivikäyttäjät ruokavaikuttajina

*Keskimääräistä
useampi on ruuan
edelläkävijäkuluttaja*

*Seuraavat aktiivisesti
kaupan valikoimaa,
ruuan verkkokauppa
kiinnostaa*

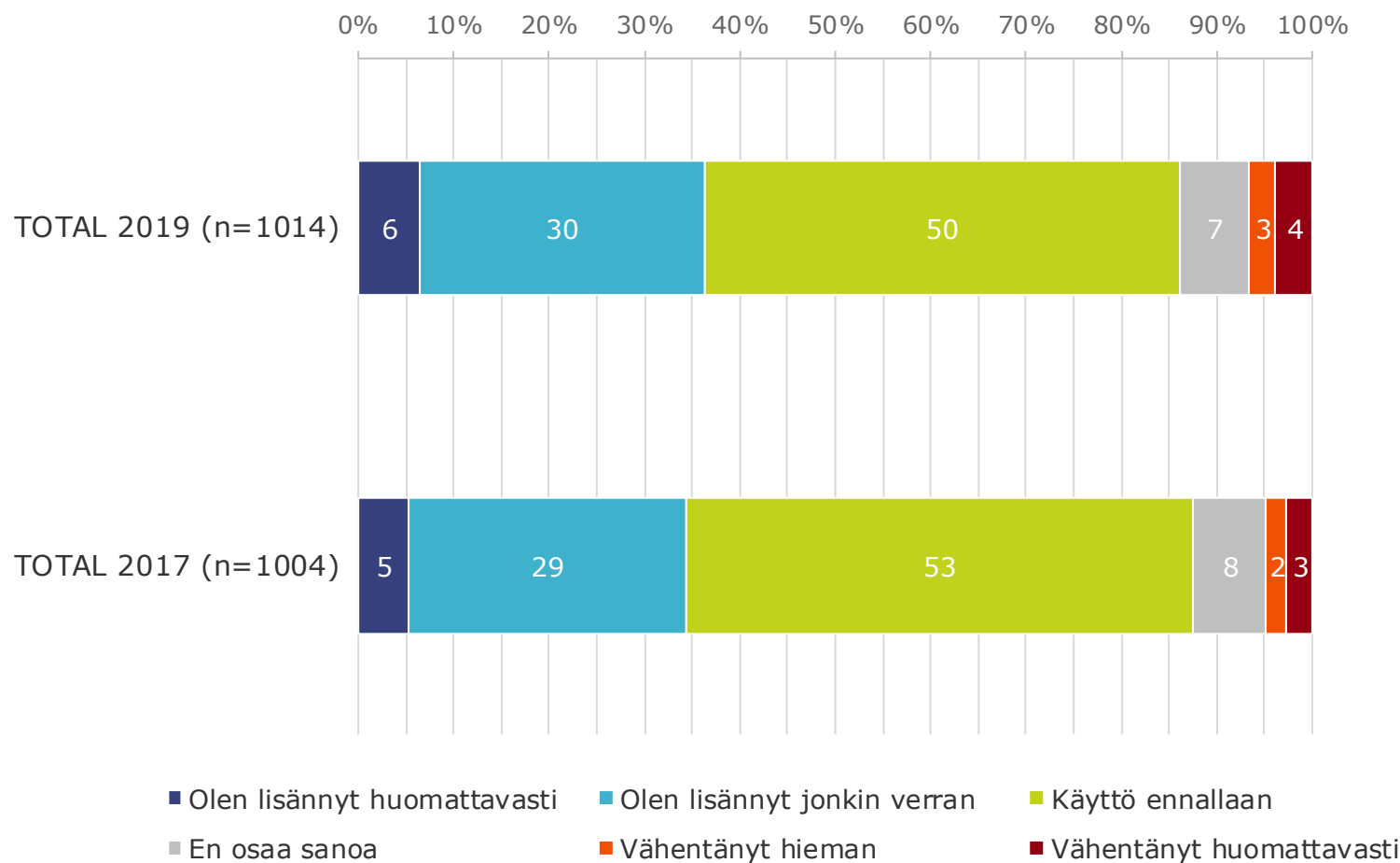
***Keskustelevat** usein
ruuasta ja
vaikuttavat muihin
kuluttajiin*

3

Luomun käytön muutos

Luomuelintarvikkeiden käytön muutos

Miten arvioit luomuelintarvikkeiden käytön muuttuneen viimeisen vuoden aikana?

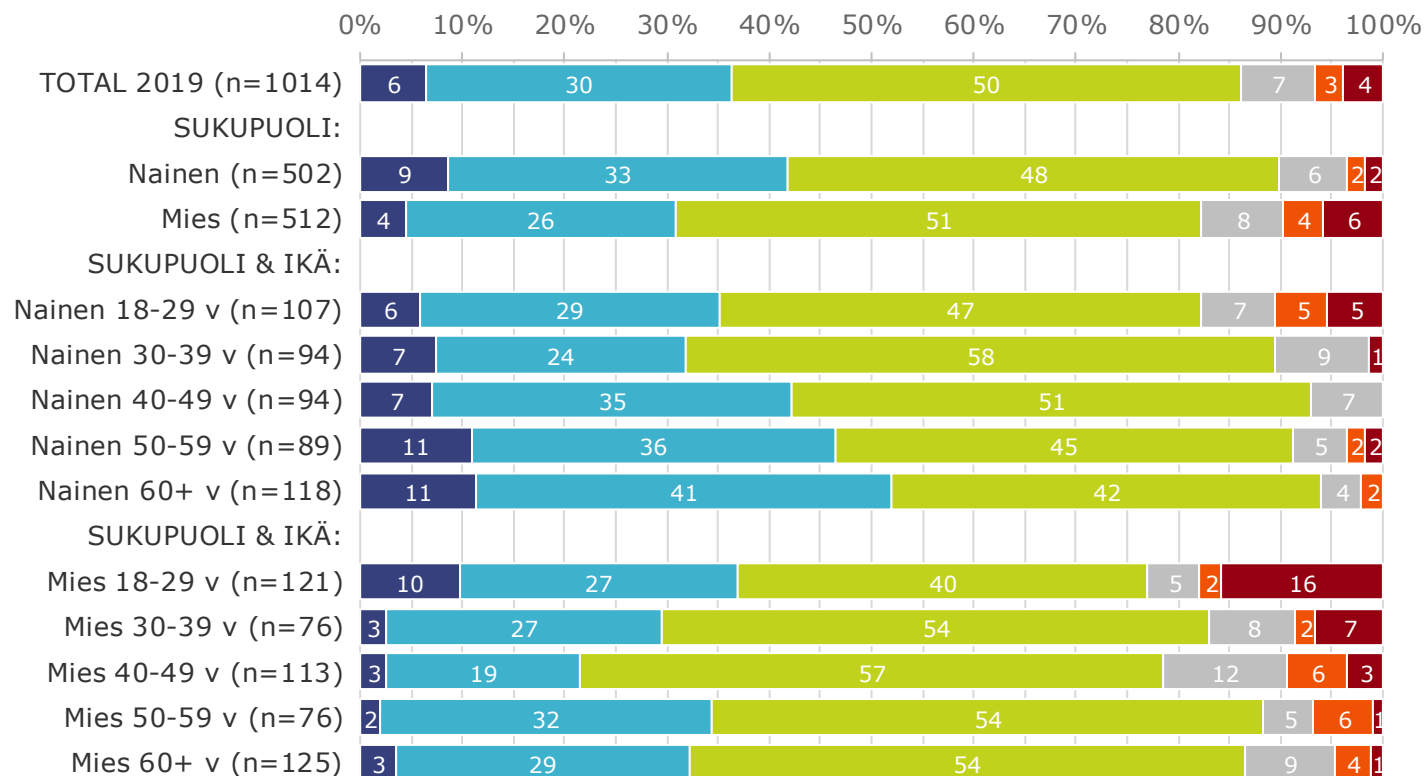


Luomuelintarvikkeiden käytön muutos

Miten arvioit luomuelintarvikkeiden käytön muuttuneen viimeisen vuoden aikana?

TOTAL 2019 (n=1014)

(1/2)



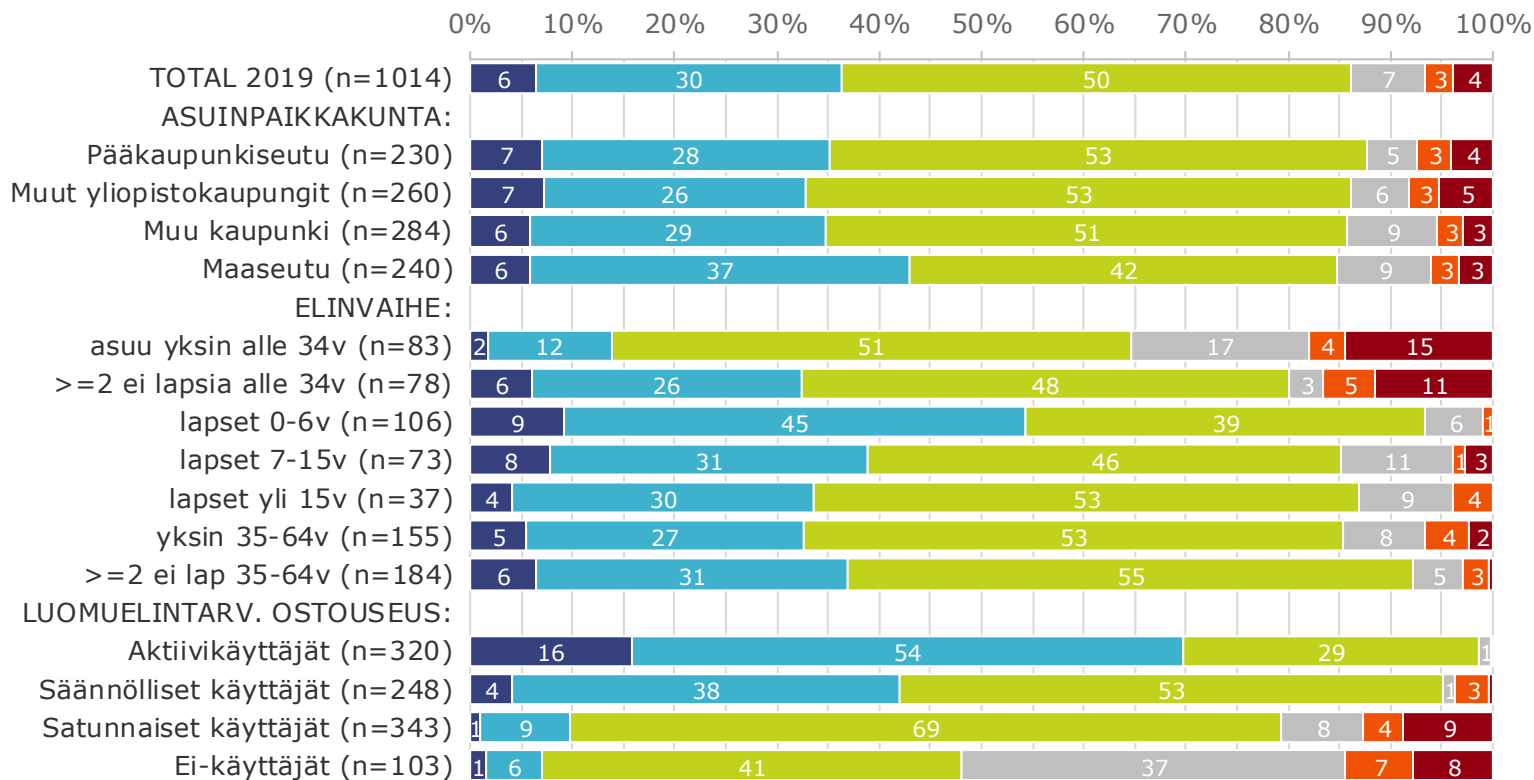
- Olen lisännyt huomattavasti
- Olen lisännyt jonkin verran
- Käyttö ennallaan
- En osaa sanoa
- Vähentänyt hieman
- Vähentänyt huomattavasti

Luomuelintarvikkeiden käytön muutos

Miten arvioit luomuelintarvikkeiden käytön muuttuneen viimeisen vuoden aikana?

TOTAL 2019 (n=1014)

(2/2)



- Olen lisännyt huomattavasti
- Olen lisännyt jonkin verran
- Käyttö ennallaan
- En osaa sanoa
- Vähentänyt hieman
- Vähentänyt huomattavasti

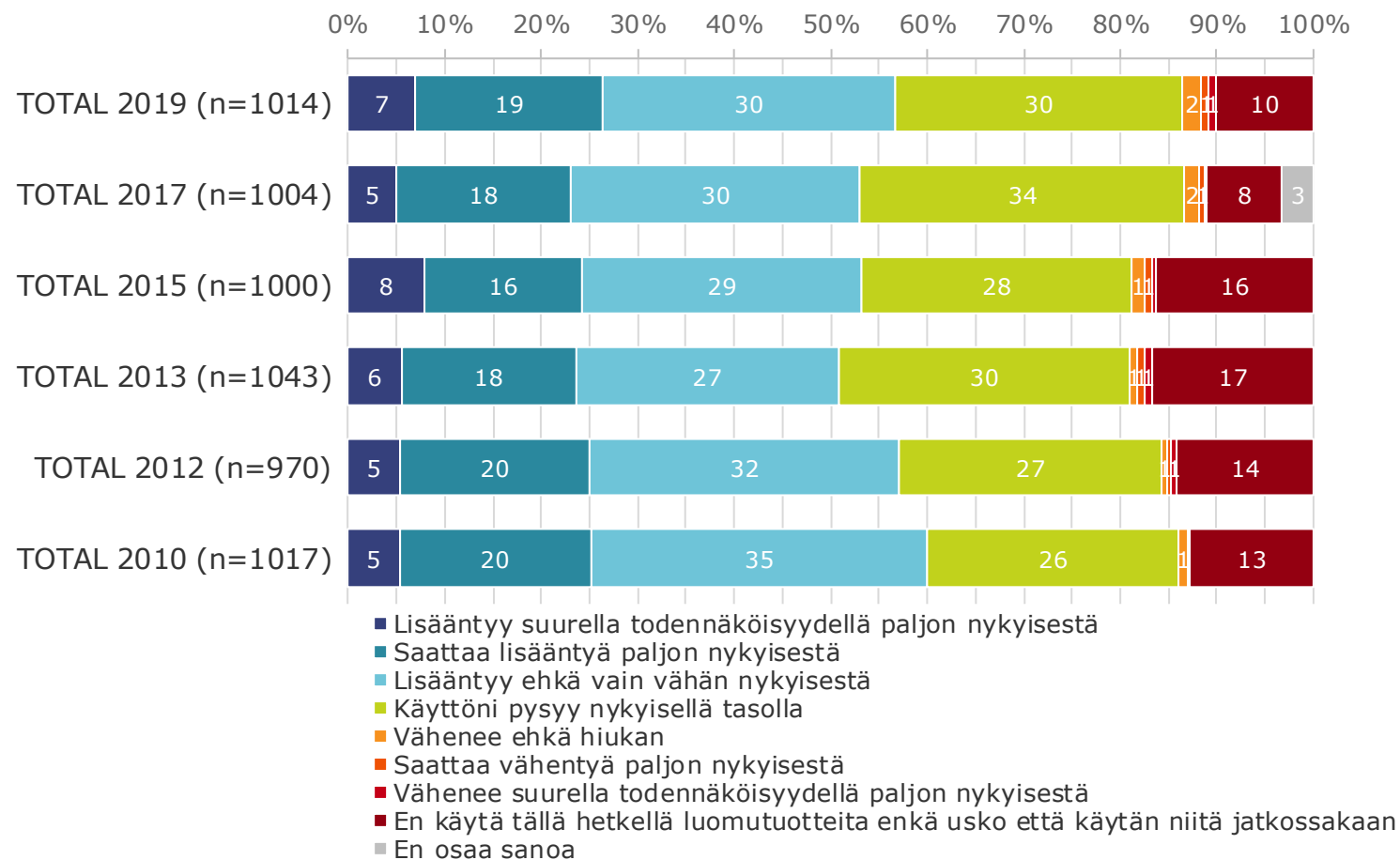
4

Luomun käyttöaiheet

Muutokset omassa luomuelintarvikkeiden käytössä

Miten uskot oman luomuelintarvikkeiden käyttösi kehittyvän seuraavan kahden vuoden aikana?

TOTAL 2019 (n=1014)

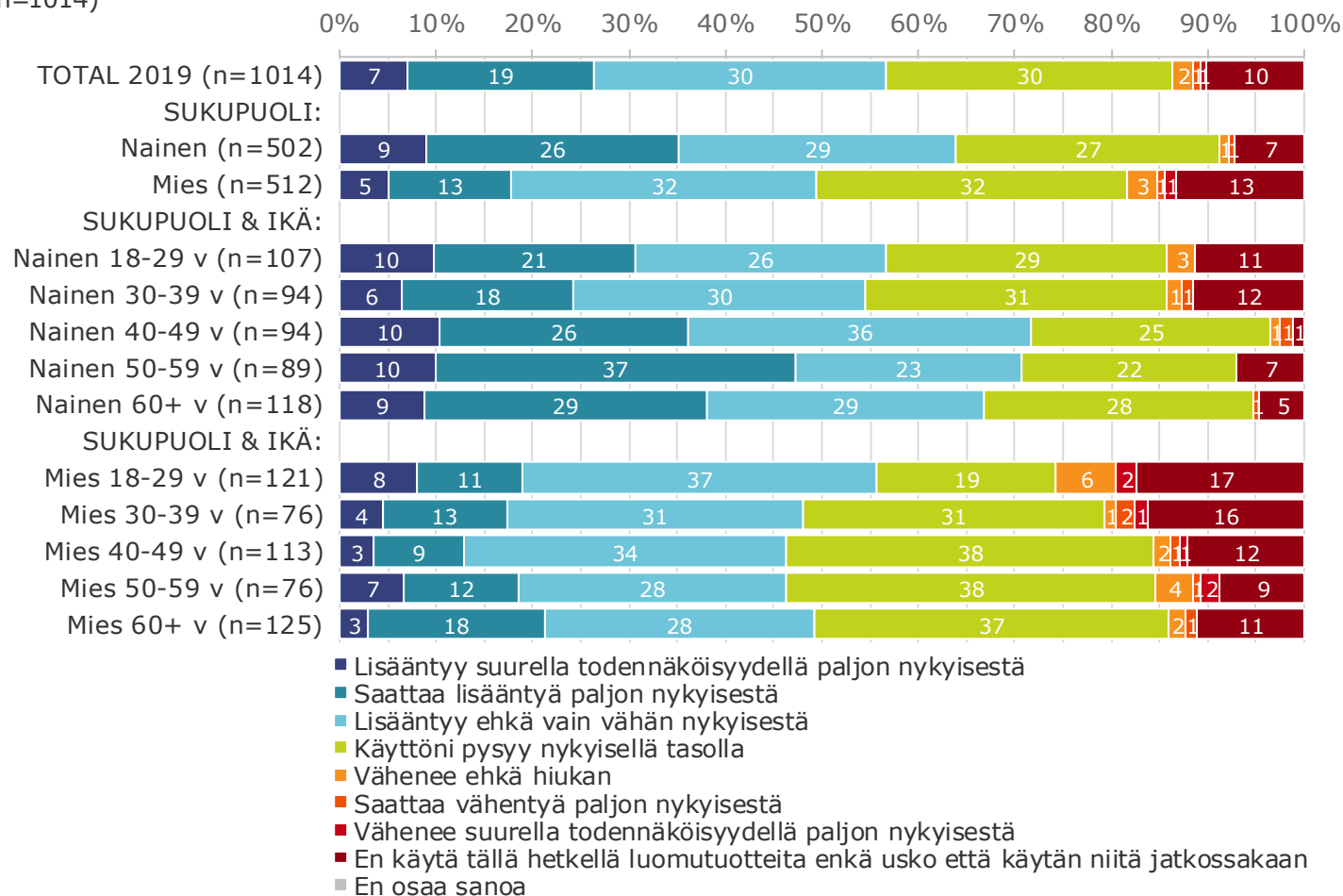


Muutokset omassa luomuelintarvikkeiden käytössä

Miten uskot oman luomuelintarvikkeiden käyttösi kehittyvän seuraavan kahden vuoden aikana?

TOTAL 2019 (n=1014)

(1/2)

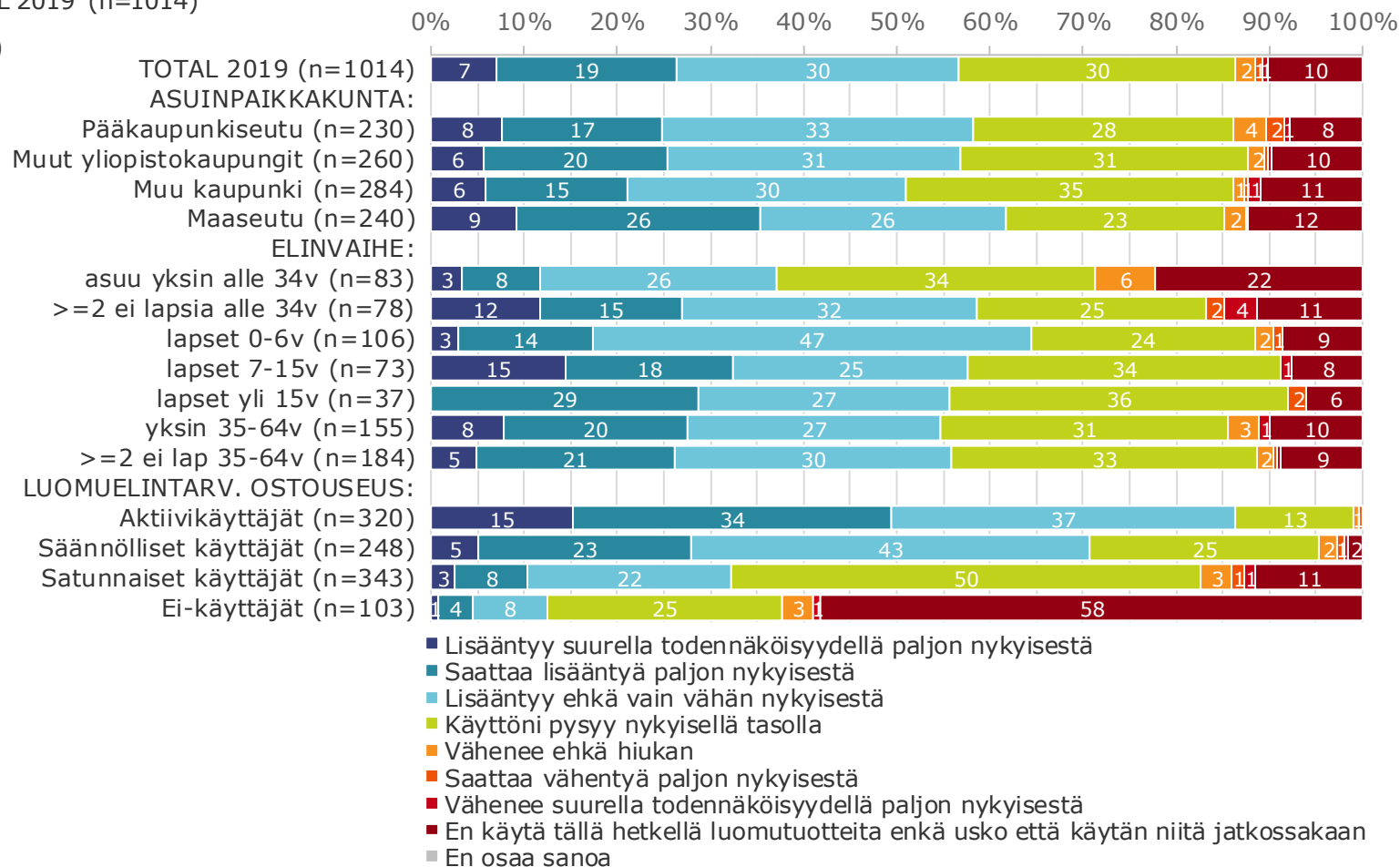


Muutokset omassa luomuelintarvikkeiden käytössä

Miten uskot oman luomuelintarvikkeiden käyttösi kehittyvän seuraavan kahden vuoden aikana?

TOTAL 2019 (n=1014)

(2/2)



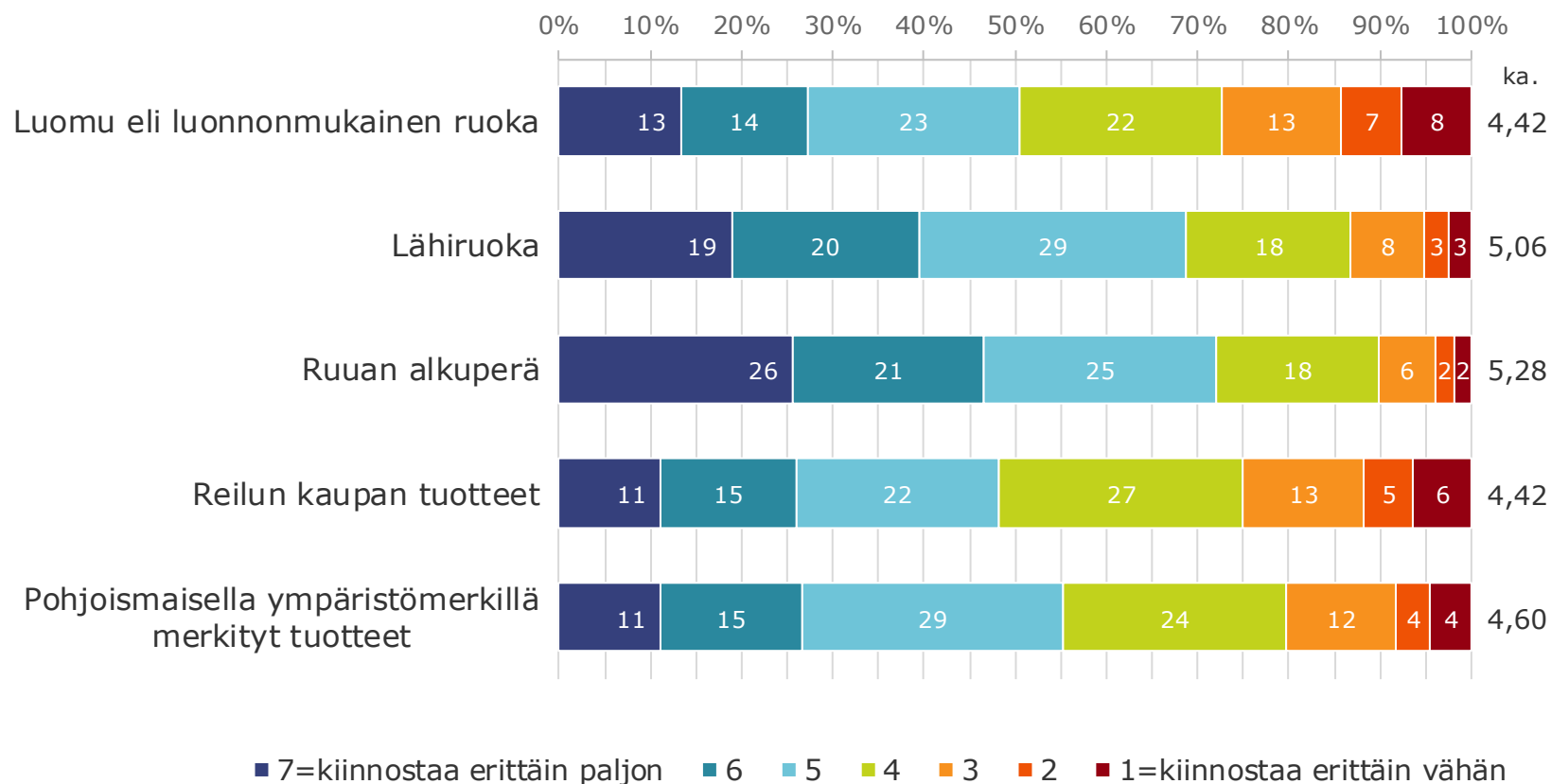
5

Kiinnostus tuotantotapaa ilmaiseviin asioihin

Kiinnostus alkuperää ilmaiseviin asioihin

Kuinka paljon sinua kiinnostaa...?

TOTAL 2019 (n=1014)



Kiinnostus alkuperää ilmaiseviin asioihin

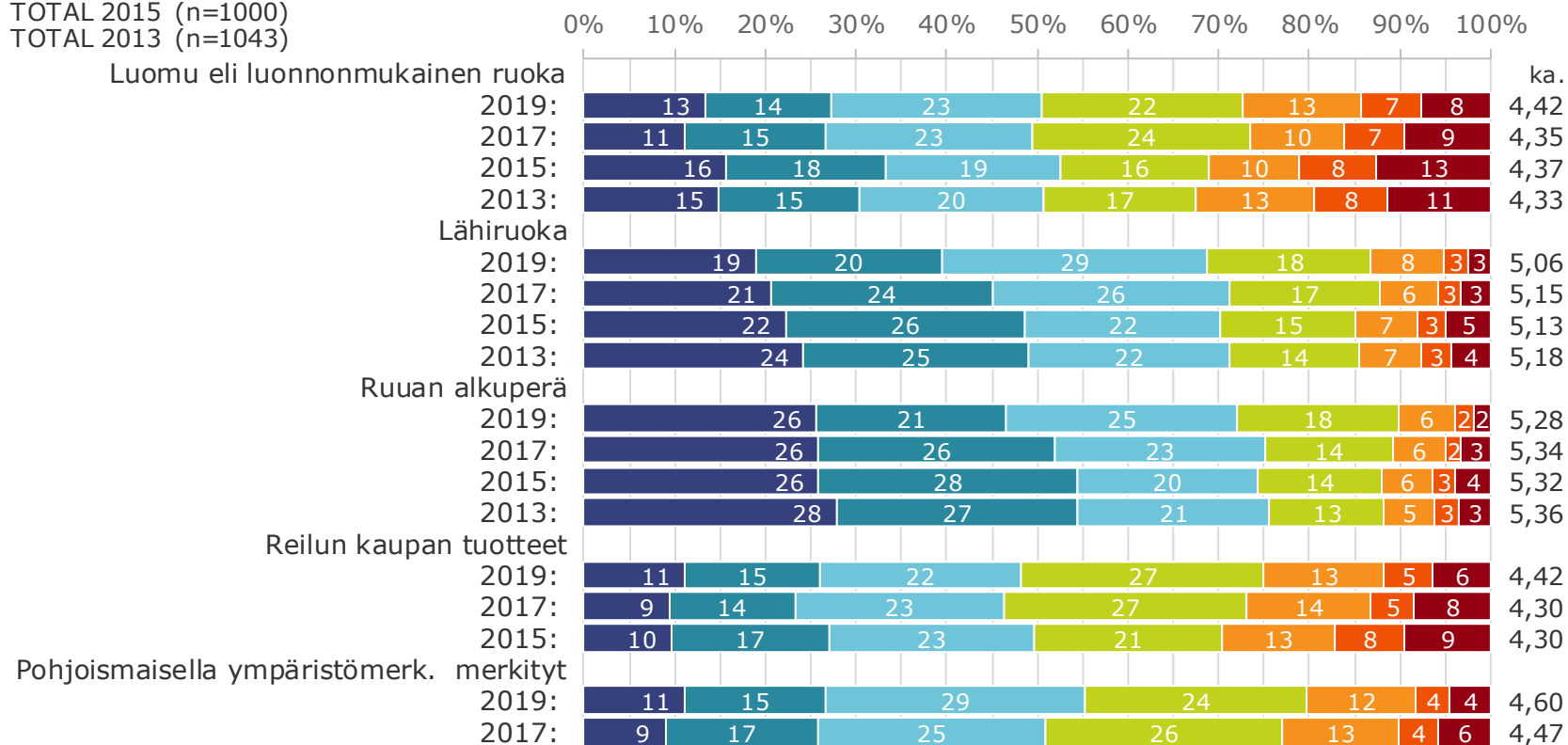
Kuinka paljon sinua kiinnostaa...?

TOTAL 2019 (n=1014)

TOTAL 2017 (n=1004)

TOTAL 2015 (n=1000)

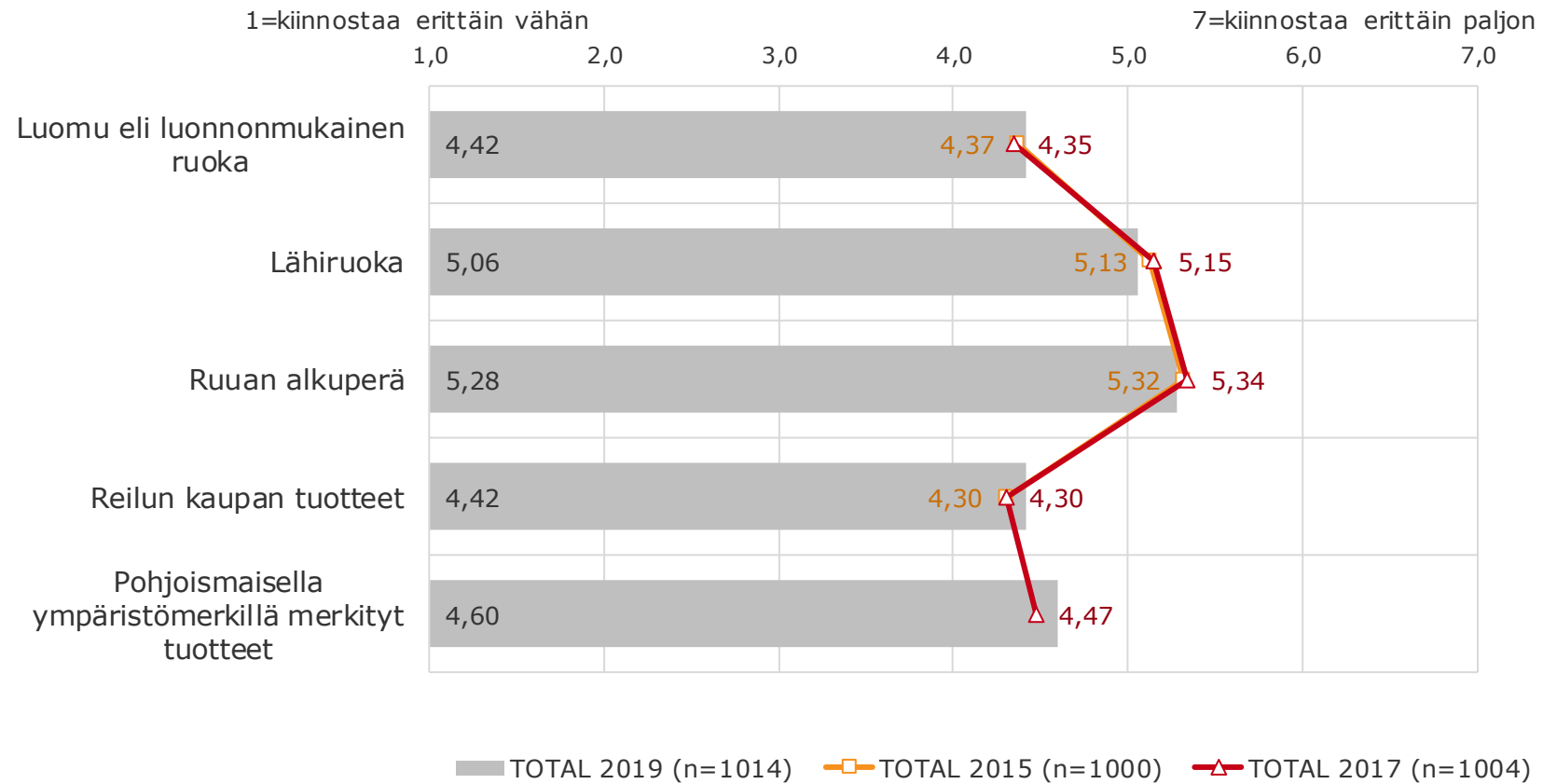
TOTAL 2013 (n=1043)



■ 7=kiinnostaa erittäin paljon ■ 6 ■ 5 ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1=kiinnostaa erittäin vähän

Kiinnostus alkuperää ilmaiseviin asioihin

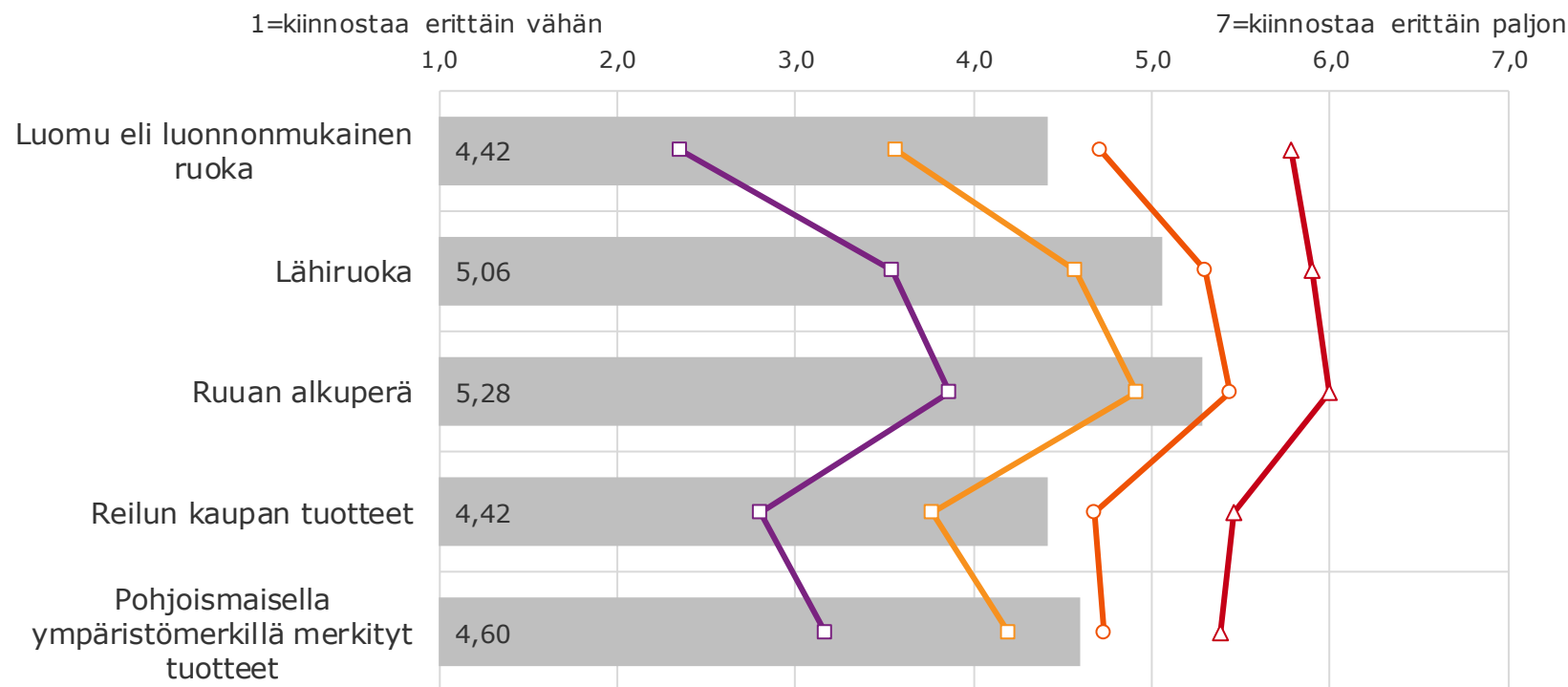
Kuinka paljon sinua kiinnostaa...?



Kiinnostus alkuperää ilmaiseviin asioihin

Kuinka paljon sinua kiinnostaa...?

TOTAL 2019 (n=1014)



LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

■ TOTAL 2019 (n=1014)

□ Satunnaiset käyttäjät (n=343)

○ Säännölliset käyttäjät (n=248)

△ Aktiivikäyttäjät (n=320)

□ Ei-käyttäjät (n=103)

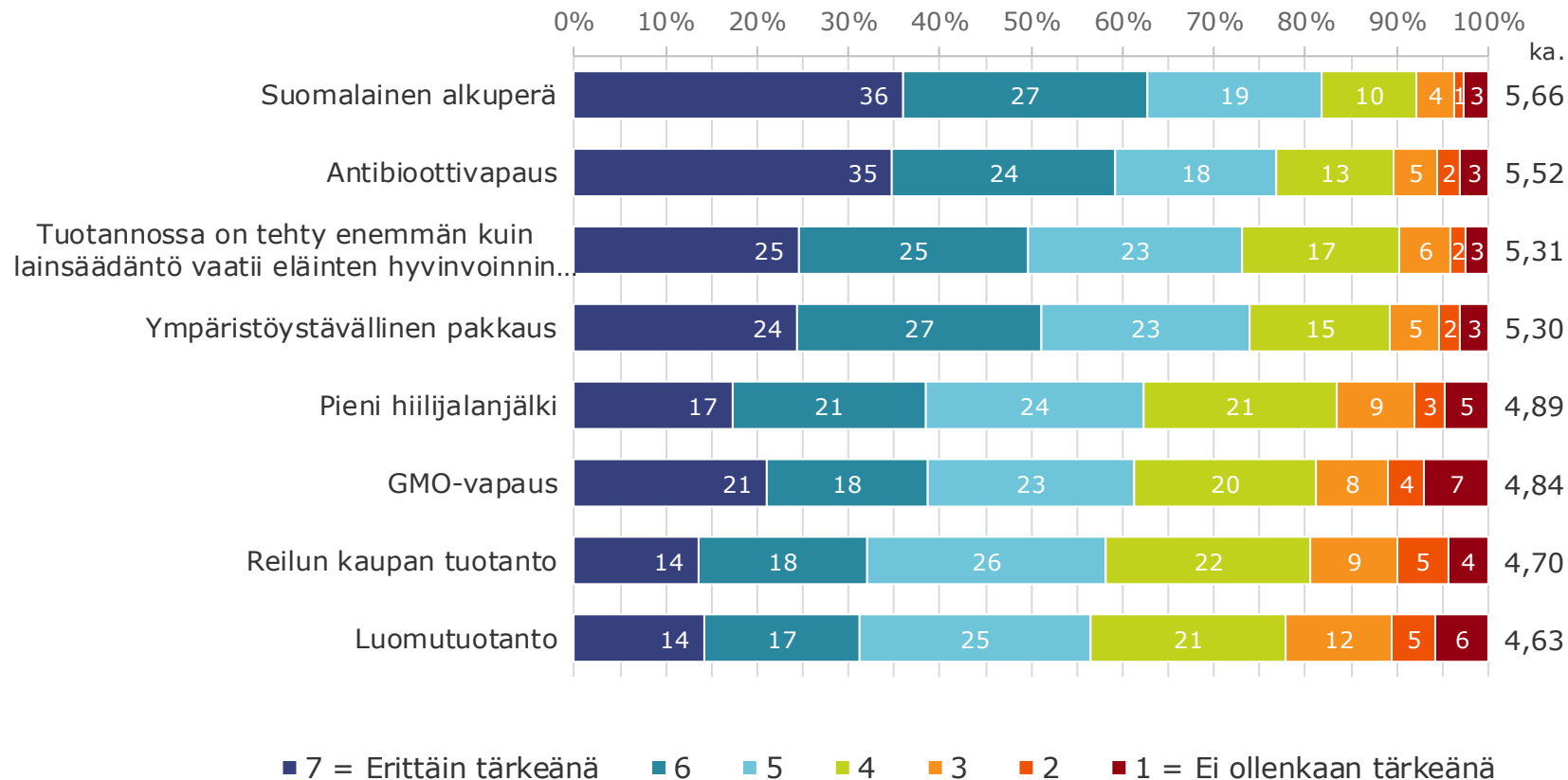
6

Vastuullisuuteen liittyvien ominaisuuksien tärkeys

Vastuullisuuden liittyvien ominaisuuksien tärkeys

Kuinka tärkeinä pidät seuraavia elintarvikkeen tuotantotapaan liittyviä asioita?

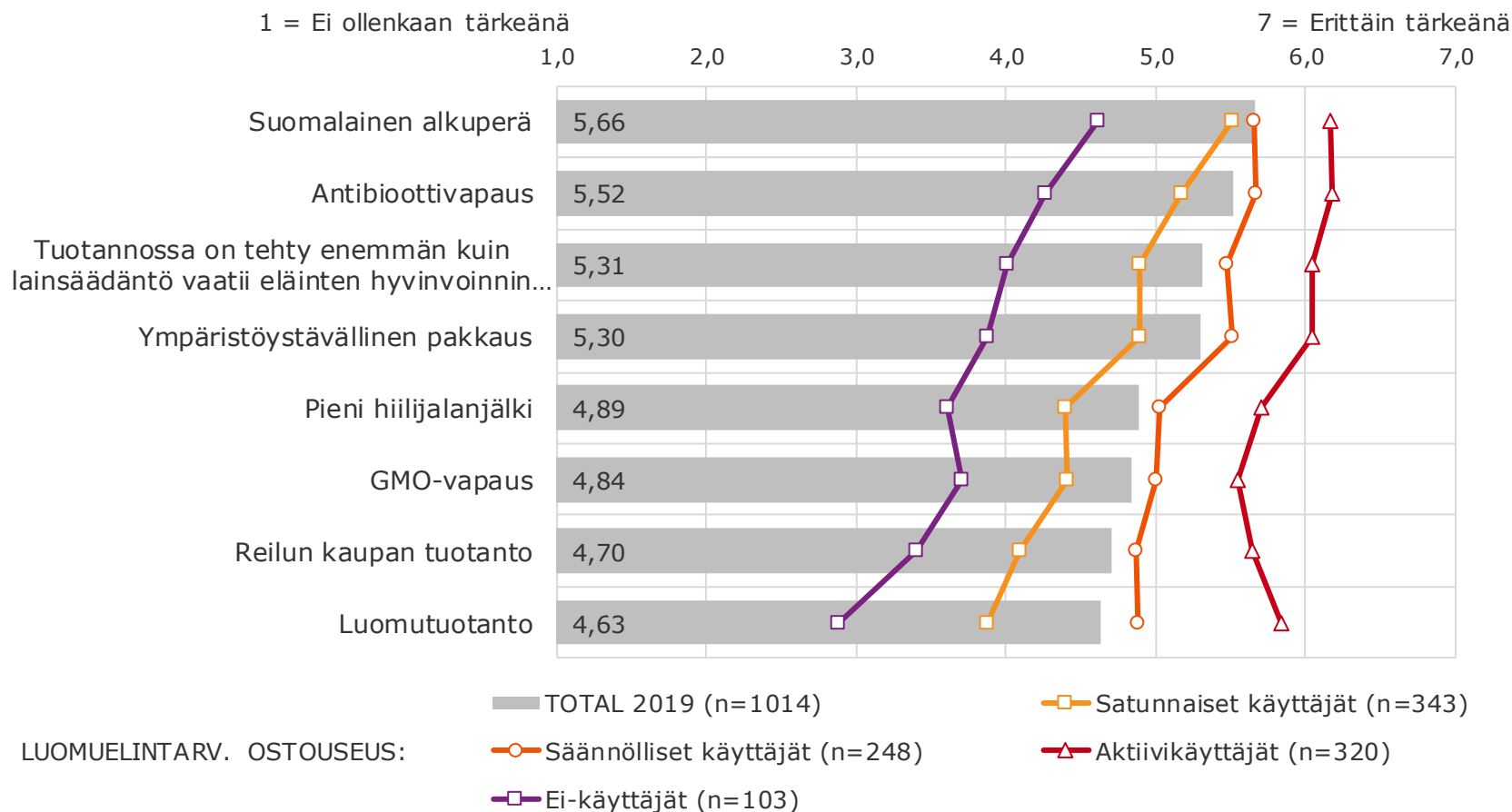
TOTAL 2019 (n=1014)



Vastuullisuuden liittyvien ominaisuuksien tärkeys

Kuinka tärkeinä pidät seuraavia elintarvikkeen tuotantotapaan liittyviä asioita?

TOTAL 2019 (n=1014)



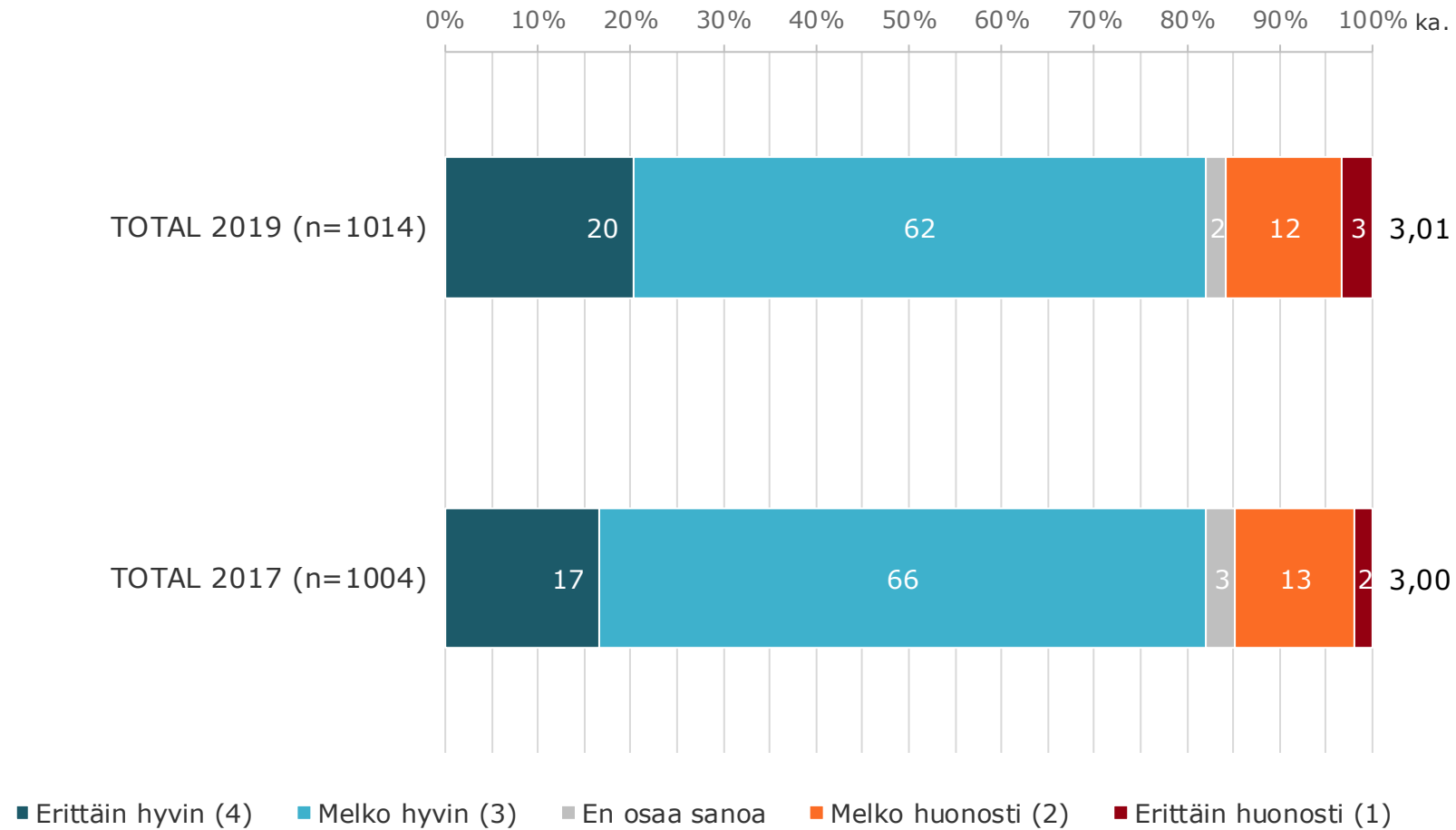
LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

7

Luomun merkityksen ymmärtäminen ja luomutietous

Luomun merkityksen ymmärtäminen

Kuinka hyvin mielestäsi olet perillä siitä mitä Luomu tarkoittaa?

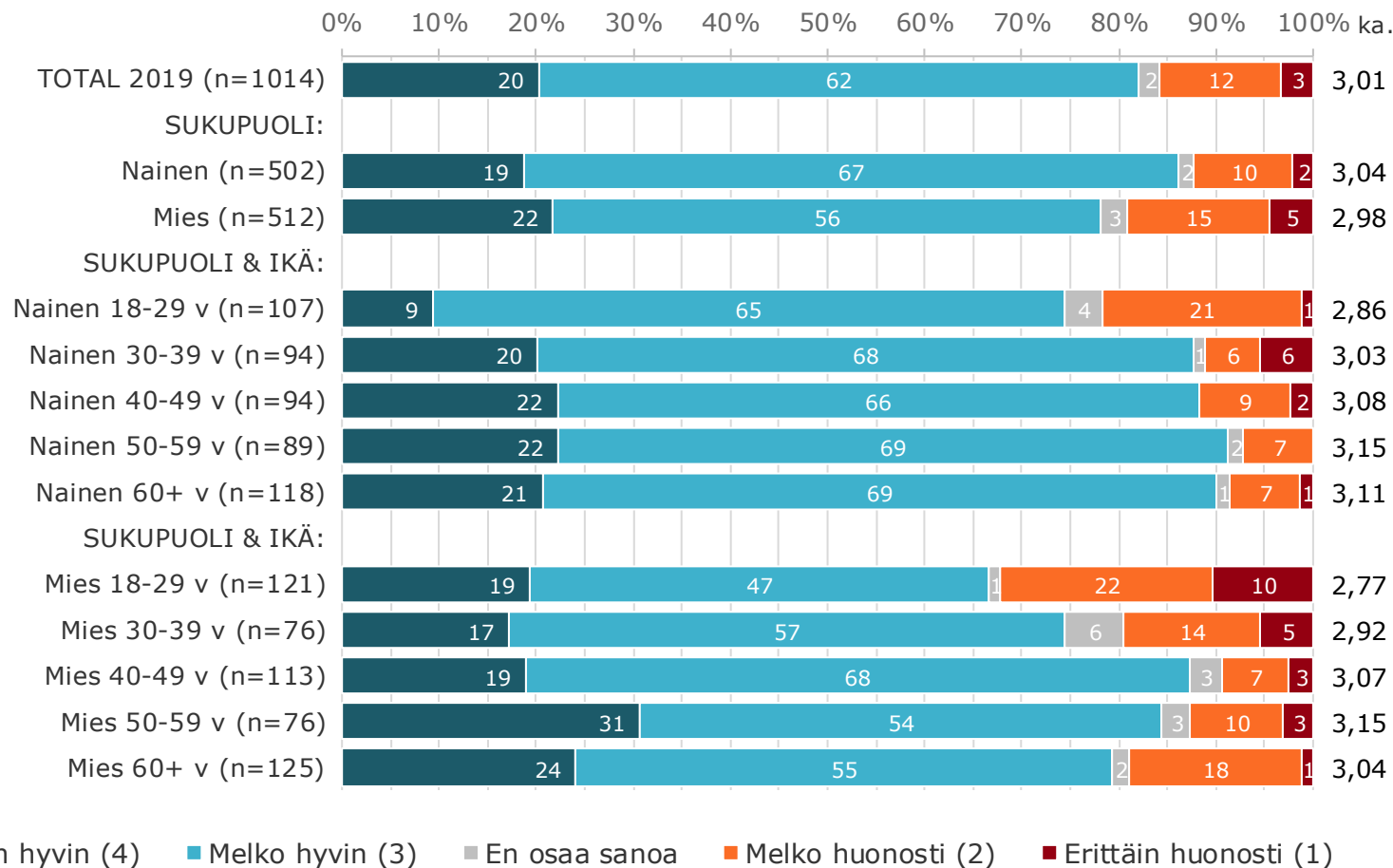


Luomun merkityksen ymmärtäminen

Kuinka hyvin mielestäsi olet perillä siitä mitä Luomu tarkoittaa?

TOTAL 2019 (n=1014)

(1/2)

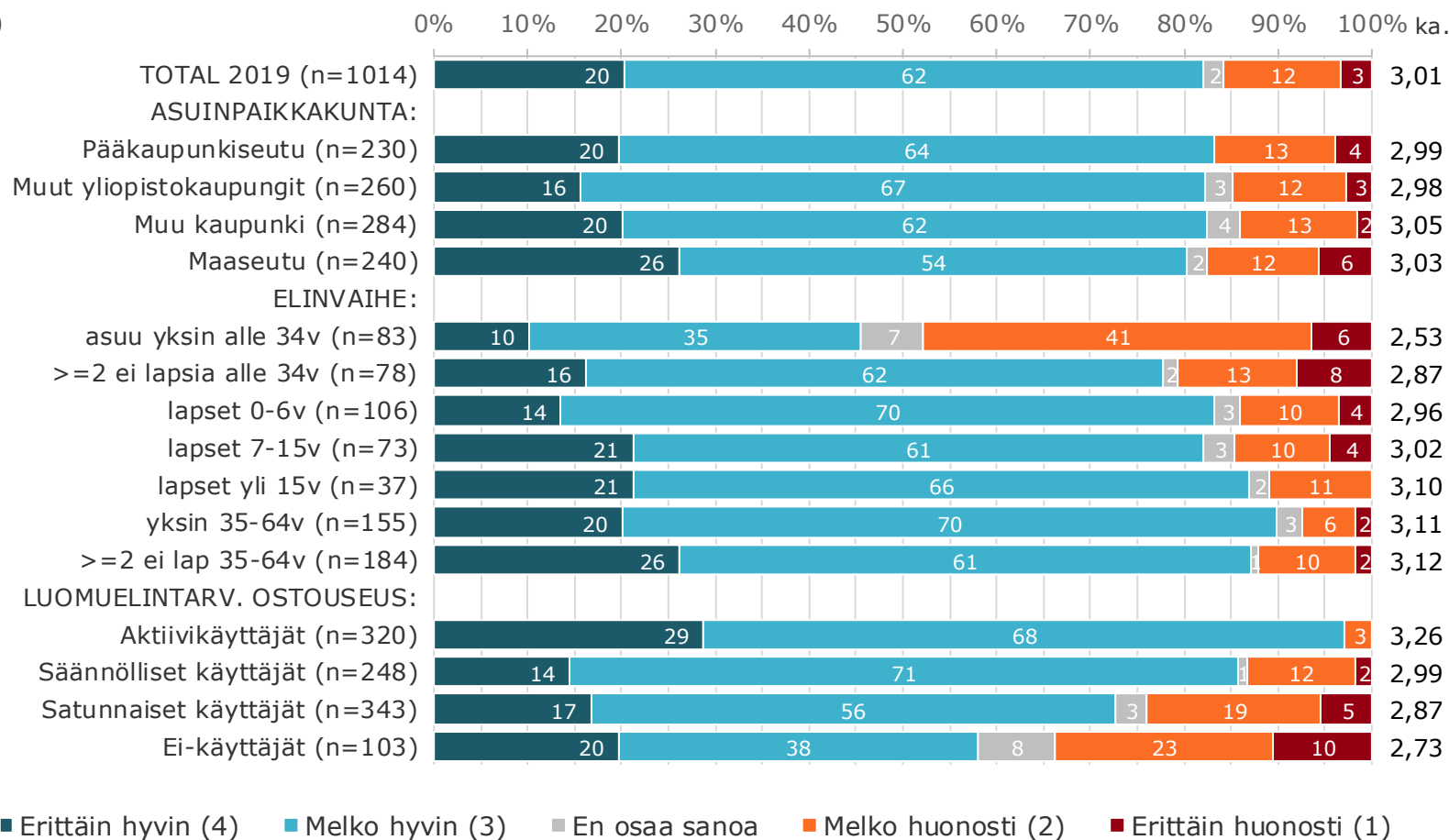


Luomun merkityksen ymmärtäminen

Kuinka hyvin mielestäsi olet perillä siitä mitä Luomu tarkoittaa?

TOTAL 2019 (n=1014)

(2/2)



Luomutietous, oikean vastauksen tietäneet

Mitkä väittämät mielestäsi pitävät paikkaansa LUOMUtuotteiden osalta?

TOTAL 2019 (n=1014)

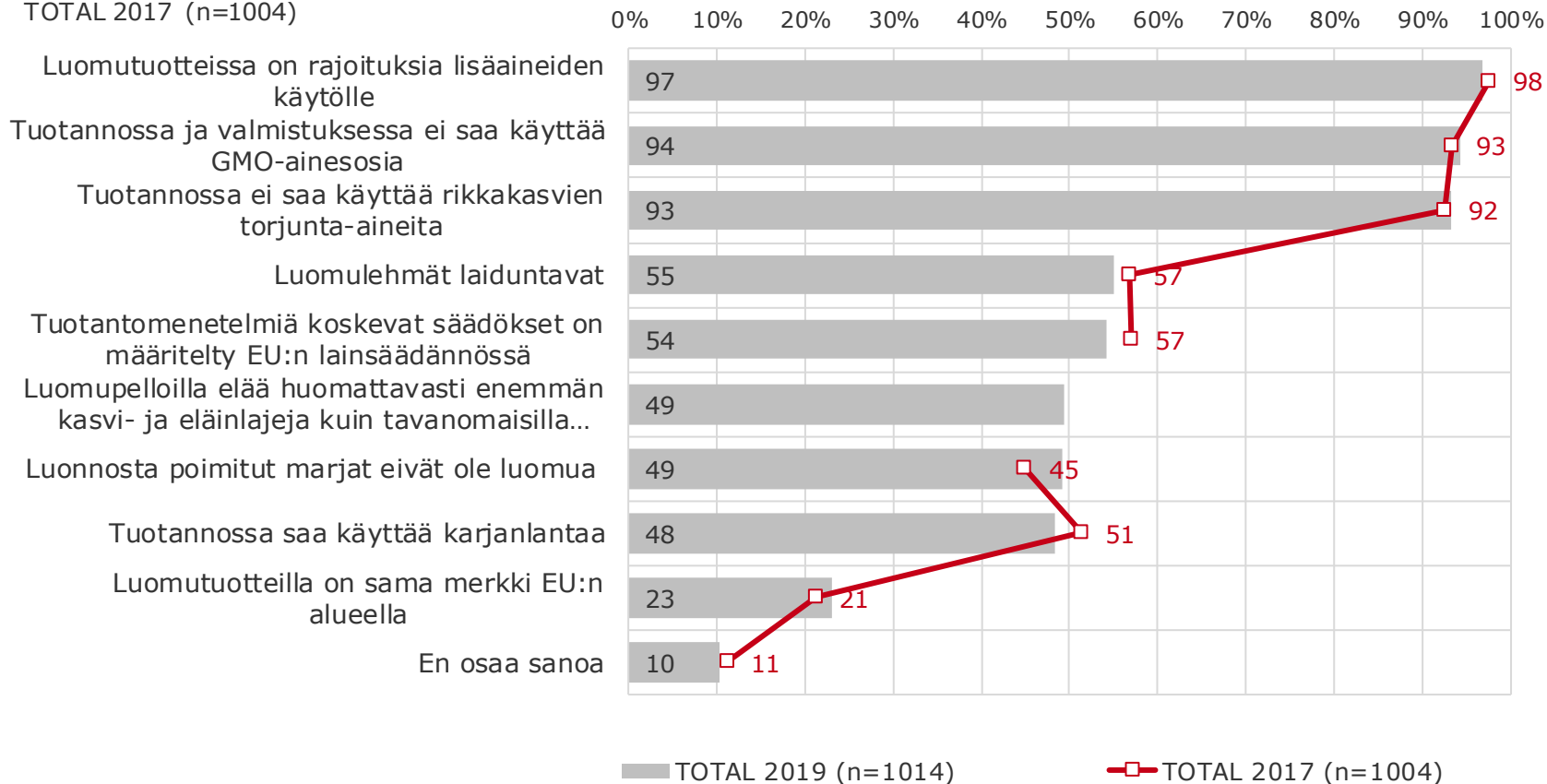


Luomutietous, oikean vastauksen tietäneet

Mitkä väittämät mielestäsi pitävät paikkaansa LUOMUtuotteiden osalta?

TOTAL 2019 (n=1014)

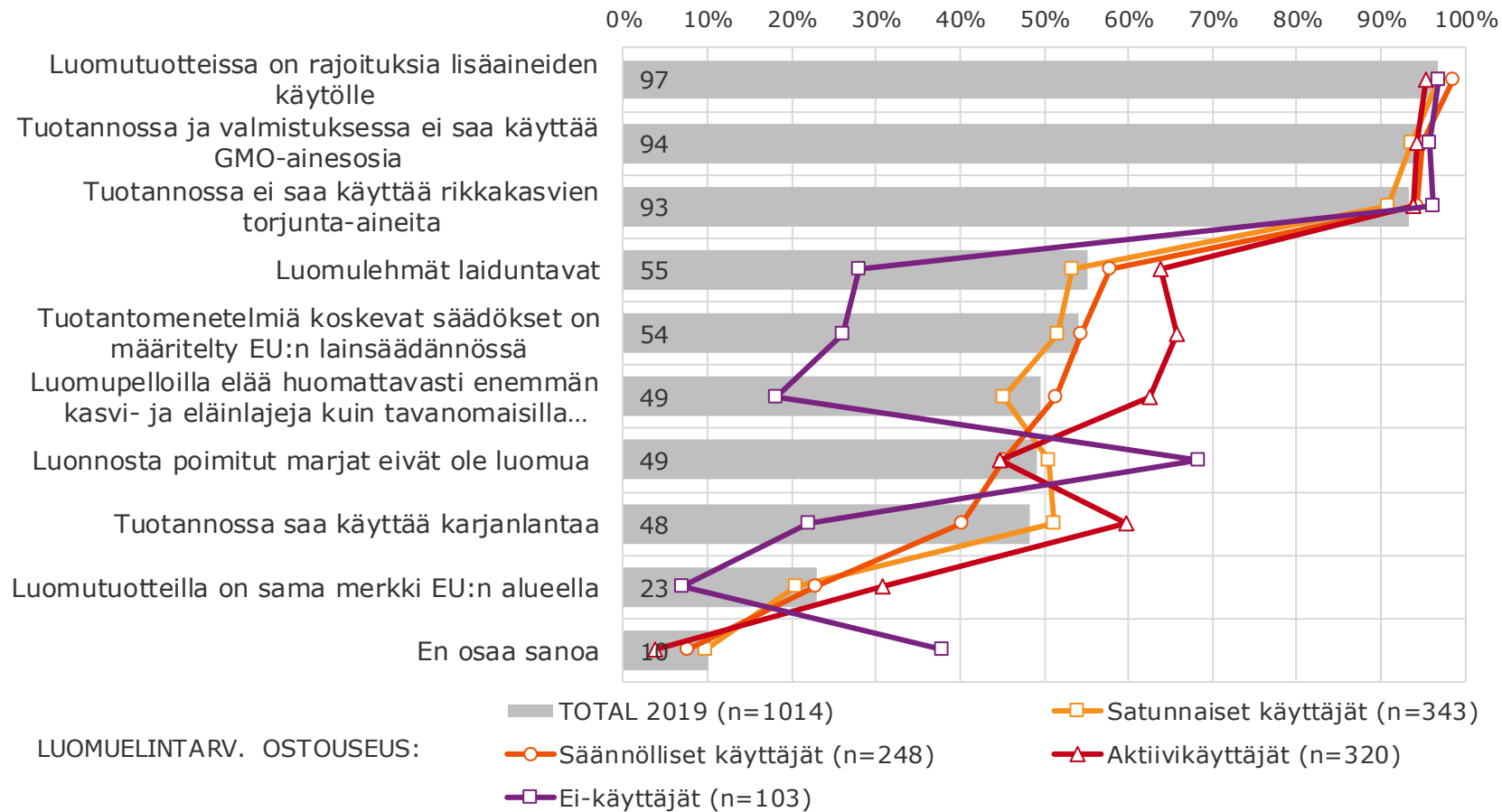
TOTAL 2017 (n=1004)



Luomutietous, oikean vastauksen tietäneet

Mitkä väittämät mielestäsi pitävät paikkaansa LUOMUtuotteiden osalta?

TOTAL 2019 (n=1014)



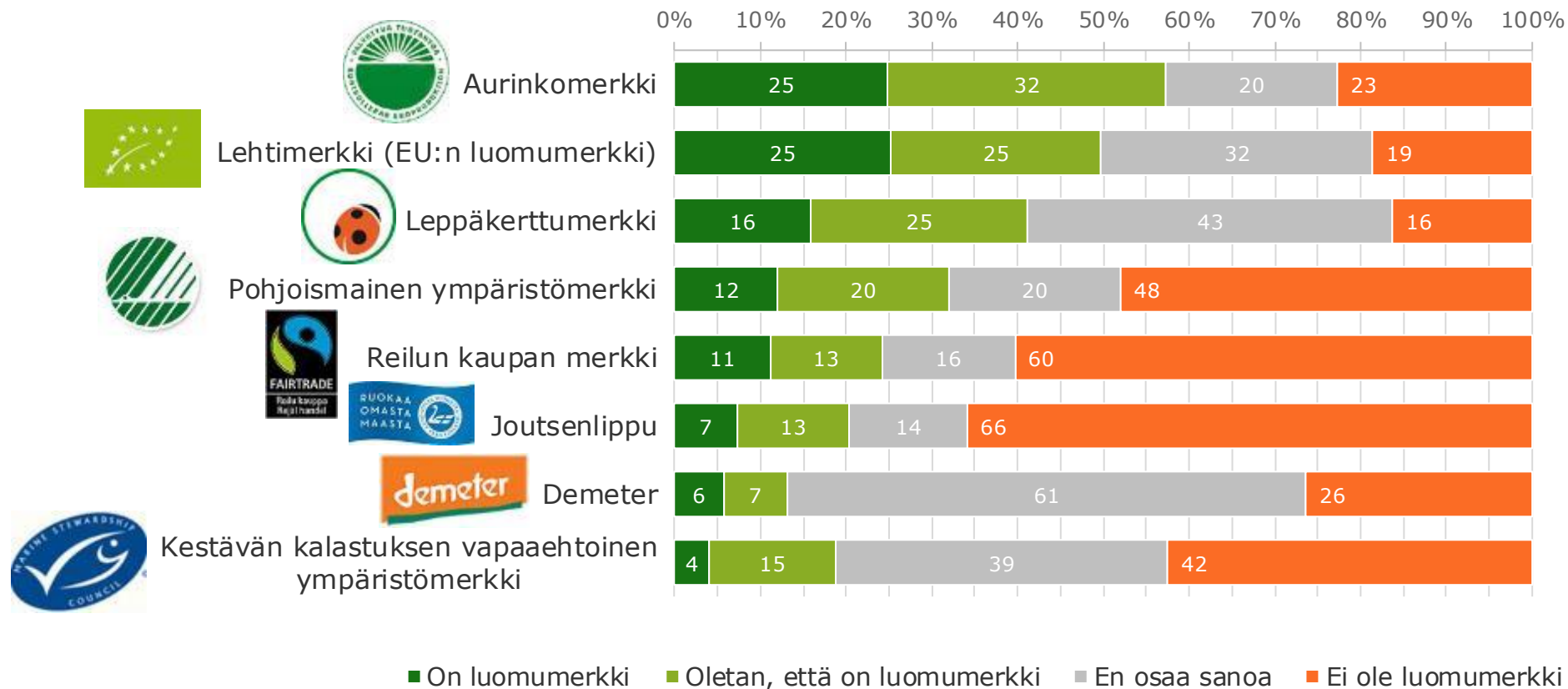
8

Luomumerkin tunteminen

Luomumerkin tunteminen

Mitkä seuraavista tiedät olevan luomutuotteiden merkkejä?

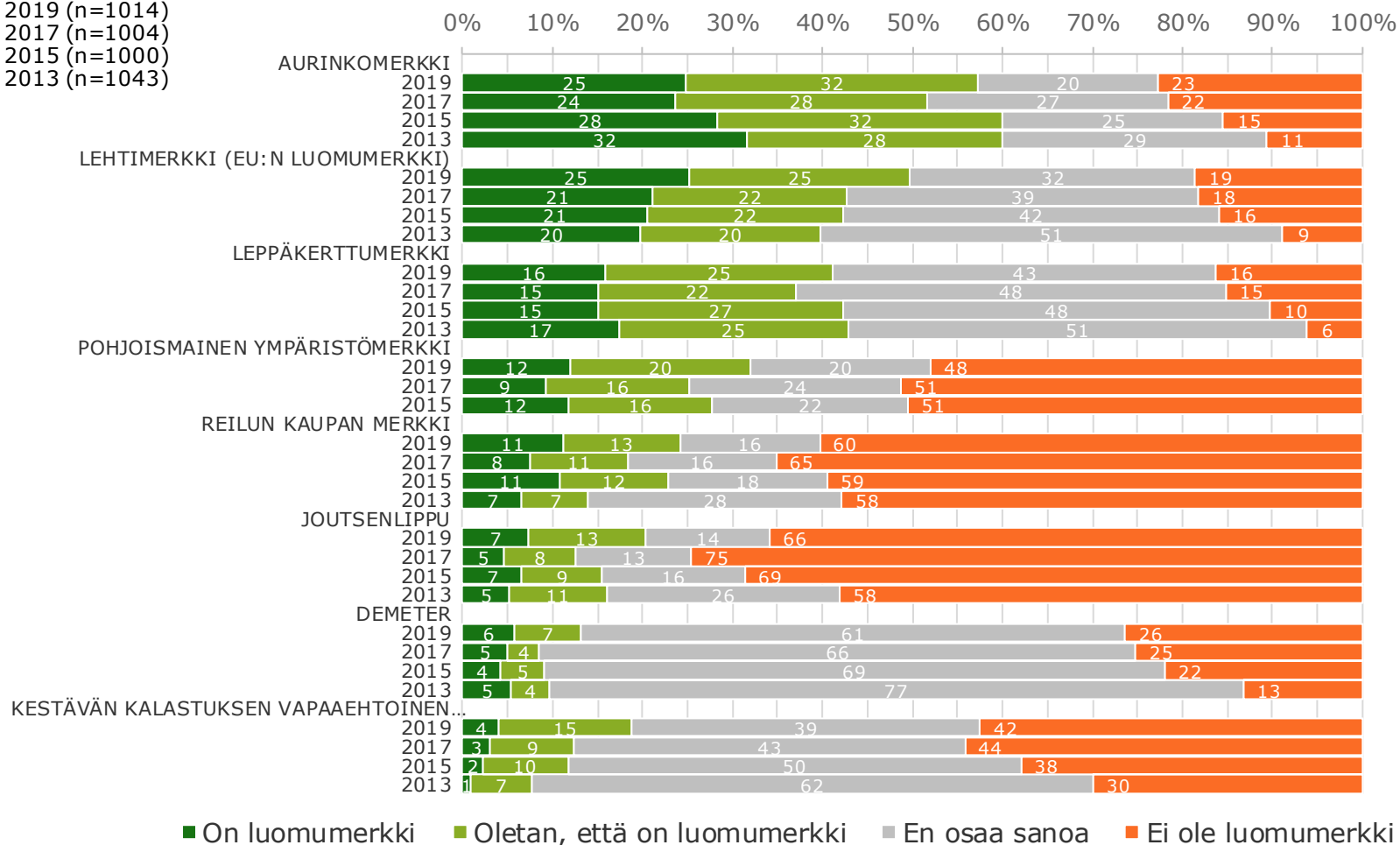
TOTAL 2019 (n=1014)



Luomumerkin tunteminen

Mitkä seuraavista tiedät olevan luomutuotteiden merkkejä?

TOTAL 2019 (n=1014)
 TOTAL 2017 (n=1004)
 TOTAL 2015 (n=1000)
 TOTAL 2013 (n=1043)

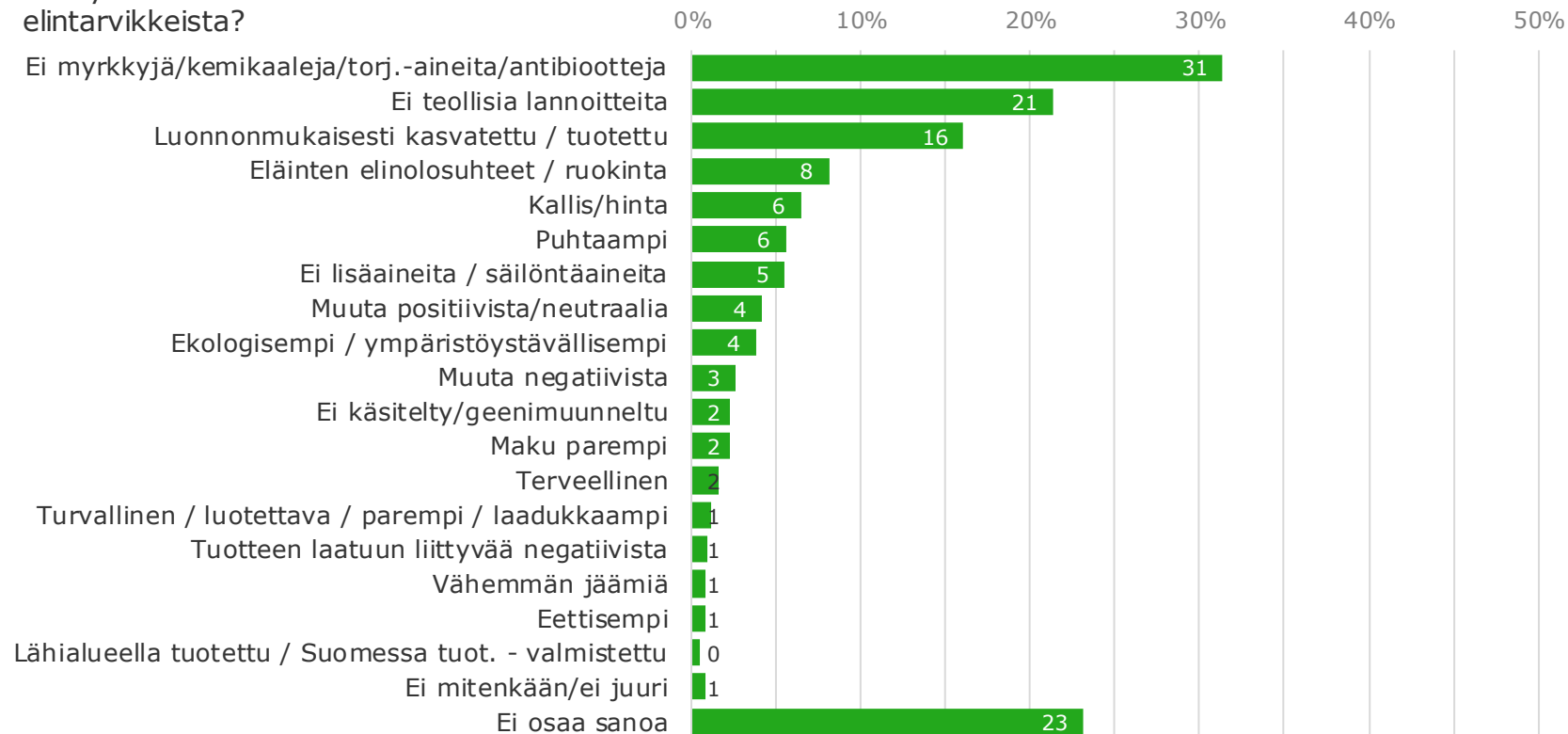


9

Mielikuva luomun ja tavanomaisten elintarvikkeiden eroista

Mielikuva siitä, miten luomutuotteet eroavat muista elintarvikkeista

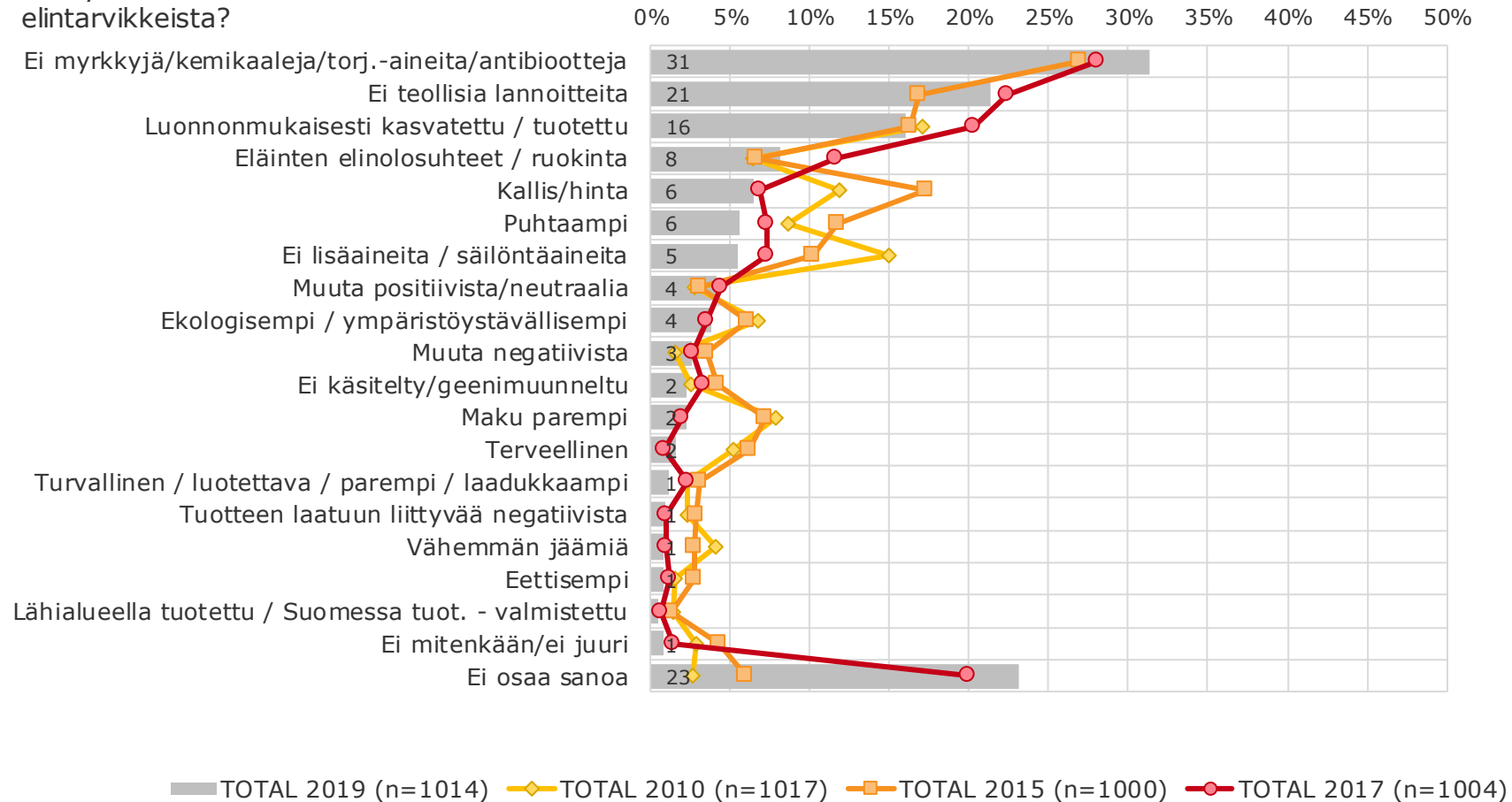
Miten luomutuotteet sinun käsityksesi mukaan eroavat muista elintarvikkeista?



■ TOTAL 2019 (n=1014)

Mielikuva siitä, miten luomutuotteet eroavat muista elintarvikkeista

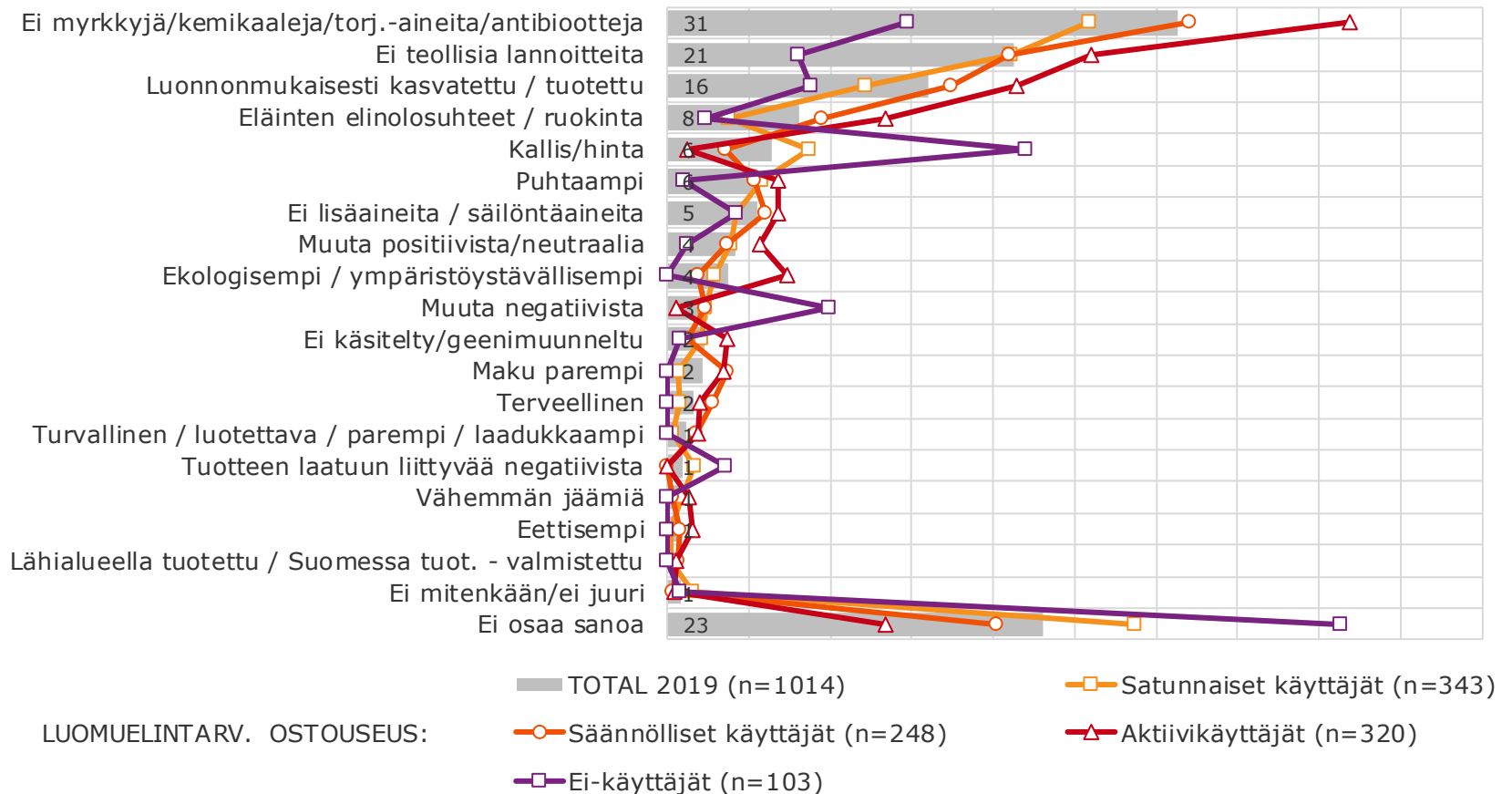
Miten luomutuotteet sinun käsityksesi mukaan eroavat muista elintarvikkeista?



Otsikko

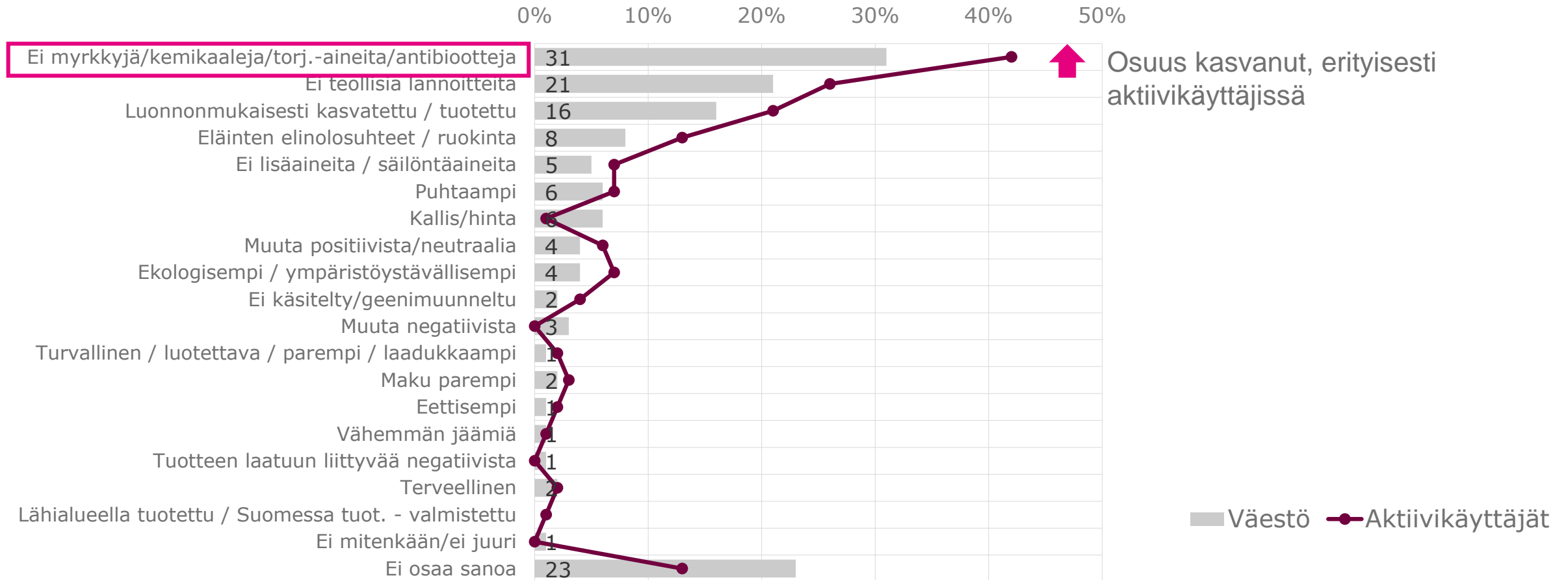
Miten luomutuotteet sinun käsityksesi mukaan eroavat muista elintarvikkeista?

TOTAL 2019 (n=1014)



LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

Mielikuva luomun ja tavanomaisen eroista



Miten luomutuotteet sinun käsityksesi mukaan eroavat muista elintarvikkeista?

*”Suomalainen tavallinen
elintarvike on jo niin puhdasta,
että sitä voi huoletta ostaa.”
- Nainen, 63v, Länsi-Suomi*



”Ei lannoitteita”

”Ei myrkkijä”

”Puhtaampia”

”Ei torjunta-aineita”

”Ei antibiootteja”

”Kokemukseni mukaan maultaan eivät niin paljon positiivisesti, että olisin valmis maksamaan huomattavasti korkeamman hinnan.” – Nainen, 51v, PKS

10

Tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita

Tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita (kysytty vain luomukäyttäjiltä)

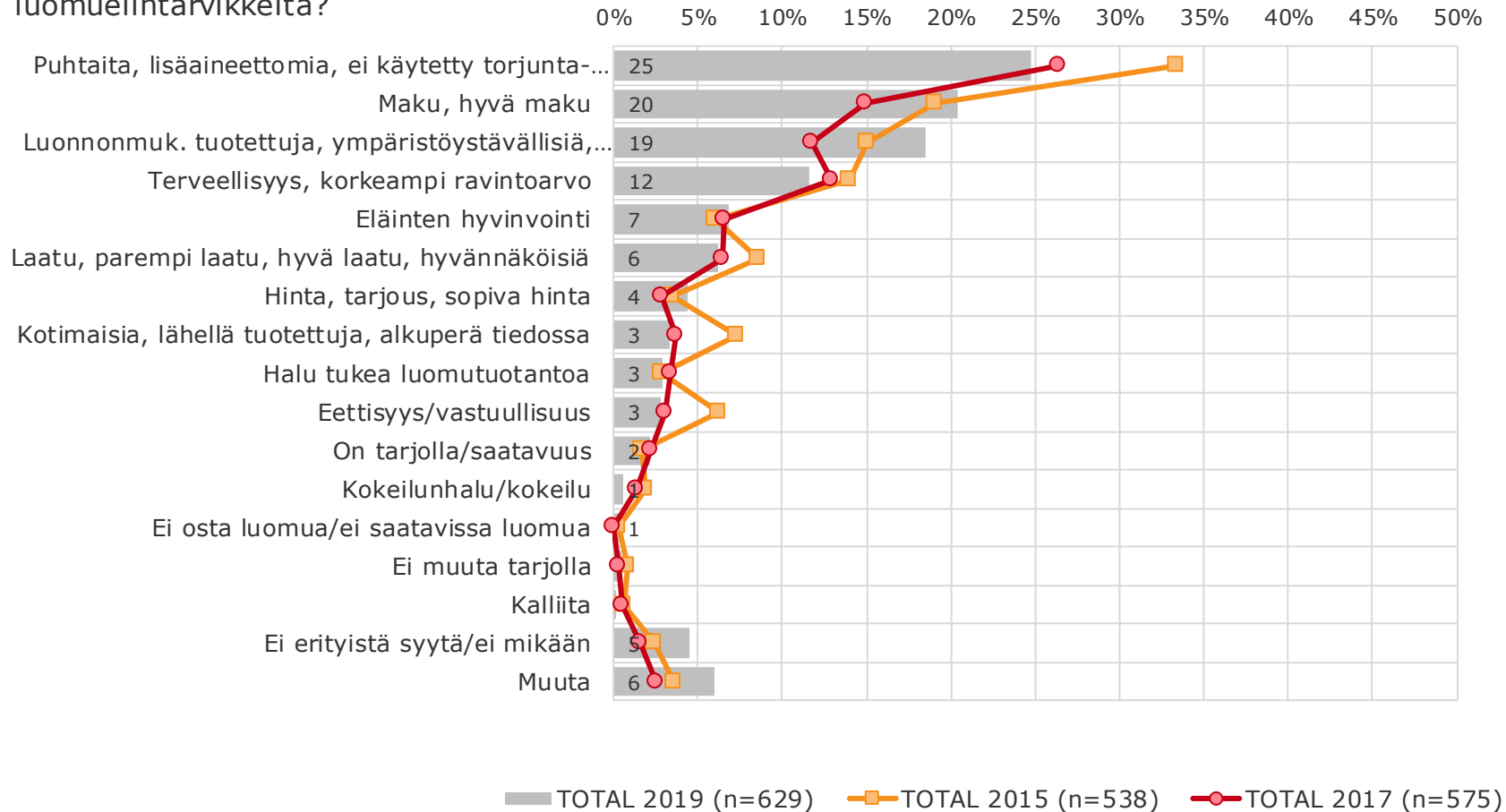
Mikä on tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita?



■ TOTAL 2019 (n=629)

Tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita

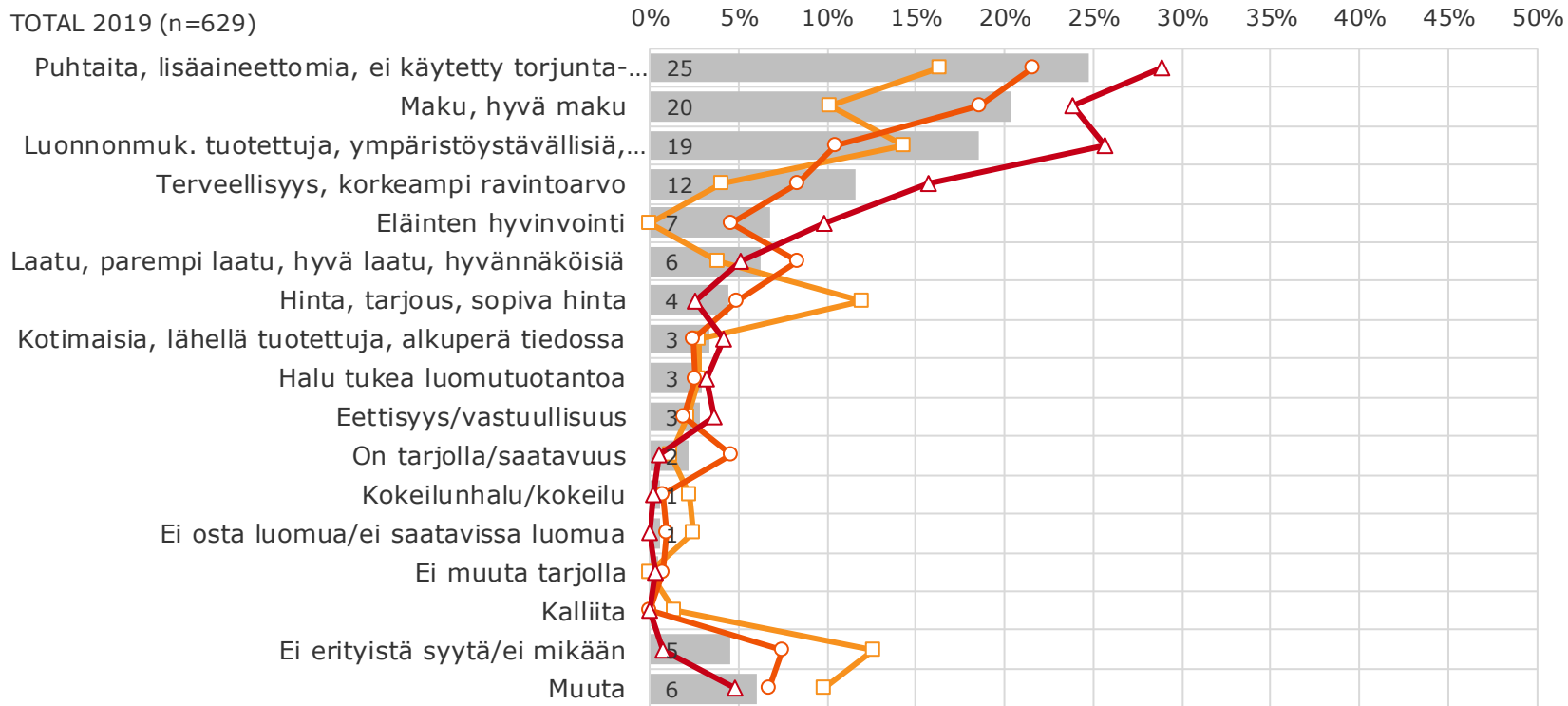
Mikä on tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita?



Tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita

Mikä on tärkein syys ostaa luomuelintarvikkeita?

TOTAL 2019 (n=629)



■ TOTAL 2019 (n=629)

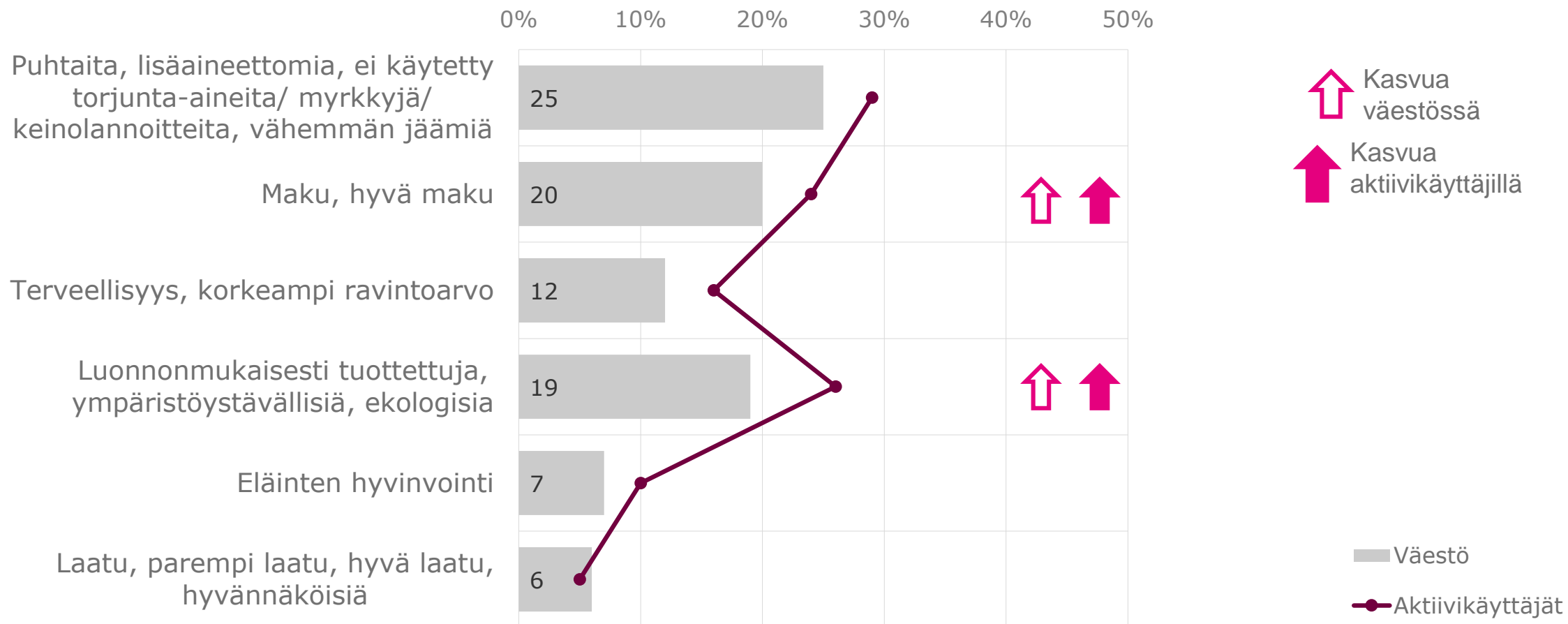
□ Satunnaiset käyttäjät (n=61)

LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

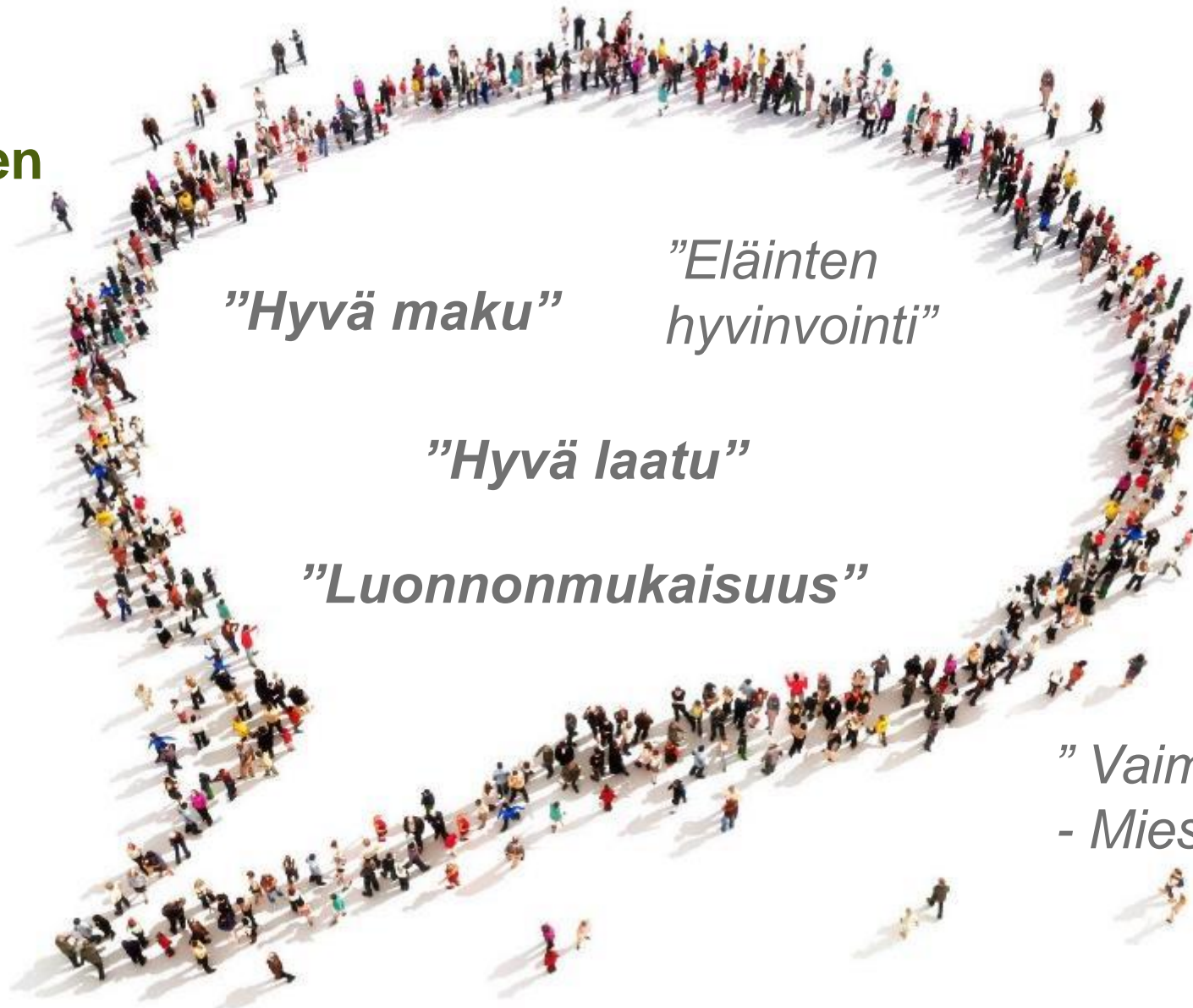
○ Säännölliset käyttäjät (n=248)

△ Aktiivikäyttäjät (n=320)

Tärkeimmät syyt ostaa luomuelintarvikkeita



Tärkeimmät syyt luomuelintarvikkeiden ostamiseen



”Hyvä maku”

”Eläinten hyvinvointi”

”Hyvä laatu”

”Luonnonmukaisuus”

” Oma hyvinvointi ja maapallokin tykkää.”

*- Mies, 66v,
Pohjois-Suomi*

” Vaimo.”
- Mies, 57v, Itä-Suomi

” Oma ja ympäristön hyvinvointi sekä eläinten paremmat elinolot.”

- Nainen, 36v, Etelä-Suomi

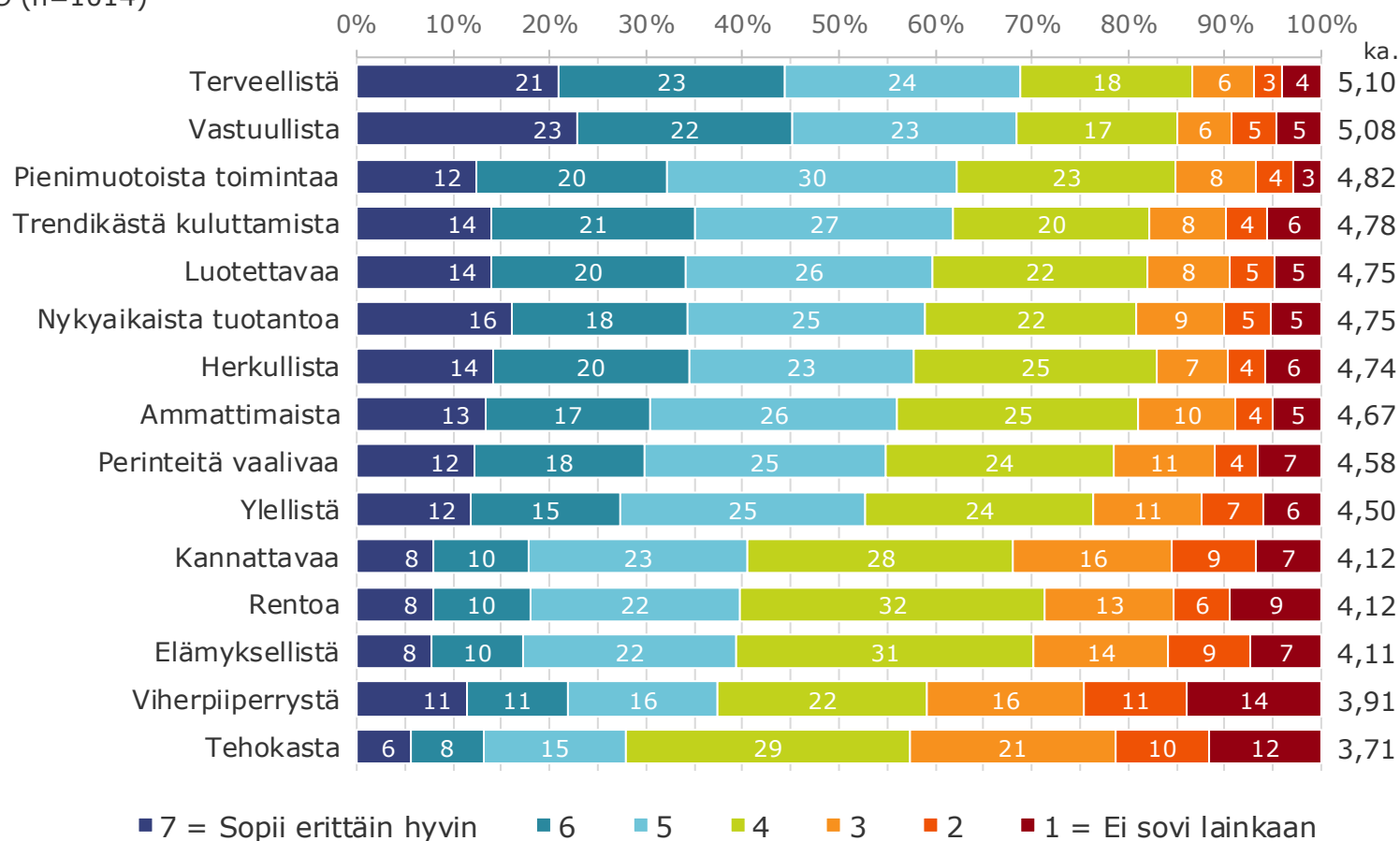
11

Luomun imago

Luomun imago

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

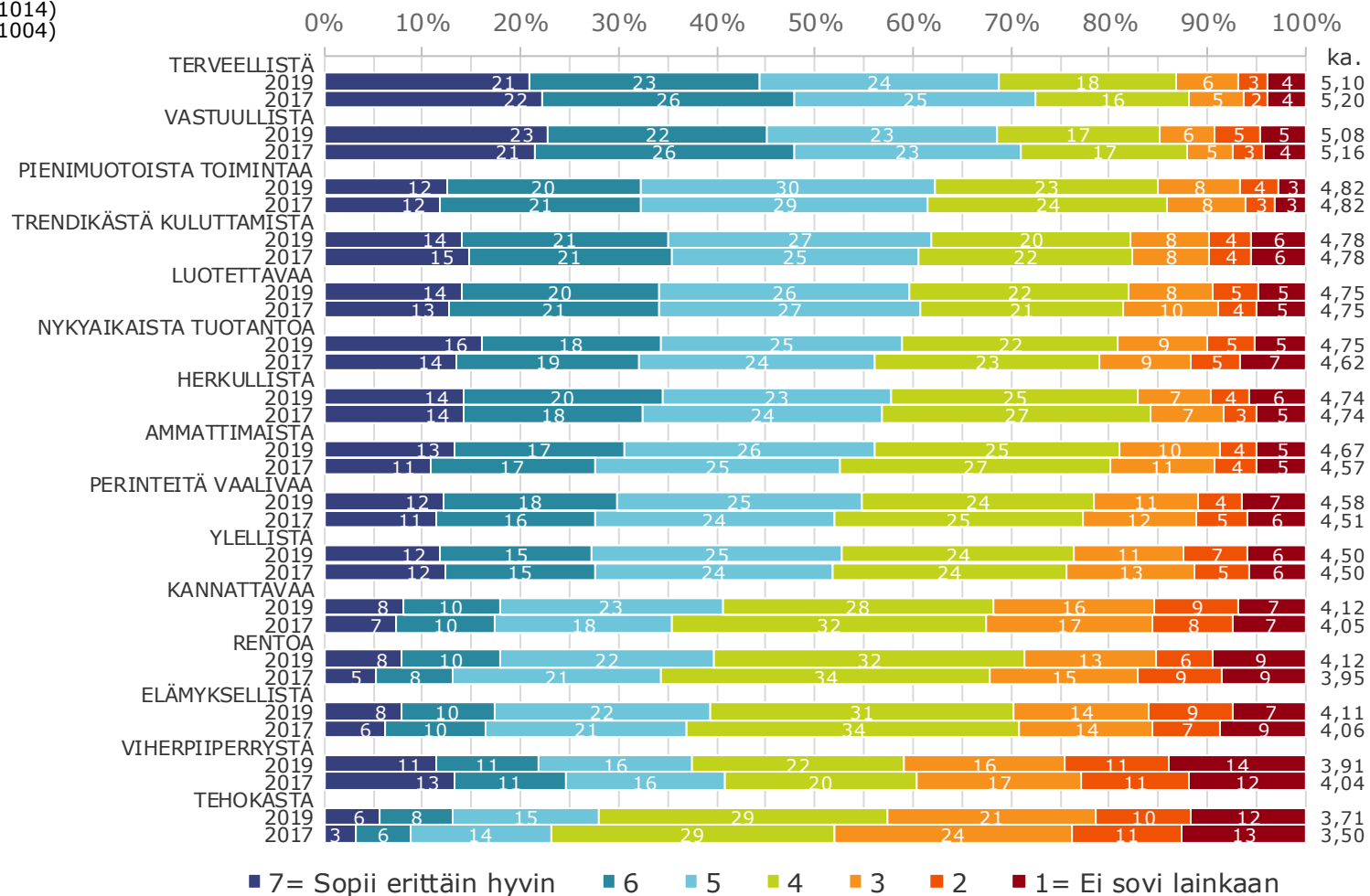
TOTAL 2019 (n=1014)



Luomun imago, 2017 ja 2019

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

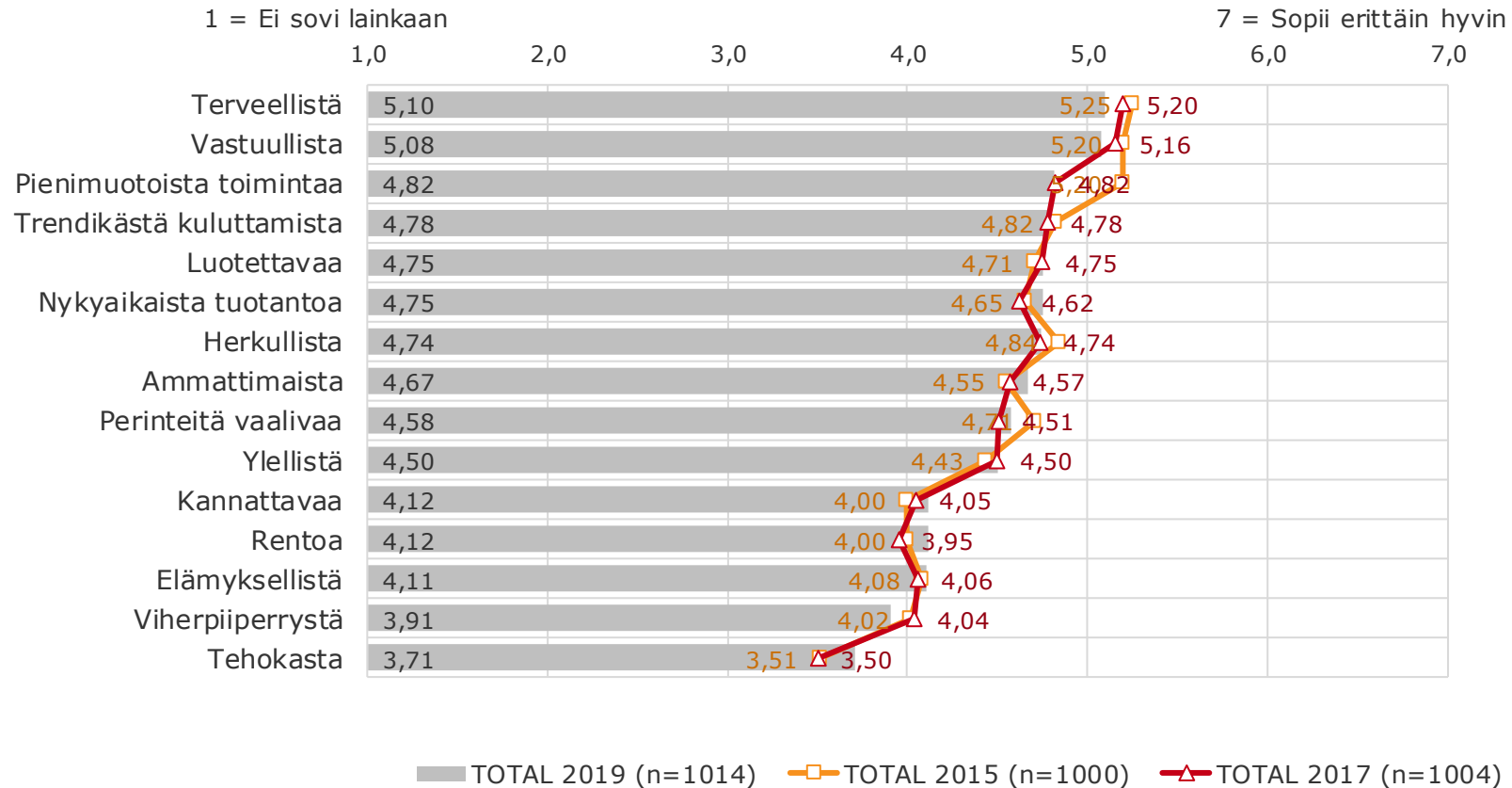
TOTAL 2019 (n=1014)
TOTAL 2017 (n=1004)



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

Luomun imago

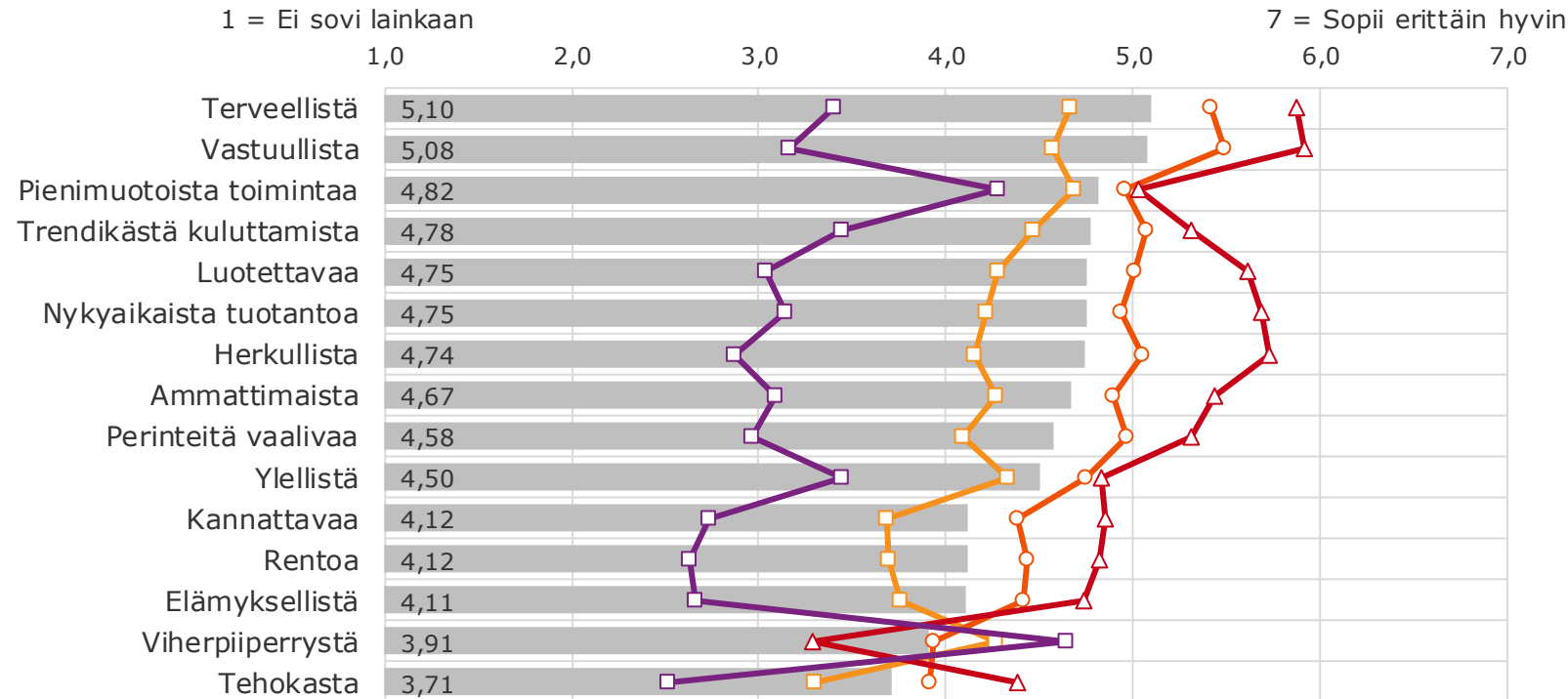
Seuraavaksi muutamia sanoja. Miten hyvin tai huonosti nämä mielestäsi sopivat luomuruuan mielikuvaan?



Luomun imago

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

TOTAL 2019 (n=1014)



■ TOTAL 2019 (n=1014)

□ Satunnaiset käyttäjät (n=343)

○ Säännölliset käyttäjät (n=248)

△ Aktiivikäyttäjät (n=320)

□ Ei-käyttäjät (n=103)

LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

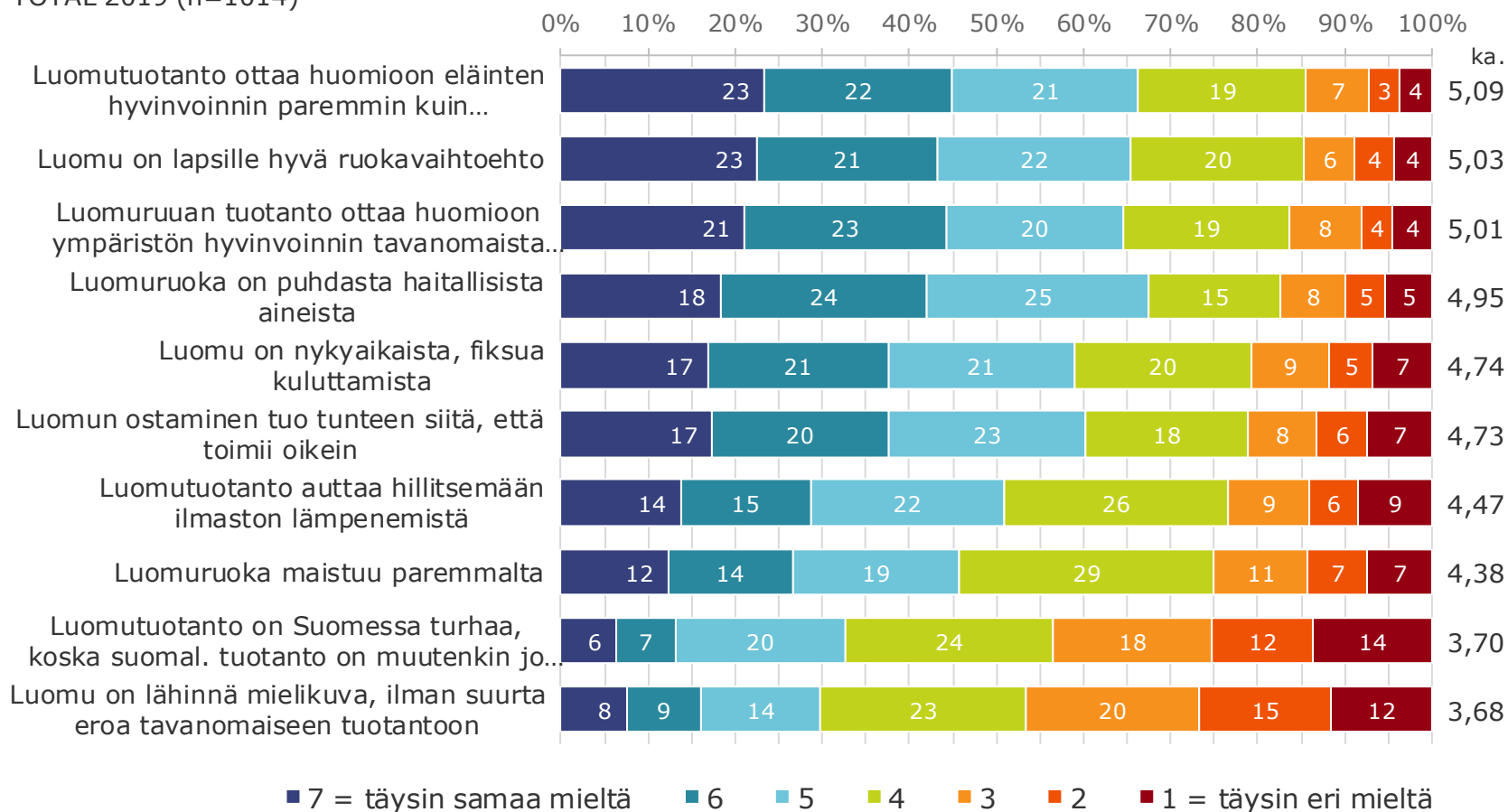
12

Mielipiteet luomuun liittyvistä väittämistä

Mielipiteet luomuun liittyvistä väittämistä

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

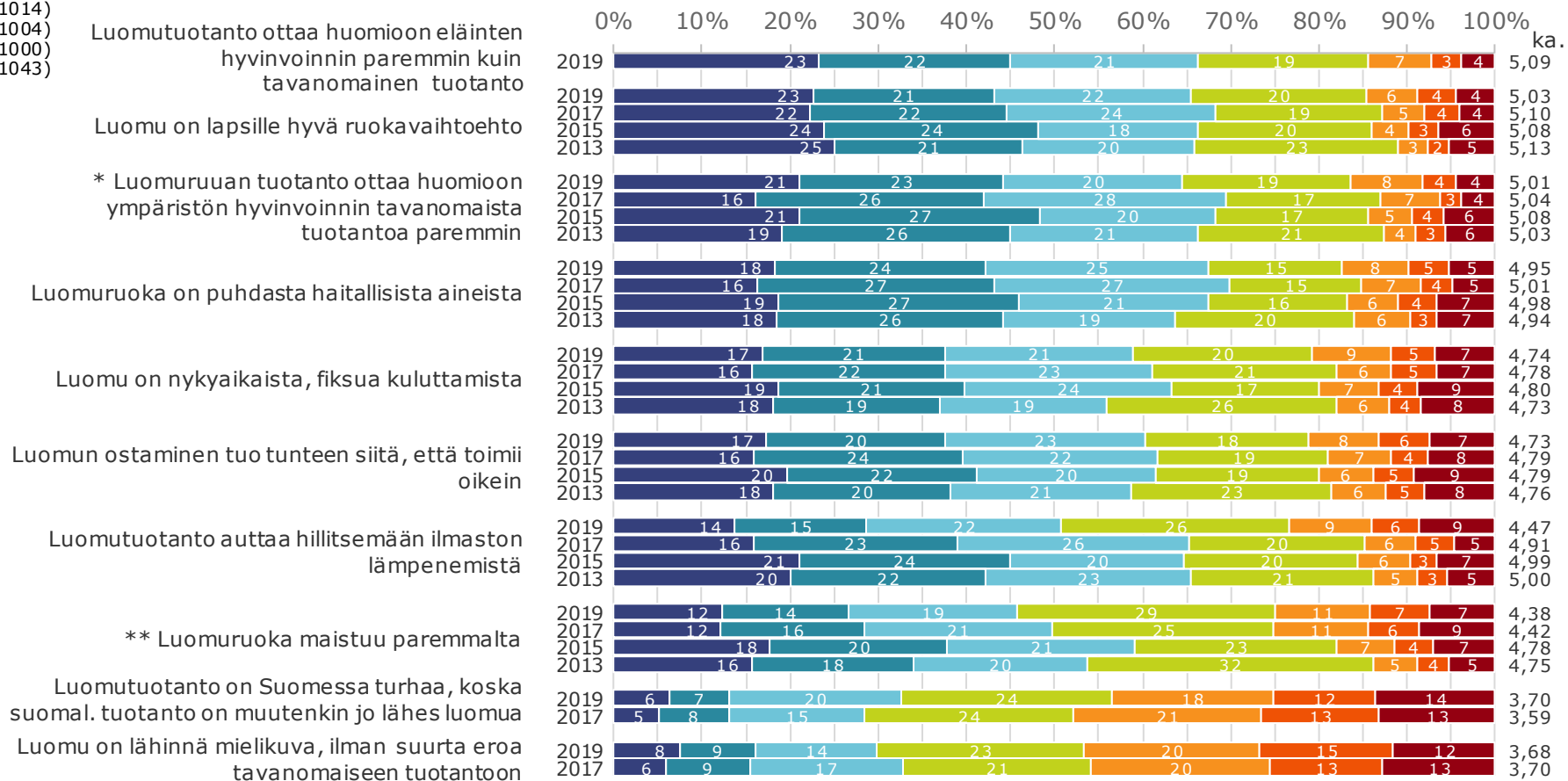
TOTAL 2019 (n=1014)



Mielipiteet luomuun liittyvistä väittämistä

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

TOTAL 2019 (n=1014)
 TOTAL 2017 (n=1004)
 TOTAL 2015 (n=1000)
 TOTAL 2013 (n=1043)



(* 2010-2017: Luomuruuan tuotanto huomioi ympäristön hyvinvoinnin)

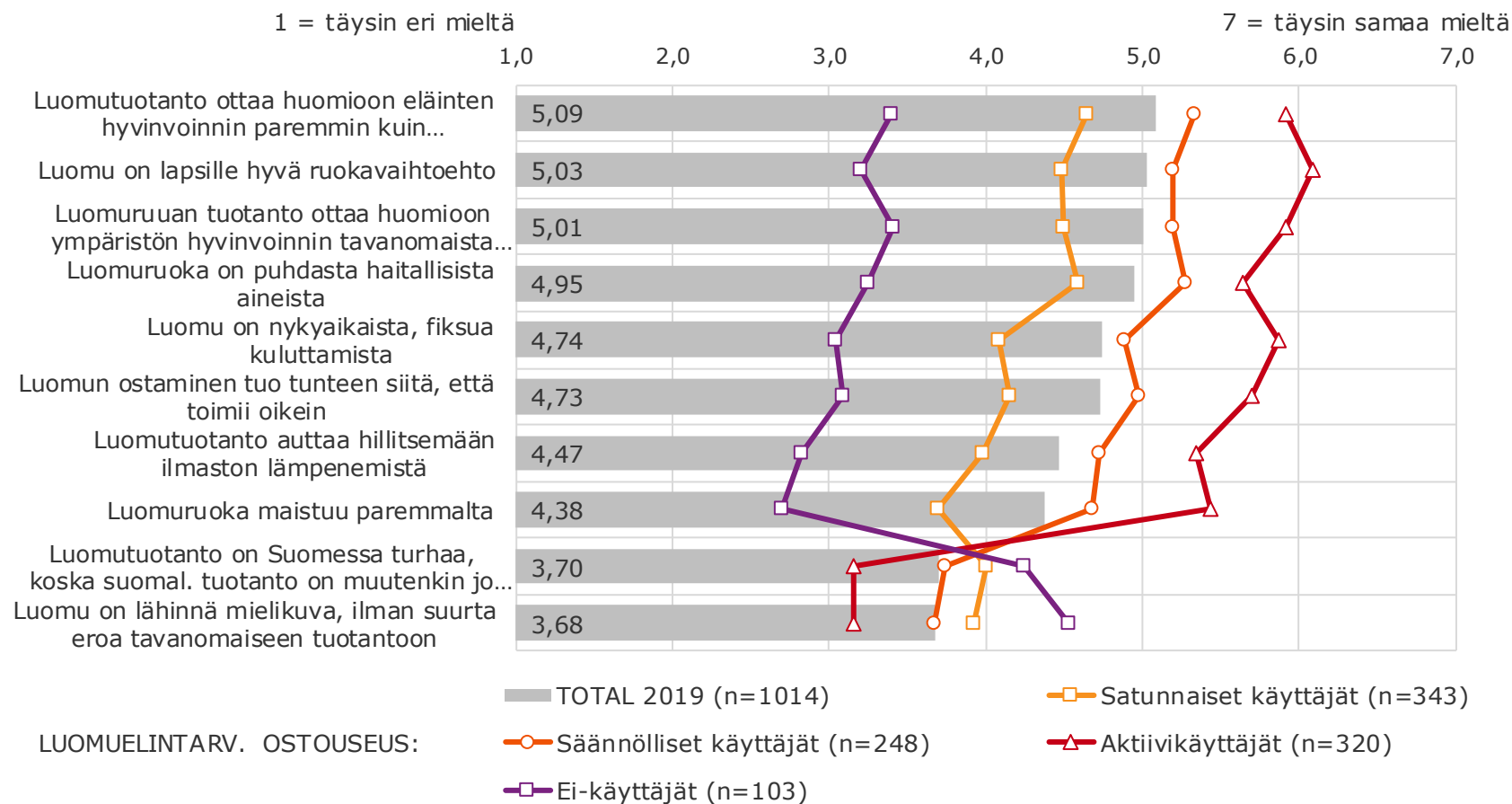
(** 2010-2015: Luomuruoka maistuu herkulliselta)

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

Mielipiteet luomuun liittyvistä väittämistä

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

TOTAL 2019 (n=1014)



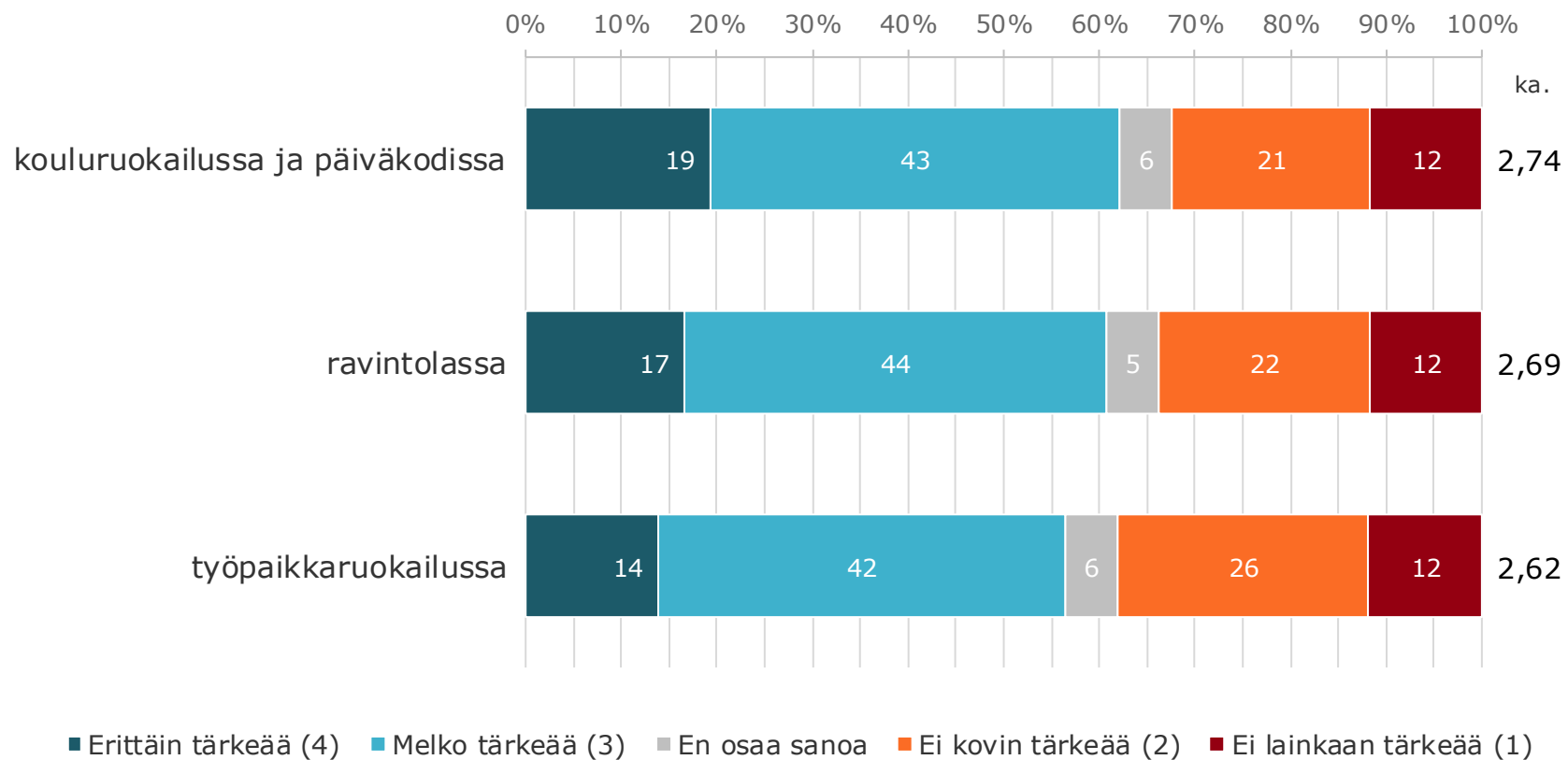
13

Luomuvaihtoehdon tarjoaminen joukkoruokailussa

Luomuvaihtoehdon tarjoaminen joukkoruokailussa

Miten tärkeänä pidät luomun tarjoamista...?

TOTAL 2019 (n=1014)



Luomuvaihtoehdon tarjoaminen joukkoruokailussa

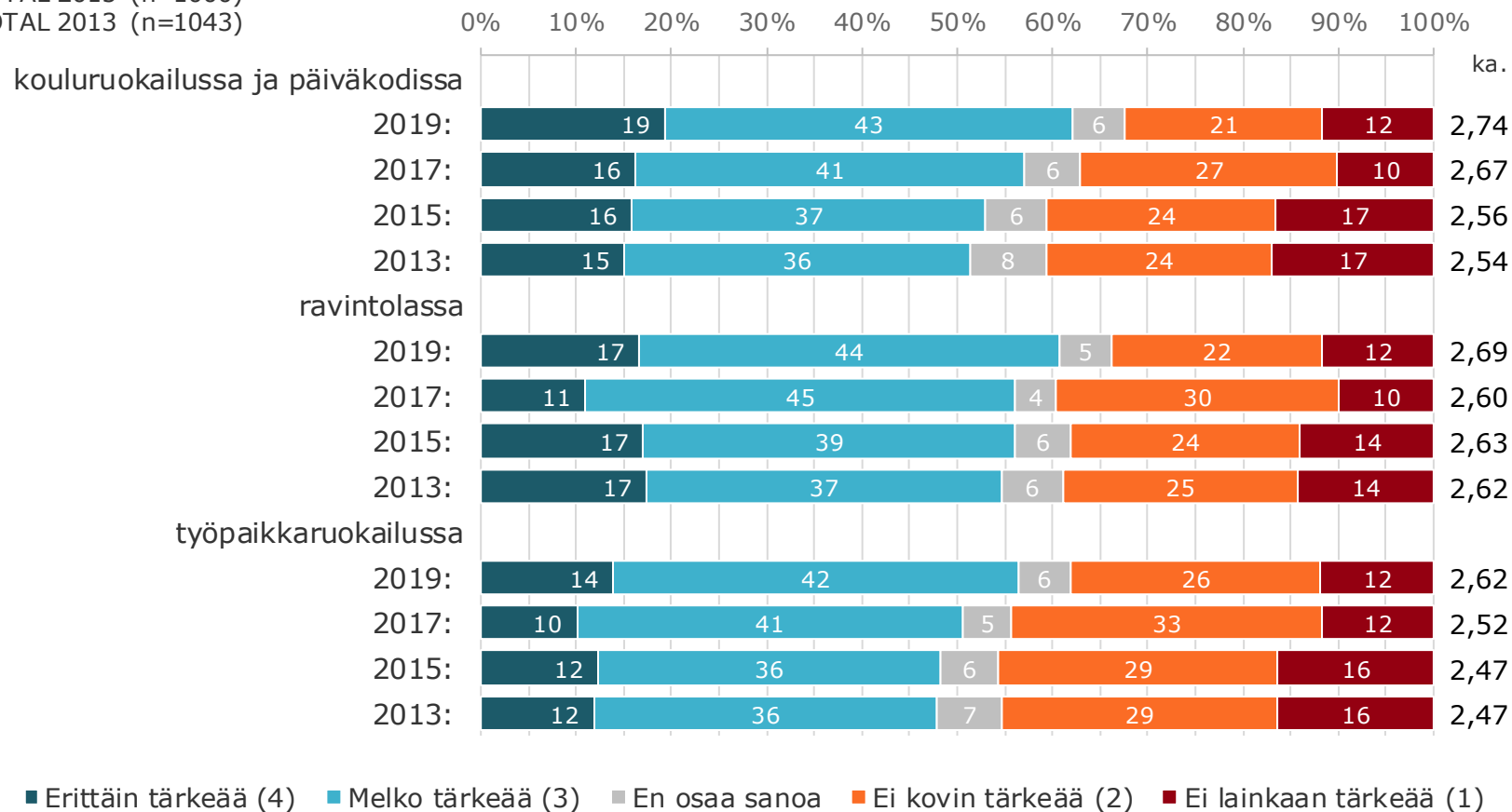
Miten tärkeänä pidät luomun tarjoamista...?

TOTAL 2019 (n=1014)

TOTAL 2017 (n=1004)

TOTAL 2015 (n=1000)

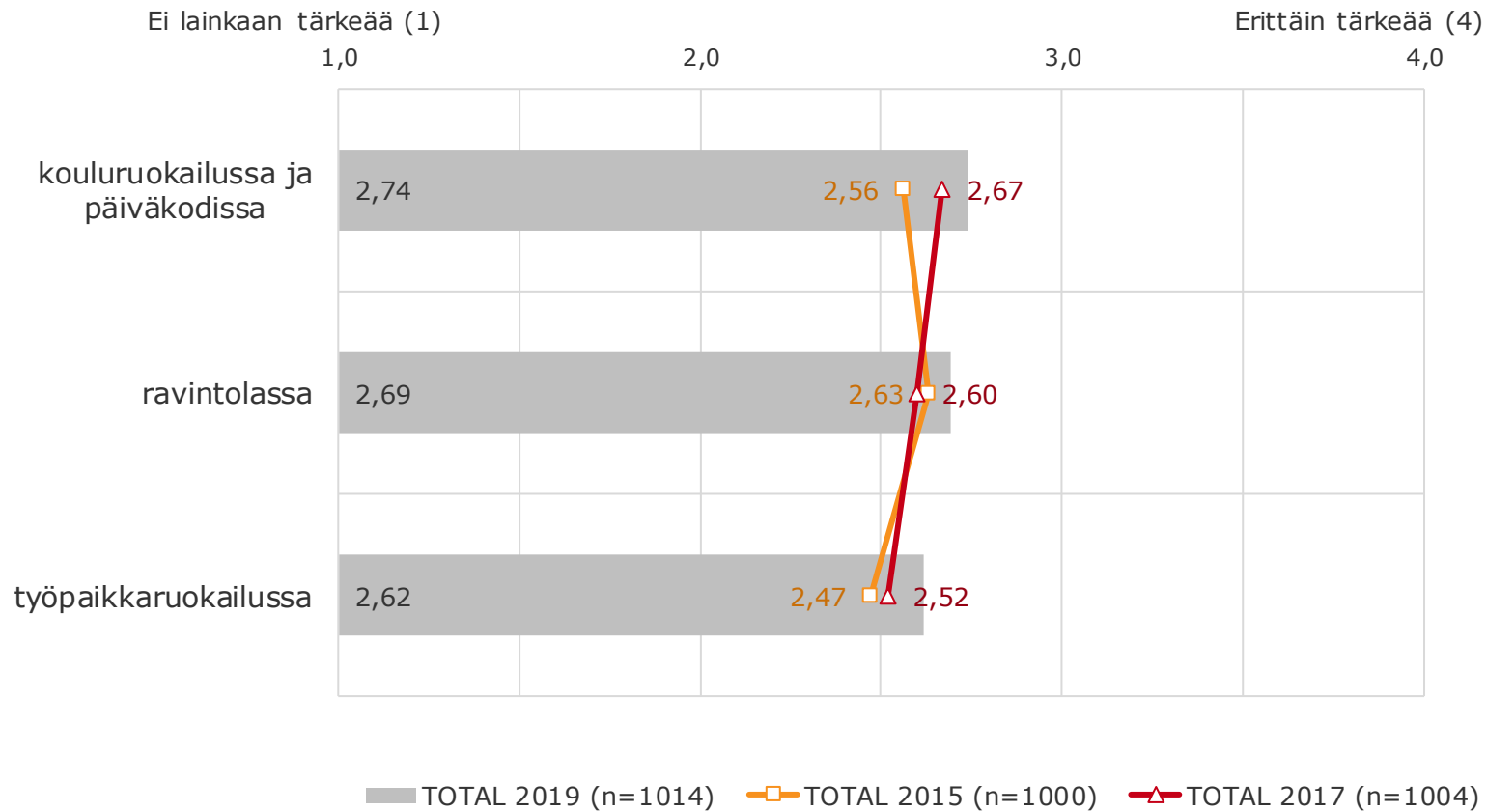
TOTAL 2013 (n=1043)



■ Erittäin tärkeää (4) ■ Melko tärkeää (3) ■ En osaa sanoa ■ Ei kovin tärkeää (2) ■ Ei lainkaan tärkeää (1)

Luomuvaihtoehdon tarjoaminen joukkoruokailussa

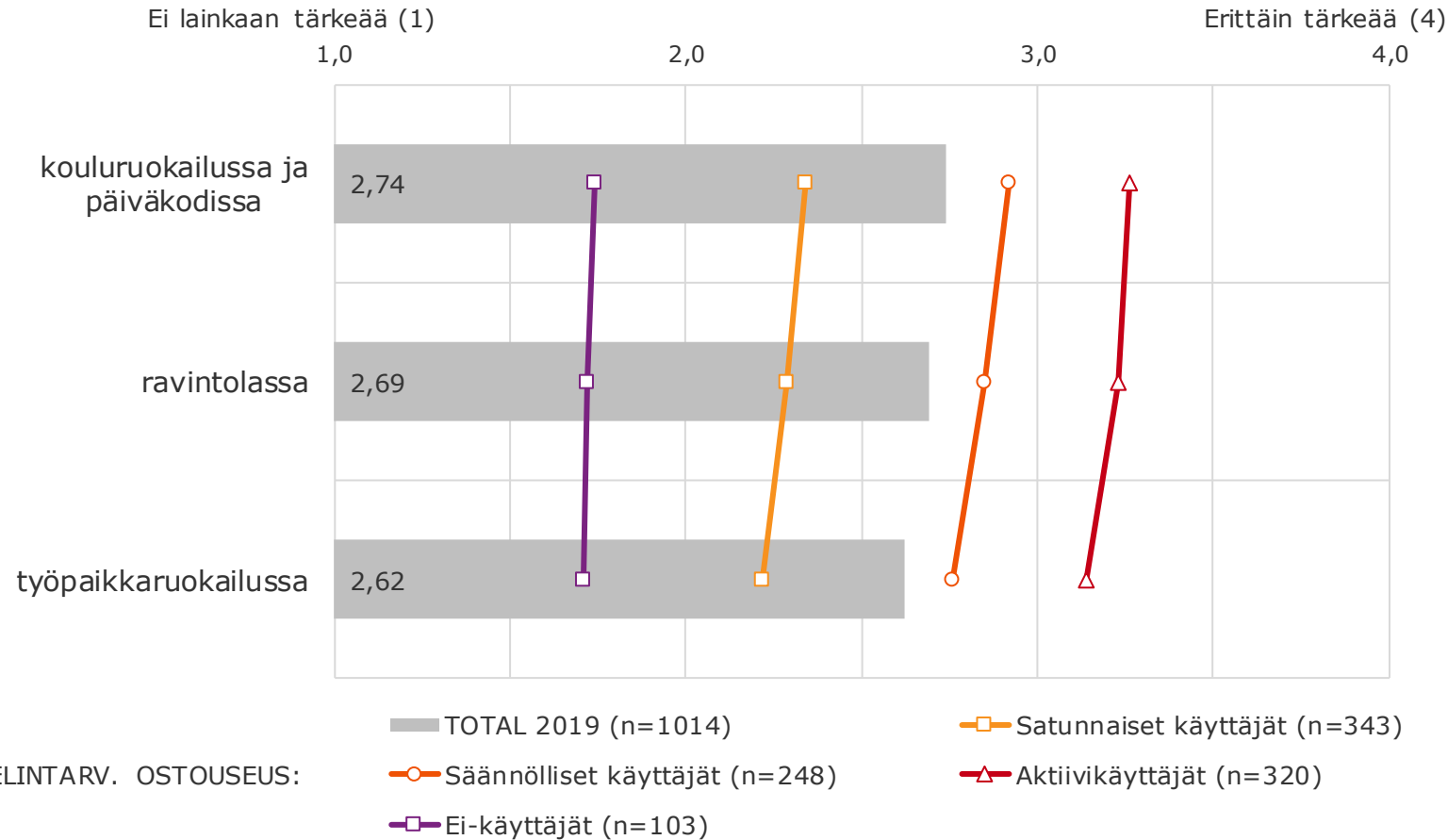
Miten tärkeänä pidät luomun tarjoamista...?



Luomuvaihtoehdon tarjoaminen joukkoruokailussa

Miten tärkeänä pidät luomun tarjoamista...?

TOTAL 2019 (n=1014)



LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

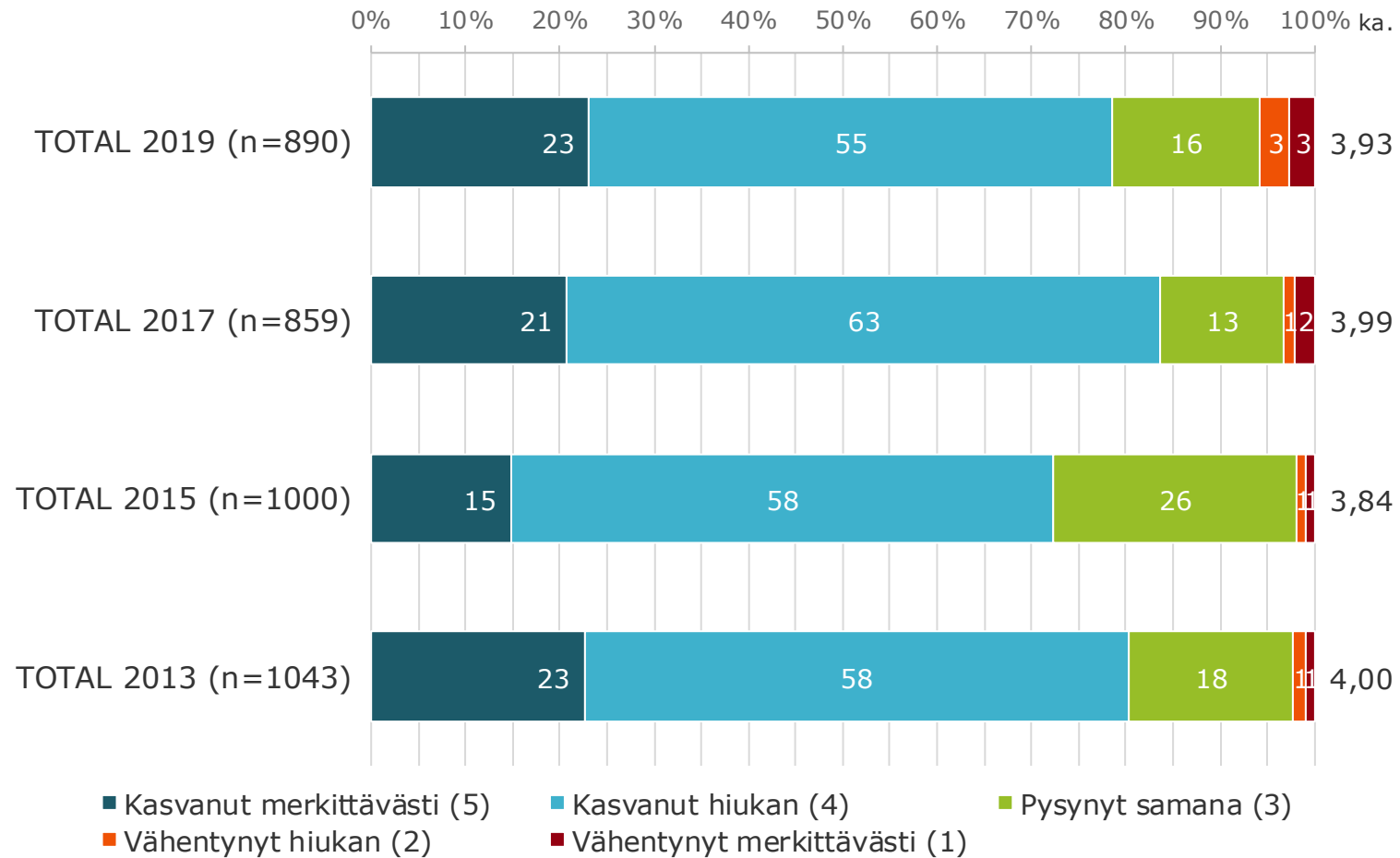
14

Luomuvalikoiman muutos viime vuosina



Luomuvalikoiman muutos viime vuosina

Onko luomuvalikoima viime vuosina mielestäsi... (eos:t poistettu)

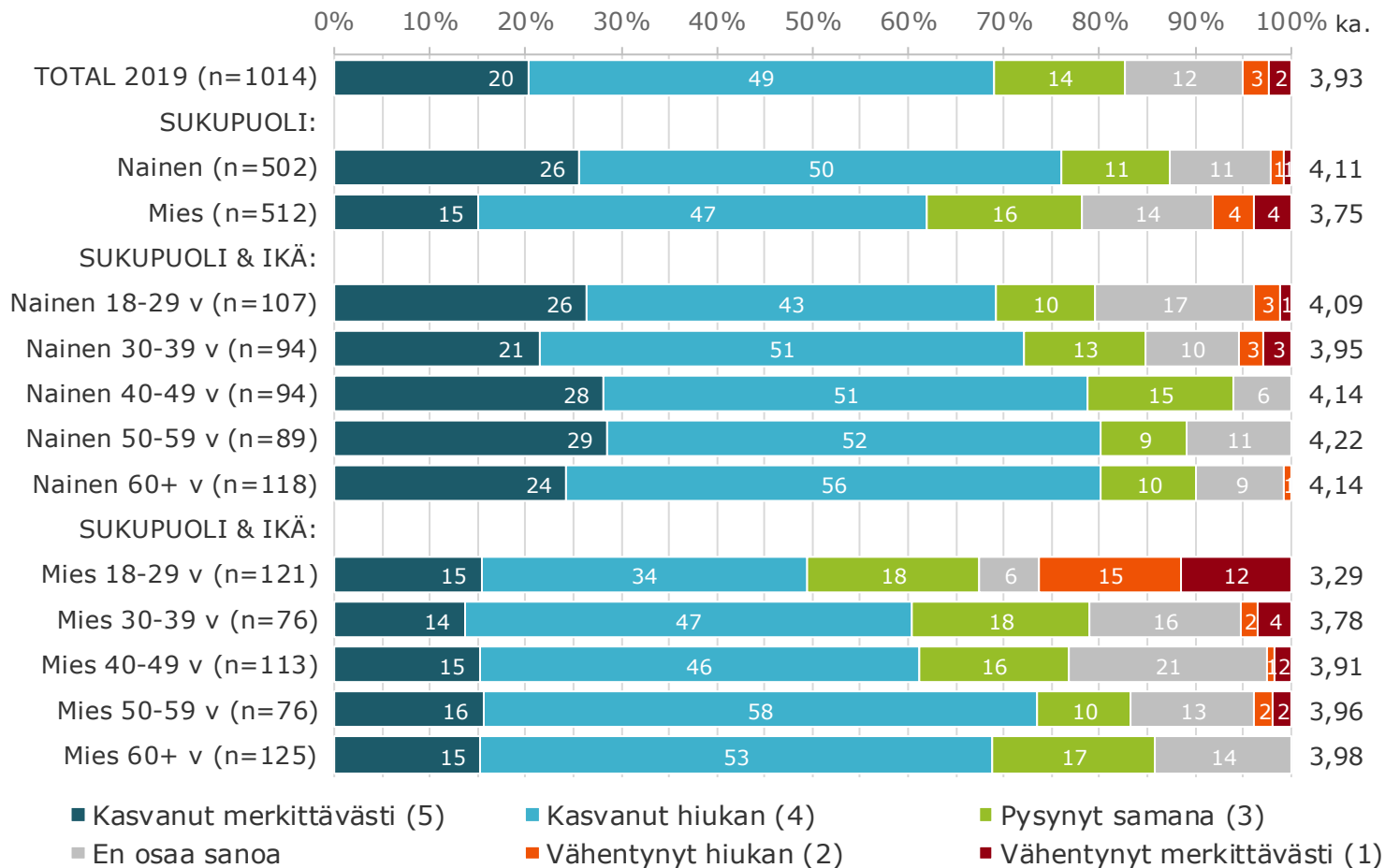


Luomuvalikoiman muutos viime vuosina

Onko luomuvalikoima viime vuosina mielestäsi...

TOTAL 2019 (n=1014)

(1/2)

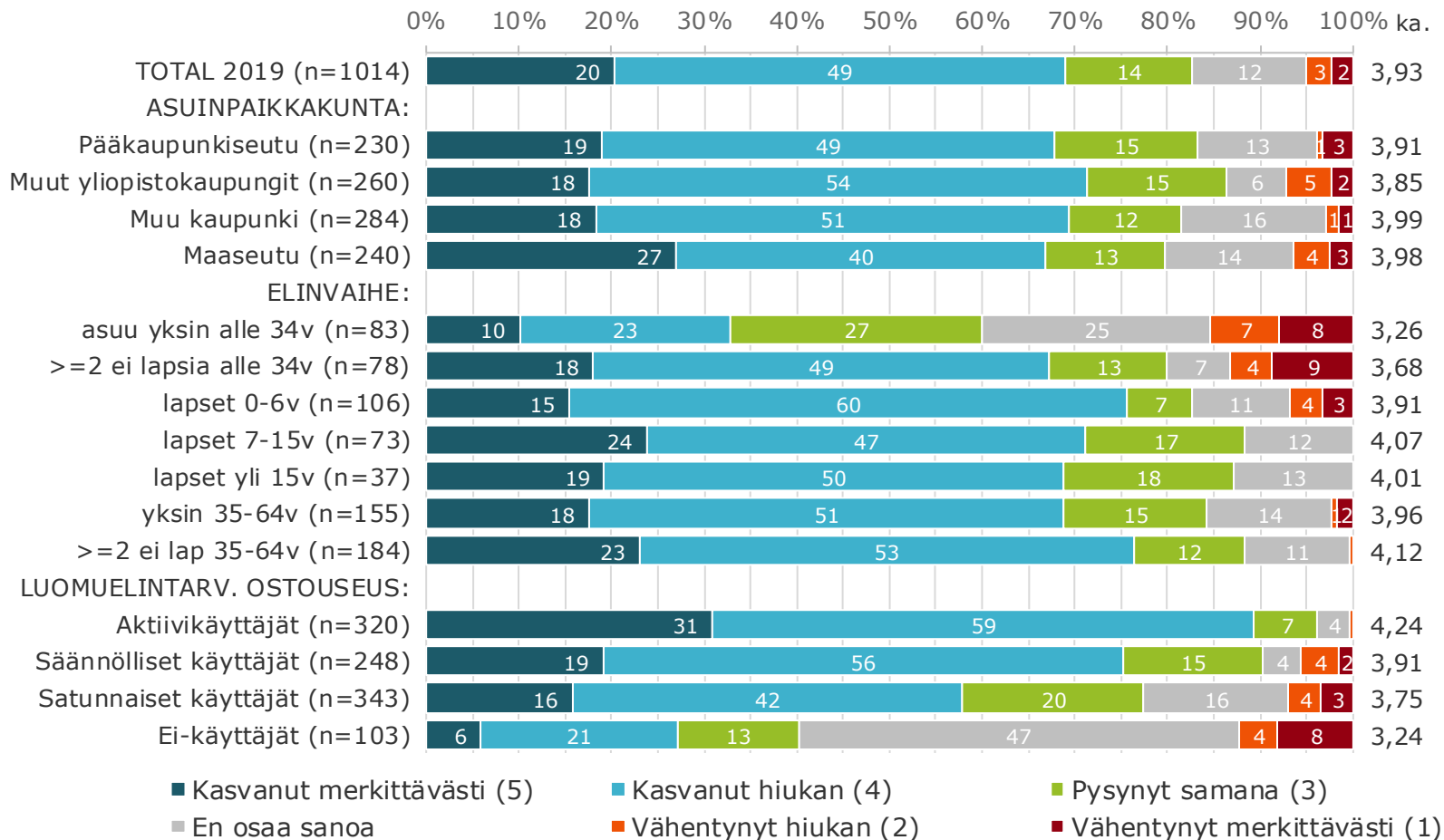


Luomuvalikoiman muutos viime vuosina

Onko luomuvalikoima viime vuosina mielestäsi...

TOTAL 2019 (n=1014)

(2/2)



15

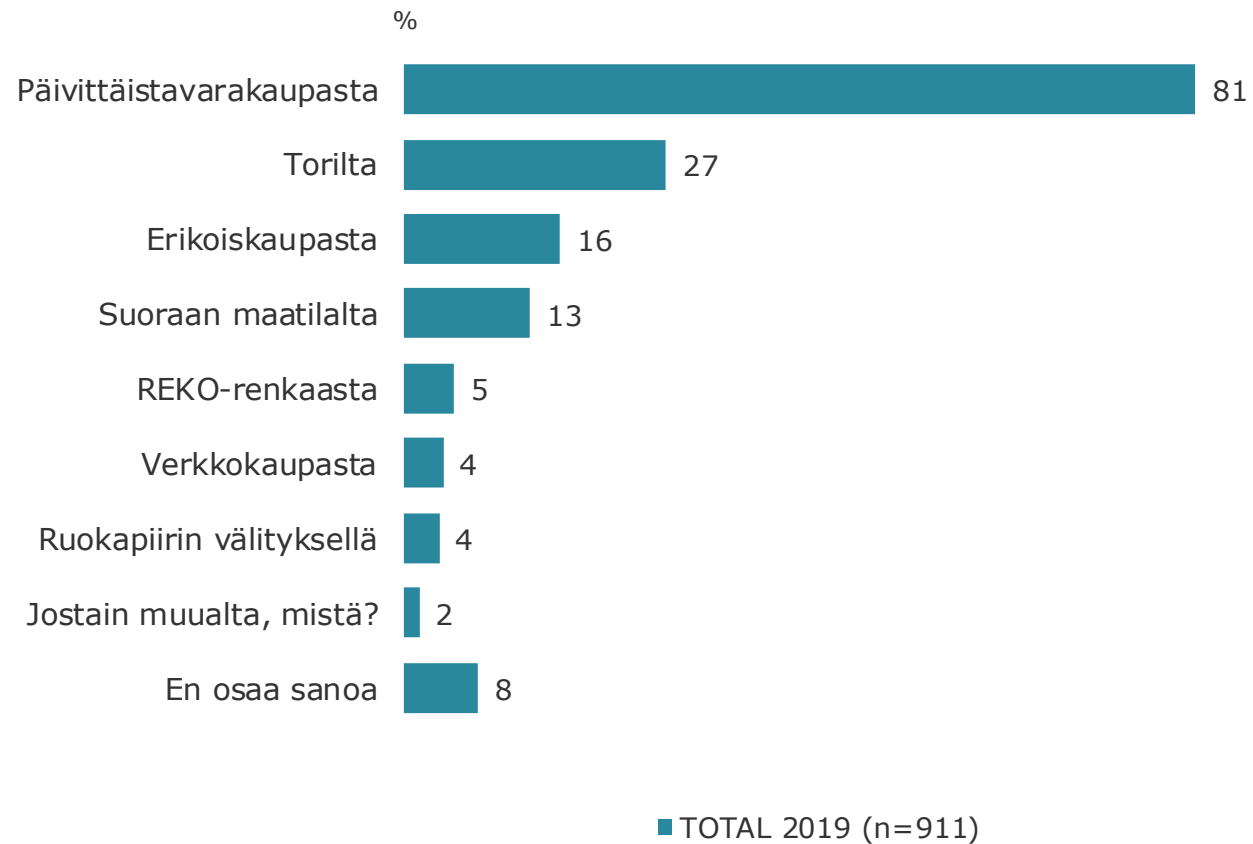
Luomuelintarvikkeiden ostopaikat



Luomuelintarvikkeiden ostopaikat

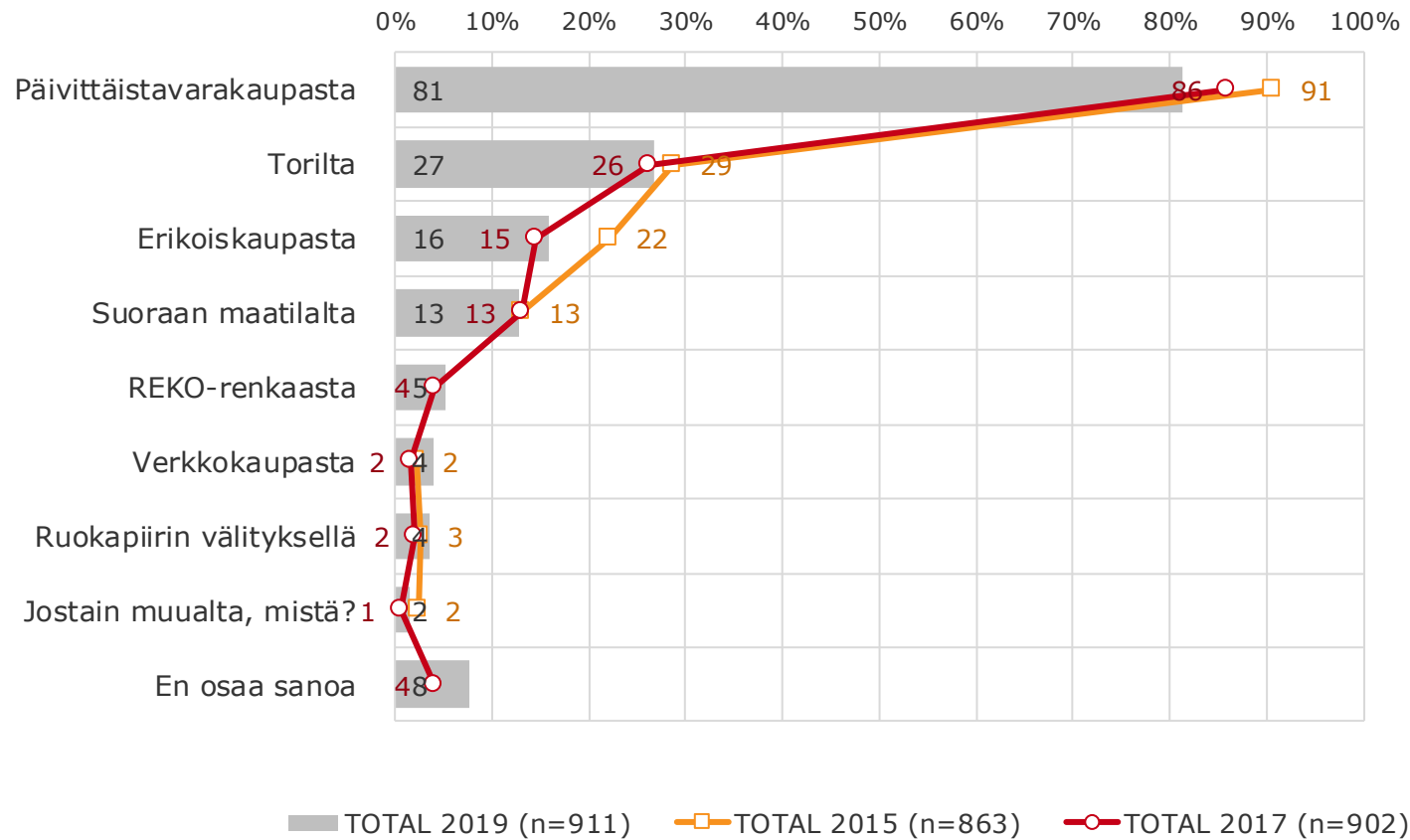
Mistä olet ostanut luomuelintarvikkeita viimeisen vuoden aikana? Mainitse kolme tärkeintä ostopaikkaasi.

TOTAL 2019 (n=911)



Luomuelintarvikkeiden ostopaikat

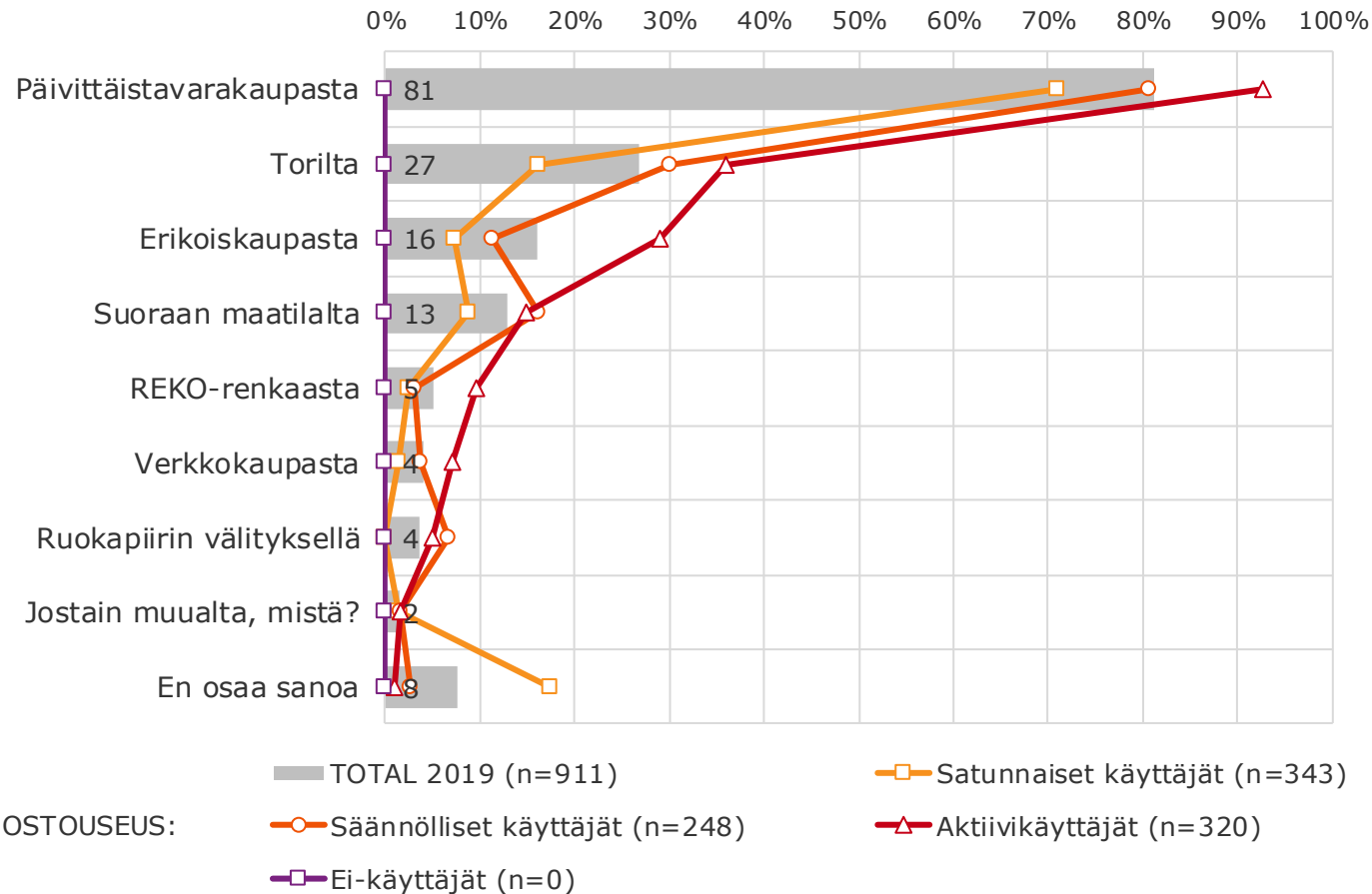
Mistä olet ostanut luomuelintarvikkeita viimeisen vuoden aikana? Mainitse kolme tärkeintä ostopaikkaasi.



Luomuelintarvikkeiden ostopaikat

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

TOTAL 2019 (n=911)



LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

16

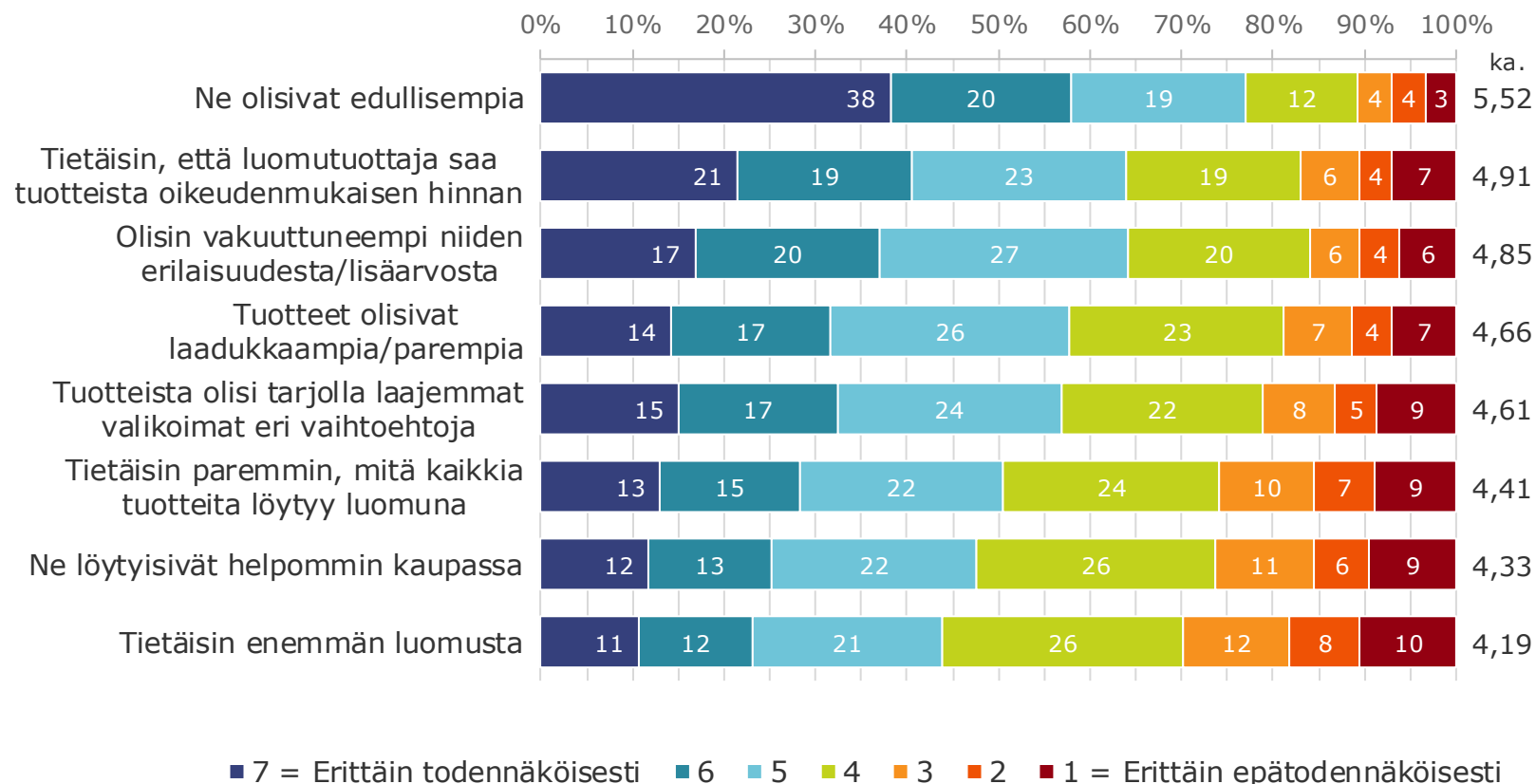
Luomun menekkiä edistäviä asioita



Luomun menekkiä edistäviä asioita

Kuinka todennäköisesti ostaisit luomuelintarvikkeita enemmän, jos...

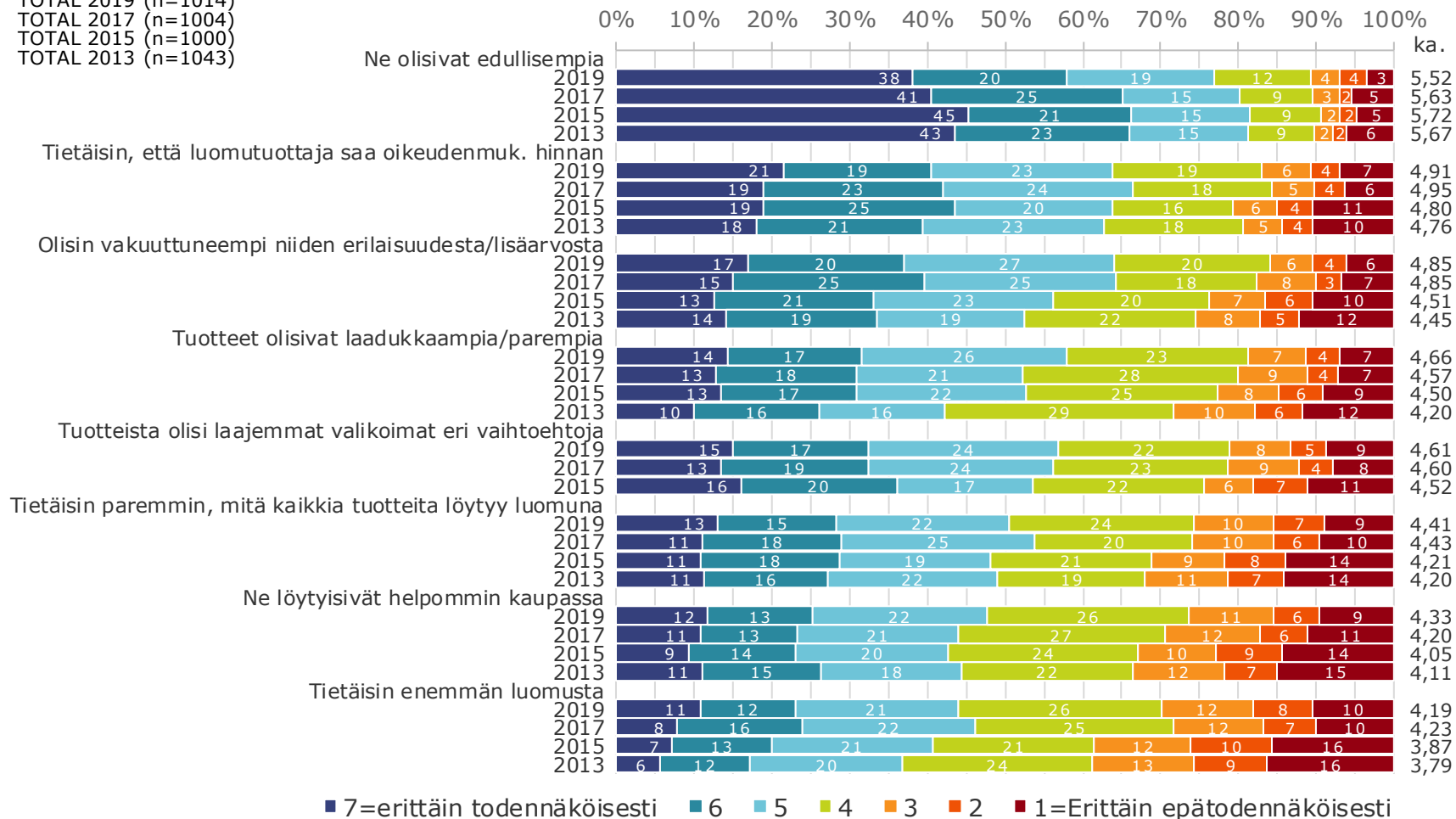
TOTAL 2019 (n=1014)



Luomun menekkiä edistäviä asioita

Kuinka todennäköisesti ostaisit luomuelintarvikkeita enemmän, jos...

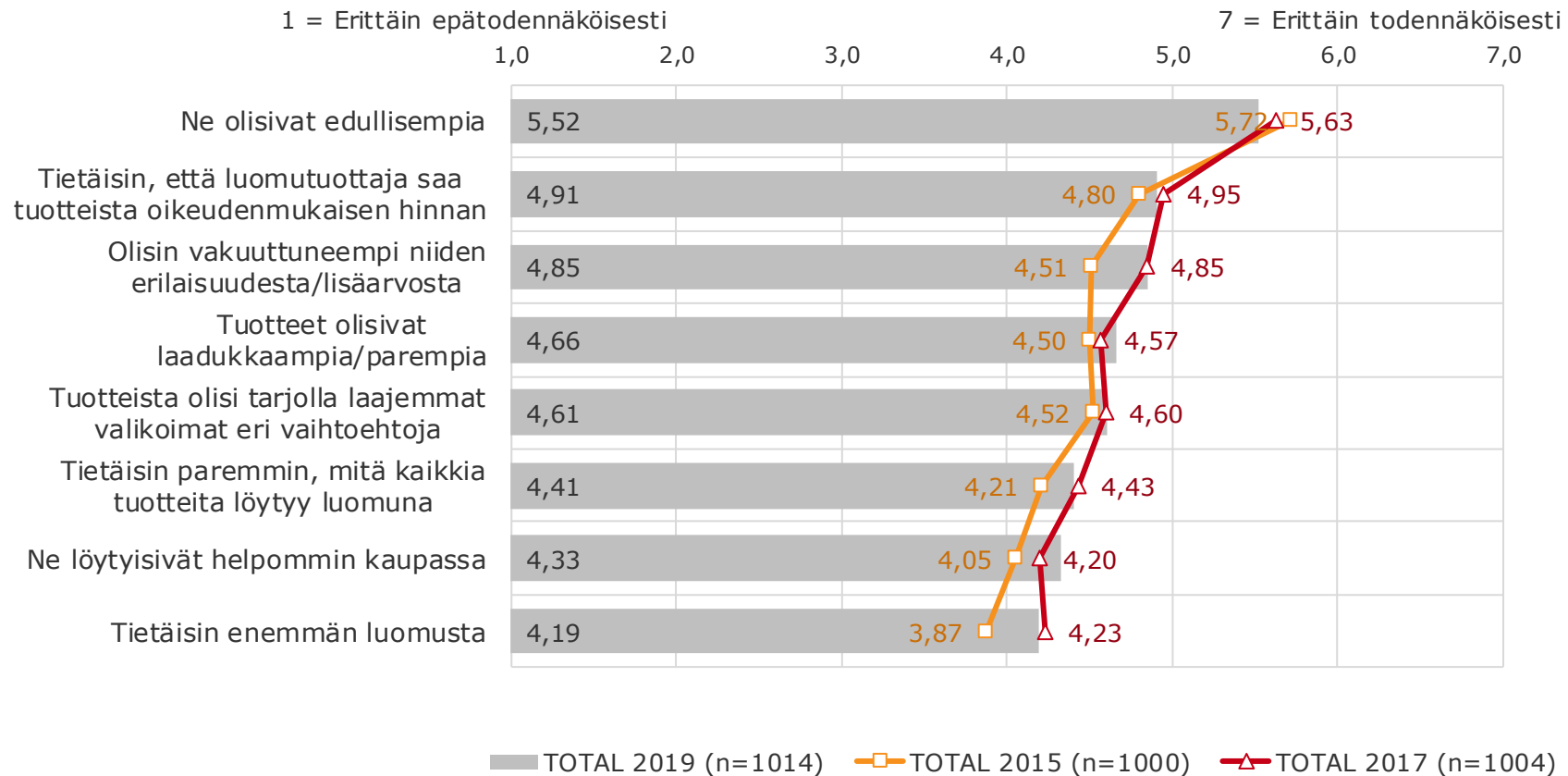
TOTAL 2019 (n=1014)
 TOTAL 2017 (n=1004)
 TOTAL 2015 (n=1000)
 TOTAL 2013 (n=1043)



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

Luomun menekkiä edistäviä asioita

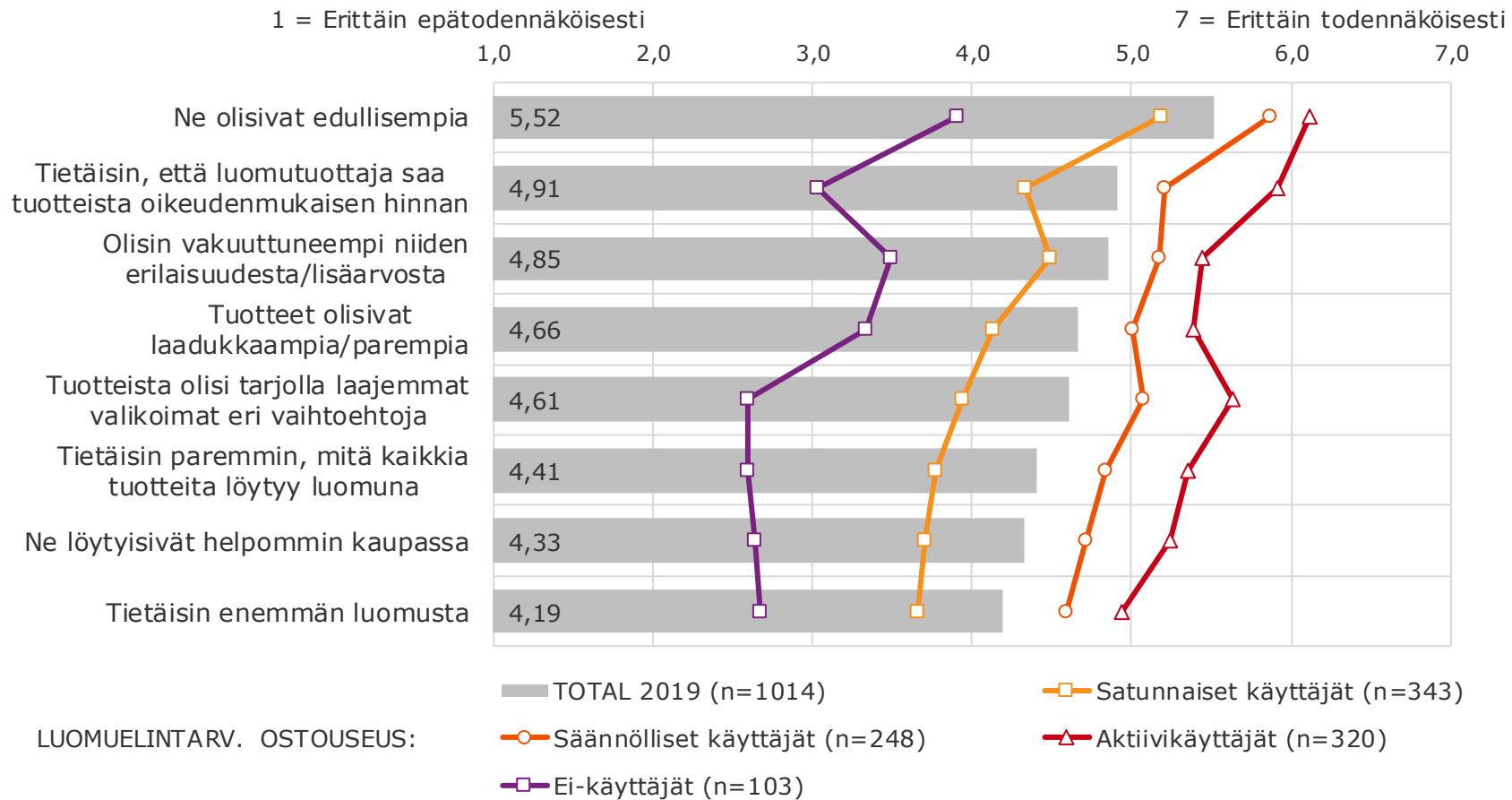
Kuinka todennäköisesti ostaisit luomuelintarvikkeita enemmän, jos...



Luomun menekkiä edistäviä asioita

Kuinka todennäköisesti ostaisit luomuelintarvikkeita enemmän, jos...

TOTAL 2019 (n=1014)



Onko vielä jokin asia, mikä sinua askarruttaa luomussa/luomutuotteissa?

Ei askarruta. Viljelen puutarhassani luomukasviksia ja -juureksia.

Eläinten kohtelusta ei paljoa kirjoiteta. Tulisi verrata esim. kanan ja vasikan elämänkaarta laajoin artikkelein, jotta kuluttajilla olisi tietoa ostopäätösten tueksi, kun hinta pomppaa.

Enemmän luomua kauppaan, niin hinnatkin tulevat kohtuullisiksi.

En aina luota ulkomaisten luomutuotteiden luomuisuuteen.

Kauppojen säilytys ei aina ole ihan kohdallaan. Joskus saa vanhentuneita tuotteita, nuutuneita vihanneksia.

Ei tuo riittävästi lisäarvoa korkeammalle hinnalle.

Luomutuotannon ja -tuotteiden valvonta.

Olisi hyvä saada rehellistä tieteellistä tutkimusta aiheesta. On paljon erilaisia väitteitä, mielikuvia ja uskomuksia ja luuloja.

Edelleen tehottomuus. Jos kaikki maailman ruoantuotanto siirtyisi luomuksi, niin seurauksena olisi entistä isommat nälänhädät. Samoiten olen erittäin vastaan sitä, että sairaita eläimiä ei saa lääkittää. Teollisia lannotteita, lääkkeitä yms. voidaan käyttää myös vastuullisesti.

Eivät erotu kaupassa.

Globaalisti peltoalan tarve, jos luomu tuottaa vähemmän per hehtaari kuin tehotuotanto.