

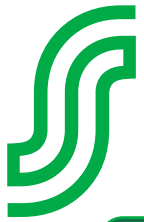


Luomutuotteiden kysynnän haasteet ja mahdollisuudet

Kim Strömsholm / SOK
kim.stromsholm@sok.fi
26.10.2021



Asenteet



Ruoan valintakriteerit

NYT

1

MAKU

2

HINTA

3

HELPPOUS/NOPEUS

4

KOTIMAISUUS

5

TERVEELLISYYS

TULEVAISUUS

1

?

2

?

3

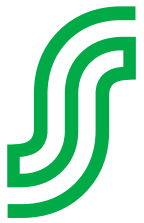
?

4

?

5

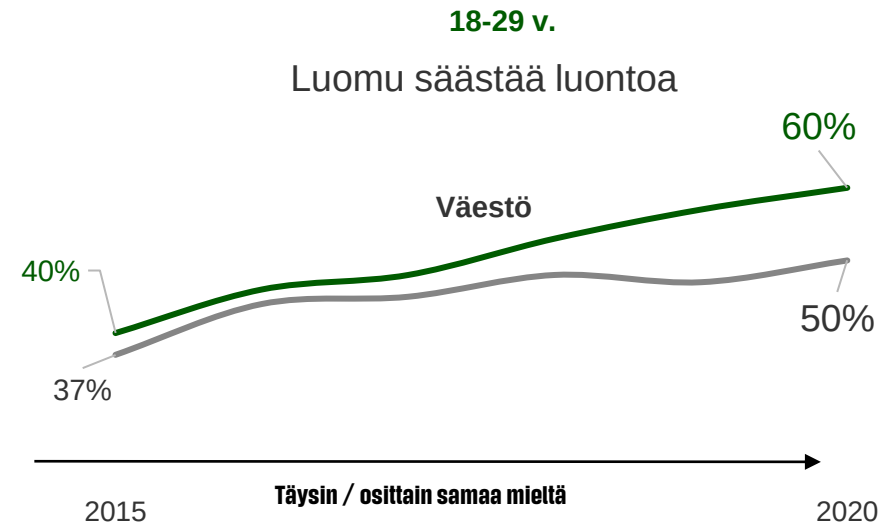
?



Eko ja paikallisuus

Luomua syödään etenkin ekologisista syistä

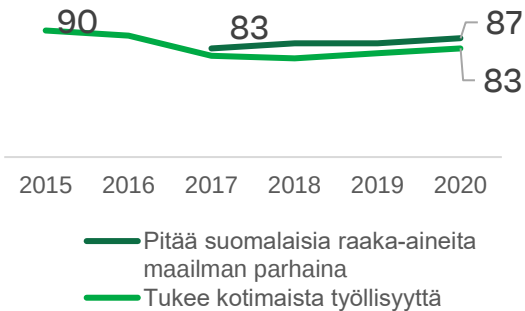
Noin kaksi kolmesta on kiinnostuneita ruuan ekologisesta jalanjäljestä, ja sen myötä myös luomutuotannon oletettua vähäisempi kuormitus houkuttelee etenkin nuoria.



Turvallista kotimaista ruokaa halutaan tukea

Kotimaisuus merkitsee suomalaisille etenkin turvallista ja valvottua, normien mukaista tuotantoa sekä puhtautta. Yhä useampi liittyy siihen nyt uudestaan myös kansallisen edun huomioon ottamisen; ostamalla kotimaista ruokaa tuetaan myös kotimaista työllisyyttä.

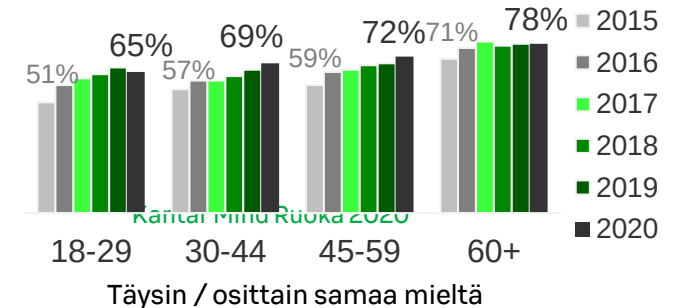
Työllisyyden tukeminen



Laadukkaasta kotimaisesta ruuasta valmiita maksamaan Suomalaisuus hintaa tärkeämpi

Usko kotimaisten raaka-aineiden yliverlaiseen laatuun on erittäin korkealla – ja jopa hieman kasvussa.

Yhä useamman mukaan suomalaisuus on hintaa tärkeämpi ostoperuste.

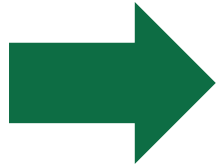


Luomua ostetaan harvemmin, mutta ostajia on enemmän

2019

16%

Kotitalouksista kertoi
ostavansa luomutuotteita
useita kertoja viikossa

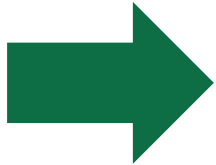


2021

11 %

20%

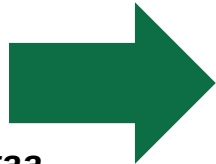
...Osti luomutuotteita *noin
kerran viikossa*



22 %

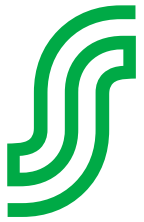
15%

Osti luomutuotteita *2-3 kertaa
kuukaudessa*

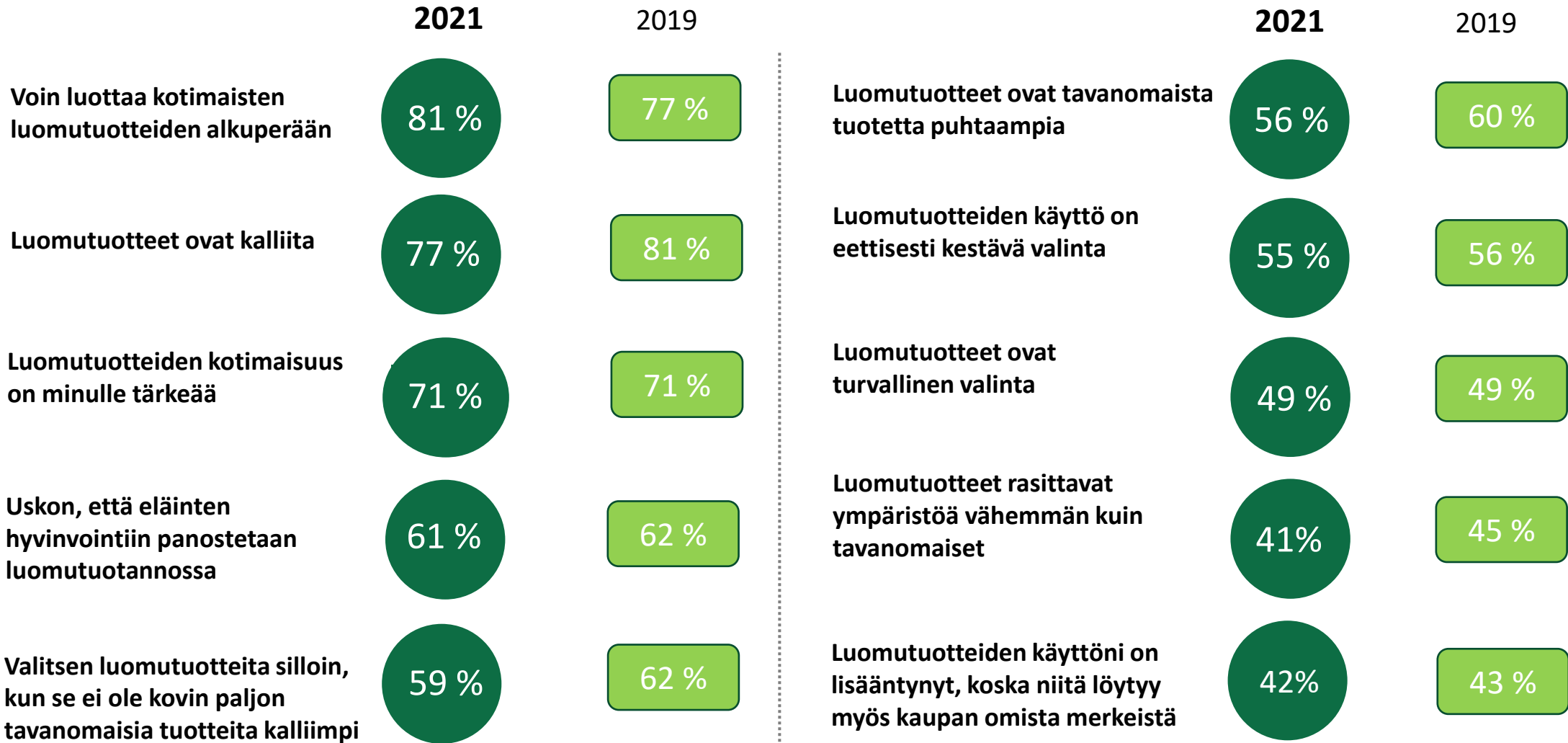


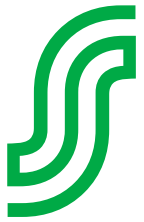
22 %





Usko luomutuotteiden ympäristöystävällisyyteen ja puhtauteen on hieman vähentynyt





Usko eläinten parempaan hyvinvointiin luomutuotannossa vaikuttaa luomun ostopäätökseen

Ostan luomuelintarvikkeita, koska haluan pienentää käyttämäni ruoan ilmastovaikutusta

33 %



Ostan luomulihaa-/kananmunia, koska uskon että luomutuotannossa kohdellaan eläimiä paremmin

45 %



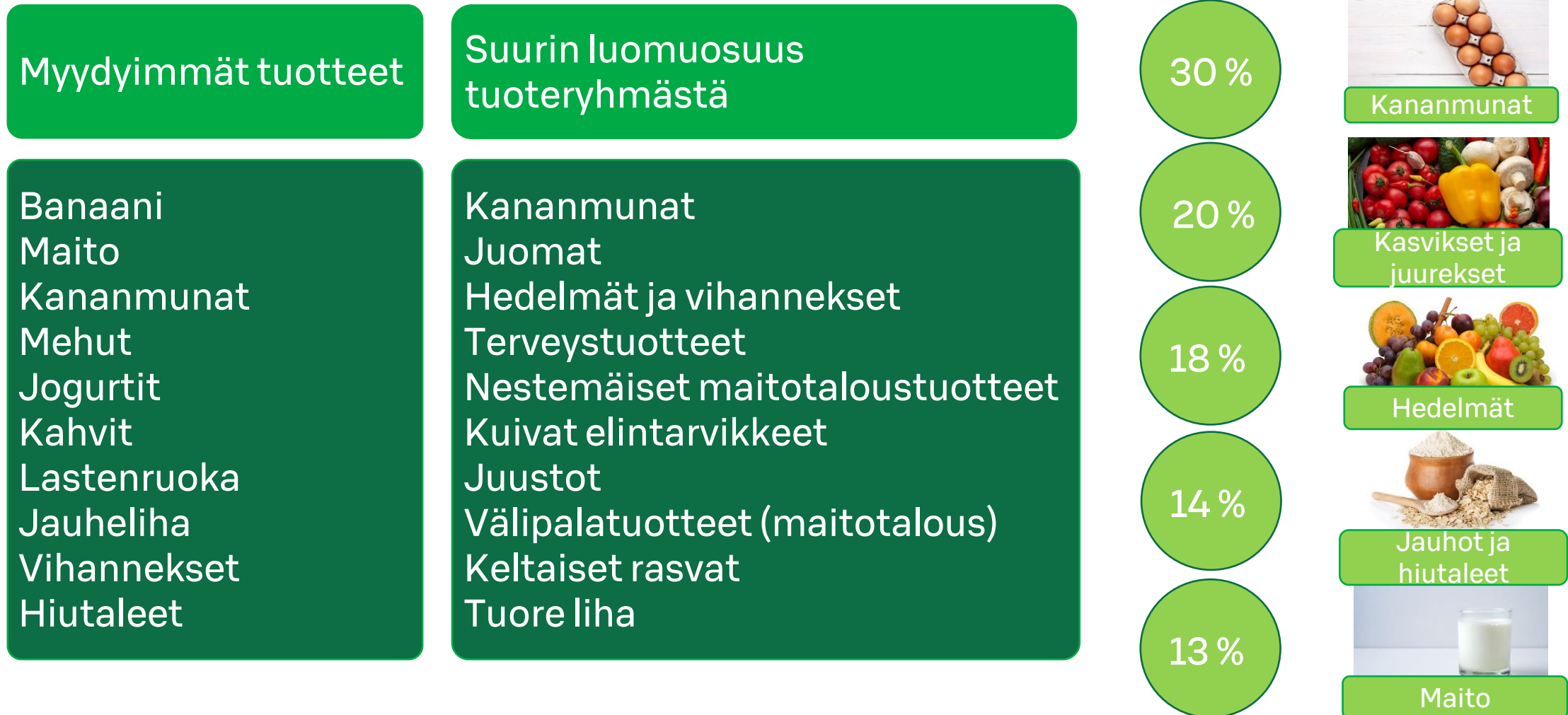


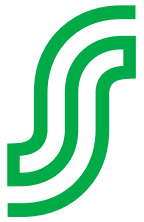
Kysyntä

Luomun osuus suurin kananmunissa

Suurin yksittäinen tuote on edelleen banaani

Ilmoittaa säännöllisesti ostavansa %

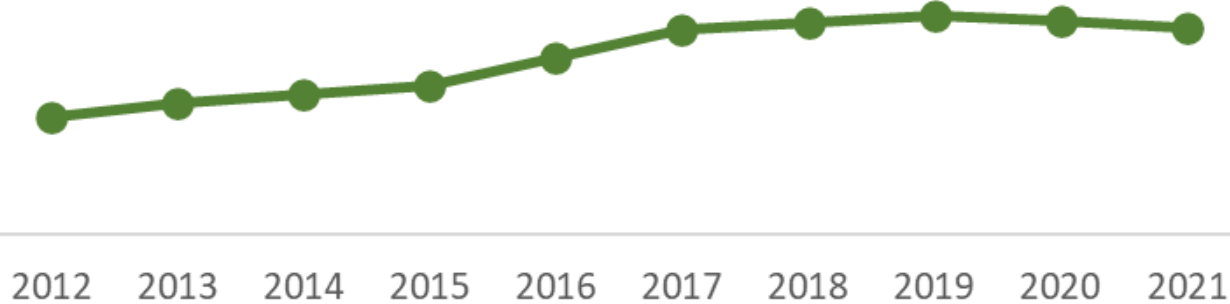




Luomun osuus elintarvikemyynneistä 2012-2021

Luomun osuus on nyt useamman vuoden polkenut paikallaan.

Osuus elintarvikemyynnistä %







Luomun ostamisen esteitä



Luottamus



Hinta



Kiinnostus



Tarjonta



Luomun osuus ostoskorista

- Naiset ostavat enemmän luomua kuin miehet kaikissa ikäryhmissä
- 30-44 vuotiaat naiset aktiivisin ostajaryhmä
- Miehistä 30-44-vuotiaat ostavat eniten luomua
- PK-seutu korostuu





Jokaisella on omat kuluttamisen tarpeet ja motiivit





**Luomumunien ostajissa korostuu
pientaloudet 35-54 v**



Lapsiperheet suosivat virikehäkkimunia

**Luomumaito korostuu lapsiperheiden
ostoskorissa**



Pientaloudet ostavat tavallista maitoa



**Luomu on meille
tärkeää**



Luomu kasvuun

Oikeat tuotteet,
oikealle kohderyhmälle,
oikeaan hintatasoon

Luomun lisäarvon kirkastaminen
ja erottautuminen
viestiviidakossa

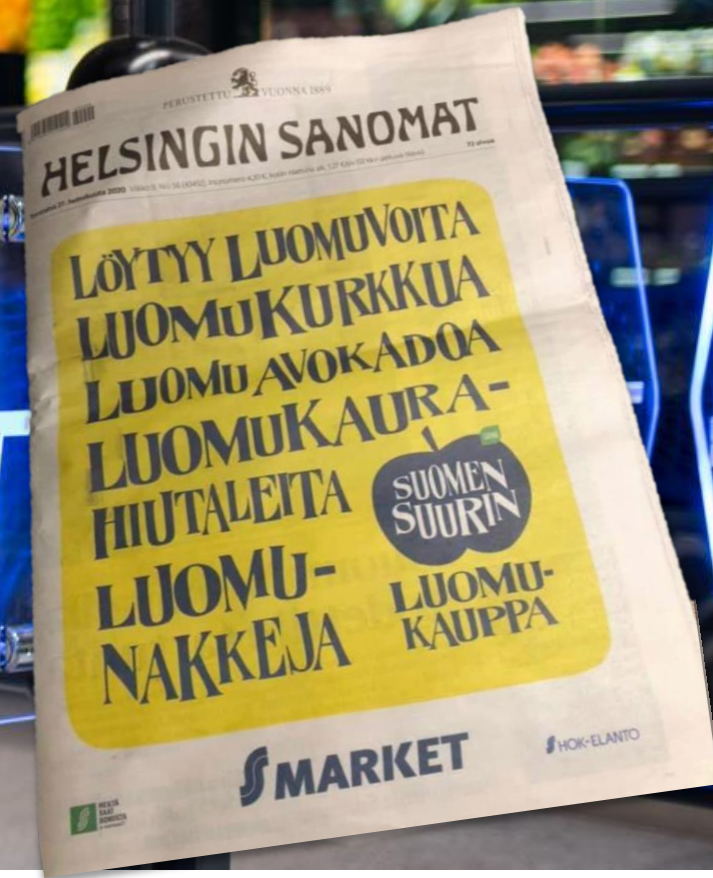


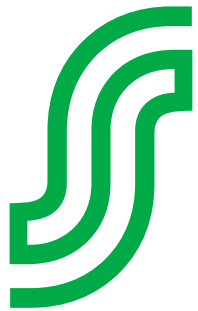
Suomen suurin luomukauppa

50 000 000

kg/l luomuruokaa vuodessa

MARKET S MARKET





KIITOS