

# KANTAR

## Luomun kuluttajabarometri 2021

Pro Luomu

Kyhälä, Tanja  
Saarnivaara, Pasi  
Kantar TNS Agri Oy  
14.10.2021



PRO LUOMU 



EUROOPAN UNIONIN  
TUELLA RAHOITETTU  
KAMPANJA

ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE



# Sisältö

1	Tutkimuksen toteutus	3	13	Mielipiteet luomuun liittyvistä väittämistä	54
2	Yhteenveto ja johtopäätökset	5	14	Luomuvaihtoehdon tarjoaminen joukkoruokailussa	58
3	Luomuelintarvikkeiden ostouseus ja käyttäjäprofiilit	10	15	Luomuvaihtoehdon ja luomutuotteiden hinnan muutos viime vuosina	62
4	Luomun käytön muutos	18	16	Luomuelintarvikkeiden ostopaikat	66
5	Luomun käyttöaiheet	22	17	Luomun menekkiä edistäviä asioita	69
6	Kiinnostus alkuperää ilmaiseviin asioihin	27	19	Tuoteryhmien ostamisen lisääminen luomuna	73
7	Vastuullisuuteen liittyvien ominaisuuksien tärkeys	31	20	Koronapandemian vaikutus suhtautumiseen luomuruokaan	76
8	Luomun merkityksen ymmärtäminen ja luomutietous	34			
9	Luomumerkin tunteminen	37			
10	Mielikuva luomun ja tavanomaisten elintarvikkeiden eroista	40			
11	Tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita	46			
12	Luomun imago	51			

# KANTAR

## 1 Tutkimuksen toteutus



# Tutkimuksen toteutus 1(2)

Tämän tutkimuksen on toteuttanut Kantar syyskuussa 2021 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, 2017 ja 2019 toteutetuille vastaaville tutkimuksille.



## Kohderyhmä ja vastaajamäärä (n=)

- 18-74 vuotiaat suomalaiset väestöä edustavasti (pl. Ahvenanmaa)
- **N=1036**



## Tiedonkeräys

- GallupForum
- Kantar Gallup Forum on internet-avusteinen vastaajaneeli. Paneeli muodostuu noin 40.000 suomalaisesta, jotka edustavat Suomen 15-79-vuotiasta väestöä. Vastaajat vastaavat tutkimuslomakkeisiin internetin kautta omalla tietokoneella, tabletilla tai älypuhelimella.
- GallupForumista väestöä edustavasta näytteestä 1000 vastaajaa riittää edustamaan Suomen väestöä asuinalueen, iän ja sukupuolen mukaan.
- Kenttäaika: 10.-20.9.2021



## Aineiston käsittely

- Aineisto on painotettu edustamaan 18-74-vuotiasta väestöä sukupuolen, iän ja asuinalueen mukaan

Tiedonkeräys ja -käsittely toteutettiin ISO 20252:2019 -standardia noudattaen

# KANTAR

## 2

# Yhteenveto ja johtopäätökset



PRO LUOMU 



EUROOPAN UNIONIN  
TUELLA RAHOITETTU  
KAMPANJA

ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE



# Yhteenveto

Luomun suosio on pysynyt vuoden 2019 tasolla. Vähintään säännöllisesti luomua ostavia on 2,2 miljoonaa aikuista. Yli puolet suomalaisista ostaa luomua säännöllisesti, muutamasta kerrasta viikossa kertaan kuukaudessa. Niin ikään yli puolet luomua säännöllisesti ostavista on aktiivioستajia, jotka ostavat luomutuotteita ainakin viikoittain.

Käyttöaikeiden perusteella luomun kasvu jatkuu. Aktiivioستajista yli 60 % on lisännyt luomutuotteiden käyttöä ja yli 80 % arvioi myös lisäävänsä sitä jatkossa. Muista säännöllisistä ostajista käyttöä on lisännyt 30 % ja 60 % 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 9 % suomalaisesta aikuisväestöstä ei ole tutustunut luomuun lainkaan, osuus on pysynyt suunnilleen vuoden 2019 tasolla.

Vuonna 2021 on ollut yleisesti havaittavissa tylsistymistä, apatiaa; ollaan ylipäätään vähemmän kiinnostuneita mistään. Tämä näkyy laskuna esimerkiksi vastuullisuuteen liittyvien ominaisuuksien tärkeydessä sekä kiinnostuksessa alkuperää ilmaiseviin asioihin.

Luomun koetaan eroavan tavanomaisesta eniten torjunta-aineettomuudella, ei-teollisilla lannoitteilla, luonnonmukaisuudella ja eläinten elinolosuhteilla, kuten vuonna 2019. Puhtaus ja torjunta-aineettomuus sekä luonnonmukaisuus/ympäristöystävällisyys ja terveellisyys korostuvat luomun tärkeimpinä ostoperusteina.

# Yhteenveto

Valikoimien koetaan laajentuneen. Luomun tarjoamista julkisissa ruokapalveluissa pidetään suunnilleen yhtä tärkeänä kuin vuonna 2019.

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

*Luomua vähintään säännöllisesti ostavien määrä*

*2,2 miljoonaa ostajaa vuonna 2021.*

## Luomu ja ruuan alkuperä

### Luomun ostouseus, ostajat ja käytön muutossuunnat

- Yli puolet suomalaisista ostaa luomua säännöllisesti, muutamasta kerrasta viikossa kertaan kuukaudessa. Vuoteen 2019 verrattuna luomun ostouseus on ennallaan.
- Säännöllisistä ostajista yli puolet on aktiiviostajia ja heistä noin 30 % (9 % väestöstä) ostaa luomua useamman kerran viikossa. Luomua kokonaan vieroksuviien joukko (9 %) on pysynyt vuoden 2019 tasolla tai hieman laskenut.
- Luomun kasvu jatkuu käyttöaikeiden perusteella. Lisäsaikeita on lähes yhtä suurella osuudella kuin kaksi vuotta sitten. Aktiiviostajista yli 60 % on lisännyt luomutuotteiden käyttöä ja yli 80 % arvioi lisäävänsä jatkossa. Säännöllisistä ostajista käyttöä lisänneitä on 30 % ja lisäsaikomuksia on 60 prosentilla.

### Kiinnostus ruuan alkuperän ja vastuullisuuteen liitettäviin asioihin

- Luomun kiinnostus on hieman laskenut verrattuna kahden vuoden takaiseen aikaan, mutta tätä selittää yleinen kiinnostuksen väheneminen, koronan aikainen ja jälkeinen yleinen kyllästyminen ja innostuksen puute. Kysyttäessä vastuullisuuteen liitettävien asioiden tärkeydestä 55 % vastaajista pitää luomua erittäin tärkeänä, tärkeänä tai melko tärkeänä. Luomun aktiivikäyttäjillä vastaava osuus on lähes 90 %.
- Suomalaiset kokevat olevansa hyvin perillä siitä, mitä luomu tarkoittaa: 80 % hyvin ja 16 % huonosti. Luomutietoudessa on kuitenkin puutteita varsinkin harvemmin luomua käyttävillä.
- Lehtimerkin tunnettuus kasvoi.

### Luomun ero tavanomaiseen ja ostoperusteet

- Luomun koettiin eroavan eniten torjunta-aineettomuudella, ei-teollisten lannoitteiden käytöllä ja luonnonmukaisuudella sekä eläinten olosuhteissa.
- Puhtaus, torjunta-aineettomuus ja lisäaineettomuus sekä luonnonmukaisesti tuottaminen/ympäristöystävällisyys/ekologisuus ja terveellisyys korostuvat kysyttäessä luomun tärkeimpiä ostoperusteita (avoin kysymys). Monta kertaa viikossa luomua käyttävillä korostuvat maku, terveellisyys ja eläinten hyvinvointi, puhtauden ja torjunta-aineettomuuden ohella.

## Luomu ja ruuan alkuperä

### Luomun imago ja liitettävät mielikuvat

- Luomun imagossa korostuu terveellisyys ja vastuullisuus, kuten kaksi vuotta sitten.
- Luonnon monimuotoisuuden tukeminen (lisätty v. 2021) sekä eläinten hyvinvointi liitetään yleisimmin luomuun väittämin mitattuna. Vuotta 2019 harvemmin luomuruoan ajatellaan maistuvan paremmalta.
- Luomun tarjoamista julkisissa ruokapalveluissa pidetään lähes yhtä tärkeänä kuin kaksi vuotta sitten: koulu- ja päiväkodeissa 60 %, ravintoloissa 58 % ja työpaikkaruokailussa 55 %.
- Luomuvalikoimien koetaan kasvaneen, tosin suhteessa vähemmän kuin kaksi vuotta sitten. Neljännes kaikista aktiivikäyttäjistä on havainnut valikoiman kasvaneen merkittävästi.
- Sama osuus vastaajista (noin 40 %) kuin kaksi vuotta sitten kokee luomutuotteiden hinnan nousseen.

### Luomutuotteiden ostopaikat ja menekkiä edistävät asiat

- Luomutuotteet ostetaan pääasiassa päivittäistavarakaupasta, kuten kaksi vuotta sitten. Muiden kanavien merkitys on selvästi vähäisempi, mutta erityisesti verkkokaupan osuus on kasvanut. Päivittäistavarakaupan verkkokauppa on noussut kolmanneksi tärkeimmäksi ostopaikaksi.
- Yli puolet sanoo todennäköisesti aikovansa enemmän luomuelintarvikkeita, jos niiden hinta olisi halvempi. Hinnan merkitys on kuitenkin yhä laskenut. Edelleen tarvitaan lisää tietoa, sillä erityisesti satunnaiset käyttäjät kaipaavat vakuuttumista luomun erosta tavanomaiseen sekä tuotteiden laadusta, kuin myös varmistuminen luomutuottajien saaman hinnan oikeudenmukaisuudesta. Luomun aktiivikäyttäjät painottavat valikoimien laajentamista.

### Tuoteryhmien ostamisen lisääminen luomuna ja koronan vaikutus

- Vihanneksia ja hedelmiä, kananmunia sekä lihatuotteita aiotaan useimmiten ostaa luomuna nykyistä enemmän.
- Aikuisväestöstä 20 % kokee koronapandemian lisänneen kiinnostusta luomuruokaa kohtaan. Suurimmalla osalla suhtautuminen on pysynyt ennallaan.

# KANTAR

## 3

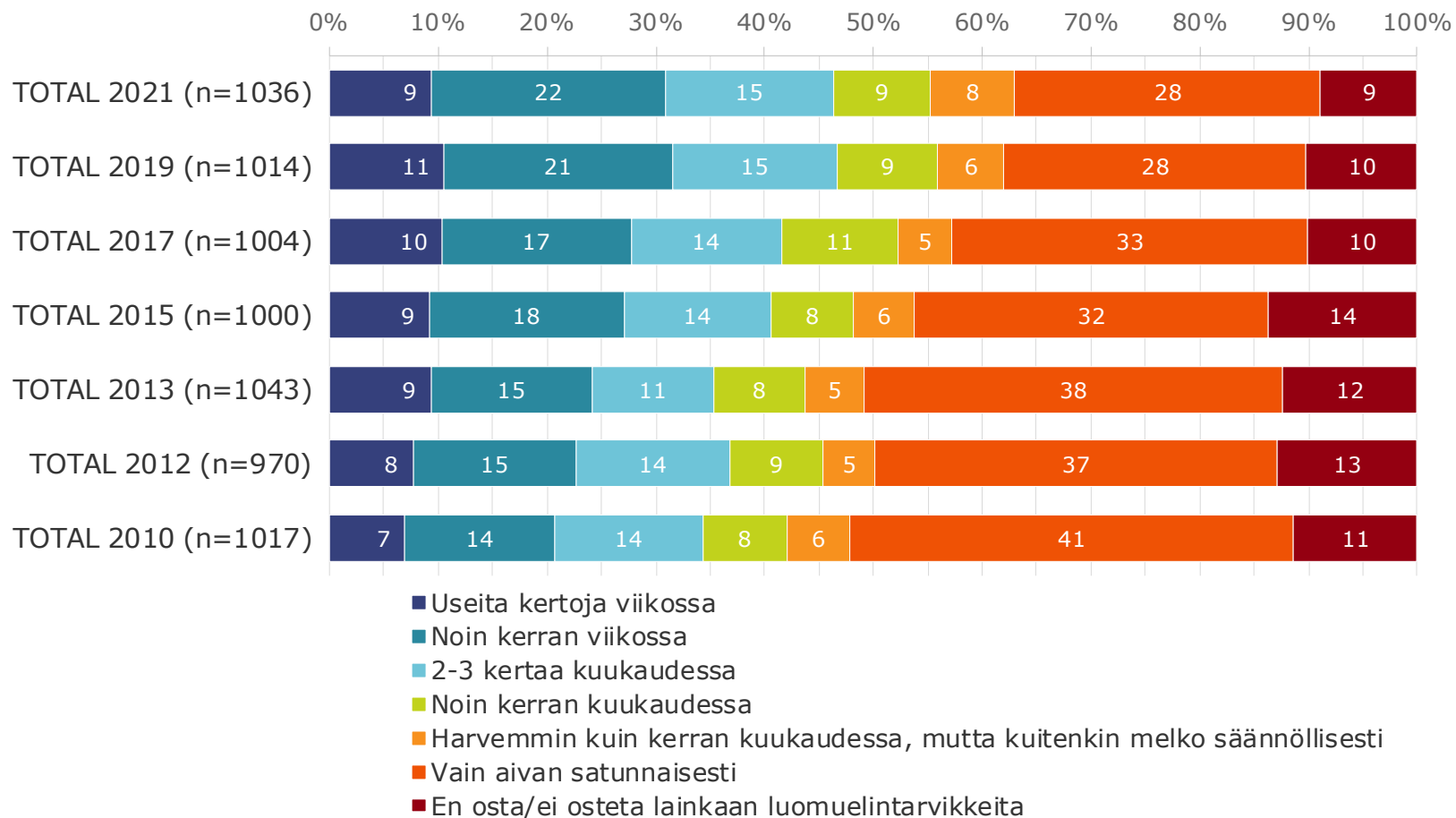
### Luomuelintarvikkeiden ostouseus ja käyttäjäprofiilit



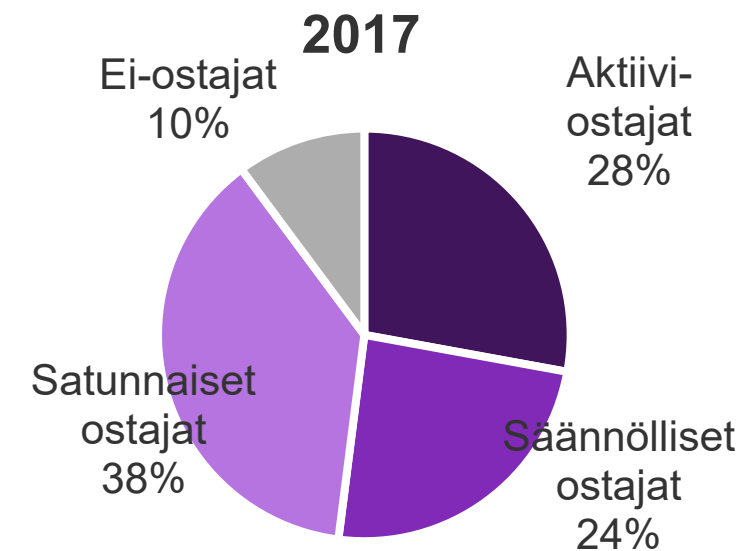
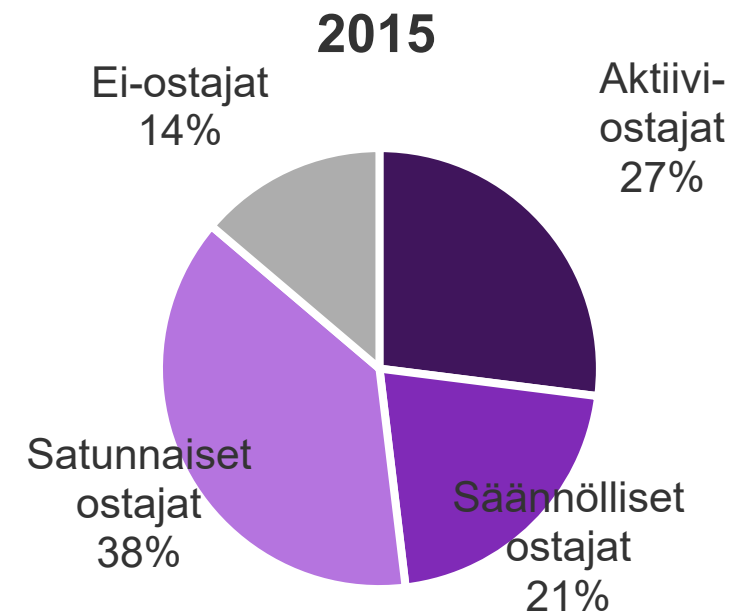
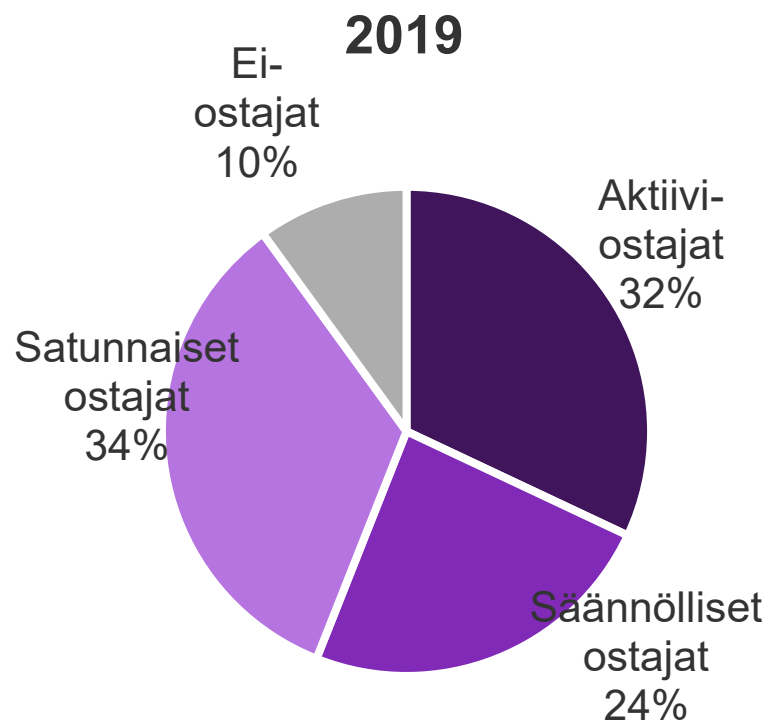
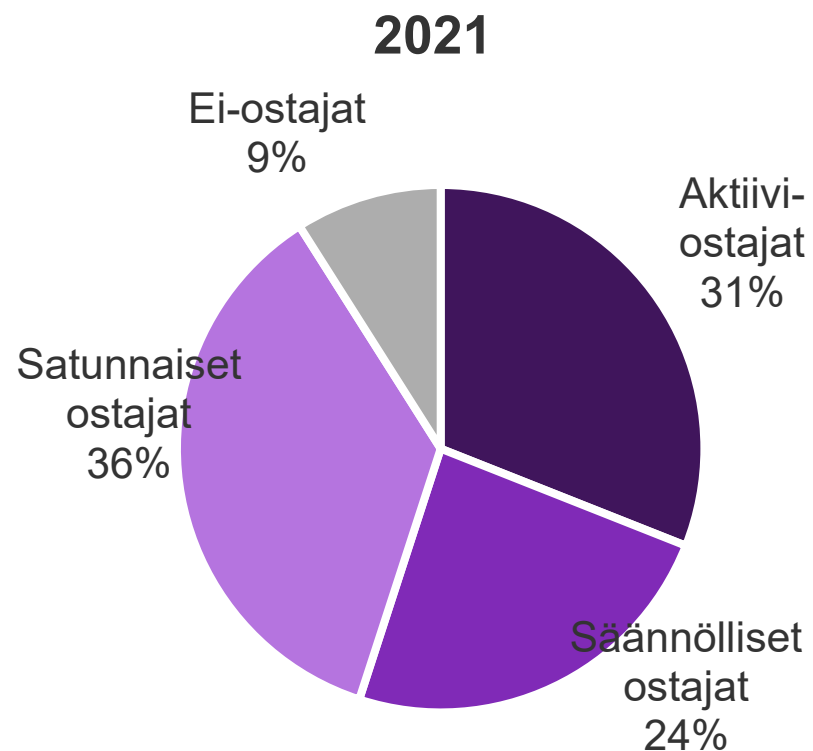
# Luomuelintarvikkeiden ostouseus

Kuinka usein ostat/talouteesi ostetaan luomuelintarvikkeita?

TOTAL 2021 (n=1036)



# Luomutuotteiden ostaminen



Aktiiviosastajat = ostaa vähintään viikoittain, Säännölliset ostajat = ostaa kuukausittain

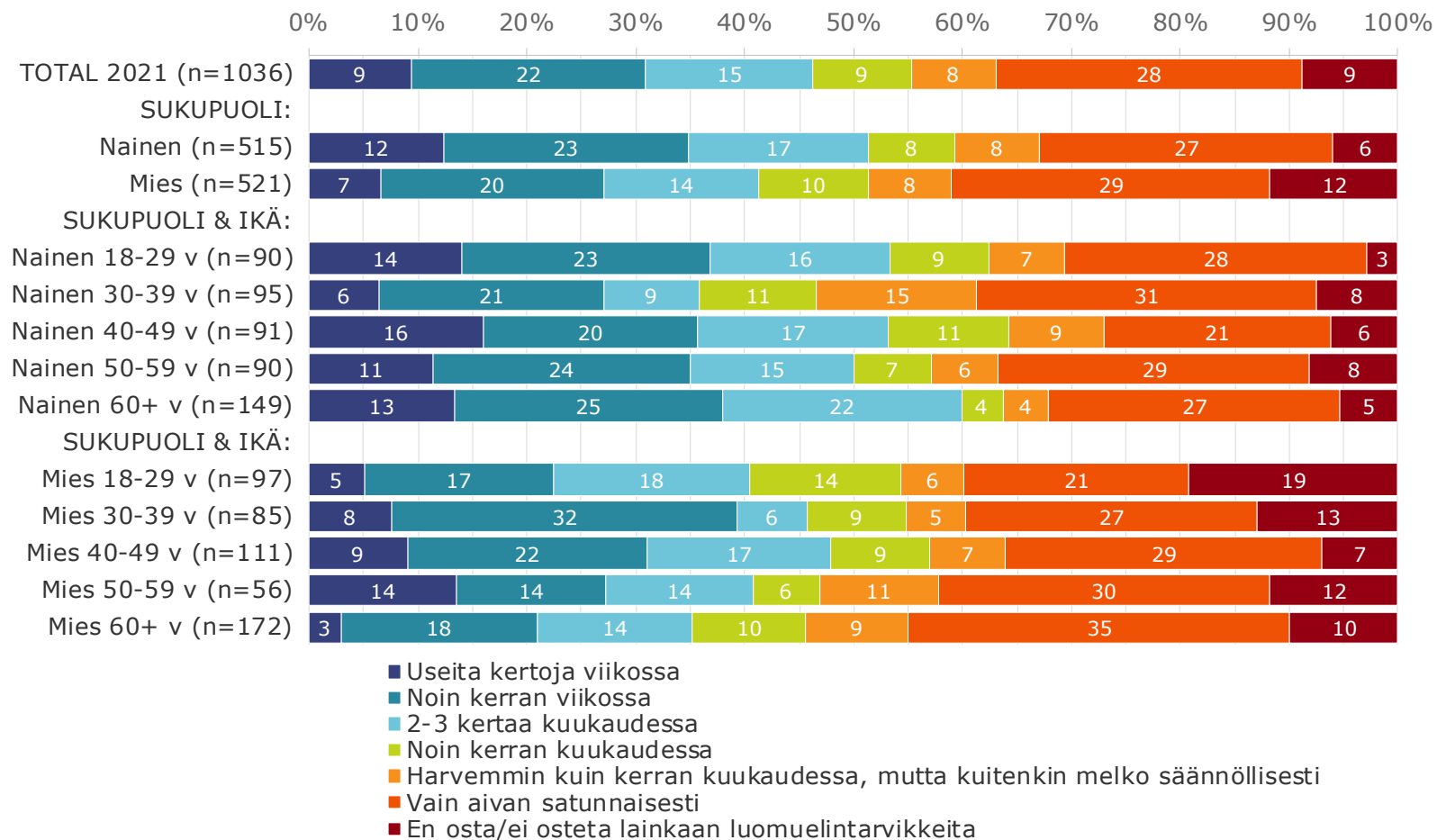
# Luomuelintarvikkeiden ostouseus



Kuinka usein ostat/talouteesi ostetaan luomuelintarvikkeita?

TOTAL 2021 (n=1036)

(1/2)



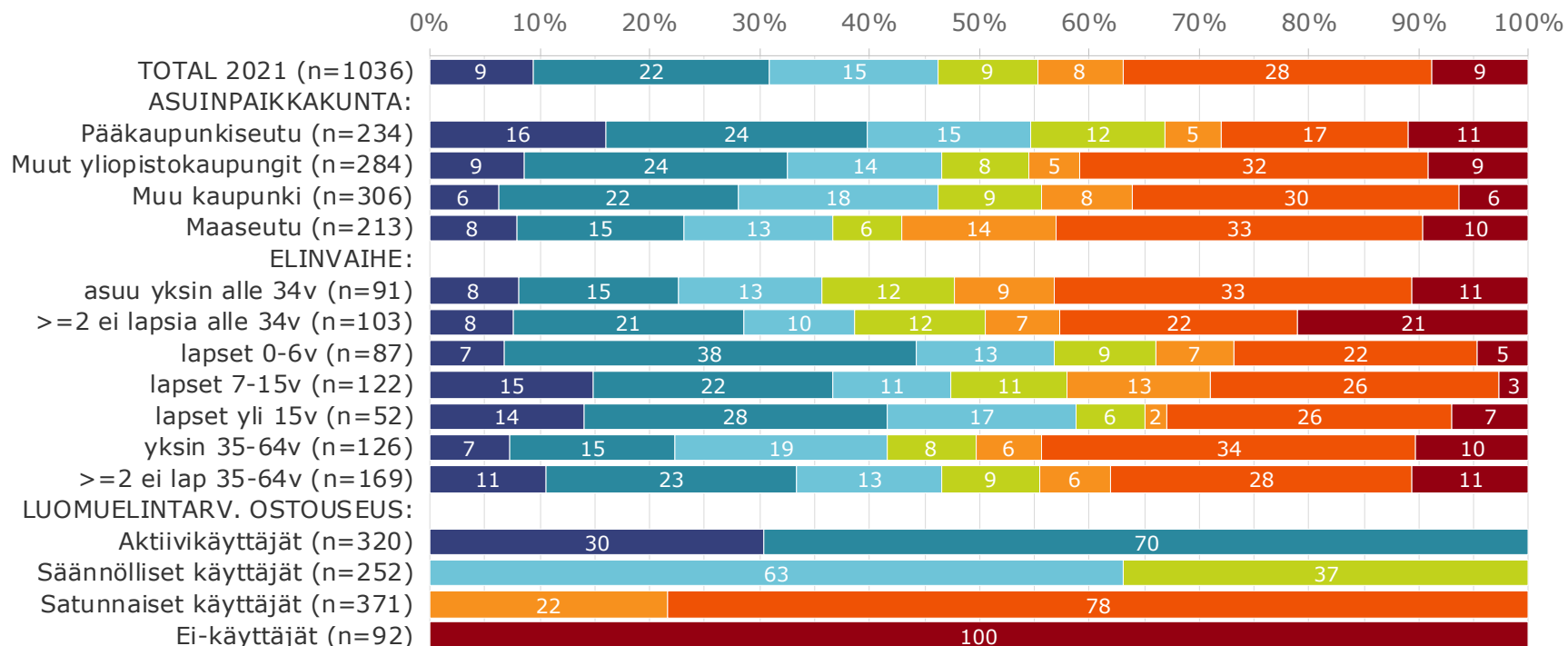
# Luomuelintarvikkeiden ostouseus



Kuinka usein ostat/talouteesi ostetaan luomuelintarvikkeita?

TOTAL 2021 (n=1036)

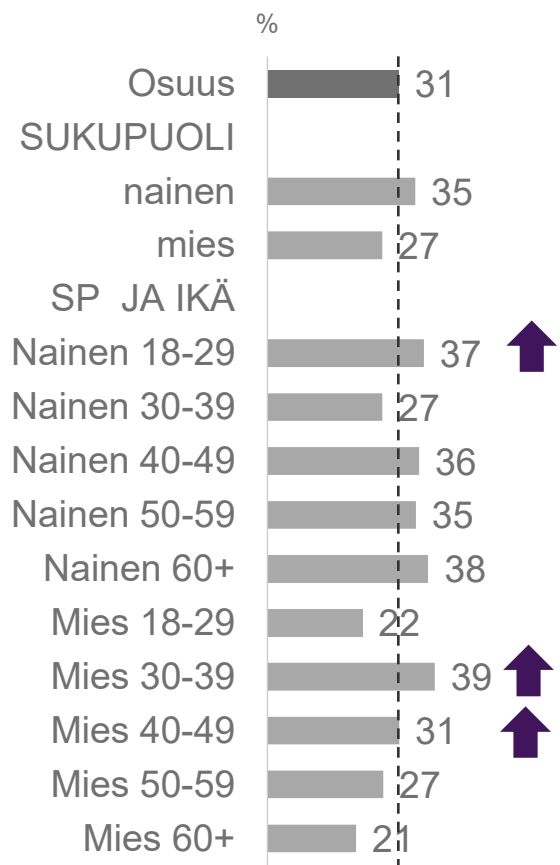
(2/2)



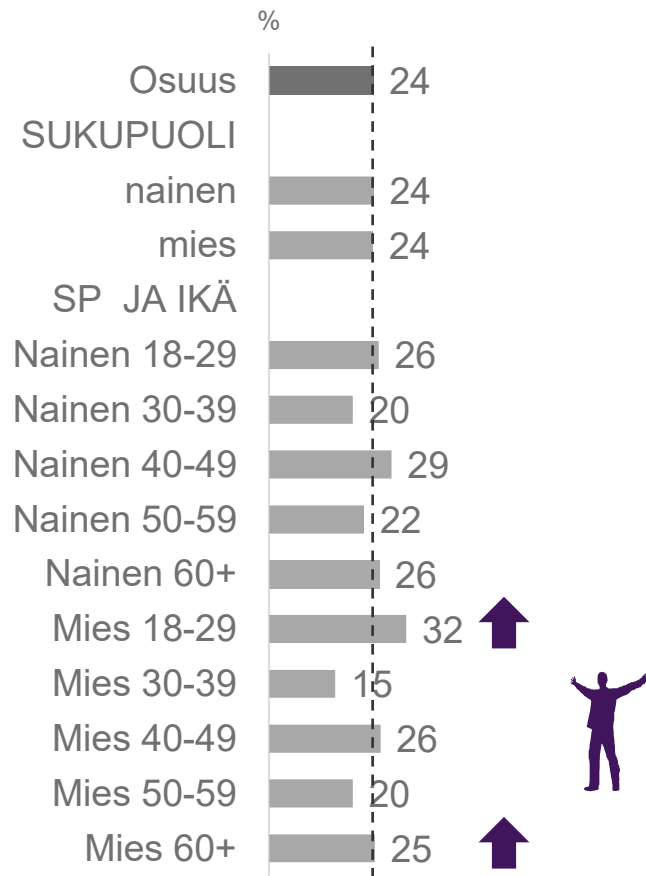
- Useita kertoja viikossa
- Noin kerran viikossa
- 2-3 kertaa kuukaudessa
- Noin kerran kuukaudessa
- Harvemmin kuin kerran kuukaudessa, mutta kuitenkin melko säännöllisesti
- Vain aivan satunnaisesti
- En osta/ei osteta lainkaan luomuelintarvikkeita

# Ostajaprofiilit

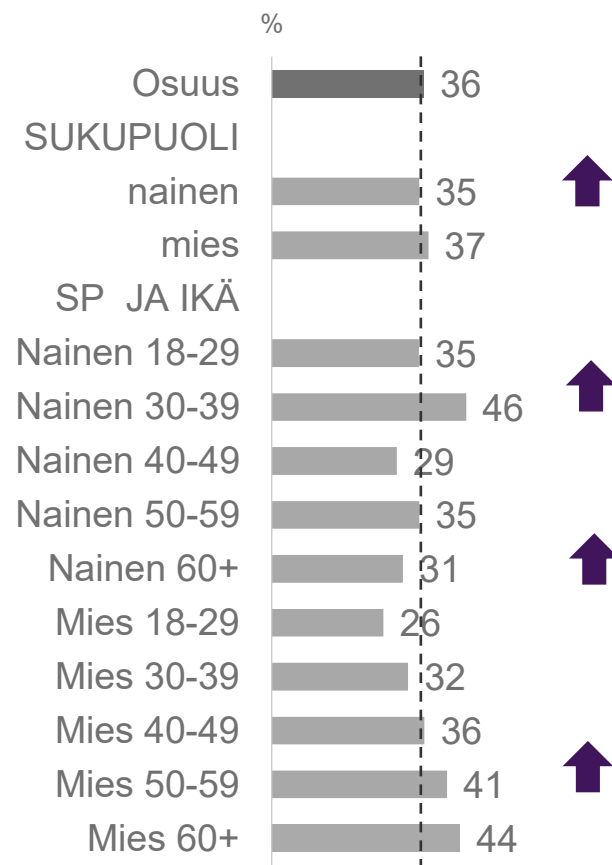
## Aktiiviotostajat



## Säännölliset ostajat



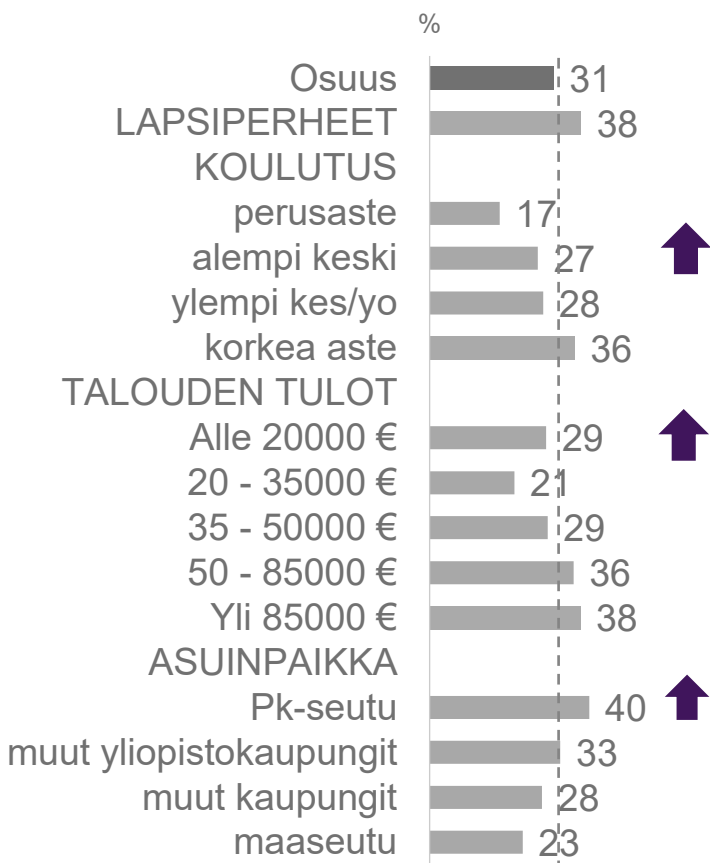
## Satunnaiset ostajat



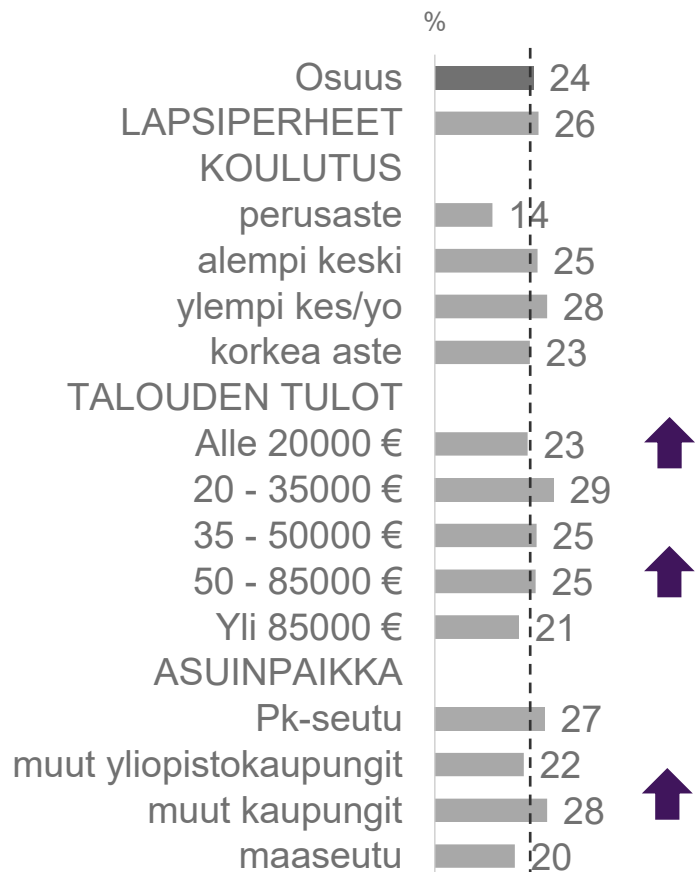
↑ Osuus ostajista kasvanut

# Ostajaprofiilit

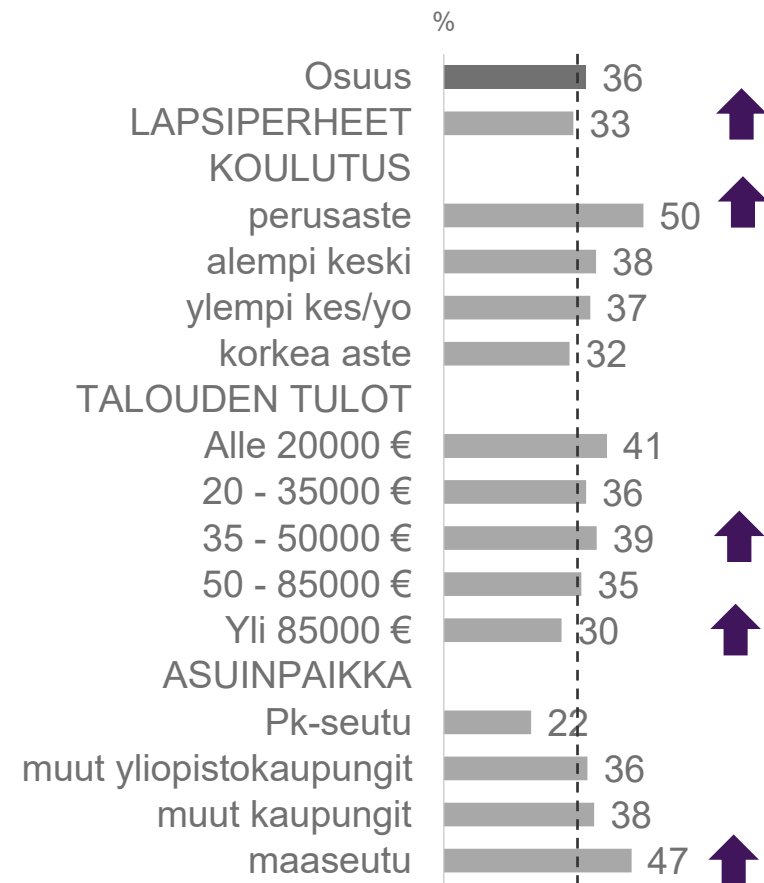
## Aktiiviosstajat



## Säännölliset ostajat



## Satunnaiset ostajat



↑ Osuus ostajista kasvanut

# OSTAJAPROFIILIT

■ **TOTAL 2021 (n=1036)**

■ **Aktiivikäyttäjät (n=320)**

■ **Säännölliset käyttäjät (n=252)**

■ **Satunnaiset käyttäjät (n=371)**

■ **Ei-käyttäjät (n=92)**

%

%

%

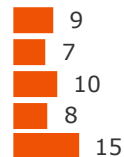
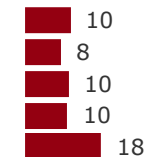
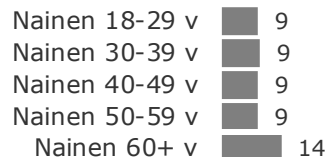
%

%

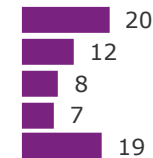
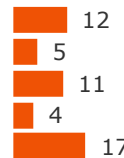
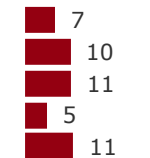
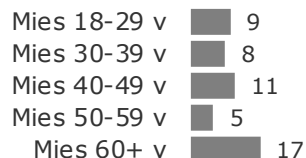
## SUKUPUOLI



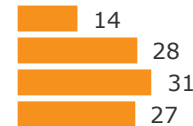
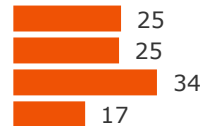
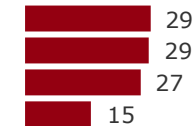
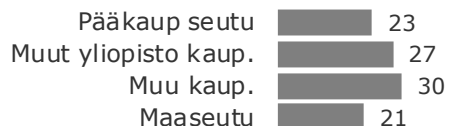
## SUKUPUOLI & IKÄ



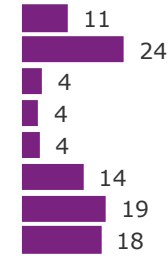
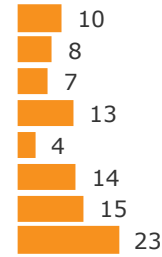
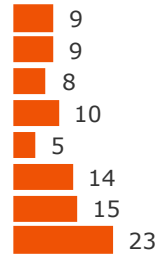
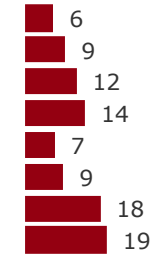
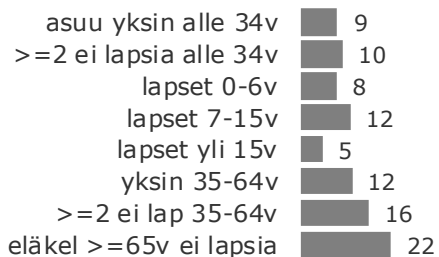
## SUKUPUOLI & IKÄ



## ASUINPAIKKAKUNTA



## ELINVAIHE



Huom. käyttäjät = ostajat

# KANTAR

## 4

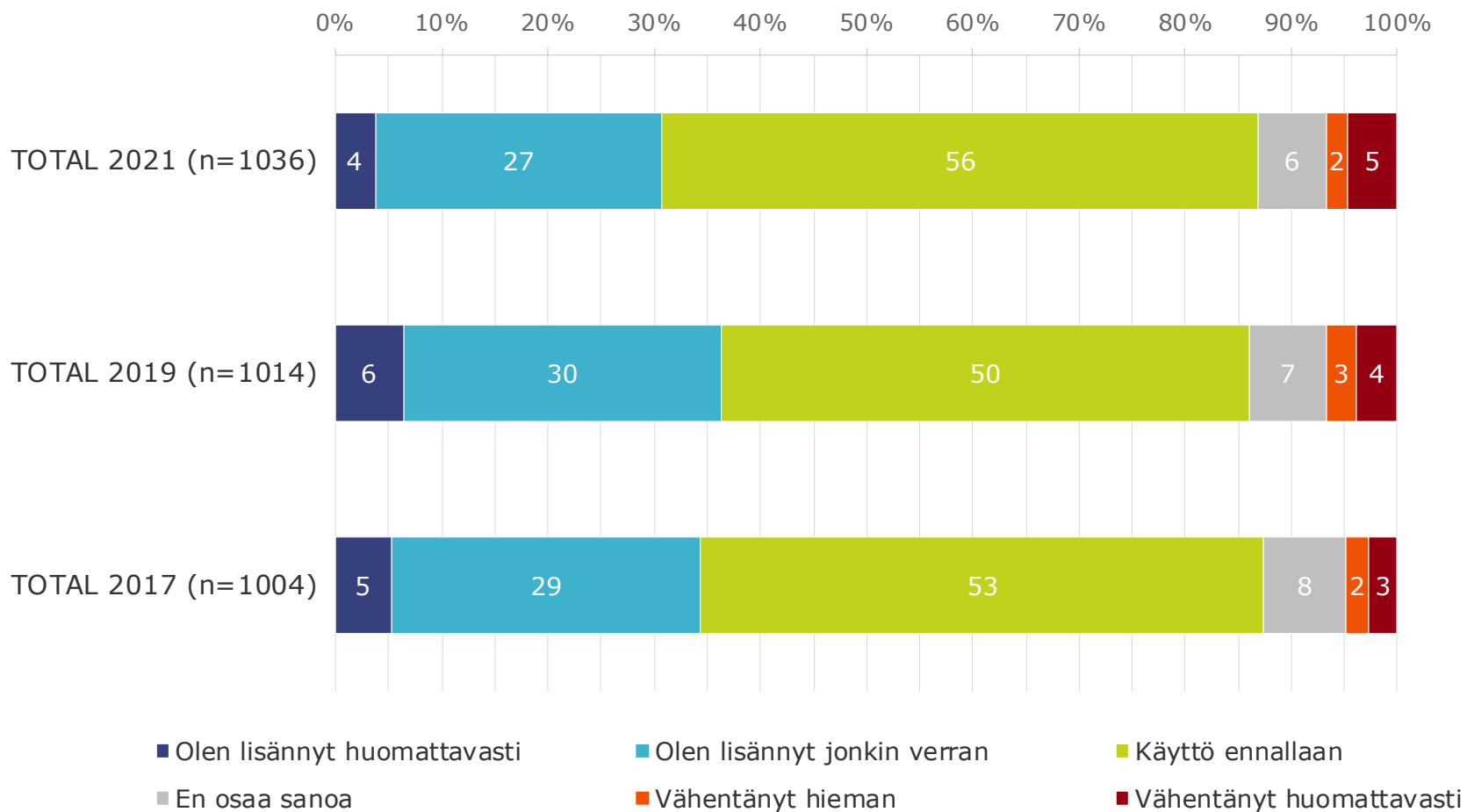
## Luomun käytön muutos



# Luomuelintarvikkeiden käytön muutos



Miten arvioit luomuelintarvikkeiden käytön muuttuneen viimeisen vuoden aikana?



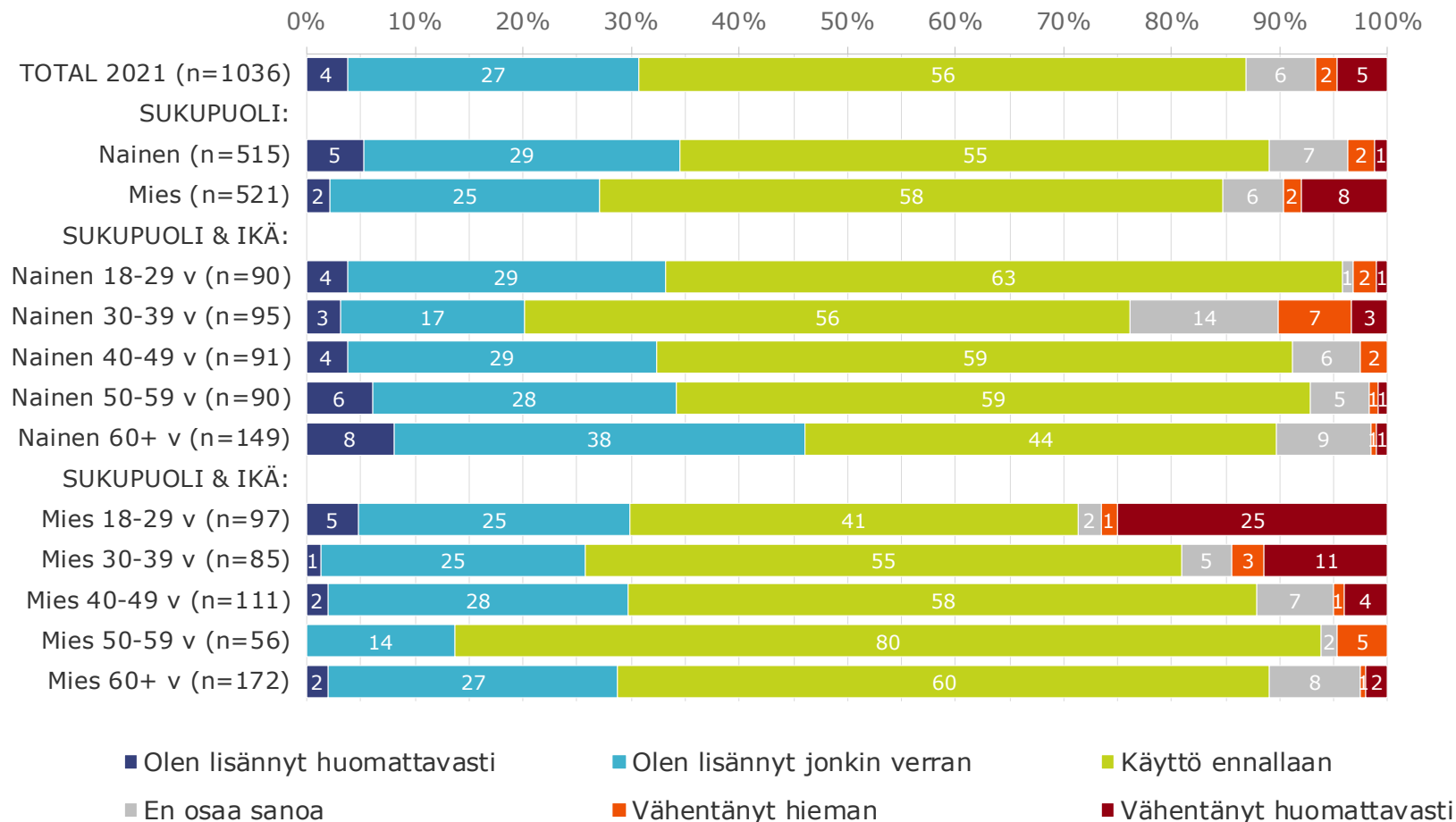
# Luomuelintarvikkeiden käytön muutos



Miten arvioit luomuelintarvikkeiden käytön muuttuneen viimeisen vuoden aikana?

TOTAL 2021 (n=1036)

(1/2)



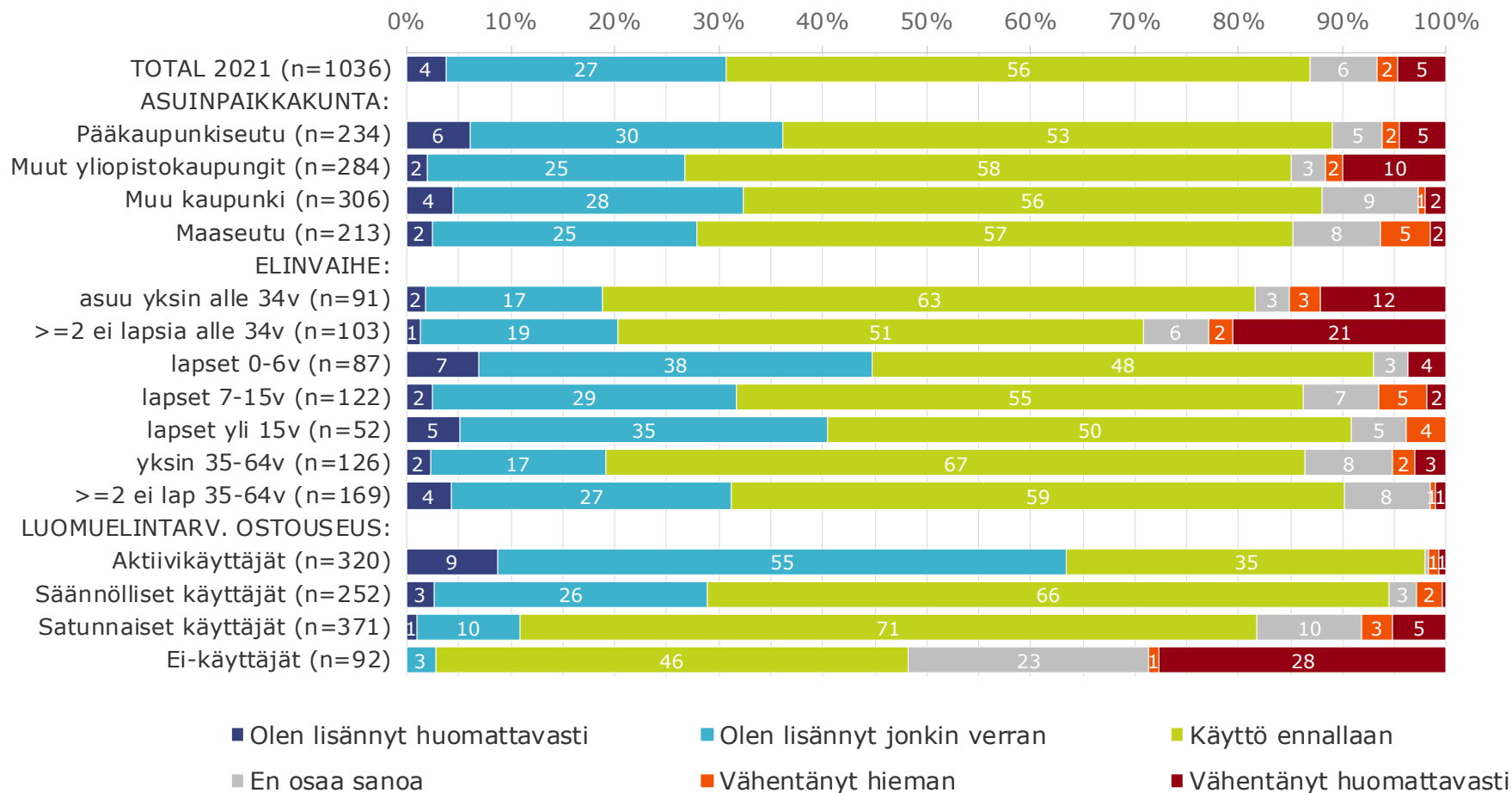
# Luomuelintarvikkeiden käytön muutos



Miten arvioit luomuelintarvikkeiden käytön muuttuneen viimeisen vuoden aikana?

TOTAL 2021 (n=1036)

(2/2)



# KANTAR

## 5

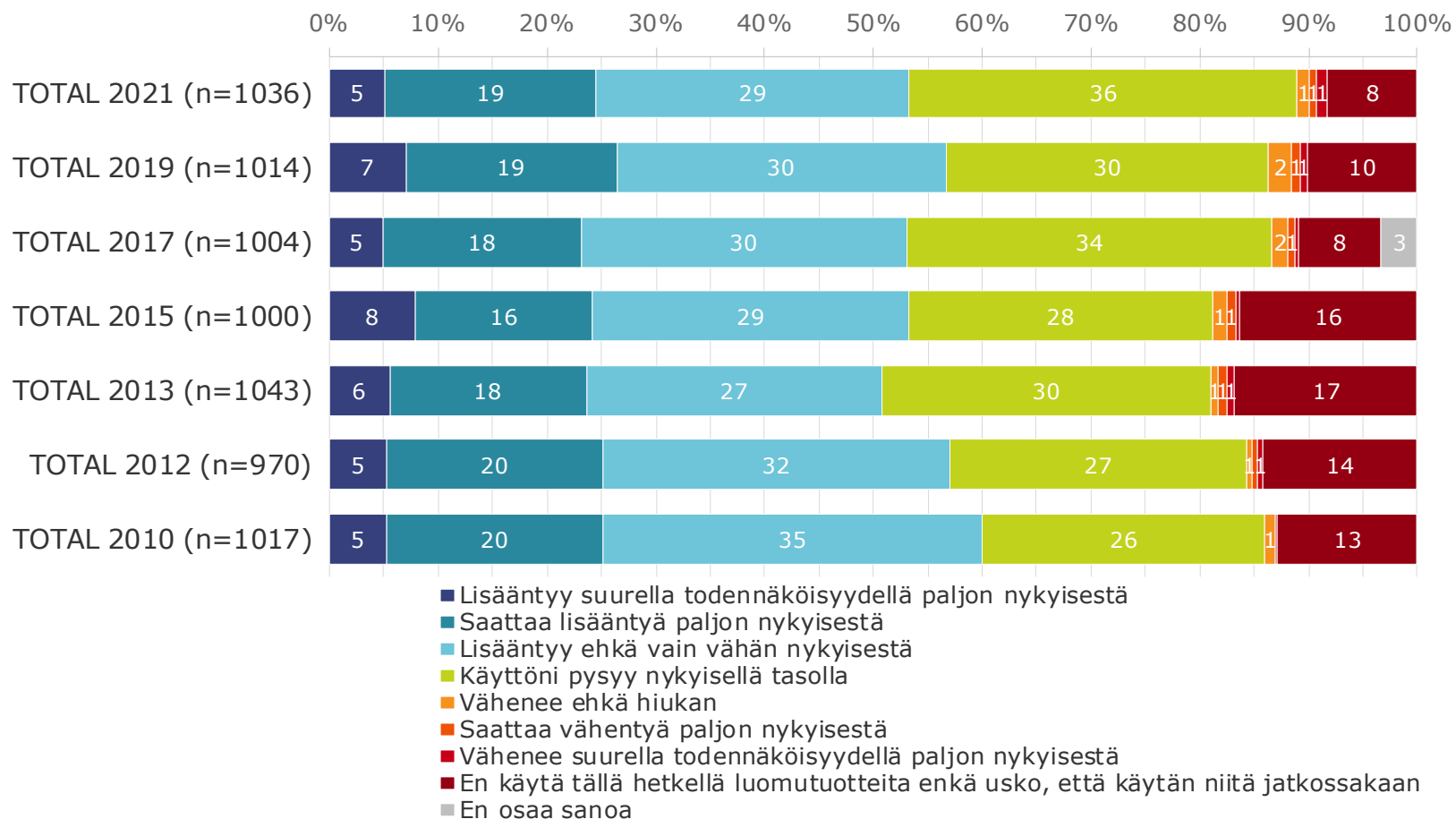
### Luomun käyttöaikeet



# Muutokset omassa luomuelintarvikkeiden käytössä

Miten uskot oman luomuelintarvikkeiden käyttösi kehittyvän seuraavan kahden vuoden aikana?

TOTAL 2021 (n=1036)



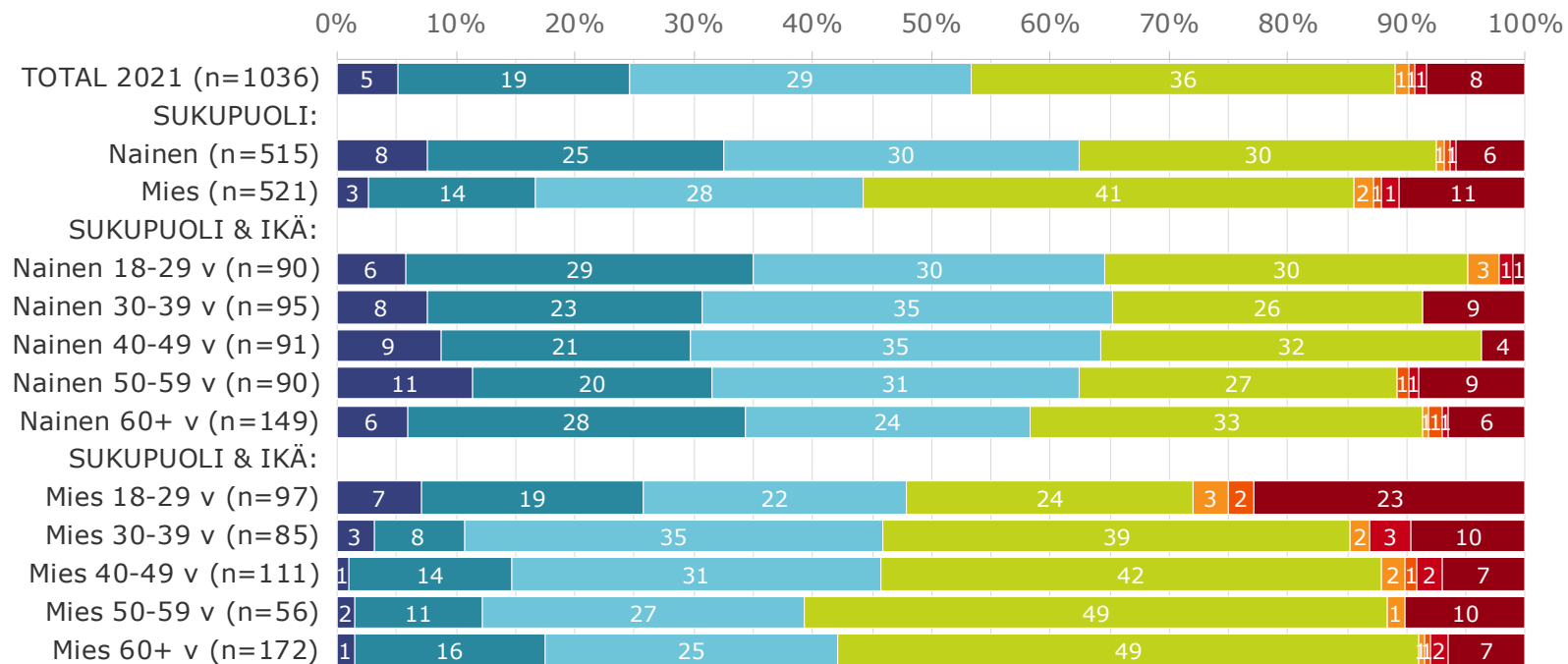
# Muutokset omassa luomuelintarvikkeiden käytössä



Miten uskot oman luomuelintarvikkeiden käyttösi kehittyvän seuraavan kahden vuoden aikana?

TOTAL 2021 (n=1036)

(1/2)



- Lisääntyy suurella todennäköisyydellä paljon nykyisestä
- Saattaa lisääntyä paljon nykyisestä
- Lisääntyy ehkä vain vähän nykyisestä
- Käyttöni pysyy nykyisellä tasolla
- Vähenee ehkä hiukan
- Saattaa vähentyä paljon nykyisestä
- Vähenee suurella todennäköisyydellä paljon nykyisestä
- En käytä tällä hetkellä luomutuotteita enkä usko, että käytän niitä jatkossakaan
- En osaa sanoa

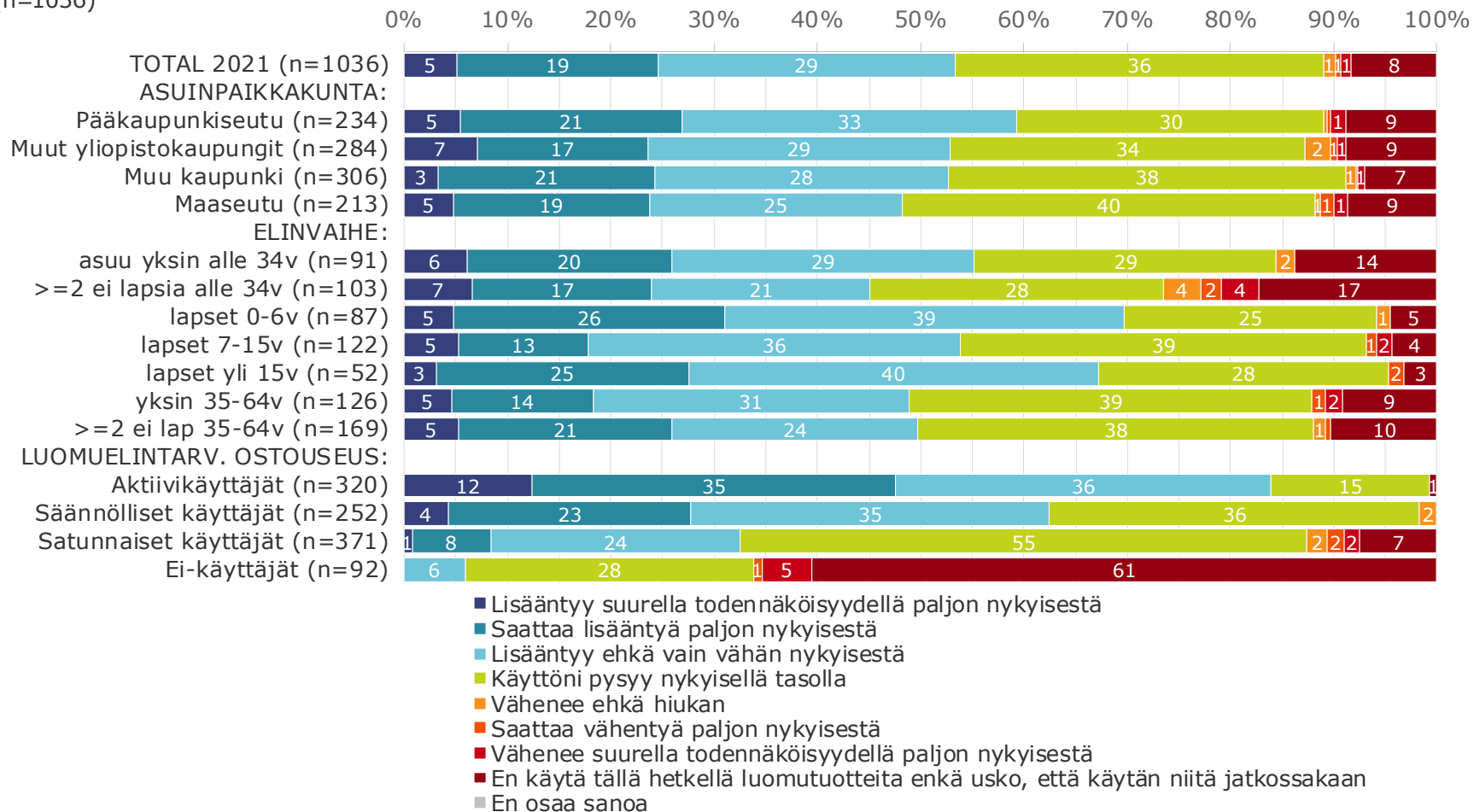
# Muutokset omassa luomuelintarvikkeiden käytössä



Miten uskot oman luomuelintarvikkeiden käyttösi kehittyvän seuraavan kahden vuoden aikana?

TOTAL 2021 (n=1036)

(2/2)

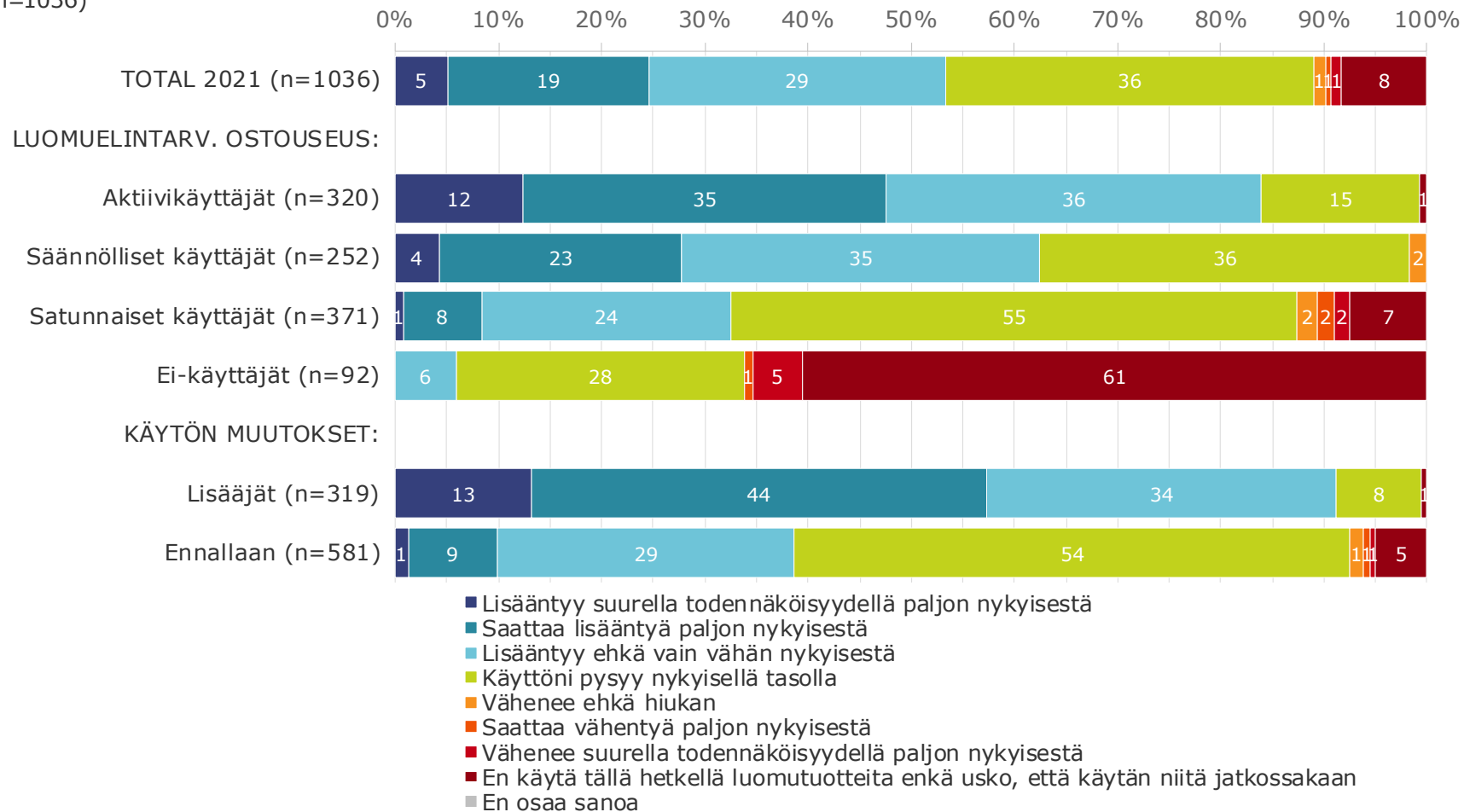


# Muutokset omassa luomuelintarvikkeiden käytössä



Miten uskot oman luomuelintarvikkeiden käyttösi kehittyvän seuraavan kahden vuoden aikana?

TOTAL 2021 (n=1036)



# KANTAR

## 6

Kiinnostus alkuperää  
ilmaiseviin asioihin



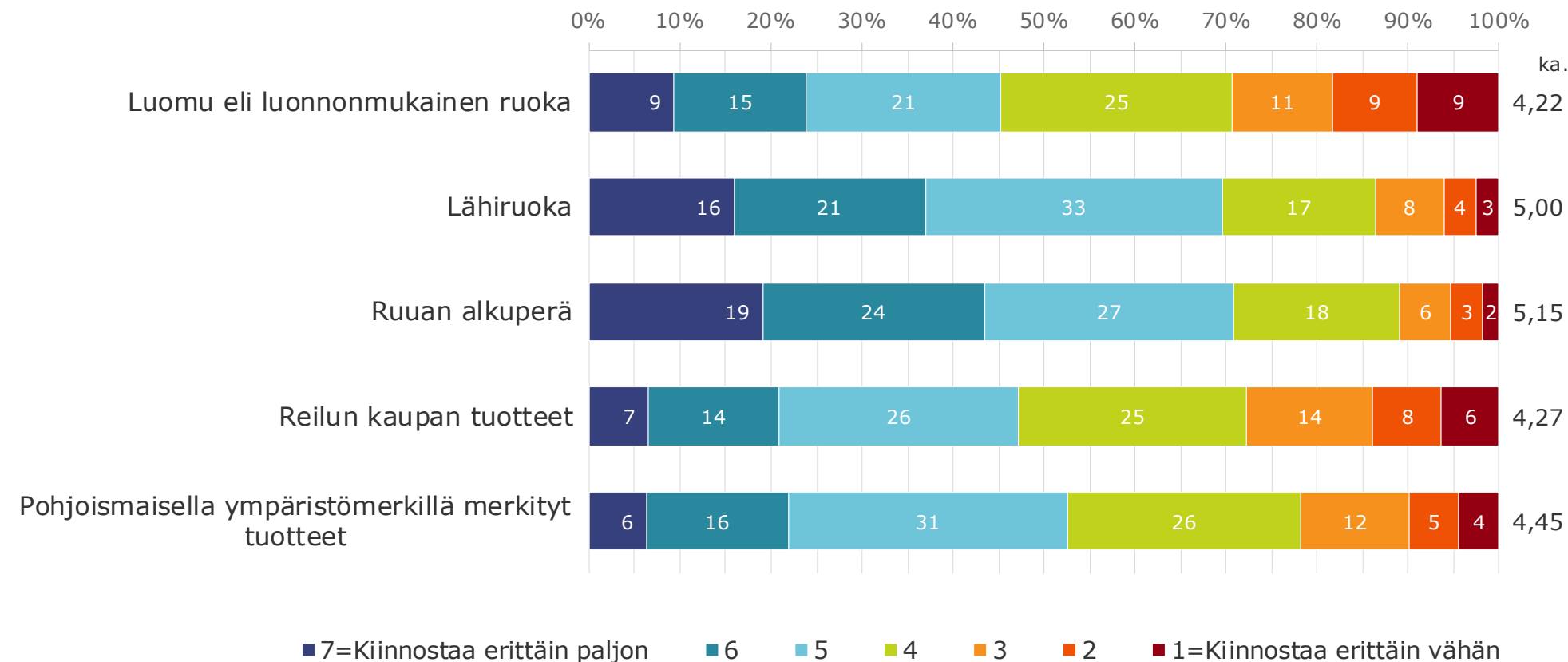
ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE



# Kiinnostus alkuperää ilmaiseksi asiisiin

Kuinka paljon sinua kiinnostaa... ?

TOTAL 2021 (n=1036)

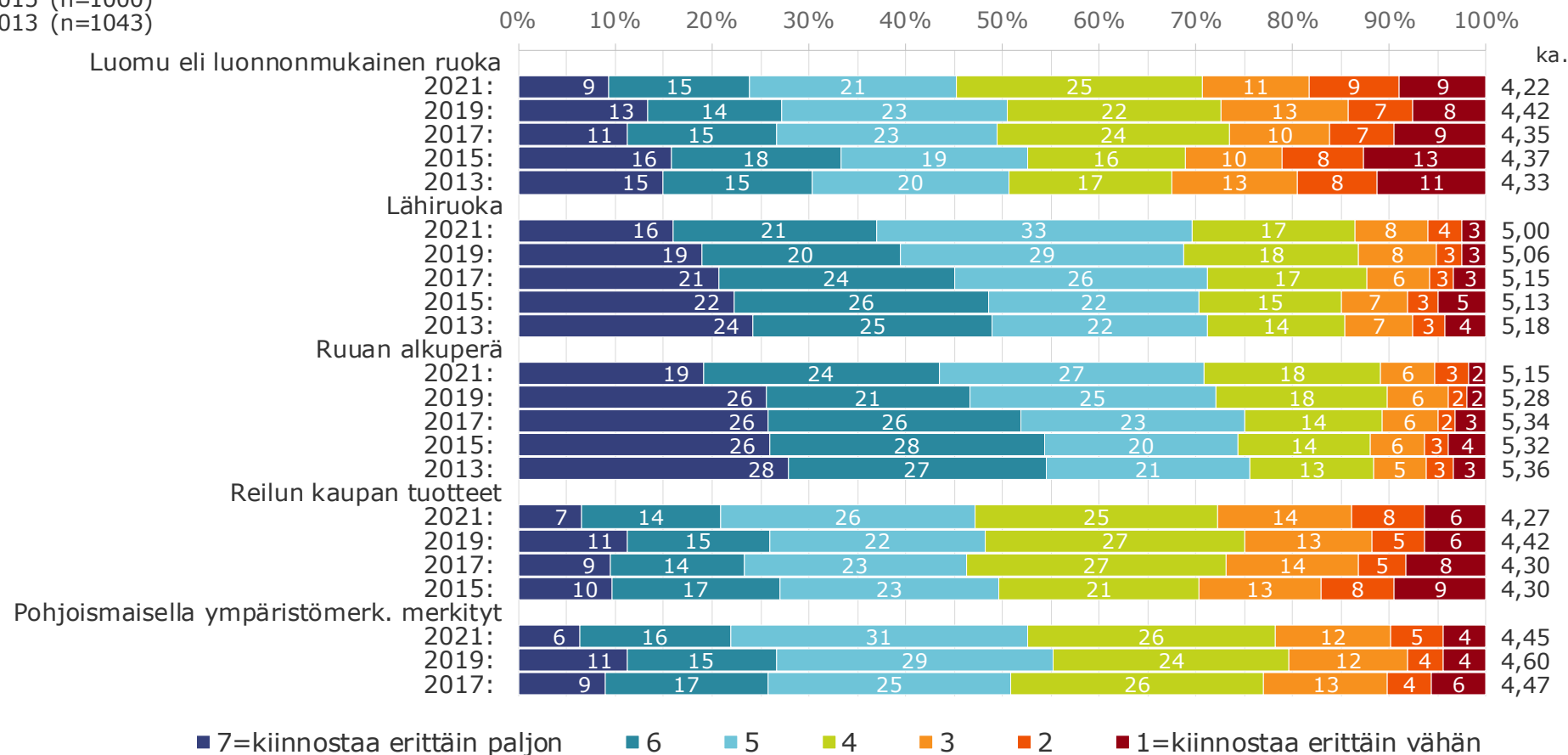


# Kiinnostus alkuperää ilmaiseksiiin asioihin



Kuinka paljon sinua kiinnostaa... ?

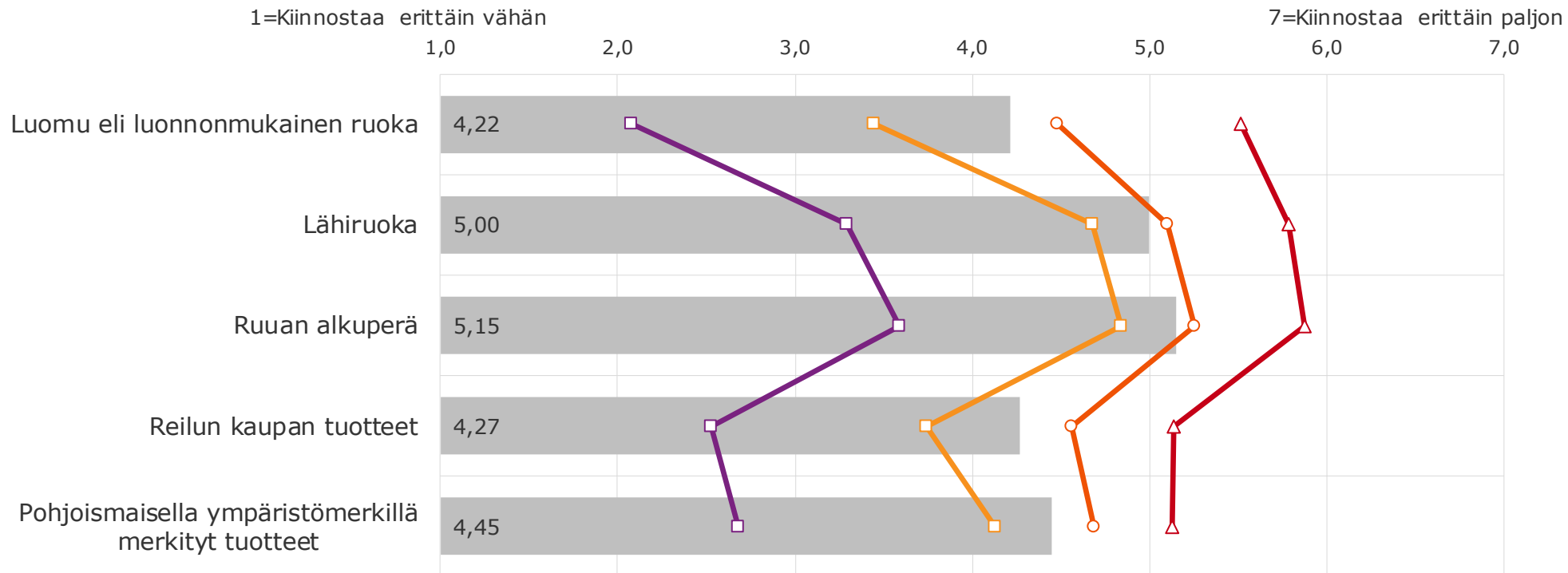
TOTAL 2021 (n=1036)  
 TOTAL 2019 (n=1014)  
 TOTAL 2017 (n=1004)  
 TOTAL 2015 (n=1000)  
 TOTAL 2013 (n=1043)



# Kiinnostus alkuperää ilmaiseksiiin asioihin

Kuinka paljon sinua kiinnostaa... ?

TOTAL 2021 (n=1036)



LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

■ TOTAL 2021 (n=1036)

○ Säännölliset käyttäjät (n=252)

□ Ei-käyttäjät (n=92)

□ Satunnaiset käyttäjät (n=371)

△ Aktiivikäyttäjät (n=320)

# KANTAR

## 7

### Vastuullisuuteen liittyvien ominaisuuksien tärkeys

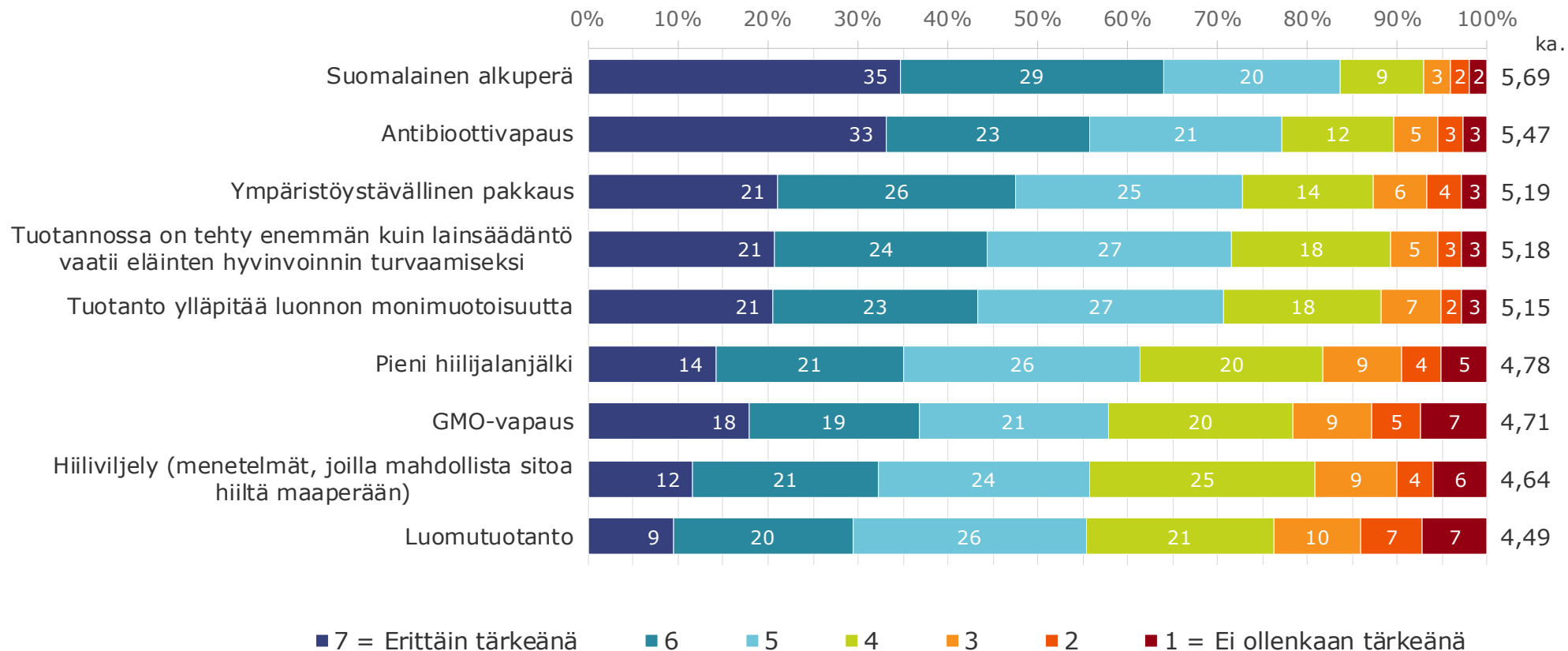


# Elintarvikkeen tuotantotapaan liittyvien ominaisuuksien tärkeys



Kuinka tärkeinä pidät seuraavia elintarvikkeen tuotantotapaan liittyviä asioita?

TOTAL 2021 (n=1036)



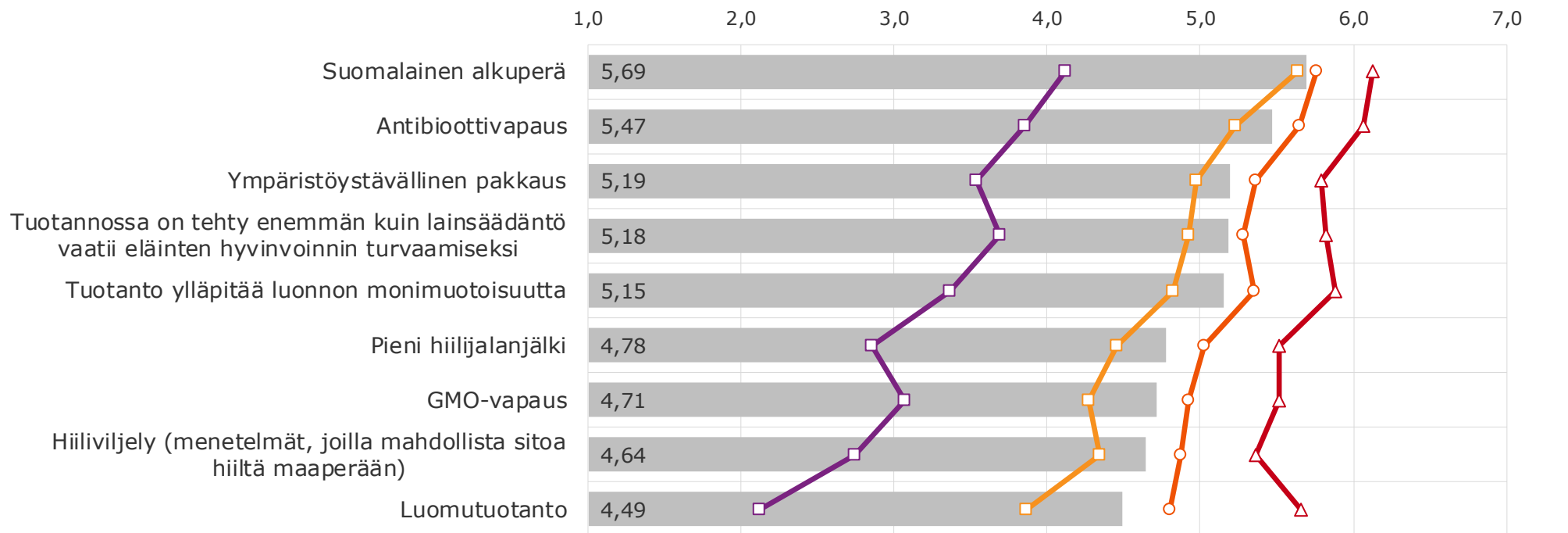
# Elintarvikkeen tuotantotapaan liittyvien ominaisuuksien tärkeys

Kuinka tärkeinä pidät seuraavia elintarvikkeen tuotantotapaan liittyviä asioita?

TOTAL 2021 (n=1036)

1 = Ei ollenkaan tärkeänä

7 = Erittäin tärkeänä



LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

— TOTAL 2021 (n=1036)

— Satunnaiset käyttäjät (n=371)

— Säännölliset käyttäjät (n=252)

— Aktiivikäyttäjät (n=320)

— Ei-käyttäjät (n=92)



# KANTAR

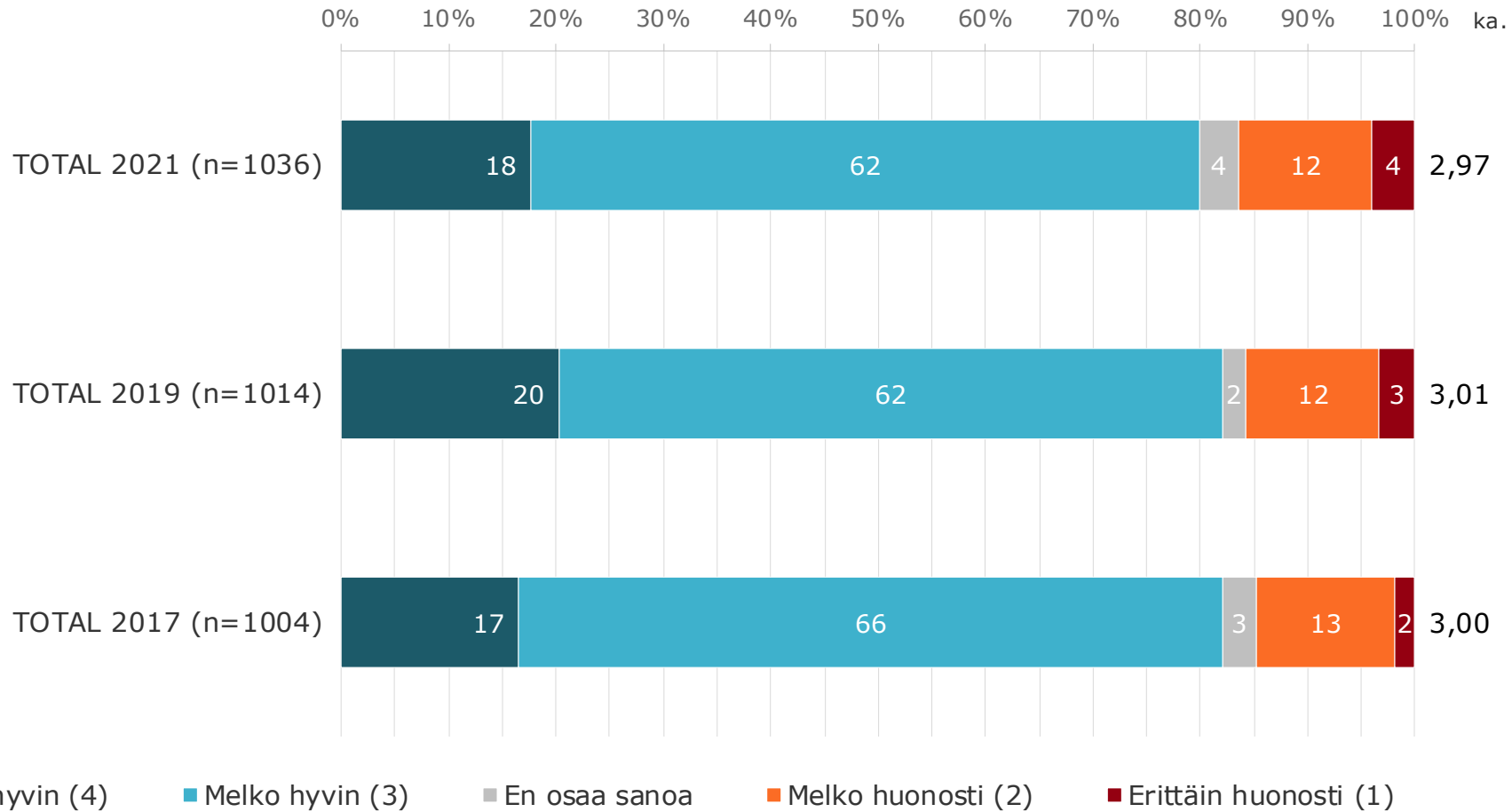
## 8

Luomun merkityksen  
ymmärtäminen ja  
luomutietous



# Luomun merkityksen ymmärtäminen

Kuinka hyvin mielestäsi olet perillä siitä mitä Luomu tarkoittaa?

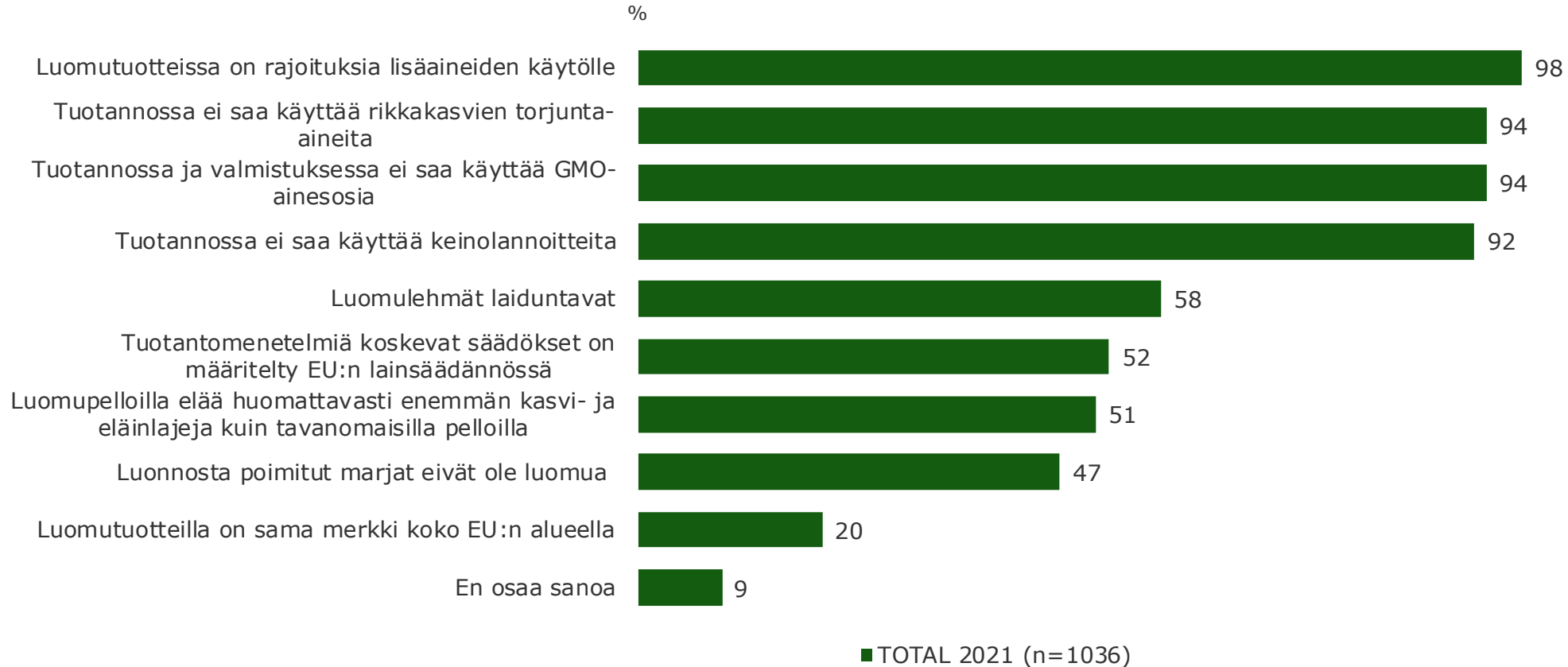


# Luomutietous, oikean vastauksen tienneet



Mitkä väittämät mielestäsi pitävät paikkaansa LUOMUtuotteiden osalta?

TOTAL 2021 (n=1036)



# KANTAR

## 9

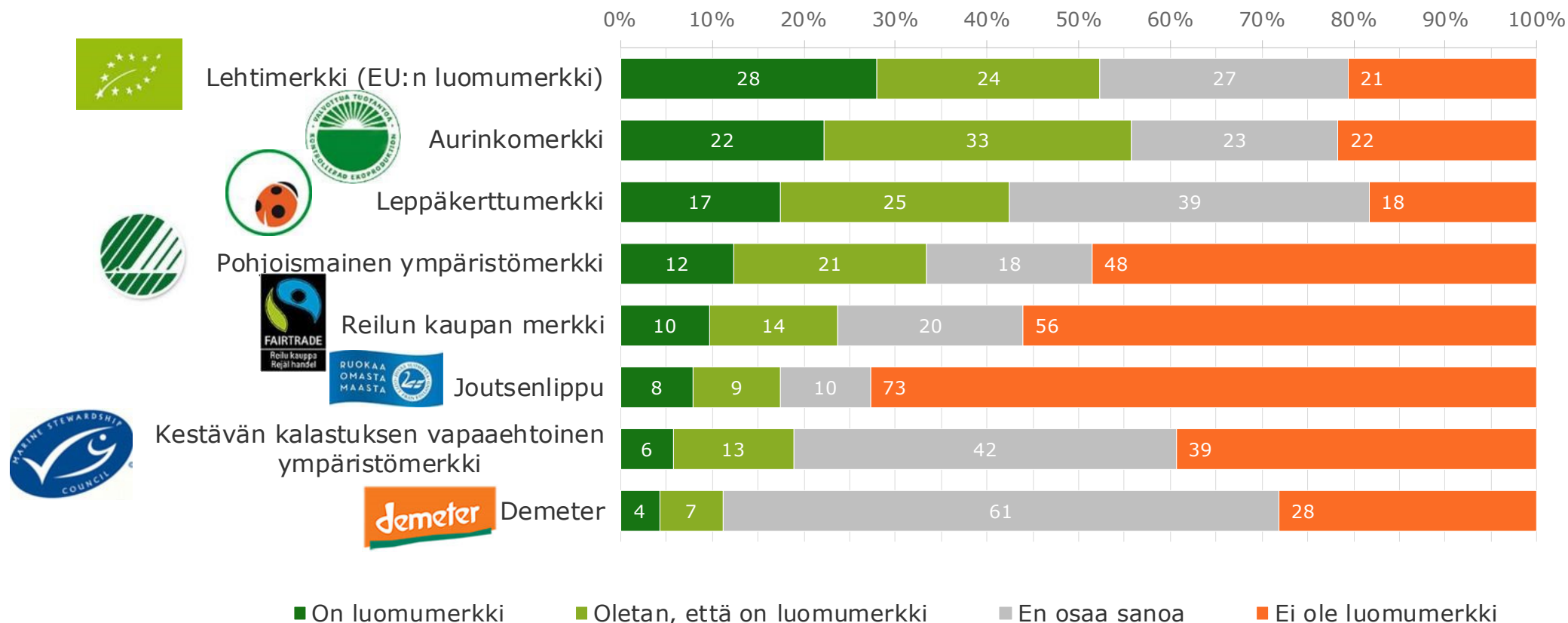
# Luomumerkin tunteminen



# Luomumerkin tunteminen

Mitkä seuraavista tiedät olevan luomutuotteiden merkkejä?

TOTAL 2021 (n=1036)



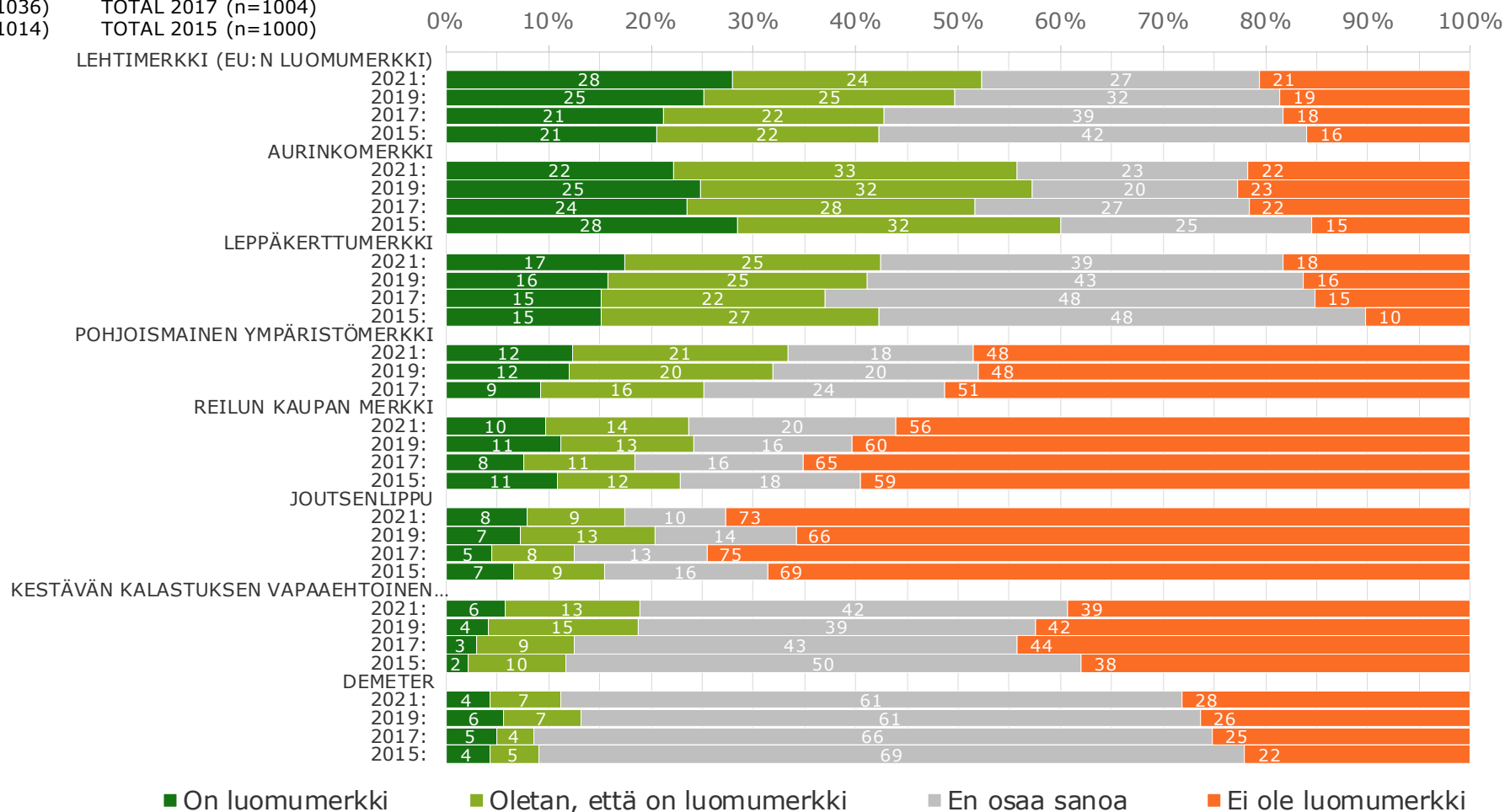
# Luomumerkin tunteminen



Mitkä seuraavista tiedät olevan luomutuotteiden merkkejä?

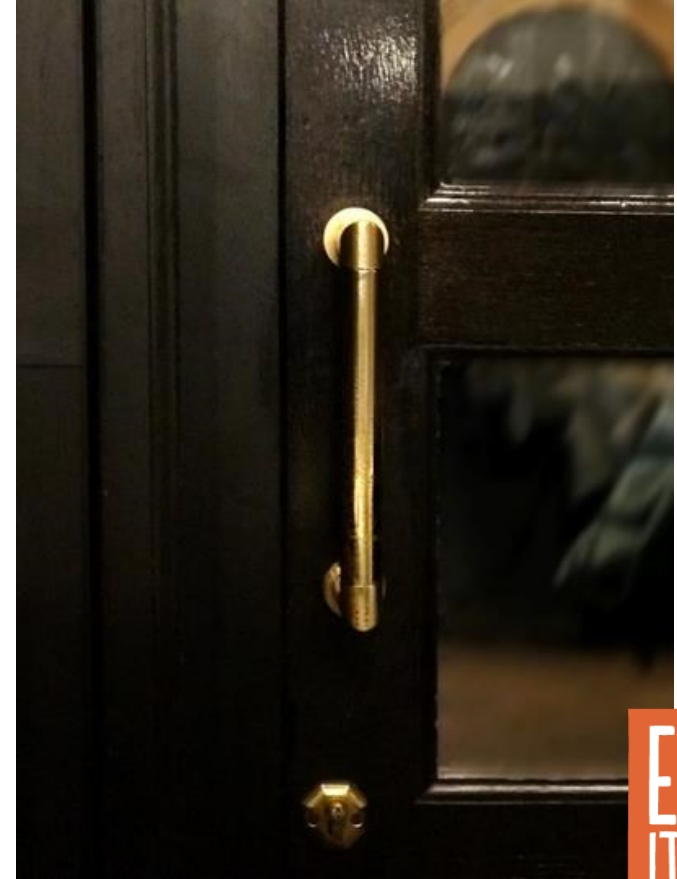
TOTAL 2021 (n=1036)  
TOTAL 2019 (n=1014)

TOTAL 2017 (n=1004)  
TOTAL 2015 (n=1000)



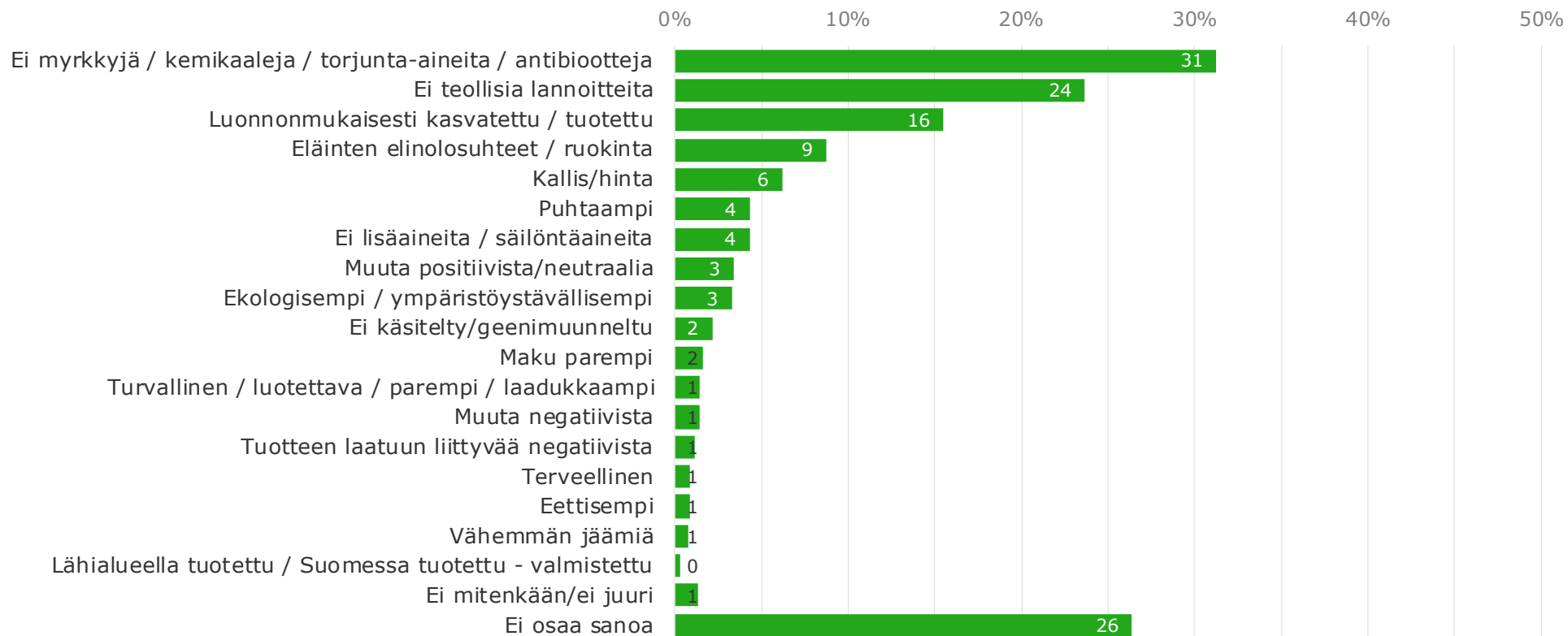
# KANTAR

## 10 Mielikuva luomun ja tavanomaisten elintarvikkeiden eroista



# Mielikuva siitä, miten luomutuotteet eroavat muista elintarvikkeista

Miten luomutuotteet sinun käsityksesi mukaan eroavat muista elintarvikkeista?



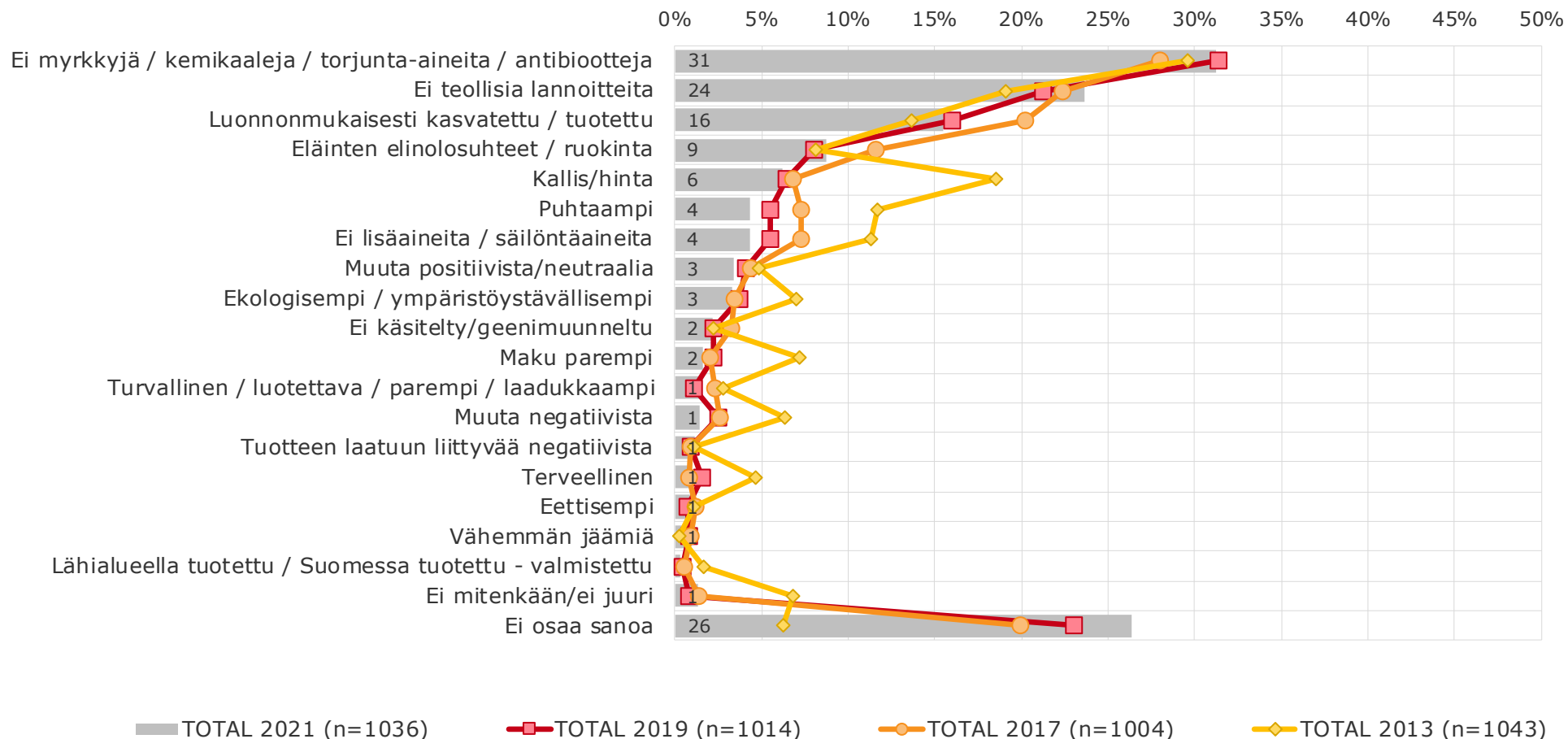
■ TOTAL 2021 (n=1036)



# Mielikuva siitä, miten luomutuotteet eroavat muista elintarvikkeista



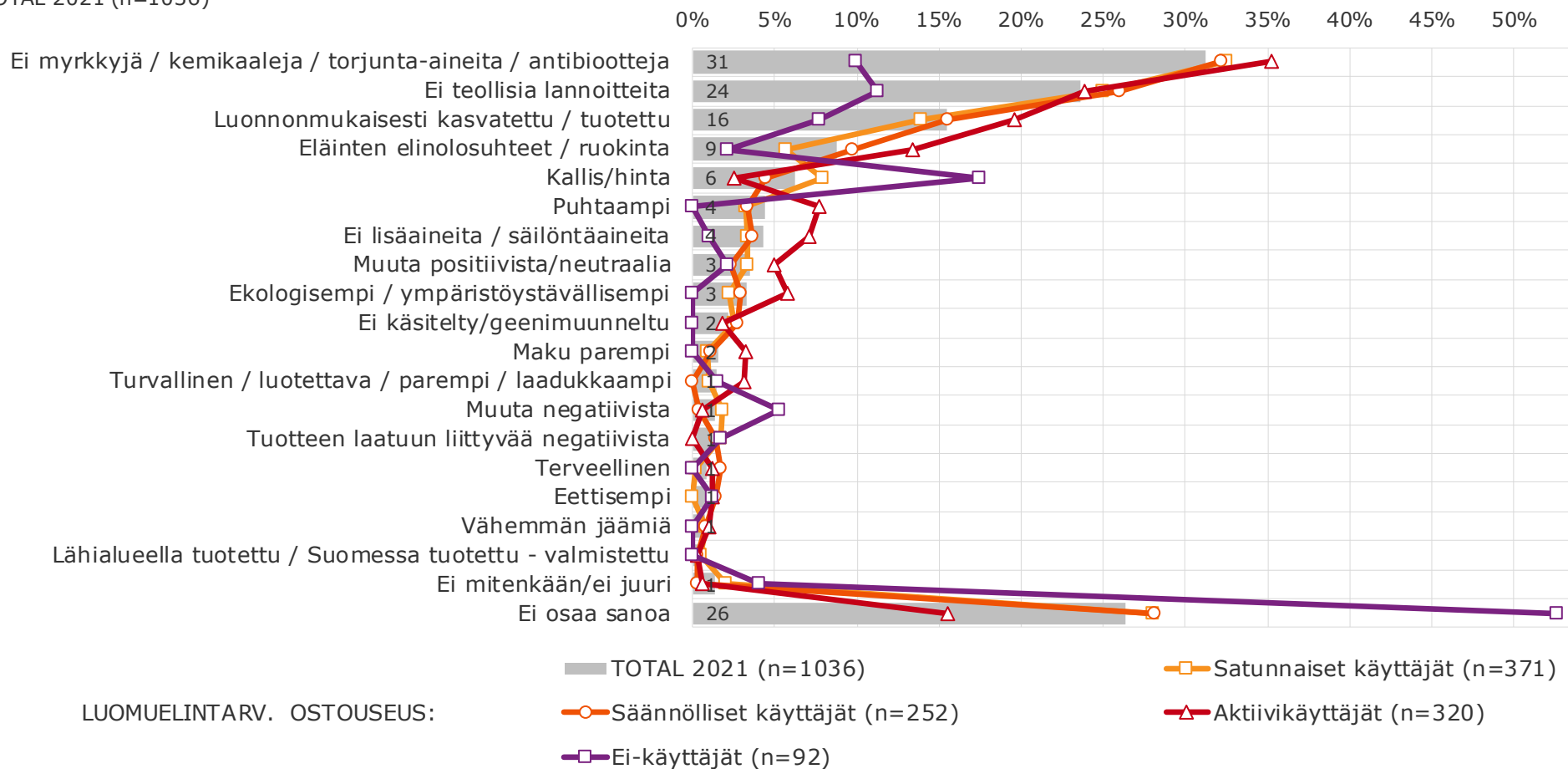
Miten luomutuotteet sinun käsityksesi mukaan eroavat muista elintarvikkeista?



# Mielikuva siitä, miten luomutuotteet eroavat muista elintarvikkeista

Miten luomutuotteet sinun käsityksesi mukaan eroavat muista elintarvikkeista?

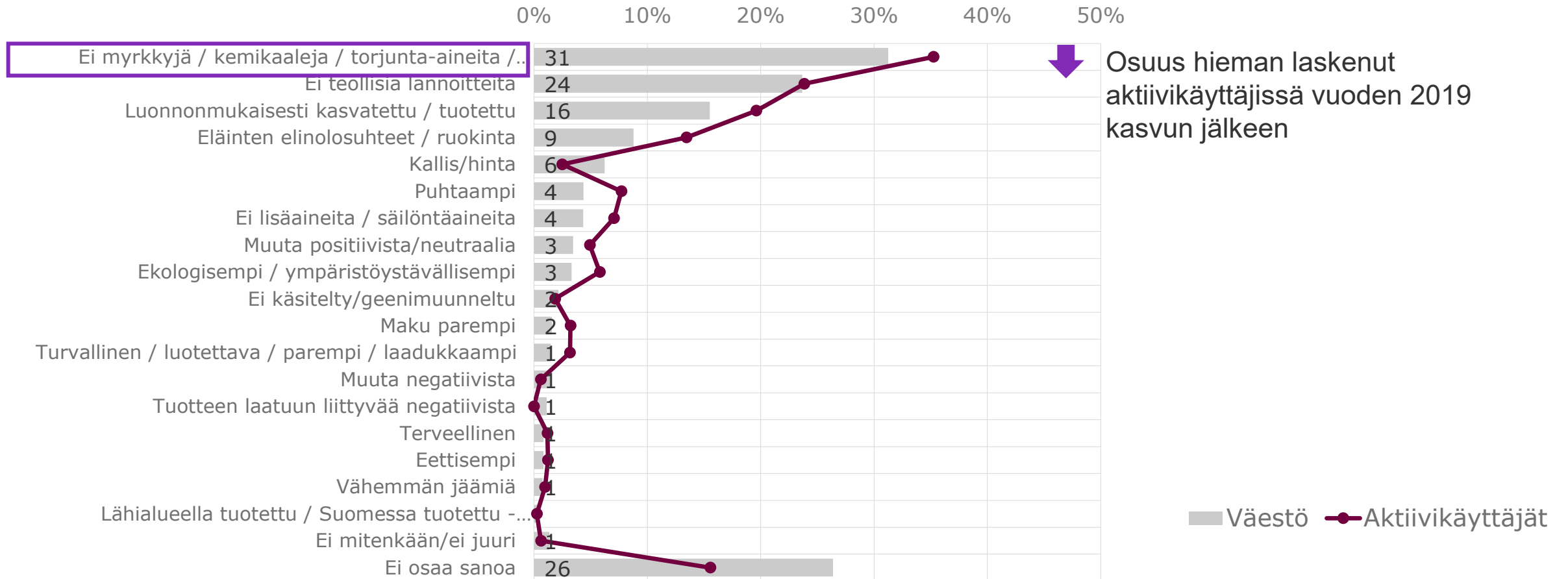
TOTAL 2021 (n=1036)



LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:



# Mielikuva luomun ja tavanomaisen eroista



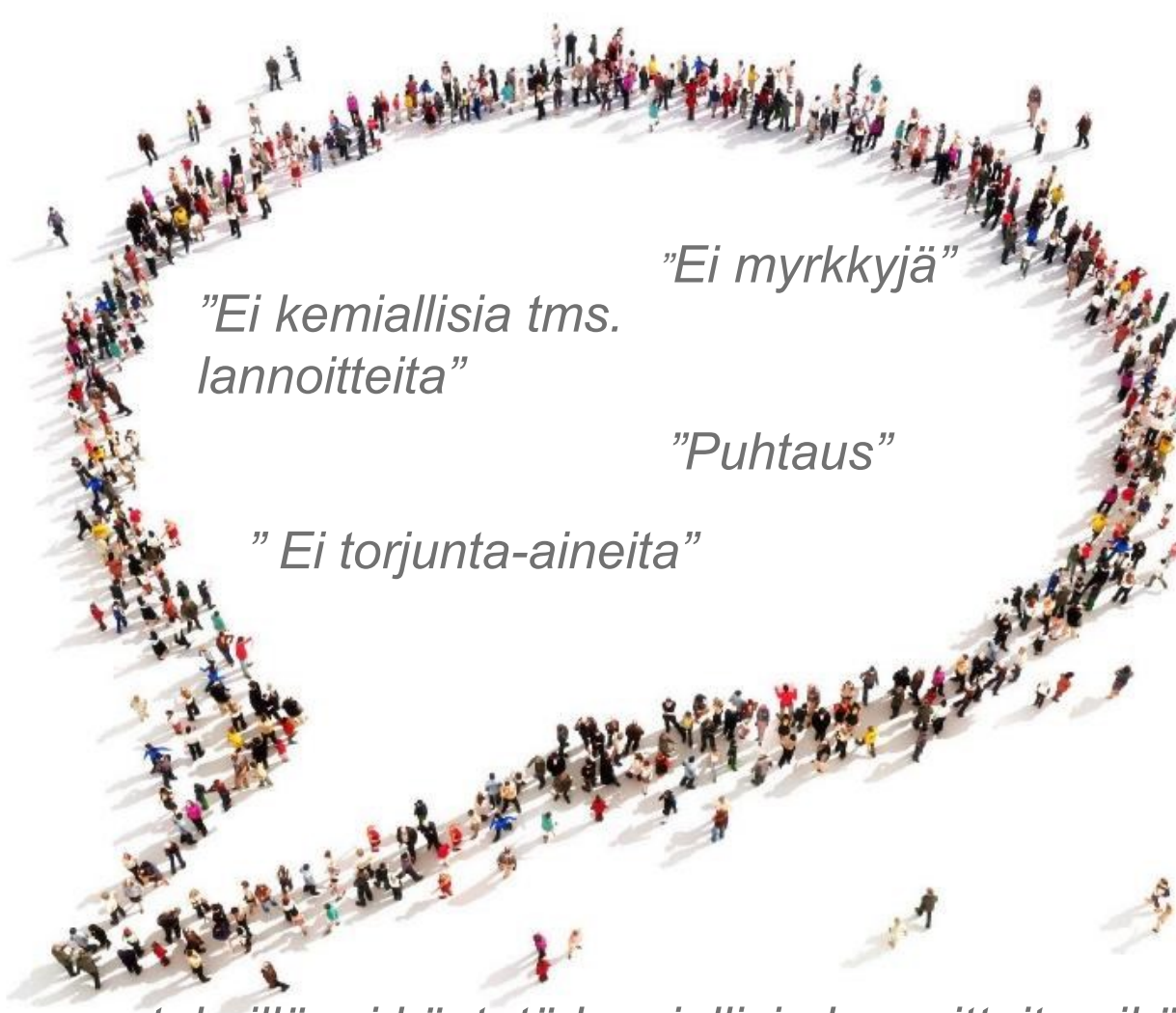
## Miten luomutuotteet sinun käsityksesi mukaan eroavat muista elintarvikkeista?

*”Ei keinolannoitteita eikä torjunta-aineita viljelyssä. Eläimillä lajinmukaisen käyttäytymisen mahdollisuus, ei väkirehuja, ei turhia antibiootteja.”*

*- Mies, 70v, Uusimaa*

*”Kasveja viljellään luonnonmukaisilla menetelmillä, ei käytetä kemiallisia lannoitteita eikä torjunta-aineita, hyödynnetään vuoroviljelyä. Eläinten kasvatuksessa sama ajattelutapa, eläimet ovat suuren osan ajasta vapaina, vältetään antibiootteja ja käytetään luomuna kasvatettua rehua.”*

*- Nainen, 67v, PKS*



*”Ei kemiallisia tms. lannoitteita”*

*”Ei myrkkijä”*

*”Puhtaus”*

*” Ei torjunta-aineita”*



# KANTAR

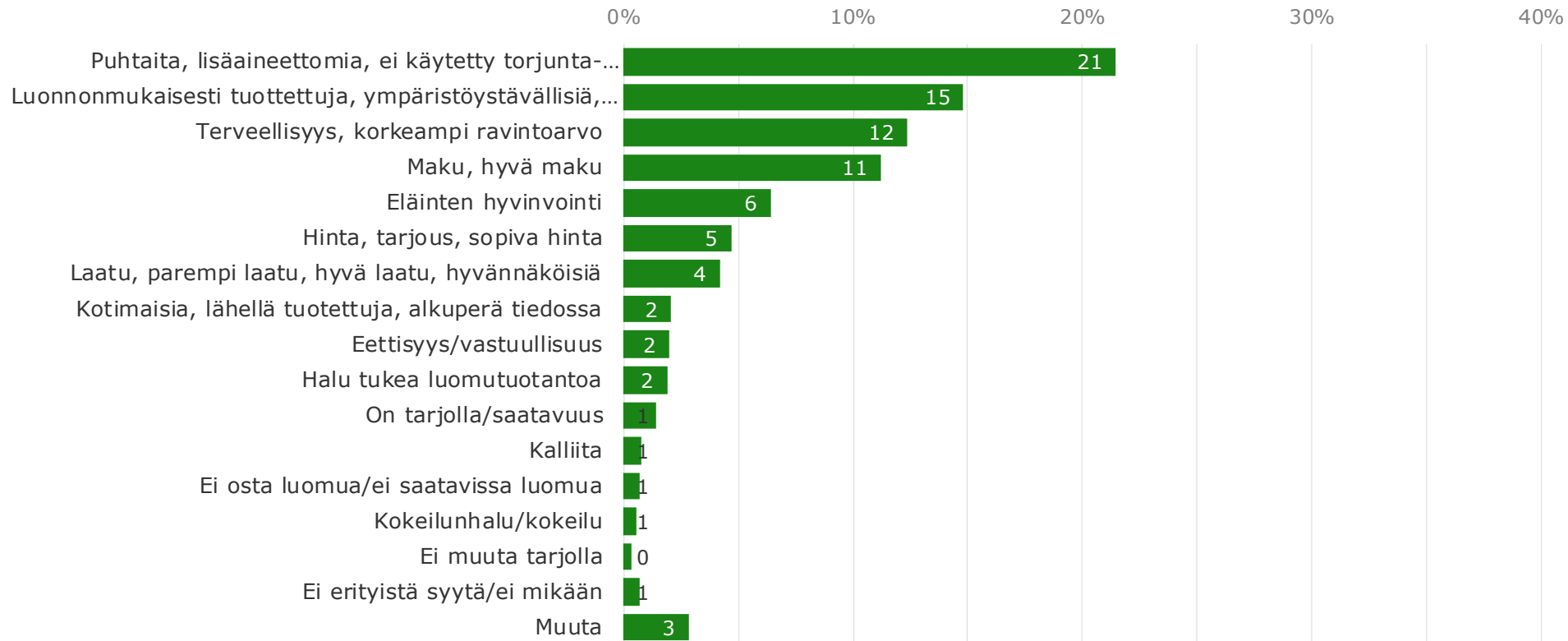
11

Tärkein syy ostaa  
luomuelintarvikkeita



# Tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita (VASTANNEISTA)

Mikä on tärkein syys ostaa luomuelintarvikkeita?

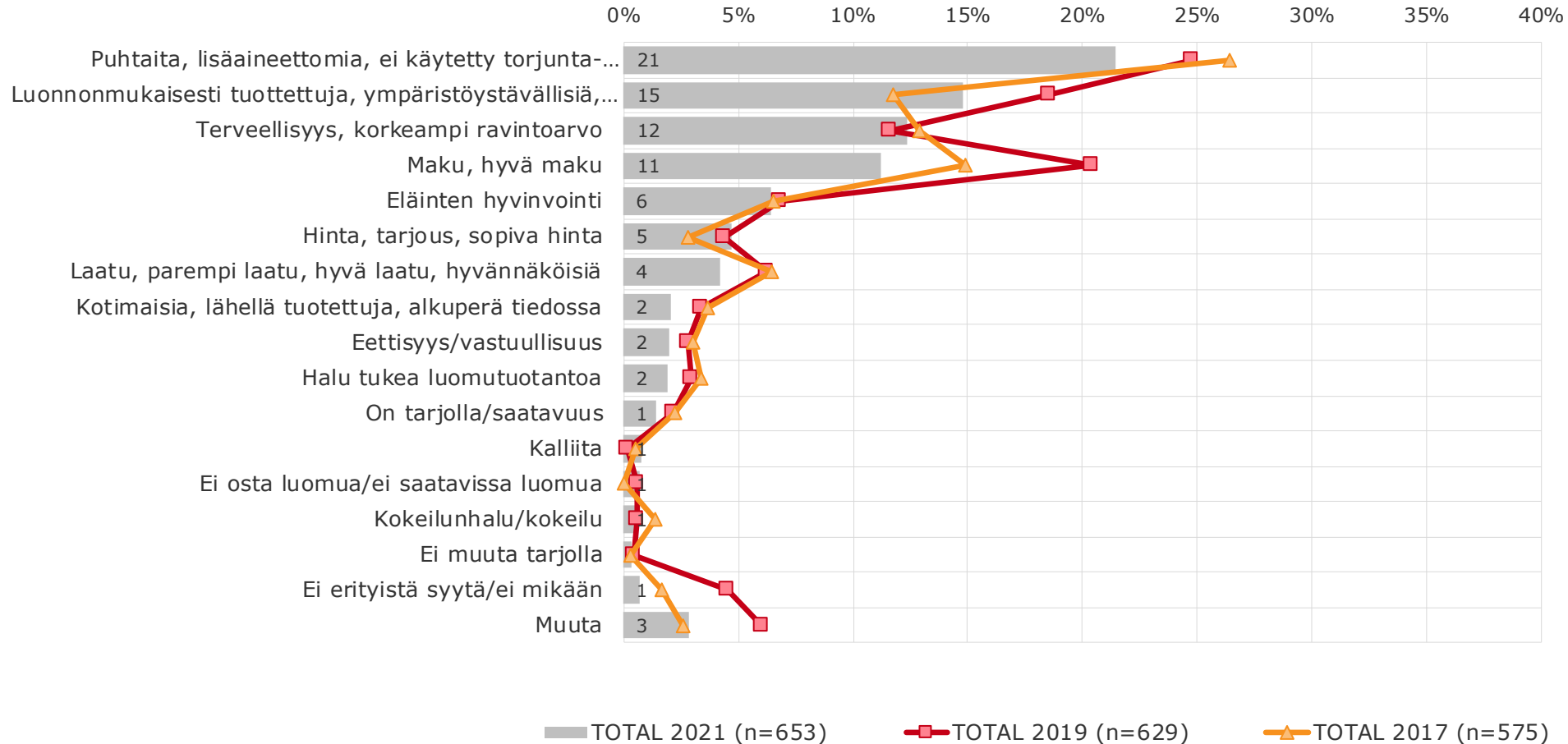


■ TOTAL 2021 (n=653)

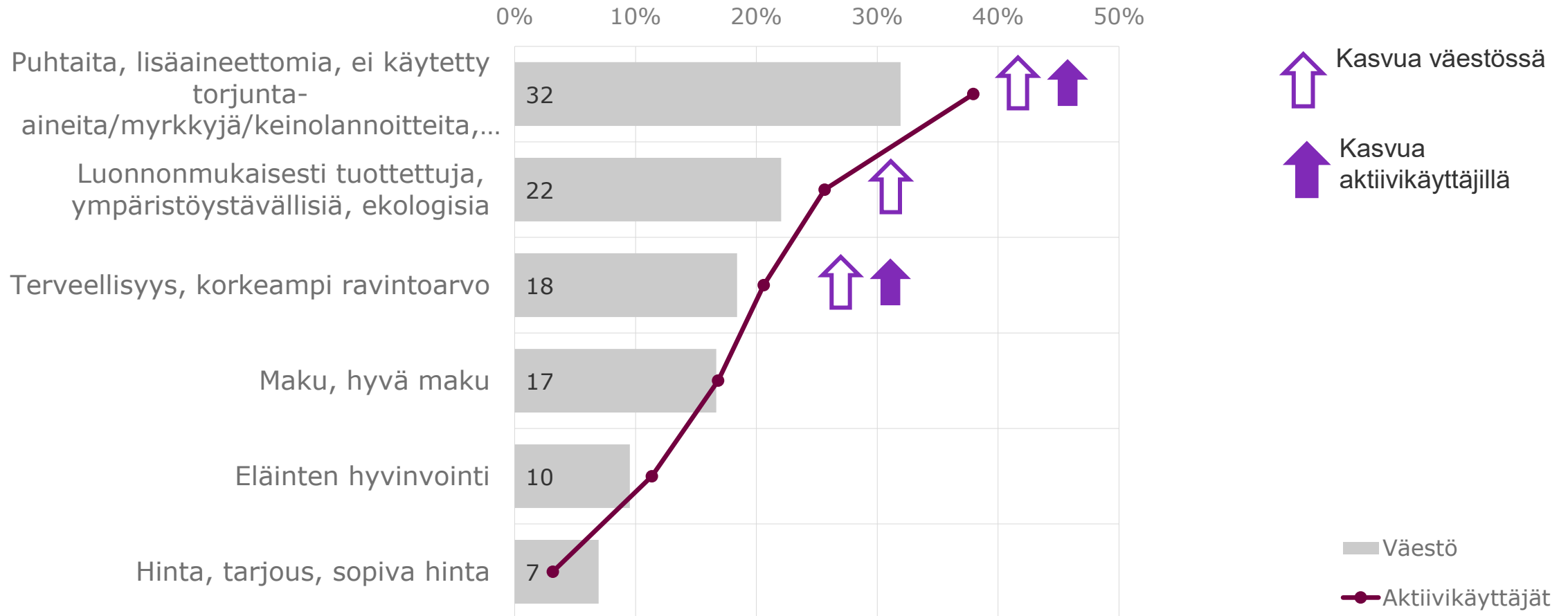


# Tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita

Mikä on tärkein syys ostaa luomuelintarvikkeita?



# Tärkeimmät syyt ostaa luomuelintarvikkeita (ilman EOS-vastauksia)



## Tärkeimmät syyt luomuelintarvikkeiden ostamiseen

*"Haluan ylläpitää terveyttäni ja tukea luonnon hyvinvointia."  
- Nainen, 73v, Etelä-Suomi*



*"Hyvä maku"*

*"Eläinten hyvinvointi"*

*"Puhtaus"*

*"Terveellisyys"*

*"Luonnonmukaisuus"*

*"Terveellisyys, etten syö myrkkijä."  
- Nainen, 26v, Pohjois- ja Itä-Suomi*



# KANTAR

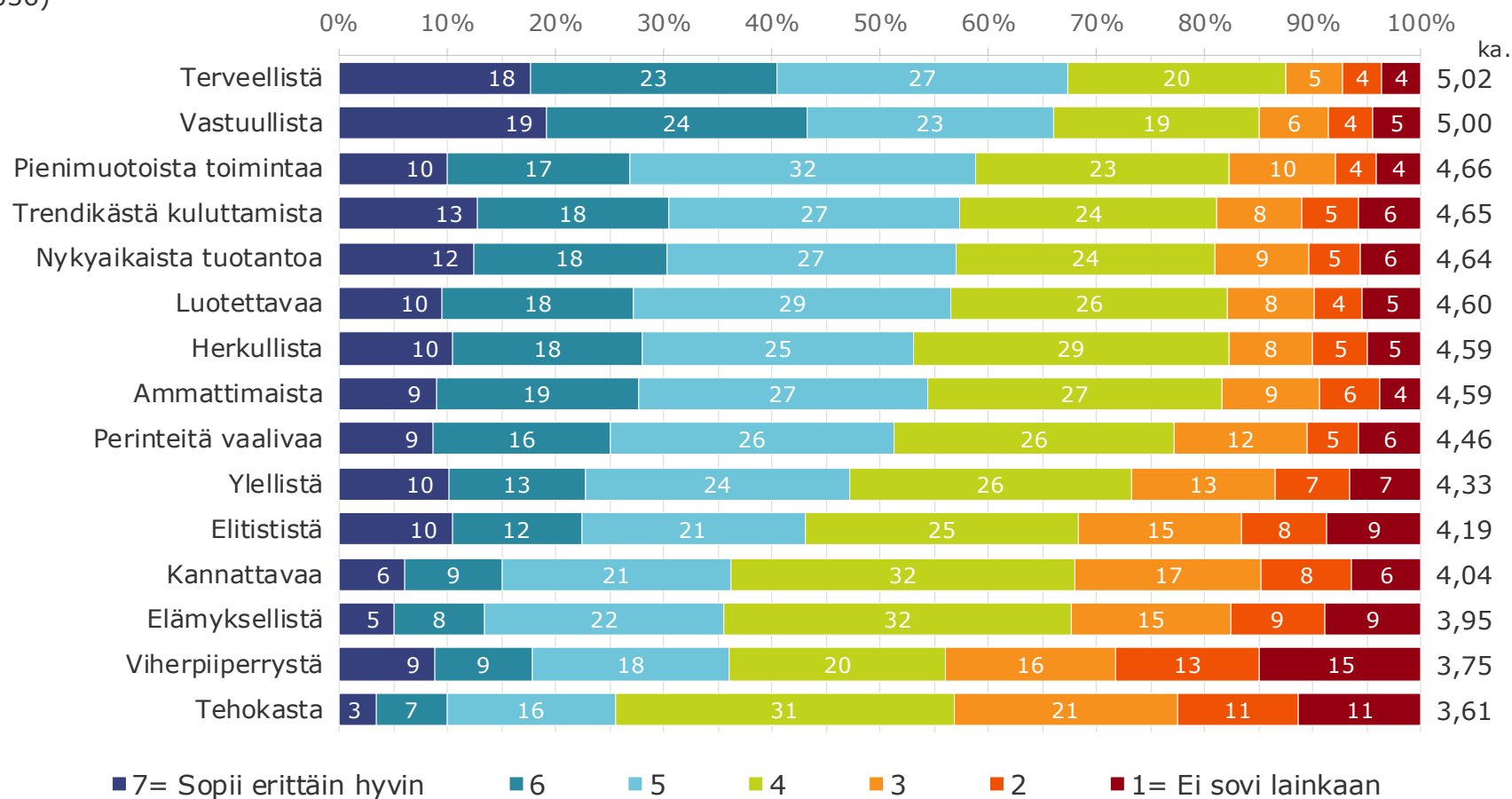
## 12 Luomun imago



# Luomun imago

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

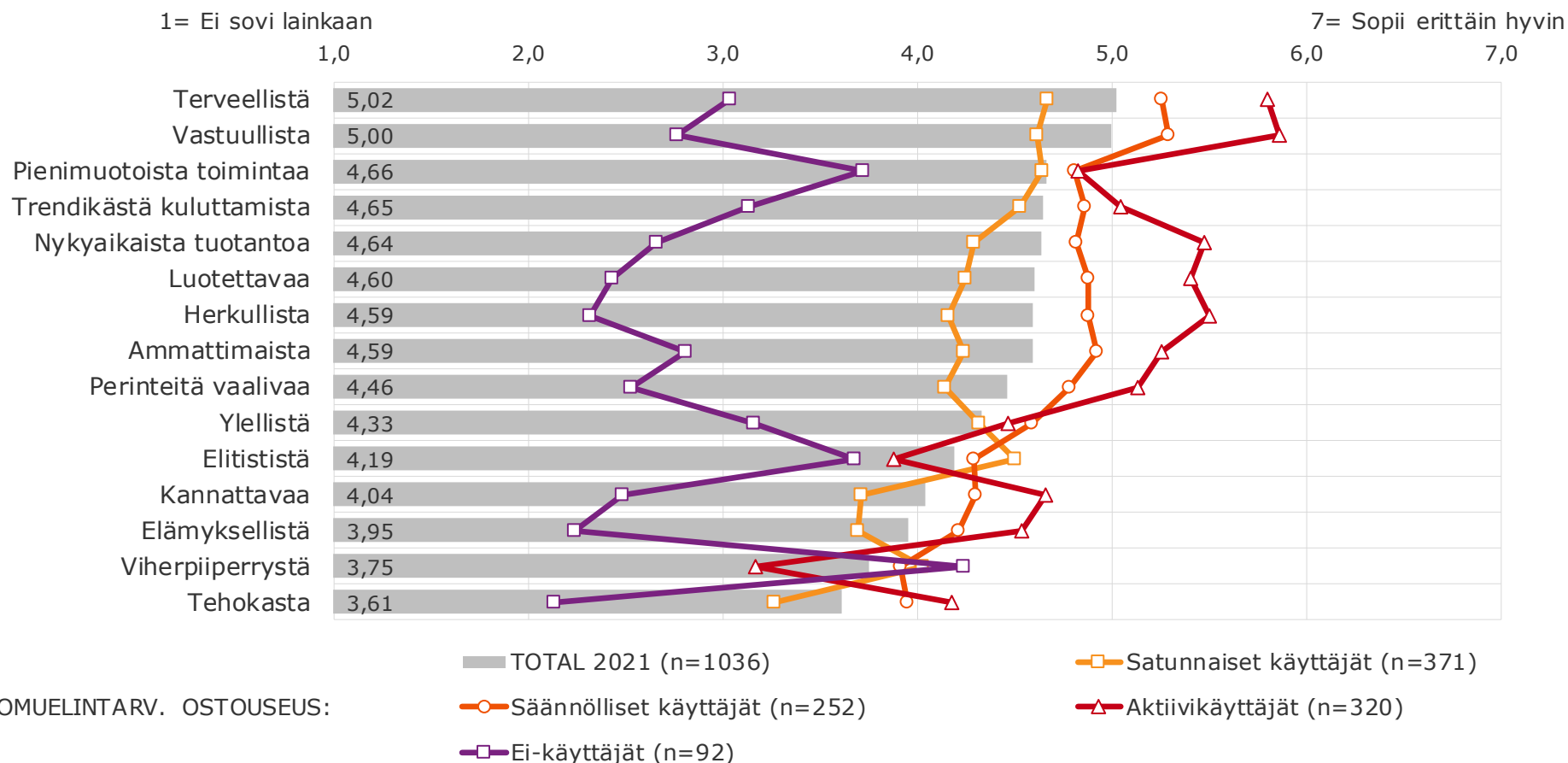
TOTAL 2021 (n=1036)



# Luomun imago

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

TOTAL 2021 (n=1036)



LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

# KANTAR

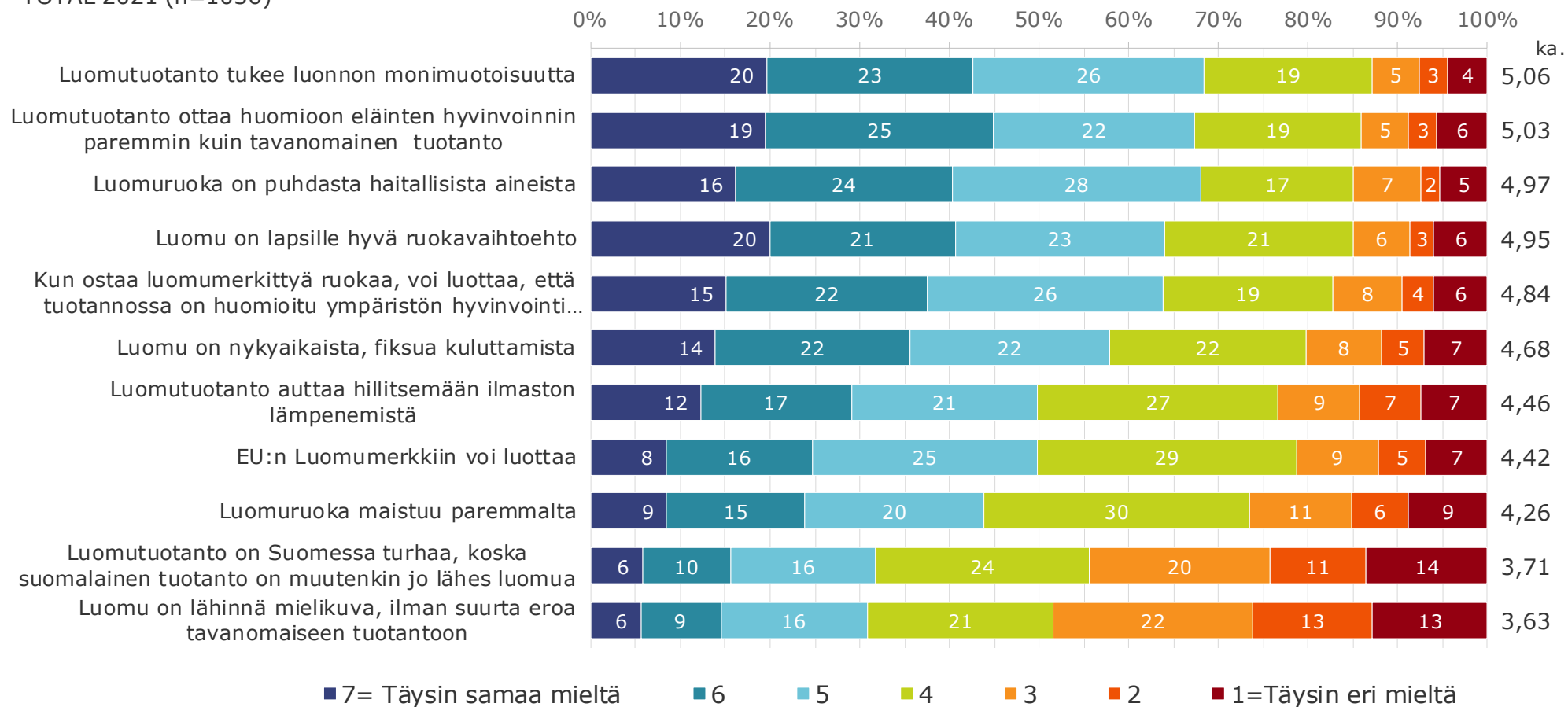
## 13 Mielipiteet luomuun liittyvistä väittämistä



# Mielipiteet luomuun liittyvistä väittämistä

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

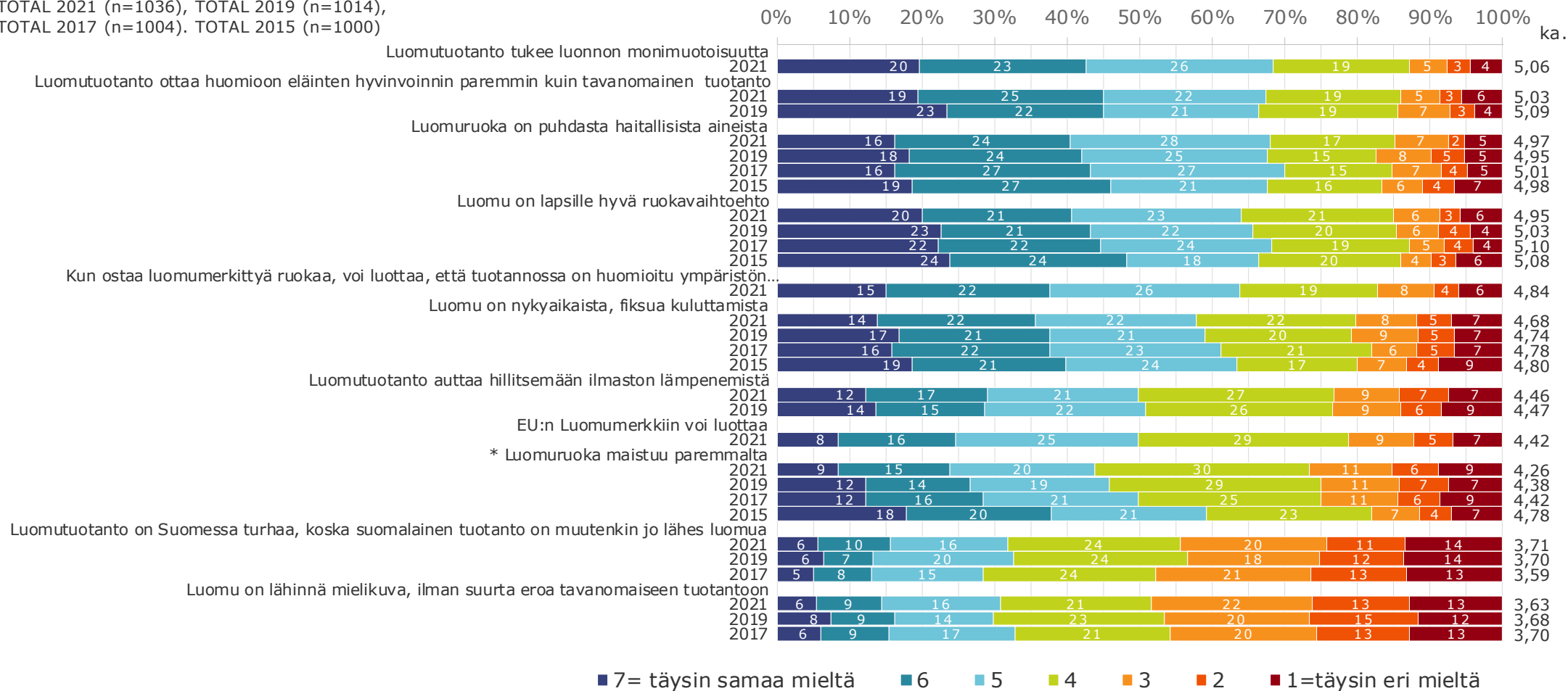
TOTAL 2021 (n=1036)



# Mielipiteet luomuun liittyvistä väittämistä

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

TOTAL 2021 (n=1036), TOTAL 2019 (n=1014),  
TOTAL 2017 (n=1004). TOTAL 2015 (n=1000)



(\* 2015: Luomuruoka maistuu herkulliselta)

# Mielipiteet luomuun liittyvistä väittämistä

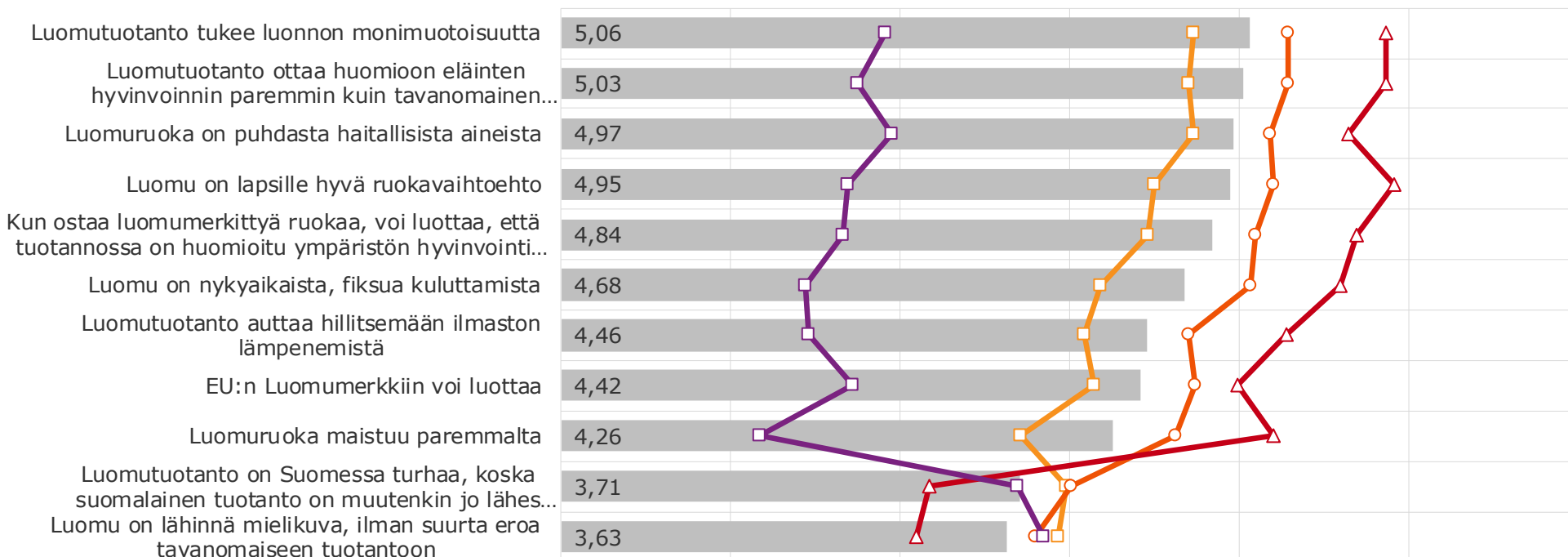
Seuraavassa on muutamia väittämiä luomuruuasta. Merkitse kunkin kohdalle oletko väittämän kanssa samaa vai eri mieltä.

TOTAL 2021 (n=1036)

1=Täysin eri mieltä

7= Täysin samaa mieltä

1,0 2,0 3,0 4,0 5,0 6,0 7,0



LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

■ TOTAL 2021 (n=1036)

□ Satunnaiset käyttäjät (n=371)

○ Säännölliset käyttäjät (n=252)

△ Aktiivikäyttäjät (n=320)

□ Ei-käyttäjät (n=92)



# KANTAR

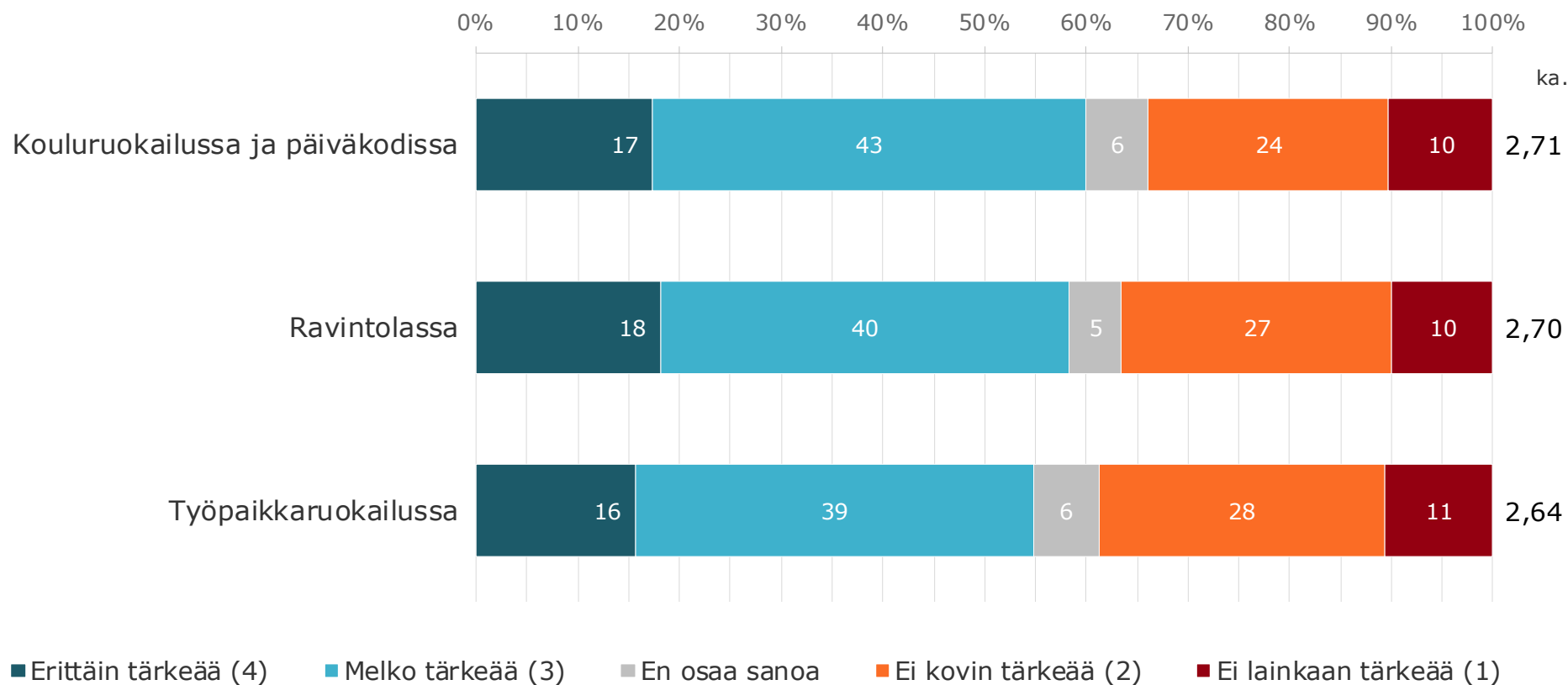
## 14 Luomuvaihtoehdon tarjoaminen joukkoruokailussa



# Luomuvaihtoehdon tarjoaminen joukkoruokailussa

Miten tärkeänä pidät luomun tarjoamista...?

TOTAL 2021 (n=1036)

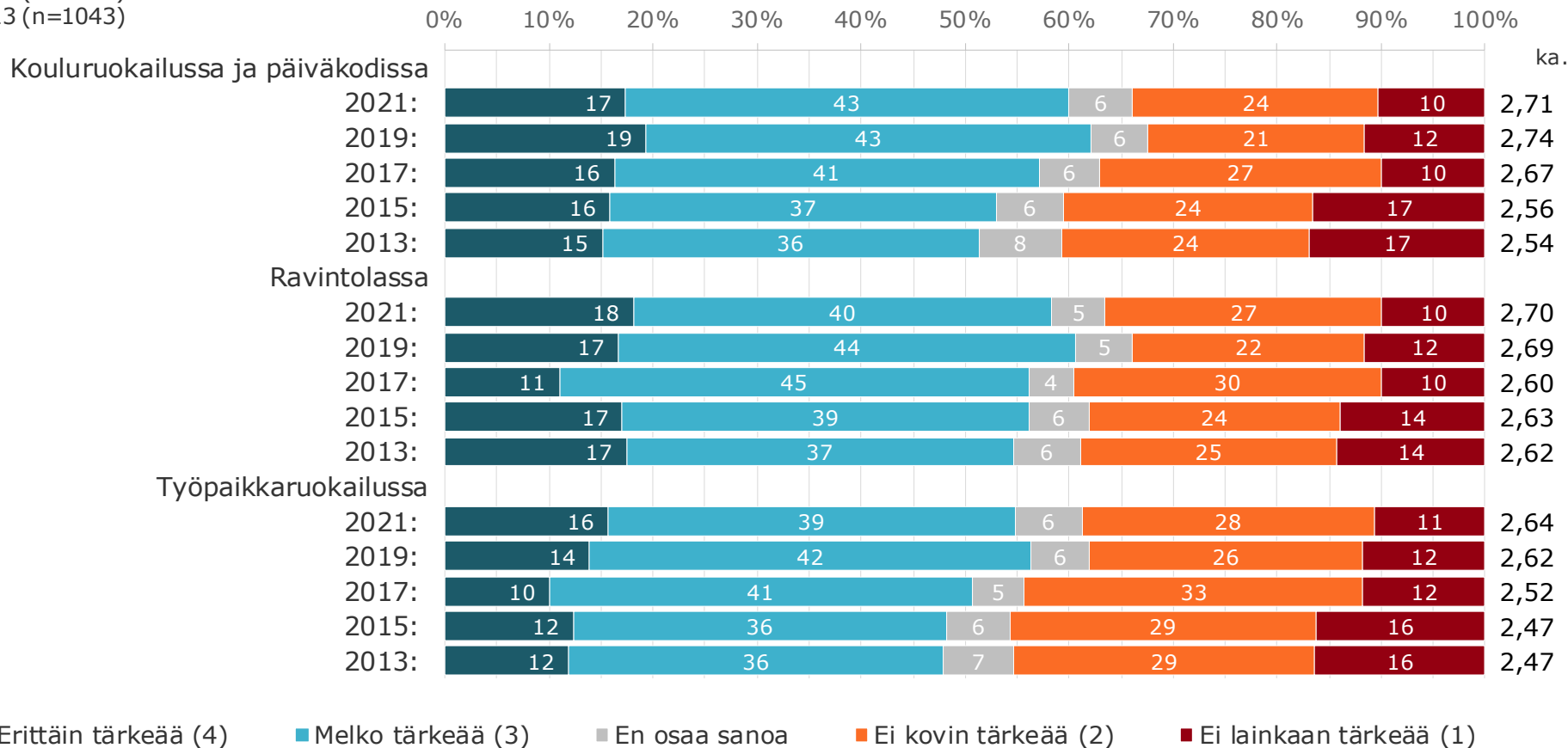


# Luomuvaihtoehdon tarjoaminen joukkoruokailussa



Miten tärkeänä pidät luomun tarjoamista...?

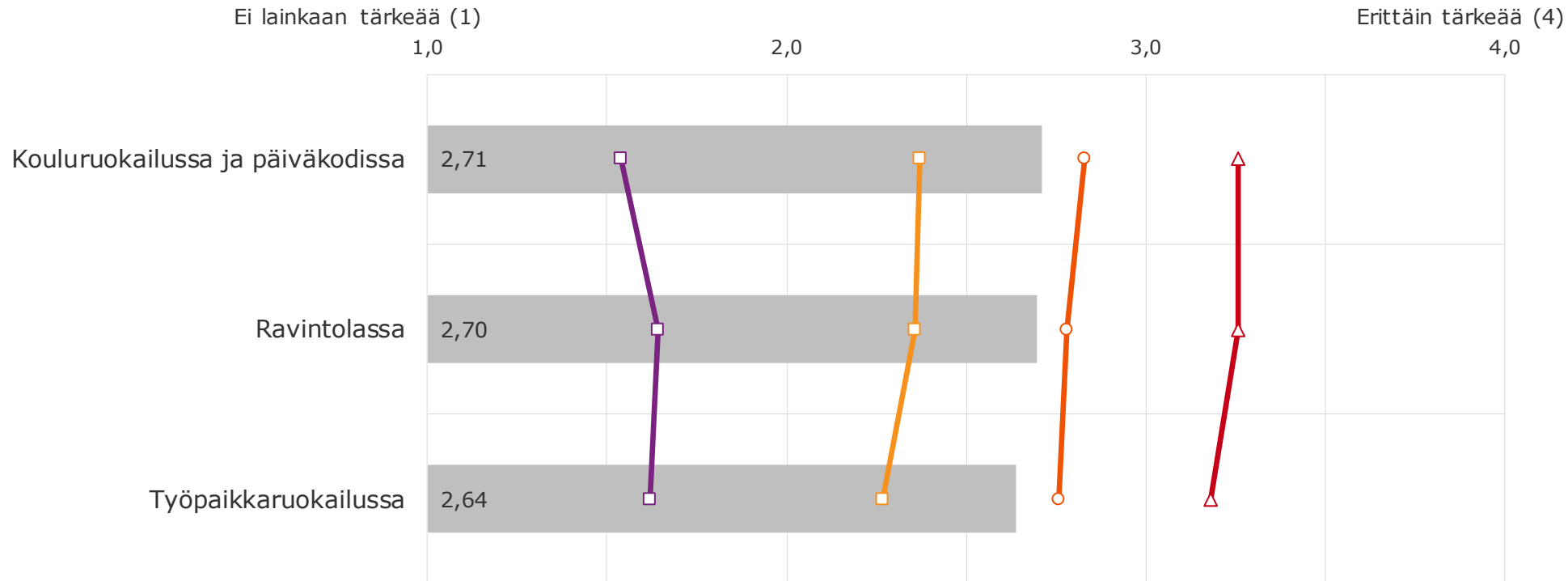
TOTAL 2021 (n=1036)  
 TOTAL 2019 (n=1014)  
 TOTAL 2017 (n=1004)  
 TOTAL 2015 (n=1000)  
 TOTAL 2013 (n=1043)



# Luomuvaihtoehdon tarjoaminen joukkoruokailussa

Miten tärkeänä pidät luomun tarjoamista...?

TOTAL 2021 (n=1036)



LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

— TOTAL 2021 (n=1036)

— Säännölliset käyttäjät (n=252)

— Ei-käyttäjät (n=92)

— Satunnaiset käyttäjät (n=371)

— Aktiivikäyttäjät (n=320)



# KANTAR

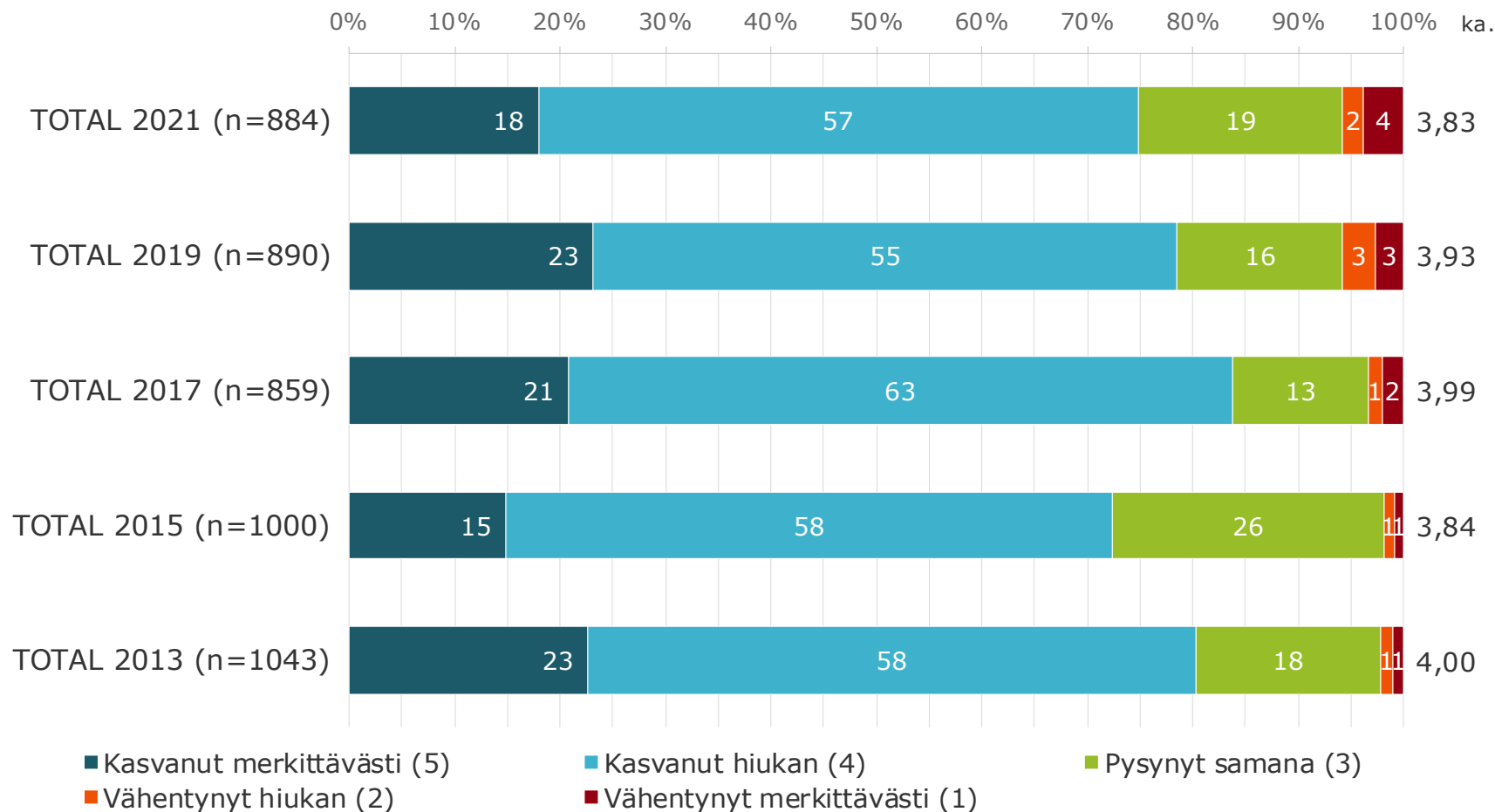
15

Luomuvälikoiman ja luomutuotteiden hinnan muutos viime vuosina



# Luomuvalikoiman muutos viime vuosina

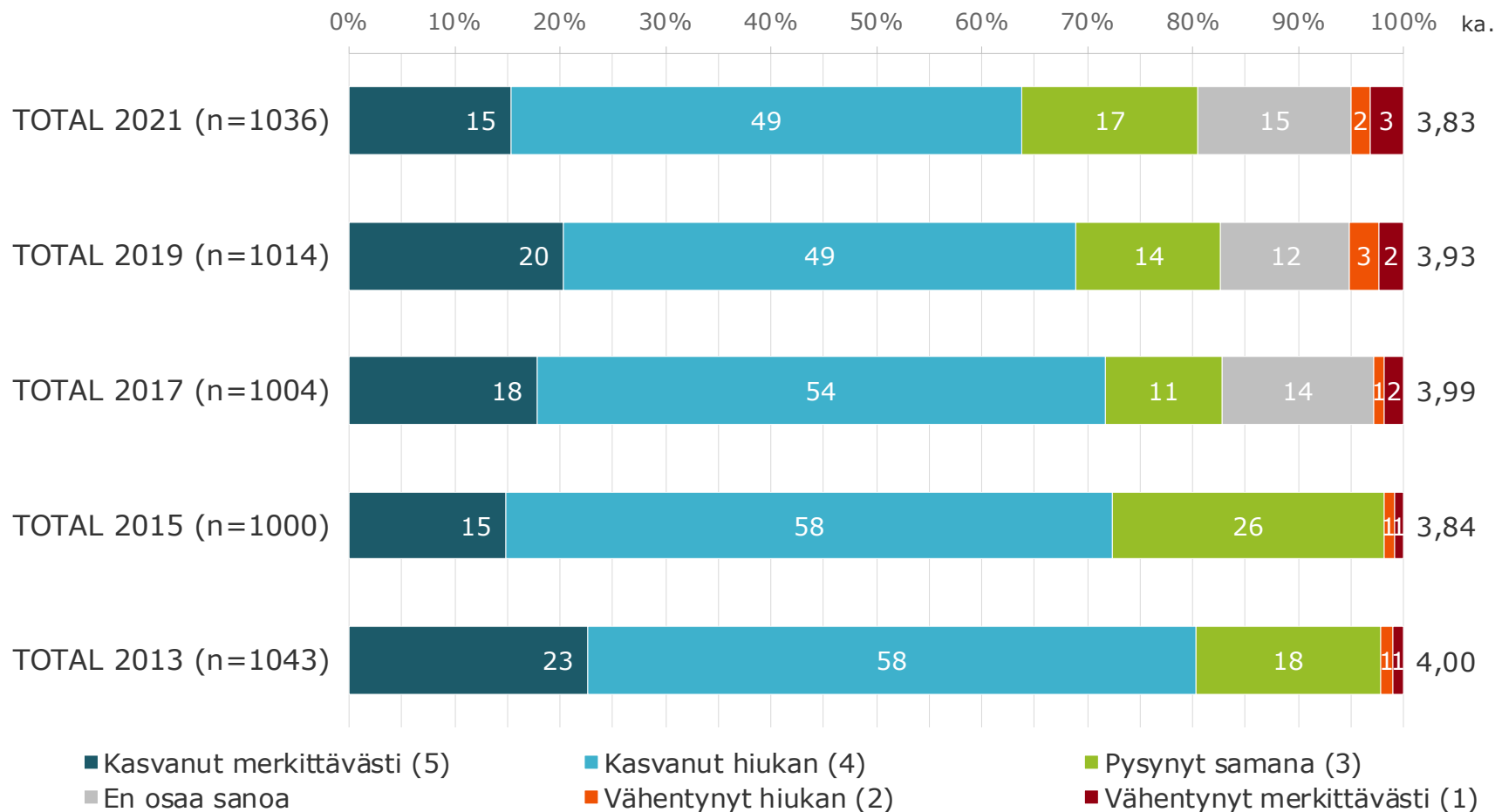
Onko luomuvalikoima viime vuosina mielestäsi... (eos:t poistettu)



# Luomuvalikoiman muutos viime vuosina

Onko luomuvalikoima viime vuosina mielestäsi...

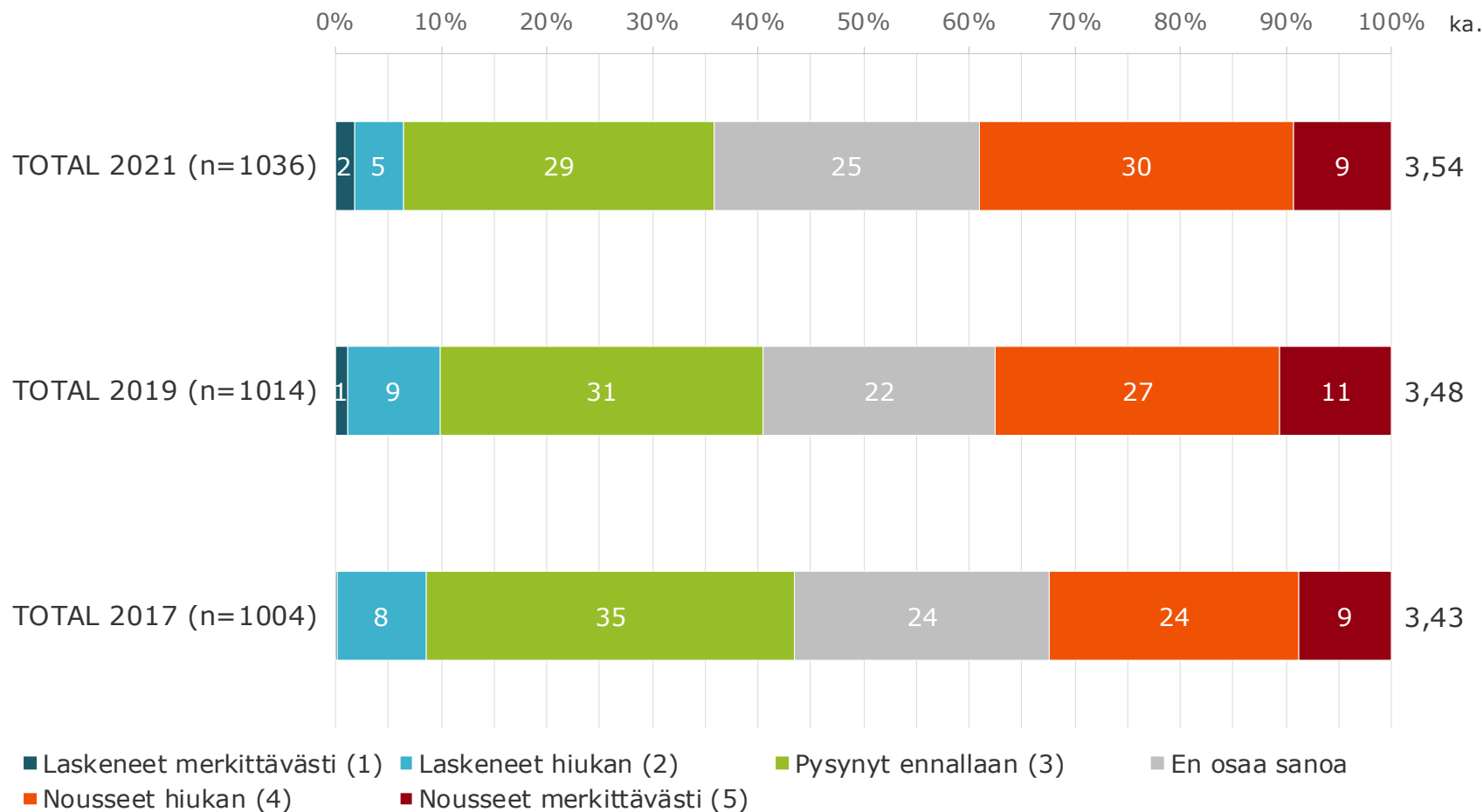
TOTAL 2021 (n=1036)



# Luomutuotteiden hinnan muutos viime aikoina

Ovatko luomutuotteiden hinnat viime aikoina mielestäsi...

TOTAL 2021 (n=1036)



# KANTAR

## 16 Luomuelintarvikkeiden ostopaikat

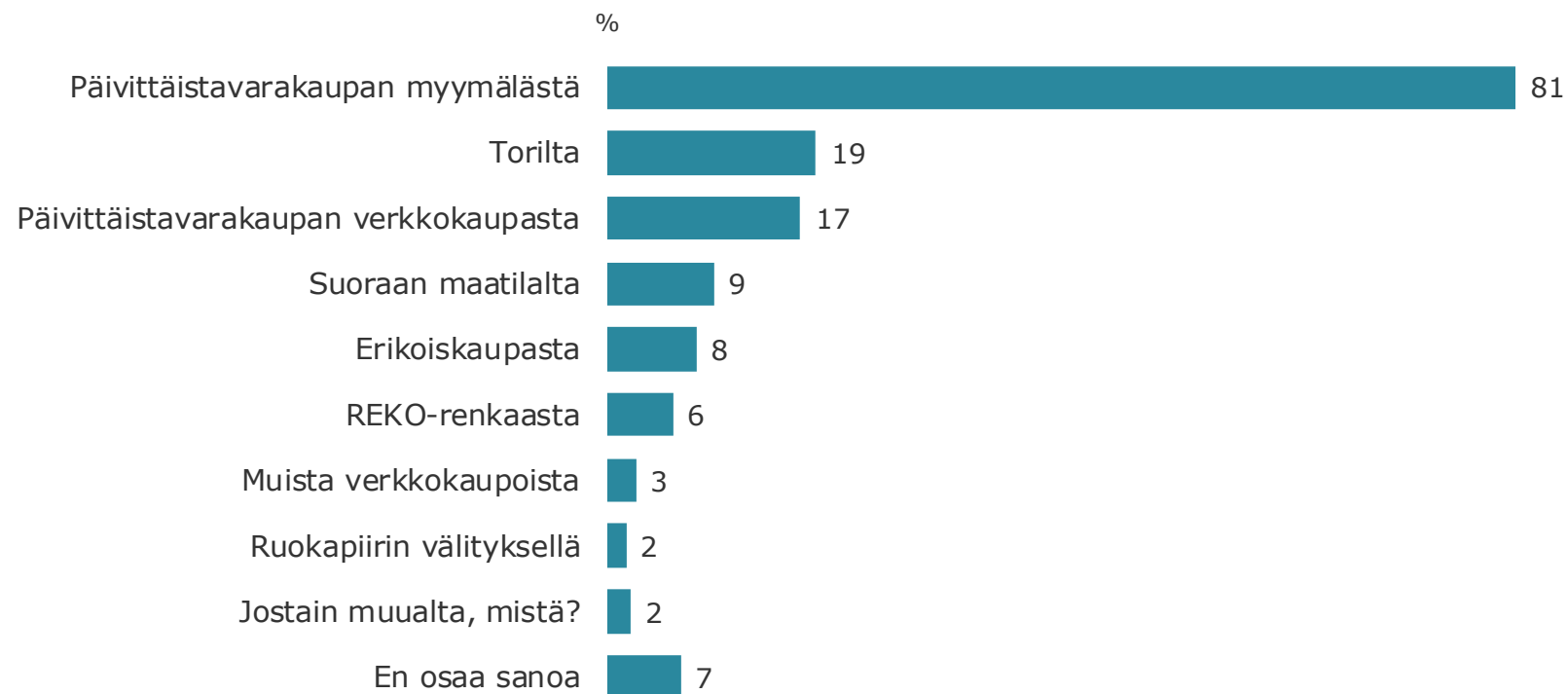


# Luomuelintarvikkeiden ostopaikat

Mistä olet ostanut luomuelintarvikkeita viimeisen vuoden aikana?

Mainitse kolme tärkeintä ostopaikkaasi.

TOTAL 2021 (n=944)



■ TOTAL 2021 (n=944)

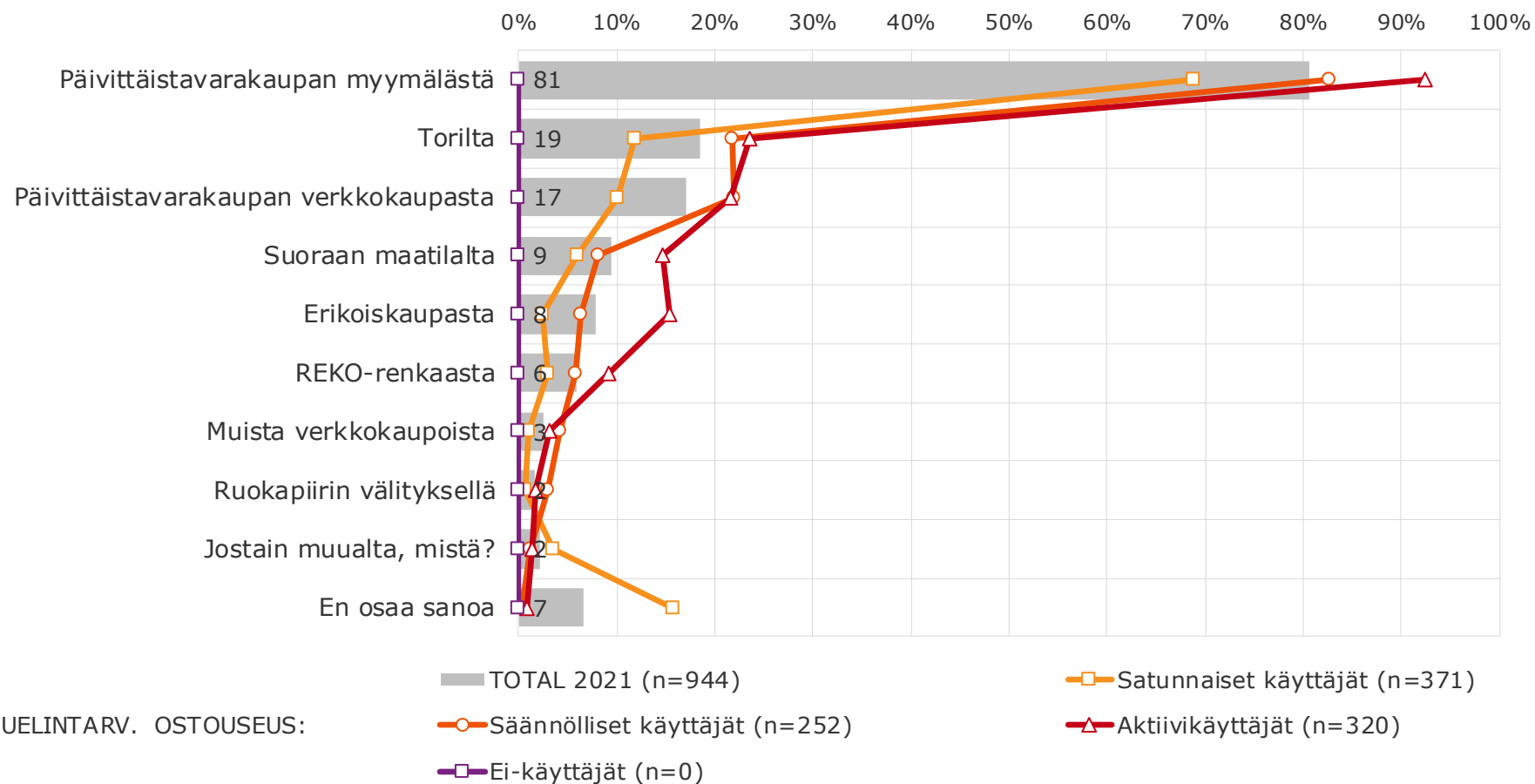


# Luomuelintarvikkeiden ostopaikat

Mistä olet ostanut luomuelintarvikkeita viimeisen vuoden aikana?

Mainitse kolme tärkeintä ostopaikkaasi.

TOTAL 2021 (n=944)



LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

# KANTAR

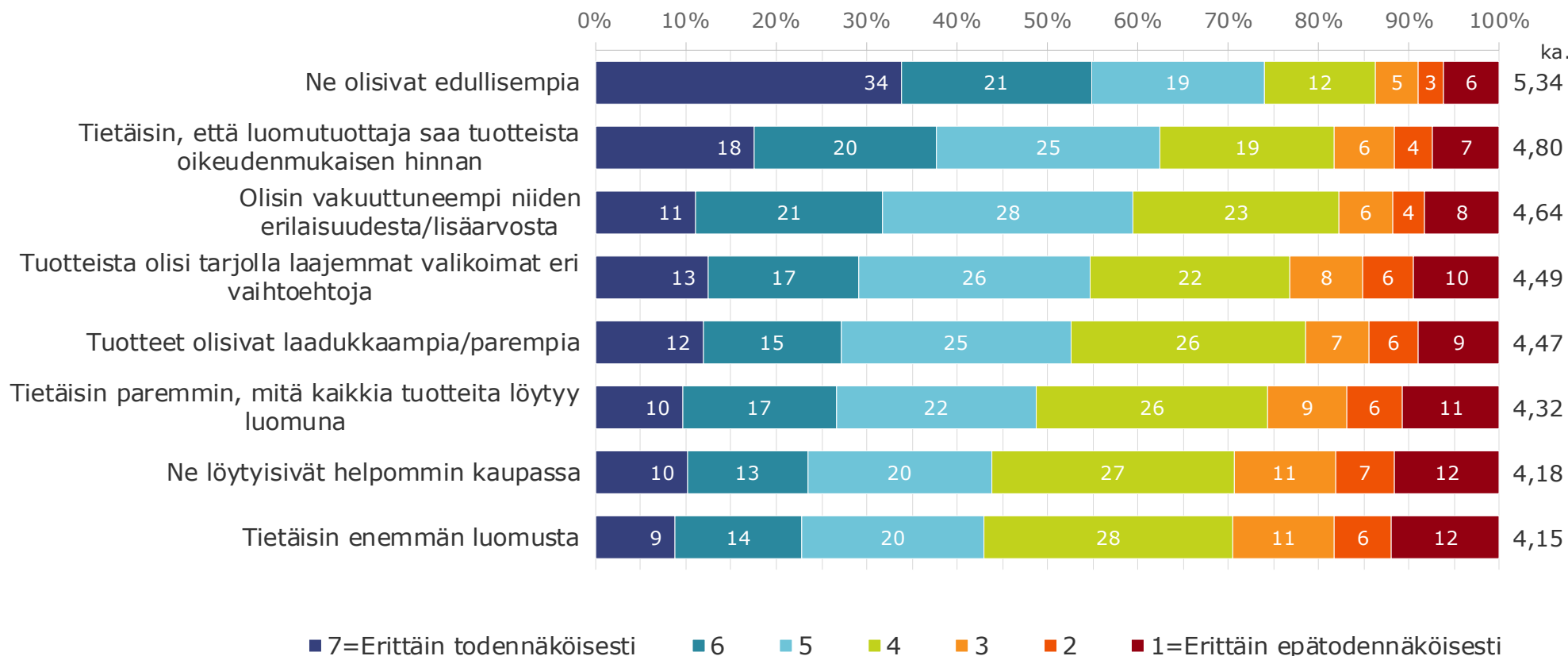
## 17 Luomun menekkiä edistäviä asioita



# Luomun menekkiä edistäviä asioita

Kuinka todennäköisesti ostaisit luomuelintarvikkeita enemmän, jos...

TOTAL 2021 (n=1036)

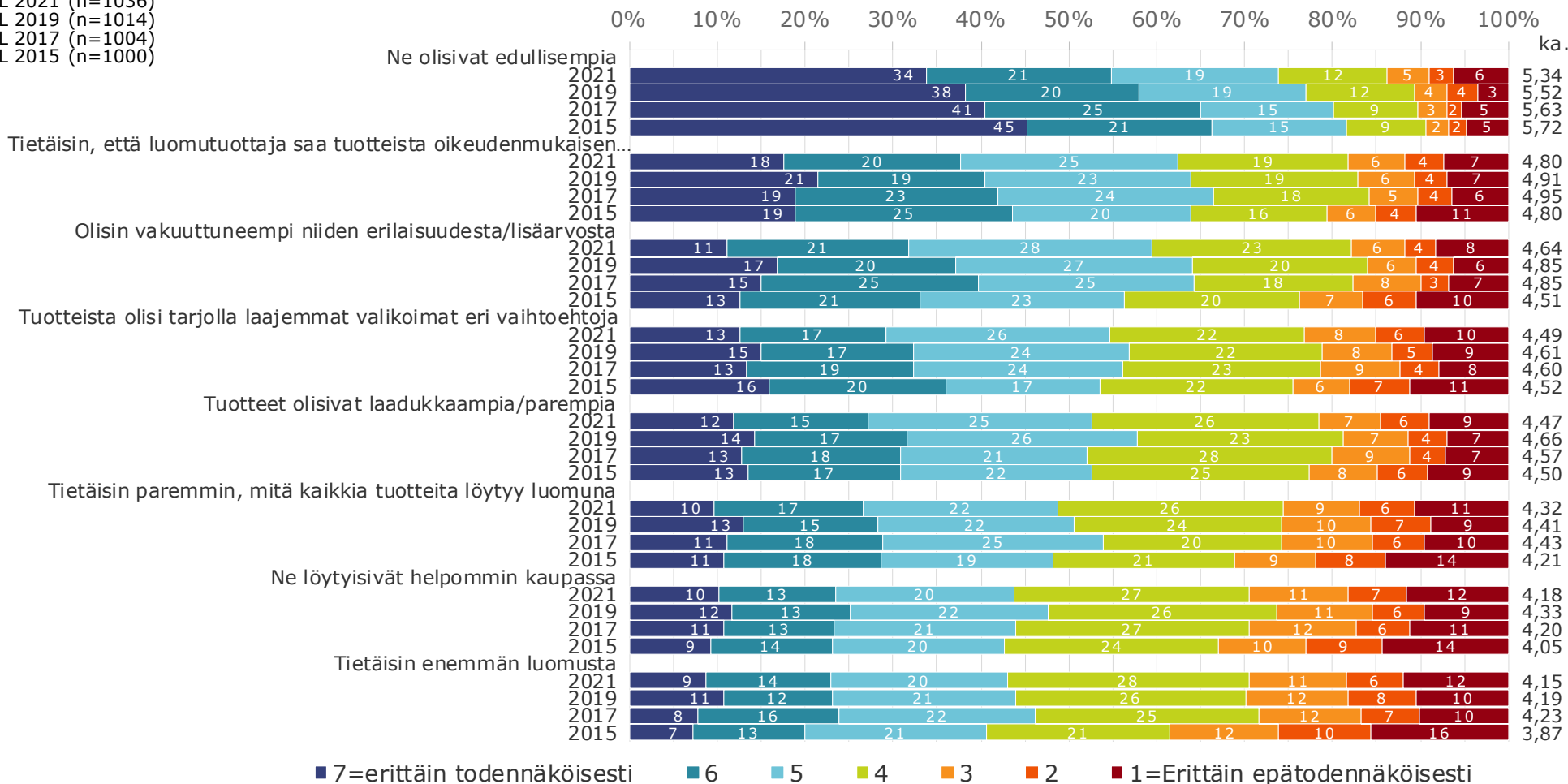


# Luomun menekkiä edistäviä asioita



Kuinka todennäköisesti ostaisit luomuelintarvikkeita enemmän, jos...

TOTAL 2021 (n=1036)  
 TOTAL 2019 (n=1014)  
 TOTAL 2017 (n=1004)  
 TOTAL 2015 (n=1000)

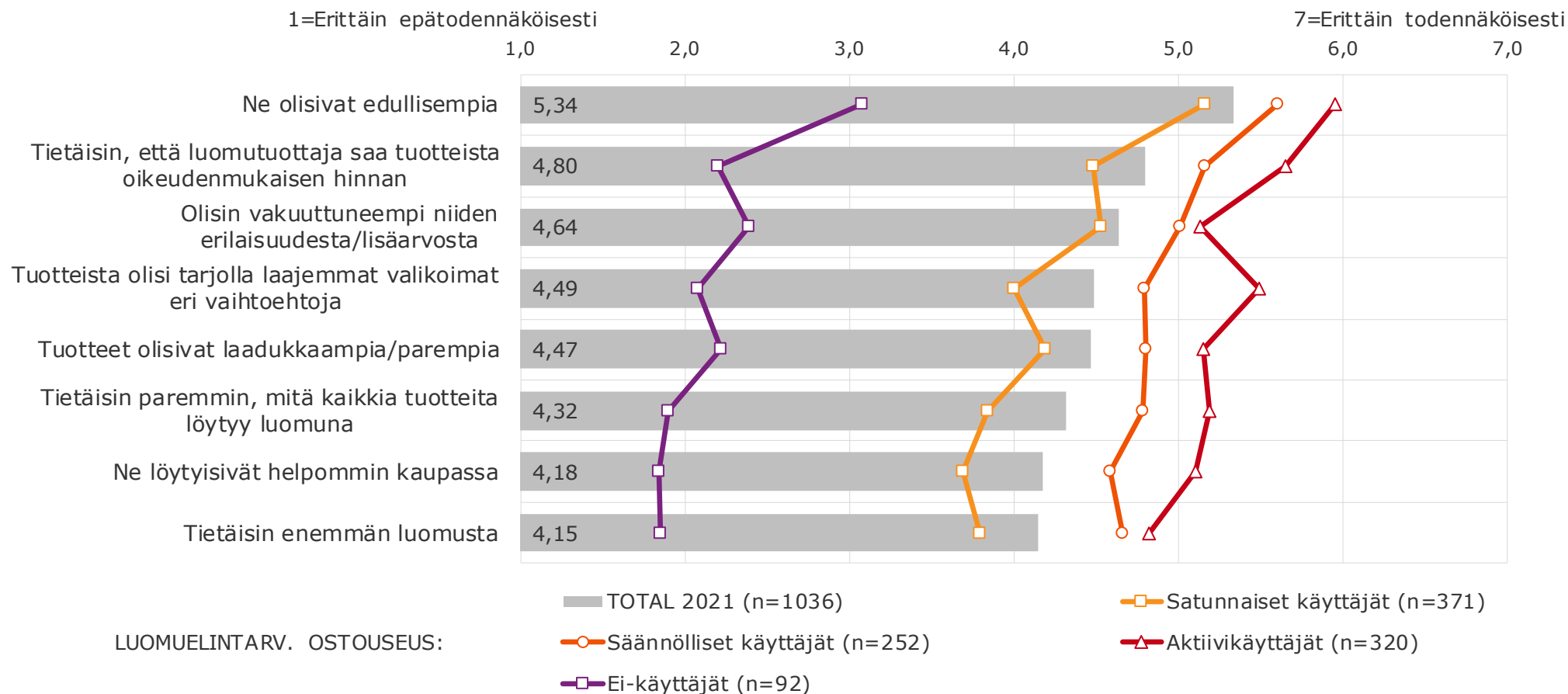


■ 7=erittäin todennäköisesti ■ 6 ■ 5 ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1=erittäin epätodennäköisesti

# Luomun menekkiä edistäviä asioita

Kuinka todennäköisesti ostaisit luomuelintarvikkeita enemmän, jos...

TOTAL 2021 (n=1036)



# KANTAR

19

## Tuoteryhmien ostamisen lisääminen luomuna





# Tuoteryhmien ostamisen lisääminen luomuna

Mitä seuraavista tuoteryhmistä aiot tai pyrit ostamaan luomuna nykyistä enemmän?

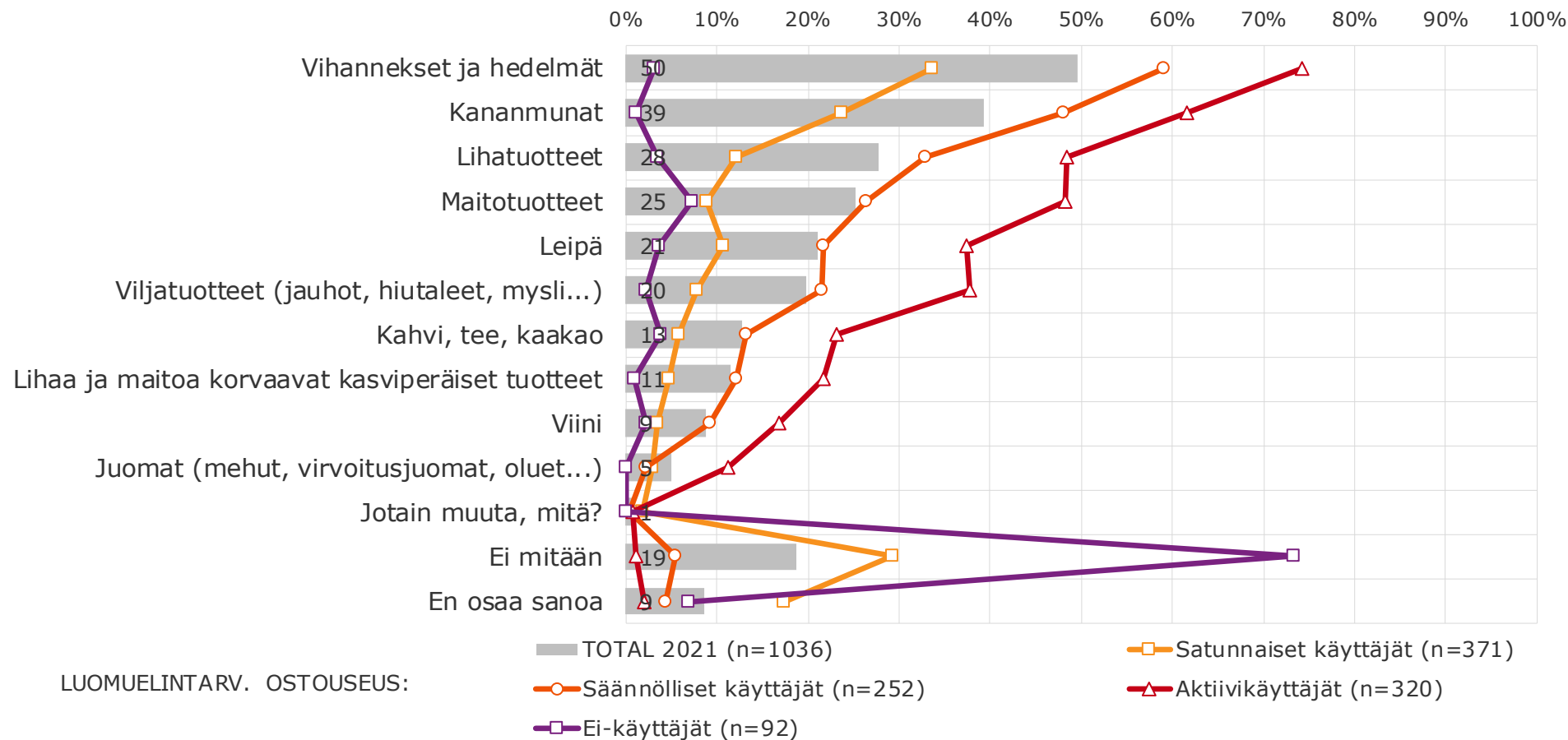
TOTAL 2021 (n=1036)



# Tuoteryhmien ostamisen lisääminen luomuna

Mitä seuraavista tuoteryhmistä aiot tai pyrit ostamaan luomuna nykyistä enemmän?

TOTAL 2021 (n=1036)



LUOMUELINTARV. OSTOUSEUS:

# KANTAR

20

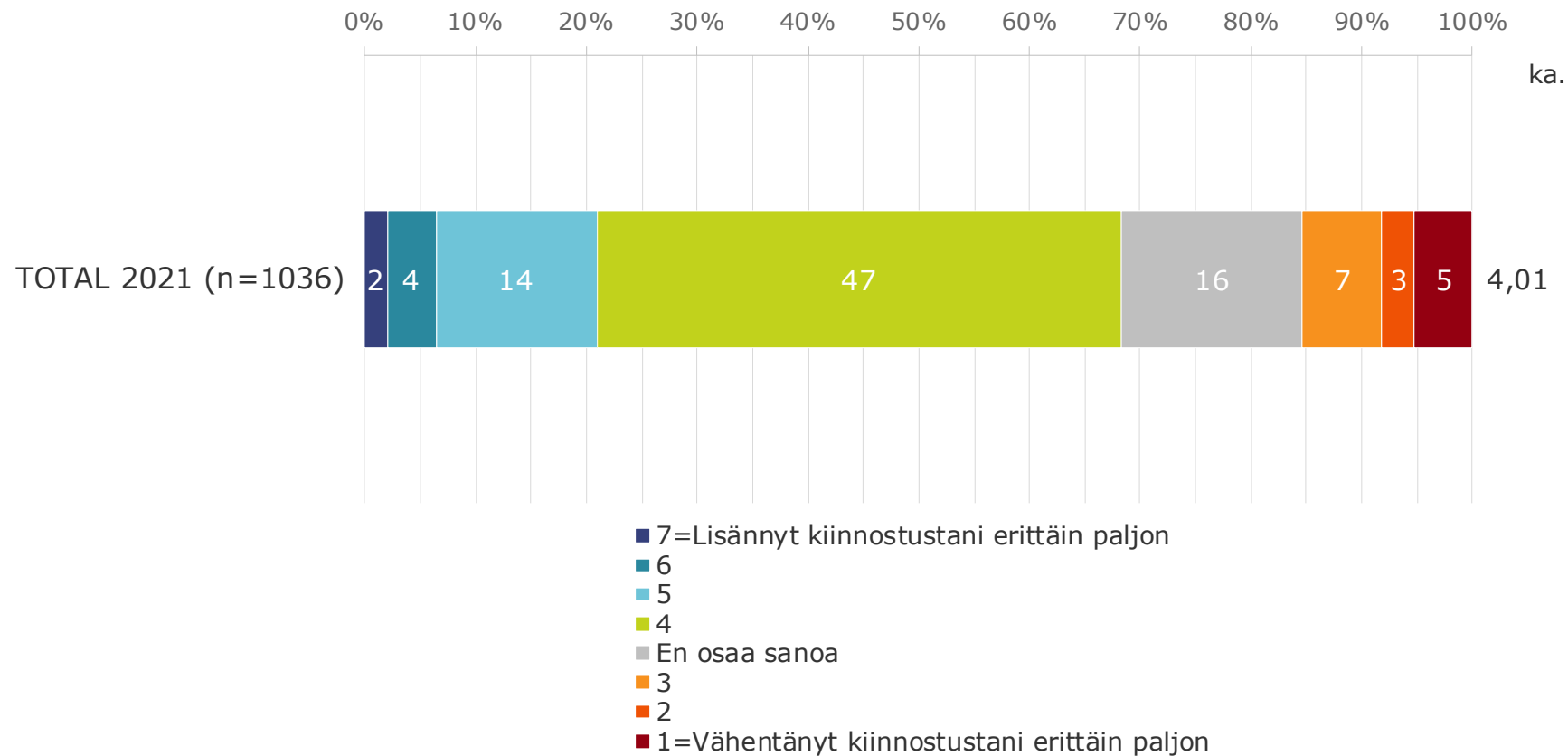
## Koronapandemian vaikutus suhtautumiseen luomuruokaan



# Koronapandemian vaikutus suhtautumiseen luomuruokaan

Onko koronapandemia muuttanut sinun suhtautumistasi luomuruokaa kohtaan?

TOTAL 2021 (n=1036)



ENJOY  
IT'S FROM  
EUROPE

