

# Luomun kuluttajabarometri 2013

Eeva Heikkilä  
20.11.2013



**Suomen Gallup Elintarviketieto Oy**

©TNS 2013



**PRO LUOMU** 

# Sisältö

<u>Yhteenveto (sis. tiivistelmän)</u>	3	<u>Mielipiteet luomuun liittyvistä väittämistä</u>	43
<u>Tutkimuksen tavoite ja tutkimusaineisto</u>	7	<u>Mielipiteet lähiruokaan liittyvistä väittämistä</u>	47
<u>Luomun kiinnostavuus</u>	11	<u>Luomuruuan imago</u>	51
<u>Merkin tunteminen luomumerkiksi</u>	14	<u>Luomuelintarvikkeiden ostaminen, ostoaikomukset ja erottuminen</u>	55
<u>Luomuelintarvikkeiden käyttöuseus</u>	17	<u>Luomumaidon käyttö ja D-vitamiinointi</u>	60
<u>Mielikuva siitä, miten luomutuotteet eroavat muista elintarvikkeista</u>	21	<u>Luomuvalikoiman muutos viime vuosina</u>	63
<u>Tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita</u>	25	<u>Luomuun liittyvä tieto ja tietolähteet</u>	67
<u>Luomuelintarvikkeiden ostopaikat</u>	28		
<u>Luomuvaihtoehdon tarjoaminen</u>	31		
<u>Muutokset luomuelintarvikkeiden käytössä</u>	34		
<u>Luomun menekkiä edistäviä asioita vastanneiden mukaan</u>	38		

# Yhteenveto

- **Luomu kiinnostaa** joka toista, lähiruoka ja ruuan alkuperä yli 70 %:a 18-66-vuotiaista. Eniten luomu kiinnostaa 30-39 - ja yli 50 -vuotiaita naisia, alle 7-vuotiaiden lasten vanhempia ja pääkaupunkiseudulla asuvia.
- Aurinko- ja Leppäkerttu-merkkien **tunnettuus** säilyi lähes ennallaan. Aurinkomerkin tunnisti 60 % ja Leppäkerttumerkin 42 % luomutuotteiden merkiksi. EU:n luomumerkin tunnettuus kasvoi 60 %:iin. Kysyttäessä luomu-sanat oli peitetty. Aiempaa useampi epäili joutsenlippua luomumerkiksi.
- **Joka neljännessä taloudessa ostetaan** viikoittain luomuelintarvikkeita. Vuodesta 2010 viikoittain ostavien talouksien määrä on kasvanut 21 → 24 prosenttiin. Useita kertoja viikossa ostavien määrä on lisääntynyt 7 → 9 prosenttiin.
  - Suurimmat käyttäjätaloudet ovat 30-39 -vuotiaat, perheet, joissa on alle kouluikäisiä lapsia ja pääkaupunkilaiset. Viikoittain luomua käyttäviä talouksia on pääkaupunki-seudulla muuta maata enemmän mutta ero muuhun maahan on kaventunut viime vuodesta. Ei-käyttäjätalouksia on pääkaupunkiseudulla vähemmän kuin vuosi sitten. Tärkeimmät syyt ostaa luomuelintarvikkeita ovat tuotteiden puhtaus, maku ja ympäristöystävällisyys.
- Lähes kaikki (88 %) ovat ostaneet **luomuelintarvikkeita päivittäistavarakaupoista**. Reilu neljännes on hankkinut tuotteita torilta ja joka viides erikoiskaupoista. Heavy-userit suosivat enemmän erikoiskauppoja (naiset, pääkaupunkilaiset).
- **Luomuruuan tarjoamista** joukkoruokailussa ja ravintoiloissa kannattaa hieman useampi kuin vastustaa. Yleisimmin luomuruokavaihtoehtoa toivotaan ravintoloihin.

# Yhteenveto

- **Joka toinen ilmoittaa oman luomuelintarvikkeiden käyttönsä lisääntyvän.** Kasvu on tasaantumassa, sillä lisäämään pyrkiviä on hieman entistä vähemmän ja "ei-käyttäjiä" hieman enemmän.
- **Hinta on edelleen suurin luomuelintarvikkeiden käytön este.** Kaksi kolmesta ostaisi enemmän luomuelintarvikkeita, jos niiden hinta olisi halvempi. Seuraavaksi tärkein ja viime vuodesta korostunut asia olisi tieto siitä, että **luomutuottaja saa tuotteista oikeudenmukaisen hinnan.** Kolmanneksi tärkein menekkiä edistävä tekijä olisi **varmuus niiden erilaisuudesta** tavanomaiseen verrattuna.
  - Edullisuuden merkitys on suurin alle 40-vuotiaille naisille. Pääkaupunkiseudulla luomutuotteilta odotetaan enemmän laadukkuutta kuin muualla maassa. Heavy-userien käyttöä edistäisi parempi tietoisuus, mitä kaikkia tuotteita löytyy luomuna sekä tuotteiden parempi löydettävyyys kaupoissa.
- Esitetyistä 9:stä luomuun liittyvästä väittämästä eniten kannatusta sai **"luomu on lapsille hyvä ruokavaihtoehto"** ja **"luomutuotanto vaikuttaa myönteisesti tuotantoeläinten hyvinvointiin"**. Lähes yhtä paljon kannatettiin väittämää: "luomuruuan tuotanto huomioi ympäristön hyvinvoinnin" sekä "luomu tarjoaa aitoja ja puhtaita makuja".
  - Kannat luomun "puolesta" ovat jonkin verran laimentuneet viime vuodesta, eniten väittämän "luomuruoka on puhdasta haitallisista aineista" kohdalla. "Ei-käyttäjien" suhtautuminen on aiempaa kielteisempää, kun taas "harvoin, mutta säännöllisesti luomua käyttävien" asenne on myönteisempää. Myönteisimmin luomuun suhtautuvat naiset, nuoret, pienten lasten vanhemmat sekä kaupunkilaiset.
- **Lähiruuan keskeisiä vahvuuksia** ovat myönteinen vaikutus maaseudun kehittymiseen, lähiruoka mielletään nykyaikaiseksi, fiksuksi kuluttamiseksi sekä tunne että ostamalla lähiruokaa toimii oikein. Lähiruoka vetoaa eniten luomua harvemmin käyttäjiin.

# Yhteenveto

- **Luomuruokaa** kuvaavat parhaiten **terveellisyys, vastuullisuus**, pienimuotoinen toiminta, herkullisuus sekä kuluttamisen trendikkyys. Heavy-userit nostavat ykköseksi vastuullisuuden. Luomuruoka katsotaan aiempaa harvemmin pienimuotoiseksi ja perinteitä vaalivaksi. 15 tutkitusta ominaisuudesta 6 oli uusia. Vertailukelpoisista ominaisuuksista korostui mielikuva ylellisyydestä aiempaa enemmän luomuelintarvikkeita käyttävien keskuudessa.
- **Eniten käytettyjä luomuelintarvikkeita** ovat järjestyksessä **kananmunat, vihannekset ja juurekset, maito ja maitotaloustuotteet**, leivät ja leivonnaiset, hedelmät, jauhot, hiutaleet, myslit ja liha ja lihavalmistet. **Nykyistä enemmän** suunnitellaan ostettavan **vihanneksia ja juureksia**, lihaa ja lihatuotteita, kananmunia, hedelmiä ja leipää/leivonnaisia. Eniten vastaajien mielestä edukseen luomutuotteista poikkeavat kananmunat, vihannekset ja juurekset sekä liha ja lihavalmistet. Luomua jo nyt vähintäänkin melko säännöllisesti ostavat aikovat yleisimmin lisätä eri luomutuotteiden käyttöä.
- Selvä **enemmistö** (80 %) katsoo, että **luomuvalikoima on viime vuosina lisääntynyt**. Merkittävänä kasvua pitää joka neljäs, yleisimmin naiset. Uusia luomutuotteita oli havaittu tulleen eniten maito ja maitotaloustuotteista.
- Luomuun liittyvää tietoa ilmoitti etsineensä 14 % vastaajista. Tietoa ovat hakeneet yleisimmin heavy-userit, pääkaupunkilaiset, alle 40-vuotiaat naiset sekä pienten lasten vanhemmat. Tietoa on etsitty useimmiten kauppojen ja yritysten yms. kotisivuilta (68 %) sekä sanoma- ja aikakauslehdistä (29 %) mutta myös kaupoista (20 %) ja sosiaalisesta mediasta (19 %).

# Tiivistelmä

- **Luomun käyttöuseudessa ei ole tapahtunut juurikaan muutosta vuodesta 2012**
- **Luomua säännöllisesti käyttävät ovat edelleen useimmin pääkaupunkilaisia, mutta ero muuhun maahan on hieman kaventunut.**
- **Säännölliset luomun käyttäjät ovat aiempaa yleisemmin**
  - 30-39 -vuotiaita naisia
  - talouksia, joissa on alle kouluikäisiä lapsia
- **Luomu kiinnostaa joka toista, mutta suhtautuminen on muuttunut neutraalimmaksi, sillä myönteisiä on hieman vähemmän.**
- **Tärkeimmät syyt ostaa luomuelintarvikkeita ovat tuotteiden puhtaus, maku ja ympäristöystävällisyys.**
- **Luomuruokaa kuvaavat parhaiten ominaisuudet terveellisyys ja vastuullisuus**
- **Hinta on edelleen suurin luomuelintarvikkeiden käytön este.** Menekkiä edistäisi myös tieto siitä, että **luomutuottaja saa tuotteista oikeudenmukaisen hinnan.** Tämä asian merkitys vahvistui viime vuodesta.
- **Selvä enemmistö katsoo, että luomuvalikoimat ovat viime vuosina kasvaneet.**

# Tutkimuksen tavoite ja tutkimusaineisto



Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun kuluttajabarometri 2013

©TNS 2013



# Tutkimuksen tavoite

Tämän tutkimuksen on toteuttanut Suomen Gallup Elintarviketieto marraskuussa 2013 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 vuosien 2010 ja 2012 toteutetulle vastaavalle tutkimukselle.

Tutkimuksen aihepiirejä ovat:

- Luomun, lähiruuan ja ruuan alkuperän kiinnostavuus
- Luomutuotteiden ja muiden elintarvikkeiden erot
- Merkin tunteminen luomumerkiksi
- Luomuelintarvikkeiden käyttöuseus
- Syyt ostaa luomuelintarvikkeita
- Luomuelintarvikkeiden ostopaikat
- Luomuvaihtoehdon tarjoaminen eri ruokailupaikoissa
- Muutokset omassa luomutuotteiden käytössä
- Syitä, joilla uskoisi ostavansa enemmän luomua
- Luomuruuan imago
- Luomuun ja lähiruokaan liitettävät mielikuva
- Luomuelintarvikkeiden käyttöyleisyys ja -aikomukset, havaitut uudet luomutuotteet
- Luomumaidon D-vitamiinointi
- Luomutiedon hankinta



Kysymykset esitettiin vastaajille GallupForumilla 5.–11.11.2013.

Tutkimusaineisto on oikaistu vastaamaan 18 -66 -vuotiaiden väestörakennetta iän, sukupuolen ja asuinalueen mukaan kuten aiemminkin.

GallupForum muodostuu tällä hetkellä noin 55 000 suomalaisesta jäsenestä, jotka edustavat Suomen aktiivi-ikäistä väestöä. Vastaajat vastaavat tutkimuslomakkeisiin internetin kautta omalla tietokoneellaan. GallupForumien jäsenet vastaavat tutkimuksiin keskimäärin kaksi kertaa kuukaudessa. TNS Gallup Oy on rekrytoinut vastaajat erillisillä rekrytointilomakkeilla muiden tutkimusten yhteydessä tai erillisellä rekrytointitutkimuksella.

# Tutkimusaineiston rakenne

Gallup Forum 18-66 -vuotiaat	Oikaistu 2013	
	N=kpl	%
<b>Kaikki</b>	<b>1043</b>	<b>100</b>
Naiset	522	50
Miehet	522	50
18-29 vuotta	197	19
30-39 vuotta	198	19
40-49 vuotta	208	20
50-59 vuotta	294	28
60-66 vuotta	147	14
Perusaste	92	9
Alempi keskiaste	184	18
Ylempi keskiaste	321	31
Korkea-aste	409	39
Pääkaupunkiseutu	210	20
Muut yliopistokaupungit	239	23
Muut kaupungit	251	24
Maaseutu	342	33

Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun kuluttajabarometri 2013

# Luomun kiinnostavuus



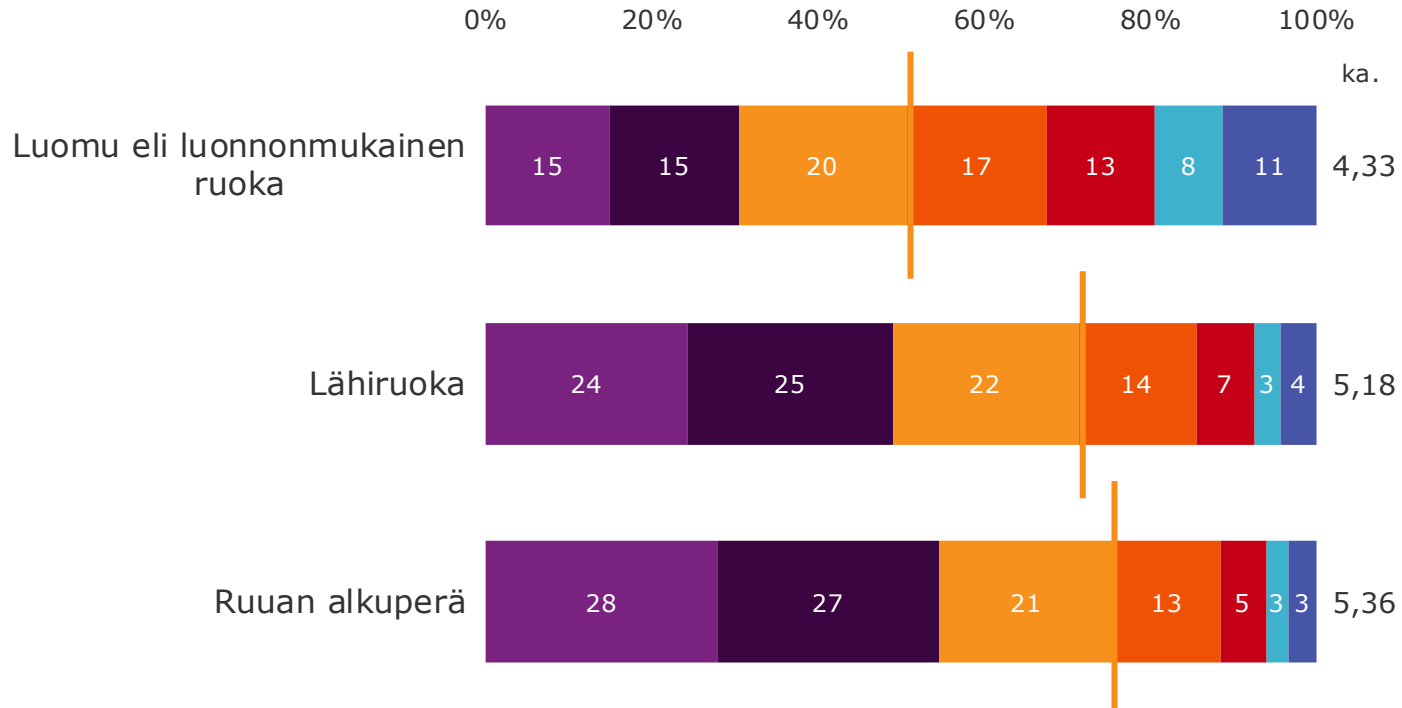
Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun kuluttajabarometri 2013

©TNS 2013

# Luomun kiinnostavuus

Kuinka paljon sinua kiinnostaa...?

TOTAL 2013 (n=1043)

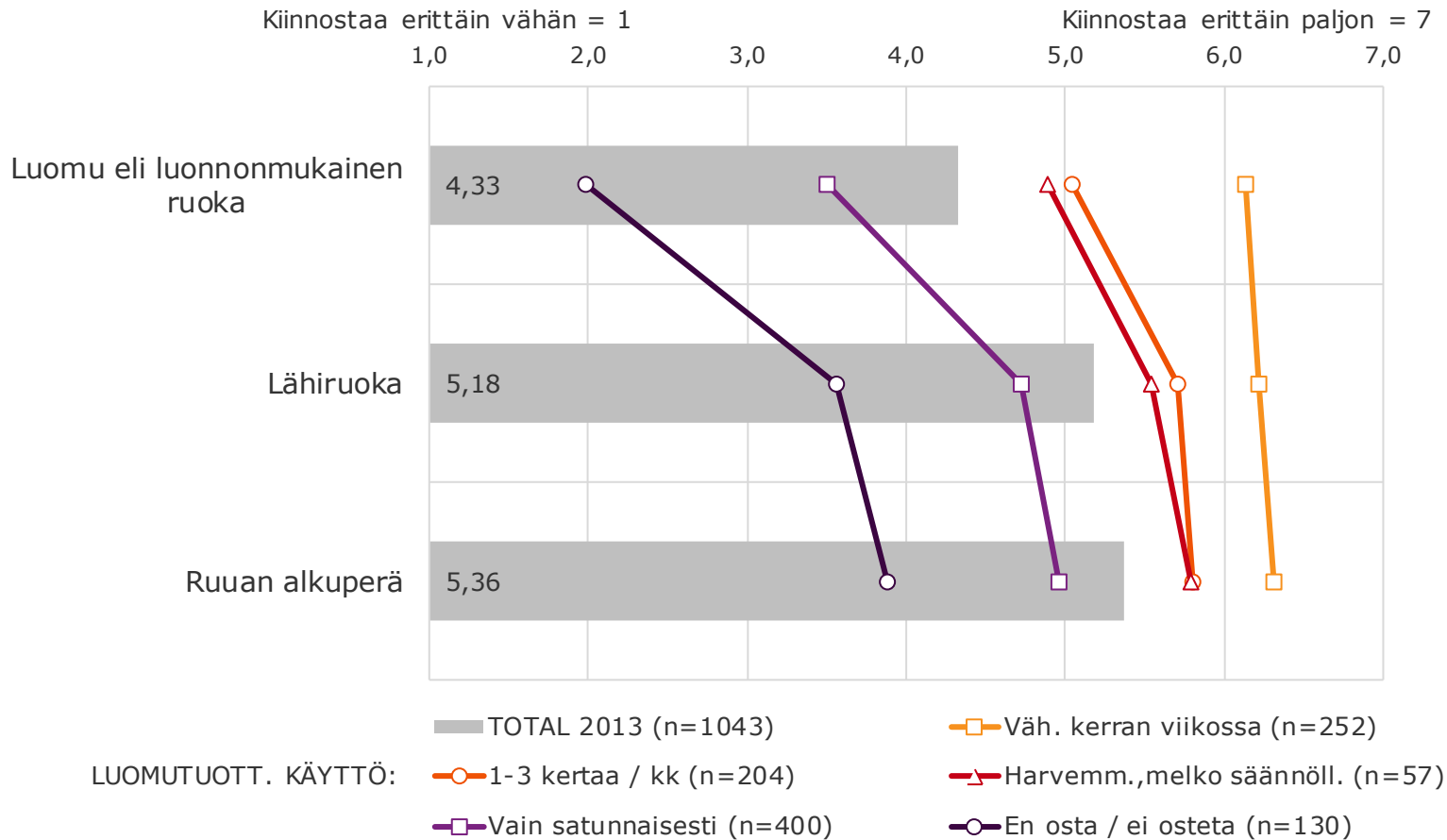


■ Kiinnostaa erittäin paljon = 7 ■ 6 ■ 5 ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ Kiinnostaa erittäin vähän = 1

# Luomun kiinnostavuus

Kuinka paljon sinua kiinnostaa...?

TOTAL 2013 (n=1043)



# Merkin tunteminen luomumerkiksi



# Merkin tunteminen luomumerkiksi

Mitkä seuraavista tiedät olevan luomutuotteiden merkkejä?

TOTAL 2013 (n=1043)

0% 20% 40% 60% 80% 100%



Aurinko-merkki



Lehtimerkki (Eu:n luomumerkki)



Leppäkerttumerkki



Reilun kaupan merkki



Demeter



Joutsenlippu



Kestävän kalastuksen vapaaehtoinen ympäristömerkki, MSC



■ On luomumerkki ■ Oletan, että on luomumerkki ■ En osaa sanoa ■ Ei ole luomumerkki



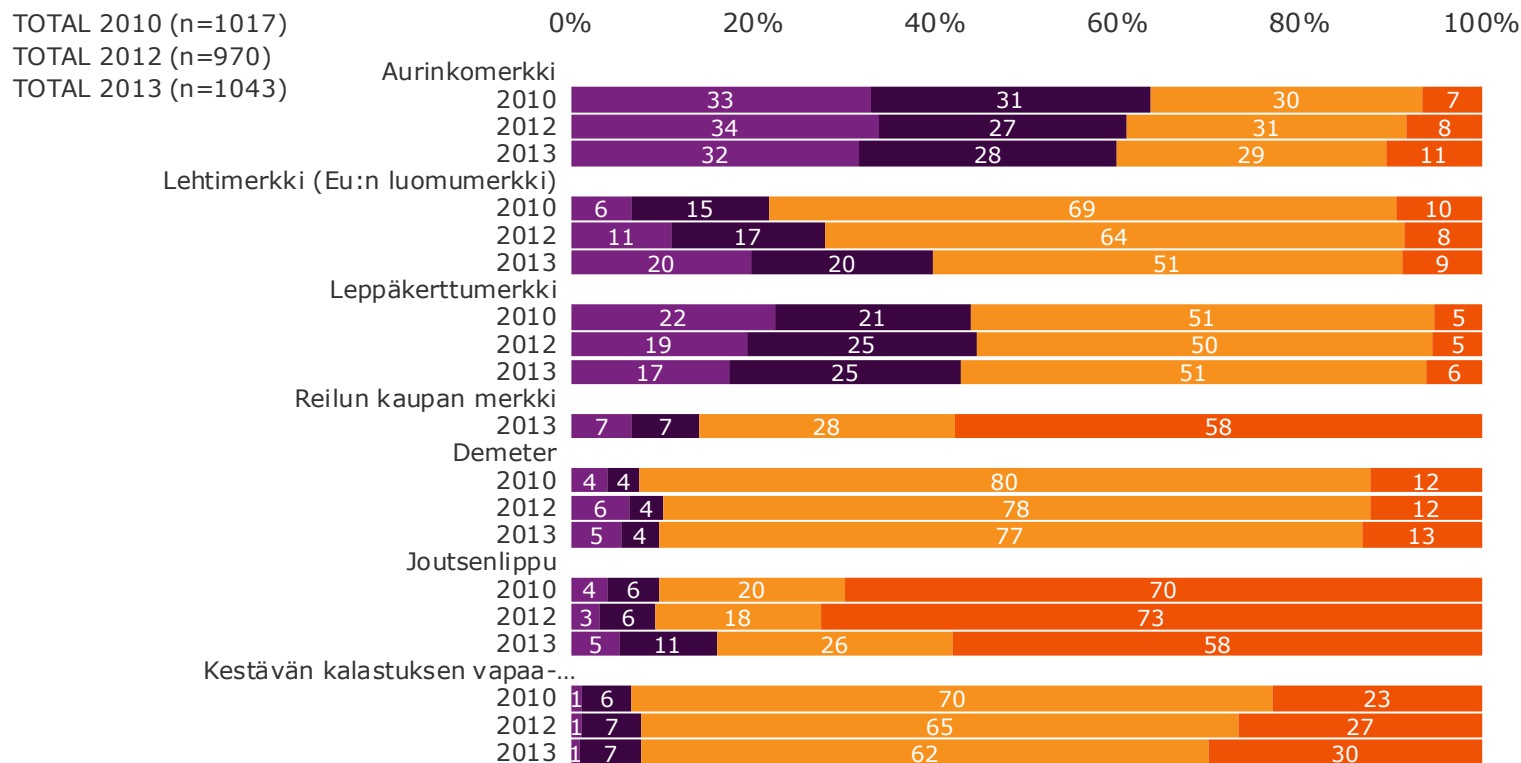
Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun kuluttajabarometri 2013



©TNS 2013

# Merkin tunteminen luomumerkiksi

Mitkä seuraavista tiedät olevan luomutuotteiden merkkejä?



■ On luomumerkki ■ Oletan, että on luomumerkki ■ En osaa sanoa ■ Ei ole luomumerkki

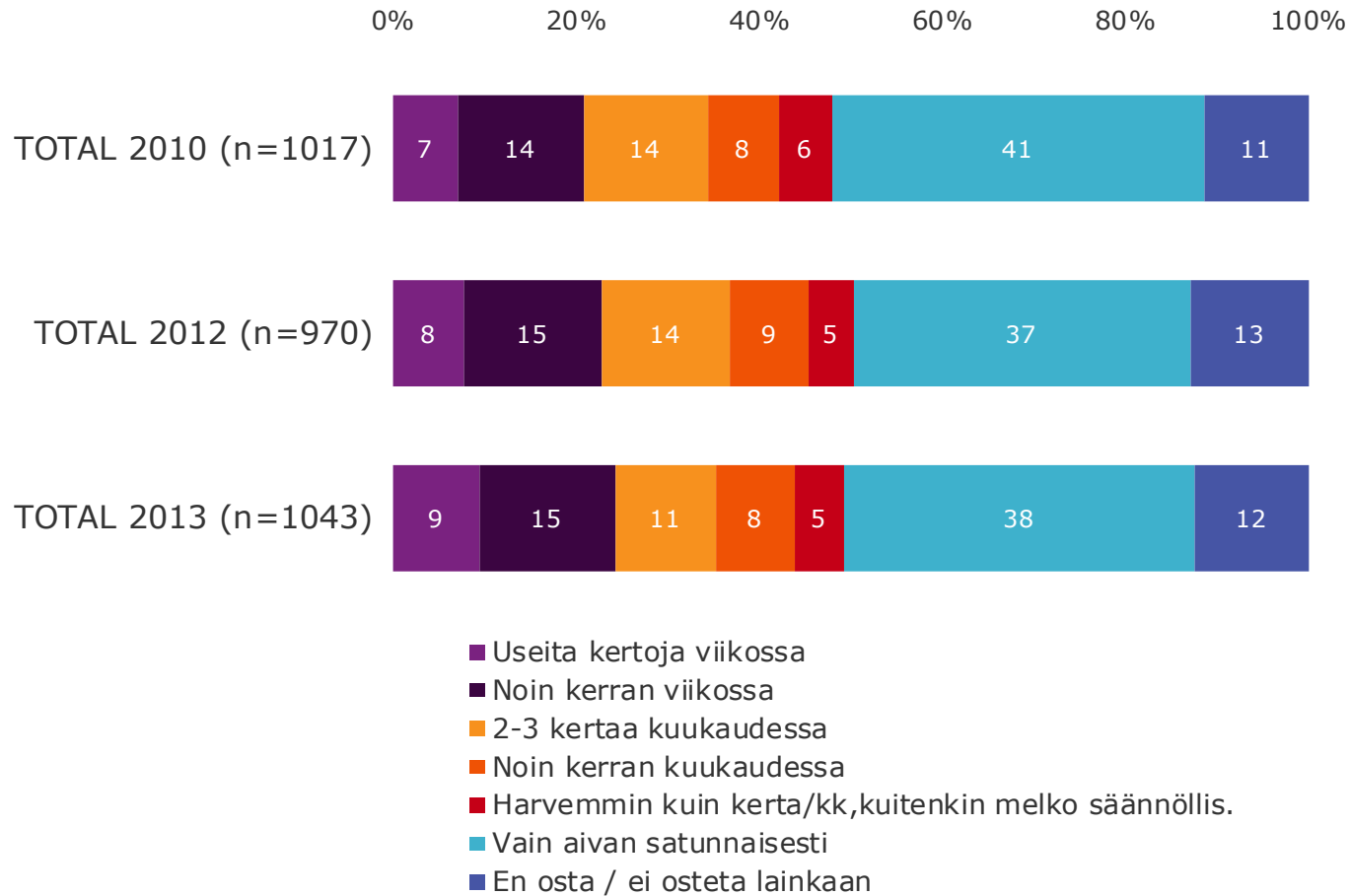


# Luomuelintarvikkeiden käyttöuseus



# Luomuelintarvikkeiden käyttöuseus

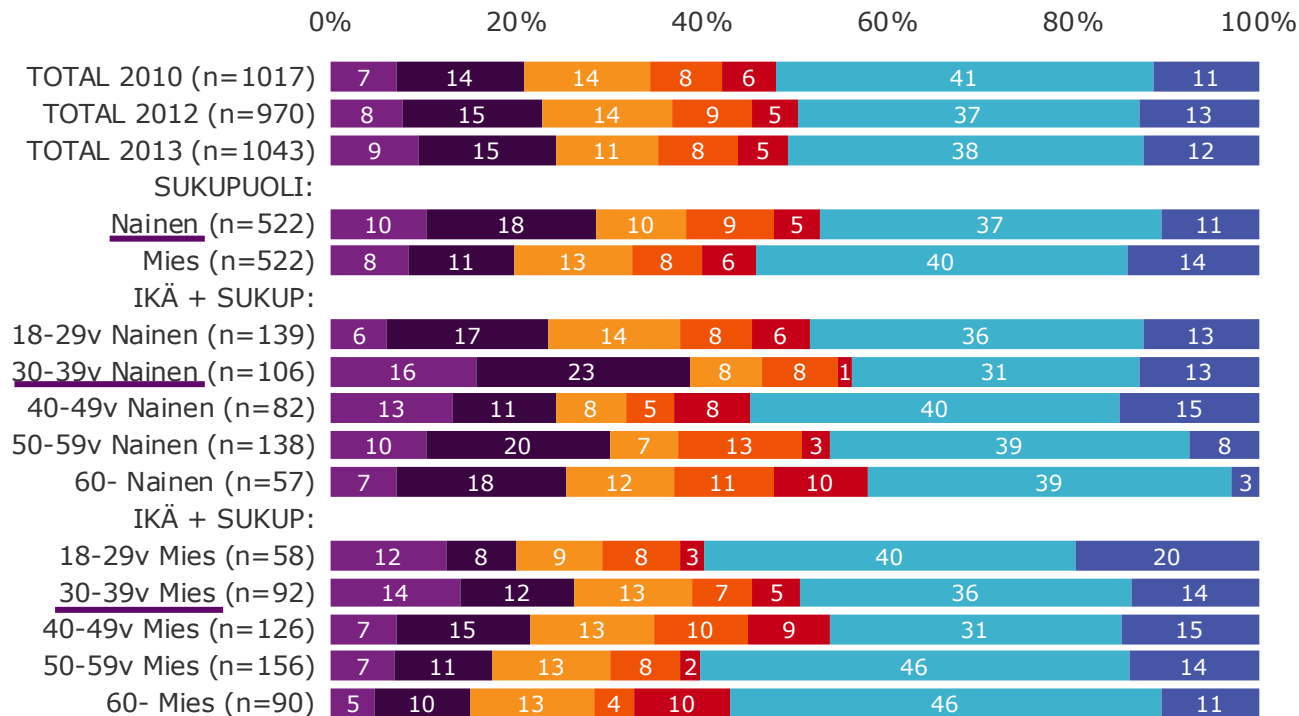
Kuinka usein ostat/ talouteesi ostetaan luomuelintarvikkeita?



# Luomuelintarvikkeiden käyttöuseus

Kuinka usein ostat/ talouteesi ostetaan luomuelintarvikkeita?

(1/2)

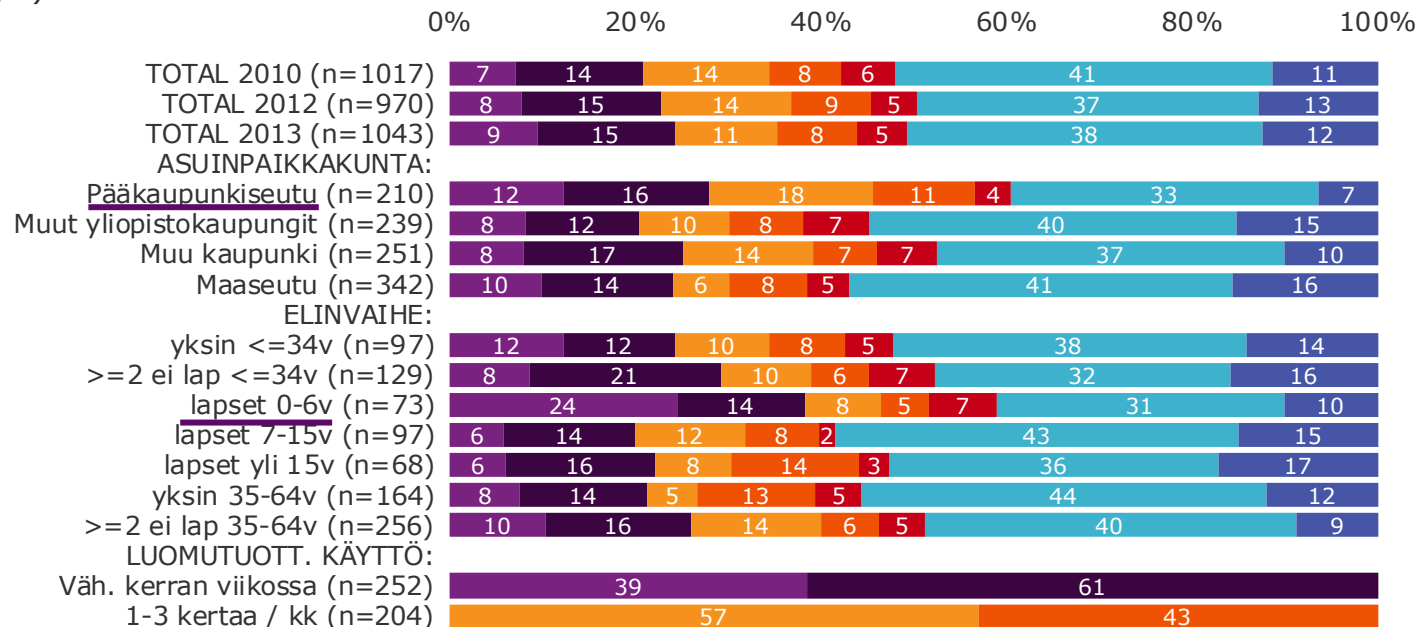


- Useita kertoja viikossa
- Noin kerran viikossa
- 2-3 kertaa kuukaudessa
- Noin kerran kuukaudessa
- Harvemmin kuin kerta/kk, kuitenkin melko säännöllis.
- Vain aivan satunnaisesti
- En osta / ei osteta lainkaan

# Luomuelintarvikkeiden käyttöuseus

Kuinka usein ostat/ talouteesi ostetaan luomuelintarvikkeita?

(2/2)



- Useita kertoja viikossa
- Noin kerran viikossa
- 2-3 kertaa kuukaudessa
- Noin kerran kuukaudessa
- Harvemmin kuin kerta/kk, kuitenkin melko säännöllis.
- Vain aivan satunnaisesti
- En osta / ei osteta lainkaan

Mielikuva siitä, miten  
luomutuotteet eroavat  
muista elintarvikkeista

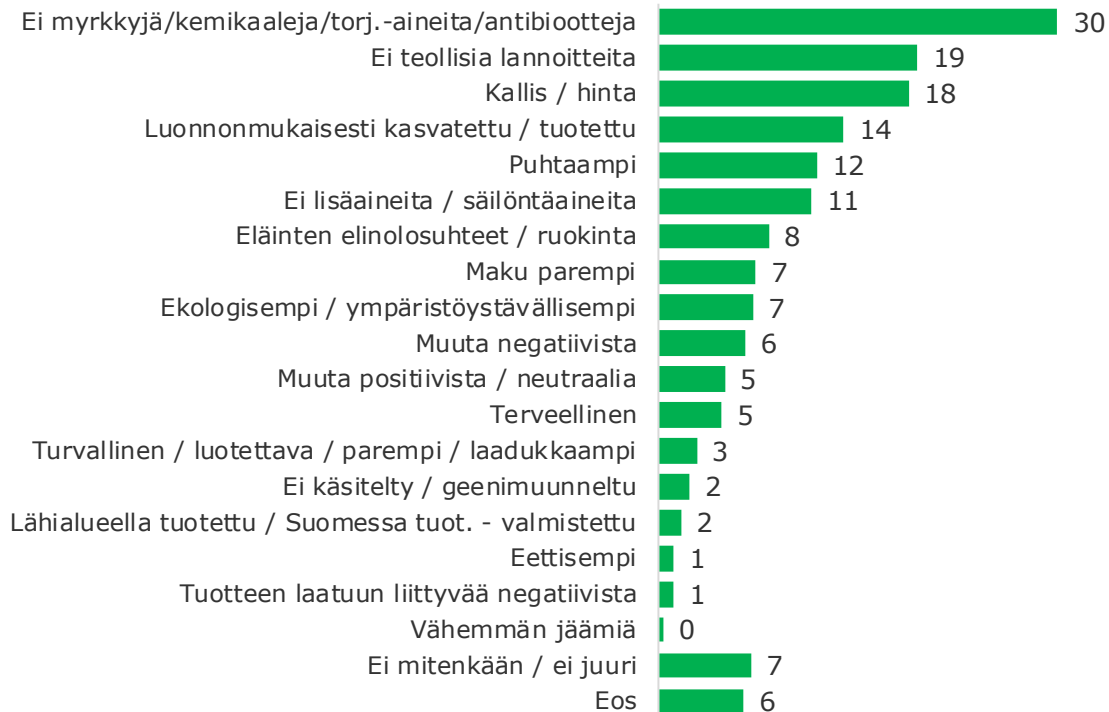


# Mielikuva siitä, miten luomutuotteet eroavat muista elintarvikkeista

Miten luomutuotteet sinun käsityksesi mukaan eroavat muista elintarvikkeista?

TOTAL 2013 (n=1043)

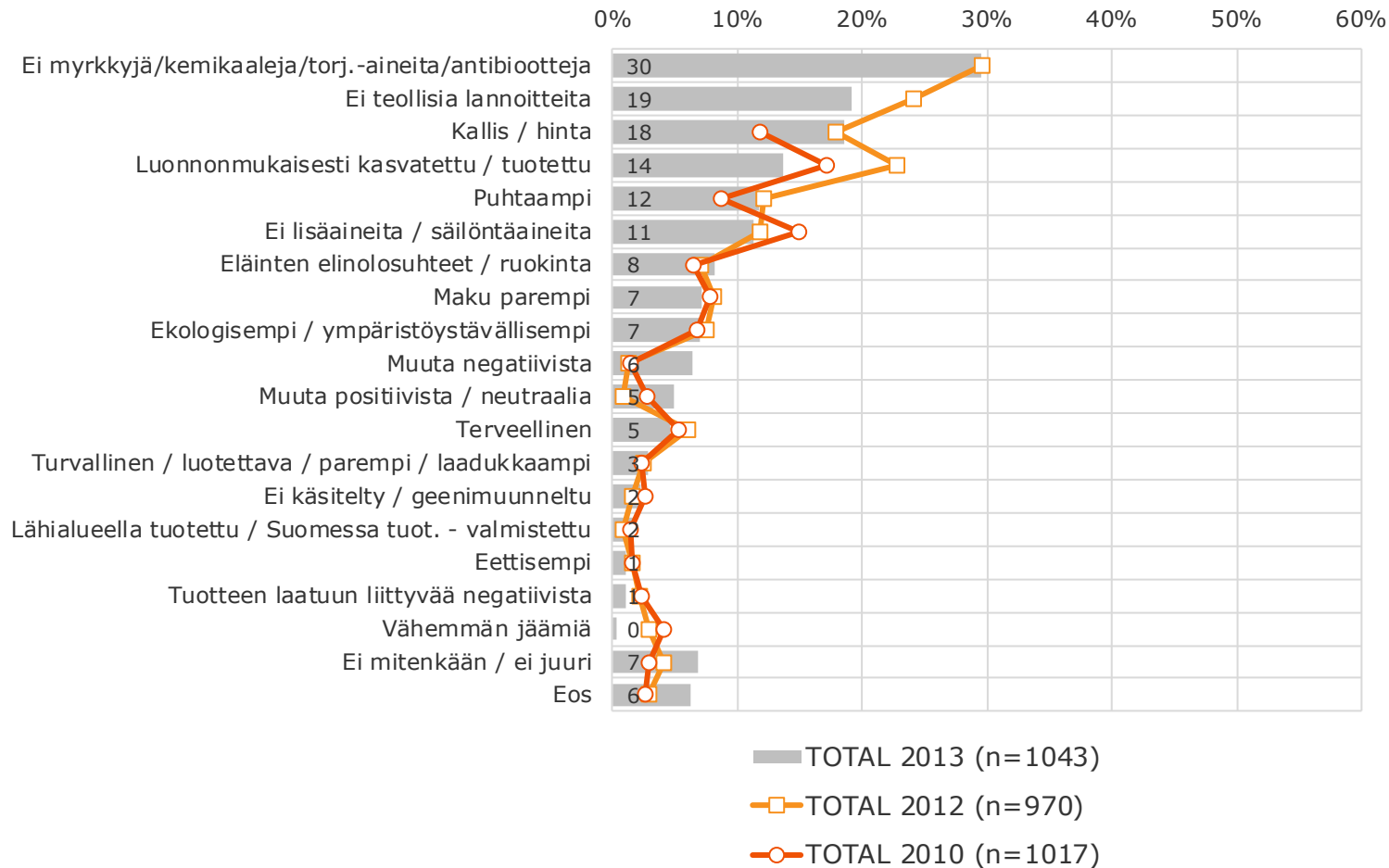
%



■ TOTAL 2013 (n=1043)

# Mielikuva siitä, miten luomutuotteet eroavat muista elintarvikkeista

Miten luomutuotteet sinun käsityksesi mukaan eroavat muista elintarvikkeista?

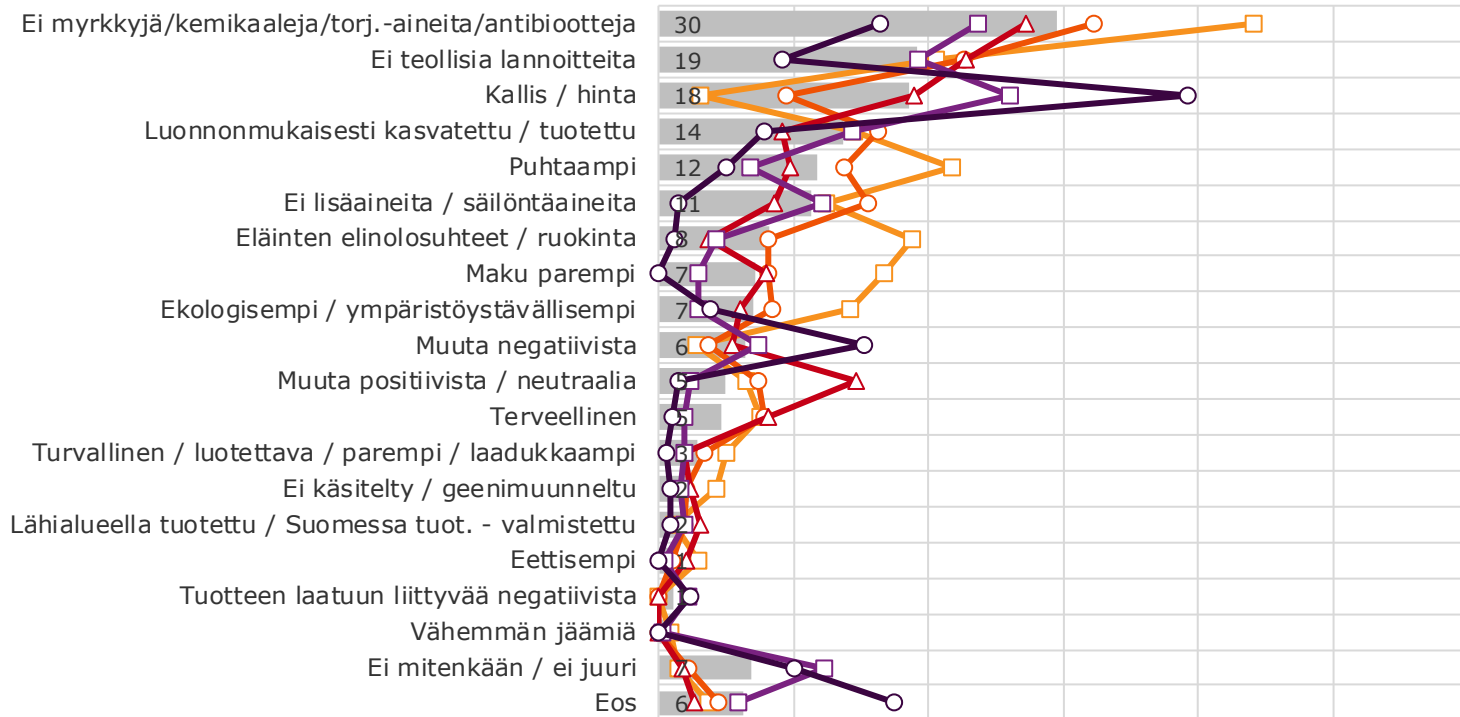


# Mielikuva siitä, miten luomutuotteet eroavat muista elintarvikkeista

Miten luomutuotteet sinun käsityksesi mukaan eroavat muista elintarvikkeista?

TOTAL 2013 (n=1043)

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60%



■ TOTAL 2013 (n=1043)

□ Väh. kerran viikossa (n=252)

LUOMUTUOTT. KÄYTTÖ: ○ 1-3 kertaa / kk (n=204)

△ Harvemmin, melko säännöll. (n=57)

□ Vain satunnaisesti (n=400)

○ En osta / ei osteta (n=130)



Tärkein syy ostaa  
luomuelintarvikkeita



# Tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita

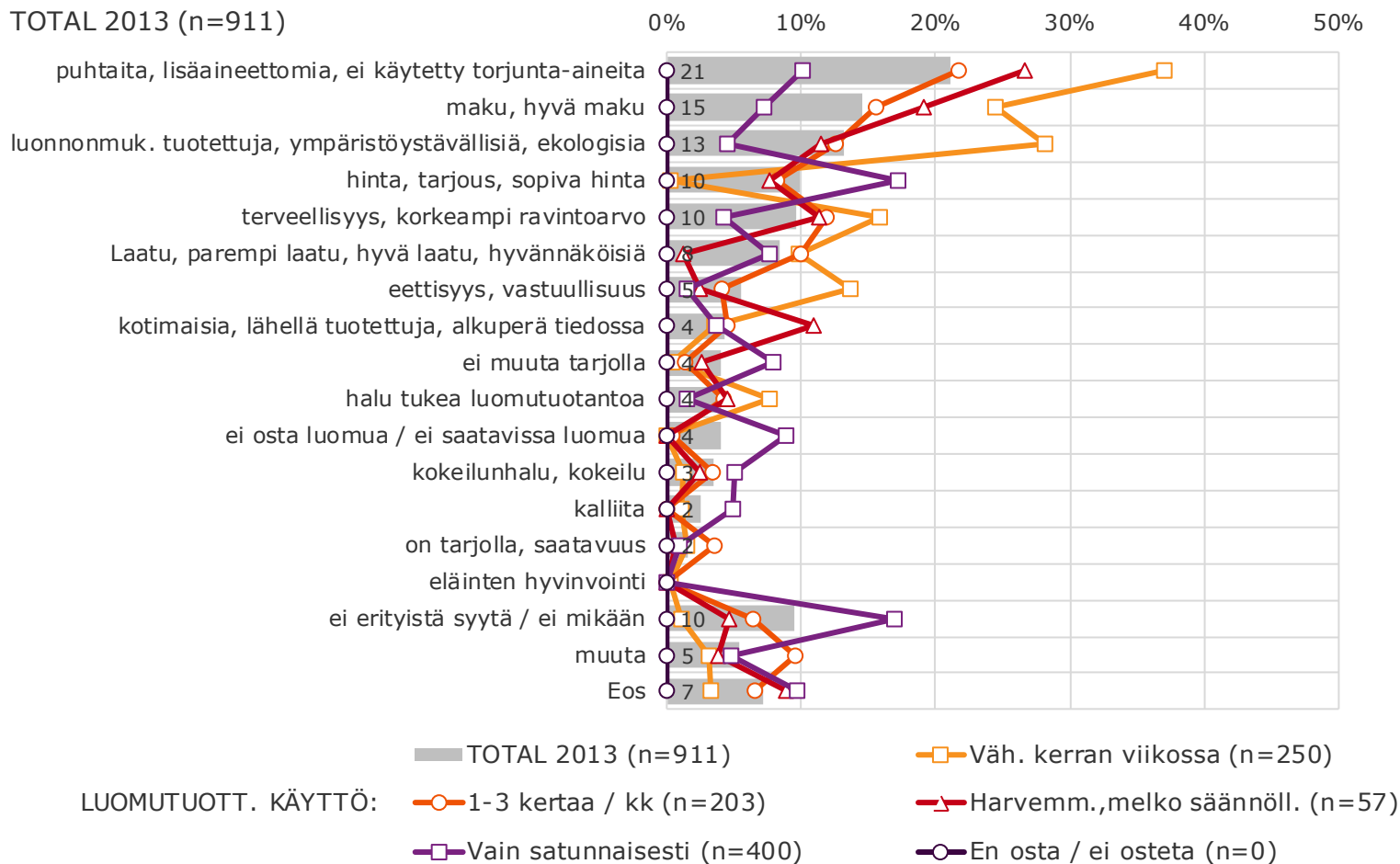
Mikä on tärkein syys ostaa luomuelintarvikkeita?



# Tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita

Mikä on tärkein syys ostaa luomuelintarvikkeita?

TOTAL 2013 (n=911)



LUOMUTUOTT. KÄYTTÖ:

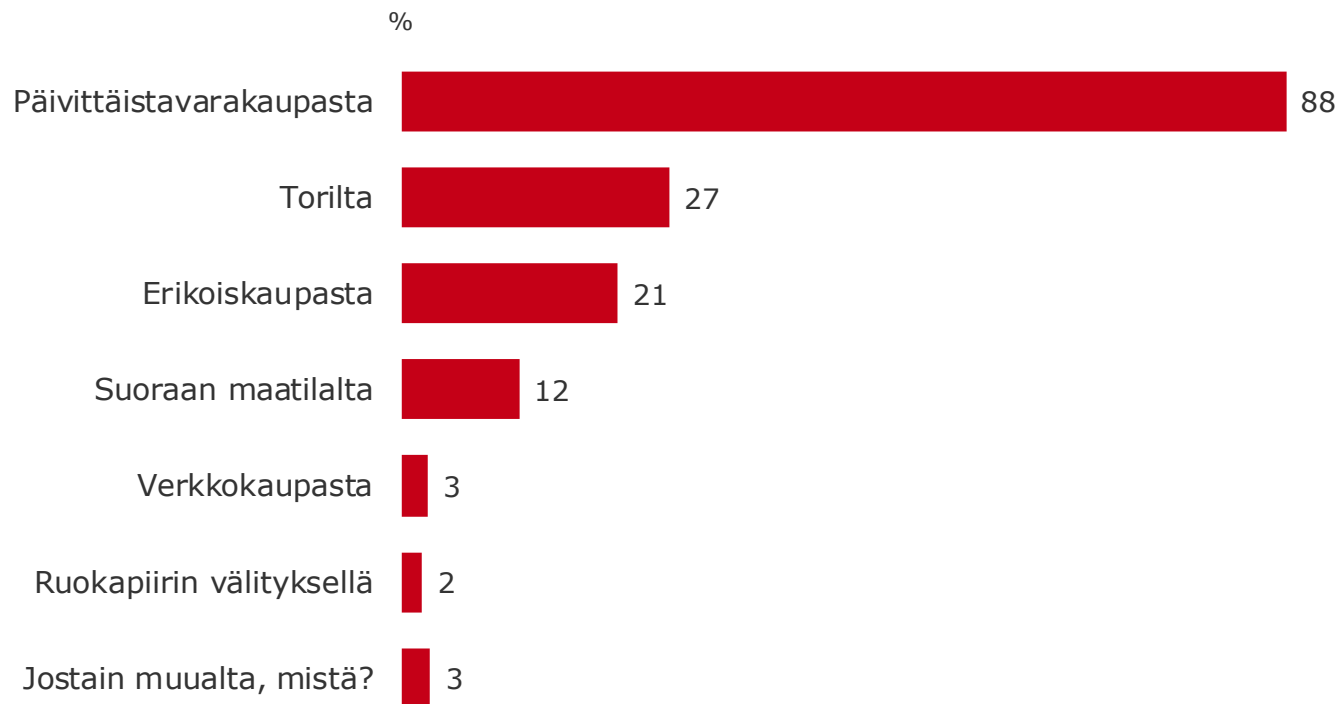
# Luomuelintarvikkeiden ostopaikat



# Luomuelintarvikkeiden ostopaikat

Mistä olet ostanut luomuelintarvikkeita viimeisen vuoden aikana?

TOTAL 2013 (n=913)

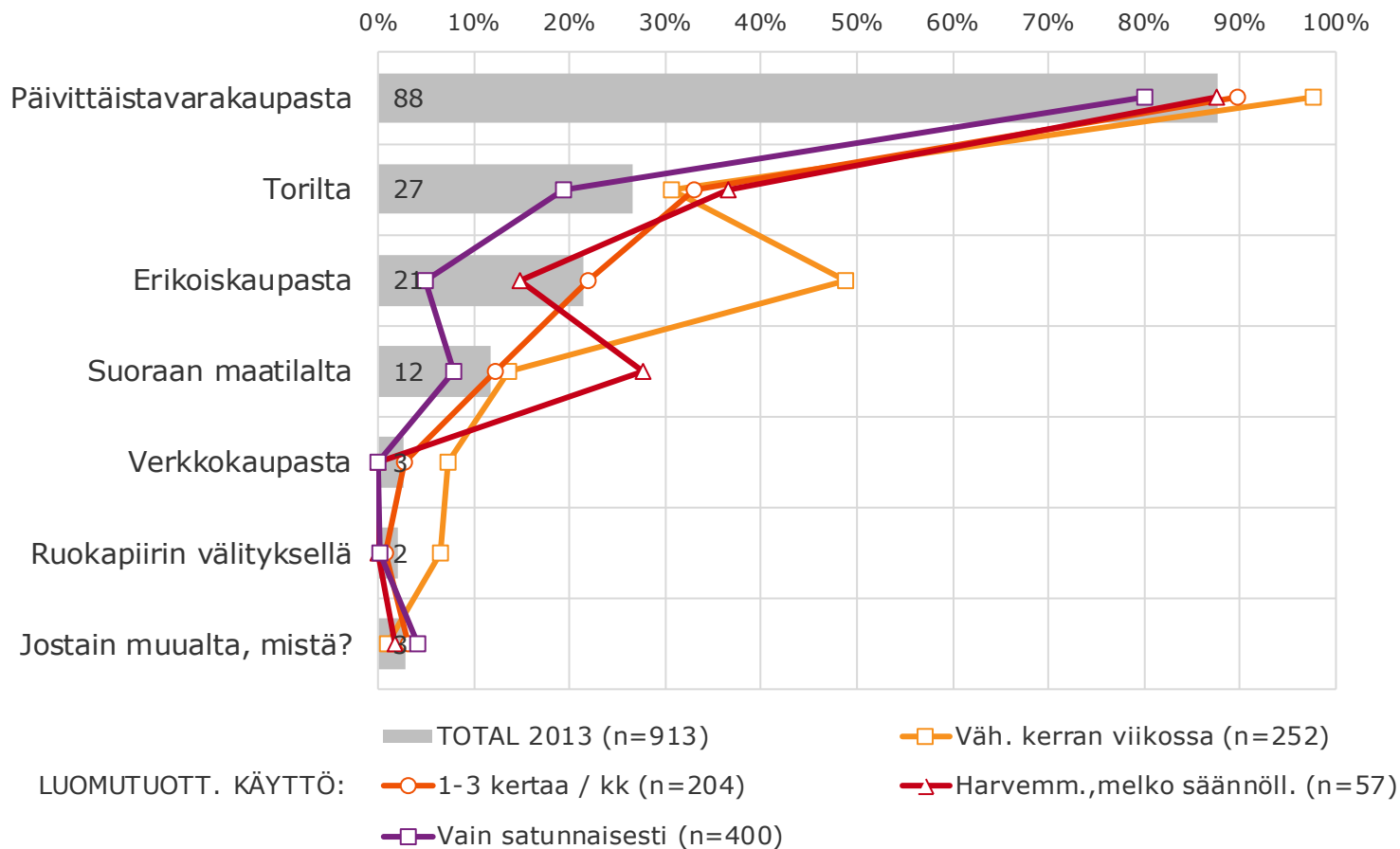


■ TOTAL 2013 (n=913)

# Luomuelintarvikkeiden ostopaikat

Mistä olet ostanut luomuelintarvikkeita viimeisen vuoden aikana?

TOTAL 2013 (n=913)



LUOMUTUOTT. KÄYTTÖ:

■ TOTAL 2013 (n=913)

□ Väh. kerran viikossa (n=252)

○ 1-3 kertaa / kk (n=204)

△ Harvemmin, melko säännöll. (n=57)

□ Vain satunnaisesti (n=400)

# Luomuvaihtoehdon tarjoaminen



Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun kuluttajabarometri 2013

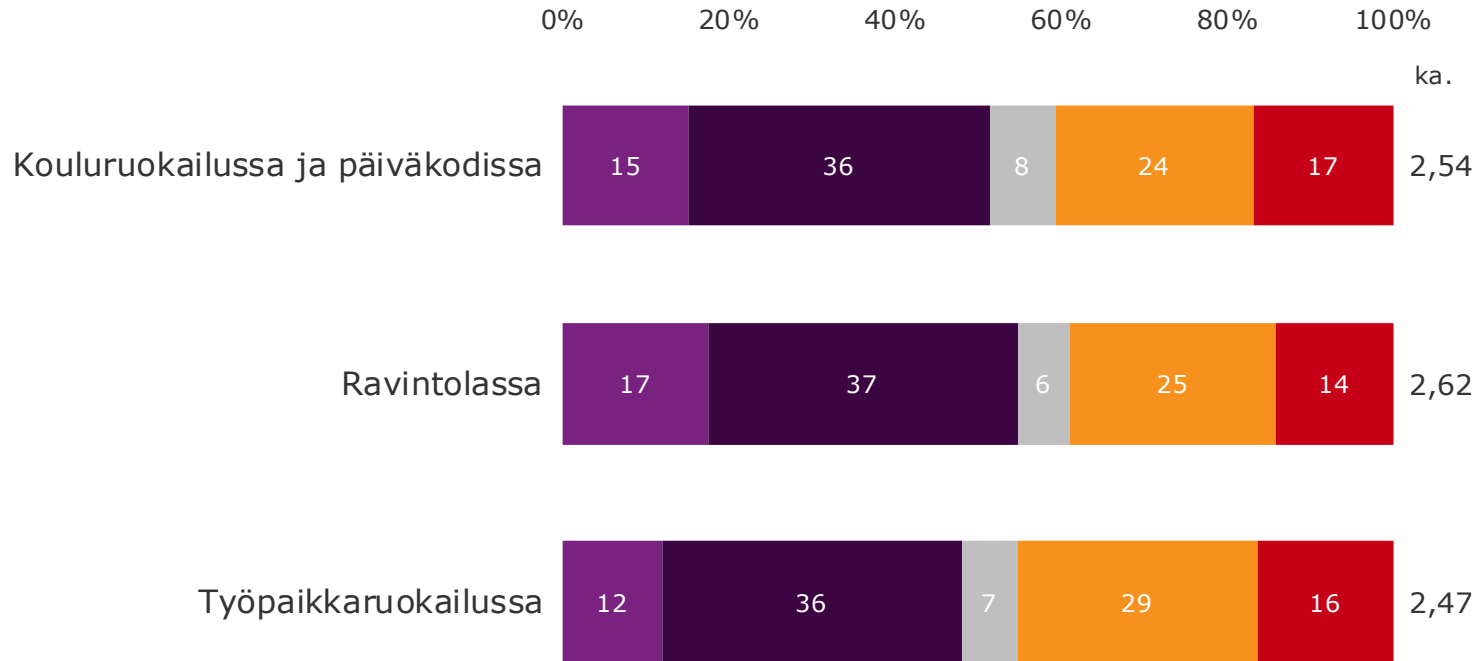
©TNS 2013

**PRO LUOMU** The Pro Luomu logo, featuring the text 'PRO LUOMU' in a bold, green, sans-serif font, followed by a stylized green leaf icon.

# Luomuvaihtoehdon tarjoaminen

Miten tärkeänä pidät luomuvaihtoehdon tarjoamista...?

TOTAL 2013 (n=1043)



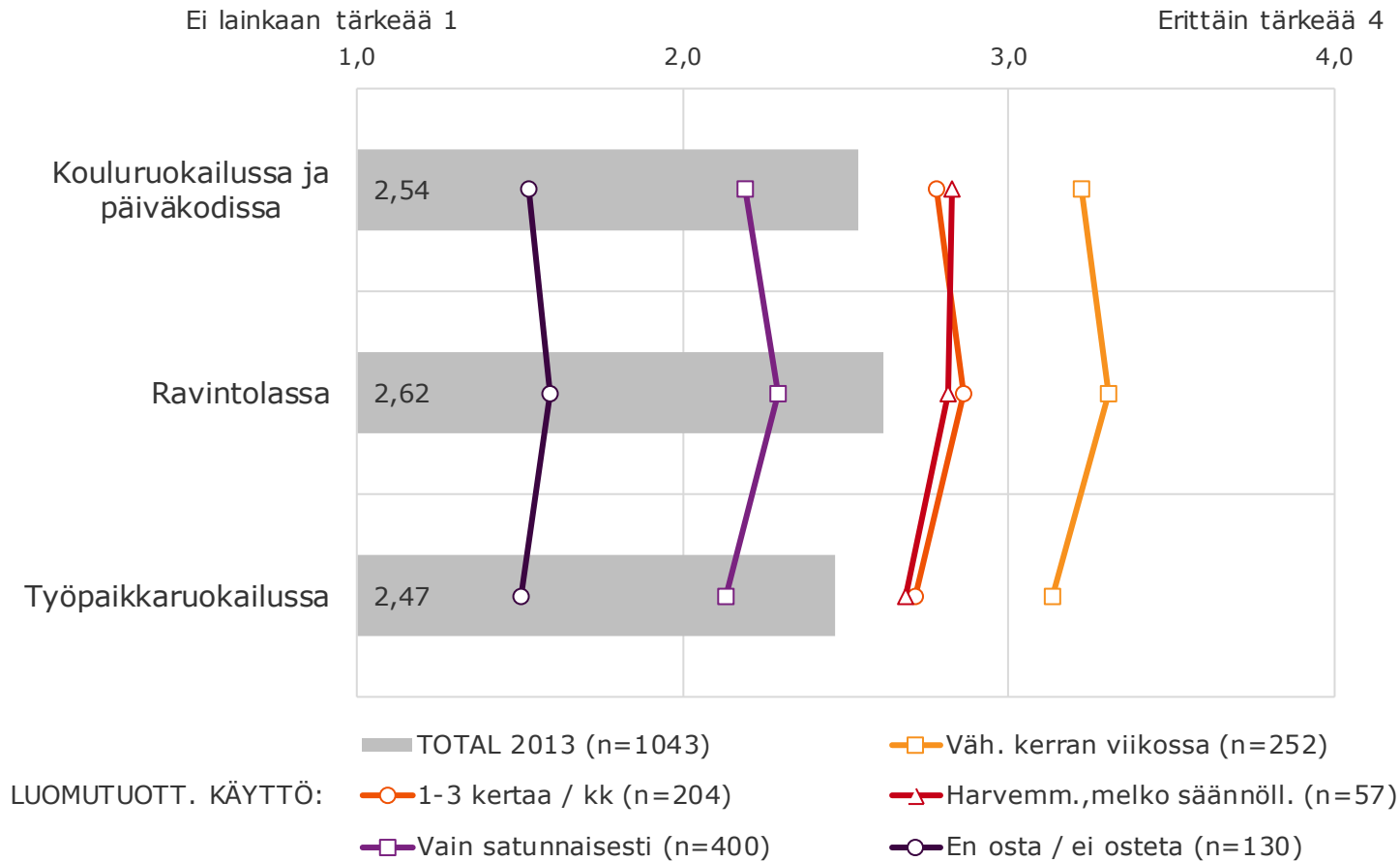
■ Erittäin tärkeää 4 ■ Melko tärkeää 3 ■ En osaa sanoa ■ Ei kovin tärkeää 2 ■ Ei lainkaan tärkeää 1



# Luomuvaihtoehdon tarjoaminen

Miten tärkeänä pidät luomuvaihtoehdon tarjoamista...?

TOTAL 2013 (n=1043)



LUOMUTUOTT. KÄYTTÖ:

# Muutokset luomuelintarvikkeiden käytössä



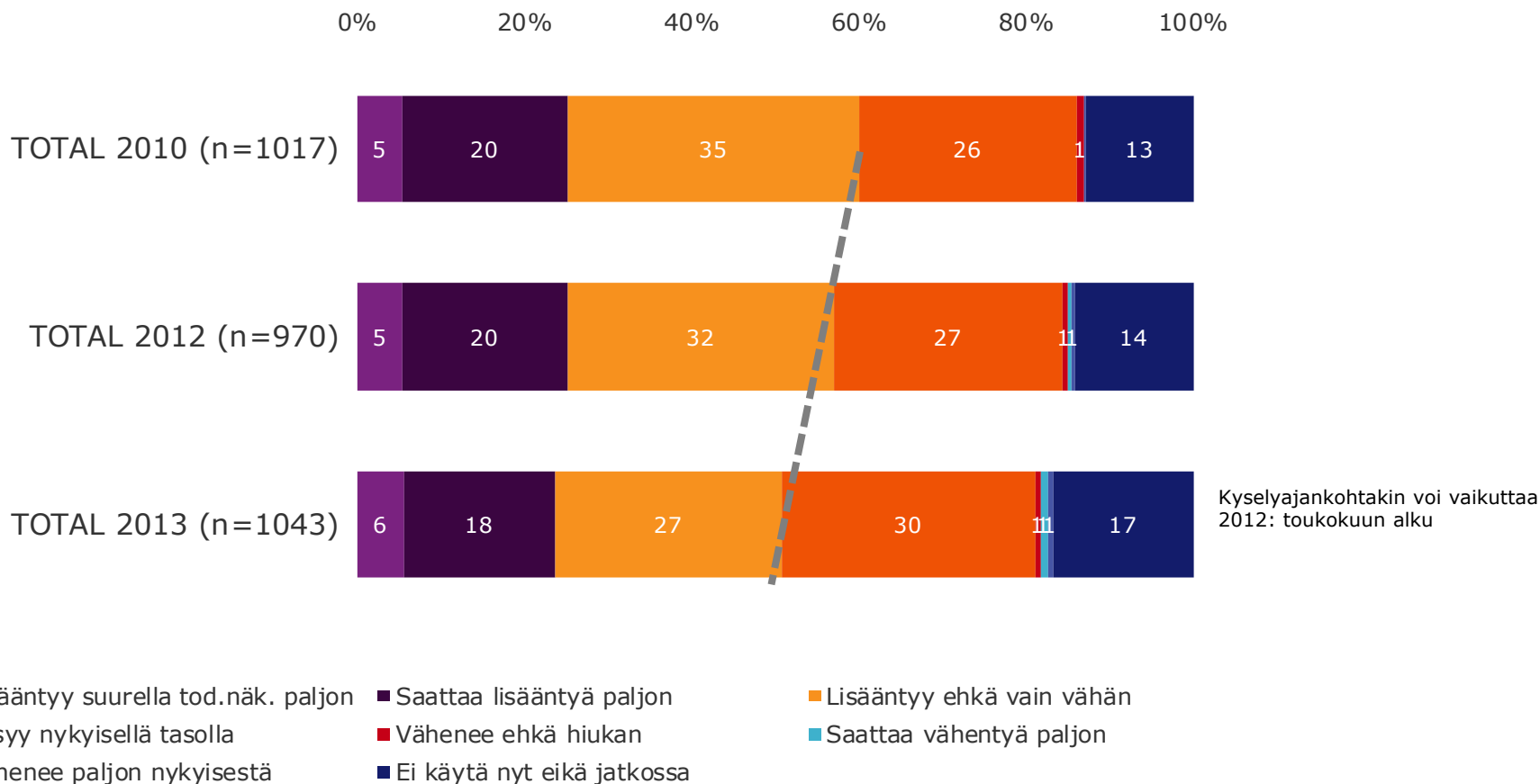
Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun kuluttajabarometri 2013

©TNS 2013

PRO LUOMU 

# Muutokset omassa luomuelintarvikkeiden käytössä

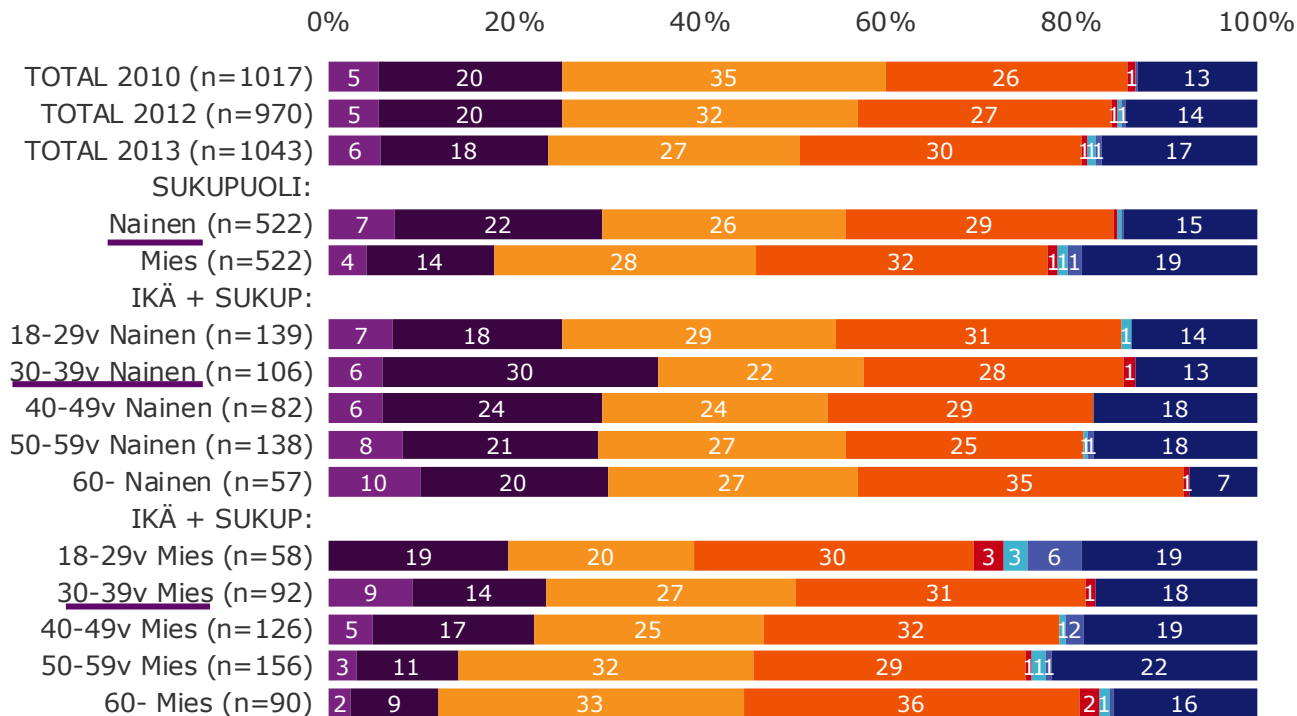
Miten uskot oman luomuelintarvikkeiden käyttösi kehittyvän seuraavan kahden vuoden aikana?



# Muutokset omassa luomuelintarvikkeiden käytössä

Miten uskot oman luomuelintarvikkeiden käyttösi kehittyvän seuraavan kahden vuoden aikana?

(1/2)

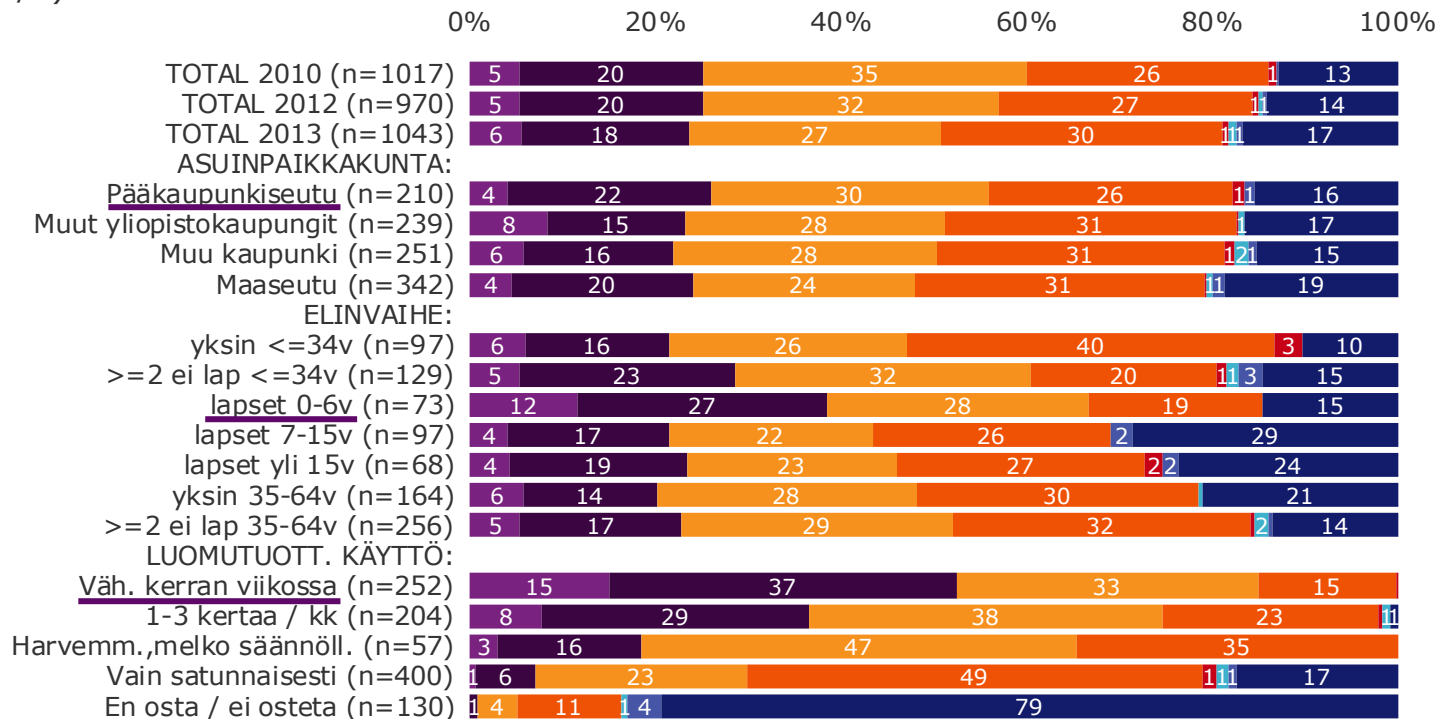


- Lisääntyy suurella tod.näk. paljon
- Saattaa lisääntyä paljon
- Lisääntyy ehkä vain vähän
- Pysyy nykyisellä tasolla
- Vähenee ehkä hiukan
- Saattaa vähentyä paljon
- Vähenee paljon nykyisestä
- Ei käytä nyt eikä jatkossa


# Muutokset omassa luomuelintarvikkeiden käytössä

Miten uskot oman luomuelintarvikkeiden käyttösi kehittyvän seuraavan kahden vuoden aikana?

(2/2)



- Lisääntyy suurella tod.näk. paljon
- Saattaa lisääntyä paljon
- Lisääntyy ehkä vain vähän
- Pysyy nykyisellä tasolla
- Vähenee ehkä hiukan
- Saattaa vähentyä paljon
- Vähenee paljon nykyisestä
- Ei käytä nyt eikä jatkossa

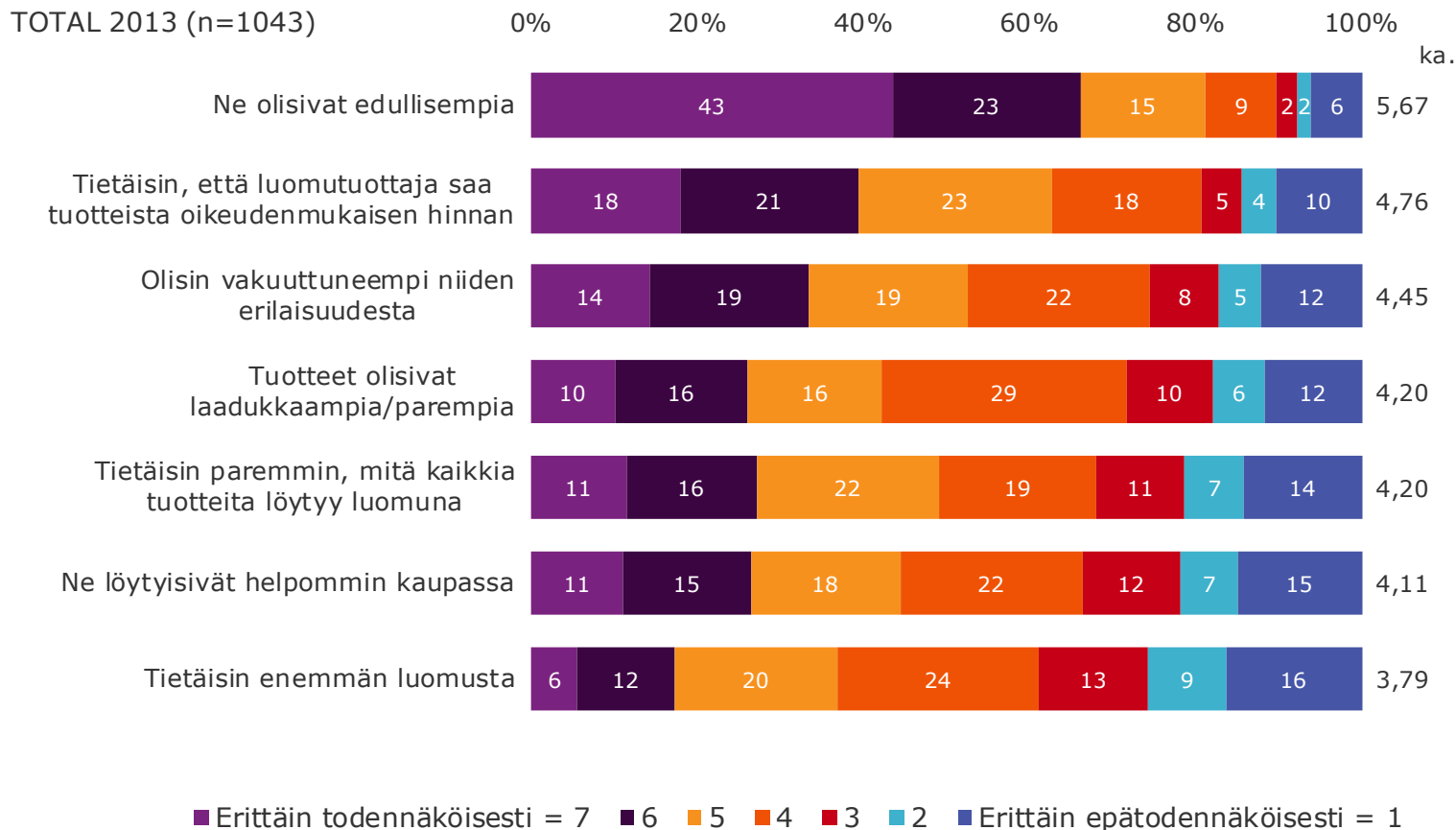


Luomun menekkiä  
edistäviä asioita  
vastanneiden mukaan



# Luomun menekkiä edistäviä asioita

Kuinka todennäköisesti ostaisit luomuelintarvikkeita enemmän, jos...



# Luomun menekkiä edistäviä asioita

## Minkälaisia parannusehdotuksia?

### LAATU/PAREMMUUS

mm.

- Tasalaatuisempia
- Maukkaampia
- Tuoreempia
- Paremmin säilyviä
- Laatu varmemmaksi
- Aitous varmemmaksi
- Hinta-laatusuhde paremmaksi

## Mistä asiasta erityisesti?

### ERILAISUUDESTA VAKUUTTUMINEN

mm.

- Terveellisyydestä
- Aitoudesta
- Puhtaudesta
- Tuotannosta ja tuotantotavoista
- Ympäristövaikutuksista
- Makueroista

## Mitä tietoa toivoisit luomusta enemmän?

### TIETOA mm.

- Alkuperästä, tuottajan nimi
- Hyödyistä
- Tuotanto- ja kasvatustavoista, valmistuksesta
- Erilaisuudesta/paremmuudesta
- Tietoa tuottajista
- Terveysvaikutuksista
- Ravintosisällöstä
- Ympäristövaikutuksista
- Kauppoihin enemmän tietoa
- Luomuvalikoimista
- Yleistä tietoa luomusta



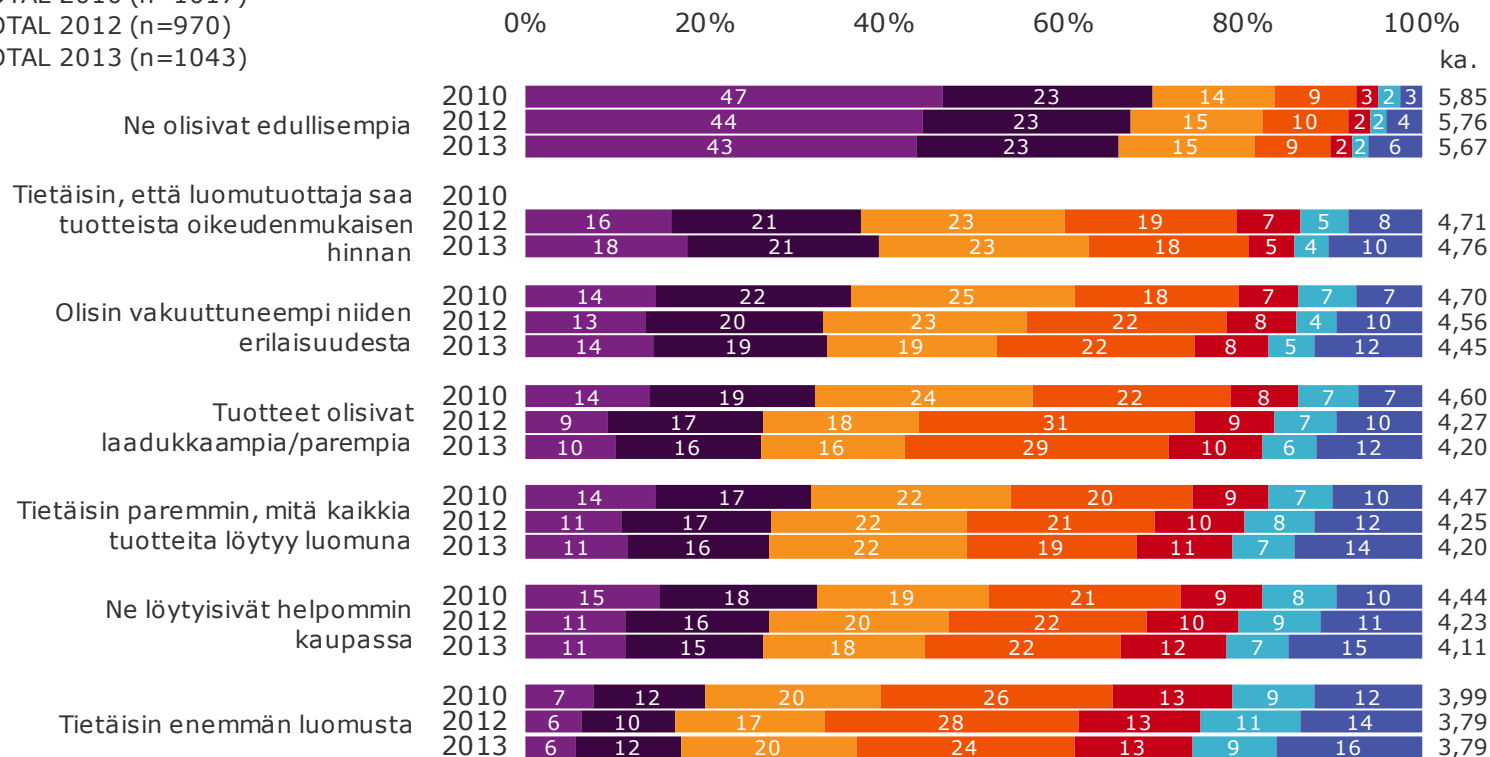
# Luomun menekkiä edistäviä asioita

Kuinka todennäköisesti ostaisit luomuelintarvikkeita enemmän, jos...

TOTAL 2010 (n=1017)

TOTAL 2012 (n=970)

TOTAL 2013 (n=1043)

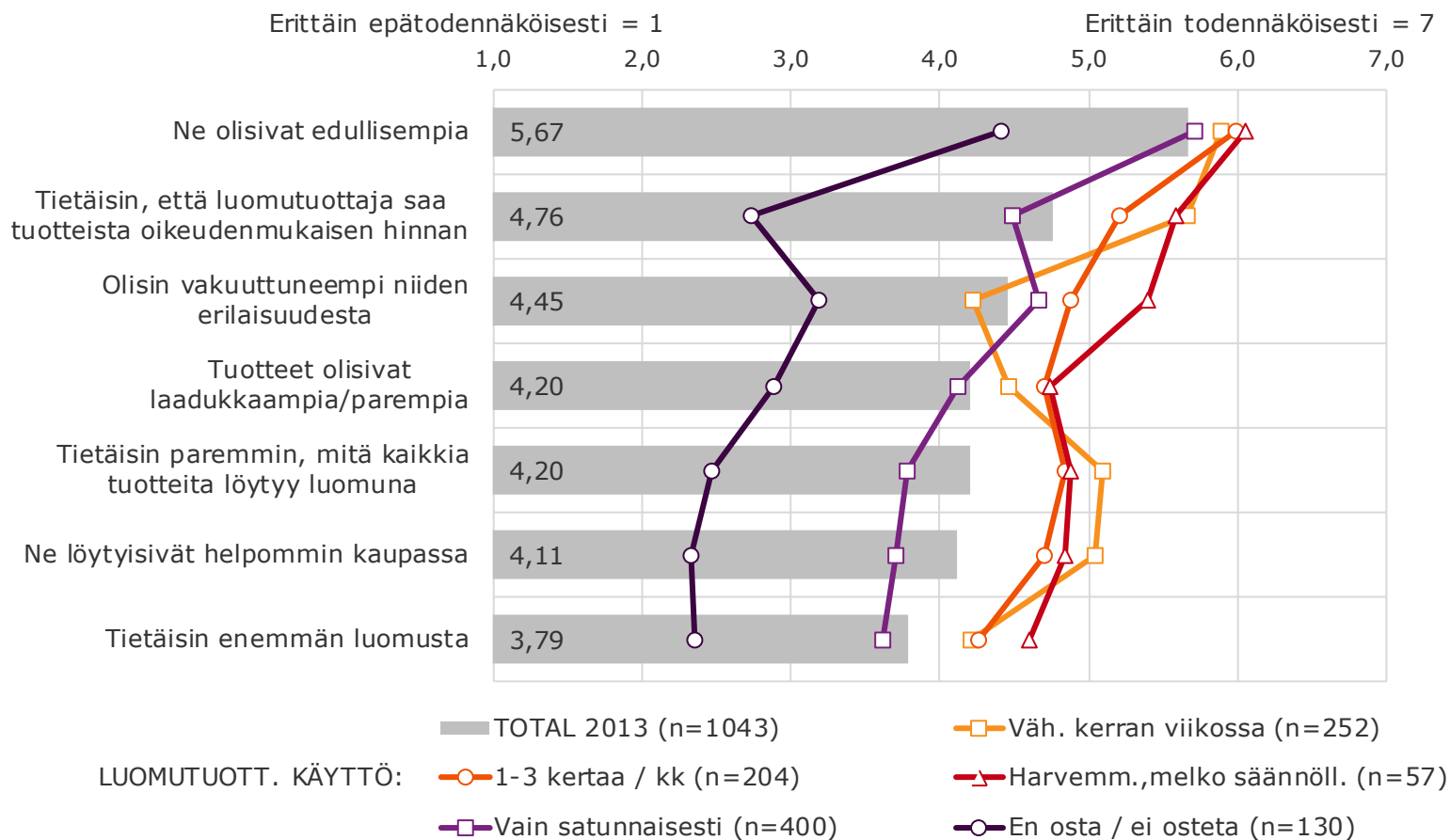


■ Erittäin todennäköisesti = 7 ■ 6 ■ 5 ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ Erittäin epätodennäköisesti = 1

# Luomun menekkiä edistäviä asioita

Kuinka todennäköisesti ostaisit luomuelintarvikkeita enemmän, jos...

TOTAL 2013 (n=1043)



# Mielipiteen luomuun liittyvistä väittämistä



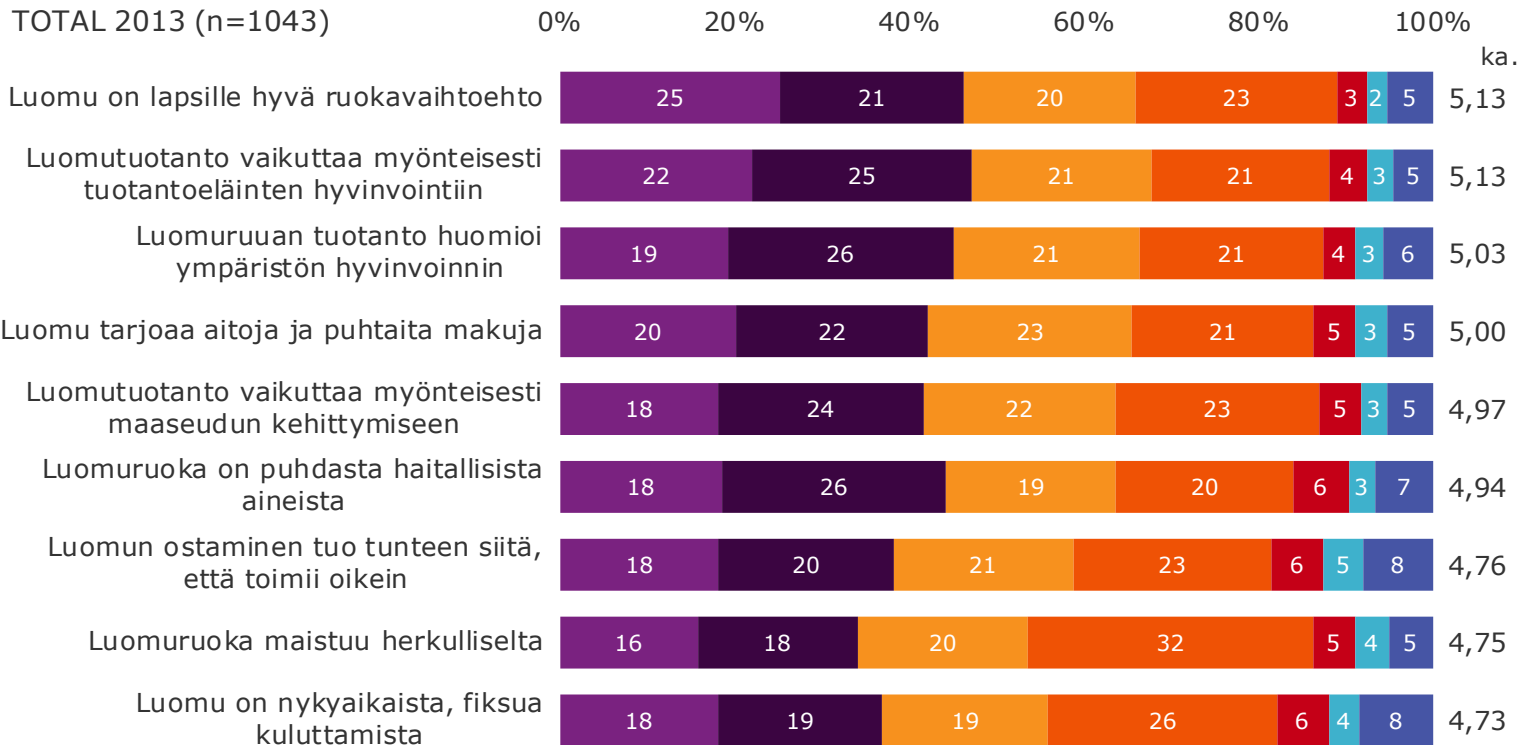
Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun kuluttajabarometri 2013

©TNS 2013

**PRO LUOMU** The Pro Luomu logo features the text 'PRO LUOMU' in a bold, green, sans-serif font, followed by a stylized green leaf icon.

# Mielipiteet luomuun liittyvistä väittämistä

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



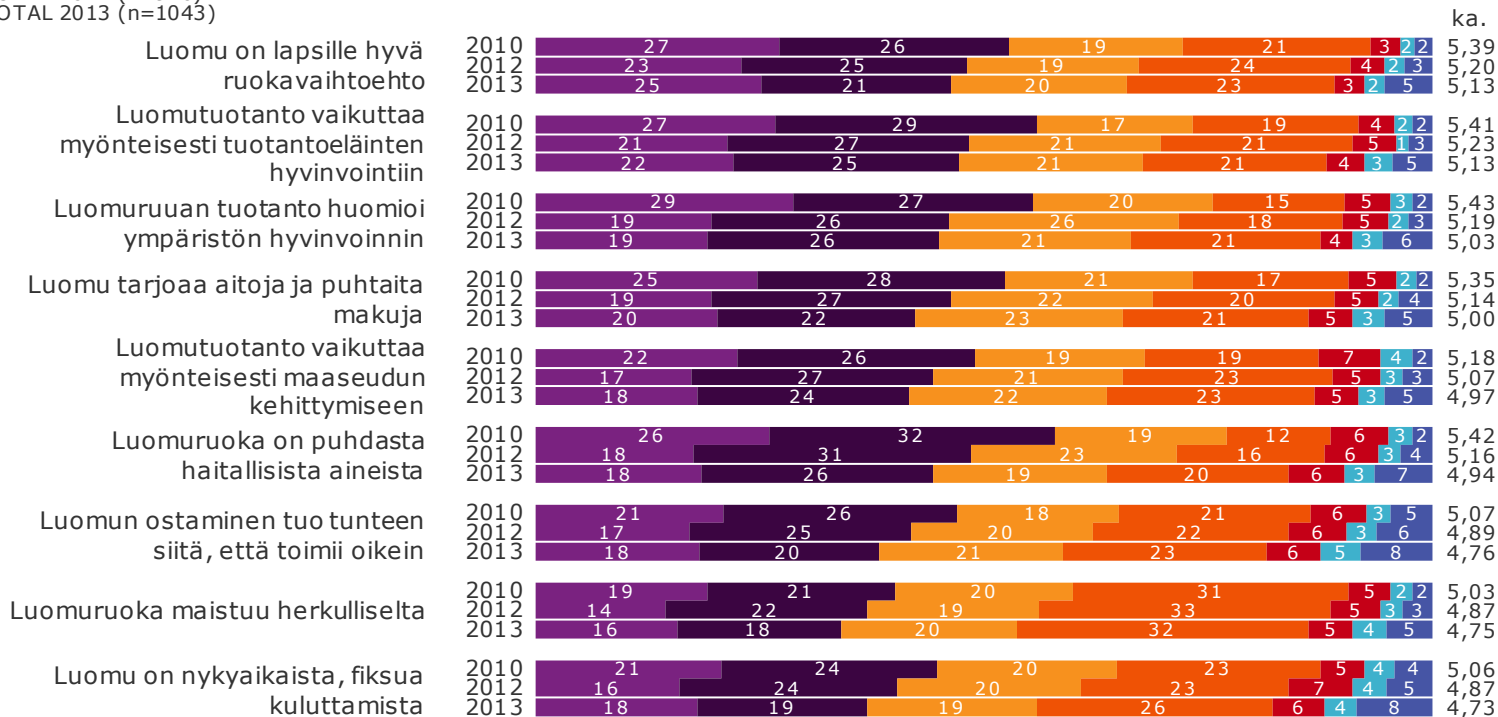
■ Täysin samaa mieltä = 7 ■ 6 ■ 5 ■ En samaa / enkä eri mieltä = 4 ■ 3 ■ 2 ■ Täysin eri mieltä = 1

# Mielipiteet luomuun liittyvistä väittämistä

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

TOTAL 2010 (n=1017)  
TOTAL 2012 (n=970)  
TOTAL 2013 (n=1043)

0% 20% 40% 60% 80% 100%

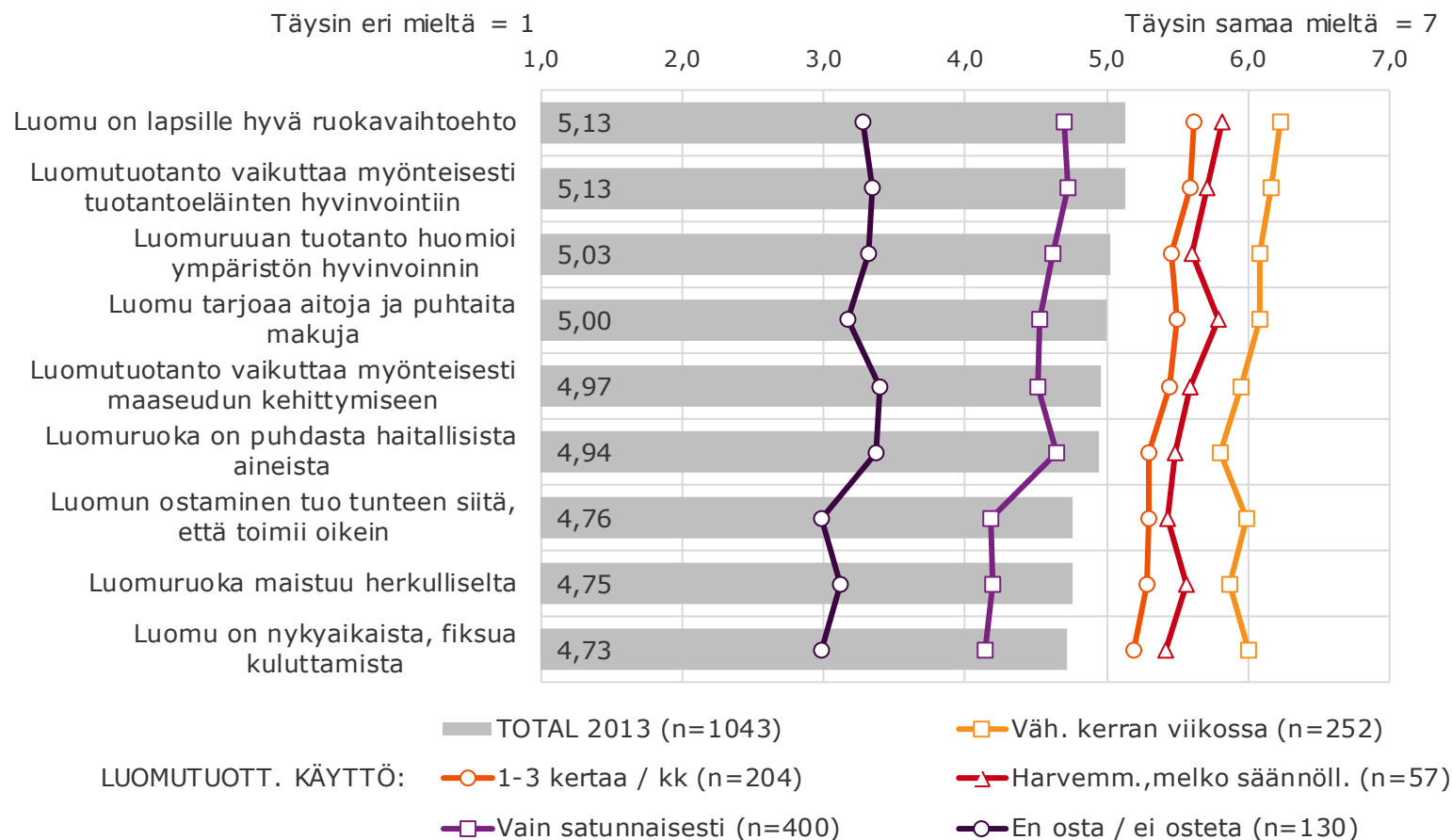


■ Täysin samaa mieltä = 7 ■ 6 ■ 5 ■ En samaa / enkä eri mieltä = 4 ■ 3 ■ 2 ■ Täysin eri mieltä = 1

# Mielipiteet luomuun liittyvistä väittämistä

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

TOTAL 2013 (n=1043)



# Mielipiteet lähiruokaan liittyvistä väittämistä



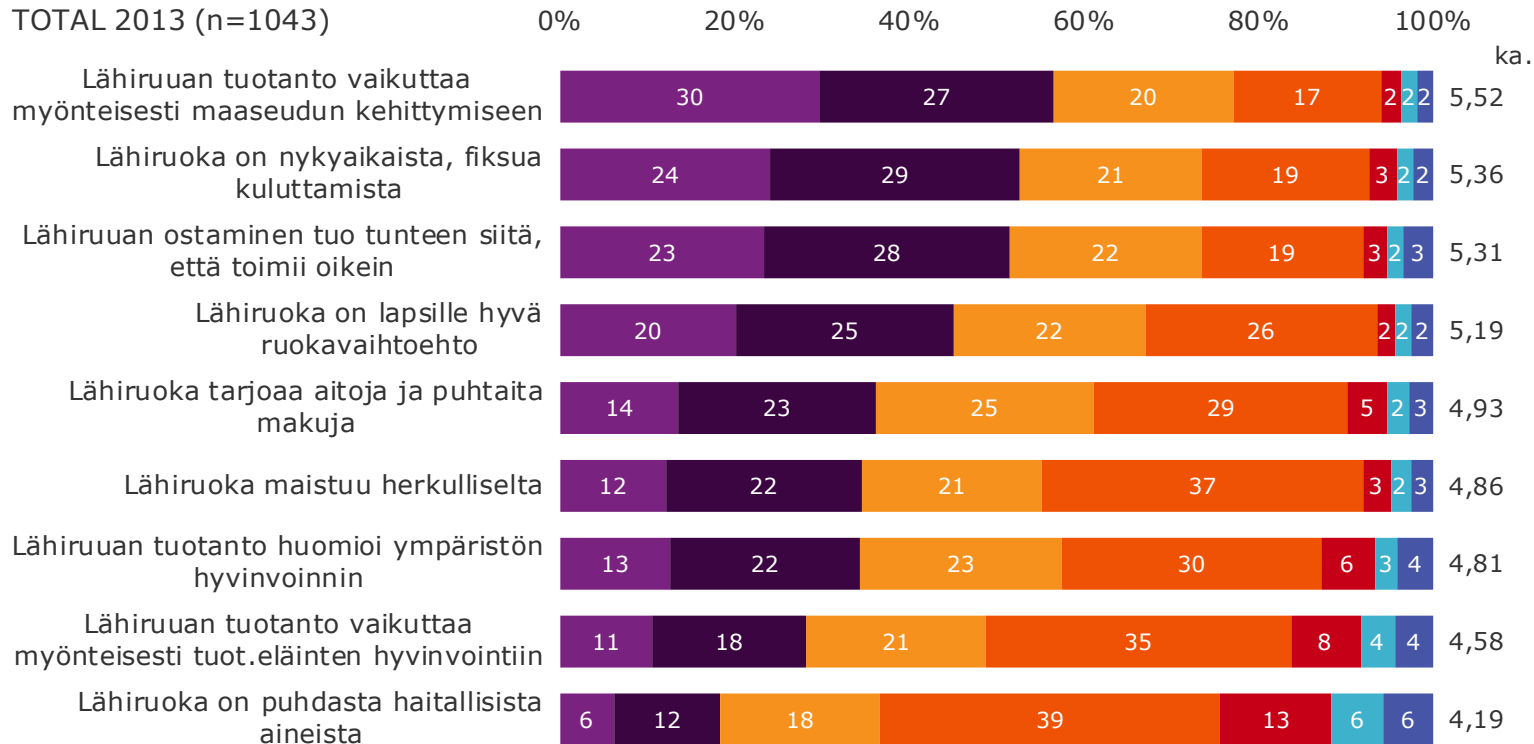
Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun kuluttajabarometri 2013

©TNS 2013

PROLUOMU 

# Mielipiteet lähiruokaan liittyvistä väittämistä

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



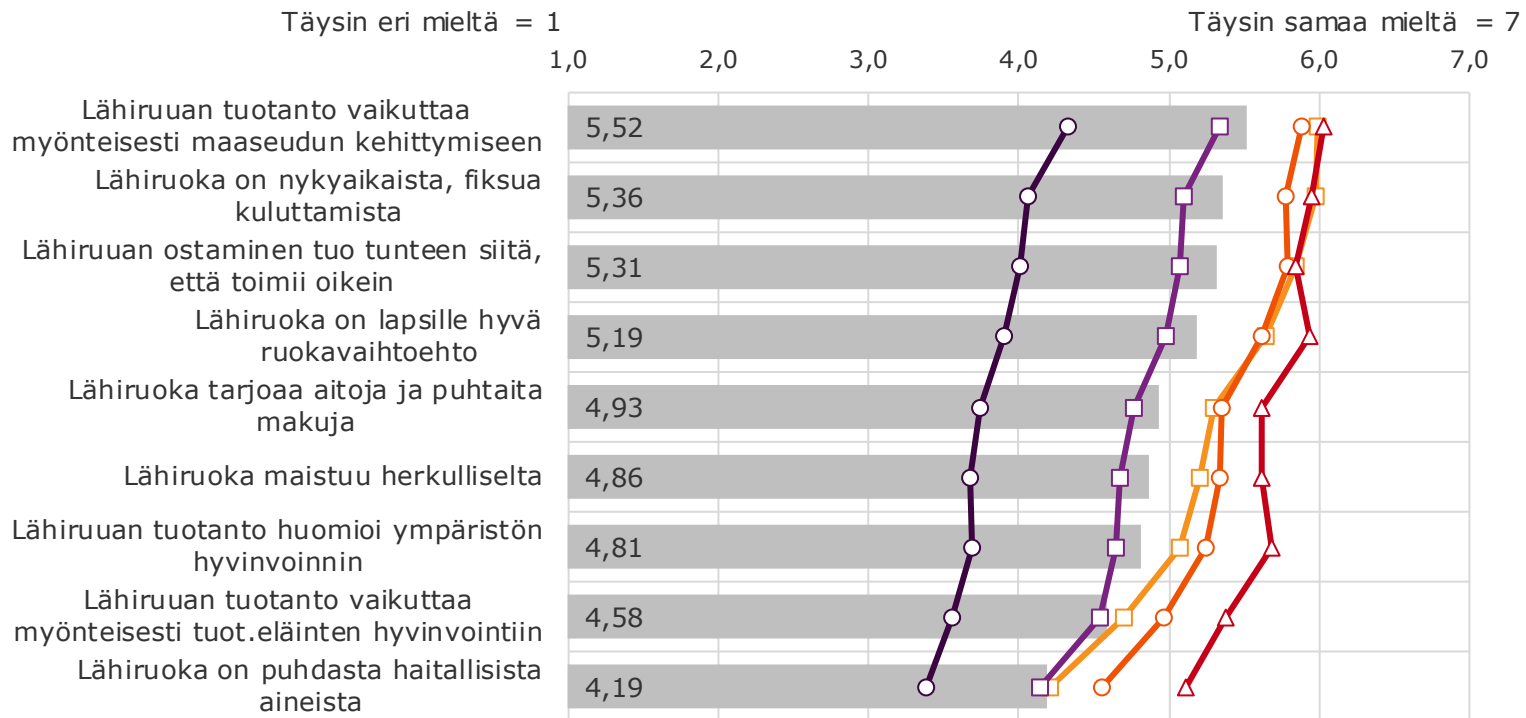
■ Täysin samaa mieltä = 7 ■ 6 ■ 5 ■ En samaa / enkä eri mieltä = 4 ■ 3 ■ 2 ■ Täysin eri mieltä = 1



# Mielipiteet lähiruokaan liittyvistä väittämistä

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

TOTAL 2013 (n=1043)



■ TOTAL 2013 (n=1043)

□ Väh. kerran viikossa (n=252)

LUOMUTUOTT. KÄYTTÖ: ○ 1-3 kertaa / kk (n=204)

△ Harvemmin, melko säännöll. (n=57)

□ Vain satunnaisesti (n=400)

○ En osta / ei osteta (n=130)

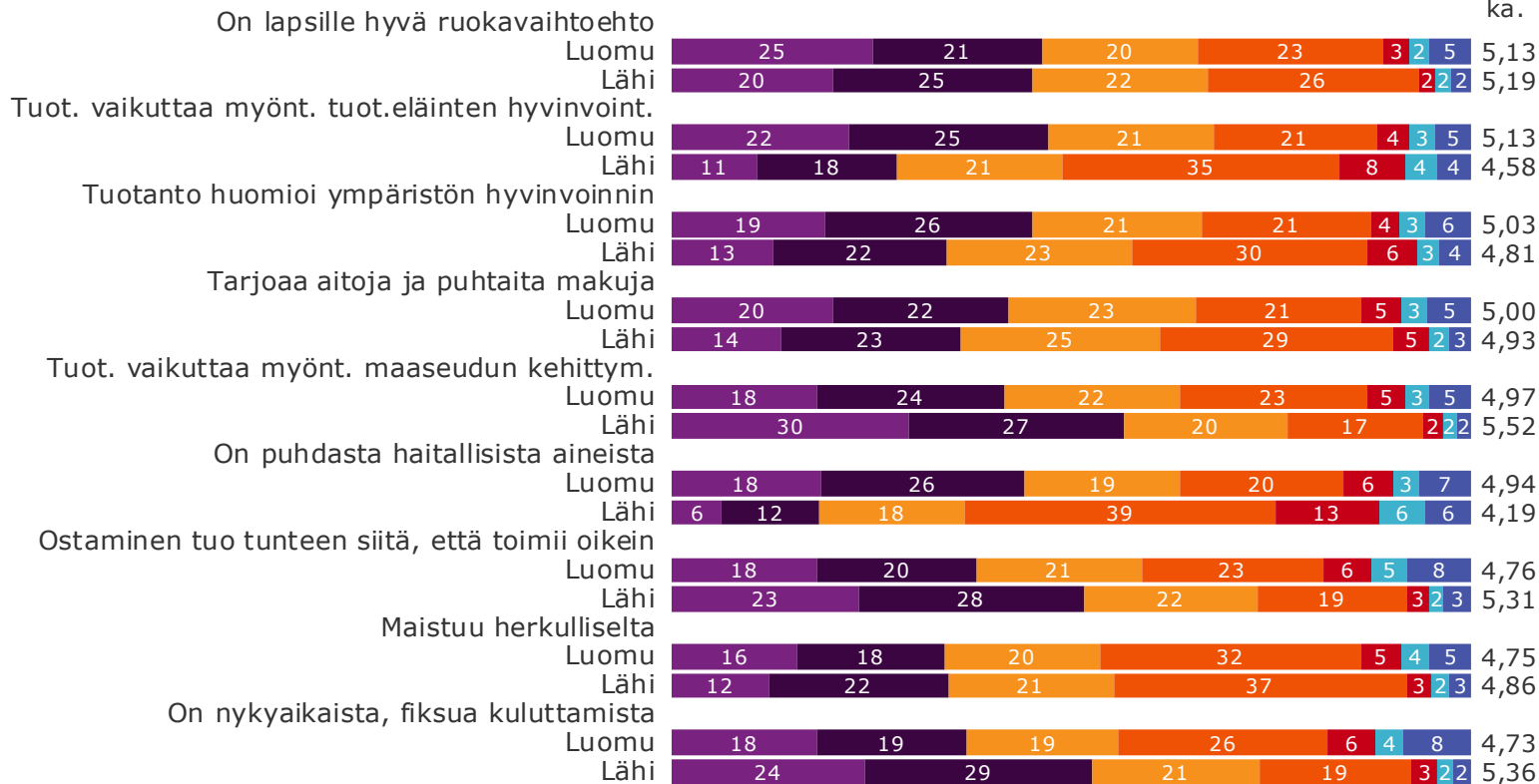
# Luomu- / lähiruoka

Seuraavassa on muutamia väittämiä Luomusta/Lähiruuasta. Merkitse kunkin kohdalle oletko väittämän kanssa samaa vai eri mieltä

TOTAL 2013 (n=1043)

0% 20% 40% 60% 80% 100%

ka.



■ Täysin samaa mieltä = 7 ■ 6 ■ 5 ■ En samaa / enkä eri mieltä = 4 ■ 3 ■ 2 ■ Täysin eri mieltä = 1

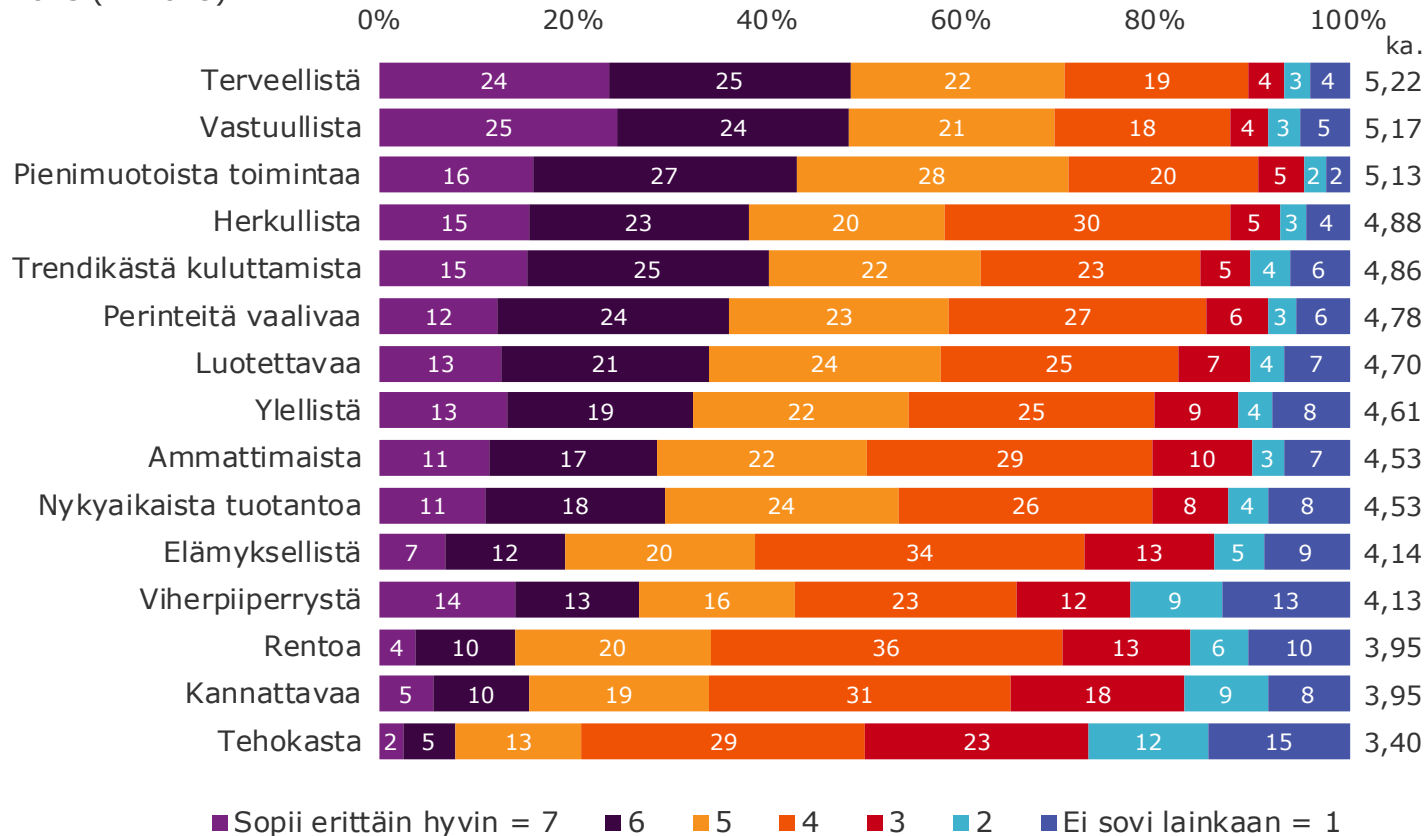
# Luomuruuan imago



# Luomuruuan imago

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

TOTAL 2013 (n=1043)



# Luomuruuan imago

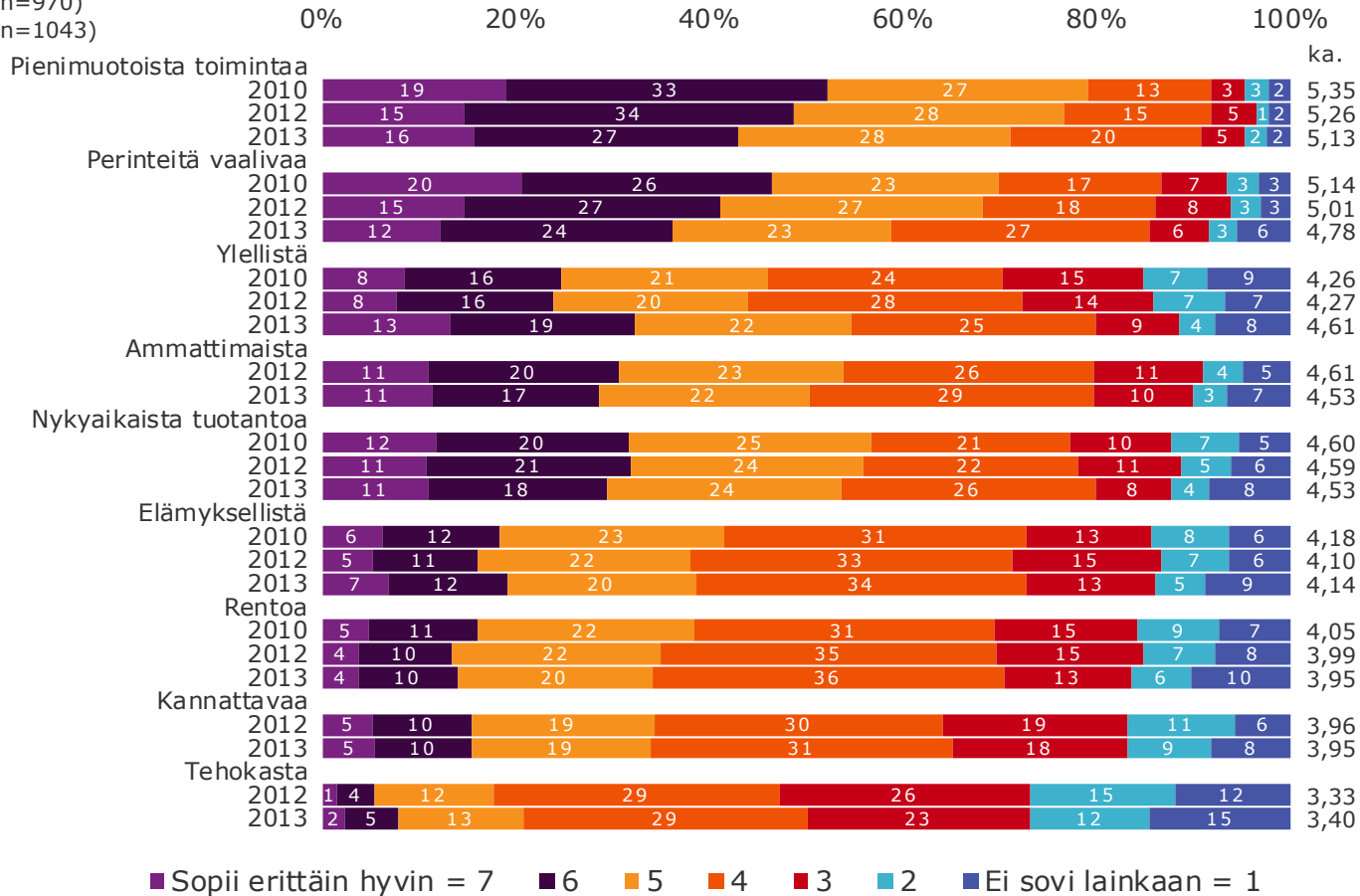
- sis. ominaisuudet, joista vertailu aiempaa

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

TOTAL 2010 (n=1017)

TOTAL 2012 (n=970)

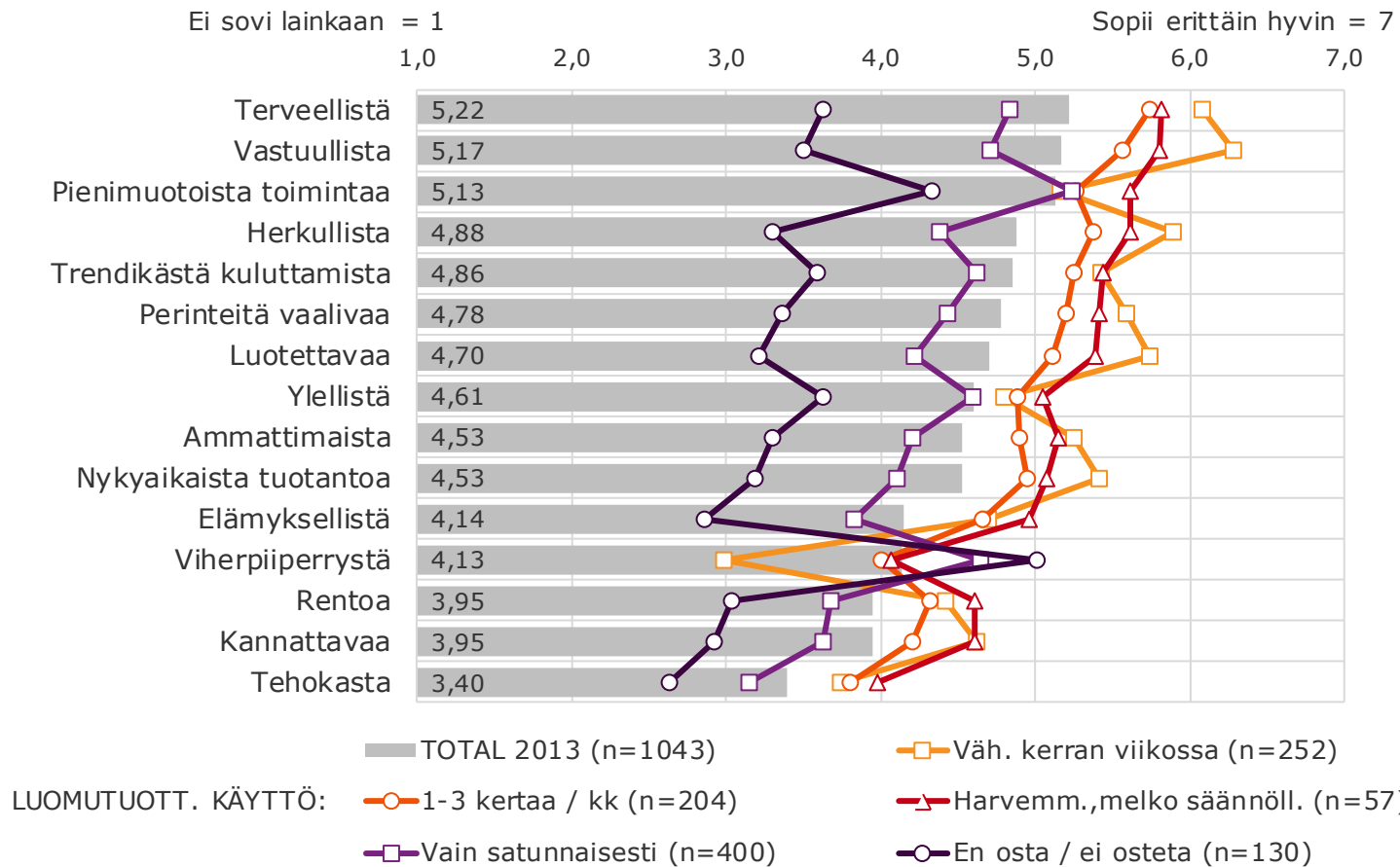
TOTAL 2013 (n=1043)



# Luomuruuan imago

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

TOTAL 2013 (n=1043)



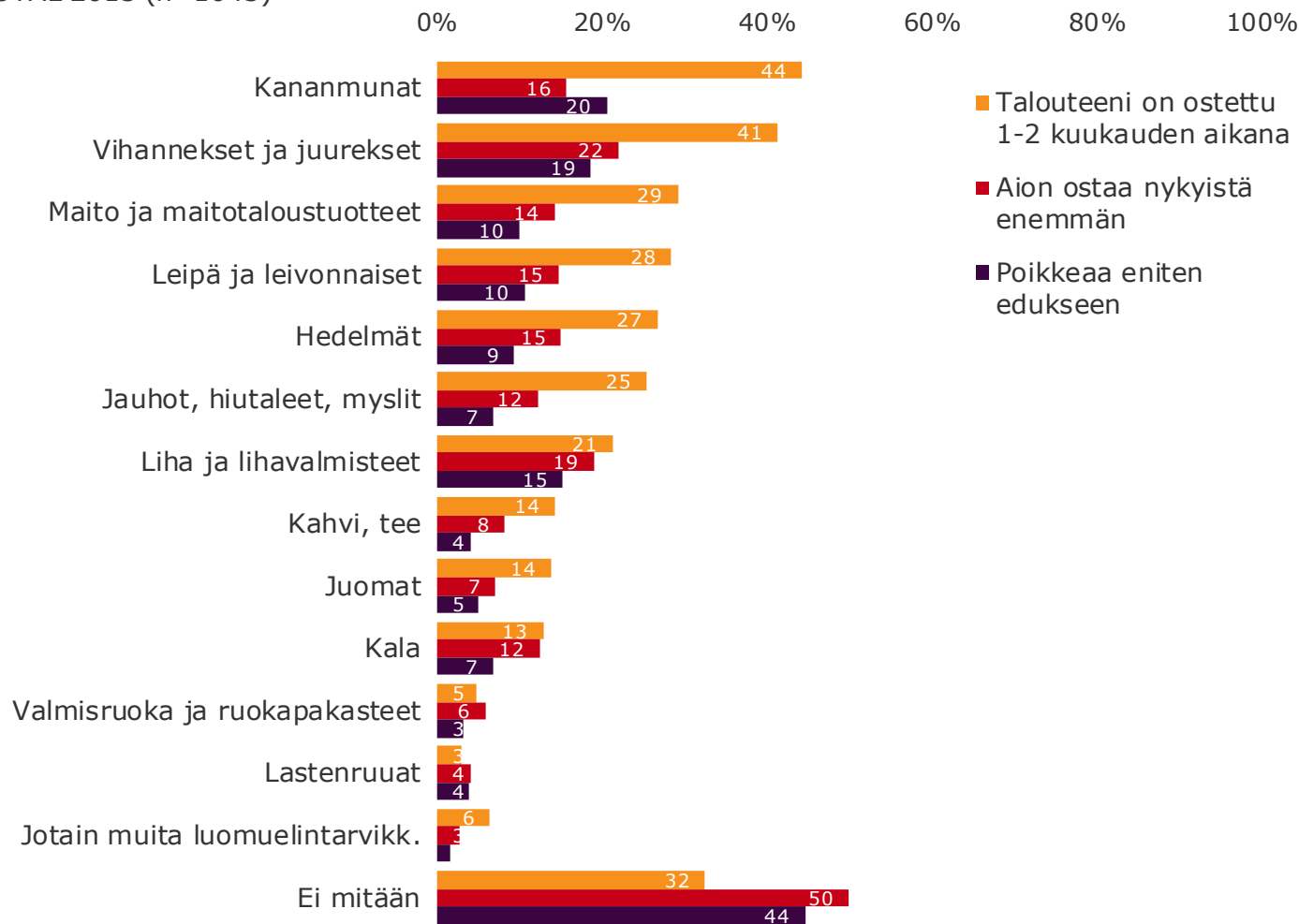
LUOMUTUOTT. KÄYTTÖ:

# Luomuelintarvikkeiden ostaminen, ostoaikomukset ja erottuminen



# Luomuelintarvikkeiden ostaminen

TOTAL 2013 (n=1043)

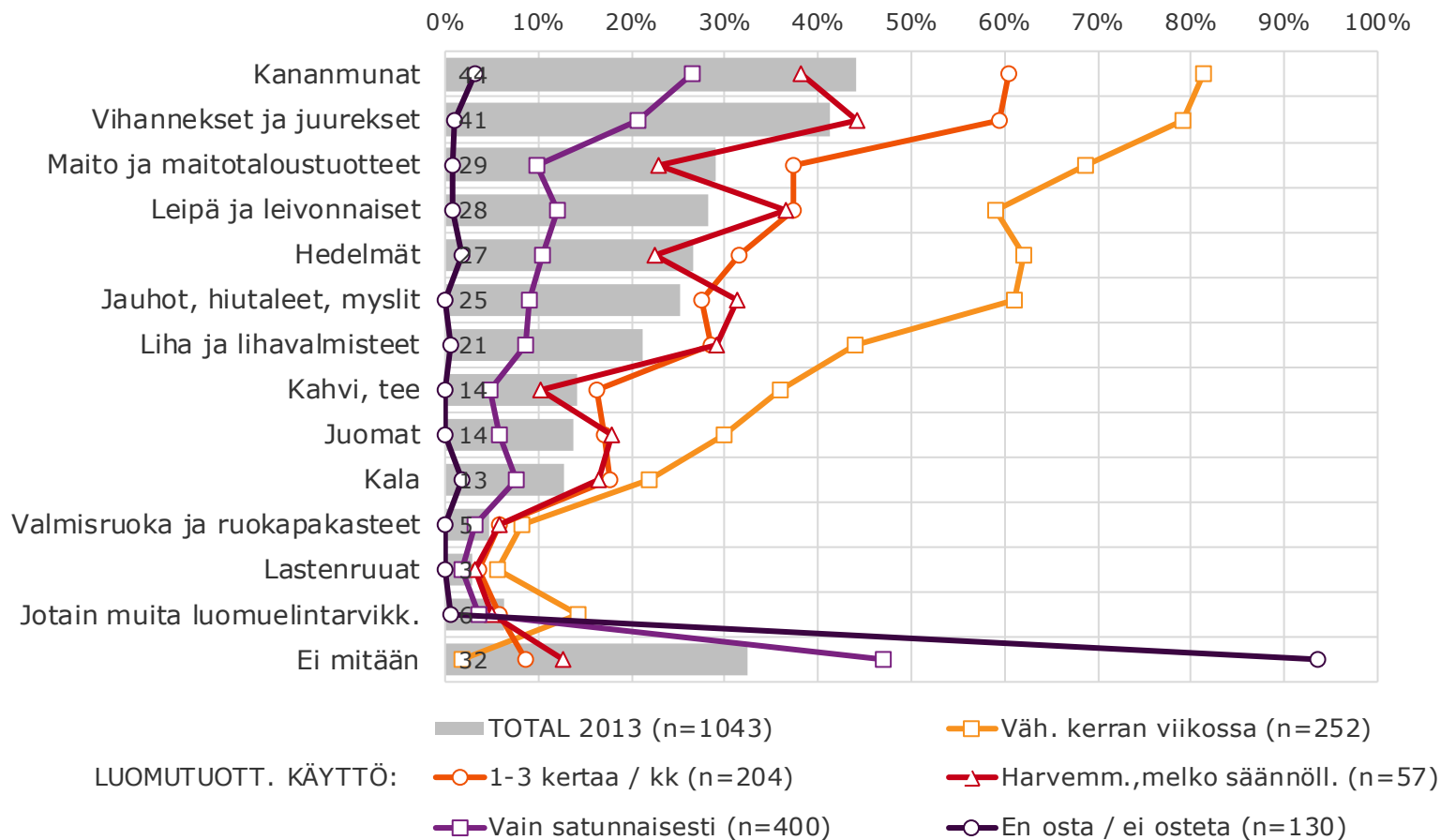




# Luomuelintarvikkeiden ostaminen

Talouteeni on ostettu 1-2 kuukauden aikana

TOTAL 2013 (n=1043)

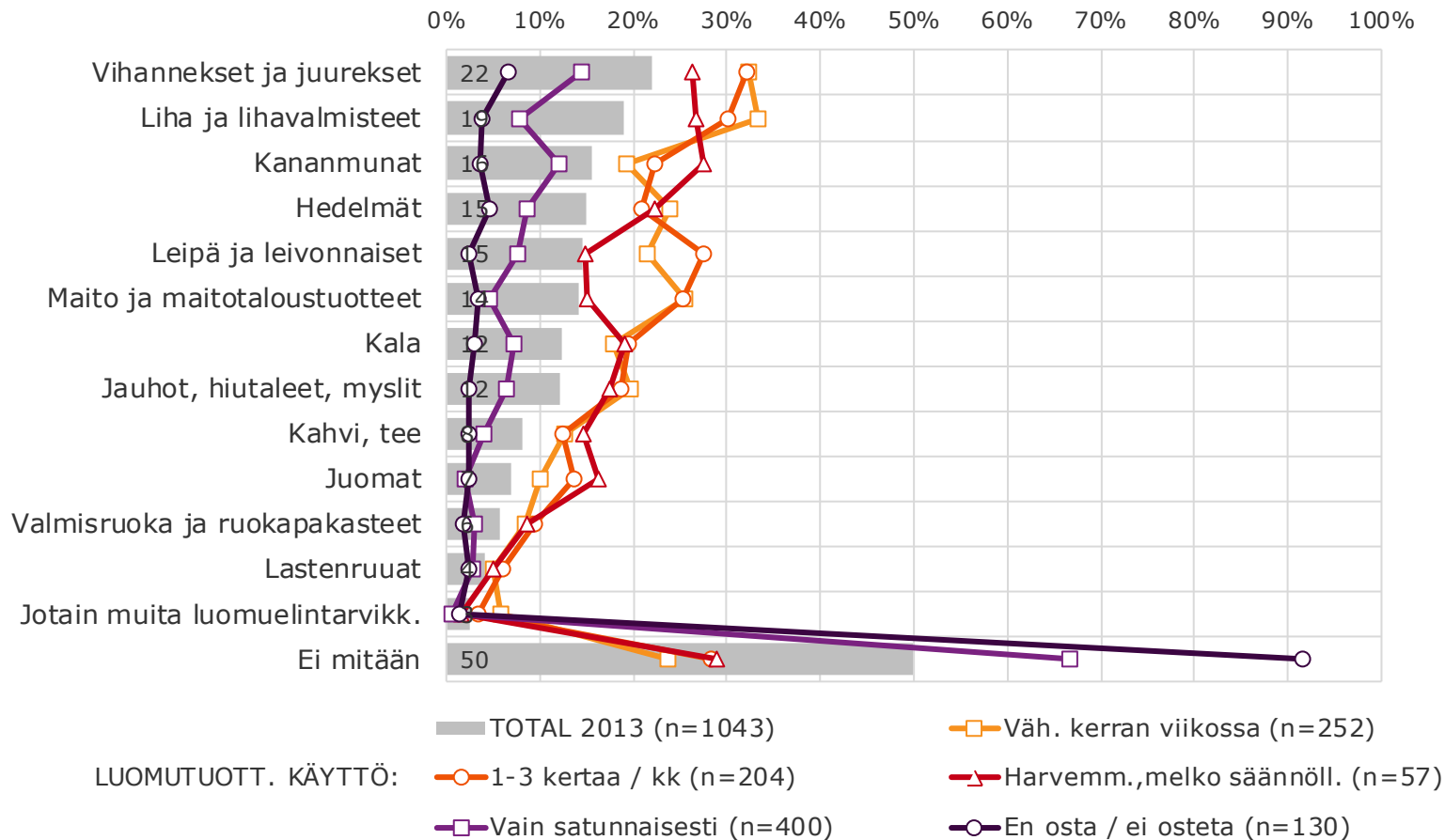


LUOMUTUOTT. KÄYTTÖ:

# Aikoo ostaa luomuna nykyistä enemmän

Aion ostaa nykyistä enemmän

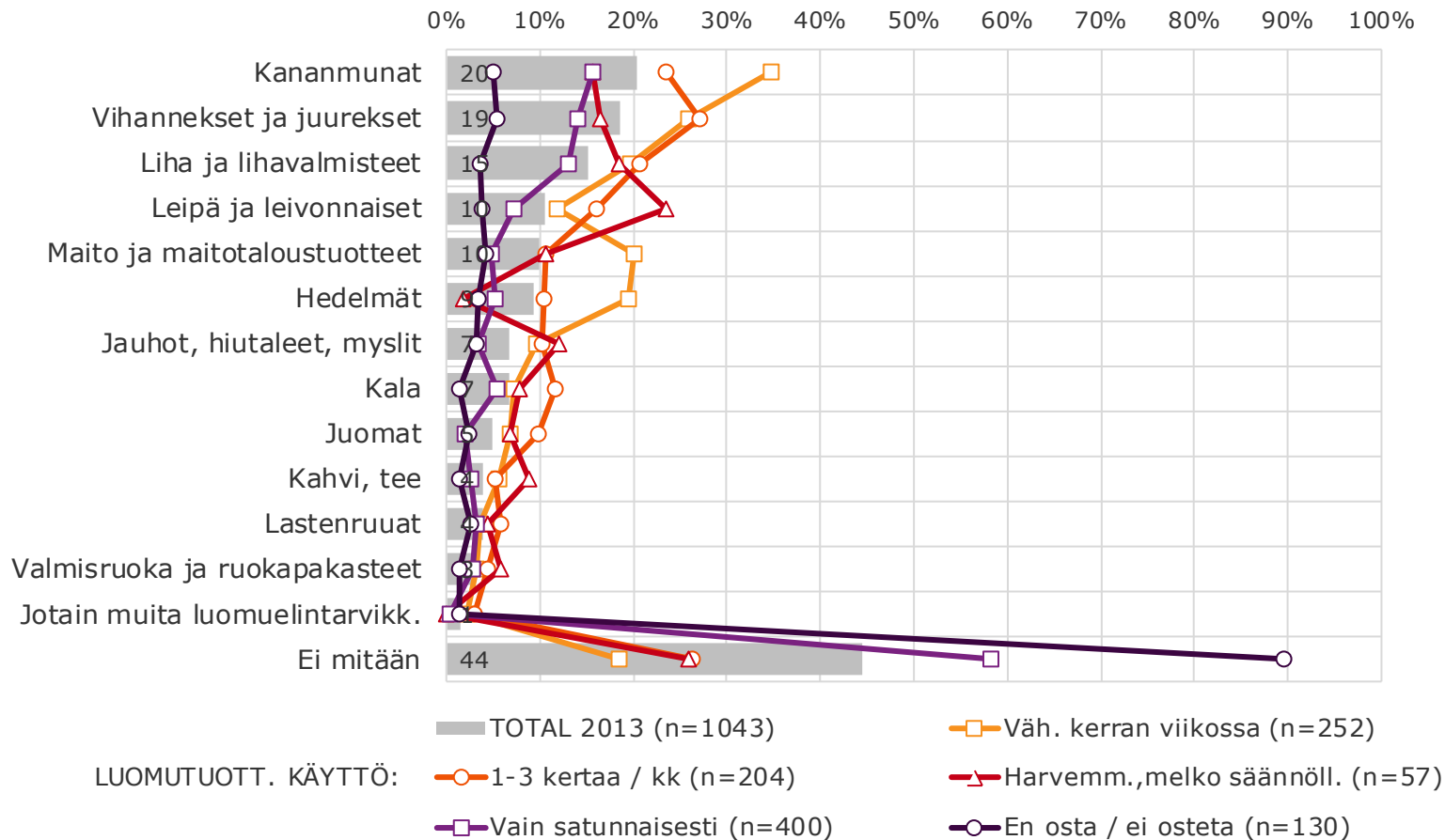
TOTAL 2013 (n=1043)



# Luomuvaihtoehto poikkeaa eniten edukseen

Poikkeaa eniten edukseen

TOTAL 2013 (n=1043)



Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun kuluttajabarometri 2013

PRO LUOMU

# Luomumaidon käyttö ja D-vitamiinointi



Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun kuluttajabarometri 2013

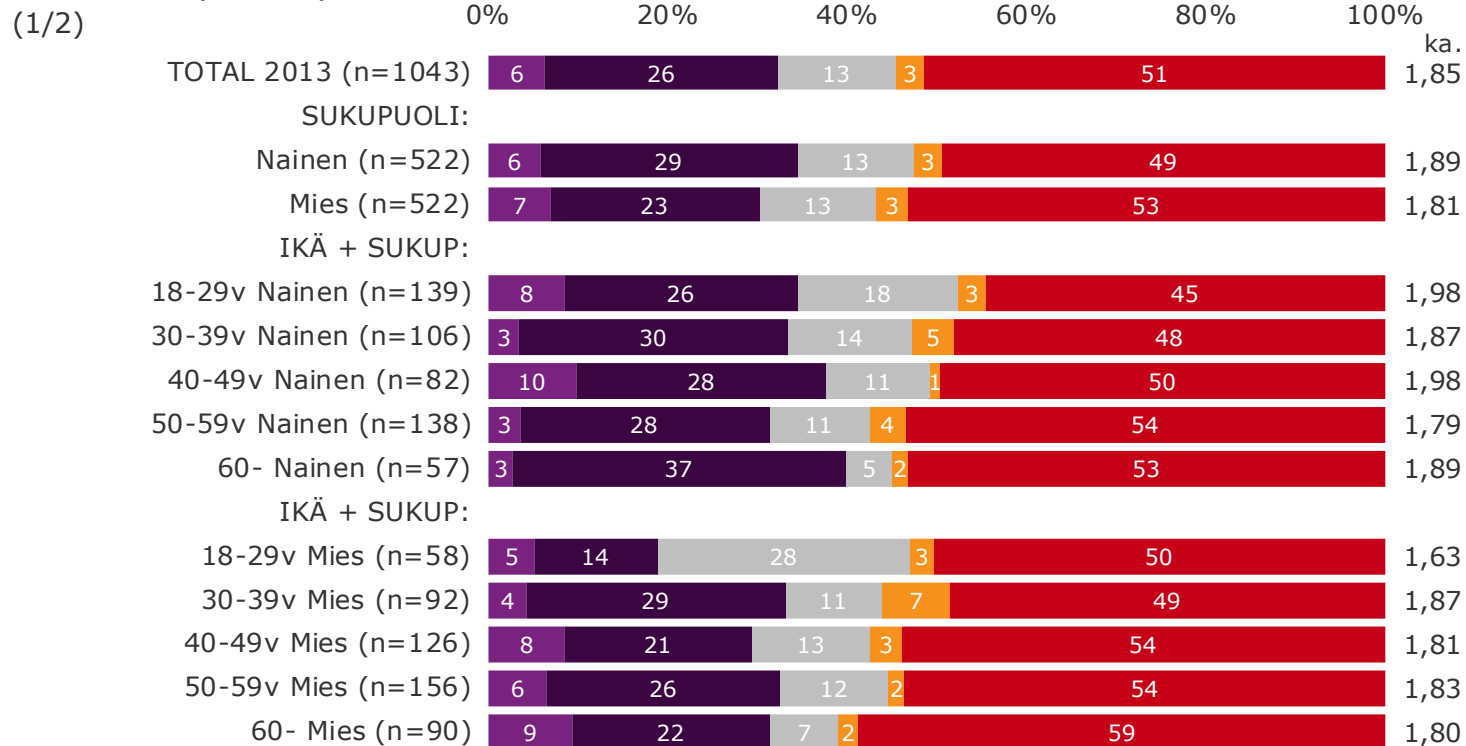
©TNS 2013

**PRO LUOMU** 

# Luomumaidon käyttö ja D-vitamiinointi

Jos luomumaito D-vitamiinointiin, niin miten arvioit luomumaidon käytön taloudessasi muuttuvan?

TOTAL 2013 (n=1043)

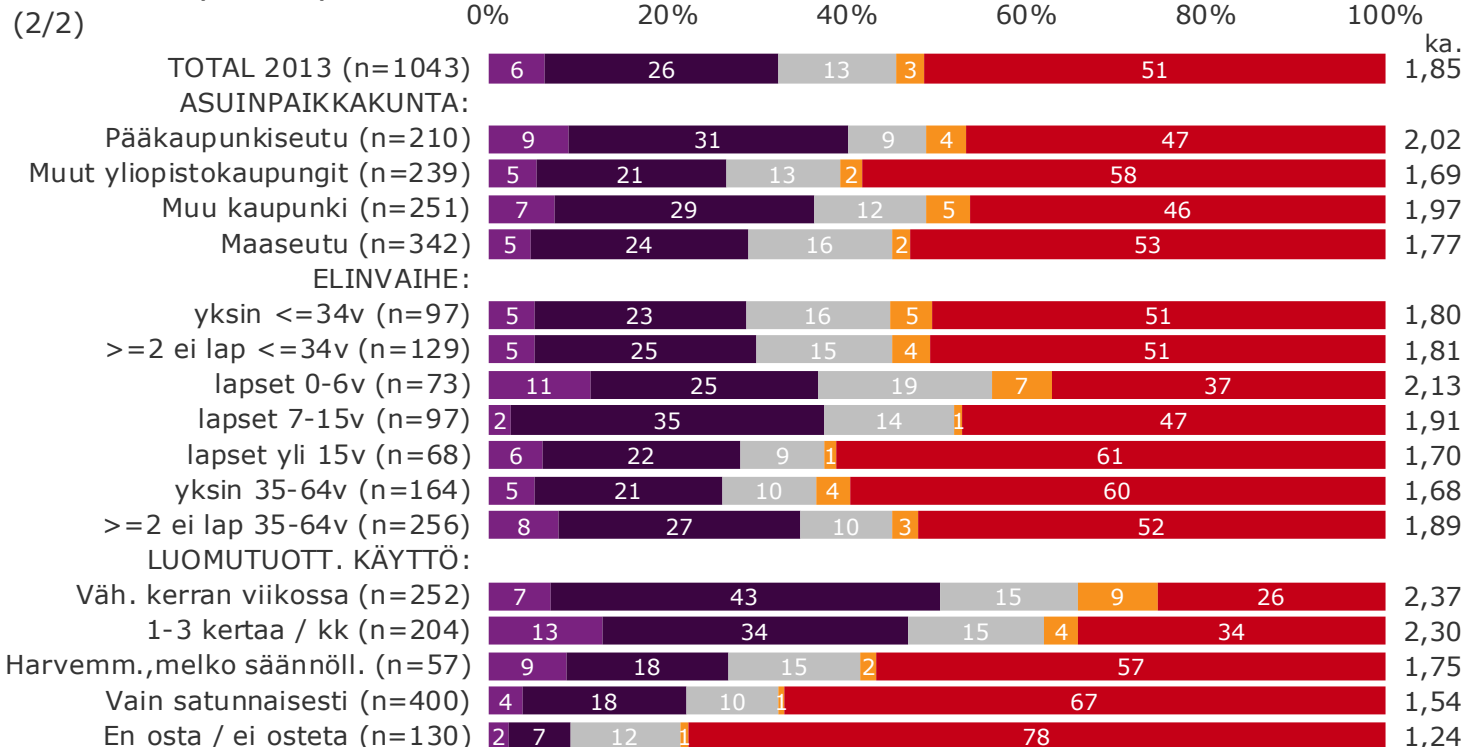


■ Lisääntyy 4 ■ Pysyy ennallaan 3 ■ En osaa sanoa ■ Vähenee 2 ■ En juo/käytä luomumaitoa 1

# Luomumaidon käyttö ja D-vitamiinointi

Jos luomumaito D-vitamiinointiin, niin miten arvioit luomumaidon käytön taloudessasi muuttuvan?

TOTAL 2013 (n=1043)



■ Lisääntyy 4 ■ Pysyy ennallaan 3 ■ En osaa sanoa ■ Vähenee 2 ■ En juo/käytä luomumaitoa 1

# Luomuvalikoiman muutos viime vuosina



Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun kuluttajabarometri 2013

©TNS 2013

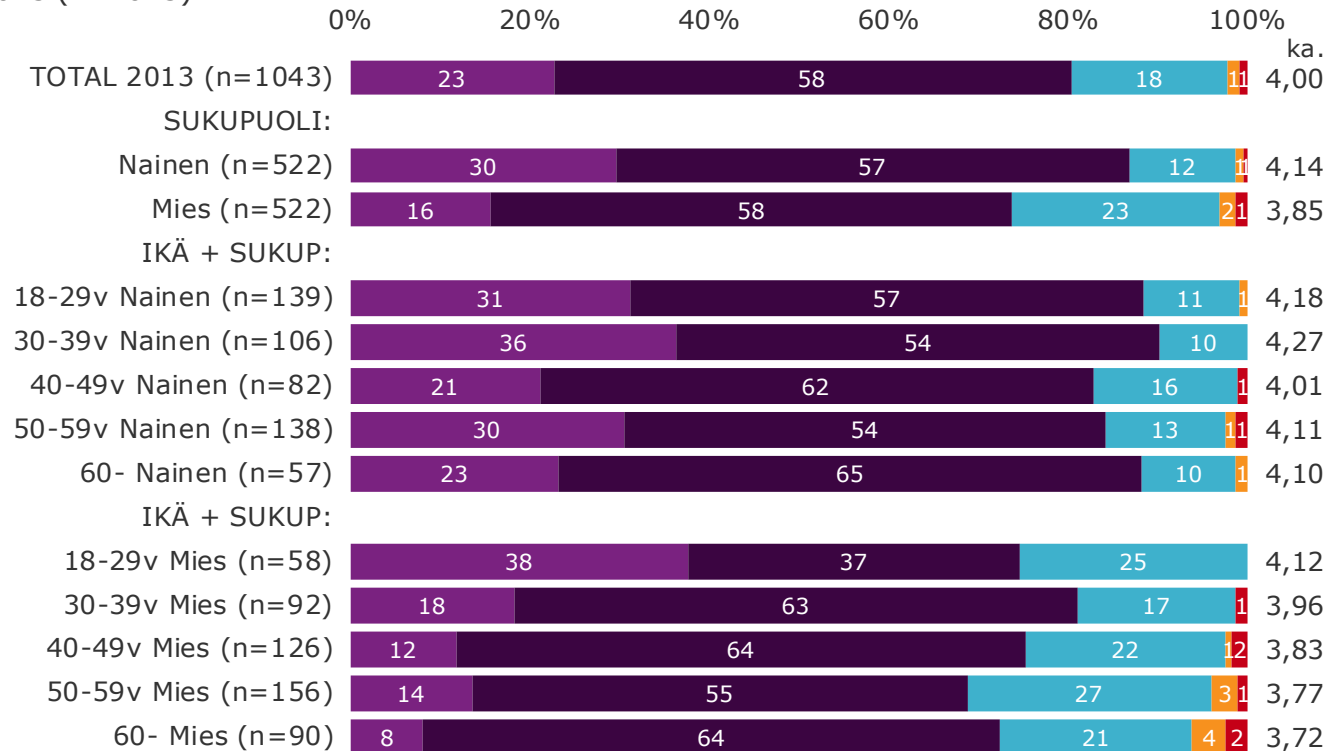
**PRO LUOMU** 

The Pro Luomu logo features the text 'PRO LUOMU' in a bold, green, sans-serif font, followed by a stylized green leaf icon.

# Luomuvalikoiman muutos viime vuosina

Onko luomuvalikoima viime vuosina mielestäsi...?

TOTAL 2013 (n=1043)  
(1/2)



■ Kasvanut merkittävästi 5  
■ Vähentynyt hiukan 2

■ Kasvanut hiukan 4  
■ Vähentynyt merkittävästi 1

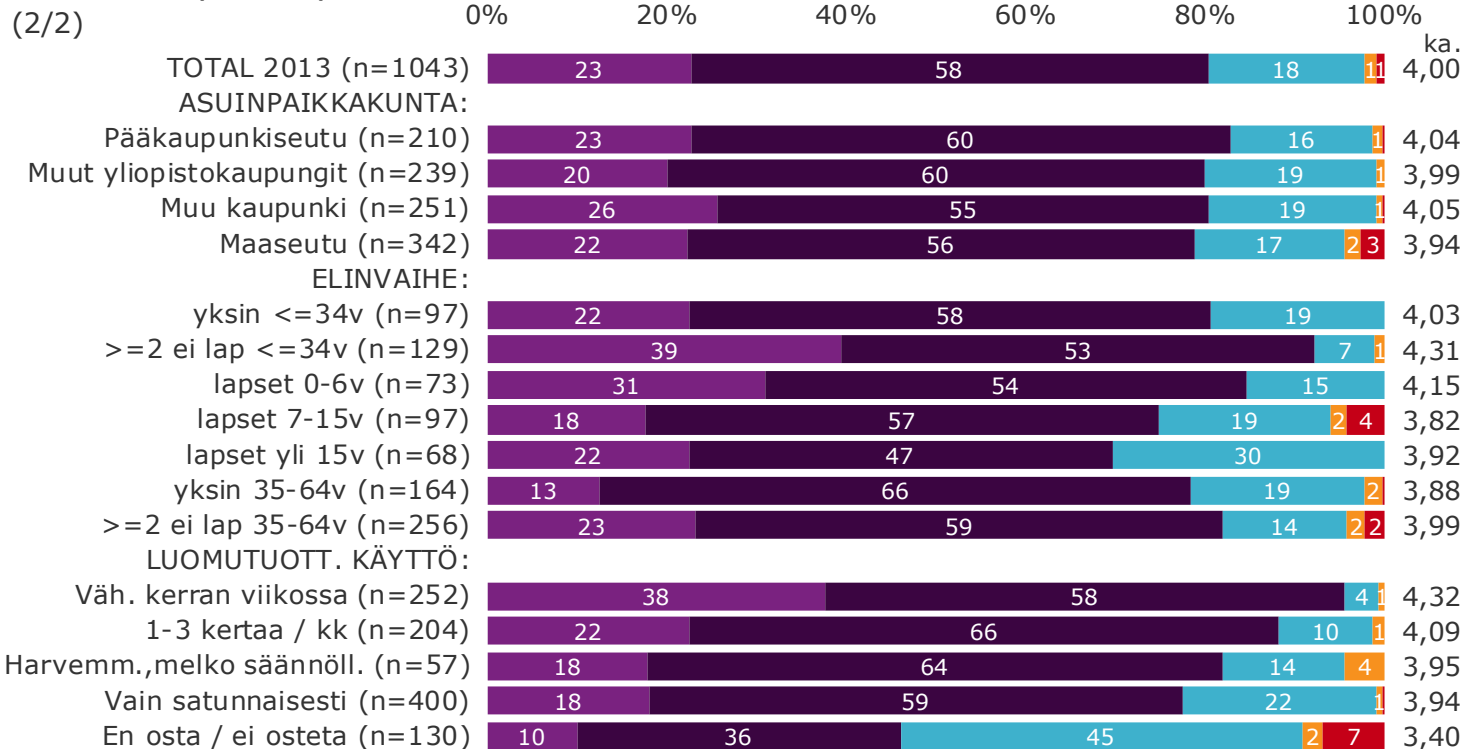
■ Pysynyt samana 3



# Luomuvalikoiman muutos viime vuosina

Onko luomuvalikoima viime vuosina mielestäsi...?

TOTAL 2013 (n=1043)



■ Kasvanut merkittävästi 5

■ Kasvanut hiukan 4

■ Pysynyt samana 3

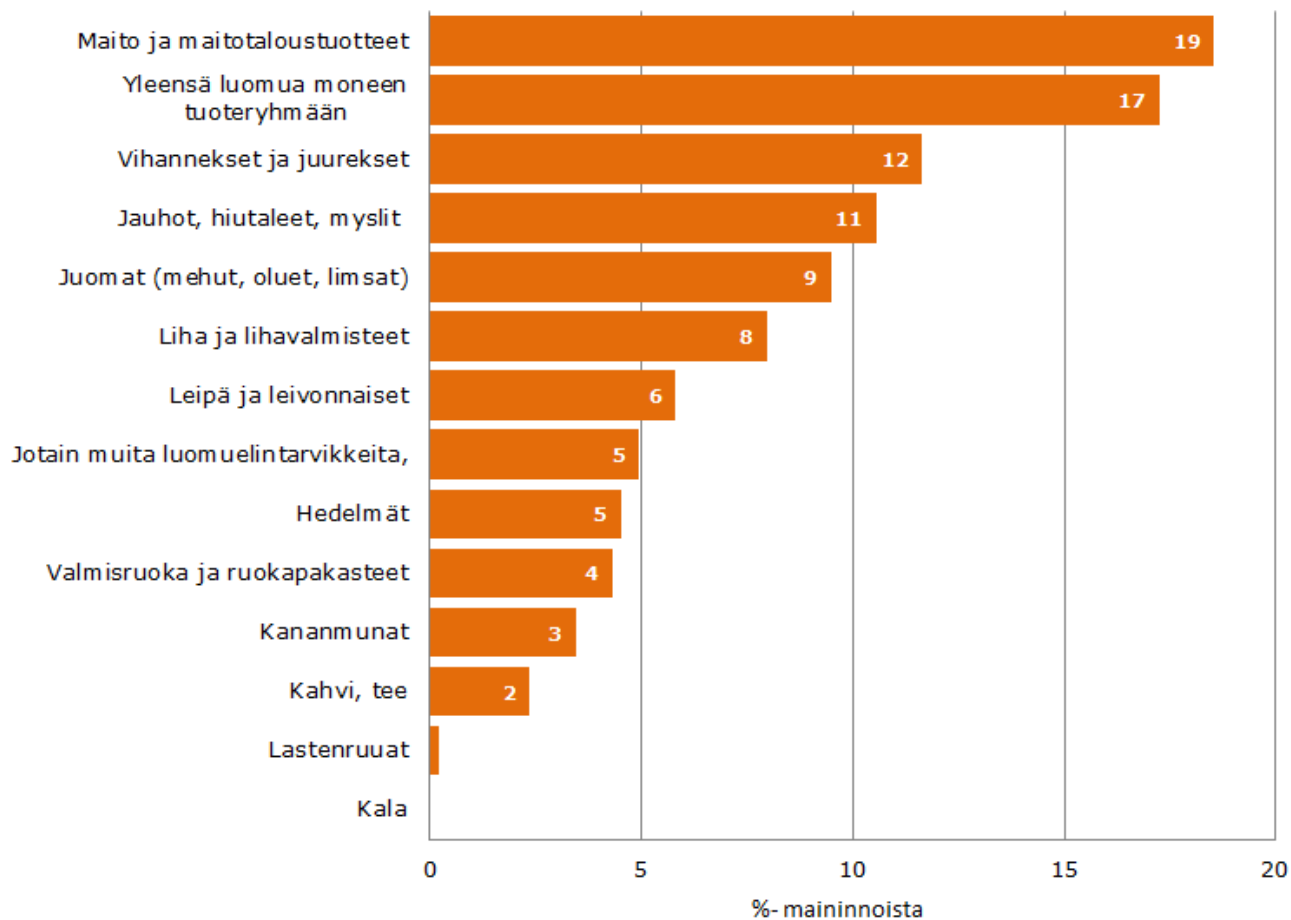
■ Vähentynyt hiukan 2

■ Vähentynyt merkittävästi 1

# Havaitut uudet luomutuotteet

- avoin kysymys

## "Mitä uusia luomutuotteita olet havainnut?" -45 % mainitsi jonkun tuotteen



Suomen Gallup Elintarviketieto Oy / Luomun kuluttajabarometri 2013

PRO LUOMU

# Luomuun liittyvä tieto ja tietolähteet

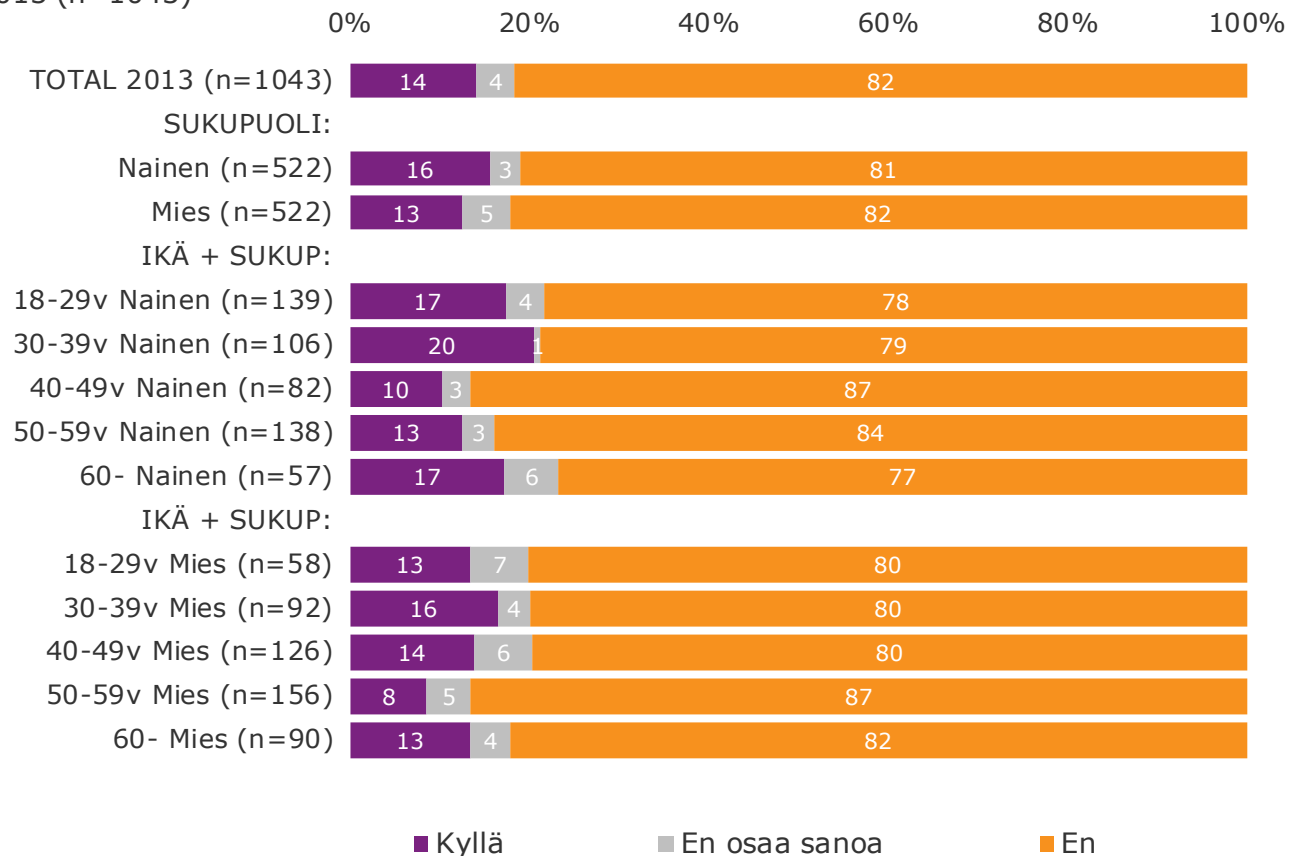


# Etsinyt luomuun liittyvää tietoa

Oletko etsinyt luomuun liittyvää tietoa?

TOTAL 2013 (n=1043)

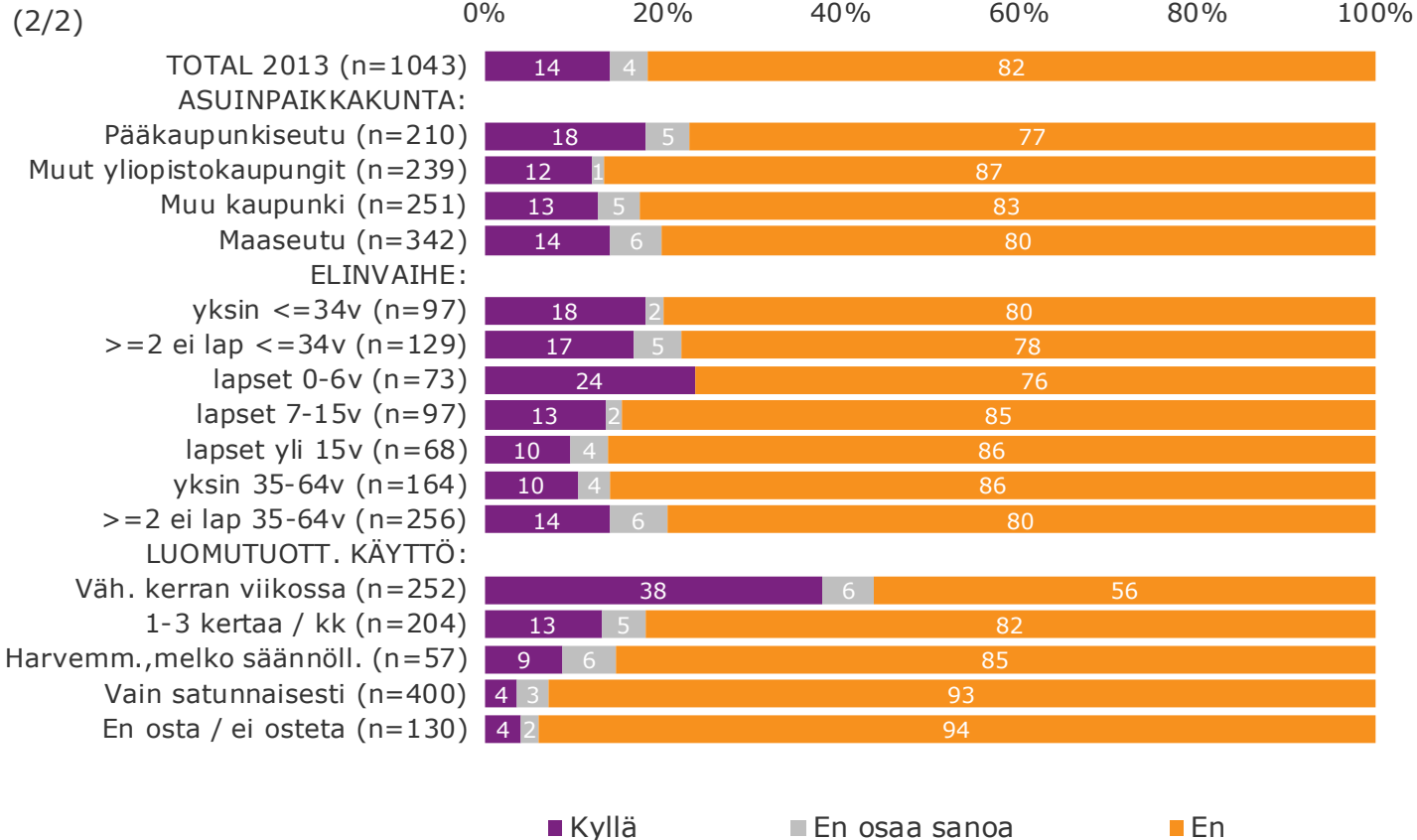
(1/2)



# Etsinyt luomuun liittyvää tietoa

Oletko etsinyt luomuun liittyvää tietoa?

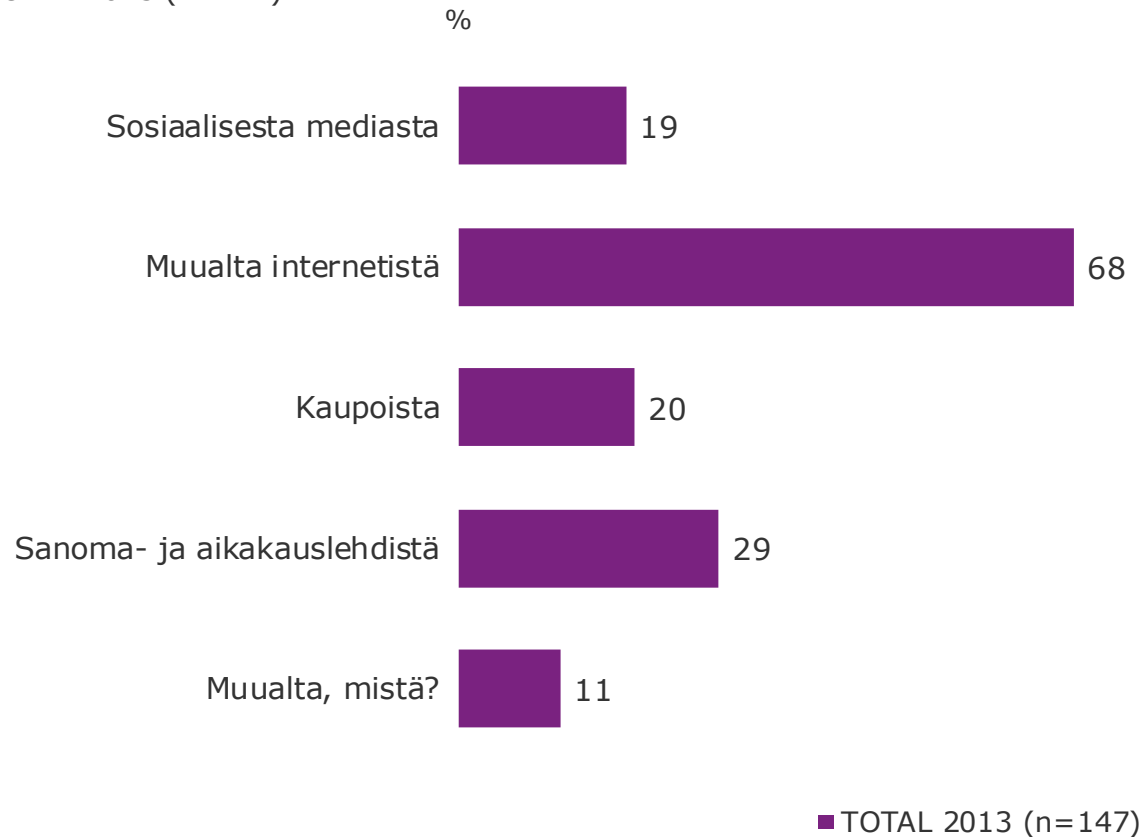
TOTAL 2013 (n=1043)



# Luomuun liittyvät tietolähteet

Mistä olet etsinyt?

TOTAL 2013 (n=147)



# Luomuun liittyvät tietolähteet

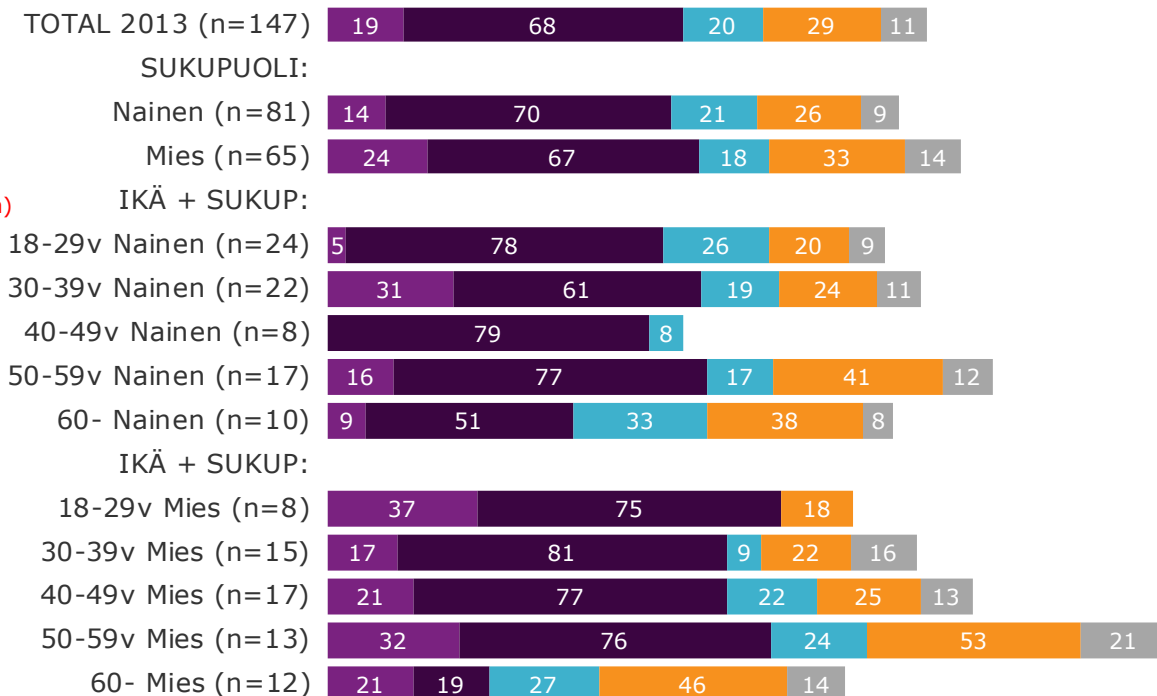
Mistä olet etsinyt?

TOTAL 2013 (n=147)

(1/2)

0% 50% 100% 150% 200%

Huomioi pieni  
vastaajamäärä (n)



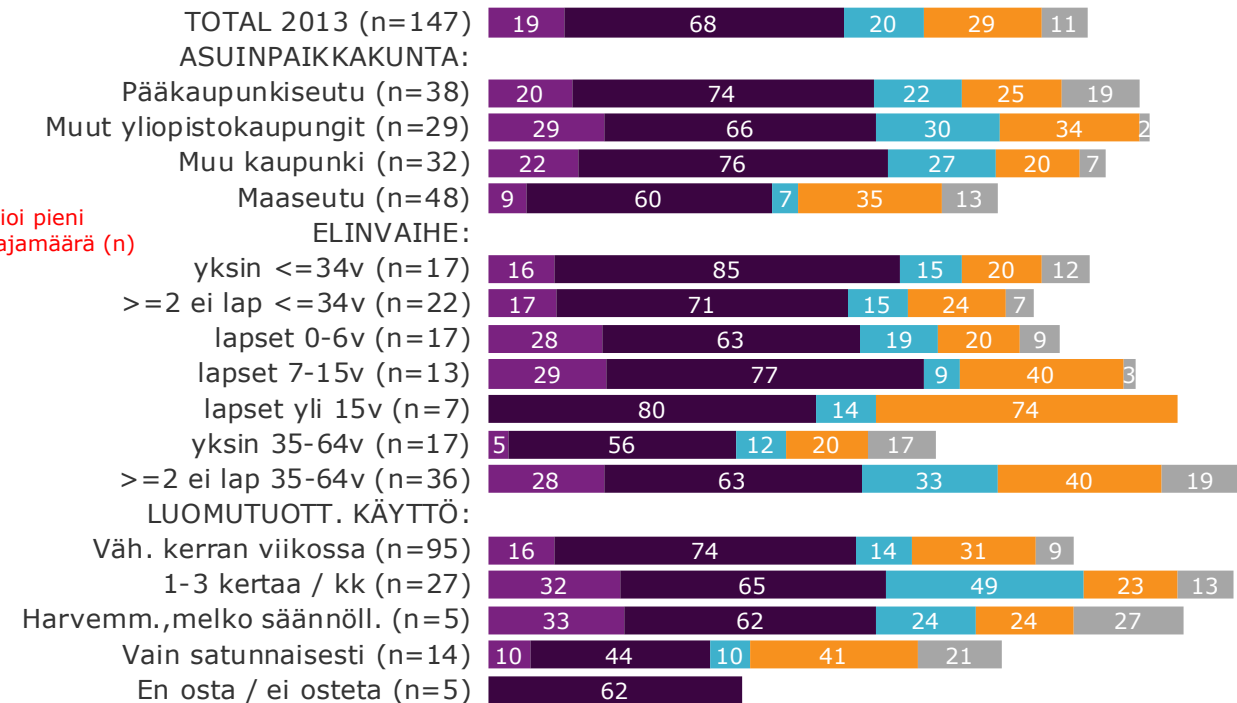
■ Sosiaalisesta mediasta ■ Muualta internetistä ■ Kaupoista ■ Sanoma- ja aikakauslehdistä ■ Muualta, mistä?

# Luomuun liittyvät tietolähteet

Mistä olet etsinyt?

TOTAL 2013 (n=147)  
(2/2)

0% 50% 100% 150% 200%



Huomioi pieni  
vastaajamäärä (n)

■ Sosiaalisesta mediasta ■ Muualta internetistä ■ Kaupoista ■ Sanoma- ja aikakauslehdistä ■ Muualta, mistä