

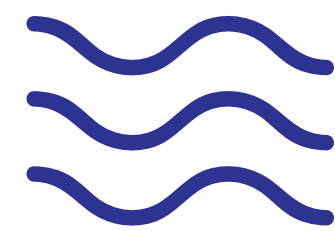


Suomalaiset ja luomu

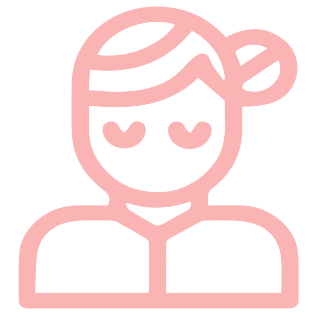
2021

Miltä näyttää luomukuluttaja vuonna 2021?

  **1,7**
MILJOONAA SUOMALAISTA
SYÖ LUOMUA
joka viikko.

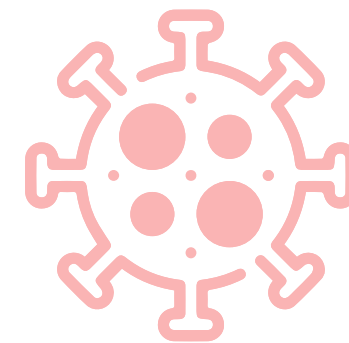
20% 
SUOMALAISISTA KOKEE
KORONAPANDEMIAN
lisänneen
kiinnostusta
LUOMURUOKAA KOHTAAN.

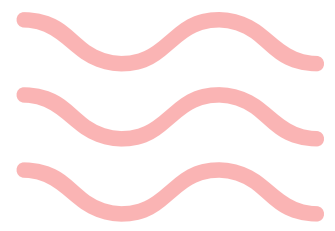
LUOMUN
AKTIIVIKULUTTAJAT 
ARVOSTAVAT
ympäristövastuuta
KESKIMÄÄRÄISTÄ ENEMMÄN,
ja ovat vastuullisen
KULUTTAMISEN EDELLÄKÄVIJÖITÄ.

**LAPSI-
PERHEET &** 
60-vuotiaat
NAISET OVAT EDELLEEN
KESKEISIÄ KÄYTTÄJÄRYHMIÄ.

AKTIIVIKULUTTAJISTA
LÄHES **JOKA KOLMAS**
OSTAA LUOMUA
useamman
kerran
VIIKOSSA.

Yli
80%
AKTIIVIKULUTTAJISTA
arvioi lisäävänsä
LUOMUN KULUTUSTA
jatkossa.

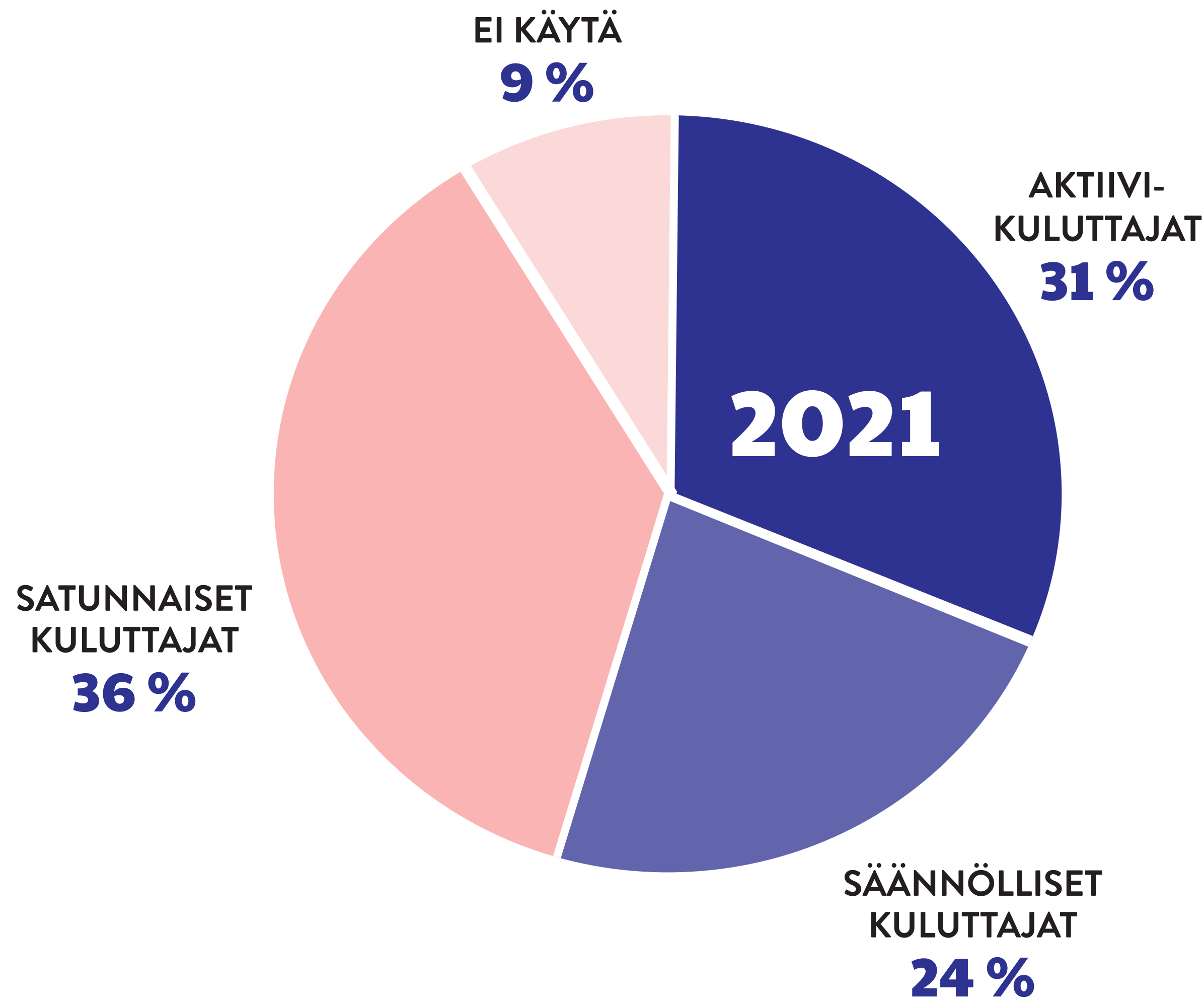



PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN
VERKKOKAUPASTA ON TULLUT
LUOMUN
KOLMANNEKSI SUURIN
ostospaikka.




Nuorten naisten &
30-50
VUOTIAIDEN MIESTEN
osuus ostajista on
KASVANUT.

Suomalaiset luomun ostajina



Aktiiviset

- * Ostavat luomua joka viikko.
- * Ryhmässä korostuvat yli 60-vuotiaat naiset, sekä alle 30-vuotiaat naiset.
- * Myös 30-50 vuotiaiden miesten osuus on kasvanut.
- * Ryhmässä korostuvat lapsiperheet, ja korkeasti koulutetut, vaikka erot koulutustasojen välillä ovat tasaantuneet.
- * Ryhmässä korostuu kiinnostus ruuan alkuperää kohtaan.

Säännölliset

- * Ostavat luomua vähintään kerran kuukaudessa.
- * Ryhmässä korostuvat alle 30-vuotiaat miehet, sekä 40-50 vuotiaat naiset.
- * Myös yli 60 vuotiaiden miesten osuus on kasvanut.
- * Ryhmässä korostuvat keskituloiset, mutta myös pienempituloiset ovat kasvattaneet osuuttaan.

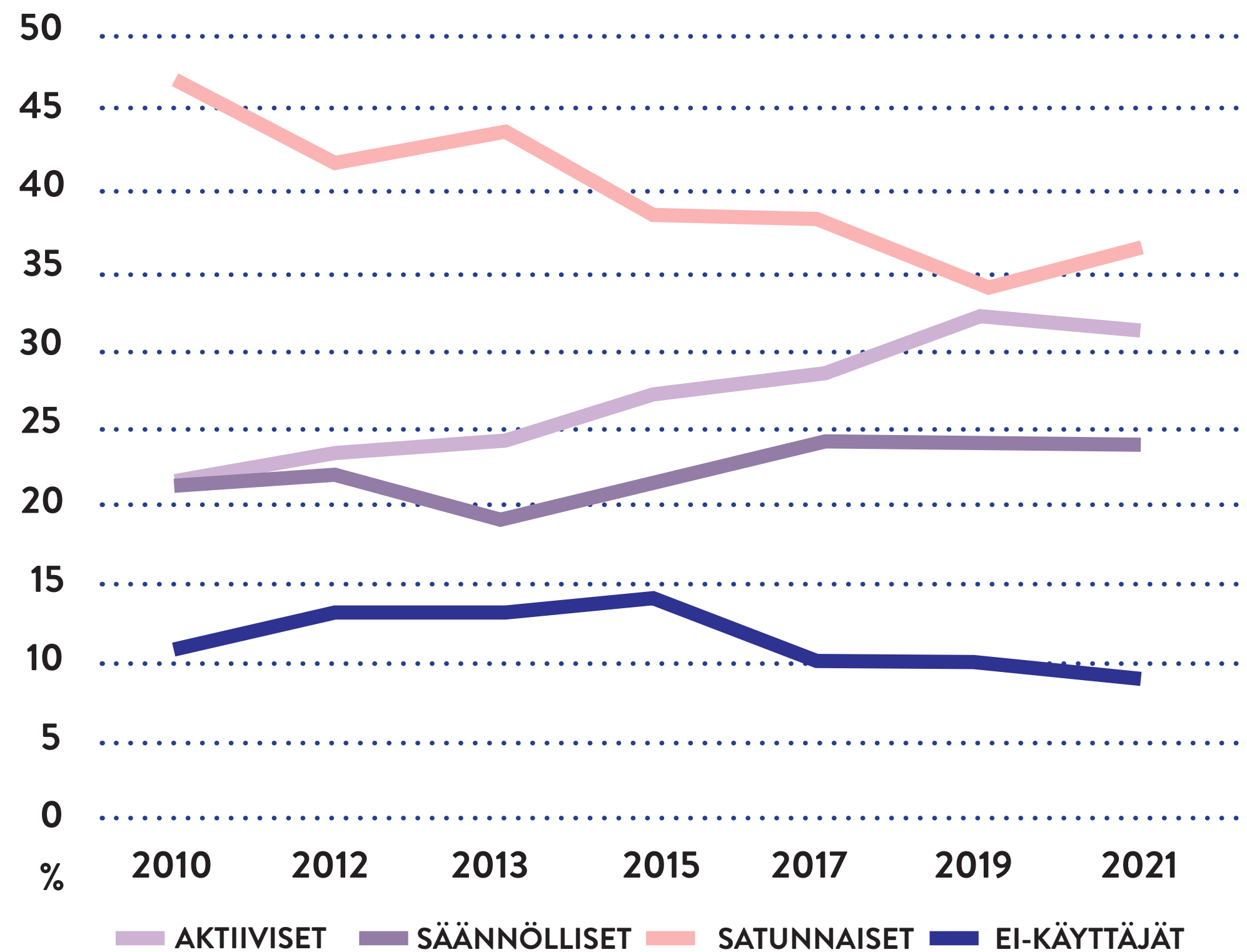
Satunnaiset

- * Ostavat luomua silloin tällöin.
- * Ryhmässä korostuvat yli 60-vuotiaat miehet, ja 30-40 vuotiaat naiset.
- * Ryhmässä korostuu perusasteen koulutustaso.
- * Asuinpaikkana usein maaseutu.

Lähde: Luomun kuluttajabarometri 2021 (Kantar TNS Agri Oy).
Kysytty: Kuinka usein ostat / talouteesi ostetaan luomuelintarvikkeita?

Luomun kulutuksen kehitys

Luomun ostajaryhmien kehitys 2010-2021



2,2 MILJOONAA SUOMALAISTA ostaa luomua säännöllisesti, eli vähintään joka kuukausi.



Luomulla on **550 000 OSTAJAA** enemmän kun vuonna 2010.

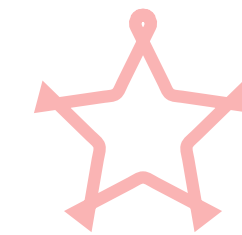


Koronapandemian aikana luomun ostaminen on säilynyt **SAMALLA TASOLLA**, kuin sitä edeltävänä aikana, mikä voi johtua pandemian aikaisesta ostokäyttäytymisen muutoksesta.

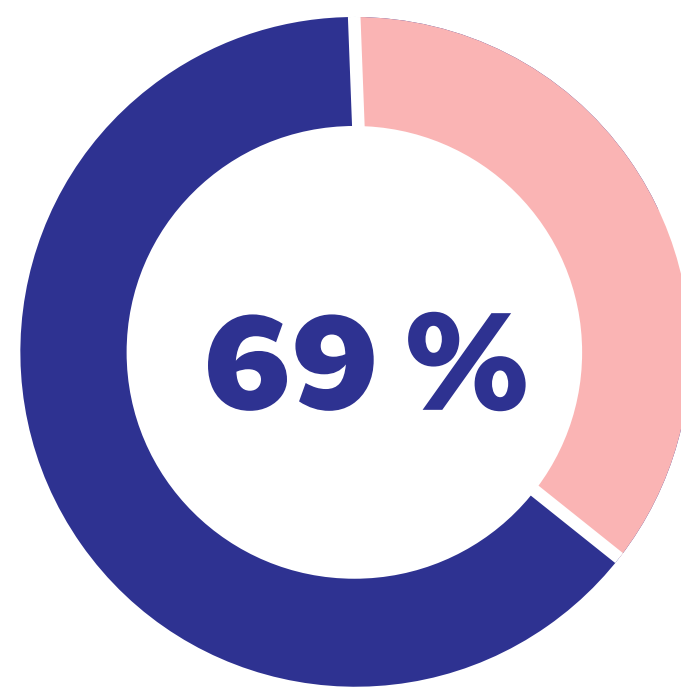
Luomun kasvu jatkuu



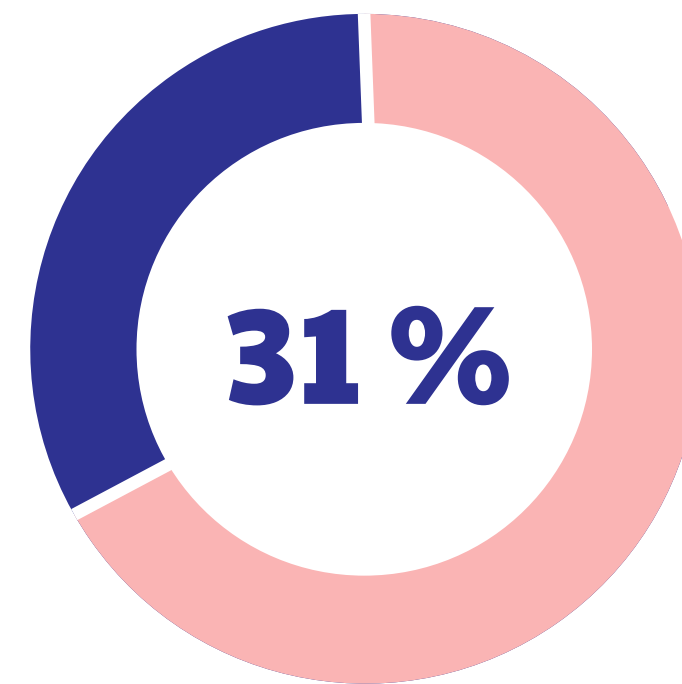
HEDELMIÄ, VIHANNEKSIA, KANANMUNIA
SEKÄ LIHATUOTTEITA aiotaan erityisesti ostaa
luomuna nykyistä enemmän.



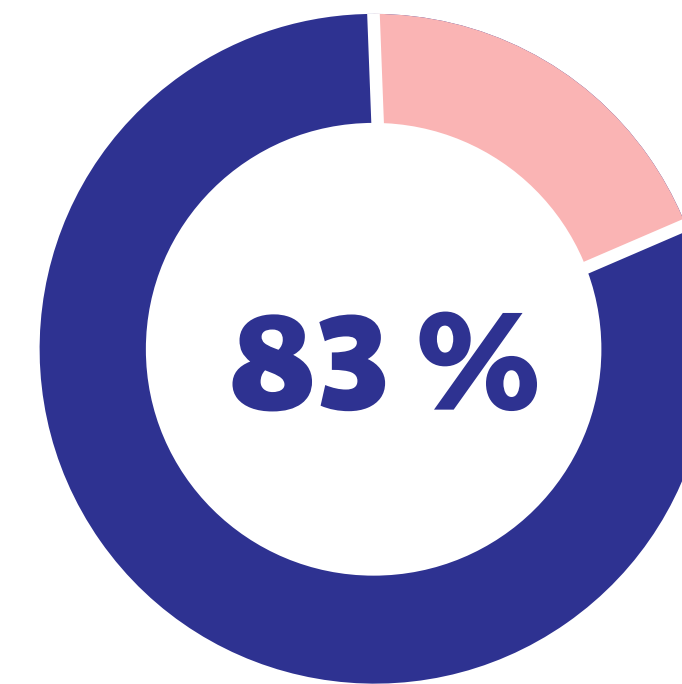
Etenkin luomun AKTIIVIKULUTTAJAT ovat
lisänneet luomun käyttöä ja AIKOVAT LISÄTÄ
sitä jatkossakin.



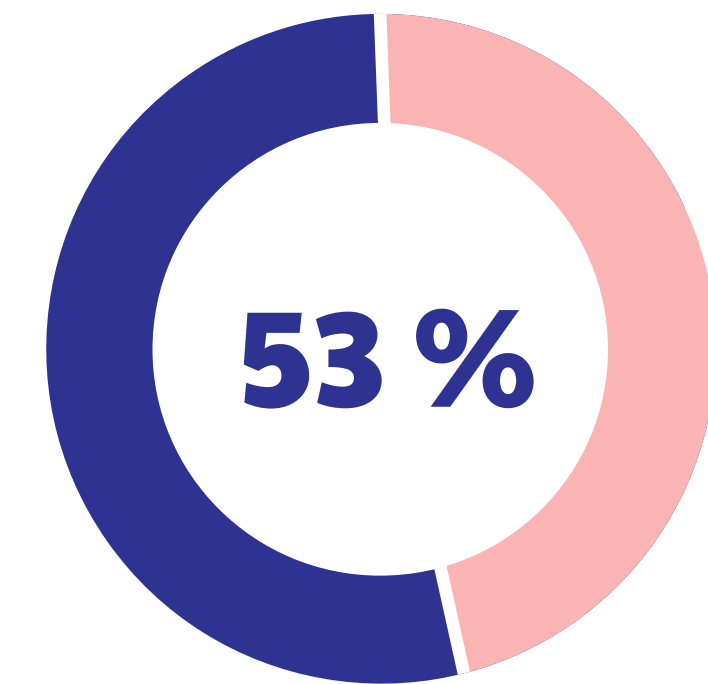
69 %
AKTIIVIKULUTTAJISTA ON
LISÄNNYT LUOMUN
KÄYTTÖÄ.



31 %
VÄESTÖSTÄ ON
LISÄNNYT
LUOMUN KÄYTTÖÄ.

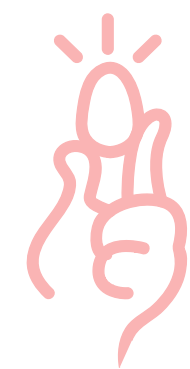


83 %
AKTIIVIKULUTTAJISTA
AIKOO LISÄTÄ LUOMUN
KULUTUSTA JATKOSSA.

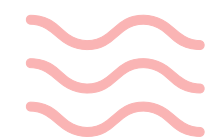


53 %
VÄESTÖSTÄ AIKOO LISÄTÄ
LUOMUN KULUTUSTA
JATKOSSA.

Tärkeimmät syyt suosia luomua



Suomalaisille PUHTAUS, TORJUNTA-AINEETTOMUUS JA LISÄAINEETTOMUUS ovat tärkeimmät syyt ostaa luomua. Lisäksi ympäristöystävällisyys sekä terveellisyys korostuvat ostoperusteissa.

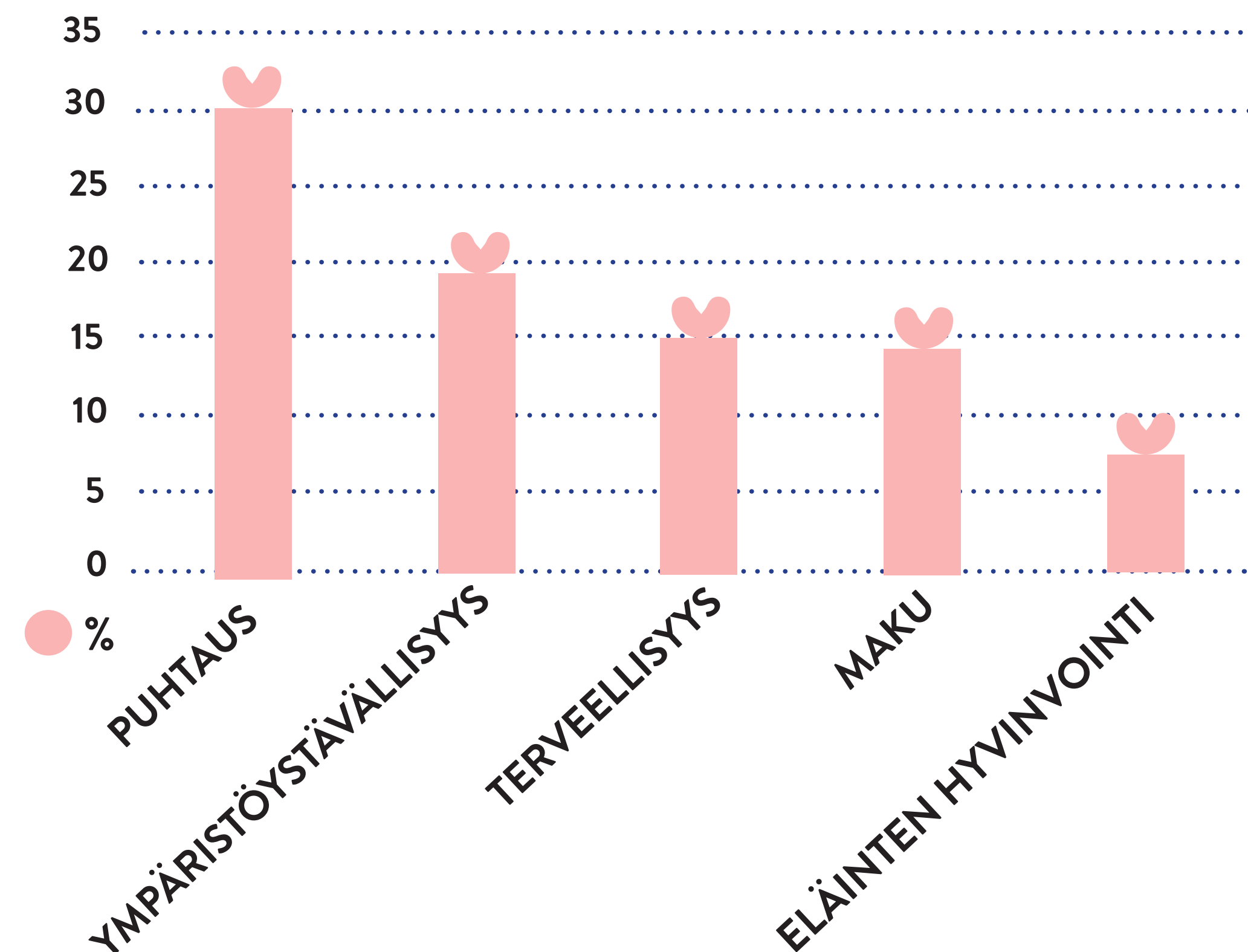


MAUN MERKITYS ostoperusteena on LASKENUT muiden ominaisuuksien korostuessa enemmän.



Luomun aktiivikuluttajilla korostuvat useat ominaisuudet kuten MAKU, TERVEELLISYYS JA ELÄINTEN HYVINVOINTI, puhtauden ohella.

Tärkein syy ostaa luomuelintarvikkeita



Vastuullisuuteen liittyvien ominaisuuksien tärkeys

Kysyttäessä vastuullisuuteen liittyvien ominaisuuksien tärkeydestä, vähintään melko tärkeänä pitää...

ANTIBIOOTTI-
VAPAUS

70 % 90 %

YMPÄRISTÖ-
YSTÄVÄLLINEN
PAKKAUS

73 % 88 %

TUOTANTO
YLLÄPITÄÄ LUONNON
MONIMUOTOISUUTTA

71 % 90 %

LUOMU-
TUOTANTO

55 % 89 %

PIENI
HIILIJALANJÄLKI

61 % 82 %

TUOTANNOSSA
TEHTY ENEMMÄN
KUIN LAINSÄÄDÄNTÖ
VAATII ELÄINTEN
HYVINVOINNIN
TURVAAMISEKSI

72 % 87 %



Ruuan VASTUULLISUUS on suomalaisille edelleen tärkeää.



Luomun aktiivikuluttajat ARVOSTAVAT RUUAN VASTUULLISUUTTA keskimääräistä enemmän.

VÄESTÖ %
AKTIIVIKULUTTAJAT %

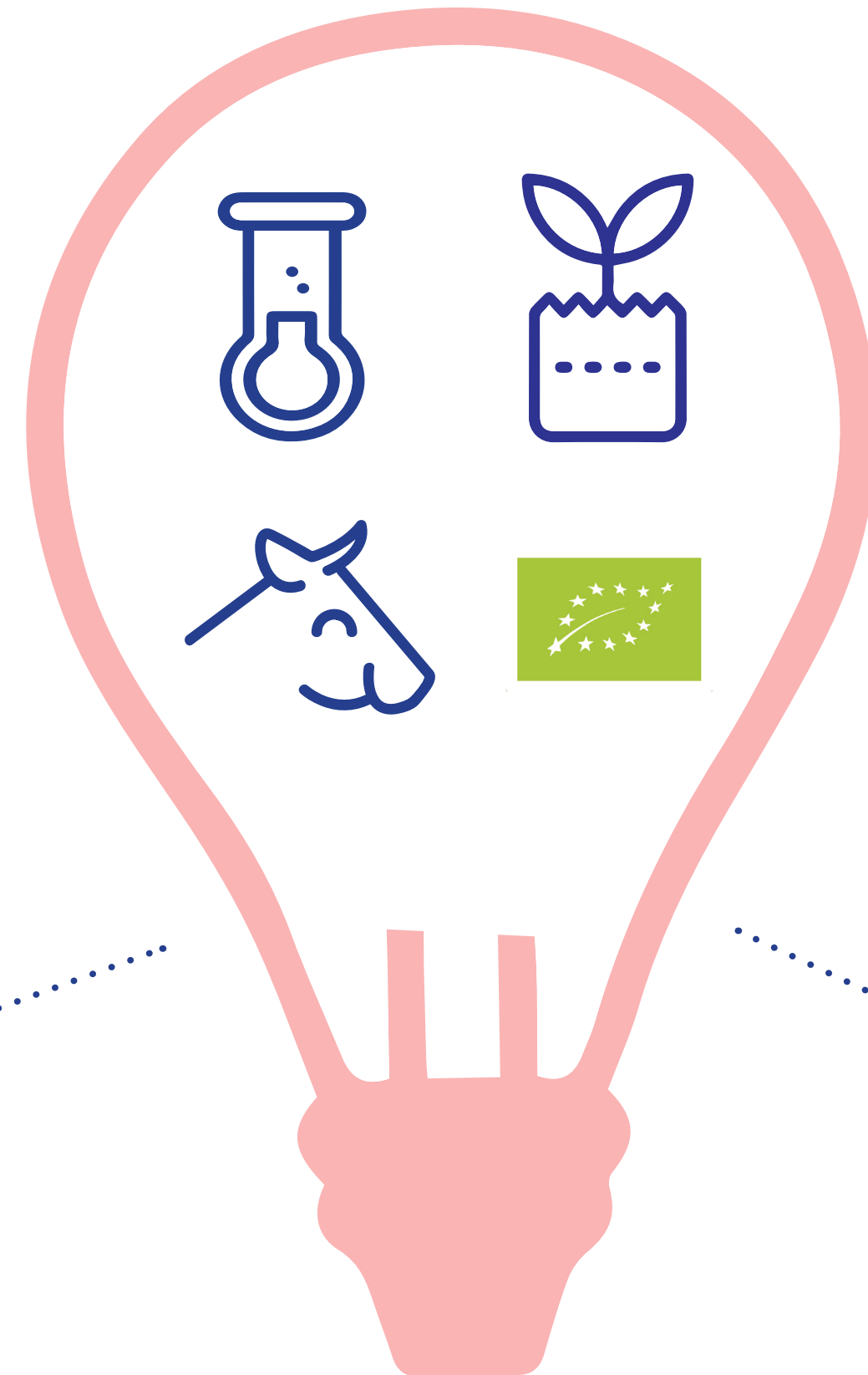
Mitä luomusta tiedetään?

98 %
TIETÄÄ, ETTÄ
LUOMUTUOTTEISSA
ON RAJOITUKSIA
LISÄAINEIDEN
KÄYTÖLLE

92 %
TIETÄÄ, ETTÄ
TUOTANNOSSA
EI SAA KÄYTTÄÄ
KEINOLANNOITTEITA

58 %
TIETÄÄ,
ETTÄ LUOMULEHMÄT
LAIDUNTAVAT

52 %
TIETÄÄ, ETTÄ
LUOMUN TUOTAN-
TOMENETELMIÄ
KOSKEVAT SÄÄDÖKSET
ON MÄÄRITELTY EU:N
LAINSÄÄDÄNNÖSSÄ



Luomun merkityksen ymmärtäminen

Kysyttäessä luomuun liittyvistä väittämistä, vähintään melko samaa mieltä väitteen kanssa oli...

LUOMUTUOTANTO
TUKEE LUONNON
MONIMUOTOISUUTTA

69 % 89 %

LUOMUTUOTANTO
OTTAÄ ELÄINTEN
HYVINVOINNIN
PAREMMIN HUOMIOON
KUN TAVANOMAINEN
TUOTANTO

66 % 89 %

LUOMURUOKA
ON PUHDASTA
HAITALLISISTA
AINEISTA

68 % 88 %

TUOTANNOSSA
ON HUOMIOITU
YMPÄRISTÖN
HYVINVOINTI
PAREMMIN

63 % 88 %

VÄESTÖ %
AKTIIVIKULUTTAJAT %



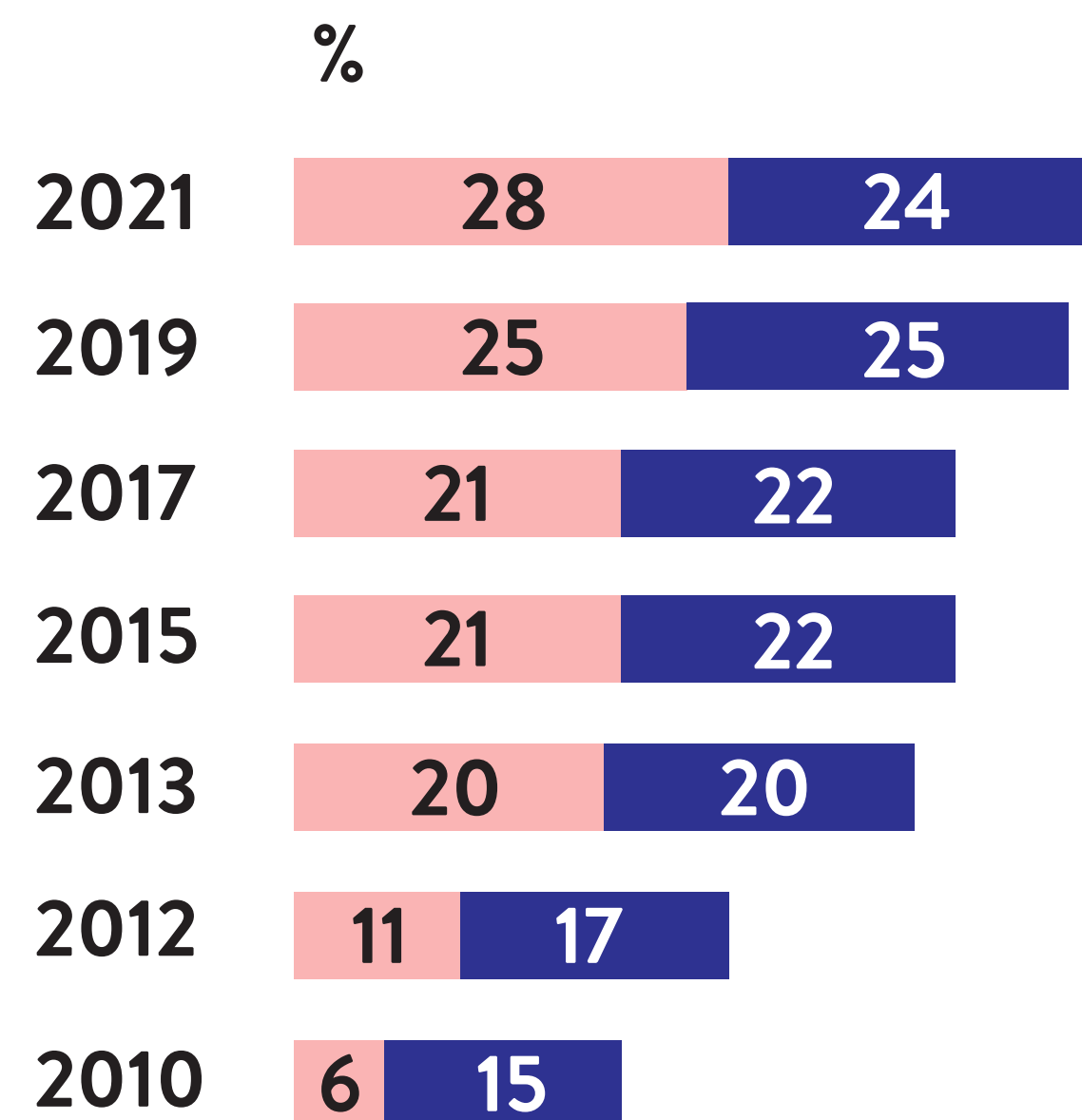
Suomalaiset TUNTEVAT LUOMUA
jo melko HYVIN.



Luomun AKTIIVIKULUTTAJILLA
on keskimääräistä PAREMPI KÄSITYS
luomun MERKITYKSESTÄ.

Luomumerkin tunnettuus on kasvussa

Lehtimerkin tunnettuuden kehitys (EU:n luomumerkki)



EU:n LEHTIMERKKI kertoo, että ruoka tai juoma on TUOTETTU VALVOTUSTI ja EU:n LUOMUEHTOJEN MUKAISESTI.



28 % SUOMALAISISTA TUNNISTAA varmuudella LUOMUMERKIN. Tunnettuus on kasvanut tasaisesti vuosikymmenen ajan.



ON LUOMUMERKKI



OLETAN, ETTÄ ON LUOMUMERKKI

Luomun kulutus pohjoismaissa

**Luomun markkinaosuus ruokakaupassa,
sekä suurimmat tuoteryhmät
luomumyynnissä vuonna 2020**



SUOMESSA LUOMUN
MARKKINASEURANTA
EI SISÄLLÄ
ALKON MYYNTIÄ.

1. Maitotuotteet
2. Vilja- ja leivontatuotteet



NORJA

2,0%

(v. 2018)

1. Hedelmät, vihannekset
2. Maito, juusto, munat



TANSKA

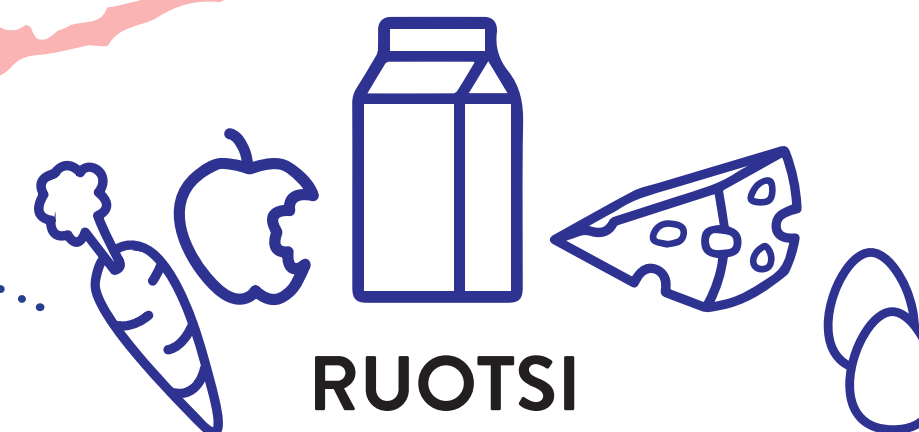
12,8%

1. Hedelmät, vihannekset
2. Maito ja muut nestemäiset maitotuotteet



SUOMI

2,6%



RUOTSI

8,7%

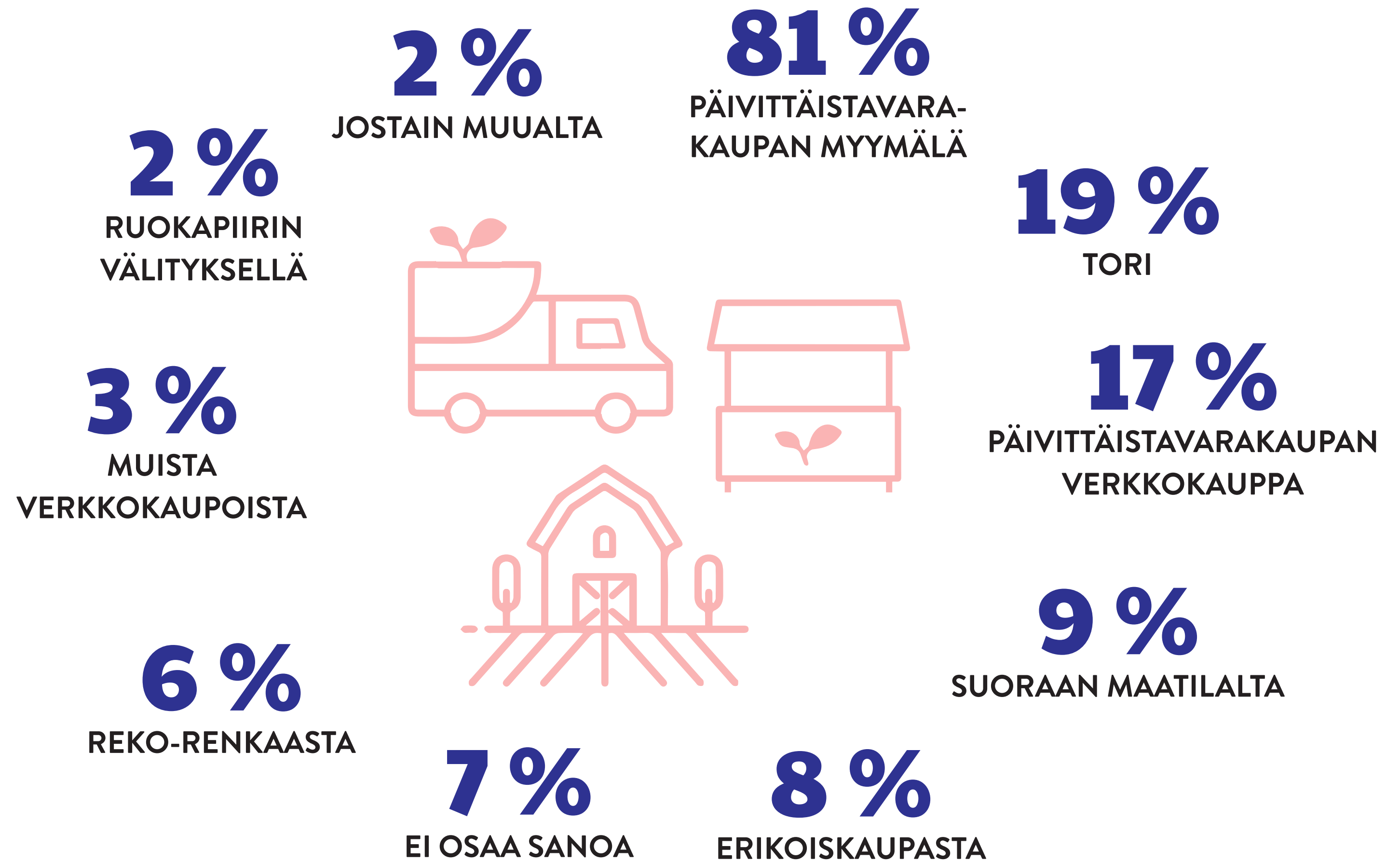
1. Hedelmät ja vihannekset
2. Maito, juusto, kananmunat

Mistä luomua ostetaan?

Suomalaisten käyttämät luomun ostokanavat:

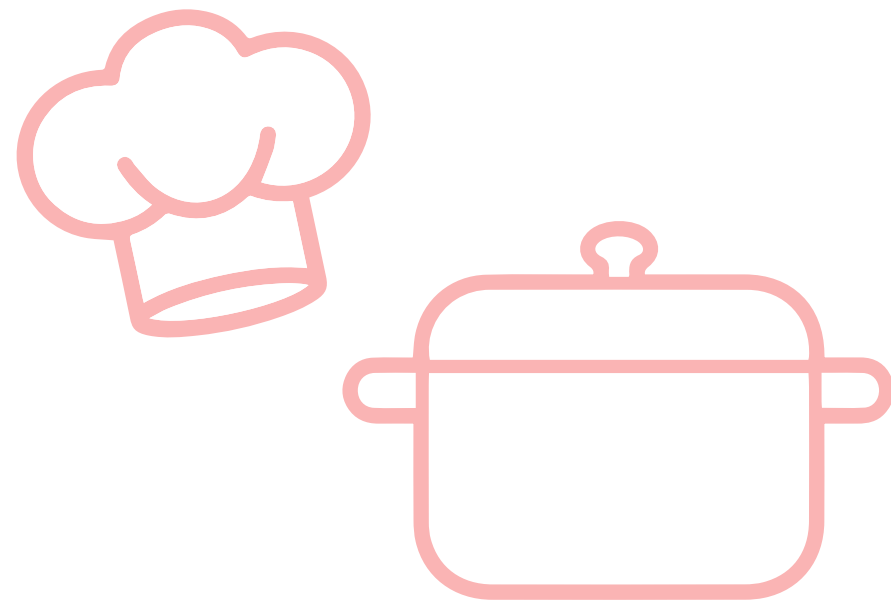
~~~~ Päivittäistavarakaupan VERKKOKAUPPA on luomun KOLMANNEKSI TÄRKEIN ostopaikka.

~~~~ Erityisesti NUORET AIKUISET JA LAPSIPERHEET OSTAVAT luomua verkkokaupasta.

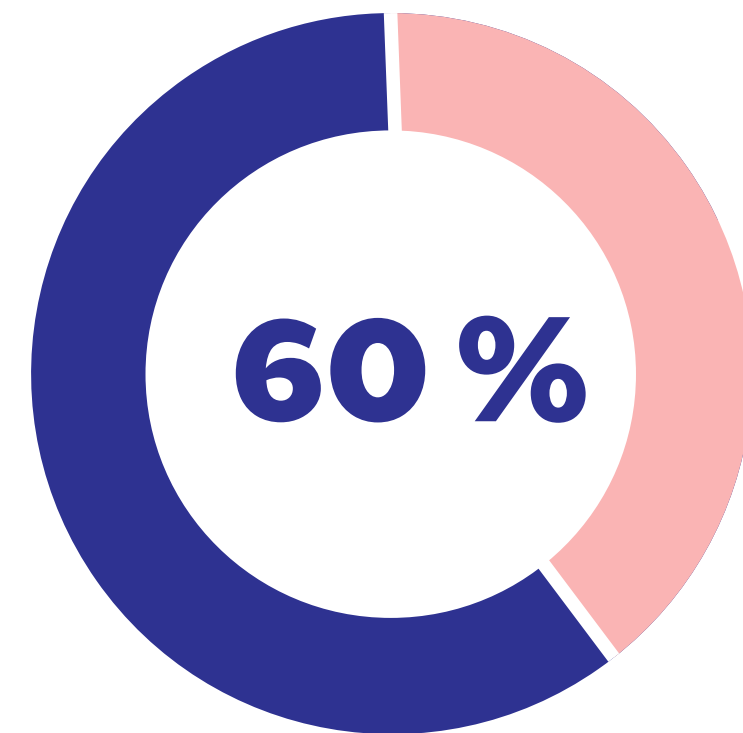


Lähde: Luomun kuluttajabarometri 2021 (Kantar TNS Agri Oy).
 Kysytty: Mistä olet ostanut luomuelintarvikkeita viimeisen vuoden aikana?
 Mainitse kolme tärkeintä ostopaikkaasi?

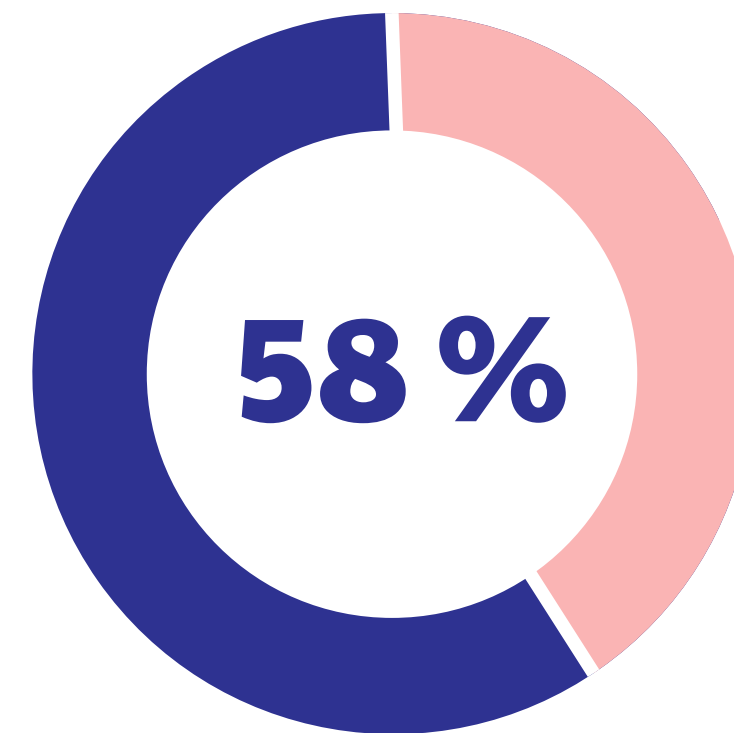
Luomua halutaan syödä myös kodin ulkopuolella



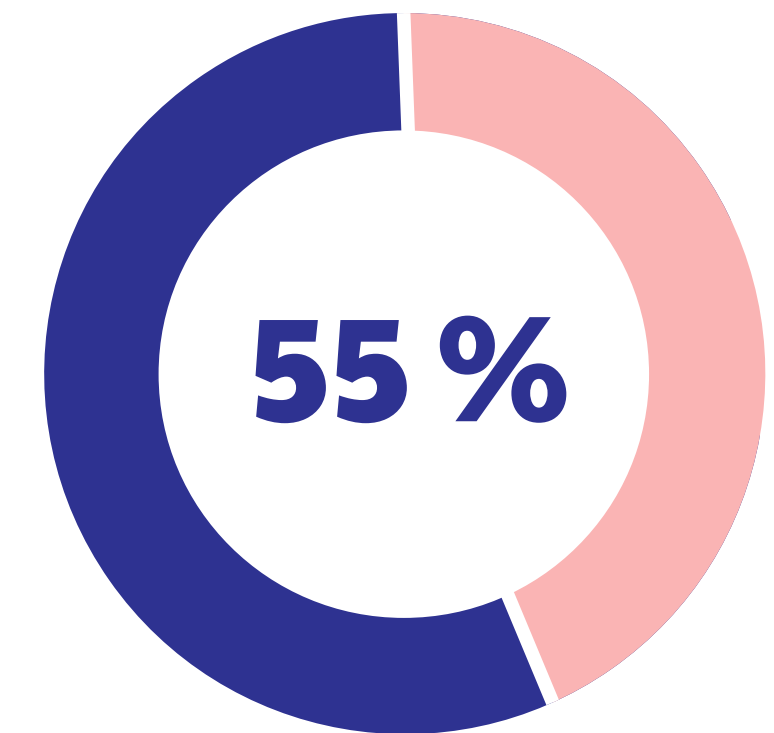
LUOMUN TARJOAMISTA julkisissa ruokapalveluissa pidetään lähdes **YHTÄ TÄRKEÄNÄ**, kuin kaksi vuotta sitten.



60 %
PITÄÄ LUOMUN
TARJOAMISTA KOULUISSA JA
PÄIVÄKODEISSA VÄHINTÄÄN
MELKO TÄRKEÄNÄ.



58 %
PITÄÄ LUOMUN
TARJOAMISTA
RAVINTOLOISSA VÄHINTÄÄN
MELKO TÄRKEÄNÄ.



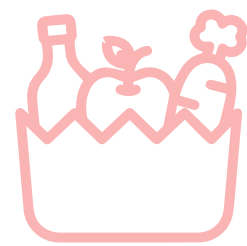
55 %
PITÄÄ LUOMUN
TARJOAMISTA
TYÖPAIKKARUOKAILUSSA
VÄHINTÄÄN MELKO TÄRKEÄNÄ.

Mikä edistäisi luomun menekkiä?

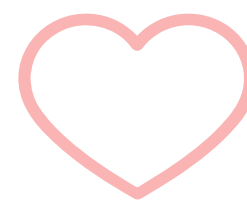
Mikä lisääisi luomun ostoa?



YLI PUOLET suomalaisista voisi ostaa enemmän luomuelintarvikkeita, jos niiden hinta **OLISI HALVEMPI**. Hinnan merkitys on kuitenkin vähentynyt.



Suhteessa koko väestöön, aktiivikuluttajat kaipaavat parempaa **SAATAVUUTTA** ja laajempia **VALIKOIMIA** luomuun.



Suhteessa koko väestöön, säännölliset käyttäjät kaipaavat **VAKUUTTUMISTA** siitä, että tuottaja saa tuotteesta **OIKEUDENMUKAISEN HINNAN**, sekä vakuuttumista **LUOMUN EROISTA** tavanomaiseen.

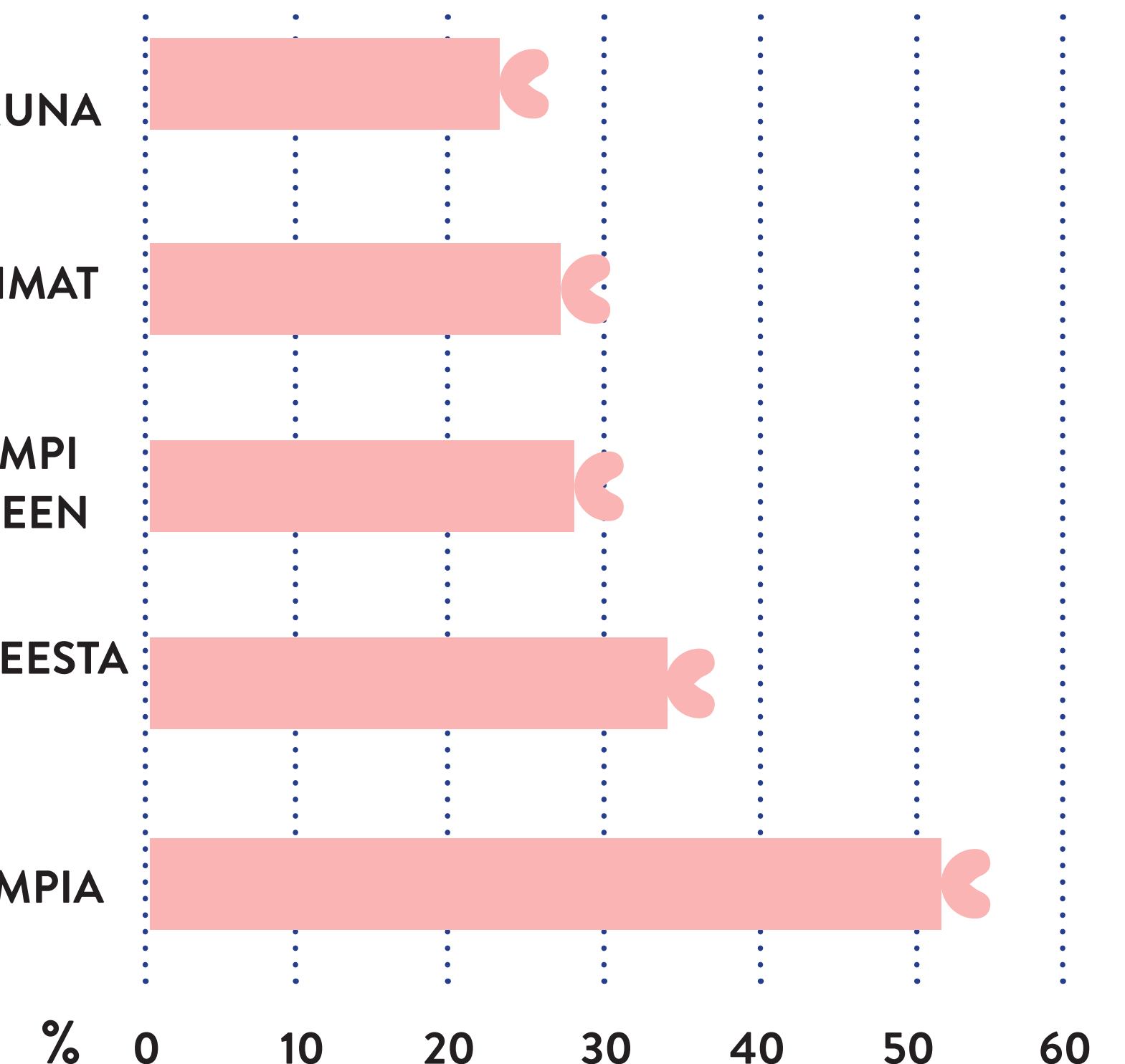
TIETÄISIN PAREMMIN, MITÄ
KAIKKIA TUOTTEITA ON LUOMUNA

TUOTTEISTA OLISI LAAJEMMAT VALIKOIMAT

OLISIN VAKUUTTUNEEMPI
EROISTA TAVANOMAISEEN

TIETÄISIN, ETTÄ TUOTTAJA SAA TUOTTEESTA
OIKEUDENMUKAISEN HINNAN

TUOTTEET OLISIVAT EDULLISEMPIA



Lähde: Luomun kuluttajabarometri 2021 (Kantar TNS Agri Oy).
Kysytty: 1) Kuinka todennäköisesti ostaisit luomuelintarvikkeita enemmän jos...?
2) Onko luomuvalikoima viime vuosina mielestäsi...



YLI 60 % SUOMALAISISTA KOKEE LUOMUVALIKOIMAN KASVANEEN VIIME VUOSIEN AIKANA. AKTIIVIKULUTTAJISTA TÄMÄ OSUUS ON 84 %

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE

