

PRO LUOMU 

LUOMUTUOTTEIDEN

mahdollisuudet ja

markkina-aukot

kaupan valikoimassa

Marja-Riitta Kottila, Pro Luomu ry

marja-riitta.kottila@proluomu.fi



Euroopan maaseudun
kehittämisen maatalousrahasto:
Eurooppa investoi maaseutualueisiin



Selvityksen tarkoitus ja toteutus

Selvityksen tarkoitus oli tunnistaa päivittäistavarakaupan tarjonnasta luomutuotteiden kysyntäpotentiaalia ja aukkoja luomuvalikoimassa. Selvitys on osa **Luomubuumi - lisää luomutuotteita rohkeilla kokeiluilla ja paremmalla osaamisella** -hanketta, jonka toteuttavat Luonnonvarakeskus ja Helsingin yliopiston Ruralia-instituutti. Hanketta rahoittaa Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelma 2014-2020.

Selvitys pohjautuu luomumarkkinaa koskeviin selvityksiin ja tutkimuksiin sekä S- ja K-ryhmän kaupan asiantuntijoiden haastatteluihin tammikuussa 2019.

Selvityksen toteutti toiminnanjohtaja Marja-Riitta Kottila / Pro Luomu ry.

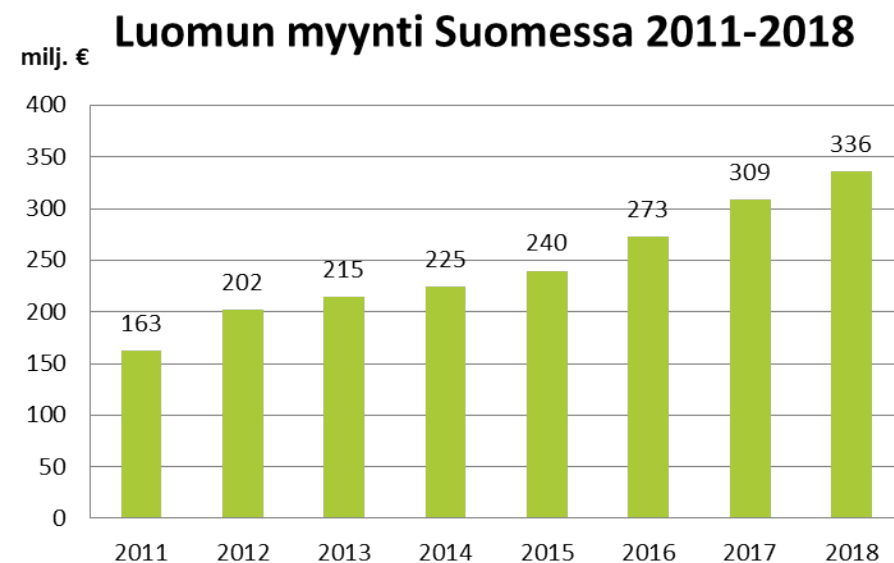
Luomutuotteiden myynnin kehitys Suomessa

Luomun myynti Suomessa on kasvanut koko 2010-luvun ajan.

Vuonna 2018 luomua myytiin vähittäiskaupoissa 336 miljoonalla eurolla.

Luomun markkinaosuus Suomen päivittäistavarakaupassa on 2,4 %.

Myynnin kasvua on siivittänyt luomutuotteiden valikoiman laajeneminen.



Luomun myynnin kehitys Suomessa v. 2011-2018.

Lähde: Pro Luomu ry: Vuosittaiset selvitykset luomuelintarvikkeiden myynnistä pohjautuvat kyselyihin päivittäistavarakaupoille.

Luomun osuus eri tuoteryhmissä

Luomun markkinaosuudet eri tuoteryhmissä vaihtelevat paljon.

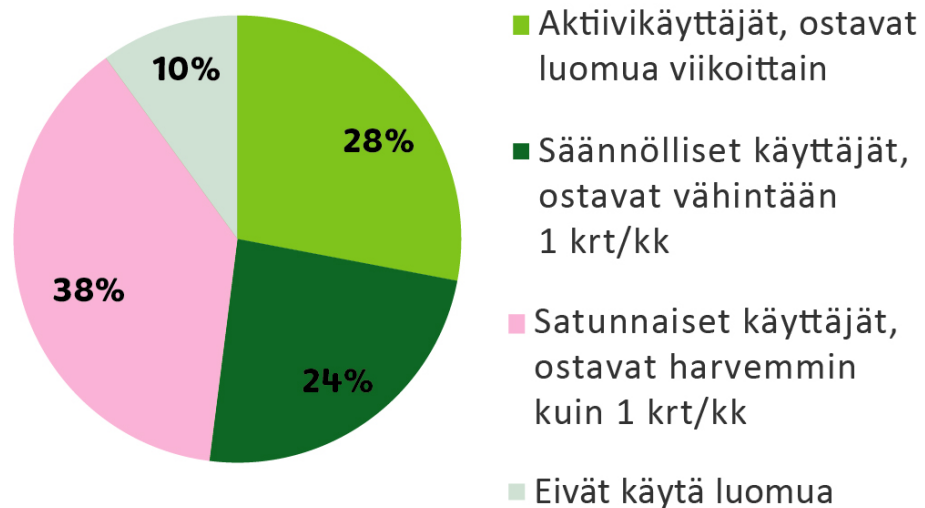
Korkein markkinaosuus luomulla on kasviöljyjen ja lastenruokien tuoteryhmissä, 20 %.

Yli kymmenen prosentin markkinaosuus luomulla on myös kananmunien sekä hiutaleiden ja suurimoiden tuoteryhmissä.

LUOMUN MARKKKINAOSUUKSIA 2018	
Tuoteryhmä	Luomua (arvosta)
Kasviöljyt	20 %
Lastenruoat	20 %
Kananmunat	18 %
Hiutaleet ja suurimot	14 %
Jauhot	9 %
Kasvijuomat	8 %
Hedelmät	7 %
Kahvi ja tee	7 %
Maito	4 %

Luomutuotteiden myynnin osuus koko tuoteryhmän myynnin arvosta vähittäiskaupoissa v. 2018.

Suomalaiset luomun käyttäjinä



Suomalaiset voi jakaa luomun käyttötiheyden perusteella neljään ryhmään.
Lähde: Luomun kuluttajabarometri 2017.

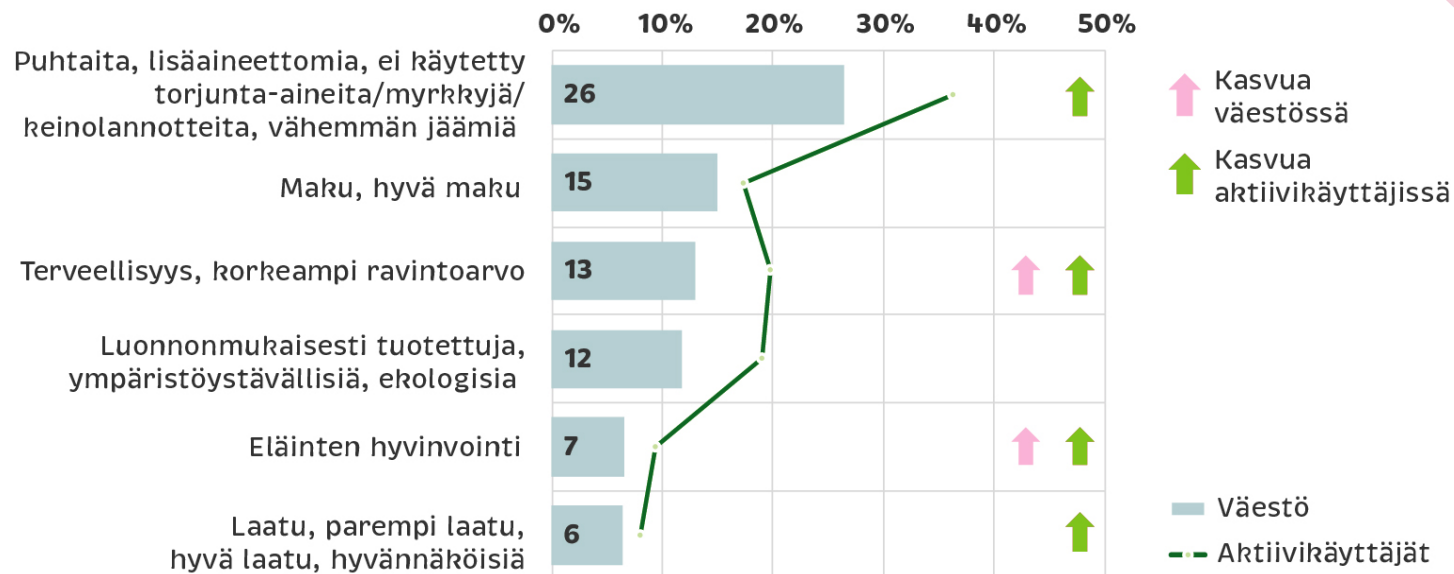
Aktiivikäyttäjissä korostuvat lapsiperheet, 30-49-vuotiaat naiset ja ikääntyvät pariskunnat, asuinpaikkana pääkaupunkiseutu tai isot kaupungit.

Säännöllisissä käyttäjissä korostuvat nuoret naiset sekä yli 60-vuotiaat naiset ja miehet, asuinpaikkana korostuu pk-seutu, mutta myös maaseutu.

Satunnaiset käyttäjissä korostuvat 50-60-vuotiaat naiset ja miehet, ja asuinpaikkana korostuu muut kaupungit kuin yliopistokaupungit.

Kuluttajien syyt ostaa luomua

Kaikkien luomua ostavien kuluttajien keskuudessa tärkein syy ostaa luomua on puhtaus.

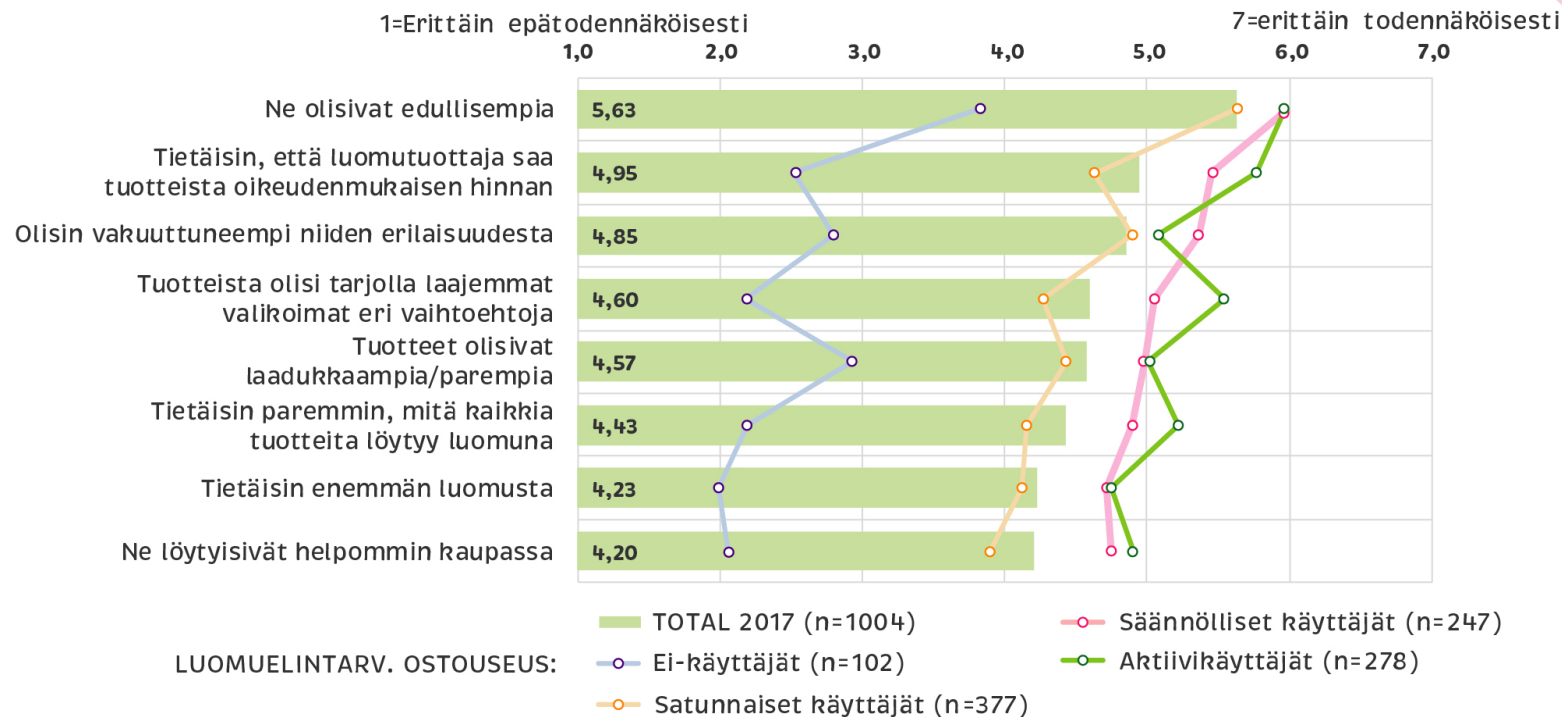


Kuluttajien tärkeimmät syyt ostaa luomuelintarvikkeita. Lähde: Luomu kuluttajabarometri 2017.

Mikä saisi kuluttajat ostamaan lisää luomua?

Kuluttajat ostaisivat
luomutuotteita enemmän,
jos ne olisivat edullisempia.

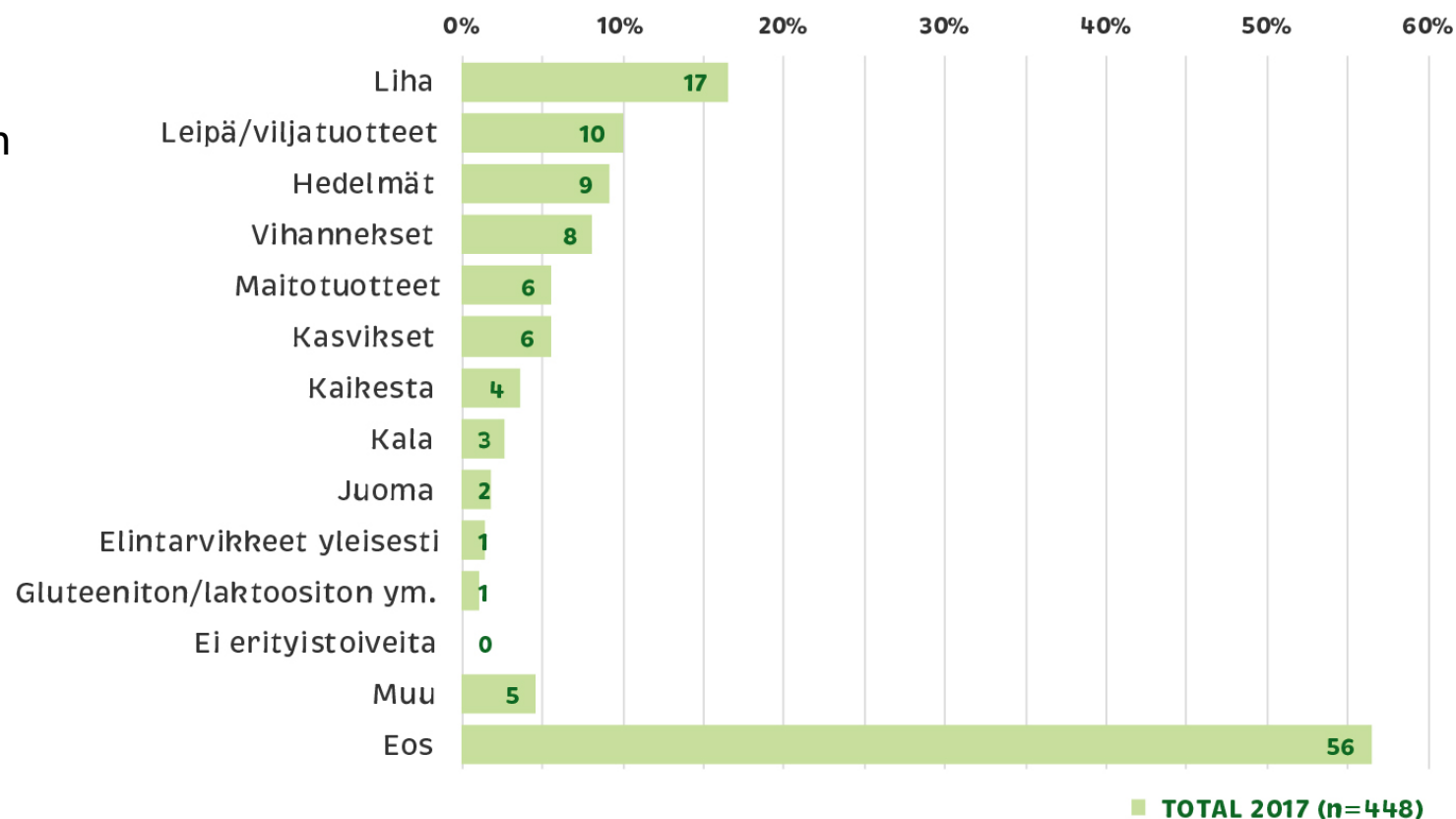
Valikoimien laajeneminen
on tärkeää etenkin
aktiivikäyttäjille, jotka
ostavat luomutuotteita
eniten nyt ja
tulevaisuudessa.



Luomutuotteiden ostohalukkuutta lisäävät tekijät. Lähde: Luomun kuluttajabarometri 2017.

Kuluttajien toiveet valikoiman lisäämiseksi

Kuluttajat toivovat laajempia valikoimia eniten lihasta. Seuraavana listalla ovat leipä ja muut viljatuotteet.



Kuluttajien valikoimatoiveet. Lähde: Luomun kuluttajabarometri 2017.

Kulutustrendit tukevat luomua

Keskeisimmät kulutustrendit

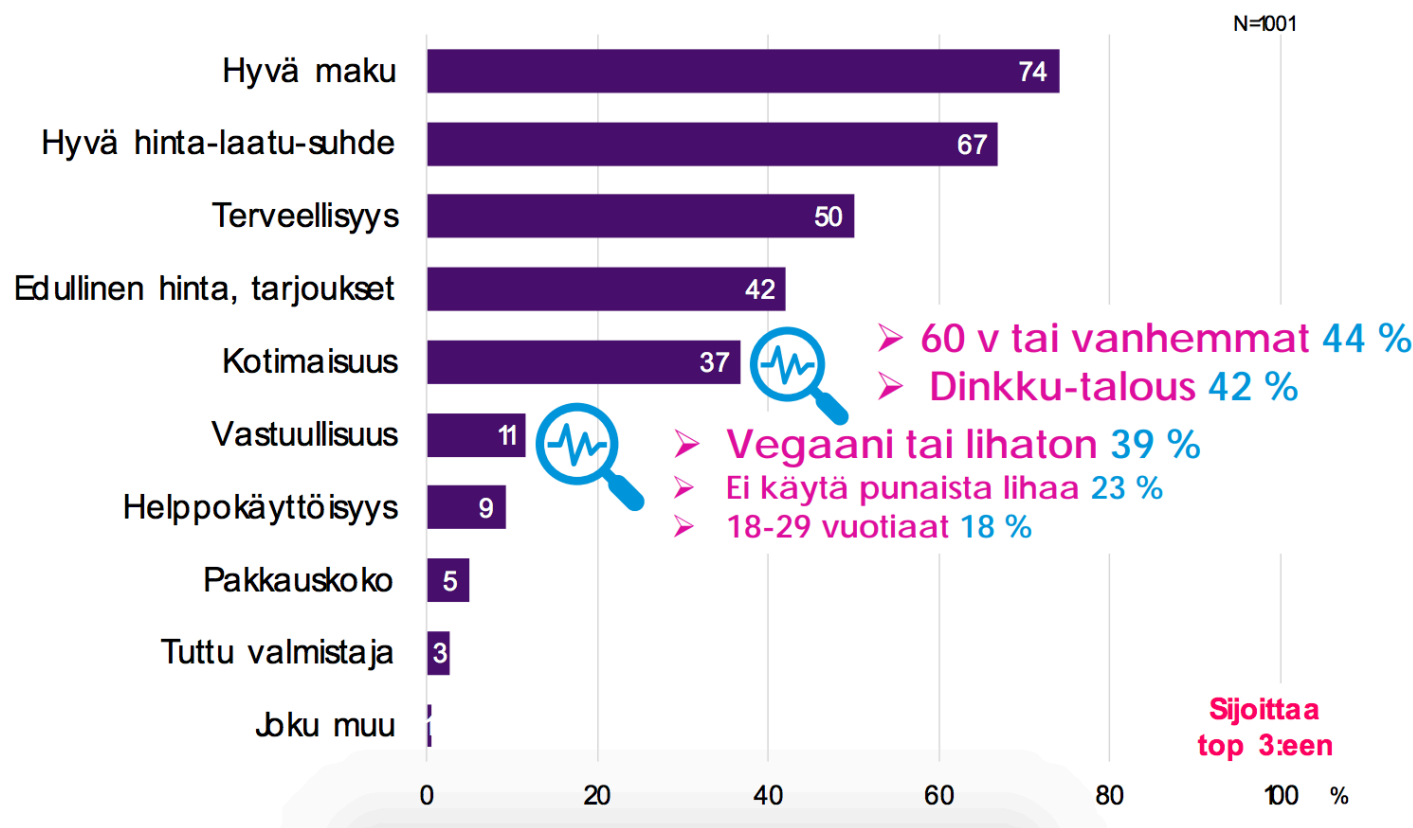
- ♦ VASTUULLISUUS.
- ♦ HYVINVOINTI, TERVEELLISYYS JA LUONNOLLISUUS.
- ♦ HELPPOUS.
- ♦ ELÄMYKSELLISYYS, HERKUTTELU JA RUOKAHIFISTELY.
- ♦ YHTEISÖLLISYYS.

Luomutuotteen tulisi yhdistää useita trendejä, jolloin se kiinnostaa myös niitä kuluttajia, joille luomu ei ole tärkein ostokriteeri.

Vastuullisuus korostuu kasvissyöjien joukossa

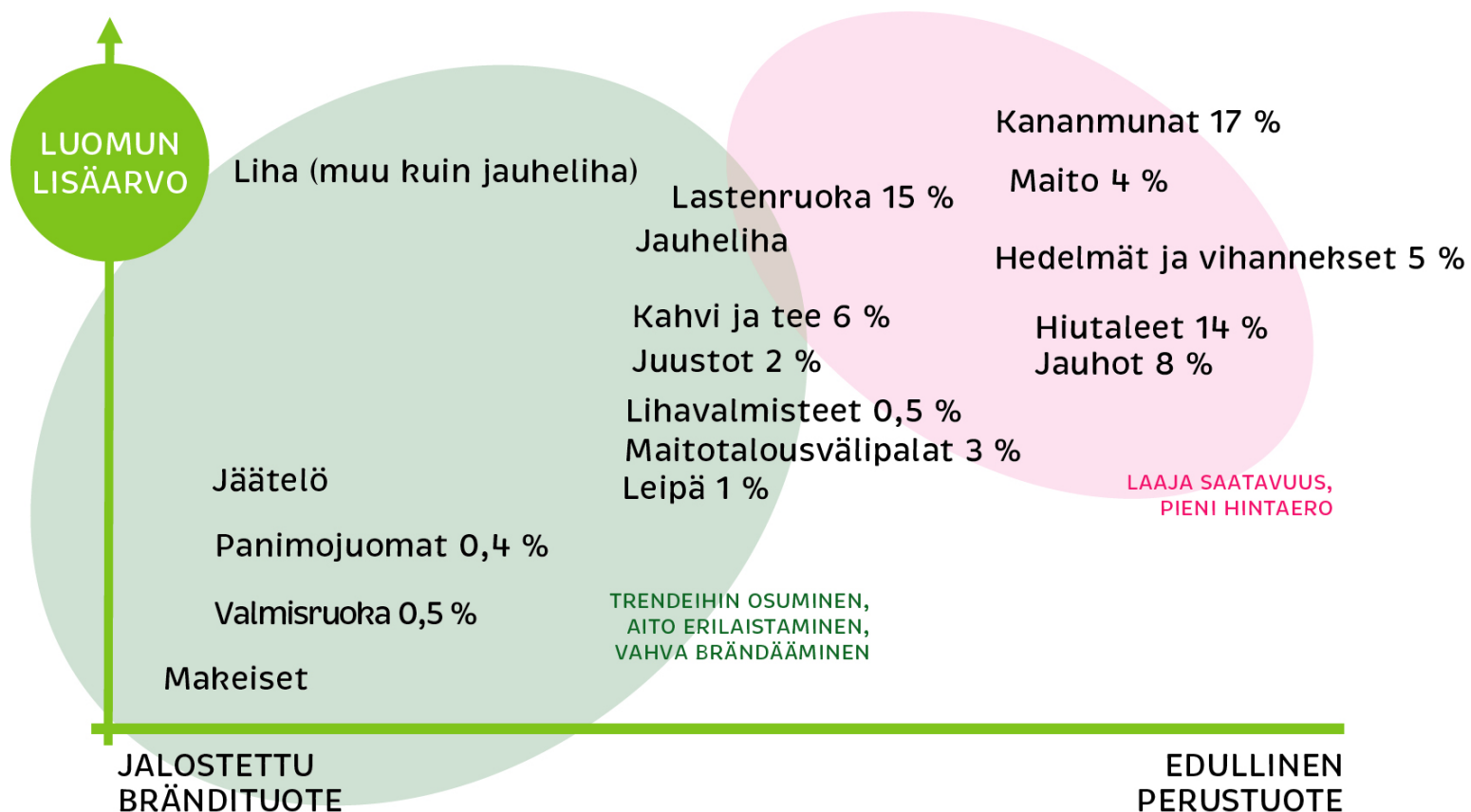
foodwest

Tärkeimmät asiat ruokaostoksissa



Lähde: Juuli Seppälä: Onko vastuullisuus kuluttajalle pala kakkua vai koko kakku? Esitys elintarvikepäivässä 7.5.2019

Luomun lisäarvo eri tuoteryhmissä



Lähde: SOK:n valikoimajohtaja Antti Oksan esitys Luomuelintarvikepäivässä 2018. Prosentit kuvaavat luomun markkinaosuutta kyseisessä tuoteryhmässä.

Valikoima- aukot



Valikoima-aukot / liha ja valmisruuat

TUOTERYHMÄ	MITÄ ERITYISESTI
Liha	Jauheliha, siipikarjanliha, erilaistettu muu naudan- ja karitsanliha (esim. erilaiset leikkuutavat, erilaiset rodut ja kasvatustavat)
Lihavalmisteet	Raakamakkarat, leikkeleet
Valmisruuat	Kasvispyörökät ja -pihvit, tuorepuurot, perunamuusi (mukaan otettavat ja mukana kulkevat tuotteet)

Valikoima-aukot / kasvikset

TUOTERYHMÄ	MITÄ ERITYISESTI
Kasvikset	Kotimaiset tuoreet kasvikset (vihannekset ja marjat) ja niistä tehdyt valmisteet, esim. smoothiet, soseet ja käsityöläisjuomat
Vihannekset	Salaattisekoitukset, pakastevihannekset
Marjat	Pakastemarjat, mehut ja mehukeitot kotimaisista marjoista
Omena	Kotimaisista omenoista valmistettu sokeriton limonadi, kotimaisista omenoista valmistettu aito perinteinen siideri

Valikoima-aukot / viljatuotteet ja muut

TUOTERYHMÄ	MITÄ ERITYISESTI
Myllytuotteet	Murot ja myslit kotimaisista raaka-aineista ja terveellisyysnäkökulmalla, kuten vähän sokeria tai sokeriton
Luomuleipä	Paikalliset leivät
Snacksit	Muutaman raaka-aineen patukat, raakapatukat, vegaanituotteet
Muut kasviproteiinituotteet	

Luomun innovaatiot esille Luomuelintarvikepäivässä

Luomuelintarvikepäivä 2019 järjestetään 2.10. Finlandia-talossa.

Teemana innovaatiot.

Päivässä käsitellään myös luomun prosessointia ja sen mahdollisia uusia suuntaviivoja.

Päivä huipentuu kansainväliseen [pitchauskilpailuun](#), joka järjestetään yhdessä Founder Instituutin kanssa.

Tuomareina mm. Ilkka Alarotu, SOK; Harri Hovi, Kesko;

Thimjos Ninios , MTK.

- Rohkeasti mukaan - ilmoittautuminen päättyy elokuun lopussa.



Kasvava luomu tarjoaa mahdollisuuksia.