

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.

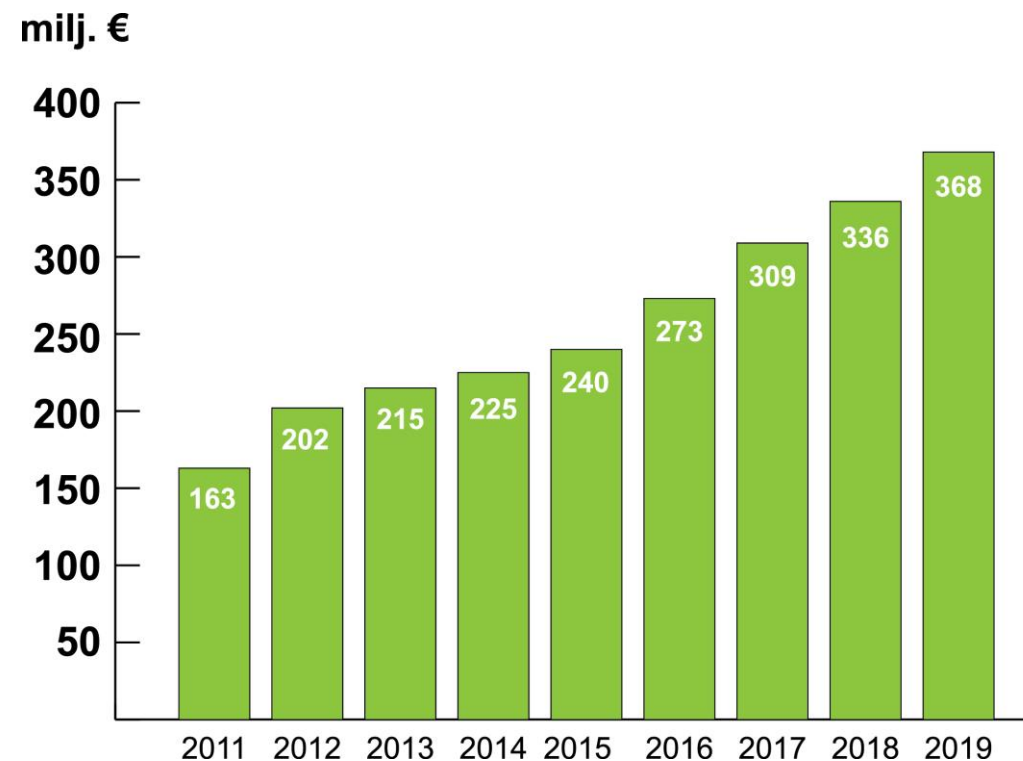
Luomutuotteiden myynnin kehitys Suomessa

Luomun myynti Suomessa on kasvanut koko 2010-luvun ajan.

Vuonna 2019 luomua myytiin vähittäiskaupoissa 368 miljoonalla eurolla, kasvua vuodesta 2018 oli 9,6 %.

Luomun markkinaosuus Suomen päivittäistavarakaupassa on 2,6 %.

Myynnin kasvua on siivittänyt luomutuotteiden valikoiman laajeneminen.



Luomun myynnin kehitys Suomessa v. 2011-2019.

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

Luomun osuus eri tuoteryhmissä

Luomun markkinaosuudet eri tuoteryhmissä vaihtelevat paljon.

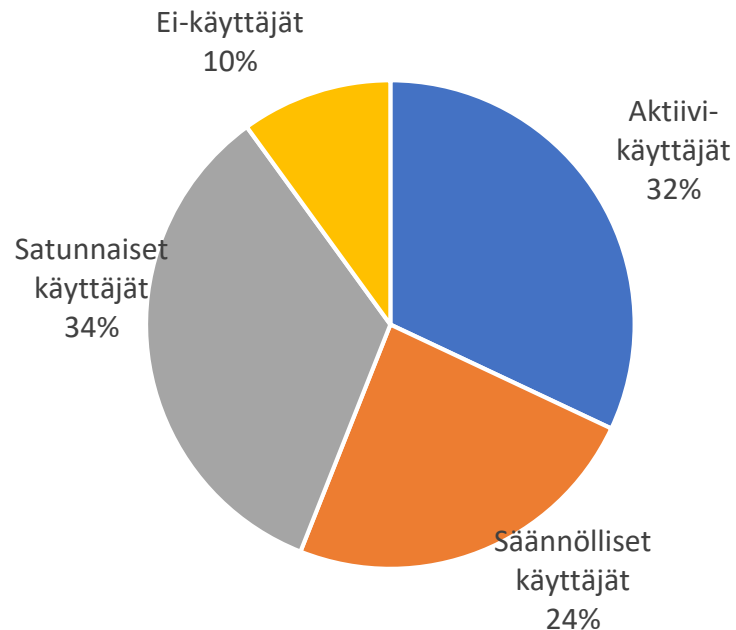
Korkein markkinaosuus luomulla on lastenruokien tuoteryhmissä, 23 %.

Lähes 20 % markkinaosuus luomulla on kasviöljyjen ja kananmunien tuoteryhmässä.

Tuoteryhmä	luomua (arvosta)
Lastenruoat	23 %
Kasviöljyt	19 %
Kananmunat	18 %
Hiutaleet ja suurimot	14 %
Jauhot	9 %
Kahvi ja tee	8 %
Hedelmät	7,5 %
Mehut ja mehukeitot	7 %
Kasvijuomat	5 %
Maito	4,5 %
Vihannekset	4,5 %

Luomutuotteiden myynnin osuus koko tuoteryhmän myynnin arvosta vähittäiskaupoissa v. 2019.

Suomalaiset luomun käyttäjinä



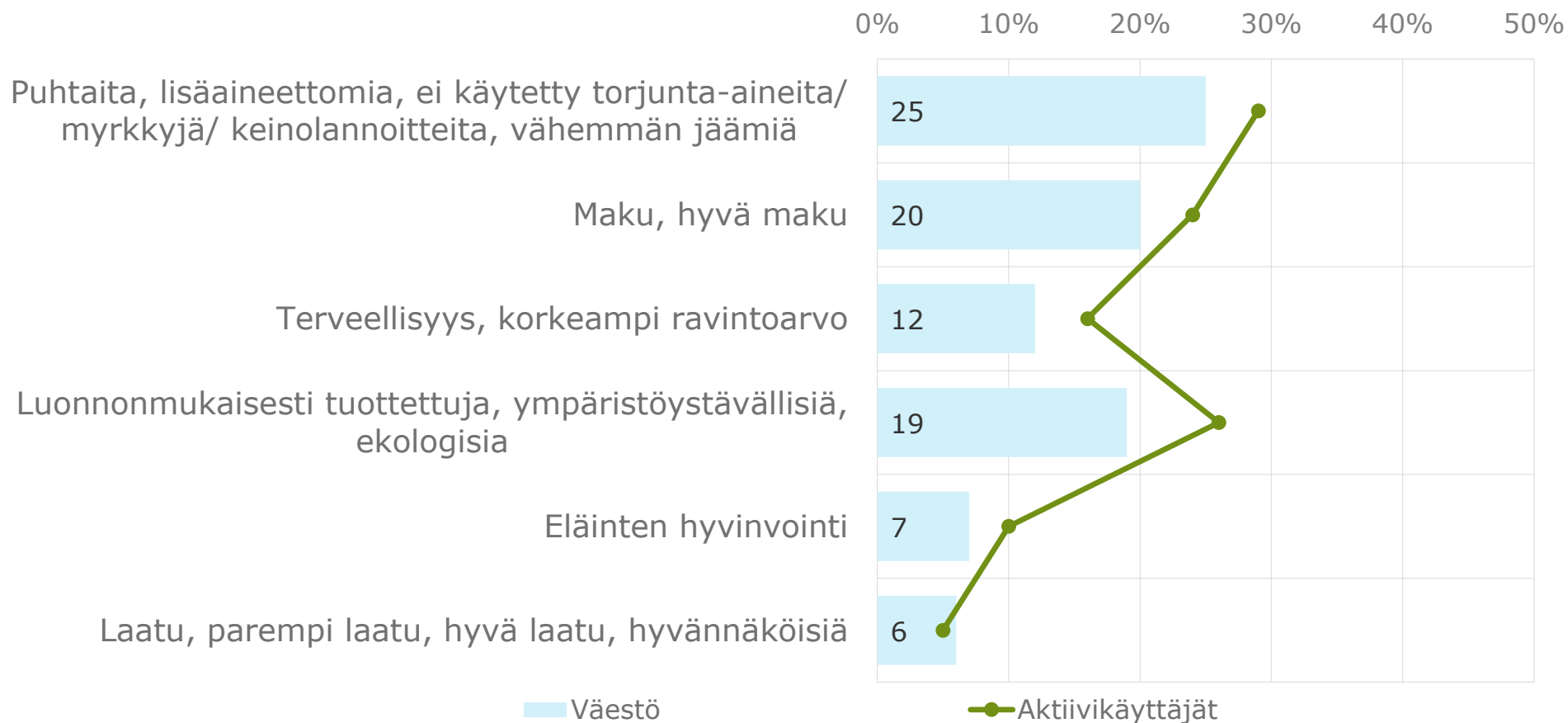
Suomalaiset voi jakaa luomun käyttöiheyden perusteella neljään ryhmään.
Lähde: Luomun kuluttajabarometri 2019.

Aktiivikäyttäjät ostavat luomua vähintään viikoittain. Heidän määränsä on kasvussa. Tässä ryhmässä korostuvat lapsiperheet, yli 60-vuotiaat naiset ja nuoret miehet, asuinpaikkana pääkaupunkiseutu tai isot kaupungit.

Säännölliset käyttäjät ostavat luomua vähintään kerran kuussa. Ryhmässä korostuvat lapsiperheet, yli 60-vuotiaat naiset, asuinpaikkana korostuu pk-seutu.

Satunnaiset käyttäjät ostavat luomua harvemmin kuin kerran kuussa. Ryhmässä korostuvat yli 60-vuotiaat miehet, ja asuinpaikkana korostuu muut kaupungit kuin yliopistokaupungit.

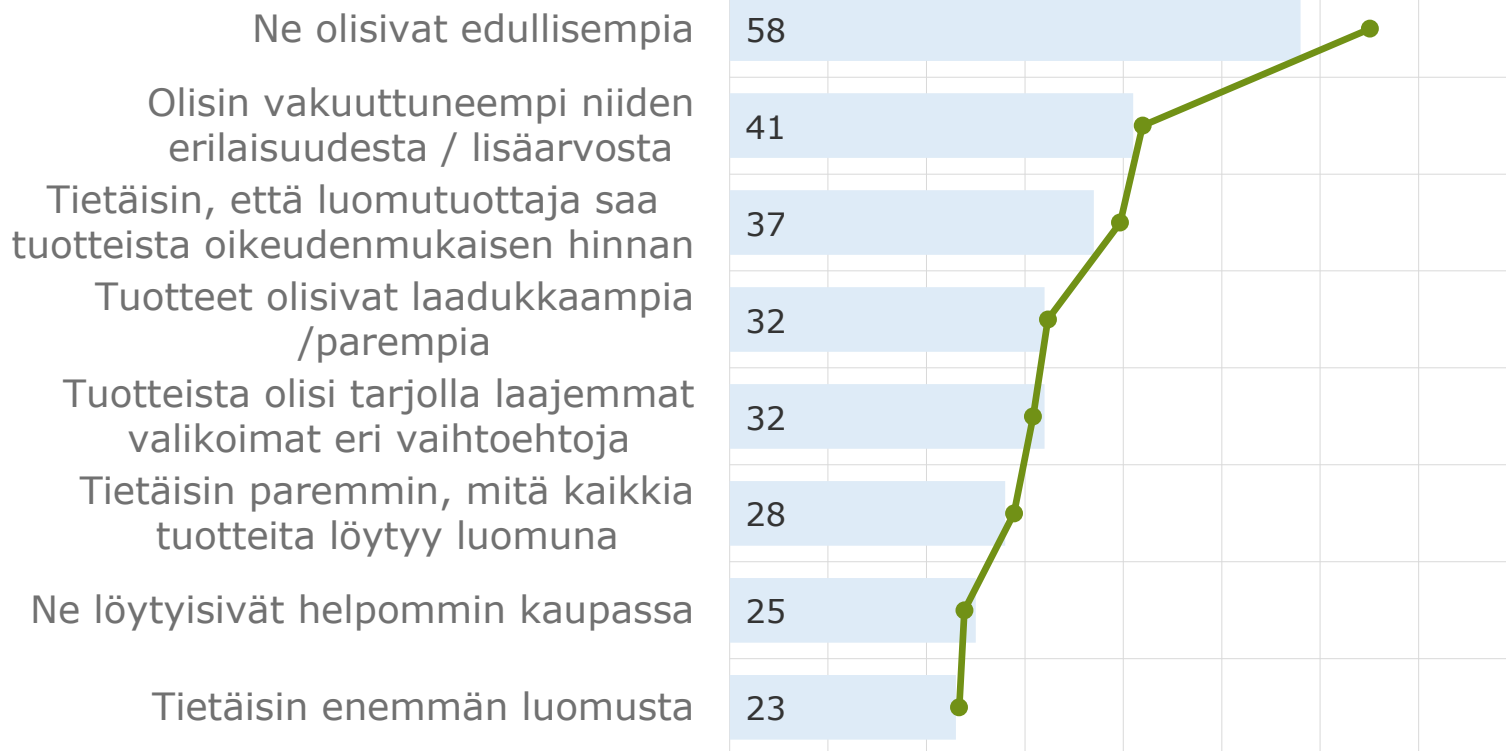
Kuluttajien syyt ostaa luomua



Kuluttajien tärkeimmät syyt ostaa luomuelintarvikkeita. Lähde: Luomu kuluttajabarometri 2019.

Mikä saisi kuluttajat ostamaan lisää luomua?

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80%



Väestö

- Olisi vakuuttuneempi luomutuotteiden erilaisuudesta

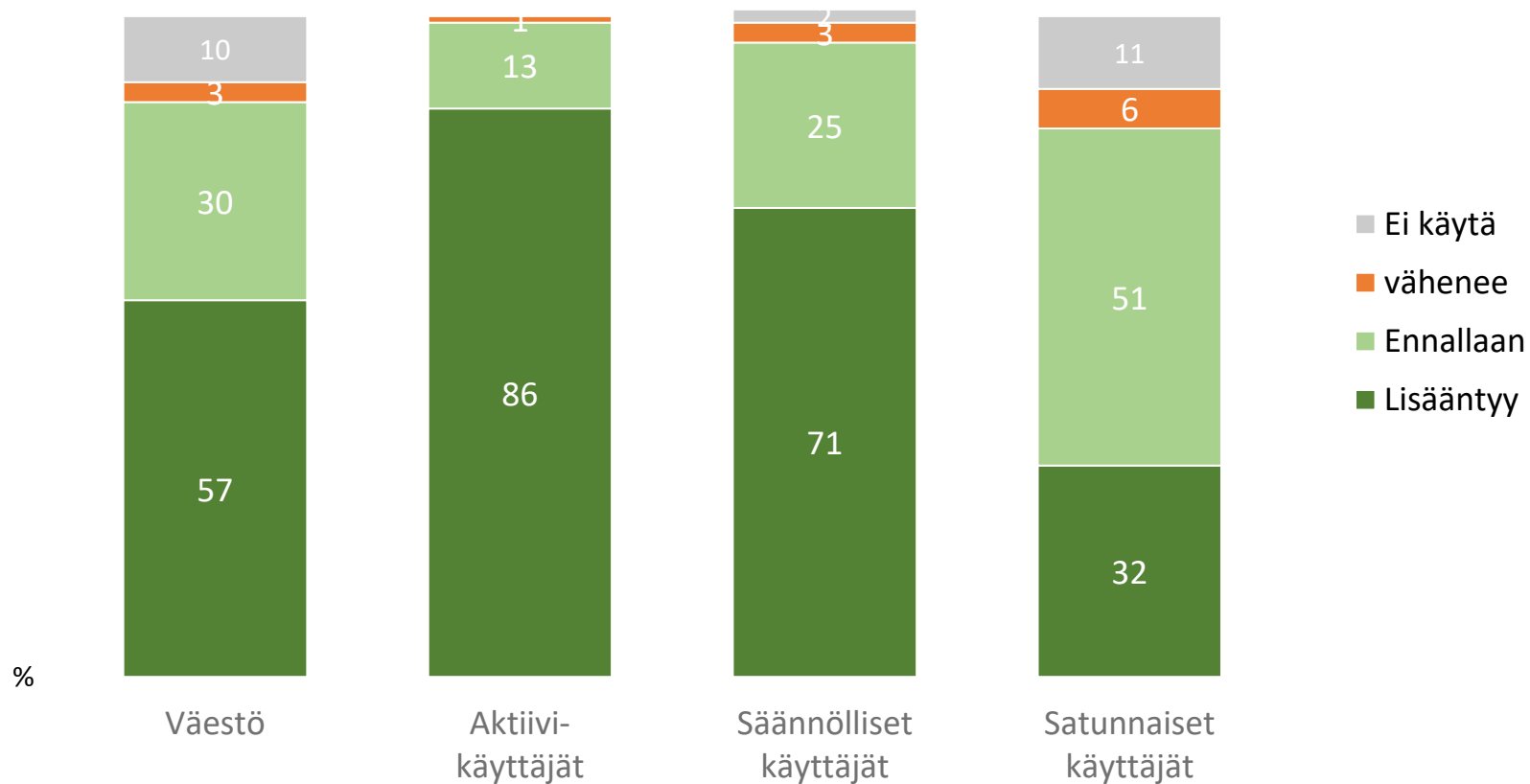
Aktiivikäyttäjät

- Tietäisi paremmin, mitä kaikkia tuotteita löytyy luomuna
- Löytyisivät kaupasta helpommin
- Lisää vaihtoehtoja
- Yhä laadukkaampia tuotteita

2019 2017

Luomutuotteiden ostohalukkuutta lisäävät tekijät. Lähde: Luomun kuluttajabarometri 2019. (7-portainen asteikko: erittäin todennäköisesti – erittäin epätodennäköisesti, 2 ylintä luokkaa vastanneet)

Kuluttajat aikovat käyttää lisää luomua



Miten uskot oman luomuelintarvikkeiden käyttösi kehittyvän seuraavan kahden vuoden aikana? Lähde: Luomun kuluttajabarometri 2019.

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.

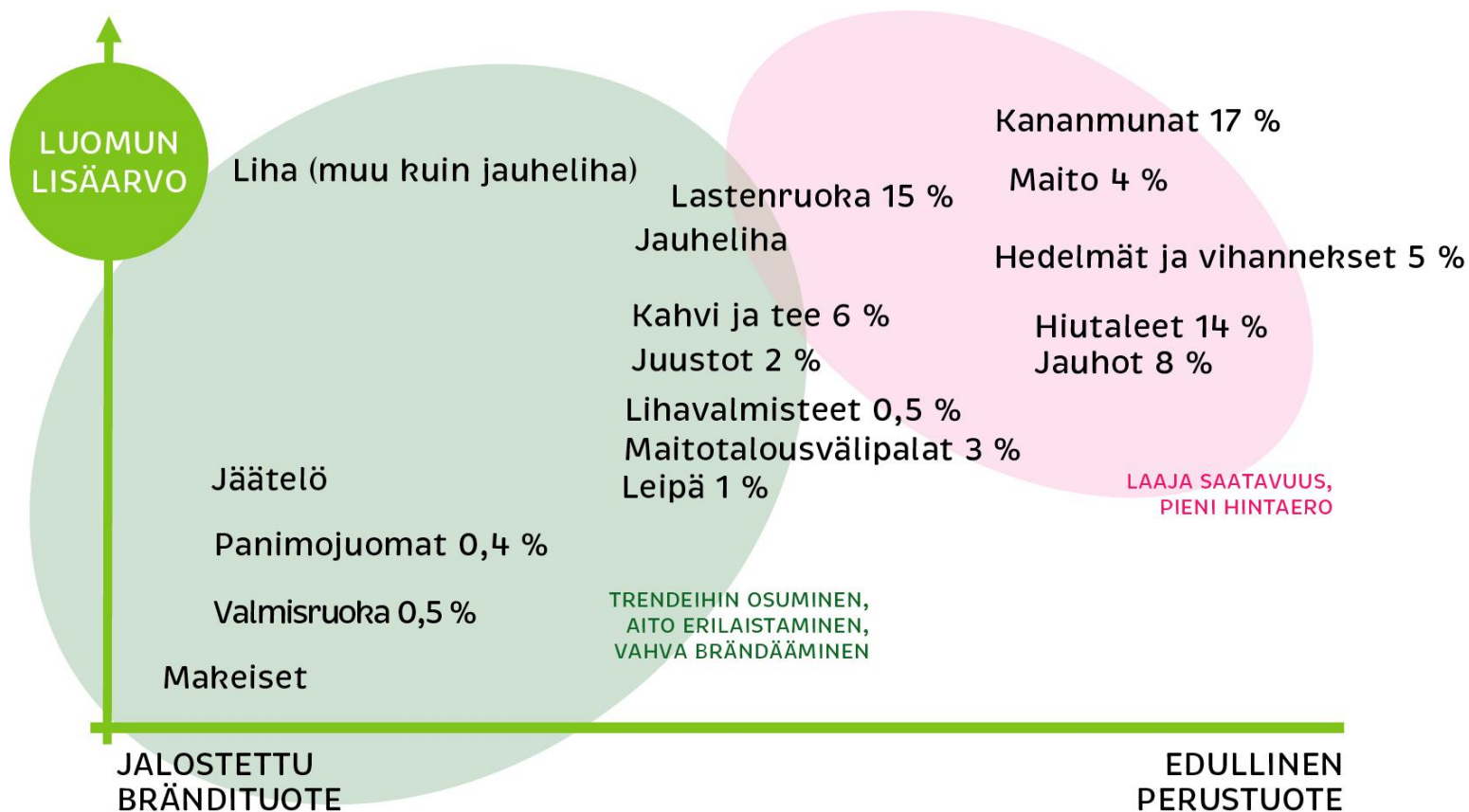
Kantar Mind – luomu ja vastuullisuus

*37 % kuluttajista on
sekä asenteiltaan että
teoiltaan hyvin vastuullisia*

*Vastuulliset kuluttajat
odottavat brändeiltä
innovaatioita ja
uudistumista sekä korkeaa
laatua*

*Heille on tärkeää mm.
Hyvinvointi ja terveys
egologia ekologian ohella
Elämyksellisyys Yksilöllisyys*

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
<ul style="list-style-type: none">Vihannekset	Salaattisekoitukset, pakastevihannekset
<ul style="list-style-type: none">Marjat	Pakastemarjat, mehut ja mehukeitot kotimaisista marjoista
<ul style="list-style-type: none">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	

Osallistu luomun innovaatiokilpailuun

- Uusien luomuinnovaatioiden kannustamiseksi ja esille nostamiseksi Pro Luomu järjestää **European Organic Food Innovation Award**-kilpailun.
- Haku käynnistyy kesällä ja pitchaus-kilpailuna pidettävä finaali järjestetään Luomuelintarvikepäivänä 5.10. 2010 Finlandia-talossa.
- Vuonna 2019 kilpailun voitti Gobbas Gårdin ja Härmän Ratin yhteistyössä kehittämä uudentyyppinen luomuhärkäpapuvalmiste



Kasvava luomu tarjoaa mahdollisuuksia.