



WP6 - Markkinat ja kuluttajat

01.12.2017

Antti Isokangas, Makery Oy

Makery
BAKING BETTER BUSINESS



strategicRESEARCH



ScenoProt

The ScenoProt logo icon consists of a cluster of pink circles of varying sizes connected by thin lines, resembling a molecular or network structure.

WP6 toimenpiteet pähkinäkuoressa

- **2016**
 - **Fokusryhmähaastattelut** Suomessa
 - 7 x 6-8 ryhmää, sekasyöjiä ja eriasteisia kasvissyöjiä
 - Keskustelujen teemana yleisesti kuluttajien ruokavaliot ja siihen vaikuttavat tekijät, asenteet ruokavalion muuttamista kohtaan, vaihtamisen ajurit/esteet, yleinen tietämys/kokemus kasviproteiineista ja muista vaihtoehtoisista proteiinin lähteistä.
 - **Online-** kyselyt FI, SE, DE, UK
 - N=2015, eli ~ n=500 / tutkittu maa
 - Fokusryhmähaastatteluiden tulosten kvantifiointia
 - **Markkina-analyysi**
 - FI, SE, DK, DE, FR, ES, UK, NL, PL
 - Toteutus: Euromonitor International
- **2017**
 - **Kokemuspäiväkirjat**
 - Interventiotutkimuksen (WP5) yhteydessä kerättyä, vapaamuotoista dataa eri näkökulmista
 - GHI(General Health Interest)- kyselyt. GHI mittaa vastaajien suhtautumista ravitsemuksellisesti terveellisinä pidettyihin ruokavalintoihin ja ruoan terveellisuuden tärkeyttä eli vastaajan terveyshakuisuutta
 - **Konseptitutkimus**
 - WP3:ssa kehitettyjen tuotekonseptien online-muotoinen konseptitutkimus (n=305), jolla selvitettiin kyseisten konseptien kiinnostavuutta yms.

Keskeisiä havaintoja – tuotteet

- Eurooppalaisia benchmark-markkinoita ovat erityisesti **Saksa** ja **Iso-Britannia**, myös **Ruotsi**
 - Paljon tuotteita myös Suomeen näiltä markkinoilta
- **2016 Nyhtökaura, Härkis** yms. tuotteet loivat käytännössä uuden tuotekategorian – kylmästä myytävät kasviproteiinivalmisteet - joka vetää kiinnostusta eri valmistajilta
 - Tuontituotteiden korvaaminen kotimaisella valmistuksella?
 - Pakasteesta myytäviä *”meat analogue”-tuotteita* on Suomessa ollut markkinoilla jo joitakin vuosia, mutta täysin vegaanisia tuotteita on sielläkin vähän
- Kasvipohjaiset ’maidot’ ovat olleet Suomessa pitkään erikoiskaupan niche tuotteita, mutta niiden kulutus on jopa valtavirtaistunut viimeisen parin vuoden aikana
- Markkinat Suomessa kasvaneet jopa kolminumeroisilla prosenttiluvuilla, mutta pienistä kantaluvuista
 - Kesko: Kasviproteiinivalmisteiden myynti 2017 +159 % vs. 2016*
 - Hyllytilaa rajattu määrä → kilpailu kovenee

* <http://www.marmai.fi/uutiset/kesko-ennustaa-ensi-vuonna-syot-hyonteisia-ja-aivoruokaa-6690003>

Keskeisiä havaintoja - asenteet

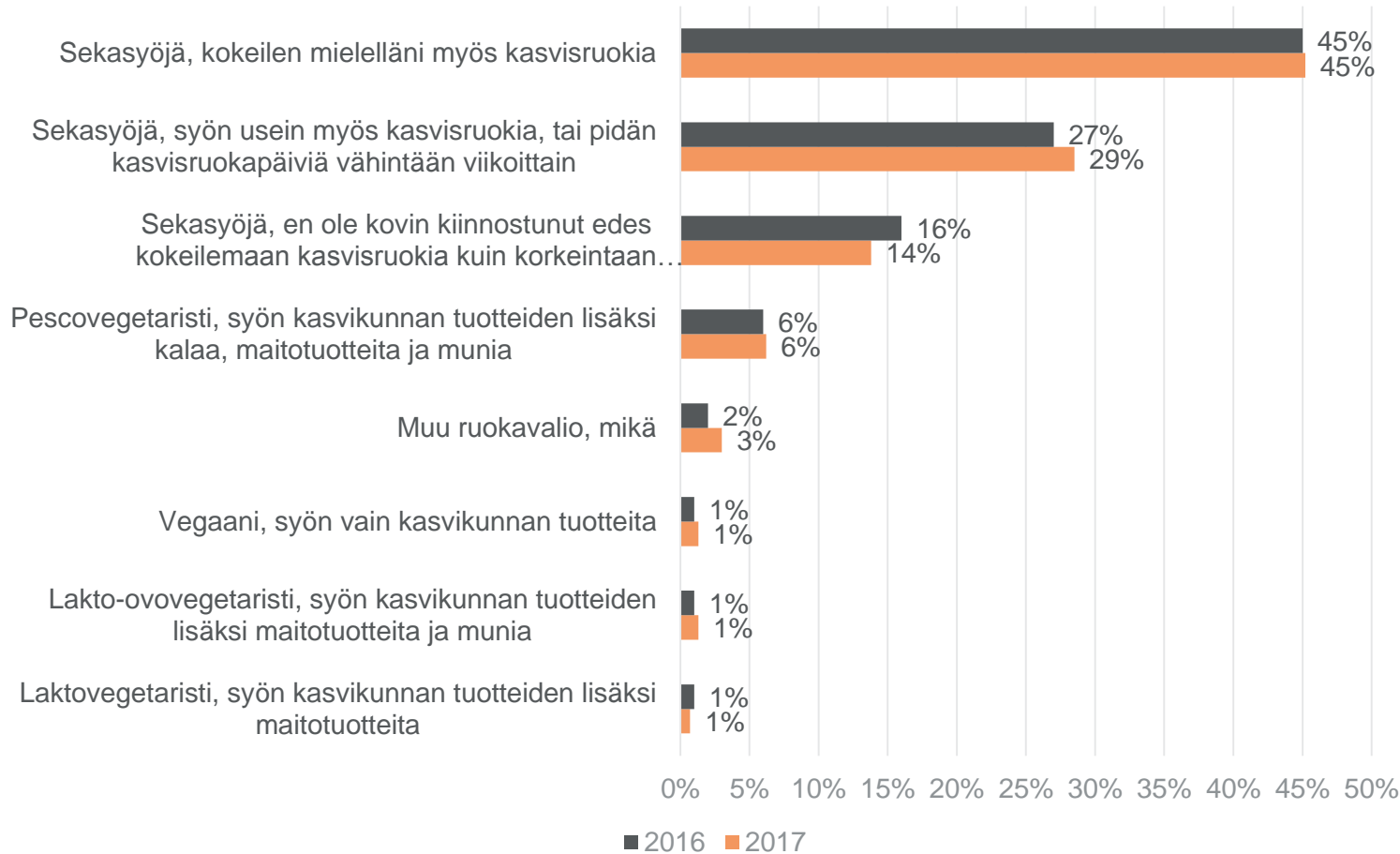


- **Asenteet ja valmius** erilaisten proteiininlähteiden (*erit. kasvi- tai hyönteis-*) käytön lisäämiseen ovat Suomessa samat kuin muissa eurooppalaisissa valtioissa,
 - Proteiinin merkitys Suomessa suhteellisen suuri verrattuna muihin eurooppalaisiin maihin
 - Erilaiset kasviproteiinien lähteet tunnetaan hyvin verrattuna moneen muuhun maahan
- Tärkeimpinä **ajureina** vaihtoehtoisten proteiininlähteiden käytön lisääntymiselle ovat ennen kaikkea **terveydelliset** ja **ekologiset** näkökulmat (parempaa itselle ja/tai ympäristölle), mutta pitkäaikaisten vaikutusten mahdollistamiseksi pitää tuotteiden olla luonnollisesti **hyvän makuisia** ja ennen kaikkea **helppokäyttöisiä**
 - *Trendikkyys vaikuttaa*, mutta pidemmällä ajanjaksolla ei merkittävästi
 - Kuluttajan informointi, käyttövinkkien tarjoaminen tärkeää
- Haasteena mainitaan käytännössä aina **hinta(mielikuva)**, mutta myös tuotteiden **vieraus** ja käytön hankaluus.
 - Tietoa ei ole tarpeeksi
- Kasvissyöjien suhteellinen osuus väestöstä ei välttämättä kasva kovin suureksi, mutta kasvisruokapäivien tai pidempien kokeilujaksojen suosio nousussa
- **Hyönteiset = ?**

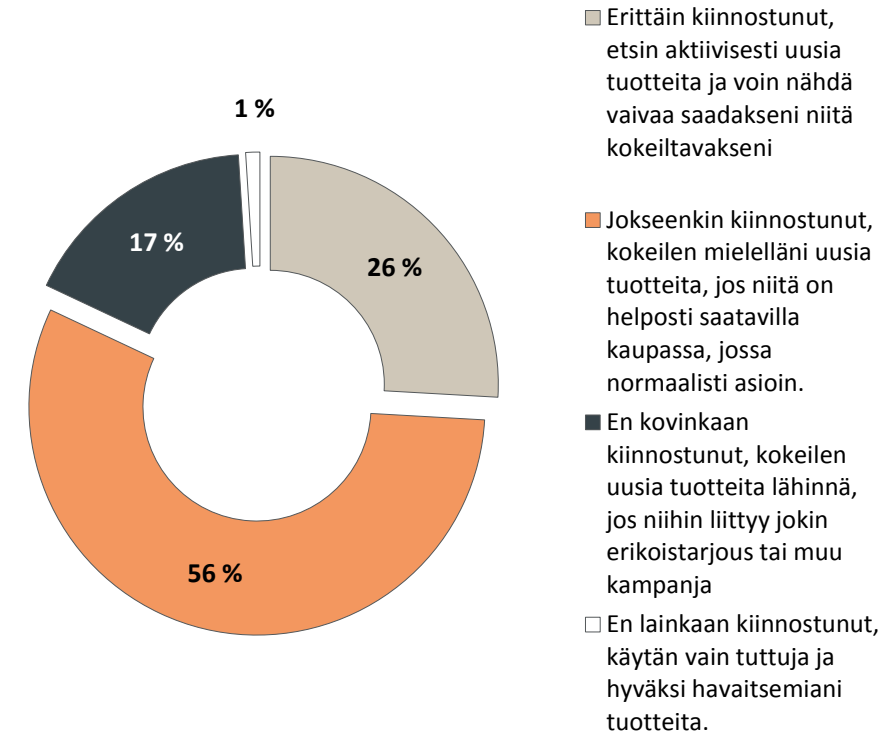


Valtaosa sekasyöjistä kokeilee mielellään myös kasvisvaihtoehtoja

Mikä seuraavista kuvaa parhaiten ruokavaliotasi? (2017, n=305; 2016, n=502)



Kuinka kiinnostunut yleisesti olet kokeilemaan uusia elintarvikkeita? (n=305)

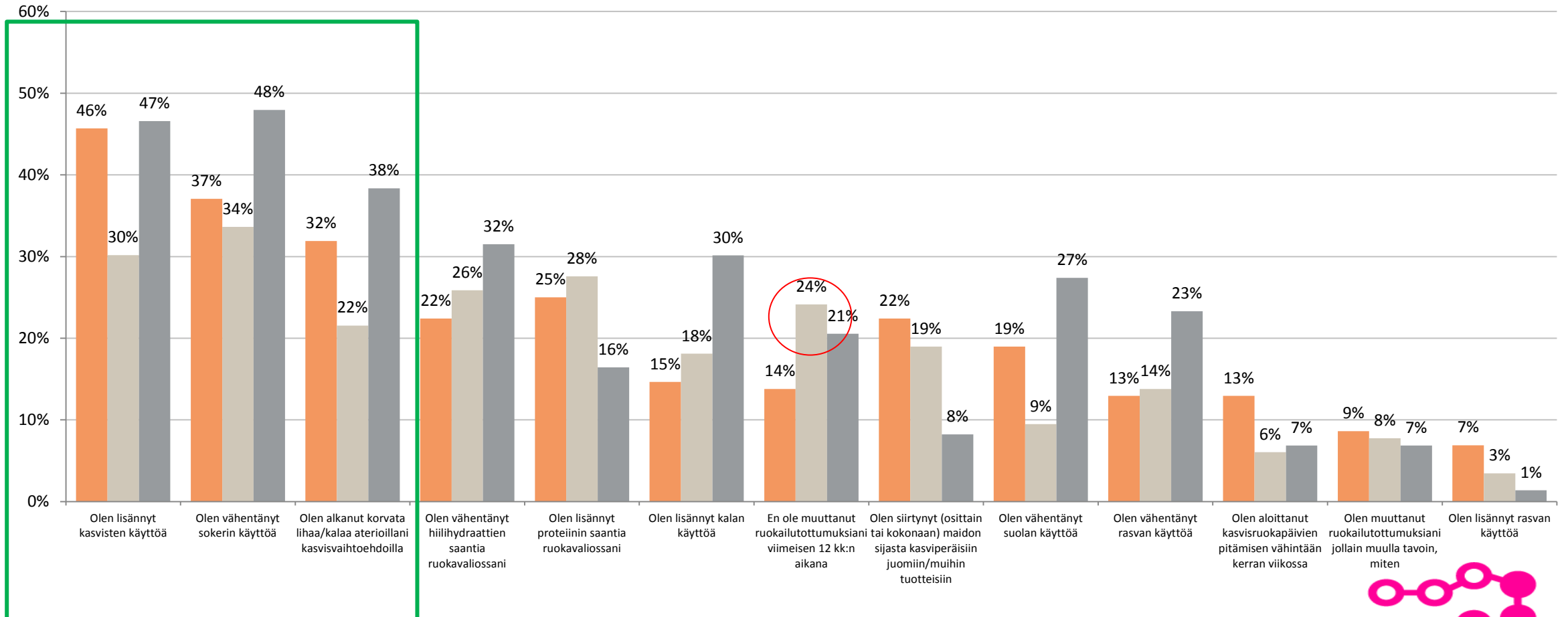


Kasvisten käyttö on lisääntynyt niin lisukkeina kuin aterian 'pääroolissa', sokeria vältellään



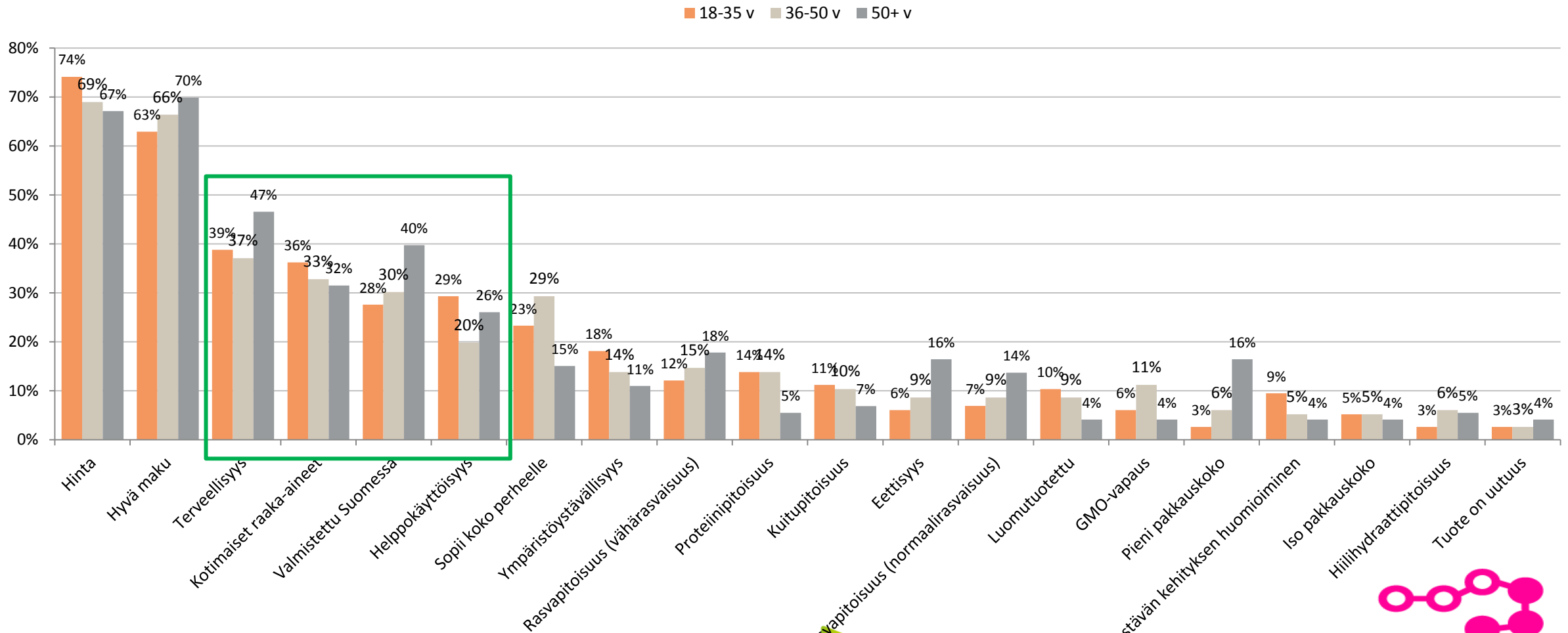
Miten ruokailutottumuksesi ovat muuttuneet viimeisen 12 kk aikana? Valitse kaikki itseesi sopivat vaihtoehdot.

18-35 v 36-50 v 50+ v



Hinta, maku ja terveellisyys ovat keskeisimmät tekijät ruoan valintatilanteessa

Mitkä seuraavista asioista ovat sinulle yleensä tärkeitä, kun valitset kaupassa, mitä ruokia ostat? Valitse 3-5 tärkeintä.





Tulevia suuntia tutkimukselle?



Kysymyksiä?

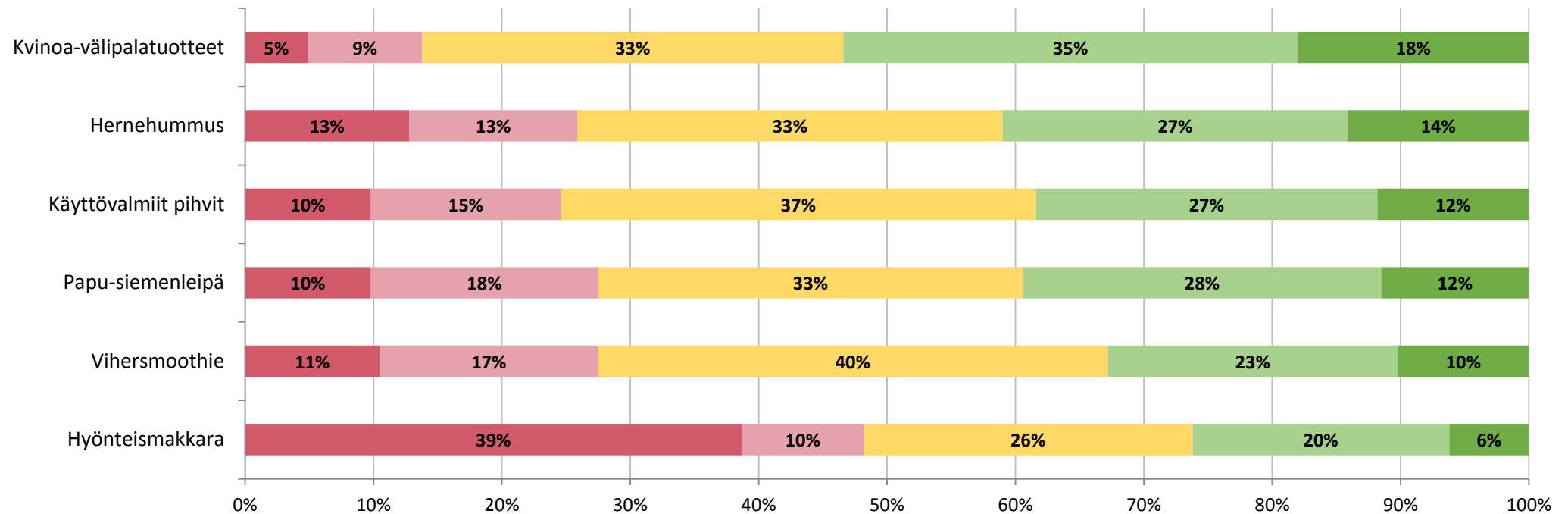
Antti Isokangas

antti.isokangas@makery.fi

+358 40 761 6699

Konsepteista – kvinoaavälipalat ja hernehummus

Kuinka kiinnostunut olisit ostamaan tämän konseptikuvauksen mukaista tuotetta, jos sitä olisi saatavilla kaupoissa sinulle sopivaan hintaan?



■ Ei kyllä voisi vähempää kiinnostaa

■ En välttämättä edes huomaisi tuotetta kaupassa

■ Ihan OK, voisin kokeilla

■ Mielenkiintoinen, testaisin sitä suurella todennäköisyydellä

■ Erittäin kiinnostunut! Tuote sopisi minulle hyvin

Konseptit

Riippumatta omasta kiinnostuksestasi konseptia kohtaan, minkälaiset menestymisen mahdollisuudet uskot tällä tuotteella olevan markkinoilla ylipäätään? (asteikko 1-7, 1=ei mitään mahdollisuuksia, 7=varma menestystuote, n=305)

