



# Ensi vuonna ostetaan enemmän kasviksia ja hifistellään ruoan kanssa

**Yli puolet suomalaisista aikoo vielä nykyistä aktiivisemmin edistää omaa hyvinvointiaan arjen ruokavalinnoilla vuonna 2017. Kasvisten käytön lisääminen ruokavaliossa ja kasviproteiinituotteiden suosio jatkuvat. Suomalaiset kertovat arvostavansa arkea helpottavia ratkaisuja, mutta samalla 43 prosenttia haluaa valmistaa parempaa arkiruokaa. Ruoasta haetaan yhä enemmän yksilöllisyyttä korostavia asioita ja elämyksiä.**

KESKO LEHDISTÖTIEDOTE 22.11.2016

Kesko on teettänyt päivittäistavarakaupan asiantuntijoiden, kauppiaiden, tavarantoimittajien ja K-Plussa-asiakkaiden keskuudessa laajan tutkimuksen ensi vuoden ruokatrendeistä ja -ilmiöistä. Tutkimuksen tuloksista käy ilmi, mitä suomalaisten ostoskoreista löytyy ensi vuonna.

Suurimmat ruokailmiöt, tiedostava kuluttaminen, hyvinvoiva arki ja nopeasti valmista ovat jo saavuttaneet vakiintuneen aseman suomalaisten keskuudessa. Oman hyvinvoinnin ja arjen helpottamisen lisäksi asiakkaat tiedostavat hyvin myös oman toimintansa vaikutukset ympäristöön, 47 prosenttia suomalaisista pyrkii vähentämään ruokahävikkiä. Omaa hyvinvointia tukevat täsmävalinnat sekä elämykselliset ja tunteisiin vetoavat ruokailmiöt kasvavat ensi vuonna voimakkaimmin. Näitä ovat täsmähyvinvointi, ruokahifistely ja ruokaseikkailut. Ilmiöt ovat vielä koko Suomessa pieniä, mutta ne kiinnostavat.

”Asiakkailla on monia tarpeita, joihin kauppojen pitää vastata. Tarpeet myös vaihtelevat eri tilanteissa. Jokainen ihminen on erilainen, siksi myös jokainen K on erilainen, paikallisen asiakaskysynnän mukaan räätälöity. Yhteistä kaikille ruokakaupoille on kuluttajan tahdon kuuntelu ja asiakkaiden tarpeisiin vastaaminen”, kertoo Keskon päivittäistavaraomistajan tavarakaupan johtaja **Ari Akseli**.

Voimakkaimmin ensi vuonna kasvava ruokailmiö on K-Plussa-asiakkaiden mukaan ruokahifistely.

”Ruoanlaitosta itsestään on tullut trendi. Suomalaiset haluavat kokeilla uusia reseptejä ja käyttää parempia raaka-aineita sekä kokkeilla yhdessä ystävien ja perheen kanssa,” kertoo K-supermarket Hertan kauppias **Markus Ranne**.

## Kasvisbuumi ei näytä laantumisen merkkejä

Kasvisten käytön lisääminen ja uudet kasviproteiinit ovat olleet vuoden 2016 suurimpia ruokapuheenaiheita. Ruokailmiöistä useat tukevat kasvisten käytön lisäämistä myös ensi vuonna. Yli puolet suomalaisista, 57 prosenttia, aikoo lisätä kasvisten ja vihannesten käyttöä. 51 prosenttia suomalaisista sanoo ostavansa enemmän marjoja. Suuri osa suomalaisista aikoo ostaa ensi vuonna myös bataattia (42 %) ja avokadoa (34 %) vielä nykyistä enemmän.

”Avokadosta on tullut koko kansan suosikki. Sitä myydään vuosittain K-ruokakaupoissa jo 2,1 miljoonaa kiloa. Bataatin myynti on noin puolet vähemmän, miljoona kiloa, joten on mielenkiintoista, että tuote nousee kuitenkin avokadon ohi asiakkaiden valinnoissa ensi vuodelle”, kommentoi Akseli.

Jopa 31 prosenttia suomalaisista sanoo ostavansa ensi vuonna nyhtökauraa.

”Nyhtökaura, Härkis, Mifu ja muut lihaa korvaavat tuotteet ovat mullistamassa suomalaisten ruokailutottumukset. Yhä useampi tiedostaa oman syömisen vaikutuksen terveyteen ja ympäristöön ja jo 13 prosenttia suomalaista aikoo pitää kasvisruokapäiviä ensi vuonna”, kertoo Akseli.

Samalla kuitenkin esimerkiksi pientuottajien lihan ostamista aikoo lisätä 52 prosenttia suomalaisista eli lihansyönnistä ei olla luopumassa kokonaan. Pientuottajien ruoka ylipäätään kiinnostaa edelleen. Myös merkitykselliset tuotteet, kuten käsityöläistuotteet ja tarinat niiden taustoilla kasvattavat entisestään suosiota. 2016 tämä on näkynyt esimerkiksi pienpanimoiden juomien nousuna. Ensi vuonna kasvua on odotettavissa useissa tuoterhyhmissä, esimerkiksi lihoissa ja makkaroissa, suklaissa, juustoissa sekä siidereissä.

## Helppous kasvussa

Arjen helpottaminen herättää ristiriitaisia tunteita, keinoja arjen helpottamiseksi etsitään, mutta niitä ei aina haluta myöntää. Myös ruoanlaittoa halutaan helpottaa, jopa 54 prosenttia suomalaisista aikoo ostaa ensi vuonna enemmän pataruokien aineksia. Vaihtelua arkiruokaan haetaan sesonkiruokien kautta.

”Vaivattomuuden vaade ei ole kasvattanut niinkään teollisen valmisruoan myyntiä. Kasvu näkyy eritoten asiakkaiden toiveena saada pidemmälle vietyjä tuoretuotteita ja helposti valmistuvia puhtaita raaka-aineita. Tämä näky esimerkiksi valmiiksi fileoitujen kalojen kysynnän kasvuna”, kertoo K-supermarket Mustapekan kauppias **Jouni Ekholm**.

Myös mukaan otettavat helposti syötävät välipalat ja juomat kasvavat ensi vuonna.

”Helppo hyvinvoinnista huolehtiminen näkyy hyvinvointijuomien ja erilaisten vitamiinijuomien tarjonnan kasvuna. Kookosvedet ja aloeverajuomat tulevat olemaan ensi vuonna kasvussa juomahyllällä”, kertoo Akseli.

## Näin suomalaiset kuluttavat vuonna 2017

### Tiedostava kuluttaminen

47 % suomalaisista pyrkii vähentämään ruokahävikkiä.

34 % suomalaisista suosii lähiruokaa.

19 % suosii eettisesti ja ympäristöä vähemmän kuormittavaa ruokaa.

### Nopeasti valmista

38 % suomalaista arvostaa arkea helpottavia ja nopeuttavia ratkaisuja.

18 % suomalaisista suosii arkena ruokia, jotka ovat pöydässä 15 minuutissa.

17 % suomalaista käyttää puolivalmiita.

#### **Hyvinvoiva arki**

53 % suomalaisista edistää aktiivisesti omaa hyvinvointiaan arjen ruokavalinnoilla.

43 % suomalaisista panostaa parempaan arkiruokaan, joka on monipuolista ja tuottaa nautintoja.

30 % hakee totutuille tavoille terveellisempiä vaihtoehtoja, esim. syö vähemmän punaista lihaa.

#### **Täsmähyvinvointi**

16 % suosii tiettyä ruokavaliota voidakseen paremmin.

13 % suomalaista haluaa pitää kasvisruokapäiviä luopumatta kuitenkaan lihansyönnistä kokonaan.

#### **Ruokahifistely**

16 % haluaa tehdä ravintolatasoista ruokaa kotona.

12 % suosii tuotteita, joilla on tarina.

10 % suosii uniikkeja tuotteita, joita ei löydy joka kaupasta.

#### **Ruokaseikkailut**

30 % etsii vaihtelua ruoanlaittoon maailman mauista.

21 % etsii uusia makuelämyksiä, esimerkiksi tutustumalla uusiin mausteisiin ja yrtteihin.

13 % haluaa kokata yhdessä ystävien kanssa.

K:n ruokailmiöt -tutkimuksen data on kerätty Keskon Plussa-kannasta lokakuussa 2016 ja kyselyyn vastasi 1 111 suomalaista. Tutkimuksen on toteuttanut Frankly Partners.

#### **Lisätietoja:**

[K:n ruokailmiöt 2017](#)

Ari Akseli, tavara-kaupan johtaja, Keskon päivittäistavaratoimiala, p. 010 5323 490

Minttu Tirkkonen, viestintäpäällikkö, Keskon päivittäistavaratoimiala, p. 050 350 4937

*Noin 900 K-ruokakaupan asiakastyytyväisyydestä vastaavat K-ruokakauppiat, joiden kanssa Keskon päivittäistavarakauppa toimii ketjuliiketoimintamallilla. K-ruokakauppojen ketjuja ovat K-citymarket, K-supermarket ja K-Market. K-ruokakaupat ovat alansa vastuullisimpia maailmassa. Lisäksi vahvuuksia ovat ylivoimaiset tuoreosastot, ammattitaitoinen palvelu, laajimmat valikoimat, suomalaiset tuotteet ja Pirkka. K-ruokakaupat ovat sekä laadukkaita että edullisia. K - jotta kaupassa olisi kiva käydä.*