



SUSTAINABLE BRAND INDEX

Elovena jatkaa Suomen kestävimpänä brändinä Sustainable Brand Index 2025 - tutkimuksessa

Elovena® säilyttää kärkisijansa Sustainable Brand Index 2025 -tutkimuksessa ja se on jälleen kuluttajien mukaan Suomen kestävimmäksi arvioitu brändi.

Vuoden 2024 voiton jälkeen Elovena pitää vahvasti kiinni asemastaan, jättäen taakseen Valion ja S-Ryhmän.

Vahva perintö ja selkeät arvot

Elovena on pitkään ollut kestävyuden ja perinteiden symboli Suomessa ja jatkaa vahvaa asemaansa kuluttajien keskuudessa. Sustainable Brand Indexin perustaja Erik Elvingsson Hedén korostaa, että Elovenan ykkössija on seurausta sen selkeästä identiteetistä ja vahvoista arvoista.

- Kuluttajat kokevat Elovenan brändinä, jolla on pitkät perinteet ja selkeät arvot. Aikana, jolloin kestävyyskysymykset voivat tuntua monimutkaisilta, suomalaiset arvostavat brändejä, jotka pysyvät uskollisina visiolleen ja tarjoavat edelleen luotettavia ja kestäviä vaihtoehtoja, hän sanoo.

Vahva keskittyminen kotimaisiin raaka-aineisiin on yksi Elovenan tärkeimmistä menestystekijöistä.

- Lämmin kiitos, olemme otettuja tästä kunniasta ja tämä kannustaa meitä yhä vaikuttavampiin tekoihin. Meille brändin parissa työskenteleville menestyminen tutkimuksessa kertoo, että ihmisillä on valtavat odotukset Elovena-brändin vastuullisuutta kohtaan. Tämä inspiroi meitä jatkamaan työtämme kotimaisen, kestäväen ruokaketjun edistämiseksi ihan joka päivä! Elovena-brändille vastuullisuus tarkoittaa muun muassa sitä, että pääraaka-aineemme on suomalainen kaura ja Elovena-tuotteen voi aina valita hyvillä mielin ja luottaa sen olevan hyvä valinta, sanoo Mervi Nieminen, Markkinointipäällikkö, Elovena.

Suuria nousijoita vuoden rankingissa

Tämän vuoden rankingissa on nähtävissä merkittäviä nousuja. SINI on noussut sijalta 12 sijalle 6, ja Yliopiston Apteekki on tehnyt yhtä vaikuttavan nousun sijalta 18 sijalle 7. Tämä osoittaa, että kuluttajien luottamus vahvoihin ja selkeisiin brändeihin on edelleen kasvussa.

Sustainable Brand Index – Euroopan laajin kestävä kehityksen tutkimus

Sustainable Brand Index on Euroopan suurin riippumaton kestävä kehityksen bränditutkimus. Tutkimus on toteutettu vuosittain vuodesta 2011 lähtien. Vuoden 2025 tutkimuksessa haastateltiin edustava otos, 10 000 vastaajaa, iältään 16–75 vuotta, ajanjaksolla joulukuu 2024 –

helmikuu 2025. Suomessa arvioitiin yhteensä 248 brändiä. Vastaajat ovat Norstatin paneelista.

Kaikki alan voittajat

- Airlines - Finnair
- Automotive - Volvo
- Banks - S-Pankki
- Beauty - LV
- Beverage - Paulig
- Clothes & Fashion - Brands - Halti
- Clothes & Fashion - Stores - Partioaitta
- Consumer Goods Corporations - S-Ryhmä
- E-commerce - tori.fi
- Electricity & Heating - Vattenfall
- Food - Elovena
- Fuel - ABC
- Furniture & Decoration Brands - Finlayson (Uusi voittaja!)
- Furniture & Decoration Stores - Pentik
- Grocery Stores - Prisma (Uusi voittaja!)
- Hobby & Leisure - Fiskars
- Home Appliances & Electronics Brands - Nokia
- Home Appliances & Electronics Stores - Veikon Kone (Uusi voittaja!)
- Hotels - Sokos Hotels
- Hygiene & Cleaning - SINI (Uusi voittaja!)
- Insurance & Pension - LähiTapiola
- Parcels & Logistics - Matkahuolto
- Passenger Transport - VR
- Pharmacies - Yliopiston Apteekki
- Restaurants, Cafes & Take-away - Kotipizza
- Telecommunications - Elisa
- Travel & Tourism - Aurinkomatkat

Top 30

1. Elovena
2. Valio
3. S-Ryhmä
4. SINI
5. VR
6. Yliopiston Apteekki
7. Fazer
8. Prisma
9. S-market
10. K-ryhmä
11. Myllyn Paras
12. Kotimaista
13. K-Supermarket
14. K-Market
15. Serla
16. Fiskars
17. Vaasan
18. K-Citymarket
19. Partioaitta
20. Kokkikartano
21. Myllärin
22. Halti
23. LV

24. Oululainen
25. Finlayson
26. Iittala
27. S-Pankki
28. Pentik
29. Lambi
30. Suomalainen Kirjakauppa

Yhteystiedot

Erik Elvingsson Hedén
Sustainable Brand Indexin perustaja
+46708651397
erik.heden@sb-insight.com

SB Insight on insight-toimisto ja Euroopan suurimman riippumattoman kestävän kehityksen bränditutkimuksen Sustainable Brand Indexin perustaja.