



TULEVAISUUDEN  
RUOKAKAUPPA  
2028





# TERVETULOA TULEVAISUUDEN KAUPPAAN!

Asiakkaan käyttäytyminen on muutoksessa, suhtautuminen ruokaan ja tarpeet kaupassakäynnille yksilöllistyvät. Toisaalta elämyksellisyys kasvaa. Näistä lähtökohdista olemme tarkastelleet sitä, millainen ruokakauppa on vuonna 2028: Miltä kauppa näyttää? Miten asiointi muuttuu? Entä mitä tuotteita ja raaka-aineita ostoskoriin napataan mukaan?

## TAUSTALLA LAAJA SELVITYS

Tulevaisuuden ruokakaupan visiointityötä on tehty monivaiheisesti yhdessä K:n asiantuntijoiden, K-kauppiaiden ja kaupan työntekijöiden kanssa. Ajatuksia ja ideoita tulevaisuudesta on ollut mukana työstämässä yli 60 asiantuntijaa. Oheiseen raporttiin on koottu asiantuntijoiden näkemyksiä siitä, miten ruokakauppa tulevaisuudessa kehittyy. Visiointityön tueksi on mallinnettu virtuaalinen kauppa, joka esitellään myös raportissa.

Tämä työ on jatkoa K:n Ruokailmiöt 2017 -tutkimukselle ja K:n Ruokailmiöt 2018 -trendikatsaukselle. Näissä raporteissa olemme selvittäneet laajasti ruokaan liittyviä ilmiöitä ja sitä, miltä suomalaiset ostoskorit näyttävät tällä hetkellä.

Hankkeen fasilitoijana ja tutkimuksellisten osioiden toteuttajana toimi tutkimustoimisto Frankly Partners.

## HALUAMME TARJOTA INSPIROIVIMMAT RUOKAKAUPAT JA DIGITAALISET PALVELUT – MYÖS TULEVAISUUDESSA

Tulevaisuudessa kauppa palvelee yhä yksilöllisemmin asiakkaiden tarpeita ja tuo ostosten tekoon entistä enemmän elämyksellisyttä. Se yhdistää niin fyysisen kivijalan kuin verkkokaupan parhaat piirteet. Ideoinnin lähtökohtana on ollut asiointin helppous – haluamme sujuvoittaa asiakkaan arkea. Digitaaliset kauppaverit mahdollistavat sen, että asiakas voi tehdä ostoksiaan joustavasti ja asettaa henkilökohtaisia tavoitteita aivan uudella tavalla. Asiointista vapautuu aikaa elämyksellisyydelle. Vahvistuvalle yhteisöllisyydelle on myös tilaa kivijalkakaupassa: vuorovaikutus alueen asukkaiden, tuottajien ja kaupan välillä tiivistyy.

K – Jotta kaupassa olisi kiva käydä



# KANSAINVÄLINEN BLOGIANALYYSI: INSPIRAATIOA MAAILMALTA

Tulevaisuuden ruokakaupan rakentaminen lähti liikkeelle kesällä 2017 tehdystä, kuuden markkinan blogianalysistä. Analyysissä löydettiin ilmiöitä, jotka eivät vielä tällä hetkellä ole rantautuneet voimakkaasti Suomeen.



## TOTUTTUJEN KÄYTÄNTÖJEN RIKKOMINEN JA ELÄMYSTEN HAKEMINEN

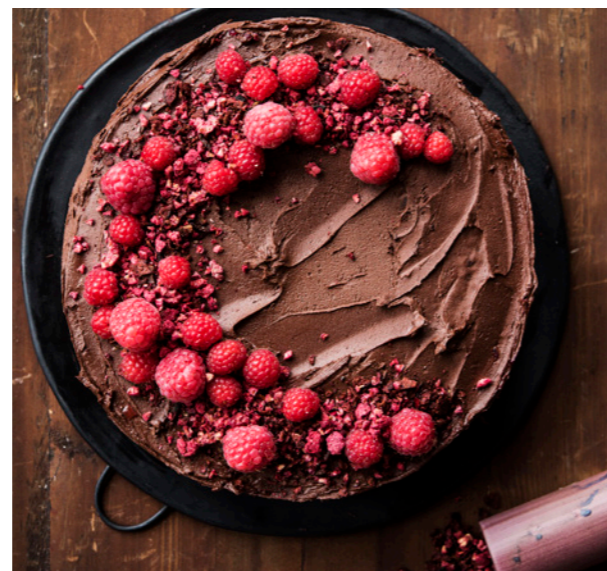
Elämyshakuisuus on vahva globaali trendi, joka saa ihmiset ympäri maailmaa etsimään ruoasta uusia makuja ja aistikokemuksia. Jännitystä ja seikkailuja haetaan rikkomalla totuttuja käytäntöjä esimerkiksi testaamalla **suolaisia jälkiruokia tai makeita pääruokia**.

**Esimerkkejä maailmalta:** Riisipuurojäätelö, punajuurisuklaakakku, miso black sesame caramel popcorn, mansikkalasangne.

## FUUSIOIMINEN MAKUMATKAILUN UUSIN MUOTO

Uusia makuelämyksiä haetaan vieraiden kulttuurien ruokien avulla. Makumatkailu ei ole uusi ilmiö, joten maailman eri kulttuurien keittiöiden tullessa tutuiksi uutuuksia haetaan **fuusioimalla eri kulttuureille ominaisia ruokia** yllättävilläkin tavoilla.

**Esimerkkejä maailmalta:** Thai-bouleh (vrt. Tabouleh), Tikka Masala Mac 'N Cheese, Caesar-salaatti dumplings, Kimchi Tacos, BLT sushi.



## JUOMAVALLANKUMOUS

Juomat, niin alkoholittomat kuin alkoholillisetkin, elävät aivan uudenlaista tulemista maailmalla. Klassisista drinkkeistä tehdään alkoholittomia ja niihin yhdistellään eksoottisia mausteita. Smoothiebuumin jatkumona on nähty jo Suomessakin smoothiebowlit, mutta maailmalla rikotaan jo rajoja smoothieiden, kahvikulttuurin sekä lusikoitavien ruokien välillä.



**Esimerkkejä maailmalta:** Bataattilatte, Bloody Mary pinaattimehusta, Chia-Lassi.

## RAUHOITTUMINEN JA PALAUTUMINEN

Kaiken elämyshakuisuuden ja seikkailun rinnalla kiinnostus äärimilleen yksinkertaistettua sekä **rauhoitavaa ruokaa** kohtaan kasvaa. Omasta hyvinvoinnista huolehtiminen palautumisen, hiljentymisen ja rauhoittumisen kautta näkyy blogikirjoituksissa. Ruoan rauhoittavuus perustuu vähintään yhtä vahvasti syömis-tilanteeseen kuin ruoan fysiologisiin vaikutuksiinkin.

## NAUTINTO JA MIELIHYVÄ



Elämysten rinnalla ruoasta haetaan nautintoa ja mielihyvää. Tämä ilmiö on näkynyt muun muassa lohturuoan sekä tuhdin bistroruoan suosiona, mutta myös jälkiruokien uudenaikaisena tulemisena. Maailmalla suositaan kasvattavat erityisesti **superterveelliset herkut**, joissa kuumimmat trendiainesosat yhdistellään makeiksi herkuiksi.

**Esimerkkejä maailmalta:** Matcha-virheä tee -vaahdokarkit, avocado-browniet, suklaakuorrutetut kookos-raakasuklaapatukat, spiruliinalatte, berry kombucha float.



**Esimerkkejä maailmalta:** Rauhallinen aamupala; teetä, hunajaa ja kaurapuuroa, hyggeilyhetki; kaakaota ja tummaa suklaata.

## TULEVAISUUDEN RUOKAKAUPPA VISIOITIIN YHDESSÄ K:N LAAJAN ASIAANTUNTIJAJOUKON KANSSA

Aiemmin toteutetuissa K:n Ruokailmiöt 2018 ja 2017 ruokatrendejä luotaavissa raporteissa on tunnistettu asiakkaan käyttäytymisen muutoksia: suhtautuminen ruokaan ja kokemukset yksilöllistyvät. Samalla odotukset ruokakaupan elämyksellisyydestä kasvaa. Näistä lähtökohdista lähdimme visioimaan tulevaisuuden ruokakauppaa yhdessä K-kauppiain, kaupan työntekijöiden ja K:n omien asiantuntijoiden kanssa.

Millaisina ruokakauppa, tuotteet ja raaka-aineet näyttäytyvät tulevaisuudessa? Visioissa tulevaisuuden kaupassa nousi esiin esimerkiksi seuraavilla sivuilla esitelyjä ilmiöitä.



### VISIO: RUOKAKAUPPA JAKAUTUU VOIMAKKAAMMIN KAHTEN ERILASEEN OSAAN

Tuoretuotteiden kauppahallimaisen osaston elämyksellisyys kasvaa entisestään. Perustuotteiden valitsemiseen ei tarvitse käyttää aikaa. Ne ostetaan verkkokaupan kautta tai noudetaan kaupasta valmiiksi kerättyinä.

*”Tulevaisuudessa elämyksellisyys ja yksilöllisyys tulee tori- tai kauppahallimaisuudesta – tuoreus ja tarinat ovat paljon merkittävämmässä roolissa kuin tänä päivänä.”*

Ari Akseli, päivittäistavarakaupan toimialajohtaja

### VISIO: VALMISRUOAN REVOLUUTIO

Valmisruokaan tulee enemmän ja ravitsemuksellisesti parempia vaihtoehtoja. Mukaan otettavat ja liikkussa syötävät vaihtoehdot nostavat merkitystään.

*”Valmisruoan ja terveellisen kotiruoan kehittyminen on todella kiinnostavaa. Entistä enemmän ja vieläkin paremmat vaihtoehdot valmisruoassa voisi olla seuraava suuri trendi.”*

Juha Jylli, K-Citymarket Puuvillan kauppias

*”Erilaiset terveystuotteet ja juomat ovat kiinnostavia. Maailmalla näkee juomien valikoiman laajenemisen. Esimerkiksi erilaisten aloe vera -pohjaisten juomien kiinnostus nousee.”*

Markus Ranne, K-Supermarket Hertan kauppias



### VISIO: KAUPAN JA RAVINTOLAN RAJA-AITA HÄLVENEE

Kaupasta on mahdollisuus ostaa ravintolatasoista ruokaa joko esivalmistettuna tai täysin valmiina. Kaupassa on kasvava tarve ruoan huippuammattilaisille kuten kokeille tai muille ravitsemusalan ammattilaisille.

*”Ruokaratkaisut ovat syötävissä paikan päällä. Ammattitaitoiset tekijät osaavat valmistaa raaka-aineet viimeisen päälle.”*

Juha Jylli, K-Citymarket Puuvillan kauppias

### VISIO: KÄSILLÄ TEKEMINEN EI KATOAA

Lähiuottajien, pientuottajien tuotteiden sekä erilaisten premium-tuotteiden arvostus kasvaa. Tuottajia niin läheltä kuin maailmalta tuodaan kaupassa entistä enemmän esiin tarinoin. Ihmiset tuotteiden takana eli itse tuottajat kiinnostavat kuluttajia.

*”Premium-tuotteet ovat sellaisia, joissa ollaan menty osaamisen alkulähteille ja sieltä on otettu oppia, esimerkiksi kisälli-mestari-tapaan. Lisäksi premium-tuotteen taustalla on kiinnostava tarina.”*

Erkki Zaidman, K-Market Kaukalahden kauppias

*”Maailma on täynnä uskomattomia tuottajia ja tarinoita! Me voisimme kertoa näitä tarinoita.”*

Markku Hautala, K-Citymarket Järvenpään kauppias



### VISIO: VALINNAT TEHDÄÄN ENTISTÄ YKSILÖLLISEMMIN OMIEN TOIVEIDEN, TAVOITTEIDEN JA ARVOJEN PERUSTEELLA.

Esimerkiksi vastuullisuus, hiilineutraalius, ravitsemukselliset arvot, luomu, lähiruoka, erilaiset erityisruokavaliot tai tietty ruokabudjetti ohjaavat valintoja. Kauppa tietää asiakkaan arvovalinnat ja tarjoaa niihin sopivia tuotteita. Ruoasta haetaan entistä enemmän kokonaisvaltaista hyvinvointia.



## VISIO: RUOKAKAUPAN ROOLI MUUTTUU

Kauppa toimii kohtaamispaikkana paikallisille yhdistyksille, muille toimijoille ja asiakkaille. Kauppaan tullaan viihtymään ja viettämään aikaa. Uudenlaiset palvelut, kuten autohuolto helpottavat asiakkaan arkea.

*”Suuri kauppa on jo itsessään matkailukohde, sillä kauppaan tuodaan uudenlaisia konsepteja ja palveluita: esimerkiksi panimo, pizzeria, jäätelötehdas. Kaupassa käydessä käytetään aikaa.”*

Markku Hautala, K-Citymarket Järvenpään kauppias

## VISIO: KAUPAN VASTUULLISUUS NÄKY YHÄ VOIMAKKAAMMIN

Vastuullisuus näkyy sekä ruoassa että kaupan rakenteissa. Tiedostavuus vastuullisten valintojen tekemisessä kasvaa ja valintojen tekemiseen on entistä paremmat mahdollisuudet. Vastuullisuus näkyy läpileikkaavana kaikessa kaupan toiminnassa: kauppa esimerkiksi hyödyntää itse tuottamaansa energiaa ja toimi hiilineutraalisti.

*”Yhteiskunnan muutoksena nostaisin vastuullisuuden suureen rooliin. Kaupan tulee huomioida kestävä kehitys ja ilmastonmuutos. Vastuullisten tuotteiden kysyntä kasvaa ja voimistuu.”*

Ari Sääksmäki, K-Citymarket-ketjun johtaja

*”Teollisten tuotteiden puolella voimme myös mahdollistaa arvovalintojen tekemistä, esimerkkinä voisi olla vaikkapa luomuhammasharjat. Kaupassa on suuri mahdollisuus vaikuttaa esimerkiksi muovin määrään. Uusien teknologioiden avulla voidaan lähitulevaisuudessa vähentää muovin määrää pakkausmateriaalina.”*

Sami Mustonen, K-Market Lönkan Herkun kauppias

*”Ihmiselle, jolle vastuullisten valintojen tekeminen on tärkeää, se on tärkeää kaikenlaisissa tuotteissa.”*

Pasi Saarinen, K-Supermarket Kasarmin kauppias



## VISIO: DIGITAALISUUS MUOKKAA RÄÄTÄLÖIDYN OSTOSREISSUN

Digitaalisuuden kehittyminen tulee muokkaamaan kauppaa monilta osin. Tulevaisuudessa kauppa tarjoaa entistä parempia mahdollisuuksia yksilöllisten valintojen tukemiseen, esimerkiksi oman profiilin luominen kaupan sovellukseen ja sen perusteella kohdennetut resepti-ideat, tarjoukset sekä suositukset. Digiratkaisut helpottavat kaupassa-asiointia, kun tuotteita ei tarvitse etsiä, eikä kassalla kulu aikaa.

*”Mobiilisovellus tulee tulevaisuudessa olemaan suuressa roolissa myös ruokakaupassa. Erilaisten heimojen syntymisestä on puhuttu jo kauan. Mitä jos meille tulee erilaisia yhteisöjä, esimerkiksi laadukkaaseen lihaan keskittyvä yhteisö? Yhteisöjen jäsenille voimme tarjota juuri heitä kiinnostavia tuotteita.”*

Markku Hautala, K-Citymarket Järvenpään kauppias

*”Viihtyisyys tulee pienistä asioista ja ihan perusasioiden toimivuudesta, kuten kassalla jonottamisesta. Asiakkaalle kassalla vietetty aika on täysin turha vaihe. Teknologiset ratkaisut kuten skannerit, itsepalvelukassat tai muut vastaavat voisivat ratkaista tämän. Meidän pitää keskittyä karsimaan kaupassa asioimisesta kaikki turha pois – silloin kaupassa on tilaa elämyksillekin.”*

Arhi Kivilahti, Päivittäistavarakaupan digitaalisten palveluiden kehitysjohtaja



# RUOAN VERKKOKAUPPA KEHITTYY



K selvitti syksyllä 2017 K-Plussa-asiakkaiden näkemyksiä tulevaisuuden ruoan verkkokaupasta. Kyselyssä visioitiin, mitä kaikkea ruoan verkkokauppa tulevaisuudessa voisi olla.

Yksi tulevaisuuden kehityssuunnista on robotiikan tuomat mahdollisuudet myös ruokaan ja ruoanlaittoon liittyen. Robotiikkaan suhtautuminen jakoi tutkimuksen osallistujien mielipiteitä. Eniten siitä ovat kiinnostuneita uusista ilmiöistä ja kokemuksista kiinnostuneet kuluttajien edelläkävijät.

## UUDENLAISET DIGITAALISET PALVELUT KIINNOSTAVAT EDELLÄKÄVIJÄKULUTTAJIA

**68 %** Tilaan ruoan verkosta ja toimituksen kotiin, mutta toimitus tehdään auton sijasta lentohelikopterilla eli dronella.

**67 %** Käytän ruoan verkkokaupassa chat-palvelua, jossa saan kokilta tai ruokamestarilta uusia ruokaideoita tai vinkkejä ostamiini tuotteisiin liittyen.

**62 %** Siirrän kauppalistalleni ja ostan ruokatuotteita suoraan sosiaalisessa mediassa olevista suosituksista.

**57 %** Saan kotiini virtuaalireaalilasit ja käsiini ohjaimet, joiden avulla voin tehdä ostoksia virtuaalisessa kaupassa, mutta kotisohvalta.

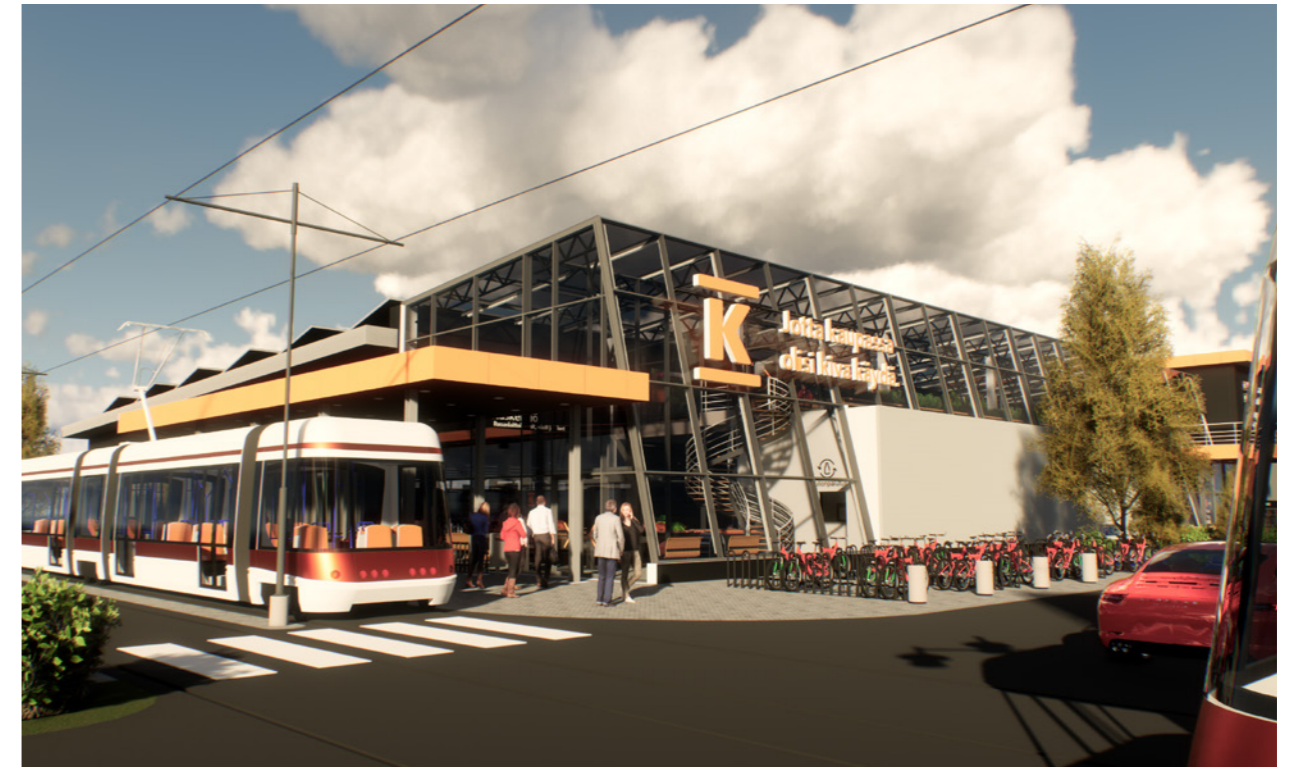
**57 %** Käytän älyjääkaappia, jolle voin puheen avulla luetella haluamani kauppalistan. Jääkaappi lähettää tarvitsemistani tuotteista suoraan tiedon kauppaan ja tilaa tuotteet sekä toimituksen puolestani.

**38 %** Saan kotiini äänellä ohjattavan digitaalisen apurirobotin, joka opastaa minua ruoan valmistuksessa kokin tapaan.

Lähde: K-ryhmän teettämä Ruoan verkkokauppa tänään ja huomenna 2017 -tutkimus. Tutkimuksessa edelläkävijöiksi määriteltujen kuluttajien näkemyksiä digitaalisista mahdollisuuksista.

TULEVAISUUDEN KAUPPA

# TULEVAISUUDEN KAUPAN MALLINTAMINEN JA OSTOSMATKAT



Tutkimusaineisto vietiin vielä lopuksi tilaan ja visioiden pohjalta on rakennettu virtuaalinen malli. 3D-kauppaan on mallinnettu sekä kaupan ulkopuolista ympäristöä että sisätilat. Tilaan tuotiin myös ideoita siitä, miten asiakasviestintä ja markkinointi kaupassa muuttuvat tekniikan kehittyessä. Mallista tehtiin mahdollisimman todentuntuinen, myös vuorokaudenvaihtelut ja muun muassa kaupan säädettävä valaistusympäristö ovat mukana.

Koska jokainen asiakas on erilainen, halusimme ymmärtää tulevaisuuden ostosmatkoja muutamasta eri näkökulmasta. Valitsimme keskeisistä ruokailutapa-

tottumuksista kolme: modernin, perinteisen ja vaivatonta hakevan ruoanlaittajan näkökulmat. Tulevaisuuden ostosmatkat on visioitu näiden kolmen profiilin kautta ja ne esitellään raportin seuraavilla aukeamilla.

*”Kauppojen 3D-mallinnukset ovat vain yksi uusi keskustelunavaus siinä, mitä kaikkea digitalisaatio voi K-ryhmässä tarkoittaa. Digitalisaation rooli kasvaa ja on koko ajan merkittävämpi kauppojen suunnittelun apuväline.”*

3D-mallin toteuttanut suunnittelupäällikkö Jari Salmela, K-ryhmä.

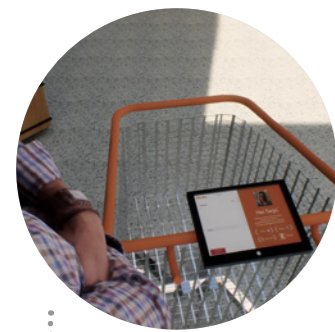


# PERINTEINEN RUOANLAITTAJA

**Perinteinen ruoanlaittaja innostuu uusista ideoista, jotka hyödyntävät tuttuja raaka-aineita tai tuotteita uusin tavoin.**

**Luottaa hyväksi havaittuihin tuotteisiin ja tuottajiin.** On myös järkevä kuluttaja ja K-Ruoka-sovellukseen luotu profiili auttaa pysymään tavoitebudjetissa.

**Vuonna 2028 elämänrytmi on kiihtynyt.** Perinteinen ruoanlaittaja haluaa tulevaisuudessa apua ajastetun ruoanlaiton muodossa: hän valmistelee illan ruoan aamulla töihin lähtiesään ja illalla kotona odottaa valmis ruoka-annos crockpotin tekemänä. Voisi harkita ruoanlaittorobotin hankkimista, koska naapurillakin on jo sellainen. Ehkäpä ensi jouluna!



**Astuessani kauppaan sisään** minut tunnustetaan automaattisesti, koska olen antanut siihen luvan. Kätevää, kun jo astellessani ostoskärryjen luokse K-Ruoka-aplikaatio tervehtii ja suosittelee juuri minun toiveisiini ja ruokavaliooni sopivia tuotteita. Etukäteen tilaamani tuotteet ovat näköjään jo noudettavissa noutotiskillä.



**Nälkä jo hieman kurnii kauppaan tullessa.** Hmm, pitäisikö napata mukaan ruokaisa smoothie, vaikkapa tuo sesongin marjoista tehty? Se kuulostaa paitsi herkulliselta, tekisi hyvää myös mielelle ja aivojen hyvinvoinnille. Toisaalta mukaan voisi ostaa myös toiselta osastolta juotavan aterian, se täyttää suuremman nälän. Ja onhan ravintolapuolella esivalmistettuja tai valmiita aterioita, nam.



**Heviosastolta** kaupan alakerrasta ja ylhäältä kasvihuoneelta voin itse poimia kasviksia ja yrttejä. Kasvihuoneen kasvit kasvatetaan hiilineutraalisti kaupan omien aurinkopaneelien energian avulla. Tänään näyttää siltä, että voikukat ovat erityisen hyvännäköisiä. Alhaalta heviosastolta nappaan mukaan omenia, ne näyttivät olevan henkilökohtaisessa tarjouksessa.

PERINTEINEN

MODERNI

VAIVATON



**Perinteiset kokit** ovat nousseet uudella tavalla monien ruoanlaittajien tietoisuuteen. Osallistuin esimerkiksi kauppiaan äidin, Tyynen, kaupan opetustilassa pitämään kokkausiltaan. Illta oli huippusuosittu, onneksi pääsin mukaan. Illan aikana päivitettiin niin pettuleipä tähän päivään kuin opeteltiin tekemään voikukkaa kolmella tavalla. Milloinhan Kokki Kolmosen saisi omaan kotiin hologrammina kokkaamaan? Siitäkin on visioissa puhuttu.

Ihanaa, kun kaupassa saa **paljon inspiraatiota myös tuttujen raaka-aineiden käyttöön uudella tavalla.** Kauppaan on tullut uusia ja eksoottisia makujakin – ja hyvä niin. Monesti kuitenkin kaipaam myös tuttuja raaka-aineita uudentavalla tavalla tehtynä, samoin kuin ihan perinteisiä ruokiakin – enkä ole yksin tämän toiveen kanssa.



**Opetustila on kyllä kaupassa kiva!** Siellä on paljon paikallisten yhdistysten ja järjestöjen ruokailtoja sekä kaupan järjestämiä kursseja. On hienoa, että kaupan ympärille on muodostunut tällainen oma paikallinen yhteisönsä. Siellä voin itsekkin osallistua kaupan kehittämiseen muiden paikallisten asukkaiden ja toimijoiden kanssa. Se auttaa ylläpitämään meidän oman alueemme perinteitä ja omaleimaisuutta. Ja näkyväthän paikalliset toimijat täällä muutenkin: heviosastolla kasvaa yhdistyksen omia sitruunapuita.



**Mielestäni on tärkeää tuoda esiin paikallisia tuottajia.** Sen – ja tietysti herkullisten leipien – vuoksi leipomon Sannaa on hauskaa nähdä kaupassa, kuten tänäänkin. Sanna käyttää tuotteissaan tuttuja makuja ja herkullisia raaka-aineita täältä ihan läheltä. Myös porkkanoilla näytti olevan uusi tuottaja, josta kerrottiin tarkemmin sovelluksessa.

**Sesongit näkyvät paljon vahvemmin palvelutiskeillä – mahtavaa!**

Onhan se järkevämpää syödä vaikka herkullisia ja tuttuja suomalaisia kaloja silloin, kun niitä läheltä saadaan. Kalassa on myös ihan eri tavalla valikoimaa kuin vaikkapa kymmenen vuotta sitten. Uutta ovat esimerkiksi sisäkiertovesilaitoksessa kasvatetut kalat.



# MODERNI RUOANLAIITTAJA

Janoa virikkeitä, jotka viihdyttävät ja uudistavat hänen näkemyksiään. Kokeilee mielellään niin kotimaisia kuin kansainvälisiä reseptejä ja ostaa usein itselleen uusia raaka-aineita. Modernin kotoa löytyvät VR-lasit, joilla pääsee virtuaalimatkailemaan tuttuihin tai uusiin paikkoihin.

**Vuonna 2028 inspiraatioiden lähteitä onkin vaikka missä!** Älylaite ehdottaa uudenlaisia makuyhdistelmiä ja sosiaalisessa mediassa moderni ruoanlaittaja törmää jatkuvasti uusiin ideoihin. Älylaite myös ehdottaa uudenlaisia makuyhdistelmiä. Modernista on kätevää, kun somesta voi ostaa suoraan klikkaamalla uusia kiinnostavia tuotteita. Tuotteita voi myös tuoksutella somen välityksellä! Tuotteet odottavat valmiiksi keräiltynä seuraavalla ostosreissulla kaupassa. Ne saa myös kuljetus-dronella suoraan kotiin.

**Robottiikka ja teknologian kehittyminen ovat tuoneet paljon kiinnostavia uusia asioita ruoanlaittoon.** AI-apurobotit ovat arkipäivää. Enää ei tarvitse sotkea likaisilla käsillä tablettia, vaan apuroboti auttaa ruoanlaitossa. Tulossa ovat myös 3D-tulostimet esimerkiksi pastan tekemiseen ja bioreaktorit, joilla voi kasvattaa vaikkapa marjasoluja.

Moderni ruoanlaittaja kuuluu myös kaupan ostajayhteisöön ja pääsee kokeilemaan ensimmäisenä uusia tuotteita, joskus vielä kehitysvaiheessakin olevia.

**Kauppaan mennessä** ostoskärryt tunnistavat minut. Saan määrittelemäni profiiliin sopivia suosituksia. Valitsin osan tuotteista jo ennen kauppaan tuloa, joten saan suosituksia kiinnostavista makuyhdistelmistä jo ostamieni tuotteiden kanssa.



**Heti kauppaan sisään tullessa voin halutessani pyytää mukaan ostoskaverin,** joka auttaa valitsemaan juuri minun ruokavaliooni sopivia tuotteita ja makuyhdistelmiä, esimerkiksi uusia premium-tuotteita. Se auttaa halutessani valitsemaan juuri oikean kypsyyset hedelmät. Mahtavaa on myös se, että kauppakaveripalvelun avulla olen löytänyt uusia ulkomaalaisia ruoanlaiton ystäviä, joiden kanssa vaihtaa ruokaideoita.

**Huomaa kyllä, että kaupan elämyksellisyys on panostettu!**

Ravintolassa voin rentoutua ostosten lomassa ja syödä tai nauttia lasillisen viiniä.

PERINTEINEN

MODERNI

VAIVATON



**Kauppiaas suosittelee** näköjään viikonlopun aamiaistuotteita. Arjen koittaessa samassa hyllyssä on esimerkiksi lounasruokaa tai arki-illan ateriaan valmiiksi kootut ainekset.

**Vähän nälkä muuten jo kurniikin.** Nappaisinko mukaan levä-smoothien vai kalaproteiiniapatukan pienempään nälkään? Ja tuo Saimaan vesikasveista tehty proteiiniapatukka on kyllä herkullinen. Mahtavaa, että syömällä levätuotteita voi samalla auttaa puhdistamaan vesistöjä levistä.



**Paikallisten ja pientuottajien esittelyt** tuovat vaihtelevuudellaan aina uusia ideoita. Kuulun myös leipomon osajayhteisöön, on kiva päästä kokeilemaan uutuuksia. Joskus paikalla on esimerkiksi tuorepastan tai suklaakonvehtien tekijä.



Nappaisiko mukaan **hyönteisproteiinia**? Voin vielä muistaa sen uutuudenviehätyksen kymmenen vuotta sitten, kun ensimmäiset hyönteistuotteet tulivat kauppoihin. Nythän ne ovat jo arkipäivää, esimerkiksi viikonloppusnäcksinä ne toimivat loistavasti pähkinöiden kanssa! Samoin kasviproteiinivaihtoehdot ovat monipuolistuneet ja laajentuneet.



**Lihankin tarjontaan on tullut muutoksia.** Keinolihatuotteet alkavat vähitellen tulla kauppoihin, vaikka eivät vielä ihan arkipäivää ehkä olekaan. Ravintolassa sitä on tullut jo syötyä. Ja kalassakin on tullut uutta! Nykyään on paljon vastuullisesti kasvatettua ja lähellä tuotettua kalaa, myös uusissa lajeissa kuten nelmassa.



Huippukokit tekevät ruokaa kaupassakin. He joko esivalmistavat sen, jotta voin valmistaa ruoan kotona, tai tekevät sen kokonaan kaupassa valmiiksi. Ravintolatilakin on todella viihtyisä, sinne on mukava jäädä syömään. Tai sitten voin vaikka tilata jonkun kokeista kotiin tekemään ruokaa – se oli viimeksi ystäville järjestetyissä juhlissa todella ihanaa!



**Kassalla** ei tarvitse nykyään lähtiessä jonottaa. Tuotteet rekisteröidään jo ostoskärryyn siirrettäessä.



# VAIVATTOMUUTTA HAKEVA RUOANLAIITAJA

**Haluaa ruoanlaiton olevan helppoa ja sujuvaa. Suosii nopeasti valmistuvia raaka-aineita, puolivalmisteita tai eineksiä.**

**Teknologia helpottaa arkea.** Ruokien tilaaminen käy näppärästi älyjääkaapin avulla. Perusainesten tilaamisesta ei tarvitse huolehtia vaan jääkaappi huolehtii tilauksen. Ja entä se ruoanlaiton apurobotti – aivan loistava arjen apuri! Siltä saa neuvoja ruoanlaitossa, oli sitten kyseessä raaka-aineiden oi-

kea valmistustapa, yhteensopivat maun tai ruoanlaiton niksit.

**Kaupasta voi tilata kaikki tuotteet kotiin kuljetettuna.** Tarvittaessa voi saada nopeinkin tilauksen kotiin, jopa tunnissa. Kaupassa on kuitenkin kiva käydä, koska siellä on viihtyisää ja inspiroivaa.



**Tämä kaupan sovelluksessa oleva oma profiili on kyllä aivan loistava!** Kun sovellus tunnistaa minut kauppaan mennessäni, se ehdottaa minulle jo valmiiksi nopeita ja herkullisia vaihtoehtoja arkeen ja viikonloppuun. Se ottaa tietysti huomioon toiveiden lisäksi kaikki erikoisruokavaliot. Etukäteen tilaamani tuotteet on kerätty ja odottavat minua noutotiskillä.



Pidän siitä, miten kaupassa on mietitty **yksilöllisten tarpeiden palvelemista**. Sovelluksen profiiliin lisäksi kaupasta voi pyytää kauppakaverin mukaan tekemään ostoksia. Kauppakaveri osaa kertoa tuotteista, suositella hyviä vaihtoehtoja ja auttaa löytämään tuotteet kaupasta.

**Hyödynnän mielelläni valmiiksi mietittyjä ratkaisuja.** Valmiin smoothien voisin ostaa mukaan. Mitähän smoothieta tänään tekisi mieli? Sekä ruokaisempi että hyvän mielen smoothie kuulostavat hyvältä. Tai sitten voisin ottaa mukaan kaupan raaka-aineista tehtävää tuorepuristettua mehua.



**Erilaisissa valmiissa tai puolivalmiissa vaihtoehtoissa on tapahtunut suuri muutos vuosien aikana.** Nykyään kaupassa on todella paljon erilaisia hyviä vaihtoehtoja esivalmistelluista perusraaka-aineista täysin valmiisiin mukaan otettaviin ja vaikkapa liikkuessakin syötäviin ruokiin ja juomiin.

**Esimerkiksi erilaisia juotavia aterioita on tullut paljon.**

Ne tuovat paljon mahdollisuuksia syömiseen. Tarjolla on vaihtoehtoja niin piristävään kuin rauhoittavaan, tuhtiin ja kevyeen ateriaan. Tiedän aina, että valikoimasta löytyy juuri senhetkiseen tilanteeseen ja tarpeeseen sopiva vaihtoehto. Samanlainen juoma-automaattihan on myös kaupan ulkopuolella. Jos ei syystä tai toisesta ehdi poikkeamaan kauppaan, siitä voi napata mukaan juotavan aterian esimerkiksi ohikulkijassa.



**On myös hienoa, miten maksamista on nykyään helpotettu.** Silloin, kun kaupassakäynti on tehtävä nopeasti, arvostan erityisen paljon sitä, että ulos mennessä ei tarvitse jonottaa. Kätevää on myös se, että voin hoitaa muitakin asioita kaupassa käymisen yhteydessä, vaikkapa jättää auton huoltoon.

**Myös kaupan ravintola on mahtava.** Saan parhaita sesongin raaka-aineita, jotka voin ostaa mukaan esivalmisteltuna tai valmiiksi ateriaksi tehtynä, mikä sattuu milloinkin paremmin sopimaan. Siitä ei arkiruoanlaitto enää helpommaksi muutu! Tai voinhan tietysti jäädä tänne viihtyisään ravintolaankin syömään.

# K-KYLÄLÄISET TESTAAMASSA VIRTUAALIKAUPPAA



Kylä on K-ryhmän asiakasyhteisö. Testiyhteisön tavoitteena on kehittää K-ryhmän tuotteita ja palveluita yhdessä jäsenten kanssa. Tulevaisuuden kaupan

visiointityöhön valittiin mukaan kolme asiakasta. Kyläläiset pääsivät kommentoimaan, miltä tulevaisuuden kaupassa näyttä ja miltä uudenlaiset palvelut tuntuivat.

## SAMI, 44 V.



Sami on kolmen lapsen aktiivinen ja harrastava isä. Perheessä syödään tavallisia arjen perusruokia. Kokkailuun vivahteita tuovat suvun taustat eri puolilta Suomea. Ruoanlaitolla on Samille suuri merkitys; se toimii rentoutuksena ja mukavana tapana viettää aikaa lasten kanssa. Lapsuudesta nousevat myös omat makumieltymykset ja makumuistot — niitä on mukava jakaa omille lapsille.

*”Pelkäsin, että tulevaisuuden kauppa olisi noutokauppa. Mutta tämä oli elämys. Tulevaisuudessa perustuotteita pitää olla, mutta odotan myös paljon uutta: Uusia ideoita ja muuta. Hyötykasvien, kuten voikukkien, käyttö olisi sellaista perinnettä, jota olisi hyvä elvyttää ja olisi hienoa, jos niitä saisi kaupasta.”*

*”Aika uskomattomalta kuulostaa ja näyttää. Tämä on sellainen kauppa, josta itse unelmoin. Ihan kuin olisitte lukeneet ajatukseni tulevaisuuden ruokakaupasta!”*

## JUHA, 38 V.



Juha on matkustelusta, ystävien seurasta ja erilaisista kaupungeista nauttiva mies. Juha pitää monipuolisesta ruoasta ja on innokas kokeilemaan innovatiivisia ideoita ruoanlaitossa. Ruoka ja ruoanlaitto on aina ollut Juhalle lähellä sydäntä ja hän seuraakin aktiivisesti ruokatrendejä maailmalla. Tällä hetkellä erityisen kiinnostavia ovat aasialaiset maut.

*”Väitän, että tuoretiski on kaupan sydän tulevaisuudessakin. Kaikki ideat lähtevät tuoretiskistä. Näyttävyydestä, tuoreudesta – siitä, miten se joka aamu rakennetaan.”*

*”Tämä tulevaisuuden ruokakauppa näyttää tosi hyvälle ja selkeälle. Pidän myös siitä, että tulevaisuuden ruokakaupassa on isot ikkunat. Päivänvalolla ja väreillä on iso merkitys. Ne vaikuttavat mielikuvaan kaupasta ja tuotteiden tuoreudesta.”*

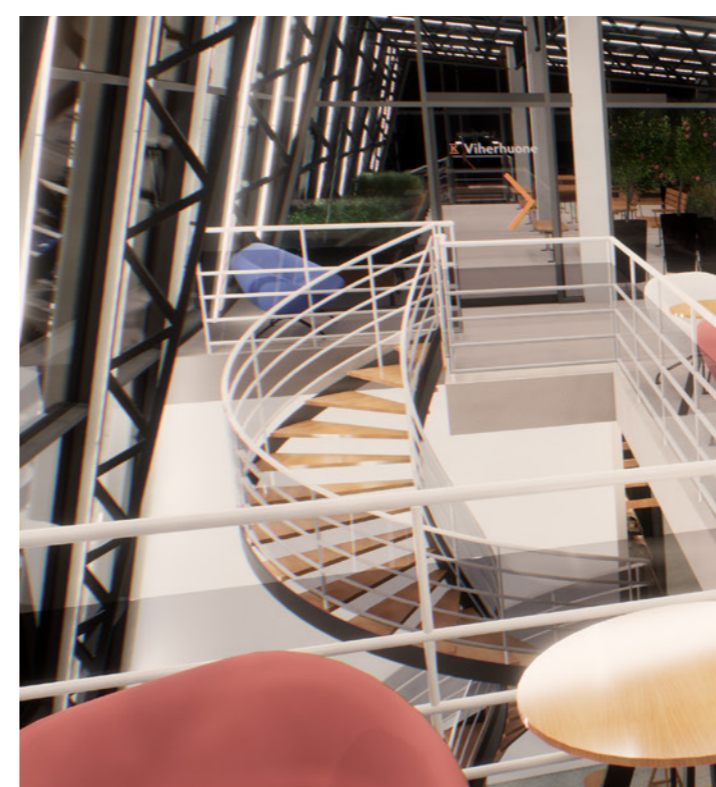
## TARJA, 44 V.



Tarja on opiskelija, sosionomi ja neljän lapsen äiti. Tällä hetkellä Tarja on hoitovapaalla, ja ruoanlaitto on suuri osa arkea juuri nyt. Tarja arvostaa ruoassa helppoutta, esimerkiksi einokset ja puolivalmiit pakasteet ovat Tarjalle käteviä arjen helpottajia. Perheen arjessa pyörivät usein tavalliset lapsiperheen perusruoat. Toisaalta joskus on mukava laittaa ruokaa myös pitkän kaavan mukaan.

*”Ostoskärrysovellus kuulostaa kivalta; se helpottaa arkea ja osaa ohjata oikean tuotteen luokse. Ruokaohjeita voisi tulla näytölle ikäänkuin ruokalistaksi. Laitan niin paljon ruokaa kotona, että olisi kiva, että kärry kertoisi, mistä ne ruokalajin vaatimat ainekset löytyvät.”*

*”Suurin ongelma kaupassakäynnissä on: mitä laitan tänään ruoaksi. Nyt tässä on monta vaihtoehtoa, jolla voisi ratkaista ongelman. Voit katsoa reseptin, ottaa mukaan puolivalmista tai hakea inspiraatiota kaupasta asiantuntijoiden avulla.”*



## VUODEN 2017 HITTITUOTTEET

Ruokailmiöt 2017 -tutkimuksessa ennustimme seuraavien asioiden yleistyvän suomalaisten ostokoreissa.

Miten nämä ennusteet ovat toteutuneet? Ennustetuista nousijoista suosiotaan ovat selvimmän kasvattaneet seuraavat tuotteet:



### NOUSIJAT 2017

- Vegaaninen kebab, Oumph
- Kasviproteiinia sisältävät valmisruoat
- Bataattiranskalaiset
- Proteiinivanukkaat
- Premiumin kasvu – esim. makkarat, lampaanmaitojogurtti
- Kuivatut jälkiuunipalat
- Persimon
- Kylmästä myytävät kaurapohjaiset juomat

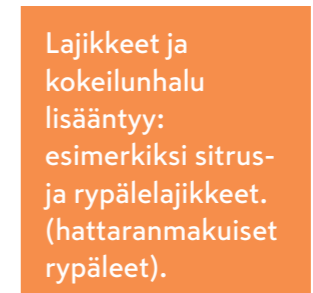
Vastuullisesti kasvatettu ruoka ja kiertotalousajattelu: Pirkka Parhaat Benella-kirjolohi, Pirkka-saaristolaiskalapihvi, hävikin hyödyntäminen tuotteiden valmistuksessa energiana esim. Pirkka-jäätelöt

### LASKIJAT 2017

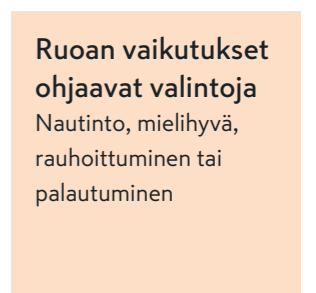
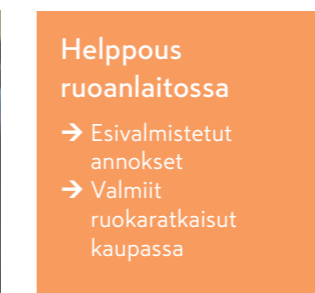
- Superfoodbuumi, esim. gojimarjat
- Pähkinät
- Lehtikaali
- Rahka ja raejuusto

## MITÄ TULEVAISUUS TUO TULLESSAAN?


### 2018



## 2028: TULEVAISUUDEN RUOKASUOSIKKEJA MUOVAAVAT TEEMAT



\*Lähteet: Keskon myyntidata 2017, K:n asiantuntijoiden, K-kauppiaiden ja kaupan työntekijöiden haastattelut.



# K Viherhuone

## Hedelmät.

### LISÄTIETOJA

Minttu Tirkkonen | viestintäpäällikkö  
K-ryhmän päivittäistavaratoimiala  
p. 050 350 4937  
[minttu.tirkkonen@kesko.fi](mailto:minttu.tirkkonen@kesko.fi)  
[www.k-ruoka.fi/tulevaisuudenkauppa](http://www.k-ruoka.fi/tulevaisuudenkauppa)