



RUOKAILMIÖT 2023

MAAILMAN TAPAHTUMAT RAVISTELLEET RUOKAILMIÖITÄ VUONNA 2022

TAMMIKUU:

Koronapandemia alkaa hellittää, rajoituksia puretaan pitkin kevättä. Ruoan hinnan noususta on merkkejä jo 2021 puolella.



MAALISKUU:

Maailmantilanne saa suomalaiset pohtimaan **varautumista ja omavaraisuutta.**



TOUKOKUU:

Ruoan tuotantokustannusten nousu koettelee suomalaisia tuottajia – K-ryhmä hakee ratkaisua tilanteeseen avaamalla ostoneuvottelut.



ELOKUU:

Harkitsevuus kasvaa ruokaostoksilla.

K-ryhmän kyselyssä 85 % kertoo ostavansa suunnitelmallisesti.



LOKAKUU:

Arkijärki kunniaan energiaa säästäen – 78 % suomalaisista kertoo pyrkivänsä löytämään energiatehokkaita tapoja valmistaa ruokaa tai ryhtyvänsä tähän tulevaisuudessa.



tammikuu

helmikuu

maaliskuu

huhtikuu

toukokuu

kesäkuu

heinäkuu

elokuu

syyskuu

lokakuu

marraskuu

joulukuu



HELMIKUU:

Venäjä hyökkää Ukrainaan. Sodalla on suoria vaikutuksia myös mm. globaaleihin viljamarkkinoihin.

HUHTIKUU:

Ruoan hinnan nousu alkaa näkyä ruokakorissa. Kahvin ja kalan hinta puhuttavat.



KESÄ-HEINÄKUU:

Kaksijakoista kulutusta:

Koronarajoituksista vapaampi kesä saa suomalaiset palaamaan tapahtumiin ja ravintoloihin, yhä useampi seuraa tarjouksia.



SYYSKUU:

Ruoasta pieniä elämyksiä epävakaina aikoina. Herkuilla aiempaa suurempi merkitys hemmottelussa, sanoo 42 % K-ryhmän kyselyyn vastanneista.



Ruokailmiöt 2023



RUOKAILMIÖT 2023 TEEMOITTAIN



TIEDOSTAVAT
PERIAATTEET

64%



HYVINVOINNIN
AINEKSET

48%



RUOKA-ARJEN
KÄYTÄNNÖT

34%



HENKILÖKOHTAISET
MERKITYKSET

30%



Ilmiön koko Ilmiön kasvupotentiaali

Ruokailmiöt 2023 -tutkimus, n= 998. Tutkimusaineisto on asuinpaikan, ikä- ja sukupuoli-jakauman suhteen väestöedustava. Tutkimusten toteutuksesta vastasi Frankly Partners.



RUOKAILMIÖT 2023



TIEDOSTAVAT PERIAATTEET 64 %



28 %
Kasvukerroin 1,3

Niksikkyys

Ilmiötä kuvastavat oman arjen kannalta fiksut valinnat, kuten jämäruokien hyödyntäminen ja energiatehokas kokkailu, jotka usein ovat samalla ympäristö-vastuullisia tekoja – motiiveista riippumatta.



22 %
Kasvukerroin 2,0

Harkittu kuluttaminen

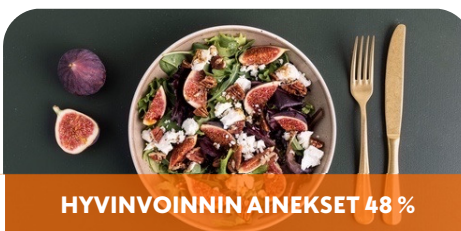
Valintoja ohjaavat vastuullisen kulutuksen periaatteet sekä valmius tehdä myös uhrauksia oman mukavuuden kustannuksella. Valinnoissa huomioidaan mm. ympäristö, tuotteiden alkuperä ja eläinten hyvinvointi.



14 %
Kasvukerroin 3,3

Hyvän omantunnon valinnat

Päätöksissä korostuu tarve tehdä valintoja niin ympäristön kuin muiden ihmistenkin hyväksi. Käyttäytymistä ohjaa helppous ja se, että valinnasta tulee hyvä mieli itselle.



HYVINVOINNIN AINEKSET 48 %



28 %
Kasvukerroin 1,5

Kokonaisvaltainen hyvinvointi

Kokonaisvaltainen hyvinvointi koostuu monesta tekijästä kattaten niin fyysisen kuin henkisen hyvinvoinnin. Perinteisen terveellisesti syömisestä rinnalla nähdään tärkeänä myös oman mielen hyvinvoinnin ja riittävän unen merkitys.



20 %
Kasvukerroin 1,7

Täsmähyvinvointi

Täsmähyvinvoinnissa omat yksilölliset valinnat korostuvat. Keskeistä on oman itsensä parempi tunteminen ja omien tarpeiden parempi kuunteleminen.



RUOKA-ARJEN KÄYTÄNNÖT 34 %



18 %
Kasvukerroin 1,7

Halu kehittyä ruoanlaittajana

Halu kehittyä ruoanlaittajana on ilmiönä yksilöllisyyden ja itsensä kehittämisen ytimessä, vaivannäköä karttamatta. Tämä näkyy esimerkiksi halussa kokeilla ja oppia uusia tekniikoita ja syventää omaa raaka-ainetuntemusta.



16 %
Kasvukerroin 1,9

Supervaiivattomuus

Supervaiivattomuus on ylivoimaista helppoutta kiireisen arjen keskellä. Tällainen arki vaatii ennen kaikkea joustavuutta ja palveluita ja tuotteita, jotka ovat helposti käytettävissä juuri silloin kuin niitä tarvitsee.



HENKILÖKOHTAISET MERKITYKSET 30 %



16 %
Kasvukerroin 1,9

Elämyksiä ja estetiikkaa

Elämysten ja estetiikan ilmiössä haetaan jännitystä ja positiivisia yllätyksiä, vaihtelua totuttuun. Ilmiöön liittyy vahvasti myös estetiikan arvostus elämyksen lähteenä.



14 %
Kasvukerroin 1,4

Turvallisuuden kaipuu

Ruoka sekä siihen liittyvät kokemukset ja muistot tuovat turvallisuuden tunnetta ja lohtua. Paluu yksinkertaisempien ja tuttujen asioiden äärelle rauhoittaa.

Ilmiön koko Ilmiön kasvupotentiaali

Ruokailmiöt 2023 -tutkimus, n= 998. Tutkimusaineisto on asuinpaikan, ikä- ja sukupuolijakauman suhteen väestöedustava. Tutkimusten toteutuksesta vastasi Frankly Partners.



HAVAINTOJA RUOKAILMIÖISTÄ 2023

Niksikkäät ratkaisut ohjaavat suomalaisten ruoka-arkea vuonna 2023

- Hintojen kohotessa **kekseliät ratkaisut budjetin hallintaan** kiinnostavat.
- Vaikka budjettia voi joutua karsimaan, **omien ruokavalintojen vaikutukset ympäristöön** ovat edelleen yhä useammalla pohdinnassa.
- **Kotimaisen ruoantuotannon omavaraisuus** nousut pääsyyksi valita ostoskoriin suomalaisia tuotteita.

Elämyksellisyyttä ja turvaa ruokahetkistä ja kokkailusta

- **Arjen pienten herkutteluhetkien ja ruoan yhteisöllinen merkitys** lisääntyy epävarmassa maailmantilanteessa.
- **Kokkailusta ja siinä kehittämisestä** haetaan elämyksiä, ja toisaalta halutaan ottaa haltuun arjen perusruokia.



Omasta hyvinvoinnista huolehtiminen edelleen pinnalla

- erityisesti **mielen hyvinvointiin** ja **riittävään uneen** halutaan panostaa enemmän.
- **Kalaa ja kasviksia** halutaan syödä aiempaa enemmän.

