

Palkokasvit pellolla ja pöydässä – kohtaavatko tuottajien ja kuluttajien näkemykset?


Kirsi Korhonen, Tutkija
Luonnonvarakeskus (Luke)



Leg4Life

Kuluttajaa kuunnellen – Ruoka- ja luonnontuotealan vuosiseminaari 8.12.2021

leg4life.fi

 @Leg4Life_STN

Leg4Life –hanke

- Tavoitteena on palkokasvien käyttöä lisäämällä saada aikaan laaja yhteiskunnallinen muutos kohti terveellisempää ruokajärjestelmää sekä ilmastoneutraalia ruoantuotantoa ja -kulutusta
- Hankkeessa tutkitaan Suomen olosuhteissa menestyviä palkokasveja viidessä laajassa työpaketissa, jotka kattavat koko ruokaketjun pellolta pöytään

Toteuttajat:

- Helsingin yliopisto, Terveysten ja hyvinvoinnin laitos ja Luonnonvarakeskus

Käynnissä:

- 2019-2025

Rahoittaja:

- Strategisen tutkimuksen neuvosto (STN), joka toimii Suomen Akatemian yhteydessä

Työpaketti 4: Palkokasvi-elintarvikkeiden hyväksyntä kuluttajien keskuudessa ja yhteiskunnassa

Tutkimusryhmä:

- Toivo Muilu, Luke
- Hanna Konttinen, HY
- Kirsi Korhonen, Luke
- Sini Kuosmanen, HY

- Marjatta Vahvaselkä, Luke
- Inkeri Riipi, Luke
- Hanna Hartikainen, Luke

Taustaa

- Suomalaiset, etenkin miehet syövät punaista lihaa selvästi ravitsemussuosituksia enemmän
- Kasviproteiinien käyttöä lihan osittaisena korvaajana on edistetty monin tavoin, josta on esimerkkinä kaupan laajentuva valikoima lihan kaltaisista kasvijalosteista
- Palkokasvituotannon lisäämispotentiaalin maaseudulle/ruokaketjuun tuomat työpaikat
- Kotimaisen/lähiruoan arvostuksen nousu ("palkokasvibuumi")
- Kyselytutkimus: mitä Suomessa menestyvistä palkokasveista (herne, härkäpapu, lupiinit ja apilat) ajatellaan ruokaketjun alku- ja loppupäässä eli tuottajien ja kuluttajien keskuudessa

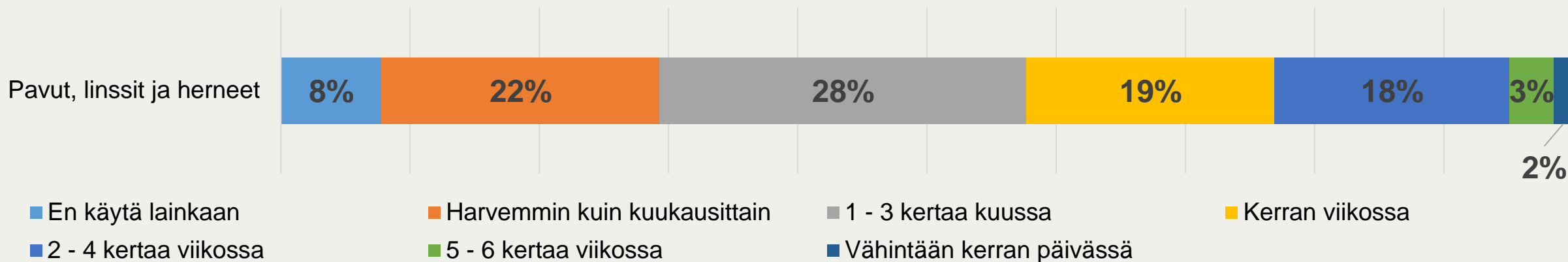
Kyselyiden toteutus ja vastaajien taustatietoja (1/2)

- **Kuluttajakysely** (syys-lokakuu 2020)
 - Tavoitteena selvittää palkokasveihin ja niistä valmistettuihin elintarvikkeisiin liittyviä asenteita, motiiveja, kulutuskäyttäytymistä, tarpeita ja haasteita
 - Aineistonkeruun toteuttaja: Makery Oy
 - 1000 vastaajaa
 - Miehiä 50 %, naisia 50 %
 - Ikäluokat: 18-34 vuotta (30 %), 35-54 vuotta (35 %), 55-75 vuotta (36 %)

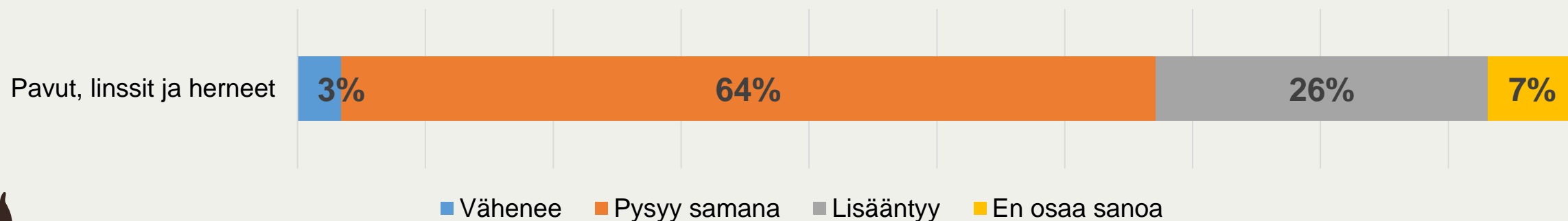
Kuluttajien alueellinen jakauma

Suuralue	
Helsinki ja Uusimaa	31 %
Etelä-Suomi	20 %
Länsi-Suomi	26 %
Itä- ja Pohjois-Suomi	23 %
Kaupunki-maaseutu-luokitus	
Maaseutualueet	21 %
Kaupunkialueet	79 %

Arvioi, kuinka usein tavallisesti käytät seuraavia elintarvikkeita



Millä tavoin uskot seuraavien tuotteiden käyttösi muuttuvan lähitulevaisuudessa?



Kyselyiden toteutus ja vastaajien taustatietoja (2/2)

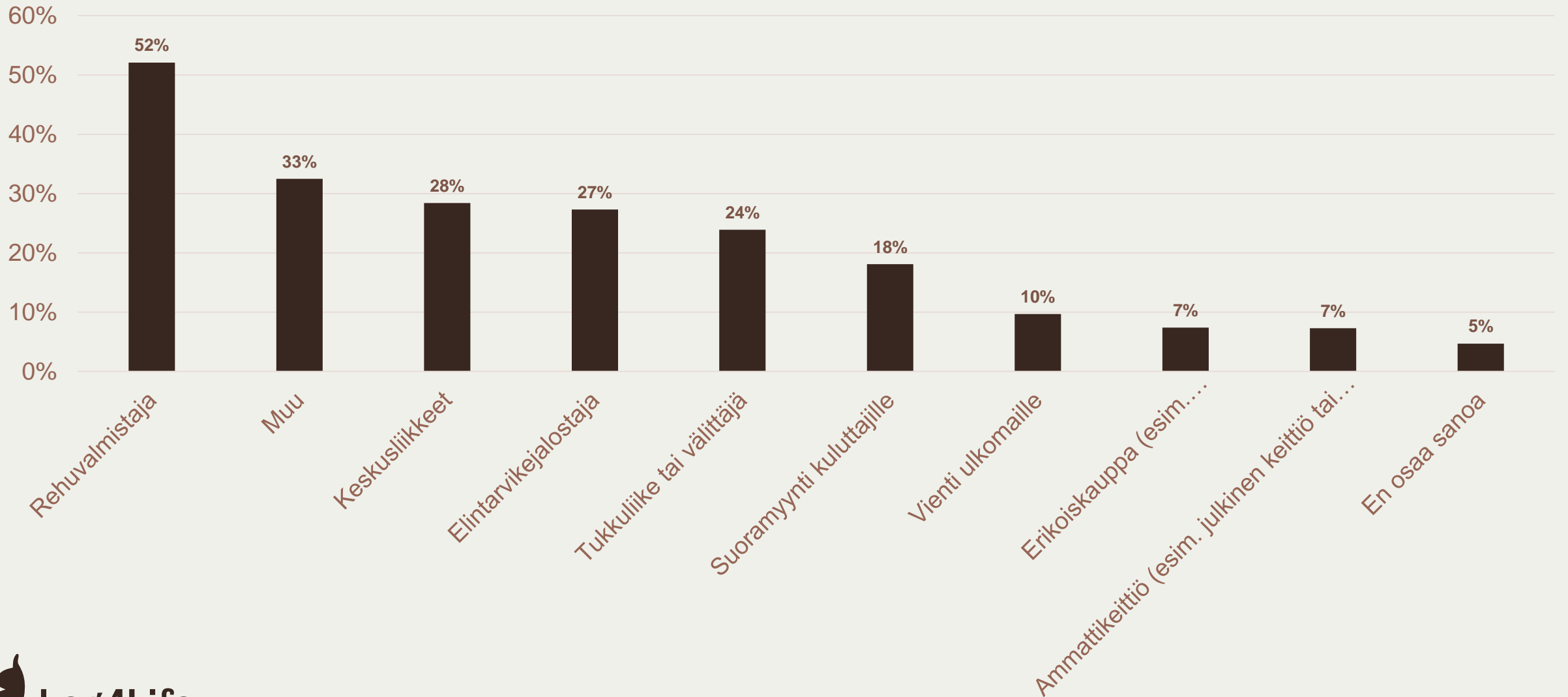
• Tuottajakysely (helmikuu 2021)

- Tavoitteena selvittää suomalaisten maaseutuyritysten kiinnostusta palkokasvituotantoon, tuotannon haasteita ja tietotarpeita sekä alan kehittämiseen liittyviä mielipiteitä
- Toteutus: Webropol
- 2085 vastaajaa (vastausprosentti 10,4 %), joista noin 84 % ilmoitti olevansa päätoimisia maatalousyrittäjiä
- Miehiä 87 %, naisia 12 %, muu 1 %
- Keski-ikä 51,6 vuotta
- 63 % kertoi tuottavansa vastaushetkellä palkokasveja, oli aloittamassa palkokasvituotannon tai oli kiinnostunut aloittamaan palkokasvituotannon
- 27 % palkokasveja vastaushetkellä tuottavista oli tuottanut palkokasveja yli 10 vuotta
- 20,5 % kaikista vastaajista oli luomuviljelijöitä (kaikki lohkot)

Tuottajien alueellinen jakauma

Suuralue	
Helsinki ja Uusimaa	8,1 %
Etelä-Suomi	30,2 %
Länsi-Suomi	37,6 %
Itä- ja Pohjois-Suomi	22,4 %
Ahvenanmaa	0,1 %
Ei tiedossa	1,6 %

Mihin jakelukanaviin toimitatte / olette kiinnostunut toimittamaan palkkasveja / palkkasvijaalosteita? (n=1304)



Vastaajaryhmien vertailua

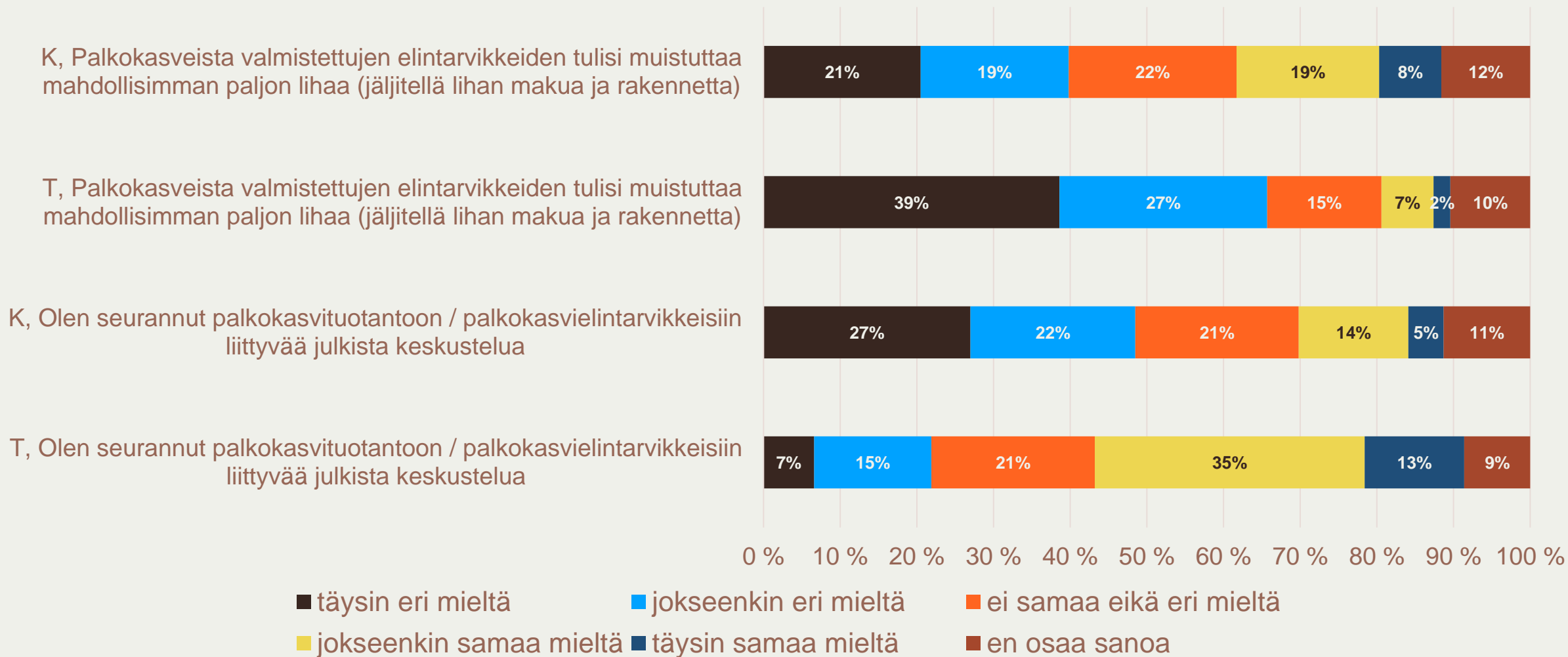
- Palkokasveja koskevia väittämiä
- Palkokasvien alkuperä
- Viestinnässä korostettavia asioita

Palkokasveja koskevia väittämiä...



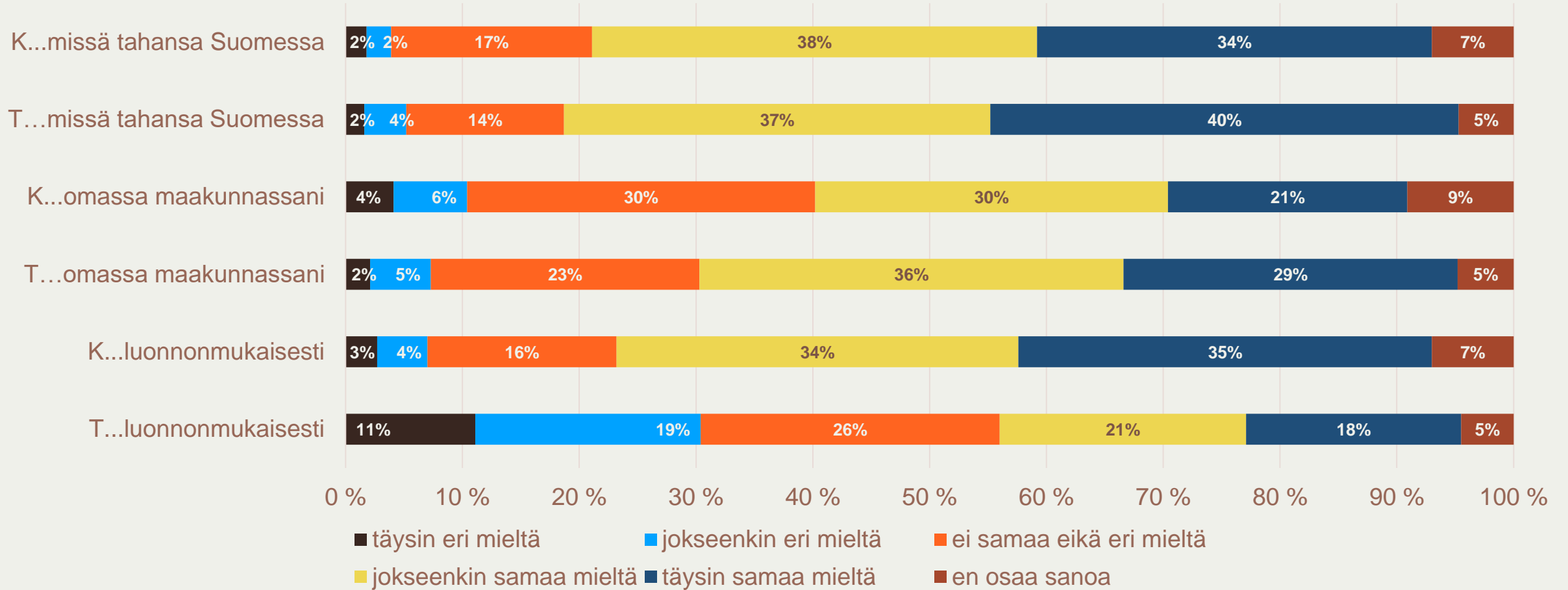
Asteikko: 1=täysin eri mieltä, 2=jokseenkin eri mieltä, 3=ei samaa eikä eri mieltä, 4=jokseenkin samaa mieltä, 5=täysin samaa mieltä. En osaa sanoa -vastausten (poistettu keskiarvoista) osuus oli kuluttajilla 4-15% ja tuottajilla 4-11%.

Palkokasveja koskevia väittämiä



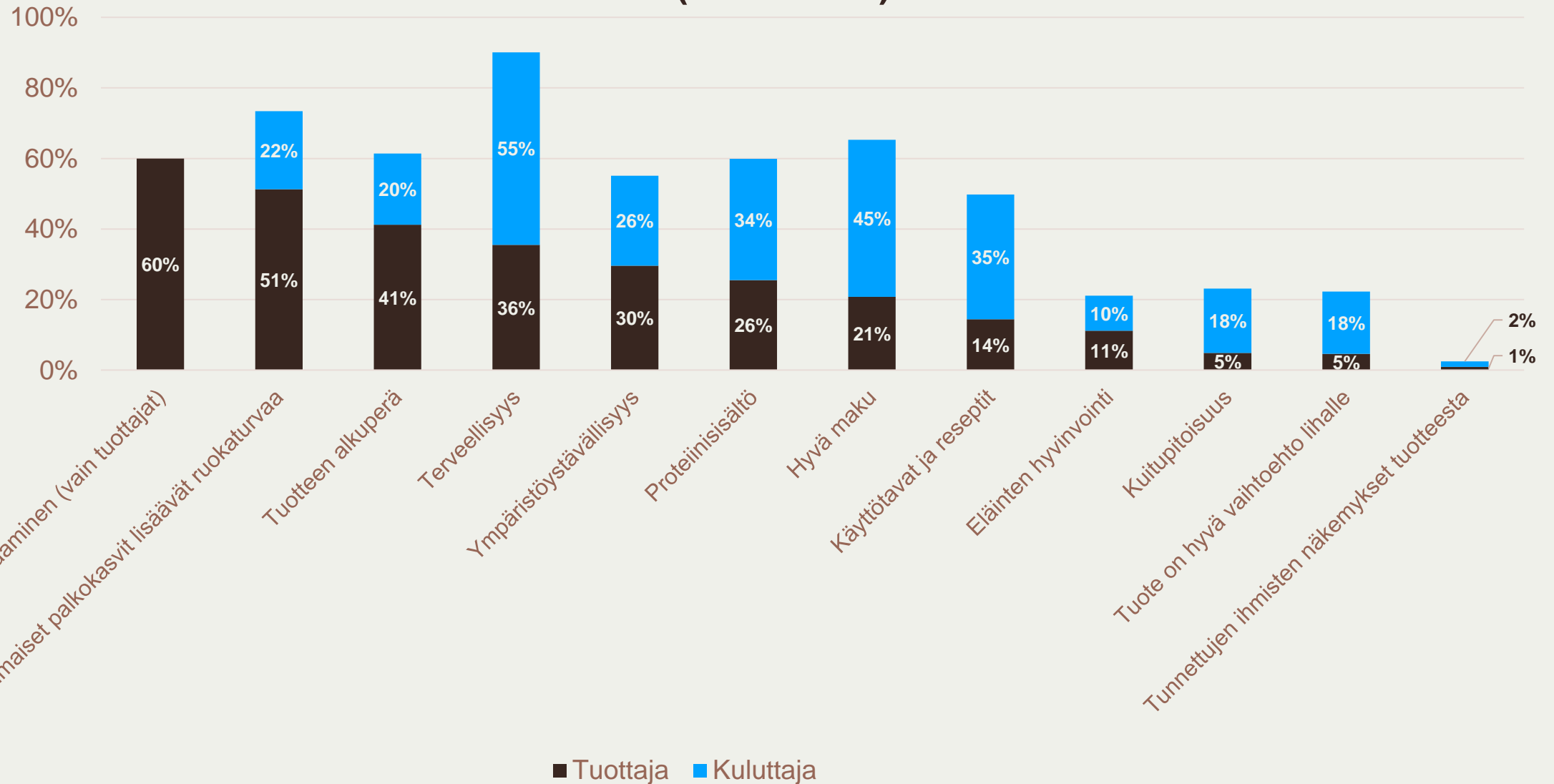
K=kuluttaja, T=tuottaja

Pidän yleisesti tärkeänä, että palkokasveja tuotetaan...



K=kuluttaja, T=tuottaja

Mitkä ovat mielestäsi tärkeimmät asiat, mitä viestinnässä (julkisessa keskustelussa ja mainonnassa) pitäisi korostaa, kun puhutaan palkokasveista ja niistä valmistetuista tuotteista? (3 tärkeintä)



Yhteenveto

- Kotimaisuuden arvostuksen lisääntyminen näkyy myös palkokasvituotannossa, sillä noin kolme neljäsosaa tuottajista ja kuluttajista piti palkokasvien tuotantoa Suomessa tärkeänä
- Palkokasvituotannossa nähty potentiaali heijastuu mm. kuluttajien ja tuottajien myönteisissä näkemyksissä siitä, että palkokasvien viljely olisi hyvä tapa lisätä kotimaista ruokaturvaa, palkokasvipohjaiset elintarvikkeet olisivat Suomelle hyvä vientituote, ja että palkokasvituotannosta voisi muodostua uusi tulonlähde maaseudulle
- Vaikka lihaa muistuttavat kasviproteiinituotteet ovat nosteessa, palkokasvielintarvikkeiden lihankaltaisuutta ei pidetty kovin tärkeänä ominaisuutena
- Kyselyjemme perusteella kotimaisen palkokasvituotannon kehittämisellä on vahva tuki sekä ruokaketjun alku- että loppupäässä

Kiitos!

leg4life.fi

Twitter: @Leg4Life_STN

Kirsi Korhonen

kirsi.korhonen@luke.fi

Toivo Muilu

toivo.muilu@luke.fi

Hanna Konttinen

hanna.konttinen@helsinki.fi



Leg4Life