

KULUTTAJAKYSELY NIMISUOJASTA

TUTKIMUSRAPORTTI

Helsingin yliopisto/ Ruralia instituutti

18.5.2022 | Taloustutkimus Oy

Sisällys

JOHDANTO

- Tutkimuksen toteutus 3

TUTKIMUKSEN TULOKSET

- Vastaajarakenne 5
- Pakkausmerkkien tunnettuus 7
- Pakkausmerkkeihin liitettävät asiat 22
- Nimisuojujattujen elintarvikkeiden tunnettuus
 - Spontaani tunnettuus 30
 - Autettu tunnettuus 38

LOPUKSI

- Yhteenveto ja johtopäätökset 46

LIITTEET

- Kysymyslomake ja kuvakortit 50
- Luotettavuusrajataulukko
- Laadunvarmistus ja tulosten julkaisuohjeet



Tutkimuksen toteutus 1(2)



TUTKIMUKSEN TAVOITE

- Tutkimuksen tavoitteena on selvittää elintarvikkeiden nimisuojarahjestelmän ja suojaustapojen tunnettuutta (alkuperänimitys (SAN), maantieteellinen merkintä (SMM) ja aito perinteinen tuote (APT)) sekä nimisuojuuttujen elintarvikkeiden tunnettuutta suomalaisten keskuudessa. Tutkimus toteutettiin ensimmäisen kerran vuonna 2018, tällöin vastaajia oli n=1004) ja tutkimustuloksia verrataan soveltuvin osin aiempaan toteutuskertaan.



KOHDERYHMÄ

- 15-79 –vuotiaat suomalaiset Ahvenanmaan maakuntaa lukuun ottamatta.



TIEDONKERUUMENETELMÄ

- Tutkimus on toteutettu Taloustutkimuksen Omnibus-tutkimuksen osana henkilökohtaisin haastatteluin, pääosin vastaajien kotona.
- Tutkimukseen osallistui 501 vastaajaa. Aineisto on painotettu vastaamaan kohderyhmää sukupuolen, iän ja alueen mukaan.



AINEISTONKERUU

- Tutkimusaineisto kerättiin 7.4.-3.5.2022



Tutkimuksen toteutus 2(2)

Otoskoko ja otantamenetelmä

- Haastattelimme yhteensä 501 suomalaista. Otoksen rakenne on esitetty sivulla 6.
- Otos muodostettiin kiintiöpoiminnalla, jossa kiintiöinä olivat kohderyhmän valtakunnallinen ikä-, sukupuoli-, suuralue- ja kuntatyyppijakautuma. Haastatteluja tehtiin 56 paikkakunnalla, joista kaupunkeja 39 ja muita kuntia 17. Otos on painotettu kohderyhmää vastaavaksi. Painotetut N-luvut vastaavat Suomen 15-79 -vuotiasta väestöä tuhansina (SVT 31.12.2018).

Haastattelijoiden validointi

- Kenttätyön validoinnin tarkoituksena on varmistaa, että kenttätyöntekijöiden suorittama tiedonkeruu on suoritettu projektiohjeiden mukaisesti sisältäen tutkimuslomakkeiden ja yleisten vaatimusten seuraamisen.
- Taloustutkimuksessa on kirjattu tarkat menettelyohjeet validoinnin toteuttamisesta eri tiedonkeruumenetelmien kohdalla. Validointeja seurataan sekä projekti- että haastattelijakohtaisesti. Haastattelijoiden työskentelyä valvottiin haastattelijakohtaisilla atk-taulukoinneilla sekä vastaajille tehdyillä pistokokeilla.
- Haastattelutyöhön on osallistunut 20 Taloustutkimus Oy:n koulutettua tutkimushaastattelijaa. Tätä tutkimusta varten haastattelijoille on annettu kirjalliset työohjeet.

T-testi ja tilastollinen virhemarginaali

- Tulostuksessa on käytetty t-testiä, joka testaa kunkin taulukoidun taustamuuttujan kohdalla poikkeako tulos muista vastaajista enemmän kuin mitä satunnaisvaihtelun osuus on 95 %:n luottamustasolla. Ero on tilastollisesti merkitsevä taulukon värillisten solujen kohdalla. Solun väri osoittaa, onko ero tilastollisesti suurempi (sinertävä) vai pienempi (punertava).

VASTAAJARAKENNE

Vastaajien taustatiedot

Kaikki vastaajat, n=501, N=4 334 000

SUKUPUOLI

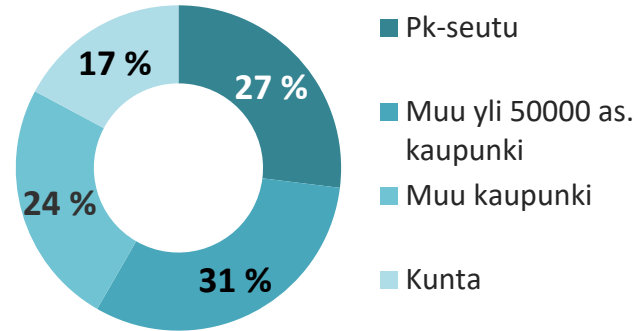


50 %

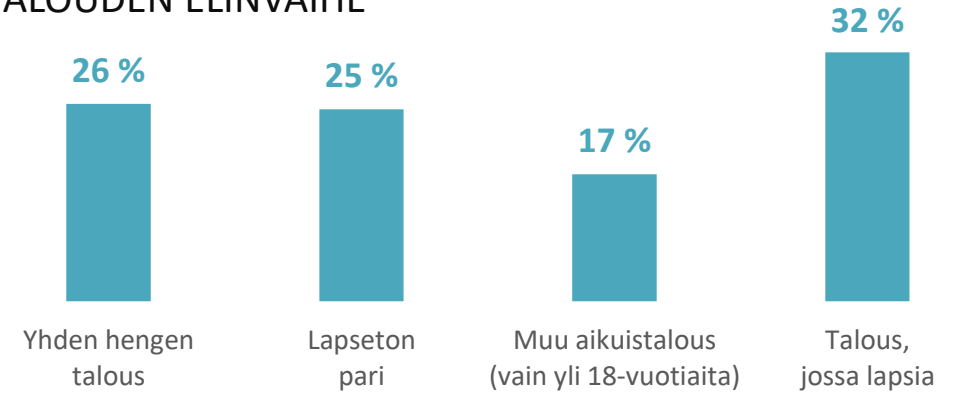


50 %

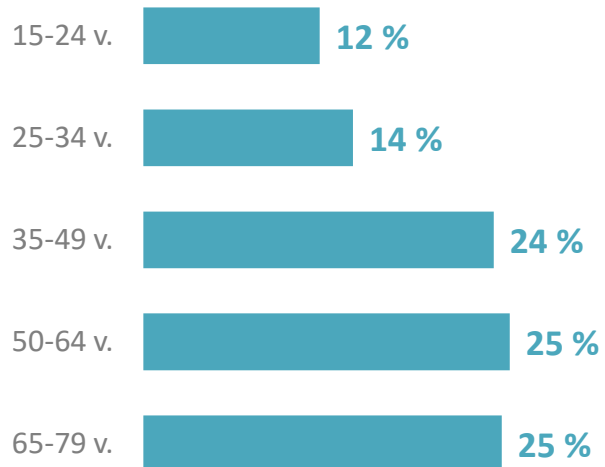
ASUINPAIKKA



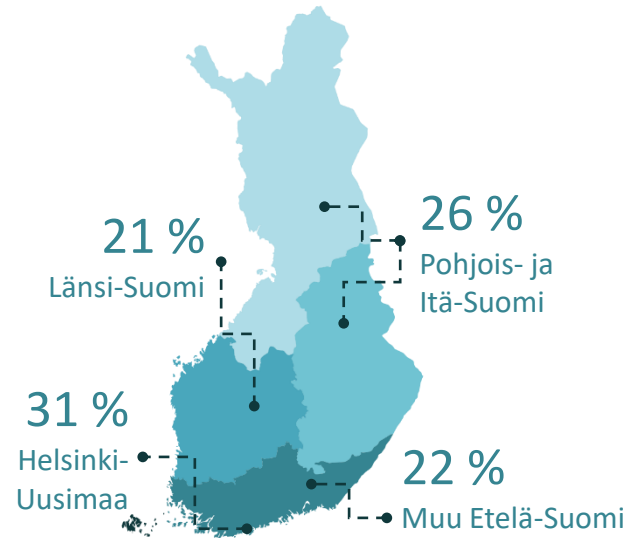
TALOUDEN ELINVAIHE



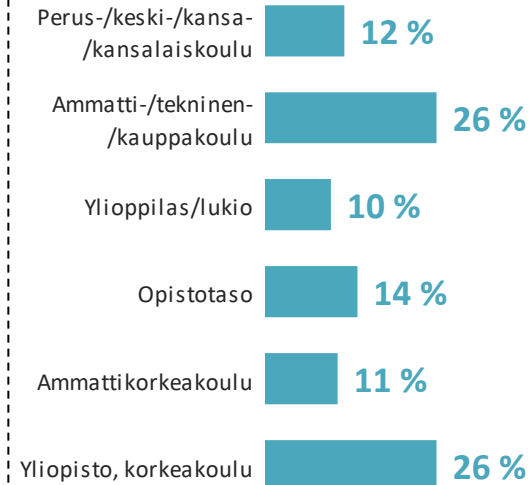
IKÄRYHMÄ



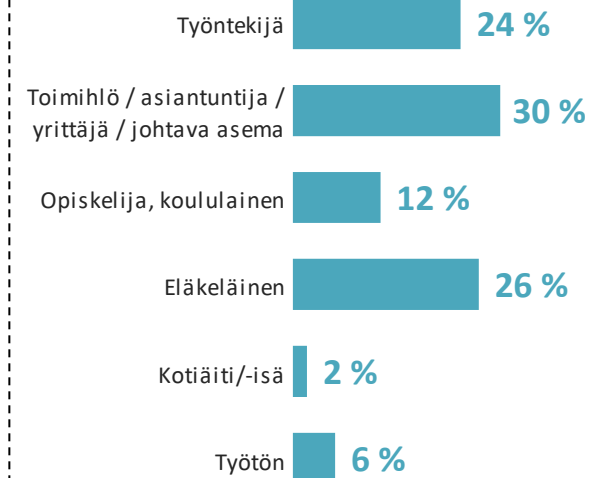
SUURALUEET



KOULUTUS



AMMATTI / ASEMA





Pakkausmerkkien tunnettuus

Tutkitut pakkausmerkit



Oheiset pakkausmerkit näytettiin vastaajille pelkästään kuvina ilman selitteitä.

Pakkausmerkkien tunnistaminen 1/3

Elintarvikkeiden nimisuojojärjestelmän merkkien tunnistaminen

- Valtaosa 15–79-vuotiaista suomalaisista muistaa nähneensä Hyvää Suomesta- ja EU-luomutunnus –merkin. Näistä kahdesta merkistä etenkin EU-luomutunnusmerkin tunnettuus on kasvanut vuoden 2018 tuloksiin verrattuna.
- Sen sijaan EU:n nimisuojojärjestelmään kuuluvia merkkejä tunnistaa edelleen noin kymmenesosa suomalaisista. Näistä merkeistä tunnettuus on kehittynyt sinällään parhaiten Aito perinteinen tuote-merkin (APT) osalta (kasvua +3%-yksikköä, ollen nyt 12%). Luku jää kuitenkin virhemarginaalin piiriin, joten tulos ei ole tilastollisesti merkitsevä (virhemarginaali +/-3,2% vertailtaessa tämän vuoden n=500 ja vuoden 2018 n=1000 aineistoja). Voidaan siis sanoa, että tulos on pysynyt *vähintään samalla tasolla kuin 2018*.

Aito perinteinen tuote (APT)

- Miehet muistavat merkin naisia useammin, miehistä 16% on nähnyt merkin. Ikäryhmistä merkki on tutuin yli 65-vuotiaille, joista lähes viidennes tunnistaa merkin, 15-34-vuotiaista 16-17% tunnistaa merkin. Suuralueista merkki tunnistetaan parhaiten Pohjois- ja Itä-Suomen suuralueella.

Suojattu maantieteellinen merkki (SMM)

- Merkki on tunnetuin nuorten (15-24-vuotiaiden) joukossa, joista lähes neljännes tunnistaa merkin. Suuralueen osalta merkin tunnistavat parhaiten Helsinki-Uusimaa ja Pohjois- ja Itä-Suomen suuralueilla asuvat.

Suojattu alkuperämerkki (SAN)

- Miehet ja Helsinki-Uusimaa suuralueella asuvat tunnistavat SAN-merkin parhaiten. EU:n alkuperämerkeistä SAN-merkin tunnettuuden osalta taustaryhmissä on vähiten eroja.

Pakkausmerkkien tunnistaminen 2/3

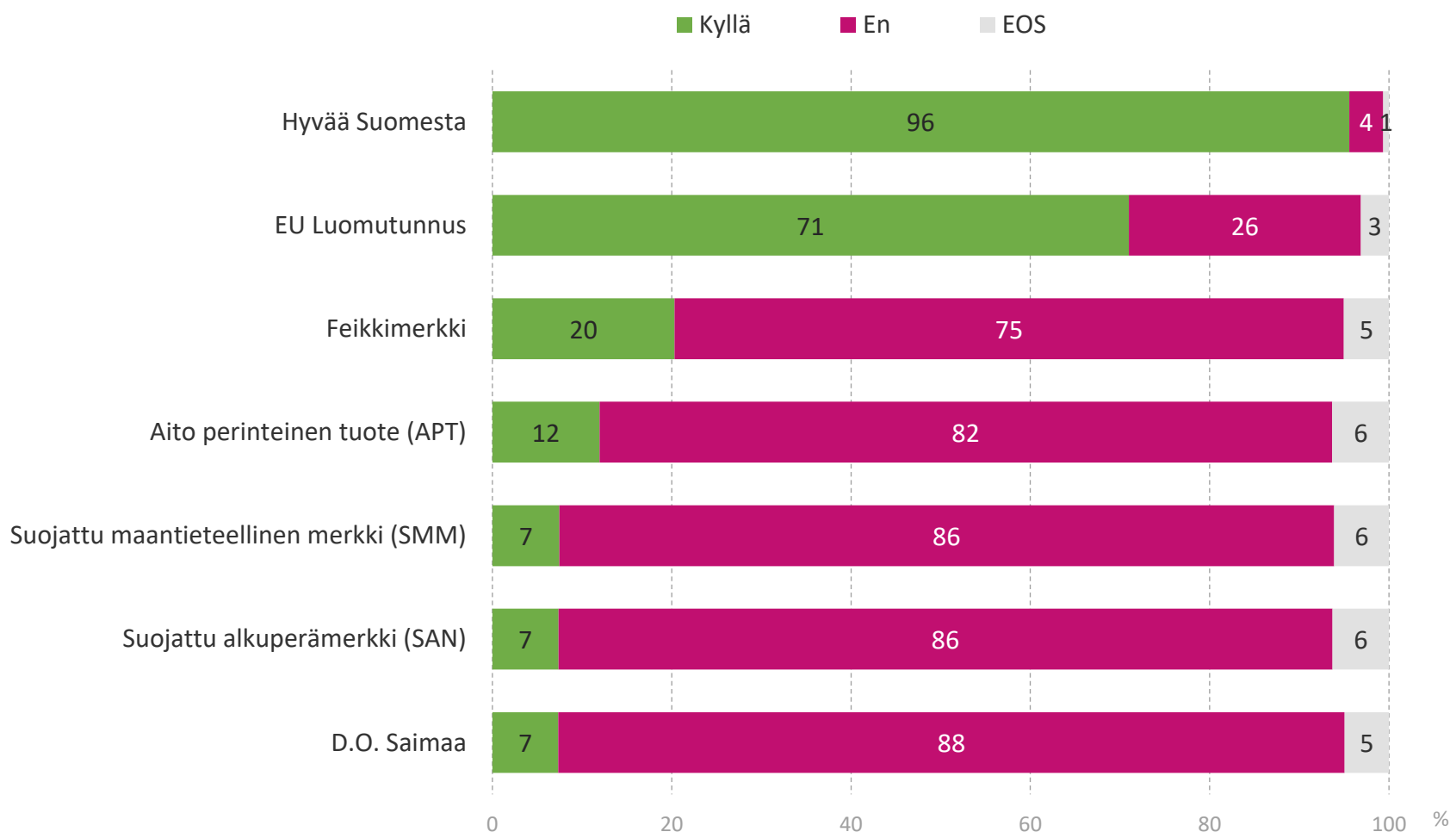
Muiden pakkausmerkintöjen tunnistaminen

- Hyvää Suomesta –merkin tunnistaa valtaosa (96 %) ja sen tunnettuus on kasvanut 2%-yksikköä vuoteen 2018 verrattuna.
 - Merkki on tasaisen tunnettu eri taustaryhmissä.
- EU Luomutunnuksen tunnistaa seitsemän vastaajaa kymmenestä (71 %).
 - Merkin tunnettuus on kehittynyt parhaiten kaikista tutkituista merkeistä, tunnettuus on lisääntynyt 9%-yksikköä vuoden 2018 tulokseen verrattuna. Merkin tunnettuus on kehittynyt parhaiten miesten, 15-24-, ja 35-49-vuotiaiden joukossa.
 - Merkki on tunnetuin naisten (74 %) keskuudessa. Miehistä 68% on nähnyt merkin (vrt. 2018 53 %).
 - Ikäryhmistä merkin tunnettuus on paras 15–49-vuotiaiden keskuudessa. Merkin tunnettuus on nuorilla (15-24-v 83%; vrt. 69% vuonna 2018), 25-34-vuotiailla 83% (vrt. 77% vuonna 2018) ja 35-49-vuotiailla 80% (vrt. 63% vuonna 2018).
 - Opiskelijoista/koululaisista lähes kaikki (96%) tunnistavat merkin.
 - EU Luomutunnusmerkin tunnettuudessa on myös alueellisia eroja. Merkki on tunnetuin pk-seudulla asuvien keskuudessa, joista valtaosa tunnistaa merkin (87%). Suuralueista paras tunnettuus on Helsinki-Uusimaan (81%) sekä Länsi-Suomen (78%) suuralueilla. Suuralueiden osalta merkin tunnettuus on kehittynyt hyvin muiden suuraluiden osalta (+11-+14%-yksikköä) paitsi Etelä-Suomen, jossa tunnettuus on pysynyt samalla tasolla.

Pakkausmerkkien tunnistaminen 3/3

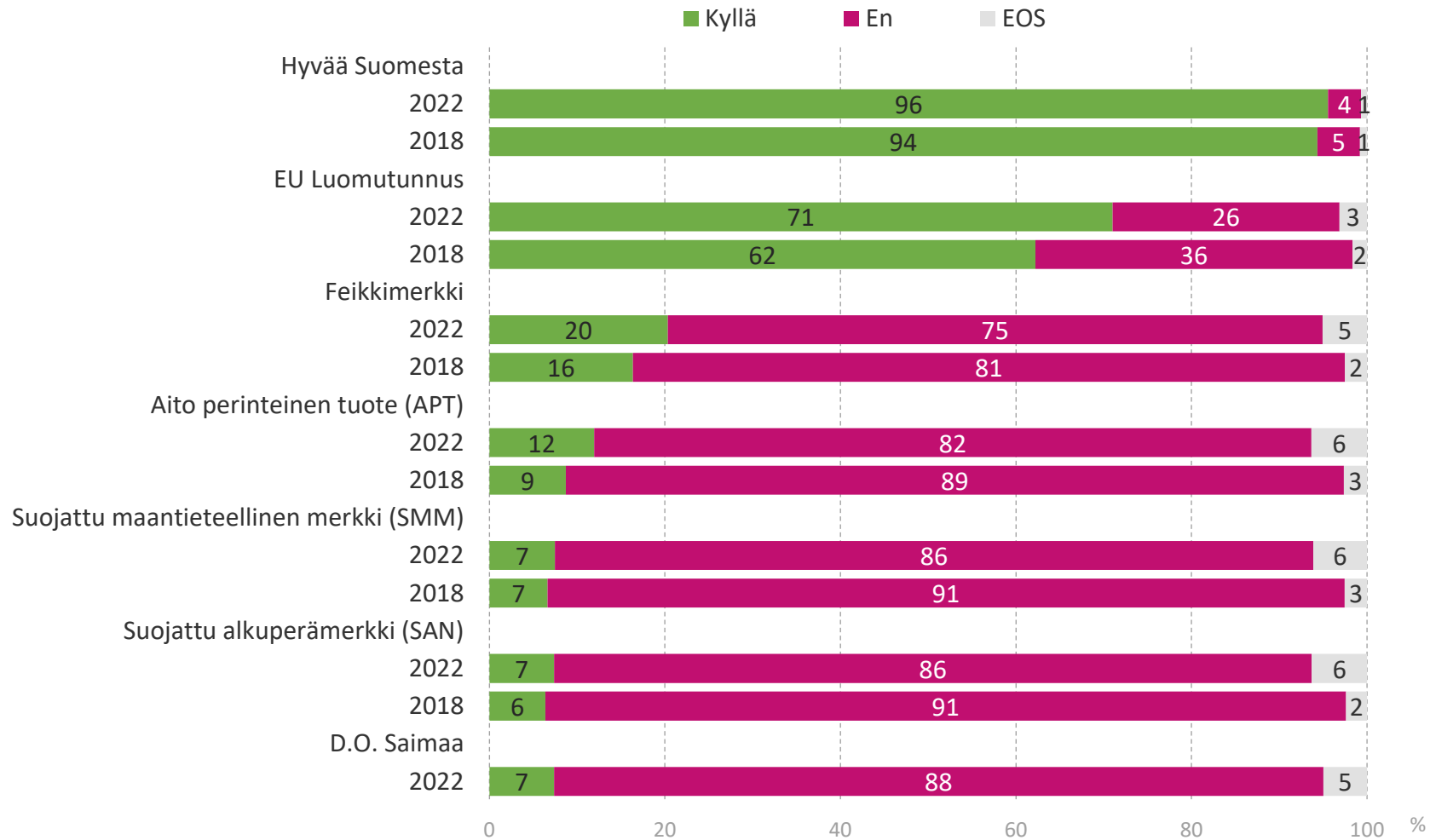
- Feikkimerkin kertoi tunnistaneensa joka viides (20 %).
 - Edellisen tutkimuskierroksen tapaan suurin osa vastaajista ei muistanut nähneensä tätä merkkiä (75%), vaikka tunnettuudessa onkin hieman kasvua vuoteen 2018 verrattuna (16% vuonna 2018)
 - Miehet muistavat nähneensä merkin naisia useammin ja etenkin 15–24-vuotiaiden joukossa oli merkin nähneitä (27 %). Mitä alhaisempi koulutustaso vastaajalla on, sitä useammin merkki muistetaan. Kunnissa asuvista lähes kolmannes (31%) muistaa nähneensä merkin, suuralueista Pohjois- ja Itä-Suomessa asuvat.
- D.O. Saimaa –merkin tunnistaa 7%
 - Vastaajista valtaosa (88 %) ei ollut nähnyt merkkiä.

Mitä seuraavista pakkausmerkinnöistä olet nähnyt?



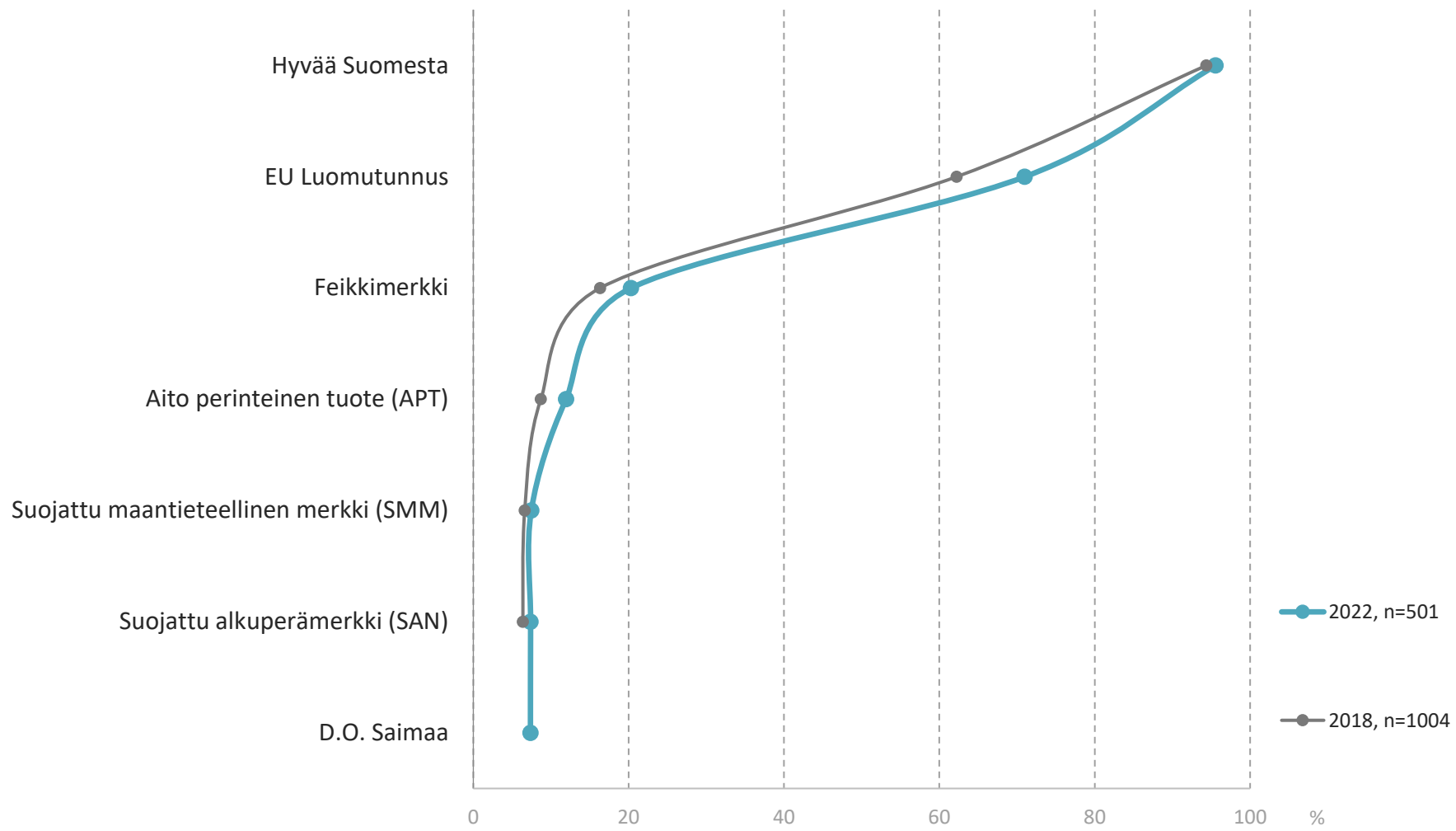
Kaikki vastaajat, n=501

Mitä seuraavista pakkausmerkinnöistä olet nähnyt?



Kaikki vastaajat, n=501

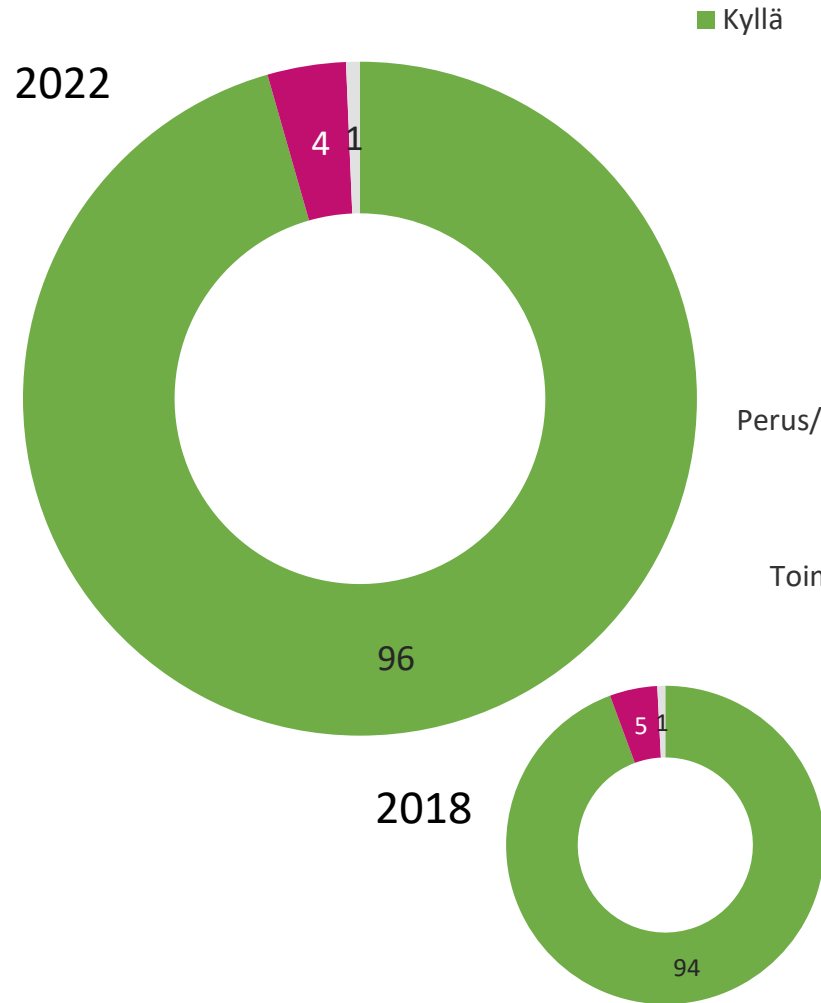
Mitä seuraavista pakkausmerkinnöistä olet nähnyt?



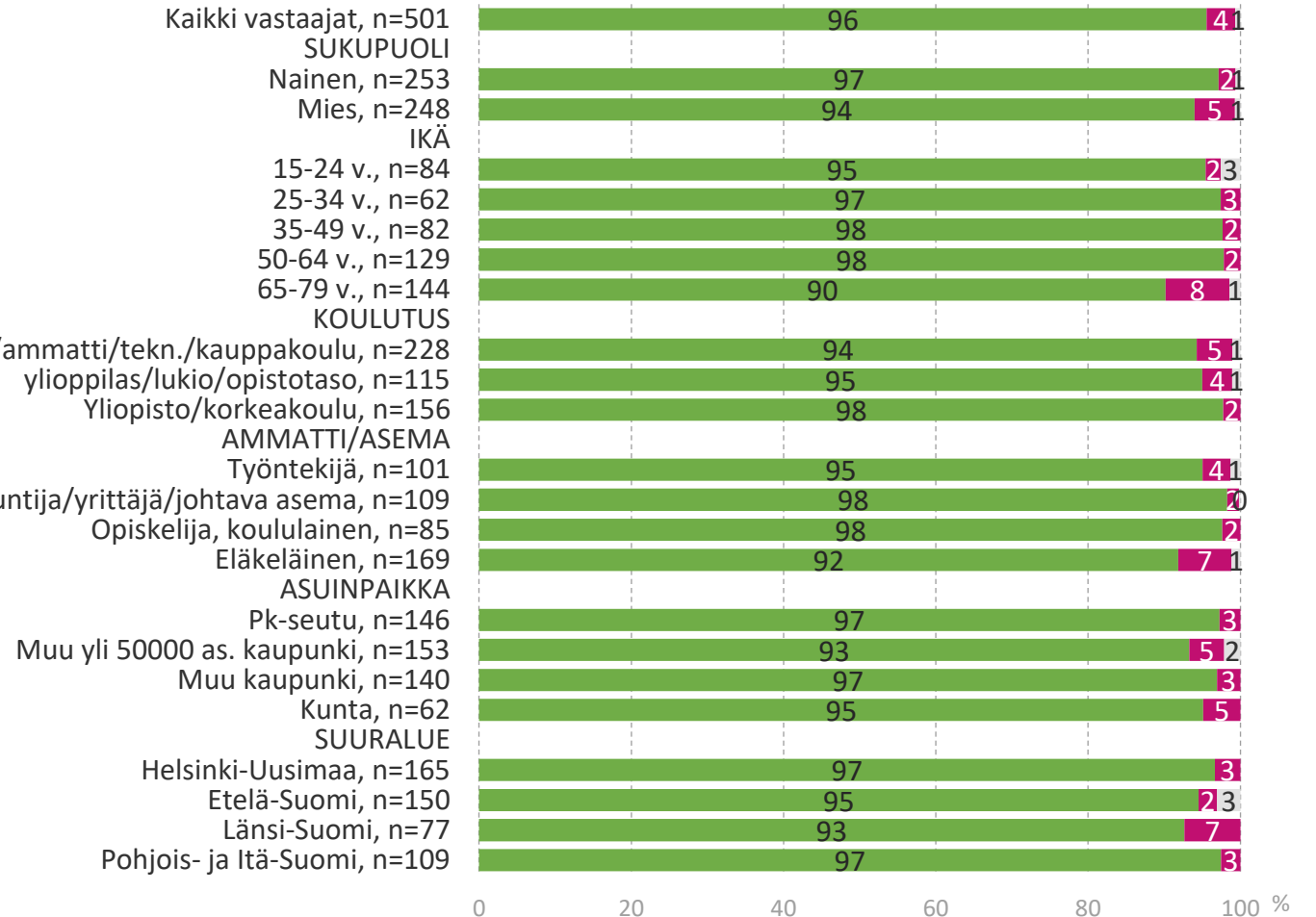
n=kaikki vastaajat



Mitä seuraavista pakkausmerkinnöistä olet nähnyt? Hyvää Suomesta



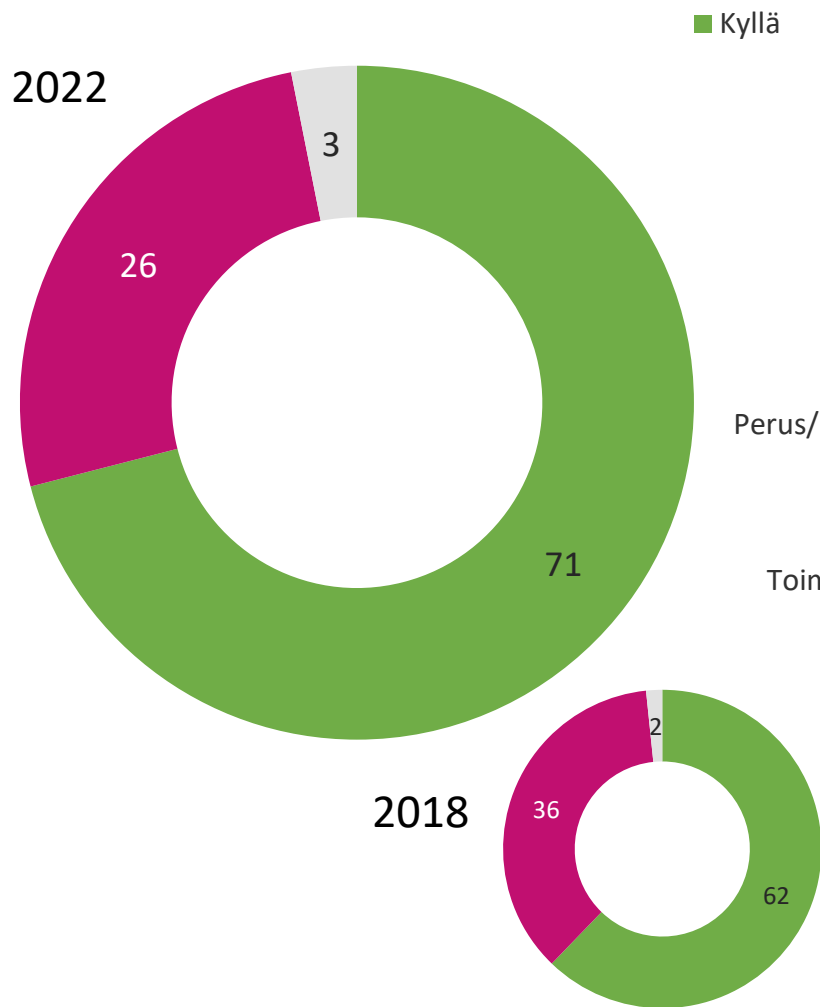
■ Kyllä ■ En ■ EOS



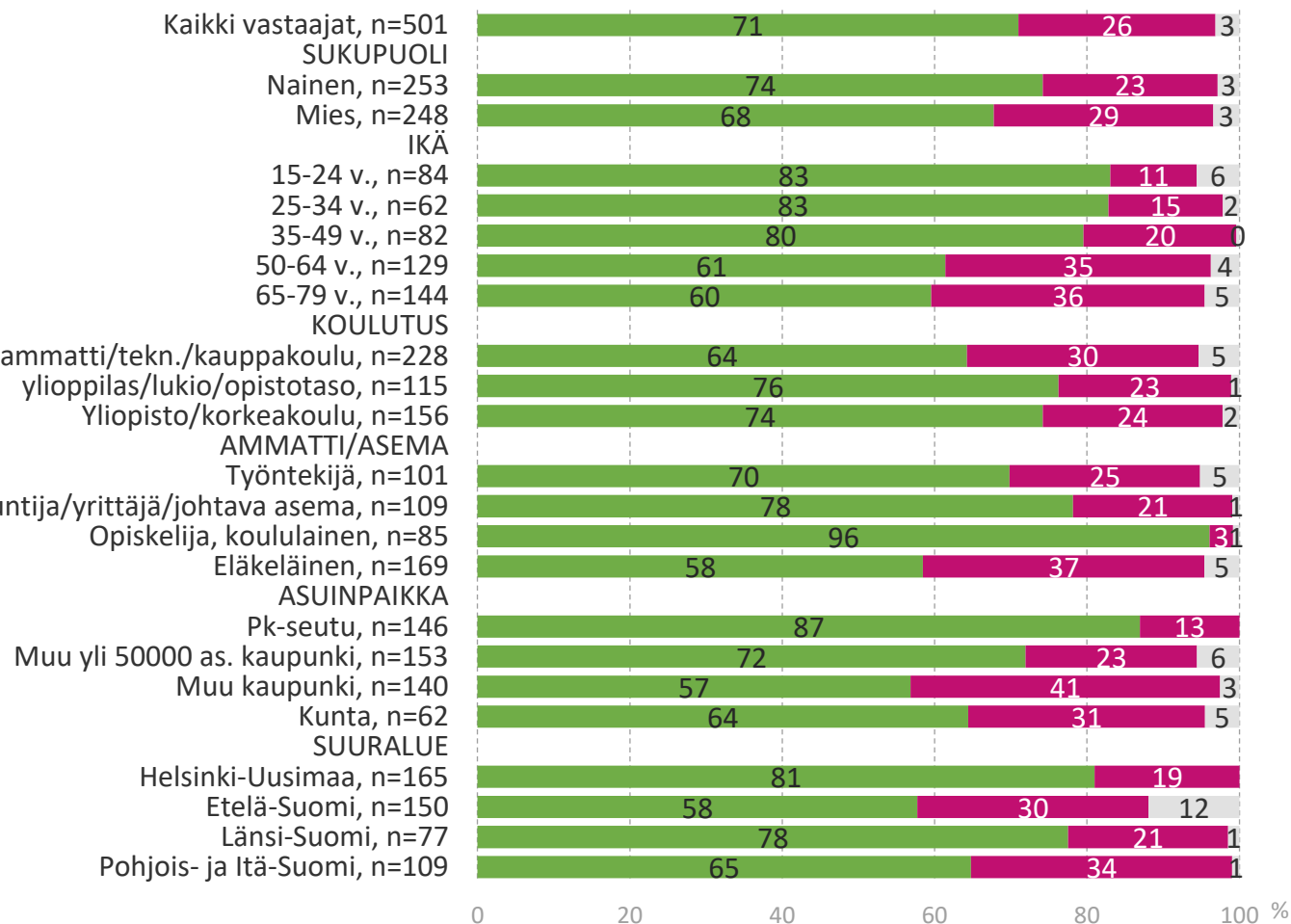
Kaikki vastaajat, 2022 n=501, 2018 n=1004



Mitä seuraavista pakkausmerkinnöistä olet nähnyt? EU Luomutunnus



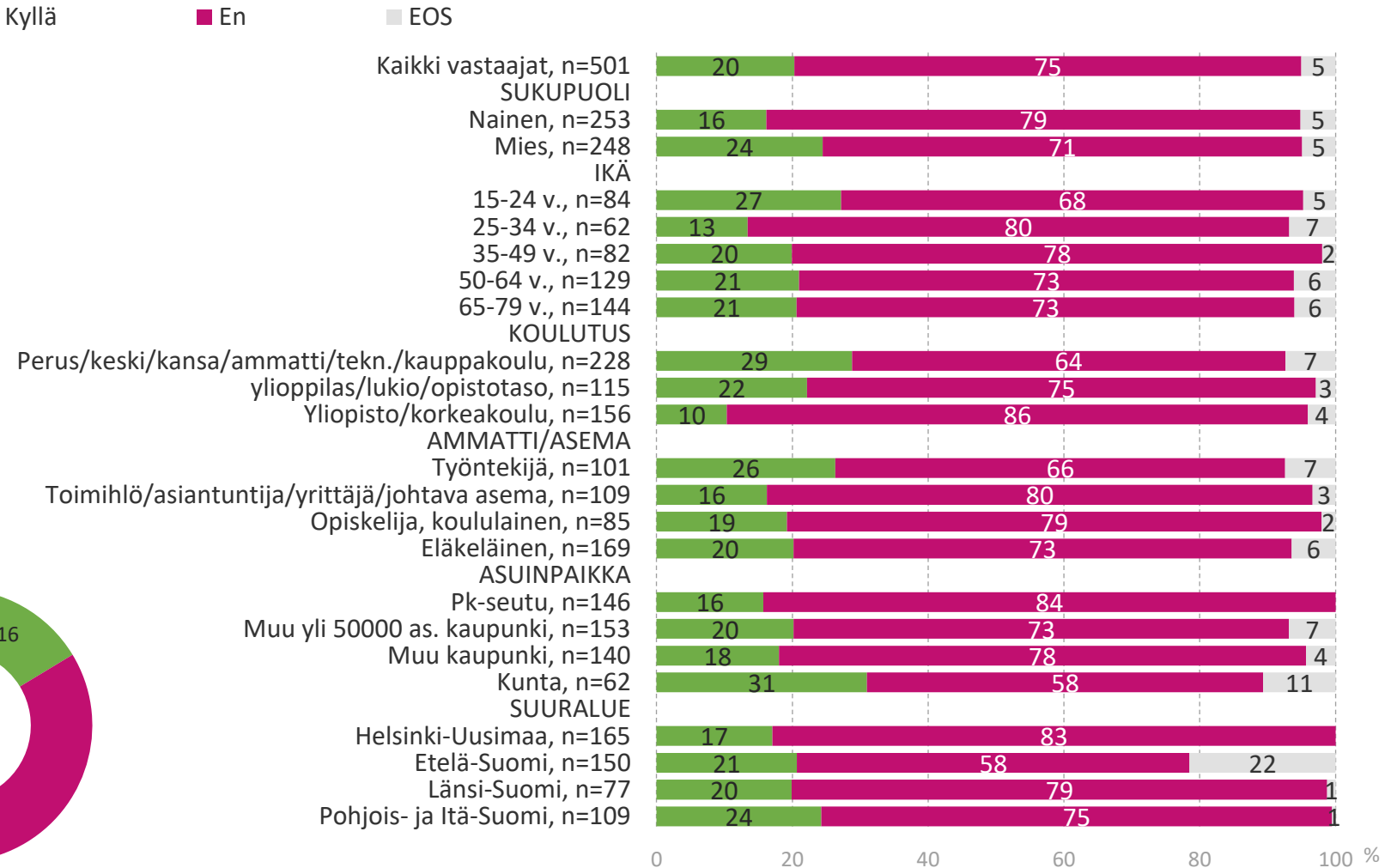
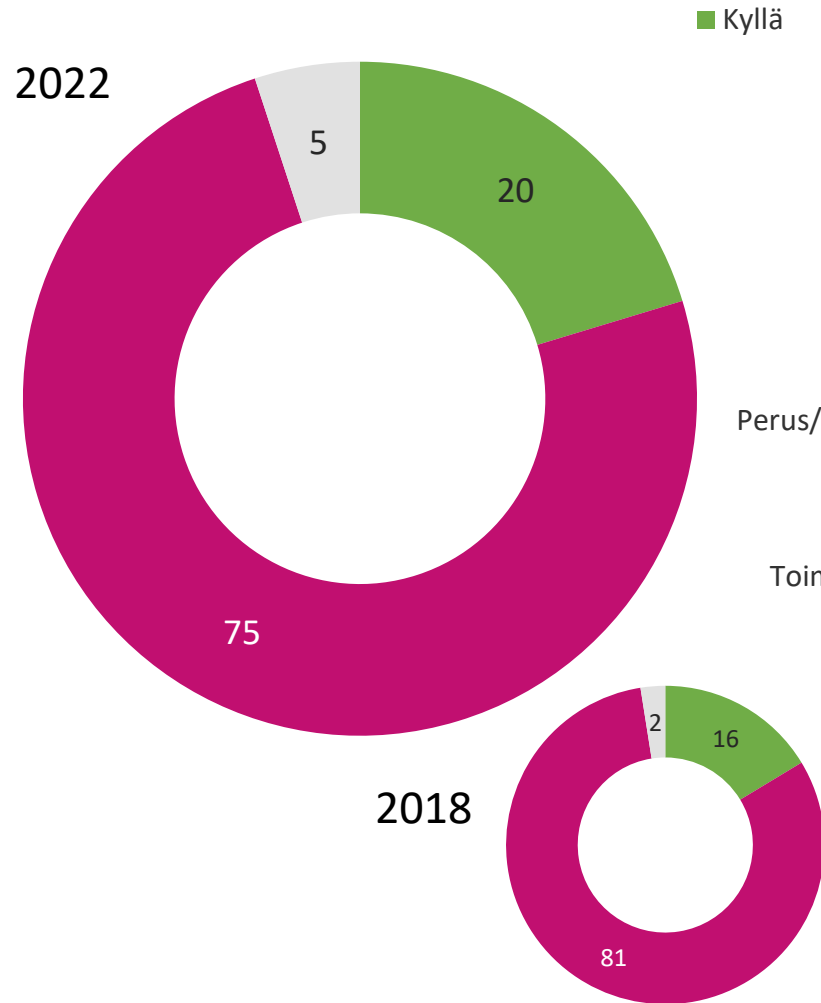
■ Kyllä ■ En ■ EOS



Kaikki vastaajat, 2022 n=501, 2018 n=1004



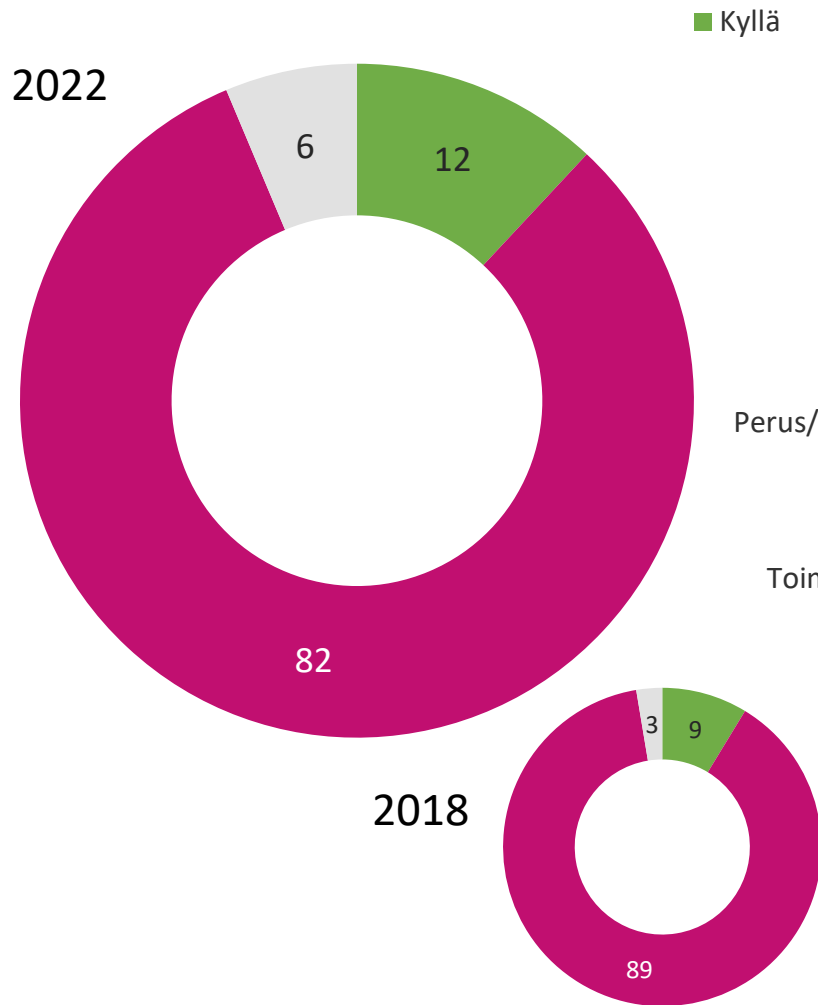
Mitä seuraavista pakkausmerkinnöistä olet nähnyt? Feikkimerkki



Kaikki vastaajat, 2022 n=501, 2018 n=1004

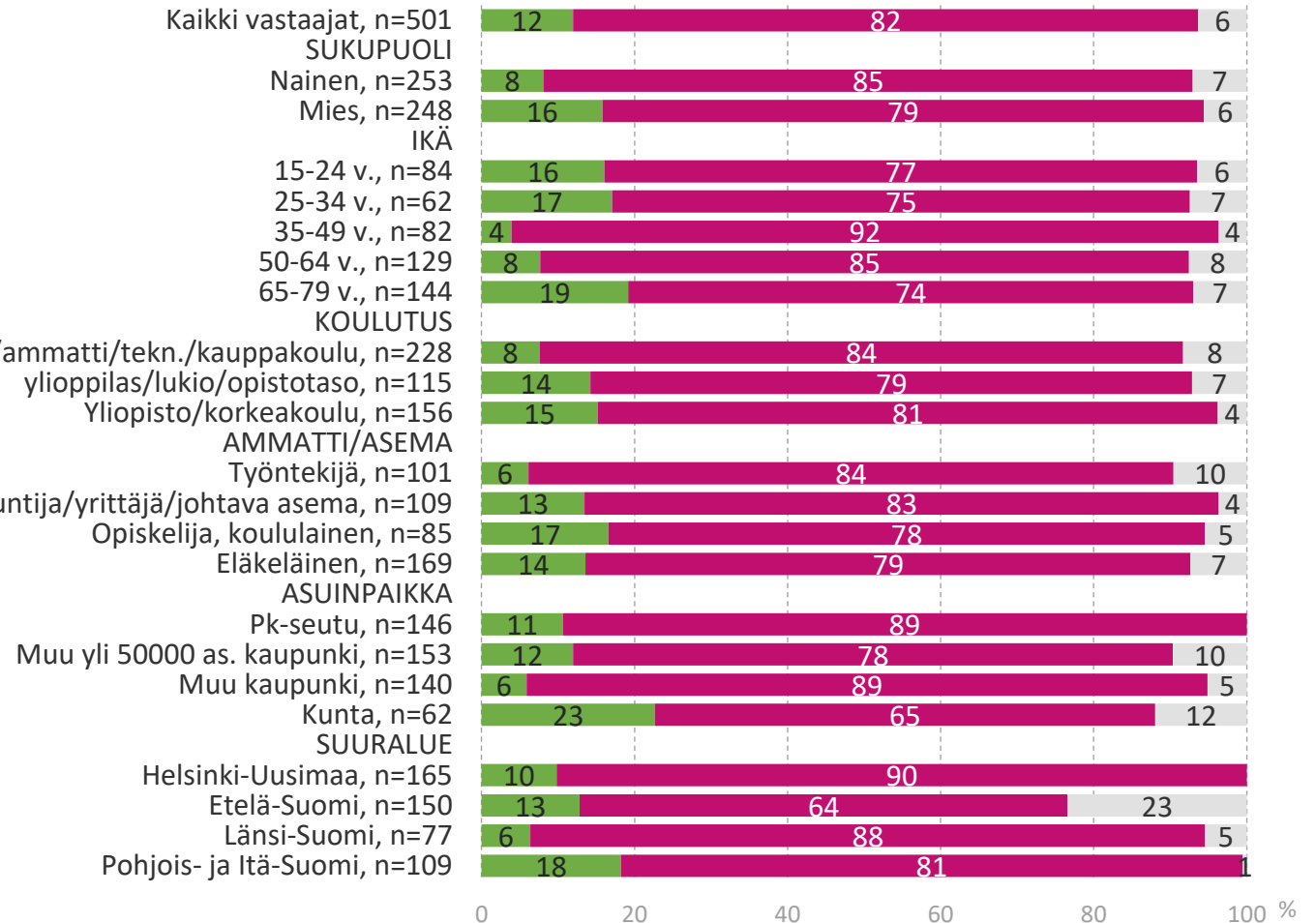


Mitä seuraavista pakkausmerkinnöistä olet nähnyt? Aito perinteinen tuote (APT)



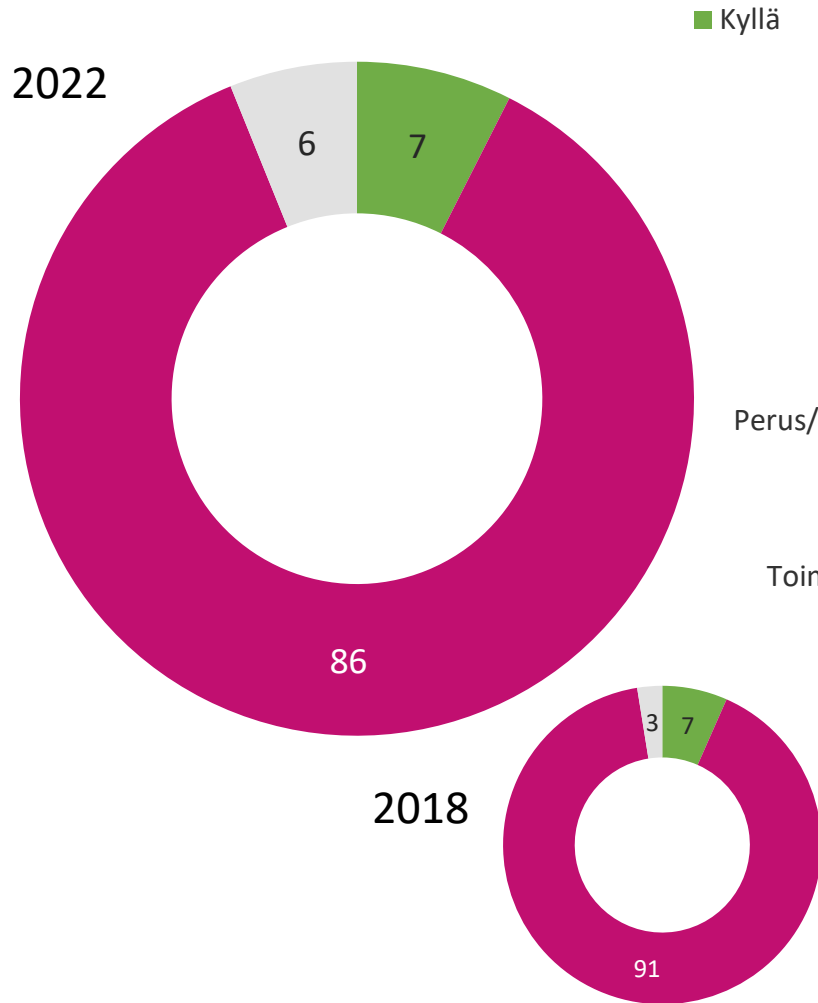
Kaikki vastaajat, 2022 n=501, 2018 n=1004

■ Kyllä ■ En ■ EOS



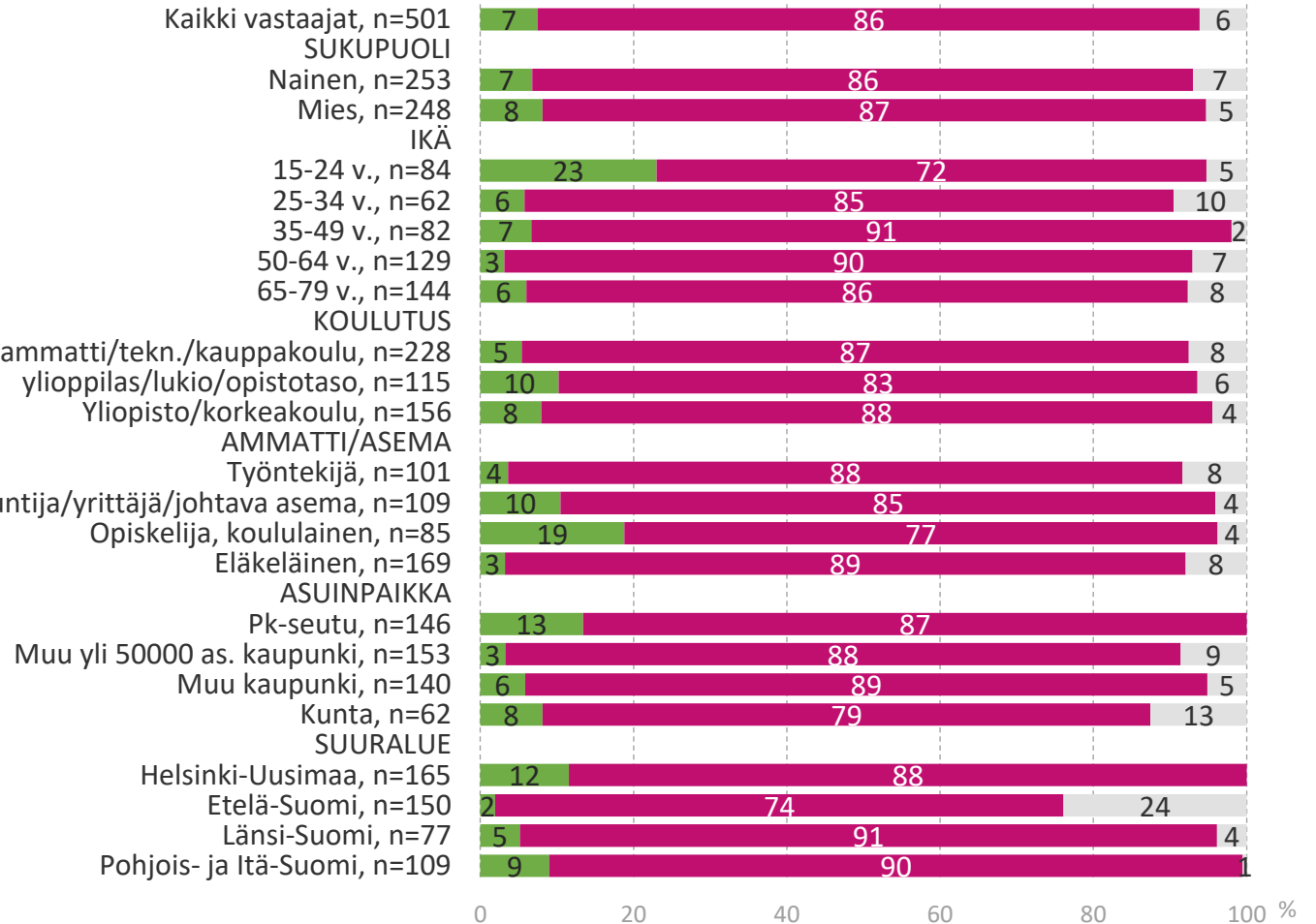


Mitä seuraavista pakkausmerkinnöistä olet nähnyt? Suojattu maantieteellinen merkki (SMM)



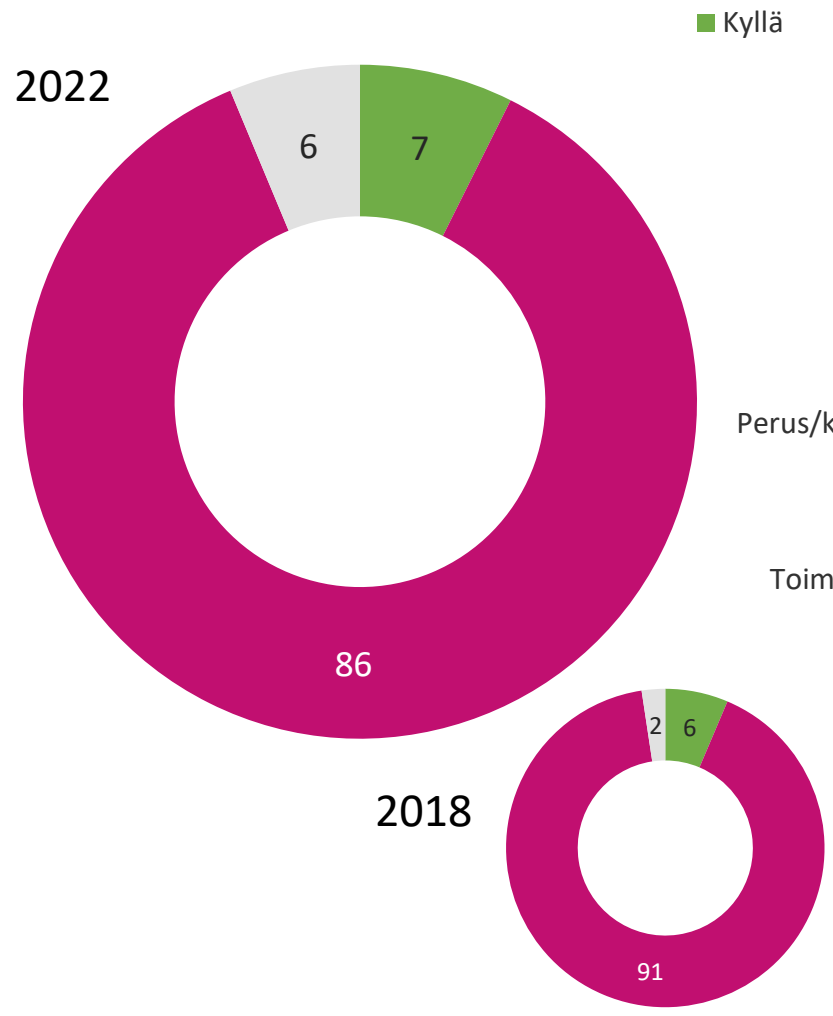
Kaikki vastaajat, 2022 n=501, 2018 n=1004

■ Kyllä ■ En ■ EOS

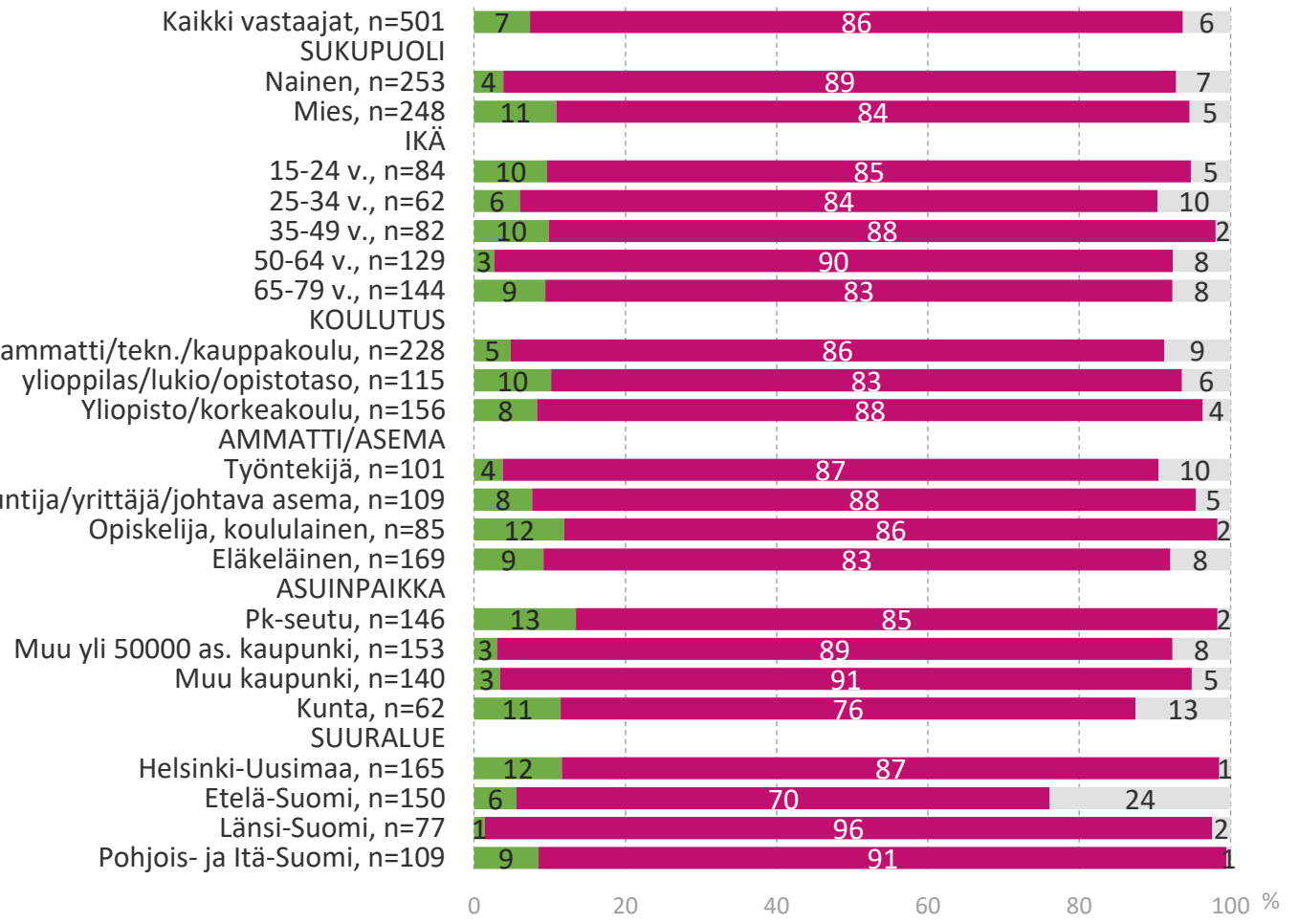




Mitä seuraavista pakkausmerkinnöistä olet nähnyt? Suojattu alkuperämerkki (SAN)



■ Kyllä ■ En ■ EOS

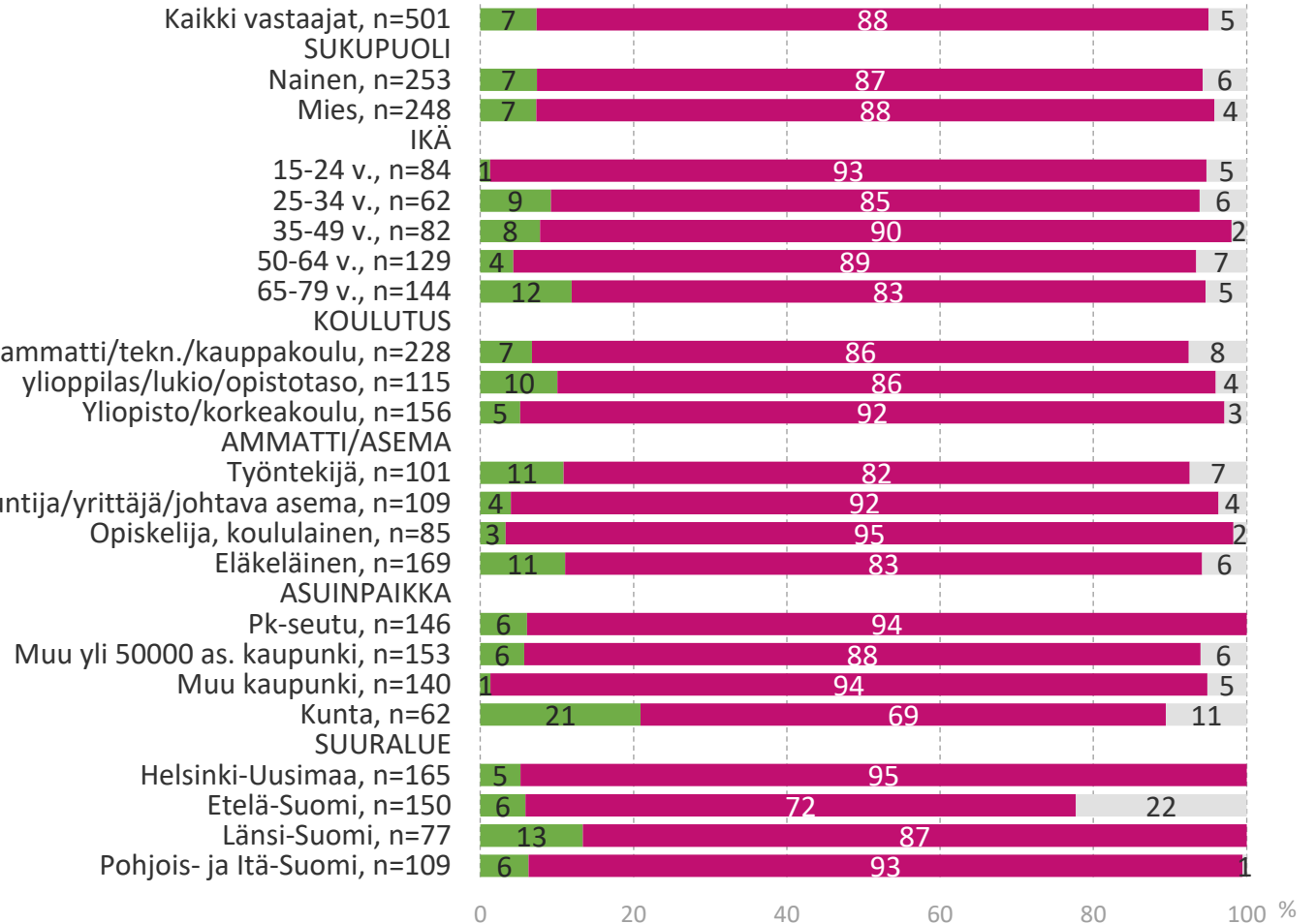
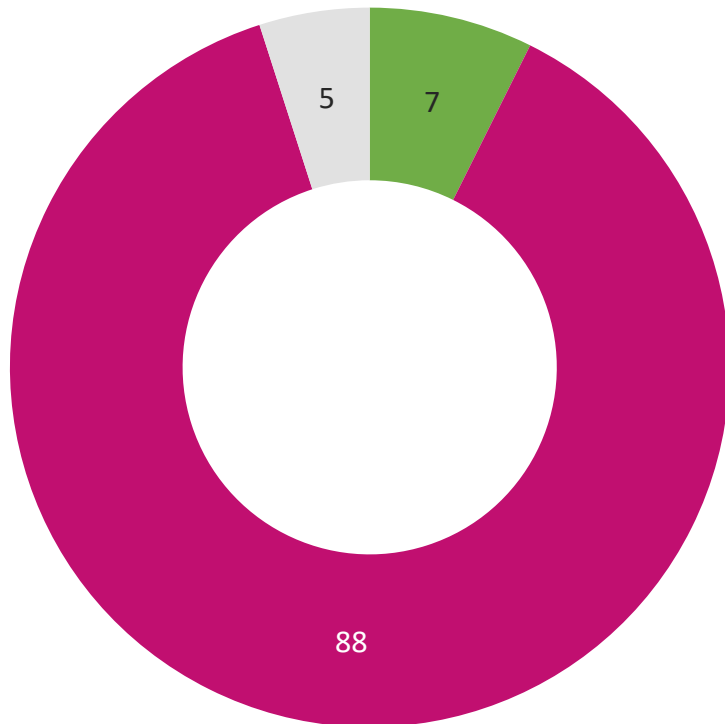


Kaikki vastaajat, 2022 n=501, 2018 n=1004



Mitä seuraavista pakkausmerkinnöistä olet nähnyt? D.O. Saimaa

■ Kyllä ■ En ■ EOS



Kaikki vastaajat, n=501



*Pakkausmerkkeihin
liitettävät asiat*

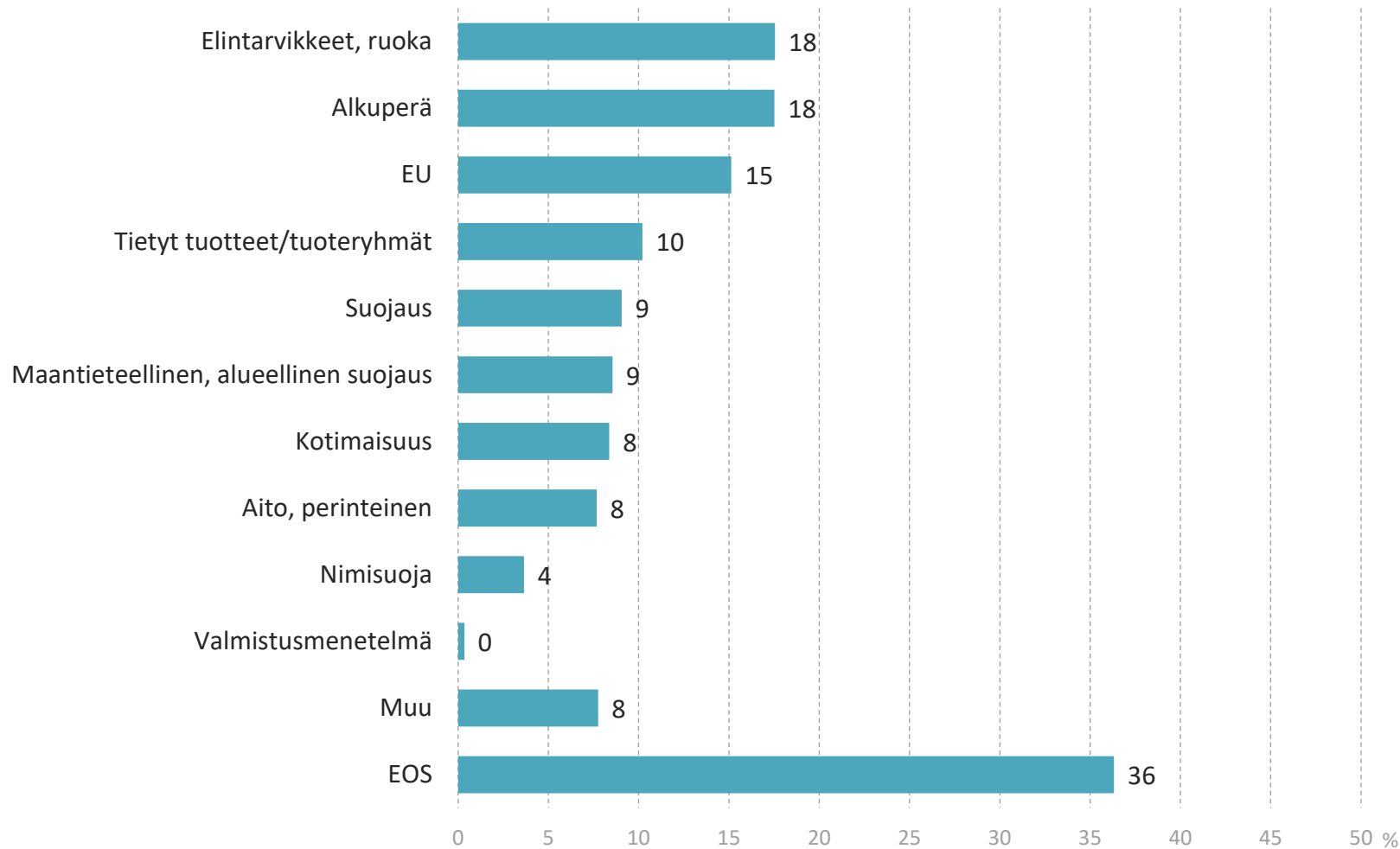
Pakkausmerkkeihin liitettävät asiat

Elintarvikkeiden nimisuojaajärjestelmän pakkausmerkkien liittäminen (APT, SAN ja SMM) eri merkityksiin kysyttiin spontaanisti, ilman vastaajan johdattelua. Vastaukset on jälkikäteen koodattu eri merkityssisältöjen alle:

- Noin joka viides vastaaja liittää pakkausmerkit elintarvikkeisiin/ruokaan (18%) ja alkuperään (18 %).
- 15% liittää merkit Euroopan unioniin ja joka kymmenes vastaaja johonkin tiettyyn tuoteryhmään/tuotteisiin. Suojaukseen yleisesti merkit liittää noin joka kymmenes (9%) ja tarkemmin maantieteelliseen, alueelliseen suojaukseen 9%, aitouteen/perinteisyyteen 8% ja nimisuojaan 4%.
- Reilu kolmannes vastaajista ei osannut sanoa, mihin nämä elintarvikepakkauksissa näkyvät merkit heidän mielestään liittyvät. Näiden vastaajien osuus oli kuitenkin vähentynyt, sillä vuonna 2018 43% vastanneista ei osannut liittää näihin merkkeihin mitään merkityksiä.
- Verrattuna vuoden 2018 tuloksiin, vastauksista muodostui aiempaa enemmän koodeja, joten tuloksia ei voida suoraan vertailla keskenään. Kuitenkin esimerkiksi elintarvikkeiden ja ruoan osalta mainintojen osuus on pysynyt samalla tasolla vuoteen 2018 nähden.



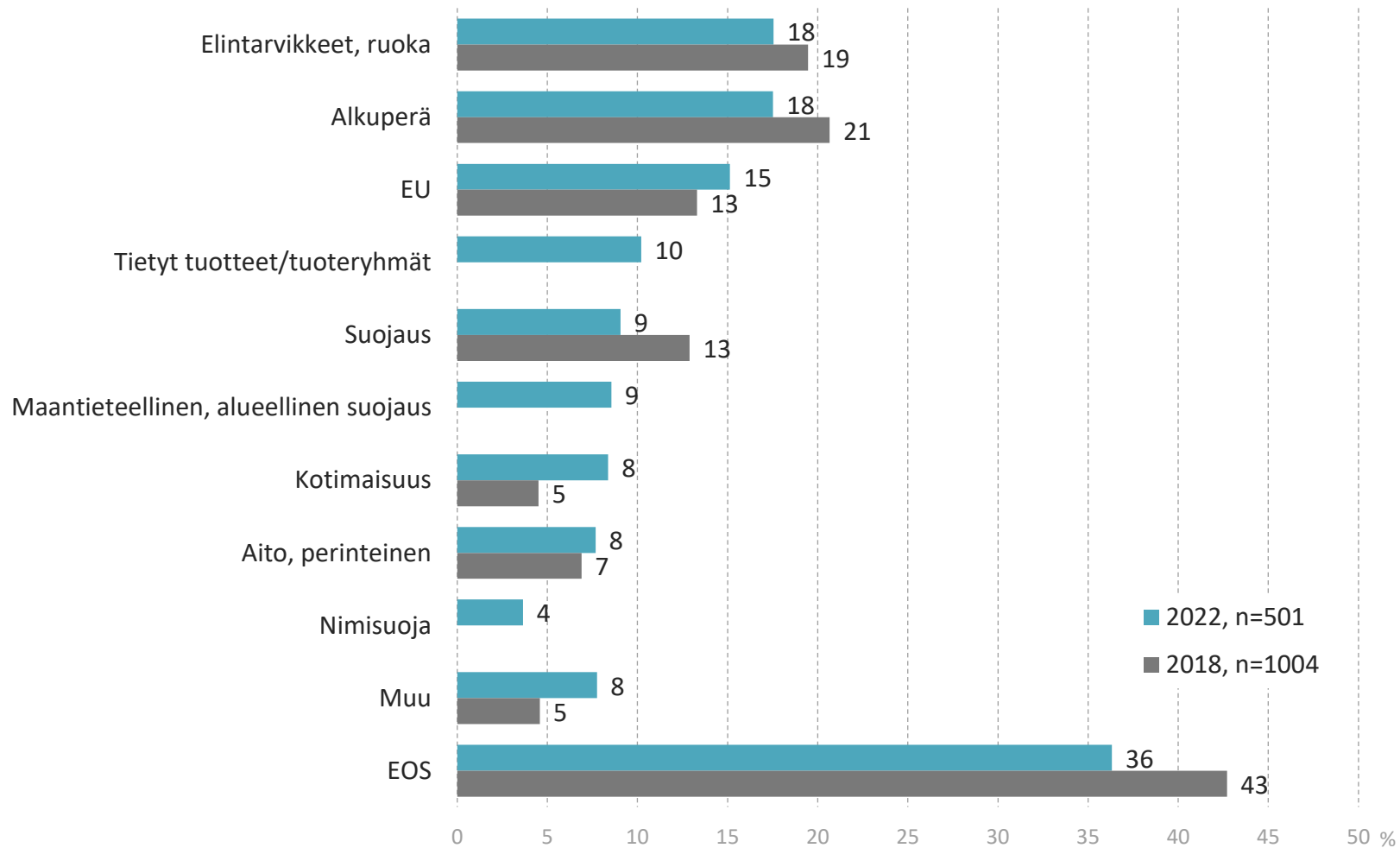
Mihin seuraavat elintarvikepakkauksissa näkyvät merkit mielestäsi liittyvät?



Kaikki vastaajat, n=501

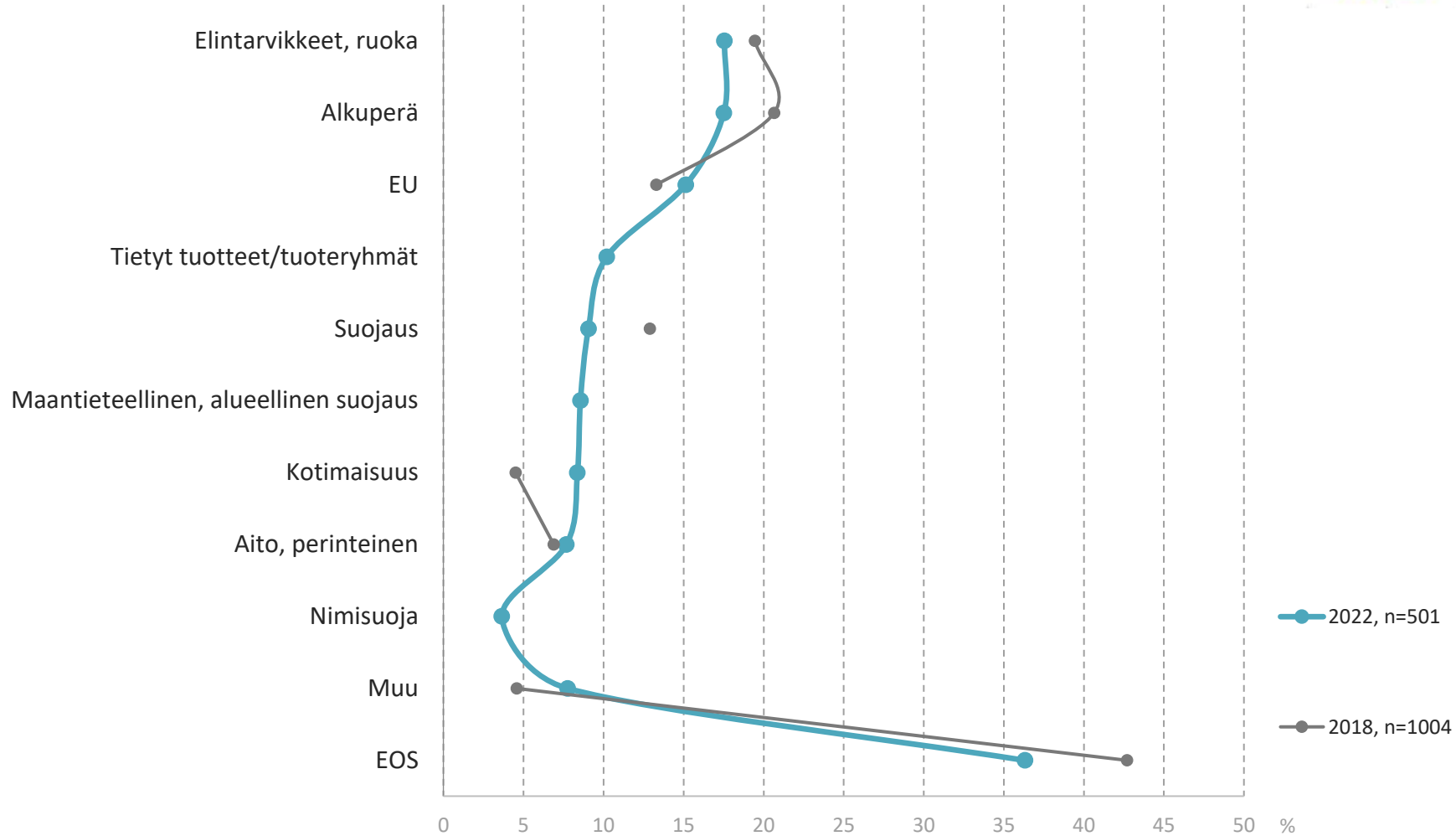


Mihin seuraavat elintarvikepakkauksissa näkyvät merkit mielestäsi liittyvät?



n=kaikki vastaajat

Mihin seuraavat elintarvikepakkauksissa näkyvät merkit mielestäsi liittyvät?



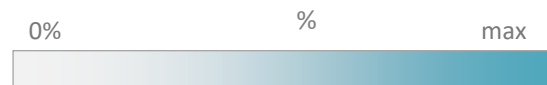
n=kaikki vastaajat



Mihin seuraavat elintarvikepakkauksissa näkyvät merkit mielestäsi liittyvät?

	Kaikki vastaajat, n=501	SUKUPUOLI		IKÄRYHMÄT				
		Nainen, n=253	Mies, n=248	15-24 v., n=84	25-34 v., n=62	35-49 v., n=82	50-64 v., n=129	65-79 v., n=144
Elintarvikkeet, ruoka	18	17	18	20	18	15	19	16
Alkuperä	18	16	19	18	15	24	17	13
EU	15	15	15	15	25	21	16	3
Tietyt tuotteet/tuoteryhmät	10	9	11	11	8	10	8	14
Suojaus	9	8	10	12	8	8	11	7
Maantieteellinen, alueellinen suojaus	9	12	5	13	8	7	13	4
Kotimaisuus	8	9	8	9	4	8	9	10
Aito, perinteinen	8	7	8	8	8	9	6	8
Nimisuoja	4	4	4	7	5	4	4	1
Muu	8	9	7	4	8	13	0	12
EOS	36	37	36	34	37	21	42	46

n=kaikki vastaajat

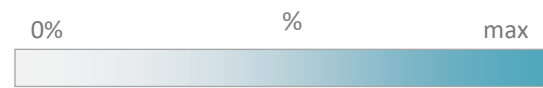


Mihin seuraavat elintarvikepakkauksissa näkyvät merkit mielestäsi liittyvät?



	ASUINPAIKKA					SUURALUE			
	Kaikki vastaajat, n=501	Pk-seutu, n=146	Muu yli 50000 as. kaupunki, n=153	Muu kaupunki, n=140	Kunta, n=62	Helsinki-Uusimaa, n=165	Etelä-Suomi, n=150	Länsi-Suomi, n=77	Pohjois- ja Itä-Suomi, n=109
Elintarvikkeet, ruoka	18	14	14	20	26	13	11	26	22
Alkuperä	18	30	16	8	14	26	10	21	11
EU	15	24	15	9	10	22	9	13	13
Tietyt tuotteet/tuoteryhmät	10	19	8	2	12	18	3	4	12
Suojaus	9	18	7	3	7	15	8	5	6
Maantieteellinen, alueellinen suojaus	9	15	13	2	1	13	5	9	5
Kotimaisuus	8	5	11	15		5	6	22	4
Aito, perinteinen	8	11	7	1	13	9	4	4	12
Nimisuoja	4	9	3	0	1	8		4	1
Muu	8	6	6	12	8	5	1	20	6
EOS	36	24	42	41	39	31	60	17	38

n=kaikki vastaajat





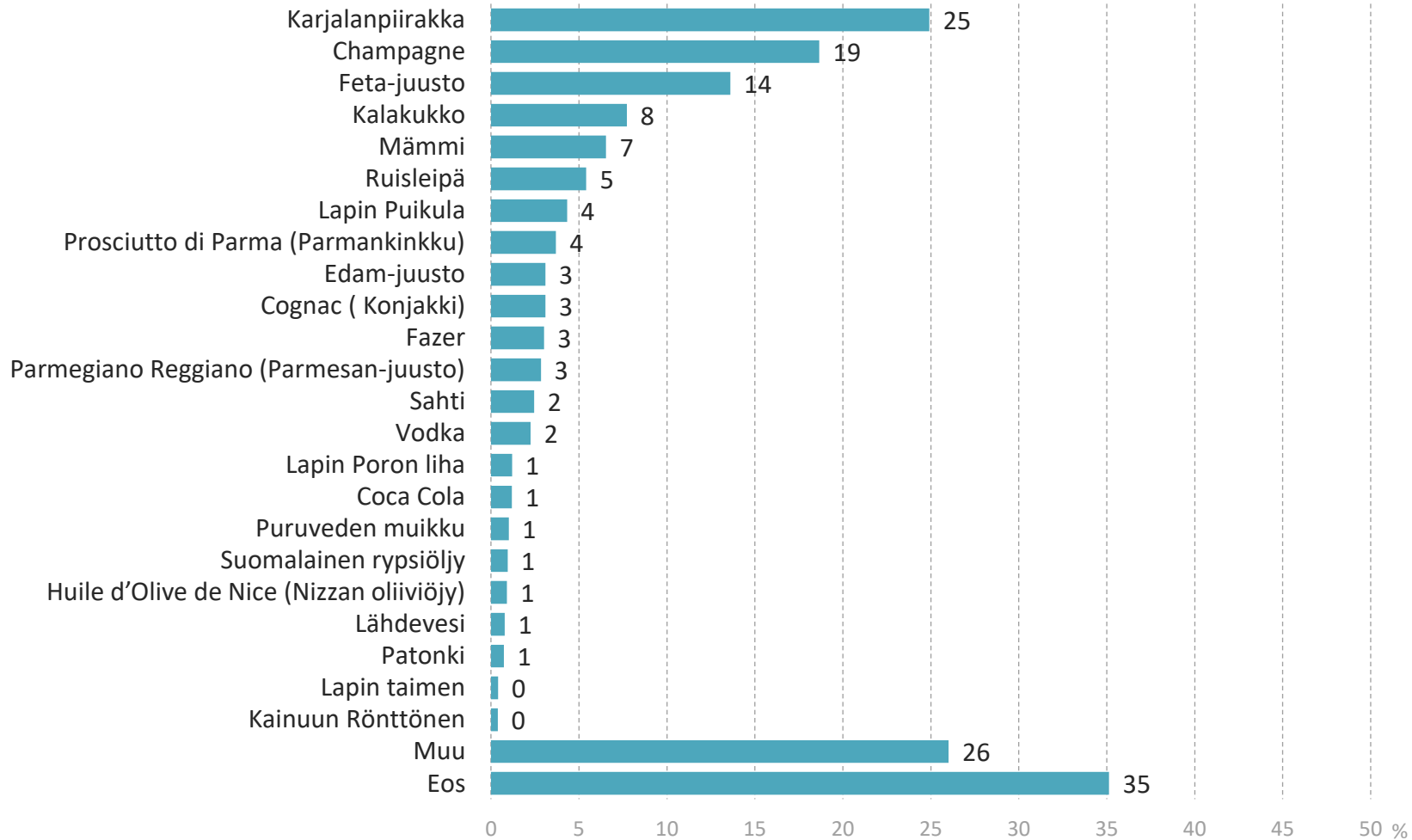
*Nimisuojattujen
elintarvikkeiden tunnettuus*

Nimisuojatut elintarvikkeet

Nimisuojattujen elintarvikkeiden spontaani tunnettuus

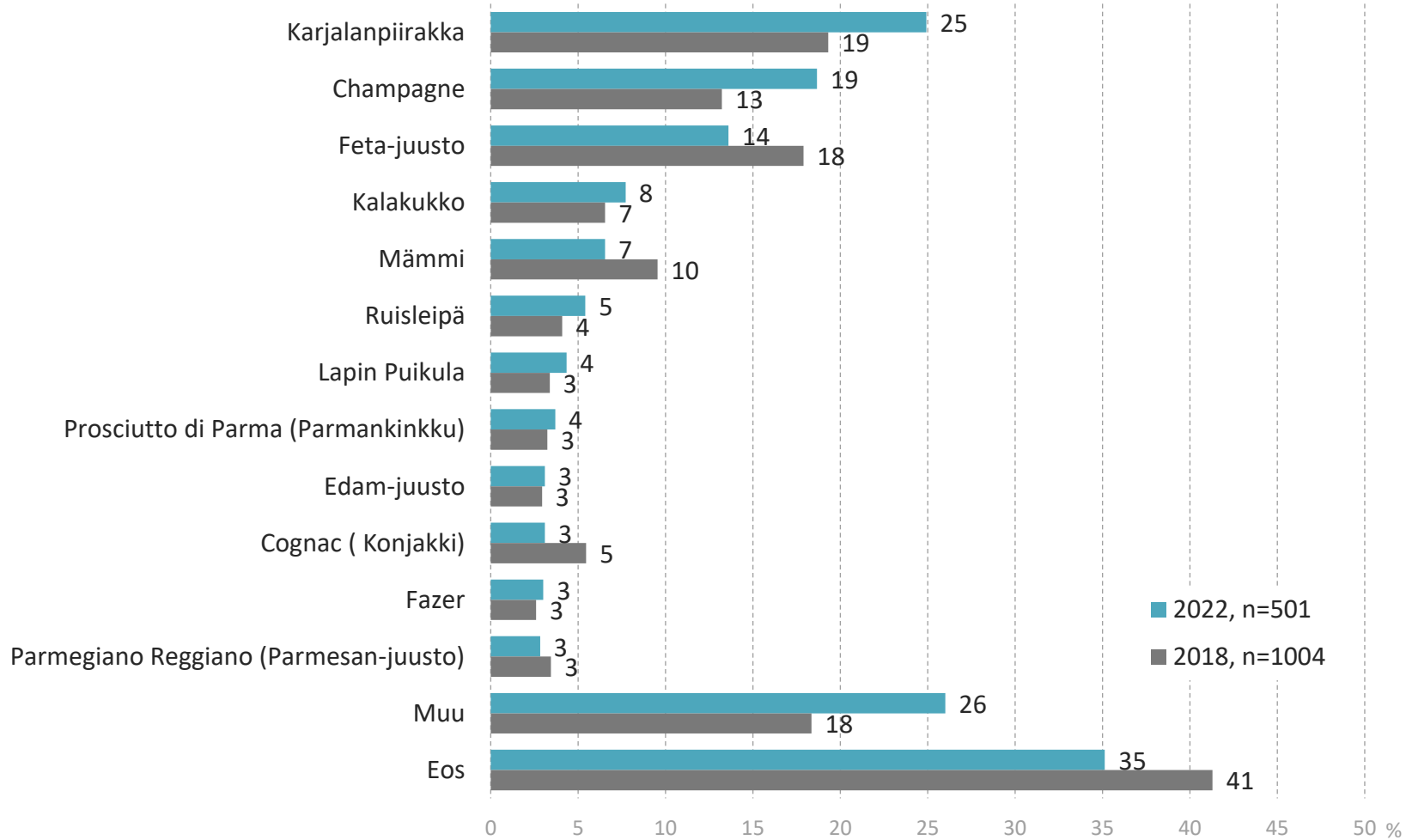
- Nimisuojatuista elintarvikkeista suomalaisille tulee useimmin mieleen karjalanpiirakka (25%), champagne (19%) ja feta-juusto (14%). Näistä elintarvikkeista sekä karjalanpiirakan että champagnen spontaani tunnettuus on kasvanut vuoden 2018 tuloksiin verrattuna (vrt. karjalanpiirakka (19 % v. 2018) ja champagne (13 % v. 2018)).
- Suomalaisista elintarvikkeista eniten mainintoja nimisuojatuiksi elintarvikkeiksi saivat karjalanpiirakan lisäksi kalakukko (8%) ja mämmi (7%). Lisäksi mainittiin mm. ruisleipä (5%) ja Lapin puikulat (4 %).
- Ulkomaisista elintarvikkeista mainintoja saivat champagnen ja feta-juuston lisäksi eniten Prosciutto di Parma (3 %), cognac (3 %) ja Edam-juusto (3 %).
- Maininnoissa oli paljon hajontaa, sillä muu-vastauksia kertyi peräti 26% ja reilu kolmannes ei osannut spontaanisti nimetä mitään nimisuojattuja elintarvikkeita.
- Vuoden 2018 tapaan monet sekoittavat nimisuojatut elintarvikkeet edelleen tunnettuihin brändeihin ja/tai perinteisiin suomalaisiin ruokiin, kuten esim. ruisleipä ja mämmi. Vaikka nimisuojatun elintarvikkeen käsite ei edelleenkään ole kaikille selvä, on se kuitenkin aiempaa hieman tutumpi. Vuonna 2018 41% ei osannut nimetä yhtään nimisuojattua elintarviketta, joten näiden osuus on pienentynyt aiemmasta tutkimuskerrasta 6%-yksikköä.

Kun mietit kotimaisia ja ulkomaisia elintarvikkeita, mitä nimisuojattuja elintarvikkeita sinulle tulee mieleen?



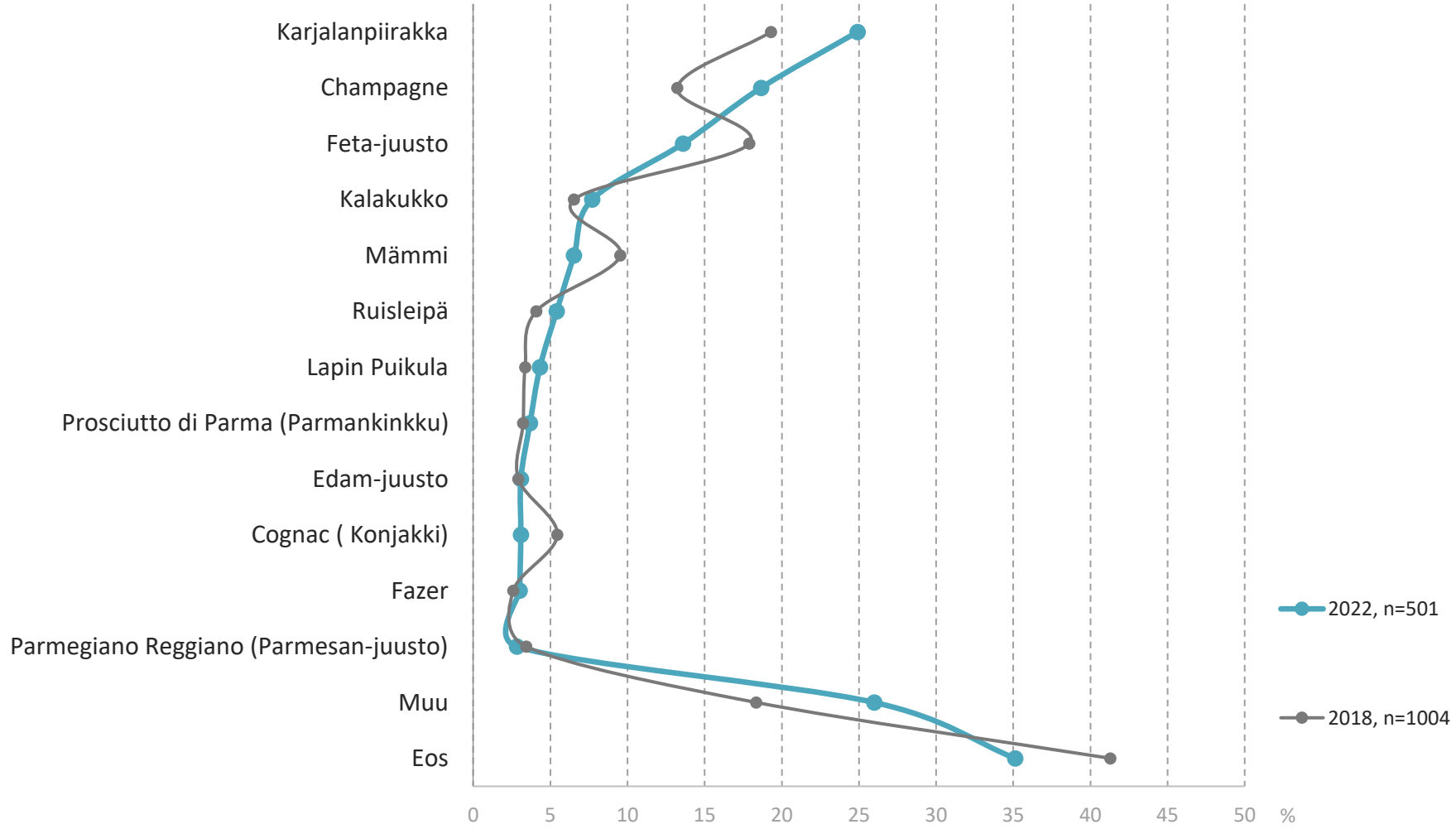
Kaikki vastaajat, n=501

Kun mietit kotimaisia ja ulkomaisia elintarvikkeita, mitä nimisuojuja elintarvikkeita sinulle tulee mieleen?



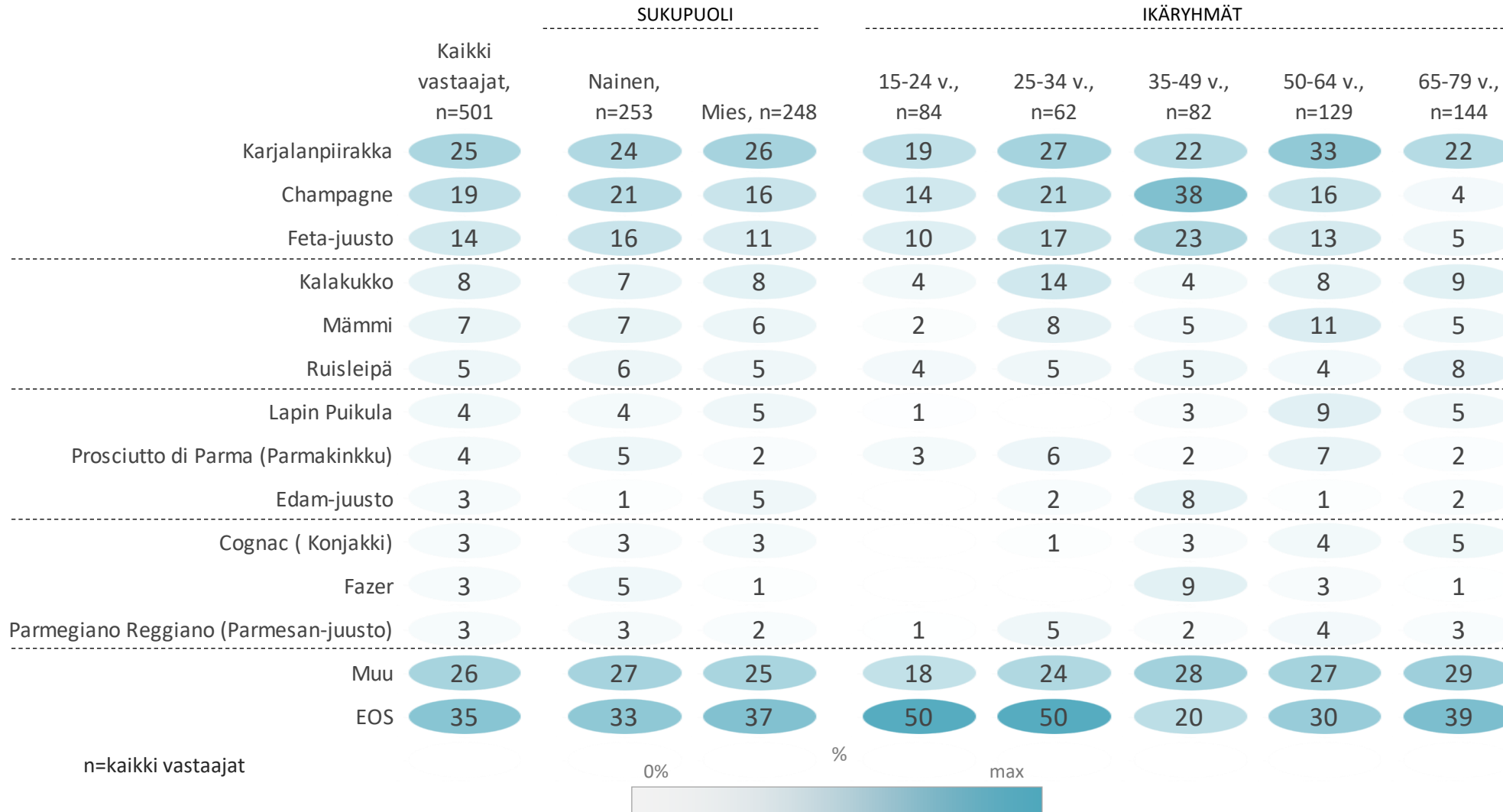
n=kaikki vastaajat

Kun mietit kotimaisia ja ulkomaisia elintarvikkeita, mitä nimisuojujattuja elintarvikkeita sinulle tulee mieleen?



n=kaikki vastaajat

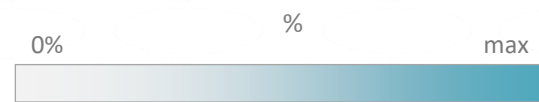
Kun mietit kotimaisia ja ulkomaisia elintarvikkeita, mitä nimisuojujattuja elintarvikkeita sinulle tulee mieleen?



Kun mietit kotimaisia ja ulkomaisia elintarvikkeita, mitä nimisuojaattuja elintarvikkeita sinulle tulee mieleen?

	ASUINPAIKKA					SUURALUE			
	Kaikki vastaajat, n=501	Pk-seutu, n=146	Muu yli 50000 as. kaupunki, n=153	Muu kaupunki, n=140	Kunta, n=62	Helsinki-Uusimaa, n=165	Etelä-Suomi, n=150	Länsi-Suomi, n=77	Pohjois- ja Itä-Suomi, n=109
Karjalanpiirakka	25	27	27	22	23	26	30	15	28
Champagne	19	28	17	19	7	24	18	23	10
Feta-juusto	14	19	19	9	1	17	13	16	8
Kalakukko	8	8	5	15	3	7	16	5	4
Mämmi	7	10	7	4	5	8	4	8	5
Ruisleipä	5	1	1	18	2	4	13		5
Lapin Puikula	4	2	3	8	5	2	8	3	5
Prosciutto di Parma (Parmakinkku)	4	5	5	2	2	5	7	0	2
Edam-juusto	3	3	4	3	1	3	7	1	2
Cognac (Konjakki)	3	3	2	2	7	3	4	6	1
Fazer	3	2		0	14	2	0	11	0
Parmegiano Reggiano (Parmesan-juusto)	3	6	2	2	0	5	4	0	1
Muu	26	32	19	11	52	27	13	31	31
EOS	35	34	40	40	21	39	31	31	37

n=kaikki vastaajat



Kun mietit kotimaisia ja ulkomaisia elintarvikkeita, mitä nimisuojaattuja elintarvikkeita sinulle tulee mieleen 1(2)?

Muu, mikä-vastaukset

banaani
banaani, ei tarkemmin
belgialainen suklaa
brie- juusto
cammember juusto, emmental, tiettyjen alueiden viinit
chamemberg-juusto, ranskal.viinit, perinne leivonnaiset
Coca Cola
Coca-Cola
Coca-Cola
Coca Cola, luomu munat
Eila
Eloveena
Elovena
elovena kaurapuuro
Elovena.
Elovena. Reissumies.
emmentahl juusto
espanjal. makkara chorizo,jokin engl. juusto
Eu pyrokratia, ainutkertaisia , taskokaita
fazerin sininen, panda
fazerin sininen, rieska, mämmi,
Gin.
gini, mämmi, karjalanpaisti,
halloum juusto, viski, konjakki, jokin likööri
halloumi
halloumi
Halloumi, mämmi, armanac
hapansilakka
hastaburi

hk, oltermanni juusto
Härkäpapu
härkäpapu,koskenlaskija
jokin ital. juusto
joku oltermenni varmaan ja koskenlaskija
jotkut juustot
jotkut viinit, juusto camemberg
Joutsen-merkki tulee mieleen ylipäätään ja avain, jossa on Suomen lipun kuva. Valio brändeistä. Satamaito.
Joutsenmerkki, omasta maasta.
Joutsen-tuote tuotettu kotimaassa. Made in Italy myöskin.
juustot,camemberg,pecrion
kampanisu
karhu- olut
Karjalaiset piirakat, rönttöset, Suomalaiset jauhot, puurot, talkkuna
Karjalan paisti. Mämmi.
Karjalanpiirakka
Karjalanpiirakka.
Kauramaito
kauratuote elovena
Kinder
kit kat, reece, makeiset
Koka Kola
Konjakki
koskenkorva
koskenkorva
koskenkorva, leipäjuusto
Koskenlaskija
kurkut, peruna, porkkana
Leipäjuusto

lemin särä, ulkomailta juustoja, belgialainen olut, balsamico modeenasta
lörtsy,lemin särä
maito, siipikarja liha, kaurahiutale
maitojuoma
modenon balsamico, tiettyjen alueiden viinit, parman kinkku
mozzarella, tzatsiki,dolma, halloumi
mozzarella-juusto
määmi
määmi
määmi
määmi
määmi
määmi
määmi
Määmi
Määmi
Määmi
määmi
määmi
Määmi
Määmi
Määmi
Määmi hapansilakka
Määmi, Fazer Puikulat, Valio, Atria
määmi, islannin syr, ruotsin hapansilakka
määmi, kallen mätitahna
määmi, koskenkorva
määmi, kreikkalainen juusto

Kun mietit kotimaisia ja ulkomaisia elintarvikkeita, mitä nimisuojusta elintarvikkeita sinulle tulee mieleen 2(2)?

Muu, mikä-vastaukset

mämmi, leipäjuusto

Mämmi, Panda, leipäjuusto, uunijuusto, juustokeitto, vatruskat, kampanisut, sultsinat. lörtsy, mustamakkara, Koskenlaskija, Oltermanni, Viola, virtasalmen viljatuote, Semper

mämmi, tampereen mustamakkara, koskenkorva, engl. cheddar

Mämmi.

no vaikka Fazerin sininen.

nyhtökaura tai paputuotteet

nyhtökaura,

Oivariini, Reissumies

oltermanni, elovena keksi,

ouzo- juoma,

ouzo, mämmi

pingviini jäätelö, Pauligin kahvi

Pirkka ,Rainbow,Xip

Pirkka,Rainbow

Pirkka-Tuotteet

Pistacchio of Bronte can be produced only in the area around Bronte, Chianti wine is made by a protected grapes that can be produced only in Chianti Valley close to Florence.

Porta Kissanruoka

Rainbow, Pirkka

Raisio

ranskal. ja portugalilaiset juustot, kuohuviinit,

Ronkä, Kotivara

Suomalaiset luomutuotteet

särä

turkkilainen jugurtti

turun sinappi

turun sinappi

Turun sinappi

Valio

Valio

Valio

Valio, Atria, Pouttu, Snellman, Arla, Milbona, Juustoportti, Marli, Fazer, Maitokolmio, Kuusamon Juusto

Valio, Fazer,Raisio

Vety ja atomi. Verimakkara. Perez mez.

Viola-juusto.

Viski

viski,

Voi

Vuohenjuusto, Hilla

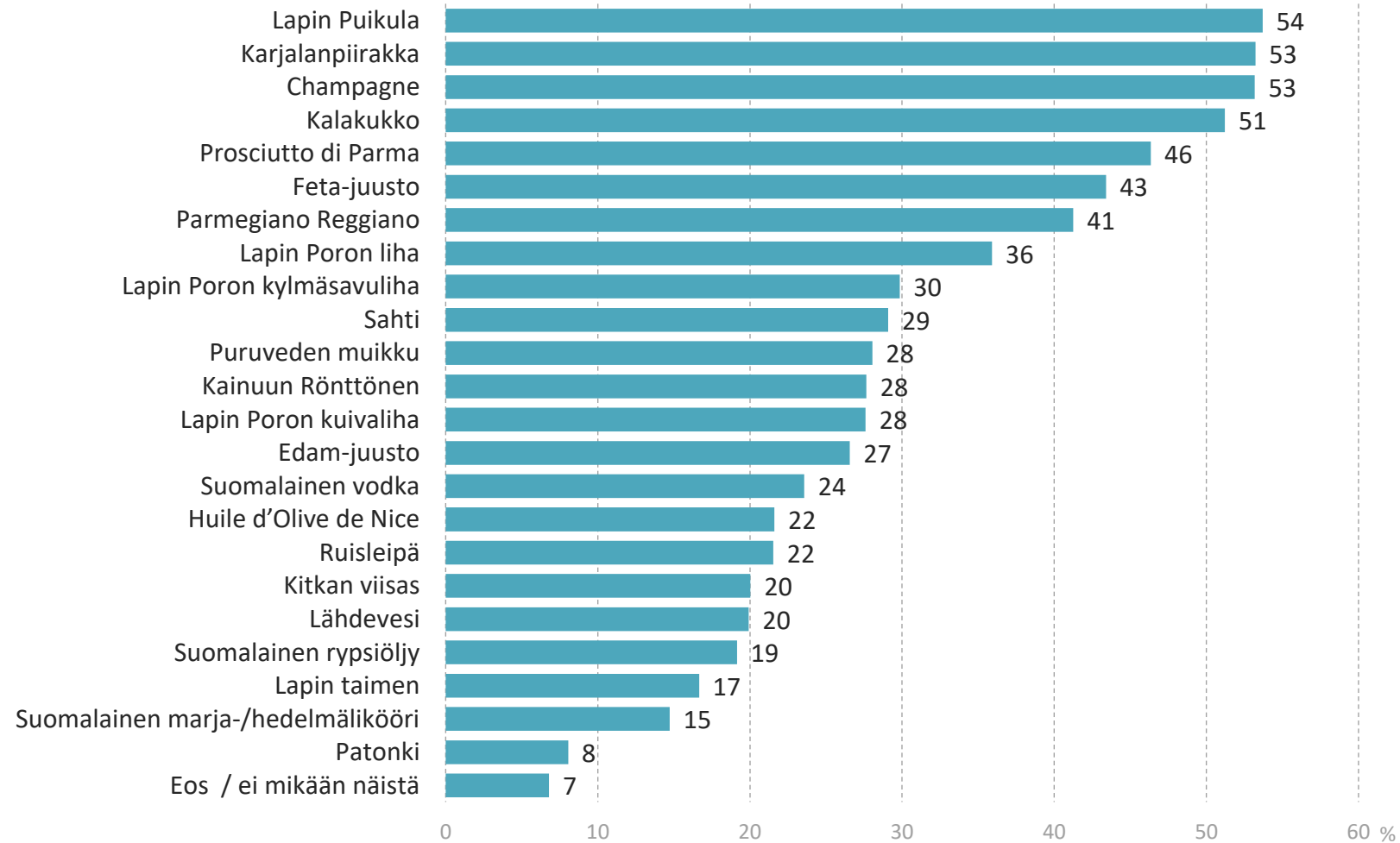
Nimisuojatut elintarvikkeet

Nimisuojattujen elintarvikkeiden autettu tunnettuus

Vastaajille näytettiin lista tuotteista ja kysyttiin, mitkä niistä ovat nimisuojattuja:

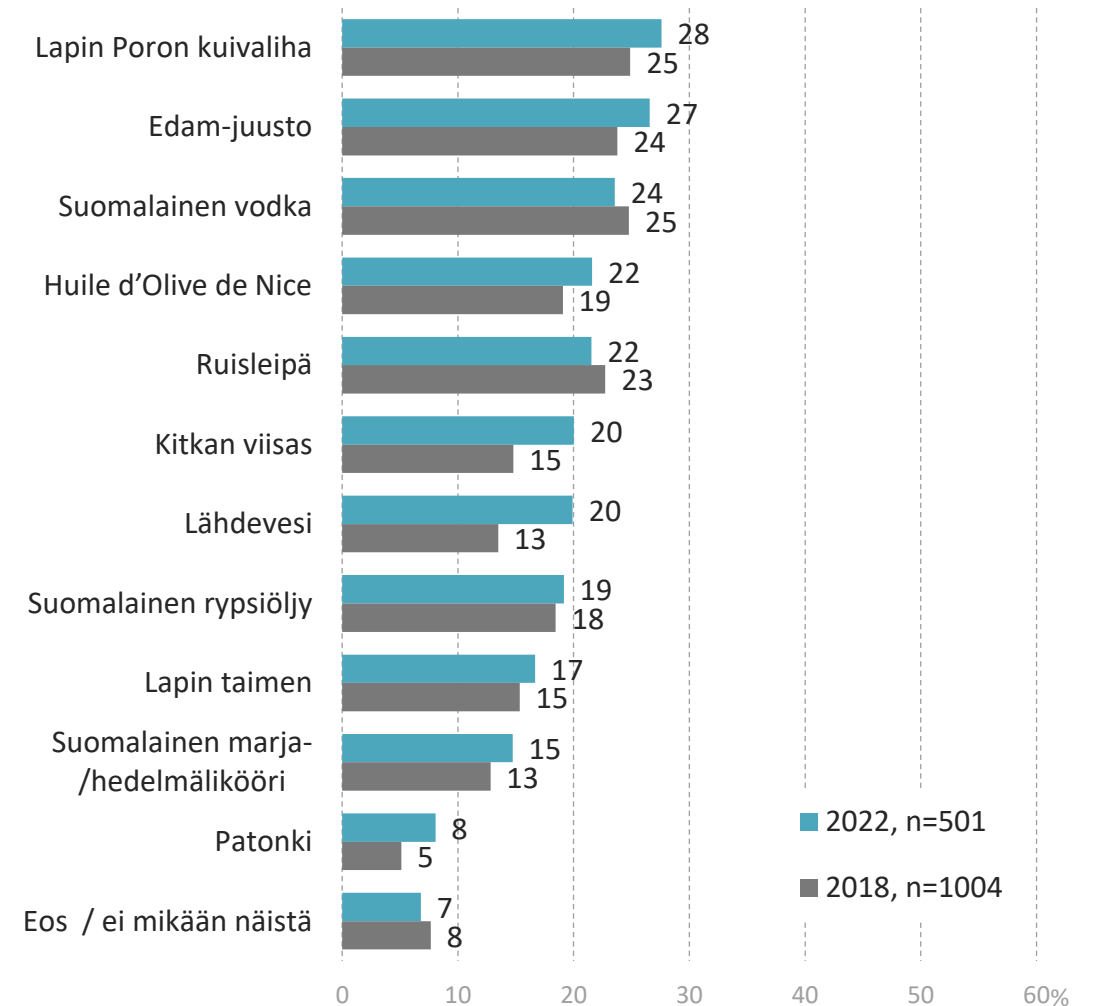
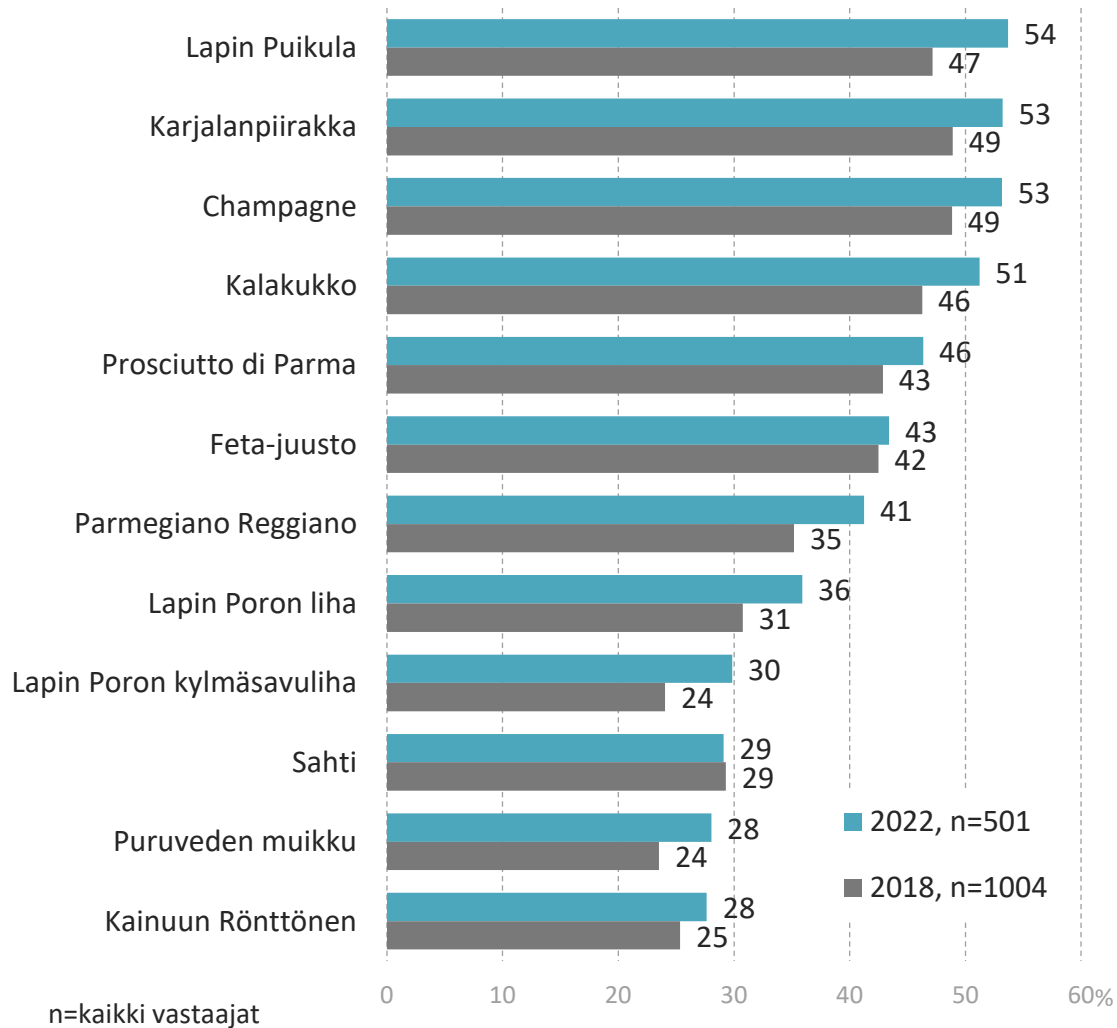
- Yli puolet vastaajista tunnisti Lapin puikulan (54%), karjalanpiirakan (53%), champagnen (53%) ja kalakukon (51%) nimisuojatuksi tuotteeksi.
- Vähintään neljä suomalaista kymmenestä tunnisti myös Prosciutto di Parman (46%), feta-juuston (43%) ja Parmegiano Reggionon (41%) nimisuojatuiksi elintarvikkeiksi.
- Suomalaisista elintarvikkeista nimisuojatuiksi elintarvikkeiksi miellettiin myös Lapin poronliha, Lapin poron kylmäsavuliha 30%, sahti (29 %), Puruveden muikku (28%), Kainuun rönttönen (28 %) ja Lapin poron kuivaliha (28 %).
- Vuoden 2018 tuloksiin verrattuna lähes kaikkien kysytyjen elintarvikkeiden autettu tunnettuus on kasvanut. Eniten tunnettuus on kasvanut seuraavilla: lähdevesi (+7%-yks.), Lapin puikula, Parmegiano Reggiano ja Lapin poron kylmäsavuliha (+6%-yks.), sekä +4%-yksikköä karjalanpiirakan, champagnen ja Puruveden muikun osalta. Näistä lähdevesi ei ole nimisuojattu elintarvike.

Mitkä seuraavista elintarviketuotteista ovat mielestäsi nimisuojattuja?

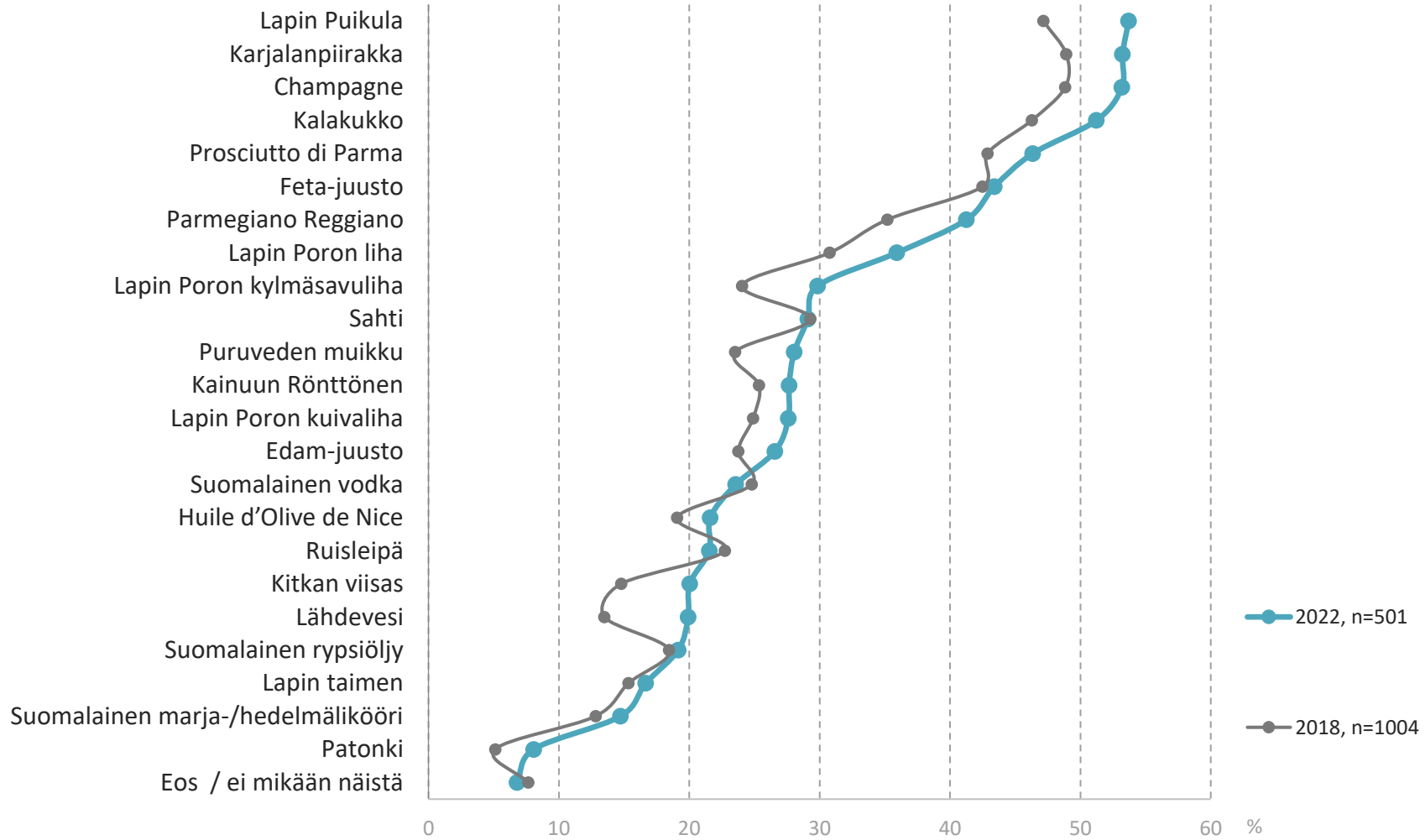


Kaikki vastaajat, n=501

Mitkä seuraavista elintarviketuotteista ovat mielestäsi nimisuojattuja?

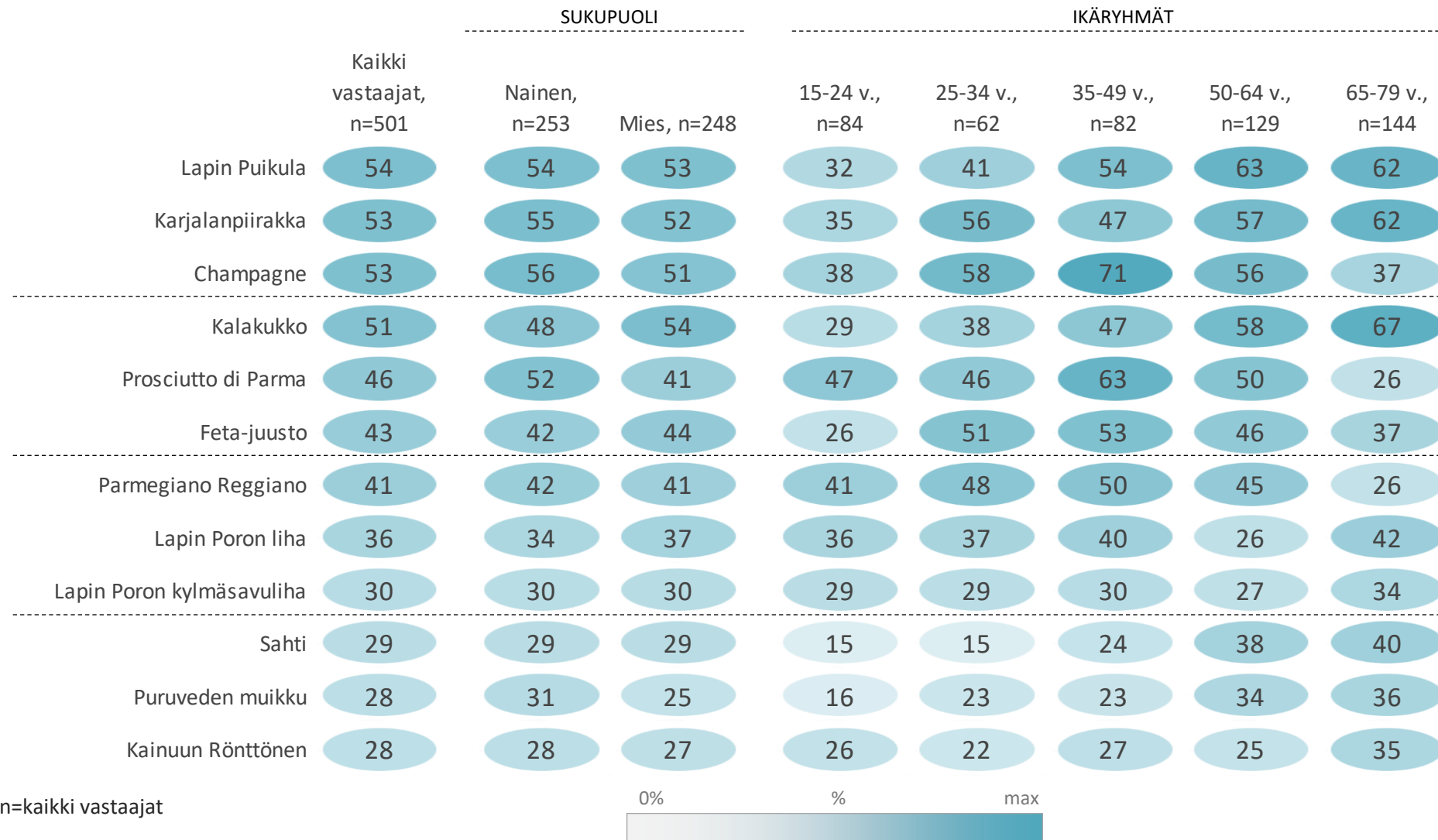


Mitkä seuraavista elintarviketuotteista ovat mielestäsi nimisuojattuja?

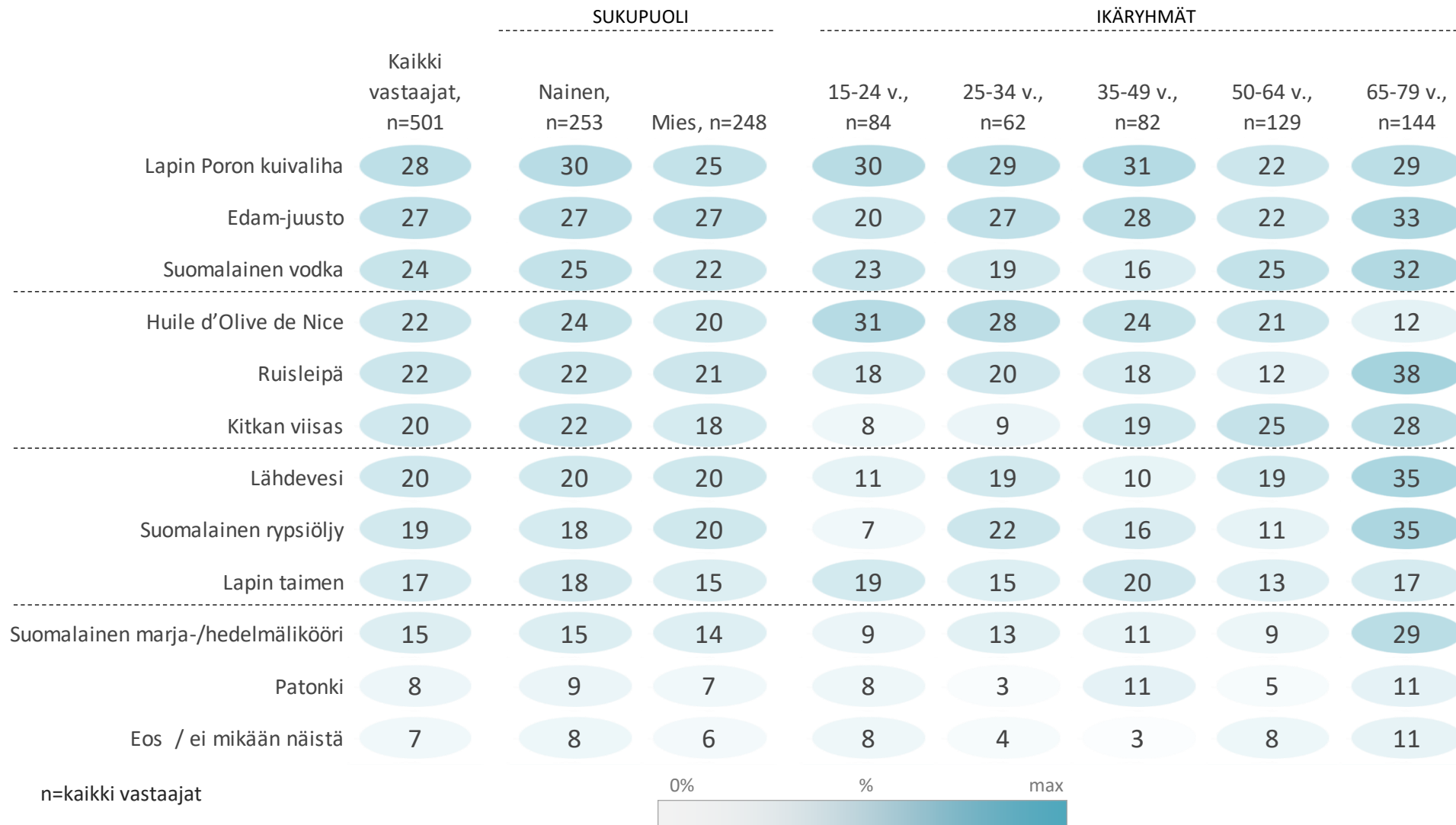


n=kaikki vastaajat

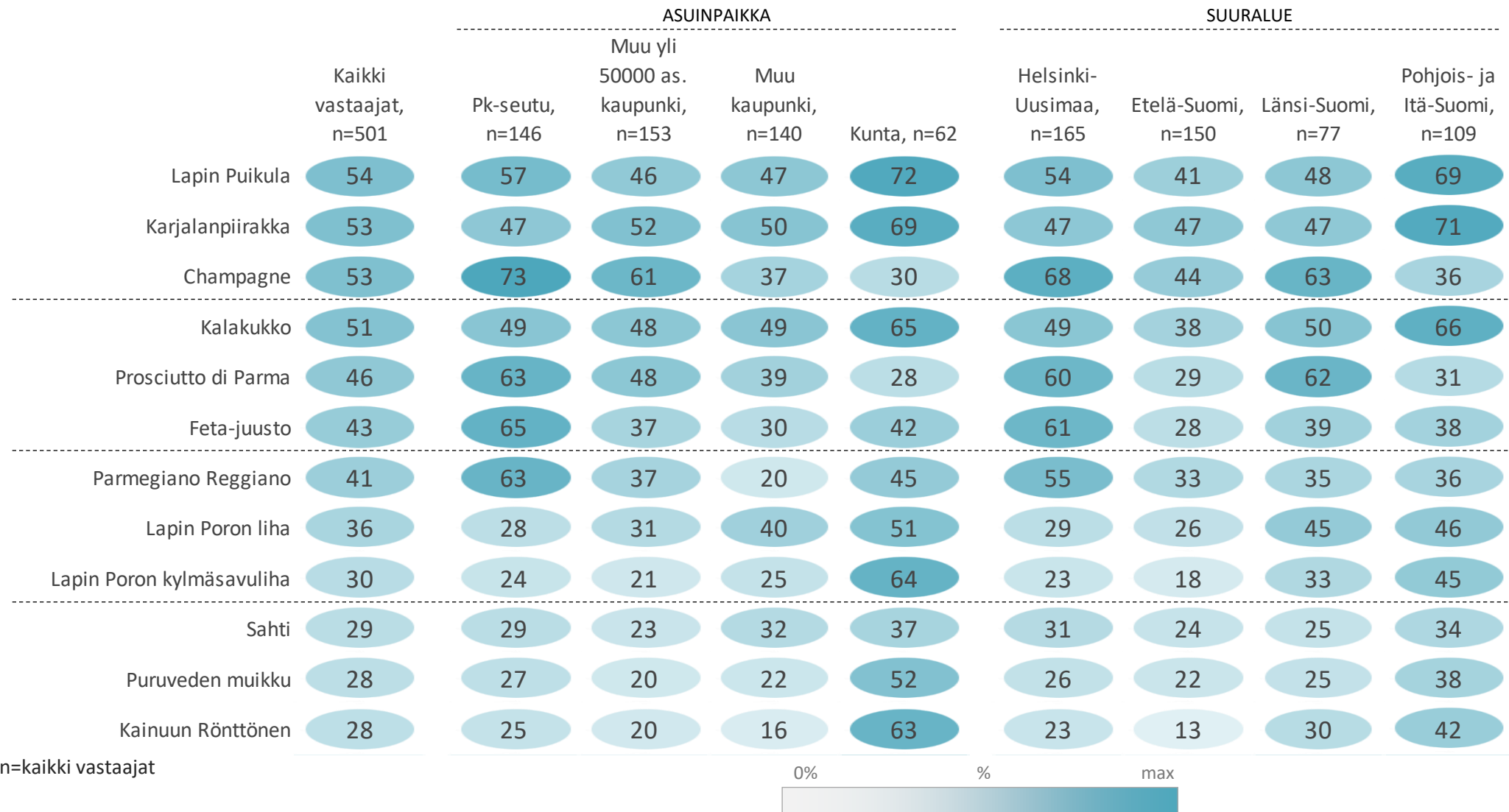
Mitkä seuraavista elintarviketuotteista ovat mielestäsi nimisuojattuja? 1(2)



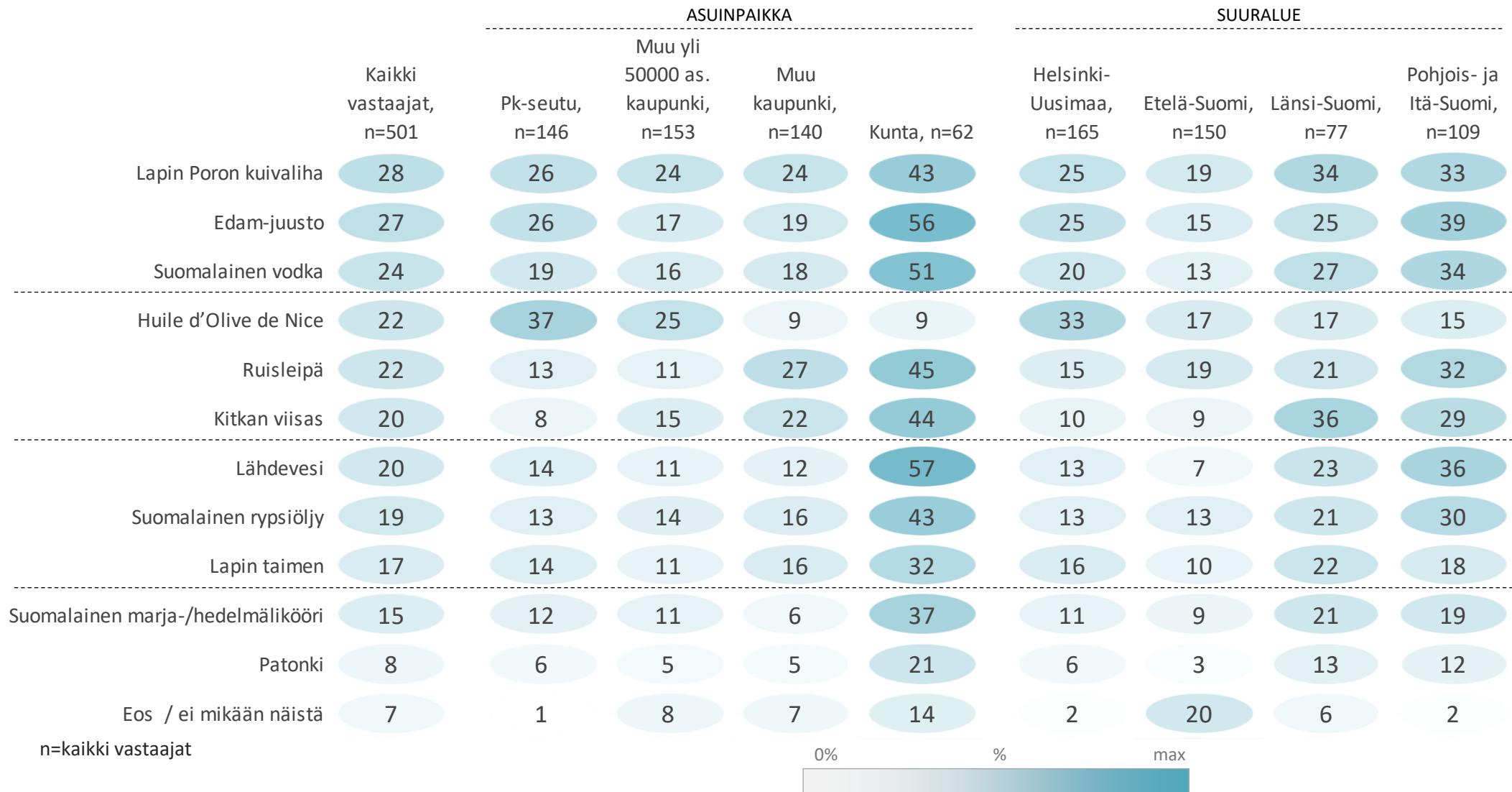
Mitkä seuraavista elintarviketuotteista ovat mielestäsi nimisuojusta? 2(2)



Mitkä seuraavista elintarviketuotteista ovat mielestäsi nimisuojattuja? 1(2)



Mitkä seuraavista elintarviketuotteista ovat mielestäsi nimisuojattuja? 2(2)



YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Yhteenveto ja johtopäätökset 1(2)

SMM, SAN ja APT-merkkien tunnettuus pysynyt vuoden 2018 tasolla

- Suurin osa 15–79-vuotiaista suomalaisista ei edelleenkään muista nähneensä suojattua alkuperämerkkiä (SAN), suojattua maantieteellistä merkkiä (SMM) eikä aidon perinteisen tuotteen (APT) pakkausmerkkiä.
- Ikäryhmistä nuoret muistavat SAN, APT ja SMM-merkkejä keskimääräistä paremmin ja suuralueista Helsinki-Uusimaa ja Pohjois- ja Itä-Suomessa asuvat. Merkittävä osa suomalaisista nimisuojuista elintarvikkeista onkin Pohjois- ja Itä-Suomen suuralueilta, joten Pohjois- ja Itä-Suomen suuralueen korostuminen merkkejä nähneissä on loogista.
- Suurin osa vastaajista osasi liittää elintarvikepakkauksissa näkyvät nimisuojujärjestelmän merkit johonkin, enää reilu kolmannes ei osannut sanoa mitään, mihin merkit voisivat liittyä. Useimmin merkkeihin liitettiin elintarvikkeet/ruoka, alkuperä, EU, tietyt tuotteet/tuoteryhmät, suojaus, maantieteellinen/alueellinen suojaus sekä kotimaisuus ja aitous/perinteisyys.

Hyvää Suomesta-merkki selkeästi tunnetuin

- Tutkituista pakkausmerkeistä selkeästi tunnetuin on Hyvää Suomesta-merkki, jonka muistavat nähneensä lähes kaikki vastaajat. EU luomutunnuksen tunnettuus on kehittynyt tutkituista merkeistä parhaiten ja jo seitsemän suomalaista kymmenestä muistaa nähneensä ko. merkin.

Yhteenveto ja johtopäätökset 2(2)

Nimisuojatuista elintarvikkeista spontaanisti eniten mainintoja sai vuoden 2018 tapaan karjalanpiirakka

- Nimisuojatuista elintarvikkeista spontaanisti eniten mainintoja saivat karjalanpiirakka, champagne ja fetajuusto. Samat tuotteet olivat kolmen kärjessä myös vuonna 2018, mutta nyt champagne kiilasi feta-juuston edelle. Merkille pantavaa kuitenkin on, että monet sekoittavat nimisuojatut elintarvikkeet edelleen tunnettuihin brändeihin ja perinteisiin suomalaisiin ruokiin, kuten esim. ruisleipä ja mämmi.

Nimisuojattujen elintarvikkeiden autettu tunnettuus on kasvussa

- Nimisuojattujen elintarvikkeiden autetut tunnettuudet ovat edelleen hyvällä tasolla ja kehittyneet hyvään suuntaan. Lähes kaikkien kysytyjen elintarviketuotteiden tunnettuudet ovat kasvussa. Suomalaisista nimisuojatuista merkeistä kaikkien muiden tunnettuus on kasvanut, paitsi sahdin ja suomalaisen vodkan, joiden autettu tunnettuus on pysynyt vuoden 2018 tasolla.

Nimisuojattujen elintarvikkeiden viestintään panostettava edelleen

- Tulosten perusteella nimisuojajärjestelmän pakkausmerkkien ja järjestelmän tunnettuuden lisäämiseksi tarvitaan edelleen viestintäpanostusta, sillä itse merkkien tunnettuus on yhä alhaisella tasolla, vaikka merkkien taustan tuntemisessa sekä etenkin nimisuojattujen elintarvikkeiden autetussa tunnettuudessa onkin tapahtunut yönteistä kehitystä.



LISÄTIETOJA

Riitta Ristiluoma
tutkimuspäällikkö
050 358 7244

riitta.ristiluoma@taloustutkimus.fi

www.taloustutkimus.fi



Liitteet

Tutkimuskysymykset

1. Pakkausmerkintöjen tunnettuus (kuvakortti 1):
 - *Mitä seuraavista pakkausmerkinnöistä olet nähnyt? (Kyllä, En, En osaa sanoa)*
2. Pakkausmerkkien liittyminen (kuvakortti 2):
 - *Mihin seuraavat elintarvikepakkauksissa näkyvät merkit mielestäsi liittyvät? (Avoin)*

Nimisuojarahjestelmän kuvaus (kuvakortti 3)

1. Spontaani tunnettuus*:
 - *Kun mietit kotimaisia ja ulkomaisia elintarvikkeita, mitä nimisuojarahjattuja elintarvikkeita sinulle tulee mieleen? (Avoin)*
2. Autettu tunnettuus (kuvakortti 4)**:
 - *Mikä seuraavista elintarviketuotteista ovat mielestäsi nimisuojarahjattuja? (Valmiit vaihtoehdot)*

Kuvakortit löytyvät sivuilta 53-56.

*Spontaani tunnettuus on vastaajan nimeämä elintarvike spontaanisti eli ilman annettuja valmiita vaihtoehtoja.

**Autettu tunnettuus on vastaajan tunnistamat elintarvikkeet/brändit avustettuna eli luetellaan valmiita vaihtoehtoja.

Kysymyslomake

nimi1| KUVAKORTTI 1 Mitä seuraavista pakkausmerkinnöistä olet nähnyt?

	Kyllä	En	EOS
1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

nimi2| KUVAKORTTI 2 Mihin seuraavat elintarvikepakkausissa näkyvät merkit mielestäsi liittyvät?

nimikuvaus| KUVAKORTTI 3 Merkit liittyvät Euroopan unionin nimisuojaajärjestelmään maataloustuotteille ja elintarvikkeille, sekä alkoholituotteille. Järjestelmä suojaa näitä tuotteita vakiintuneen nimen väärinkäytöltä ja väärennöksiltä. Kuluttajalle suojaus on tae siitä, että tuotteen alkuperä, raaka-aineet ja valmistusmenetelmä tunnetaan ja ne ovat eri tuottajilla olennaisilta osin samanlaiset. Suojaustavat ovat suojattu alkuperänimitys (SAN), suojattu maantieteellinen merkintä (SMM) ja aito perinteinen tuote (APT).

nimi3| 3. Kun mietit kotimaisia ja ulkomaisia elintarvikkeita, mitä nimisuojaattuja elintarvikkeita sinulle tulee mieleen? SPONTAANI, ÄLÄ LUETTELE

(22 maksimum vastausta)

- 1 Champagne
- 2 Cognac (Konjakki)
- 3 Edam-juusto
- 4 Feta-juusto
- 5 Huile d'Olive de Nice (Nizzan oliiviöjy)
- 6 Kainuun Rönttönen
- 7 Kalakukko
- 8 Karjalanpiirakka
- 9 Lapin Poron liha
- 10 Lapin Puikula
- 11 Lapin taimen
- 12 Lähdevesi
- 13 Parmegiano Reggiano (Parmesan-juusto)
- 14 Patonki
- 15 Prosciutto di Parma (Parmankinkku)
- 16 Puruveden muikku
- 17 Ruisleipä
- 18 Sahti
- 19 Suomalainen rypsiöljy
- 20 Vodka
- 21 Muu, mikä?

nimi4 KORTTI n4 Mitkä seuraavista elintarviketuotteista ovat mielestäsi nimisuojaattuja?

- 1 1 Edam-juusto
- 2 2 Feta-juusto
- 3 3 Parmegiano Reggiano
- 4 4 Huile d'Olive de Nice
- 5 5 Suomalainen rypsiöljy
- 6 6 Kalakukko
- 7 7 Puruveden muikku
- 8 8 Kitkan viisas
- 9 9 Lapin taimen
- 10 10 Lapin Puikula
- 11 11 Lapin Poron liha
- 12 12 Lapin Poron kuivaliha
- 13 13 Lapin Poron kylmäsavuliha
- 14 14 Ruisleipä
- 15 15 Patonki
- 16 16 Karjalanpiirakka
- 17 17 Kainuun Rönttönen
- 18 18 Champagne
- 19 19 Sahti
- 20 20 Suomalainen vodka
- 21 21 Suomalainen marja-/hedelmälikööri
- 22 22 Lähdevesi
- 23 23 Prosciutto di Parma
- 24 EOS / EI MIKÄÄN NÄISTÄ

KUVAKORTTI 1



KUVAKORTTI 2



KUVAKORTTI 3

Merkit liittyvät Euroopan unionin nimisuojarahjestelmään maataloustuotteille ja elintarvikkeille, sekä alkoholituotteille. Järjestelmä suojaa näitä tuotteita vakiintuneen nimen väärinkäytöltä ja väärennöksiltä. Kuluttajalle suojaus on tae siitä, että tuotteen alkuperä, raaka-aineet ja valmistusmenetelmä tunnetaan ja ne ovat eri tuottajilla olennaisilta osin samanlaiset. Suojaustavat ovat suojattu alkuperänimitys (SAN), suojattu maantieteellinen merkintä (SMM) ja aito perinteinen tuote (APT).

KUVAKORTTI 4

1. Edam-juusto
2. Feta-juusto
3. Parmegiano Reggiano
4. Huile d'Olive de Nice
5. Suomalainen rypsiöljy
6. Kalakukko
7. Puruveden muikku
8. Kitkan viisas
9. Lapin taimen
10. Lapin Puikula
11. Lapin Poron liha
12. Lapin Poron kuivaliha
13. Lapin Poron kylmäsavuliha
14. Ruisleipä
15. Patonki
16. Karjalanpiirakka
17. Kainuun Rönttönen
18. Champagne
19. Sahti
20. Suomalainen vodka
21. Suomalainen marja-/hedelmälikööri
22. Lähdevesi
23. Prosciutto di Parma

Laadunvarmistus Taloustutkimuksessa

- SGS Fimko on myöntänyt Taloustutkimukselle ISO 20252 -toimialasertifikaatin, ja tämän projektin kaikki vaiheet on toteutettu kyseisen standardin ja Suomen lakien mukaisesti.
- Taloustutkimus käsittelee aina kaikkia tutkimuksiin liittyviä, sekä asiakkailta saatuja että tutkimuksen yhteydessä syntyneitä, tietoja ehdottoman luottamuksellisina.
- Taloustutkimus on sitoutunut noudattamaan ESOMARin ja Kansainvälisen Kauppakamarin yhdessä julkaisemia tutkimusalan kansainvälisiä perussääntöjä.
- Taloustutkimus ei ole käyttänyt alihankkijoita tässä tutkimuksessa.

Erillistutkimuksen tulosten julkaiseminen ja edelleen luovuttaminen

- Tutkimuksen tilaaja voi julkistaa tilaamansa tutkimuksen tuloksia, kunhan julkaistut tulokset eivät ole harhaanjohtavia.
- Kun tutkimustuloksia julkaistaan, tulee selvästi erottaa tulokset ja niiden tulkinta.
- Julkistamisen yhteydessä on aina mainittava tutkimuksen nimi, toteutusaika ja tutkimuksen tekijä, Taloustutkimus Oy.
- Toivomme, että lähetätte suunnittelemanne julkaisun (lehtiartikkeli, verkossa julkaistavat tiedot ym.) Taloustutkimus Oy:hyn tarkastettavaksi ennen julkaisemista. Lisäksi toivomme, että toimitatte meille tiedon siitä, missä ja milloin asia julkaistaan, jotta voimme vastata meille mahdollisesti tuleviin kyselyihin.
- Olemme mielellämme avuksi viestinnässänne.



LUOTETTAVUUSRAJATAULUKKO 95 %:N TASOLLE

% -luku, joka tuli tulokseksi	VASTAAJAMÄÄRÄ															
	25	50	75	100	150	200	250	300	400	500	600	800	1000	2000	3000	5000
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
2 tai 98	±5,6	±4,0	±3,2	±2,8	±2,3	±2,0	±1,8	±1,6	±1,4	±1,3	±1,1	±0,98	±0,9	±0,61	±0,51	±0,4
3 tai 97	±6,8	±4,9	±3,9	±3,4	±2,8	±2,4	±2,2	±2,0	±1,7	±1,5	±1,4	±1,2	±1,1	±0,75	±0,62	±0,49
4 tai 96	±7,8	±5,6	±4,5	±3,9	±3,2	±2,8	±2,5	±2,3	±2,0	±1,8	±1,6	±1,4	±1,3	±0,86	±0,71	±0,56
5 tai 95	±8,7	±6,2	±5,0	±4,4	±3,6	±3,1	±2,7	±2,5	±2,2	±2,0	±1,8	±1,5	±1,4 ¹	±0,96	±0,79	±0,62
6 tai 94	±9,5	±6,8	±5,5	±4,8	±3,9	±3,4	±3,0	±2,8	±2,4	±2,1	±2,0	±1,7	±1,5	±1,0	±0,87	±0,68
8 tai 92	±10,8	±7,7	±6,2	±5,4	±4,4	±3,8	±3,4	±3,1	±2,7	±2,4	±2,2	±1,9	±1,7	±1,2	±0,99	±0,77
10 tai 90	±12,0	±8,5	±6,9 ^{3b}	±6,0	±4,9 ^{3a}	±4,3	±3,8	±3,5	±3,0	±2,7	±2,5	±2,1	±1,9	±1,3	±1,1	±0,85
12 tai 88	±13,0	±9,2	±7,5	±6,5	±5,3	±4,6	±4,1	±3,8	±3,3	±2,9	±2,7	±2,3	±2,1	±1,4	±1,2	±0,92
15 tai 85	±14,3	±10,1	±8,2	±7,1	±5,9	±5,1	±4,5	±4,1	±3,6	±3,2	±2,9	±2,5	±2,3	±1,6	±1,3	±1,0 ²
20 tai 80	±16,0	±11,4	±9,2	±8,0	±6,6	±5,7	±5,0	±4,6	±4,0	±3,6	±3,3	±2,8	±2,5	±1,8	±1,4	±1,1
25 tai 75	±17,3	±12,3	±10,0	±8,7	±7,1	±6,1	±5,5	±5,0	±4,3	±3,9	±3,6	±3,0	±2,8	±1,9	±1,6	±1,2
30 tai 70	±18,3	±13,0	±10,5	±9,2	±7,5	±6,5	±5,8	±5,3	±4,6	±4,1	±3,8	±3,2	±2,9	±2,0	±1,7	±1,3
35 tai 65	±19,1	±13,5	±11,0	±9,5	±7,8	±6,8	±6,0	±5,5	±4,8	±4,3	±3,9	±3,3	±3,1	±2,1	±1,7	±1,4
40 tai 60	±19,6	±13,9	±11,3	±9,8	±8,0	±7,0	±6,2	±5,7	±4,9	±4,4	±4,0	±3,4	±3,1	±2,2	±1,8	±1,4
45 tai 55	±19,8	±14,1	±11,4	±9,9	±8,1	±7,0	±6,2	±5,8	±5,0	±4,5	±4,1	±3,5	±3,2	±2,2	±1,8	±1,4
50 tai 50	±20,0	±14,2	±11,5	±10,0	±8,2	±7,1	±6,3	±5,8	±5,0	±4,5	±4,1	±3,5	±3,2	±2,2	±1,8	±1,4

Esimerkki 1

Jos tuhannesta vastaajasta 5 % on ostanut tuotetta, on virhemarginaali ±1,4 prosenttiyksikköä. Koko väestössä on siis 95 %:n luotettavuustason mukaan 3,6–6,4 % tuotetta ostaneita.

Esimerkki 2

Oletetaan ennen tutkimusta, että tuotteen markkinaosuus on noin 15 %. Halutaan selvittää asia ±1 prosenttiyksikön tarkkuudella. Tutkimukseen tarvitaan 5000 vastaajaa.

Esimerkki 3

a) Tuhannen vastaajan joukossa 15–19-vuotiaita on 150, ja näistä 10 % ilmoittaa ostavansa säännöllisesti tuotetta X. Todellinen ostajien osuus 95 %:n luotettavuustasolla on 10 % ±4,9 eli 5,1–14,9 %.

b) Jos otoskoko olisi puolta pienempi eli 500, 15–19-vuotiaita vastaajia olisi 75 ja todellinen ostajien osuus olisi 10 % ±6,9 eli 3,1–16,9 %.

KAHDESTA ERI TUTKIMUKSESTA SAATUJEN TULOSTEN VÄLISTEN EROJEN LUOTETTAVUUSTAULUKKO 95 %:N TASOLLE

p = 50 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	13,8						
250	11,6	8,8					
500	10,7	7,6	6,2				
750	10,4	7,2	5,7	5,1			
1000	10,3	6,9	5,4	4,7	4,4		
1500	10,1	6,7	5,1	4,4	4,0	3,6	
2000	10,0	6,6	4,9	4,2	3,8	3,4	3,1

p = 40 tai 60 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	13,6						
250	11,4	8,6					
500	10,5	7,4	6,1				
750	10,2	7,0	5,5	5,0			
1000	10,1	6,8	5,2	4,6	4,3		
1500	9,9	6,6	5,0	4,3	3,9	3,5	
2000	9,8	6,4	4,8	4,1	3,7	3,3	3,0

p = 30 tai 70 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	12,7						
250	10,6	8,0					
500	9,8	7,0	5,7				
750	9,6	6,6	5,2	4,6			
1000	9,4	6,3	4,9	4,3	4,0		
1500	9,3	6,1	4,6	4,0	3,7	3,3	
2000	9,2	6,0	4,5	3,8	3,5	3,1	2,8

p = 20 tai 80 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	11,1						
250	9,3	7,0					
500	8,6	6,1	5,0				
750	8,3	5,7	4,5	4,1			
1000	8,2	5,6	4,3	3,8	3,5		
1500	8,1	5,3	4,1	3,5	3,2	2,9	
2000	8,0	5,3	3,9	3,4	3,0	2,7	2,5

p = 10 tai 90 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	8,3						
250	7,0	5,3					
500	6,4	4,5	3,7				
750	6,3	4,3	3,4	3,0			
1000	6,2	4,2	3,2	2,8	2,6		
1500	6,1	4,0	3,0	2,6	2,4	2,2	
2000	6,0	3,9	2,9	2,5	2,3	2,0	1,9

Näiden taulukoiden avulla voidaan arvioida eri-suuruisten otosten ja eri tutkimusten avulla saatujen prosenttilukujen erotusten merkitsevyyttä.

Taulukoista valitaan aina se, jossa p (=prosenttiluku) on lähinnä saatua tulosta/osuutta.

ESIMERKKI

Tehtiin kaksi eri tutkimusta eri aikoina. Toisessa oli 250 vastaajaa ja toisessa 1000. Tuotteen markkina-osuus oli pienemmässä tutkimuksessa 37 % ja suuremmassa 35 %.

Tarkasteluun valitaan taulukko p = 40 tai 60 %, koska saadut tulokset ovat kaikkein lähimpänä sitä. Taulukosta katsotaan luku otoskokojen 1000 ja 250 risteyskohdasta. Tässä tapauksessa tulosten eron merkitsevyyteen olisi vaadittu 6,8 prosenttiyksikön ero, joten tehtyjen tutkimusten tulosten ero (2 prosenttiyksikköä) ei ollut merkitsevää.