

Kuluttajien suhtautuminen palkokasveihin ja kasviproteiineihin


Hanna Konttinen, VTT, dosentti
Sosiaalipsykologian vanhempi
yliopistonlehtori

Ruokasektorin tutkimustiistai, 5.3.2024

Leg4Life



leg4life.fi

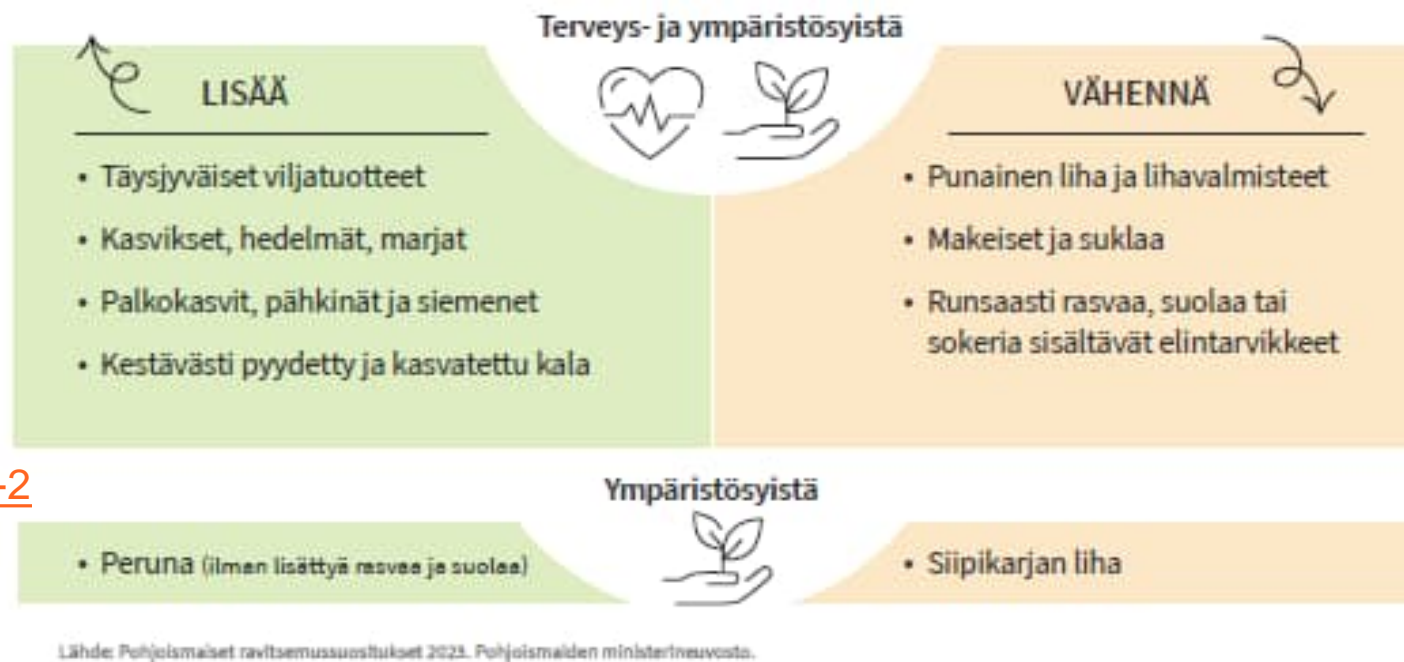
 @Leg4Life_STN

Suomalaiset syövät nyt tuttua ja turvallista, ja se on yksi syy kasviproteiinin suosion laskuun

Ruoan hinta painaa nyt poikkeuksellisen paljon kuluttajan valinnoissa, mutta kriisiajat saavat ihmiset myös palaamaan tutun ja turvallisen lohturuoan pariin.

– Tuotantoa on vähennetty, mutta fokus on isossa kuvassa, joka tulee väistämättä näiden kriisien jälkeen.

Boströmin mukaan kaikki pidemmän aikavälin raportit osoittavat, että kasviproteiinien kysyntä tulee kasvamaan.



Kuvio 2. Suunnaksi kasvi- ja kalapainotteiset ruokavaliot.

Ruokavaliot ovat osa terveys- ja ympäristöhaasteiden ratkaisua

– uudet ravitsemussuositukset tukevat kestävyys siirtymää



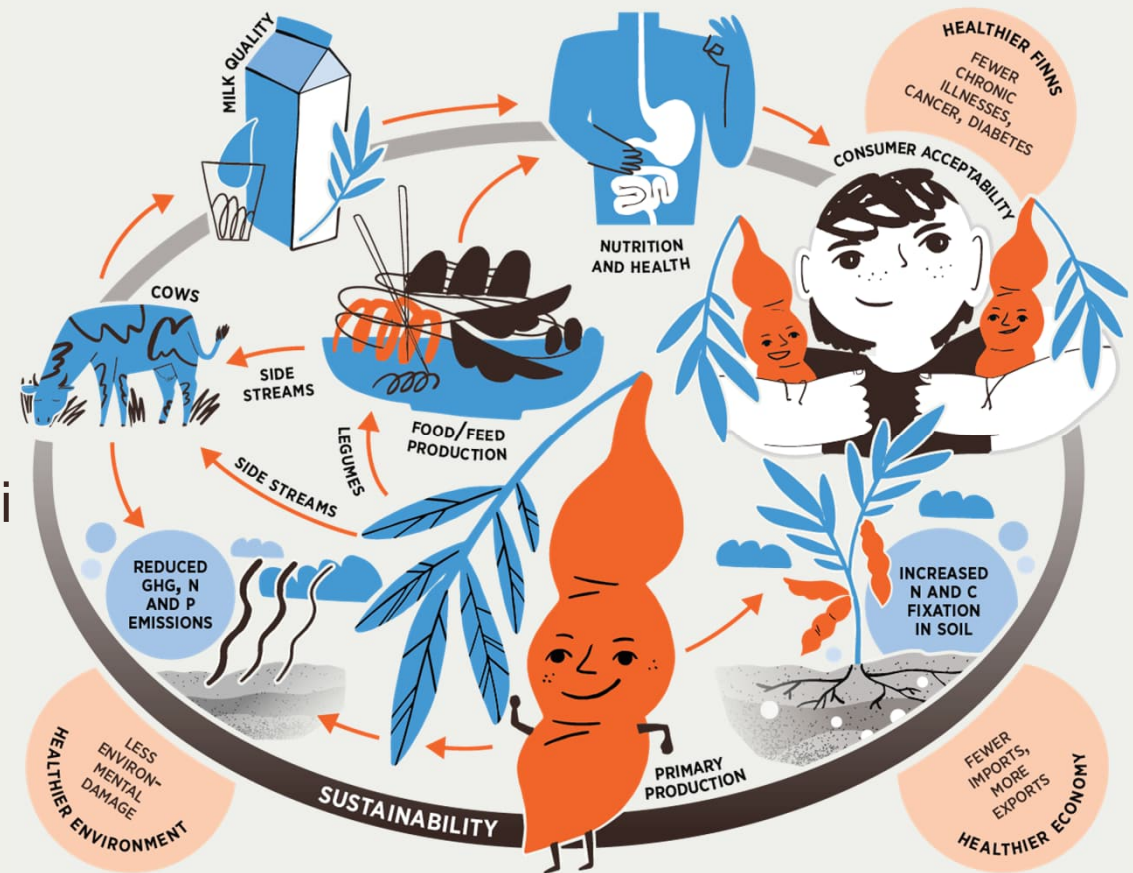
PÄÄTÖSTEN TUEKSI 9/2023

thi

Leg4Life-hanke, 2019–2025

Työpaketti 4
keskittyy kuluttajiin
ja yhteiskuntaan

- **Toteuttajat:** Helsingin yliopisto, Terveyden ja hyvinvoinnin laitos ja Luonnonvarakeskus
- **Rahoittaja:** Strategisen tutkimuksen neuvosto, joka toimii Suomen Akatemian yhteydessä
- **Tavoite:** kotimaisten palkokasvien viljelyä ja käyttöä lisäämällä saada aikaan yhteiskunnallinen muutos kohti terveellisempää ja ilmastoneutraalia ruokajärjestelmää
 - Herne, härkäpapu, lupiinit, apilat
- Viisi työpakettia, jotka kattavat koko ruokaketjun pellolta ruokapöytään



Leg4Life-kuluttajakysely

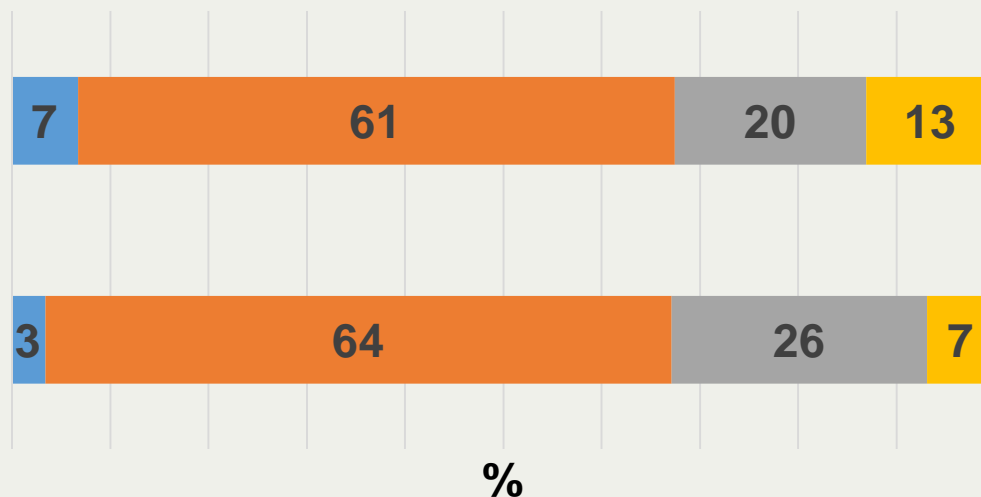
- Verkkokysely kuluttajille **syys-lokakuussa 2020.**
 - Aineistonkeruun toteuttaja: Makery
 - **Yhteensä 1000 vastaajaa**
- Tavoitteena selvittää palkokasveihin ja niistä valmistettuihin elintarvikkeisiin liittyviä asenteita, motiiveja, arvoja, kulutuskäyttäytymistä, tarpeita ja haasteita.

	Vastaajat %
Sukupuoli	
Mies	50 %
Nainen	50 %
Ikä	
18–34 vuotta	30 %
35–54 vuotta	35 %
55–75 vuotta	36 %
Koulutusaste	
Perusaste	13 %
Toinen aste	51 %
Korkeakoulututkinto	35 %
Taloudellinen tilanne	
Tulen hyvin toimeen	44 %
Pärjään, kun teen ostokset harkiten	38 %
Joudun tinkimään ostoksista	18 %

Millä tavoin uskot seuraavien tuotteiden käyttösi muuttuvan lähitulevaisuudessa?

Kasvipohjaiset lihan tapaan käytettävät tuotteet
(esim. Härkis, Nyhtökaura, soijarouhe)

Pavut, linssit ja herneet



■ Vähenee ■ Pysyy samana ■ Lisääntyy ■ En osaa sanoa

Kuluttajaryhmät, joissa suurempi osuus uskoi käytön lisääntyvän:

- Pavut, linssit ja herneet → naiset, korkeammin koulutetut
- Kasvipohjaiset lihan tapaan käytettävät tuotteet → nuoremmat vastaajat, korkeammin koulutetut, hyvin toimeentulevat



OPEN ACCESS

EDITED BY
Sghaier Chriki,
INRA UMR1213 Unité Mixte de Recherche sur
les Herbivores (UMRH), France

REVIEWED BY
Antonella Samoggia,
University of Bologna, Italy
Scott Lloyd Kronberg,
Agricultural Research Service (USDA),
United States

*CORRESPONDENCE
Sini Kuosmanen
✉ sini.kuosmanen@helsinki.fi

RECEIVED 14 March 2023
ACCEPTED 14 August 2023
PUBLISHED 29 August 2023

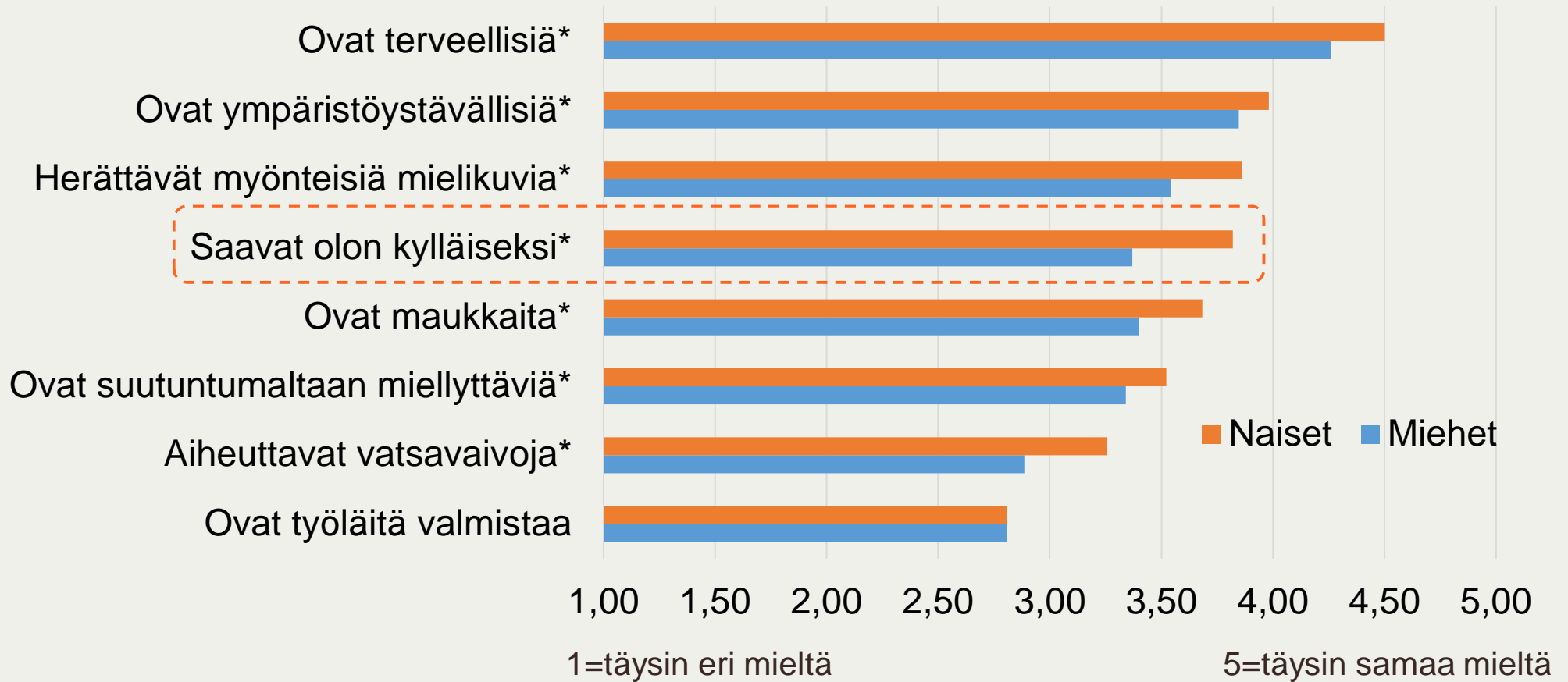
Barriers associated with pulse and plant-based meat alternative consumption across sociodemographic groups: a Capability, Opportunity, Motivation, Behaviour model approach

Sini Kuosmanen^{1,2*}, Mari Niva², Anne-Maria Pajari¹,
Kirsi Korhonen³, Toivo Muiilu³ and Hanna Konttinen^{1,4}

Palkokasvituotteiden käyttöä rajoittavat tekijät (TOP 3):

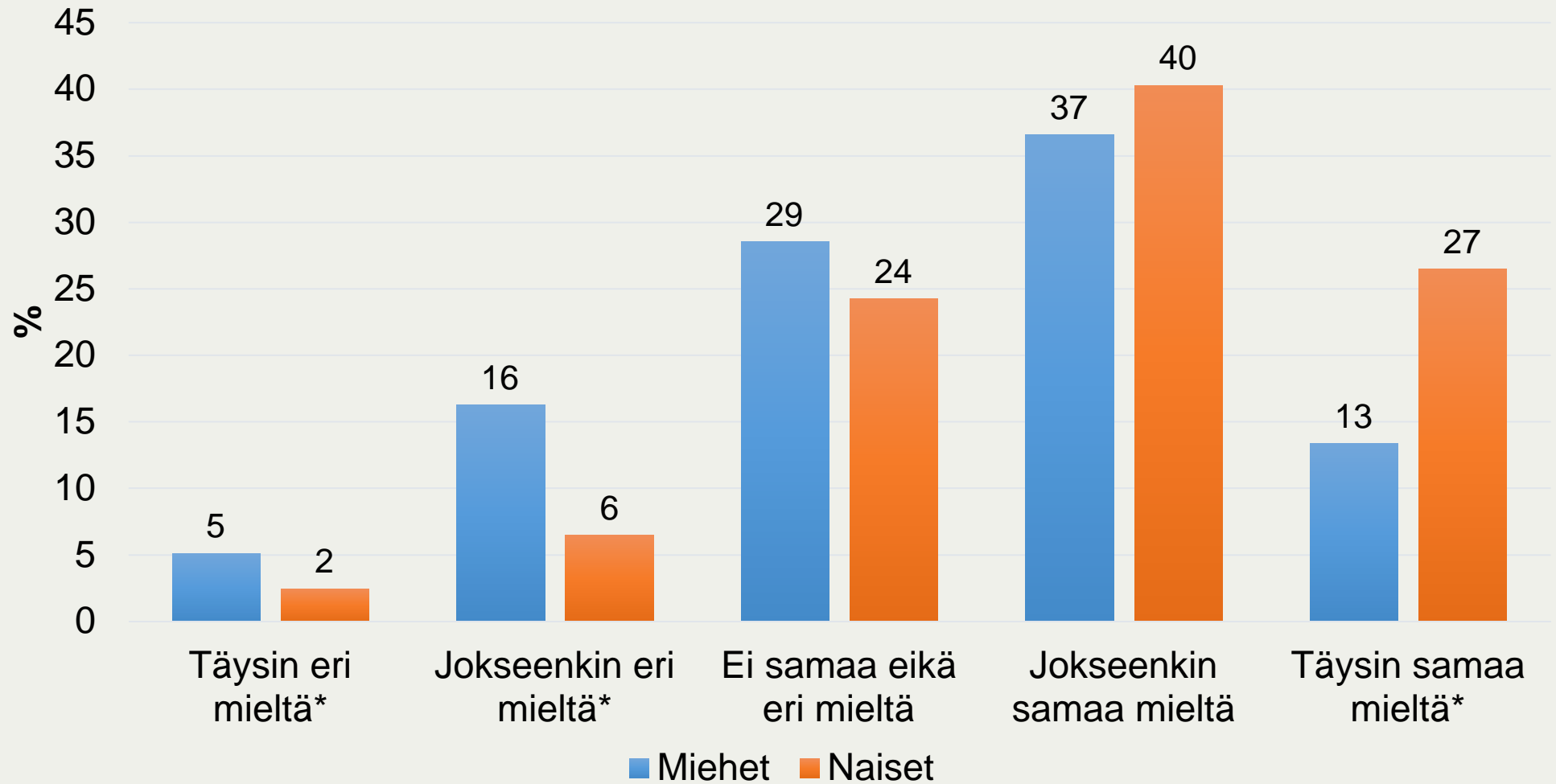
- kallis hinta
- epämiellyttävä maku
- tuotteiden tuntemattomuus

Arvioi, miten hyvin seuraavat väitteet vastaavat mielikuvaasi palkokasveista elintarvikkeina



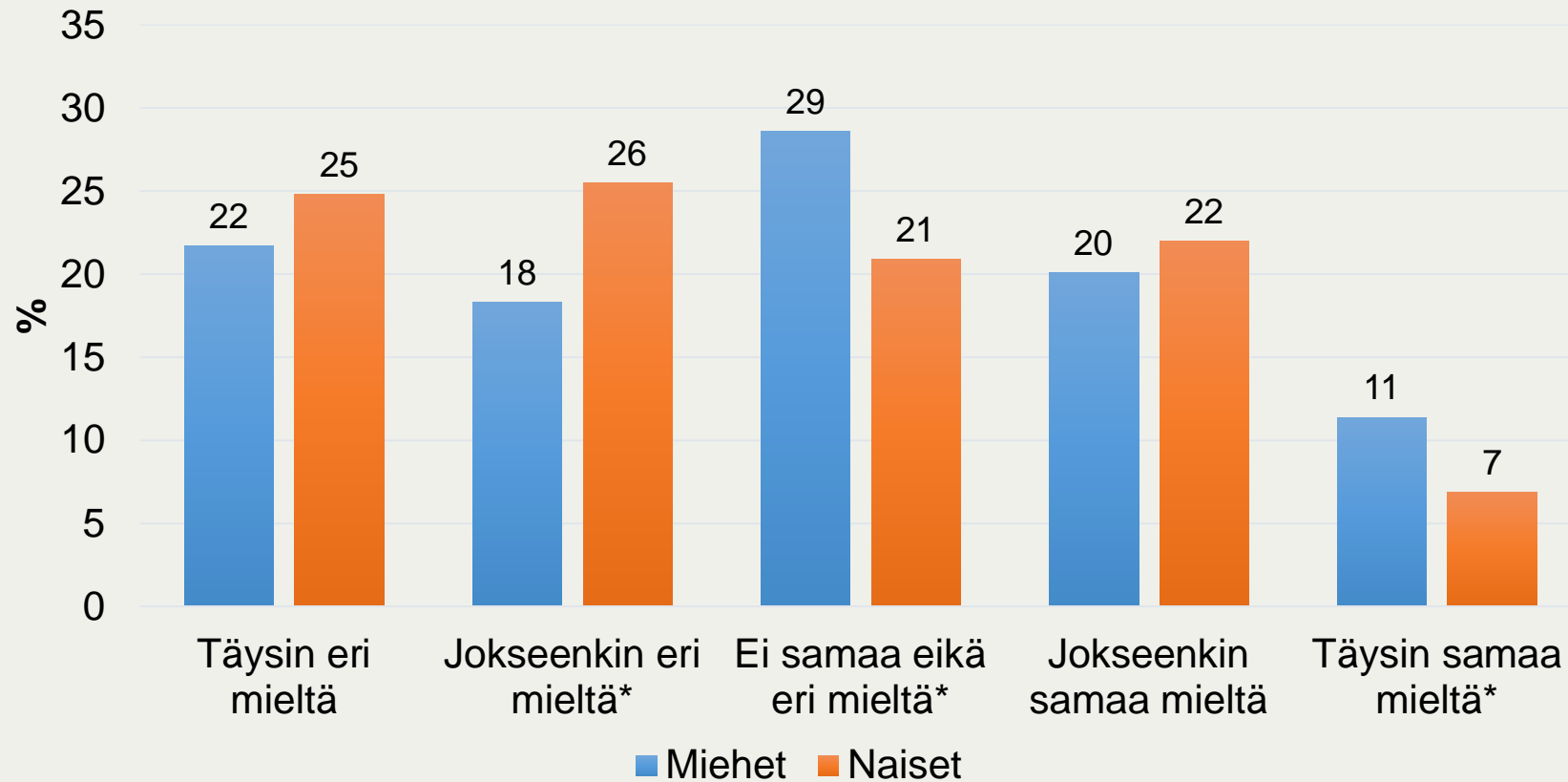
*Sukupuolten välinen ero tilastollisesti merkitsevä, $P < 0.05$

Palkokasvit saavat olon kylläiseksi



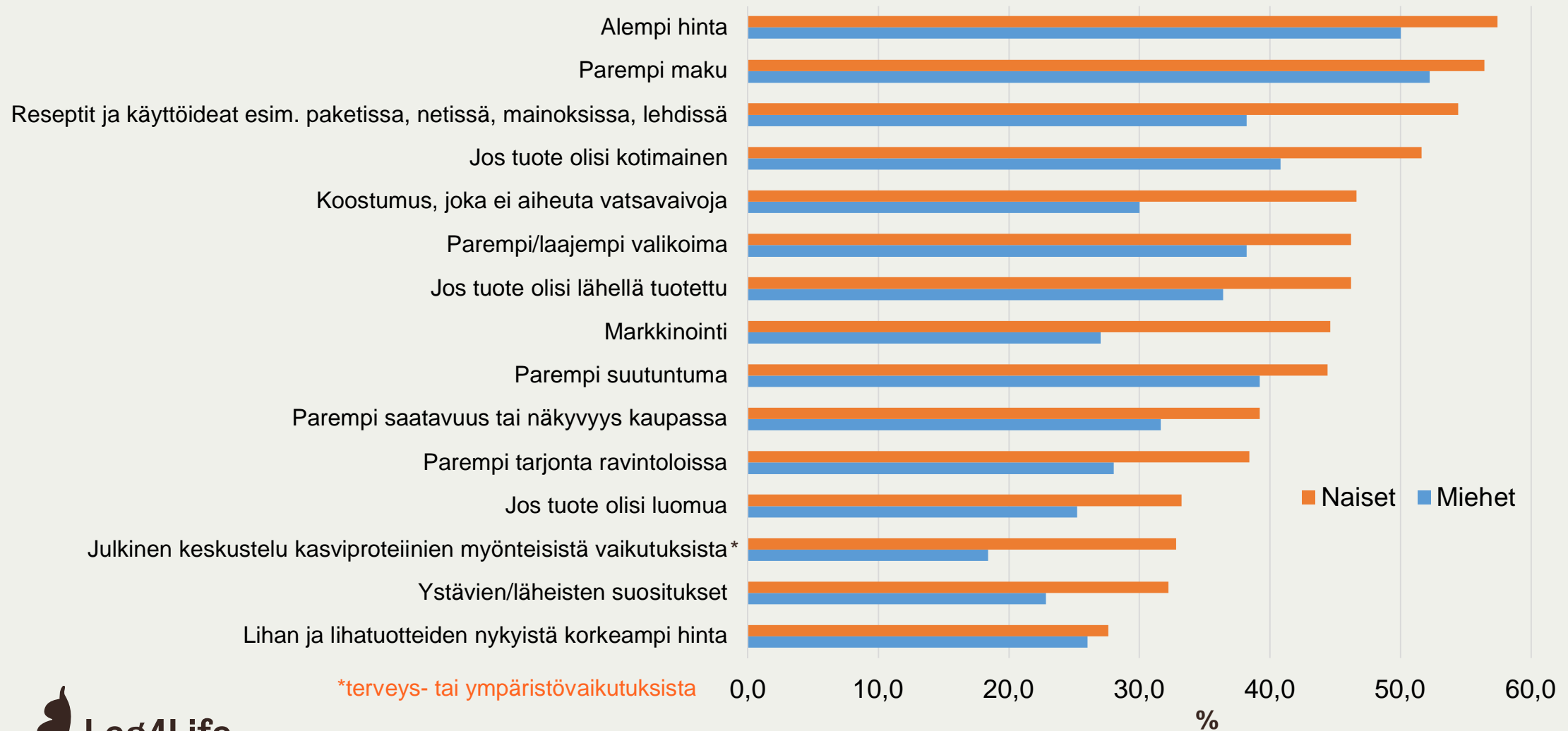
*Sukupuolten välinen ero tilastollisesti merkitsevä, $P < 0.05$

Palkokasveista valmistettujen elintarvikkeiden tulisi muistuttaa mahdollisimman paljon lihaa (jäljitellä lihan makua ja rakennetta)



*Sukupuolten välinen ero tilastollisesti merkitsevä, $P < 0.05$

Vastaajien prosenttiosuudet, jotka arvioivat kysytyn tekijän lisäävän palkokasvien ja niistä valmistettujen tuotteiden käyttöä omassa ruokavaliossa



TOP 3 lisäävät tekijät eri kuluttajaryhmissä

	Sukupuoli		Ikäryhmät		
	Naiset	Miehet	18-34	35-54	55-75
Alempi hinta	1. (57%)	2. (50%)	1. (63%)	2. (55%)	3. (45%)
Parempi maku	2. (56%)	1. (52%)	2. (62%)	1. (57%)	2. (46%)
Reseptit ja käyttöideat esim. paketissa, netissä, mainoksissa, lehdissä	3. (54%)	5. (38%)	3. (48%)	3. (48%)	4. (43%)
Jos tuote olisi kotimainen	4. (52%)	3. (41%)	4. (47%)	4. (44%)	1. (48%)

TOP 3 lisäävät tekijät eri kuluttajaryhmissä

	Koulutusaste			Taloudellinen tilanne		
	Perusaste	Toinen aste	Korkeakoulu	Tulen hyvin toimeen	Pärjään, kun teen ostokset harkiten	Joudun tinkimään ostoksista
Alempi hinta	2. (42%)	1. (54%)	1. (58%)	2. (51%)	1. (54%)	1. (61%)
Parempi maku	1. (47%)	2. (54%)	2. (57%)	1. (55%)	2. (52%)	2. (58%)
Reseptit ja käyttöideat esim. paketissa, netissä, mainoksissa, lehdissä	4. (36%)	3. (47%)	3. (50%)	3. (50%)	4. (44%)	4. (43%)
Jos tuote olisi kotimainen	3. (40%)	4. (45%)		4. (49%)	3. (45%)	
Parempi suutuntuma						3. (44%)



Contents lists available at [ScienceDirect](https://www.sciencedirect.com)

Food Quality and Preference

journal homepage: www.elsevier.com/locate/foodqual

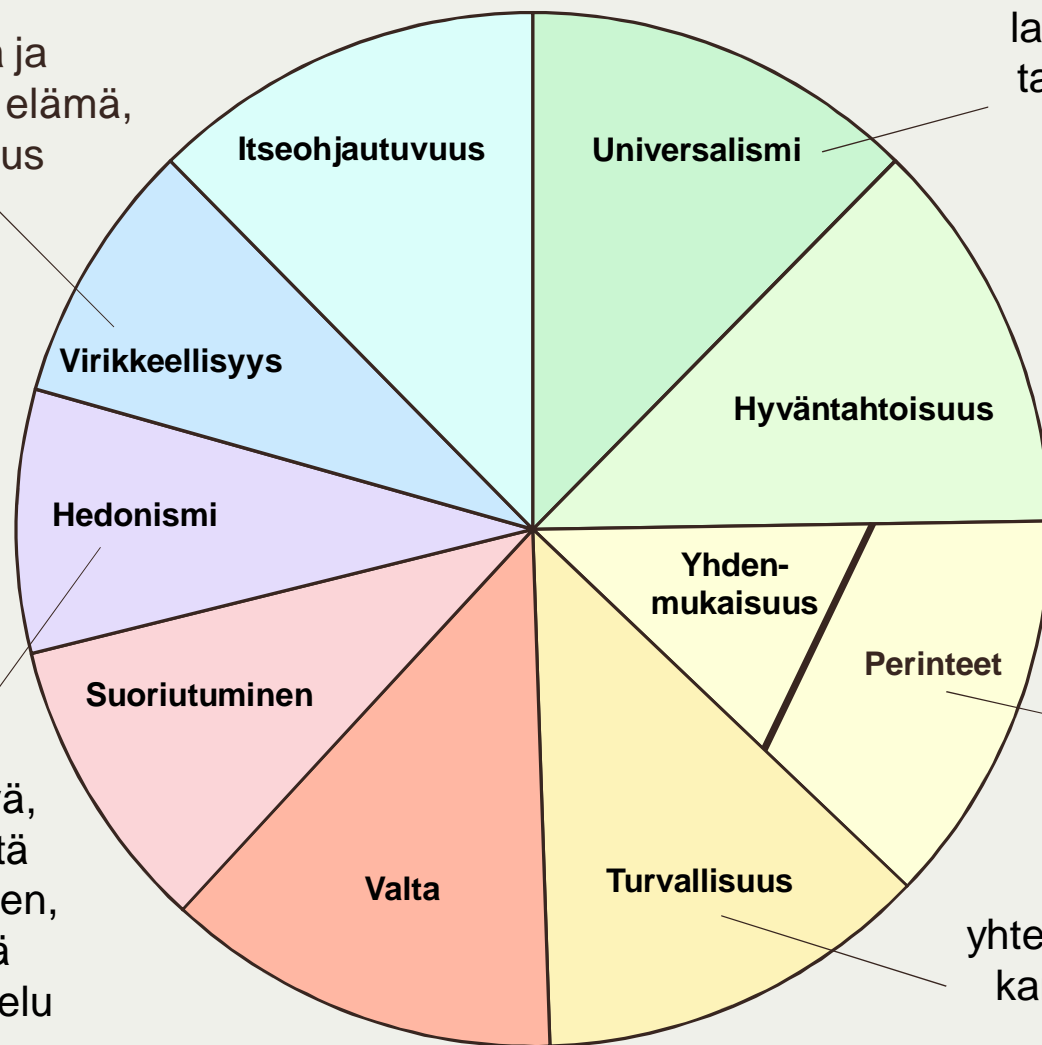


How do values relate to the consumption of meat and dairy products and their plant-based alternatives?

Elviira Lehto ^{a,*}, Kirsi Korhonen ^b, Toivo Muilu ^b, Hanna Konttinen ^{a,c}

Tutkimme Leg4Life-hankkeen kuluttajakyselyssä, miten arvot ovat yhteydessä muun muassa punaisen lihan ja kasvipohjaisten lihan tapaan käytettävien tuotteiden kulutukseen.

vaihteleva ja
jännittävä elämä,
uskaliaisuus

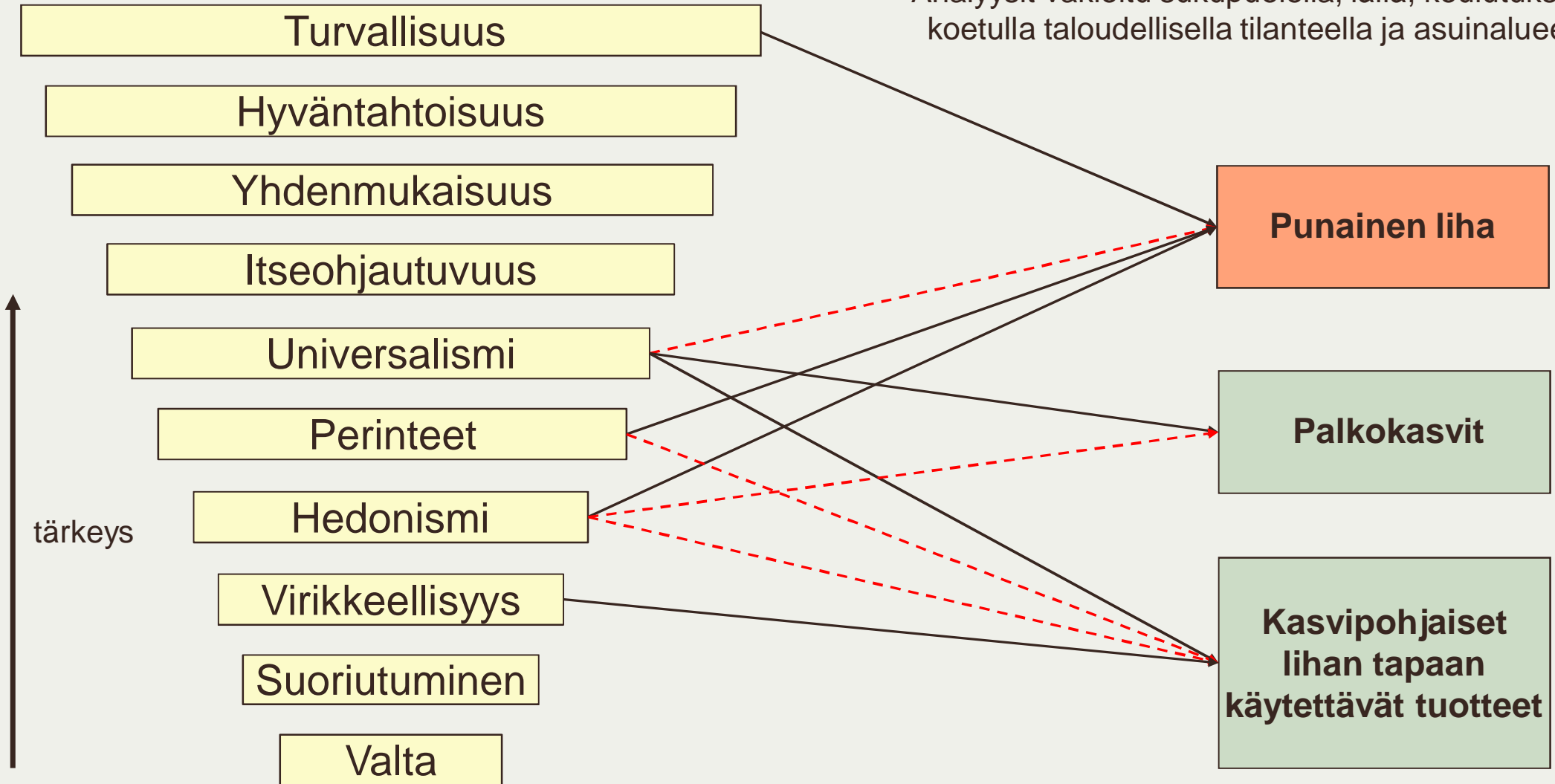


laajakatseisuus, sosiaalinen oikeudenmukaisuus, tasa-arvo, maailmanrauha, kauneuden maailma, yhteys luontoon, kypsä elämänymmärrys, ympäristön suojeleminen

perinteiden kunnioitus, nöyryys, hurskaus, oman elämänosan hyväksyminen

yhteiskunnallinen järjestys, perheen turvallisuus, kansallinen turvallisuus, puhtaus, palvelusten vastavuoroisuus

Analyysit vakioitu sukupuoli, iällä, koulutuksella, koetulla taloudellisella tilanteella ja asuinalueella



tärkeys

Yhteenvetoa Leg4Life-tuloksista

- Palkokasvielintarvikkeiden kulutuksen lisääntyminen edellyttää riittävää motivaatiota (mm. parempi maku) ja kykyä (reseptit ja käyttöideat) sekä tilaisuutta (alempi hinta)
- Tarvitaan monipuolisesti erilaisia palkokasvielintarvikkeita, jotka ovat...
 - hinnaltaan saavutettavia eri kuluttajaryhmille
 - hyvänmakuisia
 - kotimaisia
 - koetaan täyttäväksi (korostui erityisesti miehillä)
 - vatsaystävällisiä (korostui erityisesti naisilla)
- Eri kuluttajaryhmien huomiointi (mm. perinteitä, turvallisuutta ja hedonismia arvostavat) tärkeää viestittäessä palkokasvien ja kasviproteiinien eduista



**Evolving appetites: an in-depth
look at European attitudes towards
plant-based eating**

A follow-up to the 2021 survey report 'What Consumers Want'

November 2023

Smart Protein -projektin tuore tutkimusraportti → kyselyt toteutettiin vuosina 2021 ja 2023 Itävallassa, Tanskassa, Ranskassa, Saksassa, Italiassa, Alankomaissa, Puolassa, Romaniassa, Espanjassa ja Britanniassa

Conclusion and final recommendations

This second wave of the Smart Protein consumer research reveals an important and ongoing transformation in European dietary habits. **The results demonstrate a growing trend among consumers, who are increasingly motivated to reduce their meat consumption and, at the same time, increase their acceptance for plant-based foods.** Still, factors like taste, health benefits, and affordability continue to play significant roles in the transition towards new dietary habits.

Furthermore, our research findings underscore the need for a collective effort to succeed in the transformation of the food system. This involves proactive steps not only driven by consumers' motivation, but also by policymakers and businesses. This entails increasing the availability and variety of plant-based products and aligning product offerings with consumer expectations, to taking concrete actions from a policy level to support the inevitable transformation of Europe's food system.

https://smartproteinproject.eu/wp-content/uploads/Smart-Protein-European-Consumer-Survey_2023.pdf

Kiitos!

leg4life.fi

Twitter: @Leg4Life_STN

Hanna Konttinen

hanna.konttinen@helsinki.fi



Leg4Life