



Kalaneuvos®



INNOLINK



TUTKIMME, MISTÄ SUOMI HALUAA SAADA PROTEIININSA

Kalaneuvos Oy ja Innolink Research Oy tekivät yhteistyössä kuluttajatutkimuksen kalan käytön tottumuksista sekä kalatuotebrändien yleisestä tunnettuudesta.

Tutkimus toteutettiin paneelikyselynä kesäkuussa 2017 ja se perustuu 1200 vastaukseen.

Esityksen sisältö

Tutkimusaineiston kuvaus

Tärkein proteiini­lähde

Halutuin proteiini­lähde

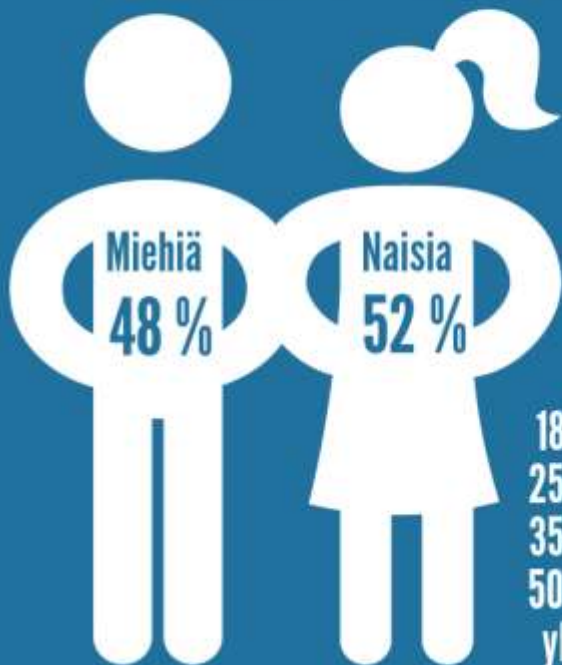
Kalan ostohalukkuus ja ostamisen esteet

Käytetyimmät tiedonhankintakanavat

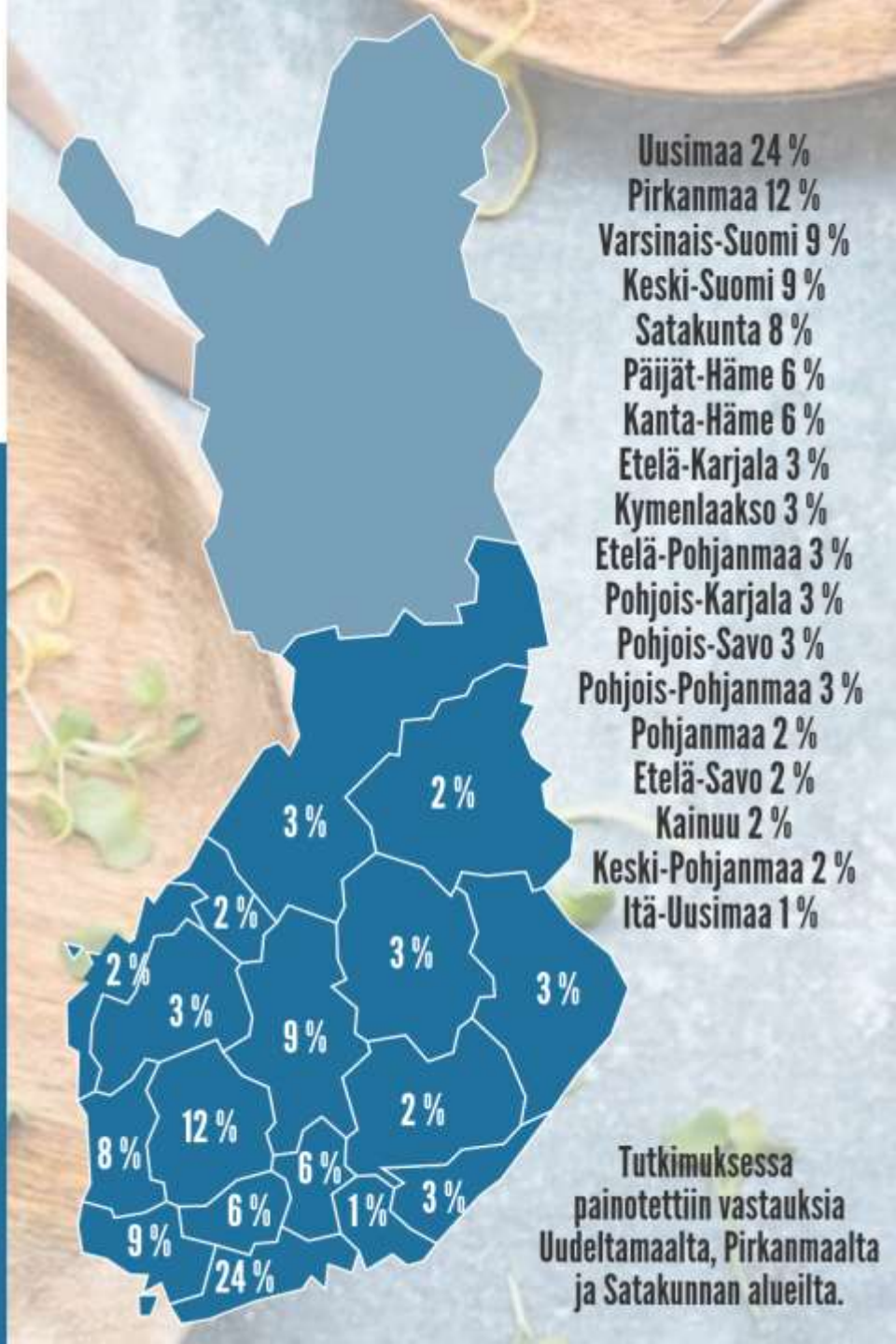
Kalaneuvos Oy; brändin tunnettuus

Vastaajien taustatiedot

Kahden (tai useamman) aikuisen talouksia 42 %
Yhden aikuisen talouksia 34 %
Talouksia, joissa aikuisia ja lapsia 24 %



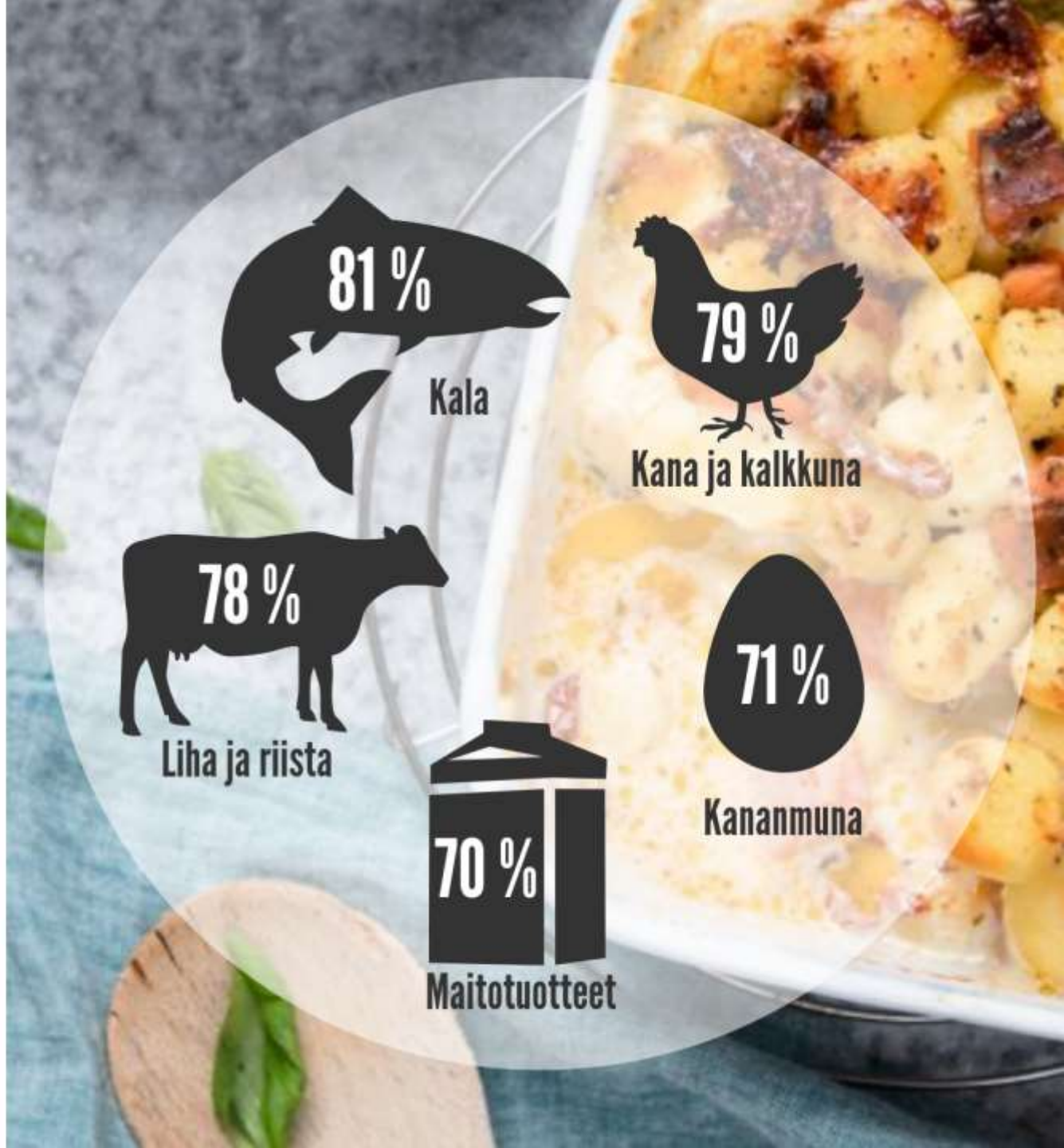
18 - 24 -vuotiaita 17 %
25 - 34 -vuotiaita 25 %
35 - 49 -vuotiaita 23 %
50 - 56 -vuotiaita 22 %
yli 65 -vuotiaita 13 %



Kala tärkeä proteiini­lähde

Tutkimuksessa vastaajia pyydettiin arvioimaan, mitkä viisi elintarviketta ovat heille tärkeimpiä proteiini­lähteitä.

Valtaosa vastaajista (81 %) nosti kalan tärkeimpiin proteiini­lähteisiin.



Kalaa halutaan käyttää useammin

Suurimmalle osalle 1200 vastaajasta kala on selvästi mieluisin proteiinilähde, jota haluttaisiin myös käyttää nykyistä useammin.

Toiselle sijalle pääsivät pähkinät ja siemenet sekä kolmannelle kana ja kalkkuna.

Mitä haluaisi käyttää useammin proteiinilähteenä



Kalaa halutaan ostaa enemmän

Vastaajista 81 prosenttia haluaa myös ostaa nykyistä enemmän kalaa.



Hintamielikuva korkea

Vastaajat ostaisivat mielellään nykyistä enemmän kalaa, mutta ostamisen esteenä on mielikuva kalan korkeasta hinnasta.

Myös saatavuuden koettiin olevan esteenä kalan lisäostolle.

Inspiraatiota etsimässä

Vastaajat hakevat ruuanlaittoon tietoa ja inspiraatioita useista eri kanavista.

Internet on laajalla tarjonnallaan (blogit, some, ruokasivustot jne.) käytetyin tiedonlähde kaikkiaan 77 prosentille vastaajista. Internetissä tärkeimpiä tiedonhakukanavia ovat erityisesti ruoanlaittoon liittyvät sivustot.

Perinteisiä tiedonsaantitapoja ei ole kuitenkaan unohdettu, sillä toiseksi käytetyimmät tiedonlähteet ovat ruokakaupat ja kauppojen lehdet.

Internet
77%:lle
tiedonlähde



Kalaneuvos tunnetuin suomalainen kalatuotebrändi

Kalaneuvos Oy:n logon
tunnisti kysyttäessä 56
prosenttia vastaajista.

Seuraavaksi eniten
mainintoja saaneelle
suomalaiselle
kilpailijalle 36
prosentin tunnettuus.





Kiitos kaikille mielenkiinnosta!

Jukka Aro

tutkimuspäällikkö, DI

Puh +358 400 622 127

jukka.aro@innolink.fi

www.innolink.fi

