



Tutkimus 18.11.2021

# Suomalaisten odotukset ravintoloiden vastuullisuudelta

**KESPRO**

JOTTA ULKONA SYÖMINEN  
OLISI SUOSITUMPAA.



# Tutkimustieto auttaa ravintoloita vastaamaan asiakkaiden odotuksiin

- Ravintola-alan vastuullisuus on noussut ilmiönä yhä enemmän yleiseksi puheenaiheeksi viime vuosien aikana. Ilmiö pitää sisällään monia teemoja aina tuotantoketjun läpinäkyvyydestä ravintolatyöntekijöiden hyvinvointiin.
- Koronapandemian takia vuodet 2020 ja 2021 ovat olleet epävarmoja ravintola- ja tapahtuma-alalle, jolloin myös liiketoiminnan kehittäminen vastuullisemmaksi on ollut haastavaa. Ravintolatoiminnan piristyessä voidaan olettaa myös vastuullisuuteen liittyvien teemojen entistä voimakkaampaa nousua ravintola-alalla.
- Tässä tutkimuksessa selvitetään, mitä kuluttajat odottavat ravintoloiden vastuullisuudelta, ja toisaalta mikä tekee ravintolasta kuluttajien silmissä vastuullisen toimijan. Tutkimustulokset antavat suuntaa siihen, mihin vastuullisuuden teemoihin ravintola-alalla kannattaa kiinnittää erityistä huomiota ravintolasulkujen ja -rajoitusten jälkeisenä aikana.



# Tutkimuksen luku- ja silmäilyohje

Tulossivun ingressiin on kirjattu osion tärkein löydös tai tuloksien lukuun ohjaava kommentti

	Kaikki
Annosten hiilijalanjälki	50 %
Kestävän kehityksen mukaiset raaka-aineet ja annokset	64 %
Ruoan logistiikkaketjun ilmastovaikutukset	57 %
Muovittomuus (esim. pakkaukset tai pillit)	65 %
Ravintolassa syntyy vähän hävikkiä	79 %
Mukaan otettavat annospakkaukset ovat ympäristöystävällisiä	74 %
Annosten vesijalanjälki (kuinka paljon annoksessa käyttäjien raaka-aineiden valmistus on vaatinut vettä)	44 %
Ravintola kierrättää tehokkaasti (esim. pakkausmateriaalit)	79 %
Ravintolan lajittelu ja jätehuolto on järjestetty asianmukaisesti	87 %

Tulosten korostumat on merkattu oranssilla taustavärillä. Tuloksista esitellään laajempi taulukko, jos erot ikäryhmien välillä merkittäviä.

- Sivulla listattu osion tärkeimmät löydökset. Lisäksi niiden sisältö avattuna lyhyesti. **Boldausta hyödynnetään** tutkimuksen nopeaa silmäilyä varten.

Tutkimustulostaulukon alle kirjattu tutkimukseen osallistuneilta kysytty kysymys

Kysymys: Kuinka tärkeänä pidät seuraavia ympäristövaikutuksiin liittyviä näkökulmia asioidessasi ravintoloissa? 7 = erittäin tärkeä, 1= ei lainkaan tärkeä. Tuloksissa raportoitu prosentteina arviot 5-7.





# Vastuullisuusodotukset korostuvat nuorilla ja vanhoilla

Naiset sekä ikäryhmät 18-24 ja 65+ pitävät vastuullisuusnäkökulmia kaikista tärkeimpinä

	Kaikki	Mies	Nainen	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 +
Annosten hiilijalanjälki	50 %	40 %	62 %	59 %	53 %	45 %	47 %	50 %	53 %
Kestävän kehityksen mukaiset raaka-aineet ja annokset	64 %	55 %	74 %	68 %	68 %	56 %	61 %	68 %	65 %
Ruoan logistiikkaketjun ilmastovaikutukset	57 %	46 %	69 %	66 %	60 %	50 %	56 %	59 %	56 %
Muovittomuus (esim. pakkaukset tai pillit)	65 %	55 %	76 %	78 %	61 %	57 %	66 %	67 %	67 %
Ravintolassa syntyy vähän hävikkiä	79 %	71 %	88 %	90 %	79 %	69 %	77 %	80 %	84 %
Mukaan otettavat annospakkaukset ovat ympäristöystävällisiä	74 %	64 %	84 %	90 %	73 %	64 %	74 %	72 %	79 %
Annosten vesijalanjälki (kuinka paljon annoksessa käytettyjen raaka-aineiden valmistus on vaatinut vettä)	44 %	35 %	55 %	46 %	41 %	35 %	45 %	48 %	48 %
Ravintola kierrättää tehokkaasti (esim. pakkausmateriaalit)	79 %	71 %	87 %	90 %	81 %	74 %	79 %	79 %	77 %
Ravintolan lajittelu ja jätehuolto on järjestetty asianmukaisesti	87 %	82 %	92 %	85 %	84 %	83 %	89 %	86 %	89 %

- Eri vastuullisuusnäkökulmia pidetään monipuolisesti tärkeinä kaikissa vastaajajoukoissa
- Eryteisesti ravintolan jätehuoltoon, hävikkiin ja kierrättämiseen liittyvät ratkaisut korostuvat kaikissa vastaajaryhmissä
- Näihin liittyvät odotukset ovat suurempia kuin raaka-aineisiin liittyvät odotukset. Vesijalanjäljen osalta vastuullisuusodotuksia löytyy vähiten.

Kysymys: Kuinka tärkeänä pidät seuraavia ympäristövaikutuksiin liittyviä näkökulmia asioidessasi ravintoloissa?

7 = erittäin tärkeä, 1= ei lainkaan tärkeä. Tuloksissa raportoitu prosentteina arviot 5-7. Korostettu total-tuloksen ylittävät arvot.

# Raaka-aineen läpinäkyvyys kiinnostaa

Raaka-aineiden kohdalla alkuperän läpinäkyvyys, lähituottajien tuotteet, suomalaisuus ja kalan sertifikaatit korostuvat

- Läpinäkyvä viestintä raaka-aineiden alkuperästä korostuu kaikilla vastaajajoukoilla
- **Naiset sekä 18-24 vuotiaiden ikäryhmä** pitää raaka-aineisiin liittyviä vastuullisuusnäkökulmia tärkeimpinä.
- Raaka-aineiden kotimaisuuden tärkeys korostuu erityisesti vanhemmissa ikäryhmissä
- Ikäryhmistä 35-44 vuotiaille raaka-aineisiin liittyvät vastuullisuusnäkökulmat ovat vähiten tärkeitä

	Kaikki
Ravintolassa on tarjolla vaihtoehtoisia kasviproteiineja	41 %
Ravintolassa on tarjolla kasvipohjaisia valmisteita (esim. kauramaito)	44 %
Raaka-aineet on tuotettu mahdollisimman lähellä	78 %
Raaka-aineet ovat kotimaisia	84 %
Ravintola hyödyntää vähemmän suosittuja lihan osia (esim. sisäelimet kuten maksa)	50 %
Ravintolassa on tarjolla monipuolista kasvisruokaa	54 %
Ravintola suosii luomuraaka-aineita	56 %
Ravintolassa tarjottava kala on sertifioituja (MSC, ASC)	78 %
Ravintola kertoo läpinäkyvästi mistä sen raaka-aineet ovat peräisin	87 %
Ravintola kertoo avoimesti muista sertifioinneista (esim. Reilu kauppa ja UTZ)	65 %

Kysymys: Kuinka tärkeänä pidät seuraavia raaka-aineisiin liittyviä näkökulmia asioidessasi ravintoloissa?  
7 = erittäin tärkeä, 1= ei lainkaan tärkeä. Tuloksissa raportoitu prosentteina arviot 5-7. Korostettu korkeimmat arvot.



# Mitkä raaka-aineet ovat vastuullisia?

Kotimaisuus korostuu, kun arvioidaan raaka-aineiden vastuullisuutta

	Kaikki	Mies	Nainen	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 +
Luomu (kotimainen)	76 %	68 %	84 %	88 %	71 %	81 %	73 %	76 %	77 %
Luomu (ulkomaalainen)	34 %	33 %	34 %	37 %	33 %	35 %	37 %	31 %	32 %
Kotimaiset raaka-aineet	<b>88 %</b>	84 %	93 %	95 %	85 %	87 %	86 %	91 %	87 %
Kestävän kalatuotannon (MSC, ASC) mukaiset raaka-aineet	76 %	71 %	82 %	85 %	73 %	76 %	78 %	74 %	78 %
Paikalliset lähellä tuotetut raaka-aineet	<b>88 %</b>	84 %	92 %	90 %	83 %	90 %	87 %	89 %	88 %
Riista	77 %	74 %	80 %	80 %	71 %	77 %	79 %	77 %	78 %
Kasviproteiinit (esim. nyhtökaura)	54 %	46 %	61 %	78 %	59 %	54 %	52 %	50 %	51 %
Pientuottajien tuotteet	86 %	81 %	91 %	90 %	81 %	88 %	84 %	86 %	88 %
Ulkomailta peräisin oleva liha	14 %	16 %	12 %	7 %	10 %	8 %	18 %	14 %	17 %
Ulkomaalainen kasvatettu kala	19 %	21 %	17 %	12 %	16 %	16 %	19 %	21 %	23 %
Suomalainen järvikala	86 %	83 %	90 %	93 %	78 %	85 %	86 %	89 %	88 %
Sesongin mukaiset kotimaiset raaka-aineet	<b>91 %</b>	88 %	95 %	98 %	88 %	92 %	91 %	90 %	91 %
Sesongin mukaiset ulkomaalaiset raaka-aineet	38 %	37 %	40 %	29 %	43 %	40 %	41 %	33 %	38 %

- Ulkomailta tuotettuja raaka-aineita pidetään yleisesti vähemmän vastuullisina kuin kotimaisia. Ulkomainen liha koetaan raaka-aineista vähiten vastuulliseksi.
- Sesonginmukaisuus nostaa jonkin verran ulkomaalaisten raaka-aineiden vastuullisuusarviointia
- Riistaa ja kestävän kalatuotannon kaloja pidetään vastuullisina
- Luomun kohdalla kokemus vastuullisuudesta vähenee huomattavasti siirryttäessä kotimaisesta ulkomaiseen

Kysymys: Kuinka vastuulliseksi koet seuraavat raaka-aineet?

7 = erittäin vastuullinen, 1= ei lainkaan vastuullinen. Tuloksissa raportoitu prosentteina arviot 5-7. Korostettu total-tuloksen ylittävät arvot.



# Yhteiskunnalliset velvoitteet etusijalla

Yhteiskunnalliseen vastuullisuuteen liittyviä näkökulmia pidetään äärimmäisenä tärkeinä – työntekijöiden kohtelu lähes yhtä tärkeää

- Kaikkia esitettyjä vaihtoehtoja pidettiin suhteellisen tärkeinä. Sukupuolella tai iällä ei ollut merkittävää vaikutusta vastausten hajonnassa.
- Kiertotalouden hyödyntäminen nähtiin vähiten tärkeimpinä esitetyistä vaihtoehdoista

	Kaikki
Ravintola kohtelee työntekijöitään tasa-arvoisesti	93 %
Ravintola maksaa verot ja muut velvoitteet asianmukaisesti	95 %
Ravintola on paikallisesti tärkeä työllistäjä	86 %
Työntekijöiden olot ovat hyvät	94 %
Ravintolan liiketoimintaa johdetaan pitkäjänteisesti	87 %
Ravintola hyödyntää pientuottajien raaka-aineita	87 %
Ravintola hyödyntää kiertotaloutta (esim. paistorasvojen hyödyntäminen teollisuutta)	81 %
Ravintola huolehtii ja raportoi näkyvästi hygieniasta (esim. Oiva-raportit)	88 %
Ravintolan toiminnasta viestitään avoimesti ja läpinäkyvästi	88 %
Ravintola kertoo oma-aloitteisesti (esim. tuotteiden alkuperästä)	89 %

Kysymys: Kuinka tärkeänä pidät seuraavia yhteiskunnalliseen vastuullisuuteen liittyviä näkökulmia asioidessasi ravintoloissa? 7 = erittäin tärkeä, 1= ei lainkaan tärkeä. Tuloksissa raportoitu prosentteina arviot 5-7. Korostettu korkeimmat arvot.





# Naiset haluavat enemmän tietoa vastuullisuudesta

Suomalaiset kuluttajat haluaisivat saada nykyistä paremmin tietoa erityisesti raaka-aineiden alkuperästä

	Kaikki	Mies	Nainen	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 +
Ravintolan hiilijalanjäljestä	55 %	49 %	62 %	85 %	61 %	50 %	52 %	55 %	53 %
Raaka-aineiden alkuperästä	<b>88 %</b>	85 %	92 %	95 %	85 %	86 %	88 %	89 %	89 %
Raaka-aineiden vastuullisuudesta	77 %	71 %	83 %	93 %	77 %	75 %	75 %	78 %	76 %
Ravintolan toiminnasta ruokahävikin ehkäisemiseksi	74 %	67 %	82 %	85 %	79 %	68 %	70 %	72 %	77 %

- Suomalaiset kuluttajat haluaisivat saada nykyistä paremmin tietoa erityisesti raaka-aineiden alkuperästä
- Kaiken kaikkiaan naiset haluaisivat saada kaikista esitetyistä väittämistä miehiä enemmän tietoa. Toistuessaan kaikissa teemoissa ilmiötä voidaan pitää merkittävänä.
- Ikäryhmistä 35-44-vuotiaat haluavat vähiten tietoa vastuullisuusasioista

Kysymys: Haluaisitko saada nykyistä paremmin tietoa... (kyllä/ei)  
Tuloksissa raportoitu prosentteina ”kyllä” arviot. Korostettu total-tuloksen ylittävät arvot.



# Ruokalista edelleen tärkeä tietolähde

Suomalaiset kuluttajat haluaisivat saada tietoa vastuullisuudesta erityisesti verkosta ja ruokalistaan merkittynä

- Ravintolan nettisivua suositaan tietolähteenä eniten. Tämä saattaa johtua siitä, että tietoa ravintolakäynnistä suunnitellaan usein etukäteen hakemalla etukäteen tietoa verkosta.
- Ravintolassa mahdollisesti esillä olevista tietolähteistä ruokalista oli ylivoimaisesti merkittävin tietolähde, josta kuluttajat haluavat vastuullisuuteen liittyen lisätietoa

	Kaikki
Ruokaan tai juomaan liittyvinä tarinoina, esimerkiksi tarjoilijan kertomana	54 %
Esitteillä tai julisteilla ravintolassa	58 %
Ruokalistaan merkityillä tiedoilla	89 %
Ravintolassa esillä olevilla sertifikaateilla	72 %
Ravintolan nettisivuilla	92 %

Kysymys: Millaisessa muodossa tieto vastuullisuudesta tulisi mielestäsi esittää tai kertoa? (kyllä/ei)  
Tuloksissa raportoitu prosentteina ”kyllä” arviot. Korostettu korkeimmat arvot.



# Vastuullisuudella merkitystä erityisesti naisille

Ravintolan vastuullisuuden merkitys kuluttajalle ravintolan valintapäätöstä tehtäessä

Kaikki	Mies	Nainen	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 +
69 %	63 %	75 %	63 %	67 %	67 %	68 %	70 %	70 %

- Vaikka edellisten tulosten perusteella nuoret arvottavat vastuullisuusnäkökulmia kaikista eniten, vaikuttaa vastuullisuus heillä ikäryhmistä vähiten ravintolan valintaan
- Miesten ja naisten välistä eroa suhtautumisessa vastuullisuuden merkityksessä ravintolaa valitsevana tekijänä voidaan pitää verrattain merkittävänä

Kysymys: Kuinka paljon ravintoloiden vastuullisuus vaikuttaa valintaasi, missä ravintoloissa päätät asioida?  
7 = ohjaa paljon, 1= ei ohjaa ollenkaan. Tuloksissa raportoitu prosentteina arviot 5-7. Korostettu total-tuloksen ylittävät arvot.



# Vastuullisuuteen halutaan panostaa

Olisiko ravintolan tai sen tuotteiden vastuullisuudessa jokin näkökulma, jonka vuoksi olisit valmis maksamaan annoksestasi hieman enemmän?

Kaikki	Mies	Nainen	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 +
55 %	52 %	57 %	76 %	63 %	51 %	57 %	52 %	48 %

- Yli puolet suomalaisista olisi valmis maksamaan vastuullisuudesta hieman enemmän
- Nuoret kaikkein halukkaimpia maksamaan vastuullisuudesta (silti vastuullisuus ei vaikuta nuorten ravintolavalintaan, kuten aiemmissa tuloksissa huomattiin)
- Vähiten halukkaita vastuullisuuteen panostajia ovat vanhimmat vastaajat. Ero nuorimpien ja vanhimpien välillä on merkittävä.

Kysymys: Olisiko ravintolan tai sen tuotteiden vastuullisuudessa jokin näkökulma, jonka vuoksi olisit valmis maksamaan annoksestasi hieman enemmän? (kyllä/ei). Tuloksissa raportoitu prosentteina ”kyllä” arviot. Korostettu total-tuloksen ylittävät arvot.



# Tutkimuksen toteutus



## MENETELMÄ:

### Kvantitatiivinen kyselytutkimus K-Kylässä

Tutkimusten aineistojen keruu toteutettiin K-Ryhmän 20 000 jäsenen asiakasyhteisö K-kylä-asiakastietokannassa, jossa toteutetaan erilaisia kuluttajatutkimuksia. Asiakasnäkemystoimisto Frankly Partners vastasi lomakkeen ohjelmoinnista, aineistosta tehtävistä analyyseistä sekä raportoinnista.



## OTOS N=1085 vastaajaa

Vastaajat kerättiin ympäri Suomen 18-70-vuotiaista. Paiminta toteutettiin väestöä edustavasti.



## KOHDERYHMÄ: aikuiset suomalaiset

Kysely oli suunnattu kaikille suomalaisille 18-70-vuotiaille suomalaisille. Kysely toteutettiin suomen kielellä.



## TIEDONKERUU:

Tiedonkeruu toteutettiin joulukuussa 2020.



Lisätietoja:

Hannu Korhonen  
Johtaja, Asiakastieto- ja  
markkinointiyksikkö, Kespro  
p. 050 043 5158

Otto Heinonen  
Viestintäpäällikkö, Kespro  
p. 050 566 2236

**KESPRO**  
JOTTA ULKONA SYÖMINEN  
OLISI SUOSITUMPAA.

