

LEIPURIN®

TRENDI- KARTTA

2020



LEIPURIN.COM

SISÄLLYS

Leipurin trendikartta keskittyy neljään leipomo-, kahvila- ja elintarvikealan trendiin ja tarjoaa käytännönläheisiä vinkkejä asiakaskokemuksen ja myynnin parantamiseksi. Neljän trendin lisäksi trendikartta esittelee vuoden 2020 nousevia makuja ja raaka-aineita meiltä ja maailmalta.



Johdatus Leipurin trendeihin 2020

Viime vuoden tapaan olemme koostaneet asiakasystävälliseen muotoon neljän trendin ja muutaman muun vinkin paketin, jonka toivomme antavan lukijoillemme ideoita oman liiketoimintansa kehittämiseen. Me Leipurin Oyj:ssä näemme monia hyviä mahdollisuuksia asiakaskokemuksen ja liiketoiminnan kehittämiseen näihin trendeihin nojautumalla.

Kasviperäisyys ja vastuullisuus vaikuttavat entistä suuremman kuluttajajoukon kulutuskäyttäytymiseen ja tarjoamalla kuluttajille entistä parempia ja kiinnostavampia ratkaisuja voimme toimialana olla etujoukoissa tämän trendin hyödyntäjinä. Kehitämme ja kasvatamme omia valikoimiamme ja palvelujamme tältä osin jatkuvasti.

Artesaanius on ilahduttavasti nousussa niin Suomessa kuin maailmallakin. On upeaa seurata, miten alkuperä, aitous ja pienten toimijoiden suosiminen ovat kuluttajille entistä merkityksellisempiä asioita ja mukavasti luomassa arvoa meille kaikille.

Digitalisaatio mahdollistaa monen toimintatavan ja palvelun kehityksen. Leipurin hyödyntää digitalisaatiota asiakaskokemuksemme parantamisessa muun muassa verkkokaupppamme avulla. Kannattaa tutustua, www.leipurinstore.com.

Huolimatta terveystrendistä, aito ja rehellinen herkuttelu on kasvanut viime vuosina niin Suomessa kuin kaikilla muillakin Leipurin toimintamaiden markkinoilla. Lisäksi kansainväliset tutkimukset osoittavat saman trendin voiman muualla maailmalla. Ihmiset haluavat myös jatkossa palkita itseään makeilla herkuilla, joten tässä on myös tulevaisuuden mahdollisuus vaikkapa gelato-tuorejäätelölle tai uudennlaisille makeille leivonnaisille.

Osaavat ihmiset, laajat ja relevantit valikoimat sekä uudet ideat takaavat, että meiltä löytyy laajasti erilaisia ratkaisuja niin yllä mainittuihin asioihin kuin muihinkin asiakkaidemme liiketoimintaa edesauttaviin tarpeisiin, joten kannustan käymään aktiivista keskustelua Leipurin väen kanssa sinulle sopivien ratkaisujen löytämiseksi.

Menestytään yhdessä.

Vantaalla 02-2020
Mikko Laavainen

” Huolimatta terveystrendistä, aito ja rehellinen herkuttelu on kasvanut viime vuosina niin Suomessa kuin kaikilla muillakin Leipurin toimintamaiden markkinoilla.



Mikko Laavainen
Leipurin Oyj toimitusjohtaja



1

TRENDI

KASVIPERÄISYYS JA VASTUULLISET VALINNAT

Yhä useammalle
ympäristöasiat ovat
keskeinen huolenaihe ja
64 % pyrkii ostamaan
vastuullisempaa ruokaa.

(New Nutrition Business, Ruotsi 2019)

”

Kasviperäisten tuotteiden kuluttajakysynnän kasvun ajureina ovat usein monipuolinen ja terveellinen ruokavalio sekä ympäristöasiat. Yhä useampi sekasyöjä valitsee välillä myös kasvisvaihtoehdon.

Miten vastuulliset valinnat näkyvät?

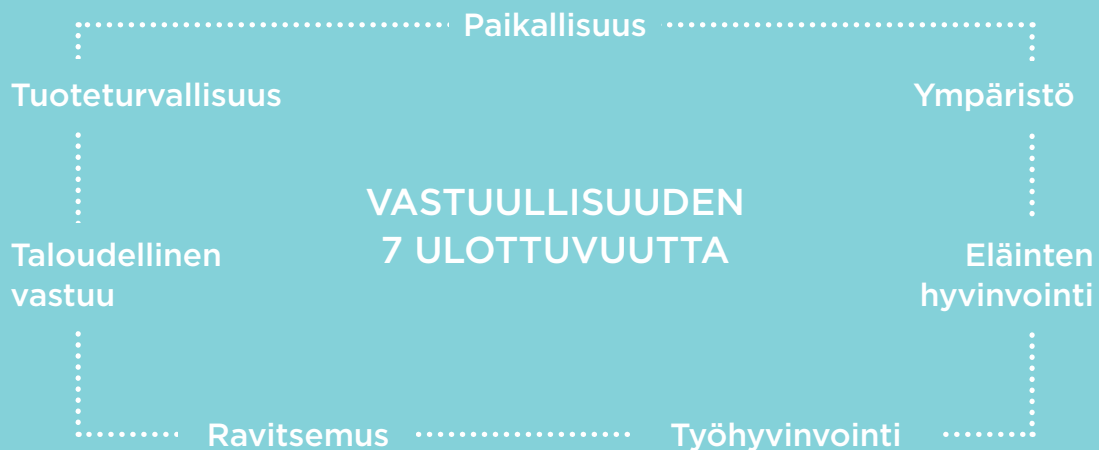


Kuluttajat ovat yhä enemmän tietoisia omien valintojensa vaikutuksista ja siksi tekevät kulutuspäätöksiä entistä ekologisemmin. Kuluttaja yhdistää vastuullisuuden yritysten liiketoiminnan läpinäkyvyyteen sekä tuotteiden terveellisyyteen, turvallisuuteen ja puhtauteen.

Kuluttajat ovat kiinnostuneita siitä, miten heidän valintansa vaikuttavat ympäristöön sekä yhteiskuntaan ja suosivat siksi yhä enemmän lähiruokaa, kasvisruokaa ja kasviperäisiä tuotteita sekä pientuottajien tuotteita. Myös luomuelintarvikkeiden myynti vähittäiskaupassa on kasvanut koko 2010-luvun ajan ja kasvun odotetaan yhä jatkuvan.

Kasviperäisyys näkyy nyt kaikkialla: jogurteissa, juomissa, jäätelöissä sekä leipomo- ja konditoriatuotteissa, kuten leivissä. Kuluttajat hakevat terveellisempiä vaihtoehtoja: vähemmän sokerisia välipaloja, enemmän kasviksia muun ruokavalion ohella, vatsaystävällisiä vaihtoehtoja, ja enemmän proteiinia pähkinöistä ja muista kasviperäisistä tuotteista. Vaikka lihan kulutus ei ole laskussa, vähittäiskaupat panostavat nyt kasviperäisiin vaihtoehtoihin, ja yhä useampi sekasyöjä valitsee silloin tällöin kasvisvaihtoehdon.

Tällä hetkellä kasvipohjaisten tuotteiden markkinoilla nähdään paljon soijapohjaisia tuotteita, mutta sekä herne että kaura ovat nousemassa soijan rinnalle. Maailman uusien kasviperäisyyttä tai vegaanisuuutta korostavien elintarvike-tuotelanseerausten yhteydessä kasvua on 12,4% keskimäärin joka vuosi viimeisen vuosikymmenen aikana. (Döhler 2018, Mintel)



Lähde: Ruokatieto Yhdistys ry

Ideoista käytäntöön



Kerro avoimesti yrityksesi arvoista asiakkaille ja toimi niiden mukaisesti. Kuluttaja yhdistää vastuullisuuden yritysten liiketoiminnan läpinäkyvyyteen. Läpinäkyvyys ja rehellisyys ovat avainasemassa, kun halutaan ansaita kuluttajan luottamusta.



Panosta puhtaisiin ja eettisesti tuotettuihin raaka-aineisiin. Lähellä tuotetut raaka-aineet lyhentävät kuljetusmatkoja ja vähentävät päästöjä. Suosi myös satokauden raaka-aineita.



Huomioi raaka-ainevalintojen lisäksi pakkausmateriaalien ympäristöystävällisyys ja hävikin vähentäminen. Panosta biohajoaviin tai kierrätettäviin pakkausmateriaaleihin.



Tarjoa kuluttajille vaihtoehdot monipuoliseen ruokavalioon. Korvaa eläinproteiinia sisältävän tuotteen proteiini osittain tai täysin kasviproteiinilla. Voit myös tarjota kahvilassa tai myymälässä asiakkaalle maidon ohella kaurapohjaista kauramaitoa.



SUOSITTUA NYT

- | | |
|-----------------------|-------------------------|
| ✓ Non-gmo -tuotteet | ✓ Lähiruoka |
| ✓ Free from -tuotteet | ✓ Vegaanisuus |
| ✓ Lisäaineettomuus | ✓ Sesongin raaka-aineet |
| ✓ Muovin vähentäminen | ✓ Luomutuotteet |



Trendinä vastuullisuus ulottuu kattamaan koko tuotteen elinkaaren ainesosien hankinnasta ja valmistamisesta aina pakkaamiseen, jakeluun, hävittämiseen tai uudelleenkäyttöön.



Hyviä kasviproteiinin lähteitä ovat palkokasvit, kuten herneet, erilaiset pavut sekä linssit, siemenet ja pähkinät sekä viljat, kuten ruis, kaura tai tattari.



2

TRENDI

DIGITALISAATIO

Digitalisaatio parantaa asiakaskokemusta ja avaa uusia liiketoimintamahdollisuuksia.

Digitalisaatio tarjoaa myyntimahdollisuuden 24/7. Kuluttajan taskussa oleva älypuhelin tarjoaa kaiken tiedon tässä ja nyt. Monikanavainen myynti lisääntyy ja verkkokaupan merkitys kasvaa.

Miten digitaalisuus vaikuttaa arkeen?



Ihmiset tarkastelevat ympäristöään yhä enemmän älypuhelimensa näytöltä. Verkkokaupan merkitys kasvaa.

Sosiaaliset mediat ovat vahvasti mukana ihmisten jokapäiväisessä elämässä ja kuluttajat haluavat helppoa ja joustavaa palvelua, johon digitalisaatio antaa ratkaisuja. Verkkokauppa on myös elintarvikkeissa tätä päivää ja erilaiset mobiiliapplikaatiot trendaavat voimakkaasti. Verkkokaupasta asiakas haluaa nopeaa ja miellyttävää ostokokemusta. Etukäteen tilaaminen ja maksaminen on yleistynyt. Lisäksi kuluttajat käyttävät mobiilisovelluksia ravintotietojen etsimiseen sekä inspiraation hakemiseen.

Sosiaalisen median vaikutus näkyy kahviloissa, leipomoissa ja ravintoloissa ruokakuvien jakamisena. Yrityksille onkin yhä tärkeämpää, että tarjoiltava ruoka ja juoma ovat näyttäviä, kertovat tarinaa ja että kuluttaja voi jakaa ruokakuvia sosiaalisen median kautta. Postaukset, kommentit ja suositukset tuovat yrityksille näkyvyyttä sekä vaikuttavat asiakkaiden mielikuviin.

TÄYDELLISEN INSTAGRAM-KUVAN AINEKSET

Luo leipomoon tai kahvilaan täydellinen kuvausympäristö.

Erilaiset pakkauspaperit tai servetit voivat auttaa lisäämään visuaalista mielenkiintoa.

Varmista, että tuotteet näyttävät houkuttelevilta.

Huomioi astia, jolta ruoka tai leivos tarjoillaan. Etsi kontrastia taustan kanssa.

Luo yritykselle omat sosiaalisen median kanavat, jotta asiakkaat voivat merkitä yrityksen omiin julkaisuihinsa.

Kokeile rohkeasti uutta ja epätavallista, joka herättää asiakkaan mielenkiinnon.



Ideoista käytäntöön



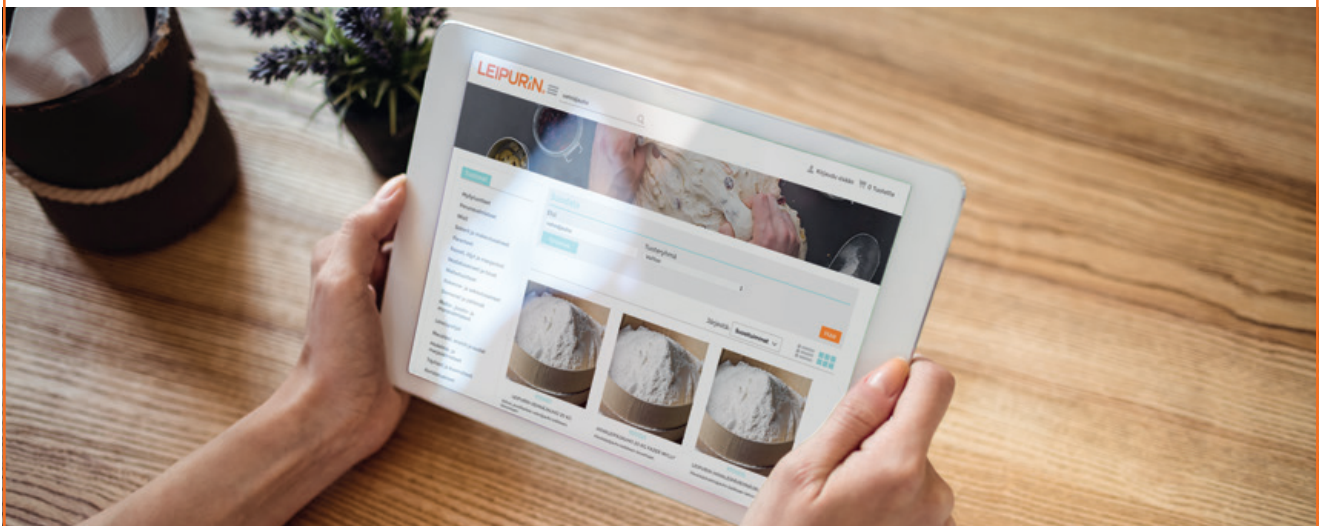
Verkkokaupan merkitys kasvaa. Tarjoa asiakkaalle palvelua mahdollisimman paljon myös digitaalisesti. Esimerkiksi etukäteen tilaaminen on yleistynyt myös pienemmissä ostoksissa.



Huomioi some. Aktivoi omat asiakkaasi esimerkiksi järjestämällä kilpailu yrityksesi sometilillä. Myös asiakkaiden jakamat kuvat tuovat yritykselle tehokkaasti näkyvyyttä, joten panosta tarjottavien tuotteiden näytävyyteen. Ota huomioon myös sisustus ja ympäristö. Tuotteet näyttävät parhaimmalta luonnonvalossa.



Tuotetiedot nettiin. Helposti saatavilla oleva tieto tuotteista ja raaka-aineista parantaa asiakkaan palvelukokemusta. Saatavilla olevat tuotetiedot tuovat läpinäkyvyyttä ja parantavat luottamusta.



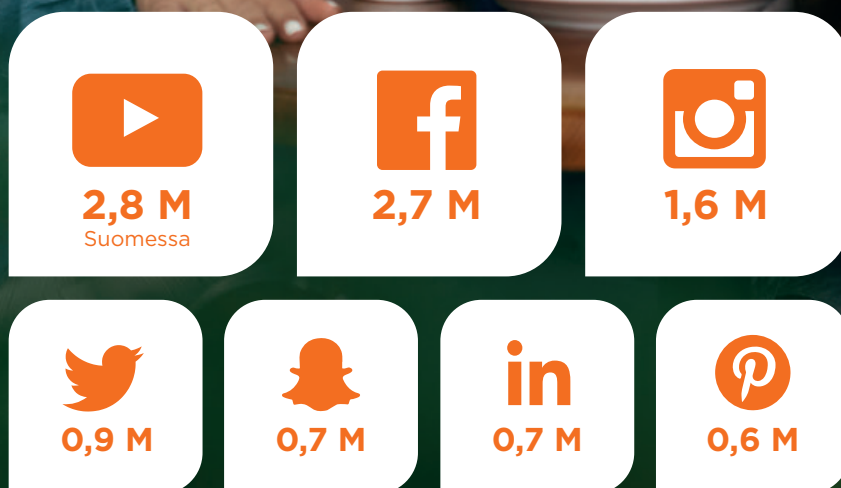
SUOSITTUA NYT

- ✓ Ostamisen monikanavaisuus
- ✓ Verkkokauppa
- ✓ Henkilökohtaiset profiilit, joissa itselle räätälöityjen tuotteiden tiedot
- ✓ Ruokablogit
- ✓ Ennakkotilaaminen ja maksaminen
- ✓ Digitaaliset menut
- ✓ Digitaalinen asiakaspalvelu

62 % suomalaisista 13-64
vuotiaista naisista ja
47 % miehistä käyttää
Instagramia.

Instagramin käyttö on
kasvanut viimeisen puolen
vuoden aikana noin **5%**
ja käyttö kasvaa kaikissa
ikäluokissa.

(Meltwater 2019)



Somekanavien käyttö Suomessa, DNA 2019

3

TRENDI

ARTESAANIUS

79 % eurooppalaisista kuluttajista on valmis maksamaan enemmän käsityönä valmistetuista tuotteista.

(Taste Tomorrow 2019).

”



Mitä artesaanius on?



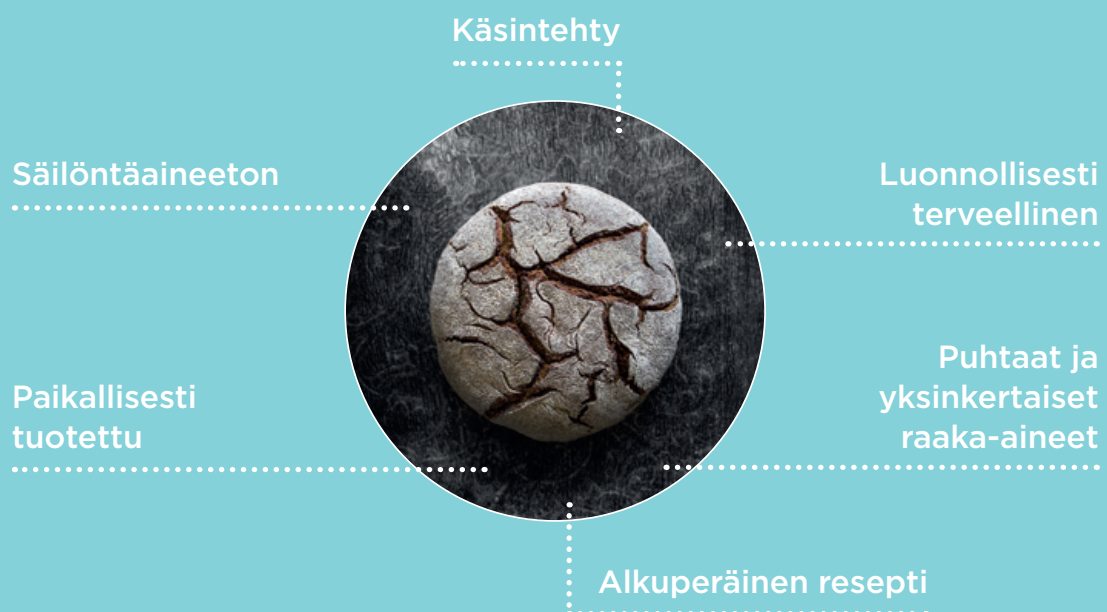
Puhtaita raaka-aineita, tuoreutta ja korkeaa laatua. Artesaanius tuo lisäarvoa asiakkaille.

Artesaani-leipomotuotteilla tarkoitetaan käsityönä ja perinteisin menetelmin valmistettuja tuotteita, joissa on käytetty korkealaatuisia raaka-aineita. Kuluttaja mieltää artesaaniuden aitouteen, yksinkertaisuuteen ja puhtauteen. Kuluttajat haluavat yhä korkealaatuisempia ja terveellisempiä tuotteita ja kysynnän kasvu lisää myös käsin tehtyjen leipomotuotteiden markkinoiden kasvua.

Asiakasta kiinnostaa leipomon ja sen tuotteiden historia sekä leipurin rakkaus tuotteeseen ja käsityöhön. Avoin uuni tai tuotteiden valmistumisen konkreettinen näyttäminen asiakkaalle antaa kuluttajille mahdollisuuden nähdä ja luottaa käsityöläistuotteisiin. Artesaani-tuotteissa leivän, leivonnaisen tai suklaan puutteet ovat asiakkaasta kauniita, koska ne ovat todiste siitä, että tuote on tehty käsin.

Artesaani-tuotteilla asiakas hakee makuaistillisia nautintoja. Ruoalla on asiakkaalle kokemuksellinen näkökulma. Kuluttajat haluavat jotain muuta, joka ylittää pelkän ravitsemuksen. Artesaani-tuote yhdistetään luonnollisesti terveelliseen, sillä siinä on käytetty yksinkertaisia raaka-aineita. Kuluttaja etsii tapoja tehdä syömisestä elämyksellistä ja paikalliset käsintehty tuotteet ovat oiva vastaus tähän tarpeeseen.

TÄYDELLISEN ARTESAANI-TUOTTEEN RAAKA-AINEET



Ideoista käytäntöön



Tuo esiin artesaani-tuotteen valmistanut henkilö. Oma näkemys ja taito lisäävät tuotteen ainutlaatuisuutta.



Kerro leipomom tarina. Monet kuluttajat ovat kiinnostuneita leipomom perinteistä ja historiasta. Tarinat vahvistavat artesaani-imagoa.



Avaa tuotannon ovet myös asiakkaalle. Läpinäkyvyys on avainasemassa myös artesaani-trendissä. Mahdollisuus nähdä paikallinen tuotantoprosessi vahvistaa vaikutelmaa kotitekoisesta ja käsin tehdystä tuotannosta.



Käytä luonnollisia ainesosia ja alkuperäisiä reseptejä. Artesaaniuden ydin on korkealaatuisissa raaka-aineissa. Kuluttajat etsivät nyt tuotteita, jotka ovat hyvän makuisia, puhtaita ja yksinkertaisia, ja joissa ei ole keinotekoisia ainesosia.




Huomioi myyntipisteen design. Tuomalla kahvilaan tai myymälään maalaismaista rekvisiittaa saat miljöön huokumaan artesaani-tunnelmaa.



SUOSITTUA NYT

- | | |
|-------------------------------------|---------------------------|
| ✓ Maalaismaisuus | ✓ Pientuottajien tuotteet |
| ✓ Artesaanileipä | ✓ Paikalliset tuotteet |
| ✓ Rustiikkisuus | ✓ Säilöntäaineettomuus |
| ✓ Vanhanajan tuotteet, nostalgisuus | ✓ Aitous ja alkuperäisyys |



Tällä hetkellä kuluttajat suosivat pieniä
brändejä, joilla on persoonallinen
tarina ja runsaasti intoa omistautua
tuotteelleen.

(Innova Market Insights)



4

TRENDI

HEMMOTTELU & HERKUTTELU

39 % kuluttajista syö hemmottelevia ruokia/juomia 2–3 kertaa viikossa.

(Fona International 2018).

”

Miten hemmottelu ja herkuttelu näkyvät?



Kiireisessä ja stressaavassa maailmassa ihmiset etsivät mahdollisuuksia irtautua arjesta ja keinoja vähentää stressiä. He haluavat hetkellisesti vain nauttia ja hemmotella itseään herkullisella makealla. Nopeasti, helposti ja terveellisesti.

Leipomoalan tuotteissa herkullinen maku on luonnollisesti asia, mistä ei ole syytä tinkiä. Vuonna 2020 mausta on tullut tärkein kriteeri kuluttajille ostaessaan leipää, konditoriatuotteita ja suklaata, kun vielä vuonna 2015 se oli tuoreus (Taste Tomorrow 2019). Kuluttajat ovat myös valmiita maksamaan vähän enemmän hemmottelutuotteista, jotka tarjoavat elämyksellisiä hetkiä ja premium-laatua.

Kuluttajan mielessä täydellinen hemmottelutuote on maukas, terveellinen, helposti mukaan otettava tai kannettava sekä räätälöity tiettyihin tilanteisiin.

Fona Internationalin tutkimuksen mukaan 39 % kuluttajista syö hemmotteluruokia ja juomia 2–3 kertaa viikossa ja 30 % jopa 4–6 kertaa viikossa. Herkuttelu tuo mielihyvän tunteen ja nostaa mielialaa. Suklaa on kuluttajalla usein ensimmäisenä mielessä, kun puhutaan hemmottelusta. Leivän osalta herkuttelukokemukseen kuluttaja liittyy erityisiä ainesosia, kuten erikoisjauhot ja jyvät sekä siemenet, kuten speltti-, quinoa- ja chia-siemenet.

MITÄ KULUTTAJA ODOTTAA HEMMOTTELUTUOTTEELTA?



Ideoista käytäntöön



Kuluttajat haluavat hemmottelevan ruoan myös olevan ”hyvää minulle”. Niin sanottujen superruokien lisääminen on helppo tapa kasvattaa tuotteesi ravintoarvoa. Suomalaisia superruokia ovat muun muassa mustikka, puolukka, karpalo, tyrni ja nokkonen.



Maku on tärkein, mutta kuluttajat kiinnittävät yhtä paljon huomiota erityiseen, herkulliseen ja houkuttelevaan tekstuuriin. Erilaiset tekstuurit ja muodot parantavat syömiskokemusta ja ovat visuaalisesti mielenkiintoisia.



Huomioi annoskoko. Tarve vähentää kalorien saantia on pienentänyt herkuttelutuotteiden annoskokoja. Niin sanotut tapas-jälkiruoat ovat nyt erityisen suosittuja.



Tuunaa olemassa olevat klassikot! Vaihtamalla tuotteen koristeet tai muuttamalla täytteet saat vanhoista tuotteista helposti uusia herkullisia vaihtoehtoja!



SUOSITTUA NYT

- ✓ Pienleivonnaiset, tapas-jälkiruoat
- ✓ Terveelliseksi koetut jälkiruoat, kuten raakakakut
- ✓ Erikoiskahvit
- ✓ Superfoodit
- ✓ Gelato
- ✓ Klassikkotuotteiden tuunaus
- ✓ Smoothiet ja tuorepuurot



Suklaa on usein
kuluttajalla ensimmäisenä
mielessä, kun puhutaan
hemmottelusta.
Terveellisyyttä hakevan
valinta on tumma suklaa.

Makuja & raaka-aineita

Vuonna 2020 kasvussa ovat edelleen sokerin, suolan sekä rasvan vähentäminen, funktionaaliset tuotteet, kasvisten käyttö sekä gluteenittomat tuotteet. Kaura syödään nyt mieluiten leipänä.

1



Funktionaaliset tuotteet

Funktionaaliseksi tuotteeksi kutsutaan tuotteita, joilla on tieteellisissä tutkimuksissa osoitettu olevan ravitsemusvaikutuksensa lisäksi muu terveyttä ylläpitävä tai sairastumisriskiä vähentävä vaikutus. Funktionaalisilla tuotteilla voidaan hakea apua esimerkiksi immuunijärjestelmään tai aivojen ja hermoston toimintaan. Suosittuja tuotteita ovat esimerkiksi ruoansulatuskanavan hyvinvointia edistävät tuotteet, kuten probiootteja sisältävät maitotuotteet tai luonnostaan funktionaaliset tuotteet, kuten ruisleipä tai kaurahiutaleet korkean kuitupitoisuutensa ansiosta.

3

Inuliini – vuoden 2020 raaka-aine?

Inuliini on sikurijuurikaskuitu, joka sopii hyvin leipomotuotteisiin sen kuitupitoisuuden, rakennetta parantavien ominaisuuksien sekä lievästi makean maun vuoksi, joka mahdollistaa sokerin vähentämisen lopputuotteessa. Inuliini on prebiootti, joka edistää suoliston hyvinvointia.



4

Monenlaisia makuja

Kuluttajat haluavat tutkia ainutlaatuisia makuja ja tutustua uusiin makuyhdistelmiin. Leipomo-sektorin yksi keskeinen suuntaus ovat eksoottiset maut. Kokeile rohkeasti persimonia, kookosta, acai-marjoja tai pitaijaa eli lohikäärmehedelmää.

2

Kaura on edelleen suosiossa!

Leipätiedotus ry:n tekemän kyselyn mukaan suosituin kauratuote Suomessa on kauraleipä. Suomalaisista **77 %** haluaa syödä kauransa leipänä ja lähes **40 %** kyselyyn vastanneista kertoo lisänneensä kauraleivän kulutusta viimeisen vuoden aikana.



5

Kasvisleivät

Kasviksia lisätään nyt leipään. Markkinoilla on yhä enemmän leipätuotteita, joissa osa jauhoista on korvattu kasviksilla. Kokeile ainakin porkkanaa, palsternakkaa tai kikherneitä! Vihannesten avulla voidaan parantaa helposti leivän makua ja väriä sekä samalla lisätä vihanneksia helposti ruokavalioon.



7

Euroopan hallitsevat maut

Leipomossa etenkin leivonnaisten kulutuksen odotetaan lisääntyvän vuonna 2020. Suklaa on edelleen hallitseva maku, mutta sitä haastavat vanilja ja voi. Nousevina makuina nähdään minttu ja karamelli. Piparkakku on yhä suosituampi kausimaku. Yleisesti kuluttajat haluavat tuotteilta edelleen vähemmän sokeria, suolaa sekä rasvaa.

6

Olet mitä syöt!

Ihmiset määrittelevät itseään ruoan kautta. Ruoka koetaan ilmauksena siitä, kuka olemme ja se viestii tarinaamme. Ihmiset haluavat jakaa tätä tarinaa muiden kanssa, koska he uskovat: olet mitä syöt. Trendi tuo myös sen, että kuluttajat odottavat yksilöllisiin tarpeisiin räätälöityjä tuotteita ja kokemuksia, jotta he tuntevat olonsa ymmärretyksi ja tärkeäksi.



8

Gluteenittomuus

Gluteenittomien ruokien kysynnän odotetaan nousevan merkittävästi vuonna 2020. Kysyntä kasvaa myös niiden keskuudessa, joilla ei ole gluteeniallergiaa, sillä gluteenittoman leivän uskotaan olevan helpommin sulavaa ja terveellisempää. Yhdysvaltalaislääkäri lääkäri William F. Balistrerin mukaan, naiset välttävät gluteenia todennäköisemmin kuin miehet ja gluteeniton ruokavalio on suosituinta 20–39-vuotiaiden keskuudessa.



9

Ruisleipä kuluttajien mielestä terveellisin valinta

Leipätiedotuksen vuonna 2019 teettämän kuluttajatutkimuksen mukaan ruisleipä on suomalaisten kuluttajien mielestä terveellisin leipä. Vastaajista jopa **91 %** oli tätä mieltä. Lähes neljännes vastaajista kertoi lisänneensä ruisleivän käyttöä viimeisen vuoden aikana ja juuri ruisleivän terveellisyys oli syynä käytön lisäämiseen.



Lisää trenditietoa voit
etsiä muun muassa
näistä linkeistä:

www.dawnfoods.com

www.tastetomorrow.com

www.doehler.com

www.leipatiedotus.fi

www.mintel.com

www.new-nutrition.com

www.innovamarketinsights.com

www.leipurin.com



LEIPURIN®

Leipurin Oyj
Tahkotie 1 E 2, 01530 Vantaa
Puh. (09) 521 70

www.leipurin.com



© Leipurin Oyj 3/2020



The  ASPO Company