

Tiedote
9.9.2015

Joulu on vuoden suurin ruokasesonki

Rakkain jouluruoka on kinkku, mutta myös bataattilaatikko on tervetullut joulupöytään

Monissa suomalaisissa kodeissa joulussa luksusta on parempi ruoka ja juoma. Joulun suosituin ruokalaji on edelleen kinkku, jota myydään Suomessa joulunaikaan yhteensä noin 7 miljoonaa kiloa. Yhä useammat valitsevat joulupöytään valmiiksi kypsennetyn kinkun ja valmiita tai puolivalmiita joululaatikoita. Perinteiset jouluruoat tuovat suomalaisille joulun, mutta myös uudet ruokalajit maistuisivat niiden rinnalla monille.

Joulu on monelle suomalaiselle vuoden kohokohta ja pyhiin valmistaudutaan kodeissa huolellisesti. Jouluun ollaan valmiita panostamaan aikaa ja rahaa. Tämä näkyy myös vähittäiskaupoissa, joissa joulu nostaa myynnin noin 20 % tavallisen kuukauden keskiarvoa suuremmaksi. Yhdessäolo perheen kanssa on monelle joulussa tärkeintä, mutta myös jouluruokiin suhtaudutaan tunteella. 80 % kuluttajista toteaaakin perinteisten joulutuotteiden tuovan joulun. Joulutuotteiden ostokriteerinä 37 %:lle kuluttajista on tärkeää tuotteiden korkea laatu. Kuluttajat myös kokevat, että perinteinen ja laadukas jouluruoka on suomalaista.

Yhä useampi ostaa jouluksi valmiiksi kypsennettyä kinkkua ja puolivalmiita laatikoita

Kinkku kuuluu tärkeänä osana suomalaiseen joulupöytään. Seitsemän kymmenestä suomalaisesta kotitaloudesta hankkii joulukinkun. Kotimaisuus on suomalaisille erittäin tärkeää, sillä kinkun ostavista kotitalouksista 93 % valitsee suomalaisen kinkun. Viime vuosina ostettujen kinkkujen keskikoko on hieman pienentynyt ja erityisesti 3-5kg luuttomat kinkut ja rullat ovat kasvattaneet osuuttaan kinkkumyynnistä. Suomalaisissa kotitalouksissa keskimääräinen joulukinkku on painoltaan 5,1 kg.

Valmiiksi kypsennetyt kinkut ovat pienempien kinkkujen lisäksi yleistyneet suomalaisissa joulupöydissä. Kypsä kinkku on helppo ja varma vaihtoehto joulupöytään, ja sen valitsee noin joka viides. Etenkin pienemmät taloudet, pariskunnat ja vanhemmat suosivat kypsää kinkkua joulunaikaan. Helppous ja nopeus vakuuttavat myös perinteisten joululaatikkojen kohdalla ja niitä ostetaan paljon valmiina tai puolivalmiina. Kolmannes suomalaisista ostaa kaikki joululaatikat joulupöytää varten täysin valmiina ja lähes kolmannes ostaa osan valmiina. Suomalaisten jouluruokien kärkijoukossa on myös sienisalaatti, jota myydään valmiina joulun aikaan kaksinkertainen määrä arkeen verrattuna.

Uusia makuja suomalaiseen joulupöytään

Jouluruokien ehdoton ykkönen on kinkku ja 57 % nimeää sen itselleen joulun tärkeimmäksi ruokalajiksi. Lihoista seuraavaksi suosituin on kalkkuna, sillä 3 % sanoo sen olevan joulupöydän tärkein herkku. Joulun toiseksi suosituin ruokalaji on graavikala (11 %), ja sen perässä seuraavat varsin tasaväkisinä lanttu- (6 %) ja perunalaatikko (6 %). Porkkanalaatikko ja rosolli maistuvat parhaiten 4 %:lle suomalaisista. Myös karjalanpaisti on monelle tärkeä jouluruoka, sillä sen osuus koko jouluruoan myynnistä on jopa 8 %.

Perinteet korostuvat joulunaikaan ja 15 % suomalaisista on sitä mieltä, että perinteisen suomalaisen joulupöydän täytyy pysyä täysin ennallaan. Suurin osa kaipaa joulupöydän valikoimaan kuitenkin myös pientä vaihtelua. Moni ottaisiikin lämpimästi vastaan uudet ruokalajit joulukattaukseen perinteisten herkkujen rinnalle. Joulun uutena ruokalajina nautittaisiin kaikkein mieluiten kotimaista kalaa (17 %), bataattilaatikkoa tai -muusia (14 %) ja marjajälkiruokia (12 %).

Suomalaiset käyttivät vuonna 2014 joulun yhteensä 517 euroa henkeä kohden. Lahjoihin käytettiin keskimäärin 311 euroa ja ruokaan, koristeisiin ja muihin kuluihin 206 euroa. Kaikkein eniten jouluun panostetaan rahallisesti pääkaupunkiseudulla, missä ruokaan, koristeisiin ja muihin kuluihin aiottiin käyttää 242 euroa henkeä kohden. Lahjoihin pääkaupunkiseudulla käytettiin keskimäärin 345 euroa.

Joulu lukuina

- Kinkkuja myydään **noin 7 miljoonaa kiloa** ja joululaatikoita **3 miljoonaa kiloa**
- **Miljoona suomalaista** käy laulamassa kauneimpia joululauluja (Lähde: Suomen ev.lut. kirkko)
- Suomalaisista **75 %** syö jouluaterioilla kinkkua
- **54 %** kotitalouksista hankkii joulupuun (Lähde: Joulupuuseura)
- **37 miljoonaa** lähetettyä joulukorttia (Lähde: Itella Oyj)
- Alkossa **3,5 miljoonaa** asiakasta jouluviikolla (Lähde: Alko, Tiedote 3.12.2014)

Lähteet:

Lihatiedotus. Tiedote 26.11.2014

Suomalaisen työn liitto/ Taloustutkimus internet-paneeli 11/2014 N=1166

Lihatiedotus. Tiedote 26.11.2014.

Nordea/ TNS Gallup 11/2014 n= 1199

Atria Joulututkimus 2012.

Nielsen Homescan, joulukanta (5 tuoteryhmää), 8 vko päättyen 28.12.2014

Nielsen Homescan, Joulutuotteet-tietokanta, 8 vko päättyen 28.12.2014 vs ed. vuosi, Koko Suomi

Lisätiedot:

Jukka Saarenpää

Markkinatutkimuspäällikkö

Atria Suomi Oy

Puh. +358 50 326 8789, e-mail: jukka.saarenpaa@atria.fi

Atria

Atria Oyj on kasvava ja kansainvälinen, suomalainen elintarvikealan yritys. Yhtiön menestys rakentuu kolmen kivijalan varaan: Ihmisten, ruoan ja perinteiden. Atria on yksi johtavista ruoka-alan yrityksistä Pohjoismaissa, Venäjällä ja Baltian alueella. Atrian liikevaihto vuonna 2014 oli 1 426 miljoonaa euroa ja sen palveluksessa oli keskimäärin 4 715 henkilöä. Konserni jakaantuu neljään liiketoiminta-alueeseen. Ne ovat Atria Suomi, Atria Skandinavia, Atria Venäjä ja Atria Baltia. Atrian asiakasryhmiä ovat päivittäistavarakauppa, Food Service -asiakkaat ja alan teollisuus. Lisäksi sillä on omiin tuotemerkeihin perustuvaa Fast Food -konseptiliiketoimintaa. Lisätietoja: www.atria.fi ja www.atriagroup.com