

Tiedote
15.4.2015

Koko Suomi grillaa!

Suomalaismiehet luottavat grillaustaitoihinsa naisia enemmän

Atrian toteuttama tuore grillaustutkimus todistaa, että suomalaiset ovat aktiivista grillauskansaa ikään tai sukupuoleen katsomatta. Makkara on suosituin grillattava ja sen ohella maistuvat usein grillatut kasvikset sekä erilaiset kokolihatuoitteet. Talouspaperi on grillaustarvikkeiden ykkönen. Lisäksi miehet kaipaavat grillaukseen kylmää juomaa ja naiset hyvää seuraa. Grillauksessa pelataan usein varman päälle ja välineet sekä grillattavat valitaan usein sen mukaisesti.

Grillaus on suomalaisille kuin kansallislaji, sillä jopa yli 90 % suomalaisista grillaa ja 74 % grillaa säännöllisesti grillauskauden aikana. Grillaus on koko kansaa yhdistävä harrastus, sillä grillausaktiivisuudessa ei ole merkittäviä eroja eri ikäluokkien tai sukupuolten välillä. Jopa puolet grillaajista on todellisia aktiivigrillaajia, jotka viihtyvät grillin ääressä useita kertoja viikossa kesän aikana. Miehet kokevat olevansa grillaajina kokeneita, kun taas aloittelevien grillaajien osuus on suurempi naisten keskuudessa.

Grillaus on osa kesänviettoa ja lomailua. Kolmannes kyselyn vastaajista pitää mökkeilyä, lomaa ja grillausta erottamattomana yhdistelmänä. Keskiwertogrillaaja aloittaa grillauskauden auringon paistaessa ja kinosten sulaessa. Kevään juhlista vappu on suosituin ajankohta grillauskauden aloitukselle, jolloin viidesosa tutkimukseen osallistuneista kuumentaa grillinsä ensimmäistä kertaa. Juhannukseen saakka grillauskauden avaamista odottaa noin joka kymmenes. Talvigrillaus on myös suosittua, sillä jopa 11 % kyselyyn vastanneista grillaajista grillaa ympäri vuoden.

Koko kansan harrastuksessa tyylejä on monia

Suosituin grilli on kaasugrilli, jota käyttää puolet kyselyyn vastanneista ja ne, jotka grillaavat useimmin. Kaasugrillin suosiota selittää käytön helppous, nopeus ja toimintavarmuus. Viidennes kyselyyn osallistuneista tunnustautuu vannoutuneiksi pallogrillifaneiksi. Muita suosittuja grillaustapoja ovat muurattu pihagrilli (28 %), avotuli ja nuotio (27 %), sähkögrilli (19 %) ja muurikka (18 %). Avotulella grillaus on etenkin itseään luovaksi ja kokeneeksi kuvaavien grillaajien suosiossa.

Talouspaperi ja kylmä juoma ovat grillaajan tykötärpeita

Grillaus saatetaan kokea sotkuisena puuhana, sillä lähes puolet vastaajista ei grillaa ilman talouspaperia, joka on ensisijainen grillaustarvike sekä nais- että miesvastaajien joukossa. Kyselyn miesvastaajista 42 % ei grillaa ilman kylmää juomaa ja lähes puolet naisvastaajista kertoo, ettei grillaus innosta ilman hyvää seuraa. Myös sää liittyy olennaisesti grillaukseen. Vaikka suomalaiset grillaajat ovat tottuneet monenlaisiin olosuhteisiin, kolmasosa vastaajista kertoo poutasään olevan edellytys grillaukselle.

Grillaustuotteiden valintaperusteina tuoreus, maku ja kotimaisuus

Tutkimus osoittaa, että suomalaiset kiinnittävät huomiota grillattaviin tuotteisiin ja valitsevat tarkasti käyttämänsä raaka-aineet. Grillissä halutaan valmistaa maistuvaa ja tuoretta ruokaa, jonka laatuun ja

alkuperään voidaan luottaa. Grillattavia tuotteita valitessa suomalaiset kiinnittävät huomiota tuotteiden tuoreuteen (64 %), makuun (63 %) ja kotimaisuuteen (50 %). Myös hintaan kiinnitetään huomiota.

Makkara on säilyttänyt paikkansa suosituimpana grillaustuotteena Suomessa, sillä 77 % kyselyyn osallistuneista kertoo grillaavansa mieluusti makkaraa. Kasvikset ovat toiseksi suosituin grillattava (70 %) ja kolmantena tulevat kokolihatuotteet, kuten possu (67 %), broileri (60 %) ja nauta (48 %). Mitä useammin grillauskauten aikana grillataan, sitä monipuolisemmin grilliin valitaan grillattavia raaka-aineita. Lisäksi kokeneimmat grillaajat kokeilevat mieluusti erilaisia makuja ja hakevat grillaukseen vaihtelua eri raaka-aineista.

Grillaustutkimus

Atria toteutti grillaustutkimuksen yhdessä IROResearch Oy:n kanssa. Kyselyssä selvitettiin kattavasti suomalaisten grillaustapoja ja -mielityksiä. Tutkimuskyselyyn vastasi 1 000 suomalaista. Tutkimus toteutettiin digikyselynä 16.–25.3. IROResearch Oy:n valtakunnallisessa kuluttajapaneelissa. Tutkimuksen otos painotettiin iän, sukupuolen, asuinpaikkakunnan tyyppin sekä läänin mukaan vastaamaan suomalaista väestöä valtakunnallisesti.

Lisätiedot:

Pasi Luostarinen

Johtaja, markkinointi ja tuotekehitys

Atria Suomi Oy

p. +358 040 5354973

pasi.luostarinen@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.