

Markkinaraportti 2025

Kasvipohjaisen ruuan vähittäiskauppamarkkinan
kehitys ja kuluttajatrendejä

Huhtikuu 2026

| ProVege |

Sisältö

Johdanto	3
Yhteenveto	4
Markkinaraportista	5
1. Vähittäiskaupparaportin kehitys	7
1.1. Kasvipohjaiset kategoriat yhteensä	8
1.2. Kasvipohjaiset ruokatuotteet	9
1.3. Palkokasvit	11
1.4. Kasvimeijerituotteet	13
2. Kuluttajatrendejä	15
2.1. Ruokavaliot	16
2.2. Käytön useus	17
2.3. Demografia	18
2.4. Asenteet	20
3. Ravitsemussuosituksen vaikutus myynnin kehitykseen	22
3.1. Ravitsemussuosituksen ohjaava vaikutus	23
3.2. Muutoksia ravitsemussuosituksen jälkeen	25
Liite 1: Myyntidata	27
Liite 2: Kategoriapuu	28



Johdanto

Tämä markkinaraportti on ensimmäinen Suomen kasvipohjaisten tuotteiden vähittäiskauppamarkkinaa kuvaava tietopaketti. Kasvipohjaisten tuotteiden muodostaessa vielä melko uusia kategorioita markkinalle, ei niistä ole tähän mennessä saatu tuotettua julkista markkinatietoa. Yhtenä syynä datan puuttumiselle on ollut kategorioiden määrittely – mitkä tuotteet kuuluvat kasvipohjaisten ruokatuotteiden piiriin ja mitkä eivät. Markkinatiedon puute on ollut yksi alalla selkeästi tunnistetuista pullonkauloista, joka on haastanut markkinan kehitystä ja esimerkiksi yritysten uusien tuoteinnovaatioiden kehittämistä. Tämän tietoaukon täyttäminen on ollut yksi ilmeisimpiä toimialayhdistyksemme alkuvaiheen tehtäviä.

Ravitsemussuosituksen julkaisu loppuvuodesta 2024 teki markkinaraportissa tarkastellusta vuodesta 2025 erityisen kiinnostavan. Tämän vuoksi laadimme verkkokyselyllä kattavan kyselytutkimuksen kuluttajatrendeistä ja väestön suhtautumisesta kasvipohjaisiin ruokiin. Yhdessä markkinadatan kanssa nämä tiedot luovat kattavan käsityksen markkinan nykytilasta sekä siitä, miten kuluttajat kasvipohjaisiin tuotteisiin suhtautuvat.

Ensimmäistä markkinaraporttia laatiessamme tulimme samalla määritelleeksi tarkemmin, mitä itseasiassa kasvipohjaisen ruuan markkinalla tarkoitetaan. Tekemämme luokittelu osoittaa, kuinka moninaisesta tuotekategorioiden joukosta vähittäiskauppamarkkina muodostuu. Nyt tehdyn määrit-

telyn käyttö myös muissa yhteyksissä mahdollistaa alan seurannan yhdenmukaistumista, mikä on eduksi vakiintuvalle toimialalle.

Keskeisinä markkinaraportin mahdollistajina ovat olleetkin jäseninäimme olevat vähittäiskauppaketjut SOK, Kesko ja Lidl, jotka tarjosivat kasvipohjaisten tuotteiden myyntidatansa raporttiin. Lämmin kiitos panoksestanne!

Toivomme, että raportista on hyötyä alan yrityksille, tutkimukselle, päättäjille, medialle ja muille sidosryhmille.

Yhteenveto

- Kasvipohjaisten tuotteiden vähittäiskauppariippuvuus oli 2025 arvotun noin 244 miljoonaa euroa pysyen samalla tasolla edellisvuoteen nähden vuodesta 2024. Volyymissa markkina kasvoi 3,6 prosenttia
 - Kasvipohjaiset ruokatuotteet: 81,9 M€, +1,7 % (8,7 miljoonaa kiloa, +3,1 %)
 - Palkokasvit: 24,0 M€, +3,4 % (6,4 miljoonaa kiloa, +4,5 %)
 - Kasvipohjaiset meijerituotteet: 138,5 M€, -1,4 % (53,7 miljoonaa kiloa, +3,6 %)
- Kasvimeijerituotteet ovat kasvipohjaisen ruuan markkinan suurin tuoteryhmä. Sen sisällä etenkin kahviin lisättävät juomat ovat ajaneet markkinaa eteenpäin erityisesti saatuaan säännöllisiä käyttäjiä myös sekasyöjien joukosta.
- 15 prosenttia vastaajista on tehnyt muutoksia ruokavalintoihinsa ravitsemussuosittelujen jäljiltä.
- 39 prosenttia kertoo ravitsemussuosittelujen lisänsä kiinnostusta kasvipohjaisia tuotteita kohtaan.
- Ravitsemussuosittelut vaikuttavat kannustaneen ruokavalintamuutoksiin etenkin niitä, jotka kertovat pyrkivänsä vähentämään lihan käyttöä.
- Vaikka vähittäiskaupan myynnissä ja kyselytutkimuksen tuloksissa näkyy esimerkiksi palkokasvien merkittävä käytön lisääntyminen, ei ihmisten kokemus ruokavaliostaan ole muuttunut – päin vastoin sekasyöjäksi itsensä määrittävien osuus on jopa kasvanut.



Markkinaraportista

Näin markkinadata koostettiin

Datan rakentaminen alkoi määrittelemällä koko kasvipohjaisen ruuan markkina ja sen muodostavat tuotekategoriat, sillä yhtenäistä määrittelyä niille ei aiemmin ole ollut. Kategorisoinnissa Pro Vegenin asiantuntijat hyödynsivät parhaita käytäntöjä tuotteiden aiemmasta ryhmittelystä muun muassa kauppaketjujen järjestelmissä, myymälöissä ja kansainvälisissä markkinajulkaisuissa. Määrittelyssä päädyttiin kolmeen pääkategoriaan: kasvipohjaiset ruokatuotteet, palkokasvit ja kasvipohjaiset meijerituotteet, joiden alle muodostettiin kaksi alatasoa. Muodostunut kolmiportainen kategoriapuun esitelty liitteessä 1.

Pro Vegenin tekemän kategorisoinnin perusteella vähittäiskauppaketjut SOK, Kesko ja Lidl toimittivat listat tuotteista, jotka määriteltiin tuoteryhmiin mahdollisesti kuuluvat. Tuotteita perattiin rivi riviltä

luokitellen ne kukin oikeaan kohtaan kategoriapuuta.

Markkinaan laskettaville tuotteille ajettiin myyntiluvut vuosilta 2024 ja 2025. Nämä luvut ketjut toimittivat ulkopuoliselle konsultille salassapion alla, jolloin Pro Vegenin toimihenkilöt eivät ole saaneet tietoonsa ketju-, yritys- ja tuotekohtaisia myyntitietoja, Konsultti yhdisti tuotedatat toisiinsa luodun kategorisoinnin perusteella, mistä syntyi yhteenlasketut myynnit kategoriapuun joka tasolle. Nyt raportoidut myyntiluvut ovat verottomia arvossa, jotta kehitys edelliseen vuoteen on vertailukelpoinen tulevinakin vuosina mahdollisten veromuutosten jälkeen. Volyymissä luvut eivät ole vertailukelpoisia tasolla 1, mutta tasolla 2 ja 3 ovat.

Lähtökohtana markkinan määrittelylle oli ajatus, että mukaan otetaan sellaiset tuotteet, joita käytetään tyypillisesti eläinperäisten tuotteiden sijaan.

Rajoituksia

- Kasvipohjaisen ruuan markkinan ulkopuolelle on jätetty tuoteryhmiä, kuten pähkinät ja siemenet, joita ei pääosin käytetä eläinperäisten tuotteiden sijaan, sekä perinteisesti kasvipohjaisina kategorioina olleiden tuoteryhmiä, kuten margariinit ja hedelmäpohjaiset välipalatuotteet.
- Markkinadata perustuu Suomen kolmen suurimman vähittäiskauppaketjun myyntilukuihin ja kattaa näin ollen 92 % Suomen vähittäiskaupamarkkinasta. Lukuja ei ole suhteutettu edustamaan koko markkinaa, sillä tarkastelluissa kategorioissa isoimpien ketjujen osuus myynnistä voi olla kokonaismarkkinaosuutta suurempi.
- Data ei vastaa todellisia myyntejä täydellisesti, sillä tuotekohtaisten myyntilukujen poiminnassa yksittäiset inhimilliset virheet ovat mahdollisia. Voidaan kuitenkin olettaa, että data on olennaisen lähellä todellista ja paras saatavilla oleva tieto markkinan kehityksestä.
- Pro Vege ei vastaa mahdollisesti virheellisistä myyntidatatieoista.

Kyselytutkimus

Vähittäiskaupan myynnissä tapahtuneiden muutosten tulkinnan avuksi toteutimme selvityksen kuluttajien suhtautumisesta kasvipohjaiseen ruokaan. Erityisesti halusimme kyselytutkimuksessa keskittyä ravitsemussuositusten vaikutukseen ihmisten ostokäyttäytymisessä, aikomuksissa ja suhtautumisessa.

Kyselyn toteutti Foodwest Oy. Tiedot kerättiin valtakunnallisella verkkokyselyllä alkuvuonna 2026, viikkojen 8 ja 9 aikana. Vastajakunta oli suuruudeltaan ja demografialtaan suomalaisia edustava 1 007 vastaajan joukko. Nyt tehdyn kyselyn analyysia täydennettiin hyödyntämällä Foodwestin aiemmin tekemän Foodata Kasvis&liha -tutkimuksen tuloksia. Tutkimus selvitti kuluttajien suhtautumista lihaan ja kasvipohjaisiin tuotteisiin sekä niiden käyttöä. Foodata Kasvis&liha -tutkimuksen hyödyntäminen nyt tehdystä selvityksestä mahdollistaa vertailun, jolla voidaan tunnistaa suhtautumisessa tapahtuneita muutoksia ja trendejä.



1. Vähittäiskauppamarkkinan kehitys



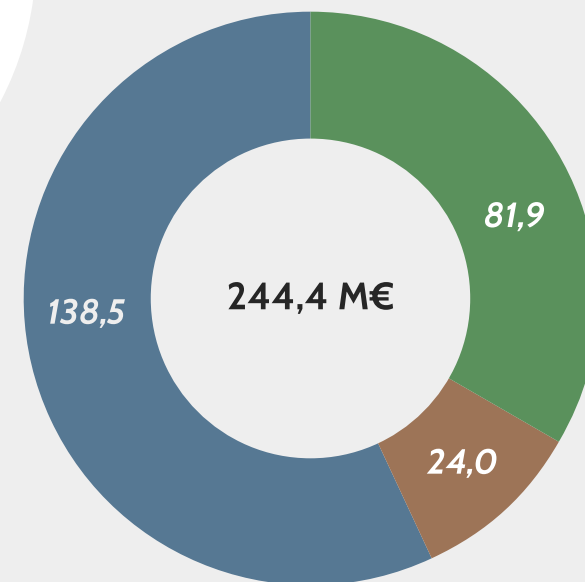
1.1. Kasvipohjaiset kategoriat yhteensä

Kasvipohjaisia tuotteita ostettiin vuonna 2025 3,6 prosenttia edellisvuotta enemmän. Vähittäiskauppamarkkinan koko pysyi edellisvuoden tasolla ollen 244 miljoonaa euroa. Kaikissa tuoteryhmissä, kasvipohjaisissa ruokatuotteissa, kasvimeijerituotteissa ja palkokasveissa kulutus kasvoi markkinan arvoa enemmän. Tätä selittää kulutuksen siirtyminen edullisempiin tuotteisiin sekä tuotteiden laskenut keskimääräinen hintapiste. Alhaisempiin hintoihin ovat voineet vaikuttaa kampanjat, kilpailun lisääntyminen sekä kulutuksen siirtyminen kategorioiden sisällä edullisempiin tuotteisiin, kuten kauppojen omiin merkkeihin (private labels).

Kehitys €
+0,1 %

Kehitys vol.
+3,6 %

- Kasvipohjaiset ruokatuotteet
- Palkokasvit
- Kasvipohjaiset meijerituotteet



Volyymi kasvoi kaikissa pääkategorioissa.

1.2. Kasvipohjaiset ruokatuotteet

Kylmästä myytävät kasviproteiinit

Suurimpana muutoksena kylmästä myytävissä kasviproteiineissa voidaan pitää jauhiksen ja murujen myynnin siirtymistä paloihin, lastuihin, suikaleisiin ja nyhtöihin. Ensin mainittujen myynti laski 580 000 euroa (-12 %) vuonna 2025, kun taas jälkimmäisten kasvoi 890 000 euroa (+17 %). Trendi noudattaa tuoteuutuuksien painottumista. Yhteensä nämä kaksi segmenttiä muodostavat noin kymmenen miljoonan euron markkinan, joka kasvoi 3,1 %.

Kasviproteiinien markkinan kehitystä haastaa vahvistunut yhteiskunnallinen keskustelu ruuan prosessoinnista, vaikka se ravitsevuuden osalta perustuikin virheellisiin oletuksiin. Nyt hieman yli puolet vastaajista piti kasviproteiinituotteita ”liian prosessoituina”, kun vielä 2020 samoin ajatteli vain noin kolmannes. Ravitsemussuosituksissa prosessointi ei ole arviointikriteerinä. Toisaalta markkinaa vahvistaa kuluttajien kokemus laadun paranemisesta: vuonna 2022 esteeksi kasviproteiinien käyttämiseen le 33 prosenttia vastaajista mainitsi ”olen kokeillut tuotteita, en pitänyt niistä”, kun taas vuonna 2026 pettyneitä oli enää 22 prosenttia. Tuotelaadun

paraneminen ja pettymysten väheneminen lisäävät oletettavasti uusintaostojen määrää ja näin luovat terveet edellytykset kategorian kasvulle.

Tofut ja tempet

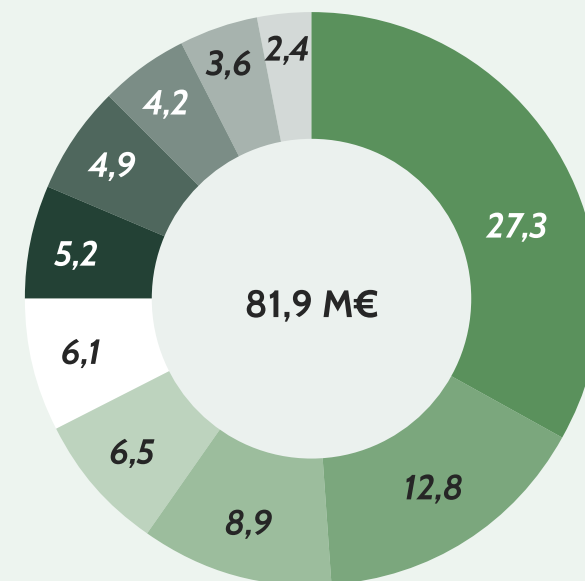
Tofu ja tempe muodostavat merkittävän osuuden kasvipohjaisten ruokatuotteiden myynnistä noin 13 miljoonan euron osuudellaan. Tämä segmentti kasvoi merkittävästi, 11 prosenttia, vuonna 2025. Kun huomioidaan, että tofu on kategoriana pitkäaikainen ja jokseenkin vakiintunut, voidaan yli kymmenen prosentin kasvua pitää huomattavana, etenkin kun se ylittää kirkkaasti kaikkien kasvipohjaisten ruokatuotteiden keskikasvun. Tofujen myynti lähti kasvuun samoihin aikoihin uusien ravitsemussuositusten julkaisun kanssa.

Tofut ja tempet on kohtuullisen harvojen, mutta niitä paljon käyttävien tuoteryhmä. Markkinaselvityksen mukaan tofua ja tempeä käyttää vähintään kerran viikossa vain 15 prosenttia kaikista vastaajista, mikä on aavistuksen vähemmän kuin kuivattuja kasviproteiineja (16 %) ja kylmästä myytäviä kasviproteiineja (17 %). Sen sijaan kasvupainotteisesti syövien, kasvissyöjien ja vegaanien ryhmässä vastaava luku on 57 prosenttia, minkä alle jää kuivien (46 %) ja kylmästä myytävien kasviproteiinien (50 %) viikoittain syövien osuus.

Kehitys €
+1,7 %

Kehitys vol.
+3,1 %

- Valmisruuat, -3,3 % €
- Tofut ja tempet, +11,4 % €
- Leivänpäälliset, +8,3 % €
- Pyörykät, falafelit, nugetit ja puikot, -12,1 % €
- Palat, lastut, suikaleet ja nyhdetyt, +17,1 % €
- Makkarat ja nakit, +1,4 % €
- Pihvit ja leikkeet, +8,8 % €
- Jauhikset ja murut, -12,1 % €
- Säilykkeet, 1,4 % €
- Kuivatut murut ja palat, +16,3 % €



Leivänpäälliset

Leivänpäällisten, eli leikkeleiden sekä hummuksen ja pateen, segmentti kasvoi 8,3 prosenttia vuonna 2025. Tämän segmentin tuotteet olivat voimakkaasti esillä ravitsemussuositusten jälkeisessä keskustelussa.

Loppuvuodesta 2024 julkaistuissa päivitettyissä ravitsemussuosituksissa suurin huomio etenkin mediassa kiinnittyi siihen, että lihaleikkeleitä ei suositella käytettävän lainkaan niiden nitriittipitoisuuksien vuoksi. Kyselytutkimuksessa niistä, jotka olivat tehneet muutoksia ruokavalintoihinsa ravitsemussuo-

situsten jälkeen, 61 prosenttia kertoi vähentäneensä lihaleikkeleiden käyttöä ja 6 prosenttia lisänneensä kasvipohjaisten leikkeleiden käyttöä. Vaikka kulutus ei siirtynyt eläinperäisistä leikkeleistä kasvipohjaisiin, kuudenkin prosentin lisäys piristää markkinaa.

Yhtälailla hummukset hyötyivät keskustelusta ravitsemussuositusten ympärillä, kun palkokasveja kehoitettiin lisäämään ruokavaliossa.

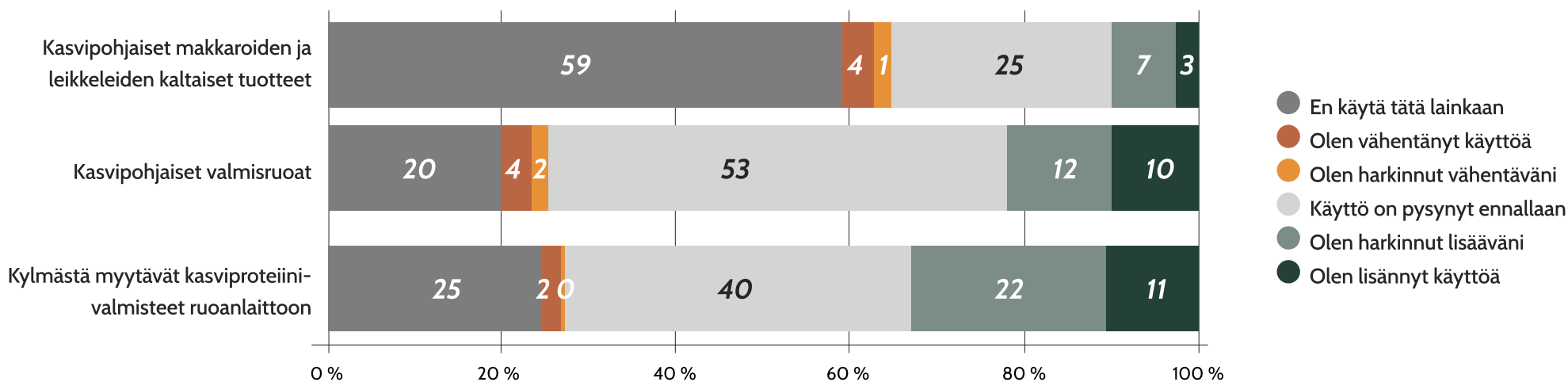
Vastoin yleistä trendiä, leivänpäällisten segmentin arvon kasvu on ollut volyyymiä korkeampi.

Tämä johtuu segmentin ostojen keskihintojen kasvusta.

Valmisruuat

Kasvipohjaisten valmisruokien segmentti koostuu aterioista, välipaloista, pakastetuista valmisruuista ja valmisruoka-aineksista. Kokonaisuutena valmisruokamarkkina pieneni hieman (-3,3 %), mutta erot alasegmenteissä ovat huomattavia. Käynnissä olevan trendin mukaisesti myös kasvipohjaisten valmisruoka-aterioiden myynti kasvoi merkittävästi muun muassa valikoiman parantumisen myötä.

Muutokset viimeisen vuoden ajalla ostokäyttäytymisessä



1.3. Palkokasvit

Palkokasvien markkina vuonna 2025 oli voimakkaan kaksijakoinen. Samalla, kun pakasteet ja säilykkeet olivat voimakkaassa kasvussa, tuorepalkokasvien myynti laski rajusti. Tämä jätti kategoriason kasvun maltilliseen reiluun kolmeen prosenttiin.

Pakaste- ja säilykepalkokasvit

Palkokasvien markkina oli vuonna 2025 erityisen kiinnostava, sillä loppuvuodesta 2024 julkaisuissa ravitsemussuosituksissa ne saivat erityisen huomion. Säilykkeissä ja pakasteissa myynnin volyymin kasvu olikin reipasta, 14 prosenttia ja 7 prosenttia. Myynnin arvo kasvoi molemmissa segmenteissä yli 12 prosenttia. Vakiintuneille segmenteille näin suurten hyppäysten voidaan katsoa olevan poikkeuksellisia. Kyselytutkimuksen tulokset antavat olettaa, että ravitsemussuositukset se-

littävät kasvua. Ravitsemussuosituksen vaikutuksia on avattu tarkemmin raportin toisessa osiossa.

Huomattavaa on, ettei palkokasvien lisääntyntä menekkiä vaikuta selittävän ensisijaisesti tiukentunut taloustilanne. Kulutusta vuoden aikana lisänneissä ei nimittäin painotu kuluttajaryhmä, jotka joutuvat tinkimään ostoksistaan. Päin vastoin kulutusta lisänneitä ja sitä harkkineita oli jonkin verran enemmän hyvin toimeentulevissa ja harakitseivissa kuluttajissa. Lisäksi on kiinnostavaa, että kasviproteiiniraaka-aineita ovat lisänneet vuoden aikana kasvipainotteisestikin syöviä enemmän ne, jotka pyrkivät vähentämään lihansyöntiä.

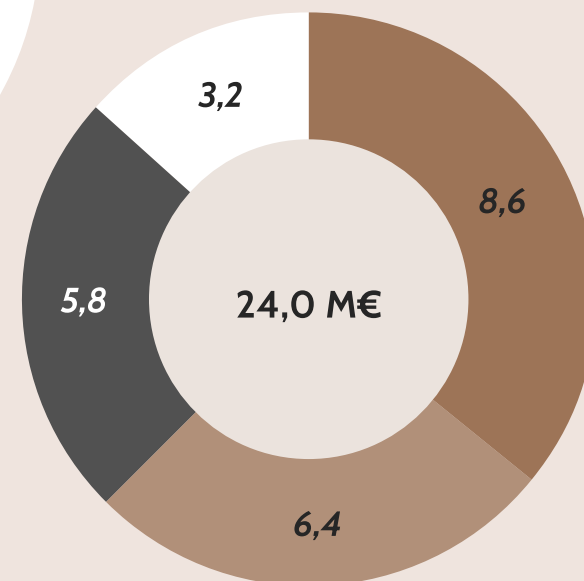
Tuoreet palkokasvit

Tuoreiden palkokasvien markkina ei seurannut säilykkeiden ja pakasteiden kasvua. Myynnin volyymi tippui jopa viidenneksellä. Myynnin arvossa laskua on ollut vähemmän (-12,5 %), mikä kertoo nousseis-

Kehitys €
+3,4 %

Kehitys vol.
+4,5 %

- Säilykkeet +12,3 % €
- Tuoreet -12,5 % €
- Pakasteet +13,9 % €
- Kuivatut +1,5 % €

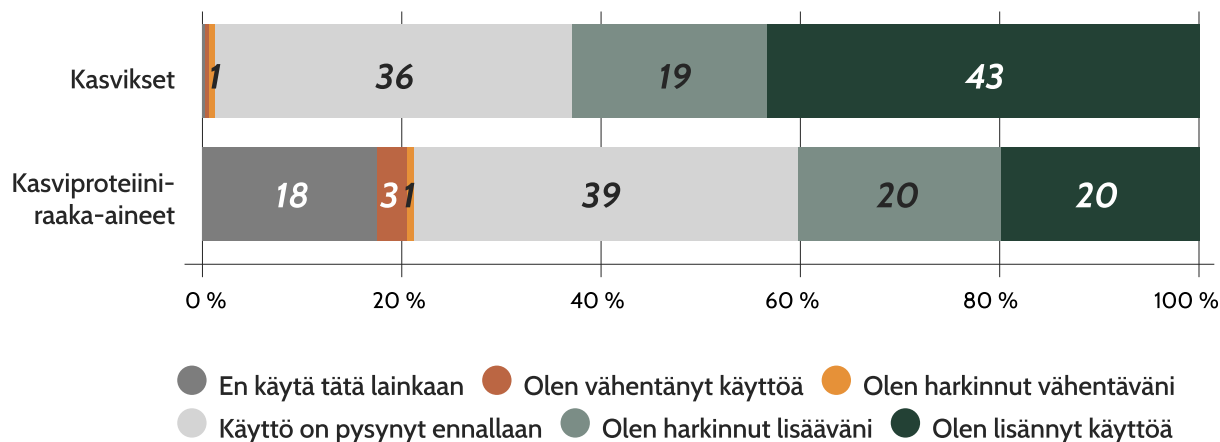


34 %
väestöstä kertoo syövänsä
palkokasveja viikottain.

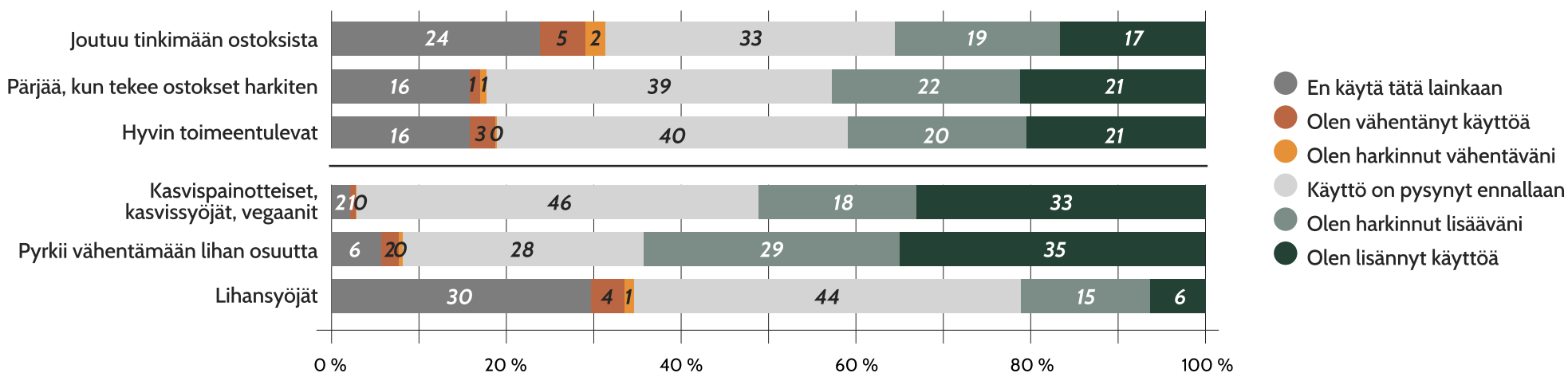
ta keskihintoista. Vertailuvuonna 2024 herneen sato oli ennätysuuri, jolloin tarjontaa on ollut paljon ja hinnat sen myötä vuotta 2025 alhaisemmat.

Tuoret palkokasvit ovat omassa kategoriassaan premium-tuotteita ja näin erittäin alttiita talouden vaihteluille. Näin ollen kuluttajien tiukentunut taloustilanne näkyy suoraan kysynnän laskuna. Trendi on ollut laskusuuntainen vuoden 2019 jälkeisinä epävakaina vuosina. Tuorepalkokasvien premium-luonteen vuoksi voidaan olettaa, ettei ravitsemussuosituksilla ole ollut merkittävää vaikutusta kulutuksen ohjaamisessa nimenomaan tähän segmenttiin.

Muutokset viimeisen vuoden ajalla ostokäyttäytymisessä



Kasviproteiini-aineiden (palkokasvit + rouheet ym) muutokset viimeisen vuoden aikana



1.4. Kasvimeijerituotteet

Kasvipohjaiset juomat

Koko kasvipohjaisen ruuan markkinan suurin tuotesegmentti on kasvipohjaiset juomat 76,2 miljoonan euron osuudella. Etenkin kahviin lisättävät kasvi-juomat ovat päätyneet suomalaisten suosioon ja pisimmälle kasvipohjaisten tuotteiden normalisoinnissa, kun myös sekasyöjät ovat säännöllisiä käyttäjiä. Sekasyöjistä, joilla ei ole pyrkimystä vähentää lihankäyttöä, 43 prosenttia kertoo käyttävänsä kasvipohjaisia maidon kaltaisia juomia vähintään viikottain, kun kylmästä myytävillä kasviproteiineilla sama luku on 5 prosenttia ja palkokasveilla 18 prosenttia.

Kyselytutkimuksen mukaan maidon kaltaisten tuotteiden käyttäjissä korostuvat etenkin 25–39 -vuotiaat naiset, joista kaksi kolmannesta käyttää jotain tuotetta vähintään kerran viikossa.

Kasvipohjaiset gurtit

Kasvipohjaisten gurttien myynti laski vuonna 2025 selvästi. Gurtteja ostettiin noin 6 prosenttia edellisvuotta vähemmän ja markkinan arvo pieneni 7 prosenttia. Kehitys on ollut negatiivista siitä hu-

olimatta, että kyselytutkimuksessa suhtautuminen gurttien käytön lisäämiseen oli varsin myönteistä. Kaikista vastaajista 24 prosenttia kertoi lisänneensä tai harkinneensa lisäävänsä lusikoitavien kasvipohjaisten tuotteiden käyttöä edellisen vuoden aikana, mikä on kasvimeijerikategorian korkein segmentti-kohtainen luku. Potentiaalia käytön kasvuun siis on, mutta gurtit eivät ole onnistuneet houkuttelemaan etenkin sekasyöjiä likimainkaan samaan tapaan kuin maidon kaltaiset kasvipohjaiset juomat.

Positiivista markkinakehitystä tukevat kyselytutkimuksessa selvinneet muutokset viime vuoden ostokäyttäytymisessä: 24 prosenttia kaikista vastaajista on lisännyt tai harkinut lisäävänsä lusikoitavien kasvipohjaisten tuotteiden käyttöä, mikä on suurin segmentti-kohtainen muutos kasvimeijerikategorian sisällä.

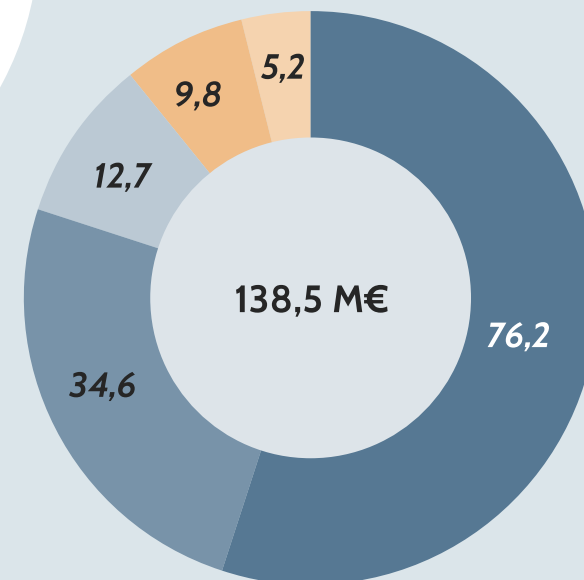
Ruuanvalmistustuotteet

Ruokaan ja leivontaan käytettävien kermojen, kasvipohjaisten fraichejen ja rasvojen myynti oli noin 5 prosentin kasvussa. Kyselytutkimuksen perusteella kuluttajat ovat ravitsemussuositusten jäljiltä kiinnostuneita etenkin kasvipohjaisista voini tyyppisistä tuotteista yhä enemmän, mikä näkyy myös myyntitiedassa.

Kehitys €
-1,4 %

Kehitys vol.
+3,6 %

- Juomat, +2,6 % €
- Gurtit, -7,3 % €
- Ruuanvalmistustuotteet, +5,3 % €
- Jäätelöt, -15,7 % €
- Vuustot, -0,2 % €



Sekasyöjistä, joilla ei ole pyrkimystä vähentää lihankäyttöä, 43 prosenttia kertoo käyttävänsä kasvipohjaisia maidon kaltaisia juomia vähintään viikottain.

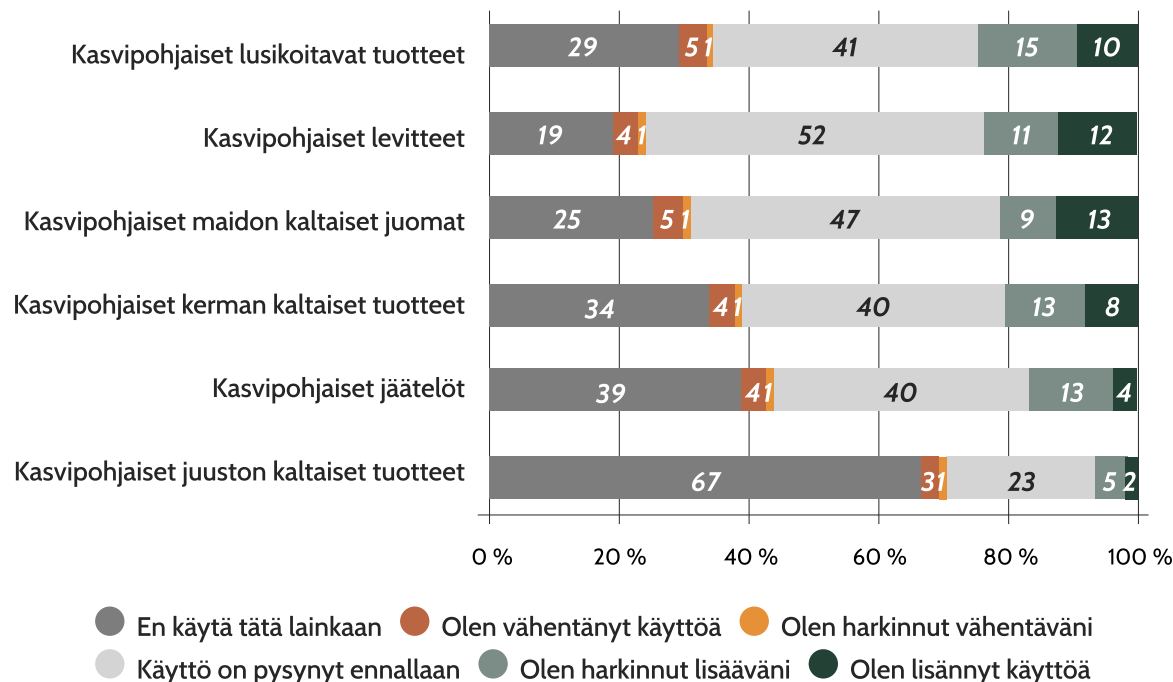
Vuustot

Juustojen kaltaisten kasvipohjaisten tuotteiden markkina on pysynyt edeltävän vuoden tasolla. Markkinaselvityksen perusteella vuustojen käyttäjäryhmä on kaikista kasvipohjaisen ruuan merkittävistä kategorioista rajallisin. Noin kerran viikossa tai useammin vuustoja söi vain 5 prosenttia kaikista vastaajista, joskaan kulutus ei rajoitu vain veganeihin (1 %). Useimmin vuustoja syövät he, jotka käyttävät paljon myös tofuja ja kylmää myytäviä kasviproteiineja. Viikottain näitä syövästä 34 prosenttia syö myös vuustoja vähintään kerran viikossa. Jokseenkin yllättäen 16-39 -vuotiaat miehet kuluttivat vuustoja useammin kuin samanikäiset naiset.

Kasvipohjaiset jäätelöt

Jäätelöiden kotipakkausten markkinaan tuli vuoden 2025 aikana vakiintuneilta ja suurilta toimijoilta uutuustuotteita, joiden hintapiste on aiempaa markkinatasoa alhaisempi. Tämä selittää markkinan arvon merkittävää pienenemistä (-16 %), vaikka volyyymi on pysynyt lähes ennallaan (-1 %). Perinteisten toimijoiden mukaantulo markkinalle antaa osviittaa tuotekategorian vakiintumisesta ja muistuttaa tältä osin kasviproteiinimarkkinaa 2020-luvun alussa.

Muutokset viimeisen vuoden aikana ostokäyttäytymisessä

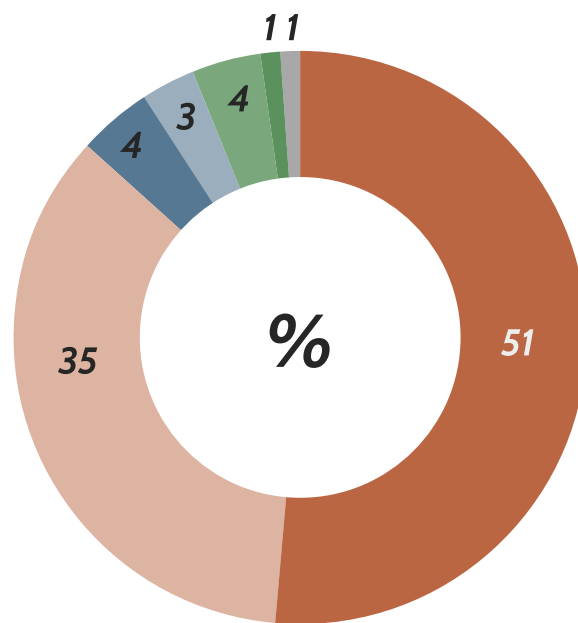


2. Kuluttajatrendejä

2.1. Ruokavaliot

Nyt selvitettyissä ruokavalioissa oli hyvin vähäisiä muutoksia vuoteen 2020 nähden. Kaikki muutokset ruokavalioryhmissä olivat parin prosenttiyksikön sisällä, joten tilannetta voi pitää suuressa kuvassa muuttumattomana. Tätä voi pitää jokseenkin yllättävänä, sillä kasvipohjaisen ruuan ostaminen on maltillisessa kasvussa, ja myyntidatassa korostuu erityisesti joidenkin tuoteryhmien, esimerkiksi palkokasvien, merkittävä kasvu. Samoin kyselytutkimuksessa kasvipohjaisia tuotteita lisäsi tai harkitsi lisäävänsä vuoden aikana merkittävä vastaajajoukko (kasviproteiiniraaka-aineet sisältäen palkokasvit: 40 prosenttia, kylmästä myytävät kasviproteiinit: 33 prosenttia), etenkin ravitsemussuositusten jäljiltä.

Kokonaiskuvaa voi varovaisesti tulkita siten, että tiukkarajaisten ruokavalioiden merkitys pienenee, minkä voi katsoa luovan edellytyksiä kasvipohjaisen ruuan alan terveelle kasvulle. Moni esimerkiksi palkokasveja jo aktiivisesti käyttävä vaikuttaa mieltävän itsensä edelleen sekasyöjäksi, mutta ei identifioi itseään kasvispainotteisesti syöväksi.



- Syön monipuolisesti lihaa ja kasviksia. En pyri vähentämään lihaa.
- Ruokavaliointi kuuluu liha, mutta pyrin lisäämään kasvisten osuutta ja samalla vähentämään lihaa.
- Pääsääntöisesti syön kasvipainotteisesti, mutta ajoittain saatan syödä lihaa.
- Punainen liha ei kuulu ruokavaliointi, mutta syön siipikarjaa, kalaa tai kananmunia.
- Olen kasvissyöjä, liha ei kuulu ruokavaliointi, mutta voin käyttää maitotuotteita tai kananmunia.
- Olen vegaani, ruokavaliointi eivät kuulu mitkään eläinkunnan tuotteet.
- Muu



2.2. Käytön useus

Kasviproteiinit vs. lihat

Punaista lihaa vuoden aikana vähentäneiden tai sitä harkinneiden määrä on merkittävä: 44 prosenttia. Tämä on huomattavasti enemmän kuin millään muulla samaa paikkaa lautasella pitävällä raaka-aineella on vähentäjiä (siipikarja: 13 %, kasviproteiiniraaka-aineet: 4 %). Samalla kun osa kuluttajista on vähentänyt siipikarjan käyttöä, heitä suurempi joukko (20 %) on lisännyt sitä nostoen tilastojen mukaan sen kokonaiskulutusta. Näitä vaihteluita selittää lihankulutuksen siirtyminen ensin punaisesta valkoiseen ja edelleen kasvipohjaiseen ruokaan.

Kylmästä myytäviä kasviproteiineja kuukausittain syövien määrä oli vuonna 2025 maltillisessa laskussa verrattuna vuoteen 2022, joskaan data ei ole täydellisen vertailukelpoista muuttuneen termistön vuoksi. Vaikka ensisijaisena tavoitteena kategoriassa on saada uusia ostajia, ostotiheydessä on myös vielä saavutettavaa. Kyseiseen tarkastelujaksoon osuu kategorialle hankaluuksia aiheuttanut korkea inflaation ja elinkustannusten nousun aika. Myyntidatan perusteella tämän kategorian sisällä tapahtui viimeisen vuoden aikana merkittävä siirtyminen jauhiksesta ja muruista suikaleisiin ja lastuihin. Lisäksi kyselytutki-

muksessa selvisi, että käytön esteissä ei enää nouse, ettei tuotteita kokeiltuaan olisi niistä pitänyt, mikä luo edellytyksiä uusintaostoille.

Palkokasvien käyttö on huomattavasti kylmästä myytäviä kasviproteiineja tavallisempaa, kun kaksi kolmasosaa vastaajista kertoi kuluttavansa niitä kuukausittain. Kyselytutkimuksesta selviää myös, että 40 prosenttia on lisännyt tai harkinnut lisäävänsä palkokasvien käyttöä kuluneen vuoden aikana, mikä enteilee kasvavaa käyttäjäkuntaa.

Kasvimeijeri- vs. meijerituotteet

Maidon yleinen kulutuksen lasku näkyy myös nyt tehdyssä kyselyssä, johon vastanneista 18 prosenttia on vähentänyt tai harkinnut vähentävän sen kulutusta. Käytön säännöllisyyttä tarkastellessa voidaan kuitenkin nähdä, että sekä maitoa että lusikoitavia maitotuotteita käyttää edelleen päivittäin noin puolet suomalaisista. Kasvipohjaisten juomien arkistumisesta kertoo, että niitä käyttää päivittäin jo neljännes, kun lusikoitavia kasvipohjaisia tuotteita käyttää tällä hetkellä 5 prosenttia suomalaisista. Kasvipohjaisten juomien tavallistumista selittää paljon nimenomaan kahviin lisättävät tuotteet. Markkinapotentiaali on merkittävä, jos kokemus laadukkaista kasvipohjaisista tuotteista johtaa kuluttajia ajan myötä myös gurttien ja muiden kasvimeijerituotteiden käyttäjiksi.

Kuukausittain kylmästä myytäviä kasviproteiineja käyttäviä

36 %

(lihan korvikkeet)

2017

48 %

(kasviproteiinivalmisteita)

2022

43 %

(kylmästä myytävät kasviproteiinit)

2026

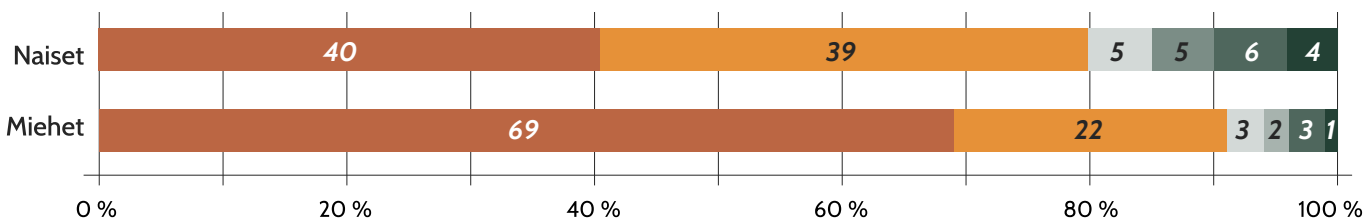
2.3. Demografia

Erisuuntaiset nuoret miehet ja naiset

Kyselytutkimuksen tuloksissa on nähtävissä korostuneesti alle 25-vuotiaiden miesten positiiviset näkemykset lihaa ja liharuokia kohtaan, kun taas saman

ikäluokan naiset ovat kasvipohjaisen ruuan kulutuksen kasvun ajureita. Kaikista naisista alle 25-vuotiaat ovat säännönmukaisesti kasvipainotteiseen syömiseen positiivisimmin suhtautuva ikäluokka, kun taas miehissä alle 25-vuotiaat suhtautuvat siihen edeltäviä ikäluokkia penseämmin.

Ruokavaliot 16–24-vuotiaissa



● Syön monipuolisesti lihaa ja kasviksia, en pyri vähentämään lihaa

● Ruokavaliooni kuuluu liha, mutta pyrin lisäämään kasvisten osuutta

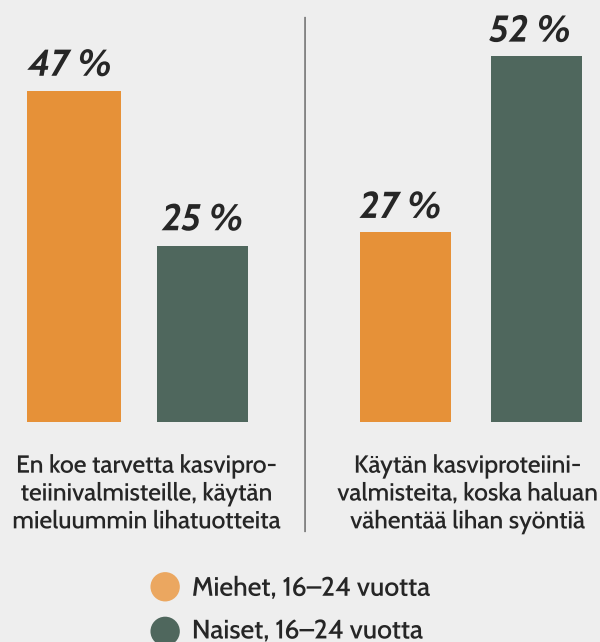
● Pääsääntöisesti syön kasvipainotteisesti, mutta ajoittain saatan syödä lihaa

● Punainen liha ei kuulu ruokavaliooni, mutta syön siipikarjaa, kalaa tai kananmunia

● Olen kasvissyöjä, liha ei kuulu ruokavaliooni, mutta voin käyttää maitotuotteita tai kananmunia

● Olen vegaani, ruokavaliooni eivät kuulu mitkään eläinkunnan tuotteet

16–25 vuotiaiden miesten ikäluokka suhtautuu kasvipohjaisiin ruokiin penseästi, kun 26–39-vuotiaat naiset taas korostetun kiinnostuneesti.

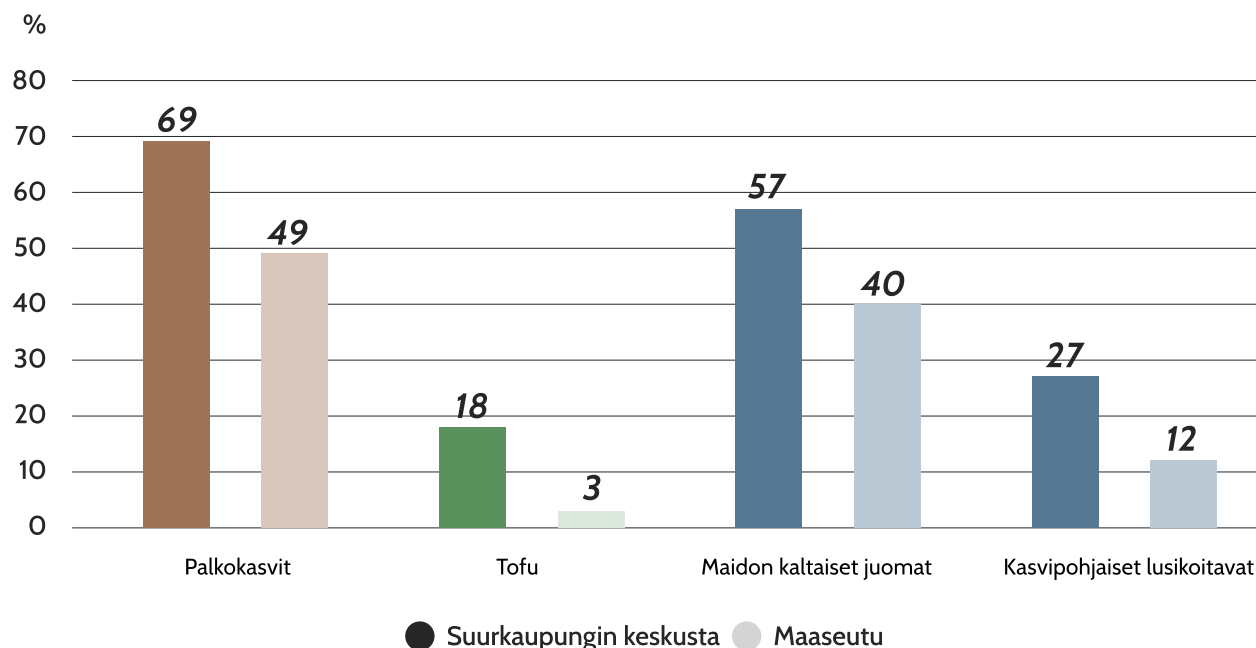


Maaseutu vs. kaupungit

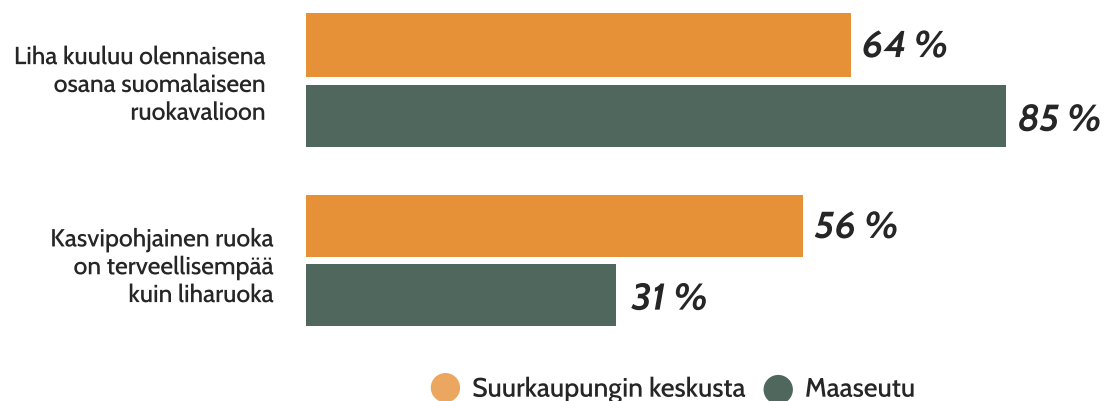
Maaseudun ja kaupunkien välillä on merkittävä ero sekä suhtautumisessa kasvipohjaiseen ruokaan että sen käytön useudessa. Jopa 85 prosenttia maaseudulla asuvista vastaajista ajattelee lihan kuuluvan olennaisena osana ssuomalaisten ruokavalioon, kun vastaava luku suurten kaupunkien keskustoissa asuvien joukossa on 64 prosenttia. Käsitykset lihan terveellisyydestä ovat maaseudulla poikkeuksellisen vahvoja. Kaupungin keskustoissa asuvista hieman yli puolet ajattelee kasvipohjaisen ruuan olevan terveellisempää kuin liharuokien, kun maaseudulla vain 31 prosenttia ajattelee näin. Lukuja voi kautta linjan pitää alhaisina, sillä esimerkiksi ravitsemussuosituksista käydyssä julkisessa keskustelussa painottui nimenomaan kehotukset lihan vähentämiseen.

Kulutusta tulkitessa on olennaista huomioida myös tarjonnan merkitys. Mikäli maaseudulla kasvipohjaisten ruokien tarjonta olisi yhtä laajaa kuin pääkaupunkiseudulla, ohjaisi se myös kulutusta. Toisaalta, maaseudun niukempi lähtökohtainen kysyntä luonnollisesti johtaa tuotteiden niukempiin valikoimiin ja suppeampaan esillepanoon. Tarjonnan merkityksen voidaan olettaa näkyvän erityisen vahvana esimerkiksi siinä, miten usein tofua ihmiset syövät. Tofu kuuluu tyypillisesti kaupunkien lounasravintoloiden vakiotarjontaan – keskustoissa asuvista lähes viidennes syö tofua viikottain, kun maaseudulla vain 3 prosenttia.

Vähintään viikottain käyttävien osuus



Väitteiden kanssa samaa mieltä olevien osuus



2.4. Asenteet

Kärjistymistä ja jakautumista

Vaikka viimeisen vuoden aikana kasvipohjaisen ruuan myynti on kasvanut maltillisesti kaikissa kategorioissa ja ravitsemussuositukset ovat lisänneet kiinnostusta kasvipainotteiseen syömiseen, asenteet kasvisruokaa kohtaan ovat jossain määrin ottaneet takapakkia vuoden 2022 jälkeen. Lisäksi asenteet ovat jyrkentyneet ja jakautuneet. Suoraa yhteyttä on vaikea todentaa, mutta konservatiiviset arvot ovat vahvistuneet yhteiskunnassa muutenkin samana ajanjaksona.

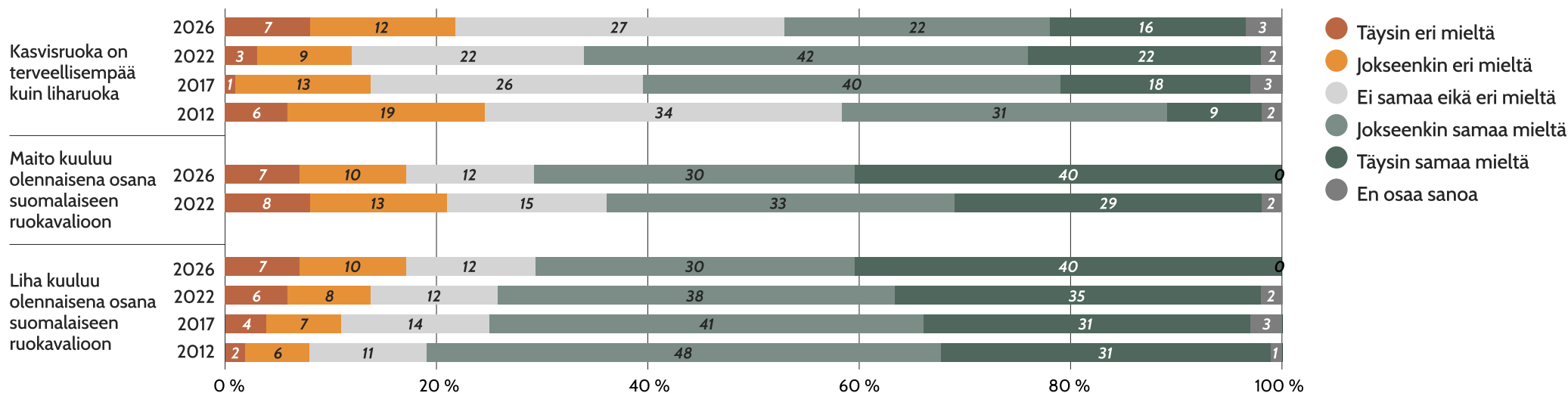
Lihan asema olennaisena osana suomalaista ruokavaliota on nakertunut tasaisesti vuodesta 2012. Kun vuonna 2012 80 prosenttia vastaajista katsoi lihan olevan olennainen osa suomalaista ruokavaliota, vuonna 2026 tätä mieltä oli enää 70 prosenttia. Toisaalta, lihan olennaisena kokevat ovat aiempaa jyrkemmin tätä mieltä.

Yllättävää on, että suhtautuminen maitoon ja maitotuotteisiin olennaisena osana suomalaista ruokavaliota on vahvistunut edellisen neljän vuoden aikana, vaikka maidon kulutus on kulutustilastojen ja nyt tehdyn kyselytutkimuksenkin mukaan laskenut

viime vuosina. Muutosta voi selittää kulutustilastoista selviävä juustojen kulutuksen viimeaikainen voimakas kasvu ilman, että vuustot nähtäisiin vielä laajasti relevanttina vaihtoehtona.

Näkemykset kasvisruuan terveellisyydestä suhteessa liharuokaan vahvistuivat 2012–2022 tehdyissä kyselyissä tasaisesti. Kuitenkin vuoden 2022 jälkeen vastauksissa on tapahtunut taantumista yllättävän reilusti, kun aiemman 64 prosentin sijaan nyt 51 prosenttia piti kasvisruokaa terveellisempänä kuin liharuokaa.

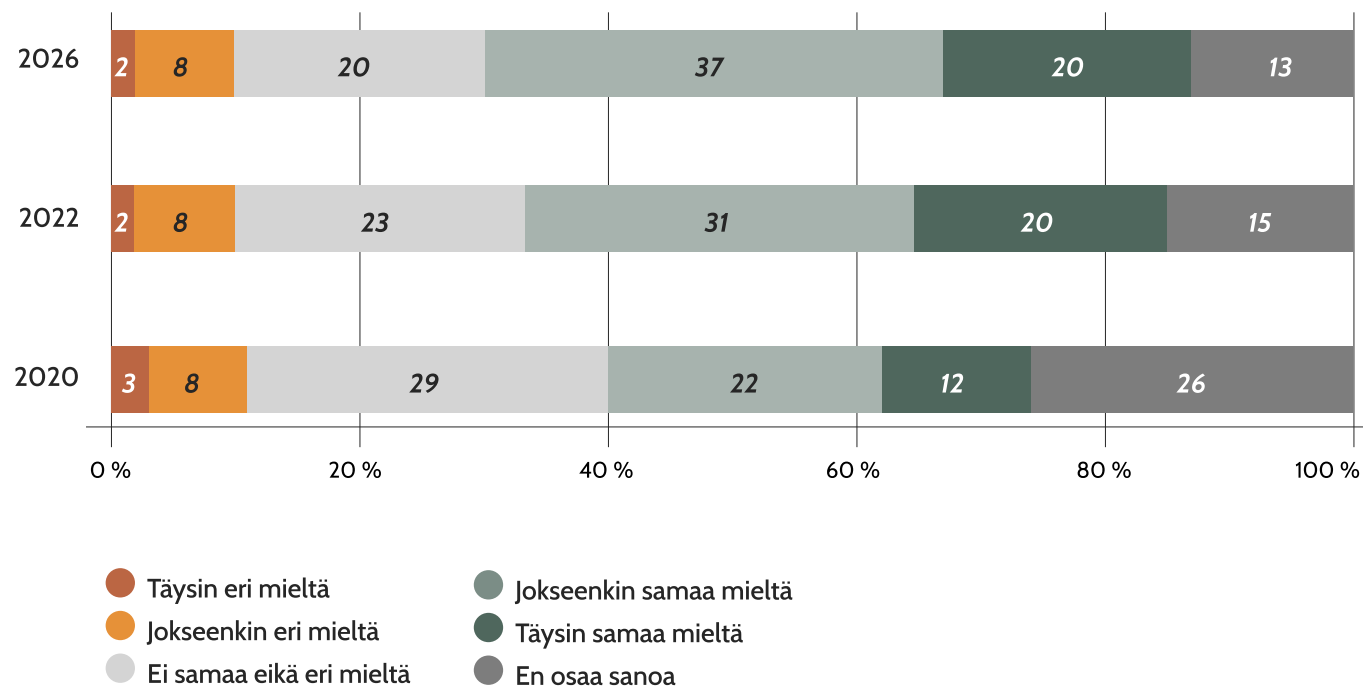
Väittämiä vuosivertailu 2012–2026



Prosessointikeskustelu on rantautunut Suomeen

Ruokien prosessoinnin kyseenalaistava yhteiskunnallinen keskustelu on viime vuosina voimistunut maailmalla. Keskustelun rantautuminen Suomeen näkyy myös kyselytutkimuksen tuloksissa. Kun vuonna 2020 väitteeseen “Kasviproteiinit ovat usein liian prosessoituja” 26 prosenttia ei osannut sanoa kantaansa, vuonna 2026 epävarmojen osuus puolittui 13 prosenttiin. Väitteen kanssa eri mieltä olevien määrä on pysynyt kuudessa vuodessa ennallaan, mutta jokseenkin tai täysin samaa mieltä olevien määrä on kasvanut 34 prosentista 57 prosenttiin. Alkuvuodesta 2026 kansalaisaloite ultraprosessoidun ruuan kieltämisestä kouluruokailussa saavutti 50 000 allekirjoittajan rajan nopeasti ja etenee eduskunnan käsiteltäväksi. Monin paikoin virheellisiin oletuksiin perustuva prosessointikeskustelu on merkittävä haaste alalle, vaikka se perustuikin aitoon huoleen epäterveellisestä syömisestä. Keskustelun takana olevaa prosessointiin liittyvää luokittelua kritisoidaan ravitsemusalalla laajasti. Siinä ei huomioida ruuan ainesosia, esimerkiksi rasvan laatua ja kuidun määrää.

Kasviproteiinit ovat usein liian prosessoituja



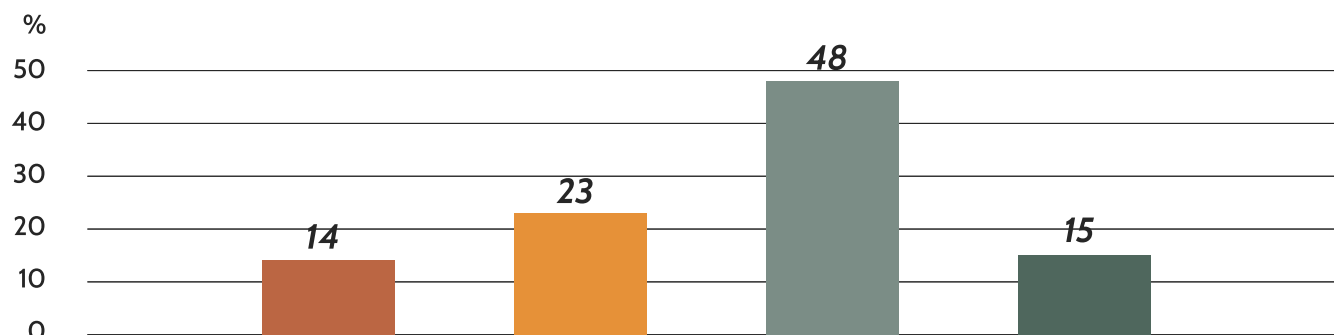
3. Ravitsemussuositusten vaikutus myynnin kehitykseen

3.1. Ravitsemussuositusten ohjaava vaikutus

Kyselytutkimuksen mukaan 15 prosenttia vastaajista on tehnyt muutoksia ruokavalintoihinsa ravitsemussuositusten perusteella. Koska suositusten ensisijainen tarkoitus ei ole ohjata suoraan kuluttajien tietoisia ruokavalintoja, tietoisesti muutoksia tehneiden joukon suuruutta voidaan pitää vähintäänkin tyydyttävänä.

Vaikka kysymys ei ota kantaa muutosten suuruuteen, 15 prosenttia vastaavan 600 000 henkilön joukko piristää kasvipohjaisen ruuan kysyntää jo merkittävästi. Kaikista vastaajista 39 prosenttia kertoo ravitsemussuositusten lisänneen kiinnostusta kasvipohjaisia ruokia kohtaan. Suositukset ovat lisänneet tätä kiinnostusta erityisesti erityisesti lihaa vähentävien joukossa (59 %).

Ovatko uudet ravitsemussuositukset vaikuttaneet ruokavalintoihisi kuluneen vuoden aikana?



- En ole kuullut uusista ravitsemussuosituksista
- Olen kuullut uusista ravitsemussuosituksista, mutta en tiedä niiden sisältöä tarkemmin eivätkä ne ole vaikuttaneet ruokavalintoihini
- Tiedän ravitsemussuositusten sisällön vähintään pääpiirteittäin, mutta ne eivät ole vaikuttaneet ruokavalintoihini
- Tiedän ravitsemussuositusten sisällön ja olen tehnyt muutoksia ruokavalintoihini niiden perusteella

Ravitsemussuositukset julkisessa keskustelussa

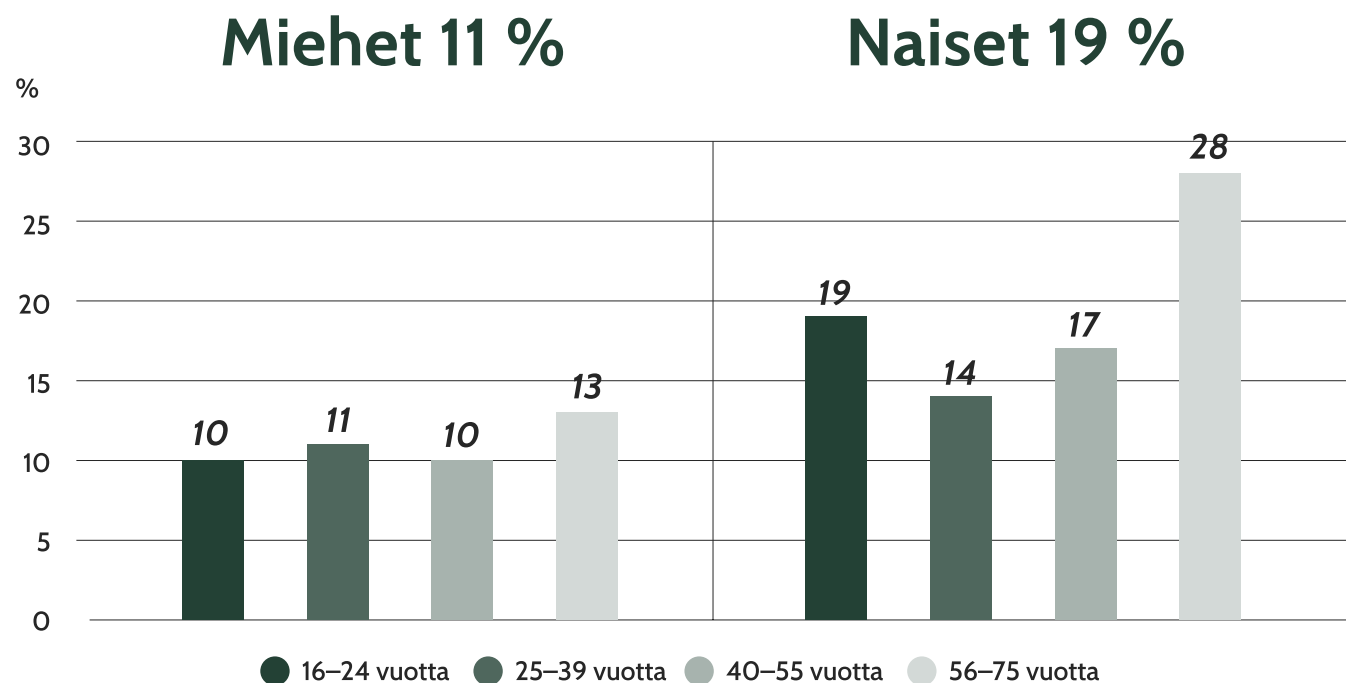
Marraskuussa 2024 julkaistut uudet kansalliset ravitsemussuositukset käynnistivät poikkeuksellisen vilkkaan julkisen keskustelun. Erityisesti niin sanottu "leikkeleraivo" nousi mediassa esiin, kun suosituksia tulkittiin pääosin kieltojen ja rajoitusten kautta. Ravitsemussuosituksissa suositeltu kasvipainotteinen syöminen etenkin palkokasveja lisäämällä sai mediassa huomiota jonkin verran. Keskustelu kärjisty nopeasti ja suositusten sisältöä käsiteltiin laajasti uutisoinnissa, mielipidekirjoituksissa ja sosiaalisessa mediassa.

Suositukset ovat valtion ravitsemusneuvotelukunnan laatimia ja perustuvat tieteelliseen näyttöön. Tavoitteena on ohjata erityisesti julkisia ruokapalveluja sekä elintarviketeollisuuden tuotekehitystä kohti terveellisempiä ja kestävämpiä valintoja. Ravitsemussuosituksista ei 2024–2025 aikana tehty kuluttajille suunnattua viestintäkampanjaa, joten kyselytutkimuksessa ilmenneet vaikutukset ovat syntyneet pääosin median ja yhteiskunnallisen keskustelun myötä.

Samalla on selvää, että ravitsemussuositusten ohjaava vaikutus on rajallinen. Lähes puolet vastaajista sanoo tietävänsä niiden sisällön pääpiirteittäin, mutta ei ole tehnyt muutoksia ruokavalintoihinsa. Tämä menee yksiin sen kanssa, että lisätiedolla on yleisesti ottaen melko vähän vaikutusta tapojen ja tottumusten muuttamiseen. Toisaalta hekin, jotka eivät ole tehneet tietoisia muutoksia ruokavaliionsa, ovat voineet edetä suosituksia kohti niiden vaikutettua esimerkiksi työpaikkaravintoloiden tarjontaan.

Ravitsemussuositusten vaikutus on ollut kovin sukupuolittunutta. Naiset vastasivat tehneensä muutoksia lähes kaksi kertaa useammin kuin miehet. Yli 55-vuotiaiden osuus painottui molemmissa vastaajaryhmissä – naisissa jopa 28 prosenttia sanoi tehneensä suositusten perusteella muutoksia.

Tiedän ravitsemussuositusten sisällön ja olen tehnyt muutoksia ruokavalintoihini niiden perusteella



3.2. Muutoksia ravitsemussuositusten jälkeen

Myyntidatassa näkyvän palkokasvien myynnin hypäyksen (volyymissä pakasteet +7 %, säilykkeet +13 %) alkupiste vaikuttaa olevan ravitsemussuosituksissa. Enemmistö heistä, jotka sanoivat tehneensä muutoksia ruokavalintoihinsa ravitsemussuositusten perusteella, kertoo lisänneensä palkokasvien käyttöä. Kulutuksen lisäys vaikuttaa kohdistuneen juuri palkokasveihin, mitä selittää tuoteryhmän

perinteisyys ja siksi helposti lähestyttävyyys. Yleisesti kasviksia ja salaatteja lisänneitä on myös noin kaksi kolmesta samasta vastaajajoukosta.

Ravitsemussuositusten uutisoinnissa painottui punaisen lihan ja lihavalmisteiden, etenkin leikkeleiden, käytön vähentäminen ja välttäminen. Vaikka ravitsemussuositusten vuoksi moni vastaaja sanoi vähentäneensä lihaleikkeleitä, tämä ei näy likimainkaan yhtälailla kasvipohjaisten leikkeleiden lisäyksenä. Kasvipainotteisen syömisen korostuminen ravitsemussuosituksissa ei myöskään ole vaikuttanut lähes lainkaan vuustojen kulutukseen.

Niistä, jotka ovat tehneet muutoksia ruokavalintoihin ravitsemussuositusten perusteella

Lisännyt		Vähentänyt	
Kasvikset, salaatit, marjat ja hedelmät	64 %	Liha	69 %
Palkokasvit (esim. linssit, pavut, herneet)	61 %	Lihaleikkeleet	63 %
Kasvipohjaiset levitteet	26 %	Kovat rasvat (maitotuotteet ja lihavalmisteet)	50 %
Kasvipohjaiset juomat	21 %	Maitopohjaiset tuotteet	16 %
Gurtit ja muut lusikoitavat	16 %		
Kylmästä myytävät kasviproteiinivalmisteet	15 %		
Kasvipohjaisemmat valmisruuat ja puolivalmisteet	15 %		
Kasvipohjaiset makkarat ja leikkeleet	6 %		
Vuustot	2 %		



Pyrkimyksistä kohti terveellisempää syömistä

Kyselytulokset viittaavat siihen, että ravitsemussuositukset ovat ohjauskeinona olleet erityisen vaikuttavia niiden keskuudessa, jotka ovat jo ennestään pyrkineet vähentämään punaisen lihan kulutusta. Yli neljännes tästä ryhmästä on tehnyt ruokavalintoihinsa muutoksia suositusten perusteella. Lisäksi jopa 59 prosenttia lihan vähentämistä harkitsevista kertoo suositusten lisännen kiinnostusta kasvipohjaisia tuotteita kohtaan. Näin ollen viralliset ohjeistukset vaikuttavat tuoneen ryhtiä aikomuksiin ja kannustaneet suomalaisia kohti ruokavaliomuutoksia.

Kyselyn mukaan vastaajat eivät kuitenkaan juurikaan koe, että heidän ruokavalionsa olisi muuttunut. Vaikuttaa siltä, että sekasyöjien ruokavalioon on yksinkertaisesti tullut aiempaa enemmän palkokasveja ja muita kasvipohjaisia tuotteita. Näin ollen liha- ja kasvispainotteisten ruokavalioiden välinen raja olisi jonkin verran hälventynyt, mitä voidaan pitää toivottuna kehityssuuntana.

Tiedän ravitsemussuositusten sisällön ja olen tehnyt muutoksia ruokavalintoihini niiden perusteella

4 %
Lihansyöjä

28 %
Pyrkii vähentämään lihan osuutta

26 %
Kasvipainotteiset, kasvissyöjät, vegaanit

Ravitsemussuositukset ovat lisänneet kiinnostustani kasvipohjaisten tuotteiden käyttöön

24 %
Lihansyöjä

59 %
Pyrkii vähentämään lihan osuutta

45 %
Kasvipainotteiset, kasvissyöjät, vegaanit

Liite 1: Myyntidata

Kasvipohjaisten tuotteiden vähittäiskaupan myyntidata 2025 vs. 2024

	2024		2025		2025 vs. 2024	
	Myynti M€ (veroton)	Myyntivol. 1 000 kg	Myynti M€ (veroton)	Myyntivol. 1 000 kg	Muutos (€)	Muutos (vol.)
KASVIPOHJAISET TUOTTEET YHTEENSÄ	244,25	66 545	244,41	68 929	0,1%	3,6%
1 Kasvipohjaiset ruokatuotteet	80,57	8 433	81,91	8 695	1,7 %	3,1 %
1.1 Kasvipohjaiset jauhikset ja murut	4,76	399	4,19	332	-12,1 %	-16,8 %
1.2 Kasvipohjaiset palat, lastut, suikaleet ja nyhdetyt	5,20	375	6,09	453	17,1 %	20,7 %
1.3 Tofut ja tempet	11,52	1 422	12,84	1 596	11,4 %	12,3 %
1.4 Kasvipohjaiset pihvit ja leikkeet	4,46	376	4,85	405	8,8 %	7,5 %
1.5 Kasvipohjaiset pyörökät, falafelit, nugetit ja puikot	7,44	712	6,54	621	-12,1 %	-12,7 %
1.6 Kasvipohjaiset makkarat ja nakit	5,16	379	5,23	366	1,4 %	-3,4 %
1.7 Kasvipohjaiset leivänpäälliset	8,21	633	8,89	679	8,3 %	7,3 %
1.8 Kasvipohjaiset valmisruuat	28,20	2 902	27,27	2 908	-3,3 %	0,2 %
1.9 Kasvipohjaiset kuivatut murut ja palat	2,09	252	2,43	279	16,3 %	10,6 %
1.10 Kasvipohjaiset säilykkeet	3,52	982	3,57	1 055	1,4 %	7,4 %
2 Palkokasvit	23,25	6 169	24,04	6 447	3,4 %	4,5 %
2.1 Tuoreet palkokasvit	7,36	994	6,44	801	-12,5 %	-19,4 %
2.2 Pakastetut palkokasvit	5,12	1 499	5,84	1 610	13,9 %	7,4 %
2.3 Kuivatut palkokasvit	3,11	970	3,16	965	1,5 %	-0,5 %
2.4 Säilykepalkokasvit	7,65	2 706	8,60	3 070	12,3 %	13,5 %
3 Kasvipohjaiset meijerituotteet	140,43	51 943	138,46	53 787	-1,4%	3,6%
3.1 Kasvipohjaiset juomat	74,28	40 105	76,23	42 219	2,6 %	5,3 %
3.2 Kasvipohjaiset ruuanvalmistustuotteet	12,04	2 493	12,68	2 686	5,3 %	7,7 %
3.3 Kasvipohjaiset vuustot	5,24	387	5,23	393	-0,2 %	1,6 %
3.4 Kasvipohjaiset gurtit	37,30	7 821	34,58	7 363	-7,3 %	-5,9 %
3.5 Kasvipohjaiset jäätelöt	11,57	1 137	9,76	1 126	-15,7 %	-1,0 %

Liite 2: Kategoriapuu

1 KASVIPOHJAISET RUOKATUOTTEET

1.1 Kasvipohjaiset jauhikset ja murut

1.1.1 Jauhikset ja murut

1.1.2 Pakastetut jauhikset ja murut

1.2 Kasvipohjaiset palat, lastut, suikaleet ja nyhdetyt

1.2.1 Palat, lastut, suikaleet ja nyhdetyt

1.2.2 Pakastetut palat, lastut, suikaleet ja nyhdetyt

1.3 Tofut ja tempet

1.3.1 Tofut

1.3.2 Tempet

1.4 Kasvipohjaiset pihvit ja leikkeet

1.4.1 Pihvit ja leikkeet

1.4.2 Pakastetut pihvit ja leikkeet

1.5 Kasvipohjaiset pyörykät, falafelit, nugetit ja puikot

1.5.1 Pyörykät

1.5.2 Falafelit

1.5.3 Nugetit ja puikot

1.5.4 Pakastetut pyörykät, nugetit ja puikot

1.6 Kasvipohjaiset makkarat ja nakit

1.6.1 Makkarat

1.6.2 Nakit

1.7 Kasvipohjaiset leivänpäälliset

1.7.1 Leikkeleet

1.7.2 Hummukset ja pateet

1.8 Kasvipohjaiset valmisruuat

1.8.1 Valmisruoka-ateriat

1.8.2 Välipalat (hampurilaiset, hotdogit yms.)

1.8.3 Pakastetut valmisruuat

1.8.4. Valmisruoka-ainekset

1.9 Kasvipohjaiset kuivatut murut ja palat

1.9.1 Kuivatut murut

1.9.2 Kuivatut palat ja suikaleet

1.10 Kasvipohjaiset säilykkeet

1.10.1 Säilykeainekset

1.10.2 Säilykeateriat

2 PALKOKASVIT

2.1 Tuoreet palkokasvit

2.2 Pakastetut palkokasvit

2.3 Kuivatut palkokasvit

2.4 Säilykepalkokasvit

3 KASVIPOHJAISET MEIJERITUOTTEET

3.1 Kasvipohjaiset juomat

3.1.1 Kaurajuomat (maustamattomat)

3.1.2 Soijajuomat (maustamattomat)

3.1.3 Muut juomat (maustamattomat)

3.1.4 Maustetut kasvijuomat

3.1.5 Kahviin lisättävät kasvijuomat

3.1.6 Proteiinijuomat

3.2 Kasvipohjaiset ruuanvalmistustuotteet

3.2.1 Kaurakermat ruokiin

3.2.2 Muut kasvikermat ruokiin

3.2.3 Kasvikermat leivontaan

3.2.4 Kasvifraichet

3.2.5 Kasvipohjaiset rasvat

3.3 Kasvipohjaiset vuustot

3.3.1 Leivänpäällisvuustot

3.3.2 Vuustoraasteet

3.3.3 Tuorevuustot

3.3.4 Fetan-, chevre- ja homejuustojen kaltaiset vuustot

3.3.5 Muut ruuanlaittovuustot

3.4 Kasvipohjaiset gurtit

3.4.1 Kauragurtit

3.4.2 Muut kasvipohjaiset gurtit

3.4.3 Jälkiruokagurtit ja -vanukkaat

3.4.4 Proteiinigurtit ja -vanukkaat

3.5 Kasvipohjaiset jäätelöt

3.5.1 Puikot, tuutit ja pikarit

3.5.2 Kotipakkaukset

| Pro Vege |

BABA FOODS



enifer.

Food & Comms



foo^(d)
deli
doo

FRIIDU



HAPPY PLANT
PROTEIN

HERNIS

Jalofoods

JUUSTOPORTTI



KOTIPIZZA
GROUP



LEIPURIN.



linseed



MUU
SAME SAME BUT PLANT-BASED

Mö

THE ORIGINAL
OAT-
LY!

RAISIO

Ruokailo

Sevan



SOPU

UNICAFE

Unlimited Foods

Vege-
firma

Vegem



Karvuisen tilan
VOIMA PÄPÄ
MARKKINATUTKIMUS



VTT



LISÄTIETOJA:
info@provege.fi

Jukka Kajan
toiminnanjohtaja
+358 50 467 4740
jukka.kajan@provege.fi

PRO VEGE MARKKINARAPORTTI 2025

Raportin taitto: Seidi Guzejev | Valokuvat: Kukka Rosenlund
www.provege.fi

| Pro Vege |