

Kukkii se perunakin – peruna osana suomalaista ja vastuullista ruokavalintaa

Peruna-alan yhteistyöryhmä 11.2.2026

Päivitetty 17.2.2026

Minna Asunmaa, Ruokatieto

Seuraavat 45 min näin:

- Esittely
- Hyvää Suomesta -merkki
- Lyhyt alustus kotimaisuuteen ja vastuullisuuteen
- Perunan kulutuksesta Suomessa
- Peruna ja vastuullisuus



Ruokatieto Yhdistys ry

Mikä?

Yleishyödyllinen yhdistys, jonka jäsenistössä on edustettuna koko ruokaketju

Jäsenorganisaatioita ja Hyvää Suomesta -merkin käyttäjiä noin 350 kpl

Tehtävä

Suomalaisen ruoan arvostuksen ja menekien kasvattaminen tekemällä tunnetuksi suomalaista osaamista ja työtä pellolta pöytään

Keinot

- Hyvää Suomesta -alkuperämerkki
- Ruokakasvatus ja -viestintä
- Ruokaviennin strateginen johtaminen



Jäsenenä 50 yritystä, jolla perunaa sisältäviä tuotteita (nimessä ”peruna”)

Anton&Anton
Apetit
Atria
Delitalo
Dynameat
Wihuri/Eldorado
Fazer Leipomot
Feelia
Finnamyl
Forssan
HK Foods
Jepuan Peruna
Jokioisten leipä
Palokan pernneleipurit

Leipomo Viljaherkut
Lidl/Myllykivi
Kivikylän kotipalvaamo
Kokkikartano
SOK/Kotimaista
Kymppimaukkaat
Leipomo Salonen
Veraisen leipomo
Leivon leipomo
Suomen lounastuote
Kesko/Pirkka, Menu
Pohjolan peruna
Potpower/Nevalan farmiherkut
Suomen Oikia
Orkla/Oolannin
Heikki Penttilä
Siskosten vihannestila
Kotileipomo Siiskonen

Aallon leipomo
Pirjon Pakari
Rautavaaran leipomo
Leipomo Väyrynen
Haagan leipä
Uudenmaan herkku
Tokmanni/Priima
Pulla-Pirtti
Ruokaboksi
Saarioinen
Suupohjan perunalaakso
Lieksan laatuherkut
Turun mestaripalvi
Uotilan leipomo
Lanmännen Unibake
Valio
Dynameat
Evijärven peruna

Ruokatieto edustaa ruoka-alaa ruokaviennin kasvun strategisessa kehittämisessä



- Ruokatieto johtaa 'Ruokaviennin yrityslähtöinen kasvualusta' -hanketta. Kasvualustan muodostavat Ruokatieto ja Suomen elintarvikevientiyhdistys Suvi.
- Ruokatiedon rooli on toimia linkkinä, KOKO RUOKA-ALAN ÄÄNENÄ JA EDUSTAJANA, vientiyritysten ja julkisen sektorin välillä sekä valmistella Suomelle elintarvikevientistrategia.
- Suvi ry rakentaa pk-yrityksille palvelukokonaisuutta, joka tukee vientiä.
- Asiaa viedään eteenpäin yhdessä muun ruokaviennin ekosysteemin kanssa.



Ruokakasvatusmateriaaleja ja konsepteja vuodesta 1996



Yläkouluille suunnattu osaamiskilpailu, jonka avulla tutustutaan ruuan vastuullisuuteen.

Visan sisällön painopiste vaihtelee vuosittain ruuan reitin eri vaiheiden välillä.



Vie oppilaat opettajan johdolla lähimarkettiin oppimaan kaupasta ja ruokaketjusta.

Vahvistaa alakouluikäisten oppilaiden arjen taitoja.



Alakoululaisille suunnattu opetuskokonaisuus, joka tutustuttaa ruuan matkaan pellolta pöytään esimerkiksi julisteiden ja videoiden avulla.



Lupa kokata –aineisto soveltuu elintarvikehygienian opetukseen osana peruskoulun ja lukion valinnaisia kursseja.

Syksyllä 25 peruskouluun striimaukset perunasta osana ruokakasvatushanketta yhdessä Maa- ja kotitalousnaisten ja ruokakasvatusyhdistys Ruukun kanssa.

<https://www.youtube.com/@ruokatietoyhdistysry4799/streams>

**Reilu 200 luokkaa katseli ala- ja yläkouluissa á 15-20 oppilasta
Yht. 6000 – 8000 koululaista**

Linkin takaa löytyy paljon muutakin!

Hyvää Suomesta - merkki

- Kuluttajalla mahdollisuus tunnistaa aidosti suomalainen ruoka: raaka-aine ja työ!
- Valmistajat kertovat merkillä sitoutumisestaan suomalaiseen raaka-aineeseen sekä siitä, että kotimaisen ruokaketjun elinvoimaisuus on yritykselle arvokas asia
- Hyvää Suomesta -merkkijärjestelmä tuo elintarvikeyrityksen kotimaisuusviestille kolmannen osapuolen vahvistuksen
- Pienille ja uusille yrityksille merkki tuo tunnettuutta, koska kuluttajat tunnistavat Hyvää Suomesta -merkin



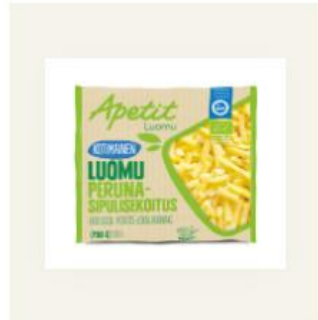


Hyvää Suomesta - merkin kriteerit

- Liha, kala, muna, maito sellaisenaan ja sellaisenaan osana muita tuotteita: aina 100 % suomalaista
- Kaikki yhden ainesosan tuotteet (esim. rypsiöljy, vehnä jauho, hunaja): aina 100 % suomalaista
- Kaikki useamman ainesosan tuotteet: lopputuotteen raaka-aineen määrästä vähintään 75 % suomalaista
- Valmistus ja pakkaaminen: lopputuote aina 100% Suomessa

KESKIMÄÄRIN KOTIMAISUUSASTE 95 %

YRITYKSIÄ 350 KPL, TUOTTEITA 13 000 KPL



**Hyvää Suomesta
merkittyjä
perunatuotteita
346 kpl
(nimessä peruna)**

**Löytyy ruokatieto.fi
yritys- ja tuotehaulla**

Yhteistyössä

- Yrityksissä
 - Tuotekehitystä, jotta merkin kriteerit täyttyvät
 - Hankintaa suomalaisilta alkutuottajilta
 - Varastoinnissa pidetään suomalaiset raaka-aineet erillään muista
 - Valmistuksessa huolehditaan, että raaka-ainevirrat kulkevat niin, että lopputuote on kriteerien mukainen
 - Viestinnässä ja markkinoinnissa hyödynnetään merkin sanomaa
- Ruokatiedossa
 - Ohjataan merkin käyttöä
 - Hallinnoidaan auditointeja
 - Ylläpidetään rekisteriä yrityksistä ja tuotteista
 - Tuotetaan työkaluja merkin käyttäjille
 - Viestitään merkistä kuluttajille



LÖYDÄ SUOMALAISET TUOTTEET

Tutkimustemme ja saamamme asiakaspalautteen perusteella maitotuotteet, liha ja kala sekä leipä halutaan läheltä. Merkin tunnistaa helpoiten Hyvää Suomesta -merkistä. Merkin tunnistaa helpoiten Hyvää Suomesta -merkistä. Merkin tunnistaa helpoiten Hyvää Suomesta -merkistä.

Hyvää Suomesta -merkillä merkittyjen tuotteiden joukosta löydät myös marjojakin.

LUE LISÄÄ HYVÄÄ SUOMESTA -MERKISTÄ



44
800
0
8,5
0
0
0
0
0
0
922,5
91,88 %



Kukkii se
perunakin –
peruna osana
suomalaista
ja vastuullista
ruokavalintaa



Alustus:

Kotimaisuus ja
vastuullisuus on
perunan puolella!

Kotimaisuudella on vahva myönteinen asenneilmapiiri kuluttajien keskuudessa

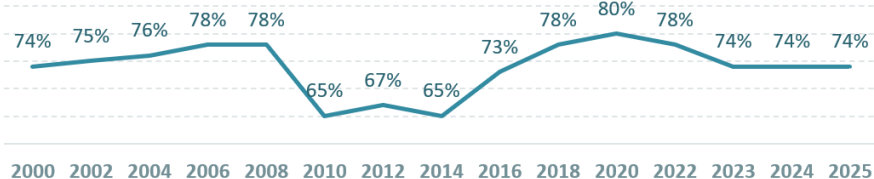
taloustutkimus

Ruoan kotimaisuus on tärkeää suomalaisille

Kaikki vastaajat 2025, n=1570, N=4 391 000



74 % Minulle on tärkeää, että syön kotimaista ruokaa



Samaa mieltä ovat etenkin:

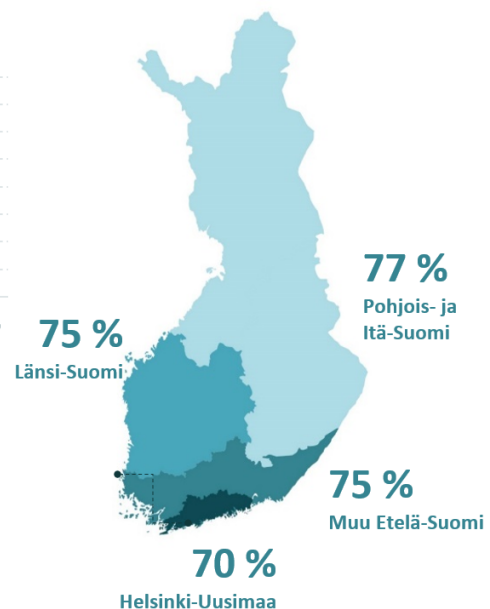
- 45-54 -vuotiaat (79 %) ja 65-80 -vuotiaat (78 %)
- Pariskunnat (78 %) ja pienten lasten perheet (81 %)
- Naiset (naisista 80 %, miehistä 67 %), erityisesti 35-80 –v naiset
- Pienissä kunnissa asuvat (80 %)
- S-ketjun pääasiallisista asiakkaista 77 %
- K-ketjun pääasiallisista asiakkaista 70 %
- Lidlin pääasiallisista asiakkaista 64 %

Myös toimeentulolla on vaikutusta:

- Erittäin hyvin toimeentulevilla samaa mieltä olevien osuus on 80 %
- Vastaavasti tinkimään joutuvilla osuus on 59 %

10357 Suomi Syö 2025 Trendit ja vastuullisuus

Kotimaisuuden merkitys korostuu Pohjois- ja Itä-Suomen suuralueella



Koska kotimaisuusmyönteinen asenne on keskimääräistä heikompi nuorilla, Ruokatieto on valinnut Hyvää Suomesta -viestinnän kohderyhmiksi nuoret omaa taloutta aloittelevat ja nuoret perheet.

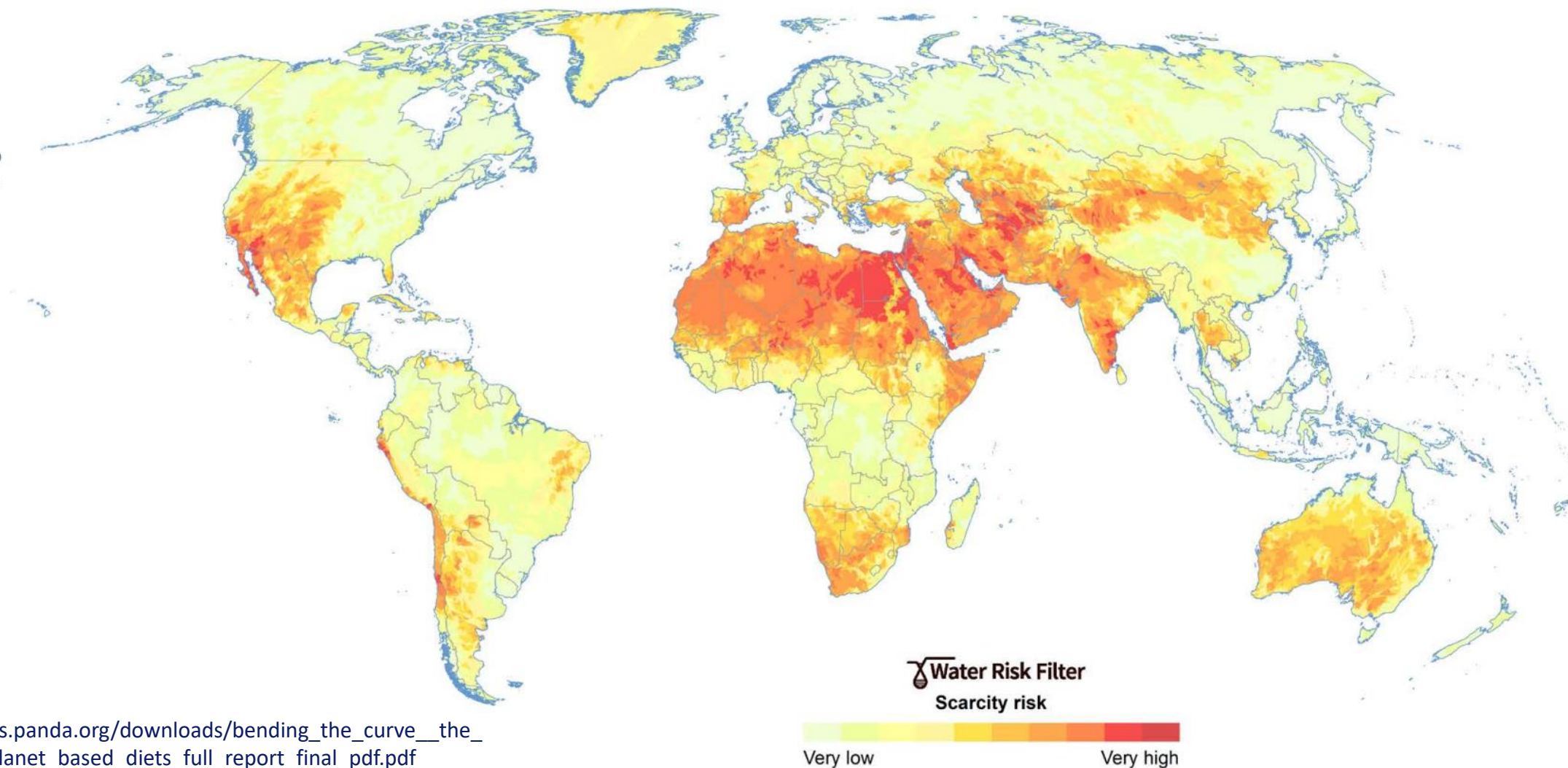
Lähde: Ruokailmiöt 2026, Kesko

”Enää ei puhuta pelkästään italialaisesta tai japanilaisesta keittiöstä, vaan tarkennetaan minkä alueen autenttisia makuja on tarjolla. Vastapainona globaalille ruoalle, alueellinen erikoistuminen elämyksellistää asiakkaita yhä enemmän. Tämä kehitys alkaa näkymään myös Suomessa”, kertoo Veckman.

Suomenkin painoarvo ruoantuottajana kasvaa

FIGURE 40

Water Risk Filter map showing the variation in water scarcity risk across the world, ranging from very high risk in dark red to very low risk in yellow/light green.⁶⁷



Lähde:

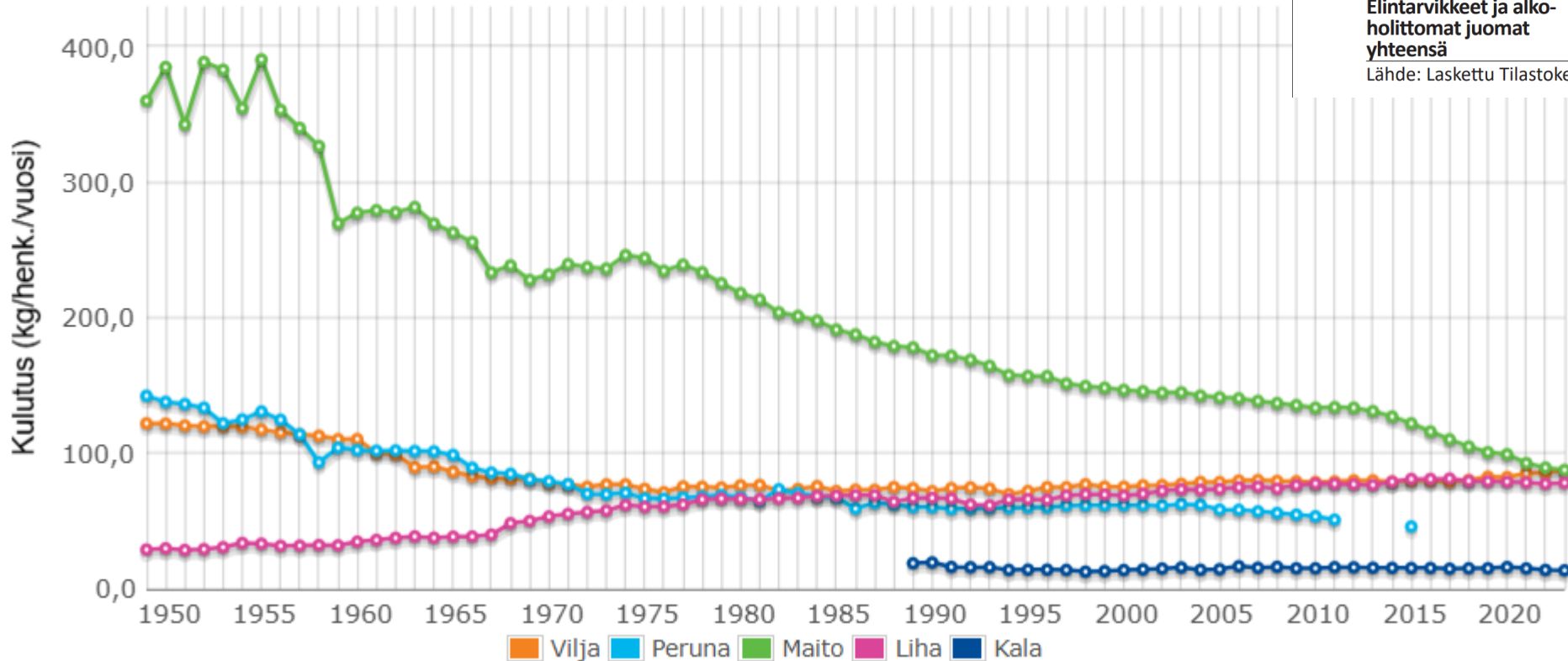
https://wwfint.awsassets.panda.org/downloads/bending_the_curve_the_restorative_power_of_planet_based_diets_full_report_final_pdf.pdf

Lukuja kuluttamisesta - eri näkökulmia

Kotimainen käyttö yhteensä 274 g/hlö/päivä (sis. siemen, teollisuus, ruoka yms.), ollut laskeva, ja osuus ruokakorin arvosta on pieni.

Elintarvikkeiden kulutus henkeä kohti

Vilja, peruna, maito, liha ja kala | Vilja | Liha, kala ja kananmunat | Maito | Piimä, jogurtti, juusto ja voi



Lähde: Luonnonvarakeskus, Ravintotase.

Kotitalouksien ravintomenot asukasta kohti	2005		2023e		2024e	
	€/v	%	€/v	%	€/v	%
Viljatuotteet ja leipä	280	16	446	15	443	14
Liha ja lihatuotteet	311	17	438	14	420	14
Kala ja äyriäiset	69	4	131	4	129	4
Maitotuotteet, juusto ja kananmunat	307	17	500	16	491	16
Öljyt ja rasvat	41	2	70	2	70	2
Hedelmät ja marjat	124	7	215	7	223	7
Vihannekset	155	9	261	9	258	8
Perunat	27	1	36	1	37	1
Sokeri, hillot, hunaja, suklaa ja makeiset	137	8	270	9	277	9
Kahvi, tee ja kaakao	45	3	86	3	86	3
Muut	317	18	582	19	629	21
Elintarvikkeet ja alkoholitonta juomat yhteensä	1 785	100	3 036	100	3 063	100

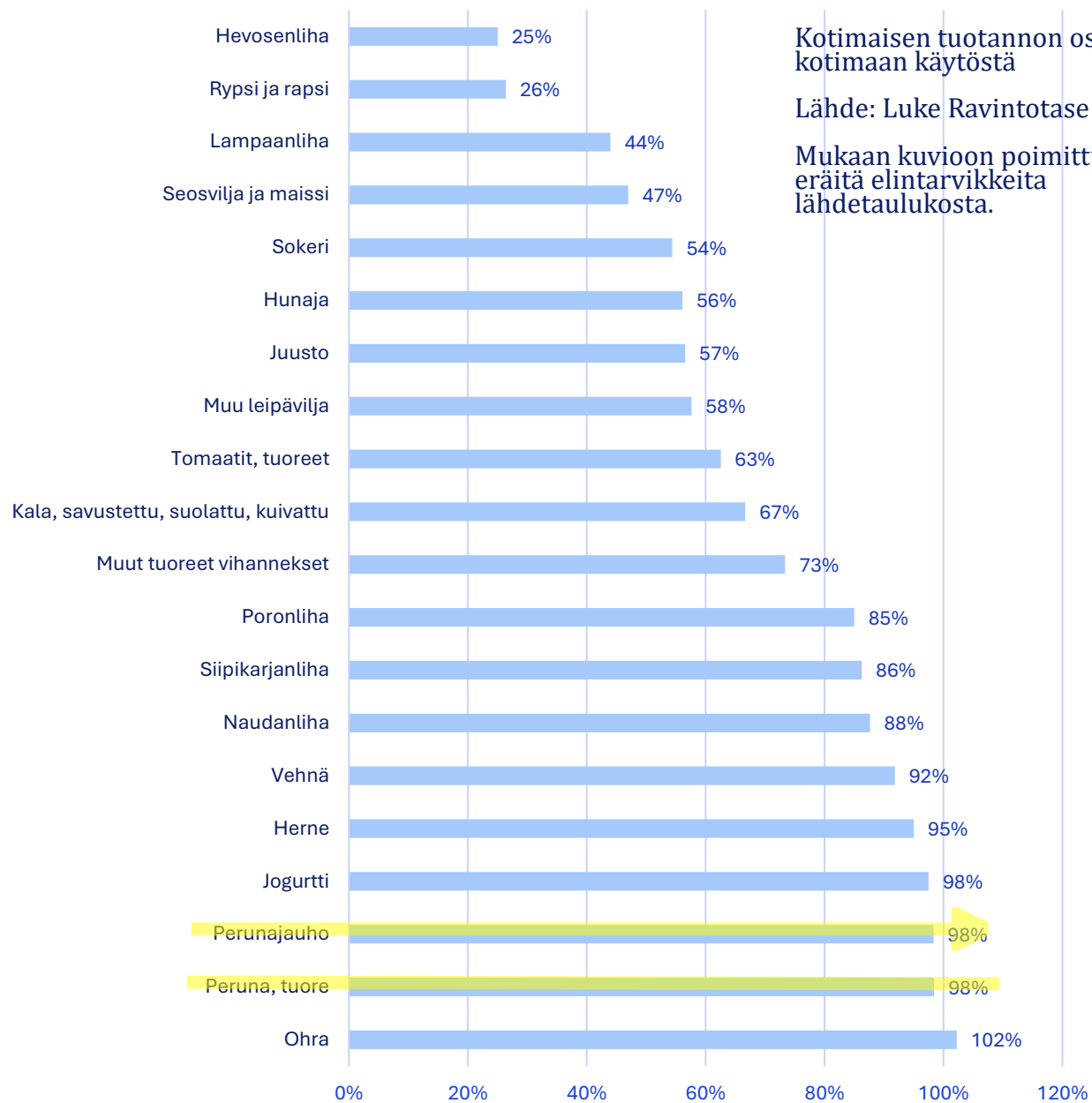
Lähde: Laskettu Tilastokeskus / Kansantalouden tilinpito -luvuista

Syödään nimenomaan kotimaista perunaa.

Lukuja Tietohaarukasta 2025

Tuotanto ja kulutus			
VIHANNEKSET JA HEDELMÄT			
milj. kg	2007	2023	2024
Peruna			
Tuotanto	702	498	553
josta luomua %	1	2	1
Vienti	10	9	9
Tuonti	10	8	8
Kotimainen käyttö yhteensä	662	504	562
Tomaatti			
Tuotanto	38	34	41
josta luomua %	..	1	1
Vienti	0,2	0,2	0,2
Tuonti	22	23	25
Kotimainen käyttö yhteensä	60	57	65
Sipulit			
Tuotanto	..	32	30
josta luomua %	..	1	1
Vienti	0,1	0,3	0,2
Tuonti	9	14	19
Herne			
Tuotanto	11	87	103
josta luomua %	11	11	12
Vienti	1	5	7
Tuonti	4	10	819
Kotimainen käyttö yhteensä	14	92	92
Sitrushedelmät			
Vienti	0,3	0,5	0,3
Tuonti	73	62	66
Kotimainen käyttö yhteensä	73	62	66
Omena			
Tuotanto	..	8	9
josta luomua %	..	1	2
Vienti	0,1	0,1	0,1
Tuonti	55	31	31
Marjat			
Tuotanto	12	17	15
josta luomua %	2	3	4
Vienti	10	10	11
Tuonti	19	26	26

Lähde: Luonnonvarakeskus / Puutarhatilastot, Satotilasto ja Ravintotase, Tulli



Kotimaisen tuotannon osuus kotimaan käytöstä

Lähde: Luke Ravintotase 2024

Mukaan kuvioon poimittu eräitä elintarvikkeita lähdetaulukosta.

Ajatelmia kaupan myyntiluvuista

Lähteinä Nielsen, Lidl ja Kesko ja PTY, mutta saatu tieto ei ole keskenään vertailukelpoista. PTYssä ollut tilastomuutoksia, joten esim. perunalastujen myynnin arvio on tästä pois.

Perunamarkkinan arvo nousee, nousu jalosteista. Perunamarkkinasta jo enemmistö jalosteista?

Volyymistä hyvä määrä pakasteita. Näkyvää kaupassa. Myös tuontia – ehkä ainakin kolmannes?

Tuoteryhmät, joissa peruna on mukana, on viime vuodet kasvanut: snäksit, perunapakasteet, valmisruoka.

Hevi-perunan volyyymi tällä hetkellä? Vieläkö laskee? Pastan arvomyynti noussut PTY:n mukaan 2 % kolmessa vuodessa. Riisillä myynnin nousu 7 % (maahanmuuttajat? Hintojen nousu?).

Ajatelmia kotikeittiöistä

Lähteenä Taloustutkimus Suomi Syö 2025

Peruna pitää pintansa kuluttajien ruokapöydässä. Sitä syödään yhä useammin kuin pastaa tai riisiä. Monikulttuurisissa kodeissa riisi on yleisempää, mutta perunan käyttö on yllättävänkin vahvoilla.

Perunan käytön lisäämiselle on kannatusta. Ilahduttavaa on, että pastalla ja riisillä lisäämisaikeita ei vaikuta olevan.

Peruna on vanhempien ikäluokkien suosikki, mutta onneksi perunan käyttöä kertoo lisänneensä nimenomaan nuoret, ja heissä viriää kiinnostusta myös lisätä käyttöä.

Vastuullisuudesta

Uudistuminen ja sopeutuminen käynnissä myös peruna-alalla!

Kuva 2. Megatrendit Suomen näkökulmasta

IHMISET JA KULTTUURI

**Suuntana
pitkäikäisten
yhteiskunta**

VALTA JA POLITIIKKA

**Maailmanjärjestyksen
murros mittaa
demokratian voiman**

**KOHTI UUTTA
YHTEISKUNTA-
SOPIMUSTA**

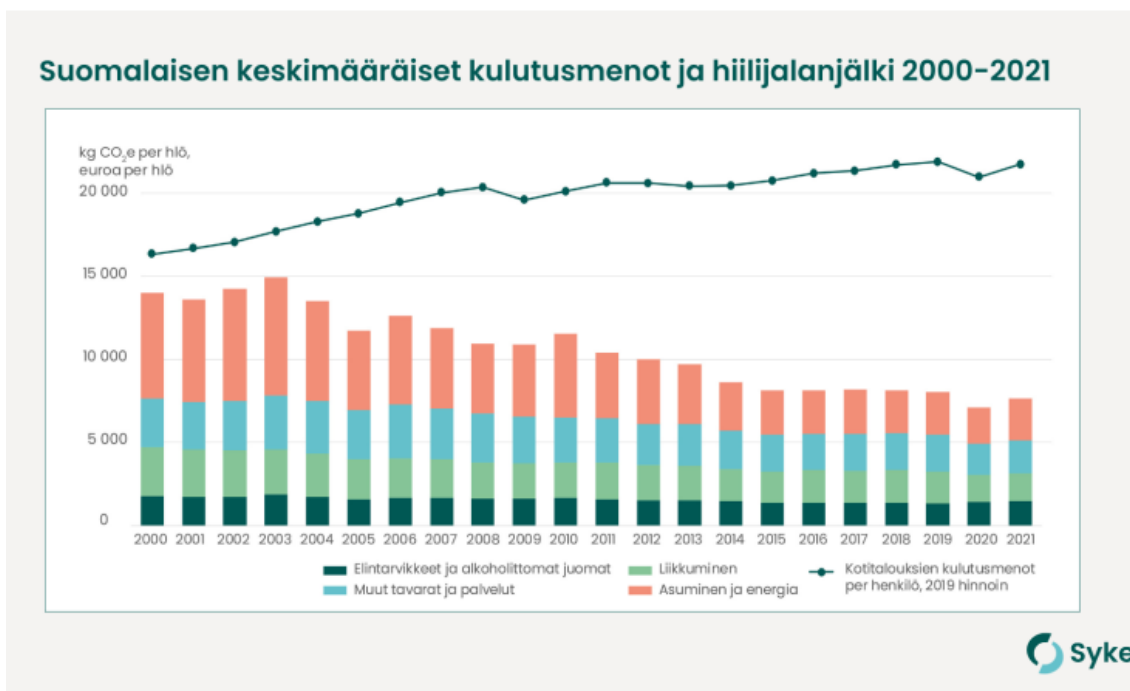
TEKNOLOGIA JA TALOUS

**Tekoäly mullistaa
yhteiskunnan perustaa**

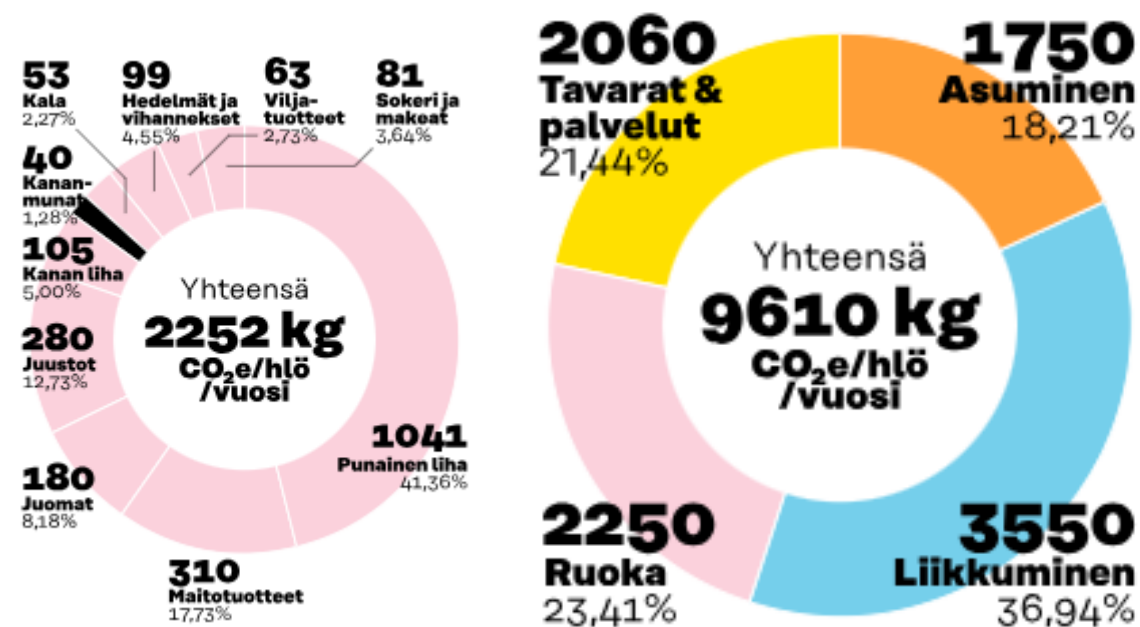
LUONTO JA RESURSSIT

**Ympäristökriisi
pakottaa sopeutumaan
ja uudistumaan**

Ruoka-alan hiilitalkoon muita aloja jäljessä.



Keskivertosuomalaisen hiilijalanjälki on Sitran mittaamana laskenut 7 % vuodesta 2018 vuoteen 2023. Punaisen lihan osuus kokonaisuudesta on 11 %. Alla oleva kuva on vuodelta 2023.



Momentum perunalla?

Linkejä aiheesta

Lähde viereisiin hiililukuihin->

Ilmastovaikutusaineisto ruokapalvelusektorille 2024 Luke:

<https://etsin.fairdata.fi/dataset/50de6ed6-50ea-44ac-992a-c80e94a1a065/data>

Suomalaisten ruokavalion vaikutus globaaliin luonnon monimuotoisuuteen tulossa. Seuraa hanketta <https://biodiful.fi/>

Jos globaalit vertailut kiinnostaa, kannattaa lukea wwf:n raportti.

[https://wwfint.awsassets.panda.org/downloads/bending the curve the restorative power of planet based diets full report final pdf.pdf](https://wwfint.awsassets.panda.org/downloads/bending_the_curve_the_restorative_power_of_planet_based_diets_full_report_final_pdf.pdf)

FOODNAME_FI	kgCO2-eq/kg
PORKKANA	0,12
BATAATTI, KUORITTU	0,13
PERUNA, UUSI	0,2
PERUNA, VANHA, KUORITTU	0,21
RANSKANPERUNAVALMISTE, PAKASTE	0,39
PERUNAHILUVALE	0,44
LINSSI, PUNAINEN, KEITETTY	0,53
JAUHO, RUISJAUHO, TÄYSIJYVÄJAUHO	0,6
KIKHERNE SUOLATTOMASSA VEDESSÄ	0,61
PERUNASEJAUHE, VALMISTAMATON	0,71
PERUNASEJAUHE, VALMISTAMATON, TUOTEKESKIARVO	0,71
PAPU, HÄRKÄPAPU, KUIVATTU, HÄRKÄPAPUROUHE	0,73
PERUNALASTU	0,94
PERUNA, KUIVATTU	1,06
JAUHO, PERUNAJAUHO TAI -SUURIMO, PERUNATÄRKKELYS	1,31
MAKARONI, PASTA, KANANMUNAA	1,42
RUIS-RIISISEOS, RIISI JA RUISROUHE	1,69
MAKARONI, TÄYSIJYVÄ	1,75
TÄYSIJYVÄRIISI	2,52
SUKLAA, MAITOSUKLAA	3,16
JUUSTO, LEIPÄJUUSTO, RASVAA 17-23 %, VL	3,93
BROILERI, KOIPI-REISI, NAHKOINEEN, RAAKA	4,52
KIRJOLHI, FILEE, KASVATETTU	5,44
SIANKYLJYS	5,56
KAHVI, SUODATINKAHVIJUOMA	7,12
KOKOLIHAIKKELE, NAUDANLIHAIKKELE, RASVAA 2,8 %	8,15
NAUDANLIHASUIKALE, MARINOITU, RAAKA	25,95

6,5 x

6,8 x

8 x

8,3 x

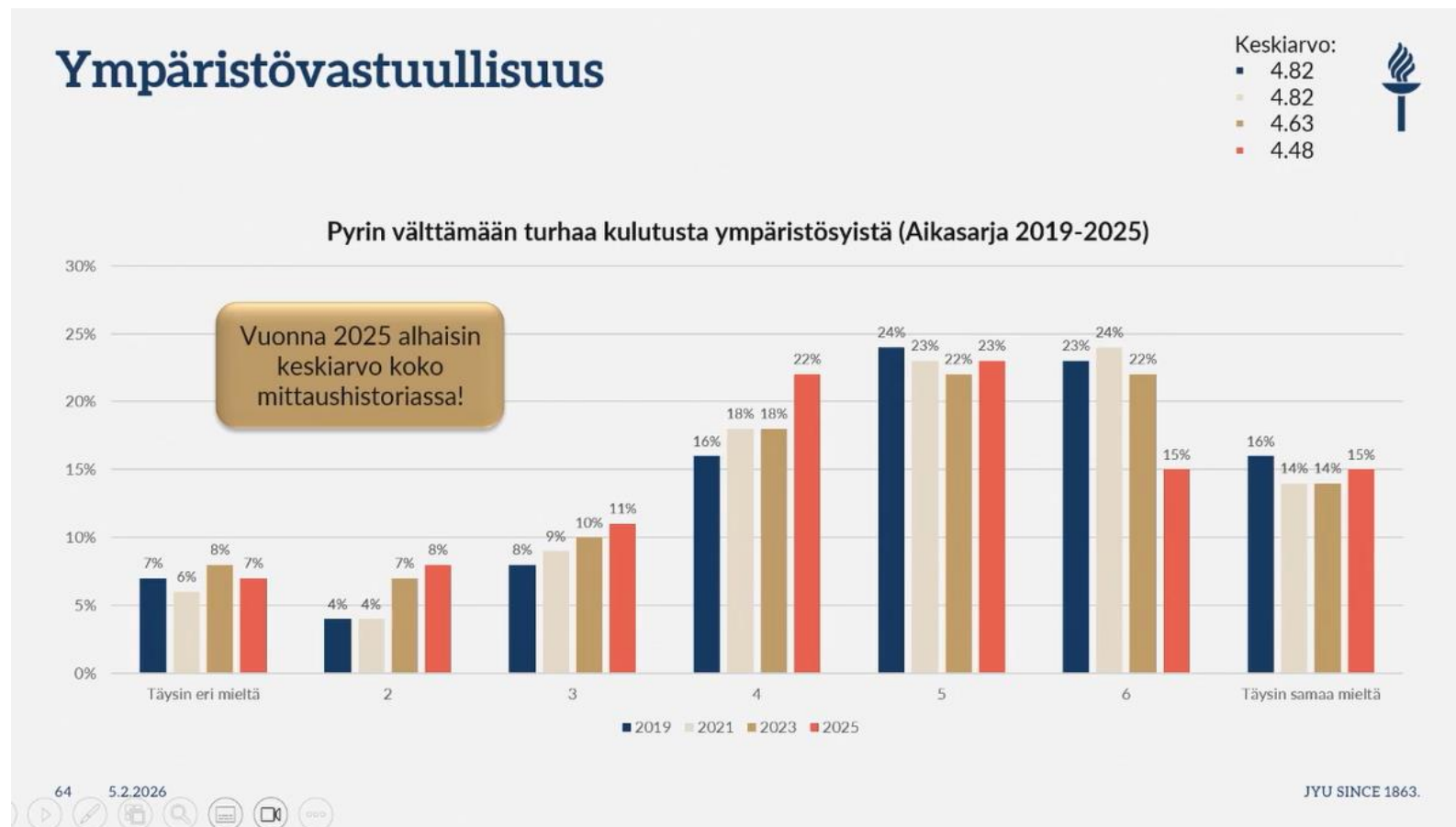
12 x

Ympäristöasiat ovat ihmisillä muiden asioiden joukossa. Toisaalta ruoka liittyy moniin asioihin! Omissakin tutkimuksissamme ympäristöasiat ja eläinten hyvinvointi eivät nouse tärkeimpien ruoan valintakriteerien joukkoon. Mutta megatrendinä vastuullisuusasiat etenevät joka tapauksessa, niin kuluttajien kuin ammattilaisten käsissä. Vastuullisuuden sisältö alkaa olla konkreettista ja odotukset ammattilaisilta kovat.



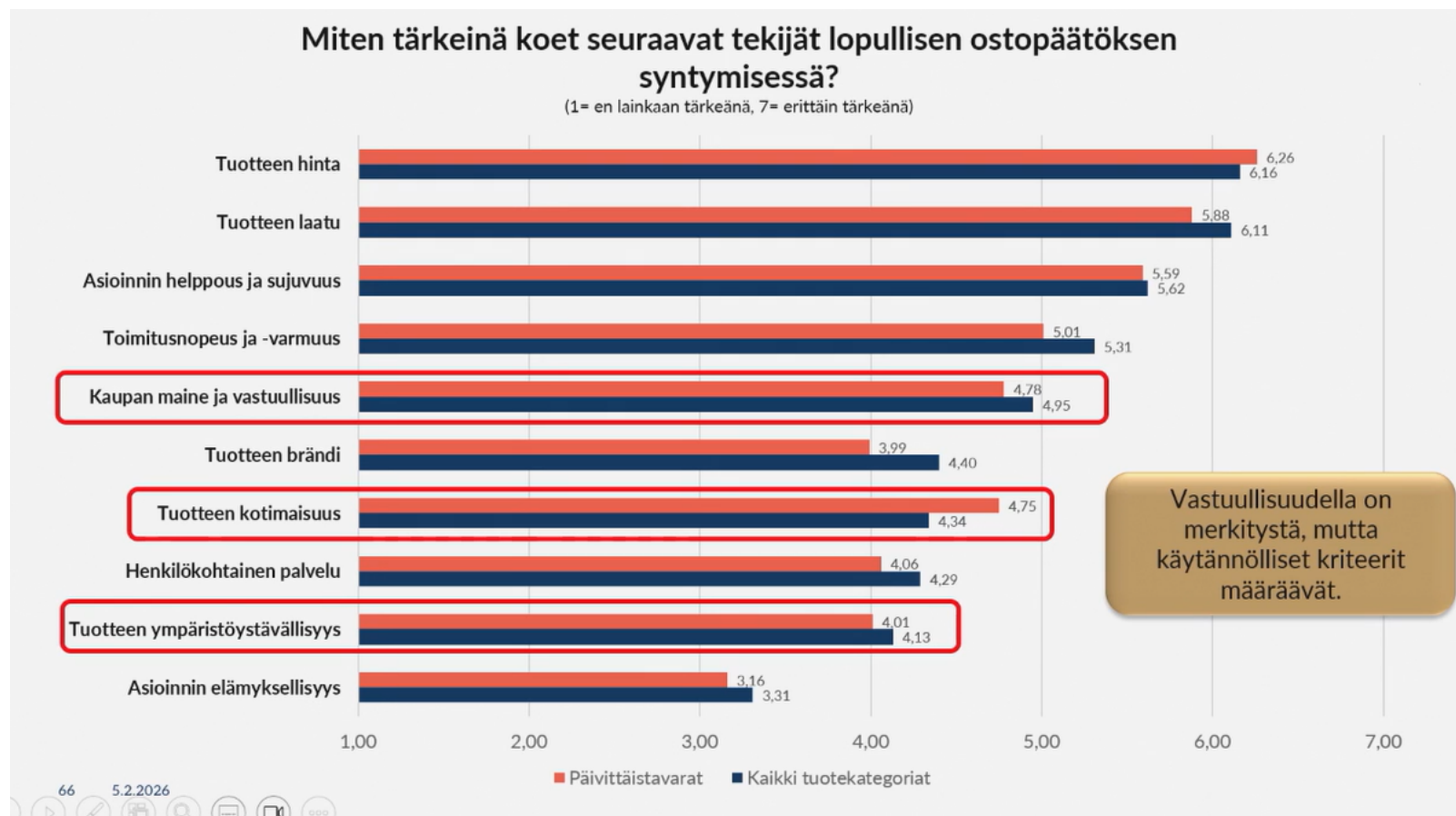
Lähde:
"Joel Mero, Vähittäiskaupan
Tutkimussäätiö" 2026

”Tosiystävät” eivät jätä vaikeinakaan aikoina (kts. täysin samaa mieltä olevat). Liepeillä olevat hidastaneet tahtia - hintako jarruttaa vai maailman tila?



Lähde:
"Joel Mero, Vähittäiskaupan
Tutkimussäätiö" 2026

Hinta, laatu, (maku), kotimaisuus ovat tärkeimmät valintavalintakriteerit, kun erilaisissa tutkimuksissa arvioidaan ruoan valintatekijöitä. Alla olevassa tutkimuksessa on mukana asiointiin liittyviä vaihtoehtoja ja ne nousee korkealle. Kotimaisuus korostuu pt-kaupassa.



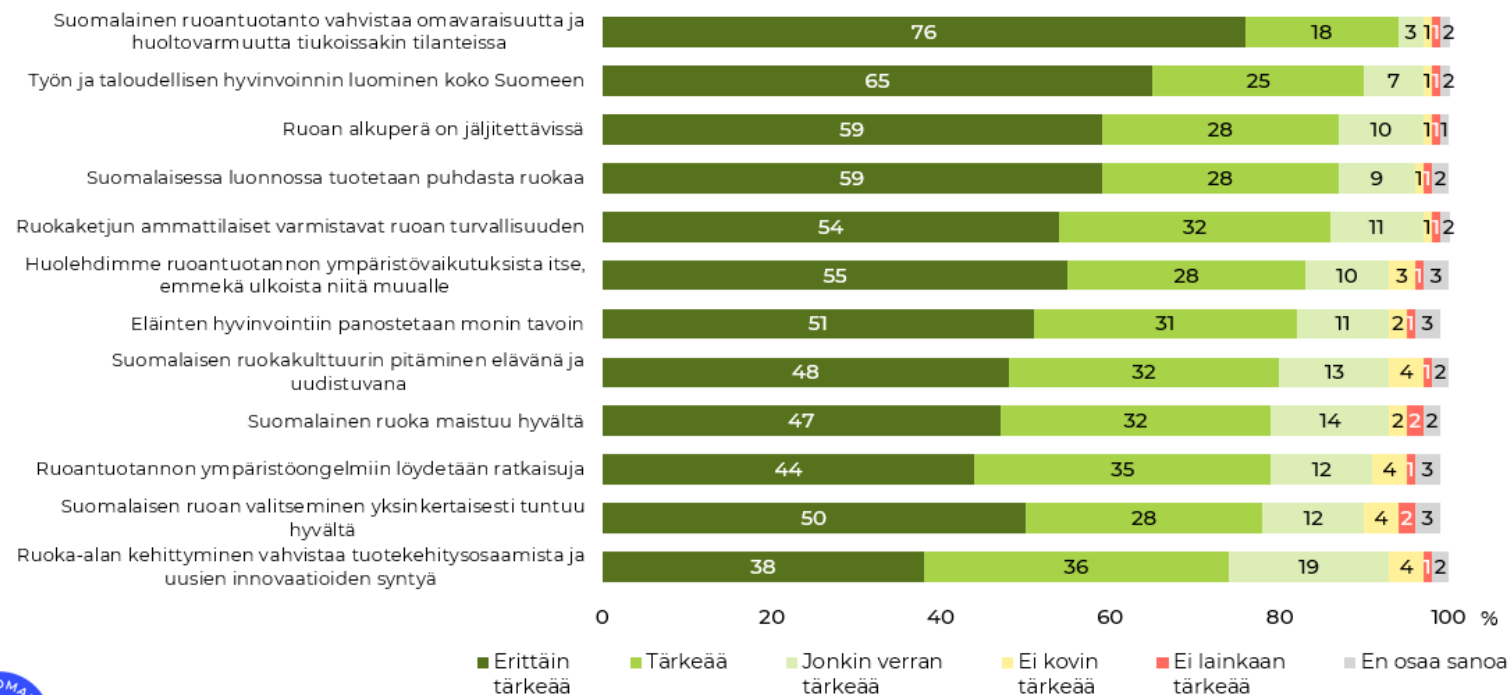
Lähde:
"Joel Mero, Vähittäiskaupan Tutkimussäätiö" 2026

Ruokatieto tiedusteli v 2024 kuluttajilta nimenomaan suomalaisen ruoan valintaa. Aikaisempiin, hieman erilaisiin, kyselyihin verrattuna omavaraisuus on asiana aiempaa tärkeämpi. Turvallisuus ja talous nousevat ennen vastuullisuuteen liittyviä asioita. (Ok, talouskin on vastuullisuutta...)

Suomalaisen ruuan valintaan liittyvien asioiden tärkeys

Alla näet listan asioista, miksi suomalaista ruokaa kannattaa valita. Kuinka tärkeänä itse pidät seuraavia asioita?

Kaikki vastaajat, n=1000



Peruna on vastaus kaikkeen!

Nuorille kuluttajille peruna pitää tarjoilla vastauksena nykytrendeihin. Nuorissa orastaa perunan käytön lisääminen. Ehkäpä jo moni ymmärtää perunan olevan kiinteä osa vastuullista, terveellistä ja kohtuuhintaista ruokailua – makua ja monikäyttöisyyttä unohtamatta.

Juuri nyt ei ole paras aika suuren yleisön suurille vastuullisuuteille, mutta megatrendit on jo muokannut maisemaa perunan tarinoille. Näkyväksi se, mitä jo tehdään. Tuttu, turvallinen, terveellinen, edullinen + kotoilu -> arkiset, helpot ruoat.

Monikulttuuriset kodit ovat kiinnostava kohderyhmä: laitetaan paljon ruokaa ja peruna on keittiöissä mukana. Valta-asema on kuitenkin riisillä, ainakin vielä.

Suomalaisten kuluttaminen on ympäristöä kuluttava, ja vastuullisuuden eri ulottuvuuksien hanskaaminen ruokalautasella monille haasteellista. Kumpi on helpompi toteuttaa: lisätä kasviksia vai vähentää kahvia?

Peruna ruokakulttuurin muutoksen mukana: hengen pitimestä yhdeksi arjen osaksi. Mutta nyt on hyvä hetki tarinoille tuotteiden takana ja nostaa perunan myyntiä!

Peruna kukkimaan!

