

# FMCG Trendianalyysi 2026

# FIXEA



6 000

vastaajaa

6

Euroopan maata

n = 1 000

per maa

# Tutkimuksen päätiedot

**Tutkimuksen kokonaisuus: n = 6 000**

Tutkimusmaat: UK, Saksa, Alankomaat, Tanska, Ruotsi, Suomi

Fokus: Ready-to-eat & Ready-to-drink

## Tutkitaan:

|                |                |
|----------------|----------------|
| Käyttö         | Tarpeet        |
| Valintatekijät | Maksuhalukkuus |
| Trendit        | Esteet         |



## AINEISTONKERUU

Aineistonkeruu ja laadunvarmistus toteutetaan sertifioidun tutkimuspaneelin avulla. Bondata Research Oy on mukana laadun valvonnassa, datan validoinnissa ja raportoinnissa.



# Koko markkina tai juuri sinun tuoteryhmäsi

*Trendianalyysi 2026 voidaan tarkastella koko markkinan tasolla tai rajata juuri niihin tuoteryhmiin, jotka ovat liiketoimintasi kannalta olennaisimpia*

Analyysi ankkuroidaan valittuun päämarkkinaan (esim. Suomi)

Missä kysyntä on nyt ja mihin se on kehittymässä

Missä on hyödyntämätöntä kysyntää markkinassa

Missä kohdemarkkina on edellä tai jäljessä

Mitkä segmentit ajavat kasvua

Mikä ohjaa valintaa ja mikä estää kasvun

Missä vaiheessa eri trendit ovat ja miten ne etenevät markkinoiden välillä

Mitä tämä tarkoittaa teidän liiketoiminnan näkökulmasta



- Johtopäätökset tehdään valitun markkinan näkökulmasta
- Mahdollisuus tutkia tuloksia suoraan kohderyhmittäin
- Analyysi ja johtopäätökset tehdään teille räätälöidysti

example

# Analyysikehikko

*Analyysi muodostetaan yhdistämällä kysyntä, kasvupotentiaali ja esteet priorisoituihin valintatekijöihin*

## Nykytila ja kysyntä

### 1. Käyttö ja kiinnostus

→ Mitä kuluttajat tekevät ja arvostavat

### 2. Valintatekijät ja priorisointi (MaxDiff)

→ Mitkä tekijät ratkaisevat valinnan

☑ Mitkä ominaisuudet ovat aidosti tärkeimpiä

### 3. Käyttötilanteet ja formaatti

→ Missä tilanteissa tuotteita käytetään ja missä muodossa

## Kasvu ja mahdollisuudet

### 4. Kasvupotentiaali

→ Missä kysyntä on kehittymässä

☑ Mitkä tekijät ajavat kasvua

### 5. Esteet kasvulle

→ Miksi kysyntä ei vielä realisoidu

### 6. White space

→ Missä kysyntä ja tarjonta eivät kohtaa

Fixea FMCG Trenditutkimus 2026 · Suomi · Illustrative example

## Markkina ja kohdentaminen

### 7. Segmentit

→ Missä kohderyhmissä kasvu syntyy

### 8. Kansainvälinen vertailu

→ Missä kohdemarkkina on edellä tai jäljessä

### 9. Trendien kehitysvaihe

→ Miten ilmiöt etenevät markkinoiden välillä

## Hyödyntäminen

### 10. Yhdistettävyyys dataan

→ Myynti-, asiakas- ja segmenttidatan kautta päätöksentekoon

### 11. Asiakaskohtainen tulkinta

→ Tulokset kohdennetaan suoraan liiketoiminnan käyttöön

# Kuusi erikoisanalyysia — tai yksi kokonaisuus

Fixea yhdistää kansainvälisen kuluttajaymmärryksen, trendi- ja käyttäytymisanalyysin, käytännön FMCG-kokemuksen ja kaupallisen tulkinnan.

Tuloksena ei ole pelkkä tutkimusraportti, vaan kaupalliseen päätöksentekoon rakennettu kokonaisuus.

## 1 Trendikypsyys

*Mitkä trendit kasvavat seuraavaksi?*

4 900 €

## 2 Kasvumatriisi

*Mitkä kategoriat kasvavat nopeimmin?*

5 900 €

## 3 White Space

*Missä ovat suurimmat hyödyntämättömät kasvun mahdollisuudet?*

6 900 €

## 4 Kasvun vetäjät

*Mitkä asiakassegmentit luovat seuraavan kasvun?*

4 900 €

## 5 Arvonmuodostus

*Mistä kuluttajat ovat valmiita maksamaan enemmän?*

6 500 €

## 6 Markkinavertailu

*Mitä voimme oppia muilta markkinoilta?*

5 900 €

Kaikki kuusi erikoisanalyysia

12 600 €

# 1. Trendikypsyys

*Mitkä trendit kasvavat seuraavaksi?*

Tunnistaa nousevat ilmiöt, kategoriat ja kulutuskäyttäytymisen muutokset ennen kuin ne näkyvät laajasti markkinassa.

## SISÄLTÄÄ

Trendikypsyysanalyysi

Kasvavat trendit ja kategoriat

Suomen ja kansainvälisten markkinoiden vertailu

Early signal -havainnot

Kuluttajakiinnostuksen muutokset

Kaupalliset kasvuajurit

Kuluttajien tärkeimpien ominaisuuksien priorisointi

MaxDiff-pohjaiset trendi- ja ominaisuusvertailut

## AUTTAA

Tunnistaa seuraavat kasvusuunnat

Priorisoi innovaatioita

Tukee strategista päätöksentekoa

Ymmärtää mitkä ilmiöt ovat nousemassa valtavirtaan

## TOIMITETAAN

- Executive summary
- Visualisoidut insightit
- Kaupalliset johtopäätökset
- Fixean suositukset

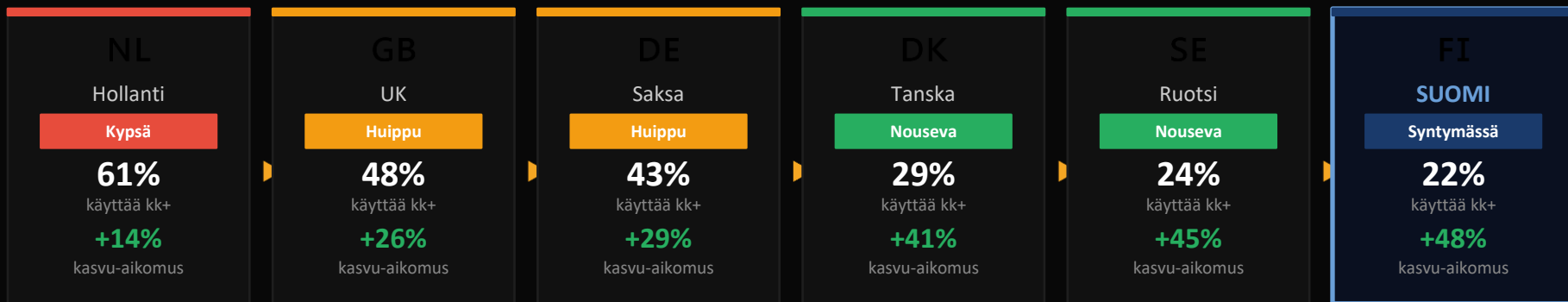
**4 900 €**

per analyysikokonaisuus

# Milloin eri trendit saapuvat Suomeen?

Kypsyysaste perustuu nykyisen käytön, kasvu-aikkeen ja trendiadoptiosegmentin yhdistelmään.

## Suoliston hyvinvointi — RTE & RTD



 Suomessa toimintaikkuna on auki ja ennakoimme vahvaa kasvua

— Kasvu-aikomus +48 % on korkein kaikista kategorioista. Kiinnostus on jo olemassa — tarjontaa ei.

## 2. Kasvumatriisi

*Mitkä kategoriat kasvavat nopeimmin?*

Tunnistaa missä kuluttajakysyntä kasvaa, mitkä käyttötilanteet vahvistuvat ja mihin kannattaa investoida seuraavaksi

### SISÄLTÄÄ

Käyttötilanneanalyysi

RTE vs RTD -vertailut

Päivän eri käyttöhetket

Funktionaalisuus vs hemmottelu

Kuluttajaryhmäkohtaiset erot

Retail- ja kanavatulkinnat

Tärkeimpien kasvun ajureiden priorisointi

### AUTTAA

Tunnistaa kasvavat kategoriat ja käyttötilanteet

Ymmärtämään kysynnän muutoksia

Priorisoimaan investointeja

Kohdistamaan valikoima- ja innovaatiokehitystä

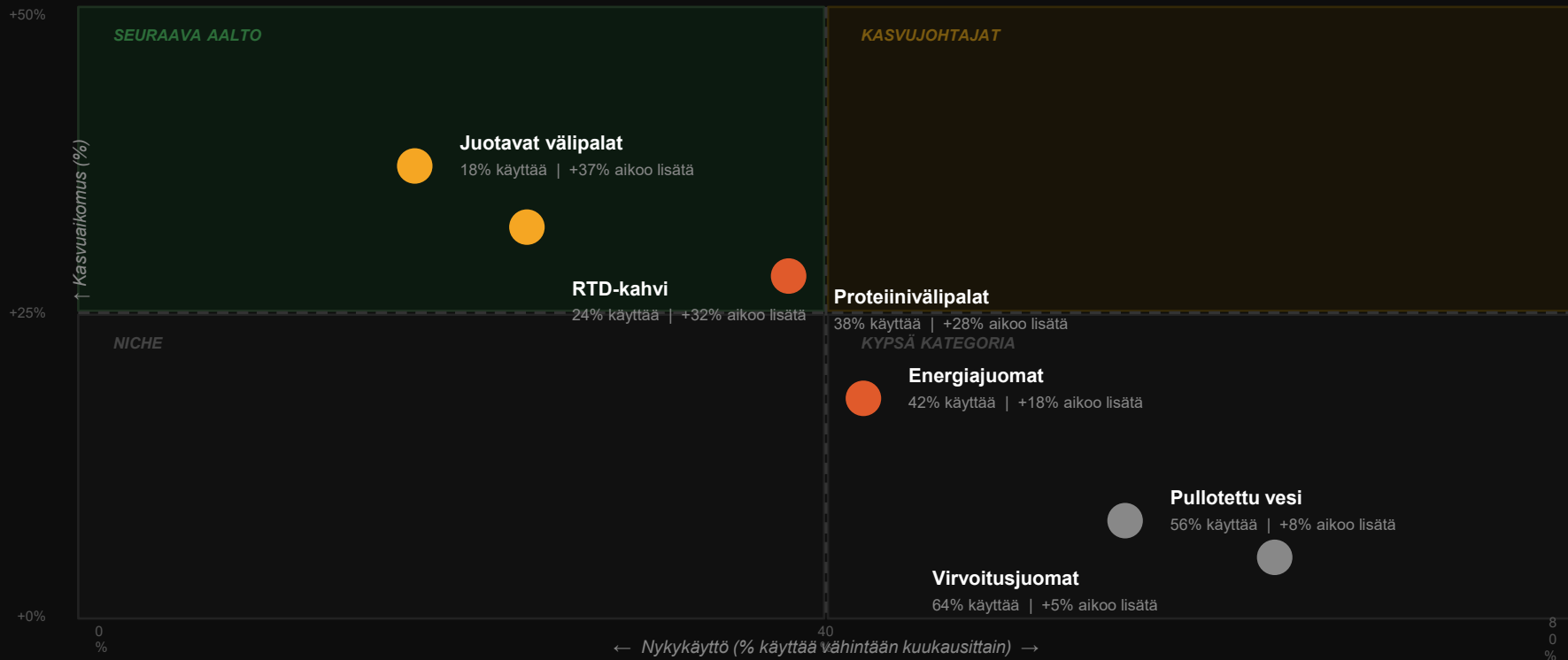
### TOIMITETAAN

- Executive summary
- Visualisoidut insightit
- Kaupalliset johtopäätökset
- Fixean suositukset

**5 900 €**

per analyysikokonaisuus

# Missä kasvu tapahtuu nyt ja seuraavaksi?



Juotavat välipalat ja RTD-kahvi näyttävät tällä hetkellä suurinta kasvupotentiaalia. Energiajuomat ja proteiinivälipalat ovat jo vahvassa kasvuvaiheessa.

# 3. White Space

*Missä ovat suurimmat hyödyntämättömät kasvun mahdollisuudet?*

Tunnistaa markkina-aukot, alipalvelut tarpeet sekä kiinnostuksen, käytön ja kasvupotentiaalin väliset kuilut

## SISÄLTÄÄ

White Space –analyysi ja indeksi

Kiinnostus vs nykykäyttö -vertailu

Kasvuaikomusten analyysi

Alipalvelut kuluttajatarpeet

Kasvun esteiden tunnistaminen

Markkina-aukkojen priorisointi

Kategoriakohtaiset mahdollisuusalueet

## AUTTAA

Tunnistaa markkinoiden suurimmat mahdollisuudet

Löytämään uusia kasvualueita

Priorisoimaan innovaatioita

Ymmärtämään mikä estää kysynnän realisoitumista

## TOIMITETAAN

- Executive summary
- Visualisoidut insightit
- Kaupalliset johtopäätökset
- Fixean suositukset

**6 900 €**

per analyysikokonaisuus

# Missä kiinnostus on suurta mutta käyttö vielä matalaa?

## Suoliston hyvinvointi

Kiinnostus FI **78**  
%

Käyttö FI **22**  
%

**+56**

white space -indeksi

Este: hinta ja löydettävyys

## Funktionaaliset juomat

Kiinnostus FI **72**  
%

Käyttö FI **28**  
%

**+44**

white space -indeksi

Este: tuntematon kategoria

## RTD-kahvi / kylmäkahvi

Kiinnostus FI **68**  
%

Käyttö FI **32**  
%

**+36**

white space -indeksi

Este: valikoiman suppeus

## Proteiinivälipala

Kiinnostus FI **60**  
%

Käyttö FI **38**  
%

**+22**

white space -indeksi

Este: hinta

41 % niistä jotka haluavat lisätä suolistotuotteiden käyttöä ilmoittaa suurimmaksi esteeksi hinnan — 28 % ei löydä sopivaa tuotetta lähikaupasta

— Suoliston hyvinvointi on Suomen suurin hyödyntämätön kuluttajakategoria.

# 4. Kasvun vetäjät

*Mitkä asiakassegmentit luovat seuraavan kasvun?*

Tunnistaa kasvua luovat kuluttajaryhmät, varhaiset omaksujat sekä segmentit, joissa kasvupotentiaali on suurin

## SISÄLTÄÄ

Segmenttianalyysi

Demografiset erot

Kuluttajaryhmäkohtaiset käyttöprofiilit

Varhaisten omaksujien tunnistaminen

Kasvuaikomukset segmenteittäin

Kiinnostuksen erot kuluttajaryhmittäin

Kasvupotentiaalin arviointi

Kohderyhmäpriorisointi

## AUTTAA

Tunnistamaan kasvua luovat kuluttajaryhmät

Löytämään kiinnostavimmat kohderyhmät

Kohdistamaan markkinointia tehokkaammin

Priorisoimaan kaupallisia investointeja

## TOIMITETAAN

- Executive summary
- Visualisoidut insightit
- Kaupalliset johtopäätökset
- Fixean suositukset

**4 900 €**

per analyysikokonaisuus

# Heti syötävien ja juotavien tuotteiden ostouseus ikäryhmittäin

| TUOTERYHMÄ                 | 18–24 | 25–34 | 35–44 | 45–54 | 55–65 |
|----------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Proteiinipatukat           | 52%   | 44%   | 36%   | 22%   | 12%   |
| Jugurtti- / rahkavälipalat | 62%   | 58%   | 44%   | 34%   | 22%   |
| Valmis ruokavälipalat      | 46%   | 42%   | 32%   | 22%   | 14%   |
| Smoothiet                  | 54%   | 48%   | 38%   | 26%   | 16%   |
| Kylmäkahvi / RTD-kahvi     | 48%   | 38%   | 26%   | 18%   | 9%    |
| Funktionaaliset juomat     | 44%   | 38%   | 28%   | 19%   | 12%   |
| Makeat naposteltavat       | 81%   | 74%   | 68%   | 62%   | 51%   |

18–34-vuotiailla funktiojuomien käyttö on 3,2x yleisempää kuin 55–65-vuotiailla

Alle 35-vuotiaista ydinkeskustassa asuvista 1–2 hengen talouksista RTD-kahvia ostaa 62 %

# 5. Arvonmuodostus

*Mistä kuluttajat ovat valmiita maksamaan enemmän?*

Tunnistaa ominaisuudet, hyödyt ja tekijät, jotka luovat eniten arvoa kuluttajille ja joista voidaan rakentaa kilpailuetua sekä premium-hinnoittelua

## SISÄLTÄÄ

Maksuhalukkuusanalyysi

MaxDiff-analyysi

Ostopäätöstä ohjaavat tekijät

Ominaisuuksien priorisointi

Premium-potentiaalin arviointi

Kuluttajaryhmien väliset erot

Markkinoiden väliset erot

Arvon ajurien tunnistaminen

## AUTTAA

Ymmärtämään mistä kuluttajat maksavat

Priorisoimaan tärkeimmät ominaisuudet

Tunnistamaan premium-mahdollisuudet

Rakentamaan vahvempia tuote- ja konseptiratkaisuja

## TOIMITETAAN

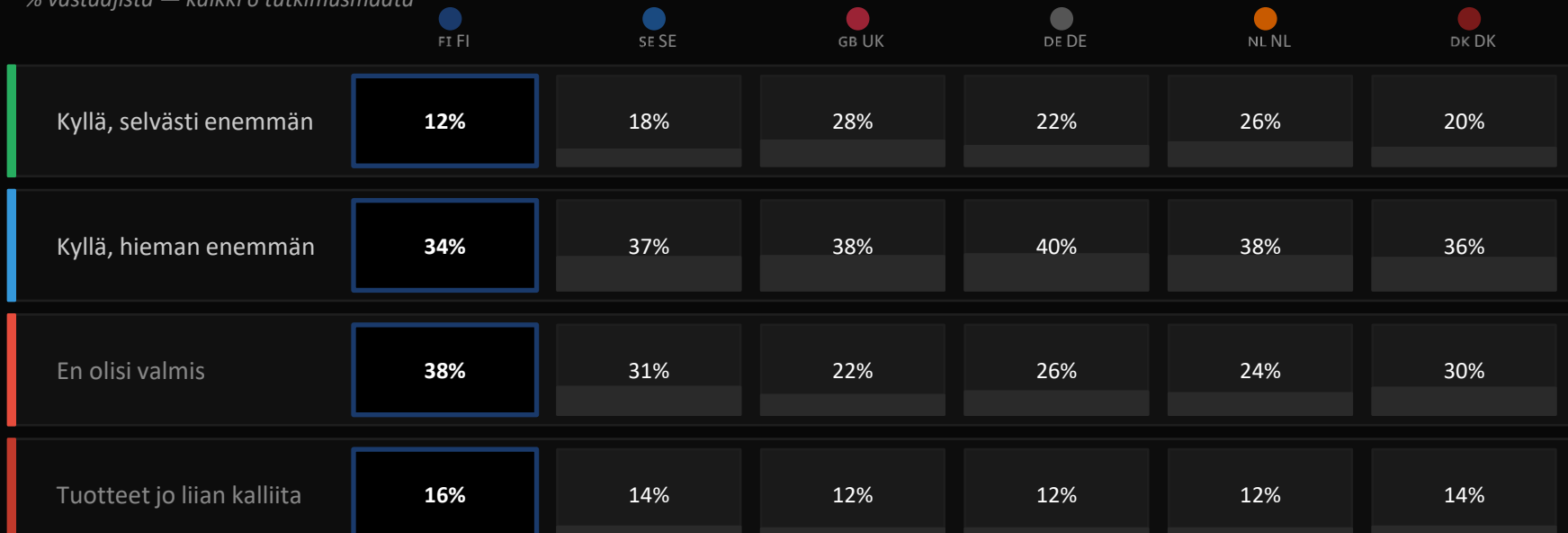
- Executive summary
- Visualisoidut insightit
- Kaupalliset johtopäätökset
- Fixean suositukset

**6 500 €**

per analyysikokonaisuus

# Olisitko valmis maksamaan enemmän tuotteesta, joka on nykyistä parempi?

% vastaajista — kaikki 6 tutkimusmaata



*Suomessa maksuhalukkuus on Euroopan alhaisimmasta päästä — mutta nuoremmissa ikäluokissa se lähenee jo muita maita.*

18–34-vuotiaissa kaupunkikeskustoissa asuvissa suomalaisissa 'kyllä selvästi enemmän' -osuus on 24 % — lähes kaksinkertainen kokonaisvastaajiin nähden

# 6. Markkinavertailu

*"Mitä voimme oppia muilta markkinoilta?"*

Vertailee markkinoiden kehitystä, kuluttajakäyttäytymistä ja kasvupotentiaalia eri maissa sekä tunnistaa parhaat kansainväliset esimerkit

## SISÄLTÄÄ

Markkinoiden väliset vertailut

Kategoriakohtaiset erot

Kuluttajakäyttäytymisen erot

Kiinnostuksen ja käytön vertailu

Kasvuaikomusten vertailu

Suomen asema suhteessa muihin markkinoihin

Kansainväliset benchmarkit

## AUTTAA

Oppimaan edellä olevilta markkinoilta

Tunnistamaan Suomen vahvuudet ja heikkoudet

Löytämään uusia kasvumahdollisuuksia

Priorisoimaan kansainvälisiä oppeja

## TOIMITETAAN

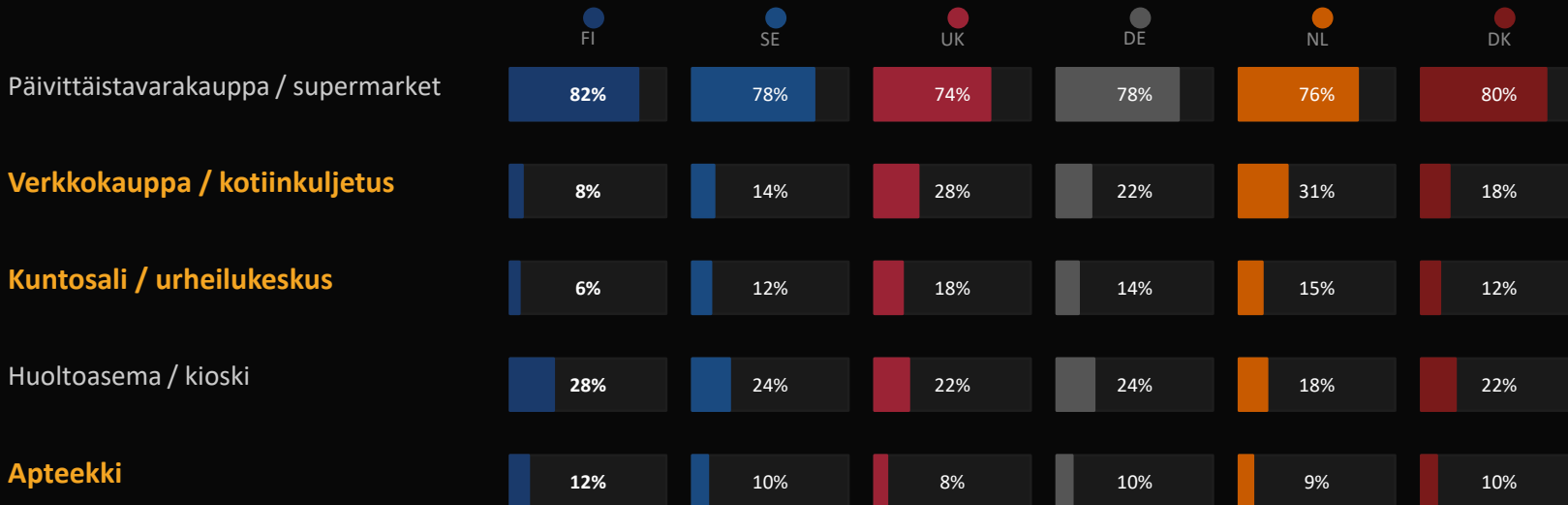
- Executive summary
- Visualisoidut insightit
- Kaupalliset johtopäätökset
- Fixean suositukset

**5 900 €**

per analyysikokonaisuus

# Mistä heti syötävät ja juotavat tuotteet ostetaan?

% vastaajista jotka valitsivat kanavan yhdeksi kahdesta pääasiallisesta ostopaikastaan



— Päivittäistavarakauppa dominoi Suomessa — muissa maissa verkko- ja ravintolakanava on jo merkittävä.

Suomessa pt-kaupan rooli päätöksissä ylikorostuu ja muiden kanavien hyödyntäminen alikorostuu hyvistä mahdollisuuksista huolimatta.

# Kuluttajien tuotetoiveet kaikista maista — simuloitu sanapilvi

*Avoim kysymys n=6 000 vastaajalta. Koot kuvaavat mainintojen yleisyyttä. Illustrative example.*



# Fixea Strategic Market Intelligence

*"Complete Market Understanding"*

*Kokonaisvaltainen näkymä kuluttajakäyttäytymisen, trendien ja kasvumahdollisuuksien muutokseen Euroopan markkinoilla.*

## SISÄLTÄÄ KAIKKI:

- Kaikki 6 erikoisanalyysia
- Kaikki 6 markkinaa (FI · SE · DK · NL · DE · UK)
- Trendi- ja Growth Index -analyysit
- Käyttötilanneanalyysit
- White space -havainnot
- Segmentointi ja kuluttajaprofiilit
- Retail- ja kanavatulkinnat
- MaxDiff-priorisointimallin analyysit
- Kuluttajien tärkeimpien tarpeiden vertailut
- Kaupalliset johtopäätökset

## TOIMITETAAN:

Loppuraportti

Executive summary

Visualisoidut insightit

Yrityskohtainen analyysi mahdollisuuksista

Analyyysin läpikäynti paikan päällä

**12 600 €** Kokonaisratkaisu

# Tutkimuksen perusta

## 6 MARKKINAA

|             |           |                  |
|-------------|-----------|------------------|
| FI Suomi    | SE Ruotsi | DK Tanska        |
| NL Hollanti | DE Saksa  | GB ISO-Britannia |

*Yhteensä ~6 000 vastaajaa urbaanista kuluttajaympäristöstä*

## ANALYYSIMENETELMÄT

|                                    |
|------------------------------------|
| Kansainvälinen vertailu            |
| Usage occasion -mallinnus          |
| Growth Index -analyysi             |
| MaxDiff-priorisointimalli          |
| Segmentti- ja käyttäytymisanalyysi |

## Fixea yhdistää:

### Kansainvälinen kuluttajaymmärrys

6 maan vertailudata antaa kontekstin — näet missä Suomi on suhteessa muihin.

### Trendi- ja käyttäytymisanalyysi

Ei pelkkää dataa — tulkinta siitä mitä muutos tarkoittaa käytännössä.

### Käytännön FMCG-kokemus

20+ vuotta retail- ja FMCG-kentältä. Analyysit rakennetaan kaupallinen realiteetti edellä.

# Valitse juuri se analyysi jonka tarvitset

|   |                  |         |
|---|------------------|---------|
| 1 | Trendikypsyys    | 4 900 € |
| 2 | Kasvumatriisi    | 5 900 € |
| 3 | White Space      | 6 900 € |
| 4 | Kasvun vetäjät   | 4 900 € |
| 5 | Arvonmuodostus   | 6 500 € |
| 6 | Markkinavertailu | 5 900 € |

Kaikki kuusi erikoisanalyysia

12 600 €



*Turning consumer insights into commercial growth*

---

Tarmo Kirjonen · [tarmo@fixea.fi](mailto:tarmo@fixea.fi)

Harri Saalasti · [harri@fixea.fi](mailto:harri@fixea.fi)

[fixea.fi](https://fixea.fi)