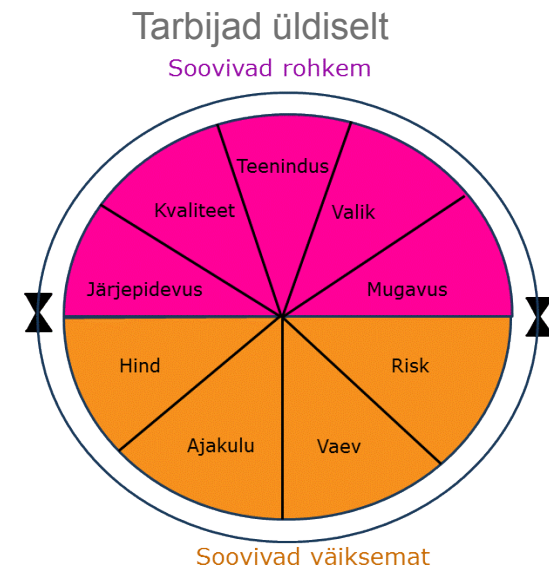
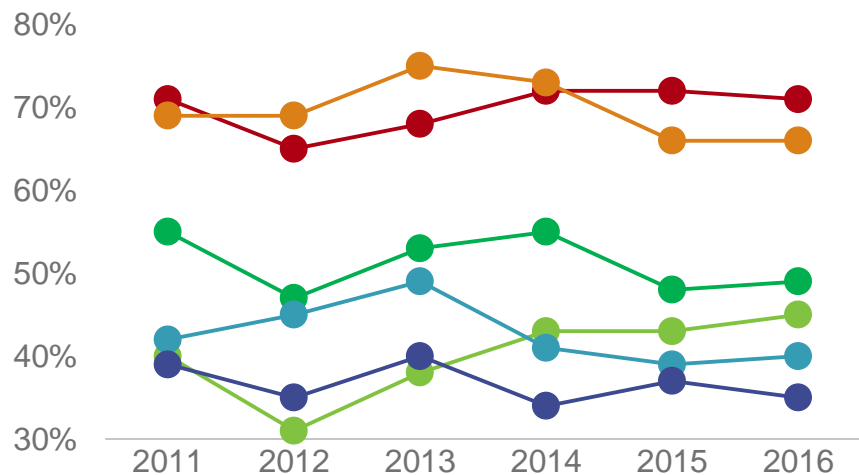


## Tarbijate hoiakute dünaamika

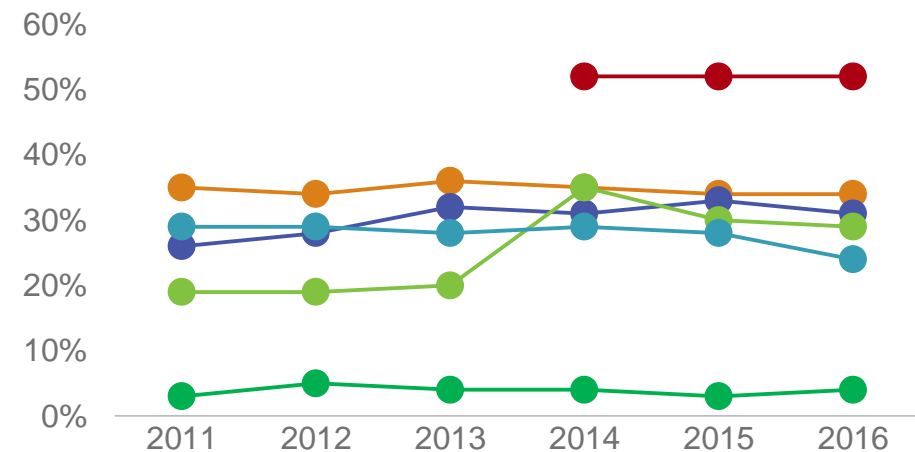
Aivar Voog  
28.10.2016



# Üldised hoiakud



Kvaliteetsete kaupade eest võibki rohkem maksta	71	65	68	72	72	71
Jälgin alati sooduspakkumisi	69	69	75	73	66	66
Mahepõllumajanduslike toiduainete eest peabki rohkem maksta	55	47	53	55	48	49
Olen valmis keskkonnasõbralike toodete eest rohkem maksta	40	31	38	43	43	45
Valin tooteid odavaimate hulgast	42	45	49	41	39	40
Mulle meeldib ostlemine	39	35	40	34	37	35



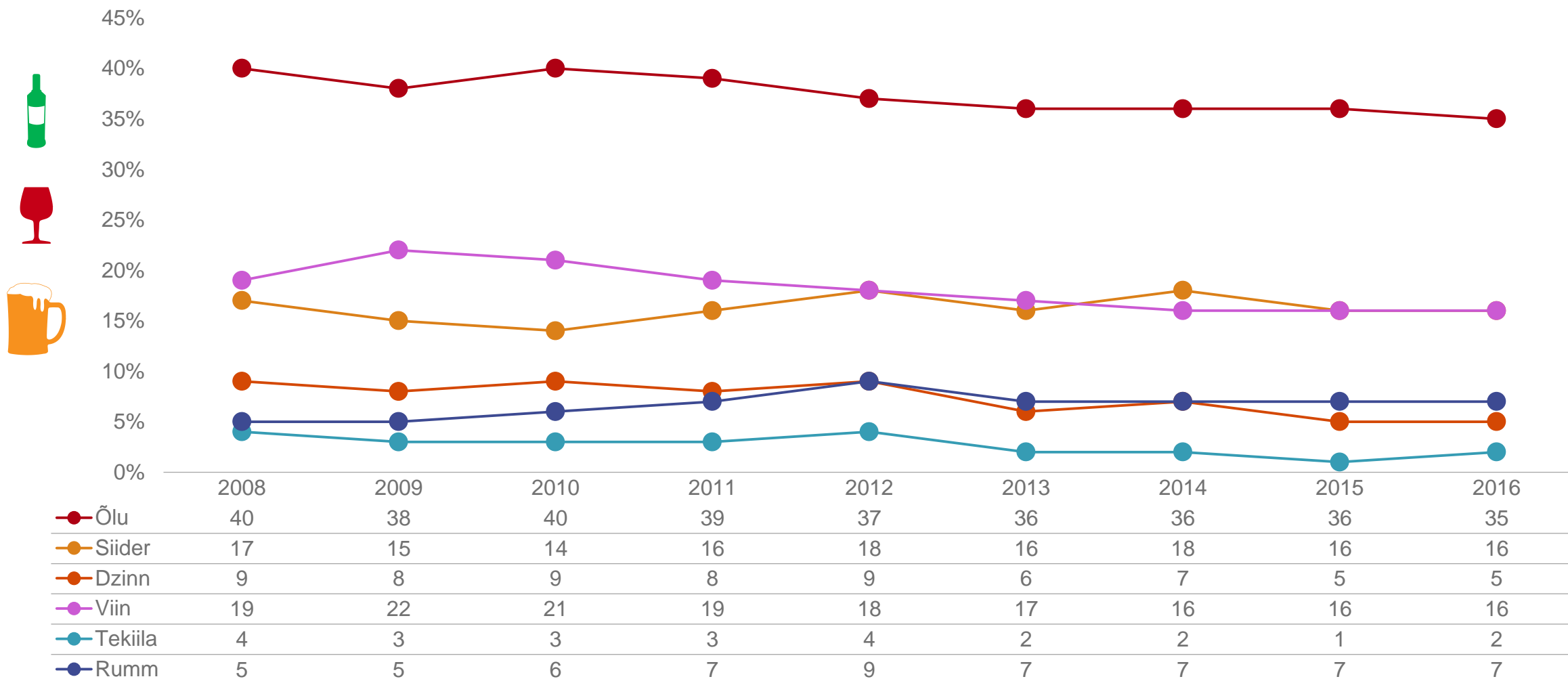
Mulle meeldib väga süüa valmistada	52	52	52	52	52	52
Mulle meeldib proovida uusi jooke	35	34	36	35	34	34
Minu toitumisharjumused on väga tervislikud	26	28	32	31	33	31
Uurin alati toiduainete toiteväärtust	19	19	20	35	30	29
Juukse selleks, et purju jääda	29	29	28	29	28	24
Olen taimetoitlane	3	5	4	4	3	4

Allikas: TNSAtlas

# Erinevate alkoholisortide tarbijaskonna suurused

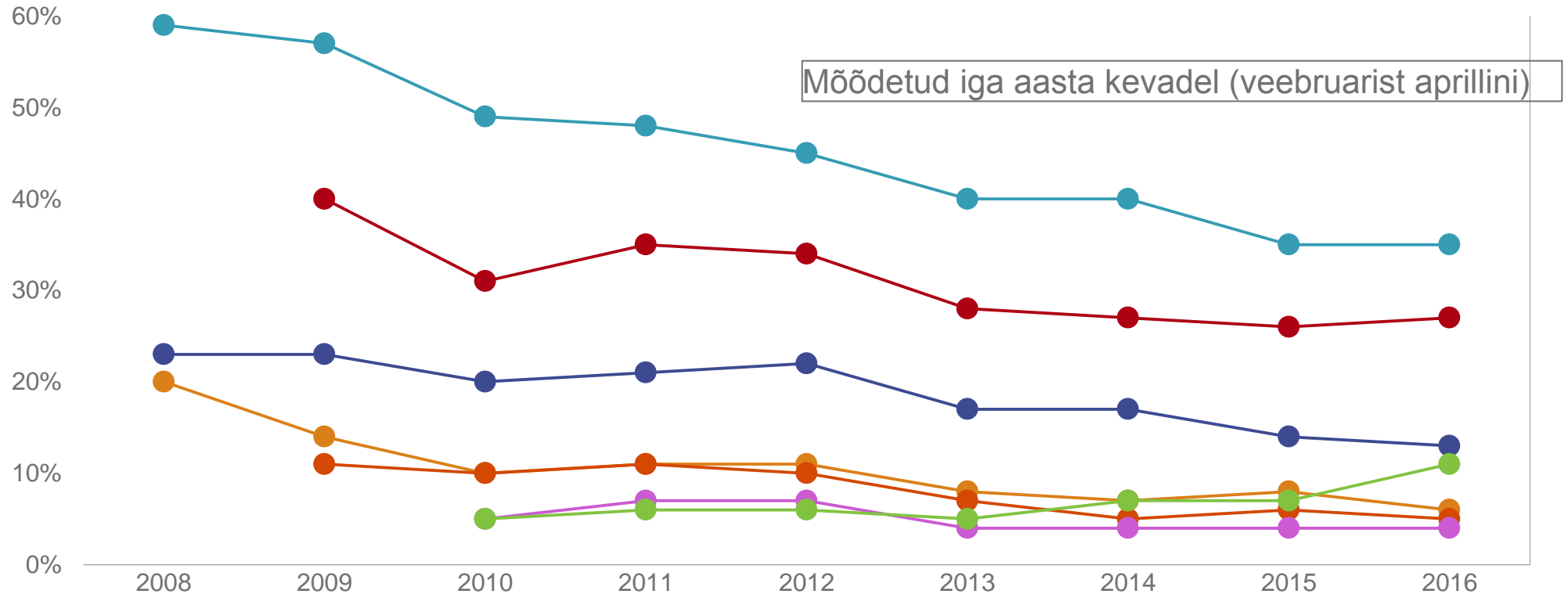
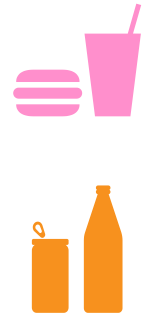
(tarbib vastavat alkoholisorti vähemalt 1 kord kuus)

Mõõdetud iga aasta kevadel (veebruarist aprillini)



Allikas: TNSAtlas

# Mõnede jookide tarbijaskonna osakaalud kogu täisealisest elanikkonnast (tarbib vähemalt korra nädalas)

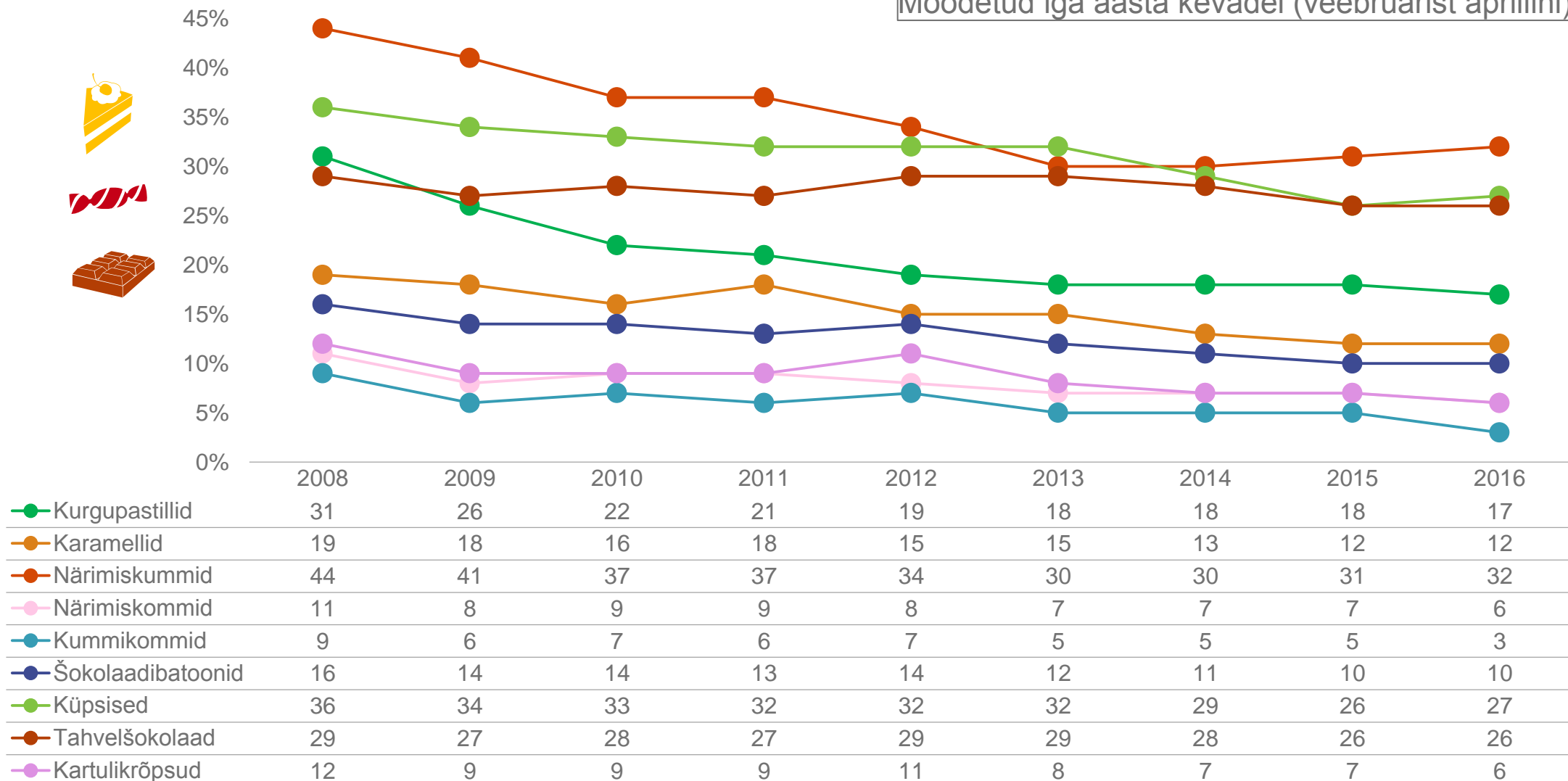


● Karastusjoogid	40	31	35	34	28	27	26	27
● Jäätée	20	14	10	11	11	8	7	8
● Kali		11	10	11	10	7	5	6
● Energiajoogid			5	7	7	4	4	4
● Mahlad, nektarid	59	57	49	48	45	40	40	35
● Siirupid	23	23	20	21	22	17	17	14
● Smuuti			5	6	6	5	7	7

Allikas: TNSAtlas

# Erinevate maiustuste tarbijaskonna osakaalud kogu täisealisest elanikkonnast (tarbib vähemalt korra nädalas)

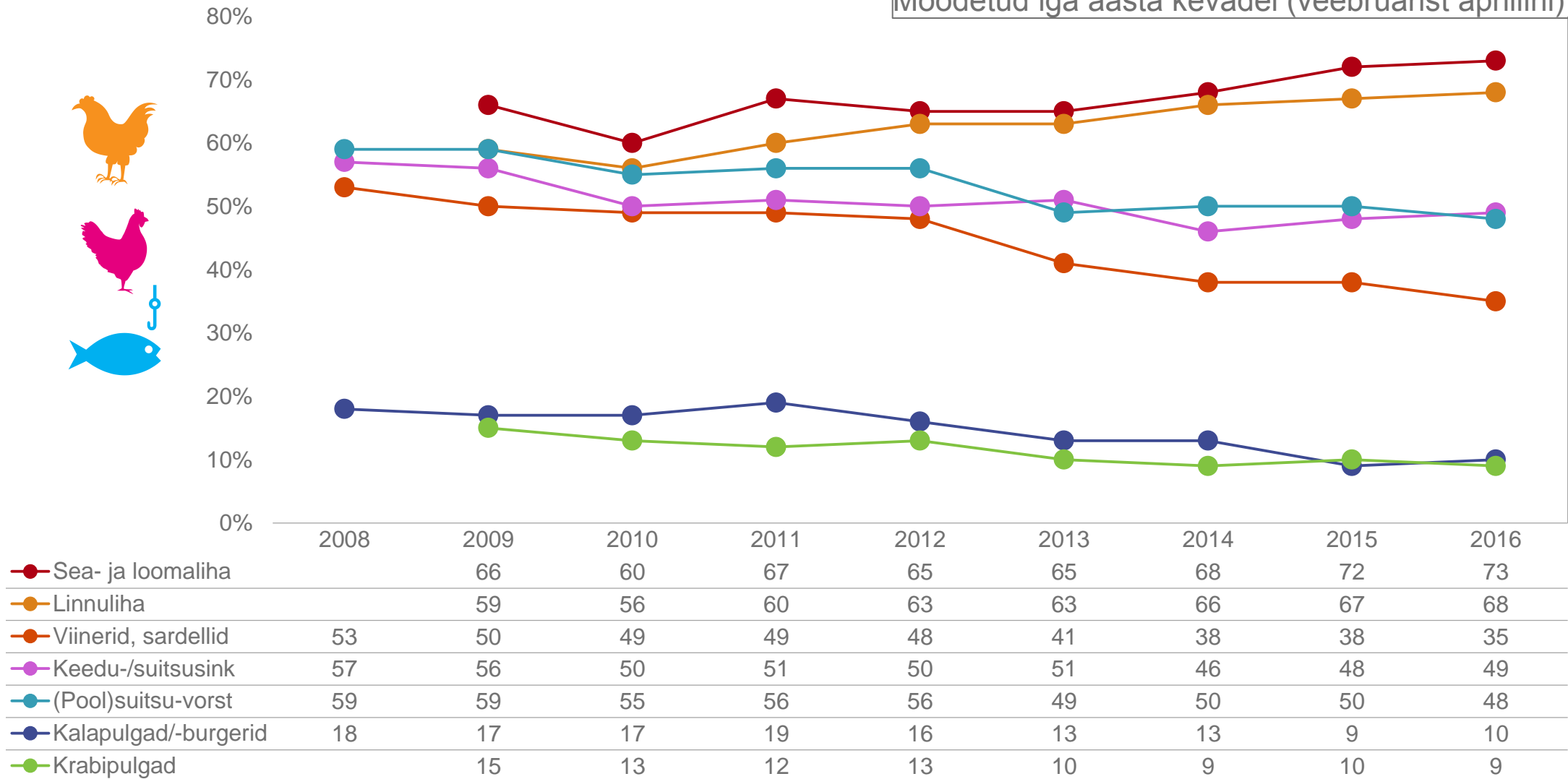
Mõõdetud iga aasta kevadel (veebruarist aprillini)



Allikas: TNSAtlas

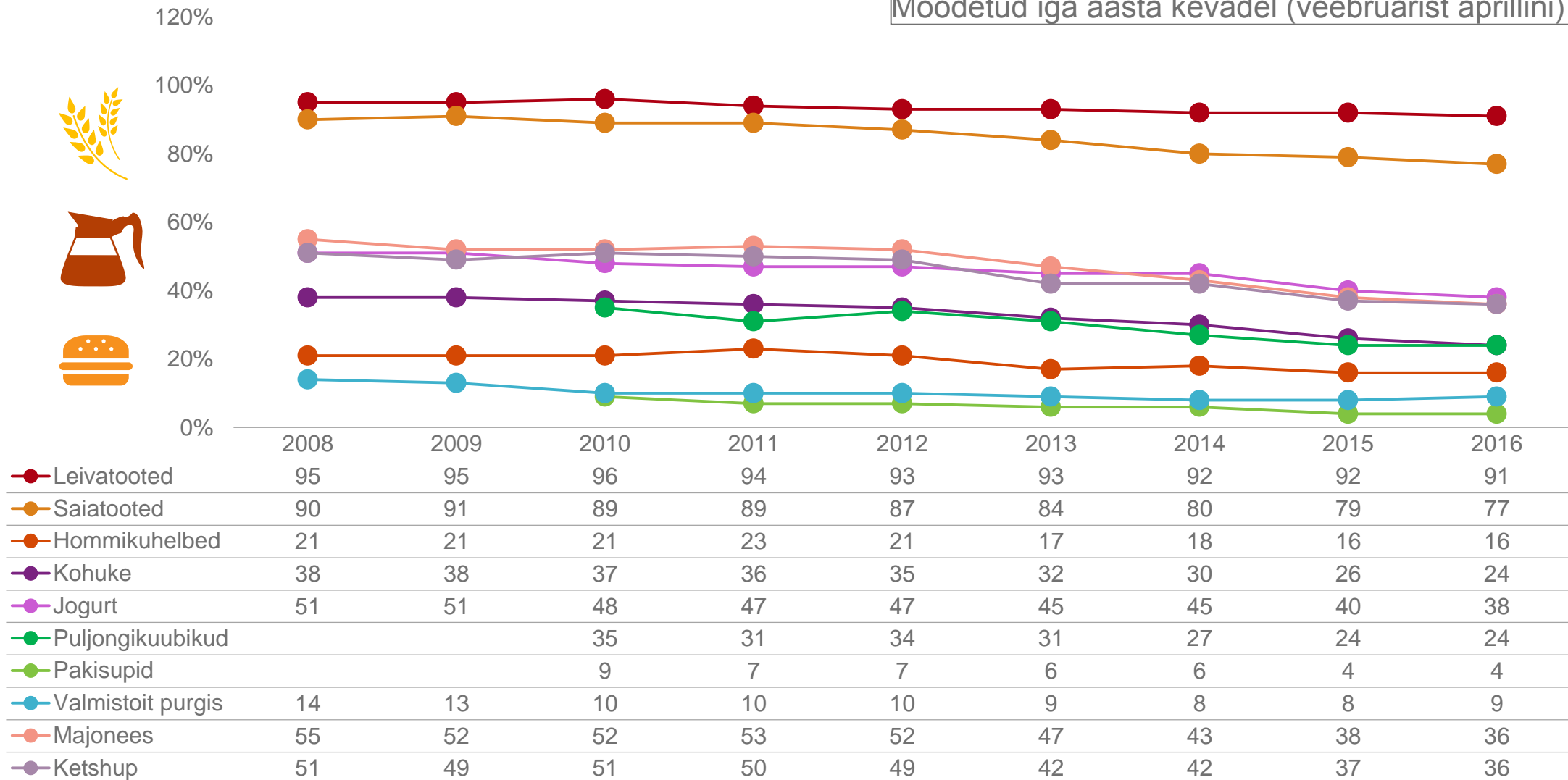
# Lihatoodete tarbijaskonna osakaalud kogu täisealisest elanikkonnast (tarbib vähemalt korra nädalas)

Mõõdetud iga aasta kevadel (veebruari aprillini)

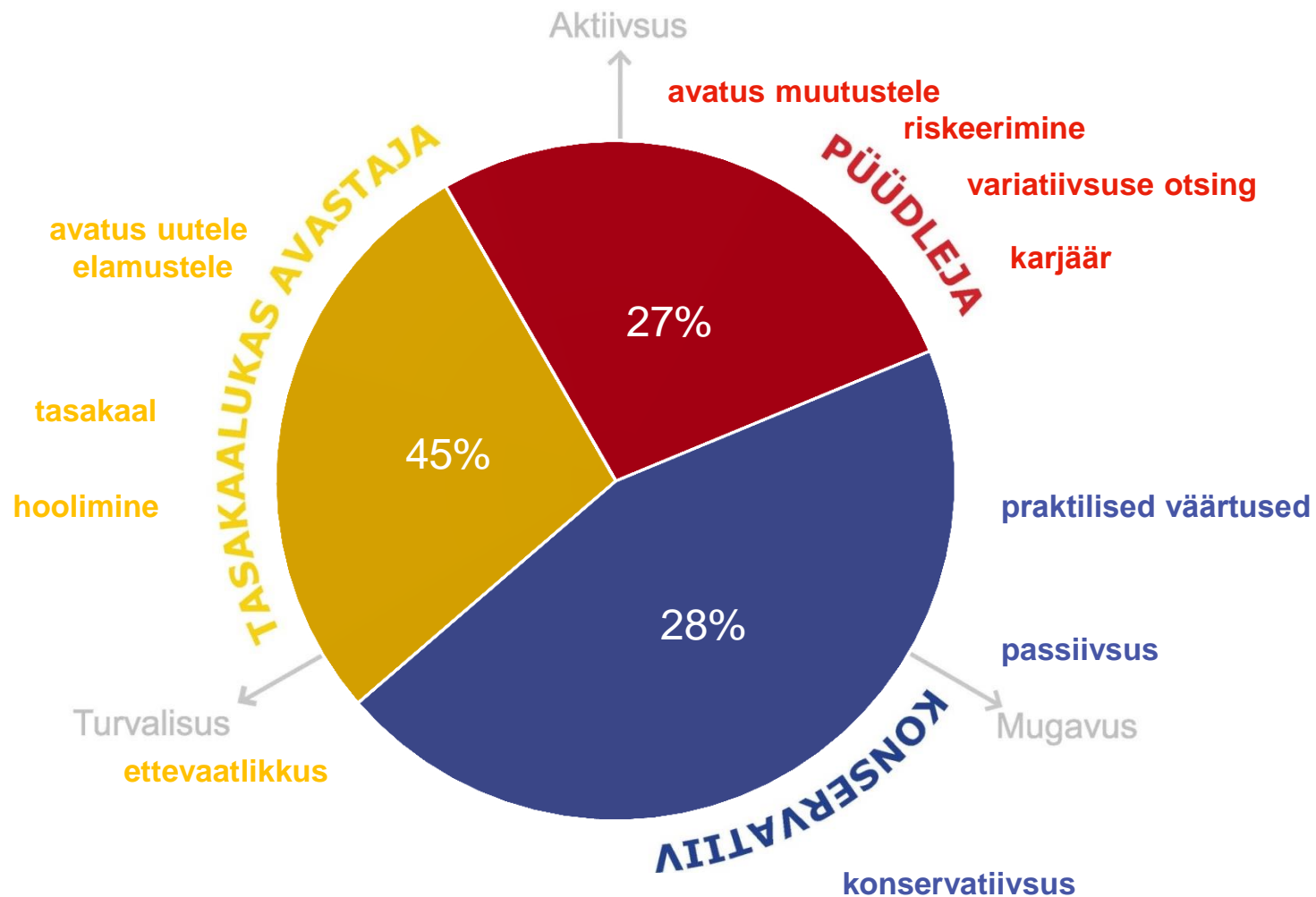


# Muude toiduainete tarbijaskonna osakaalud kogu täisealisest elanikkonnast (tarbib vähemalt korra nädalas)

Mõõdetud iga aasta kevadel (veebruarist aprillini)



# Üldiselt võib tarbijad jaotada hoiakute alusel kolme põhisegmenti



## Consumer CV 2.0 põhisegmendid

■ Püüdleja ■ Tasakaalukas avastaja ■ Konservatiiv

Aasta	Püüdleja	Tasakaalukas avastaja	Konservatiiv
2016	27.1	44.9	28.0
2015	29.4	40.8	29.8
2014	27.2	45.4	27.4
2013	28.7	46.2	25.0
2012	26.2	44.6	29.2
2011	26.3	48.6	25.0

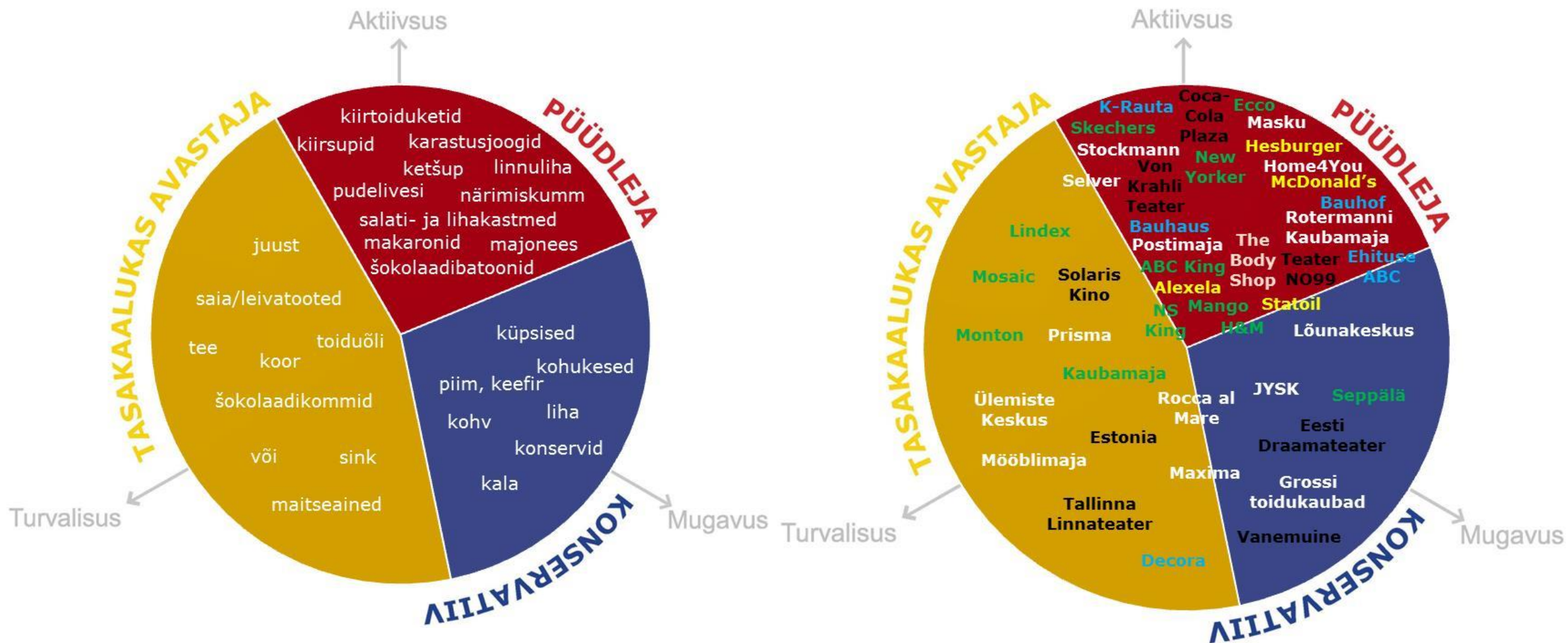
Allikas: TNSAtlas

Kuhu kuulud Sina? Testida saad siin:

[www.emor.ee/FB-brandid](http://www.emor.ee/FB-brandid)



# Põhisegmentide eristuvad tooterühmad ja ostu- ja meelelahutuskohad



Allikas: TNSAtlas