VIRIDIAN

Ravintolisien uusi aikakausi

Puhtaampi ja eettisempi tulevaisuus terveyskaupalle - Viridian

Jori Pennanen
29.8.2026

VIRIDIAN

1. Markkinan & kuluttajan murros

Aitojen arvojen ja läpinäkyvyyden vaatimuksen nousu terveystuotemarkkinassa

Tietoisen kuluttajan synty

Etikettisalapoliisit

Nykypäivän kuluttaja ei tyydy vain lupaukseen tehokkuudesta. Ruokakauppojen **ultraprosessoitujen ruokien (UPF)** herättämä kriittisyys on siirtymässä terveyskaupan purkkien kylkiin.

Asiakas tulee lukemaan etiketit tarkasti ja vaatii tuotteilta **sielua**, rehellisyyttä ja **läpinäkyviä arvoja**.

Tutkittu Trendimuutos

Innova Market Insights (2025/2026) osoittaa, että **66 % kuluttajista** pitää luonnollisia raaka-aineita välttämättöminä terveelliselle ruokavaliolle.

Yli **35 % uusista lanseerauksista** sisältää Clean Label -väittämiä. Synteettiset lisäaineet ja täyteaineet herättävät kuluttajissa epäluottamusta.

*Lähde: Innova Market Insights & Global Clean Label Ingredients Report

VIRIDIAN

VIRIDIAN

2. Neljä Nousevaa Megatrendiä

Miten alaa muuttavat voimat määrittelevät ravintolisien tulevaisuuden?

Puhtaus & Eettisyys

Trendi 1: Absoluuttinen Puhtaus

Eroon "turhasta": Kuluttajat kyseenalaistavat magnesiumstearaatin, pii- ja titaanidioksidin, keinotekoiset makeutusaineet ja täyteaineet.

Apuainehaaste: Jos puolet kapselin sisällöstä on lisäaineita, kuluttaja kokee tulleensa huijatuksi.

Trendi 2: Eettisyys & Eläinoikeudet

Valtavirtaistuminen: Kasvisruokavalio ja vegaanisuus eivät ole enää marginaalia. Yli 40 % ostajista suosii kasvipohjaisia vaihtoehtoja.

Cruelty-Free: Tuotteelta vaaditaan ehdotonta eläinkokeettomuutta.

VIRIDIAN

Ympäristö & yritysvastuu

Trendi 3: Ympäristövastuullisuus

Ilmasto- ja muovikriisi: Pakataanko tuote valtameriä kuormittavaan muoviin vai kestävään kierrätyslasiin?

Sertifioitu alkuperä: Kuluttaja vaatii palmuöljyttömyyttä sademetsien suojelemiseksi sekä sertifioitua luomuviljelyä tehomaatalouden sijaan.

Trendi 4: Aito arvojohtajuus

Lompakolla äänestäminen: Ostajat haluavat tietää, kenen taskuun rahat päätyvät..

Itsenäiset toimijat: Halutaan tukea aitoja, arvojohtoisia perheyrityksiä, jotka tekevät hyvää yhteiskunnalle ja ympäristölle.

VIRIDIAN

Kuluttaja äänestää lompakollaan – Puhtaudesta tuli valtavirtaa

66%

Vaatii täyttä luonnollisuutta

Markkinatutkimusten vahvistama Fakta

- **Global Clean Label Market::** Alan tutkimuslaitosten (Grand View Research ja Precedence Research) mukaan markkinan kokoluokka on ylittänyt 140 miljardin dollarin tason ja nousee 170–200 miljardiin kohti 2030-lukua mentäessä.
- **Ainesosalistan tarkistus:** Yli 65 % eurooppalaisista lukee ainesosat välttääkseen synteettisiä lisäaineita.
- **Eettiset valinnat:** Ympäristö- ja vastuullisuusväittämät ovat nopeimmin kasvava tuotelanseerausten kategoria Euroopassa.

*Lähteet: Innova Market Insights 2025, Fortune Business Insights 2026

VIRIDIAN

Kuluttaja äänestää lompakollaan – Puhtaudesta tuli valtavirtaa

Arvopohjainen ostaminen (Mihin rahat menevät?)
Keneltä ostat, ratkaisee: Kuluttajat kyseenalaistavat kasvottomat suuryritykset.

Aitous ja läpinäkyvyys: Asiakas haluaa tukea aitoja, arvojensa mukaan toimivia perhe- ja yrityksiä, jotka tekevät hyvää yhteiskunnalle ja ympäristölle.

Eettisyys ratkaisee ostopäätöksen: Jopa 45 % kuluttajista asettaa tuotteen puhtauden ja läpinäkyvyyden hinnan edelle.

"Clean Label" ei ole ohimenevä muoti-ilmiö: Puhtaiden ja lisäaineettomien tuotteiden kysyntä kasvaa moninkertaisesti verrattuna perinteiseen teollisuuteen.

Pysyvä suunnanmuutos: Kyse ei ole vain pienen piirin villityksestä, vaan yli kolmasosa Euroopan kaikista uutuustuotteista tehdään ilman lisäaineita.

Mitä tämä tarkoittaa terveyskaupalle? Asiakkaat ovat oppineet vaatimaan puhtautta ruokakaupassa ja odottavat nyt terveyskaupalta korkeampaa rimaa.

VIRIDIAN

3. Ratkaisu: Viridian Nutrition

Miten terveyskauppa voi vastata kaikkiin muutoksen vaatimukseen kerralla?

100 % Aktiivisuutta & Puhtautta

Ei mitään ylimääräistä

Viridian vastaa puhtausvaatimukseen tarjoamalla **100 % aktiiviset ainesosat** ilman teollisia koneliukasteita tai magnesiumstearaattia.

Ainutlaatuinen **Slow Manufacture** –menetelmä mahdollistaa lisäaineettomuuden tuotannossa

BRCS sertifikaatti todistus vastuullisuudesta (laatu raaka-aineesta lähtien).

Greenleaf Certified Business

Ympäristövaikutusten minimimointisertifikaatti

VIRIDIAN

Vegan

100% Active Ingredients

No Artificial Fillers or Binders

Allergen Free

Non-Irradiated

Kosher

Eettiset & Ekologiset Valinnat

100 % Vegaaninen

Leaping Bunny -sertifioitu eläinkokeettomuus. Ei piilotettuja eläinperäisiä ainesosia tai liivatetta.

Kierrätettävä Lasi

Pakattu meripihkanruskeisiin lasipulloihin muovipurkkien sijaan. Ei merta kuormittavaa kertakäyttömuovia.

Palmuöljytön & Luomu

Maailman 1. sertifioidusti palmuöljytön vitamiinisarja. Laaja -luomuvalikoima.

VIRIDIAN

Arvojohtajuus & Kivijalka

Riippumaton Perheyritys

Viridian on itsenäinen perheyritys ilman kasvottomia sijoittajia.

Hyväntekeväisyysohjelma: Jokaisesta ostetusta purkista lahjoitetaan rahaa luonnonsuojeluun ja lasten hyvinvointiin – jo yli **650 000 £ lahjoitettu!**

Uskollisuus Kivijalalle

Viridian ei myy tuotteitaan halpamarketteihin tai hinnanpolkijoille.

Se on kehitetty yksinoikeudella **itsenäisten terveyskauppojen** ja ammattilaisten asiantuntevasti suositeltavaksi työkaluksi.

VIRIDIAN

Kiitos!

"Kun asiakas vaatii puhtautta, eettisyyttä ja vastuullisuutta, Viridian antaa teille vastauksen, jonka takana voitte seistä 100-prosenttisesti."

Tervetuloa ravintolisien uuteen aikakauteen.

Kysymyksiä & Keskustelua | Terveystuotepäivä 2026

VIRIDIAN