

PRO LUOMU 

Toimintakertomus

1.1.2013 - 31.12.2013

Sisällys

Tiivistelmä.....	2
Luomu kasvoi epävarmuudesta huolimatta.....	2
Toiminnan tarkoitus ja strategia	2
Tavoitteiden toteutuminen	3
Toimenpiteet	5
Arvoketjutyöryhmät (Koordinaatio 1,2)	5
Luomualan muu koordinointi ja tapahtumat	6
Lisää luomua –kiertue (Koordinaatio 1)	6
20/20–seminaari (Koordinaatio 1)	6
Vientiselvitys ja -seminaari (Luomuala läpinäkyväksi)	6
Tutkimukset	7
Viestintä (hankkeet ja oma toiminta).....	7
Jäsentiedotus.....	8
Verkkotiedotus	8
Mediaviestintä.....	8
Tapahtumat	9
Muu kuluttajaviestintä	9
Pro Luomu ry:n muu toiminta	9
Jäsenhankinta.....	9
IFOAM-jäsenyys /säädösennakointi ja tiedotus niistä	9
Pro Luomun strategiatyö.....	10
Hallinto	10
Hallitus.....	10
Yhdistyksen kokoukset	10
Henkilöstö.....	10
Talous	10

Tiivistelmä

LUOMU KASVOI EPÄVARMUUDESTA HUOLIMATTA

Vuotta 2013 leimasi epävarmuus sekä yleisen taloustilanteen kehityksestä että maanviljelijöiden tulevien luomusopimusten ehdoista. Tästä huolimatta luomumarkkina kasvoi selvästi muuta päivittäistavarakauppaa ripeämmin ja luomuala lisääntyi tilojen suurentumisen myötä. Luomutuotanto kasvoi sekä viljan että kotieläintuotteiden osalta.

Vuosi 2013 oli Pro Luomu ry:n toinen kokonainen toimintavuosi. Yhdistys toteutti kaikkiaan neljää julkisrahoitteista hanketta, joista parhaimmillaan kolmea yhtäaikaaisesti. Hankerahoituksen määrä oli noin 336 000 euroa, lähes 100 000 euroa enemmän kuin edellisellä vuonna. Sirpaleisesta hankerahoituksesta huolimatta toiminta muodosti kokonaisuuden, jossa arvoketjutyö ja viestintä olivat keskeisiä. Arvoketjutyö on osoittautunut hyödylliseksi työkaluksi ja se vakiintui Pro Luomun keskeiseksi toimintatavaksi. Kuluttajille suunnattu viestintä käynnistyi ja vuoden lopussa kiteytetty Luomua. Ilman muuta -slogan valittiin vuoden 2013 iskulauseeksi. Yhdistys myös valmistautui tulevaan ohjelmakauteen ja käynnisti aktiivisen vaikuttamisen lausuntojen ja keskeisten sidosryhmätapaamisten myötä.

Yhdistyksen jäsenmäärä kasvoi kolmella varsinaisella jäsenellä. Jäsenmaksuja kertyi yhteensä noin 139 000 euroa, jossa on kasvua edellisestä vuodesta noin 43 000 euroa. Jäsenmaksuista noin 64 000 euroa jäi tilikauden ylijäämäksi vahvistamaan yhdistyksen tasetta.

TOIMINNAN TARKOITUS JA STRATEGIA

Tarkoitus

Pro Luomu ry:n tarkoituksena on edistää luomualan tavoitteellista kehitystä ja kasvua Suomessa edesauttamalla luomutuotteiden kysynnän ja tarjonnan kohtaamista sekä tunnistamalla ja ratkomalla ketjun keskeisiä ongelmia.

Strategia

Luomualan kasvu- ja kehitysohjelma¹ määritteli strategian, jota Pro Luomu ry toiminnassaan noudattaa. Sen mukaisesti Pro Luomu ry:n strategian muodostavat seuraavat linjaukset:

Visio: Vuonna 2015 luomu on osa kuluttajien ja elintarvikeketjun toimijoiden arkipäivää. Tuotevalikoima vastaa kuluttajan tarpeita kattuen keskeiset tuoterihmät.

Strategiset tavoitteet:

1. Saada aikaan kuluttajien, ammattikeittiöiden ja vientiyriyten tarpeita vastaava luomuvälikoima ja -tuotanto, joka mahdollistaa luomumarkkinan kolminkertaistamisen vuoden 2011 tasosta vuoteen 2015 mennessä ja luomuarvoketjun kestävä kasvun Suomessa.
2. Sitouttaa luomuarvoketjun toimijat yhteistyöhön ja parantaa toimijoiden välistä luottamusta.
3. Vahvistaa luomun asemaa kuluttajan hyvinvoinnin sekä kestävä elintarviketuotannon ja kulutuksen mukaisena valintana.

¹ [Strategia kokonaisuudessaan kts. Luomualan- kasvu ja kehitysohjelma](#)

STRATEGISET LINJAUKSET

1. Kuluttajalähtöisyys
2. Arvoketjuyhteistyö
3. Oppiminen ja innovatiivisuus
4. Läpinäkyvyys ja jäljitettävyys

TAVOITTEIDEN TOTEUTUMINEN

Luomumarkkinan kolminkertaistuminen

Vuonna 2013 luomumarkkina kasvoi, kuitenkin selvästi hitaammin kuin edellisenä vuonna. Pro Luomu ry:n arvion mukaan luomutuotteita myytiin 215 miljoonalla eurolla vuonna 2013, kasvua edellisvuoteen verrattuna oli noin kuusi prosenttia. Arvio perustuu päivittäistavarakaupan ryhmittymiltä kerättyihin lukuihin. Päivittäistavarakaupan keskimääräinen myynti lisääntyi viime vuonna 3,4 prosenttia, joten luomu oli yhä sitä reippaammalla kasvu-uralla. Markkinan kasvulle asetetusta välitavoitteesta vuodelle 2013 jäätiin 10 miljoonaa euroa. (Taulukko 1)

	Lähtö-tilanne 6. 2011	Toteutuma 12.2011	Tavoite v. 2012	Toteutuma 12.2012	Tavoite v. 2013	Toteutuma 12.2013	Tavoite v. 2014	Tavoite v 2015
Luomu- markkina milj. €	110	163	165	202	225	215	275	330
Luomu- myynti €/hlö	20	30	30	37	40	39	50	60

Taulukko 1. Luomumarkkinan kasvutavoitteet ja niiden toteutuminen

Luomun markkinaosuus säilyi 1,6 %:ssa. Luomun osuutta koko elintarvikemyynnistä arvioitaessa on kuitenkin muistettava, että luomun kysyntä keskittyy vahvasti pääkaupunkiseudulle ja tiettyihin tuoteryhmiin. Esimerkiksi luomuhiutaleiden, ruokaöljyjen ja kananmunien markkinaosuus omassa tuoteryhmässään on tai lähentelee jo 10 %:a. Suomen ostetuin yksittäinen luomutuote on luomumaito, sillä noin joka kuudes luomumyynnin euro tulee maidosta. Vuonna 2013 osuttuuttaan kasvattivat luomuhedelmät ja -vihannekset sekä erityisesti luomujuomat; mehut, oluet sekä kahvi ja tee. Luomutuotteiden markkinaosuutta elintarvikkeiden kokonaismarkkinoista vähentävät aukot valikoimassa ja tuotetarjonnassa erityisesti isoissa tuoteryhmissä kuten liha ja lihavalmistukset.

HoReCa-sektorin luomumarkkina on myös kasvussa. Vuonna 2013 PTY:n jäsenten HoReCa-tukkujen luomumyynti oli 11 milj. euroa (alv 0), mikä oli noin 0,6 % niiden koko elintarvikemyynnistä.

Luomuvalikoiman ja tuotannon kasvu

Luomuvalikoima on kasvanut ja isoimpien suomalaiskauppojen valikoimissa on nykyään noin 3 000 luomutuotetta. Niistä noin 60 % on kotimaisia.

Vuonna 2013 Suomen luomuala oli 206 170 hehtaaria siirtymävaiheen ala mukaan lukien. Se on noin 9 % Suomen koko peltoalasta. Luomutiloja Suomessa oli yhteensä 4 284 (siirtymävaiheen tilat mukaan lukien). Luomutilojen keskikoko on kasvanut tasaisesti ja oli 48,9 hehtaaria.

		Osuus tiloista/ peltoalasta %	muutos - % edelliseen vuoteen
Luomutilojen lukumäärä	4 284 kpl	7	-1
Luomuviljelty peltoala	206170 ha	9	4

Taulukko 2. Luomutuotanto ja sen kasvu vuonna 2013 (Lähteet; Evira)

Vuonna 2013 luomuviljaa tuotettiin 90,5 milj. kg. Sato nousi edellisvuodesta 8 milj. kg. Luomuviljojen korjuuala oli yhteensä 42 700 hehtaaria. Luomusato oli 2,2 % Suomen koko viljantuotannosta. Asiantuntijat arvioivat, että luomuviljasta yli 60 % meni vientiin jalostettuina tuotteina kuten hiutaleina, leipänä ja jauhoina. Kaurassa viennin osuus on jopa 80 %. Myös luomukotieläintuotanto kasvoi kaikissa tuoteryhmissä ja ensimmäiset kokemukset luomusiipikarjanlihan tuotannosta antoivat eväitä tuotannon jatkokehitykseen. (Taulukko 3)

	Määrä milj. kg/l			Osuus kokonais- tuotannosta vuonna 2013 (%)
	2013	2012	2011	
Luomuvilja	90,5	82,5	81,6	2,2
Luomuvehnä	13,0	15,3	14,7	
Luomuruus	4,2	5,1	6,6	
Luomukaura	46,1	38,6	38,2	
Luomuohra	12,4	6,6	7,5	
Luomumaito	41,2	37,6	31,4	1,9
Luomunaudanliha	2,5	1,7		3,1
Luomusianliha	0,7	0,5		0,4
Luomulampaanliha	0,2	0,1		18,2
Luomusiipikarjanliha	0,03			0,03
Luomukananmunat	2,5	2,2	1,5	4

Taulukko 3. Luomutuotannon määrä Suomessa v. 2013 (Lähteet: Tike/TNS Gallup/Pro Luomu)

Luomuarvoketjun toimijoiden yhteistyö ja toimijoiden välisen luottamuksen parantuminen

Luomun ketjubarometri seuraa toimijoiden käsityksiä luomualan kehityksestä ja yhteistyöstä. Vuoden 2012 keväästä vuoden 2013 kevääseen käsitykset yhteistyöstä ja luottamuksesta eivät ole merkittävästi muuttuneet. Tulosten mukaan luomualan toimijat ovat nyt kuitenkin tyytyväisempiä yhteistyöhön ja pitävät alan toimijoiden tavoitteita paremmin yhteensopivina kuin aiemmin.

Vuoden aikana uusiksi jäseniksi hakeutui 6 yritystä, ja erosi 2 yritystä ja 2 henkilökannattajajäsentä. Tavoitteena oli saada 15 uutta jäsentä, joten jäsenmäärätavoitteesta jäätin.

Luomun asema kuluttajan hyvinvoinnin sekä kestävän elintarviketuotannon ja kulutuksen mukaisena valintana

Syksyllä 2013 toistetun luomun kuluttajabarometrin mukaan suuria muutoksia kuluttajien käsityksissä ei ole tapahtunut syksyyn 2010 verrattuna. Luomutuotteissa nähdään paljon hyviä ominaisuuksia, joiden kirjo miellyttää erilaisia ihmisiä. Mielikuvissa hallitsee tuotteiden puhtaus. Kuluttajat listaavat luomun olevan vapaa kemikaaleista, lannoitteista, säilöntäaineista, lisäaineista jne. Luomu herättää voimakkaita tunteita ja kuluttajat polarisoituvat entistä selvemmin luomun käyttäjiin ja luomun karttajiin. Luomun aktiivikäyttäjienkin mielestä luomu eroaa muista erityisesti puhtauden, mutta myös eläinten hyvinvoinnin,

maun ja ekologisen tuotantotavan vuoksi. Luomua epäilevien mielestä luomu eroaa ensisijaisesti kalliimman hinnan vuoksi.

TOIMENPITEET

Yhdistys toteutti toimintaansa pääosin neljän hankkeen kautta. Joulukuussa 2011 käynnistyneelle Laatu- ja luomun edistämisen rahoittamalle *Luomualan koordinoitihankkeelle* (=jatkossa Koordinaatio 1) haettiin ja saatiin jatkoaikaa maaliskuun 2013 loppuun. Huhtikuun alusta käynnistyi edellisen jatkoksi *Luomua lisää -koordinaatiohanke* (jatkossa Koordinaatio 2), jolle haettiin ja saatiin jatkoaikaa vuoden 2014 kesäkuun loppuun. Vuoden 2012 alusta maa- ja metsätalousministeriön pääosin rahoittamalle *Luomuala läpinäkyväksi -hankkeelle* haettiin ja saatiin jatkoaikaa kesäkuun 2013 loppuun.

Vuoden 2013 alussa aloitettiin uusi *Luomun juuret -hanke*, jonka toteuttamisen saatiin rahoitusta Mavista. Hanketta oli alun perin haettu kolmivuotisena, mutta rahoituspäätöksessä se määriteltiin yksivuotiseksi, minkä takia hankkeen toimenpiteet rajattiin käsittämään lähinnä kuluttajille suunnattua viestintää sekä markkinoiden kasvun ja viestinnän seuranta. Esim. jäljitettävyyden kehittämiseksi suunniteltu toiminta poistettiin hankepäätöksen mukaisesti.

Ohessa kunkin osion perässä on maininta siitä, mihin hankkeeseen toiminta on kuulunut.

Arvoketjutyöryhmät (Koordinaatio 1,2)

Arvoketjutyöryhmät ovat keskeinen väline alan kehityksen seurantaan, ennakkointiin ja ongelmakohtien analysointiin ja lisäksi tärkeä yhteys jäsenistöön. Vuoden 2013 aikana jatkettiin liha-, kasvis- ja HoReCa-ryhmien työtä sekä perustettiin oma ryhmä luomumaidolle. Ryhmät kokoontuivat vuoden 2013 aikana seuraavasti:

- luomuliha: 12.2., 4.6., 23.9. ja 2.12.
- luomukasvis: 22.1., 21.3. ja 20.11.
- luomumaito: 18.6., 9.9. ja 18.11.
- luomu HoReCa-ryhmä: 22.1., 21.3., 22.5. ja 23.10.

Näiden lisäksi Pro Luomu on osallistunut vilja-alan yhteistyöryhmän kokoaman luomuviljaryhmän työhön sekä luomukalkkuna-arvoketjun kehitystyöhön osana Satafood ry:n hallinnoimaa luomukalkkunan kehitysprojektia.

Arvoketjutyöryhmät seurasivat tuoteryhmän markkinan ja tuotannon kehitystä sekä tuottivat tuoteryhmittäiset markkinakatsaukset. HoReCa-ryhmää lukuun ottamatta ryhmät seurasivat luomuvalvontaa säätelevän lain sekä Manner-Suomen Maaseutuohjelman valmistelua antaen perustan Pro Luomun lausunnoille. Lisäksi ryhmissä keskusteltiin paljon luomuvalvonnan epäyhtenäisistä tulkinnoista. Näiden keskustelujen pohjalta asiasta keskusteltiin myös Evirassa (luomuvalvontayksikkö ja tapaaminen pääjohtaja Matti Ahon kanssa). Liha-alan arvoketjutyössä pureuduttiin luomulihantuotannon volyymin selvittämiseen, koska luomuliha on luomutuoteryhmistä heikoimmin tilastoitu tuotantosuunta. Lisäksi tehtiin työtä Suvali-hankkeen kanssa luomusianlihan tuotannon nivomiseksi mukaan osaksi sianlihan kansallista laatu- ja luomun edistämisen järjestelmää (=Laatuvastuu). HoReCa-ryhmässä selvitettiin HoReCa-ketjun luomumyyntiä sekä lisäksi kehitettiin toimintatapa, jolla myös HoReCa-sektorille voitaisiin luoda vähittäiskaupan kaltaiset kysyntäennusteet. Työ lähti liikkeelle kasviksista, koska kasvisryhmässä tavoitteena oli vahvistaa kysyntää erityisesti ammattikeittiöpuolella. Lisäksi HoReCa-ryhmä toteutti yhdessä EkoCentrian kanssa selvityksen luomutuotteiden kustannusvaikutuksesta aterioihin. Maitoryhmän erityiskysymyksenä oli luomumaidon D-vitamiinointi, joka oletettavasti lisäisi luomumaidon kysyntää erityisesti julkisissa keittiöissä. Edelleen

vaaditaan lisäselvitystä, jotta tarvittava lainsäädännön muutos olisi tarkoituksenmukaista. Arvoketjuryhmien kokoonpanot, muistiot ja tehdyt selvitykset löytyvät Pro Luomun nettisivuilta (www.proluomu.fi/hankkeet/arvoketjutyo).

Luomualan muu koordinointi ja tapahtumat

Pro Luomu päivitti vuonna 2012 kokoamansa ja [Pro Luomu ry:n nettisivuilla](http://www.proluomu.fi/hankkeet/arvoketjutyo) julkaisemansa tiedot luomualaan liittyvistä kehittämistoimista ja osallistui seitsemän eri hanke-/tai hankekokonaisuuden ohjausryhmän työskentelyyn.

Syksyllä Pro Luomu osallistui Lähiruokaa ja matkailua -hanketreffeille ja toteutti kaikissa neljässä tilaisuudessa (Tampere 1.10; Lahti 2.10; Siilinjärvi 24.10; Kuusamo 30.10) luomu-teemahuoneet. Hanketreffit järjestettiin yhteistyössä Lähi- ja luomuruokaohjelmien, Maaseutuverkostoyksikön, Ruoka-Suomi- teemaryhmän, Matkailun teemaryhmän sekä Turun yliopiston koulutus- ja kehittämiskeskus Brahean kanssa.

Lisää luomua -kiertue (Koordinaatio 1)

Syksyllä 2012 käynnistynyt Lisää luomua -kiertue pysähtyi kaikkiaan 11 paikkakunnalla, joista kolme viimeisintä olivat tammikuussa 2013 (Pori 8.1.; Tervola 10.1 ja Laukaa 16.1.). Jokaisella paikkakunnalla järjestettiin Lisää luomua -seminaari, jossa kuultiin uusinta tietoa luomun markkinoista, tuotannon ja markkinan kasvutavoitteista ja esimerkkejä luomutuottajien ja -yrittäjien onnistumisista sekä hyvistä keinoista selvittää luomun byrokratiasta.

Kiertueen ohjelmat ja seminaariesitykset ovat luettavissa [Pro Luomun verkkosivuilla](http://proluomu.fi/hankkeet/lisaa-luomua-kiertue/) (<http://proluomu.fi/hankkeet/lisaa-luomua-kiertue/>).

Lisää luomua -kiertueen yhteyshenkilöiden palautekyselyn mukaan kiertue onnistui parhaiten tavoitteessaan *Lisätä tietoa luomun nykytilanteesta ja tavoitteista ja saada luomualan kasvu- ja kehitystavoitteille laajaa näkyvyyttä*. Kaikki palautteen lähettäneet olivat sitä mieltä, että kiertue kannattaisi toistaa jonkin ajan kuluttua.

20/20-seminaari (Koordinaatio 1)

Maaliskuussa järjestettiin yhteistyössä EkoCentria kanssa 20/20-seminaari Laureassa Espoossa. Seminaarissa julkistettiin EkoCentrian teettämän selvityksen tulokset luomun käytöstä kuntaruokailussa. Lisäksi seminaarissa kuultiin hyviä esimerkkejä Ruotsista ja Suomesta sekä lähestyttiin kysynnän ja tarjonnan kohtaamisen ongelmaa leipä- ja vihannes-casien kautta.

Seminaarin esitelmät löytyvät osoitteesta <http://proluomu.fi/loyda-keinoja-tuoda-luomu-lasten-lautasille/>. Seminaarin ennakoilmoittautuneita oli 47.

Vientiselvitys ja -seminaari (Luomuala läpinäkyväksi)

Vuoden 2013 keväällä Luomuala läpinäkyväksi -hanke teetti selvityksen suomalaisten luomutuotteiden vientipotentialista ja järjesti vientiseminaarin toukokuussa (16.5.). Selvityksen tekijäksi valittiin Erkki Pöytäniemi Organic Food Finlandista. Vientiselvitys löytyy osoitteesta <http://proluomu.fi/wp-content/uploads/sites/3/2013/06/Luomutuotteiden-vientipotentialin-analyysi.pdf> ja vientiseminaarin esitykset osoitteesta <http://proluomu.fi/hankkeet/vientiseminaari-16-5-2013/>

Tutkimukset

Ketjubarometri kertoi luomualan yhä uskovan kasvuun (Koordinointi 1)

[Luomun ketjubarometri](#) toteutettiin maaliskuussa 2013. Sen tulosten mukaan luomualan toimijat uskovat yhä luomun kasvuun Suomessa. Taloustutkimus Oy:n tekemään kyselyyn vastasi yhteensä 442 henkilöä, jotka edustivat kattavasti koko luomualaa.

Ketjubarometrin tulosten mukaan luomumyynnin odotti lisääntyvän 90 % kaupan edustajista, 75 % teollisuuden ja ammattikeittiöiden edustajista sekä vähän yli puolet viljelijöistä. Kasvuodotukset olivat hieman maltillisempia kuin edellisessä, vuonna 2012 toteutetussa barometrissa.

Luomun kasvun suurimpana esteenä vastaajat näkivät kuluttajien haluttomuuden maksaa luomutuotteista korkeampaa hintaa kuin tavanomaisesti tuotetusta ruoasta; yli 40 % vastaajista arvioi näin. Vastaajista 15 % arveli suurimmaksi esteeksi sen, että luomutuotanto ei pysy kysynnän perässä.

Alan usko luomuun on hyvä myös pitkällä aikavälillä. Lähes kolme neljäsosaa kyselyyn vastaajista arvioi, että luomusta kehittyä olennainen osa suomalaista elintarviketaloutta. Sen katsottiin kuitenkin edellyttävän alan yhteistyön tehostamista ja luomuliiketoiminnan kannattavuuden lisääntymistä.

Kuluttajabarometri luotasi kuluttajien motiiveja (Koordinointi 2)

[Luomun kuluttajabarometri](#) toteutettiin marraskuussa 2013. Suomen Gallup Elintarviketiedon tekemään kyselytutkimukseen vastasi yhteensä 1 043 henkilöä. Tulosten mukaan luomun kulutustottumukset eivät ole juuri muuttuneet edellisestä eli vuonna 2012 tehdystä barometrissa.

Kuluttajabarometrin tulosten mukaan kuluttajat ryhmiteltiin käyttöuseuden perustella kolmeen eri ryhmään. Noin neljäsosa kuluttajista ostaa luomua vähintään kerran viikossa ja arvioi lisäävänsä luomukulutustaan paljon lähivuosina. Näitä *luomun aktiivikuluttajia* ovat tyypillisesti pääkaupunkiseudulla asuvat, korkeasti koulutetut 30–39-vuotiaat naiset, joilla on alle kouluikäisiä lapsia. Luomun aktiivikuluttajia on paljon myös yli 50-vuotiaissa naisissa.

Lähes viidesosa suomalaisista ostaa luomua muutaman kerran kuukaudessa tai vähän harvemmin, mutta kuitenkin säännöllisesti. Nämä *luomun pienkuluttajat* ovat etenkin aikuistalouksissa asuvia kaupunkilaisia, jotka arvostavat myös lähiruokaa.

Puolet suomalaiskuluttajista ostaa luomua vain satunnaisesti tai ei lainkaan. Näiden *luomua epäilevien* joukko on erittäin heterogeeninen. Kaikkien kriittisin asenne luomua kohtaan näyttää barometrin mukaan olevan maaseudulla asuvilla iäkkäillä miehillä.

Luomua arvostavat kuluttajat ostavat sitä etenkin tuotteiden puhtauden, ympäristöystävällisyyden ja hyvän maun vuoksi. Luomua pidetään myös lapsille hyvänä ruokavaihtoehtona ja sen katsotaan vaikuttavan myönteisesti tuotantoeläinten hyvinvointiin.

Luomun kasvun kannalta tärkein kuluttajaryhmä ovat luomun tuotantotavan hyvin tuntevat aktiivikuluttajat. Kokemusten ja lisääntyvän tietoisuuden myötä pienkuluttajistakin voi vähitellen tulla aktiivikuluttajia, joten myös tälle joukolle kannattaa kohdistaa viestintää luomun eduista.

Viestintä (hankkeet ja oma toiminta)

Pro Luomun viestintää suunnattiin vuonna 2013 jäsenistön ja elintarvikealan toimijoiden lisäksi aiempaa enemmän medialle ja myös suoraan kuluttajille.

Sosiaalisen median kanavista otettiin keväällä 2013 käyttöön Facebook, Twitter ja Pinterest. Kaikki Pro Luomun julkaisema tai kokoama aineisto (esim. tiedotteet, jutut, henkilöhaastattelut, infograafit) jaettiin myös sosiaalisessa mediassa. Somessa jaettiin aktiivisesti muidenkin luomusta kertovien tahojen aineistoa.

Viestinnän tukena toimi jäsenistön viestintäasiantuntijoista koottu tiedotusryhmä. Se kokoontui vuoden 2013 aikana yhteensä neljä kertaa: 17.1., 12.6. sekä 3.9. ja 25.10. laajennetulla kokoonpanolla, joka ensin ideoi työpajatyöskentelynä luomulle uuden sloganin *Luomua. Ilman muuta.* ja sitten valitsi sille sopivan visuaalisen ilmeen mainostoimistojen tekemistä ehdotuksista:

LUOMUA. ILMAN MUUTA.

Uusi slogan rekisteröitiin Suomen markkinointiliiton iskulauserekisteriin, minkä myötä se tuli valituksi Vuoden 2013 iskulauseeksi. Tunnustus julkistettiin tammikuussa 2014.

Jäsentiedotus

Kaikki Pro Luomun mediatiedotteet lähetettiin sähköpostitse myös jäsenille. Lisäksi vuoden aikana lähetettiin yhteensä kymmenen jäsenkirjettä.

Verkkotiedotus

Pro Luomu julkaisi aineistoaan vuonna 2013 kolmella verkkosivustolla: omilla www.proluomu.fi-sivuilla, yhdessä muiden luomualan tiedontuottajien kanssa ylläpidettävällä luomu.fi-sivustolla sekä Luomun juuret -hankkeen kuluttajakampanjaa varten tehdyillä luomunjuuret.fi-sivustolla.

Yhdistyksen omilla www.proluomu.fi-sivuilla julkaistiin kaikki lähetetyt mediatiedotteet, useita taustoittavia juttuja luomualan kehityksestä, Luomu Suomessa -tilastokoosteen päivitys sekä yhdistyksen toimintaan liittyviä julkisia asiakirjoja, mm. arvoketjutyöryhmien kokousten aineistot.

[Luomu.fi](http://luomu.fi)-sivustolla julkaistiin Pro Luomun tiedotteita ja taustoittavia juttuja. Lisäksi Pro Luomu laati sivustolle asiantuntija-artikkelit luomumaidon, -kasvien ja -lihan markkinatilanteista arvoketjutyöryhmien tuottamien tietojen pohjalta sekä luomuviljan tuotantotilanteesta VYR:n kokoaman aineiston pohjalta.

Huhtikuussa 2013 avattiin Luomun juuret -hankkeen kuluttajakampanjointia varten erillinen verkkosivusto luomunjuuret.fi. Sivustolla kerrottiin mm. luomun tuotantotavasta ja sen eduista helposti omaksuttavassa muodossa, julkaistiin luomutuottajien haastatteluja sekä muita ajankohtaisista luomusta kertovia juttuja.

Joulukuussa kuluttajille suunnattu sivusto uudistettiin rakenteeltaan ja osoitteeltaan luomuailmanmuuta.fi-sivustoksi. Uudistuksen tavoitteena oli tuoda sivujen sisältöä lähemmäs kuluttajan arkea. Edelliseltä sivustolta tutun perusaineiston lisäksi uusitulla sivustolla julkaistaan mm. luomuruokareseptejä sekä luomuaiheisia blogikirjoituksia kuluttajia kiinnostavista aiheista.

Mediaviestintä

Pro Luomu lähetti vuonna 2013 yhteensä kymmenen mediatiedotetta tai -kutsua STT:n tiedotejakelupalvelun kautta. Kevästä lähtien tiedotteet jaettiin myös Twitterin ja Facebookin kautta.

STT:n mediaseurannan mukaan parhaiten menivät läpi luomumarkkinoiden kehityksestä v. 2012 kertonut tiedote (19 osumaa) sekä Pro Luomun teettämästä vientiselvityksestä kertonut tiedote (12 osumaa). Koko vuoden aikana Pro Luomu mainittiin median uutissivustoilla julkaistuissa jutuissa yhteensä 105 kertaa. STT:n mediaseurannassa ei ollut mukana printtimediaa.

Elokuussa järjestettiin MTK:n ja Luomuliiton kanssa aikakauslehtien toimittajille päiväretki kahdelle Lopella sijaitsevalle luomutilalle. Toimittajaretkelle osallistui 15 toimittajaa eri medioista ja sidosryhmistä. Retki oli osa Luomun juuret -hanketta.

Marraskuussa järjestettiin erityisesti ruokatoimittajille suunnattu tiedotustilaisuus luomun kuluttajabarometrissa ravintola Juuressa Helsingissä. Kuluttajabarometrin tulosten lisäksi tilaisuudessa kuultiin professori Johanna Mäkelän/HY ja luomuviljelijä Juuso Joonan esitykset. Tiedotustilaisuuteen osallistui 15 toimittajaa, ja se oli osa Lisää luomua -hanketta.

Tapahtumat

Pro Luomu osallistui vuonna 2013 useisiin kuluttajatapahtumiin Luomun juuret -hankkeen myötä:

- Luomu- ja lähiruokatapahtuma, Helsingin Messukeskus, huhtikuu (MMM:n yhteisosasto)
- Luomua läheltä -tapahtuma Villa Elfvik, Espoo, toukokuu
- Hyvinkään Elomarkkinat, Knehtilän tila, Hyvinkää, elokuu
- Herkkujen Suomi, Rautatientori, Helsinki, elokuu (MMM:n yhteisosasto)

Lisäksi Pro Luomu osallistui ensimmäistä kertaa vietetyn Suomen luonnon päivän 31.8. avoimien ovien luomutila -tapahtumien koordinointiin yhdessä MMM:n, MTK:n ja Luomuliiton kanssa. Suomen luonnon päivää vietettiin viidellä luomutilalla:

- Bosgårdin kartano, Porvoo
- Kyyttötila Ylikallio, Alaveteli
- Tolvilan kartano, Akaa
- Tupalan tila, Hämeenkoski
- Vennan tila, Turku

Muu kuluttajaviestintä

Kuudella suomalaisella luomutilalla kuvattu luomun imagovideo [Tämä on luomua](#) julkaistiin syksyllä Luomun juuret -sivustolla sekä YouTubeissa ja Vimeossa. Videota jaettiin myös sosiaalisen median kautta, ja sitä katsottiin jo ensimmäisen viikon aikana yli tuhat kertaa.

Loppuvuodesta tehtiin kuluttajille suunnattu yleisesite [Luomua. Ilman muuta.](#) joka kertoo yleisellä tasolla luomutuotannosta ja sen eduista kuluttajalle. Esitteestä otettiin 3 000 kappaleen painos ja se on lisäksi Pro Luomun nettisivuilla painokelpoisena pdf-tiedostona. Sekä video että yleisesite tehtiin Luomun juuret -hankkeessa.

Pro Luomu ry:n muu toiminta

Jäsenhankinta

Pro Luomu ry:n jäsenmäärä vuoden lopussa oli yhteensä 49 varsinaista jäsentä, joista 40 yritystä ja yhdeksän yhdistystä sekä kolme kannattajajäsentä, joista kaksi yritystä ja yksi henkilöjäsen. Pro Luomulla on jäseniä kaikista arvoketjun toimijoista panosteollisuutta lukuun ottamatta. Jäsenyys on kattavinta luomuliha-alan keskuudessa. Vuoden aikana uusiksi jäseniksi hakeutui 6 yritystä, ja erosi 2 yritystä ja 2 henkilökannattajajäsentä. Varsinaisten jäsenten määrä kasvoi vain kolmella jäsenellä. Jäsenhankintaa ei juurikaan ennätetty tehdä, ainoastaan esitellä yhdistystä muun toiminnan ohessa.

IFOAM-jäsenyys /säädösennakointi ja tiedotus niistä

Vuoden aikana selvitettiin mahdollisuuksia hakeutua Luomualan kansainvälinen järjestön IFOAMin ja IFOAM EU -ryhmän jäseneksi. Kustannusten vuoksi jäsenyyttä ei kuitenkaan haettu, vaan päätettiin rakentaa toimiva yhteistyö ensin Suomessa ja luoda nykyisten jäsenien kautta yhteydet myös IFOAMiin. Heinäkuun alussa Pro Luomun edustajat osallistuivat Vilnassa pidettyyn IFOAM EU-ryhmän seminaariin.

Pro Luomun strategiatyö

Vuonna 2013 perustettiin strategiaryhmä, jonka tehtävänä oli tehdä ehdotuksia hallitukselle Pro Luomu ry:n toiminnan kehittämiseksi ja erityisesti rahoituksen turvaamiseksi. Ryhmään kuuluivat Ilkka Alarotu, Vesa Isohanni, Saska Tuomasjukka ja Klaus Hartikainen. Ryhmä kokoontui 4 kertaa.

Odotuksia ja tehtävää yhdistykselle on paljon. Jäsenten ja sidosryhmien toiveissa korostuivat viestintä, vaikuttaminen, jäsenpalveluiden kehittäminen sekä toisaalta yhdistyksen perustamisesta lähtien keskeinen tehtävä kysynnän ja tarjonnan tasapainottaminen. Tärkeintä on kiteyttää, mitä jäsenmaksulla saa.

Strategiaryhmän ehdotukset näkyvät Pro Luomun toimintasuunnitelmassa vuodelle 2014:

- yhdistyksen visioon lisättiin lause, joka selkeyttää yhdistyksen tehtävää: *Pro Luomu on johtava luomualan vaikuttaja, viestijä ja yhteistyön rakentaja.*
- jäsenpalveluiden määrittäminen:
 - Viestintä (luomun pitäminen esillä, luomun imagon kirkastaminen)
 - Luomualan edunvalvonta ja mahdollisten muutosten ennakointi
 - Jäsenalennukset palveluista
- palvelutoiminnan käynnistäminen (Luomuelintarvikepäivä, yhteistutkimukset)

HALLINTO

Hallitus

Hallituksen kokoonpano vuonna 2013 oli seuraava

jäsen	varajäsen
Ilkka Alarotu, puheenjohtaja	
Arto Jokinen	Ari Kulmanen
Jukka Markkanen	Rikard Korkman
Ari Sääksmäki, varapuheenjohtaja	Harri Turunen
Saska Tuomasjukka	Jaakko Nuutila
Pirjo Siiskonen	Jukka Rajala
Elisa Niemi	Jukka Lassila
Miska Kuusela	Lennart Sukapää

Yhdistyksen kokoukset

Yhdistyksen sääntömääräinen kevätkokous pidettiin 16.5.2013 Ässäkeskuksessa Helsingissä ja syyskokous 27.11.2013 Fazerilla Vantaalla.

Hallitus kokoontui 6 kertaa, joiden lisäksi pidettiin yksi sähköpostikokous.

Henkilöstö

Yhdistyksen palveluksessa oli toiminnanjohtaja Marja-Riitta Kottilan lisäksi tiedottaja Minnan Nurro, asiantuntija Päivi Rönni (50 % työajasta) ja projektityöntekijä Leena Saari.

Talous

Yhdistyksen toimintaa on rahoitettu jäsenmaksuilla sekä maa- ja metsätalousministeriön ja Suomen valtion (Mavi) myöntämällä hankerahoituksella. Jäsenmaksujen tuotto oli 138 950 euroa, jossa on kasvua edellisestä vuodesta n. 43 000 euroa. Tilinpäätös osoitti 64 266,26 euron ylijäämää. Se jäi yli jäsenmaksuista, koska yhdistyksen omarahoitteinen toiminta oli vähäistä ja jäsenmaksuja käytettiin hankerahoituksen omarahoitukseksi. Yhdistyksen kiinteät kulut on myös pyritty pitämään pieninä

esimerkiksi hyödyntämällä työntekijöiden kotitoimistoja ja jäsenten kokoustiloja. Yhdistyksen oman pääoman lisääntyminen on toivottavaa, jotta likviditeetti riittää hankkeiden toteuttamaan hankkeita, joiden kustannukset maksetaan jälkikäteen toteutuneiden kustannusten mukaisesti.

Yhdistyksen kirjanpidon ja talouspalvelut hoitaa Taloushallinta Uniikki Oy.