

# Pro Luomu ry

## TOIMINTASUUNNITELMA V. 2016

---

### Sisällys

<b>Toiminnan tarkoitus ja strategia</b>	<b>2</b>
Tarkoitus	2
Tilannekatsaus	2
Strategia	3
<b>Toimenpiteet</b>	<b>3</b>
Markkina-analyysit ja muut selvitykset	3
Arvoketjutyö	4
Luomualan koordinaatio	4
Viestintä	4
Koulutus- ja kehittäminen	6
Sidosryhmätoiminta	6

## TOIMINNAN TARKOITUS JA STRATEGIA

### Tarkoitus

Pro Luomu ry kokoaa luomualan toimijat, yritykset ja muut yhteisöt yhteistyöhön luomualan edistämiseksi. Yhdistyksen tarkoituksena on edistää luomualan tavoitteellista kehitystä ja kasvua Suomessa edesauttamalla luomutuotteiden kysynnän ja tarjonnan kohtaamista sekä tunnistamalla ja ratkomalla ketjun keskeisiä ongelmia.

### Tilannekatsaus

Luomualan kasvu on taloudellisen taantuman vuoksi hidastunut. Pro Luomu ry arvioi, että markkinan kasvu vuonna 2015 tullee olemaan vain n. 2 %. Tämä merkitsee, että vuoteen 2015 asetettua tavoitetta kolminkertaistaa markkina ei saavuteta.

Pro Luomun koordinoimana laadittiin Luomualan kehitysohjelman ajalle 2015-2020. Edellisen ohjelman keskeinen tavoite oli kolminkertaistaa luomumarkkina vuoden 2011 tasolta. Vaikka tavoitteesta jäädään, kehityksen suunta on ollut kasvu. Markkina on kaksinkertaistunut ja luomuvalikoima kasvanut merkittävästi. Myös luomutuotanto on kasvanut. Yleinen taloudellinen tilanne on heikentynyt selvästi sitten vuoden 2011, mikä hidastaa myös luomutuotteiden myynnin kasvua. Taloudellisen tilanteen odotetaan jatkuvan heikkona vielä tulevinakin vuosina, mikä haastaa luomualan arvoketjun toimijat kehittämään luomua ja luomutuotteita niin, että kuluttajien kiinnostus kasvaa. Kotimaisten kuluttajien ja ammattikeittiöiden lisäksi luomun kansainväliset markkinat tarjoavat mahdollisuuksia, joita hyvillä suomalaisilla luomutuotteilla voidaan hyödyntää.

Luomun ketjubarometrin (2015) mukaan luomualan toimijat uskovat luomualan maltilliseen kasvuun. Suurimpina kasvun esteinä he kokevat kuluttajien ostohalukkuuden: miten saada kuluttajat ostamaan tuote, jonka tuotantotapaa monet arvostavat, mutta pitävät hintaeroa tavanomaisiin tuotteisiin usein liian suurena. Erityisesti viljelijät kokevat kasvun esteeksi luomun byrokratian ja ammattikeittiöt heille sopivien tuotteiden huonon saatavuuden.

Vuonna 2015 aloittanut Sipilän hallitus on sitoutunut Valtioneuvoston luomuohjelman Lisää luomua - tavoitteisiin, joiden mukaan luomun osuuden tulee olla 20 % sekä viljelyalasta että julkisten ruokapalvelujen aterioiden osuudesta vuonna 2020.

Vuoden 2015 aikana käynnistynyt Manner-Suomen maaseutuohjelma vakiinnuttaa erityisesti luomualkutuotannon toimintaympäristöä vuoteen 2020 saakka. EU:n luomulainsäädännön uudistus on vieläkin kesken, mutta todennäköisesti sen myötä tulevat muutokset eivät merkittävästi vaikuta eivätkä vaikeuta luomun kasvua Suomessa.

Pro Luomu ry:n vetämä ja Ruokaketjun rahoittama Täsmäluomu-hanke jatkuu vuonna 2016. Pro Luomulle myönnettiin Manner-Suomen maaseutuohjelman kautta rahoitettava Luomun koordinaatiohanke, joka käynnistyi kesällä 2015 ja jatkuu vuoden 2017 loppuun. Yhteistyökumppaneina hankkeessa ovat Helsingin Yliopisto/Luomuinstituutti, ProAgria Etelä-Suomi sekä Savon koulutuskuntayhtymä/EkoCentria. Tämän hankerahoituksen lisäksi vuoden 2016 toiminnan rahoitus perustuu jäsenmaksuihin ja palvelutoiminnan tuloihin.

## Strategia

**Missio:** Luomu yhdistää ympäristön kannalta parhaat tuotantotavat, korkeat vaatimukset eläinten hyvinvoinnille sekä kuluttajien toiveet korkealaatuisista ja luonnollisista tuotteista.

**Visio:** Vuonna 2020 luomutuote on kiinnostava ja haluttu. Luomu on osa suomalaista arkea. Pro Luomu on luomualan johtava vaikuttaja, viestijä ja yhteistyön rakentaja.

### Strategiset tavoitteet:

1. Luomutuotteet ovat innovatiivisia, laadukkaita ja trendikkäitä.
2. Luomulla on puhutteleva tarina.
3. Luomussa noudatetaan ympäristön sekä kotieläinten hyvinvoinnin kannalta parhaita käytäntöjä.
4. Luomun arvoketjussa kehitetään jatkuvasti tuottavuutta ja kannattavuutta.
5. Pro Luomun tunnettuus alan asiantuntijana eri sidosryhmien keskuudessa lisääntyy.

## TOIMENPITEET

### Markkina-analyysit ja muut selvitykset

#### *Luomumyynnin kehitys*

Seurataan kyselynä kaupparyhmille, minkä lisäksi pyritään arvioimaan myös muuta myyntiä.

#### *Tuotannon kehitys*

Seurataan virallisista tilastoista, joita täydennetään erillisillä selvityksillä, kuten lihan tuotanto.

#### *Markkinapotentiaalit ja niiden seuranta*

Vuodelle 2020 laadittujen markkinapotentiaalien toteutumista seurataan arvoketjuryhmissä ja tarvittaessa päivitetään niitä.

#### *Muut selvitykset.*

Jotta markkina-analyysissä päästään syvemmälle, toteutetaan erityiskysymyksiin porautuvia selvityksiä. Näiden avulla selvitetään joitakin tuoteryhmittäisiä asioita tai haetaan vastauksia jonkin erityisen kuluttajaryhmän tarpeisiin tai toiveisiin. Tavoitteena on tehdä vähintään yksi tällainen selvitys.

#### *Kansainvälinen markkinan seuranta:*

Osallistutaan BioFach -tapahtumaan ja mahdollisiin muihin kansainvälisiin luomutapahtumiin (kuten Organic Nordig Fair).

Mittarit: Analyysien toteutuminen ja luotettavuus, analyysitiedon hyödyntäminen

Rahoitus: Täsmäluomu + hankkeen omarahoitus

## Arvoketjutyö

### Arvoketjuryhmät

Jatketaan jo toimivien liha-, kasvis- ja maitoarvoketjuryhmien toimintaa. HoReCa-ryhmä toteutetaan yhteistyönä EkoCentrian hanketta. Osana koordinaatiohankkeen toimintaa perustetaan uusi luomuluonnontuote-arvoketjuryhmä. Arvoketjuryhmien työhön liitetään nyt tiiviimmin myös mukaan vuorovaikutus ryhmien alaan kuuluvien hankkeiden kanssa.

Mittarit: Ryhmien aktiivisuus ja toteutetut toimenpiteet

Rahoitus: Hankerahoitus + omarahoitus

## Luomualan koordinaatio

Koordinaationhankkeen toimenpiteet ovat pääosin viestintää (katso kohta viestintä). Hankkeen toimintaan liittyy myös paljon yhteydenpitoa eri tahojen kanssa toimenpiteiden koordinoimiseksi. Hanke sisältää erilaisia viestintä- ja kehittämiskonsepteja, joiden avulla lisätään yhteistä tekemistä ja puhetta luomusta.

### Fokusryhmätyöskentely

Hanke toteuttaa fokusryhmätyöskentelyn kahdesta keskeisestä kehittämisteemasta tai -ongelmasta. Ryhmä kerää ja yhdistää hyviä käytäntöjä ja tutkittua tietoa sekä kokoaa yhteen tietyn teeman parhaat asiantuntijat (tutkijat, neuvojat, viljelijät, yrittäjät). Ryhmä työskentelee rajatun ajan (max 6 kk) tietyn konseptin mukaisesti yhteisen tieto-aidon lisäämiseksi ja/tai havaitun ongelman ratkaisemiseksi. Fokusryhmätyöskentely käynnistyy vuoden 2016 aikana.

### Luomufoorumi

Koordinaatiohanke järjestää vuosittain toteutettavan kaksipäiväisen Luomufoorumin, jossa päivitetään luomualan tilanne tuotannon, markkinan ja tuottavuuden kehittymisestä sekä tutkimustuloksista, ja vahvistetaan kehittäjien verkostoa sekä osaamista. Aamupäivällä keskitytään tilannekatsaukseen ja sen kohderyhmänä ovat erityisesti luomun kehittäjät, alan järjestöt (MTK, ETL) ja viranomaiset (EVIRA, ELY-keskukset, MMM sekä muut keskeiset sidosryhmät). Iltapäivä ja foorumin toinen päivä on tarkoitettu pelkästään kehittäjille. Tällöin vaihdetaan ajatuksia ja sparrataan kehittämistoimintaa kohti asetettuja tavoitteita sekä jalkautetaan koordinaatiohankkeen konsepteja käytäntöön. Lisäksi foorumiin voidaan sisällyttää ajankohtaisia koulutuksia.

Vuonna 2016 Luomufoorumi toteutetaan helmikuussa (3.-4.2.).

## Viestintä

Viestintä on olennaisin osa Pro Luomu ry:n toimintaa. Pro Luomun viestinnän tavoitteena vuonna 2016 on lisätä puhetta luomusta seuraavilla tavoilla:

- 1) tuottaa tietoa luomun kehityksestä luomualan toimijoille ja medialle,
- 2) lisätä kuluttajien tietämystä luomusta ja luomutuotteiden valikoimasta,
- 3) jakaa tietoa luomua kehittävien hankkeiden tuloksista sekä luomualan toimijoille että medialle.

Kaikessa viestinnässä käytetään yhteistä kärkiviestiä: *Luomua. Ilman muuta.* Sen sanomaa vahvistetaan luomalla sen tueksi luomun tarina. Tarinan kulmakivet luodaan osana koordinaatioranketta. Tarina tulee ohjaamaan Pro Luomun viestintää.

Viestinnän tukena toimii Pro Luomun tiedotusryhmä, joka koostuu jäsenyritysten ja -yhteisöjen viestintäasiantuntijoista. Tiedotusryhmässä on noin kymmenen henkeä ja se kokoontuu muutaman kerran vuodessa keskustelemaan viestintäkysymyksistä.

### *Viestinnän kohderyhmät ja sisältö*

Pro Luomun viestinnän kohderyhmiä ovat luomualan toimijat ja päättäjät, media sekä luomusta kiinnostuneet kuluttajat.

Pro Luomu tarjoaa eri kohderyhmille yleistietoa luomusta sekä luomualan kehityksestä ja tapahtumista Suomessa. Viestinnän keskeistä sisältöä ovat markkina- ja tuotantotilanteen kehitys, luomua tarkastelevien selvitysten, tutkimusten tai kehitystoimien tulokset sekä hyvät esimerkit. Alan kehitystä koskeva tieto kootaan Luomu Suomessa -koosteeksi. Tavoitteena on lisätä puhetta luomusta myös eri maakunnissa kannustamalla ja ohjeistamalla hanketoimijoita laatimaan Luomu Suomessa -koosteen tapainen tiivis maakunnallisen tilastokatsaus ja viestimään siitä. Pro Luomu avustaa tarvittaessa hankkeita maakuntakatsausten alueellisessa mediaviestinnässä. Myös luomualan kansainvälistä kehitystä seurataan, etenkin Pohjoismaiden markkinoita.

Pro Luomu pyrkii koordinaatiorankkeen avulla lisäämään luomuviestinnän vaikuttavuutta eri luomuhankkeiden kanssa yhtenäisillä viestinnällisillä teemoilla. Pro Luomu tuottaa luomun tarinan pohjalta kampanjakonseptin kolmelle eri kohderyhmälle: viljelijät, ammattikeittiöt ja kuluttajat. Kampanjoiden sisältö tarkennetaan myöhemmin. Yhdistys avustaa kampanjoiden viestintätoimien ja aineiston suunnittelussa, mutta tarkoitus on, että varsinainen alueellinen kampanjaviestintä on aluehankkeiden vastuulla.

Lisäksi osana koordinaatioranketta Pro Luomu osallistuu elokuun lopussa järjestettävän Suomen luonnon päivän avoimien ovien luomutilat -tapahtumien koordinointiin yhdessä maa- ja metsätalousministeriön kanssa.

Julkisuudessa mahdollisesti esiintyviä perättömiä tietoja luomusta pyritään oikaisemaan kriisiviestinnän avulla.

### *Viestinnän kanavat*

Tärkein viestinnän kanava on verkkosivut. Yhdistys pitää yllä [proluomu.fi](http://proluomu.fi)- ja [luomuailmanmuuta.fi](http://luomuailmanmuuta.fi)-verkkosivuja. Näistä ensimmäinen on suunnattu alalle itselleen ja medialle, ja jälkimmäinen on lähinnä kuluttajia palveleva lukemistosivusto. Lisäksi Pro Luomu osallistuu [luomu.fi](http://luomu.fi)-sivuston ylläpitämiseen. [Luomu.fi](http://luomu.fi)-sivustolla julkaistaan luomua käsitteleviä kansantajuisia asiantuntija-artikkeleja sekä alan ammattilaisille suunnattua aineistoa.

Kaikki sivuilla julkaistu aineisto jaetaan sosiaalisessa mediassa (Facebook ja Twitter) sekä useimmat myös uutiskirjeinä (jäsenkirje ja sidosryhmäkirje).

Pro Luomu tuottaa lisäksi juttuja luomu- ja elintarvikealan julkaisuihin, pitää esitelmää luomusta ja laatii sanomalehtiin ylikirjoituksia luomua käsittelevistä ajankohtaisista aiheista.

Medialle Pro Luomu lähettää vuonna 2016 noin 20 tiedotetta.

Suoraa kuluttajaviestintää tehdään julkaisemalla kuluttajia kiinnostavia juttuja [luomuailmanmuuta.fi](http://luomuailmanmuuta.fi)-verkkosivustolla sekä osallistamalla kuluttajamessuille. Arvoketjuryhmissä ja viestintätyöpajoissa syntyyne

myös ideoita kuluttajille suunnatuista alan toimijoiden yhteisistä kampanjoista, joihin Pro Luomu osallistuu tai koordinoi niitä.

Mittarit: Verkkosivujen kävijämäärät, some-tilien seuraajien määrät, tiedotteiden läpimeno, luomuaiheisten juttujen lukumäärä  
Rahoitus: jäsenmaksut, Täsmäluomu- ja koordinaatiohanke

### *Messuesiintymiset*

Pro Luomu kokoaa luomualan yrityksiä yhteiselle Luomua. Ilman muuta. -osastolle. Osasto toteutetaan esimerkiksi Gastro-, Lähiruoka&luomu-messuille ja/tai Herkkujen Suomessa, mikäli alan yrityksissä on riittävä kiinnostusta osallistumiseen. Lisäksi suunnitellaan osallistumista Ateria 2016-tapahtumaan yhteistyössä muiden tahojen kanssa.

Mittarit: Osallistujat ja palaute  
Rahoitus: Osallistumismaksut

## **Koulutus- ja kehittäminen**

### *Luomuelintarvikepäivä*

Syksyllä **(6.10.)** järjestetään kolmas Luomuelintarvikepäivä. Seminaarin tarkoituksena on luoda elintarvikealan toimijoille (kauppa, valmistajat, ammattikeittiöt) koulutus- ja verkostoitumistilaisuus, jossa luomu on pääasia. Osallistujatavoitteena on vähintään 200 alan edustajaa ja tilaisuuteen haetaan korkeatasoisia puhujia sekä Suomesta että ulkomailta. Tilaisuus rahoitetaan osallistumismaksuilla ja sponsoreilla.

Mittarit: Osallistujat ja palaute  
Rahoitus: Osallistumismaksut ja sponsorit

### *Tutkimuspalvelut*

Jäsenille tarjotaan mahdollisuutta selvittää kuluttajien käsityksiä luomuun liittyvissä asioissa. Tutkimuksissa on yhteinen teemaan liittyvä luomuosio sekä kunkin osallistujan omia kysymyksiä/teemoja. Kukin osallistuva taho saa raportin, joka sisältää omien kysymysten/teemojen lisäksi yhteisen osion tulokset.

Vuoden 2016 aikana toteutetaan 1 yhteistutkimus. Selvitetään myös mahdollisuutta toteuttaa tätä osittain osana Täsmäluomu-hanketta.

Mittarit: Tutkimusten toteutuminen  
Rahoitus: Osallistuvat jäsenet/jäsenmaksut

## **Sidosryhmätoiminta**

### *Jäsenhankinta*

Pro Luomun jäsenmäärä (lokakuu 2015) on 55 jäsentä ja 3 kannattajajäsentä. Vuoden 2016 aikana on tavoitteena saada vähintään 5 uutta jäsentä.

### *Sidosryhmäyhteistyö*

Pro Luomu rakentaa aktiivisesti yhteyksiä keskeisiin sidosryhmiin ja vaikuttajiin, kuten poliittisiin päättäjiin. Pro Luomu ry antaa lausuntoja luomuun liittyvissä säädös- ym. asioissa ja osallistuu erilaisiin työryhmiin.

Yhdistys tekee myös tiivistä yhteistyötä ammattikeittiöille suunnatun Portaat Luomuun-ohjelman kanssa synergiahyötyjen saavuttamiseksi sekä Food From Finland-vientiohjelman kanssa kannustamalla ja kokoamalla luomualan toimijoita ohjelman viennedistämistoimiin ja vientikoulutuksiin.

Lisäksi vahvistetaan kansainvälistä yhteistyötä erityisesti pohjoismaisten vastaavien järjestöjen kanssa sekä arvioidaan uudelleen tarve ja mahdollisuus liittyä IFOAM EU-ryhmän jäseneksi.

Mittarit:       Jäsenten lukumäärä, sidosryhmien yhteistyön toimivuus  
Rahoitus:       Jäsenmaksut