

LUOMU



Maailmaa voi muuttaa luomuruualla

Ideita luomukampanjointiin

Tämä on pieni opas luomumerkistä ja luomun markkinoinnista. Se antaa työkalut luomumerkin käyttöön ja eväät luomun tarinan kertomiseen.

Maailmaa voi muuttaa luomuruualla

Sisältö

Sisältö	2
Luomumerkki	3
Mikä on luomumerkki ja miksi se on olemassa?	3
Näin luomumerkkiä käytetään	5
Luomun kuluttajat	13
Mitkä ovat tärkeimmät syyt ostaa luomua?	13
Luomun menekkiä edistäviä asioita	13
Malliostajat	15
Luomu on osa ratkaisua -kampanja	20
Pääteemat	20
Pääviesti	25
Markkinoinnin pääotsikot	25
Markkinoinnin esimerkkejä	27
Markkinoinnin graafiset elementit	29
Ladattavat materiaalit	33

A close-up photograph of a hand holding a white egg. The hand is positioned in the lower right, with fingers gently gripping the egg. The egg is held up, centered in the frame. The background is a soft, out-of-focus green, suggesting foliage. The lighting is natural and soft, highlighting the texture of the skin and the smooth surface of the egg.

Luomumerkki

Mikä on luomumerkki ja miksi se on olemassa?

Luomumerkki

Mikä on luomumerkki ja miksi se on olemassa?

Luomumerkki pakkauksessa kertoo, että elintarvike on tuotettu EU:n luomuehtojen mukaisesti. Eikä kyseessä ole mikä tahansa järjestelmä, vaan luomu on osa EU:n lainsäädäntöä. Samat säädökset ovat voimassa kaikissa EU-maissa. Myös EU:n ulkopuolelta tuotavien luomutuotteiden on täytettävä samat vaatimukset.

LUOMU



A close-up photograph of a hand holding a white egg. The hand is positioned in the lower right, with fingers gently gripping the egg. The background is a soft, out-of-focus green, suggesting foliage. The lighting is natural and soft, highlighting the texture of the skin and the smooth surface of the egg.

Luomumerkki

Näin luomumerkkiä käytetään

Luomumerkki

Näin luomumerkkiä käytetään

EU:n luomumerkki

Luomuelintarvikeketjua säätelevät elintarvikelainsäädännön lisäksi luomusäädökset.

EU:n luomulainsäädäntö (EU) 2018/848 määrittää vähimmäisvaatimukset koko EU:n alueella luonnonmukaisesti tuotettuina markkinoitaville maataloustuotteille ja elintarvikkeille.

EU:n luomumerkkiä on kutsuttu monilla nimillä mm. EU:n luomutunnus, lehtimerkki tai eurolehti. Tässä oppaassa kutsumme sitä luomumerkiksi.

EU:n luomumerkin käyttö on pakollista kaikissa pakatuissa luomuelintarvikkeissa. Se kertoo, että elintarvike on tuotettu ja valmistettu EU:n luomusäädösten mukaisesti. Lisäksi sitä voidaan käyttää vapaaehtoisesti irtotuotteissa sekä kolmansista maista tuoduissa luomuelintarvikkeissa. Luomumerkillä ei voi merkitä aterioita.



Lisätietoa

Luomusäädöksistä

- [Maa- ja metsätalousministeriön sivuilta](#)
- [Valviran sivuilta](#)
- [Ruokaviraston luomusivuilta](#)

Luomumerkistä

- [Ruokaviraston sivuilta \(tunnus\)](#)
- [EU:n luomusivuilta](#)

[Tutustu myös luomutuotannon ohjeisiin ja lomakkeisiin.](#)

Luomumerkki

Näin luomumerkkiä käytetään

Pakolliset luomumerkinnot pakkauksissa

Luomusäädösten noudattamista valvovat Suomessa viranomaiset. Luomumerkin yhteydessä käytetäänkin valvontalaitoksen tunnusta.

Kullakin valvontalaitoksella on oma tunnuksensa. Pakkaukseen merkitään sen viranomaisen tunnus, joka on valvonut luomutuotteen viimeisen tuotanto- tai valmistusvaiheen.



FI-EKO-101
Suomen maataloudesta



FI-EKO-101
Finskt jordbruk



FI-EKO-101
Finland Agriculture



FI-EKO-201
EU:n maataloudesta



FI-EKO-201
EU-jordbruk



FI-EKO-201
EU Agriculture

Luomumerkin yhteydessä on ilmoitettava valvontalaitoksen tunnusnumero ja tieto, missä tuotteen maataloudesta peräisin olevat ainesosat on tuotettu. Merkintää "Suomen maataloudesta" voidaan käyttää, jos vähintään 95 % maataloudesta peräisin olevista ainesosista on tuotettu Suomessa. Toimija saa itse valita, millä EU:n virallisella kielellä maatalousperäisten ainesosien alkuperän ilmoittaa.

Ohessa ovat suomalaisten valvontaviranomaisten tunnukset

Maataloustuotteet

Valvova viranomainen: ELY-keskukset, tunnus FI-EKO-101-115 (viimeinen numero viittaa ELY-keskukseen)

Jalostetut elintarvikkeet

Valvova viranomainen: Ruokavirasto, tunnus FI-EKO-201

Alkoholi

Valvova viranomainen: Valvira, tunnus FI-EKO-301

Ahvenanmaan tuotanto

Valvova viranomainen: Ahvenanmaan maakuntahallitus, tunnus FI-EKO-401

Lisätietoja valvonnasta [Ruokaviraston luomusivuilta](#).

Luomumerkki

Näin luomumerkkiä käytetään

LUOMU-sanana yhdistäminen pakollisiin luomumerkintöihin

Luomumerkin ohessa pakkauksissa saa käyttää kansallisia ja yksityisiä luomumerkkejä. Niiden käytössä on noudatettava luomumerkin suoja-alueita ja muita sen käytöstä annettuja ohjeita.

LUOMU



FI-EKO-101
Suomen maataloudesta

LUOMU



FI-EKO-101
Finskt jordbruk

LUOMU

FI-EKO-101
Suomen maataloudesta



Luomu-sana on hyvä näkyä vahvasti tuotenimissä ja tuotepakkauksissa.

EU:n luomumerkin tunnistaa luomu-merkiksi 65 % kuluttajista, siksi luomumerkkiin on hyvä yhdistää suomalaisille tuttu sana Luomu.



Luomumerkki

Näin luomumerkkiä käytetään

Vahvistavat luomumerkinnät pakkauksissa

Pakollisen pakkausmerkinnän lisäksi luomumerkkiä voi käyttää vahvistavana merkinä ilman valvontatunnusta ja alkuperää.



Luomumerkki

Näin luomumerkkiä käytetään

Luomumerkin graafiset ohjeet

Luomumerkin käytöstä on tarkka graafinen ohjeisto. Käytähän luomumerkkiä aina vain virallisten graafisten ohjeiden mukaisesti.

Tutustu koko graafiseen ohjeeseen EU:n luomusivuilla >



Luomumerkki

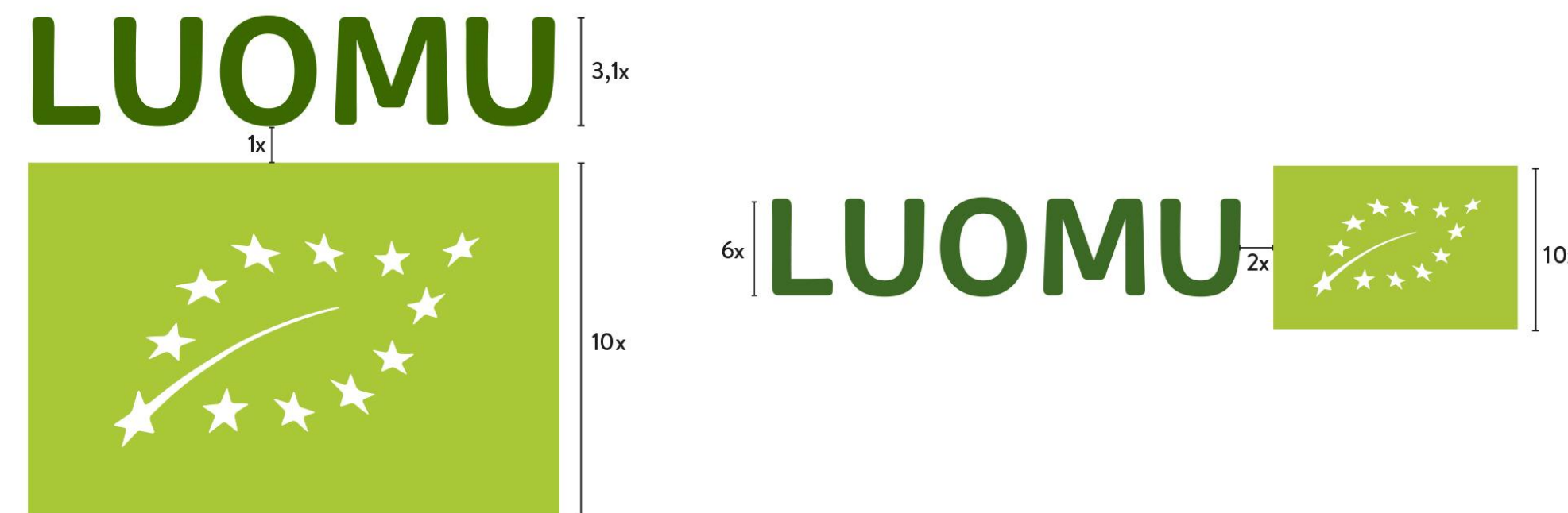
Näin luomumerkkiä käytetään

Luomumerkin graafiset ohjeet

Lisätehoa luomumerkkiin

Luomu-sanankäyttö vahvistaa luomumerkin ymmärrettävyyttä.

Luomu-sana voidaan liittää merkkiin esimerkiksi seuraavasti:



Luomumerkin mittasuhteet on vakioitu, eikä niitä saa muokata. Huomioithan, että Luomu-sana sijoitetaan luomumerkin suoja-alueen ulkopuolelle, joka tarkoittaa, että esim. pystyversiossa kymmenesosa luomumerkin korkeudesta tulee jättää aina luomumerkin reunoilta tyhjäksi.

Luomu-sanaan voidaan käyttää esimerkiksi Brevia Semibold tai Arial Rounded Bold -fonttia.

Luomumerkki

Näin luomumerkkiä käytetään

Luomumerkin graafiset ohjeet

Lisätehoa luomumerkkiin

Suosittelemme Luomu-sanan väriksi taustasta riippuen joko valkoista, tummanvihreää tai mustaa.



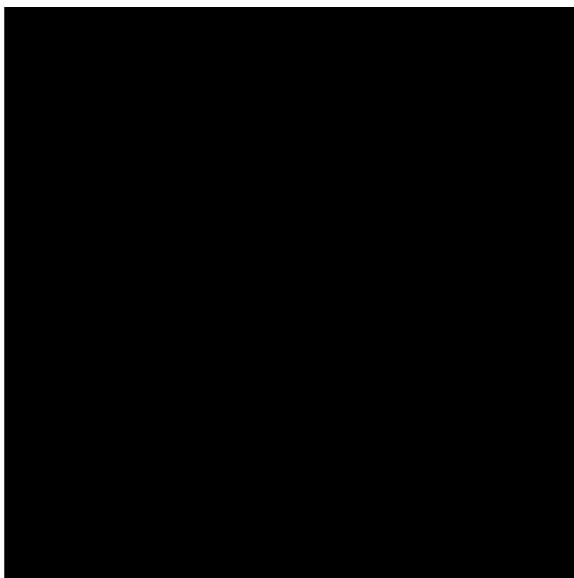
**LUOMUMERKIN
VIHREÄ**

RGB 169 201 56
#a9c838
CMYK 50 0 100 0
PANTONE 376



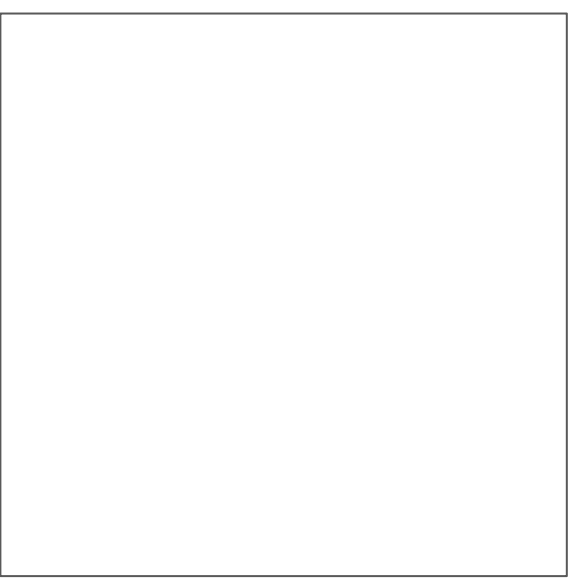
**LUOMU-SANAN
TUMMANVIHREÄ**

RGB 30 103 46
#1e672e
CMYK 86 33 100 26
PANTONE 349 C



MUSTA

RGB 0 0 0
#000000
CMYK 0 0 0 100
Pantone Black C



VALKOINEN

RGB 255 255 255
#FFFFFF
CMYK 0 0 0 0

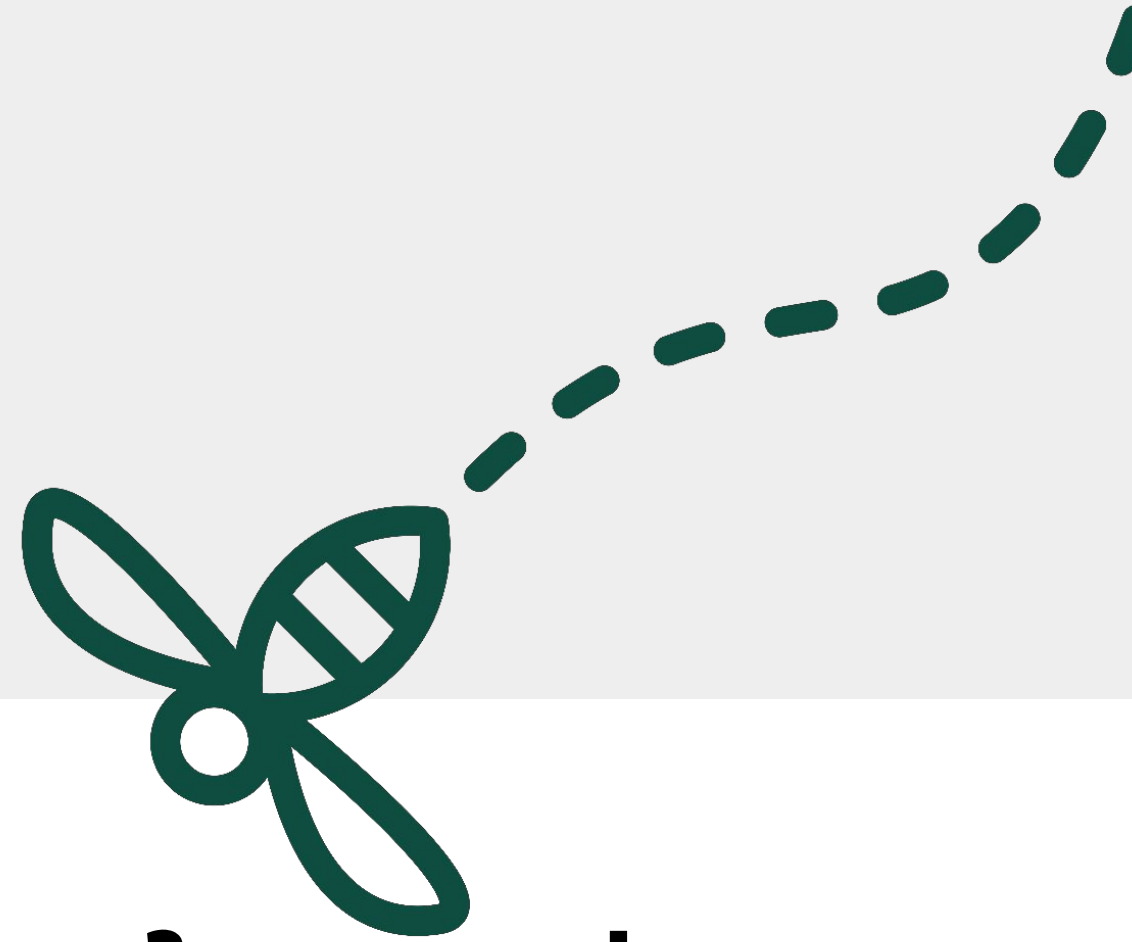


Luomun kuluttajat

Mitkä ovat tärkeimmät syyt ostaa luomua?
Luomun menekkiä edistäviä asioita

Luomun kuluttajat

Mitkä ovat tärkeimmät syyt ostaa luomua?
Luomun menekkiä edistäviä asioita



Mitkä ovat tärkeimmät syyt ostaa luomua?

Näin vastaavat suomalaiset

1. Puhtaus, lisäaineettomuus, torjunta-aineettomuus
2. Hyvä maku
3. Ympäristöystävällisyys
4. Terveellisyys
5. Eläinten hyvinvointi
6. Hyvä laatu



Luomun menekkiä edistäviä asioita

Suomalaiset ovat ruokaostoksia tehdessään hintatietoisia, ja hintamielikuva onkin yksi isoimmista ostokäyttäytymiseen vaikuttavista tekijöistä myös luomutuotteiden osalta. Katso alta, mitkä muut tekijät nousevat tärkeiksi suomalaisten tehdessä ostopäätöksiä.

Ostaisin enemmän luomua, jos...

- Tietäisin, että luomutuottaja saa tuotteista oikeudenmukaisen hinnan.
- Olisin vakuuttuneempi niiden erilaisuudesta/lisäarvosta.
- Tuotteista olisi tarjolla laajemmat valikoimat eri vaihtoehtoja.
- Tuotteet olisivat laadukkaampia/parempia.



Luomun kuluttajat

Malliostajat

Luomun kuluttajat

Malliostajat

Malliostajat ovat potentiaalisia luomun ostamisen lisääjiä. Tiedot perustuvat luomun kuluttajabarometriin (Kantar TNS Agri 2021).

Aktiiviset kuluttajat

Potentiaalia siirtyä hevikuluttajiksi, jotka ostavat luomua useita kertoja viikossa.

”Janne, 36 v ja Linda, 34 v, lapset alle 6-vuotiaita”

Lapsiperhe: 38 % lapsiperheistä on aktiivikuluttajia (ostavat luomua noin kerran viikossa)

- Pääsyyt ostaa luomua ovat puhtaus, lisääaineettomuus, torjunta-aineettomuus ja terveellisyys.
- Ruuan vastuullisuudessa tärkeää on luonnon monimuotoisuus, antibioottivapaus ja ympäristöystävällinen pakkaus. Eri elinvaiheista tällä ryhmällä korostuu kaikkien vastuullisten ominaisuuksien tärkeys.
- Ostaisivat enemmän luomua, jos olisivat vakuuttuneita lisäarvosta, tietäisivät, että tuottaja saa tuotteesta oikeudenmukaisen korvauksen ja valikoima olisi laajempi.
- Aikovat lisätä luomun ostamista erityisesti seuraavissa tuoteryhmissä: vihannekset, hedelmät, liha ja kananmunat.
- Ostavat luomua päivittäistavarakaupoista ja niiden verkkokaupoista sekä pitävät tärkeänä, että joukkoruokailussa (koulut, päiväkodit, ravintolat) tarjotaan luomua.
- Asuinpaikka pääkaupunkiseutu, talouden tulot yli 85 t. eur / v, korkeakoulututkinto, lapset 0-6 v.

Perheen vanhemmat kuuluvat ryhmiin 30-39 v. miehet ja 30-39 v. naiset

- ”Janne”: Ruuan vastuullisuudessa arvostaa eniten ympäristöystävällistä pakkausta. Aikoo ostaa lisää luomua hedelmissä, vihanneksissa ja maitotuotteissa.
- ”Linda”: Ruuan vastuullisuudessa tärkeää erityisesti eläinten hyvinvointi. Käyttää aktiivisesti ruoan verkkokauppoja.



Luomun kuluttajat

Malliostajat

Malliostajat ovat potentiaalisia luomun ostamisen lisääjiä. Tiedot perustuvat luomun kuluttajabarometriin (Kantar TNS Agri 2021).

Aktiiviset kuluttajat

Potentiaalia siirtyä hevikuluttajiksi, jotka ostavat luomua useita kertoja viikossa.

”Anne, 63 v”

Yli 60-vuotias nainen: 25 % tähän ryhmään kuuluvista on aktiivikuluttajia (ostavat luomua noin kerran viikossa)

- Arvostaa luomussa puhtautta, lisääineettomuutta ja torjunta-aineettomuutta sekä terveellisyyttä ja makua.
- Ruuan vastuullisuudessa on tärkeää antibioottivapaus, eläinten hyvinvointi ja luonnon monimuotoisuuden ylläpito.
- Ostaisi enemmän luomua, jos olisi vakuuttuneempi lisäarvosta, tietäisi, että tuottaja saa oikeudenmukaisen hinnan ja valikoima olisi laajempi. Ostaa luomua päivittäistavarakaupan lisäksi torilta.
- Aikoo lisätä luomun ostamista erityisesti vihanneksissa ja hedelmissä, kananmunissa sekä liha- ja viljatuotteissa.
- Asuu kahden henkilön taloudessa pääkaupunkiseudulla tai muussa yliopistokaupungissa, korkeasti koulutettu, talouden tulot 50–85 t. eur / v.



Luomun kuluttajat

Malliostajat

Malliostajat ovat potentiaalisia luomun ostamisen lisääjiä. Tiedot perustuvat luomun kuluttajabarometriin (Kantar TNS Agri 2021).

Säännölliset kuluttajat

Potentiaalia siirtyä aktiivikuluttajiksi, jotka ostavat luomua vähintään kerran viikossa.

”Jere, 23 v”

Alle 30-vuotias mies: 32 % tähän ryhmään kuuluvista on säännöllisiä kuluttajia (ostavat luomua vähintään kerran kuukaudessa)

- Ostaa luomua terveellisyyden ja puhtauden vuoksi. Ruuan vastuullisuudessa arvostaa eniten luonnon monimuotoisuuden ylläpitoa ja antibioottivapautta.
- Aikoo ostaa lisää luomua hedelmissä ja vihanneksissa sekä korostuneesti maitotuotteissa ja lihaa ja maitoa korvaavissa kasvipohjaisissa tuotteissa.
- Voisi ostaa enemmän luomua, jos olisi vakuuttunut, että tuottaja saa tuotteesta oikeudenmukaisen korvauksen ja olisi vakuuttuneempi lisäarvosta. Kaipaa myös lisää vahvistusta ajatukselle, että luomu on nykyaikaista ruoantuotantoa.
- Korostuu luomun verkkokauppaostajana (sekä päivittäistavarakauppojen verkkokaupat että muut verkkokaupat).
- Korkea-asteen koulutus tai opiskelija, talouden tulot alle 20 t € tai 20-35 t € (esim. opiskelija), asuu kaupungissa.



Luomun kuluttajat

Malliostajat

Malliostajat ovat potentiaalisia luomun ostamisen lisääjiä. Tiedot perustuvat luomun kuluttajabarometriin (Kantar TNS Agri 2021).

Säännölliset kuluttajat

Potentiaalia siirtyä aktiivikuluttajiksi, jotka ostavat luomua vähintään kerran viikossa.

”Katja, 47 v”

Yli 40-vuotias nainen: 28 % tähän ryhmään kuuluvista on säännöllisiä kuluttajia (ostavat luomua vähintään kerran kuukaudessa)

- Arvostaa luomussa puhtautta, ympäristöystävällisyyttä ja makua. Ruuan vastuullisuudessa on tärkeää eläinten hyvinvointi.
- Aikoo ostaa luomua nykyistä enemmän erityisesti kasviksissa, hedelmissä, maitotuotteissa ja kananmunissa.
- Voisi ostaa enemmän luomua, jos tietäisi, että tuottaja saa oikeudenmukaisen hinnan ja luomutuotteita olisi tarjolla laajempi valikoima. Ostaa luomua myös esimerkiksi REKO:sta.
- Korkeasti koulutettu, talouden tulot 35-50 t€, asuu kaupungissa, lapset yli 15-vuotiaita.





Luomu on osa ratkaisua

-kampanja

Pääteemat

Luomu on osa ratkaisua -kampanja

Pääteemat

Luomu on osa ratkaisua -kampanjoinnissa on neljä pääteemaa, joista jokaiselle on muotoiltu otsikko sekä kirjoitettu artikkelimuotoon teemaa mukavasti avaava teksti.

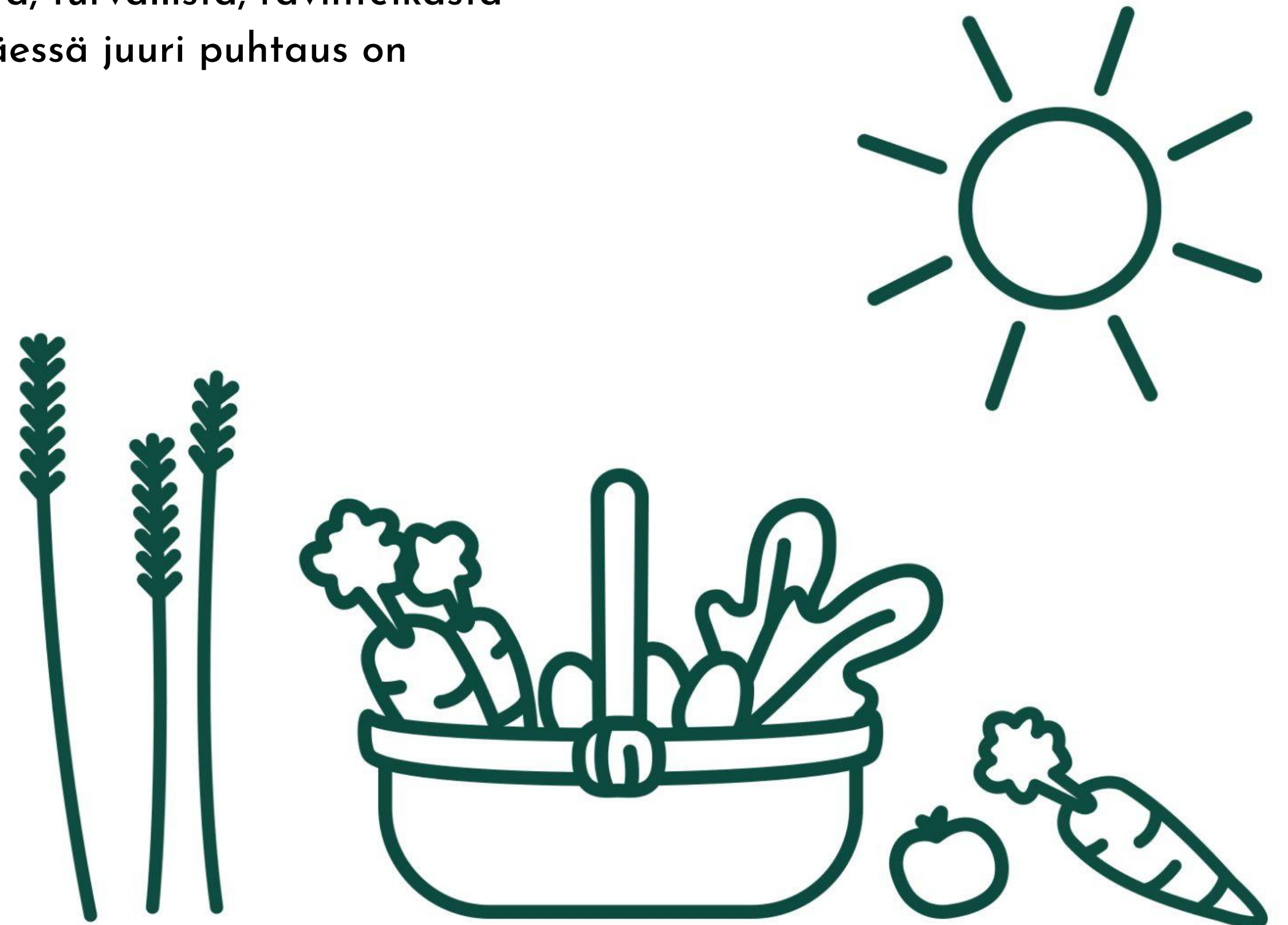
Luonnollisen maukasta ja puhdasta ruokaa

Luomun tekijät tuottavat korkealaatuista ruokaa. Luomuruoka on puhdasta, turvallista, ravinteikasta ja valvottua. Kuluttajalle puhtaus merkitsee turvallisuutta, ja heiltä kysyttäessä juuri puhtaus on tärkein syy ostaa luomua.

Luomuruoka tuotetaan

- vähemmällä lisäaineilla
- ilman keinolannoitteita ja kemiallisia torjunta-aineita
- ilman synteettisiä väri- ja makeutusaineita.

Toisin sanoen, luomu on laatujärjestelmä, jossa jokainen luomuviljelijä, luomutuotteiden valmistaja ja maahantuoja noudattaa luomusäädöksiä ja kuuluu luomuvalvonnan piiriin. Valitsemalla luomumerkillä varustetun tuotteen, tiedämme aidosti mitä syömme.



Luomu on osa ratkaisua -kampanja

Pääteemat

Luomu on osa ratkaisua -kampanjoinnissa on neljä pääteemaa, joista jokaiselle on muotoiltu otsikko sekä kirjoitettu artikkelimuotoon teemaa mukavasti avaava teksti.

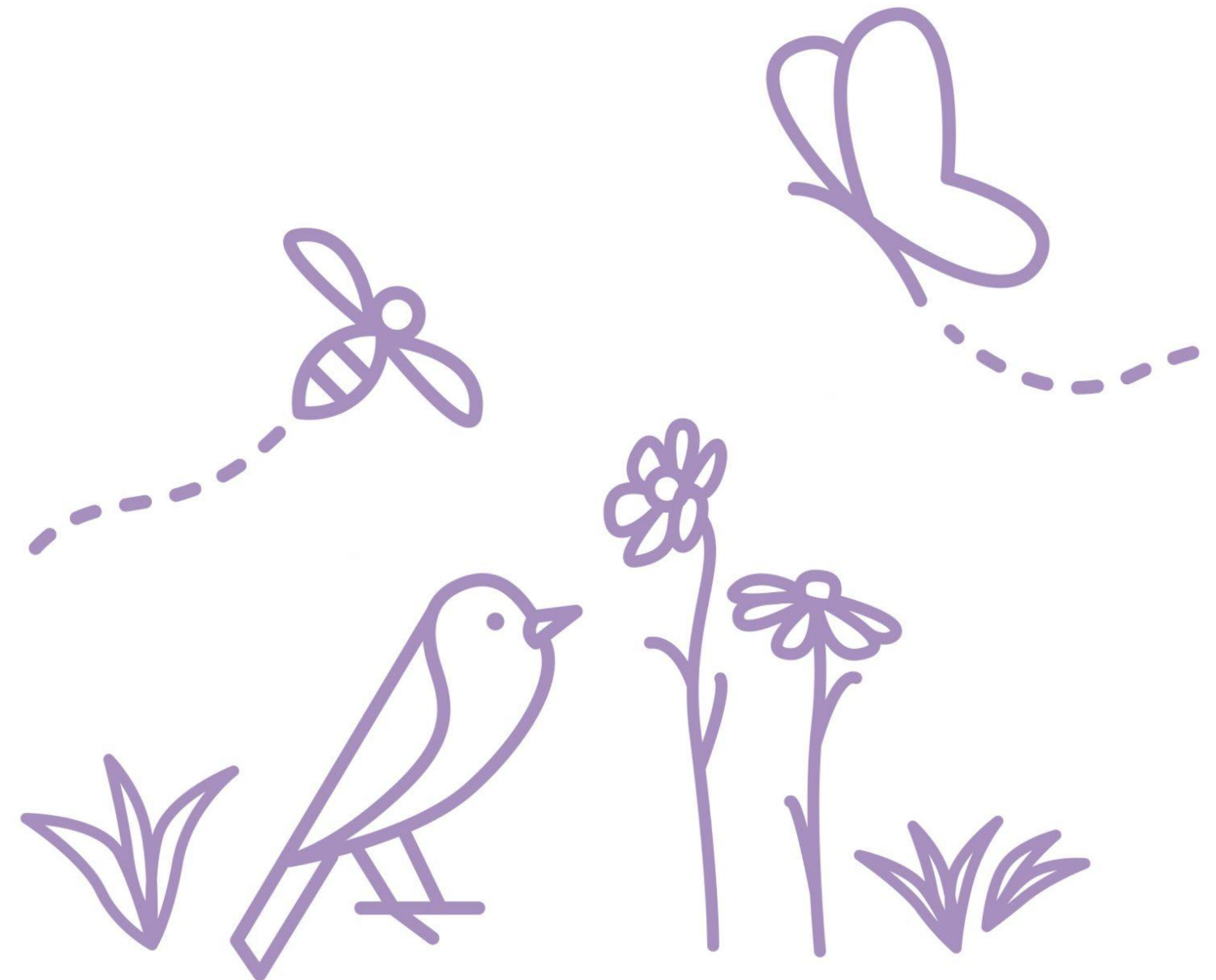
Luonto säilyy monimuotoisena ja maaperä kiittää

Luomun tekijät auttavat luontoa säilymään monimuotoisena. Myös kuluttajille ympäristöystävällisyys on yksi tärkeimmistä syistä ostaa luomua.

Luomu tukee luonnon monimuotoisuutta esimerkiksi näin:

- Laiduntavat eläimet tuottavat laitumelle lantaläjiä, jotka houkuttelevat paikalle hyönteisiä, ja ne puolestaan lintuja.
- Torjunta-aineettomuus hyödyttää peltujen ja niittyjen eläimistöä, kuten pölyttäjähyönteisiä ja pikkulintuja.
- Luomutilojen viljelykierto ja eloperäiset lannoitteet, kuten karjanlanta tekevät hyvää maan rakenteelle ja sen pieneliöstölle.

Tutkimusten mukaan luomupelloilla elää 30 % enemmän kasvi- ja eläinlajeja kuin tavanomaisilla viljelmillä. Luomu on luontoystävällinen tuotantotapa!



Luomu on osa ratkaisua -kampanja

Pääteemat

Luomu on osa ratkaisua -kampanjoinnissa on neljä pääteemaa, joista jokaiselle on muotoiltu otsikko sekä kirjoitettu artikkelimuotoon teemaa mukavasti avaava teksti.

Eläimillä tilaa liikkua ja vapaus ulkoilla

Luomun tekijöille eläinten hyvinvoinnin varmistaminen on tärkeää. Se tarkoittaa sitä, että luomueläimille annetaan mahdollisuus lajityypilliseen elämään ja niiden hoidossa ja ruokinnassa otetaan huomioon eri lajien luontaiset tarpeet.

Lajityypillisen elämän esimerkkejä:

- Luomulehmät laiduntavat ja märehdivät laitumella. Luomulehmien ravinnosta yli puolet on nurmea, joka on naudan luonnollista ravintoa.
- Luomukanat kylpevät pehkuissa, saavat nokittavaa, munivat pesään ja tekevät lentopyrähdyksiä. Luomukanojen rehu ei sisällä synteettisiä aminohappoja eikä väriaineita.
- Luomusioilla on tongittavaa ja emakot saavat synnyttää sekä imettää possujaan vapaina.
- Luomulampaat laiduntavat yhdessä.

Kaikki luomueläimet ulkoilevat vähintään kesäisin. Sisällä niillä on väljemmät tilat, päivänvalo, kuivat pehkut sekä lajitovereiden seuraa. Se edistää niiden terveyttä. Luomueläimet syövät luomurehua, joka on viljelty ilman torjunta-aineita ja keinolannoitteita omalla tilalla tai lähialueella. Luomu on Suomessa ainoa viranomaisen valvoma tuotantotapa, jossa eläinten hyvinvoinnille asetetaan tavanomaista korkeammat vaatimukset!



Luomu on osa ratkaisua -kampanja

Pääteemat

Luomu on osa ratkaisua -kampanjoinnissa on neljä pääteemaa, joista jokaiselle on muotoiltu otsikko sekä kirjoitettu artikkelimuotoon teemaa mukavasti avaava teksti.

Luonnonvaroja myös tuleville sukupolville

Luomun tekijät säästävät luonnonvaroja tuleville sukupolville. Se tarkoittaa sitä, että luomupellolla ei käytetä keinolannoitteita, joiden valmistaminen nielee valtavat määrät energiaa ja kuluttaa uusiutumattomia luonnonvaroja.

Luomutuotannossa

- viljellään palkokasveja, jotka sitovat ilmasta kasveille elintärkeää typpeä sekä
- käytetään eloperäisiä kierrätyslannoitteita, kuten karjanlanta.

Tuotetaan luomua ja säästetään luonnonvaroja jatkossakin!





Luomu on osa ratkaisua -kampanja

Pääviesti

Markkinoinnin pääotsikot

Luomu on osa ratkaisua -kampanja

Pääviesti

Markkinoinnin pääotsikot

Pääviesti

MATKALLA KOHTI
KESTÄVÄMPÄÄ EUROOPPAA
– LUOMU ON OSA RATKAISUA.

Luomun tekijät tuottavat korkealaatuista ruokaa. Luomuruoka on puhdasta, turvallista, ravinteikasta ja valvottua. Kuluttajalle puhtaus merkitsee turvallisuutta, ja heiltä kysyttäessä juuri puhtaus on tärkein syy ostaa luomua.

Markkinoinnin pääotsikot

**Maailmaa
voi muuttaa
laiduntamalla**

Luomueläimillä
on tilaa liikkua ja
vapaus ulkoilla.

**Maailmaa
voi muuttaa
puurolla**

Luomuvilja on
viljelty maaperää
vaalien.

**Maailmaa
voi muuttaa
porkkanalla**

Luomuporkkana
on viljelty ilman
keinolannoitteita.

**Maailmaa
voi muuttaa
munalla**

Luomukanalassa
on vapaus ulkoilla ja
tilaa kuopsuttaa.

Pääotsikkomme
innostavat mutkattomaan
maailman muuttamiseen.
Tyyli on leikkisä ja siksi
helposti lähestyttävä.



Luomu on osa ratkaisua -kampanja

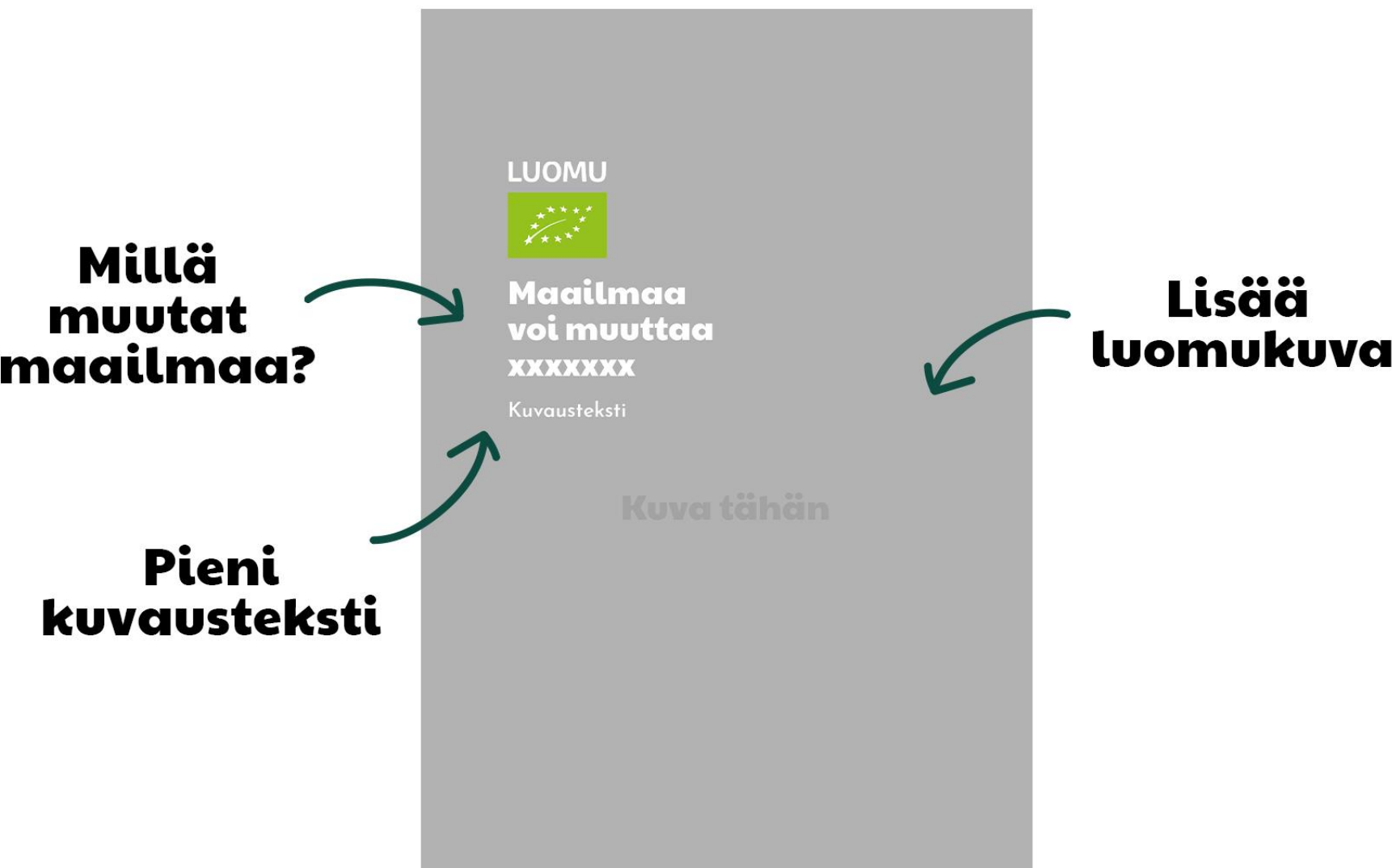
Markkinoinnin esimerkkejä

Luomu on osa ratkaisua -kampanja

Markkinoinnin esimerkkejä

Oheiset esimerkit näyttävät, miten luomusta voi puhua hauskesti ja innostavasti. Samalla logiikalla voi kertoa monenlaisista luomutuotteista ja luomun hyödyistä ympäristölle ja eläimille.

Markkinoinnin esimerkkejä



Näiden elementtien avulla soveltaminen omaan käyttöön sujuu helposti.



Luomu on osa ratkaisua -kampanja

Markkinoinnin graafiset elementit

Luomu on osa ratkaisua -kampanja

Markkinoinnin graafiset elementit

Tunnistettava markkinointi rakentuu elementtien sopuisasta yhteispelistä. Tässä osiossa annetaan siitä esimerkkejä.

Typografia

OTSIKKO 1
Paytone One

Lorem ipsum dolor sit.

OTSIKKO 2
Brandon Grotesque Black

Lorem ipsum dolor sit.

OTSIKKO 3
Brandon Grotesque Bold

Lorem ipsum dolor sit.

LEIPÄTEKSTI
Brandon Grotesque Medium/Bold

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris.

OTSIKKO 2
Josefin Sans Bold

Lorem ipsum dolor sit.

OTSIKKO 3
Josefin Sans Semibold

Lorem ipsum dolor sit.

LEIPÄTEKSTI
Josefin Sans Regular/Semibold

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris.

Ensisijaisesti käytetään kahta kirjasinperhettä: otsikoissa Paytone One -perhettä, alaotsikoissa ja leipätekstissä Brandon Grotesque -perhettä. Jos Brandon Grotesque -kirjasinperhe ei ole saatavilla, toissijaisena kirjasinperheenä voi käyttää Josefin Sans -perhettä.

Luomu on osa ratkaisua -kampanja

Markkinoinnin graafiset elementit

Tunnistettava markkinointi rakentuu elementtien sopuisasta yhteispelistä. Tässä osiossa annetaan siitä esimerkkejä.

Päävärit



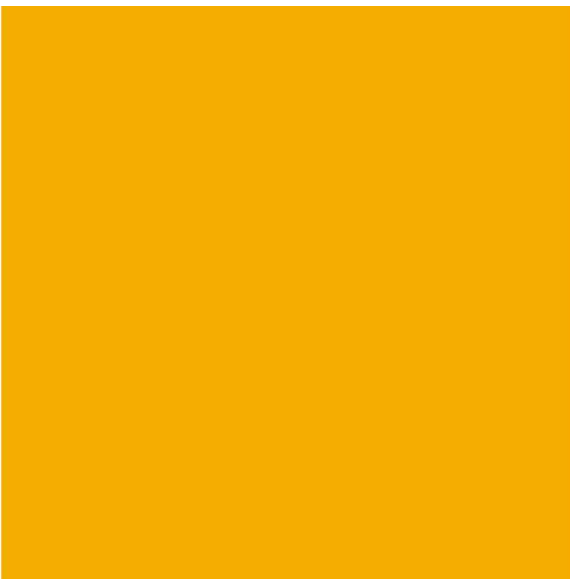
LAVENTELI

RGB 205 170 230
#cdaae6
CMYK 25 38 0 0



VIHREÄ

RGB 0 105 87
#006957
CMYK 88 33 66 25



KELTAINEN

RGB 239 158 0
#ef9e00
CMYK 0 43 98 0



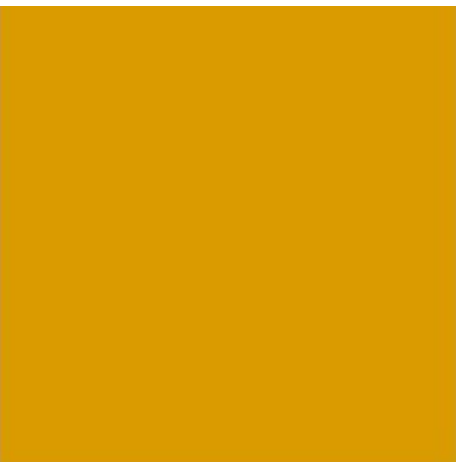
LAVENTELI - TUMMA

RGB 167 142 188
#a78ebc
CMYK 40 47 4 0



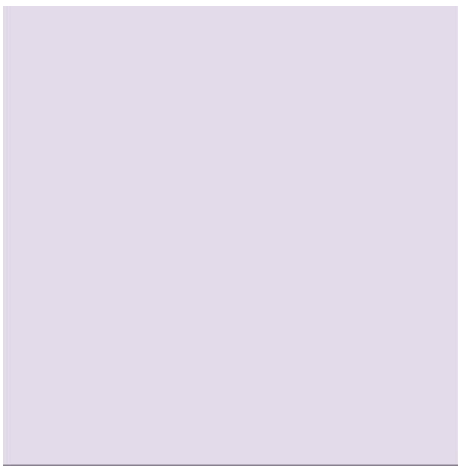
VIHREÄ - TUMMA

RGB 11 75 64
#0b4b40
CMYK 88 41 67 48



KELTAINEN - TUMMA

RGB 207 138 0
#cf8a02
CMYK 16 47 100 5



LAVENTELI - VAALEA

RGB 220 210 228
#dcd2e4
CMYK 15 18 3 0



VIHREÄ - VAALEA

RGB 190 218 219
#bedadb
CMYK 30 4 15 0



KELTAINEN - VAALEA

RGB 254 229 179
#fee5b3
CMYK 0 10 35 0

Luomu on osa ratkaisua -kampanja

Markkinoinnin graafiset elementit

Tunnistettava markkinointi rakentuu elementtien sopuisasta yhteispelistä. Tässä osiossa annetaan siitä esimerkkejä.

Kuvituskuosi



Kampanjan ilmettä rikastetaan ja tehdään tunnistettavammaksi kuvitusten avulla. Kuvituksia voidaan käyttää sekä kuosina että aseteltuna "maisemana".



Luomu on osa ratkaisua -kampanja

Ladattavat materiaalit

Luomu on osa ratkaisua -kampanja

Ladattavat materiaalit

Ladattavat materiaalit

Luomu on osa ratkaisua -kampanjan ilmettä voidaan käyttää myös myymälässä ja omassa markkinoinnissa (some ja printti). Voit myös luoda materiaaleja yrityksesi tarpeisiin käyttämällä yksittäisiä kampanjaelementtejä tämän ohjeistuksen mukaan.

HUOM! Mitään muita värejä, kuvituselementtejä tai typografiaa ei saa yhdistää kampanjaelementteihin.

Kuvien käyttöoikeus 26.9.2023 asti.



Luomu on osa ratkaisua -kampanja

Ladattavat materiaalit

Valmiit materiaalit

Materiaalit ovat valmiina painoon/käyttöön tällaisenaan.

Juliste A3

8 kpl julisteita, A3

[LATAA TÄSTÄ >](#)

Somemateriaalit

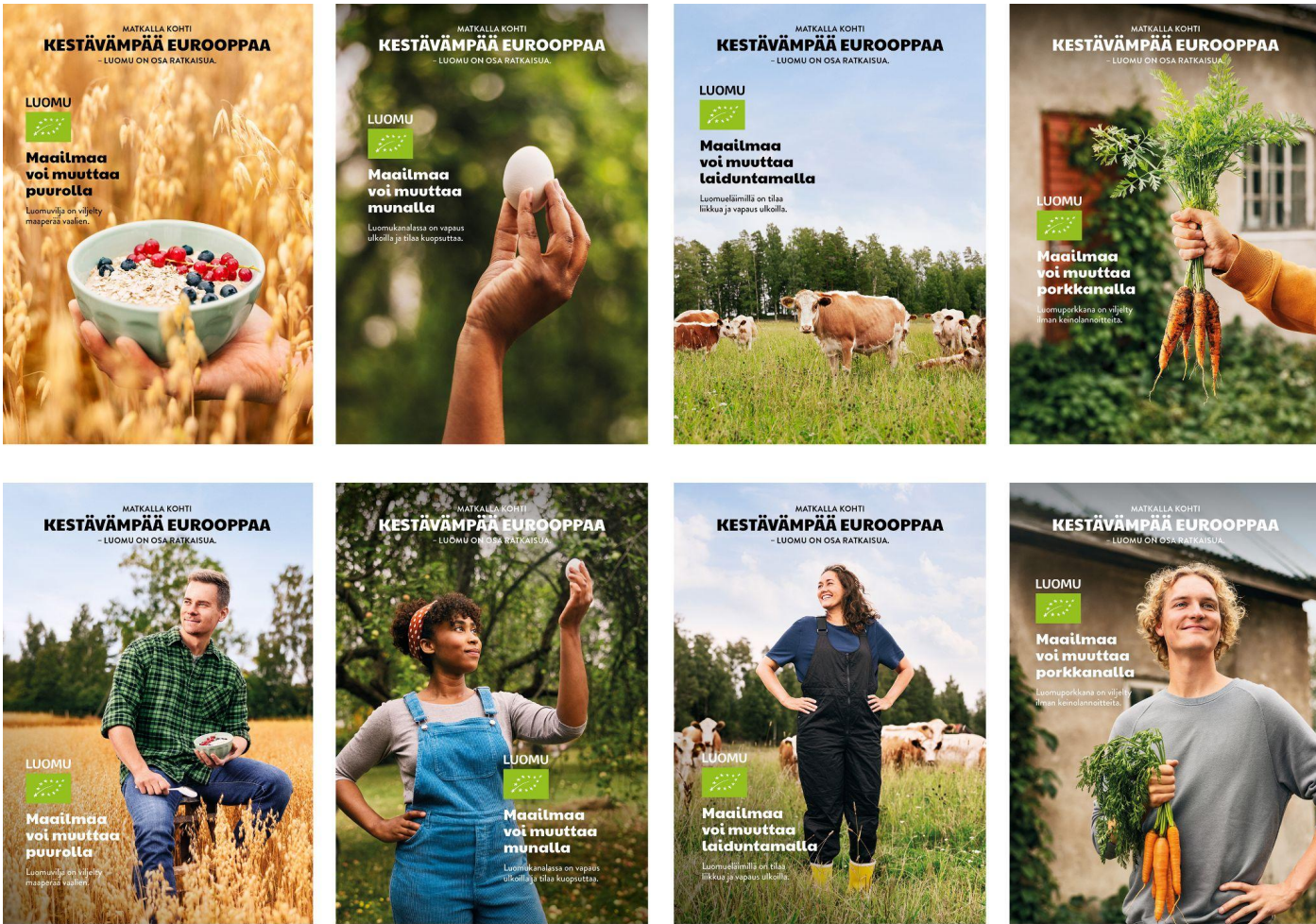
Facebook/Instagram feed- ja storykuvat

[LATAA TÄSTÄ >](#)

Hyllyvippa

HUOM! Lähetä painoon kaikki kolme tiedostoa (design, stanssi ja malli).

[LATAA TÄSTÄ >](#)



Luomu on osa ratkaisua -kampanja

Ladattavat materiaalit

Valmiit materiaalit

Materiaalit ovat valmiina painoon/käyttöön tällaisenaan.

Lattiatarrat

Isoja Ø80 cm tarroja sekä pieniä johdattavia Ø30 cm tarroja molempia 9 kpl. HUOM! Lähetä painoon kaikki tiedostot (design, stanssi ja malli).

[LATAA TÄSTÄ >](#)



Pop-up -mainoselementti 600×1959 mm

Kaksipuolinen pop-up -mainoselementti, koko 600×1959 mm.

[LATAA TÄSTÄ >](#)



Luomu on osa ratkaisua -kampanja

Ladattavat materiaalit

Kampanjaelementit

Voit luoda materiaaleja yrityksesi tarpeisiin käyttämällä yksittäisiä kampanjaelementtejä tämän ohjeistuksen mukaan. HUOM! Mitään muita värejä, kuvituselementtejä tai typografiaa ei saa yhdistää kampanjaelementteihin.

Luomumerkki-logot

Logot kolmessa eri värissä sekä digi- että painokäyttöön.

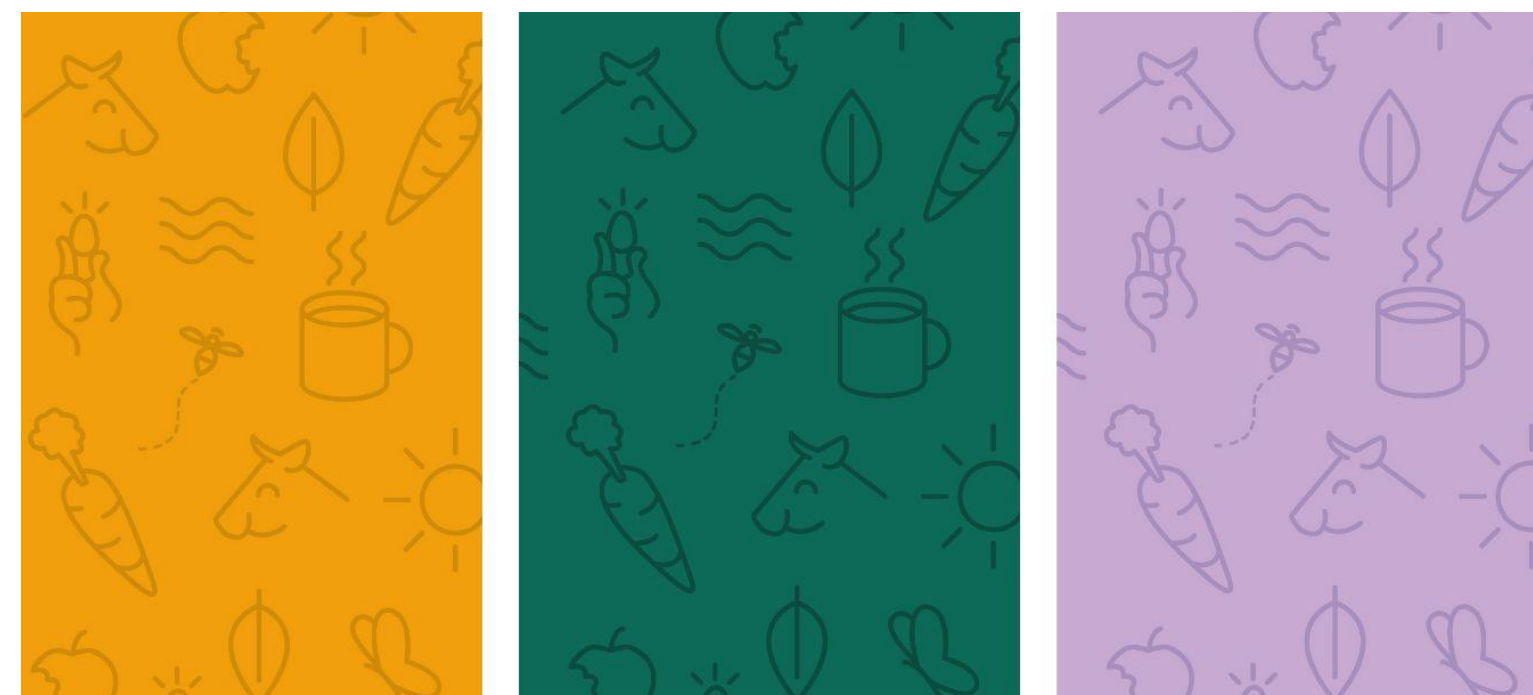
[LATAA TÄSTÄ >](#)



Kuvituskuosit

Kolme eriväristä kuosia taustoineen.

[LATAA TÄSTÄ >](#)



Luomu on osa ratkaisua -kampanja

Ladattavat materiaalit

Kampanjaelementit

Voit luoda materiaaleja yrityksesi tarpeisiin käyttämällä yksittäisiä kampanjaelementtejä tämän ohjeistuksen mukaan. HUOM! Mitään muita värejä, kuvituslementtejä tai typografiaa ei saa yhdistää kampanjaelementteihin.

Fontit

Lataa fontit

[Paytone One \(maksuton\) >](#)

[Brandon Grotesque](#)

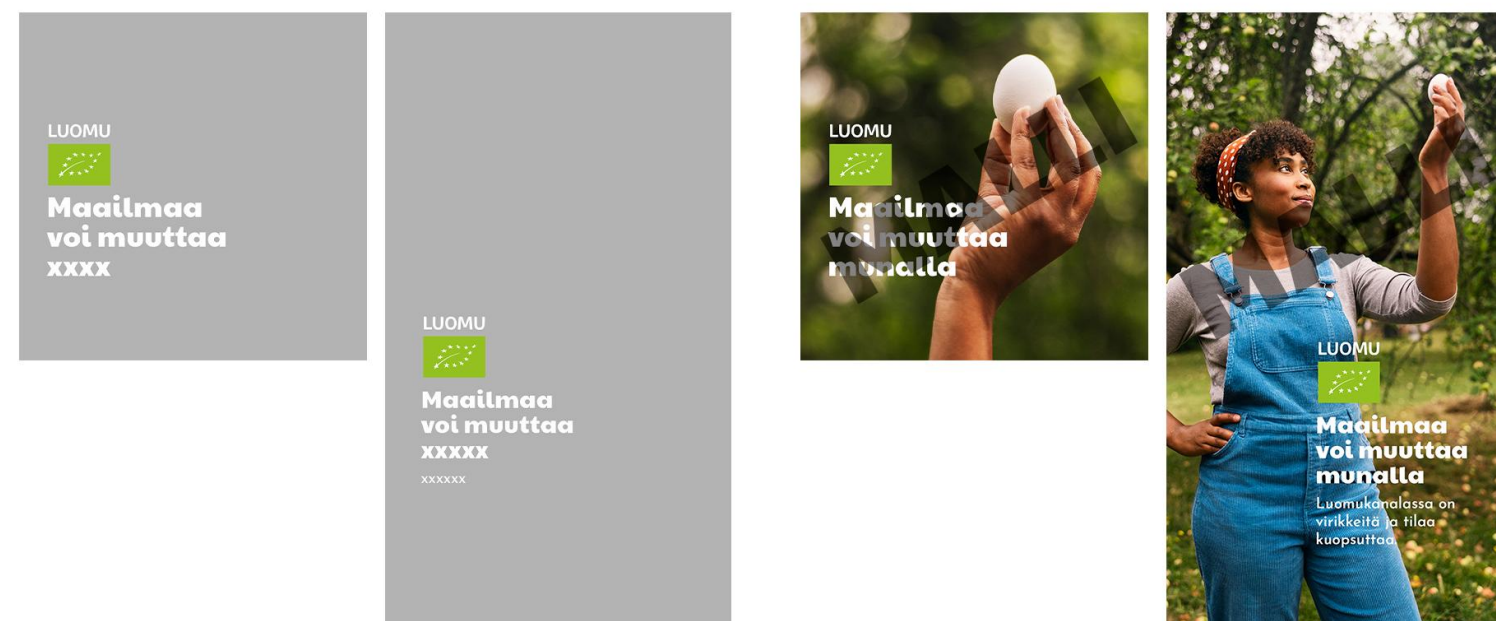
[\(maksullinen\) >](#)

[Josefin Sans \(maksuton\) >](#)

Valmiit pohjat käyttöön

Facebook/Instagram feed- ja storykuvapohja (PSD)

[LATAA TÄSTÄ >](#)



Valmiit pohjat käyttöön

Julistepohja A3 (INDD)

[LATAA TÄSTÄ >](#)



LUOMU



Luomu on osa ratkaisua.



**Euroopan unionin
osarahoittama**

Euroopan unionin rahoittama. Esitetyt näkemykset ja mielipiteet ovat ainoastaan tämän tekstin laatijoiden näkemyksiä eivätkä välttämättä vastaa Euroopan unionin tai Euroopan tutkimuksen toimeenpanoviraston (REA) kantaa. Euroopan unioni ja avustuksen myöntävä viranomainen eivät ole vastuussa niistä.

**ENJOY
IT'S FROM
EUROPE**

