

Luomua lisää

Toimeenpanosuunnitelma

16.5.2014.



Sisältö

Tiivistelmä

1. Suunnitelman tarkoitus
2. Luomualan yhteiset tavoitteet
Visio ja yhteiset tavoitteet
Tuoteryhmittäiset markkinapotentiaalit
3. Luomualan nykytilanne
Luomumyynti kasvaa lamasta huolimatta
Luomu vielä vähäistä ruokapalveluissa
Luomupeltoala kasvussa
Kaura merkittävin luomuvilja
Kotieläintuotantokin kasvaa
Suomessa maailman laajin luomukeruualue
Keskeiset toimintaympäristön muutokset
4. Luomualan pullonkaulat
Keskeiset muutokset
Yhteenveto pullonkauloista (1-2)
Tuoteryhmittäiset pullonkaulat (1-4)

5. Ratkaisuehdotukset

Ratkaisuehdotusten yhteenveto
Ratkaisuehdotusten yhteensopivuus yhteisiin tavoitteisiin
Luomutuote on kuluttajan mielestä hintansa arvoinen
Jokaiselle luomuhehtaarille ja -eläimelle markkinakanava (1-2))
Luomun tuottavuus nousee 30 %
Luomusäädöksistä ja valvonnasta luomun vahvuus
Poliittiset päätökset jalkautuvat käytännön toimiksi

6. Ratkaisuehdotusten toimeenpano

Kehittämisen kolmiyhteys
Luomusäädöksistä ja valvonnasta luomun vahvuus
Yhteistyössä tehokkaaseen kehittämiseen
Koordinoitu hankeyhteistyö

Tiivistelmä

Luomualan vaikuttavaan kehittämiseen on nyt hyvät eväät

- Hallituksen luomuhjelma ja alan yhteistyön tiivistäminen ovat vahvistaneet luomun asemaa ja muokanneet asenteita luomua kohtaan myönteisemmiksi.
- Uuden ohjelmakauden alkaessa sekä luomutuotannon kasvuun että alan kehittämiseen on hyvät lähtökohdat.
- Hallitusohjelman tavoite kasvattaa luomutuotannon pinta-ala 20 %:iin on ohjannut tulevan tukikauden lainsäädännön valmistelua ja useita parannuksia on saatu aikaan.
- EU:n luomulainsäädännön uudistamisella tavoitellaan kuluttajien luottamuksen vahvistumista. Ehdotuksessa säädöksiä yhtenäistetään ja poikkeuksista pyritään eroon.
- Alan kehittämiseen on tarjolla puhdas pöytä, johon on katettu tavoitteet, keskeisimmät pullonkaulat ratkaisuehdotuksineen sekä uusia ja vanhoja työkaluja.
- Hyvät eväät eivät vielä yksin riitä. Tavoitteiden savuttamiseksi tarvitaan alan toimijoiden tahtoa parantaa omaa tekemistään ja tehdä rakentavaa yhteistyötä muiden kanssa.
- Kutsumme yhteisen pöydän ääreen elinkeinon toimijat, alan kehittäjät ja hallinnon edustajat yhdessä kasvattamaan luomukakkua ja sen myötä nauttimaan tavoitteiden saavuttamisesta.

Suunnitelman tarkoitus

- Tämän suunnitelman tarkoitus on ohjata luomualan kehittämistoimia kohti yhteisiä tavoitteita ja ratkaisemaan alan keskeisiä pullonkauloja.
- Ensimmäinen versio toimeenpanosuunnitelmasta julkaistiin 26.6.2012 MMM:n pyynnöstä (1990/325/2011). Suunnitelmassa kuvattiin luomuketjun toiminnan yleiset pullonkaulat ja ratkaisuehdotukset niiden poistamiseksi.
- Hallituksen luomuohjelman ja luomualan asettamat tavoitteet ovat hyvin yhtenevät, joten tässä päivityksessä ne on koottu alan yhteisiksi tavoitteiksi.
- Päivityksen perustaksi on haastateltu seuraavia tahoja: Pro Luomu ry:n arvoketjuryhmät ja hallitus, VYR:n luomuviljaryhmä, MTK ja MTK:n luomuvaliokunta, Luomuinstituutti, ProAgria, Luomuliitto, ETL. Lisäksi työssä on hyödynnetty keväällä 2014 toteutettua hankekyselyä ja syksyn 2013 aikana toteutettujen hanketreffien yhteenvetoja.
- Suunnitelman ovat koonneet Päivi Rönni, MTK Häme ja Marja-Riitta Kottila, Pro Luomu



3. LUOMUALAN YHTEISET TAVOITTEET



Visio ja yhteiset tavoitteet

(hallituksen luomuhjelman ja alan omat tavoitteet)

■ Visio:

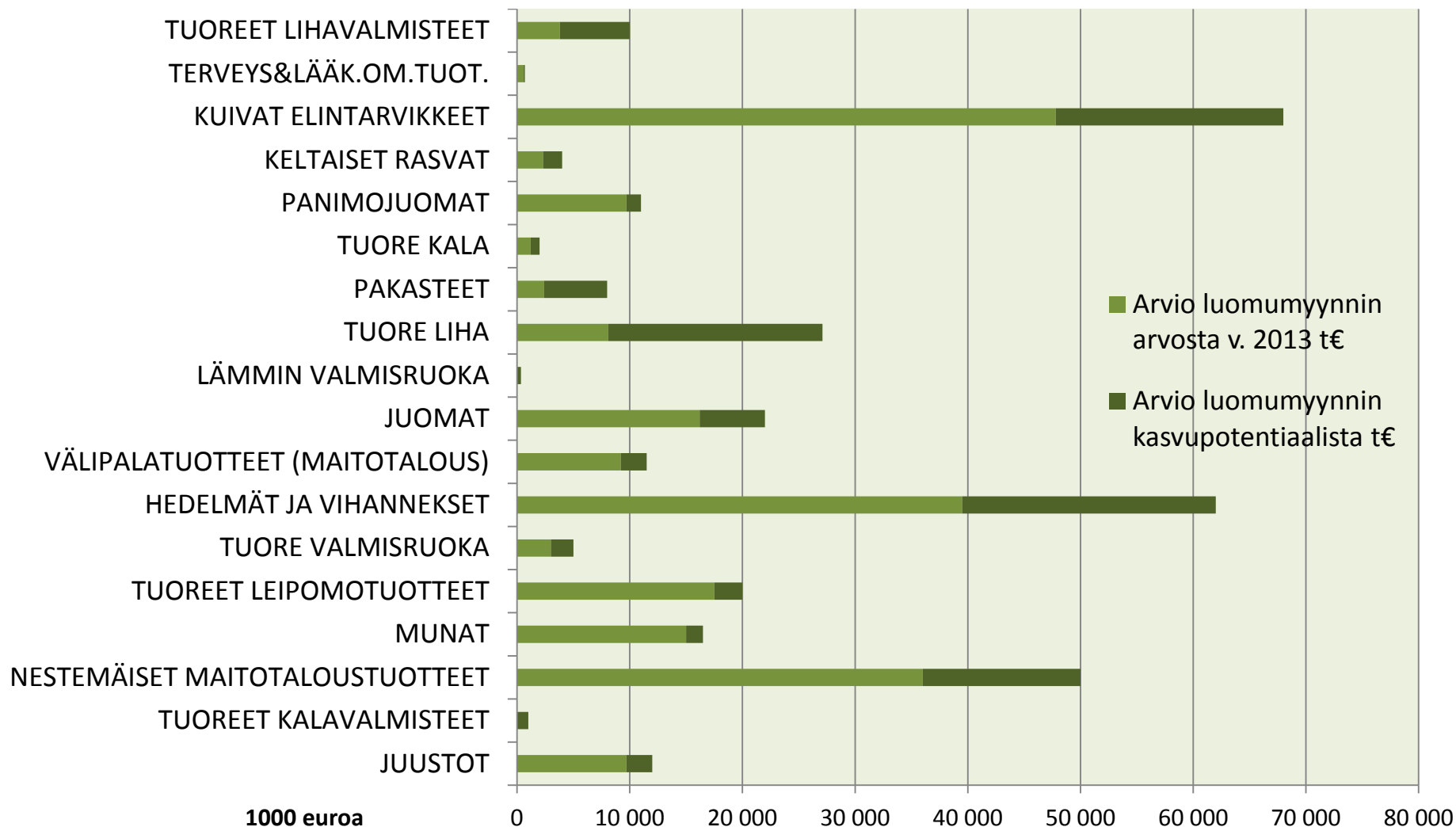
Luomu on osa kuluttajien ja elintarvikeketjun toimijoiden arkipäivää. Tuotevalikoima vastaa kuluttajien tarpeita kattaten keskeiset tuoteryhmät.

■ Alan yhteiset tavoitteet:

- 1) Luomumarkkinan kasvattaminen ja tuotevalikoiman monipuolistaminen
 - Markkina kolminkertaistuu aikavälillä 2011-2015 (v. 2015 asetetaan markkinan kasvutavoite vuodelle 2020)
- 2) Luomutuotannon lisääminen
 - 20 prosenttia peltoalasta vuoteen 2020 mennessä
- 3) Julkisten ruokapalveluiden luomuruokatarjonnan lisääminen
 - 10 % vuoteen 2015 mennessä ja 20 % vuoteen 2020 mennessä
- 4) Ketjun toimijoiden välisen yhteistyön ja luottamuksen parantaminen
- 5) Luomun aseman vahvistaminen osana kestävästä elintarviketuotantoa ja kulutusta

Tuoteryhmittäiset markkinapotentiaalit*

Tavoitteena markkinan kolminkertaistaminen vuoteen 2015



1000 euroa

*Perustuu kaupan asiantuntija-arvioon

Luomua lisää – toimeenpanosuunnitelma 2014

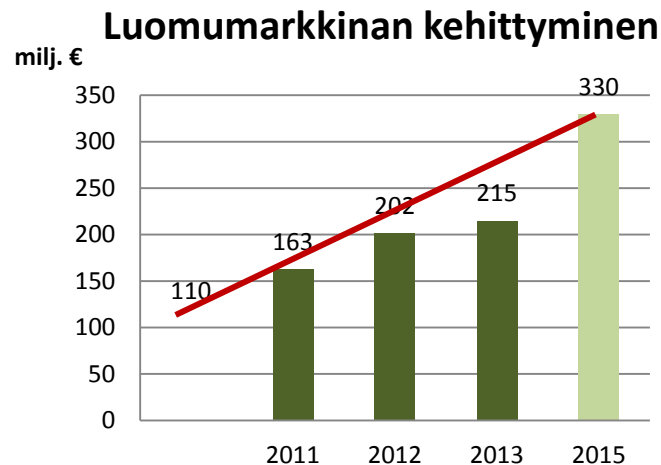


2. LUOMUALAN NYKYTILANNE



Luomumyynti kasvaa lamasta huolimatta

- Vuosina 2011-2012 luomumarkkinoiden kasvu oli erittäin nopeaa, mutta talouden laskusuhdanne on hidastanut kasvua. Luomun myynti kasvaa kuitenkin yhä enemmän kuin päivittäistavarakauppa keskimäärin. Vuonna 2013 luomumyynti kasvoi edellisestä vuodesta noin 6 % ja sen osuus ruokamyynnistä oli 1,6 %.



Luomumarkkinan kehitys jäi vuonna 2013 jälkeen tavoitteeksi asetetusta markkinan kolminkertaistumisesta vuoteen 2015 mennessä.

Lähde: Pro Luomun arvio, joka perustuu päivittäistavarakaupparyhmiltä kerättyyn tietoon.

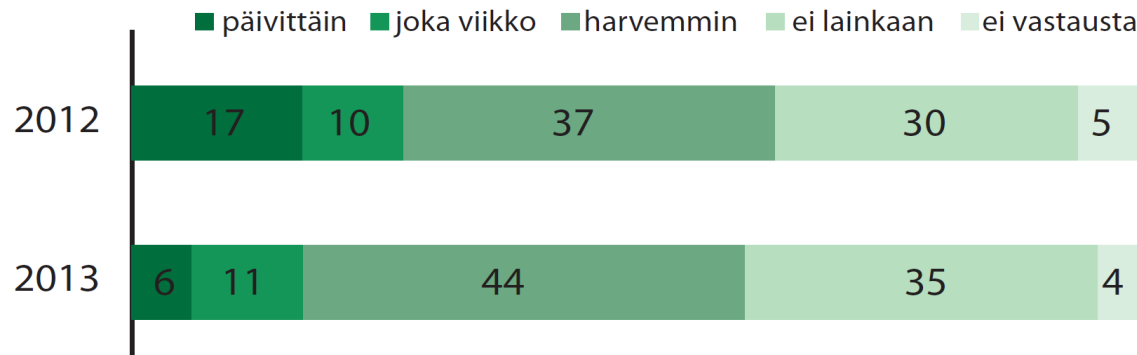
- Maitotuotteiden osuus on noin neljännes Suomen luomumyynnistä. Muita suuria luomutuoteryhmiä ovat hedelmät ja vihannekset sekä leipomotuotteet ja kananmunat.
- Päivittäistavarakauppojen luomuvalikoimat kasvavat. Tuotenimikkeiden lukumäärä nousi v. 2013 noin kolmanneksen ja on laajimmillaan jo 3 000 tuotetta. Kotimaisten tuotteiden osuus tuotenimikkeistä on noin 60 %.
- Luomun myynti lienee kasvanut myös pt-kaupan ulkopuolella, mutta sen osuutta on vaikea arvioida.

Luomu vielä vähäistä ruokapalveluissa

- Luomua käytetään vielä melko vähän suomalaisissa ammattikeittiöissä. Luomun osuus Horeca-sektorin tukkujen myynnin arvosta v. 2013 oli noin 0,6 %.
- Julkisissa ruokapalveluissa luomun osuus elintarvikehankintojen määrästä on noin 5 %. Eniten luomua tarjotaan päiväkodeissa (10 %). Käytetyimpiä luomutuotteita ovat hiutaleet, jauhot, leipä sekä kuumat ja kylmät juomat.

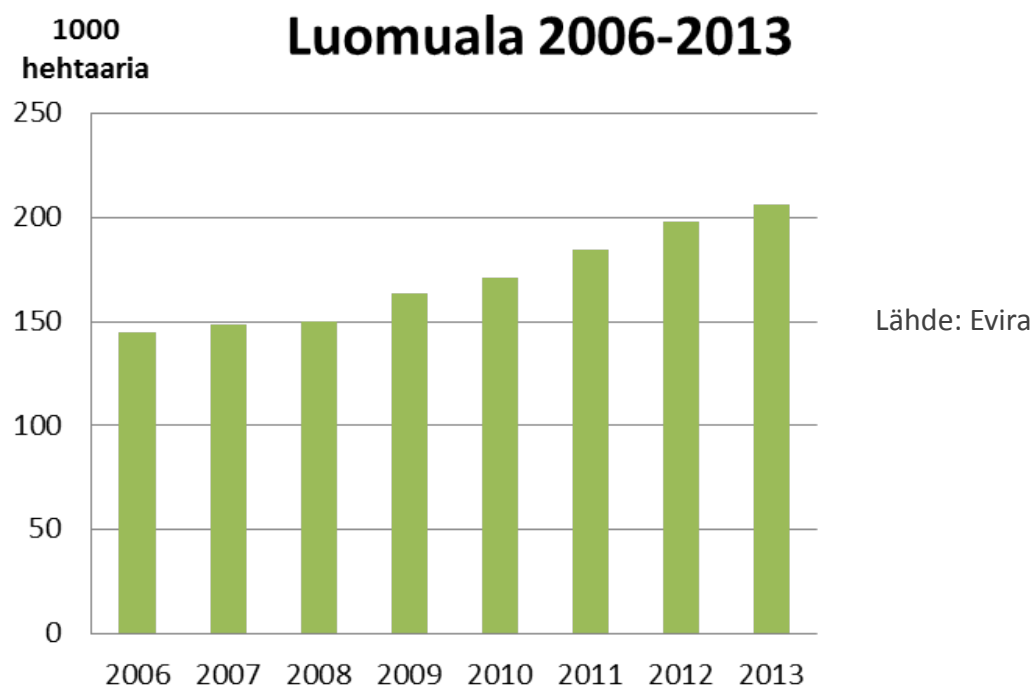
Lähde: EkoCentria/Taloustutkimus Oy

Luomun käyttötiheys ruokapalveluissa



Luomupeltoala kasvussa

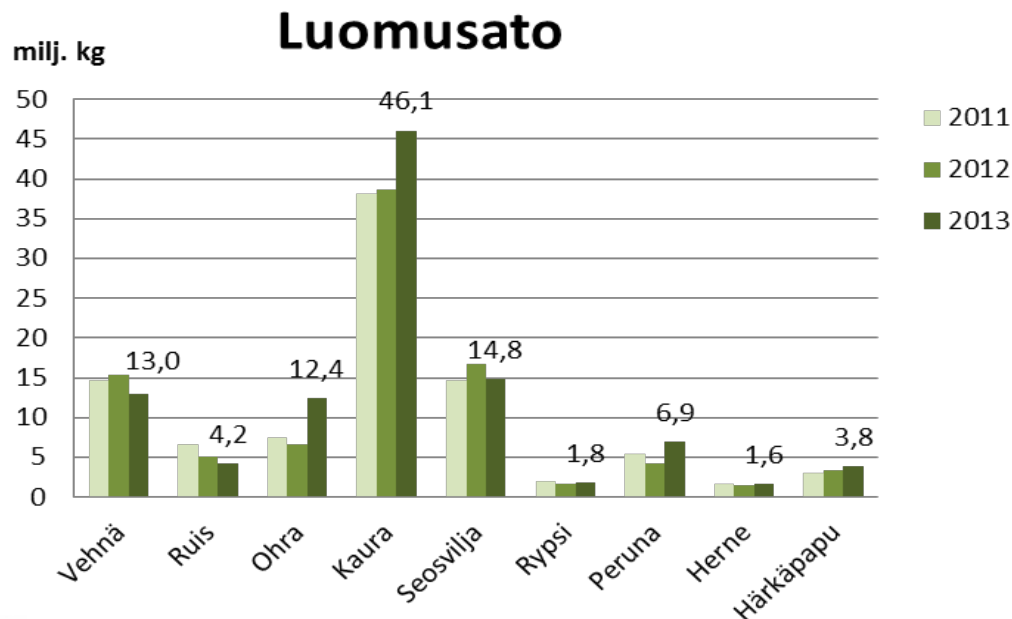
- Luomutuotannon pinta-ala on kasvanut tasaisesti viime vuosina, vaikka tilamäärä on välillä laskenut hieman. Vuonna 2013 Suomen luomuala oli 206 000 hehtaaria siirtymävaiheen ala mukaan lukien. Se on noin 9 % Suomen koko peltoalasta.



- Luomutilojen keskikoko on hieman suurempi kuin kaikkien suomalaistilojen keskikoko. Vuonna 2013 luomutilat olivat keskimäärin 48,9 hehtaarin suuruisia.

Kaura merkittävin luomuvilja

- Luomuviljoja tuotettiin Suomessa vuonna 2013 yhteensä 90,5 milj. kg ja korjuuala oli yhteensä 42 700 hehtaaria. Sato nousi edellisvuodesta 8 milj. kg.
- Luomuviljojen sato oli 2,2 % Suomen koko viljantuotannosta. VYR:n luomuviljatyöryhmän mukaan siitä yli 60 prosenttia meni vientiin jalostettuina tuotteina kuten hiutaleina, leipänä ja jauhoina. Kaurassa viennin osuus on jopa 80 %.



Lähde: TIKE/Maataloustilastot

Kotieläintuotantokin kasvaa

- Luomukotieläintuotteiden tuotanto on kasvussa kaikissa tuoteryhmissä. Luomun osuus on korkein lampaanlihan tuotannossa ja kananmunissa. Myös luomusianlihantuotanto kasvoi vuonna 2013 ja ensimmäiset erät luomusiipikarjanlihasta tulivat markkinoille 2013.

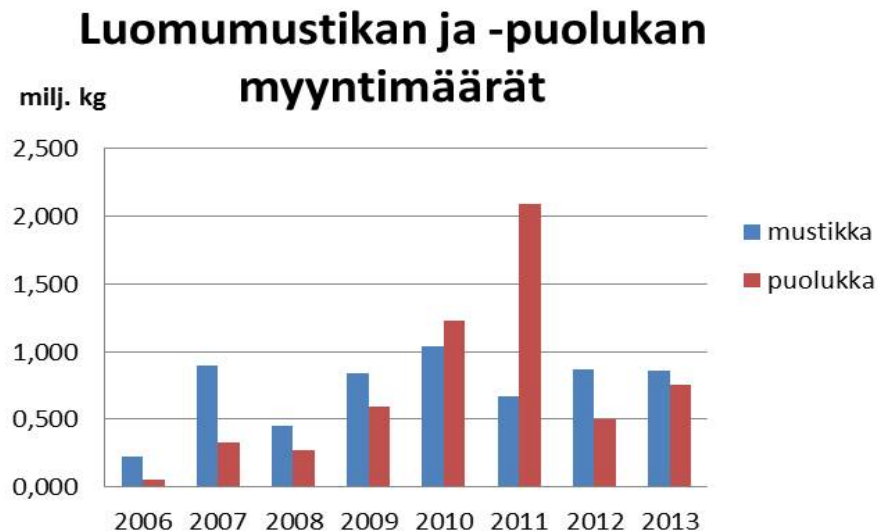
Lähde: TNS Gallup Oy /Pro Luomu

Teurastusmäärät						
	Luomua (milj. kg)		Kok. tuotanto (milj. kg)		Luomun osuus (%)	
Eläin/vuosi	2013	2012	2013	2012	2013	2012
Nauta	2,5	1,7	80,4	80,4	3,1	2,1
Sika	0,7	0,5	194,5	192,7	0,4	0,2
Lammas	0,2	0,1	0,9	0,8	18,2	12,4
Siipikarja	0,03		111,1		0,03	

Muut kotieläintuotteet	Luomua		Kokonais- tuotanto		Luomun osuus %	
	2013	2012	2013	2012	2013	2012
Maito milj. l	41,2	37,6	2220	2188,4	1,9	1,7
Kanamunat milj. kg	2,5	2,2	62,7	58,6	4	3,7

Suomessa on maailman laajin luomukeruualue

- Suomen tilastoitu luomukeruualue on maailman suurin, yhteensä noin yhdeksän miljoonaa hehtaaria. Siitä suurin osa on Lapissa.
- Luomukeruualueeksi hyväksytään maasto, jolla ei ole kolmen edellisen vuoden aikana käytetty kemiallisia lannoitteita tai torjunta-aineita.
- Myydyimmät luomuluonnonmarjat ovat mustikka ja puolukka, joita myytiin v. 2013 noin 0,86 milj. kg ja 0,76 milj. kg. Luomulakkaa myytiin alle 5 000 kg.



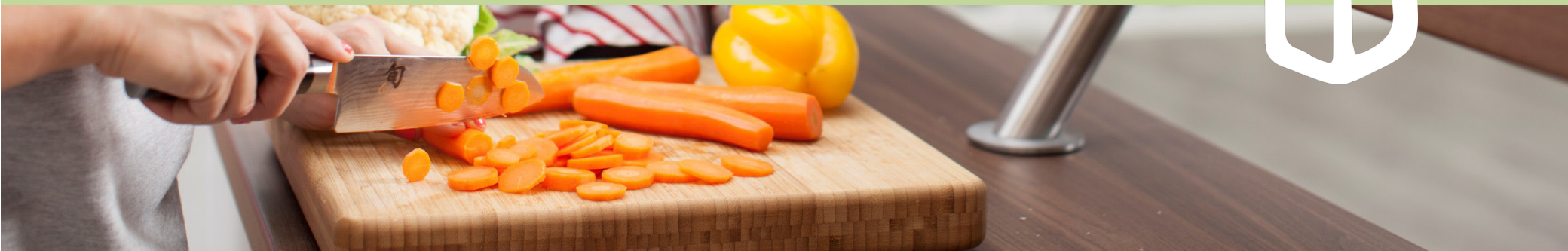
Lähde: Mavi/Marsi 2013

Keskeiset toimintaympäristön muutokset

- Yleinen taloudellinen tilanne on selvästi heikentynyt vuodesta 2012. Tämä vaikuttaa kuluttajien ostokäyttäytymiseen ja heijastuu siten koko arvoketjuun.
- Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelman toteutus käynnistyy vuoden 2015 alussa. Ohjelma määrittelee sekä luomuviljelijöille myönnettävät tuet että kehittämiseen ohjattavan julkisen rahoituksen.
- Hallituksen luomuohjelman tavoitteet ovat ohjanneet tukiehtojen valmistelua ja luomutuotannon kasvulle on varattu ohjelmassa varoja peltoalatavoitteen mukaisesti.
- Kehittämistoiminnassa on uusia työkaluja, jotka sopivat erinomaisesti myös luomualan kehittämiseen. Myös Euroopan komission luomun toimintasuunnitelma ennakoii lisää työkaluja luomualan kehittämisen.
- EU:n luomusäädöstä ollaan parhaillaan uudistamassa. Sen tavoitteena on vahvistaa kuluttajien luottamusta luomuun vähentämällä erilaisia poikkeuksia ja parantamalla valvontaa.



4. LUOMUALAN PULLONKAULAT



Keskeiset muutokset vuodesta 2012

- Pari vuotta on liian lyhyt aika merkittäviin muutoksiin. Päivitystyön yhteydessä on kuitenkin tullut esille seuraavia muutoksia:
 - Elintarvikeketjun toimijoiden asenteet luomua kohtaan ovat muuttuneet myönteiseen suuntaan, mikä kertonee luomun toivotusta arkipäiväistymisestä. Luomu hyväksytään nyt paremmin. Seuraava vaihe on kehittämistahdon vahvistuminen.
 - Alan yhteistyö on edennyt parempaan suuntaan, mutta vielä on varaa parantaa.
 - Eri säädösten ja ohjelmien valmistelussa asioita on tarkasteltu myös luomun näkökulmasta. Esimerkiksi maatilojen investointituki, sianlihan Laatuvarmistus.
 - Hallitusohjelman tavoitteet ovat ohjanneet tukikauden lainsäädännön valmistelua ja useita parannuksia on saatu aikaan.
 - Esitetyistä ratkaisuehdotusten toimenpiteistä yli puolet on toteutunut tai käynnissä.

Yhteenveto pullonkauloista

Luomualan yhteisten tavoitteiden toteutumisen tiellä on pullonkauloja, jotka vaihtelevat eri tuoteryhmissä. Ohessa on koottu ketjuissa tunnistetut pullonkaulat neljään kokonaisuuteen.

1) Kysynnän ja tarjonnan tasapaino

Kysynnän ja tarjonnan tasapaino on keskeinen pienen markkinan ja hidasliikkeisen luomutuotannon ongelma. Luomua on vaikea markkinoida, koska kulutuksen kasvaessa raaka-ainetta ei olekaan riittävästi. Pienet erät eivät ohjaudu lainkaan luomumarkkinoille. Pieni markkina ei houkuta tuotteiden/tuoteperheiden kehittämiseen, koska pienet määrät nostavat hintaa ja heikentävät tuotteen kilpailukykyä. HoReCa-ketjussa tieto tuotteista ja tarpeista kulkee huonosti. Viljoissa kotimarkkinaa selvästi suurempi vienti aiheuttaa suuria vaihteluita kysyntään.

2) Luomusäädösten tulkinnat ja valvontabyrokratia

Luomusäädösten vaihtelevat tulkinnat aiheuttavat epäselvyyttä ja taloudellisia menetyksiä. Lisäksi toistuvat tarkastukset kuormittavat niiden kohteeksi joutuvia. Säädöksiin ja valvontaan liittyvä byrokratia ja pelko sanktioista hidastavat ja estävät luomuun siirtymistä. Luomualan toimijoiden aktiivisuus asian ratkaisemiseen on vähäistä, jolloin asiat ovat jääneet yksin viranomaisten hoidettavaksi.

Yhteenveto pullonkauloista(2)

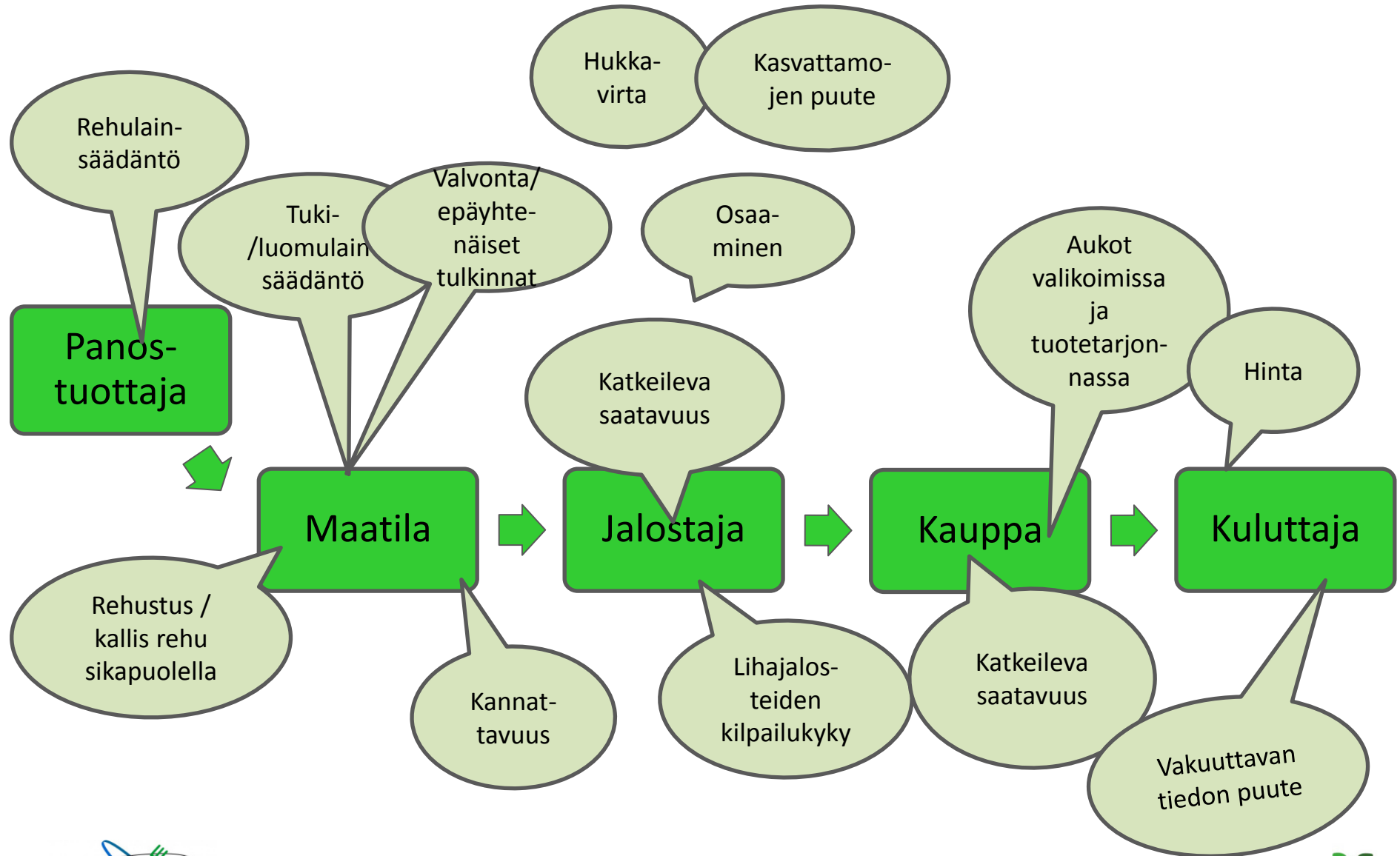
3) Tieto, tahto ja taito

Luomu vaatii uuden opettelua sekä arvoketjun toimijoilta että kehittäjiltä siinä, miten luomusäädösten mukaisesti toimitaan myös taloudellisesti kestävästi. Luomua koskevassa tiedossa on edelleen aukkoja. Tiedon ja osaamisen välittymisessä luomuun siirtyville ja muille tiedon tarvitsijoille on katkoja. Tahto kehittyä luomutoiminnassa on välttämätöntä myös uuden tiedon omaksumisessa ja erilaisten poliittisten linjausten jalkautumisessa käytännön toimenpiteiksi.

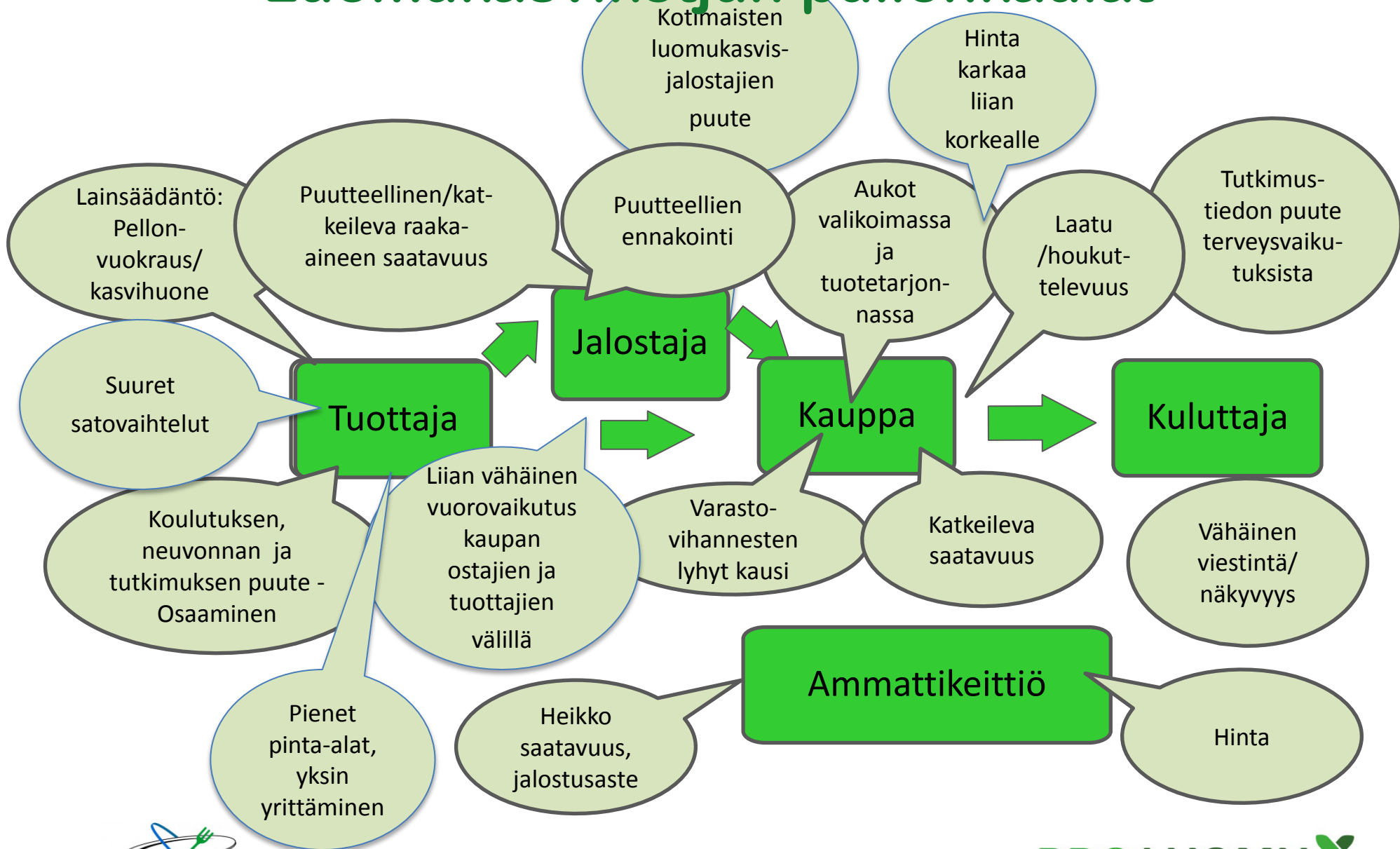
4) Kuluttajien kokema luomutuotteen hinta/kokonaislaatu

Tärkein syy olla ostamatta luomutuotteita on hinta. Hintaero luomun ja tavanomaisen tuotteen välillä vaihtelee paljon tuoteryhmittäin ja on joissakin tuoteryhmissä liian suuri markkinan kasvattamiseksi. Luomutuotteen hintaa arvioidaan suhteessa kokonaislaatuun, johon kuuluu tuoteominaisuuksien lisäksi luomun tuotantotavan lupaamat asiat (puhtaus, eläinten hyvinvointi, luonnon monimuotoisuus ja ekologinen tuotantotapa, GMO-vapaus ja vähäiset lisäaineet). Korkeamman hinnan vastineeksi kuluttajat odottavat luomun pitävän lupauksensa ja tuotteen olevan hyvälaatuinen. Noin 25 % suomalaisista kokee luomun tuotantotavan parantavan laatua, noin 25 % kaipaa lisää tietoa ja 50 % ei löydä syytä ostaa luomua. Myös julkiset ammattikeittiöt tarvitsevat selkeän syyn hankkia luomua.

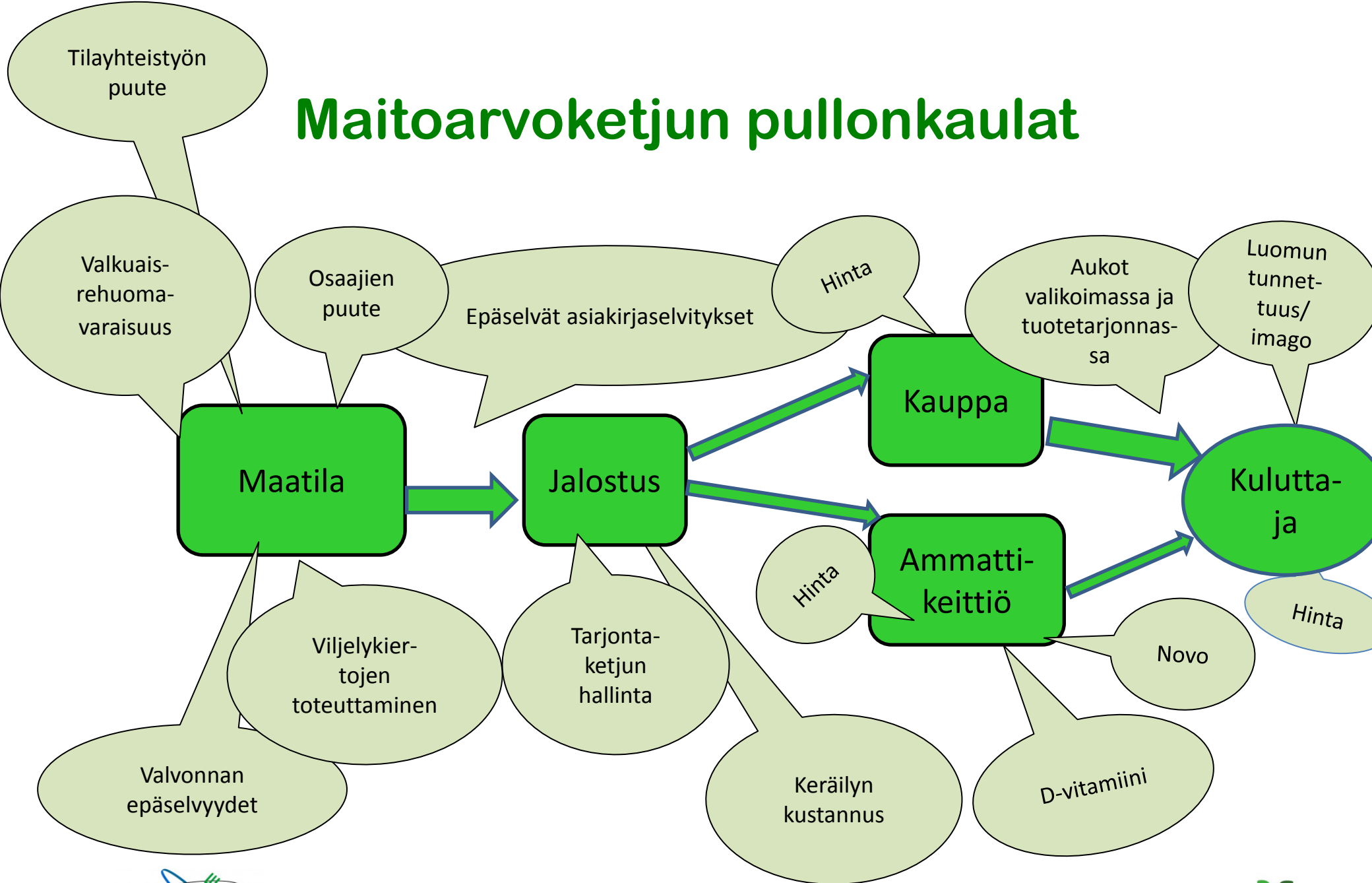
Luomulihan arvoketjun pullonkaulat



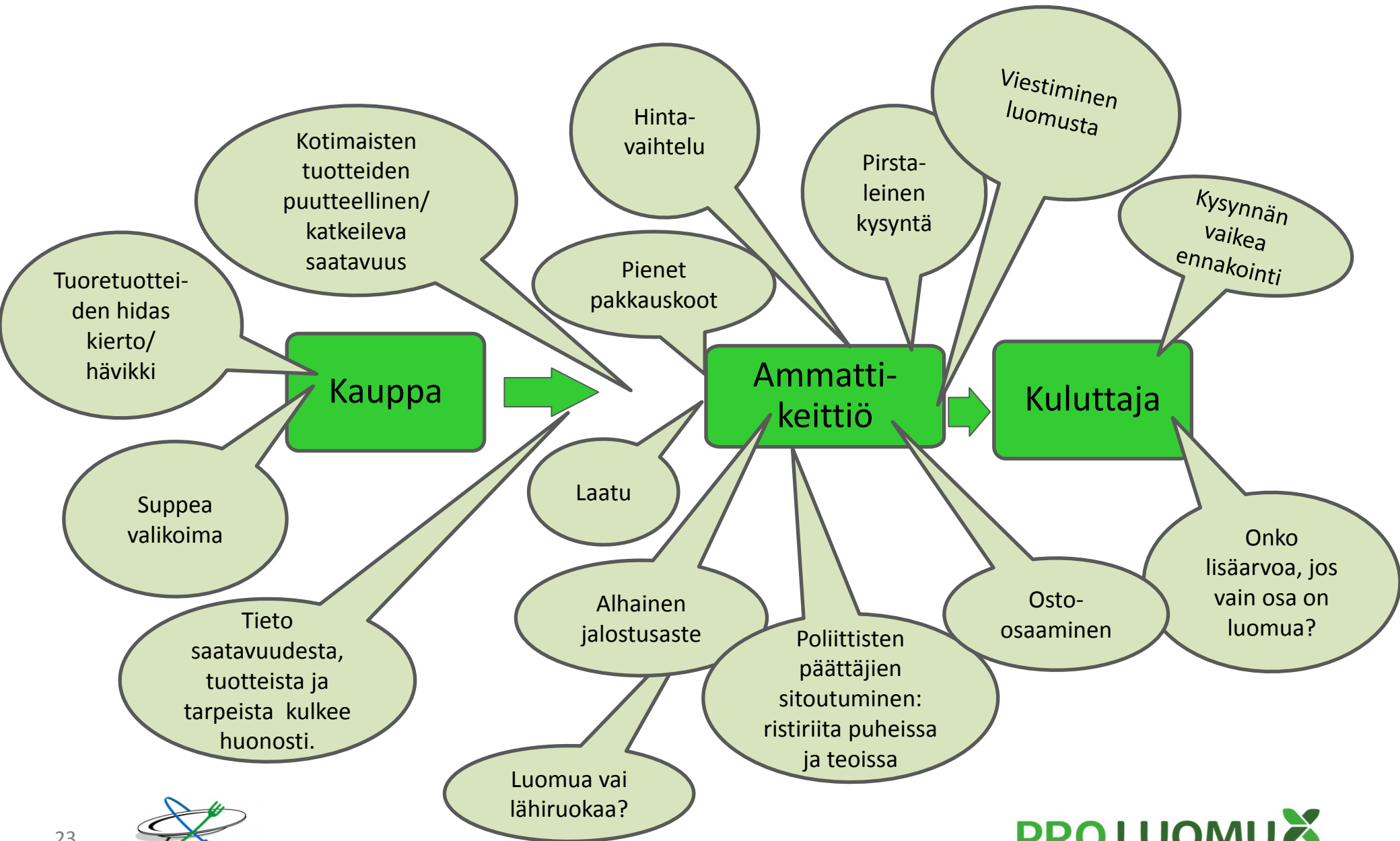
Luomukasvikeitteen pullonkaulat



Maitoarvoketjun pullonkaulat



Luomu HoReCa:n pullonkaulat





5. RATKAISUEHDOTUKSET



Ratkaisuehdotusten yhteenvedo

Luomutuote on kuluttajan mielestä hintansa arvoinen

Vaikuttava kuluttajaviestintä

Ruokakasvatus

Kuluttajatutkimus

Luomun tuotteistus

Jokaiselle luomuhehtaarille ja eläimelle markkinakanava

Arvoketjulähtöinen toimintatapa

Verkostoituminen

Kansallinen vientistrategia

Tilastointi

Tuottavuus nousee 30 %

Innovaatiojärjestelmä

Tilaneuvonta

Ammattiopetus

Luomusäädöksistä ja valvonnasta luomun vahvuus

Elinkeinon ja valvontaviranomaisten välinen vuorovaikutus

Alan proaktiivisuus

Hyvät käytännöt

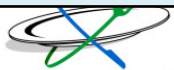
Poliittiset päätökset jalkautuvat käytännön toimiksi

Hallinnonalojen välinen yhteistyö

Julkiset hankintastrategiat

Ratkaisuehdotusten yhteensopivuus alan yhteisiin tavoitteisiin

Alan tavoitteet Ratkaisu ehdotukset	Luomumarkkinan kasvattaminen ja tuotevalikoiman monipuolistaminen	Luomutuotannon lisääminen	Julkisten ruokapalveluiden luomutarjonnan lisääminen	Ketjun toimijoiden välisen yhteistyön ja luottamuksen parantaminen	Luomun aseman vahvistaminen osana kestäväää elintarviketuotantoa ja kulutusta
Luomutuote on hintansa arvoinen					
Jokaiselle luomuhehtaarille ja -eläimelle markkinakanava					
Luomun tuottavuus nousee 30 %					
Luomusäädöksistä ja valvonnasta luomun vahvuus					
Poliittiset päätökset jalkautuvat käytäntöön					



Ratkaisu kuluttajan kokemaan hinta-laatu-suhteeseen

Luomutuote on kuluttajan mielestä hintansa arvoinen

1) Vaikuttava, yhtenäinen kuluttajatiedotus

Lisätään ja vahvistetaan kuluttajille suunnattua tiedotusta. *Luomua. Ilman muuta* - on luomualan kärkiviesti, joka yhtenäistää eri tahojen toteuttamaa tiedotusta. Kuluttajaviestinnän vaikuttavuutta parannetaan yhteisen kärkiviestin ja argumenttien, toisiaan täydentävien toimenpiteiden ja ajoituksen sekä osittain yhteisen aineiston myötä. Luomuvalmistajien, kaupan ja ruokapalveluiden aktiivinen osallistuminen tiedotuskampanjoihin mahdollistetaan alan sisäisen tiedotuksen avulla.

2) Luomu osaksi ruokakasvatusta

Osana ruokakasvatusta pyritään saamaan luomu osaksi perusopetuksen opetussuunnitelmaa. Laaditaan aineistoa luomun perusopetukseen ja hyödynnetään EU:n koulukampanjat.

3) Lisää ymmärrystä kuluttajien käyttäytymisestä

Viestinnän tueksi ja sen vaikuttavuuden mittaamiseksi tarvitaan jatkuvaa kuluttajatutkimusta. Toteutetaan Luomun kuluttajabarometri vuosittain ja kehitetään kuluttajatutkimukseen sitä täydentäviä kustannustehokkaita menetelmiä.

4) Luomun tuotteistus

Luomussa ei tulisi tyytyä perinteisten tuotteiden kopiointiin vaan kehittää tuotteita ottaen huomioon luomun kokonaislaatu, mutta myös kulutustrendit. Luomutuotteiden tuotekehitysosaamista vahvistetaan eri kehittämistyökalujen ja hyvien esimerkkien kautta.

Ratkaisu kysynnän ja tarjonnan tasapainoon

Jokaiselle luomuhehtaarille ja –eläimelle markkinakanava (1)

Toimenpiteet:

1) Arvoketjulähtöinen toimintatapa

Tuoteryhmittäinen arvoketjutyö vakiinnutetaan alan toimintatavaksi. Ryhmissä ennakoidaan volyymituotteiden kysyntäpotentiaalia ja seurataan potentiaalin toteutumista sekä sitä vastaavan tuotannon kehittymistä.

Kysynnän ja tarjonnan kohtaamista parannetaan lisäämällä tietoa eri jakelukanavien mahdollisuuksista, tarpeista ja toimintatavoista. Kuluttaja-/markkinalähtöinen toimintatapa ulotetaan koko ketjuun. Myös tuotannon sivuvirroille etsitään markkinakanavia.

2) Yksinyrittämisestä verkostoihin

Viljelijöiden välistä verkostoitumista edesautetaan mentoroinnin, pienryhmätoiminnan sekä myynti- ja ostorenkaiden avulla. Sopimustoimintaa edistetään sekä viljelijöiden että arvoketjun eri toimijoiden välillä. Selvitetään mahdolliset yhteistoiminnan esteet ja pyritään poistamaan niitä. Selvitetään paikkatietojärjestelmän mahdollisuudet verkostoitumisen edistämiseksi.

3) Luomu osaksi kansallista vientistrategiaa

Kansallisen vientistrategian valmistelussa paneudutaan myös luomutuotteiden viennin tarjoamiin mahdollisuuksiin ja vaadittaviin toimenpiteisiin. Pinta-alatavoitteen toteutuminen edellyttää luomuviennin laajenemista.

Ratkaisu kysynnän ja tarjonnan tasapainoon

Jokaiselle luomuhehtaarille ja –eläimelle markkinakanava (2)

4) Tilastointi kuntoon

Luomutuotteet pyritään saamaan olemassa olevaan tilastointiprosessiin. Tällä hetkellä erityisesti luomuliha puuttuu tilastoista.

Myös luomualan rakenteesta kaivataan nykyistä parempaa tilastotietoa kuvaamaan esimerkiksi sitä, miten suurelta osuudelta luomualasta saadaan tuotteita luomumarkkinoille.

Luomumarkkinan seurantaan tarvitaan luotettava, Kilpailu- ja kuluttajaviraston hyväksymä ja kohtuuhintainen järjestelmä.

Ratkaisu tiedon, taidon ja tahdon puutteeseen

Luomun tuottavuus nousee 30 %

Toimenpiteet

- 1) **Luodaan luomun innovaatiojärjestelmä, jossa elinkeinon toimijat, tutkijat ja neuvijat/kehittäjät työskentelevät yhdessä ongelmien ratkaisemiseksi.**

Luomualan kehittäminen edellyttää sekä uutta tutkimustietoa että jo olemassa olevan tutkimuksen parempaa hyödyntämistä. Innovaatiojärjestelmä luo ratkaisukeskeistä yhteistyömallia tutkijoiden, neuvojien ja elinkeinon kesken. Toimintaprosesseja tehostetaan luomutuotteiden hintakilpailukyvyn parantamiseksi.

Tiedon ja osaamisen leviämistä toimijoiden käyttöön edistetään hyödyntämällä alan yhteistä tiedonvälityskanavaa, LUOMU.fi-sivustoa. Luomualan kehittäjien kokemusten vaihtaminen mahdollistetaan säännöllisten tapaamisten avulla. Opintomatkat ja hyvät esimerkit kotimaassa ja ulkomailla otetaan kehittämisen työkaluksi.

- 2) **Tilaneuvonta osana maaseudun kehittämisohjelmaa**

Luomualan asiantuntijoiden tulisi aktiivisesti hakeutua Maaseutuohjelman käynnistävään neuvojarekisteriin, josta viljelijät voivat valita haluamansa neuvojan. Erityisesti aloittavan luomutuottajan ohjaaminen oikeaan suuntaan on olennaista.

- 3) **Luomun vahvistaminen ammattiopetuksessa**

Maatalous- ja elintarvikealan oppilaitosten opettajien osaamisen vahvistaminen: nivominen mukaan kehittämiseen ja luomutiedon äärelle.

Ratkaisu luomusäädösten tulkintaan ja valvontabyrokratiaan

Luomusäädöksistä ja valvonnasta luomun vahvuus

Toimenpiteet:

1) Elinkeino ja viranomaisten välinen vuorovaikutus

Lisätään elinkeino ja valvontaviranomaisten välistä vuorovaikutusta. Koettujen ongelmien käsittelyprosessista tehdään säännöllinen ja näkyvä. Lisätään avointa tiedotusta ja vuorovaikutusta.

2) Alan proaktiivisuus luomua koskevien säädöksiin vaikuttamisessa

Perustetaan luomualkutuotannon ja -elintarvikesäädösten asiantuntijaryhmät, jotka kokoavat ja valmistelevat alan keskusteluun kulloinkin ajankohtaiset säädökset sekä välittävät tietoa hallintoon ja alan järjestöille oikea-aikaista vaikuttamista varten.

3) Hyvät käytännöt

Kerätään ja julkaistaan systemaattisesti hyviä käytäntöjä, joiden avulla sääntöjen toteuttaminen on käytännössä tarkoituksenmukaista.

Ratkaisu 2. tiedon, tahdon ja taidon puutteeseen

Poliittiset päätökset jalkautuvat käytännön toimiksi

Toimenpiteet:

1) Hallinnonalojen välisen yhteistyön tiivistäminen

Eri hallinnonalan säädösten sovittaminen yhteen. Esimerkiksi ympäristö-/luomu-/eläinsuojelu-/elintarvikelainsäädännön vaatimusten sovittaminen yhteen luomun näkökulmasta.

Erilaisten kehittämisvälineiden täysimääräinen hyödyntäminen luomualan kehittämisessä.

2) Luomun kirjaaminen valtion ja kuntien ruokapalveluja koskeviin hankintastrategioihin

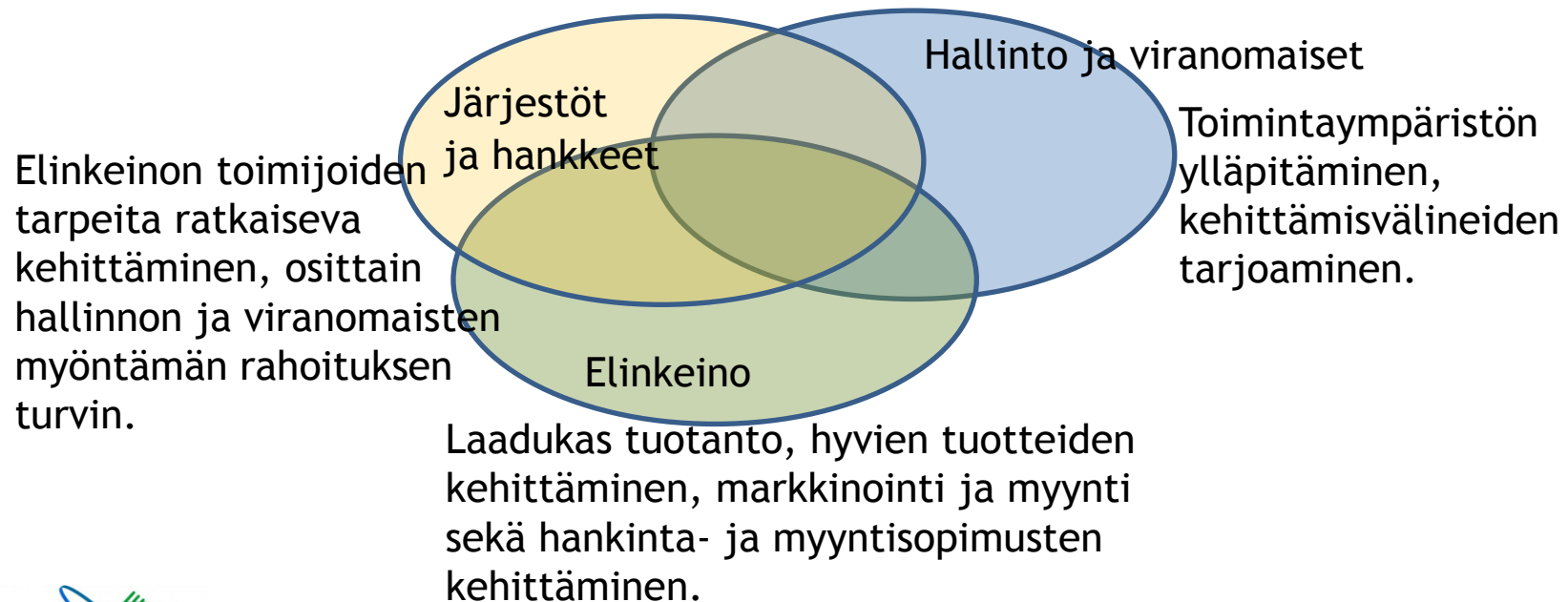
Päätäjien ymmärryksen lisääminen luomuruuan käytön sekä ruokapalveluiden ja niiden hankintaosaamisen kehittämisen hyödyistä.

6. RATKAISUEHDOTUSTEN TOIMEENPANO

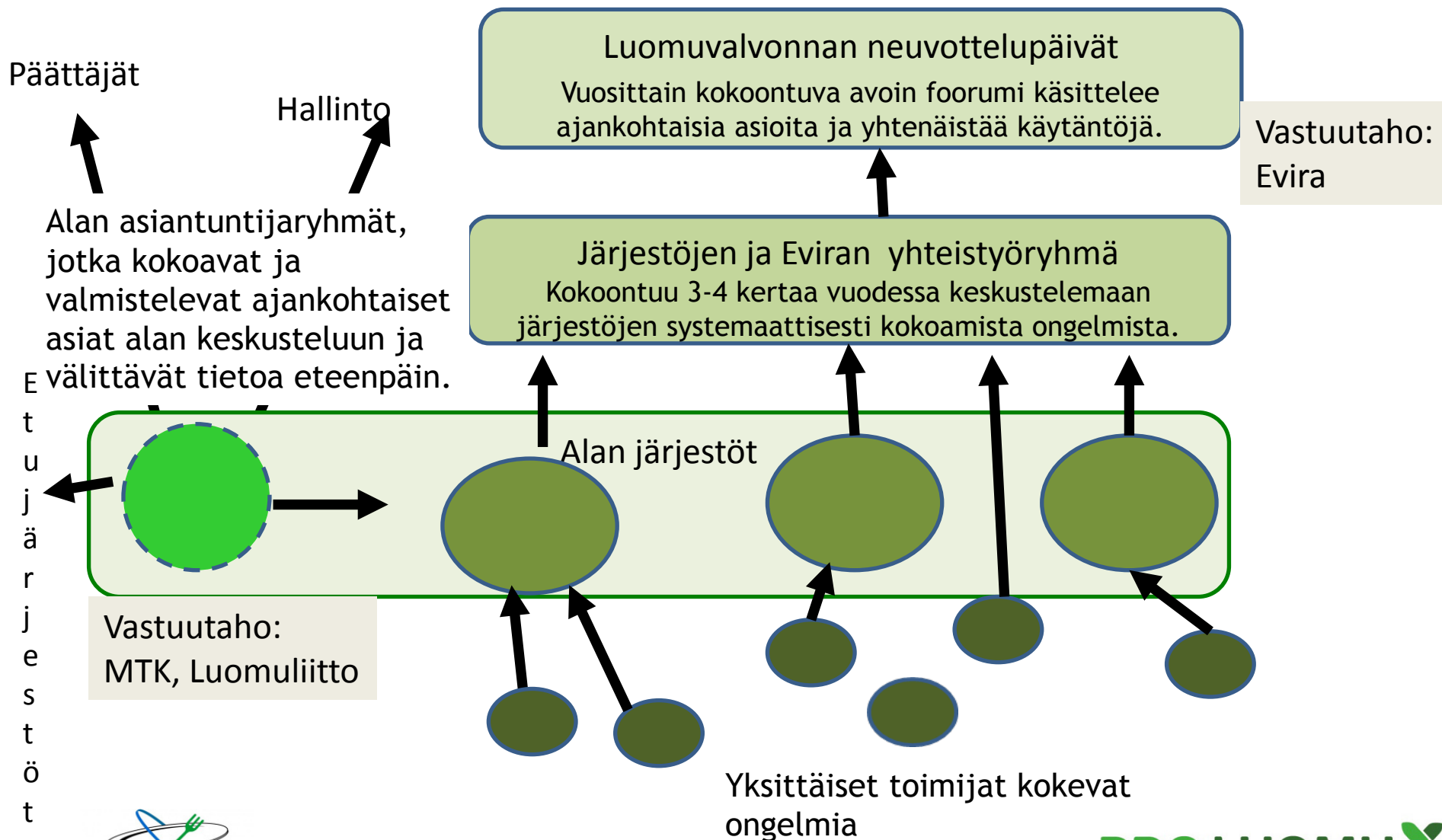


Kehittämisen kolmiyhteys

- Kehittämisen lähtökohtana on alan yhteisesti asettamat tavoitteet ja elinkeinon tarpeet. Kehittämisessä on kolme tärkeää osapuolta: 1) elinkeino, 2) hallinto ja viranomaiset 3) alan järjestöt ja kehittämishankkeet.
- Tavoitteiden saavuttamisessa elinkeinon toimijoilla on suurin vastuu, koska ala kasvaa vain elinkeinon omien toimenpiteiden kautta.
- Kehittämishankkeissa tulisi hallinnon myöntämät kehittämisvarat suunnata niin, että ne mahdollisimman hyvin ratkaisevat elinkeinon ongelmia ja siten edesauttavat elinkeinon toimijoita tekemään alan kasvua tukevia toimia.



Luomusäädöksistä ja valvonnasta luomun vahvuus



Yhteistyössä tehokkaaseen kehittämiseen

- Luomuala on pieni, mutta monimuotoinen. Sen vuoksi sen kehittämistä on tarkasteltava sekä tuoteryhmittäin että jakelukanavittain.
- Koska nyt uuden ohjelmakauden alkaessa lähdetään kehittämistyöhön ”puhtaalta pöydältä”, tulisi erilaiset käytettävissä olevat työkalut sovittaa saumattomasti yhteen.
- Jotta luomualan kehittämiseen suunnattavat rahat tulevat tehokkaasti käyttöön, alan koordinointi ja yhteistyön vahvistaminen ovat keskeisen tärkeitä.
- Seuraavassa on esitetty kaavio, jossa on hahmotettu ne keskeiset ratkaisuehdotukset, joissa koordinoitu hankeyhteistyö tehostaisi kehittämistä.

Koordinoitu hankeyhteistyö

Koordinaatiohanke

Arvoketjujen toimivuuden koordinointi ja vaikuttava viestintä

Keskeisten kehittämishankkeiden käynnistämisen sparraus, viestintä, kuluttajaviestinnän konseptit ja koordinointi, hanketoimijoiden verkottaminen (esim. Luomufoorumin avulla) selvitykset, arviointi ja kehitysmittareiden seuranta.

	Maito Pro Luomu	Liha Pro Luomu	Siipi- karja Siipikarja liitto	Kasvis Pro Luomu	Vilja VYR	Keruu ProAgria/ 4H	HoRe- Ca EkoCentria	Lyhyet ketjut Lähiruuan koordinointi hanke	Vienti ETL V t i o e t n e t u i t s t t a r m a i t n e e g n i a n
Valtakunnal- liset/ aluei- den väliset/ EIP- hankkeet	Tuottavuus nousee 30 % Innovaatiojärjestelmän luominen ja käyttöönotto Valitaan tietyt teemat: esim. valkuaisrehut, siementuotanto, luomuun siirtyminen								
Koordinaatio/ aluehankkeet	Jokaiselle luomuhehtaarille ja eläimelle markkinakanava Verkostoituminen Hyvien käytäntöjen kokoaminen ja esitteleminen, luomuun siirtyminen								

LUOMUA. ILMAN MUUTA.

Kiitokset kaikille päivitystyöhön
osallistuneille