

PRO LUOMU 

Toimintakertomus

1.1.2017 - 31.12.2017

Sisällys

Tiivistelmä: Luomun Vahva kasvu jatkui.....	2
Toiminnan tarkoitus ja strategia.....	2
Tarkoitus.....	2
Strategia.....	2
Tavoitteiden toteutuminen	3
Toimenpiteet	4
Arvoketjutyöryhmät (osin Täsmäluomu- ja Koordinaatiohanketta)	4
Tapahtumat	4
Kampanjat.....	6
Tutkimukset ja selvitykset (MMM:n ostopalvelut).....	7
Viestintä.....	7
Pro Luomu ry:n muu toiminta	11
Hallinto	11
Talous	12

TIIVISTELMÄ: LUOMUN VAHVA KASVU JATKUI

Vuonna 2017 luomumyynnin kasvu jatkui vahvana. Luomuelintarvikkeiden myynti vähittäiskaupoissa lisääntyi 13 prosenttia. Se ylitti reippaasti myös koko päivittäistavarakaupan 1,7 prosentin kasvun vuonna 2017.

Luomutuotteita myytiin päivittäistavarakaupassa yhteensä 309 miljoonalla eurolla vuonna 2017. Luomun markkinaosuus elintarvikemyynnin arvosta nousi 2,3 prosenttiin, mutta muutamissa tuoteryhmissä, kuten kasviöljyt, kananmunat ja lastenruuat, luomun osuus ylittää jo 15 %. Luomuruokaa tarjottiin yhä useammin myös ravintoloissa ja julkisissa ruokapalveluissa.

Markkinan kasvua rajoittaa vähäinen luomutuotanto. Erityisesti luomuvihanneksia, -marjoja ja –sianlihaa tarvittaisiin lisää. Vuonna 2017 luomuala lisääntyi 8 %. Luomuviljelyn peltoalan osuus nousi 11 %:iin. Hallitusohjelman tavoitteeseen, 20 % vuonna 2020, on vielä matkaa. Luomutuotannon parempi kannattavuus on saanut monet viljelijät harkitsemaan ja/tai siirtymään luomuun.

EU:n luomusäädösten uudistuksesta päästiin ratkaisuun vuonna 2017. Suomen kannalta hankalin asia oli kasvihuonetuotanto, johon ratkaisu tarjoaa vain poikkeusluvan nykyisille tuottajille vuoteen 2030. Säädöksissä on paljon vielä avoimia asioita, joiden hiominen jatkuu vuonna 2018.

Kertomusvuoden aikana selvitettiin luomuvalmistajien sekä kuluttajien näkemyksiä luomusta, tehtiin työtä neljässä arvoketjuryhmässä, julkistettiin mittarityöryhmän tulokset Luomufoorumissa, sekä koordinoitiin Luomupuuron ME:n tekeminen. Lisäksi järjestettiin tapahtumia, kuten Luomuelintarvikepäivä sekä viestittiin monipuolisesti luomusta. Pro Luomu toteutti kahta julkisrahoitteista hanketta.

Yhdistyksen jäsenmäärä kasvoi 11 varsinaisella jäsenellä. Jäsenmaksuja kertyi yhteensä 169 125 euroa. Tilinpäätöksen ylijäämä oli 44 901,80 euroa.

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.

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.

TAVOITTEIDEN TOTEUTUMINEN

Luomutuotteet ovat innovatiivisia, laadukkaita ja trendikkäitä.

Tavoitteen taustalla on näkemys siitä, että luomumarkkinan kehittymiseen vaikuttaa erityisesti se, että luomutuotteet vastaavat useisiin kuluttajatreendeihin. Näin ollen tavoitetta voidaan epäsuorasti mitata markkinan kehitymisellä.

Viime vuonna myynti kasvoi 13 prosenttia. Luomutuotteiden kulutus/hlö oli 56 euroa, jossa oli kasvua 6 euroa. Taustalla vaikuttivat luomua suosivien trendien vahvistuminen uudet tuotelanseeraukset sekä kaupparyhmien toimenpiteet.

Suhteellisesti eniten kasvoi luomumehujen ja -mehukeittojen, kuumien juomien eli erityisesti luomukahvin sekä luomujogurttien ja muiden maitopohjaisten luomuvälipalojen myynti.

Myös tuoreen luomulihan myynti lisääntyi paljon, mikä selittyy luomujauhelihan hyvällä menekillä. Niin ikään luomun myynti lisääntyi reippaasti hedelmien ja vihannesten sekä kananmunien tuoteryhmissä.

Luomulla on puhutteleva tarina.

Luomualan laajalla yhteistyöllä vuonna 2016 laadittu luomun tarina alkoi kertomusvuonna jalkautua luomutoimijoiden viestintään, myös yritysten markkinointiviestintään. Käytetyimpiä tarinan teemoja olivat ”luomu on tavallista ruokaa”, ”monta hyvää yhdessä” sekä ”yksikin luomu on hyvä askel”. Myös Pro Luomu käytti luomun tarinan elementtejä viestinnässään soveltuvin osin.

Luomussa noudatetaan ympäristön sekä kotieläinten hyvinvoinnin kannalta parhaita käytäntöjä.

Jotta luomu pystyy lunastamaan mission mukaiset lupauksensa, on tarpeen löytää mittarit, joiden kautta luomun parhaita käytäntöjä voidaan todentaa. Näihin mittareihin keskittyneen fokusryhmän tulokset julkistettiin Luomufoorumissa helmikuussa 2017.

Eläinten hyvinvointiin vaikuttavat hyvä kasvatusympäristö, hyvä ruokinta, hyvä käyttäytyminen ja hyvä terveys. Luomu tarjoaa kiistatta tuotantoeläimille olosuhteet, joissa niiden lajityypillinen käyttäytyminen on mahdollista. Siten luomun parhaat käytännöt liittyvät erityisesti hyvään kasvatusympäristöön ja käyttäytymiseen. Lääkinnästä ja ruokinnasta tarvittaisiin lisää seurantatietoa, jotta hyvät käytännöt voitaisiin todentaa.

Luomun ympäristövaikutusten osalta tutkimustulokset ovat ristiriitaisia. Osittain tämä johtuu siitä, että nykyiset tutkimusmenetelmät, kuten LCA, eivät riittävästi huomioi luomun erityispiirteitä. Osa luomumenetelmien hyvistä ympäristövaikutuksista kuitenkin menetetään, kun ne suhteutetaan

luomun satoihin. Ympäristön osalta luomun vahvuuksia ovat maan kasvukunnosta huolehtiminen, luonnon monimuotoisuuden ylläpitäminen sekä kemikalisoitumisen vähentäminen. Maan kyky sitoa hiiltä on nyt tutkimuksen kohteena. Luomun nurmea sisältävä viljelykierto ja orgaanisten lannoitteiden käyttö sitovat maahan eloperäistä ainetta, joten niillä saattaa olla merkitystä myös ilmastonmuutoksen hillinnässä.

Luomun arvoketjussa kehitetään jatkuvasti tuottavuutta ja kannattavuutta.

Luomualkutuotannon kannattavuus on hyvä verrattuna vastaavan tavanomaisen tuotannon kannattavuuteen. Luomun tuottavuuden kehittymisen mittaamista tulee kehittää.

Pro Luomun tunnettuus alan asiantuntijana eri sidosryhmien keskuudessa lisääntyy.

Pro Luomu on tunnettuutta ei mitattu vuonna 2017. Viime vuonna tehdyn valmistajakyselyn perusteella kuitenkin voidaan todeta, että Pro Luomun tunnettuus oli elintarviketeollisuuden keskuudessa melko hyvä. Epäselvyys liittyy lähinnä luomuyhdistysten lukumäärään ja näiden rooleihin.

TOIMENPITEET

Yhdistys toteutti vuoden 2017 aikana MMM:n pääosin rahoittamaa Täsmäluomu-hanketta (päätyi maaliskuun 2017 lopussa) sekä Maaseutuohjelman rahoittamaa Luomualan koordinaatiohanketta. Näiden lisäksi Pro Luomun toimintaan kuuluivat Luomuelintarvikepäivä, MMM:n ostopalveluna rahoittamat tutkimukset, yhteistyössä yritysten kanssa toteutettu tubetus-kampanja sekä tiedotus sekä vaikuttaminen.

Arvoketjutyöryhmät (osin Täsmäluomu- ja Koordinaatiohanketta)

Vuoden 2017 aikana luomulihan, -kasvien, -maidon sekä –luonnontuotteiden arvoketjutyöryhmät kokoontuivat 2-3 kertaa. Markkina- ja tuotantotilanteen ennakoinnin ja seuraamisen lisäksi seurattiin ajankohtaista lainsäädännön valmistelua sekä perehdyttiin ryhmän toimialaan kuuluvien hankkeiden ja ajankohtaisten tutkimusten tuloksiin ja käytiin lävitse hyviä case-esimerkkejä. Kasvien arvoketjutyöryhmä valitsi Suomen Paras LuomuHevi –kauppakilpailun voittajan osana Puutarha-Sanomien järjestämää hevikauppakisaa.

Näiden lisäksi Pro Luomu osallistui vilja-alan yhteistyöryhmän kokoaman luomuviljaryhmän työhön. Arvoketjutyöryhmien kokoonpanot, muistiot ja tehdyt selvitykset löytyvät Pro Luomun nettisivuilta. <https://proluomu.fi/proluomu/arvoketjutyo/>

Tapahtumat

Luomufoorumi 1.-2.2.2017 Jyväskylässä (Luomualan koordinaatiohanke)

Luomufoorumi järjestettiin yhteistyössä Luomua Keski-Suomeen –hankkeen kanssa. Luomufoorumin ensimmäisen päivän aamupäivä oli seminaari, johon kutsuttiin laajasti sidosryhmiä. Seminaarissa julkistettiin luomun lupauten mittaamiseen keskittyneen Mittarifokusryhmän tulokset.

Työpajaosuudessa pohdittiin teemaryhmissä kehittämistarpeita, analysoitiin viestintäkampanjoita ja ulkopuolisen asiantuntijan voimin harjoiteltiin luomun tarinan viestimistä.

Osallistujia oli seminaarissa 82 ja työpajaosuudessa 40. Osallistujien palaute Luomufoorumista oli hyvä.

Fastfood & Cafe –messut 8.-9.3.2017

Pro Luomu ry suunnitteli ja toteutti yhteistyössä Savon koulutuskuntayhtymän/EkoCentrian kanssa luomuviestinnän yhteisosaston vuoden 2017 suurimpaan ruokapalveluiden ammattitapahtumaan,

Fastfood & Cafe ja ravintola -messuille Helsingin Messukeskukseen. Messuilla vieraili kahden päivän aikana 13003 kävijää. Luomuviestintä osastolla oli monipuolista ohjelmaa, jossa pohdittiin luomun käyttöä ammattikeittiöissä sekä markkinoitiin Luomupuuron ME –tempausta. Osasto-ohjelman lisäksi järjestettiin 60 minuuttia kestänyt paneelikeskustelu messujen ohjelmavallalla. Paneelikeskustelussa pohdittiin luomun näkyvyyttä ravintoloiden ruokalistoilla ja mikä merkitys luomutiedotuksesta on esimerkiksi asiakkaille, kun he valitsevat ruokailupaikkaa.

Luomuviestinnän osaston ympärille Pro Luomu koordinoi luomupuiston, jossa 9 yritystä esitteli luomutuotteitaan. Varsinaisten osastojen lisäksi Luomupuistossa oli ns. kylmä osasto, jossa oli esillä kolmen yrityksen luomutuotteet.

Luomuviestinnän osaston rahoitti maa- ja metsätalousministeriö, luomupuiston kustannuksista ja koordinoinnista vastasivat yritykset tse.

Vihannespäivä Räpillä (Luomualan koordinaatiohanke)

Luomuvihannestuotannon kiinnostuksen herättämiseksi luomualan koordinaatiohanke yhdessä Apetitin ja Osmo-hankkeen kanssa järjesti viljelijöille tarkoitetun retken Apetitin Räpin koetilalle, joka on siirtymässä osittain luomuun. Retki toteutui 24.8. ja mukana oli 44 osallistujaa. Ohjelmassa oli keskustelun ja kokemusten vaihdon lisäksi maan kasvunkunnon arvioitiin liittyviä demonstraatioita sekä tutustuminen luomuvihannestuotantoon Köyliön kartanon viljelmillä Honkilahdella.

Suomi Areena -keskustelu: Mitä Suomi syö 2030? (Luomualan koordinaatiohanke)

Luomualan koordinaatiohanke haki yhdessä Luomuliiton kanssa Suomi Areenan keskustelua tulevaisuusteemalla. MTV lisäsi kumppaneiksi vielä Lihasta-hankkeen ja hyönteisruokaan erikoistuneen Ekokokin. Keskustelu oli osa SuomiAreenan ohjelmaa maanantaina 10.7.

Paikan päällä oli arviolta 150-200 kuulijaa.

Keskustelu näkyi hyvin myös Twitterissä: keskustelun tunnisteella #mitäsuomisyö2030 lähetettiin kaiken kaikkiaan 261 twiittiä, 91 twiittaaajaa, tavoittavuus 111 197. Keskustelun tunniste nousi twiittaaajien ja twiittien määrässä kolmanneksi suosituimmaksi suomenkielisessä Twitterissä 10.7.2017.

Jälkeenpäin juttu [Maaseudun tulevaisuudessa](#)

Etukäteen lähetetyn, keskustelua sivuavan lihatiedotteen (5.8.) pohjalta juttua monissa eri [Ylen kanavissa](#), [Kauppalehdessä](#), [Talouselämässä](#). Keskustelu sai kosolti positiivista palautetta.

Luonnon päivä luomutiloilla (Luomualan koordinaatiohanke)

Pro Luomu oli mukana organisoimassa Suomen Luonnon päivän 26.8. luomutilojen avoimien ovien tapahtumaa. Vuonna 2017 tapahtumaan otti osaa ennätyselliset 36 luomutilaa yhteensä 14 eri maakunnasta. Pro Luomu vastasi tapahtuman mediaviestinnän sisällöstä ja verkkoviestinnästä kokoamalla tapahtumatilojen tiedot Luomu.fi-verkkosivustolle. Vuoden 2017 Luonnon päivän luomutilat -tapahtuma oli järjestyksessä neljäs ja se toteutettiin yhteistyössä MMM:n, MTK:n, SLC:n ja Luomuliiton kanssa.

Luomuelintarvikepäivä 5.10. Helsinki

Luomuelintarvikepäivä järjestettiin 5.10.2017 Finlandia-talolla. Se keräsi ennätysyleisön, eli yhteensä 240 henkilöä. Tapahtuman yhtenä pääpuhujana oli Monique Marez, Organic Trade Association (USA). Iltapäivän sähköisti Susanne Päivärinnan vetämä paneeli, jossa eri näkemyksiä edustavat tutkijat ja Helsingin Sanomien tiedetoimittaja Jukka Ruukki keskustelivat luomun

tulevaisuudesta. Luomuelintarvikepäivän päätteeksi julkistettiin Luomuliiton Vuoden luomutuote -kilpailun sekä EkoCentrian ruokapalveluille suunnatun Luomu SM -kilpailun voittajat.

Tapahtuma sai palautteessa kouluarvosanan 9-. Erityisen paljon kiitosta sai paneeli. Tapahtuma rahoitettiin osallistumismaksuilla ja sponsorituloilla.

Yhteistyö vietnamilaisten kanssa

Vietnamin luomuyhdistys pyysi Pro Luomua isännöimään delegaatiotaan, joka halusi tutustua luomuun. Pro Luomu järjesti heille päivän vierailun eteläsuomalaisille luomutiloille asiantuntijapuheenvuoroinen sekä opasti delegaatiota Nordic Orgaani Food Fääri messuilla.

K-team päivä 4.11. Helsinki

Pro Luomu osallistui K-team päivän messuille yhdessä Suomisen maidon ja Arlan kanssa. Yritykset vastasivat osaston järjestelyistä ja kustannuksista, Pro Luomu oli paikalla jakamassa luomusta tietoa.

Ateria-tapahtuma 7.11. Helsinki

Pro Luomu ja EkoCentrian järjestivät Ateria 17 -tapahtumassa vastuullisuuteen keskittyvän aamupäiväseminaarin. Lisäksi Pro Luomulla ja EkoCentrialla oli tapahtumassa luomun info-osasto.

Kampanjat

Luumupuuron ME (Luomualan koordinaatiohanke)

Luumupuuron ME-kampanjan tavoitteena oli osallistua Suomen 100-vuotisjuhlan teemaan Syödään yhdessä ja herätellä sekä kuluttajia että ammattikeittäjiä syömään ja tarjoamaan luomupuuroa. Luomupuuro valittiin ennätyskohteeksi siksi, että se on tuttu, monimuotoinen ja edullinen ruoka, joka sopii hyvin kaikille vauvoista vaariin eikä raaka-aine lopu kesken, vaikka jokainen suomalainen söisi luomupuuroa. Mukaan ilmoittautui 317

kumppania: mm. joka neljäs kunnan/kaupungin ruokapalvelu, armeija, vankilat, isoja elintarvikeyrityksiä kuten Valio, Helsingin Mylly, ABC-liikenneasemat, Sokos-hotellit, Ravintoraisio, Sodexo, Kanresta, Antell ja Compass Group.

Luumupuuron maailmanennätys tehtiin 6.9.2017. Ennätys - 390 230 - annosta julkistettiin Kansallismuseossa pidetyssä tiedotustilaisuudessa 7.9.2017.

Kampanjaa varten tuotettiin oma verkkosivu Luomupuuro.fi.

Jotta kampanja ei jäisi vai yhden päivän tempaukseksi, teetettiin kuntien ruokapalveluille suunnattu selvitys siitä, miten he suhteutuvat luomun käyttöön. Joka toinen oli sitä mieltä, että luomun käyttö lisääntyy. 57 % kunnista piti mahdollisena, että kunta siirtyisi käyttämään vain luomuhiutaleita. Kampanjan myötä ainakin yksi kunta ja yksi ruokapalvelu siirtyivät pysyvästi luomuhiutaleiden käyttöön.

Luumupuuron ME saavutti hyvän näkyvyyden mediassa erityisesti sosiaalisessa mediassa.

Kampanja menestyi hyvin myös koko Syödään yhdessä –teemaan kuuluvien tapahtumien vertailussa: *Yksittäisistä tapahtumista eniten kuitenkin näkyvyyttä sai luomupuuron maailmanennätys syyskuussa. Erityisesti sosiaalisessa mediassa tapahtuma alkoi näkyä paljon jo hyvissä ajoin maaliskuussa. Uutisten puolella uutisointi alkoi vasta lähempänä tapahtumaa, mutta uutisissakin jo elokuussa luomupuuron ME sai näkyvyyttä.* (Metlwater/Elosäätiö, syödään yhdessä media-analyysi)

Luomupuuron näkyvyys sosiaalisessa mediassa

Puurokuvan jakoi 6.9. somessa #luomupuuronME tunnisteella 2308 kuluttajaa
#luomupuuronME tunnisteella aikana (1.2.-12.9.2017)

- Instagram 1990 julkaisua
 - Twitter 1170 twiittiä, 542 twiittaaja, näyttökerrat 681 722
- Facebook Luomupuuron ME (virallinen) –tapahtuma
- 1100 osallistujaa
 - 597 julkaisua seinälle
 - 17 eri tahon järjestämää FB-tapahtumaa
 - Runsaasti eri sivujen, organisaatioiden ja yksityisten henkilöiden julkaisuja

Tutkimukset ja selvitykset (MMM:n ostopalvelut)

Valmistajaselvitys

Pro Luomu selvitti elintarvikevalmistajien näkemyksistä luomun tulevaisuudesta. Katse Mahdollisuuksiin –raportti julkistettiin MMM:n ja johdon ja luomualan sidosryhmien tapaamisessa Porkkalassa 13.9.2017. <https://proluomu.fi/wp-content/uploads/2018/04/katse-mahdollisuuksiin.pdf>
Selvityksen mukaan suomalainen elintarvikeala uskoo aiempaa enemmän luomun kasvuun, ja merkittävä osa haastatelluista aikoo myös edustamassaan yrityksessä hyödyntää tätä potentiaalia. Luomu ei kuitenkaan ole yhtenäinen ala, vaan kasvupotentiaali on erilainen eri tuoteryhmissä.

Kuluttajabarometri

Kuluttajien luomun ostamista ja asenteita selvitettiin Luomubarometri-tutkimuksessa. Sen toteutti aiempien barometrien tapaan Kantar TNS. Tulokset julkistettiin Luomuelintarvikepäivässä. Ensimmäistä kertaa kysely yhdistettiin nyt myös Kantarin laajan kuluttajätietokantaan TNS Mindiin, joka mahdollistaa tarkemman tiedon saamisen luomukuluttajista. Kuluttajabarometrin keskeisistä tuloksista tehtiin myös lyhyt, helppolukuinen kalvosarja Suomalaiset ja luomu. <https://proluomu.fi/wp-content/uploads/2018/03/suomalaiset-ja-luomu-2017.pdf>

Luomumarkkinan kehitys

Luomumarkkinan kehittymistä selvitettiin kahdesti kaupparyhmille suunnatulla kyselyllä. Tulokset julkistettiin Luomufoorumin aikaan helmikuun alussa ja Luomuelintarvikepäivässä.

Viestintä

Pro Luomun viestintä vuonna 2017 keskittyi pitkälti yhdistyksen järjestämien seminaarien ja tapahtumien sekä Luomupuuron ME -kampanjan markkinointiin ja luomualan kehityksestä viestimiseen. Viestinnässä nostettiin esille etenkin luomun tarinan mukaista teemaa luomusta tavallisena ruokana ja vastuullisena valinta. Aihevalinnoissa korostettiin luomun tuotannon ja kysynnän faktuaalista kasvua.

Mediaviestinnän aiheita olivat mm. luomumarkkinoiden ja -tuotannon tilanne, luomualaa käsittelevät selvitykset ja tutkimukset sekä kokemuksen perusteella suosituiksi todetut sesonkiaiheet kuten luomumansikoiden itsepoiminta sekä luomukinkkujen saatavuus. Lisäksi Pro Luomun henkilöstö kirjoitti itse alan lehtiin useita artikkeleja. Luomuelintarvikepäivän aluksi järjestettiin mediatilaisuus, jossa kerrottiin Suomen ja USA:n luomumarkkinoista. Luomupuuron ME -kampanjasta viestittiin medialle eri aiheilla, luomupuuroa sivuavilla tiedotteilla hyvin aktiivisesti

pitkin vuotta. Keväällä toteutettiin yhdessä Eviran luomuvalvonnan kanssa Yle Uutisille juttuvinkki, jonka aiheena oli luomun tuotantoalan kasvu.

Tapahtumia markkinoitiin ja luomualan asioista kerrottiin aktiivisesti myös uutiskirjeissä ja sosiaalisessa mediassa (FB, Twitter, Instagram). Uutiskirjeitä lähetettiin neljälle eri kohderyhmälle, jotka osin ovat päällekkäisiä (jäsenkirje, sidosryhmäkirje, hankekirje sekä Luomupuuron ME - kumppaneille suunnattu uutiskirje).

Kesällä kokeiltiin tubetusyhteistyötä Suomen suosituimpiin kuuluvan nuoren tubettajan Miisa Rotola-Pukkilan (Mmiisas) kanssa. Yhteistyöhön lähti mukaan neljä jäsenyritystä, joiden tuotteita Mmiisas promosi loppukesästä kahdella videollaan. Yritykset olivat videoihin tyytyväisiä, mutta kokonaisuutena yhteistyöprosessi yllätti työläydellään.

Yhdistyksen nettisivusto-uudistus laitettiin alulle syksyllä 2017. Aiemmin ylläpidetyistä useista eri nettisivustoista päätettiin luopua ja koota eri kohderyhmille suunnattu aineisto proluomu.fi-osoitteeseen. Samalla sivuston visuaalinen ilme päätettiin uusiksi. Kilpailutuksen perusteella yhteistyökumppaniksi valittiin helsinkiläinen Red & Blue Oy, jonka kanssa uudistuksen suunnittelu alkoi vuoden lopussa. Uudistuksen keskeinen tavoite on lisätä Pro Luomun googlenäkyvyyttä julkaisemalla uudella sivustolla aiempaa enemmän kuluttajia kiinnostavaa aineistoa luomusta. Tätä varten Red & Bluella teetettiin avainsana-analyysi verkon haetuimmista luomuaiheista asiasanoista.

Pro Luomun viestintäryhmän kokoonpanoa uudistettiin vuoden alussa. Uudistettu viestintäryhmä kokoontui kevätkaudella kaksi kertaa käsittelemään viestinnän ajankohtaisia asioita ja pitemmän aikavälin linjauksia. Lisäksi viestintäryhmä kokoontui laajennetulla kokoonpanolla syksyllä miettimään luomun tarinan jatkotyöstämistä.

Viestinnän seurantalukuja

Vuonna 2017 Pro Luomu julkaisi / lähetti:

25 mediatiedotetta ja 3 mediakutsua

975 twiittiä, jotka saivat yhteensä 826 000 näyttökertaa

9 jäsenkirjettä, joilla vastaanottajia noin 160

5 uutiskirjettä, joilla vastaanottajia noin 500

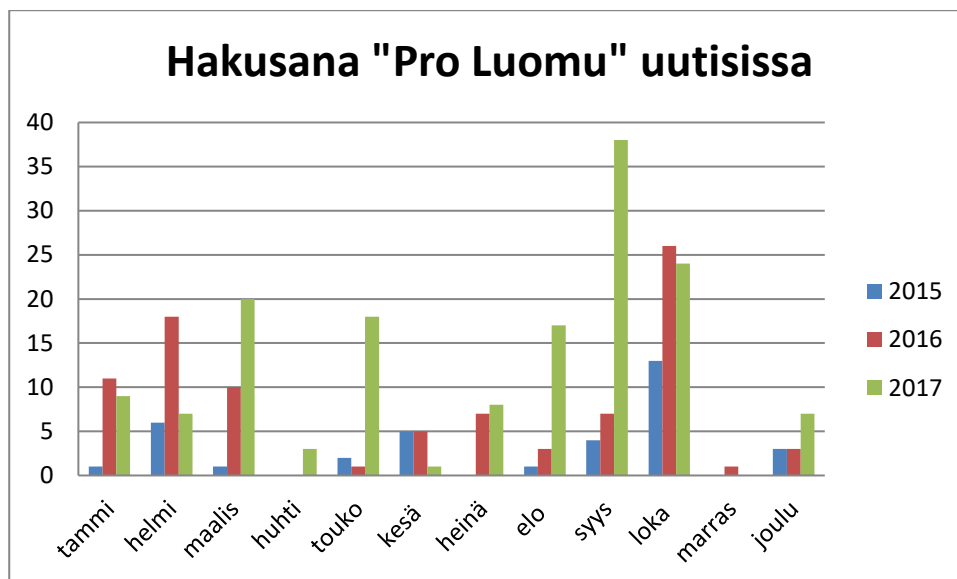
5 hanke-uutiskirjettä, joilla vastaanottajia lähes 400

5 Luomupuuron ME –uutiskirjettä, vastaanottajia noin 500

Vuoden lopussa Pro Luomulla oli noin 6 100 Facebook-seuraajaa ja noin 4 380 Twitter-seuraajaa. FB:n seuraajamäärä lisääntyi 20 % ja Twitterin seuraajamäärä 67 % edellisvuodesta. Pro Luomu jakoi Instagram-tilillään 265 kuvaa, jotka saivat 9 680 tykkäystä. Instagram-tykkäysten määrä lähes kuusinkertaistui edellisvuodesta.

Mediaseurannan lukuja

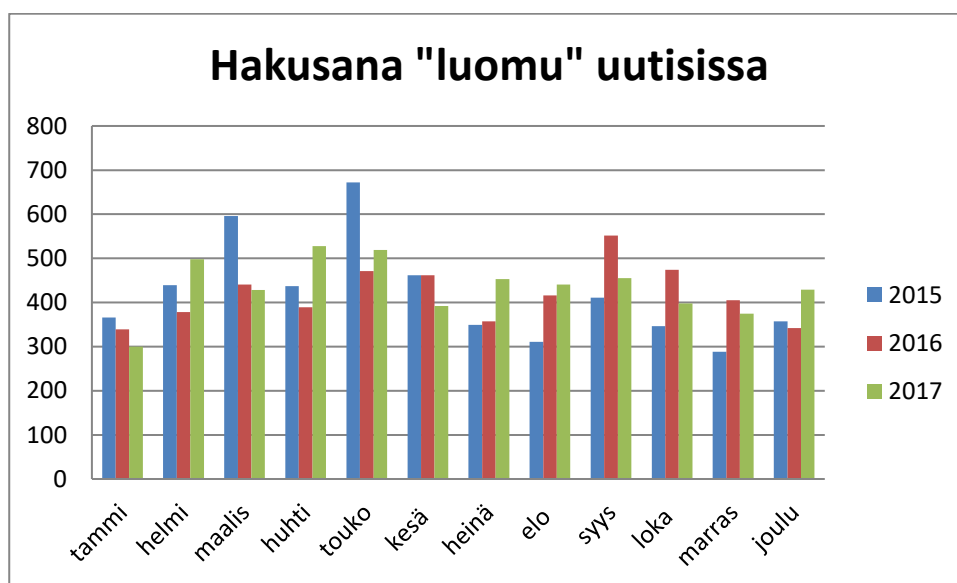
Hakusana ”Pro Luomu” esiintyi vuoden 2017 aikana nettimediassa yhteensä 152 kertaa, mikä oli +65 % edellisvuoteen verrattuna. Eniten osumia tuotti Luomupuuron ME -uutisointi syyskuussa. (Kuva 1)



Kuva 1. Hakusana ”Pro Luomu” verkossa julkaistuissa uutisissa vuosina 2015-2017.

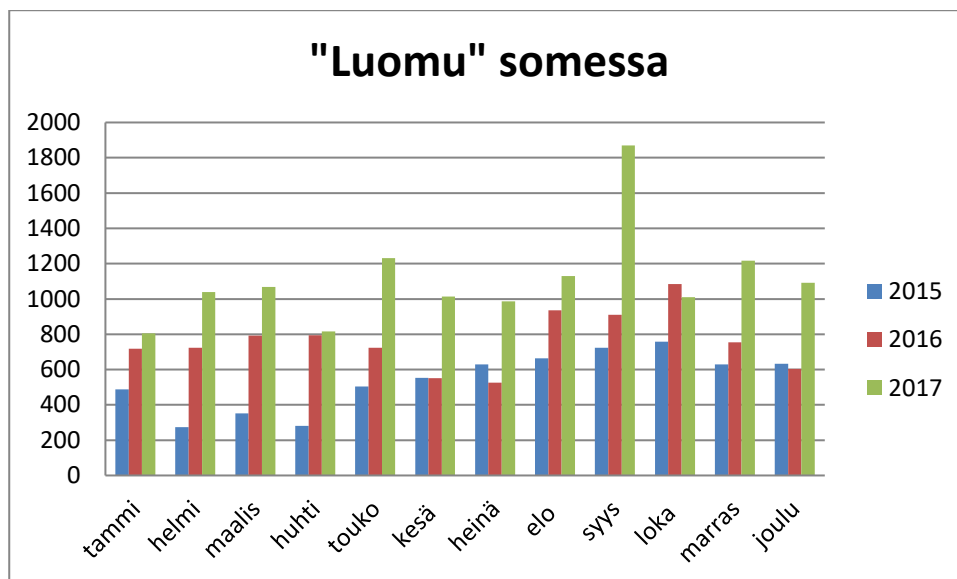
Lähde: Ampparit Hakuvahti

Hakusana ”luomu” löytyy uutisista eli nettilehdistä ja -sivustoilta noin 5 200 kertaa vuonna 2017. Edellisvuoteen verrattuna osumien määrä lisääntyi 4 %. (Kuva 2)



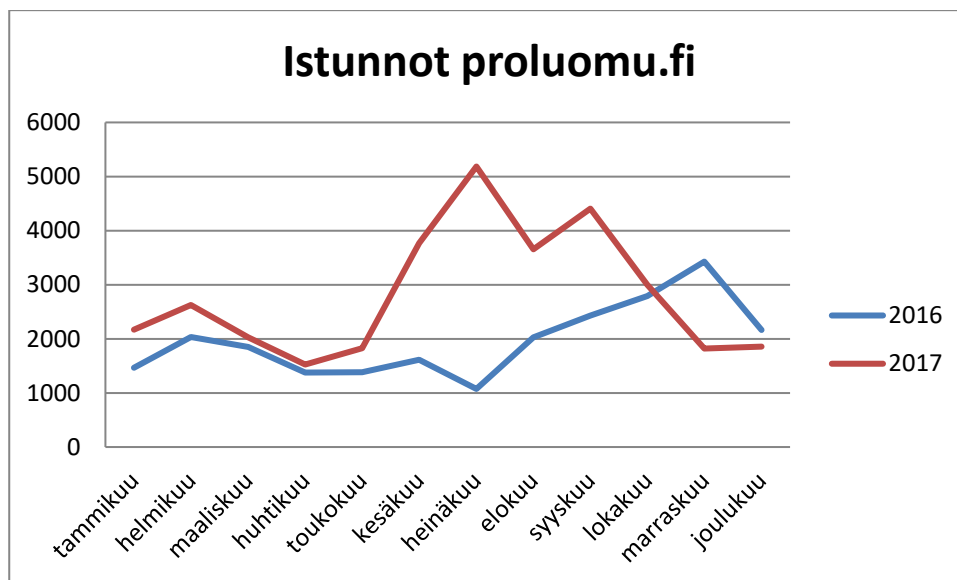
Kuva 2. Hakusana ”Luomu” nettiuutisissa vuosina 2015-2017.

Sosiaalisessa mediassa hakusana ”Luomu” esiintyi noin 13 300 kertaa vuonna 2017. Kasvua edellisvuoteen oli peräti 45 %. Hakusanan esiintyminen somessa lisääntyi tasaisesti ympäri vuoden, mutta merkittävimmän somepiikin aiheutti Luomupuuron ME –tempaus syyskuussa.



Nettisivujen kävijämäärät

Proluomu.fi-sivustolla oli vuoden 2017 aikana yhteensä lähes 33 900 istuntoa, mikä oli 43 % enemmän kuin edellisvuonna (lähde: Google Analytics). Istuntoja oli eniten (yli 5 000) heinäkuussa, kun sivustolla julkaistiin (ensimmäistä kertaa) lista luomumansikan itsepoimintatiloista. Toinen istuntopiikki esiintyi syyskuussa, todennäköisesti Luomupuuron ME – tuloksen ja Luomuelintarvikepäivän markkinoinnin seurauksena.



Kuva 3. Istunnot proluomu.fi-sivustolla vuosina 2016-2017.

Vuoden 2017 tavoitteena oli luoda tiedotuksen vaikuttavuusmittarit. Viestinnän vaikuttavuusmittareita ei luotu, sillä Pro Luomun viestintäryhmä piti jo olemassa olevia määrällisiä mittareita toimivina Pro Luomun tarkoituksiin.

Pro Luomu ry:n muu toiminta

Jäsenhankinta

Pro Luomu ry:n jäsenmäärä vuoden lopussa oli yhteensä 73 varsinaista jäsentä. Lisäksi yhdistyksellä on neljä kannattajajäsentä. Vuoden aikana uusiksi jäseniksi hakeutui 13 yritystä, joista neljä luomumaaatilaa ja erosi 2 yritystä.

Vaikuttaminen

Kertomusvuonna Pro Luomu antoi MMM:lle kolme lausuntoa (afrikkalaisen sikaruton estäminen, koulujakelutuki, Eviran yleisohje luonnonmukaisen tuotannon valvonnasta sekä ruokavirasto). Lisäksi Pro Luomu oli mukana luomualan yhteisessä lausunnossa luomuvälvönnän siirtämisestä maakuntiin sekä vetoomuksessa, joka liittyi luonnonmukaisen eläintuotannon rehuaineisiin.

Pro Luomu järjesti keskustelutilaisuuden luomun nykytilanteesta ja näkymistä maa- ja metsätalousministeriön johdolle ja keskeisille sidosryhmille 13.9. Valion tiloissa Porkkalassa. Tilaisuus oli oikein onnistunut ja vastaavia tapaamisia päätettiin jatkaa.

Yhdistys on IFOAM EU:n jäsen ja toimii erityisesti sen prosessointi-ryhmässä. Pro Luomun edustaja ryhmässä on Saska Tuomasjukka.

Pro Luomu osallistui aktiivisesti myös MMM:n luomualajaoston toimintaan ja Eviran sidosryhmäyhteistyöhön.

HALLINTO

Hallitus

Hallituksen kokoonpano vuonna 2017 oli seuraava:

jäsen	varajäsen
Ilkka Alarotu, puheenjohtaja	Arto Jokinen
Peter Westerholm	Rikard Korkman
Jukka Markkanen	Janne Vuorinen
Harri Hovi, varapuheenjohtaja	Markku Janhunen
Pauli Talvitie	Pirjo Siiskonen
Samuli Laurikainen	Juho Maula
Sami Kuoppamäki	Miska Kuusela
Tuomas Salusjärvi	

Yhdistyksen kokoukset

Yhdistyksen sääntömääräinen kevätkokous pidettiin 3.5.2017 Silmusalaatin toimitiloissa Helsingissä ja syyskokous 8.12. 2017 Apetitilla Helsingissä. Hallitus kokoontui 6 kertaa.

Henkilöstö

Yhdistyksen palveluksessa oli toiminnanjohtaja Marja-Riitta Kottila ja tiedottaja Minna Nurro sekä Aura Lamminparras 80 %:n työpanoksella. Lisäksi Hanne Ahonen teki osa-aikaisesti töitä erityisesti Luomupuuron ME-kampanjan toteuttamisessa.

TALOUS

Yhdistyksen toiminta rahoitettiin jäsenmaksuilla, maa- ja metsätalousministeriön Ruokaketjun sekä Hämeen Ely-keskuksen myöntämällä hankerahoituksella sekä yhdistyksen arvonlisäverollisella palvelutoiminnalla (liiketoiminta).

Jäsenmaksujen tuotto oli 169 125 euroa, joka oli 23 550 euroa edellistä vuotta enemmän. Jäsenmaksujen tuotto kasvoi 16 % ylittäen näin tavoitteena olleen 10 %:n kasvun. Jäsenmaksujen kasvuun vaikuttivat sekä uudet jäsenet, mutta ennen kaikkea jäsenten luomuliikevaihdon kasvu.

Tilinpäätös osoitti 44 901,80 euron ylijäämää. Ylijäämä syntyi jäsenmaksuista, joita on tietoisesti käytetty säästeliäästi yhdistyksen likviditeetin vahvistamiseksi.

Saadut avustukset olivat 130 725, 47 euroa ja vähenivät edellisestä vuodesta 33 466 euroa. Oman palvelutoiminnan liikevaihto oli nyt suurempi kuin avustusten eli 149 150,97 euroa, jossa kasvua edellisestä vuodesta oli noin 75 000 euroa. Palvelutoiminnan tuotoista noin 45 % tuli MMM:n ostopalveuina. Palvelutoiminta kokonaisuudessaan tuotti tappiota, joka katettiin jäsenmaksuilla. Palvelutoiminta lisäsi kuitenkin luomun näkyvyyttä ja oli sen vuoksi yhdistyksen tarkoituksenmukaista toimintaa.

Yhdistyksen kiinteät kulut on pyritty pitämään pieninä esimerkiksi hyödyntämällä työntekijöiden kotitoimistoja ja jäsenten kokoustiloja.

Yhdistyksen kirjanpidon ja talouspalvelut hoitaa Talouspalvelu Uniikki Oy.