

PRO LUOMU 

Toimintakertomus

1.1.2018 - 31.12.2018

Sisällys

Tiivistelmä: Luomu yhä kasvukierteessä	2
Toiminnan tarkoitus ja strategia.....	2
Tarkoitus	2
Strategia.....	3
Tavoitteiden toteutuminen	3
Toimenpiteet	4
Arvoketjutyöryhmät (osin Ruokasektorin koordinaatiorhanketta)	4
Tapahtumat	5
Kampanjat.....	6
Tutkimukset ja selvitykset	7
Viestintä.....	7
Pro Luomu ry:n muu toiminta	10
Hallinto	11
Talous	11

TIIVISTELMÄ: LUOMU YHÄ KASVUKIERTEESSÄ

Vuonna 2018 luomumyynnin kasvu jatkui edelleen vahvana. Luomuelintarvikkeiden myynti vähittäiskaupoissa lisääntyi yhdeksän prosenttia. Se ylitti koko päivittäistavarakaupan neljän prosentin kasvun.

Luomutuotteita myytiin päivittäistavarakaupassa yhteensä 336 miljoonalla eurolla vuonna 2018. Luomun markkinaosuus elintarvikemyynnin arvosta nousi 2,4%:iin, mutta muutamissa tuoteryhmissä, kuten lastenruuat ja kasviöljyt, osuus on jo 20 % ja kananmunissa 18 %. Luomuruokaa tarjottiin yhä useammin myös ravintoloissa ja julkisissa ruokapalveluissa, joissa luomun osuus nousi 12 %:iin tarjotusta ruuasta (kiloissa).

Markkinan kasvua rajoittaa vähäinen luomutuotanto. Erityisesti luomuvihanneksia, -marjoja ja -lihaa tarvittaisiin lisää. Luomumaidon ja -kananmunien tuotanto kasvoi, mutta luomulihantuotanto väheni. Vuoden 2018 luomuviljasato oli 9 % pienempi kuin edellisvuonna. Kasvukausi oli poikkeuksellisen kuiva, mikä osaltaan vähensi satoa. Eniten tuotettiin kauraa, jota oli yli 60 % koko luomuviljasadosta.

Luomutuotannon tavanomaista parempi kannattavuus on saanut monet viljelijät harkitsemaan ja/tai siirtymään luomuun. Vuonna 2018 luomutuotantoon siirtyi ennätysmäärä uusia tiloja ja luomuviljelyn peltoalan osuus nousi 13 %:iin. Hallitusohjelman tavoitetta – 20 % vuonna 2020 – ei kuitenkaan saavuteta, sillä maa- ja metsätalousministeriön mukaan luomuun varatut rahat ovat maaseutuohjelmasta loppuneet eikä uusia luomusopimuksia tehdä ainakaan vuonna 2019.

EU:n luomusäädösten toimeenpanoasetuksia valmisteltiin vuoden 2018 aikana, mutta monet yksityiskohdat jäivät vielä avoimiksi. Suomen kannalta hankalin asia oli kasvihuonetuotanto, johon ratkaisu tarjoo vain poikkeusluvan nykyisille tuottajille vuoteen 2030.

Vuonna 2018 tehtiin työtä kolmessa arvoketjuryhmässä, järjestettiin luomukeruuseen keskittynyt Luomufoorumi, osallistuttiin Merkkitekoja-kampanjaan ja tehtiin luomusta kertovaa aineistoa. Lisäksi järjestettiin tapahtumia, kuten Luomuelintarvikepäivä, sekä viestittiin monipuolisesti luomusta. Pro Luomu toteutti kaikkiaan kolmea julkisrahoitteista hanketta, joista yksi päättyi maaliskuussa ja kaksi käynnistyi vuoden 2018 aikana.

Yhdistyksen jäsenmäärä väheni kahdella jäsenellä. Jäsenmaksuja kertyi ennätykselliset 191 375 euroa. Tilinpäätöksen ylijäämä oli 30 210,77 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 kehittämisellä.

Vuonna 2018 luomutuotteiden myynti kasvoi 9 % edellisvuoteen verrattuna. Luomuun vuodessa käytetty rahasumma per hlö (per capita) oli 62 euroa, kasvua edellisvuoteen oli kuusi euroa. Taustalla vaikuttivat luomua suosivien trendien vahvistuminen, uudet tuotelanseeraukset sekä kaupparyhmien toimenpiteet.

Suhteellisesti eniten luomun myynti lisääntyi mehujen ja mehukeittojen, lastenruokien, panimojuomien ja juustojen tuoteryhmissä. Myynti lisääntyi paljon myös pakasteiden ja terveystuotteiden tuoteryhmissä. Kasvua vauhdittivat tuoteryhmien luomu-uutuudet.

Luomulla on puhutteleva tarina.

Luomualan laajalla yhteistyöllä vuonna 2016 laaditun luomun tarinan keskeinen sanoma ”luomu on tavallista ruokaa” on muttunut käytännöksi.

Vastuullisuuden vahvistuminen, tutkimustulosten ja niiden viestinnän antama ristiriitainen kuva luomun ympärisövaikutuksista sekä ilmastokeskustelun tarjoma ratkaisu: kasviksia eläinperäisen ruuan tilalle, hämärtävät luomun tarinaa. Keskustelu luomun tehottomuudesta on lisääntynyt eduskuntavaalien ja uuden ohjelmakauden valmistelun myötä. Luomun tarina päivitettiin tiedotuskampanjaan, jolle haettiin rahoitusta EU:sta. Koska rahoitusta ei saatu, päivitystä ei varsinaisesti ole julkaistu.

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.

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. Vuonna 2018 keskusteluun nousivat täydennysrehut, jotka tavanomaisessa tuotannossa ovat arkipäivää ja ennaltaehkäisevät monia sairauksia. Luomussa sallittu valikoima on hyvin rajoitettu ja erityisesti luomumaidontuottajat ja myös eläinlääkärit pitävät tätä hyvin hankalana asiana.

Luomun ympäristövaikutusten osalta tutkimustulokset ovat ristiriitaisia. Luomumentelmät ovat sinänsä ympäristölle suotuisia, mutta osa luomumenetelmien hyvistä ympäristövaikutuksista menetetään, kun ne suhteutetaan luomun satoihin. Ympäristön osalta luomun vahvuuksia ovat maan kasvukunnosta huolehtiminen, luonnon monimuotoisuuden ylläpitäminen sekä kemikalisoitumisen vähentäminen. Nykyiset tutkimusmenetelmät, kuten LCA, eivät ota huomioon luomun vahvuuksia; luonnon monimuotoisuutta ja hiilen sidontaa. 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 ilmastomuutoksen hillinnässä.

Luomun arvoketjussa kehitetään jatkuvasti tuottavuutta ja kannattavuutta.

Luomualkutuotannon kannattavuus on hyvä verrattuna vastaavan tavanomaisen tuotannon kannattavuuteen. Luomun tuottavuutta arvoketjussa heikentävät luomun pienet volyymit.

Pro Luomun tunnettuus alan asiantuntijana eri sidosryhmien keskuudessa lisääntyy.

Pro Luomun tunnettuutta ei mitattu vuonna 2018. Pro Luomu sai vuoden 2019 alussa kuitenkin merkittävän tunnustuksen, kun selvityshenkilö Reijo Karhinen kirjoitti raportissaan näin: *Yksittäisenä ja edelliseen nähden hyvinkin poikkeavana toimijana ansaitsee erillisen maininnan ProLuomu. Sen toiminnassa ruokaketjun kaikki toimijat ovat luontevalla ja rakentavalla tavalla löytäneet toisensa.*¹

TOIMENPITEET

Yhdistys toteutti vuoden 2018 aikana Maaseutuohjelman rahoittamaa Luomualan koordinaatiorahanketta (päätyi maaliskuussa 2018). Uusina hankkeina käynnistyivät eduskunnan lisämäärärahalla pääosin toteutettu Mitä se luomu oikein on?-hanke ja Maaseutuohjelman rahoittama Ruokasektorin koordinaatiorahanketta, jossa Pro Luomu on osatoteuttajana.

Näiden lisäksi Pro Luomun toimintaan kuuluivat Luomuelintarvikepäivä sekä tiedotus ja vaikuttaminen.

Arvoketjutyöryhmät (osin Ruokasektorin koordinaatiorahanketta)

Arvoketjutyöryhmät ovat osa Ruokasektorin koordinaatiorahanketta. Vuoden 2018 aikana luomulihan, -kasvien ja -maidon arvoketjutyöryhmät kokoontuivat kukin 2–4 kertaa.

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/arvoketjutyto/>

¹ Karhinen Reijo (2019), Uusi alkua, maatalous on myös tulevaisuuden elinkeino, Maa- ja metsätalousministeriön julkaisuja 2019:3.

Tapahtumat

Luomufoorumi 7.-8.2.2018 Lahdessa (Luomualan koordinaatiohanke)

Luomufoorumi järjestettiin Lahdessa helmikuun alussa. Tapahtuma alkoi Sibeliustalolla Luomukeruun mahdollisuudet -seminaarilla, joka toteutettiin yhdessä luonnontuotealan koordinaatiohankkeena (LUMOA) kanssa. Seminaariin osallistui 90 henkilöä. Seminaarin jälkeen Luomufoorumi jatkui Messilän kartanossa hanketoimijoille suunnatulla työpajatyöskentelyllä. Työpajoihin osallistui 29 henkilöä

SuomiAreena -keskustelu: Kestävä kulutus – kenen vastuulla?

Pro Luomu oli mukana SuomiAreenassa torstaina 19.7.2018 keskustelulla ”Kestävä kulutus – kenen vastuulla?” Puhujina olivat maan viljelijä Juuso Joona, europarlamentaarikko Sirpa Pietikäinen, asiantuntija Terhi Uusitalo ja toimitusjohtaja Anna-Kaisa Auvinen. Keskustelun juonsi Marttaliiton pääsihteeri Marianne Heikkilä.

Keskustelua pidettiin onnistuneena: paikan päällä oli 193 kuulijaa. Keskustelu oli nähtävissä myös MTV:n katsomossa, ja se herätti vilkasta keskustelua Twitterissä. Keskustelun virallista tunnistetta #kenenvastuulla oli twittattu 165 kertaa ja tunnisteiden kokonaisnäkyvyys oli 117 585.

SuomiAreena-keskustelun yhteistyöorganisaatiot olivat Kehys ry, Ympäristömerkki Suomi Oy, Suomen tekstiili & muoti ja Marttaliitto.

Luonnon päivä luomutiloilla

Pro Luomu oli mukana organisoimassa Suomen Luonnon päivän 25.8. luomutilojen avoimien ovien tapahtumaa. Vuonna 2018 tapahtumaan otti osaa ennätyselliset 42 luomutilaa. Vierailijoita luomutiloilla oli päivän aikana yhteensä yli 10 000. Vuoden 2018 Luonnon päivän luomutilat - tapahtuma oli järjestyksessä viides ja se toteutettiin yhteistyössä MMM:n, MTK:n, SLC:n, Luomuliiton ja Biodynaamisen yhdistyksen kanssa.

Retki luomuperunatilalle 29.8.2018 Ulvilaan (Mitä se luomu oikein on? -hanke)

Retki järjestettiin Peltomaan parhaat Luomutilalle Ulvilaan tutustumaan luomuperunan tuotantoon ja keskustelemaan siitä, miten ruokapalvelut voisivat lisätä luomuperunan käyttöä. Sari Iivonen Luomuinstituutista esitteli Luomuperunaa onnistuneesti ammattikeittiöihin –tutkimuksesta. Osallistujia retkellä oli 13, joista 2 oli kuntien ruokapalvelujen edustajaa.

Fastfood & Cafe & Ravintola –messut 10.-11.10.2018 Tampereella (Mitä se luomu oikein on? -hanke)

Pro Luomu järjesti keskiviikkona 10.10. messujen päälavalla Tampereen Messu- ja Urheilukeskuksessa Simo Frangénin luotsaaman luomutietovisan. Luomuvissassa ravintola-alan ammattilaiset mittasivat tietämystään luomuasioista. Kilpailun voitti Anette Mellin, Hopealinjat ja muut kilpailijat olivat Petri Majamäki, ABC Toijala, Jani Salmela, ravintola Masuuni ja Eeva Teuho, Tampereen Voimia.

Messuilla avattiin myös haku keittiöammattilaisille suunnattuun vuoden 2019 Luomukokki-kilpailuun, joka järjestettiin Helsingissä Fastfood & Cafe & Ravintola -messuilla maaliskuussa 2019 yhdessä EkoCentrian ja Liiketalousopisto Perhon kanssa.

Luomuelintarvikepäivä 18.10. Helsinki

Luomuelintarvikepäivä järjestettiin 18.10.2018 Finlandia-talolla. Tapahtuman pääpuhuja oli tanskalainen ruokafuturologi Birthe Linddal ja tapahtumaan osallistui yhteensä 200 henkilöä.

Päivän päättäneessä paneelissa vastuullisen kulutuksen asiantuntijat pohtivat ruokatoimittaja Pipsa Hurmerinteen luotsaamana vastuullisuutta sekä kuluttajan asemaa. Luomuelintarvikepäivän päätteeksi julkistettiin Luomuliiton Vuoden luomutuote -kilpailun sekä EkoCentrian ruokapalveluille suunnatun Luomu SM -kilpailun voittajat.

Luomukokki-kilpailu

Maaliskuussa 2019 järjestävän Luomukokki-kilpailun tuotanto alkoi lokakussa, kun kilpailijoiden haku avattiin. Kilpailua varten rakennettiin oma verkkosivu ja siitä viestittiin loppuvuodesta lehdistötiedotteiden, somen, uutiskirjeiden ja Aromi-lehden mainoksen avulla. Mainosuutiskirjeitä lähetettiin 2 kpl ja niiden vastaanottajat oli suodatettu Taloustutkimuksen HoReCa-rekisteristä, vastaanottajina n. 900 ravintola-alan ammattilaista.

Ateria-tapahtuma 15.11. Helsinki (Mitä se luomu oikein on?-hanke)

Pro Luomu osalistui Ateria-tapahtumaan omalla luomun info-osastolla, jossa pyöritettiin onnenpyörää ja vastattiin kiperiin luomukysymyksiin. Lisäksi Pro Luomu järjesti paneelikeskustelun, jossa kokeneet asiantuntijat tarjontaketjun jokaisesta lenkistä kertoivat hyviä vinkkejä siitä, miten voitaisiin sujuvoittaa luomun matkaa lasten lautasille. Panelisteina olivat Ruokapalvelun asiantuntija Sirpa Jalovaara, Helsingin kaupunki, myyntipäällikkö Iikka Latostenmaa, Kespro, toimitusjohtaja Pasi Tamminen, Tamminen, luomuvihannestuottaja Elina Vauhkonen, Kalliolan luomu ja avainasiakaspäällikkö Anneli Heikkinen, Valio. Paneelin veti Pipsa Hurmerinta.

Taitaja-yhteistyö (Mitä se luomu oikein on? -hanke ?)

Elokuussa Pro Luomu sopi Skills Finlandin kanssa yhteistyöstä Taitaja-kilpailujen kanssa. Tavoitteena on pitää Taitaja-semifinaalien yhteydessä tammikuussa 2019 opettajille suunnattuja tietoisuuksia, joissa puhutaan ruokapalveluiden ympäristövaikutuksista ja niihin vaikuttamisesta sekä erityisesti luomusta vastuullisena valintana. Tietoisuuksia varten tuotettiin aineistoa, jonka työstäminen aloitettiin syksyllä 2018.

Kampanjat

Merkkitekoja-kampanja

Merkkitekoja-kampanjan organisoivat Motiva Services Oy – Ympäristömerkintä, Pro Luomu ry ja Reilu kauppa ry. Kampanjassa olivat mukana myös Marttaliitto ja Kuluttajaliitto. Tavoitteena oli jakaa tietoa vastuullisista valinnoista ja kannustaa kuluttajaa valitsemaan vastuullisuusmerkittyjä tuotteita. Kampanjan slogan *Pieni teko, iso kiitos* viestii, että arjen vastuulliset valinnat ovat helppoja ja niillä on merkitystä. Kampanjan pääajankohta oli huhtikuu 2018, mutta Marttojen toteuttamilla ruokakursseilla kampanja näkyi läpi vuoden.

Kampanjaan sisältyi lukusia toimenpiteitä kuten vastuullisuustutkimus, seminaari, aikakauslehtimainoksia ja yhteistyötä yritysten kanssa. Pääpaino kampanjoinnissa oli sosiaalisessa mediassa, jonne kaikki järjestävät tahot tekivät monia kampanjaan liittyviä päivityksiä useissa eri kanavissa. Päivityksissä käytettiin kiitosviestejä, kerrottiin kampanjasta ja nostettiin esille mukana olleita yritysbrändejä. Järjestävät tahot käyttivät huhtikuun aikana sosiaalisen median mainontaan yhteensä yli 5 000€.

Kampanjan tavoitavuus:

- Lehtimainokset yhteensä 3 636 000
- Twitter 212 070 näyttökertaa, 176 twiittiä ja 96 twiittajaa

- Kampanjavideot Facebookissa yhteensä 235 329 näyttöä
- Muut Facebook päivitykset (järjestävät tahot) yhteensä 474 558 näyttöä
- Marttojen ruokakurssit 36 000 henkilöä (12 x 3 000)
- Martta-lehti, artikkeli, painos 50 000
- Luomulehti, artikkeli, painos 4 000
- Mediaosumat

#Fiksuvalinta- aineistot ja kampanja

Osana *Mitä se luomu oikeastaa on –hanketta* Pro Luomu tuotti aineistoja ja kampanjamateriaaleja, kaikkien suomalaisten luomualan toimijoiden käyttöön. Aineistot jaoteltiin tuoteryhmittäisiksi kokonaisuuksiksi, ja ne olivat artikkeleita, infograafeja, somekuvia sekä tussipiirrosvideo, joka kuvasi luomua kokonaisuutena.

Tuoteryhmät olivat, maito, liha, viljatuotteet, kasvikset ja luonnontuotteet. Aineistoissa avattiin suomalaista luomutuotantoa ja tuotiin esille sen tuomaa lisäarvoa ja erityispiirteitä. Video julkaistiin 25.11. ja sen ensiesitys sai Pro Luomun facebookissa 24 318 näyttökertaa. Aineiston ympärille suunniteltiin somekampanja tammikuulle 2019.

Hakemus EU:n menekinedistämiskampanjaksi

Pro Luomu haki keväällä 2018 ensimmäistä kertaa rahoitusta EU:n maataloustuotteille suunnatusta menekinedistämisrahastosta. Pro Luomun viestintäryhmä ideoi kampanjalle konseptin ja sloganin: “Luomu. Se on hyvä merkki.” Hanke edellytti 30 % omarahoitusta ja Pro Luomu sai kokoon 410 000 €, mikä olisi tarkoittanut noin 1 367 000 €:n kampanjaa. Mukana olivat SOK, Kesko, Valio, Midsona, Apetit, Helsingin Mylly, Atria, MTK, SLC, Luomuliitto, Arla, Satotukku, Meira ja Dava Foods.

Syksyllä tuli tieto, ettei Pro Luomu saanut rahoitusta, sillä yksi arviointikynnys (budjetti) jäi alle vaaditun pistemäärän. Pro Luomu suunnitteli hakevansa rahoitusta uudelleen vuoden 2019 haussa.

Tutkimukset ja selvitykset

Luomumarkkinan kehitys

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

Viestintä

Pro Luomun viestinnässä vuonna 2018 painottuivat luomualan kehityksestä kertominen ja yhdistyksen järjestämien tapahtumien markkinointi. Viestinnässä korostettiin luomua vastuullisena arjen valintana luomun tarinan mukaisesti. Vuodelle 2018 kaavailtua laatujärjestelmä-teemaa vietiin eteenpäin etenkin työstämällä tuoteryhmäkohtaisia informaatioaineistoja (*Mitä se luomu oikeastaa on? –hanke*).

Mediaviestinnän aiheita olivat mm. luomumarkkinoiden tilanne, luomutuotannon kehitys, luomun edut sekä ns. sesonkiaiheet kuten luomumansikat ja -kinkut. Syksyllä työstettiin luomualan kolmen organisaation yhteistyönä ilmastonmuutos-aiheinen mielipidekirjoitus Helsingin Sanomiin. Yle Uutisille annettiin kaksi luomuaiheista juttuvinkkiä; toukokuussa uusista luomusitoumuksista ja joulukuussa luomutukien loppumisesta kesken ohjelmakauden. Ylen uutistoimittajat tekivät kummastakin aiheesta uutiset.

Huhtikuussa avattiin uudistettu proluomu.fi-sivusto, jonka julkaisu ajoitettiin Merkkitekoja-kampanjan alkuun. Sivoustuudistuksen myötä yhdistyksen kaksi entistä sivustoa (luomuailmanmuuta.fi ja luomupuuro.fi) poistettiin käytöstä. Yhteistyössä Red & Blue Oy:n kanssa toteutetun uudistuksen tavoitteena oli nostaa aiempaa paremmin esille Pro Luomun tuottamia aineistoja ja jäsenorganisaatioita sekä lisätä sivuston hakukonenäkyvyyttä. Tavoitteeksi asetettiin saada sivustolle 35 000 istuntoa/vuosi, ja tavoite myös saavutettiin.

Vuodelle 2018 suunnitellusta Luomu.fi-sivuston uudistamisesta luovuttiin, koska se katsottiin liian työlääksi toteuttaa yhtä aikaa omien sivujen uudistamisen kanssa.

EU:n uuden tietosuojasetuksen (GDPR) takia sidosryhmille suunnattu uutiskirje päivitettiin erikseen tilattavaksi uutiskirjeeksi. Vuoden loppuun mennessä Pro Luomun uutiskirjeen oli tilannut lähes 480 henkilöä. Jäsenkirjeeseen sovelletaan oikeutetun edun periaatetta, eikä siitä tehty erikseen tilattavaa. Hankeuutiskirjeiden lähettäminen päättyi Luomualan koordinaatiohankkeen päättyessä keväällä.

Pro Luomun viestintäryhmä kokoontui kaksi kertaa. Tammikuun kokouksessa käsiteltiin erityisesti EU:lta haettavan viestintäkampanjan ydinviestejä ja kohderyhmää, ja kesäkuun kokouksessa pohdittiin Mitä se luomu oikeastaan on? -hankkeessa tehtävän informaatioaineiston sisältöä ja formaatteja.

Em. hankkeen aineistoa työstettiin tiiviisti syksyn ajan, ja marraskuussa julkaistiin aineiston ensimmäinen osa, #Fiksuvalinta-video. Sitä jaettiin sosiaalisessa mediassa ja lähetettiin myös jäsenistölle jaettavaksi.

Loppuvuodesta tehtiin kriisiviestintää, jonka lähtökohtana oli paljon mediahuomiota saanut Nature-lehden artikkeli. Artikkelin mediaviestintä keskittyi korostamaan luomutuotannon haitallisia ilmastovaikutuksia. Kriisiviestinnässä tukeuduttiin alan kotimaisten eturivin tutkijoiden asiantuntemukseen, mutta tutkijoita ei saatu nimellä mukaan viestintään.

Verkon ja mediaviestinnän lisäksi luomua tuotiin aktiivisesti esille sosiaalisessa mediassa (Facebook, Twitter, Instagram). Uutena sosiaalisen median kanavana otettiin käyttöön LinkedIn.

Viestinnän seurantalukuja

Vuonna 2018 Pro Luomu julkaisi / lähetti:

15 mediatiedotetta ja 3 mediakutsua

Twiiitit saivat yhteensä 826 000 näyttökertaa

9 jäsenkirjettä, joilla vastaanottajia noin 160

7 uutiskirjettä, joilla vastaanottajia noin 480

1 hanke-uutiskirjeen, joilla vastaanottajia lähes 400

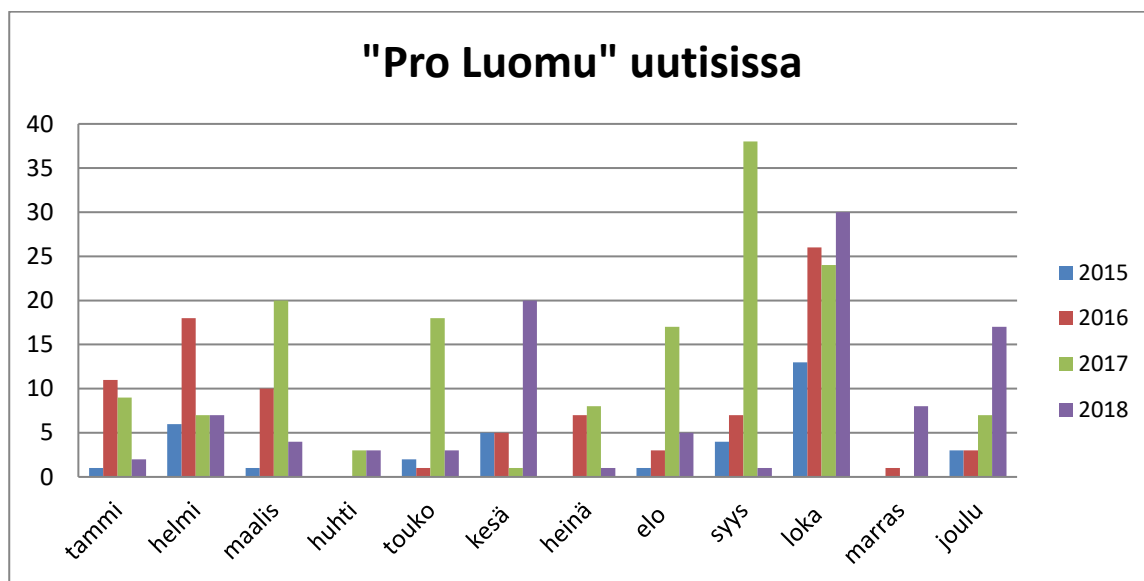
Vuoden lopussa Pro Luomulla oli noin 7 400 Facebook-seuraajaa ja lähes 3 400 Twitter-seuraajaa. FB:n seuraajamäärä lisääntyi 21 % ja Twitter-seuraajien määrä väheni 22 %. Pro Luomu jakoi Instagram-tilillään 92 kuvaa, jotka saivat 3809 tykkäystä.

Mediaseuranta

Media

Hakusana ”Pro Luomu” esiintyi vuoden 2018 aikana nettamediassa yhteensä 101 kertaa, mikä oli 33 % vähemmän kuin edellisvuonna. Medianäkyvyyden lasku johtui siitä, että vuonna 2017 järjestetty Luomupuuron ME –kampanja toi Pro Luomulle paljon julkisuutta. Vuonna 2018 eniten

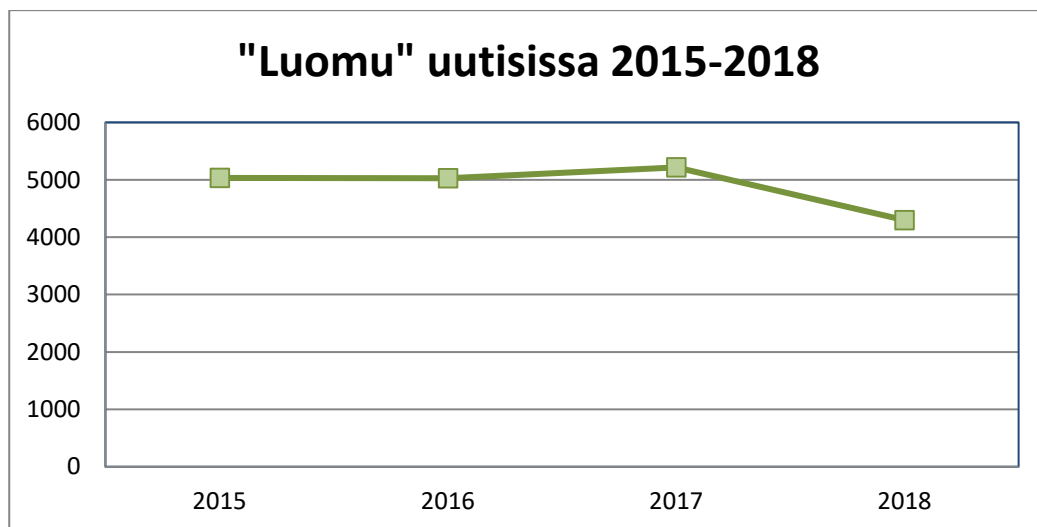
mediaosumia tuottivat lokakuussa julkaistu mediatiedote luomumarkkinoista, kesäkuussa julkaistu mediatiedote luomumansikan suorapoimintatiloista ja joulukuussa julkaistu kannanotto luomutukien loppumiseen. (Kuva 1)



Kuva 1. Hakusana "Pro Luomu" verkossa julkaistuissa uutisissa vuosina 2015-2018.

Lähde: Ampparit Hakuvahti

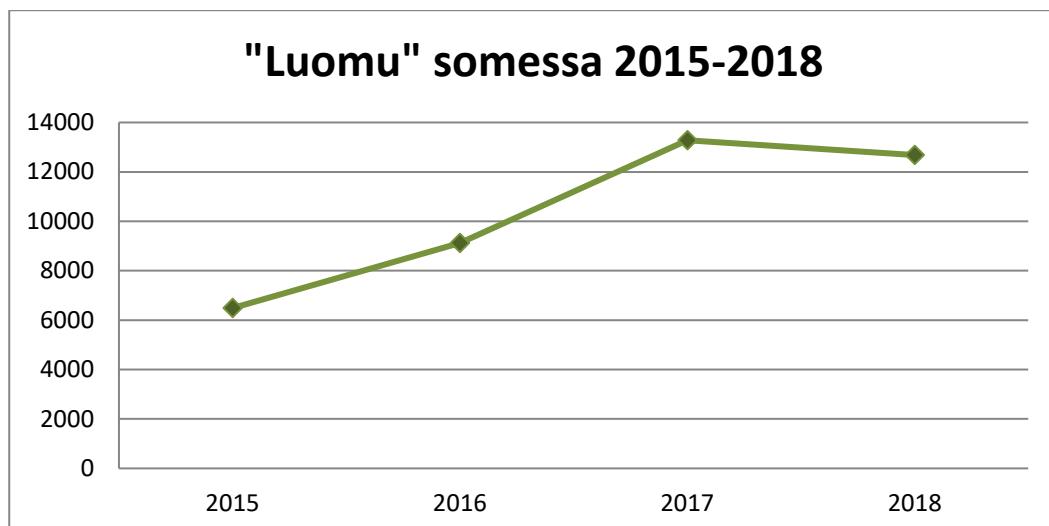
Hakusana "luomu" löytyi uutisista eli nettilehdistä ja -sivustoilta noin 4 300 kertaa vuonna 2018. Edellisvuoteen verrattuna osumien määrä väheni 17 %. (Kuva 2)



Kuva 2. Hakusana "Luomu" verkossa julkaistuissa uutisissa vuosina 2015-2018.

Lähde: Ampparit Hakuvahti

Sosiaalisessa mediassa hakusana "Luomu" esiintyi noin 12 700 kertaa, mikä oli noin 5 % edellisvuotta vähemmän.

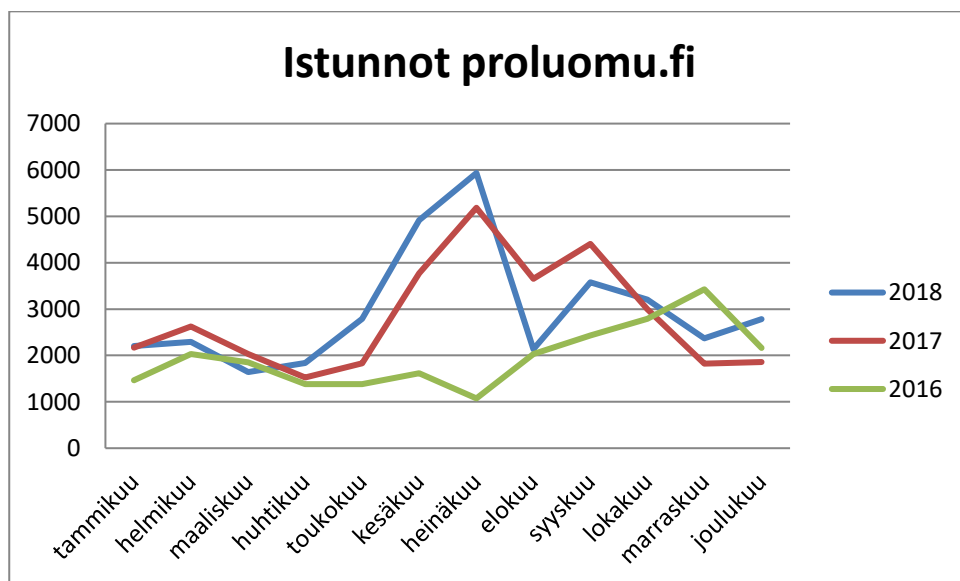


Kuva 3. Hakusana "Luomu" sosiaalisessa mediassa vuosina 2015-2018.

Lähde: Ampparit Hakuvahti

Nettisivujen kävijämäärät

Proluomu.fi-sivustolla oli vuoden 2018 aikana yhteensä lähes 35 700 istuntoa, mikä oli 5 % enemmän kuin edellisvuonna (lähde: Google Analytics). Istuntoja oli eniten (lähes 6 000) heinäkuussa, kun sivustolla julkaistiin lista luomumansikan itsepoimintatiloista.



Kuva 4. Istunnot proluomu.fi-sivustolla vuosina 2016-2018.

Pro Luomu ry:n muu toiminta

Jäsenhankinta

Pro Luomu ry:n jäsenmäärä vuoden lopussa oli yhteensä 70 varsinaista jäsentä. Lisäksi yhdistyksellä on neljä kannattajajäsentä. Vuoden aikana uusiksi jäseniksi hakeutui 3 yritystä, ja erosi 5 yritystä.

Vaikuttaminen

Kertomusvuonna Pro Luomu antoi Eviralle lausunnon Luomukeruun valvontaohjeista. Samasta asiasta Pro Luomu lähetti kirjelmän MMM:n ja Eviran johdolle sekä tapasi heitä samasta asiasta.

Pro Luomu järjesti keskustelutilaisuuden luomun nykytilanteesta ja näkymistä maa- ja metsätalousministeriön johdolle ja keskeisille sidosryhmille 16.8. Valion tiloissa Porkkalassa Tilaisuudessa nostettiin toiveet MMM:n luomuohjelman päivitykseen. Tilaisuus oli onnistunut ja vastaavia tapaamisia päätettiin jatkaa. Pro Luomu osallistui luomuohjelman päivityksen kyselyihin sekä julkistamisseminaarin paneeliin.

Joulukuussa Pro Luomu ilmaisi yhdessä luomualan muiden järjestöjen kanssa vakavan huolensa MMM:n päätöksestä olla tekemättä uusia luomusopimuksia. Pro Luomun koordinoimana luomualan järjestöt tekivät myös yhteiset tavoitteet seuraavalle hallituskaudelle ja valmistautuivat tuleviin CAP-neuvotteluihin.

Yhdistys on IFOAM EU:n jäsen ja toimii erityisesti sen prosessointiryhmässä. Pro Luomun edustaja ryhmässä on Saska Tuomasjukka. Vuoden 2018 aikana Pro Luomu on osallistunut myös uuteen Retail-ryhmään, jossa edustajana on Merja Söderström PTY:stä.

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

HALLINTO

Hallitus

Hallituksen kokoonpano vuonna 2018 oli seuraava:

jäsen

Ilkka Alarotu, puheenjohtaja
Harri Hovi, varapuheenjohtaja
Niklas Kumlin
Jukka Markkanen
Pauli Talvitie
Samuli Laurikainen
Sami Kuoppamäki
Tuomas Salusjärvi

varajäsen

Janne Vuorinen
Mirka Olin
Rikard Korkman
Markku Janhunen
Janne Rauhansuu
Juho Maula
Peter Westerholm

Yhdistyksen kokoukset

Yhdistyksen sääntömääräinen kevätkokous pidettiin 28.5.2018 Keskolla Vantaalla ja syyskokous 29.11. 2018 Valiolla Helsingissä. Hallitus kokoontui 7 kertaa.

Henkilöstö

Yhdistyksen palveluksessa oli toiminnanjohtaja Marja-Riitta Kottila ja tiedottaja Minna Nurro sekä Aura Lamminparras 80 %:n työpanoksella.

TALOUS

Yhdistyksen toiminta rahoitettiin jäsenmaksuilla, hankerahoituksella sekä yhdistyksen arvonlisäverollisella palvelutoiminnalla (liiketoiminta). Yhdistyksen liikevaihto oli 256 161 euroa,

joka on 19,5 % edellisvuotta pienempi. Yhdistyksen kokonaistuotoista 353 725 euroa 54 % kertyi jäsenmaksuista, 28 % avustuksista ja 18 % palvelutoiminnan tuotoista.

Jäsenmaksujen tuotto oli ennätyksellinen, 191 275 euroa, joka oli 22 250 euroa edellisvuotta enemmän. Jäsenmaksujen tuotto kasvoi 13 % ylittäen näin tavoitteena olleen 10 %:n kasvun jäsenmäärän pienestä laskusta huolimatta. Jäsenmaksujen kasvuun vaikutti jäsenten luomuliikevaihdon kasvu.

Saadut avustukset olivat 97 564 euroa ja vähenivät edellisestä vuodesta noin 33 161 euroa. Oman palvelutoiminnan liikevaihto oli vuonna 2018 vain 64 786 ja väheni 56 % vuodesta 2017. Ero johtui lähinnä siitä, ettei kertomusvuonna toteutettu MMM:n ostopalveluita.

Palvelutoiminta kokonaisuudessaan tuotti tappiota, kuitenkin noin 3 500 euroa edellisvuotta vähemmän. Palvelutoiminta lisäsi luomun näkyvyyttä ja oli sen vuoksi yhdistyksen tarkoituksenmukaista toimintaa.

Tilinpäätös osoitti 30 210,77 euron ylijäämää. Ylijäämä syntyi jäsenmaksuista, joita on tietoisesti käytetty säästeliäästi yhdistyksen likviditeetin vahvistamiseksi.

Yhdistyksen kiinteät kulut on pyritty pitämään pieninä esimerkiksi hyödyntämällä työntekijöiden kotitoimistoja ja jäsenten kokoustiloja. Yhdistyksen kirjanpidon ja talouspalvelut hoitaa Talouspalvelu Uniikki Oy.