

Pro Luomu ry

TOIMINTASUUNNITELMA V. 2020

Sisälllys

Toiminnan tarkoitus ja strategia	2
Tarkoitus.....	2
Tilannekatsaus	2
Strategia	2
Toimenpiteet.....	3
Markkinan ja tuotannon kehittymisen seuranta	3
Arvoketjut, fokusryhmä ja Kaakkois-Suomen kehittämisryhmät	3
Viestintä	4
Aiheet ja kanavat	4
Viestintäkampanjat	5
Hyvä merkki-kampanja (2020-2022).....	5
Messut ja muut tapahtumat	5
SuomiAreena (Ruokasektorin koordinaatiohanke)	5
Luonnon päivä (29.8.) luomutiloilla (Ruokasektorin koordinaatiohanke)	6
Koulutus ja kehittäminen.....	6
Luomufoorumi (Ruokasektorin koordinaatiohanke)	6
Luomuelintarvikepäivä ja European Organic Food Innovation Award	6
Strategiatyö.....	6
Sidosryhmäyhteistyö	7
Jäsenhankinta	7
Vaikuttaminen.....	7
Muu sidosryhmäyhteistyö	7

TOIMINNAN TARKOITUS JA STRATEGIA

Tarkoitus

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

Tilannekatsaus

Luomun myynti kasvaa edelleen Suomessa, joskin hieman hitaammin kuin vastaavana aikana edellisenä vuonna. Pro Luomu ry arvioi, että ajanjaksolla 1.7.2018-30.6.2019 luomumyynti kasvoi 7 %. Luomun myynti kasvaa edelleen selvästi enemmän kuin päivittäistavaramyynti. Myös ammattikeittiöiden halukkuus luomutuotteiden käyttöön on lisääntynyt ja luomun korkeampi koulujakelutuki kannustaa erityisesti luomumaidon käytön lisäämiseen kouluissa ja päiväkodeissa.

Luomuviljelty pinta-alan osuus viljelyalasta on Eviran ennakkotietojen mukaan lähes 14 %. Vuonna 2019 ei tehty uusia luomusopimuksia, joten uusia luomutiloja liittyi valvontaan vain 68 kpl. Yhteensä luomuviljelty peltoala kasvoi 316 607 hehtaariin.

Keväällä aloittaneen Rinteen hallituksen ohjelmaan luomu on kirjattu painokkaammin kuin kertaakaan aiemmin. Ohjelma korostaa vahvasti kotimaisen luomun myynnin, jalostuksen, ammattikeittiökäytön ja viennin lisäämistä. Lisäksi ohjelma lupaa rahoitusta uusille luomusopimuksille ja Luomuinstituutille. Vuoden 2020 aikana päivitetään kansallinen luomustrategia ja jatketaan vuoden 2021 alusta voimaan astuvan EU:n luomusäätöjen toimeenpanon valmistelua.

Pro Luomu ry:n on saanut EU:lta lähes miljoona euroa luomun menekinedistämiseen. Rahoituksella toteutetaan mittava 3-vuotinen luomukampanja (Hyvä merkki-kampanja), joka toteuttaminen käynnistyy vuoden 2020 alussa. Pro Luomun saama kampanjarahoitus on ensimmäinen, joka on myönnetty Suomeen sen jälkeen, kun EU uudisti menekinedistämispolitiikkaansa loppuvuodesta 2015. Kampanjan käynnistäminen vuonna 2020 aiheuttaa paljon kuluja, joiden perusteella EU maksaa myönnettyä avustusta vasta vuoden 2021 alkupuolella. Tämä heijastuu vuoden 2020 toimintaan tarkkana maksuvalmiuden seurantana ja keskittymisenä hankkeen käynnistämiseen.

Vuonna 2020 Pro Luomu on myös osatoteuttajana Manner-Suomen maaseutuohjelman rahoittamassa Ruokasektorin koordinaatiohankkeessa, joka jatkuu vuoden 2021 loppuun. Lisäksi Pro Luomu on osatoteuttajana syksyllä 2020 päättyvässä Luomu lentoon Kaakkois-Suomessa –hankkeessa, jota hallinnoi Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu. Muilta osin toiminnan rahoitus perustuu jäsenmaksuihin ja palvelutoiminnan tuloihin.

Strategia

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

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

Strategiset tavoitteet:

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

TOIMENPITEET

Markkinan ja tuotannon kehittymisen seuranta

Luomumyynnin ja tuotannon kehitys

Pro Luomu seuraa luomun myynnin kehittymistä kahdesti vuodessa kaupparyhmittymille lähetettävällä kyselyllä. Lisäksi osana EU-rahoitteista Hyvä merkki-kampanjaa ostetaan Nielseniltä raportti kuluttajien luomuosastojen kehittymisestä.

Pro Luomu seuraa luomutuotannon kehitystä virallisista tilastoista, ja täydentää niitä erillisillä selvityksillä.

Kansainvälisen luomumarkkinan kehitystä seurataan osallistumalla Biofach-tapahtumaan ja mahdollisiin muihin kansainvälisiin luomutapahtumiin (kuten Nordic Organic Food Fair) sekä julkaisujen ja kansainvälisen verkoston kautta.

Kuluttajatutkimukset

Pro Luomu ostaa osana EU-rahoitteista Hyvä merkki-kampanjaa seurantatutkimusta kuluttajien luomutuotteisiin liittyvästä ostokäyttäytymisestä ja EU:n luomumerkin tunnettuudesta. Edellinen laaja kuluttajabarometri on vuodelta 2019.

Luomumarkkinan kasvulla ja kuluttajabarometrin tuloksilla seurataan sekä kampanjan onnistumista että strategisten tavoitteiden 1 ja 2 toteutumista.

Mittarit: Toteutuminen sekä tuotetun tiedon hyödyntäminen.

Rahoitus: Markkinan seuranta: Omarahoitus; Luomubarometri MMM:n ostopalveluna, Kaakkois-Suomen hankkeen ja Mitä se luomu oikeastaan on-hankkeen rahoitus, muut tutkimukset: oma rahoitus

Arvoketjut, fokusryhmä ja Kaakkois-Suomen kehittämisryhmät

Arvoketjuryhmät

Pro Luomu jatkaa jo toimivien liha-, kasvis- ja maito-arvoketjuryhmien toimintaa. Muiden ryhmien, kuten HoReCa ja luomuluonnontuotteet, käynnistämistä harkitaan yhteistyökumppanien kanssa, tai valitaan HoReCa muiden arvoketjuryhmien kokoontumisen teemaksi. Ryhmien tarkoituksena on edistää luomutuotteiden kysynnän ja tarjonnan kohtaamista sekä tunnistaa ja etsiä ratkaisuja ketjun keskeisiin ongelmiin.

Siementuotannon fokusryhmä

Luomusiementuotannon kysymysten pohtimiseen vuonna 2019 perustettu fokusryhmä jatkaa työtään osana Kaakkois-Suomen hanketta.

Ruokasektorin koordinaatiohankkeessa Pro Luomu on perustanut luomukasvihuonetuotannon uusien säädösten soveltamista pohtivan ryhmän. Lisäksi hankkeessa on muun muassa Ruokasektori-ryhmä, jonka työhön Pro Luomu osallistuu. Vuoden 2020 aikana käynnistetään säännölliset alueellisten luomuhankkeiden verkkopalaverit.

Luomu lentoon Kaakkois-Suomessa- hankkeessa vuonna 2019 perustetut kehittämisryhmät jatkavat työtään kevään 2020 aikana. Tavoitteena on luoda suunnitelma vahvistamaan alueellista luomua sekä samalla käynnistää ko. hankkeessa löydetystä ideoista kehittämishankkeita.

Arvoketju- ja fokusryhmätyö:

- | | |
|-----------|--|
| Mittarit: | Ryhmiä aktiivisuus ja tiedon tuottaminen, hankkeissa hankesuunnitelmien toteutuminen ja niissä määriteltyjen mittarien saavuttaminen |
| Rahoitus: | Ruokasektori- ja Kaakkois-Suomi –hankkeet |

Viestintä

Pro Luomun viestinnän tavoitteena on vahvistaa kuluttajien, tuottajien ja päättäjien luottamusta luomuun sekä lisätä suomalaisten ymmärrystä luomun hyödyistä. Lisäksi viestinnällä tehdään tunnetuksi EU:n luomutunnusta lehtimerkkiä. Vuosina 2020-2021 näitä tavoitteita toteutetaan erityisesti EU-rauhotteisella Hyvä merkki -kampanjalla. Vuonna 2016 luotu luomun tarina toimii työkaluna viestinnässä ja sen pohjalta rakentuu myös Hyvä merkki-kampanja.

Aiheet ja kanavat

Viestinnän aiheita ovat luomumarkkinoiden kehittyminen Suomessa ja kansainvälisesti, luomutuotannon kehittyminen, luomualan uudet tutkimustulokset, arvoketjutyöstä ja hankkeista nousevat uutisaiheet, sekä luomualan muut ajankohtaiset asiat ja tapahtumat. Pro Luomu kokoaa myös Luomu Suomessa -tilastojulkaisun, tuottaa artikkeleja elintarvikealan julkaisuihin ja palvelee mediaa luomua koskevissa asioissa.

Viestinnän tärkein kanava ovat yhdistyksen omat proluomu.fi-verkkosivut, joiden yhteyteen luodaan Hyvä merkki –kampanjan verkkosivusto. Kansainvälisesti kiinnostavat aiheet julkaistaan myös englanninkielisellä alisivustolla. Hyvä merkki -kampanjan aineistoa julkaistaan myös ruotsinkielisinä. Hyvä merkki-sivustolla täydennetyn Proluomu.fi-sivuston kävijämäärätavoite vuodelle 2020 on 45 000 kävijää.

Yhdistys julkaisee vuosittain noin 15-20 mediatiedotetta. Lisäksi Pro Luomu julkaisee säännöllisesti jäsenuutiskirjettä ja erikseen tilattavaa, ruoka-alan toimijoille suunnattua uutiskirjettä. Luomua käsittelevien aiheiden näkyvyyttä mediassa pyritään lisäämään perinteisten mediatiedotteiden lisäksi laatimalla yliö- ja mielipidekirjoituksia ajankohtaisista aiheista ja tarjoamalla niitä julkaistaviksi eri medioissa. Mielipide- ja asiantuntijakirjoituksia laaditaan tarpeen mukaan myös yhteistyössä muiden luomualan organisaatioiden kanssa. Lisäksi median edustajille annetaan juttuvinkkejä luomua koskevista uutisaiheista, joista ei varsinaisesti mediatiedoteta.

Pro Luomun sosiaalisen median kanavia ovat Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn ja Youtube.

Maksullista markkinointia tehdään postauksille, jotka ovat Pro Luomun strategisten tavoitteiden näkökulmasta tärkeitä ja vievät luomun tunnettuutta eteenpäin. Näitä ovat esimerkiksi luomumarkkinoiden kehityksestä kertovat mediatiedotteet, lista luomumansikan itsepoimintatiloista sekä luomukinkkutilanteesta kertova mediatiedote.

Viestinnän tukena toimii Pro Luomun viestintäryhmä, joka koostuu jäsenyritysten ja -yhteisöjen viestintäasiantuntijoista. Ryhmä kokoontuu 1-2 kertaa vuodessa pohtimaan ajankohtaisia asioita ja pitemmän aikavälin strategisia linjauksia.

Yhdistys osallistuu myös luomu.fi-sivuston ylläpitämiseen yhdessä Luomuinstituutin, Helsingin yliopiston Ruralia-Instituutin ja Luomuliiton kanssa.

Mittarit: Verkkosivujen kävijämäärät, somepostautusten leviäminen, tiedotteiden ja juttuaiheiden läpimeno mediassa
 Rahoitus: jäsenmaksut, hankeviestinnän osalta hankkeet

Viestintäkampanjat

Hyvä merkki-kampanja (2020-2022)

Hyvä merkki -kampanja on kolmivuotinen monikanavainen viestintäkampanja. Kampanja tavoitteena on

1. lisätä luomuostojen määrää kasvattamalla luomun ”hevikäyttäjien” (=useita kertoja viikossa luomua ostavien) ja ”aktiivikäyttäjien” (=kerran viikossa ostavien) osuutta suomalaisessa aikuisväestössä
2. parantaa EU:n luomumerkin tunnettuutta ja tietoisuutta sen merkityksestä.

Kampanjassa viestintä suunnataan erityisesti *aktiivikäyttäjille* ja *säännöllisille* käyttäjille (luomua vähintään kerran kuussa ostavat kuluttajat). Kampanja käynnistyy elokuussa TV- ja online -mainonnalla. Syksyn aikana järjestetään lisäksi kolme 2-päivästä maistatustapahtumaa pääkaupunkiseudulla. Lisäksi kampanjaan sisältyy media- ja sometiedotusta.

Kampanjan jatkuu vuosina 2021 ja 2022, jolloin maistatustapahtumia järjestetään myös muualla Suomessa. Tuloksia seurataan ja tarvittaessa toimenpiteitä säädetään niin, että kampanja saavuttaa tavoitteet.

Pro Luomun roolina on kampanjan koordinointi sekä media- ja someviestintä. Yhteistyökumppanina kampanjan toteutuksessa on Ryhmä Creative.

Messut ja muut tapahtumat

Pro Luomu osallistuu mahdollisuuksien mukaan ammattilaistapahtumiin kuten julkisen alan toimijoille suunnattuun Ateria-tapahtumaan.

SuomiAreena (Ruokasektorin koordinaatiohanke)

Pro Luomu on hakenut keskustelupaikkaa SuomiAreenasta kesäksi 2020 yhdessä Reilun kaupan yhdistyksen ja Joutsenmerkin kanssa. Keskustelun työotsikko on ”Voiko vastuullisuusmerkkeihin luottaa? Tavoitteena on selkeyttää ”merkkiviidakkoa” ja tuoda esille se miten eri vastuullisuusmerkit täydentävät toisiaan.

Luonnon päivä (29.8.) luomutiloilla (Ruokasektorin koordinaatiohanke)

Pro Luomu osallistuu järjestyksessä kahdeksannen Luonnon päivä luomutiloilla -tapahtuman koordinointiin yhdessä maa- ja metsätalousministeriön, Luomuliiton, Biodynaamisen yhdistyksen sekä MTK:n ja SLC:n kanssa. Vuonna 2020 tapahtumaan osallistui 41 luomutilaa eri puolilta Suomea, ja luomutiloilla vieraili yhteensä yli 8000 kävijää.

Viestintäkampanjat:

Mittarit: Kunkin tapahtuman omat tavoitteiden mukaiset mittarit.
 Rahoitus: Hyvä merkki- kampanja: EU-rahoitus, jäsenten oma rahoitus
 Muut: hankkeet, mahdolliset osallistumis/sponsori-maksut

Koulutus ja kehittäminen

Luomufoorumi (Ruokasektorin koordinaatiohanke)

Pro Luomu järjestää osana Ruokasektorin koordinaatiohanketta kaksipäiväisen Luomufoorumin Kouvolassa maaliskuussa. Ensimmäisenä päivänä pidetään Luomusiementuotannon uusiin mahdollisuuksiin keskittyvä seminaari, jossa esitellään myös fokusryhmän työn tulokset. Toisena päivänä järjestetään hanke-toimijoiden työpaja, jossa keskitytään erityisesti alueelliseen luomun kysynnän kehittämiseen ja siinä käytettäviin yhteisesti hiottaviin työkaluihin.

Luomuelintarvikepäivä ja European Organic Food Innovation Award

Järjestyksessä seitsemäs Luomuelintarvikepäivä järjestetään syksyllä 2020. Seminaarin tarkoituksena on luoda elintarvikealan toimijoille (kauppa, valmistajat, ammattikeittiöt) koulutus- ja verkostoitumistilaisuus, jossa luomu on pääasia. Tilaisuuteen haetaan korkeatasoisia puhujia sekä Suomesta että ulkomailta. Seminaari rahoitetaan osallistumismaksuilla ja sponsorituloilla.

Päivän yhteydessä mahdollisesti uusitaan myös vuonna 2019 ensimmäisen kerran järjestetty European Organic Food Innovation Award.

Strategiatyö

Vuoden 2019 lopulla aloitettu strategia työstäminen jatkuu ja strategia uudistetaan vuoden 2020 aikana. Työssä otetaan huomioon myös kehittyvän toiminnan vaatimat mahdolliset lisäresurssit.

Koulutus ja kehittäminen:

Mittarit: Osallistujat ja palaute
 Rahoitus: Luomufoorumi (hankerahoitus) Luomuelintarvikepäivä: Osallistumismaksut ja sponsorit, Strategiatyö (jäsenmaksut)

Sidosryhmäyhteistyö

Jäsenhankinta

Pro Luomun jäsenmäärä (lokakuu 2019) on 74 jäsentä ja 4 kannattajajäsentä. Vuoden 2020 aikana on tavoitteena saada 10 % lisää jäsenmaksutuloja.

Vaikuttaminen

Pro Luomu ry osallistuu MMM:n työryhmiin (luomuohjelman päivitys), vaikuttaa aktiivisesti luomualan kehittämiseen lähettämällä vastuutahoille kirjelmiä, antamalla lausuntoja luomuun liittyvissä säädös- ym. asioissa ja osallistumalla erilaisiin työryhmiin.

Lisäksi haetaan yhteistyötä ja yhteistä vaikuttamista uusien sidosryhmien kuten WWF:n kanssa.

Pro Luomu liittyi IFOAM EU:n jäseneksi v. 2016 ja osallistuu prosessiryhmän sekä kaupparyhmän toimintaan. Pro Luomu nimeää edustajansa IFOAM EU:n ryhmiin ja päivittää prosessia jäsenten näkökantojen selvittämiseksi ryhmien käsittelemiin asioihin.

Muu sidosryhmäyhteistyö

Pro Luomu järjestää kerran vuodessa tilaisuuden, jonne kutsutaan maa- ja metsätalousministeri sekä keskeisiä sidosryhmiä keskustelemaan alan tilanteesta.

Yhdistys tekee tiivistä yhteistyötä luomualan toimijoiden kanssa (Luomuinstituutti, EkoCentria, Luomuliitto, Yhdistyneet luomutuottajat ja MTK Luomu). Pro Luomu tekee yhteistyötä myös ammattikeittiöille suunnatun Portaat Luomuun -ohjelman sekä Food From Finland -vientiohjelman kanssa kannustamalla ja kokoamalla luomualan toimijoita ohjelman vienninedistämistoimiin ja vientikoulutuksiin.

Pro Luomu ylläpitää myös kansainvälisiä yhteyksiä erityisesti Pohjoismaihin ja Baltian maihin.

Sidosryhmäyhteistyö:

Mittarit:	Pro Luomun tunnettuus (strateginen tavoite 5) jäsenten lukumäärä ja jäsenmaksujen määrä, sidosryhmien yhteistyön toimivuus
Rahoitus:	Jäsenmaksut, Ruokasektorin koordinaatiohanke