

PRO LUOMUN STRATEGIA 2021-2025



Pro Luomun strategia 2021-2025

Missio

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.

Visio

- ❖ Luomun osuus kuluttajien ostoskorissa ja ravintoloiden tarjonnassa tuplaantuu.
- ❖ Luomu on kestävä ruuantuotannon tunnustettu veturi.
- ❖ Pro Luomu on luomualan johtava viestijä, vaikuttaja ja yhteistyön rakentaja.

Strategiset tavoitteet

1

Luomutuotteiden käyttäjäkunta laajenee ja kulutus sekä kotona että ruokapalvelussa kasvaa.

- ❖ *Mittari: kuinka monella on luomua ostoskorissa, kuinka iso osa suomalaisista hevi/aktiivikäyttäjää, ammattikeittiöiden luomukäytön kasvu*

2

Luomutuotteet ovat innovatiivisia, laadukkaita ja trendikkäitä ja niitä on tarjolla myös ammattikeittiöille.

- ❖ *Mittari: luomutuotteiden myynnin kasvu/ammattikeittiöiden luomukäytön kasvu*

3

Kuluttajat näkevät luomun vastuullisena, nykyaikaisena ja fiksuna valintana.

- ❖ *Mittari: luomubarometrin mittaaman luomun mielikuvan kehittyminen*

4

Luomun arvoketjussa kehitetään jatkuvasti tuottavuutta ja kilpailukykyä sekä ympäristön ja kotieläinten hyvinvoinnin kannalta parhaita käytäntöjä.

- ❖ *Mittari: luomubarometrin mittaaman luomun mielikuvan kehittyminen*

5

Pro Luomun arvostus alan asiantuntijana ja yhteistyökumppanina eri sidosryhmien keskuudessa lisääntyy ja jäsenkunta kasvaa.

- ❖ *Mittari: Kyselytutkimukset / jäsenrekisteri*



TOIMEENPANO- SUUNNITELMA

1

Luomutuotteiden käyttäjäkunta laajenee ja kulutus sekä kotona että ruokapalveluissa kasvaa.

PRO LUOMU 

Tehdään

- ❖ Aktiivinen ja vaikuttava viestintä kuluttajille.
- ❖ Viestintäyhteistyö Pro Luomun jäsenten kanssa.
- ❖ Kuluttaja- ja markkinatiedon kerääminen ja seuraaminen, markkinatiedon tuottaminen.

Luodaan edellytyksiä

- ❖ Haetaan aktiivisesti EU:n ja muuta rahoitusta luomun menekinedistämiseen.
- ❖ Tehdään yhteistyötä ammattikeittiöalan toimijoiden kanssa.
- ❖ Hyödynnetään kansallista hankintastrategiaa luomun käytön edistämisessä ruokapalveluissa.

Vaikutetaan

- ❖ Vaikutetaan siihen, että luomu on tunnustettu osa vastuullista ruuankulutusta eri elintarvikealan strategioissa tai ohjelmissa.

MITTARIT: Kuinka monella on luomua ostoskorissa (tuotetaan mittari), kuinka iso osa suomalaisista hevi/aktiivikäyttäjiä, ammattikeittiöiden luomukäytön kasvu, viestinnän vaikuttavuus (tuotetaan mittari)

2

Luomutuotteet ovat innovatiivisia, laadukkaita ja trendikkäitä ja niitä on tarjolla myös ammattikeittiöille.

PRO LUOMU 

Tehdään

- ❖ Järjestetään vuosittain Luomuelintarvikepäivä ja European Organic Food Innovation Award.
- ❖ Selvitetään tuotekehityksen pullonkauloja ja perustetaan oma prosessiryhmä Suomeen.
- ❖ Aktiivinen viestintä arvoketjun toimijoille luomun mahdollisuuksista ja kehityksestä.

Luodaan edellytyksiä

- ❖ Haetaan aktiivisesti tietoa ja keinoja, joilla pyritään edistämään luomutuotteiden tuotekehitystä, myös ammattikeittiöissä.

Vaikutetaan

- ❖ Vaikutetaan lainsäädäntöön niin, että innovatiivisten luomutuotteiden tekeminen on mahdollista.
- ❖ Osallistutaan aktiivisesti IFOAM EU:n prosessiryhmän toimintaan.

MITTARIT: Luomutuotteiden myynnin kasvu ja ammattikeittiöiden luomukäytön kasvu, viestinnän vaikuttavuus

3

Kuluttajat näkevät luomun vastuullisena, nykyaikaisena ja fiksuna valintana.

PRO LUOMU 

Tehdään

- ❖ Viestitään aktiivisesti luomun yhteiskunnallisista vaikutuksista.
- ❖ Vahvistetaan Pro Luomun asiantuntijaroolia.
- ❖ Ylläpidetään ja luodaan aktiivisesti mediasuhteita.

Luodaan edellytyksiä

- ❖ Tehdään yhteistyötä muiden vastuullisuustahojen kanssa.

Vaikutetaan

- ❖ Vaikutetaan lainsäädäntöön sekä EU:ssa että Suomessa, jotta luomu kehittyy ja vastaa yhä paremmin vastuullisuuslupauksiinsa.
- ❖ Vaikutetaan siihen, että rahoitusta luomututkimukseen on riittävästi.

MITTARIT: Luomubarometrin mittaaman luomun mielikuvan kehittyminen, viestinnän vaikuttavuus

4

Luomun arvoketjussa kehitetään jatkuvasti tuottavuutta ja kilpailukykyä sekä ympäristön ja kotieläinten hyvinvoinnin kannalta parhaita käytäntöjä.

Tehdään

- ❖ Uudistetaan arvoketjutyötä strategisten tavoitteiden pohjalta. Tuotetaan arvoketjuryhmien avulla tietoa ja viestitään siitä. Vanhojen ryhmien lisäksi perustetaan uusi HoReCa- ja viljatyöryhmät.
- ❖ Toteutetaan säännöllisesti ketjubarometri, jonka avulla seurataan luomuketjun toimijoiden suhtautumista luomuun.
- ❖ Seurataan vientiä ja kansainvälisiä markkinoita ja tehdään joka toinen vuosi vientiselvitys.

Luodaan edellytyksiä

- ❖ Koordinoidaan luomun kehittämistoimintaa koko arvoketjussa ja luomualan järjestökentässä.
- ❖ Tuotetaan tietoa ajankohtaisista kysymyksistä.
- ❖ Luodaan yhteistyössä tutkimuksen ja muiden toimijoiden kanssa luomun yhteiskunnallisten vaikutusten mittaristo.

MITTARIT: Luomun yhteiskunnallisten vaikutusten mittaristo (luodaan mittari tutkimuksen kanssa), luomualan suhtautuminen luomuun, viestinnän vaikuttavuus

Vaikutetaan

- ❖ Vaikutetaan siihen että luomu on mukana kaikissa vastuullisen ruuantuotannon strategioissa ja ohjelmissa.

5

Pro Luomun arvostus alan
asiantuntijana ja
yhteistyökumppanina eri
sidosryhmien keskuudessa
lisääntyy ja jäsenkunta kasvaa.

PRO LUOMU 

Tehdään

- ❖ Tehdään aktiivista jäsenhankintaa ja laajennetaan jäsenistöä voimakkaammin myös ruokapalveluihin.
- ❖ Viestitään aktiivisesti Pro Luomun jäsenille, sidosryhmille ja medialle.
- ❖ Osallistutaan aktiivisesti julkiseen keskusteluun.

Luodaan edellytyksiä

- ❖ Ollaan aktiivisia sellaisissa merkittävässä elintarvikeketjun ryhmissä ja toiminnassa, joissa voidaan tuoda esille luomua osana vastuullista ruuantuotantoa ja -kulutusta.
- ❖ Ylläpidetään Pro Luomun henkilöstön osaamisen vahvistaminen.

MITTARIT: Jäsenmäärä, luomun ja Pro Luomun arvostus Ketjubarometrissa

**Luomua.
Ilman muuta.**



PRO LUOMU 