

Pro Luomu ry

TOIMINTASUUNNITELMA V. 2021

Sisällys

Toiminnan tarkoitus ja strategia	2
Tarkoitus.....	2
Tilannekatsaus	2
Strategia	3
Toimenpiteet.....	3
Markkinan ja tuotannon kehittymisen seuranta	3
Arvoketjut ja prosessiryhmä	4
Viestintä	4
Viestinnän painopisteet	4
Aiheet ja kanavat	6
Kanavat	6
Koulutus, kehittäminen ja tapahtumat.....	7
Luomualan kehittäjien Online-työpajat	8
Pro Luomun 10-vuotis juhlaseminaari	8
SuomiAreena.....	8
Luonnon päivä (29.8.) luomutiloilla	8
Luomuelintarvikepäivä ja European Organic Food Innovation Award	8
Muu toiminta	9
Sidosryhmäyhteistyö	9
Jäsenhankinta	9
Vaikuttaminen.....	9
Muu sidosryhmäyhteistyö	9

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

Keväällä 2020 levinnyt koronapandemia heijastuu luomuun ja Pro Luomun toimintaan monin eri tavoin. Pandemia muutti kuluttajien ostokäyttäytymistä ja vähensi ruokapalveluiden tarjontaa. Pandemia jatkuu edelleen ja sen vaikutuksia on vaikea arvioida. TNS Gallupin kyselyn mukaan 20 % kuluttajista ilmoittaa, että koronapandemia on lisännyt heidän kiinnostustaan luomuun. Toisaalta, pandemian myötä kuluttajien ostovoima heikkenee. Erityisesti monet ruokapalvelut ja heille tuotteita valmistavat yritykset kärsivät pandemian seurauksista.

Luomun myynti kasvaa edelleen Suomessa, joskin pandemia vaikeuttaa vertailua aiempiin vuosiin. Kiristyneen kilpailulainsäädännön vuoksi Pro Luomu kehittää markkinaseurantaa ja käyttää kaupparyhmiltä kerättävän tiedon tukena myös Nielsenin kuluttajapaneelin tuloksia.

EU:n nykyinen ohjelmakausi jatkuu vuoden 2022 loppuun siirtymä kautena, jolloin noudatetaan nykyisen ohjelmakauden säädöksiä mutta käytetään jo uuden ohjelmakauden rahaa. Uuden ohjelmakaudenkin ohjenuoraksi EU:n komissio julkaisi kesällä 2020 kaksi uutta strategiaa: *Pelloilta pöytään*- ja *Biodiversiteetti - strategia*, joissa molemmissa luomu nostettiin merkittäväksi keinoksi saavuttaa EU:n ympäristötavoitteet. Strategiat asettivat tavoitteeksi, että luomun osuus nostetaan EU:n nykyisestä 8 %:sta 25 %:iin vuoteen 2030 mennessä. Miten nämä tavoitteet heijastuvat parhaillaan valmisteltavaan Suomen Cap-ohjelmaa ja päivitettävään kansalliseen luomuohjelmaan, selvinnevät syksyn 2020 tai viimeistään kevään 2021 aikana. Myös EU valmistelee luomuohjelmaa, jonka tavoitteena on edistää sekä luomun tuotantoa että kysyntää.

Uusi kansallinen julkisten hankintojen strategia suosittelee luomun käytön lisäämistä julkisissa ruokapalveluissa niin, että luomun osuus olisi 25 % vuonna 2030. Tämä on tärkeä tavoite erityisesti nyt kun uudet kunnanvaltuustot valitaan keväällä 2021.

EU:n uuden luomuasetuksen voimaantulo lykkäytyy vuodella, joten se tulee voimaan vasta vuoden 2022 alusta. Tämä merkitsee, että toimeenpanoasetuksen ja erityisesti niiden soveltamista Suomessa selventävien tuotantoehtojen valmistelu jatkuu vuonna 2021.

Pro Luomu uudisti vuonna 2020 strategiansa, jonka toteuttaminen alkaa vuonna 2021. Vuonna 2020 käynnistetty EU:n osarahoitteinen *Luomu. Se on hyvä merkki*-kampanja jatkuu vuoteen 2023 asti. Ruokasektorin koordinaatiohanke, jossa Pro Luomu on osatoteuttajana, jatkuneen vuoden 2021 loppuun. Koronapandemia vaikuttaa toiminnan toteuttamiseen vielä ainakin keväällä siirtäen osan tapahtumista toteutettavaksi verkossa.

Vuosi 2021 on Pro Luomu ry:n juhluvuosi, sillä yhdistys täyttää 10 vuotta 22.3. 2021. Vuosi 2021 tuo myös muutoksia yhdistyksen organisaatioon, sillä sekä hallituksen puheenjohtaja että yhdistyksen toiminnanjohtaja vaihtuvat.

Strategia

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 (2021-2025). 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.
2. Luomutuotteet ovat innovatiivisia, laadukkaita ja trendikkäitä ja niitä on tarjolla myös ammattikeittiöille.
3. Kuluttajat näkevät luomun vastuullisena, nykyaikaisena ja fiksuna valintana.
4. Luomun arvoketjussa kehitetään jatkuvasti tuottavuutta ja kilpailukykyä sekä ympäristön ja kotieläinten hyvinvoinnin kannalta parhaita käytäntöjä.
5. Pro Luomun arvostus alan asiantuntijana ja yhteistyökumppanina eri sidosryhmien keskuudessa lisääntyy ja jäsenkunta kasvaa.

TOIMENPITEET

Markkinan ja tuotannon kehittymisen seuranta

Luomumyynnin ja tuotannon kehityksen seuranta

Pro Luomu seuraa luomun myynnin kehittymistä kahdesti vuodessa kaupparyhmittymille lähetettävällä kyselyllä sekä Nielsenin HomeScanin kautta kuluttajien luomuoostojen kehittymisestä. Yhteenvedona näistä Pro Luomu julkaisee vähintään kerran vuodessa tietoa luomumarkkinan kehittymisestä Suomessa. Näiden lisäksi Pro Luomu edistää sitä, että luomutuotteiden myynnin seuranta saataisiin osaksi Tilastokeskuksen toteuttamaa myyntiseurantaa.

Muu seuranta

Luomuoostoskorin sisältö on uusi luomumarkkinan kehityksen mittari. Tämä mittari otetaan käyttöön vuonna 2021, mikäli asiaan ei liity kilpailuoikeudellisia esteitä.

Ruokapalveluiden luomun käytön kehittymistä seurataan EkoCentrian kehittämän palvelun avulla.

Pro Luomu päivittää kaksi vuotta sitten tehdyn selvityksen luomutuotteiden viennistä. Selvitys

Luomutuotannon kehitystä seurataan virallisista tilastoista, ja täydennetään niitä tarvittaessa erillisillä selvityksillä.

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

Tutkimukset

Vuoden 2021 syksyllä toteutetaan luomun kuluttajabarometri. Edellinen laaja kuluttajabarometri on vuodelta 2019.

Vuonna 2021 toteutetaan myös luomun ketjubarometri, jolla haetaan erityisesti luomun arvoketjun toimijoiden näkemyksiä ja ajatuksia luomualan kehityksen vauhdittamiseksi.

Pro Luomu tekee yhteistyötä Luomuinstituutin kanssa luomun kehitysskenaarioiden laatimiseksi. Skenaarioiden tavoitteena on arvioida luomun tuotantoalan kasvun yhteiskunnallisia vaikutuksia. Samalla se luo pohjaa tulevalle luomuohjelmalle sekä luomun yhteiskunnallisten vaikutusten mittaristolle. Työssä käytetään hyväksi myös Pro Luomun muita selvityksiä, kuten tehtävää vientiselvitystä.

Mittarit: Toteutuminen sekä tuotetun tiedon hyödyntäminen.

Rahoitus: Markkinan seuranta: Omarahoitus ja EU-hanke; Luomubarometri: EU-hanke; Ketjubarometri ja vientiselvitys: MMM:n ostopalvelu, muut selvitykset: oma rahoitus

Arvoketjut ja prosessiryhmä

Arvoketjuryhmät

Pro Luomu jatkaa jo toimivien lihan, kasvisten ja maidon arvoketjuryhmien toimintaa. Ryhmien toimintaan luodaan uudenlainen toimintamalli, joka ottaa huomioon kiristyneen kilpailulainsäädännön, Pro Luomun uusitun strategian ja pandemian aikana hyvin sujuneet Teams -palaverit. Käytettävissä olevien resurssien mukaan perustetaan tai valmistellaan kahden uuden ryhmän, Horeca-ryhmä ja luomuviljan arvoketjutyöryhmän, perustamista.

Pro Luomu perustaa myös prosessi-ryhmän, jonka tarkoituksena on koota valmistajien näkemyksiä erityisesti säädösten pullonkauloista ja tuoda jäsenistön näkemyksiä IFOAMin prosessiryhmään sekä säädösvalmisteluun Suomessa.

Viestintä

Strategiset tavoitteet ohjaavat Pro Luomun viestintää. Viestinnän rooli on vahva erityisesti luomun mielikuvan kehittämisessä ja kulutuksen kasvattamisessa sekä Pro Luomun asiantuntijaroolin vahvistamisessa ja yhteistyössä jäsenten kanssa. Viestinnän mittaristoa kehitetään ja rakennetaan vastaamaan strategisten tavoitteiden saavuttamista. Vuonna 2021 keskitytään erityisesti viestinnän vaikuttavuutta seuraavaan mittariston kehittämiseen, joka koostetaan eri viestinnän alueita mittaavista osamittareista.

Luomun pääviesti: *Luomu on vastuullinen, nykyaikainen ja fiksu valinta.*

Pro Luomun pääviesti: *Pro Luomu on luomualan johtava viestijä, vaikuttaja ja yhteistyön rakentaja sekä arvostettu asiantuntija ja yhteistyökumppani.*

Viestinnän painopisteet

Viestinnän kehittämisen painopisteet vuonna 2021:

- Luomun ja Pro Luomun medianäkyvyys

- Kuluttajia puhutteleva viestintä
- Viestintäyhteistyö jäsenten kanssa
- Tutkimustiedon välittäminen
- Sidosryhmäyhteistyö viestinnässä

Luomun ja Pro Luomun medianäkyvyys

Vuonna 2021 jatketaan säännöllistä mediatiedottamista. Tiedotteita lähetetään tiedotejakelupalvelun kautta 15–20. Mediatiedottamista kehitetään kohdentamalla tiedotteet aiempaa tarkemmin, tekemällä eri kohderyhmille erilaiset versiot sekä pitchaamalla aiheita suoraan medialle. Viestinnän vaikuttavuuden mittaristoon rakennetaan mediatiedottamiselle ja muulle PR-toiminnalle osamittarit, jotka seuraavat läpimenomäärien lisäksi vaikuttavuutta.

Julkiseen keskusteluun osallistutaan sekä Pro Luomun omilla että sidosryhmien kanssa tehtävillä yliö- ja mielipidekirjoituksilla. Kirjoitukset julkaistaan myös Proluomu.fi- ja Luomumerkki.fi-sivustoilla sekä sosiaalisen median kanavissa. Erityisesti Twitter- ja LinkedIn-kanavilla osallistutaan säännöllisesti ajankohtaiseen keskusteluun ja pyritään aiempaa aktiivisemmin myös keskustelunavauksiin.

Medianäkyvyydessä kiinnitetään erityisesti huomiota vaikuttajayhteistyön ja sosiaalisen median mahdollisuuksiin. Erityisesti Twitter- ja LinkedIn-kanavilla osallistutaan säännöllisesti ajankohtaiseen keskusteluun ja pyritään aiempaa aktiivisemmin myös keskustelunavauksiin. Tiedottamista ja pitchaamista kohdennetaan perinteisen median lisäksi vaikuttajille ja vuonna 2021 toteutetaan vaikuttajille haastekampanja.

Kuluttajia puhutteleva viestintä

Kuluttajille viestitään vuonna 2021 erityisesti Hyvä merkki -kampanjan (2020–2022) välityksellä. Kolmivuotinen viestintäkampanja lanseerattiin lokakuussa 2020 ja vuonna 2021 se tulee näkymään erityisesti online-mainonnan, Pro Luomun tekemän PR:n ja sisällöntuotannon sekä maistatuskiertueiden välityksellä.

Maistatuskiertueiden järjestäminen suunnitellulla konseptilla vuonna 2021 on koronatilanteen vuoksi vielä epävarmaa. Sen vuoksi kartoitetaan myös vaihtoehtoja konseptia tai muuta tapaa järjestää kiertueet.

Hyvä merkki -kampanjan tavoitteena on:

1. lisätä luomuoistojen 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.

Pro Luomun roolina on kampanjan koordinointi, PR ja sisällöntuotanto. Yhteistyökumppanina kampanjan toteutuksessa on Ryhmä Creative.

Pro Luomun kuluttajaviestintää kehitetään Hyvä merkki -kampanjasta saatujen kokemusten ja kampanjamittausten perusteella.

Myös vuoden 2021 aikana rakennettava viestinnän vaikuttavuuden mittaristo tukee kuluttajaviestinnän kehittämistä. Mittaristoon kehitetään kuluttajaviestinnälle osamittarit, jotka seuraavat esimerkiksi

kuluttajasisältöjen sitoutumisastetta, vuorovaikutusta ja niiden parissa vietettyä aikaa. Sisältöjä kehitetään myös hakusana-analyysin avulla.

Viestintäyhteistyö jäsenten kanssa

Jäsenten kanssa tehdään viestintäyhteistyötä, joka vuonna 2021 näkyy erityisesti Hyvä merkki -kampanjan kautta. Kampanjasta saatujen kokemusten perusteella kehitetään hyviä käytäntöjä viestintäyhteistyöhön.

Hyvä merkki -kampanjan aikana 2020-2022 kampanjan markkinointiviestinnän tukena toimii markkinointiviestintäryhmä, joka koostuu jäsenyritysten ja -yhteisöjen markkinoinnin ja viestinnän asiantuntijoista. Ryhmä kokoontuu tarvittaessa pohtimaan Hyvä merkki -kampanjaan liittyviä ajankohtaisia asioita, kuten maistatuskiertuetta, mainonnan tuloksia ja markkinointiviestinnän toimenpiteitä.

Jäsenille viestitään ajankohtaisista asioista uutiskirjeiden, sähköpostin ja tapaamisten välityksellä. Vuonna 2021 arvoketjutyöstä ja sen tuloksista viestitään aiempaa näkyvämmiin sekä jäsenille että sidosryhmille.

Vuonna 2021 jäsenviestintään rakennetaan viestinnän vaikuttavuuden osamittarit.

Tutkimustiedon välittäminen

Vuonna 2021 vahvistetaan erityisesti tutkimustuloksista ja arvoketjutyöstä viestimistä sekä yhteistyötä tutkimuksen ja muiden toimijoiden kanssa. Tavoitteena on myös popularisoida ja visualisoida tutkimustietoa erityisesti kuluttajaviestintään. Kiinnostavaa viestittävää ovat erityisesti luomun vaikutukset ympäristöön. Valitettavasti selkeä mittaristo tästä aiheesta toistaiseksi puuttuu.

Sidosryhmäyhteistyö viestinnässä

Sidosryhmille viestitään uutiskirjeiden, sähköpostin ja tapaamisten välityksellä. Koronapandemian vuoksi tapaamiset on muutettu Teams-yhteydellä etätapaamisiksi, joka on vaikuttanut tapaamisten luonteeseen, mutta myös lisännyt viestintää ja yhteistyötä mm. luomualan kehittäjien online-työpajojen muodossa. Säännöllisiä online-työpajoja jatketaan myös vuonna 2021.

Sidosryhmien, kuten muiden luomualan toimijoiden ja vastuullisuusjärjestöjen kanssa pyritään tekemään strategian tavoitteita edistävää viestintäyhteistyötä sopiviin teemoihin liittyen. Vuonna 2021 tehdään mm. kuntavaaliyhteistyötä EkoCentrian, Reilu kauppa ry:n ja Joutsenmerkki Oy:n kanssa. Tavoitteena on kerätä kuntavaalien ehdokkailta sitoumuksia vastuullisten hankintojen tekemiseksi.

Aiheet ja kanavat

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

Kanavat

Viestinnän tärkeimmät kanavat ovat Proluomu.fi-sivusto sekä Hyvä merkki -kampanjan aikana Luomumerkki.fi-sivusto. Osa Pro Luomun verkkosivujen ajankohtaisesta sisällöstä käännetään englanniksi

sekä Luomumerkki.fi-sivustolla ruotsiksi. Tavoitteena on, että sivustojen kävijämäärä kasvaa mutta myös se, että sivustolla vietetty aika pitenee ja sivustoille palaavien käyttäjien määrä lisääntyy.

Yhdistys osallistuu myös vuoden 2020 aikana uudistetun Luomu.fi-sivuston ylläpitämiseen ja kehittämiseen yhdessä Luomuinstituutin, Luomuliiton, EkoCentrian ja ProAgrian kanssa.

Pro Luomun sosiaalisen median kanavia ovat Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn ja YouTube. Pro Luomu ylläpitää lisäksi Facebookissa Luomualan kehittäjien yhteistyöryhmää sekä on aktiivisesti näkyvillä monissa luomutoimijoiden ja ruokasektorin Facebook-ryhmissä.

Lisäksi Pro Luomu julkaisee säännöllisesti jäsenuutiskirjettä ja erikseen tilattavaa, ruoka-alan toimijoille suunnattua uutiskirjettä.

PAINOPISTE	TUOTOSTAVOITTEET	TULOSTAVOITTEET
Medianäkyvyys	15-20 mediatiedotetta 3 yliötä tai mielipidekirjoitusta	200 Pro Luomun tiedotteen, materiaalin tai pitchauksen tuottamaa mediaosumaa perinteisessä mediassa tai vaikuttajien kanavissa
Kuluttajia puhutteleva viestintä	Sivustoille 15 tuottajatarinaa ja 5 muuta artikkelia Noin 10 sosiaalisen median postausta / vko Yksi sosiaalisen median haastekampanja, jossa vähintään 10 vaikuttajan kontaktointi	Luomun mielikuvan muuttuminen vastuullisemmaksi, nykyaikaisemmaksi ja fiksummaksi (Luomubarometri) Luomumerkki.fi-sivustolla 50 000 kävijää ja Proluomu.fi-sivuilla 60 000 kävijää Sosiaalisen median sisältöjen sitoutumisprosentti keskimäärin 5 %.
Viestintäyhteistyö jäsenten kanssa	Viestintäyhteistyö 18 jäsenyhteisön kanssa	Jäsenet kokevat yhteistyön hyödyllisenä, haluavat lisää yhteistyötä.
Tutkimustiedon välittäminen	10 tiedotetta tai popularisoitua artikkelia luomuun liittyvistä tutkimuksista	Luomun mielikuvan muuttuminen vastuullisemmaksi, nykyaikaisemmaksi ja fiksummaksi (Luomubarometri)
Sidosryhmäyhteistyö viestinnässä	Vähintään kolme yhteistyöprojektia sidosryhmien kanssa	Yhteistyön kautta saavutetaan luomulle ja/tai Pro Luomulle lisää näkyvyyttä.

Koulutus, kehittäminen ja tapahtumat

Vuonna 2020 koronapandemia muutti Pro Luomun toimintaa ja monet tapahtumat jouduttiin perumaan tai siirtämään verkkoon. Koronapandemiaa asettaa suurta epävarmuutta myös vuoden 2021 tapahtumien järjestämiselle, jokaisen tapahtuman järjestämistä pohditaan tapauskohtaisesti ajankohdan lähestyessä. Omien tapahtumien lisäksi, Pro Luomu arvioi tapauskohtaisesti ajankohtaisiin ammattilais tapahtumiin

osallistumista, tällainen voi olla esimerkiksi syksyisin järjestettävä julkisen ruokailun ammattilaisten Ateria-tapahtuma.

Luomualan kehittäjien Online-työpajat (Ruokasektorin koodinaatiohanke)

Pro Luomu käynnisti vuonna 2020 luomualan kehittäjille suunnatut Online-työpajat. Työpajoja järjestetään myös vuonna 2021 ajankohtaisista teemoista Teams-alustalla. Tavoitteena on järjestää vuoden aikana ainakin neljä Online-työpajaa.

Pro Luomun 10-vuotis juhlaseminaari

Pro Luomu täyttää 10 vuotta 22.3., jonka kunniaksi järjestetään juhlaseminaari joko juhlapäivänä tai myöhemmin keväällä. Seminaari pyritään järjestämään hybriditapahtumana, johon kokoontuu fyysisesti seminaarin esiintyjät, Pro Luomun hallitus ja mahdolliset muut tärkeät sidosryhmät, isolle yleisölle seminaari streamataan suoratoistopalvelussa. Seminaarissa julkaistaan ketjubarometrin sekä vientiselvityksen tulokset.

SuomiAreena (Ruokasektorin koordinaatiohanke tai EU-hanke)

Pro Luomu on saanut SuomiAreenasta kesäksi 2021 keskustelupaikan yhdessä Reilun kaupan yhdistyksen ja Joutsenmerkin kanssa. Keskustelu oli tarkoitus järjestää jo kesällä 2020, jolloin keskustelun otsikoksi oli päätetty *Kestäviä tekoja vai viherpesua - voiko vastuullisuusmerkkeihin luottaa?* Koronapandemia siirsi kuitenkin keskustelun vuoteen 2021, aihe ja puhujat mietitään uudestaan vuoden alussa.

Luonnon päivä (29.8.) luomutiloilla (Ruokasektorin koordinaatiohanke)

Pro Luomu osallistuu Luonnon päivä luomutiloilla -tapahtuman koordinointiin yhdessä maa- ja metsätalousministeriön, Luomuliiton, Biodynaamisen yhdistyksen sekä MTK:n ja SLC:n kanssa. Vuonna 2020 tapahtumaa ei perinteisessä muodossa järjestetty koronapandemian tähden, ja toistaiseksi on avoinna millä tavalla tapahtuma toteutuu vuonna 2021.

Luomuelintarvikepäivä ja European Organic Food Innovation Award

Järjestyksessä seitsemäs Luomuelintarvikepäivä järjestetään syksyllä 2021. Seminaarin tarkoituksena on luoda elintarvikealan toimijoille (kauppa, valmistajat, ammattikeittiöt) luomuun keskittynyt koulutus- ja verkostoitumistilaisuus. Tilaisuuteen haetaan korkeatasoisia puhujia sekä Suomesta että ulkomailta. Seminaari rahoitetaan osallistumismaksuilla ja sponsorituloilla. Selvitetään myös verkkototeutuksen mahdollisuutta.

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

Tapahtumat:

Mittarit: Osallistujat, palaute, näkyvyys somessa ja perinteisessä mediassa

Rahoitus: Ruokasektorin koordinaatiohanke, mahdolliset osallistumis/sponsori-maksut

Muu toiminta

Ohjelmakauden siirtymävaiheen aikana (2021 -2022) maaseutuohjelman mukaisia hankkeita tulee haettavaksi. Toistaiseksi ei vielä tiedetä mitkä ovat hakujen painopisteet ja hakujen aikataulut. Näiden lisäksi myös EU:n koronaelvytysrahoitusta ohjataan mahdollisesti myös teemoihin, joihin luomu voisi sopia. Mahdollisia hankeaihiota voisi olla ammattikeittiöiden luomukäytön lisääminen, luomun kestävyysmittariston rakentaminen yhdessä tutkimuksen kanssa ja luomutuotteiden tuotekehitystä tukeva hanke.

Pro Luomu valmistelee EU:n menekinedistämisrahoitukseen luomulle korvamerkityn rahoituksen hakemista joko yksin tai yhdessä muiden jäsenmaiden kanssa. Alustavasti Ruotsi (Organic Sweden) ja mahdollisesti Tanska ja Hollanti olisivat kiinnostuneita hakemaan rahoitusta yhdessä.

Sidosryhmäyhteistyö

Jäsenhankinta

Pro Luomun jäsenmäärä (lokakuu 2020) on 78 jäsentä ja 4 kannattajajäsentä. Vuoden 2021 aikana on tavoitteena saada 10 % lisää jäsenmaksutuloja.

Vaikuttaminen

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

Pro Luomu on IFOAMin jäsen ja vahvistaa osallistumistaan IFOAM EU:n prosessiryhmässä tukeutumalla aiempaa systemaattisemmin kerättyyn tietoon jäsenistöltä perustettavan prosessiryhmän avulla.

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 Portaatt 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, jäsenmaksujen määrä, sidosryhmien yhteistyön toimivuus
Rahoitus:	Jäsenmaksut, Ruokasektorin koordinaatiohanke