

Pro Luomu ry

TOIMINTASUUNNITELMA V. 2022

Sisällys

Toiminnan tarkoitus ja strategia	2
Tarkoitus.....	2
Tilannekatsaus	2
Strategia	3
Toimenpiteet.....	4
Markkinan ja tuotannon kehittymisen seuranta	4
Arvoketjut ja elintarvikeryhmä	5
Viestintä	5
Viestinnän painopisteet	5
Aiheet ja kanavat	8
Kanavat	8
Koulutus ja tapahtumat	10
Luomualan kehittäjien Online-työpajat	10
Tutkimustiistait	10
Luonnon päivä (29.8.) luomutiloilla	10
#Vaikutahankinnoilla-webinaarit	10
Luomuelintarvikepäivä ja European Organic Food Innovation Award	11
Kehittäminen	11
Sidosryhmäyhteistyö	11
Jäsenhankinta	11
Vaikuttaminen.....	11
Muu sidosryhmäyhteistyö	12

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 alkanut koronapandemia on vaikuttanut vielä vuonna 2021 Pro Luomun toimintaan ja luomun markkinoihin, muun muassa ravintoloiden toimintaa on edelleen rajoitettu. Yhteiskuntaa on aloitettu avaamaan syksyllä 2021, mutta pandemia jatkuu edelleen ja on vaikea tarkasti arvioida minkälaiselta ”uusi normaali” tulee näyttämään. Syyskuussa toteutetun luomun kuluttajabarometrin mukaan 20 % kuluttajista ilmoittaa, että koronapandemia on lisännyt heidän kiinnostustaan luomuun, kuitenkin suurta muutosta aktiivisten luomukuluttajien määrässä ei kuluttajabarometrissä ole havaittavissa verrattuna vuoteen 2019.

Luomun myynti kasvoi hyvin vuonna 2020 Suomessa. Kiristyneen kilpailulainsäädännön vuoksi Pro Luomu julkaisee nykyään tiedot luomumarkkinasta vain kerran vuodessa, käyttäen arvioissa sekä kaupparyhmitä kerättävää tietoa että Nielsenin kuluttajaneelin tuloksia.

EU:n Pelloilta pöytään- ja biodiversiteetti -strategiat asettivat keväällä 2020 tavoitteeksi kasvattaa luomupeltoalan osuutta 25 prosenttiin EU:n peltoalasta. Tämän tavoitteen tueksi Euroopan komissio julkaisi keväällä 2021 luomutuotannon edistämiseksi toimintasuunnitelman vuosille 2021–2027, joka esittää toimia kaikkiin jäsenvaltioihin muun muassa kuluttajatietoisuuden parantamiseksi, kysynnän edistämiseksi julkisissa keittiöissä sekä luomututkimuksen lisäämiseksi. Osana toimintasuunnitelmaa EU julisti myös syyskuun 23. päivän viralliseksi Euroopan unionin luomutuotannon päiväksi.

Myös Suomessa julkaistiin kesäkuussa 2021 kansallinen luomuhjelma *Luomu 2.0*. Siinä linjattiin Suomeen sama tavoite kuin koko EU:n eli vuonna 2030 neljännes Suomen peltoalasta tulisi olla luomua. Lisäksi ohjelma asetti tavoitteita myös muun muassa luomumyynnin kehitykselle, ammattikeittiöiden luomun käytölle, luomuviennille sekä osaamisen kehittämiseksi. Ohjelman toimeenpano on alkamassa syksyllä 2021.

EU:n yhteisen maatalouspolitiikan ohjelmakauden alku on siirtynyt vuoden 2021 alusta vuoden 2023 alkuun. Meneillään olevia väli vuosia kutsutaan siirtymäkaudeksi, jolloin noudatetaan nykyisen ohjelmakauden säädöksiä, mutta käytetään jo uuden ohjelmakauden rahaa. Suomen omaa CAP-suunnitelmaa on työstetty vuoden 2021 aikana ja se on herättänyt paljon keskustelua myös luomualalla. Huolena on ollut jopa, ettei EU-tavoitteiden mukaiselle luomun kasvulle ole varattu tarpeeksi rahaa CAP-budjetissa.

EU:n uuden luomuasetuksen voimaantulo lykkäytyi vuodella, ja uusi asetus tulee voimaan vuoden 2022 alusta. Asetuksen soveltamista Suomessa selventävien tuotantoehtojen valmistelu on edelleen käynnissä syksyllä 2021.

Pro Luomun hallituksen esitys

Vuonna 2021 Pro Luomun uutena toiminnanjohtajana aloitti Aura Lamminparras ja uutena puheenjohtajana Harri Hovi. Pro Luomu on alkanut toteuttaa myös uutta vuonna 2020 valmisteltua strategiaa. Vuonna 2020 käynnistetty EU osarahoitteinen *Luomu. Se on hyvä merkki*-kampanja jatkuu edelleen vuoteen 2022 asti. Ruokasektorin koordinaatiohanke, jossa Pro Luomu on osatoteuttajana, jatkuu helmikuuhan 2022 asti.

Pro Luomulla on alkamassa uusia hankkeita. Nykyisen Ruokasektorin koordinaatiohankkeen ns. jatkohankkeena alkaa *Lähiruokaa, luomua ja luonnontuotteita - Ruokasektorin koordinaatio* -hanke, jonka päätoteuttaja on Turun yliopiston Brahea-instituutti, ja osatoteuttajat Pro Luomu ja Helsingin yliopiston Ruralia-instituutti. Hankkeen tavoitteena on tukea ja tehostaa kehittämistyötä sekä viestiä luomu-, lähiruoka- ja luonnontuotealan sektoreilla. Hanketta toteutetaan vuosina 2022–2024.

Pro Luomu on mukana myös vuonna 2022 alkamassa *Luomutetaan ruokapalvelut (LuRu) -hanketta*, jonka päätoteuttaja on Savon koulutuskuntayhtymä ja osatoteuttajat Pro Luomu ja Savonia-ammattikorkeakoulu. Hankkeen tavoitteena on pilotoida Suomen luomutavoitetta julkisille keittiöille (25 % raaka-aineista luomua) sekä tiivistää ja kehittää yhteistyötä arvoketjussa. Hanketta toteutetaan vuosina 2022–2024.

Lisäksi Pro Luomu on hakenut EU:n menekinedistämisvaroista uutta *Nudging Organic* -hanketta vuosiksi 2022–2024. Hakemus on tehty kansainvälisessä yhteistyössä Ruotsin, Hollannin ja Belgian Flandersin kanssa. Hankkeen tavoitteena on lisätä luomumerkin tunnettuutta ja ymmärrystä luomusta sekä kasvattaa luomun myyntiä kohdemaissa. Toimia ovat monikanavainen mainonta, PR ja maistatustapahtumat ruokakaupoissa. Koko hankkeen budjetti on 4 530 000 €, josta Pro Luomun ja Suomen osuus 1 555 000 €. Pro Luomu on lokakuussa 2021 edennyt hankehaussa sopimuksen viimeistelyvaiheeseen eli on hyvin todennäköisesti saamassa rahoituksen hankkeelle EU:lta, vaikka viimeinen rahoituspäätös vielä puuttuu.

Vuosi 2021 on ollut Pro Luomu ry:n juhlavuosi, sillä yhdistys täytti 10 vuotta 22. maaliskuuta. Koronapandemia on vaikuttanut juhlavuoden suunnitelmiin, mutta yhdistyksellä on tavoitteena pitää isot juhlat vielä marraskuussa 2021.

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

Pro Luomun hallituksen esitys

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

TOIMENPITEET

Markkinan ja tuotannon kehittämisen seuranta

Luomumyynnin ja -kulutuksen seuranta

Pro Luomu seuraa luomun myynnin kehittymistä kahdesti vuodessa kaupparyhmittymille lähetettävällä kyselyllä sekä Nielsenin HomeScanin kautta kuluttajien luomuoostojen kehittymisestä. Yhteenvetona näistä Pro Luomu julkaisee kerran vuodessa tietoa luomumarkkinan kehittymisestä Suomessa.

Varsinaista luomun kuluttajabarometriä ei tehdä vuonna 2022, mutta luomukulutuksen kehitystä seurataan EU-hankkeisiin liittyvän seurannan avulla (*Hyvä merkki -hanke ja Nudging Organic -hanke*).

Vuonna 2022 Pro Luomu aloittaa seuraamaan kuluttajien luottamusta luomuun ja EU-luomumerkkiin ja rakentaa tähän tarkoitukseen soveltuvan mittariston.

Pro Luomu jatkaa edelleen selvitystyötä, miten ruokapalveluiden luomun käytön kehittymistä voitaisiin seurata. Työtä tehdään yhdessä EkoCentrian ja MMM:n kanssa. Tavoitteena on saada kunnollinen mittari käyttöön vuoteen 2023 mennessä.

Kilpailulainsäädäntöön liittyvien haasteiden tähden Pro Luomu ei ole onnistunut saamaan käyttöön mittaria, jolla mitata *luomun osuutta kuluttajien ostoskorissa*. Koska tämä on kuitenkin tärkeä osa Pro Luomun visiota, Pro Luomu etsii edelleen tapaa mitata vision toteutumista ja asettaa tavoitteeksi, että vuoden 2022 aikana tällainen mittausmenetelmä on saatavilla.

Muu seuranta

Luomutuotannon kehitystä seurataan virallisista tilastoista, ja täydennetään niitä tarvittaessa 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.

Tutkimukset

Vuonna 2022 pyritään toteuttamaan myös luomun ketjubarometri, jolla kartoitetaan erityisesti luomun arvoketjun toimijoiden näkemyksiä ja ajatuksia luomualan kehityksen vauhdittamiseksi.

Lisäksi aloitetaan yhteistyössä Luonnonvarakeskuksen kanssa tuottamaan ammattikeittiöille tutkittuun tietoon perustuvia tietokortteja luomun hyödyistä.

Mittarit: Toteutuminen sekä tuotetun tiedon hyödyntäminen.

Rahoitus: Markkinan seuranta: Omarahoitus, Hyvä merkki -hanke, Nudging Organic -hanke; Kulutuksen seuranta: Hyvä merkki -hanke, Nudging Organic -hanke, Ketjubarometri: MMM:n ostopalvelu, muut selvitykset: oma rahoitus, Tietokortit ammattikeittiöille: Luomutetaan ruokapalvelut -hanke

Pro Luomun hallituksen esitys

Arvoketjut ja elintarvikeryhmä

Arvoketjuryhmät

Pro Luomu jatkaa jo toimivien luomulihan, -kasvisten ja -maidon arvoketjuryhmien toimintaa. Lisäksi perustetaan uudet ryhmät luomukeruu- ja Horeca-teemoihin. Luomukeruu-ryhmä toteutetaan yhteistyössä Ruralia-instituutin kanssa ja Horeca-ryhmä yhteistyössä EkoCentrian kanssa.

Pro Luomu osallistuu VYR:n luomuviljaryhmään ja järjestää VYR:n kanssa yhteistyössä kerran vuodessa erityisesti luomuviljan markkinoihin keskittyneen kokouksen.

Pro Luomu jatkaa vuonna 2021 käynnistyneen elintarvikeryhmän toimintaa, jonka tarkoituksena on koota valmistajien näkemyksiä erityisesti säädösten pullonkauloista ja tuoda jäsenistön näkemyksiä IFOAM:in *Processors and traders* -ryhmään sekä säädösvalmisteluun Suomessa.

Viestintä

Strategiset tavoitteet ohjaavat Pro Luomun viestintää. Viestinnän rooli on vahva erityisesti luomun mielikuvan kehittymisessä ja kulutuksen kasvattamisessa sekä Pro Luomun asiantuntijaroolin vahvistamisessa ja yhteistyössä jäsenten kanssa. Vuonna 2022 otetaan käyttöön viestinnän vaikuttavuuden mittaristo, joka koostuu eri viestinnän alueita seuraavista osamittareista. Mittaristolla seurataan strategisten tavoitteiden saavuttamista viestinnän osalta.

Mittaristolla seurataan seuraavien viestinnän alueiden vaikuttavuutta:

- a) mediaviestintä ja PR-toimet
- b) kuluttajaviestintä, verkkosivut ja sosiaalinen media
- c) jäsenviestintä
- d) sidosryhmäviestintä.

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 2022:

- Luomun ja Pro Luomun medianäkyvyys
- Kuluttajia puhutteleva viestintä
- Viestintäyhteistyö jäsenten kanssa
- Luomun vastuullisuusviestintä
- Suomalaisen ja kansainvälisen tutkimus- ja markkinatiedon välittäminen

Luomun ja Pro Luomun medianäkyvyys

Vuonna 2022 jatketaan säännöllistä mediatiedottamista. Tiedotteita lähetetään tiedotejakelupalvelun kautta ainakin 20. Mediatiedottamista kehitetään kohdentamalla tiedotteet aiempaa tarkemmin ja

Pro Luomun hallituksen esitys

tarjoamalla aiheita suoraan mediallyle. Lisäksi tavoitteena on lisätä pitkäjänteistä mediasuhteiden luomista. Mediatiedottamiselle ja muulle PR-toiminnalle otetaan käyttöön viestinnän vaikuttavuuden osamittarit, jotka seuraavat läpimienomäärien lisäksi vaikuttavuutta strategisten tavoitteiden saavuttamisessa.

Julkiseen keskusteluun osallistutaan sekä Pro Luomun omilla että sidosryhmien kanssa tehtävillä yli- 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 aktiivisesti myös keskustelunavauksiin.

Medianäkyvyydessä kiinnitetään huomiota myös vaikuttajayhteistyön ja sosiaalisen median mahdollisuuksiin. Tiedottamista ja aiheiden tarjoamista kohdennetaan perinteisen median lisäksi vaikuttajille ja vaikuttajayhteistyö on olennainen osa Pro Luomun toteuttamia hankkeita.

Nudging Organic -hankkeen (2022–2024) yhteydessä on tavoitteena vahvistaa mediaviestintää sisällyttämällä hankkeeseen ostopalveluita viestintätoimistolta ja järjestämällä esimerkiksi pressitilaisuuksia. Tavoitteena on vahvistaa luomun asemaa ruoantuotannon vastuullisuuskeskustelussa osana tämän päivän ja tulevaisuuden ratkaisuja.

Kuluttajia puhutteleva viestintä

Kuluttajille viestitään vuonna 2022 erityisesti Hyvä merkki -kampanjan (2020–2022) ja Nudging Organic -hankkeen (2022–2024) yhteydessä.

Hyvä merkki -kampanja tulee näkyvään viimeisenä hankevuotena erityisesti keväällä 2022 online-mainonnan, Pro Luomun tekemän PR:n ja sisällöntuotannon sekä maistatuskiertueiden välityksellä. Hyvä merkki -hankkeen edellisiltä hankevuosilta peruuntuneita maistatus tapahtumia päästään todennäköisesti toteuttamaan keväällä 2022.

Hyvä merkki -kampanjan 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.

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

Pro Luomun kuluttajaviestintää kehitetään Hyvä merkki -kampanjasta saatujen kokemusten ja kampanjamittausten perusteella. Nudging Organic -hanke (2022–2024) voidaankin nähdä jatkokampanjaksi Hyvä merkki -kampanjalle. Nudging Organic -hankkeen kampanja lanseerataan, kun Hyvä merkki -kampanja päättyy eli kampanjat eivät ole käynnissä päällekkäin.

Nudging Organic -hankkeen ensisijaisena kohderyhmänä ovat säännölliset ja aktiiviset luomukuluttajat ja lisäksi media, vähittäiskaupat ja luomua valmistava teollisuus. Hankkeen kuluttajakampanja tulee näkyvään kuluttajille syksystä 2022 alkaen. Nudging Organic -hankkeessa tehdään online-mainonnan lisäksi myös ulkomainontaa ja mainontaa kaupoissa. Kaupoissa järjestetään maistatus tapahtumia, joiden tavoitteena on yhdessä myymälämainonnan kanssa ”tuupata” (nudging) kuluttajia ostamaan enemmän luomua.

Pro Luomun hallituksen esitys

Nudging Organic -hankkeen tavoitteena on:

1. lisätä kuluttajien luottamusta ja tunnettuutta EU:n luomumerkkiin,
2. lisätä luomun myyntiä siten, että luomumarkkinan arvon vuosittainen kasvu hankkeen aikana on vähintään 9 %.

Hankkeen pääasiallinen teema on ”Luomu on osa ratkaisua”. Varsinainen kuluttajaviestit tuotetaan yhdessä viestintä- tai mainostoimiston sekä työpajoihin kutsuttavien sidosryhmien kanssa.

Kuluttajaviestintään otetaan käyttöön viestinnän vaikuttavuuden mittarit, joilla seurataan mm. kuluttajasisältöjen sitoutumisastetta, vuorovaikutusta ja niiden parissa vietettyä aikaa. Sisältöjä kehitetään myös edelleen analytiikan ja hakukoneoptimoinnin avulla.

Viestintäyhteistyö jäsenten kanssa

Jäsenten kanssa tehdään viestintäyhteistyötä, joka vuonna 2022 näkyy erityisesti Hyvä merkki -kampanjan ja Nudging Organic -hankkeen kautta. Hankkeista saatujen kokemusten perusteella kehitetään hyviä käytäntöjä viestintäyhteistyöhön.

Hyvä merkki -kampanjan aikana 2020–2022 sekä Nudging Organic -hankkeen aikana 2022–2024 markkinointiviestinnän tukena toimii markkinointiviestintäryhmä, joka koostuu jäsenyritysten ja -yhteisöjen markkinoinnin ja viestinnän asiantuntijoista. Ryhmä kokoontuu tarvittaessa pohtimaan hankkeiden markkinointiviestintään liittyviä ajankohtaisia asioita, kuten maistatustapahtumia, PR-toimia ja mainonnan tuloksia.

Jäsenille viestitään ajankohtaisista asioista uutiskirjeiden, sähköpostin ja tapaamisten välityksellä. Vuonna 2022 arvoketjutyön yhtenä tavoitteena on arvoketjuihin liittyvän viestinnän lisääminen sekä jäsenille, medialle että sidosryhmille.

Vuonna 2022 jäsenviestintään otetaan käyttöön viestinnän vaikuttavuuden osamittarit.

Suomalaisen ja kansainvälisen tutkimus- ja markkinatiedon välittäminen

Vuonna 2022 vahvistetaan edelleen 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 ja Pro Luomu seuraa ja osallistuu mahdollisuuksien mukaan sopivien mittaristojen kehittämiseen.

Tutkimus- ja markkinatiedon välittämisessä otetaan huomioon myös kansainvälinen näkökulma. Vuonna 2022 kiinnitetään erityistä huomiota myös muihin kansainvälisiin teemoihin, kuten vientiin ja sen mahdollisuuksista viestimiseen.

Luomun vastuullisuusviestintä

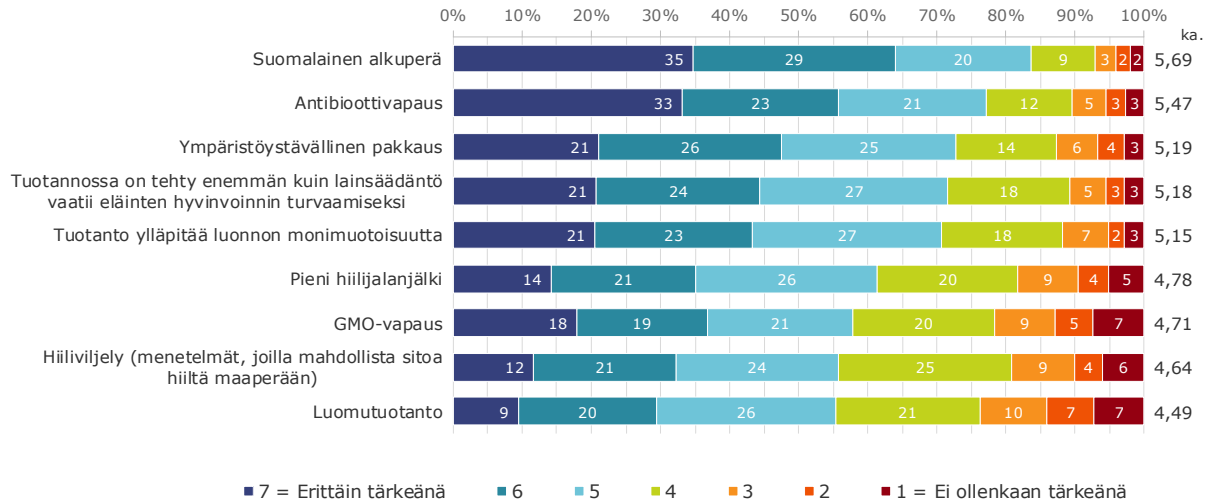
Vastuullisuus on noussut tärkeään rooliin kuluttajien tehdessä ostopäätöksiä. Markkinoille on erityisesti viime vuosina tullut erilaisia yritysten omia vastuullisuusmerkkejä ja vastuulliseksi brändättyjä tuotteita. Nämä tuotteet keskittyvät useimmiten vain yhteen tai muutamaan vastuullisuuden ulottuvuuteen, esim. vapaana pidettäviin eläimiin. Kuluttajalla on todennäköisesti vaikea hahmottaa luomua holistisena

Pro Luomun hallituksen esitys

kokonaisuutena, joka ottaa huomioon useita vastuullisuuden oluttuvuuksia ja tämän takia luomutuotannon erot tavanomaiseen eivät tunnu avautuvan kuluttajalle tarpeeksi hyvin.

Kuinka tärkeinä pidät seuraavia elintarvikkeen tuotantotapaan liittyviä asioita?

TOTAL 2021 (n=1036)



KUVA: Suomalaiset pitävät monia luomuun kuuluvia, mutta yksittäin esitettyjä vastuullisuuden oluttuvuuksia (kuten antibioottivapaus, luonnon monimuotoisuuden ylläpito, lainsäädäntöä laajemmat toimet eläinten hyvinvoinnille) luomutuotantoa tärkeämpiä ominaisuuksina. Lähde: Kantar TNS 2021, Luomun kuluttajabarometri

Tämän takia vuonna 2022 Pro Luomu ottaa vahvasti painopisteeksi luomun vastuullisuusviestin kirkastamisen. Samalla tähtäimeen otetaan pohdinta siitä, minkälainen on tulevaisuuden luomutuotanto ja miten luomua tulisi kehittää, jotta se vastaa kestävyysvaatimuksiin ja kuluttajien tarpeisiin myös tulevaisuudessa.

Tämä työ kulkee punaisena lankana koko Pro Luomun toiminnassa, mutta sitä tehdään vuonna 2022 erityisesti Nudging Organic -hankkeessa. Hankkeessa järjestetään ainakin yksi fasilitoitu työpaja, joissa edellä mainittuja asioita työtetään. Lisäksi työpaja ovat apuna hankkeen kuluttajakampanjan konseptin luomisessa.

Vastuullisuusviestintää tehdään kaikille kohderyhmille, kuten medialle, päättäjille ja kuluttajille. Läpäisevänä teemana on Nudging Organic -hankkeen teema ”Luomu on osa ratkaisua”.

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. Lisäksi Luomutetaan ruokapalvelut-hankkeen kautta viestitään ammattikeittiöille luomun mahdollisuuksista ja tuetaan ammattikeittiöiden luomusta viestimistä asiakkaille.

Kanavat

Pro Luomun hallituksen esitys

Viestinnän tärkeimmät kanavat ovat Proluomu.fi-sivusto sekä Hyvä merkki -kampanjan ja Nudging Organic -hankkeen 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 edelleen 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 mukana ylläpitämässä Vaikuta hankinoilla -ryhmää. Lisäksi Pro Luomu 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	20 mediatiedotetta 8 yliötä, mielipidekirjoitusta tai muuta mediaan kirjoitettua artikkelia 1 PR-tapahtuma	200 Pro Luomun tiedotteen, materiaalin tai pitchauksen tuottamaa mediaosumaa perinteisessä mediassa tai vaikuttajien kanavissa
Kuluttajia puhutteleva viestintä	Sivustoille 7 tuottajatarinaa Noin 10 sosiaalisen median postausta / vko	Luomun mielikuvan muuttuminen vastuullisemmaksi, nykyaikaisemmaksi ja fiksummaksi (Luomubarometri 2023) sekä luomun luottamus (Nudging Organic -hankkeen kuluttajatutkimus) 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. (Hyvä merkki - hankkeen päätöskysely)
Tutkimus- ja markkinatiedon välittäminen	6 tiedotetta tai popularisoitua artikkelia luomuun liittyvistä tutkimuksista ja markkinoista	Luomun mielikuvan muuttuminen vastuullisemmaksi, nykyaikaisemmaksi ja fiksummaksi (Luomubarometri 2023)

Luomun vastuullisuusviestintä	1 fasilitoitu työpaja ja suunnitelma luomun vastuullisuusviestin kirkastamiseksi	Luomu yhdistyy vastuullisuuteen mediassa aiempaa enemmän (Media-analyysi) Luomun mielikuvan muuttuminen vastuullisemmaksi, nykyaikaisemmaksi ja fiksummaksi (Luomubarometri 2023)
-------------------------------	--	--

Mittarit: Viestinnän vaikuttavuuden mittaristo, tuotos- ja tulostavoitteiden saavuttaminen
 Rahoitus: Ruokasektorin koordinaatio -hanke, Luomutetaan ruokapalvelut (LuRu) -hanke, Nudging Organic -hanke, jäsenmaksut

Koulutus ja tapahtumat

Omien tapahtumien lisäksi Pro Luomu arvioi tapauskohtaisesti ajankohtaisiin ammattilaistapahtumiin osallistumista. Tällaisia voivat olla esimerkiksi syksyisin järjestettävä julkisen ruokailun ammattilaisten Ateria-tapahtuma ja Kuntamarkkinat.

Luomualan kehittäjien Online-työpajat (Ruokasektorin koordinaatio 2022–2024)

Pro Luomu järjestää luomualan kehittäjien online-työpajoja. Online-työpajat on suunnattu hanketoteuttajille ja muille luomualan kehittäjille, ja ne järjestetään etänä ajankohtaisista teemoista. Teemoissa pyritään priorisoimaan luomuhjelman teemoja, esim. luomun käyttö ammattikeittiöissä, luomun tuotekehitys, luomukeruuotannon kasvattaminen ja luomuvesiviljelyn mahdollisuudet.

Tutkimustiistait (Ruokasektorin koordinaatio 2022–2024)

Uusi Ruokasektorin koordinaatio aloittaa Tutkimustiistai-tapahtumien järjestämisen. Näissä enintään tunnin pituisissa tilaisuuksissa esitellään yksi hankkeen teemaan (lähiruoka, luomu, luonnontuotteet) tai alaan liittyvä ajankohtainen tutkimus (esim. kestävät ruokajärjestelmät, kulutustutkimus, uudet tuotantomenetelmät, vastuullisuus) kerran kuukaudessa. Pro Luomu vastaa vuonna 2022 vähintään yhdestä luomuun liittyvästä Tutkimustiistaista.

Luonnon päivä (29.8.) luomutiloilla (Ruokasektorin koordinaatio 2022–2024)

Pro Luomu osallistuu Luonnon päivä luomutiloilla -tapahtuman koordinointiin yhdessä maa- ja metsätalousministeriön, Luomuliiton, Biodynaamisen yhdistyksen sekä MTK:n ja SLC:n kanssa. Vuoden 2022 tapahtuman osalta tavoitellaan laajempaa vaikuttavuutta esimerkiksi medianäkyvyyden muodossa.

#Vaikutahankinnoilla-webinaarit

Pro Luomu järjestää yhdessä #vaikuhankinoilla-verkoston kanssa kuntapäätäjille suunnattuja webinaareja vastuullisista hankinnoista. Vuonna 2022 järjestetään 1-2 webinaaria, joiden teemat päätetään tarkemmin myöhemmin.

Pro Luomun hallituksen esitys

Luomuelintarvikepäivä ja European Organic Food Innovation Award

Järjestyksessä kahdeksas Luomuelintarvikepäivä järjestetään syksyllä 2022. Seminaarin tarkoituksena on luoda elintarvikealan toimijoille (kauppa, valmistajat, ammattikeittiöt) luomuun keskittynyt koulutus- ja verkostoitumistilaisuus. Tilaisuuteen etsitään 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.

Tapahtumat:

Mittarit: Osallistujat, palaute, näkyvyys somessa ja perinteisessä mediassa

Rahoitus: Ruokasektorin koordinaatio, Luomutetaan ruokapalvelut (LuRu) -hanke, mahdolliset osallistumis/sponsori-maksut, jäsenmaksurahat

Kehittäminen

Ruokapalveluihin 25 % luomua pilottimallit (Luomutetaan ruokapalvelut (LuRu) -hanke)

Luomutetaan Ruokapalvelut -hankkeessa tehdään konkreettinen malli luomutuotteiden käytöstä julkisten keittiöiden ruokalistoilla ja reseptikassa siten, että luomun käyttötavoite 25 % toteutuu vuoteen 2030 mennessä.

Luomun käyttöönottomalli toteutetaan pilottikunnissa/ruokapalveluissa (arviolta viisi erikokoista pilottia) todellisen, käytössä olevan ruokalistan pohjalta. Jokaisen pilottiruokapalvelun kohdalla arvioidaan työvaiheiden tarve ja laajuus.

Pilottiin tarvittavat työvaiheet suunnitellaan tarkemmin hankkeen alkaessa, mutta todennäköisesti pilottimallia kehitetään työpajoissa ja tarvittaessa järjestetään luomuun liittyviä koulutuksia osaamisen vahvistamiseksi. Pilottimallien toteutuksessa hyödynnetään myös koulujakelujärjestelmää ja tuotetaan tietoa järjestelmän kautta tuettavien tuotteiden tarpeesta. Vuoden 2022 aikana on tavoitteena käynnistää työ alkukartoituksen ja ensimmäisten työpajajoen avulla.

Käyttöönottomallien toteutuksesta vastaa EkoCentria ja Pro Luomu on mukana työssä asiantuntijan roolissa.

Sidosryhmäyhteistyö

Jäsenhankinta

Pro Luomun jäsenmäärä (lokakuu 2021) on 76 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 Luomun hallituksen esitys

Pro Luomu on osa #vaikutahankinnoilla-verkostoa, jonka tavoitteena on saada kuntapäätäjät (poliittiset päättäjät ja viranhaltijat) edistämään vastuullisia hankintoja omassa kunnassaan vastuullisuusmerkkien avulla. Verkostossa ovat mukana Pro Luomun (Luomumerkki) lisäksi Ympäristömerkintä Oy (Pohjoismainen ympäristömerkki, EU-ympäristömerkki), Reilu kauppa ry (Reilu kauppa) ja EkoCentria / Portaat luomuun -ohjelma.

Pro Luomu on IFOAM EU:n jäsen ja vahvistaa edelleen osallistumistaan IFOAM EU:n *processors and traders* -luomuelintarvikeryhmän 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, MTK Luomu ja SLC:n luomuverkosto) ja on osa Luomu.fi-verkostoa ja -toimituskuntaa. 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, Baltian maihin ja Benelux-maihin.

Sidosryhmäyhteistyö:

Mittarit: Pro Luomun tunnettuus, jäsenmaksujen määrä, sidosryhmien yhteistyön toimivuus
Rahoitus: Jäsenmaksut, Ruokasektorin koordinaatiohanke