

# 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/aktiivikäyttäjiä, 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

- ❖ Viestitään luomusta monikanavaisesti ja monipuolisesti eri kohderyhmille.
- ❖ Tehdään viestintäyhteistyötä Pro Luomun jäsenten kanssa ja organisoidaan yhteisiä kampanjoita.
- ❖ Tuetaan arvoketjun toimijoita luomusta viestimisessä.
- ❖ Tuetaan luomun kehitystä päivittäistavarakaupassa sekä ruokapalveluissa.

## Luodaan edellytyksiä

- ❖ Haetaan rahoitusta luomun menekinedistämiseen päivittäistavarakaupoissa.
- ❖ Haetaan rahoitusta luomun yleiseen viestintään sekä materiaalien tuotantoon arvoketjun toimijoille.
- ❖ Haetaan hankkeita ruokapalvelusektorin kehittämiseksi.

## Vaikutetaan

- ❖ Vaikutetaan siihen, että luomu on tunnustettu osa vastuullista ruuankulutusta eri elintarvikealan strategioissa ja ohjelmissa sekä poliittisessa päätöksenteossa.
- ❖ Vaikutetaan hallintoon, jotta luomutavoitteita edistävät toimet edistyvät.
- ❖ Pyritään vaikuttamaan EU:n menekinedistämisrahoitukseen, jotta rahoituksen saaminen olisi mahdollisimman sujuvaa suomalaisille.
- ❖ Edistetään suomalaista osaamista menekinedistämisrahoituksesta sidosryhmäyhteistyön avulla.

**KOHDERYHMÄT:** Kuluttajat, Pro Luomun jäsenet ja muut arvoketjun toimijat, hallinto

**MITTARIT:** Kuinka iso osa suomalaisista hevi/aktiivikäyttäjiä, ammattikeittiöiden luomukäytön kasvu

2

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

**PRO LUOMU** 

### **Tehdään**

- ❖ Jaetaan aktiivisesti tietoa luomun kulutuksesta, markkinasta ja trendeistä.
- ❖ Järjestetään koulutus- ja verkostoitumistapahtumia, kuten Luomuelintarvikepäivää.
- ❖ Tarjotaan jäsenistölle luomuun liittyvää koulutusta.

### **Luodaan edellytyksiä**

- ❖ Kartoitetaan jäsenistön tarpeita koulutuksen suhteen.
- ❖ Tehdään yhteistyötä elintarviketutkimuksen kanssa ja pyritään kohtauttamaan yrityksiä ja tutkimusta.

### **Vaikutetaan**

- ❖ Vaikutetaan luomututkimuksen edellytyksiin elintarvikkeiden osalta.

**KOHDERYHMÄT:** Elintarviketeollisuus, tukut, kaupat, ruokapalvelut, tutkimus

**MITTARIT:** Luomutuotteiden myynnin kasvu/ammattikeittiöiden luomukäytön kasvu

3

## Kuluttajat näkevät luomun vastuullisena, nykyaikaisena ja fiksuna valintana.

PRO LUOMU 

### Tehdään

- ❖ Tehdään rohkeaa ja puhuttelevaa viestintää kuluttajille luomun ympäristö- ja yhteiskunnallisista vaikutuksista.
- ❖ Tuotetaan ja popularisoidaan tutkimuksiin perustuvaa sisältöä luomusta arvoketjun toimijoiden käyttöön.
- ❖ Tehdään aktiivisesti mediaviestintää.

### Luodaan edellytyksiä

- ❖ Luodaan ja ylläpidetään mediasuhteita.
- ❖ Tehdään yhteistyötä tutkimuksen kanssa vaikuttavamman tutkimustiedon saavuttamiseksi.
- ❖ Tehdään yhteistyötä muiden vastuullisuustahojen kanssa.

### Vaikutetaan

- ❖ Kannustetaan arvoketjun toimijoita puhumaan rohkeammin ja vaikuttavammin luomusta ja sen vaikutuksista.

**KOHDERYHMÄT:** Kuluttajat, media

**MITTARIT:** Luomubarometrin mittaaman luomun mielikuvan kehittyminen

# 4

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

## Tehdään

- ❖ Tuotetaan tietoa luomusta: markkinatieto, vientiselvitys, kuluttajatutkimukset, media-analyysi, sosiaalisen median analyysi.
- ❖ Koordinoidaan tuoteryhmäkohtaisia arvoketjuja ja elintarvikeryhmää.
- ❖ Järjestetään luomun kehittämisen ympärille erilaisia tilaisuuksia, kuten luomualan kehittäjien online-työpajat, Luomufoorumi.

## Luodaan edellytyksiä

- ❖ Haetaan rahoitusta luomun kehittämiseksi, esimerkiksi koordinaatiohankkeita.
- ❖ Ollaan aktiivisia kansainvälisissä sidosryhmissä luomun kehittämiseksi, mm. IFOAM OE:n IGOP-ryhmä ja Euroopan Komission luomulähettiläsverkosto.
- ❖ Tehdään yhteistyötä maa- ja metsätalousministeriön kanssa luomuohjelman toimeenpanon edistämiseksi.

## Vaikutetaan

- ❖ Tuetaan koko arvoketjua luomun lainsäädöntyössä.
- ❖ Vaikutetaan erityisesti elintarvikelainlainsäädännön kehitykseen luomun osalta.
- ❖ Vaikutetaan siihen, että luomututkimukseen on riittävästi rahoitusta.
- ❖ Vaikutetaan kotimaisen hankerahoituksen painopisteisiin, jotta luomun kehitystä edistäviä hankkeita on haettavissa.

**KOHDERYHMÄT:** Arvoketjun toimijat, tutkimus, hallinto

**MITTARIT:** Luomubarometrin mittaaman luomun mielikuvan kehittyminen



5

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

PRO LUOMU 

## Tehdään

- ❖ Ollaan monipuolisesti mukana ruoka-alan tapahtumissa ja työryhmissä.
- ❖ Tehdään kannanottoja luomuun liittyvistä kysymyksistä.
- ❖ Kehitetään Pro Luomun asiantuntijaroolia mediassa.
- ❖ Tehdään aktiivista jäsenhankintaa.
- ❖ Osallistutaan aktiivisesti julkiseen keskusteluun.

## Luodaan edellytyksiä

- ❖ Selvitetään mahdollisuuksia laajentaa jäsenkuntaa myös vahvemmin kolmannen sektorin suuntaan.
- ❖ Kehitetään ja ylläpidetään Pro Luomun henkilöstön osaamista.
- ❖ Kehitetään Pro Luomun toimintaa vastaamaan paremmin nykyisen jäsenistön tarpeita.

## Vaikutetaan

- ❖ Aktivoidaan ja kannustetaan jäseniä osallistumaan Pro Luomun toimintaan.

**KOHDERYHMÄT:** Arvoketjun toimijat, Pro Luomun jäsenet, media

**MITTARIT:** Kyselytutkimukset / jäsenrekisteri

**Luomua.  
Ilman muuta.**



**PRO LUOMU** 