

Pro Luomu ry

TOIMINTASUUNNITELMA V. 2024

Sisälllys

Toiminnan tarkoitus ja strategia	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
Viestinnän tavoitteet ja mittaaminen	9
Koulutus ja tapahtumat	11
Luomualan kehittäjien Online-työpajat	11
Tutkimustiistait	11
Luomufoorumi	11
Gastro-messut	11
Luonnon päivä (31.8.) luomutiloilla	11
Vaikuta hankinnoilla -yhteistyö	12
EU:n luomupäivä 23.9.	12
Luomuelintarvikepäivä	12
Kehittäminen	12
Sidosryhmäyhteistyö	13
Jäsenhankinta	13
Vaikuttaminen	13
Muu sidosryhmäyhteistyö	14

TOIMINNAN TARKOITUS JA STRATEGIA

Tilannekatsaus

Vuotta 2023 on varjostanut taloudelliset haasteet koko elintarvikeketjussa. Ukrainan sota ja siitä seurannut inflaatio sekä ruuan hinnan nousu vaikuttivat luomumarkkinaan voimakkaasti vuonna 2022. Myynti laski 8 % edellisestä vuodesta ja oli 375 miljoonaa euroa. Volyymin muutoksesta ei ole tarkkaa tietoa saatavilla, mutta elintarvikkeiden hintojen nousu huomioiden on arvioitu, että volyyymi on laskenut vielä arvoakin enemmän. Luomun osuus päivittäistavarakaupan elintarvikemarkkinan arvosta oli 2,2 %. Alustavien tietojen mukaan luomumyynnin lasku on jatkunut myös vuonna 2023. Suurimmat haasteet luomumarkkinassa on vihanneksissa, lihassa ja maitotaloustuotteissa.

Syyskuussa 2023 toteutetun kuluttajatutkimuksen mukaan luomua ostaa aktiivisesti, eli vähintään kerran viikossa, 30 % suomalaisista. Luomutuotteita aktiivisesti ostavien osuus suomalaisista on pysynyt viime vuodet hyvin tasaisena.

Ennakkotietojen mukaan luomutilojen määrä tulee laskemaan 11 % vuonna 2023. Poistuvat tilat ovat erityisesti kasvinviljelytiloja, sillä eläintilojen määrä putoaa arvion mukaan vain prosentilla. Luomutilojen määrän laskulla ei ole aivan yhtä suurta vaikutusta varsinaiseen luomupeltoalaan, joka arvion mukaan laskisi 8 %. Luomusta poistumista on kiihdyttänyt tänä vuonna voimaan tulleet uudet maataloustukiehdot. Uudet tukiehdot ovat haastavia erityisesti nurmivaltaisille sekatiloille eli tiloille, joilla on peltoala luomussa mutta tavanomaisia eläimiä.

EU:n yhteisen maatalouspolitiikan ohjelmakausi alkoi vuoden 2023 alusta. Maataloustukiin on tullut muutoksia, jotka ovat vähentäneet monien luomutilojen tukikertymää. Luomutilojen kannattavuus on laskenut pienempien tukien sekä markkinahaasteiden takia.

Suomelle valittiin uusi eduskunta huhtikuussa ja kesällä aloitti toimintansa Suomen 77. hallitus Petteri Orpon johdolla. Hallitusneuvottelut olivat ennätyspitkät, mutta hyvin laajassa hallitusohjelmassa ei mainita luomua kertaakaan. Tämä on ensimmäinen kerta 1990-luvun jälkeen, kun luomun kehittämistä ei mainita hallitusohjelmassa. Maa- ja metsätalousministeriksi valittiin Sari Essayah.

Pro Luomu on toteuttanut vuonna 2023 kolmea julkisrahoitteista hanketta, jotka kaikki jatkuvat vuonna 2024.

- *Lähiruokaa, luomua ja luonnontuotteita - Ruokasektorin koordinaatio* -hanke, jonka päätoteuttaja on Helsingin yliopiston Ruralia-instituutti ja osatoteuttajana Pro Luomu. Hankkeen päätoteuttajana oli toukokuun 2023 loppuun asti Turun yliopiston Brahea-instituutti, mutta jonka toiminnan lakkauttamisen takia hankkeen päävastuu siirtyi Helsingin yliopiston Ruralia-instituuttille. Hankkeen tavoitteena on tukea ja tehostaa kehittämistyötä sekä viestiä luomu-, lähiruoka- ja luonnontuotealan sektoreilla. Hanketta toteutetaan vuosina 2022–2024.
- *Luomutetaan ruokapalvelut (LuRu)* -hanke, jonka päätoteuttaja on Savon koulutuskuntayhtymä ja osatoteuttajat Pro Luomu sekä Savonia-ammattikorkeakoulu. Hankkeen tavoitteena on pilotoida Suomen luomutavoitetta julkisille keittiöille (25 % raaka-aineista luomua vuoteen 20230 mennessä) sekä tiivistää ja kehittää yhteistyötä arvoketjussa. Hanketta toteutetaan vuosina 2022–2024.

- Lisäksi Pro Luomu on toteuttanut EU:n menekinedistämisvaroilla osarahoitettua *Luomu on osa ratkaisua (Nudging Organic)* -hanketta. Hanketta toteutetaan vuosina 2022–2024 kansainvälisessä yhteistyössä Ruotsin, Alankomaiden ja Belgian Flanderin sisarjärjestöjen kanssa. Hankkeen tavoitteena on lisätä luomumerkin luottamusta ja tunnettuutta sekä 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 on 1 555 000 €.

Vuosi 2023 on ollut luomualalle hyvin hankala. Haasteet markkinassa, pienentynyt tukikertymä sekä edellisenä vuonna alkanut uusi luomusetus on kietonut vaikean vyöhdin koko alan ympärille. Pohjalta on kuitenkin löydettävissä menestyksen avaimia, jonka takia vuotta 2024 tulee ajatella mahdollisuuksien vuotena. **Pro Luomu tulee taktisesti painottamaan ajankohtaisten haasteiden tunnistamista ja niihin ratkaisujen löytämistä yhteistyössä koko arvoketjun kanssa, sekä keskittyä voimakkaasti positiivisten signaaleiden voimistamiseen. Markkinan kehitystä seurataan tarkasti, jäseniä kannustetaan yhteiseen viestintään ja arvoketjun toimijoita pyritään kohtauttamaan vielä aiempaa tiiviimmin.**

Suomessa luomutuotteiden tärkein ja suurin markkina on päivittäistavara-kauppa, jonka takia Pro Luomunkin toiminnan painopiste on vahvasti pt-kaupan markkinan seuraamisessa sekä erityisesti kuluttajakysynnän edistämisessä. Pro Luomu pyrkii toiminnallaan edistämään ja kasvattamaan luomun asemaa kaikilla ruokakaupan aloilla. Luomun kasvustrategian perustana tulisi olla tasapainoinen kehitys kaikilla markkinoilla eli pt-kaupassa, ruokapalveluissa ja viennissä. Pro Luomun strategian mukaisesti Pro Luomun toiminnassa korostuu vuonna 2024 erityisesti pt-kaupan sekä ruokapalvelumarkkinan kehitykseen liittyvät toimet, mutta Pro Luomussa seurataan vahvasti myös kansainvälisen kaupan kehitystä ja tuetaan tarvittaessa luomuvientiin liittyvää kehitystoimintaa.

Vuonna 2024 Pro Luomu kiinnittää erityishuomiota myös oman rahoituksensa turvaamiseen vuodesta 2025 alkaen. Selvitetään ja vaikutetaan mahdollisuuksiin hakea EU-rahoitusta sekä kansallista rahoitusta Pro Luomun strategian mukaisiin toimiin.

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. 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 ammattikeittoille.
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.

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

Toimenpiteet

Markkinan ja tuotannon kehittymisen seuranta

Pro Luomu seuraa luomutuotannon, -kulutuksen ja -markkinan kehitystä aktiivisesti Suomessa ja osin myös kansainvälisillä markkinoilla. Seurantojen tuloksista viestitään aktiivisesti osana sidosryhmäviestintää (Viestinnän painipiste: Suomalaisen ja kansainvälisen tutkimus- ja markkinatiedon välittäminen). Lisäksi tuloksia esitellään arvoketjutyöryhmissä sekä muissa sopivissa tilaisuuksissa.

Luomumyynnin ja -kulutuksen seuranta

Pro Luomu seuraa luomun myynnin kehittymistä kahdesti vuodessa kaupparyhmittymille lähetettävällä kyselyllä sekä Nielsenin HomeScanin kautta kuluttajien luomuostojen kehittymisen perusteella.

Yhteenvetona näistä Pro Luomu julkaisee kerran vuodessa tietoa luomumarkkinan kehityksestä Suomessa.

Luomukulutuksen kehitystä ja suomalaisten luottamusta luomuun seurataan *Luomu on osa ratkaisua* -hankkeeseen liittyvän seurannan avulla tammikuussa.

Osana *Luomutetaan ruokapalvelut* -hanketta toteutetaan alkuvuodesta kyselyt julkisille keittiöille luomun käytöstä. Pro Luomu jatkaa edelleen selvitystyötä, miten ruokapalveluiden luomun käytön kehittymistä voitaisiin seurata vielä tarkemmin. Työtä tehdään yhdessä EkoCentrian ja maa- ja metsätalousministeriön kanssa.

Muu seuranta

Luomutuotannon kehitystä seurataan virallisista tilastoista, ja sitä täydennetään 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

Osana *Luomutetaan ruokapalvelut* -hanketta toteutetaan Luonnonvarakeskuksen kanssa yhteistyössä ammattikeittiöille tutkittuun tietoon perustuvia tietokortteja luomun hyödyistä.

Kartoitetaan mahdollisuutta toteuttaa ketjubarometri, jossa selvitetään ketjun eri toimijoiden ajatuksia luomun kehityksestä ja tulevaisuudesta.

Mittarit: Toteutuminen sekä tuotetun tiedon hyödyntäminen.

Rahoitus: Markkinan seuranta: Omarahoitus, *Luomu on osa ratkaisua* -hanke; Kulutuksen seuranta: *Luomu on osa ratkaisua* -hanke, muut selvitykset: oma rahoitus; Tietokortit ammattikeittiöille: *Luomutetaan ruokapalvelut* -hanke

Arvoketjut ja elintarvikeryhmä

Arvoketjuryhmät ja elintarvikeryhmä

Pro Luomu jatkaa jo toimivien luomulihan, -kasvisten, -maidon ja luomukeruun arvoketjuryhmien toimintaa. Lisäksi järjestetään ainakin kerran vuodessa HoReCa-teemainen arvoketjutapaaminen. Ryhmien toimintaa pyritään kehittämään niin, että kokouksissa pureudutaan konkreettisemmin tunnistettuihin haasteisiin. Luomukeruuryhmä toteutetaan yhteistyössä Ruralia-instituutin kanssa ja HoReCa-ryhmän tapaaminen yhteistyössä EkoCentrian kanssa.

Pro Luomu osallistuu VYR:n luomuviljaryhmään toimintaan.

Pro Luomu jatkaa 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 kehittämisessä ja kulutuksen kasvattamisessa, Pro Luomun asiantuntijaroolin vahvistamisessa sekä yhteistyössä jäsenten kanssa. Viestinnälle asetetaan vuosittain tuotos- ja tulostavoitteet, ja viestinnän strategisten tavoitteiden saavuttamista seurataan viestinnän vaikuttavuuden mittareilla.

Pro Luomun viestinnän alueet ovat:

- Mediaviestintä ja PR-toimet
- Kuluttajaviestintä, verkkosivut ja sosiaalinen media
- Jäsenviestintä
- Sidosryhmäviestintä

Luomun pääviesti: *Luomu on osa ratkaisua matkalla kohti kestävämpää Eurooppaa.*

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

Viestinnän painopisteet

Viestinnän painopisteet vuonna 2024 ovat:

- Luomun vastuullisuusviestin vahvistaminen mediassa
- Vaikuttava kuluttajaviestintä erityisesti teemalla ”Luomu on hintansa väärti” (ruuan todellinen hinta, halvempi maapallolle)
- Positiivisista signaaleista viestiminen elintarvikeketjun toimijoille
- Jäsenistön tarpeiden mukainen teemallinen jäsenviestintä
- Suomalaisen ja kansainvälisen tutkimus- ja markkinatiedon välittäminen

Luomun vastuullisuusviestin vahvistaminen mediassa (*viestinnän alue: mediaviestintä ja PR-toimet*)

Pro Luomun mediatyön tavoitteena on vahvistaa luomun asemaa ruuantuotannon vastuullisuuskeskustelussa osana tämän päivän ja tulevaisuuden ratkaisuja. Vuonna 2024 kehitetään Pro

Luomun omaa mediatyötä tämän painopisteen mukaisesti, ja tehdään esimerkiksi säännöllistä mediatiedottamista sekä mediasuhteiden luomista ja ylläpitoa.

Luomu on osa ratkaisua -hankkeessa (2022–2024) tehdään vielä keväällä 2024 PR- ja mediatyötä yhdessä viestintätoimisto Pohjoisranta BCW:n kanssa. Viestintätoimiston kanssa järjestetään vuonna 2024 yksi PR-tilaisuus, tehdään tiedotteita, joita myös pitchataan mediaan sekä luodaan mediasuhteita mm. tapaamalla toimittajia sekä tarjoamalla medialle taustatietoa ja asiantuntijoita haastateltavaksi. Tiedottamista ja aiheiden tarjoamista kohdennetaan perinteisen median lisäksi sosiaalisen median vaikuttajille.

Julkiseen keskusteluun osallistutaan sekä Pro Luomun omilla että sidosryhmien kanssa yhdessä tarjottavilla yliö- ja mielipidekirjoituksilla. Kirjoitukset julkaistaan myös Proluomu.fi- ja Luomumerkki.fi-sivustoilla sekä sosiaalisen median kanavissa. Sosiaalisen median kanavilla osallistutaan säännöllisesti ajankohtaiseen keskusteluun ja tavoitellaan kanavien kautta myös mediaa ja päättäjiä. Vuonna 2024 kehitetään erityisesti Pro Luomun LinkedIn-viestintää.

Vaikuttava kuluttajaviestintä erityisesti temalla ”Luomu on hintansa väärä” (*viestinnän alue: kuluttajaviestintä, verkkosivut ja sosiaalinen media*)

Vaikka ruuan hinnan nousu on vaikuttanut selvästi luomumarkkinaan, luomun kuluttajatutkimuksen (Kantar Agri 09/2023) mukaan luomu on suomalaisille edelleen tärkeä valintakriteeri ja mielikuva luomusta vastuullisena tuotantotapana on vahvistunut. Tällä hetkellä kaupassa valintaan saattaa kuitenkin lopulta vaikuttaa eniten hinta. Kuluttajatutkimuksen mukaan mielikuva luomun kalliimmasta hinnasta on edelleen myös yksi luomun oston esteistä. Vuonna 2024 kuluttajaviestinnällä pyritäänkin vaikuttamaan etenkin hintamielikuvaan erilaisilla näkökulmilla, mm. tuomalla esille, että hintaero ei läheskään kaikissa tuoteryhmissä ole kovin suuri ja mitä hyötyjä hieman kalliimmalla hinnalla saa.

Kuluttajille viestitään vuonna 2024 pääosin *Luomu on osa ratkaisua* -hankkeen (2022-2024) kautta. Hankkeen Facebook- ja Instagram-kanaviin tuotetaan aktiivisesti kuluttajille suunnattua luomusisältöä erilaisia sisältötyyppejä hyödyntäen. Lisäksi ylläpidetään ja päivitetään kuluttajille suunnattua [Luomumerkki.fi-sivustoa](https://www.luomumerkki.fi).

Luomu on osa ratkaisua -hankkeen tavoitteena on:

- lisätä kuluttajien luottamusta EU:n luomumerkkiin,
- lisätä EU:n luomumerkin tunnettuutta kuluttajien keskuudessa sekä
- lisätä luomun myyntiä.

Hankkeen ensisijaisena kohderyhmänä ovat säännölliset luomukuluttajat (ostavat luomua vähintään kerran kuukaudessa) sekä aktiiviset luomukuluttajat (ostavat luomua vähintään kerran viikossa). Tavoitteena on, että kampanjan toimenpiteiden seurauksena säännölliset ja aktiiviset kuluttajat ostaisivat enemmän luomua ja siirtyisivät hevikuluttajien (ostavat luomua useita kertoja viikossa) suuntaan.

Vuonna 2024 kuluttajaviestinnän päätavoitteena on kertoa kuluttajille, että luomu on hintansa väärä. Viestinnässä nostetaan esiin selkeästi, miten luomu tukee luonnon monimuotoisuutta ja kerrotaan, miksi luomu on kestävämpi valinta maapallolle. Hinnasta puhutaan aiempaa rohkeammin, ja tarkoituksena on selkeyttää luomutuotteiden hinnan ja kestävyysyhteyden yhteyttä.

Luomu on hintansa väärä -teema sidotaan Luomu on osa ratkaisua -hankkeessa sovittuihin pääteemoihin, joita ovat:

- Luonnollisen maukasta ja puhdasta ruokaa
- Luonto säilyy monimuotoisena ja maaperä kiittää
- Eläimillä tilaa liikkua ja vapaus ulkoilla
- Luonnonvaroja myös tuleville sukupolville

Kuluttajille suunnattua luomuviestintää tehdään luomumerkin omissa sosiaalisen median kanavissa (Facebook, Instagram, TikTok). *Luomu on osa ratkaisua* -kampanjan viimeinen kampanjalähtö toteutetaan keväällä 2024, jolloin maistatustapahtumien ja mainonnan tavoitteena on tuupata aktiivisia ja säännöllisiä luomukuluttajia valitsemaan yhä enemmän luomua omiin ostoskoriinsä. Vaikka viimeinen virallinen kampanjalähtö toteutetaan keväällä, kuluttajille viestitään kampanjan teemoista sosiaalisessa mediassa koko vuoden 2024 ajan. Kuluttajaviestintää kehitetään vuoden aikana kampanjasta saatujen kokemusten ja kampanjamittausten perusteella.

Positiivisista signaaleista viestiminen elintarvikeketjun toimijoille (viestinnän alue: sidosryhmäviestintä)

Luomumarkkinan notkahdus ja muut toimintaympäristön muutokset haastavat luomuketjun toimijoita. Poikkeuksellisessa toimintaympäristössä on tärkeää tuoda esille positiivisia signaaleja, jotta ketjun toimijat näkevät luomun kehittämisen pitkäjänteisenä toimintana ja uskaltavat panostaa siihen myös silloin, kun markkina ei kasva. Vaikka kuluttajamarkkinan tilanne on tällä hetkellä haastava, HoReCa-markkinassa esimerkiksi ruokapalveluiden luomun käytössä on positiivista viettä ja luomuviennistä löytyy mahdollisuuksia sekä hyviä kokemuksia.

Tätä viestintää tehdään sidosryhmäyhteistyön kautta ja viestimällä elintarvikeketjun toimijoille ammattimedioiden, tapahtumien, Pro Luomun sosiaalisen median kanavien, Pro Luomun uutiskirjeiden ja LuRu-hankkeen uutiskirjeiden kautta. Lisäksi *Luomutetaan ruokapalvelut* -hankkeen kautta viestitään suoraan ammattikeittiöille luomun käytöstä ja tuetaan ammattikeittiöiden luomusta viestimistä asiakkaille. Luomuelintarvikepäivästä ja sen aiheista kirjoitetaan juttuja Pro Luomun verkkosivuille.

Jäsenistön tarpeiden mukainen teemallinen jäsenviestintä (viestinnän alue: jäsenviestintä)

Vuonna 2024 jäsenille suunnattua viestintää kehitetään niin, että se vastaa entistä paremmin jäsenyritysten ja -yhteisöjen tarpeisiin. Resursseja ohjataan erityisesti räätälöityyn viestintään, kuten koulutusten pitämiseen jäsenyritysten henkilöstölle.

Pro Luomun strategian mukaisesti jäsenille tuotetaan ja tarjotaan tietoa kuluttajista, kansainvälisestä ja kotimaan markkinasta sekä viennistä, luomun ajankohtaisista mahdollisuuksista, kehityksestä ja tutkimuksesta, kuluttaja- ja ammattikeittiötuotteiden luomutuotekehityksestä, arvoketjutyöstä sekä lainsäädännöstä sekä EU:n ja kansallisesta päätöksenteosta.

Viestintäyhteistyö jäsenten kanssa jatkuu myös vuonna 2024. Vuoden ensimmäisellä puoliskolla viestintäyhteistyötä tehdään erityisesti *Luomu on osa ratkaisua* -hankkeen kautta. Hankkeessa vuonna 2022 tuotetun luomun brändioppaan päivittämistä jäsenten tarpeiden mukaisesti ja siitä viestimistä jatketaan. Keväällä 2024 tuotetaan *Sustainable Nudging* -raportti, jossa kerrotaan jäsenyrityksille luomukampanjan opeista ja tuloksista toisen sekä kolmannen kampanjavuoden ajalta. Vaikka *Luomu on osa ratkaisua* -hanke päättyy tammikuussa 2025, on strategisesti päätetty, että viestintäyhteistyötä jäsenten kanssa jatketaan myös sen jälkeen. Viestintäyhteistyön jatkoa aletaan kartoittamaan syksyllä 2024. Pro Luomu ei voi EU-

säädösten takia hakea kolmatta perättäistä EU-osarahoitteista luomun menekinedistämishanketta, joten vuonna 2024 kartoitetaan muut haettavissa olevat rahoitusmahdollisuudet luomun edistämiseksi.

Luomu on osa ratkaisua -hankkeen aikana 2022–2024 markkinointiviestinnän tukena toimii markkinointiviestintäryhmä, joka koostuu jäsenyritysten ja -yhteisöjen markkinoinnin ja viestinnän asiantuntijoista. Ryhmä kokoontuu tarvittaessa pohtimaan hankkeen markkinointiviestintään liittyviä ajankohtaisia asioita, kuten maistatustapahtumia, PR-toimia ja mainonnan tuloksia.

Jäsenille viestitään ajankohtaisista asioista säännöllisesti uutiskirjeiden, sähköpostin, tapaamisten ja tapahtumien välityksellä. Viestinnän sisältöjä teemallistetaan, jolloin voidaan paremmin tarjota juuri kutakin kohderyhmää kiinnostavaa tietoa.

Suomalaisen ja kansainvälisen tutkimus- ja markkinatiedon välittäminen (*viestinnän alue: sidosryhmäviestintä*)

Vuonna 2024 vahvistetaan edelleen luomuun liittyvästä tutkimuksesta ja arvoketjutyöstä viestimistä sekä tehdään yhteistyötä tutkimuksen ja muiden toimijoiden kanssa. Tutkimustietoa popularisoidaan ja visualisoidaan erityisesti kuluttajaviestintään sekä sidosryhmille. Kiinnostavaa viestittävää ovat erityisesti luomun vaikutukset ympäristöön ja tätä viestintää tehdään mm. yhteistyössä Luomuinstituutin kanssa *Luomutetaan ruokapalvelut* -hankkeessa.

Selkeä mittaristo luomun ympäristövaikutuksista puuttuu edelleen ja Pro Luomu seuraa ja osallistuu mahdollisuuksien mukaan sopivien mittaristojen kehittämiseen.

Tutkimus- ja markkinatiedon välittämisessä otetaan huomioon myös kansainvälinen näkökulma. Vuonna 2024 välitetään edelleen kansainvälistä markkinatietoa sekä viestitään mm. viennistä ja sen mahdollisuuksista.

Aiheet ja kanavat

Viestinnän aiheita ovat luomu osana kestävää ruokajärjestelmää ja luomun todellinen hinta, luomun imago ja kuluttajien asenteet, luomumerkin ja -tuotannon kehittyminen Suomessa ja kansainvälisesti, uudet tutkimustulokset, arvoketjutyöstä ja hankkeista nousevat uutisaiheet sekä luomu- ja ruoka-alan ajankohtaiset asiat ja tapahtumat.

Pro Luomu kokoaa myös Luomu Suomessa -tilastojulkaisun, tuottaa artikkeleita elintarvikealan julkaisuihin ja tarjoaa mediallyle asiantuntemusta luomua koskevissa aiheissa.

Kanavat

Verkkoviestinnän tärkeimmät kanavat ovat ProLuomu.fi-sivusto sekä *Luomu on osa ratkaisua* -hankkeessa Luomumerkki.fi-sivusto. Luomumerkki.fi-sivuston ylläpitoa jatketaan hankkeen päätyttyä. Osa Pro Luomun verkkosivujen ajankohtaisesta sisällöstä käännetään englanniksi sekä Luomumerkki.fi-sivustolla ruotsiksi. Sivustojen hakukoneoptimointia ja hakusanamainontaa jatketaan, lisäksi vuonna 2024 selvitetään mahdollisuuksia optimoida sisältöä tekoälylle. Tavoitteena on, että sivustojen kävijämäärä kasvaa, sivustolla vietetty aika pitenee ja sivustoille palaavien käyttäjien määrä lisääntyy sekä sitoutuminen sivuston sisältöihin paranee (mm. tiedostojen lataus, tekstien kopiointi).

Pro Luomu osallistuu edelleen Luomu.fi-sivuston ylläpitämiseen ja kehittämiseen yhdessä Luomuinstituutin, Luomuliiton, EkoCentrian ja ProAgrian kanssa.

Pro Luomun sidosryhmäviestinnän sosiaalisen median kanavia ovat @Proluomu Facebookissa, @ProLuomu Twitterissä (X-palvelu) ja @pro-luomu LinkedInissä. Kuluttajaviestinnässä sosiaalisen median kanavia ovat @Luomumerkki Facebookissa ja @luomumerkki Instagramissa sekä TikTokissa.

Pro Luomu ylläpitää lisäksi Facebookissa Luomualan kehittäjien yhteistyöryhmää ja on mukana ylläpitämässä kuntapäätäjille ja hankinnoista vastaaville suunnattua Vaikuta hankinnoilla -ryhmää. Pro Luomu on aktiivisesti näkyvillä myös monissa luomutoimijoiden ja ruokasektorin Facebook-ryhmissä. Vuonna 2024 kehitetään edelleen LinkedIn-kanavaa tukemaan Pro Luomun asiantuntijaroolia.

Pro Luomu osallistuu keskusteluun Maaseutuverkosto.fi-verkostoitumisalustalla ja ylläpitää alustalla Luomu-ryhmää.

Pro Luomu julkaisee säännöllisesti jäsen uutiskirjettä ja erikseen tilattavaa, ruoka-alan toimijoille suunnattua uutiskirjettä. Vuonna 2024 jäsenkirjettä kehitetään yhdessä muun jäsenviestinnän kanssa siten, että se tarjoaa entistä paremmin jäsenten tarpeita vastaavaa, ajankohtaisiin teemoihin liittyvää tietoa.

Viestinnän tavoitteet ja mittaaminen

Pro Luomun viestintästrategian mukaisesti viestinnän tuotoksia, tuloksia ja vaikuttavuutta seurataan niille rakennetun mittariston avulla.

VIESTINNÄN ALUE	TUOTOSTAVOITTEET	TULOSTAVOITTEET	VAIKUTTAVUUSTAVOITTEET
Mediaviestintä ja PR-toimet Painopiste 2024: Luomun vastuullisuusviestin vahvistaminen mediassa	15 mediatiedotetta 2 yliötä, mielipidekirjoitusta tai muuta mediaan kirjoitettua artikkelia 1 PR-tapahtuma	150 Pro Luomun tiedotteen, materiaalin tai pitchauksen tuottamaa mediaosumaa perinteisessä mediassa tai some-vaikuttajien kanavissa 50 osallistujaa PR-tapahtumassa	Luomu yhdistyy mediassa aiempaa enemmän vastuullisuuteen ja mediaosumien sävy muuttuu positiivisemmaksi Mittarit: Media-analyysi (ml. mediatyön laadulliset tulokset)
Kuluttajaviestintä, verkkosivut ja sosiaalinen media Painopiste 2024: Vaikuttava kuluttajaviestintä erityisesti teemalla ”Luomu on hintansa väärä”	Luomumerkki.fi-sivustolle 6 artikkelia Noin 250 sosiaalisen median postausta Luomumerkin kanavissa	Luomumerkki.fi-sivustolla 30 000 kävijää Luomumerkin sosiaalisen median kanavien orgaaninen tavoitavuus 120 000	Luomun mielikuvan muuttuminen vastuullisemmaksi, nykyaikaisemmaksi ja fiksummaksi ja luottamus luomuun sekä hinnan merkityksen pieneneminen oston esteenä (<i>Luomu on osa ratkaisua</i> -hankkeen kuluttajatutkimus)

			<p>Sosiaalisen median sisältöjen sitoutumisprosentti keskimäärin 5 %</p> <p>Mittarit: Kuluttajatutkimukset, verkkosivujen ja sosiaalisen median sitoutuminen</p>
<p>Jäsenviestintä</p> <p>Painopiste 2024: Jäsenistön tarpeiden mukainen teemallinen jäsenviestintä</p>	<p>2 jäsenille tuotettua materiaalia tai artikkeleita</p> <p>6 jäsenuutiskirjettä</p>	<p>Viestintäyhteistyö 13 jäsenyhteisön kanssa</p> <p>Jäsenuutiskirjeen tilaajia on vuoden lopussa 150</p>	<p>Jäsenet kokevat yhteistyön hyödyllisenä</p> <p>Jäsenkirjeen CTR vähintään 25 %</p> <p>Mittarit: Palaute jäseniltä, jäsenuutiskirjeen sitoutuminen</p>
<p>Sidosryhmäviestintä</p> <p>Painopiste 2024: Suomalaisen ja kansainvälisen tutkimus- ja markkinatiedon välittäminen</p>	<p>6 tiedotetta tai popularisoitua artikkeleita luomuun liittyvistä tutkimuksista ja markkinoista</p> <p>Tutkimustietoa välitetään sosiaalisessa mediassa 30 kertaa</p>	<p>Tiedotteilla tai artikkeleilla yhteensä 2500 lukijaa</p> <p>Sosiaalisen median postausten kattavuus yhteensä 35 000</p>	<p>Luomun mielikuva muuttuu vastuullisemmaksi, nykyaikaisemmaksi ja fiksummaksi (Luomubarometri 2023)</p> <p>Tutkimus- ja markkinatietoon liittyviä tiedostoja ladataan verkkosivuilta vähintään 400 kertaa</p> <p>Mittarit: Verkkosivujen ja sosiaalisen median sitoutuminen</p>
<p>Painopiste 2023: Positiivisista signaaleista viestiminen elintarvikeketjun toimijoille</p>	<p>Vähintään 4 tuotettua tai pitchattua artikkeleita tai muuta kirjoitusta positiivisista signaaleista ja luomun hyödyistä ja mahdollisuuksista ammattilehtiin ja/tai Proluomu.fi-sivustolle</p> <p>4 artikkeleita Luomuelintarvikepäivän esiintyjistä ja aiheista Pro Luomun verkkosivuilla</p> <p>6 uutiskirjettä</p>	<p>Proluomu.fi -sivun artikkeleilla 1200 lukijaa</p> <p>Proluomu.fi-sivuilla 45 000 kävijää</p> <p>Pro Luomun uutiskirjeen tilaajia on vuoden lopussa 500</p> <p>Pro Luomun sosiaalisen median kanavien orgaaninen tavoitavuus 200 000</p>	<p>Elintarvikeketjun toimijat näkevät luomun potentiaalisena lisäarvona tuotteille</p> <p>Uutiskirjeen CTR vähintään 35 %</p> <p>Tiedostoja ladataan Proluomu.fi-sivustolta vähintään 800 kertaa</p> <p>Sosiaalisen median sisältöjen sitoutumisprosentti keskimäärin 5 %</p> <p>Mittarit: Media-analyysi ammattimedioiden osalta,</p>

	Noin 200 sosiaalisen median postausta Pro Luomun kanaviin		verkkosivujen, sosiaalisen median ja uutiskirjeen sitoutuminen, tapahtumien palaute
--	---	--	---

Mittarit: Viestinnän vaikuttavuuden mittaristo, tuotos- ja tulostavoitteiden saavuttaminen
 Rahoitus: *Ruokasektorin koordinaatio* -hanke, *Luomutetaan ruokapalvelut* -hanke, *Luomu on osa ratkaisua* -hanke, jäsenmaksut

Koulutus ja tapahtumat

Omien tapahtumien lisäksi Pro Luomu arvioi tapauskohtaisesti ajankohtaisiin ammattilaistapahtumiin osallistumista. Tällaisia voivat olla esimerkiksi Ruokamessut huhtikuussa, SuomiAreena kesäkuussa, syksyisin järjestettävä julkisen ruokailun ammattilaisten Ateria-tapahtuma sekä Kuntamarkkinat.

Luomualan kehittäjien Online-työpajat (*Ruokasektorin koordinaatio* -hanke 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, luomukeruuuotannon kasvattaminen ja luomuvesiviljelyn mahdollisuudet.

Tutkimustiistait (*Ruokasektorin koordinaatio* -hanke 2022–2024)

Tutkimustiistait ovat enintään tunnin pituisia tilaisuuksia, joissa esitellään yksi *Ruokasektorin koordinaatio* -hankkeen teemaan (lähiruoka, luomu, luonnontuotteet) tai alaan liittyvä ajankohtainen tutkimus (esim. kestävät ruokajärjestelmät, kulutustutkimus, uudet tuotantomenetelmät, vastuullisuus) kerran kuukaudessa. Pro Luomu vastaa vuonna 2024 vähintään kahdesta luomuun liittyvästä Tutkimustiistaista.

Luomufoorumi (*Ruokasektorin koordinaatio* -hanke 2022–2024)

Ruokasektorin koordinaatiohanke järjestää hanketoimijoille ja muille luomualan ammattilaisille suunnatun kaksipäiväisen Luomufoorumin todennäköisesti Kouvolassa helmikuussa 2024. Tapahtuma toteutetaan yhteistyössä maa- ja metsätalousministeriön kanssa. Ensimmäisenä päivänä on laajemmalle yleisölle suunnattu ajankohtaisseminaari, ja toisena päivänä hanketoimijat keskittyvät työpajatyöskentelyyn eri teemojen parissa.

Gastro-messut (*Luomutetaan ruokapalvelut* -hanke 2022–2024)

Pro Luomu osallistuu Suomen suurimpaan ruoka- ja ravintola-alan messutapahtumaan Gastro-messuille 13.-15.3.2024 *Luomutetaan ruokapalvelut* -hanketoimijoiden kanssa. Hankkeella on messuilla oma piste, jossa jaetaan tietoa muun muassa keittiöiden luomuttamisen työkaluista ja luomun ympäristöhyödyistä sekä lisäksi järjestetään luomuaiheista ohjelmaa messulavalla.

Luonnon päivä (31.8.) luomutiloilla (*Ruokasektorin koordinaatio* -hanke 2022–2024)

Pro Luomu osallistuu Luonnon päivä luomutiloilla -tapahtuman koordinointiin käytettävissä olevien resurssien mukaan yhdessä maa- ja metsätalousministeriön, Luomuliiton, Biodynaamisen yhdistyksen sekä MTK:n ja SLC:n kanssa, mikäli tapahtuma vuonna 2024 järjestetään.

Maistatustapahtumat (*Luomu on osa ratkaisua -hanke 2022–2024*)

Osana *Luomu on osa ratkaisua* -hanketta, järjestetään keväällä 2024 viisi kahden päivän maistatustapahtumaa K-Citymarketeissa ja Prismoissa pääkaupunkiseudulla, Tampereella ja Turussa. Kuhunkin tapahtumapäivään osallistuu 5-8 hankkeen kumppaniyrittäjä tai Pro Luomun jäsenyrittäjä omilla tuotteillaan. Tapahtumien tavoitteena on tarjota kuluttajille makuelämyksiä ja tuupata heitä valitsemaan yhä enemmän luomua ostoskoriinsa. Tilanteen mukaan katsotaan, onko maistatustapahtumia mahdollista järjestää vielä syksyllä 2024.

Vaikuta hankinnoilla -yhteistyö

Pro Luomu järjestää yhdessä Vaikuta hankinnoilla -verkoston (Pro Luomu, EkoCentria, Reilu kauppa, Ympäristömerkintä Suomi) kanssa julkisiin hankintoihin liittyville tahoille ja sidosryhmille erilaisia webinaareja ja tapahtumia vastuullisiin hankintoihin liittyen. Webinaarien teemat ja sopivat tapahtumat vuodelle 2024 päätetään tarkemmin myöhemmin. Syksyllä aloitetaan suunnittelemaan mahdollisuutta tehdä yhteistyötä vuoden 2025 kuntavaalien yhteydessä.

EU:n luomupäivä 23.9.

Pro Luomu pyrkii vakiinnuttamaan päivän viettoa ympäri Suomen koko ruoka-alan sektorilla. Pro Luomu kannustaa kaikki toimijoita osallistumaan EU:n luomupäivään ja viestii EU:n luomupäivästä aktiivisesti eri kanavissa. Pro Luomu järjestää osana päivän viettoa esimerkiksi kuluttaja- tai vaikuttajatapahtuman, josta päätetään tarkemmin myöhemmin. Lisäksi tuotetaan materiaalia mm. ruokapalveluille ja elintarvikealan yrityksille.

Luomuelintarvikepäivä

Järjestyksessä kymmenes Luomuelintarvikepäivä järjestetään syksyllä 2024. Seminaarin tarkoituksena on luoda elintarvikealan toimijoille (kauppa, valmistajat, ammattikeittiöt) vastuulliseen ruokaan ja luomuun keskittynyt koulutus- ja verkostoitumistilaisuus. Tilaisuuteen etsitään korkeatasoisia puhujia Suomesta ja ulkomailta. Tapahtumaa pyritään kehittämään palautteen perusteella ja ohjelmaan pyritään lisäämään myös osallistavampia ja jopa työpajamaisempia osuuksia. Seminaari rahoitetaan jäsenmaksurahoilla, osallistumismaksuilla ja sponsorituloilla.

Mittarit: Osallistujat, palaute, näkyvyys somessa ja perinteisessä mediassa
 Rahoitus: *Ruokasektorin koordinaatio* -hanke, *Luomutetaan ruokapalvelut* -hanke, *Luomu on osa ratkaisua* -hanke, mahdolliset osallistumis- ja sponsorimaksut, jäsenmaksurahat

Kehittäminen

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

Luomutetaan ruokapalvelut -hankkeessa tehdään konkreettisia malleja luomutuotteiden käytöstä julkisten keittiöiden ruokalistoilla ja reseptiikassa siten, että luomun käyttötavoite 25 % toteutuu vuoteen 2030 mennessä.

Luomun käyttöönottomalleja testillaan yhdessätoista pilottiruokapalvelussa. Vuonna 2023 jatketaan jo edellisenä vuonna alkanutta työtä. Malleja kehitetään työpajoissa ja järjestetään erilaisia koulutuksia ja webinaareja ruokapalveluiden osaamisen vahvistamiseksi.

Pilottimallien toteutuksessa hyödynnetään myös koulujakelujärjestelmää ja tuotetaan tietoa järjestelmän kautta tuettavien tuotteiden tarpeesta.

Hankkeen avulla pyritään myös yleisemmin vaikuttamaan luomun asemaan julkisissa keittiöissä ja erityisesti kouluruokailussa mm. osallistumalla aktiivisesti alan keskusteluun.

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

Sidosryhmäyhteistyö

Jäsenhankinta

Pro Luomun jäsenmäärä (lokakuu 2023) on 64 jäsentä ja 2 kannattajajäsentä. Vuoden 2023 aikana on tavoitteena pitää jäsenmaksutulot vuoden 2022 tasolla.

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 osallistuu aktiivisesti lainsäädäntökysymyksiä käsittelevään maa- ja metsätalousministeriön luomun alajaosto -ryhmään.

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

Europarlamenttivaalien alla viestitään luomusta osana EU:ta ja EU-päätöksentekoon vaikuttamisen tärkeydestä osana suomalaista ruokajärjestelmää ja luomun kehitystä. Lisäksi selvitetään mahdollisuutta järjestää esimerkiksi vaalipaneeli sopivien yhteistyötahojen kanssa teemoina esimerkiksi Vihreät väittämät tai Pellolta pöytään -strategia.

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

Pro Luomu on IFOAM OE:n jäsen, ja osallistuu aktiivisesti IFOAM OE:n *Interest group of organic processors and traders* -luomuelintarvikeryhmän sekä IFOAM:n neuvoston toimintoon. *Processors and traders* -luomuelintarvikeryhmässä Pro Luomua edustaa Heidi Haavisto-Meier ja neuvostossa koko Suomen luomualaa edustaa Pro Luomun Aura Lamminparras. Lisäksi Pro Luomu on aktiivinen jäsen IFOAM-Suomi-ryhmässä ja pyrkii aktivoimaan ryhmän toimintaa.

Pro Luomu toimii Suomen EU-luomulähettiläänä yhteistyössä maa- ja metsätalousministeriön ja Ruokaviraston kanssa sekä osallistuu verkoston kokouksiin. EU:n luomulähettiläsverkosto on osa EU:n luomun toimintasuunnitelmaa. Luomulähettiläsverkostossa Pro Luomua edustavat Aura Lamminparras ja Heidi Haavisto-Meier.

Muu sidosryhmäyhteistyö

Yhdistys tekee tiivistä yhteistyötä luomualan toimijoiden kanssa (Luomuinstituutti, EkoCentria, Luomuliitto, Yhdistyneet luomutuottajat, MTK:n luomuverkosto ja SLC:n luomuvaiokunta) ja on osa Luomu.fi-verkostoa ja -toimituskuntaa. Pro Luomu tekee yhteistyötä myös ammattikeittiöille suunnatun Portaat Luomuun -ohjelman kanssa sekä pyrkii tiivistämään yhteistyötä Ruokatiedon ja MTK:n kanssa ruokavientiin liittyvien hankkeiden saamiseksi Suomeen. Lisäksi Pro Luomu osallistuu myös aktiivisesti viennin ja kansainvälistymisen verkostotapaamisiin.

Pro Luomu toimii aktiivisena jäsenenä Ruokasektori-ryhmässä, jonka jäsenet ovat maaseudun kehittämisen alueellisia tai maakunnallisia yhteyshenkilöitä.

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

Mittarit: Jäsenmaksujen määrä, sidosryhmien yhteistyön toimivuus

Rahoitus: Jäsenmaksut, *Ruokasektorin koordinaatio* -hanke, *Luomutetaan ruokapalvelut* -hanke, EU:n matkarahat luomulähettiläs tapaamisiin