

Portaat Luomuun -ohjelman toiminnan ja vaikuttavuuden selvittäminen



TAUSTAA SELVITYKSEN TOTEUTUKSESTA

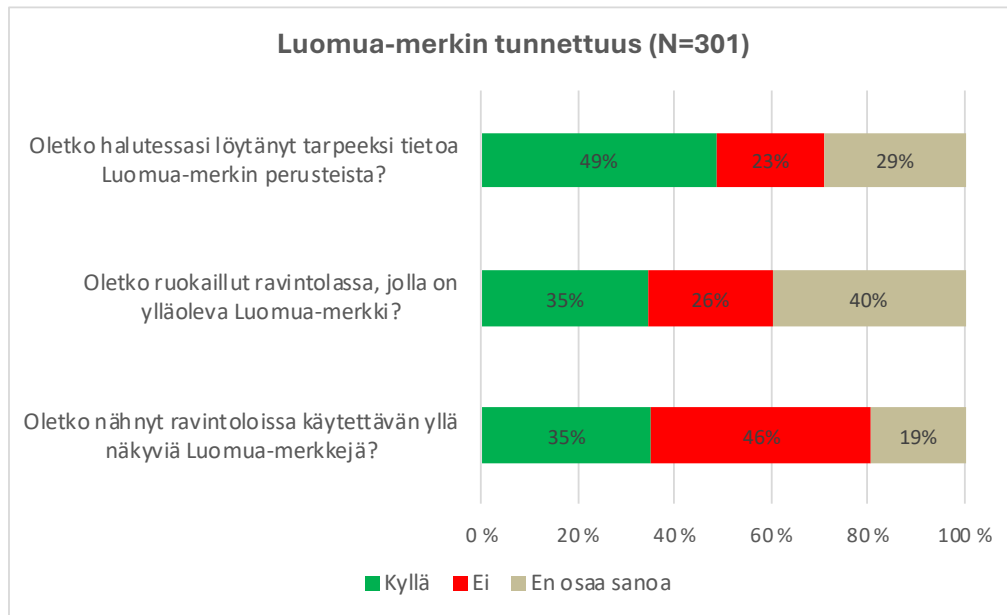
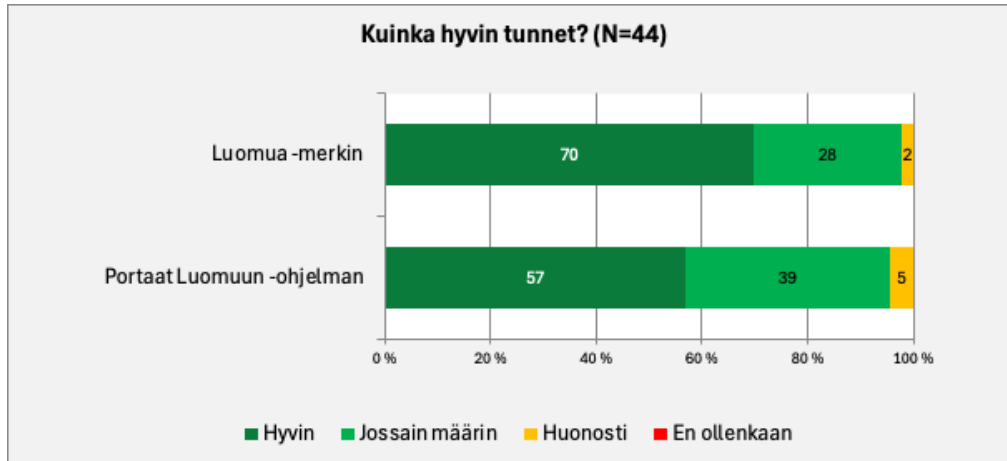
- Selvityksen tavoite
 - Tavoitteena on selvittää Portaat Luomuun -ohjelman toiminta ja vaikuttavuus.
- Selvitystiimi
 - Tommi Ålander (työn vastuhenkilö, TK-Eval), Keimo Sillanpää (TK-Eval), Sari Rannanpää (NordEval) ja Benjamin Heikkinen (NordEval)
- Aikataulu
 - Työn aloitus syyskuun lopulla 2024
 - Työ valmistui 20.12.2024.
- Aineistot ja menetelmät
 - Aineistoanalyysi
 - Portaat Luomuun -asiakaskysely
 - Haastatteluita ohjelman asiakkaille (ja sidosryhmille)
 - Kuluttajapaneeli
 - Case-kuvaukset (kansainvälinen tarkastelu)
 - Työpaja

SELVITYSTEHTÄVÄ

- **1) Tunnettuus**
 - Miten laajasti ruokapalvelut/ravintolat sekä heidän asiakkaansa tuntevat Portaas Luomuun -ohjelman ja Luomua –merkin?
 - Mitä pitäisi tehdä, että Portaas Luomuun -ohjelma ja merkki olisivat tunnetumpia?
 - Pidetäänkö nykyistä merkkiä ohjelmassa onnistuneena?
- **2) Hyödynnettävyys**
 - Mikä on ohjelman/luomua -merkin lisäarvo asiakkaille (ruokapalvelut/ravintolat sekä kuluttajat)
 - Onko palvelu ohjelmassa helposti saatavilla/löydettävissä?
 - Onko ruokapalveluissa/ravintoloissa osattu hyödyntää ohjelman palvelua täysimittaisesti?
 - Miten ohjelmaa tulee kehittää, jotta se tulevaisuudessa palvelisi parhaiten ammattikeittäitä?
 - Selvitetään, miten Tanskan, Ruotsin ja Viron vastaavat mallit toimivat? Onko jotakin elementtejä, joita voisi hyödyntää ohjelmassa Suomessa?
- **3) Palvelun laatu**
 - Miten palvelun laatu ohjelmassa on koettu?
 - Mitä tarvittaisiin lisää/mistä voisi luopua ohjelmassa, kuten luomumerkki, ohjaus luomun käytössä, apu luomutuotteiden löytämisessä?
 - Onko ohjelmasta ollut apua luomutuotteiden löytämiseen ja luomutuotteiden käytössä?
 - Miten ohjelman viestintäaineistoa ja merkkiä hyödynnetään ruokapalvelussa/ravintoloissa?
- **4) Luotettavuus**
 - Mikä merkitys ohjelman ylläpitäjällä on palvelun/toiminnan luotettavuuteen?
 - Mikä taho on sopiva/luonteva ohjelman ylläpitäjä ruokapalveluiden näkökulmasta, nykyinen vai joku muu (esim. Pro Luomu)?
 - Miten ruokapalvelut/ravintolat suhtautuivat jos Portaas Luomu –merkistä tulisi auditoitava sertifiointimerkki, ja olisivatko he siitä valmiit maksamaan lisää?

HAVAINTOJA

1) Tunnettuus (ylempi kuva ohjelman asiakkaat, alempi kuluttajat)



- Portaati Luomuun -ohjelma ja Luomua-merkki tunnetaan melko hyvin ohjelman asiakkaiden joukossa.
 - Ohjelman asiakkaat arvioivat, etteivät ohjelma ja merkki ole kovin tunnettuja kuluttajien joukossa.

- Kuluttajaneelin pohjalta huomataan, että merkki tunnetaan kuitenkin kohtalaisesti.
- Portaati Luomuun -ohjelman ja Luomua-merkin tunnettuus ei kuitenkaan ole riittävällä tasolla niin ruokapalveluissa ja ravintolalalla kuin kuluttajien joukossa. Varsinkaan ohjelmaa ei pidetä riittävän tunnettuna kuluttajien parissa.

HAVAINTOJA

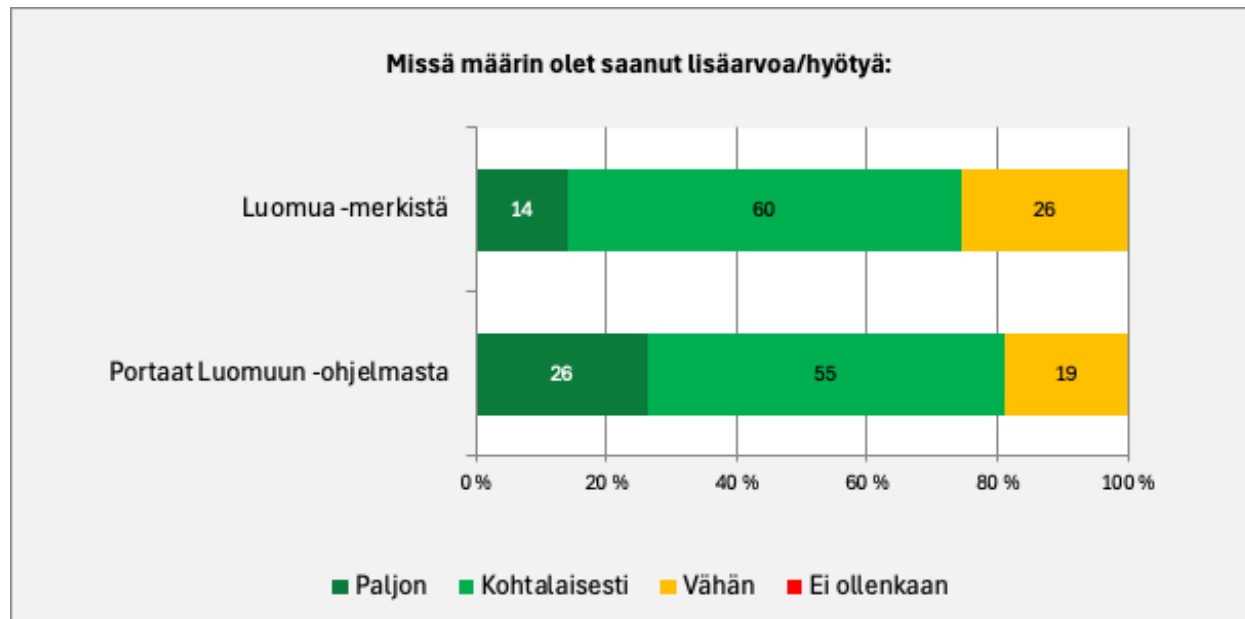
1) Tunnettuus

- **Ohjelman** sekä **Luomua-merkin** osalta nousi esille selkeänä kehittämistoimenpiteenä **tunnettuuden/näkyvyyden lisääminen**. Näkyvyyden lisäämiseksi ehdotettiin mm.
 - Lisää viestintää ja markkinointia kohdeyleisölle (ammattikeittiöt, koululaiset, kuluttajat).
 - Mainoskampanjoita, uutisia, tempauksia, kohdennettuja lisätiedottamisia asiakasryhmille, tulemista enemmän esille esimerkiksi Luomupäivillä ja Luomuelintarvikepäivässä jne.
 - Säännöllistä sisällöntuotantoa ohjelmasta ja sen toimijoista, esimerkiksi viikoittaisia uutisia sopivissa kanavissa.
 - Konkreettista tukea asiakashankintaan, jotta ohjelma saisi enemmän keittiöitä mukaan (esim. tavoitteena 50 % kattavuus ammattikeittiöissä).
- Tunnettuuden lisäämiseen liittyvät kehittämistoiveet jakaantuvat jossain määrin kuluttajiin ja ammattikeittiöihin kohdennettavaan toimintaan.
 - Kuluttajiin kohdistuvaa mainontaa ja viestintää toivottiin, mutta samalla tiedostettiin asian haasteellisuus mm. resurssien näkökulmasta.
 - Tärkeämpänä pidettiin ammattikeittiöihin suunnattua tunnettuuden lisäämistä: jotta luomun käyttöä saadaan lisättyä entisestään.

HAVAINTOJA

2) Hyödynnettävyys

- Ohjelmassa mukana olevat toimijat ovat kokeneet saaneensa hyötyä niin ohjelmasta kuin Luomua-merkistä keskimäärin kohtalaisesti.
 - Ohjelman asiakkaat ovat saaneet hieman enemmän hyötyä Portaat Luomuun –ohjelmasta verrattuna Luomua-merkkiin.



Ohjelmasta saadut merkittävimmät hyödyt asiakkaiden näkökulmasta:

1) Tieto ja opastus

- Ohjelma on tarjonnut arvokasta tietoa luomutuottajista, luomutuotteista ja niiden käytön järjestelmällistämistä. Sparraus ja verkostoituminen ovat auttaneet hankinnoissa ja toimintatapojen kehittämisessä. Ohjelman avulla on saatettu yhteen luomutuottajia ja ruokapalveluita, ja tämä on osaltaan lisännyt luomutuotteiden käyttöä.

HAVAINTOJA

2) Hyödynnettävyys

Jatkoa....Ohjelmasta saadut merkittävimmät hyödyt asiakkaiden näkökulmasta:

- **2) Hyödynnettävissä oleva materiaali**
 - Erilaiset materiaalit, joiden avulla luomutuotteiden käytöstä on voitu viestiä asiakkaille, on koettu hyödyllisiksi. Lisäksi mm. reseptit on noteerattu hyödyllisiksi.
- **3) Luomun käyttö ja arvostus**
 - Vaikka luomun käyttö ei ole lisääntynyt merkittävästi kaikkialla, ohjelma on auttanut organisaatioita järjestelmällisemmässä luomutuotteiden käytössä. Se on myös nostanut tietoisuutta luomun merkityksestä osana vastuullista toimintaa.
- **4) Raportointi ja strateginen käyttö**
 - Ohjelma tukee vastuullisuusraportointia ja strategiatyötä. Se auttaa kuntia/organisaatioita edistämään luomu- tai vastuullisuusstrategioita ja osoittaa vastuullisuutta asiakkaille.
- **5) Näkyvyyden lisääntyminen, hyöty markkinointiin**
 - Ohjelman ja merkin arvo hyvänä keinona lisätä näkyvyyttä tunnistetaan, joten ohjelmaan ja merkkiin liittyy myös jonkin verran markkinoinnillista hyötyä sekä odotuksia.
- **6) Verkostoituminen ja arvoketju**
 - Ohjelma on tuonut yhteen luomutoimijoita ja laajentanut hankintamahdollisuuksia. Työpajat ja tilaisuudet ovat olleet erityisen hyödyllisiä.
- Ohjelmaan sisältyvä Luomu SM -titteli on tuonut voittajilleen jonkin verran näkyvyyttä somessa, vanhempien, virkamiesten ja asiakkaiden keskuudessa. Se on saanut positiivista palautetta ja parantanut organisaatioiden sisäistä uskoa omaan toimintaan. Sen vaikutus käytännön toimintaan on kuitenkin ollut vähäinen.
- HUOM: Selvityksen haastatteluissa osa sekoitti Portaat Luomuun –ohjelman ja Luomutetaan Ruokapalvelut -hankkeen

HAVAINTOJA

2) Hyödynnettävyys

Ohjelman asiakkailta saatuja kehittämisideoita (1/2)

Viestintämateriaalit:

- Laajempi materiaalipankki, jossa on logoja, esitteitä ja muuta markkinointiin soveltuvaa aineistoa.
- Käytännönläheiset nettikoulutukset ja opasluonteiset materiaalit luomun käytön lisäämiseksi.

Kehittäminen luomun käytön edistämiseksi:

- Tarjotaan tukipalveluja, kuten yhteyksiä paikallisiin luomutuottajiin ja apua logistiikkahaasteiden ratkaisemiseksi.
- Suunnitellaan selkeitä ohjeita luomun käytön lisäämiseen eri tuoteryhmissä (esim. kasvikset, proteiinit, maitotuotteet).

HAVAINTOJA

2) Hyödynnettävyys

Ohjelman asiakkailta saatuja kehittämissideoita (2/2)

Tekniset parannukset:

- Nettisivujen käytettävyyden kehittäminen (esim. sisäänkirjautuminen ja raportointityökalut).
- Käyttäjystävällisyyteen huomiota.

Ohjelman joustavuus:

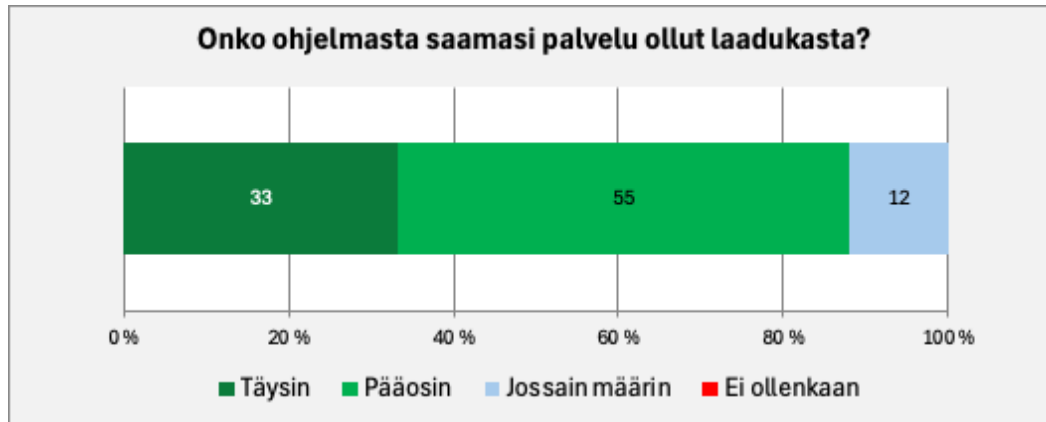
- Pidetään ohjelma jatkossakin kevyenä ja joustavana erityisesti pienille toimijoille.
- Tarjotaan vaihtoehtoisia toimintamalleja, kuten erillinen “huippuluomun” sertifikaatti suurempaa näkyvyyttä kaipaaville toimijoille.

Erityiset kehitystarpeet julkisella sektorilla

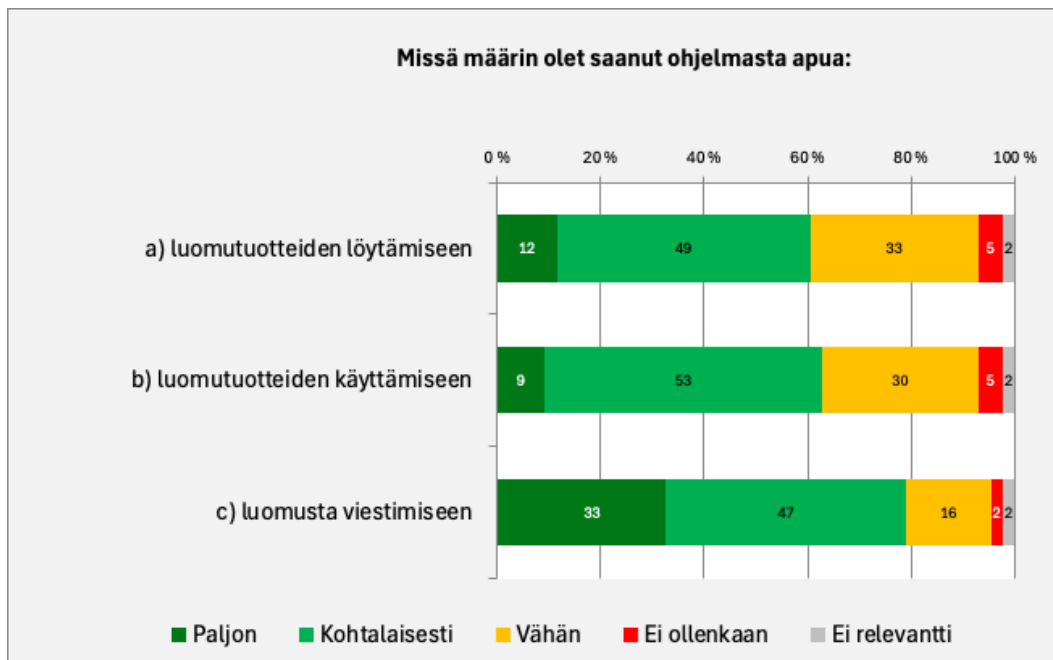
- Lisää koulutusta ja selkeää ohjeistusta hankintaosaamisen parantamiseksi.
- Markkinoinnin ja viestinnän kohdentaminen kuntien suuntaan.

HAVAINTOJA

3) Palvelun laatu (kuvat: ohjelman asiakkaiden näkemys)



- Ohjelmasta saadun palvelun laadukkuus on kokonaisuudessaan nähty olevan hyvällä tasolla.
 - Palveluun liitetään mm. sellaisia asioita kuin asiantuntijuus, apu ja tuki, joustavuus, nopea reagointi ja uusien ideoiden saanti.



- Ohjelman asiakkaat ovat saaneet kohtalaisesti apua luomutuotteiden löytämiseen ja käyttämiseen kuin myös luomusta viestimiseen. Apu luomusta viestimiseen nousee näistä selvästi vahvimmin esille.

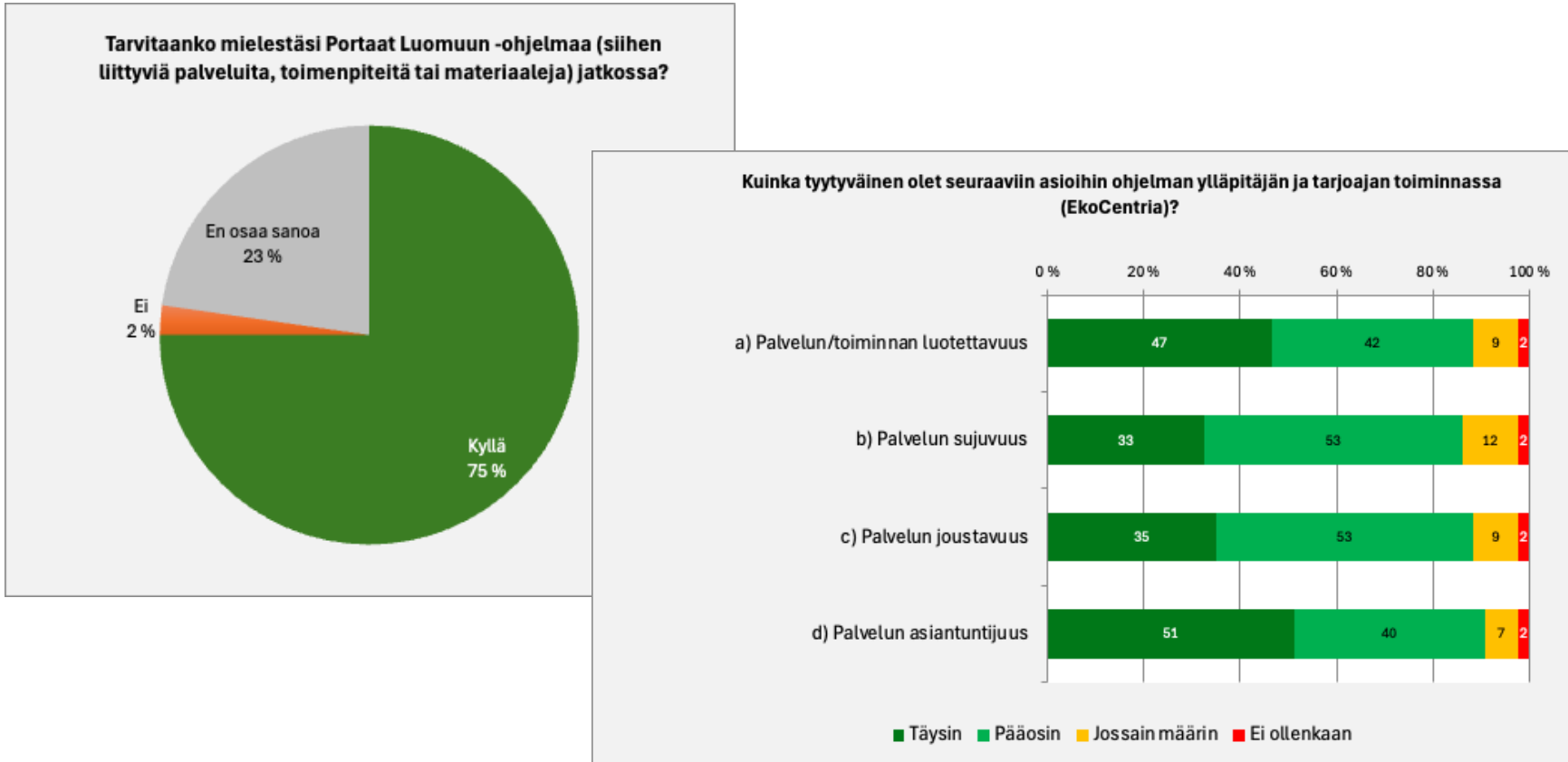
HAVAINTOJA

3) Palvelun laatu

- Ohjelmassa on mukana hyvin erilaisilla tarpeilla ja lähtökohdilla olevia asiakkaita. Tämä on huomioitu hyvin ja laajaa kirjoa asiakkaita on pystytty palvelemaan hyvin. Asiakkaiden laaja kirjo on varmasti osaltaan vaikuttanut siihen, että ohjelma vaikuttaa laajalta. Esimerkiksi ohjelmassa on mukana:
 - luomun käytössään alussa olevia/aloittelevia asiakkaita
 - luomussa pidemmällä olevia (ja luomun käytössä isoja prosentiosuuksia tavoittelevia, intohimoisempia tavoitteita luomun suhteen, toiminta yhdistyy organisaatioiden strategioihin)
 - verkkaisemmin liikkeelle lähteviä – vain muutama tuote luomua
 - osa hakee ensisijaisesti neuvontaa/sparrausta, osa luomutuotteita, osa markkinoinnillista lisäarvoa (mm. merkki). Osa tietenkä kaikkea tätä.
- Ohjelmasta ei näyttäisi puuttuvan mitään oleellista palvelua ohjelman palvelu-, toimenpide tai materiaalivalikoimasta ohjelman asiakkaiden näkökulmasta.

HAVAINTOJA

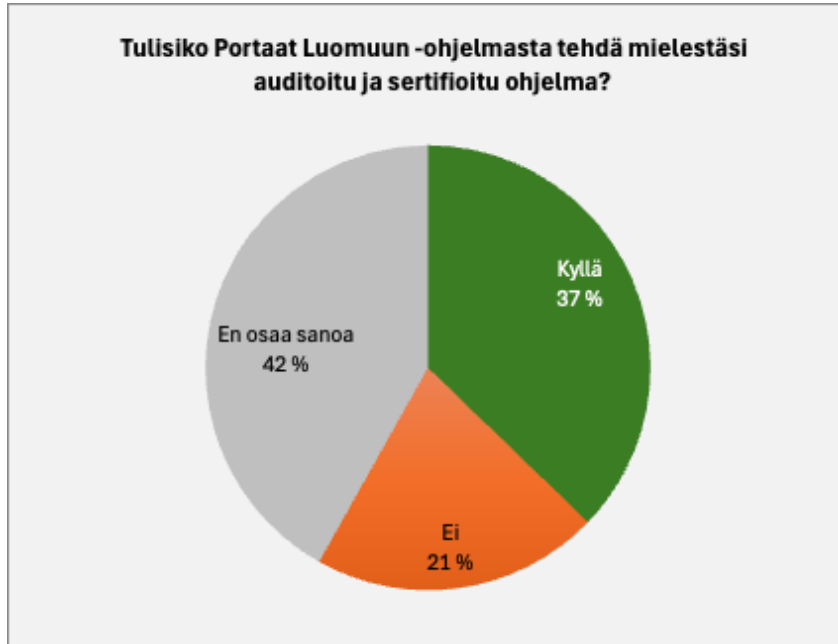
4) Luotettavuus (kuvat: ohjelman asiakkaiden näkemys)



- Ohjelmalle on selvä asiakkaiden tarve myös jatkossa.
- Ohjelman palveluita pidetään laajasti luotettavina, sujuvina ja joustavina. Lisäksi palvelun asiantuntijuus on nähty hyväksi.

HAVAINTOJA

4) Luotettavuus (kuvat: ohjelman asiakkaiden näkemys)



HAVAINTOJA

4) Luotettavuus

Ohjelman asiakkaat suhtautuvat ajatukseen ohjelman sertifiointista ja auditoinnista kaksijakoisesti:

- *Kannattajat*: Sertifiointi lisää luotettavuutta, läpinäkyvyyttä ja tunnettuutta. Uskotaan houkuttelevan uusia asiakkaita ja parantavan ohjelman brändiä. Joissain tapauksissa kustannuksen (vuosimaksun) korotus hyväksyttäisiin, mutta korkeintaan kaksinkertaiseksi.
- *Vastustajat*: Pelko byrokratian ja hallinnollisen taakan kasvusta, mikä voisi johtaa pienempien toimijoiden vetäytymiseen. Osallistujamäärän odotettiin myös vähenevän kustannusten/vuosimaksun nousun takia. Sertifiointin hyötyä ei pidetä merkittävänä, erityisesti julkisella sektorilla. Nykyinen kevyt järjestelmä koetaan toimivaksi luomun lisäämisen tavoitteen kannalta.

Vuosimaksut

- Noin 14 % ohjelman asiakkaista sitä mieltä, että sertifioitu ohjelma/merkki saisi sisältää nykyistä isomman maksun. Suurin osa asiakkaista siten ei suhtaudu suopeasti siihen, että maksut nousisivat sertifiointin myötä.
- Hinnankorotuksia pidetään haastavina erityisesti julkisella sektorilla, missä budjettipaineet ovat kovat.
- Mahdollinen hinnannousu vaatii selkeästi osoitettavia lisähyötyjä osallistujille, kuten markkinointitukea.
- Keskimääräistä enemmän hinnannousuun ollaan halukkaita henkilöstöruokailua, kahvilapalveluja ja ravintolapalveluja järjestävissä tahoissa.

HAVAINTOJA

4) Luotettavuus (kuva: ohjelman asiakkaiden näkemys)



Nykyinen ohjelman ylläpitäjä EkoCentria koetaan toimivaksi tahoksi ohjelman ylläpidossa, mutta myös muita mahdollisuuksia nähtiin:

- Pieni, ketterä organisaatio kuten ProLuomu.
- Innovatiivinen säätiö tai yhdistys.
- Valtionhallinnon toimijaa ei nähty sopivaksi mahdolliseksi hallinnoijaksi byrokraattisuuden vuoksi.
- Oppilaitostoimija nähtiin myös mahdolliseksi (kuten nykyinenkin on oppilaitostaustainen).

KANSAINVÄLINEN VERTAILU

	<u>Ruotsi</u>	<u>Tanska</u>	<u>Viro</u>
Ohjelman nimi	KRAV	Det Økologiske Spisemærke	Toitlustajate ökomärgi
Hallinnoija	KRAV Ekonomisk förening	Fødevarestyrelsen	Põllumajandus- ja Toiduamet
Rahoituslähde	Lisenssimaksut	Valtion budjetti	Valtion budjetti
Toiminnan kuvaus	Luomumerkin myöntäminen, nettikoulutukset ravintolahenkilökunnalle, tarkastukset	Luomumerkin myöntäminen, kirjanpitolaulukko, seuranta, tarkastukset	Luomumerkin myöntäminen, kirjanpitolaulukko, seuranta, tarkastukset osana tavallisia elintarvikehygieniatarkastuksia
Merkin haltijat	650 kpl, pääosin julkisia	3500 kpl, joista 2570 julkisia	174 kpl, joista oppilaitoksia ja päiväkoteja 153
Eryityistä	Yksityisten tarkastajien sertifioima. KRAV-merkki laajempi (luomu + kestävyys)	Linkitetty Tanskan luomumerkkiin	2022 vuodesta lähtien luomuruokatuki oppilaitoksille, jotka käyttävät min. 20% luomuraaka-aineita Järjestelmässä todennettavuus tärkeäintä

JOHTOPÄÄTÖKSET/SUOSITUKSET

- Selvitys osoittaa, että Portaat Luomuun -ohjelmalle on edelleen tarvetta. Sitä tarvitaan mm. tukemaan luomun käytön lisääntymistä ja edistämään ruokapalvelutoimijoiden tiedonsaantia luomusta.
 - Ohjelman avulla myös tietoisuus ja tunnettuus luomusta laajenevat.
- Ohjelman ja Luomua-merkin tunnettuuden ja näkyvyyden lisäämiseksi tarvitaan edelleen toimenpiteitä kuluttajien suuntaan, mutta erityisesti ammattikeittiöiden suuntaan.
 - Ammattikeittiöiden suuntaan tehtävä tunnettuuden lisääminen on kustannustehokkaampaa ja sillä on helpommin osoitettavissa oleva yhteys luomun käytön lisääntymiseen.
- Ajatukset ohjelman sertifiointista ja auditoinnista eivät saa laajaa kannatusta ohjelman asiakkaiden parissa. Kun tähän yhdistetään kansainvälisen vertailun kautta saatu näkemys erilaisista toimintamalleista, selvityksen lopputuloksena voidaan esittää seuraava taulukko pohdittavaksi ohjelman kehittämisessä.

JOHTOPÄÄTÖKSET/SUOSITUKSET

	Nykyisen kaltainen	Sertifiointi	Luomua-merkki + sparraus
Päätavoite	Lisätä luomun käyttöä	Luomun käytön todentaminen	Luomun käytön todentaminen + luomun käytön lisäys
Hallinnoija	Luomun edistämistä tukeva organisaatio	Valtio (Ruokavirasto)	Valtio (+muu organisaatio?)
Rahoituslähde	Vuosimaksut, hankkeet	Lisenssi- ja tarkastusmaksut	Lisenssimaksut, valtion budjetti, hankkeet
Toiminnan kuvaus	Luomua-merkin myöntäminen, seuranta, materiaalit ja koulutukset	Luomua-merkin myöntäminen, seuranta, valvonta	Luomua-merkin myöntäminen, seuranta, valvonta, materiaalit ja koulutukset, tapaamiset
Työn fokus	Promootio ja tiedonlevitys	Säännöt, todentaminen	Säännöt, todentaminen Promootio ja tiedonlevitys
Hyödyt	Luomutietouden lisääminen Luomuketjun kehittäminen	Luotettavuus, uskottavuus, tunnettuus, erottautuminen	Kokonaisvaltaisuus: Sertifioinnin & promootion ja ketjun yhteistyön hyödyt
Haitat	Väitteiden todennettavuus heikko, ei valtion valvonnassa	Hinta osallistujille Osallistujien väheneminen	Hinta osallistujille Mikä maksaa, mikä ei? Vastuunjako Järjestelmän ymmärrettävyys

JOHTOPÄÄTÖKSET/SUOSITUKSET

- Portaat Luomuun -ohjelman kehittämistä tulisi tehdä erityisesti ohjelman tavoitteista lähtien. Ohjelman hallintomallin ja toiminnan tulisi tukea sen päätavoitetta, joka tällä hetkellä on luomutuotteiden kysynnän ja kulutuksen lisääminen.
- Mikäli luomun käytön lisääminen halutaan pitää toiminnan päätavoitteena, nykyisen kaltainen toimintamalli eli toimijoiden tukeminen, sparraus ja tiedonvälitys toimii tästä näkökulmasta hyvin. Suurin osa ohjelman asiakkuuksista tällöin todennäköisesti jatkuu.
- Toimintaa jatkettaessa nykyisen kaltaisella toimintamallilla, on syytä kiinnittää huomiota myös niihin ohjelman asiakkaisiin, jotka olisivat valmiita sertifioituun ohjelmaan. Usein haussa tällöin on markkinoinnillinen hyöty.
 - On hyvä harkita mahdollisuutta sisällyttää ohjelmaan jonkinlainen markkinoinnillista lisäarvoa tuova ominaisuus.

JOHTOPÄÄTÖKSET/SUOSITUKSET

- Ohjelmaan osallistumisesta on ollut erilaisia hyötyjä.
 - Toimintaa kehitettäessä on hyvä huomioida, että näitä ohjelman asiakkaiden tärkeiksi kokemia hyötyjä saadaan sisällytettyä myös tulevaisuuden ohjelmaan: 1) Tieto ja opastus, 2) hyödynnettävissä oleva materiaali, 3) luomun käyttö ja arvostus, 4) raportointi ja strateginen käyttö, 5) näkyvyyden lisääntyminen, hyöty markkinointiin sekä 6) verkostoituminen ja arvoketju.
 - Lisäksi Portaat Luomuun -ravintoloiden yhteistyötä ja näkyvyyttä voisi kehittää esimerkiksi kampanjoiden tai yhteismarkkinoinnin avulla (esim. Luomuravintolaviikko).
- Erityisesti Luomua-merkin käytön ja mahdollisen kehittämisen näkökulmasta on syytä huomioida EU-vaatimusten muuttuminen lähivuosina, kun luodaan lainsäädäntöä, joka tähtää harhaanjohtavien ympäristöväitteiden sääntelyyn (green claims).
 - Tämän myötä yleisten ympäristöväittämien käyttöön on odotettavissa muutoksia ja se tuonee mukanaan tiukennuksia kuluttajille suunnattujen tuotteiden ja palveluiden kestävyyteen ja vastuullisuuteen liittyvien logojen käyttöön.



Selvitystiimin puolesta

Tommi Ålander, TK-Eval
tommi.alander@tk-eval.fi

Puh. 050 550 5170