

Pro Luomun ja Ruokatiedon hankkeet

Toteuttaja	Hankkeen nimi ja toteutus-aika	Budjetti € ja kohdemarkkina	Päätavoitteet ja keskeiset toimenpiteet
Ruokatieto	EU Sustainable Oats 2026 - 2028	1,8 milj. € Saksa, Ranska, Hollanti	Vahvistaa Ruotsissa ja Suomessa kestäväällä tavalla tuotettujen kauraraaka-aineiden ja -jalosteiden markkina-asemaa keskeisillä EU-markkinoilla. Koulutuksellinen viestintä eri kanavissa, messutapahtumat.
Ruokatieto	EU Sustainable Oats 2025 – 2027	1,8 milj. € Kiina, Japani, Etelä-Korea	Lisätä aasialaisten kuluttajien tietoisuutta ja mieltymystä eurooppalaiseen kauraan, korostaen laatua, makua ja poikkeuksellisia tuotantostandardeja. BtoB ja BtoC -viestintää tapahtumissa ja digiviestinnän keinoin.
Ruokatieto	EU Delicious Meals 2024 – 2026	3,18 milj. € Kiina	Lisätä tietoisuutta kestävästä eurooppalaisesta maidon ja possunlihan tuotannosta ja sen myötä kasvattaa edistettävien tuotteiden myyntiä. Toimenpiteinä: sosiaalinen media ja vaikuttajamarkkinointi.
Ruokatieto	EU Quality Meat 2022 – 2024	3 milj. € Kiina	Lisätä tietoisuutta eurooppalaisista sian- ja siipikarjatuotteista sekä kasvattaa niiden myyntiä Kiinaan. Toimenpiteinä: suuret messutapahtumat, kaupalliset vierailut Suomeen, seminaarit ja mediatapahtumat.
Pro Luomu	Organic Comeback 2026–2028	1,3 milj. € Suomi	Kasvattaa EU:n luomumerkin tunnettuutta ja merkin vaikutusta kuluttajien ostopäätökseen, kuluttajien tietoisuutta luomun hyödyistä sekä luomun myyntiä. Toimenpiteinä luomun menekinedistämistoimet päivittäistavara-kaupoissa ja luomun kampanjointi laajasti eri kanavissa.
Pro Luomu	Luomu on osa ratkaisua 2022–2024	4,53 milj., josta Suomen osuus 1,55 milj. Suomi, Ruotsi, Alankomaat, Flanderi	Lisätä EU:n luomumerkin tunnettuutta ja luomun myyntiä, sekä pilotoida tuuppauskeinoja luomumyynnin edistämiseen. Toimenpiteinä luomun menekinedistämistoimet päivittäistavara-kaupoissa ja luomun kampanjointi laajasti eri kanavissa.
Pro Luomu	Luomu on hyvä merkki 2020–2022	1,4 milj. Suomi	Lisätä EU:n luomumerkin tunnettuutta, aktiivisesti luomua ostavien suomalaisten osuutta ja kiinnostusta luomuun, sekä luomun myyntiä. Toimenpiteinä luomun kampanjointi eri kanavissa.