

# Pro Luomu ry

## TOIMINTASUUNNITELMA V. 2014

---

### Sisällys

<b>Toiminnan tarkoitus ja strategia</b>	<b>2</b>
Tarkoitus	2
Tilannekatsaus	2
Strategia	2
<b>Toimenpiteet</b>	<b>3</b>
Tuoteryhmäkohtainen arvoketjutyö	3
Ennakointi- ja seurantatiedon kerääminen, tuottaminen ja välittäminen	4
Luomualan koordinointi	4
Viestintä	5
Arvoketjujen ja luomualan sisäinen viestintä	6
Mediaviestintä	6
Kuluttajaviestintä	7
Muu tiedotus ja kampanjointi	8
Koulutus- ja kehittäminen	8
Luomuelintarvikepäivä	8
Tutkimuspalvelut	8
Sidosryhmätoiminta	8
Jäsenhankinta	8
Sidosryhmäyhteistyö	8

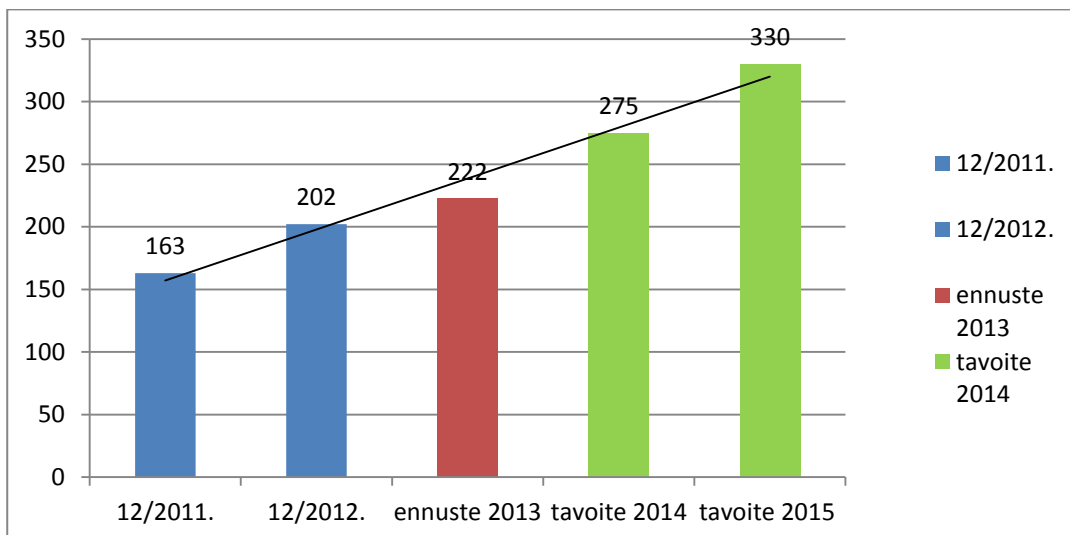
## TOIMINNAN TARKOITUS JA STRATEGIA

### 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

Luomualan kasvu on taloudellisen taantuman vuoksi hidastunut. Pro Luomu ry arvioi, että markkinan kasvu vuonna 2013 tulee olemaan vajaa 10 %. Kymmenen prosentin kasvuvauhti ei riitä markkinan vuoteen 2015 asetetun tavoitteen saavuttamiseen, joten kasvua on tarpeen piristää. Luomumarkkina kasvaa kuitenkin enemmän kuin päivittäistavarakauppa, jonka kasvu on vajaa 4 % (tammi-syyskuu 3,6 %).



Kuva 1: Luomumarkkinan kasvu (miljoonaa euroa)

Vuosi 2014 on siirtymävaihe EU:n uuteen ohjelmakauteen, joka käynnistyy vuoden 2015 alussa. Vuoden aikana viimeistellään sekä luomutukea että kehittämistoimintaa ohjaava lainsäädäntö uudella ohjelmakaudella (2015-2020). Lisäksi EU:n komissio tulee antamaan esityksensä luomulainsäädännön uudistamiseksi.

Vuodelle 2014 ei ole erityistä hankehakua luomun edistämiseksi. Pro Luomu ry:n vuonna 2013 käynnistynyt koordinaatiohanke jatkuu kesäkuun 2014 loppuun saakka. Tämän hankerahoituksen lisäksi vuoden 2014 toiminnan rahoitus perustuu jäsenmaksutuloihin, palvelutoiminnan tuloihin sekä mahdollisiin erillisiin rahoituslähteisiin, kuten MMM:n ostopalveluihin.

### Strategia

**Visio:** Vuonna 2015 luomu on osa kuluttajien ja elintarvikeketjun toimijoiden arkipäivää. Tuotevalikoima vastaa kuluttajien tarpeita ja kattaa keskeiset tuoteryhmät. Pro Luomu on luomualan johtava vaikuttaja, viestijä ja yhteistyön rakentaja.

**Strategiset tavoitteet:**

1. Luoda edellytyksiä kuluttajien, ammattikeittiöiden ja vientiyritysten tarpeita vastaavalle luomuvälikoimalle ja -tuotannolle, joka mahdollistaa luomumarkkinan kolminkertaistamisen aikavälillä 2011–2015 ja luomuarvoketjun kestäväns kasvun Suomessa.
2. Sitouttaa luomuarvoketjun toimijat yhteistyöhön ja parantaa toimijoiden välistä luottamusta.
3. Vahvistaa luomun asemaa kuluttajan hyvinvoinnin sekä kestäväns elintarviketuotannon ja -kulutuksen mukaisena valintana.
4. Lisätä Pro Luomun tunnettuutta alan asiantuntijana eri sidosryhmien keskuudessa.

**Strategiset linjaukset**

1. Kuluttajälähtöisyys
2. Arvoketjuyhteistyö
3. Oppiminen ja innovatiivisuus
4. Läpinäkyvyys

## TOIMENPITEET

**Tuoteryhmäkohtainen arvoketjutyö**

(Koordinaatiohanke 2 ja oma toiminta)

Arvoketjutyön tavoitteena on:

- 1) vahvistaa toimijoiden välistä yhteistyötä
- 2) luoda edellytyksiä luomualan kestäväns kasvulle

Arvoketjutyöryhmissä seurataan tuoteryhmittäin luomualan kehittymistä, markkina- ja tuotantoennusteiden toteutumista, nostetaan esiin arvoketjujen keskeisiä kehittämiskohteita sekä etsitään niihin ratkaisuehdotuksia yhteistyössä tutkimus- ja kehittämishankkeiden kanssa. Tässä tehdään yhteistyötä vuonna 2014 käynnistyvän Luomuinsituutin FiDiPro-hankkeen kanssa.

Vuoden 2014 alussa päivitetään Lisää luomua - luomualan toimeenpanosuunnitelma yhteistyössä arvoketjuryhmien ja alan asiantuntijoiden kanssa. Jotta EU:ssa valmisteltava luomulainsäädäntö edesauttaisi myös Suomen luomun kehitystä, kartoitetaan ja nostetaan esille niitä kohtia, jotka ovat merkittäviä luomun kehittymiseksi Suomessa. Samalla yhdessä alan tahojen kanssa luodaan yhteistyöhön perustuva järjestelmä, jonka avulla sekä tieto säädösten valmistelusta että säädösten aiheuttamat käytännön ongelmat saadaan säännöllisesti arvoketjuryhmien keskusteluun. Lisäksi vahvistetaan arvoketjujen toimintaa tuomalla esiin hyviä esimerkkejä ketjuyhteistyöstä ja ketjun toimivuudesta yhteistyössä tutkimuksen kanssa.

Toimivien arvoketjuryhmien (liha, kasvis, maito sekä horeca-ryhmä) lisäksi Pro Luomu ry on käytettävissä VYR:n alaisuudessa toimivan luomuviljaryhmän toiminnan pyörittämiseen. Vuoden 2014 aikana selvitetään mahdollisuutta liittää Portaat Luomuun –ohjelman toiminta osaksi Pro Luomun toimintaa.

Tavoitteena on, että arvoketjut kokoontuvat 3-4 kertaa vuodessa.

Pro Luomu ry:n toimintasuunnitelma vuodelle 2014

Arvoketjoryhmien työstä välitetään tietoa alan sisällä sekä elinkeinon toimijoille että kehittäjätahoille. Keskeinen tiedonvälityskanava on Pro Luomun nettisivut. Yhteistyössä Ruralia-instituutin kanssa selvitetään myös tarvetta ja mahdollisuutta luoda ryhmille sähköinen työskentelyalusta.

Mittarit: Ryhmien aktiivisuus ja toteutetut toimenpiteet  
Rahoitus: kesäkuun loppuun hankerahoitus, loppuvuosi jäsenmaksutulot

## Ennakointi- ja seurantatiedon kerääminen, tuottaminen ja välittäminen

(Koordinaatio 2 ja oma toiminta)

Pro Luomu ry kokoaa tietoa kaupparyhmiltä Suomen luomumarkkinan kehityksestä kahdesti vuodessa. Tuotannon kehittymistä seurataan virallisten tilastojen ja tutkimusten kautta. Luomuhantatuotannon määrän selvittämiseksi toistetaan vuonna 2013 tehty selvitys. Tarvittaessa teetetään myös muita selvityksiä pullonkaulojen ratkaisemiseksi. Nämä tarkentuvat toimeenpanosuunnitelman päivityksen yhteydessä. Tieto luomumarkkinan ja –tuotannon keittymisestä kootaan Luomu Suomessa -katsaukseen. Luomun tavoitteesta, nykytilanteesta ja alan kehittämistarpeista teetetään myös painettu esite, palvelemaan erityisesti tulevan ohjelmakauden hankkeiden suunnittelua.

Pro Luomu seuraa luomualan kansainvälistä kehitystä osallistumalla Euroopan merkittävimpään luomutapahtumaan (Bio Fach). Lisäksi kootaan pohjoismaisten luomualan järjestöjen (Organic Denmark, Debio, Krav, Eko-odlare) yhteistyöfoorumi, jossa tavoitteena ovat vuosittaiset kokoontumiset vuorotellen eri maissa.

Mittarit: Seurannan toteutuminen ja luotettavuus, seurantatiedon hyödyntäminen  
Rahoitus: kesäkuun loppuun hankerahoitus (esite, selvitykset, BioFach) loppuvuosi jäsenmaksutulot

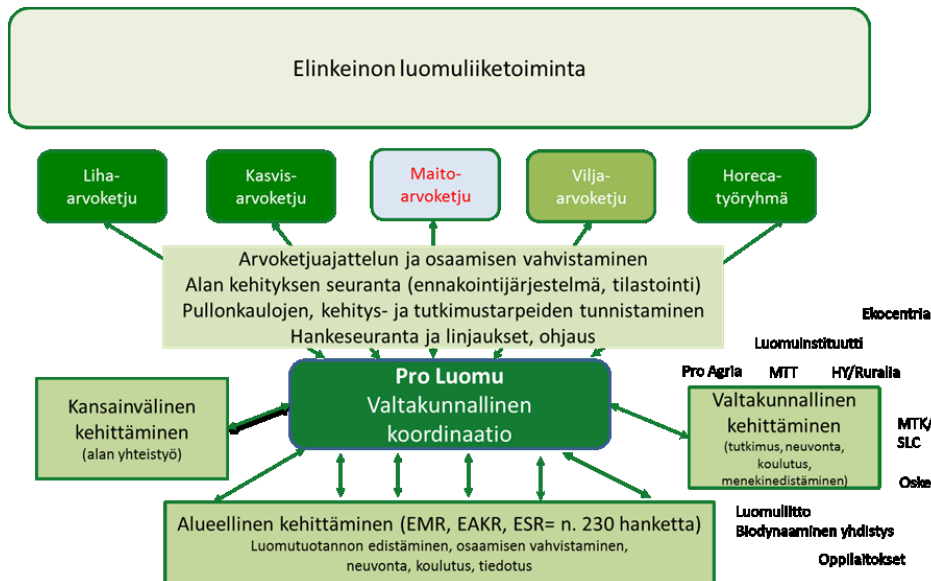
## Luomualan koordinointi

(koordinointi 2 /oma toiminta)

Koordinoinnin tavoitteena on ohjata eri toimijoiden kehittämispanoksia kohti yhteisiä tavoitteita. Koordinointiin linkittyvät tiiviisti arvoketjutyö ja tiedontuottaminen (kts kuva 2). Vuoden 2014 aikana valmistaudutaan uuteen ohjelmakauteen. Pro Luomu päivittää luomualan toimeenpanosuunnitelman (kts. arvoketjutyö) ja tekee arvioinnin luomualan hankkeiden vaikuttavuudesta luomualan tavoitteiden saavuttamisessa.

Pro Luomu järjestää maaliskuussa kaksipäiväisen Luomufoorumin: ”Luomu uudella ohjelmakaudella”. Foorumin ensimmäinen päivä pyritään toteuttamaan yhteistyössä MMM:n ja muiden hallituksen luomualan kehittämisohjelman ohjausryhmään kuuluvien ministeriöiden kanssa. Ensimmäinen päivä on suunnattu keskeisten sidosryhmien päättäjille: Ministeriöt, Evira, ELYT; Pro Agria, MTK, ETL; Luomuinstituutti, MTT; tuotannonalakohtaiset järjestöt jne. Tilaisuudessa julkaistaan päivitetty luomualan toimeenpanosuunnitelma sekä selvitys luomuhankkeista.

## Pro Luomu ry:n toimintasuunnitelma vuodelle 2014



Kuva 2. Arvoketjutyön linkittyminen alan koordinaatiotehtävään

Foorumin toinen päivä suunnataan hanketoimijoille ja pyritään toteuttamaan yhdessä maaseutuverkostoyksikön kanssa. Tilaisuuden tarkoituksena on rakentaa saumatonta yhteistyötä valtakunnallisten ja alueellisten eri hankkeiden välillä. Tilaisuudessa myös hahmotellaan sitä, onko valtakunnalliselle luomualan koordinaatiohankkeelle tarvetta ja millainen sen mahdollisesti pitäisi olla. Pro Luomu koordinoi kehittämistoimia myös antamalla lausuntoja ja osallistumalla hankkeiden ohjausryhmien sekä erilaisten työryhmien työhön.

Mittarit: Foorumin osanottajien lukumäärä ja arviot tapahtumasta, toimenpiteiden toteutuminen

Rahoitus: kesäkuun loppuun hankerahoitus (selvitys hankkeista, foorumi) loppuvuosi jäsenmaksutulot

## Viestintä

Viestinnän tavoitteena on

- 1) parantaa luomuarvoketjun sisäistä tiedonkulkua,
- 2) lisätä kuluttajien kiinnostusta luomuun ja tietämystä luomusta ja luomuvälikoimasta,
- 3) vahvistaa luomubrändiä ja kuluttajien ostohalukkuutta.

Kaikessa viestinnässä käytetään yhteistä kärkeviestiä: *Luomua. Ilman muuta*. Kärkeviestistä tehdään myös ruotsinkielinen versio. Tavoitteena on, että myös Pro Luomun jäsenyritykset ottaisivat sloganin käyttöönsä markkinoidessaan luomua. Graafisen ohjeistuksen lisäksi jäsenyrityksille kootaan viitteellinen ”luomuviestipankki”, jossa kuvataan lyhyesti luomun lisäarvoa eri tuotekategorioissa.

Viestinnän linjaamisessa avustaa Pro Luomun tiedotusryhmä, joka koostuu jäsenyritysten ja -yhteisöjen viestinnästä vastaavista asiantuntijoista. Noin kymmenhenkinen tiedotusryhmä kokoontuu 3–4 kertaa vuodessa keskustelemaan viestinnän suurista kaarista ja tarvittaessa myös yksittäisistä viestinnällisistä toimista.

## Arvoketjujen ja luomualan sisäinen viestintä

Arvoketjujen ja luomualan sisäisessä viestinnässä keskeinen väline on verkkoviestintä, jossa on käytössä kaksi sivustoa: [www.proluomu.fi](http://www.proluomu.fi) ja [www.luomu.fi](http://www.luomu.fi).

Pro Luomun omilla verkkosivuilla ([www.proluomu.fi](http://www.proluomu.fi)) julkaistaan yhdistyksen kaikki mediatiedotteet, joista tärkeimmistä tehdään myös kieliversiot (ruotsi, englanti). Lisäksi sivuilla julkaistaan juttuja luomualan kehityksestä (noin 1/kk), kerrotaan Pro Luomun järjestämistä tapahtumista, julkaistaan yhdistyksen lausunnot sekä arvoketjutyöryhmien kokousten aineistot ja muistiot.

Lisäksi sivuilla pidetään blogia, johon kirjoittavat sekä Pro Luomun henkilöstö että vierailevat asiantuntijat. Sivuilla julkaistaan myös jäsenyritysten luomuaiheisia tiedotteita.

Kaikki Pro Luomun mediatiedotteet lähetetään myös yhdistyksen jäsenille. Lisäksi ne julkaistaan Twitterissä ja Facebookissa.

Pro Luomu osallistuu tiiviisti luomualan yhteisen Luomu.fi- verkkosivuston ylläpitoon ja kehittämiseen. Luomu.fi-sivustolla julkaistava aineisto painottuu artikkeleihin, joissa kerrotaan alan tutkimuksesta ja tarkastellaan luomualan kehitystä, sekä oppimateriaaliin ja tapahtumiin. Osa yhdistyksen tiedotteista julkaistaan myös Luomu.fi-sivustolla. Pro Luomu on mukana sivuston toimituskunnassa.

Uusi väline Pro Luomun viestinnässä vuonna 2014 on uutiskirje, joka kootaan enimmäkseen Pro Luomun verkossa julkaisemista aineistoista. Tarkoitus on koostaa kolmenlaisia uutiskirjeitä, joiden lähettämiskäyväisyys vaihtelee.

1. Pro Luomun **jäsenuutiskirje**, joka lähetetään noin 1 krt/kk. Vastaa sisällöltään aiemmin lähetettyä jäsenuutiskirjettä, mutta aiempaa visuaalisemmassa muodossa.
2. **Sidosryhmä uutiskirje**, joka lähetetään luomun parissa työskenteleville tahoille ja on tilattavissa. Näitä ovat esimerkiksi hankkeet, ELY-keskukset ja alan muut toimijat. Lähetetään noin 4 krt/vuosi.
3. **Luomua. Ilman muuta -uutiskirje** medialle sekä kiinnostuneille tilaajille, lähetetään noin 4 krt/vuosi.

Mittarit: Verkkosivujen kävijämäärät, uutiskirjeiden tilaajamäärä

Rahoitus: Työaika kesäkuun loppuun hankerahoitus (osa mediatiedotteista ja uutiskirjeistä), loppuvuosi jäsenmaksutulot

## Mediaviestintä

Pro Luomun mediaviestinnän tavoitteena on asiallisten ja faktoihin perustuvien juttujen/ohjelmien lisääntyminen mediassa tarjoamalla toimittajille konkreettisia uutisaiheita sekä tärpejä ajankohtaisista tai muuten kiinnostavista aiheista. Mediaviestinnän kautta puhutellaan myös kuluttajia.

Oleellinen osa mediaviestintää on kriisiviestintä: tarvittaessa reagoidaan nopeasti median esiin nostamiin harhakäsityksiin luomusta ja oikaistaan niitä.

Vuonna 2014 Pro Luomu pyrkii kehittämään erityisesti henkilösuhteita median edustajiin. Tässä työssä tärkeä keino ovat toimittajille järjestettävät erilaiset tilaisuudet.

## Pro Luomu ry:n toimintasuunnitelma vuodelle 2014

Mediaviestinnän välineitä ovat tiedotteet, taustoittavat tilaisuudet ja toimittajakoulutukset sekä uutena välineenä Luomua. Ilman muuta. -uutiskirje. Kaikki Pro Luomun tiedotteet lähetetään tiedotejakelupalvelun kautta toimituksiin ja julkaistaan yhdistyksen nettisivuilla sekä linkataan Twitteriin ja Facebookiin.

Vuonna 2014 Pro Luomu tuottaa noin 10-15 tiedotetta, jotka kertovat alan kehityksestä, tutkimustuloksista ja tapahtumista. Tiedotteet jaetaan STT Info -tiedotejakelun kautta. Lisäksi Pro Luomu järjestää vuoden aikana median edustajille 2 taustoittavaa tiedotus/koulutustilaisuutta.

Mittarit:	Verkkosivujen kävijämäärät, uutiskirjeiden tilaajamäärä, tiedotteiden läpimeno, luomuaiheisten juttujen lukumäärä
Rahoitus:	Työaika kesäkuun loppuun hankerahoitus (toinen mediatilaisuus), loppuvuosi jäsenmaksutulot

### Kuluttajaviestintä

Kuluttajaviestinnässä keskeistä on olla läsnä kuluttajan arjessa. Pro Luomun kuluttajaviestinnän kohderyhmä ovat ruoasta kiinnostuneet, ja lapsiperheet.

Kuluttajaviestintä toteutetaan kuluttajälähtöisen verkkosivuston kautta ja tuomalla *Luomua. Ilman muuta* -viestintä jäsenyritysten markkinointi- ja viestintäkanaviin. Kaikki kuluttajaviestinnän aineisto jaetaan myös sosiaalisen median kautta (Facebook, Twitter, Pinterest). Lisäksi osallistutaan Suomen luonnon päivän 30.8.2014 avoimien ovien luomutilat -tapahtumien koordinointiin yhdessä maa- ja metsätalousministeriön kanssa.

### Verkkosivusto [luomuailmanmuuta.fi](http://luomuailmanmuuta.fi)

Kuluttajaviestinnän keskeinen kanava on verkkosivusto [www.luomuailmanmuuta.fi](http://www.luomuailmanmuuta.fi), joka toteutetaan uudistamalla päättyvän Luomun juuret -hankkeen verkkosivuston rakenne ja visuaalinen ilme sekä luomalla sivustolle uutta, kuluttajälähtöistä sisältöä.

Sivustolla säilytetään suurin osa aiemman sivuston aineistosta, mutta visuaalisessa uudistuksessa etusivulle nostetaan näkyvimmin esiin ruoka, kuluttajat ja lifestyle. Sivuston sisältöä päivitetään sesonkiteman mukaisesti.

Uusia, jatkuvasti päivittyviä elementtejä sivustolla ovat

- teemojen mukaan vaihtuva sivuston pääkuva (lifestylekuva)
- Pro Luomun yhteistyökokin/blogiaan reseptit + ruokakuvat (vähintään 1/kk)
- lifestyle-blogi, jossa kerrotaan teemojen mukaisesti luomusta kevyesti ja kuluttajälähtöisesti.

### Jäsenten media

Pro Luomu tarjoaa jäsenyrityksilleen vuonna 2014 aktiivisesti viestintäyhteistyötä yritysten omissa markkinointikanavissa, esimerkiksi juttuja/juttuideoita yritysten omiin julkaisuihin. Lisäksi yrityksiä kannustetaan käyttämään Luomua. Ilman muuta. -slogania omissa aineistoissaan (graafinen ohjeisto) ja linkkaamaan [luomuailmanmuuta.fi](http://luomuailmanmuuta.fi)-sivustolle omilta sivuiltaan (banneri).

## Muu tiedotus ja kampanjointi

Pro Luomu selvittää jäsenyritysten kiinnostusta Luomua. Ilman muuta. -teeman mukaisten yhteiskampanjoiden toteuttamiseen. Jos riittävää kiinnostusta yhteiskampanjointiin on, se toteutetaan yhteistyössä jäsenten kanssa. Lisäksi kartoitetaan jäsenten kiinnostusta yhteiskampanjointiin Pietarissa yhteistyössä ETL:n vientiryhmän kanssa.

Lisäksi selvitetään, onko hankerahoituksen väli vuodesta huolimatta vuonna 2014 käytettävissä julkista rahoitusta ”Luomua. Ilman muuta”-teeman viestintään ja onko jäsenillä kiinnostusta EU:n menekinedistämisrahoituksen hakemiseen vuoden 2015 viestintään.

## Koulutus- ja kehittäminen

### Luomuelintarvikepäivä

Syksyllä järjestetään ensimmäinen Luomuelintarvikepäivä. Seminaarin tarkoituksena on luoda elintarvikealan toimijoille (kauppa, valmistajat, ammattikeittiöt) koulutus- ja verkostoitumistilaisuus, jossa luomu on pääasia. Osallistujatavoitteena on vähintään 200 alan edustajaa ja tilaisuuteen haetaan korkeatasoisia puhujia sekä Suomesta että ulkomailta. Tilaisuus rahoitetaan osanottomaksuilla.

Mittarit: Osanottajat ja palaute

Rahoitus: Osanottomaksut /mahdollinen avustus

### Tutkimuspalvelut

Jäsenille tarjotaan mahdollisuutta selvittää kuluttajien käsityksiä luomuun liittyvissä asioissa. Tutkimuksissa on yhteinen teemaan liittyvä luomuosio sekä kunkin osallistujan omia kysymyksiä/teemoja. Kukin osallistuva taho saa raportin, joka sisältää omien kysymysten/teemojen lisäksi yhteisen osion tulokset. Vuoden 2014 aikana toteutetaan 2 yhteistutkimusta.

Mittarit: Tutkimusten toteutuminen

Rahoitus: Osallistuvat jäsenet/jäsenmaksut

## Sidosryhmätoiminta

### Jäsenhankinta

Pro Luomun jäsenmäärä (9.11.2013) on 49 jäsentä ja 3 kannattajajäsentä. Vuoden 2014 aikana on tavoitteena saada vähintään 20 uutta jäsentä.

### Sidosryhmäyhteistyö

Pro Luomu rakentaa aktiivisesti yhteyksiä keskeisiin sidosryhmiin (kts. koordinointi ja viestintä). Keskeisten tahojen kanssa tavataan vuosittain ja rakennetaan työnjakoon perustuvaa yhteistyön toimintatapaa niin, että luomualan kyky vaikuttaa tulevaan lainsäädäntöön ja kehitykseen vahvistuu ja vältetään päällekkäistä toimintaa. Tarpeen mukaan osallistutaan kansainvälisen tiedonhankinnan kustannuksiin.



## Pro Luomu ry:n toimintasuunnitelma vuodelle 2014

Lisäksi haetaan uusia yhteistyökumppaneita ja toiminnan potentiaalisia rahoittajia kartoittamalla erilaisia tahoja, joilla on kiinnostusta edistää luomualaa. Näitä ovat esimerkiksi erilaiset säätiöt.

Mittarit:       Jäsenten lukumäärä, sidosryhmien yhteistyön toimivuus

Rahoitus:       Jäsenmaksut