

PRO LUOMU 

Toimintakertomus

1.1.2015 - 31.12.2015

Sisällys

Tiivistelmä: Tavoitteiden Uudistamisen vuosi.....	2
Toiminnan tarkoitus ja strategia	2
Tavoitteiden toteutuminen	3
Toimenpiteet.....	5
Arvoketjutyöryhmät (osin Täsmä-luomu hanke)	6
Tapahtumat.....	6
Tutkimukset ja selvitykset (Täsmäluomu -hanke)	7
Viestintä	7
Pro Luomu ry:n muu toiminta	10
Jäsenhankinta.....	10
Vaikuttaminen	10
Strategiatyö	10
Hallinto	11
Hallitus	11
Yhdistyksen kokoukset	11
Henkilöstö	11
Talous	11

TIIVISTELMÄ: TAVOITTEIDEN UUDISTAMISEN VUOSI

Pro Luomun toiminnan käynnistyessä v. 2011 tavoitteet asetettiin vuodelle 2015. Tuolloin luomutuotteiden kysyntä oli voimakkaassa kasvussa, valikoimat olivat nykyistä suppeammat ja useista kotimaista raaka-ainesta oli pulaa. Keskeiseksi tavoitteeksi asetettiin markkinana kolminkertaistaminen ja edellytysten luominen sitä vastaavalle tuotannolle. Yleisen taloudellisen tilanteen heikkeneminen taittoi luomunkin kasvua ja tavoitteesta jäätiin. Markkina kuitenkin kasvoi yli kaksinkertaiseksi ja luomun myynti on kasvanut selvästi enemmän kuin päivittäistavarakaupan myynti keskimäärin.

Tuotanto on kasvanut ja vastaa nyt tarvetta paremmin kuin toiminnan alkaessa. Tuotannon pienuus kuitenkin haittaa joidenkin tuotteiden markkinan kasvua.

Pro Luomu on onnistunut kokoamaan alan toimijoita yhteen ja yhteistyöhön. Arvoketjiryhmät toimivat aktiivisesti ja ovat osoittautuneet toimivaksi työskentelytavaksi. Yhteistyössä on kuitenkin edelleen parantamisen varaa. Myös luomun imago on parantunut ja yli puolet kuluttajista mieltää luomun vastuulliseksi. Pro Luomun tunnetaan alan toimijoiden parissa hyvin, vaikkakaan jäsenmäärä ei ole kasvanut tavoitteiden mukaisesti.

Vuonna 2015 Pro luomu laati Luomualan kasvuohjelman, joka ulottuu vuodelle 2020. Ohjelman visio rakennettiin kuluttajan näkökulmasta ja sen vuoksi keskiöön nousi luomutuote. Uusi ohjelma ohjaa Pro Luomun toimintaa ja toivottavasti suuntaa myös muiden alan toimijoiden tekemistä samaan suuntaan.

Palvelutoiminta laajeni onnistuneesta Luomuelintarvikepäivästä yhteisiin messuesiintymisiin. Täsmäluomu-hanke käynnistyi vuoden 2015 alussa ja Luomualan koordinaation-hanke kesäkuun lopulla.

Yhdistyksen jäsenmäärä kasvoi neljällä varsinaisella jäsenellä. Jäsenmaksuja kertyi yhteensä 142 275 euroa, 1 925 euroa edellistä vuotta vähemmän. Tulos oli -1 007,39 euroa. Negatiivinen tulos aiheutui Täsmäluomuhankkeen puuttuvasta omarahoituksesta.

TOIMINNAN TARKOITUS JA STRATEGIA

Tarkoitus

Pro Luomu ry:n tarkoituksena on edistää luomualan tavoitteellista kehitystä ja kasvua Suomessa edesauttamalla luomutuotteiden kysynnän ja tarjonnan kohtaamista sekä tunnistamalla ja ratkomalla ketjun keskeisiä ongelmia.

Strategia

Luomualan kasvu- ja kehitysohjelma¹ määritteli Pro Luomu ry:n strategian, jota täydennettiin vuonna 2013. Pro Luomu ry:n strategian muodostavat seuraavat linjaukset:

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

¹ [Strategia kokonaisuudessaan kts. Luomualan- kasvu ja kehitysohjelma](#)

Strategiset tavoitteet:

1. Luoda edellytyksiä kuluttajien, ammattikeittiöiden ja vientiyriytysten tarpeita vastaavalle luomuvälikoimalle ja -tuotannolle, joka mahdollistaa luomumarkkinan kolminkertaistamisen vuoden 2011 tasosta vuoteen 2015 mennessä ja luomuarvoketjun kestävä kasvun Suomessa.
2. Sitouttaa luomuarvoketjun toimijat yhteistyöhön ja parantaa toimijoiden välistä luottamusta.
3. Vahvistaa luomun asemaa kuluttajan hyvinvoinnin sekä kestävä 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

TAVOITTEIDEN TOTEUTUMINEN**Luomumarkkinan kolminkertaistuminen**

Vuonna 2015 luomumarkkinan kasvu jatkui heikosta yleisestä taloustilanteesta huolimatta. Pro Luomu ry:n arvion mukaan luomutuotteita myytiin 240 miljoonalla eurolla vuonna 2015, mikä oli noin lähes 7 prosenttia edellisvuotta enemmän. Arvio perustuu päivittäistavara-kaupan ryhmittymiltä kerättyihin lukuihin.

Päivittäistavara-kaupan keskimääräinen myynti v. 2015 väheni 0,8 prosenttia, mikä edelleen vahvistaa luomun kasvun merkitystä. Vuonna 2011 asetusta tavoitteesta kolminkertaistaa luomumarkkina jäätiin kuitenkin selvästi (Taulukko 1).

	Lähtö-tilanne 6.2011	Toteutui 2011	Tavoite 2012	Toteutui 2012	Tavoite 2013	Toteutui 2013	Tavoite 2014	Toteutui 2014	Tavoite 2015	Toteutui 2015
Luomu-markkina milj. €	110	163	165	202	225	215	275	225	330	240
Luomumyynti €/hlö	20	30	30	37	40	39	50	41	60	44

Taulukko 1. Luomumarkkinan kasvatavoitteet ja niiden toteutuminen

Luomun osuus koko elintarvikemyynnistä nousi 1,8 %:iin. Eri tuoteryhmien markkinaosuudet vaihtelevat paljon. Esimerkiksi luomuhiutaleiden ja kananmunien markkinaosuus omista tuoteryhmissään on jo noin 10 %:a. Luomun markkinaosuutta elintarvikkeiden kokonaisymyynnistä supistaa edelleen luomuvälikoiman niukkuus etenkin isoissa tuoteryhmissä kuten liha ja lihavalmisteet. Luomutuotteiden kysyntä keskittyy yhä vahvasti pääkaupunkiseudulle.

Euromääräisesti luomuna ostettiin v. 2015 eniten vihanneksia ja hedelmiä. Ostetuin yksittäinen tuote oli yhä luomumaito. Suhteellisesti eniten eri luomutuoteryhmistä kasvoi juuston, luomukahvin, ja tuoreen lihan myynti.

Luomuvälikoiman ja tuotannon kasvu

Luomutuotteiden välikoima kaupoissa on suurin piirtein entisellä tasolla. Suurimpien kaupparyhmittymien välikoimissa on noin 3 000 luomutuotetta, niistä noin 55 % on kotimaisia.

Vuonna 2015 Suomen luomuala oli noin 224 600 hehtaaria ja luomutuotannossa oli yli 4 300 maatilaa (siirtymävaiheen ala ja tilat mukaan lukien). Luomulla oli 9,9 % Suomen koko peltoalasta. Luomutilojen keskikoko oli 52,8 hehtaaria.

		Osuus tiloista/ peltoalasta %	Muutos edelliseen vuoteen %
Luomutilojen lukumäärä	4 328 kpl	8,3	+2
Luomuviljelty peltoala	224 615 ha	9,9	+6

Taulukko 2. Luomutuotanto ja sen kasvu vuonna 2015 (Lähde: Evira)

Luken keräämien tuotantotilastojen mukaan vuonna 2015 luomuviljaa tuotettiin Suomessa 83 milj. kg, mikä oli 2,3 % maan koko viljantuotannosta. Luomuviljan sato laski edellisvuodesta 20 milj. kg ja korjuuala lähes 10 000 hehtaaria.

Luomukotieläintuotanto kasvoi kaikissa muissa tuoteryhmissä paitsi luomusianlihassa ja -lampaanlihassa, joiden tuotanto säilyi edellisvuoden tasolla. (Taulukko 3)

	Määrä milj. kg/l					Osuus kokonais-tuotannosta v. 2015 (%)	
	2015	2014	2013	2012	2011	2015	2014
Luomuvilja	82,9	102,9	90,5	82,5	81,6	2,3	2,5
Luomuvehnä	12,4	14,9	13,0	15,3	14,7	1,2	1,4
Luomuruus	8,8	9,0	4,2	5,1	6,6	8,2	12,0
Luomukaura	45,4	40,5	46,1	38,6	38,2	4,6	3,9
Luomuohra	9,4	13,8	12,4	6,6	7,5	0,6	0,7
Luomumaito	54,2	47,2	41,2	37,6	31,4	2,3	2,0
Luomunaudanliha	2,95	2,1	2	1,7		3,4	2,6
Luomusianliha	0,72	0,7	0,7	0,5		0,4	0,4
Luomulampaanliha	0,27	0,2	0,2	0,1		23	22,4
Luomusiipikarjanliha	0,21	0,08	0,03			0,2	0,1
Luomukananmunat	3,1	2,8	2,5	2,2	1,5	4,7	4,5

Taulukko 3. Luomutuotannon määrä Suomessa v. 2015 (Lähteet: Luke ja TNS Gallup/Pro Luomu)

Luomuarvoketjun toimijoiden yhteistyö ja toimijoiden välisen luottamuksen parantuminen

Luomun ketjubarometrin tulosten mukaan yhteistyössä ja luottamuksessa ei kokonaisuudessaan ole tapahtunut suuria muutoksia. Yhteistyössä ja tiedonvaihdossa on edelleen kehittämisen varaa. Erityisesti kehittäjiä ja ammattikeittiöiden käsitykset yhteistyöstä ja luomuketjun toimijoista yhteistyökumppaneina ovat heikentyneet, kaupan sen sijaan parantunut

Luomuviljelijät koetaan edelleen kaikkien sitoutuneimmiksi luomumarkkinan kehittämisen. Kehittäjätahot ja viranomaiset koetaan aiempaa sitoutuneimmiksi, sen sijaan käsitykset teollisuuden ja kaupan sitoutumisesta ovat heikentyneet. Vuoden 2013 tapaan luomualaan sitouttavat erityisesti usko luomutuotannon/-tuotteiden kasvuun tulevaisuudessa, mutta myös usko luomuun ja sen hyötyihin ja ammattiympäristön kokeminen luomuketjun jäsenenä.

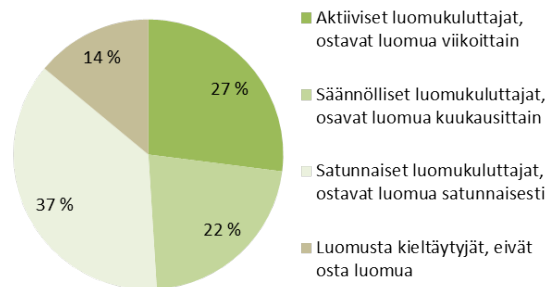
Vuoden aikana uusiksi jäseniksi hakeutui 6 yritystä ja erosi 2 yritystä. Tavoitteena oli saada 10 uutta jäsentä, joten jäsenmäärätavoitetta ei saavutettu.

Luomun asema kuluttajan hyvinvoinnin sekä kestävän elintarviketuotannon ja kulutuksen mukaisena valintana

Syksyllä 2015 toteutetun Luomun kuluttajabarometrin mukaan luomun käyttö yleistyy hitaasti mutta varmasti. Lähes puolet suomalaisista käyttää luomua vähintään kerran kuukaudessa. Vain satunnaisesti tai ei lainkaan luomua ostavien joukko oli hieman pienempi kuin edellisessä kuluttajabarometrissa (2013).

Luomun imago on kehittynyt aiempaa myönteisempään suuntaan. Vähän yli puolet kuluttajista mieltää luomun terveelliseksi, vastuulliseksi ja pienimuotoiseksi. Kuluttajien syyt suosia luomua ovat ennallaan. Luomuruokaa ostavat kuluttajat arvostavat luomussa eniten lisäaineettomuutta, puhtautta ja torjunta-aineettomuutta. Myös maku, ekologisuus ja terveellisyys ovat yleisiä syitä ostaa luomua.

Suomalaiset luomukuluttajina



Pro Luomun tunnettuus alan asiantuntijana eri sidosryhmien keskuudessa

Pro Luomun tunnettuus on Taloustutkimuksen Ketjubarometrin mukaan hyvä, vaikkakin samalla tasolla kuin jo vuonna 2013. Vain 10 % vastaajista ei ole kuullutkaan yhdistyksestä. Noin neljä vastaajaa kymmenestä on kuullut yhdistyksestä ja reilu kolmannes on seurannut Pro Luomun toimintaa ja/tai osallistunut joihinkin tilaisuuksiin. Vastaajista 16 % on yhdistyksen jäseniä. Jäsenten osuutta alentavat alkutuottajat, joista vain harva on suoraan Pro Luomun jäsen.

TOIMENPITEET

Yhdistys toteutti vuoden 2015 alusta Täsmäluomu-hanketta, jota rahoitti maa- ja metsätalousministeriö. Hankkeessa teetettiin tutkimuksia, seurattiin markkinan ja tuotannon kehitystä sekä tiedotettiin kehityksestä. Kesäkuun lopulla Hämeen ELY-keskukselta saadun alustavan rahoituspäätöksen jälkeen yhdistys käynnisti myös EU-osarahoitettua Luomualan koordinaatiohankkeen. Hankkeen tuensiirtokumppaneina ovat ProAgria Etelä-Suomi, Luomuinstituutti/Helsingin yliopisto sekä Savon

koulutuskuntayhtymä/EkoCentria. Vuonna 2015 laadittiin hankkeen suunnitelma ja hakemus ja päätöksen jälkeen valmisteltiin tulevien vuosien toimintaa ja koottiin aluehankkeiden verkostoa.

Lisäksi yhdistys osallistui työpanoksellaan EkoCentrian vetämään ”Luomutarjonnan lisääminen ja monipuolistaminen ammattikeittiöissä” -hankkeeseen.

Syksyllä järjestettiin toistamiseen Luomuelintarvikepäivä. Lisäksi käynnistettiin yhteisiintymiset messuilla.

Arvoketjutyöryhmät (osin Täsmä-luomu hanke)

Tuotannonalakohtaisissa arvoketjutyöryhmissä seurataan ja ennakoidaan luomutuotannon ja -markkinan sekä luomulainsäädännön kehitystä, analysoidaan havaittuja ongelmakohtia ja etsitään niihin ratkaisuja. Vuoden 2015 aikana liha-, kasvis- ja maitotyöryhmä kokoontuivat 4 kertaa. Markkina- ja tuotantotilanteen seuraamisen lisäksi ryhmissä koottiin MMM:lle esitys luomuvalvonnan keskittämisestä ja muusta kehittämisestä sekä seurattiin ajankohtaista lainsäädännön valmistelua. Kasviryhmässä ideoitiin selvitys hevihoitajien käsityksistä laadun parantamiseksi sekä luotiin Puutarha Sanomien vuoden Heviosasto-kilpailun kylkeen Vuoden Luomu Hevi-kisa. Näiden lisäksi Pro Luomu osallistui vilja-alan yhteistyöryhmän kokoaman luomuviljaryhmän työhön.

Arvoketjutyöryhmien kokoonpanot, muistiot ja tehdyt selvitykset löytyvät Pro Luomun nettisivuilta (www.proluomu.fi/hankkeet/arvoketjutyo).

Tapahtumat

Fast food and cafe-messut 25-26.2. Helsinki

Pro Luomu toteutti yhteistyökumppaneiden kanssa luomuviestinnän yhteisosaston Fastfood & Cafe ja ravintola –messuille helmikuussa. Osaston ja sen ohjelman suunnittelusta ja toteuttamisesta sekä tiedotuksesta vastasivat EkoCentria ja Pro Luomu ja sen rahoitti MMM ostopalveluna. Muita yhteistyökumppaneita olivat Luomuinstituutti ja Luomuliitto Osaston päivystyksen vaatiman työpanoksen rahoittivat kukin osanottajataho itse.

Messuilla oli vuonna 2015 ensimmäistä kertaa erillinen Luomupuisto, jossa luomua ammattikeittiöille tarjoavat yritykset esiintyivät. Luomupuistossa oli myös luomuviestinnän yhteisosasto näytöskeittiöineen. Osastolla on päivittäin ohjelmaa ja luomumaitiasia. Lisäksi järjestimme paneelikeskustelun teemalla: Nyt on oikeasti luomun aika! Messujen Ravintolalavalla 25.2. 2015.

BioFach 11.-13.2. Nürnberg, Saksa

Suomella oli BioFach-messuilla Nürnbergissä Food from Finland –ohjelman koordinoima paviljonki, jossa esittäytyi seitsemän vientimarkkinoilla jo toimivaa tai niille tähtäävää luomualan yritystä. Paviljongin yhteyteen rakennettiin MMM:n rahoituksella luomun info-piste, joka välitti tietoa suomalaisesta luomusta. Pro Luomu ry järjesti ostopalveluna osaston somistamisen, asiantuntevan päivystyksen ja osaston purun.

Luomufoorumi 20.8. Helsinki (Luomualan koordinaatiohanke)

Elokuussa Luomualan koordinaatiohanke kutsui hanketoimijoita Helsinkiin yksipäiväseen Luomufoorumiin. Tilaisuuteen osallistui 39 henkilöä. Tarkoituksena oli rakentaa yhteistyötä ja hioa hankkeeseen suunniteltuja viestintäkonsepteja. Tilaisuus osoitti, että yhteistyölle on tarvetta ja kiinnostusta, mutta suunnitteilla olevat

hankkeet ovat hyvin erilaisia, usein tiettyyn teemaan keskittyviä ja yleiselle luomutiedotukselle ei välttämättä ole hankkeessa kovin paljon tilaa. Lisäksi hankkeet lähtevät liikkeelle hyvin eriaikaisesti.

Herkkujen Suomi 20.-22.8. Rautatientori, Helsinki, MMM:n yhteisosasto

Pro Luomu osallistui MMM:n yhteisosastolle. Tuotimme tapahtumaan Luomua. Ilman muuta. -halsterit, jotka jaettiin luomuyritysten pöytiin sekä pienen tietovisan luomusta.

Suomen luonnon päivä 29.8

Pro Luomu osallistui 29.8. järjestetyn Suomen luonnon päivän Avoimien ovien luomutila -tapahtumien koordinointiin yhdessä MMM:n, MTK:n ja Luomuliiton kanssa. Vuonna 2015 Suomen luonnon päivää vietettiin yhdeksällä luomutilalla.

Luomuelintarvikepäivä 1.10, Helsinki

Luomuelintarvikepäivä järjestettiin 1.10.2015 ja se keräsi kaiken kaikkiaan noin 180 elintarvikealan ammattilaista Vanhalle ylioppilastalolle Helsinkiin. Seminaarissa julkistettiin luomun kuluttajabarometrin tulokset ja kuultiin Ruotsin luomumarkkinan hurjasta kasvusta. Lisäksi pohdittiin luomun tuotteistamista ja markkinointia niin Suomessa kuin maailmalla, luomua ammattikeittiöissä sekä kuultiin uusista tutkimustuloksista

Luomuelintarvikepäivän päätteeksi julkistettiin Luomuliiton Vuoden luomutuote -kilpailun sekä Portaat luomuun -ohjelman ravintoloille ja ruokapalveluille suunnatun Luomu SM -kilpailun voittajat.

Toista kertaa järjestetty Luomuelintarvikepäivä sai erittäin hyvän vastaanoton; palautteen perusteella sille annettiin kouluarvosanaksi 9-. Tapahtuma rahoitettiin osanottomaksuilla ja sponsorituloilla.

Elma-messut 6.-8.11. Helsinki

Pro Luomu kokosi marraskuussa Elma-messuille Helsinkiin Luomua. Ilman muuta. -osaston, jolla esittäytyi yhteensä kymmenen luomualan yritystä. Puolet niistä oli yhdistyksen jäseniä. Yritykset olivat yhteisosastoon kokonaisuutena tyytyväisiä, osaston yhtenäistä visuaalista ilmettä pidettiin tärkeänä. Palautteen perusteella yritykset ovat jatkossakin kiinnostuneita messuyhteistyöstä.

Lisäksi Pro Luomulla oli osastolla oma piste, jossa yleisö sai pyörittää onnenpyörää ja vastata tietokilpailukysymykseen. Oikeasta vastauksesta sai palkinnoksi Luomua. Ilman muuta. -pinssin.

Tutkimukset ja selvitykset (Täsmäluomu -hanke)

Pro Luomu teetti osana Täsmäluomu-hanketta sekä Luomun Ketjubarometrin että Luomun Kuluttajabarometrin. Edellisen toteutti Taloustutkimus ja jälkimmäisen TNS Gallup. Lisäksi toteutettiin selvitys luomulihan tuotantomääristä. Vuoden aikana käynnistyi myös vastuullisiin hankintoihin liittyvän yhteistutkimuksen suunnittelu Motivan, Reilun kaupan ja EkoCentrian kanssa.

Lisäksi selvitettiin luomumarkkinan kehittymistä kahdesti kaupparyhmille suunnatulla kyselyllä. Vuoden lopulla kaupan asiantuntijoilta pyydettiin selvitys luomumarkkinan potentiaaleista vuodelle 2020.

Viestintä

Pro Luomun viestintä vuonna 2015 jatkui perinteisen tiedottamisen linjalla, joskin somen kautta tehtävää viestintää Facebookissa ja Twitterissä lisättiin edellisvuoteen verrattuna selvästi.

Viestintä oli käytännössä mediatiedottamista sekä eri aiheita käsittelevien artikkelien julkaisemista yhdistyksen omilla nettisivuilla sekä Luomulehdessä. Uutiskirjeitä lähetettiin yhdistyksen jäsenille sekä laajemmalle sidosryhmälle.

Sloganin ”Luomua. Ilman muuta.” käyttöä jatkettiin osana viestintää.

Yhdistyksen jäsenorganisaatioiden viestintäasiantuntijoista koostuva tiedotusryhmä kokoontui vuoden aikana kahdesti: 2.3. ja 10.6. Tiedotusryhmän kokouksissa keskusteltiin etenkin maa- ja metsätalousministeriön Luomuu -kampanjasta.

Verkko jakelukanavana

Pro Luomun kaikki viestintäaineisto julkaistiin verkossa joko proluomu.fi-sivustolla tai luomuailmamuuta.fi-sivustolla (LIM). Tutkimustietoon keskittyvällä luomu.fi-sivustolla Pro Luomu julkaisi kaksi artikkelia.

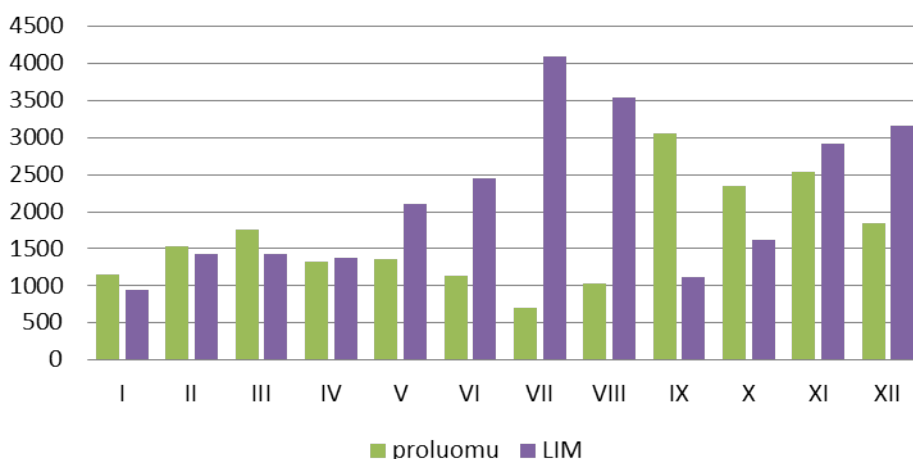
Proluomu.fi-sivustolla julkaistiin yhteensä 24 tekstiä, jotka olivat mediatiedotteita ja taustoittavia artikkeleja luomualan kehityksestä. Lisäksi sivustolla julkaistiin yhdistyksen muu aineisto, esimerkiksi Luomu Suomessa 2014 -tilastokooste, luomun ketjubarometri ja kuluttajabarometri sekä Luomuelintarvikepäivän esitelmät. Sivustolla julkaistiin myös arvoketjutyöryhmien kokousaineistot ja yhdistyksen muut julkiset asiakirjat.

Luomuailmamuuta.fi-sivustolla julkaistiin yhteensä 37 kuluttajille suunnattua tekstiä. Ne olivat aikakauslehtityyppisiä juttuja, Suomen luonnon päivän tilaesittelyjä ja ruokaohjeita.

Yhdistyksen omista sivustoista kevyempiä luomuaiheisia juttuja tarjoava LIM-sivusto saavutti laajemman lukijakunnan kuin asiapainotteisempi proluomu.fi.

Proluomu.fi-sivustolla oli vuoden 2015 aikana yli 19 700 istuntoa, mikä oli 7 % enemmän kuin edellisvuonna. LIM-sivustolla oli vuoden aikana yli 26 000 istuntoa, mikä oli 35 % enemmän kuin edellisvuonna. Eniten istuntoja oli heinäkuussa, kun LIM-sivustolla julkaistiin juhannuksen jälkeen lista luomumansikan itsepoimintatiloista. (Lähde: Google Analytics)

Sivustojen istunnot 2015



Some jakelukanavana

Pro Luomun aktiivisesti käyttämät somekanavat olivat Facebook ja Twitter. Kaikki netissä julkaistu aineisto postattiin someen, minkä lisäksi somessa julkaistiin muutamia yksittäisiä meemejä sekä postattiin eteenpäin suuri määrä median tai muiden sidosryhmien luomuaiheisia julkaisuja.



Vuoden 2015 lopussa Pro Luomulla oli noin 3 600 Facebook-tykkääjää (+20 % edellisvuodesta) ja noin 1 900 Twitter-seuraajaa (+58 % edellisvuodesta).

Uutiskirjeet: Jäsen- ja sidosryhmäviestintää

Vuoden aikana lähetettiin 9 jäsenuutiskirjetä, joiden vastaanottajia oli vuoden lopussa noin 120. Keskimäärin 37 % vastaanottajista avasi jäsenkirjeen.

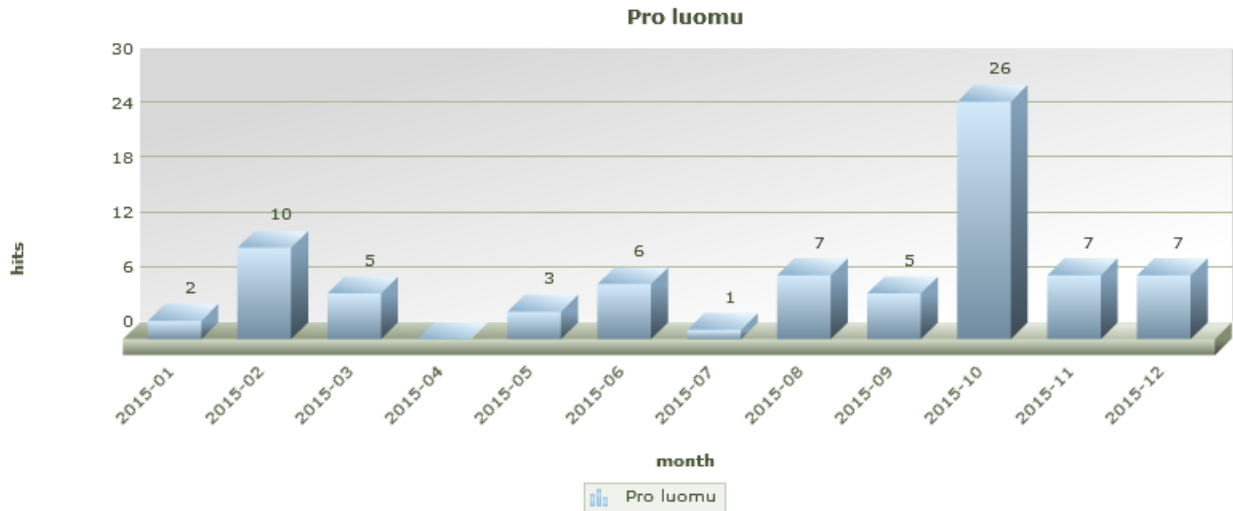
Sidosryhmille suunnattuja uutiskirjeitä lähetettiin yhteensä 5, ja niiden vastaanottajia oli vuoden lopussa noin 500. Uutiskirjeen avasi keskimäärin 25 % vastaanottajista.

Luomuelintarvikepäivää markkinoitiin yhteensä 8 uutiskirjeellä, jotka viestintätoimisto Visuaalinen Pinta lähetti oman järjestelmänsä kautta. Lisäksi osana Luomun koordinaatiorhanketta markkinoitiin kesän aikana lähetetyillä uutiskirjeillä luomuhankkeiden työpajaa, joka järjestettiin elokuussa, sekä loppuvuodesta Luomufoorumia, joka järjestettiin helmikuussa 2016.

Mediaviestintä

Pro Luomu lähetti vuonna 2015 yhdeksän mediatiedotetta ja kaksi mediakutsua ePressin tiedotejakelupalvelun kautta. Meltwater News -mediaseurannan mukaan parhaiten menivät läpi luomun kuluttajabarometrissa, luomumarkkinoiden kehittymisestä ja luomukinkkujen markkinatilanteesta kertovat tiedotteet.

Mediaseurannan mukaan hakusana ”Pro Luomu” esiintyi vuoden 2015 aikana yhteensä 79 kertaa erilaisilla netin uutissivustoilla:



Pro Luomu ry:n muu toiminta

Jäsenhankinta

Pro Luomu ry:n jäsenmäärä vuoden lopussa oli yhteensä 55 varsinaista jäsentä, joista 46 yritystä ja yhdeksän yhdistystä. Lisäksi yhdistyksellä on kolme kannattajajäsentä, joista kaksi yritystä ja yksi henkilöjäsen. Vuoden aikana uusiksi jäseniksi hakeutui 6 yritystä ja erosi 2 yritystä.

Vaikuttaminen

Vuoden aikana Pro Luomu kokosi toimijoiden käsityksiä luomuvalvonnan kehittämisestä ja antoi niistä MMM:lle esityksen vuoden 2016 alussa. Lisäksi Pro Luomu antoi lausunnon luomumaidon D-vitamiinoinnista. Pro Luomu osallistui aktiivisesti myös MMM:n luomualajaoston toimintaan ja Eviran sidosryhmäyhteistyöhön.

Strategiatyö

Pro Luomu laati vuoden 2015 aikana vuoteen 2020 ulottuvan Luomualan kehitysohjelman. Sen tarkoituksena on rohkaista luomu- alan toimijoita tekemään asioita, joilla voidaan vauhdittaa maltillista kehitystä. Missio, visio ja strategiset tavoitteet on tarkoitettu ohjaamaan eri tahojen tekemistä samaan suuntaiseksi ja siten tukemaan toinen toisiaan ja koko alan kasvua.

Työhön koottiin strategiaryhmä, johon kuuluivat Pro Luomu ry:n hallituksen puheenjohtaja Ilkka Alarotu, hallituksen jäsenet Miska Kuusela, Saska Tuomasjukka ja Sami Kuoppamäki sekä Tuomas Salusjärvi. Strategiatyön eväitä koottiin 29.5. järjestetyssä sidosryhmien keskustelutilaisuudessa, johon osallistui 38 henkilöä. Kasvuohjelma julkaistiin Luomuelintarvikepäivässä.

HALLINTO

Hallitus

Hallituksen kokoonpano vuonna 2015 oli seuraava:

jäsen	varajäsen
Ilkka Alarotu, puheenjohtaja	
Arto Jokinen	Peter Westerholm
Juha Lappalainen	Rikard Korkman
Jyrki Karlsson	Jarmo Hyvönen
Saska Tuomasjukka	Jaakko Nuutila
Pirjo Siiskonen	Jukka Rajala
Sami Kuoppamäki	Aira Sevon
Miska Kuusela	Lennart Sukapää

Yhdistyksen kokoukset

Yhdistyksen sääntömääräinen kevätkokous pidettiin 20.5.2015 Ruokakeskolla Vantaalla ja syyskokous 20.11.2015 Valiolla Helsingissä.

Hallitus kokoontui 6 kertaa.

Henkilöstö

Yhdistyksen palveluksessa oli toiminnanjohtaja Marja-Riitta Kottila ja tiedottaja Minna Nurro sekä osa-aikaisena tiedotuskoordinaattorina 1.9. alkaen Aura Lamminparras. Lisäksi kesä-heinäkuussa Heidi Haavisto toteutti selvitystä Hevi-hoitajien käsityksistä ja toimi tiedotusharjoittelijana.

Talous

Yhdistyksen toiminta rahoitettiin jäsenmaksuilla, maa- ja metsätalousministeriön Ruokaketjun sekä Hämeen Ely-keskuksen myöntämällä hankerahoituksella sekä yhdistyksen arvonlisäverollisella palvelutoiminnalla (liiketoiminta). Jäsenmaksujen tuotto oli 142 275 euroa, joka oli 1 925 euroa edellistä vuotta vähemmän. Pienempi jäsenmaksutulo aiheutui joko jäsenmaksuluokkien muutoksesta vuodesta 2014 tai joidenkin jäsenten vähentyneestä liikevaihdosta. Tilinpäätös osoitti 1007,39 euron alijäämää. Se aiheutui Täsmäluomu-hankkeen puuttuvasta omarahoituksesta.

Saadut avustukset vähenivät edellisestä vuodesta noin 68 000 euroa. Sen sijaan oman palvelutoiminnan liikevaihto kasvoi noin 30 000. Palvelutoiminta tuotti kuitenkin selvästi tappiota, jota katettiin jäsenmaksuilla. Palvelutoiminta on kuitenkin yhdistyksen tarkoituksenmukaista toimintaa.

Yhdistyksen kiinteät kulut on pyritty pitämään pieninä esimerkiksi hyödyntämällä työntekijöiden kotitoimistoja ja jäsenten kokoustiloja.

Yhdistyksen kirjanpidon ja talouspalvelut hoitaa Talouspalvelu Uniikki Oy.