

Pro Luomu ry

TOIMINTASUUNNITELMA V. 2018

Sisällys

Toiminnan tarkoitus ja strategia	2
Tarkoitus	2
Tilannekatsaus	2
Strategia	2
Toimenpiteet	3
Markkinan ja tuotannon kehittämisen seuranta	3
Luomumyynnin kehitys ja tuotannon kehitys	3
Kuluttajatutkimukset	3
Arvoketjut ja fokusryhmä	3
Arvoketjut	3
Fokusryhmä	4
Luomualan koordinaatio	4
Luomufoorumi	4
Luomukeruun mahdollisuudet -seminaari	4
Jatkohanke	4
Viestintä	4
Viestinnän teema: <i>luomu on laatujärjestelmä</i>	4
Viestinnän kohteet ja kanavat	5
Verkkosivu-uudistukset	5
Viestintäkampanjat	6
Merkkitekoja –vastuullisuuskampanja	6
Luomukokki-kilpailuun valmentautuminen (Eduskunnan lisämääräraha)	7
Luonnon päivä 25.8. luomutiloilla	7
Koulutus- ja kehittäminen	7
Luomu 3.0 -keskustelu	7
Luomuelintarvikepäivä	8
Luomun laatujärjestelmän kirkastaminen (#Luomulaatu)	8
Sidosryhmätyö	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 markkinan kasvu on kiihtynyt. Pro Luomu ry arvioi, että ajanjaksolla 1.7.2016-30.6.2017 luomumyynti kasvoi 15 %. Pääkaupunkiseudulla kasvu on ollut vieläkin voimakkaampaa. Kasvun ennakoitaan jatkuvan hyvänä myös vuonna 2018. Luomumarkkina kasvaa reippaasti myös muualla tarjoten mahdollisuuksia luomutuotteiden viennille. Myös ammattikeittiöiden halukkuus luomutuotteiden käyttöön on lisääntynyt ja luomun korkeampi koulujakelutuki kannustaa erityisesti luomumaidon käytön lisäämiseen kouluissa ja päiväkodeissa.

Elintarviketeollisuus uskoo luomun kasvuun entistä vahvemmin. Luomutuotteiden tuotekehitykseen panostetaan nyt aiempaa enemmän ja trendikkäitä ja kiinnostavia luomu-uutuuksia on tuotu markkinoille. Luomupinta-ala kasvoi Eviran ennakkotietojen mukaan 10 % vuonna 2017 ja nousi yli 263 000 hehtaariin, mikä on 11,7 % maan koko viljellystä peltoalasta. Pinta-alan kasvusta huolimatta erityisesti lihassa ja kasviksissa tuotannon vähäisyys rajoittaa myynnin kasvua. Samoin luomukauran saatavuus rajoittaa vientiä.

Luomun merkitys ja sisältö ovat edelleen epäselviä kuluttajille ja erityisesti luomua vähemmän käyttävät haluaisivat lisää tietoa siitä, miten luomu eroaa tavanomaisesta. Luomun merkitystä hämmentää julkisuudessa käytävä keskustelu luomun vaikutuksista. Lisäksi yksittäiset vastuullisuuden ulottuvuutta korostavat asiat haastavat aukaisemaan luomun sisältöä entistä konkreettisemmin. Myös EU:n lehtimerkin tunnettuus on edelleen melko heikko.

Vuoden 2018 aikana päivitetään kansallinen luomustrategia. Oman mausteensa tähän tuo se, että pitkään valmisteltu EU:n luomuasetus hyväksyttiin vuoden 2017 lopulla. Sen yksityiskohtien työstäminen jatkuu tulevinä vuosina, sillä asetusta aletaan soveltaa vasta 1.1.2021 alkaen. Suomi on EU:n puheenjohtajamaa syksyllä 2019, mikä tarjoaa hyvän mahdollisuuden nostaa esille luomun potentiaalia.

Pro Luomu ry:n vetämä ja Manner-Suomen maaseutuohjelman rahoittama Luomun koordinaatiohanke jatkuu vuoden 2018 maaliskuun loppuun. Jatkohankkeen mahdollisuudesta ei vielä ole tietoa. Pro Luomu on hakenut Ruokaketjulta rahoitusta #Luomulaatu-hankkeeseen sekä eduskunnalta rahoitusta luomutiedotukseen. Muilta osin toiminnan rahoitus perustuu jäsenmaksuihin ja palvelutoiminnan tuloihin.

Strategia

Missio: Luomu yhdistää ympäristön kannalta parhaat tuotantotavat, korkeat vaatimukset eläinten hyvinvoinnille sekä kuluttajien toiveet korkealaatuisista ja luonnollisista tuotteista.

Visio: Vuonna 2020 luomutuote on kiinnostava ja haluttu. Luomu on osa suomalaista arkea. Pro Luomu on luomualan johtava vaikuttaja, viestijä ja yhteistyön rakentaja.

Strategiset tavoitteet:

1. Luomutuotteet ovat innovatiivisia, laadukkaita ja trendikkäitä.
2. Luomulla on puhutteleva tarina.
3. Luomussa noudatetaan ympäristön sekä kotieläinten hyvinvoinnin kannalta parhaita käytäntöjä.
4. Luomun arvoketjussa kehitetään jatkuvasti tuottavuutta ja kannattavuutta.
5. Pro Luomun tunnettuus alan asiantuntijana eri sidosryhmien keskuudessa lisääntyy.

TOIMENPITEET

Markkinan ja tuotannon kehittymisen seuranta

Luomumyynnin kehitys ja tuotannon kehitys

Myyntiä seurataan kahdesti vuodessa lähetettävänä kyselynä kaupparyhmille. Tuotannon kehitystä seurataan virallisista tilastoista, joita täydennetään erillisillä selvityksillä. Vuodelle 2020 laadittujen markkinapotentiaalien toteutumista seurataan arvoketjuryhmissä ja tarvittaessa päivitetään niitä.

Kansainvälistä markkinaa seurataan osallistumalla BioFach-tapahtumaan ja mahdollisiin muihin kansainvälisiin luomutapahtumiin (kuten Nordic Organic Food Fair) sekä julkaisujen ja kansainvälisen verkoston kautta.

Kuluttajatutkimukset

Luomubarometri toteutetaan myös vuonna 2018 ja jatkossa tarkoitus on toteuttaa se vuosittain. Tämä mahdollistaa kulloinkin ajankohtaisten aiheiden liittämisen tutkimukseen ja laajemman kysymysvalikoiman.

Vuoden 2017 syksyllä toteutettu Luomubarometri yhdistettiin nyt ensimmäistä kertaa laajaan kuluttajatielopankkiin (TNS Mind). Tätä tietopankkia hyödyntämällä voidaan syventää ymmärrystä luomun kuluttajista. Jäsenille tarjotaan yhteistyömahdollisuutta heitä kiinnostavan tiedon selvittämiseen.

Merkkitekoja-kampanjan yhteydessä selvitetään laajemmin vastuullisen kuluttajan profiilia sekä tutkitaan kuluttajan asenteita vastuullisten tuotteiden ostamiseen (katso s. 6.)

Markkinan ja tuotannon kehittymisen seuranta:

- Mittarit: Markkinan kasvulla ja kuluttajien mielipiteillä seurataan strategiseen tavoitteen toteutumista. Toimenpiteiden mittarit: toteutuminen sekä tuotetun tiedon hyödyntäminen.
- Rahoitus: Omarahoitus ja mahdollinen ”Luomulaatu-hankkeen rahoitus

Arvoketjut ja fokusryhmä

Arvoketjut

Jatketaan jo toimivien liha-, kasvis- ja maito- sekä luonnontuotteiden arvoketjuryhmien toimintaa. HoReCa-ryhmä toteutetaan yhteistyössä EkoCentrian kanssa. Ryhmien tarkoituksena on edistää luomutuotteiden kysynnän ja tarjonnan kohtaamista sekä tunnistaa ja etsiä ratkaisuja ketjun keskeisiin ongelmiin. Ryhmien keskeisenä tehtävänä on toimia fokusryhmätyön tukena ja sparraajana. Arvoketjuryhmien työskentelyssä pyritään hyödyntämään sosiaalisen median ryhmiä ja virtuaalikokouksia.

Fokusryhmä

Toiminnan tueksi kootaan pääosin tutkijoista koostuva asiantuntijaryhmä, joka kokoaa ja analysoi luomun parhaat käytännöt, joilla voidaan todentaa strategisten tavoitteiden 3 ja 4 mukaista kehitystä. Ryhmä jatkaa luomun koordinaatiohankkeen fokusryhmän työtä.

Arvoketju- ja fokusryhmätyö:

Mittarit: Ryhmien aktiivisuus ja tiedon tuottaminen

Rahoitus: Jäsenmaksut, yritysten rahoitus ja mahdollisesti #Luomulaatu-hanke

Luomualan koordinaatio

Luomualan koordinaatiohanke jatkuu vuoden 2018 maaliskuun loppuun. Hankkeessa toteutetaan seuraavat toimenpiteet:

Luomufoorumi

Koordinaatiohanke järjestää kaksipäiväisen Luomufoorumin, jonka ensimmäisenä päivänä pidetään *Luomukeruun mahdollisuudet*-seminaari. Luomufoorumin keskeisenä tavoitteena on hankkeiden tulosten ja hyvien käytäntöjen kartoitus ja levittäminen sekä mahdollisen koordinaatiohankkeen jatkon suunnittelu.

Luomukeruun mahdollisuudet -seminaari

Luomukeruualueiden laajentaminen on luonnontuotealan keskeinen toive. Asiaan liittyy paljon väärinkäsityksiä ja epätietoisuutta. Evira on valmistellut keruualueiden sertifiointiin suuntaviivat, jotka soveltunevat nyt myös eteläisimmille alueille. Seminaari on tarkoitus järjestää tietoisuuden lisäämiseksi erityisesti metsäalan toimijoiden keskuudessa.

Jatkohanke

Koordinaatiohankkeiden jatkumahdollisuuksista ei toistaiseksi ole tietoa. Mikäli luomun koordinaatiohankkeelle myönnetään jatkohanke, Pro Luomu tulee hakemaan jatkoa. Sen toimenpiteet suunnitellaan hankehaun painopisteiden ja hankkeiden toivomusten mukaisesti.

Viestintä

Vuoden 2016 aikana rakennettiin ja vuonna 2017 päivitettiin luomun tarina koko luomualan yhteiseen käyttöön. Luomun tarinan tarjoamia viestinnällisiä työkaluja hyödynnetään edelleen vuonna 2018 kaikessa Pro Luomun viestinnässä.

Viestinnän teema: *luomu on laatujärjestelmä*

Pro Luomun viestinnän kärkiteema vuonna 2018 on: *luomu on sertifioitu laatujärjestelmä*. Viestinnän tavoitteena on vahvistaa kuluttajien ja tuottajien luottamusta luomuun, konkretisoida luomun käsitettä ja kirkastaa ymmärrystä luomun hyödyistä. Tärkeää taustatietoa tähän tuottaa fokusryhmä (kts. s. 3).

Luomun laatujärjestelmäluonnetta avataan viestinnässä korostamalla, että luomuruoka tuotetaan EU:ssa määriteltyjen tuotantoehtojen mukaisesti ja tuotantoa valvotaan. Tuotannonalakohtaisesti viestitään luomutuotannon todennetuista hyödyistä ympäristölle, eläinten hyvinvoinnille ja ruoan turvallisuudelle. Lisäksi tehdään tunnetuksi EU:n luomutunnusta eli lehtimerkkiä.

Hallituksen esitys toimintasuunnitelmaksi

Samaa viestinnällistä tavoitetta vie eteenpäin Merkkitekoja-yhteiskampanja. Se nostaa omalta osaltaan esiin luomua ja luomumerkkiä helppona tapana tehdä vastuullisia valintoja.

Vuoden 2018 aikana uutisoidaan myös luomumarkkinan ja alan kehittymisestä sekä muista luomualan ajankohtaisista asioista. Luomu Suomessa -tilastojulkaisuun kootaan edellisvuoden keskeiset tilastot, jotka kuvaavat luomun kehitystä. Lisäksi Pro Luomu tuottaa artikkeleja elintarvikealan julkaisuihin, pitää esitelmää luomusta ja palvelee mediaa luomua koskevissa asioissa. Pro Luomu julkaisee vuosittain noin 15-20 mediatiedotetta.

Viestinnän tukena toimii Pro Luomun tiedotusryhmä, joka koostuu jäsenyritysten ja -yhteisöjen viestintäasiantuntijoista. Tiedotusryhmä kokoontuu 2-3 kertaa vuodessa pohtimaan viestinnän strategisia linjauksia.

Viestinnän kohteet ja kanavat

Viestintä kohdistetaan ensisijaisesti luomusta kiinnostuneille kuluttajille, joita Luomun kuluttajabarometrin 2017 mukaan on jo yli puolet suomalaisista.

Viestintää suunnataan suoraan kuluttajille verkon ja sosiaalisen median välityksellä julkaisemalla visualisoituja nettiartikkeleja, meemejä ja infograafeja. Lisäksi tiedotetaan medialle uutisaiheista ja laaditaan keskeisiin uutismedioihin yliökirjoituksia.

Hankeviestintä

Luomufoorumissa kartoitetaan luomuhankkeiden kehittämät hyvät käytännöt ja kootaan ne yhteen luomuviljelijöitä ja tulevia hankkeita varten.

Someviestintä

Kaikki Pro Luomun julkaisema verkkoaineisto jaetaan sosiaalisessa mediassa (Facebook, Twitter ja soveltuvin osin Instagram). Lisäksi Pro Luomun jäsenyhteisöjen edustajille ja muille sidosryhmille lähetetään yhteensä 10-15 uutiskirjettä, joissa kerrotaan yhdistyksen ja alan ajankohtaisista asioista.

Verkkosivu-uudistukset

proluomu.fi

Pro Luomun verkkoviestintää uudistetaan vuoden 2018 alussa siten, että yhdistyksen kolmet omat verkkosivut kootaan yhteen osoitteeseen *proluomu.fi*. Uudistuksen tavoitteena on tuoda aiempaa paremmin esille Pro Luomun tuottamia aineistoja tekemällä sivustosta helpommin navigoitava sekä lisätä *proluomu.fi*-sivuston googlenäkyvyyttä ja kävijämäärää. Lisäksi nostetaan entistä näkyvämmiin esille Pro Luomun jäsenorganisaatioita.

Uudistuksessa *proluomu.fi*-sivuston visuaalinen ilme ja rakenne uudistetaan, ja sivuston hakukoneoptimointia parannetaan. Lisäksi sivustosta tehdään suppeampi englanninkielinen versio, jolla julkaistaan valikoidusti suomalaisesta luomutuotannosta ja -markkinasta kertovaa aineistoa.

Verkkouudistuksen on tarkoitus olla valmis huhtikuussa 2018, kun Merkkitekoja-kampanja alkaa. Uudistuksen tavoitteena on nostaa verkkosivuston istuntojen määrä 35 000/vuosi (noin +50 % vuoden 2016 tasosta).

Hallituksen esitys toimintasuunnitelmaksi

luomu.fi

Pro Luomu osallistuu yhdessä muiden luomualan tiedontuottajien (Luomuinstituutti, HY/Ruralia ja Luomuliitto) kanssa ylläpidettävän *luomu.fi*-verkkosivuston uudistamiseen ja ottaa päävastuun kuluttajille suunnattujen aineistojen tuottamisesta sivustolle.

Luomu.fi-uudistuksen tavoitteena on modernisoida sivuston visuaalinen ilme ja sisältö, luoda toimiva käytäntö uuden aineiston saamiseksi sivustolle sekä ohjata kävijöitä aiempaa tehokkaammin luomu.fi-sivustolta yhteistyöorganisaatioiden omille sivustoille. Uudistettua sivustoa tehdään tunnetuksi sosiaalisessa mediassa toteutettavalla markkinointikampanjalla, jos sivuston uudistamiseen saadaan lisärahoitusta eduskunnalta.

Viestintä:

Mittarit: Verkkosivujen kävijämäärät ja some-tilien seuraajien määrä, tiedotteiden läpimeno mediassa
Rahoitus: jäsenmaksut, mahdollisesti eduskunnan määräraha ja #Luomulaatu-hanke

Viestintäkampanjat

Merkkitekoja -vastuullisuuskampanja

Pro Luomu, Motiva services Oy - Ympäristömerkintä ja Reilu kauppa toteuttavat Merkkitekoja-kampanjakokonaisuuden yhdessä Marttojen ja Kuluttajaliiton kanssa. Merkkitekoja-kampanjan tavoitteena on lisätä kuluttajien tietoisuutta sertifioiduista eli merkityistä tuotteista (luomu, Reilu kauppa, Joutsenmerkki) ja nostaa myös niiden myyntiä.

Kampanjan viesti on: *Pieni teko - Iso kiitos*. Viestin taustalla kulkevat punaisena lankana ajatukset merkityksellisyydestä, voimaantumisesta, sallivuudesta ja helppoudesta. Pro Luomun tavoitteena on myös saada näkyvyyttä EU-lehtimerkille, ja korostaa vastuullisen valinnan helppoutta sertifiointijärjestelmän avulla. Merkkitekoja-kampanja tukee Pro Luomun koko vuoden kärkiteemaa: *Luomu on sertifioitu tuotantojärjestelmä*.

Kampanjaa varten teetetään erilaisia visuaalisia materiaaleja, bannereita, somekuvia ja visuaalisia elementtejä kampanjaan osallistuvien käytettäväksi. Kaikki materiaalit jaetaan Pro Luomun sosiaalisen median kanavissa (Facebook, Twitter, Instagram). Sosiaalisen median markkinointiin käytetään myös maksettua mainontaa.

Merkkitekoja-kampanjan teemoista, vastuullisen kulutuksen helppoudesta teetetään kuluttajatutkimus, jonka avulla pyritään saamaan tietoa vastuullisuudesta sekä luomua, reilua kauppaa ja Joutsenmerkkiä suosivien kuluttajien samankaltaisuuksista ja eroista. Tutkimus toteutetaan tammi-helmikuussa ja sen tulokset julkaistaan PR-tilaisuudessa huhtikuun alussa.

Merkkitekoja-kampanjan teemoihin pohjautuen Pro Luomu, Motiva Services Oy – Ympäristömerkintä ja Marttaliitto ovat suunnitelleet SuomiAreenaan keskustelua. Keskustelu tullaan todennäköisesti toteuttamaan yhteistyössä Kehys ry:n sekä Suomen tekstiili ja muoti ry:n kanssa. Kattoteemana on vahvasti vastuullinen kulutus, jota käsitellään mm. kiertotalouden kautta.

Yritysyhteistyö

Kampanjakokonaisuuden teemoja pidetään yllä ja viestitään koko vuoden, mutta varsinaista suurempaa

näkyvyyttä tavoitellaan ns. kampanjakuukautena huhtikuussa. Suunnitelmana on laaja yritysysteistyö, josta viestitään etukäteen laajasti elintarviketeollisuudelle ja kaupalle. Tavoitteena on saada vastuullisuusbrändejä mukaan kampanjoimaan kaupoissa sekä omissa viestintäkanavissaan. Tämän tavoitteen tueksi jokaisen vastuullisuusmerkin edustaja (Pro Luomu, Motiva ja Reilu kauppa) sitouttaa kampanjaan kolme pääyhteistyökumppania, jotka edustavat kunkin merkin brändejä. Kumppanibrändien kanssa toteutetaan mainontaa Yhteishyvässä ja Pirkassa sekä toteutetaan kampanjavidео.

Merkkitekkoja-kampanjan teemoja on mahdollisuus jatkaa syksyllä luomun omassa jatkokampanjassa, mikäli kampanjoinnista kiinnostuneita tahoja löytyy.

Luomukokki-kilpailuun valmentautuminen (Eduskunnan lisämääräraha)

Vuonna 2019 järjestettävän Luomukokki-kilpailun koordinointi ja markkinointi alkaa. Kilpailu on tarkoitus toteuttaa kahdelle kohderyhmälle; ruokapalvelualan ammattilaisille sekä opiskelijoille. Luomukokki-kilpailun ennakkomarkkinoinnin ja viestinnän tarkoituksena on lisätä kohderyhmien tietoisuutta luomusta tuotantotapana sekä motivoida ja innostaa kohderyhmää tiedon hankkimiseen ja käyttämiseen.

Rahoituksen toteutuessa tehdään seuraavat Luomukokki-kilpailua edistävät toimenpiteet:

- Luomukokki-kilpailun viestintä aloitetaan Gastro-messuilla, mihin kootaan luomun yhteisosasto.
- Horeca-alan oppilaitoksille tuotetaan ja tarjotaan käytettäväksi materiaalia luomusta (esimerkiksi esittelyaineistoa, infograafeja tai painettuja esitteitä).
- Horeca-alan oppilaitoksille suunnataan ”Valmentaudu luomukokiksi” -kiertue, joka vierailee valituissa ammattiopistoissa ja ammattikorkeakouluissa Suomessa.
- Yhdessä Suomen keittiömestarit ry:n kanssa mietitään sopiva tapa saada keittiömestarit mukaan Luomukokki-kilpailuun. Tämä voi esimerkiksi olla vierailuja paikallisyhdistysten tapahtumissa sekä alueellisten luomulähteläiden palkkaamista.

Luonnon päivä 25.8. luomutiloilla

Luonnon päivää vietetään lauantaina 25.8.2018. Pro Luomu osallistuu järjestyksessä kuudennen Luonnon päivä luomutiloilla -tapahtuman koordinointiin yhdessä maa- ja metsätalousministeriön, Luomuliiton, MTK:n ja SLC:n kanssa. Vuonna 2017 tapahtumaan osallistui 36 luomutilaa 14 eri maakunnasta.

Pro Luomu osallistuu lisäksi resurssiensa sallimissa rajoissa alan muihin yhteisiin tapahtumiin kuten Herkkujen Suomeen.

Viestintäkampanjat:

Mittarit: kunkin kampanjan tavoitteiden mukaiset mittarit

Rahoitus: jäsenmaksut, yritysten osallistumismaksut, mahdollinen eduskunnan määräraha

Koulutus- ja kehittäminen

Luomu 3.0 -keskustelu

Suomen EU:n puheenjohtajakautena syksyllä 2019 on tarkoitus järjestää kansainvälinen, luomun tulevaisuutta ja potentiaalia koskeva luomuseminaari Suomessa. Vuonna 2018 valmistaudutaan tähän käynnistämällä Luomu 3.0 -keskustelu, joka nostaa esille luomun tehokkuuden kehittämiseksi tehtyä työtä ja sen kehittämistarpeita.

Mittarit: Osallistujat, medianäkyvyys

Rahoitus: jäsenmaksut, mahdolliset sponsorit

Luomuelintarvikepäivä

Syksyllä järjestetään viides 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 osallistumismaksuilla ja sponsoreilla.

Mittarit: Osallistujat ja palaute
Rahoitus: Osallistumismaksut ja sponsorit

Luomun laatu järjestelmän kirkastaminen (#Luomulaatu)

Monilla luomutiloilla on käytössä erilaisia sopimuskuoppeneiden tai laatumerkkien edellyttämiä laatu järjestelmiä, joihin luomun mukanaan tuomat vaatimukset, kirjanpito ja valvonta tulisi yhdistää. Luomutilan laatu järjestelmä tulisi rakentua sellaisen luomusuunnitelman pohjalle, joka varmistaa vaatimusten täyttämisen niin luomuvalvonnan kuin muiden kuoppeneiden ja asiakkaiden osalta, sisältää jatkuvan parantamisen ja tuottaa näin lisäarvoa tilan pitkäjänteisessä kehittämisessä. Tavoitteena on eräänlainen ”itseoppiva luomusuunnitelmamalli”, jonka avulla hyvät toimintatavat siirtyisivät nopeasti kaikkien toimijoiden (erityisesti viljelijät/ toimitusketju ja muut asiakkaat / neuvojat / viranomaiset) käyttöön.

Hankkeessa perustetaan työryhmä kehittämään mallia, jota pilotoidaan luomutiloilla. Pilotoinnin käytännön toteutus selviää pilottitilojen valikoitumisen myötä. Mahdollisuuksien mukaan järjestetään työpaja ja/tai liitetään valmennus Neuvo 2020 -ohjelman mukaiseen käyntiin. Työpajan vetäjiksi ja tilojen valmentajiksi valitaan luomun asiantuntijoita, mahdollisesti samoja, jotka jo ovat osallistuneet työryhmätyöskentelyyn.

Mittarit: mallin syntyminen ja pilottitilojen palaute
Rahoitus: #Luomulaatu-hanke

Sidosryhmätyö

Jäsenhankinta

Pro Luomun jäsenmäärä (lokakuu 2017) on 70 jäsentä ja 4 kannattajajäsentä. Vuoden 2018 aikana on tavoitteena saada 10 % lisää jäsenmaksutuloja.

Sidosryhmäyhteistyö

Pro Luomu rakentaa aktiivisesti yhteyksiä keskeisiin sidosryhmiin ja vaikuttajiin. Kerran vuodessa järjestetään tilaisuus, jonne kutsutaan maatalousministeri sekä keskeisiä vaikuttajia keskustelemaan alan tilanteesta.

Pro Luomu ry antaa lausuntoja luomuun liittyvissä säädös- ym. asioissa ja osallistuu erilaisiin työryhmiin.

Yhdistys on tiiviissä yhteistyössä luomualan toimijoiden kanssa (Luomuinstituutti, EkoCentria, Luomuliitto ja Yhdistyneet luomutuottajat). Pro Luomu tekee yhteistyötä myös ammattikeittiöille suunnatun Portaati Luomuun -ohjelman sekä Food From Finland -vientiohjelman kanssa kannustamalla ja kokoamalla luomualan toimijoita ohjelman vienninedistämistöimiin ja vientikoulutuksiin.

Hallituksen esitys toimintasuunnitelmaksi

Pro Luomu liittyi IFOAMin jäseneksi v. 2016 ja osallistuu prosessiryhmän toimintaan. Jäsenten näkökantojen selvittämistä varten koottu ryhmä jatkaa toimintaansa ja valmistelee yhdessä Pro Luomun nimeämän prosessiryhmän jäsenen kanssa yhteistä kantaa asioihin.

Mittarit: Jäsenten lukumäärä ja jäsenmaksujen määrä, sidosryhmien yhteistyön toimivuus

Rahoitus: Jäsenmaksut