

Luomun markkinointi

Selvitys luomun esillepanon markkinointisloganien käytöstä ja niiden rajoitteista

Eväitä luomun esilletuontiin ja lisää liiketoimintaa -hanke



**Euroopan unionin
osarahoittama**



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

Johdanto

- Esityksen tarkoituksena on tarkastella luomun markkinointiin liittyvää sääntelyä ja rajoitteita Euroopan tasolla.
- Tavoitteena on myös antaa vinkkejä siitä, miten luomusta voi sääntöjen mukaisesti viestiä ja markkinoida.
- Luomun markkinointi on osa kuluttajaviestintää, joten sen tulee olla informatiivista ja sääntöjenmukaista, jotta se on reilua niin kuluttajille kuin toimijoillekin.



EU:n luomumerkki



Euroopan unionin
osarahoittama



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus



Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu

EU:n viherpesudirektiivi

- Euroopan komissio on ehdottanut uutta direktiiviä, millä ehkäistäisiin viherpesu.
- Viherpesu tarkoittaa harhaanjohtavaa ympäristöystävällisyyden markkinointia.
- Direktiivin tavoite on reilu kilpailu → tuotteet, jotka ovat aidosti vastuullisia, saavat kilpailuedun
- Direktiivi astuu voimaan syksyllä 2026, ja on nyt vielä valmisteluvaiheessa.



Euroopan unionin
osarahoittama



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus



Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu

Markkinoinnin rajoitukset

- Luomun markkinointi perustuu Euroopan Unionin lainsäädäntöön → kuluttajasuoja ja rehellinen kilpailu
- Sanaa ”luomu” saa käyttää vain, jos kaikki maatalousperäiset raaka-aineet ovat luomua.
- Luomumerkkiä saa käyttää vain luomuvalvonnassa oleva yritys.



Euroopan unionin
osarahoittama



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus



Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu

- **Termien käyttö ja visuaalisuus**

- Termit kuten ekologinen, vihreä, luonnollinen vaativat sertifikaatin
- Taustalla tulee olla lisätietoa ja perusteluja
- Visuaaliset elementit (värit, kuvat, symbolit) voivat luoda mielikuvia → sertifikaatti mukana välttää viherpesun

- **Tavoite vs. toteuma**

- Tulevaisuuden tavoite ei ole sama asia kuin nykyinen saavutus
- Tietojen tulee olla helposti saatavilla ja ymmärrettäviä
- Täsmällisyys ja läpinäkyvyys

- **Sloganit**

- Tehokkaita, kun ne ovat helposti lähestyttävät ja tukevat viestiä
- Tulee sisältää: sertifikaatti, väitettä tukevat faktat

Pro Luomu: Brändiopas



Euroopan unionin
osarahoittama



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus



Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu

Luomu on osa ratkaisua -kampanja

- Suomessa toteutettu kampanjointia, missä käytetty mieleenpainuvia sloganeja ja visuaalista materiaalia → Pro Luomun *Luomu on osa ratkaisua -kampanja*
 - **Esimerkkejä sloganeista**
 - "Luomu on osa ratkaisua"
 - "Maailmaa voi muuttaa [tuotteen nimi]"
 - "Puraise pikkuisen parempaa"
 - "Parempi pörriäisille"
- Mieleenpainuvat lausahdukset, mitkä eivät valehtele



Euroopan unionin
osarahoittama



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus



Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu

Eväitä luomun esilletuontiin ja lisää liiketoimintaa -hanke



- Hankkeen tavoitteena on nostaa esille Etelä-Savon Euroopan parhaan luomualueen 2024 – palkinto.
- Etelä-Savon luomutuotannon esilletuontia on haluttu vahvistaa.
- Palkintoa ei voi suoraan käyttää markkinoinnissa, joten omien, alueellisten sloganien kehittäminen on ollut tarpeen.
- **Hankkeen aikana on kehitetty luomutoimijoiden kanssa yhteistyössä seuraavat sloganit:**
 - Elämänmakuista – Euroopan parasta luomua Etelä-Savosta
 - Hyvvee Etelä-Savosta – Euroopan parasta luomua
 - Luomuhyvvee meidän pelloilta Etelä-Savosta
 - Maista luomu – Hyvvee on, Etelä-Savosta
 - Etelä-Savo – paras luomualue EU:ssa
 - Elämänmakuista Etelä-Savosta – EU:n parasta luomua

Yhteenveto

- Vastuullisuudesta, kuten luomusta, markkinointi on tärkeä osa brändien toimintaa.
- Kuluttajien luottamus ei ole itsestäänselvyys → Suomessa vain 28 % luottaa vastuullisuusväittämiin
- Markkinointi on pitkäjänteistä työtä ja kaikkien vastuulla.
- Parasta markkinointia on vuoropuhelu asiakkaan kanssa → se rakentaa luottamusta.
- Esitys toimii tausta-aineistona hankkeen luomutoimintaryhmälle.



Euroopan unionin
osarahoittama



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus



Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu

Lähteet

- Euroopan Komissio (2023) *Green claims*. Saatavilla https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/green-claims_en. (Käyty: 22 elokuu, 2025)
- Kaakkois-Suomen Ammattikorkeakoulu (XAMK) *Eväitä luomun esilletuontiin ja lisää liiketoimintaa -hanke*. Saatavilla <https://www.xamk.fi/hanke/luomuesille/>. (Käyty 22 elokuu, 2025)
- Kivioja, L (2025) *Selkeästi, rehellisesti, vaikuttavasti – uudet säännöt kestävän markkinoinnin tueksi*, 13.5.2025.
- Pro Luomu. Brändiopas. Saatavilla <https://luomumerkki.fi/brandbook/luomun-brandiopas/>. Käyty 22 elokuu, 2025)
- Pro Luomu (2022) *Luomu on osa ratkaisua -kampanja*. Saatavilla <https://proluomu.fi/luomukampanjassa-pilotoitiin-tuuppauskeinoja-ja-lisattiin-luomun-tunnettuutta-vuosina-2022-2024/>. (Käyty 22 elokuu, 2025)
- Ruokavirasto (2023) *Markkinointi ja merkinnät*. Saatavilla: <https://www.ruokavirasto.fi/elintarvikkeet/elintarvikeala/tuote--ja-toimialakohtaiset-vaatimukset/luomuelintarvikkeet/markkinointi-ja-merkinnat/>. (Käyty 22 elokuu, 2025)
- Suokas, B (2025) 19.3.2025 *Kommenttipuheenvuoro Etelä-Savon luomutuotannon näkökulmasta*.



Euroopan unionin
osarahoittama



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus



Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu



Tunne huomisen.