

Luomua metsäluonnosta

Loppuraportti

1.6.2020-31.5.2023

Suomen metsäkeskus Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti
Arktiset Aromit ry



Maa- ja metsätalousministeriö



HANKKEEN PERUSTIEDOT

Hankkeen nimi:	Luomua metsäluonnosta
Hankkeen numero:	410/09.01/2020
Hankkeen hakija, toteuttaja(t):	Suomen metsäkeskus Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti Arktiset Aromit ry
Toteutusaika:	1.6.2020–31.5.2023
Organisaatio:	
Elinkeinojohtaja Anssi Niskanen	Suomen metsäkeskus
Projektipäällikkö Anne Annala	Suomen metsäkeskus
Projektipäällikkö Juha Rutanen	Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti
Toiminnanjohtaja Birgitta Partanen	Arktiset Aromit ry

Ohjausryhmä:

<i>Organisaatio</i>	<i>Varsinainen jäsen</i>	<i>Varajäsen</i>
Suomen metsäkeskus	Markku Granander	Marko Ämmälä
Etämetsänomistajien liitto ry	Jaakko Temmes	
Metsäteollisuus ry	Matti Mäkelä (31.12.2022 asti)	Jimi Rajajärvi
MMM	Seija Ahonen-Siivola (31.12.2021 asti)	Petri Koskela
Ruokavirasto	Piritta Sokura	
MTK	Heli Mutkala (30.4.2021 asti)	Mikko Kriikku
Arktiset Aromit ry	Birgitta Partanen	Anne Hytönen
Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti	Sami Kurki	
Luomuliitto	Jaana Elo	Brita Suokas
Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry	Katja Misikangas	
Lapin Maria Oy	Saska Tuomasjukka	
Ely-keskus	Juha Harri	Heidi Nikkilä
Youngfour Oy	Eija Vuorela	
Valio Oy	Mirva Tollet	Tomi Helin

Kirjanpito:	Suomen metsäkeskus Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti Arktiset Aromit ry
--------------------	---



SISÄLLYS

1. Toteuttajan nimi.....	4
2. Hankkeen nimi ja hanketunnus.....	4
3. Yhteenveto hankkeesta	4
4. Raportti	4
4.1 Hankkeen tausta ja kohderyhmä	4
4.2 Hankkeen toteutus toimenpiteittäin	5
4.2.1. Taustatyö.....	5
4.2.2 Monikanavainen viestintäkampanja	6
4.2.3 Kohderyhmien täsmäviestintä.....	6
4.2.4. Maakuntatilaisuuksien järjestäminen	7
4.2.5. Hallinnointi.....	8
4.3 Aikataulu	8
4.4 Resurssit	8
4.4.1. Toteutuksen organisaatio.....	8
4.4.2. Kustannukset ja rahoitus.....	9
4.4.3. Raportointi ja seuranta	9
4.4.4. Toteutusolelut ja riskit.....	10
4.4.5. Hankkeen arviointi.....	10
4.5 Yhteistyökumppanit.....	11
4.6 Viestintä	11
4.7 Tulokset ja vaikutukset	13
4.7.1. Määrälliset tulokset.....	13
4.7.2. Laadulliset tulokset	15
4.7.3. Hankkeen vaikutukset	17
4.7.4. Tulosten ja hankkeen arviointi.....	18
5. Hankkeen haasteet.....	18

LIITTEET

1. Toteuttajan nimi

Hankkeen toteuttivat Suomen metsäkeskus, Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti sekä Arktiset Aromit ry. Suomen metsäkeskus oli hankkeen hallinnoija ja tuen saaja, Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti ja Arktiset Aromit ry ovat osatoteuttajia ja tuensiirron saajia.

2. Hankkeen nimi ja hanketunnus

Hankkeen nimi Luomua metsäluonnosta

Hankkeen tunnus 410/09.01/2020

3. Yhteenveto hankkeesta

Luomua metsäluonnosta – LuMe oli viestintähanke, jonka tavoitteena oli viestinnän keinoin pyrkiä kasvattamaan luomukeruualueiden määrää. Hankkeessa tiedotettiin luomuluonnontuotteiden ja luomukeruualueiden merkityksestä, mahdollisuuksista ja sertifioinnista käytännössä. Luonnontuotteilla on kasvavat mahdollisuudet elintarvike-, kosmetiikka-, hyvinvointi- ja matkailusektorien elinkeinotoiminnassa ja näillä aloilla luomusertifiointilla on suuri merkitys etenkin kansainvälisillä markkinoilla. Hankkeen tavoitteita seurattiin kohderyhmien kontaktien määrällä hankkeen toimenpiteissä ja eri tiedotuskanavissa.

Hankkeessa tuotettiin viestintämateriaalia, toteutettiin monikanavainen viestintäkampanja sekä järjestettiin aluetilaisuuksia ja täsmäviestintää kohderyhmille. Kohderyhminä olivat luonnontuote- ja metsäalan toimijat, metsänomistajatahot, metsäammattilaiset, luonnontuotealan yritykset, luomukeruualueiden selvittäjät sekä kuluttajat.

Hankkeen viestintämateriaaleja julkaistiin hanketoimijoiden sivuille ja tuloksia levitettiin hankkeen toimijoiden ja yhteistyökumppanien avulla. Hankkeen tulokset jäävät jatkossa hyödyntämään koko sektoria ja edelleen kehittämistä.

4. Raportti

4.1 Hankkeen tausta ja kohderyhmä

Luomuraaka-aineiden hankala saatavuus on luonnontuotealan kehityksen ja kasvun pullonkaula. Luomua metsäluonnosta - LuMe oli viestintähanke, jonka tarkoituksena

oli kasvattaa luomukeruualueiden määrää Suomessa ja näin turvata luomuluonnontuotteiden saanti sekä kotimaan kulutuksen, että viennin tarpeisiin.

Samalla oli tarkoituksena saada luonnontuotealalle lisää näkyvyyttä ja lisätä metsänomistajien tietoisuutta metsien muistakin kuin puuntuotannollisista mahdollisuuksista. Hankkeen viestintä hyödyttää koko luonnontuotetoimialaa ja viestintämateriaalien on tarkoitus palvella toimialaa myös hakkeen päättymisen jälkeen.

Hankkeen kohderyhmät olivat alussa hyvin laajat.

Hankkeen tavoitteena oli tavoittaa noin 54 000 henkilöä.

4.2 Hankkeen toteutus toimenpiteittäin

4.2.1. Taustatyö

Toteuttaja: Suomen metsäkeskus, Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti ja Arktiset Aromit ry.

Toteutustapa: Taustatyötyöpaketin tavoitteena oli tunnistaa kohderyhmille sopivat viestintäsisällöt. Työpaketissa valmisteltiin tarkennettu viestintästrategia hankesuunnitelman viestintäsuunnitelman pohjalta. Valmistelussa kontaktoitiin keskeiset sidosryhmät, koottiin luomukeruualueiden sertifiointiin liittyvää tietoa sekä tarkasteltiin psykologisen omistajuuden merkitystä ja huomioonottamista luomusertifiointissa ja metsänomistajaviestinnässä. Pääviestejä koottiin hankkeen järjestämissä työpajoissa ja käsiteltiin ohjausryhmän kokouksissa. Pääviestejä koottiin eri kohderyhmille sekä taloudellisen että imagollisten hyötyjen näkökulmasta. Viestintästrategian ja pääviestien viimeistelyä sekä viestintäkanavien valintaa jatkettiin toteutetun kilpailutuksen jälkeen mainostoimiston kanssa. Hankkeen edetessä strategiaa tarkistettiin muun muassa siten, että toimia kohdennettiin enemmän suurempien metsänomistajien suuntaan.

Metsäkeskuksen sivuille koottiin keruualueiden luomusertifiointin tietopaketti. [Metsien sertifiointi luomukeruualueiksi | Metsäkeskus \(metsakeskus.fi\)](#) Lisäksi päivitettiin Metsään.fi-palvelun käyttöä tukevat ohjetekstit palvelun nykytilanteesta tehdyn selvityksen (liite 1) ja luomusertifiointin ohjeiden pohjalta.

Kohderyhmä: Mainostoimistot, sidosryhmät, selvittäjät

4.2.2 Monikanavainen viestintäkampanja

Toteuttaja: Suomen metsäkeskus, Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti, Arktiset Aromit ry ja ostopalveluna valittu mainostoimisto

Toteutustapa: Toimenpiteellä oli tavoitteena tavoittaa eri viestintätoimenpiteillä 50 000 kuluttajaa ja metsänomistajaa. Kampanjan monikanavaisen viestinnän materiaalit tuotettiin ostopalveluna mainostoimistossa ja yhteistyössä asiantuntijoiden kanssa. Kilpailutuksella valitun mainostoimiston kautta pystyttiin tuottamaan kaikki suunnitellut mediat, jolloin kokonaisuus saatiin yhtenäiseksi. Viestinnän sisältönä oli käytännönläheistä ja innostavaa tietoa luonnontuotealasta sekä luonnontuotteiden tuottamisesta ja luomukeruualueiden sertifiointista. Perusteluina hyödynnettiin luonnontuotealan kasvavaa merkitystä ja kohderyhmille tarjoutuvia mahdollisuuksia.

Valtakunnallinen viestintäkampanja koostui tv- ja radiomainonnasta sekä some- ja display-julkaisuista. Kampanja toteutettiin monikanavaisena Sanoman medioissa: TV, radio sekä digitaaliset kanavat. Kokonaisuudet toteutettiin ja toistettiin kahdesti noin viikon jaksoina. Lisäksi hankkeelle myönnetyllä jatkoajalla tuotettiin juttu Maaseudun Tulevaisuuden Metsäliitteeseen sekä uusittiin radio- ja display-kampanjat. Some-viestintää toteutettiin ostettuna näkyvyytenä kuukausittain koko hankkeen ajan.

Muuta tuotettua viestintämateriaalia olivat painettuna ja sähköisesti jaettu luomukeruuvesite sekä eri kohderyhmille suunnatut esitteet, viestintäkampanjan roll-upit sekä verkkoon tuotetut opasvideot.

Kohderyhmä: Yksityismetsänomistajat, suurmetsänomistajat (metsäteollisuus, yhteismetsät, kunnat, seurakunnat), metsäammattilaiset, metsäpalveluyrittäjät, luonnontuotealan yrittäjät, luomukeruualueiden selvittäjät, luomutilat, MTK, kuluttajat sekä muut sidosryhmät.

4.2.3 Kohderyhmien täsmäviestintä

Toteuttaja: Suomen metsäkeskus, Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti, Arktiset Aromit ry

Toteutustapa: Toimenpiteen tavoitteina oli tavoittaa 800 messukävijää sekä saada Metsään.fi-kilpailuun 2 000 osallistujaa. Kohderyhmien täsmäviestintää toteutettiin suurelta osin verkon kautta järjestettyjen tilaisuuksien, sidosryhmätilaisuuksissa pidettyjen puheenvuorojen, esitepostitusten, lehtijuttujen ja uutiskirjeiden muodossa sekä kohderyhmille suunnattua ohjemateriaalia tuottamalla. Esittely onnistui myös muutamilla maa- ja metsätalouteen liittyvillä messuilla. Viestintää varten eri kohderyhmien kiinnostusta ja näkökulmia selvitettiin kyselyjen avulla. Metsään.fi-

kilpailua ei toteutettu palvelun toimimattomuuden vuoksi. Kilpailu korvattiin Maaseudun Tulevaisuuteen suunnatulla viestintäkampanjalla.

Kohderyhmä: Maa- ja metsätalouden oppilaitokset, MTK, metsänomistajatahot, metsäammattilaiset, luonnontuotteita käyttävät yritykset sekä luomukeruualueiden selvittäjät

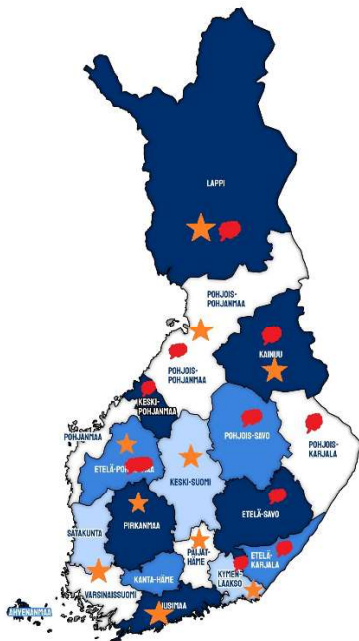
4.2.4. Maakuntatilaisuuksien järjestäminen

Toteuttaja: Suomen metsäkeskus, Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti, Arktiset Aromit ry

Toteutustapa: Toimenpiteellä oli tarkoitus tavoittaa 1 000 metsänomistajaa ja metsäalan toimijaa. Alueellisia tilaisuuksia järjestettiin sekä webinaareina että paikan päällä. Järjestettäviä tilaisuuksia yhdistettiin muihin tapahtumiin ja toteutettiin yhteistyössä muiden hankkeiden kanssa osallistujien saamisen varmistamiseksi.

Tilaisuuksia toteutettiin valtakunnallisesti kattavasti, mutta myös kohdentaen erityisesti alueisiin, joissa luomuluonnontuotteiden keruulla ja ostotoiminnalla on suurta tarvetta tai on mahdollista saada syntymään yhtenäisiä keruualueita.

Kohderyhmä: yksityismetsänomistajat, metsäammattilaiset, metsäpalveluyrittäjät, suurmetsänomistajat kuten kunnat, seurakunnat, metsäteollisuusyritykset ja yhteismetsät sekä muut sidosryhmät.



Kuva 1. Tähdet kuvaavat maakuntatilaisuuksia ja punaiset puhekuplat kohderyhmätilaisuuksia.

4.2.5. Hallinnointi

Toteuttaja: Suomen metsäkeskus, Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti ja Arktiset Aromit ry

Toteutustapa: Hankkeen hallinnointi sisälsi raportoinnit, kokousten valmistelut ja ohjausryhmän kokoukset. Hankkeessa haettiin ennakkomaksatuksia kaksi kertaa. Näihin tuli rahoittajan vaatima raportointi hankkeen etenemisestä. Ohjausryhmä kokoontui hankkeen aikana yhteensä 9 kertaa.

4.3 Aikataulu

Hankkeen toteutusaika oli rahoituspäätöksen ja muutospäätöksen mukaisesti 1.6.2020–31.5.2023.

4.4 Resurssit

Hankkeen toteutuksesta vastasivat projektipäällikkö Anne Annala Suomen metsäkeskuksesta, projektipäällikkö Juha Rutanen Helsingin yliopisto Ruralia-instituutista ja Birgitta Partanen Arktiset Aromit ry:stä. Arktiset Aromit ry:n osallistui hankkeeseen aluksi yhteistyötahona ja aloitti osatoteuttajana 1.10.2021 alkaen hankkeen loppuun asti. Ruralia-instituutissa hankkeen toteutukseen osallistuivat myös projektikoordinaattori Anne Matilainen, johtaja Sami Kurki, graafikko Jaana Huhtala sekä Brita Suokas.

Hankkeen ohjausryhmä ohjasi ja seurasi hankkeen toteutumista ja teki linjauksia hankkeen toimenpiteistä ja toteutuksesta. Hankkeen ohjausryhmän muodostivat Markku Granander Suomen metsäkeskuksesta (varalla Marko Ämmälä), Jaakko Temmes Etämetsänomistajien liitto ry:stä, Matti Mäkelä Metsäteollisuus ry:stä, Jimi Rajajärvi, Seija Ahonen-Siivola Maa -ja metsätalousministeriöstä (31.12.2021 asti), Petri Koskela (1.1.2022 alkaen), Piritta Sokura ja Tiina Lapveteläinen Ruokavirastosta, Heli Mutkala (30.4.2021 asti), Mikko Kriikku (1.5.2021 alkaen) Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitosta, Birgitta Partanen Arktiset Aromit ry:stä (varalla Anne Hytönen), Sami Kurki Helsingin yliopisto Ruralia-instituutista, Jaana Elo Luomuliitosta (varalla Brita Suokas), Katja Misikangas Suomen luontoyrittäjyysverkosto ry:stä, Saska Tuomasjukka Lapin Maria Oy:stä, Juha Harri ELY-keskuksesta (varalla Heidi Nikkilä), Eija Vuorela Youngfour Oy:stä sekä Mirva Tollet Valio Oy:stä (varalla Tomi Helin).

Ohjausryhmä kokoontui yhdeksän kertaa: 16.9.2020, 25.1.2021, 16.2.2021, 5.5.2021, 9.9.2021, 4.2.2022, 24.5.2022, 1.11.2022 ja 26.5.2023.

4.4.1. Toteutuksen organisaatio

Suomen metsäkeskus hallinnoi ja toteutti hanketta. Hankkeen toteutuksesta vastasivat yhteistyössä Suomen metsäkeskus, Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti ja Arktiset Aromit ry. Hankkeen toteutumista seurasi, ohjasi ja arvioi hankkeen ohjausryhmä. Hankkeen toiminnasta ja tuloksista raportoitiin säännöllisesti

ohjausryhmälle ja hankkeen rahoittajalle. Hankkeen kirjanpidon laativat Suomen metsäkeskus, Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti ja Arktiset Aromit ry. Kukin hankkeen toteuttaja vastasi osaltaan kirjanpidon laatisesta.

4.4.2. Kustannukset ja rahoitus

Hankkeen kokonaisbudjetti sisältäen omarahoitusosuuden oli 476 900,00 euroa, josta Ruokaviraston avustus oli korkeintaan 381 520,00 euroa. Hakijan omarahoitusosuus tuli olla vähintään 20 % hankkeen toteutuneista kuluista. Hakijalta edellytettiin tällöin 95 380,00 euron omarahoitusosuutta.

Hankkeen hyväksytyyn kustannusarvion pohjalta laadittiin tarkennettu kustannusarvio, jossa seurataan hankkeen toteutuneita kustannuksia (taulukko 1).

Taulukko 1. Hankkeen kustannusten seuranta

Luomua Metsäluonnosta	I Hankkevuosi I 1.6.20-31.5.21	II Hankkevuosi II 1.6.21-31.5.22	III Hankkevuosi III 1.6.22-31.5.23	Yhteensä	BUDJETTI	% budjetista
Yhteensä	82 017,43	204 105,06	159 313,92	445 436,41	476 900	93 %
SMK	59 794,39	137 276,72	64 245,77	261 316,88	295 600	88 %
Palkat	47 007,77	55 420,26	41 021,73	143 449,76	163 600	88 %
Ostot	11 473,71	63 746,44	18 932,64	94 152,79	105 400	89 %
Matkat+Muut kulut (tili 7000)	1 279,91	3 143,02	4 291,40	8 714,33	11 600	75 %
Yleiskustannukset	33,00	14 967,00	0,00	15 000,00	15 000	100 %
Arktiset Aromit Ry	0,00	34 382,19	43 512,65	77 894,84	76 300	102 %
Palkat		16 875,17	24 381,47	41 256,64	46 300	89 %
Ostot		15 257,32	15 824,26	31 081,58	24 900	125 %
Muut kulut,matkat		1 506,49	2 372,08	3 878,57	3 000	129 %
Yleiskustannukset	0,00	743,21	934,84	1 678,05	2 100	80 %
Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti	22 223,04	32 446,15	51 555,50	106 224,69	105 000	101 %
Palkat	18 439,31	9 095,07	38 649,64	66 184,02	61 670	107 %
Ostot	27,00	17 731,32	3 492,23	21 250,55	23 730	90 %
Muut kulut,matkat	52,80	212,16	878,10	1 143,06	2 100	54 %
Yleiskustannukset	3 703,93	5 407,60	8 535,53	17 647,06	17 500	101 %
YHTEENSÄ	82 017,43	204 105,06	159 313,92	445 436,41	476 900	
Palkat	65 447,08	81 390,50	104 052,84	250 890,42	271 570	92 %
Ostot	11 500,71	96 735,08	38 249,13	146 484,92	154 030	95 %
Muut kulut,matkat	1 332,71	4 861,67	7 541,58	13 735,96	16 700	82 %
Yleiskustannukset	3 736,93	21 117,81	9 470,37	34 325,11	34 600	99 %

4.4.3. Raportointi ja seuranta

Hankkeen toteutumista seurattiin erityisesti määrällisten tavoitteiden osalta ja niistä raportointiin ohjausryhmälle ohjausryhmän kokouksissa. Toteutumista seurattiin järjestettyjen tilaisuuksien ja niihin osallistuvien henkilömäärien mukaan.

Suomen metsäkeskus laati Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti ja Arktiset Aromit ry:n avustuksella rahoittajan edellyttämät raportit. Suomen metsäkeskus raportoi edellä mainitut rahoittajalle ohjeiden mukaisesti.

4.4.4. Toteutusoletukset ja riskit

Hankesuunnitelmassa hankkeen riskeiksi arvioitiin seuraavat asiat:

Kuinka metsänomistajat suhtautuvat selvittäjämallilla tehtyyn luomuvalvontaan, sillä metsänomistajalla ei ole motivaatiota liittyä? Jokamiehenkeruun ulkopuolisia luonnontuotteita ei voi myydä luomuna selvittäjämallilla tehdyssä sertifiointissa.

Kuinka metsäteollisuus suhtautuu siihen, jos hanketyö koetaan metsätaloutta ”vaarantavana” toimintana. Esimerkiksi kuinka lannoitteiden käyttö koetaan. Toisaalta parantaa kasvua, mutta suuri osa lannoitteista luomussa kiellettyjä.

Hankkeen suunnittelussa oletetaan, että hankkeen hakijoilla on riittävä ammattitaito suunniteltujen toimenpiteiden toteutukseen. Suunnittelussa oletetaan, että toimenpiteiden toteutuksen tueksi saadaan ammattitaitoisia kumppaneita. Lisäksi oletetaan, että hankkeen toteutuksen kannalta oleelliset kohderyhmät (yksityismetsänomistajat, suurmetsänomistajat (metsäteollisuus, yhteismetsät, kunnat, seurakunnat, metsäammattilaiset, metsäpalveluyrittäjät, luonnontuotealan yrittäjät, muut sidosryhmät, selvittäjät, luomutilat, MTK, kuluttajat) tavoitetaan ja kohderyhmä on yhteistyöhaluinen osallistuessaan hankkeen toimenpiteisiin. Lisäksi oletetaan, että hankkeen tiedottaminen toteutetaan onnistuneesti, jotta hankkeen kohderyhmät tavoitetaan ja hanke saavuttaa riittävän tietoisuuden. Hankkeen toteutuksen aikatauluun kiinnitetään erityisesti huomiota ja siitä laaditaan napakka, mutta käytännössä toteutettava ja mahdollisissa muutoksissa joustava.

Riskejä pyrittiin minimoimaan hyvällä hankesuunnittelulla. Tässä onnistuttiin jälkikäteen arvioituna varsin hyvin. Hankkeen toimenpiteiden valmistelua ja toteutusta helpotti riskien tunnistaminen jo etukäteen, jolloin niiden mahdolliseen toteutumiseen voitiin varautua. Kuitenkin metsänomistajien saaminen tarttumaan luomukeruualueiden perustamiseen osoittautui joiltain osin ennakoituakin haastavammaksi muun muassa sertifiointi- ja valvontakustannusten nousun vuoksi. Lisäksi Metsään.fi-palvelua ei saatu ennakkosuunnitelmista poiketen toimivaksi luomujärjestelmän edellyttämien käytänteiden vaatimalla tavalla.

4.4.5. Hankkeen arviointi

Hankkeessa on tehty itsearviointia niin ohjausryhmän puolelta kuin hanketoteuttajien puolelta.

Ohjausryhmältä pyydettiin palautetta hankkeesta sähköisen kyselyn avulla. Ohjausryhmän viidestätoista varsinaisesta jäsenestä kaksitoista vastasi palautekyselyyn.

Kysyttäessä mikä oli tämän hankkeen tärkein tavoite työsi näkökulmasta, vastauksissa nousi erityisesti esille luomukeruualueen pinta-alan nostaminen, tiedotus ja saada metsänomistajat liittämään metsänsä luomukeruualueisiin.

Kysyttäessä hankkeen toteutuksen etenemistä asteikolla 1-10, keskiarvoksi saatiin 7, mikä on ihan hyvä ottaen huomioon hankkeen aikana olleet hankaluudet kuten koronarajoitukset, jotka kestivät keväästä 2020 alkaen alkutalveen 2022 saakka.

Kehittämisehdotuksia, -ajatuksia ja -ideoita osiossa nousi esille, että nykyinen luomukeruuuseen liittyminen ei ole toimiva ja siihen täytyy saada muutos, ohjausryhmän työskentelyyn olisi myös kaivattu isoja metsänomistajia ja lisäksi toivottiin, että ryhmä kokoontuisi jatkossakin. Kehittämistä toivottiin jatkettavan ja toivottiin Ruokaviraston tulkintoihin muutosta.

Parasta hankkeessa kysymyksessä vastauksissa nousi esille mainoskampanjan näkyvyys ja laadukkuus. Hankkeessa luodut materiaalit saivat kehuja ja hyvää yhteistyötä kiiteltiin.

Kysyttäessä mitä haasteista hankkeessa oli, vastauksissa nousi erityisesti lainsäädäntö ja kehitysmahdollisuuksien vähyys. Tehtävänantoa kuvattiin mahdottomaksi ja loppukaneettina vielä, että huonoa tuotetta ei kannattaisi markkinoida. Huonolla tuotteella tarkoitetaan luomukeruuuseen liittymistä.

Hanketoteuttajille tuli kiitosta sinnikkydestä vaikean hankkeen edessä.

4.5 Yhteistyökumppanit

Hankkeen tärkeimpiä sidosryhmiä ja yhteistyötahoja ovat ohjausryhmän jäsenet ja heidän kontaktinsa, valittu mainostoimisto, luonnontuotealan hankkeet ympäri Suomen ja hankkeen kohderyhmät (liite 2).

4.6 Viestintä

Hankkeeseen laadittiin hankkeen alkaessa viestintästrategia (liite 3).

Viestintästrategian tehtävänä oli tukea hankkeen laajaa ja monipuolista tiedottamista. Hankkeen viestintää toteuttivat ostetun medianäkyvyyden lisäksi Suomen metsäkeskuksen, Helsingin yliopisto Ruralia-instituutin ja Arktiset Aromit ry:n eri viestintäkanavat. Viestintästrategian suunnittelussa sekä monikanavaisen viestintäkampanjan suunnittelussa oli mukana Luova Arvotoimisto Trust Oy.

Hankkeella oli [verkkosivut](#) Suomen metsäkeskuksen verkkosivujen yhteydessä, joiden alta löytyy myös [hankkeen materiaaleja](#). Lisäksi hankkeella oli [kampanjasivut](#).

Hanke viesti tilaisuuksiin ja tapahtumiin osallistumalla (liite 4) sekä julkaisemalla mediatiedotteita (taulukko 2). Lisäksi hankkeessa tuotettiin paljon erilaisia julkaisuja (liite 5)

Tv-mainos, radiomainos, opasvideot ja somekuvat tuotettiin yhteistyössä mainostoimiston kanssa. Esite ja ohjemateriaali koostettiin hankehenkilöstön toimesta ja yhteistyönä.

Tv-mainos: https://www.youtube.com/watch?v=_aCK57W762A

Radiomainos: [Mappi \(metsakeskus.fi\)](https://www.metsakeskus.fi)

Esite <https://www.metsakeskus.fi/sites/default/files/document/ruralia-luomukeruu-esite.pdf>

Somekuvat: [Mappi \(metsakeskus.fi\)](https://www.metsakeskus.fi)

Opasvideoita tuotettiin hankkeen aikana 3 kpl. Opasvideoissa teemoina ovat Metsän sertifiointiin luomukeruualueiksi on kaksi vaihtoehtoa, Tarjoa metsääsi luomukeruualueeksi Metsään.fi-palvelussa ja Metsän sertifiointi luomukeruualueeksi perusmallilla.

Opasvideot:

<https://youtu.be/9mZX7JW7OTs>

<https://youtu.be/oBZ4v7zzvDs>

https://youtu.be/o_ncvGWd7As

Luomukeruuotteiden tuotantoketjut – esimerkkejä ja toimintaohjeita (liite 6). Ohjemateriaaliin on koottu viisi piirroskaaviota, joissa lyhyet tekstit, symbolit ja nuolet kertovat esimerkinomaisesti eri luomuraaka-aineiden hankinnasta ja kulkureitistä keruualueilta jatkojalostuksen alkuun saakka. Jokaisen kaavion sisältö on avattu siihen liittyvällä tekstillä. Lisäksi kuudenteen kaavioon on koottu kaksi esimerkkiä suljetuissa pakkauksissa myytävien luomutuotteiden etiketöinnistä.

Metsänomistajanäkemyksistä koostettiin raportti: Matilainen, A. (2023) Suurten metsänomistajien edustajien suhtautuminen metsien luomukeruualueisiin. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti [Raportteja 228. 33p.](#)

Taulukko 2. Hankkeen julkaisemat mediatiedotteet.

Media	Ajankohta	Otsikko	Linkki						
Arktiset aromit mediatiedotteet	10.12.2020	Millaisen kuusen valitset – villiin, viljelyyn, luomun?	https://www.arktisetaromit.fi/siteneews/view/-/nid/512/ngjd/1						
Suomen metsakeskuksen tiedotteet	2.7.2021	Kuntien kiinnostus sertifioida metsänsä luomukeruualueiksi yllätti	https://www.ammattilehti.fi/uutiset.html?198896 https://www.maaseuduntulevaisuus.fi/metsa/artikkeli-1.1462037 https://www.metsakeskus.fi/fi/ajankohtaista/kuntien-kiinnostus-sertifioida-metsansa-luomukeruualueiksi-ylilatti						
		Luomusertifiointi kiinnostaa kunnissa	https://www.maaseuduntulevaisuus.fi/metsa/artikkeli-1.1462037 https://www.maaseuduntulevaisuus.fi/metsa/artikkeli-1.1462037						
Suomen metsakeskuksen tiedotteet	6.7.2021	Kauhavalla kerättiin yli 700 kiloa luomukuusenkerkkää	https://www.metsakeskus.fi/fi/ajankohtaista/kuntien-kiinnostus-sertifioida-metsansa-luomukeruualueiksi-ylilatti https://www.arktisetaromit.fi/ajankohtaista/kauhavalla-kerattiin-yli-700-kiloa-luomukuusenkerkaa						
Arktiset aromit mediatiedotteet	31.03.2021	Hyvä marjasato innosti kansan keräämään	https://www.arktisetaromit.fi/siteneews/view/-/nid/515/ngjd/1						
	11.05.2021	Luonnosta Sinulle -julkaisun teemana Villiyrityt ja erikoiskeruuotteet	https://www.arktisetaromit.fi/siteneews/view/-/nid/517/ngjd/1						
	08.03.2022	Luonnontuotteet liikkeelle - kysyntä ja tarjonta kohtaamaan	https://www.arktisetaromit.fi/siteneews/view/-/nid/548/ngjd/1						
	18.5.2022	Sienet teemana kevään Luonnosta Sinulle -julkaisussa	https://www.arktisetaromit.fi/siteneews/view/-/nid/551/ngjd/1						
	30.5.2022	Vuoden luonnonyrtyt vuohenputki on monikäyttöinen	https://www.arktisetaromit.fi/siteneews/view/-/nid/552/ngjd/1						
	23.9.2022	Metsäsieniä poimimaan – myös luomuna!	https://www.arktisetaromit.fi/siteneews/view/-/nid/578/ngjd/1						

4.7 Tulokset ja vaikutukset

4.7.1. Määrälliset tulokset

Hankkeessa seurattiin tavoitteiden toteutumista monin eri tavoin.

Taustatyössä tunnistettiin onnistuneesti kohderyhmille sopivat viestintäsisällöt. Viestintästrategia ja kärkiviestit muotoiltiin kohderyhmät huomioon ottaen

Monikanavaisen viestintäkampanjan tavoitteena oli tavoittaa eri viestintätoimenpiteillä 50 000 kuluttajaa ja metsänomistajaa.

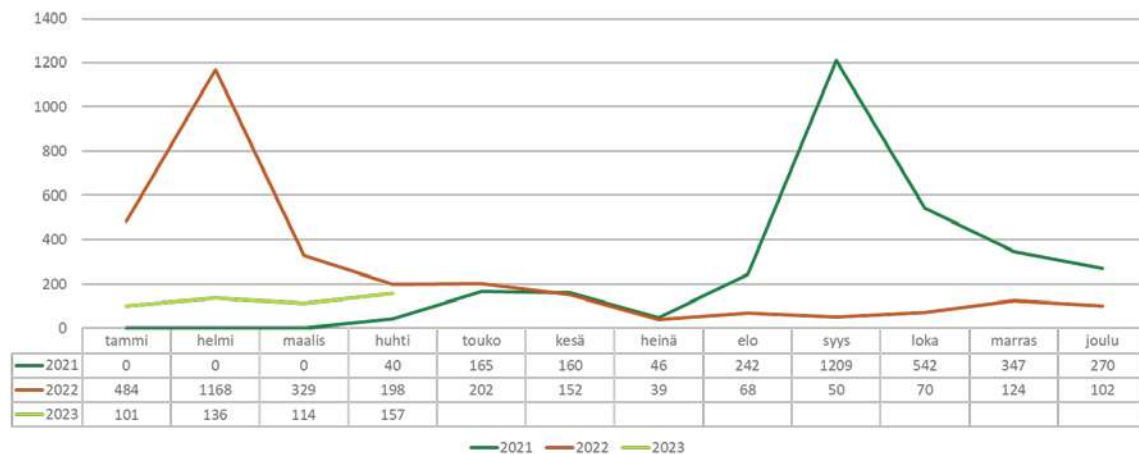
Tulokset:

Monikanavaisella viestintäkampanjalla tavoitettiin hankkeen aikana mediapalveluntarjoajien mainonnanhallintajärjestelmien perusteella yhteensä 11,5 miljoonaa henkilöä. Tv-kampanjat tavoittivat 3,7 miljoonaa henkilöä, radiokampanjat tavoittivat 3,6 miljoonaa henkilöä ja display-kampanjat tavoittivat 4,2 miljoonaa henkilöä.

Hankkeen sosiaalisen median mainonnalla Facebook- ja Instagram-kanavissa tehdyt julkaisut näkyivät hankkeen aikana 445 105 henkilölle, näyttökertoja oli yhteensä 829 156. Kuukausittain tehtyjen yksittäisten keruutuotteiden kampanjat toimivat suhteellisesti parhaiten, mutta muuhun kampanjointiin liittyen saavutettiin suurta kattavuutta. Google Ads -hakusanamarkkinoinnilla näyttökertoja oli yhteensä 79 263, joista klikkaukseen johti 5 341 (6,74 %). Yleisesti hyvänä tasona mainostoimiston mukaan on pidetty 5 %:n tasoa, joten tältä osin onnistuttiin hyvin. Google Ads -mainonnassa "metsänhoito"-mainosryhmä tuotti eniten liikennettä, myös "metsien sertifiointi" toimi hyvin.

Hankkeen aikana tuotettiin [kampanjasivut](#) Metsäkeskuksen sivujen yhteyteen. Sivujen kävijämääriä seurattiin hankkeen aikana. Ajalla 1.4.2021-30.4.2023 Metsien sertifiointi luomukeruualueiksi -sivulla on ollut yhteensä noin 6 500 katselukertaa. Suurin osa kävijöistä saapuu Metsäkeskuksen verkkosivulle hakukoneiden kautta. Myös Metsien sertifiointi luomukeruualueiksi -sivulle on saavuttu useimmiten hakukoneiden kautta. Suurimmat kävijäpiikit ovat olleet syyskuussa 2021 ja helmikuussa 2022, jolloin display-mainonta on tuonut kävijöitä sivulle. Sivulla olevia

materiaaleja on ladattu noin 250 kertaa.



Kuva 2 Hankkeen kampanjasivujen kävijämäärät

Kohderyhmien täsmäviestintää tehtiin puheenvuoroilla erilaisissa tilaisuuksissa, joita hankesuunnitelmaan oli arvioitu n. 12 kpl. Kohderyhmien täsmäviestinnällä oli tarkoitus tavoittaa noin 2 000 henkilöä. Messuosastoilla arvioitiin kävijämääräksi 800 henkilöä.

Tulokset:

Kohderyhmien täsmäviestintää tehtiin 30 eri tilaisuudessa ja näissä tavoitettiin yhteensä 1054 henkilöä osallistujalistojen mukaan.

Hankkeen aikana osallistuttiin kolmelle erilaisille messuille, Farmari 2022 messuille Mikkeliissä, Metsä tulee Ideaparkkiin 2022 Seinäjoella sekä Valtakunnalliset MHY -päivät Jyväskylässä 2022. Näillä messuilla tavoitettiin yhteensä 938 henkilöä arpalipukkeiden mukaan.

Maakuntatilaisuuksia ajateltiin järjestää noin 10 kpl ja näillä tilaisuuksilla oli tarkoitus tavoittaa 1 000 metsänomistajaa ja metsäalan toimijaa.

Tulokset:

Maakuntatilaisuuksia järjestettiin hankkeen aikana 10 kpl ja näillä tilaisuuksilla tavoitettiin 327 henkilöä.

Ajatuksia määrällisistä tuloksista

Hankkeen alkuaikana korona rajoitti livetilaisuuksien järjestämistä. Tilaisuuksia järjestettiin verkkototeutuksina, mutta ne eivät keränneet osallistujia niin paljon kuin oli odotettu. Myös koronan jälkeisenä aikana livetilaisuudet eivät ehkä vetäneet niin paljon osallistujia kuin alkuperäisesti oli arvoitu.

Monikanavainen viestintäkampanja tavoitti hyvin kuluttajia ja tietoisuutta luomukeruualueista on lisätty hankkeen aikana runsaasti.

Lisäksi hankkeen aikana tehtiin somemainontaa, jolla myös tavoitettiin paljon henkilöitä.

Metsään.fi-palvelun kautta kiinnostuksensa metsiensä liittämiseen luomukeruualueisiin ilmaisi 256 metsätilaa. Koko palvelun toiminta-aikana sieltä poistui 24 metsätilaa. Palvelun kautta ei ollut, eikä ole, mahdollista liittää metsätiloja suoraan valvontaan, minkä vuoksi konkreettiset tulokset jäivät laihoiksi.

4.7.2. Laadulliset tulokset

Hankkeen aikana toteutettiin erilaisia luomukeruuseen liittyviä kyselyitä.

Kuntakysely

Hankkeen alussa 2020–2021 tuotettiin opinnäytteenä kuntakysely, joissa tiedusteltiin kuntien kiinnostusta liittää omistamansa metsät osaksi luomukeruualueita.

Kysely lähetettiin Lapin, Pohjois-Pohjanmaan, Kainuun, Pohjois- ja Etelä-Savon sekä Pohjois- ja Etelä-Karjalan kuntiin. Kysely lähti 112 kunnalle.

Kyselystä kävi ilmi, että kunnilla olisi kiinnostusta liittää metsiään osaksi luomukeruualueita. Jopa 68% vastanneista kunnista olisi valmis liittämään osan omistamistaan metsistä osaksi luomukeruualueita.

Sertifiointi kuitenkin koettiin haasteelliseksi. 65 prosenttia kyselyyn vastanneista kunnista koki luomusertifiointin haasteelliseksi. Haasteissa nostettiin esille byrokratia, sertifiomisesta aiheutuva lisätyö, tietojen siirrot karensialueista, sertifiointin kustannukset ja oman työajan rajallisuus sekä tiedon puute.

Kyselyn pohjalta tuotettiin hankkeelle [raportti](#).

Luomualkutuottajille tehtiin kysely, jonka tavoitteena oli kartoittaa luomuvalvontaan kuuluvien yritysten kokemuksia ja ehdotuksia luomuvalvonnan kehittämiseksi. Alun perin tavoitteena oli tavoittaa kaikki luomuluonnontuotteita tuottavat ja jalostavat yritykset, mutta Ruokaviraston rekistereistä ei pystytty irrottamaan erikseen luonnontuotteiden jatkojalostajia. Tämän vuoksi saatiin kyselyyn ainoastaan luomukeruualueiden alkutuotannon valvonnassa olevat yritykset, joista osa oli myös luomujalostajia. Ruokavirastosta luovutettiin ainoastaan sähköpostiosoitteet.

Selvityksestä tehtiin opinnäytetyönä raportti:

https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/795648/Anttonen_Simo.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Osuuskunta Kaamoskehrä/Eija Vuorela toteutti ostopalveluna tilannekartoituksen keruuluomusta **luomuelintarvikejalostajille**. Kartoitus on jatkumoa alkutuottajille tehdylle kyselylle. Tiedonluovutus Ruokavirastosta kesti tavoiteaikaa kauemmin, joten ensimmäisiä yrityksiä tavoiteltiin puhelimitse jo ennen sähköisen kyselyn lähettämistä. Tämän lisäksi haastateltiin aiheesta muutamia asiantuntijoita. Jalostajarekisteri ei ollut ajan tasalla, ja osa listatuista yrityksistä oli jo lopettanut luomutuotannon ja muutama yritystoiminnan kokonaan. Tietopyynnön mukaisesti ei saatu yritysten eikä yhteyshenkilöiden nimiä tai puhelinnumeroita, jotta toimiva sähköpostiosoite tai yrityksen tilanne olisi voitu tarkistaa.

Luomuelintarvikejalostajien selvityksestä on tuotettu erillinen raportti (liite 7).

Suurten metsänomistajien osalta selvitettiin luomukeruuta koskevia näkemyksiä ennen kaikkea yhteiskuntavastuun ja sidosryhmämerkitysten näkökulmasta. Selvityksessä kartoitettiin erityisesti keskeisiä haasteita ja mahdollisuuksia luomukeruualueiden muodostamiselle, näkemyksiä siitä, voisiko luomukeruualue toimia osana yritysten ja yhteisöiden yhteiskuntavastuuta sekä minkälaisissa tilanteissa luomukeruualueista voisi olla pr-arvoa yhteisöille ja yrityksille. Selvitystä varten haastateltiin 10 merkittäviä metsäaluetta omistavan yrityksen tai yhteisön edustajaa. Samalla jaettiin tietoa luomukeruualueiden muodostamisesta.

Tulosten pohjalta vahvistui edelleen käsitys siitä, että nykyisessä muodossaan metsien luomukeruu ei tarjoa kunnollista taloudellista ansaintalogiikkaa yrityksille ja yhteisöille, jotta nämä olisivat aktiivisesti kiinnostuneita liittämään metsänsä mukaan luomukeruualueeseen. Metsäomaisuutta sijoituksena tarkastelevat tahot joutuvat arvioiden mukaan tulevaisuudessa pohtimaan uusia tulonansaintakeinoja metsäomaisuudelleen, jolloin tuottava luonnontuote raaka-aineen tuotanto voisi kiinnostaa suuria metsänomistajia. Vielä alan markkinoita ei nähdä tarpeeksi vahvoina, jotta alalle nousisi tarpeeksi kysyntää tai oltaisiin valmiita investoimaan isommin.

Selvittäjämallin kautta luomukeruualueessa mukanaoloa ei nähty kohtuuttoman työllistävänä. Osa näki, että toiminta voisi olla osa yrityksen vastikkeetonta vastuullisuustoimintaa etenkin silloin kun se kohdistuu paikallisten toimijoiden tarvitsemiin alueisiin. Aloitteen on kuitenkin syytä tulla yrittäjältä tai selvittäjätaholta. Mikäli luonnontuotealan yritys olisi valmis korvaamaan liittymisen kulut ja toimisi keskustelun aloittajana, harva haastatellusta tyrmäisi täysin ajatuksen luomukeruualueista. Moni haastateltu organisaatio arvioi luomusertifiointin pr-arvon olevan pientä tai olemattomana tärkeimpien sidosryhmiensä silmissä. Luomuun liittymisessä ei kuitenkaan nähty olevan erityisiä riskejä ja periaatteessa sertifiointi voisi toimia osana organisaation yhteiskuntavastuuta, mutta hyötyjen ei nähty tällä hetkellä olevan sertifiointin vaatimien panostuksien arvoinen.

Tulokset on kuvattu tarkemmin raportissa: Matilainen, A. (2023) Suurten metsänomistajien edustajien suhtautuminen metsien luomukeruualueisiin. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti Raportteja 228. 33p.

4.7.3. Hankkeen vaikutukset

Yhteenveto hankkeen toimista ja tuloksista (taulukko 3) osoittaa, että hankkeen toimin on tavoitettu erittäin laajasti kuluttajia ja metsätoimijoita, joskin hieman eri painotuksella suunnitelmiin nähden. Tietoisuutta luomukeruualueista on tuotu eri tilaisuuksissa, tapahtumissa sekä monikanavaisella viestintäkampanjalla.

Taulukko 3. Yhteenveto hankkeen toimenpiteistä ja tuloksista.

Toimenpiteet tavoitteineen	Keskeiset tulokset
<p>Monikanavainen viestintäkampanja</p> <ul style="list-style-type: none"> - opasvideot 3 kpl - tv-, radio-, some- ja display-kampanjat - luomukeruualue - roll-upit - kilpailualue (ei toteutettu) <p>Tavoitteena tavoittaa 50 000 kuluttajaa ja metsänomistajaa</p>	<p>Tv-kampanjat tavoittivat 3,7 miljoonaa henkilöä</p> <p>Radiokampanjat tavoittivat 3,6 miljoonaa henkilöä</p> <p>Display-kampanjat tavoittivat 4,2 miljoonaa henkilöä</p> <p>Facebook- ja Instagram-kanavien julkaisut tavoittivat 445 105 henkilöä, Google Ads -hakusanamarkkinointi tuotti 5 341 klikkausta</p> <p>Kampanjasivuilla 6 500 katselukertaa</p> <p>Tuotetut opasvideot (3 kpl) ja verkkosivujen tietosisältö myös jatkokäyttöön</p>
<p>Kohderyhmien täsmäviestintä</p> <ul style="list-style-type: none"> - puheenvuorot tilaisuuksissa, 12 kpl - messuosastot - Metsään.fi-kilpailu (ei toteutettu) - uutiskirjeet tms. viestintä <p>Tavoitteina oli tavoittaa 800 messukävijää sekä saada Metsään.fi-kilpailuun 2 000 osallistujaa.</p>	<p>Puheenvuorot 30 tilaisuudessa, osallistujia 1 054 henkilöä</p> <p>Messuosallistumisia 3 kpl, tavoitettu 938 messukävijää</p> <p>10 tuotettua mediatiedotetta, 26 julkaistua lehtijuttua</p> <p>Ohjemateriaali luomukeruualueiden tuotantoketjuun</p>
<p>Maakuntatilaisuuksien järjestäminen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alueellisia tilaisuuksia 10 kpl 	

Tavoitteena tavoittaa 1 000 metsänomistajaa ja metsäalan toimijaa	10 järjestettyä maakuntatilaisuutta, osallistujia 327 henkilöä
---	--

Hankkeen ansiosta metsänomistajien niin suurten kuin pienienkin tietoisuus metsien luomukeruualueista ja luomuluonnontuotteista on lisääntynyt. Lisäksi hankkeella on lisätty tietoisuutta luomukeruualueista myös metsäammattilaisten, luonnontuotealan yrittäjien, luomutilallisten, MTK, kuluttajien ja muiden sidosryhmien keskuudessa. Hankkeessa on myös tuotettu materiaalia, joka toimii kehittämistyön tukena hankkeen jälkeenkin. Kuitenkaan hankkeen keskeisintä tavoitetta saada luomukeruualueita lisättyä ei saatu hankkeen avulla toteutumaan. Syynä olivat erityisesti luomukeruualueiden sertifiointiin liittyvät kustannukset, joihin hankkeessa ei pystytty vaikuttamaan.

4.7.4. Tulosten ja hankkeen arviointi

Monipuolisesti toteutuneesta viestinnästä huolimatta hankkeen varsinaisiin tuloksiin vaikuttivat hankkeen toteuttajista riippumattomat seikat, kuten lainsäädännön tulkinnan muutokset. Myös hankkeen alkuaikojen koronatilanne heikensi hankkeen toteutusta. Hankkeen loppukaudella valvontakustannusten nousu vaikutti negatiivisesti metsänomistajien kiinnostukseen liittää metsänsä osaksi luomukeruualueita.

Hankkeen aikana kävi hyvin ilmi, että pelkästään viestinnän keinoin keruuluomun tilanne ei parane. Vaikka keruuluomun tunnettuus eri kohderyhmissä lisääntyi merkittävästi, se ei johda luomukeruualueiden tai -tuotannon kasvattamiseen, mikäli sertifiointiprosessia ei saada toimivammaksi ja samalla sen kustannuksia alhaisemmaksi.

5. Hankkeen haasteet

Keruuluomun tilanne oli haastava jo hankkeen alkaessa, mutta hankkeen aikana se muuttui entistä haastavammaksi. Hankkeen aikana astui voimaan uusi EU lainsäädäntö, mikä vaikutti maanomistajanluvalla kerättäviin luomukeruualueisiin voimakkaasti. Lisäksi valvonnan maksut ovat kallistuneet koko hankkeen ajan ja kentältä on kuulunut, että useimmat pienet keruuluomutoimijat ovat joutuneet lopettamaan toimintansa liian kalliiden valvonnan maksujen vuoksi.

Luomulaatuisen raaka-aineen saatavuus on ollut koko hankkeen ajan haastavaa, sillä uusia suuria perusmallin alueita ei ole saatu perustettua. Valtionmaita tippui tästä iso määrä pois ja maanomistajanluvalla luonnontuotteita voi kerätä ainoastaan Lapin alueella.

Koko hankkeen ajan yritettiin löytää luomuvalvontaan liittymisen kannustimia yksityismetsänomistajille, mutta kallistuva valvonta ei auttanut kannusteiden löytymistä. Yksityismetsänomistajille ideologia ei ole riittävä kannuste luomuvalvontaan liittymiselle.

Hankkeen ohjausryhmässä kyseltiin useampaan otteeseen, että voitaisiinko luomukeruualueiden määrää seurata hankkeen aikana. Valitettavasti tehtävä oli mahdoton, sillä luomukeruualueiden tilastointi on vajavaista, eikä sieltä saa erotettua perusmallilla liittyneitä ja selvittäjämallilla liittyneitä. Puutteellisesta tilastoinnista johtuen ei voida myöskään seurata luomukeruualueiden kehitystä maakunnittain. Myöskään maanomistajanluvalla kerättävistä luonnontuotteista ei ole tilastotietoa, joka olisi varsin hyödyllinen luomukeruun ja luonnontuotealan kannalta.

Hankkeen alkuaikana korona esti livetilaisuuksien erityisesti maakuntatilaisuuksien järjestämistä, mikä vaikutti osaltaan hankkeen tuloksiin. Vaikka tilaisuuksia pidettiin verkkototeutuksina ne eivät valitettavasti saaneet niin paljon osallistujia kuin oli ennakoitu.

Hankkeen aikana tapahtui asioita, jotka varjostivat luomun kysyntää sekä yleisesti koko luonnontuotealaa. Venäjän hyökkäyssota Ukrainaan vaikutti ja vaikuttaa edelleen koko Euroopan taloustilanteeseen ja näin ollen kaikkien luomuelintarvikkeiden kysynnässä on ollut laskusuhdanne. Ukrainalaisten kerääjien puute näkyi ja varmasti tulee myös näkymään Suomen luonnontuotealalla vielä pitkään.

Myös marja-alan ikävät tapahtumat vaikuttavat myös luomukeruun puolelle, koska tapahtumat varjostavat koko luonnontuotealaa.

Hankkeen viestintään vaikutti omalta osaltaan myös valitun mainostoimiston jatkuvat henkilövaihdokset, jotka aiheuttivat tietokatkoksia. Mainostoimisto vastasi suurelta osin hankkeen viestinnästä sosiaalisessa mediassa, mutta hankehenkilöstö on tullut hankkeen loppuvaiheessa siihen tulokseen, että somekanavien olisi ollut parempi olla hankehenkilöstön hallinnassa.