



Kulutustavarabisnes paperiteollisuudessa - Case Metsä Tissue

Hannu Kottonen
9.10.2008



Esityksen sisältö

1. Kulutustavaratrendit ja niiden vaikutus pehmopaperin tarjontaan
2. Metsä Tissue – Mukavuutta jokaiseen päivään



Kulutustavaratrendit ja –markkinat



Nopeakiertoiset kulutustavarat

- Merkkituotteet, joiden myyntirytmä on nopeaa ja joiden hinta on suhteellisen alhainen. Esimerkkeinä marketeissa myytävistä jokapäiväisistä kulutushyödykkeistä ovat murot, makeiset ja pesuaineet.¹
- Päivittäistavaroiden nopea kierto johtuu joko kovasta kysynnästä tai lyhyestä hyllyästä. Teollisuuden ja kaupan haaste onkin tehokas tavaran kierto, johon päästään kokonaisvaltaisella tuottajasta kuluttajaan yltävän toimitusketjun hallinnalla.²



Lähteet:

¹ Hutchinson encyclopedia

² FNCG/Graduate Opportunities

Globaalit kuluttajatrendit

1. Arvotrendit
2. Elämänvaihetrendit
3. Maantieteelliset trendit
4. Elämäntapatrendit
5. Kestävä kehitys ja vihreät arvot



Lähde:
Global Consumer Trends by GfK
Group

Maantieteelliset trendit

- **Lännestä itään ja idästä länteen**
 - Globalisaation voidaan nähdä siirtyvän vaiheeseen, jossa yhä suurempi osa uusista lännen markkinoille tulevista hyödykkeistä tulee idän markkinoilta.
- **Kaupungistuminen ja muuttoliikkeet**
 - Jo 50% maapallon väestöstä vuonna 2007 kaupunkialueilla

Elämänvaihetrendit

- **Väestön vanheneminen**
- **Muuttuva kotitalouden rakenne**
 - Yksinhuoltajien, yksin asuvien sekä lapsettomien pariskuntien osuus kaikista kotitalouksista on kasvussa
- **Kiireen täyttämä elämä**
 - vähemmän aikaa perheelle ja vapaa-ajalle johtuen työtuntien lisääntymisestä



Elämäntapatrendit

- **Laitejärjestelmien yhdentyminen**
 - Esim. elokuvia voidaan katsoa elokuvateattereissa, kannettavista laitteista, soittimista kotona...
- **Koti on siellä missä olet**
- **Mobiili elämäntapa - Life on the Go**
 - Liikkuvuutta helpottavan teknologian kasvu
- **Hyvinvoinnin tavoittelu**
 - Terveellinen ruoka, liikunta
- **Eri vaikutteiden sekoittuminen**
 - Taustalla ennakkoluulottomuus, mielenkiinto, uteliaisuus erilaisia vaikutteita kohtaan
- **Korvaava media**
 - Luova tuho, jossa uudet innovaatiot korvaavat vanhat toiminta- ja kulutustavat (Internet, paperittomuus, digitaalinen musiikki, ICT-ratkaisut)
- **Kuluttajien tinkimättömyys**
 - Yhä vaativammat kuluttajat esim. terveellinen ja hyvänmakuinen, luksus ja edullinen...
- **Word of Mouth**
 - Kuluttajat luottavat yhä enenevin määrin tietoon, joka tulee heille luotettavista lähteistä kuten ystäviltä ja sukulaisilta.

Arvotrendit

- **Aitouden kaipuu**
 - Halutaan "aitoja", perinteisiä, etnisiä ja yksinkertaisia hyödykkeitä
- **Mukavuuden ja huvittelun halu**
 - Vapaa-ajan arvostuksen kasvu ja itsensä hemmottelun halu
- **Turvallisuuden tunteen tarve**
 - Median uutislähetykset keskittyvät yhä enemmän uhkiin kuten ilmaston lämpenemiseen, Kiina-ilmiöön jne.
- **Kuluttajat vallassa**
 - Kuluttajat vaativat tuotteita, joiden ominaisuudet ovat perinteisesti olleet toisensa poissulkevia, kuten terveellinen ja maukas tai muodikas ja hyvin istuva
- **Menestyksen etsiminen**
 - Tietyn statuksen havittelu ja halu osoittaa oma onnistuminen premium-brändein



Kestävä kehitys ja vihreät arvot

- Huoli maailman ja yhteiskunnan tulevaisuudesta
- Pyrkimys oikeisiin valintoihin



Pehmopaperin kysynnän muuttujat

Ydintarpeet

- Kasvanut imukyky
- Pehmeys
- Märkälujuus
- Kestävyys
- Hygienia
- Hinnan ja laadun suhde



Tuotesegmentointi



Lisätarpeet

- Muotoilu ja estetiikka
- Terveysominaisuudet
- Tarkoituksenmukaisuus
- Eksklusiivisuus
- Luksus



Uudet markkinataktiikat



Kysynnän muuttajat tulevaisuudessa

- Yhä homogeenisempi maailma pakottaa muutokseen
 - Kasvavan vaurauden hyödyntäminen premium-tuottein
 - Status, muotoilu ja käytettävyys
- 
- Eettisen kuluttamisen kasvu sekä huoli ympäristöstä
 - Mahdollinen vastaisku ”kertakäyttöyhteiskuntaa” vastaan
 - Lisää mahdollisuuksia innovaatioille?



Metsä Tissue

Mukavuutta jokaiseen päivään



Visiomme



Haluamme olla paras pehmo- ja ruoanlaittopaperin toimittaja

- toimintatavoiltamme
- tuotteiltamme ja palveluiltamme
- paras kumppani asiakkaillemme



Arvomme

Yhteistyö



Luotettavuus

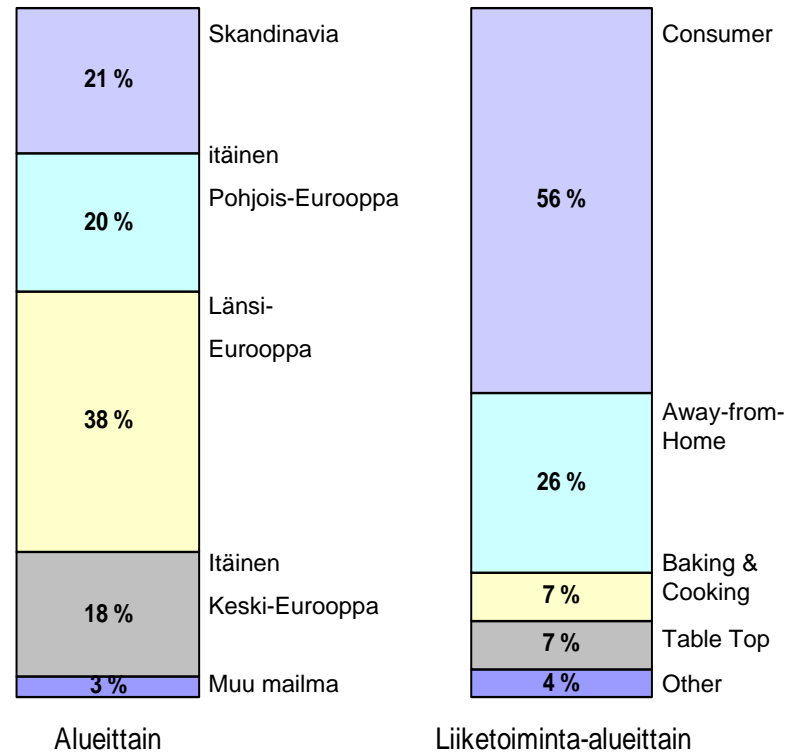
Uudistuminen



Johtava kulutustavarayritys pehmo- ja ruoanlaittopapereissa

- Vahvat kuluttajabrändit Lambi, Serla, Mola, Tenta ja Fasana
- Vahva Katrin-brändi Away-from-Home asiakkaille – ”Vähemmän on enemmän”
- Innovatiivinen partneri asiakasbrändien rakentamisessa
- Markkinajohtaja Pohjois- ja Keski-Euroopassa sekä vahva asema Länsi-Euroopassa
- Henkilöstö 3300

Liikevaihdon jakautuminen 861 milj. euroa



Kuluttajalähtöinen tuotekehitys

- Kuluttajalähtöiset tuoteinnovaatiot - yksi liiketoimintastrategiamme kulmakivistä
- Tuotekehitystä ohjaa ajantasainen tieto markkinoista, trendeistä ja kuluttajakäyttäytymisestä
- Tavoittemme on pehmopaperikategorian arvon kasvattaminen asiakkaillemme ja kuluttajille
 - Serla siivouspaperi – kiiltävien pintojen puhdistamiseen ja kiillottamiseen
 - Lambi tuoteperhe – premium tuoteperhe kotitalouksille ympäri Eurooppaa
 - Lambi Satin – kohokuvioitu pastellin värinen super premium BRT konsepti
 - Kosteusemulsiota sisältävät paperipyyhkeet ja -nenäliinat
 - Innovatiivinen Serla Gourmanda ruoanlaittopaperi – ei tarvitse rasvaa ruoanlaiton yhteydessä
 - Uusi valikoima Katrin annostelijoita
 - Easy Flush -tuotteet Away-from-Home käyttöön lentokoneissa, junissa ja laivoilla
 - Teknologiakeskuksemme Saksassa tukee tuotekehitystä



Kestävän kehityksen edistäminen

- Minimoimme tuotteidemme vaikutusta ympäristöön läpi tuote-elinkaaren aina raaka-aineesta tuotannon kautta kulutukseen ja tuotteen hävittämiseen asti
- Henkilöstön koulutusohjelmat
- Vastuullinen puunhankinta
- Yli puolet käyttämästämme kuidusta on kiertokuitua
- ISO 9001 ja ISO 14001 laatu- sekä johtamisstandardit käytössä kaikissa tuotantolaitoksissamme
- Energiatehokkuusjärjestelmä osaksi johtamista
- Metsä Tissuen tehtaat aktiivisina toimijoina paikallisesti
- Serla yhteistyössä IPYn kanssa (International Polar Year)
- Roosa nauha -hyväntekeväisyyskampanja
- Joutsenmerkki



Lähellä markkinoita ja kuluttajia

- Tuotanto ja myynti
- Myyntikonttori



Metsä Tissue osana Metsäliitto-konsernia

Metsäliitto-konserni

- Kahdeksanneksi suurin metsäteollisuuskonserni maailmassa
- Liikevaihto (milj. euroa) 7669
- Henkilöstö 20 000
- Tuotantoyksiköitä ja myyntikonttoreita 30 maassa
- Emoyhtiö Metsäliitto osuuskunnan omistaa 131,000 suomalaista metsänomistajajäsentä
 - He omistavat 5.3 miljoonaa hehtaaria metsää, mikä on 48% kaikista yksityismetsistä Suomessa

Metsäliitto Osuuskunta

Puun hankinta ja
puutuoteteollisuus

Liikevaihto
miljardia 3.1 euroa

Metsä-Botnia

Sellu

Liikevaihto
miljardia 1.4 euroa

M-real

Paperi ja kartonki

Liikevaihto
miljardia 4.4 euroa

Metsä Tissue

Pehmo- ja
ruoanlaittopaperi

Liikevaihto
miljardia 0.9 euroa



Kiitos!

