UUTISET

Uutta tietoa investoinnista saadaan viimeistään tulevana syksynä.
JOHTAJA SAMULI ESKOLA, HK SCAN

”Halpuutuskampanjat sotkevat kuluttajien käsityksen laadusta”

HK Scanin toimitusjohtaja Hannu Kottonen on huolissaan, miten halpuutuskampanjat kohtelevat elintarviketeollisuuden tuotemerkkejä. Hän pelkää, että kampanjat sotkevat käsityksen laadusta.

KARI SALONEN

HK Scanin toimitusjohtaja Hannu Kottonen sanoo hallinnon ylisääntelyn antavan piilotukea tuontielintarvikkeille.

Elintarviketeollisuus on kovassa paineessa taloustilanteen laahatessa ja kauppojen markkinoidessa halvalla hinnalla.

HK Scanin toimitusjohtaja **Hannu Kottonen** on huolissaan siitä, miten halpuutuskampanjat kohtelevat elintarviketeollisuuden tuotemerkkejä.

”Kampanjat sotkevat kuluttajien käsitystä laadusta. Tällä on vaikutusta koko kotimaiseen elintarvikeketjuun.”

Kuluttajahintoja on joissain tuotteissa vedetty Kottosen mukaan niin alas, että rahaa jää ainoastaan paketin siirtelyyn, ei tuotteen valmistukseen.

”Kun jonkun tuotteen hinta painetaan alas, ei tuote välttämättä enää kiinnosta muita alan toimijoita, eikä sitä oteta edes hyllyyn”, Kottonen havainnollistaa.

”Lopputuotteen hinnasta puolet veroja ja maksuja”

Toimitusjohtaja Kottonen antaa risuja myös hallinnolle, joka lisää elintarvikeketjun kustannuksia.

”Ruuan hinta mielletään Suomessa korkeaksi ja vastuuta sysätään kaupalle, teollisuudelle ja maatiloille, vaikka elintarvikeketjun eri portailla kertyy lopputuotteen hintaan puolet erilaisista veroista ja maksuista”, hän sanoo.

Ylisääntelyllä annetaan Kottosen mukaan myös piilotukea tuontielintarvikkeille. Toimitusjohtaja pitää koko keskustelua ruuan hinnasta vinoutuneena.

”Suomalaisten kotitalouksien tuloista keskimäärin 12 prosenttia menee ruokaan ja siitä puolet on siis hallinnon määräämiä kustannuksia. Julkista keskustelua ei kuitenkaan juurikaan käydä siitä lopusta 88 prosentista.”

Hallitukselta toivotaan joustoja

Käynnissä olevissa hallitusneuvotteluista elintarviketeollisuus toivoo Kottosen mukaan lisää joustoja ja keinoja yritysten tuottavuuden lisäämiseksi.

”Esimerkiksi työaikapankkien kautta saataisiin tasattua työtä, kun sesongit vaihtelevat.”

Etujärjestöt eivät Kottosen mukaan ole onnistuneet uudistamaan työmarkkinoita, vaan siihen tarvitaan poliittista ohjausta.

”Laittomia lakkoja ei tämä kansakunta enää kaipaa.”

Yritysverotuksen uudistaminen ei ole toimitusjohtajan mielestä tärkeysjärjestyksessä niin korkealla, kuin kustannuksia lisäävän sääntelyn purkaminen.

Tulos parani viime vuodesta

HK Scan julkisti ensimmäisen vuosineljänneksen tuloksensa keskiviikkona.

Alkuvuosi on perinteisesti ollut lihatalolle hankala. Tänä vuonna jatketaan alkuvuoden jälkeen viime vuotta pienemmältä takamatkalta, vaikka tulos onkin hiukan tappiolla. Liikevaihto pysyi viime vuoden lukemissa.

Markkina-alueittain tarkasteltuna parhaiten pärjäsivät Suomi ja Ruotsi. Tanskassa on edelleen kannattavuusongelmia, jotka painoivat konsernin tuloksen tappiolle.

Yhtiö arvioi, että koko vuoden liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä paranee viime vuodesta ja että vuoden viimeinen neljännes on vahvin.

Siipikarjainvestointi Länsi-Suomeen

HK Scan on investoimassa Länsi-Suomeen uuden tuotantolaitoksen siipikarjanlihaa varten. Laitoksen sijaintivaihtoehtojen selvitystä jatketaan Euran, Forssan, Rauman ja Säkylän kuntien kanssa.

> Esimerkiksi työaikapankkien kautta saataisiin tasattua työtä, kun sesongit vaihtelevat.
> **HANNU KOTTONEN**

”Nykyisen Euran laitoksen kohtalo päätetään siinä vaiheessa, kun investointisuunnitelmat tarkentuvat. Uutta tietoa investoinnista saadaan viimeistään tulevana syksynä”, HK Scanin Suomen ja Baltian kuluttajaliiketoiminnoista vastaava johtaja **Samuli Eskola** kertoo.

Yhtiö haluaa Eskolan mukaan pysyä investoinnin avulla kiinni kasvavassa siipikarjan kuluttajamarkkinassa.

Aika-ajoin keskustelua nostattanut lihatalojen yhdistäminen on Kottosen mukaan historian havinaa.

”Kun lisätään yksi plus yksi, siitä tulisi tässä tapauksessa vähemmän kuin yksi. Vaihtoehtoja lihatuotteille haettaisiin silloin kotimaan sijaan ulkomailta.”

JUKKA LEHTINEN

HK Scanin tulos tammi–maaliskuu

MT HKSCAN	1–3/2014	1–3/2015
Liikevaihto, milj. e	465,4	**466,0**
Liiketulos, milj. e	–17,5	**–0,8**
– osuus liikevaihdosta, %	–3,8	**–0,2**
Tulos ennen veroja, milj. e	–16,3	**–3,1**
Omavaraisuusaste 31.3. %	37,5	**51,0**

MTK haluaa kilpailuviraston tutkivan ruuan halpuuttamisen

MTK:n puheenjohtaja **Juha Marttila** haluaa kilpailuviraston tutkivan S-ryhmän hinnoittelua.

Tiistaina S-ryhmä julkisti laskevansa yli 400 tuotteen hintaa myös S-marketeissa ympäri maan.

Kyseessä on pysyvä strateginen muutos: halpuuttamisia on tulossa kolmas ja ajan mittaan vielä useampikin aalto. Mukaan ovat tulleet myös Alepat ja Salet.

Marttilan mielestä S-ryhmä käyttää väärin määräävää markkina-asemaa, kun se kohdistaa alennukset merkkituotteisiin, jotka kilpailevat kaupan omien merkkien kanssa. Se heikentää merkkivalmistajien asemaa hintaneuvotteluissa.

SOK:n pääjohtaja **Taavi Heikkilä** perusteli halpuuttamista sillä, että osuuskauppa haluaa kovina aikoina helpottaa suomalaisten arkea pienentämällä ruokalaskua.

Marketkaupan johtaja **Jukka Ojapelto** korosti, että nyt halpuutetaan ruuan hintaa, ei ruuan arvoa.

Tuottajien reaktio halpuuttamisen tammikuiseen aloitukseen oli pantu merkille, sillä S-johto halusi vakuuttaa, etteivät maataloustuottajat joudu kaupan strategian maksumiehiksi ja että S-marketeissa on aina myynnissä myös lähiseudun tuottajien tuotteita.

Heikkilän mukaan ruokien hinnanalennus rahoitetaan nyt tinkimällä kaupan katteesta, vähentämällä investointeja ja leikkaamalla kiinteistö- ja markkinointikuluja.

Kuluttajien hyväksi koituvan tulonsiirron lasketaan olevan 30 miljoonaa euroa.

Alennukset muutamasta prosentista yli 30:een

S-marketeissakin on nyt alennettu esimerkiksi Valion Oltermanni-juuston sekä Vaasanin Ruispalojen hintaa.

Tuotteiden alennusprosentit vaihtelevat muutamasta yli 30:een.

Listalla on myös kotimaista jauhelihaa sekä kuluttajien runsaan palautteen takia laktoosittomia tuotteita sekä luomua. Hedelmiä ja vihanneksia ei pitkäaikaisella alelistalla ole, koska niiden hinnat vaihtelevat kausittain.

Tavarantoimittajille ja ruuan valmistajille, kuten esimerkiksi Vaasan-yhtiölle, halpuuttamisen toinen vaihe pidettiin yllätyksenä.

”Leipomo kuulee alennuksista uutisista. Teimme kyllä nyt tavallista isommat tilaukset, mutta muuten emme puhuneet mitään”, kertoi S-ryhmän valikoimajohtaja **Ilkka Alarotu**.

RIITTA RYYNÄNEN

Kesko: Hintojen polkeminen ajaa tuottajat ahdinkoon

Kesko ei aio lähteä kilpailemaan vain ruuan hinnalla. Keskon päivittäistavarakaupan toimialajohtaja **Jorma Rauhala** sanoo, että hintojen pysyvä polkeminen vaarantaa viime kädessä suomalaisen elintarviketeollisuuden ja maataloustuotannon tulevaisuuden.

”Kun kuluttajat ryntäävät ostamaan yksiä ja samoja tuotteita, muut suomalaiset tuotteet jäävät hyllyihin. Se ajaa ensin ahdinkoon tuotteiden valmistajat ja sen jälkeen maataloustuottajat, joilta tulee raaka-aine hyllyihin jääneisiin elintarvikkeisiin”, Rauhala kommentoi S-ryhmän halpuuttamista.

> Kun kuluttajat ryntäävät ostamaan yksiä ja samoja tuotteita, muut suomalaiset tuotteet jäävät hyllyihin.
> **JORMA RAUHALA**

Hänen mukaansa kyse ei ole hintasodasta vaan jokaisen yrityksen valitsemasta tavasta kilpailla markkinoilla. Rauhala kertoo Keskon korostavan hinnan ohella laatua ja vastuullisuutta.

> Lidl seuraa koko ajan kysynnän muutoksia ja kilpailijoiden toimia ja reagoi tarvittaessa tilanteeseen.
> **LAURI SIPPONEN**

Esimerkkinä ovat Lähiruokatreffit, joissa paikalliset kauppiaat tapaavat paikallisia tuottajia.

”Näin saadaan K-ryhmän kauppoihin laadukkaita, paikallisesti tuotettuja elintarvikkeita hinnalla, jonka molemmat osapuolet paikallisesti arvioivat kilpailukykyiseksi.”

Lidlin Suomen toimitusjohtaja **Lauri Sipponen** kertoo, että yritys seuraa koko ajan kysynnän muutoksia ja kilpailijoiden toimia ja reagoi tarvittaessa tilanteeseen.

Vaikka Lidlin ostoskori on ruokavertailuissa todettu muita edullisemmaksi, pitää Sipponenkin hintaa vain yhtenä tekijänä ostospaikan valinnassa. Lidlin valteiksi hän poimii muun muassa valikoiman erilaisuuden.

RIITTA RYYNÄNEN

Atria ostaa tanskalaisen Aalbaekin

Atria ostaa tanskalaisen luomuleivänpäällisiä valmistavan Aalbaek Specialiteter A/S:n liiketoiminnan.

Aalbaek on yksi Euroopan suurimmista korkealaatuisten luomulihavalmisteiden valmistajista ja Tanskan suurin luomuleivänpäällisten valmistaja.

Yhtiön tuotevalikoimassa on premium-luokan leivänpäällisiä, maksapasteijoita ja pekonia.

Luomulihavalmisteiden kysyntä Tanskassa on kasvanut tasaisesti usean vuoden ajan.

Kaupassa Atrialle siirtyvät Aalbaekin tuotemerkit, liiketoiminta sopimuksineen sekä Farressa sijaitseva lihavalmistekauppa tuotantotiloineen.

Aalbaek-tuotteiden valmistus siirtyy Atria Tanskan tuotantolaitokseen Horsensiin.

10 miljoonaa liikevaihtoon

Kauppa vahvistaa Atrian mukaan sen markkinajohtajuutta leivänpäällisissä Tanskassa.

Atrian liikevaihdon ennakoidaan kasvavan yrityskaupan johdosta noin kymmenen miljoonaa euroa vuodessa.

Tanskalaisyhtiö siirtyy Atrialle ensi maanantaista eli 11.5. alkaen.

JUKKA LEHTINEN