

Atria Baltian Terve Kasvu

Strategian mahdollistajat	Strategian painopisteet	Painopisteiden toteutus 2016
1. Suuri mittakaava Mahdollistaa tarjonnan suureen, kasvavaan ja monipuolistuvaan kysyntään	Markkinatiedon syventäminen	<ul style="list-style-type: none">• Vahvistettiin markkinatutkimuksen roolia ja hyödynnettiin Market insight -konsernisynergiaa.
	Tuoteryhmä- ja brändijohtaminen	<ul style="list-style-type: none">• Merkittävimmät investoinnit tehtiin Maks&Moorits-brändiin.
2. Vahva kilpailuasema Valituissa segmenteissä markkinakakkonen Virossa, Vahva toimija myös alkutuotannossa.	Kaupallinen erinomaisuus	<ul style="list-style-type: none">• Markkinaosuus (volyyymi) kasvoi lähes kaksi prosenttiyksikköä.• Atrian myynti päivittäistavarakaupalle kasvoi lähes 10 prosenttia.• Suurimmat tuoteryhmät olivat marinoidut lihat ja grillimakkarat; Atria on grillaustuotteiden markkinajohtaja.• Lihajalosteiden, kuten lihapullien, myynti kasvoi.
	Tuotannon operatiivinen tehokkuus	<ul style="list-style-type: none">• Teollinen tuotanto keskitettiin Valgan tehtaalle.• Valgan tehtaan tuottavuutta parannettiin teknisillä ja tuotannollisilla uudelleenjärjestelyillä.
3. Vahvat ja arvostetut brändit Tunnetut ruokamerkit helpottavat uusien tuoteryhmien markkinoille tuomista ja uuden markkinan luomista	Resurssien kohdentaminen	<ul style="list-style-type: none">• Atria myi Pohjois-Virossa sijaitsevan Linnamäen sikatilan; alkutuotanto keskittyi neljään tilaan
	Atrian Tapa Johtaa	<ul style="list-style-type: none">• Atrian Tapa Johtaa -esimiesohjelmassa toteutettiin alustavat toimenpiteet
4. Tehokas toiminta Lihavalmistetuotannon keskittäminen yhteen tehtaaseen nostaa tuottavuutta ja satsaukset koko toimintaketjuun parantavat hintakilpailukykyä		