

# Atria Venäjän Terve Kasvu

<b>Strategian mahdollistajat</b>	<b>Strategian painopisteet</b>	<b>Painopisteiden toteutus 2016</b>
<b>1. Riittävä mittakaava</b> Mahdollistaa tarjonnan kasvamaan ja monipuolistuvaan kysyntään	<b>Markkinatiedon syventäminen</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Vahvistettiin markkinatutkimuksen roolia ja hyödynnettiin Market Insight -konsernisynergiaa.</li></ul>
	<b>Tuoteryhmä- ja brändijohtaminen</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Merkittävimmät investoinnit tehtiin Atria-brändin lanseeraukseen sekä Pietarin että Moskovan päivittäistavara-kaupassa.</li><li>• Satsauksia Casademont-brändin kasvattamiseen</li></ul>
	<b>Kaupallinen erinomaisuus</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sibylla-konsepti kasvoi merkittävästi, yhteensä noin 2800 toimipisteeseen Atria Venäjän liiketoiminta-alueella.</li><li>• Atrian lihatuoteryhmien markkinaosuus Pietarissa pysyi vahvana.</li></ul>
	<b>Tuotannon operatiivinen tehokkuus</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sinyavinon tuotantolaitoksen käyttöastetta parannettiin Casademont-tuotteiden sopimusvalmistuksella.</li><li>• Pietarin Gorelovossa sijaitsevan päätehtaan tuottavuutta parannettiin kehityssuunnitelman mukaisesti.</li></ul>
	<b>Resurssien kohdentaminen</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kehitystoimien kohteina olivat erityisesti liharaaka-aineen saatavuuteen ja hintaan sekä eri tuoteryhmien reseptiikkaan liittyneet projektit.</li><li>• Sibylla-organisaation vahvistaminen</li></ul>
<b>4. Tehokas toiminta</b> Tuotannon valtaosan keskittäminen teknologialtaan moderniin tehtaaseen ja koko toimintaketjun kehittäminen parantavat hintakilpailukykyä	<b>Atrian Tapa Johtaa</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Atrian Tapa Johtaa -esimiesohjelmassa toteutettiin alustavat toimenpiteet.</li></ul>