



*Vuosi* 2004

Vuosi 2004 lyhyesti .....	1
Atria-konserni lyhyesti .....	2
Atria-konsernin tavoitteet, strategia ja arvot .....	4
Toimitusjohtajan katsaus .....	6
Atria Oy .....	8
Lithells AB .....	12
Liha ja Säilyke Oy .....	16
UAB Vilniaus Mesa .....	18
AS Valga Lihätööstus .....	20
Henkilöstö .....	22
Ympäristö, tuoteturvallisuus ja hygienia .....	24
Markkinointi .....	26
Atria-konsernin ylin johto .....	28
Atria-konsernin organisaatio .....	29
Atria Yhtymä Oyj:n hallinto .....	30
Yhteystiedot .....	32

Tilinpäätös liitteenä

*Tämä Atria Yhtymä Oyj:n Vuosi 2004 -julkaisu muodostaa yhdessä  
Tilinpäätös 2004 -julkaisun kanssa Atria Yhtymä Oyj:n vuosikertomuksen 2004.  
Se on julkaistu suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi.*

## Taloudellinen kehitys

- Atria-konsernin liikevaihto kasvoi 9,0 prosenttia 833,7 miljoonaan euroon ja liikevoitto 25,5 prosenttia 38,8 miljoonaan euroon.
- **Suomessa** liiketoiminnot kehittyivät hyvin myönteisesti. Atria Oy:n liikevaihto kasvoi yli 10 prosenttia. Liha ja Säilyke Oy:n tulos oli tavoitteiden mukainen.
- **Ruotsissa** Lithells-konsernin kaikkien yhtiöiden taloudellinen kehitys oli myönteinen. Konsernin liikevoitto kasvoi lähes 20 prosenttia.
- **Liettuassa** toimivan UAB Vilniaus Mesan kannattavuus laski ja tulos jäi heikoksi.

## Muutokset konsernirakenteessa

- Atria osti virolaisen AS Valga Lihateollisuus -yrityksen. Yritys on maan toiseksi suurin naudan- ja sianlihanjalostaja.
- Lithells-konsernissa Samfood AB:n ja Atria Lithells AB:n liiketoimintojen yhdistäminen saatettiin päätökseen, makkaratuotanto keskitettiin Sköllerstan tehtaalle.

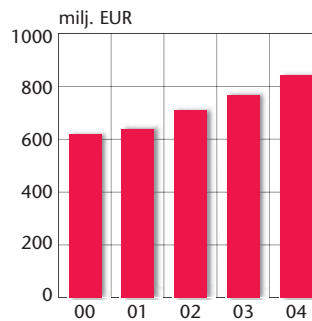
## Merkittävimmät investoinnit

- Atrian Nurmossa sijaitsevan sikateurastamon laajennus- ja peruskorjaustyöt aloitettiin syksyllä. Noin 21 miljoonan euron investointi kaksinkertaistaa teurastamon käsittelykapasiteetin. Työt valmistuvat keväällä 2006.
- Liha ja Säilyke Oy:n uusi logistiikkakeskus valmistui Forssaan vuoden 2004–2005 vaihteessa. Noin 3 000 m<sup>2</sup>:n keskuksen kokonaiskustannukset ovat noin kuusi miljoonaa euroa.
- Atria laajensi valmisruokaliiketoimintaansa: uusi Home Meal Replacement -tuotteita (HMR) valmistava yksikkö avattiin Karkkilassa.
- UAB Vilniaus Mesan uusi jalostetehdas otettiin käyttöön Vilnassa.

### Avainluvut 2004

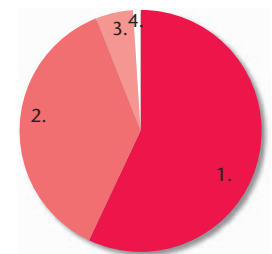
	2004	2003	Muutos, %
Liikevaihto, milj. EUR	833,7	765,1	+ 9,0
Liikevoitto, milj. EUR	38,8	30,9	+ 25,5
% liikevaihdosta	4,7	4,0	
Tulos ennen veroja, milj. EUR	33,7	23,6	+ 42,6
% liikevaihdosta	4,0	3,1	
Taseen loppusumma, milj. EUR	508,5	456,5	+ 11,4
Tulos/osake (EPS), EUR	1,17	0,83	+ 41,0
Osinko/tulos, %	50,7	51,5	- 1,6
Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %	10,7	9,1	+ 17,6
Oman pääoman tuotto (ROE), %	10,3	7,5	+ 37,3
Omavaraisuusaste, %	51,3	49,6	+ 3,4
Bruttoinvestoinnit käyttöomaisuuteen, milj. EUR	33,8	36,4	- 7,1
% liikevaihdosta	4,1	4,8	
Henkilöstön määrä	3 638	3 377	+ 7,7

### Liikevaihto



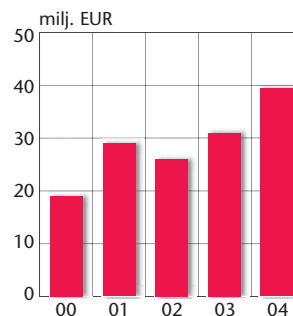
### Liikevaihto yhtiöittäin

Yhteensä 834 milj. EUR

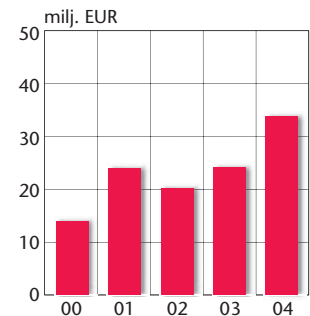


1. Atria Oy .....57 %
2. Lithells AB.....37 %
3. Liha ja Säilyke Oy.....5 %
4. UAB Vilniaus Mesa .....1 %

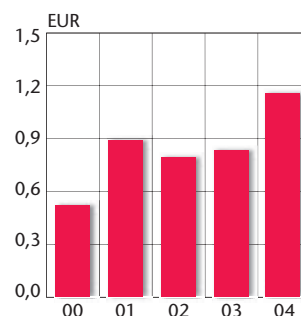
### Liikevoitto



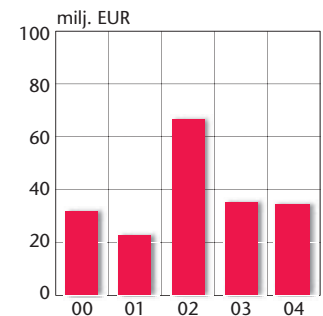
### Tulos ennen veroja



### Tulos/osake (EPS)



### Bruttoinvestoinnit käyttöomaisuuteen



## Atria-konserni

Atria Yhtymä Oy on voimakkaasti kansainvälistyvä, suomalainen elintarvikealan yritys. Sen tärkeimmät tuotemerkit ovat Atria, Duke's, Forssan, Lithells, Sibylla, Fyrkanten, Grillköket, Vilniaus Mesa ja Maks & Moorits.

Atria-konserni on Suomen suurin liha-alan yritys ja suurin lihavalmisteiden valmistaja Pohjoismaiden ja Baltian alueilla. Konsernin liikevaihto on yli 830 miljoonaa euroa, ja sen palveluksessa on noin 3 700 henkilöä. Liikevaihdosta puolet tulee konsernin ulkomaisista liiketoiminnoista.

Atria-konsernin suurimmat tuotannolliset yhtiöt ovat Atria Oy, Lithells AB, Liha ja Säilyke Oy, UAB Vilniaus Mesa ja AS Valga Lihätööstus.

Helsingin Arvopaperipörssissä noteeratun Atria Yhtymä Oy:n juuret ulottuvat vuoteen 1903, jolloin perustettiin sen vanhin omistajaosuuskunta.

## Tuotannolliset yhtiöt

### Atria Oy

- lihateollisuus, valmisteteollisuus ja siipikarjateollisuus
- liikevaihto 487 milj. EUR
- henkilöstö 1 973 <sup>(1)</sup>

### Lithells AB

- lihavalmisteteollisuus, valmisruokateollisuus, pikaruokatoiminta ja tukkukauppa
- liikevaihto 310 milj. EUR
- henkilöstö 1 217 <sup>(1)</sup>

### Atria Yhtymä Oy

- Atria-konsernin emoyhtiö
- liikevaihto 834 milj. EUR
- henkilöstö 3 640

### Liha ja Säilyke Oy

- salaatti- ja valmisruokateollisuus
- liikevaihto 42 milj. EUR
- henkilöstö 230 <sup>(1)</sup>

### UAB Vilniaus Mesa

- lihavalmisteteollisuus
- liikevaihto 8 milj. EUR
- henkilöstö 211 <sup>(2)</sup>

### AS Valga Lihätööstus <sup>(3)</sup>

- lihavalmisteteollisuus
- liikevaihto 20 milj. EUR
- henkilöstö 350

## Tuotemerkit



<sup>1)</sup> Luku on vuoden keskiarvo.

<sup>2)</sup> Tuotanto alkanut 5/2005, keskimääräinen luku.

<sup>3)</sup> Konsernissa tammikuusta 2005 alkaen.

## Konsernitoiminnot

### Lihateollisuus

- sianliha
- naudanliha
- oheistuotteet

### Kuluttajakäpakattu liha

- naudan- ja sianlihatuotteet
- marinoidut tuotteet
- paistovalmiit tuotteet

### Siipikarjateollisuus

- broileri- ja kalkkunatuotteet

### Atrian asiakkaat

- vähittäiskauppa Suomessa, Ruotsissa, Liettuassa, Latviassa ja Virossa
- suurkeittiöt Suomessa ja Ruotsissa: julkishallinto, hotellit ja ravintolat, pika- ja noutotukut, kioskit sekä liikenneravintolat
- teollisuus Suomessa ja ulkomailla
- katukeittiö- ja shop-in-shop-konseptiasiakkaat Suomessa, Ruotsissa, Baltian alueella ja Puolassa

### Lihavalmisteet

- makkarat
- kokolihatuotteet

### Valmisruoka

- valmiit ateriat
- kypsät jauhelihavalmisteet
- laatikkoruoaat ja hyytelöt
- leipomotuotteet
- ohukaiset ja pizzat
- ravintola- ja suurkeittiötuotteet
- valmiit salaatit
- HMR-ateriat

### Fast food -konseptiliiketoiminta

- Sibylla is Inside
- Grab´n Go
- Sibylla, Fyrkanten, Grillköket

### Lähitukkukauppa

- Svensk Snabbmat för Storkök AB Ruotsissa

## Visio

Atria-konserni on vahva suomalainen liha-alan yritys, joka toimii johtavana yrityksenä lihanjalostuksessa ja ateriaratkaisuissa Itämeren alueella.

Suomessa Atria Oy:n tavoitteena on vahvistaa asemaansa alan markkinajohtajana.

Ruotsissa Lithells AB pyrkii saavuttamaan johtavan aseman tärkeimmissä tuoteryhmissä ja liiketoiminnoissa.

Baltian alueella Atria-konserni pyrkii olemaan vähintään toimialansa toiseksi suurin yritys.

## Taloudelliset tavoitteet

### Kasvu

- Pyrimme tasaiseen, kannattavaan kasvuun.
- Kasvamme ensisijaisesti orgaanisesti, uusilla markkinoilla myös yritysostojen kautta.

### Kannattavuus

- Pyrimme olemaan toimialan kannattavin yritys Itämeren alueella.
- Pyrimme tasaiseen tuloskehitykseen.

### Pääoman tuotto

- Pyrimme tarjoamaan parhaan tuoton sijoitetulle pääomalle pääkilpailijoihimme verrattuna.

### Omavaraisuus

- Pyrimme säilyttämään omavaraisuutemme yli 40 prosentissa.

### Osinkopolitiikka

- Pyrimme olemaan toimialamme kilpailukyysisin sijoituskohde.
- Tasaisen kasvun avulla pyrimme luomaan hyvät edellytykset osakkeen vakaalle arvonnousulle.
- Toteutamme omistajien etuja palvelevaa osinkopolitiikkaa. Viimeisten kuuden vuoden aikana osinkoa on jaettu vähintään 40 prosenttia tuloksesta.

## Kannattavaa kasvua tukevat tavoitteet

Saavutamme kilpailuylivoimaa ja kustannustehokkuutta kaikissa tarjoomaa<sup>1)</sup> muodostavissa toiminnoissamme.

Olemme edelläkävijä toimialamme tuloksellisuuden kehittäjänä.

Organisoidumme asiakkaidemme ja liikekumppaneidemme kanssa verkostomaiseen yhteistyömuodostelmaan.

## Kannattavaa kasvua tukevat arvot

Arvostamme kustannustehokasta toimintaa.

Arvostamme verkostomaista toimintaa.

<sup>1)</sup> Tarjoomalla tarkoitetaan Atria-konsernin ja asiakkaan keskenään sopimia, asiakaskohtaisia yhteistyön muotoja ja tapoja.

## Kannattavaa kasvua toteuttavat strategiat

Kehitämme kilpailuylivoinnan toteuttavaa tarjoomaamme asiakas-kohtaisesti.

Osaamisemme ylivoimaisuutta kehitetään yksilö- ja yhteistyöosaamisen kautta.

Kun toimintoja uudistetaan, vaadittavaa tarjooman ylivoimaa ja kustannustehokkuutta seurataan ja mitataan kaikissa työprosesseissa ja yhteistyömuodoissa.

Haastamme kehitystyöhön asiakkaamme, yhteistyökumppanimme ja henkilöstömme.

Tarjooma kehitetään ja toteutetaan asiakasyhteistyön kautta; asiakkaamme liiketoimintaprosessit ja omat prosessimme sovitetaan kilpailukykyiseksi yhteistoiminnaksi.

Ylivoimaisuutta yhteistyöverkostossa toteutetaan siten, että liiketoimintaprosesseja ohjataan kokonaistehokkuuden kannalta optimaaliseksi, yli yritys- ja toimintorajojen.

Kilpailukykyisen tarjooman aikaansaamiseksi jokaiselta yksilöltä edellytetään uudistumishalua sekä yhteistyökykyä hyödyntää eri toimintojen osaamista.

Arvostamme asiakkaitamme ja asiakasyhteistyötä.

Arvostamme toimintamme tuloksellisuutta ja uudistumiskykyisyyttä.

Arvostamme yksilö- ja yhteistyöosaamista.





## Vahvan kasvun ja myönteisen tuloskehityksen vuosi 2004

**A**tria Yhtymä Oyj:n visiona on toimia Suomen lisäksi johtavana yrityksenä lihanjalostuksessa ja ateriaratkaisuissa Itämeren alueella. Vuoden 2004 aikana konserni eteni tavoitteessaan hyvin.

Suomessa Atria kasvoi kannattavasti kaikilla päätuotealueillaan. Ruotsissa kykenimme säilyttämään vahvan markkina-aseman ja parantamaan edelleen kannattavuutta. Baltiassa yhtiö eteni Liettuan lisäksi myös Virossa ostamalla Viron toiseksi suurimman liha-alan yrityksen AS Valga Lihatööstus. Tulevaisuudessa tavoitteena on edelleen vahvistaa markkina-asemaa erityisesti Baltian alueella ja etabloitua Venäjän läntiseen osaan. Taloudellisesti konsernilla on tähän hyvät edellytykset.

Tuloksellisesti vuosi 2004 oli koko Atria-konsernille hyvä. Tulos parani selkeästi edellisestä vuodesta, ja markkina-asemaa kyettiin edelleen vahvistamaan erityisesti kotimaassa. Baltian toiminnot eivät vielä tässä vaiheessa merkittävästi vaikuta konsernin tulokseen, ja niissä tehdäänkin lähivuosina runsaasti uudelleenjärjestelyjä ja kehittämistyötä.

Julkisuudessa Atria esiintyi myönteisesti elintarviketeollisuuden toiseksi suurimpana ja liha-alan suurimpana yrityksenä. Tämä yhdessä suotuisan kurssikehityksen kanssa edisti myös Atrian osakkeen arvonnousua, joka oli vuoden aikana 24 prosenttia. Vuodenvaihteen jälkeen osakkeen arvo on jatkanut voimakasta nousua. Myönteinen tuloskehitys mahdollistaa sekä suotuisan osingon maksun että henkilöstölle henkilöstörahaston kartuttamisen.

### Laaja-alaista yhteistyötä kaupan kanssa

Kaupan kansainvälistyminen ja keskinäisen kilpailun kiristyminen toivat voimakkaita hintapaineita koko toimialalle. Tämä aiheuttikin eräiden toimialan yritysten ajautumisen taloudellisiin vaikeuksiin. Kuitenkin suotuisa taloudellinen kehitys näkyi lihan ja valmisteiden kulutuksen myönteisenä kehityksenä.

Tärkeiden asiakkaidemme kanssa yrityksemme on kyennyt rakentamaan läheistä kumppanuuteen pohjautuvaa yhteistyötä. Tällä on kyetty vähentämään koko logistisen ketjun kustannuksia ja täsmentämään molemminpuolisia toimintoja.

Vaikka tuotestategiamme pohjautuu vahvasti merkkituotteiden markkinointiin, olemme olleet kaupan kanssa yhteistyössä rakentamassa myös kaupan omien merkkien markkinointia. Tulevaisuudessa kaupan merkit täydentävät vahvojen merkkituotteiden valikoimaa, ja tavaramerkkilpailussa ovat häviämässä heikot ja halvat tavara- ja tuotemerkit.

### Kehittämistoiminta näkyi myönteisesti kaikilla liiketoiminta-alueilla

Atria-konserni on kahden viime vuoden aikana kotimaan toiminnoissaan kehittänyt organisaationsa toimintoja ja toteuttanut laajamittaista henkilöstön kouluttamisohjelmaa, joka ulottuu asteittain yhä suurempiin henkilöstöryhmiin. Tämä näkyy varsin myönteisesti kaikilla liiketoiminta-alueilla toimituskyvyn ja -varmuuden, kustannuskehityksen sekä työilmapiirin paranemisena.

Kehittämistoiminta on pitkäjänteistä, ja se omalta osaltaan luo edellytyksiä yhtiön menestymiseen myös tulevina vuosina. Suuri kiitos kuuluu koko henkilöstölle aktiivisesta ja erittäin myönteisestä suhtautumisesta koko yrityksen kehittämiseen sekä mukautumisesta muuttuviin olosuhteisiin.

### Eteneminen jatkuu

Atria-konserni pyrkii edelleen jatkamaan etenemistä Suomen, Ruotsin, Baltian ja Venäjän markkinoilla. Näillä alueilla toimivat useissa tapauksissa myös samat kaupan ketjut tai niiden yhteistyökumppanit, jotka toimivat tällä hetkellä Suomen ja Ruotsin markkinoilla. Tavoitteenamme on olla näillä alueilla asiakkaillemme vahva yhteistyökumppani.

Vaikka markkinat ja tuotteet ovat usein maakohtaisia, kauppa ja teollisuus toimivat kansainvälisesti. Uskon tämän strategian luovan edellytyksiä Atria-konsernin jatkuvalle, kannattavalle kasvulle ja samalla mahdollistavan myös vahvan aseman säilyttämisen Suomen markkinoilla.

Suomessa Atria-tavaramerkki on sidottu kotimaisen raaka-aineen käyttöön. Tämän strategian tukena on sekä vahva kuluttajalähtöisyys että myönteisesti kehittynyt kotimainen liharaaka-aineen tuotanto. Atria-konserni on tällä hetkellä Itämeren alueen suurin lihavalmistajien valmistaja, mikä luo hyvän pohjan vahvistaa edelleen yrityksen asemaa Itämeren alueella.

*Seppo Paatelainen*  
toimitusjohtaja



## Atria Oy 2004

- Kokonaismarkkinaosuus vähittäiskaupassa kasvoi, tulos kehittyi myönteisesti.
- Sikateurastamo päätettiin modernisoida ja käsittelykapasiteetti kaksinkertaistaa 21 miljoonan euron investoinnilla.
- Valmisteteollisuuden kapasiteettia päätettiin nostaa yli 10 miljoonan euron investoinnilla, aloitettiin kasvuhakuinen HMR-liiketoiminta.
- Siipikarjatuotteiden markkinaosuus kasvoi, toimintoja tehostettiin mittavalla kehittämishankkeella.

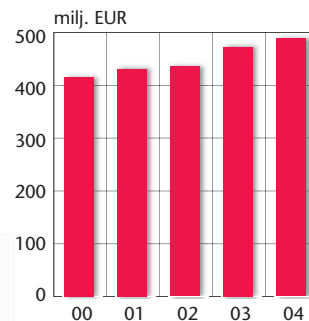
## Wilhelm kiri myyntilukujen kärkeen

Atrian Wilhelm Perinteinen nousi jo alkukesästä 2004 arvossa mitattuna myydyimmäksi grillimakkaraksi. Sateisesta ja kylmästä säästä huolimatta Atrian kesän myynti onnistui kokonaismarkkinoita paremmin. Myyntilukuja kasvattivat pääasiassa grillimakkarat:

Atrian A-luokan makkaroiden markkinaosuus nousi 40 prosenttiin, ja perinteisten makkaroiden markkinaosuus oli 46 prosenttia.



## Liikevaihto



### Atria Oy

- Atria Yhtymä Oy:n tytäryhtiö, joka vastaa konsernin kotimaan toiminnoista.
- Yritys kehittää, valmistaa ja markkinoi suomalaisen lihantuotantoon pohjautuen lähinnä lihaa, liha-pohjaisia valmisteita ja ruokia sekä niihin liittyviä palveluita.
- Asiakkaita ovat vähittäiskauppa, suurkeittiöt, teollisuus ja vienti.
- Tuotantolaitokset sijaitsevat Nurmossa, Kuopiossa, Kauhajoella ja Karkkilassa.

**A**siakkaiden tyytyväisyys Atria Oy:n tuotteita ja toimintaa kohtaan vahvistui edelleen. Yhtiön markkinaosuus kasvoi ja tulos kehittyi myönteisesti.

Atrian kokonaismarkkinaosuus vähittäiskaupassa kasvoi. Eniten osuuttaan kasvattivat lihavalmisteet ja siipikarjatuotteet. Kuluttajapakatun lihan myyntiään Atria kasvatti lähes 40 prosenttia, joka oli selvästi markkinoiden keskimääräistä kasvua enemmän.

Oikeiden tuote- ja tuoteryhmävalintojen ohella Atrian korkea asiakastyytyväisyystä ovat erityisesti edistäneet hyvin toimiva tilaus-toimitus-prosessi, tarjoomalähtöinen toiminta ja onnistuneet strategiset kumppanuudet. Atria kehittää kaikkia näitä osa-alueita myös lähitulevaisuudessa sekä tuntuvilla investoinneilla että toimin-

nan prosessimaisuutta syventämällä.

Koko lihatoimialan keskeiset haasteet liittyvät alan mahdollisuuksiin ja kykyyn nostaa tuotteiden myyntihintoja. Vuonna 2004 useiden tuotteiden vähittäiskaupahinnat olivat vuoden 2001 hintoja alemmat, vaikka raaka-aineiden hinnat Suomessa ja koko Euroopassa nousivat tuntuvasti. Myös toimialan muut kustannukset nousivat merkittävästi.

### Kansainvälisen tason lihankäsittelijäksi

Atrian lihateollisuuden toiminta kehittyi myönteisesti, ja yksikkö saavutti asettamansa tavoitteet. Lihankäsittelyn määrälliset tavoitteet jopa ylittyivät. Erityisesti sianlihan kysynnän kasvu koti- ja vientimarkkinoilla edisti yksikön myönteistä kehitystä. Teurastamoiden käyttöaste oli erinomainen, ja toiminta oli kustannustehokasta.

Kilpailutilanne sekä lihan hankinnassa että myynnissä pysyi kireänä. Kilpailua lisäsi myös tuonti, erityisesti Etelä-Amerikan maista. EU:n itälaajentumisen vaikutus lihamarkkinoihin pysyi vielä vähäisenä. Lyhyellä aikavälillä uudet EU-maat tarjoavat Atrian lihateollisuudelle lisää vientimahdollisuuksia.

Atrian lihateollisuuden myönteinen kehitys kireässä kilpailutilanteessa perustuu ennen muuta lihan tuotantoketjun hallitsemiseen kokonaisuudessaan: alkuuotant-

nosta kuluttajan pöytään. Ketjua vahvistaa oleellisesti Atrian raaka-ainehankinnasta vastaavan A-Tuottajat Oy:n mukaantulo lihateollisuuden prosessiorganisaatioon. Toiminta on kustannustehokkaampaa ja tuotannon ohjaus on aiempaa tarkempaa.

Atrian tavoitteena on olla Suomen johdettava lihan käsittelijä ja toimittaja. Samalla yksikkö parantaa kansainvälistä kilpailukykyään lihankäsittelijänä.

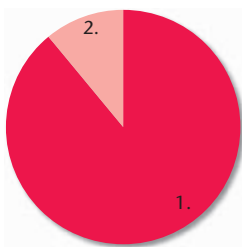
Tavoitteidensa saavuttamiseksi Atria teki investointipäätöksen kansainvälisen tason teurastusyksikön rakentamiseksi Nurmoon. Sikateurastamo uudistetaan ja teurastamon käsittelykapasiteetti kaksinkertaistetaan. Investoinnin arvo on noin 21 miljoonaa euroa, ja hankkeen on määrä valmistua keväällä 2006.

Tuotantokapasiteetin nostamisen lisäksi Atria turvaa investoinnillaan jatkossakin tuotteidensa tuoteturvallisuuden uuden, eurooppalaisittainkin edistyksellisen teknologian avulla.

### Lisäkapasiteettia ja uutta liiketoimintaa valmisteteollisuuteen

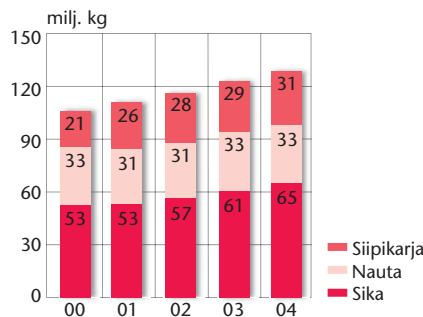
Atrian valmisteteollisuuden myynnin kasvu ylsi suunnitellulle tasolle ja tuloskehitys oli myönteinen. Atria-lihavalmisteiden ja -valmisruokien markkinaosuudet kasvoivat merkittävästi useissa tuoteryhmissä. Lihavalmisteiden kulutuksen kasvu suuntautui yhä lihapitoisempiin tuotteisiin. Valmisruokien kasvua vahditti mikroate-

Viennin osuus Atria Oy:n liikevaihdosta



1. Kotimaa.....89 %  
2. Vienti.....11 %

Atria Oy:n käsittelemät lihamäärät



Lähde: Atria Oy, 2005

Atria Oy:n käsittelemä lihamäärä yhteensä (milj. kg)	
2000	106
2001	111
2002	116
2003	123
2004	129

rioiden yleistymisen arkipäivän ruokailuhetkissä.

Valmisruokatuoteryhmän kokonaismarkkinan kasvu Suomessa oli noin viisi prosenttia. Voimakkaimmin kasvavia alatuo-teryhmiä olivat mikroruokien ohella valmiit salaattit.

Atrian valmisteteollisuus on vienyt tuloksekkaasti eteenpäin kehitysohjelmaansa. Sen ansiosta yksikön asiakaslähtöisyys, prosessimainen ohjaus ja kustannustehokkuus ovat parantuneet.

Myönteisten tulevaisuudennäkymien ja uusien tuotealueiden mahdollistamiseksi Atria päätti lisätä tuntuvasti valmisteteollisuuden kapasiteettia. Nurmon tehta-anteknologiaan investoidaan 10,5 miljoonaa euroa. Lisäkapasiteetti otetaan käyttöön vuoden 2006 aikana.

Turvataksen asemansa kasvavilla, valmiiden ateriaratkaisujen markkinoilla Atria perusti uuden liiketoiminnan niin kutsuttujen HMR-tuotteiden (Home Meal Replacement) valmistusta varten. Karkkilassa sijaitsevan yksikön päätuotteita ovat erilaiset valmiit ateriaratkaisut, kuten palvelutiski-tuotteet ja valmiit annokset sekä erilaiset leipätuotteet. Kotona valmistetun tyyppi-set tuotteet poikkeavat perinteisistä valmisruokateollisuuden tuotteista muun muassa tavanomaista lyhyempien päiväystensä takia. Tuotteet soveltuvat myytäväksi vähittäiskaupan lisäksi muun muassa toimi-paikka- ja tapahtumaruokailuissa.

### Siipikarjateollisuus paransi kustannustehokkuuttaan

Atrian siipikarjateollisuus saavutti toiminnalleen ja tulokselleen asettamansa tavoitteet, vaikka kilpailuympäristö muuttui ratkaisevasti: siipikarjatuotteiden kysynnän kasvu taittui ja tuonti vuoden lopulla lisääntyi. Toiminnan kustannustehokkuus oli hyvä vuonna 2003 broilerituotantoon tehtyjen investointien ansiosta

Siipikarjatuotteiden kulutuksessa vuosi 2004 oli taitekohta. Broilerin ja kalkkunan kysyntä Suomessa hidastui, ja tuonti erityisesti Brasiliasta lisääntyi. Muuttuneesta markkina- ja kilpailutilanteesta huolimatta Atria pystyi hieman nostamaan siipikarjatuotteiden markkinaosuuksiaan.

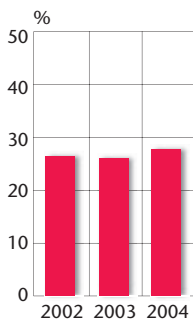
Lihatoimialan kansainvälistyminen, vähittäiskaupan ja suurkeittiösektorin toimintojen uudistuminen sekä kuluttajakäyttäytymisen muutokset vaikuttavat entistä enemmän myös Atrian siipikarjateollisuuden kehittämiseen.

Yksi voimakkaimmin liiketoimintaan vaikuttavista tekijöistä on raaka-ainekau-pan, tuotannon ja kaupan kansainvälistyminen. Raaka-aineen kansainvälinen liikkuvuus ja tuonti Brasiliasta, Thaimaasta ja Kiinasta ovat jo nyt muuttaneet kilpailu-tilannetta. Kustannustehokkuusvaatimus koko ketjun osalta korostuu entisestään, kun Atria kilpailee raaka-ainehinnoissa EU-tasoisien kilpailijoiden kanssa, EU:n ulkopuolelta tulevan raaka-aineen kanssa

ja kansainvälistyvän tarjonnan kanssa.

Vaikka siipikarjatuotteiden kulutus ei merkittävästi kasvakaan, suomalainen broileri on vakiinnuttanut asemansa kuluttajan ruokapöydässä. Hyvä yhteistyö kaupan kanssa luo edellytykset kotimaiseen raaka-aineeseen pohjautuvan tuoteiston edelleen kehittämiseksi. Atrian tuoretuotteiden tuotekehitys, laatu ja hygienia ovat korkeaa tasoa ja siipikarjapohjaisten tuotteiden tuoteistaminen on viety erittäin pitkälle. Suomalaisen siipikarjan taudittomuus ja eettisesti kestävä tuotantotapa antavat nekin kilpailuetua kotimaiselle siipikarjan lihalle.

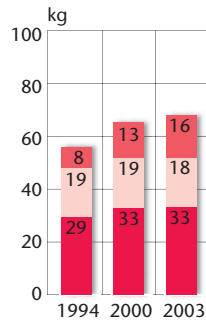
**Atria-konsernin kokonaismarkkinaosuus<sup>1)</sup> Suomessa**



<sup>1)</sup> Atria Oy:n, Liha ja Säilyke Oy:n sekä kaupan merkkien prosenttiosuudet on laskettu kunkin tuoteryhmän markkinoiden kokonaisarvosta.

Lähde: AC Nielsen, 2005

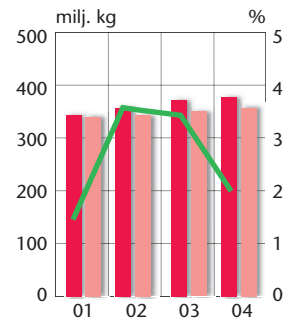
**Lihan kulutus henkeä kohti Suomessa 1994–2003**



— Siipikarja  
— Nauta  
— Sika

Lähde: TNS Gallup, 2004

**Lihan kokonaistuotanto ja -kulutus Suomessa**



— Tuotanto  
— Kulutus  
— Kulutuksen kasvu

Lähde: TNS Gallup, 2005

## Chick 2008, osa tulevaisuuden menestysprosessia

Atria Oy:n siipikarjateollisuudessa on käynnissä voimakas kehittämisohjelma, Chick 2008. Työ on osa Atrian kehittämisohjelmaa, jonka tavoitteena on ympäristömuutosten ja avaintekijöiden tunnistamisen kautta löytää tulevaisuuden tuloksenteon ja menestymisen tekijät.

Chickin tulevaisuuden visiota tarkastellaan prosessina kansainvälisessä kilpailukentässä osana koko Atrian tarjooman muodostamista. Menestymisen tahto Suomen kovenevassa kilpailussa on vahva. Siipikarjaketju toimii kokonaisprosessina ja kytkeä alkutuotantoon A-Tuottajien kautta on kiinteä osa ketjua.

Kehittämisohjelmaa toteutetaan käytännön projektien kautta. Projekteissa kehitetään liiketoiminnan kaikkia osa-alueita tuotannosta ohjaukseen ja alkutuotannosta myyntiin ja markkinointiin. Kehittämiselle on asetettu tavoite vuoteen 2008.

Kehittämistyöhön on otettu mukaan koko yksikön henkilöstö johdosta suoritettavaan portaaseen asti.

Olemme jo saavuttaneet merkittäviä tuloksia muun muassa ohjauksen tehostumisessa, toimitusvarmuuden parantumisessa ja tuotannon tehokkuudessa. Työ jatkuu meneillään olevien ja uusien käynnistettyjen hankkeiden kautta. Tulevan vuoden tavoitteita ovat kilpailukyyn säilyttäminen, koko henkilöstön osaamisen kehittäminen prosessimaisessa toimintatavassa sekä tiedonkulun parantaminen edelleen.



Merja Leino  
johtaja, siipikarjateollisuus



### Lithells AB 2004

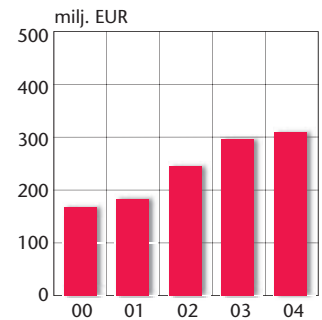
- *Yhtiön tulos parani, ja kaikkien liike-toimintojen kannattavuus oli hyvä.*
- *Atria Lithells AB tehosti makkara-tuotantoaan keskittämällä valmistuksen Sköllerstan tehtaalle.*
- *Atria Concept AB asema vahvistui shop-in-shop-konseptin vientimarkkinoilla, erityisesti Baltiassa ja Puolassa.*
- *Svensk Snabbmat AB vahvisti asemiaan asiakkaan lähellä toimivana fast food-tukkuliikkeenä avaamalla uuden toimipisteen Linköpingissä.*

### Sibylla kuluttajien suosiossa

Sibylla pisteiden kautta kuluttajille myytiin yli 42 miljoonaa Sibylla-makkaraa vuoden 2004 aikana.



### Liikevaihto



## Lithells AB

- Atria Yhtymä Oyj:n ruotsalainen tytäryhtiö.
- Yritys valmistaa ja markkinoi lihavalmisteita ja ateriaratkaisuja.
- Lithells AB:n tytäryhtiöt ovat **Atria Lithells AB**, joka valmistaa ja markkinoi lihavalmisteita sekä valmisruokaa ja kuluttajakapattua lihaa vähittäiskaupalle, suurkeittiöille ja teollisuudelle.
- **Atria Concept AB**, joka tarjoaa asiakaskohtaisia ateriaratkaisuja sisältävän pikaruokakonseptin.
- **Svensk Snabbmat AB**, joka on kattava elintarviketuokkuliike Ruotsissa.
- Tuotantolaitokset sijaitsevat Sköllerstassa, Malmössa ja Tukholmassa.

Lithells AB:n tulos parani edellisvuodesta. Markkinakehitys oli vaihua sekä Ruotsin vähittäiskaupassa että suurkeittiömarkkinoilla. Fast food oli ainoa markkinasegmentti, joka kasvoi selvästi. Kasvu perustui tarjonnan kehittymiseen ja kuluttajakäyttäytymisen muutokseen. Vuoden viimeisellä vuosineljänneksellä voimakkaasti ja nopeasti nousseet raaka-ainehinnat heikensivät yhtiön muuten vahvaa tuloskehitystä.

### Liiketoiminnot kasvoivat kannattavasti

Lithells AB:n kaikkien liiketoimintojen kannattavuus oli terveellä tasolla.

Atria Lithells AB:n tulos kasvoi edellisvuodesta. Kolmen vuosineljänneksen jälkeen tulosparannus oli merkittävä, mutta viimeisellä neljänneksellä raaka-ainehintojen nousu heikensi koko vuoden tulosparannusta. Raaka-aineiden hinnannousua ei saatu korvattua tuotehintojen korotuksella kireässä kilpailutilanteessa.

Yhtiön markkinaosuudet päätuoteryhmissä säilyivät noin 25 prosentin tasolla kaupan merkkien nopeasta kasvusta huolimatta. Panostusta asiakassuhteisiin ja Lithells-tavaramerkkiin vahvistettiin yhdistämällä kaikki markkinointi- ja myyntitoiminnot yhdeksi kaupalliseksi organisaatioksi. Toimenpiteellä parannetaan sekä tehokkuutta että osaamista. Tuottavuus kehittyi yhtiössä nopeasti, ja tuotantolaitosten erikoistumista jatkettiin esimerkiksi investoimalla voimakkaasti Sköllerstan tehtaan lihavalmisteprosessiin.

Atria Concept AB:n kannattavuus pysyi hyvällä tasolla. Erityisen hyvin kehittyi yhtiön shop-in-shop-konsepti "Sibylla is Inside". Konseptia kehitettiin edelleen, mikä vahvisti sen asemaa vientimarkkinoilla Baltiassa, Puolassa ja Tanskassa. Parhaaseen kehitykseen katukeittiöliiketoiminnassa ylsi Sibylla-ketju. Sibylla-tavaramerkin tunnettuus Ruotsissa ylsi 82 prosenttiin, ja se oli kuluttajien eniten arvostama pikaruokataavaramerkki.<sup>1)</sup>

Svensk Snabbmat AB paransi edelleen

<sup>1)</sup> Temo AB:n kyselytutkimus, kevät 2004

kannattavuuttaan, ja tulos vahvistui edellisvuodesta selvästi. Yhtiön markkinaosuus kasvoi, ja se säilytti johtavan asemansa Ruotsin johtavana fast food -tuokkuliikkeenä. Yhtiö vahvisti asemaansa asiakkaitensa lähellä toimivana paikallistukuliikkeenä avaamalla marraskuussa uuden toimipisteen Linköpingiin.

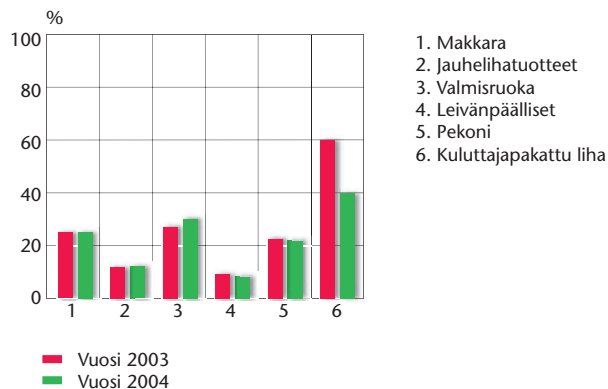
### Strategisiin vahvuuksiin panostetaan kaikissa liiketoiminnoissa

Atria Lithells AB panostaa jatkossa voimakkaasti vahvuuksiinsa: Lithells-tavaramerkkiin ja makkaratuoteryhmään. Tavoitteena on kaksinkertaistaa Lithells-merkin tunnettuus ja laajentaa kuluttajien käsitystä merkkiin yhdistettävistä tuoteryhmistä. Tuottavuuden parantaminen ja kiinteiden kustannusten jatkuva alentaminen ovat välttämättömiä menestystekijöitä toimialalla, jossa hintakehitys on laskeva.

Atria Concept AB panostaa nopeaan konseptikehitykseen. Fast food -tarjonta laajenee voimakkaasti, joten saavutetun etumatkan säilyttäminen shop-in-shop-konseptiosaamisessa on tärkeää. Katukeittiöliiketoiminnassa konseptia uudistetaan ja modernisoidaan kuluttajakiinnostuksen lisäämiseksi.

Svensk Snabbmat AB, jonka strategia on olla asiakkaansa lähellä, panostaa edelleen toimipisteketjun laajentamiseen. Tukku-liiketoiminnassa ostojen tehostaminen vaikuttaa kannattavuuteen ratkaisevasti,

Atria-konsernin tuotteiden markkinaosuudet Ruotsissa



joten ostohintoja pyritään alentamaan etsimällä ostoyhteistyöhön ulkomainen kumppani.

### Kulutus kasvaa ostovoiman ja tulevaisuudenuskon vahvistuessa

Vuoden 2005 suhdannenäkymät ovat kohtuullisen myönteiset, vaikkakin vuoden 2004 viimeisellä neljänneksellä teollisuuden ostopäällikköindeksi putosi jyrkästi ja viennin näkymät heikkenivät. Yksityisen kulutuksen uskotaan kasvavan ostovoiman ja positiivisen tulevaisuudenuskon tuloksena.

Ruotsalaisten kuluttajien ostovoiman arvioidaan nousseen 1,5 prosenttia vuonna 2004. Edellisenä vuonna ostovoima oli säilynyt ennallaan. Nousujohteinen kehitys jatkuu myös lähivuosina: vuonna 2005 1,5 prosentin kasvun on ennustettu jatkuvan, ja vuonna 2006 se nousee 2,3 prosenttia. Kuluttajien tulevaisuudenusko<sup>2)</sup> on lähtenyt vahvaan nousuun sitten vuoden 2003, jolloin se taantui merkittävästi ostovoiman negatiivisen kehityksen ja työttömyyden kasvun seurauksena.

### Kannattavuuden haasteet ennustavat rakennemuutoksia

Päivittäistavaramarkkinoiden volyymin odotetaan kasvavan hitaasti, puolesta-puoleentoista prosenttia vuodessa, kun taas

markkinoiden arvon odotetaan laskevan hintojen alenemisen myötä. Suurkeittiömarkkinoiden uskotaan kääntyvän heikkoon, annosmäärin laskettuna yhden-kahden prosentin kasvuun, lähinnä fast food-markkinoiden kasvun ansiosta.

Asiakkaiden keskinäinen kilpailu johtaa voimakkaaseen hintafokusointiin, ja elintarvikkeiden hintojen odotetaan laskevan edelleen.

Asiakkaiden omat tuotemerkit, private labelit, jatkavat edelleen voimakasta kasvuaan. Kaikki päivittäistavara-kaupan toimijat ovat nostaneet omien tavaramerkkien markkinaosuustavoitteita yleisesti noin 25 prosenttiin kokonaismarkkinoista.

Raaka-ainehintojen odotetaan pysyvän keskimäärin korkealla tasolla, ja palkkakulut kasvavat noin kolme prosenttia. Toimialalla on suuria kannattavuusongelmia, jotka johtavat mahdollisesti rakennemuutoksiin toimialan sisällä.

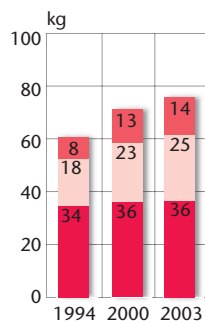
### Tavoitteena orgaaninen, kannattava kasvu

Lithells AB:n kaikkien tytäryhtiöitten kehitys on ollut myönteistä ja niillä on hyvä markkina-asema sekä tulostaso. Tavoite on kehittää kaikkia tytäryhtiöitä omisissa segmenteissään orgaanisen kasvun ja toiminnan tehostamisen kautta. Toimialalla vallitsevassa, nopeasti muuttuvassa tilanteessa voidaan hyödyntää myös mahdollisesti tarjoutuvat ulkoisen kasvun

mahdollisuudet. Kaikilla tytäryhtiöillä on tavoitteena parantaa edelleen kannattavuutta.

<sup>2)</sup> CCI-indikaattori

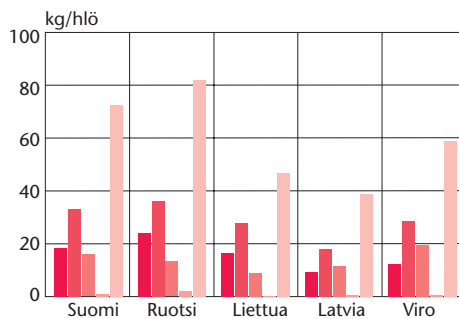
Lihan kulutus henkeä kohti Ruotsissa



■ Siipikarja  
■ Nauta  
■ Sika

Lähde: Lithells, 2005

Lihan kulutus henkeä kohti Atrian markkina-alueella 2003



■ Nauta  
■ Sika  
■ Siipikarja  
■ Lammis  
■ Liha yhteensä

Lähde: Atria ja Lithells, 2004



## **Asema Ruotsissa vahvistuu markkinointipanostuksilla, kustannustehokkuuden parantamisella ja toiminnan tehostamisella**

Atria on saavuttanut yritysostojen ansiosta vahvan aseman Ruotsin lihajalostemarkkinoilla. Samalla se on ainoa merkittävä ulkomainen liha-alan yritys, joka on pystynyt onnistuneesti etabloitumaan Ruotsiin.

Ostetuissa liiketoiminnoissa ja tuotantolaitoksissa on toteutettu laajat ja määrätietoiset tervehdyttämistoimenpiteet. Markkina-asemaa on vahvistettu panostamalla voimakkaasti Lithellstavaramerkkiin ja vahvoinhin asiakassuh-teisiin. Tuotekustannuksia on alennettu hyödyntämällä volyymietua raaka-aine- ja materiaaliostoissa sekä nostamalla tuottavuutta. Tuotanto on keskitetty kolmeen tuotantolaitokseen, jotka kukin ovat erikoistuneet omiin tuoteryhmiinsä. Samalla on tervehdytetty toimintojen kustannusrakennetta alentamalla voimakkaasti kiinteitä kustannuksia.

Tänään Atrian omistama Lithells AB on Ruotsissa vahva markkinakakkonen lihateollisuudessa. Markkinajohtaja se on fast food -markkinoilla shop-in-shop -liikennemyymäläketjuissa, katukeittä-liiketoiminnassa ja fast food -lähitukkukaupassa.

Tehtyjen panostusten ja toiminnan tehostamistoimenpiteiden valossa on lupa odottaa kasvun jatkuvan.



*Matti Karppinen  
toimitusjohtaja, Lithells AB*



### *Liha ja Säilyke Oy 2004*

- *Tuotantolaitos sijaitsee Forssassa.*
- *Omalla tuotemerkillä valmistettujen salaattien markkinaosuus kasvoi 30 prosenttiin.*
- *Uusi logistiikkakeskus valmistui, ja yritys investoi tuotantokapasiteetin nostamiseen.*

### **Tutusta karjalanpiirakasta kehittyi menestystuote**

Liha ja Säilyke Oy uudisti karjalanpiirakan valmistuksensa merkittäväällä tuotanto-investoinnilla. Uudella tuotantolinjalla valmistuu yli 11 000 piirakkaa tunnissa. Kuluttajat ottivat maukkaat ja käsin rypytyetyn näköiset piirakat hyvin vastaan: niiden markkinaosuus nousi syksystä alkaen tuntuvasti. Karjalanpiirakka on yksi Liha ja Säilyke Oy:n 50-vuotisjuhlavuoden tuote. Vuonna 2005 vietettävänä merkkivuotena yritys markkinoi erityisinä juhlavuoden tuotteinaan yhteensä 17:ää perinteistä tuotettaan.





## Liha ja Säilyke Oy

- Atria Yhtymä Oy:n tytäryhtiö.
- Yritys valmistaa salaatteja, uunipaistettuja valmisruokia, välipala-tuotteita, palvelutuotteita, kokoliha-leikkeleitä ja makkaravalmisteita.

**L**iha ja Säilyke Oy:n toiminta kehittyi suunnitellusti. Liikevaihto kasvoi 41,6 miljoonaan euroon. Toiminnan tulos oli tavoitteiden mukainen.

Yrityksen strategian mukainen keskittyminen salaatteihin, uunipaistettuun valmisruokaan ja välipalapiirakoihin sekä erikoistuminen lihavalmistesektorilla kokolihavalmisteisiin, nakkimakkaroihin ja erikoisgrillimakkaroihin osoittautuivat onnistuneiksi ratkaisuksi. Omalla Forssan-tuotemerkillä myytävien salaattien markkinaosuus nousi 30 prosenttiin. Monissa keskeisissä tuoteryhmissä yrityksen markkinaosuus oli 25:n ja 30:n prosentin välillä. Liha ja Säilyke Oy on myös merkittävä kaupan omien merkkituotteiden valmistaja.

Yrityksen tuotekehitys perustuu elintarvikkeiden kulutuksessa tapahtuviin tai ennustettuihin muutostrendeihin ja asiakkaiden esittämiin toivomuksiin. Tämän mukaisesti uudistettiin muun muassa karjalanpiirakan tuotantoa. Yritys investoi myös kasvisten prosessointiin; Forssassa otettiin käyttöön kasvisten uusi prosessointilinja. Kapasiteetin kasvattamisen ohella investoinnilla kyetään entistä paremmin turvaamaan salaatti- ja ruokatuotteiden laatu ja tuoteturvallisuus.

### Panostuksia logistiikan ja työyhteisön kehittämiseen

Liha ja Säilyke Oy:n uusi, lähes 3 000 neliömetrin ja 23 000 kuutiometrin kokoinen logistiikkakeskus valmistui syksyllä, ja prosessilaitteiden asennus saatiin päätökseen vuoden lopulla. Investoinnin ansiosta asiakaspalvelu ja lähetystoiminta sujuvat joustavasti vastaten asiakastarpeiden muutoksiin.

Yritys perusti F-Logistiika Oy -nimisen tytäryhtiön, johon se siirsi kaikki logistiset toimintonsa. Yhtiöittämisellä halutaan

terävöittää yrityksen logististen palvelujen läpinäkyvyyttä ja kustannustehokkuutta uuden logistiikkakeskuksen käyttöön-oton myötä.

Liha ja Säilyke Oy:ssä käynnistettiin alkuvuodesta tuotannon työyhteisön kehittämiprojekti. Tavoitteena on lisätä vuorovaikutusta ja parantaa yhteistyötä eri henkilöstöryhmien välillä sekä kehittää valmistusprosesseja ja parantaa tuottavuutta. Projektilla pyritään saamaan koko tuotantohenkilöstö mukaan oman työn, työprosessien ja sitä kautta koko yrityksen kehittämiseen sekä sitoutumaan yrityksen pitkän aikavälin tavoitteisiin.

### Lisää volyymia ja kannattavuutta

Vuonna 2005 Liha ja Säilyke Oy pyrki edelleen kasvattamaan liiketoimintaansa. Salaattien ja valmisruuan sekä kokoliha-leikkeleiden kulutuksen ennakoitu kasvu luo tavoitteille realistiset edellytykset. Volyymikasvun ohella yritys pyrki vahvistamaan näiden tuotesektoreiden markkinaosuuttaan. Perinteisten makkaravalmisteiden tuotesektorissa yritys tavoittelee parempaa kannattavuutta erikoistumisella ja uusiutumisella.

## KANNATTAVA KASVU

### Toimitusketjun kustannustehokkuus korostuu kilpailuetuna

Atrian tilaus-toimitus-prosessin päivittäinen onnistuminen perustuu pitkäjänteiseen ja suunnitelmalliseen ohjaukseen.

Logistisen ketjun hallinta lähtee kuluttajakysynnästä, jonka kanssa liharaakaineen hankinta ja tuotantoprosessi pitää sopeuttaa toimivaksi kokonaisuudeksi. Atrian asiakkaiden ja kuluttajien tyytyväisyys saadaan aikaan tuotteiden saatavuuden ja tuoreuden sekä logistisen ketjun kustannustehokkuuden ylivoimaisuudella.

Atrian logistinen ketju perustuu laajaan yhteistyöverkostoon. Liikekumppaneiksi on haettu erikoistuneita osajia, jotka täydentävät Atrian omaa tekemistä ja osaamista. Toimitusketjun kokonaistehokkuus määrittää yhteistyön laajuuden ja syvyyden. Parhaimmillaan toimitusketjun ohjaus on kaupan ja teollisuuden välistä avointa yhteistyötä, jossa hyödynnetään molempien osapuolten parasta osaamista kuluttajakysynnän mukaisen hyllytarjonnan varmistamiseksi.

Koko toimitusketjun ohjaus automatisoituu voimakkaasti, ja Atrian panostukset toimitusketjun hallinnan kehittämiseen ja automatisointiin tukevat erinomaisesti koko yrityksen hallittua kasvua. Kaupan siirtyminen sunnuntai- aukioloon on Atrian tilaus-toimitus-ketjulle uusi haaste, mutta myös mahdollisuus kilpailukyvyyn vahvistamiseen.



Jukka Mäntykivi  
johtaja, ohjaustoiminnot



### UAB Vilniaus Mesa 2004

- Tuotantoon tehtiin merkittäviä investointeja. Uuden tuotantolaitoksen avajaisia vietettiin syyskuussa.
- Aloitettiin määrätietoinen tuotannon, logistiikan ja kaupallisten toimintojen kehittäminen.
- Markkinaosuus kasvoi, ja kasvunäkymät ovat hyvät.

### Palkittu pikkusalami maistuu Liettuassa

Viime vuoden myyntiä siivitti tuoteuutuus TipTop, pikkusalami 55 gramman pussissa. Keväällä lanseerattu TipTop saavutti nopeasti merkittävän markkinaosuuden snack-tuotteissa. Korkealaatuinen premium-uutuus on niittänyt myös arvostelumenestystä: se muun muassa valittiin tuotesegmentissään parhaaksi tuotteeksi kesän 2004 kansainvälisillä AgroBalt-messuilla.





### UAB Vilniaus Mesa

- Atria Yhtymä Oyj:n liettualainen tytäryhtiö.
- Yritys valmistaa ruoanlaittotuotteita ja leivänpäällisiä Baltian markkinoille.
- Tuotantolaitos sijaitsee Vilnassa.

**U**AB Vilniaus Mesan ensimmäinen täysi kalenterivuosi Atrian tytäryhtiönä oli muutoksen ja rakentamisen vuosi. Uusi, EU-laaturormit täyttävä tehdas valmistui keväällä, ja tehtaalla vihkiäisiä vietettiin syyskuussa 2004. Tehdas on suunniteltu kattamaan paikallisen markkinan tarpeet kuluttajakäytössä lihassa, lihajalosteissa ja pakasteissa. Lisäksi tuotannosta noin kymmenen prosenttia menee vientiin, lähinnä Latviaan.

Loppuvuodesta yhtiöön nimitettiin uusi toimitusjohtaja. Hänen johdolla yrityksen on aloitettu määrätietoinen tuotannon, logistiikan ja kaupallisten toimintojen tehostaminen.

Huomattavien investointien ja toimintojen uudelleen järjestelyjen takia yhtiön kannattavuus kärsi ja tulos jäi heikoksi.

### Markkinaosuus kasvussa

Vilniaus Mesalla on noin kymmenen prosentin markkinaosuus lihajalosteissa Lietuan päivittäistavaramarkkinoilla.<sup>1)</sup> Suurimman asiakkaansa, VP-Marketin mukana yhtiö on kasvattanut osuuttaan myös Latvian markkinoilla, jossa kasvunäkymät ovat hyvät.

Kaupat omat merkkituotteet kasvavat merkittävästi myös Baltian markkinoilla. Näillä markkinoilla Vilniaus Mesa on arvostettu tavarantoimittaja, ja tavoitteena on laajentua voimakkaasti uusille markkina-alueille ja hankkia uusia asiakkaita.

Myös ravintola- ja suurtaloussektori ovat Vilniaus Mesan kasvualueita.

### Kattava tuotevalikoima

Vilniaus Mesan tämänhetkinen, noin viiden miljoonan kilon tuotanto jakaantuu kuluttajakäyttöön lihaan, ruoanlaittutuotteisiin ja leivänpäällisiin. Kaikki ovat myös Atria-konsernin ydintuoteryhmiä. Lisäksi yhtiö valmistaa ja markkinoi pa-

kasteena paikallista valmisruokaa, raviolia. Tuotteet kuuluvat liettualaisen perheen jokapäiväiseen ruokapäivään.

### Katse koko Baltiaan

Vilniaus Mesalla on hyvät tulevaisuuden näkymät. Yhtiön tavoitteena on laajentaa markkina-asemaansa valituissa tuoteryhmissä koko Baltian alueella. Tavoitteena on myös vahvistaa omaa tuotemerkkiä ja kasvattaa markkinaosuutta Lietuan päivittäistavaramarkkinoilla.

Valmisruuan kysynnän odotetaan kasvavan kaikissa Baltian maissa. Tähän tuoteryhmään Vilniaus Mesa aikoo panostaa yhdessä emoyhtiön kanssa.

Jatkossa yhtiö valmistaa enemmän tuotteita myös kaupan omille merkeille. Tuotanto tapahtuu yhteistyössä kansainvälisten kauppaketjujen kanssa Itämeren alueella. Tämä yhteistyömalli toimii yhtiön kumppanuustoiminnan perustana ja luo osaltaan pohjaa kannattavalle kasvulle.

## KANNATTAVA KASVU

### Kumppanuudesta kestävästä kilpailuetua

Atrian vision johtavaksi tavoitteeksi on määritelty edelläkävijän rooli alan liiketoiminnan kehittäjänä. Tavoitteeksi on myös asetettu Atrian kilpailuvalloimaa toteuttavan tarjooman asiakasorientoinen kehittäminen sekä organisoituminen verkostomaiseen yhteistyömuodostelmaan asiakkaiden ja liikekumppanien kanssa.

Aiemmin Atria kiinnitti huomiota pääosin organisaation sisäisen toiminnan tehostamiseen. Uudessa ajattelussa kilpailukykyyn kehittämisen perusteeksi on otettu mukaan kuluttajilta ja asiakkailta tuleva tarjoomatieto.

Ansaintalogiikan uudistamisessa Atria pyrkii kytkeään tuotteeseen todellista lisäarvoa. Konkreettisenä esimerkkinä tästä on muun muassa asiakasorientoinen toimitusrytmi- ja valikoimanhallinta. Kehittyneimmissä kumppanuuksissaan Atria syventää yhteistä vuositason suunnittelu- ja toimeenpanoprosessia molempien osapuolten kannattavan kasvun turvaamiseksi. Näissä strategisissa kumppanuuksissa tavoitteeksi on asetettu yhteisen liiketoiminnan kasvattaminen kannattavasti sekä ylivoimainen asiakastytyväisyys. Tavoitteiden toteutuminen todetaan asiakastytyväisyysmittausten tuloksista sekä liikevaihdon ja katteen lisääntymisestä.

Asiakasorientaation tarjoomien visiojanteen Atria on pidentänyt vuoteen 2008. Uudistuvassa markkinatilanteessa useat asiakaskohdattaiset liiketoimintaprosessit vaativat valmiutta toimia yhteistyössä myös kansainvälisten toimijoiden kanssa. Atria ottaa tämän huomioon uudistaessaan liiketoimintojaan.



Denis Mattsson  
kaupallinen johtaja

<sup>1)</sup> Lähde: A. C. Nielsen, 2004.

# AS Valga Lihätööstus



## AS Valga Lihätööstus 2004

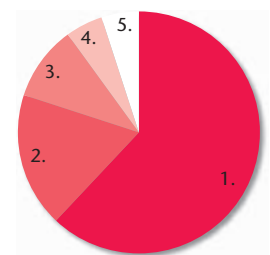
- Yhtiö siirtyi Atria Yhtymä Oyj:n omistukseen tammikuussa 2005.
- Myyntiä ja markkinointia vahvistettiin ja organisoitiin uudelleen.
- Yhtiö solmi toimitussopimukset Latvian Rimi- ja Citymarket-ketjujen kanssa.

## Korkealaatuista makkaraa mikroaterioihin

AS Valga Lihätööstusin päätuotteet, erilaiset korkealaatuiset makkarat, maistuvat Virossa ja Latviassa myös erilaisissa valmisruoka-annoksissa. Maks & Moorits -tuotemerkillä markkinoitavat mikroateriat ovat saaneet myönteisen vastaanoton Baltian kasvavilla valmisruokamarkkinoilla. Tuotteita myydään Viron merkittävimmissä vähittäiskauppaketjuissa ja Latviassa muun muassa Rimi- ja Citymarket-myymälöissä.



## Myynti tuoteryhmittäin



- |                                     |      |
|-------------------------------------|------|
| 1. Makkarat .....                   | 62 % |
| 2. Liha .....                       | 18 % |
| 3. Jäähdytetyt lihavalmisteet ..... | 10 % |
| 4. Lihavalmispakasteet .....        | 5 %  |
| 5. Säilykkeet ja muut .....         | 5 %  |



### AS Valga Lihätööstus

- Atria Yhtymä Oyj:n virolainen tytäryhtiö.
- Yritys valmistaa makkaroita, savustettuja lihavalmisteita, leivänpäällisiä, lihaa ja erilaisia erikoistuotteita Baltian markkinoille sekä tuottaa lihaa.
- Tuotantolaitos sijaitsee Valgassa.

**A**tria Yhtymä Oyj hankki virolaisen AS Valga Lihätööstusin (Valga) osakekannan tammikuussa 2005. Yritys on Viron toiseksi suurin naudan- ja sianlihan jalostaja. Valgan liikevaihto oli 20,1 miljoonaa euroa ja henkilöstömäärä noin 350.

Yrityksen päätuotteita ovat korkealaatuiset makkaratuotteet, joiden osuus yhtiön liikevaihdosta on yli 60 prosenttia. Valgan tuotemerkki on Maks & Moorits. Valgan markkinaosuus Viron lihamarkkinoilla on noin 15 prosenttia, ja sen tuotteita myydään maan merkittävimmissä vähittäiskauppa- ja palveluissa. Lisäksi Valgalla on hyvä asema Latviassa.

Vuonna 1910 perustetulla Valgalla on tuotantolaitos Valgan kaupungissa, lähellä Latvian rajaa. Se on mukana koko lihanjalostusketjussa: teurastamo- ja lihanleikkaamotoiminnassa sekä valmistetuotannossa. Yritys on kolmen viime vuoden aikana investoinut noin kahdeksan miljoonaa euroa tuotantokoneistoon ja -laitteistoihin, jotka täyttävät EN ISO 9001:2000 -laatu- ja turvallisuusvaatimukset.

Uusi teurastamo on Baltian nykyaikaisimpia. Valga omistaa myös Viron toiseksi suurimman lihakarjatilin. Koska Viron lihakarjatilat ovat valtaosin pieniä, yritys pystyy omalla lihantuotannollaan turvaamaan raaka-aineensa saatavuuden. Valga tuottaa itse noin 30 prosenttia jalostamastaan sianlihasta ja kymmenen prosenttia naudanlihasta.

### Hyvät kasvuedellytykset

AS Valga Lihätööstus vahvistaa Atrian asemaa Baltiassa ja tukee johdonmukaisesti sen Itämeren alueen strategiaa.

Valgan kannattavuuskehitys on vuonna 1994 tapahtuneesta yksityistämisestä lähtien ollut myönteistä, ja sen kasvue-

dellytykset osana Atria-konsernia ovat hyvät. Yritys pyrkii lisäämään myyntiään ja parantamaan kannattavuuttaan sisäisten uudelleenjärjestelyjen ja Atria-konsernin tuomien synergiaetujen kautta.

Valga vahvistaa Atria-konsernin toimintaa ja kilpailukykyä yhdessä Atrian liettualaisen tytäryhtiön UAB Vilniaus Mesan kanssa kaikissa Baltian maissa. Toiminnan ja kannattavuuden kasvua tukee asiakaskunnan kasvu ja keskittyminen koko Baltian markkina-alueelle.

## KANNATTAVA KASVU

### Laajentuminen Itämeren alueella etenee

Atria-konsernin visiona on toimia alan johtavana yrityksenä lihavalmisteiden ja ateriaratkaisujen tarjoajana Itämeren alueella. Tavoitteen saavuttamiseksi Atria toteuttaa strategiaa, joka edellyttää vahvaa kansainvälistymistä naapurimaissa.

Kansainvälistyminen etenee nopeimmin Baltian alueella, jossa Atria-konserni tavoittelee yhtä suurta markkinaosuutta kuin sillä on Suomessa ja Ruotsissa, eli noin 25 prosentin osuutta. Seuraava etenemiskohde on läntinen Venäjä, minne konserni pyrkii etabloitumaan yritystensä kautta mahdollisimman pian.

Nykyisillä markkina-alueilla kasvun ja kannattavuuden lisääminen on hyvin hidasta huolimatta toimialan rakenteellisista muutoksista. Kaupan kansainvälistyessä myös Atria-konsernin asiakkaat kansainvälistyvät. Niiden ostoalueet ovat laajat, ja ne haluavat toimia yhteistyössä yritysten kanssa, joiden toiminta ja tuotteet ovat kansainvälisesti kilpailukykyisiä.

Itämeren alue muodostaa Atria-konsernille luontaisen kasvualustan. Kansallisista ja markkinaan liittyvistä erityispiirteistä huolimatta Itämeren alueesta on muodostumassa yhtenäinen markkina-alue. Tämä luo Atrialle mahdollisuuden niin liikevaihdon kuin kannattavuudenkin kasvattamiseen. Samalla se luo yrityksen koko osaamiselle haasteen, jossa onnistuminen siivittää menestystä myös perinteisillä kotimarkkinoilla.



Seppo Paatelainen  
toimitusjohtaja

# Henkilöstö

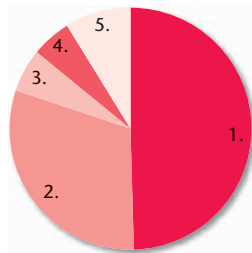


Logistiikkakeskuksessa keräilijänä työskentelevä Tuula Leppä.

## Henkilöstö 2004

- Yksilö- ja yhteistyöoppiminen etenivät suunnitelmien mukaisesti.
- Vuoden 2004 loppuun mennessä koulutuksiin on osallistunut noin 250 esimiestä ja yli tuhat muuhun henkilöstöön kuuluvaa henkilöä.

## Henkilöstön jakauma yhtiöittäin



1. Atria Oy	1 973
2. Lithells AB	1 217
3. Liha ja Säilyke Oy	230
4. UAB Vilniaus Mesa	211
5. AS Valga Lihätööstus	350

## Atria 2005 -kehittämishojelman koulutukseen osallistuneet vuonna 2004

	Henkilöä
Johtamisen erikoisammattitutkinto (JET)	50
Valmentajavalmennus	50



**O**saamisen ja johtamiskulttuurin johdonmukainen kehittäminen on yksi Atria Yhtymä Oyj:n kannattavan kasvun tukijalkoja. Yhtiö tekee merkittäviä investointeja osaamis pääomansa kasvattamiseksi.

Vuonna 2003 yhtiö aloitti Atria 2005 -ohjelmaksi nimetyn, mittavan kehittämisohjelman, joka jatkuu Atria 2008 -ohjelmalla. Ohjelman tavoitteena on koko yhtiön toimintatavan ja -kulttuurin kehittäminen toimintaympäristön muutoksia vastaavaksi. Yhtiön toimintaan voimakkaammin vaikuttavat muutokset liittyvät elintarvikealan kansainvälistymiseen sekä kaupan ja teollisuuden uusiin yhteistyömuotoihin.

#### Mittavaa koulutustoimintaa

Atria 2005 -kehittämisohjelman toteuttaminen on edellyttänyt mittavia koulutus- ja kehittämisinvestointeja. Vuoden 2004 loppuun mennessä koulutuksiin on osallistunut noin 250 esimestä ja yli tuhat muuhun henkilöstöön kuuluvaa henkilöä. Henkilöstökoulutus on kohdentunut Atria-konsernin Suomessa työskentelevään henkilöstöön.

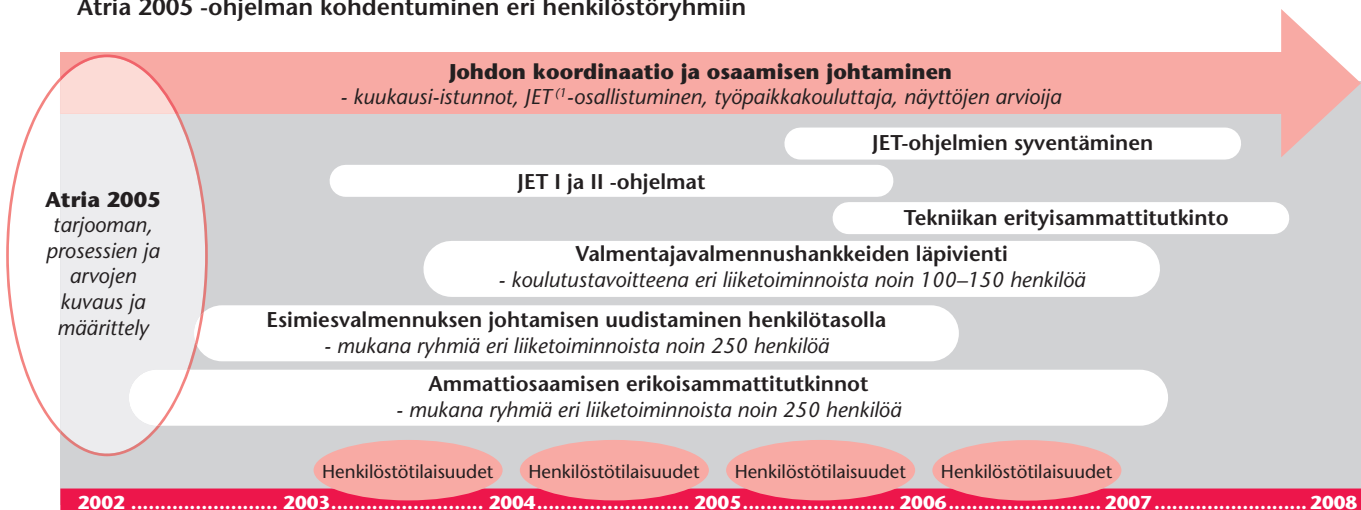
Ohjelman alkaessa vuonna 2003 yrityksen johto määritteli uuteen johtamiskulttuuriin siirtymisen kolmitasoisena prosessina. Aluksi johdon tuli mallintaa koko liiketoiminta uudelleen muuttuvan toimintaympäristön mukaiseksi. Toinen

uudistumistaso oli vaadittavat organisaatiomuutokset sekä erityisesti esimiestyön uudistaminen. Kolmannella tasolla tuli kytkeä koko henkilöstö toiminto- ja tiimi-kohtaisesti uudistumisprosessiin.

Kolmitasoinen uudistumistyö on edennyt suunnitelmien mukaisesti. Uudet liiketoimintasuunnitelmat on tehty toimintokohtaisesti. Liiketoimintatapojen uudistaminen on hankkeistettu ja organisoitu kymmeneen yksittäisiin kehittämissuunnitelmiin, joiden toteuttamista seurataan, mitataan ja niistä saatua palautetta hyödynnetään. Vuonna 2005 henkilöstön osallistumista toimipaikkakohtaisesti kehittämissuunnitelmiin lisätään. Tavoite on, että kehittämissuunnitelmien jalkauttamiseen kytketään Atrian koko henkilöstö.

Johtamiskulttuuriaan ja osaamistaan uudistamalla Atria on merkittävästi osin kyennyt turvamaan ja vahvistamaan kilpailukykyään voimakkaasti muuttuvassa toimintaympäristössä. Samalla yritys on pystynyt tarkentamaan edelläkävijän rooliaan koko toimialan tuloksellisuuden kehittäjänä.

### Atria 2005 -ohjelman kohdentuminen eri henkilöstöryhmiin



<sup>1)</sup>JET = Johtamisen erikoisammattitutkinnon ohjelma

# Ympäristö, tuoteturvallisuus ja hygienia

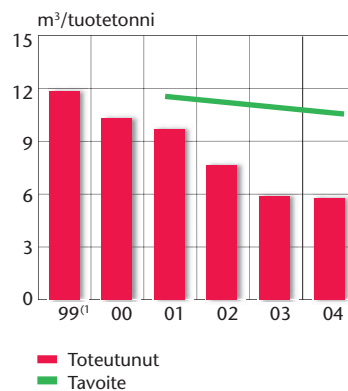


Tuotekehittäjät Päivi Björkman (vas.), Heli Åby ja Riitta Niskala.

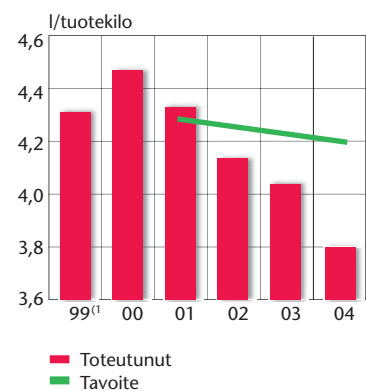
## Ympäristö, tuoteturvallisuus ja hygienia 2004

- Ympäristöasioissa keskityttiin uusien ympäristölupien ehtojen toteuttamiseen toimipaikoilla.
- Seurantoja täsmennettiin ja lisättiin.
- Jätevesien prosessoitaja tehostettiin investoinneilla.
- Laboratoriotutkimustulosten yhteenvedojen raportointijärjestelmä otettiin käyttöön.
- Tuotantoprosessien omavalvontajärjestelmä uudistettiin.

### Kaatopaikkajäte



### Vedenkulutus



<sup>1)</sup> Ympäristötavoitteiden vertailuvuotena käytetään vuotta 1999.

**A**tria-konserni kehittää ympäristönsuojelunsa ja tuoteturvallisuutensa tasoa jatkuvan parantamisen periaatteella.

Ympäristönsuojelun ja -järjestelmien kehittämisen peruslähtökohta on, että konsernin tuotantolaitosten toiminta tapahtuu viranomaisten valvomien, voimassa olevien lupien mukaisesti.

Atria Oy:n ympäristöjärjestelmä perustuu sertifioituun ISO 14001 -standardiin, joka on voimassa Atria Oy:n Nurmon, Kauhajoen ja Kuopion tuotantolaitoksissa ja Lithells AB:n yksiköissä Sköllerstassa, Malmössä ja Tukholmassa. Muissa yksiköissä ympäristöasioiden hoidossa noudatetaan vastaavaa tasoa. Ympäristöjärjestelmän tehokkuus arvioidaan ulkoisesti ja sisäisesti useita kertoja vuodessa.

Konsernissa käytössä olevat toimintaperiaatteet ohjaavat muun muassa jäteveden loppukäsittelyä, teurastamojätteidensä kompostointia, energian käyttöä ja kierrätystä.

Atria Oy:n jäteveden loppukäsittely suoritetaan kunnallisissa jätevedenpuhdistamoissa, ja lisäksi kaikilla teurastamo paikkakunnilla on käytössä omat jäteveden esikäsittelylaitoksensa. Teurastamo- ja lihanjalostusjätteitä ei viedä kaatopaikoille, vaan ne käsitellään erillisissä teurastamojätteen käsittelylaitoksissa kuivaamalla ja polttamalla.

### Ympäristöohjelma ohjaa tavoitteisiin

Atria Oy:n ympäristöpolitiikan päämääränä on, että kaatopaikkajätteen määrää vähennetään, ilmanpäästöjä seurataan, energian käyttöä tehostetaan ja lämmön talteenottoa lisätään. Atria Oy:n ympäristöohjelman avulla varmistetaan asetettujen päämäärien saavuttaminen. Ohjelman tarkoituksena on pitää tuotannon ympäristövaikutukset mahdollisimman vähäisinä. Samalla pyritään parantamaan tuotannon kustannustehokkuutta.

Ympäristöasiat otetaan huomioon toiminnan suunnittelussa ja investoinneissa, ja ympäristövaikutukset arvioidaan aina ennen uuden merkittävän toiminnan tai hankkeen aloittamista. Atria Oy edellyttää myös toimittajiltaan ja alihankkijoiltaan toimintatapoja, jotka kuormittavat ympäristöä mahdollisimman vähän.

Vuonna 2004 ympäristöasioihin liittyviä prosesseja kehitettiin merkittävästi: Kuopion tuotantolaitoksen karja-autopesulan jätevesien käsittelyä parannettiin, Kauhajoella investoitiin uuteen jätevesien käsittelyjärjestelmään ja Nurmossa aloitettiin jäteveden flotaation toimivuuden tehostamistyöt.

### Omavalvontajärjestelmä ja valvonta takaavat tuoteturvallisuuden

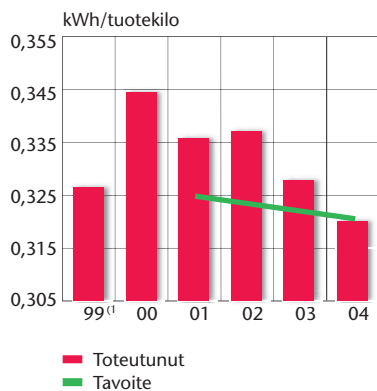
Atria-konsernin tuotteiden turvallisuus ja mikrobiologinen laatu muodostuvat raaka-aineista, tuotantoprosesseista ja jakeluket-

justa. Raaka-aineiden, tuotantoprosessien ja jakeluketjun korkea taso varmistavat, että tuotteet ovat turvallisia myös mikrobiologisesti.

Viranomaisvalvonnan lisäksi konsernin tuotantolaitoksilla on käytössään omavalvontajärjestelmä, jonka avulla varmistetaan raaka-aineiden laatu, tuotantoprosessien toimivuus, valmistuneiden tuotteiden turvallisuus ja logistiikan toimivuus. Näin lopputuote täyttää asiakkaan ja kuluttajan vaatimukset.

Työskentelynaikainen hygienia pidetään korkealla tasolla, mikä edesauttaa tuoteturvallisuutta. Hygienian osatekijöihin, kuten tuotantotilojen puhtauteen, lämpötilaan sekä henkilökohtaiseen hygieniaan kiinnitetään jatkuvasti huomiota konsernin kaikissa tuotantolaitoksissa ja toimitusketjuissa. Hygienian tärkeä osatekijä on tuotteiden katkeamaton kylmäketju tuotantolaitoksista loppukäyttäjille asti.

### Sähkönkulutus



### Kulutukset suhteutettuna liikevaihtoon<sup>(2)</sup>

	2002	2003	2004
<b>Sähkönkulutus</b> MWh / 1 000 EUR	0,31	0,26	0,26
<b>Vedenkulutus</b> m <sup>3</sup> / 1 000 EUR	3,18	3,22	3,05
<b>Kaatopaikkajäte</b> kg / 1 000 EUR	6,26	4,67	4,58
<b>Jäteveden kuormitus</b> BHK7 kg / 1 000 EUR	3,41	3,83	3,40

<sup>2)</sup> Luvut Atria Yhtymä Oyj:n Suomen tuotantolaitoksista, pois lukien Liha ja Säilyke Oy

### Atrian omavalvontajärjestelmä



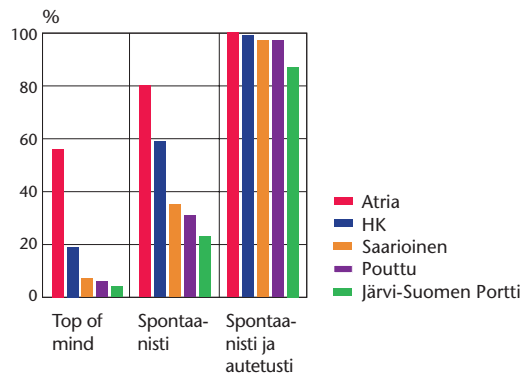
<sup>3)</sup> Hazard Analysis Critical Control Points



## Markkinointi 2004

- Kesäkauden teemaksi valittiin grillaus kaikissa eri muodoissaan, ja sesöngin myynti onnistui yli odotusten.
- Siipikarjapohjaisten leivänpäällisten onnistunut lanseeraus vahvisti Atrian asemaa leivänpäällisten markkinajohtajana.
- Atria-kattomerkkiä vahvistettiin tuntuvilla investoinneilla mediamainontaan.
- Kymmenvuotiasta Atria Mestari -konseptia uudistettiin vastaamaan nykypäivän kuluttajien tarpeisiin.

## Liha-alan tuotemerkkien/yritysten tunnettuus Suomessa



Otos: N=500

Lähde: Makrotest Oy: Kattomerkkitutkimus, 10/2004

**A**tria-konserni jatkoi voimakkaista markkinoinnin panostuksia myyntinsä lisäämiseksi. Näiden ohella konserni toteutti merkittäviä organisatorisia uudistuksia; muun muassa Ruotsissa Lithells-tavaramerkin vahvistamiseksi erillisistä markkinoinnin ja myynnin toiminnoista muodostettiin yksi, yhtenäinen organisaatio.

Atria-konsernin markkinointitoimintojen kehittäminen perustuu syvälliseen kaupan ja kuluttajakäyttäytymisen tuntemiseen. Perustutkimuksiin ja monipuolisiin mittauksiin tukeutuva markkinatuntemus ohjaa tuoteryhmästrategioiden painotuksia.

Oikeiden tuoteryhmävalintojen lisäksi Atria-konsernin tuloskehitystä edisti muun muassa onnistunut tavaramerkki-strategia. Konserni on karsinut johdonmukaisesti tuotemerkkiensä määrää ja vahvistanut johtavien brandiensä asemaa Suomessa ja Ruotsissa. Lithells AB:n Sibylla oli segmenttinsä johtava tuotemerkki (ks. sivu 13).

Suomessa Atria-tuotemerkki vahvisti edelleen asemaansa. Merkittäviin kilpailijoihinsa verrattuna Atrian tunnettuus kuluttajien keskuudessa oli ylivoimainen (ks. taulukko ohessa). Tuotemerkin vahvistamiseksi Atria Oy tehosti sekä mediamainontaansa että muita markkinoinnin keinoja. Erittäin myönteisen palautteen saaneissa kampanjoissa on tukeuduttu onnistunees-

ti suomalaisuuden ja suomalaisen ruoka-hetken teemoihin.

#### 100 nuorta tulevaisuudenlupausta

Atria Oy jatkoi vuonna 2003 aloittamaansa Atria 100 Nuorta Kokkia -koulutusohjelmaa. Järjestyksessään toiseen koulutusohjelmaan valittiin jälleen sata 18–25-vuotiaasta ruoka-alan ammattilaista, joille Atria antaa mahdollisuuden kehittyä alan tulevaisuuden tekijöiksi.

Koulutusohjelma käsittelee ruoka-alaa varsin laaja-alaisesti. Ohjelma sisältää ruoka-alan uusimpia oppeja ja trendejä sekä muun muassa ohjausta ruoka-alan liiketoimintamahdollisuuksiin. Sisällöllisen annin lisäksi koulutus toimii nuorten verkostoitumisfoorumina. Ohjelmassa koulutusta antavat ruoka-alan johtavat asiantuntijat.

Atria 100 Nuorta Kokkia jatkaa yhtiön 100-vuotisjuhlavuonnaan aloittamaa ohjelmaa, jossa kartoitetaan suomalaisen ruuan tulevaisuutta. Ohjelmaan sisältyy nuorten koulutusohjelman lisäksi muun muassa alan asiantuntijoille ja päättäjille suunnattu Tulevaisuusseminaari. Ohjelmassa painottuu tulevaisuuden ohella kotimaisuus: parhaat suomalaiset ruoka-hetket ja niiden siirtäminen seuraaville sukupolville.



#### Atria viihdytti kesäruuan ystäviä

Atria järjesti 12.6.2004 järjestyksessään toiset Pallogrillauksen SM-kilpailut Helsingissä. Voiton vei helsinkiläinen Niklas Gerkman (kuvasa).

Kivaa ruuanlaittoa ja yhteistä, suomalaista ruokahetkeä kunnioittava koko perheen tapahtuma kokosi VR:n makasiineille reilut 2 000 ihmistä.



*Ensimmäisen Atria 100 Nuorta Kokkia -koulutusohjelman parhaat ruokaideat on koottu megakeittokirjaksi, joka on ehdolla Guinnessin Ennätysten kirjaan. Kirjaa esittelevät koulutusohjelman rehtori Mikko Karell (vas.), Atrian markkinointijohtaja Pasi Luostarinen, vuoden 2004 kurssin johtaja, kokki Aki Wahlman ja vuoden 2003 kurssin johtaja, kokki Jyrki Sukula.*



**Hyvä ruoka – parempi mieli.**

**Seppo Paatelainen** (60), MMM, vuorineuvos  
toimitusjohtaja

**Juha Gröhn** (41), ETM  
varatoimitusjohtaja ja toimitusjohtajan sijainen  
johtaja, lihateollisuus  
A-Tuottajat Oy:n toimitusjohtaja  
vastaa Atria Oy:n henkilöstötoiminnosta

**Denis Mattsson** (51), eMBA  
kaupallinen johtaja

**Merja Leino** (44), FT  
johtaja, siipikarjateollisuus  
vastaa Atria Oy:n tuoteturvallisuudesta,  
strategisesta tuotekehityksestä ja laadunkehityksestä

**Juha Ruohola** (39), MMM, eMBA  
johtaja, valmisteteollisuus  
vastaa Atria-Tekniikka Oy:stä  
ja Atrian ostotoiminnoista

vuodesta  
1991

1999  
2003  
2004

1999

2000

2002

**Jukka Mäntykivi** (43), YTM  
johtaja, ohjaustoiminnot  
A-Logistiikka Oy:n toimitusjohtaja  
vastaa konsernin tietohallinnosta

**Erkki Roivas** (59), KTM, HTM  
talousjohtaja

**Matti Karppinen** (46), KTM  
toimitusjohtaja, Lithells AB

**Jarmo Aavikko** (53), MMM  
toimitusjohtaja, Liha ja Säilyke Oy

**Audrius Skucas** (32), eläinlääkäri, MBA  
toimitusjohtaja, UAB Vilniaus Mesa

**Elmut Paavel** (50), Academy of Agriculture in  
Estonia, Roskilde Meat Trade College  
toimitusjohtaja, AS Valga Lihatoöstus

vuodesta  
2003

1991

2002

1999

2004

2005



## Atria Yhtymä Oyj

Yhtiökokous | Hallintoneuvosto | Hallitus

**Toimitusjohtaja**  
Seppo Paatelainen

**AS Valga Lihätööstus**  
Toimitusjohtaja  
Elmut Paavel

**Kaupalliset toiminnot**  
Kaupallinen johtaja  
Denis Mattsson

**UAB Vilniaus Mesa**  
Toimitusjohtaja  
Audrius Skucas

**Lihateollisuus**  
Varatoimitusjohtaja  
Juha Gröhn

**Liha ja Säilyke Oy**  
Toimitusjohtaja  
Jarmo Aavikko

**Siipikarjateollisuus**  
Johtaja  
Merja Leino

**Lithells AB**  
Toimitusjohtaja  
Matti Karppinen

**Valmisteteollisuus**  
Johtaja  
Juha Ruohola

**Taloushallinto**  
Talousjohtaja  
Erkki Roivas

**Ohjaustoiminnot**  
Johtaja  
Jukka Mäntykivi

*Kuvassa vasemmalta oikealle:*

*Seppo Paatelainen, Jarmo Aavikko, Matti Karppinen,  
Erkki Roivas, Denis Mattsson, Juha Gröhn,  
Jukka Mäntykivi, Merja Leino ja Juha Ruohola.*

**HALLITUS**

vuodesta

**Hallituksen puheenjohtaja**

1991

**Reino Penttilä** (64), maanviljelysneuvos**Hallituksen varapuheenjohtaja**

1996

**Timo Komulainen** (51), agrologi, maanviljelijä  
hallituksen jäsen

1993

**Hallituksen jäsenet****Tuomo Heikkilä** (56), maanviljelijä

1996

**Runar Lillandt** (60), maanviljelysneuvos

2003

**Seppo Paatelainen** (60), MMM,  
vuorineuvos, toimitusjohtaja

1991

**Erkki Roivas** (59), KTM, HTM, talousjohtaja

1991

**Ilkka Yliluoma** (58), maanviljelijä

2002

*Hallituksen jäsenistä erovuorossa ovat**Seppo Paatelainen ja Reino Penttilä.*



HALLINTONEUVOSTO	vuodesta
<b>Hallintoneuvoston puheenjohtaja</b>	1999
<b>Ahti-Pekka Vornanen</b> (45), merkonomi, maanviljelijä hallintoneuvoston jäsen	1998
<b>Hallintoneuvoston varapuheenjohtaja</b>	1998
<b>Martti Selin</b> (58), maanviljelijä hallintoneuvoston jäsen	1995
<b>Hallintoneuvoston jäsenet</b>	
<b>Juha-Matti Alaranta</b> (39), maanviljelijä	2000
<b>Pentti Annala</b> (60), maanviljelijä	1998
<b>Martti Eronen</b> (60), maanviljelijä	2000
<b>Juhani Herrala</b> (45), maanviljelijä	2002
<b>Henrik Holm</b> (38), maanviljelijä	2002
<b>Pasi Ingalsuo</b> (38), maanviljelijä	2004
<b>Tarmo Joensuu</b> (64), maanviljelijä	1991
<b>Esa Kaarto</b> (45), maanviljelijä	2002
<b>Olavi Kuja-Lipasti</b> (47), agronomi, maanviljelijä	1997
<b>Kari Köpman</b> (53), maanviljelijä	2002
<b>Markku Laitinen</b> (47), maanviljelijä	2002
<b>Antti Liedes</b> (60), maanviljelijä	2002
<b>Matti Olkkonen</b> (57), maanviljelijä	2001
<b>Pentti Pirhonen</b> (50), maanviljelijä	1999
<b>Juhani Savolainen</b> (55), agronomi, maanviljelijä	1999
<b>Juho Tervonen</b> (54), maanviljelijä	2001
<b>Timo Tuhkasaari</b> (39), maanviljelijä	2002
<i>Hallintoneuvoston jäsenistä erovuorossa ovat Juhani Savolainen, Olavi Kuja-Lipasti, Pasi Ingalsuo, Kari Köpman, Markku Laitinen ja Timo Tuhkasaari.</i>	
<b>TOIMITUSJOHTAJA</b>	
Seppo Paatelainen (60), MMM, vuorineuvos	1991

#### VARSINAISET TILINTARKASTAJAT

Eero Suomela, KHT  
Pekka Loikkanen, KHT

#### VARATILINTARKASTAJAT

PricewaterhouseCoopers Oy, KHT-yhteisö  
Markku Tynjälä, KHT

*Kuvassa vasemmalta oikealle:*

*Tuomo Heikkilä, Erkki Roivas, Martti Selin,  
Ahti-Pekka Vornanen, Reino Penttilä, Seppo Paatelainen,  
Timo Komulainen, Runar Lillandt ja Ilkka Yliluoma.*

**ATRIA YHTYMÄ OY***Pääkonttori*

Lapuantie 594, Nurmo  
 PL 900, 60060 ATRIA  
 Puhelin: 020 472 8111  
 Faksi: (06) 416 8440  
 etunimi.sukunimi@atria.fi  
 www.atria.fi

**ATRIA OY***Pääkonttori*

Lapuantie 594, Nurmo  
 PL 900, 60060 ATRIA  
 Puhelin: 020 472 8111  
 Faksi: (06) 416 8440  
 etunimi.sukunimi@atria.fi  
 www.atria.fi

*Asiakaspalvelukeskus*

Varastotie 9, Seinäjoki  
 PL 900, 60060 ATRIA  
 Puhelin: 020 472 8111  
 Faksi: (06) 416 8202

*Taloushallinto*

Vaasantie 1, Seinäjoki  
 PL 900, 60060 ATRIA  
 Puhelin: 020 472 8111  
 Faksi: (06) 416 8207

*Muut toimipaikat:*

Soidinkuja 4-6 B  
 00700 HELSINKI  
 Puhelin: 020 472 8111  
 Faksi: (09) 6135 3277

*Yrittäjätie 60*

03600 KARKKILA  
 Puhelin: 020 472 8111  
 Faksi: (09) 387 2732

*Rahikkatie 95*

61850 KAUHAJOKI  
 Puhelin: 020 472 8111  
 Faksi: (06) 231 3377

*Ankkuritie 2*

PL 147, 70101 KUOPIO  
 Puhelin: 020 472 8111  
 Faksi: (017) 262 7776

*Brundby Hovedgade 98*

DK-8305 SAMSOE, TANSKA  
 Puhelin: +45 70 228 210  
 Faksi: +45 70 228 218

**A-LOGISTIikka OY**

Lapuantie 594, Nurmo  
 PL 900, 60060 ATRIA  
 Puhelin: 020 472 8111  
 Faksi: (06) 416 8038  
 etunimi.sukunimi@atria.fi  
 www.atria.fi

*Tesomanvaltatie 24*

33310 TAMPERE  
 Puhelin: 020 472 8111  
 Faksi: (03) 345 1297

**ATRIA-TEKNIikka OY**

Lapuantie 594, Nurmo  
 PL 900, 60060 ATRIA  
 Puhelin: 020 472 8111  
 Faksi: (06) 416 8038  
 etunimi.sukunimi@atria.fi  
 www.atria.fi

**ATRIA MEAT AB**

Augustendalsvägen 19  
 SE-131 52 NACKA STRAND, RUOTSI  
 Box 1292  
 SE-131 28 NACKA STRAND, RUOTSI  
 Puhelin: +46 8 5563 0650  
 Faksi: +46 8 649 7167  
 atria.meat@atria.se

*Svensk Snabbmat AB*

Stångjärnsgratan 5  
 SE-703 63 ÖREBRO, RUOTSI  
 Puhelin: +46 19 172 600  
 Faksi: +46 19 172 690

**LIHA JA SÄILYKE OY***Hallinto:*

Pusurinkatu 48  
 30100 FORSSA

*Tuotanto:*

Rantapuisto 47  
 30100 FORSSA  
 Puhelin: (03) 41 541  
 Faksi: (03) 415 4244  
 etunimi.sukunimi@lihajasailyke.fi  
 www.forssan.fi

**LITHELLS AB**

SE-697 80 SKÖLLERSTA, RUOTSI  
 Puhelin: +46 19 300 300  
 Faksi: +46 19 230 022  
 etunimi.sukunimi@lithells.se  
 www.lithells.se

*Atria Lithells AB*

SE-697 80 SKÖLLERSTA, RUOTSI  
 Puhelin: +46 19 300 300  
 Faksi: +46 19 230 022

*Muut toimipaikat:*

Skogholmsgatan 12  
 Box 446  
 SE-201 24 MALMÖ, RUOTSI  
 Puhelin: +46 19 300 300  
 Faksi: +46 40 224 273

*Grosshandlarvägen 1*

Box 42075  
 SE-126 13 STOCKHOLM, RUOTSI  
 Puhelin: +46 19 300 300  
 Faksi: +46 8 685 4263

*Atria Concept Oy*

Soidinkuja 4-6 B  
 00700 HELSINKI  
 Puhelin: 020 472 8111  
 Faksi: (09) 6135 3277

*Atria Concept AB*

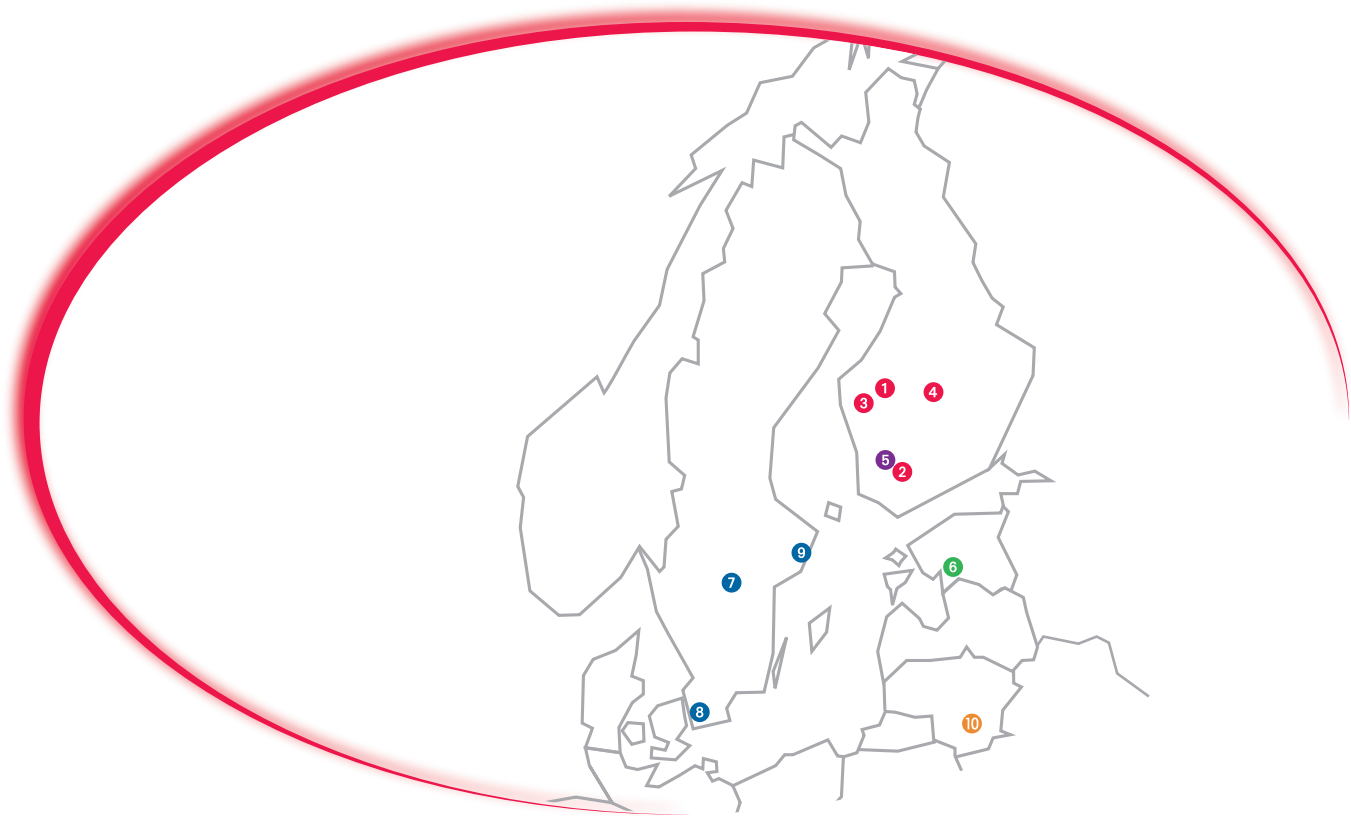
Augustendalsvägen 19  
 SE-131 52 NACKA STRAND, RUOTSI  
 Box 1292  
 SE-131 28 NACKA STRAND, RUOTSI  
 Puhelin: +46 8 5563 0650  
 Faksi: +46 8 5563 0660

**UAB VILNIAUS MESA**

Savanoriu pr. 219  
 LT-2600 VILNIUS, LIETTUA  
 Puhelin: +370 526 53 031  
 Faksi: +370 526 53 317  
 vmkomb@takas.lt

**AS VALGA LIHATÖÖSTUS**

Metsa str. 19  
 EE-68206 VALGA, VIRO  
 Puhelin: +372 76 79 900  
 Faksi: +372 76 79 901  
 valgalkt@valgalkt.ee



## Atria-konsernin tuotantolaitokset

### *Atria Oy*

- 1 Nurmo
- 2 Karkkila
- 3 Kauhajoki
- 4 Kuopio

### *Liha ja Säilyke Oy*

- 5 Forssa

### *AS Valga Lihätööstus*

- 6 Valga

### *Lithells AB*

- 7 Sköllersta
- 8 Malmö
- 9 Tukholma

### *UAB Vilniaus Mesa*

- 10 Vilna



ATRIA YHTYMÄ OYJ  
PL 900, 60060 ATRIA  
Puhelin: 020 472 8111  
Faksi: (06) 416 8440  
[www.atria.fi](http://www.atria.fi)