



Suomen Unilever Oy Vuosikatsaus 1997

Sisällysluettelo

Unileverin tavoitteet	2
Unilever-yhtymä	3
Unilever Suomessa	3
Toimitusjohtajan katsaus	4
Suomen Unilever Oy:n hallitus	5
Suomen Unilever Oy:n johtokunta	5
Talous	6
Avainluvut viideltä vuodelta	7
Henkilöstö	8
Ympäristö	9
Yksiköt:	
Van den Bergh Foods	10
Vähittäiskauppayksikkö	12
Suurkuluttajayksikkö	13
GB Glace	14
Lever	16
Elida Fabergé	18
DiverseyLever	20
Tuotteet	22

Unileverin tavoitteet

Tavoitteenamme on tyydyttää ihmisten päivittäiset tarpeet kaikkialla: ennakoida asiakkaidemme ja kuluttajiemme toiveet sekä vastata niihin innovatiivisesti ja kilpailukykyisesti elämän laatua parantavilla merkkituotteilla ja palveluilla.

Juuremme ovat syvällä paikallisissa kulttuureissa ja paikallisilla markkinoilla ympäri maailmaa. Se on ainutlaatuinen perintömme ja tulevan kasvumme perusta. Annamme kansainvälisen asiantuntemuksemme ja osaamisemme paikallisten kuluttajien käyttöön - olemme aidosti monipaikallinen monikansallinen yritys.

Pitkän aikavälin menestys vaatii meiltä täydellistä sitoutumista poikkeuksellisen korkeaan tehokkuuteen ja tuottavuuteen, tehokkaaseen yhteistyöhön ja haluun ottaa vastaan uusia ideoita ja oppia jatkuvasti uutta.

Me uskomme, että menestyminen edellyttää korkeimpien mahdollisten käytösnormien mukaista käyttäytymistä sekä henkilökuntaa, kuluttajia ja yhteiskuntaa kuin myös meitä ympäröivää maailmaa kohtaan.

Tämä on Unileverin tie kestäväan ja kannattavaan kasvuun sekä keino saada yhtiölle lisäarvoa osakkeenomistajien ja henkilöstön hyväksi pitkällä aikavälillä.

Suomen Unilever Oy 3.4.1998

	Pääkonttori Helsinki	
Teknokemian ryhmä	Elintarvikeryhmä	Osakkuusyhtiöt
Lever Helsinki		
Elida Fabergé Helsinki		
Unipath Helsinki		
DiverseyLever Turku Teknokemian tehdas Turku	Van den Bergh Foods Helsinki GB Glace Helsinki	50% Mildola Oy Kirkkonummi

Unilever-yhtymä

Suomen Unilever Oy on osa kansainvälistä Unilever-yhtymää, jonka tavoitteena on täyttää kuluttajien tarpeita johtavana yrityksenä omilla toimialoillaan kaikkialla maailmassa.

Suurin osa Unileverin tuotteista on pakattuja merkkituotteita - elintarvikkeita, pesu- ja puhdistusaineita sekä henkilökohtaisen hygienian tuotteita.

Unilever-yhtiöt markkinoivat yli tuhatta vahvaa ja menestyvää merkkituotetta ympäri maailman. Moni niistä on markkinajohtaja sekä omassa maassaan että kansainvälisillä markkinoilla. Myynnillä mitattuna Unilever on maailman johtavien teollisuusyritysten joukossa. Unileverin menestys perustuu asiakkaiden ja kuluttajien tarpeiden ymmärtämiseen ja tyydyttämiseen.

Noin 46 prosenttia Unileverin myynnistä tulee Euroopasta, 21 prosenttia Pohjois-Amerikasta ja 33 prosenttia muista maanosista. Yhtymän pääkonttorit sijaitsevat Lontoossa ja Rotterdammassa.

Unilever Suomessa

Unileverilla on ollut teollista toimintaa Suomessa vuodesta 1925 alkaen. Jatkuva, kuluttajien ja asiakkaiden tarpeiden tyydyttämiseen tähtäävä kehitystyö on tärkein Unileverin toiminnan periaate myös Suomessa. Keskittyminen liiketoiminnan avainalueille, tavarahankinnan jatkuva tehostaminen sekä pitkäjänteinen panostus tuotemerkkeihin on ollut tyypillistä Unileverin toiminnalle.

Suomen Unilever Oy:n toimialayksiköt ovat elintarvikkeita valmistava ja markkinoiva Van den Bergh Foods, jäätelöä markkinoiva GB Glace sekä teknokemian yksiköt Lever, Elida Fabergé, Unipath ja DiverseyLever, jonka tuotantolaitos toimii Turussa. Suomen Unilever Oy omistaa puolet Mildola Oy:n osakekannasta. Suomen Unilever Oy:n toimitusjohtaja on Heikki Kauppinen.

Toimitusjohtajan katsaus

Suomen kansantalous kasvoi vuonna 1997 erittäin voimakkaasti. Bruttokansantuotteen kasvu oli yli 5%, selvästi yli edellisen vuoden hyvän tason. Ilahduttavaa oli työttömyyden selvä lasku 14 %:in vuoden lopussa. Nopeasta kasvusta huolimatta inflaatio pysyi kurissa eli noin 1 %:n tasolla.

Monenlaiset rakennemuutokset jatkuivat EU-Suomessa. Keskon Tuko-kauppa johti uudelleenjärjestelyihin asiakkaisiamme: Anttila tuli Keskon osaksi, Stockmann taas osaksi uutta 'Tukoa'. Merkillepantavaa olivat myös Meritan yhdistyminen Nordbankeniin sekä ulkomaalaisomistuksen voimakas kasvu monissa suomalaisissa pörssiyrityksissä.

Suomen Unileverissä muutokset olivat rajuimpia Van den Bergh Foodsissa. Maa-liskuussa 1997 päättyi margariinin tuotanto Herttoniemessä 43 vuoden jälkeen. Tuotannon siirto Ruotsiin Helsingborgiin on sujunut hyvin. Kuluttaja on saanut entisenlaista Floraa ja asiakkaitamme olemme pystyneet palvelemaan yhtä hyvin kuin ennenkin.

Tammikuussa 1998 siirtyi Jalostajan tehdas sekä Piltti, Dronningholm, Kennel ja Feline tuotemerkit Nestlén omistukseen. Lahden tehdas ja Jacky -tuotemerkki siirtyivät huhtikuun alussa Orkla -yhtymään kuuluvalla Felix Abballe. Ponnistelut Ahti-tuotemerkkien myymiseksi jatkuvat edelleen. Margariinin ja teen vienti Baltiaan siirtyi paikalliselle Unilever -organisaatiolle.

Nämä muutokset ovat merkittävä osa Unileverin strategiaa. Keskittämällä tuotanto ja keskittymällä liiketoiminnan ydinalueille voimme entistä kilpailukykyisemmin palvella kuluttajia ja asiakkaitamme, aivan kuten Unileverin toiminta-ajatuksessa on todettu.

Teknokemian alueella suurin muutos oli DiverseyLeverin syntyminen. Yhdistyminen on sujunut hyvin, sillä Diversey toi uusia

vahvuusalueita entisen Leverinduksen perinteisten alueiden lisäksi. Leverin, Elida Fabergén ja GB Glacen tilanteelle oli yhteistä lisääntynyt kilpailu, mutta samalla oma aktiivinen uutuuskien markkinoilletuonti. Kansainvälisen yritysmyyntin seurauksena National Starch ja muu erikoiskemikaalien liiketoiminta siirtyi ICI:lle.

Tuotemenestykset ilahduttivat myös viime vuoden aikana. Cremet (RuokaCreme, RanskanCreme, Creme Vispi ja suurkuluttajatuotteet) sekä Creme Bonjour kasvattivat myyntiään entisestään. Omo kuluttajainfo oli heti hyvin suosittu, ja yhdessä Bio Luvilin kanssa Omo torjui kilpailijoiden hyökkäykset. Pepsodent -hammasharjat sekä Cornetto -tuutit lisäsivät markkinaosuutta omassa tuoteryhmissään.

Suomen Unileverin liikevaihto kasvoi 2,6% nousten 1 437 miljoonaan markkaan. Liikevoitto kasvoi 15,6% ja oli 108 miljoonaa markkaa. Satunnaisiin kuluihin on kirjattu liiketoimintojen myyntiin liittyvät kulut.

Näkyvät alkaneelle vuodelle ovat melko hyvät. Bruttokansantuotteen ennustetaan edelleen kasvavan ja työttömyyden vähenevän. Unileverin toiminta Suomessa on laajentunut, sillä Unipath on luonut tänne oman pienen organisaationsa, joka on lanseerannut Personan, aivan uudenlaisen ehkäisymenetelmän. Van den Bergh Foods on siirtynyt pohjoismaiseen organisaatioon. GB Glace on uudistanut ulkoisen ilmeensä eurooppalaiseksi, sillä uusi logo on tullut pakkauksiin ja jäätelöaltauksiin. Tietojenkäsittelyosastot ovat valmistelleet siirtymistä uudelle vuosituohannelle.

Haluan esittää parhaat kiitokset asiakkaille, tavarantoimittajille ja ennenkaikkea omalle henkilöstöllemme. Olemme yhdessä vieneet läpi merkittäviä ja vaikeita rakennemuutoksia.

Työpanoksenne on aikaansaanut hyvän tuloksen.



H. Kauppinen

Heikki Kauppinen

Suomen Unilever Oy:n hallitus

Olli Kekki	puheenjohtaja
Seppo Helander	24.2.1997 asti
Heikki Kauppinen	toimitusjohtaja
Matti Pajusalo	
Peter Schauman	8.12.1997 asti
Jarmo Seppälä	
Timo Suominen	
Matti Kallio	9.12.1997 alkaen
Sauli Korvenoja	25.2.1997 alkaen

Suomen Unilever Oy:n johtokunta

Toimitusjohtaja **Heikki Kauppinen**, puheenjohtaja
Suomen Unilever Oy

Tekninen johtaja **Seppo Helander**, 31.3.1997 asti
Van den Bergh Foods

Päälouottamus mies **Juha Hulkkonen**, 4.2.-3.4.1998
Tekninen päällikkö **Jaakko Liikanen**, 1.4.1997-3.4.1998
Van den Bergh Foods

Henkilöstöjohtaja **Olli Kekki**
Suomen Unilever Oy

Johtaja **Sauli Korvenoja**
GB Glace

Päälouottamus mies **Seppo Peltonen**, 30.1.1998 asti
Van den Bergh Foods, Turku

Työsuojelupäällikkö **Valtteri Peuhkuri**
DiverseyLever, Turku

Markkinointipäällikkö **Peter Schauman**, 20.10.1997 asti
DiverseyLever

Taluspäällikkö **Matti Kallio**, 21.10.1997 alkaen
DiverseyLever

Johtaja **Jarmo Seppälä**
Lever, Elida Fabergé

Taluspäällikkö **Anneli Sääsä-Halme**
Suomen Unilever Oy, Van den Bergh Foods



Matti Pajusalo



Timo Suominen



Olli Kekki



Sauli Korvenoja



Seppo Peltonen



Valtteri Peuhkuri



Jaakko Liikanen



Matti Kallio



Jarmo Seppälä



Anneli Sääsä-Halme

Suomen Unilever Oy:n liikevaihto oli 1.436,6 miljoonaa markkaa, jossa on 2,6% kasvua edelliseen vuoteen verrattuna.

Elintarviketeollisuuden liikevaihto laski noin 20 miljoonaa markkaa. Tämä johtui pääasiassa Baltian teen ja margariinin myyntivastuun siirtymisestä uudelle organisaatiolle. Myynnin laskua kompensoi vähittäiskauppatuotteiden 6%:n kasvu. Erityisen hyvin menestyivät margariini, tuorejuustot ja kasvirasvatuotteet. GB Glacen liikevaihto kasvoi edellisestä vuodesta 3%.

Teknokemian liikevaihtoa kasvatti Diversey Oy:n fuusioiminen Suomen Unilever Oy:öön. Virallisesta tilinpä-

töksestä vuodelta 1996 puuttuu Diversey Oy:n liikevaihto. DiverseyLeverin ensimmäinen toimintavuosi oli hyvä kaikissa liike-toimintaryhmissä ja erityisesti myynti elintarviketeollisuudelle kasvoi. Vähittäiskauppatuotteissa deodoranttien, suuhygieniatuotteiden sekä pyykinpesu- ja yleispuhdistusaineiden myynti kehittyi hyvin.

Yhtiön liikevoitto kasvoi 15,6% edellisestä vuodesta ja oli 108,1 miljoonaa markkaa. Liikevoiton paranemiseen vaikuttivat myynnin kasvun lisäksi uudelleenjärjestelyjä seurannut kannattavuuden parantuminen. Merkittävin muutos vuoden aikana oli Herttoniemen margariinitehtaan tuotannon siirtäminen Ruotsiin.

Korkokulut alenivat edelleen laina-

Tuloslaskelma

1.1.-31.12.	1997	1996
milj. mk		
Liikevaihto	1.436,6	1.400,3
Kulut, netto ./.. poistot	(1.293,6)	(1.268,6)
Suun. muk. poistot	(34,9)	(38,2)
Liikevoitto	108,1	93,5
Rahoitustuotot ja kulut		
Korkotuotot	3,2	2,8
Korkokulut	(12,1)	(19,5)
Muut rahoitustuotot ja kulut	14,0	1,7
Tulos ennen satunnaiseriä	113,2	78,5
Satunnaiset tuotot ja kulut	(134,9)	(92,8)
Tulos ennen varauksia ja veroja	(21,7)	(14,3)
Poistoero	(8,7)	(16,2)
Varausten muutos	0,0	0,0
Verot	(10,4)	(11,5)
Tilikauden tulos	(40,8)	(42,0)

Tase

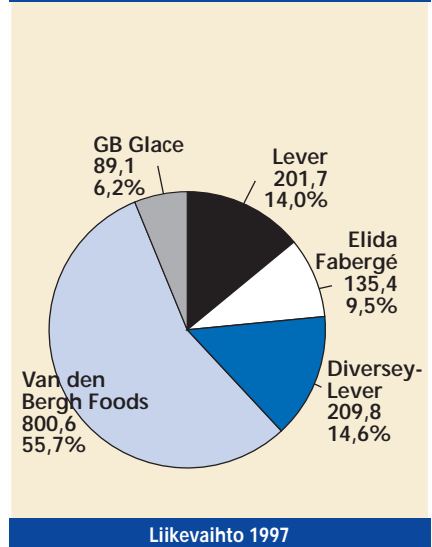
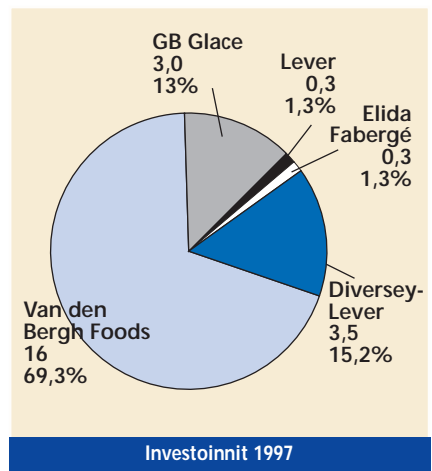
1.1.-31.12.	1997	1996
milj. mk		
Vastaavaa		
Aineettomat hyödykkeet	11,1	59,2
Muu käyttöomaisuus	170,1	319,5
Arvostuserät	9,8	13,1
Vaihto-omaisuus	101,8	113,8
Rahoitusomaisuus	207,1	176,3
Vastaavaa yhteensä	499,9	681,9
Vastattavaa		
Oma pääoma		
Osakepääoma	155,0	155,0
Muu sidottu pääoma	2,8	2,8
Vapaa pääoma	(81,4)	(40,7)
Yhteensä	76,4	117,1
Pääomalaina	5,5	
Varaukset		
Kertynyt poistoero	18,3	47,3
Vapaaehtoiset varaukset	0,0	0,0
Pakolliset varaukset	114,1	139,4
Yhteensä	132,4	186,7
Vieras pääoma		
Pitkäaikainen	0,0	0,1
Lyhytaikainen	285,6	378,0
Yhteensä	285,6	378,1
Vastattavaa yhteensä	499,9	681,9

pääoman pienennyttyä. Osinko-, korko- ja valuuttakurssituotot kasvoivat edellisestä vuodesta ja ylittivät rahoituskulut. Tulos rahoituserien jälkeen kasvoi edellisestä vuodesta 44% ja oli 113,2 miljoonaa markkaa.

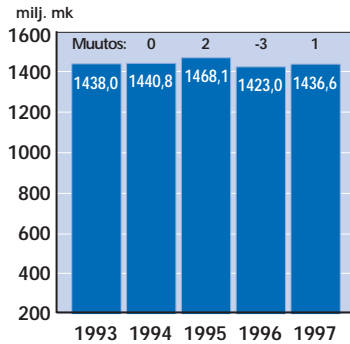
Herttoniemen tehtaan lopettamisesta ja tuotannon siirrosta aiheutuneet kulut jäivät ennakoitua alhaisemmiksi. Satunnaisiin tuottoihin sisältyy uudelleenjärjestelyvarauksen tuloutusta.

Suomen Unilever Oy on myi Jalostajan Turun tehtaan liiketoiminnan tammikuussa 1998 ja Lahden tehtaan liiketoiminnan myytiin 3.4.1998. Liiketoimintojen myyntiin liittyvät kustannukset on kirjattu satunnaisiin kuluihin ja pakollisiin varauksiin. Kulukirjaukset muodostuvat pääosin käyttöomaisuusarvojen alentamisesta sekä henkilökuluista. Yhtiö teki tilivuonna suunnitelman ylittäviä poistoja 8,7 miljoonaa markkaa. Tilikauden tulos verojen jälkeen on 40,8 miljoonaa markkaa tappiollinen.

Yhtiön kokonaisinvestoinnit olivat 23,1 miljoonaa markkaa, joka on noin 8 miljoonaa markkaa alempi kuin vuonna 1996.

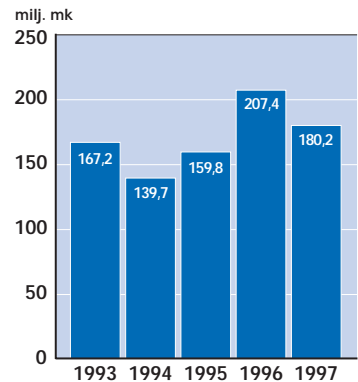


Suomen Unilever Oy avainluvut viideltä vuodelta

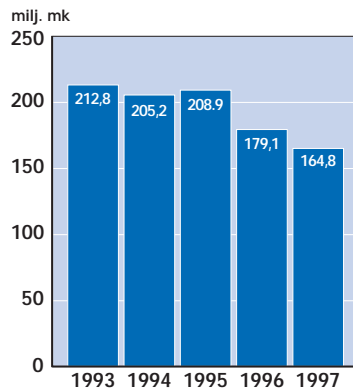


* 1996 sis. DiverseyLeverin liikevaihdon

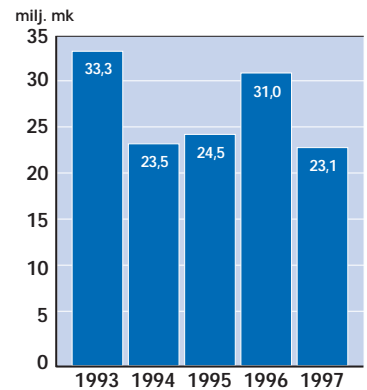
Liikevaihto



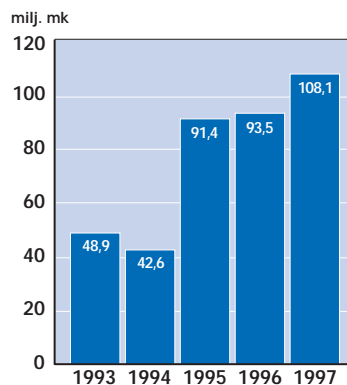
Vienti



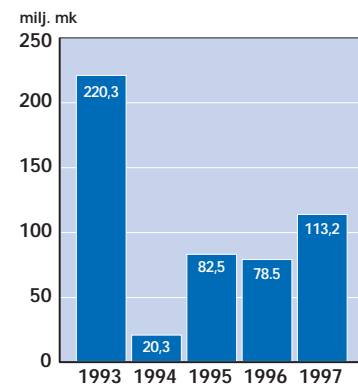
Maksetut palkat ja sosiaalikulut



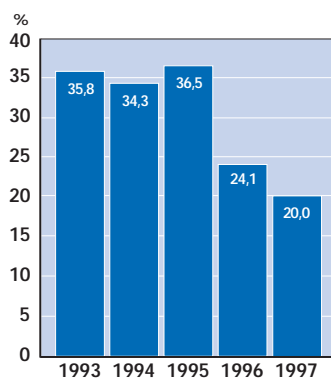
Kokonaisinvestoinnit



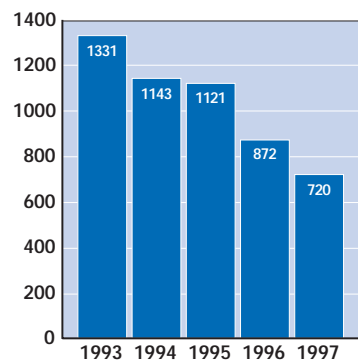
Liikevoitto



Tulos ennen satunnaisia



Omaravaisuusaste



Henkilöstön lukumäärä keskimäärin

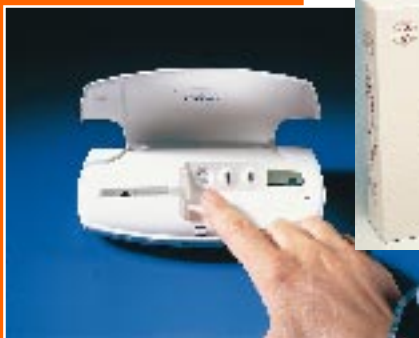
Henkilöstö

Suomen Unilever Oy:n henkilöstön määrä oli vuonna 1997 keskimäärin 720 henkilöä.

Palkkoja maksettiin yhteensä 152,2 miljoonaa markkaa ja sosiaalikulut olivat 12,6 miljoonaa markkaa.



Vuoden alkupuoliskolla toteutettiin pääkonttori-rakennuksen uudistamistyö.



Herttoniemen margariinitehtaan toiminta loppui maaliskuussa ja tuotanto siirtyi Ruotsiin Helsingborgin tehtaalle. Henkilöstön määrä väheni tämän johdosta noin 120 hengellä, joista seitsemän sai työpaikan Helsingborgin tehtaalla.

Syksyllä julkistettiin suunnitelma myydä Van den Bergh Foodsin Jalostajan ja Lahden tehtaat. Suunnitelma koski noin 216 henkilöä. Jalostajan tehdas myytiin tammikuussa 1998 ja Lahden tehdas 3.4.1998. Muissa Suomen Unileverin yksiköissä ei tapahtunut merkittäviä henkilöstömäärien muutoksia.

Syksyllä julkistettiin Unileverin uusi henkilöstön kehittämiseen ja liiketoiminnan tehostamiseen tähtäävä toimintamalli nimeltään Integrated Approach, jota ryhdyttiin soveltamaan käytäntöön vuoden 1998 alusta.

Vuoden alkupuoliskolla toteutettiin pääkonttorirakennuksen uudistamistyö, jonka valmistuttua Van den Bergh Foodsin vähittäiskauppamarkkinointi ja -myynninjohto, logistiikkaosasto sekä osa hallinnollista osastoa muuttivat Herttoniemestä pääkonttoriin. Uudistamistyön yhteydessä pääkonttorin yhteyteen rakennettiin tilat Van den Bergh Foodsin IdeaKeittiölle, kuluttajapalvelulle ja tuotekehitykselle.

Syksyllä pääkonttorissa aloitti toimintansa uusi Suomen Unilever Oy:n Unipath-yksikkö, joka markkinoi perhesuunnitteluun liittyviä tuotteita.

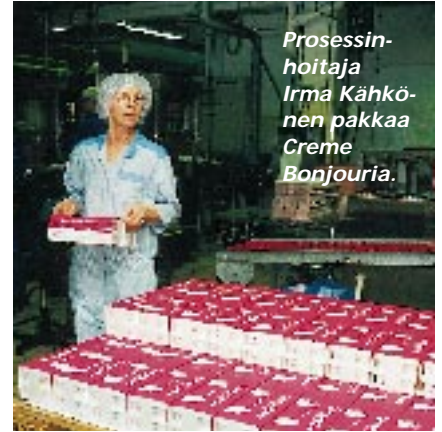
Eläkesäätiö Polariksen sijoitustoiminnan tulos kehittyi edelleen suotuisasti; sijoituksista saaduilla tuotoilla pystyttiin edellisen vuoden tapaan kattamaan säätiön maksamat eläkkeet ja eläkevastuun kasvu. Uusina sijoituksina

osallistuttiin kotimaisten yritysten osakeinteihin. Lisäksi säätiö lisäsi kiinteistö-sijoituksiaan 1,4 miljoonalla markalla. Loppuvuodesta teetettiin Towers Perrinillä tutkimus, joka antaa suuntaviivat säätiön sijoitustoiminnalle seuraavaksi kymmeneksi vuodeksi. Tavoitteena on osakesijoitusten voimakas hajauttaminen ulkomaille ja tätä kautta Suomi-riskin pienentäminen.



UNIPATH

Syksyllä pääkonttorissa aloitti toimintansa uusi Suomen Unilever Oy:n Unipath-yksikkö, joka markkinoi perhesuunnitteluun liittyviä tuotteita.



Prosessin-hoitaja Irma Kähkönen pakkaa Creme Bonjouria.

Yhteistoiminta

Eurooppalainen yritysneuvosto piti kesällä ensimmäisen kokouksensa Rotterdamissa ja mukana oli henkilöstön edustajat kaikista viidestätoista Unilever-yhtiöstä.

Johtokuntatyöskentely, konserniyh-teistyö ja muu yhteistoiminta toteutui suunnitelmien mukaisesti.

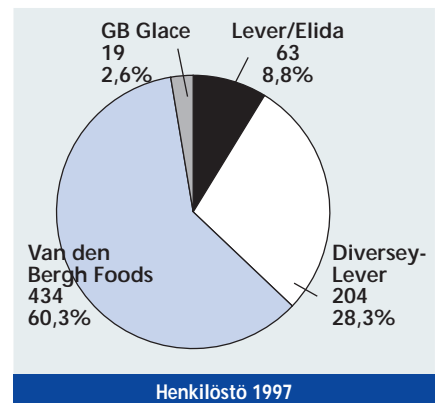
Henkilöstön kehittäminen

Leverin ja Elida Fabergén toiminta jatkui Nordic-yhteistyön puitteissa. Toiminnan kehittämiseksi käytettiin apuvälineenä Business excellence -itsearviointi- ja kehittämissuunnitelmaa. Tähän liittyen pidettiin mm. koko henkilöstön voimin Business excellence -päivä, jonka kuluessa käsiteltiin henkilöstökyselyn tuloksia ja niihin perustuvia toimenpidesuunnitelmia.

GB Glace kehitti liiketoimintaansa ja henkilöstöänsä toteuttamalla sisäistä tavararyhmänhallintaan keskittyvää koulutusohjelmaansa.

DiverseyLeverillä henkilöstön kehittämisen painopistealueita oli kaksi: tehtaan henkilöstön tiimikoulutus, jota toteutettiin yhdessä Turun työvoimaviranomaisten kanssa, sekä markkinoinnin, myynnin ja hallinnon henkilöstön yhteistyötaitokoulutus.

Van den Bergh Foodsin henkilöstön kehittämisen suurimpia toimenpiteitä olivat vähittäiskauppamyynnissä jatkunut sisäinen oppiva vähittäiskauppamyynti-kehittämissuunnitelma sekä suurkuluttajaosastolla alkanut vastaava sisäinen koulutus sekä kieli-koulutus.



Ympäristöasioissa kiinnitettiin huomiota oman toiminnan pitämiseen puhtaana, vanhojen ongelmien poistamiseen, sekä tuotteiden ja pakkauksien ympäristökuormituksen vähentämiseen.

Ympäristöasioista tuli myös uusi ulottuvuus asiakaspalveluun. Esimerkiksi Leverin maksuton puhelinpalvelu OMO-info kertoi kuluttajille oikeista lämpötiloista, pesuohjelmista ja annostuksesta, jotta peseminen rasittaisi ympäristöä mahdollisimman vähän. VdBF:n tuoteoppaaseen lisättiin pakkausmateriaalien ympäristötiedot. Unilever on mukana myös Suomen kansallisilla ympäristöfoorumeilla, kuten Pakkausalan ympäristövaltuuskunnassa ja sen eri materiaalityhmissä.

Vuonna 1997 Vim-tuoteperhe liittyi niiden Leverin tuotteiden joukkoon, jotka täyttävät pohjoismaisen ympäristömerkin vaatimukset. Leverin toiminta pyrki Euroopan Pesu- ja puhdistusainerytysten järjestön ohjelman mukaisesti "jatkuvaan parantamiseen" vähentämällä tuotteiden ja pakkausten aiheuttamaa ympäristökuormitusta ja opastamalla kuluttajia käyttämään tuotteita oikein eli ympäristö huomioonottaen, pesutulosta huonontamatta. Ohjelmassa on sitouduttu tavoitteesen, jonka mukaan energian, pesuaineen, pakkausmateriaalin ja huonosti biohajoavien yhdisteiden kulu- tusta vähennetään 5/10 % viiden vuoden aikana. Unileverin Euroopan pesu- ja puhdistusliiketoiminnon (Leverin) julkaisemaa ympäristöraporttia voi tilata Leverin yhteysnumerosta.

Sekä Lever että Elida Fabergé vähensivät pakkausten aiheuttamaa ympäristökuormitusta optimoimalla pakkausmuotoilua ja pakkausten painoa sekä tarjoamalla täyttöpakkauksia suurimmissa tuoteryhmissä.

DiverseyLever kehitti ympäristöön liittyviä toimintojaan odotettavissa olevien tule-

vaisuuden ympäristövaatimusten mukaan. Tuotekehityksen ja tuotannon lisäksi ympäristönäkökohtiin panostettiin koulutuksessa ja tiedottamisessa.

Pakkauksia kehitettiin DiverseyLeverillä niin, että nyt kaikki pakkaukset ovat kierrätettävissä ja täyttävät EU:n pakkausjätedirektiivin vaatimukset. Ympäristömyötäisten tuotteiden osuutta laajennettiin. Ympäristömerkittyjä tuotteita myytiin entistä enemmän, niin että niiden osuus muutamissa tuoteryhmissä on jopa puolet kokonaisymyynnistä. DiverseyLever auttoi asiakkaitaan rakentamaan näille ympäristöjärjestelmiä ISO 14001-standardin pohjalta.

DiverseyLeverin Turun tehtaan tuotannon ympäristöturvallisuutta kehitettiin muun muassa määrittämällä toimenpiteet, joilla vaaratilanteet saadaan eliminoitua. Sekä lähdelajittelu että energian kulutuksen vähentäminen saavuttivat niille asetetut, ympäristöohjelman mukaiset tavoitteensa.

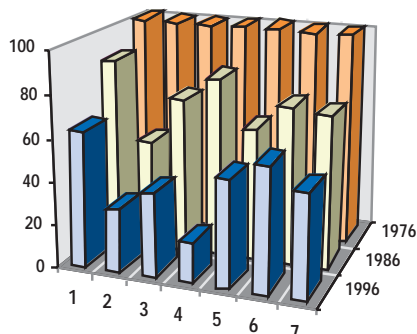
Van den Bergh Foodsin Lahden tehtaalla tehtiin vuoden aikana valmisteluja poltettavan jätteen erilliskeräilyä varten. Keräily aloitettiin tammikuussa 1998. Tuotannossa jatkettiin energian käytön tehostamista. Ruokaöljyjen varastointitila ja -säiliöt uusittiin entistä ympäristömyötäisemmiksi.

Turun Jalostajan tehtaalla siirryttiin käyttämään kaukolämpöä alueellisen höyryvoimalaitoksen sijaan. Ongelmajätteiden keräily ja varastointi uudistettiin. Tehtaan tontilla sijainnut saastunut maa-alue puhdistettiin.

Ympäristö

Tyypillistä ympäristötoimenpiteille on kaiken kaikkiaan se, että saavutusten lista koostuu erittäin monista, pieniltäkin tuntuvista asioista. Mutta vaikka monet asiat ovatkin pieniä erillisinä, yhdessä ne muodostavat suuremman virran.

Leverin pyykinpesuaineiden suhteellinen vaikutus ympäristöön on jatkuvasti laskenut kahden vuosikymmenen aikana.

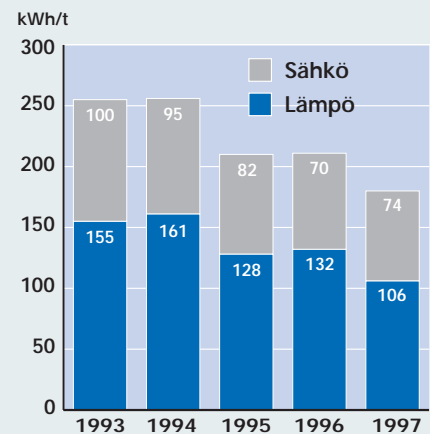


Vaikutusalue:

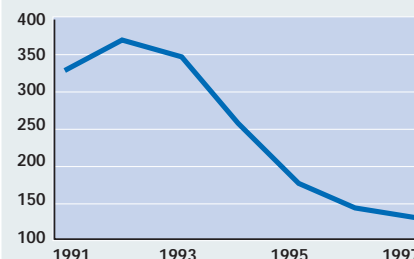
- | | |
|---|-------------------------|
| 1. Energia | 1976 |
| 2. Globaalinen ilmaston lämpenemishuhka | Perinteiset pesujauheet |
| 3. Hapettuminen | 1986 |
| 4. Rehevöityminen | Perinteiset pesujauheet |
| 5. Ekotoksisuus | 1996 |
| 6. Pakkausjäte | Perinteiset pesujauheet |
| 7. Kemikaalikuorma | 1996 |

DiverseyLever: Energian käyttö

Tuotannon ympäristöohjelmassa on keskitytty energian käytön seurantaan sekä sen optimoimiseen tuotantoprosessissa. Asetetut vuositavoitteet on saavutettu. Prosessiin käytettävän energian määrää tuotettua tonnia kohti on saatu alenemaan kehitystyön kautta. Sähköenergian käytön valvonnalla on pystytty parantamaan energiatehokkuutta.



DiverseyLever: Jättemäärä energiahyötykäyttöön



Tuotantoprosessissa syntyvien jätteiden määrää on pystytty merkittävästi vähentämään lajittelulla. Samoin loppusijoitettavan jätteen määrä on pystytty minimoimaan poltettavan jätteen ohjaisella energiatuotantoon. Lajitteluohjelmaa on lisäksi rakennettu yhteiskumppaneillemme saman mallin mukaisesti. Saavutetut jättemäärävähennykset ovat tuoneet samalla myös taloudellista hyötyä.

Van den Bergh Foods

Van den Bergh Foodsin vähittäistuotteisiin kuuluu mm. ravintorasvoja, meijerituotteita, teetä ja teepohjaisia juomia.

Tuotteet on kehitetty suomalaisen kuluttajan tarpeiden mukaisiksi, mutta samalla on hyödynnetty myös muualla Unileverin piirissä tehtyä tuotekehitystä, mikä antaa mahdollisuuden parantaa ruokavalion laatua mausta ja maittavuudesta tinkimättä – terveydelle edulliset tuotteet ovat yksi toimintamme painopiste-alueista.

Vähittäiskauppatuotteista oman alansa markkinajohtajia ovat esimerkiksi Flora-margariini, Crème Bonjour, Ahti-sillit, Turun Sinapit ja Lipton-tee, yksi maailman tunnetuimmista tuotemerkeistä.

Kehittämme jatkuvasti yhteistyötä kaupan kanssa sen muuttuvia tarpeita palvelevaksi ja molempia osapuolia hyödyttäväksi.

Van den Bergh Foodsin toimitusjohtaja on Heikki Kauppinen. Vähittäiskauppaysikön markkinointijohtaja on Paul Taimitarha ja myyntijohtaja on Leena Saarinen.

Vähittäiskauppaysikkö

Vuonna 1997 voimakkaana jatkunut yleinen talouden tervehtyminen näkyi myös vähittäiskauppamyynnissä, jossa uutuustuotevetoisesti päädyttiin ennätyslukuihin.

Edeltävien vuosien panostus innovaatioon ja tuotekehitykseen vaikutti voimakkaasti menestykseen useimmissa tuoterhymissä.

Vajaan 500 miljoonan markan laskutustavoite ylítettin ja vuoden 1997 myynniksi kirjattiin 530 miljoonaa. Kaksikymmentäviisi prosenttia laskutuksesta tuli uutuustuotteista.

Ravintorasvat ja meijerituotteet

Merkittävin mullistus toiminassa oli ravintorasvojen tuotannon siirtäminen Helsingborgiin, Ruotsiin. Urakasta selvitettiin aikataulun puitteissa hyvin, mistä kiitos kuuluu yhteisten projektiryhmien jäsenille.

Siirtoprojektin kauneuspilkuiksi jäivät kaksi alkuvaiheen rajattua margariinien takaisinvetoa, joiden pohjalta laadunvarmistusohjelmat saatiin hienosäädettyä.

Kuluttaja saa nyt entistäkin parempaa Floraa, uusissa iloisemmissa kuoseissa ja PAN-suolattuna.

Crème Bonjour -tuorejustoja myytiin enemmän kuin koskaan. Myyntiä siivittivät uudet 250 g:n pöytäasiat sekä kesän voimakas grillikauden teemakampanja. Crème Bonjourin markkinaosuus kasvoi ennestään tuorejuustojen tuoterhyssä, joka jatkoi kasvuaan muun perinteisen rasvankulutuksen edelleen vähentyessä.

Meijerituotteiden tähtiä olivat Jacky Makupalat ja RuokaCrème. Jälkiruokavanukkaiden markkinat kasvoivat ja markkinoilla voimakkaimmin Jacky Makupala, jonka myynnin veturina toimi uudet vähälaktoosiset uutuudet. Merkittävin uuden kasvun tuoja oli kuitenkin RuokaCrème, joka tuli pysyvästi suomalaiseen ruokapöytään - Suomi siirtyi herkuttelemaan hyvällä omatunnolla.

Tetratuotteiden myynti ylitti kaikki odotukset ja RuokaCrème yksin kasvoi markkinoiden toiseksi suurimmaksi tuotteeksi!

Säilyvät elintarvikkeet

Kulunut vuosi osoitti jälleen, että perinteiset merkit ovat toiminnan kulmakivi, kun ne pidetään tuoreina ja mielenkiintoisina. Piiltti, Turun Sinappi ja Ahti kukoistivat vuonna 1997 ja niin lastenruoassa, sinapissa kun sillissä kirjattiin markkinaosuusennätykset.

Piltin ero kilpailijoihin kasvoi vuoden loppuun mennessä yli kymmeneen prosenttiyksikköön, Turun Sinappi kasvoi yli 50 %:iin markkina-arvosta ja Ahti vahvisti asemiaan markkinoiden arvostetuimpana sillimerkkinä.

Keskeinen tekijä Piltin menestyksessä oli jäsenmäärältään jatkuvasti kasvanut Piiltti-Piiri. Vuoden aikana piirin vuosittain vaihtuva jäsenmäärä kasvoi yli 10.000:lla taloudella. Tämä kieli selkeästi kuluttajien tarpeesta saada suoraan valmistajalta arvokasta tietoa heille tärkeässä asiassa.

Teepohjaiset juomat

Lipton-teen kannalta erinomaisen vuoden kruunasi Lipton Sun Tean lanseeraus, joka rakensi koko teeryhmän mielenkiintoa etenkin nuoremassa kuluttajakunnassa. Sun Tea sai erinomaisen hyvän vastaanoton kaupalta ja kuluttajilta, ja nosti Liptonin markkinajohtajaksi myös maustetussa teessä.

Lehtikirjoittelu teestä lisääntyi merkittävästi vuoden 1997 aikana sitä mukaa kun ravitsemusasiantuntijat ja tiedemiehet julkistivat myönteisiä tutkimustuloksia teen terveellisyydestä.

Asia minkä kiinalaiset ymmärsivät jo 2000 vuotta sitten on hyvää vauhtia saamassa tieteellisen vahvistuksen – vaikka tärkeintä teessä on edelleenkin nautinto.

Van den Bergh Foods

milj. mk	1995	1996	1997
Liikevaihto			
Vähittäistuoteyksikkö	597,2	501,4	531,8
Suurkuluttajayksikkö	206,4	176,3	161,7
Vienti	99,3	143,2	107,1
Yhteensä	902,9	820,9	800,6
Henkilöstö kesk.	837	607	434





Van den Bergh Foodsin vuoden 1997 tähtiä olivat Creme-meijerituotteet ja Creme Bonjour. Menestyksekkäs Creme-perhe kasvoi toukokuussa lanseeratulla RanskanCremellä ja syyskuussa aloittaneella CremeVispillä.



Uura Vilpo, Sirpa Talka ja Harri Hytönen VdBF:n vähittäispuolen IdeaKeittiössä joka aloitti syksyllä pääkonttorin uusissa tiloissa.

Van den Bergh Foodsin suurkuluttajayksikön asiakkaina ovat mm. suurkeittiöt, ravintolat, koulut, sairaalat, leipomot ja elintarviketeollisuus.

Tunnusmerkkejämme ovat asiakkaiden tarpeiden mukaisesti kehitetyt ajanmukaiset elintarvikkeet, henkilökohtainen palvelu ja tuotteiden käyttöön opastava koulutus joko yksikön omissa tiloissa tai asiakkaiden luona.

IsoMitta merkitsee suurkeittiö-asiakkaille lautasen täydeltä hyvää, alkuruoasta aina jälkiruokaan asti.

Leipo-palvelulla on yli 40 vuotta kestäneen toiminnan kasvattama kokemus, joka luo vankan pohjan luottamuksellisille asiakassuhteille leipomoalalla.

Teollisuusmarkkinointi palvelee elintarviketeollisuutta kehittämällä kuhunkin käyttötarkoitukseen mm. erikoisrasvoja, margariineja ja öljyjä.

Van den Bergh Foodsin toimitusjohtaja on Heikki Kauppinen. Suurkuluttajayksikön johtaja on Matti Pajusalo.

Suurkuluttajayksikkö

Ravintola-, suurkeittiö- ja leipomomarkkinoilla kysyntä jatkui tasaisen vahvana. Erityisesti kaupallinen ravintolatoiminta oli hyvässä kasvussa, sen sijaan julkinen sektori sekä toimipaikkaruokailu pysyivät edellisvuoden tasalla.

IsoMitta- suurkeittiötuotteet

Alkuvuoden aikana toteutettu margariinin tuotannonsiirto Ruotsiin sujui suunnitelmiensa mukaan. Siirron ansiosta pääsimme tarjoamaan ensimmäisinä Suomessa margariinin annospakkauksissa, jotka on tehty kierrätettävästä materiaalista ja ovat täysin alumiinittomia ja vähemmän ympäristöä kuormittavia.

Creme-tuotesarjan myynnin kasvu jatkui edelleen voimakkaana erityisesti vähälaktoosisen KeittiöCremen ansiosta. Myös Creme Bonjour -tuorejuustot olivat vahvasa myötätuulessa.

Hyvien uutuksien ansiosta valmis-kastikkeet menestyivät odotusten mukaisesti. Fondi-sarjaa vei voimalla eteenpäin suurmenestykseksi osoittautunut kasvisfondi. Uutuksien ansiosta myös IsoMitta kastikeainesten myynti ylitti vuoden 1996 luvut.

Onnistuneet uutuuslanseeraukset (mm. mousse- ja kiisseliainekset) siivittivät jälkiruoka-ainesten myynnin voimakkaaseen nousuun, kehitys edellisvuoteen oli n. 40 %.

Kokonaisuutena IsoMitan liikevaihto kehittyi yli odotusten. Hyvää menestystä vauhdittivat aktiivinen lanserausohjelma sekä näyttävä osallistuminen messuille. Syksyllä

Finnresta-messujen yhteydessä IsoMitta juhli kymmenvuotista menestystään yhdessä asiakkaidensa kanssa.

Leipo-tuotteet

Myös Leipo-margariinin tuotannonsiirto onnistui hyvin. Siirron yhteydessä karsittiin tuotesortimenttia vastaamaan ajan tarpeita. Päähuomio Leipo-markkinoinnissa kohdistettiin leivonta-aineisiin ja pakasteleivonnaisiin.

Pakasteiden myynninkasvu oli 35 %. Keväällä lanseerattiin menestyksellä Bonjour-paistopistekonsepti vähittäiskauppoihin. Myös pakasteiden leipomomyynti kehittyi yli odotusten.

Erityisiä ilonaiheita leivonta-aineissa olivat alkuvuodesta lanseerattu Leipo Genuit, kuivattu vehnäesitaikina sekä koko leipäseosvalikoima mukaanluettuna uusi Leipo Vollkorn.

Leipo-hillo- ja marmeladiryhmän myynnit kääntyivät nousuun. Todellinen uutuus tässä ryhmässä oli Leipo Tofetta, toffeemakuinen omenatäyte. Sekä keväällä että syksyllä pidetyt Leipo-kurssit antoivat erinomaisen tuen vuoden aikana lanseeratuille uutuuksille.

Teollisuusmyynti

Tuotannonsiirrosta johtuen karsittiin teollisuustuotteiden valikoimaa voimakkaasti, mistä johtuen myynnit supistuivat edellisvuodesta. Uusina tuotteina tuli markkinoille erikoisrasvoja kartonkipakkauksissa.





Päähuomio Leipo-markkinoinnissa kohdistettiin leivonta-aineisiin ja pakasteleivonnaisiin. IsoMitta juhli kymmenvuotista menestystään yhdessä asiakkaiden kanssa.

Van den Bergh  Foods

GB Glace

GB Glace on Suomen Unileverin toimialayksikkö, joka markkinoi jäätelöitä. Toimimme läheisessä yhteistyössä ruotsalaisen sisaryhtiömme kanssa. Toiminta-ajatuksemme mukaisesti tarjoamme kuluttajille positiivisia elämyksiä merkkituotteidemme avulla.

Toimintamme kulmakiviä ovat jatkuvat kuluttajia kiinnostavat innovaatiot ja syvälinen markkinoiden ja kuluttajan tunteminen yhdistettynä osaavaan henkilökuntaan.

Johtavia tuotemerkkejämme ovat Magnum, Viennetta, Solero, Carte d'Or ja Spirello.

GB Glacen johtaja on Sauli Korvenoja.

Suotuisasta jäätelökesästä huolimatta ei jäätelömarkkina 1997 yltänyt huippukesän 1995 tasolle, mutta vuoden 1996 markkinavolyymi ylitettiin muutamalla prosentilla. Panostus uutuustuotteisiin ja mainontaan oli hyvin vilkasta edellisvuosien tapaan.

GB Glace onnistui hyödyntämään lämpimän kesän erityisesti impulssijäätelöissä (puikot, tuutit, limujäät); kasvua saavutettiin varsinkin kioskimarkkinoilla.

Vuoden suosittuja uutuuksia olivat mm. Carte d'Or Kermatoffee ja Saksanpähkinä, Viennetta Metsämarja ja Minttu, uusi Spirello-maku sekä Red Dream, Mr Long -puikot ja Cornetto-tuutit.

Omissa tuotesegmenteissään johtavia tuotteita olivat Magnum, Solero, Spirello, Viennetta ja Carte d'Or.

Vähittäiskauppamarkkinoilla säilytettiin vakaa asema noin 14 % markkinaosuudella

ja kioski/huoltamomarkkinoilla onnistuttiin osuutta kasvattamaan noin 20 %:iin.

Edellisvuoden tapaan myös vuonna 1997 organisaatiota kehitettiin yhä paremmin vastaamaan tavararyhmähallinta-ajattelua.

GB Glacen yritysilmu uudistuu

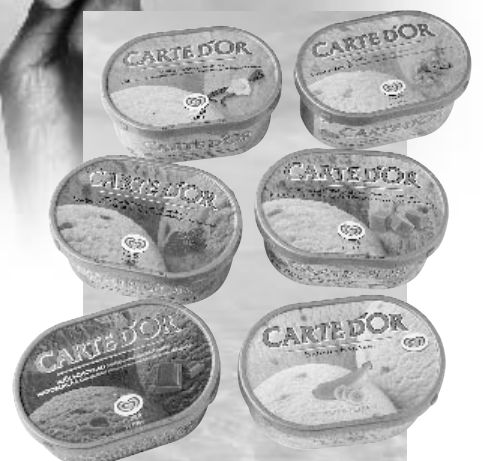
Vuonna 1998 koko Unileverin jäätelöryhmän ja GB Glacen yritysilmu muuttuu. Muutos näkyy mm. pakkauksissa, mainosmateriaaleissa ja pakastealtaissa. GB Glace haluaa uuden ilmeen avulla entisestään vahvistaa kuluttajan kokemia positiivisia jäätelöelämyksiä.

Myös 1998 tuotevalikoimaa monipuolistetaan kuluttajaa kiinnostavilla tuoteinnovaatioilla.

GB Glace

milj. mk	1995	1996	1997
Liikevaihto	81,4	86,4	89,1
Henkilöstö kesk.	18	19	19





GB Glace panostaa jatkuvasti kuluttajaa kiinnostaviin uutuuksiin. Johtavia tuotemerkkejämme ovat : Magnum, Viennetta, Solero, Carte d'Or ja Spirello.

Lever

Lever on pesu- ja puhdistusainealan johtava yritys. Sen toiminnan kulmakivet ovat vankka kuluttajan tuntemus, jatkuva tuotekehitys, todellisten innovaatioiden tuottaminen sekä ammattitaitoinen henkilökunta. Leverin tavoitteena on näiden avulla tuottaa lisäarvoa kilpailukyvyyn parantamiseksi.

Lever Euroopan ympäristöstrategia on perusta kaikelle toiminnallemme. Tavoitteenamme on kaikissa olosuhteissa valmistaa ja edelleen kehittää vähemmän ympäristöä rasittavia tuotteita elinkaariajattelun mukaisesti.

Vahvat merkkituotteet ovat tyypillisintä Leverille. OMO on ollut Suomen suosituin pesujauhe jo yli 30 vuotta – ja johtaa kehitystä pesujauhemarkkinoilla edelleen. Merkittävin osa pesu- ja puhdistusaineista hankitaan EU-maiden sisäryityksistä ja osa valmistetaan DiverseyLeverin Turun tehtaalla.

Leverin Suomen johtaja on Jarmo Seppälä.

Pesu- ja puhdistusaineiden kokonaismarkkinat kasvoivat päivittäistavara-tuotteiden arvossa laskettuna hieman yli kaksi prosenttia vuonna 1997. Voimakaimmin tuoteryhmistä kasvoivat tekstiilien pesuaineet ja huuhteluaineet. Tuoteryhmien kuluttajahinnoissa ei vuoden aikana tapahtunut merkittäviä nousuja tai laskuja.

Leverin kasvu eri tuoteryhmissä oli kokonaismarkkinoita suurempi ja saavutti sille asetetut liikevaihtotavoitteet. Suurimpana edesauttajana hyvään suoritukseen oli keskittyminen päätuoteryhmiin, joissa osuutemme on parhaimmillaan.

Kustannusten tiukka kurissapitäminen ja entistä tehokkaammat toimintaprosessit mahdollistivat myös tulostavoitteiden saavuttamisen.

Vuoden tärkeimpiin saavutuksiin voidaan lukea hyvä menestyminen pesuaine-tuoteryhmässä. Pystyimme vuoden aikana nostamaan markkinaosuutta OMO:n ja BIO LUVILin avulla huolimatta siitä, että markkinoille lanseerattiin isolla mainospanoksella uusia tuotteita.

Kuluttajapalvelu OMO-info lanseerattiin vuoden aikana, ja se sai huomattavaa kiitosta heti alusta alkaen erilaisesta kuluttajalähestymisestä pyykinpesun alueella.

Huuhteluainetuoteryhmässä COMFORT säilytti edelleen selvän ykkösaseman kiristyneestä kilpailusta huolimatta.

Puhdistusaineissa ANDY, VIM sekä DOMESTOS säilyttivät ja jopa vahvistivat asemiaan uutuuksien avulla, jotka otettiin hyvin vastaan markkinoilla. Koneastian-

pesuaine SUN säilytti johtavan aseman markkinoilla.

ECR (Efficient Consumer Response) toimintamallin kehitystyö jatkui useammalla rintamalla ja useita tuoteryhmiä/tavaryhmiä -hallinta yhteistyöprojekteja käynnistettiin yhdessä kaupan kanssa. Toimintamallin peruseriaatteenahan on saattaa tuotteet kuluttajan saataville nopeammin ja pienemmällä kustannuksella. Yhteistyön tuloksia on jo nyt nähtävissä varsinkin tavara-toimitusten tehostumisena.

Lever on ollut mukana kehittämässä pyykinpesuaineiden elinkaariajattelun perustuvaa eurooppalaista ympäristöohjelmaa sekä kuluttajille suunnattua, pakkauksiin laitettavaa info-ruutua jonka avulla jokainen voi omalta osaltaan vaikuttaa ympäristökuormitukseen pyykkiä pestessään. Malli on tarkoitus lanseerata vuoden 1998 aikana.

Vuoden 1998 näkymät

Vuodelle 1998 on nähtävissä lisääntyvä tuotteiden tarjonta lähes kaikkiin tuoteryhmiin ja sitä kautta kilpailun kiristymisen. Se merkitsee sitä, että vahva merkkitavaraosaaminen, voimakas mainonta, tuote-innovaatiot sekä kuluttajan entistä parempi tunteminen ovat menestymisen kulmakivet tänä vuonna. Kuluttajaprofiilien avulla kohdennettu markkinointi yhdessä kaupan kanta-asiakaskorttien kanssa tulee olemaan näkyvässä roolissa. Koulutuksen painopistealue tänä vuonna tulee olemaan oman henkilökunnan laatu- ja koulutuksessa.

Lever

	1995	1996	1997
milj. mk			
Liikevaihto			
Yhteensä	188,6	190,3	201,7
Henkilöstö*	86	64	63
* Leverin ja Elida Fabergén henkilöstö			





Puhdistusaineissa ANDY, VIM sekä DOMESTOS säilyttivät ja jopa vahvistivat asemiaan uutuuksien avulla. Kuluttajapalvelu OMO-info lanseerattiin vuoden aikana ja se sai huomattavaa kiitosta heti alusta alkaen.

Elida Fabergé

Elida Fabergé valmistaa ja markkinoi korkealaatuisia tuotteita nykyaikaiselle, itseään hoitavalle ihmiselle suuhygieniaan, henkilökohtaiseen puhtauteen sekä ihon- ja hiustenhoitoon.

Pepsodent hammastahnoilla ja Rexona deodoranteilla sekä suihkusaippuoilla on johtava asema markkinoilla. Myös AXE-sarja on miesten päivittäiskosmetiikan johtava tuote.

Organics-hiustenhoitotuotteet ovat nopeasti saavuttaneet kuluttajien suosion ja vahvistaneet asemansa tuotelueensa kärkipäähän.

Pepsodent merkitsee jo perinteisesti luotettavaa suuhygieniaa suomalaisille.

Fluorihammastahnan rinnalle on kehitetty uusia tuotteita, joista viime vuonna lanseerattu luonnollisen valkoinen hammastahna on jo saavuttanut vankan aseman markkinoilla.

Myös Rexona deodorantit ja suihkusaippuat kehittyvät jatkuvasti kuluttajien ja ajan tarpeiden mukaisesti.

Elida Fabergén Suomen johtaja on Jarmo Seppälä.

Päivittäiskosmetiikan ja hygienia-
valmisteiden kokonaismarkkinoiden kasvu oli 8,5 %. Kasvu veti ylöspäin erityisesti hiusvärivalmisteet. Edustamiemme tuoteryhmien kokonaismarkkinakasvu jäi noin 4 %:iin.

Voimakkaimmin tuoteryhmistä kasvoivat suihkusaippuat, roll on -deodorantit ja hammastahnat. Kuluttajahintataso säilyi jokseenkin edellisen vuoden tasolla.

Alan luonteesta johtuen markkinoille pyrki paljon uusia tuotteita ja tuoteuudistuksia. Kilpailu kuluttajan ostosuskollisuudesta on kova. Elida Fabergén kasvu oli edustamiensa tuoteryhmien kasvua suurempi. Elida Fabergé saavutti asetetut liikevaihtotavoitteensa sekä säilytti hyvin markkina-asemansa.

Johtavana suuhygienian tuotteena PEPSODENT vahvisti asemansa erityisesti hammasharjoissa, joissa se saavutti ykkösaseman markkinoilla loppuvuodesta. Myös Luonnollisen valkoinen -hammastahnan lanseeraus onnistui ja se nosti Pepsodentin kokonaisuutta hammastahnoissa.

Todellinen menestyskulku jatkui REXONA big ball -deodoranttien myötä ja sen avulla tuoteryhmän kasvu oli erittäin hyvä. AXE -miestensarja valloitti sekä menestyksellään että huomiota herättäneellä erilaisella mainonnallaan ja vahvisti selkeästi asemansa ykkösmerkkinä.

ORGANICS hiustuotteet uudelleenlanseerattiin kesän aikana, jolloin tuote nousi markkinoilla kärjen tuntumaan ja on säilyttänyt sen jälkeen asemansa. Useamman merkin strategialla saippuavalmisteissa REXONA, DOVE, LUX ja SUNLIGHT ylläpitävät Elida Fabergén vahvaa asemaa koko saippuamarkkinoista.

Tuoteryhmähallinta työskentelyssä yhdessä kaupan kanssa on päästy hyvään alkuun muutamassa tuoteryhmässä. Tuoteryhmähallinta on näissä monisäikeisissä ryhmässä avain tulevaisuudessa onnistumiselle. Logistiikan alueella kehitettiin yhteistyötä kaupan kanssa ja toiminta on tehostunut entisestään.

Vuoden 1998 näkymät

Uusia tuotteita, uusia jakelukanavia, uutta mainontaa ja uusia markkinointikeinoja. Siinä on tälle vuodelle kova haaste. Selviytyminen vaatii uusia luovia rohkeita ideoita ja voimakasta panostamista.

Tarvitaan merkkiuskollisuutta, joka on mahdollista saavuttaa kuluttajakäyttämisen tunnistamisella ja toimenpiteiden oikealla kohdentamisella sekä hyvällä mainonnalla.

Motivoitunut henkilökunta, joka tuottaa lisäarvoa kaupalle, on kilpailuetu, johon tullaan panostamaan tänä vuonna.

Elida Fabergé

milj. mk	1995	1996	1997
Liikevaihto			
Yhteensä	129,7	127,8	135,5
Josta Personal Wash*	16,9	16,4	16,0

* Personal Wash -tuotteiden siirto - 97 Leveriltä Elida Fabergéle



ELIDA FABERGÉ



Voimakkaimmin tuoteryhmistä kasvoivat suihkusaippuat, roll on deodorantit ja hammastahnat.

DiverseyLever

DiverseyLever on Suomen suurin pesulatuotteiden ja johtava suurkeittiöiden astianpesu- ja yleispuhdistusaineiden markkinoija. Kolmas suuri toimiala on siivoussektori, joka markkinoi Taskisiivouskoneita ja -puhdistusaineita virastoille, laitoksille, siivousalan yrityksille ja teollisuudelle. Elintarviketeollisuudessa DiverseyLever palvelee erityisesti liha- ja valmisruokateollisuutta sekä meijereitä. DiverseyLever tarjoaa myös laajan valikoiman tuotteita henkilökohtaisen hygienian hoitoon.

Liikeideamme on tarjota asiakastarpeisiin sopeutettuja, käyttö- ja ympäristöturvallisia hygieniäjärjestelmiä ja tuotteita, jotka auttavat asiakkaitamme säästämään työssään aikaa ja kustannuksia. Kokonaisvaltainen järjestelmämyyntimme sisältää pesuaineet, annostelujärjestelmät, teknisen asiakaspalvelun ja koulutuksen.

DiverseyLeverin tuotteet valmistetaan pääosin kotimaassa, Turun nykyaikaisessa tuotantolaitoksessa, joka palvelee myös Ruotsin DiverseyLeverin ja osittain Norjan tarpeita.

DiverseyLeverin toimitusjohtaja on Gösta Rappe, joka on myös Ruotsin DiverseyLever Ab:n toimitusjohtaja. Hänen sijaintipaikkansa on Ruotsi.

Vuosi 1997 oli erittäin menestyksellinen. Se oli DiverseyLeverin historian ensimmäinen kokonainen toimintavuosi uudella nimellä. Nopeat toimenpiteet kahden eri yrityskulttuurin yhteensulauttamiseksi, tuoteharmonisointi ja synergiasäästöjen saavuttaminen johtivat sekä budjetoitua suurempaan myyntiin että vielä selkeämpään tulospäätökseen.

Kuten odotettiin, otti yhdistynyt Suomen DiverseyLever myös selvän markkinajohtajuuden ja pystyi vuoden aikana osuut-taan edelleen kasvattamaan.

Suurkeittiö- ja siivousryhmälle vuosi 1997 oli täynnä haasteita. DiverseyLeveriä edeltäneet yritykset, Diversey ja Leverindus, olivat molemmat olleet erittäin vahvoja suurkeittiöissä mutta eri strategioin. Pystyimme uudella yhtenäistetyllä toimintatavalla säilyttämään valtaosan suurkeittiöasiakkaitamme sekä saamaan myös uusia asiakkaita samalla kun pieni osa vanhoista asiakkaista menetettiin, osa tosin vain väliaikaisesti. Ryhmä kuitenkin ylitti tulostavoitteen, mikä kertoo toimien onnistumisesta.

Siivouspuolella saavutimme voimakasta kasvua myynnissämme palveluliikkeille. Uusi jälleenmyyjäverkosto keskisuuria ja pieniä asiakkaita varten otettiin loppuvuodesta käyttöön.

Elintarviketeollisuusryhmän myynti kasvoi merkittävästi ja yli odotusten vuonna 1997. Varsinkin juomateollisuudessa onnistuimme erinomaisesti, mutta myös myyntimme liha- ja valmisruokateollisuudelle sekä meijeriteollisuudelle kasvoi.

Pesularyhmä ylläpiti kiistattoman markkinajohtajan asemansa ja saavutti myös

tulostavoitteen. Pitkäjänteistä tuote- ja järjestelmäkehitystä jatkettiin menestyksellisesti.

Baltian ja Pietarin alue erotettiin Suomen myyntivastuualueesta omaksi yksiköksi Euroopan DiverseyLeverin sisällä. Turun tehdas toimii suurimpana tavarantoimittajana alueelle.

DiverseyLever rationalisoi toimintojaan Pohjoismaissa siirtämällä kaikki aiemmin Tanskasta (Suomi/Ruotsi alueelle) tulleet tuotteet Turun tehtaallemme valmistettaviksi. Toimenpide nosti tehtaan tuotantoa ja edesauttaa tuoteharmonisointiprojektia, joka 1997 onnistui vähentämään tuotelukumäärää n.30% ja tavoite uudelle vuodelle on lähes saman suuruinen.

Ympäristömerkittyjen tuotteiden myyntiä on pystytty kasvattamaan ja se ylittää muutamissa tuoteryhmissä jopa 50% kokonaisympäristömerkitysten. Asiakasyhteistyön, erityisesti ympäristöasioissa, merkitys on kasvamassa ja sitä on laajennettu vuoden aikana.

Vuoden 1998 näkymät

Suomen kansantalouden myönteisistä näkymistä johtuen kokonaismarkkinoiden odotetaan kasvavan hieman.

Asiakaskunnan koko hygieniatarpeen hyödyntäminen, cross selling, sekä jälleenmyyjäverkon edelleen kehittäminen tulevat yhdessä uusien merkittävien tuotelanseerusten kanssa voimistamaan DiverseyLeverin kokonaispanosta laitosmarkkinoista.

DiverseyLever tulee maailmanlaajuisesti ja näkyvästi koulutuksen avulla panostamaan työntekijöidensä turvallisuuteen päämääränään nolla tapaturmaa.

DiverseyLever

milj. mk	1995	1996	1997
Liikevaihto			
Kotimaa	104,8	133,3	137,8
Vienti	60,5	64,2	72,0
Yhteensä	165,3	197,5	209,8
Henkilöstö	182	182	204

Diversey Oy:n liikevaihto 1.4.96 - 31.12.96 sisältyy vuoden 1996 liikevaihtoon.



DiverseyLever



Levertex -pyyhe on tarkoitettu tiloihin, joissa vettä ei ole saatavilla.



DiverseyLeverin uudeksi sponsorikohteeksi julkistettiin vuoden 1998 alussa suomalaisen formulakuskin Mika Salonenin Arrows -talli.



Tuotteet

VAN DEN BERGH FOODS

Vähittäiskauppayksikkö

Margariinit

Flora
Becel
Kevyt Linja
Kultarypsi
Milda

Kiinteät elintarvikerasvat

Kokki
Kookosrasva

Ruokaöljyt

Kultarypsi
Dante

Juustotuotteet

Crème Bonjour
Kevyt Linja

Jälkiruokatuotteet

Crème Vanilla

Kasvirasvasekoitteet

RuokaCrème
RanskanCrème

Majoneesit

Becel

Sinapit

Turun Sinappi
Turun Linnan Sinappi

Sillit

Ahti

Pata-, keitto- ja kastikeaineokset

Blå Band
Jalostaja

Fondit

Touch of Taste

Kastikkeet

Chicken Tonight
Raguletto

Teet ja yrteet

Lipton
Lipton Sun Tea

Suurkuluttajayksikkö

Leipo-leivontatuotteet

Leipo-margariinit ja -rasvat

Leipo-hillot, marmeladit ja marjatäytteet
Leipo-kuorrutteen ja -suklaa
Leipo-vanilliinikreemi
Leipo-täytteet
Leipo-kahvileipäseokset
Leipo-leipäseokset
Leipo-leivänparanteet
Vipsi-rasvasekoite
Bake Off - ja Bonjour-pakasteleivonnaiset
Vispi hyödykejauheet

IsoMitta-suurkeittiötuotteet

Suurkeittiö-margariinit

Flora
Becel
Kultanauha
à la Carte

Ruokaöljyt ja rasvat

Kultarypsi
Calvé
à la Carte

Keitto- ja kastikeaineokset

IsoMitta

Fondit

Bong

Ravintolakastikkeet

Garde d'Or

Salaatti- ja maustekastikkeet

IsoMitta (Calvé)

Pastakastikkeet

Raguletto

Liemiaineokset

Blå Band

Majoneesit

Becel
IsoMitta (Calvé)

Sinapit

Turun Sinappi

Meijerituotteet

KeittiöCrème
VispiCrème
RanskanCrème

JuustoCrème
Crème Bonjour
Soft Crème Bonjour

Jälkiruoka-aineokset

IsoMitta
Crème Vanilla
Crème Choco

Teet

Lipton

Pata-aineokset

Jalostaja

Pakasteleivonnaiset

Bonjour

GB GLACE

Kakut

Viennetta

Puikot

Magnum
Solero
Mr Long
Red Dream

Mehujäät

Spirello
Cool Bits
Mr Long

Tuutit

Magnum
Daim
Cornetto

Kotipakkaukset

Carte d'Or
Texas Pecan
Daim

Monipakkaukset

Kiviset ja Soraset
Magnum
Solero

LEVER

Tiivistepesujauheet

Omo
Omo Color
Omo Sensitive
Bio Luvil
Surf

Nestemäiset pesuainetiivisteet

Omo
Omo Color
Bio Luvil

Perinteiset pesujauheet

Bio Luvil
Coral

Tekstiilien huuhteluaineet

Comfort

Puhdistusaineet

Andy
VimCream
Vim Lasipinnat
Vim Kylpyhuone Special
Vim Micro
Vim Keittiö
Domestos, nestemäinen
Domestos WC-raikastajat

Pesuaineet koneelliseen astianpesuun

Sun Micro
Sun-jauhe
Sun-neste
Sun-huuhtelukirkaste
Sun astianpesukoneen puhdistusaine

Nestemäinen astianpesuaine

Sunlight

LV-sarja

Pyykinpesujauhe
Huuhteluaine
Astianpesuaine

UNIPATH

Persona ehkäisymenetelmä
Clearblue raskaustesti
Clearplan ovulaatiotesti

ELIDA FABERGÉ

Suuhygieniat

Pepsodent-hammastahnat
Pepsodent-hammasharjat
Pepsodent-suuveedet

Deodorantit ja antiperspirantit

Rexona spray
Rexona roll-on
Rexona Big Ball
Rexona stick

Miestensarja

Axe-deodorantit
Axe-partavedet
Axe-suihkusaippuat

Ponds-vartalovoiteet

Hydro Active Body Lotion
Deep Nourishing Body Lotion
Hydro Active Body Cream
Deep Nourishing Body Cream

Hiussävytteet

Melody Kevytsävyte

Huulivoiteet

Klöver
Lipsil

Käsivoiteet

Hand & Nail Lotion

Organics-hiustenhoitosarja

- *Shampoot*
Normaaleille hiuksille
Kuiville ja käsitellyille hiuksille
Rasvoituville hiuksille
Sensitive
2 in 1 kaikille hiustyypeille
2 in 1 hilsettä vastaan

- *Hoitoaineet*
Normaaleille hiuksille
Kuiville ja käsitellyille hiuksille
Sensitive
Tehohoito

LV-sarja

Palasaippua
Nestesaippua
Shampoo
Hoitoaine
Roll-on deodorantti
Kosteusvoide
Perusvoide
Suihkusaippua
Palasaippua
Nestesaippua

Palasaippuat

Lux
Rexona
Dove
Sunlight

Suihkusaippuat

Rexona
Dove

Nestesaippuat

Dove

DIVERSEYLEVER

Henkilökohtainen hygienia

Club
Dove
Fortenol
Leverfresh
Leverline
Levermild
Levermed sept
Levertex
LeverSelect
Lux
LV
Sumabless
Sumanol
Sunlight
Organics

Lattianhoito ja yleispuhdistus

Taski-siivousaineet
Taski-siivouskoneet
Siivousvälineet
Laitos Andy
Laitos Domestos

Keittiöhygienia

Sumapilot-suurkeittiöhygieniaohjelma
Sumatic-annostelulaitteet
L-sarja Sumazon konepesuaineita
D-sarja keittiöhygieniatuotteita
K-sarja liotusaineita
Sun Professional
Sunlight Professional
LV-astianpesuaine

Elintarviketeollisuushygienia

Liha- ja valmisruokateollisuustuotteet
Meijeriteollisuustuotteet
Juomateollisuustuotteet
Maatilahygieniatuotteet
Automaattiset annostelujärjestelmät
Matalapainepesulaitteisto

Tekstiilien pesu

Clax-nesteet ja -jauheet
Clax-annostelujärjestelmät
Bio-Luvil Professional
Comfort
LV-Micro
LV-huuhteluaine
Omo Micro Professional

Yhteystiedot

Suomen Unilever Oy

Pääkonttori
Lönnotinkatu 20
00120 Helsinki
PL 254, 00101 Helsinki
puh: (09) 7590 6300
fax: (09) 693 3003

Van den Bergh Foods

Pääkonttori
Lönnotinkatu 20
00120 Helsinki
PL 254, 00101 Helsinki
puh: (09) 75 9061
fax: (09) 693 3003

Van den Bergh Foods

Vähittäistuoteyksikkö
Markkinointi- ja myyntiosasto
Lönnotinkatu 20
00120 Helsinki
PL 254, 00101 Helsinki
puh: (09) 75 9061
fax: (09) 759 06475

Van den Bergh Foods

Suurkuluttajaosasto
Hitsaajankatu 4
00810 Helsinki
PL 68, 00811 Helsinki
puh: (09) 75 9061
fax: (09) 759 06418

GB Glace

Lönnotinkatu 20
00120 Helsinki
PL 254, 00101 Helsinki
puh: (09) 7590 6310
fax: (09) 7590 6337

Lever

Lönnotinkatu 20
00120 Helsinki
PL 560, 00101 Helsinki
puh: (09) 759 0638
fax: (09) 6859 0600

Elida Fabergé

Lönnotinkatu 20
00120 Helsinki
PL 560, 00101 Helsinki
puh: (09) 759 0638
fax: (09) 6859 0600

Unipath

Lönnotinkatu 20
00120 Helsinki
puh: (09) 759 06665
fax: (09) 685 1036

DiverseyLever

Myyntikonttori
Hitsaajankatu 4 A
00810 Helsinki
puh: (09) 759 0650
fax: (09) 78 1238

DiverseyLever

Markkinointi
ja teknokemian tehdas
Rautatienkatu 9-11
20200 Turku
PL 311, 20101 Turku
puh: (02) 269 7222
fax: (02) 230 6726