

RAPALA: STRATEGIAPÄIVITYS – FOKUS KALASTUKSEN ORGAANISESSA KASVUSSA, PÄÄOMAN TUOTON PARANTAMISESSA JA VAHVAN ALUSTAN LUOMISESSA TULEVAISUUDEN KASVULLE. YT-NEUVOTTELUT KÄYNNISTYVÄT SUOMESSA.

Rapala VMC Oyj ("konserni") johdossa viime vuoden kolmannella vuosineljänneksellä tapahtuneiden muutosten jälkeen konserni käynnisti prosessin strategiansa päivittämiseksi.

Konsernin myynnin ja kannattavuuden kehitys on viime aikoina ollut epätydyttävää ja alle odotusten. Konsernin käyttöpääomasot ovat pysyneet korkeina heikentäen konsernin taseasemaa.

Konsernin strategiapäivityksen keskeinen tavoite on viimeaikaisen taloudellisen kehityksen kääntäminen. Osana strategiapäivitystään konserni on myös huomionnut tarpeen reagoida liiketoimintaympäristössä tapahtuviin muutoksiin. Tarkastelun kohteena ovat olleet muun muassa digitalisaatio, kuluttajien muuttuva ostokäyttäytyminen, erikoistuneemmat ja nopeammin muuttuvat kalastustrendit sekä muutokset kilpailija- ja vähittäiskaupan kentässä sekä arvoketjuissa.

Lähiajan keskeiset strategiset painopisteet

Rakentaakseen vahvan taloudellisen ja operatiivisen perustan pitkän aikavälin kasvulle, konsernin päähuomio tulee seuraavan kolmen vuoden aikana olemaan seuraavissa asioissa:

- Orgaanisten kasvumahdollisuuksien hyödyntäminen kalastusliiketoiminnassa
- Määrätietoiset toimenpiteet kannattavuuden parantamiseksi
- Taseen keventäminen
- Operatiivisen toiminnan kehittäminen

Konsernin tulevaisuuden strategia ja menestys tulee perustumaan seuraaviin konsernin olemassa oleviin omaisuuseriin ja vahvuuksiin:

- Brändiportfolio
- Oma valmistustoiminta ja vakiintuneet hankintakanavat
- Tutkimus- ja tuotekehitysoosaaminen
- Laaja jakeluverkosto ja vahva paikallinen läsnäolo ympäri maailman, mikä tukee konsernin omien tuotteiden ja valittujen synergisten kolmannen osapuolen tuotteiden myyntiä

Seuraavat toimenpiteet ja periaatteet tulevat olemaan keskeisessä asemassa konsernin strategian toteuttamisessa:

Orgaaninen kasvu kalastusliiketoiminnassa

- Syvällinen markkina- ja asiakaslähtöisyys
- Konsernin maailmanlaajuisen innovaatiovoiman hyödyntäminen ja vahvistaminen
- Kasvutoimenpiteiden kohdistaminen, massamarkkinatuotteiden lisäksi, sellaisiin erityisiin tuotekategorioihin ja nicheihin, joissa konsernilla on selkeää kasvupotentiaalia ja mahdollisuus hyödyntää olemassa olevaa tuotekehitys-, valmistus-, hankinta-, myynti-, brändäys-, markkinointi- ja jakeluosaamistaan.
- Konsernin brändien vahvistaminen ja hyödyntäminen modernin markkinoinnin ja brändinhallinnan keinoin. Brändikokemuksen vahvistaminen ja loppukuluttajien palveleminen erityisesti digitaalisten kanavien kautta.
- Varmistaa asema arvostettuna toimittajana vähittäiskaupoille tarjoamalla markkinoihin sopiva, innovatiivinen ja kilpailukykyinen tuotevalikoima sekä erinomainen asiakaspalvelu.
- Olemassa olevan jakeluinfrastruktuurin hyödyntäminen ja kehittäminen jakelemalla myös synergisiä kolmannen osapuolen kalastustuotteita ja muita tuotteita lisäarvoa tuottavalla tavalla: tukemalla konsernin omien tuotteiden myyntiä, parantamalla konsernin kannattavuutta sekä tarjoamalla lisäarvoa päämiehille.

Pääomatehokkuuden parantaminen: Tuloksen parantaminen sekä taseen keventäminen

- Tuoteportfolion tarkka hallinta kokonais kannattavuuden parantamiseksi.
- Liiketoimintojen ja yksiköiden pääomantuoton varmistaminen ja määrätietoiset toimenpiteet tuoton parantamiseksi.
- Tiukka kulu- ja pääomakontrolli ja resurssien allokointi strategisesti tärkeille alueille sekä toimenpiteet kustannustehokkuuden parantamiseksi.
- Konsernin toimitusketjun kehittäminen joustavammaksi keskittyen tuotevirtojen optimointiin läpi koko konsernin ja näin saavuttamaan pysyvä varaston aleneminen sekä tarjoamaan erinomainen asiakaspalvelu.

Operatiivisen toiminnan kehittäminen

- Konsernin kokonaistuloksen optimoimiseen ja skaalaetujen saavuttamiseen pyrkivä integroitu toimintamalli.
- Liiketoiminnan kaikkien osa-alueiden nopeuden, ketteryyden, joustavuuden ja tehokkuuden parantaminen.
- Systemaattisten johtamisprosessien implementointi sekä investoinnit yhteisiin työkaluihin, prosesseihin ja resursseihin mahdollistamaan ja tukemaan strategian toteuttamista.

- Vahvan paikallisen läsnäolon, kaupallisen yrittäjähengen sekä paikallisten kalastusvälinemarkkinoiden syvällisen ymmärryksen hyödyntäminen konsernin strategisten prioriteettien toteuttamisessa ympäri maailman.

Konsernin keskipitkän- ja pitkän aikavälin tavoitteena on palata nopeammalle kasvu-uralle ja aktiivisesti etsiä synergisiä kasvumahdollisuuksia myös kalastusvälineliiketoiminnan ulkopuolelta.

Konserni tulee järjestämään pääomamarkkinapäivän vuoden 2017 aikana antaakseen lisätietoja päivitetystä strategiasta ja sen toteutuksesta.

Yhteistoimintaneuvottelut käynnistyvät Suomessa toiminnan tehostamiseksi

Yhtiön strategiapäivityksen mukaisesti konsernin yksi keskeisin lähiajan tavoite on konsernin kannattavuuden, pääomankäytön ja toiminnallisen tehokkuuden parantaminen.

Rapala VMC Oyj:n hallituksen 15.2.2017 tekemien päätösten mukaisesti Rapala-konserni käynnistää yhteistoimintaneuvottelut, jotka koskevat noin 150 henkilöä Rapala VMC Oyj:n ja Marttiini Oy:n yhteenlasketusta noin 200 työsuhteesta Suomessa. Neuvottelujen tavoitteena on löytää ratkaisut, joilla Rapala VMC Oyj:n ja Marttiini Oy:n henkilöstön määrä vastaisi nykyistä liiketoiminnan laajuutta ja kannattavuutta. Toimenpiteiden arvioidaan johtavan yhteensä noin 55–63 työntekijän vähennykseen Rapala VMC Oyj:ssä ja Marttiini Oy:ssä Suomessa sisältäen irtisanomisia ja eläkejärjestelyitä. Määräaikaisia työsuhteita ei tulla jatkamaan eivätkä ne ole mukana ilmoitetuissa vähennysmäärissä.

Edellä esitetyn mukaisesti Rapalan uistintehtaalla Vääksyssä aloitetaan YT-neuvottelut uistintehtaan tuotannon joidenkin osien siirtämisestä konsernin Sortavalan sekä Pärnun tehtaalle. Tämä tarkoittaa Vääksyn tuotannon osalta arviolta 41–45 työntekijän vähennystarvetta. Suunnitelmien tavoitteena on tehostaa tuotantoa, saada tuotannon läpimenoaika nykyistä lyhemmäksi, pienentää varastopääomaa sekä saavuttaa kustannussäästöjä. Tuotannon mahdollinen siirto ja konsernin laskenut kannattavuus aiheuttavat sekä Vääksyn tehtaalla että Helsingin pääkonttorilla toimihenkilöiden töiden uudelleenjärjestelyjä, jotka ovat YT-neuvotteluiden piirissä. Näihin liittyvä vähennystarve on arviolta 4–8 työntekijää.

Marttiini Oy:n puukkotehtaalla Rovaniemellä aloitetaan YT-neuvottelut koskien päällekkäisiä tuotannon toimintoja Rovaniemen ja Pärnun tehtaissa mm. kokoonpanon, lähettämön ja pakkaamisen osalta. Tämä suunnitelmassa oleva tuotannon uudelleenjärjestely aiheuttaisi korkeintaan noin 10 työntekijän vähennystarpeen Rovaniemen tehtaalla. Uudelleenjärjestelemällä näitä toimintoja Marttiini Oy voisi saavuttaa kustannussäästöjä sekä tehostaa tuotantoprosessiaan ja parantaa kannattavuuttaan.

Edellä mainittuihin YT-neuvotteluihin liittyvät mahdolliset henkilöstövähennykset toteutuvat kevästä 2017 alkaen. Tavoitteena ovat noin 1,5 MEUR vuosittaiset säästöt,

jotka toteutuisivat vuoden 2018 aikana. Mahdollisiin henkilövähennyksiin liittyvät kertaluonteiset kulut, jotka kirjataan vuodelle 2017, tarkentuvat neuvottelujen päätyttyä. Helsingissä, 16.2.2017

RAPALA VMC OYJ

JussiRistimäki
Toimitusjohtaja

Lisätietoja antavat:

Rapala-konserni:

Jussi Ristimäki, toimitusjohtaja, p. 040 700 1344
Olli Aho, sijoittajasuhteet, p. 09 7562 540

Rapalan tehdas:

Arto Nygren, Executive Vice President, Uistinvalmistus, p. 040 5058 998

Marttiin tehdas:

Päivi Ohvo, toimitusjohtaja, p. 040 3110 610

Jakelu: Nasdaq Helsinki ja keskeiset tiedotusvälineet

Rapala VMC Oyj ("konserni") on maailman johtava uistimien, kolmihaarakoukkujen, kalastajan tarvikkeiden ja fileointiveitsien valmistaja ja myyjä. Rapala-konsernilla on myös vahva maailmanlaajuinen markkina-asema muissa urheilukalastuksen tuotekategorioissa ja se on yksi Pohjoismaiden johtavista ulkoilu-, metsästys- ja talviurheilutuotteiden jakelijoista. Konsernin jakeluyhtiöverkosto on alan kattavin. Konsernin päätuotantolaitokset sijaitsevat Suomessa, Ranskassa, Virossa, Venäjällä, Indonesiassa ja Englannissa. Konsernin brändiportfolioon kuuluu alan johtava brändi, Rapala, ja muita maailmanlaajuisesti tunnettuja brändejä kuten VMC, Suffix, Storm, Blue Fox, Luhr Jensen, Williamson, Dynamite Baits, Mora Ice, StrikeMaster, Marttiini ja Peltonen. Konsernin liikevaihto vuonna 2016 oli 261 miljoonaa euroa ja Rapala-konserni työllistää noin 2 800 henkilöä 40 maassa. Rapala VMC Oyj:n osakkeella on käyty kauppaa Nasdaq Helsingissä vuodesta 1998.