

Fiskars Oyj Abp Pörssitiedote 11.12.2013 klo 10.30

Fiskars perustaa Aasian ja Tyynenmeren myyntialueen

Fiskars vahvistaa Aasian ja Tyynenmeren alueen myyntiorganisaatiotaan vauhdittaakseen liiketoiminnan kasvua. Uusi myyntialue "Aasia ja Tyynimeri" ottaa 1.1.2014 alkaen vastuun Fiskarsin brändivalikoiman myynnistä alueen nopeasti kasvavilla markkinoilla, joilla on yhä suurempi strateginen merkitys. Fiskars näkee alueella useita kasvumahdollisuuksia premium-brändeilleen.

"Aasia on kodintuotteiden nopeimmin kasvava markkina, ja litalan ja Royal Copenhagenin menestys osoittaa, että alueen yhtä lailla nopeasti kasvavassa premium-segmentissä on vahva kysyntä pohjoismaiselle muotoilulle. Aasia on toimivan erityiskaupan jakelukanavansa ansiosta houkutteleva markkina-alue myös ulkoilutuotteillemme. Näillä nopeasti muuttuvilla markkinoilla on tärkeää pystyä toimimaan joustavasti ja mukautumaan paikallisiin tarpeisiin, minkä vahva paikallinen organisaatio tekee meille mahdolliseksi. Odotamme alun investointivaiheen jälkeen Aasiasta merkittävää kasvua", sanoo **Kari Kauniskangas**, Fiskarsin toimitusjohtaja.

Aasian ja Tyynenmeren myyntialue muodostuu Fiskarsin myyntiyksiköistä Australiassa, Kiinassa, Japanissa, Etelä-Koreassa ja Taiwanissa. Myyntialue on lisäksi vastuussa jakelijapohjaisesta liiketoiminnasta kyseisillä markkinoilla. Myyntialueen johtajaksi ja konsernin laajennetun johtoryhmän jäseneksi on nimitetty **Matteo Gaeta**, MBA, jonka asemapaikka tulee olemaan Shanghai. Matteo Gaetalla on vahva kokemus brändätyjen kuluttajatuotteiden myynnistä ja markkinoinnista Aasiassa, viimeksi Safilo Far East -yhtiön operatiivisena johtajana ja Aasia-liiketoimintayksikön johtajana Hong Kongissa.

Aasian ja Tyynenmeren myyntialueen perustamisen myötä Fiskarsin EMEA-segmentin nimi muuttuu muotoon "Eurooppa ja Aasia-Tyynimeri", ja se muodostuu kolmesta myyntialueesta: Pohjoinen, Keski-Eurooppa sekä Aasia ja Tyynimeri. Fiskarsilla on vuodesta 2012 lähtien ollut Euroopassa matriisiorganisaatio, jossa vahvat myyntialueet ovat vastuussa koko valikoiman myynnistä markkinoillaan ja liiketoiminta-alueet vastaavat houkuttelevan tuote- ja kategoriavalikoiman luomisesta ja kehittämisestä. Myyntialue Pohjoinen käsittää Pohjoismaat ja Venäjän sekä Fiskarsin vientitoiminnot. Myyntialue Keski-Eurooppa vastaa keskeisten Keski-Euroopan markkinoiden myynnistä ja hallinnoinnista.

FISKARS OYJ ABP

Kari Kauniskangas
Toimitusjohtaja

Lisätietoja:

Strategiajohtaja Max Alfthan, puh. 0204 39 5262

Fiskars tarjoaa kuluttajatuotteita kotiin, puutarhaan ja ulkoiluun. Konsernin kansainväliset pääbrändit ovat Fiskars, litala ja Gerber. Vuonna 1649 perustettu Fiskars on Suomen vanhin yritys ja on listattu NASDAQ OMX Helsingissä. Vuonna 2012 Fiskarsin liikevaihto oli 748 miljoonaa euroa ja konsernin palveluksessa oli noin 4 100 henkilöä yli 20 maassa. www.fiskarsgroup.com

