

Susanne Stenfors, Gemmi Oy:

”Olemme pikku hiljaa toipumassa”

Teksti: Tapani Mäkinen

Kuvat: Lauri Olander

Korona ajoi suomalaisen turkis- ja luksustuotebrändin Gemmin ahtaalle. Henkilöstö on vieläkin lomautettuna, mutta osa on saanut jo kutsuja takaisin töihin. Merkkejä paremmasta on ilmassa.

Tapaamme Gemmin liikkeessä tuntia ennen sen avautumista. Toimitusjohtaja **Susanne Stenfors** pyytää anteeksi jatkuvasti soivaa puhelintaan. Kun henkilöstö on lomautettuna, toimitusjohtaja ottaa puhelut vastaan.

Stenfors kiittelee Suomen lomautusmahdollisuutta. Ketään ei ole tarvinnut irtisanoa, ja osa henkilökuntaa on pystytty kutsumaan töihin. Se on positiivinen uutinen, kauppa on lähtenyt taas käyntiin.

Supisuomalaisena luksustavaran valmistajana Gemmi on harvinaisuus. Turkisten nahat tulevat kotimaisilta tiloilta ja ne muuttuvat valmiiksi tuotteiksi Gemmin tehtaalla Loviisassa.

”Haluumme pitää tuotannon Suomessa ja luoda työpaikkoja sekä näyttää millaisia aitoja suomalaisia luksustuotteita niistä voi tehdä”, Stenfors korostaa.

Risteilyjen alkua odotellessa

Huomattava osa Gemmin tuotannosta myydään ulkomailla, ja kotimaassakin myydyistä turkiksista 80 prosenttia ulkomaalaisille. Kun kaikkialla maailmassa liikkumisrajoitukset ovat hankaloittaneet paikallista kaupankäyntiä, Suomessa sen päälle on tullut turismin romahdus.

”Kiinalaiset ja muut aasialaiset ovat lähinnä niitä, jotka saattavat ostaa turkin heräteostoksena. Karanteenimääräykset ovat näissä maissa niin kovat, että sieltä ei ulkomaille lähdetä, todennäköisesti ei edes ensi vuonna”, Stenfors sanoo.

Risteilyaluksia ei Helsingin satamassa ole nähty aikoihin. Ne ovat tuoneet Gemmille välillä iloisia yllätyksiä.

”Oli sellainenkin kuukausi, että meksikolaiset olivat Gemmin tuotteiden suurin ostajaryhmä. Tulee yllätyksiä, kun sopivassa laivassa matkustavista joku löytää kaupan, ja sana alkaa kiertää”, Stenfors hymyilee.

Hän uskoo matkailun kasvavan räjähdysmäisesti, kun se vihdoinkin lähtee liikkeelle, mutta se tuskin tapahtuu ensi vuonna vaan vasta 2023.

Gemmin oma liike sijaitsee Helsingin keskustassa, mutta Gemmin tuotteita on myyty hyvin myös Lapissa, mm. Napapiirillä sijaitsevassa Santa´s Luxuryssä. Näihin päiviin saakka ensi talvi näyttänyt Lapin matkailulle todella hyvältä, vaikka aasialaiset ovat varauslistoilta vielä puuttuneetkin.

Santa´s Luxuryssä on kuitenkin tehty jo takavuosina merkittävä havainto.

”Siellä on käynyt täysin selväksi, että suomalainen valmistus on ylivoimainen myyntivaltti. Ostajat kysyvät, missä tuote on tehty, ja se on ratkaisevaa ostopäätökselle. Tuotteidemme tilannetta parantaa se, että myös karva on täysin Suomesta peräisin.”

Vienti on piristymässä

Kotimaassa tapahtuneen myynnin varassa Gemmi ei sentään elä. Viennin käyntiin lähteminen on sille elintärkeää, sieltä myös niitä myönteisiä uutisia pikku hiljaa tihkuu.

”Korea alkaa vetää, ja Eurooppakin alkaa pikkuhiljaa toimia. Myös Riadissa on löytynyt uusi yhteistyökumppani, ja näkymät sinne ovat lupaavat.”

Turkistuotteet ovat edelleen erittäin haluttuja Aasiassa, Venäjällä ja arabimaissa. Kysyntää olisi myös Yhdysvalloissa, mutta myyntikanavan löytäminen ei siellä ole helppoa.

Etelä-Koreaan Gemmi myy ennen muuta parkatakkeja, joissa on sinikettuvuori. Ne ovat lämpimiä ja keveitä ja niissä on mukana luksusta. Etelä-Korea on Gemmille tärkeä ja hyvä markkina, mutta paikan päälle ei pandemian aikana ole päässyt, ja Suomesta sitä on vaikea hoitaa.

Japanissakin Gemmillä on oma, uusi maahantuojaja, mutta pandemian vuoksi yhteistyö ei ole vielä päässyt liikkeelle.

Kiinakin kiinnostaa, mutta reittien löytäminen markkinoille on osoittautunut vaikeaksi.

”Vaikka kokonaisuutena tilanne on piristynyt, niin olemme vielä paljon jäljessä tilanteesta, joka meillä oli ennen pandemiaa. Monet myönteiset asiat olivat silloin ehtineet lähteä liikkeelle. Talvi oli hyvä. Koko kotimaan markkina oli kuuma, Lapissa paljon turisteja ja lentokentällä hyvin toiminut popup -myymälä. Sokki tuli sitten 16.3. ja kaikki pysähtyi kuin seinään.”

Stenfors ei lähde arvioimaan millaiseksi turkistuotteiden kauppa pandemian jälkeen muotoutuu. Siitä hän on varma, että aivan entiseen se ei palaa.

”Myymme edelleen Saga -laatua”

Stenfors ei ole lähtenyt mukaan uuteen IFF:n Furmark -sertifiointiin, vaan hän sanoo pitäytyvänsä Saga -laadussa ja -sertifioinnissa, josta kertovat merkit löytyvät Gemmin tuotteista.

”Haluamme profiloitua suomalaisena brändinä, joka myy Suomessa valmistettuja, suomalaisia tuotteita.”

Stenfors toivoisi, että International Fur Federation IFF keskittyisi luomaan parempaa näkyvyyttä valmistajille ja turkiskauppiaille.

”Raha pitäisi käyttää siihen, että tuodaan näitä tuotteita esiin sellaisina kuin ne ovat, jotta kuluttaja ne löytää - ja kertoo myös, mistä ne löytää. Yksittäisinä toimijoina olemme niin tajuttoman pieniä suuressa maailmassa. Alaa auttaisi eteenpäin, että kuluttajat löytäisivät tuotteet ja niitä tuodaan esille sellaisina kuin ne ovat: laadukkaina ja lämpiminä vaatteina, jotka ovat hyvinkin pitkäikäisiä. Näkyvyyden saaminen lopputuotteille on se iso kysymys.”