

2009
KEVÄT · KESÄ
SPRING · SUMMER

Lilja
Daalia



MARJA AHONALA • KUVAT KARI AUVINEN



Pentikin
toimitusjohtaja
Pasi Pentikäinen
esittelee yrityksen
Helsingin
toimiston
showroomia.

Pentik

CHICAGOSSA GIA-KILPAILUSSA

Forma & Furniture

-raadin valitsema

**Pentik Oy osallistui tämän
vuoden Suomen edustajana**

kansainväliseen

Gia-kilpailuun, joka

järjestettiin maaliskuussa

2008 Chicagossa

Yhdysvalloissa.



– **OLI UPEAA** osallistua samaan kilpailuun kuin Lafayette Maison ja Gia World 2008 -palkittu Wal-Mart. Joskus on hyvä katsella omaa yritystään vähän kauempaa ja kuulla kommentteja ulkopuolisilta asiantuntijoilta ja kollegoilta. Lisäksi oli hyvin antoisaa saada paikan päällä palautetta alan kokeneilta ammattilaisilta. Tutustuimme myös kansainvälisiin liiketoimintamalleihin, jotka oli maustettu omien maidensa tyyliellä. Mielestäni ehdoton ykkönen oli kuitenkin Lafayette Maison, toteaa Pentik Oy:n toimitusjohtaja Pasi Pentikäinen, joka osallistui Gia -kilpailumatkalle yhdessä Pentikin visuaalisen markkinoinnin päällikön Salla Ahosen kanssa.

Osallistumisesta hyötyä omaan liiketoimintaan

International Housewares Associationin edustajien, useiden tuomariston jäsenten ja jopa useiden samaan kilpailuun

osallistuneiden yritysten mukaan Pentik olisi ehdottomasti kuulunut voittajien joukkoon. Hämmästyä herättikin, että kansainvälisten ammattilehtien toimittajista koostunut raati päätti toisin.

– Toki olimme pettyneitä tulokseen, sitä emme kiellä, lähdimmehan voittamaan, mutta pidimme erittäin antoisana tilaisuutta olla paikan päällä, jossa voimme vaihtaa ajatuksia ja näkemyksiä muiden maiden kollegoiden kanssa. Matkan aikana tutustuimme myös Chicagon lippulaivamyymälöihin ja Gia-kilpailun järjestävän International Housewares Associationin messuihin, mikä on Yhdysvaltojen suurin tämän alan vuosittainen messutapahtuma. Kaikista näistä saimme perspektiiviä ja tuntumaa kansainvälisiin markkinoihin, Pasi Pentikäinen summaa.

Panostamme myymälöidemme elämyksellisyyteen ja kodinomaisuuteen

– Gia-kilpailumatkan kokemukset herättivät myös ajatuksia ja keskustelua omasta konseptistamme, sekä antoivat kimmokkeen visioida Pentikin tulevaisuudennäkymiä. Totesimme muun muassa, että haluamme panostaa aiempaa voimakkaammin myymälöidemme elämyksellisyyteen, herkullisuuteen ja kodinomaisuuteen, mitkä näyttävät olevan trendeinä maailmalla menestyneissä liikkeissä, toteavat Pasi Pentikäinen ja Salla Ahonen. – Haasteellisinta ja kiinnostavinta tässä työssä on se, ettei konsepti ole koskaan täysin valmis, vaan aina tulee jotain uutta mukaan, Salla Ahonen vahvistaa.

Palvelu ja omaleimaisuus ovat pienten myymälöiden edut

-Yksi keskeisimpiä haasteita on henkilökunnan koulutuksen kehittäminen. Myymälöissämme eri puolilla Suomea sekä myös muissa maissa, joissa meillä on liikkeitä, näkyy jokaisen myymäläpäällikkömme oma kädenjälki, ja saakin näkyä. Myymälän sisustaminen on luovaa työtä, siksi emme anna täsmällisiä ohjeistuksia esimerkiksi esillepanoon. Haasteellisuutta lisäävät maamme suuri

koko sekä erilaiset alueelliset ja paikalliset kulttuurierot, jotka pitää ottaa huomioon. Nostan hattua pienille liikkeille, joiden omistaja-yrittäjät tekevät pitkää työpäivää ja menestyvät ammattitaitoisensa avulla. Ylivoimatekijöitä niissä ovat paikallisuus, palveluattisuus ja ystävällisyys sekä yrittäjien verkostoituminen, Pasi Pentikäinen selvittää.

Kansainvälistyminen

– Norjassa olemme olleet jo yli viiden vuoden ajan ja kasvu on ollut maltillista. Joulukuksi 2008 avaamme muistaakseni myymälämme Norjaan Christiansandiin. Liikkeitä meillä on myös Ruotsissa ja uusimpana Sveitsissä St. Gallenissa, jonne avasimme maaliskuussa galleriatyyppisen liikkeen, Pasi Pentikäinen sanoo.

Suomessa Pentik aloitti ketjuuntumisen 1970-luvulla, jolloin keramiikkatuotannon rinnalla oli vahvana nahka-asujen valmistus ja yksi kuuluisimpia nahka-asujemme kantajia oli Yoko Ono.

Helsingin Esplanadille avattiin nahka-asujen myymälä vuonna 1976, ker-
tooo Pasi Pentikäinen vuonna 1971 Posiolla Lappiin perustetun yrityksen historiasta. Alusta alkaen myymälän rinnalle avattiin kahvila. Nykyään paikasta on muotoutunut Pentik-mäen kulttuurikeskus.

Pentik-mallisto kasvaa

Pentik työllistää tänä päivänä lähes 350 henkilöä ja viime vuoden liikevaihto oli 31 miljoonaa euroa.

– Liikevaihdostamme 20–25 % tulee kotimaassa valmistetuista keramiikkatuotteista, joita valmistamme yli miljoonaa kappaletta vuodessa. Vuonna 2009 mallistomme kasvaa uudella keräilyväällä juhla-astiasstolla. Kotimaassa suunnitellaan ja valmistetaan kaikki Pentik-uniikkituotteet. Posiolla meillä on oma kytnttilänvalmistus, myös kaikkien kotimaisten myymälöittemme kalusteet valmistetaan Posiolla. Olemme edelleen vahvasti kotimainen yritys. Kotimaista tuotantoa täydennämme eri puolilta maailmaa hankkimillamme Pentik-tuoteryhmään sopivilla tuotteilla – tuontia on sekä Kaukoidästä että eri puolilta Eurooppaa, Pasi Pentikäinen toteaa. ●



Uutta ilmassa! Pöytä on katettu Pentkin kesä 2009 -sesonkituotteilla.

