

Metsä Groupin ”Meillä ei ole varaa” -pehmopaperikampanjalla yli 130 000 euroa nuorten mielenterveystyön tukemiseen

LEHDISTÖTIEDOTE 13.2.2024 KLO 14.15

Metsä Groupin pehmopaperiliiketoiminta kampanjoi vuoden 2023 lopussa kotimaisten pehmopapereiden puolesta ”Meillä ei ole varaa” -kampanjalla. Kampanjan tavoitteena oli tehdä näkyväksi arkisten tuotteiden valintaperusteita ja kertoa, miksi hygieniapapereissa on järkevää suosia kotimaista. Kampanjan aikana ostetuista Lambi- ja Serla-tuotteista luvattiin lahjoitus Nyyti ry:lle nuorten mielenterveystyöhön. Lahjoitussummaksi kertyi upeat 130 739,55 euroa.



Kuvassa vasemmalta: Tomas Laurinus, Johanna Kesti, Minna Savolainen, Tommi Yläkangas ja Katariina Kukkonen

”Tämän päivän opiskelijat ovat huomisen työvoimaa. Halusimme tukea opiskelijoiden mielenterveystyötä, jotta myös tulevaisuissa sukupolvissa on voimaa ja osaamista huolehtia suomalaisten hygieniasta ja huoltovarmuudesta. Valmistamme Lambi- ja Serla-tuotteemme Suomessa Mäntän tehtaallamme osaavan suomalaisen työntekijäjoukkomme voimin, ja tarvitsemme kotimaista osaamista nyt ja tulevaisuudessa.” sanoo **Katariina Kukkonen**, markkinointijohtaja, Consumer Nordics, Metsä Groupin pehmopaperiliiketoiminta.

Kampanjalla haluttiin kiinnittää huomiota arkisten valintojen vaikutuksiin ja laajentaa tietoisuutta kotimaisen tuotteen valitsemisen eduista. Vaikka pitäisi kotimaisuutta ja vastuullisuutta tärkeinä arvoina, harva kuluttaja tulee ajatelleeksi kaupan hyllyjen edessä, minkälainen on tuotteen alkuperä, mistä sen raaka-aineet tulevat, missä ja miten se on valmistettu ja kuinka pitkän matkaa sitä on kuljetettu.

Metsä Groupin pehmopaperiliiketoiminta teetti marraskuussa 2023 tutkimuksen, jonka mukaan kotimaisuus pehmopaperikategoriassa nousi yhdeksi tärkeimmistä valintakriteereistä heti laadun ja hinnan jälkeen. Pehmopapereiden valintaan vaikuttavat tekijät eivät silti välttämättä ole itsestään selviä kuluttajille.

Kukkonen jatkaa: *”Harva tuote kuuluu yhtä vahvasti osaksi arkeamme kuin vessapaperi. Tämä*

MT Comms
13.2.2024

arkinen tuote on yksi todennäköisimmistä, jonka kohtaavat aamulla ensimmäiseksi ja illalla viimeiseksi. Kotimainen tuote vahvistaa huoltovarmuutta ja työllistää paikallisesti luoden verotuloja, jotka hyödyttävät koko yhteiskuntaa. Iloksemme voimme nyt tehdä kampanjan myötä merkittävän lahjoituksen nuorten mielenterveystyöhön ja korostaa samalla, että jokaisella kotimaiseen tuotteeseen kohdistuvalla valinnalla voimme tukea ihan joka päivä yhteiskuntamme kestävyyttä.”

*”Olemme valtavan iloisia ja kiitollisia siitä, että Metsä Groupin pehmopaperiliiketoiminta haluaa tukea opiskelijoiden jaksamista ja siten huomisen hyvinvointia tämän kotimaisuutta korostavan kampanjan kautta. Kasautuneet kriisit ovat heikentäneet nuorten ja opiskelijoiden psyykkistä hyvinvointia ja nyt on suuri tarve mielenterveystyä, yhteisöllisyyttä ja tulevaisuususkkoa vahvistavalle työlle. Lahjoitusvaroilla pystymme tarjoamaan opiskelijoille kuluva ja seuraavana vuonna enemmän matalan kynnyksen vertaistuellista toimintaa kuten chat ja ryhmät”, sanoo Nyyti ry:n puheenjohtaja **Sonja Naalisvaara**.*

Lisätietoja:

Katariina Kukkonen, markkinointijohtaja, Consumer Nordics, Metsä Tissue, puhelin 040 848 8474 ja
Joanna Linnermo, viestintäjohtaja, Metsä Tissue, puhelin 040 5555868 ja
joanna.linnermo@metsagroup.com