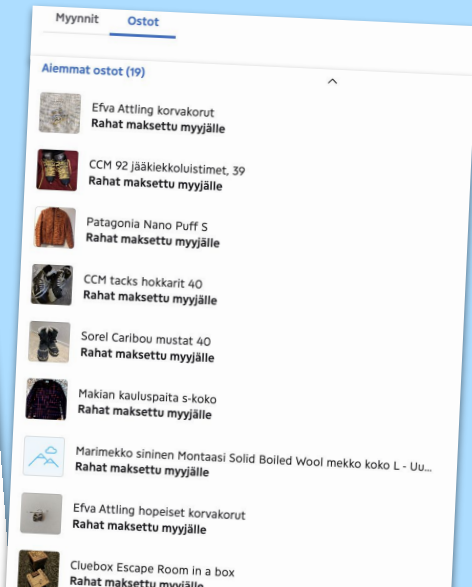
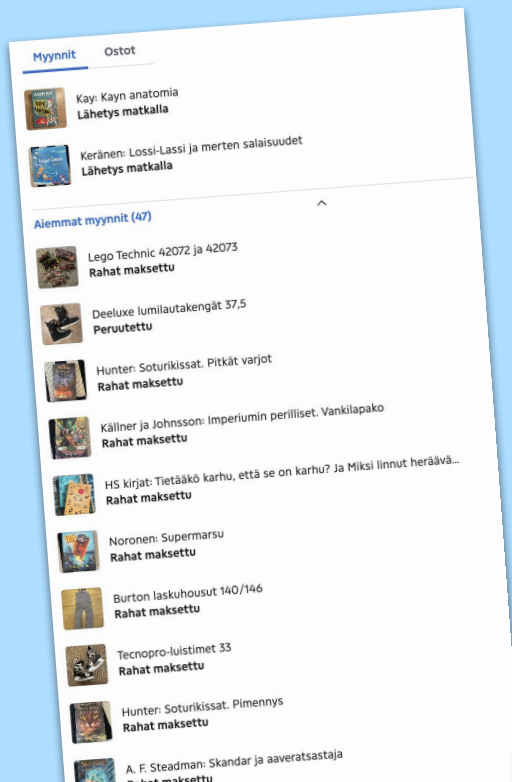


**Mitä tapahtuu, kun
kaikki eivät enää osta
uutta?**

Jenni Tuomisto

Business Transformation Director



Tori on Suomen vilkkain kauppapaikka



2,5 miljoonaa

Kiertotalouskelpoista tavaraa
myynissä koko ajan



17 000

Kauppaa joka päivä



1 miljoona

Myyjää vuonna 2024
ja vielä enemmän ostajia



Pohjoismaiset markkinapaikat
saman katon alla

tori

OIKOTIE

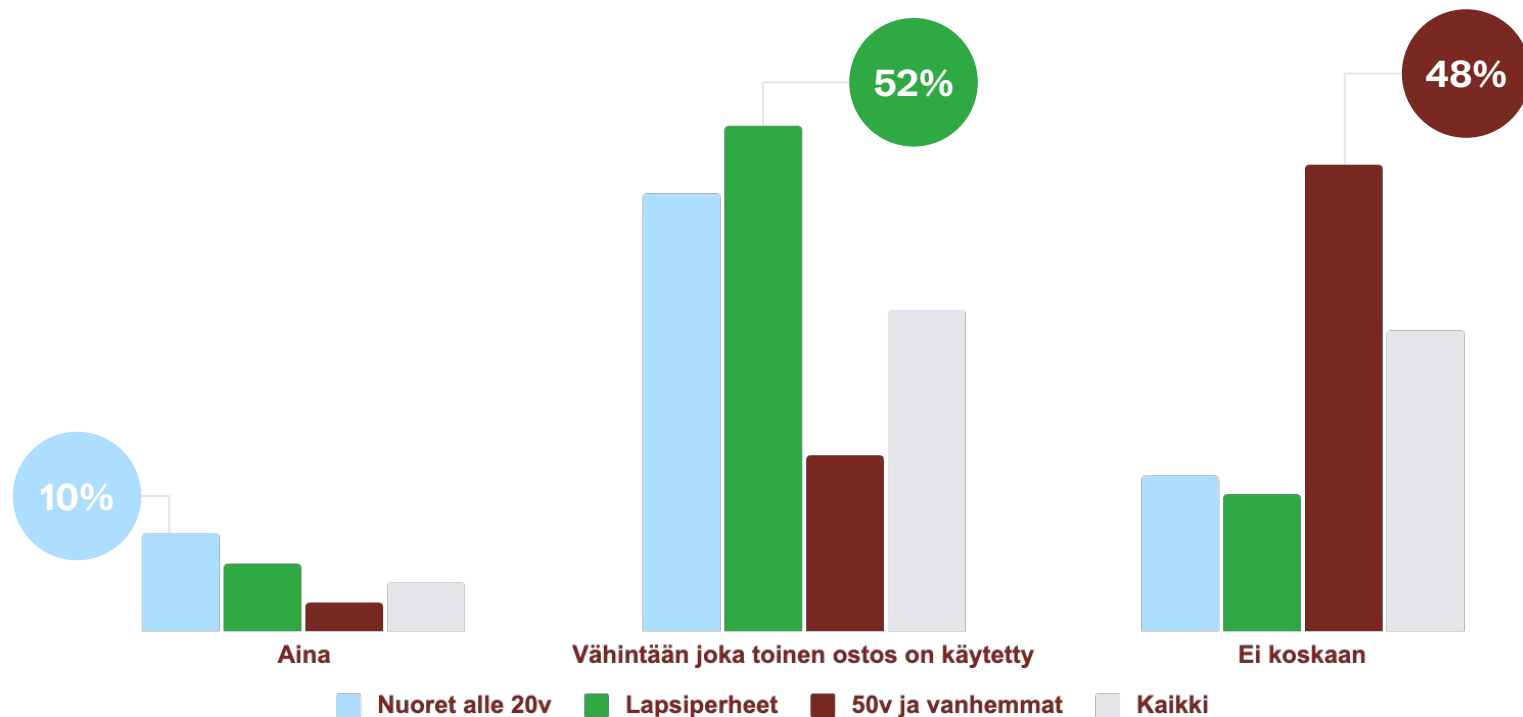
dba

Bilbasen

blocket

FINN

Nuoret ja lapsiperheet valitsevat yhä useammin uuden sijaan käytettyä



Käytetty tavara on jo miljardin euron markkina



Recommerce-markkina kasvaa nopeasti Suomessa



Lukuisat ajurit signaloivat pitkäkestoista kasvua

**Kuluttajakäyttäytymisen
muutos**



Jopa 69% kuluttajista ostanut käytettyä uuden sijaan

Investoinnit ja innovaatio



Recommerce kasvaa 5x nopeammin kuin uuden tavarank kauppa

Regulaatio



Circular Economy Act, WEEE directive, Sustainable Product Initiative, DPP ja muut

Käytetty tavara on nyt klikin päässä

**Myynti-
ansiot
kymmeniä
miljoonia**

**Yli
miljoonan
tavar
elinkaarta
pidennetty**



Kulutustapa muuttuu: osto ei ole lopullinen päätös vaan osa kiertoa



jakkara

Hankintahinta: 39,90 €
Jälleenmyyntiarvo: 0 €



Artek Jakkara E60

Hankintahinta: 319 €
Jälleenmyyntiarvo: >200 €



huppari

Hankintahinta: 13,40 €
Jälleenmyyntiarvo: <1 €



Marimekko Runoja Unikko-huppari

Hankintahinta: 221 €
Jälleenmyyntiarvo: 150 €

Kovat brändit ovat kovia myös jälkimarkkinassa



Marimekko
Kaiko
Vimma
Nanso
Papu
Nosh
Adidas
Gant
Mainio
Ralph Lauren

Artek
Marimekko
Lundia
Ikea
Pentik
Hay
String
Hakola
Boknäs
Muurame

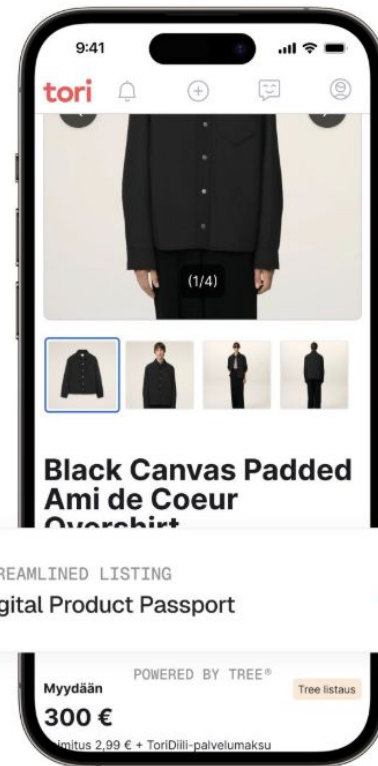
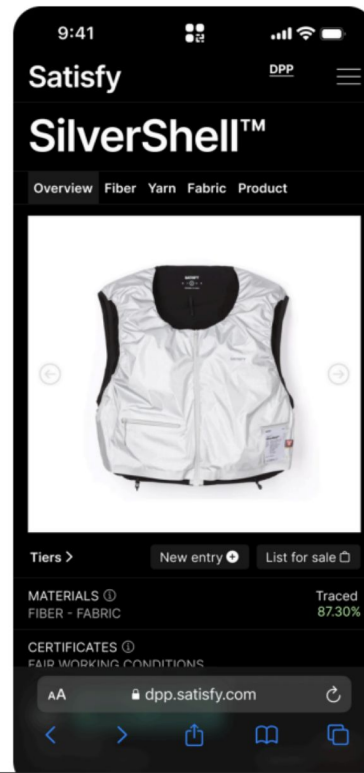


Tuotepassin myötä jokainen tuote säilyttää tarinansa

Digitaalinen tuotepassi on paljon enemmän kuin taulukko raaka-aineista. Oikein toteutettuna se:

- Jatkaa tuotteen tarinaa ostamisen jälkeen
- Avaa uuden kanavan vuorovaikutukselle, palveluille ja lisäarvolle
- Tekee kiertotaloudesta osan käyttäjäkokemusta, ei vain vastuullisuusraporttia

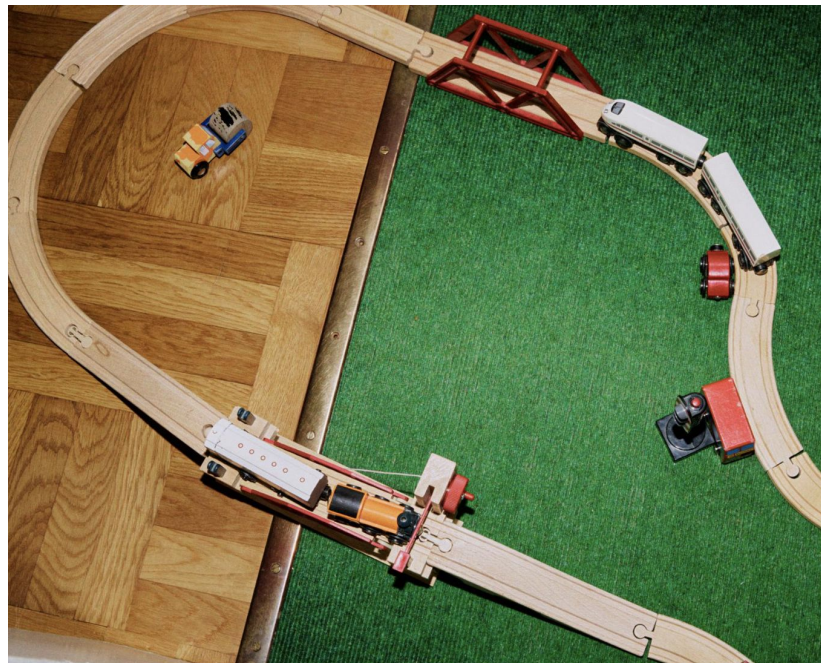
Ja ennen kaikkea, uudelleenmyynti sujuvoituu entisestään!



Koska kuluttajat haluavat valita fiksusti, meidän tehtävämme on tehdä se mahdolliseksi. Ilman painetta täydellisyydestä.

Fiksuja valintoja tapahtuu kun:

- Ollaan löydettävissä valinnan hetkellä
- Tuotteella on elinkaari
- Valinta on tehty helpoksi



Me rakennamme kulutuskulttuuria, joka kestää aikaa ja käyttöä

- Kulutustapa muuttuu: osto ei ole enää lopullinen päätös, vaan osa kiertoa
- Brändin tarina ei pääty kassalle vaan alkaa siitä
- Vastuullisuus ei ole täydellisyyttä, vaan jatkuvaa liikettä parempaan

Miten sinun tuotteesi toimii toisella kierroksella?





Kiitos