



# Puolivuosikatsaus tammi-kesäkuu 2016

Sijoittajaesitys



## Huomautus

*Kaikki tässä esityksessä esitetyt yritystä tai sen liiketoimintaa koskevat lausumat perustuvat johdon näkemyksiin ja yleistä makrotaloudellista tai toimialan tilannetta käsittelevät kohdat kolmansien osapuolten informaatioon. Todelliset tulokset voivat olla merkittävästikin erilaiset.*



# Sisältö

- Katsaus Tikkurilaan
- Katsauskauden kehitys
- Liiketoimintayksiköt
- Yhteenveto ja näkymät
- Liitteet

# Katsaus Tikkurilaan

# TIKKURILA

Tikkurila on johtava maalialan ammattilainen Pohjoismaissa ja Venäjällä. Olemme perinteikäs suomalainen yritys, joka toimii nykyään 16 maassa. Laadukkaiden tuotteiden ja kattavien palvelujen avulla varmistamme markkinoiden parhaan käyttäjäkokemuksen. Kestävää kauneutta vuodesta 1862.

Liikevaihto 584 milj. euroa

Liikevoitto\* 59 milj. euroa (10 % liikevaihdosta)

3,100 työntekijää

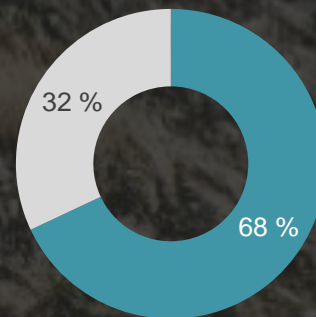
Tuotantoa 9 maassa

Tuotteita saatavilla 40 maassa

Johtava markkina-asema keskeisissä maissa

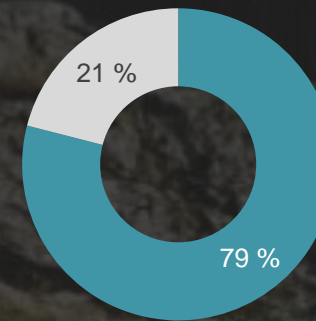
\*ilman kertaluonteisia ja konsernierää

Liikevaihto  
segmenteittäin



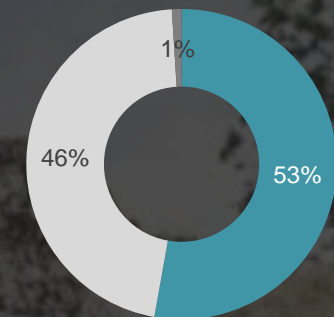
■ West ■ East

Liikevoitto\*  
segmenteittäin



■ West ■ East

Henkilöstö  
segmenteittäin

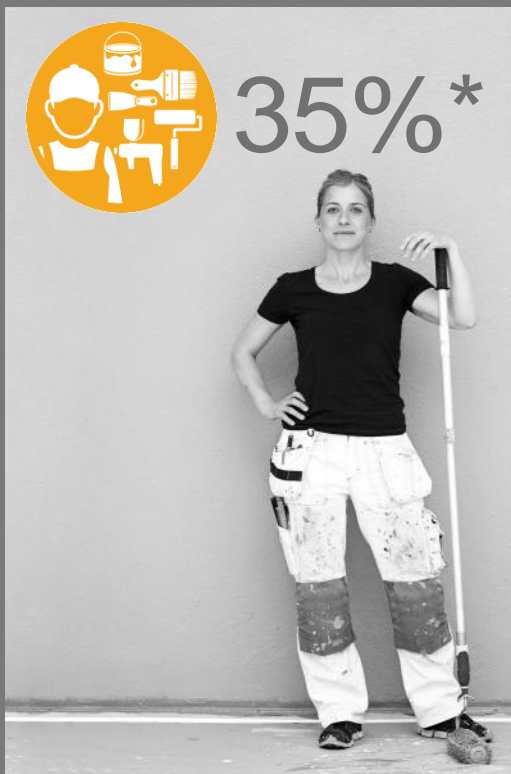


■ West ■ East ■ Group

# Loppuasiakkaamme



Kuluttajat (DIY)



Ammattimaalarit



Teollisuus

\*Tikkurilan arvio

# Toimipaikkamme

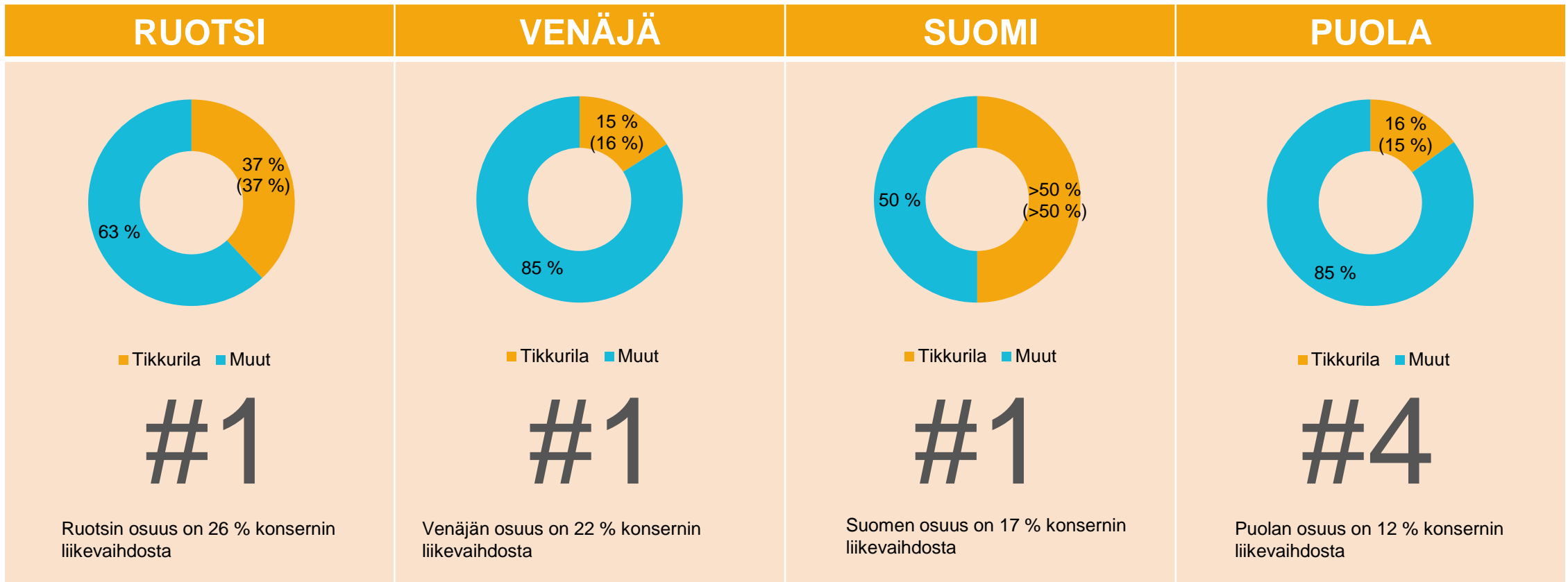


Tuotantolaitoksia 9 maassa  
 Myyntitoimistoja 14 maassa

- Tuotanto, jakelukeskus, myynti
- Jakelukeskus, myynti
- Koulutuskeskus



# Tikkurilan markkinaosuudet keskeisillä markkinoilla vuonna 2015\*



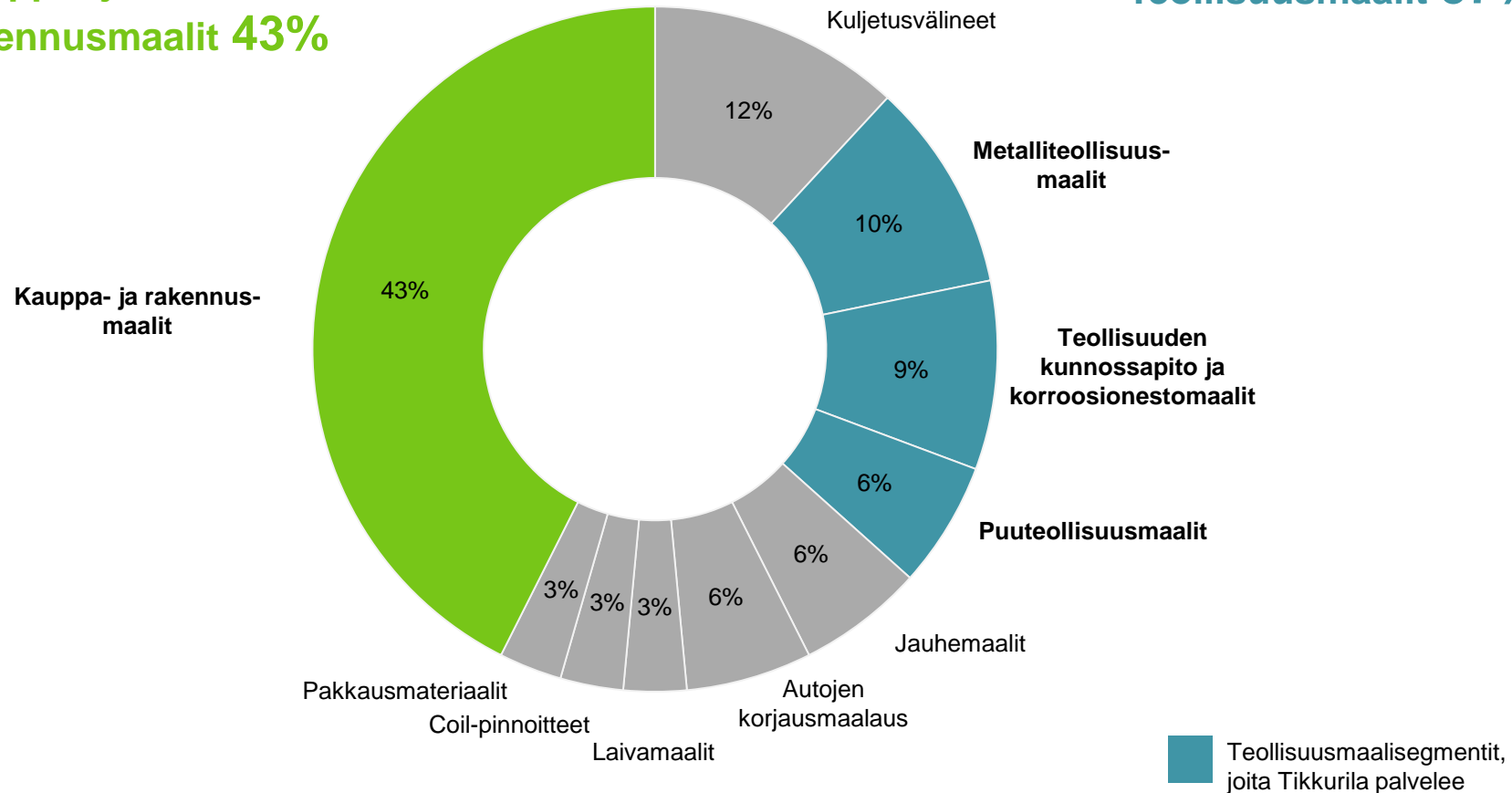
\*Kauppa- ja rakennusmaalit      Lähde: Chem-Courier (Venäjä, volyymi), SVEFF (Ruotsi, arvo), VTY (Suomi, arvo), IBP Research (Puola, volyymi)



# Maailman maalimarkkinan arvo ~130 mrd. dollaria

**Kauppa- ja rakennusmaalit 43%**

**Teollisuusmaalit 57%**



Lähde: IPPIC 2015

# Maalinkulutus ja kysynnän rakenne

## Maalinkysyntään vaikuttavia tekijöitä

- Elintaso
  - Paikalliset tottumukset ja maalinkäyttötavat
  - Rakennustyyli ja saatavilla olevat rakennusmateriaalit
  - Trendit sisustuksessa, väreissä jne.
  - Uudis- ja korjausrakentamisen sekä teollisen toiminnan aktiivisuus
  - Funktionaaliset maalit
- Länsi-Euroopassa markkinat kypsät; kasvumahdollisuudet alueilla, joilla kotitalouksien tulot lisääntyvät
- Tikkurilalla on vakiintunut asema alueilla, joilla odotetaan kulutuksen henkeä kohti lisääntyvän ja premium-tuotteiden kysynnän kasvavan

## Maalinkulutus asukasta kohti, arvio\*



\*Lähteet maalinkulutusarvioille: johdon arviot, IPPIC

# Kannattava kasvu

## Liikevaihdon ja kannattavuuden kehitys 2000–2015

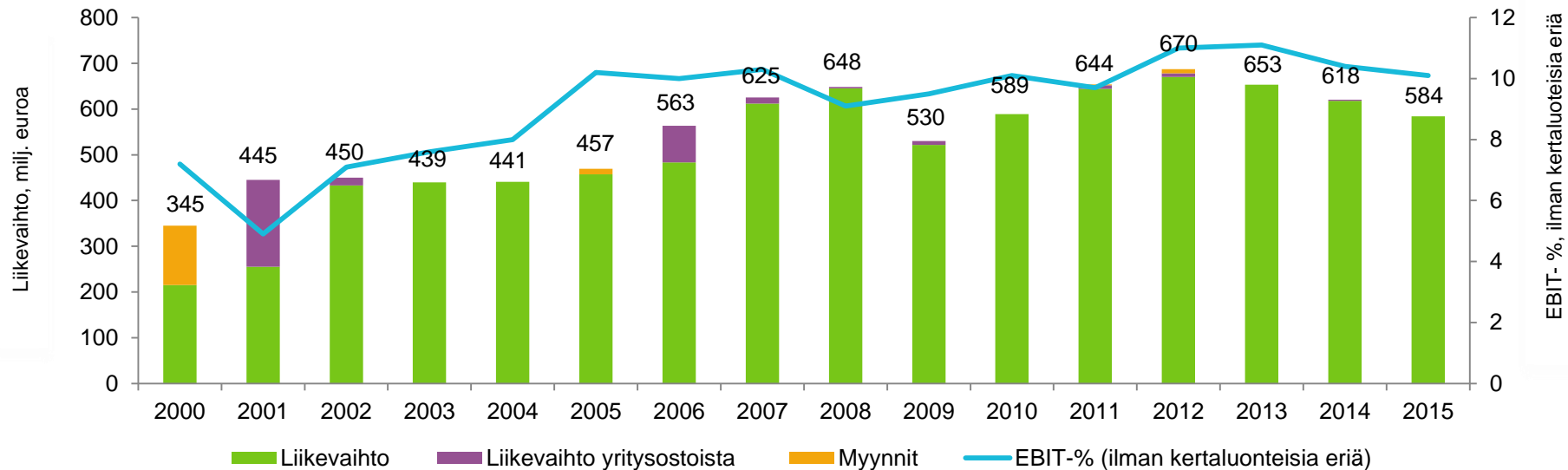
### Tärkeimmät yritysostot ja -myynnit

Sävytysliiketoiminnan myynti 2000  
(liikevaihto ~ 130 milj. euroa)

Alcro-Beckersin osto 2001  
(liikevaihto ~190 milj. euroa)

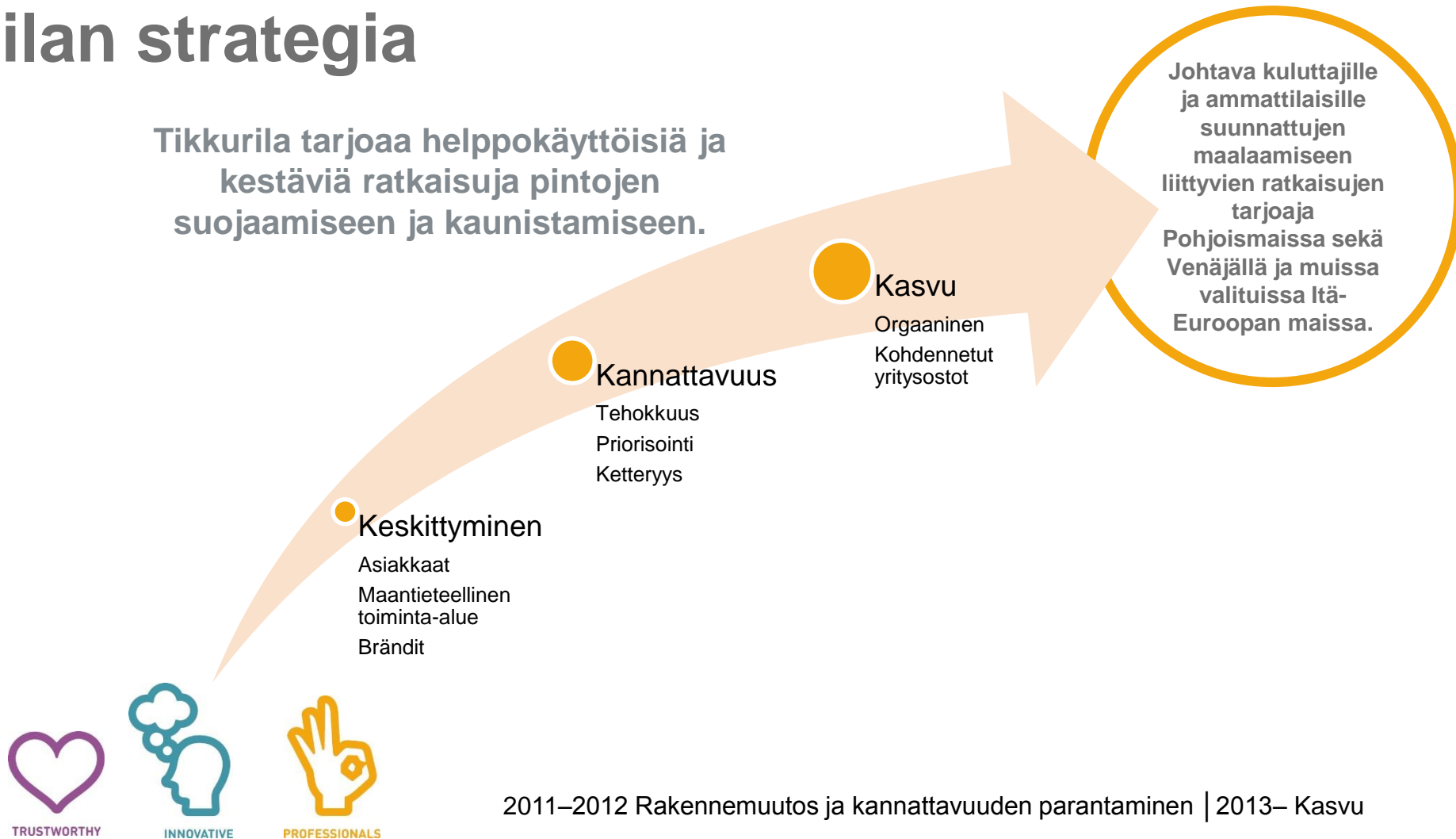
Kraski Teksin osto 2006  
(liikevaihto ~ 80 milj. euroa)

Zorka Colorin osto 2011  
(liikevaihto ~ 16 milj. euroa)



# Tikkurilan strategia

Tikkurila tarjoaa helppokäyttöisiä ja kestäviä ratkaisuja pintojen suojaamiseen ja kaunistamiseen.





# Vahvat ja vakiintuneet brändit



Strategiset kansainväliset brändit

Strategiset alueelliset tai paikalliset brändit

Taktiset alueelliset tai paikalliset brändit

# Autamme asiakkaitamme pintojen suojaamisessa ja kaunistamisessa



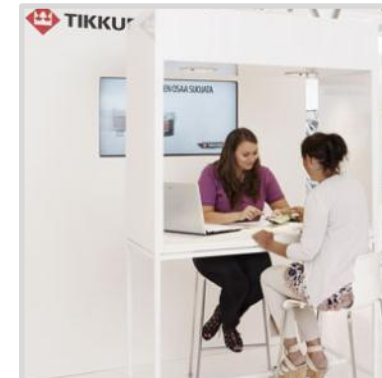
Inspiraatio



Ideat



Värit



Myymälä



Maalilinja



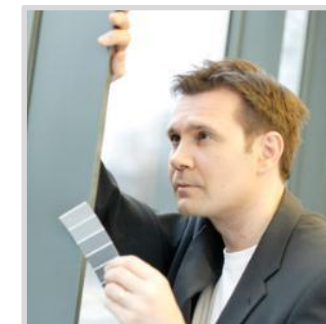
Internet



Koulutus



Suunnittelijapankki  
Tekijäpankki



Ammattilaispalvelut

# Jakelutiet



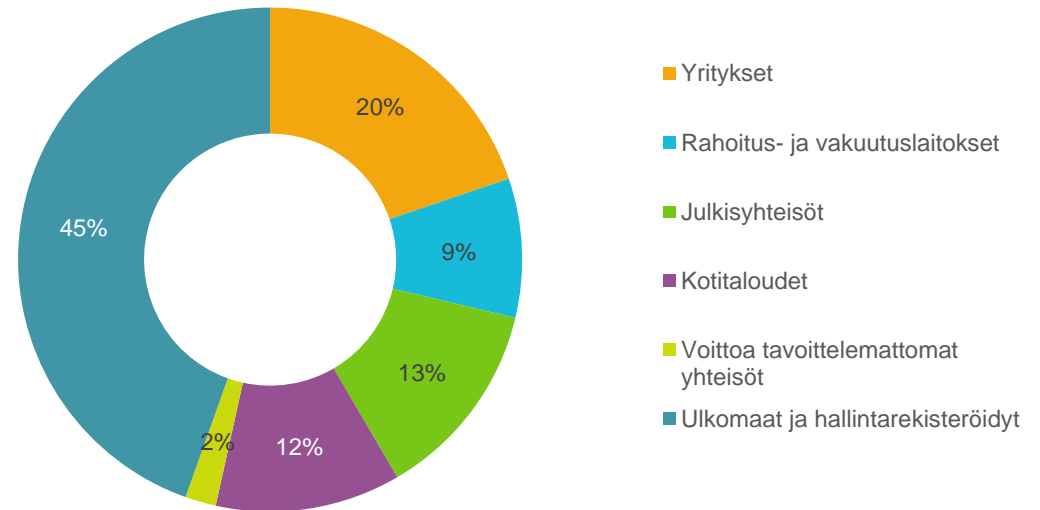
\* Vain tietyillä markkinoilla

\*\* Rauta- ja sisustustarvikekaupat, erikoistuneet maalimyymälät

# Tikkurilan omistus kesäkuun 2016 lopussa

- Omistajia yhteensä ~20 600
- Ulkomainen omistus on kasvanut voimakkaasti
- Suurimmat omistajat Oras Invest Oy (18,1 %), Varma (5,7 %) ja Ilmarinen (5,6 %)

Tikkurilan omistusrakenne 30.6.2016





# Katsauskauden kehitys

# Yhteenvedo toisesta neljänneksestä

- Liikevaihto kasvoi vertailukelpoisin valuuttakurssein noin 8 prosenttia korkeampien myyntivolyymien sekä myyntihintojen korotusten ja myyntimixin muutosten johdosta
- Euromääräinen liikevaihto oli vertailukauden tasolla. Epäsuotuisilla valuuttakurssimuutoksilla oli merkittävä kielteinen vaikutus liikevaihtoon
- Kysyntä kasvoi etenkin lännessä suotuisten sääolosuhteiden, alkuvuodesta toiselle neljännekselle siirtyneiden maalien ennakkotoimitusten, onnistuneiden tuotelanseerausten sekä rakentamisen piristymisen johdosta
- Kannattavuus oli toisella neljänneksellä vertailukauden tasolla. Myynti- ja markkinointikustannukset ylittivät selvästi viime vuoden tason läntisillä markkinoilla tehtyjen satsausten vuoksi
- Rahavirta heikkeni etenkin nettokäyttöpääoman muutosten johdosta. Myyntisaamiset olivat katsauskauden lopussa edellisvuotta korkeammalla tasolla factoring-rahoituksesta luopumisen johdosta. Vaikutus on kausiluonteinen ja tasaantuu loppuvuoden aikana

# Katsauskauden avainluvut

Milj. euroa	4-6/2016	4-6/2015	Muutos-%	1-6/2016	1-6/2015	Muutos-%	2015
Liikevaihto	<b>179,3</b>	179,5	-0,1 %	<b>309,8</b>	312,7	-0,9 %	584,1
Oikaistu liikevoitto	<b>28,4</b>	28,6	-0,8 %	<b>40,9</b>	43,9	-6,9 %	58,9
Oikaistu liikevoitto, %	<b>15,8 %</b>	15,9 %		<b>13,2 %</b>	14,0 %		10,1 %
Liikevoitto (EBIT)	<b>27,6</b>	30,9	-10,8 %	<b>40,1</b>	46,2	-13,1 %	61,7
Liikevoitto (EBIT), %	<b>15,4 %</b>	17,2 %		<b>13,0 %</b>	14,8 %		10,6 %
Tulos per osake, euroa	<b>0,54</b>	0,52	3,9 %	<b>0,77</b>	0,82	-6,8 %	0,94
Sidotun pääoman tuotto (ROCE), %, rullaava	<b>19,6 %</b>	22,8 %		<b>19,6 %</b>	22,8 %		22,2 %
Rahavirta investointien jälkeen	<b>-23,2</b>	-7,2	-220,8 %	<b>-56,7</b>	-20,8	-172,3 %	32,6
Korollinen nettovelka kauden lopussa				<b>135,2</b>	101,8	32,8 %	46,2
Nettovelkaantumisaste (gearing), %				<b>70,2 %</b>	51,4 %		23,7 %
Omavaraisuusaste, %				<b>36,6 %</b>	40,9 %		51,1 %
Henkilöstö kauden lopussa				<b>3 154</b>	3 300	-4,4 %	3 100

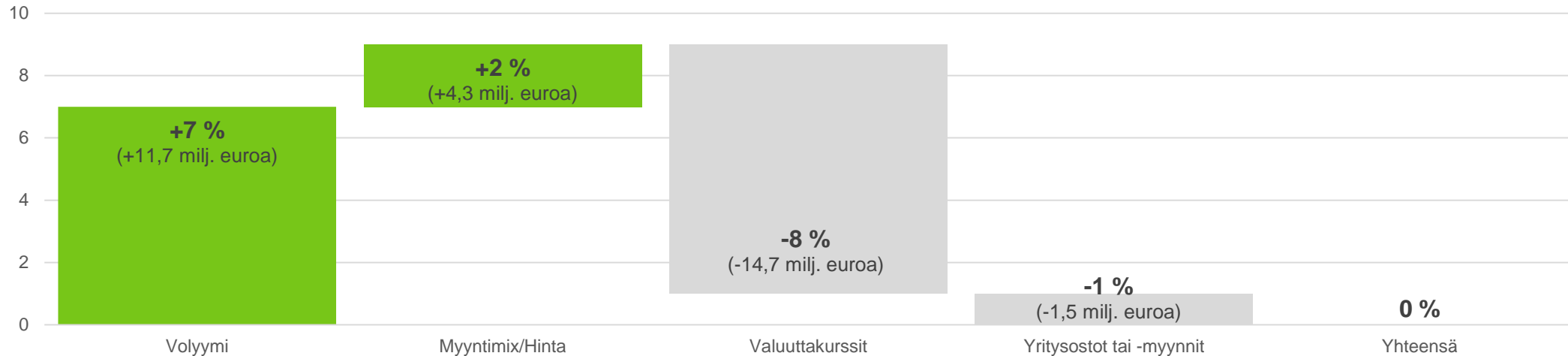
Euroopan arvopaperimarkkinaviranomaisen (European Securities and Markets Authority, ESMA) 3.7.2016 voimaan astuneen vaihtoehtoisia tunnuslukuja koskevan ohjeistuksen perusteella tunnusluku "liikevoitto (EBIT) ilman kertaluonteisia eriä" on korvattu tunnusluvulla "oikaistu liikevoitto". Vertailukelpoisuuteen vaikuttavat oikaisuerät on esitetty puolivuositarkastuksen taulukko-osassa.

# Heikot valuutat söivät kasvun

Milj. euroa	4–6/2016	4–6/2015	Muutos-%	1–6/2016	1–6/2015	Muutos-%
Liikevaihto	<b>179,3</b>	179,5	-0,1 %	<b>309,8</b>	312,7	-0,9 %

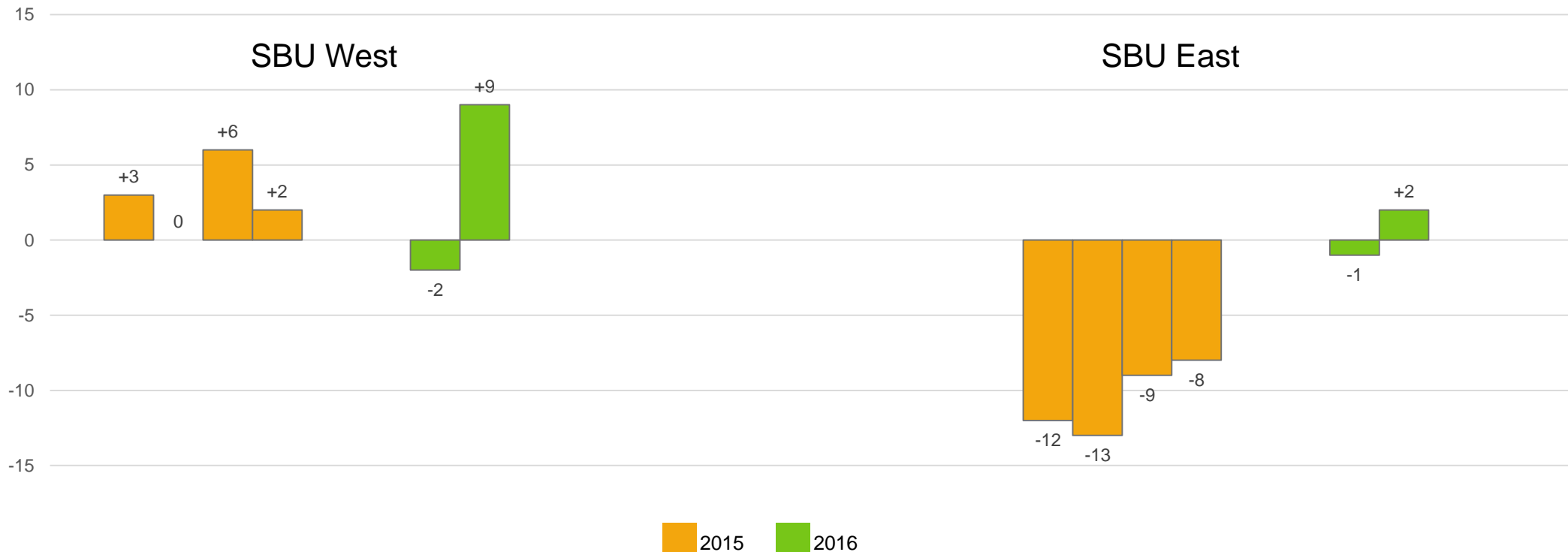
## Konsernin liikevaihdon kehitys Q2/2016 vs. Q2/2015

Lisäys/vähennys, %



# Kysyntä kasvoi etenkin lännessä, myös idässä piristymistä

Myyntivolyymien kehitys vuosineljänneksittäin, %-muutos vertailukaudesta





# TIKKURILAN UUTUUDET

Katsauskauden onnistuneisiin tuotelanseerauksiin kuuluivat mm. Tikkurilan Valtti-sarjan uudistetut kuullotteet ja terassiöljyt. Esimerkiksi Valtti Plus Kesto tarjoaa tuplasti pidemmän huoltovälin kuin tavanomaiset kuullotteet.

# Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet

Tikkurilan hallitus päätti pitää taloudelliset tavoitteet ennallaan, mutta väljensi toteutumisen mittaamisen ajankohtaa vuodesta 2018.

Tikkurilan pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet ovat:

- Liikevaihto 1 miljardi euroa
- Oikaistu liikevoitto >12 % liikevaihdosta
- Sidotun pääoman tuotto (ROCE) oikaistulla liikevoitolla laskettuna >20 %
- Nettovelkaantumisaste <70 %

	Toteumatiedot								
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Liikevaihto	625	648	530	589	644	670	653	618	<b>584</b>
Oikaistu liikevoitto, % liikevaihdosta	10,3 %	9,1 %	9,5 %	10,1 %	9,7 %	11,0 %	11,1 %	10,4 %	<b>10,1 %</b>
ROCE	24,5 %	18,7 %	15,7 %	19,2 %	19,4 %	21,0 %	23,5 %	22,9 %	<b>22,2 %</b>
Gearing	135,3 %	208,5 %	90,0 %	41,4 %	51,9 %	40,6 %	23,4 %	24,6 %	<b>23,7 %</b>
Osinko; osuus operatiivisesta nettotuloksesta, %				84 % (0,70 euroa/ osake)	88 % (0,73 euroa/ osake)	72 % (0,76 euroa/ osake)	69 % (0,80 euroa/ osake)	73 % (0,80 euroa/ osake)	<b>90 % (0,80 euroa/ osake)</b>

# Liiketoimintayksiköt

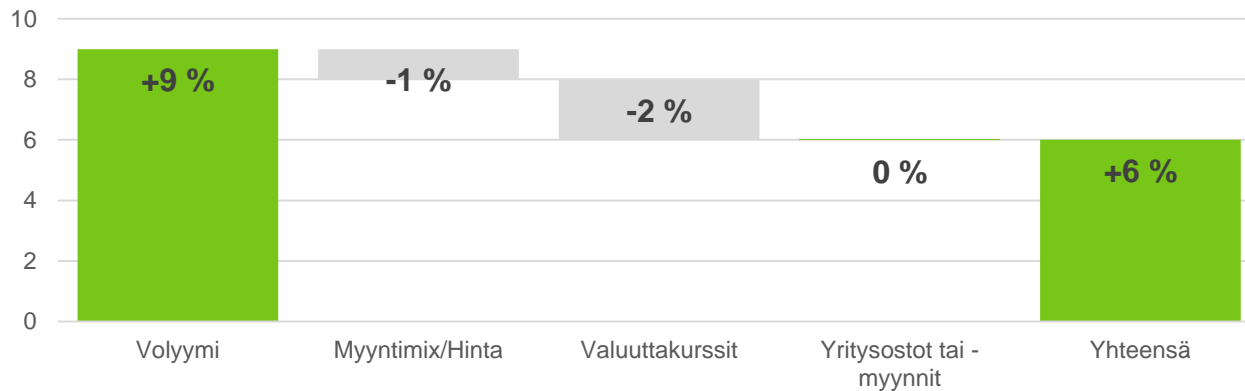


# SBU West Q2/2016

Milj. euroa	4-6/2016	4-6/2015	Muutos-%	1-6/2016	1-6/2015	Muutos-%	1-12/2015
Liikevaihto	<b>123,5</b>	116,3	6,2 %	<b>223,1</b>	218,5	2,1 %	395,3
Oikaistu liikevoitto	<b>22,2</b>	20,2	9,6 %	<b>36,4</b>	37,2	-1,9 %	50,5
Oikaistu liikevoitto, %	<b>17,9 %</b>	17,4 %		<b>16,3 %</b>	17,0 %		12,8 %

## Liikevaihdon kehitys Q2/2016 vs. Q2/2015

Lisäys/vähennys, %



## Keskeistä Q2/2016

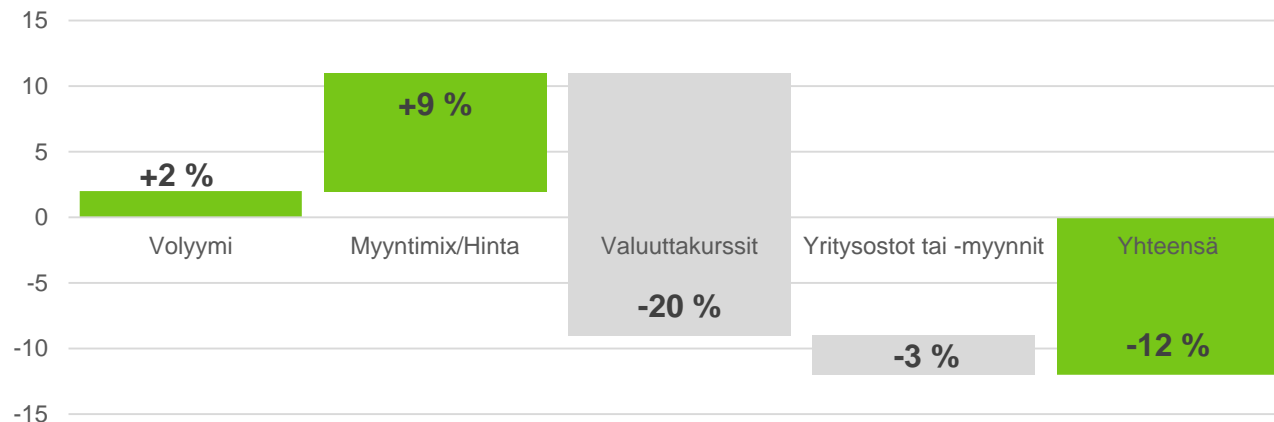
- SBU Westin volyymit kasvoivat etenkin Suomessa, mutta myös Skandinaviassa ja Baltiassa. Taustalla myöhäisemmät ennakkotoimitukset, piristynvä talous ja onnistuneet tuotelanseeraukset
- Kannattavuus vahvistui
- Myyntiin ja markkinointiin panostettiin vertailukautta enemmän etenkin Ruotsissa
- Puolan zloty ja Norjan kruunu heikkenivät

# SBU East Q2/2016

Milj. euroa	4-6/2016	4-6/2015	Muutos-%	1-6/2016	1-6/2015	Muutos-%	1-12/2015
Liikevaihto	<b>55,8</b>	63,2	-11,7 %	<b>86,7</b>	94,3	-8,1 %	188,9
Oikaistu liikevoitto	<b>7,6</b>	9,8	-22,5 %	<b>7,0</b>	9,9	-29,9 %	13,4
Oikaistu liikevoitto, %	<b>13,6 %</b>	15,5 %		<b>8,0 %</b>	10,5 %		7,1 %

## Liikevaihdon kehitys Q2/2016 vs. Q2/2015

Lisäys/vähennys, %

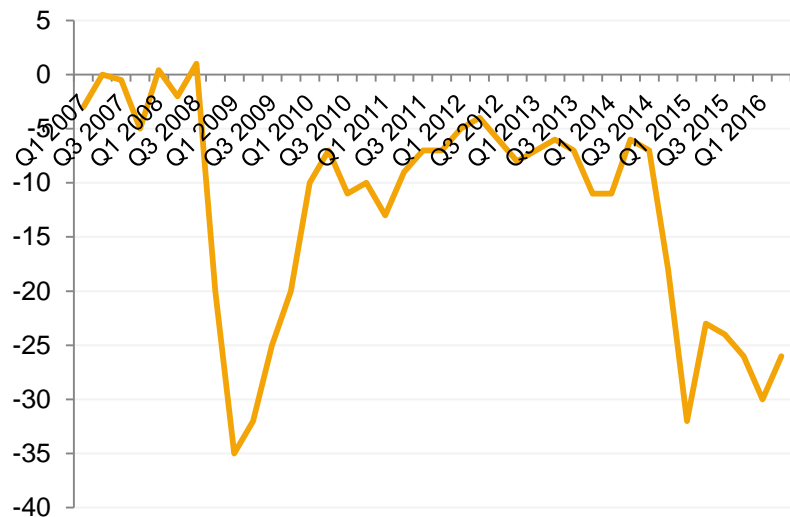


## Keskeistä Q2/2016

- Volyymit kasvoivat etenkin Kiinassa, mutta myös Venäjällä
- Heikko Venäjän rupla pienensi euromääräistä liikevaihtoa
- Tikkurila myi Ukrainan ja Valko-Venäjän tytäryhtiöt toimivalle johdolle
- Kulujenhallinta oli tarkkaa, mutta heikko rupla nosti raaka-ainekustannuksia vertailukaudesta

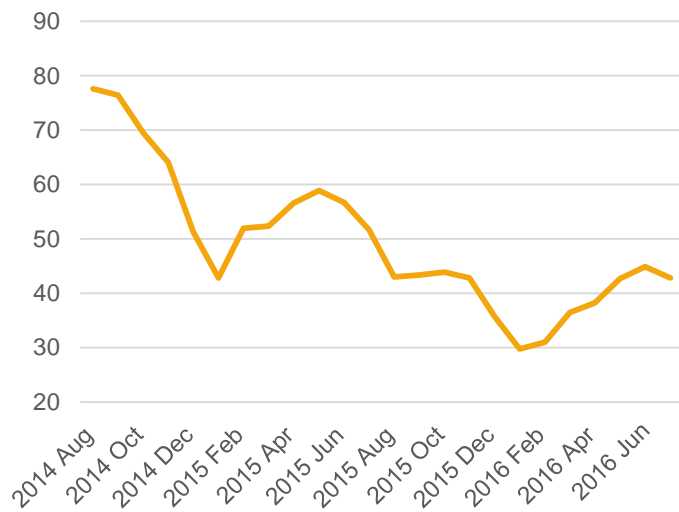
# Venäjän taloustilanteessa ei merkittäviä muutoksia

Venäjän kuluttajaluottamus



- Kuluttajaluottamus on edelleen heikolla tasolla

Öljyn hinta, euroa



- Öljyn hinta nousi keväällä, mutta kääntyi uudelleen laskuun katsauskauden jälkeen

Euro/rupla-kurssi



- Rupla on vahvistunut alkuvuodesta, mutta oli selvästi vertailukautta heikommalla tasolla

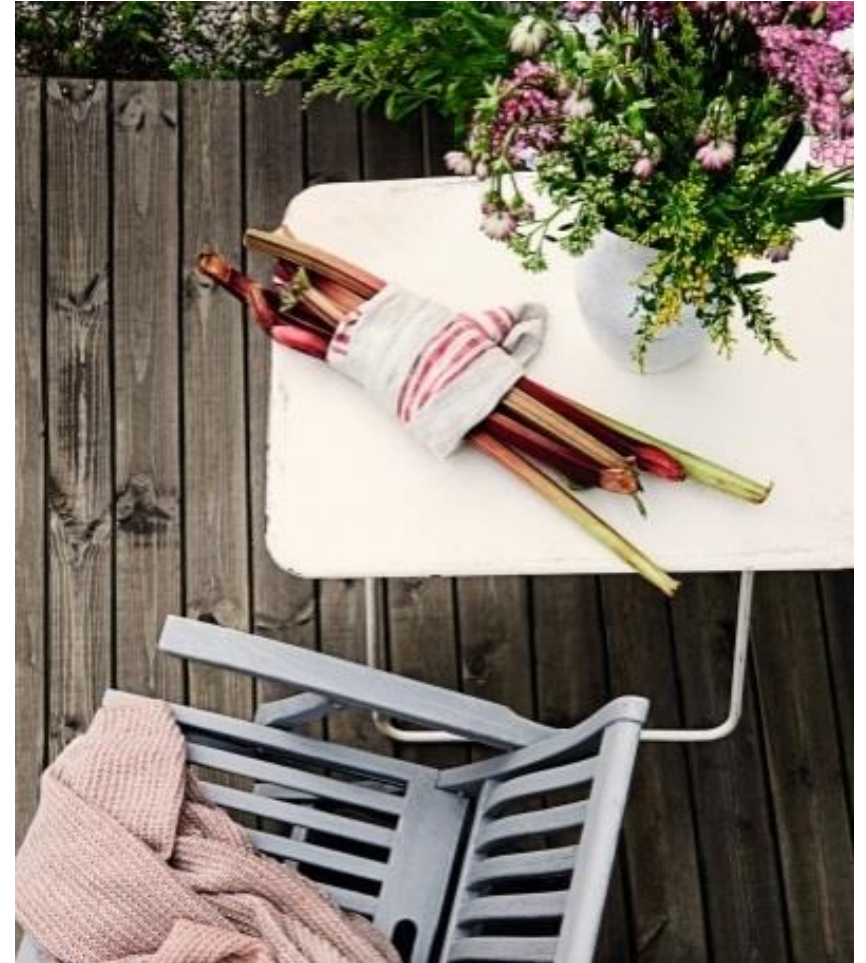
# Keskeisiä tavoitteita Venäjän toiminnoissa

- Paikallisen valmistuksen ja raaka-ainehankinnan lisääminen
  - Entistä laajempi valikoima Venäjällä valmistettuja Tikkurila-brändin tuotteita
  - Entistä enemmän paikallista raaka-ainehankintaa kaikissa hinta- ja laatuluokkien maaleissa
- Tuotannon kunnossapito- ja kehitysinvestoinnit tuottavuuden parantamiseksi sekä tuotannon ja materiaalivirtojen optimoimiseksi
- Kaupallisten toimintojen kehittäminen
  - Teollisuus- ja ammattilaismyyntiorganisaation vahvistaminen
  - Tuotehallinta- ja markkinointiosaston kehittäminen
  - Tarkka kustannushallinta, valikoima- ja kaavaoptimointi
- Tavoitteena asiakasvaatimukseen ja ostovoiman kehitykseen vastaaminen
  - Kilpailukyvyn parantaminen
  - Hyllytilan ja markkinaosuuden kasvattaminen

# Johtopäätökset ja näkymät

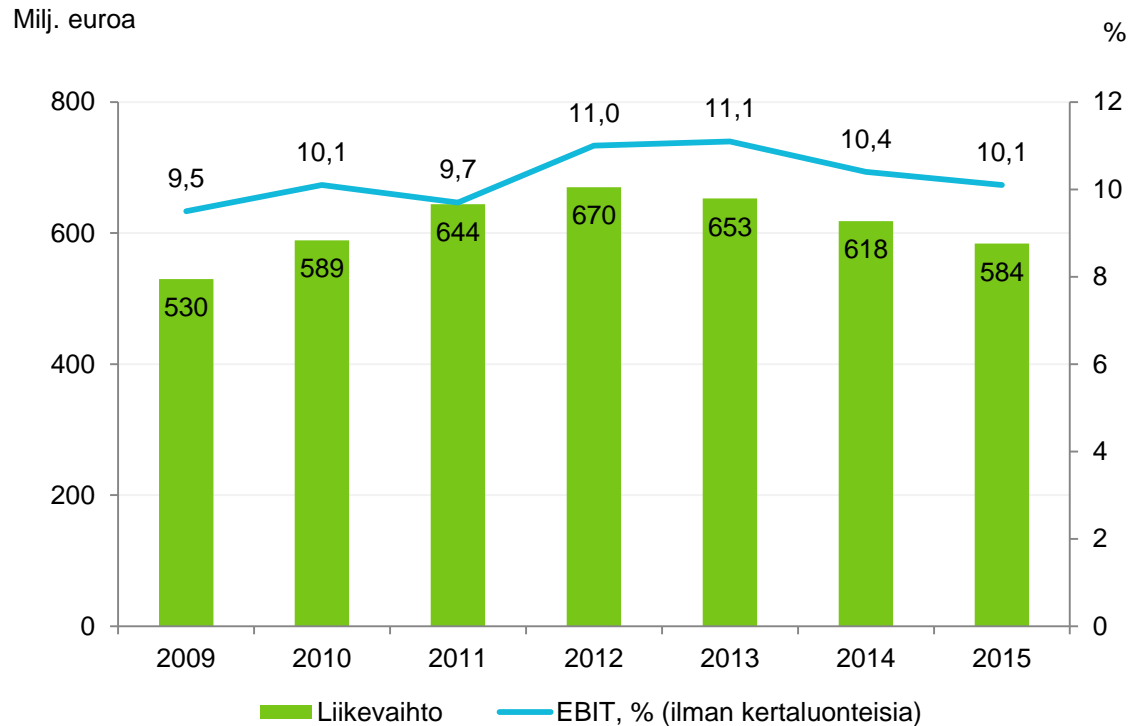
# Johtopäätökset

- Markkinatilanteessa ei tapahtunut merkittäviä muutoksia, Suomen ja Venäjän markkinatilanteessa myönteisiä merkkejä
- Kysyntä kehittyi vahvasti, valuutoista merkittävää vastatuulta
- Toimia myyntivolyymien vauhdittamiseksi jatkettiin, myynti- ja markkinointikulut lännessä selvästi vertailukautta korkeammat. Koko vuoden panostukset tulevat olemaan viime vuoden tasolla



# Ohjeistus vuodelle 2016 ennallaan

## Tikkurilan liikevaihto ja kannattavuus 2009–2015



## Vuoden 2016 näkymät ja ohjeistus

EU-alueelle odotetaan vakaata mutta kohtuullisen alhaista kasvua. Länsimarkkinoiden, ennen kaikkea Ruotsin ja Puolan, painoarvon arvioidaan edelleen kasvavan. Venäjän heikko taloustilanne ja alhainen ruplan kurssi tekevät toimintaympäristöstä vaikean vuonna 2016. Venäjällä maalinkysynnän odotetaan laskevan ja alemman hinta- ja laatukategorian tuotteiden suhteellisen markkinaosuuden kasvavan. Tikkurilan suunnitelmana on korottaa myyntihintoja lähinnä Venäjällä sekä lisätä paikallista valmistusta ja raaka-ainehankintaa. Myynti- ja markkinointipanostuksia jatketaan aiempien vuosien tapaan markkina-aseman vahvistamiseksi, mutta toiminnan tehostamista ja kustannussäästöjä haetaan aktiivisesti kaikissa toiminnoissa.

**Tikkurila arvioi tilikauden 2016 liikevaihdon olevan tilinpäätöstiedotteen julkaisuhetken valuuttakursseilla vuoden 2015 tasolla. Oikaistun liikevoiton arvioidaan olevan vuoden 2015 tasolla.**

# Liitteet



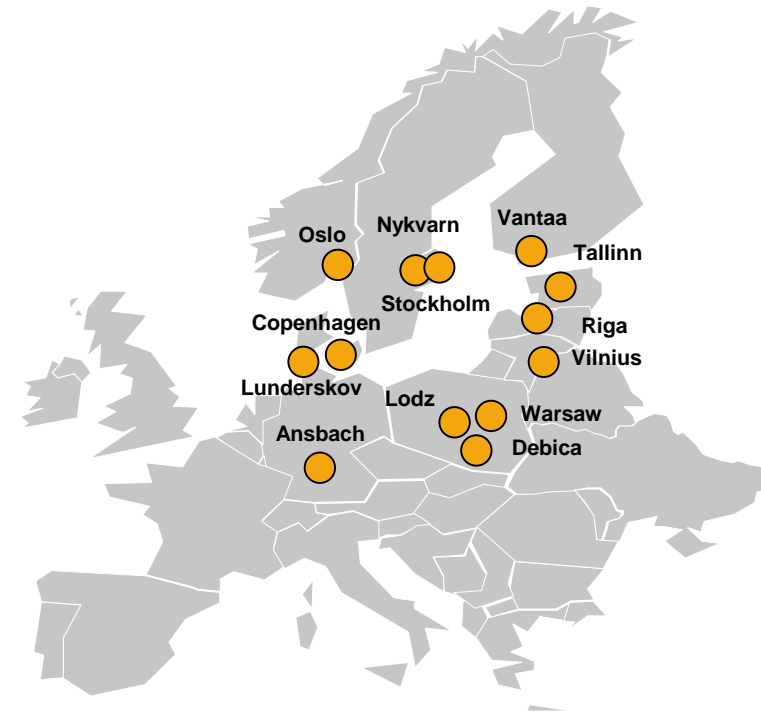
# Tikkurilan liiketoimintayksiköt (SBU:t)

	SBU West	SBU East
Toiminta-alue	Ruotsi, Tanska, Norja, Suomi, Puola, Saksa, Viro, Latvia ja Liettua	Venäjä, Keski-Aasian maat, Serbia, Makedonia ja Kiina. Lisäksi kyseinen strateginen liiketoimintayksikkö on vastuussa viennistä noin 20 maahan.
Tuotantopaikat	Nykvarn, Ruotsi Vantaa, Suomi Debica, Puola Ansbach, Saksa Tallinna, Viro Lunderskov, Tanska	Pietari, Venäjä Stary Oskol, Venäjä Almaty, Kazakstan Sabac, Serbia
Nykyinen kysynnän rakenne	Premium- ja medium-hinta- ja laatuluokkien tuotteet	Economy-hinta- ja laatuluokan tuotteet
Odotettu kysynnän rakenne	Premium- ja medium-hinta- ja laatuluokkien tuotteet	Premium-hinta- ja laatuluokan tuotteiden kysynnän odotetaan nousevan
Kilpailijat	Akzo Nobel, PPG, Flügger, Jotun, Sherwin-Williams, Teknos, Nor-Maali, Sniezka	Akzo Nobel, Lakra-Sintez, Empils, ABC-Farben, Meffert, Caparol
Jakelukanavat	<b>Deco:</b> rakennustarvikeliikkeet, itsenäiset maalikauppiat, tukkukauppiat, Alcron ammattilaismyymälät <b>Industry:</b> suoramyynti, Tikkurila Industrial Paint Service	<b>Deco:</b> rakennustarvikeliikkeet, itsenäiset maalikauppiat, tukkukauppiat <b>Industry:</b> suoramyynti, Tikkurila Industrial Paint Service

### SBU Westin avaintietoja

Toiminta-alue	Ruotsi, Tanska, Norja, Suomi, Puola, Saksa, Viro, Latvia ja Liettua
Liikevaihto 2015	395,3 milj. euroa, 68 % koko konsernista
EBIT 2015 <sup>1)</sup>	50,5 milj. euroa, 79 % koko konsernista <sup>2)</sup>
Henkilöstö	1 630 (vuoden lopussa)
Tuotantopaikat	Nykvarn, Ruotsi; Vantaa, Suomi; Debica, Puola; Ansbach, Saksa; Tallinna, Viro; Lunderskov, Tanska
Kehitys Westin alueella	<p><b>1862</b> Tikkurila perustettiin Suomessa</p> <p><b>1865</b> Beckers perustettiin Ruotsissa</p> <p><b>1906</b> Alcro perustettiin Ruotsissa</p> <p><b>1930</b> Asiakaskoulutus käynnistettiin Suomessa</p> <p><b>1958</b> Värimallistojen kehittäminen ja väritysneuvonta aloitettiin Suomessa</p> <p><b>1970</b> Monicolor-sävytysjärjestelmä markkinoille Suomessa</p> <p><b>1983</b> Teollisuusmaalien Temacolor-sävytysjärjestelmä markkinoille</p> <p><b>1992</b> Maalituotanto alkoi Virossa</p> <p><b>1995</b> Liettuaan perustettiin myyntiyhtiö</p> <p><b>2000</b> Maalilinja perustettiin Suomessa</p> <p><b>2001</b> Alcro-Beckersin ostettiin Ruotsissa</p> <p><b>2001</b> Tuotantolaitokset Saksaan ja Puolaan</p> <p><b>2003</b> Asiakaskoulutuskeskus Paletti avattiin Suomessa</p> <p><b>2007</b> Uusi tuotantolaitos Nykvarniin Ruotsiin</p> <p><b>2009</b> Avatint-sävytysjärjestelmä markkinoille</p> <p><b>2012</b> Unkarin, Tshekin, Slovakian ja Romanian tytäryhtiöiden myynti</p> <p><b>2014</b> ISO Paint Nordic ja KEFA Drytech -yritysostot</p>

### SBU Westin toimipaikat



1 Ilman kertaluonteisia eriä  
2 Ilman konsernieriä

### SBU Eastin avaintietoja

Toiminta-alue	Venäjä, Keski-Aasian maat, Serbia, Makedonia ja Kiina. Lisäksi kyseinen strateginen liiketoimintayksikkö on vastuussa viennistä yli 20 maahan.
Liikevaihto 2015	188,9 milj. euroa, 32 % koko konsernista
EBIT 2015 <sup>1)</sup>	13,4 milj. euroa, 21 % koko konsernista <sup>2)</sup>
Henkilöstö	1 441 (vuoden lopussa)
Tuotantopaikat	Pietari, Venäjä (3) Sary Oskol, Venäjä Sabac, Serbia Almaty, Kazakstan


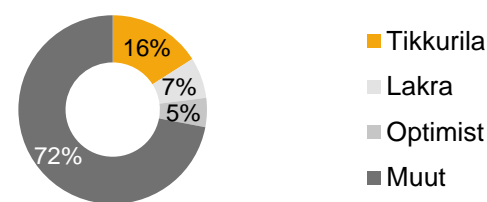


### Kehitys SBU Eastin alueella

- 1970-luku** Vienti Venäjälle ja ent. Neuvostoliittoon alkoi
- 1994** Myyntiyhtiö Venäjälle
- 1995** Ensimmäinen länsimainen maalitehdas avattiin Pietarissa
- 1998** Myyntiyhtiö OOO Tikkurila Coatings perustettiin
- 2004** Kolorit Paints ostettiin Ukrainassa
- 2006** Kraski Teks ostettiin Venäjällä
- 2006** Kazakstaniin perustettiin myyntiyhtiö
- 2007** Kiinaan perustettiin myyntiyhtiö
- 2008** Valko-Venäjälle perustettiin myyntiyhtiö
- 2009** Mytishin logistiikkakeskus valmistui Moskovon alueella ja uudet vesiohenteisten maalien tuotantolinjat käynnistyivät OOO Tikkurilan tehtaalla Obukhovossa Pietarissa
- 2011** Jauhemaaliliiketoiminta myytiin Venäjällä
- 2011** Zorka Colorin liiketoiminta ostettiin Serbiassa
- 2012** Myynti- ja varastoverkoston laajentaminen Venäjällä
- 2015** Uusi vesiohenteisiin tuotteisiin keskittyvä tehdas Almatyyn Kazakstaniin
- 2016** Ukrainan ja Valko-Venäjän tytäryhtiöt myytiin

1 Ilman kertaluonteisia eriä  
2 Ilman konsernieriä

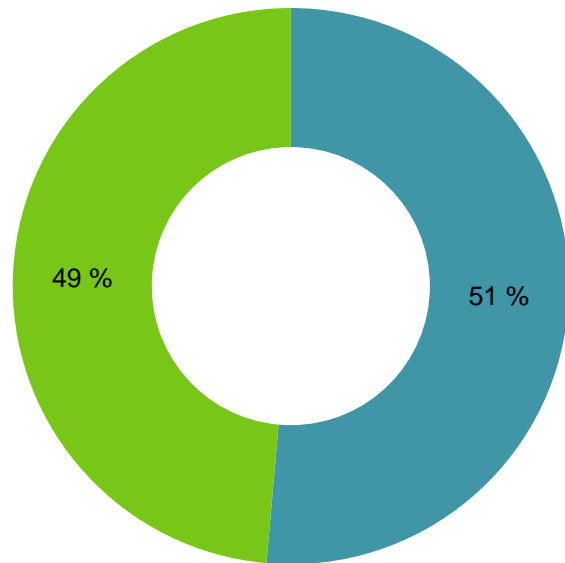
# Tikkurila Venäjällä

2015 liikevaihto	128 milj. euroa, 22 % konsernista
Brändit	 <p>PREMIUM → ECONOMY</p>
Tuotanto	<p>Neljä valmistusyksikkö Venäjällä (kolme Pietarissa ja yksi Staryi Oskolissa)</p> <p>Suurin osa alueella myytävistä tuotteista valmistetaan paikallisesti, Tikkurila-brändiä viedään myös Suomesta</p>
Raaka-aineet	Venäjällä käytettävistä raaka-aineista noin puolet hankitaan paikallisilta toimittajilta
Vähittäiskauppa	Tikkurilan tuotteita myydään Venäjällä yli 5 000 myyntipisteessä
Markkina-asema kauppa- ja rakennusmaaleissa	 <p>*Lähde: Chem-Courier, 2014 (volyymi)</p>



# Hyvissä asemissa kasvamaan nykyisellä toiminta-alueella

## Tikkurilan tuotantokapasiteetti



■ EU-alueen ulkopuolella ■ EU-alueella

## Tuotanto ja raaka-aineet

- 13 tuotantolaitosta 10 maassa
- Paikallinen tuotanto lisää joustavuutta; korostuu etenkin epävakaina aikoina
- Vesiohenteisten tuotteiden osuus tuotannosta kasvussa; ~70 % tuotannosta
- Raaka-aineiden hintoihin vaikuttavat etenkin öljyn hinta, toimituskapasiteetti ja valuuttakurssit
- ~90 % raaka-aineista ja pakkausmateriaaleissa länsimaisilta toimittajilta, Venäjällä ~60 % raaka-aineista ja pakkausmateriaaleista paikallisilta toimittajilta
- Kemikaalilainsäädäntö rajoittaa maalituotteiden tuontia muista maista EU-alueelle



# Sijoittaja- ja mediakontaktit



**Erkki Järvinen**

Toimitusjohtaja



**Jukka Havia**

CFO



**Minna Avellan**

Johtaja, sijoittajasuhteet ja brändikonseptien kehittäminen

[minna.avellan@tikkurila.com](mailto:minna.avellan@tikkurila.com)

Puh. 040 533 7932



TIKKURILA INSPIRES YOU  
TO COLOR YOUR LIFE.™