



TIKKURILA VUOSIKERTOMUS 2012

ANNETAAN KAUPUNGIN VÄRIEN KULJETTAA

TIKKURILA LYHYESTI

Tikkurila on vahva alueellinen toimija, joka keskittyy Pohjoismaihin ja itäiseen Eurooppaan.

Tärkeimmät markkinat ovat Venäjä, Ruotsi, Suomi ja Puola, jotka muodostavat 80 prosenttia konsernin liikevaihdosta. Tikkurila on markkinajohtaja kauppa- ja rakennusmaaleissa Venäjällä, Ruotsissa, Suomessa ja Baltian maissa. Tikkurila luottaa toiminnassaan vahvoihin brändeihin ja elinkaariajatteluun tukeviin kestäviin tuotteisiin. Vahva laatumielikuva ja markkinajohtajuus ovat yhtiön tärkeimpiä kilpailuetuja.

Tikkurila keskittyy korkeamman laatu- ja hintaluokan maaleihin, joita tuotetaan kahdeksassa maassa 11 tuotantoyksikössä. Eniten tuotantokapasiteettia on Venäjällä, missä yhtiö on toiminut 1970-luvulta lähtien. Venäjä on Tikkurilan suurin yksittäinen markkina.

Tikkurilan asiakkaita ovat kuluttajat ja ammattilaiset. Merkittävä osa konsernin liikevaihdosta muodostuu kauppa- ja rakennusmaalien myynnistä. Lisäksi Tikkurila palvelee puu- ja metalliteollisuuden toimijoita. Tikkurilan toiminta pohjautuu pitkälti kuluttajaliiketoimintaan sekä korjausrakentamiseen ja remontointiin, mikä vähentää selvästi yhtiön suhdanneherkkyyttä.

Tikkurila on perustettu vuonna 1862 ja sen osake on ollut listattuna NASDAQ OMX Helsingissä vuodesta 2010 lähtien.



Tikkurila yhtiönä

- Maaleja ja palveluja pintojen suojaamiseen ja kaunistamiseen
- Asiakkaina kuluttajat, ammattilaiset ja tietyt teolliset toimijat
- Suurimmat markkinat Venäjä, Ruotsi, Suomi ja Puola
- Liikevaihto 672 milj. euroa ja henkilöstö 3 300

Tikkurila sijoituskohteena

- Tasapainoinen maantieteellinen läsnäolo
- Hyvät kasvunäkymät Venäjällä ja sen lähialueilla
- Sykleistä riippumaton tasainen vahva kannattavuus
- Vahva taloudellinen asema
- Hyvä osingonmaksaja

Tikkurila kumppanina

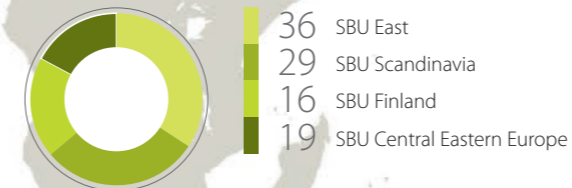
- Luotettava, rehellinen ja vakaa yhteistyökumppani
- Tunnetut tuotemerkit
- Kattava ja innovatiivinen tuote- ja palveluvalikoima
- Liiketoiminnan perustana lisäarvon luominen ja kustannustehokkuus
- Toimitusvarmuus ja asiakastytyväisyys aina keskeisinä mittareina

Tikkurila työnantajana

- Osallistava yrityskulttuuri
- Pitää huolta henkilöstön hyvinvoinnista
- Kannustaa ihmisiä kokeilemaan uusia tehtäviä ja kehittämään omaa osaamistaan
- Panostaa vuorovaikutukseen henkilöstön ja johdon välillä
- Joustaa ihmisen elämäntilanteen mukaan

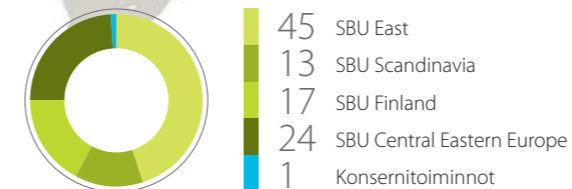
672
liikevaihto milj. euroa

Liikevaihto segmenteittäin, %



3 227
työntekijää

Henkilöstö segmenteittäin, %



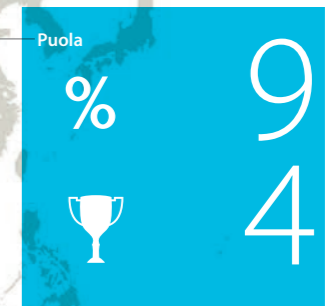
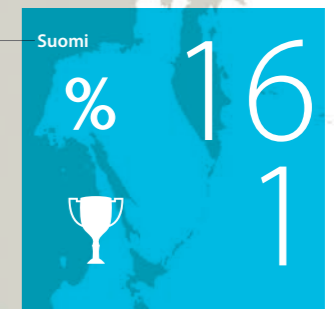
Vahvoja brändejä



Tikkurilan strategiset brändit kuuluvat tunnetuimpiin maalituotemerkeihin myyntialueillaan. Tikkurilan myynnistä suurin osa tulee strategisista brändeistä, jotka ovat Tikkurila, Alcro, Teks ja Vivacolor. Näiden lisäksi Tikkurilalla on paikallisia brändejä.

Neljä raportointisegmenttiä

Tikkurilan liiketoiminta on organisoitu neljään raportointisegmenttiin, joista Tikkurila käyttää nimitystä strateginen liiketoimintayksikkö (SBU). Tikkurilan maantieteelliseen jakoon perustuvat liiketoimintayksiköt ovat SBU East, SBU Scandinavia, SBU Finland ja SBU Central Eastern Europe.



% Osuus konsernin liikevaihdosta
Trophy Markkina-asema kauppa- ja rakennusmaaleissa

Sisältö

Vuosi lyhyesti	1
Toimitusjohtajan katsaus	4
Liiketoimintastrategia	6
Toimintaympäristö	8
Liiketoimintakatsaus	12
Johdoryhmä	22
Hallitus	24
Hallintoselvitys	26
Sijoittajatieto	32

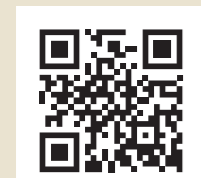
Yhteystiedot

Minna Avellan, sijoittajasuhdepäällikkö
 ☎ 040 533 7932
 ✉ minna.avellan@tikkurila.com

Tikkurila Oyj

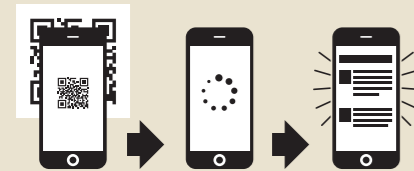
Kuninkaantie 1
 PL 53, 01301 Vantaa
 ☎ 09 857 71
 www.tikkurilagroup.fi
 Y-tunnus 0197067-4

Miten QR-koodi toimii?



QR-koodin on mobiililaitteella skannattava koodi, joka voi sisältää tietoa tai linkin verkkosivulle.

Aluksi sinun on asennettava laitteeseesi ohjelma, jolla voit lukea koodeja. Tämän jälkeen voit skannata tai valokuvata QR-koodin. Seuraavaksi ohjelma välittää sinulle koodissa olevan tiedon.



Symbolien selitykset

- ☎ Katso lisää internetistä
- ✉ Sähköpostiosoite
- 📄 Katso lisätiedot sivulta
- ☎ Puhelinnumero



Joutsenmerkki kertoo painon sitoutumisesta ympäristökuormituksensa minimoimiseen ja se kattaa aikakauslehtien sekä mainospainototteiden tuotannon. Kaikki tuotannossa käytettävät tuotantomenetelmät ja kemikaalit täyttävät Joutsenmerkin vaatimukset.

VUOSI 2012 LYHYESTI

- Tikkurilan 150. toimintavuosi oli ennätysellinen haastavasta makrotalouden tilanteesta huolimatta. Tikkurila saavutti kaikkien aikojen suurimman liikevaihdon, operatiivisen liikevoiton ja liiketoiminnan rahavirran.
- Heikko markkinainfamaatio ja kuluttajien luottamuksen lasku pienensivät Tikkurilan myyntivolyymia ja etenkin jälkimmäisellä vuosipuoliskolla. Liikevaihto kasvoi hieman lähinnä myyntihintojen korotusten johdosta. Myyntihintoja nostettiin korkeamman raaka-ainekustannustason kompensoimiseksi.
- Suhteellinen kannattavuus parani. Erinomaisen operatiivisen kannattavuuden taustalla olivat etenkin konsernissa tehdyt tehostamistoimet.
- Parempi nettokäyttöpääoman hallinta kasvatti rahavirtaa selvästi.
- Tikkurila esitteli kuluttajille ja ammattilaisille noin 40 uutta tuotetta.

Tikkurila täytti 150 vuotta

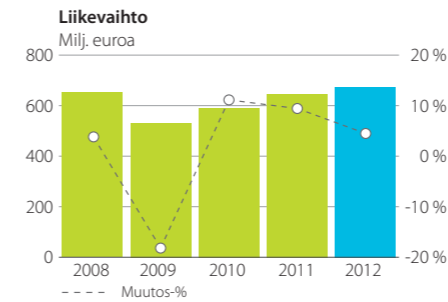


Tikkurilan juhlavuosi näkyi monin eri tavoin vuoden aikana. Tikkurila julkaisi elokuussa 2012 historiikkinsa "Värikartta - 150 vuotta Tikkurilan tarinoita". Tikkurilan tarina on tarina yrittäjyydestä, uskalluksesta ja vahvasta uskosta omaan osaamiseen. Kirjan kirjoittaja Kirsti Manninen näkee Tikkurilan menestyksen taustalla yhtiön kyvyn uudistua maailman muuttuessa, yhtiön johdon taidon antaa vastuuta kyvykkäille yksilöille ja lähes sadan vuoden mittaisen panostuksen neuvontatyöhön – pelkät maalit eivät riitä vaan tarvitaan tietoa, inspiraatiota ja jatkuvaa vuorovaikutusta maalien käyttäjien kanssa.

Osana juhlavuotta Tikkurila lanseerasi myös Kestävää kauneutta -ohjelman, jonka tarkoituksena oli edistää hyvinvointia osallistamalla projekteihin, joissa maaleilla ja väreillä luodaan viihtyvyyttä ja kauneutta erilaisiin tiloihin ja ympäristöihin. Projekteja toteutettiin kymmenessä maassa ja niistä voi lukea lisää Tikkurilan internetsivuilta osoitteesta www.tikkurilagroup.com/kestavaakauneutta

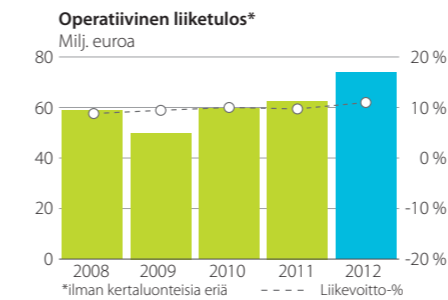
Avainluvut

Milj. euroa	2012	2011
Liikevaihto	671,8	643,7
Liikevoitto (EBIT) ilman kertaluonteisia eriä	73,9	62,7
Liikevoitto-% (EBIT-%) ilman kertaluonteisia eriä	11,0 %	9,7 %
Liikevoitto (EBIT)	66,6	61,2
Liikevoitto-% (EBIT-%)	9,9 %	9,5 %
Tulos ennen veroja	59,2	50,7
Tilikauden tulos	40,6	35,5
Tulos per osake, euroa	0,92	0,80
Sidotun pääoman tuotto (ROCE), %, rullaava	21,0 %	19,4 %
Rahavirta investointien jälkeen	50,3	13,3
Korollinen nettovelka kauden lopussa	80,6	99,4
Nettovelkaantumisaste, %	39,1 %	51,9 %
Omavaraisuusaste, %	47,7 %	44,1 %
Henkilöstö kauden lopussa	3 227	3 551



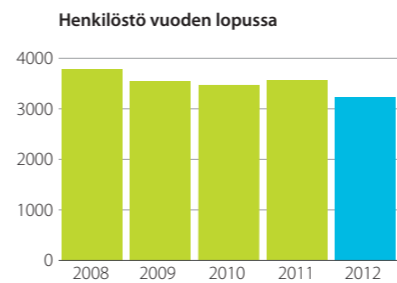
55%

Hieman yli puolet Tikkurilan liikevaihdosta tulee kasvavilta markkinoilta.



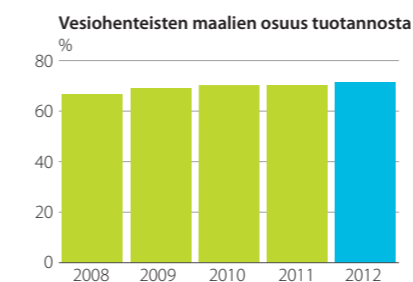
11%

Tikkurilan suhteellinen operatiivinen kannattavuus on perinteisesti ollut hyvä ja vakaa.



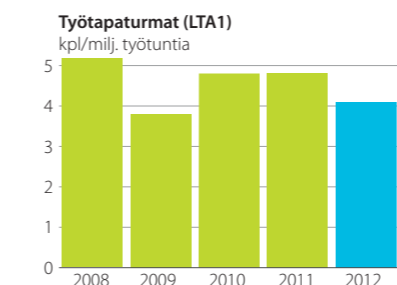
86%

Valtaosa Tikkurilan henkilöstöstä haluaa vaikuttaa työyhteisön ja oman työnsä kehittämiseen.



71%

Suurin osa Tikkurilan valmistamista tuotteista on vesiohenteisia.



-15%

Työtaturmien määrä laski edellisvuodesta.

KAUPUNGIN VÄRIT

Illan viime säteissä on aina jotain taianomaista ja epätavallisen voimallista. Ajatukset lähtevät vaelta-
maan. Tulee tunne kuin muuttuisi jonkinlaiseksi yölliseksi olennoiksi, joka näkee kaiken elävämpänä,
terävämmin, tarkemmin. Värit hehkuvat täyteläisinä, ja ilmassa on erityislaatuista, lupaavaa kajoa.
Jollain tavalla tuntuu siltä, että juuri nyt on hyvä aika muistella menneitä – ja tähtyä tulevaisuuteen.

Annetaan kaupungin värien kuljettaa.



TOIMITUSJOHTAJAN KATSAUS

Hyvä lukija, vuotta 2012 voi hyvillä mielin sanoa onnistuneeksi Tikkurilan kannalta. Erittäin vaikeasta markkinaympäristöstä huolimatta Tikkurila ylsi ennätykselliseen liikevaihtoon, operatiiviseen liikevoittoon ja liiketoiminnan rahavirtaan – 150. toimintavuotensa kunniaksi. Tästä upeasta saavutuksesta haluan kiittää henkilöstöämme ja kaikkia yhteistyökumppaneitamme – niin kuluttajia, ammattilaisia, teollisuusasiakkaita kuin kaupan väkeä.

Talouden yleinen kehitys ei juuri tukenut meitä kuluneen vuoden aikana. Maailmantalouden epävarmuus lisääntyi lupaavan alkuvuoden jälkeen kuukausi kuukaudelta. Euroalueen ongelmat heijastuivat voimakkaasti kuluttajien luottamukseen, sitä kautta vähittäiskauppaan ja edelleen maalinmyyntiin kaikilla markkinoillamme vuoden edistyessä. Rakentamisen ja asuntokaupan hiljeneminen sekä tietyillä markkinoilla tehdyt verovähennysleikkaukset heijastuivat etenkin ammattilaisille suunnattuun myyntiin. Lisähaasteensa tarjosivat raaka-aineiden, erityisesti maalinvalmistajille tärkeän titaanidioksidin, ennennäkemättömän korkeat hinnat, joita tosin pystyimme kompensoimaan kohtuullisen hyvin omien myyntihintojemme korotusten kautta.

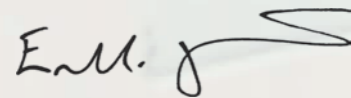
Hyvän liikevoittotasomme takana olivat etenkin vuoden 2011 lopulla käynnistetyt rakennemuutoksen ja toimintojen tehostamisen mukanaan tuomat kustannussäästöt. Rakennemuutoksella pyrimme ennen muuta yksinkertaistamaan organisaatiotamme ja nopeuttamaan päätöksentekoa. Muutimme myös toimintatapaamme heikosti kannattavilla markkinoilla. Samalla kustannusrakenteemme keveni huomattavasti. Toimet mahdollistivat hyvän kannattavuustason säilyttämisen haastavissa markkinaolosuhteissa.

Vuotuisen strategiakerroksemme tuloksena päätimme edetä valitsemallamme tiellä. Maantieteellisesti katsottuna keskitymme jatkossakin Pohjois- ja Itä-Eurooppaan. Vahva asemamme Pohjoismaissa tuo toimintaamme vakautta – kasvua haemme etenkin Venäjältä ja sen lähialueilta sekä Keski-Euroopasta. Asiakasnäkökulmasta keskitymme palvelemaan kuluttajia ja ammattilaisia, tarkoin valikoidut teolliset asiakkaat mukaan lukien. Tuotenäkökulmasta keskitymme korkeamman laatu- ja hintaluokan brändätyihin tuotteisiin, joista Tikkurila on perinteisesti ollut tunnettu. Näin haluamme olevan myös jatkossa.

Hallitus asetti loppuvuodesta toiminnallemme uudet, pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet, kun edelliset, vuonna 2009 asetetut, keskipitkän aikavälin tavoitteet saavutettiin määräajassa. Uudet tavoitteet edellyttävät toiminnaltamme paitsi entistä parempaa kannattavuutta myös selvästi ripeämpää kasvua. Koska uskomme edessämme olevan makrotaloudellisesti katsottuna useita melko matalan kasvun vuosia, edellyttäneen yhden miljardin liikevaihtotavoitteen saavuttaminen vuonna 2018 meiltä myös joitakin yritysostoja.

Tavoitteet ovat kovia, mutta saavutettavissa. Taaksepäin katsottuna Tikkurilan tarina on mielestäni ollut tarina riittäjyydestä, uskalluksesta ja vahvasta uskosta omaan osaamiseen. Nämä samat arvot kantavat meitä myös tulevaisuudessa. Historiikkimme kirjoittaja Kirsti Manninen totesi osuvasti, että menestyksemme takana on ollut ennen muuta yhtiön kyky muuntautua markkinatilanteen mukaan. Toisekseen yrityksessä on myös kautta aikojen uskallettu antaa vastuuta lahjakkailla yksilöillä, joita Tikkurilasta on onneksemme aina löytynyt – ja löytyy edelleen. Kolmanneksi hänkin näki sen, mikä on ollut ja on ehdottomasti myös jatkossa kantava voimamme: erinomaisten tuotteiden rinnalla tarjottava neuvontatyö, koulutustoiminta ja erilaiset palvelut. Tästä konseptoidusta kokonaisuudesta haluamme luoda jatkossa entistäkin selvemmän kivijalan toiminnallemme. Siitä on osoituksena muun muassa aiempaa suuremmat panostukset innovatiivisuuden kehittämiseen.

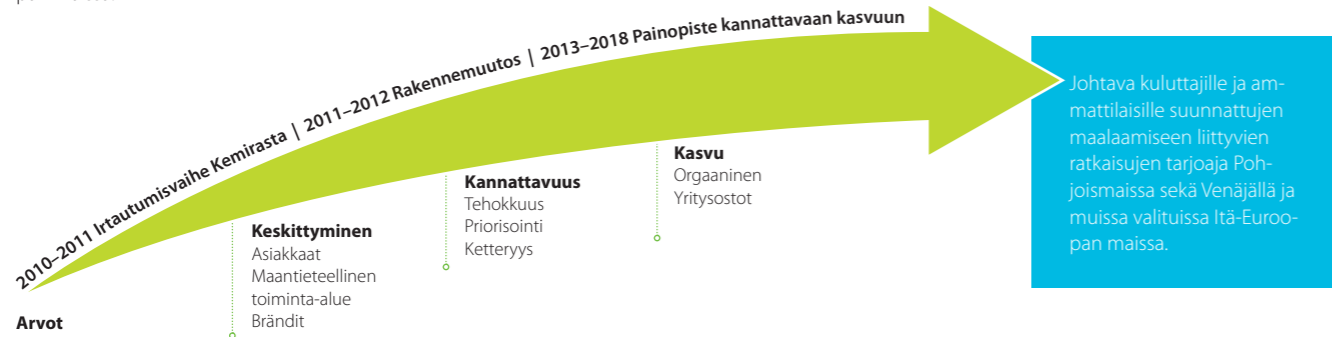
Kaikki merkit viittaavat siihen, että myös vuodesta 2013 tulee makrotaloudellisesti katsottuna haastava. Etenkin kehittyneiden markkinoiden kasvu on parhaimmillaan vain pari prosenttiyksikköä; kehittyvien markkinoiden näkymät ovat hieman myönteisemmät. Toisaalta kysynnän nopeat ja voimakkaat heilahtelut näyttäisivät tulleen jäädäkseen. Kaikista näistä haasteista huolimatta voimme lähteä uuteen vuoteen levollisin mielin. Meillä on käsissämme alan parhaimmistoon kuuluva yhtiö, jolla on vahva, johtava asema toiminta-alueellaan. Taloutemme on vankalla pohjalla ja tuotevalikoimamme kilpailukykyinen. Meillä on kotimaiset ankkurimistajat, jotka ovat sitoutuneet toimintamme pitkäjänteiseen kehittämiseen. Ennen kaikkea meillä on syvät, vakiintuneet asiakassuhteet, joiden varaan on turvallista lähteä rakentamaan kasvustrategiaamme. Ja ennätyksethän on tehty rikottaviksi.


Erkki Järvinen



LIIKETOIMINTASTRATEGIA

Tikkurilan strategisena tavoitteena on olla johtava kuluttajille ja ammattilaisille suunnattujen maalaamiseen liittyvien ratkaisujen tarjoaja Pohjoismaissa sekä Venäjällä ja muissa valituissa Itä-Euroopan maissa.



Vuosien 2011 ja 2012 aikana Tikkurila keskittyi erityisesti rakenteiden muuttamiseen ja kannattavuuden parantamiseen. Jatkossa Tikkurila tavoittelee korkeampaa kasvua.

Strateginen viitekehys

Vuonna 2009 määritellyn strategian mukaisesti Tikkurila noudattaa keskittymisen strategiaa:

- Tikkurila palvelee kuluttajia ja ammattilaisia, tarkkaan valikoidut teolliset toimijat mukaan lukien
- Tikkurila toimii Pohjoismaissa, Venäjällä ja muissa valituissa Itä-Euroopan ja Keski-Aasian maissa
- Tikkurila panostaa omiin vahvoihin brändeihin ja keskittyy korkeamman laatu- ja hintaluokan maaleihin

Tikkurilan strategiaa täsmennettiin edelleen vuonna 2011. Kannattavuuden parantamiseksi Tikkurila käynnisti vuoden 2011 lopussa konsernia koskeneen toimenpideohjelman, jonka tavoitteena oli joustavampi organisaatio ja kustannusrakenne sekä toimintamallien virtaviivaistaminen. Ohjelmaan kuului organisatoristen rakenteiden uudistaminen, vastuualueiden selkeyttäminen ja toimintatapojen muuttaminen. Tavoitteena on myös eri tuotantolaitosten roolien selvittäminen ja tarvittaessa uudelleenjärjestäminen. Vuoden 2012 aikana toteutettiin seuraavat toimenpiteet:

- Konsernin johtoryhmän tiivistäminen
- Johtotasojen vähentäminen päätöksenteon nopeuttamiseksi ja virtaviivaistamiseksi
- Henkilöstön vähentäminen ja ulkoistaminen Suomessa (noin 110 henkilöä)
- Unkarin, Slovakian, Tshekin ja Romanian tytäryhtiöiden myynti toimivalle johdolle
- Organisaatioiden virtaviivaistaminen Venäjällä, Puolassa ja Baltiassa
- Raaka-aineiden ja kaavojen optimoinnin tehostaminen

Arvot

Tikkurilan toimintoja ohjaavat ja kestäviä toimia tukevat arvomme: olemme luottamuksen arvoisia, innovatiivisia ja ammattilaisia. Näitä arvoja toteutamme sekä suurissa että pienissä arjen päätöstilanteissa.



Olemme luottamuksen arvoisia
Kehitämme ja tarjoamme laadukkaita brändejä, palveluita ja tuotteita, joiden turvallisuuteen, toimivuuteen ja ympäristömyötävyyteen ihmiset voivat luottaa.



Olemme innovatiivisia
Saamme aikaan muutosta markkinoilla ja tarjoamme uudenlaisia ratkaisuja asiakkaiden tarpeisiin.



Olemme ammattilaisia
Tuomme lisäarvoa asiakkaillemme, omistajillemme ja koko yhteisöllemme – joka päivä.

Korkeampaa kasvua

Vuoden 2012 strategiakerroksen myötä Tikkurila on asettanut tavoitteekseen korkeamman kasvun. Asiakaskeskeisyys korostuu kaikissa toiminnoissa. Tikkurila pyrkii kasvamaan markkinoiden keskimääräistä kasvuvauhtia nopeammin kaikilla markkinoillaan ja erityisesti Venäjällä ja sen lähialueilla. Painopiste on vahvojen brändien avulla tapahtuvassa orgaanisessa kasvussa. Tikkurila tekee kohdennettuja yritysostoja ja yhteistyöjärjestelyjä, mikäli ne tukevat strategian täytäntöönpanoa maantieteellisen alueen laajentamisen tai tuote- ja palvelutarjoaman kasvattamisen kautta. Yhtiö pyrkii laajentamaan toimintaansa palveluihin yhdistämällä nykyiseen tuotevalikoimaan yhdistettyjä maalaamiseen ja sisustamiseen liittyviä palveluita. Lisäksi Tikkurila arvioi uusia jakelumalleja. Yhtiö hyödyntää myös shop-in-shop -konsepteja, ja tutkii arvoketjussa eteenpäin integroitumista tietyillä alueilla.

Strategian painopistealueet 2013

Kannattavan kasvun nopeuttaminen orgaanisen kasvun, korkeampien hinta- ja laatuerojen markkinaosuuskien kasvattamisen ja tarkkaan valittujen yritysostojen kautta.

Jakelun kehittäminen ammattilaisille suunnatun vähittäismyyntikonseptin avulla.

Innovatiivisuuden vahvistaminen strategisten tavoitteiden, kuten palvelujen myynnin kasvattamisen, saavuttamiseksi. Innovaatiotoimintaa ohjaavat toimintaympäristön megatrendit, kuten väestön ikääntyminen ja keskiluokkaistuminen sekä yksilöllisyyden ja kiireisen elämänrytmin korostuminen.

Tuotekehityksen ja tuotehallinnan yhteistyön tiivistäminen tulevaisuuden kilpailukyvyyn varmistamiseksi. Painopiste on kestävien ratkaisujen kehittämisessä ja tulevien asiakasvaatimusten ennakoinnissa.

Toimitusketjun toiminnan jatkuva parantaminen kannattavan liiketoiminnan tukemiseksi muun muassa pääomanhallintaan, asiakaspalveluun ja tehokkaampaan toimintaan liittyvien hankkeiden kautta. Raaka-ainekorian rakentaminen ja konsernin yhteiset kaavakehityshankkeet ovat painopistealueita tehokkuutta haettaessa.

Uudet taloudelliset tavoitteet vuodelle 2018

1

Liikevaihto
miljardi euroa

> 12%

Kannattavuus
Operatiivinen liikevoittomarginaali (EBIT) yli 12 prosenttia

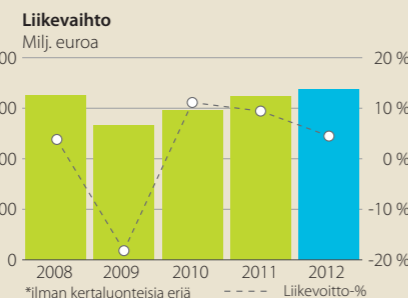
> 20%

Pääoman tuotto
Operatiivinen sidotun pääoman tuotto (ROCE) yli 20 prosenttia

< 70%

Taserakenne
Nettovelkaantumisaste alle 70 prosenttia

Taloudelliset tavoitteet 2010-2012



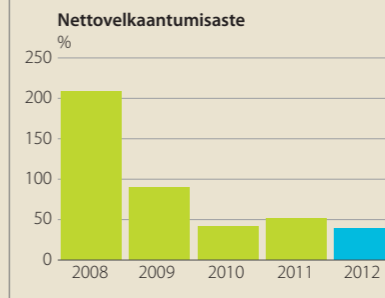
Tikkurila ei saavuttanut tavoitteen mukaista yli viiden prosentin vuotuista orgaanista liikevaihdon kasvua. Liikevaihdon orgaaninen kasvu oli 4,4 prosenttia vuonna 2012.



Tikkurila saavutti tavoitteen mukaisen yli 10 prosentin operatiivisen liikevaihtoloksen (EBIT) liikevaihdosta. Operatiivinen liikevoittomarginaali oli 11,0 prosenttia vuonna 2012.



Tikkurila saavutti pääoman tuotto-%:n (ROCE) jatkuvaan parantamiseen liittyvän tavoitteen. ROCE parani 1,6 prosenttiyksiköllä 21,0 prosenttiin vuonna 2012.



Tikkurila saavutti tavoitteen mukaisen alle 100 prosentin nettovelkaantumisasteen. Nettovelkaantumisaste oli 39,1 prosenttia vuonna 2012.

Osinkopolitiikka

Tikkurilan tavoitteena on jakaa osinkoa, joka vastaa vähintään 40 prosenttia vuotuisesta operatiivisesta nettotuloksesta. Operatiivinen nettotulos tarkoittaa tilikauden voittoa ilman kertaluonteisia eriä verovaihtokautta oikaistuna.

Osinkohistoria
2010 0,70 euroa osakkeelta
2011 0,73 euroa osakkeelta
2012 0,76 euroa osakkeelta*

Osingot ovat vastanneet 72-88 prosenttia operatiivisesta nettotuloksesta.

*Hallituksen ehdotus yhtiökokoukselle

TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Maalia valmistetaan sekoittamalla ja prosessoimalla useita eri raaka-aineita keskenään. Maalilla on kaksi pääasiallista tehtävää: pintojen kaunistaminen sekä suojaaminen esimerkiksi sääolosuhteilta ja korroosiolta. Nykyään käytännössä lähes kaikki rakenteet ja valmistetut tuotteet käsitellään maaleilla ja muilla pinnoitteilla. Maailmanlaajuisten maalimarkkinoiden yhteenlaskettu arvo oli noin 76 miljardia euroa vuonna 2011. Keskipitkällä aikavälillä markkinoiden volyymimääräinen vuotuinen kasvu on ollut noin 3 prosenttia.

Maalimarkkinat voidaan jakaa tuotteiden loppukäytön mukaan kahteen pääasialliseen ryhmään, jotka ovat kauppa- ja rakennusmaalit sekä teollisuusmaalit. Kauppa- ja rakennusmaalit vastaavat 44 prosenttia ja teollisuusmaalit 56 prosenttia markkinan arvosta. Maantieteellisesti tarkasteltuna Aasian markkina on kasvanut nopeimmin viime vuosien aikana, ja sen osuus maailman koko maalimarkkinavolyymista on 40 prosenttia. Kauppa- ja rakennusmaaleissa Aasian osuus on 30 prosenttia. Toiseksi suurimman markkinan muodostaa Eurooppa, jonka osuus maailman maalimyyntin arvosta on noin 30 prosenttia. Kauppa- ja rakennusmaaleissa Euroopan osuus on 31 prosenttia. Tikkurilla on alueellinen toimija, jonka markkina-alueen muodostavat Pohjoismaat ja Itä-Eurooppa. Tikkurilla keskittyy lähinnä kauppa- ja rakennusmaaleihin, jotka vastaavat reilua neljää viidesosaa Tikkurilan liikevaihdosta.

Yhä suurempi osa kauppa- ja rakennusmaaleista on vesiohenteisia. Vuonna 2011 niiden osuus globaalista kysynnästä oli yli 80 prosenttia, ja osuuden arvioidaan kasvavan edelleen. Kuluttajien ostamista maaleista yli 90 prosenttia on vesiohenteisia. Liuotinohenteisia maaleja käytetään etenkin ammattilaisten tekemissä ulkomaalauksissa. Vesiohenteisten maalien yleistymisen taustalla ovat muun muassa maalien helppokäyttöisyys, nopeampi kuivumisaika sekä ympäristö- ja terveysnäkökulmat.



Venäjän maalimarkkina

Venäjän kauppa- ja rakennusmaalimarkkina on kooltaan noin 1,5 miljardia euroa. Venäjän talouden kehitys on edelleen varsin riippuvainen öljyn hinnasta. Markkinan kasvua tukevat yleinen talouden kasvu, kuluttajien ostovoiman lisääntyminen ja rakentaminen. Venäjällä on jo 15 miljoonakaupunkia, ja maa kuuluu Euroopan suurimpiin kuluttajamarkkinoihin. Venäjän vaurastuminen ja keskiluokkaistuminen johtavat pidemmällä aikavälillä korkeampien hinta- ja laatuluokkien maalien kysynnän kasvuun. Vielä toistaiseksi alhaisen hinta- ja laatuluokan maalien suhteellinen osuus markkinasta on suurin. Kuluttajat (do-it-yourself) maalaavat vielä toistaiseksi paljolti itse Venäjällä, mutta ammattilaisten osuus kasvaa selvästi nopeammin.

Venäjän maalimarkkinan tulevaan kehitykseen vaikuttaa merkittävästi kuluttajien lisääntyvä ympäristötietoisuus, vaikka maan ympäristölainsäädäntö on toistaiseksi varsin vähäistä. Venäläisten huoli terveyteen, turvallisuuteen ja ympäristöön liittyvistä asioista kasvaa, mikä näkyy vesiohenteisten ja niukkaliuotteisten maalien lisääntyvänä kysyntänä. Viimeisten kymmenen vuoden aikana vesiohenteisten maalien osuus on moninkertaistunut vastaten reilua puolta kauppa- ja rakennusmaalien kokonaiskysynnästä. Osuus on kuitenkin vielä selvästi alhaisempi kuin monilla muilla markkinoilla.

Venäjän maalimarkkinoilla on toistaiseksi paljon pieniä toimijoita. Kemikaalilainsäädäntö kiristää vaatimuksia myös Venäjällä, mikä vaikuttaa kilpailutilanteeseen jatkossa. Venäjän liittyminen maailman kauppajärjestöön (WTO) vuonna 2012 on lisännyt uskoa Venäjän talouteen ja näkyyneen aikanaan myös pienempinä tullimaksuina. Merkittäviin lähitulevaisuuden tapahtumiin kuuluu muun muassa Venäjän isännöimät vuoden 2014 talviolympialaiset Sochissa, mikä on johtanut erilaisten rakennus- ja infrastruktuuriprojektien käynnistämiseen.

MAALIEN OSTOPÄÄTÖKSEEN VAIKUTTAVIA TEKIJÖITÄ

Kauppa- ja rakennusmaaleja ostavat kuluttajat ja ammattilaiset. Euroopassa kuluttajat ostavat hieman alle puolet myydyistä maaleista. Yleisesti ottaen ammattilaisia käytetään maalaustöissä sitä enemmän, mitä alhaisemmat työvoimakustannukset kussakin maassa ovat. Maailman mittakaavassa kuluttajien osuus maalien kysynnästä on noin neljännes. Ammattilaisten osuus kasvaa myös korkeamman työvoimakustannusten maissa väestön ikääntymisen ja varallisuuden kasvun myötä.

Ammattilaisten maalien ostopäätökseen vaikuttavat eniten palvelu ja hinta. Ammattilaiset arvostavat toimitusvarmuutta sekä teknistä tukea ja muita tuotteisiin ja maalaamiseen liittyviä palveluja. Lisäksi ammattilaiset arvostavat hyvän hinta-laatu -suhteen tuotteita, joilla saa helposti siistiä jälkeä ja jotka tukevat toiminnan kannattavuutta.

Kuluttajien kannalta tärkein ostopäätökseen vaikuttava tekijä on saatavilla olevat värivalikoimat. Lisäksi valintaan vaikuttavat maalin ominaisuudet. Kuluttajat maalaavat kohtuullisen harvoin ja näin ollen helposti aikaansaatu korkealaatuinen maalausjälki on tärkeä tekijä. Hinta ei usein ole keskeisin päätöskriteeri.

RAAKA-AINEET

Tikkurilan tärkeimmät raaka-aineet ovat pigmentit (ennen muuta titaanidioksidi), sideaineet, liuotteet, lisäaineet, vesi ja pakkausmateriaalit. Raaka-aineiden ja pakkausmateriaalien hinnat ovat pitkälti riippuvaisia öljyn, energian ja metallien hintakehityksestä. Raaka-aineilla on keskeinen merkitys maalinvalmistajien toimintaan. Raaka-aine- ja pakkausmateriaalikustannukset ovat keskimäärin noin puolet Tikkurilan liikevaihdosta.

KAUSIVAIHTELU

Tikkurilan liiketoiminta on kausiluontoista siten, että toiselta ja kolmannelta vuosineljännekseltä kertyy selvästi suurempi liikevaihto ja liiketulos kuin tilikauden ensimmäiseltä ja neljänneltä vuosineljännekseltä. Kausivaihtelu johtuu pääasiassa ulkomaalauksen lisääntymisestä toisella ja kolmannella vuosineljänneksellä.



Tikkurilan tuotteita ja palveluja

Kauppa- ja rakennusmaalit

Maalit, lakat ja efektituotteet sisätiloihin, puu-, kiviaines- ja metallipintojen maalit ulkotiloihin sekä erilaiset maalaamiseen liittyvät palvelut.

Metalliteollisuusmaalit

Korroosionestomaalit, tuotemaalauksen tuotteet ja betonilattioiden erikoismaalit ja pinnoitteet sekä maalausyhdistelmät erilaisiin teollisuuden pintakäsittelyprosesseihin.

Puuteollisuusmaalit

Maalit ja muut pintakäsittelytuotteet huonekalu-, rakennuspuusepän-, levy- ja sahateollisuuteen.

Asiakkaat

Tikkurilan tuotteiden ja palvelujen loppukäyttäjät ovat kuluttajat ja ammattilaiset. Kuluttajia (lähinnä niin sanottuja DIY eli do-it-yourself -asiakkaita) ja ammattilaisia (urakoitsijat, suunnittelijat, isännöitsijät, rakennusliikkeet, rakennuttajat, taustavaikuttajat, teolliset asiakkaat) palvelulla lähinnä erilaisten rautakauppojen tai pienempien maalimyyjäläiden kautta. Teollisia asiakkaita palvelaan joko suoraan tai Temaspeed-jälleenmyyjäverkoston kautta.

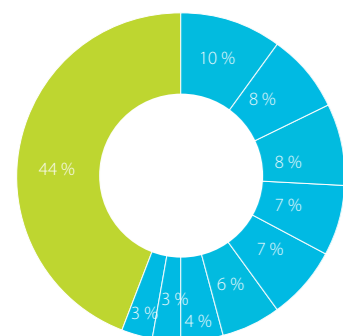
Jakelukanavat

Tikkurilla myy kauppa- ja rakennusmaaleja pääasiassa rakennustarvikeliikkeille, maalikauppaketjuille ja itsenäisille maalien jälleenmyyjille, jotka puolestaan myyvät Tikkurilan tuotteita kuluttajille. Skandinaviassa Tikkurilla on myös omia myymälöitä.

Tikkurilan teollisuusmaaleja myydään joko suoraan asiakkaille tai Temaspeed-jälleenmyyjäverkoston kautta. Tikkurilan Temaspeed-brändiä saavat käyttää ainoastaan valtuutetut teollisuusmaalien jälleenmyyjät.

■ Teollisuusmaalit 56 %

■ Kauppa- ja rakennusmaalit 44 %



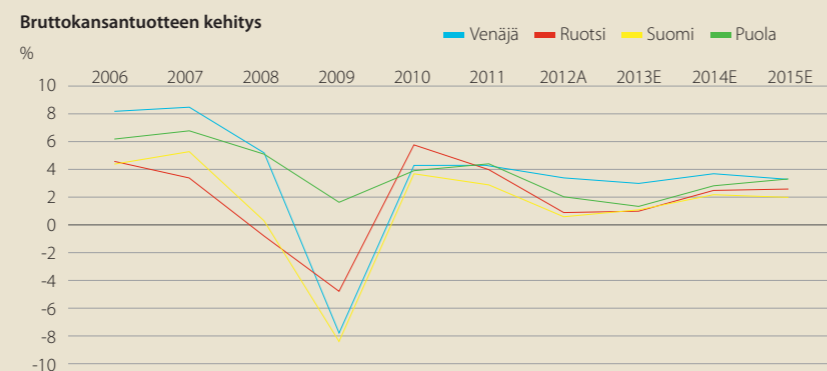
- Metalliteollisuusmaalit 10 % *
- Kuljetusvälineet 8 %
- Jauhemaalit 8 %
- Teollisuuden kunnossapito ja korroosionestomaalit 7 % *
- Autojen korjausmaalit 7 %
- Puuteollisuusmaalit 6 % *
- Laivamaalit 4 %
- Coil-pinnoitteet 3 %
- Pakkausmateriaalit 3 %
- Kauppa- ja rakennusmaalit 44 %

Tikkurilla toimii tähdellä merkityissä teollisuusmaalisektoreissa. Lähde: IPPIC

Maailman maalimarkkinan arvo oli noin 76 miljardia euroa vuonna 2011. Teollisuusmaalit vastaavat hieman yli puolta markkinan kokonaisarvosta. Tikkurilan toiminta painottuu kauppa- ja rakennusmaaleihin, joiden osuus yhtiön liikevaihdosta oli 84 prosenttia vuonna 2012.

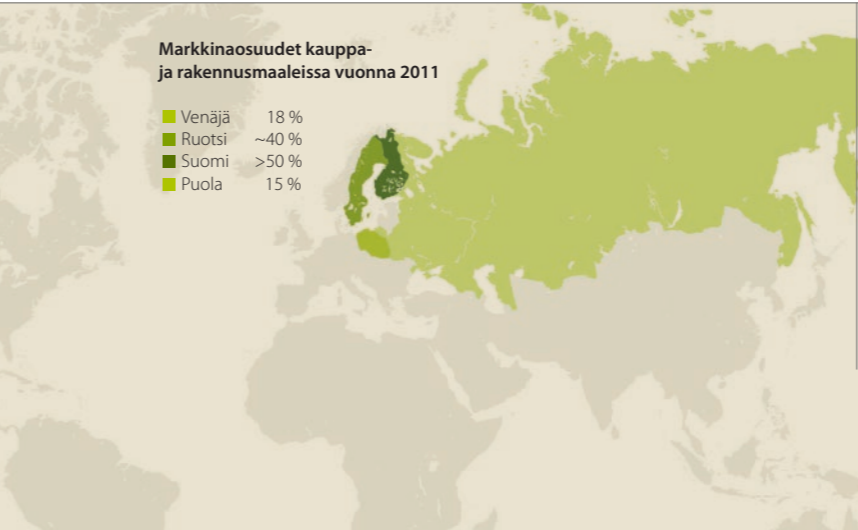
Tikkurilan päämarkkinoiden bruttokansantuotteen kasvuennusteet

Maailmantalouden kasvuvauhti on hidastunut ja edessä arvioidaan olevan useita matalamman kasvun vuosia. Länsi-Euroopan kasvun odotetaan olevan lähivuosina varsin hidasta, kun taas Itä-Euroopan kasvunäkymät ovat hieman paremmat.



Markkinaosuudet kauppa- ja rakennusmaaleissa vuonna 2011

- Venäjä 18 %
- Ruotsi ~40 %
- Suomi >50 %
- Puola 15 %



Markkinaosuudet

Tikkurilla on markkinajohtaja kauppa- ja rakennusmaaleissa Venäjällä, Ruotsissa, Suomessa ja Baltiassa. Puolassa Tikkurilla on neljänneksi suurin kauppa- ja rakennusmaalien toimittaja. Kauppa- ja rakennusmaalimarkkinoiden kiristyneestä kilpailutilanteesta huolimatta markkinaosuuksissa on tapahtunut vain vähäisiä muutoksia. Merkittäviä muutoksia markkinaosuuksissa on tapahtunut lähinnä yrityskauppojen yhteydessä.

ILLAN VARJOT

On tavallaan erikoista, miten sitä ei tule katseltua kaupungin värejä tarkasti päiväsaikaan, vaikka ne ovat kirkkaimmillaan juuri päivänvalossa. Kenties hektinen ympäristö ja säntäilevät ihmismassat peittävät tärkeät yksityiskohdat.

Yön laskeutuessa sitä alkaa kuitenkin kiinnittää asioihin eri tavalla huomiota. Katso ympärillesi. Yöllisellä kaupungilla on oma hehkuva palettinsa, joka koostuu väreistä ja varjoista. Yön pimeys peittää sen osittain, mutta silti se tekee rakennuksista, kortteleista ja kaupunginosista juuri omanlaisensa. Yöllistä kulkijaa ympäröivät muodot ja hahmot tuntuvat puhuvan omaa kieltään, joka vaikenee aamun viimein koittaessa



SBU EAST

SBU Eastin suhteellinen kannattavuus nousi erinomaiselle tasolle etenkin liikevaihdon kasvun ja suotuisten myyntimixin muutosten johdosta.

Venäjän kasvu oli vahvaa alkuvuonna, mutta venäläisten kuluttajien luottamus ja maan talouskasvu hiipuivat vuoden loppua kohti mentäessä eurokriisin pitkittymisen seurauksena.

SBU Eastin koko vuoden liikevaihto kasvoi vertailukaudesta. Myyntihintojen korotusten ja myyntimixin muutosten vaikutus kasvatti liikevaihtoa 12 prosenttia ja valuuttakurssimuutokset 2 prosenttia. Vertailukautta matalammat myyntivolyymit heikensivät liikevaihtoa 4 prosenttia.

Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä nousi selvästi ja suhteellinen kannattavuus parani kustannustason noususta huolimatta. Kannattavuutta paransi etenkin liikevaihdon kasvu ja Tikkurila-brändin suhteellisen osuuden kasvu myynnistä. Kustannustasoa nostivat Tikkurilan suuremmat myynti- ja markkinointipanostukset sekä yleinen kustannusinflaatio Venäjällä. Katsauskauden kertaluonteiset erät olivat -2,6 miljoonaa euroa, ja ne liittyivät toiminnan tehostamiseen sekä rakennuksesta, maa-alueesta ja tuotemerkeistä kirjattuihin arvonalentumisiin.

Venäjällä vuonna 2012 tehdyn bränditutkimuksen mukaan Tikkurila-maalibrändi on Venäjän tunnetuin maalibrändi. Venäläiset kuluttajat arvostavat muun muassa Tikkurilan tuotteiden laajaa valikoimaa ja laatua sekä yrityksen luotettavuutta, vakautta ja innovatiivisuutta. Tutkimus tehtiin 14 kaupungissa Venäjällä ja noin 45 000 henkilöä osallistui tutkimukseen.

Suunnittelupalveluja Kazakstanissa



Osana Tikkurilan strategista tavoitetta laajentaa palvelutarjontaansa, Tikkurila on pilotoinut uutta palveluliiketoimintakonseptiaan Kazakstanissa. Tikkurila perusti Kazakstanin yksikkönsä sisustussuunnitteluosaston, joka tekee muun muassa sisustussuunnittelua, sisätilojen maalaustöitä ja huonekalujen entisöintiä. Palvelukonseptia on tehty tunnetuksi muun muassa maalaamalla erilaisia pintanäytteitä Tikkurilan tuotteita myyviin vähittäismyymälöihin. Tikkurila on arvionsa mukaan johtava toimija premium-tuotteissa Kazakstanissa.

Maanlaajuinen läsnäolo Venäjällä



Tikkurila on markkinajohtaja kauppa- ja rakennusmaaleissa Venäjällä noin 18 prosentin markkinaosuudella. Tikkurila on toiminut Venäjällä 1970-luvulta lähtien, jolloin yhtiö käynnisti viennin entisen Neuvostoliiton alueelle. Tikkurila avasi ensimmäisen tuotantolaitoksensa 1990-luvulla Pietarissa. Vuonna 2012 yhtiö laajensi myynti- ja varastoverkostaan kattamaan myös maan itäosat. Tikkurilan tuotteita myydään yli 5 000 vähittäismyymäläpisteessä Venäjällä.

SBU East

Toiminta-alue

- Toiminta-alue: Venäjä ja muut IVY-maat, Ukraina
- Tuotantopaikat: Pietari ja Sary Oskol, Venäjä; Kiova, Ukraina
- Suurin yksittäinen markkina: Venäjä

Brändit



Markkina-asema

- Johtava kauppa-rakennusmaaleissa Venäjällä noin 18 prosentin markkinaosuudella

Maalimarkkina

- Venäjän kauppa- ja rakennusmaalimarkkinan koko noin 1,5 miljardia euroa
- Venäjän kauppa- ja rakennusmaalimarkkinan litramääräinen kasvu vuosittain keskimäärin 6 prosenttia vuosina 2004–2012

Kysynnän rakenne

- Economy-hinta- ja laatuluokan tuotteet
- Premium-tuotteiden odotetaan kasvavan nopeimmin elintason noustessa ja laadun merkityksen kasvaessa

Jakelukanavat

- Kauppa- ja rakennusmaalit: rakennustarvikeliikkeet, itsenäiset maalikauppiat, tukkukauppiat
- Teollisuusmaalit: suoramyynti, Temaspeed-jälleenmyyjät

Kilpailijoita

- AkzoNobel, Lakra-Sintez, Empils, ABC-Farben, Meffert, Caparol, useita paikallisia kilpailijoita

Investointeja koulutukseen

Tikkurila kouluttaa henkilöstöään, asiakkaitaan, jälleenmyyjäänsä sekä alan ammattilaisia ja opiskelijoita koulutuskeskuksissaan, joita konsernissa on seitsemässä maassa.

Venäjälle Pietarin Obukhovoon, vain vesiohenteisia tuotteita valmistavan tehtaan välittömään läheisyyteen, valmistui vuonna 2012 moderni koulutuskeskus. Koulutuskeskuksessa järjestetään eri asiakasryhmille ja henkilöstölle seminaareja, luentoja, maalaamiseen ja maaleihin liittyviä koulutuksia, esitellään laajalti Tikkurilan tuotteita ja inspiroidaan koulutuskeskuksen vieraita väreihin ja maalaustyöihin maalaamiseen.

Tikkurilalla on Venäjällä koulutuskeskuksia myös Moskovassa ja Novosibirskissä. Vuoden 2012 aikana Tikkurila koulutti Venäjällä noin 5 600 asiakasta, jälleenmyyjää ja alan ammattilaista.



Väri-inspiraatiota Minskissä



Tikkurila järjesti Valko-Venäjällä Väri-inspiraatioita -nimisen kilpailun yhteistyössä markkinointiin ja mainontaan keskittyvän Belyy Kvadrat -festivaalin kanssa osana Kestävää kauneutta -ohjelmaansa. Nuoria suunnittelijoita pyydettiin luonnostelevaan piirustuksia, jotka toisivat väri-inspiraatioita lapsille Tikkurilan maaleilla. Huhtikuussa 2012 viiden parhaan suunnittelijan piirustukset maalattiin minkiläisiin kehitysvammaisten lasten hoitoon erikoistuneisiin keskuksiin.

Venäjä quick facts 2012

142,5 milj. Asukasluku

3,4 % BKT-kasvu

€ 17,000 BKT/asukas

6 litraa Maalinkulutus/asukas

Kerrostaloasuminen Suosituin asuinmuoto

53 m² Asuntojen keskipinta-ala

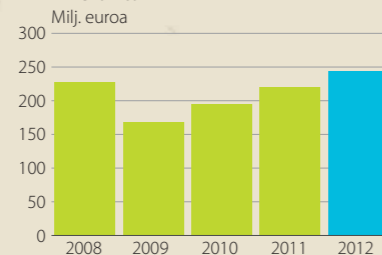
Kirkkaat ja pastellisävyt Suosituin sisämaalisävy

Avainluvut

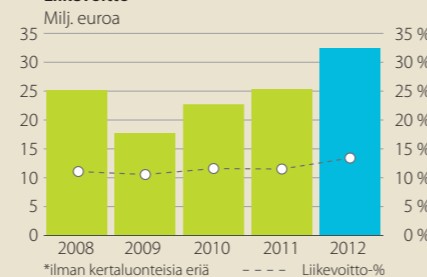
Milj. euroa	2012	2011
Liikevaihto	242,8	220,0
Liikevoitto*	32,5	25,3
Liikevoittoprosentti*	13,4 %	11,5 %
Liikevoitto	29,9	25,3
Henkilöstö	1 437	1 527

*Ilman kertaluonteisia eriä

Liikevaihto

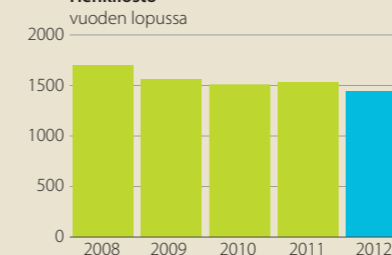


Liikevoitto*

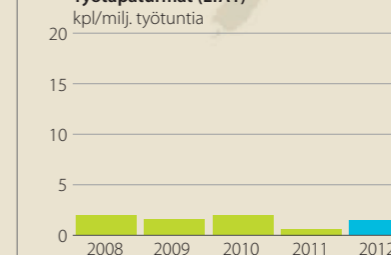


*Ilman kertaluonteisia eriä --- Liikevoitto-%

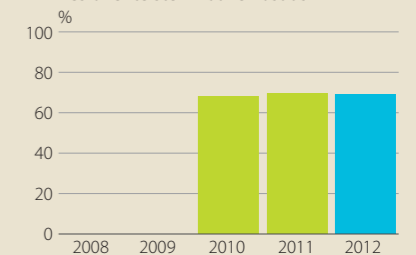
Henkilöstö



Työtapaturmat (LTA1)



Vesiohenteisten maalien osuus*



*Myyntinä Venäjällä

SBU SCANDINAVIA

Talouden kehitykseen liittyvä epävarmuus laski ruotsalaisten kuluttajien luottamuksen keskimääräistä alhaisemmalle tasolle vuoden aikana.

Ruotsin markkinailmapiiri oli heikko ja kilpailutilanne haastava. SBU Scandinavian koko vuoden liikevaihto kasvoi hieman vertailukaudesta. Myyntihintojen korotukset nostivat liikevaihtoa 5 prosenttia ja valuuttakurssimuutokset 4 prosenttia. Alhaisemmat myyntivolyymit laskivat liikevaihtoa 4 prosenttia ja vähittäismyymälöiden divestointi 3 prosenttia.

Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä ja suhteellinen kannattavuus olivat vertailukauden tasolla. Skandinavian liiketoimintojen suhteellinen kannattavuus on ollut perinteisesti erinomaisella tasolla.

Tikkurila on tehnyt vuosien ajan aktiivista ja pitkäjänteistä työtä ympäristön kannalta kestävämpien ja helppokäyttöisten tuotteiden kehittämiseksi ja tarjoamiseksi erityisesti Skandinaviassa, jossa Tikkurilalla on eniten ekomerkityviä kauppa- ja rakennusmaaleja. Vuonna 2012 Skandinaviassa myönnettiin useille tuotteille EU-ympäristömerkki. Skandinaviassa myytävien Alcron ja Beckersin maalibrändien tuotteista noin 60:lla on EU-ympäristömerkki. Vuonna 2009 Tikkurilan tytäryhtiö Tikkurila Sverige AB oli ensimmäinen yritys, joka sai Joutsenmerkin ulkomaalleen. Vuonna 2012 Skandinaviassa myönnettiin useille tuotteille Joutsenmerkki, ja nyt yli sata Alcron ja Beckersin ulko- ja sisämaalia on Joutsenmerkittyjä.

Maalausconsultointia sairaalahankkeeseen

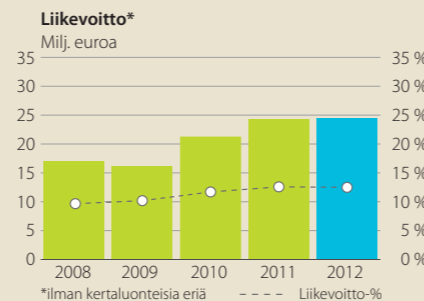
Tikkurila aloitti Ruotsissa yhteistyön Skanskan kanssa Nya Karolinska Solnan yliopistosairaalan rakentamisessa. Tikkurila Sverige AB tarjoaa Skanskalle maalausconsultointipalveluja yliopistosairaalan rakennushankkeessa Tukholman ulkopuolella. Viisivuotinen sopimus tehostaa maalaustöitä ja parantaa ympäristöasioiden dokumentointia.

Tikkurila tarjoaa käyttöön teknisen tukensa ja toimittaa koko projektin maalaustyöselitykset ja materiaalikuvaukset. Sairaalarakennuksen maalaustöissä on erityisvaatimuksia muihin uudisrakennusprojekteihin verrattuna. Pintojen on esimerkiksi oltava helposti puhtaana pidettäviä ja kulutusta kestäviä. Tämän lisäksi Nya Karolinska Solna on erittäin suuri rakennusprojekti. Rakentaminen aloitettiin kesällä 2010, ja se jatkuu vuoteen 2017 saakka. Maaleihin ja ammattimaalaukseen liittyvän laaja-alaisen osaamisen ohella myös Tikkurila Sverigen kunnianhimoinen ympäristötyö on ollut tärkeä tekijä Skanskalle yhteistyökumppanin valinnassa.



Avainluvut	2012	2011
Milj. euroa		
Liikevaihto	195,6	192,3
Liikevoitto*	24,4	24,3
Liikevoittoprosentti*	12,5 %	12,6 %
Liikevoitto	23,7	24,2
Henkilöstö	408	422

*Ilman kertaluonteisia eriä



Alcrota inspiraatiomallisto

Väriä, mielikuvituksella ja tarkalla työllä vanhasta ja kulu-neesta huonekalusta voi saada uudelleen hyvännäköisen. Tämän todistaa Alcron ad.retur-inspiraatiomallisto, jossa muotoilukorkeakoulu Beckmans Designhögskolan opiskelijat antoivat kymmenelle loppuun kulutetulle huonekalulle uuden ulkoasun. Huonekalut esiteltiin Stockholm Furniture Fair -messuilla helmikuussa 2012.

Alcron ensimmäinen Alcro Designers (ad) -mallisto ilmestyi vuonna 1999 helpottamaan asiakkaiden värivalintoja tarjoamalla heille tietoa ja innostuksen lähteitä. Sen jälkeen Alcro on esitellyt 12 värimallistoa yhteistyössä ansiotuneiden muotoilijoiden, arkkitehtien ja sisustussuunnittelijoiden kanssa.



50 % vähemmän CO₂-päästöjä

Vuonna 2011 Tikkurila saavutti edellisen ympäristötavoitteen saavuttamalla 99-prosenttisesti vesiohenteisia maaleja Skandinaviassa. Tikkurila asetti Skandinavian-toimintoilleen vuosille 2012–2020 uuden ympäristötavoitteen: Tikkurila pyrkii vähentämään suorien ja epäsuorien hiilidioksidipäästöjensä (CO₂) määrää 50 prosentilla vuoteen 2020 mennessä toimintoissaan Ruotsissa, Norjassa ja Tanskassa. Päästöjä tullaan vähentämään muun muassa kuljetuksessa, liikematkustuksessa, sähkönhankinnassa ja -kulutuksessa sekä jätteiden hävittämisessä.

Kaivattu mattamaali sisäseinille



Värien lisäksi sisustamisessa keskitytään entistä enemmän pintoihin. Monet halusivat käyttää enemmän täysin mattapintaisia maaleja, mutta käytännön syyt ovat usein olleet esteenä: mattamaaleilla käsitellyt pinnat vaurioituvat helposti. Vuonna 2012 Alcro esitteli hankauksen kestävästä mattamaalin, Pashminan. Pashminalla käsitellyt pintoja voi pestä ilman, että pinta muuttuu kiiltäväksi. Maali toimii näin ollen myös kovan kulutuksen kohteissa, kuten eteisessä ja keittiössä.

Alcro Pashmina luo samettisen pinnan, joka antaa väriä syvyyttä. Täysin mattapintainen seinä toistaa värin sävyä kauniisti ilman häiritseviä heijastuksia.

SBU Scandinavia

Toiminta-alue

- Toiminta-alue: Ruotsi, Norja, Tanska
- Tuotantopaikat: Nykvarn, Ruotsi
- Suurin yksittäinen markkina: Ruotsi

Brändit



Markkina-asema

- Johtava kauppa-rakennusmaaleissa Ruotsissa noin 40 prosentin markkinaosuudella

Maalimarkkina

- Markkinan koko noin 830 miljoonaa euroa
- Ruotsin maalimarkkinan krunumääräinen kasvu keskimäärin noin 3 prosenttia vuosina 2004–2012

Kysynnän rakenne

- Premium- ja medium-hinta- ja laatuluokkien tuotteet

Jakelukanavat

- Kauppa- ja rakennusmaalit: rakennustarvikeliikkeet, lisäksi Ruotsissa omat ammattilaismyymälät, Happy Homes -ketju ja Colorama-kauppaketju
- Teollisuusmaalit: suoramyynti, Temaspeed-jälleenmyyjät

Kilpailijoita

- AkzoNobel, Flügger, Jotun, Sherwin-Williams, Teknos, useita paikallisia kilpailijoita

Ruotsi quick facts 2012

9,1 milj. Asukasluku

1,2 % BKT-kasvu

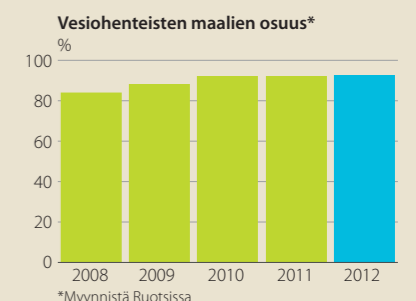
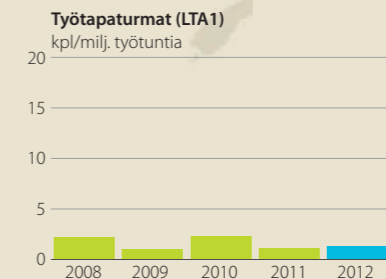
\$ 41 700 BKT/asukas

13 litraa Maalinkulutus/asukas

Pientalo Suosituin asuinmuoto

96 m² Asuntojen keskipinta-ala

Valkoinen ja murrettu valkoinen Suosituin sisämaalisyvä



SBU FINLAND

Tikkurilan juhluvuosi näkyi muun muassa erilaisina juhluvuoden kampanjatuotteina.

Suomessa talouden epävarmuus heikensi kuluttajien luottamusta ja heijastui rakennustarvikkeiden myyntiin ja kuluttajien rahankäyttöön. SBU Finlandin koko vuoden liikevaihto laski hieman vertailukaudesta. Matalammat myyntivolyymit laskivat liikevaihtoa 6 prosenttia. Myyntihintojen korotukset nostivat liikevaihtoa 5 prosenttia.

Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä ja suhteellinen kannattavuus paranivat toiminnan tehostamisen ja kustannussäästöjen johdosta. Katsauskauden kertaluonteiset erät olivat -2,0 miljoonaa euroa, ja ne liittyivät konsernissa käynnissä olleeseen tehostamisohjelmaan.

Tikkurila esitteli vuoden aikana markkinoille uusien tuotteiden lisäksi muun muassa uuden myymäläkonseptin, jonka tarkoituksena on edistää kaupan liiketoimintaa ja tehdä ostaminen helpoksi. Tikkurilan juhluvuosi näkyi vuoden aikana muun muassa erilaisina juhluvuoden kampanjatuotteina.

Tikkurilan ympäristömerkittyjen tuotteiden määrä kasvoi Suomessa vuonna 2012, kun Tikkurila sai Joutsenmerkin uudistuneelle ja laajentuneelle Ultra-ulkomaalituotevalikoimalle.



Säännöllinen pintakäsittely kannattaa

Säännöllinen pintakäsittely ylläpitää ja parantaa kiinteistön arvoa. Oikealla tavalla ja oikeaan aikaan suoritettu pintakäsittely on tärkeää sekä uudis- että korjausrakentamisessa. Kiinteistöjen kunnossapidossa tarvitaan enemmän suunnitelmallisuutta, säännöllisiä tarkastuksia ja tiedon lisäämistä. Tähän tarpeeseen Tikkurila vastaa muun muassa ammattilaisille suunnatuin Profe-palveluin.

Vuonna 2012 Tikkurila esitteli markkinoille muun muassa betonitiilikattojen huoltomaalauksen tarkoitettua vesiohenteisen Kilpi Tiilikattomaalin sekä ovien ja ikkunoiden maalaamiseen tarkoitettua vesiohenteisen Unica Akvan.



Yksilöllisyyttä design-lattioilla

Tikkurila vastaa yksilöllisten ratkaisujen tarpeeseen muun muassa design-lattioilla, joiden kysyntä on voimakkaassa kasvussa. Vuoden aikana Temafloor-tuotteilla pinnoitettiin muun muassa Tallinnan Lentosatama.

Design-lattioissa näkyy tekijän kädenjälki. Vapaan kuvioinnin tekniikassa näyttävän lopputulos syntyy suurilla, yksinkertaisilla kuvioilla. Sävyvalinnoilla luodaan joko upeita kontrasteja tai rauhallisempia kokonaisuuksia – kovaa kuluusta kestävän lattian ei tarvitse olla tylsä!

Ostaminen helpommaksi

Tikkurila esitteli syksyllä 2012 uuden Myymälä-konseptin, jonka ideana on auttaa maalikauppaa onnistumaan liiketoiminnassaan, tehdä maalin ostamisesta miellyttävä kokemus ja lisätä maalaamisen suosiota sisustajien keskuudessa.

Myymälä-konseptin suunnittelun taustalla on joukko yleisiä trendejä. Kun asiakkaiden yksilöllisyys korostuu, tulee tarjonnan vastata tähän. Ostaminen pitää tehdä helpoksi – asiakkaat kaipaavat valmiita ratkaisuja ja ideoita. Myös myynnin tehokkuus korostuu.

Konseptin kehittämisen pohjana oli kattava tutkimustyö, jonka osana selvitettiin myös kuluttajien maalinostoprosessia. Tutkimusten avulla saatiin kartoitettua laajasti mitä kaikkea maalin ostamiseen liittyy, millaisia tarpeita ja arvostuksia asiakkailta on sekä löytää kaupan kannalta olennaiset kohderyhmät. Tutkimustuloksia peilattiin suomalaisten asenteita kartoittavaan RISC Monitor -tutkimukseen, ja sen perusteella myymäläkonseptiin määriteltiin suomalaisista kolme pääkohderyhmää: remontoija, kodinrakentaja ja edelläkävijä.

Pääkohderyhmiä varten suunniteltiin kolme erikokoista myymäläkokonaisuutta. Kaikissa on samat peruselementit: esillepano, tuotevalikoima, säilytys ja myymälätapahtumat. Tuotevalikoimia rakennettaessa otettiin huomioon muun muassa kaupan tuotevaraston kiertonopeus sekä sesonkivaihtelut. Kauppa saa tuotevalikoimista yksityiskohtaiset hyllykartat sekä tarkat suositukset tuotteiden määristä ja pakkausvaihtoehdoista. Myös esillepanoon suunniteltiin joukko myyntiä helpottavia ratkaisuja.



Tikkurilasta apua maalaamiseen

Maalin ostopäätöstä edeltää usein ideointi, värisävyn valinta sekä vinkkien ja ohjeiden etsintä. Tikkurila tarjoaa kuluttajille ratkaisuja innostumisesta onnistumiseen. Internetsivuilta löytyy laaja valikoima maalausideoita, työohjeita ja -videoita sekä tietoa väreistä ja maaleista. Kuluttajia palvelevat myös Suunnittelijapankki ja Tekijäpankki, joihin kuuluu satoja sisustussuunnittelijoita ja maalausurakoitsijoita.

Tikkurilan Maalilinja tarjoaa Suomessa apua, neuvoja ja ideoita maalaamiseen. Asiantuntijamme antavat teknistä konsultaatiota, neuvoja värin ja maalin valintaan, vinkkejä ja työohjeita. Maalilinjalle tuli yli 75 000 yhteydenottoa vuonna 2012.

SBU Finland

Toiminta-alue

- Toiminta-alue: Suomi
- Tuotantopaikat: Vantaa, Suomi

Brändit



Markkina-asema

- Johtava kauppa-rakennusmaaleissa yli 50 prosentin markkinaosuudella

Maalimarkkina

- Markkinan koko noin 240 miljoonaa euroa
- Maalimarkkinan euromääräinen kasvu keskimäärin noin 3 prosenttia vuosina 2004–2012

Kysynnän rakenne

- Premium- ja medium-hinta- ja laatuluokkien tuotteet

Jakelukanavat

- Kauppa- ja rakennusmaalit: rakennustarvikeliikkeet, itsenäiset maalikauppiat
- Teollisuusmaalit: suoramyynni, Temaspeed-jällelmyyjät

Kilpailijoita

- Teknos, AkzoNobel, NorMaali, Sherwin-Williams, useita paikallisia kilpailijoita

Suomi quick facts 2012

5,3 milj. Asukasluvu

0,3 % BKT-kasvu

€ 36 500 BKT/asukas

12 litraa Maalinkulutus/asukas

Kerros- ja pientalo Suosituin asuinmuoto

80 m² Asuntojen keskipinta-ala

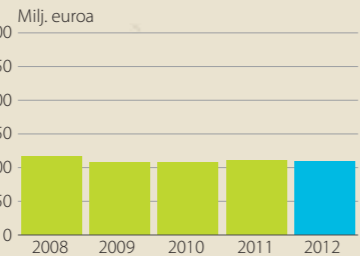
Maalarin valkoinen Suosituin sisämaalisyvä

Avainluvut

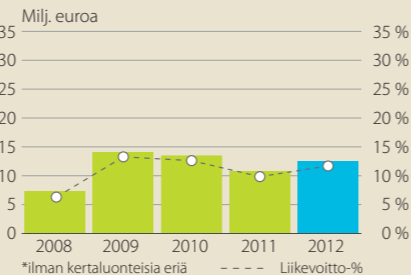
Milj. euroa	2012	2011
Liikevaihto	107,9	109,2
Liikevoitto*	12,7	10,9
Liikevoittoprosentti*	11,8 %	10,0 %
Liikevoitto	10,7	10,8
Henkilöstö	558	688

*Ilman kertaluonteisia eriä

Liikevaihto

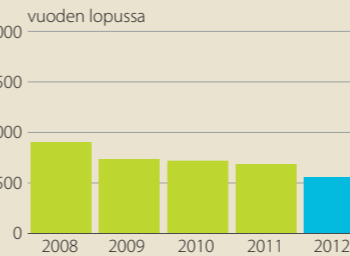


Liikevoitto*

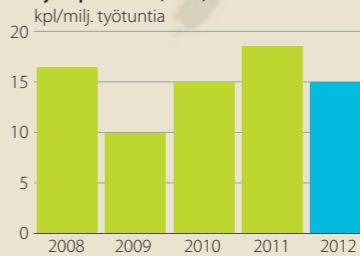


*Ilman kertaluonteisia eriä --- Liikevoitto-%

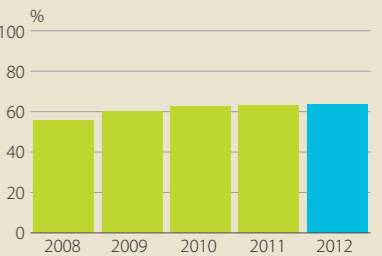
Henkilöstö



Työtapaturnat (LTA1)



Vesiohenteisten maalin osuus*



*Myyntistä Suomessa

SBU CENTRAL EASTERN EUROPE

SBU Central Eastern European kannattavuus parani rakennemuutosten ja toiminnan tehostamisen ansiosta.

SBU Central Eastern European (SBU CEE) koko vuoden liikevaihto kasvoi hieman vertailukaudesta. Myyntivolyymit laskivat alueella ilman serbialaisen Tikkurila Zorkan hankinnan vaikutusta. Vertailukautta matalammat myyntivolyymit pienensivät liikevaihtoa 6 prosenttia. Myyntihintojen korotukset kasvattivat liikevaihtoa 5 prosenttia. Valuuttakurssimuutokset laskivat liikevaihtoa prosentilla. Tikkurila Zorkan hankinnan ja Itäisen Keski-Euroopan tytäryhtiöiden divestoinnin nettovaikutus kasvatti liikevaihtoa 4 prosenttia.

Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä nousi selvästi vertailukaudesta. Parantuneen kannattavuuden taustalla olivat liikevaihdon kasvu sekä alueella tehdyt rakennemuutokset ja toiminnan tehostaminen. Liiketoimintayksikön kannattavuus on kuitenkin edelleen selvästi konsernin keskiarvon alapuolella. Katsauskauden kertaluonteiset erät olivat -1,9 miljoonaa euroa, ja ne liittyivät rakennemuutokseen ja toiminnan tehostamiseen.

Vuonna 2012 Tikkurilan tuotteille myönnettiin lisää ympäristömerkkejä, kun Tikkurilan Optiva-tuotevalikoiman tuotteille myönnettiin EU-ympäristömerkki Puolassa

Tunnustusta tuotteille Puolassa

Tikkurilan puolalaiselle Tikkurila Polska S.A. -tytäryhtiölle myönnettiin Consumer Laurel 2012 -pääpalkinto Be Special Decor -tuotevalikoimasta jo toisena vuotena peräkkäin. Palkinto myönnettiin kategoriassa "Maalit ja koristepinnoitteet". Consumer Laurel on puolalainen valtakunnallinen tutkimus, jossa palkitaan Puolan suosituimpia kuluttajatuotteita ja -brändejä yli 300 kategoriassa. Kuluttajat arvioivat brändejä ja tuotteita muun muassa brändin tunnettuuden ja tuotteen laadun perusteella.

Tikkurilan puolalaiselle Tikkurila Polska S.A. -tytäryhtiölle myönnettiin hopeinen Consumer Quality Leader 2012 -palkinto Jedyntka-maalibrändin Ogród Barw -tuotevalikoimasta. Palkinto myönnettiin kategoriassa "Lateksimaalit". Puolalaisten kuluttajien mukaan Jedyntkan Ogród Barw -tuotteiden hinta-laatusuhde on erinomainen, värivalikoima on laaja ja tuotteet ovat helppokäyttöisiä. Consumer Quality Leader on puolalainen valtakunnallinen tutkimus, jossa kuluttajat arvioivat suosituimpia brändejä ja yrityksiä Puolan markkinoilla. Tutkimuksen järjesti yksi Puolan suurimmista sanomalehdistä. Yli 4 000 kuluttajaa kertoi mielipiteensä tutkimuksessa.



Tikkurila Balkanilla

Vuosi 2012 oli ensimmäinen kokonainen toimintavuosi Tikkurilalle Balkanin alueella, jonne Tikkurila laajensi toimintaansa vuonna 2011 ostemalla serbialaisen Zorka Color -maaliyhtiön liiketoiminnan. Vuonna 2012 keskityttiin tuotannon kasvattamiseen, toiminnan tehostamiseen, laadunvalvontaan ja jakelukanavien kasvattamiseen. Lisäksi Tikkurila toi Tikkurila-brändin Serbian markkinoille.

Serbian maalimarkkinaa hallitsevat kauppa- ja rakennusmaalit, joita myydään perinteisten maali kauppojen kautta. Vesihenteisten maalien osuus kokonaismarkkinasta on noin 60 prosenttia. Lähes puolet maalikysynnästä kohdistuu alemman laatu- ja hintaluokan tuotteisiin.

Joutsenmerkkejä Baltiaan

Vuonna 2012 Tikkurila sai ensimmäiset Joutsenmerkit Baltiassa, kun Vivacolorin viidelle Interior-sarjan tuotteelle myönnettiin ekomerkki. Vivacolor on ensimmäinen paikallisesti valmistettu maalibrändi, jolle myönnettiin Joutsenmerkki Baltiassa.

Joutsenmerkki on Pohjoismaiden virallinen ympäristömerkki, joka opastaa kuluttajia valitsemaan ympäristön kannalta parempia tuotteita ja kannustaa valmistajia ja palveluntarjoajia tekemään tällaisia tuotteita. Joutsenmerkit maalit täyttävät tarkkojen ympäristövaatimusten lisäksi myös tiukat laatuvaatimukset, jotka käsittävät tuotteen koko elinkaaren raaka-aineista tuotteiden valmistamiseen ja käyttöön sekä jätteiden hävittämiseen.



Kauneutta Belgradissa

Osana Tikkurilan Kestävää kauneutta -ohjelmaa Tikkurila Zorka ja Belgradin taideteollinen korkeakoulu toteuttivat yhdessä Beauty of sport -maalauksen ja uudistusprojektin Branislav Nušić -alakoulussa Belgradissa, Serbiassa. Koulun urheilukentän ja seinän uuden värimaailman ansiosta koulun ympäristö on nyt miellyttävämpi ja inspiroivampi.

Projektin myötä koulun julkisivua peittää värikäs palapeli. Seinämaalauksen ovat suunnitelleet korkeakoulun opiskelijat. Opiskelijoiden lisäksi maalaustyöhön osallistuvat myös koulun oppilaat sekä suosittu paikallisen TV-ohjelman nuoret näyttelijät. Lisäksi koulun urheilukenttä uudistettiin, jalkapallomaalit ja koripallokorit vaihdettiin sekä urheilukentän asfalttiin maalattiin erilaisia kuvia motivoimaan lapsia leikkimään ja liikkumaan.



SBU CEE

Toiminta-alue

- Puola, Baltian maat, Kiina, Saksa, Serbia, Makedonia sekä vienti noin 25 maahan
- Tuotantopaikat: Debica, Puola; Tallinna, Viro; Ansbach, Saksa; Šabac, Serbia
- Suurin yksittäinen markkina: Puola

Brändit



Markkina-asema

- Neljänneksi suurin kauppa- ja rakennusmaaleissa Puolassa noin 15 prosentin markkinaosuudella
- Johtava kauppa- ja rakennusmaaleissa Baltian maissa yhtiön arvion mukaan noin 20 prosentin markkinaosuudella

Maalimarkkina

- Puolan kauppa- ja rakennusmaalimarkkinan koko noin 560 miljoonaa euroa
- Puolan kauppa- ja rakennusmaalimarkkinan zlotymääräinen kasvu noin 6 prosenttia vuosina 2006–2012

Kysynnän rakenne

- Medium- ja economy-hinta- ja laatu luokkien tuotteet
- Premium-tuotteiden odotetaan kasvavan nopeimmin elintason noustessa ja laadun merkityksen kasvaessa

Jakelukanavat

- Kauppa- ja rakennusmaalit: rakennustarvikeliikkeet, itsenäiset maali kauppiat
- Teollisuusmaalit: suoramyynti, Temaspeed-jälleenmyyjät

Kilpailijoita

- AkzoNobel, PPG, Sniezka, Caparol, Meffert, Teknos, Jotun, Hempel, useita paikallisia ja alueellisia kilpailijoita

Puola quick facts 2012

38,4 milj. Asukasluku

2,4 % BKT-kasvu

21 000 BKT/asukas

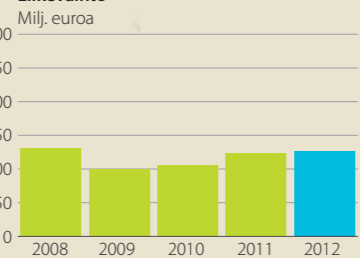
10 litraa Maalinkulutus/asukas

Avainluvut

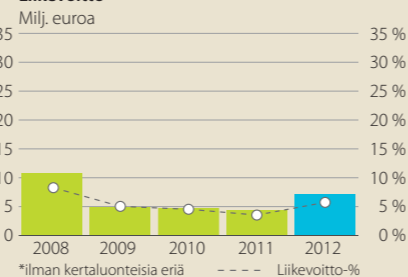
Milj. euroa	2012	2011
Liikevaihto	125,5	122,2
Liikevoitto*	7,3	4,4
Liikevoittoprosentti*	5,8 %	3,6 %
Liikevoitto	5,4	3,2
Henkilöstö	788	877

*Ilman kertaluonteisia eriä

Liikevaihto

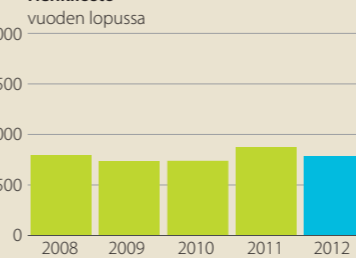


Liikevoitto*

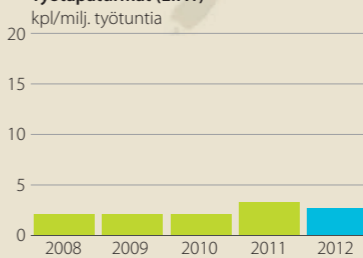


*Ilman kertaluonteisia eriä --- Liikevoitto-%

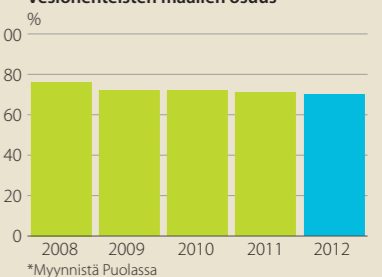
Henkilöstö



Työtapaturnat (LTA1)



Vesihenteisten maalien osuus*



*Myynnistä Puolassa

AAMUN LOISTO

Jokaisen pitäisi ainakin kerran kokea auringonnousu kaupungissa, paikassa jossa ei yleensä tule käytyä. Hitaasti esiin työntyvät värit ovat jotain todella erityislaatuista, ja hidas, vaihteittainen muutos yön pimeydestä hehkuviin sävyihin on suorastaan hypnoottista.

Vasta kun on kokenut värittömän yön, urbaanille kulkijalle valkenee tosiasia: värit tekevät kaupungin. Aamun aurinko maalaa kaupunkia uudestisyntyneillä sävyillä jotka ovat lähes unohtuneet yön aikana. Kaupunki herää eloon.



KONSERNIN JOHTORYHMÄ

KURILA

Kenneth Sundberg Erkki Järvinen

s. 1965, DI, tekniikan tohtori
Group Vice President, R&D
Johtoryhmän jäsen vuodesta 2010
Suomen kansalainen
Tikkurilan palveluksessa vuodesta 2010
Tikkurilan osakkeita 31.12.2012: 4 000

Keskeinen työkokemus

Kenneth Sundberg on ollut Tikkurilan Group Vice President, Research and Development, vuodesta 2010 lähtien. Ennen siirtymistään Tikkurilaan, Sundberg oli Innovation Center Paperin johtaja ja tutkimus- ja kehitysjohtaja Ciba Finland Oy:ssä vuosina 2007–2009, toimitusjohtaja Top Analytica Oy Ab:ssa vuosina 2006–2007, tutkimus- ja kehitysjohtaja, liimat ja tarkkelys, Ciba Specialty Chemicals Oy:ssä vuosina 2004–2006 ja Raisio Chemicals Oy:n erikoiskemikaalien tutkimuspäällikkö vuosina 2002–2004.

Luottamustehtävät

Sundberg on ollut Åbo Akademin Process Chemistry Centerin (ÅAU) teollisuuden edustajana vuodesta 2005 lähtien.

Janno Paju

s. 1971, ekonomi
Chief Commercial Officer
Johtoryhmän jäsen vuodesta 2000
Viron kansalainen
Tikkurilan palveluksessa vuodesta 1993
Tikkurilan osakkeita 31.12.2012: 4 025

Keskeinen työkokemus

Janno Paju on ollut Tikkurilan Chief Commercial Officer vuoden 2012 alusta lähtien. Tätä ennen hän oli Senior Vice President, SBU East, vuosina 2009–2011, Group Vice President Tikkurilan Deco Eastern Europe liiketoimintayksikössä vuosina 2004–2009, Tikkurila Polska S.A:n toimitusjohtaja vuosina 2000–2004 ja Tikkurila-Baltcolor Sp. z o.o:n kaupallisen johtaja vuosina 1998–2000.

s. 1960, KTM
Tikkurilan toimitusjohtaja
Johtoryhmän puheenjohtaja vuodesta 2009
Suomen kansalainen
Tikkurilan palveluksessa vuodesta 2009
Tikkurilan osakkeita 31.12.2012: 14 000

Keskeinen työkokemus

Erkki Järvinen on ollut Tikkurilan toimitusjohtaja vuodesta 2009 lähtien. Tätä ennen hän toimi Rautakirja Oy:n toimitusjohtajana vuosina 2001–2008 ja Rautakirja Oy:n kioskidivisioonan toimialajohtajana vuosina 1997–2001. Ennen siirtymistään Rautakirjaan Järvinen toimi Cultor Groupiin kuuluneissa yhtiöissä, kuten markkinoitintoimittajana (Pohjoismaat) Vaasanmylly Oy:ssä vuosina 1991–1996, toimitusjohtajana Siljans Knäcke AB:ssa vuosina 1995–1996 sekä markkinoitintopäällikkönä Vaasanmylly Oy:ssä vuosina 1990–1991. Vuosina 1984–1990 Järvinen toimi tuotepäällikkönä ja markkinoitintopäällikkönä Fazer Leipomoissa, Oy Karl Fazer Ab:ssa.

Luottamustehtävät

Järvinen on ollut hallituksen jäsenenä Oy Snellman Ab:ssä ja East Office of Finnish Industries Ltd:ssä vuodesta 2011, Kemianteollisuus ry:ssä ja Suomen Väriteollisuus ry:ssä vuodesta 2010, Mainostajien Liitossa ja Helsingin seudun kaupparegistrin puheenjohtajana vuodesta 2009 ja Taloudellinen tiedustustoimisto ry:ssä vuodesta 2007. Lisäksi Järvinen on ollut Elinkeinoelämän keskusliiton uudenmaan aluejohtokunnan jäsen vuodesta 2011.

Petri Miettinen

s. 1968, KTM
Group Vice President, Supply Chain & HSEQ
Johtoryhmän jäsen vuodesta 2007
Suomen kansalainen
Tikkurilan palveluksessa vuodesta 2007
Tikkurilan osakkeita 31.12.2012: 4 000

Keskeinen työkokemus

Petri Miettinen on ollut Tikkurilan Group Vice President, Supply Chain, vuodesta 2007 lähtien. Vuonna 2008 hänen vastuualueelleen siirrettiin myös HSEQ (Health, Safety, Environment and Quality). Ennen siirtymistään Tikkurilaan Miettinen työskenteli ABB:n palveluksessa; ABB:n Marine-liiketoiminnassa osto- ja logistiikkajohtajana vuosina 2002–2007 sekä talousjohtajana oman toimen ohella vuosina 2003–2004 ja business controllerina vuosina 2000–2002 sekä aiemmin ABB:n sähkökoneliiketoiminnassa controllerina ja projektipäällikkönä vuosina 1997–2000.

Kenneth

Janno

Erkki

Petri

Jukka

Jukka Havia

s. 1968, KTM
Chief Financial Officer
Johtoryhmän jäsen vuodesta 2010
Suomen kansalainen
Tikkurilan palveluksessa vuodesta 2010
Tikkurilan osakkeita 31.12.2012: 4 000

Keskeinen työkokemus

Jukka Havia on ollut Tikkurilan Chief Financial Officer vuodesta 2010 lähtien. Tätä ennen hän toimi Ruukki Group Oy:n talous- ja hallintojohtajana vuodesta 2005 alkaen ja varatoimitusjohtajana vuodesta 2008 alkaen. Hän työskenteli aikaisemmin talousjohtajana Helsingin kauppakorkeakoulun ylioppilaskunnassa ja toimitusjohtajana KY-Palvelu Oy:ssä vuosina 2001–2005, talousjohtajana RSL Com Finland Oy:ssä vuosina 1997–2001 ja controllerina Oy Canon Ab:lla vuosina 1995–1997.

Luottamustehtävät

Havia on Liikenteen turvallisuusviraston neuvottelukunnan puheenjohtaja ja Aalto-yliopiston ylioppilaskunnan taloustoimikunnan jäsen.



Jari Paasikivi

s. 1954, KTM
Toimitusjohtaja, Oras Invest Oy
Hallituksen jäsen vuodesta 2008, varapuheenjohtaja 2008–2010 ja puheenjohtaja vuodesta 2010
Tarkastusvaliokunnan jäsen 2010–2012, palkitsemisvaliokunnan puheenjohtaja vuodesta 2012, nimitystoimikunnan asiantuntijajäsen vuodesta 2010
Riippumaton yhtiöstä, mutta ei sen merkittävästä osakkeenomistajasta
Suomen kansalainen
Tikkurilan osakkeita 31.12.2012: 71 699

Keskeinen työkokemus

Jari Paasikivi on toiminut Oras Investin toimitusjohtajana vuodesta 2006 lähtien. Paasikivi toimi useissa tehtävissä Oras Oy:ssä vuosina 1989–2007, mukaan lukien konsernin toimitusjohtajana vuosina 2002–2007, toimitusjohtajana vuosina 1994–2001 ja tehtaanohtajana vuosina 1989–1994.

Luottamustehtävät

Jari Paasikivi on ollut Elinkeinoelämän keskusliitto ry:n hallituksen jäsen 1.1.2013 alkaen, Keskinäinen työeläkevaikutusyhtiö Varman hallintoneuvoston varsinainen jäsen vuodesta 2012, Kemira Oyj:n hallituksen varapuheenjohtaja vuodesta 2012, Uponor Oyj:n hallituksen jäsen vuodesta 2007 ja puheenjohtaja 2008, Teknologiateollisuus ry:n hallituksen jäsen vuodesta 2006 ja puheenjohtaja vuodesta 2012 sekä Oras Oyj:n hallituksen jäsen vuodesta 1982 ja varapuheenjohtaja vuodesta 2008.



Petteri Walldén

s. 1948, DI
Hallituksen jäsen vuodesta 2008 ja varapuheenjohtaja vuodesta 2010
Palkitsemisvaliokunnan jäsen vuodesta 2012
Riippumaton hallituksen jäsen
Suomen kansalainen
Tikkurilan osakkeita 31.12.2012: 4 420

Keskeinen työkokemus

Petteri Walldén toimi toimitusjohtajana Alteams Oy:ssä vuosina 2007–2010, Onninen Oy:ssä vuosina 2001–2005 ja Ensto Oy:ssä vuosina 1996–2001. Hän on myös toiminut Nokia Kaapeli Oyj:n ja Sako Oyj:n toimitusjohtajana.

Luottamustehtävät

Petteri Walldén on ollut Staffpoint Holding Oyj:n hallituksen jäsen vuodesta 2012, ONE Nordic Holding Ab:n hallituksen jäsen vuodesta 2011, Mesera Oyj:n hallituksen jäsen vuodesta 2010, Comptel Oyj:n ja Teleste Oyj:n hallituksen jäsen vuodesta 2009, Kuusakoski Group Oyj:n hallituksen jäsen vuodesta 2007, Nokian Renkaat Oyj:n hallituksen puheenjohtaja vuodesta 2006 ja SE Mäkinen Logistics Oyj:n hallituksen jäsen vuodesta 1996.



Eeva Ahdekivi

s. 1966, KTM, sijoitusjohtaja, Solidium Oy
Hallituksen jäsen vuodesta 2009
Tarkastusvaliokunnan puheenjohtaja vuodesta 2010
Riippumaton hallituksen jäsen
Suomen kansalainen
Tikkurilan osakkeita 31.12.2012: 3 386

Keskeinen työkokemus

Eeva Ahdekivi on ollut Solidiumin sijoitusjohtaja vuodesta 2009. Ennen sitä hän oli johtava erityisasiantuntija Valtioneuvoston omistussuhteiden osastolla vuosina 2007–2009, johtaja Pohjola Omaisuushoidon Oyj:ssä vuosina 2004–2006 ja partnerina Conventum Oyj:ssä vuosina 1997–2003. Ahdekivi on myös toiminut johtajana Merita Corporate Finance Oy:ssä.



Harri Kerminen

s. 1951, DI, MBA
Hallituksen jäsen vuodesta 2012
Palkitsemisvaliokunnan jäsen vuodesta 2012
Riippumaton hallituksen jäsen
Suomen kansalainen
Tikkurilan osakkeita 31.12.2012: 843

Keskeinen työkokemus

Harri Kerminen toimi Kemira Oyj:n toimitusjohtajana 2006–2012. Sitä ennen hän oli johtaja Kemira Pulp&Paper -liiketoiminta-alueella 2006–2007, johtaja Kemira Specialty -liiketoiminta-alueella 2000–2006, Kemira Pigments Oyj:n toimitusjohtaja 2002–2003, Kemira Chemicals Oyj:n hallintojohtaja 1996–2000, tehtaanohtaja Kemira Oyj:n Oulun tehtailla 1994–1996, tuotantojohtaja Kemira Kemi AB:ssä 1990, sekä projektipäällikkö tehdasrakennushankkeissa Suomessa, Ruotsissa, Belgiassa ja USA:ssa: Kemira Oyj:n palveluksessa 1989–1994.

Luottamustehtävät

Harri Kerminen on ollut Finpro ry:n hallituksen puheenjohtaja 2011 alkaen ja hallituksen jäsen 2010 alkaen, Finnair Oyj:n hallituksen jäsen 2011 alkaen sekä Outokumpu Oyj:n, Normet Oyj:n ja Achema Groupin hallituksen jäsen 2012 alkaen.



Riitta Mynttinen

s. 1960, insinööri, MBA
Vice President, Minerals Technologies Europe NV
Hallituksen jäsen vuodesta 2011
Tarkastusvaliokunnan jäsen vuodesta 2012
Riippumaton hallituksen jäsen
Suomen kansalainen
Tikkurilan osakkeita 31.12.2012: 1 613

Keskeinen työkokemus

Riitta Mynttisellä on korkeatasoista liiketoimintaosaamista Euroopasta, Yhdysvalloista ja Aasiasta pinnote-, kemikaali- ja paperiteollisuudesta. Ennen tämän hetkistä toimenkuvaa hän oli vastuussa Specialty Mineralsin Euroopan paperiliiketoiminnasta. Mynttinen tuli Minerals Technologies yhtiöön kansainvälisesti tunnetulta Rohm and Haasilta, jossa hän työskenteli erilaisissa liikkeenjohdon tehtävissä, viimeksi myynti- ja markkinointijohtajana.

Luottamustehtävät

Riitta Mynttinen on ollut Suomen Raha-pajan hallituksen jäsen vuodesta 2010.



Pia Rudengren

s. 1965, M.Sc. (BA & Econ.)
Hallituksen jäsen vuodesta 2009
Tarkastusvaliokunnan jäsen vuodesta 2010
Riippumaton hallituksen jäsen
Ruotsin kansalainen
Tikkurilan osakkeita 31.12.2012: 2 386

Keskeinen työkokemus

Pia Rudengren toimi W Capital Management AB:n varatoimitusjohtajana vuosina 2001–2005. Vuosina 1990–2001 Rudengren toimi eri tehtävissä Investor AB:ssä, viimeksi talousjohtajana ja johtoryhmän jäsenenä vuosina 1998–2001.

Luottamustehtävät

Pia Rudengren on ollut Metso Oyj:n ja Swedbank AB:n hallituksen jäsen vuodesta 2009, Social Initiative AB:n hallituksen jäsen vuodesta 2008 ja hallituksen puheenjohtaja vuodesta 2011 sekä Duni AB:n ja WeMind AB:n hallituksen jäsen vuodesta 2007. Vuodesta 2006 lähtien Rudengren on toiminut hallitusammattilaisena ja ollut useiden ruotsalaisten yritysten hallituksen jäsenenä.



Aleksey Vlasov

s. 1957, Medical Doctor
Geotech Holdingin johtaja
Hallituksen jäsen vuodesta 2012
Riippumaton hallituksen jäsen
Venäjän kansalainen
Tikkurilan osakkeita 31.12.2012: 843

Keskeinen työkokemus

Aleksey Vlasov on toiminut JSC Gazpromissa Deputy General Directorina 2003–2008 ja Russian Technology Fundin johtajana 1995–2003. Lisäksi hän on Association of Foreign Economic Cooperation "Nauka-Services" in perustaja ja toimi sen markkinointijohtajana Pietarissa 1987–1995.

Luottamustehtävät

Aleksey Vlasov on ollut Nokian Renkaat Oyj:n hallituksen jäsen vuodesta 2006 alkaen.

SELVITYS TIKKURILAN HALLINTO- JA OHJAUSJÄRJESTELMÄSTÄ 2012

Tämä Tikkurila Oyj:n (myöhemmin ”Tikkurila” tai ”Konserni”, jolla viitataan sekä Tikkurila Oyj:hin että Tikkurila-konserniin) selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä on laadittu voimassaolevan lainsäädännön mukaisesti. Tämä selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä julkaistaan erillisenä hallituksen toimintakertomuksesta. Selvitys on saatavilla internetsivustolta www.tikkurilagroup.fi, ja se sisältyy myös Tikkurilan vuoden 2012 vuosikertomukseen.

YLEISET PERIAATTEET JA VIITEKEHYS

Tikkurila noudattaa hallintoperiaatteissaan ja päätöksenteossaan:

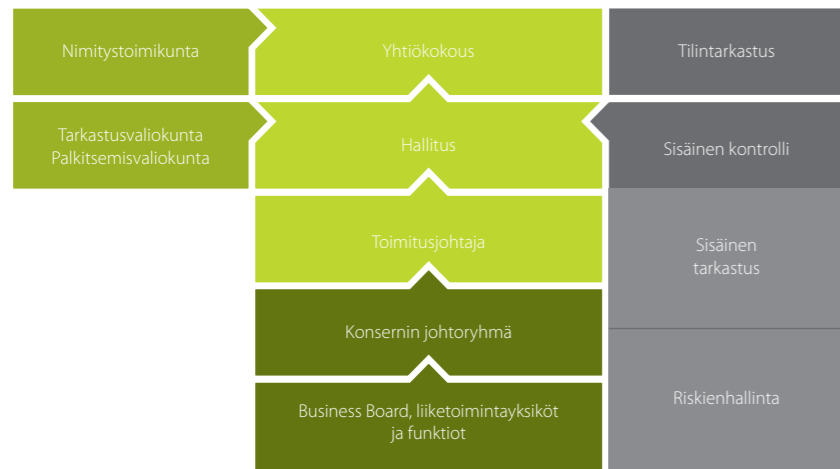
- Suomen osakeyhtiölakia
- Suomen arvopaperimarkkinalakia
- Suomen listayhtiöiden hallinnointikoodia
- Tikkurila Oyj:n yhtiöjärjestyötä
- Finanssivalvonnan standardeja
- NASDAQ OMX Helsingin sääntöjä
- Keskuskauppakamarin suositusta julkisissa osto-tarjouksissa noudatettavista menettelytavoista
- muuta Tikkurilan toimintaan liittyvää lainsäädäntöä ja sääntelyä

Tietoa konsernin hallinnoinnista löytyy myös Tikkurilan internetsivuilta.

Koska konserni toimii myös Tikkurila Oyj:n kotipaikan ulkopuolisilla markkinoilla, otetaan yhtiön toiminnassa huomioon paikallinen lainsäädäntö. Lisäksi konsernilla on useita sisäisiä politiikkoja ja ohjeita, joissa governance-asiat on otettu huomioon tai ohjeistettu.

TIKKURILAN HALLINTOELIMET

Seuraavassa kuviossa on esitetty Tikkurilan tärkeimmät hallintoelimet:



Yhtiön hallintoelinten päätehtävät on pääosin määritelly osakeyhtiölain mukaisesti.

VARSINAINEN YHTIÖKOKOUS

Tikkurila Oyj:n varsinainen yhtiökokous on yhtiön korkein päättävä elin, ja sen tehtävät on määriteltä muun muassa Suomen osakeyhtiölaissa ja Tikkurilan yhtiöjärjestyksessä. Osakeyhtiölain mukaan varsinainen yhtiökokous pidetään kerran vuodessa ennen kesäkuun loppua. Varsinainen yhtiökokous päättää muun muassa:

- viimeisimmän tilikauden tilinpäätöksen vahvistamisesta
- tilintarkastetussa tilinpäätöksessä esitettyjen voittovarojen käyttämisestä
- hallituksen jäsenten määrästä
- hallituksen jäsenten valinnasta ja palkitsemisesta
- tilintarkastajan valinnasta ja palkkiosta
- hallituksen jäsenten ja toimitusjohtajan vastuuvapaudesta
- hallituksen tai osakkeenomistajien yhtiökokoukselle tekemistä ehdotuksista (esim. hallituksen valtuutukset, omien osakkeiden hankinta, osakkeisiin liittyvien erityisten oikeuksien antaminen)
- yhtiöjärjestyksen muutoksista

Tikkurila Oyj:llä on yksi osakelaji ja näin ollen kaikilla osakkeilla on yhtäläiset äänestysoikeudet yhtiökokouksissa. Lisätietoa varsinaisesta yhtiökokouksesta on saatavilla Tikkurilan yhtiöjärjestyksestä, joka löytyy yhtiön internetsivuilta osoitteesta www.tikkurilagroup.com/fi/hallinnointi/yhtiöjarjestys/.

Vuoden 2012 varsinaisen yhtiökokouksen päätökset on esitetty hallituksen vuoden 2012 toimintakertomuksessa. Kaikki yhtiökokouksen materiaalit ja päätökset on julkistettu yhtiön internetsivuilla. Vuoden 2013 varsinainen yhtiökokous pidetään 10.4.2013.

NIMITYSTOIMIKUNTA

Varsinaisen yhtiökokouksen päätöksen perusteella Tikkurilalla on osakkeenomistajista tai osakkeenomistajien edustajista koostuva nimitystoimikunta, jonka tehtävänä on vuosittain valmistella ja esitellä seuraavalle varsinaiselle yhtiökokoukselle tehtävät ehdotukset hallituksen jäseniksi ja hallituksen jäsenten palkkioiksi. Nimitystoimikuntaan valitaan kolmen suurimman osakkeenomistajan edustajat, minkä lisäksi yhtiön hallituksen puheenjohtaja toimii nimitystoimikunnan asiantuntijajäsenenä.

Nimitystoimikunta kutsutaan kokoon siten, että yhtiön kolmea suurinta Euroclear Finland Oy:n pitämään yhtiön osaksluetteloon rekisteröityä osakkeenomistajaa pyydettiin kutakin nimeämään yhden jäsenen nimitystoimikuntaan. Tämän lisäksi Tikkurilan hallituksen puheenjohtaja toimi nimitystoimikunnan asiantuntijajäsenenä.

Nimitystoimikunnan jäsenet olivat tilikaudella 2012 Oras Invest Oy:n hallituksen puheenjohtaja Pekka Paasikivi, Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarisen varatoimitusjohtaja Timo Ritakallio ja Keskinäinen Työeläkevakuutusyhtiö Varman varatoimitusjohtaja Risto Murto. Nimitystoimikunnan neljäs jäsen oli Tikkurila Oyj:n hallituksen puheenjohtaja Jari Paasikivi.

Vuonna 2012 nimitystoimikunta kokoontui 3 kertaa ja osallistumisaste oli 100 prosenttia.

HALLITUS

Hallituksen tehtävät ja vastuut on määriteltä Suomen osakeyhtiölaissa ja muussa asiaankuuluvassa lainsäädännössä. Hallitus valvoo Tikkurilan johtamista ja toimintaa. Hallituksen tärkeimpiä tehtäviä ovat:

- hyväksyä konsernin strategia
- päättää pitkän aikavälin taloudelliset ja toiminnalliset tavoitteet
- hyväksyä vuosittaiset budjetit ja keskipitkän aikavälin liiketoimintasuunnitelmat
- päättää merkittävistä organisaatiomuutoksista sekä yritysostoista ja -myynneistä
- päättää merkittävistä investoinneista sekä merkittävistä kuluista, sitoumuksista ja sisäisistä ohjeistuksista
- päättää olennaisista rahoitukseen ja riskienhallintaan liittyvistä asioista sekä niihin liittyvistä sitoumuksista ja takauksista
- hyväksyä tai vahvistaa ylimmän johdon nimitykset ja palkkiot
- nimittää ja erottaa yhtiön toimitusjohtaja sekä nimittää Tikkurilan johtoryhmän jäsenet

- seurata ja arvioida toimitusjohtajan toimintaa
- varmistaa, että yhtiöllä on riittävät suunnittelu-, tieto- ja valvontajärjestelmät taloudellisen raportoinnin ja riskienhallinnan osalta
- tehdä ehdotukset yhtiökokoukselle muun muassa osingonjaosta ja kutsua yhtiökokous koolle
- valvoa tiedonantopolitiikan noudattamista
- varmistaa, että kirjanpito ja muu taloushallinto ja niihin liittyvä tarkastustoiminta on asianmukaisesti järjestetty

Hallitus edustaa kaikkia osakkeenomistajia, ja sen tulee toimia aina konsernin ja Tikkurila Oyj:n kaikkien osakkeenomistajien parhaan edun mukaisesti.

Tikkurilan hallitukseen kuuluu yhtiöjärjestyksen mukaan 3–7 varsinaisen yhtiökokouksen valitsemaa jäsentä. Jäsenten toimikausi kestää seuraavan varsinaisen yhtiökokouksen loppuun saakka. Hallitus valitsee keskuudestaan puheenjohtajan ja varapuheenjohtajan välittömästi varsinaisen yhtiökokouksen jälkeen. Hallitus kokoontuu puheenjohtajan kutsusta. Hallitus on päätösvaltainen, kun paikalla on enemmän kuin puolet jäsenistä. Toimitusjohtaja ja talousjohtaja osallistuvat hallituksen kokouksiin asioiden esittelijöinä ja lakiasiaintohtaja hallituksen sihteerinä.

Tilikaudella 2012 Tikkurila Oyj:n hallituksessa oli viisi jäsentä ajalla 1.1. - 28.3.2012: Jari Paasikivi (puheenjohtaja), Petteri Walldén (varapuheenjohtaja), Eeva Ahdekivi, Riitta Mynttinen ja Pia Rudengren. Varsinainen yhtiökokous valitsi maaliskuussa 2012 Tikkurila Oyj:n hallitukseen seitsemän jäsentä. Hallituksen jäsenet ovat olleet 28.3.2012 alkaen Jari Paasikivi (puheenjohtaja), Petteri Walldén (varapuheenjohtaja), Eeva Ahdekivi, Riitta Mynttinen ja Pia Rudengren sekä uusin jäsenenä Harri Kerminen ja Aleksey Vlasov.

Hallituksen kaikki seitsemän jäsentä ovat yhtiöstä riippumattomia ja heistä kuusi on myös riippumattomia merkittävistä osakkeenomistajista. Hallituksen puheenjohtaja Jari Paasikivi on Oras Invest Oy:n toimitusjohtaja. Oras Invest Oy omistaa noin 18 prosenttia Tikkurila Oyj:n osakkeista, eikä Paasikivi näin ollen ole riippumaton merkittävistä osakkeenomistajista.

Vuonna 2012 hallitus keskittyi syksyllä 2011 päivitetyn strategian täytäntöönpanon seurantaan sekä päätti marraskuussa uusista pitkän aikavälin taloudellisista tavoitteista.

Hallitustyön tehokkuuden varmistamiseksi hallitus arvioi vuosittain omaa toimintaansa. Tuloksia käytetään hallituksen työskentelytapojen kehittämiseen sekä parantamaan hallituksen ja toimitusjohtajan välistä yhteistyötä.

Vuonna 2012 hallitus kokoontui 11 kertaa. Jäsenten keskimääräinen osallistumisprosentti oli 90 prosenttia.

Hallituksen jäsenet on esitelty tarkemmin sivuilla 24–25.

HALLITUKSEN PALKITSEMINEN

Varsinainen yhtiökokous maaliskuussa 2012 päätti hallituksen jäsenille maksettavista palkkioista. Hallituksen vuoden 2012 vuosipalkkiot olivat seuraavat:

- puheenjohtajan vuosipalkkio 57 000 euroa
- varapuheenjohtajan vuosipalkkio 37 000 euroa
- muiden jäsenten vuosipalkkio 31 000 euroa

Hallituksen vuosipalkkio maksettiin yhtiön osakkeiden ja rahaosuuden yhdistelmänä siten, että vuosipalkkiosta 40 prosenttia maksettiin joko Tikkurilan omistamina tai markkinoilta hankittavina Tikkurilan osakkeina ja 60 prosenttia maksettiin rahana.

Hallituksen vuoden 2012 kokouspalkkiot olivat seuraavat:

- Suomessa asuvat jäsenet 600 euroa kokoukselta
- muissa maissa asuvat jäsenet 1 200 euroa kokoukselta

Puhelinkokouksista maksettiin 600 kokoukselta. Kokouspalkkiota maksettiin myös valiokuntien kokouksista. Matkakustannukset korvattiin konsernin matkustuspoltiikan mukaisesti. Kokouspalkkiot maksettiin rahana.

Hallituksen jäsenet eivät olleet työ- tai toimitus-suhteessa Tikkurilaan.

TARKASTUSVALIOKUNTA

Vuonna 2012 tarkastusvaliokunnan puheenjohtajana on toiminut Eeva Ahdekivi ja jäsenenä Pia Rudengren (koko vuoden), Jari Paasikivi (28.3.2012 saakka) sekä Riitta Mynttinen (28.3.2012 alkaen).

Tarkastusvaliokunnan tehtävänä on avustaa yhtiön hallitusta huolehtimaan siitä, että yhtiön taloudellinen raportointi, sisäinen valvonta ja tilintarkastus ovat asianmukaisesti järjestetty ja että Tikkurila toimii lakien, määräysten ja yhtiön hallituksen vahvistamien liiketapaperiaatteiden (Code of Conduct) mukaisesti.

Tikkurilan tarkastusvaliokunnalla ei ole toimeenpanovaltaa. Tarkastusvaliokunta muun muassa:

- arvioi ja valvoo tilinpäätöksen ja osavuosikatsausten laatimista sekä omaisuusarvon alentumistestauksia
- käsittelee konsernin riskienhallintaperiaatteita ja -toimintaa
- arvioi lakien, määräysten ja Tikkurilan sisäisten ohjeistusten, kuten liiketapa- ja laskentaperiaatteiden noudattamista, sekä yritysvaluun kehittämistä
- hyväksyy sisäisen tarkastuksen ja ulkopuolisen tilintarkastuksen tarkastussuunnitelman
- valmistelee tilintarkastajien valintaa
- käsittelee selvityksen hallinto- ja ohjausjärjestelmästä

Vuonna 2012 tarkastusvaliokunta kokoontui viisi kertaa. Osallistumisaste oli keskimäärin 93 prosenttia. Konsernin CFO Jukka Havia toimi valiokunnan sihteerinä. Lisäksi Tikkurilan päävastuullinen tilintarkastaja Pekka Pajamo (28.3.2012 saakka) ja Toni Aaltonen (28.3.2012 alkaen) osallistui kokouksiin ja raportoi tarkastusvaliokunnalle. Myös Tikkurilan sisäinen tarkastaja raportoi tarkastusvaliokunnalle sisäiseen tarkastukseen liittyvistä asioista vuoden aikana.

Vuonna 2012 tarkastusvaliokunta käsiteli konsernin osavuosikatsauksia ennen hallituksen kokouksia, keskusteli tulosohjeistuksesta ja siihen liittyvistä periaateista, kävi lävitse sisäiset ja ul-

koiset tarkastuskertomukset ja tarkastussuunnitelmat sekä valmisti tilintarkastajan valintaa koskevan ehdotuksen yhtiökokoukselle 2012. Lisäksi tarkastusvaliokunta jatkoi vuonna 2011 aloitettua riskien arviointiin ja hallintaan liittyvää työtä.

PALKITSEMISVALIOKUNTA

Hallitus perusti maaliskuussa 2012 palkitsemisvaliokunnan käsittelemään johdon palkitsemiseen liittyviä asioita. Valiokunnan puheenjohtajana toimi Jari Paasikivi, ja jäsenenä Petteri Walldén sekä Harri Kerminen. Vuonna 2012 palkitsemisvaliokunta kokoontui yhden kerran, ja kaikki valiokunnan jäsenet olivat paikalla kokouksessa.

TOIMITUSJOHTAJA

Hallitus nimittää toimitusjohtajan tehtävänsä ja päättää tämän palkitsemisesta ja muista eduista. Toimitusjohtaja vastaa konsernin päivittäisestä johtamisesta. Toimitusjohtaja johtaa yhtiötä Suomen osakeyhtiölain, hallinnointikoodin ja hallituksen antamien ohjeiden mukaisesti.

Erkki Järvinen on toiminut Tikkurilan toimitusjohtajana tammikuusta 2009. Toimitusjohtajan tehtäviin kuuluu muun muassa liiketoiminnan johtaminen hallituksen ohjeiden mukaisesti, hallituksen kokouksissa käsiteltävien asioiden valmistelu, hallituksen tekemien päätösten täytäntöönpano sekä muut osakeyhtiölain mukaiset asiat.

KONSERNIN JOHTORYHMÄ

Tikkurila-konsernin johtoryhmän puheenjohtajana toimii toimitusjohtaja. Johtoryhmä avustaa toimitusjohtajaa yhtiön johtamisessa ja kehittämisessä.

Vuonna 2012 Tikkurilan johtoryhmään kuuluivat seuraavat henkilöt:

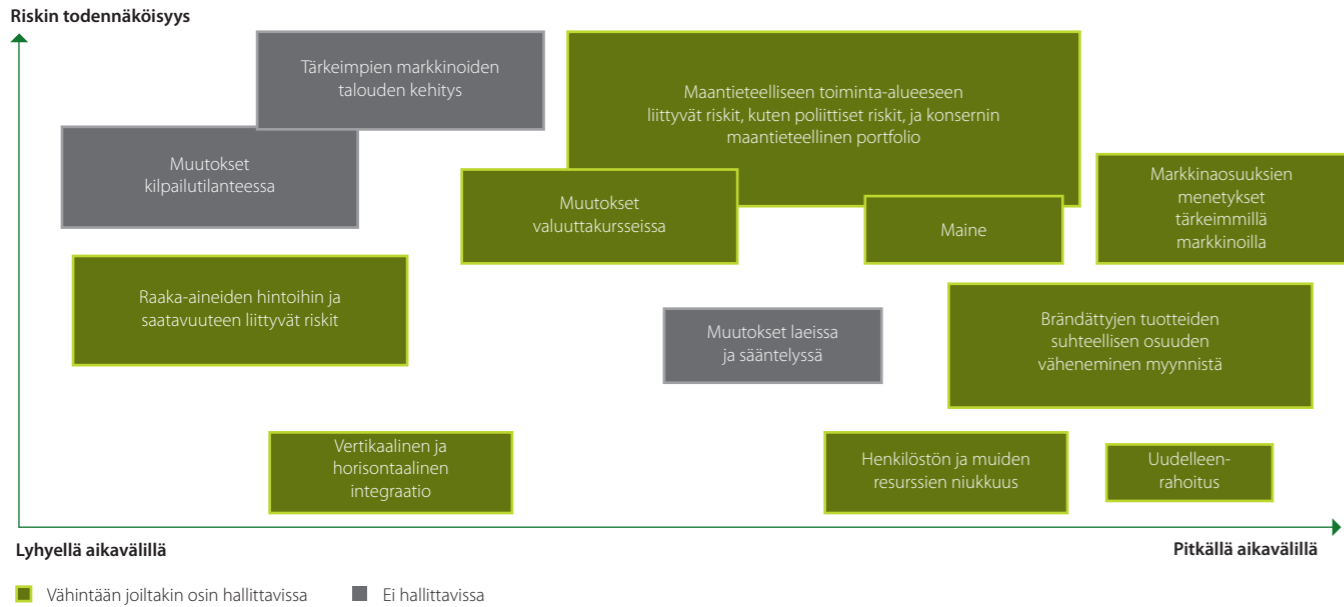
- Erkki Järvinen, konsernin toimitusjohtaja, johtoryhmän puheenjohtaja
- Jukka Havia, Chief Financial Officer
- Janne Paju, Chief Commercial Officer
- Petri Miettinen, Group Vice President, toimitusketju & HSEQ
- Kenneth Sundberg, Group Vice President, tutkimus ja tuotekehitys

Toimitusjohtaja tekee ehdotuksen Tikkurilan johtoryhmän jäsenistä, ja hallitus hyväksyy jäsenen nimitykset sekä palkitsemiseen liittyvät asiat.

Tikkurila toimii lukuisissa maissa, joissa sillä on monia erillisiä juridisia yksiköitä. Tikkurilan toimitusjohtaja vastaa sellaisiin merkittäviin asioihin liittyvästä päätöksenteosta, jotka eivät vaadi hallituksen päätöstä. Paikallisen liiketoimintayksiköiden johto vastaa liiketoimintaan liittyvästä päivittäisestä päätöksenteosta. Tytäryhtiöiden hallituksilla ei ole itsenäistä operatiivista tai muuta merkittäviin asioihin liittyvää päätöksenteko-oikeutta, mutta paikallisten hallitusten tehtävänä on varmistaa, että paikallisia yksiköitä johdetaan paikallisten lakien ja määräysten sekä Tikkurila-konsernin sisäisten ohjeiden mukaisesti.

TOIMITUSJOHTAJALLE RAPORTOIVAN JOHDON PALKITSEMINEN

Tikkurilan hallitus päättää Tikkurila Oyj:n toimitusjohtajalle suoraan raportoivien henkilöiden palkitsemisesta sekä työ- ja toimitusuhneiden ehdoista.



alueeseen ja monenlaisiin tuotteisiin ja asiakas-segmentteihin, eri riskien määrä, todennäköisyys ja vaikutukset saattavat vaihdella eri liiketoimintayksiköiden välillä. Merkittävien riskien toteutumisella voi olla huomattava negatiivinen vaikutus Tikkurilan liiketoimintaan, taloudelliseen asemaan ja liiketoiminnan tulokseen.

Tikkurilaan kohdistuu erilaisia riskejä, kuten strategisia, operatiivisia, taloudellisia ja vahinkoriskejä. Riskit arvioidaan ja niitä hallitaan riskityypin ja riskin ominaisuuksien mukaan. Tikkurilan merkittävimmät riskit liittyvät strategisiin ja operatiivisiin riskeihin, vaikkakin kaikki riskiryhmät pitävät sisällään sellaisia riskejä, jotka voivat vaikuttaa merkittävästi Tikkurilan liiketoimintaan.

Tikkurilan kannalta olennaiset, hallituksen määrittämät riskit on esitetty tiettyjen yksinkertaistettujen oletusten pohjalta seuraavassa kaaviossa. Kuplan koko kuvaa riskiluokan mahdollista rahallista vaikutusta ja kuplan väri kertoo, ovatko riskit sisäisesti hallittavissa vai ulkoisten olosuhteiden aikaansaamia. Riskit jaetaan niiden todennäköisen ajoittumisen mukaan, vaikka suurimmalla osalla on sekä lyhytaikaisia että pitkäaikaisia vaikutuksia.

Verrattuna tilikauden 2011 lopun tilanteeseen, Tikkurilan oman sisäisen arvion mukaan makrotaloustilanne on heikentynyt, minkä seurauksena makrotalouksien todennäköisyys on noussut. Samoin kilpailuriskit ovat lisääntyneet ja niiden todennäköisyys kasvanut myös lyhyellä aikavälillä toimialan sisäisen konsolidaation lisääntyessä ja kilpailijoiden lisätessä investointeja uuteen tuotantokapasiteettiin ja myynninedistämistoimenpiteisiin Tikkurilan keskeisillä markkina-alueilla. Raaka-aineiden hintaan ja saatavuuteen liittyen riskien todennäköisyys on lyhyellä aikavälillä kuitenkin pienentynyt vuoden takaiseen tilanteeseen verrattuna, koska kysyntä ja tarjonta ovat paremmin tasapainossa.

Tikkurilalle relevantteja riskejä koskevaa informaatiota löytyy myös hallituksen vuoden 2012 toimintakertomuksesta.

RISKIENHALLINTA

Riskienhallinnan tavoitteena on tunnistaa ne riskit, jotka saattavat estää yhtiötä saavuttamasta liiketoimintatavoitteensa. Riski voidaan määrittellä epävarmuustekijäksi, joka vaikuttaa Tikkurilan liiketoimintaan ja kykyyn saavuttaa tuloksensa.

Tikkurila pyrkii tunnistamaan, analysoimaan, arvioimaan ja reagoimaan riskeihin järjestelmällisesti ja proaktiivisesti. Tikkurilan tavoitteena on halutun kokonaisriskitason saavuttaminen ja toiminnan jatkuvuuden varmistaminen.

Tikkurilan hallitus määrittelee riskienhallinnan pääperiaatteet ja hyväksyy konsernin riskienhallintapolitiikan, ja tarkastusvaliokunta avustaa hallitusta riskienhallinnan valvonnassa. Tikkurilassa liiketoimintayksiköt ja funktiot vastaavat oman toiminta-alueensa riskien tunnistamisesta, raportoinnista ja valvonnasta sekä riskienhallinnasta.

Tikkurilassa riskienhallinta toteutetaan vastuualueittain soveltaen yhteisesti sovittua riskien arviointimallia, jossa käytetään myös riskirekisterejä. Riskien arvioinnissa ja -hallinnan kehittämisessä käytetään tarvittaessa ulkopuolisia neuvonantajia. Riskeistä raportoidaan säännöllisesti johdolle ja hallitukselle sekä osana Tikkurilan ulkoista raportointia. Raportteihin kootaan kuvaukset riskeistä sekä niiden toteutumisen todennäköisyydestä ja vakavuudesta.

Osa riskienhallintatoimenpiteistä hoidetaan keskitetysti kustannusedun saavuttamiseksi ja riittävän suojaustason varmistamiseksi. Tällaisia ovat esimerkiksi tietyt konsernin vakuutusohjelmat, kuten toiminta- ja tuotevastuuvakuutus, kuljetusvakuutus, suurimpien tehtaiden omaisuus- ja keskeytysvakuutukset sekä rahoitusriskien suojaustoimet. Tikkurilan johtoryhmä ja hallitus arvioivat merkittäviin investointeihin ja yritysostoihin liittyvät riskit.

Toimitusjohtaja ja johtoryhmä vastaavat konsernin riskienhallintatoiminnan toteutumisesta. Hallitus on vastuussa riskienhallinnan päämenetelytapojen ja -periaatteiden hyväksymisestä sekä Tikkurilan riskinsietotason määrittelystä. Hallitus ja tarkastusvaliokunta hyväksyvät ja seuraavat ra-

portointimenettelyä sekä valvovat konsernin liiketoiminta- ja hallinnointiprosessien riittävyyttä, sopeutuvuutta ja tehokkuutta.

RISKIENHALLINTA VUONNA 2012

Vuonna 2012 konserni jatkoi edelleen riskistrategian ja riskienhallintaprosessien kehittämistä. Hallitus ja johto myös määrittivät tärkeimmät ulkoiset strategiset riskit. Tilikauden 2011 lopussa tehdyn vaikutusanalyysin perusteella tehtiin tuotantoon ja raaka-aineen hankintaan liittyvät vaihtoehtoisuunnitelmat epäjatkuvuustilanteiden paremmaksi hallitsemiseksi. Joulukuussa 2011 päivitetyn, hallituksen hyväksymän uuden rahoitusriskipolitiikan mukaisesti korkoriskien suojaaminen johdannaisinstrumenteilla lopetettiin ja valuutariskien hallintaa tarkistettiin hieman. Tietosuojariskeistä teetettiin ulkoisella asiantuntijalla selvitys, jonka perusteella käynnistettiin kehitystoimenpiteitä. Vuonna 2012 riskitietoisuuden lisäämiseen tähtäävää sisäistä dialogia lisättiin.

Konsernin johto toteutti tilikauden 2012 jälkimmäisellä puoliskolla riskien arviointiprosessin, jossa pyrittiin määrittämään Tikkurilan liiketoiminnalle merkittävimpiä pitkän aikavälin strategisia riskejä. Tähän sisäiseen prosessiin perustuen keskeisimpinä tunnistettiin seuraavat teemat, joiden tarkempaa analysointia jatketaan vuonna 2013:

- kiristynvä kilpailu;
- muutokset arvoketjussa;
- heikot ja epävakaut talousnäkymät;
- tarve laaja-alaiseen innovaatioiden edistämiseen ja mahdolliset teknologiset muutokset; ja
- compliance-asiat ja maine.

RISKIENHALLINTASUUNNITELMA VUODELLE 2013

Vuonna 2013 tavoitteena on edelleen kehittää riskien tunnistamista, raportointia ja hallintaa, sekä soveltuvin osin ottaa käyttöön riskitoleranssia kuvaavat kvantitatiiviset mittarit strategian täytäntöönpanon ja resurssien allokoiminnin tueksi. Erilaisten sisäisten ja ulkoisten tarkastusten ja

kehitysehdotusten täytäntöönpanoa pyritään nopeuttamaan ja siihen liittyvää vastuunjakoja tarvittavilta osin tarkentamaan. Koulutus- ja tiedotusaktiviteettiä pyritään lisäämään.

SISÄPIIRIASIOIDEN HALLINTA

Tikkurila Oyj:n sisäpiiri koostuu Suomen arvopaperimarkkinain mukaisesti ilmoitusvelvollisista sisäpiiriläisistä, pysyvästä yrityskohtaisista sisäpiiriläisistä ja hankekohtaisista sisäpiiriläisistä.

Ilmoitusvelvollisia sisäpiiriläisiä ovat asemansa perusteella hallituksen jäsenet, toimitusjohtaja, yhtiön johtoryhmän jäsenet ja tilintarkastusyhteisön päävastuullinen tilintarkastaja. Tikkurila Oyj:n pysyviä yrityskohtaisia sisäpiiriläisiä ovat yhtiön lakiasianjohtajan erikseen määrittelemät ja Tikkurilan toimitusjohtajan hyväksymät henkilöt.

Tikkurila Oyj noudattaa NASDAQ OMX Helsinki Oyj:n sisäpiiriohjetta, jonka mukaan sisäpiiriläisen on suositeltavaa ajoittaa kaupankäynti yhtiön osakkeilla ajankohtiin, jolloin markkinoilla on mahdollisimman täydellinen tieto osakkeen arvoon vaikuttavista seikoista. Tämän ja yhtiön hallituksen päätöksen perusteella Tikkurilan pysyvät sisäpiiriläiset eivät saa käydä kauppaa yhtiön arvopapereista ajankaksolla, joka alkaa raportointikauden lopusta ja päättyy seuraavan osavuositarkastuksen tai tilinpäätöksen julkaisuun.

HILJAINEN JAKSO

Tikkurila pitää ennen tilinpäätösten ja osavuositarkastusten julkaisua niin sanotun hiljaisen ajanjakson. Jakso alkaa kyseisen raportointikauden

päätymisestä ja kestää aina raportointikauden tilinpäätösten tai osavuositarkastuksen julkaisuun asti. Hiljaisen ajanjakson aikana Tikkurilan edustajat eivät ole pääomamarkkinoiden edustajien käytettävissä eivätkä keskustele Tikkurilan taloudellisesta kehityksestä tai markkinoiden kehityksestä.

NÄKYMÄT

Tikkurila julkistaa ohjeistuksen (guidance) osavuositarkastuksissa ja tilinpäätöstiedotteessa sekä hallituksen toimintakertomuksessa. Tikkurila arvioi näkymiä ainoastaan siltä ajalta, kun se on kohtuullisesti mahdollista. Näkymät sisältävät johdon sanallisen arvion tulevasta liikevaihdosta ja kannattavuudesta. Arvio voi sisältää myös muuta tietoa. Mitään muita ennusteita ei anneta eikä mihinkään muihin tulevaisuudennäkymiä koskeviin kysymyksiin vastata, ellei yhtiö päättää päivittää ohjaustaan, jolloin se julkaisee päivityksestä pörssitiedotteen. Kaikki päivitykset julkaistaan ilman aiheutonta viivästystä, kun saatavilla on riittävän selkeä näkemys tulevaisuudesta.

VIESTINTÄ

Tikkurila on sitoutunut avoimuuteen, mikä merkitsee ennakkoavaa, avointa, luotettavaa, johdonmukaista, puolueetonta ja ajankohtaista viestintää.

Tikkurilan osakkeet on listattu NASDAQ OMX Helsingissä. Tikkurila noudattaa tiukasti kaikkia listautuneita yhtiötä koskevia tiedonantovaatimuksia. Tikkurila noudattaa Suomen arvopaperimarkkinayhdistyksen laatimaa yhtiöiden hal-

linnointikoodia. Lisäksi Tikkurilan omat sisäiset politiikat, kuten yhteiskuntavastuu- ja liiketapaperiaatteet, ohjaavat viestintää.

Tikkurilan viestinnän tavoitteena on tukea yhtiön osakkeen arvon oikeaa muodostusta julkaisemalla riittävästi tietoa yhtiön taloudellisesta asemasta, strategiasta ja tavoitteista. Hallitus on hyväksynyt tiedonantopolitiikan, joka määrittelee pääperiaatteet rahoitusmarkkinoiden, sijoittajien ja muiden osapuolten kanssa viestimiseksi. Tikkurilan verkkosivuilta löytyy kaikki tiedonantovelvollisuuden puitteissa julkistettu tieto.

SUOMEN LISTAYHTIÖIDEN HALLINNOINTIKOODIN NOUDATTAMINEN

Suomen listayhtiöiden 1.10.2010 voimaanastunut hallinnointikoodi sisältää 55 suositusta. Koodi sisältää myös niin sanotun noudata tai selitä -periaatteen (comply or explain). Tikkurila noudattaa täysin suosituksia, ja on maaliskuussa 2012 perustanut myös erillisen palkitsemisvaliokunnan (koodin suositus 31), jota yhtiöllä ei ole aikaisemmin ollut.

SIJOITTAJATIETOA

OSAVUOSIKATSAUKSET JA YHTIÖKOKOUS

10.4.2013 Varsinainen yhtiökokous
24.4.2013 Osavuosikatsaus tammi-maaliskuulta
25.7.2013 Osavuosikatsaus tammi-kesäkuulta
7.11.2013 Osavuosikatsaus tammi-syyskuulta

Yhtiökokoukseen ja taloudellisiin katsauksiin liittyvät materiaalit sekä sijoittajataapaamisten ajankohdat löytyvät osoitteesta www.tikkurilagroup.com/fi/sijoittajat

Tikkurila Oyj:n varsinainen yhtiökokous järjestetään keskiviikkona 10.4.2013 kello 13.00 Lasipalatsin Bio Rexissä (Mannerheimintie 22-24, Helsinki). Oikeus osallistua yhtiökokoukseen on osakkeenomistajalla, joka viimeistään 27.3.2012 on merkitty osakkeenomistajaksi Euroclear Finland Oy:n ylläpitämään yhtiön osakasluetteloon. Osakkeenomistajan, joka haluaa osallistua yhtiökokoukseen, tulee ilmoittaa osallistumisestaan viimeistään 5.4.2013 mennessä esimerkiksi osoitteessa www.tikkurilagroup.com/yhtiokokous

OSINGONMAKSU

Hallitus ehdottaa varsinaiselle yhtiökokoukselle, että vuodelta 2012 maksetaan osinkoa 0,76 euroa osakkeelta. Osinko maksetaan osakkeenomistajalle, joka on täsmäytyspäivänä 15.4.2013 merkittynä yhtiön osakasluetteloon.

TALOUDELLISET TAVOITTEET

Taloudelliset tavoitteet ja osinkopolitiikka on esitelty vuosikertomuksen sivuilla 6–7.

OSOITTEENMUUTOKSET

Osakkeenomistajien osoitteenmuutokset pyydetään ilmoittamaan arvo-osuustiliä hoitavaan pankkiin. Jos tilinhoitaja on Euroclear Finland Oy, ilmoitetaan osoitteenmuutokset Euroclear Finlandille.

SIJOITTAJASUHTEET

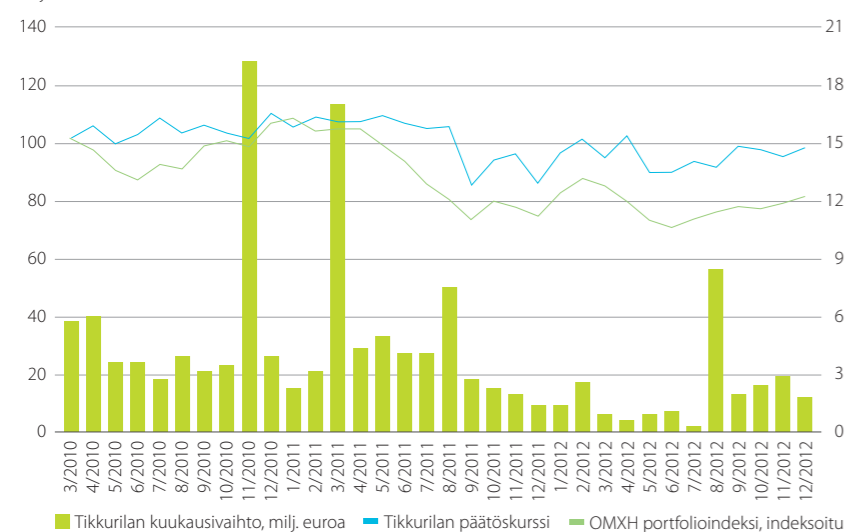
Tikkurilan sijoittajasuhdetoiminnan tavoitteena on tukea Tikkurilan osakkeen oikeaa arvonmuodostusta julkaisemalla oikea-aikaisesti merkityksellistä, ymmärrettävää, luotettavaa ja vertailukelpoista tietoa, jotta pääomamarkkinoilla toimivat tahot voivat muodostaa perustellun kuvan Tikkurilasta sijoituskohteena.

Tikkurilan johto osallistuu vahvasti sijoittajasuhdetoimintaan ja on säännöllisesti pääomamarkkinoiden käytettävissä.

Ennen tilinpäätösten ja osavuosikatsausten julkistamista Tikkurila pitää hiljaisen jakson, joka alkaa kyseisen raportointikauden päättymisestä ja kestää aina raportointikauden tilinpäätösten tai osavuosikatsausten julkaisuun asti.

Vuoden 2012 aikana Tikkurila tapasi yli 300 Tikkurilan osakkeesta kiinnostunutta. Tikkurila järjesti ensimmäisen pääomamarkkinapäivänsä Pietarissa kesäkuussa ja osallistui Sijoitus Invest -tapahtumaan marraskuussa Helsingissä. Lisäksi yhtiökokoukseen osallistui noin 200 Tikkurilan osakkeenomistajaa.

Tikkurilan osakkeen kuukausivaihto ja päätöskurssi NASDAQ OMX Helsingissä



Osakkeen perustiedot

Listaus: NASDAQ OMX Helsinki, Suomi
Kaupankäyntitunnus: TIK1V
Toimiala: Rakennustoiminta ja -materiaalit
Osakemäärä: 44 108 252
Listautumispäivä: 26.3.2010

Lue lisää Tikkurilan osakkeesta ja omistajista tilinpäätöksestä. Vuosikertomustilaukset Tikkurilan internetsivujen kautta
www.tikkurilagroup.com/fi/media/julkaisut

Sijoittajasuhteiden yhteystiedot



Jukka Havia, Chief Financial Officer
☎ 050 355 3757
✉ jukka.havia@tikkurila.com



Minna Avellan, sijoittajasuhdepäällikkö
☎ 040 533 7932
✉ minna.avellan@tikkurila.com

Vuosikertomus 2012

Sisällön suunnittelu ja toteutus: Tikkurila Oyj
Visuaalinen suunnittelu ja tuotanto: Suunnittelutoimisto grass business Oy
Valokuvat: Risto Vauras ja Tikkurila
UPM Fine 100 g, Edixion 250 g
Paino: PunaMusta Oy

Huomautus: Kaikki tässä vuosikertomuksessa esitetyt ennusteet ja arviot perustuvat johdon tämänhetkiseen näkemykseen talouden kehityksestä ja todelliset tulokset voivat olla merkittävästikin erilaiset.

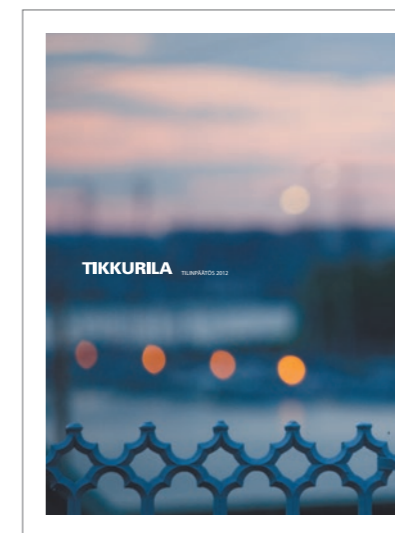


020434

Vuosikertomus



Tilinpäätös



Internetsivut



Tikkurilan vuoden 2012 raportointi koostuu kolmesta osasta: vuosikertomuksesta, tilinpäätöksestä ja varmennetusta yritysraportista. Vuosikertomuksen ja tilinpäätöksen painettuja versioita voi tilata Tikkurilan internetsivuilta. Yritysraporttiin voi tutustua verkossa osoitteessa www.tikkurilagroup.com/fi/yritysvastuu/

