



# Puolivuosisikatsaus tammi-kesäkuu 2018

Sijoittajaesitys

# Huomautus

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

# Sisältö

- Katsaus Tikkurilaan
- Katsauskauden kehitys
- Liiketoimintayksiköt
- Tehostamisohjelman ja strategian eteneminen
- Johtopäätökset ja näkymät
- Liitteet

# Katsaus Tikkurilaan

# Tikkurila – osa kestävästä pohjoista

Tikkurila on johtava pohjoismainen maalialan yritys. Kehitämme vuosikymmenten kokemuksella korkealuokkaisia tuotteita ja palveluita, jotka tarjoavat asiakkaillemme ajan ja sään kestävää laatua.

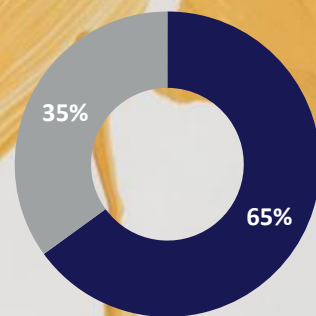
Noin kymmenessä maassa toimivat 3 000 työntekijäämme haluavat luoda kestävää tulevaisuutta merkityksellisten pintojen avulla.

Liikevaihtomme oli 582 miljoonaa euroa vuonna 2017. Yhtiö on listattu Nasdaq Helsingissä.

Pohjoismaista laatua alusta loppuun vuodesta 1862.

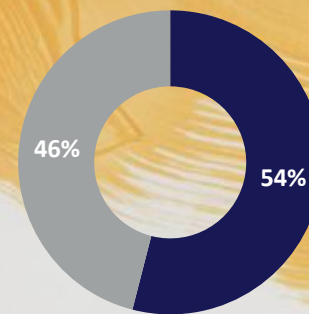
\*Oikaistu liikevoitto ilman konsernierää

Liikevaihto  
segmenteittäin



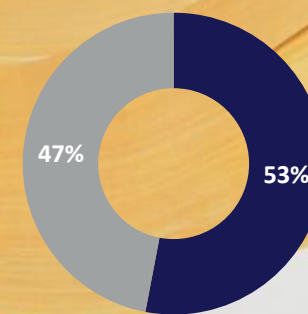
■ SBU West ■ SBU East

Liikevoitto\*  
segmenteittäin



■ SBU West ■ SBU East

Henkilöstö  
segmenteittäin



■ SBU West ■ SBU East

Liikevaihto 582 milj. euroa  
Oikaistu liikevoitto 28 milj. euroa  
(4,9 % liikevaihdosta)  
Noin 3,000 työntekijää

Tuotantoa 8 maassa  
Tuotteita saatavilla yli 40 maassa  
Johtava markkina-asema  
keskeisissä maissa

# Loppuasiakkaamme

KULUTTAJAT **50%\***



AMMATTILAISET **35%\***



TEOLLISUUS **15%**



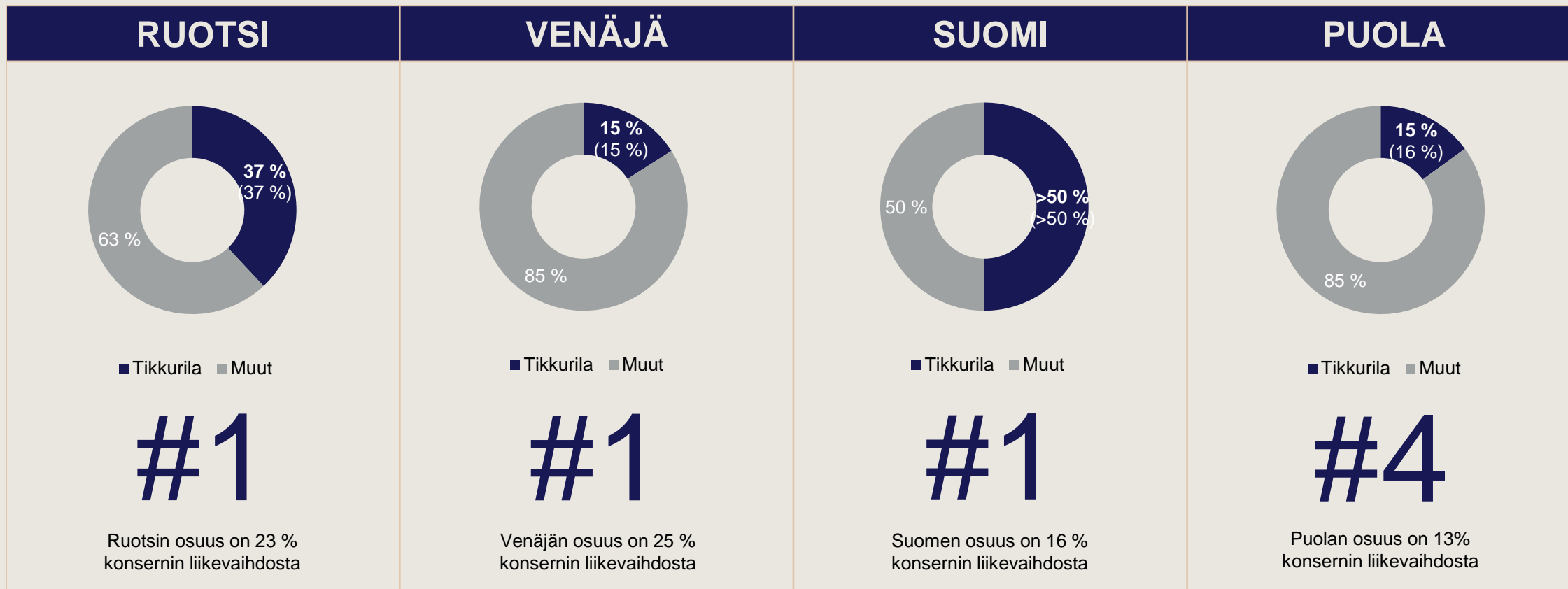
# Toimipaikkamme

Tuotantolaitoksia 8 maassa  
Myyntitoimistoja 12 maassa

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



# Tikkurila on markkinajohtaja kauppa- ja rakennusmaaleissa



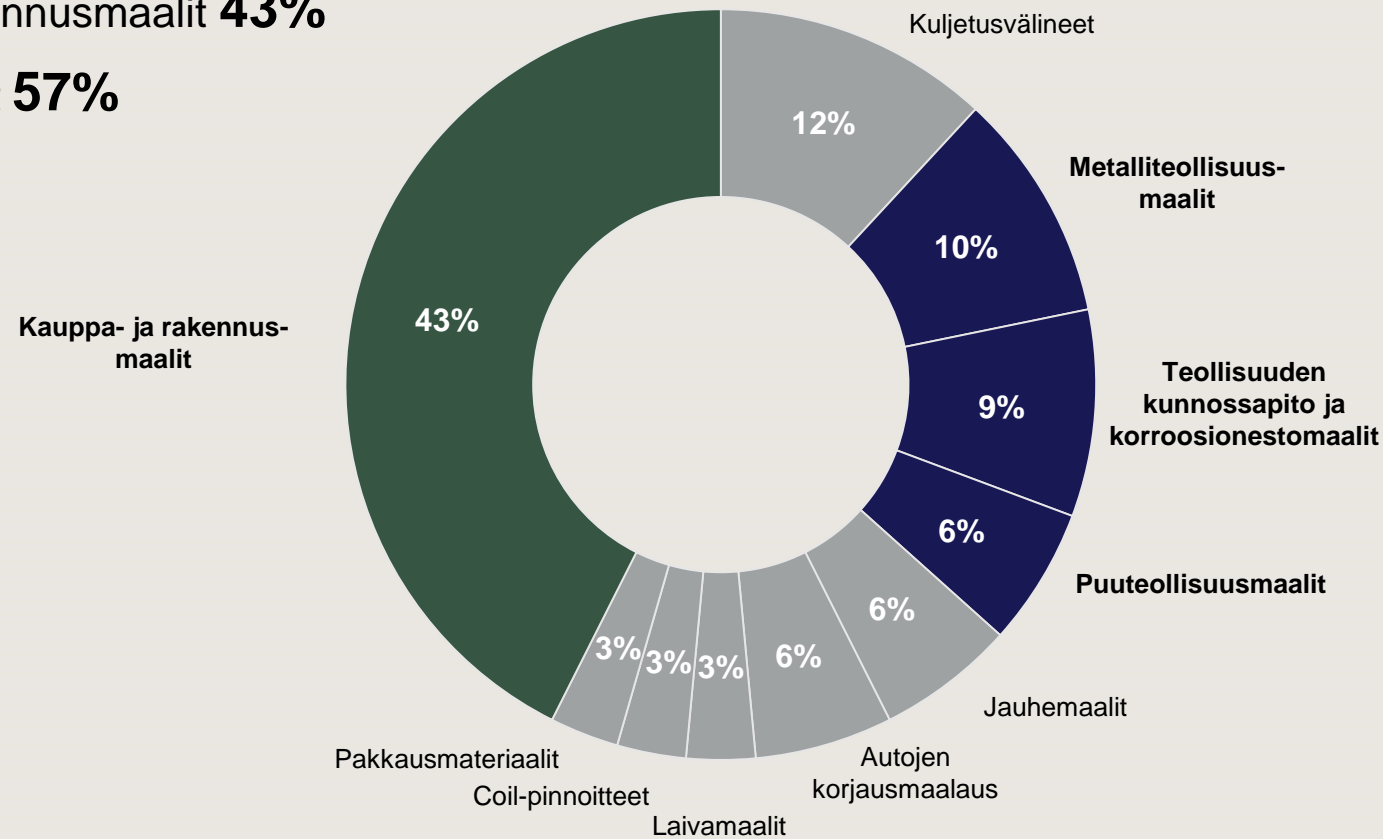
Lähde: SVEFF (Ruotsi, arvo), Chem-Courier/johdon arvio (Venäjä, volyymi), VTY (Suomi, arvo), IBP Research (Puola, volyymi)



# Maailman maalimarkkinan arvo ~ 130 mrd. dollaria

Kauppa- ja rakennusmaalit **43%**

Teollisuusmaalit **57%**



Teollisuusmaalisegmentit, joita Tikkurila palvelee

Lähde: IPPIC 2015

# Maalinkulutus ja kysynnän rakenne

## Maalinkulutus asukasta kohti, arvio\*



- = Korkea taso
- = Keskimääräinen taso
- = Alhainen taso

\*Lähteet maalinkulutusarvioille: johdon arviot, IPPIC

## Maalinkysyntään vaikuttavia tekijöitä

- Elintaso
- Paikalliset tottumukset ja maalinkäyttötavat
- Rakennustyyli ja saatavilla olevat rakennusmateriaalit
- Trendit sisustuksessa, väreissä jne.
- Uudis- ja korjausrakentamisen sekä teollisen toiminnan aktiivisuus
- Funktionaaliset maalit

Länsi-Euroopassa markkinat kypsät; kasvumahdollisuudet alueilla, joilla kotitalouksien tulot lisääntyvät

Tikkurilalla on vakiintunut asema alueilla, joilla odotetaan kulutuksen henkeä kohti lisääntyvän ja premium-tuotteiden kysynnän kasvavan

# Kannattava kasvu

## Liikevaihdon ja kannattavuuden kehitys 2000–2017

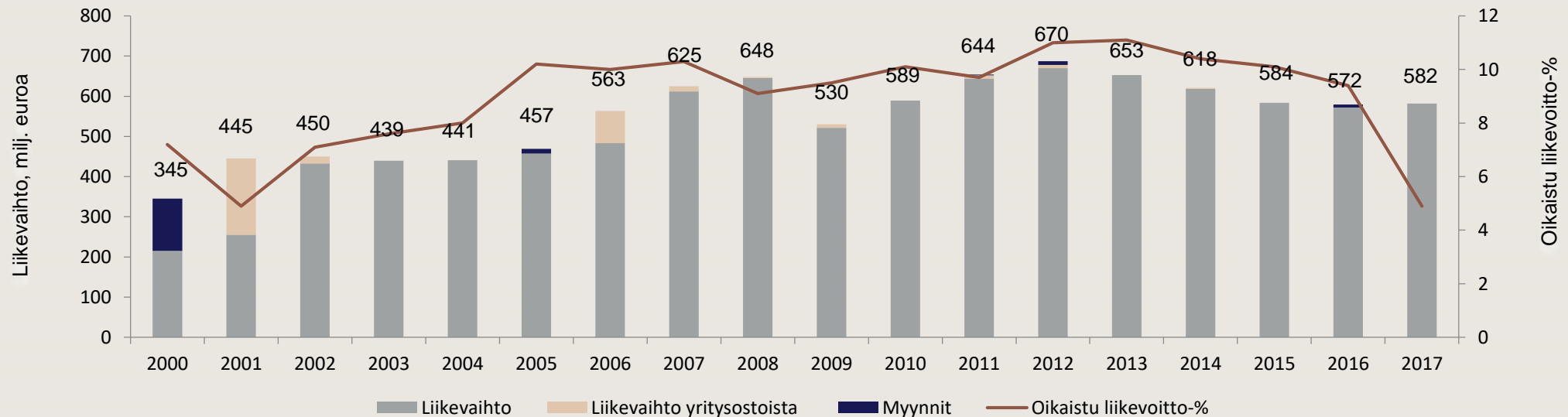
### Tärkeimmät yritysostot ja -myynnit

Sävytysliiketoiminnan myynti 2000  
(liikevaihto ~ 130 milj. euroa)

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

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

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



## MEGATRENDIT

- Kaupungistuminen
- Ilmastomuutos
- Keskiluokkaistuminen
- Digitalisaatio

# Tikkurilan strategia 2022

## MISSIO

Pohjoismaista laatua alusta loppuun.



## STRATEGIA

Tarjoamme kilpailukykyisiä pintakäsittelyratkaisuja ja olemme sitoutuneet parantamaan asiakkaidemme kokonaisvaltaista käyttökokemusta ja tehokkuutta.



## PAINOPISTEALUEET

Miellyttävät ja asiantuntevat asiakaspolut

Yhtenäiset asiakassegmentti-kohtaiset portfoliot

Resurssien tehokkaampi hyödyntäminen



## VISIO

Pinnat, joilla on merkitystä.



## VASTUULLISUUSLUPAUKSET

Kehitämme tuoteominaisuudet huippuunsa niin, että ympäristövaikutus on mahdollisimman pieni.

Parannamme ja turvaamme ilmanlaatua.

Tehostamme resurssien hyödyntämistä toiminnassamme.

Olemme aktiivinen toimija yhteisöissämme.

## ARVOT

Olemme luottamuksen arvoisia.

Olemme innovatiivisia.

Olemme ammattilaisia.

# Vahvat ja vakiintuneet brändit



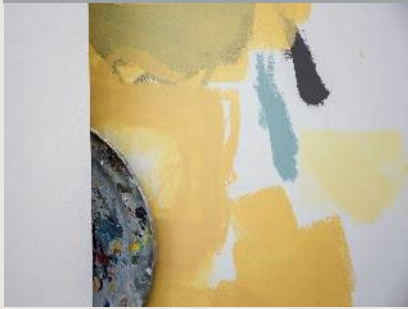
Strategiset kansainväliset brändit

Strategiset alueelliset tai paikalliset brändit

Taktiset alueelliset tai paikalliset brändit

# Autamme asiakkaitamme pintojen suojaamisessa

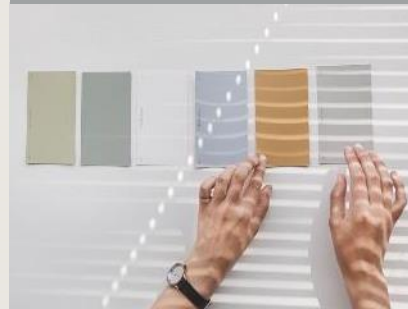
INSPIRAATIO



IDEAT



VÄRIT



MYYMÄLÄ



KULUTTAJAPALVELUT



DIGIKANAVAT



KOULUTUS



AMMATTILAISPALVELUT



# Jakelutiet

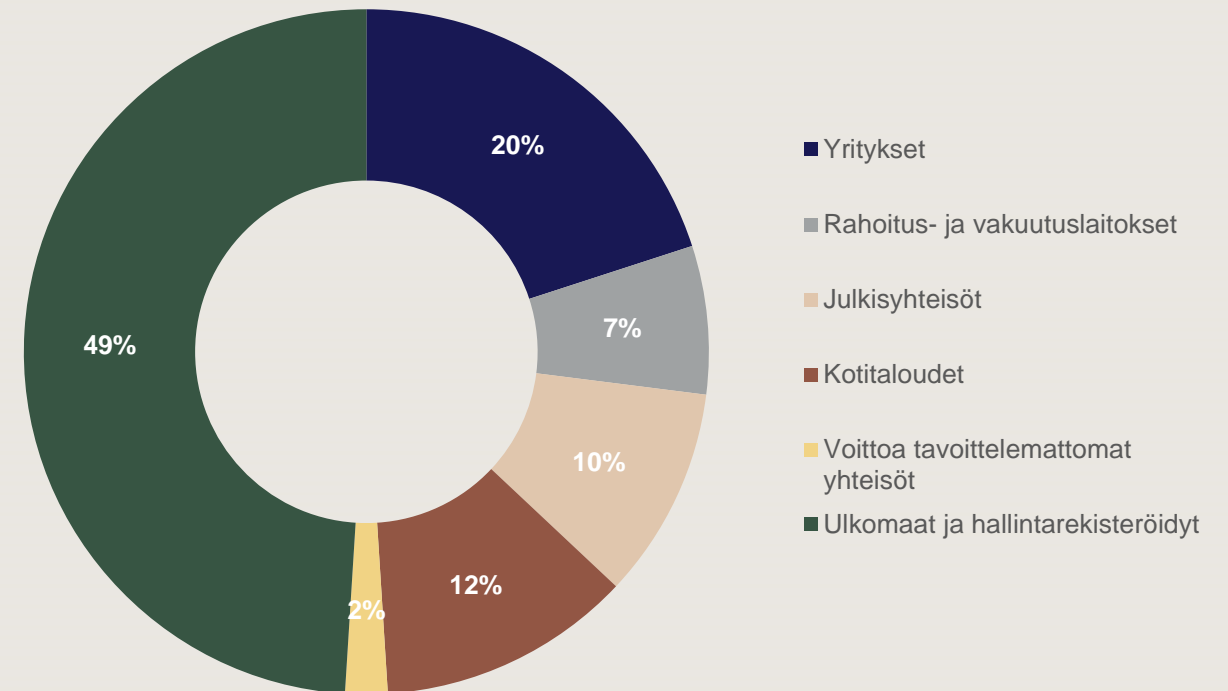


\* Vain tietyillä markkinoilla

\*\* Rauta- ja sisustustarvikekaupat, erikoistuneet maalimyymälät

# Tikkurilan omistusrakenne kesäkuun 2018 lopussa

- Omistajia yhteensä ~20 000
- Ulkomainen omistus on kasvanut voimakkaasti
- Suurimmat rekisterissä näkyvät omistajat ovat Oras Invest Oy (18,1 %), Varma (5,7 %) ja Mandatum (3,7 %)





# Katsauskauden kehitys

# Yhteenveto toisesta vuosineljänneksestä

- Liikevaihto laski euromääräisesti 5 %, mutta kasvoi 3 % ilman valuuttakurssien ja yritysmyyntien vaikutusta.
- Myyntivolyymit kasvoivat kaikissa keskeisissä toimintamaissa.
- Oikaistu liikevoitto parani 8 %. Kiinteät kustannukset laskivat. Myyntihintojen korotukset eivät riittäneet kompensoimaan raaka-aineinflaatiota.
- Tehostamisohjelma etenee. Lisää toimenpiteitä suunnitteilla jälkimmäiselle vuosipuoliskolle.

Kustannuskuri

Volyymit

Myyntihinnat

Toimitusvarmuus

Raaka-aine-  
inflaatio

Valuutat

# Katsauskauden avainluvut

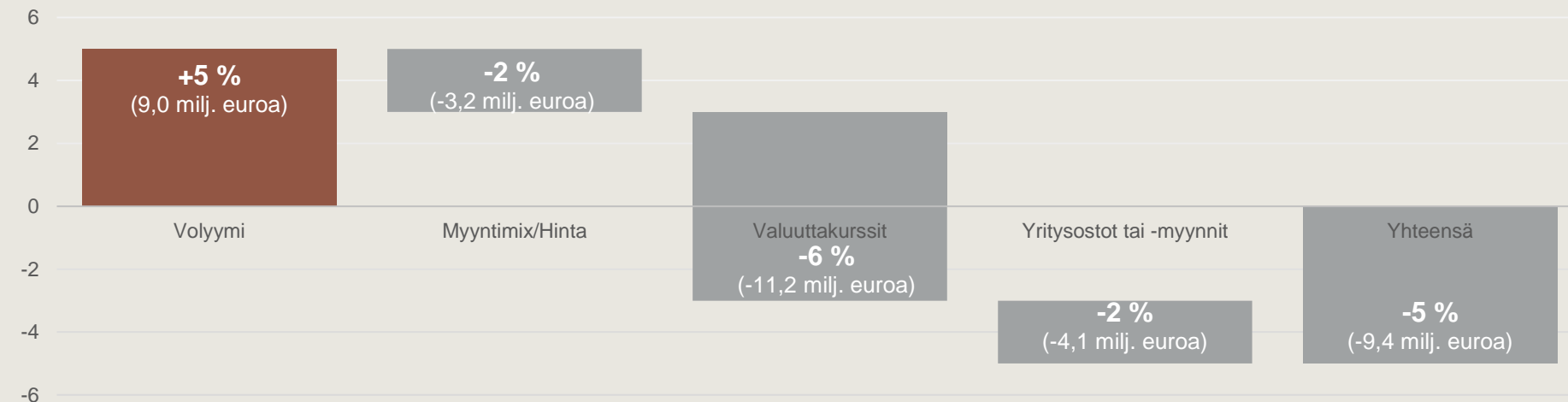
Milj. euroa	4-6/2018	4-6/2017	Muutos-%	1-6/2018	1-6/2017	Muutos-%	2017
Liikevaihto	173,7	183,2	-5,1 %	303,8	320,2	-5,1 %	582,4
Oikaistu liikevoitto	21,5	20,0	7,8 %	25,1	25,2	-0,2 %	28,8
Oikaistu liikevoitto, %	12,4 %	10,9 %		8,3 %	7,9 %		4,9 %
Liikevoitto (EBIT)	21,2	20,0	6,0 %	21,1	25,2	-16,1 %	19,3
Liikevoitto (EBIT), %	12,2 %	10,9 %		7,0 %	7,9 %		3,3 %
Tulos per osake, euroa	0,35	0,28	22,9 %	0,30	0,41	-26,7 %	0,24
Sidotun pääoman tuotto (ROCE), %, rullaava	5,0 %	12,9 %		5,0 %	12,9 %		6,3 %
Rahavirta investointien jälkeen	-6,5	-33,4	80,6 %	-52,1	-63,9	18,5 %	4,4
Korollinen nettovelka kauden lopussa				157,3	157,2	0,0 %	90,1
Nettovelkaantumisaste (gearing), %				104,6 %	83,3 %		50,2 %
Omavaraisuusaste, %				28,1 %	34,8 %		42,0 %
Henkilöstö kauden lopussa				3 030	3 228	-6,1 %	3 037

# Liikevaihto: valuutoista merkittävää vastatuulta

Milj. euroa	4-6/2018	4-6/2017	Muutos-%	1-6/2018	1-6/2017	Muutos-%
Liikevaihto	173,7	183,2	-5,1 %	303,8	320,2	-5,1 %

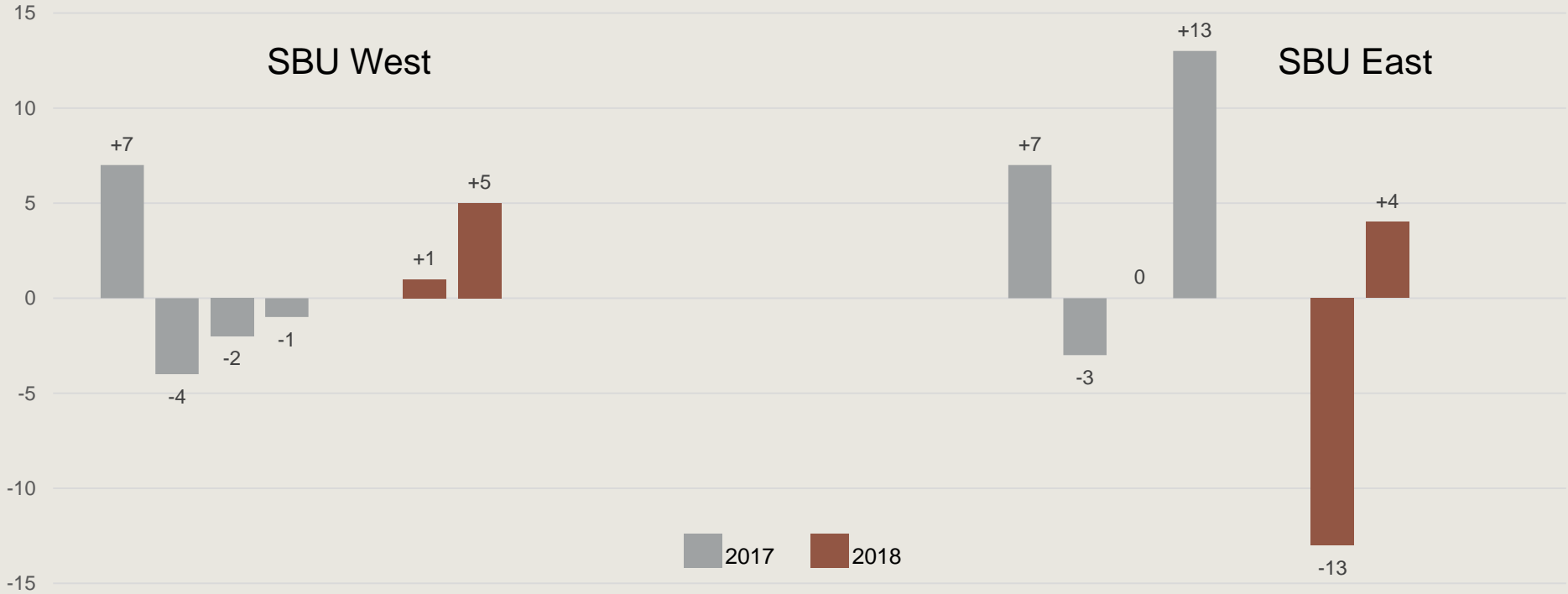
## Konsernin liikevaihdon kehitys Q2/2018 vs. Q2/2017

Lisäys/vähennys, %



# Volyymit kasvussa

Myyntivolyymien kehitys vuosineljänneksittäin, vaikutus liikevaihtoon, %-muutos vertailukaudesta



## Toimitusvarmuus parani, uusi toiminnanohjausjärjestelmä tuo hyötyjä

Mahdollistaa toimintojen ja prosessien harmonisoinnin uudessa, keskitetyssä rakenteessa ja johtamismallissa

Yhtenäistää järjestelmät ja avainprosessit

Lisää läpinäkyvyyttä ja parantaa raportointia, mikä puolestaan mahdollistaa paremman ja nopeamman ohjauksen

Antaa edellytykset tehostaa ja yhtenäistää toimintaa entistä enemmän

Riskienhallinta: aiemmat käytössä olleet järjestelmät olivat elinkaarensa päässä

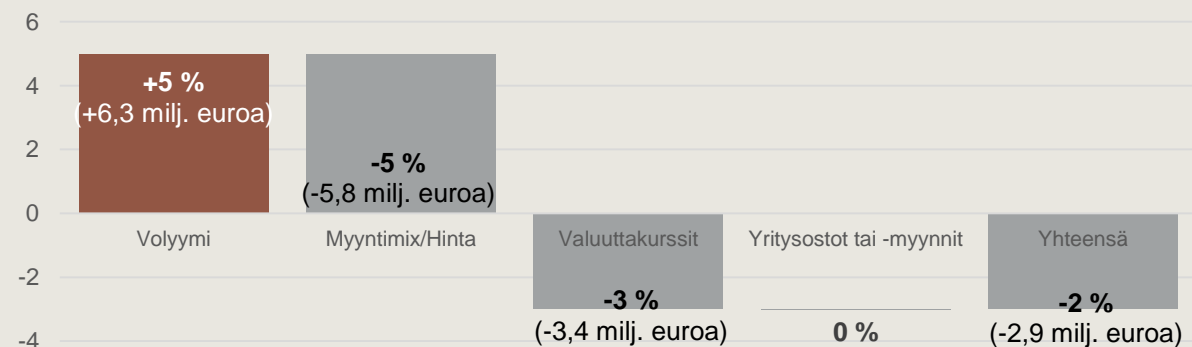
# Liiketoimintayksiköt

# SBU West Q2/2018

Milj. euroa	4-6/2018	4-6/2017	Muutos-%	1-6/2018	1-6/2017	Muutos-%	1-12/2017
Liikevaihto	115,1	118,0	-2,5 %	215,5	216,9	-0,6 %	379,8
Oikaistu liikevoitto	16,2	15,5	4,5 %	23,5	22,6	4,1 %	18,1
Oikaistu liikevoitto, %	14,1 %	13,2 %		10,9 %	10,4 %		4,8 %

## Liikevaihdon kehitys Q2/2018 vs. Q2/2017

Lisäys/vähennys, %



## Keskeistä Q2/2018

- Liikevaihto ennallaan ilman valuuttakurssien vaikutusta
- Myyntihintoja korotettiin, mutta ei riittävästi raaka-aineinflaatioon nähden
- Ruotsin jakelukanavamuutokset ja ammattikuntamyynnin kasvu heikensivät myyntimixiä
- Kiinteiden kustannusten pienentäminen paransi kannattavuutta

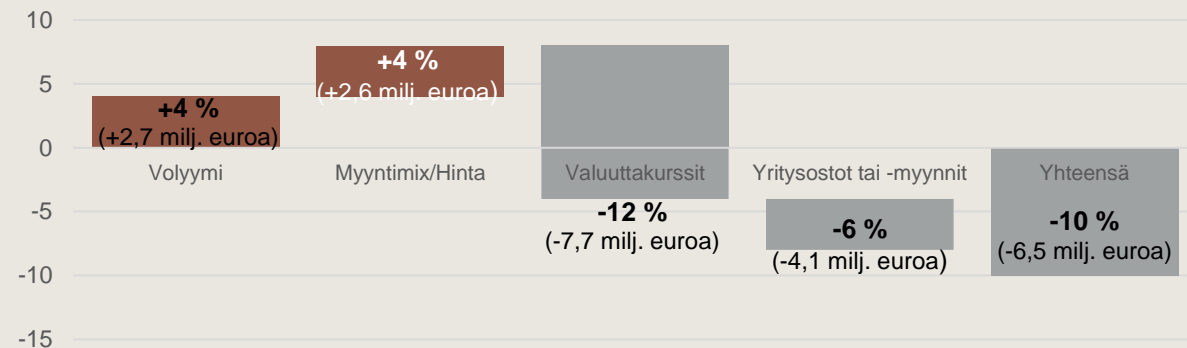


# SBU East Q2/2018

Milj. euroa	4-6/2018	4-6/2017	Muutos-%	1-6/2018	1-6/2017	Muutos-%	1-12/2017
Liikevaihto	58,7	65,2	-10,0 %	88,3	103,3	-14,5 %	202,6
Oikaistu liikevoitto	6,8	6,4	6,3 %	4,1	5,4	-23,6 %	15,2
Oikaistu liikevoitto, %	11,7 %	9,9 %		4,7 %	5,2 %		7,5 %

## Liikevaihdon kehitys Q2/2018 vs. Q2/2017

Lisäys/vähennys, %



## Keskeistä Q2/2018

- Liikevaihto kasvoi 8 % ilman valuuttakurssien ja yritysmyyntien vaikutusta
- Myyntihintoja korotettiin, mutta ei riittävästi raaka-aineinflaatioon nähden
- Premium-tuotteiden myynnin suhteellinen osuus kasvoi
- Volyyymikehityksellä, myyntihintojen korotuksilla ja myyntimixillä oli myönteinen vaikutus kannattavuuteen

# Tehostamisohjelman ja strategian eteneminen

# Miten tästä eteenpäin: selkeys, suunta, fokus

## TEHOKKUUS

- Rakennemuutos
- Tuotantoverkosto
- Portfolion ja toiminnan harmonisointi
- Prosessit

## MYNNIN KASVU

- Hinnan korotukset
- Markkinakasvu
- Myynnin yhteiset prosessit

## JOHTAJUUS JA YHTENÄINEN KULTTUURI

- Suunta ja odotukset
- Jatkuva parantaminen
- Suorituksen johtaminen ja mittaaminen

## STRATEGIA

“Surfaces that make a difference”

- Asemointi markkinoilla
- Muutokset toimintaympäristössä
- Strategiset valinnat
- Innovaatiot

Arvoihin ja kestäväan kehitykseen perustuva  
YRITYSKULTTUURI

ARVOLUPAUS  
”Pohjoismaista laatua alusta  
loppuun”

## ARVOT

Olemme  
luottamuksen  
arvoisia

Olemme  
innovatiivisia

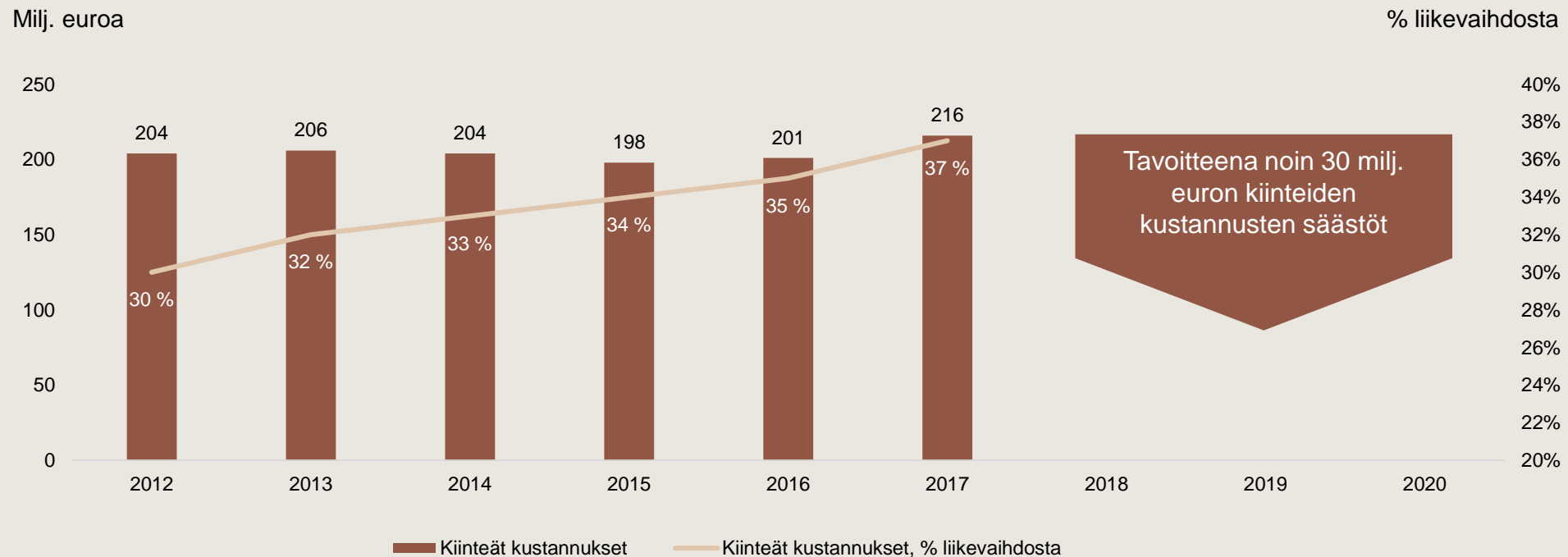
Olemme  
ammattilaisia

LYHYT AIKAVÄLI

PITKÄ AIKAVÄLI

# Kiinteiden kustannusten osuus liikevaihdosta on kasvanut sekä absoluuttisesti että suhteellisesti

Tikkurilan kiinteiden kustannusten kehitys ja tehostamisohjelmasta aiheutuvat säästöt



# Tehostamisohjelman osa-alueet

## 1. Kiinteät kustannukset

- Tikkurilan henkilöstömäärän suunnitellaan pienenevän kaiken kaikkiaan arviolta 15 prosenttia eli noin 500 työntekijällä vuoden 2017 lopun tilanteeseen verrattuna.
- Muu kiinteiden kustannusten pienentäminen

## 2. Tuotantoverkoston optimointi

Tikkurila on toteuttanut ja suunnittelee useita tuotannon ja logistiikan optimointiin liittyviä toimenpiteitä. Venäjän tehdashanke etenee suunnitellussa aikataulussa.

## 3. Portfolion harmonisointi

Tikkurilassa on käynnissä valmistuskaavojen, raaka-aineiden ja tuotenimikkeiden (SKU) optimointihanke, jonka tavoitteena on puolittaa tuotenimikkeiden määrä vuoteen 2020, liiketoimintojen divestoinnit mukaan lukien.

## 4. Hankinnan tehostaminen

Tikkurilalla on paljon tehostamismahdollisuuksia niin suorissa kuin epäsuorissa hankinnoissa. Tavoitteena on myös vähentää sitoutunutta pääomaa sekä hakea vaihtoehtoisia raaka-aineita ja toimittajia kilpailukyvyn nostamiseksi.

## 5. Myynnin johtaminen

Myynnin johtamista tehostetaan digitalisoimalla myynnin seuranta ja johtamista sekä automatisoimalla palveluja.

# Haastavia toimenpiteitä kilpailukyvyn parantamiseksi

## Suunnitellut henkilöstövähennykset

Liiketoiminnoista luopumisten ja muiden henkilöstövähennysten seurauksena Tikkurilan henkilöstömäärä pienenee kaiken kaikkiaan arviolta 15 prosenttia eli noin 500 työntekijällä vuoden 2017 lopun tilanteeseen verrattuna.

- Liiketoiminnoista luopuminen ja liiketoimintojen lopettaminen -250 henkilöä
- Arvioitu lisävähentämistarve noin -250 henkilöä

Vähennysten arvioidaan tapahtuvan vuoden 2018 aikana.

Tikkurila käynnistää suunniteltuihin henkilöstövähennyksiin liittyvät prosessit lähiviikkojen aikana. Menettelytavat ja aikataulut vaihtelevat maasta riippuen.

# 30 miljoonan euron tehostamisohjelma toteutetaan 2018 aikana – hyödyt näkyvät kokonaisuudessaan vuoden 2019 aikana

Säästövaikutus 10 milj. euroa, realisoituu 2018 ja 2019	Säästövaikutus 20 milj. euroa, realisoituu 2019	Jatkuva parantaminen
<p>Toimenpide:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Balkanin liiketoiminnasta luopuminen</li><li>• Saksan liiketoiminnan lopettaminen</li><li>• Tehtaan sulkeminen Venäjän Stary Oskolissa</li></ul> <p>Kustannukset:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Saksan liiketoimintojen lopettamisesta ja suunnitelluista henkilöstövähennyksistä arvioidaan aiheutuvan noin 10 miljoonan euron vertailukelpoisuuteen vaikuttavat kustannukset vuonna 2018</li></ul>	<p>Toimenpide:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Kaiken kaikkiaan noin 15 prosenttia pienempi henkilöstömäärä vuoden 2017 loppuun verrattuna, yritysmyyntit mukaan lukien</li><li>• Muu kiinteiden kustannusten karsiminen</li><li>• Myynnin johtamisen tehostaminen</li><li>• Hankinnan tehostaminen</li><li>• Portfolion optimointi (raaka-aineet, valmistuskaavat, tuotenimikkeet)</li></ul>	<p>Toimenpide:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Tuotantoverkoston optimointi</li><li>• Myynnin johtamisen tehostaminen</li><li>• Hankinnan tehostaminen</li><li>• Portfolion optimointi (raaka-aineet, valmistuskaavat, tuotenimikkeet)</li><li>• Prosessien kehittäminen ja automatisointi</li></ul>

# Tehostamisohjelma ja strategia etenevät

1. Rakenne- ja organisaatiomuutos
2. Suunnitelma uudesta tehtaasta Pietariin
3. Tehostamisohjelman käynnistäminen
4. Päivitetty strategia

2017

1. Balkanin alueen liiketoimintojen myynti
2. Raaka-aine-, valmistuskaava- ja tuotenimikeportfolion optimointihankkeen käynnistäminen
3. Prosessien ja vastuiden selkiyttäminen

H1 2018

1. Saksan liiketoimintojen lopettaminen
2. Tehtaan sulkeminen Venäjällä (Stary Oskol) ja muu tuotantoverkoston optimointi
3. Suunnitellut koko konsernia koskevat henkilöstövähennykset
4. Hankinnan tehostaminen
5. Myynnin johtamisen tehostaminen
6. Yhtenäinen kulttuuri

H2 2018

**STRATEGIA**  
“Surfaces that make a difference”

1. Strategiset valinnat toimintaympäristön muutokset huomioiden
2. Innovaatiot
3. Jatkuva parantaminen
4. Vastuullisuus yritystoiminnan keskiöön

2019 →



# Hyvät edellytykset palata kannattavaan kasvuun



## TUNNETUT BRÄNDIT

Ulkopuolisten tutkimusten mukaan Tikkurila-konsernin strategiset brändit ovat tunnetuimpia tai tunnetuimpien maalibrändien joukossa markkina-alueillaan.



## VAHVA MARKKINA-ASEMA

Tikkurila on kauppa- ja rakennusmaalien markkinajohtaja Venäjällä, Ruotsissa, Suomessa ja Baltian maissa.



## OSAAVA HENKILÖSTÖ JA KORKEA ASIAKAS-TYYTYVÄISYYS

Saimme NPS (Net Promoter Score) - tutkimuksessa erittäin hyvät tulokset. Eryityisesti asiakaspalvelu ja tuotteiden laatu saivat positiivista palautetta.



## INSPIROIVA VISIO JA MISSIO

Surfaces that make a difference (pinnat, joilla on merkitystä).

Pohjoismaista laatua alusta loppuun.

# Asiakaskokemuksen parantaminen fokuksessa, erottautumistekijänä onnistunut lopputulos

Asiakas-segmentti	Osuus liikevaihdosta <sup>1</sup>	Tärkeimmät markkinatrendit	Tehtyjä toimenpiteitä 2018
<b>KULUTTAJAT</b> 	<b>50%</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Yksinkertaisuus, helppous, digitaaliset ratkaisut</li><li>• Kestävä kehitys</li><li>• Kauppojen omien merkkien osuus kasvaa</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Asiakasymmärryksen lisääminen</li><li>• Brändistrategioiden päivittäminen</li><li>• Ulkomaalisegmentin kasvun tukeminen yhtenäisellä markkinointikampanjalla</li><li>• Positointi ja pakkausdesign-uudistus (Beckers)</li><li>• Uusien myymäläkonseptien kehittäminen ja käyttöönotto</li></ul>
<b>AMMATTILAISET</b> 	<b>35%</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Volyymit kasvavat kaupungistumisen ja keskiluokkaistumisen ansiosta</li><li>• Korkea hintaherkkyys</li><li>• Uuden sukupolven maalarit, digitaaliset ratkaisut</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Asiakasymmärryksen lisääminen asiakassegmentointityön kautta</li><li>• ProClub-palvelukonseptin kirkastaminen</li><li>• Uudistettujen tuotteiden lanseeraaminen kivipinnoille</li><li>• Uuden julkisivuvärikokoelman lanseeraaminen</li></ul>
<b>TEOLLISUUS</b> 	<b>15%</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Metallinfrastruktuurin, PC:n (korroosionesto ja tuotemaalaus) ja sähköntuotannon kysyntä kasvaa</li><li>• Vaatimuksena sertifioidut maalausjärjestelmät</li><li>• Korkea hintakilpailu, kompleksiset teollisuuden asiakastarpeet</li><li>• Teollisesti käsitellyt puupinnat, sisäpuusegmentit</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Jakeluverkoston kehittäminen</li><li>• Avainasiakkuuksien kehittäminen</li><li>• Uudet funktionaaliset pinnoitteet (paloturvallisuus, korroosionesto, säänkesto)</li></ul>

1) Johdon arvio

# Surfaces that make a difference: Kestävän kehityksen lupaukset vuosille 2018–2022



KEHITÄMME TUOTTEIDEMME  
OMINAISUUDET HUIPPUUNSA NIIN,  
ETTÄ YMPÄRISTÖVAIKUTUS ON  
MAHDOLLISIMMAN PIENI.

PARANNAMME JA TURVAAMME  
ILMANLAATUA TUOTTEILLAMME  
JA PALVELUILLAMME.



TEHOSTAMME RESURSSIEN  
HYÖDYNTÄMISTÄ JA KESKITYMME  
TOIMINNASSAMME LAATUUN,  
TURVALLISUUTEEN JA  
KESTÄVYYTEEN.

OLEMME VASTUULLINEN  
JA AKTIIVINEN TOIMIJA  
YHTEISÖISSÄMME.



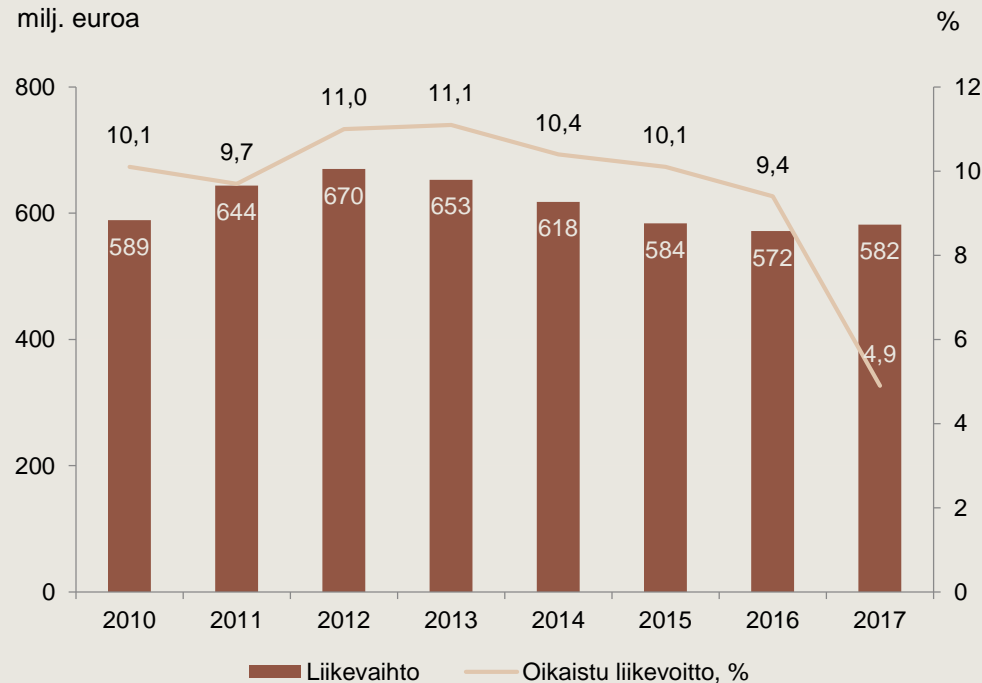
# Johtopäätökset ja näkymät

# Johtopäätökset

- Tehostamisohjelma etenee suunnitellusti, merkittäviä toimenpiteitä jälkimmäisellä vuosipuoliskolla
- Markkinanäkymät kohtuullisen hyvät loppuvuodelle, positiivisen volyymikehityksen odotetaan jatkuvan
- Raaka-ainemarkkinoilla edelleen hintojen nousupainetta, myyntihintojen korotuksia jatketaan

# Ohjeistus vuodelle 2018 ennallaan

## Tikkurilan liikevaihto ja kannattavuus 2010–2017



## Vuoden 2018 näkymät ja ohjeistus

Markkinanäkymät ovat kohtuullisen hyvät kuluvalle vuodelle, vaikka asuntomarkkinoiden epävarmuus on lisääntynyt. Tikkurilalle keskeisten markkinoiden talouksien ennakoitaan kasvavan ja kuluttajien luottamus on vahvaa. Ammattilaissegmentin merkitys kasvaa, mikä vaikuttaa Tikkurila-konsernin myynnin jakaumaan. Tunnistetut toiminnanohjausjärjestelmän käyttöönottoon liittyvät ongelmat on pitkälti ratkaistu ja varastojen tasoa on nostettu selvästi toimitusvarmuuden varmistamiseksi.

Raaka-aine- ja pakkausmateriaalihintojen nousun ennakoitaan jatkuvan loppuvuoden aikana. Myös saatavuudessa saattaa edelleen esiintyä haasteita. Kustannusnousua kompensoidakseen Tikkurila nostaa edelleen myyntihintojansa ja jatkaa omia sisäisiä tehostamistoimenpiteitään.

**Tikkurilan liikevaihdon arvioidaan säilyvän edellisvuoden tasolla ja oikaistun liikevoiton arvioidaan paranevan.**

# Liitteet

# Tikkurilan liiketoimintayksiköt (SBU:t)

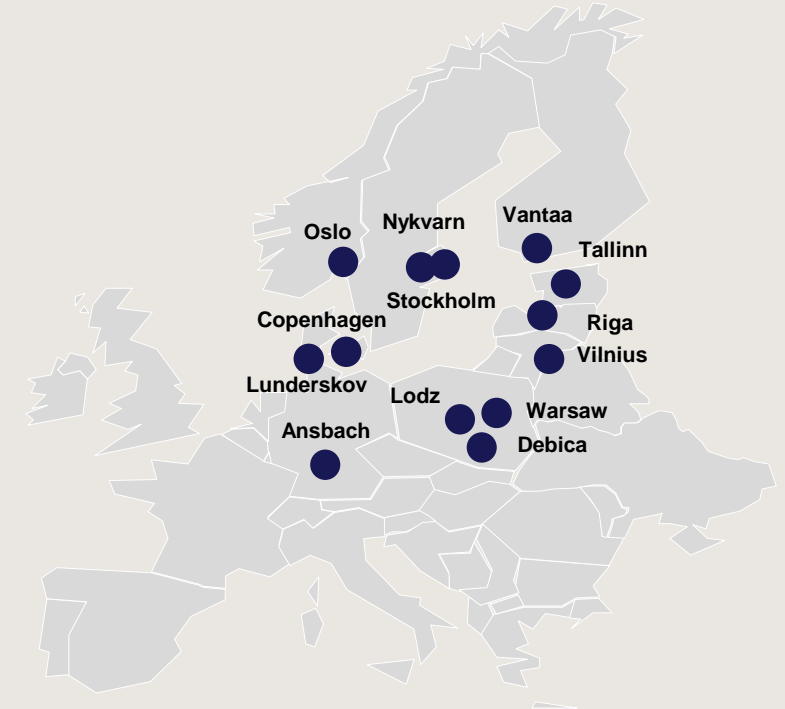
	SBU West	SBU East
Toiminta-alue	Ruotsi, Tanska, Norja, Suomi, Puola, Saksa, Viro, Latvia ja Liettua	Venäjä, Keski-Aasian maat ja Kiina. Lisäksi kyseinen strateginen liiketoimintayksikkö on vastuussa viennistä noin 20 maahan.
Tuotantopaikat	Nykvarn, Ruotsi Vantaa, Suomi Debica, Puola Ansbach, Saksa Tallinna,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



## SBU Westin avaintietoja

<b>Toiminta-alue</b>	Ruotsi, Tanska, Norja, Suomi, Puola, Saksa, Viro, Latvia ja Liettua
<b>Liikevaihto 2017</b>	379,8 (395,2) milj. euroa, 65 % koko konsernista
<b>Oikaistu liikevoitto 2017</b>	18,1 (45,3) milj. euroa, 54 % koko konsernista*
<b>Henkilöstö</b>	1 605 (vuoden lopussa)
<b>Tuotantopaikat</b>	Nykvarn, Ruotsi; Vantaa, Suomi; Debica, Puola; Ansbach, Saksa; Tallinna, Viro; Lunderskov, Tanska
<b>Kehitys Westin alueella</b>	<p><b>1862</b> Tikkurila perustettiin Suomessa</p> <p><b>1865</b> Beckers perustettiin Ruotsissa</p> <p><b>1906</b> Alcro perustettiin Ruotsissa</p> <p><b>1930</b> Asiakaskoulutus käynnistettiin Suomessa</p> <p><b>1958</b> Värimallistojen kehittäminen ja väritysneuvonta aloitettiin Suomessa</p> <p><b>1970</b> Monicolor-sävytysjärjestelmä markkinoille Suomessa</p> <p><b>1983</b> Teollisuusmaalien Temacolor-sävytysjärjestelmä markkinoille</p> <p><b>1992</b> Maalituotanto alkoi Virossa</p> <p><b>1995</b> Liettuaan perustettiin myyntiyhtiö</p> <p><b>2000</b> Maalilinja perustettiin Suomessa</p> <p><b>2001</b> Alcro-Beckersin ostettiin Ruotsissa</p> <p><b>2001</b> Tuotantolaitokset Saksaan ja Puolaan</p> <p><b>2003</b> Asiakaskoulutuskeskus Paletti avattiin Suomessa</p> <p><b>2007</b> Uusi tuotantolaitos Nykvarniin Ruotsiin</p> <p><b>2009</b> Avatint-sävytysjärjestelmä markkinoille</p> <p><b>2012</b> Unkarin, Tshekin, Slovakian ja Romanian tytäryhtiöiden myynti</p> <p><b>2014</b> ISO Paint Nordic ja KEFA Drytech -yritysostot</p>

## SBU Westin toimipaikat



\* Ilman konsernierää

## SBU Eastin avaintietoja

Toiminta-alue	Venäjä, Keski-Aasian maat ja Kiina. Lisäksi kyseinen strateginen liiketoimintayksikkö on vastuussa viennistä yli 20 maahan.
Liikevaihto 2017	202,6 (176,8) milj. euroa, 35 % koko konsernista
Oikaistu liikevoitto 2017	15,2 (13,4) milj. euroa, 46 % koko konsernista*
Henkilöstö	1 409 (vuoden lopussa)
Tuotantopaikat	Pietari, Venäjä (3) Sary Oskol, Venäjä Almaty, Kazakstan



## Kehitys SBU Eastin alueella

- 1970-luku** Vienti Venäjälle ja ent. Neuvostoliittoon alkoi
- 1994** Myyntiyhtiö Venäjälle
- 1995** Ensimmäinen länsimainen maalitehdas avattiin Pietarissa
- 1998** Myyntiyhtiö OOO Tikkurila Coatings perustettiin
- 2004** Kolorit Paints ostettiin Ukrainassa
- 2006** Kraski Teks ostettiin Venäjällä
- 2006** Kazakstaniin perustettiin myyntiyhtiö
- 2007** Kiinaan perustettiin myyntiyhtiö
- 2008** Valko-Venäjälle perustettiin myyntiyhtiö
- 2009** Mytishin logistiikkakeskus valmistui Moskovan alueella ja uudet vesiohenteisten maalien tuotantolinjat käynnistyivät OOO Tikkurilan tehtaalla Obukhovossa Pietarissa
- 2011** Jauhemaaliliiketoiminta myytiin Venäjällä
- 2011** Zorka Colorin liiketoiminta ostettiin Serbiassa
- 2012** Myynti- ja varastoverkoston laajentaminen Venäjällä
- 2015** Uusi vesiohenteisiin tuotteisiin keskittyvä tehdas Almatyyn Kazakstaniin
- 2016** Ukrainan ja Valko-Venäjän tytäryhtiöt myytiin
- 2018** Serbian ja Makedonian tytäryhtiöt myytiin

\* Ilman konsernieriä



# Sijoittaja- ja mediakontaktit



**Elisa Markula**  
Toimitusjohtaja



**Jukka Havia**  
CFO



**Minna Avellan**  
Viestintäjohtaja ja sijoittajasuhteet  
[minna.avellan@tikkurila.com](mailto:minna.avellan@tikkurila.com)  
Tel. +358 40 533 7932



NORDIC QUALITY FROM START TO FINISH SINCE 1862.