



# Tikkurilan varsinainen yhtiökokous

25.3.2014

Toimitusjohtaja Erkki Järvinen

**TIKKURILA**

# 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

- Vuosi 2013 lyhyesti
- Strategia
- Katsaus Venäjään
- Näkymät 2014

# Vuosi 2013 lyhyesti



# Yhteenveto vuodesta 2013

## Kehitys 2013 vs. 2012

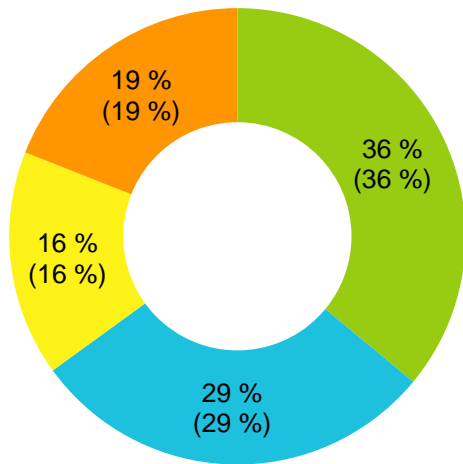
- Liikevaihto laski hieman alhaisempien myyntivolyymien ja keskeisten valuuttojen heikkenemisen johdosta
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä ja suhteellinen kannattavuus pysyivät lähellä edellisvuoden tasoa myyntimixin hyvän kehityksen ja alhaisemman kustannustason johdosta
- Rahavirta oli vahva
- Talouskasvu jäi vähäiseksi Tikkurilan markkinoilla

## Avainluvut

Milj. euroa	1-12/2013	1-12/2012	Muutos-%
Liikevaihto	<b>653,0</b>	670,4	-2,6 %
Liikevoitto (EBIT) ilman kertaluonteisia eriä	<b>72,6</b>	73,7	-1,5 %
Liikevoitto (EBIT) ilman kertaluonteisia eriä, %	<b>11,1 %</b>	11,0 %	
Liikevoitto (EBIT)	<b>71,5</b>	66,3	7,7 %
Liikevoitto (EBIT), %	<b>10,9 %</b>	9,9 %	
Tulos per osake, euroa	<b>1,14</b>	0,92	23,1 %
Sidotun pääoman tuotto (ROCE), % rullaava	<b>23,5 %</b>	21,0 %	
Rahavirta investointien jälkeen	<b>66,9</b>	50,3	33,2 %
Korollinen nettovelka kauden lopussa	<b>48,6</b>	80,8	-39,8 %
Nettovelkaantumisaste, %	<b>23,4 %</b>	40,6 %	
Omavaraisuusaste, %	<b>50,1 %</b>	45,9 %	
Henkilöstö kauden lopussa	<b>3 133</b>	3 223	-2,8 %

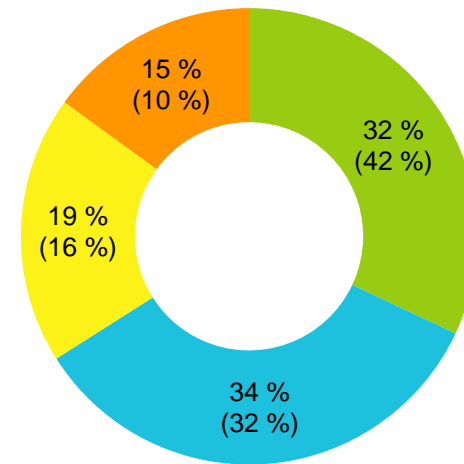
# Liikevaihdon ja liikevoiton jakauma Tammi-joulukuu 2013

Liikevaihto raportointisegmenteittäin



■ East ■ Scandinavia ■ Finland ■ CEE

Liikevoitto\* raportointisegmenteittäin



■ East ■ Scandinavia ■ Finland ■ CEE

Kauppa- ja rakennusmaalien osuus oli 84,1 % (84,0) ja teollisuusmaalien 15,9 % (16,0) liikevaihdosta

\* Ilman kertaluonteisia ja konsernierää

# Taloudelliset tavoitteet vuodelle 2018

- Liikevaihto 1 miljardi euroa
- Operatiivinen liikevoitto >12 % liikevaihdosta
- Operatiivinen sidotun pääoman (ROCE) tuotto >20 %
- Nettovelkaantumisaste <70 %
- Osinkopolitiikka: tavoitteena maksaa osinkoina vähintään 40 % vuotuisesta operatiivisesta nettotuloksesta

	Toteumatiedot						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Liikevaihto	625	648	530	589	644	670	653
Liikevoitto, % <sup>1</sup>	10,3 %	9,1 %	9,5 %	10,1 %	9,7 %	11,0 %	11,1 %
ROCE	24,5 %	18,7 %	15,7 %	19,2 %	19,4 %	21,0 %	23,5 %
Gearing	135,3 %	208,5 %	90,0 %	41,4 %	51,9 %	40,6 %	23,4 %
Osinko; osuus operatiivisesta nettotuloksesta, %				86 % (0,70 euroa/ osake)	88 % (0,73 euroa/ osake)	72 % (0,76 euroa/ osake)	69 % <sup>2</sup> (0,80 euroa/ osake)

<sup>1</sup> Ilman kertaluonteisia eriä

<sup>2</sup> Hallituksen ehdotus

# Strategian eteenpäin vieminen vuonna 2013

- Jakelun kehittäminen oman Profemyymäläkonseptin kautta, Tikkurila Branded Shops -konseptin lanseeraaminen kymmenissä kaupoissa
- Digitaalisen liiketoiminnan ja innovatiivisuuden resurssointi ja kehittäminen
- Toiminnan uudelleenjärjestelyt Tanskassa, Kiinassa, Baltiassa ja Balkanin alueella
- Raaka-aineiden optimointiin, kaavojen harmonisointiin ja tuotenimikkeiden (SKU) karsintaan tähdänneen projektin onnistunut läpivienti
- Sopivia yritysostokohteita vaikea löytää





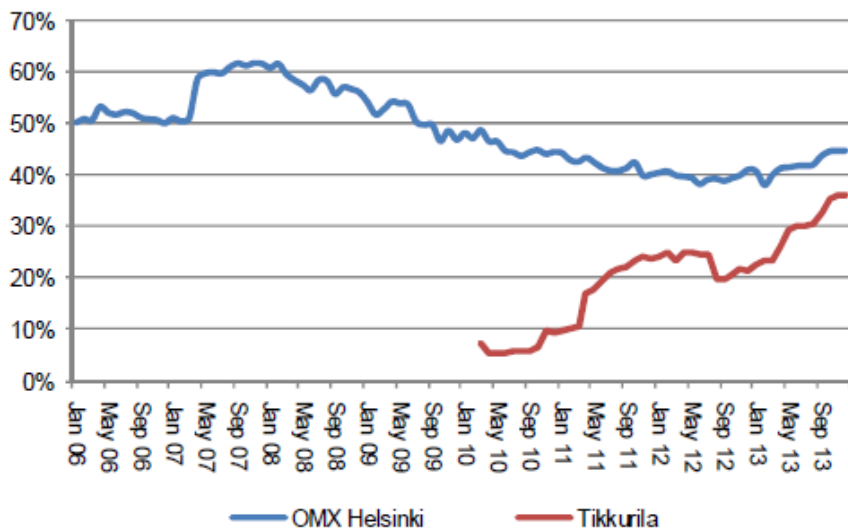
# Tikkurilan konsernirakenne



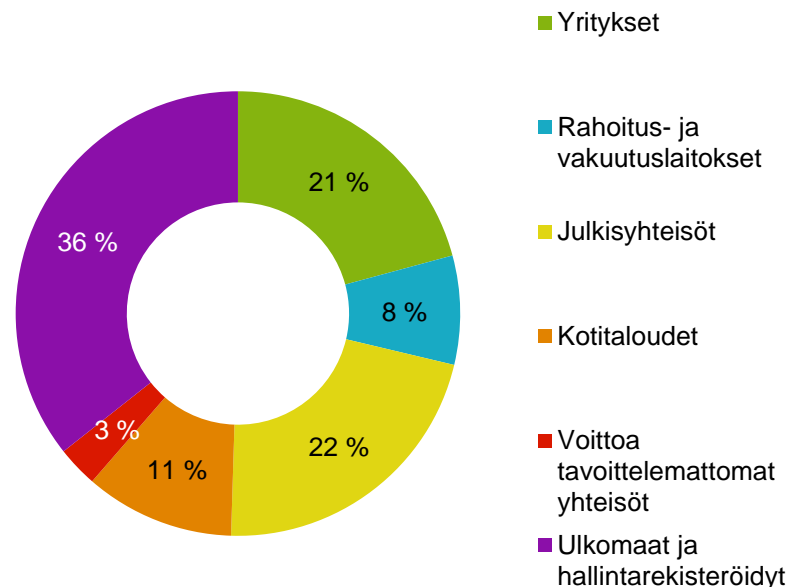
Tikkurilan raportointiyksiköt: West ja East.

# Tikkurilan ulkomaalaisomistus kasvanut voimakkaasti

Ulkomaalaisomistus, Tikkurila vs. OMX Helsingin keskiarvo



Tikkurilan omistusrakenne 31.12.2013





**Strategia**

# Elinympäristöä suojaamassa ja kaunistamassa vuodesta 1862

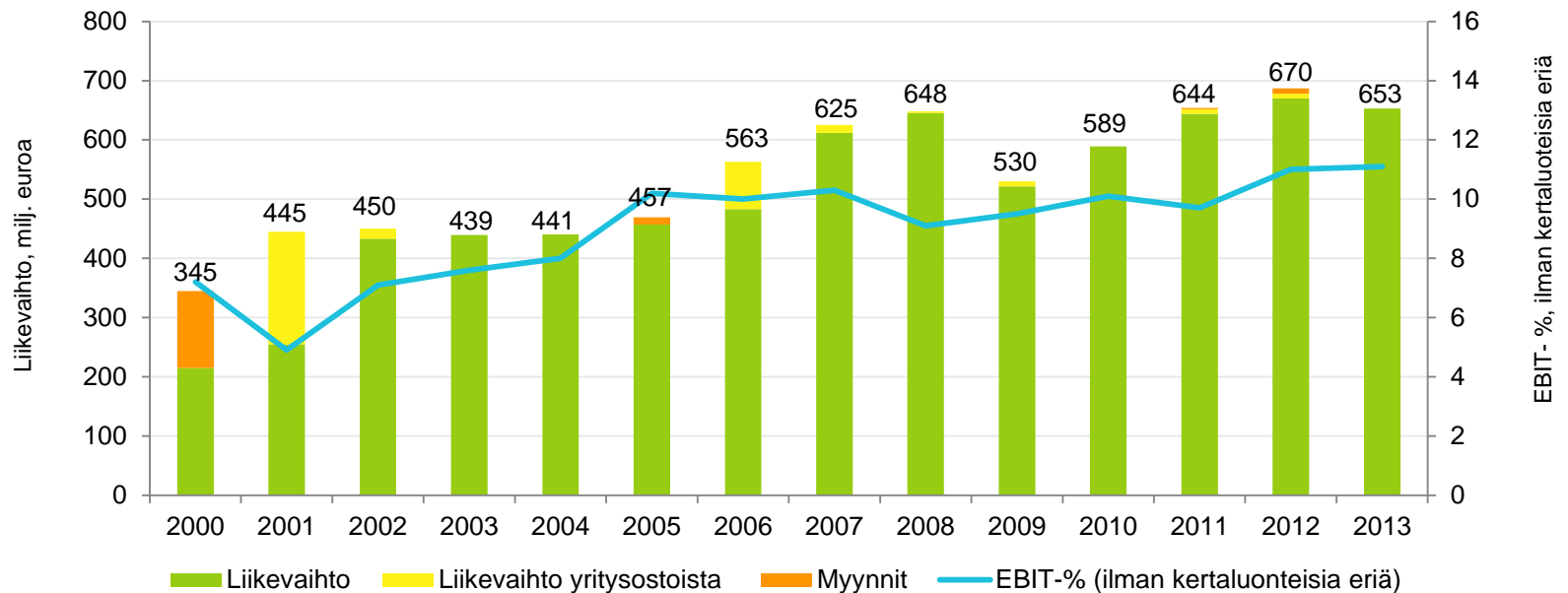


# Kannattava kasvu

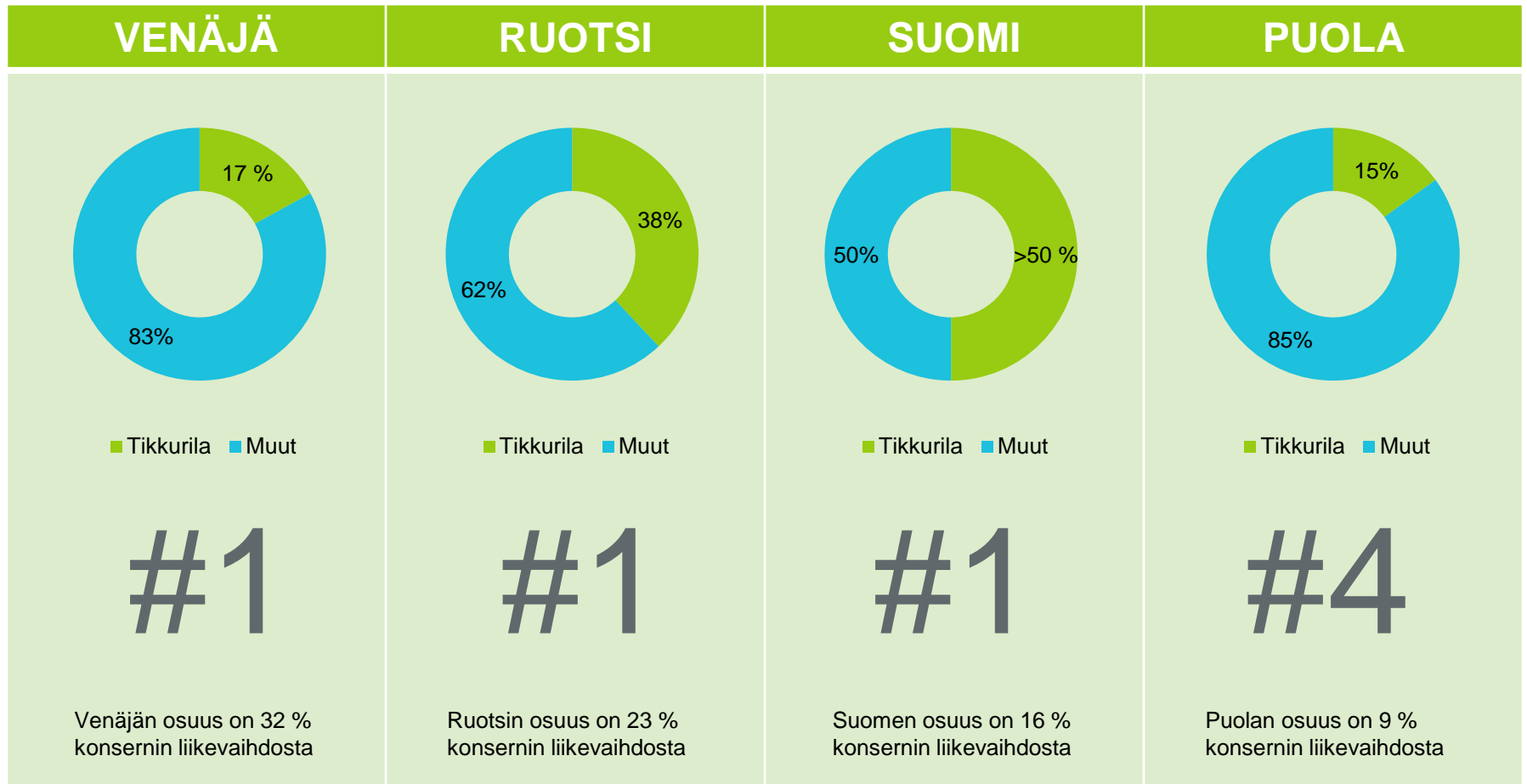
## Liikevaihdon ja kannattavuuden kehitys 2000–2013

### Tärkeimmät yritysostot ja -myynnit

Sävytysliiketoiminnan myynti 2000 (liikevaihto ~ 130 milj. euroa)	Alcro-Beckersin osto 2001 (liikevaihto ~190 milj. euroa)	Kraski Teksin osto 2006 (liikevaihto ~ 80 milj. euroa)	Zorka Colorin osto 2011 (liikevaihto ~ 16 milj. euroa)
--	---	---	---



# Tikkurilan markkinaosuudet keskeisillä markkinoilla vuonna 2012\*



\*Kauppa- ja rakennusmaalit

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

# Tikkurilan strategia

Tikkurila tarjoaa helppokäyttöisiä ja kestäviä ratkaisuja pintojen suojaamiseen ja kaunistamiseen.

**Keskittyminen**  
Asiakkaat  
Maantieteellinen toiminta-alue  
Brändit

**Kannattavuus**  
Tehokkuus  
Priorisointi  
Ketteryys

**Kasvu**  
Orgaaninen  
Kohdennetut yritysostot

Johtava kuluttajille ja ammattilaisille suunnattujen maalaamiseen liittyvien ratkaisujen tarjoaja Pohjoismaissa sekä Venäjällä ja muissa valituissa Itä-Euroopan maissa.



trustworthy



innovative



professionals

2011–2012 Rakennemuutos ja kannattavuuden parantaminen | 2013– Kasvu

# Tikkurila pyrkii kasvamaan kannattavasti



## Kannattava kasvu

Kasvun painopiste on vahvojen brändien avulla tapahtuvassa orgaanisessa kasvussa.

## Jatkuva parantaminen

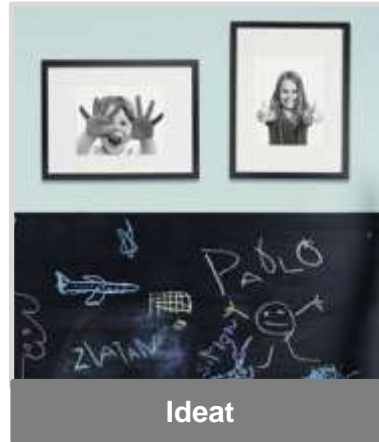
Kannattava volyymikasvu nostaa kapasiteettimme käyttöastetta ja pienentää yksikkökohtaisia valmistuskustannuksia. Tehokkuutta haetaan myös konsernin sisäisten toimien kautta.

## Markkinointi ja innovaatiot

Tehokkaampi toiminta vapauttaa resursseja liiketoimintamme kehittämiseen. Panostuksemme tuotekehitykseen ja markkinointiin ovat toiminnassamme uusien ja parempien tuotteiden ja palvelujen sekä ostamisen ja tuotteiden käyttämisen helpottumisen taustalla.



# Autamme asiakkaitamme pintojen suojaamisessa ja kaunistamisessa



# Katsaus Venäjään



# Tikkurila Venäjällä

Tietoa SBU Eastistä	
Toiminta-alue	Venäjä, muut IVY-maat, Ukraina
2013 liikevaihto	231,9 milj. euroa, 36 % konsernista Venäjän osuus ~90 %
2013 EBIT*	24,3 milj. euora, 32 % konsernista
Henkilöstö	1 425 (keskimäärin 2013)
Tuotanto	Valmistusyksiköt Venäjällä (3) ja Ukrainassa (1) Suurin osa alueella myytävistä tuotteista valmistetaan paikallisesti, Tikkurila-brändiä viedään myös Suomesta
Raaka-aineet	Venäjällä käytettävistä raaka-aineista noin puolet hankitaan paikallisilta toimittajilta
Vähittäiskauppa	Tikkurilan tuotteita myydään Venäjällä yli 5 000 myyntipisteessä

\*ilman kertaluonteisia eriä



# Makroympäristö on haastava

- BKT kasvoi 1,3 % vuonna 2013 (3,4 % vuonna 2012)
- Kasvu hidastui alhaisen investointitason ja heikon viennin johdosta
- Yksityisen kulutuksen kasvu on tukenut markkinaa
- Vuoden 2014 BKT-kasvuarviota laskettiin 1–2 prosenttiin Ukrainan kriisin johdosta



Lähde: Rosstat, BOFIT, useita lähteitä

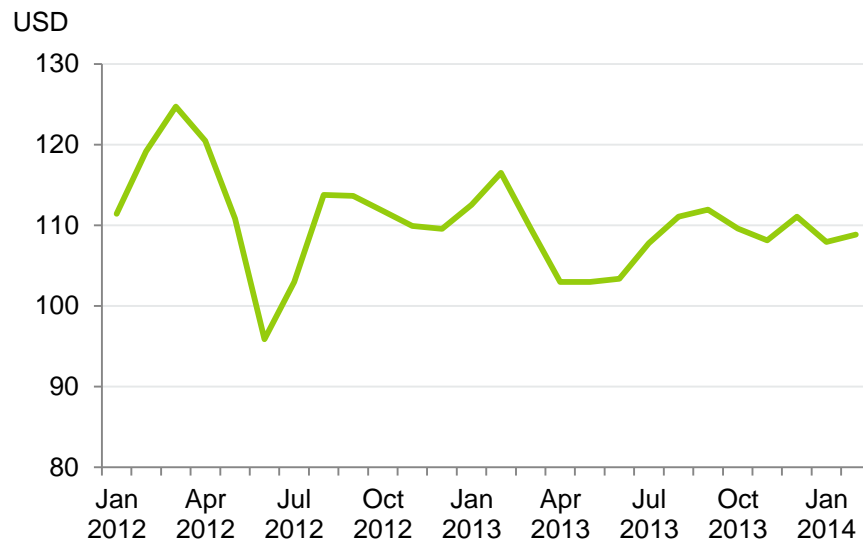
# Vastatuulta valuuttakursseista

## Euro/rupla-kurssi



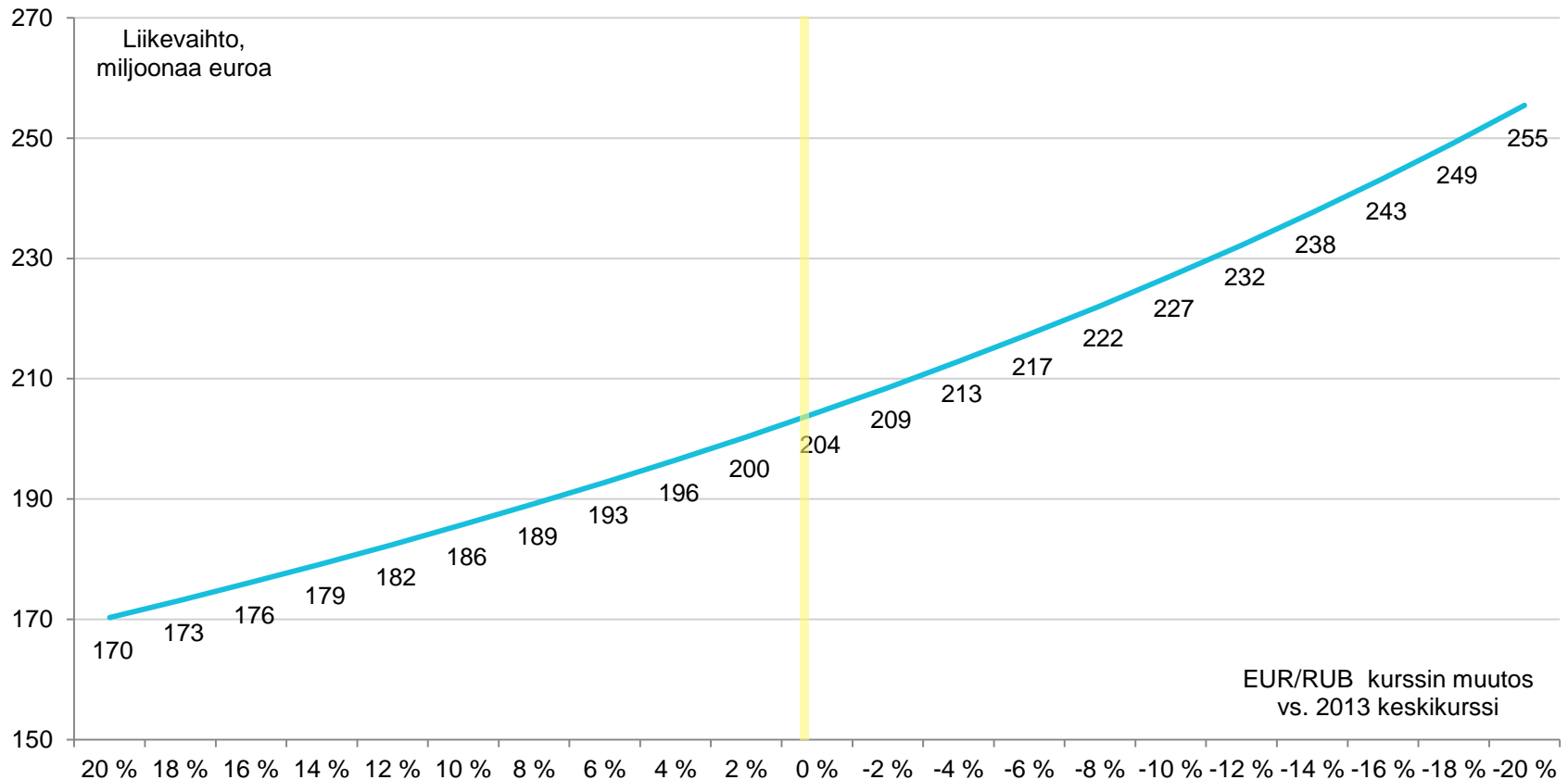
- Ruplan kurssi on heikentynyt selvästi viime kuukausina

## Öljyn hinnan kehitys



- Öljyn hinta on säilyttänyt tasonsa kohtuullisen hyvin

# EUR/RUB-kurssin muutosten vaikutus Venäjän liikevaihdon kehitykseen



Kuvaajan perusteena on Tikkurilan Venäjän-liiketoiminnan toteutunut liikevaihto vuonna 2013 (204 milj. euroa)

Laskennassa on käytetty Suomen Pankin vuosikeskiarvokurssia 2013 (EUR/RUB 42,34)

Kuvaaja on yksinkertaistava simulaatio

# Ukrainan kriisin vaikutukset Tikkurilaan toistaiseksi maltillisia

- Talouden yleinen epävarmuus lisääntynyt ja kasvuennusteita leikattu
- Ruplan heikentyminen pienentää Tikkurilan euromääräistä liikevaihtoa
- Toistaiseksi kriisillä ei ole ollut merkittävää vaikutusta maalin myyntiin
- Osa Tikkurilan Venäjällä myymistä tuotteista sekä valmistuksessa käytettävistä raaka-aineista viedään EU-alueelta. Mahdollisilla talouspakotteilla olisi merkittävä kielteinen vaikutus Tikkurilan liiketoimintaan

Tikkurilan toimipaikat Venäjällä ja sen lähialueilla



# Pitkällä tähtäimellä monet tekijät tukevat liiketoiminnan hyvää kehitystä Venäjällä

- Noin puolet Tikkurilan tuotantokapasiteetista sijaitsee Venäjällä.
- Tikkurilan toiminnot kattavat koko maan. Tuotteita myydään noin 5 000 myyntipisteessä eri puolilla maata.
- Keskiluokkaistuminen lisää maalin kulutusta ja laatutietoisuutta.
- Bränditietoisuus on korkealla tasolla ja kasvaa. Tikkurila on Venäjän ylivoimaisesti tunnetuin maalibrändi.

Maalinkulutus Tikkurilan markkinoilla, litraa per asukas



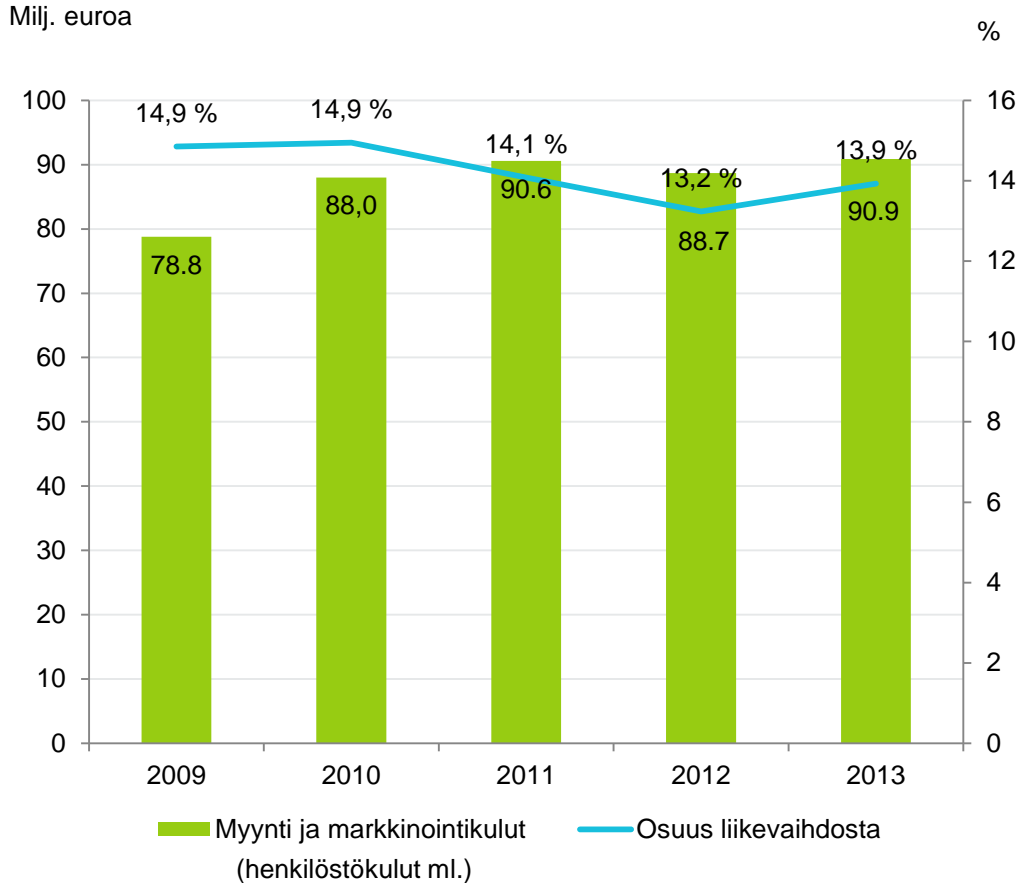
Lähde: Tikkurila, markkinadata



# Näkymät 2014



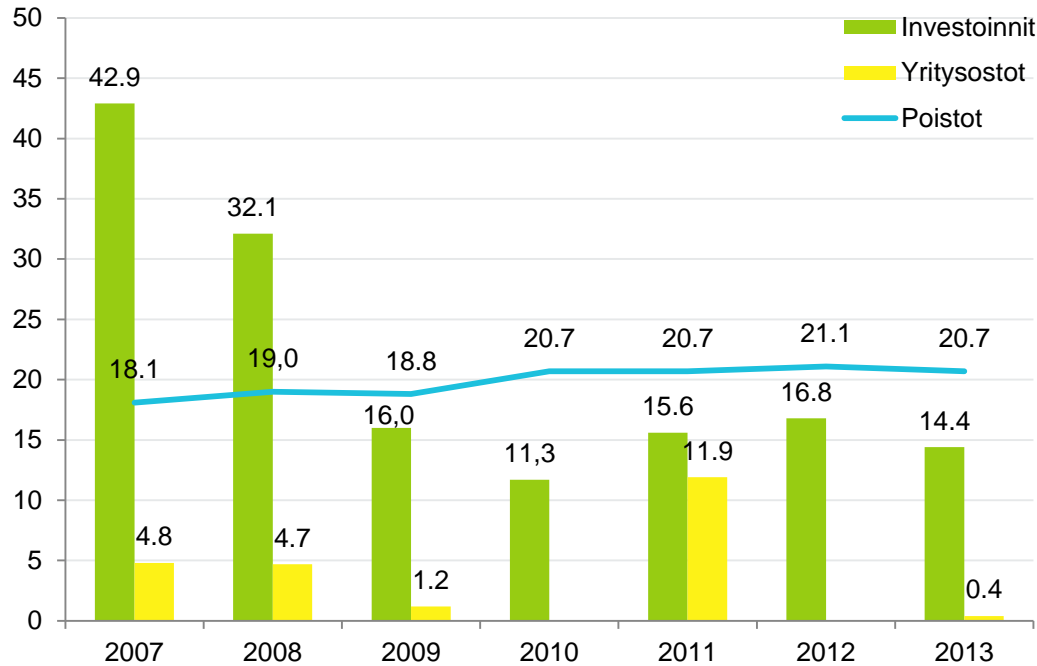
# Myynti ja markkinointi



- Myymäläkonseptin, erilaisten maalaamiseen liittyvien palvelujen ja koulutusten sekä digitaalisten ratkaisujen kehittämistä jatketaan
- Markkinointipanostusten arvioidaan kasvavan hieman vuonna 2014

# Investoinnit ja poistot

Milj. euroa

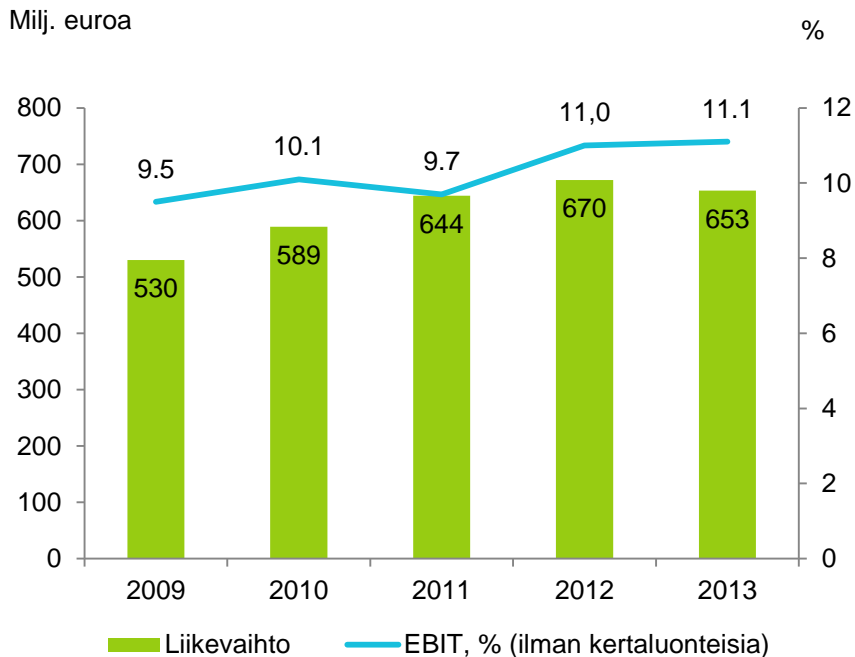


- Erilaisia tuotannon automatisointi- ja tehostamistoimia sekä toiminnan jatkuvuuden turvaavia toimenpiteitä jatketaan Tikkurilan eri yksiköissä
- Vuoden 2014 investointitason arvioidaan olevan lähellä vuotuista poistotasoa

Investoinnit ja yritysostot esitetty kassavirtaperusteisesti ja ilman divestointien vaikutusta  
Poistot esitetty ilman kertaluonteisia arvonalentumisia

# Näkymät vuodelle 2014

## Tikkurilan liikevaihto ja kannattavuus 2009–2013



## Vuoden 2014 näkymät

Euroopan taloudellisen tilanteen arvioidaan kohentuvan maltillisesti vuonna 2014. Yksityisen kulutuksen ja rakentamisen volyymin kehitykseen arvioidaan muodostuvan suuria alueellisia eroja Tikkurilan eri markkinoiden välillä kuluvan vuoden aikana, mutta kaiken kaikkiaan kasvun arvioidaan jäävän melko vähäiseksi. Tikkurilan keskeisten markkinoiden eli Venäjän, Ruotsin, Suomen ja Puolan bruttokansantuotteiden arvioidaan kasvavan keskimäärin noin kaksi prosenttia vuonna 2014. Näihin arvioihin perustuen Tikkurilan tuotteiden kysynnässä ei odoteta tapahtuvan merkittävää muutosta viime vuoteen verrattuna. Kustannusinflaation odotetaan jatkuvan, minkä lisäksi panostusten myyntiin, markkinointiin ja innovaatiotoimintaan arvioidaan nostavan kiinteiden kustannusten tasoa. Raaka-ainehintojen arvioidaan pysyvän vakaana.

**Tikkurila arvioi tilikauden 2014 liikevaihdon ja liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä säilyvän vuoden 2013 tasolla.**

**Kiitos!**

