



# Tikkurila

Varsinainen yhtiökokous 31.3.2011  
Finlandia-talo



Toimitusjohtaja Erkki Järvinen

**TIKKURILA**

# Huomautus

- *Kaikki tässä katsauksessa esitetyt ennusteet ja arviot perustuvat johdon tämänhetkiseen näkemykseen talouden kehityksestä, ja todelliset tulokset voivat olla merkittävästikin erilaiset.*

# Sisältö

- Tikkurila lyhyesti
- Konsernin vuosi 2010
- Strategia ja toimintaympäristö
- Näkymät

# Tikkurila lyhyesti

**TIKKURILA**



# Tikkurila lyhyesti

## Tietoa Tikkurilasta

### Asiakkaat:

Kuluttajat, ammattilaiset ja teollisuus

### Markkina-asema:

Johtava markkina-asema kauppa- ja rakennusmaaleissa Suomessa, Ruotsissa, Venäjällä ja Baltiassa, yksi johtavista Puolassa

### Markkina-alue:

Pohjois-Eurooppa, Keskinen Itä-Eurooppa, Venäjä ja muut IVY-maat, Ukraina

### Tuotteet ja palvelut:

Kauppa- ja rakennusmaalit, puu- ja metalliteollisuusmaalit, asiakaskoulutus, kattava maalausneuvonta (mm. Maalilinja), suunnittelija- ja tekijäpankki jne.

## Markkina-asema kauppa- ja rakennusmaaleissa



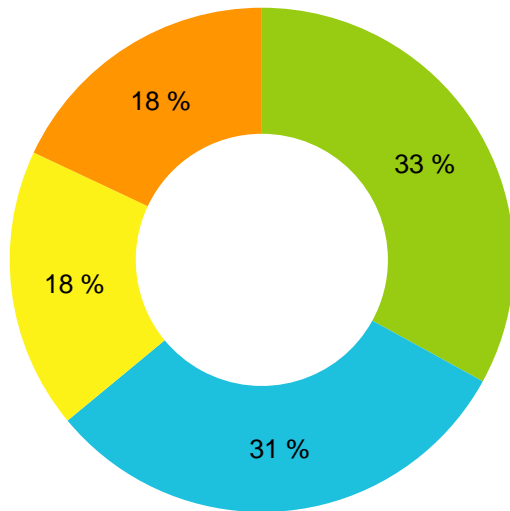


# Konsernin vuosi 2010

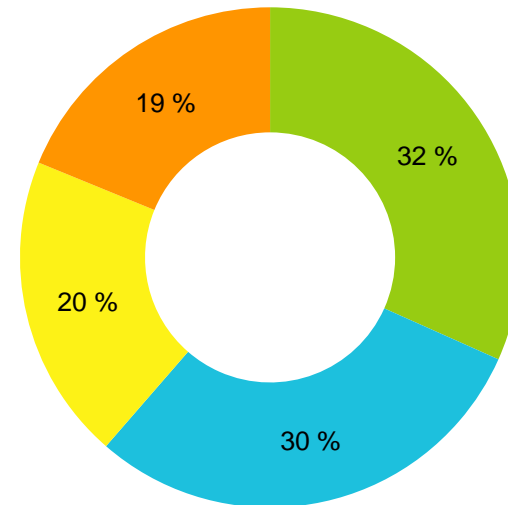
**TIKKURILA**

# Liikevaihdon jakauma segmenteittäin (SBU)

2010 liikevaihto yht. 588,6 milj. euroa



2009 liikevaihto yht. 530,2 milj. euroa



- East
- Scandinavia
- Finland
- CEE

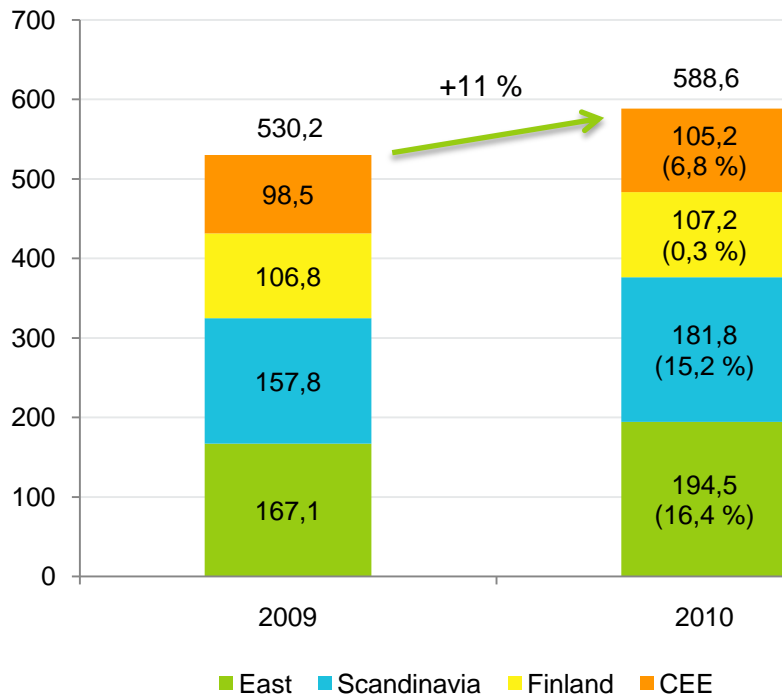
Kauppa- ja rakennusmaalien osuus liikevaihdosta noin 85 % vuonna 2010 ja 2009

Yllä olevien kuvaajien luvut on pyöristetty itsenäisesti yhteen desimaaliin, mikä pitää ottaa huomioon yhteissummia laskettaessa.

# Liikevaihdon ja -voiton kehitys segmenteittäin

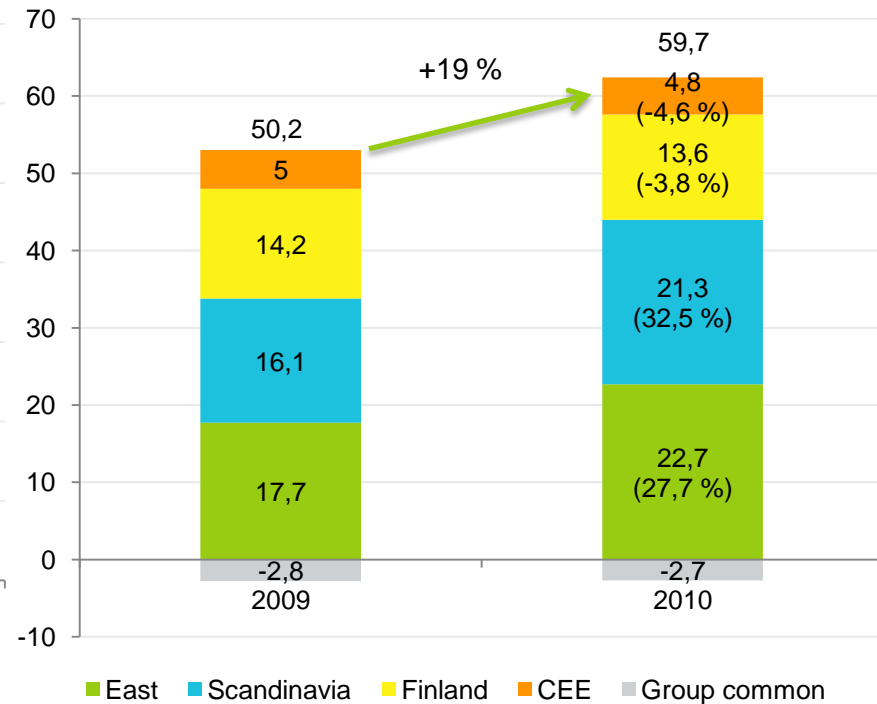
Liikevaihto 2009 vs. 2010

Milj. euroa



Liikevoitto\* 2009 vs. 2010

Milj. euroa

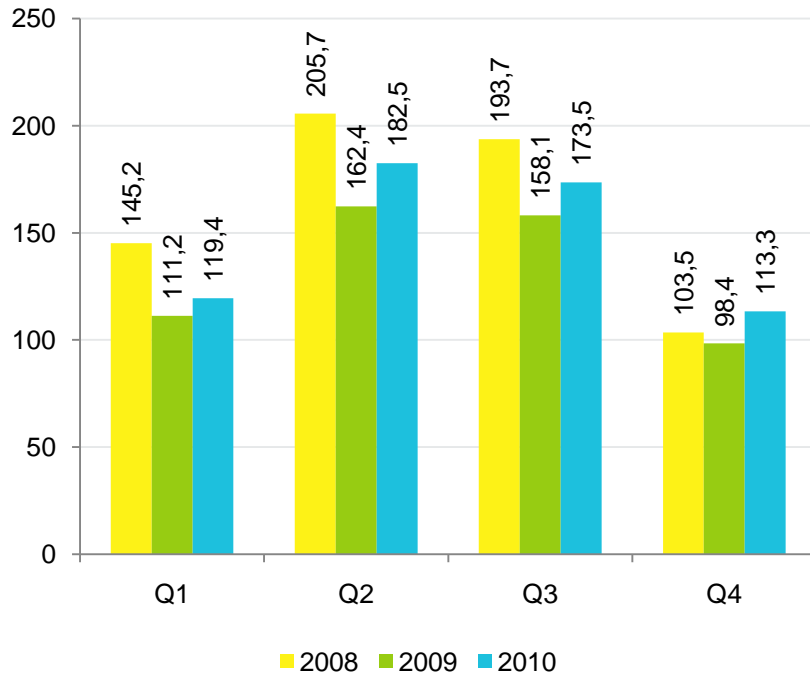


\* Ilman kertaluonteisia eriä

# Kausiluontoisuus

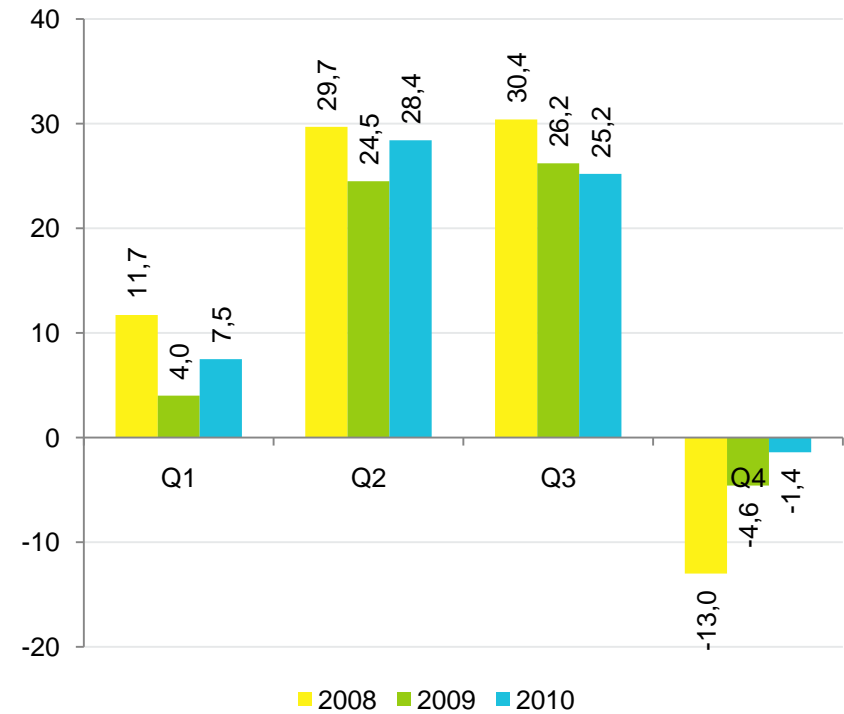
Liikevaihto vuosineljänneksittäin 2008–2010

Milj. euroa



Liikevoitto\* vuosineljänneksittäin 2008–2010

Milj. euroa

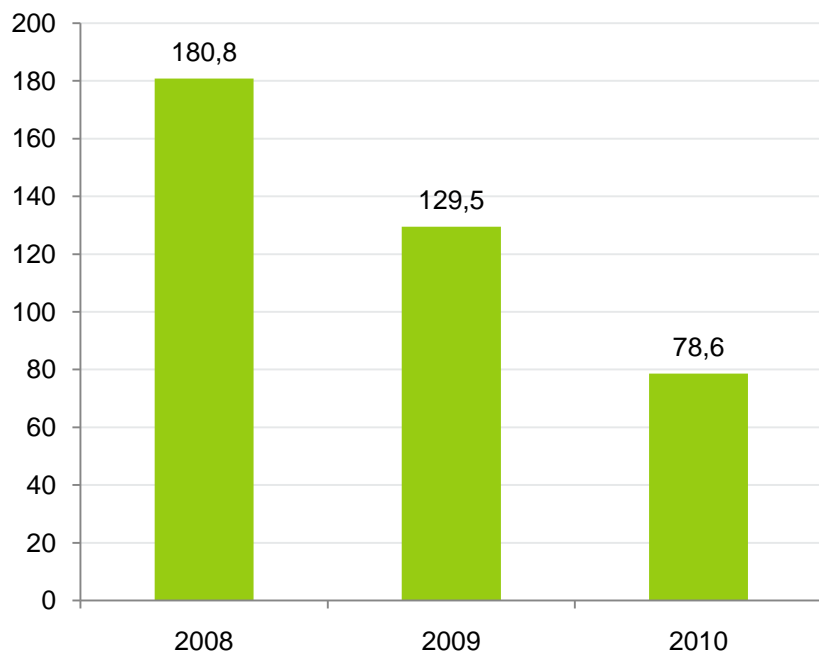


\* Ilman kertaluonteisia eriä

# Korolliset nettovelat ja nettovelkaantumisaste vuoden lopussa

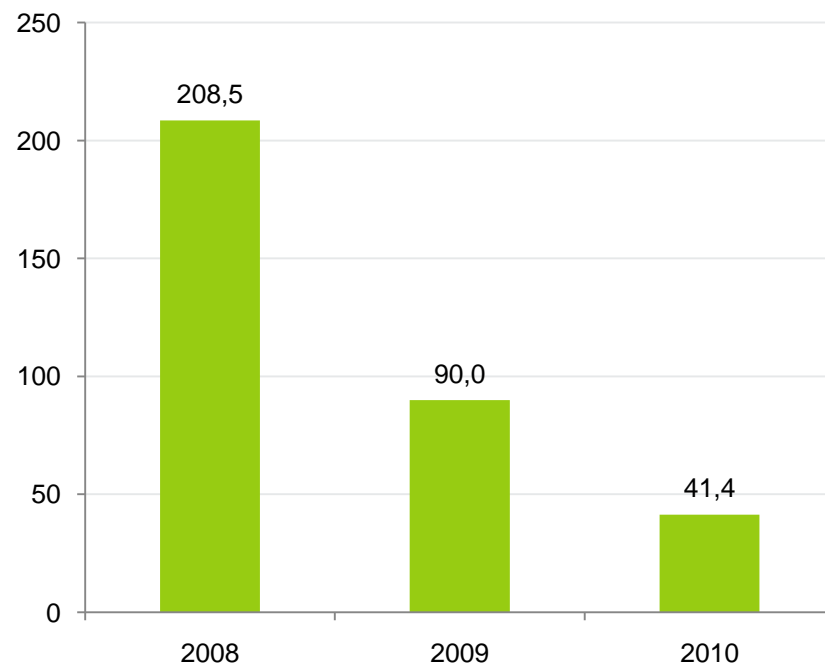
Korolliset nettovelat 2008–2010

Milj. euroa



Nettovelkaantumisaste 2008–2010

%



# Taloudelliset tavoitteet

Tikkurila on vuonna 2010 asettanut seuraavat keskipitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet:

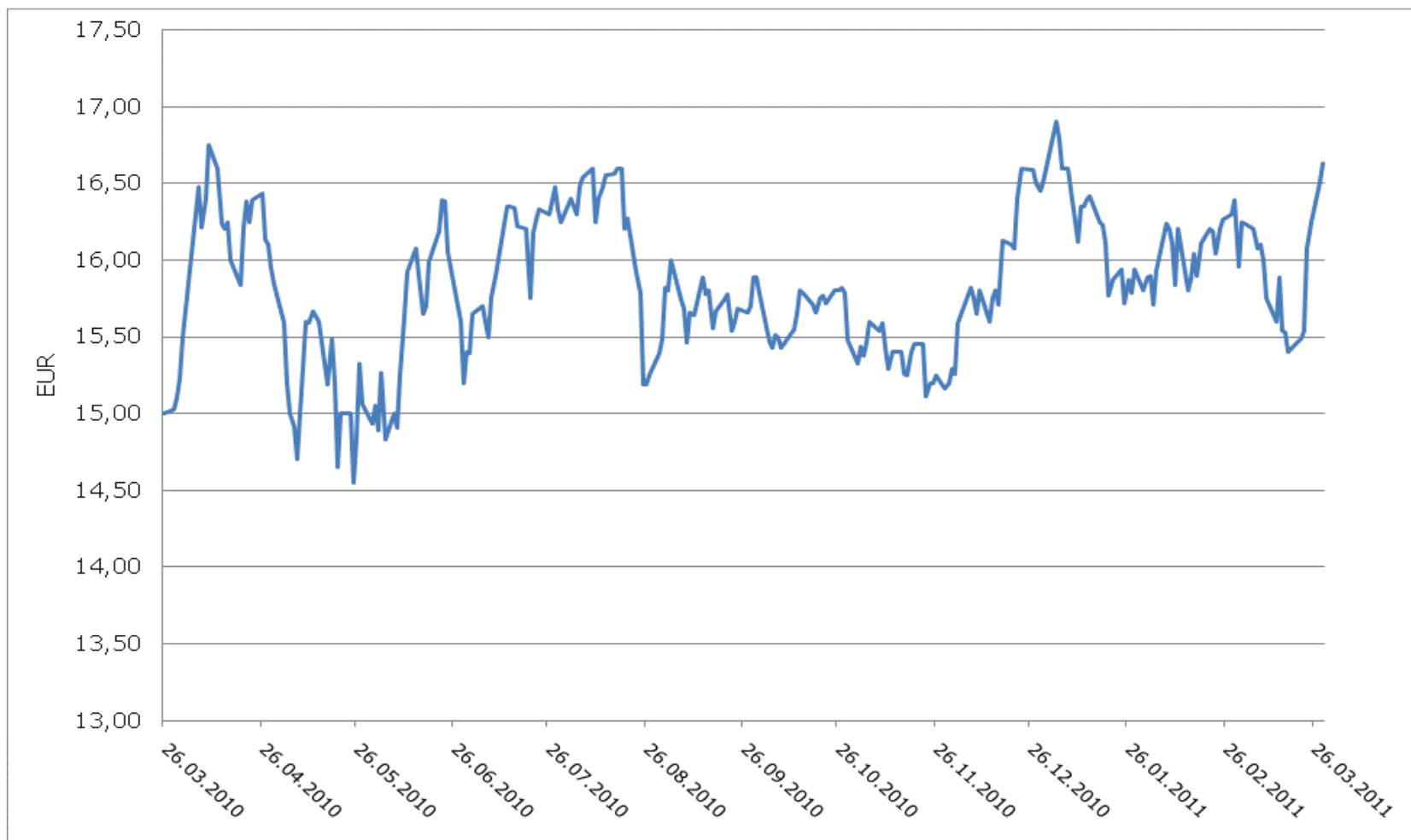
- Liikevaihdon orgaaninen kasvu >5 % vuodessa
- Operatiivinen liikevoitto<sup>2</sup> >10 % liikevaihdosta
- Sidotun pääoman (ROCE) tuottoprosentin jatkuva parantaminen
- Nettovelkaantuneisuus < 100 %
- Osinkopolitiikka: tavoitteena maksaa osinkoina vähintään 40 % vuotuisesta operatiivisesta nettotuloksesta

Toteumatiedot							
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Tavoitetaso
Orgaaninen kasvu, % <sup>1</sup>	7 %	6 %	9 %	3 %	-20 %	11 %	> 5 %
Liikevoitto, % <sup>2</sup>	10,3 %	9,9 %	10,3 %	9,1 %	9,5 %	10,1 %	> 10 %
ROCE	20,2 %	23,7 %	24,5 %	18,7 %	15,7 %	19,2 %	<b>Jatkuva parantaminen</b>
Gearing	315,4 %	220,3 %	135,3 %	208,5 %	90,0 %	41,4 %	< 100 %

<sup>1</sup> Orgaanisen kasvun laskennassa on otettu huomioon raportoitu liikevaihto ja raportoidut yrityshankinnat ja -myynnit

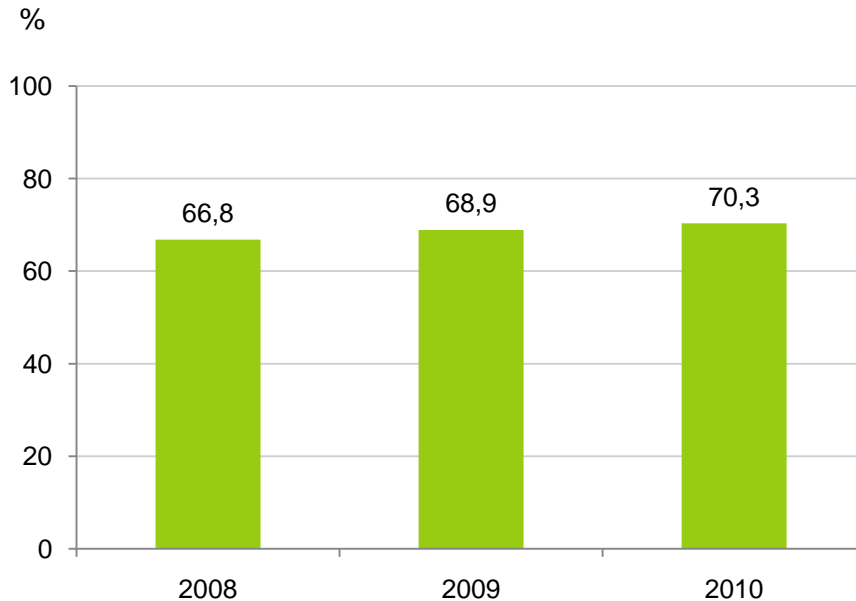
<sup>2</sup> Ilman kertaluonteisia eriä

# Tikkurilan osakkeen kurssikehitys



# Tikkurilan Skandinaviassa myymistä kauppaja rakennusmaaleista 98 % vesiohenteisia 2010

Vesiohenteisten maalien osuus Tikkurilan tuotannosta



Eniten ekomerkittyjä tuotteita Skandinaviassa



# Yli 40 tuotelanseerausta

Supi Sauna -tuoteperhe



Tikkurila ProHouse -konsepti





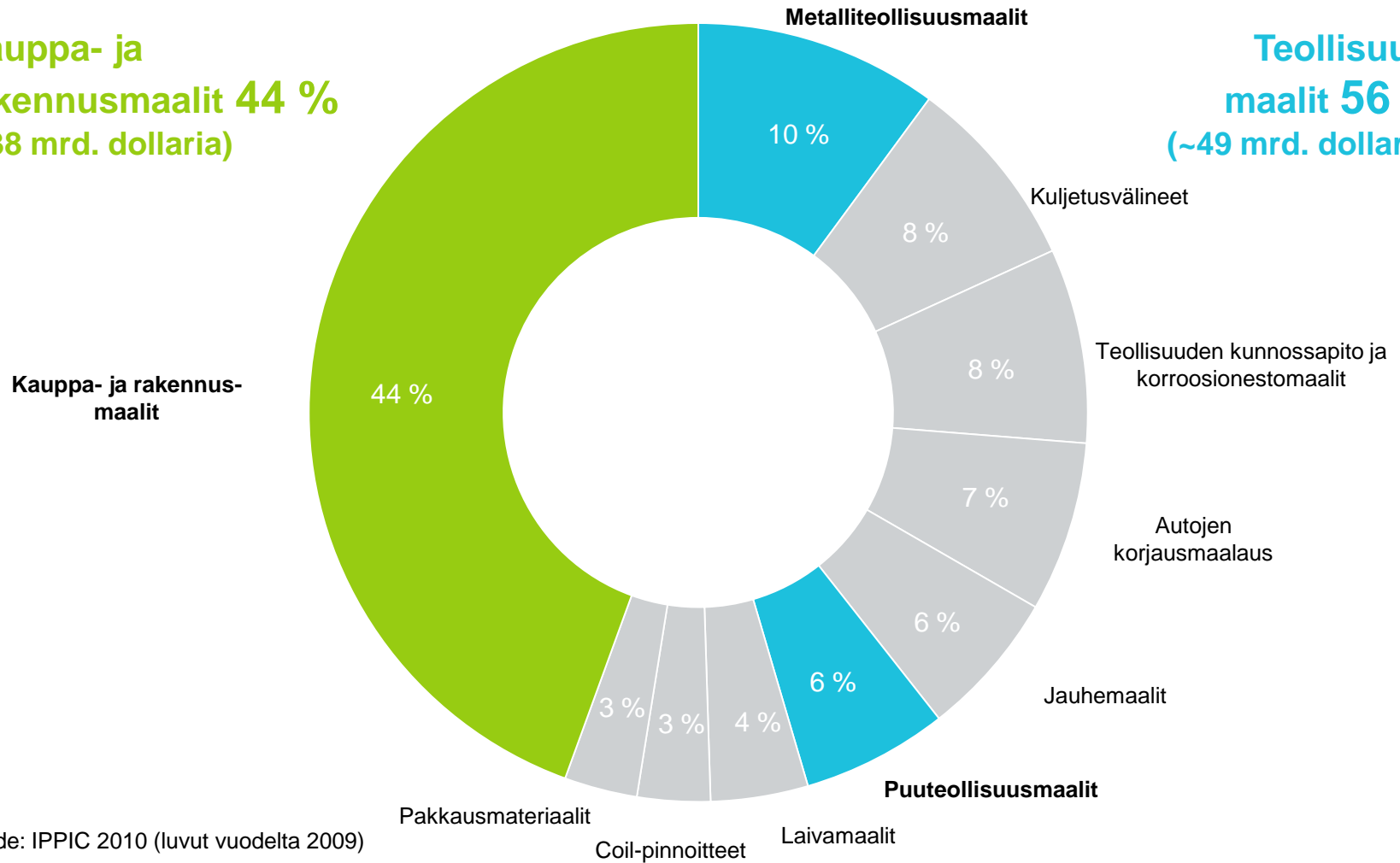
**Strategia ja  
toimintaympäristö**

**TIKKURILA**

# Maailman maalimarkkinan arvo

**Kauppa- ja rakennusmaalit 44 %**  
(~38 mrd. dollaria)

**Teollisuusmaalit 56 %**  
(~49 mrd. dollaria)



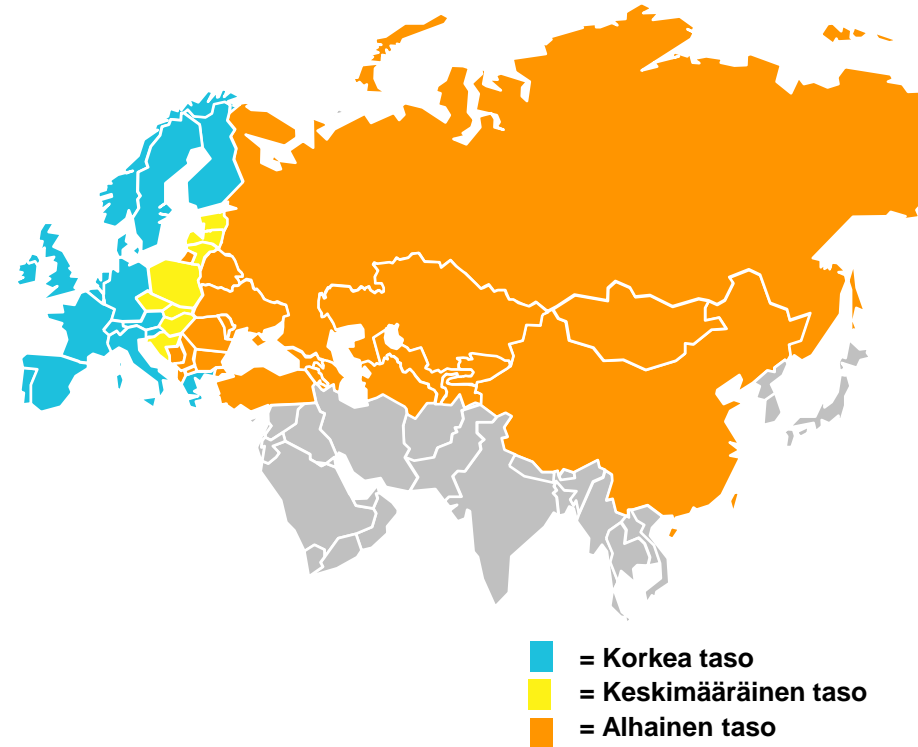
Lähde: IPPIC 2010 (luvut vuodelta 2009)

# Maalinkulutus ja kysynnän rakenne

## Maalinkysyntään vaikuttavia tekijöitä

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

## Maalinkulutus asukasta kohti, arvio\*



\*Lähteet maalinkulutusarvioille: johdon arviot, IPPIC

# Strateginen tahtotila: Johtava maaliyhtiö Pohjoismaissa ja Itä- Euroopassa, Venäjä mukaan lukien

Kannattava kasvu

Asiakaskeskeisyys

Maantieteellinen fokus

Vahvat brändit

Yksi yhtenäinen Tikkurila



trustworthy



innovative



professionals

# Vahvat ja vakiintuneet brändit

## Strategiset brändit



"High end" (premium),



"High end" (premium),



"Medium",



"Economy",

## Taktiset brändit



**Jedynka**



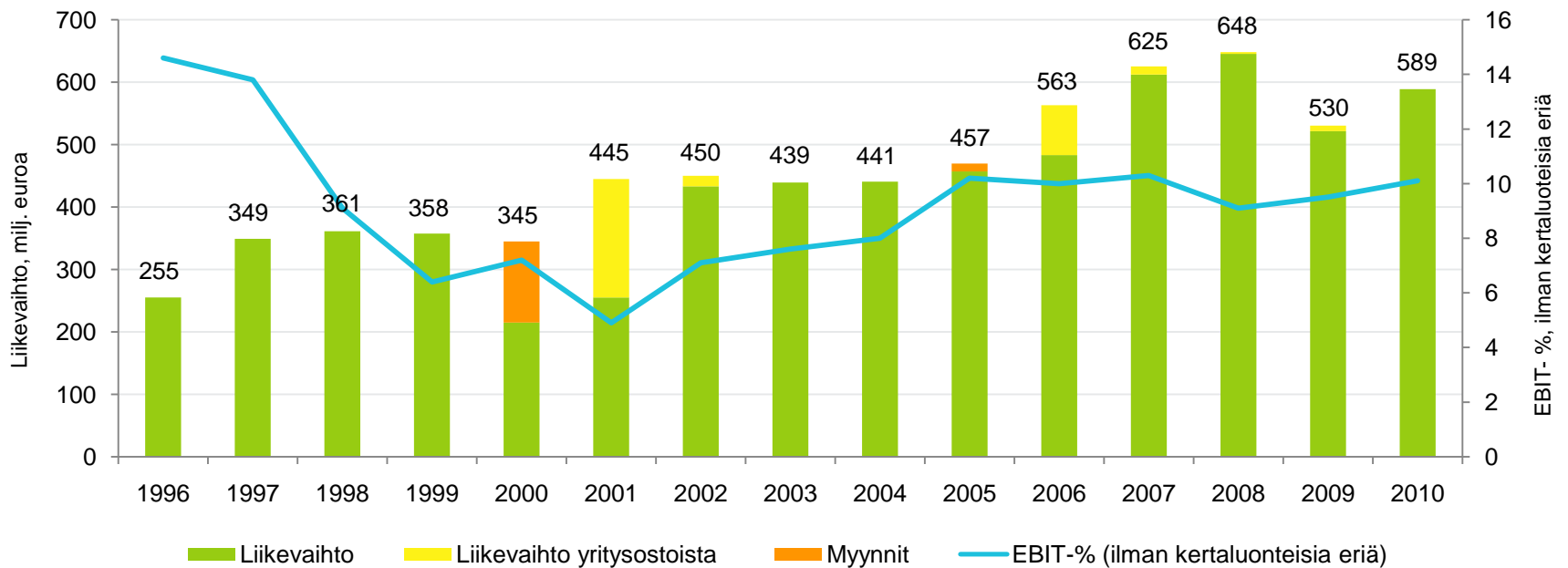
Myynnistä suurin osa tulee strategisista brändeistä

# Kannattava kasvu

## Liikevaihdon ja kannattavuuden kehitys 1996–2010

### 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)	Gamman ja Ohtekin osto 2007 (liikevaihto ~ 11 milj. euroa)
--	---	---	---



# Tikkurila Venäjällä

## Avaintietoja

<b>Toiminta-alue</b>	SBU East: Venäjä, muut IVY-maat ja Ukraina
<b>Tuotteet ja brändit</b>	Kauppa- ja rakennusmaalit, metalli- ja puuteollisuusmaalit Tikkurila, Teks, Gamma, Finncolor
<b>2010 liikevaihto</b>	194,5 milj. euroa, 33 % koko konsernista Suurin markkina: Venäjä (89 % SBU Eastin liikevaihdosta)
<b>2010 EBIT<sup>1</sup></b>	22,7 milj. euroa, 36 % koko konsernista <sup>2</sup>
<b>Henkilöstö</b>	1 508 (vuoden 2010 lopussa)
<b>Tuotantopaikat</b>	Pietari, Venäjä Stary Oskol, Venäjä Kiova, Ukraina
<b>Tuotanto-kapasiteetti</b>	~143 milj. litraa, 48 % koko konsernista
<b>Myyntitoimistot</b>	Venäjä, Ukraina, Valko-Venäjä, Kazakstan

<sup>1</sup> Ilman kertaluonteisia eriä

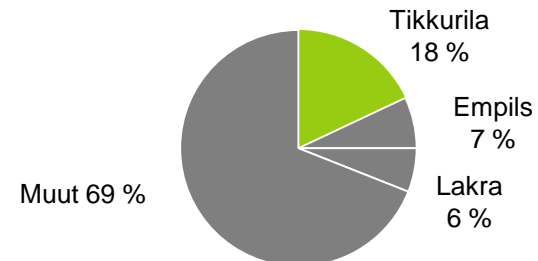
<sup>2</sup> Ilman konsernieriä

<sup>3</sup> Lähde: Chem-Courier 2010

## Toimipaikat



## Kauppa- ja rakennusmaalien markkinaosuudet 2009<sup>3</sup>

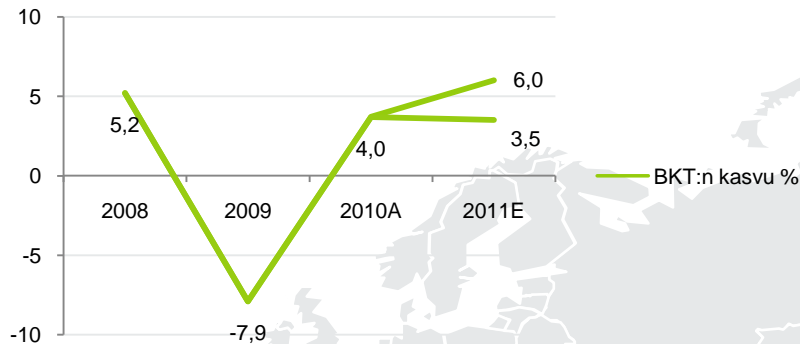


**Näkymät**

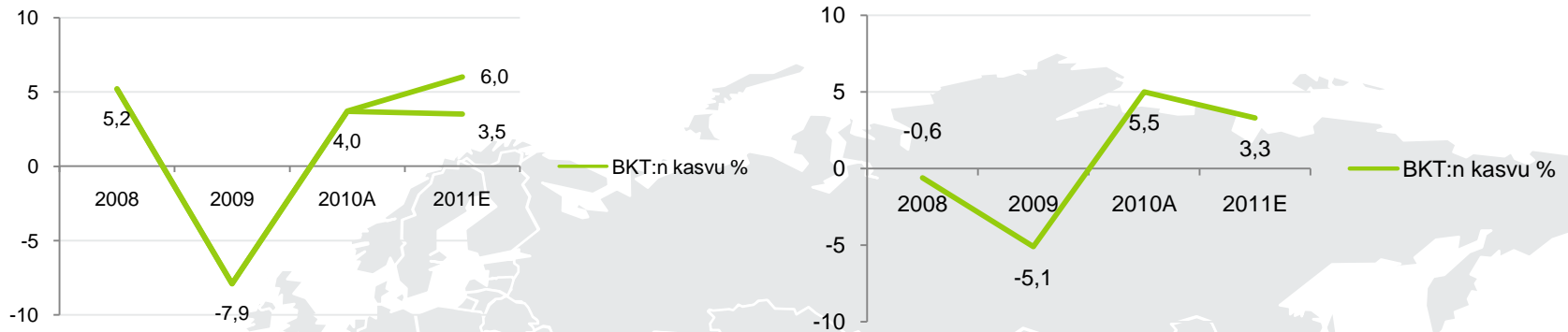


# Bruttokansantuotteen kehitys 2008–2011E

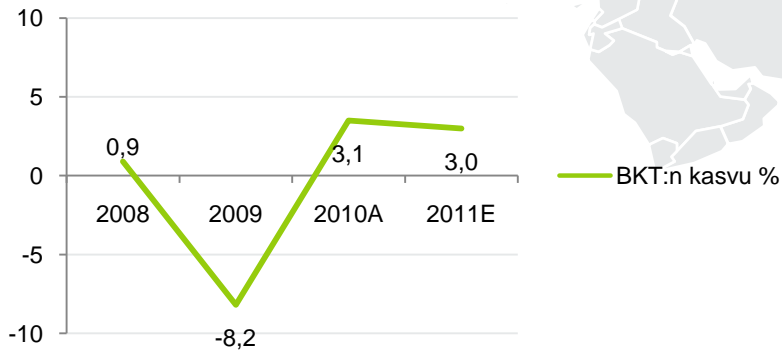
Venäjä



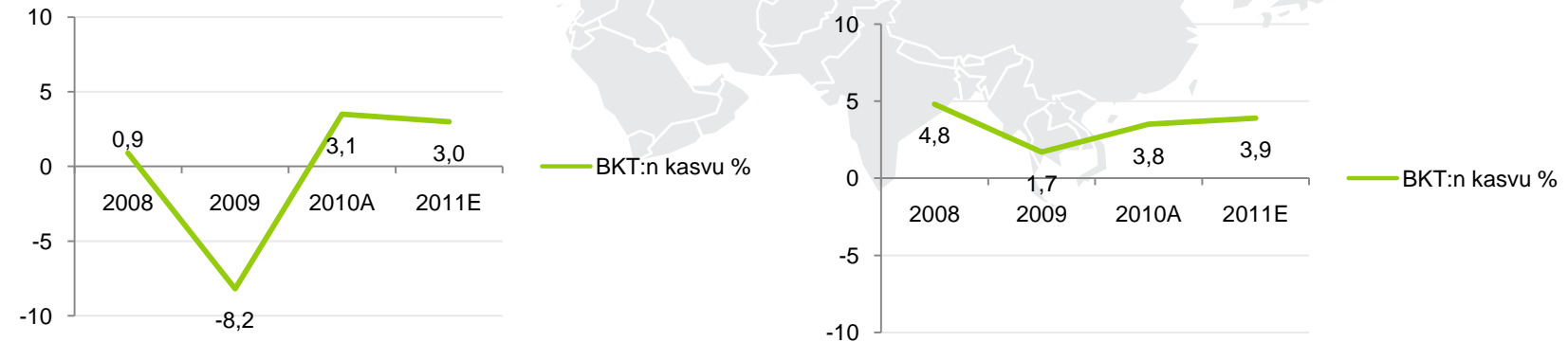
Ruotsi



Suomi



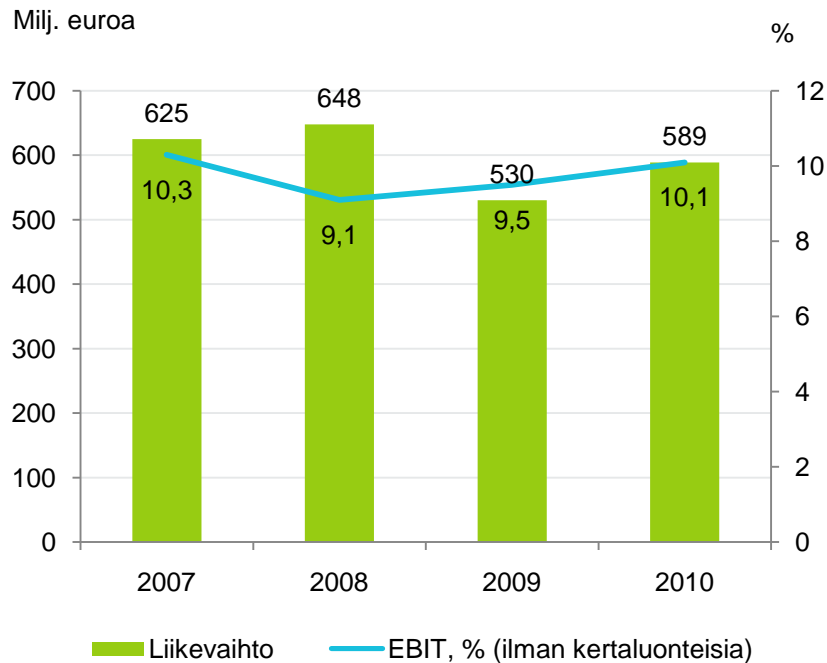
Puola



Lähde: BOFIT, Euroopan Komissio, Ruotsin ja Suomen tilastokeskus, Etna, Suomen Pankki

# Näkymät vuodelle 2011

## Tikkurilan liikevaihto ja kannattavuus 2007–2010



## Vuoden 2011 näkymät

Tikkurila arvioi tilikauden 2011 liikevaihdon kasvun ylittävän konsernin päämarkkina alueiden keskimääräisen bruttokansantuotteen kasvun. Nousevista raaka-ainekustannuksista huolimatta Tikkurila arvioi liikevoittoprosentin säilyvän vuoden 2010 tasolla.



**Yhtiökokouksessa esillä**

**TIKKURILA**

# Tikkurilan Koskettava-näyttely

Lähdössä NY Design Museoon



Koskettava Helsinki Design Week -tapahtumassa



Lisätietoa: Tikkurilan vuosikertomus 2010

The background features several vibrant, glossy paint splashes in various colors: a large blue splash at the top center, a small red splash at the top right, a yellow splash at the top right, a green splash at the top right, a yellow splash on the left side, a green splash at the bottom center, and a large red splash at the bottom left.

TIKKURILA INSPIRES YOU  
TO COLOR YOUR LIFE.™

TIKKURILA