



Tikkurila

Osavuosisikatsaus tammi-maaliskuulta 2011

Sijoittajat ja media



TIKKURILA

Huomautus

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

Sisältö

- Katsaus Tikkurilaan
- Konsernin katsauskausi
- Segmenttien katsauskausi
- Näkymät
- Liitteet

Katsaus Tikkurilaan

TIKKURILA

Tikkurila lyhyesti

Perustiedot Tikkurilasta

Asiakkaat:

Kuluttajat, ammattilaiset ja teollisuus

Markkina-asema:

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

Markkina-alue:

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

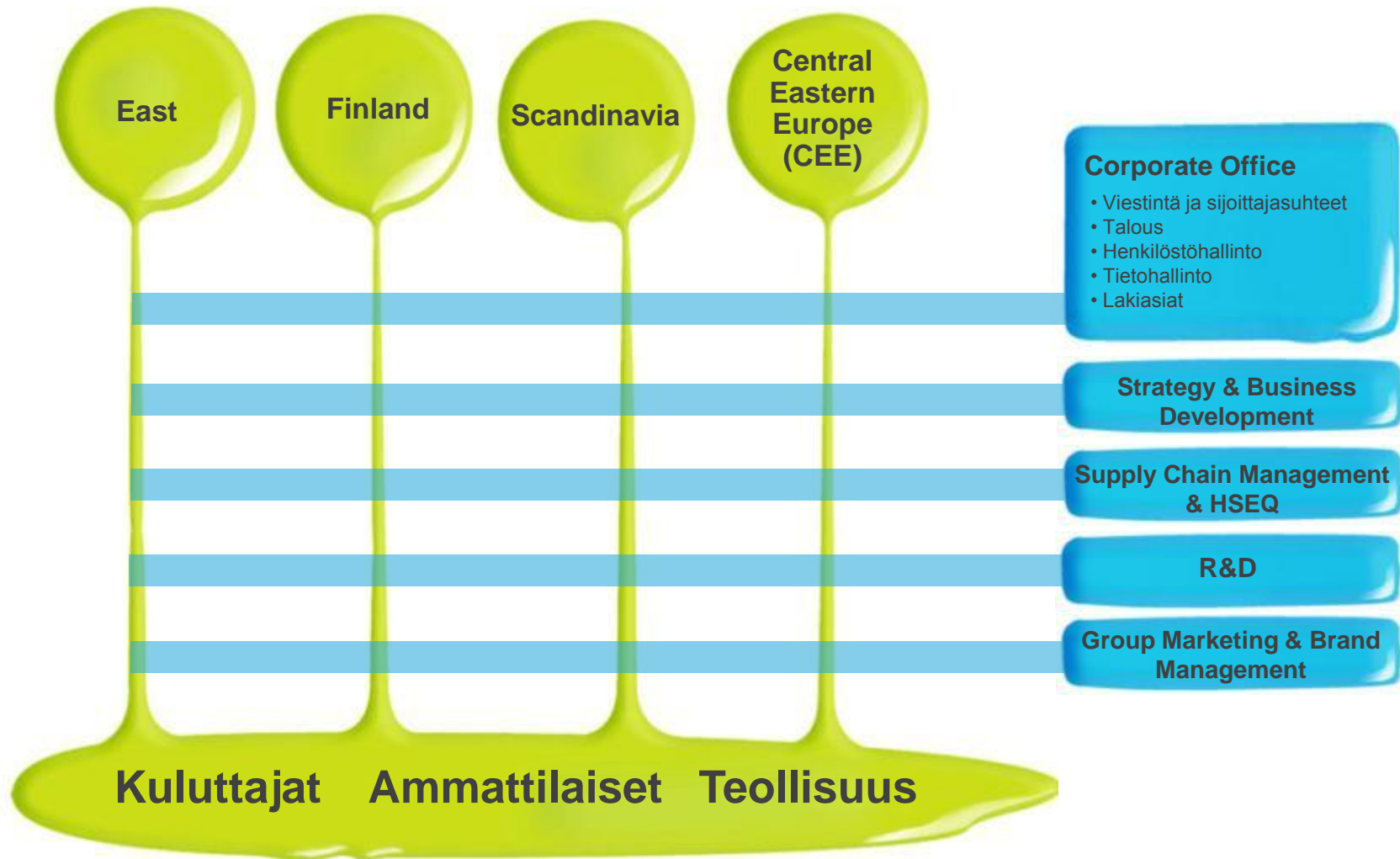
Tuotteet ja palvelut:

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

Tikkurilan toimipaikat



Tikkurilan rakenne

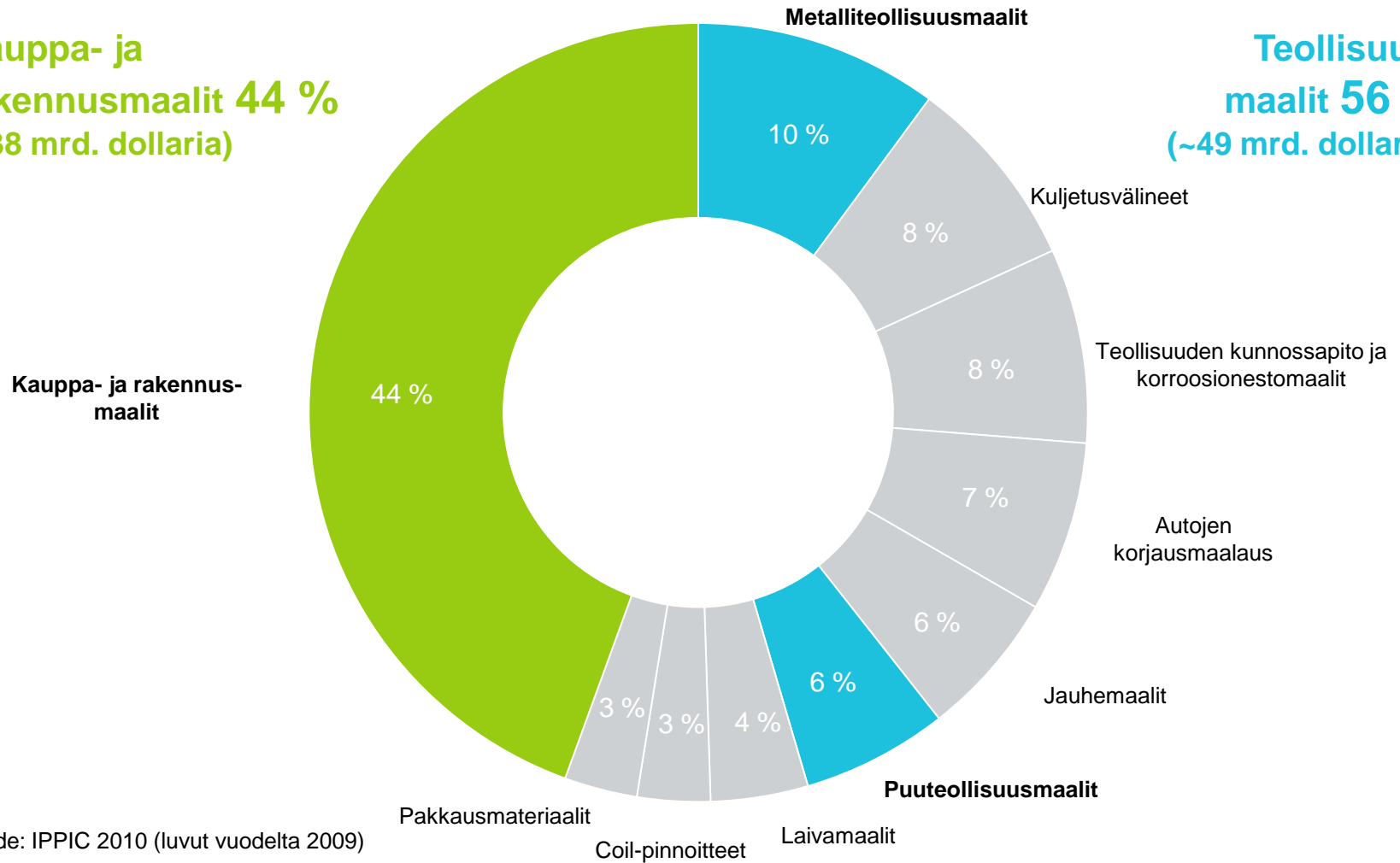


TIKKURILA

Maailman maalimarkkinan arvo

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

Teollisuusmaalit 56 %
(~49 mrd. dollaria)



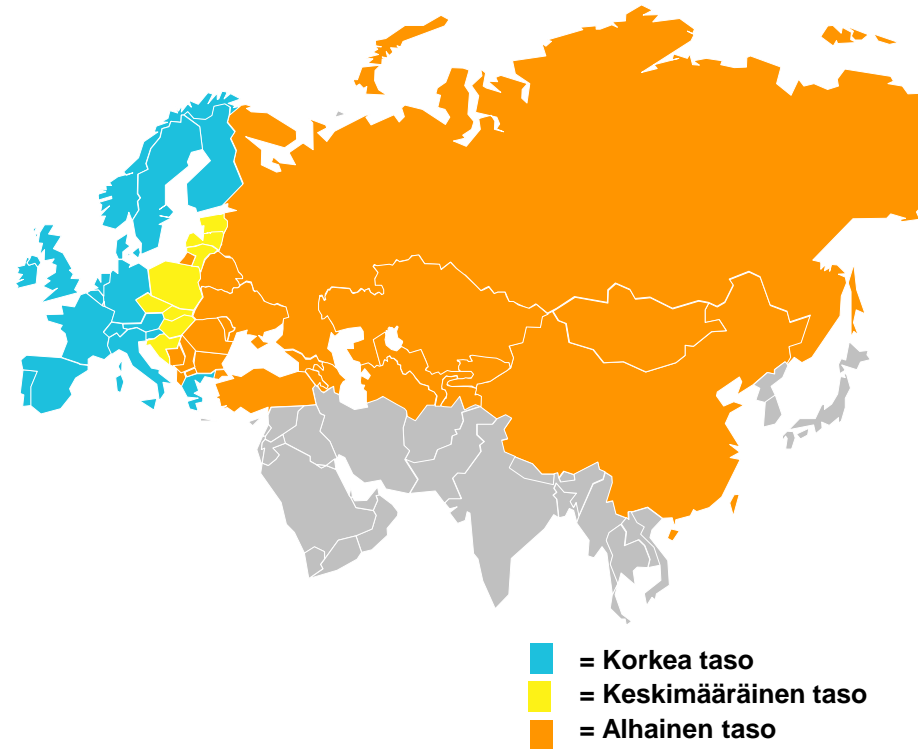
Lähde: IPPIC 2010 (luvut vuodelta 2009)

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

Vahva alueellinen toimija

Suomi, Ruotsi ja Baltian maat

Vankan markkina-aseman vahvistaminen
Uusien kattavien palvelukonseptien luominen

Venäjä

Vahva orgaaninen kasvu
Palvelukonseptien hyödyntäminen

Itäinen Keski-Eurooppa & muut markkinat

Orgaaninen kasvu
Mahdolliset yritysostot

Ukraina, Valko-Venäjä, Keski-Aasia, Kiina

Kasvu erilaistumalla
Mahdollisuudet huomattavaan kasvuun pitkällä aikavälillä

Kannattava kasvu

Liikevaihdon ja kannattavuuden kehitys 1996–2010

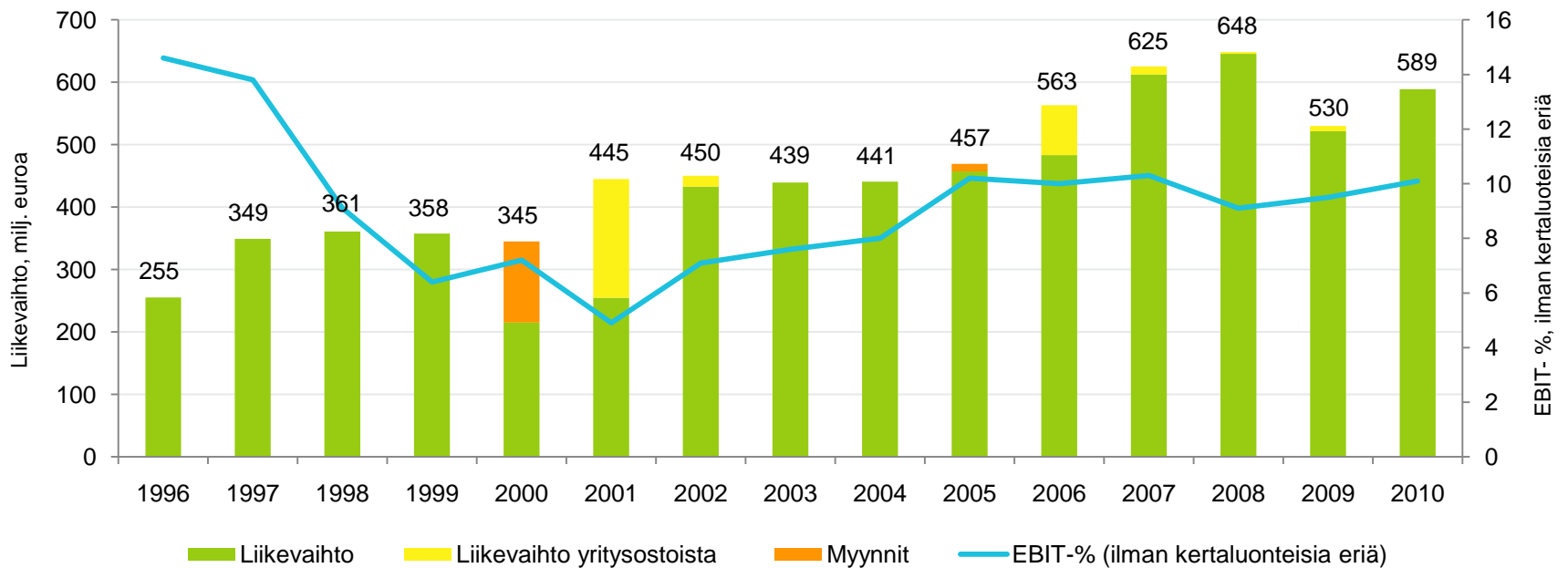
Tärkeimmät yritysostot ja -myynnit

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)



Vahvat ja vakiintuneet brändit

Strategiset brändit



"High end" (premium),



"High end" (premium),



"Medium",



"Economy",

Taktiset brändit



Myynnistä suurin osa tulee strategisista brändeistä

Tiivis kumppanuus kauppiaiden kanssa ensisijaisen tärkeää

- Lisäarvoa kuluttajalle
- Vahvimmat brändit
- Markkinoinnin tuki
- Aktiivinen tuotteiden ja palvelujen kehittäminen
- Kauppojen henkilökunnan kouluttaminen
- Kategorian kehittäminen yhteistyössä kaupan kanssa



Palvelukonseptit ja sävytysteknologia



Inspiraatio



Ideat



Värit



Myymälä



Suunnittelijapankki



Tekijäpankki



Internet

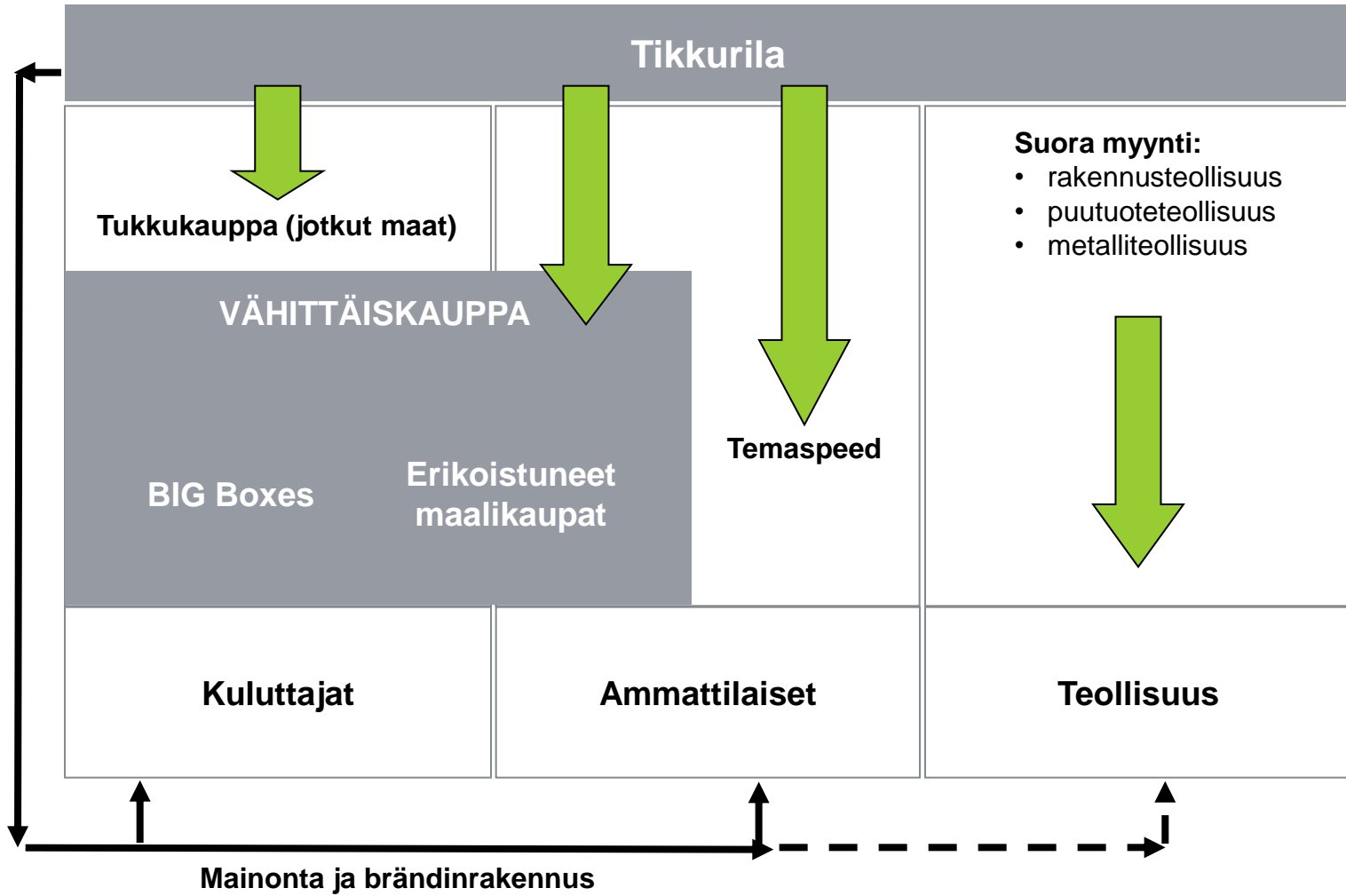


Maalilinja



Koulutus

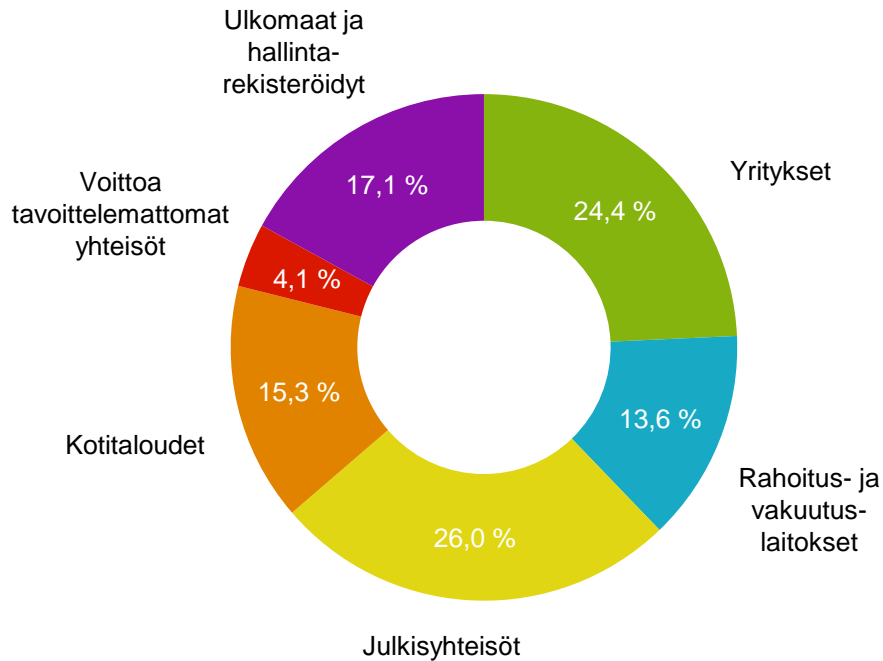
Jakelutie



Tikkurilan omistusrakenne

Omistusrakenne huhtikuun 2011 lopussa

Omistus



- Omistajia yhteensä ~25 200
- Suurimmat omistajat Oras Invest Oy (18,0 %), Ilmarinen (9,5 %) ja Varma (8,6 %)
- 50 suurimmalla omistajalla hallussaan ~60 % osakkeista
- ~94 % osakkeenomistajista omistaa enintään 1 000 osaketta
- Ulkomaisten ja hallintarekisteröityjen tahojen omistus ~17 %
- Kemira Oyj myi omistuksensa (14 % Tikkurilan osakkeista ja äänistä) maaliskuussa 2011



Konsernin katsauskausi

TIKKURILA

Markkinoiden kysyntä kasvussa

Kehitys Q1/2011 vs. Q1/2010

- Liikevaihto kasvoi 12,6 %
 - Myyntivolyymit paranivat kaikilla markkinoilla Suomea lukuun ottamatta
- Liikevoitto laski 12,9 %
 - Raaka-ainehintojen nousu pystyttiin pitkälti kattamaan hintojen korotuksilla
 - Myynti- ja markkinointikulut nousivat viidenneksellä vertailukaudesta
- Ensimmäisen vuosineljänneksen merkitys koko vuoden tulokseen suhteellisen pieni
- Raaka-aineisiin liittyvien haasteiden arvioidaan jatkuvan tulevana kuukausina
- Koko vuoden näkymät ennallaan



Toimintaympäristö ja markkina-asema

Markkina-alueiden yleinen kehitys 2011

- Kehittyvät markkinat vetävät talouskasvua
- Myös Euroopan talouden kehitys hyvää
- Venäjän kokonaistuotannon kasvun arvioidaan nopeutuvan viime vuodesta
- Inflaatio syö ostovoimaa sekä kehittyneissä että kehittyvissä talouksissa
- Rakentamisessa piristymistä myös Venäjällä ja Puolassa

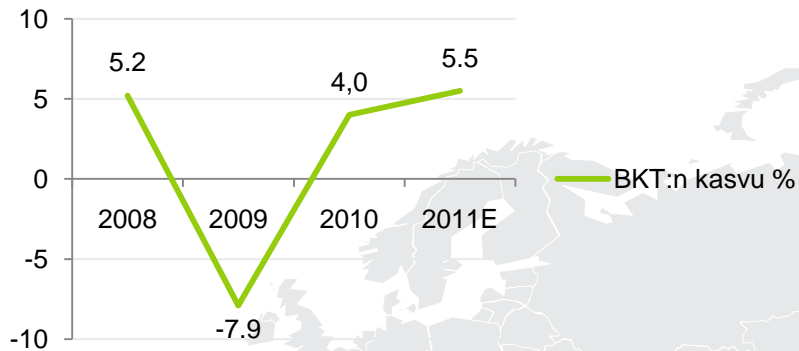
Tikkurilan markkina-asema*



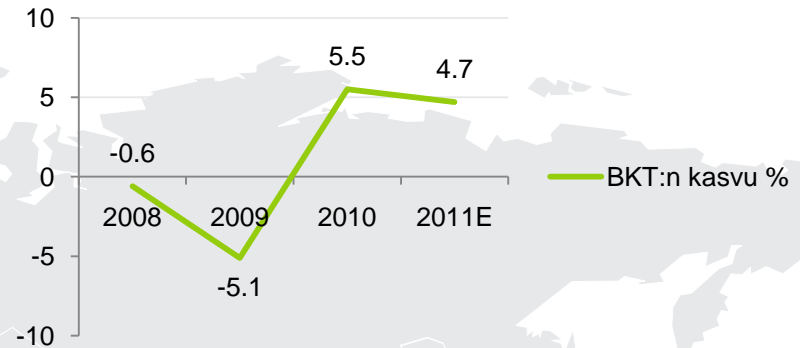
* Kauppa- ja rakennusmaaleissa

Bruttokansantuotteen kehitys 2008–2011E

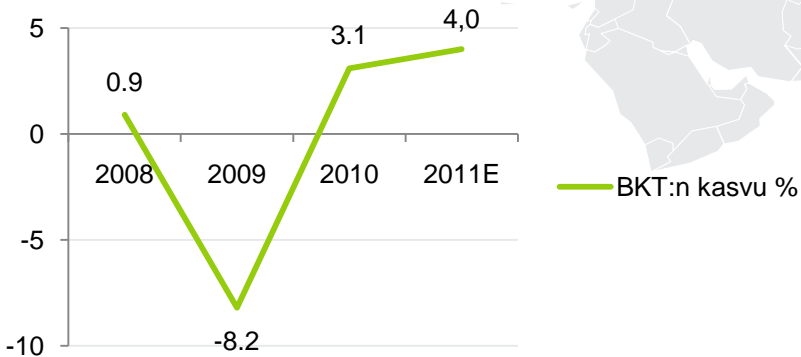
Venäjä



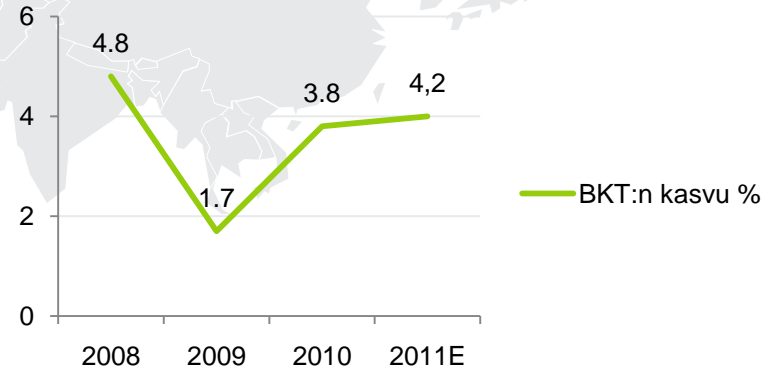
Ruotsi



Suomi



Puola



Lähde: BOFIT, Euroopan Komissio, Ruotsin ja Suomen tilastokeskus, Etlä, Suomen Pankki, EIU

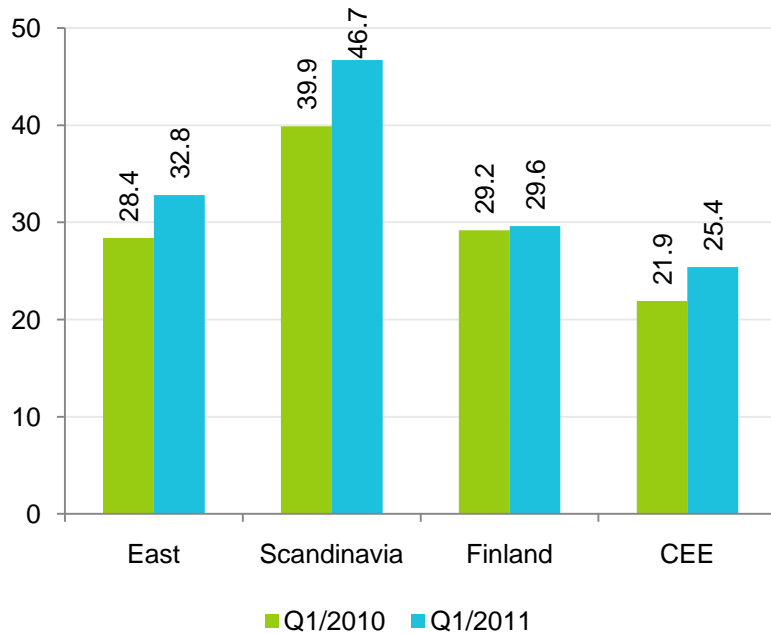
Katsauskauden avainluvut

Milj. euroa	1-3/2011	1-3/2010	Muutos-%	2010
Liikevaihto	134,5	119,4	12,6 %	588,6
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	6,5	7,5	-12,9 %	59,7
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä, %	4,9 %	6,3 %		10,1 %
Liikevoitto (EBIT)	6,5	7,5	-12,9 %	60,8
Liikevoitto (EBIT), %	4,9 %	6,3 %		10,3 %
Tulos per osake*, euroa	0,03	0,08	-58,2 %	0,83
Sidotun pääoman tuotto (ROCE), % p.a.	19,1 %	16,6 %		19,2 %
Rahavirrat investointien jälkeen	-27,7	-30,2	8,2 %	51,4
Korollinen nettovelka kauden lopussa	106,4	158,7	-32,9 %	78,6
Nettovelkaantumisaste, %	65,8 %	101,0 %		41,4 %
Omavaraisuusaste, %	34,7 %	34,5 %		41,1 %
Henkilöstö kauden lopussa	3 555	3 695	-3,8 %	3 468

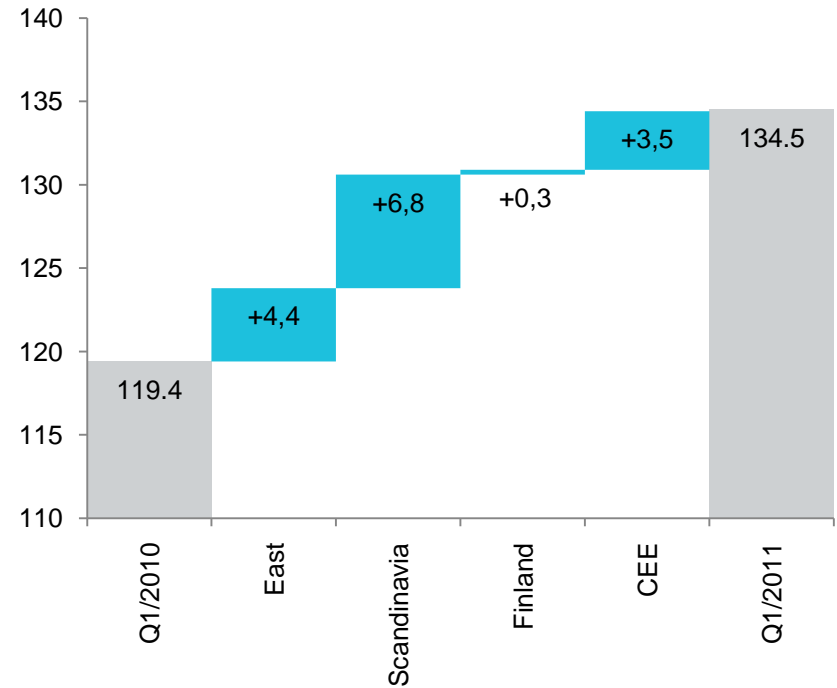
* Laskuperusteena liikkeellä olevien osakkeiden määrä 44 108 252

Liikevaihdon kehitys segmenteittäin Q1/2010 vs. Q1/2011

Milj. euroa

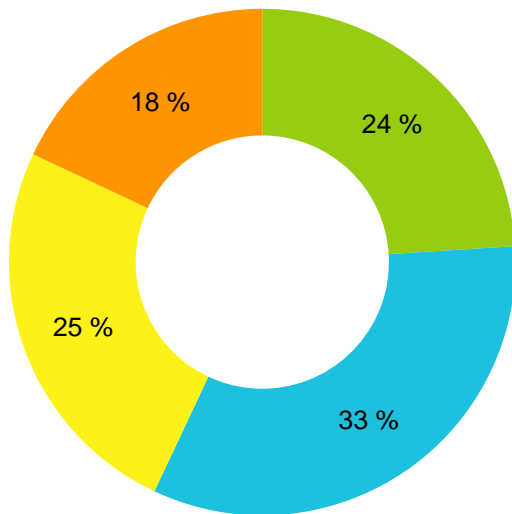


Milj. euroa

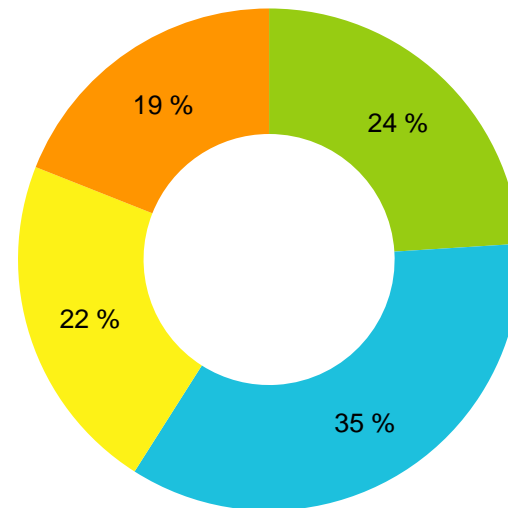


Liikevaihdon jakauma segmenteittäin (SBU) Q1/2010 vs. Q1/2011

Q1/2010 liikevaihto yht. 119,4 milj. euroa



Q1/2011 liikevaihto yht. 134,5 milj. euroa



- East
- Scandinavia
- Finland
- CEE

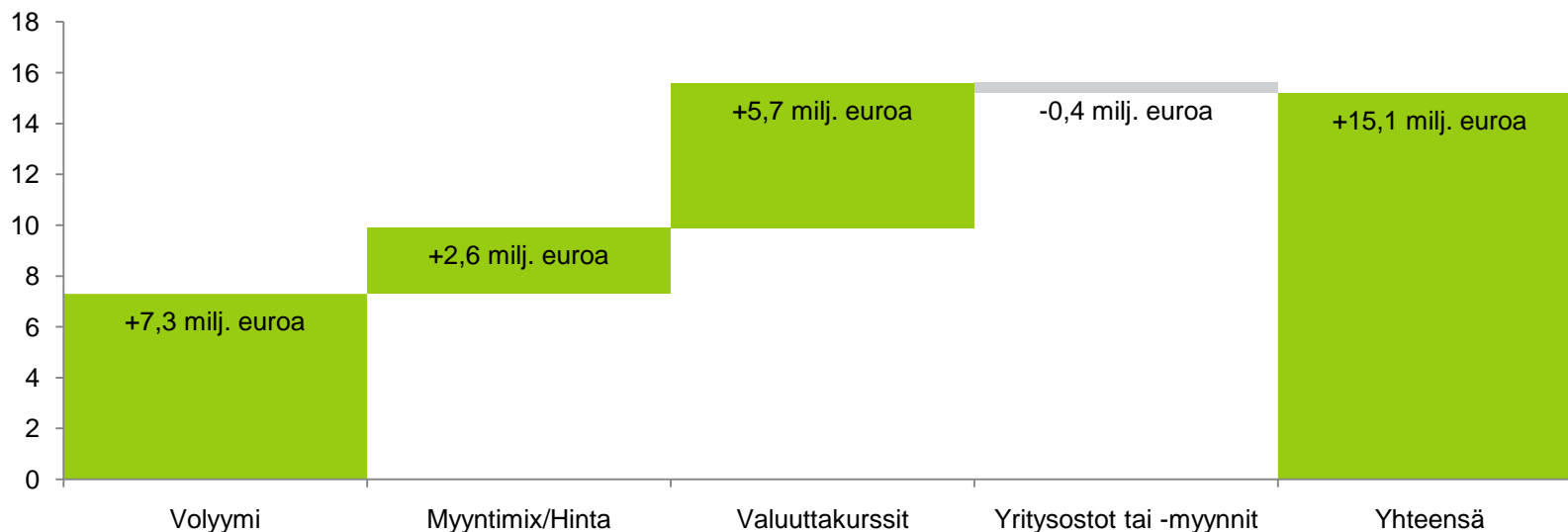
Kauppa- ja rakennusmaalien osuus liikevaihdosta 84 % vuoden 2010 ja 2011 ensimmäisellä neljänneksellä

Liikevaihdon kehitys

Milj. euroa	1-3/2011	1-3/2010	Muutos-%	2010
Liikevaihto	134,5	119,4	12,6 %	588,6

Eri tekijöiden vaikutus konsernin liikevaihdon kehitykseen, Q1/2010 vs. Q1/2011

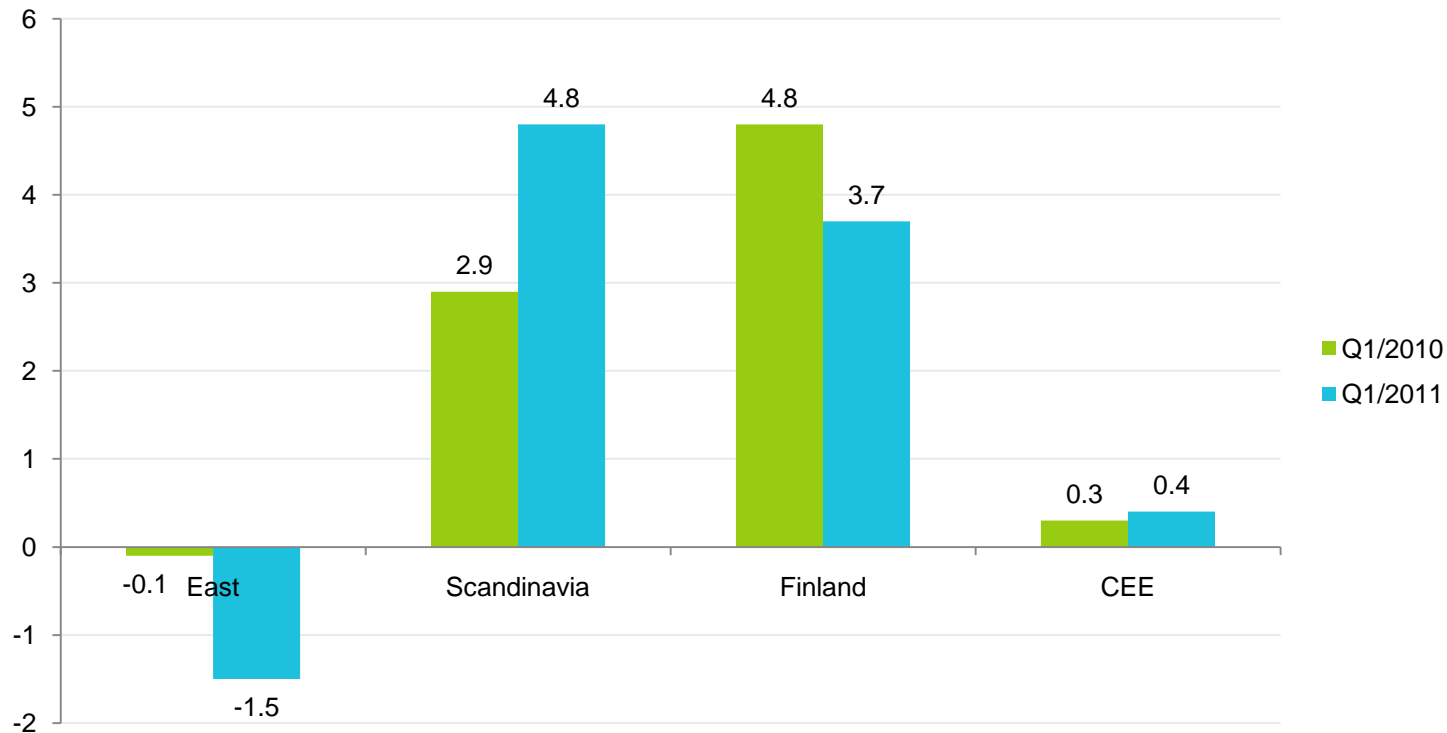
Lisäys/vähennys, milj. euroa



Yllä olevan kuvaajan luvut on pyöristetty itsenäisesti yhteen desimaaliin, mikä pitää ottaa huomioon yhteissummia laskettaessa.

Liikevoiton kehitys segmenteittäin (SBU) Q1/2010 vs. Q1/2011

Milj. euroa



Myynti- ja markkinointitoimenpiteitä lisättiin

- Myyntiin ja markkinointiin käytettiin ensimmäisellä neljänneksellä noin 20 % enemmän kuin vertailukaudella
- Kesäsesongin myynnin varmistaminen ja asemien vahvistaminen kiristyvässä raaka-ainetilanteessa
- Perinteisen mainonnan lisäksi panostuksia mm. ohjelmayhteistyöhön, verkkopalveluihin, mobiilisovelluksiin ja myymälämateriaaleihin



Esimerkki kevään uutuuksista Suomessa: Tikkurilan Pigrol-brändin Zen-tuoteperhe

Pigrol Zen Mehiläisvahaöljy



Pigrol Zen Tasoöljy

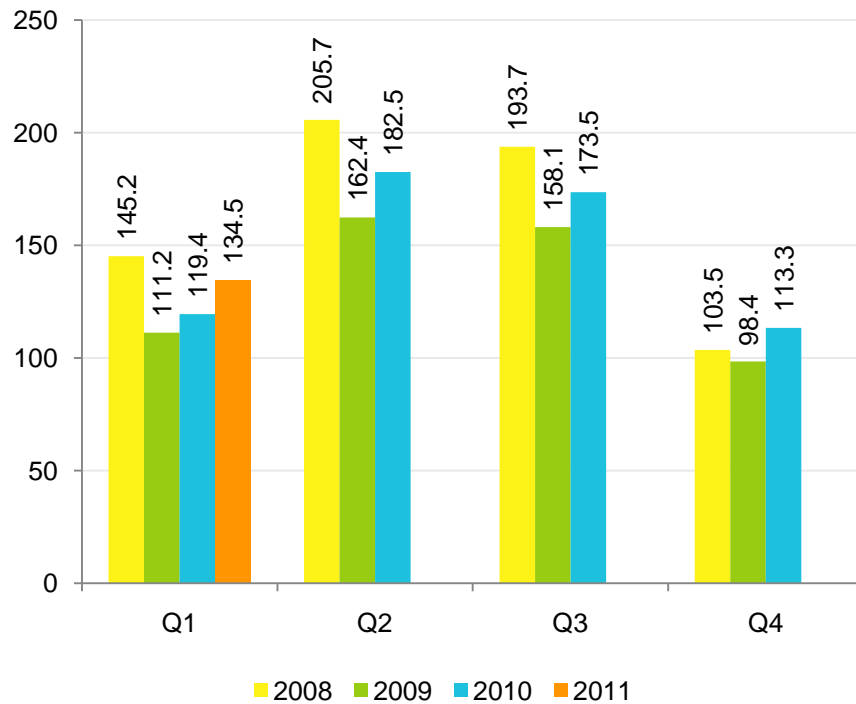


Lisätietoa: www.tikkurila.fi

Kausiluontoisuus

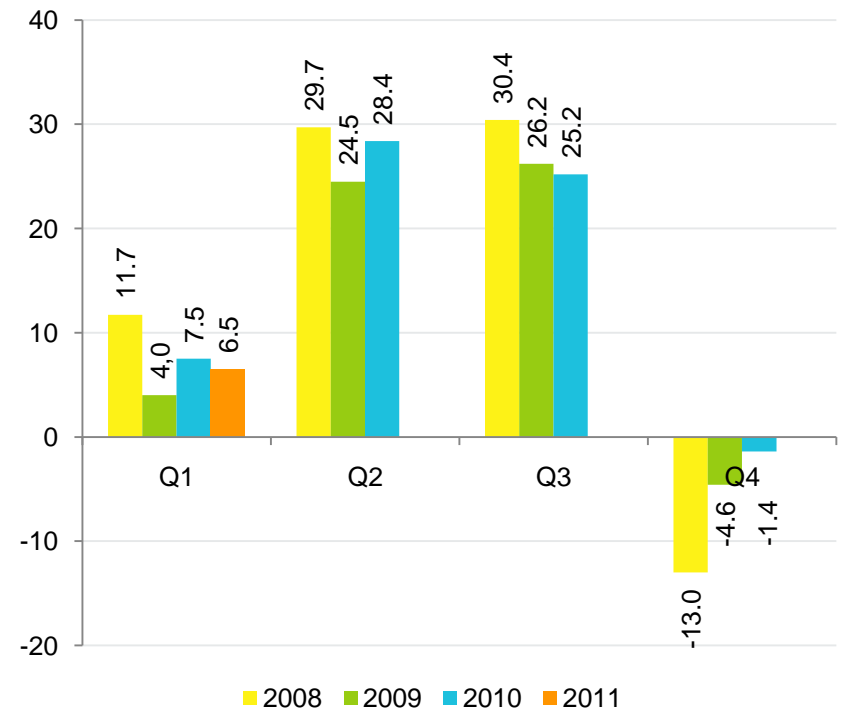
Liikevaihto vuosineljänneksittäin 2008–2011

Milj. euroa



Liikevoitto* vuosineljänneksittäin 2008–2011

Milj. euroa



* Ilman kertaluonteisia eriä



Segmenttien katsauskausi

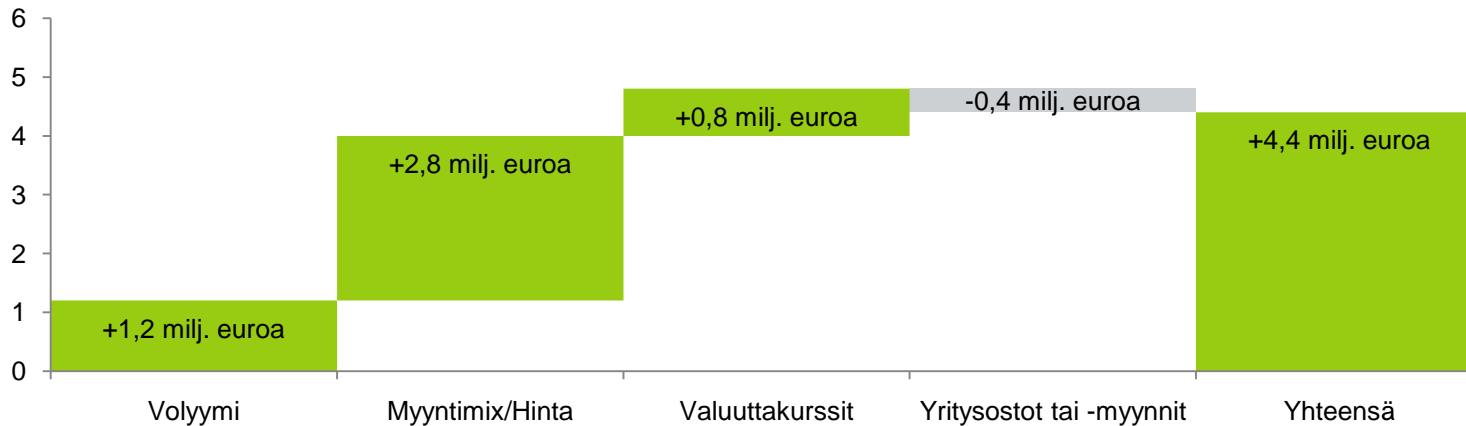
TIKKURILA

SBU East Q1/2011

Milj. euroa	1-3/2011	1-3/2010	Muutos-%	2010
Liikevaihto	32,8	28,4	15,5 %	194,5
Liikevoitto/-tappio (EBIT)*	-1,5	-0,1		22,7
Liikevoitto/-tappio (EBIT)*, %	-4,5 %	-0,2 %		11,6 %
Investoinnit ilman yritysostoja	0,6	0,7	-17,6 %	4,5

Eri tekijöiden vaikutus SBU Eastin liikevaihdon kehitykseen, Q1/2011 vs. Q1/2010

Lisäys/vähennys, milj. euroa

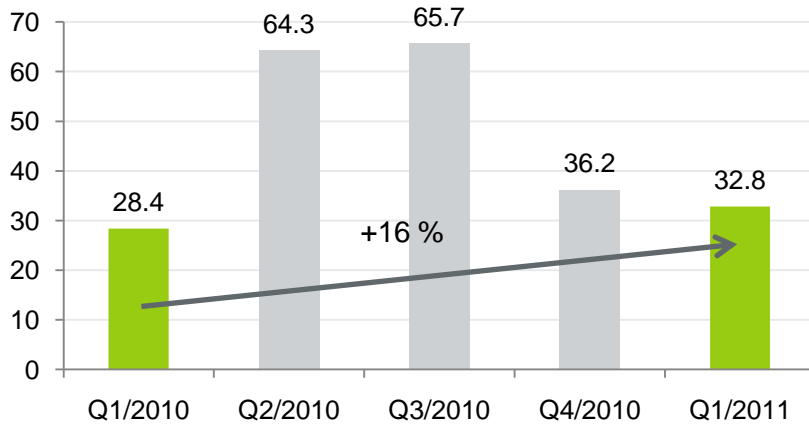


* Ilman kertaluonteisia eriä

SBU East Q1/2011

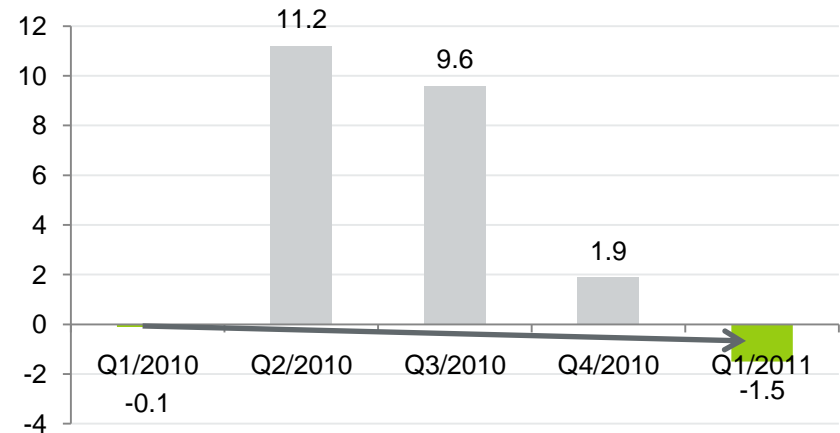
Liikevaihto vuosineljänneksittäin Q1/2010–Q1/2011

Milj. euroa



Liikevoitto* vuosineljänneksittäin Q1/2010–Q1/2011

Milj. euroa



- Pitkä ja kylmä talvi viivästyttänyt maalaussesonin alkua
- Myyntihintoja korotettiin alkuvuoden aikana
- Viime vuotta korkeammat myynti- ja markkinointikulut
- Palkkainflaatio

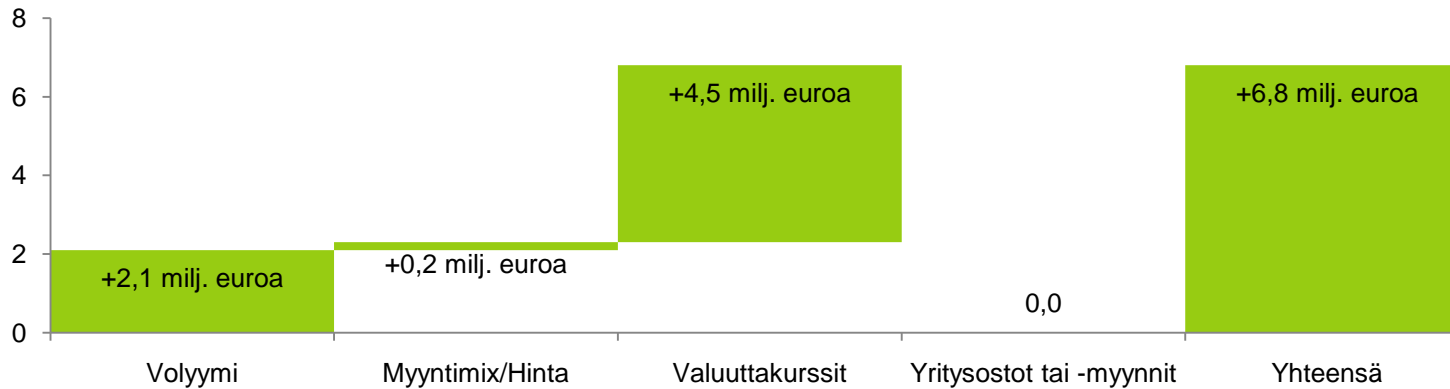
* Ilman kertaluonteisia eriä

SBU Scandinavia Q1/2011

Milj. euroa	1-3/2011	1-3/2010	Muutos-%	2010
Liikevaihto	46,7	39,9	17,2 %	181,8
Liikevoitto (EBIT)*	4,8	2,9	61,9 %	21,3
Liikevoitto (EBIT)*, %	10,2 %	7,4 %		11,7 %
Investoinnit ilman yritysostoja	0,2	0,4	-48,2 %	2,3

Eri tekijöiden vaikutus SBU Scandinavian liikevaihdon kehitykseen, Q1/2011 vs. Q1/2010

Lisäys/vähennys, milj. euroa

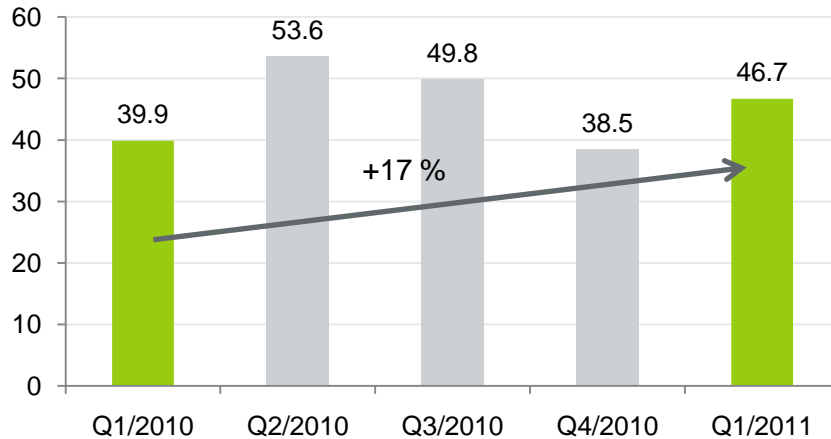


* Ilman kertaluonteisia eriä

SBU Scandinavia Q1/2011

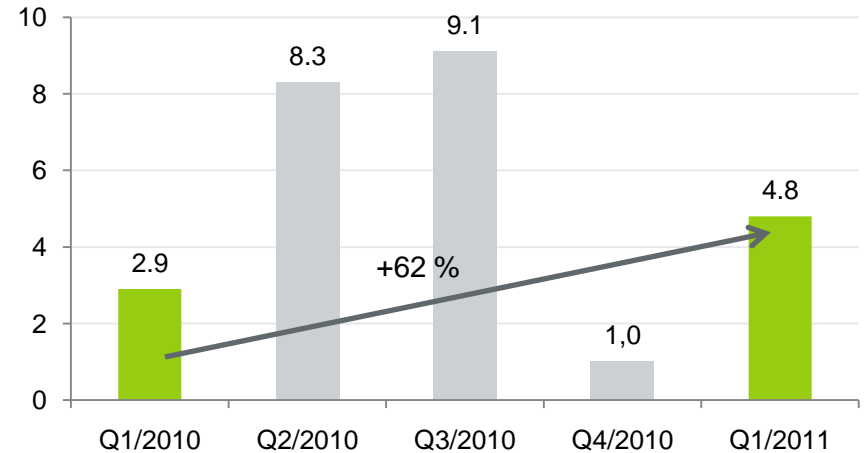
Liikevaihto vuosineljänneksittäin Q1/2010–Q1/2011

Milj. euroa



Liikevoitto* vuosineljänneksittäin Q1/2010–Q1/2011

Milj. euroa



- Ennakkotilaukset viime vuoden tasolla
- Myyntihintoja korotettiin alkuvuoden aikana
- Myynti- ja markkinointikulut viime vuotta korkeammat
- Ruotsin Nykvarnin tehtaan tehokkuus parantunut

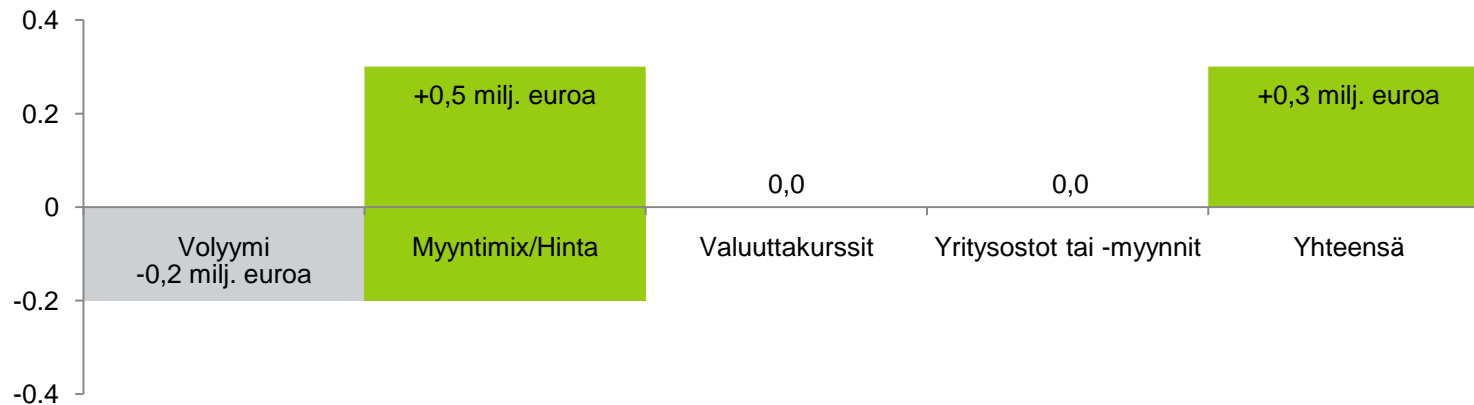
* Ilman kertaluonteisia eriä

SBU Finland Q1/2011

Milj. euroa	1-3/2011	1-3/2010	Muutos-%	2010
Liikevaihto	29,6	29,2	1,2 %	107,2
Liikevoitto (EBIT)*	3,7	4,8	-23,1 %	13,6
Liikevoitto (EBIT)*, %	12,6 %	16,5 %		12,7 %
Investoinnit ilman yritysostoja	0,8	0,6	37,6 %	2,2

Eri tekijöiden vaikutus SBU Finlandin liikevaihdon kehitykseen, Q1/2011 vs. Q1/2010

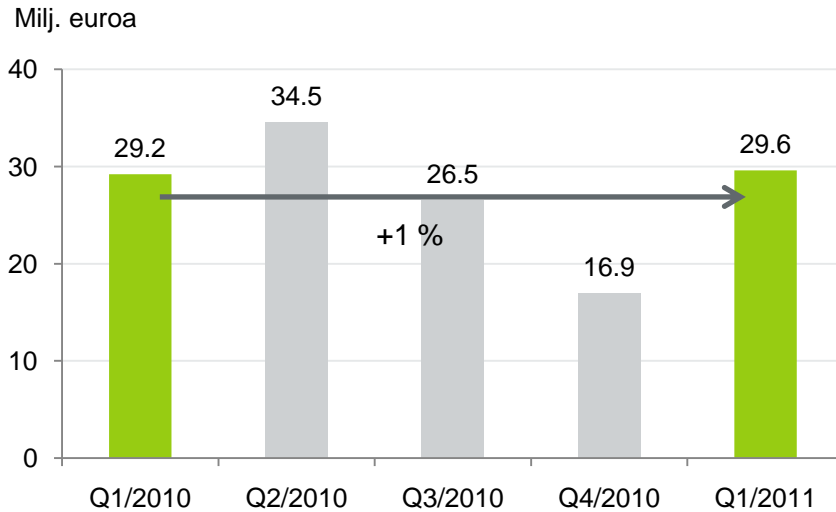
Lisäys/vähennys, milj. euroa



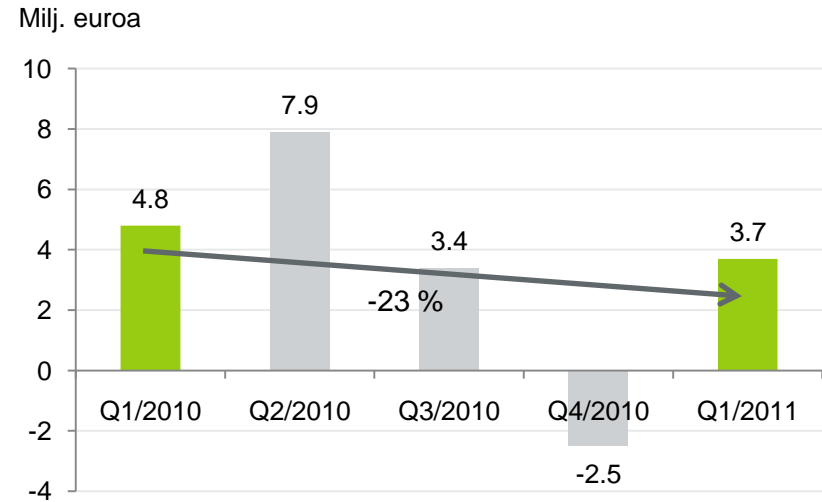
* Ilman kertaluonteisia eriä

SBU Finland Q1/2011

Liikevaihto vuosineljänneksittäin Q1/2010–Q1/2011



Liikevoitto* vuosineljänneksittäin Q1/2010–Q1/2011



- Kylmä kevät siirtänyt ulkomaalien ennakkotilauksia eteenpäin; tilausten ennakoitaan säilyvän viime vuoden tasolla
- Myyntihintoja korotettiin alkuvuoden aikana
- Myynti- ja markkinointikulut viime vuotta korkeammat

* Ilman kertaluonteisia eriä

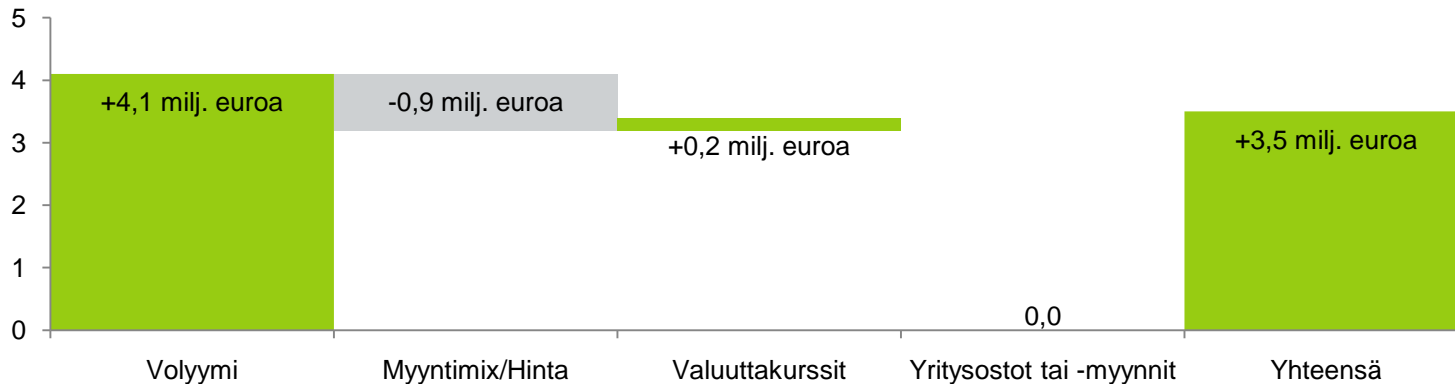
SBU Central Eastern Europe (CEE) Q1/2011

Milj. euroa	1-3/2011	1-3/2010	Muutos-%	2010
Liikevaihto	25,4	21,9	16,0 %	105,2
Liikevoitto (EBIT)*	0,4	0,3	43,9 %	4,8
Liikevoitto (EBIT)*, %	1,7 %	1,3 %		4,6 %
Investoinnit ilman yritysostoja	0,4	0,5	-15,2 %	2,2

Luvut sisältävät viennin yli 20 maahan

Eri tekijöiden vaikutus SBU CEE:n liikevaihdon kehitykseen, Q1/2011 vs. Q1/2010

Lisäys/vähennys, milj. euroa



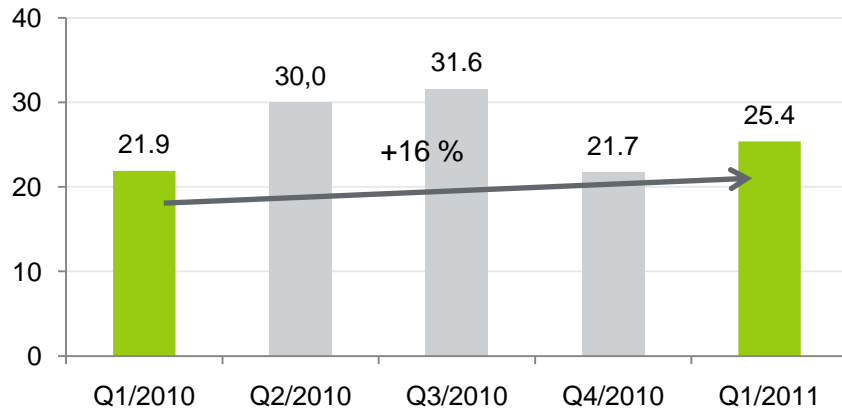
Yllä olevan kuvaajan luvut on pyöristetty itsenäisesti yhteen desimaaliin, mikä pitää ottaa huomioon yhteissummia laskettaessa.

* Ilman kertaluonteisia eriä

SBU CEE Q1/2011

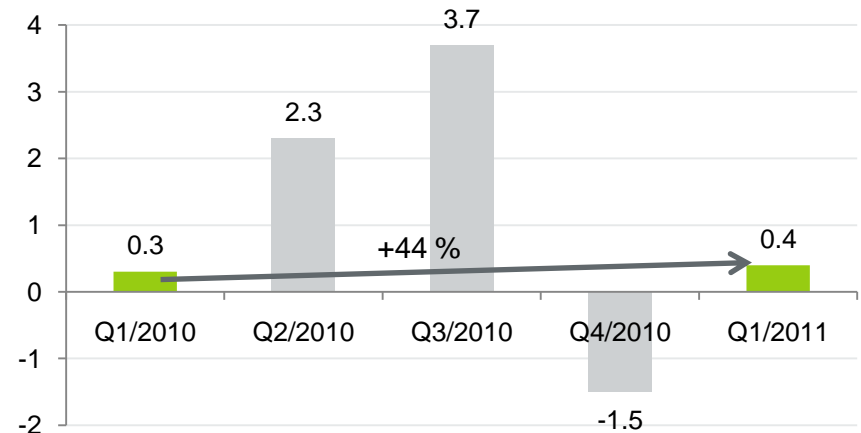
Liikevaihto vuosineljänneksittäin Q1/2010–Q1/2011

Milj. euroa



Liikevoitto* vuosineljänneksittäin Q1/2010–Q1/2011

Milj. euroa



- Alueen volyymit selvässä kasvussa
- Myyntihintoja korotettiin alkuvuoden aikana; Puolassa korotukset voimaan vasta katsauskauden jälkeen
- Teollisuusmaalien myynti kasvoi enemmän kuin kauppa- ja rakennusmaalien myynti

* Ilman kertaluonteisia eriä

Tikkurila vahvistaa asemiaan Keskisessä Itä-Euroopassa



- Tikkurila sopi huhtikuussa serbialaisen Zorka Colorin liiketoiminnan ostosta
- Laajentuminen Balkanin alueelle ja aseman vahvistaminen kasvustrategian mukaisesti Keskisessä Itä-Euroopassa
- Zorka Colorin liikevaihto vuonna 2010 oli 16,2 milj. euroa, liikevoitto 1,0 milj. euroa, henkilöstö noin 150
- Vahva brändi ja hyvä tuoteportfolio
- Johtava toimija markkinallaan
- Kauppahinta täsmentyy ja osin riippuvainen tulevien tilikausien tuloksesta
- Vaatii kilpailuviranomaisten hyväksynnän ja tiettyjen kauppaehtojen täyttymisen

Kehittyvä Balkanin alue

Kehittyvä markkina-alue

- Zorka Colorin toiminta-alueena Serbia, Makedonia, Bosnia ja Hertsegovina, Montenegro, Kroatia ja Kosovo
- Tikkurilalla aiemmin vientiä alueelle
- Alueen väestö ~20 miljoonaa
- BKT:n kasvuennuste vuodelle 2011 Serbiassa 3 %
- Maalinkulutus asukasta kohden Serbiassa 5 litraa, muissa maissa 3–7 litraa
- Ympäristötietoisuus kasvussa, uusia sisustustrendejä (lisää värejä, kiinnostus sävyttämiseen)
- Kilpailijoita mm. Helios ja JUB

Laajentuminen Balkanin alueelle



— Tikkurilan SBU CEE:n nykyinen toiminta-alue (myös Kiina kuuluu ko. liiketoimintayksikköön)

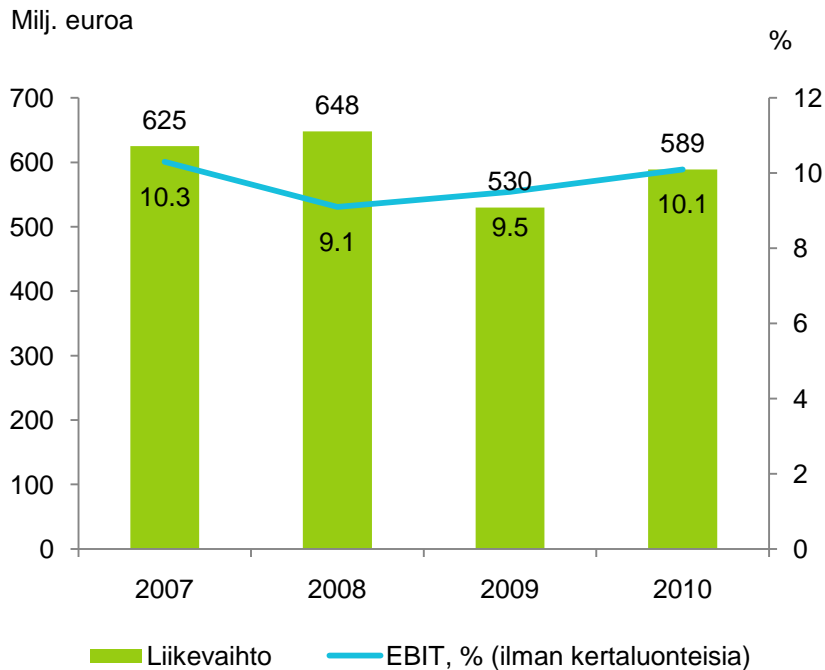
— Zorka Colorin toiminta-alue

Näkymät



Näkymät vuodelle 2011 ennallaan

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.



Yhteyshenkilöt



Erkki Järvinen

Yhteistyö ja mediakontaktit



Jukka Havia

CFO



Susanna Aaltonen

GVP, Communications & IR

susanna.aaltonen@tikkurila.com

Puh. (09) 8577 2488, matkapuh. 040 593 4221

Liitteet



TIKKURILA

	East	Finland	Scandinavia	CEE
Toiminta-alue	Venäjä ja muut IVY-maat	Suomi	Ruotsi, Norja, Tanska	Keskisen Itä-Euroopan maat ja muut maat, mukaan lukien Kiina
Tuotantopaikat	Pietari, Venäjä Sary Oskol, Venäjä Kiova, Ukraina	Tikkurila, Vantaa	Nykvärn, Ruotsi	Tallinna, Viro Ansbach, Saksa Debica, Puola
Nykyinen kysynnän rakenne	Economy-hinta- ja laatuluokan tuotteet	Premium- ja medium-hinta- ja laatuluokkien tuotteet	Premium- ja medium-hinta- ja laatuluokkien tuotteet	Medium- ja economy-hinta- ja laatuluokkien tuotteet
Odotettu kysynnän rakenne	Premium-hinta- ja laatuluokan tuotteiden kysynnän odotetaan nousevan	Premium- ja medium-hinta- ja laatuluokkien tuotteet	Premium- ja medium-hinta- ja laatuluokkien tuotteet	Medium- ja premium-hinta- ja laatuluokkien tuotteet
Kilpailijat	Akzo Nobel, Lakra-Sintez, Empils, ABC-Farben, Meffert, Caparol	Akzo Nobel, Teknos, Nor-Maali ² , Becker Acroma ²	Akzo Nobel, Flügger, Jotun, Becker Acroma, Teknos	Akzo Nobel, PPG, useita paikallisia ja alueellisia kilpailijoita
Jakelukanavat	Deco: rakennustarvikeliikkeet, itsenäiset maalikauppiaat, tukkukauppiaat Industry: suoramyynti, Temaspeed	Deco: rakennustarvikeliikkeet, itsenäiset maalikauppiaat Industry: suoramyynti, Temaspeed	Deco: rakennustarvikeliikkeet, Alcron myymälät ¹ , Happy Homes -ketju ¹ , Colorama-kauppaketju ¹ Industry: suoramyynti, Temaspeed	Deco: rakennustarvikeliikkeet, itsenäiset maalikauppiaat Industry: suoramyynti, Temaspeed

1) Ruotsissa

2) Teollisuusmaaleissa

SBU East lyhyesti

Avaintietoja

Toiminta-alue	Venäjä, IVY-maat, Ukraina
Liikevaihto 2010	194,5 milj. euroa, 33 % koko konsernista
EBIT 2010 ¹⁾	22,7 milj. euroa, 36 % koko konsernista ²⁾
Henkilöstö	1 508 (vuoden lopussa)
Tuotantopaikat	3 Pietarissa ja 1 Stary Oskolissa Venäjällä, 1 Kiovassa Ukrainassa
Tuotantokapasiteetti	~143 milj. litraa, 48 % koko konsernista
Myyntitoimistot	Venäjä, Ukraina, Valko-Venäjä, Kazakstan

Toimipaikat



Laajentuminen 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 Paintsin osto Ukrainassa
- 2006** Kraski Teksin osto Venäjällä
- 2006** Myyntiyhtiö perustettiin Almatyyn, Kazakstaniin
- 2007** Ostettiin Pietarista 2 yhtiötä (Gamma, Powder Coatings)
- 2008** Perustettiin myyntiyhtiö Minskiin Valko-Venäjälle
- 2009** Mytishin logistiikkakeskus valmistui Moskovan alueelle

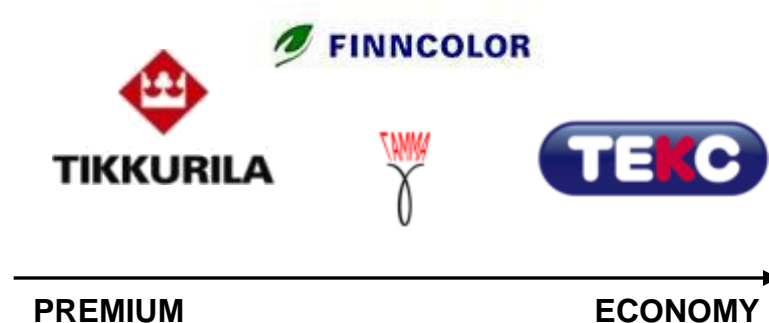
- 1) Ilman kertaluonteisia eriä
2) Ilman konsernierä

Tikkurila Venäjällä

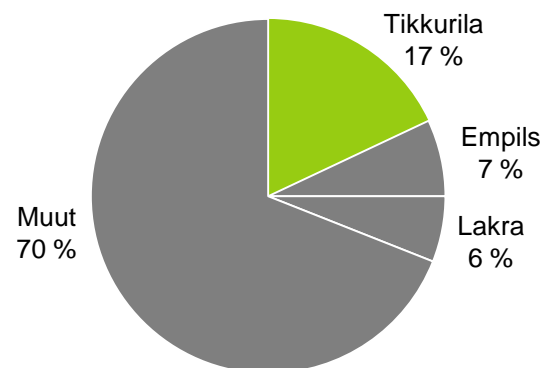
Yleistä

- Tikkurila Venäjän johtava kauppa- ja rakennusmaalien toimittaja
 - Tikkurilan tuotteita myydään yli 5 000 vähittäismyymälässä
- Tuotevalikoimaan kuuluvat kauppa- ja rakennusmaalien lisäksi puu- ja metalliteollisuuden tuotteet
- Tikkurilan tunnettuja brändejä Venäjällä: Teks, Finncolor, Gamma ja Tikkurila
- Tikkurilalla on kolme tuotantolaitosta Pietarissa ja yksi Staryi Oskolissa
- Henkilöstön määrä noin 1 500 vuoden 2010 lopussa

Tikkurilan maalibrändit Venäjällä



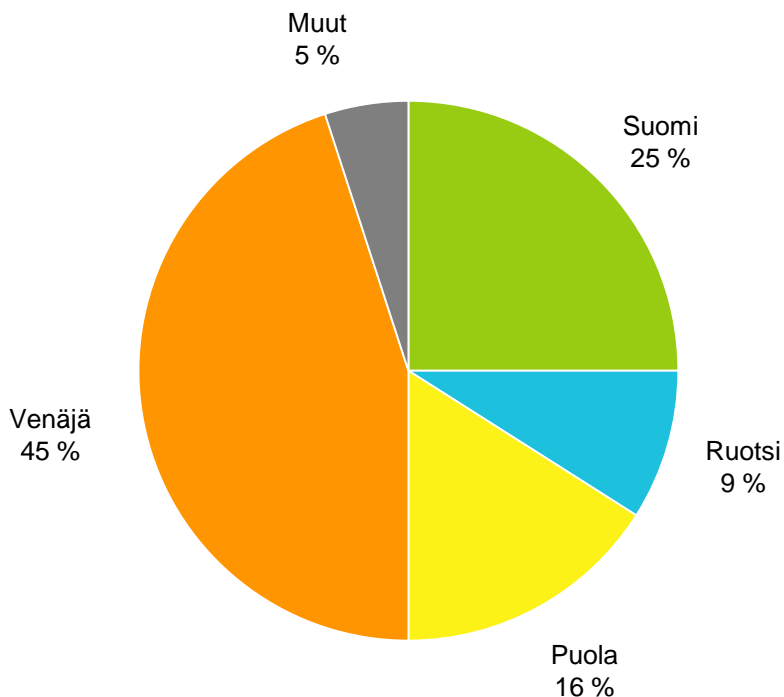
Markkinajohtaja kauppa- ja rakennusmaaleissa 2010*



* Chem-Courier

Kasvua haetaan etenkin Venäjällä, muissa IVY-maissa ja Keskisessä Itä-Euroopassa

Tikkurilan tuotantokapasiteetti



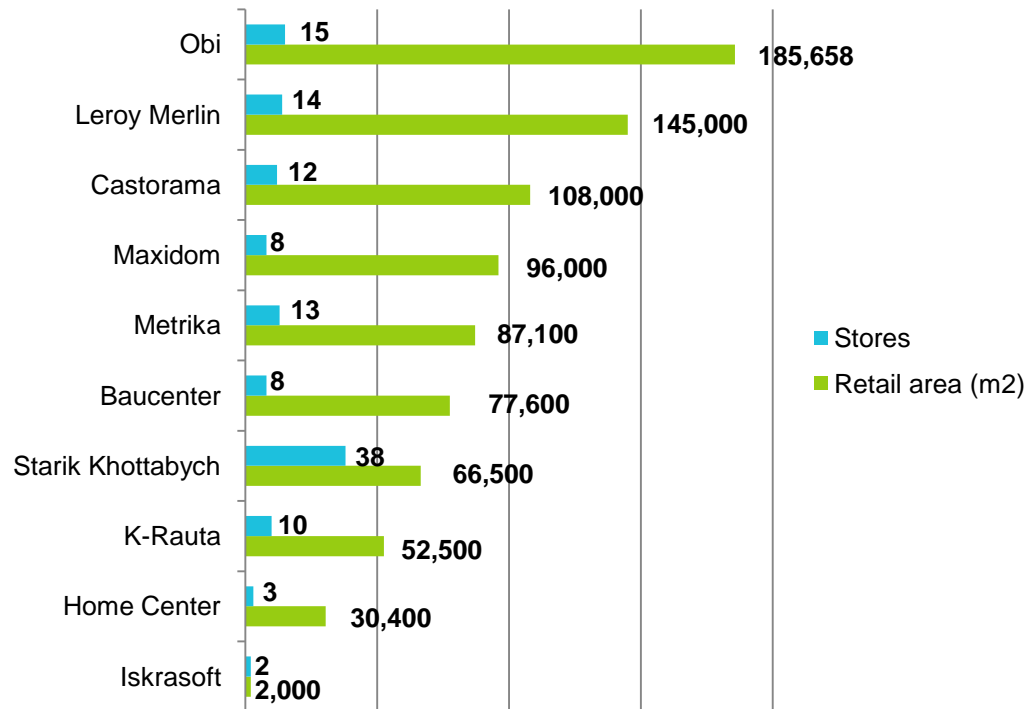
Tuotanto ja raaka-aineet

- Tuotantoa 7 maassa, vuosittainen tuotantokapasiteetti ~300 milj. litraa
- Paikallinen tuotanto lisää joustavuutta; korostuu etenkin epävakaina aikoina
- Vesiohenteisten tuotteiden osuus tuotannosta kasvussa; ~60 % koko tuotannosta, ~70 % kauppa- ja rakennusmaaleista
- Raaka-aineiden hintoihin vaikuttavat etenkin öljyn hinta, toimituskapasiteetti ja valuuttakurssit
- ~75 % raaka-aineista länsimaisilta toimittajilta, Venäjällä ~50 % raaka-aineista paikallisilta toimittajilta

Venäjän vähittäiskauppamarkkina

10 suurinta vähittäismyymälää (Big Box) Venäjällä

Kommentteja



- Tikkurila edustettuna kaikissa merkittävässä vähittäismyymäläketjuissa.
- ~20 % Tikkurilan myynnistä ns. Big Box -markkinoilta.
- Tikkurilalle yhä tärkeämpi jakelukanava, kun myymälöiden määrä lisääntyy.

Lähde: Retrospective 2010

SBU Scandinavia lyhyesti

Avaintietoja

Toiminta-alue	Ruotsi, Norja, Tanska
Liikevaihto 2010	181,8 milj. euroa, 31 % koko konsernista
EBIT 2010 ¹⁾	21,3 milj. euroa, 34 % koko konsernista ²⁾
Henkilöstö	466 (vuoden lopussa)
Tuotantopaikat	Nykvarn, Ruotsi
Tuotantokapasiteetti	~ 28 milj. litraa, 9 % koko konsernista
Myyntitoimistot	Ruotsi, Norja, Tanska

Kehitys SBU Scandinavian alueella

- 1865** Beckers perustettiin
- 1906** Alcro perustettiin
- 1967** Tikkurila perusti enimmäisen tytäryhtiön Ruotsiin
- 2001** Alcro-Beckersin osto
- 2002** Akzo Nobelin metalliteollisuusmaaliliiketoiminnan osto
- 2007** Uusi tuotantolaitos Nykvarniin
- 2008** Uusi konttori Hammarby Sjöstadin
- 2008** Lippulaivamyymälä Måleributikenin osto Alvikissa Ruotsissa

1) Ilman kertaluontoisia eriä
2) Ilman konsernierä

Toimipaikat



SBU Finland lyhyesti

Avaintietoja

Toiminta-alue	Finland
Liikevaihto 2010	107,2 milj. euroa, 18 % koko konsernista
EBIT 2010 ¹⁾	13,6 milj. euroa, 22 % koko konsernista ²⁾
Henkilöstö	718 (vuoden lopussa)
Tuotantopaikat	Vantaalla Suomessa
Tuotantokapasiteetti	~ 65 milj. litraa, 22 % koko konsernista
Myyntitoimistot	Useita Suomessa

Toimipaikat



1) Ilman kertaluontoisia eriä

2) Ilman konsernierä

SBU CEE lyhyesti

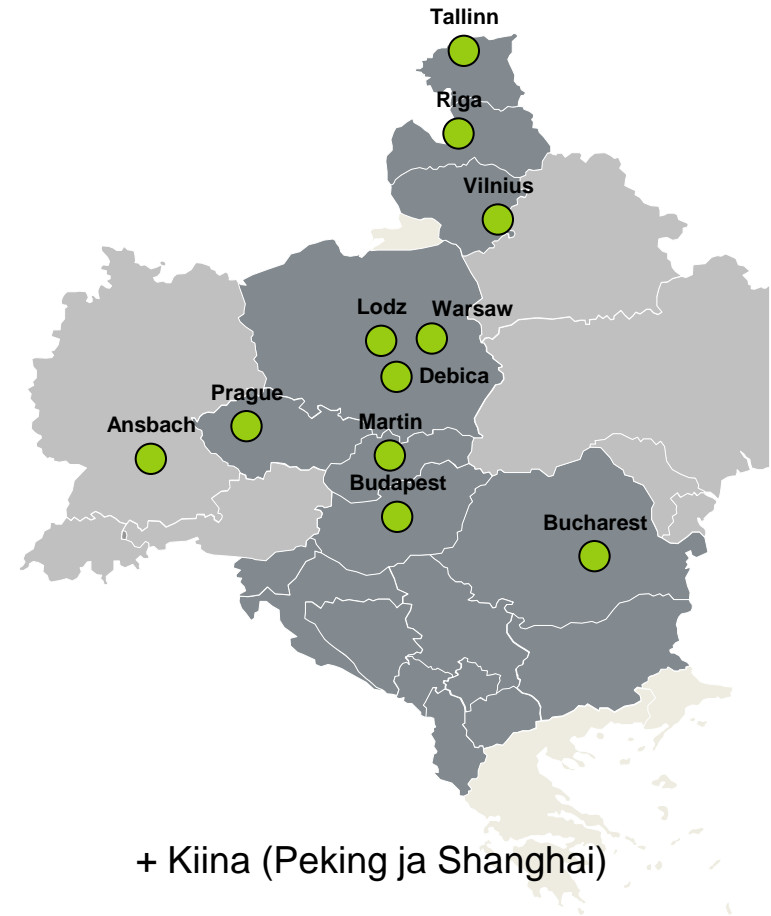
Avaintietoja

Toiminta-alue	Albania, Bosnia-Hertsegovina, Bulgaria, Kroatia, Tšekin tasavalta, Viro, Makedonia, Kosovo, Unkari, Latvia, Liettua, Montenegro, Puola, Romania, Serbia, Slovakia, Slovenia ja muut markkinat (mukaan lukien esim. Kiina)
Liikevaihto 2010	105,2 milj. euroa, 18 % koko konsernista
EBIT 2010 ¹⁾	4,8 milj. euroa, 8 % koko konsernista ²⁾
Henkilöstö	741 (vuoden lopussa)
Tuotantopaikat	Tallinn, Estonia, Ansbach, Germany and Debica, Poland
Tuotantokapasiteetti	~ 64 milj. litraa, 21 % koko konsernista
Myyntitoimistot	Tšekin tasavalta, Unkari, Latvia, Liettua, Romania, Slovakia, Kiina, Suomi (vient)

Laajentuminen SBU CEE:n alueella

- 1989** Tallinnaan Viroon perustettiin yhteistyryitys
- 1992** Maalituotanto alkoi Tallinnassa
- 1993** Myyntiyhtiö Riikaan Latviaan
- 1995** Vilnaan Liettuaan perustettiin myyntiyhtiö
- 1997** Myyntiyhtiö Budapestiin Unkariin
- 2001** Tuotantolaitokset Ansbachiin Saksaan ja Debicaan Puolaan
- 2006** Myyntiyhtiön osto Prahassa Tšekin tasavallassa
- 2007** Kiinaan Pekingiin perustettiin myyntiyhtiö
- 2008** Myyntiyhtiöt Shanghaihin Kiinaan, Bukarestiin Romaniaan ja Martiniin Slovakiaan

Toimipaikat



1) Ilman kertaluontoisia eräiä
2) Ilman konsernieräiä

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

TIKKURILA INSPIRES YOU
TO COLOR YOUR LIFE.™

TIKKURILA