



# Tikkurila

Osavuosisikatsaus tammi-syyskuulta 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
- Strategia
- Näkymät
- Liitteet

# Katsaus Tikkurilaan



# 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

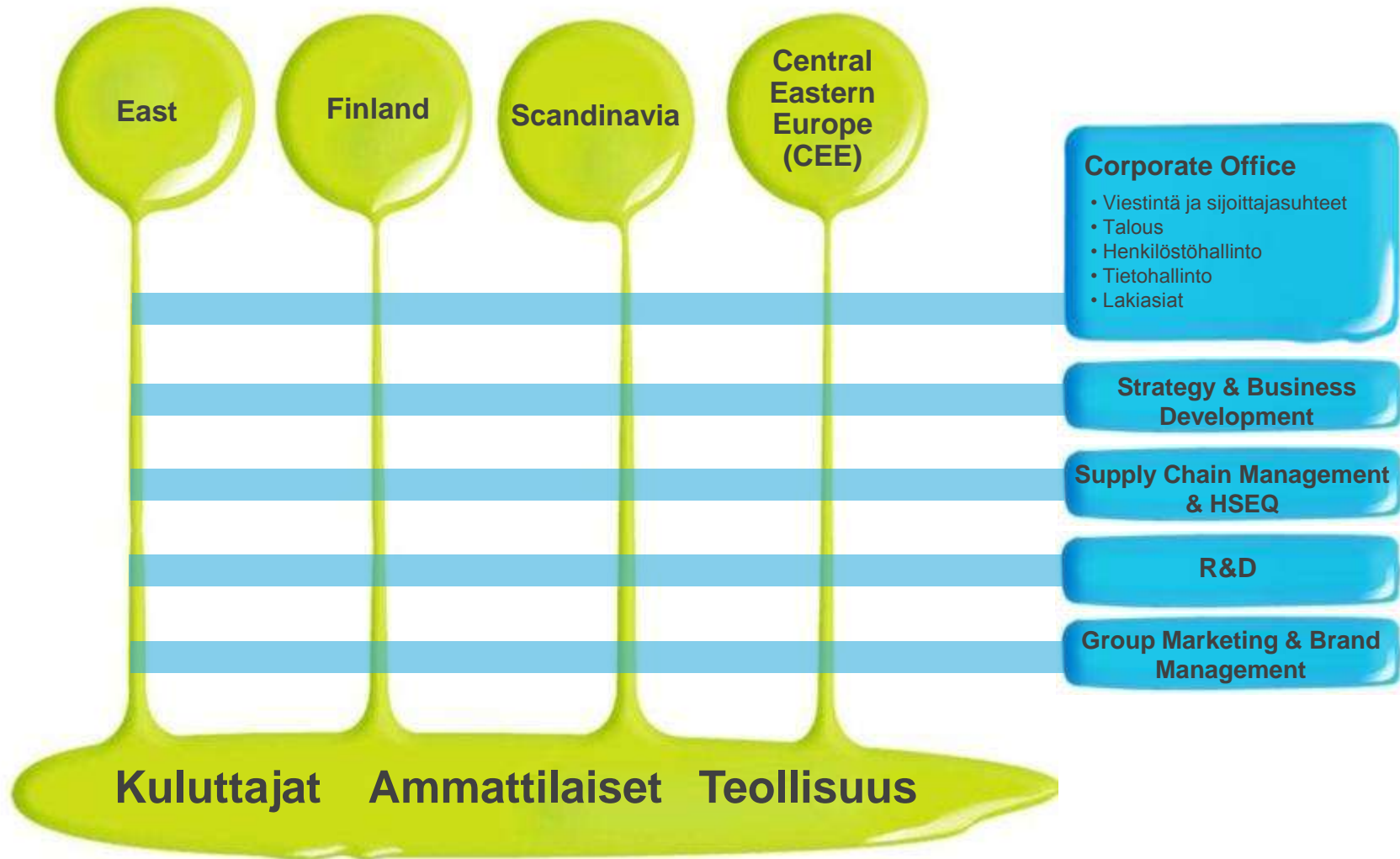
### Tuotteet ja palvelut:

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

## Tikkurilan toimipaikat



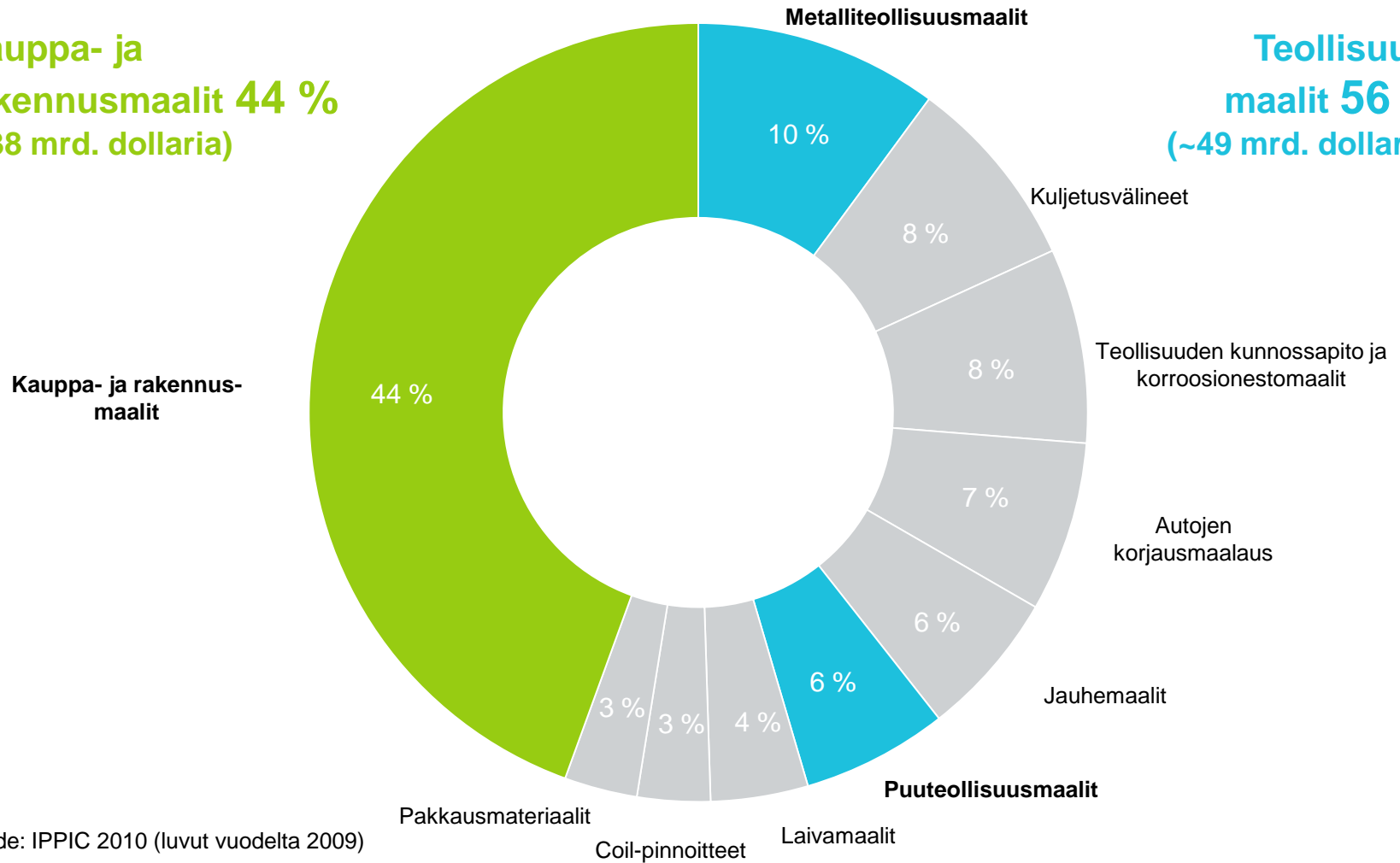
# Tikkurilan rakenne



# Maailman maalimarkkinan arvo

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

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



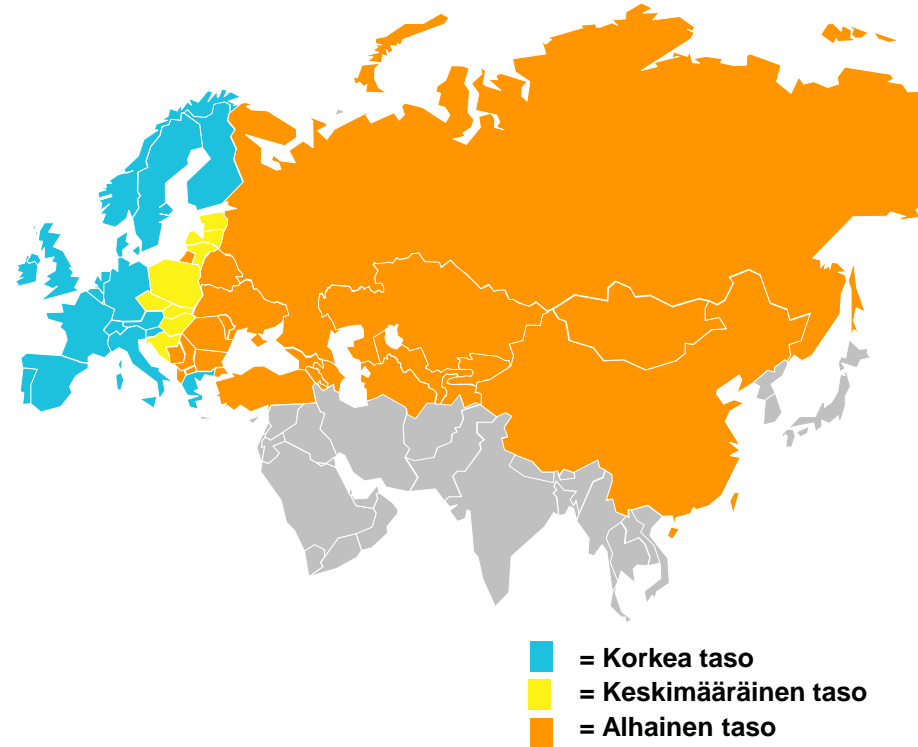
Lähde: IPPIC 2010 (luvut vuodelta 2009)

# 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

# Kannattava kasvu

## Liikevaihdon ja kannattavuuden kehitys 1996–2010

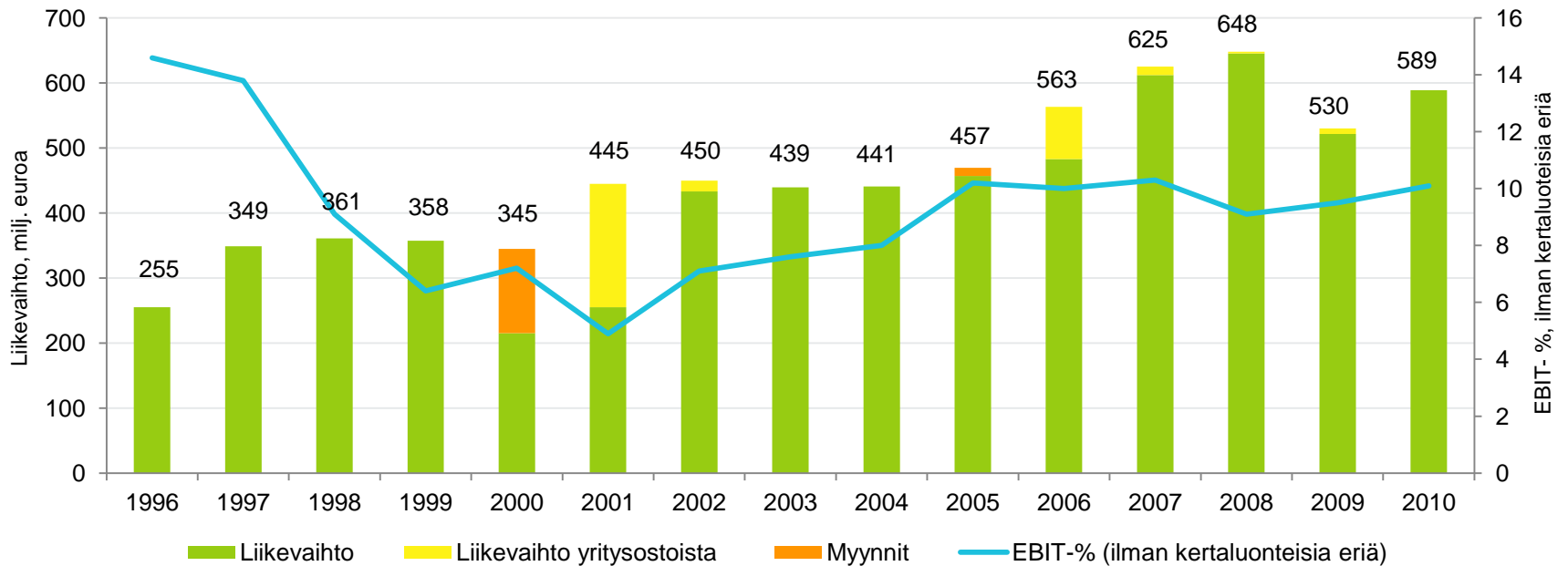
### Tärkeimmät yritysostot ja -myynnit

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

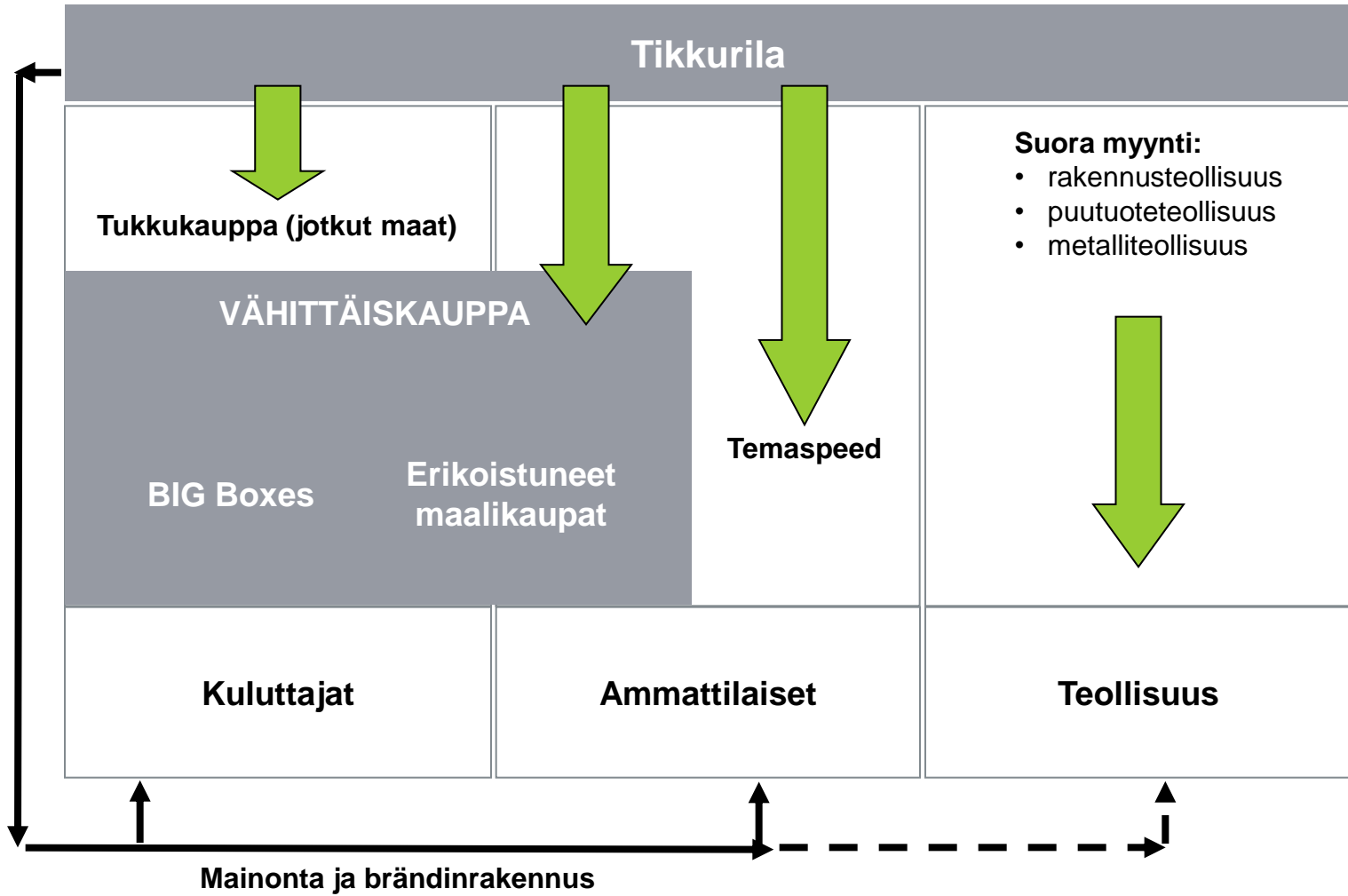


Maalilinja



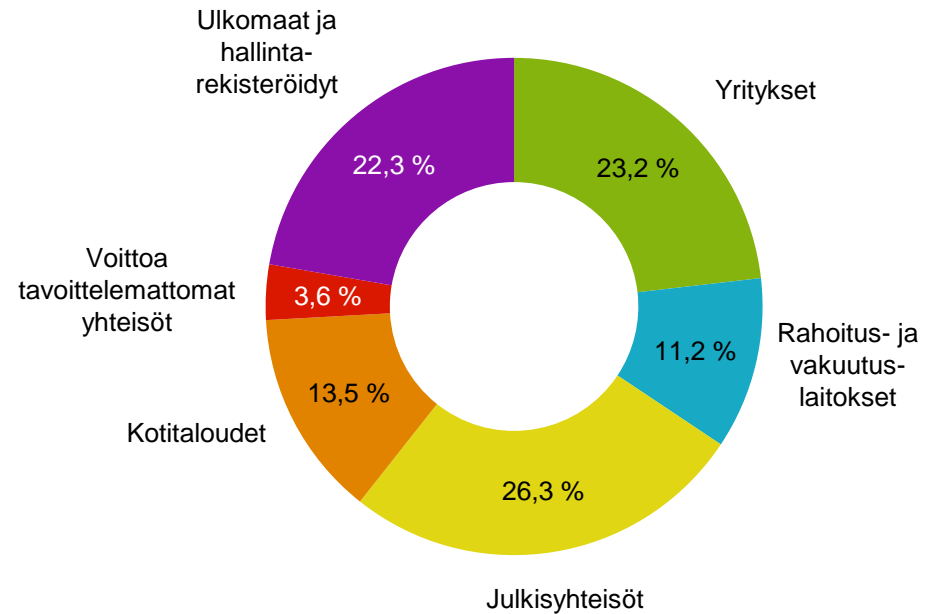
Koulutus

# Jakelutie



# Tikkurilan omistusrakenne syyskuun 2011 lopussa

- Omistajia yhteensä ~23 300
- Suurimmat omistajat Oras Invest Oy (18,1 %), Ilmarinen (10,1 %) ja Varma (8,6 %)
- 50 suurimmalla omistajalla hallussaan ~60 % osakkeista
- ~94 % osakkeenomistajista omistaa enintään 1 000 osaketta
- Ulkomaisten ja hallintarekisteröityjen tahojen omistus ~22 %
- Ilmarinen liputti 5.8.2011 omistuksen Tikkurilassa nousseen 10,1 prosenttiin
- Orkla liputti 10.8.2011 omistuksen Tikkurilassa nousseen 6,2 prosenttiin



# 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



# Konsernin katsauskausi

# Yhteenveto kolmannelta vuosineljännekseltä

- Liikevaihto kasvoi 10,5 %
  - Etenkin myyntihintojen korotusten johdosta
- Liikevoitto nousi 22,8 %
  - Liikevaihdon kasvun ja tehostamis- ja säästötoimenpiteiden johdosta
- Raaka-aineiden hinnat kohonneet edelleen, mutta hintapaine hellittänyt osittain
- Kustannusnousujen ennakoidaan jatkuvan
- Täsmennetty strategia hyväksyttiin 26.10.2011
- Vuoden 2011 näkymät ennallaan



# Toimintaympäristö ja markkina-asema

## Markkina-alueiden yleinen kehitys 2011

- Maailmantalouden näkymät heikentyneet selvästi
- Kuluttajien luottamus laskenut nopeasti etenkin kehittyneillä markkinoilla
- Synkentyneet talouden näkymät ja kuluttajien luottamuksen lasku ennakoivat kasvun hidastumista monilla markkinoilla

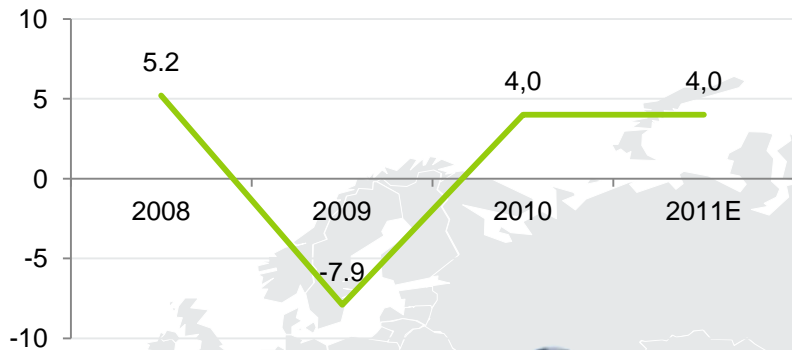
## Tikkurilan markkina-asema\*



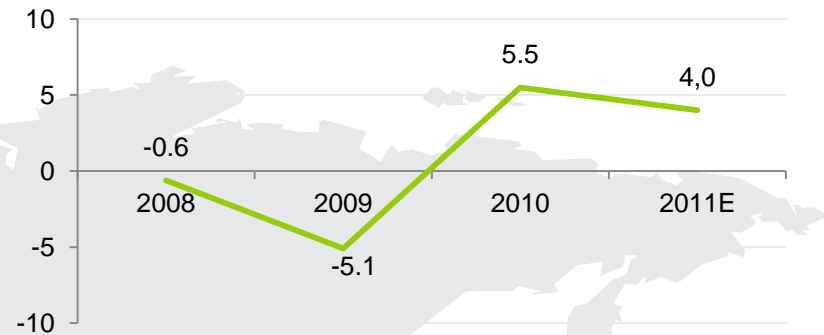
\* Kauppa- ja rakennusmaaleissa

# Bruttokansantuotteen kasvu-% 2008–2011E

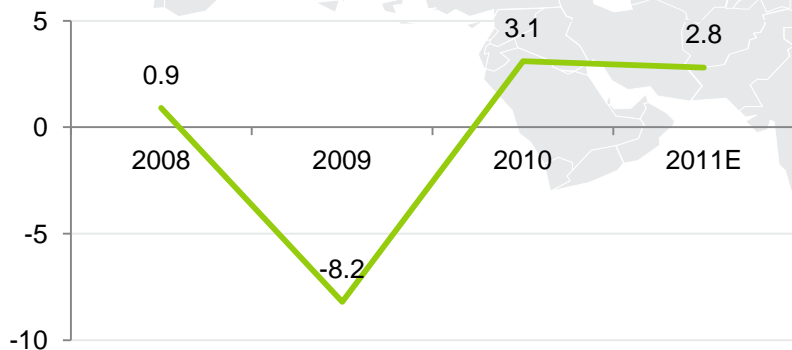
Venäjä



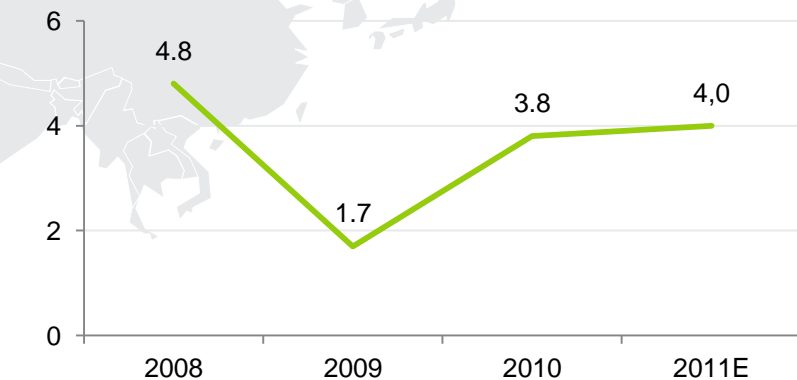
Ruotsi



Suomi



Puola



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

# Katsauskauden avainluvut

Milj. euroa	7-9/2011	7-9/2010	Muutos-%	1-9/2011	1-9/2010	Muutos-%	2010
Liikevaihto	<b>191,8</b>	173,5	10,5 %	<b>524,6</b>	475,4	10,4 %	588,6
Liikevoitto (EBIT) ilman kertaluonteisia eriä	<b>31,0</b>	25,2	22,8 %	<b>65,0</b>	61,1	6,3 %	59,7
Liikevoitto (EBIT) ilman kertaluonteisia eriä, %	<b>16,2 %</b>	14,5 %		<b>12,4 %</b>	12,9 %		10,1 %
Liikevoitto (EBIT)	<b>31,0</b>	25,2	22,8 %	<b>65,0</b>	61,8	5,1 %	60,8
Liikevoitto (EBIT), %	<b>16,2 %</b>	14,5 %		<b>12,4 %</b>	13,0 %		10,3 %
Tulos per osake*, euroa	<b>0,50</b>	0,38	31,6 %	<b>0,92</b>	0,93	-1,1 %	0,83
Sidotun pääoman tuotto (ROCE), % p.a.	<b>20,6 %</b>	18,0 %		<b>20,6 %</b>	18,0 %		19,2 %
Rahavirta investointien jälkeen	<b>38,5</b>	62,5	-38,4 %	<b>12,5</b>	37,5	-66,7 %	51,4
Korollinen nettovelka kauden lopussa				<b>102,7</b>	92,0	11,6 %	78,6
Nettovelkaantumisaste, %				<b>53,3 %</b>	47,9 %		41,4 %
Omavaraisuusaste, %				<b>41,0 %</b>	40,0 %		41,1 %
Henkilöstö kauden lopussa				<b>3 721</b>	3 677	1,2 %	3 468

\* Laskuperusteena liikkeellä olevien osakkeiden määrä 44 108 252

# Velkarahoituksen uudelleenjärjestely

## Tavoitteet

- Painopiste valmiusluottolimiiteissä, vähemmän pitkäaikaisia kiinteitä lainajärjestelyjä
- Pidemmät ja vaihtelevammat laina-ajat
- Kustannustehokkaampi ja joustavampi lainakokonaisuus

## Kovenantit

- Nettovelat/käyttökate
- Nettovelkaantumisaste

180 milj.  
euroa

60 milj. euron kerta-lyhenteinen laina (5v) sekä 120 milj. euron luottolimiitti (3v+1v+1v)

Korvaa entisen vastaavan suuruisen lainajärjestelyn, klubilainasopimus, vakuudeton

25 milj.  
euroa

25 milj. euron luottolimiitti (5v)

Uusi lainajärjestely, kahdenkeskinen, vakuudeton

100 milj.  
euroa

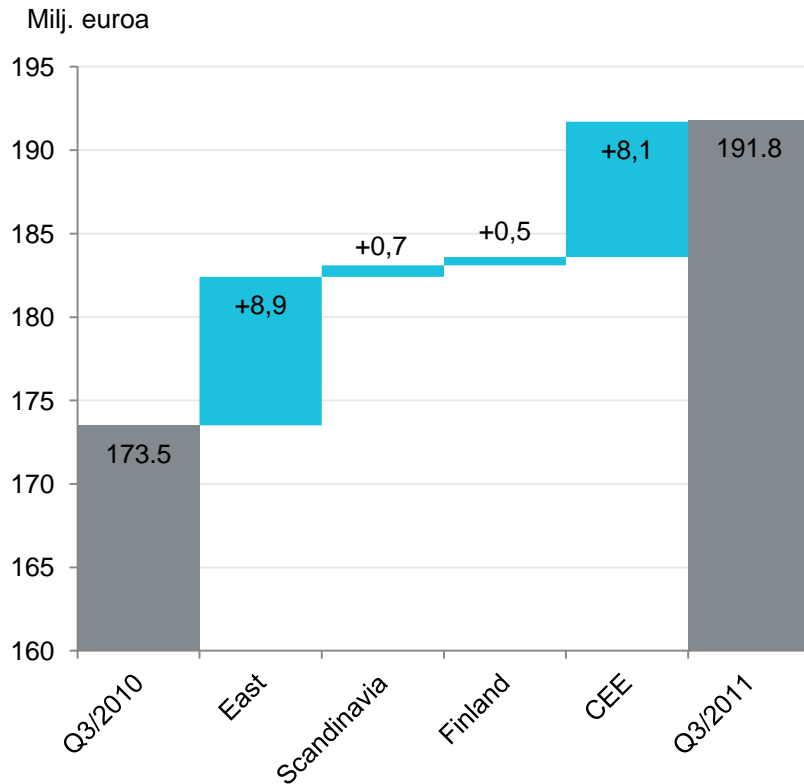
100 milj. euron yritystodistusohjelma (1-364p)

Uusi lainajärjestely, Tikkurila laskee liikkeelle, vakuudeton

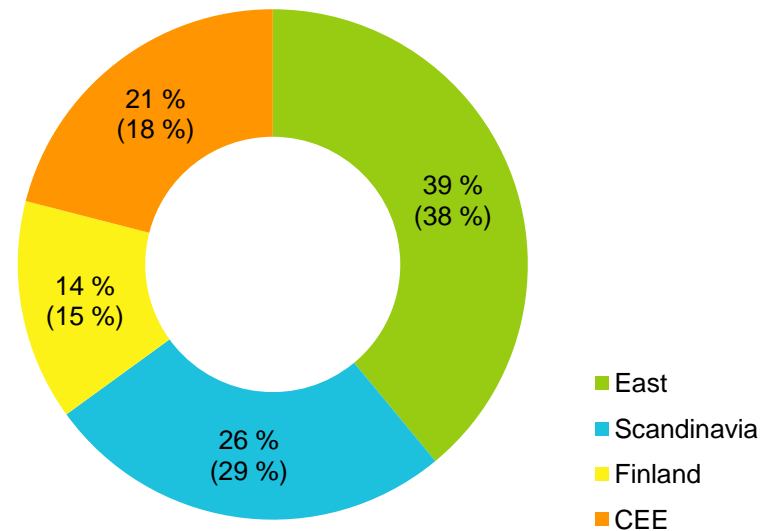
Toimii myös back-up-limiittinä

# Liikevaihto segmenteittäin Q3/2010 vs. Q3/2011

## Liikevaihdon kehitys segmenteittäin



## Liikevaihdon jakauma segmenteittäin



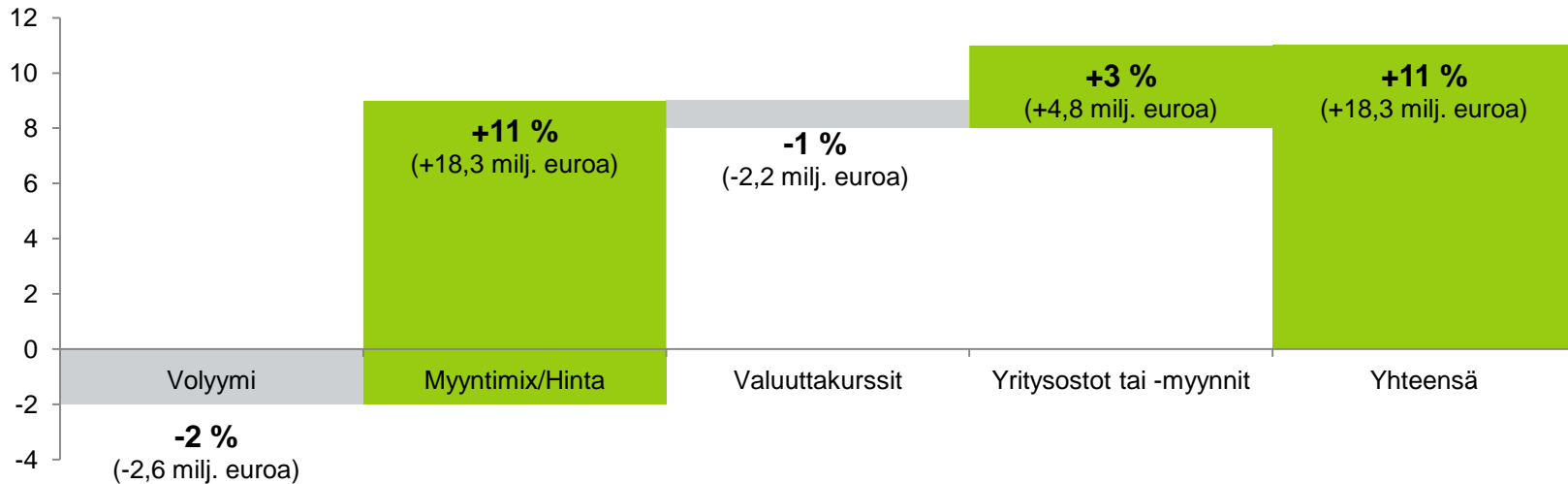
Kauppa- ja rakennusmaalien osuus liikevaihdosta oli 85 % vuoden 2010 ja 2011 kolmannella neljänneksellä.

# Liikevaihdon kehitys

Milj. euroa	7-9/2011	7-9/2010	Muutos-%	2010
Liikevaihto	191,8	173,5	10,5 %	588,6

## Konsernin liikevaihdon kehitys Q3/2010 vs. Q3/2011

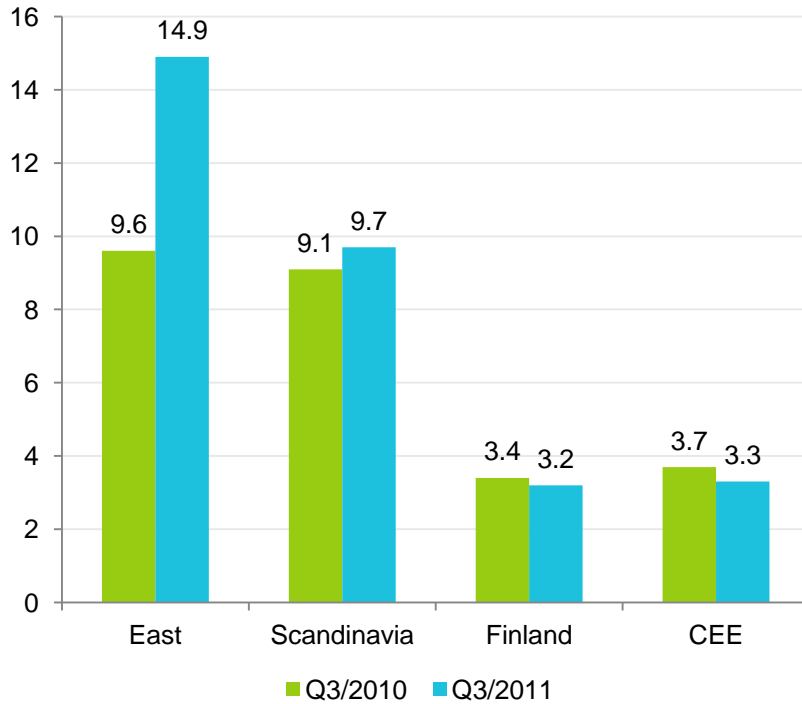
Lisäys/vähennys, %



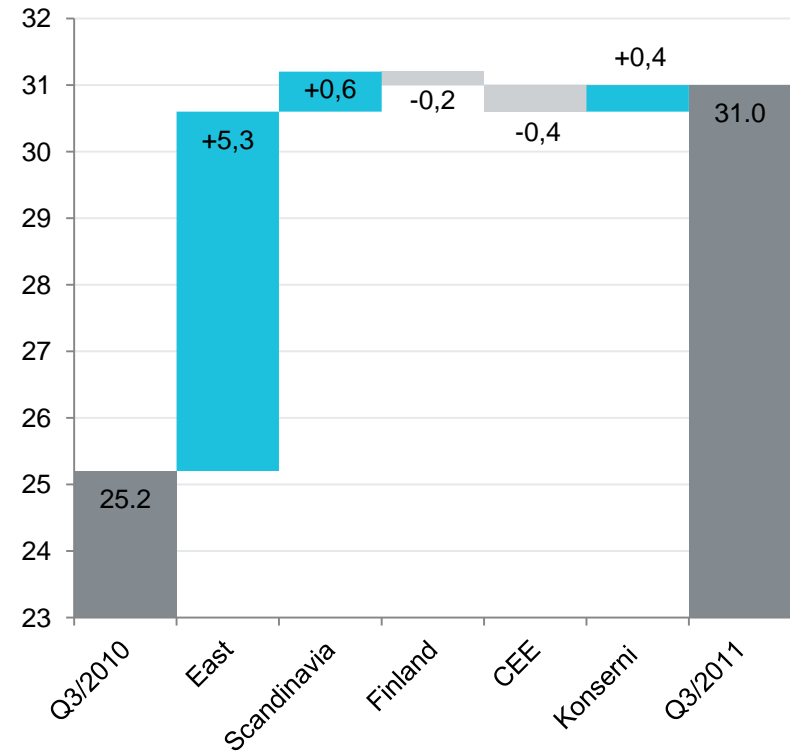
Yllä olevan kuvaajan luvut on pyöristetty itsenäisesti yhteen desimaaliin, mikä pitää ottaa huomioon yhteissummia laskettaessa.

# Liikevoiton\* kehitys segmenteittäin (SBU) Q3/2010 vs. Q3/2011

Milj. euroa



Milj. euroa



\* Ilman kertaluonteisia eriä

# Brändit ja markkinointi



## Tikkurilan ammattilaispalvelut

- Entistä laajempi ja kohdistetumpi palvelu maalausurakoitsijoille, rakennuttajille ja suunnittelijoille



## Tikkurilan trendivärit 2012–2013

- Viiden kokonaisuuden kokoelman innoittajana yksinkertainen elämä, kiireettömyys ja itse tekeminen



## Tikkurilalle Joutsenmerkkejä

- Joker- ja Remontti-Ässä-maalille myönnetty Joutsenmerkit
- Skandinaviassa Tikkurilalla on jo yli 100 ympäristömerkittyä tuotetta

# Segmenttien katsauskausi

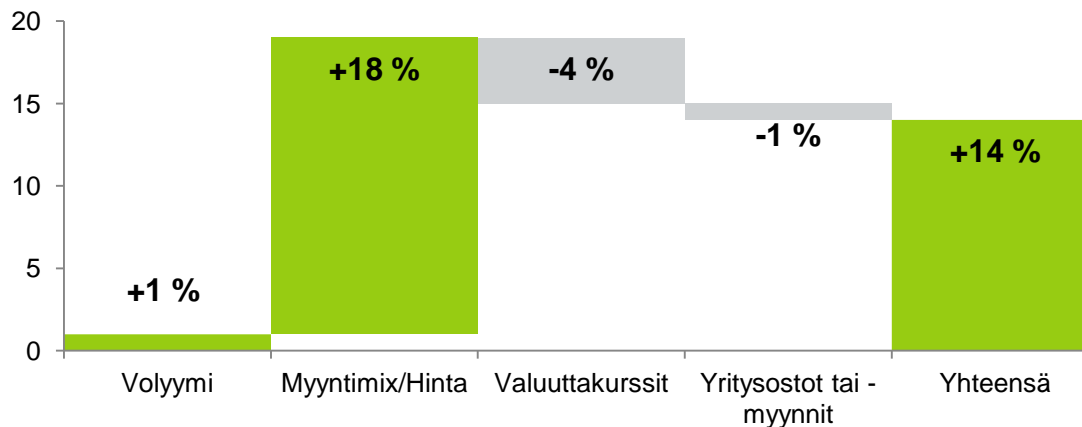


# SBU East Q3/2011

Milj. euroa	7-9/2011	7-9/2010	Muutos-%	1-9/2011	1-9/2010	Muutos-%	2010
Liikevaihto	<b>74,6</b>	65,7	13,7 %	<b>181,0</b>	158,4	14,3 %	194,5
Liikevoitto (EBIT)*	<b>14,9</b>	9,6	55,3 %	<b>23,6</b>	20,8	13,9 %	22,7
Liikevoitto (EBIT)*, %	<b>20,0 %</b>	14,6 %		<b>13,1 %</b>	13,1 %		11,6 %

## Liikevaihdon kehitys Q3/2011 vs. Q3/2010

Lisäys/vähennys, %



## Keskeistä Q3/2011

- Parantuneen kannattavuuden taustalla erityisesti Tikkurilan hyvä hinnoitteluvoima Venäjällä
- Rupla heikentynyt syksyllä

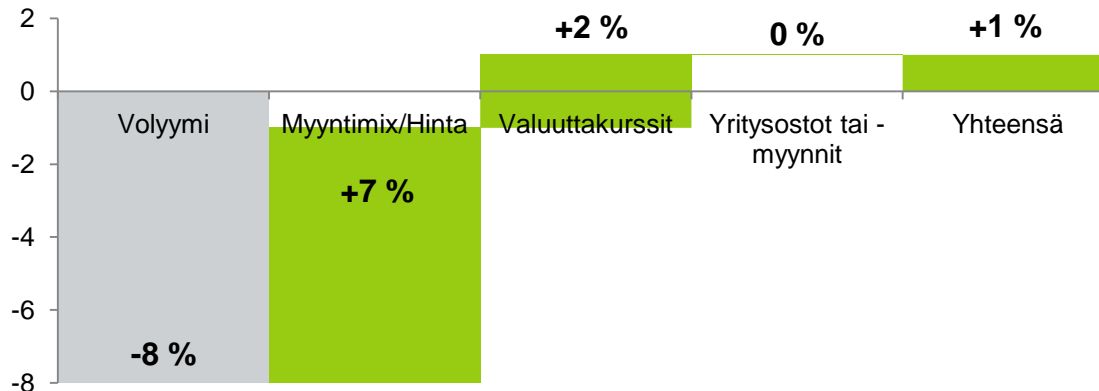
\* Ilman kertaluonteisia eriä

# SBU Scandinavia Q3/2011

Milj. euroa	7-9/2011	7-9/2010	Muutos-%	1-9/2011	1-9/2010	Muutos-%	2010
Liikevaihto	<b>50,5</b>	49,8	1,4 %	<b>154,0</b>	143,3	7,5 %	181,8
Liikevoitto (EBIT)*	<b>9,7</b>	9,1	6,4 %	<b>24,7</b>	20,3	21,3 %	21,3
Liikevoitto (EBIT)*, %	<b>19,2 %</b>	18,3 %		<b>16,0 %</b>	14,2 %		11,7 %

## Liikevaihdon kehitys Q3/2011 vs. Q3/2010

Lisäys/vähennys, %



\* Ilman kertaluonteisia eriä

## Keskeistä Q3/2011

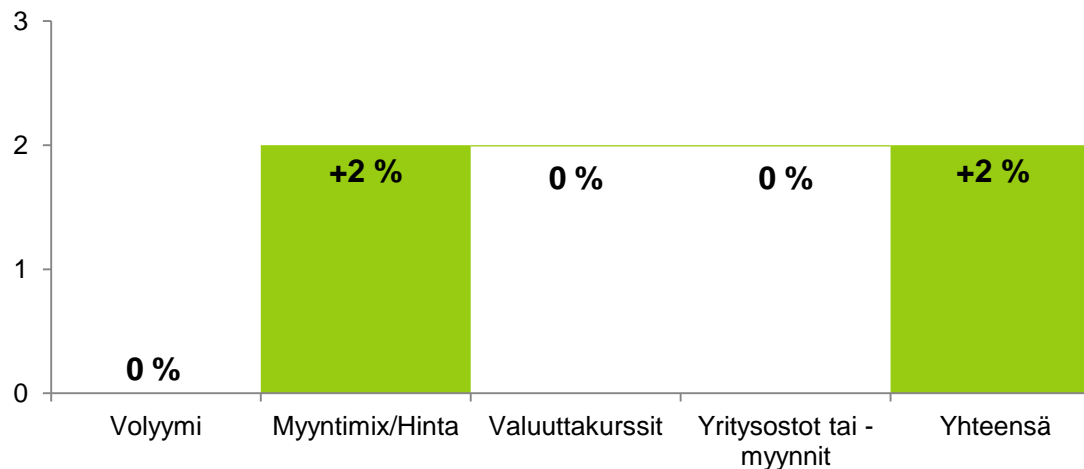
- Talouden epävarmuus ja luottamuksen lasku heijastuivat Tikkurilan tuotteiden kysyntään
- Parantuneen kannattavuuden taustalla myyntihintojen korotukset ja kiinteiden kulujen karsinta

# SBU Finland Q3/2011

Milj. euroa	7–9/2011	7–9/2010	Muutos-%	1–9/2011	1–9/2010	Muutos-%	2010
Liikevaihto	<b>27,0</b>	26,5	1,8 %	<b>91,5</b>	90,2	1,4 %	107,2
Liikevoitto (EBIT)*	<b>3,2</b>	3,4	-5,5 %	<b>12,6</b>	16,1	-21,5 %	13,6
Liikevoitto (EBIT)*, %	<b>11,9 %</b>	12,9 %		<b>13,8 %</b>	17,9 %		12,7 %

## Liikevaihdon kehitys Q3/2011 vs. Q3/2010

Lisäys/vähennys, %



\* Ilman kertaluonteisia eriä

## Keskeistä Q3/2011

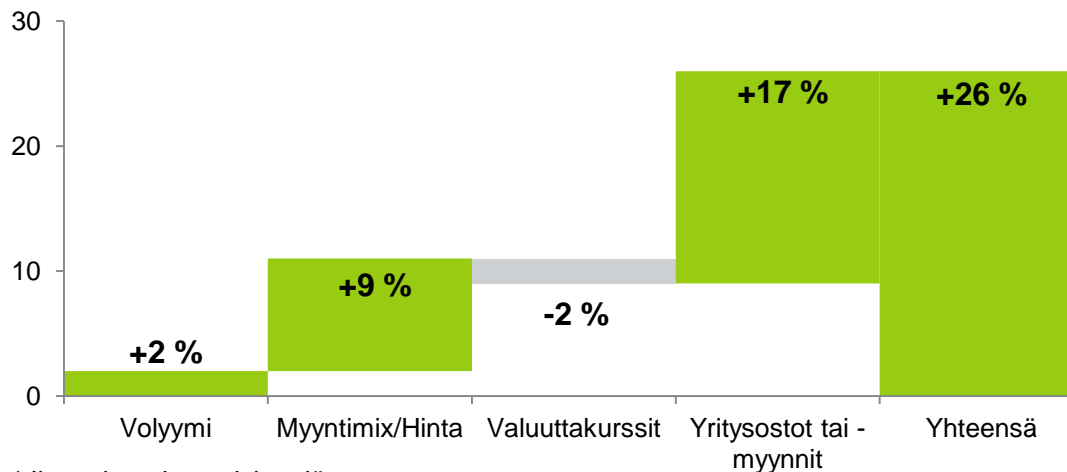
- Myyntihintojen korotukset eivät ole täysin riittäneet kattamaan kohonneita raaka-ainekustannuksia
- Myyntihintoihin lisäkorotus lokakuun alusta

# SBU Central Eastern Europe Q3/2011

Milj. euroa	7-9/2011	7-9/2010	Muutos-%	1-9/2011	1-9/2010	Muutos-%	2010
Liikevaihto	<b>39,7</b>	31,6	25,7 %	<b>98,1</b>	83,5	17,5 %	105,2
Liikevoitto (EBIT)*	<b>3,3</b>	3,7	-10,1 %	<b>5,9</b>	6,3	-6,1 %	4,8
Liikevoitto (EBIT)*, %	<b>8,4 %</b>	11,8 %		<b>6,0 %</b>	7,5 %		4,6 %

## Liikevaihdon kehitys Q3/2011 vs. Q3/2010

Lisäys/vähennys, %



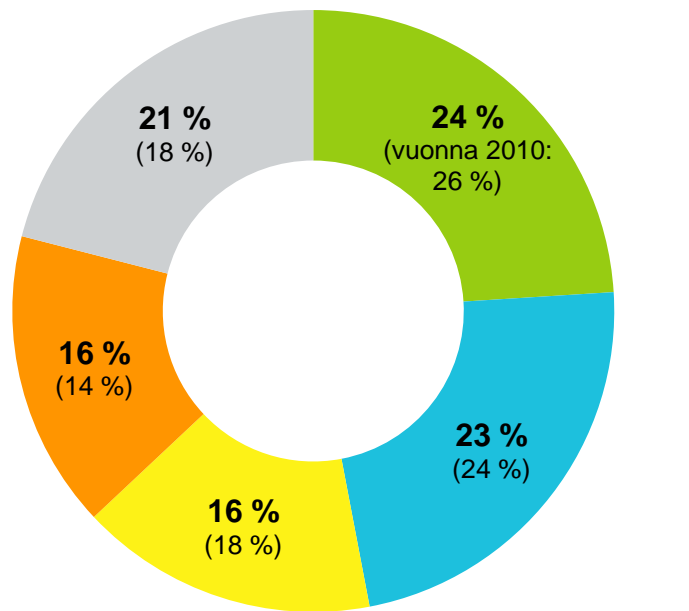
\* Ilman kertaluonteisia eriä

## Keskeistä Q3/2011

- Tikkurila Zorka yhdistelty konsernin tilinpäätökseen heinäkuun alusta lähtien
- Kannattavuutta rasitti kohonnut kustannustaso
- Myyntihintojen korotuksia jatketaan

# Tikkurilan markkinaosuus vahvistui Puolassa

Volyyimääräiset markkinaosuudet Puolassa 2011\*



■ PPG Deco ■ AKZO ■ ŚNIEŻKA ■ TIKKURILA ■ MUUT

\*Kauppa- ja rakennusmaalit  
Lähde: IBP Research, syyskuu 2011

Tikkurilalle tunnustusta Puolassa

- Rautakauppa- ja rakennusmaali Leroy Merlin palkitsi Tikkurila Polskan ainoana maaliyhtiönä syyskuussa 2011 luokassa "Vuoden 2010 tehokkaimmat uudet tuotteet"
- Arviointiperusteina hyvä yritysimage ja uusien tuotteiden myyntivolyymit



**TIKKURILA**

# 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

## SBU CEE:n päämarkkinat





# Strategia

# Tikkurilan täsmennetty strategia

Tikkurilan strategisena tavoitteena on olla maantieteellisellä toiminta-alueellaan johtava **kuluttajille** ja **ammattilaisille** suunnattujen maaliin liittyvien **ratkaisujen** tarjoaja.

Konserni pyrkii sopivaan **tasapainoon** kypsien markkinoiden ja kasvavien markkinoiden välillä. Tikkurila tulee edelleen kehittämään liiketoimintojansa **fokusoituneemmalla lähestymistavalla** ja **lisäämällä ketteryyttä** kaikissa toiminnoissa, jotta ulkoisten olosuhteiden dynaamisiin muutoksiin voidaan sopeutua. **Kannattava kasvu** ja **paraneva sidotun pääoman tuotto** ovat jatkossakin keskeiset keskipitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet.

# Strategian peruspilarit

## Kasvu

- Vähintään markkinoiden keskimääräisen kasvuvauhdin mukaisesti
- Painopiste orgaanisessa kasvussa
- Toiminnan laajentaminen palveluliiketoimintaan
- Uusien jakelumallien arviointi
- Arvoketjussa eteenpäin integroituminen tietyillä alueilla

## Tehokkuus

- Monimutkaisuuden ja päällekkäisyyksien poistaminen
- Kustannusten huolellinen hallinta
- Raaka-ainepohjien, pakkausratkaisujen ja tuotantomenetelmien harmonisointi
- Tuotannon ja jakeluketjun optimointi

## Priorisointi

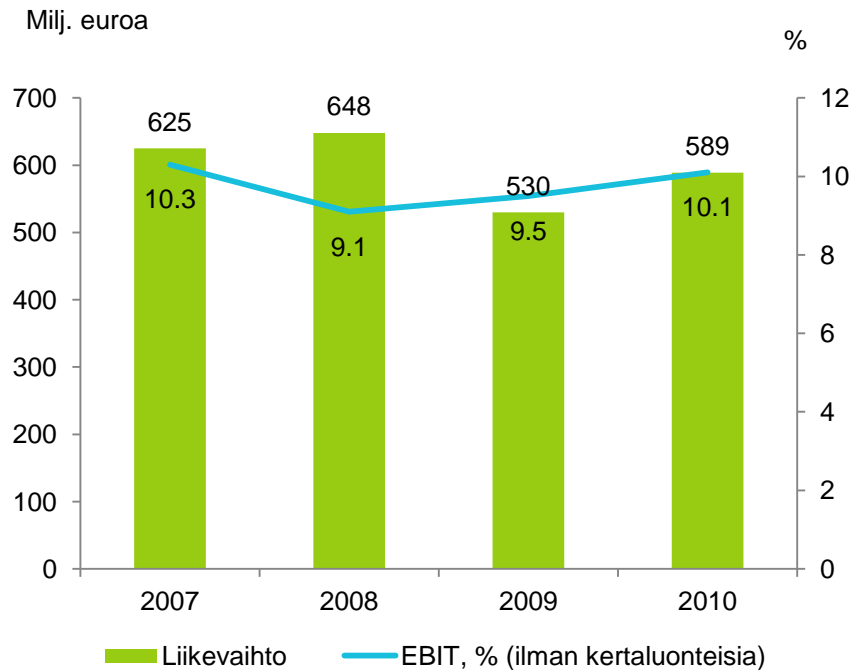
- Nykyisen tuoteportfolion, markkinasegmenttien ja tiettyjen maantieteellisten alueiden kriittinen arviointi
- Resurssien nopeampi allokointi ja voimavarojen dynaamisempi kohdentaminen
- Organisaatiorakenteen muokkaaminen tukemaan paremmin liiketoimintaa ja asiakastarpeita

# 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. Tikkurila arvioi liikevoittoprosentin säilyvän vuoden 2010 tasolla siitä huolimatta, että aiemmin arvioitu Tikkurilan toiminta-alueen talouksien kasvun asteittainen vahvistuminen näyttäisi jäävän toteutumatta monilla markkinoilla loppuvuoden aikana.**

Kannattavuuden ja kilpailukyvyn parantamiseksi Tikkurila jatkaa myyntihintojen korotuksia sekä tehostaa toimintaansa ja alentaa kustannuksiansa.



# Liitteet

# Tikkurilan liiketoimintayksiköt (SBU:t)

	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	Nykvarn, Ruotsi	Tallinna, Viro Ansbach, Saksa Debica, Puola Sabac, Serbia
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 <sup>2</sup> , Becker Acroma <sup>2</sup>	Akzo Nobel, Flügger, Jotun, Becker Acroma, Teknos	Akzo Nobel, PPG, useita paikallisia ja alueellisia kilpailijoita
Jakelukanavat	<b>Deco:</b> rakennustarvikeliikkeet, itsenäiset maalikauppiat, tukkukauppiat <b>Industry:</b> suoramyynti, Temaspeed	<b>Deco:</b> rakennustarvikeliikkeet, itsenäiset maalikauppiat <b>Industry:</b> suoramyynti, Temaspeed	<b>Deco:</b> rakennustarvikeliikkeet, Alcron myymälät <sup>1</sup> , Happy Homes -ketju <sup>1</sup> , Colorama-kauppaketju <sup>1</sup> <b>Industry:</b> suoramyynti, Temaspeed	<b>Deco:</b> rakennustarvikeliikkeet, itsenäiset maalikauppiat <b>Industry:</b> 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 <sup>1)</sup>	22,7 milj. euroa, 36 % koko konsernista <sup>2)</sup>
Henkilöstö	1 508 (vuoden lopussa)
Tuotantopaikat	3 Pietarissa ja 1 Stary Oskolissa Venäjällä, 1 Kiovassa Ukrainassa
Myyntitoimistot	Venäjä, Ukraina, Valko-Venäjä, Kazakstan

## 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

## Toimipaikat



1) Ilman kertaluonteisia erä

2) Ilman konsernierä

# Tikkurila Venäjällä

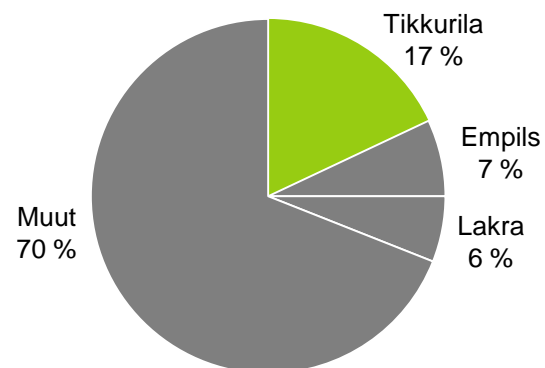
## Yleistä

- Tikkurila Venäjän johtava kaupp- ja rakennusmaalien toimittaja
  - Tikkurilan tuotteita myydään yli 5 000 vähittäismyymälässä
- Tuotevalikoimaan kuuluvat kaupp- 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



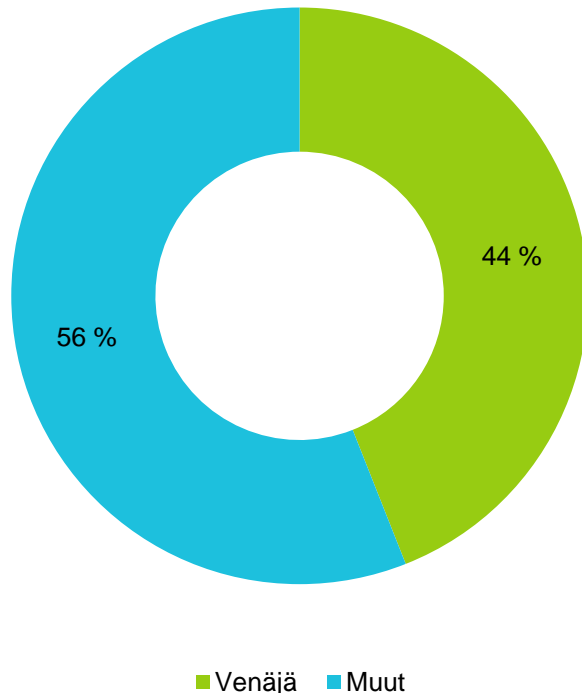
## Markkinajohtaja kaupp- ja rakennusmaaleissa 2010\*



\* Chem-Courier

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

## Tikkurilan tuotantokapasiteetti



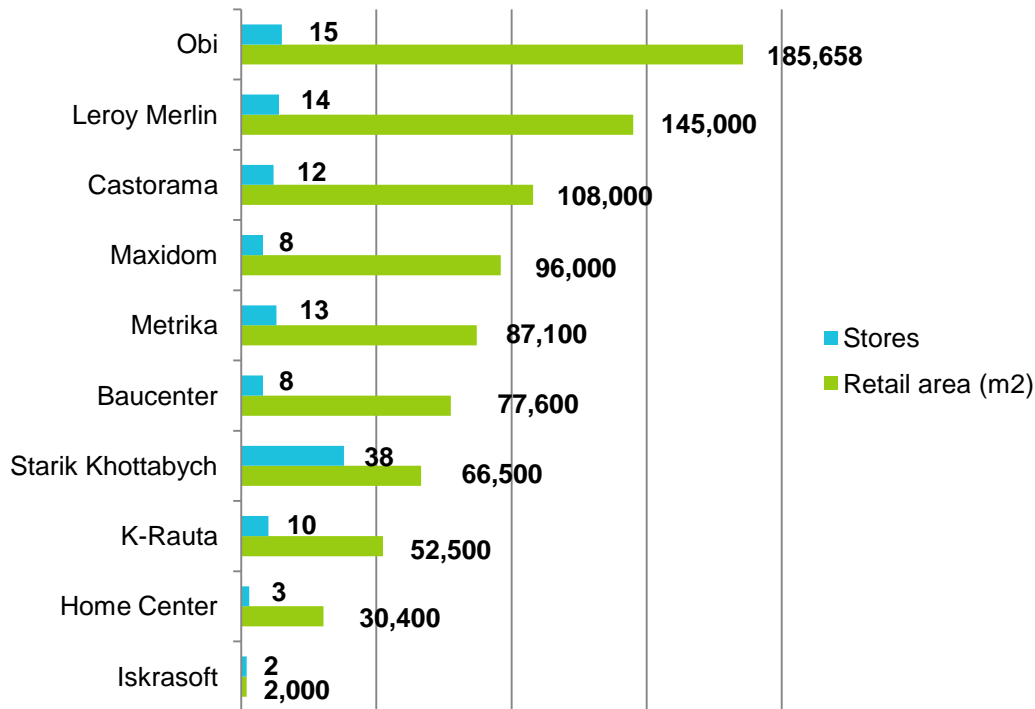
## Tuotanto ja raaka-aineet

- Tuotantoa 8 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 <sup>1)</sup>	21,3 milj. euroa, 34 % koko konsernista <sup>2)</sup>
Henkilöstö	466 (vuoden lopussa)
Tuotantopaikat	Nykvarn, Ruotsi
Myyntitoimistot	Ruotsi, Norja, Tanska

## Toimipaikat



## Kehitys SBU Scandinavian alueella

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

1) Ilman kertaluontoisia eriä

2) Ilman konsernierä

# SBU Finland lyhyesti

## Avaintietoja

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

## Toimipaikat



1) Ilman kertaluontoisia eriä

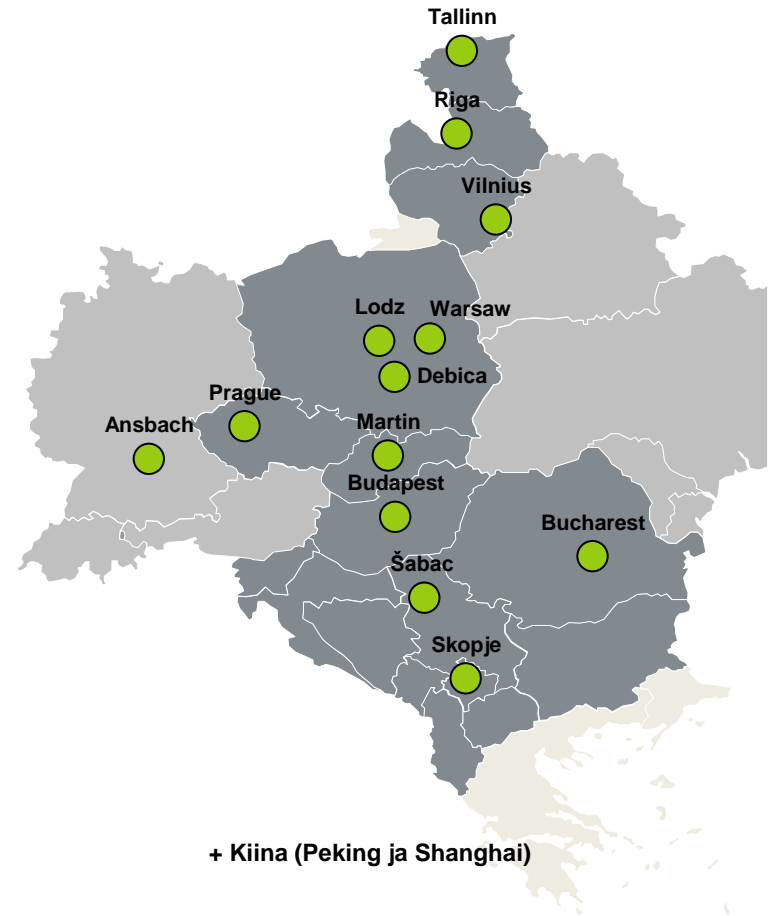
2) Ilman konsernierää

# SBU CEE lyhyesti

Avaintietoja	
Toiminta-alue	Albania, Bosnia-Hertsegovina, Bulgaria, Kroatia, Tshekin 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 <sup>1)</sup>	4,8 milj. euroa, 8 % koko konsernista <sup>2)</sup>
Henkilöstö	741 (vuoden lopussa)
Tuotantopaikat	Tallinna, Viro, Ansbach, Saksa, Debica, Puola, Sabac, Serbia
Myyntitoimistot	Tshekin 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 osti Prahassa Tsekin tasavallassa
- 2007** Kiinaan Pekingiin perustettiin myyntiyhtiö
- 2008** Myyntiyhtiöt Shanghaihin Kiinaan, Bukarestiin Romaniaan ja Martiniin Slovakiaan
- 2010** Serbialaisen Zorka Colorin liiketoiminnan osti

## Toimipaikat



+ Kiina (Peking ja Shanghai)

1) Ilman kertaluontoisia eriä  
2) Ilman konsernierää

# Sijoittaja- ja mediakontaktit



**Erkki Järvinen**  
Toimitusjohtaja



**Jukka Havia**  
CFO



**Susanna Aaltonen**  
GVP, Communications & IR  
[susanna.aaltonen@tikkurila.com](mailto:susanna.aaltonen@tikkurila.com)  
Puh. (09) 8577 2488, matkapuh. 040 593 4221



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 large yellow splash at the top right, a small green splash at the top right, a large yellow splash on the left side, a small green splash at the bottom center, and a large red splash at the bottom left.

TIKKURILA INSPIRES YOU  
TO COLOR YOUR LIFE.™

TIKKURILA