



Tulikivi Oyj

Yhtiökokous 16.4.2013

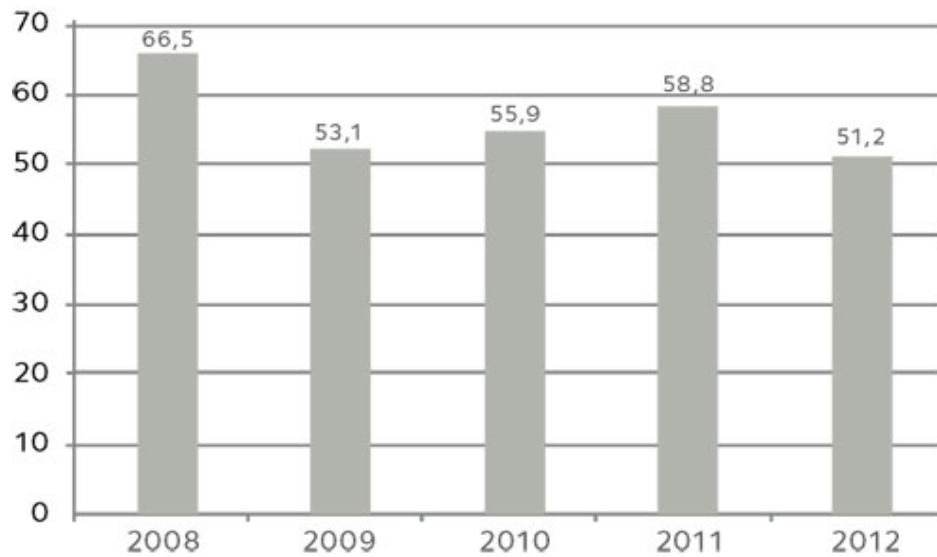
Tilinpäätös 2012



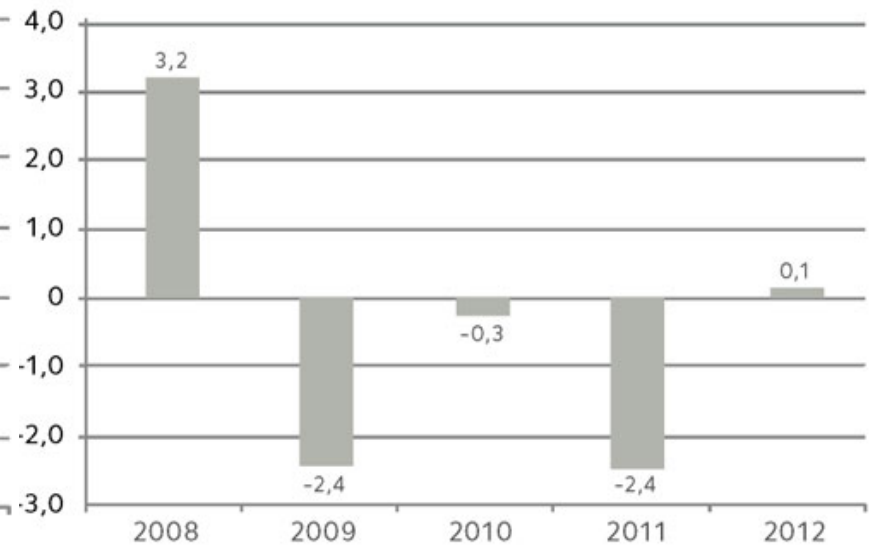
TILINPÄÄTÖS 01-12/2012

- Tulikivi-konsernin liikevaihto neljännellä vuosineljänneksellä oli 14,2 Me (15,5 Me 10-12/2011), liiketulos 0,5 (-1,0) Me ja tulos ennen veroja 0,3 (-1,2) Me. Vertailukauden tulosta rasitti toimintojen sopeuttamiseen liittyvä 1,0 miljoonan euron uudelleenjärjestelyvaraus.
- Liikevaihto vuonna 2012 oli 51,2 Me (58,8 Me v.2011), liiketulos 0,1 (-2,4) Me ja tulos ennen veroja -0,8 (-3,1) Me. Vertailukauden tulosta rasittivat toimintojen keskittämisestä ja sopeuttamisesta johtuneet 1,6 miljoonan euron suuruiset kertaluonteiset kulut. Osakekohtainen tulos oli -0,02 (-0,07) euroa.
- Tilauskanta oli tilikauden päättyessä 4,6 (5,7) Me.
- Liiketoiminnan rahavirta ennen investointeja oli 0,1 (1,4) Me.
- Konsernin omavaraisuusaste oli tilikauden päättyessä 35,2% (33,3)
- Hallitus esittää yhtiökokoukselle, että osinkoa ei jaeta.

Liikevaihdon kehitys, Me



Liiketulos, Me



TILINPÄÄTÖS 01-12/2012

- Tulevaisuuden näkymät: Tulikivi-tuotteiden menekki on riippuvainen kuluttajaluottamuksen kehityksestä. Vuoden 2013 liikevaihdon ei ennakoida kasvavan merkittävästi vuoteen 2012 verrattuna. Toiminnan tehostamisen myötä liikevoiton arvioidaan paranevan.



Konsernituloslaskelman yhteenveto

Me	1-12/ 2012	1-12/ 2011	Muutos, %
Liikevaihto	51,2	58,8	-12,9
Liiketulos	0,1	-2,4	104,2
Prosenttia liikevaihdosta	0,2	-4,1	
Tulos ennen veroja	-0,8	-3,1	74,2
Prosenttia liikevaihdosta	-1,6	-5,3	
Katsauskauden laaja tulos yht.	-0,6	-2,4	42,9

Tunnusluvut

	12/2012	12/2011
Tilaukanta (31.12), Me	4,6	5,7
Bruttoinvestoinnit, Me	2,7	4,9
Bruttoinvestoinnit/liikevaihto, %	5,3	8,3
Henkilöstö keskimäärin	351	427
Osakekohtainen tulos, -	-0,02	-0,07
Osakekohtainen oma pääoma, -	0,49	0,51
Omavaraisuusaste, %	35,2	33,3
Gearing, %	112,9	96,5
Current ratio	1,7	1,5
Osakkeiden lukumäärä keskimäärin	37019770	37019770
Osakkeiden lukumäärä 31.12.	37019770	37019770

Konsernitase

Me	12/2012	12/2011
Varat		
Pitkäaikaiset varat yhteensä	31,9	33,6
Lyhytaikaiset varat yhteensä	19,8	23,0
Varat yhteensä	51,7	56,6
Oma pääoma ja velat		
Oma pääoma yhteensä	18,2	18,8
Pitkäaikaiset velat yhteensä	21,9	21,9
Lyhytaikaiset velat yhteensä	11,6	15,9
Oma pääoma ja velat yhteensä	51,7	56,6



Konsernin rahavirtalaskelma

Me	01-12/2012	01-12/2011
Liiketoiminnan rahavirrat		
Katsauskauden tulos	-0,6	-2,4
Oikaisut:		
Liiketoimet, joihin ei liity maksutapahtumia	3,8	3,5
Korkokulut ja -tuotot ja verot	0,7	0,1
Käyttöpääoman muutos	-3,0	-1,2
Maksetut ja saadut korot ja maksetut verot	-0,8	-0,9
Liiketoiminnan nettorahavirta	0,1	1,4
Investointien rahavirrat		
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin	-2,9	-4,7
Investointeihin saadut avustukset ja hyödykkeiden myynti	0,6	1,1
Investointien nettorahavirta	-2,3	-3,6



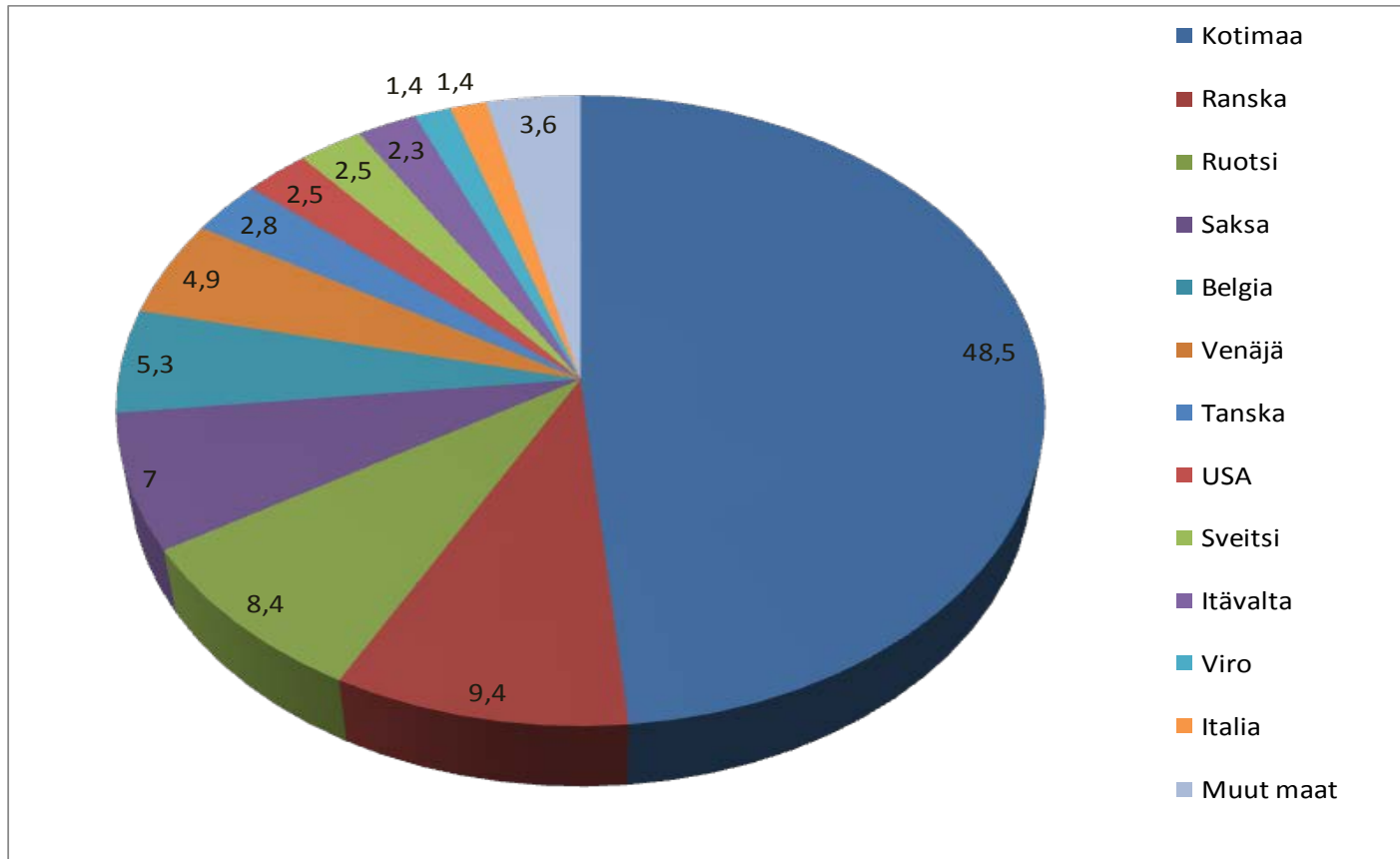
Konsernin rahavirtalaskelma

Me	01-12/2012	01-12/2011
Rahoituksen rahavirrat		
Lainojen nostot	4,1	5,5
Lainojen takaisinmaksut	-5,3	-5,9
Voitonjako ja omat osakkeet	0,0	0,9
Rahoituksen nettorahavirta	-1,2	-1,3
 Rahavarojen muutos	 -3,4	 -3,4
 Rahavarat tilikauden alussa	 6,8	 10,2
Rahavarat tilikauden lopussa	3,3	6,8



Liiketoiminta-alueet

Liikevaihto maittain %



Muut maat: Norja, Latvia, Liettua, Unkari, Slovakia, Hollanti, Slovenia, Tsekki, Ukraina, Puola, Japani

Haasteellinen markkinatilanne

- Tulisijamarkkinat olleet taantumassa huippuvuoden 2006 jälkeen
- Vuoden 2008 talouskriisi vaikuttanut rakentamiseen merkittävästi ja siten tulisijojen kysyntään
- Euroopan tulisijamarkkinat pl. Ranska ovat kehittyneet vaatimattomasti
- Kilpailijat tehostaneet tuotantoaan siirtämällä sen uusiin EU-maihin

Tulisijavienti 2012

- Liikevaihdon kehitys + 2%
- Keski-Euroopan kysyntä stabiili kuluttajien epävarmuudesta huolimatta
- Uudet vientimaat tukivat positiivista kehitystä
- Tulisijamarkkinat Ruotsissa voimakkaassa laskussa – 30 %
- Myynti kasvoi USA:ssa ja Venäjällä
- Uusina avauksina mm. Iso-Britannia



Ranska

- Liikevaihto laski 4 prosenttia
- Verotukea alennettu vaihteittain viime vuosina
- Vuodelle 2013 poistettiin tuki uudisrakennuksilta, saneerauskohteille yhä tuki 15 %:ia tai 26 %:ia
- Maahantuoja jatkaneet jakeluverkon vahvistamista, mikä on turvannut myyntiä



Venäjä / ООО Туликиви

- Myynti kasvoi Venäjällä 12 prosenttia
- Jakelu laajentunut Moskovan ja Pietarin ulkopuolelle
- Noin 20 aktiivista jakelijaa, jotka ovat systemaattisen ohjauksen piirissä
- Myös sauna- ja sisustuskivijakelu saman organisaation toimesta

19.04.2013



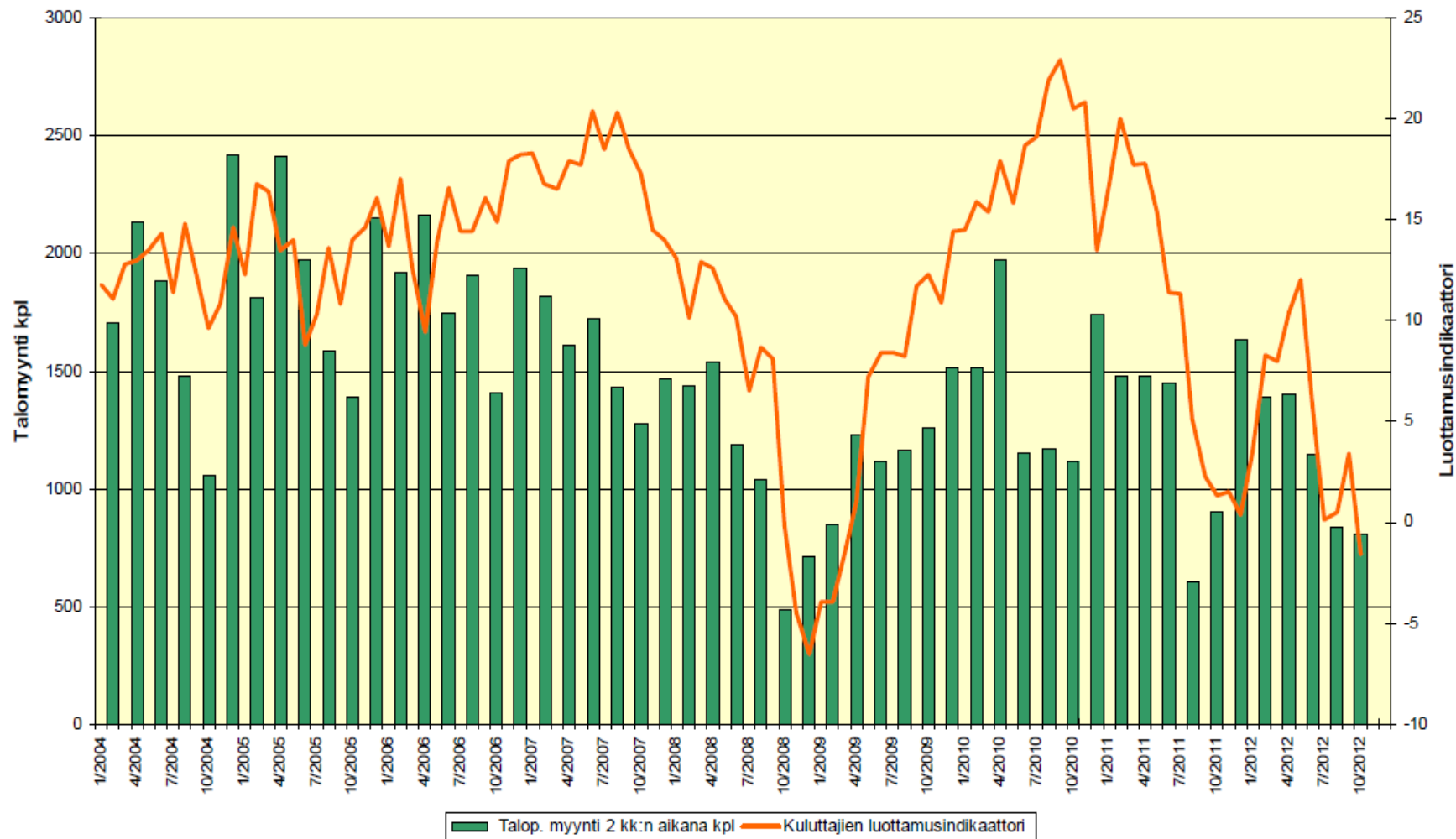
Venäjä

- Takoissa lämmitysominaisuuksilla merkitystä kaasuverkon ulkopuolella
- Design ja viihtyisyyskysymykset korostuvat ruuanlaiton ohella
- Vuolukivi kiinnostaa kiuasmateriaalina ja kylpyhuone materiaalina
- Sauna- ja sisustuskivien jakelu saunatukkureiden kautta



Kotimaan tulisijamarkkinat

Kuluttajien luottamusindikaattori ja talopakettimyynti



Haasteellinen markkinatilanne

- Omakotitalojen ja vapaa-ajanasuntojen rakennusluvut on vähentynyt vuodesta 2006–2012 37,5 %:ia (RTS Oy 2012)
- Kokonaismarkkina tulisijoissa pudonnut 70,000 kpl:stä hieman alle 50,000 kappaleeseen
- Sisustustrendit eivät suosi vuolukiveä Suomessa
- Lämpösaneerauksessa kilpailu muiden lämmitysmuotojen kuten aurinkopaneelien maa- ja ilmalämpöpumppu on kasvanut selvästi



Suomen markkinaosuudesta (RTS 2012)

- Tulikiven markkinaosuus asuntokorjaamisessa (60 % markkinasta) on kasvanut 2010–2012 23%:sta 31 %:iin prosenttiin
- Uudisrakentajissa (40 % markkinasta) on ollut viime vuodet 21–22%
- Lisää markkinaosuutta haetaan lisää Green-tuotteilla ja valmisuuneilla taloteollisuudesta

Tulisijamarkkinat tulisijatyypeittäin

TULISIJAMARKKINAT TULISIJATYYPEITTÄIN 2012, 1 000 KPL

	OMAKOTI- UUDIS	OMAKOTI- KORJAUS	LOMAUUDIS + KORJAUS	MUUT	YHTEENSÄ
Avotakat	0,3	0,5	0,7	0,9	2,4
Varaavat takat	9,1	8,7	4,9	5,2	27,9
Kaminat ja kevyttulisijat	0,8	2,0	1,8	0,1	4,6
Erilliset leivinuunit	1,3	1,7	0,4	0,1	3,5
Puuliedet	1,1	2,5	1,5	0,5	5,6
Yhteensä	12,5	15,3	9,4	6,9	44,1

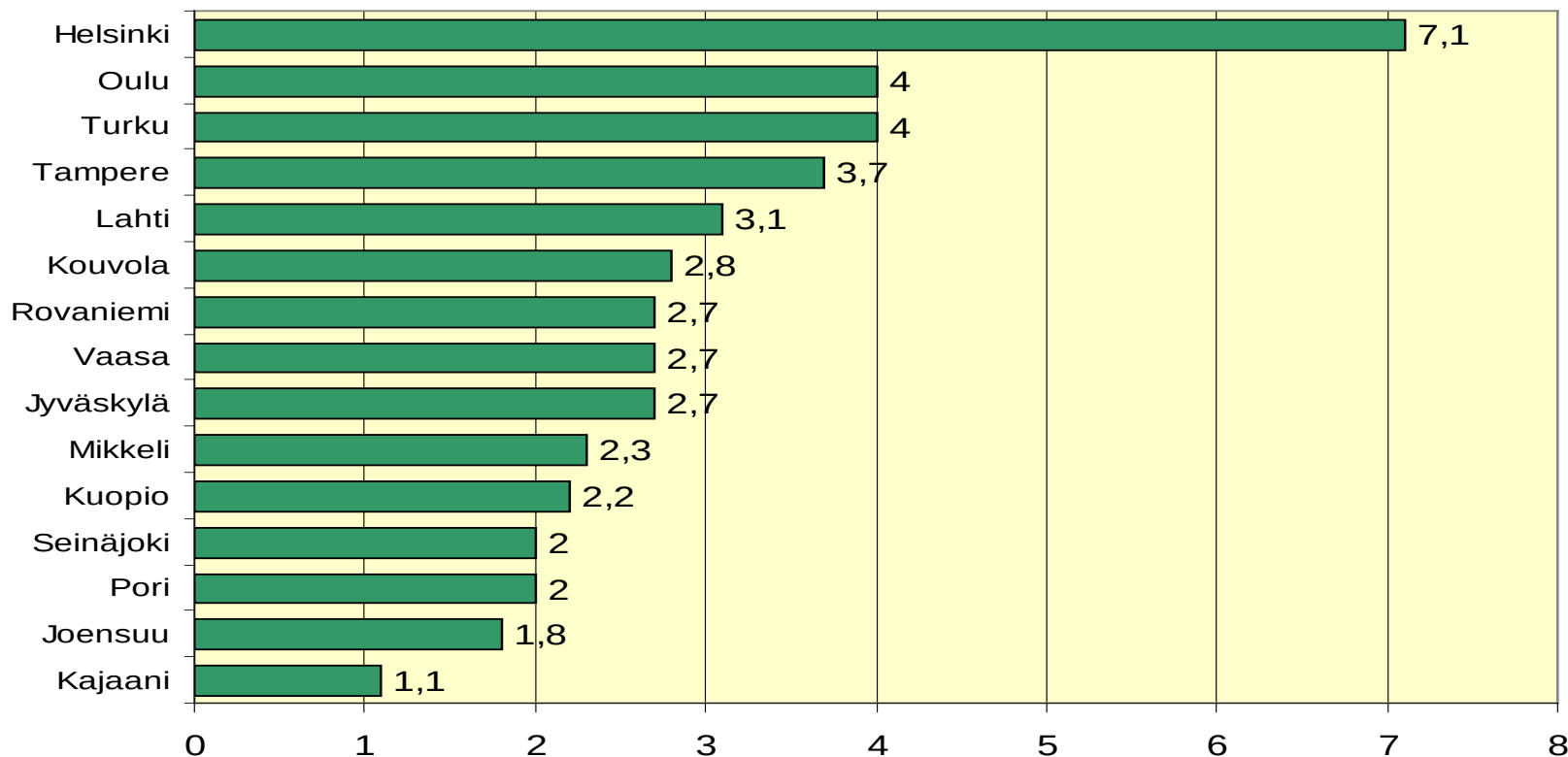
Tulisijamarkkinat pintamateriaaleittain

TULISIJAMARKKINAT PINTAMATERIAALEITTAIN* 2012,
1 000 KPL

	OMAKOTI- UUDIS	OMAKOTI- KORJAUS	LOMAUUDIS + KORJAUS	MUUT	YHTEENSÄ
Puhtaaksi muurattu tiili	1,5	2,3	1,3	0,8	5,9
Rapattu pinta	5,3	3,6	1,4	1,5	11,8
Keraaminen	3,3	3,2	1,0	1,8	9,3
Vuolukivi	1,4	2,5	1,7	1,0	6,6
Muu kivi	0,5	1,1	0,5	0,3	2,4
Metalli	0,5	2,6	3,5	1,5	8,1
Yhteensä	12,5	15,3	9,4	6,9	44,1

Tulisijamarkkinat elinkeinoalueittain

Tulisijamarkkinat elinkeinoalueittain 2012
(yhteensä 44,1 tuhatta kpl)



Tulisijojen säädöskehitys



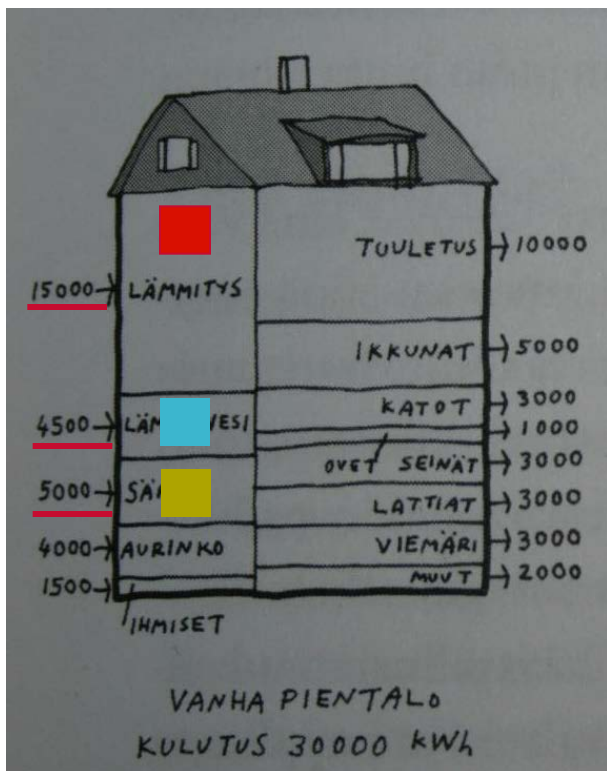
Säätelynormiston kehitys

- Saksassa BimSchV 2:n 2015 $> 40 \text{ mg/m}^3$
- Lisäksi EU:n Ekodesign-direktiivin määräykset tulossa voimaan vuonna 2015/2016
- Suomessa CE-merkintä voimaan 1.7.2013 EU:n rakennustuoteasetuksen myötä
- Energiatehokkuusmääräykset muuttuvat EU:ssa, tosin maakohtaisesti tulkintaa paljon

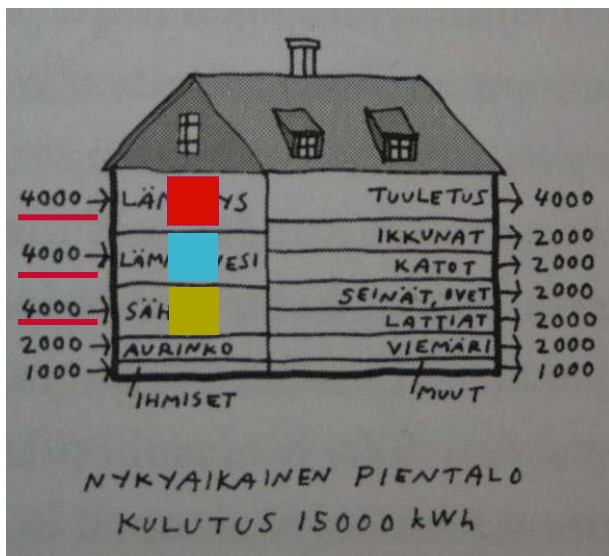
Energian kulutus pientalossa

Minne energia kuluu 150 m² omakotitalossa?

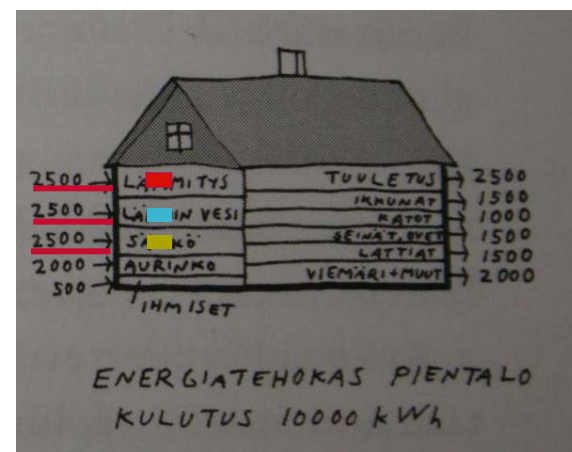
-1980



1990 - 2000



2010-



- Pienempi mitoitettu lämmitysteho
- • Huoneisto helposti yllämmittyy kamiinalla tai perinteisellä isolla varaavalla tulisijalla

Tulisijaliiketoiminnan kasvattaminen ja kannattavuuden parantaminen



Tulisijaliiketoiminnan strategiset tavoitteet

- Koko malliston uudistaminen asiakaslähtöisesti
- Haluttavuuden lisääminen
 - Hiisi muotoilu
 - Tulikivi Figure
 - Tulikivi Color
- Tuotekustannusten alentaminen
 - Modulaarisuus
 - Tuotekohtaiset volyymit
- Tekniset ominaisuudet
 - Vuolukivi
 - Tulikivi Green W10, P10
- Uudet markkina-alueet
 - Taloteollisuus
 - Venäjä, Iso-Britannia, Norja, Itä-Eurooppa



Hiisi modulaarisuus



Hiisi-ulkokuori:

- Vuolukivi
- Tulikivi-Figure valukivi
- Tulikivi-Color pinnoite vuolukivelle ja valukivelle
- Muut pintamateriaalivaihtoehdot

Hiisi modulaarisuus



Hiisi-tulipesä:

- Kaikissa tuotteissa on nyt sama tulipesä
- Klapi ja pelletti polttoaineet



[®]
Tulikivi

Hiisi modulaarisuus



Hiisi-runko:

- Kaikissa tuotteissa on nyt sama vuolukivinen perusrunko
- Poskikanavat tai yläpuolinen varauskanavisto
- Korotuskerrokset
- Liitettävyyys: alta, päältä tai päältä takaa



Hiisi modulaarisuus



Hiisi-lisävarusteet

- Tulikivi Green W10 vaihtimet
- Valmisuuni taloteollisuudelle



Verhouskivi



Verhouskivi

- Liikevaihto laski 18 %:ia
- Syynä asiakkaiden suuret varastotasot vuoden 2012 alussa
- Asiakkaiden kanssa tehdyt sitovat vuosisopimukset parantaneet kannattavuutta > suuret sarjat valmistajalle ja pienet toimituserät asiakkaille
- Heikkoutena pääoman sitoutuminen vuoden alkupuolella
- Ruotsi tärkein vientimaa
- Tuotanto keskitetty Suomussalmelle



Sisustuskivet



Sisustuskivet

- Liikevaihto laski noin 7 %:ia
- Päätuotteena keittiötasot ja laatat
- Vertailukelpoinen liikevaihto nousi noin 7 %
- Vuolukivisten sisustuskivien vienti kasvoi Keski-Eurooppaan ja Venäjälle
- Hyvä synergia saunaliiketoiminnan kanssa

19.04.2013



Saunaliiketoiminta

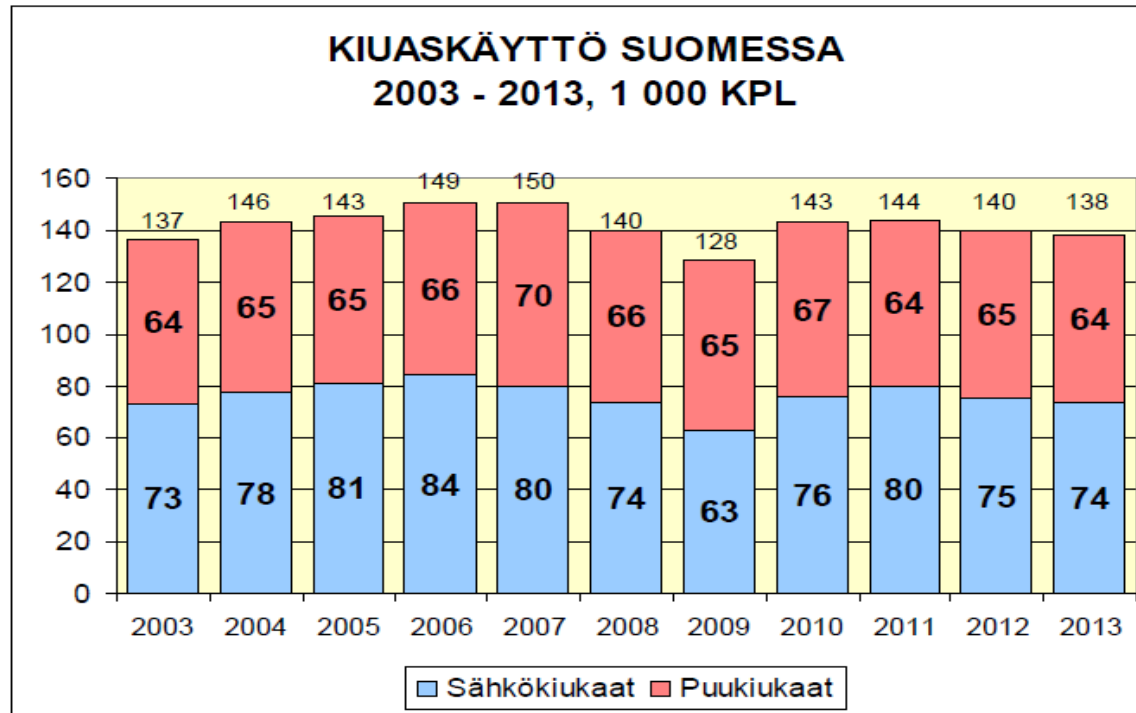


Saunaliiketoiminnan yleiset tavoitteet

- Tulikivi on tunnettu sauna-alan toimija Suomessa ja tärkeimmissä vientimaissa
- Tulikivi on design ja innovaatiojohtaja markkinoilla
- Tavoitteena nousta v. 2016 mennessä kolmen suurimman saunatoimijan joukkoon Suomessa;



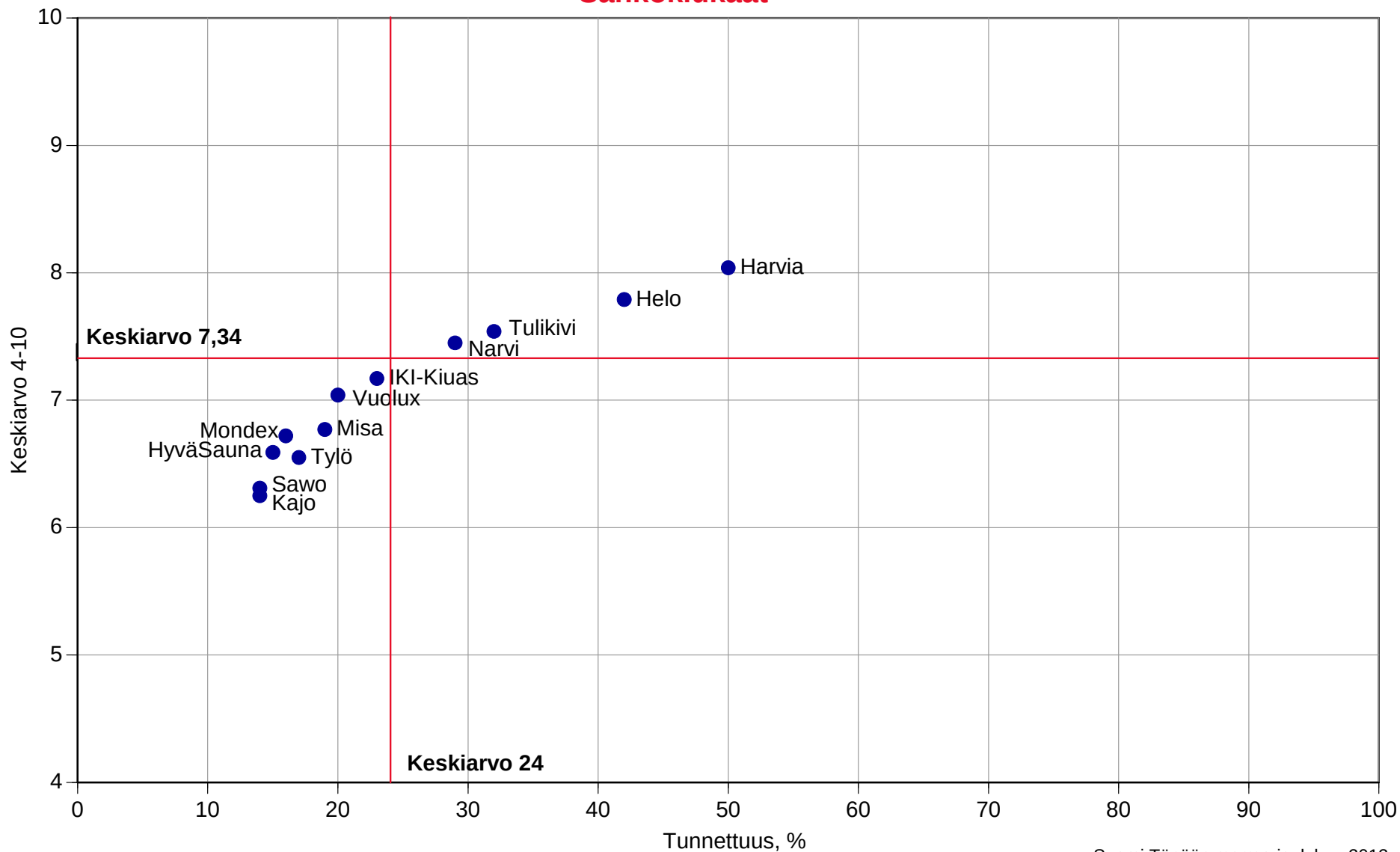
Kiuasmarkkinat Suomessa



- Saneerauksen osuus 73 % markkinasta
- Kiukaan "elinkaari" keskimäärin 9,5 vuotta

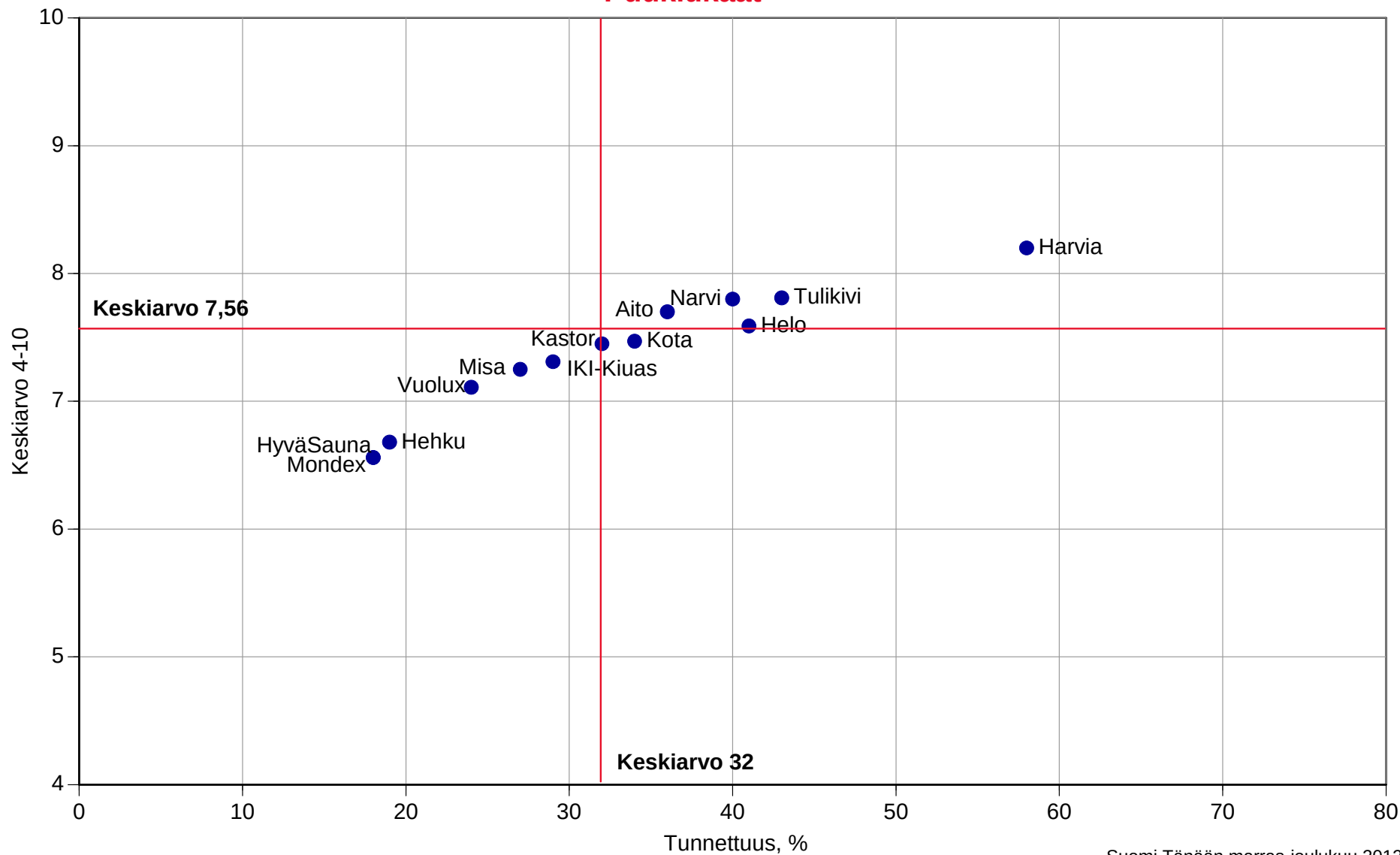
Tunnettuus ja kokonaismielikuvat 2012

Sähkökiukaat



Tunnettuus ja kokonaismielikuvat 2012

Puukiukaat



Tulikivi-saunan perinteet

- Aito suomalainen kolme miljardia vuotta vanha vuolukivi
- Tuli, miellyttävä lämpö ja sen tunnelma



Tulikivi-saunan äly

- Energiatehokkuus puhtaalla palamisella ja edistyksellisellä teknologialla



Tulikivi-sauna ja moderni muotoilu



Taloudelliset tavoitteet

Taloudelliset tavoitteet 2013– 2017

- Vuonna 2013 tavoitteena liikevoiton kasvattaminen
- **Taloudellisen suhdanteen parantuessa** orgaaninen kasvutavoite 10 % vuosittain
- Vuonna 2017 sijoitetun pääoman tuotto yli 20%
- Vuonna 2017 tulos ennen veroja 10 % liikevaihdosta

Kasvun lähteet 2013–2017

Tulikivi-tulisijat

- Kotimaassa markkinaosuuden kasvattaminen taloteollisuudessa, valmisuunilla ja Green W10 vesilämmitysjärjestelmällä
- Kotimaassa ja perinteisillä vientimarkkinoilla Keski- Euroopassa markkinaosuuden kasvattaminen : Hiisi, Tulikivi Figure ja Color
- Kasvu perinteisillä tuotteilla uusilta markkinoilla Venäjä, Iso-Britannia ja Itä-Eurooppa
- Sisustustakoissa kasvua malliston laajentumisella Keski-Euroopassa

Saunat

- Jakeluteitä laajentamalla ja vahvistamalla
- Kiuasmallistoa laajentamalla
- Hintakilpailukykyä parantamalla

Verhous- ja sisustuskivet

- Tiivistyvä yhteistyö ja yhteiset toimintatavat asiakkaiden kanssa
- Uudet tuotteet ja uudet tuotantoteknologiat



Kannattavuuden lähteet 2013–2017

Myyntikatteen parantaminen

- Uudet modulaariset tuoteperheet
- Haluttavuus asiakkaiden silmissä, > hinnoittelu
- Valmistuksen tehokkuus modulaarisuuden myötä
- Myyntikatteen parantaminen 1–2 % yksikköä vuosittain

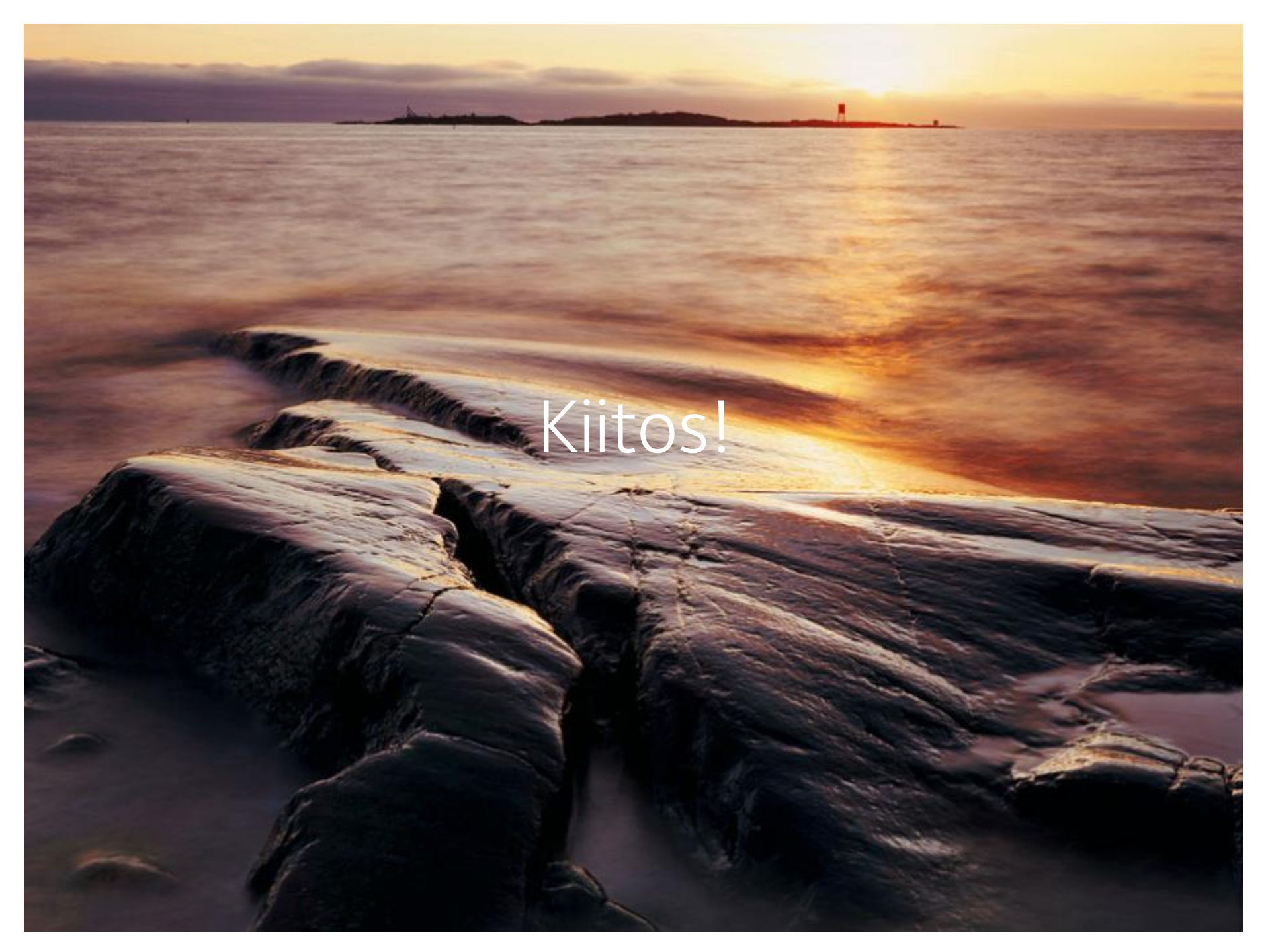
Kiinteät kustannukset

- Selkeytetty rakenne
- Prosessien yhtenäistäminen toteutettu
- Kiinteiden kulujen pitäminen nykytasolla strategiakaudella
- Toimipisteiden tarkastelu

Investoinnit

- Vuotuinen investointi tarve 2 Me vuodessa





Kiitos!