

Yhtiökokous 2014

Toimitusjohtajan katsaus

Nina Kopola
toimitusjohtaja



Sisältö

- Suomisen johtoryhmän esittely
- Vuosi 2013 pähkinänkuoressa
- Liiketoiminnan laajentaminen Etelä-Amerikkaan
- Markkinakatsaus
- Taloudellinen katsaus
- Strategian toteuttaminen vuonna 2013
- Näkymät vuodelle 2014
- Yhteenveto

Suomisen johtoryhmä ja laajennettu johtoryhmä



Nina Kopola

toimitusjohtaja,
vt. johtaja, Care



Tapio Engström

talousjohtaja



Timo Hiekkaranta

johtaja, Convenience



Reima Kerttula

johtaja, Joustopakkaukset



Larry Kinn

johtaja, Tuotanto-
laitokset, Pohjois- ja
Etelä-Amerikka



Mimoun Saim

johtaja, Tuotantolaitokset,
EMEA



Hannu Sivula

henkilöstöjohtaja



Anu Heinonen

viestintä- ja
sijoittajasuhdejohtaja



**Margareta
Huldén**

tutkimus- ja
kehitysjohtaja



Roberto Pedoja

teknologiajohtaja



Timo Rautakorpi

tietohallintojohtaja



Saara Söderberg

markkinointi- ja
tuotehallintojohtaja

Vuosi 2013 pähkinänkuoressa

Liikevaihto ja
liikevoitto
vakiintuivat
uudelle tasolle

Codi Wipes -
liiketoiminnan
myynti selkeytti
Suomisen roolia
kuitukankaiden
arvoketjussa

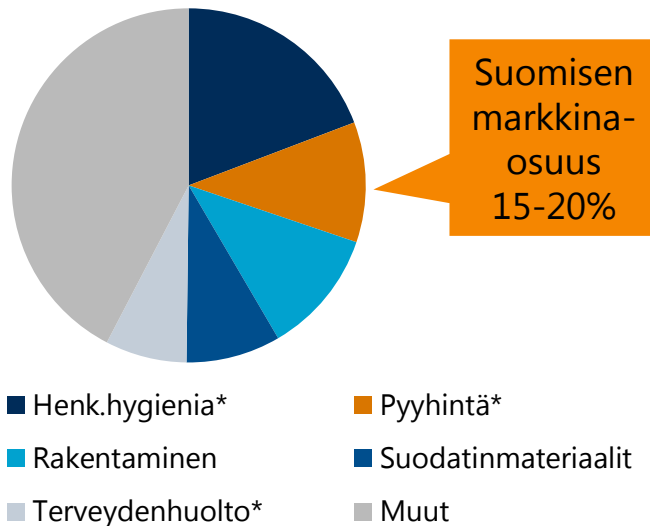
Toteutimme
Suomisen In the
Lead -strategiaa
määrätietoisesti
useilla erilaisilla
toimenpiteillä

Liiketoiminnan laajentaminen Brasiliaan

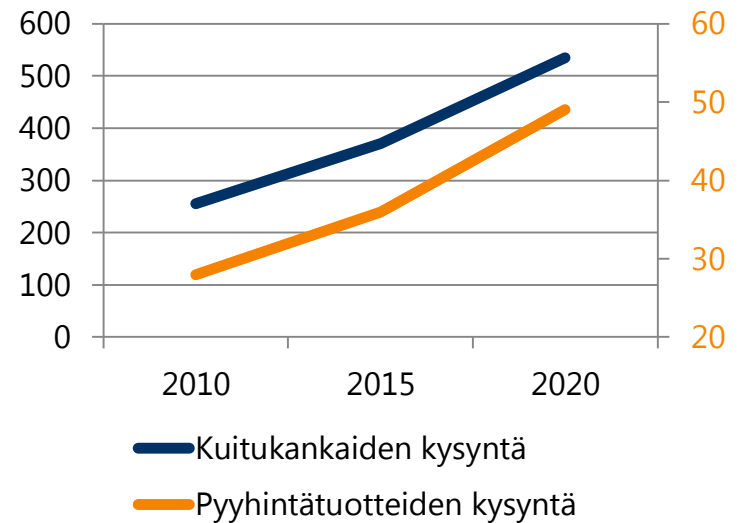
- Suominen ja Ahlstrom sopivat 10.1.2014 Home and Personal -kauppaan alunperin kuuluneen Brazilian yksikön myynnistä Suomiselle. Kauppa toteutui 10.2.2014.
- Kaupan myötä Suomiselle avautui uusi, kasvava markkina-alue ja yhtiö on nyt entistä globaalimpi toimija.
- Velaton kauppahinta oli 17,5 M€ ja se rahoitettiin hybridilainalla.
- Ostettu yksikkö on Brazilian ainoa modernia vesineulausteknologiaa hyödyntävä pyyhintätuotteiden kuitukankaita valmistava tehdas.
- Tehtaan myynti on tällä hetkellä noin 20 M€/vuosi, kapasiteettia vapaana tulevaisuuden kasvulle.
- Tehtaan kannattavuus on parempi kuin Suomisen yksiköissä keskimäärin → vahvistaa korkeamman lisäarvon tuotteiden osuutta portfoliossamme.
- Tehdas on rakennettu vuonna 2008 ja se työllistää noin 40 henkilöä.

Uusi, kasvava ja kehittyvä markkina-alue Suomiselle

Kuitukankaiden kysyntä 2010



Kysynnän kasvu Brasiliassa



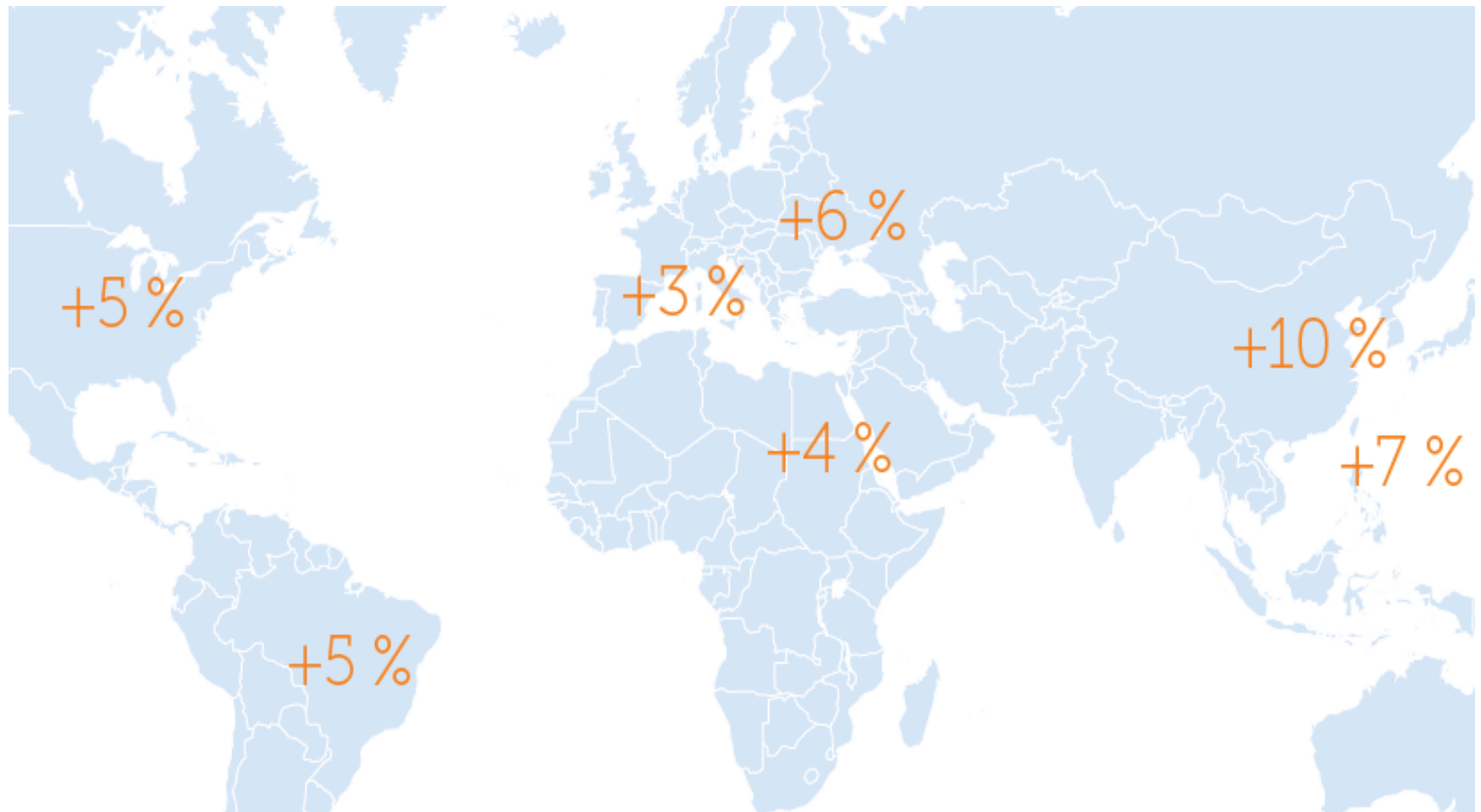
*) Suominen mukana näillä markkinoilla.
Luvut vuodelta 2010.

Lähteet: Freedonia ja Suominen.

Demografiset tekijät (mm. keskiluokan vaurastuminen) kasvattavat kuitukangastuotteiden, mm. vauvanhoitopyyhkeiden ja hygieniatuotteiden kysyntää.

Markkina- katsaus

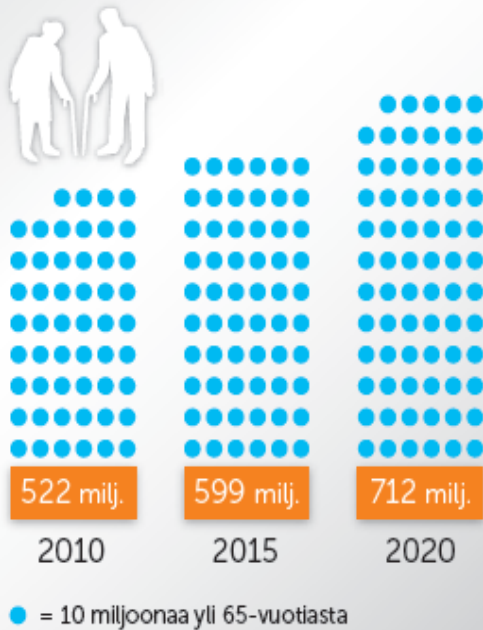
Pyyhintäkuitukankaiden kysyntä kasvaa maailmanlaajuisesti



Lähde: Freedonia, world wipes market for nonwoven fabrics, market growth (CAGR) by region from 2010 to 2020 in thousand tons.

Globaalit megatrendit vauhdittavat Suomisen tuotteiden kysyntää

Kasvava ja ikääntyvä väestö



Kasvava kiinnostus terveyteen



Terveydenhuollon kokonaismenot, USD

Globaalista keskiluokasta tärkein kuluttajaryhmä



Eliitti
500 miljoonaa

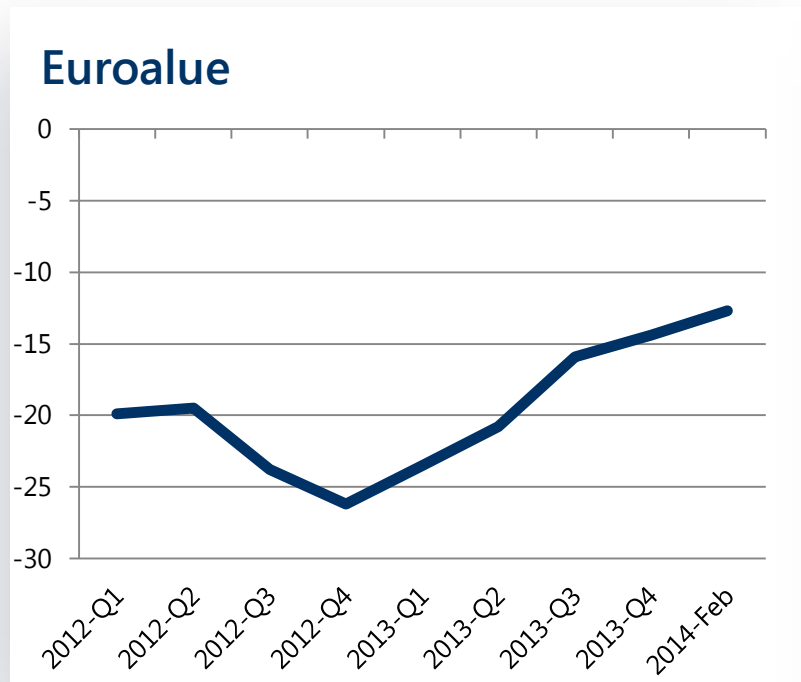
Globaali
keskiluokka
2,1 miljardia

Mahdolliset
vaurastujat
3,4 miljardia

👤 = 100 miljoonaa ihmistä

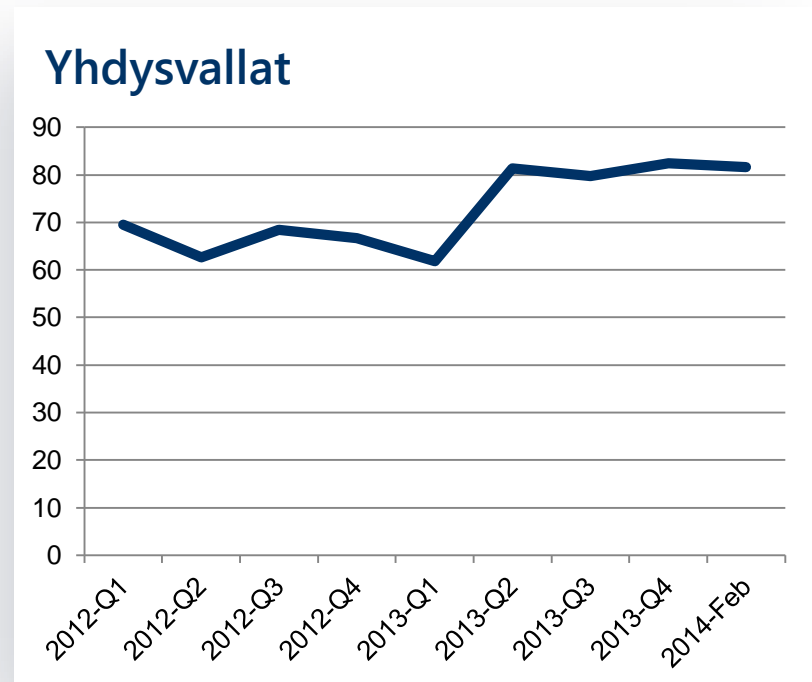
Vuoden 2020 arvio
Kokonaiskysyntä, USD

Lyhyemmällä tähtäimellä kuluttajien luottamuksen kehitys mallintaa kysyntää



Euroalueella kuluttajien luottamus on parantunut hieman, mutta näkymät ovat yhä epävakaa. Helmikuussa indeksiluku oli -12,7, hieman tammikuuta 2014 heikompi.

Lähteet: Euroalue: European commission, economic & financial affairs.
US A: The Conference Board

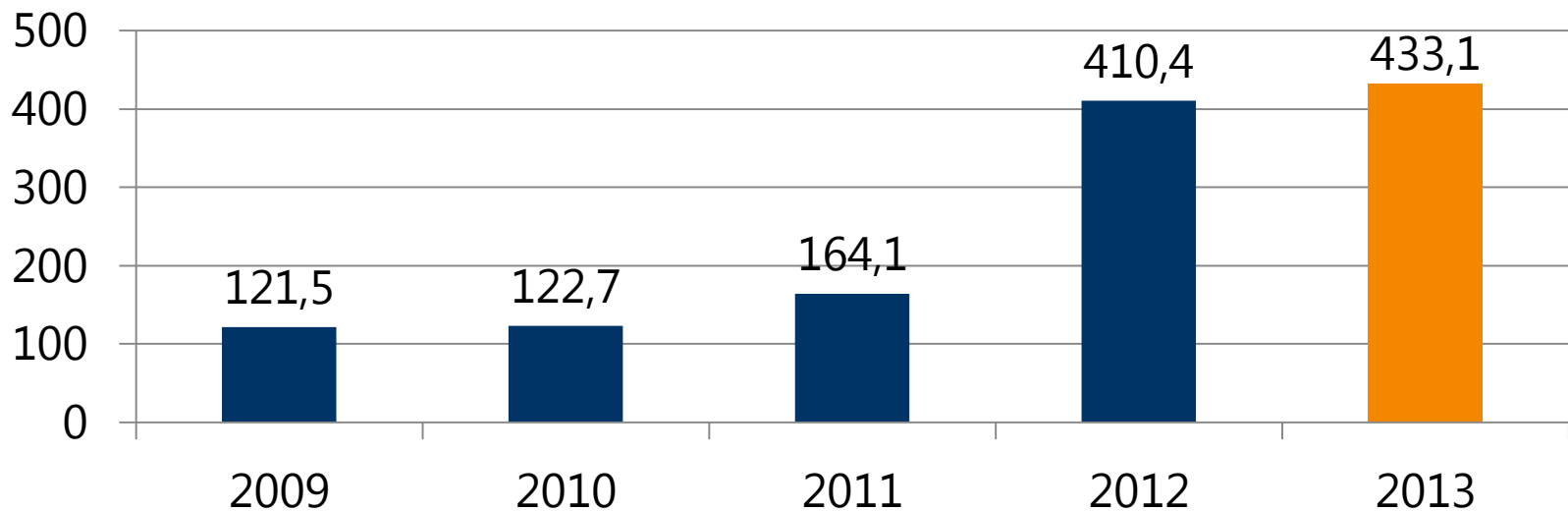


Yhdysvalloissa kuluttajien luottamus on hieman heilahdellut, mutta on ollut jo pidempään euroaluetta optimistisempi. Helmikuussa kuluttajien luottamus laski hieman tammikuusta myös Yhdysvalloissa.

Taloudellinen katsaus 2013

Liikevaihto kasvoi 6 %, hieman markkinoiden keskiarvoa voimakkaammin

Liikevaihto, milj. €

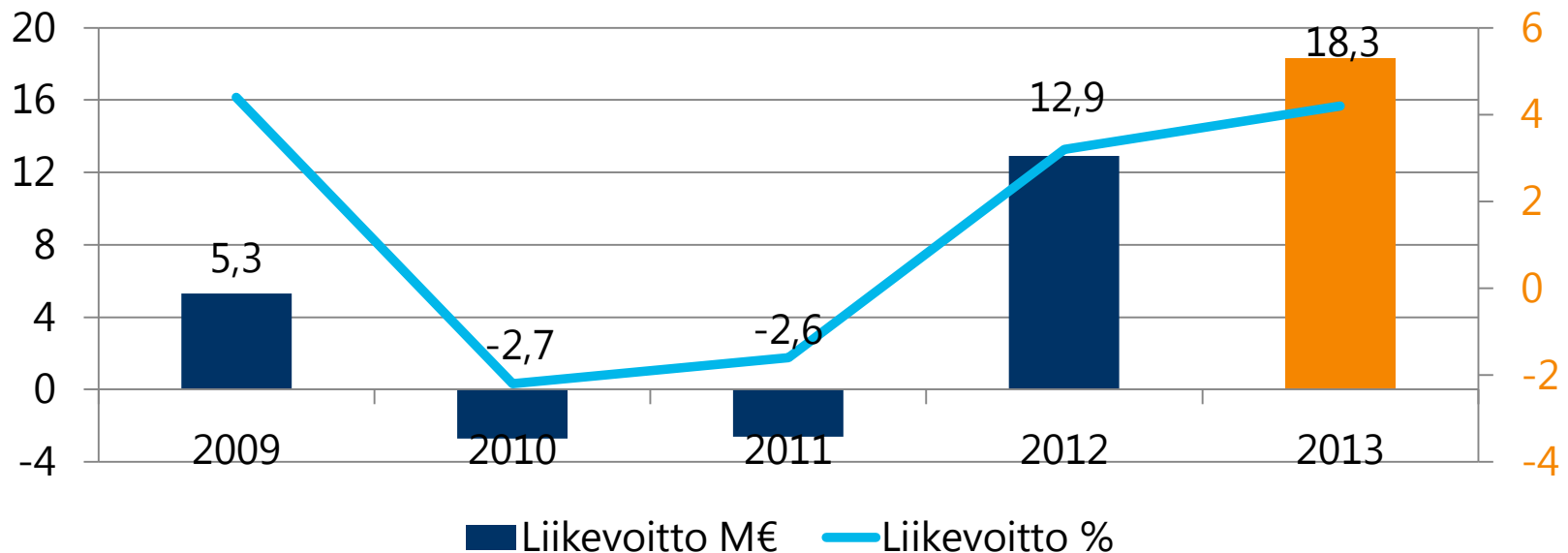


- Kuitukankaiden kysyntä jatkui hyvänä Pohjois-Amerikan markkinoilla.
- Euroopassa kireänä jatkunut kilpailutilanne aiheutti paineita tuotteiden hinnoitteluun.

Jatkuvat liiketoiminnot. Ahlstromilta hankittu liiketoiminta on mukana Suomen luvuissa 1.11. 2011 alkaen.

Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä parani merkittävästi

Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä, milj. € ja %

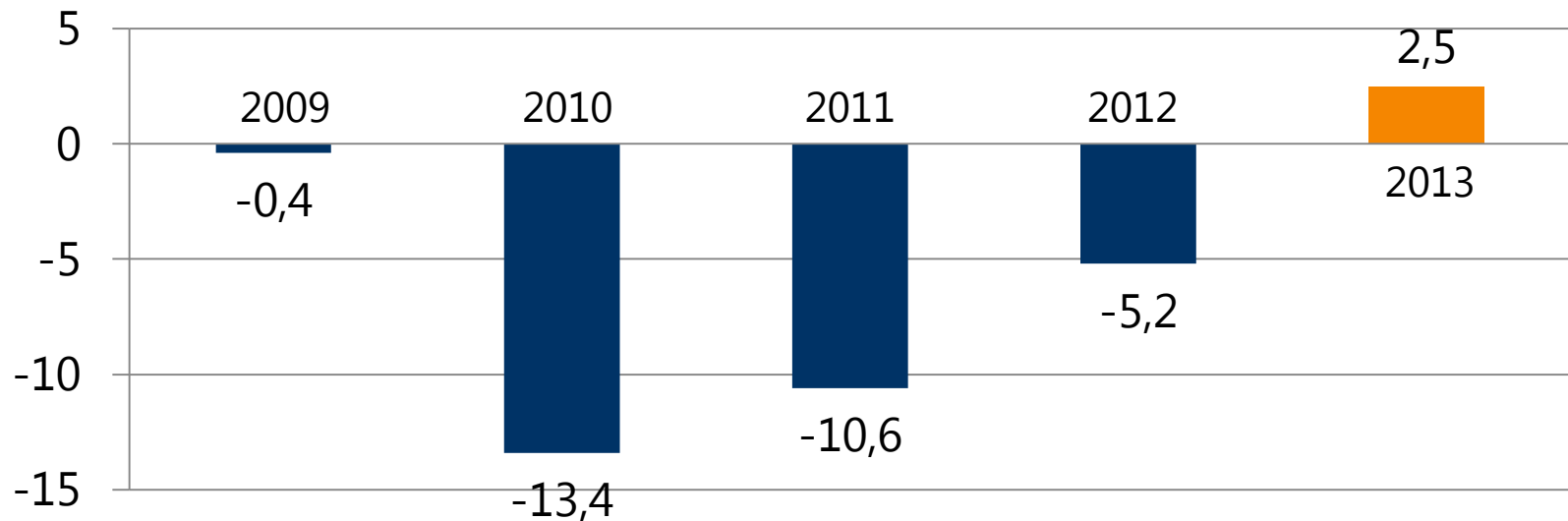


- Noin vuosi sitten päättynyt, 10 M€ rakenteelliset kustannussäästöt tuottanut Summit-ohjelma paransi Suomen kannattavuutta.

Jatkuvat liiketoiminnot. Ahlstromilta hankittu liiketoiminta on mukana Suomen luvuissa 1.11. 2011 alkaen.

Tilikauden tulos oli positiivinen

Tilikauden voitto, jatkuvat liiketoiminnot, M€

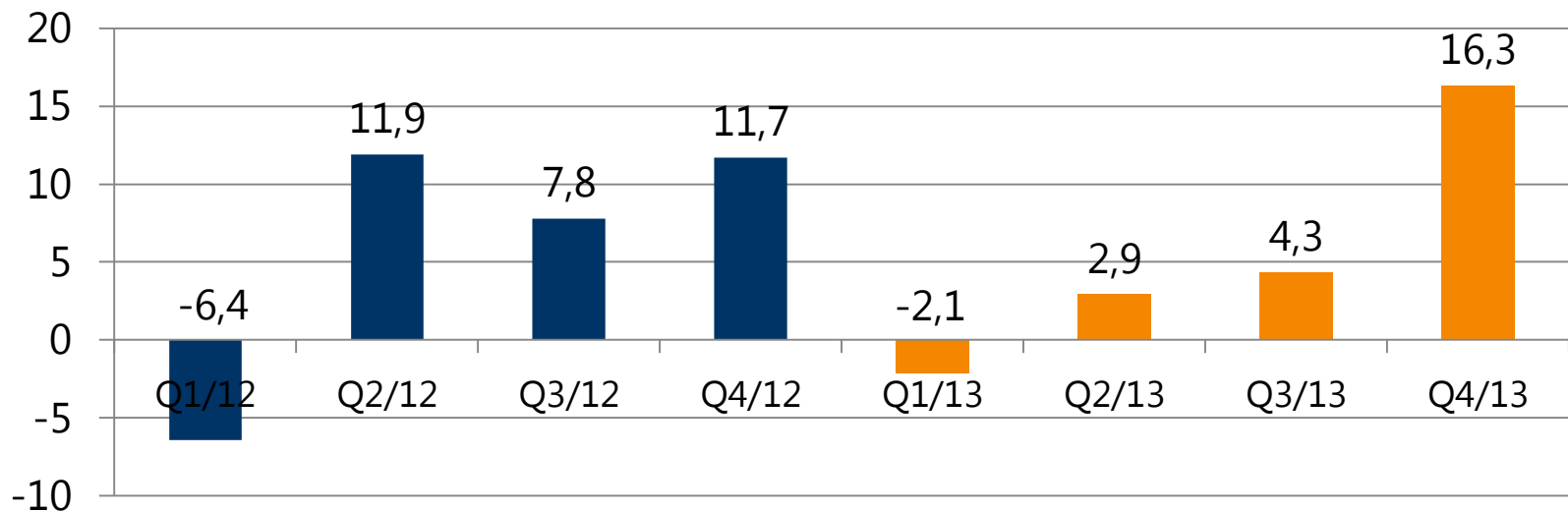


- Voitollinen tilikauden tulos ensi kertaa vuosiin.

Jatkuvat liiketoiminnot. Ahlstromilta hankittu liiketoiminta on mukana Suomenen luvuissa 1.11. 2011 alkaen.

Liiketoiminnan rahavirta vahvistui vuoden loppua kohden

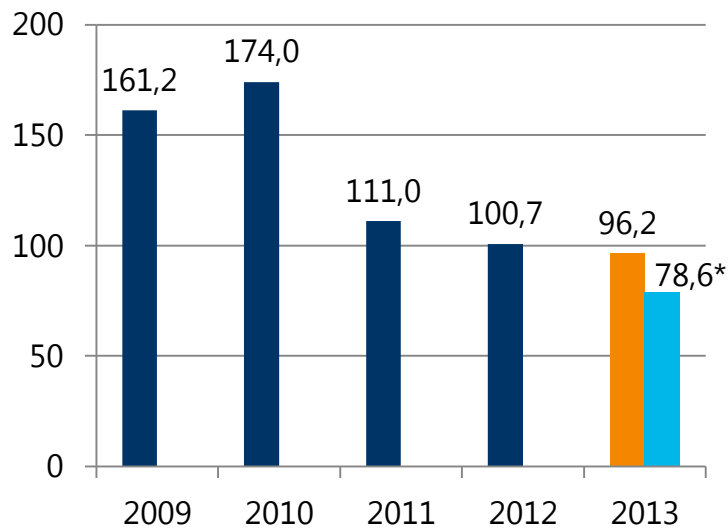
Liiketoiminnan rahavirta, milj. €



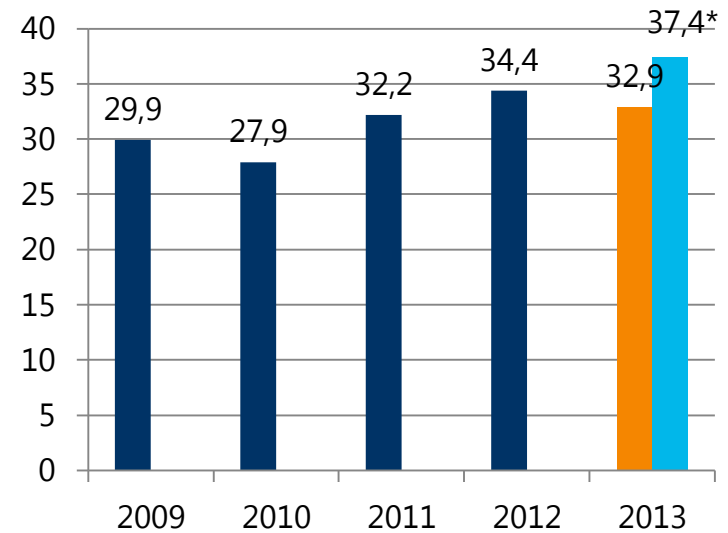
- Koko tilikaudella liiketoiminnan rahavirta oli 21,3 M€ (24,9).
- Käyttöpääomaa vapautui vuoden 2013 alusta 6,5 M€.

Vakaa taloudellinen asema

Velkaantumisaste, %



Omavaraisuusaste, %

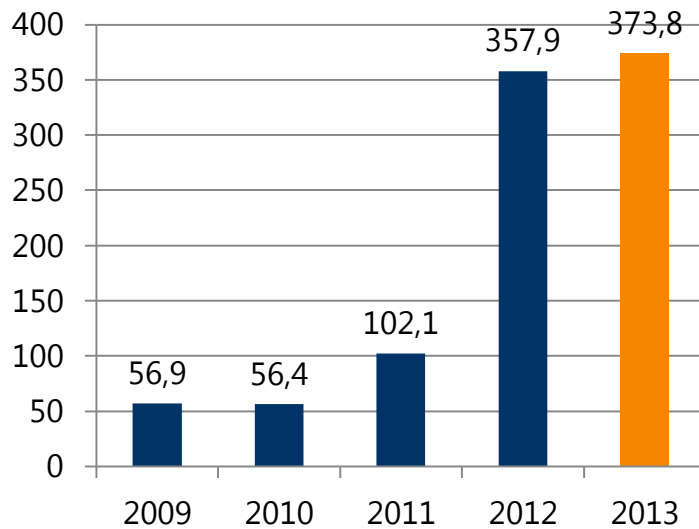


* Hybridilainan (17,5 milj. euroa) vaikutus tunnuslukuihin 31.12.2013 mukaisesti.

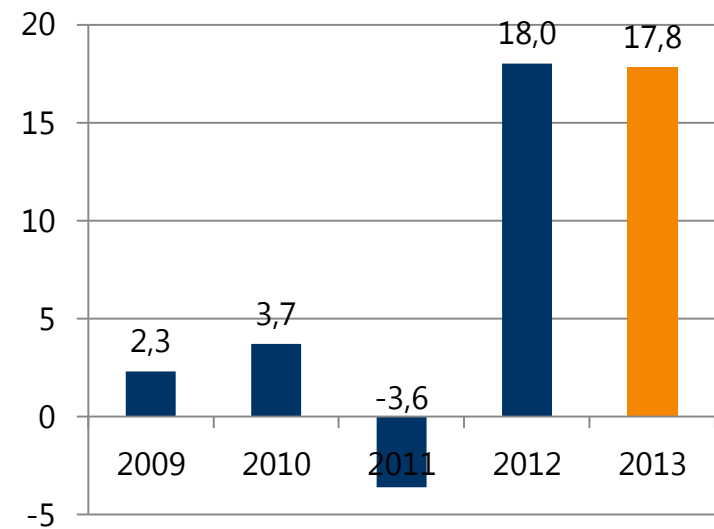
- Nettovelat laskivat 75,5 milj. euroon.
- Nettovelkojen suhde käyttökatteeseen oli tilikauden lopussa 2,2.

Pyyhintä-segmentin liikevaihto ja liikevoitto vakiintuivat uudelle tasolle

Liikevaihto, M€



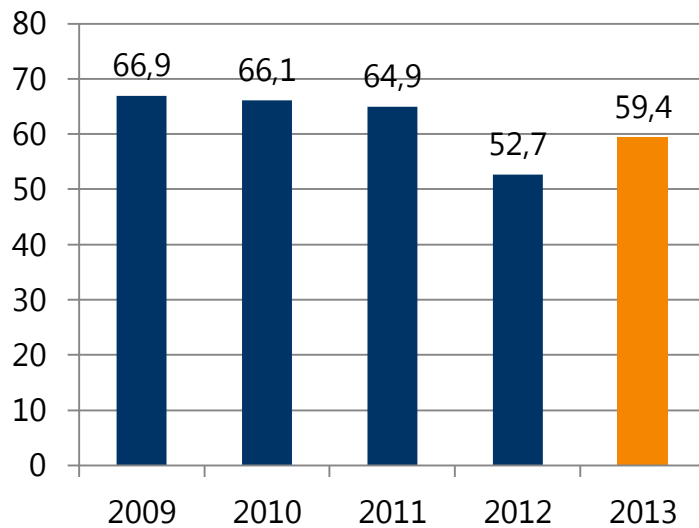
Liikevoitto ilman kertal. eriä, M€



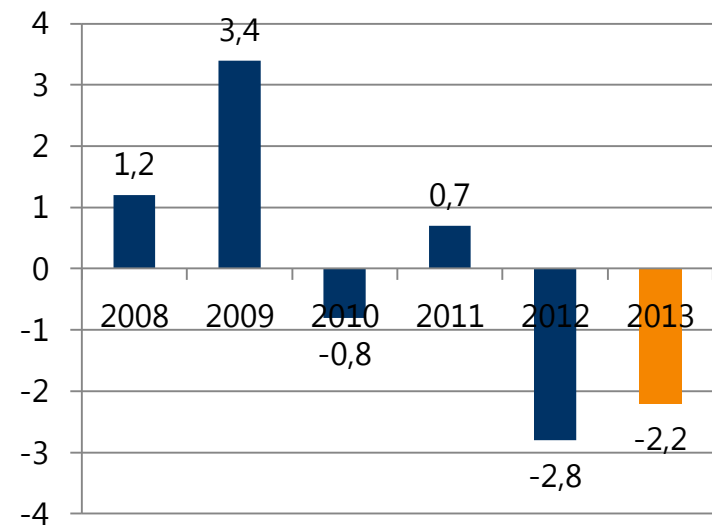
Jatkuvat liiketoiminnot. Ahlstromilta hankittu liiketoiminta on mukana Suomen luvuissa 1.11. 2011 alkaen.

Joustopakkaukset jäi tappiolle, tervehdyttämishjelmaa tehostettu

Liikevaihto, M€



Liikevoitto ilman kertal. eriä, M€



Strategian toteuttaminen 2013

Strategian kolme kulmakiveä



**Suomisen
tapa toimia**

Miten työskentelemme



**Kannattavuuden
merkittävä
parantaminen**

Miten toimimme

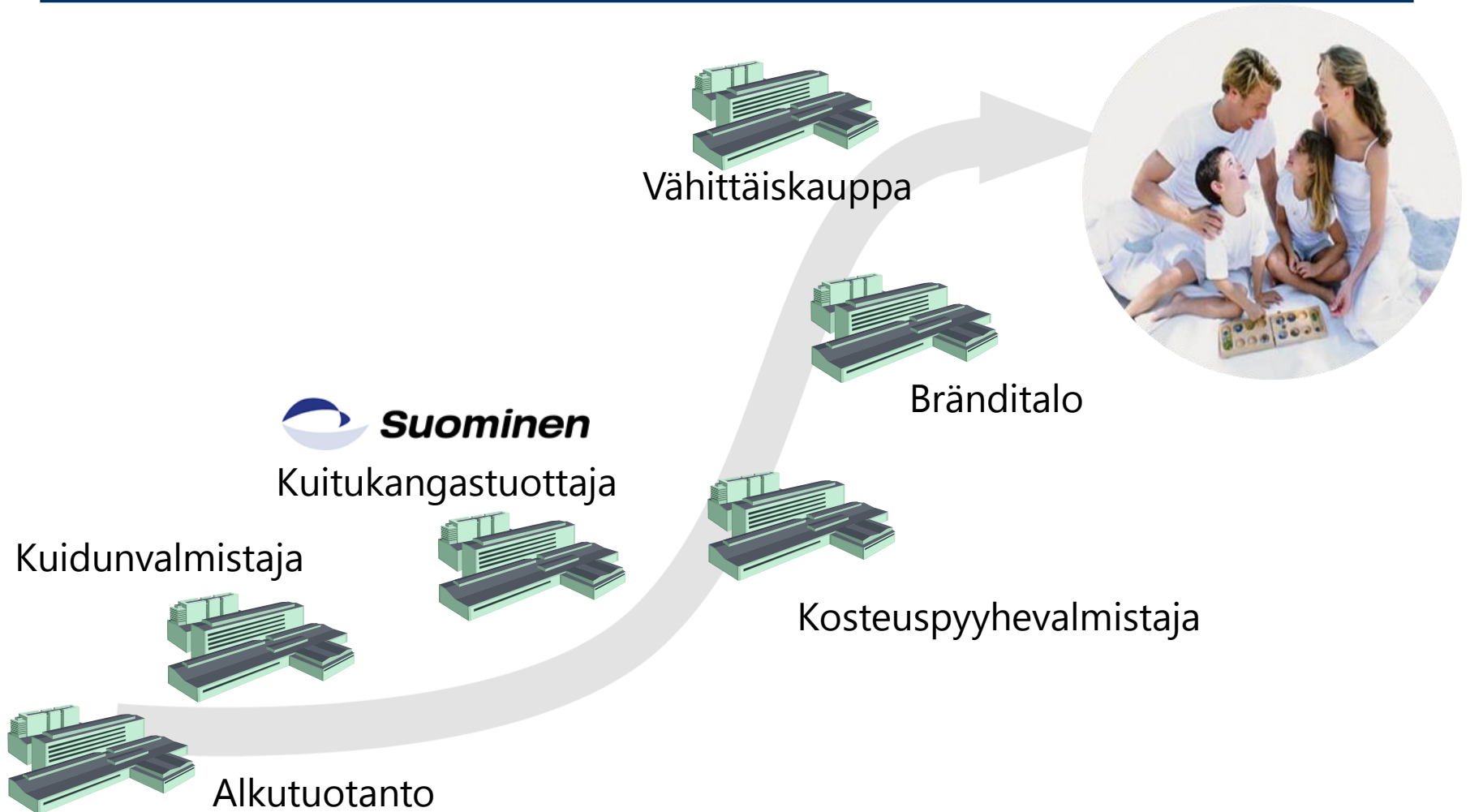


**Edellä
muita**

Miten voitamme



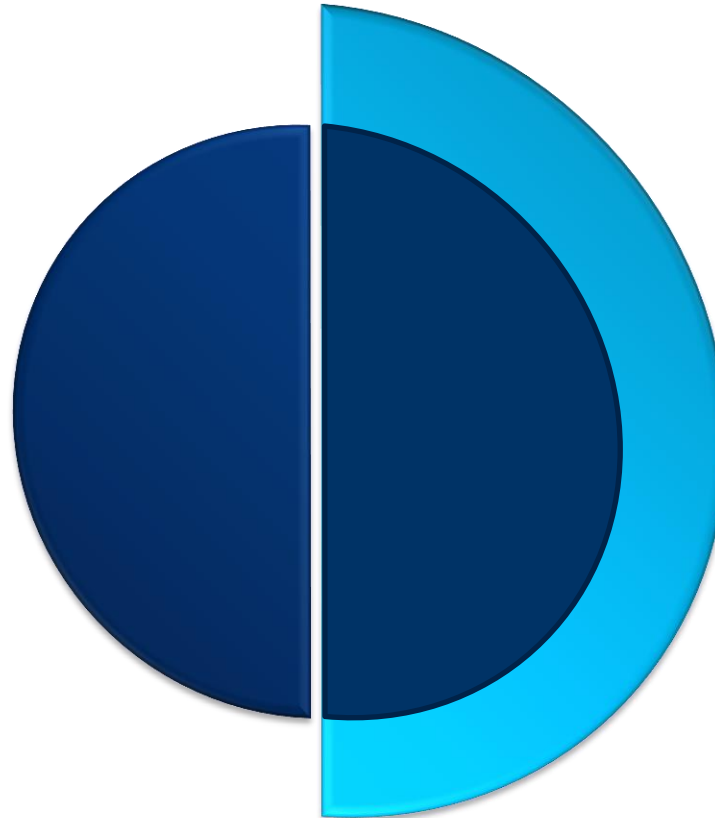
Loppukäyttäjän ymmärtäminen on strategiamme ydin



Tavoitteena korkeamman lisäarvon tuotteiden osuuden kasvattaminen

Nykyinen tilanne

Value for Money



Tulevaisuus

Korkeamman lisäarvon tuotteet

- tyypillisesti teollisuuden, kotitalouksien tai henkilökohtaisen hygienian pyyhintätuotteita
- ammattikäyttöön tarkoitettuja tuotteita
- hygienia- ja terveydenhuollon tuotteita

Uudistimme toimintatapoja ja loimme yhteistä yrityskulttuuria



**Suomisen
tapa toimia**

Miten työskentelemme



**Kannattavuuden
merkittävä
parantaminen**

Miten toimimme



**Edellä
muita**

Miten voitamme

- Suomisen palkitsemispolitiikkaa ja -järjestelmää kehitettiin vahvistamalla strategisten tavoitteiden toteutumisen ja henkilöstön palkitsemisen yhteyttä.
- Strategiaa tukevan yrityskulttuurin toteutumisen varmistava The Behavior Matrix luotiin vuoden 2013 aikana. Matriisin avulla määrittelemme, miten Suomisen tapa toimia näkyy käytännössä Suomisen työntekijöiden käyttäytymisessä ja asenteissa. Se luo pohjan kehityskeskusteluille.
- Suominen sai kansainvälisessä IDEA 2013 -tapahtumassa Entrepreneur Award -palkinnon toimialajärjestö INDAlta ja Nonwovens Industry Magazine -julkaisulta.

Entrepreneur Award 2013 – tunnustus onnistuneesta muutosprosessista



- Palkinto oli merkittävä tunnustus ulkopuoliselta taholta onnistuneesta sisäisestä muutosprosessista yrityskaupan jälkeen.
- Palkinnon perusteissa mainittiin mm. Suomisen kyky ottaa rohkeita askelia organisaation muuttamisessa.
- Palkinto oli tunnustus koko henkilöstölle sitoutumisesta ja intohimosta työhön. Yrittäjähenki on oleellinen osa Suomista ja kumpuaa yhtiön pitkästä historiasta.

Toteutimme useita merkittäviä toimenpiteitä kannattavuuden parantamiseksi



**Suomisen
tapa toimia**

Miten työskentelemme



**Kannattavuuden
merkittävä
parantaminen**

Miten toimimme



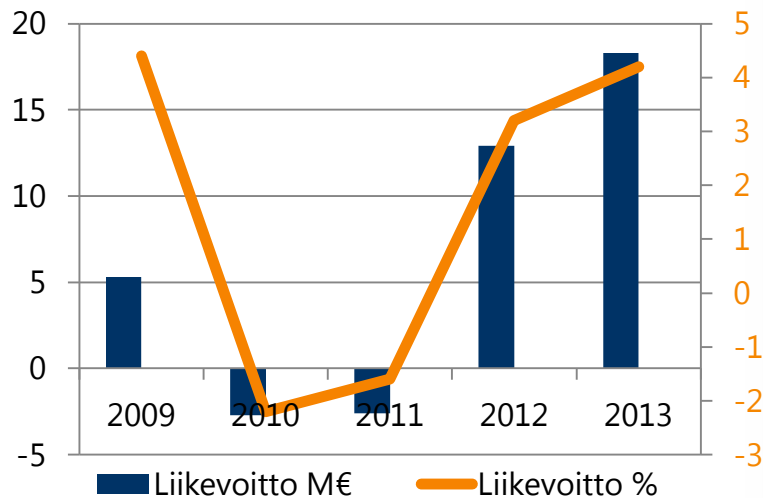
**Edellä
muita**

Miten voitamme

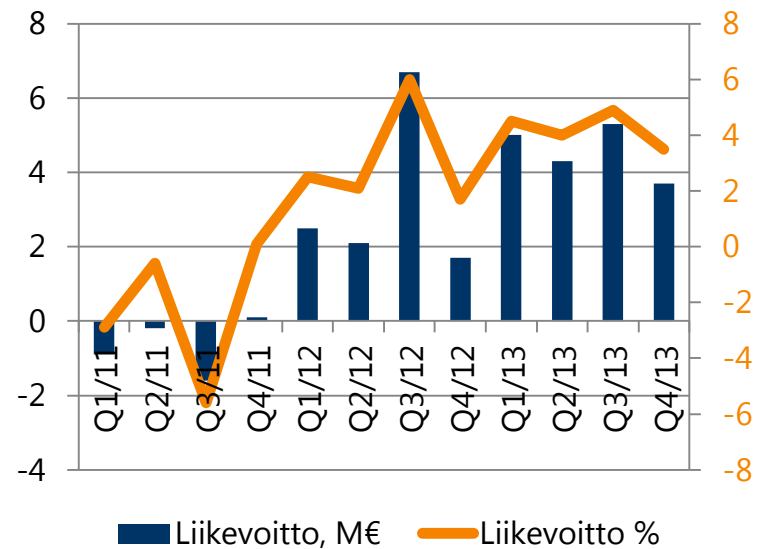
- Maaliskuussa 2013 päättyneellä Summit-ohjelmalla saavutettiin noin 10 milj. euron rakenteelliset kustannussäästöt.
- Keväällä 2013 käynnistetty tuotanto-toimitusketjun tehostamiseen ja joustavuuden lisäämiseen tähtäävä kehitysohjelma eteni vuoden mittaan suunnitelman mukaisesti.
- Joustopakkausten liiketoiminnan tervehdyttämisohjelmalla tehostettiin. Tampereella henkilöstömäärä vähenee 26 henkilötyövuodella ja automatisointiin investoidaan 0,5 milj. euroa.
- Nakkilassa ja Ikaalisissa tuotantoa sopeutettiin markkinatilanteeseen lomautuksilla.

Kannattavuus on parantunut merkittävästi

Liikevoitto vuosittain



Liikevoitto vuosineljänneksittäin



Jatkuvat liiketoiminnot. Ahlstromilta hankittu liiketoiminta on mukana Suomen luvuissa 1.11. 2011 alkaen.

Kasvatimme korkeamman lisäarvon tuotteiden osuutta portfoliossamme



**Suomisen
tapa toimia**

Miten työskentelemme



**Kannattavuuden
merkittävä
parantaminen**

Miten toimimme

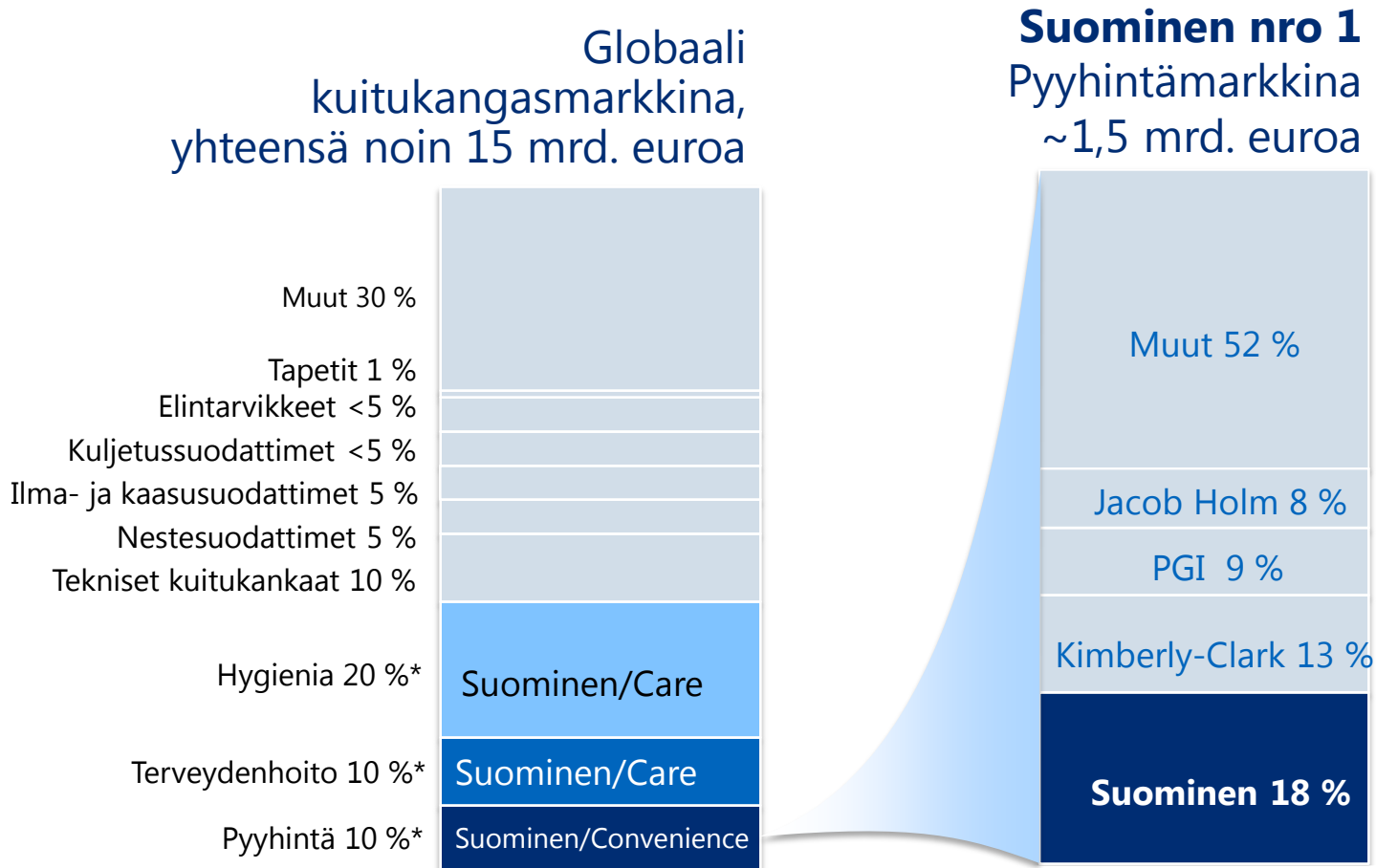


**Edellä
muita**

Miten voitamme

- Keväällä käynnistetty kehitysohjelma keskittyi T&K-prosessin nopeuttamiseen.
- Vuoden 2014 alussa voimaan astunut Suomisen yhtiörakenteen, organisaation ja toimintamallin muutos tukee merkittävästi Edellä muita -tavoitteen saavuttamista.
- Yhtiö investoi noin 2,5 milj. euroa korkeamman lisäarvon kuitukangasmateriaalien tuotantokapasiteetin laajentamiseen Yhdysvalloissa.
- Suominen toi markkinoille kaksi korkeamman lisäarvon kuitukangastuotetta.
- We Love Wipes -kuluttajadialogi parantaa kuluttajaymmärrystämme.

Suominen on pyyhintäkuitukankaiden globaali markkinajohtaja



*Suominen

Lähde: Suominen 2011

We Love Wipes -kuluttajadialogi kehittää ymmärtämystämme kuluttajien tarpeista

www.welovewipes.com

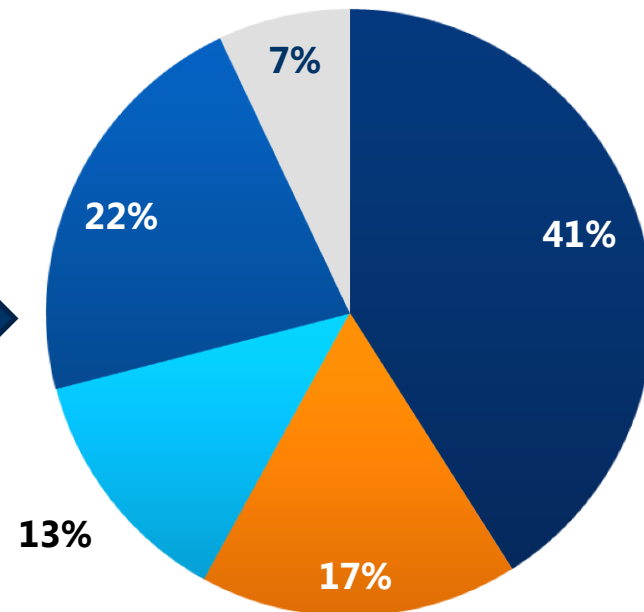
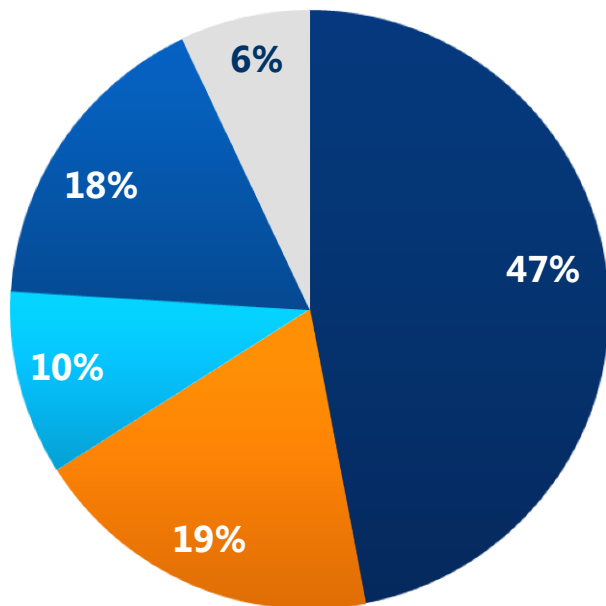
The screenshot shows the We Love Wipes website interface. At the top left is the logo 'we love WIPES .com'. Below it is a winter-themed graphic with a dog and a cat, with the text 'Winter's here - paws at the ready!' and a 'read more...' button. The main content area features a large illustration of a house with various scenes of people using wipes in different settings (bathroom, kitchen, living room, etc.). To the right of the house is a text box titled 'Life can get messy... That's why we love wipes!' with a paragraph of text. Below the house illustration is a navigation menu with six categories: 'All about Wipes', 'Baby & Toddler', 'Make-up & Beauty', 'Personal Hygiene', 'Around the House', and 'Out & About'. At the bottom, there is a 'Love wipes?' section with a text input field and a 'Tell us your story...' button. To the right of this is a featured article titled 'My life as a dish cloth - confessions from the side of a sink' dated '26th December 2013'. Further right is another article titled 'Doggy meme' with a sub-headline 'The awkward moment when you realise your finger is just...'.

- We Love Wipes on kuluttajien kanssa käytävän keskustelun väline jossa hyödynnetään sosiaalisen median eri kanavia
- Suoran dialogin avulla Suominen saa arvokasta tietoa kuluttajien tarpeista ja voi aiempaa tehokkaammin kehittää uusia korkeamman lisäarvon kuitukangastuotteita.

Selvä muutos kuitukangastuotteiden portfoliossa käynnistynyt

2012: 357,9 M€ (99,2)

2013: 373,8 M€



■ Lastenhoito ■ Kotitalouspyyhintä ■ Teollisuuspyyhintä ■ Henkilökohtainen hygienia ■ Muut

Tyypillisesti korkeamman lisäarvon tuotteita

Keskipitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet

Suominen tähtää:

- Suhteellisen kannattavuuden selvään parantumiseen. Sijoitetun pääoman tuoton (ROI) tavoitetaso on yli **10 %** (-0,6 % vuonna 2013).
- Vakaaseen pääomarakenteeseen ja pääsääntöisesti **40 – 80 %** vaihteluvälille asettuvaan velkaantumisasteeseen (gearing) (96,2 % vuonna 2013).
- Toimialan **keskiarvon ylittävään** liikevaihdon orgaaniseen **kasvuun**. (Vuonna 2013 Suominen jatkuvien toimintojen liikevaihto kasvoi 6 %, mikä vastaa hieman toimialaa nopeampaa kasvua.)

Näkymät 2014

Suomisen näkymät vuodelle 2014

- Suominen arvioi, että sen liikevaihto ja liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä ovat vuonna 2014 paremmat kuin vuonna 2013.
- Vuonna 2013 Suomisen liikevaihto oli 433,1 miljoonaa euroa ja liikevoitto ennen kertaluonteisia eriä 18,3 miljoonaa euroa (jatkuvat toiminnot).
- Näkymiä korotettiin liikevaihdon osalta 10.2.2014, kun Brasilian-yritysosto vahvistui.

Yhteenveto

Oikea
suunta

Suominen kehittyi monella rintamalla vuonna 2013 suunnitelmienne mukaisesti.

Tunnusluvut
uudelle
tasolle

Liikevaihto ja liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä kasvoivat (jatkuvat toiminnot).

Vuosi 2014

Uudistuva toimintamalli, asemamme selkiytyminen arvoketjussa sekä laajentuminen Etelä-Amerikkaan antavat hyvän lähdön vuoteen 2014.

Kiitos!