

Tiivistelmä toimitusjohtaja Jyri Luomakosken puheenvuorosta Uponor Oyj:n yhtiökokouksessa 15.3.2012

Arvoisat osakkeenomistajat, hyvä yhtiökokousväki,

Viime vuonna tässä samassa tilaisuudessa sanoin, että näen edessämme enemmän mahdollisuuksia kuin pelkoja. Osuin oikeaan siinä, että liiketoiminnassa kohtasimme monia mahdollisuuksia, joita kykenimme myös hyödyntämään. Pystyimme esimerkiksi kasvattamaan myyntiämme ja lisäämään markkinaosuuttamme joissakin tulevaisuuden kannalta tärkeissä segmenteissä, toimimme uusia ja ainutlaatuisia tuotteita markkinoille ja vakuutimme liikekumppaneitamme siitä, että Uponor on heille paras pitkän aikavälin yhteistyökumppani. Ennen kaikkea pyrimme osoittamaan asiakkaillemme, että panostamme yhteistyöhön ja haluamme palvella ja tukea heitä myös haasteellisina aikoina. Ne ovat sellaisia asioita, joiden hyödyt näkyvät selvemmin vasta useiden kvarttaalien jälkeen.

Ikävä kyllä, viime vuoteen mahtui myös vaikeita asioita ja sellaisia yllätyksiä, joita emme kyenneet ennakoimaan. Rakentamisen markkinoilla kevään 2011 aikana selvästi viriämässä ollut optimismi heikkeni nopeasti, kun maailman ja varsinkin Euroopan taloushuolet laajenivat ja vaikuttivat voimakkaasti niin kuluttajien kuin yritystenkin investointihalukkuuteen, puhumattakaan julkisen vallan heikosta tilasta. Oman toimialamme kannattavuutta rasittivat nopeasti nousseet raaka-ainehinnat, joiden vaikutusta saatiin kunnolla kompensoitua vasta vuoden viimeisellä neljänneksellä. Sillä oli merkittävä vaikutus etenkin yhdyskuntatekniseen liiketoimintaamme.

Maantieteellisesti markkinoiden tilassa oli suuria eroja. Kuten arvata saattaa, kysynnän kehitys eteläisessä ja lounaisessa Euroopassa ei ollut kaksista, mikä sinällään ei yllätä, kun ottaa huomioon alueen kansantalouksien vaikeudet. Meidän oma liiketoimintamme noilla alueilla kehittyi huomattavasti paremmin, vaikka kasvulukumme olivatkin lievästi miinusmerkkisiä. Julkistetut kokonaisluvut kätkevät sen tosiasian, että joillakin tärkeillä tuotealueilla saavutimme jopa kaksinumeroista prosenttikasvua lounaisen Euroopan maissa.

Pohjoismaissa ja Keski-Euroopassa markkinat olivat verrattain vahvassa vedossa, ja pystyimme hyödyntämään vahvaa markkina-asemaamme pääosin odotustemme mukaisesti.

Merkittävin myönteinen yllätys tuli Pohjois-Amerikasta, jossa markkinat säilyivät vakaina mutta hyvin alhaisella tasolla, ja siitä huolimatta saavutimme niin liikevaihdon kuin liikevoitonkin osalta huomattavaa parannusta. Olemme pitkäjänteisesti kehittäneet tarjontaamme Pohjois-Amerikassa, panostaneet entisiin ja uusiin asiakassuhteisiin, ja nyt pystyimme vahvuuksistamme hyötymään.

Kun tarkastelee Uponor-konsernin kehitystä suomalaisesta kuvakulmasta, helposti unohtaa sen tosiasian, että huomattava osa – suunnilleen neljännes - liiketoiminnastamme tulee maista, joissa markkinat ovat tällä hetkellä historiallisen alhaalla – tasolla, jota ei ole nähty sitten sota-aikojen.

Yhteenvetona viime vuodesta haluan mainita, että pääsimme takaisin kasvu-uralle ja saavutimme yli 800 miljoonan euron liikevaihdon. Vuonna 2011 pääsimme myös esittelemään lukuisia uusia ja ainutlaatuisia tuotteita sen seurauksena, että emme leikanneet tuotekehityksestä, kun lama alkoi vuonna 2007 vaan kohdistimme panokset entistä tarkemmin olennaisiin kehityshankkeisiin. Pitkäjänteisen toiminnan tulokset näkyvät nyt, esimerkiksi Pohjois-Amerikassa, kuten äsken jo mainitsin.

Vuoden viimeisestä neljänneestä leimasivat erilaiset, toisistaan riippumattomat kertaluonteiset erät. Tammikuussa 2012 teimme päätöksen myydä saksalainen tytäryhtiömme Hewing GmbH. Päädyimme tähän ratkaisuun, koska Hewingin teknologia ei enää kuulunut niihin ydinteknologioihin, joihin panostamme globaalisti. Lisäksi Hewingin liiketoimintakonsepti oli toimia alihankintatoimittajana, ja näkemyksemme mukaan sen liiketoimintamallin kehitysedellytykset olivat pysyvästi heikenneet. Uskomme, että ratkaisu oli hyvä sekä Uponorille että Hewingille.

Joulun ja uudenvuoden tervehdyksiksi Suomen verottaja lähetti Uponorille jälkiverotuspäätöksiä, jotka koskivat konsernin sisäisten palveluveloitusten siirtohinnoittelua.

Kolmantena kertaeränä ilmoitimme helmikuun alussa kirjaavamme tilinpäätökseen arvonlennuksen koskien vuonna 2008 myymäämme Brittein saarten yhdyskuntateknistä liiketoimintaa. Silloinhan myimme noin 125 miljoonan euron myyntihinnalla ja lähes 50 miljoonan euron myyntivoitolla koko liiketoiminnan pääomasijoittajalle. Kauppahinnasta neljä miljoonaa punttaa jäi silloin seitsemän vuoden lainasaamiseksi. Jälkiarviona lienee syytä todeta, että meille ei-strategiseksi muodostuneen yksikön myynti tapahtui "kreivin aikaan" ja saimme siitä tämä alaskirjauskin huomioiden erinomaisen kauppahinnan.

Toimialallamme Euroopassa on usean vuoden hiljaiselon jälkeen tapahtumassa isohkoja yritysjärjestelyjä. Jokin aika sitten meksikolainen kemian konserni Mexichem teki ostotarjouksen hollantilaisesta kilpailijastamme Wavinista. Mexichem valmistaa PVC-muovia, jota Wavin käyttää suuria määriä. Markkinoilla on silloin tällöin uumoiltu Uponorin ja Wavinin liittoa, mutta olemme yhdessä hallituksen kanssa selkeästi linjanneet sen olevan Uponorin strategian vastainen; siksi emme osallistuneet tarjouskilpailuun.

Hiljattain myös toinen kilpailijamme Pipelife oli omistusjärjestelyiden kohteena, kun kemiankonserni Solvay myy osuutensa siitä sen toiselle omistajalle, itävaltalaiselle Wienerbergerille. Kumpikaan näistä yrityskaupoista ei rakenteellisesti muuta eurooppalaista kilpailukenttäämme.

Hyvät kuulijat, viime vuoden tapaan näen edessämme enemmän mahdollisuuksia kuin pelkoja. Teille kaikille on toimitettu englanninkielinen vuosikirjamme, jossa käsittelemme kansainvälisiä megatrendejä ja niiden merkitystä Uponorille. Yksi niistä on kestävä kehitys ja siihen läheisesti liittyvä energiatehokkuus. Ne ovat Uponorin liiketoimintaan läheisesti liittyviä asioita, ja voin tyytyväisenä todeta, että myös ulkopuolisen asiantuntijan tekemät elinkaarivertailut kilpaileviin ratkaisuihin osoittavat, että olemme hyvissä lähtökodissa. Pyrimme vahvasti hyödyntämään tätä trendiä tuotekehityksessä ja markkinoinnissa ja auttamaan asiakkaitamme ja loppukäyttäjiä asumaan ja elämään ympäristöystävällisemmin, mukavammin ja edullisemmin.

Kevät alkaa koittaa Suomessakin ja valoisuus kasvaa. Näin tapahtuu mielestäni myös talouden saralla. Vaikka talousnäymät edelleen ovat epävarmat, on vakaus selvästi lisääntynyt ja joillakin tärkeillä markkinoilla, kuten Saksa ja Yhdysvallat, ovat rakentamisen näymät verrattain myönteiset. Monilla markkinoilla pitää kuitenkin hyväksyä se tosiasia, että aikaan entiseen ei ole paluuta vaan olemme "uudessa normaalissa" tilanteessa, jossa niin rakentamisen määrä kuin asiakkaiden arvostuksetkin ovat muuttuneet. Uponorissa olemme toteuttaneet merkittävän sopeuttamis- ja tehostamisohjelman viime vuosien aikana, tuotteemme ovat laajalti uudistuneet ja vastaavat markkinoiden vaatimuksiin ja suuriin trendeihin oivallisella tavalla. Käsitykseni mukaan Uponor on hyvissä lähtökohdissa kasvamaan kannattavasti verrattain vakailta mutta hitaasti kasvavilla markkinoilla lähivuosina.