



Healing with heat

# TERVETULOA HARVIAN PÄÄOMA- MARKKINA- PÄIVÄÄN!

---

29.5.2024





# Tavoitteitamme tänään



- 1 Avata näkemystämme markkinasta sekä keskeisistä trendeistä ja mahdollisuuksista
- 2 Esitellä päivitetty strategiamme ja päivitetyt pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteemme
- 3 Tarjota kattava yhteenveto tietyistä liiketoimintaa koskevista tärkeistä aiheista
- > **Haluamme auttaa sijoittajia arvioimaan Harviaa sijoituskohteena**

# Päivän ohjelma

**10.30**

**Tervetuloa!**

**HARVIAN STRATEGIAPÄIVITYS**

Matias Järnefelt, toimitusjohtaja

**TALOUDELLINEN KATSAUS JA PÄIVITETYT TAVOITTEET**

Ari Vesterinen, talousjohtaja

**Q&A**

**11.45**

**Tauko**

**12.00**

**KASVUN VAUHDITTAMINEN POHJOIS-AMERIKASSA**

Jennifer Thayer, Pohjois-Amerikan alueen johtaja

**KOKONAISVALTAINEN SAUNAKOKEMUS INSPIROI MARKKINAA**

Markus Wörmanseder, tuote- ja ratkaisujohtaja

**KULUTTAJIEN INNOSTAMINEN JA SAUNAILMIÖN ETEENPÄIN VIEMINEN**

Päivi Juolahti, markkinointi- ja brändijohtaja

**TEHOKKAAT OPERATIIVISET TOIMINNOT TUKEVAT HARVIAN**

**KANNATTAVUUTTA JA KASVUA**

Mika Suoja, tuotantojohtaja

**Q&A**

**PÄÄTÖSSANAT**

Matias Järnefelt, toimitusjohtaja

**13.30**

**Tilaisuus päättyy**

**Lounas**

**14.15**

**Tehdasvierailu**

# Harvian johtoryhmä



**Matias Järnefelt**

Toimitusjohtaja



**Ari Vesterinen**

Talousjohtaja



**Jennifer Thayer**

Pohjois-Euroopan  
alueen johtaja



**Markus Wörmanseder**

Tuote- ja ratkaisujohtaja ja  
Manner-Euroopan alueen johtaja



**Mika Suoja**

Tuotantojohtaja



**Päivi Juolahti**

Markkinointi- ja  
brändijohtaja



**Timo Harvia**

Innovaatio- ja  
teknologiajohtaja



**Anssi Pelkonen**

Pohjois-Euroopan  
alueen johtaja



**David Ahonen**

Aasian, Tyynenmeren, Lähi-idän  
ja Afrikan alueen johtaja



**Rainer Kunz**

EOS Groupin  
toimitusjohtaja

# Vastuuvapauslauseke

Tämä materiaali sisältää tai sen voidaan katsoa sisältävän ”tulevaisuutta koskevia lausumia”. Nämä lausumat liittyvät tuleviin tapahtumiin tai Harvia Oyj:n tulevaan taloudelliseen suorituskykyyn, kuten markkinoiden kasvuun ja kehitykseen, Harvia Oyj:n strategiaan suunnitelmiin, potentiaaliseen kasvuun, suunniteltuihin operatiivisiin kehitysaskeliin tai odotettuihin taloudellisiin kehityskulkuihin, joihin liittyy tunnettuja tai tunnistamattomia riskejä, epävarmuuksia ja muita tekijöitä, joiden seurauksena Harvia Oyj:n tai sen liiketoiminnan tosiasiallinen tulos, liiketoiminnan toteuttaminen, suoriutuminen tai asetetut saavutukset voivat olennaisesti poiketa tulevaisuutta koskevista lausumista tai niiden pohjalta tehdyistä oletuksista.

Tulevaisuutta koskeviin lausumiin liittyy luonnostaan riskejä ja epävarmuuksia, sillä ne koskevat tapahtumia ja riippuvat olosuhteista, jotka saattavat toteutua tai olla toteutumatta. Tulevaisuudessa tosiasialliset tulokset saattavat poiketa jopa olennaisesti tulevaisuutta koskevissa lausumissa esitetyistä tai niiden pohjalta oletetuista tuloksista. Kaikki näissä materiaaleissa esitetyt tulevaisuutta koskevat lausumat perustuvat tällä hetkellä Harvia Oyj:n johdon saatavilla oleviin tietoihin. Harvia Oyj ei ole velvollinen päivittämään tai tarkastamaan mitään tulevaisuutta koskevia lausumia muuten kuin lainsäädännön edellyttämällä tavalla.

Mitkään tässä materiaalissa esitetyt tiedot eivät ole sijoitusneuvoja, eikä tämä materiaali ole arvopapereiden myymistä koskeva tarjous tai arvopapereiden ostamista tai merkitsemistä tai muuta sijoitustoimintaa koskeva suositus.

**HARVIA**

Sauna & Spa

# Harvian strategiapäivitys

*Matias Järnefelt, toimitusjohtaja*

**HARVIA**

Sauna & Spa

# Harvia tänään

# Harvia on globaalin saunamarkkinan johtava toimija

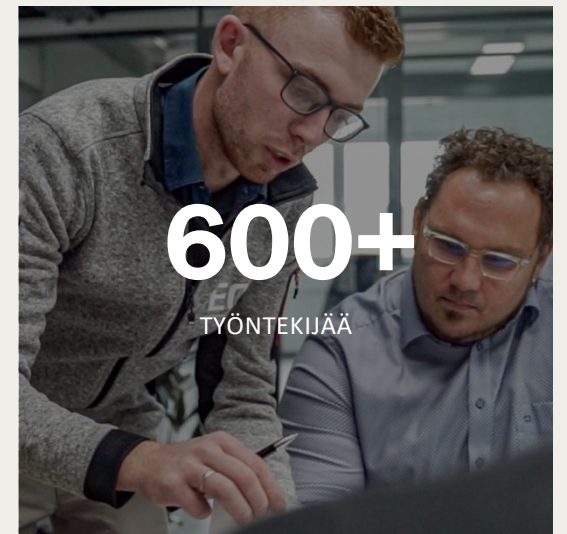
**HARVIA**

Sauna & Spa

Harvia edistää paikallisia saunakulttuureja noin 90 maassa, ja sillä on useita tuotantolaitoksia ympäri maailmaa.



 Harvia-tehtaat





# Tarjoamme kokonaisvaltaisen saunakokemuksen, joka parantaa ihmisten terveyttä, hyvinvointia ja ulkoista olemusta



**SAUNAT**  
(perinteinen, infrapuna, höyry)



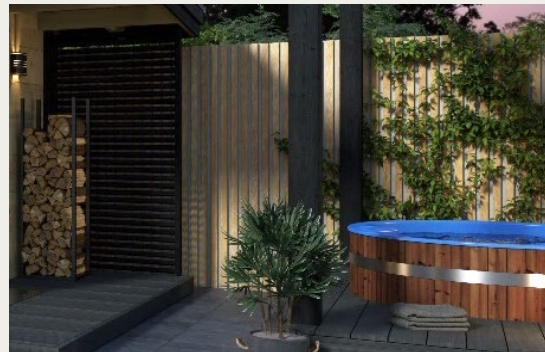
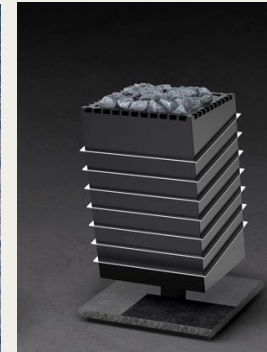
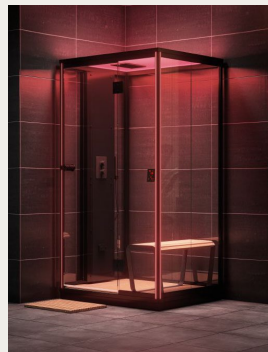
**SAUNATARVIKKEET  
JA -TEKNOLOGIA**  
(esim. kiukaat, ohjauskeskukset ja digi)



**KYLPYTYNNYRIT  
JA KYLMÄALTAAT**



**LISÄVARUSTEET  
JA PALVELUT**



# Saunaelämyksen lähettiläs jo vuodesta 1950

**HARVIA**

Sauna & Spa

**1950**

Harvian tarina alkoi vuonna 1950, kun Tapani Harvia haki lento-onnettomuuden jälkeen parantavaa lämpöä suomalaisille luonnollisesta lähteestä – saunasta.

**Harvian  
perhe**

johti yhtiötä yli kuudenkymmenen vuoden ajan luoden kulttuurin, johon kuuluu yrittäjähenkinen asenne, intohimo ja pitkän aikavälin sitoutuminen.

**2014** CapMan

CapMan hankki 80 % Harvian osakkeista ja ryhtyi kehittämään yhtiön liiketoimintaa yhdessä Harvian perheen kanssa.

**2018** Nasdaq

Kehityttyään neljä vuotta pääomajohdossa, Harvia otti seuraavan askeleen kasvupolullaan ja listautui Helsingin pörssiin vuonna 2018.

Yhtiö on keskittynyt vuosien ajan voimakkaasti kansainväliseen kasvuun ja

**kasvanut  
vahvasti**

sekä orgaanisesti että yrityskaupoin tuoden uusia jäseniä Harvia-konserniin.

**Tänään**

voimme ylpeänä sanoa, että olemme kehittyneet kiuasyhtiöstä maailman johtavaksi saunaratkaisujen valmistajaksi ja viemme saunan sanomaa ympäri maailmaa.

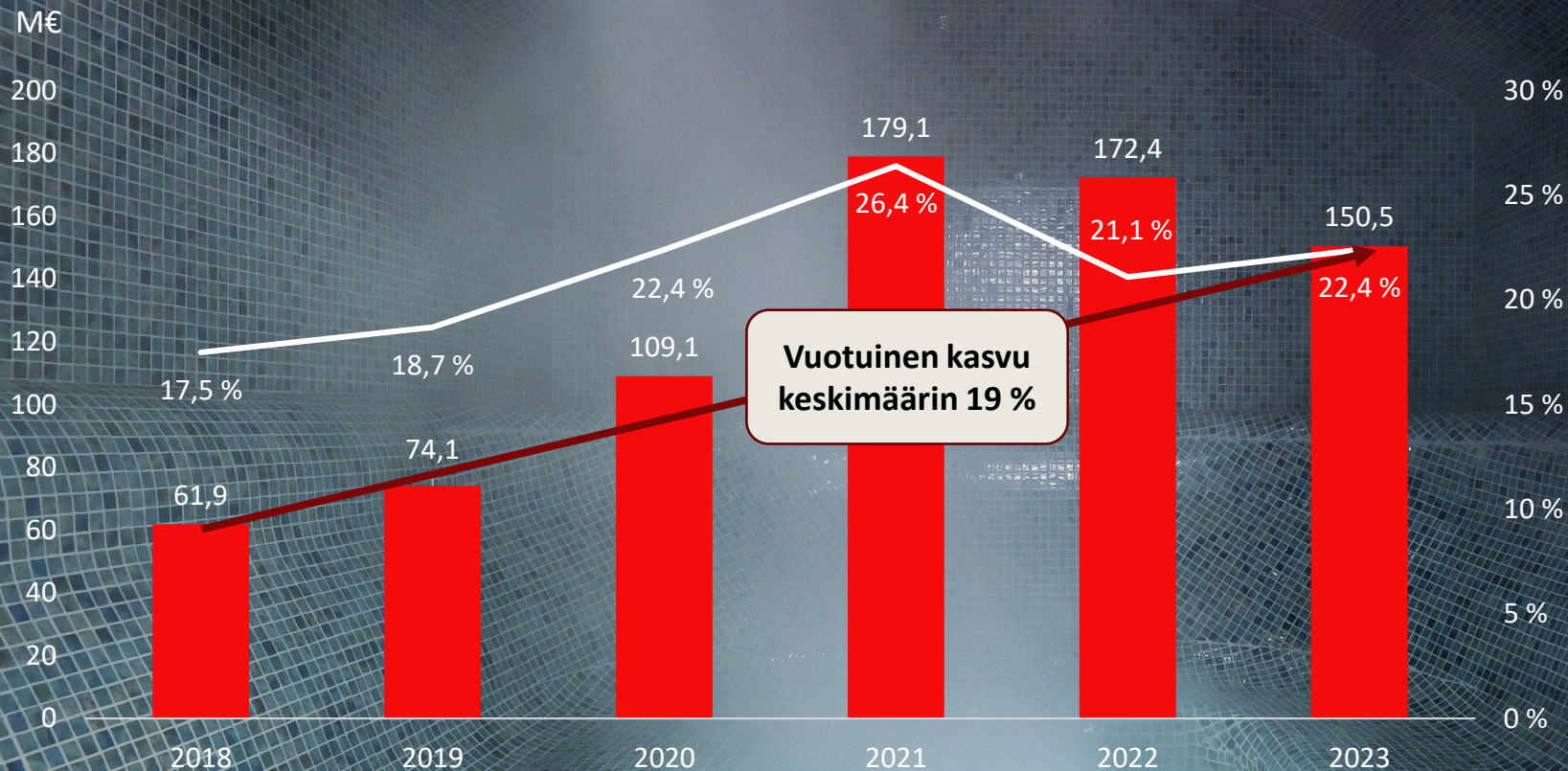
Hyödynnämme syvällistä kokemustamme ja inspiroimme ihmisiä nauttimaan elämästä ja voimaan paremmin tehden

**jokapäiväisestä  
saunanautinnosta**

osan kulttuuria ympäri maailman.

# Harvia on yli kaksinkertaistanut liikevaihtonsa vuoden 2018 listautumisesta säilyttäen samalla vahvan kannattavuuden

## Harvian liikevaihto ja oikaistu liikevoitto-% 2018–2023



- Harvia on kasvanut vahvasti viime vuosina sekä organisaation että yritysosaston kautta
- Vuosina 2020–2022 pandemia vauhditti saunamarkkinan kasvua
- Vuosina 2022–2023 Venäjän hyökkäyssota Ukrainassa ja sitä seurannut taloudellinen epävarmuus etenkin Euroopassa heijastuivat liikevaihtoon

# Harvia on toteuttanut nykyistä strategiaansa onnistuneesti listautumisen jälkeen



**Keskiostoksen arvon kasvattaminen**



**Maantieteellinen laajentuminen**



**Tuottavuuden parantaminen**

**HARVIA**

Sauna & Spa

# Katsaus saunamarkkinaan

# Ydinliiketoimintamme: Globaalin saunamarkkinan arvo on noin 3,5 miljardia euroa



## Globaali sauna- markkina



Arvo n. 3,5 mrd. euroa<sup>1</sup>



>18 miljoonaa saunaa<sup>1</sup>



**Kolme eri saunatyyppeä:** perinteinen, infrapuna ja höyry.  
Perinteinen sauna kattaa yli puolet markkinan arvosta.



**Historiallisesti keskimääräinen vuotuinen kasvu noin 5 %.**  
Saunan ja sen terveyshyötyjen tunnettuus kasvaa globaalisti,  
ja seuraavan 5 vuoden kasvuennuste on yli 5 % vuodessa.

1) Ilman Venäjää noin 3 mrd. euroa; sisältää myös muiden kuin saunavalmistajien toteuttamat saunaremontit ja -rakennusprojektit; ei sisällä saunaan liittyvää kylpemistä. Ilman Venäjää >12 miljoonaa saunaa.

Lähde: Harvian johdon arvio

# Toimialan keskeiset ajurit muovaavat markkinaa ja tarjoavat Harvialle kasvumahdollisuuksia

**HARVIA**  
Sauna & Spa

TOIMIALAN AJURIT

## Terveys ja hyvinvointi



Ihmiset ovat valmiita panostamaan parempaan ja pidempään elämään. Saunalla on monia tieteellisesti todistettuja hyötyjä.

## Halu kuluttaa elämyksiä



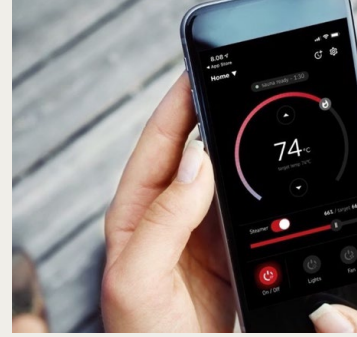
Kuluttajat ympäri maailman ovat entistä halukkaampia maksamaan elämää rikastuttavista elämyksistä.

## Kasvava tunnettuus



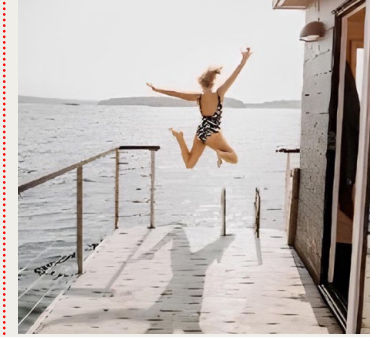
Saunan ja sen terveyshyötyjen tunnettuus kasvaa, ja saunalla on yhä suurempi rooli nykykulttuurissa Yhdysvalloista Aasiaan.

## Teknologia



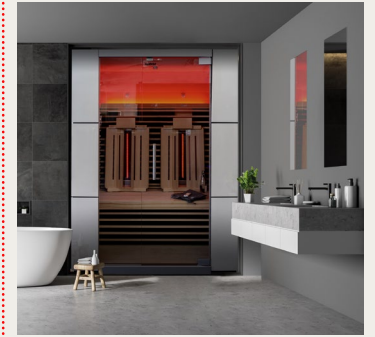
Saunan ja teknologian yhdistävät innovaatiot mahdollistavat esimerkiksi uusia viihde-elämyksiä saunoissa.

## Vastuullisuus



Vastuullisten ja turvallisten saunaratkaisujen innovoinnille ja kaupallistamiselle on yhä enemmän mahdollisuuksia ja kasvavaa kysyntää.


## Markkinan konsolidaatio





Sirpaloitunut saunamarkkina konsolidoituu, kun myös sauna-alaa lähellä olevien toimialojen suuret toimijat tulevat markkinalle.

# Saunamarkkinalla on ainutlaatuisia piirteitä ja mahdollisuuksia kaikilla Harvian myyntialueilla

## Pohjois-Amerikka

 20–25 %


 1–1,5 miljoonaa

 Markkina kasvaa etenkin kuluttajakanavissa globaalia keskiarvoa nopeammin, mutta saunan yleisyys on alhainen. Markkinalla kaikkia kolmea saunatyyppeä. Kokonaisratkaisujen myynti tärkeää, myös suoraan kuluttajille.

## Pohjois-Eurooppa


 ~15 %


 ~4 miljoonaa

 Suomessa maailman eniten saunoja asukasta kohden. Markkina muodostuu lähes kokonaan perinteisestä saunasta. Keskeinen puukiuasmarkkina. Vaikea markkinaympäristö vuodesta 2022 alkuvuoteen 2024, mutta keskipitkän aikavälin näkymä valoisampi.

## Venäjä

 ~15 %


 ~6 miljoonaa

 Harvia vetäytyi Venäjältä kokonaan vuonna 2022

## Manner-Eurooppa


 30–35 %


 5–6 miljoonaa


 Markkina vakiintumassa ja palaamassa kasvupolulle vaikeiden vuosien 2022–2023 jälkeen. Pohjois-Eurooppaan verrattuna suurempi markkina ammattilais- ja kokonaisratkaisuille, merkittävä infrapuna- ja höyrysaunamarkkina, korkeammat hinnat.


## APAC ja MEA


 ~15 %

 1–2 miljoonaa

 Useita houkuttelevia ja kehittyviä markkinoita, kuten Japani, joissa oma saunakulttuuri ja kysynnän vaatimukset. Kaikki saunatyypit relevantteja, kaupallinen kysyntä merkittävää.

 Osuus globaalista saunamarkkinasta

 Käytössä olevien saunojen määrä

 Markkinan keskeiset piirteet Harvian näkökulmasta



**HARVIA**

Sauna & Spa

# Strategiamme

**HARVIA**

Sauna & Spa

TAVOITE

**Edistämme terveyttä lämmöllä**

**STRATEGINEN ROOLI**

**Johdamme ja uudistamme globaalia  
saunamarkkinaa siten, että kaikilla on  
syy kokea sauna**

### JOHDAMME JA UUDISTAMME

- Aktiivinen rakentaja, joka kasvattaa saunamarkkinoita
- Johtaa ja inspiroi luomalla innostavia innovaatioita
- Yrityskaupoissa konsolidoijan roolissa

### GLOBAALIA SAUNAMARKKINAA

- Toimimme globaalisti ja haluamme olla globaalisti johtava toimija keskittymällä tärkeimpiin toimintamaihin
- Tarjoamme kokonaisvaltaisen tuotevalikoiman, joka kattaa kaikki saunatyypit
- Pyrimme tekemään saunasta kokonaisvaltaisemman elämyksen (esim. kuuma & kylmä, hyvinvointiteknologia)

# Johdamme ja uudistamme globaalia saunamarkkinaa siten, että kaikilla on syy kokea sauna

### KAIKILLA

- Edistämme erilaisia saunakulttuureja ympäri maailman
- Tarjoamme erihintaisia ratkaisuja
- Kattava saatavuus vahvoissa kanavissa

### SYY KOKEA

- Korostamme jatkuvasti syitä kokea sauna (esim. parempi uni, palautuminen, terveys, viihde, rentoutuminen, kauneus, nautinto)
- Tieteelliset todisteet, innovointi, viestintä

### SAUNA

- Laajempi saunakokemus sisältää kaikki saunatyypit, kylmäaltaat, kylpytynnyrit ja muut saunaan liittyvät lisäelementit
- Markkinan johtavana toimijana ja uudistajana määritämme uudelleen, mitä sauna on ja voi olla

# Harvian päivitetty strategiset painopistealueet

**HARVIA**  
Sauna & Spa

Kokonaisvaltaisten  
saunakokemusten  
tarjoaminen

Strategisesti tärkeiden  
markkinoiden voittaminen

Johtava asema  
keskeisissä kanavissa

**Ensiluokkaiset operatiiviset toiminnot ja erinomaiset osaajat**

# Harvian päivitetty strategiset painopistealueet

## Kokonaisvaltaisten saunakokemusten tarjoaminen

- Kasvatamme kokonaisvaltaisten järjestelmien ja ratkaisujen myyntiä
- Olemme johtava toimija kaikissa saunatyypeissä: kasvatamme höyry- ja infrapunasauvojen osuutta Harvian liiketoiminnasta
- Tuomme markkinoille uusia, innostavia innovaatioita, joissa on edistysellinen muotoilu, huippuluokan käyttökokemus ja erinomaisia digitaalisia ratkaisuja

## Strategisesti tärkeiden markkinoiden voittaminen

- Pohjois-Amerikka: Jatkamme vahvaa kasvua kaikissa hintaluokissa, tuoteryhmissä ja kanavissa
- Eurooppa: Keskitymme asemamme vahvistamiseen ja kasvuun myös lyhyellä aikavälillä markkinoiden elpessä
- APAC & MEA: Kehitämme markkinoita aktiivisesti korkean potentiaalin maissa
- Toimimme alan aktiivisena konsolidoijana yrityskauppojen kautta

## Johtava asema keskeisissä kanavissa

- Hyödynnämme ”Oikea tuote oikeassa kanavassa” -lähestymistapaa
- Olemme B2B-asiakkaillemme paras pitkäaikainen kumppani ja autamme heitä kasvattamaan liiketoimintaansa
- Vahvistamme suoran kuluttajakanavan roolia
- Tuemme loppukäyttäjiä tuotteiden koko elinkaaren ajan

## Ensiluokkaiset operatiiviset toiminnot ja erinomaiset osaajat

- Laajennamme ja automatisoimme operatiivista toimintaamme sekä kasvatamme kapasiteettia voimakkaasti kasvavilla markkina-alueilla
- Tehostamme Harvia-konsernin integraatiota tuottavuuden ja kasvun tukemiseksi
- Kehitämme työntekijöiden kyvykkyksiä tulevaa menestystä silmällä pitäen ja tuemme heidän hyvinvointiaan
- Kehitämme toimintojemme ja toimitusketjumme vastuullisuutta jatkuvasti

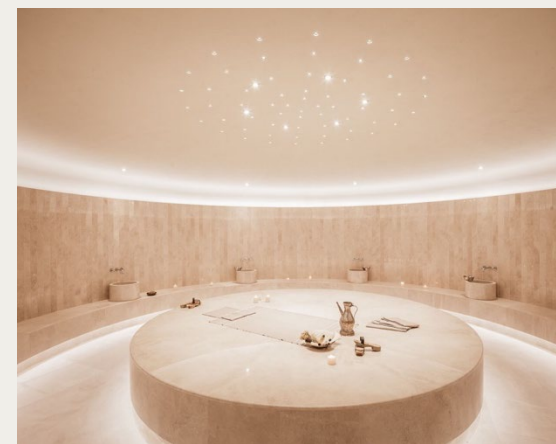
# Harvia keskittyy nykyisiä kyvykkyyksiään täydentäviin ja skaalautuviin liiketoimintamahdollisuuksiin, joilla on riittävä tuottopotentiaali



**Ydintoiminta:** Upean saunaelämyksen takaavat ratkaisut, tuotteet, lisävarusteet ja digitaaliset palvelut



**Ei ydintoimintaa:** Rakentaminen, kiinteistöt, palveluiden tarjoaminen



Tarvikeliiketoiminta

Ratkaisuliiketoiminta

Rakentamisliiketoiminta

Palveluntarjoaja

# Harvian ydintoimintaa lähellä on suurten toimialojen osa-alueita, joita Harvia voi hyödyntää tulevaisuuden liiketoiminnassaan

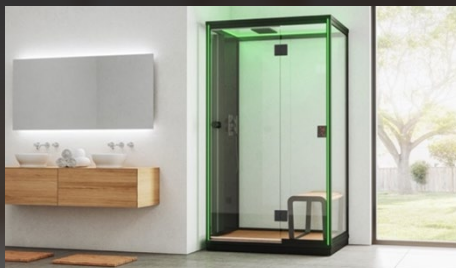
**HARVIA**

Sauna & Spa



## HYVINVOINTI- JA TERVEYSMARKKINA

Markkinan koko: ~6 bilj. euroa<sup>1</sup>



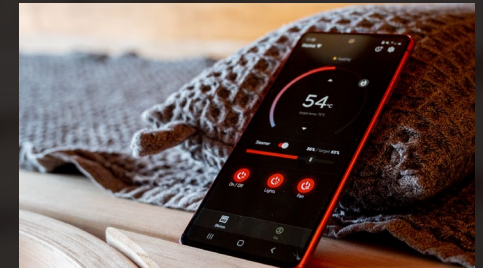
## KYLPYHUONEMARKKINA

Markkinan koko: ~100 mrd. euroa<sup>2</sup>



## SAUNAMARKKINA ON YDINTOIMINTAAMME

Markkinan koko: ~3,5 mrd. euroa



## DIGITAALISET PALVELUT JA VIIHDE

Markkinan koko: > 2 bilj. euroa<sup>3</sup>



## LIFESTYLE-BRÄNDITUOTTEET (esim. lisävarusteet, vaatteet)



# Harvian päivitetyt pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet heijastavat kasvutavoitteitamme



## KASVU

**10 %**

Liikevaihdon vuotuinen kasvu keskimäärin

## KANNATTAVUUS

**>20 %**

Oikaistu liikevoittoprosentti<sup>1</sup>

## VELKAANTUMISASTE

**<2,5x**

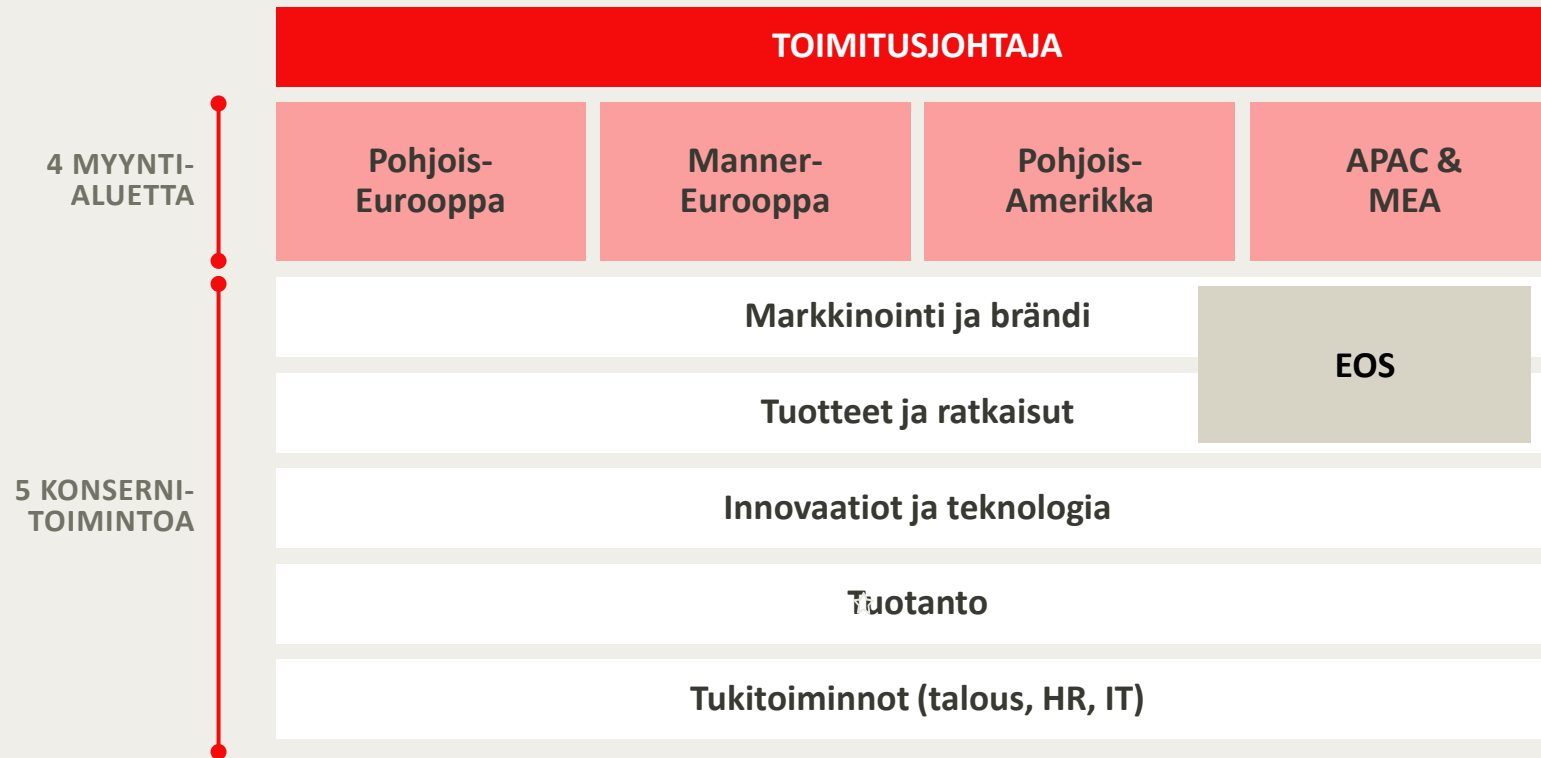
Nettovelan suhde oikaistuun käyttökatteeseen<sup>2</sup>

1) Oikaistu liikevoitto on liikevoitto ennen vertailukelpoisuuteen vaikuttavia eriä.  
2) Ei huomioi IFRS-standardien tulevien muutosten vaikutusta.

# Harvian organisaatorakenne tukee strategiamme toteuttamista



## Harvia-konsernin ylätasoin organisaatorakenne 1.1.2024 alkaen



## Päivitetyn organisaatorakenteen tärkeimmät tavoitteet

- Vahvistaa asiakas- ja markkina-keskeisyyttä
- Vahvistaa innovaatio- ja erottautumiskyvykkyyksiä
- Hyödyntää synergioita aiempaa paremmin konserninlaajuisesti
- Tarjota vahva perusta mahdollisille uusille yritysostoille

# Harvia on sitoutunut tarjoamaan kaikille syyn kokea sauna – vastuullisesti

**HARVIA**

Sauna & Spa



## HYVÄ JA TERVE ELÄMÄ

Vaikutamme tarjoomallamme myönteisesti ihmisten terveyteen ja pitkäikäisyyteen. Jaamme aktiivisesti tieteeseen perustuvaa tietoa lämmön terveysvaikutuksista ja kannustamme pitämään terveyttä yllä saunomalla kolme kertaa viikossa vähintään 15 minuuttia kerralla.



## VASTUULLINEN KOKEMUS JA NAUTINTO

Ohjeistamme aktiivisesti loppukäyttäjämme käyttämään tuotteitamme vastuullisesti. Panostamme päästöjä vähentävien ja energiankulutusta optimoivien tuotteiden tutkimukseen ja kehittämiseen. Käytämme vastuullisia ja kestävästi hankittuja materiaaleja.



## HIILINEUTRAALIUS

Tavoitteenamme on saavuttaa hiilineutraalius omissa toiminnoissamme vuoteen 2030 mennessä ilmaston lämpenemisen rajoittamiseksi sekä osallistua maailmanlaajuisiin ympäristönsuojelutoimiin.



## TURVALLINEN JA LÄMMIN YHTEISÖ

Tekemällä yhteistyötä ja tukemalla toisiamme luomme hyvinvointia ja pitkiä suhteita niin työntekijöidemme, asiakkaidemme kuin kumppaneidemme kanssa. Pidämme huolta henkilöstömme turvallisuudesta, tasa-arvosta ja osaamisen kehittämisestä.

## PITKÄN AIKAVÄLIN VASTUULLISUUSTAVOITTEEMME



**KAIKILLA**  
on mahdollisuus saunoa



**100 %**  
kestävästi hankittu



**0**  
päästöt



**0**  
tapaturmaa

# Yhteenveto

1

Globaali saunamarkkina on houkutteleva, ja sillä on vakaat kasvuajurit

2

Harvialla on vahvat näytöt ja hyvä asema tulevaisuutta ajatellen

3

Harvia aikoo ottaa voimakkaan, strategisen roolin saunamarkkinan johtajana ja uudistajana siten, että kaikilla on syy kokea sauna

4

Harvia on päivittänyt pitkän aikavälin taloudellisia tavoitteitaan yhtiön kasvutavoitteiden mukaisiksi

**HARVIA**

Sauna & Spa

# Taloudellinen katsaus ja päivitetyt tavoitteet

*Ari Vesterinen, talousjohtaja*

**HARVIA**

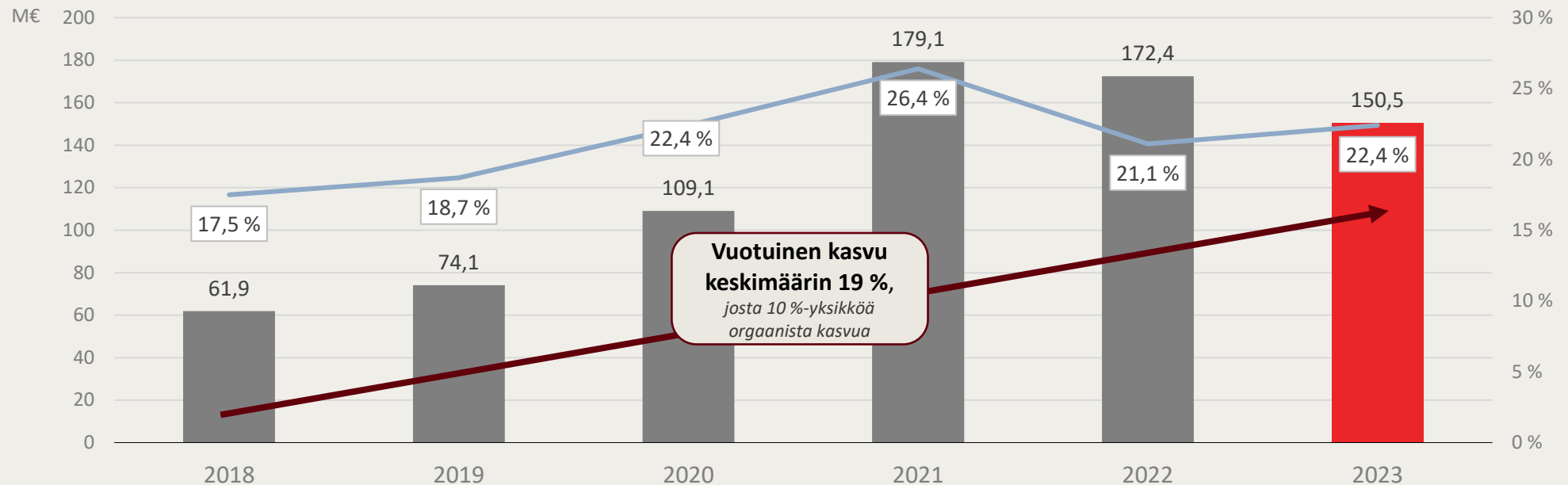
Sauna & Spa

# Harvian taloudellinen kehitys

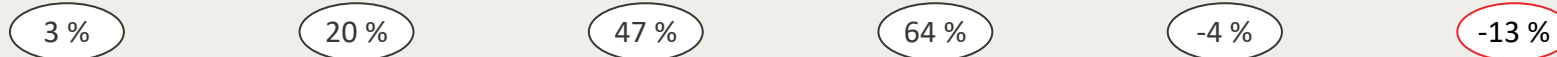
# Harvialla on vahvat näytöt sekä orgaanisesta että epäorgaanisesta kannattavasta kasvusta



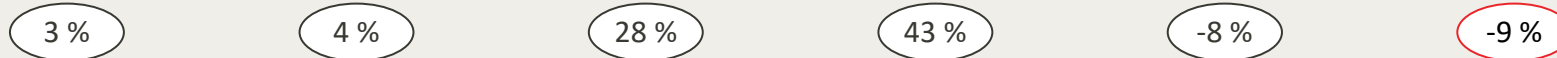
## Liikevaihto ja oikaistu liikevoittoprosentti



Kasvu yhteensä



Orgaaninen kasvu



Merkittävimmät yrityskaupat

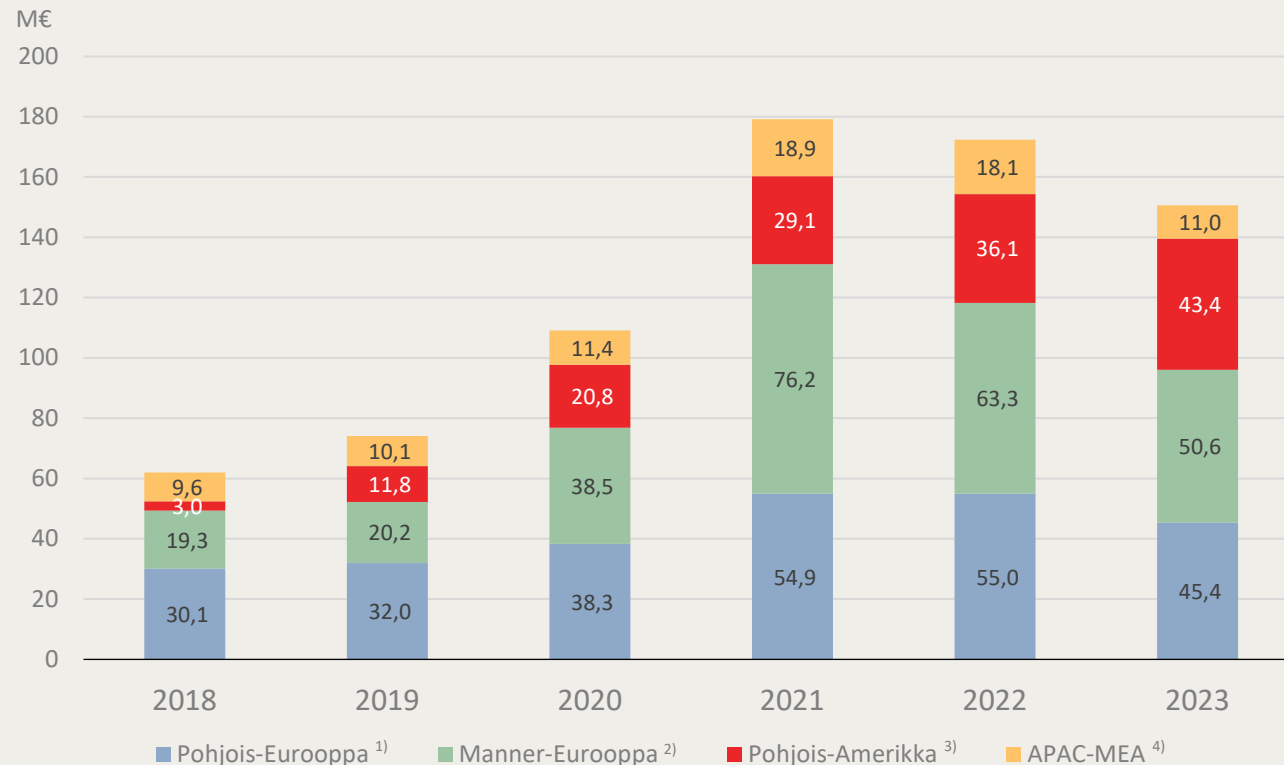


1) Harvia hankki 78,6 % EOS Groupin Saksan toiminnoista maaliskuussa 2020, loput 21,4 % heinäkuussa 2022.

# Harvian liiketoiminta on kansainvälistynyt lisää etenkin Pohjois-Amerikan kasvatettua osuuttaan kokonaisliikevaihdosta



## Liikevaihto myyntialueittain



1) Suomi, Ruotsi, Tanska, Norja, Islanti, Viro, Latvia, Liettua  
2) Eurooppa pois lukien Pohjois-Euroopan maiksi luokitellut maat  
3) USA ja Kanada  
4) Kaikki muut kuin yllä mainitut maat

Vuoden 2024 ensimmäisestä neljänneksestä alkaen Harvia raportoi liikevaihtonsa myyntialueittain yllä esitetyn mukaisesti.

- Vuodesta 2018 lähtien Pohjois-Euroopan osuus Harvian liikevaihdosta on laskenut 49 prosentista 30 prosenttiin.
- Manner-Eurooppa kattaa kolmanneksen Harvian liikevaihdosta, kun vuonna 2021 sen osuus oli 43 %.
- Pohjois-Amerikan osuus on kasvanut 5 prosentista (2018) 29 prosenttiin (2023).
- APAC & MEA -alueen osuus on laskenut 15 prosentista (2018) 7 prosenttiin (2023) eritoten Venäjältä poistumisen seurauksena<sup>5)</sup>. Alueen liikevaihto kuitenkin kasvoi vuonna 2023, kun myyntiä Venäjällä vuonna 2022 ei huomioida, vaikka Harvian kokonaisliikevaihto laski.

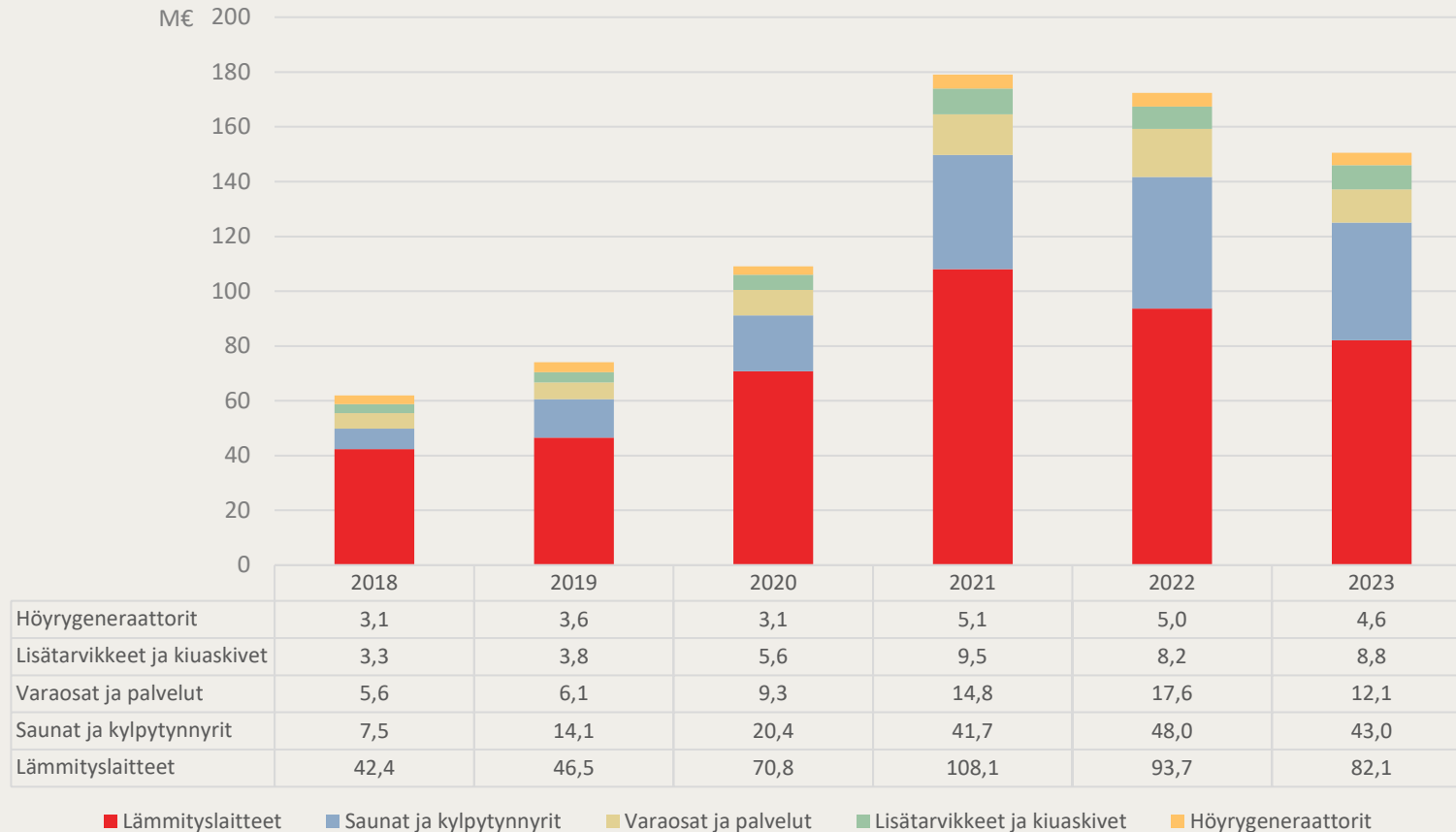
5) Venäjän liikevaihto 5,662 M€ vuonna 2018. Venäjällä ei liikevaihtoa vuonna 2023. Harvia poistui Venäjältä vuonna 2022, jolloin sen liikevaihto maassa oli 7,454 M€.



# Lämmityslaitteet muodostavat yhä yli puolet Harvian liikevaihdosta, mutta etenkin saunojen osuus on kasvanut



## Liikevaihto tuoteryhmittäin



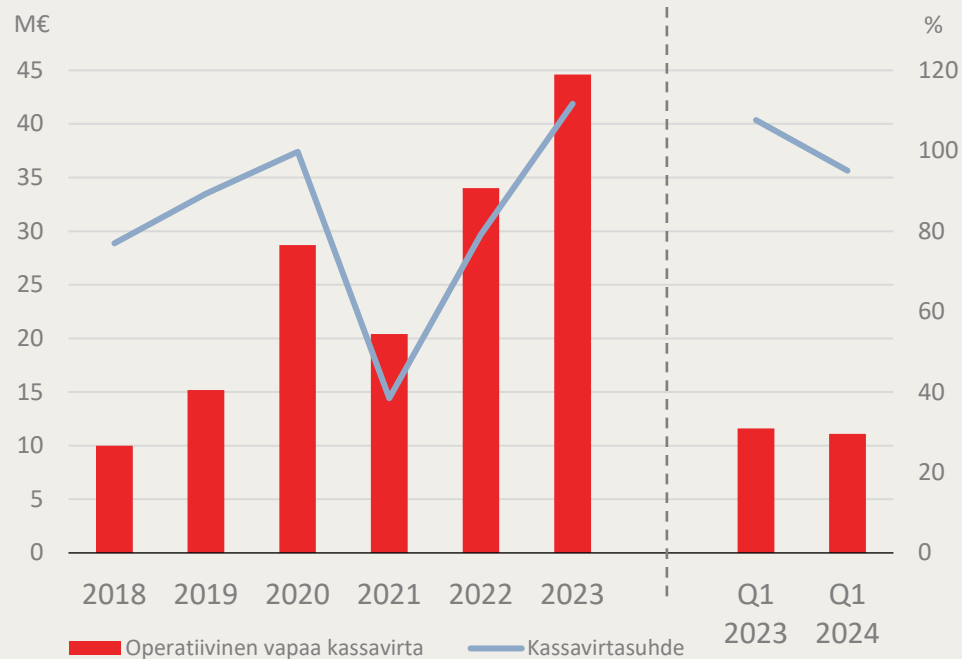
- Lämmityslaitteiden osuus on laskenut 68 prosentista (2018) 55 prosenttiin (2023).
- Saunat ja kylpytynnyrit kattavat 29 % liikevaihdosta, kun saunat muodostivat vain 12 % liikevaihdosta vuonna 2018. Kasvu on tukenut erityisesti sauna-kategorian vahva orgaaninen kasvu sekä Almost Heaven Saunas- ja Kirami-yritysostot.

Lämmityslaitteet: kiukaat, ohjauskeskukset ja infrapunasäteilijät. Vuoden 2023 ensimmäisestä neljänneksestä alkaen Harvia raportoi liikevaihtonsa tuoteryhmittäin yllä esitetyn mukaisesti.

# Harvian operatiivinen kassavirta on ollut vahvalla tasolla ja velkaantumisaste alhainen

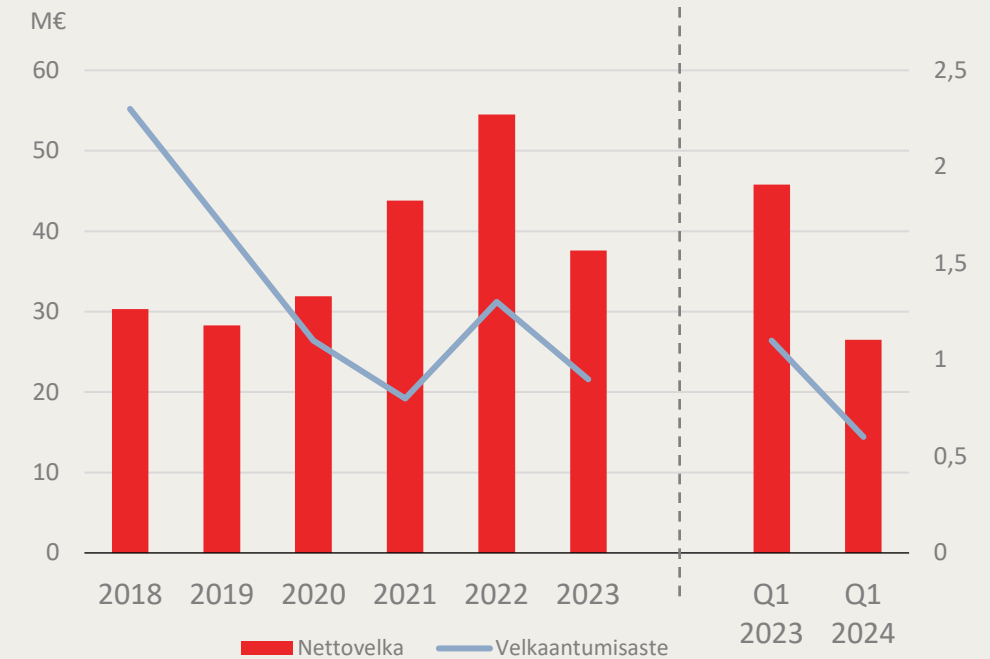


## Operatiivinen vapaa kassavirta ja kassavirtasuhde



Harvian kassavirtasuhde on perinteisesti ollut vahva. Vuosina 2022–2024 se on ollut erittäin korkea, jopa yli 100 %, vähentyneen nettokäyttöpääoman ja maltillisten investointien tukemana.

## Nettovelka ja velkaantumisaste

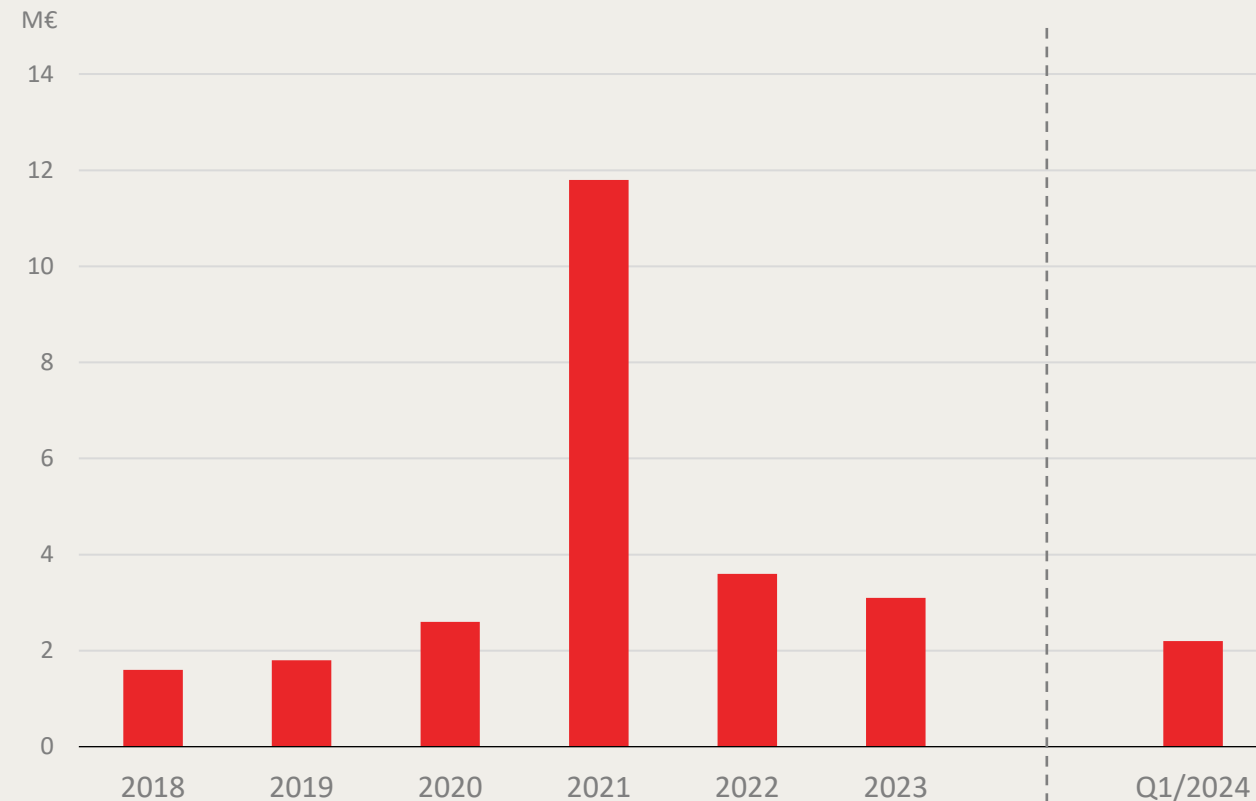


Harvian velkaantumisaste on pysynyt alhaisena, joskin se nousi hetkellisesti vuonna 2022, kun Harvia osti jäljellä olevan 21,4 %:n osuuden EOS Groupin Saksan toiminnoista.

# Harvian investointitahti on pysynyt maltillisena – paitsi vuonna 2021, jolloin tehtiin runsaasti investointeja



## Investoinnit



- Harvian investoinnit vuositasolla ovat tyypillisesti olleet 1,5 ja 3,5 milj. euron välillä.
- Vuonna 2021 Harvian kokonaisinvestoinnit olivat 11,8 milj. euroa, kun yhtiö avasi uuden saunatehtaan Länsi-Virginian Lewisburgissa Yhdysvalloissa sekä teki laajennuksia ja päivityksiä useissa muissa tehtaissa.
- Vuoden 2024 ensimmäisellä neljänneksellä Harvia osti 8,7 hehtaaria maata Lewisburgin tehtaan ympäriltä.
- Yhtiö suunnittelee lisäävänsä kasvuinvestointeja etenkin Pohjois-Amerikkaan seuraavien kahden vuoden aikana. Konsernin investointitarpeet pysyvät muutoin yleisesti ottaen varsin matalalla tasolla.

# Päivitetyt pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet

# Arvonluonti kannattavan kasvun kautta on tärkeässä asemassa Harvian strategiassa ja pitkän aikavälin arvonluonnissa



## Toimintaympäristö tukee kunnianhimoisempia kasvutavoitteita

**Saunamarkkinan kasvun** odotetaan olevan yli 5 % seuraavan viiden vuoden ajan<sup>1</sup> – Harvian täytyy kasvaa tätä nopeammin, jotta se voi vahvistaa markkinaosuuttaan ja johtavaa asemaansa

**Markkinan konsolidaatio** lisääntyy toimialallamme, ja alan johtavana toimijana meidän on toimittava aktiivisena konsolidoijana

## Liiketoiminnan kasvattaminen hyödyttää yhtiötä monella tavoin

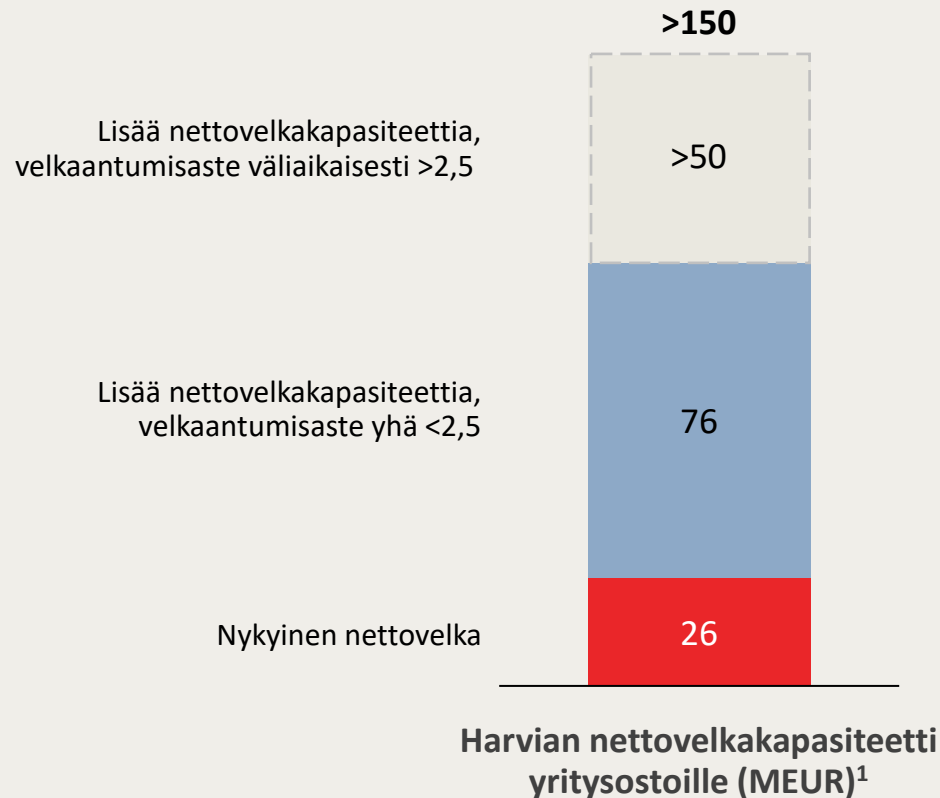
- Operatiivisen vivun hyödyntäminen
- Skaalaetujen hyödyntäminen esimerkiksi tutkimuksessa ja tuotekehityksessä ja toimitusketjussa
- Kyky tehdä merkittäviä investointeja toimintoihin, tutkimukseen ja tuotekehitykseen sekä markkinointiin
- Osaajien sitouttaminen ja houkuttelevuus useampien innostavien mahdollisuuksien ansiosta

**Parempi pitkän aikavälin kannattavuus ja kyky luoda arvoa**

# Orgaanisen kasvun lisäksi Harvia haluaa säilyttää vahvan taloudellisen asemansa tehdäkseen merkittävän kokoisia yritysostoja



Harvialla on taloudelliset edellytykset tehdä merkittäviä investointeja ja yritysostoja...



...mikä tukee epäorgaanisen kasvun tärkeää roolia Harvian strategiassa

- Harvia haluaa ottaa aktiivisen roolin konsolidoijana sirpaloituneella markkinalla
- Harvia pyrkii tekemään strategisia yritysostoja
  - vahvistaakseen asemaansa avainmarkkinoilla erityisesti Euroopan ulkopuolella
  - kasvattaakseen höyry- ja infrapunasaunojen liiketoimintaa
  - kehittääkseen strategisia kyvykkyyksiä esim. digitaalisissa ratkaisuissa ja palveluissa
- Lisäksi yhtiö voi tehdä taktisia yritysostoja, jos houkutteleva mahdollisuus avautuu. Toimitusketjumme esimerkiksi vahvistui Phoenix El-Mec -yritysoston myötä
- Harvia pyrkii tekemään yritysostoja, jotka ovat riittävän suuria luomaan merkittävää kasvua ja synergioita, mutta jotka eivät vaaranna liiketoiminnan jatkuvuutta tai aiheuta merkittäviä riskejä. Integraation laajuus ja nopeus määritetään tapauskohtaisesti

1. Huom: Arvio tämänhetkisestä nettovelasta ja kapasiteetista perustuu tilanteeseen 31.3.2024

# Päivitetyt pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet heijastavat kasvutavoitteitamme

TALOUDELLINEN  
TAVOITE

## KASVU

# 10 %

Liikevaihdon vuotuinen kasvu keskimäärin

- Aiemmin: liikevaihdon vuotuinen kasvu keskimäärin yli 5 %
- Globaalin saunamarkkinan ennustettu kasvu yli 5 % vuodessa seuraavien 5 vuoden ajan<sup>3)</sup>
- Aktiivisena markkinan rakentajana Harvia pyrkii kasvattamaan saunamarkkinaa
- Markkinan konsolidoija yritysostojen kautta

## KANNATTAVUUS

# >20 %

Oikaistu liikevoittoprosentti<sup>1)</sup>

- Aiemmin: yli 20 %:n oikaistu liikevoittoprosentti (ei muutosta)
- Keskimääräinen oikaistu liikevoittoprosentti pitkällä aikavälillä
- Mahdolliset yritysostot voivat vaikuttaa oikaistuun liikevoittoprosenttiin väliaikaisesti

## VELKAANTUMISASTE

# <2,5x

Nettovelan suhde oikaistuun käyttökatteeseen<sup>2)</sup>

- Aiemmin: nettovelan suhde oikaistuun käyttökatteeseen 1,5x–2,5x pitkällä aikavälillä
- Harvian pyrkimys kasvaa yritysostojen kautta heijastuu uudessa tavoitteessa, sillä yhtiö haluaa kyetä jatkossakin tekemään merkittävän kokoisia yritysostoja

1) Oikaistu liikevoitto on liikevoitto ennen vertailukelpoisuuteen vaikuttavia eriä.

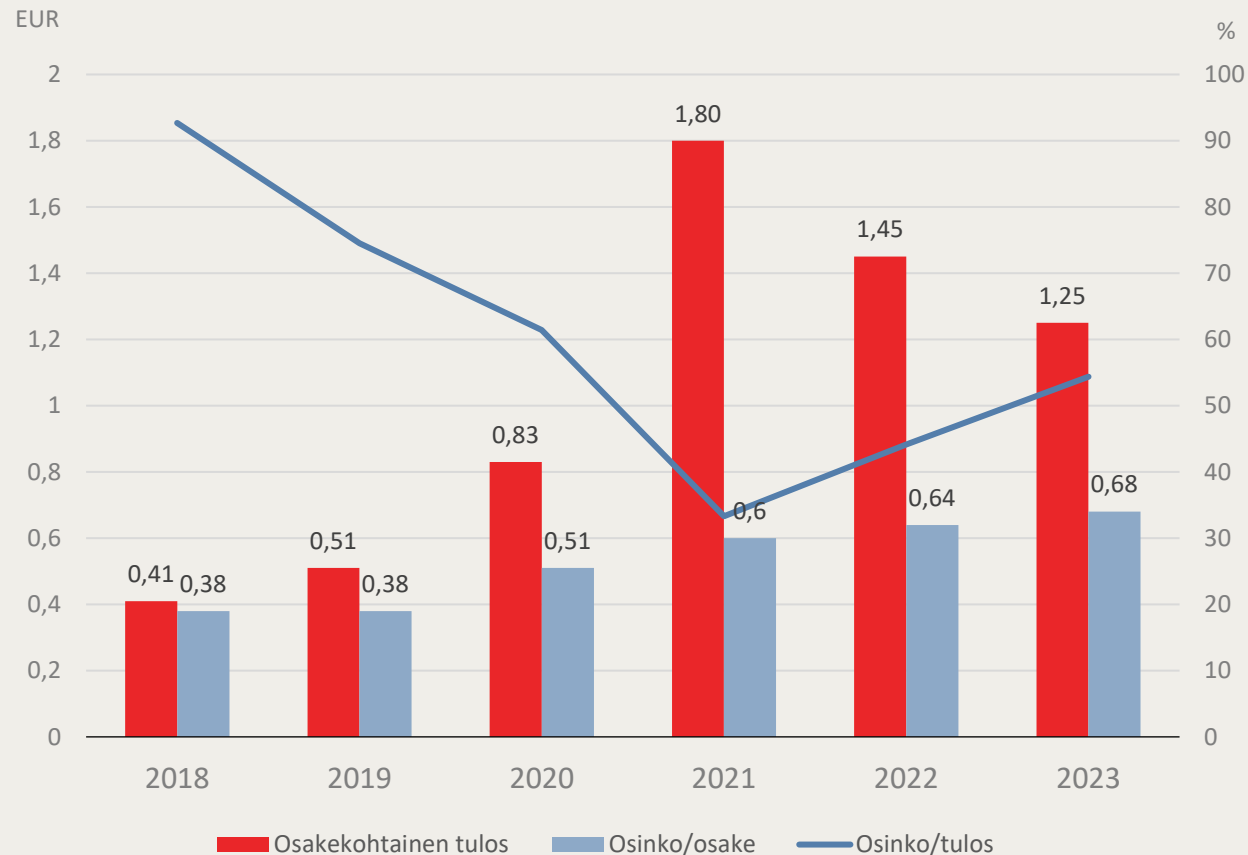
2) Ei huomioi IFRS-standardien tulevien muutosten vaikutusta.

3) Lähde: Harvian johdon arvio

# Harvian osinkopolitiikkana on jakaa säännöllisesti kasvavaa osinkoa



## Osinko



- Helmikuusta 2022 lähtien Harvian osinkopolitiikkana on ollut jakaa säännöllisesti kasvavaa osinkoa kaksi kertaa vuodessa
- Tilikaudelta 2023 osinko oli 0,68 euroa per osake – osinko/tulos oli 54,4 %
- Osinkopolitiikka säilyy ennallaan



# Yhteenveto

1

Viime vuosien aikana Harvian liiketoiminta on muuttunut aiempaa kansainvälisemmäksi ja vähemmän kiuaskeskeiseksi

2

Harvia haluaa säilyttää vahvan taloudellisen asemansa mahdollistaakseen myös merkittävän epäorgaanisen kasvun

3

Harvia on päivittänyt taloudellisia tavoitteitaan kasvatavoitteidensa mukaisiksi

4

Harvian osinkopolitiikka säilyy ennallaan – yhtiö maksaa säännöllisesti kasvavaa osinkoa kaksi kertaa vuodessa

# Päivän ohjelma

**10.30**

**Tervetuloa!**

**HARVIAN STRATEGIAPÄIVITYS**

Matias Järnefelt, toimitusjohtaja

**TALOUDELLINEN KATSAUS JA PÄIVITETYT TAVOITTEET**

Ari Vesterinen, talousjohtaja

**Q&A**

**11.45**

**Tauko**

**12.00**

**KASVUN VAUHDITTAMINEN POHJOIS-AMERIKASSA**

Jennifer Thayer, Pohjois-Amerikan alueen johtaja

**KOKONAISVALTAINEN SAUNAKOKEMUS INSPIROI MARKKINAA**

Markus Wörmanseder, tuote- ja ratkaisujohtaja

**KULUTTAJIEN INNOSTAMINEN JA SAUNAILMIÖN ETEENPÄIN VIEMINEN**

Päivi Juolahti, markkinointi- ja brändijohtaja

**TEHOKKAAT OPERATIIVISET TOIMINNOT TUKEVAT HARVIAN**

**KANNATTAVUUTTA JA KASVUA**

Mika Suoja, tuotantojohtaja

**Q&A**

**PÄÄTÖSSANAT**

Matias Järnefelt, toimitusjohtaja

**13.30**

**Tilaisuus päättyy**

**Lounas**

**14.15**

**Tehdasvierailu**

A photograph of an outdoor sauna and hot tub. The sauna is a wooden barrel-shaped structure on a trailer with a black metal roof and a chimney. It is surrounded by a wooden deck, a hot tub, and various outdoor furniture like chairs and a fire pit. The scene is set in a lush garden with trees and string lights, suggesting a relaxing outdoor environment.

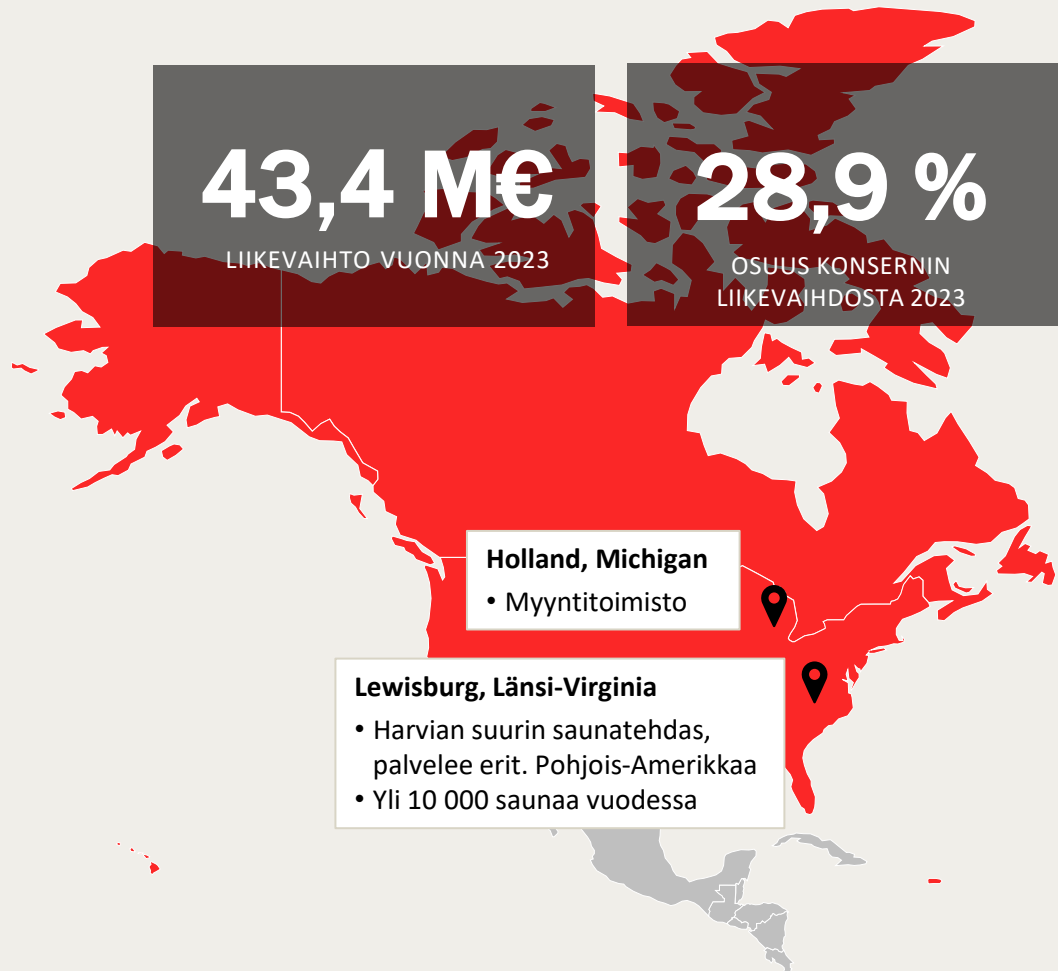
# Kasvun vauhdittaminen Pohjois-Amerikassa

*Jennifer Thayer, Pohjois-Amerikan alueen johtaja*

# Harvia on johtava toimija Pohjois-Amerikassa

**HARVIA**

Sauna & Spa



**HARVIA**  
The Sauna Experience

POHJOIS-AMERIKASSA KIUUKAISIIIN,  
KOMONENTTEIHIN JA TIETTYIHIN  
RATKAISUIHIN KESKITTYNYT BRÄNDI

- Kiuaskomponentit
- Ohjauskeskukset
- Valikoidut ratkaisut

**ALMOST HEAVEN**  
SAUNAS

HARVIAN SUURTEN VOLYYMIEN  
SAUNOJEN TÄRKEIN BRÄNDI  
POHJOIS-AMERIKASSA

- Kokonaiset saunaratkaisut  
sisä- ja ulkotiloihin
- Tynnyrisaunat

**EOS**  
PREMIUM SAUNAS

KORKEAN HINTALUOKAN  
KOMONENTTEIHIN  
KESKITTYNYT BRÄNDI

- Kiuaskomponentit ja  
ohjauskeskukset premium-  
ja ammattilaisratkaisuihin

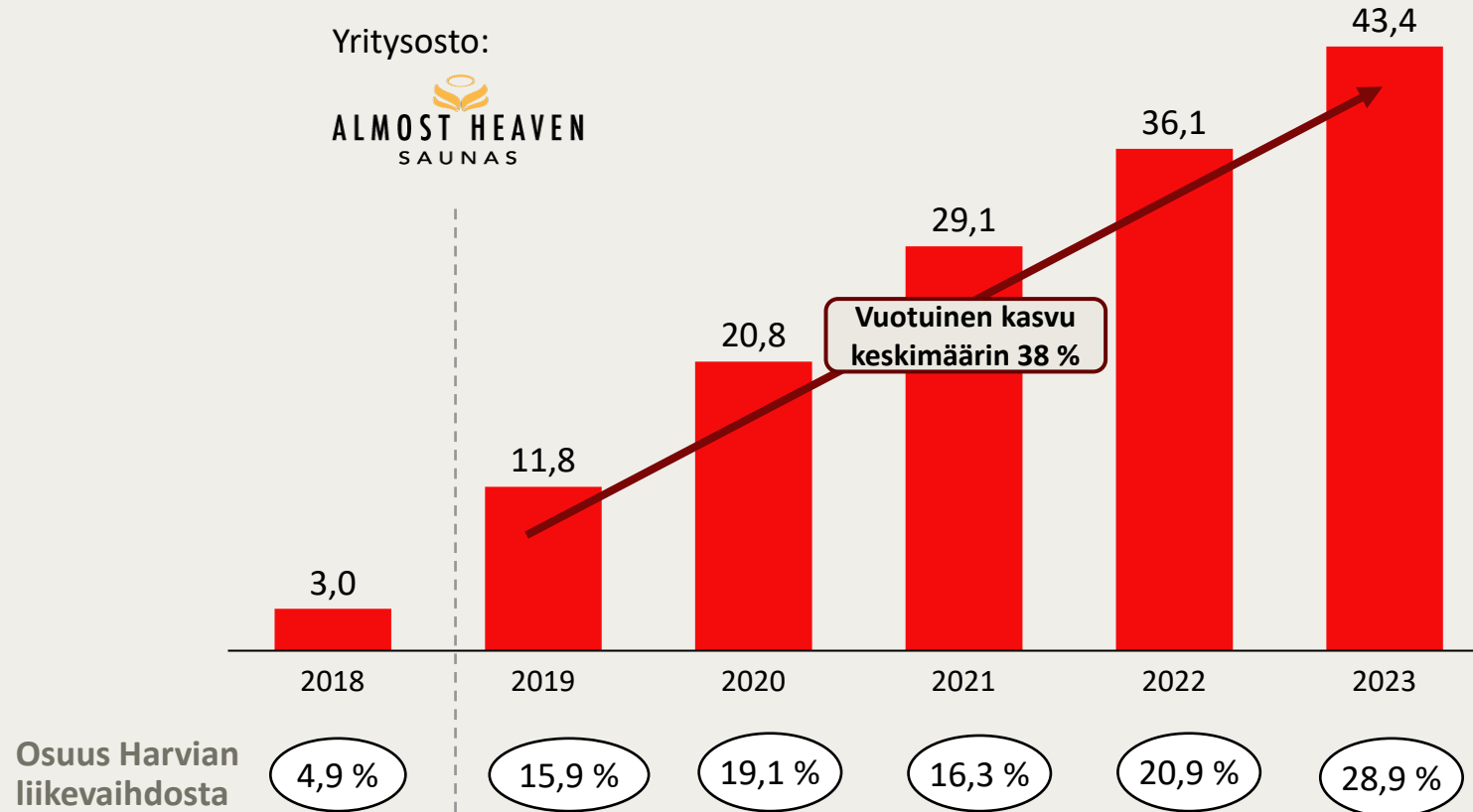
**TÄRKEIMMÄT ASIAKASRYHMÄT**

- Enimmäkseen B2C, palvelu  
usein online-kanavan kautta
- Jälleenmyyjät
- DIY-liikkeet
- Saunan rakentajat
- Kaupallisen sektorin  
loppukäyttäjät

# Harvia on kasvanut voimakkaasti Pohjois-Amerikassa ostettuaan Almost Heaven Saunasin joulukuussa 2018



## Pohjois-Amerikan liikevaihdon kehitys ja osuus Harvian kokonaisliikevaihdosta 2018–2023, M€

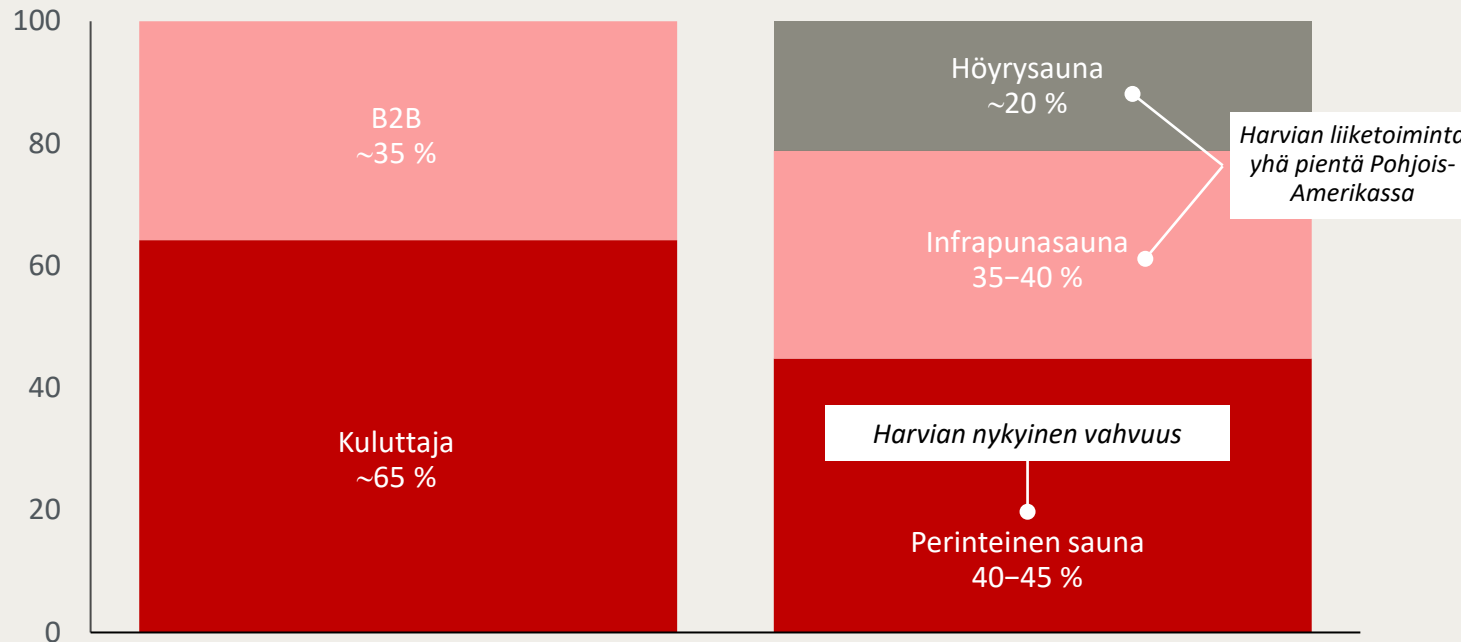


- Merkittävä muutos Pohjois-Amerikan liiketoiminnan laajuudessa loppuvuodesta 2018 Almost Heaven Saunas -yritysoston jälkeen
- Vuosina 2019–2023 Harvian liikevaihdon keskimääräinen vuotuinen kasvu (CAGR) oli 38 % markkinan kasvaessa noin 15 % vuodessa
- Vuosina 2020–2022 myös koronapandemia vauhditti Harvian kasvua
- Harvian kasvu on jatkunut pandemian jälkeen, mitä ovat tukeneet yhtiön onnistuneet toimet sekä saunan tunnettuuden kasvu ja saunojen yhä alhainen yleisyys

# Kasvualueemme: Katsaus Pohjois-Amerikan saunamarkkinaan



## Pohjois-Amerikan saunamarkkina segmenteittäin ja saunatyypeittäin (2023)



Markkinan koko **~800 milj. USD** (CAGR **~15 %** vuosina 2019–2023)

## Keskeisiä havaintoja

- Markkinan koko arviolta 800 milj. USD, CAGR ~15 % vuosina 2019–23, kaikki saunatyypit relevantteja
- Saunoja asennettu 1–1,5 milj., eli sauna on vain noin 1 prosentilla kotitalouksista
- Kehittyneempiin saunamarkkinoihin verrattuna korvauskysynnän osuus on pienempi ja täysin uudet ratkaisut ovat tärkeämpiä
- Saunan tunnettuuden kasvu ja yksityisen kulutuksen lisääntyminen edistäneet markkinan kasvua – rakennussektori on ollut varsin vaisu, mikä heijastuu etenkin B2B-projekteihin ja höyrysaunoihin

# Pohjois-Amerikan markkinan tunnuspiirteitä

## Markkinan ominaisuus

**Markkinan kasvu suurempaa kuin keskimäärin globaalisti** etenkin kotitalouksien saunoissa, saunan tunnettuus ja kiinnostus saunaa kohtaan kasvussa

**Saunan alhainen yleisyys, mutta laaja ja ostovoimainen kuluttajakunta**

**Sosiaalisen median näkyvyys** tukee hyvää kehitystä

**Kysyntää avaimet käteen -ratkaisuille**

**Suora kuluttajakanava ja online-kanava yleisiä** monessa liiketoiminnassa

**Sauna on erikoiskategoria**, jonka hinnat ovat yleisesti korkeampia

Tietyt markkinakohtaiset **tekniset vaatimukset**

Käynnissä oleva **markkinan konsolidaatio**

## Vaikutus Harviaan

**Suuri kasvupotentiaali ja keskeinen markkina** koko yhtiön kasvun edistämässä

**Mahdollisuus hyödyntää Harvian muiden markkinoiden** (esim. Euroopan) kattavaa tarjoomaa

**Inspiroivan somesisällön tarjoaminen ja vaikuttajayhteistyö**

**Innostavien kokonaisratkaisujen tarjoaminen**

Vahvempi **fokus suoran kuluttajakanavan kehittämiseen**

**Mahdollisuus luoda lisäarvoa**

**Tuotehyväksynät ja -sertifiointit ovat tärkeitä;** Harvialla vahva prosessi näille

**Mahdollisuus toimia konsolidoijana**, joskin myös kilpailijat huomanneet markkinan houkuttelevuuden

# Tavoitteena vahvistaa Harvian johtavaa asemaa Pohjois-Amerikan markkinalla



1

## Johtava sauna- kokemusten tarjoaja

- Kasvu infrapuna- ja höyrysaunoissa orgaanisesti ja epäorgaanisesti
- Aseman vahvistaminen keski- ja kalliimman hintaluokan tuotteissa relevanteissa kanavissa hyödyntäen myös tuontia muista konserniyhtiöistä
- Uusien, innostavien tuotteiden lanseeraus, keskiössä kokonaisratkaisut

2

## Kasvu erityisesti kuluttajamarkkinassa

- Kanavastrategian terävöittäminen ja markkina-aseman vahvistaminen DTC- ja B2B-kanavissa
- Saunan ja brändin tunnettuuden jatkuva kasvattaminen – mahdollisuudet nopeisiin tuloksiin
- Tuotteiden käytön ja asiakaspalvelun asiakaskokemuksen vahvistaminen – tarjoaa mahdollisuuksia kasvattaa liikevaihtoa

3

## Vahvat operatiiviset ja henkilöstön kyvykkyydet

- Toiminnan tehokkuuden jatkuva parantaminen esim. logistiikka-verkostossa ja varastoinnissa
- Investoinnit myös keskeisen osaamisen kehittämiseen ja hankintaan Pohjois-Amerikan organisaation kriittisillä osa-alueilla kunnianhimoisten kasvusuunnitelmien tukemiseksi



# Viimeaikaisia tapahtumia Pohjois-Amerikassa



Vahvistimme organisaatiotamme



Kehitimme Lewisburgin tehdasta

# Harvialla on hyvät edellytykset voittaa markkinaa Pohjois-Amerikassa



## Pitkä kokemus markkinasta

- Almost Heaven Saunas on toiminut Pohjois-Amerikan markkinalla vuodesta 1977
- Pitkäaikaiset suhteet etenkin tärkeimpien B2B-asiakkaiden kanssa

## Erinomaiset toiminnot ja "Made in USA" -etu

- Hyvin tehokkaat paikalliset operatiiviset toiminnot, joita useat viimeaikaiset investoinnit tukevat
- "Made in USA" -tuotteet tarjoavat kilpailuedun
- Toiminnot ja koko liiketoimintamalli ovat todistetusti hyvin skaalautuvia

## Vahva brändi

- Harvia-brändin kiuastuotteilla on vahva tunnettuus jälleenmyyntiverkostossa – voimme laajentaa tätä muihin kategorioihin ja keskittyä brändin "omistamiseen" Pohjois-Amerikassa kasvun jatkuessa
- Lisää markkinointitoimia houkuttelevuutemme kasvattamiseksi esim. online-kanavassa

## Kasvumahdollisuudet hyödynnetty vain osittain

- Saunojen yleisyys edelleen alhainen Pohjois-Amerikassa – markkinassa suuri kasvupotentiaali
- Harvia yhä varsin pieni toimija infrapuna- ja höyrysaunoissa – mahdollisuus kasvaa myös perinteisissä saunoissa
- Investoinnit kalliimman hintaluokan kategorioihin ja innovaatioiden edistäminen

## Harvia-konserni tarjoaa lisätukea

- Pohjois-Amerikka ei toimi eristyksissä, vaan hyödyntää koko Harvia-konsernin osaamista, resursseja ja mittakaavaetuja – konsernitoimintoja (esim. Tuotteet ja ratkaisut) johdetaan keskitetysti
- Toisaalta Pohjois-Amerikka voi tarjota arvokkaita oppeja muille alueille mm. suoramyynnin osalta

# Yhteenveto

1

Pohjois-Amerikalla on suuri potentiaali jatkaa nopeaa kasvua kaikissa kolmessa saunatyypissä

2

Meillä on tarvittavat prosessit ja rakenteet kasvattaa liiketoimintaa ja tarjota merkittävää arvoa Harvia-konsernille

3

Harvia US jatkaa Pohjois-Amerikan markkinan johtavana toimijana, tuo markkinalle innostavia ratkaisuja ja investoi kaupallisten kyvykkyyksiemme ja markkinointimme vahvistamiseen

**HARVIA**

Sauna & Spa

# Kokonaisvaltainen saunakokemus inspiroi markkinaa

*Markus Wörmanseder  
tuote- ja ratkaisujohtaja, Manner-Euroopan alueen johtaja*

# Toimialallamme on pitkä ja monipuolinen historia



EAA.	0000	1100	1800	1900	2020	2030
Ensimmäiset "hikimajat"	Muinaiset roomalaiset nauttivat höyrysaunasta	Perinteinen sauna syntyi Suomessa	Kolmannen saunatyypin, infrapunasaunan, konsepti keksittiin	Sähkökiuas keksittiin	Saunakokemusten globaali kysyntä kasvaa terveys- ja hyvinvointitietoisuuden lisääntyessä	Saunakokemuksista nautitaan kaikissa muodoissaan ympäri maailman

# Eri saunatyypeistä kokonaisvaltaiseen saunakokemukseen

	PERINTEINEN SAUNA	INFRAPUNASAUNA	HÖYRYSAUNAT JA HÖYRYSUIHKUKAAPIT	KYLPTYNNYRIT	KYLMÄALTAAT
KUVAUS	Puurakenteiset saunahuoneet, joissa joko sähkö- tai puulämmitteinen kiuas kiuaskivien lämmittämiseen. Korkea lämpötila ja alhainen kosteus.	Käyttää infrapunälämpösäteilyä (ei vettä) kehon lämmittämiseen, perinteistä saunaa alhaisempi lämpötila ja kosteus.	Joko suihku tai huone, jossa höyrygeneraattori tuottaa kuumaa höyryä luoden korkean kosteuden.	Perinteinen puulämmitteinen ja tyypillisesti puusta valmistettu kylpytynnyri ulkokäyttöön.	Pieni kylmällä vedellä täytetty allas, jota käytetään usein kylmähoitoon. Kehon altistamisella kylmälle vedelle lyhyeksi ajaksi on useita terveyshyötyjä.
LÄMMÖNLÄHDE	Puulämmitteinen kiuas tai sähkökiuas kiuaskivillä	Infrapunasäteilijä	Höyrygeneraattorit, höyrystin	Puu- tai sähkölämmitteinen kamiina	Sähkötoiminen jäähdytin
LÄMPÖTILA	0°C  120 °C	0°C  120 °C	0°C  120 °C	0°C  120 °C	0°C  120 °C
KOSTEUS	0%  100%	0%  100%	0%  100%		
KÄYTÖN TYPILLINEN KESTO	10–15 min	15–30 min	15–30 min	>15 min	1–2 min

# Lukuisia syitä saunoa

**HARVIA**

Sauna & Spa

HENKILÖKOHTAINEN

SOSIAALINEN

PUHDAS JA LUONNOLLINEN

Kuuma- ja kylmähoito

Moniaistillinen saunakokemus

TERVEYTEEN PERUSTUVA

KOKEMUSLÄHTÖINEN

Terveystietä seuranta osana saunakokemusta

Laajennettu todellisuus ja viihde

TEKNOLOGIAKESKEINEN

# Erilaisia saunakulttuureja

Esimerkkejä avainmarkkinoista

**HARVIA**

Sauna & Spa

<i>Markkinan ominaisuudet</i>				
<b>Saunojen yleisyys</b>	<b>Erittäin korkea:</b> Yli 1 sauna 2 henkilöä kohden	<b>Korkea:</b> 1 sauna noin 35 henkilöä kohden	<b>Matala:</b> 1 sauna noin 300 henkilöä kohden	<b>Matala:</b> Alle 1 sauna 1 000 henkilöä kohden
<b>Saunatyypit</b>	Lähes poikkeuksetta <b>perinteinen sauna</b>	<b>Perinteinen sauna suurin</b> , mutta kaikki saunatyypit merkittäviä	<b>Kaikki saunatyypit suuria</b> , infrapunasaunojen avainmarkkina	<b>Perinteinen sauna suurin</b> , mutta myös muita näkyä markkinoilla
<b>Yksityinen tai kaupallinen käyttö</b>	Selvä enemmistö saunoista <b>yksityisessä käytössä</b>	<b>Sekä</b> yksityisessä että kaupallisessa käytössä	<b>Yksityinen käyttö merkittävämpi</b> , myös kaupallista käyttöä	Edelleen lähes pelkästään <b>kaupallisessa käytössä</b> olevia saunoja
<i>Kulttuuriset ja kokemukselliset tekijät</i>				
<b>Saunakulttuurin vahvuus</b>	Vahva ja <b>vakiintunut kulttuuri</b> – sauna on osa jokapäiväistä elämää	<b>Vahva saunakulttuuri</b> vakiintuneilla tavoilla	<b>Kehittyvä kulttuuri</b>	Vanhat ja vahvat perinteet, kehityksessä uudelleen ja <b>kukoistamassa</b>
<b>Perinteisen saunan kiuastyypit</b>	<b>Sähkö- tai puulämmiteinen</b> , pylväsmalliset isolla kivimäärällä suosittuja	<b>Usein laatikkomainen</b> sähkökiuas, biolämmittimet tuottavat höyryä	<b>Sekä pylväs- että laatikkomalliset sähkö- tai puulämmitteiset</b> kiukaat yleisiä	<b>Pyöreät sähkökiukaat</b> suosittuja
<b>Saunakokemuksen pääasialliset elementit</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Luonnollisuus / hyvinvointi saunomisen perustana</b></li><li>• Vain vähän lisäominaisuuksia, kuten tuoksua tai valoja</li><li>• Kunnon löylyt</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Keskiössä rentoutuminen ja toipuminen</b></li><li>• Vahva saunaetiketti</li><li>• Tuoksut ja valot tärkeitä, löylyt vähemmän tärkeitä</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Terveysvaikutukset tärkeitä</b></li><li>• Ennakkoluulottomuus uusia ominaisuuksia kohtaan</li><li>• Pohjoismaisten maahanmuuttajien vaikutus näkyä erityisesti joillakin alueilla</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Erittäin vahva sosiaalinen näkökulma</b>, oma saunasasto</li><li>• Myös nuorten suosiossa</li><li>• Muotoilu ja estetiikka erittäin tärkeitä</li><li>• Tyypillisesti hyvin kuumat saunat</li></ul>



# Erilaiset saunakulttuurit ja -markkinat tarjoavat liiketoimintamahdollisuuksia

## Monipuoliset saunamarkkinat

Vakiintuneista (Pohjois- ja Keski-Euroopan) markkinoista Pohjois-Amerikan ja Aasian ja Tyynenmeren alueen kehittyviin markkinoihin

Erilaiset markkinarakenteet saunatyypin ja kaupallisen vs. yksityisen käytön suhteen, näin myös eri avainsegmentit

Erilaiset syyt ja tavat saunoa

Saunatuntemus eri tasoilla

Erilaiset määräykset ja virtalähteet

## Harvian vastaus

➤ Vahva ymmärrys kuluttaja- ja markkinakysynnästä globaalilla ja paikallisella tasolla

➤ Globaalisti johtava portfolio ja tehokkaat myyntikanavat, joiden kautta päästään kiinni markkinoiden merkittävimpiin mahdollisuuksiin

➤ Kokonaisvaltainen tarjooma kaikissa saunatyypeissä sekä yksityiseen että kaupalliseen käyttöön

➤ Kuluttajien valistaminen saunan terveyshyödyistä ja saunan oikeasta käytöstä

➤ Tuomme markkinoille jatkuvasti uusia tuotteita, jotka vastaavat paikalliseen kysyntään ja määräyksiin. Samalla hyödynnämme modulaarisuutta ja globaalia ydinportfolioa

**Eroavaisuuksista huolimatta kaikilla on halu kokea saunaelämys ja terveyttä lämmöllä**

# Tuotteiden ja ratkaisujen tärkeimmät painopisteet

**HARVIA**

Sauna & Spa

1

## Nykyisen tarjooman optimointi

HARVIA

- Tärkeimpien segmenttien kattaminen sekä ammattiettä kuluttajavalikoimassa tiiviissä yhteistyössä myyntialueiden kanssa
- Tehokas globaali tuoteportfolio yhteisiä tuote- ja teknologia-alustoja hyödyntämällä

2

## Ratkaisupohjaisen tarjooman kasvattaminen

- Harvian roolin vahvistaminen kokonaisvaltaisten saunakokemusten tarjoajana
- Markkinoiden mahdollisuuksien tunnistaminen ja tarjooman vahvistaminen valituilla alueilla, esimerkiksi Harvia-brändin ammattilais-tarjoomassa

3

## Kaikkien saunatyyppeiden kasvun vahvistaminen

- Tarjooman laajentaminen infrapuna- ja höyrysaunoissa erityisesti Pohjois-Amerikassa mutta myös muilla markkinoilla
- Nykyisen tarjooman skaalaaminen myös perinteisen ydinvalikoiman ulkopuolella – esimerkiksi kylmäaltaissa

4

## Uudet, innostavat innovaatiot

- Markkinoiden inspiroiminen ja markkinan kasvun vauhdittaminen tarjooman kautta
- Uusien, innostavien digitaalisten ratkaisujen kehittäminen täydentämään saunakokemusta

# Keskitymme ratkaisujen myyntiin vauhdittaaksemme kasvua



## Kaksi pääasiallista syytä keskittyä ratkaisujen myyntiin

- 1) **Asiakkaat suosivat** yhä useammin valmiita ratkaisuja, etenkin kehittyneiden markkinoiden (erit. Suomi) ulkopuolella
- 2) **Suurempi liikevaihto**, kun myydään ratkaisuja eikä vain kiukaita, joiden osuus saunan kokonaiskustannuksista on 10–15 %

**Esimerkki** – räätälöity sauna kaikilla lisävarusteilla maksaa kuluttajalle 20 000 euroa

<b>Kiuas</b> , jossa integroitu höyrystin	<b>10–15 %</b>
<b>Muut varusteet ja teknologia:</b>	
Kiukaan lisävarusteet (kaide)	
Digitaalinen ohjauskeskus	
WIFI	
Terapiaistuin infrapunasäteilijällä	<b>10–15 %</b>
LED-valot & kaiuttimet	
Ilmanvaihtosarja	
Lisätarvikkeet & kiuaskivet	
<b>Saunahuone</b>	<b>70–75 %</b>

# Yhteenveto

1

Eri saunamarkkinoilla ja -kulttuureilla on ainutlaatuisia ominaisuuksia, joihin Harvia vastaa kattavalla tuoteportfoliollaan

2

Harvia haluaa inspiroida markkinaa ja vauhdittaa orgaanista kasvua tarjoamalla johtavan ratkaisuvaihtoeikon kaikkiin saunatyyppeihin sekä kokonaisvaltaiseen saunakokemukseen

3

Harvialla on mielenkiintoisia mahdollisuuksia uudistaa tulevaisuuden saunakokemusta erityisesti digitaalisten ratkaisujen avulla

**HARVIA**

Sauna & Spa

# Kuluttajien innostaminen ja saunailmiön eteenpäin vieminen

*Päivi Juolahti, markkinointi- ja brändijohtaja*

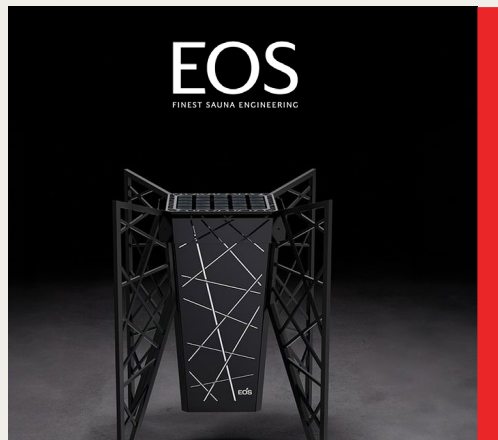
# Nykyinen konsernin brändiportfolio: kaksi globaalia pääbrändiä, tukena itsenäisiä alueellisia ja taktisia brändejä



## GLOBAALIT PÄÄBRÄNDIT



Maailman johtava brändi, joka tarjoaa sauna- ja hyvinvointielämyksiä kaikille – perustuotteista premium-tuotteisiin



Johtava brändi huipputason saunalaitemarkkinoilla, laajentumassa eri mantereille

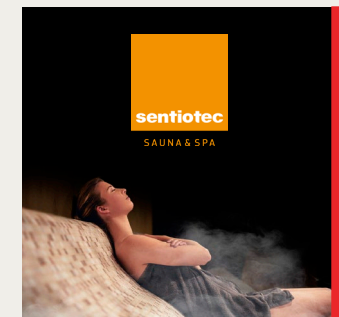
## ALUEELLISEST JA TAKTISET BRÄNDIT



Top 1 -saunabrändi Yhdysvalloissa, myy suoraan ja kumppaneiden kautta



Johtava asema ”takapihan paratiisi” -kokemuksissa, tunnettu kylpytynnyreistä ja modulaarisista sauna-konsepteista



Taktinen perinteisten ja infrapunasaunojen brändi Keski-Euroopassa

# Tulevaisuuden suunta: konsernin brändistrategian jalostaminen kasvutavoitteiden saavuttamiseksi

## Nyt

Itsenäisten  
brändien  
portfolio

Tuote-  
lähtöiset  
brändit

## Tulevaisuudessa

- Kaksi vahvaa globaalia pääbrändiä: Harvia ja EOS
- Harvia toimii taktisten ja alueellisten brändien sateenvarjobrändinä – olemassa olevien brändien arvoa kasvattaen ja hyödyntäen

- Kokemus- ja ratkaisulähtöiset lifestyle-brändit
- Luonnollista hyvinvointia ja terveyttä hyvään elämään
- Inspiroiva, innostava ja kiinnostava

- **Vahvemmat ja suuremmat pääbrändit kysynnän ja brändiuskollisuuden ajureina**
- **Keskittyminen ja tehokkuus**

# Markkinoinnin ja brändien tärkeimmät painopisteet



1

## Rakennamme alan kiinnostavimmat ja innostavimmat brändit

- Konsernin brändistrategian jalostaminen ja jalkautus
- Saunan ja brändien globaalien tunnettuuden kasvattaminen yhdessä kumppaneidemme kanssa
- Jännittävän ja innostavan sisällön luominen ja jakaminen

2

## Annamme kaikille syyn kokea sauna

- Luonnollista hyvinvointia ja nautintoa tuottavien saunaelämysten ja ratkaisujen edistäminen
- Kuluttajakokemukset ja kampanjat eri kanavissa
- Asiakaskysynnän luominen saunaratkaisuille kaikissa saunatyypeissä

3

## Olemme paras yhteistyökumppani jälleenmyyjillemme

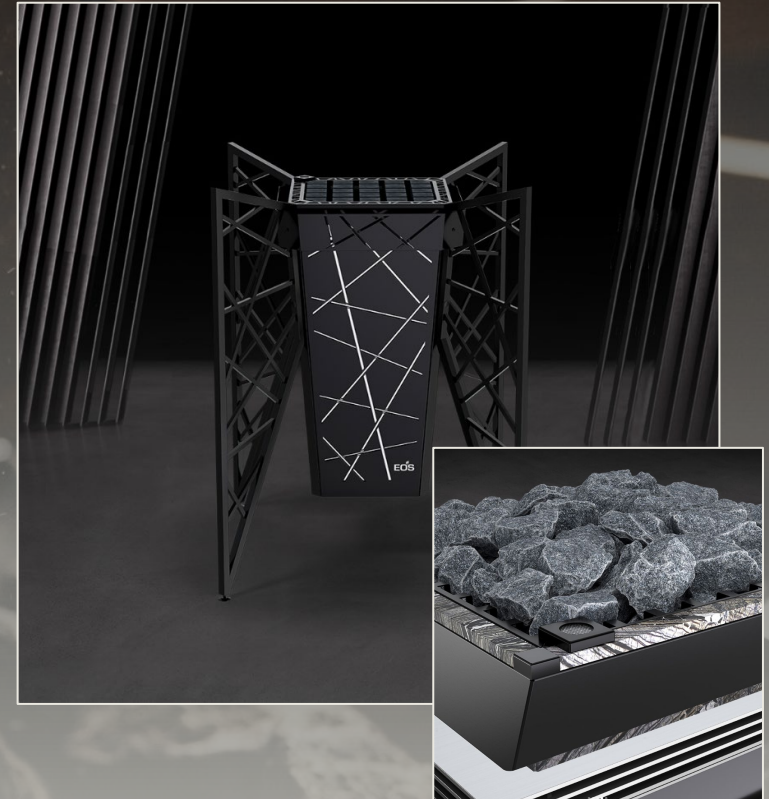
- Erinomaiset myynti- ja markkinointityökalut
- Myynti- ja asiakaskoulutus
- Digitaalisten palveluiden tehostaminen



# Sauna ilmiönä näkyy ja kuuluu

**HARVIA**

Sauna & Spa



**KANSAINVÄLISET  
INFLUENSSERIT TUOVAT ESILLE  
SAUNAA JA HARVIAA**

**SAUNAILMIÖ  
JAPANISSA**

**EOS MÄÄRITTELEE UUELLEEN  
SAUNAKOKEMUKSEN**

# Yhteenveto

1

Harvia investoi kahteen globaaliin pääbrändiin tukeakseen yhtiön kasvua ja tuottavuuden kehitystä

2

Rakennamme lifestyle-painotteisempia brändejä ja edistämme innostavia saunakokemuksia

3

Ensiluokkaisen asiakaskokemuksen kehittäminen kumppaneillemme ja kuluttajille on meille ensisijaisen tärkeää

4

Suuri saunailmiö meneillään monilla markkinoilla ja sosiaalisessa mediassa

**HARVIA**

Sauna & Spa

## Tehokkaat operatiiviset toiminnot tukevat Harvian kannattavuutta ja kasvua

*Mika Suoja, tuotantojohtaja*

# Harvian toiminnot jakautuvat neljään osa-alueeseen



Kuva: Greg Rosenke (Unsplash)



Kuva: Pat Whelen (Unsplash)

## Tuotanto

- Oma kiuas-, sauna- ja spa-sekä komponenttituotanto
- Kaksi kolmasosaa henkilöstöstä työskentelee tuotannossa
- Vahva osaaminen tuotanto-prosessin ja -teknologian kehityksessä; kaikki keskeiset toiminnot yhtiön sisäisiä

## Hankinta

- Strategiset hankinnat konserni-tasolla, operatiiviset hankinnat yksikkötasolla
- Suora yhteys kaikkiin tärkeimpien materiaalien valmistajiin
- Vastuullinen hankinta keskiössä

## Laatu ja ympäristö

- Uusi yksikkö tukee uutta toimintamallia ja vastuullisuuden jatkuvaa kehittämistä
- Laadunhallinta
- ESG-raportointi

## Toimitusketju

- Silta myynnin, tuotannon ja toimittajaverkoston välillä
- Myynnin ja toimintojen suunnitteluprosessi (S&OP)
- Omat logistiikkakeskukset ketterän kuljetusverkoston tukena

# Harvialla on maailmanlaajuinen operatiivisten toimintojen verkosto



**Lewisburgin tehdas**  
*Suurin saunatehdas palvelee erityisesti Pohjois-Amerikkaa: yli 10 000 saunaa vuodessa*



**Driedorfin kiuas- ja komponentti-tehdas**  
*Erikoistunut korkean hintaluokan kiukaisiin ja komponentteihin*



**Muuramen tehdas**  
*Maailman suurin kiuas- ja saunakomponenttitehdas: yli 150 000 kiuasta vuodessa*



**Gheorghenin tehdas (Romania)**  
*Erytisesti Euroopan markkinoita palveleva saunatehdas*



**Guangzhoun kiuas- ja komponentti-tehdas**  
*Erikoistunut suuren volyymin kiukaisiin ja komponentteihin, tukee myös konsernihankintoja*

- Kiuastuotanto
- Muu komponentti-/tarviketuotanto
- Sauna-/spa-tuotanto
- Merkittävät varastot

# Viimeaikaisia tapahtumia toimintaympäristössämme

Viime vuosina toimitusketjun haasteita sekä vaihtelua tärkeiden materiaalien hinnoissa ja rahtikuluissa mm. koronapandemian, Ukrainan sodan ja Punaisenmeren konfliktin takia

Kysynnän voimakas vaihtelu eri alueiden ja asiakkaiden välillä, ja verrattain lyhyt tilauskantanäkymä

Kokonaisten saunaratkaisujen osuus kasvanut suhteessa komponentteihin, mikä vaikuttanut logistiikan suunnitteluun ja verkostoon etenkin Yhdysvalloissa



Harvia on kyennyt sekä laajentamaan että supistamaan toimintojaan ja vastaamaan muuttuviin olosuhteisiin nopeasti.

Samalla yhtiö on rakentanut pitkän aikavälin kilpailukykyä esimerkiksi laajentamalla Yhdysvaltain-tehdastaan.

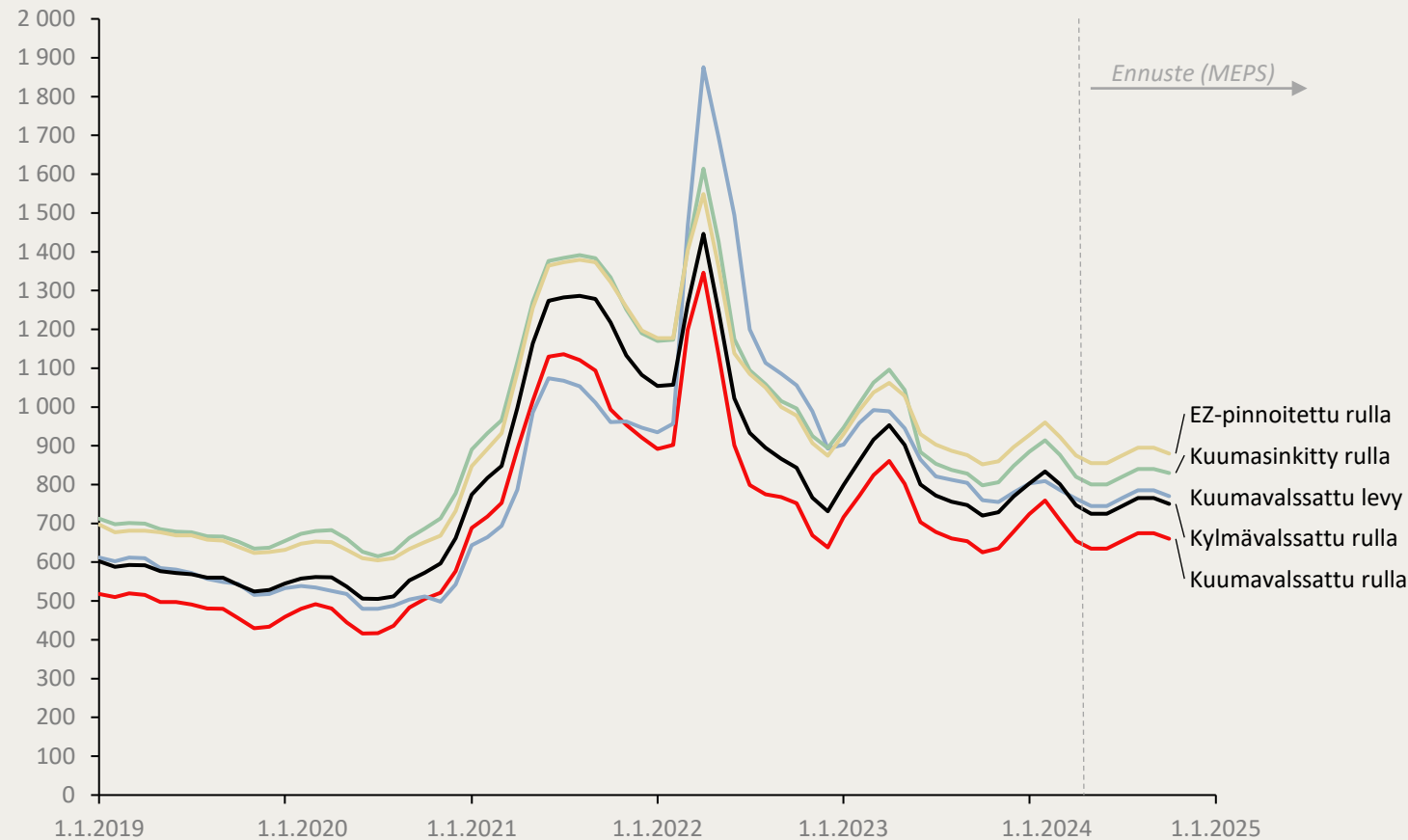
Harvian vankka operatiivinen suorituskyky on ollut merkittävässä roolissa yhtiön vahvan kannattavuuden ylläpitämisessä.

# Esimerkki: Suurta vaihtelua teräksen hinnoissa viime vuosina



## Teräksen hinnan kehitys EU:ssa, 2020–2024

EUR / tonni



- Hiiliteräksen hinnat nousivat nopeasti alkuvuodesta 2021, hinnat käytännössä kaksinkertaistuivat. Vuodesta 2023 alkaen hinnat vakiintuneet, mutta säilyneet yli 20 % pandemiaa edeltänyttä tasoa korkeammalla
- Elektroniikan hinnat ovat säilyneet korkeina, vaikka materiaalien saatavuus on parantunut ja toimitusajat ovat palanneet lähemmäs normaalitasoa
- Harvian raaka-aine- ja komponentti-hankinnat perustuvat pitkäaikaisiin sopimuksiin eivätkä noudata täysin markkinahintoja, jotka vaihtelevat markkinasta riippuen

# Tehokkaiden toimintojemme avaintekijät



## Tekijä

### Edistynyt myynnin ja toimintojen suunnitteluprosessi (S&OP)

Keskittetty kysynnän suunnittelu, jossa päiväkohtaisen tilauskertymän analyysi, historialliset tiedot, myyntiennusteet, verrattuna esim. kuluttajaindekseihin.

### Globaali hankintastrategia

Pitkäaikaiset kumppanuudet valikoitujen keskeisten toimittajien kanssa (teräs, elektroniikka), vaihtoehtoisia toimittajia saatavilla. Mahdollistaa paikallisten verkostojen hyödyntämisen.

### Tuotantoa ajatellen suunnitellut tuotteet

Valmistettavuus on keskeinen tekijä jo tuotesuunnittelu- vaiheessa – hankinnan ja tuotannon helppous huomioitu.

### Automaatio ja robotiikka

Esim. uusi automatisoitu tuotantosolu Muuramessa, robotiikkaa materiaalin hallinnassa ja automatisoitu maalauslinja Lewisburgissa.

### Ketterä kuljetusverkosto

Vahva kumppaniverkosto tukee markkinakohtaisia vaatimuksia; Euroopan, Yhdysvaltojen ja Aasian omat logistiikkakeskukset tukevat maa-, meri- ja lentokuljetuksia.

## Hyöty Harvialle



Mahdollistaa **proaktiivisen varastohallinnan**; varmistaa toimitusketjun resilienssin yhdessä Harvian moneen toimipaikkaan perustuvan toimintamallin kanssa.



Tärkeiden komponenttien vaihtoehtoiset toimittajat **vähentävät riskejä**, jotka johtuvat mm. geopoliittisista muutoksista, kuten Venäjältä vetäytymisestä. Harvia voi hyödyntää globaalia markkinatuntemusta hankintapäätöksissään.



Mahdollistaa tuotannon ja hankinnan jo ennestään **korkean tuottavuuden** ylläpitämisen ja parantamisen sekä toimintojen resilienssin ja skaalautuvuuden kehittämisen.



**Yli 25 %:n kasvu kapasiteetissa, tuottavuus parantunut keskimäärin yli 5 %** vuodessa viimeisten 3 vuoden aikana. Vähemmän materiaalijätettä, yhdenmukaisemmat prosessit.



Tiivis kumppaniverkosto takaa nopean kommunikoinnin, päätöksenteon, proaktiiviset järjestelyt. Viimeaikaisista häiriöistä huolimatta (mm. poliittiset lakot, Punainenmeri, pandemia) suorituskyky ja palvelutaso pysyneet hyvinä.



# Operatiivisten toimintojen strategiset painopisteet



1

## Toimintojen skaalaaminen ja automatisointi

- Automaation lisääminen entisestään etenkin kiuastuotannossa
- Kapasiteetin kasvattaminen Pohjois-Amerikassa keskittyen etenkin Lewisburgin sisäiseen ja ulkoiseen logistiikkaan
- Tuottavuuden parantaminen tarjoamalla henkilöstölle jatkuvaa koulutusta esim. robotiikan hyödyntämiseen liittyen

2

## Konsernin integraation tehostaminen

- Prosessien ja järjestelmien harmonisointi, tavoitteena tukea uutta toimintamallia ja parantaa toimintojen tehokkuutta, dynamiikkaa ja ketteryyttä
- S&OP / kysynnän suunnittelu: toimintojen suunnittelun harmonisointi ja päällekkäisten työtehtävien ja materiaalien vähentäminen. Vaiheittainen toteuttaminen alkoi Q1/2024
- Laadunhallinnan kehittäminen hyödyntämällä konsernitason dataa esim. asiakaspalautteen osalta

3

## Vastuullisuuden kehittäminen

- Ei erillinen toiminto vaan integroitu prosesseihin
- Kertominen tavarantoimittajille Harvian sitoumuksista; toimintatapaohjeen noudattaminen edellytys uusille toimittajille
- Sähkönkulutuksen seuranta verkossa esim. tehtaiden kompressorien ja ilmastoinnin optimoinnin parantamiseksi
- Hiilettömien energianlähteiden käytön lisääminen, tavoitteena hiilineutraali toiminta vuonna 2030
- Logistiikan/kuljetusten välimatkojen optimointi

# Yhteenveto

**HARVIA**

Sauna & Spa

1

Asiakas- ja käyttökokemus (sisäiset ja ulkoiset asiakkaat ja käyttäjät) osa kaikkia päätöksentekoprosesseja Harvia-konsernin operatiivisissa toiminnoissa

2

Harvian Pohjois-Amerikan toiminnot toimivat erinomaisesti ja ovat skaalautuvia – lisäksi konsernin muut yksiköt voivat tukea kasvua Pohjois-Amerikassa

3

Hankinta- ja toimittajaverkosta sekä logistiikkaa optimoidaan jatkuvasti volyymin ja myynnin kasvun sekä markkinaympäristön mukaan

4

Konsernin näkökulma ja vastuullisuussitoumukset ovat osa kaikkea investointi- ja kehityssuunnittelua

5

Keskeiset suorituskykymittarit ja -data tukevat päivittäistä ja pitkän aikavälin päätöksentekoa Harvian operatiivisissa toiminnoissa

**HARVIA**

Sauna & Spa

# Päätössanat

*Matias Järnefelt, toimitusjohtaja*



# Kertaus: Tavoitteemme tänään

**HARVIA**

Sauna & Spa

- 1 Avata näkemystämme markkinasta sekä keskeisistä trendeistä ja mahdollisuuksista
- 2 Esitellä päivitetty strategiamme ja päivitetyt pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteemme
- 3 Tarjota kattava yhteenveto tietyistä liiketoimintaa koskevista tärkeistä aiheista
- > **Haluamme auttaa sijoittajia arvioimaan Harviaa sijoituskohteena**

**STRATEGINEN ROOLI**

**Johdamme ja uudistamme globaalia  
saunamarkkinaa siten, että kaikilla on  
syy kokea sauna**

# Harvian päivitetty strategiset painopistealueet

**HARVIA**  
Sauna & Spa

Kokonaisvaltaisten  
saunakokemusten  
tarjoaminen

Strategisesti tärkeiden  
markkinoiden voittaminen

Johtava asema keskeisissä  
kanavissa

**Ensiluokkaiset operatiiviset toiminnot ja erinomaiset osaajat**

# Harvian päivitetyt pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet heijastavat kasvutavoitteitamme

**HARVIA**

Sauna & Spa

## KASVU

**10 %**

Liikevaihdon vuotuinen kasvu keskimäärin

## KANNATTAVUUS

**>20 %**

Oikaistu liikevoittoprosentti<sup>1</sup>

## VELKAANTUMISASTE

**<2,5x**

Nettovelan suhde oikaistuun käyttökatteeseen<sup>2</sup>

1) Oikaistu liikevoitto on liikevoitto ennen vertailukelpoisuuteen vaikuttavia eriä.

2) Ei huomioi IFRS-standardien tulevien muutosten vaikutusta.

A modern bathroom with dark marble walls, a wooden vanity, and a shower area. The vanity has a white sink and a gold faucet. The shower area has a glass door and a digital display showing 28°C and 058. A white bathrobe is hanging on a gold hook on the wall.

# Kiitos

**Osallistumisestasi  
Harvian pääoma-  
markkinapäivään!**