

MAINOS

# SIJOITA SUOMALAISEEN PIENPANIMOON

**Osallistu Nokian Panimon  
First North -yleisöantiin 18.-28.3.2025**

## MARKKINOINTIESITE

Tämä ei ole Finanssivalvonnan hyväksymä listautumisannin yhteydessä laadittu esite, Nasdaq First North Growth Market -sääntöjen mukainen yhtiöesite eikä arvopaperimarkkina- (746/2012) tarkoitettu perustietoasiakirja. Tässä markkinointiesitteessä esitetyt tiedot perustuvat Nokian Panimo Oyj:n listautumisannin yhteydessä julkaisemaan esitteeseen, joka on saatavilla osoitteessa <https://sijoittajat.nokianpanimo.fi>. Mahdollisten sijoittajien tulisi lukea esite ennen sijoituspäätöksen tekemistä, jotta he ymmärtäisivät täysin arvopapereihin sijoittamista koskevaan päätökseen liittyvät mahdolliset riskit ja edut.



**NOKIAN PANIMO**



## **NOKIAN PANIMO – SUOMALAINEN PIENPANIMO**

Nokian Panimo on vuoden 2023 liikevaihdolla mitattuna Suomen toiseksi suurin olutta valmistava pienpanimo<sup>1</sup>, ja sen yli 40 tuotteen valikoimaan kuuluu 15 erilaista olutta sekä laaja valikoima muita alkoholillisia ja alkoholittomia juomia. Nokian Panimo tunnetaan erityisesti Keisari-oluistaan ja Sun'n-virvoitusjuomistaan. Yhtiö valmistaa kaikki tuotteensa Nokialla sijaitsevassa tuotantolaitoksessaan.

## **LAAJAT MYYNTIKANAVAT**

Yhtiön tuotteita myydään vähittäiskaupoissa ja ravintoloissa ympäri Suomea. Lisäksi Nokian Panimon tuotteita on saatavilla yhtiön omassa verkkokaupassa sekä tuotantolaitoksen yhteydessä sijaitsevassa Keisari Kauppa & Taproom -myymälässä. Keisari Experience -vierailukeskuksessa on mahdollisuus maistella juomia osana kierrosta.

## **KOTIMAISUUS JA LAATU**

Kotimaisuus ja vastuullisuus ovat tärkeä osa Nokian Panimon arvoja, ja yhtiö pyrkii suosimaan raaka-ainehankinnoissaan kotimaisuutta aina, kun niiden laatu, kilpailukyky ja saatavuus täyttävät määritellyt kriteerit.

## **TERVETULOA MUKAAN!**

<sup>1</sup> Lähde: Kauppalehden pienpanimovertilu, joka perustuu vuoden 2023 liikevaihtoihin <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/kl-perkasi-pienpanimoiden-tulokset-kaksi-erottui-joukosta/a81435e4-322a-4b0e-9163-6623ec8829ef>, viitattu 17.3.2025.





# Yleisöannin merkintäaika on 18.–28.3.2025

Tutustu Nokian Panimoon ja First North -yleisöantiin liittyviin ehtoihin. Tarkemmin tietoa löydät Finanssivalvonnan hyväksymästä esitteestä osoitteessa <https://sijoittajat.nokianpanimo.fi>.

## MISSIO

Nokian Panimon tehtävä on muuttaa jano nautinnoksi.

## VISIO

Suomen paras pienpanimo kaikilla mittareilla.

## ARVOT

Luovuus, rohkeus, yhteishenki, ajassa eläminen, menestyvä suomalainen

## ARVOLUPAUS

Laadukas, innovatiivinen, odotukset ylittävä

### Liikevaihto

**11,9**

milj. euroa\*

### Käyttökate

**2,6**

milj. euroa\*

### Liikevoitto

**1,7**

milj. euroa\*

### Oluiden myyntivolyymi

**6,1**

milj. litraa\*

### Muiden juomien myyntivolyymi

**2,2**

milj. litraa\*

\* Vuoden 2024 lukuja. Liikevaihto ja liikevoitto perustuvat Nokian Panimo Oy:n tilintarkastettuun tilikauden 2024 tilinpäätökseen. Käyttökate lasketaan lisäämällä tilikauden 2024 tilintarkastettuun liikevoittoon poistot ja arvonalentumiset.

## TOIMITUSJOHTAJAN TERVEHDYS

# Tervetuloa Nokian Panimon omistajaksi!

Lähes 35-vuotisen historiansa aikana Nokian Panimosta on kuoriutunut liikevaihdoltaan Suomen toiseksi suurin pienpanimo ja maan viidenneksi suurin panimo.<sup>2</sup> Visiomme mukaisesti haluamme olla Suomen paras pienpanimo kaikilla mittareilla. Muutamme janon nautinnoksi.

Liikevaihtomme on kasvanut vuosina 2019–2024 keskimäärin 14,4 prosenttia vuodessa, mikä osoittaa historiallisesti vahvaa ja kestäväää kasvua.<sup>3</sup> Tämän on mahdollistanut toimialamme markkinatrendeihin vastaava tuotevalikoima, joka koostuu oluista, virvoitusjuomista sekä muista alkoholipitoisista ja alkoholittomista juomista. Näistä haluaisin mainita erityisesti Keisari-oluet ja Sun'n-virvoitusjuomat. Laadukkaan ja innovatiivisen tuotevalikoimamme kautta rakennettu kuluttaja- ja asiakastyytyväisyys on meille yksi keskeisistä vahvuuksista. Samanaikaisesti olemme panostaneet muun muassa myynnin kehitykseen, hinnoitteluun sekä tuotannon tehostamiseen. Olemme vakiinnuttaneet paikkamme yhtenä alamme kannattavimmista toimijoista Suomessa.<sup>4</sup>

Näkemyksemme mukaan Nokian Panimon tulevaisuudessa tavoiteltava kasvu rakentuu vakaiden strategisten tukijalkojen varaan. Strategiset kulmakivemme ovat kuluttajatytyväisyys, asiakastytyväisyys, henkilöstötytyväisyys ja kustannustehokkuus. Lisäksi kotimaisuus, vastuullisuus ja kestävät toimintatavat ovat toimintamme keskiössä. Pyrimme käyttämään tuotannossa kotimaisia raaka-aineita aina, kun niiden laatu, kilpailukyky ja saatavuus täyttävät määrittelemämme kriteerit. Henkilöstön hyvinvointi on meillä erittäin tärkeä asia, sillä koemme sen tuottavan paremman tuloksen ja asiakastytyväisyyden. Panostamme henkilöstömmme osallistamiseen, työn merkityksellisyyteen ja yhteishenkeen. Nokian Panimolla on erinomaiset valmiudet ja selkeä investointisuunnitelma orgaanisen kasvun kiihdyttämiseksi.

<sup>2</sup>Lähde: Suomalaisen juomayhtiöiden tilinpäätökset vuodelta 2023 (julkisesti saatavilla patenti- ja rekisterihallituksen ylläpitämästä kaupparekisteristä, ja osittain yhtiöiden verkkosivuilta).

<sup>3</sup>Perustuen Nokian Panimo Oy:n tilintarkastettuihin tilinpäätöksiin 2019–2024.

<sup>4</sup>Nokian Panimo on yksi alansa kannattavimmista toimijoista, kun vertaillaan vuosien 2022–2023 keskimääräistä liikevoittoprosenttia Suomen 10 liikevaihdolla mitattuna suurimman juomayhtiön kesken. Tilinpäätökset on laadittu eri kirjanpito- ja tilinpäätössääntelyiden alla, mikä voi vaikuttaa esitetyn tiedon vertailukelpoisuuteen.

Lähde: Suomalaisen panimojen tilinpäätökset (10 suurimman juomayhtiön tilinpäätökset julkisesti saatavilla patenti- ja rekisterihallituksen ylläpitämästä kaupparekisteristä, ja osittain yhtiöiden verkkosivuilta).





Tällä hetkellä merkittävin kasvuinvestointi on uusi logistiikkakeskus, jonka määrä valmistua toukokuussa 2025. Investoinnin myötä saamme lisää tilaa tuotannon kapasiteetin kasvattamiseksi. Selvitämme myös muita investointeja, jotka kohdistuvat tuotannon kapasiteettiin ja tehokkuuteen, vastuullisuuteen ja energiatehokkuuteen sekä muihin kilpailukykyä tukeviin tuotannollisiin asioihin. Näihin kuuluvat muun muassa sekoitejuomatuotannon tehostaminen, laadun parantaminen sekä oluen käymiskapasiteetin ja juomien tölkityskapasiteetin lisääminen. Yhtä lailla tutkimme alkoholittomien oluiden valmistamiseen liittyvän laitteiston hankintaa. Näiden lisäksi panostamme myös vastuullisuuden ja energiatehokkuuteen sekä selvitämme muun muassa aurinkopaneelien hankintaa ja hiilidioksidin talteenottolaitteiston käyttöönottoa.

Listautumisannin tavoitteita ovat muun muassa orgaanisen kasvustrategiamme vauhdittaminen ja kasvuinvestointien rahoittaminen sekä pääomarakenteen vahvistaminen. Listautumisen odotetaan myös lisäävän yhtiömme sekä tuotteidemme tunnettuutta. Odotamme näillä tekijöillä olevan myönteinen vaikutus liiketoimintaamme.

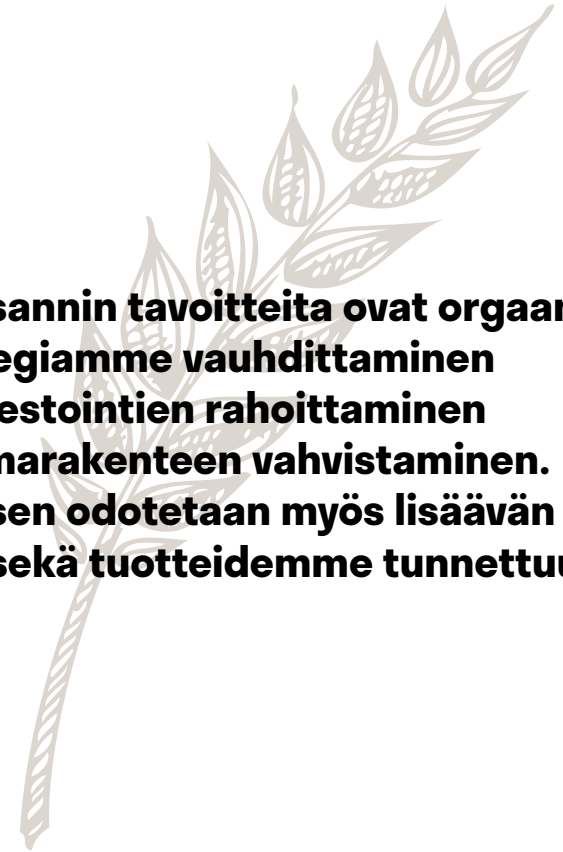
Lähde mukaan omistajaksi suomalaiseen pienpanimoon ja osallistu listautumisasiin 18.-28.3.2025!

Kippis,

**Janne Paavola**  
Toimitusjohtaja



**Listautumisannin tavoitteita ovat orgaanisen kasvustrategiamme vauhdittaminen ja kasvuinvestointien rahoittaminen sekä pääomarakenteen vahvistaminen. Listautumisen odotetaan myös lisäävän yhtiömme sekä tuotteidemme tunnettuutta.”**



# Strategia ja taloudelliset tavoitteet

*Nokian Panimon tulevaisuuden kasvu rakentuu yhtiön johdon näkemyksen mukaan vakaiden strategisten tukijalkojen varaan. Strategiset kulmakivet ovat **kuluttajatytyväisyys, asiakastytyväisyys, henkilöstötytyväisyys ja kustannustehokkuus.***

## Kuluttajatytyväisyys

Nokian Panimo keskittyy kuluttajatytyväisyyden vahvistamiseen, sillä tyytyväiset kuluttajat ovat uskollisia ja suosittelevat yhtiön tuotteita eteenpäin sekä jakavat positiivisia kuluttajakokemuksiaan internetissä. Nokian Panimo panostaa erityisesti tuotteidensa laatuun, jonka osatekijöitä ovat maku, tuoreus, tasalaatuisuus, turvallisuus ja vastuullisuus. Yhtiö uskoo kilpailun markkinassa kiristyvän, ja samalla kuluttajien makutottumukset voivat muuttua nopeasti. Haasteena onkin pysyä ajan hermolla ja varmistaa, että Nokian Panimon tuotteet vastaavat kysyntään. Uudet ja innovatiiviset maustukset pitävät kuluttajat ja esimerkiksi Nokian Panimon sosiaalisen median kanavien seuraajat kiinnostuneina.

Yhtiö seuraa aktiivisesti kuluttajatrendejä ja pyrkii mukauttamaan tuotevalikoimaansa vastaamaan kuluttajien muuttuvia tarpeita ja toiveita, jotta tuotteet pysyvät relevantteina ja houkuttelevina markkinoilla. Syvälinen kuluttajaymmärrys on yhtiölle brändin rakentamisen kulmakivi, ja Nokian Panimo pyrkii jatkuvasti vaalimaan suhdetta yhtiön tuotteista kiinnostuneisiin kuluttajiin ja kasvattamaan kuluttajien kiinnostusta yhtiön tuotteita kohtaan.

## Asiakastytyväisyys

Ennen kuin yhtiön tuotteet saavuttavat kuluttajat, on tärkeää varmistaa niiden saatavuus tärkeimmässä myyntikanavissa, kuten vähittäiskaupoissa. Kilpailu vähittäiskauppojen hyllytilasta on kovaa, ja Nokian Panimon on kyettävä



perustelemaan tuotteidensa arvo ja erottautumaan kilpailijoiden tuotteista. Tuotteiden, hinnoittelun ja brändin lisäksi merkittävässä asemassa ovat vahvat suhteet asiakkaisiin eli tuotteita myyviin päivittäistavarakauppaketjuihin ja ravintoloihin.

Nokian Panimo pyrkii jatkuvasti lisäämään jakelupisteidensä määrää, sillä tuotteiden laaja saatavuus lisää kuluttajatytyväisyyttä ja myyntiä. Yhtiö pyrkii tekemään mahdolliset hintojen korotukset harkiten ja pienissä erissä, jotta ne eivät vaikuttaisi negatiivisesti myyntiin. Suhteiden vaaliminen, toimitusvarmuuden takaaminen ja asiakkaiden suositusten kuunteleminen tuotekehityksessä ovat keskeisiä tekijöitä asiakastytyväisyyden ylläpitämisessä.

## Henkilöstötytyväisyys

Hyvinvoiva henkilöstö tuottaa paremman tuloksen, ja siksi yhtiö panostaa työntekijöidensä osallistamiseen, työn merkityksellisyyteen ja yhteishenkeen. Tasapuolisuus, oikeudenmukaisuus, jämäkkyys ja sovitusta asioista kiinni pitäminen ovat arvoja, jotka ohjaavat Nokian Panimon toimintaa. Investoinnit yhtiön tuotantolaitokseen merkitsevät myös parannuksia työolosuhteisiin ja mahdollistavat näin tehokkaamman työnjaon. Yhtiön henkilöstömäärän ollessa suhteellisen pieni henkilöstön hyvinvointi on kriittistä myös tuotantovarmuuden vaikuttavien yllättävien poissaolojen välttämiseksi ja työntekijöiden säilyttämiseksi yhtiön palveluksessa.



Yhtiön johdon kokemuksen mukaan tyytyväiset työntekijät palvelevat asiakkaita paremmin, ja tyytyväiset asiakkaat motivoivat työntekijöitä aina vain parempaan asiakaspalveluun. Nokian Panimo toteuttaa henkilöstöllään säännöllisesti tyytyväisyyskyselyä, jossa lasketaan työntekijöiden nettosuositeluindeksi (eNPS, Employee Net Promoter Score). Nokian Panimon eNPS-tulos oli 11.5.2024 toteutetun tyytyväisyyskyselyn mukaan 59, mikä tarkoittaa erinomaista tulosta.<sup>5</sup>

### Kustannustehokkuus

Nokian Panimo pyrkii hallitsemaan käyttöpääomaa tehokkaasti ja valvomaan tarkasti kiinteitä kustannuksia. Yhtiö hallitsee käyttöpääomaa esimerkiksi neuvottelemalla maksuaikoja ja seuraamalla tarkasti myyntisaamisia ja kehittää myös jatkuvasti sisäisiä prosessejaan myynnin ennustamiseen ja sitä kautta varaston vaihteluihin mukautuva tuotanto ovat tärkeässä roolissa kustannustehokkuuden saavuttamisessa. Kustannustehokkuuden saavuttamiselle haasteita tuovat yhtiön johdon näkemyksen mukaan esimerkiksi energian, raaka-aineiden ja pakkausmateriaalien hintojen muutokset. Investoinnit automaatioon parantavat työn tehokkuutta ja vähentävät tuotantokustannuksia.



Nokian Panimo panostaa myös kestävään kehitykseen ja vastuullisiin toimintatapoihin, jotka voivat pienentää kustannuksia pitkällä aikavälillä. Lisäksi ostojen merkitys kannattavuuteen on suuri, ja Nokian Panimo kiinnittää erityistä huomiota hankintojen kustannustehokkuuteen. Talouden tukipilarit – kassavirta, liiketulos ja hävikki – ovat keskeisiä mittareita, joiden avulla yhtiö seuraa ja optimoi taloudellista suorituskykyään.

### Tulosennuste

Nokian Panimo odottaa tilikauden 2025 liikevaihdon kasvavan edellisestä vuodesta (2024: 11,9 miljoonaa euroa) ja käyttökatemarginaalin olevan 18–21 prosenttia (2024: 22 prosenttia). Ohjeistus perustuu Nokian Panimon johdon oletuksiin koskien toimintaympäristön kehitystä sekä yhtiön kykyyn tuottaa liikevaihtoa tilikauden 2024 aikana. Ohjeistusta tukevat yhtiön tuotantokapasiteetin kasvattamisen ja tehostamisen parantamiseksi tehdyt investoinnit, uudet tuotelanserit sekä kustannustehokkuuden parantamiseksi tehdyt toimenpiteet.

Ohjeistuksen toteutumisen kannalta keskeisimpiä tekijöitä, joihin yhtiön johto voi vaikuttaa, ovat myynti, markkinointi ja hinnoittelu, kustannusten ja käyttöpääoman hallinta sekä investoinnit. Sääntelyn muutokset, mukaan lukien verotuksen kehitys, muutokset markkinoiden koossa ja tuotteiden kysynnässä, kuluttajien ostovoiman kehittyminen sekä kesän sääolosuhteet, ovat puolestaan merkittävimpiä Nokian Panimon johdon vaikutusmahdollisuuksien ulkopuolella olevia tekijöitä.

### Osinkopolitiikka

Strategiakaudella 2025–2029 tilikauden tuloksesta pyritään maksamaan noin 30 prosenttia osinkoina ottaen huomioon Nokian Panimon rahoituksellinen asema, strategia ja investoinnit sekä mahdolliset tilikauden tulokseen vaikuttavat kertaluonteiset erät.<sup>6</sup>

## NOKIAN PANIMO TAVOITTELEE:

**yli 20 miljoonan euron**  
liikevaihtoa vuoteen  
2029 mennessä

**yli 18 prosentin**  
vuosittaista käyttökatemarginaalia  
strategiakaudella 2025–2029

<sup>5</sup> Lähde: Eletive, eNPS - Employee Net Promoter Score, <https://help.eletive.com/enps>, viitattu 17.3.2025

<sup>6</sup> Nokian Panimon 12.3.2025 pidetty varsinainen yhtiökokous päätti, että yhtiö ei jaa 31.12.2024 päättyneeltä tilikaudelta osinkoa. Yhtiö jakoi 31.12.2023 päättyneeltä tilikaudelta osinkoa 0,03 euroa/osake eli yhteensä 178 686,48 euroa, mikä vastasi noin 23 prosenttia tilikauden tuloksesta. Osinkopolitiikasta huolimatta ei ole takeita siitä, että yhtiöllä on jaettavia varoja tulevaisuudessa.

# Liiketoiminta

Nokian Panimon yli 40 tuotteen perusvalikoimaan kuuluu laaja kirjo erilaisia panimotuotteita. Yhtiön päätuotteisiin kuuluvat useat erilaiset oluttyypit, kuten lagerit, ale-oluet ja muut erikoisolut, sekä muita alkoholipitoisia ja alkoholittomia juomia. Yritys on tunnettu erityisesti sen paikallista ja perinteikkäistä tuotteista, mutta sen valikoimaan kuuluu myös modernimpia juomavaihtoehtoja.

Yhtiö valmistaa kaikki tuotteensa Nokialla sijaitsevassa tuotantolaitoksessaan. Tuotantolaitoksen kapasiteetti:

- Oluen valmistuksen keittämökapasiteetti **15 miljoonaa** litraa vuodessa
- Käymistankkikapasiteetti **8 miljoonaa** litraa vuodessa
- Juomien tölkityskapasiteetti **5 000** litraa tunnissa

## ALKOHOLIJUOMAT

### Oluet

Nokian Panimon valikoimassa on 15 erilaista Keisari-olutta.

Olutvalikoima sisältää keustosuosikkeja ja vaihtuvia kausituotteita – vaihtoehtoja niin perinteisten oluiden kuin erikoisolutuidenkin kuluttajille.

Yhtiön Keisari Birra Chiara- ja Keisari Mosaic IPA -tuotteet ovat olleet esillä S-ryhmän tavarantoimittajapäivillä, joilla ne on nimetty tuoteriikkejä kohtaisiksi menestyslansseerauksiksi vuosina 2022 ja 2023.

Tuotevalikoimassa on myös vahvempia oluita, kuten Keisari Strong Neipa, sekä kevyempiä vaihtoehtoja, kuten Keisari Micro Lager.

Vuonna 2024 oluen osuus Nokian Panimon myynnistä oli noin 6,1 miljoonaa litraa muiden juomien osuuden ollessa 2,2 miljoonaa litraa, ja yhtiön markkinaosuus kotimaisesta oluenkulutuksesta on noin 1,8 prosenttia.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Lähde: Arvio perustuu Valviran vuoden 2024 alkoholimyynnitilaston mukaiseen oluen myyntimäärään.



### Lonkerot ja siiderit

Nokian Panimo lanseerasi maaliskuussa 2025 kolme lonkerajuomaa Keisari-tuotesarjaansa: Keisari Long Drink Grapefruitin, Keisari Long Drink Mangon sekä Keisari Long Drink Pineapplen.

Lisäksi yhtiöllä on valikoimassaan yksi siideri: Big Apple.

### Muut alkoholijuomasekoitukset

Tuotevalikoimassa on myös alkoholijuomasekoituksia, joiden valmistukseen ei liity oluen tavoin keittämistä tai käymistä. Valmiiksi sekoitettuja alkoholipitoisia cocktail-juomia ovat Strawberry Margarita Cocktail sekä uusimpana Limoncello Spritz Cocktail.



## VIRVOITUSJUOMAT JA MUUT ALKOHOLITTOMAT JUOMAT

### Virvoitusjuomat

Virvoitusjuomissa Nokian Panimo tarjoaa noin 15 erilaista makua Sun'n- ja Hometown Lemonades -brändien alla.

### Mocktail-juomat

Nokian Panimon mocktails-tuotesarjaan kuuluu valikoima alkoholittomia juomasekoituksia, joiden makumaailmat vastaavat yhtiön alkoholipitoisia cocktail-juomia. Mocktails-makuja ovat Limoncello Spritz, Piña Colada, Italian Spritz, Cosmopolitan, Mojito ja Strawberry Margarita.

### Mikserit

Yhtiön valikoimaan kuuluu myös kolme erilaista mikseriä, joita voidaan käyttää drinkkien ja cocktailien valmistukseen.



## INVESTOINNIT MAHDOLLISTAVAT TUOTANTOKAPASITEETIN KASVATTAMISEN JA TEHOSTAMISEN

Vuoden 2022 alkupuolella yhtiö investoi uuteen keittämöön, joka kolminkertaisesti tuotantokyvyn aiempaan verrattuna. Tuotantokyvyn lisäksi uusi keittämö on merkittävästi aikaisempaa energiatehokkaampi.

Yhtiö käynnisti vuoden 2024 loppupuolella uusien tuotanto- ja varastotilojen eli logistiikkakeskuksen rakentamishankkeen. Investointi on Nokian Panimon historian suurin, ja hankkeen kokonaiskustannusarvio on noin 4,4 miljoonaa euroa. Valmistuttuaan uusi logistiikkakeskus on noin kaksi kertaa nykyistä suurempi ja sen lattiapinta-ala on yhteensä noin 2 350 neliometriä.

Lisätilan myötä yhtiö voi varautua paremmin esimerkiksi sesonkituotteiden kysyntään ja tuotannon pullonkauloihin. Uusi logistiikkakeskus tehostaa tavaravirtojen, kuten raaka-aineiden ja valmiiden tuotteiden, hallintaa sekä vähentää logistiikkakustannuksia. Uuden logistiikkakeskuksen on määrä valmistua toukokuussa 2025. Uuden logistiikkakeskuksen myötä tilaa vapautuu tuotannon kapasiteetin kasvattamiseen, ja yhtiö on hankkinut uuden käymistankin kapasiteetin lisäämiseksi. Nokian Panimon logistiikkajärjestelmien toimivuuden varmistaminen on erityisen tärkeää tuotantomäärien kasvaessa, jotta vähennetään riskejä tuotteiden toimitusten viivästymisestä, tuotteiden vahingoittumisesta toimitusten aikana tai logistiikkakustannusten noususta ennakoitua korkeammiksi.

Nokian Panimo selvittää myös useita muita investointeja, jotka kohdistuvat tuotannon kapasiteettiin ja tehokkuuteen, vastuullisuuteen ja energiatehokkuuteen sekä muihin kilpailukykyä tukeviin tuotantollisiin asioihin. Näitä ovat muun muassa aurinkopaneelien hankinta ja hiilidioksidin talteenottolaitteiston käyttöönotto, sekoitejuomatuotannon tehostaminen, laadun parantaminen ja kapasiteetin kasvattaminen, oluen käymiskapasiteetin lisääminen sekä uuden pakkauslinjan hankinta tölkityskapasiteetin kasvattamiseksi ja slim-alumiinitölkkejä varten.

Lisäksi Nokian Panimo kehittää jatkuvasti tuotantomenetelmiään ja ylläpitää kilpailukykyään. Yhtiö selvittää muun muassa alkoholinpoistolaitteiston ja siihen liittyvän pikapastörintalaitteiston hankintaa, joka mahdollistaisi alkoholittomien oluiden valmistamisen, kunnossapidon uudelleenorganisointia, pakkauslinjan hankintaa erikokoisia ja innovatiivisia pakkausratkaisuja varten sekä toiminnanohjausjärjestelmän uusimista aiempaa kehittyneempään.

Yhtiön keskipitkän aikavälin noin 10 miljoonan euron<sup>8</sup> investointisuunnitelma mahdollistaisi yli 12 miljoonan olutlitran tuotantokapasiteetin samalla ympäristövaikutukset minimoiden. Yhtiö rahoittaa pitkäaikaiset investointinsa pankkilainaa, leasing- ja tulo-rahoituksella. Pankkilainaa käytetään erityisesti yhtiön laajennushankkeisiin ja merkittäviin investointeihin, kuten uusien tuotantolinjojen, laitteiden tai kiinteistöjen hankintaan.<sup>9</sup>

<sup>8</sup> Yhtiön keskipitkän aikavälin investointisuunnitelma sisältää loppuvuodesta 2024 aloitetun logistiikkakeskuksen rakentamishankkeen, jonka kokonaiskustannusarvio on noin 4,4 miljoonaa euroa.

<sup>9</sup> Yhtiöllä oli 3,3 miljoonaa euroa korollisia velkoja 31.12.2024, joiden koroista noin 31,3 prosenttia oli sidottu markkinakorkoihin, joten korkojen nousu voi lisätä Nokian Panimon rahoituskustannuksia ja vaikeuttaa velan hallintaa ja investointien rahoittamista sekä vaikuttaa myös asiakkaiden investointipäätöksiin ja yhtiön tuotteiden kysyntään.



## TUOTEKEHITYSPROSESSIN AVULLA KULUTTAJIEN ODOTUKSIA VASTAAVIA UUSIA TUOTTEITA

Nokian Panimon tuotekehitysprosessi on monivaiheinen ja tarkkaan suunniteltu, jotta uudet tuotteet saadaan vastaamaan markkinoiden ja kuluttajien odotuksia.

### IDEOINTI

Gloobaalien juoma-alan trendien seuraaminen ja keskustelut asiakkaiden ja kuluttajien kanssa ovat inspiraation lähteenä.

Strateginen lähestyminen: tavoitellaanko uutta vai nykyistä asiakaskuntaa?

### KOE-ERIEN VALMISTUS JA TESTAUS

Ensimmäinen koe-erä valmistetaan Nokian Panimon laboratoriossa, myöhemmät koe-erät mikropanimossa.

Versiot maistatetaan ja testataan Keisari Kauppa & Taproomin asiakkailla, henkilökunnalla tai muilla kohderyhmillä.

Lisäksi suosio testataan esimerkiksi yhtiön järjestämässä tapahtumissa.

### KAUPALLINEN TESTAUS JA PALAUTTEEN ANALYSOINTI

Testausvaiheessa suosion saanutta tuotetta jatkokehitetään.

Mikäli palaute ei anna indikaatiota tuotteen laajamittaisesta kaupallistamisesta, päätös tuotteen kehittämisen lopettamisesta voidaan tehdä tehokkaasti ilman merkittäviä uponneita kustannuksia.

Maku, visuaalinen ilme ja tuotetiedot hiotaan pääsääntöisesti valmiiksi noin kuusi kuukautta ennen lanseerausta.

### TUOTTEEN LANSEERAUS JA MENEKIN SEURANTA

Ennen lanseerausta hienosäätöä ja skaalauksen harjoittelua, minkä jälkeen tuote siirretään laajamittaiseen tuotantoon.

Tuotteen menekkiä seurataan jatkuvasti ja siihen reagoidaan.

## TUOTTEIDEN HINNOITTELU JAKAA TUOTEVALIKOIMAN KOLMEEN KATEGORIAAN

**Volyymituotteet** muodostavat Nokian Panimon tuotevalikoiman matalimman hintapisteen ja suurimman volyymin. Näiden tuotteiden valmistuksessa pysytään hyödyntämään maksimaalinen tuotantokapasiteetti, ja ne tuovat uusia kuluttajia brändin pariin. Volyymituotteet ovat keskeisille asiakkaille kiinnostavin tuotekategoria.

**Kaupalliset tuotteet** sijoittuvat hintapisteeltään keskitasolle. Tuotekategoria on houkutteleva sekä kannattavuuden että volyymien osalta.

**Viestinnälliset keihäänkärkituotteet** ovat Nokian Panimon tuotevalikoiman korkeimman hintapisteen tuotteita, joilla on samalla pienin volyymi. Nämä tuotteet ovat raaka-aine- sekä valmistuskustannuksiltaan muita yhtiön tuotteita kalliimpia ja ne houkuttelevat laatutietoisia kuluttajia.

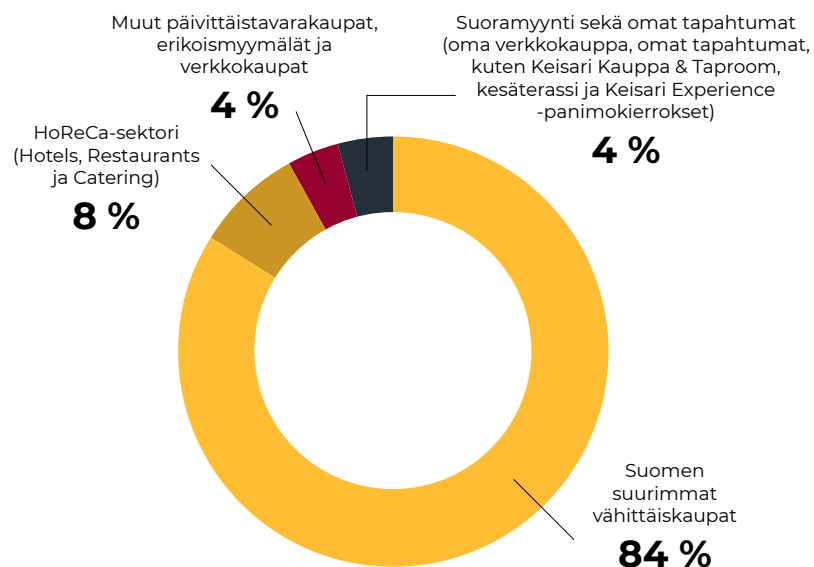




# Markkina- ja toimintaympäristö

Nokian Panimon liiketoiminta kattaa maantieteellisesti koko Suomen, ja tuotteiden myyntikanavina toimivat alkoholijuomia ja virvoitusjuomia myyvät vähittäiskaupat sekä hotellit, ravintolat ja kahvilat. Lisäksi tuotteita on saatavilla yhtiön omissa myyntikanavissa, kuten kuluttajaverkkokaupassa sekä Keisari Kauppa-panimomyymälässä.

Nokian Panimon merkittävimmät asiakkaat yhtiön vuoden 2024 myynnin mukaan<sup>10</sup>



<sup>10</sup> Lähde: Liikevaihdon jakauma asiakaskunnan mukaan on laskettu yhtiön johdon juoksevan kirjanpidon mukaisesta liikevaihdosta, jossa ei huomioida yhtiön tekemää sponsorointia ja antamia näytteitä.

<sup>11</sup> Lähde: Valvira, Alkoholien tilastoitu kulutus vuonna 2024.

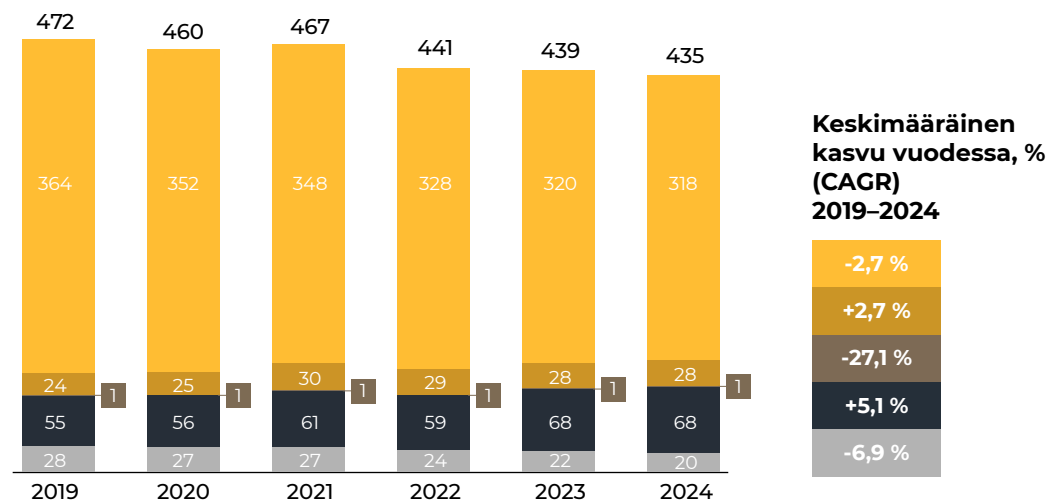
<sup>12</sup> Lähde: Valvira – Alkoholitilastot 2019–2024.

## ALKOHOLITUOTTEET

Alkoholin tilastoitu litramääräinen anniskelu- ja vähittäiskulutus vuodesta 2023 vuoteen 2024 väheni 1,2 prosenttia. Vuonna 2024 alkoholijuomista juomasekoitusten kulutus kasvoi 2,1 prosenttia ja mietojen viinien 0,7 prosenttia, oluen kulutus laski 1,2 prosenttia, siiderin 8,4 prosenttia ja väkevien juomien kulutus laski 9,7 prosenttia.<sup>11</sup>

Oluiden litramääräinen kokonaiskulutus Suomessa oli 345 miljoonaa litraa vuonna 2024. Oluen kokonaismarkkinan litramääräinen kulutus on ollut laskussa vuosina 2019–2024. Alkoholillisten juomasekoitusten litramääräinen kulutus on kasvanut kategorioista vahvimmin, keskimäärin 5,1 prosenttia vuodessa. Siiderin litramääräinen kulutus on laskenut keskimäärin 6,9 prosenttia vuodessa.

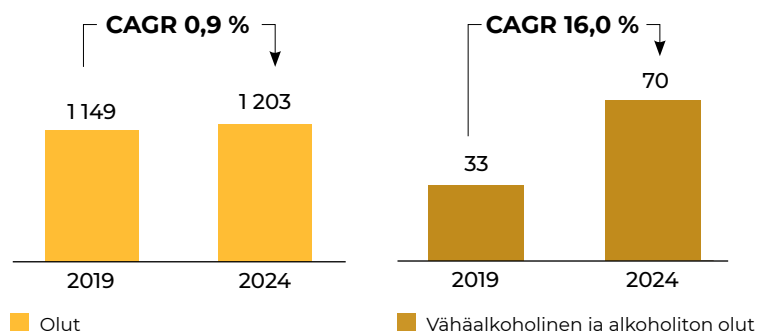
## Pohjahiivaoluiden, pintahiivaoluiden, muiden oluiden, alkoholijuomasekoitusten ja siiderin anniskelu- ja vähittäismyynnin kehitys Suomessa 2019–2024, milj. litraa<sup>12</sup>





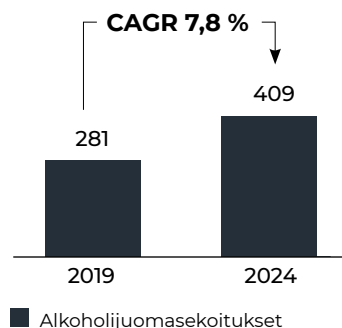
Alkoholi- ja virvoitusjuomien euromääräinen myynti on vuosina 2019–2024 kasvanut kaikissa tuotekategoriassa huolimatta kokonaismarkkinan litramääräisestä laskusta. Oluen euromääräinen myynti on kasvanut päivittäistavara-kaupassa keskimäärin 0,9 prosenttia vuodessa. Vähäalkoholisten ja alkoholittomien oluiden suosio on kasvanut merkittävästi viimeisen viiden vuoden aikana, keskimäärin 16,0 prosenttia vuodessa, viestien kuluttajien ostokäyttäytymistä muuttaneesta suhtautumisesta alkoholin kuluttamiseen.

### Oluiden päivittäistavara-kaupan myynnin kehitys Suomessa 2019–2024, milj. euroa<sup>13</sup>



Alkoholijuomasekoitukset ovat vähäalkoholisen ja alkoholittoman oluen vahvan kasvun rinnalla toinen vuosina 2019–2024 erittäin vahvasti kasvanut juomakategoria. Alkoholijuomasekoitusten suosiota on ajanut vahvasti uusien ja innovatiivisten lonkeromakujen tulo markkinoille sekä maailmalla suuren suosion keränneiden vähäkaloristen hard seltzereiden tulo Suomeen 2020-luvun vaihteessa.

### Alkoholijuomasekoitusten päivittäistavara-kaupan myynnin kehitys Suomessa 2019–2024, milj. euroa<sup>14</sup>

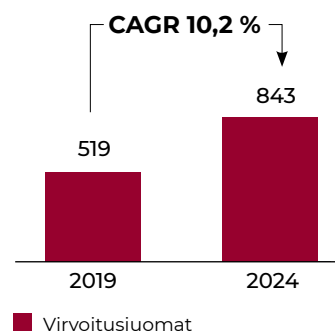


<sup>13, 14, 15</sup> Lähde: Päivittäistavara-kauppa ry  
– Markkinatieto ja myyntitilastot, päivittäistavara-kaupan tuotekohtainen myynti.

### VIRVOITUSJUOMAT

Virvoitusjuomien päivittäistavara-kaupan euromääräinen myynti on kasvanut vuosina 2019–2024 keskimäärin 10,2 prosenttia vuodessa. Yhtiön johto uskoo, että alkoholin käytön vähentyminen nuorten keskuudessa on saattanut lisätä virvoitusjuomien suosiota sekä kiinnostusta uusista ja innovatiivisempia virvoitusjuomakuvista kohtaan.

### Virvoitusjuomien päivittäistavara-kaupan myynnin kehitys Suomessa 2019–2024, milj. euroa<sup>15</sup>



## KESKEISIÄ MARKKINATRENDEJÄ

Nokian Panimon johdon mukaan keskeiset markkinatrendit vaikuttavat yhtiölle relevanttiin alkoholi- ja virvoitusjuomamarkkinaan.

### Innovatiivisuus ja elämyksellisyys

Panimo- ja virvoitusjuomien suunnittelussa ollaan siirtymässä yhä innovatiivisempiin makuihin, makuyhdistelmiin ja valmistusmetodeihin, kun kuluttajat hakevat niin alkoholillisilta kuin alkoholittomiltakin juomilta elämyksellisyyttä. Kuluttajien ostokäyttäytyminen osoittaa, että elämyksistä ollaan valmiita maksamaan. Tuotteilta vaaditaan innovatiivisuutta niin maun, ulkoasun kuin brändäykseenkin näkökulmasta.

### Pienpanimotrendi

Käsityöläispanimo- eli pienpanimotrendin rantautuminen Yhdysvalloista Suomeen 2010-luvun alussa on osaltaan ajanut Suomen olutmarkkinan kehitystä viimeisen vuosikymmenen aikana etenkin laajentuneen olutvalikoiman myötä. Pienpanimoiden lukumäärä on kasvanut 32 pienpanimosta (vuonna 2013) 115 pienpanimoon vuonna 2024.<sup>16</sup> Pienpanimotrendin myötä myös isot panimot ovat tuoneet valikoimaansa käsityöläisoluiksi lanseeraamia tuotteita täydentämään perinteistä olutvalikoimaansa.

<sup>16</sup> Lähde: Valvira – Pienpanimoiden oluen valmistus.

<sup>17</sup> Lähde: Hartwall – Juomatrendit 2025; Alko – Alkon trendikatsaus 2024.

<sup>18</sup> Lähde: Finnish Business & Society ry – Kuluttajatutkimus 2022, Tiedolla vai tunteella – miten suomalaiset kuluttajat tekevät vastuullisia tuotevalintoja.

<sup>19</sup> Lähde: Hartwall – Juomatrendit 2025; Alko – Alkon trendikatsaus 2024.

### Terveys- ja hyvinvointinäkökulma alkoholin kulutuksessa

Terveellisyystrendi näkyy myös kuluttajien alkoholin kulutukseen liittyvissä päätöksissä. Kuluttajat suosivat yhä enemmän vähäalkoholisia ja alkoholittomia vaihtoehtoja, kuten alkoholittomia oluita ja alkoholittomia mocktail-juomia. Vähäalkoholisten ja alkoholittomien tuotteiden lisäksi kuluttajat suosivat yhä enemmän myös vähäkalorisia juomia.<sup>17</sup>

### Vastuullisuus

Kuluttajat ovat entistä tietoisempia kuluttamiensa tuotteiden ympäristövaikutuksista, ja ympäristöasioiden arvioimisella on yhä merkittävämpi rooli ostopäätöksiä tehdessä.<sup>18</sup> Tuotteiden ympäristövaikutuksia arvioidaan muun muassa valmistusmenetelmien energiatehokkuuden, hiilineutraaliuden ja eettisyyden, käytettyjen raaka-aineiden alkuperän sekä pakkausmateriaalien kierrätettävyyden näkökulmasta. Myös paikallisten tuotteiden suosio on kasvanut, ja kuluttajat arvostavat pieniä ja paikallisia toimijoita, jotka pyrkivät myös raaka-ainehankinnoissaan suosimaan muita paikallisia toimijoita.<sup>19</sup>



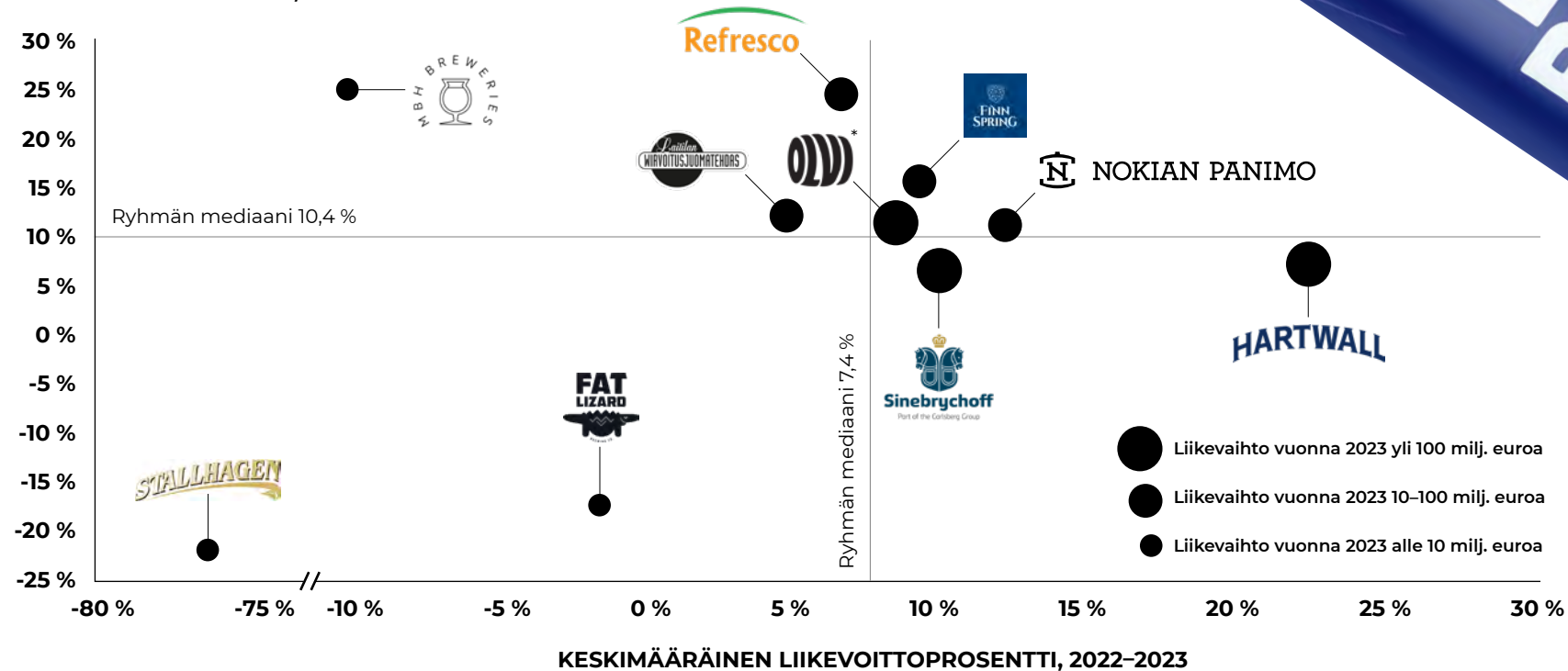


## KILPAILUYPÄRISTÖ

Yhtiön kilpailukenttä koostuu panimoista, pienpanimoista sekä muista juomayhtiöstä, joiden tuotteita on tarjolla niin päivittäistavarakaupoissa kuin ravintoloissa. Jokaisessa tuotekategoriassa on runsaasti kilpailua, ja samalla kuluttajien makutottumukset voivat muuttua nopeasti. Haasteena onkin pysyä ajan hermolla ja varmistaa, että Nokian Panimon tuotteet vastaavat kysyntään. Yhtiön johdon näkemyksen mukaan merkittävämpiä kilpailijoita ovat laajan palvelutarjonnan omaavat panimo- ja juomayhtiöt, joiden pääliiketoiminta on panimotuotteiden ja muiden juomatuotteiden valmistus.

**Yhtiön kilpailukenttä, joka kattaa liikevaihdon mitattuna Suomen kymmenen suurinta juomayhtiötä, joiden pääliiketoiminta on panimotuotteiden tai muiden juomatuotteiden valmistus<sup>20</sup>**

### LIKEVAIHDON KASVU-%, 2022–2023



<sup>20</sup> Perustuu kaaviossa esitettyjen yhtiöiden tilinpäätöksiin. Tilinpäätökset on laadittu eri kirjanpito- ja tilinpäätössääntelyiden alla, mikä voi vaikuttaa esitetyn tiedon vertailukelpoisuuteen.

\* Olvin raportoima Suomen segmentti, johon kuuluvat emoyhtiö Olvi Oyj, Servaali Oy ja Helsingin tislamo Oy.



# Taloudellisia tietoja

## Keskeiset tunnusluvut

Tuhatta euroa, ellei toisin ilmoitettu	1.1.2024–31.12.2024	1.1.2023–31.12.2023
Myyntivolyymi, olut, milj. litraa	6,1	5,3
Myyntivolyymi, muut juomat, milj. litraa	2,2	2,1
Liikevaihto	11 863*	10 250*
Liikevaihdon kasvu, prosenttia	15,7 %	9,9 %***
Myyntikate	6 794	5 496**
Myyntikate, prosenttia liikevaihdosta	57,3 %	53,6 %**
Käyttökate	2 577	1 710**
Käyttökate, prosenttia liikevaihdosta	21,7 %	16,7 %**
Liikevoitto (-tappio)	1 659*	1 045**
Liikevoitto (-tappio), prosenttia liikevaihdosta	14,0 %	10,2 %**
Vertailukelpoinen liikevoitto	1 900	977
Vertailukelpoinen liikevoitto, prosenttia liikevaihdosta	16,0 %	9,5 %
Tilikauden voitto (-tappio)	1 106*	768**
Vertailukelpoinen tilikauden tulos	1 453	714
Osakekohtainen tulos, euroa (laimentamaton)	0,19	0,13
Osakekohtainen tulos, euroa (laimennettu)	0,18****	0,13
Osakekohtainen oma pääoma, euroa	1,07	0,90
Oman pääoman tuotto, prosenttia	18,7 %	15,0 %**
Sijoitetun pääoman tuotto, prosenttia	17,0 %	12,6 %**
Omavaraisuusaste, prosenttia	51,4 %	49,9 %**
Nettovelkaantumisaste, prosenttia	49,6 %	56,8 %

\* Luvut ovat tilintarkastettuja.

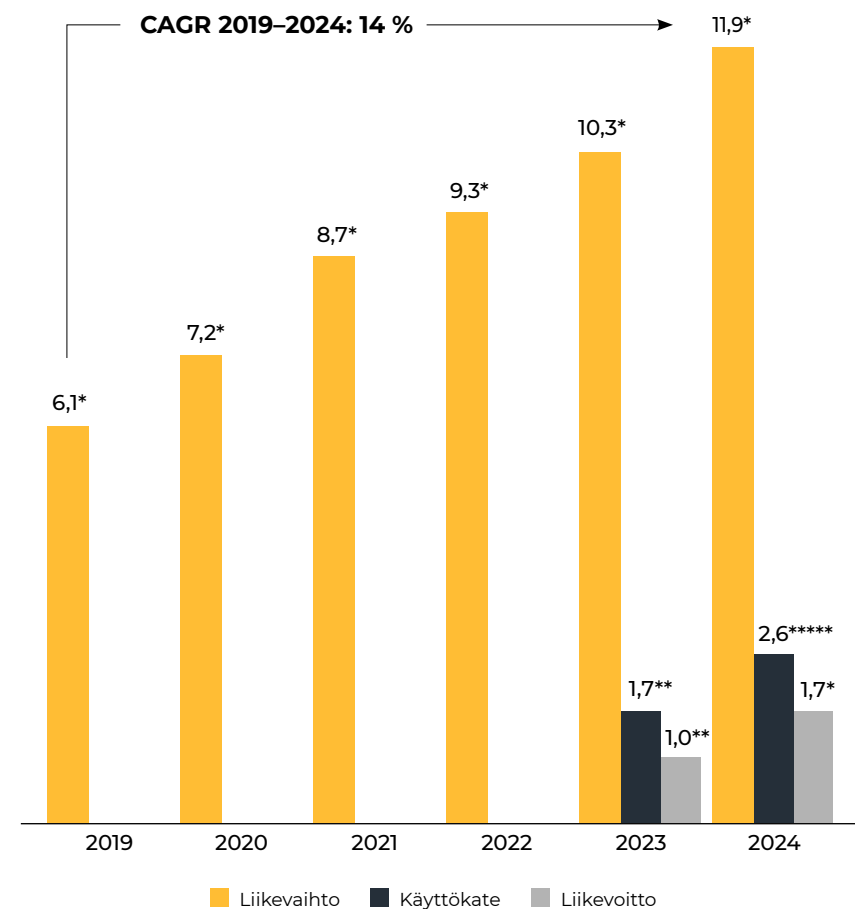
\*\* Oikaistu. Yhtiö on korjannut virheen vertailutilikauden 1.1.–31.12.2023 vuokratapojen tilinpäätöskäsittelyssä. Lisätietoja esitteessä.

\*\*\* Liikevaihdon kasvun laskennassa käytetty vuoden 2022 liikevaihtoa 9 329 tuhatta euroa.

\*\*\*\* Osakekohtaisessa tuloksessa (laimennettu) 31.12.2024 on huomioitu laimentavana joulukuussa 2024 toteutetun henkilöstöannin vaikutus, johon liittyvät osakkeet on rekisteröity 22.1.2025. Lisätietoja esitteessä.

\*\*\*\*\* Tilintarkastamaton

## Liikevaihdon, käyttökateen ja liikevoiton kehitys (milj. euroa)





## Vaihtoehtoisten tunnuslukujen laskentakaavat

Tunnusluku	Määritelmä tai laskentakaava
Liikevaihdon kasvu, prosenttia	= (Tilikauden liikevaihto - edellisen tilikauden liikevaihto) / Edellisen tilikauden liikevaihto x 100
Myyntikate	= Liikevaihto + liiketoiminnan muut tuotot - valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos - materiaalit ja palvelut
Myyntikate, prosenttia liikevaihdesta	= Myyntikate / Liikevaihto x 100
Käyttökate	= Liikevoitto (tappio) + poistot ja arvonalentumiset
Käyttökate, prosenttia liikevaihdesta	= Käyttökate / Liikevaihto x 100
Vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät	= Tavanomaiseen/varsinaiseen liiketoimintaan kuulumattomat olennaiset erät, kuten aineellisten hyödykkeiden arvonalentumiset (vaikutus liikevoittoon) ja listautumiseen liittyvät kulut vuonna 2024 ja 2025 sekä edellä mainittujen erien mahdolliset verovaikutukset (vaikutus tilikauden tulokseen)
Vertailukelpoinen liikevoitto	= Liikevoitto (tappio) +/- vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät
Vertailukelpoinen liikevoitto, prosenttia liikevaihdesta	= Vertailukelpoinen liikevoitto / Liikevaihto x 100
Vertailukelpoinen tilikauden tulos	= Tilikauden voitto (tappio) +/- vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät
Osakekohtainen tulos, euroa (laimentamaton)	= Tilikauden voitto (tappio) / Ulkona olevien osakkeiden keskimääräinen lukumäärä tilikauden aikana
Osakekohtainen tulos, euroa (laimennettu)	= Tilikauden voitto (tappio) / Ulkona olevien osakkeiden laimennusvaikutuksella oikaistu keskimääräinen lukumäärä tilikauden aikana
Osakekohtainen oma pääoma, euroa	= Oma pääoma kauden lopussa / Ulkona olevien osakkeiden lukumäärä kauden päättyessä
Oman pääoman tuotto, prosenttia	= Tilikauden voitto (tappio) / Keskimääräinen oma pääoma x 100
Sijoitetun pääoman tuotto, prosenttia	= (Voitto (tappio) ennen tilipäätössiirtoja ja veroja + rahoituskulut***) / (Taseen loppusumma - korottomat velat* keskimäärin) x 100
Omavaraisuusaste, prosenttia	= (Oma pääoma + poistoero x (1-veroaste)) / (Taseen loppusumma - saadut ennakot) x 100
Nettovelkaantumisaste, prosenttia	= (Korolliset velat** - rahat ja pankkisaamiset) / Omat varat x 100

\* Korottomat velat sisältävät saadut ennakot, ostovelat, siirtovelat ja muut velat.

\*\* Korolliset velat sisältävät lainat rahoituslaitoksilta ja vuokrasopimusvelat.

\*\*\* Rahoituskulut 31.12.2024 päättyneellä tilikaudella 348 tuhatta euroa ja 31.12.2023 päättyneellä tilikaudella 143 tuhatta euroa.

## Vaihtoehtoisten tunnuslukujen käyttötarkoitukset

Tunnusluku	Käyttötarkoitus
Liikevaihdon kasvu, prosenttia	Liikevaihdon kasvuprosentti kuvaa yhtiön liikevaihdon kasvua edelliseen tilikauteen verrattuna.
Myyntikate	Myyntikate on yhtiön kannattavuutta osoittava mittari. Myyntikate kuvaa kannattavuutta materiaalien ja palveluiden kulujen vähentämisen jälkeen.
Myyntikate, prosenttia liikevaihdesta	Yhtiön kannattavuutta kuvaava mittari suhteessa liikevaihtoon.
Käyttökate	Käyttökate on yhtiön kannattavuutta osoittava mittari. Käyttökate kuvaa kannattavuutta materiaalien ja palveluiden, henkilöstökulujen ja liiketoiminnan muiden kulujen vähentämisen jälkeen.
Käyttökate, prosenttia liikevaihdesta	Yhtiön kannattavuutta osoittava mittari suhteessa liikevaihtoon.
Vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät	Tavanomaiseen / varsinaiseen liiketoimintaan kuulumattomat olennaiset erät.
Vertailukelpoinen liikevoitto	Vertailukelpoinen liikevoitto on yhtiön kannattavuutta osoittava mittari huomioiden liikevoiton vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät.
Vertailukelpoinen liikevoitto, prosenttia liikevaihdesta	Yhtiön kannattavuutta osoittava mittari suhteessa liikevaihtoon.
Vertailukelpoinen tilikauden tulos	Vertailukelpoinen tilikauden tulos on yhtiön kannattavuutta osoittava mittari huomioiden tuloksen vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät.
Osakekohtainen tulos, euroa (laimentamaton)	Tunnusluku kuvaa yhtiön tuloksen jakautumista yksittäiselle osakkeelle.
Osakekohtainen tulos, euroa (laimennettu)	Tunnusluku kuvaa yhtiön tuloksen jakautumista yksittäiselle osakkeelle laimennusvaikutuksella huomioituna.
Osakekohtainen oma pääoma, euroa	Tunnusluku kuvaa yhtiön oman pääoman jakautumista yksittäiselle osakkeelle.
Oman pääoman tuotto, prosenttia	Tunnusluku osoittaa, kuinka paljon yhtiön omalle pääomalle on kertynyt tuottoa tilikauden aikana.
Sijoitetun pääoman tuotto, prosenttia	Tunnusluku osoittaa, kuinka paljon yhtiön sijoitetulle pääomalle on kertynyt tuottoa tilikauden aikana.
Omavaraisuusaste, prosenttia	Tunnusluku kuvaa, kuinka suuri osa yhtiön varoista on rahoitettu omalla pääomalla.
Nettovelkaantumisaste, prosenttia	Tunnusluku kuvaa yhtiön velkaantuneisuutta. Nettovelkaantumisaste kuvaa yhtiön korollisen nettovelan ja oman pääoman suhdetta.

# Listautumisanti ja merkintäohjeet

Osakkeiden merkintähinta on  
**2,50 euroa**  
osakkeelta

Yleisöannin merkintäaika on  
**18.-28.3.2025**

Kaupankäynnin yhtiön osakkeilla  
kaupankäyntitunnuksella BEER  
odotetaan alkavan Nasdaq  
First North Growth Market Finland  
-markkinapaikalla arviolta 3.4.2025.

Yleisöannin ehdot ovat  
kokonaisuudessaan saatavissa  
Finanssivalvonnan hyväksymässä  
esitteestä osoitteessa  
<https://sijoittajat.nokianpanimo.fi>.

## Listautumisannin tavoitteet

Listautumisannin tavoitteena on Nokian Panimon orgaanisen kasvustrategian vauhdittaminen ja yhtiön tunnistamien kasvuinvestointien rahoittaminen. Listautumisen odotetaan myös lisäävän yhtiön yleistä tunnettuutta sekä sen tuotteiden tunnettuutta. Nokian Panimolla on nykyisellään lähes 2 000 osakkeenomistajaa. Toteutuessaan listautuminen loisi yhtiön osakkeille kaupapaikan, joka lisäisi osakkeiden likviditeettiä mahdollistamalla osakkeille tehokamman hinnanmuodostuksen ja kaupankäynnin, sekä mahdollistaisi Nokian Panimon pääsyn pääomamarkkinoille.

## Listautumisannilla kerättävät varat ja niiden käyttö

Listautumisanti koostuu yleisöannista yksityishenkilöille ja yhteisöille Suomessa ja instituutioannista institutionaalisille sijoittajille Suomessa ja Yhdysvaltain ulkopuolella kansainvälisesti paikallisiin säännöksiin perustuvien vaatimusten täyttyessä. Yleisöannissa tarjotaan alustavasti enintään 800 000 ja instituutioannissa alustavasti enintään 3 200 000 tarjottavaa osaketta. Yhtiön hallitus päättää tarjottavien osakkeiden lopullisen määrän jakautumisesta instituutio- ja yleisöannin välillä.

Nokian Panimo arvioi keräävänsä osakeannilla noin 10,0 miljoonan euron bruttovarat olettaen, että kaikki uudet osakkeet merkitään, ja noin 8,6 miljoonan euron nettovarot.

Osakeannilla kerättävät varat on tarkoitus käyttää pääasiassa yhtiön tunnistamien kasvuinvestointien rahoittamiseen, yhtiön pääomarakenteen vahvistamiseen, mahdolliseen yhtiön lainojen takaisinmaksuun ja yleisiin liiketoiminnan tarpeisiin. Kasvuinvestointeja on kuvattu tarkemmin esitteessä ja tämän markkinointiesitteen sivulla 9. Tarkempi suunnitelma osakeannilla kerättävien varojen käyttämiseen ja investointien toteuttamisjärjestykseen tehdään listautumisannin jälkeen.

## Merkintäsitoumukset

Ankkurisijoittajat, joihin lukeutuvat muun muassa Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen, Keskinäinen Työeläkevakuutusyhtiö Elo, Keskinäinen Työeläkevakuutusyhtiö Varma, Aktia Rahastoyhtiö Oy, UB Rahastoyhtiö Oy ja Proprius Partners Oy, ovat helmikuussa 2025 antaneet sitoumukset, joiden mukaisesti ne joko itsensä tai hallinnoimiensa rahastojen puolesta ovat sitoutuneet tietyin tavanomaisin ehdoin merkitsemään listautumisannin yhteydessä tarjottavia osakkeita yhteensä vähintään noin 6,8 miljoonalla eurolla eli noin 68,2 prosenttia tarjottavista osakkeista.

Merkintäsitoumukset ovat ehdollisia sille, että yhtiö allokoii listautumisannissa tarjottavia osakkeita sitoumuksen antajille yhteensä noin 6,8 miljoonalla eurolla eli noin 68,2 prosenttia tarjottavista osakkeista.

Lisäksi Nokian Panimon suurin osakkeenomistaja Oy Scripo Ab on sitoutunut merkitsemään listautumisannin yhteydessä tarjottavia osakkeita listautumisannissa enintään 1,0 miljoonalla eurolla sillä ehdolla ja vain siltä osin kuin tarjottavia osakkeita ei muutoin merkittäisi listautumisannissa.



## Yhteenveto yleisöannista

- Yleisöannissa tarjotaan alustavasti enintään 800 000 osaketta yksityishenkilöiden ja yhteisöjen merkittäväksi Suomessa.
- Osakkeita tarjotaan yleisöannissa 2,50 euron merkintähintaan tarjottavalta osakkeelta.
- Yleisöannissa merkintäsitoumuksen tulee koskea vähintään 300:aa ja enintään 39 999:ää tarjottavaa osaketta. Saman sijoittajan yhtä useammat sitoumukset yhdistetään yhdeksi sitoumuksesi, johon sovelletaan edellä mainittua enimmäismäärää.
- Yleisöannin osalta yhtiön hallitus pyrkii hyväksymään annetut sitoumukset myöhemmin päätettävään rajaun saakka ja jakamaan tämän määrän ylittävältä osalta tarjottavia osakkeita sitoumusten täyttämättä olevien määrien keskinäisessä suhteessa.

## Yleisöannin merkintäpaikka

- Yleisöannin merkintäpaikkana toimii Evli Oyj:n verkkopalvelu osoitteessa [www.evli.com/nokianpanimo](http://www.evli.com/nokianpanimo) ja Nordnetin verkkopalvelu osoitteessa [www.nordnet.fi/nokianpanimo](http://www.nordnet.fi/nokianpanimo).
- Pääjärjestäjän verkkopalvelussa merkintä voidaan tehdä Aktian, Danske Bankin, Nordean, Oma Säästöpankin, Osuuspankin, POP Pankin, S-Pankin, Säästöpankin ja Ålandsbankenin verkkopankkitunnuksilla. Sitoumuksen voi antaa myös yhteisön puolesta. Merkintä on maksettava merkintää tehtäessä. Pääjärjestäjän verkkopalvelussa merkintää ei voi tehdä osakesäästölille.

- Nordnetin verkkopalvelussa merkintä voidaan tehdä Nordnetin sekä Aktian, Danske Bankin, Nordean, Oma Säästöpankin, Osuuspankin, POP Pankin, S-Pankin, Säästöpankin ja Ålandsbankenin verkkopankkitunnuksilla. Sitoumuksen voi antaa myös yhteisön puolesta. Merkintä on maksettava merkintää tehtäessä. Handelsbankenin verkkopankkitunnuksilla voi tehdä merkinnän pankin yrityskonttorin asiakkaana.
- Sitoumuksen tekeminen osakesäästölille onnistuu vain Nordnetin kautta ja vain Nordnetissa olevalle osakesäästölille tehtynä.
- Erikseen sovittaessa sitoumus voidaan antaa myös Nordnet Bank AB Suomen sivuliikkeen toimipisteessä osoitteessa Alvar Aallon Katu 5 C, 00100 Helsinki. Lisäksi erikseen sovittaessa sitoumus voidaan antaa myös Evli Oyj:n toimipisteessä osoitteessa Aleksanterinkatu 19, 00100 Helsinki, arkisin kello 9–16. Mikäli sijoittaja haluaa tehdä merkinnän Evlin toimipisteessä, tulee sijoittajan varata aika merkinnän tekemistä varten etukäteen. Ajanvaraus on tehtävä viimeistään merkintäaikojen alkamista seuraavan arkipäivän aikana. Varauksen voi tehdä sähköpostitse osoitteeseen [nokianpanimo-anti@evli.com](mailto:nokianpanimo-anti@evli.com). Sijoittajan on todistettava henkilöllisyytensä merkintää tehtäessä. Yhteisön merkintää tekevän henkilön on lisäksi osoitettava merkintään liittyvä toimivaltuus. Merkintä tulee maksaa välittömästi merkintälomakkeessa annettujen ohjeiden mukaisesti.

Tutustu annin ehtoihin sekä muihin esitteen tietoihin ennen merkinnän tekemistä osoitteessa <https://sijoittajat.nokianpanimo.fi>.



# Riskitekijät

Nokian Panimoon sijoittamiseen liittyy useita riskejä, joista monet voivat olla merkittäviä. Monet yhtiöön ja sen liiketoimintaan liittyvistä riskeistä kuuluvat sen liiketoiminnan luonteeseen ja ovat tyypillisiä sen toimialalla. Sijoittamista harkitsevia kehoitetaan tutustumaan huolellisesti Finanssivalvonnan hyväksymään esitteeseen sisältyviin tietoihin ja erityisesti alla kuvattuihin riskitekijöihin, jotka on jaettu luonteensa mukaan kahdeksaan ryhmään:

- Yhtiön toimintaympäristöön ja vallitsevaan makrotaloudelliseen tilanteeseen liittyviä riskejä.
- Yhtiön liiketoimintaan liittyviä riskejä.
- Yhtiön strategiaan liittyviä riskejä.
- Yhtiön tavaramerkkeihin ja IT-järjestelmiin liittyviä riskejä.
- Oikeudenkäynteihin, sääntelyyn ja viranomaismääräyksiin liittyviä riskejä.
- Yhtiön taloudelliseen asemaan ja rahoitukseen liittyviä riskejä.
- Osakkeisiin liittyviä riskejä.
- Listautumisantiin ja Listautumiseen liittyviä riskejä.

Tässä esitetty riskikuvaus on tiivistelmä riskitekijöistä, jotka on esitetty kokonaisuudessaan Finanssivalvonnan hyväksymässä esitteessä.

## **Yhtiön toimintaympäristöön ja vallitsevaan makrotaloudelliseen tilanteeseen liittyviä riskejä**

- Merkittävä osa yhtiön liikevoitosta muodostuu kausivaihtelun vuoksi kevät- ja kesäkaudella, minkä vuoksi mikä tahansa kuluttajakysyntään tai yhtiön toimitusvalmiuteen vaikuttava tekijä tänä aikana voi vaikuttaa haitallisesti yhtiön tulokseen.
- Voimakas kilpailu yhtiön toimintamarkkinoilla voi vaikuttaa haitallisesti yhtiön kannattavuuteen ja yhtiön markkinaosuuteen.
- Rakenteelliset muutokset ja trendit kuluttajatuotteiden sektorilla voivat vaikuttaa haitallisesti yhtiöön ja sen liiketoimintaan.
- Kuluttajien alkoholijuomiin liittyvän ostokäyttäytymisen ja mieltymysten muutokset voivat vaikuttaa haitallisesti yhtiön tuotteiden kysyntään.

- Epävarmuus yhtiön toimintamarkkinoilla, rahoitusmarkkinoilla ja yleisessä taloudellisessa tai geopoliittisessa tilanteessa voi vaikuttaa haitallisesti yhtiön liiketoimintaan, liiketoiminnan tulokseen ja taloudelliseen asemaan

## **Yhtiön liiketoimintaan liittyviä riskejä**

- Yhtiön tuotantoon tai toimituksiin liittyvät häiriöt sekä työtapaturmat tai tuotantotilojen vahingoittuminen, tuhoutuminen tai sulkeminen voivat vaikuttaa haitallisesti yhtiön liiketoimintaan, maineeseen ja liiketoiminnan tulokseen.
- Yhtiön liiketoiminta riippuu merkittävästi yhtiön suurimpien asiakkaiden kanssa tehdyistä sopimuksista, ja jos yksi tai useampi tällaisista sopimuksista päätettäisiin tai asiakkaiden kysyntä laskisi, yhtiön taloudellinen asema ja liiketoiminnan tulos voisivat heiketä.
- Yhtiö on riippuvainen korkealaatuisen ohramaltaan ja puhtaan veden saatavuudesta, ja vaihtelut ohramaltaan, veden, muiden raaka-aineiden ja pakkausmateriaalien kustannuksissa, laadussa ja saatavuudessa voivat vaikuttaa olennaisen haitallisesti yhtiöön.
- Yhtiö ei välttämättä onnistu hinnoittelemaan tuotteitaan oikein, mikä saattaa heikentää yhtiön kannattavuutta.
- Mahdolliset virheet, pilaantuminen tai kontaminaatio yhtiön tuotteissa voivat heikentää yhtiön mainetta ja aiheuttaa yhtiölle taloudellista vahinkoa.
- Yhtiön maineen tai brändin vahingoittuminen tai yhtiötä koskevat kielteiset käsitykset saattavat heikentää yhtiön kykyä houkutella ja pitää asiakkaita sekä vaikeuttaa työntekijöiden rekrytointia.
- Lakot ja muut työtaistelutoimenpiteet voivat haitata yhtiön liiketoimintaa.
- Avainhenkilöiden ja ammattitaitoisen henkilöstön menettäminen voi vaikuttaa haitallisesti yhtiön liiketoimintaan ja taloudelliseen asemaan, eikä yhtiö välttämättä onnistu rekrytoimaan ja sitouttamaan henkilöitä, joilla on tarvittava osaaminen.
- Manuaaliset työvaiheet taloushallinnossa ja varastokirjanpidossa voivat aiheuttaa haasteita yhtiön liiketoiminnalle.



### **Yhtiön strategiaan liittyviä riskejä**

- Yhtiön suunniteltuihin investointeihin liittyvien riskien toteutuminen voi vaikuttaa olennaisen haitallisesti yhtiön liiketoimintaan, kasvuun ja taloudelliseen asemaan.
- Uudet tuotteet, brändit ja tuotekategorioiden laajennukset ovat tärkeä osa yhtiön kasvustrategiaa, ja onnistuminen uusien tuotteiden ja brändien lanseeraamisessa sekä tuotekategorioiden laajennuksissa samoin kuin olemassa olevien tuotteiden ja brändien menestyminen on epävarmaa.

### **Yhtiön IT-järjestelmiin ja tavaramerkkeihin liittyviä riskejä**

- Yhtiön tietojärjestelmien häiriöt tai epäonnistuminen järjestelmien kehitystyössä voivat vaikuttaa haitallisesti yhtiön liiketoimintaan.
- Yhtiö ei välttämättä onnistu tavaramerkkiensä rekisteröinnissä, suojaamisessa, ylläpitämisessä, toimeenpanossa ja hallinnassa, ja yhtiöön saatetaan kohdistaa immateriaalioikeuksien loukkauksenteita, mikä voi aiheuttaa sille merkittäviä lisäkustannuksia ja mainehaittaa.
- Yhtiön toiminnanohjausjärjestelmä on kriittinen yhtiön toiminnalle, ja se voidaan joutua uudistamaan tulevaisuudessa.

### **Oikeudenkäynteihin, sääntelyyn ja viranomais määräyksiin liittyviä riskejä**

- Alkoholijuomia koskevan lainsäädännön muuttuminen ja EU:n uusi pakkaus- ja pakkausjäteasetus voivat aiheuttaa yhtiölle lisäkustannuksia tai rajoittaa sen liiketoimintaa.
- Yhtiön liiketoimintaa ja tuotantolaitoksia säännellään merkittävästi, ja epäonnistuminen sääntelyn ja lupaehtojen noudattamisessa sekä lupien menettäminen voivat johtaa liiketoiminnan keskeytymiseen.
- Yhtiöön kohdistuu merkittävää sääntelyä, joka rajoittaa alkoholijuomien mainontaa, markkinointia, myyntityöstämistä ja jakelua, ja nämä säädökset ja säädösten mahdolliset muutokset, kuten viinien myynnin salliminen vähittäismyynnissä, voivat vaikuttaa haitallisesti yhtiön liiketoimintaan.
- Valmiste- ja muiden verojen korotukset voivat vaikuttaa haitallisesti yhtiön tuotteiden kysyntään.
- Oikeudenkäynnit tai muut mahdolliset menettelyt liittyen esimerkiksi yhtiön tarjoamien tuotteiden turvallisuuteen voivat vaikuttaa haitallisesti yhtiön liiketoimintaan tai aiheuttaa odottamattomia kustannuksia.

### **Yhtiön taloudelliseen asemaan ja rahoitukseen liittyviä riskejä**

- Yhtiö voi menettää pienpanimoalennuksen, millä olisi olennainen haittavaikutus yhtiön toiminnalle ja kannattavuudelle.
- Yhtiö ei välttämättä pysty perimään saataviaan oikea-aikaisesti, mikä voi pienentää yhtiön rahavirtoja ja vaikuttaa haitallisesti yhtiön maksuvalmiuteen ja taloudelliseen asemaan.
- Yhtiön maksuvalmiuden olennaisella heikentymisellä olisi haitallinen vaikutus yhtiön taloudelliseen asemaan.
- Yhtiö ei välttämättä pysty saamaan rahoitusta suotuisin ehdoin, ja tämä voi aiheuttaa haasteita yhtiön liiketoiminnalle ja liiketoiminnan kehitykselle.
- Korokojen pysyminen korkeina tai nousu saattaa nostaa yhtiön rahoituskustannuksia.

### **Osakkeisiin liittyviä riskejä**

- Osakkeen hinta First North -markkinapaikalla ja osakkeen likviditeetti eivät välttämättä kehity odotetulla tavalla.
- Yhtiön maksamien osinkojen tai pääomanpalautuksen määrä on epävarma, eikä yhtiö välttämättä maksa osinkoa tai pääomanpalautusta lainkaan.
- Yhtiön omistusrakenne on keskittynyt, mikä voi vähentää muiden osakkeenomistajien vaikutusvaltaa, heikentää luottamusta yhtiöön ja vähentää osakkeen likviditeettiä.
- Yhtiön yhtiöjärjestys rajoittaa äänivaltaa yhtiökokouksessa sellaisen osakkeenomistajan osalta, joka on panimo taikka jonka omistus tai vaikutusvaltainen asema toisessa panimossa muutoin vaarantaisi yhtiön mahdollisuuden hyötyä pienpanimoalennuksesta.

### **Listautumisantiin ja listautumiseen liittyviä riskejä**

- Listautumisannin ja listautumisen toteutumisesta suunnitelmien mukaisesti tai lainkaan ei ole varmuutta, ja listautumisannissa yhtiön keräämien bruttovarojen määrän jääminen tavoiteltua pienemmäksi saattaa tulevaisuudessa hidastaa tai rajoittaa yhtiön mahdollisuuksia toteuttaa kasvustrategiaansa.
- Listautuminen aiheuttaa yhtiölle lisäkustannuksia sekä uusia listayhtiönä toimimiseen liittyviä velvoitteita.





NOKIAN PANIMO

<https://sijoittajat.nokianpanimo.fi>

Nokian Panimo Oyj  
Nuijamiestentie 17  
37120 NOKIA