

Yhtiökokous 2014

TOIMITUSJOHTAJAN KATSAUS

Mika Ihamuotila
23.4.2014

VISIO.

MARIMEKKO ON
MAAILMAN ARVOSTETUIN
KUVIOSUUNNITTELIJA JA YKSI
KIEHTOVIMMISTA DESIGN-
BRÄNDEISTÄ.

Toimialamme tämänhetkiset ilmiöt

- 1) Globalisaation kautta avautuneet uudet markkinat
- 2) Digitaalisuus
- 3) Kuluttajien ostokäyttäytyminen ja arvomaailma
 - Ekologisuus
- 4) Maailmantalouden ja kuluttajamarkkinoiden heikko tila



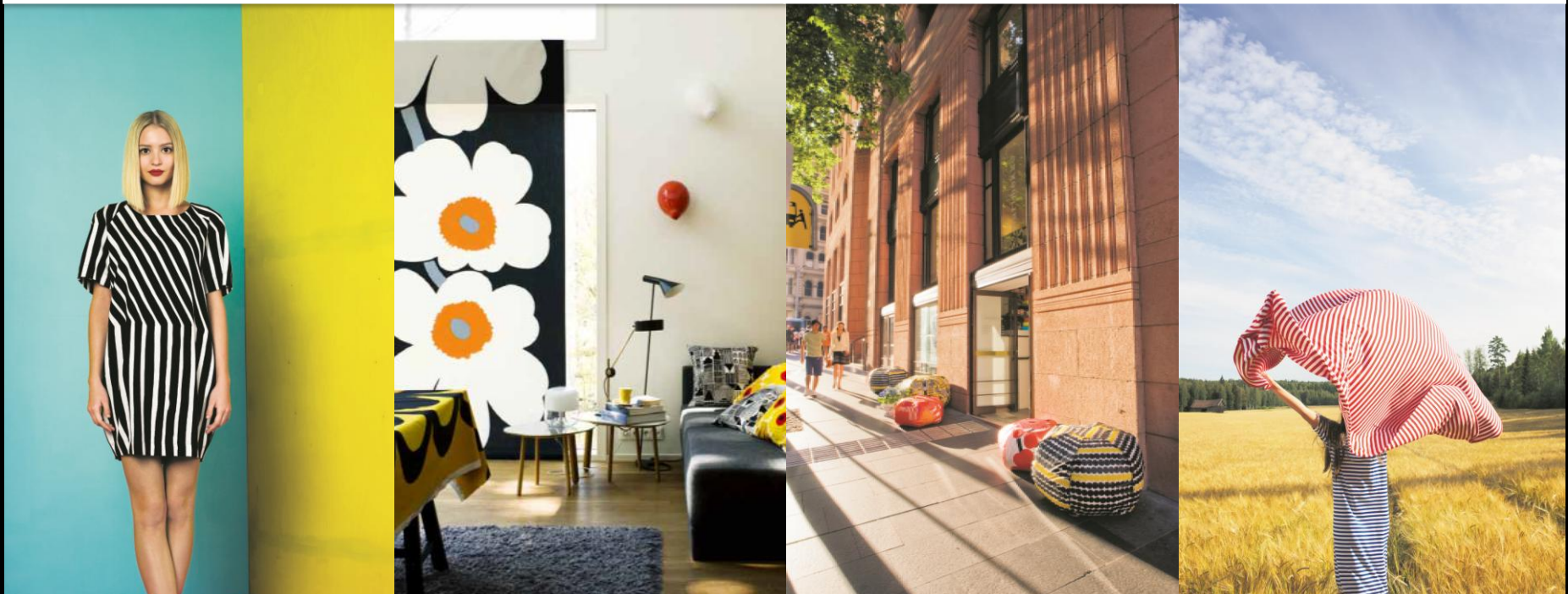
Strategiamme kulmakivet

Uniiki design ja
vahva brändi

Lifestyle-konseptiin
pohjautuva
tuotevalikoima

Pitkäjänteinen,
kasvuhakuinen
kansainvälistymis-
strategia,
jonka ytimessä
Marimekko-
myymälä

Ainutlaatuinen
Marimekko-henki ja
yrityskulttuuri, joka
nojaa luovuuteen ja
yrittäjyyteen



Marimekon vuosi 2013



Uniikki design & brändi



Uniikki
design &
brändi

- Valloittava väri- ja kuviomaailma
- Teeskentelemätön elämänasenne
- Kiehtova historia



Marimekko esitteli syksy & talvi 2013 mallistonsa Tukholman muotiviikolla tammikuussa 2013.

marimekko®



Elokuussa oli vuorossa Kööpenhaminan muotiviikko ja kevät & kesä 2014 malliston esittely.



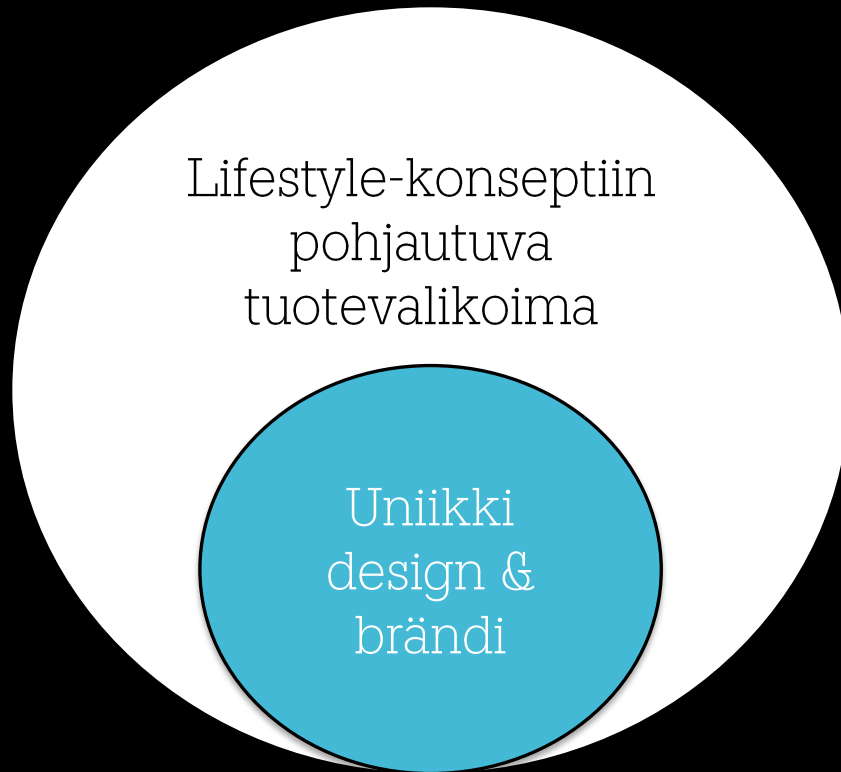
Marimekon legendaarisen kesäisen puistonäytöksen lisäksi järjestettiin marraskuussa myös joulunäytös Marikulman edustalla.

marimekko®

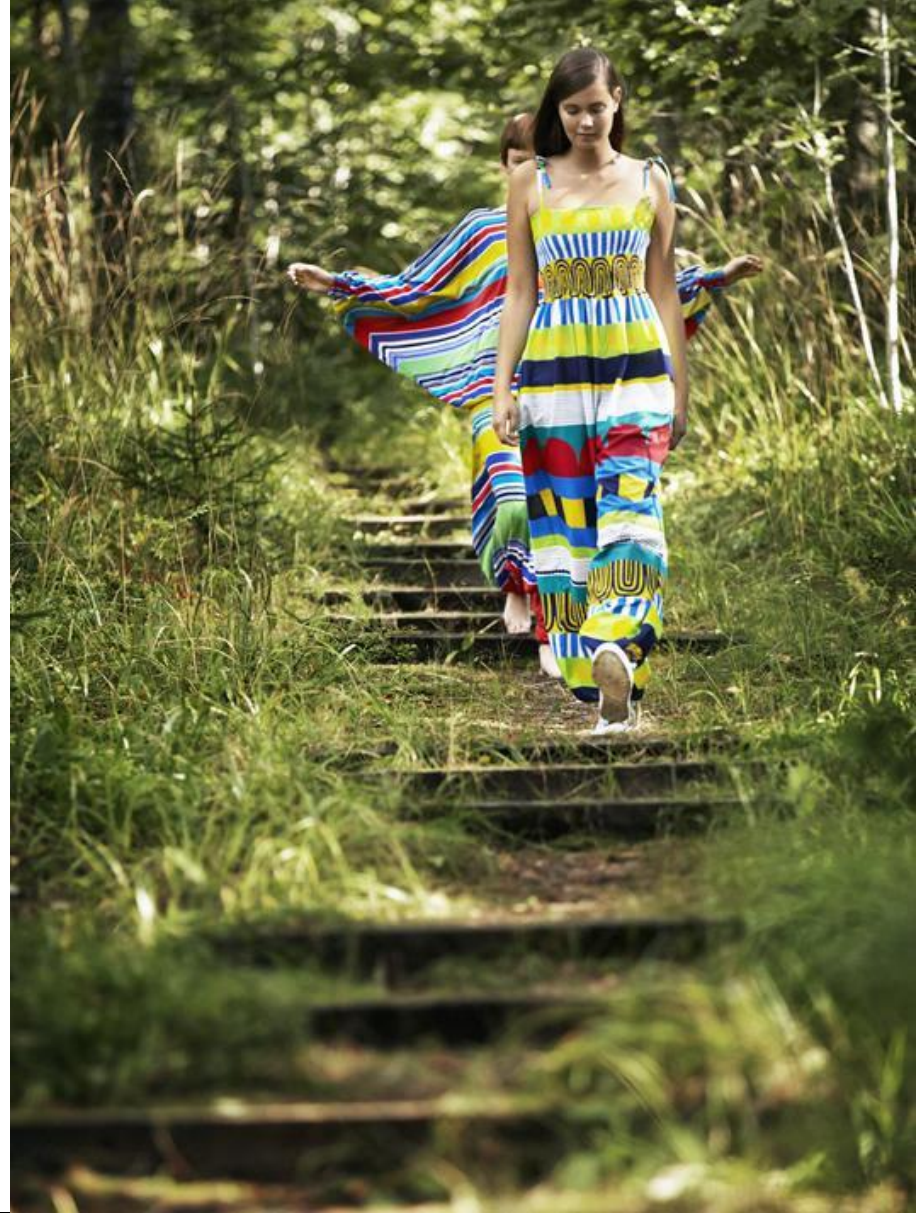


Norjan kruunuprinssi Haakon oli Marimekon vieraana Herttoniemessä lokakuussa 2013.

Lifestyle-konseptiin pohjautuva tuotevalikoima



- Käytännölliset ja ajattomat tuotteet
- Lifestyle-konseptin tuoma ulottuvuus
- Helposti ostettavia ja yhdisteltäviä tuotteita
- Oman tuotannon merkitys painokankaissa



Tuoteuutuuksia 2013

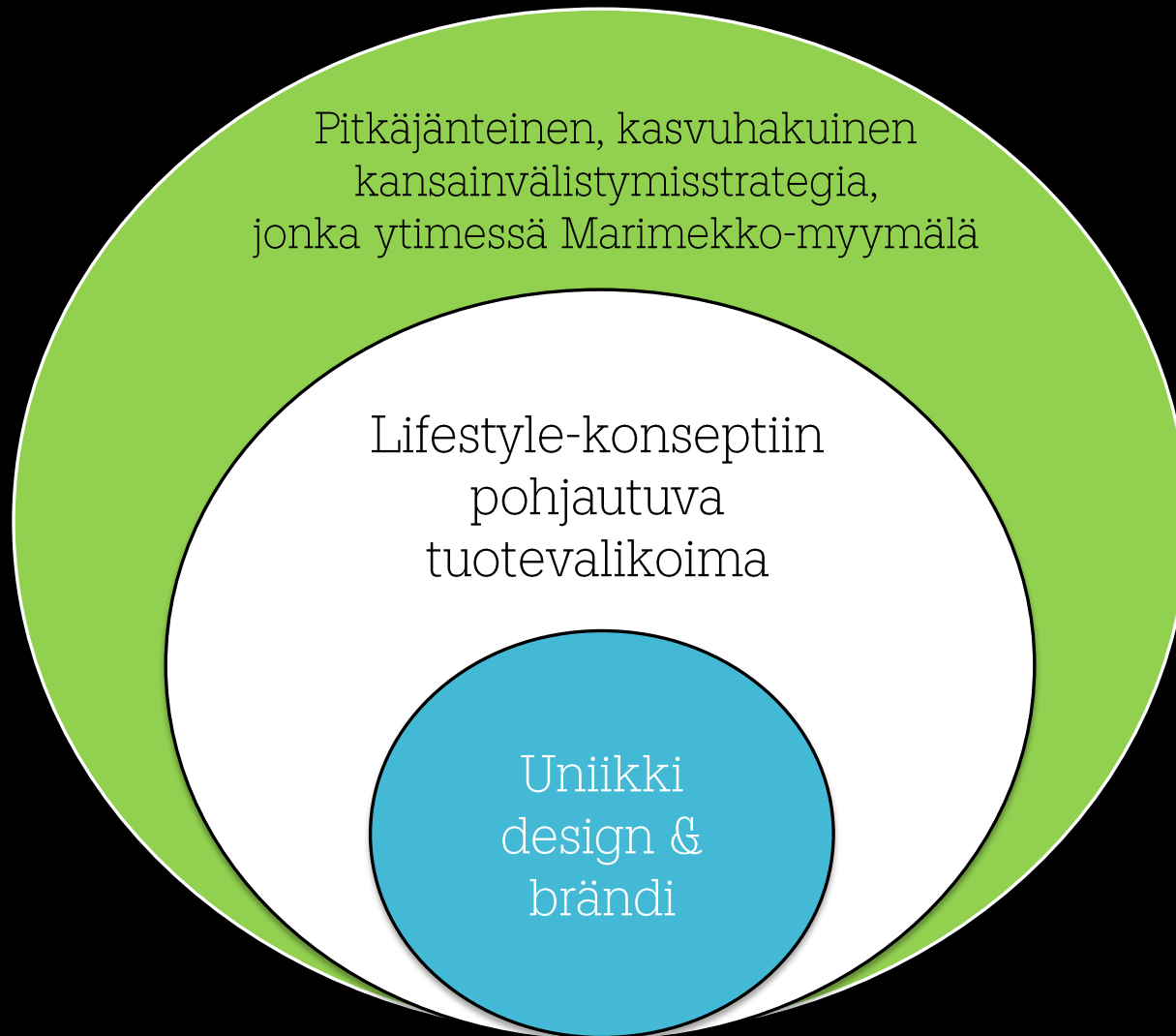
marimekko®



Tuoteuutuuksia 2014

marimekko®

Kansainvälistymisstrategia





Suomessa aukesi vuoden 2013 aikana 9 uutta myymälää. Näistä viimeinen oli Helsingin ydinkeskustassa sijaitseva Muksula-lastenvaatemyymälä.

marimekko®



Meksikon johtava tavarataloketju El Palacio de Hierro avasi Méxicon myymälöissään touko-kesäkuussa yhteensä neljä Marimekon sisustustuotteisiin painottuvaa shop-in-shopia.

marimekko®



Kesäkuun alussa Marimekko avasi Ruotsissa oman myymälän lähellä Tukholmaa sijaitsevassa Täby Centrumissa, joka on yksi maan suurimmista kauppakeskuksista.

marimekko®



Kööpenhaminassa avautui Marimekon oma myymälä elokuussa paraatipaikalla kaupungin keskustassa. Tavarataloketju Magasin avasi vuoden aikana Marimekon kaksi sisutustuotteisiin keskittyvää shop-in-shopia. [marimekko](https://www.marimekko.com)



Ensimmäiset Manner-Kiinan Marimekko-myymälät avautuivat Pekingissä ja Shanghaissa. Myös Hongkongin toinen myymälä avautui vuonna 2013.

marimekko®



Kanadalaisen sisustusliikeketjun EQ3:n myymälöissä avautui heinä-elokuussa seitsemän Marimekko shop-in-shopia. Niistä kuusi on Kanadassa ja yksi Yhdysvalloissa.

marimekko®



Elokuussa Marimekko solmi maahantuonti- ja jakelusopimuksen Taiwanilaisen Yun San Corporation kanssa. Marraskuussa ensimmäinen myymälä aukesi Taipeiissa.

marimekko®



Marimekko-myymäläverkoston laajeneminen Japanissa jatkui. Kolme uutta myymälää avattiin Kagoshimassa, Tokiossa ja Osakassa.

marimekko®

Kasvuhakuinen kansainvälistymistrategia

Painopisteenä USA, Pohjois-Eurooppa ja Aasian-Tyynenmeren alue





Marimekko Kids

Ready for adventure?
On your marks, get set, go!

SHOP THE COLLECTION



Marimekon verkkokauppa laajeni toukokuun lopussa Ruotsiin ja marraskuussa Tanskaan.

Banana Republic, Marimekko Team Up

By SHARON EDELSON

BANANA'S BRIGHT FUTURE: Banana Republic is teaming up with Marimekko, the colorful Finnish maker of clothing, textiles, home furnishings and more. "The stunning thing about Marimekko is that everyone has heard of it or has had some history with it because of the beautiful prints," said Melloney Birkett, vice president and head of Banana Republic's women's design.

The nearly 25-piece collection in May will be available in select stores worldwide. The line will include dresses and separates. There will also be zippered clutches in a variety of prints and printed ballet flats. Some of Banana's iconic designs will also get the Marimekko treatment, such as the Hampton pant and Hampton short, which will be covered in a striking black and white design. Prices for the collection range from \$39.50 for a tank top to \$140 for a dress.



A look from the Banana Republic Marimekko collection.

Photo By Courtesy Photo

WWD

Copyright © 2014 Fairchild Fashion Media. All rights reserved.

Kesäkuussa 2013 Marimekko ja Banana Republic sopivat yhteisen erikoismalliston suunnittelemisesta kesäksi 2014. Mallisto tulee valikoituihin myymälöihin ja yhtiön verkkokauppaan ympäri maailman toukokuussa 2014.

marimekko®



Marimekon ja Finnairin sopiman yhteistyön tuloksena Marimekon tekstiilit ja astiat tulivat vuoden 2013 aikana kaikkiin Finnairin lentokoneisiin. Yksi Finnairin kaukoliikenteen lentokoneista puettiin Unikko-kuosiin.

marimekko®

TALOUDELLINEN KEHITYS

Vuosi 2013 lukuina

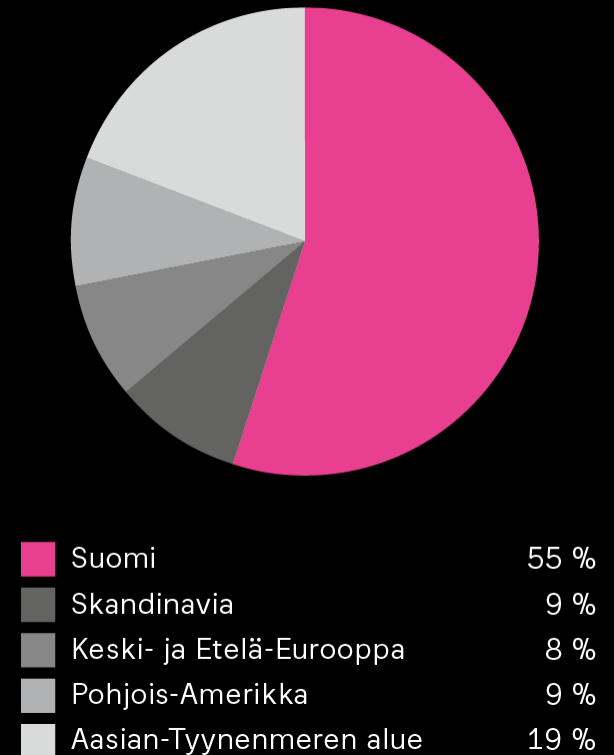
- Liikevaihto 94 (89) miljoonaa euroa
- Brändimyynti 191 (187) miljoonaa euroa
- Liiketulos 0,1 (2,0) miljoonaa euroa, sisältäen
 - Kertaluonteisia eriä 1,3 miljoonaa euroa
 - Arvonlennuksia 1,5 miljoonaa euroa
- Käyttökate (EBITDA) 6,9 (5,6) miljoonaa euroa
- Tulos verojen jälkeen -1,0 (1,1) miljoonaa euroa



Liikevaihto 2013

- Konsernin liikevaihto oli 94 miljoonaa euroa, kasvua 6 % kansainvälisen myynnin ansiosta
- Liikevaihto Suomessa pysyi edellisvuoden tasolla
- Suomen ulkopuolinen liikevaihto kasvoi 16 %
 - vähittäismyynti +44 %
 - tukkumyynti +6 %
- Voimakkainta kasvu oli Aasian-Tyynenmeren alueella, +37 %

Liikevaihto markkina-alueittain 2013



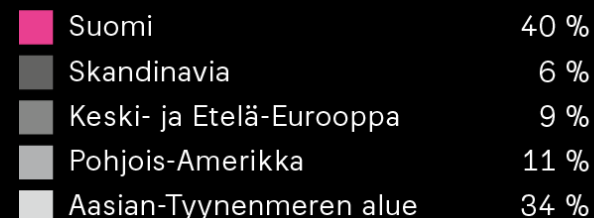
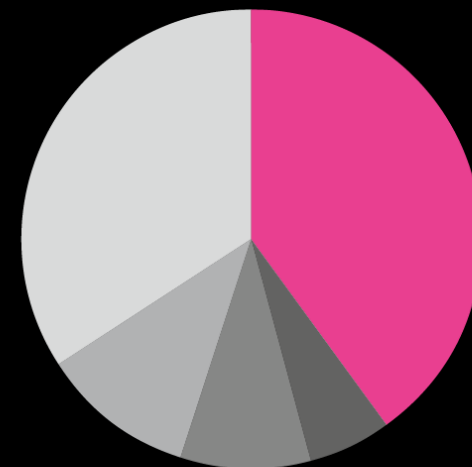
Brändimyynnistä 60 % kertyi ulkomailta

- Brändimyynti* 191 miljoonaa euroa, kasvua 2 %

(1 000 euroa)	2013	2012	Muutos, %
Suomi	76 037	86 518	-12
Skandinavia	12 203	12 752	-4
Keski- ja Etelä-Eurooppa	16 467	16 872	-2
Pohjois-Amerikka	21 282	20 527	4
Aasian-Tyynenmeren alue	65 109	50 515	29
YHTEENSÄ	191 098	187 184	2

*Arvio Marimekko-tuotteiden myynnistä kuluttajahinnoin mitattuna. Brändimyynti lasketaan lisäämällä yhtiön oman vähittäiskaupan liikevaihtoon muiden jakelijoiden arvioitu Marimekko-tuotteiden vähittäismyyntiarvo. Arvio on epävirallinen ja perustuu Marimekon toteutuneeseen tukkumyyntiin näille jakelijoille, eikä se sisällä arvonlisäveroa. Lukua ei tilintarkasteta.

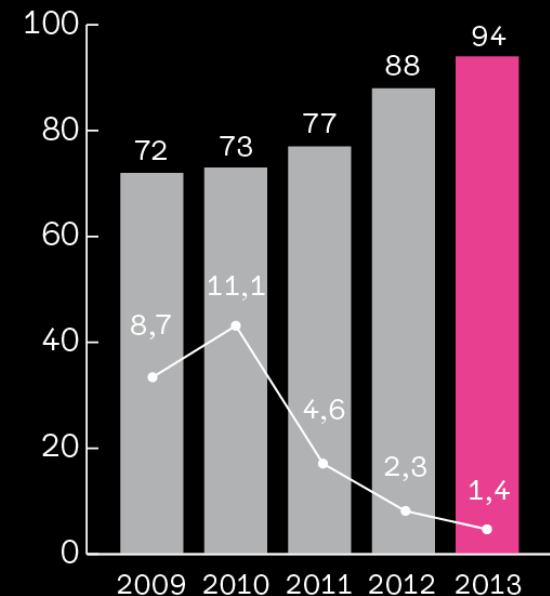
Brändimyynti markkina-alueittain 2013



Liiketulos 2013

- Marimekon liiketulos oli 1,4 milj. euroa ilman 1,3 milj. euron suuruisia kertaluonteisia kuluja (2,0)
- Liikevoittoa heikensivät Beverly Hillsissä, Bostonissa ja Oslissa sijaitsevien omien myymälöiden aineellisiin hyödykkeisiin tehdyt, yhteensä 1,5 milj. euron suuruiset arvonalennukset
- Lisäksi liikevoittoa heikensivät Yhdysvaltain-myyymälöiden tappiollinen tulos sekä tukkumyynnin lasku Skandinaviassa, Keski- ja Etelä-Euroopassa ja Pohjois-Amerikassa

Liikevaihdon ja liikevoiton kehitys 2009–2013



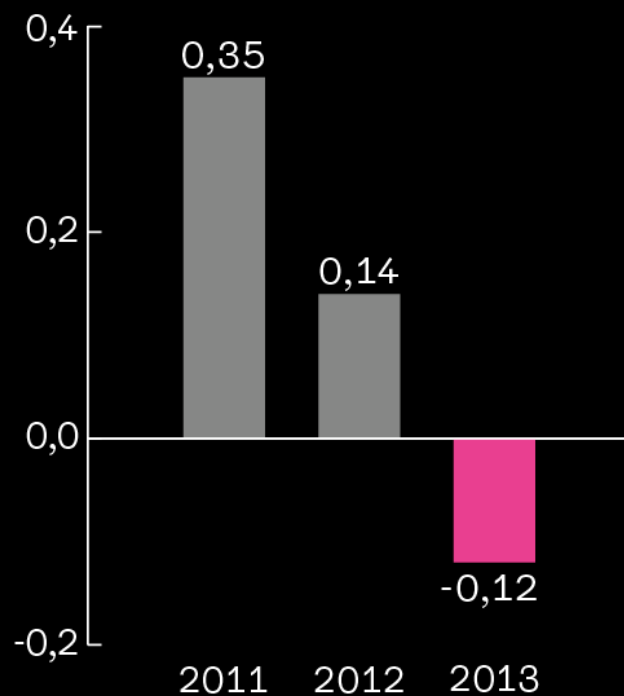
■ Liikevaihto, milj. euroa

—● Liikevoitto, % liikevaihdosta

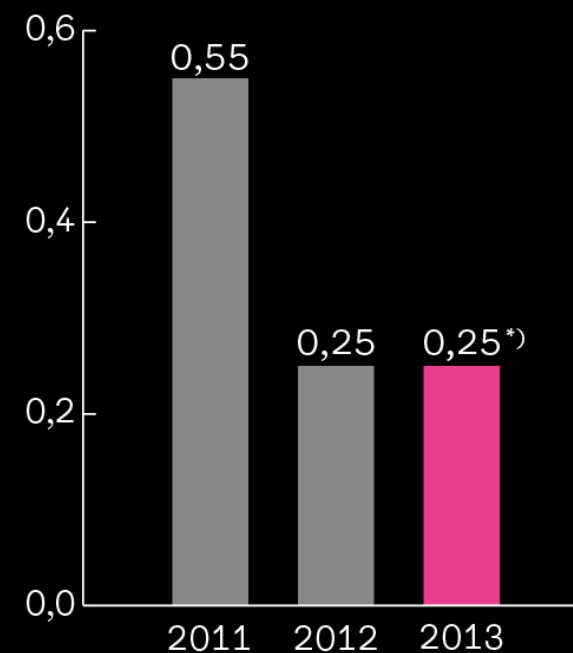
2013 Liikevoitto-% ilman
kertaluonteisia eriä

Tulos/osake ja osinko/osake

Tulos/osake (euroa)

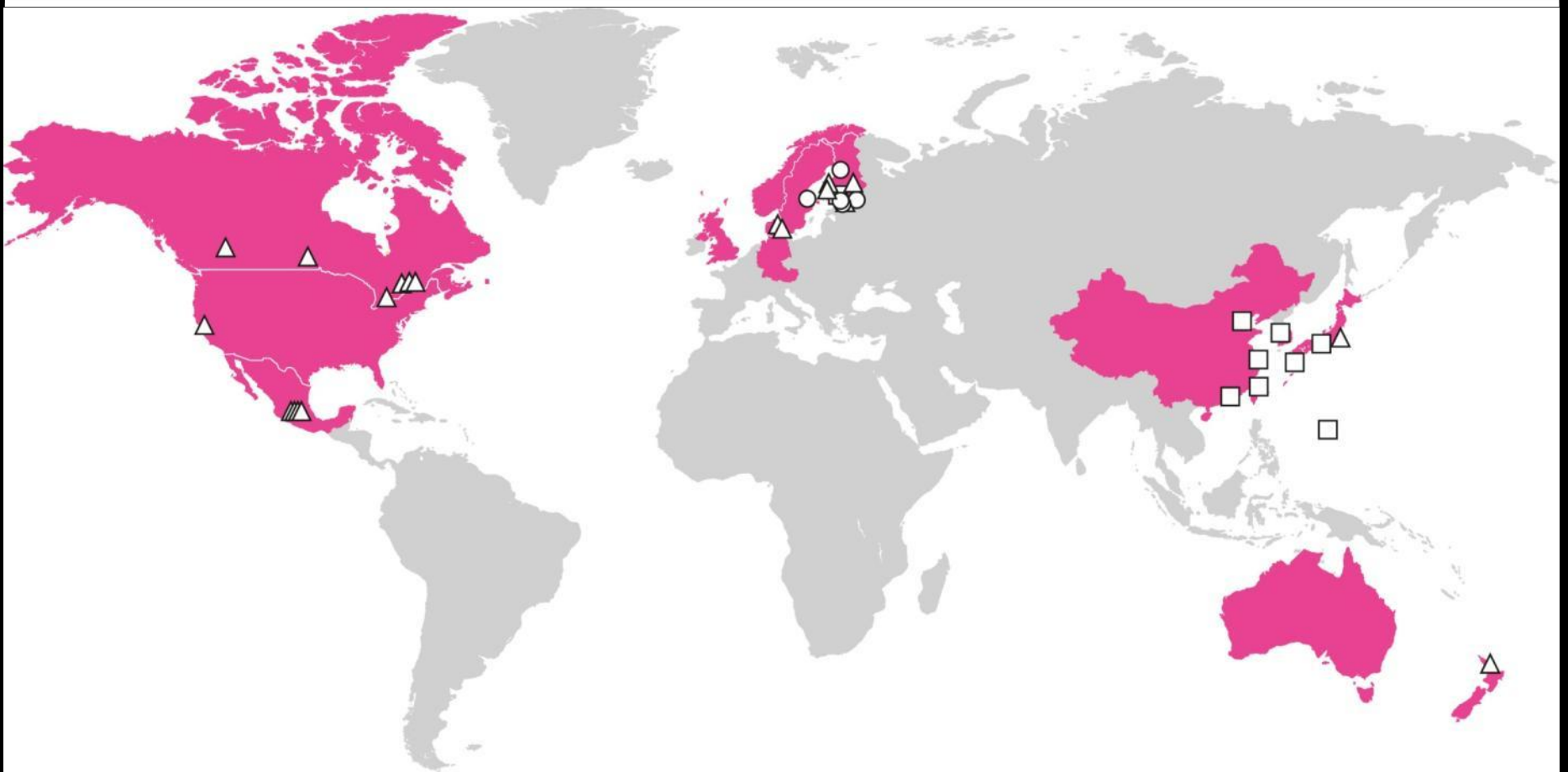


Osinko/osake (euroa)



^{*)} Hallituksen ehdotus yhtiökokoukselle.

Marimekon myymäläavaukset vuonna 2013



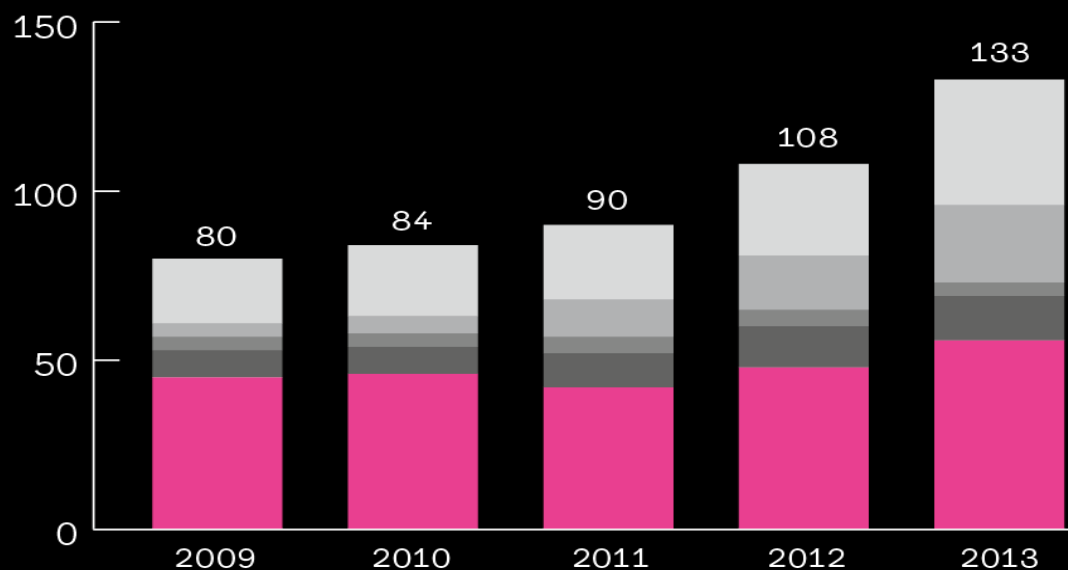
● Marimekon omat myymälät

■ Jälleenmyyjäomisteiset Marimekko-myymälät

▲ Marimekko shop-in-shopit

■ Maat, joissa Marimekko myymälöitä

Marimekolla 133 myymälää vuoden 2013 lopussa



	2009	2010	2011	2012	2013
 Suomi	45	46	42	48	56
 Skandinavia	8	8	10	12	13
 Keski- ja Etelä-Eurooppa	4	4	5	5	4
 Pohjois-Amerikka	4	5	11	16	23
 Aasian-Tyynenmeren alue	19	21	22	27	37
Yhteensä	80	84	90	108	133

* Sisältää Marimekon omat vähittäismyymälät, jälleenmyyjäomisteiset Marimekko-myymälät sekä yli 30 m²:n suuriset shop-in-shopit. Omia vähittäismyymälöitä oli vuoden 2013 lopussa 51 (47).

Avainluvut

	2013	2012	Muutos, %
Liikevaihto, 1 000 euroa	94 007	88 471	6
Kansainvälinen myynti, 1 000 euroa	41 848	36 127	16
kansainvälisen myynnin osuus liikevaihdosta %	45	41	
Käyttökate (EBITDA), 1 000 euroa	6 854	5 573	23
Liikevoitto, 1 000 euroa	82	2 019	-96
Liikevoittomarginaali, %	0,1	2,3	
Kauden tulos, 1 000 euroa	-955	1 100	
Tulos/osake, euroa	-0,12	0,14	
Liiketoiminnan rahavirta, 1 000 euroa	5 424	8 605	-37
Bruttoinvestoinnit, 1 000 euroa	2 353	7 582	-69
Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %	-1,1	4,1	
Omavaraisuusaste, %	55,5	54,6	
Nettovelkaantumisaste (gearing), %	31,7	32,0	
Vastuusitoumukset, EUR 1,000	37 365	39 986	-7
Henkilöstö kauden lopussa	502	535	-6
joista ulkomailla	124	103	20
Brändimyynti, 1 000 euroa	191 098	187 184	2
ulkomailla, 1 000 euroa	115 060	100 666	14
kansainvälisen myynnin osuus, %	60	54	
Myymälät & shop-in-shopit, kpl	133	108	23

Tilikauden jälkeisiä tapahtumia



Uudesta kotimaisesta koivuselluloosakuidusta neulottiin Allu-mekko

- Marimekko seuraa tiiviisti materiaalien tuotekehitystä voidakseen tarjota uudenlaisia ja myös ekologisempia materiaali-vaihtoehtoja asiakkailleen
- Syksyn ja talven 2014 muotinäytöksessä esiteltiin Marimekon ja Aalto-yliopiston yhteistyön tuloksena syntynyt Allu-mekko
- Mekko on neulottu uudesta, puuvillaa ekologisemmasta Ioncell-kuidusta, jonka raaka-aineena käytetään suomalaisista sellutehtaista saatavaa kotimaista koivuperäistä selluloosaa



Yhteistoimintaneuvottelut ja uudelleenorganisointi

- Helmikuussa käynnistyneet YT-neuvottelut saatettiin päätökseen maaliskuussa 2014
- Toimintojen uudelleenorganisointi ja toiminnan tehostamisen seurauksena
 - 22 työtehtävää päättyi
 - enintään 35 henkilön työsuhde muuttui osa-aikaiseksi tai sovittuja työtunteja vähennettiin
- Muutoksella tavoitellaan noin 1,5 miljoonan euron vuotuisia kustannussäästöjä
 - vaikutus Q2 2014 lähtien
 - koko tulosvaikutus Q4 2014 alkaen
- Henkilöstövähennyksiin liittyen yhtiö kirjaa 0,4 miljoonan euron kertaluonteisen kuluvarauksen Q1 2014

Uusi luova johtaja

- Helmikuussa 2014 käynnistettiin kansainvälinen rekrytointiprosessi uuden luovan johtajan löytämiseksi
- 16.4.2014 Marimekko tiedotti uuden luovan johtajan nimityksestä. Anna Teurnell on 15.7.2014 alkaen nimitetty Marimekon luovaksi johtajaksi ja johtoryhmän jäseneksi
- Edellinen taiteellinen johtaja Minna Kemell-Kutvonen jatkaa designtiimissä vastuualueenaan kuviosuunnittelu

Marimekon uusi luova johtaja: Anna Teurnell

- Anna Teurnell (47)
- & Other Stories-brändin designjohtaja
- Vastaa brändin kaikkien tuotelinjojen designista ja johtaa Pariisissa ja Tukholmassa toimivia suunnittelutiimejä
- Valmistunut Beckmanin designkorkeakoulusta
- Hennes & Mauritzilla useita erilaisia brändinrakentamiseen ja designiin liittyviä avaintehtäviä
- Kokemusta myös vaatteiden kuviosuunnittelusta





Kiitos!

marimekko®