

Osavuosisikatsaus 1-3/2012

Mika Ihamuotila

9.5.2012

Agenda

1) Kauden tapahtumat:

Ensimmäisen vuosineljänneksen kehitys vastasi pitkälti yhtiön odotuksia. Kaudella avattiin yksi oma myymälä Suomessa.

2) Liikevaihto:

Kansainvälisen myynnin kehitys vahvaa. Myynti Suomessa laski aavistuksen.

3) Tulos:

Liiketulos oli odotetusti alhainen johtuen kausiluonteisuudesta, rakenteellisista muutoksista sekä liiketoiminnan laajenemiseen liittyvistä kasvaneista kuluista.

4) Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet sekä taloudellinen ohjeistus:

Yhtiön tavoitteena on avata kuluvana vuonna 10-20 myymälää, joista noin puolet olisi yhtiön omia. Näistä seitsemän on vahvistunut. Koko vuoden liikevaihto- ja liikevoittoarvio on muuttumaton.

5) Katsauskauden jälkeiset tapahtumat:

Ensimmäinen Marimekko-myymäälä Hongkongissa avautui. Ruotsissa avattiin kaksi omaa myymälää.

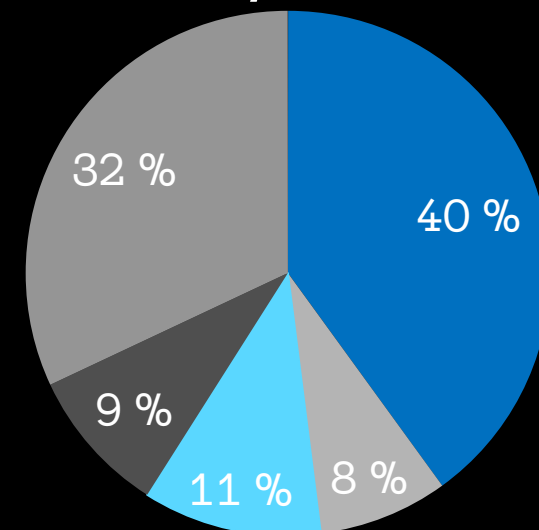
Brändimyynti kasvoi hyvin

Tammi-maaliskuussa 2012 brändimyynti* kasvoi 9 % ja oli 42,5 milj. euroa (38,9). 60 % (52) myynnistä kertyi ulkomailta.

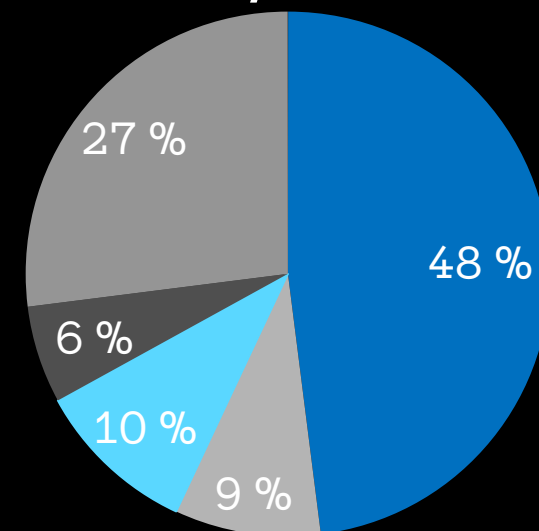
	(1 000 euroa)	1-3/2012	1-3/2011	Muutos, %
Suomi		17 083	18 705	-8,7
Skandinavia		3 390	3 477	-2,5
Keski- ja Etelä-Eurooppa		4 482	3 684	21,7
Pohjois-Amerikka		3 733	2 399	55,6
Aasian-Tyynenmeren alue		13 822	10 603	30,4
YHTEENSÄ		42 510	38 868	9,4

*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. Tunnuslukua ei tilintarkasteta.

1-3/2012



1-3/2011

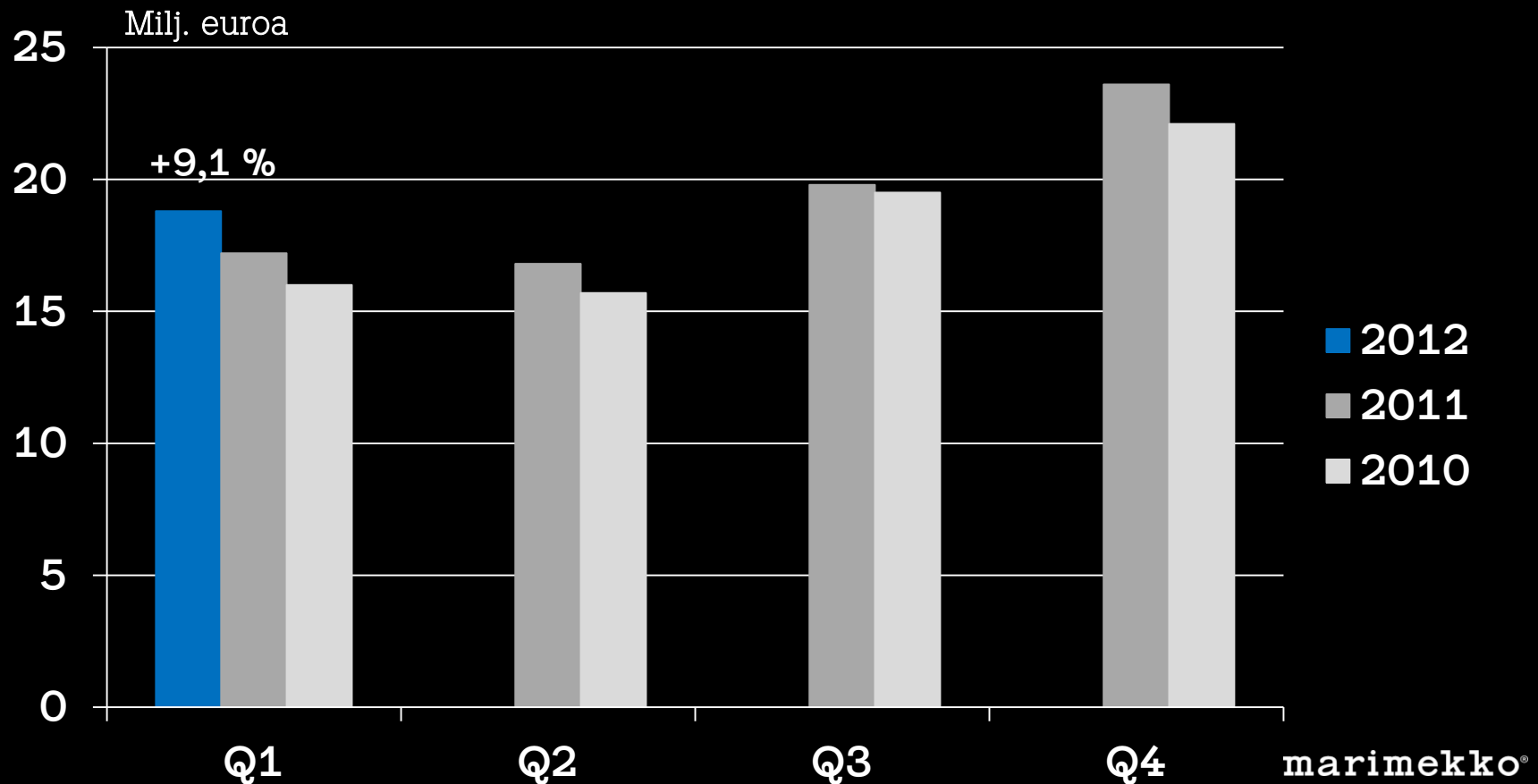


Liikevaihto Q1/2012

Liikevaihto kasvoi 9 % ja oli 18,8 milj. euroa (17,2).

Kansainvälinen myynti +26 %. Vähittäismyynti nousi 90 % ja tukkumyynti 16 %.

Suomi -2 %. Vähittäismyynti Suomessa nousi 21 %; tukkumyynti puolestaan laski 22 %.



Liikevaihto markkina-alueittain

Suomi -2 %: vähittäismyynti +21 %, tukkumyynti -22 %. Myyntiä kasvattivat vuoden 2011 viimeisellä neljänneksellä sekä katsauskaudella avatut myymälät.

Vertailukelpoinen myynnin kasvu omissa myymälöissä oli 10 %. Tukkumyynnin lasku johtui osittain jälleenmyyntikentässä tehdyistä muutoksista sekä toimitusten erilaisesta ajoittumisesta edellisvuoden vastaavaan kauteen verrattuna.

Kuluttajien ostokäyttäytyminen oli edelleen varovaista kaikissa maissa, mutta etenkin Ruotsissa.

Keski- ja Etelä-Euroopassa myynti veti hyvin etenkin Belgiassa ja Saksassa. Kaikkien omien myymälöiden myynti kasvoi. Myös tukkumyynti kasvoi.

Pohjois-Amerikassa liikevaihto kasvoi 83 %. Pääosa kasvusta tuli New Yorkin lippulaivamyymälän liikevaihdosta. Tukkumyynti jäi odotuksista.

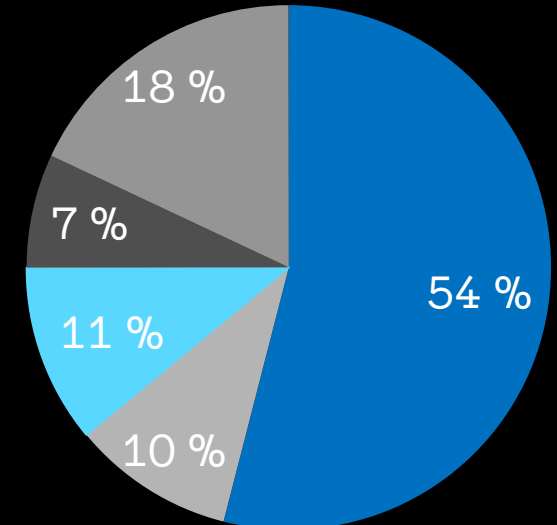
Aasian-Tyynenmeren alueen vahva myynninkehitys jatkui. Japani toi selvästi suurimman osan kasvusta, mutta myynti ylitti odotukset kaikissa maissa.

Liikevaihto markkina-alueittain

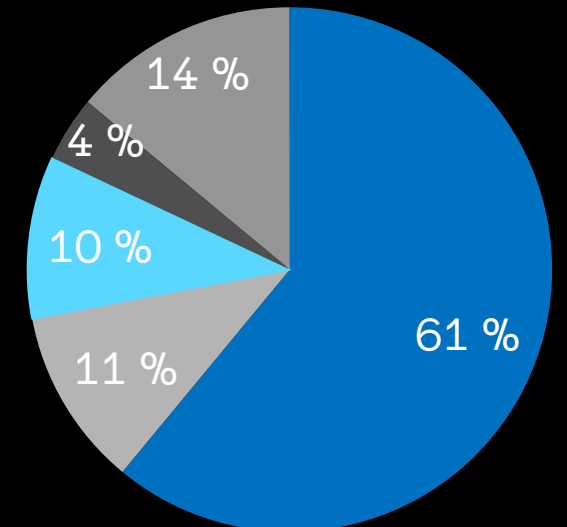
	(1 000 euroa)	1-3/2012	1-3/2011*	Muutos, %
Suomi		10 228	10 410	-1,7
Skandinavia		1 902	1 889	0,7
Keski- ja Etelä-Eurooppa		2 048	1 778	15,2
Pohjois-Amerikka		1 252	686	82,5
Aasian-Tyynenmeren alue		3 378	2 471	36,7
YHTEENSÄ		18 808	17 234	9,1

*Aiemmin raportoidut markkina-aluekohtaiset vertailuluvut ovat muuttuneet yhtiön sisäisessä myyntilaskennassa tehtyjen muutosten johdosta.

1-3/2012



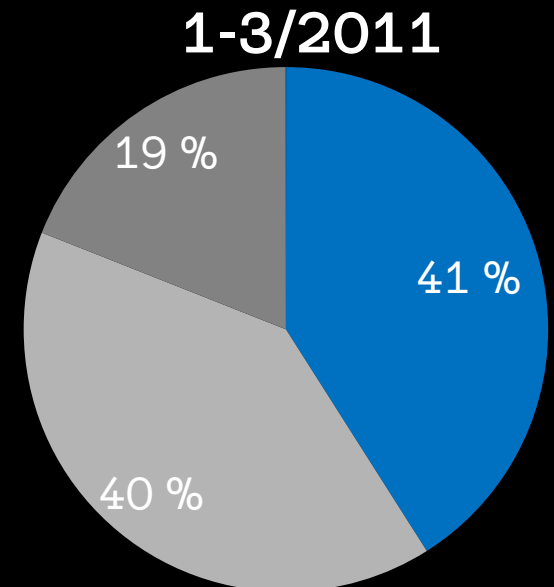
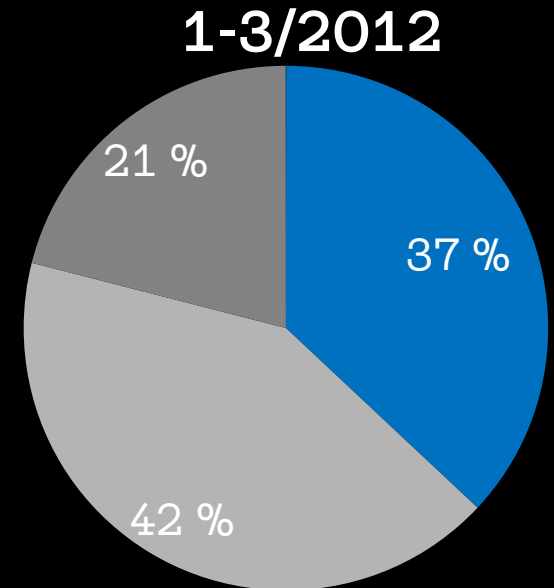
1-3/2011



Liikevaihto tuotelinjoittain

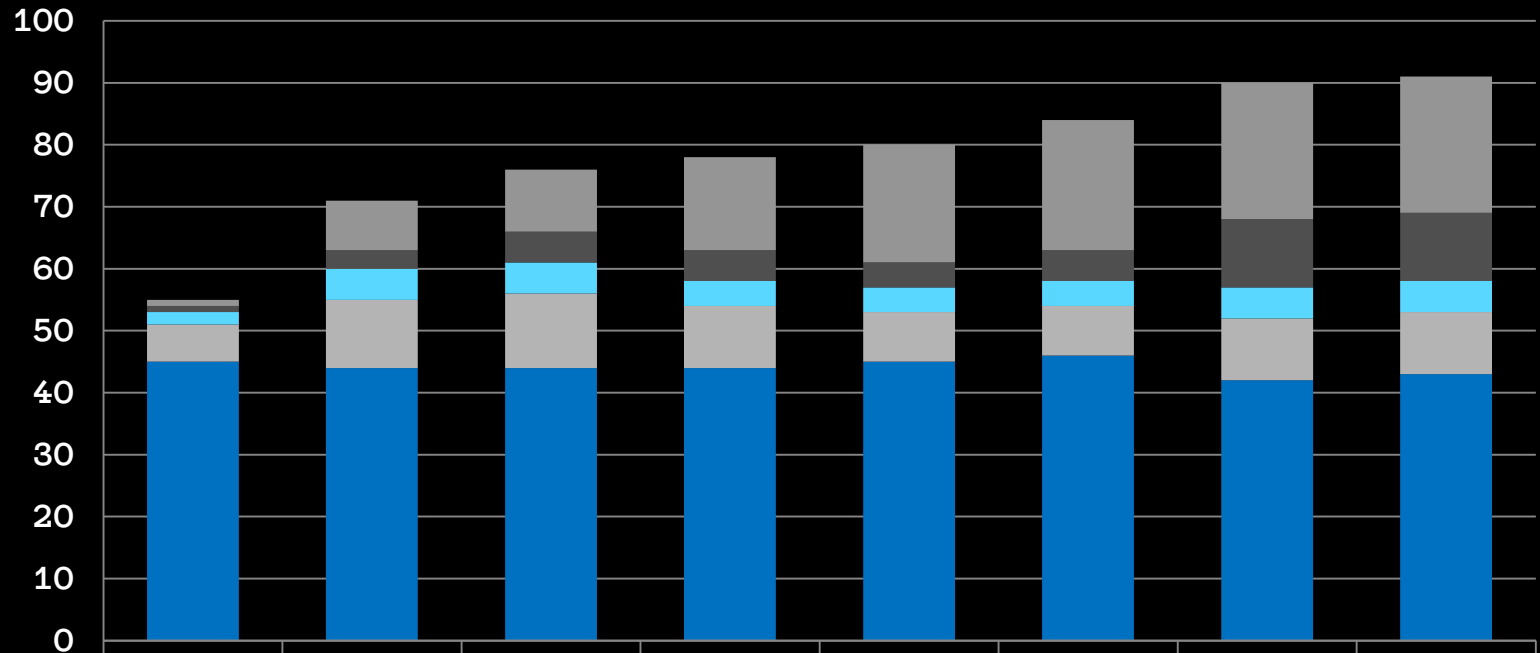
	(1 000 euroa)	1-3/2012	1-3/2011*	Muutos, %
Vaatetus		6 978	7 091	-1,6
Sisustus		7 833	6 918	13,2
Laukut		3 997	3 225	23,9
YHTEENSÄ		18 808	17 234	9,1

*Aiemmin raportoidut tuotelinjakohtaiset vertailuluvut ovat muuttuneet yhtiön sisäisessä myyntilaskennassa tehtyjen muutosten johdosta.



Marimekko-myymälät ja shop-in-shopit

91 (90) myymälää ja & shop-in-shopia* maaliskuun 2012 lopussa.



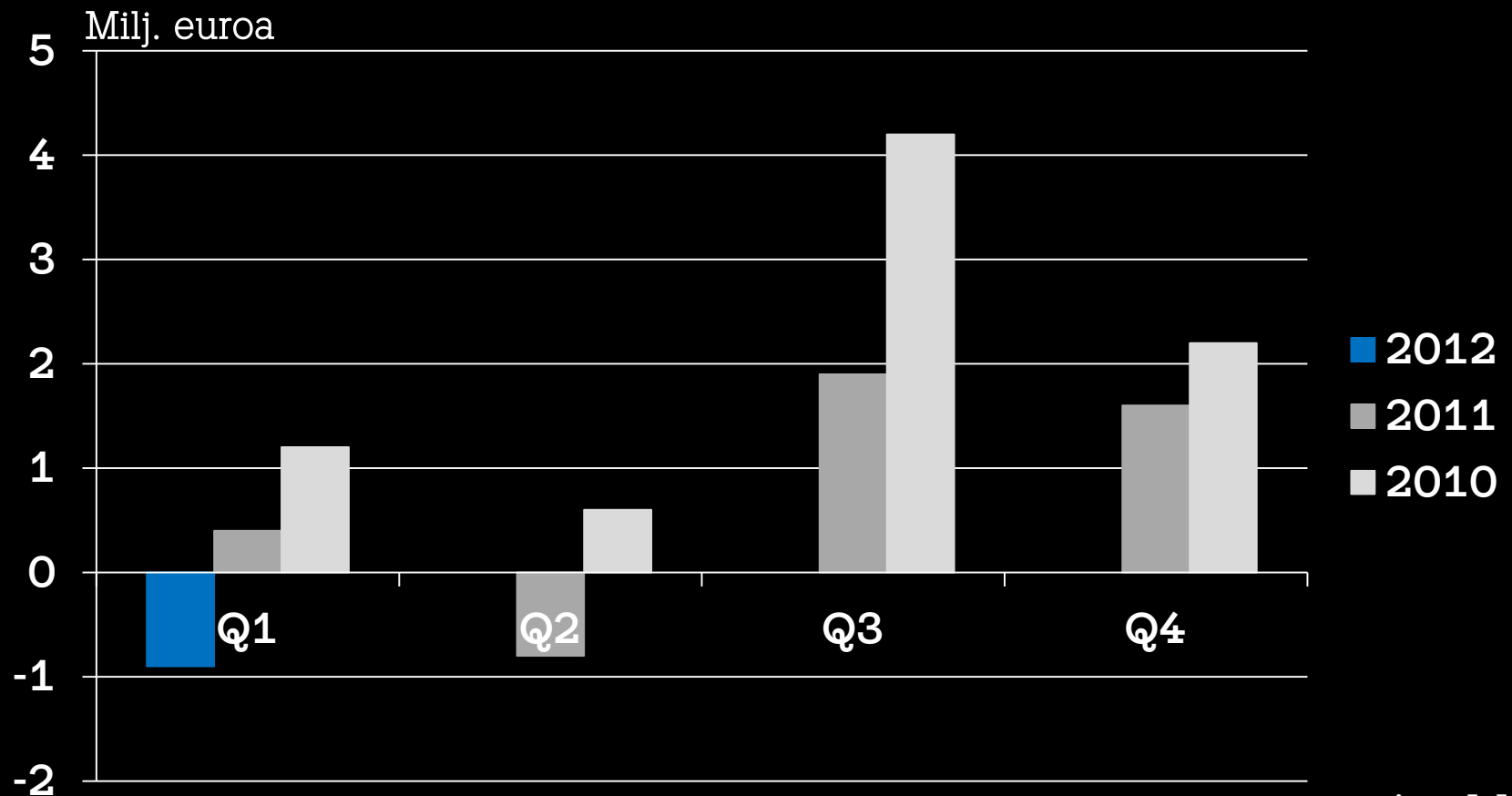
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	I-2012
■ Aasian-Tyynenmeren alue	1	8	10	15	19	21	22	22
■ Pohjois-Amerikka	1	3	5	5	4	5	11	11
■ Keski- ja Etelä-Eurooppa	2	5	5	4	4	4	5	5
■ Skandinavia	6	11	12	10	8	8	10	10
■ Suomi	45	44	44	44	45	46	42	43

*Sisältää Marimekon omat vähittäismyymälät, jälleenmyyjäomisteiset Marimekko-myymälät (ent. konseptimyymälät) sekä yli 30 m²:n suuruiset shop-in-shopit. Omia vähittäismyymälöitä oli 38 (28).

Liiketulos heikko ensimmäisellä vuosineljänneksellä

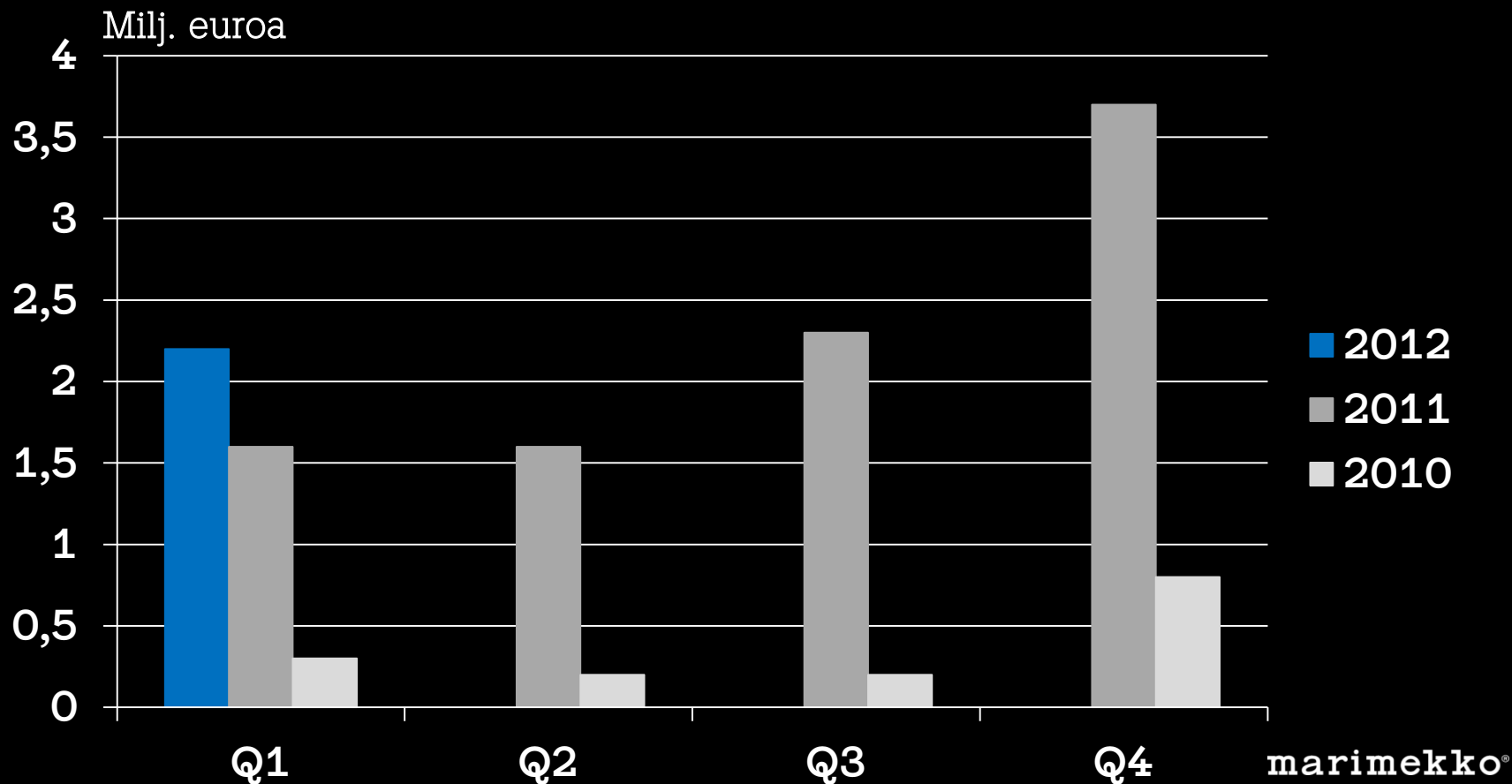
Tammi-maaliskuussa 2012 liiketulos oli -0,9 milj. euroa (0,4).

Konsernin taloudellinen tulos on tyypillisesti heikko ensimmäisellä vuosineljänneksellä, koska liikevaihto on kausiluonteisesti alhainen suhteessa toimintakuluihin ja etenkin vähittäiskaupan tulokertymä painottuu voimakkaasti vuoden viimeiselle neljännekselle. Tuloskehitystä heikensivät myös tukkumyynnin lasku Suomessa ja Skandinaviassa sekä kasvaneet kustannukset ja poistot.



Investoinnit edelleen korkeat

Kauden investoinnit olivat 2,2 milj. euroa (1,6) eli 12 % (9) liikevaihdosta. Pääosa investoinneista kohdistui uusien myymälöiden rakentamiseen sekä Herttoniemen-kiinteistön kunnostamiseen.



Avainluvut

	1-3/2012	1-3/2011	Muutos, %	1-12/2011
Liikevaihto, 1 000 euroa	18 808	17 234	9,1	77 442
kansainvälisen myynnin osuus, %	45,6	39,6		35,8
Käyttökate (EBITDA)	-164	780		5 744
Liiketulos, 1 000 euroa	-935	360		3 528
Liiketulosmarginaali, %	-5,0	2,1		4,6
Kauden tulos, 1 000 euroa	-820	284		2 826
Tulos/osake, euroa	-0,10	0,04		0,35
Liiketoiminnan rahavirta, 1 000 euroa	-2 518	-1 936		651
Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %	-9,0	3,5		11,4
Omavaraisuusaste, %	57,8	78,6		67,2
Henkilöstö kauden lopussa	470	396	18,7	434
joista ulkomailla	70	27		63
Brändimyynti, 1 000 euroa	42 510	38 868	9,4	168 557
kansainvälisen myynnin osuus, %	59,8	51,9		47,5
Myymälät & shop-in-shopit, kpl	91	85	7,1	90

Osakekurssi 12 kk



Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet

Kansainvälisten rahoitusmarkkinoiden rakenteellisten ongelmien negatiiviset vaikutukset yleiseen talouskehitykseen varjostavat edelleen vähittäiskaupan näkymiä ja tekevät kuluttajien ostokäyttäytymisen arvioinnin eri markkina-alueilla vaikeaksi.

Vuoden 2011 aikana avatut myymälät ja muut merkittävät jakeluverkoston laajentamiseen tehdyt panostukset tuovat huomattavan myynninlisäyksen vuonna 2012. Lisäksi yhtiön tavoitteena on avata kuluvana vuonna 10-20 myymälää, joista noin puolet olisi yhtiön omia.

Vuodeksi 2012 suunniteltujen Marimekko-konsernin kokonaisinvestointien arvioidaan olevan runsaat 6 miljoonaa euroa. Pääosa investoinneista kohdistuu uusien myymälätilojen rakentamiseen ja kalustehankintoihin.

Taloudellinen ohjeistus

Koko vuoden 2012 arvio on muuttumaton: Marimekko-konsernin liikevaihdon arvioidaan kasvavan yli 10 % ja liikevoiton vähintään kaksinkertaistuvan.

Vähittäismyynnin osuuden kasvu lisää liiketoiminnan kausiluonteisuutta, joten koko liikevoiton ennakoitaan kertyvän vuoden toisella puoliskolla.

Tapautumia kauden jälkeen



Ensimmäinen Marimekko-myymälä avautui Hongkongissa, Kiinassa. Seuraava myymälä avautuu Shanghaissa heti sopivien liiketilojen löydyttyä. Tavoitteena on, että näiden myymälöiden lisäksi vuoden 2016 loppuun mennessä Kiinassa avataan 13 Marimekko-myymälää.

Huhtikuussa Marimekko avasi uuden myymälän Tukholman luovalla SoFo:n alueella. Ruotsin toiseksi suurimmassa kaupungissa, Göteborgissa, Marimekko avaa kaksikerroksisen myymälän vilkkaimpien ostoskatujen kulmaan 12.5.2012.



Hongkong

marimekko®





Marimekon värit ja kuviot näkyivät Hongkongin katukuvassa



**Marimekon värit ja kuviot näkyivät Hongkongin
katukuvassa**

marimekko®



Photo: Carl Hjelte

SoFo, Tukholma

marimekko®

marimekko®