

marimekko®

Tilinpäätös 2015

Tiina Alahuhta-Kasko
11.2.2016



Kausi lyhyesti

Q4/2015

- + Onnistunut joulumyynti Suomessa kaikissa kanavissa
- + Tukkumyyntiä nosti talvimallistojen toimitusrytmin muutos syyskuulta lokakuulle
- Vähittäismyynnin kannattavuuden aleneminen Pohjois-Amerikassa ja Australiassa
- Supistuneet lisenssituotot

Marimekko ilmoitti investoivansa noin miljoona euroa Helsingin-kangaspainoonsa

Uudistunut Helsingin lippulaivamyymälä avautui

Uudet myymälät avattiin Australiassa, Taiwanissa ja Kiinassa

Avainluvut

Q4/2015

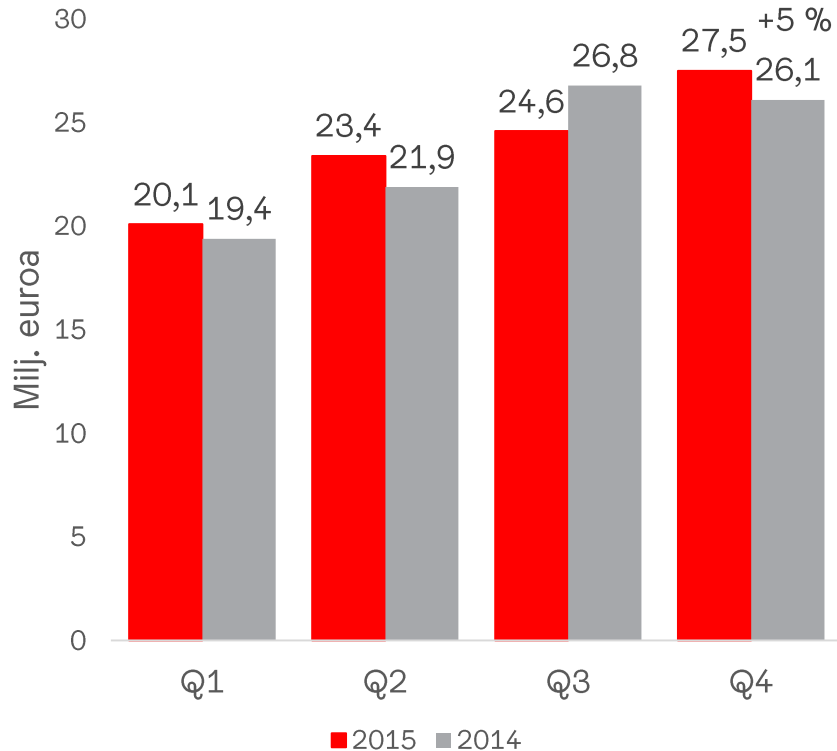
- Liikevaihto 27,5 milj. euroa (26,1)
- Brändimyynti 46,9 milj. euroa (53,9)
- Liikevoitto 1,3 milj. euroa (1,9)
- Käyttökate (EBITDA) 2,5 milj. euroa (3,0)

2015

- Liikevaihto 95,7 milj. euroa (94,2)
- Brändimyynti 185,5 milj. euroa (186,8)
- Liikevoitto 1,5 milj. euroa (5,6)
- Käyttökate (EBITDA) 6,1 milj. euroa (9,9)



Liikevaihto Q4/2015



Liikevaihto

+5 % 27,5 milj. euroon (26,1); +3 % muutos valuutassa

- Tukkumyyntiä nosti talvimallistojen toimitusten siirtyminen Q3:lta Q4:lle
- Onnistunut joulumyynti Suomessa kaikissa kanavissa

Kansainvälinen myynti

+3 % 11,5 milj. euroon (11,3); ei muutosta valuutassa

- vähittäismyynti -3 %
- tukkumyynti +13 %

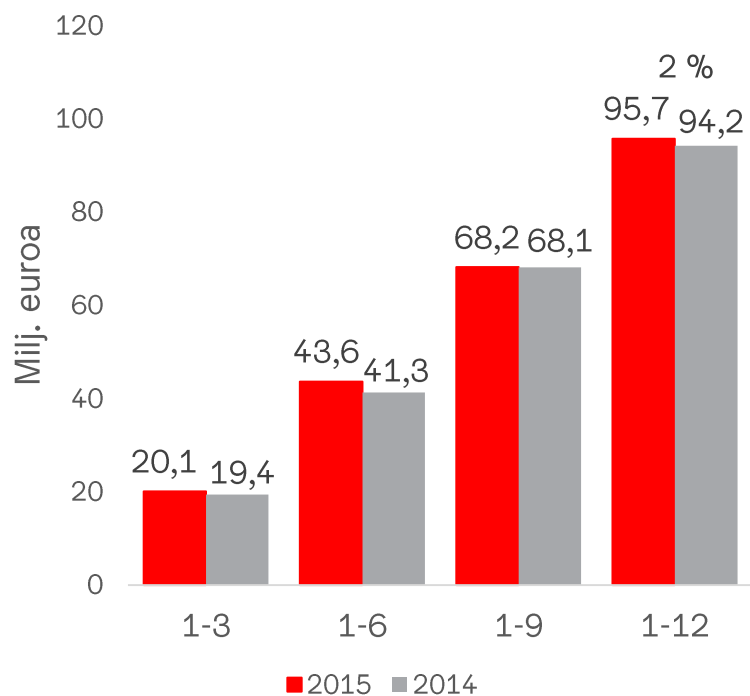
Liikevaihto Suomessa

+7 % 15,9 milj. euroon (14,8); +7 % valuutassa

- vähittäismyynti +7 % (vertailukelpoinen +3 %, mistä muiden kuin outlet-myymälöiden vertailukelpoinen luku -1 %)
- tukkumyynti +9 %

Milj. euroa	10-12/2015	10-12/2014	Muutos, %
Suomi	15,9	14,8	7
Skandinavia	2,1	2,2	-3
EMEA	2,3	1,7	30
Pohjois-Amerikka	2,7	2,8	-6
Aasian-Tyynenmeren alue	4,5	4,5	0
YHTEENSÄ	27,5	26,1	5

Liikevaihto 2015



Milj. euroa	2015	2014	Muutos, %
Suomi	52,7	52,0	1
Skandinavia	7,8	8,5	-8
EMEA	8,3	7,6	10
Pohjois-Amerikka	9,2	8,6	7
Aasian-Tyynenmeren alue	17,7	17,5	1
YHTEENSÄ	95,7	94,2	2

Liikevaihto

+2 % 95,7 milj. euroon (94,2); -1 % muutos valuutassa

- Vuosina 2014 ja 2015 avattujen myymälöiden tuoma lisämyynti
- Suomen outlet-myymälöiden ja verkkokaupan alennusvetoisen myynnin kasvu
- Kasvaneet lisenssituotot Pohjois-Amerikassa
- Pohjois-Amerikassa euromääräistä myyntiä tuki vahva Yhdysvaltain dollari
- Vertailukelpoinen vähittäismyynti nousi Suomessa, pysyi samalla tasolla Keski-Euroopassa, mutta supistui muilla markkina-alueilla
- Tukkumyynti laski Suomessa, Skandinaviassa ja Aasian-Tyynenmeren alueella
 - merkittävät kertaluonteiset kampanjatoimitukset vertailukaudella

Kansainvälinen myynti

+2 % 43,0 milj. euroon (42,1); -3 % muutos valuutassa

- vähittäismyynti -1 %
- tukkumyynti +3 %
- lisenssituottojen kasvu

Liikevaihto Suomessa

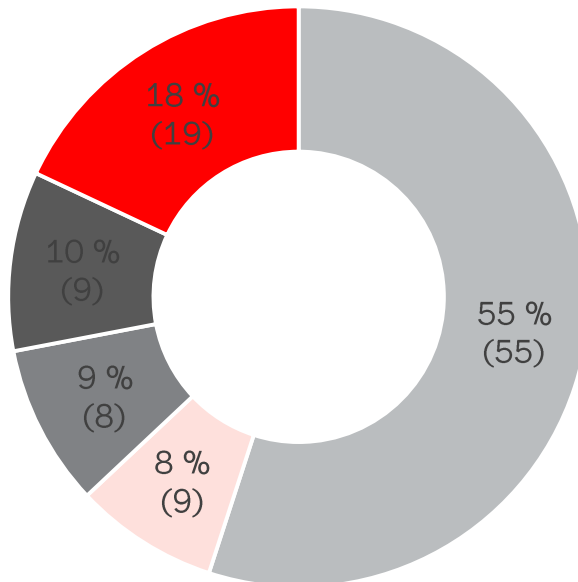
+1 % 52,7 milj. euroon (52,0); +1 % muutos valuutassa

- vähittäismyynti +6 % (vertailukelpoinen +2 %, mistä muiden kun outlet-myymälöiden vertailukelpoinen luku -3 %)
- tukkumyynti -10 %

Liikevaihto markkina-alueittain ja tuotelinjoiittain

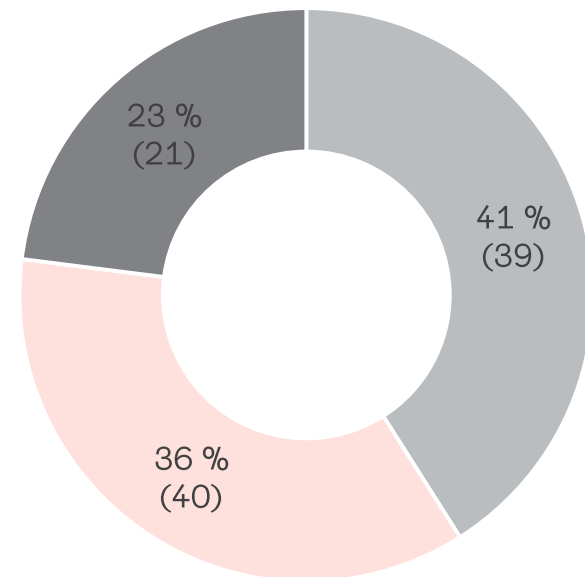
Liikevaihto markkina-alueittain
2015

- Suomi
- EMEA
- Aasian-Tyynenmeren alue
- Skandinavia
- Pohjois-Amerikka

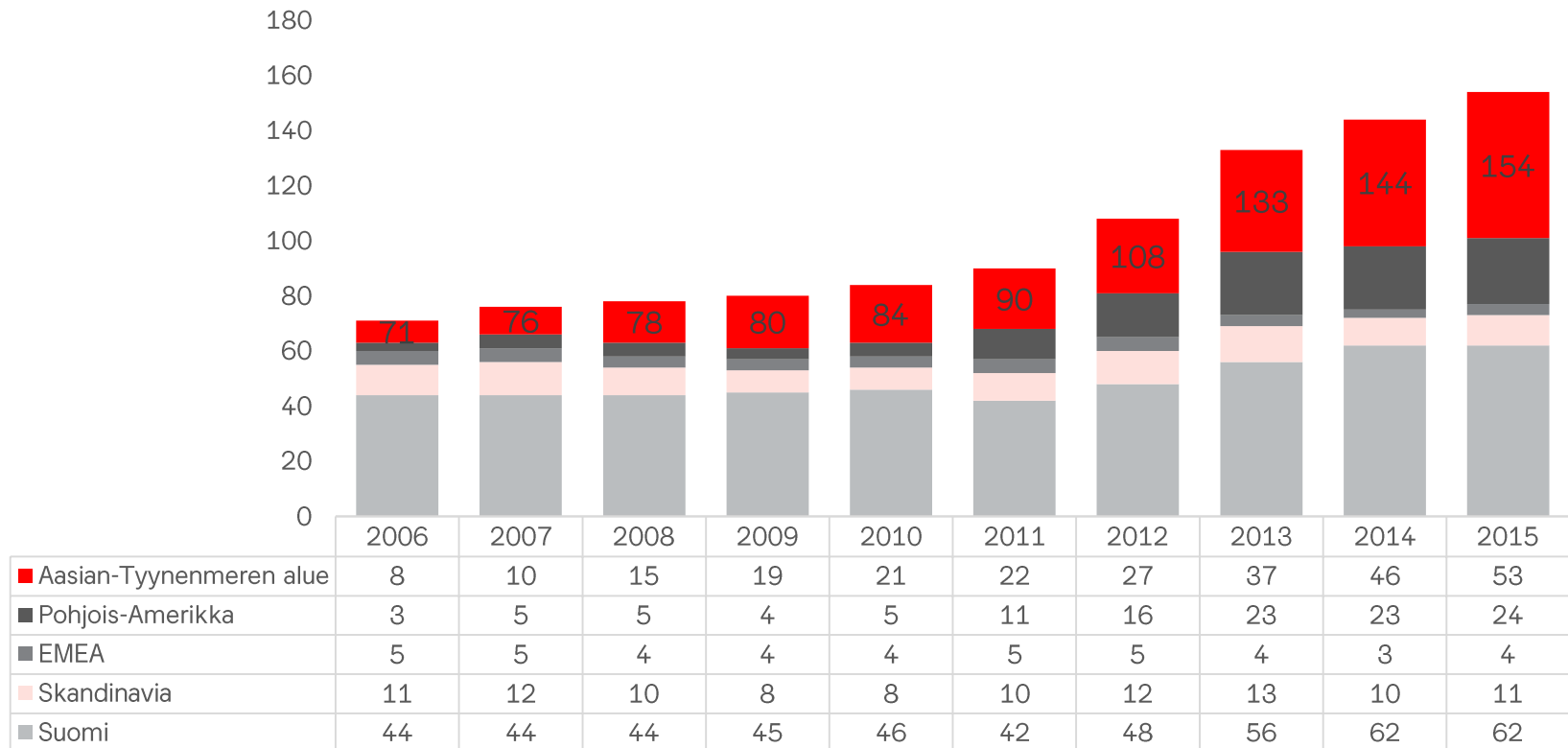


Liikevaihto tuotelinjoiittain
2015

- Muoti
- Koti
- Laukut ja asusteet



154 myymälää* vuoden 2015 lopussa

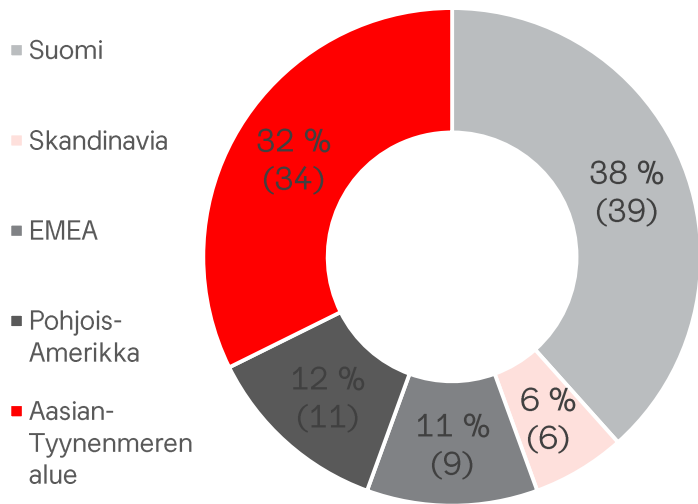


*Sisältää Marimekon omat vähittäismyymälät, jälleenmyyjäomisteiset Marimekko-myymälät sekä yli 30 m²:n suuruiset shop-in-shopit. Omia vähittäismyymälöitä oli vuoden 2015 lopussa 55 (54).

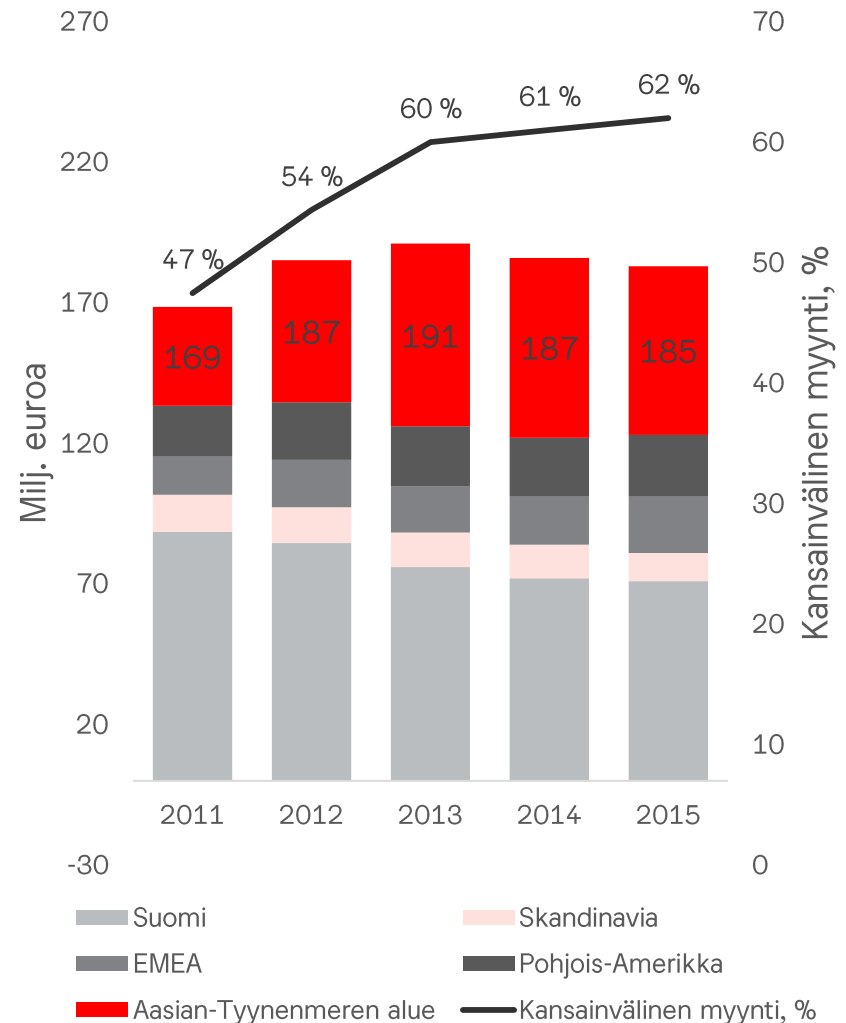
10 %:n kasvu Marimekon brändimyyntissä 2011 - 2015:

Neljännellä neljänneksellä 54 % myynnistä kertyi ulkomailta (63)

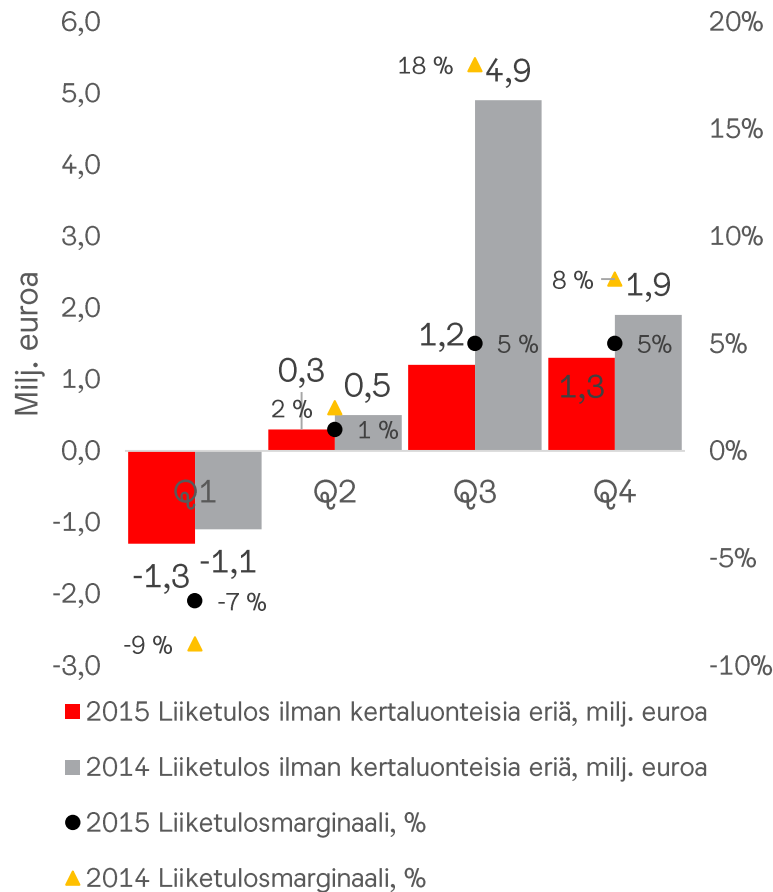
Brändimyynti markkina-alueittain
2015



Milj. euroa	2015	2014	Muutos, %
Suomi	71,3	72,2	-1
Skandinavia	10,9	12,0	-9
EMEA	20,4	17,1	20
Pohjois-Amerikka	22,9	21,5	7
Aasian-Tyynenmeren alue	60,0	64,1	-6
TOTAL	185,5	186,8	-1



Liikevoitto Q4/2015



Liikevoitto 1,3 milj. euroa (1,9)

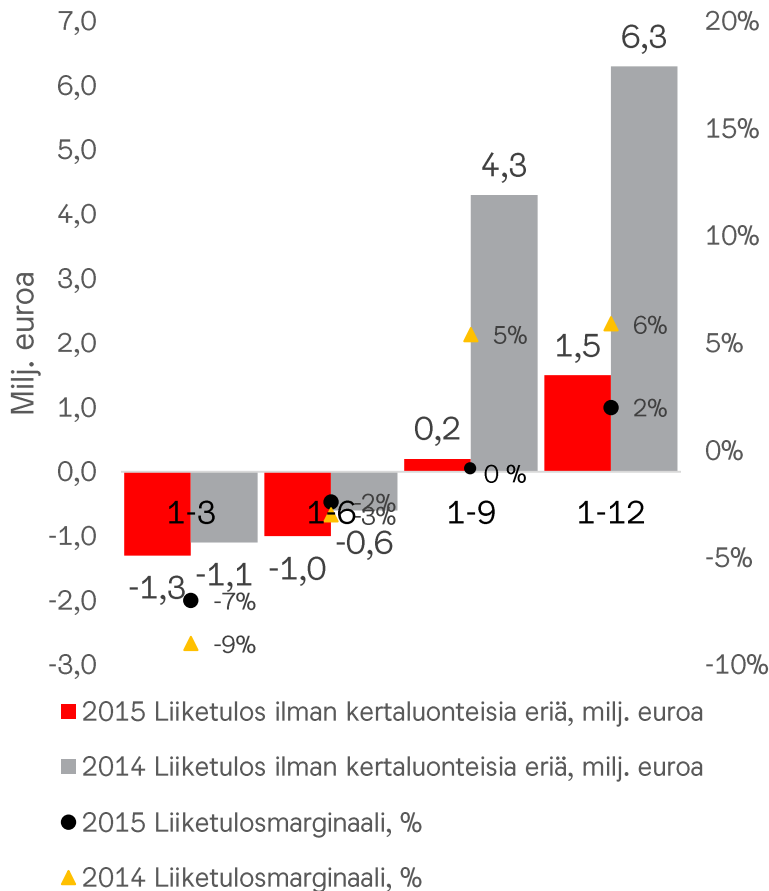
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä
1,3 milj. euroa (1,9)

- + Onnistunut joulumyynti Suomessa kaikissa kanavissa
- + Tukkumyyntin talvimallistojen toimitusrytmin muutos syyskuulta lokakuulle
- Pohjois-Amerikan ja Australian vähittäismyynnin kannattavuuden aleneminen
- Alemmat lisenssituotot

Liikevoitto 2015

Liikevoitto 1,5 milj. euroa (5,6)

Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä
1,5 milj. euroa (6,3)



- + Lisenssitulojen kasvu Pohjois-Amerikassa ensimmäisellä ja kolmannella neljänneksellä
- + Uusien myymälöiden tuoma lisämyynti
- Beverly Hillsin myymälän sulkemiseen liittyneet merkittävät kulut
- Tukkumyynnin lasku Suomessa, Skandinaviassa ja Aasian-Tyynenmeren alueella
- Tukkumyynnin suhteellisten myyntikatteiden lasku
- Vähittäismyynnin kannattavuuden aleneminen
- Kasvaneet design- ja markkinointikulut

Vertailukauden tulosta paransivat merkittävät kertaluonteiset kampanjatoimitukset

Liikevoiton merkittävästä heikkenemisestä huolimatta pystyimme kuitenkin paremman käyttöpääoman hallinnan ansiosta pitämään kassavirtamme kohtalaisella tasolla

Avainluvut

	10-12/ 2015	10-12/ 2014	Muutos, %	2015	2014	Muutos, %
Liikevaihto, milj. euroa	27,5	26,1	5	95,7	94,2	2
Kansainvälinen myynti, milj. euroa	11,5	11,3	3	43,0	42,1	2
osuus liikevaihdosta, %	42	43	-	45	45	-
Käyttökate (EBITDA), milj. euroa	2,5	3,0	-17	6,1	9,9	-39
Liikevoitto, milj. euroa	1,3	1,9	-31	1,5	5,6	-72
Liikevoittomarginaali, %	4,9	7,5	-	1,6	5,9	-
Kauden tulos, milj. euroa	1,2	1,3	-4	0,8	4,1	-80
Tulos/osake, euroa	0,15	0,15	-1	0,10	0,51	-81
Liiketoiminnan rahavirta, milj. euroa	5,6	6,3	-12	6,3	9,9	-36
Bruttoinvestoinnit*, milj. euroa	1,5	0,6	-	3,2	2,1	54
Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %	-	-	-	4,5	15,6	-
Omavaraisuusaste, %	-	-	-	59,0	61,6	-
Nettovelkaantumisaste (gearing), %	-	-	-	11,3	10,5	-
Vastuusitoumukset, milj. euroa	-	-	-	36,3	28,9	25
Henkilöstö kauden lopussa	-	-	-	476	479	-1
joista Suomen ulkopuolella	-	-	-	126	129	-2

* Ei sisällä rahoitusleasinginvestointeja



Marimekko investoi Helsingin-kangaspainon pesulinjan uudistukseen



Uudistunut Helsingin lippulaivamyymälä avautui Mikonkadulla



Uusi Marimekon omistama myymälä avautui Melbournessa Australiassa

marimekko



Uudet myymälät avautuivat Taichungissa ja Tainanissa Taiwanissa



Uusi myymälä avautui Joycity-kauppakeskuksessa Shanghaissa Kiinassa



Vuoden 2015 tapahtumia

Marimekko laajeni uusille markkinoille Kaakkois-Aasiaan ja Lähi-Itään – myymälöitä avattiin Bangkokiin, Singaporeen ja Dubaihin

Tiina Alahuhta-Kasko nimitettiin Marimekon toimitusjohtajaksi (President) 9.4.2015 alkaen – Mika Ihamuotila jatkaa CEO-tehtävässä ja hallituksen puheenjohtajana

Lasse Lindqvist nimitettiin markkinointijohtajaksi (CMO) ja johtoryhmän jäseneksi 10.8.2015 alkaen ja Elina Aalto talousjohtajaksi (CFO) ja johtoryhmän jäseneksi 11.12.2015 alkaen

Uudistunut verkkokauppa laajeni Euroopassa syyskuussa

Marimekko esitteli kevään ja kesän 2016 vaatemallistonsa Pariisin muotiviikoilla lokakuussa

Uusi myymäläkonsepti julkaistiin marraskuussa



Tapahtumia tilikauden jälkeen

Marimekko ilmoitti tammikuussa aloittavansa toimenpiteet yhtiön toiminnan tehostamiseksi ja kannattavuuden parantamiseksi.

Suunniteltujen toimenpiteiden arvioidaan johtavan yhteensä enintään 55 työtehtävän vähentämiseen yhtiön eri toiminnoissa Herttoniemen-toimipisteessä.

Marimekko kertoi esittelevänsä syksyn ja talven 2016 mallistonsa ja omintakeisen designfilosofiansa Pariisin muotiviikolla maaliskuussa.

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2016

Suomi

- Vähittäiskaupan tilanne on vaikeutunut entisestään erityisesti Suomessa
- Pitkän ajan keskiarvoa alempi kuluttajien luottamus, heikko ostovoima ja epävarmuus työmarkkinoilla varjostavat myös vuoden 2016 näkymiä
- Mahdolliset kertaluontoiset kampanjatoimitukset voivat vaikuttaa positiivisesti yhtiön myyntiin kuluvana vuonna

Aasian-Tyynenmeren alue

- Myynnin Japaniin arvioidaan kehittyvän maltillisemmin kuin viime vuosina ja perustuvan enenevässä määrin orgaaniseen kasvuun. Uusia myymälöitä avataan Japanissa arviolta muutaman myymälän vuosivauhdilla. Lisäksi Japanissa on tarkoitus avautua shop-in-shopeja.
- Australiassa näkymät ovat positiiviset ja markkinan odotetaan kasvavan oman vähittäismyynnin, tasokkaiden tavaratalojen sekä verkkokanavien kautta

Yhdysvallat

- Yhdysvalloissa talous on kokonaisuutena ollut kasvussa, ja Marimekon valuuttamääräisen vähittäis- ja tukkumyynnin odotetaan kasvavan hieman
- Vuonna 2015 solmitun lisenssisopimuksen tuoman yhteistyön odotetaan tukevan yhtiötä kansainvälisessä bränditunnettuuden rakentamisessa tänä vuonna

Skandinavia ja EMEA

- Myyntiodotukset Skandinaviassa ja EMEA:n markkina-alueella ovat maltilliset
- Ruotsin markkinoilla on nähtävissä positiivista kehitystä
- Norjassa ja Tanskassa jakelukanavarakenteen uudistaminen on vielä kesken, mutta markkinoiden nähdään kuitenkin tarjoavan potentiaalia brändille pitkällä aikavälillä

Kasvutavoitteet 2016

- Vuonna 2016 laajentumisen pääpaino säilyy jälleenmyyjävetoisten Marimekko-myymälöiden avauksissa
- Tavoitteena avata noin 10 - 20 uutta Marimekko-myymälää ja -shop-in-shopia – näistä 1 - 2 olisi yhtiön omia myymälöitä
- Marimekko keskittyy vahvasti viime vuosina avattujen Marimekko-myymälöiden toiminnan kehittämiseen ja kannattavuuden parantamiseen



Taloudellinen ohjeistus vuodelle 2016

Marimekko-konsernin liikevaihdon arvioidaan olevan vuonna 2016 vuoden 2015 tasolla.

Liikevoiton ilman uudelleenjärjestelykustannuksia arvioidaan olevan edellisvuotta korkeampi.

Osinkoehdotus 2015

Hallitus ehdottaa varsinaiselle yhtiökokoukselle, että vuodelta 2015 maksetaan osinkoa 0,35 euroa osakkeelta.

Emoyhtiön jakokelpoiset varat 31.12.2015 olivat 14 736 541,31 euroa; tilikauden voitto oli 1 403 845,22 euroa.

Hallitus ehdottaa osingonmaksun täsmäytyspäiväksi 13.4.2016 ja osingon maksupäiväksi 20.4.2016.



Marimekon strategian painopisteet

2014-2018

KANNATTAVA JA GLOBAALI MUOTI- JA KODINTUOTEBRÄNDI,
JOLLA VAHVA DIGITAALINEN OSAAMINEN

- kasvaminen pienen yleisön “kulttibrändistä” huomattavasti laajempaa, valikoitua asiakaskuntaa puhuttelevaksi brändiksi
- muoti lifestyle-brändin keihäänkärkenä ja brändin suunnan kirkastaminen
- kannattavuuden vahvistaminen viimeaikaisen kasvun ja paremman tehokkuuden avulla
- yhteistyökumppanivetoisesta vähittäiskaupasta tulevan kasvun jatkuminen painopistealueena Aasia
- digitaalisuus kasvun veturina tulevaisuudessa

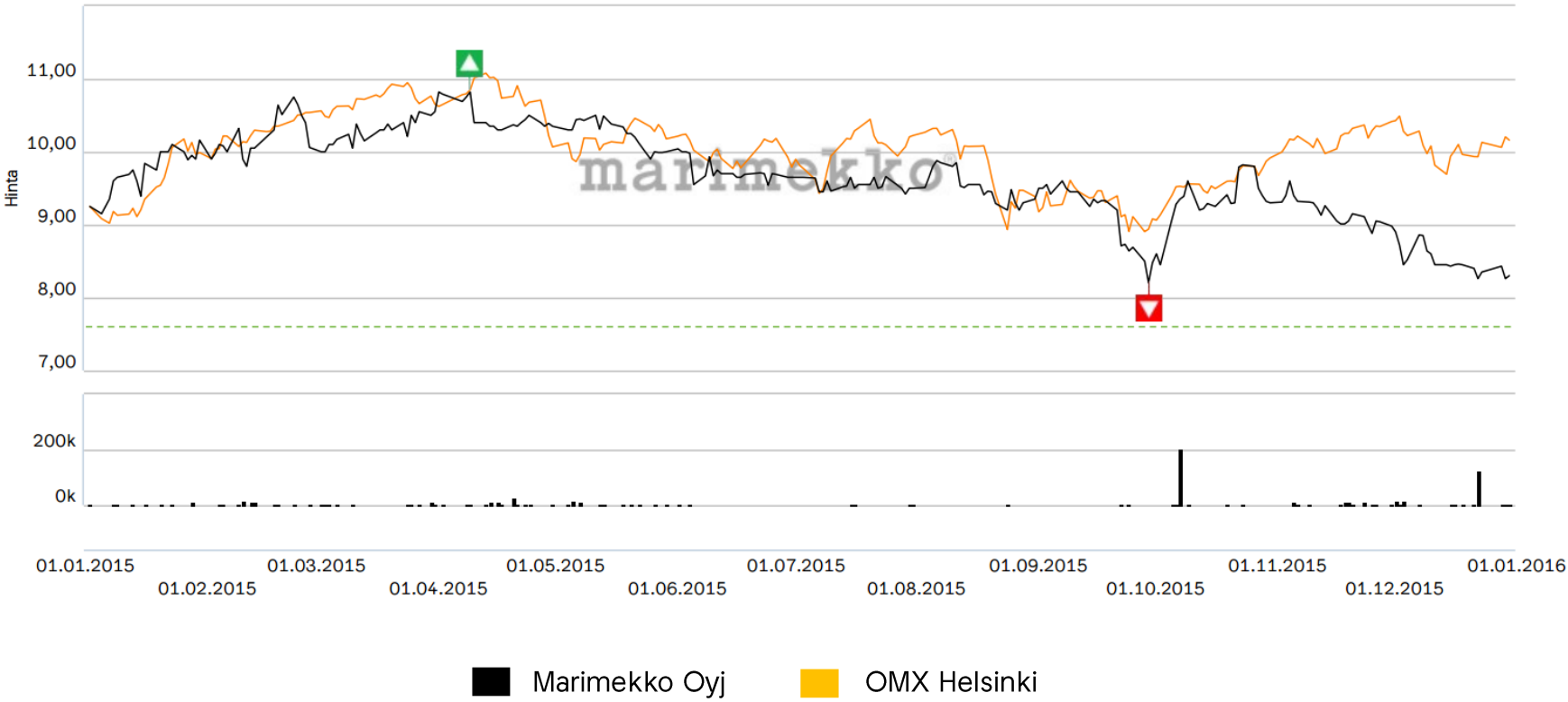
2010-2014
GLOBAALI YHTIÖ

- globaalin myymäläverkoston rakentaminen
- verkkokaupan aloittaminen Yhdysvalloissa ja digitaalisuuden vahvistaminen
- menestyksekkäät globaalit yhteistyöhankkeet
- vastuullisuusorganisaation luominen

2008-2012
PERUSTAN LUOMINEN

- brändin kirkastaminen
- ammattimaisen organisaation rakentaminen
- yrityskulttuuri
- uudet kodintuotekategoriat
- myymäläkonsepti
- uudet myymälät ja tiimit Aasiassa ja Pohjois-Amerikassa

Osakekurssi 12 kk



marimekko®

Liitteet

Tuloslaskelma

Milj. euroa	10-12/2015	10-12/2014	2015	2014
LIKEVAIHTO	27,5	26,1	95,7	94,2
Liiketoiminnan muut tuotot	0,2	0,1	0,3	0,2
Aineiden ja tarvikkeiden käyttösumma*	-10,8	-9,4	-34,8	-33,5
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	-7,0	-6,8	-26,2	-25,5
Poistot ja arvonalentumiset	-1,2	-1,1	-4,5	-4,3
Liiketoiminnan muut kulut	-7,4	-6,9	-28,9	-25,5
LIKEVOITTO	1,3	1,9	1,5	5,6
Rahoitustuotot ja -kulut	0,1	-0,2	-0,2	-0,1
TULOS ENNEN VEROJA	1,5	1,7	1,3	5,5
Tuloverot	-0,3	-0,5	-0,5	-1,4
TILIKAUDEN TULOS	1,2	1,3	0,8	4,1

*Yhteenlaskettu summa ”Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos” ja ”Aineiden ja tarvikkeiden käyttö”

Tase

Milj. euroa	31.12.2015	31.12.2014	Milj. euroa	31.12.2015	31.12.2014
Pitkäaikaiset varat	17,4	18,3	Oma pääoma yhteensä	27,1	29,0
Vaihto-omaisuus	18,5	17,6	Rahoitusvelat ja rahoitusleasingvelat	7,1	7,0
Muut varat yhteensä	6,0	7,3	Muut pitkäaikaiset velat	0,2	0,2
Rahavarat	4,2	4,1	Lyhytaikaiset velat	11,7	11,0
VARAT YHTEENSÄ	46,1	47,2	OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	46,1	47,2

Rahavirtalaskelma

Milj. euroa	2015	2014
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA ENNEN KÄYTTÖPÄÄOMAN MUUTOSTA	6,1	10,0
Käyttöpääoman muutos	1,5	0
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA ENNEN RAHOITUSERIÄ JA VEROJA	7,6	10,0
Rahoituserät ja verot	-1,2	-0,2
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA	6,3	9,9
Investointien rahavirta	-3,2	-2,1
RAHAVIRTA ENNEN RAHOITUKSEN RAHAVIRTOJA	3,1	7,8
Lyhytaikaisten lainojen nostot	-	-
Pitkäaikaisten lainojen nostot	0,1	-
Pitkäaikaisten lainojen ja rahoitusleasingvelkojen maksut	-0,3	-4,7
Maksetut osingot	-2,8	-2,0
RAHAVAROJEN MUUTOS	0,2	1,1
Rahavarat kauden alussa	4,1	3,0
Rahavarat kauden lopussa	4,2	4,1

Suurimmat omistajat 31.12.2015

Marimekon osake noteerataan NASDAQ Helsinki
Oy:ssä toimialaryhmässä kulutustavarat
- 1999, I-lista
- 2002, päälista

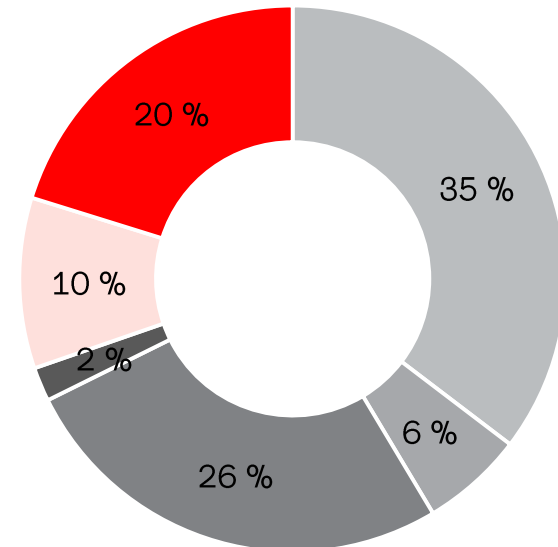
Markkina-arvo ~ 67 milj. euroa

7 084 osakkeenomistajaa

Suurimmat omistajat 31.12.2015	Osakkeita ja ääniä, kpl	%
Muotitila Oy	1 297 700	16,04
Semerca Investments SA	850 377	10,51
Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma	385 920	4,77
Odin Finland	231 601	2,86
Oy Etra Invest Ab	222 754	2,75
Eläkevakuutusyhtiö Veritas	220 000	2,72
Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen	215 419	2,66
Sijoitusrahasto Tapiola Suomi	136 395	1,69
Sijoitusrahasto Aktia Europe Small Cap	120 000	1,48
Op-Suomi Pienyhtiöt -sijoitusrahasto	110 266	1,36

Osakkeenomistajat sektoreittain
31. joulukuuta 2015

- Kotitaloudet
- Rahoitus- ja vakuutuslaitokset
- Yritykset ja asuntoyhteisöt
- Voittoa tavoittelemattomat yhteisöt
- Julkisyhteisöt
- Hallintarekisteröidyt ja ulkomaiset omistajat





Lisätietoa

Toimitusjohtaja Tiina Alahuhta-Kasko
Puhelin +358 9 758 71
tiina.alahuhta-kasko@marimekko.com

Talousjohtaja Elina Aalto
Puhelin +358 9 758 7261
elina.aalto@marimekko.com

Viestintäjohtaja Asta Halme
Puhelin +358 9 758 7233
asta.halme@marimekko.com

marimekko.com
company.marimekko.fi
facebook.com/marimekkodesignhouse
instagram.com/marimekkodesignhouse
twitter.com/marimekkoglobal
pinterest.com/marimekkodesign
youtube.com/marimekkovideo

marimekko®