

marimekko



ri
na
el
ay

ar
ri
ne
k

mekko® m

Marimekko Oyj, Osavuositarkastus 5.11.2015 klo 8.30

MARIMEKKO OYJ:N OSAVUOSITARKASTUS 1.1. - 30.9.2015: Liikevaihto ennallaan heikosta markkinatilanteesta huolimatta, liikevoitto laski merkittävästi odotusten mukaisesti

Tammi-syyskuu lyhyesti

- Liikevaihto pysyi edellisvuoden tasolla ja oli 68,2 miljoonaa euroa (1-9/2014: 68,1).
- Liikevaihto vertailukelpoisilla valuuttakursseilla laski 4 prosenttia.
- Liikevaihtoa pienensi pääasiassa tukkumyynnin lasku Suomessa, Skandinaviassa ja Aasian-Tyynenmeren alueella. Laskuun vaikutti talvimallistojen toimitusten siirtyminen syyskuulta lokakuulle. Lisäksi vertailukauden tukkumyyniä vauhdittivat merkittävät kertaluonteiset kampanjatoimitukset Suomessa vuoden kolmannella neljänneksellä. Myös vertailukelpoinen vähittäismyynti muissa kuin outlet-myymlöissä laski kaikilla markkina-alueilla. Liikevaihtoa puolestaan kasvattivat outlet-myymlöiden ja verkkokaupan alennusvetoisen myynnin kasvu Suomessa toisella ja kolmannella neljänneksellä sekä vuosina 2014 ja 2015 avatut uudet myymälät.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 0,2 miljoonaa euroa (4,3). Vertailukauden liikevoittoa paransivat merkittävät kertaluonteiset kampanjatoimitukset Suomessa vuoden kolmannella neljänneksellä. Katsauskaudella liikevoittoa heikensivät Beverly Hillsin myymälän sulkemiseen liittyvät merkittävät kulut ensimmäisellä neljänneksellä, tukkumyynnin lasku Suomessa, Skandinaviassa ja Aasian-Tyynenmeren alueella, suhteellisten tukkumyynnikatteiden lasku, Suomen vähittäismyynnin kannattavuuden aleneminen myynnin supistuttua muissa kuin outlet-myymlöissä sekä kasvaneet design- ja markkinointikulut. Liikevoittoa sen sijaan paransivat lisenssituottojen kasvu Pohjois-Amerikassa ensimmäisellä ja kolmannella neljänneksellä sekä uusien myymälöiden tuoma lisämyynti.
- Marimekko jatkaa panostuksia pitkän aikavälin kasvuun sekä keskittyy myymälöidensä toiminnan ja digitaalisen liiketoiminnan kehittämiseen, yleisen kannattavuuden parantamiseen sekä entistä kiinnostavamman designin ja tuotteiden luomiseen.

Kolmas vuosineljännes lyhyesti

- Liikevaihto laski 8 prosenttia 24,6 miljoonaan euroon (Q3/2014: 26,8).
- Liikevaihto vertailukelpoisilla valuuttakursseilla laski 15 prosenttia.
- Vähittäismyynti oli viime vuoden tasolla; tukkumyynti laski 20 prosenttia. Tukkumyynnin laskuun vaikutti talvimallistojen toimitusten siirtyminen syyskuulta lokakuulle. Lisäksi viime vuonna tukkumyyniä kasvattivat merkittävät kertaluonteiset kampanjatoimitukset Suomessa.
- Liikevoitto oli 1,2 miljoonaa euroa (4,9). Vertailukauden liikevoittoa paransivat merkittävät kertaluonteiset kampanjatoimitukset. Katsauskaudella liikevoittoa heikensivät tukkumyynnin lasku kaikilla markkina-alueilla Pohjois-Amerikkaan lukuun ottamatta, tukkumyynnin suhteellisten myyntikatteiden lasku sekä design- ja markkinointikulujen kasvu. Liikevoittoa sen sijaan paransivat Suomen outlet-myymlöiden ja verkkokaupan alennusvetoisen myynnin kasvu, uusien myymälöiden tuoma lisämyynti sekä lisenssituottojen kasvu Pohjois-Amerikassa.

Taloudellinen ohjeistus vuodeksi 2015

Koko vuoden 2015 arvio on muuttumaton: Yleisten markkinanäkymien, yhtiön eri markkina-alueiden arvioidun myynnin kehityksen erityisesti Suomessa ja kasvutavoitteiden sekä muiden arvioidujen tekijöiden perusteella Marimekko-konsernin liikevaihdon arvioidaan olevan vuoden 2014 tasolla tai laskevan. Liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä arvioidaan laskevan vuonna 2015 vuoteen 2014 verrattuna.

Toimitusjohtaja Tiina Alahuhta-Kasko:

"Katsauskauden aikana Marimekolle tärkeällä kotimarkkinalla vähittäiskaupan tilanne vaikeutui edelleen ja maailmantalouden epävarmuus jatkui, mikä heijastui kuluttajien ostokäyttäytymiseen heikentävästi kaikilla markkinoilla. Euromääräinen liikevaihtomme pysyi tammi-syyskuussa lähes ennallaan. Outlet-myymlöiden ja verkkokaupan alennusvetoisen myynnin kasvun ansiosta vertailukelpoinen vähittäismyyntimme kotimaassa kasvoi kolme prosenttia, mikä Suomen vaate- ja tekstiilialan yleiseen kehitykseen verrattuna on kohtalainen saavutus. Vaikka markkinatilanne onkin heikko, en ole tyytyväinen myyntimme kehitykseen etenkin vuoden kolmannella neljänneksellä. Meiltä puuttuivat tänä syksynä Suomessa vertailukauden kaltaiset merkittävät kertaluonteiset kampanjatoimitukset, jotka olisivat parantaneet tukkumyynnin tulosta. Myynnin vaisu kehitys näkyi myös heikentyneessä liikevoitossamme. Loppuvuonna

keskitymme vahvasti yhtiöllemme tärkeän joulumyynnin varmistamiseen ja työskentelemme entistäkin tiiviimmin kansainvälisten kumppaneidemme kanssa Marimekko-myyvälöiden toiminnan ja tuotevalikoimamme kehittämiseksi.

Vaikeasta globaalista markkinatilanteesta huolimatta jatkamme määrätietoisesti kansainvälistymistämme sekä Marimekon pitkäjänteistä kehittämistä. Lokakuun alussa otimme tärkeän askeleen esiintymällä ensimmäistä kertaa Pariisiin muotiviikolla. Alan kansainväliselle medialle ja vaikuttajille sekä ostajille esittelemämme kevään ja kesän 2016 vaatemallisto sai myönteisen vastaanoton. Tavoitteenamme oli vahvistaa globaalia tunnettuuttamme muodin maailmassa, ja mielestäni onnistuimme siinä. Meistä on tärkeää vankistaa jalansijaamme päämarkkinoidemme ohella myös Länsi- ja Keski-Euroopassa. Tähän pyrimme tavoittelemalla entistä vahvempaa läsnäoloa valikoituissa tavarataloissa ja monimerkkimyyvälöissä sekä laajentamalla verkkokauppaamme.

Syyskuussa avautui uudistunut verkkokauppaamme, joka samassa yhteydessä laajentui seitsemään uuteen maahan Euroopassa. Asiakaskokemuksen kehittäminen on ollut yksi painopistealueistamme tänä vuonna, ja tavoitteenamme on tehdä siitä entistä inspiroivampi ja saumattomampi kivijalkamyyvälöiden ja verkkokaupan välillä.

Kansainvälinen laajentumisemme on muutoinkin edennyt tänä vuonna strategiamme mukaisesti pääpaino Aasian-Tyynenmeren alueella. Olemme juuri avanneet Melbournea neljännen oman Australian-myyvälämme. Vuoden aikana uusina markkinoina ovat avautuneet Bangkok ja Singapore sekä Lähi-idässä Dubai. Pääkaupunkiseutu on Marimekolle tärkeä alue kotimarkkinalla. Syyskuussa avasimme oman myymälän uudistuneessa Forumin kauppakeskuksessa. Kun marraskuun puolivälissä avasimme uuden myymäläkonseptimme mukaisen lippulaivamyyvälän Mikonkadulle, läsnäolomme Helsingissä vahvistuu.”

Avainluvut

	7-9/ 2015	7-9/ 2014	Muutos, %	1-9/ 2015	1-9/ 2014	Muutos, %	1-12/ 2014
Liikevaihto, milj. euroa	24,6	26,8	-8	68,2	68,1	0	94,2
Kansainvälinen myynti, milj. euroa	10,6	11,6	-8	31,4	30,9	2	42,1
osuus liikevaihdosta, %	43	43		46	45		45
Käyttökate (EBITDA), milj. euroa	2,4	5,9	-59	3,5	6,9	-48	9,9
Käyttökate (EBITDA) ilman kertaluonteisia eriä, milj. euroa	2,4	5,9	-59	3,5	7,5	-53	10,5
Liikevoitto, milj. euroa	1,2	4,9	-75	0,2	3,6	-95	5,6
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä, milj. euroa	1,2	4,9	-75	0,2	4,3	-95	6,3
Liikevoittomarginaali, %	5,0	18,2		0,3	5,4		5,9
Liikevoittomarginaali ilman kertaluonteisia eriä, %	5,0	18,2		0,3	6,3		6,7
Kauden tulos, milj. euroa	0,6	4,0	-85	-0,4	2,9	-114	4,1
Tulos/osake, euroa	0,08	0,49	-84	-0,05	0,35	-114	0,51
Liiketoiminnan rahavirta, milj. euroa	0,7	4,4	-84	0,7	3,5	-79	9,9
Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %				0,1	13,8		15,6
Omavaraisuusaste, %				54,7	56,8		61,6
Bruttoinvestoinnit, milj. euroa	0,9	0,6	40	1,7	1,4	18	2,1
Henkilöstö kauden lopussa joista Suomen ulkopuolella				444	456		479
Brändimyynti*, milj. euroa	51,1	51,6	-1	138,7	132,9	4	186,8
joista Suomen ulkopuolella, milj. euroa	32,6	30,5	7	88,9	80,9	10	114,6
kansainvälisen myynnin osuus, %	64	59		64	61		61
Myyvälät**, kpl				148	136	9	144

Taulukossa esitetyt muutosprosentit on laskettu tarkoista luvuista ennen lukujen pyöristämistä miljooniksi euroiksi.

* Arvio Marimekko-tuotteiden myynnistä kuluttajainnoin 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.

** Sisältää Marimekon omat vähittäismyyvälät, jälleenmyyjäomisteiset Marimekko-myyvälät sekä yli 30 m²:n suuruiset shop-in-shopit. Omia vähittäismyyvälöitä oli syyskuun 2015 lopussa 53 (53). Muutoksista kerrotaan jäljempänä kohdassa Kansainvälistyminen ja muutokset myymäläverkostossa.

Lisätietoja:

Toimitusjohtaja Tiina Alahuhta-Kasko, puh. 09 758 71

MARIMEKKO OYJ
Konserniviestintä

Asta Halme
Puh. 09 7587 233
asta.halme@marimekko.com

JAKELU:
NASDAQ OMX Helsinki Oy
Keskeiset tiedotusvälineet

MARIMEKKO OYJ:N OSAVUOSIKATSAUS 1.1. - 30.9.2015**TOIMINTAYMPÄRISTÖ**

Maailmantaloudessa yleisen epävarmuuden ennakoitaan jatkuvan. Kiinan taloudessa lisääntyvää epävakautta aiheuttavat vähentynyt ulkomaankauppa ja alentunut inflaatio, jotka saattavat ennakoita myös bkt:n kasvun hiipumista. Yhdysvalloissa sen sijaan kasvu kohosi kesällä entiselle tasolle ja kuluttajien luottamuskin näyttää palautuvan. Maailmantilanteen yleinen levottomuus ja pakolaisten määrän jatkuva kasvu voivat vähentää kuluttajien luottamusta Euroopassa. Maanosan odotukset eivät ole vahvistuneet viime kuukausina.

Suomessa epävarma suhdannetilanne jatkuu ja vähittäiskauppa on vaikeutunut edelleen. Kotimainen kysyntä hiipui kesällä ja ostovoima kehittyi heikosti, mikä vähentäneekä kulutuskysyntää myös jatkossa. Myynti-odotukset ovat yhä vaatimattomat, ja myynnin supistumisen arvioidaan jatkuvan. Suomessa vähittäiskaupan luottamus oli elokuussa EU-maiden toiseksi heikointa.

(Elinkeinoelämän keskusliitto EK: Talouskatsaus, suhdanteet 20.10.2015; Luottamusindikaattorit, syyskuu 2015; Suhdannebarometri, elokuu 2015.)

Tammi-syyskuussa 2015 Suomen vähittäiskaupan liikevaihto laski 1,2 prosenttia ja myynnin todellista kasvua mittaava myynnin määrä 0,0 prosenttia (Tilastokeskus: Kaupan liikevaihtokuvaaja, vähittäiskaupan pikaennakko, syyskuu 2015).

KANSAINVÄLISTYMINEN JA MUUTOKSET MYYMÄLÄVERKOSTOSSA

Marimekko elää voimakasta kansainvälistymisvaihetta. Vuonna 2015 laajentumisen pääpaino on ollut jälleenmyyjäomisteisten Marimekko-myyämälöiden avauksilla, erityisesti Aasian-Tyynenmeren alueella. Tavoitteena on avata yhteensä 10 - 20 uutta Marimekko-myyämälää ja shop-in-shopia. Näistä 1 - 3 olisi yhtiön omia myymälöitä. Lisäksi yhtiö jatkaa viime vuosina avattujen omien myymälöiden toiminnan kehittämistä ja kannattavuuden parantamista.

Vuoden kolmannella neljänneksellä Marimekko avasi oman myymälän Forumin uudistuneessa kauppakeskuksessa Helsingissä ja lisäksi Tukholmassa avautui jälleenmyyjäomisteinen shop-in-shop. Syyskuun puolivälissä Suomenlippulaivamyymälä Helsingissä sulkeutui muuton ajaksi; uusi lippulaivamyymälä avautuu marraskuun puolivälissä Mikonkadulla. Kaudella sulkeutui yksi jälleenmyyjäomisteinen myymälä ja kaksi shop-in-shopia Suomessa. Kauden jälkeen Marimekko on avannut oman myymälän Melbournessa Australiassa.

Myyämälät ja shop-in-shopit*, kpl	30.9.2015	30.9.2014	31.12.2014
Suomi	61	59	62
Omat myymälät	24	23	24
Omat outlet-myyämälät	11	9	10
Jälleenmyyjämyymälät	16	17	17
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	10	10	11
Skandinavia	11	10	10
Omat myymälät	8	8	8
Omat outlet-myyämälät	-	-	-
Jälleenmyyjämyymälät	-	-	-
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	3	2	2
EMEA	4	4	3
Omat myymälät	2	4	3
Omat outlet-myyämälät	-	-	-
Jälleenmyyjämyymälät	2	-	-
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	-	-	-
Pohjois-Amerikka	23	21	23
Omat myymälät	4	5	5
Omat outlet-myyämälät	1	1	1
Jälleenmyyjämyymälät	2	2	2
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	16	13	15
Aasian-Tyynenmeren alue	49	42	46

Omat myymälät	3	3	3
Omat outlet-myymälät	-	-	-
Jälleenmyyjämyymälät	43	37	39
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	3	2	4

Yhteensä	148	136	144
Omat myymälät	41	43	43
Omat outlet-myymälät	12	10	11
Jälleenmyyjämyymälät	63	56	58
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	32	27	32

* Sisältää yli 30 m²:n suuruiset shop-in-shopit.

Syyskuussa Marimekon oma jakeluverkosto Euroopassa vahvistui, kun yhtiön verkkokauppa laajeni Ranskaan, Isoon-Britanniaan, Saksaan, Italiaan, Espanjaan, Alankomaihin sekä Belgiaan. Ennestään Marimekon verkkokauppa toimi Suomessa, Ruotsissa, Tanskassa ja Yhdysvalloissa, joten laajentumisen jälkeen yhtiön verkkokauppa tavoittaa asiakkaita 11 maassa.

LIKEVAIHTO

Vähittäiskaupan epävarma markkinatilanne jatkui katsauskaudella. Erityisesti Suomessa kuluttajien luottamus ja ostovoima pysyivät heikkoina. Tammi-syyskuussa konsernin liikevaihto oli edellisvuoden tasolla, 68 171 tuhatta euroa (68 061). Liikevaihto vertailukelpoisilla valuuttakursseilla laski 4 prosenttia. Kansainvälinen myynti kasvoi 2 prosenttia; liikevaihto Suomessa laski prosentin.

Vähittäismyynti kasvoi 4 prosenttia. Myyntiä nostivat vuosina 2014 ja 2015 avattujen myymälöiden tuoma lisämyynti, Suomen outlet-myymälöiden ja verkkokaupan alennusvetoisen myynnin kasvu sekä vahva Yhdysvaltain dollari. Vertailukelpoinen myynti muissa kuin outlet-myymälöissä laski kaikilla markkina-alueilla.

Tukkumyynti supistui 6 prosenttia. Myynti laski Suomessa, Skandinaviassa ja Aasian-Tyynenmeren alueella. Laskuun vaikutti talvimallistojen toimitusten siirtyminen syyskuulta lokakuulle. Lisäksi viime vuonna tukkumyyntiä kasvattivat merkittävät kertaluonteiset kampanjatoimitukset Suomessa kolmannella neljänneksellä. Pohjois-Amerikassa euromääräinen myynti nousi vahvan dollarin ansiosta.

Lisensituotot kasvoivat selvästi etenkin Pohjois-Amerikassa solmitun lisenssisopimuksen myötä.

Heinä-syyskuussa konsernin liikevaihto laski 8 prosenttia ja oli 24 590 tuhatta euroa (26 811). Liikevaihto vertailukelpoisilla valuuttakursseilla väheni 15 prosenttia. Sekä kansainvälinen myynti että liikevaihto Suomessa laskivat 8 prosenttia. Vähittäismyynti oli viime vuoden tasolla; tukkumyynti laski 20 prosenttia. Tukkumyynnin laskuun vaikutti talvimallistojen toimitusten siirtyminen syyskuulta lokakuulle. Lisäksi viime vuonna tukkumyyntiä kasvattivat merkittävät kertaluonteiset kampanjatoimitukset Suomessa.

Liikevaihto markkina-alueittain

(1 000 euroa)	7-9/ 2015	7-9/ 2014	Muutos, %	Muu- tos, % valuu- tassa	1-9/ 2015	1-9/ 2014	Muutos, %	Muu- tos, % valuu- tassa	1-12/ 2014
Suomi	13 966	15 203	-8	-8	36 750	37 196	-1	-1	52 034
Vähittäismyynti	10 230	9 809	4	4	26 314	24 812	6	6	35 363
Tukkumyynti	3 649	5 290	-31	-31	10 171	12 108	-16	-16	16 245
Lisensituotot	87	103	-16	-16	264	276	-4	-4	425
Skandinavia	1 853	2 365	-22	-18	5 645	6 248	-10	-6	8 452
Vähittäismyynti	1 218	1 374	-11	-8	3 540	3 767	-6	-3	5 151
Tukkumyynti	635	990	-36	-34	2 105	2 481	-15	-12	3 301
Lisensituotot	-	-	-	-	-	-	-	-	-
EMEA	1 611	2 080	-23	-23	6 024	5 819	4	4	7 554
Vähittäismyynti	245	379	-35	-35	857	1 096	-22	-22	1 509
Tukkumyynti	1 299	1 664	-22	-22	5 029	4 611	9	9	5 882

Lisenssituotot	67	37	78	78	138	111	24	24	162
Pohjois-Amerikka	2 404	2 201	9	-7	6 561	5 752	14	-5	8 584
Vähittäismyynti	1 351	1 579	-14	-27	4 161	4 221	-1	-19	5 983
Tukkumyynti	652	552	18	-1	1 549	1 336	16	-3	1 957
Lisenssituotot	401	70			852	195			644
Aasian-									
Tyynenmeren alue	4 755	4 963	-4	-8	13 191	13 046	1	0	17 527
Vähittäismyynti	587	530	11	22	2 023	1 546	31	30	2 675
Tukkumyynti	4 168	4 432	-6	-13	11 168	11 496	-3	-6	14 847
Lisenssituotot	-	-			-	5			5
Kansainvälinen									
myynti yhteensä	10 623	11 608	-8	-17	31 421	30 864	2	-5	42 116
Vähittäismyynti	3 401	3 862	-12	-10	10 581	10 630	0	-4	15 318
Tukkumyynti	6 755	7 638	-12	-25	19 851	19 923	0	-8	25 987
Lisenssituotot	467	107			989	311			811
Yhteensä	24 590	26 811	-8	-15	68 171	68 061	0	-4	94 150
Vähittäismyynti	13 632	13 672	0	-5	36 895	35 442	4	0	50 682
Tukkumyynti	10 404	12 929	-20	-29	30 022	32 031	-6	-11	42 232
Lisenssituotot	554	211	163	180	1 254	587	113	112	1 237

Taulukon yksittäiset luvut ja loppusummat on pyöristetty tuhansiksi euroiksi, mistä syystä yhteenlaskuissa saattaa esiintyä pyöristyseroja.

Suomi

Kuluttajien luottamus ja ostovoima pysyivät alhaisella tasolla Suomessa. Tammi-syyskuussa liikevaihto laski prosentin 36 750 tuhanteen euroon (37 196), mikä johtui tukkumyynnin 16 prosentin laskusta. Laskuun vaikutti talvimallistojen toimitusten siirtyminen syyskuulta lokakuulle. Lisäksi viime vuoden tukkumyyntiä kasvattivat merkittävät kertaluonteiset kampanjatoimitukset kolmannella neljänneksellä. Vähittäismyynti kasvoi 6 prosenttia outlet-myymlöiden ja verkkokaupan alennusvetoisen myynnin kasvun ansiosta toisella ja kolmannella neljänneksellä. Vähittäismyyntiä kasvattivat lisäksi vuosina 2014 ja 2015 avatut uudet myymälät sekä kesäkuukausiksi avattu pop-up-myymlä Helsinki-Vantaan lentokentällä. Vertailukelpoinen vähittäismyynti kasvoi 3 prosenttia, mutta muissa kuin outlet-myymlöissä vertailukelpoinen myynti laski 5 prosenttia.

Vuoden kolmannella neljänneksellä vähittäismyynti kasvoi 4 prosenttia outlet-myymlöiden ja verkkokaupan alennusvetoisen myynnin kasvun ansiosta. Vähittäismyyntiä kasvattivat lisäksi vuosina 2014 ja 2015 avatut uudet myymälät. Vertailukelpoinen vähittäismyynti oli viime vuoden tasolla; muissa kuin outlet-myymlöissä vertailukelpoinen myynti laski 6 prosenttia. Tukkumyynti laski 31 prosenttia. Laskuun vaikutti talvimallistojen toimitusten siirtyminen syyskuulta lokakuulle. Lisäksi viime vuoden tukkumyyntiä kasvattivat merkittävät kertaluonteiset kampanjatoimitukset.

Skandinavia

Liikevaihto Skandinaviassa laski tammi-syyskuussa 10 prosenttia ja oli 5 645 tuhatta euroa (6 248). Vertailukelpoisilla valuuttakursseilla liikevaihto supistui 6 prosenttia. Vähittäismyynti laski euroissa 6 prosenttia ja vertailukelpoisilla valuuttakursseilla 3 prosenttia.

Tukkumyynti laski 12 prosenttia. Laskuun vaikutti talvimallistojen toimitusten siirtyminen syyskuulta lokakuulle.

Vuoden kolmannella neljänneksellä vähittäismyynti laski euroissa 11 prosenttia ja tukkumyynti 36 prosenttia. Tukkumyyntiä vähensi talvimallistojen toimitusten siirtyminen lokakuulle.

EMEA

Liikevaihto EMEA:n markkina-alueella kasvoi tammi-syyskuussa 4 prosenttia 6 024 tuhanteen euroon (5 819). Tukkumyynti nousi 9 prosenttia Belgian-, Arabiemiraattien- ja Ranskan-toimitusten kasvun ansiosta. Arabiemiraateissa tukkumyyntiä kasvattivat kahden jälleenmyyjäomisteisen myymälän avausvaraston toimitukset. Vähittäismyynti laski 22 prosenttia, mikä johtui Lontoossa sijainneiden kahden myymälän sulkemisesta marraskuussa 2014 ja maaliskuussa 2015. Vertailukelpoinen vähittäismyynti oli viime vuoden tasolla.

Vuoden kolmannella neljänneksellä vähittäismyynti laski 35 prosenttia; vertailukelpoinen vähittäismyynti laski 4 prosenttia. Tukkumyynti supistui 22 prosenttia Belgian-, Saksan- ja Ison-Britannian-toimitusten laskun seurauksena. Tukkumyynnin laskuun vaikutti myös talvimallistojen toimitusten siirtyminen syyskuulta lokakuulle.

Pohjois-Amerikka

Pohjois-Amerikassa liikevaihto kasvoi 14 prosenttia 6 561 tuhanteen euroon (5 752). Vertailukelpoisilla valuuttakursseilla liikevaihto laski 5 prosenttia; sekä vähittäis- että tukkumyynti laskivat. Vähittäismyynnin lasku johtui Beverly Hillsin myymälän sulkemisesta maaliskuussa sekä vertailukelpoisten myymälöiden myynnin 17 prosentin laskusta.

Vuoden kolmannella neljänneksellä vähittäismyynti laski euroissa 14 prosenttia ja vertailukelpoisilla valuuttakursseilla 27 prosenttia. Myyntiin vaikuttivat joidenkin myymälöiden lähiympäristössä tapahtuneet muutokset ja rakennustyöt, jotka vähensivät kävijämääriä. Lisäksi Beverly Hillsin myymälän sulkeminen pienensi kokonaisuutena. Tukkumyynti laski vertailukelpoisilla valuuttakursseilla prosentin.

Aasian-Tyynenmeren alue

Liikevaihto Aasian-Tyynenmeren alueella kasvoi prosentin 13 191 tuhanteen euroon (13 046). Tukkumyynti laski 3 prosenttia. Laskuun vaikutti talvimallistojen toimitusten siirtyminen syyskuulta lokakuulle. Tukkumyynti markkina-alueen merkittävimmässä maassa Japanissa laski 9 prosenttia, mikä johtui osittain toissakeväisestä myyntiveron korotuksesta, joka on vähentänyt täydennystilauksia. Vähittäismyynti (Australian Sydneyn- ja Melbournen-myymälät) kasvoi syksyllä 2014 Melbournen Emporium-kauppakeskuksessa avatun myymälän tuoman lisämyynnin ansiosta. Vertailukelpoisten myymälöiden myynti laski euroissa mitattuna 6 prosenttia ja myyntivaluutassa mitattuna 7 prosenttia. Uuden myymälän avaaminen lähellä toista Melbournen-myymälää vaikutti vertailukelpoisen vähittäismyynnin kehitykseen negatiivisesti.

Vuoden kolmannella neljänneksellä vähittäismyynti kasvoi merkittävästi Melbournen Emporiumin-myymälän tuoman myynnin ansiosta. Vertailukelpoinen vähittäismyynti laski euroissa mitattuna 11 prosenttia ja myyntivaluutassa mitattuna 5 prosenttia. Tukkumyynti supistui 6 prosenttia. Japanin-tukkumyynti laski 20 prosenttia. Tukkumyynnin laskuun vaikutti talvimallistojen toimitusten siirtyminen syyskuulta lokakuulle.

TALOUDELLINEN TULOS

Tammi-syyskuussa 2015 konsernin liikevoitto oli 197 tuhatta euroa (3 646). Vertailukauden liikevoittoon sisältyi kertaluonteisia kuluja 669 tuhatta euroa. Vertailukauden liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 4 315 tuhatta euroa, ja sitä paransivat merkittävät kertaluonteiset kampanjatoimitukset Suomessa vuoden kolmannella neljänneksellä. Katsauskauden liikevoittoa heikensivät Beverly Hillsin myymälän sulkemiseen liittyvät merkittävät kulut ensimmäisellä neljänneksellä, tukkumyynnin lasku Suomessa, Aasian-Tyynenmeren alueella ja Skandinaviassa, suhteellisten tukkumyöntikatteiden lasku, Suomen vähittäismyynnin kannattavuuden aleneminen myynnin supistuttua muissa kuin outlet-myymälöissä sekä kasvaneet design- ja markkinointikulut. Liikevoittoa sen sijaan paransivat lisenssituottojen kasvu Pohjois-Amerikassa ensimmäisellä ja kolmannella neljänneksellä sekä uusien myymälöiden tuoma lisämyynti.

Heinä-syyskuussa 2015 konsernin liikevoitto oli 1 228 tuhatta euroa (4 875). Vertailukauden liikevoittoa paransivat merkittävät kertaluonteiset kampanjatoimitukset. Katsauskaudella liikevoittoa heikensivät tukkumyynnin lasku kaikilla markkina-alueilla Pohjois-Amerikkaan lukuun ottamatta, tukkumyynnin suhteellisten myyntikatteiden lasku sekä design- ja markkinointikulujen kasvu. Tukkumyynnin laskuun vaikutti talvimallistojen toimitusten siirtyminen syyskuulta lokakuulle. Liikevoittoa sen sijaan paransivat Suomen outlet-myymälöiden ja verkkokaupan alennusvetoisen myynnin kasvu sekä uusien myymälöiden tuoma lisämyynti.

Markkinointiin käytettiin tammi-syyskuussa 3 734 tuhatta euroa (3 063) eli 5 prosenttia konsernin liikevaihdosta (4).

Konsernin poistot ja arvonalentumiset olivat yhteensä 3 338 tuhatta euroa (3 208) eli 5 prosenttia liikevaihdosta (5).

Tammi-syyskuussa 2015 liikevoittomarginaali oli 0,3 prosenttia (5,4). Vertailukauden liikevoittomarginaali ilman kertaluonteisia eriä oli 6,3 prosenttia. Heinä-syyskuussa liikevoittomarginaali oli 5,0 prosenttia (18,2).

Nettorahoituskulut olivat 386 tuhatta euroa (nettorahoitustuotot 113) eli 1 prosenttia liikevaihdosta (0). Nettorahoituseriin kirjattavat valuuttakurssimuutokset olivat -187 tuhatta euroa (350).

Tammi-syyskuun tulos ennen veroja oli -189 tuhatta euroa (3 759). Tulos verojen jälkeen oli -394 tuhatta euroa (2 864) ja tulos osaketta kohden -0,05 euroa (0,35).

TASE

Konsernin tase 30.9.2015 oli 47 573 tuhatta euroa (48 768). Emoyhtiön osakkeenomistajille kuuluva oma pääoma oli 25 992 tuhatta euroa (27 646) eli 3,21 euroa osaketta kohden (3,42).

Pitkäaikaiset varat olivat syyskuun 2015 lopussa 16 955 tuhatta euroa (18 672).

Katsauskauden lopussa nettokäyttöpääoma oli 16 406 tuhatta euroa (17 901). Vaihto-omaisuus oli 18 948 tuhatta euroa (18 423).

RAHAVIRTA JA RAHOITUS

Tammi-syyskuussa liiketoiminnan rahavirta oli 746 tuhatta euroa (3 545) eli 0,09 euroa osaketta kohden (0,44). Rahavirta ennen rahoituksen rahavirtoja oli -939 tuhatta euroa (2 121).

Heinä-syyskuussa liiketoiminnan rahavirta oli 717 tuhatta euroa (4 384), eli 0,09 euroa osaketta kohden (0,54). Rahavirta ennen rahoituksen rahavirtoja oli -178 tuhatta euroa (495).

Konsernin rahoitusvelat olivat katsauskauden lopussa 10 703 tuhatta euroa (11 383).

Katsauskauden lopussa konsernin rahavarat olivat 3 586 tuhatta euroa (2 706). Lisäksi konsernilla oli nostamattomia myönnettyjä lyhyt- ja pitkäaikaisia luottolimiittejä 11 824 tuhatta euroa (18 057).

Konsernin omavaraisuusaste oli katsauskauden päättyessä 54,7 prosenttia (56,8). Nettovelkaantumisaste (gearing) oli 27,4 prosenttia (31,4).

INVESTOINNIT

Konsernin bruttoinvestoinnit olivat tammi-syyskuussa 1 685 tuhatta euroa (1 424) eli 2 prosenttia liikevaihdosta (2). Pääosa investoinneista kohdistui tietojärjestelmiin ja myymälöiden rakentamiseen.

HENKILÖSTÖ

Tammi-syyskuussa 2015 henkilöstöä oli keskimäärin 460 (473) ja katsauskauden lopussa 444 (456), joista 114 (121) työskenteli ulkomailla. Ulkomailla työskentelevien määrä jakautui seuraavasti: Skandinavia 42 (40), EMEA 8 (13), Pohjois-Amerikka 45 (49) ja Aasian-Tyynenmeren alue 19 (19). Omissa myymälöissä henkilöstöä oli kauden lopussa 223 (233).

OSAKE JA OSAKKEENOMISTAJAT

Osakepääoma ja osakkeiden määrä

Syyskuun 2015 päättyessä yhtiön kaupparekisteriin merkitty täysin maksettu osakepääoma oli 8 040 000 euroa ja osakkeiden lukumäärä 8 089 610 kappaletta.

Osakeomistus

Katsauskauden lopussa Marimekolla oli arvo-osuusrekisterin mukaan 7 111 osakkeenomistajaa (7 171). Osakkeista 21,6 prosenttia oli hallintarekisteröityjen ja ulkomaisten omistajien omistuksessa (21,8). Yhtiön hallituksen jäsenten ja toimitusjohtajan suorassa tai välillisessä omistuksessa oli 1 325 806 osaketta (1 328 598) eli 16,5 prosenttia yhtiön osakkeiden lukumäärästä ja äänivallasta (16,4).

Tiedot suurimmista osakkeenomistajista löytyvät yhtiön verkkosivuilta company.marimekko.fi kohdasta Sijoittajat/Osaketieto.

Osakkeiden vaihto ja yhtiön markkina-arvo

Tammi-syyskuussa 2015 Marimekon osakkeita vaihdettiin yhteensä 511 220 kappaletta eli 6,4 prosenttia yhtiön koko osakekannasta. Osakkeiden yhteenlaskettu vaihtoarvo oli 5 136 986 euroa. Osakkeen alin kurssi oli 8,20 euroa, ylin 10,94 euroa ja keskikurssi 10,05 euroa. Syyskuun lopussa osakkeen päätöskurssi oli 8,48 euroa. Yhtiön markkina-arvo 30.9.2015 oli 68 599 893 euroa (78 873 698).

Valtuutukset

Katsauskauden päättyessä hallituksella ei ollut voimassa olevia valtuuksia osakeanteihin, ei optio- eikä vaihtovelkakirjalainoihin eikä omien osakkeiden ostoon tai luovuttamiseen.

MERKITTÄVIMMÄT RISKIT JA EPÄVARMUUSTEKIJÄT

Lähiajan merkittävimmät strategiset riskit liittyvät kuluttajien luottamuksen heikentymiseen, yleiseen talouskehitykseen ja näiden tuomaan epävarmuuteen toimintaympäristössä etenkin Suomessa. Lähiajan strategisia riskejä ovat myös yhtiön kasvun hallintaan, vähittäiskaupan digitalisoitumiseen sekä designin ja tuotevalikoiman muutoksiin liittyvät riskit.

Marimekon tuotteita myydään noin 40 maassa. Yhtiön päämarkkina-alueet ovat Pohjois-Eurooppa, Pohjois-Amerikka ja Aasian-Tyynenmeren alue. Marimekko-myymlöitä on 17 maassa. Omia myymälöitä yhtiöllä on Suomen lisäksi muissa Pohjoismaissa, Saksassa, Yhdysvalloissa ja Australiassa. Maailmantalouden suhdanteet ja epävarmuustekijät vaikuttavat kuluttajien ostokäyttäytymiseen ja ostovoimaan kaikilla yhtiön markkina-alueilla. Maailmantaloudessa pitkään jatkuneet ongelmat varjostavat edelleen vähittäiskaupan kehitysnäkymiä ja Marimekon kasvu- ja tulonäkymiä.

Marimekko elää voimakasta kansainvälistymis- ja muutosvaihetta. Tuotteiden jakelua laajennetaan kaikilla päämarkkina-alueilla. Kasvu perustuu jälleenmyyjäomisteisten Marimekko-myymlöiden ja -shop-in-shopien avaamiseen sekä omien myymälöiden perustamiseen ja verkkokaupan laajentamiseen. Viime vuosina laajentuminen on edellyttänyt suurempia tai kokonaan uusia maaorganisaatioita, mikä rasittaa yhtiön kustannustehokkuutta. Oman myymäläverkoston laajentaminen ja kansainvälisen verkkokaupan rakentaminen ovat kasvattaneet yhtiön investointeja, liikepaikkojen vuokratavuita ja varastoja sekä yhtiön kiinteitä kuluja. Myös merkittäviin yhteistyösopimuksiin, kumppanivalintoihin ja myymälöiden vuokrasopimuksiin yhtiön päämarkkina-alueilla liittyy riskejä.

Yhtiön kyvyllä suunnitella, kehittää ja kaupallistaa uusia kuluttajien odotuksia vastaavia tuotteita ja samanaikaisesti ylläpitää kannattavaa omaa tuotantoa, vastuullista hankintaa ja tehokasta logistiikkaa on vaikutusta yhtiön myyntiin ja kannattavuuteen. Lisäksi aineettomilla oikeuksilla on keskeinen rooli yhtiön menestyksessä, ja yhtiön kyvyllä hallinnoida näitä oikeuksia voi olla vaikutusta yhtiön arvoon. Aineettomien oikeuksien hallintaan liittyvät myös keskeisesti freelancesuunnittelijoiden kanssa solmitut yhteistyösopimukset ja sopimusten perusteella maksettavat palkkiot.

Yhtiön operatiivisista riskeistä korostuvat laajentumishankkeiden hallintaan ja onnistumiseen sekä hankinta- ja logistiikkaprosessien sekä tietojärjestelmien toimintavarmuuteen ja luotettavuuteen liittyvät riskit sekä raaka-aineiden ja muiden hankintahintojen muutoksiin liittyvät riskit. Uusien tuotteiden myötä oman tuotannon osuus on laskenut, ja yhtiö käyttää tuotteidensa valmistukseen enenevässä määrin alihankkijoita. Näin ollen yhtiön riippuvuus hankintaketjusta on lisääntynyt. Tavaratoimitusten viiveet tai häiriöt ja tuotteiden laatuvariaatiot voivat haitata liiketoimintaa hetkellisesti. Toiminnan laajentuessa ja monipuolistuessa myös varastojen hallintaan liittyvät riskit kasvavat.

Yhtiön taloudellisista riskeistä myynnin rakenteeseen, investointien kasvuun, tuotannon tekijöiden hintakehitykseen, kustannusrakenteen muutokseen, toimintakulujen kasvuun, asiakkaiden maksuvalmiuteen, valuuttakurssimuutoksiin (erityisesti Yhdysvaltain dollari, Ruotsin kruunu ja Australian dollari) ja verotukseen liittyvillä riskeillä voi olla vaikutusta yhtiön taloudelliseen tilaan.

MARKKINANÄKYMÄT JA KASVUTAVOITTEET 2015

Maailmantaloudessa yleisen epävarmuuden ennakoidaan jatkuvan, ja se voi vaikuttaa kuluttajien ostokäyttäytymiseen kaikilla Marimekon markkina-alueilla.

Erityisesti Marimekolle tärkeällä kotimarkkinalla Suomessa vähittäiskaupan tilanne on pysynyt vaikeana. Kuluttajien heikentynyt luottamus, ostovoiman lasku ja työttömyyden lisääntyminen varjostavat Marimekon vuoden 2015 vähittäismyyntiä odotuksia sekä näkyvät jälleenmyyjien kasvaneena varovaisuutena täydentää varastojaan. Tammi-

syyskuussa vertailukelpoinen vähittäismyynti nousi 3 prosenttia outlet-myymlöiden ja verkkokaupan alennusvetoisen myynnin voimakkaan kasvun ansiosta toisella ja kolmannella neljänneksellä. Muissa myymälöissä vertailukelpoinen myynti laski 5 prosenttia. Katsauskauden päättymisen jälkeen vertailukelpoinen vähittäismyynti on kasvanut noin 6 prosenttia; muissa kuin outlet-myymlöissä myynti on laskenut noin 11 prosenttia. Syksyllä tapahtuvat muutokset Helsingin keskustan myymäläkentässä aiheuttavat vähittäismyynnin menetyksiä vuoden viimeisellä neljänneksellä: Syyskuussa Marimekko avasi oman myymälän Forumin uudistuneessa kauppakeskuksessa ja Suomenlippulaivamyymälä sulkeutui muuton ajaksi. Uusi lippulaivamyymälä avautuu marraskuun puolivälissä Mikonkadulle. Merkittäviä kertaluonteisia kampanjatoimituksia, jotka tukisivat tukkumyymiä vuoden 2014 tapaan, ei ole tiedossa loppuvuodeksi.

Aasian-Tyynenmeren alueella yhtiön toiseksi suurimpana markkinana on tärkeä rooli Marimekon kansainvälistymisessä, ja yhtiö näkee pitkällä aikavälillä kasvavaa kysyntää tuotteilleen tällä alueella. Viime vuosina uusina markkinoina ovat avautuneet Kiina, Hongkong ja Taiwan, ja Marimekko-myymlöiden lukumäärä alueella on yli kaksinkertaistunut lähes 50 myymälään. Vuonna 2015 uusina markkinoina on avattu Singapore ja Thaimaa (Bangkok). Australiassa näkymät ovat valoisat ja Marimekon vähittäismyynti on kehittynyt hyvin, jopa odotettua paremmin. Vaikka myynnin näissä maissa odotetaan kasvavan, niiden yhteenlaskettu osuus Marimekon liikevaihdosta on kuitenkin vielä suhteellisen pieni verrattuna Japaniin, joka on yhtiölle selvästi merkittävin yksittäinen maa tällä alueella. Euron vahvistuminen suhteessa jeniin ja viime vuoden keväällä voimaan tullut myyntiveron korotus ovat vaikuttaneet Marimekon Japanin-tukkumyymiin heikentävästi. Kuluvana vuonna ja lähivuosina myynnin Japaniin arvioidaan kehittyvän maltillisemmin kuin viime vuosina. Myynnin kasvupotentiaali Japanin markkinalla tulee enenevässä määrin perustumaan orgaaniseen kasvuun, jota pyritään edesauttamaan maan Marimekko-myymlöiden toiminnan kehittämisellä sekä yhtiön tuotevalikoimaan tehtävillä muutoksilla. Uusia myymälöitä avataan arviolta muutaman myymälän vuosivauhdilla. Tammi-syyskuussa tukkumyynti Japaniin laski 9 prosenttia, ja myös koko vuoden myynnin arvioidaan laskevan selvästi vuoteen 2014 verrattuna. Pääasiassa Japanin-myyynnin laskun johdosta koko markkina-alueen tukkumyynnin arvioidaan laskevan kuluvana vuonna vuoteen 2014 verrattuna.

USA:ssa talous on kokonaisuutena ollut kasvussa, mutta Marimekon vertailukelpoisen valuuttamääräisen vähittäis- ja tukkumyynnin arvioidaan Pohjois-Amerikassa laskevan vuonna 2015 tammi-syyskuun odotettua heikomman myynnin kehityksen perusteella. Vahvistuneen Yhdysvaltain dollarin myötä euromääräisen myynnin odotetaan silti kasvavan selvästi. Pohjois-Amerikan-toiminnan tappiollisuuden takia dollarin vahvistuminen vaikuttaa kuitenkin heikentävästi Marimekon liiketulokseen vuonna 2015. Beverly Hillsin myymälä suljettiin maaliskuussa, mikä aiheutti merkittäviä kustannuksia vuoden ensimmäisellä neljänneksellä. Lisenssituotot ovat kasvaneet markkina-alueella selvästi vuonna 2015 pohjoisamerikkalaisen yrityksen kanssa solmitun lisenssisopimuksen myötä. Vuoden viimeisellä neljänneksellä Pohjois-Amerikan markkina-alueelta ei ole odotettavissa merkittäviä lisenssituloja.

Myyntitodukset Skandinaviassa ovat maltilliset. Koko vuoden 2015 tukku- ja vähittäismyynnin arvioidaan laskevan.

EMEA:n markkina-alueella vuoden 2015 myyntiä kartuttavat toimitukset kahteen keväällä avattuun uuteen myymälään Dubaissa Arabiemiiriteissa sekä kasvaneet tukkutoimitukset muutamalle merkittävälle jälleenmyyjälle Belgiassa ja Ranskassa.

Vuonna 2015 laajentumisen pääpaino on ollut jälleenmyyjävetoisten Marimekko-myymlöiden avauksissa. Tavoitteena on avata yhteensä 10 - 20 uutta Marimekko-myymlää ja -shop-in-shopia. Näistä 1 - 3 olisi yhtiön omia myymälöitä. Tammi-syyskuussa avattiin 12 uutta myymälää ja shop-in-shopia, joista 2 oli omia myymälöitä.

Vuodeksi 2015 suunniteltujen markkinointitoimenpiteiden kustannusten arvioidaan olevan edellisvuotta suuremmat eli runsaat 5 miljoonaa euroa (4,7). Marimekko-konsernin kokonaisinvestointien arvioidaan olevan vuonna 2015 runsaat 3 miljoonaa euroa (2,1). Pääosa investoinneista kohdistuu uusien myymälätilojen rakentamiseen ja kalustehankintoihin sekä liiketoimintaa tukevien tietojärjestelmien kehittämiseen.

TALOUDELLINEN OHJEISTUS VUODEKSI 2015

Koko vuoden 2015 arvio on muuttumaton: Yleisten markkinanäkymien, yhtiön eri markkina-alueiden arvioidun myynnin kehityksen erityisesti Suomessa ja kasvutavoitteiden sekä muiden arvioidun tekijöiden perusteella Marimekko-konsernin liikevaihdon arvioidaan olevan vuoden 2014 tasolla tai laskevan. Liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä arvioidaan laskevan vuonna 2015 vuoteen 2014 verrattuna.

Helsingissä 5. marraskuuta 2015

Marimekko Oyj
Hallitus

OSAVUOSIKATSAUS 1.1. - 30.9.2015: TAULUKKO-OSA

Osavuositarkastuksessa esitetyt tiedot ovat tilintarkastamattomia. Tuhansiksi euroiksi pyöristettyjen lukujen yhteenlaskuissa saattaa esiintyä pyöristyseroja.

LIITTEET

Laadintaperiaatteet
Tunnuslukujen laskentakaavat
Konsernituloslaskelma ja laaja tuloslaskelma
Konsernitase
Konsernin rahavirtalaskelma
Laskelma konsernin oman pääoman muutoksista
Konsernin tunnuslukuja
Segmenttitiedot
Liikevaihto markkina-alueittain
Liikevaihto tuotelinjoittain
Liikevaihdon ja tuloksen kehitys vuosineljänneksittäin

LAADINTAPERIAATTEET

Tämä osavuositarkastus on laadittu IAS 34 Osavuositarkastukset -standardin mukaisesti. Marimekko on noudattanut tämän osavuositarkastuksen laatimisessa samoja laatimisperiaatteita kuin vuoden 2014 tilinpäätöksessään mutta kuitenkin siten, että yhtiö on ottanut tilikauden alussa käyttöön tiettyjä uusia ja uudistettuja IFRS-standardeja vuoden 2014 tilinpäätöksessä kuvatulla tavalla. Uusien ja uudistettujen standardien käyttöönotolla ei ole ollut vaikutusta tilikaudella esitettyihin lukuihin.

TUNNUSLUKUJEN LASKENTAKAAVAT

Tulos/osake (EPS), euroa:

$(\text{Voitto ennen veroja} - \text{tuloverot}) / \text{Osakkeiden lukumäärä (keskimäärin tilikauden aikana)}$

Oma pääoma/osake, euroa:

$\text{Oma pääoma} / \text{Osakkeiden lukumäärä 30.9.}$

Oman pääoman tuotto (ROE), %:

$(\text{Voitto ennen veroja} - \text{tuloverot}) \times 100 / \text{Oma pääoma (keskimäärin tilikauden aikana)}$

Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %:

$(\text{Voitto ennen veroja} + \text{korko- ja muut rahoituskulut}) \times 100 / (\text{Taseen loppusumma} - \text{korottomat velat (keskimäärin tilikauden aikana)})$

Omavaraisuusaste, %:

$\text{Oma pääoma} \times 100 / (\text{Taseen loppusumma} - \text{saadut ennakot})$

Nettovelkaantumisaste (gearing), %:

$\text{Korolliset nettovelat} \times 100 / \text{Oma pääoma}$

Nettokäyttöpääoma:

Vaihto-omaisuus + myyntisaamiset ja muut saamiset + tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset - ostovelat ja muut velat - tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat

KONSERNITULOSLASKELMA

(1 000 euroa)	7-9/2015	7-9/2014	1-9/2015	1-9/2014	1-12/2014
LIIKEVAIHTO	24 590	26 811	68 171	68 061	94 150
Liiketoiminnan muut tuotot	59	51	169	162	230
Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos	853	-395	1 041	336	-692
Aineiden ja tarvikkeiden käyttö	-9 816	-9 199	-25 123	-24 383	-32 767
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	-5 952	-5 555	-19 264	-18 724	-25 543
Poistot ja arvonalentumiset	-1 219	-1 050	-3 338	-3 208	-4 283
Liiketoiminnan muut kulut	-7 288	-5 788	-21 459	-18 597	-25 503
LIIKEVOITTO	1 228	4 875	197	3 646	5 592
Rahoitustuotot	3	328	23	374	252
Rahoituskulut	-268	-100	-409	-261	-360
	-264	228	-386	113	-108
TULOS ENNEN VEROJA	964	5 103	-189	3 759	5 485
Tuloverot	-353	-1 101	-206	-895	-1 370
TILIKAUDEN TULOS	611	4 002	-394	2 864	4 114
Tuloksen jakautuminen emoyhtiön osakkeenomistajille	611	4 002	-394	2 864	4 114
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tuloksesta laskettu laimentamaton ja laimennusvaikutuksella oikaistu osakekohtainen tulos, euroa	0,08	0,49	-0,05	0,35	0,51

LAAJA TULOSLASKELMA

(1 000 euroa)	7-9/2015	7-9/2014	1-9/2015	1-9/2014	1-12/2014
Tilikauden tulos	611	4 002	-394	2 864	4 114
Erät jotka voidaan siirtää myöhemmin tulosvaikutteiseksi					
Muuntoeron muutos	45	-176	172	-185	-36
TILIKAUDEN LAAJA TULOS	656	3 826	-222	2 679	4 078
Tuloksen jakautuminen emoyhtiön osakkeenomistajille	656	3 826	-222	2 679	4 078

KONSERNITASE

(1 000 euroa)	30.9.2015	30.9.2014	31.12.2014
VARAT			
PITKÄAIKAISET VARAT			
Aineettomat hyödykkeet	2 221	1 469	1 561
Aineelliset hyödykkeet*	14 718	17 187	16 702
Myytavissä olevat rahoitusvarat	16	16	16
	16 955	18 672	18 279
LYHYTAIKAISET VARAT			
Vaihto-omaisuus	18 948	18 423	17 558
Myyntisaamiset ja muut saamiset	7 974	8 967	7 286
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	110	-	-
Rahavarat	3 586	2 706	4 079
	30 618	30 096	28 924
VARAT YHTEENSÄ	47 573	48 768	47 203
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
EMOYHTIÖN OMISTAJILLE KUULUVA OMA PÄÄOMA			
Osakepääoma	8 040	8 040	8 040
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	502	502	502
Muuntoerot	98	-223	-74
Kertyneet voittovarot	17 352	19 327	20 577
Oma pääoma yhteensä	25 992	27 646	29 045
PITKÄAIKAISET VELAT			
Laskennalliset verovelat	62	60	4
Varaukset	190	190	190
Rahoitusvelat	7 176	4 943	3 696
Rahoitusleasingvelat	3 272	3 276	3 261
	10 700	8 469	7 150
LYHYTAIKAISET VELAT			
Ostovelat ja muut velat	10 626	9 071	10 053
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat		418	778
Rahoitusvelat	-	3 000	-
Rahoitusleasingvelat	255	164	176
	10 880	12 654	11 008
Velat yhteensä	21 581	21 122	18 158
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	47 573	48 768	47 203

*Katsauskauden lopussa aineellisiin hyödykkeisiin sisältyi rahoitusleasingisopimuksella vuokralle otettuja hyödykkeitä 3 354 tuhatta euroa (30.9.2014: 3 312, 31.12.2014: 3 298).

Konsernilla ei ole vastuita johdannaissopimuksista eikä johdon ja osakkaiden puolesta ole annettu pantteja eikä muita vastuusitoumuksia.

KONSERNIN RAHAVIRTALASKELMA

(1 000 euroa)	1-9/2015	1-9/2014	1-12/2014
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA			
Tilikauden tulos	-394	2 864	4 114
Oikaisut			
Poistot ja arvonalentumiset	3 338	3 208	4 283
Muut liiketoimet, joihin ei liity maksutapahtumaa		89	89
Rahoitustuotot ja -kulut	386	-113	108
Verot	206	895	1 370
Rahavirta ennen käyttö pääoman muutosta	3 535	6 943	9 965
Käyttöpääoman muutos	-2 435	-2 764	45
Lyhytaikaisten korottomien liikesaamisten lisäys (-) / vähennys (+)	-897	-1 811	-460
Vaihto-omaisuuden lisäys (-) / vähennys (+)	-1 390	-317	547
Lyhytaikaisten korottomien velkojen lisäys (+) / vähennys (-)	-148	-636	-42
Liiketoiminnan rahavirta ennen rahoituseriä ja veroja	1 100	4 179	10 010
Maksetut korot ja maksut muista liiketoiminnan rahoituskuluista	-221	-260	-360
Saadut korot	23	23	45
Maksetut verot	-156	-397	156
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA	746	3 545	9 851
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA			
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin	-1 685	-1 424	-2 063
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA	-1 685	-1 424	-2 063
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA			
Lyhytaikaisten lainojen nostot		3 000	-
Pitkäaikaisten lainojen nostot	3 481		-
Pitkäaikaisten lainojen maksut		-3 291	-4 538
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-203	-102	-150
Maksetut osingot	-2 831	-2 022	-2 022
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA	446	-2 415	-6 710
Rahavarojen muutos	-493	-295	1 078
Rahavarat kauden alussa	4 079	3 001	3 001
Rahavarat kauden lopussa	3 586	2 706	4 079

LASKELMA KONSERNIN OMAN PÄÄOMAN MUUTOKSISTA

(1 000 euroa)	Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma				
	Osake- pääoma	Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	Muuntoerot	Kertyneet voittovarot	Oma pääoma yhteensä
Oma pääoma 1.1.2014	8 040	502	-38	18 485	26 989
Laaja tulos					
Tilikauden tulos				2 864	2 864
Muuntoerot			-185		-185
Tilikauden laaja tulos yhteensä			-185	2 864	2 679
Liiketoimet omistajien kanssa					
Osingonjako				-2 022	-2 022
Oma pääoma 30.9.2014	8 040	502	-223	19 327	27 646
Oma pääoma 1.1.2015	8 040	502	-74	20 577	29 045
Laaja tulos					
Tilikauden tulos				-394	-394
Muuntoerot			172		172
Tilikauden laaja tulos yhteensä			172	-394	-222
Liiketoimet omistajien kanssa					
Osingonjako				-2 831	-2 831
Oma pääoma 30.9.2015	8 040	502	98	17 352	25 992

TUNNUSLUKUJA

	1-9/2015	1-9/2014	Muutos, %	1-12/2014
Tulos/osake, euroa	-0,05	0,35	-114	0,51
Oma pääoma/osake, euroa	3,21	3,42	-6	3,59
Oman pääoman tuotto (ROE), %	-1,9	14,0		14,7
Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %	0,1	13,8		15,6
Omavaraisuusaste, %	54,7	56,8		61,6
Nettovelkaantumisaste (gearing), %	27,4	31,4		10,5
Bruttoinvestoinnit, 1 000 euroa	1 685	1 424	18	2 063
Bruttoinvestoinnit, % liikevaihdosta	2	2		2
Vastuusitoumukset, 1 000 euroa	36 099	35 041	3	34 310
Henkilöstö keskimäärin	460	473	-3	473
Henkilöstö kauden lopussa	444	456	-3	479
Osakkeiden lukumäärä kauden lopussa	8 089 610	8 089 610		8 089 610
Liikkeessä olevien osakkeiden määrä keskimäärin	8 089 610	8 089 610		8 089 610

SEGMENTTITIEDOT

(1 000 euroa)	1-9/2015	1-9/2014	Muutos, %	1-12/2014
Marimekko-liiketoiminta				
Liikevaihto	68 171	68 061	0	94 150
Liikevoitto	197	3 646	-95	5 592
Varat	47 573	48 768	-2	47 203

LIIKEVAIHTO MARKKINA-ALUEITTAIN

(1 000 euroa)			Muutos, %				Muutos, %		
	7-9/2015	7-9/2014	Muutos, %	% valuu- tassa	1-9/2015	1-9/2014	Muutos, %	valuu- tassa	1-12/2014
Suomi	13 966	15 203	-8	-8	36 750	37 196	-1	-1	52 034
Vähittäismyynti	10 230	9 809	4	4	26 314	24 812	6	6	35 363
Tukkumyynti	3 649	5 290	-31	-31	10 171	12 108	-16	-16	16 245
Lisenssituotot	87	103	-16	-16	264	276	-4	-4	425
Skandinavia	1 853	2 365	-22	-18	5 645	6 248	-10	-6	8 452
Vähittäismyynti	1 218	1 374	-11	-8	3 540	3 767	-6	-3	5 151
Tukkumyynti	635	990	-36	-34	2 105	2 481	-15	-12	3 301
Lisenssituotot	0	0			0	0			0
EMEA	1 611	2 080	-23	-23	6 024	5 819	4	4	7 554
Vähittäismyynti	245	379	-35	-35	857	1 096	-22	-22	1 509
Tukkumyynti	1 299	1 664	-22	-22	5 029	4 611	9	9	5 882
Lisenssituotot	67	37	78	78	138	111	24	24	162
Pohjois-Amerikka	2 404	2 201	9	-7	6 561	5 752	14	-5	8 584
Vähittäismyynti	1 351	1 579	-14	-27	4 161	4 221	-1	-19	5 983
Tukkumyynti	652	552	18	-1	1 549	1 336	16	-3	1 957
Lisenssituotot	401	70			852	195			644
Aasian- Tyynenmeren alue	4 755	4 963	-4	-8	13 191	13 046	1	0	17 527
Vähittäismyynti	587	530	11	22	2 023	1 546	31	30	2 675
Tukkumyynti	4 168	4 432	-6	-13	11 168	11 496	-3	-6	14 847
Lisenssituotot	0	0			0	5	-100		5
Kansainvälinen myynti yhteensä	10 623	11 608	-8	-17	31 421	30 864	2	-5	42 116
Vähittäismyynti	3 401	3 862	-12	-10	10 581	10 630	0	-4	15 318
Tukkumyynti	6 755	7 638	-12	-25	19 851	19 923	0	-8	25 987
Lisenssituotot	467	107			989	311			811
Yhteensä	24 590	26 811	-8	-15	68 171	68 061	0	-4	94 150
Vähittäismyynti	13 632	13 672	0	-5	36 895	35 442	4	0	50 682
Tukkumyynti	10 404	12 929	-20	-29	30 022	32 031	-6	-11	42 232
Lisenssituotot	554	211	163	180	1 254	587	113	112	1 237

Taulukon yksittäiset luvut ja loppusummat on pyöristetty tuhansiksi euroiksi, mistä syystä yhteenlaskuissa saattaa esiintyä pyöristyseroja.

LIKEVAIHTO TUOTELINJOITTAIN

(1 000 euroa)	7-9/ 2015	7-9/ 2014	Muutos, %	1-9/ 2015	1-9/ 2014	Muutos, %	1-12/2014
Muoti	10 414	10 031	4	28 573	26 665	7	36 256
Kodintuotteet	8 286	10 509	-21	23 517	26 529	-11	37 703
Laukut & asusteet	5 890	6 271	-6	16 081	14 867	8	20 191
YHTEENSÄ	24 590	26 811	-8	68 171	68 061	0	94 150

LIKEVAIHDON JA TULOKSEN KEHITYS VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN

(1 000 euroa)	7-9/2015	4-6/2015	1-3/2015	10-12/2014
Liikevaihto	24 590	23 446	20 135	26 089
Liiketulos	1 228	294	-1 325	1 946
Tulos/osake, euroa	0,08	0,01	-0,14	0,15

(1 000 euroa)	7-9/2014	4-6/2014	1-3/2014	10-12/2013
Liikevaihto	26 811	21 874	19 376	25 465
Liiketulos	4 875	519	-1 748	-565
Tulos/osake, euroa	0,49	0,05	-0,19	-0,07