

marimekko®

Osavuosisikatsaus 1-9/2011

Mika Ihamuotila

10.11.2011

Agenda

- 1) Keskeiset tapahtumat ja projektit:**
Kolme uutta Marimekko-myymälää avautui Euroopassa ja Yhdysvalloissa
Uusi painokone vihittiin käyttöön

- 2) Myynti:**
Markkinatilanteeseen nähden hyvä kasvu liikevaihdossa
Kansainvälinen myynti ja brändimyynti nousivat erittäin hyvin
Myynti Suomessa laskee aavistuksen

- 3) Tulos:**
Huomattavat panostukset kansainvälistymiseen heikensivät tulosta odotetusti
Henkilöstö- ja markkinointikulut kasvoivat
Raaka-ainekustannusten ja yleisen kustannustason nousu

- 4) Näkymät ja tilikauden jälkeiset tapahtumat:**
Koko vuoden 2011 arvio on muuttumaton
Lippulaivamyymälä New Yorkissa avautui lokakuun alussa, lisäksi kuusi uutta myymäläavausta loppuvuonna
Kevään/kesän 2012 vaatemallisto esiteltiin Tokiossa ja Helsingissä



Kauden tapahtumia

Kaksi uutta omaa myymälää avautui Kööpenhaminassa ja Tukholmassa.

Bostonissa avattiin uusi Marimekko-shop-in-shop Crate and Barrelin tavaratalossa.

Uusi painokone vihittiin käyttöön.



Kuva: Amanda Hestehave

Kööpenhaminan lentokenttä

marimekko®



Kuva: Carl Hjelte

Tukholma

marimekko®



Boston (C&B)

marimekko®



Kuva: Toni Rosvall

Uusi painokone käynnistettiin syyskuussa

marimekko®



Kuva: Toni Rosvall

Markkinakatsaus



Maailmantaloudessa yleinen epävarmuus on lisääntynyt selvästi sekä USA:n että Euroopan kriisimaiden, etenkin Kreikan, kärjistyneen valtionvelkatilanteen vuoksi.

Suomessa kuluttajien luottamus on heikentynyt melko voimakkaasti, kun arviot Suomen talouskehityksestä ovat synkentyneet selvästi.

Epävarmuudella voi olla vaikutusta kuluttajien ostokäyttäytymiseen ja ostovoimaan kaikilla Marimekon markkina-alueilla.

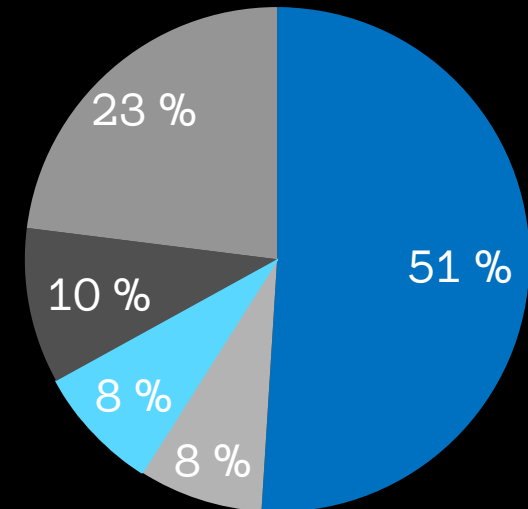
Brändimyynti kasvoi hyvin

Tammi-syyskuussa 2011 brändimyynti* kasvoi 17 % ja oli 121 milj. euroa (104 milj. euroa). 49 % (46 %) myynnistä kertyi ulkomailta.

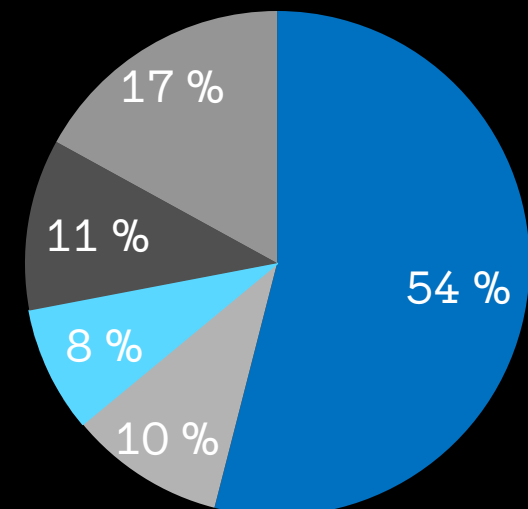
	(1 000 euroa)	1-9/2011	1-9/2010	Muutos, %
	Suomi	62 077	56 204	10,4
	Skandinavia	9 436	10 110	-6,7
	Keski- ja Etelä-Eurooppa	9 942	8 349	19,1
	Pohjois-Amerikka	11 793	11 291	4,4
	Aasian-Tyynenmeren alue	27 901	17 839	56,4
	YHTEENSÄ	121 149	103 793	16,7

* 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.

1-9/2011



1-9/2010

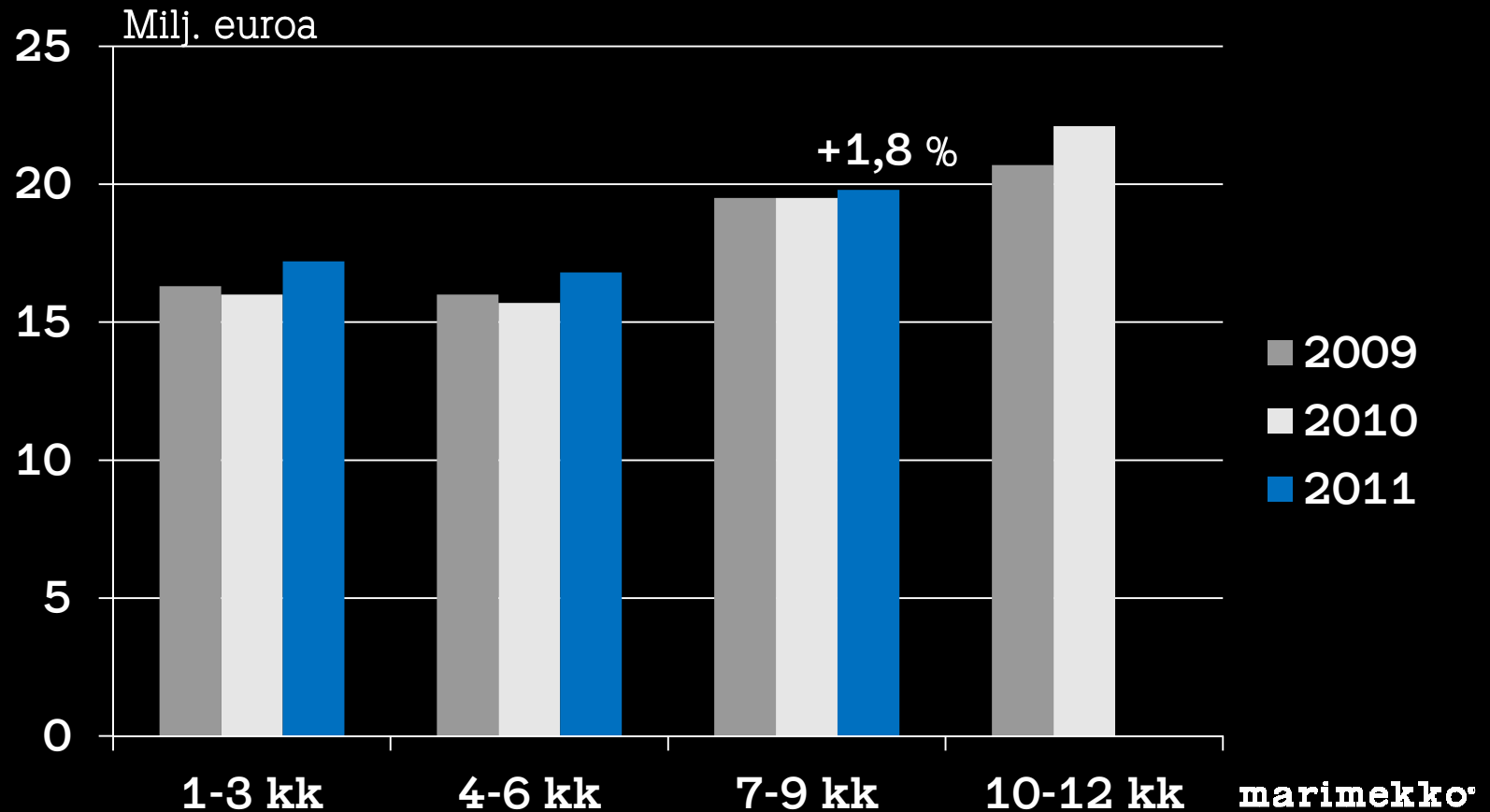


Liikevaihto nousi kansainvälisen myynnin vetämänä

Liikevaihto kasvoi 5 % tammi-syyskuussa 2011 ja oli 54 milj. euroa (51 milj. euroa).

Kansainvälinen myynti +22 %. Voimakasta myynninkasvua Aasian-Tyynenmeren alueella sekä Keski- ja Etelä-Euroopassa.

Suomi -3 %. Lasku johtui jälleenmyyntikentässä tapahtuneista jakelustrategian mukaisista muutoksista ja pienentyneistä kampanjatoimituksista.



Liikevaihto markkina-alueittain

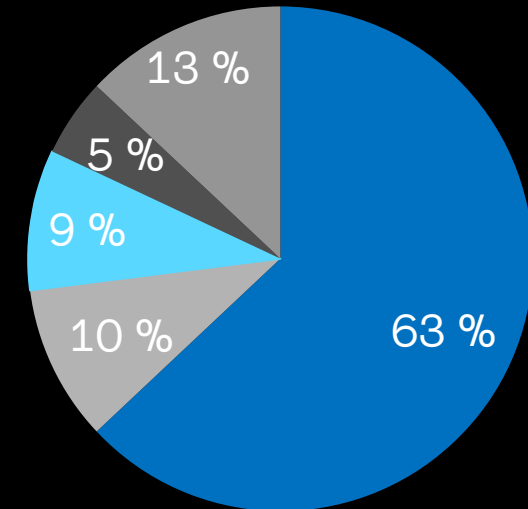
Suomi -3 %: vähittäismyynti +2 %, tukkumyynti -11 %. Vähittäismyyntin kasvua hidastivat edellisvuonna toteutetut myyntipinta-alan muutokset Helsingin myymälöissä. Tukkumyyntin laskun aiheuttivat muutokset jälleenmyyntikentässä ja vähentyneet kampanjatoimitukset. Ilman näitä tekijöitä myynti olisi kasvanut noin 2 %.

Myynti kasvoi voimakkaasti Aasian-Tyynenmeren alueella, +54 %, ja Keski- ja Etelä-Euroopassa, +27 %, pääasiassa tukkumyyntin hyvän kehityksen ansiosta. Myös uudet myymälät lisäsivät myyntiä. Aasian-Tyynenmeren alue on noussut yhtiön toiseksi suurimmaksi markkinaksi, ohi Skandinavian.

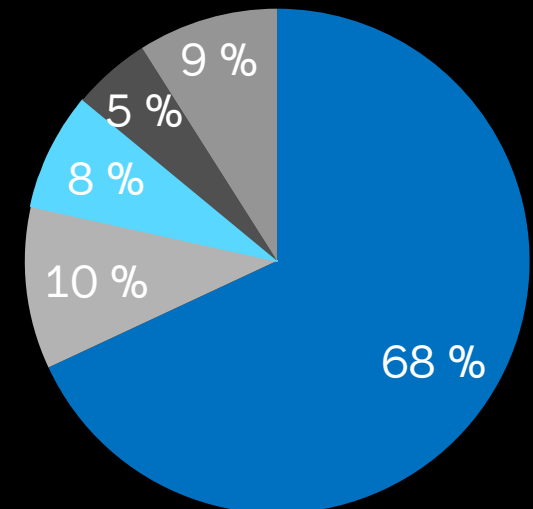
Pohjois-Amerikka +6 %. Laskutusvaluutassa mitattuna (pääosin Yhdysvaltain dollari) kasvua noin 11 %.

	(1 000 euroa)	1-9/2011	1-9/2010	Muutos, %
Suomi		34 154	35 072	-2,6
Skandinavia		5 294	5 284	0,2
Keski- ja Etelä-Eurooppa		4 866	3 827	27,1
Pohjois-Amerikka		2 835	2 679	5,8
Aasian-Tyynenmeren alue		6 712	4 361	53,9
YHTEENSÄ		53 861	51 223	5,2

1-9/2011



1-9/2010



Liikevaihto tuotelinjoittain

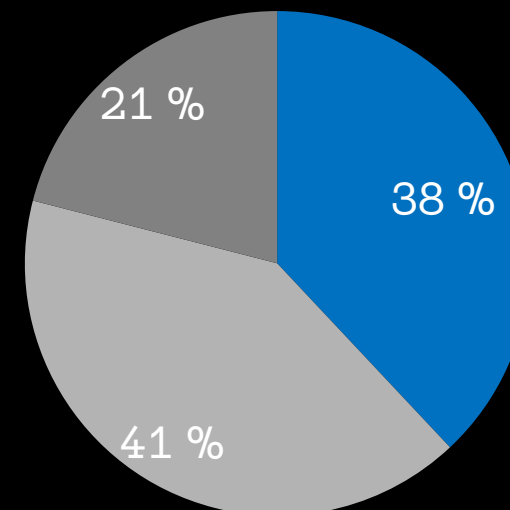
Myynti kasvoi kaikilla tuotelinjoilla.

Erityisen voimakasta oli vaatemyynnin kasvu Aasian-Tyynenmeren alueella uusien mallistojen saaman positiivisen vastaanoton ansiosta.

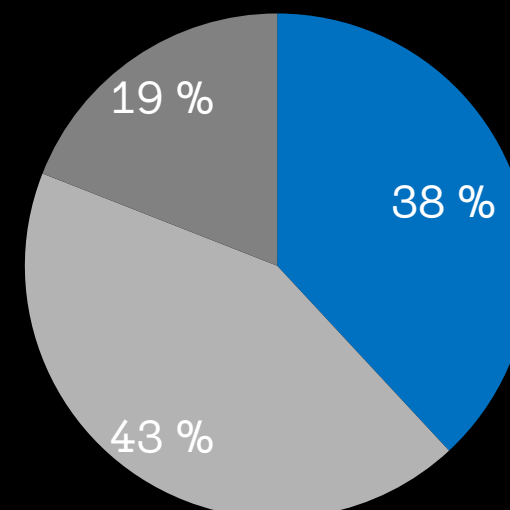
Myös laukkujen myynti kasvoi erittäin hyvin.

	(1 000 euroa)	1-9/2011	1-9/2010	Muutos, %
Vaatetus		20 534	19 387	5,9
Sisustus		22 289	21 919	1,7
Laukut		11 038	9 917	11,3
YHTEENSÄ		53 861	51 223	5,2

1-9/2011

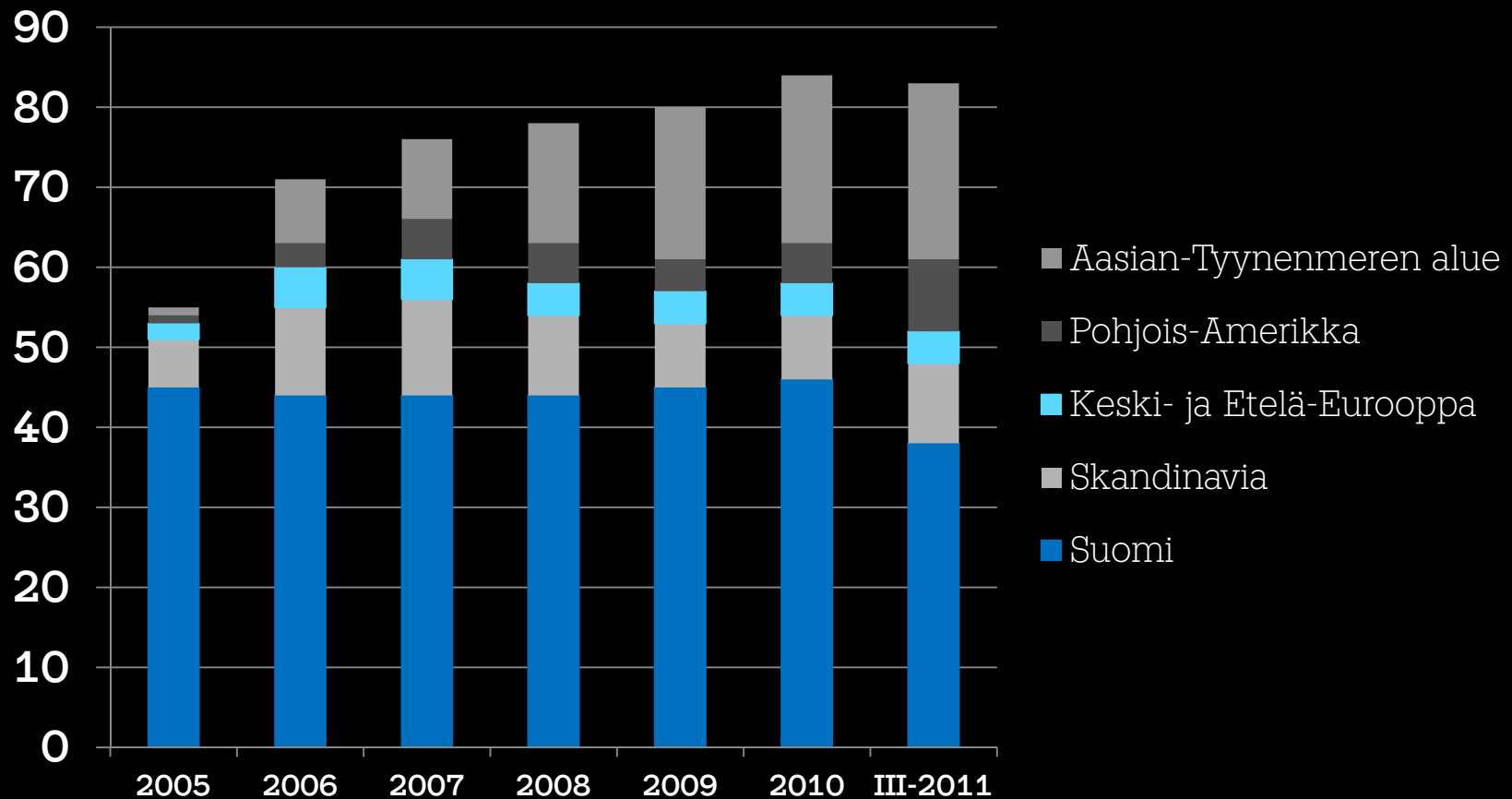


1-9/2010



Marimekko-myymälät & shop-in-shopit

83 (81) myymälää ja & shop-in-shopia* syyskuun 2011 lopussa.

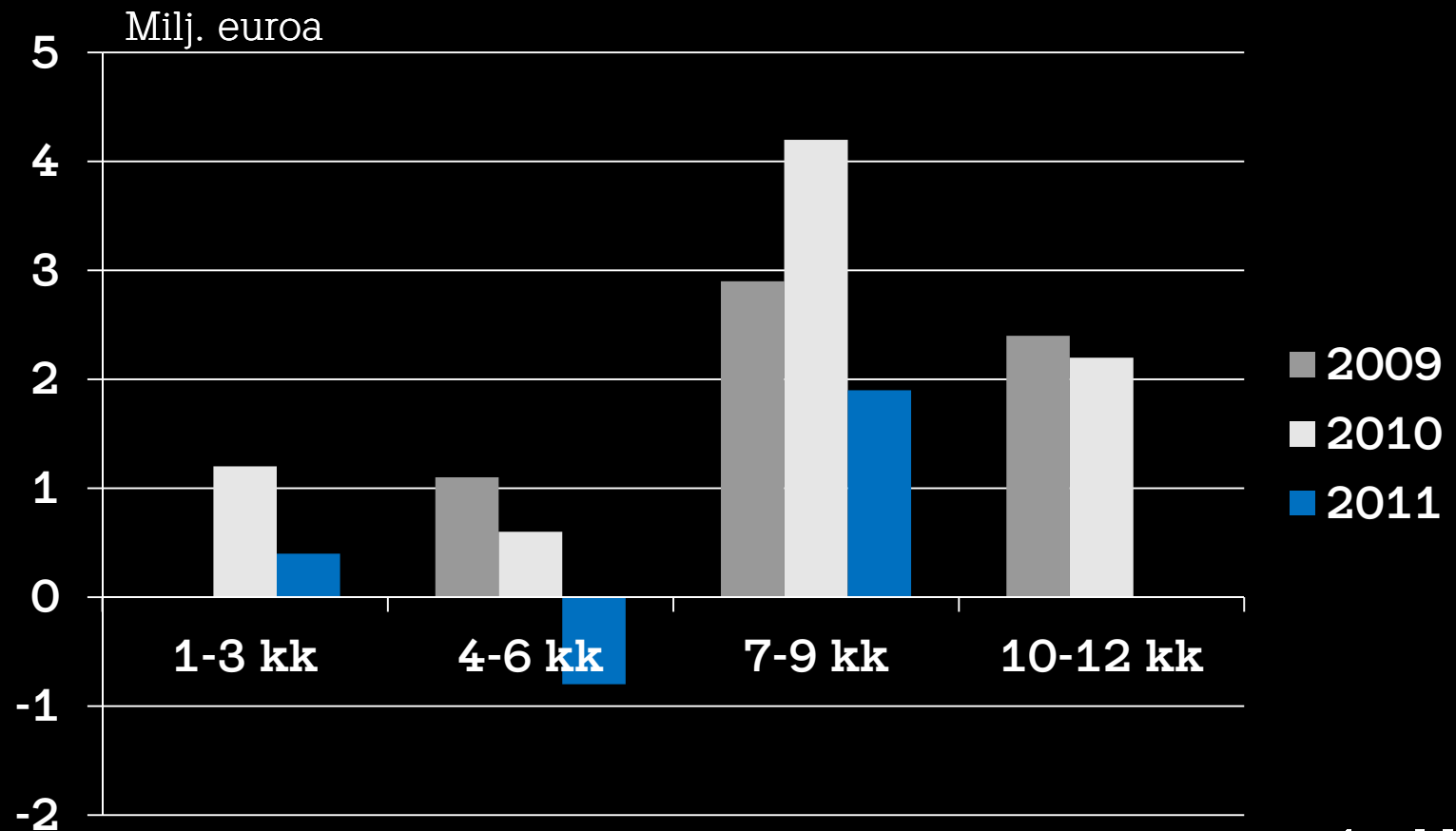


*Sisältää Marimekon omat vähittäismyymälät, jälleenmyyjäomisteiset Marimekko-myymälät (ent. konseptimyymälät) sekä yli 30 m²:n suuruiset shop-in-shopit. Omia vähittäismyymälöitä oli 30 (25). Kokonaisluvun lasku heinä-syyskuussa 2011 johtuu jakelustrategian mukaisista muutoksista jälleenmyyntikentässä Suomessa. Myymälämuutoksista kerrotaan tarkemmin osavuositarkastuksen kohdassa liiketoimintakatsaukset.

Liiketulos laski odotetusti

Tammi-syyskuussa 2011 liikevoitto oli 1,9 milj. euroa

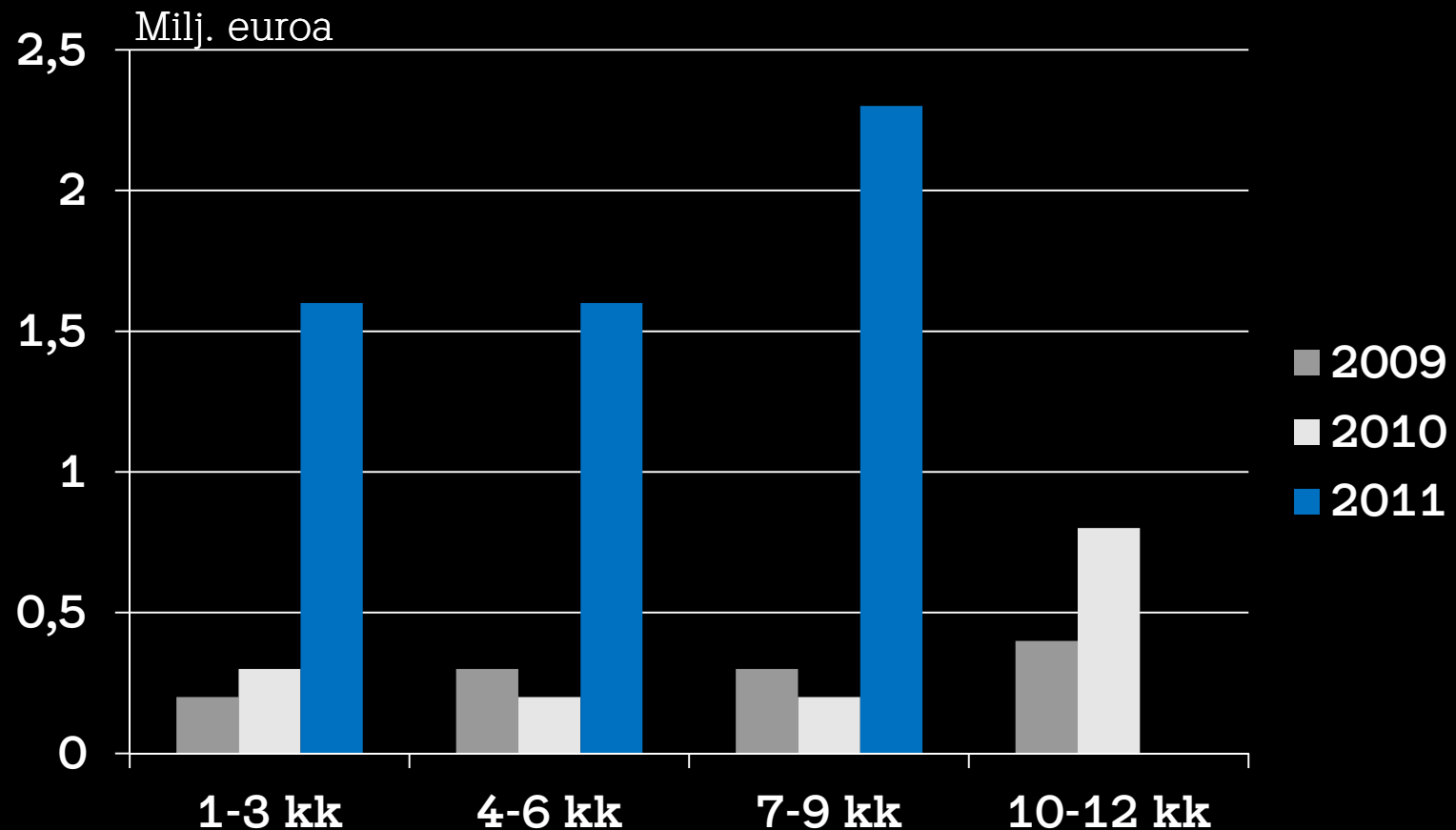
Tulosta rasittivat huomattavat panostukset kansainvälistymiseen etenkin Yhdysvalloissa. Kasvaneet henkilöstö- ja markkinointikulut sekä kohonneet raaka-ainekustannukset ja yleisen kustannustason nousu heikensivät myös kannattavuutta. Markkinointikulut olivat merkittävästi suuremmat kuin vertailukaudella. Vertailukauden kulut olivat poikkeuksellisen alhaiset ja myymäläavaukset sekä yhtiön juhluvuosi lisäsivät markkinointikuluja.



Poikkeuksellisen suuret investoinnit

Tammi-syyskuussa 2011 investoinnit 5,5 milj. euroa (0,7 milj. euroa) eli 10 % (1 %) liikevaihdosta.

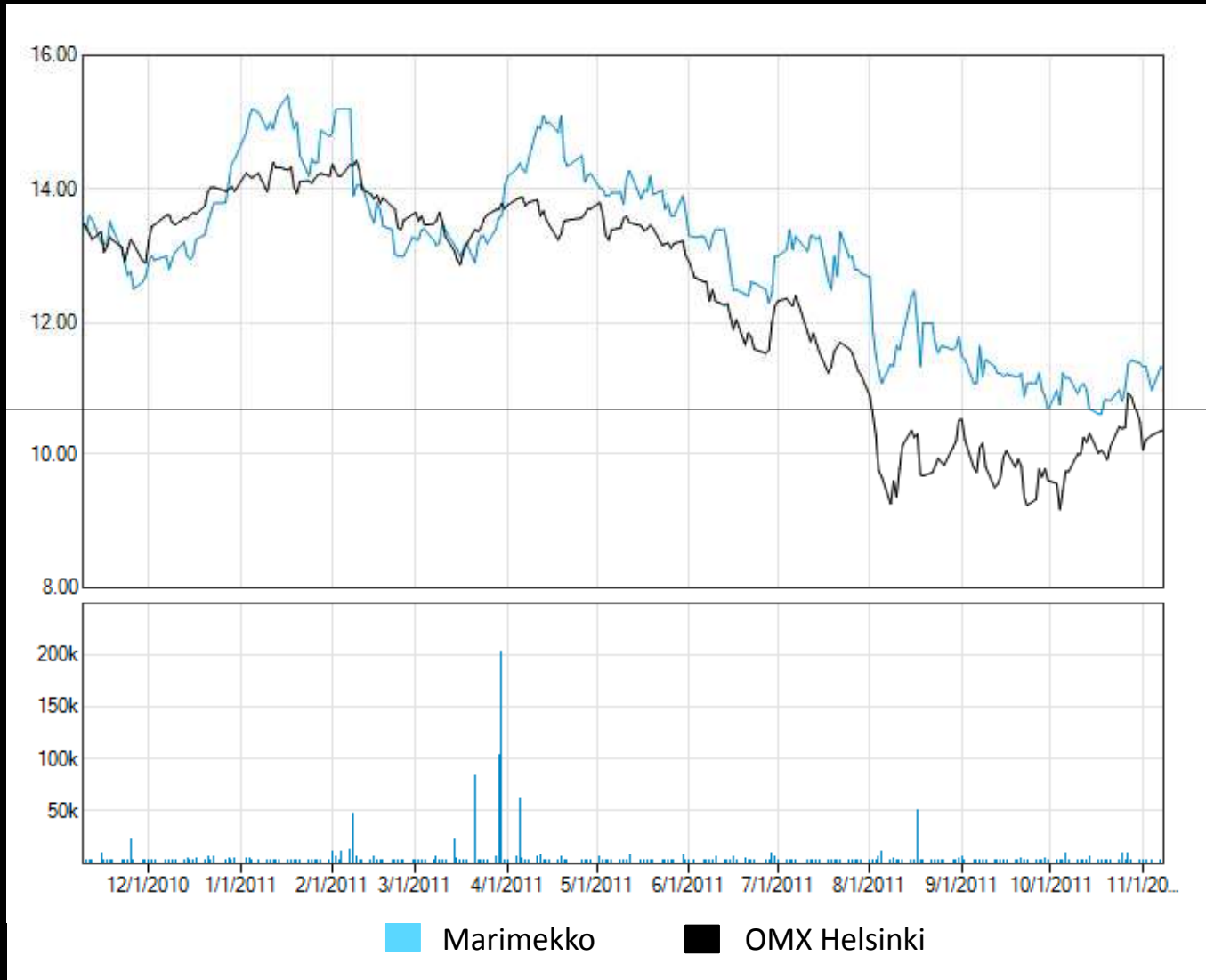
Kohdistuivat pääosin: verkkokauppahanke, uusien myymälätilojen rakentaminen ja kalustehankinnat, uusi painokone sekä tietojärjestelmähankinnat.



Avainluvut

	1-9/2011	1-9/2010	Muutos, %	1-12/2010
Liikevaihto, 1 000 euroa	53 861	51 223	5,2	73 297
Liikevoitto, 1 000 euroa	1 883	5 981	-68,5	8 169
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä, 1 000 euroa	2 052	5 981	-65,7	8 169
Kauden voitto, 1 000 euroa	1 415	4 421	-68,0	6 072
Tulos/osake, euroa	0,18	0,55	-67,3	0,76
Liiketoiminnan rahavirta, 1 000 euroa	-1 816	922		4 559
Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %	7,2	24,8		25,0
Omavaraisuusaste, %	65,5	80,4		78,8
Brändimyynti, 1 000 euroa	121 149	103 793	16,7	149 717

Osakekurssi 12 kk



Näkymät

Yhtiön osavuositarkastuksessaan 17.8.2011 antama koko vuoden 2011 arvio on muuttumaton: Marimekko-konsernin liikevaihdon kasvun arvioidaan olevan annetun vaihteluvälin (noin 5-10 %) alalaidassa, lähellä 5 %:a, ja liikevoiton heikkenemisen annetun vaihteluvälin (noin 40-60 %) ylälaidassa, noin 50-60 % edellisvuoteen verrattuna.



Tapahtumia kauden jälkeen

Marimekon lippulaivamyymälä avautui New Yorkin Fifth Avenuella.

Uusi Marimekko-shop-in-shop avautui Miamin alueella.

Yhtiön ensimmäinen oma myymälä avautui Oslossa.

Neljä uutta myymälää Suomeen.

Kevät/kesä 2012 vaatemallisto esiteltiin Tokiossa ja Helsingissä.



New Yorkin lippulaivamyymälä

marimekko®



BÖKARS REVIVAL
In Celebration of Marimekko's 60th anniversary
PHOTOGRAPHS BY ERIKA HIRVI

New Yorkin lippulaivamyymälä

marimekko®



Kuva: Neilson Barnard

New Yorkin lippulaivamyymälä

marimekko®



Kuva: Neilson Barnard

Marimekon värit ja kuosit Madison Square Parkissa

marimekko®



Kuva: Even Knudsen

Ensimmäinen oma myymälä Oslolla

marimekko®



Miami (C&B)

marimekko®



**Muotinäytös Tokiossa,
kevät/kesä 2012 vaatemallistoa**

marimekko®



**Muotinäytös Helsingissä,
kevät/kesä 2012 vaatemallistoa**

marimekko®