

Osavuosisikatsaus 1-9/2013

Mika Ihamuotila

7.11.2013

Agenda

1) **Kauden tapahtumat:**

Vuoden kolmannella neljänneksellä aukesi 14 Marimekko-myymälää, joista 13 Suomen ulkopuolella.

2) **Liikevaihto**

Liikevaihdon kasvu jatkui: liikevaihto kasvoi 9 % ja kansainvälinen myynti 20 %.

3) **Tulos:**

Liikevoittoa paransivat tukkumyynnin kasvu Aasian-Tyynenmeren alueella ja Suomessa sekä omien kotimaanmyymälöiden kannattavuuden koheneminen vertailukelpoisen myynnin laskusta huolimatta. Liikevoittoa heikensivät lanseerausvaiheessa olevien Yhdysvaltain-myymälöiden tappiollinen tulos sekä tukkumyynnin lasku Skandinaviassa, Keski- ja Etelä-Euroopassa ja Pohjois-Amerikassa.

4) **Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet sekä taloudellinen ohjeistus:**

Laajentumisen pääpaino kuluvana vuonna on jälleenmyyjäomisteisten Marimekko-myymälöiden ja -shop-in-shopien avauksilla. Vuonna 2013 avautuu 34 Marimekko-myymälää ja -shop-in-shopia, joista 6 on yhtiön omia.

Koko vuoden 2013 liikevaihto- ja liikevoittoarvio on muuttumaton.



Heinä-syyskuun 2013 tapahtumia

14 uutta Marimekko-myymälää avautui, 13 Suomen ulkopuolella.

Suomessa jälleenmyyjäomisteinen myymälä aukesi Hämeenlinnassa.

Tanskassa avautui yhtiön oma myymälä Kööpenhaminassa ja shop-in-shop Lyngbyssä.

Kanadassa aukesi kuusi ja Yhdysvalloissa yksi shop-in-shop.

Kiinan myymäläverkosto vahvistui jälleenmyyjäomisteisella myymälällä Shanghaissa. Japanissa avautui kaksi Marimekko-myymälää: Kagoshimassa ja Tokiossa. Etelä-Koreaan avautui toinen myymälä Soulin lähistölle.



Marimekon näytös Kööpenhaminan muotiviikolla elokuussa 2013.



Hämeenlinna.

marimekko®



Kööpenhamina, Tanska.

marimekko®



Shop-in-shop Lyngby, Tanska.



Kuusi shop-in-shopia Kanadassa ja yksi Yhdysvalloissa.



Kagoshima, Japani.

marimekko®



Shanghai, Kiina.

marimekko®



Pangyo lähellä Soulia, Etelä-Korea.








Shop-in-shop Tokio, Japan.

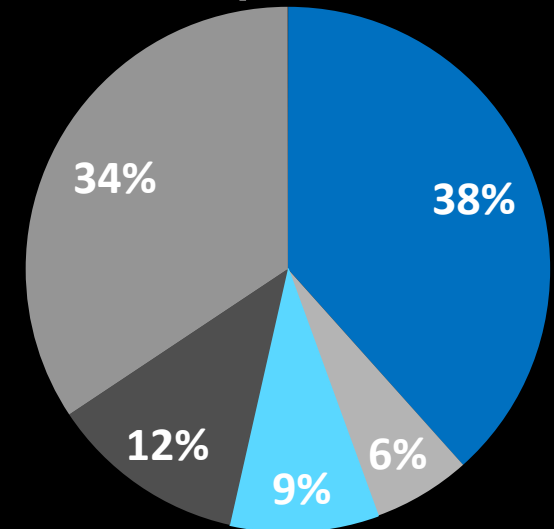
marimekko®

Brändimyynti

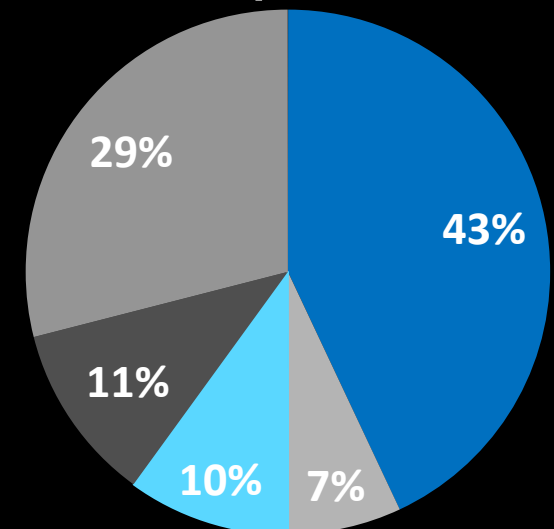
Tammi-syyskuussa 2013 brändimyynti kasvoi 5 % ja oli 139,6 milj. euroa (132,8). 62 % myynnistä kertyi ulkomailta (57).

	(EUR 1 000)	1-9/2013	1-9/2012	Muutos,%
	Suomi	52 992	57 063	-7
	Skandinavia	8 933	9 498	-6
	Keski- ja Etelä-Eurooppa	12 927	12 835	1
	Pohjois-Amerikka	17 271	15 135	14
	Aasian-Tyynenmeren alue	47 489	38 237	24
	YHTEENSÄ	139 612	132 768	5

1-9/2013



1-9/2012



*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 arvonnalisäveroa. Tunnuslukua ei tilintarkasteta.

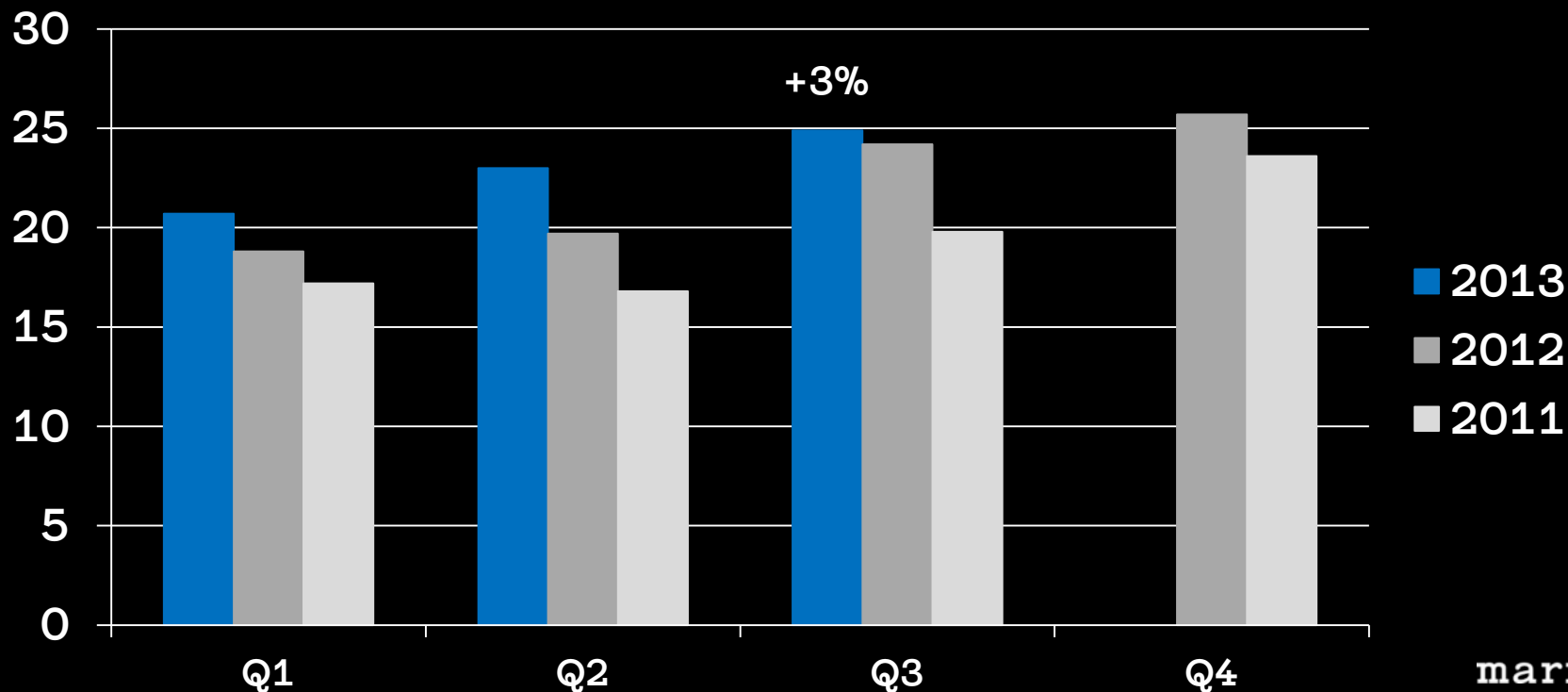
Liikevaihto

Vuoden kolmannella neljänneksellä liikevaihto kasvoi 3 % ja oli 24,9 milj. euroa (24,2). Kansainvälinen myynti +7 %.






Tammi-syyskuussa liikevaihto kasvoi 9 % ja oli 68,5 milj. euroa (62,7). Kansainvälinen myynti +20 %.

Liikevaihto kasvoi etenkin Pohjois-Amerikassa ja Aasian-Tyynenmeren alueella katsauskaudella ja vuonna 2012 avautuneiden myymälöiden ansiosta.

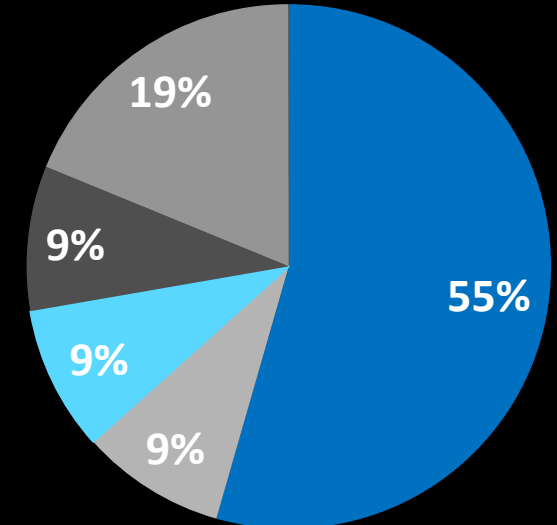
Milj. euroa



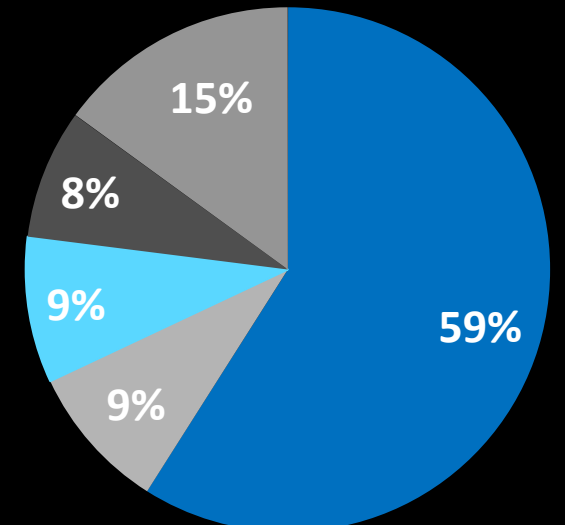
Liikevaihto markkina-alueittain

	(1 000 euroa)	1-9/2013	1-9/2012	Muutos,%
	Suomi	37 454	36 789	2
	Skandinavia	5 858	5 793	1
	Keski- ja Etelä-Eurooppa	5 915	5 908	0
	Pohjois-Amerikka	6 352	4 934	29
	Aasian-Tyynenmeren alue	12 963	9 299	39
	YHTEENSÄ	68 542	62 723	9

1-9/2013



1-9/2012



Liikevaihto markkina-alueittain tammi-syyskuussa 2013

Suomessa liikevaihto kasvoi 2 %. Vähittäismyynti +6 %; tukkumyynti -5 %. Myyntiä kasvattivat vuoden 2012 aikana avatut kolme omaa myymälää sekä kuluvan vuoden toisella neljänneksellä avatut kaksi omaa myymälää. Vertailukelpoinen myynti omissa myymälöissä laski 5 %. Vuoden kolmannella neljänneksellä kuluttajien ostokäyttäytyminen muuttui entistä varovaisemmaksi.

Skandinaviassa myynti kasvoi 1 %. Vähittäismyynti +29 %; tukkumyynti -18 %. Vähittäismyyntiä kasvattivat Ruotsissa vuonna 2012 avatut kaksi omaa myymälää, verkkokaupan laajentuminen Ruotsiin sekä vuoden 2013 kesäkuussa Ruotsissa ja elokuussa Tanskassa avatut omat myymälät. Vertailukelpoinen myynnin kasvu omissa myymälöissä oli 6 %. Kuluttajien ostokäyttäytyminen jatkui varovaisena etenkin Ruotsissa ja Tanskassa, mikä vaikutti erityisesti tukkumyyntiin.

Keski- ja Etelä-Euroopassa liikevaihto pysyi edellisvuoden tasolla: vähittäismyynti -10 %; tukkumyynti +3 %. Myynti kasvoi Italiassa ja Sveitsissä, mutta laski Isossa-Britanniassa, Hollannissa ja Saksassa.

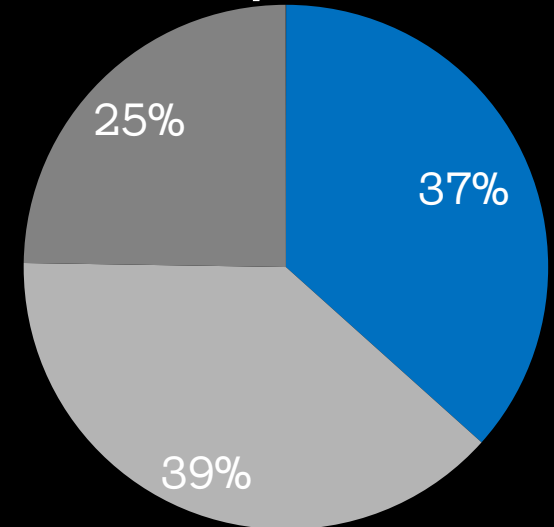
Pohjois-Amerikassa tammi-syyskuun liikevaihto kasvoi 29 %. Vähittäismyynti +74 %; tukkumyynti -10 %. Liikevaihdon kasvu tuli Yhdysvalloissa vuoden 2012 jälkipuoliskolla avatuista neljästä omasta myymälästä.

Liikevaihto Aasian-Tyynenmeren alueella kasvoi tammi-syyskuussa 39 %. Tukkumyynti kasvoi 23 %. Tukkumyyntiä paransivat vuonna 2012 avatut kaksi myymälää Japanissa, Hongkongissa auennut myymälä ja panostukset Australiaan sekä katsauskaudella avautuneet myymälät Kiinassa, Etelä-Koreassa ja Japanissa. Liikevaihtoa kasvattivat myös vuoden 2012 lopussa avatut kaksi omaa vähittäismyymälää Australiassa.

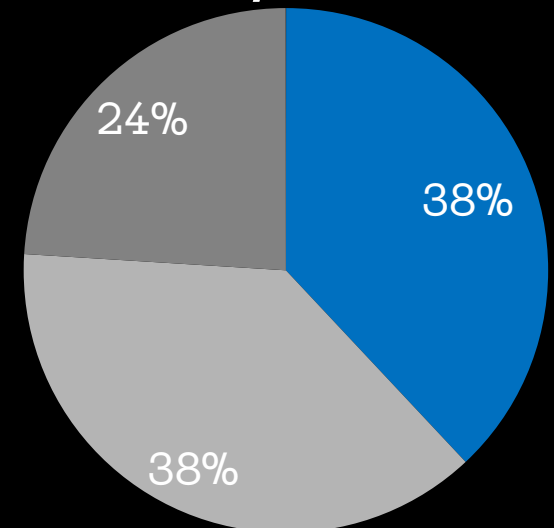
Liikevaihto tuotelinjoittain

	(1 000 euroa)	1-9/2013	1-9/2012	Muutos,%
Vaatetus		25 488	23 125	10
Sisustus		27 039	25 422	6
Laukut		16 015	14 176	13
YHTEENSÄ		68 542	62 723	9

1-9/2013

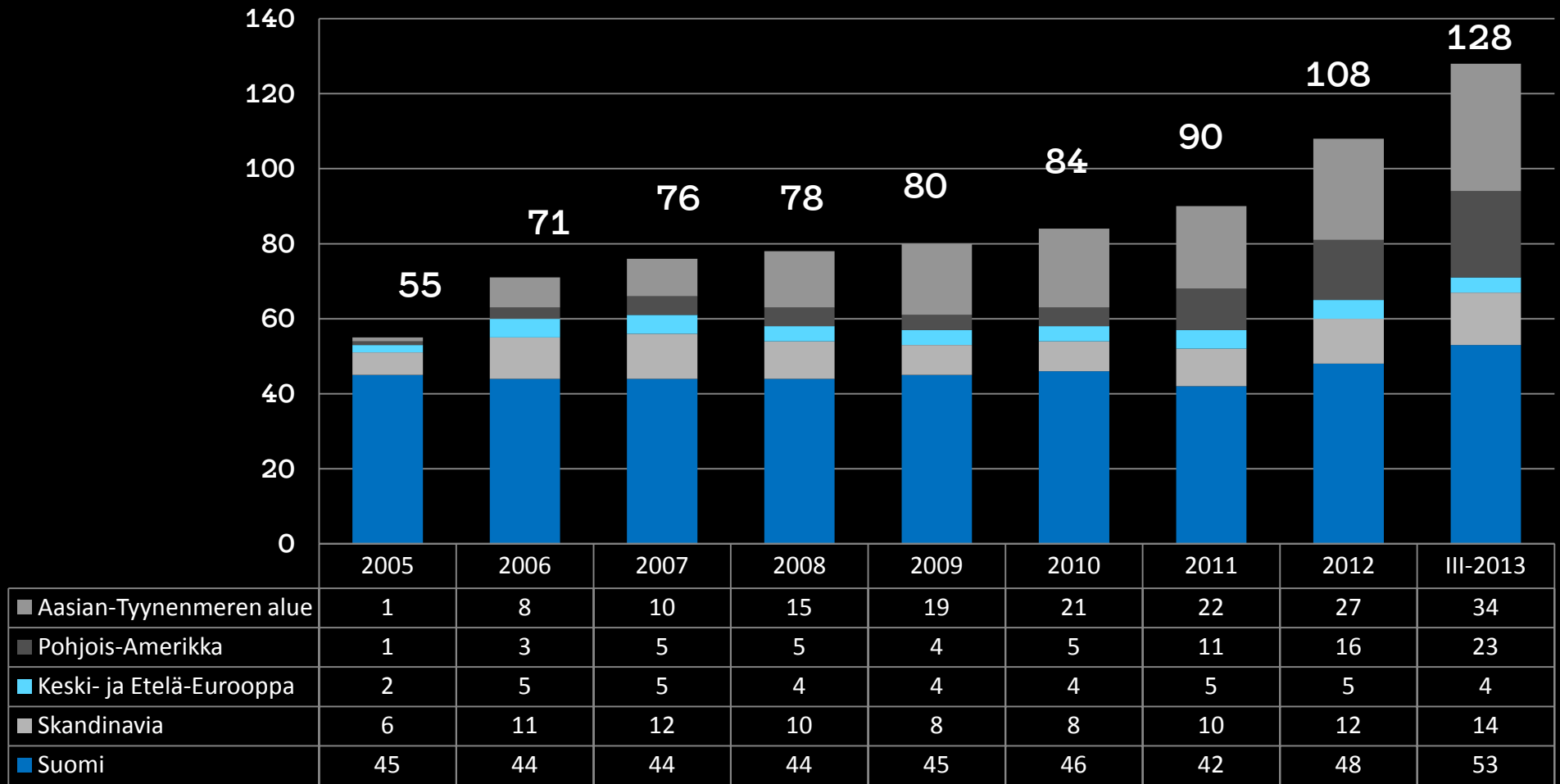


1-9/2012



Marimekko-myymälät

128 myymälää* syyskuun 2013 lopussa.



*Sisältää Marimekon omat vähittäismyymälät, jälleenmyyjäomisteiset Marimekko-myymälät sekä yli 30 m²:n suuruiset shop-in-shopit. Omia vähittäismyymälöitä oli syyskuun 2013 lopussa 49 (43).

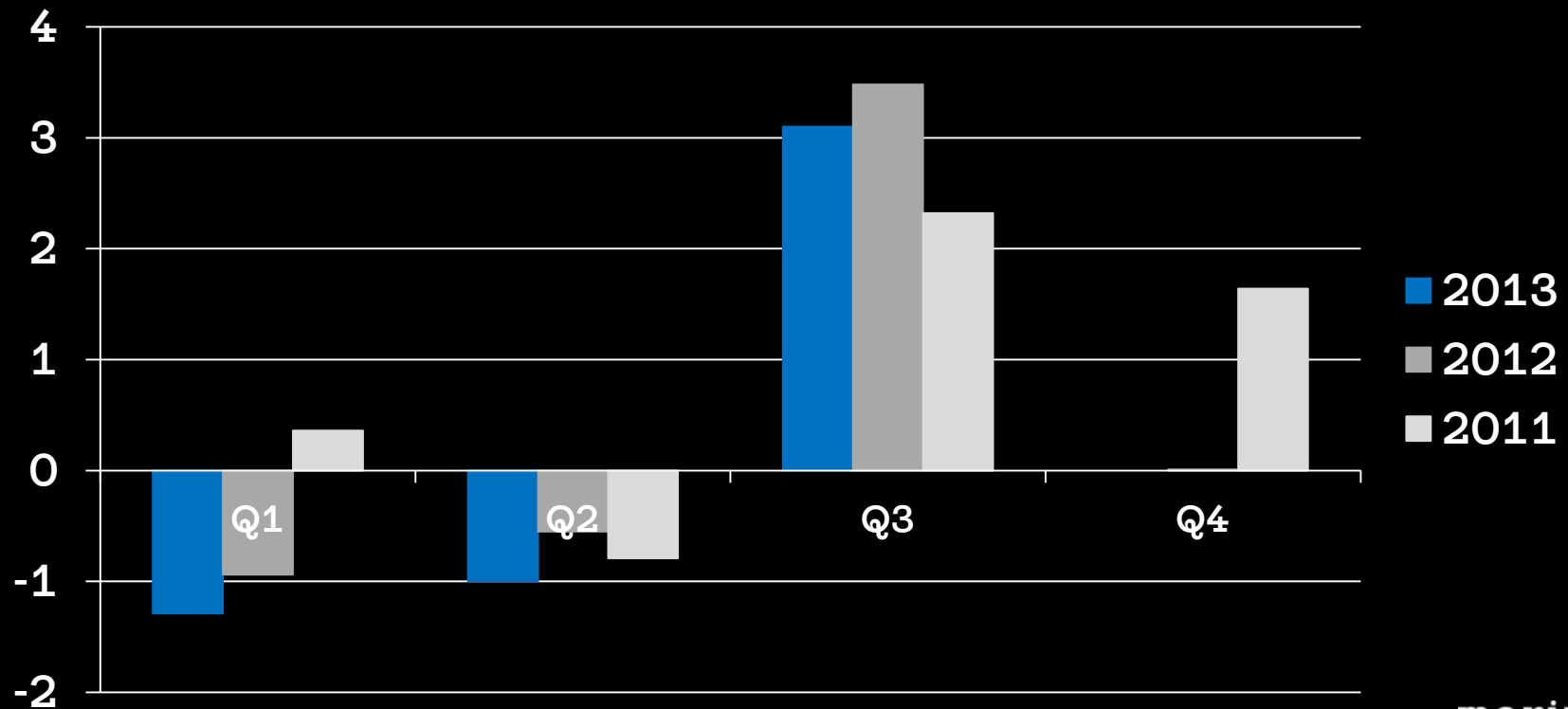
Liikevoitto

Vuoden kolmannella neljänneksellä liikevoitto oli 3,1 milj. euroa (3,5).

Tammi-syyskuussa liikevoitto ilman 1,5 milj. euron kertaluonteisia eriä oli 2,1 milj. euroa (2,0).

Liikevoittoa paransivat tukkumyynnin kasvu Aasian-Tyynenmeren alueella, omien kotimaanmyymälöiden kannattavuuden parantuminen koheneminen vertailukelpoisen myynnin laskusta huolimatta sekä yhtiön oman kangaspainon käyttöasteen kasvu ja toiminnan tehostaminen.

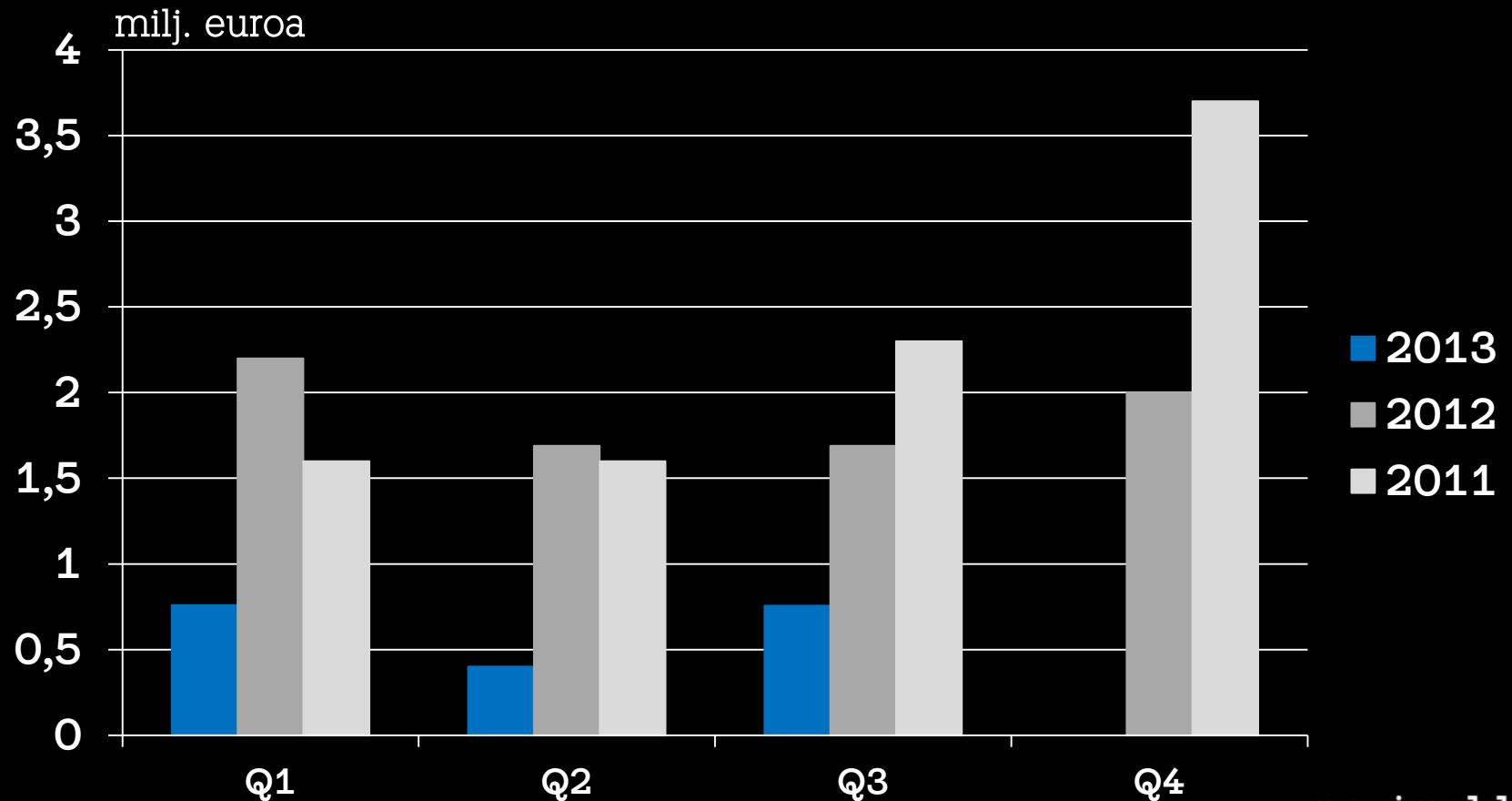
Milj. euroa



Investoinnit selvästi matalammat kuin vuonna 2012

Tammi-syyskuussa 2013 bruttoinvestoinnit olivat 1,9 milj. euroa (5,6) eli 3 % liikevaihdosta (9 %).

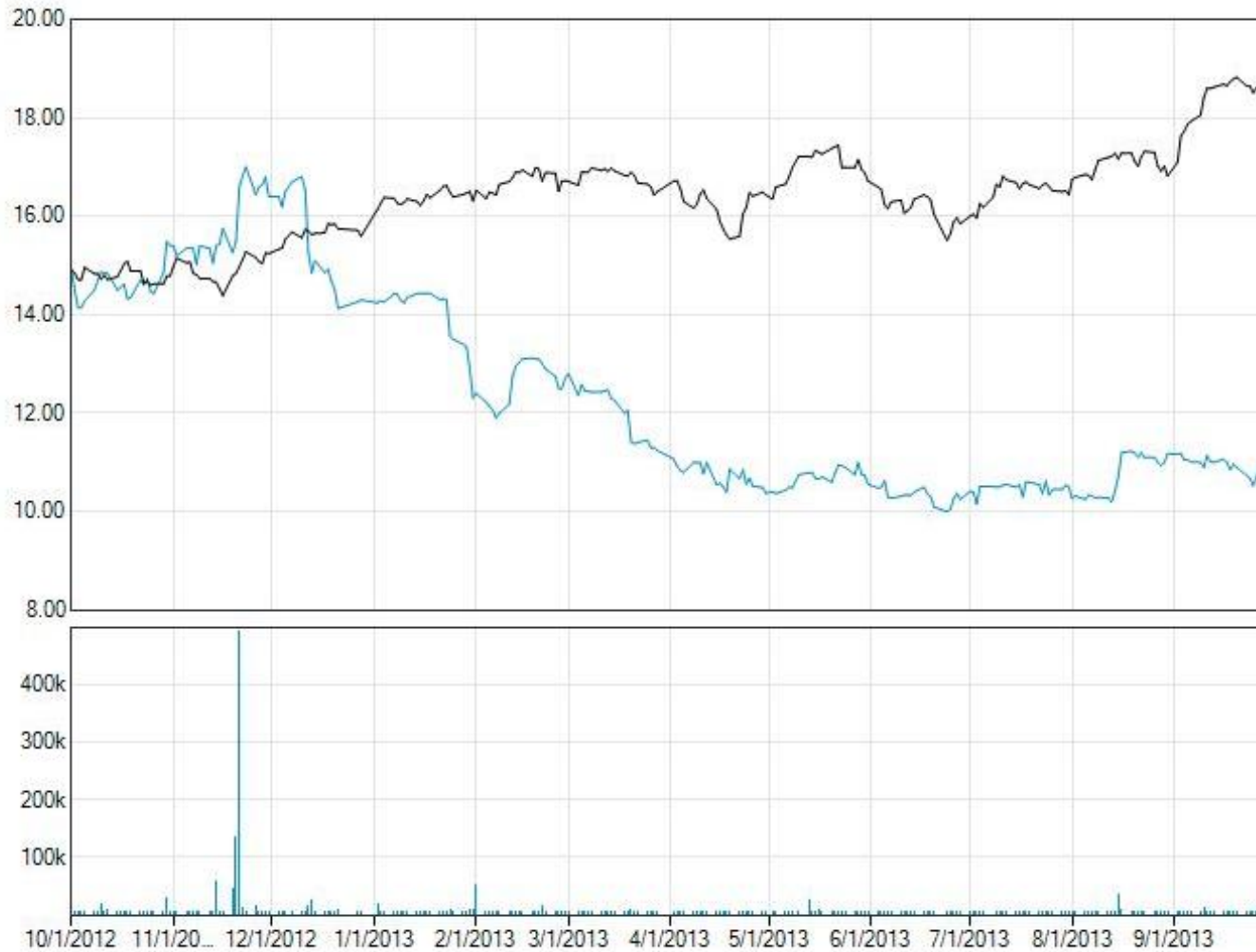
Pääosa investoinneista kohdistui uusien myymälöiden rakentamiseen sekä Herttoniemen kiinteistön kunnostamiseen.



Avainluvut

	1-9/2013	1-9/2012	Muutos, %	1-12/2012
Liikevaihto, 1 000 euroa	68 542	62 723	9	88 471
Kansainvälinen myynti, 1 000 euroa	31 088	25 934	20	36 127
kansainvälisen myynnin osuus liikevaihdosta %	45	41		41
Käyttökate (EBITDA), 1 000 euroa	4 253	4 535	-6	5 573
Liikevoitto, 1 000 euroa	645	2 006	-68	2 019
Liikevoittomarginaali, %	0,9	3,2		2,3
Kauden tulos, 1 000 euroa	-410	1 439	-128	1 100
Tulos/osake, euroa	-0,05	0,18	-128	0,14
Liiketoiminnan rahavirta, 1 000 euroa	393	2 539	-85	8 605
Bruttoinvestoinnit, 1 000 euroa	1 876	5 609	-67	7 582
Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %	0,9	6,0	-85	4,1
Omavaraisuusaste, %	51,5	54,4	-5	54,6
Nettovelkaantumisaste (gearing), %	47,3	47,9		32,0
Vastuusitoumukset, EUR 1,000	39 372	37 321	5	39 986
Henkilöstö kauden lopussa	522	482	8	535
joista ulkomailla	110	77	43	103
Brändimyynti, 1 000 euroa	139 612	132 768	5	187 184
ulkomailla, 1 000 euroa	86 620	75 705	14	100 666
kansainvälisen myynnin osuus, %	62	57		54
Myymälät & shop-in-shopit, kpl	128	102	25	108

Osakekurssi 12 kk



Marimekko

OMX Helsinki

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet

Maailmantaloudessa yleisen epävarmuuden ennakoitaan jatkuvan, ja se voi vaikuttaa kuluttajien ostokäyttäytymiseen kaikilla Marimekon markkina-alueilla. Euroopan talouskehityksen näkymät ovat edelleen synkät, ja kasvu alueella on hidasta. Suhdannenäkymät ovat kääntyneet kuitenkin lievään nousuun. Yhdysvalloissa ja Aasiassa talousennusteet ovat paremmat kuin Euroopassa. Yhdysvalloissa kasvunäkymät ovat kuitenkin heikentyneet hieman viime kuukausina, mutta Aasiassa talouskasvun ennakoitaan jatkuvan muita alueita nopeampana. Suomessa markkinatilanne on heikko, ja elinkeinoelämän lähikuukausien suhdannenäkymät ovat selvästi normaalia huonommat. Suhdanteiden ennustetaan myös jatkuvan heikkoina, ja vähittäiskaupan myynnin ennakoitaan vähenevän (Elinkeinoelämän keskusliitto EK: Suhdannebarometri, marraskuu 2013). Suomessa kuluttajien luottamus heikkeni edelleen vuoden kolmannella neljänneksellä ja syksy oli poikkeuksellisen lämmin. Näiden seurauksena Marimekon omien kotimaanmyymälöiden vertailukelpoisen myynnin lasku voimistui. Kotimaanmyymälöiden negatiivinen kehitys jatkui myös lokakuussa, mikä varjostaa loppuvuoden ja erityisesti Marimekolle tärkeän joulukaupan näkymiä Suomessa.

Vuoden 2012 aikana avatut myymälät ja muut merkittävät jakeluverkoston laajentamiseen tehdyt panostukset tuovat huomattavan myynninlisäyksen vuonna 2013. Laajentumisen pääpaino kuluvana vuonna on jälleenmyyjäomisteisten Marimekko-myymälöiden ja -shop-in-shopien avauksilla. Lisäksi yhtiö panostaa vuonna 2012 avaamiensa myymälöiden toiminnan kehittämiseen. Marimekko kertoi tammikuussa tavoittelevansa 15 - 24 uuden myymälän avaamista kuluvana vuonna. Avattavien myymälöiden lukumääräksi on vahvistunut 34, joista 6 on yhtiön omia.

Vuodeksi 2013 suunniteltujen Marimekko-konsernin kokonaisinvestointien arvioidaan olevan reilut 3 milj. euroa. Pääosa investoinneista kohdistuu uusien myymälätilojen rakentamiseen ja kalustehankintoihin.

Taloudellinen ohjeistus

Koko vuoden 2013 arvio on muuttumaton:

Marimekko-konsernin liikevaihdon arvioidaan kasvavan yli 5 prosenttia ja liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä olevan enintään vuoden 2012 tasolla. Vähittäismyynnin osuuden kasvu lisää entisestään liiketoiminnan kausiluonteisuutta, joten liikevoiton kertyminen painottuu tyypillisesti vuoden toiselle puoliskolle.

marimekko®