

Osavuosisikatsaus 1-9/2012

Mika Ihamuotila

30.10.2012

Agenda

1) **Kauden tapahtumat:**

Kauden kehitys vastasi yhtiön odotuksia.

Vuoden kolmannella neljänneksellä avattiin kahdeksan Marimekko-myymälää.

Marimekko esittäytyi ensimmäistä kertaa New Yorkin muotiviikolla.

2) **Liikevaihto:**

Myynti kasvoi 17% ja kansainvälinen myynti peräti 32 %.

Vahva myynninkehitys jatkui Pohjois-Amerikassa ja Aasian-Tyynenmeren alueella.

Myynti Suomessa nousi vähittäismyynnin hyvän kasvun myötä.

3) **Tulos:**

Tuloskehityksessä nähtiin odotetusti selvä käänne parempaan. Heinä-syyskuussa liikevoitto kasvoi 50 % ja tammi-syyskuussa 7 %. Varsinkin liiketoiminnan laajentamiseen liittyvät kasvaneet kulut rasittivat edelleen tulosta.

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

Vuoden 2011 aikana avatut myymälät ja jakeluverkoston laajentamiseen tehdyt panostukset tuovat huomattavan myynninlisäyksen kuluvana vuonna. Kuluvana vuonna avattavien uusien myymälöiden lukumääräksi on vahvistunut 19. Vuoden ensimmäisellä neljänneksellä avattiin yksi, toisella kolme ja kolmannella kahdeksan myymälää.

Koko vuoden 2012 liikevaihto- ja liikevoittoarvio on muuttumaton.

5) **Katsauskauden jälkeiset tapahtumat:**

Laajentuminen Pohjois-Amerikassa jatkuu. Oma uusi myymälä avautui Piilaakson ytimessä Palo Altossa, Silicon Valleyssa, lokakuun lopussa. Uusi Beverly Hillsin myymälä avaa ovensa marraskuun puolivälissä. Lokakuun lopussa Marimekolla oli useita, suuria tapahtumia Shanghaissa.



Kauden tapahtumia

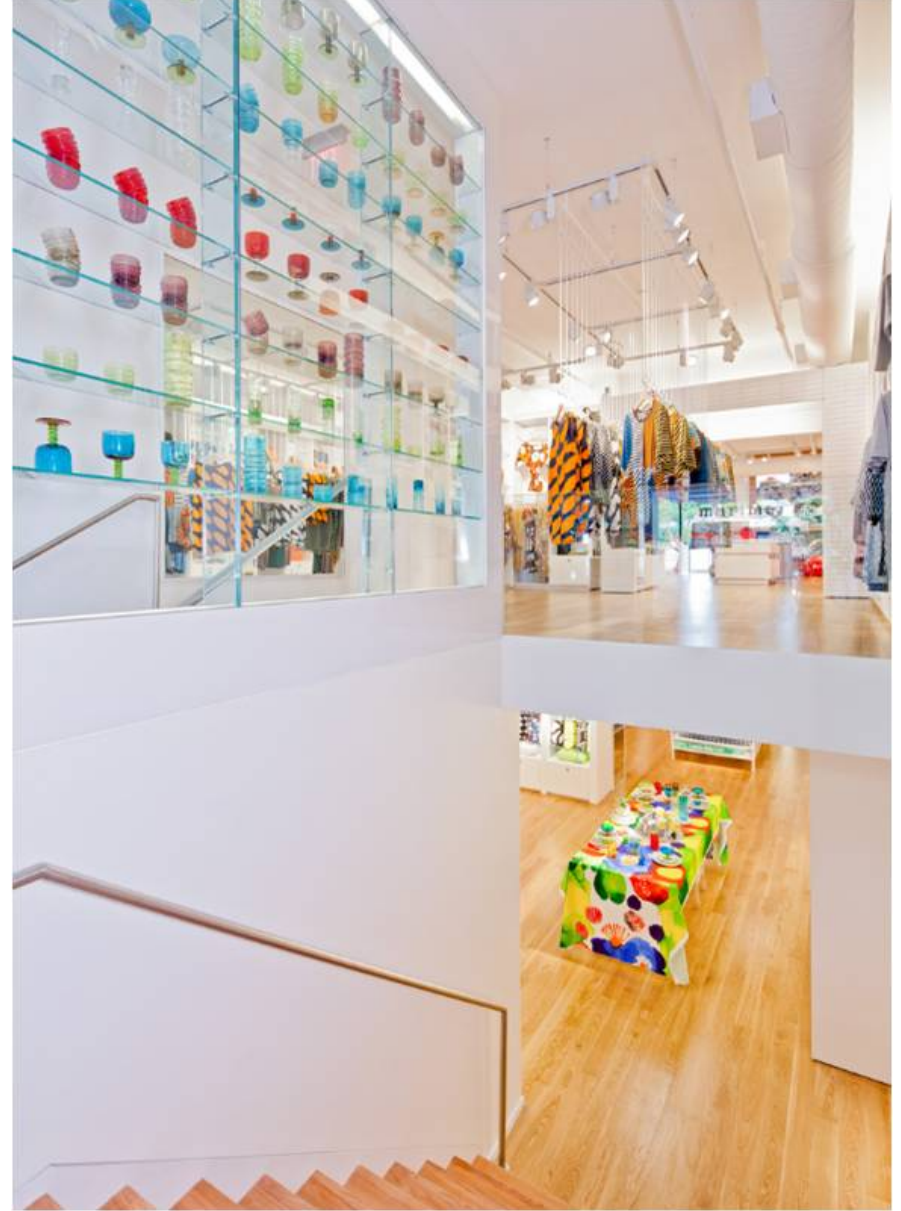
Vuoden kolmannella neljänneksellä Marimekko avasi Pohjois-Amerikassa oman myymälän Bostonissa ja outletin Manchesterissa Vermontissa.

Syyskuussa Marimekko esitteli kevät/kesä 2013 -vaatemallistonsa New Yorkissa, yhdellä tärkeimmistä kansainvälisistä muotiviikoista, ensimmäistä kertaa muotitalon historiassa.

Marimekko on sopinut kanadalaisen sisustusliikeketju EQ3:n kanssa yhteistyöstä, jonka tavoitteena on avata 10 Marimekko-shop-in-shopia vuoden 2014 loppuun mennessä. Ensimmäinen niistä avautui Torontossa syyskuun alussa.

Marimekko-myyväläverkoston laajeneminen Japanissa jatkuu, kun Tokiossa avattiin kaksi uutta myymälää. Näiden avausten jälkeen Tokiossa on jo seitsemän Marimekko-myyvälää.

Suomessa avautui kolme uutta Marimekko-myyvälää.



Bostonin kaksikerroksinen myymälä sijaitsee kaupungin ytimessä, alueella, joka on suosittu Yhdysvaltain tunnetuimpien yliopistojen, kuten Harvardin ja MIT:n, opiskelijoiden ja henkilökunnan keskuudessa.



Bostonin myymälä jatkaa samalla konseptilla kuin viime vuonna New Yorkissa avattu lippulaivamyymälä, ja sen valikoima kattaa kaikki tuotelinjat.

marimekko®



Syyskuussa Marimekko otti merkittävän askeleen ja esitteli uniikin tulokulmansa muotimaailmaan ensimmäistä kertaa New Yorkin muotiviikolla.



Marimekon kevät/kesä 2013 -vaatemallistoa, teemaltaan ”Art of Print Making – Color for a Reason”, luotsasi Head of Fashion Design Noora Niinikoski.

marimekko®



Malli Carmen Dell'Orefice, 81 , joka on ollut osa New Yorkin muodin maailmaa vuosikymmeniä, hämmästytti yleisön. Hänen viehättävä ja iloinen olemuksensa Marimekon näytöksessä herätti laajalti huomiota kansainvälisessä mediassa.

marimekko®

The image shows the entrance to a Marimekko store. The store is housed in a building with a dark, arched facade. The entrance is framed by a dark border with the word "marimekko" in white lowercase letters. Above the entrance is a large, ornate, multi-faceted chandelier. The store's interior is visible through the glass doors, showing a bright, modern space with various clothing items and accessories. The floor is made of dark wood with a herringbone pattern. On either side of the entrance, there are orange banners with the word "Passage" written on them.

marimekko®

marimekko

Uusi Marimekko myymälä avautui tyyllitietoisella Marunouchin alueella, joka on tunnettu Tokion rahoitusmaailman keskuksena ja jolla sijaitsee paljon tunnettujen muoti- ja designbrändien liikkeitä.

marimekko®



Marunouchi, Tokio

marimekko®



Uusi Marimekko shop-in-shop avautui yhdessä Japanin suurimmista tavarataloista, kuuluisassa Seibu-tavaratalossa Ikebukurossa. Tavaratalo sijaitsee Tokion toiseksi vilkkaimman juna-aseman välittömässä läheisyydessä. Aseman kautta kulkee päivittäin lähes kolme miljoonaa matkustajaa.

marimekko®

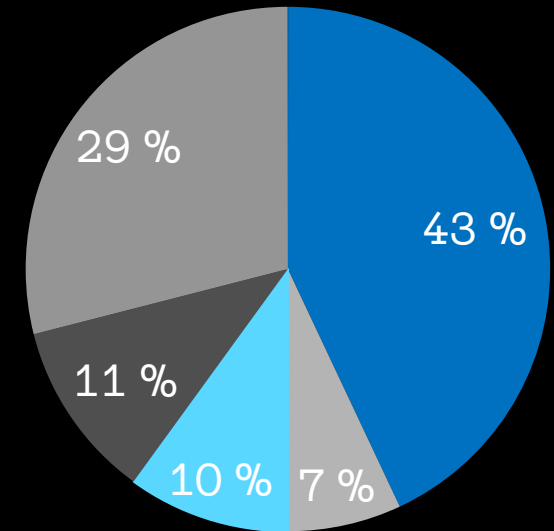
Brändimyynti

Tammi-syyskuussa 2012 brändimyynti* kasvoi 10 % ja oli 132,8 milj. euroa (121,1). 57 % (49) myynnistä kertyi ulkomailta.

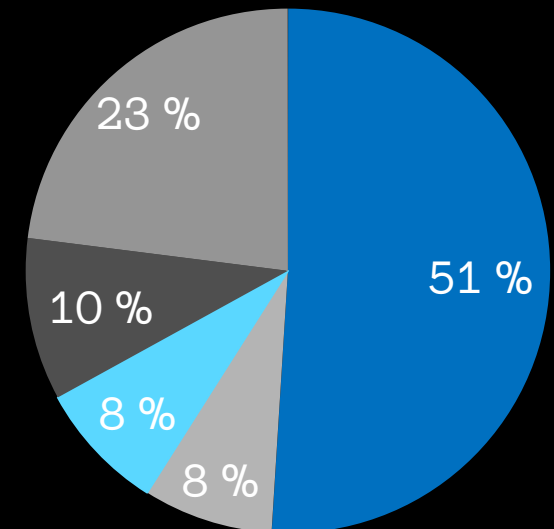
| | (1 000 euroa) | 1-9/2012 | 1-9/2011 | Muutos, % |
|--------------------------|---------------|----------|----------|-----------|
| Suomi | | 57 063 | 62 077 | -8,1 |
| Skandinavia | | 9 498 | 9 436 | 0,7 |
| Keski- ja Etelä-Eurooppa | | 12 835 | 9 942 | 29,1 |
| Pohjois-Amerikka | | 15 135 | 11 793 | 28,3 |
| Aasian-Tyynenmeren alue | | 38 237 | 27 901 | 37,0 |
| YHTEENSÄ | | 132 768 | 121 149 | 9,6 |

*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.

1-9/2012



1-9/2011



Liikevaihto kasvoi hyvin

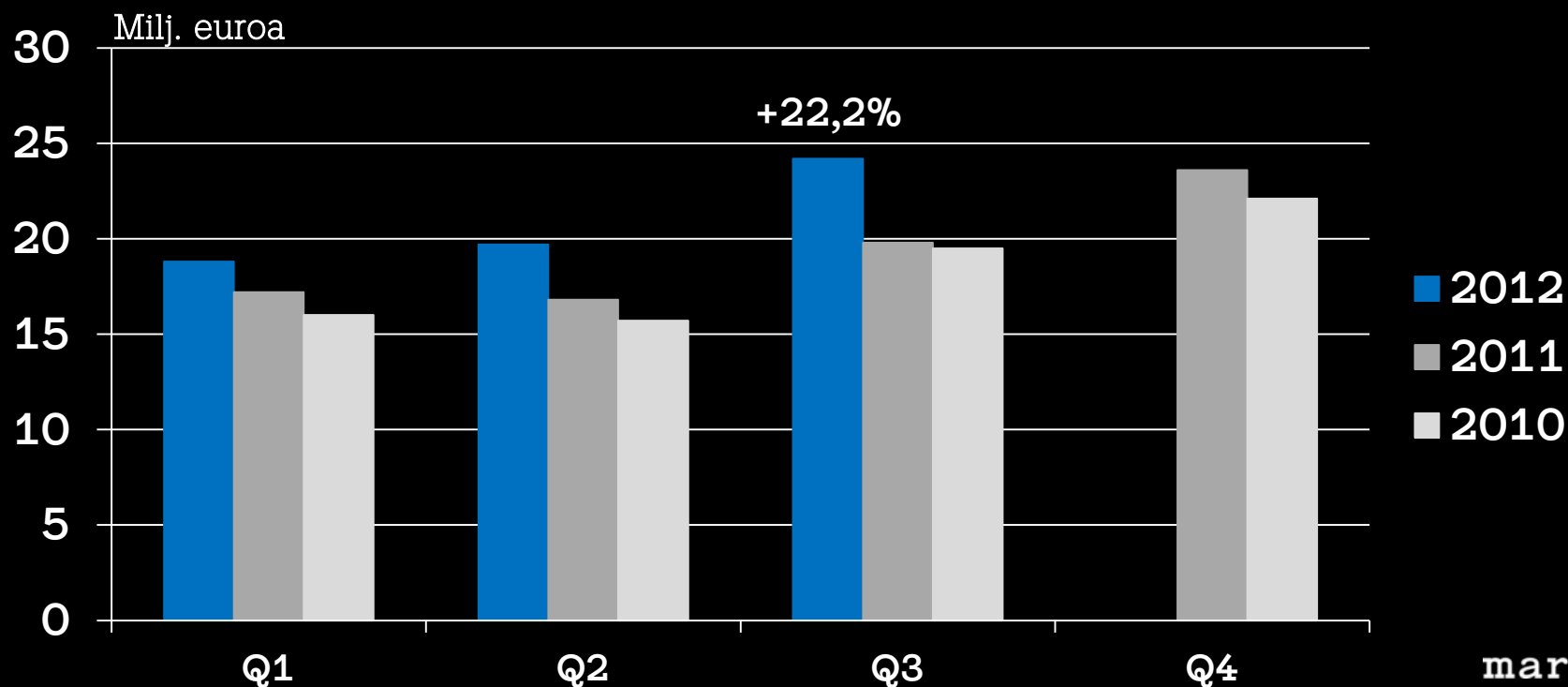
Tammi-syyskuussa Marimekko-konsernin liikevaihto kasvoi 17 % kansainvälisen myynnin kasvun vetämänä ja oli 62,7 milj. euroa (53,9).

Suomessa liikevaihto kasvoi 8 %. Vähittäismyynti nousi 24 %. Tukku- ja vähittäismyynti laski 12%, mikä johtui osittain jälleenmyyntikentässä tehdyistä jakelustrategian mukaisista muutoksista.

Kansainvälinen myynti nousi 32 %. Vähittäismyynti +135 %; Tukku- ja vähittäismyynti +17 %. Voimakkainta myynninkasvu oli Pohjois-Amerikassa, 76 %, ja Aasian-Tyynenmeren alueella, 39 %.

Vuoden kolmannella neljänneksellä liikevaihto kasvoi 22 % ja oli 24,2 milj. euroa (19,8).

Suomessa liikevaihto kasvoi 13 % ja kansainvälinen myynti nousi 38 %.

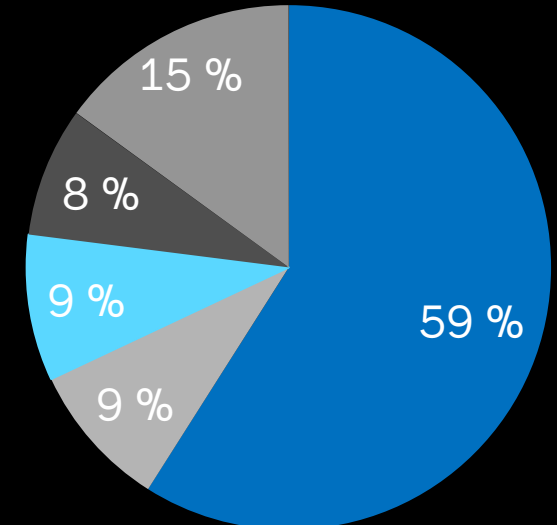


Liikevaihto markkina-alueittain

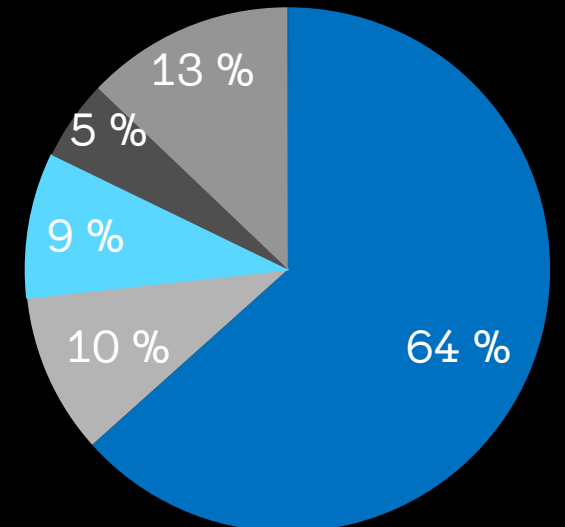
| | (1 000 euroa) | 1-9/2012 | 1-9/2011* | Muutos, % |
|--------------------------|---------------|---------------|---------------|-------------|
| Suomi | | 36 789 | 34 191 | 7,6 |
| Skandinavia | | 5 793 | 5 308 | 9,1 |
| Keski- ja Etelä-Eurooppa | | 5 908 | 4 869 | 21,3 |
| Pohjois-Amerikka | | 4 934 | 2 808 | 75,7 |
| Aasian-Tyynenmeren alue | | 9 299 | 6 685 | 39,1 |
| YHTEENSÄ | | 62 723 | 53 861 | 16,5 |

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

1-9/2012



1-9/2011



Liikevaihto markkina-alueittain

Suomi +8 %: vähittäismyynti +24 %, tukkumyynti -12 %. Myyntiä kasvattivat vuoden 2011 viimeisellä neljänneksellä avatut kolme myymälää sekä kaudella avatut kaksi myymälää. Vertailukelpoinen myynnin kasvu omissa myymälöissä oli 13 %. Tukku-myynnin lasku johtui osittain jälleenmyyntikentässä tehdyistä jakelustrategian mukaisista muutoksista.

Skandinavia +9 %: vähittäismyynti +63 %, tukkumyynti -11 %. Vuonna 2011 avatut kolme myymälää sekä toisella neljänneksellä 2012 Ruotsissa avatut kaksi myymälää kasvattivat myyntiä. Vertailukelpoinen myynnin kehitys omissa myymälöissä laski 11 %. Kuluttajien ostokäyttäytyminen oli edelleen varovaista kaikissa maissa, mutta etenkin Ruotsissa.

Keski- ja Etelä-Eurooppa +21 %: vähittäismyynti +9 %, tukkumyynti +25 %. Vähittäismyynti kasvoi loppuvuonna 2011 avatun pienen Lontoon-myymälän tuoman liikevaihdon myötä. Myynti veti hyvin Belgiassa, Saksassa, Isossa-Britanniassa ja Ranskassa. Italian heikko taloustilanne vaikutti kulutuskäyttäytymiseen ja näkyi myynninlaskuna.

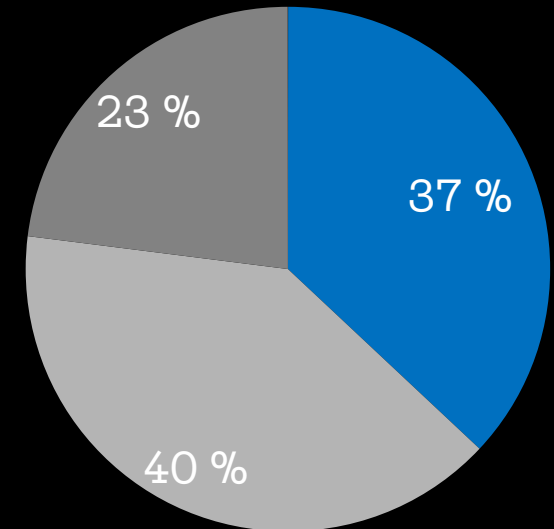
Pohjois-Amerikassa liikevaihto kasvoi 76 %. Pääosa kasvusta tuli New Yorkin lippulaivamyymälän liikevaihdosta. Lisäksi elokuussa avatut Bostonin-myymälä ja Manchesterin-outlet kasvattivat liikevaihtoa. Tukku-myynti jäi kuitenkin odotuksista ja laski 11 %.

Jo edellisvuonna nähty vahva tukku-myynnin kehitys Aasian-Tyynenmeren alueella jatkui koko katsauskauden ajan. Myynti kasvoi +39 % ja ylitti odotukset kaikissa maissa. Japani toi selvästi suurimman osan kasvusta. Tokiossa avattiin jälleenmyyjävetoinen myymälä sekä shop-in-shop syyskuussa. Myyntiä paransi osaltaan myös uusi Hongkongin-myymälä, joka avautui toisella neljänneksellä. Australiaan tehdyt panostukset näkyivät, ja myynti kasvoi myös siellä.

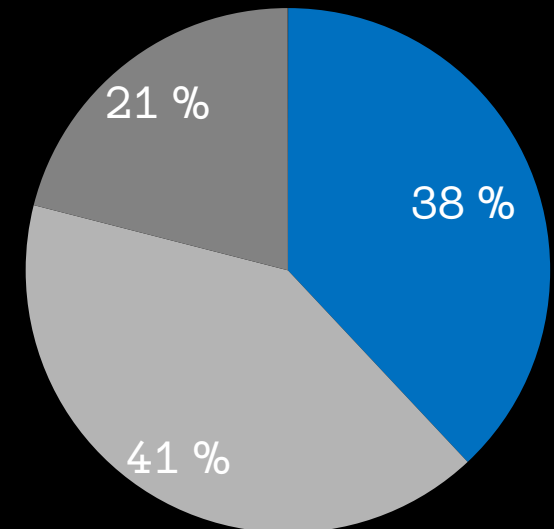
Liikevaihto tuotelinjoittain

| | (1 000 euroa) | 1-9/2012 | 1-9/2011 | Muutos, % |
|----------|---------------|----------|----------|-----------|
| Vaatetus | | 23 125 | 20 534 | 12,6 |
| Sisustus | | 25 422 | 22 289 | 14,1 |
| Laukut | | 14 176 | 11 038 | 28,4 |
| YHTEENSÄ | | 62 723 | 53 861 | 16,5 |

1-9/2012

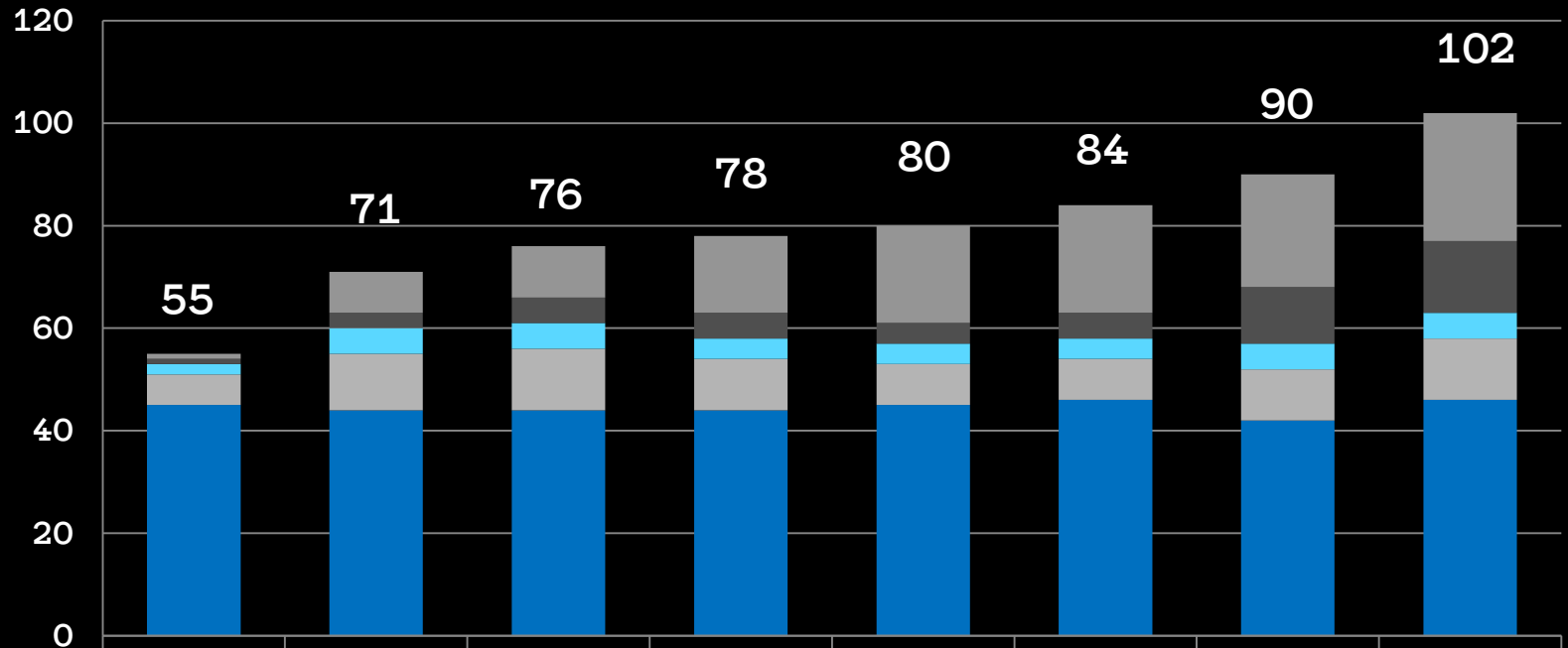


1-9/2011



Marimekko-myymälät

102 (83) myymälää* syyskuun 2012 lopussa.



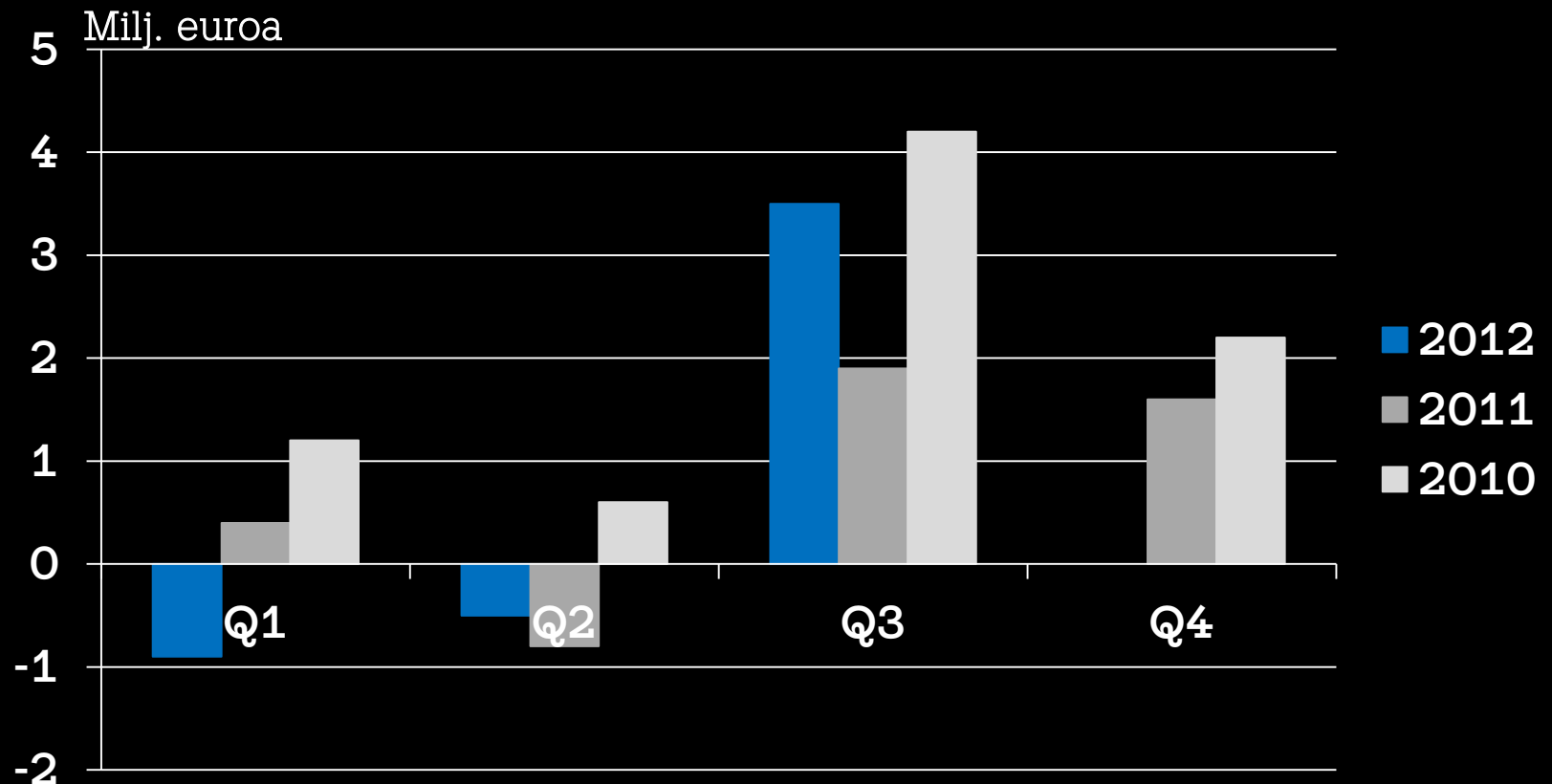
| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | III-2012 |
|----------------------------|------|------|------|------|------|------|------|----------|
| ■ Aasian-Tyynenmeren alue | 1 | 8 | 10 | 15 | 19 | 21 | 22 | 25 |
| ■ Pohjois-Amerikka | 1 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 11 | 14 |
| ■ Keski- ja Etelä-Eurooppa | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| ■ Skandinavia | 6 | 11 | 12 | 10 | 8 | 8 | 10 | 12 |
| ■ Suomi | 45 | 44 | 44 | 44 | 45 | 46 | 42 | 46 |

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

Liiketulos parani odotetusti

Tammi-syyskuussa 2012 liikevoitto oli 2,0 milj. euroa (1,9).

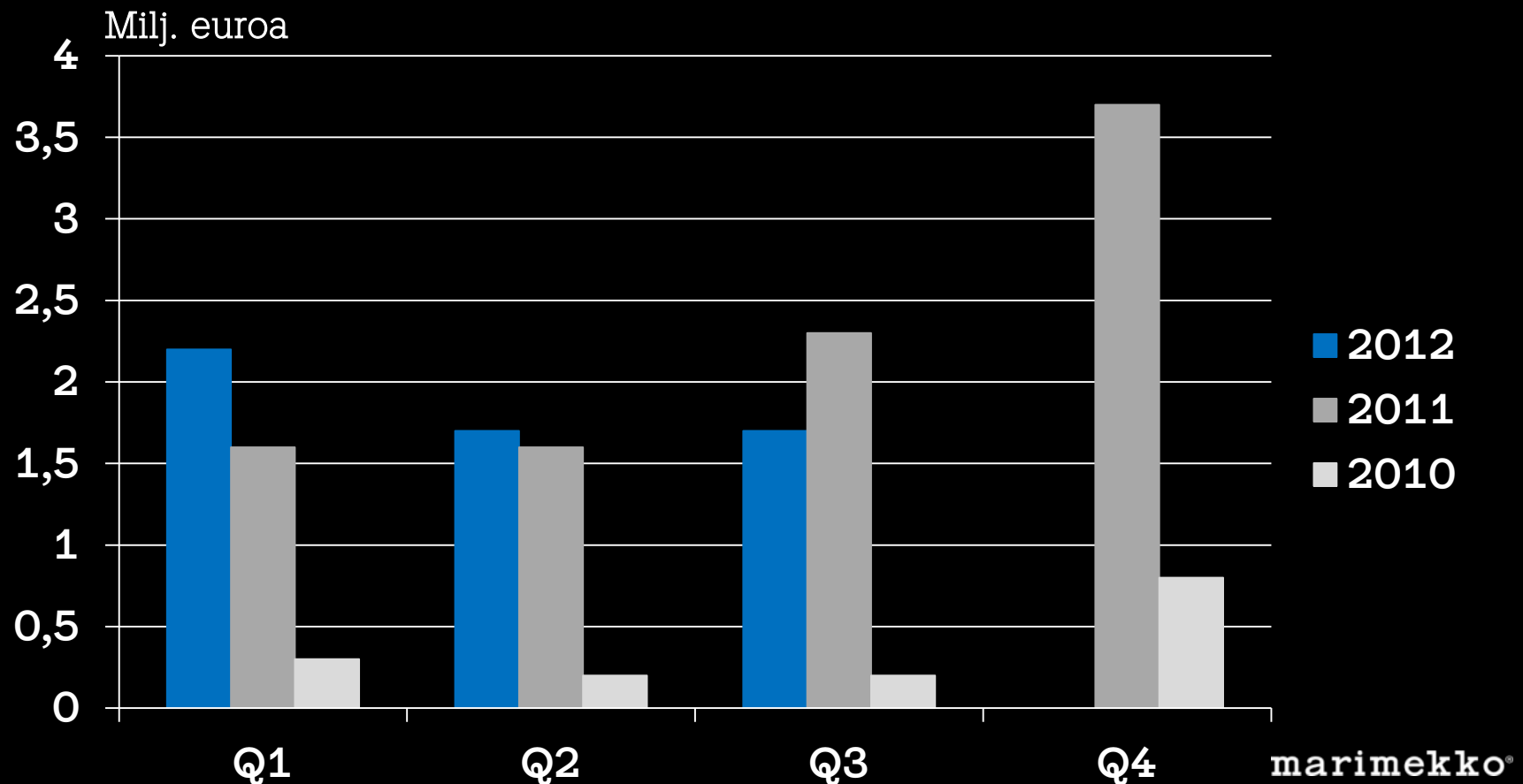
Kannattavuudessa nähtiin odotetusti selvä käänne parempaan. Heinä-syyskuussa liikevoitto kasvoi 50 %; tammi-syyskuussa kasvua kertyi 7 %. Liikevoittoa paransivat liikevaihdon 17 % kasvu ja myyntikatteiden kohoaminen. Keskimääräinen myyntikate nousi huolimatta siitä, että samanaikaisesti varastoja pienennettiin. Toisaalta kannattavuutta heikensivät Yhdysvaltain ja Ruotsin liiketoimintojen laajentamiseen liittyvät kustannukset, tukkumyynnin lasku Suomessa ja Yhdysvalloissa sekä pääkonttorin palveluorganisaation kasvaneet kustannukset.



Investoinnit edellisvuoden tasolla

Bruttoinvestoinnit olivat 5,6 milj. euroa (5,5) eli 9 % (10) liikevaihdosta.

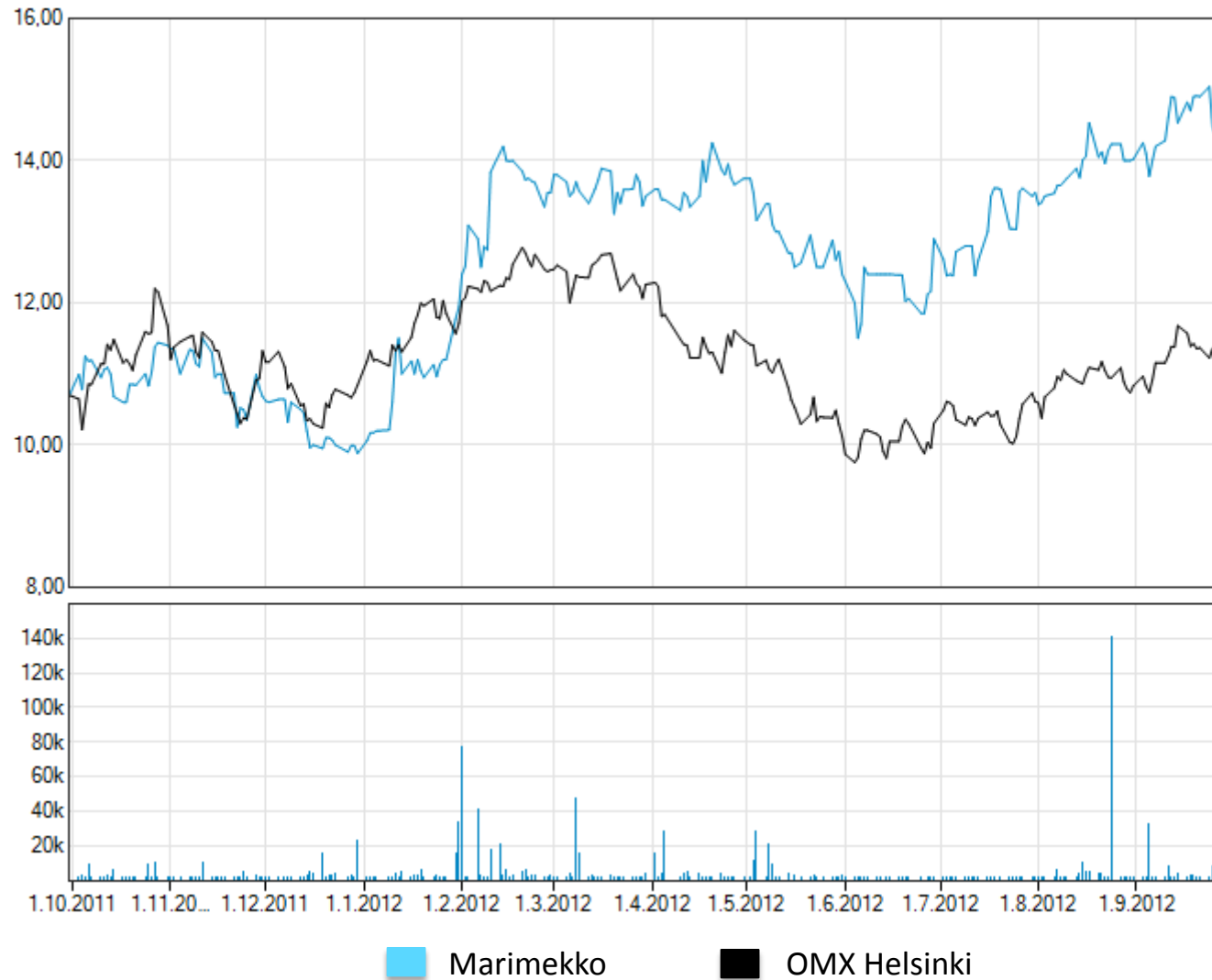
Pääosa investoinneista kohdistui uusien myymälöiden rakentamiseen sekä Herttoniemen-kiinteistön kunnostamiseen.



Avainluvut

| | 1-9/2012 | 1-9/2011 | Muutos, % | 1-12/2011 |
|---------------------------------------|----------|----------|-----------|-----------|
| Liikevaihto, 1 000 euroa | 62 723 | 53 861 | 16,5 | 77 442 |
| kansainvälisen myynnin osuus, % | 41,3 | 36,5 | | 35,8 |
| Käyttökate (EBITDA), 1 000 euroa | 4 535 | 3 333 | 36,1 | 5 744 |
| Liikevoitto, 1 000 euroa | 2 006 | 1 883 | 6,5 | 3 528 |
| Liikevoittomarginaali, % | 3,2 | 3,5 | | 4,6 |
| Kauden voitto, 1 000 euroa | 1 439 | 1 415 | 1,7 | 2 826 |
| Tulos/osake, euroa | 0,18 | 0,18 | | 0,35 |
| Liiketoiminnan rahavirta, 1 000 euroa | 2 539 | -1 816 | | 651 |
| Bruttoinvestoinnit, 1 000 euroa | 5 609 | 5 529 | 1,4 | 9 220 |
| Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), % | 6,0 | 7,2 | | 11,4 |
| Omavaraisuusaste, % | 54,4 | 65,5 | | 67,2 |
| Nettovelkaantumisaste (gearing), % | 47,9 | 6,7 | | 10,2 |
| Vastuositoumukset, 1 000 euroa | 37 321 | 19 555 | 90,9 | 27 610 |
| Henkilöstö kauden lopussa | 482 | 405 | 19,0 | 434 |
| joista ulkomailla | 77 | 47 | 63,8 | 63 |
| Brändimyynti, 1 000 euroa | 132 768 | 121 149 | 9,6 | 168 557 |
| kansainvälisen myynnin osuus, % | 57,0 | 48,8 | | 47,5 |
| Myymälät & shop-in-shopit, kpl | 102 | 83 | 22,9 | 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. Kuluvana vuonna avattavien uusien myymälöiden lukumääräksi on vahvistunut 19. Vuoden ensimmäisellä neljänneksellä avattiin yksi, toisella kolme ja kolmannella kahdeksan myymälää. Vuoden viimeisellä neljänneksellä avautuu seitsemän myymälää, joista kaksi on lippulaivamyymälöitä. Kaiken kaikkiaan uudet myymälät jakautuvat seuraavasti: 11 omaa ja neljä jälleenmyyjäomisteista myymälää sekä neljä shop-in-shopia.

Vuodeksi 2012 suunniteltujen Marimekko-konsernin kokonaisinvestointien arvioidaan olevan noin 7 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 liikevoitto kertyy vuoden toisella puoliskolla.



Tapahtumia kauden jälkeen

Uusi oma vähittäismyymälä avautui Piilaakson ytimessä Palo Altossa, Silicon Valleyssa, lokakuun lopussa. Länsirannikon uusi Beverly Hillsin lippulaivamyymälä, avaa ovensa marraskuun puolivälissä.

Lokakuun lopussa Marimekolla oli monta suurta tapahtumaa Shanghaissa. Marimekon muotinäytös esitettiin Shanghai People's Parkissa. Design Colours Life - Contemporary Finnish Design and Marimekko -näyttely avautui MOCA Shanghaissa. Myös Marimekko ja Finnair julkistivat yhteistyönsä Shanghai Radical Design weekillä.

Suomessa lanseerattiin Marimekon verkkokauppa lokakuun lopussa. Tämän lisäksi Suomessa avataan useita uusia Marimekko-myymälöitä vuoden loppuun mennessä.

Suurin osa Marimekon henkilökunnasta merkitsi osakkeita yhtiön henkilöstöannissa.



Syksyn ja talven 2012 vaatemallisto esiteltiin Shanghai People's Parkissa yhdessä maailmankuulun kiinalaisen Jin Xing Dance Theatren kanssa ilmentäen Marimekon ainutlaatuisia tulokulmaa muotiin kahden taidemuodon liiton avulla.

marimekko®



Näyttely

MOCA Shanghaissa

Maailmankuulussa nykytaiteen museossa, MOCA Shanghaissa, avautui lokakuun lopussa Design Colours Life – Contemporary Finnish Design and Marimekko -näyttely. Näyttely on avoinna 7.12.2012 asti.

Marimekko esittäytyy edelläkävijänä ja esimerkkinä suomalaiselle designajattelulle tyypillisestä demokraattisesta lähestymistavasta.

Näyttely on ainutlaatuinen tilaisuus kertoa muotoiluumme vaikuttaneista näkemyksistä sekä innostaa ja inspiroida ihmisiä. Näyttely on Suomen muotoilua ja innovointia Shanghaissa esittelevän Radical Design Weekin päätapahtuma.



Marimekon ja Finnairin designyhteistyö

Finnair ja Marimekko julkistivat yhteistyösopimuksen, jonka myötä Marimekon klassikkoprintit tulevat osaksi Finnairin asiakkaiden lentomatkaa.

Miellyttävämmän matkustuskokemuksen lisäksi molemmat yhtiöt odottavat yhteistyö tukevan Marimekon ja Finnairin bränditietoisuuden kasvua Aasian-Tyynenmeren alueella. Marimekolla ja Finnairilla on molemmilla vakiintunut asema Japanissa, mutta yhtiöt kasvavat nopeasti myös muilla Aasian markkinoilla, erityisesti Kiinassa.

Marimekko-kuosiset astiat, peitot, tyynyt ja niskaliinat tulevat vuoden 2013 aikana kaikkiin Finnairin lentokoneisiin.

Kaksi Finnairin kaukoliikenteen lentokone maalataan Marimekko-kuosiin

Lisäksi kolmevuotisen yhteistyön aikana Finnairin myyntivalikoimassa on sekä lennolla että Finnair PlusShopissa tarjolla uusia Marimekko-tuotteita.



Finnairin A340-lentokone lentää Helsingin ja Finnairin Aasian-kohteiden välillä Maija Isolan Unikko-kuosissa. Keväällä 2013 myös toinen Finnairin kaukoliikenteen lentokone maalataan Marimekko-kuosiin.

marimekko®

ETUSIVU > VERKKOKAUPPA

Vaatteet

Anna Marimekon pukea sinut. Päästä varpaisiin tai pienin yksityiskohdin. Sävyjä on satoja, kuvioita kymmeniä – jokaiselle jotakin ja monelle jopa monenmoista.

[NAISET](#)

[MIEHET](#)

[LAPSET](#)



Marimekon verkkokauppa avautui Suomessa

marimekko®