

Tilinpäätös 2012

Mika Ihamuotila

31.1.2013

Agenda

1) **Kauden tapahtumat:**

19 Marimekko-myymälää ja shop-in-shopia avautui vuoden 2012 aikana.

Marimekko esittäytyi ensimmäistä kertaa New Yorkin muotiviikolla ja tuki näytöksellään liiketoimiaan etenkin Pohjois-Amerikassa.

Kaksi ensimmäistä omaa myymälää avautui Australiassa ja ensimmäinen myymälä Kiinassa.

2) **Liikevaihto:**

Liikevaihto kasvoi 14% ja kansainvälinen myynti peräti 31 %.

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

3) **Tulos:**

Tuloskehitys jäi odotuksista. Liikevoittoa heikensivät Ruotsin- ja Yhdysvaltain-myymälöiden lanseerausvaiheesta johtuva tappiollinen tulos, liiketoimintojen laajentamiseen liittyvät kustannukset sekä tukkumyynnin lasku Suomessa, Skandinaviassa ja Yhdysvalloissa. Lisäksi liikevoittoa laski merkittävästi Suomessa sijaitsevan oman tuotannon korkeat kulut ja heikko kustannustehokkuus.

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

Vuoden 2013 pääpaino on jälleenmyyjäomisteisten Marimekko-myymälöiden ja -shop-in-shopien avauksissa, minkä lisäksi yhtiö panostaa vuonna 2012 avaamiensa myymälöiden toiminnan kehittämiseen.

Vallitsevassa markkinatilanteessa ja yhtiön viime aikoina läpikäymästä muutoksesta johtuen vuoden 2013 taloudellista tulosta on hyvin vaikea arvioida. Vuonna 2013 Marimekko-konsernin liikevaihdon arvioidaan kasvavan yli 5 % ja liikevoiton olevan enintään vuoden 2012 tasolla.

5) **Katsauskauden jälkeiset tapahtumat:**

Marimekko esittäytyi Tukholman muotiviikolla tammikuussa.



Kauden tapahtumia Q4

308 Marimekon työntekijää merkitsi osakkeita yhtiön järjestämässä osakeannissa, kun merkintään oikeutettuja oli yhteensä 510.

Marimekon värit ja kuviot tanssivat Shanghai People's Parkissa lokakuussa.

Marimekon verkkokauppa laajeni Suomeen lokakuussa.

Marimekko ja Finnair julkistivat design-yhteistyönsä.

Marimekko avasi ensimmäiset kaksi omaa myymälää Australiassa. Sekä Sydneyn lippulaivamyymälä että Melbournen myymälä avautuivat marraskuussa.

Suomessa avautui kolme myymälää, joista yksi oma myymälä paraatipaikalle Helsinkiin marraskuun alussa.

Kaksi omaa Marimekko-myymälää avautui Yhdysvalloissa. Palo Alton myymälä avautui lokakuun lopussa ja Beverly Hillsin lippulaivamyymälä marraskuussa.



Kauden tapahtumia 2012

Suomessa avattiin seitsemän Marimekko-myymälää, joista yksi oli muotipainotteinen oma myymälä Helsingin keskustassa.

Keväällä Marimekko avasi kaksi omaa vähittäismyymälää Ruotsissa.

Yhdysvalloissa avattiin neljä omaa myymälää. Myymälät avautuivat Vermontissa, Bostonissa, Palo Altossa ja Beverly Hillsissä.

Ensimmäinen shop-in-shop avautui Kanadassa yhteistyössä EQ3:n kanssa.

Marimekko esittäytyi ensimmäistä kertaa New Yorkin muotiviikolla tukeakseen näytöksellä etenkin Pohjois-Amerikan liiketoimintaansa.

Ensimmäinen Marimekko-myymälä Kiinassa avautui Hongkongissa toukokuun alussa.

Kaksi myymälää avautui Tokiossa.

Marimekko avasi ensimmäiset kaksi omaa myymälää Australiassa; Sydneyn lippulaivamyymälän ja myymälän Melbournessa.



Suomessa aukesi seitsemän uutta myymälää vuoden aikana. Uusi muotipainotteinen Aleksinkulman myymälä aukesi paraatipaikalle Helsinkiin.

marimekko®

ETUSIVU > VERKKOKAUPPA

Vaatteet

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

[NAISET](#)

[MIEHET](#)

[LAPSET](#)



Marimekon verkkokauppa avautui Suomessa.



Photo: Carl Hjelte

Marimekko avasi kaksi omaa vähittäismyymälää Ruotsin isoimmissa kaupungeissa, Tukholmassa ja Göteborgissa.

marimekko®



Photo: James Ray Spahn

Yhdysvalloissa Marimekko avasi neljä omaa myymälää. Beverly Hillsin lippulaivamyymälä sijaitsee erinomaisella liikepaikalla useiden suosittujen ravintoloiden ja myymälöiden naapurissa.

marimekko®

A photograph of the Marimekko store exterior at night. The store name "marimekko" is displayed in a large, black, lowercase, sans-serif font on a white illuminated sign above the entrance. The store has large glass windows and doors, revealing a brightly lit interior with yellow walls and various merchandise. Two large trees are positioned on either side of the entrance. In the foreground, there is a well-maintained garden with green hedges, pink flowers, and a light blue outdoor sofa with cushions. The overall scene is illuminated by the store's lights and ambient night lighting.

marimekko

Palo Alton myymälä.

marimekko®



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

marimekko®



Ensimmäinen shop-in-shop Kanadassa aukesi Torontossa yhteistyöstä sisustusliikeketju EQ3:n kanssa.

marimekko®



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

marimekko®



Marimekko-myymälä Hongkongissa avautui toukokuussa.

marimekko®



Ensimmäiset kaksi omaa myymälää avautui Australiassa. Sydneyn lippulaivamyymälä sijaitsee kaupungin keskustassa suosittujen liikkeiden läheisyydessä.

marimekko®



Melbournen myymälä.

marimekko®



marimekko®

marimekko

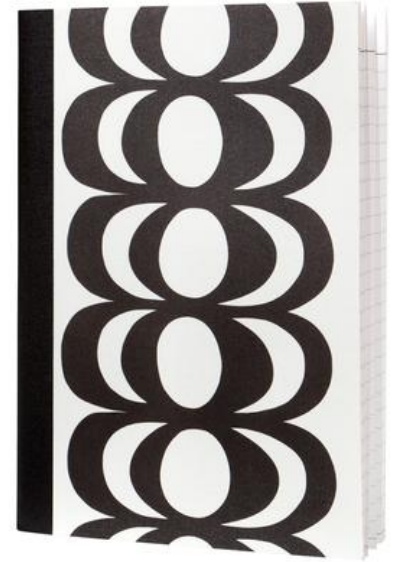
Marimekko-myymäläverkoston laajeneminen Japanissa jatkui, kun Tokiossa avautui jälleenmyyjäomisteinen myymälää ja shop-in-shop.

marimekko®



Marimekon ja Finnairin sopiman yhteistyön tuloksena Marimekon tekstiilit ja astiat tulevat vuoden 2013 aikana kaikkiin Finnairin lentokoneisiin. Yksi Finnairin kaukoliikenteen lentokoneista puettiin Unikko-kuosiin.

marimekko®



Tuoteutuuksia 2012.

Brändimyynti

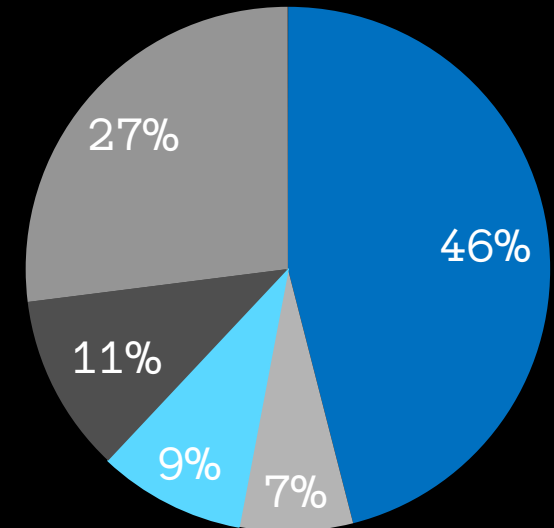
Vuonna 2012 brändimyynti* kasvoi 11 % ja oli 187,2 milj. euroa (168,6).

54 % myynnistä kertyi ulkomailta (48).

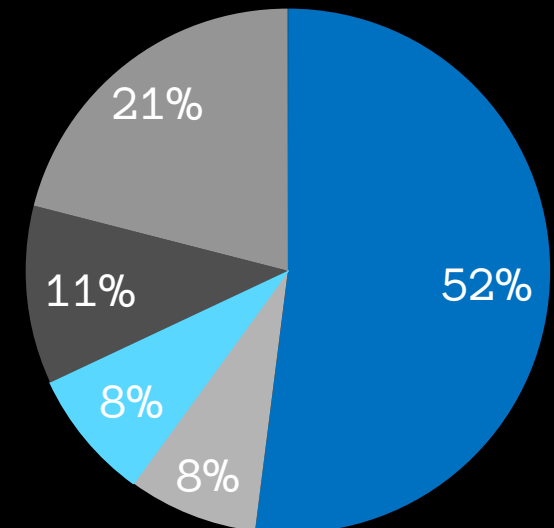
	(1 000 euroa)	2012	2011	Muutos, %
Suomi		86 518	88 557	-2,3
Skandinavia		12 752	13 139	-2,9
Keski- ja Etelä-Eurooppa		16 872	13 551	24,5
Pohjois-Amerikka		20 527	18 119	13,3
Aasian-Tyynenmeren alue		50 515	35 191	43,5
YHTEENSÄ		187 184	168 557	11,1

*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. Lukua ei tilintarkasteta.

2012



2011



Liikevaihto kasvoi hyvin

Vuonna 2012 Marimekko-konsernin liikevaihto kasvoi 14 % kansainvälisen myynnin kasvun vetämänä ja oli 88,5 milj. euroa (77,4).

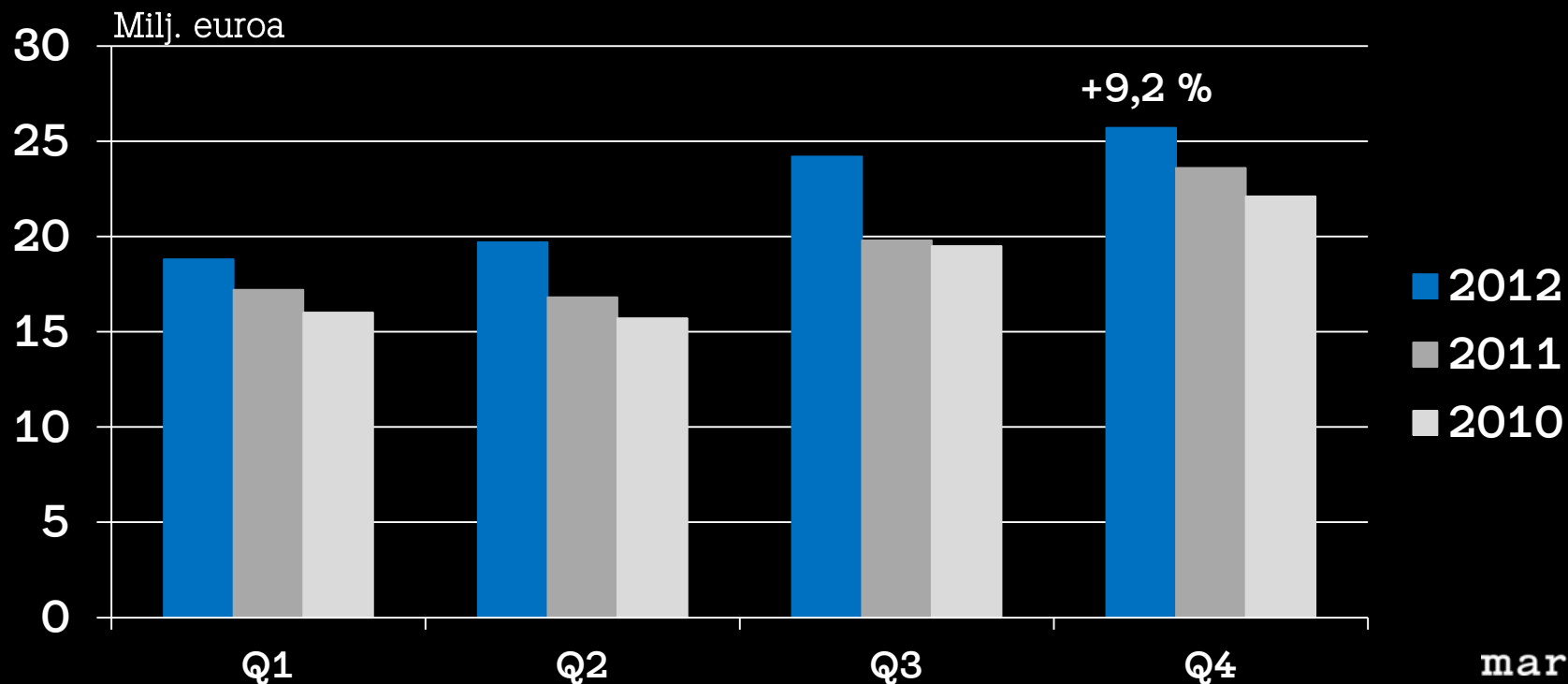
Suomessa liikevaihto kasvoi 5 %. Vähittäismyynti nousi 20 %. Tukkuunmyynti laski 15%, mikä johtui osittain jälleenmyyntikentässä tehdyistä jakelustrategian mukaisista muutoksista.

Kansainvälinen myynti nousi 31 %, vähittäismyynti 106 % ja tukkuunmyynti 17 %.

Voimakkainta myynninkasvu oli Pohjois-Amerikassa, 56 %, ja Aasian-Tyynenmeren alueella, 51 %.

Vuoden viimeisellä neljänneksellä liikevaihto kasvoi 9 % ja oli 25,7 milj. euroa (23,6).

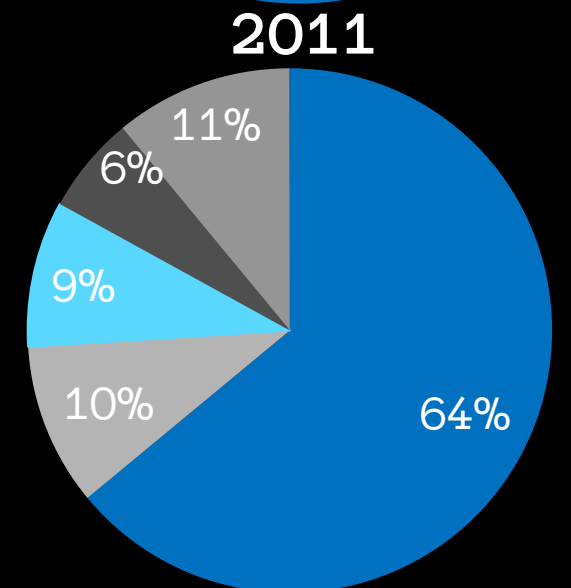
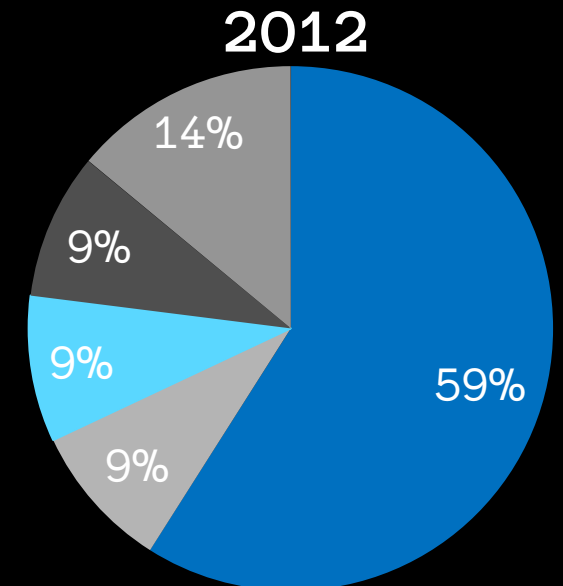
Suomessa liikevaihto pysyi edellisvuoden tasolla ja kansainvälinen myynti nousi 28 %.



Liikevaihto markkina-alueittain

	(1 000 euroa)	2012	2011*	Muutos, %
Suomi		52 344	49 807	5,1
Skandinavia		7 856	7 518	4,5
Keski- ja Etelä-Eurooppa		7 783	6 691	16,3
Pohjois-Amerikka		7 743	4 960	56,1
Aasian-Tyynenmeren alue		12 745	8 466	50,5
YHTEENSÄ		88 471	77 442	14,2

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



Liikevaihto markkina-alueittain vuonna 2012

Suomi +5 %: vähittäismyynti +20 %, tukkumyynti -15 %. Myyntiä kasvattivat vuoden 2011 viimeisellä neljänneksellä avatut kolme myymälää ja vuoden 2012 aikana avatut kolme myymälää. Vertailukelpoinen myynnin kasvu omissa myymälöissä oli 11 %. Tukkumyynnin lasku johtui osittain jälleenmyyntikentässä tehdyistä jakelustrategian mukaisista muutoksista.

Skandinavia +5 %: vähittäismyynti +47 %, tukkumyynti -14 %. Myyntiä kasvattivat vuonna 2011 avatut kolme myymälää sekä vuoden 2012 aikana Ruotsissa avatut kaksi myymälää. Vertailukelpoinen myynti omissa myymälöissä laski 12 %. Kuluttajien ostokäyttäytyminen jatkui varovaisena kaikissa maissa, mutta etenkin Ruotsissa.

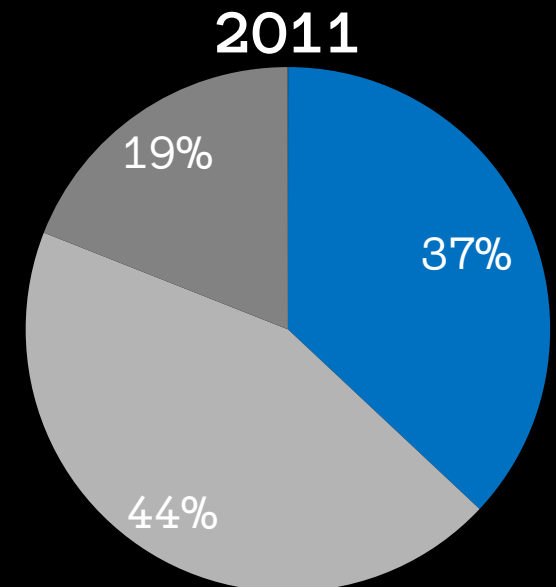
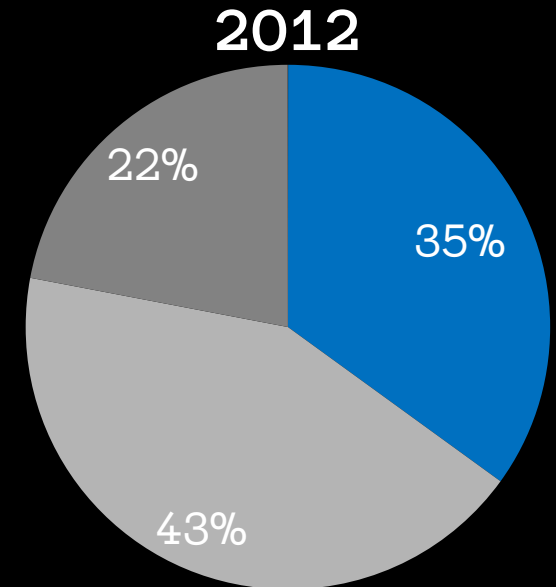
Keski- ja Etelä-Eurooppa +16 %: vähittäismyynti +7 %, tukkumyynti +19 %. Vähittäismyynti kasvoi loppuvuonna 2011 avatun pienen Lontoon-myymälän tuoman liikevaihdon myötä. Myynti veti hyvin Belgiassa, Saksassa, Isossa-Britanniassa ja Ranskassa. Italian heikko taloustilanne vaikutti kulutuskysyntään ja näkyi myynninlaskuna.

Pohjois-Amerikassa liikevaihto kasvoi 56 %. Liikevaihdon kasvu tuli New Yorkin lippulaivamyymälästä sekä vuoden 2012 jälkipuoliskolla avatuista neljästä myymälästä. Tukkumyynti jäi kuitenkin odotuksista ja laski 7 %.

Aasian-Tyynenmeren alueella liikevaihto kasvoi 51 %. Jo edellisvuonna nähty vahva tukkumyynnin kehitys Aasian-Tyynenmeren alueella jatkui koko katsauskauden ajan; tukkumyynti kasvoi 43 % ja ylitti odotukset kaikissa maissa. Japani toi selvästi suurimman osan kasvusta. Myyntiä paransivat Tokiossa vuoden aikana avautunut uusi jälleenmyyjävetoinen myymälä ja shop-in-shop, Hongkongissa avautunut uusi myymälä sekä viimeisellä neljänneksellä avautuneet kaksi omaa myymälää Australiassa.

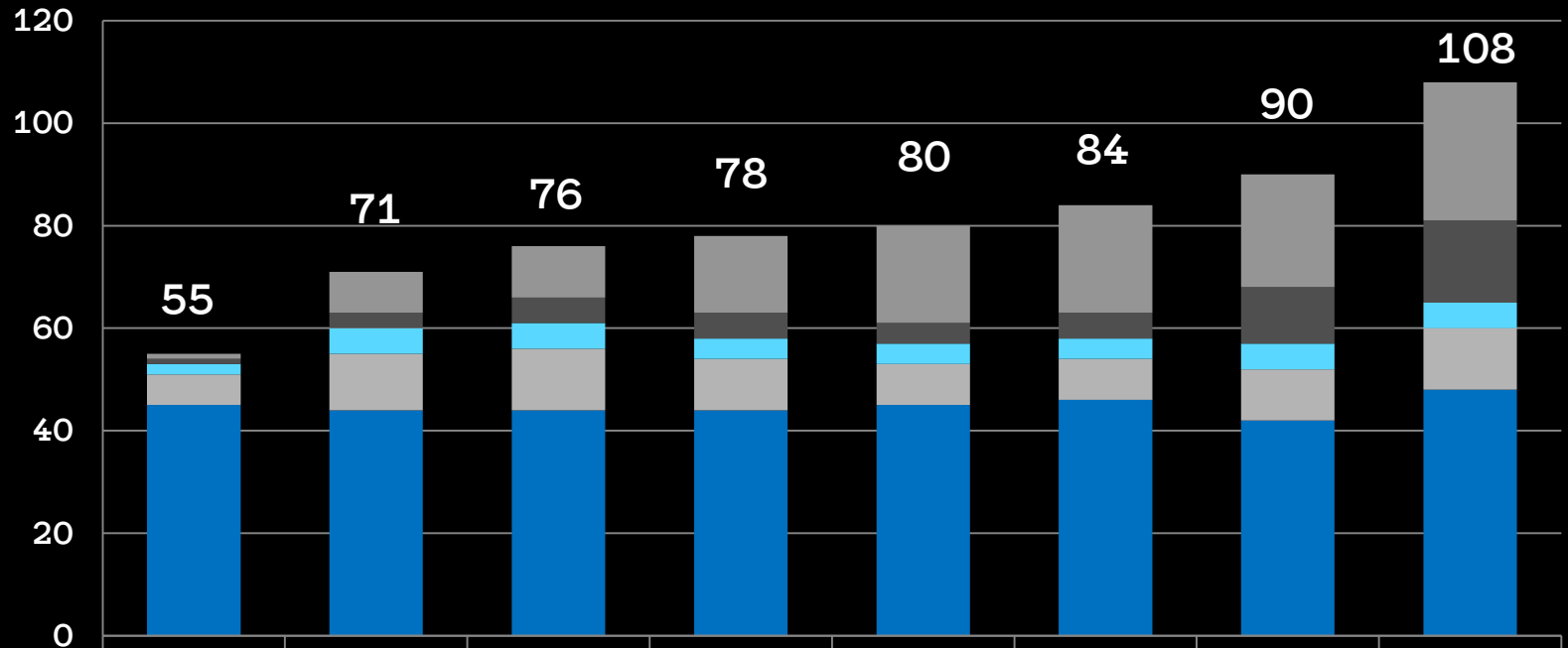
Liikevaihto tuotelinjoittain

	(1 000 euroa)	2012	2011	Muutos, %
Vaatetus		30 936	28 351	9,1
Sisustus		38 122	34 003	12,1
Laukut		19 413	15 088	28,7
YHTEENSÄ		88 471	77 442	14,2



Marimekko-myymälät

108 myymälää* joulukuun 2012 lopussa.



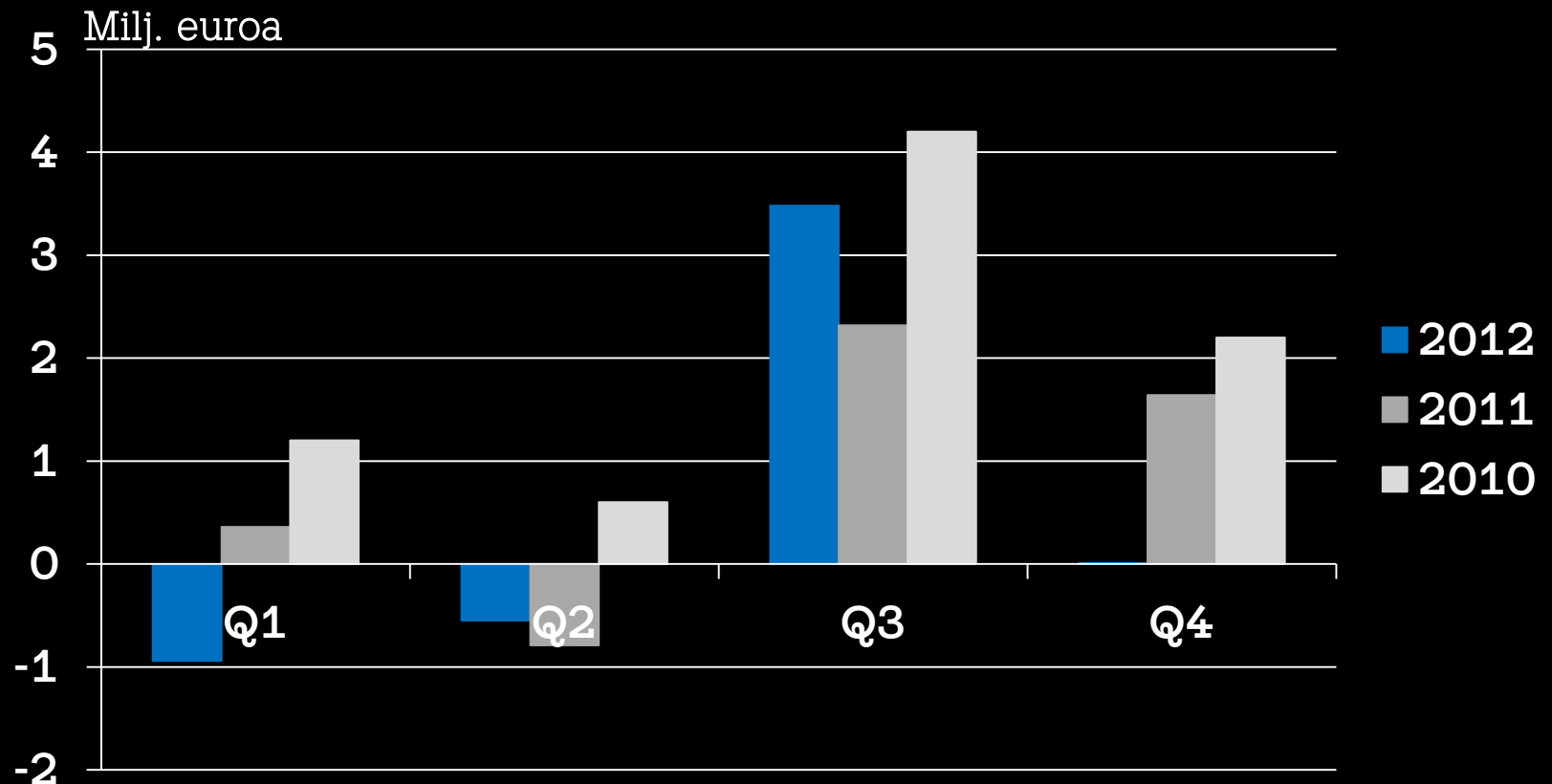
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
■ Aasian-Tyynenmeren alue	1	8	10	15	19	21	22	27
■ Pohjois-Amerikka	1	3	5	5	4	5	11	16
■ Keski- ja Etelä-Eurooppa	2	5	5	4	4	4	5	5
■ Skandinavia	6	11	12	10	8	8	10	12
■ Suomi	45	44	44	44	45	46	42	48

* Sisältää Marimekon omat vähittäismyymälät, jälleenmyyjäomisteiset Marimekko-myymälät sekä yli 30 m²:n suuriset shop-in-shopit. Omia vähittäismyymälöitä oli vuoden 2012 lopussa 47 (37).

Liikevoitto laski

Vuonna 2012 liikevoitto laski 43 % ja oli 2,0 milj. euroa (3,5).

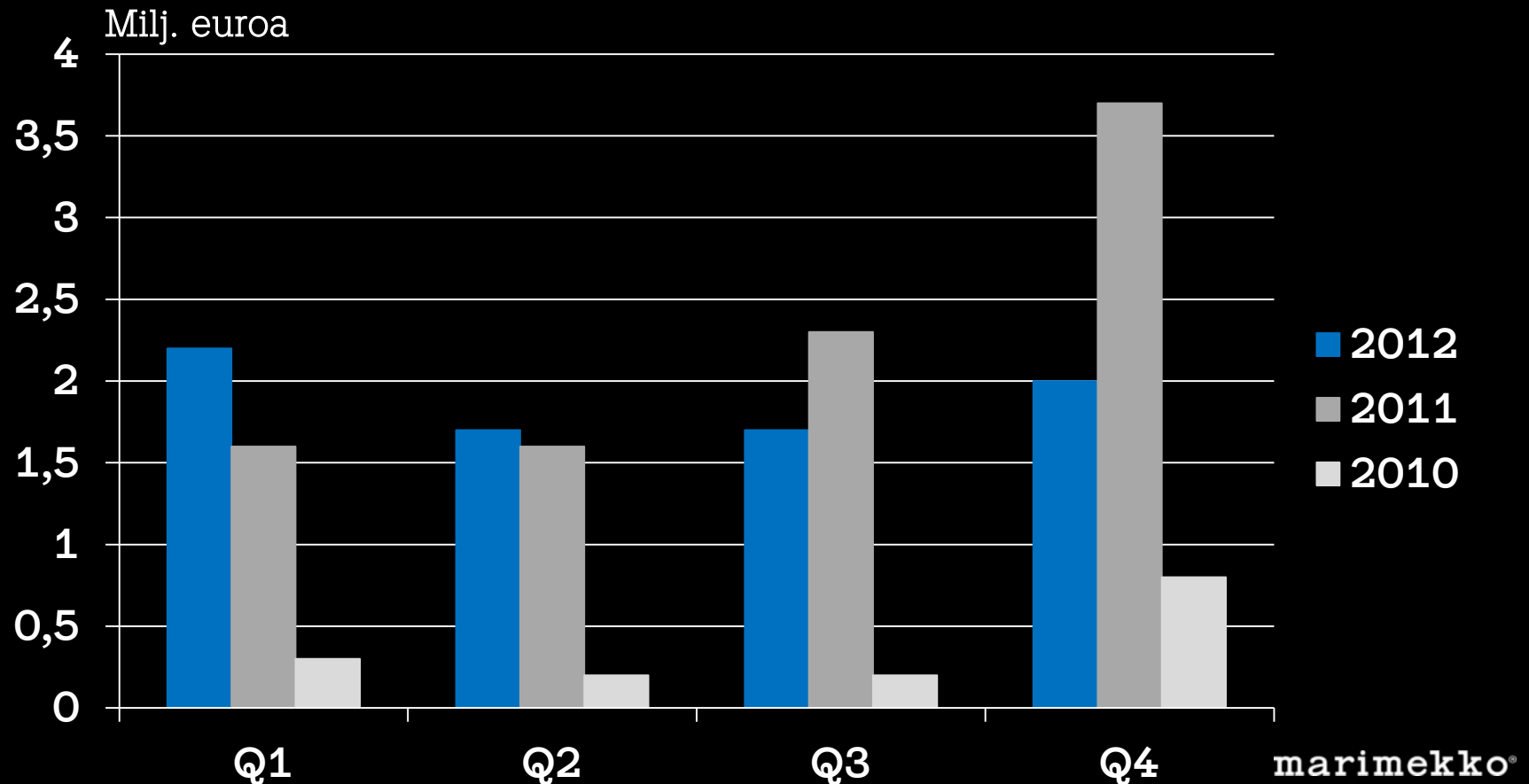
Liikevoittoa heikensivät Ruotsin- ja Yhdysvaltain-myymlöiden lanseerausvaiheesta johtuva tappiollinen tulos, liiketoimintojen laajentamiseen liittyvät kustannukset sekä tukkumyynnin lasku Suomessa, Skandinaviassa ja Yhdysvalloissa. Lisäksi liikevoittoa laski merkittävästi Suomessa sijaitsevan oman tuotannon korkeat kulut ja heikko kustannustehokkuus.



Investoinnit korkeat, mutta edellisvuotta alhaisemmat

Bruttoinvestoinnit olivat 7,6 milj. euroa (9,2) eli 9 % liikevaihdosta (12%).

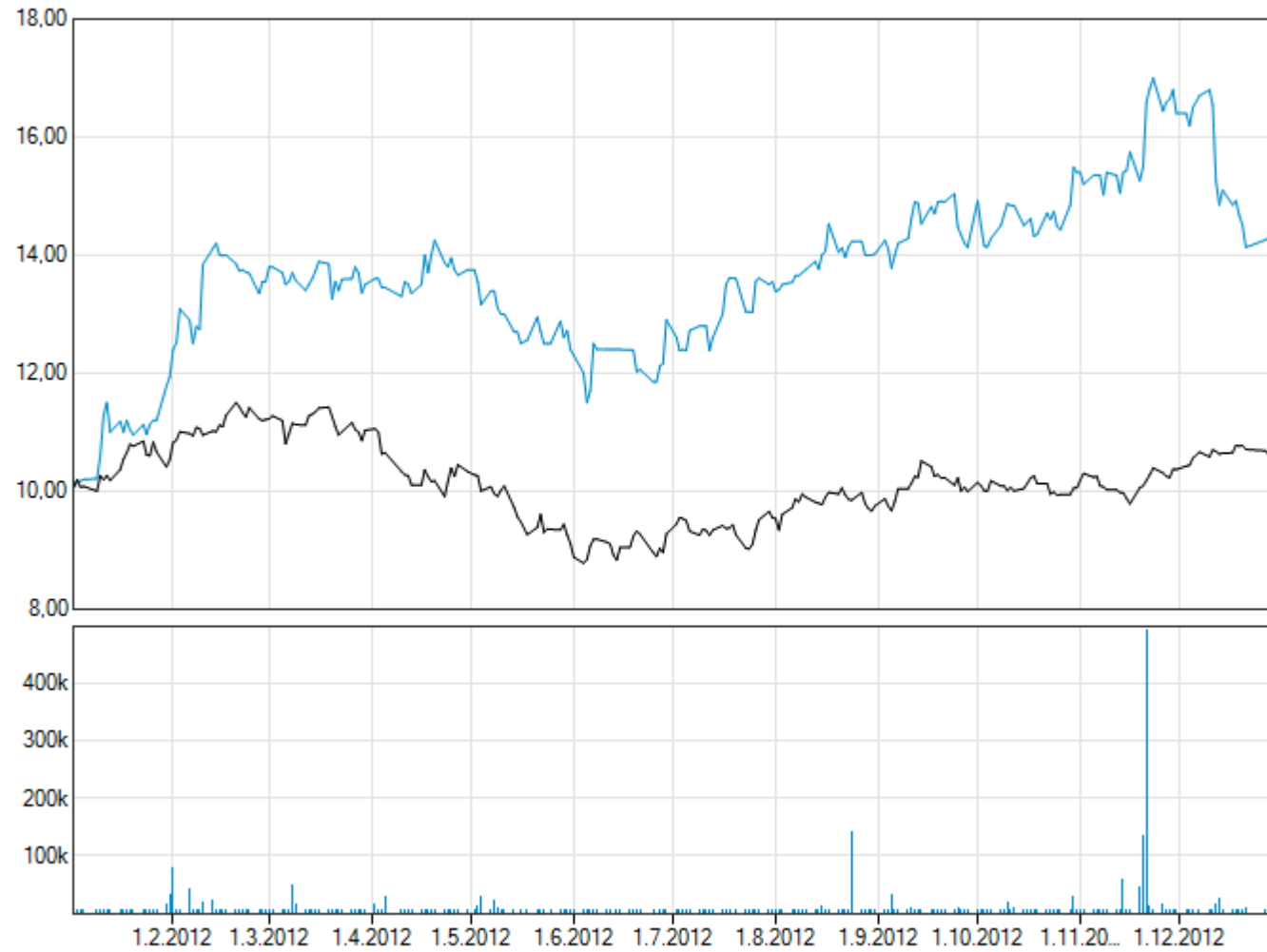
Pääosa investoinneista kohdistui uusien myymälöiden rakentamiseen sekä Herttoniemen-kiinteistön kunnostamiseen.



Avainluvut

	2012	2011	Muutos, %
Liikevaihto, 1 000 euroa	88 471	77 442	14,2
kansainvälisen myynnin osuus, %	40,8	35,8	
Käyttökate (EBITDA), 1 000 euroa	5 573	5 744	-3,0
Liikevoitto, 1 000 euroa	2 019	3 528	-42,8
Liikevoittomarginaali, %	2,3	4,6	
Kauden voitto, 1 000 euroa	1 100	2 826	-61,1
Tulos/osake, euroa	0,14	0,35	-60,0
Liiketoiminnan rahavirta, 1 000 euroa	8 605	651	
Bruttoinvestoinnit, 1 000 euroa	7 582	9 220	-17,8
Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %	4,1	11,4	
Omavaraisuusaste, %	54,6	67,2	
Nettovelkaantumisaste (gearing), %	52,7	10,2	
Vastuusitoumukset, 1 000 euroa	39 986	27 610	44,8
Henkilöstö kauden lopussa	535	434	23,3
joista ulkomailla	103	63	63,5
Brändimyynti, 1 000 euroa	187 184	168 557	11,1
kansainvälisen myynnin osuus, %	53,8	47,5	
Myymälät & shop-in-shopit, kpl	108	90	20,0

Osakekurssi 12 kk



■ Marimekko ■ OMX Helsinki

Osinkoehdotus

Vuodelta 2011 maksettiin osinkoa 0,55 euroa osaketta kohden eli yhteensä 4 422 000 euroa. Hallitus ehdottaa varsinaiselle yhtiökokoukselle, että vuodelta 2012 maksetaan osinkoa 0,25 euroa osakkeelta.

Ehdotettu osinko on 178,6 % konsernin tilivuoden osakekohtaisesta tuloksesta ja 23,5 % liiketoiminnan rahavirrasta. Emoyhtiön voitonjakokelpoiset varat 31.12.2012 olivat 19 549 850,44 euroa, josta tilikauden voitto on 1 957 492,29 euroa.

Hallitus ehdottaa osingonmaksun täsmäytyspäiväksi 26.4.2013 ja osingon maksupäiväksi 7.5.2013.

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet

Maailmantaloudessa yleisen epävarmuuden ennakoitaan jatkuvan, ja se voi vaikuttaa kuluttajien ostokäyttäytymiseen kaikilla Marimekon markkina-alueilla. Euroopan talouskehityksen näkymät ovat synkentyneet, ja kasvu alueella on hidasta.

Yhdysvalloissa ja Aasiassa talousennusteet ovat selvästi paremmat kuin Euroopassa, mutta kasvu on melko hidasta. Suomessa markkinatilanne on kohtalainen, mutta elinkeinoelämän suhdannenäkymät lähikuukausiksi ovat heikentyneet merkittävästi ja vähittäiskaupan myynnin ennakoitaan vähenevän. (Elinkeinoelämän keskusliitto EK: Suhdannebarometri marraskuu 2012 ja talouskatsaus, suhdanteet joulukuu 2012). Suomen omien myymälöiden heikko kehitys vuoden 2012 lopussa sekä kuluttajien heikentynyt luottamus varjostavat kuluvan vuoden näkymiä Suomessa.

Vuoden 2012 aikana avatut myymälät ja muut merkittävät jakeluverkoston laajentamiseen tehdyt panostukset tuovat huomattavan myynninlisäyksen vuonna 2013. Laajentumisen pääpaino vuonna 2013 on jälleenmyyjäomisteisten Marimekko-myymälöiden ja -shop-in-shopien avauksilla. Lisäksi yhtiö panostaa vuonna 2012 avaamiensa myymälöiden toiminnan kehittämiseen. Tavoitteena on, että kuluvana vuonna avautuu 15 - 24 Marimekko-myymälää ja -shop-in-shopia, joista 4 - 6 olisi yhtiön omia.

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

Taloudellinen ohjeistus

Vallitsevassa markkinatilanteessa ja yhtiön viime aikoina läpikäymästä muutoksesta johtuen vuoden 2013 taloudellista tulosta on hyvin vaikea arvioida. Vuonna 2013 Marimekko-konsernin liikevaihdon arvioidaan kasvavan yli 5 % ja liikevoiton olevan enintään vuoden 2012 tasolla. Vähittäismyynnin osuuden kasvu lisää entisestään liiketoiminnan kausiluonteisuutta, joten liikevoiton kertyminen painottuu tyypillisesti vuoden toiselle puoliskolle.



Tapautumia kauden jälkeen

Marimekko esitteli syksyn ja talven 2013 vaatemalliston ”Art of print making – Väriä säästä” paikalliselle ja kansainväliselle medialle sekä alan ammattilaisille Tukholman Mercedes-Benz-muotiviikolla maanantaina 28. tammikuuta.

Yritys tuki näytöksellään 12 jo olemassa olevaa Marimekko-myyymälää Ruotsissa, Norjassa ja Tanskassa sekä myöhemmin keväällä laajentuvaa myymäläverkostoaan Ruotsissa: Marimekon verkkokauppa avautuu seuraavaksi Ruotsissa.

Lisäksi Marimekon kuudes Ruotsin myymälä avautuu yhdessä maan suurimmista kauppakeskuksista, lähellä Tukholmaa sijaitsevassa Täby Centrumissa.



**Marimekko esittäytyi Tukholman muotiviikolla 28.
tammikuuta 2013.**



Marimekko esittäytyi Tukholman muotiviikolla 28. tammikuuta 2013.

marimekko®