

Yhtiökokous 2013

Mika Ihamuotila

23.4.2013

TOIMITUSJOHTAJAN KATSAUS

VISIO.

MARIMEKKO ON
MAAILMAN ARVOSTETUIN
KUVIOSUUNNITTELIJA JA YKSI
KIEHTOVIMMISTA
DESIGNBRÄNDEISTÄ.

Strategian kulmakivet



Uniikki
design &
brändi

Valloittava väri- ja kuviomaailma
Teeskentelemätön elämänsenne
Kiehtova historia

marimekko®



Vuonna 2012 tuli kuluneeksi 100 vuotta Marimekon perustajan Armi Ratian syntymästä.

"Tulla osaksi ihmisten jokapäiväistä elämää ja toteuttaa meidän jokaisen salaisia toiveita. Ei enempää eikä vähempää – siinä näen Marimekon tulevaisuuden."

- Armi Ratia





Kuva: Mārek Sabogal

Marimekon legendaarinen puistonäytös järjestettiin Helsingissä yhteistyössä Suomen Kansallisbaletin kanssa.

marimekko®



Kuva: Kaapo Kamu

Kesäkuun lopussa Yhdysvaltain ulkoministeri Hillary Clinton vieraili Marimekko-talossa ja tutustui muun muassa kankaanpainantaan.

marimekko®



Kuva: Billy Farrell Agency

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



Syksyn ja talven 2012 vaatemallisto esiteltiin Shanghai People's Parkissa yhdessä maailmankuulun kiinalaisen Jin Xing Dance Theatren kanssa.

marimekko®



Kuva: Kristian Löveborg

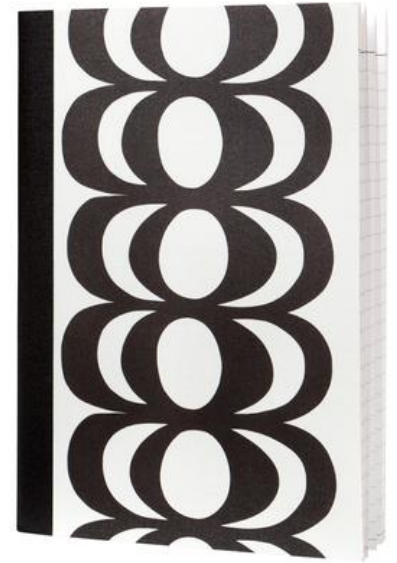
Marimekko esittäytyi Tukholman muotiviikolla tammikuussa 2013.

marimekko®

Strategian kulmakivet

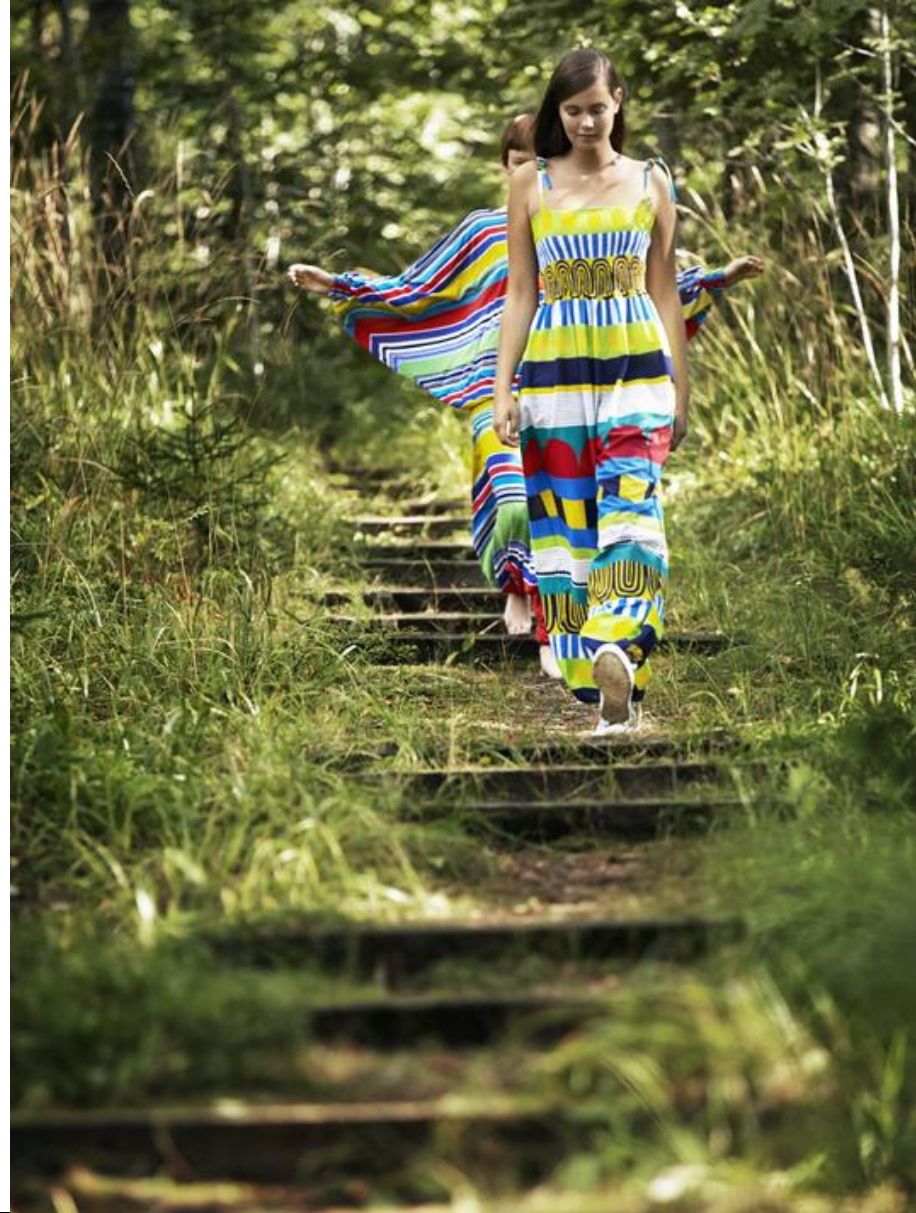


Käytännölliset ja ajattomat tuotteet
Lifestyle-konseptin tuoma ulottuvuus
Helposti ostettavia ja yhdisteltäviä tuotteita
Oman tuotannon merkitys painokankaissa



Tuoteuutuuksia 2012

marimekko®



Tuoteutuuksia 2013

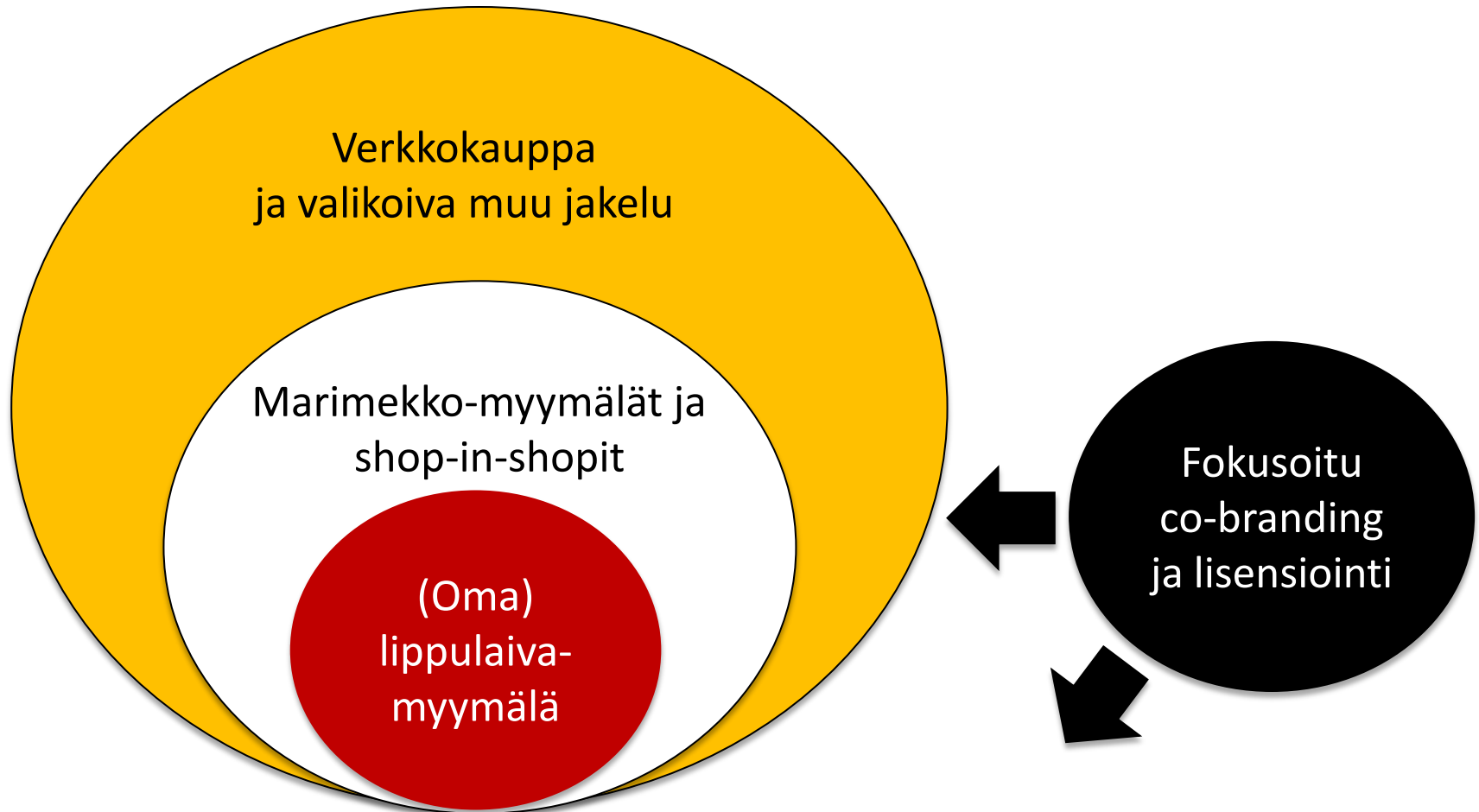
marimekko®

Strategian kulmakivet



Kasvuhakuinen kansainvälistymistrategia

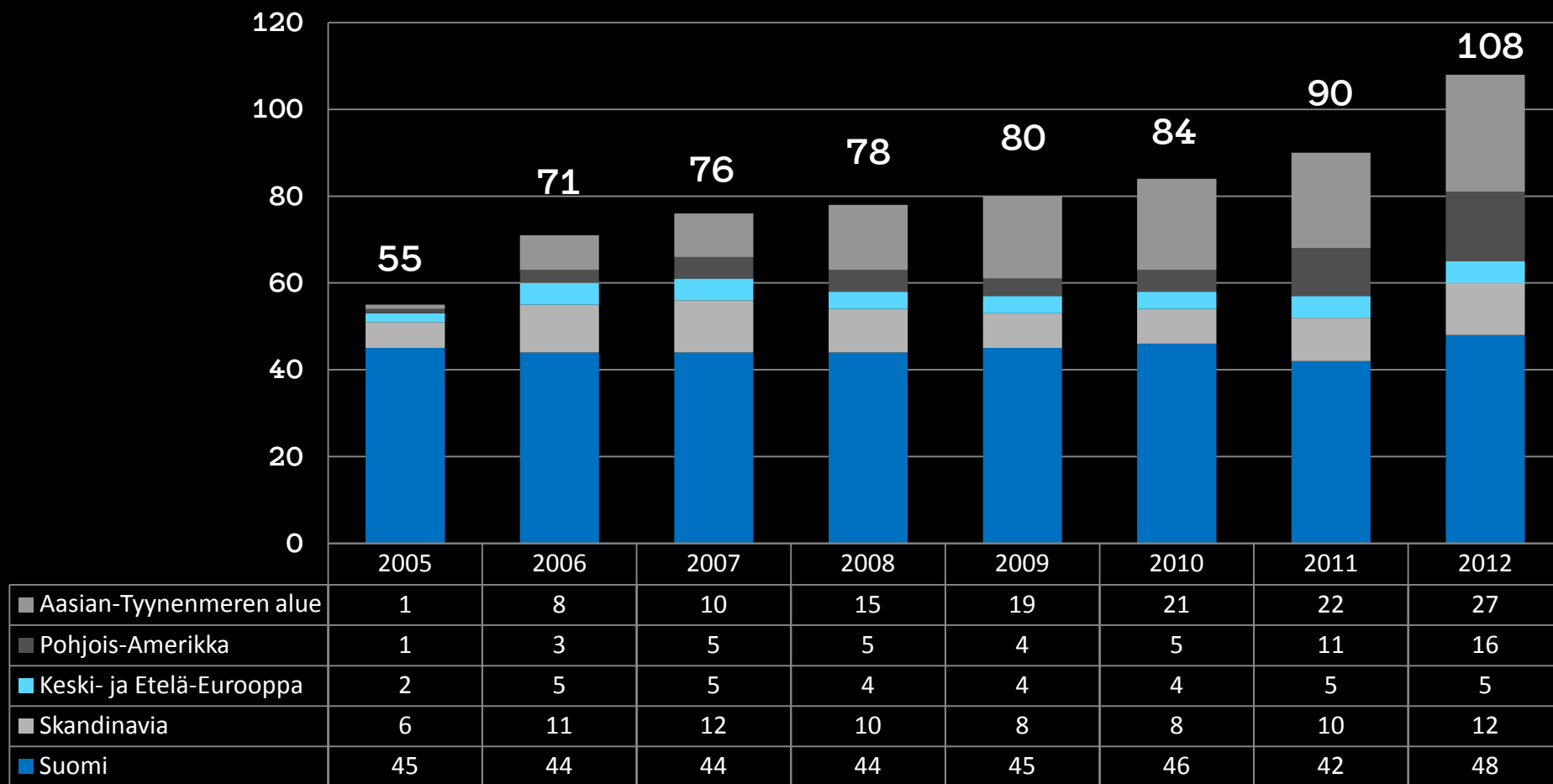
Painopisteenä USA, Pohjois-Eurooppa ja Aasian-Tyynenmeren alue



Tunnettuuden kasvattaminen pr-vetoisesti ansaitussa ja digitaalisessa mediassa

Marimekko-myymälät

108 myymälää* joulukuun 2012 lopussa.



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



Suomessa aukesi vuoden 2012 aikana seitsemän uutta myymälää. Uusi muotipainotteinen Aleksinkulman myymälä aukesi paraatipaikalle Helsinkiin.

marimekko®

Kevätmuotia

Kevään vaatevalikoimamme on runsaimmillaan.

OSTOKSILLE



Marimekon verkkokauppa avautui Suomessa.



Kuva: Carl Hjelte

Marimekko avasi kaksi omaa vähittäismyymälää Ruotsin isoimmissa kaupungeissa, Tukholmassa ja Göteborgissa. Göteborgin myymälä sijaitsee kaupungin keskustassa.

marimekko®



Tukholman uusi myymälä sijaitsee SoFo:n alueella.

marimekko®



Kuva: James Ray Spahn

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

marimekko®



Palo Alton myymälä.

marimekko®



Bostonin myymälä.



Kanadan ensimmäinen Marimekko-shop-in-shop aukesi syyskuussa EQ3:n uudessa Toronton lippulaivamyymälässä.

marimekko®



Kiinan ensimmäinen Marimekko-myymälä avautui Hongkongissa toukokuussa 2012 ja toinen aukeaa vuoden 2013 lopussa. Manner-Kiinan ensimmäiset Marimekko-myymälät aukeavat Pekingissä ja Shanghaissa tulevan kesän aikana.

marimekko®



Kuva: Michael Bradfield

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

marimekko®



Melbournen myymälä.



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

marimekko®



Oma myymälä aukesi Oulussa ja Tampereen Hämeenkadun myymälän pinta-ala kaksinkertaistui kevään 2013 aikana.

marimekko®



Google juhlisti kevään ja syksyn alkua Marimekon suunnittelemissa logoilla.

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.

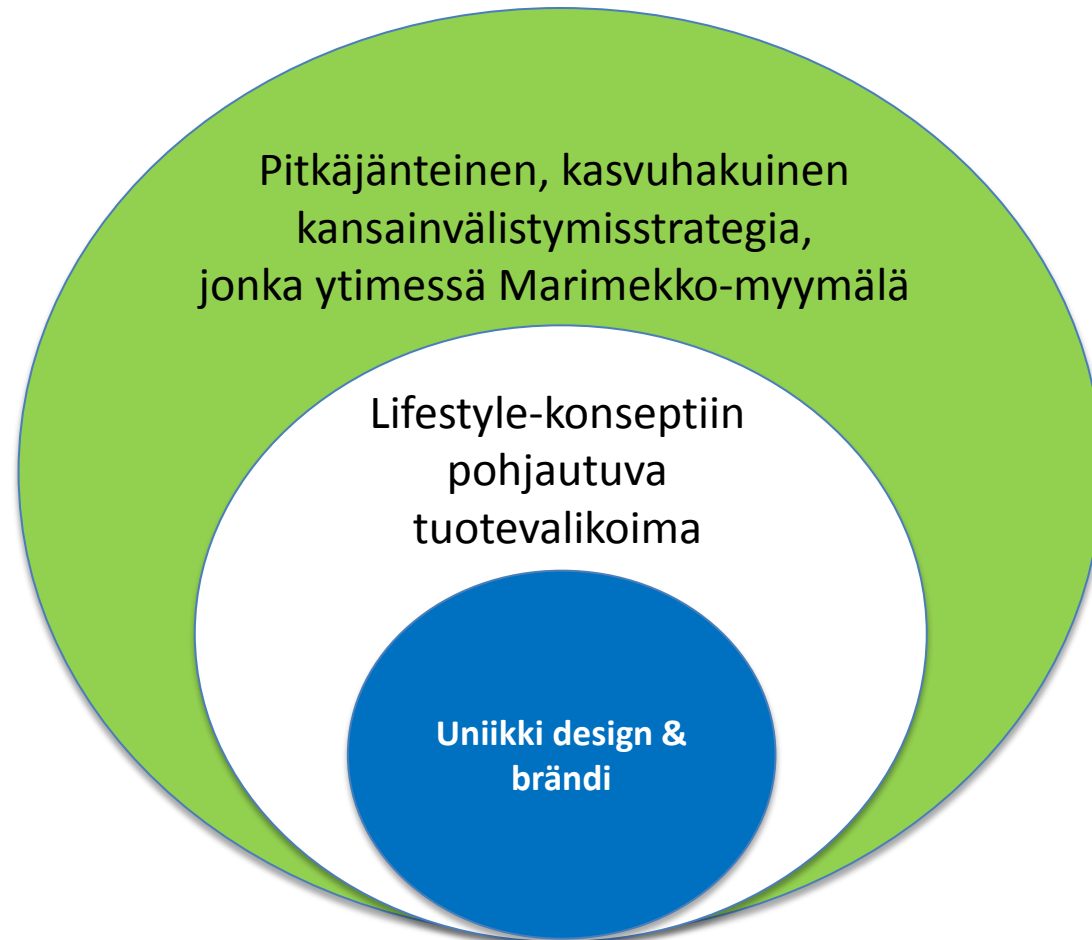
marimekko®



Marimekon ja australialaisen Aesopin yhteistyössä toteuttama Sauna-
tuotesetti saapuu myymälöihin huhtikuun 2013 lopussa.

marimekko®

Strategian kulmakivet



Ainutlaatuinen Marimekko-henki ja yrityskulttuuri, joka nojaa luovuuteen ja yrittäjyyteen

Marihenki

Elämää, ei esittämistä

Rehtiyttä kaikkia ja kaikkea kohtaan

Maalaisjärkeä

Yhdessä tekemisen meininkiä

Rohkeutta epäonnistumisenkin uhalla

Iloa

Henkilöstöanti

Marimekko järjesti vuonna 2012 henkilöstölle ja yhtiöön freelancesuhteessa oleville suunnittelijoille suunnatun henkilöstöannin.

Henkilöstöannissa merkittiin yhteensä 49 610 uutta Marimekon osaketta.

Merkinнан teki 308 yhtiön työntekijää ja suunnittelijaa eli enemmistö merkintään oikeutetuista.

Annin jälkeen Marimekon osakkeiden lukumäärä on 8 089 610.

Marimetri

Marimetrillä mitataan vuosittain Marimekon henkilöstön työtyytyväisyyttä.

Vuonna 2012 tehdyn Marimetrin tulokset olivat erittäin myönteiset ja henkilökunnan sitoutuminen yhtiöön oli poikkeuksellisen korkealla tasolla verrattaessa verrokkiaineistoon.

Henkilöstö pitää johdon visioita uskottavina ja yhtiön strategia on viestitty henkilölle hyvin.

Marimekkoa pidetään henkilöstön keskuudessa hyvämaineisena ja varmana työnantajana, joka panostaa henkilöstönsä kehittämiseen.

Esimiestyön laatu koettiin selvästi verrokkiaineistoa paremmaksi.

TALOUDELLINEN KEHITYS

Brändimyynti

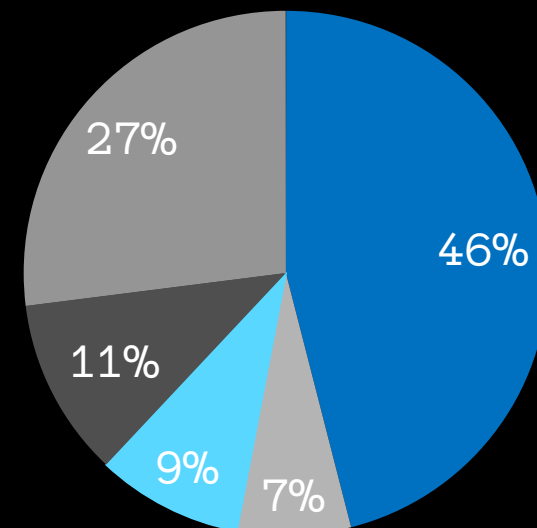
Vuonna 2012 brändimyynti* kasvoi 11 % ja oli 187,2 milj. euroa (168,6).

54 % myynnistä kertyi ulkomailta (48).

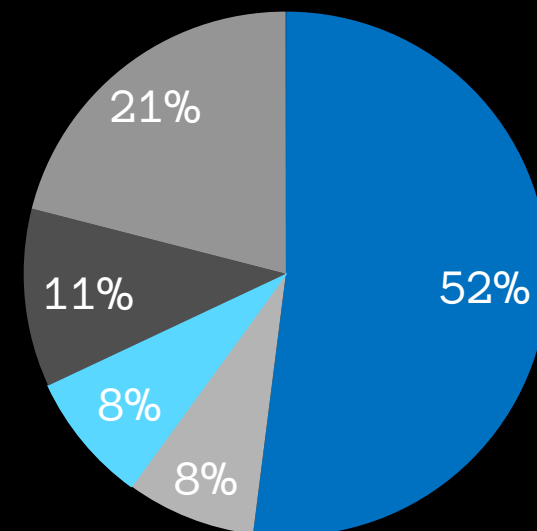
	(1 000 euroa)	2012	2011	Muutos, %
	Suomi	86 518	88 557	-2,3
	Skandinavia	12 752	13 139	-2,9
	Keski- ja Etelä-Eurooppa	16 872	13 551	24,5
	Pohjois-Amerikka	20 527	18 119	13,3
	Aasian-Tyynenmeren alue	50 515	35 191	43,5
	YHTEENSÄ	187 184	168 557	11,1

*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



marimekko®

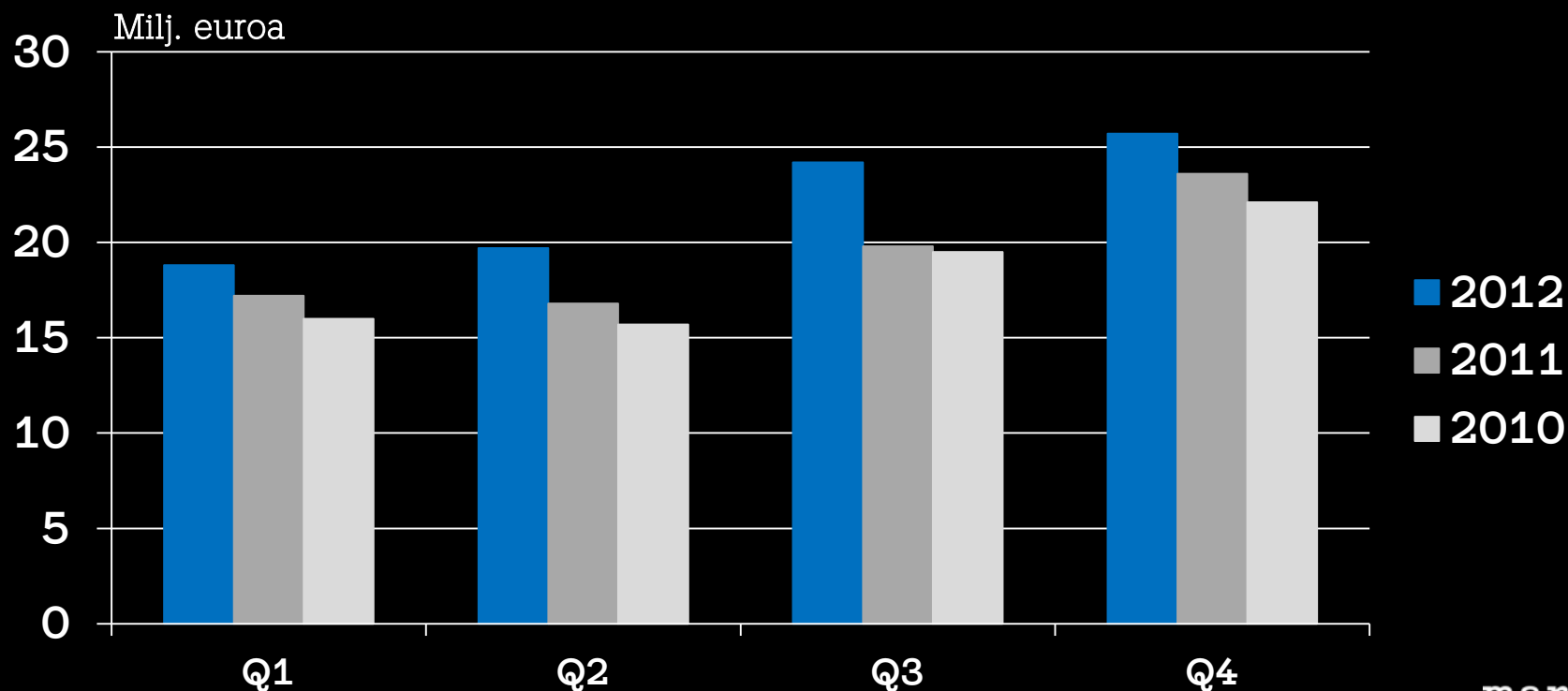
Liikevaihto kasvoi hyvin

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 %. Tukkumyynti laski 15%, mikä johtui osittain jälleenmyyntikentässä tehdyistä jakelustrategian mukaisista muutoksista.

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

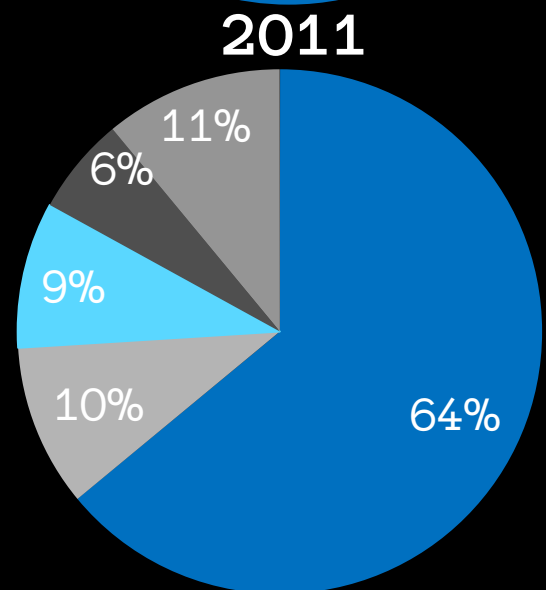
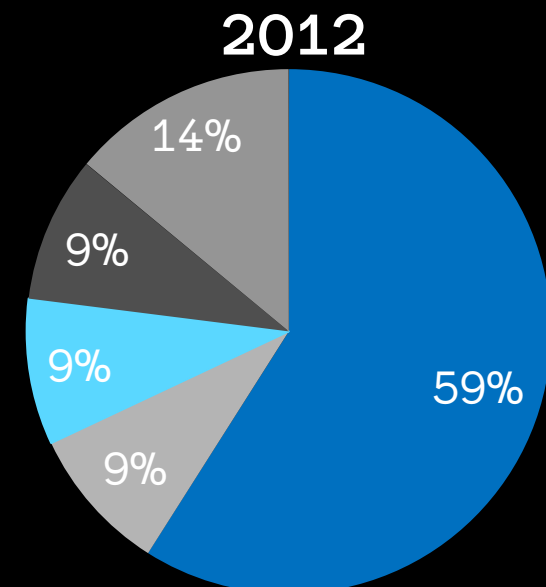
Voimakkainta myynninkasvu oli Pohjois-Amerikassa, 56 %, ja Aasian-Tyynenmeren alueella, 51 %.



Liikevaihto markkina-alueittain

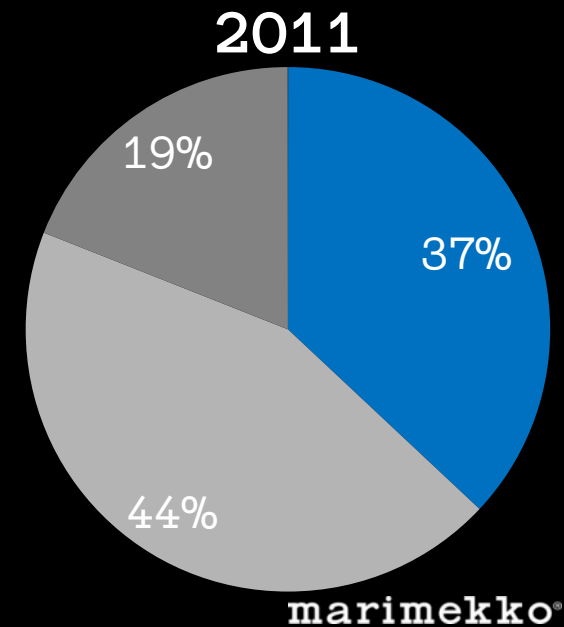
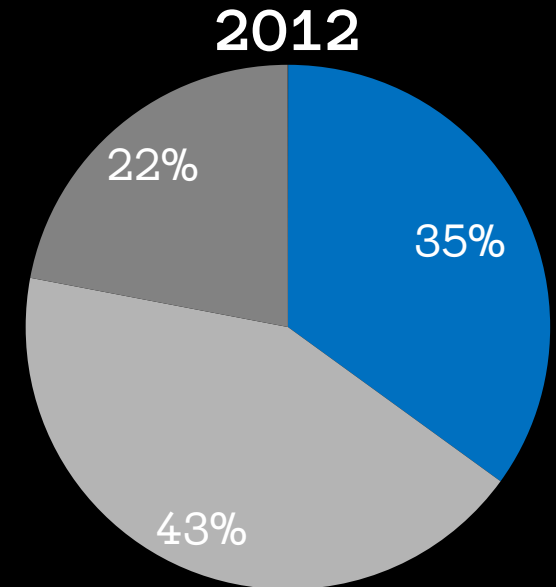
	(1 000 euroa)	2012	2011*	Muutos, %
 Suomi		52 344	49 807	5,1
 Skandinavia		7 856	7 518	4,5
 Keski- ja Etelä-Eurooppa		7 783	6 691	16,3
 Pohjois-Amerikka		7 743	4 960	56,1
 Aasian-Tyynenmeren alue		12 745	8 466	50,5
 YHTEENSÄ		88 471	77 442	14,2

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



Liikevaihto tuotelinjoittain

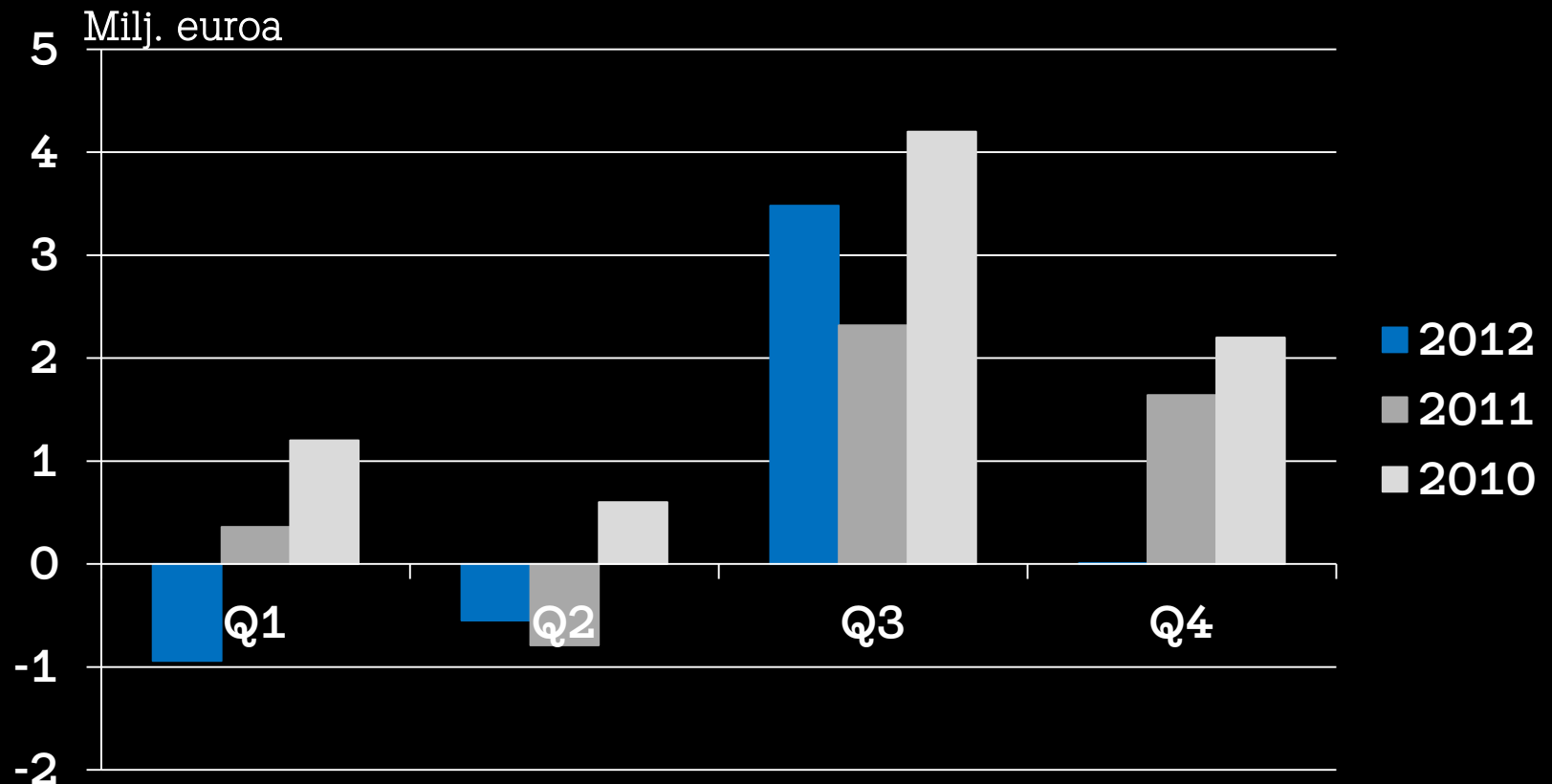
	(1 000 euroa)	2012	2011	Muutos, %
Vaatetus		30 936	28 351	9,1
Sisustus		38 122	34 003	12,1
Laukut		19 413	15 088	28,7
YHTEENSÄ		88 471	77 442	14,2



Liikevoitto laski

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

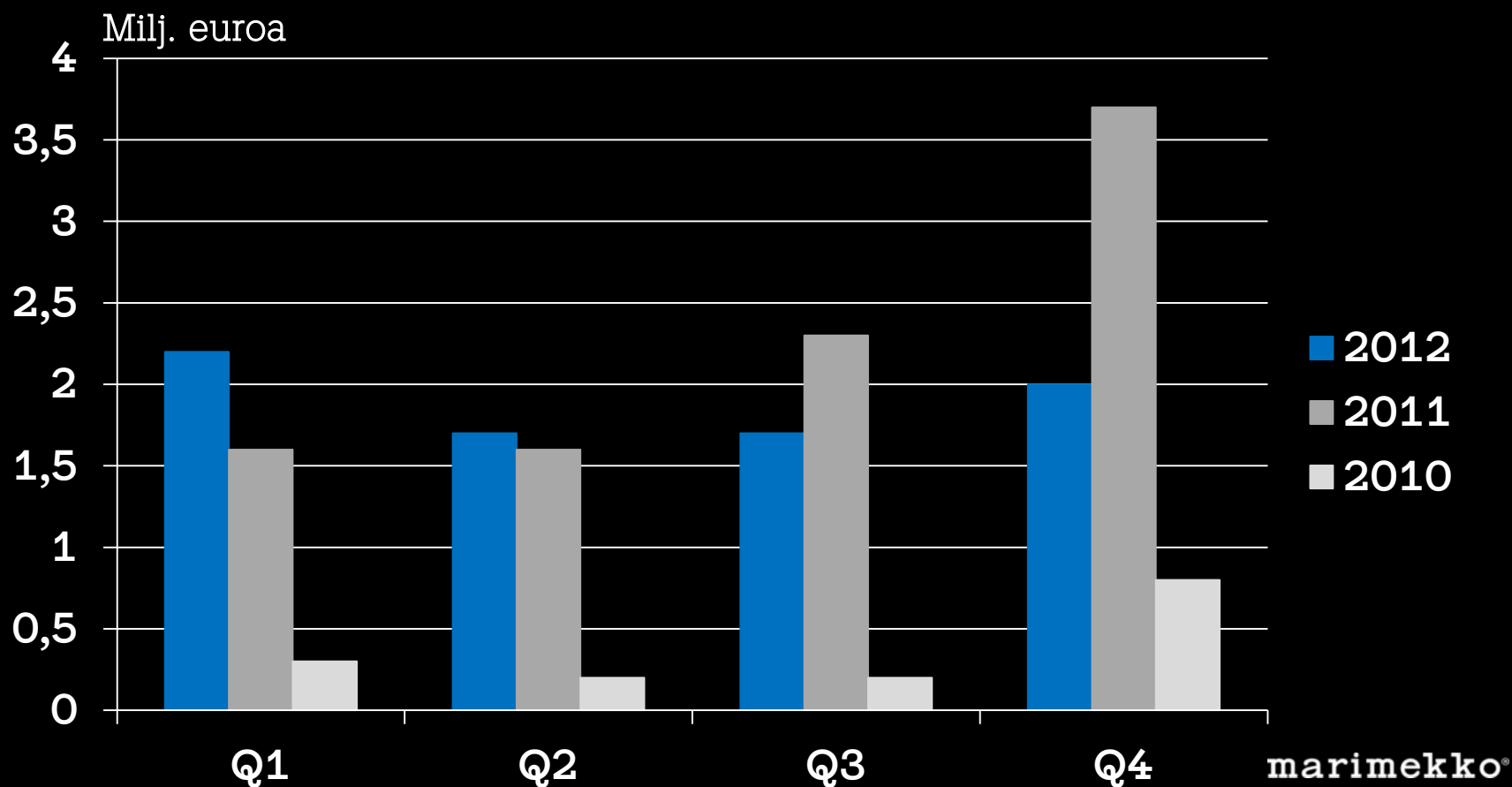
Liikevoittoa heikensivät Ruotsin- ja Yhdysvaltain-myymälöiden lanseerausvaiheesta johtuva tappiollinen tulos, liiketoimintojen laajentamiseen liittyvät kustannukset sekä tukkumyynnin lasku Suomessa, Skandinaviassa ja Yhdysvalloissa. Lisäksi liikevoittoa laski merkittävästi Suomessa sijaitsevan oman tuotannon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



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.

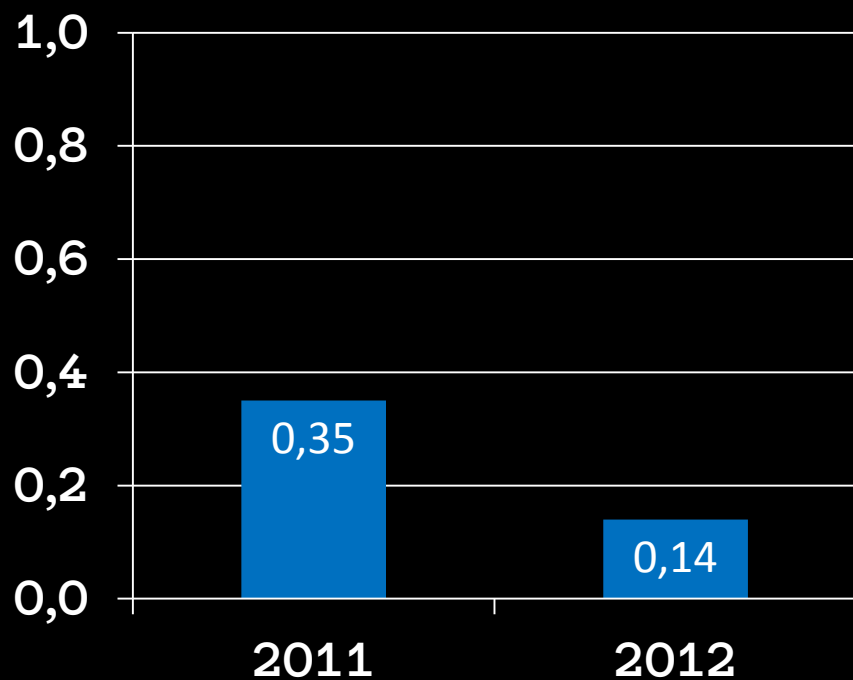


Avainluvut

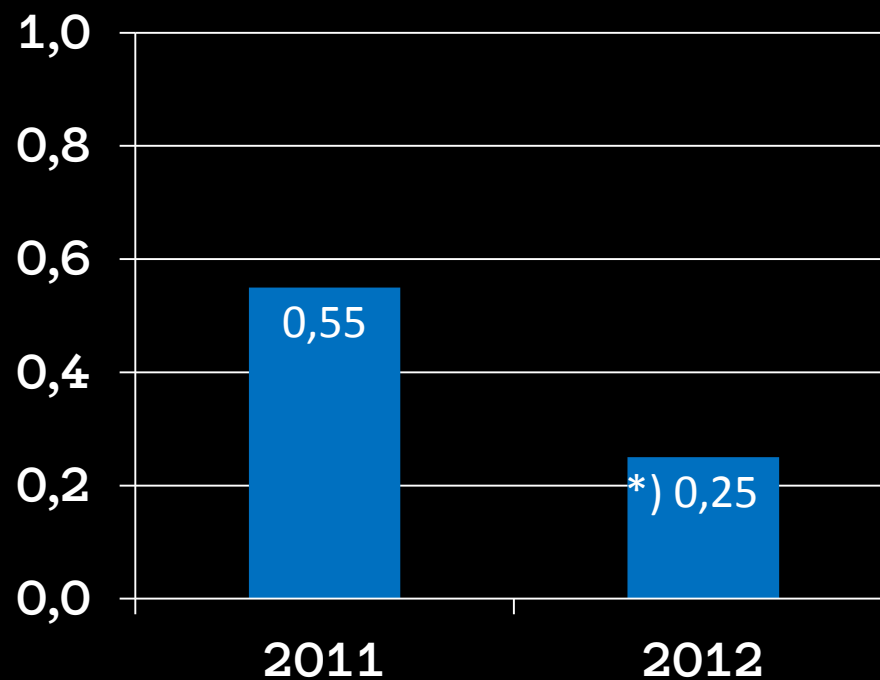
	2012	2011	Muutos, %
Liikevaihto, 1 000 euroa	88 471	77 442	14,2
kansainvälisen myynnin osuus, %	40,8	35,8	
Käyttökate (EBITDA), 1 000 euroa	5 573	5 744	-3,0
Liikevoitto, 1 000 euroa	2 019	3 528	-42,8
Liikevoittomarginaali, %	2,3	4,6	
Kauden voitto, 1 000 euroa	1 100	2 826	-61,1
Tulos/osake, euroa	0,14	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

Tulos/osake ja osinko/osake

Tulos/osake (euroa)



Osinko/osake (euroa)



*) Hallituksen ehdotus

marimekko®