



marimekko[®]

TILINPÄÄTÖS 2009

Tiedotustilaisuus 3.2.2010

VUOSI 2009

- Konsernin liikevaihto laski 72,5 milj. euroon (81,1 milj. euroa).
- Liikevoitto laski 6,3 milj. euroon (10,0 milj. euroa).
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 6,8 milj. euroa (10,0 milj. euroa).
- Tilivuoden voitto verojen jälkeen oli 4,7 milj. euroa (7,4 milj. euroa).
- Osakekohtainen tulos oli 0,59 euroa (0,92 euroa).
- Liiketoiminnan rahavirta oli 9,9 milj. euroa (8,0 milj. euroa).
- Hallitus ehdottaa yhtiökokoukselle, että vuodelta 2009 jaetaan osinkoa 0,45 euroa (0,55 euroa).

MARKKINATILANNE

- Ensimmäisiä merkkejä maailmantalouden käännteestä näkyi loppuvuonna 2009.
- Suomessa elinkeinoelämän suhdannenäkymät loppuvuodelle 2009 olivat vielä varovaiset, mutta talouden laskun päätyminen ja vähittäiskaupan kasvukäännne olivat kuitenkin nähtävissä.
- Kuluttajien luottamus Suomen talouteen oli tammikuussa keskimääräistä vahvempaa, mutta arviot omasta työllisyydestä olivat edelleen heikot.

LIKEVAIHTO 2009

- **Konsernin liikevaihto** laski 10,7 % ja oli 72,5 milj. euroa (81,1 milj. euroa).
- **Suomessa** liikevaihto supistui 10,9 % ja oli 52,7 milj. euroa (59,2 milj. euroa).
 - Omien kotimaanmyymälöiden myynti laski 1,4 %.
 - Myynti kotimaisille jälleenmyyjille laski 13,9 %.
- **Vienti ja ulkomaantoiminnot** laskivat 9,9 % ja olivat 19,8 milj. euroa (21,9 milj. euroa).
- Liikevaihdon laskuun vaikutti heikosta markkinatilanteesta johtuva kysynnän hiipuminen, joka heijastui erityisesti tukkumyyntiin sekä kotimaassa että ulkomailla.
- Eroa vertailukauteen kasvattivat myös edellisvuoden yksittäiset katsausvuotta suuremmat kampanjat ja niistä kertyneet myyntitulot sekä rojalitulot.

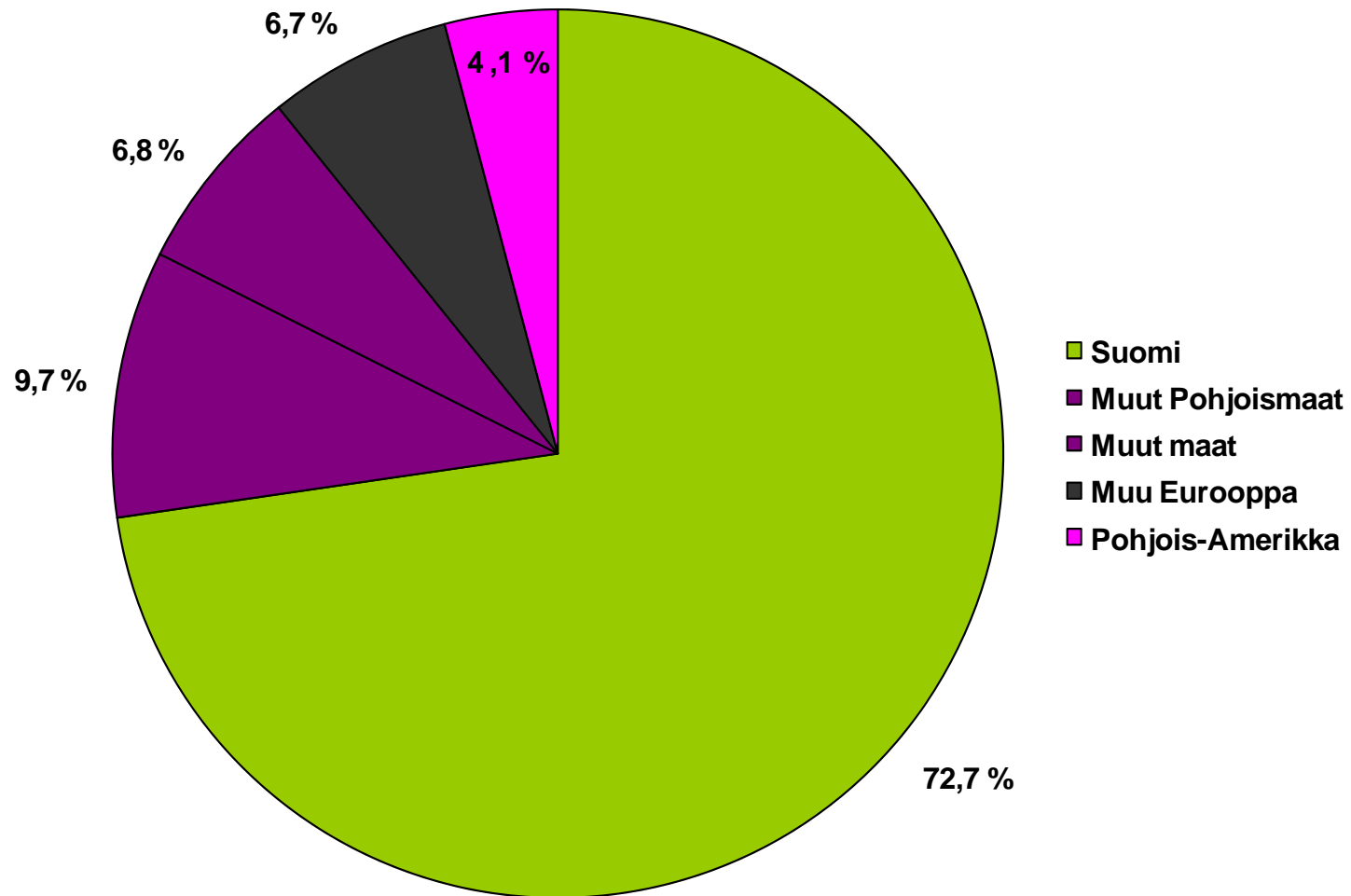
LIKEVAIHTO LOKA-JOULUKUU 2009

- Konsernin liikevaihto laski 6,1% ja oli 20,7 milj. euroa (22,1 milj. euroa).
 - Suomessa liikevaihto laski 6,9% ja oli 16,5 milj. euroa (17,8 milj. euroa).
 - Vienti ja ulkomaantoiminnot laskivat 2,7% ja olivat 4,2 milj. euroa (4,3 milj. euroa).
 - Kampanjatoimitukset olivat edellisen vuoden tasolla.
 - Vuoden aikana avautuneet kuusi uutta konseptimyymälää kasvattivat katsauskauden tukkumyyntiä ulkomailla.

LIKEVAIHTO MARKKINA-ALUEITTAIN 2009

(1 000 euroa)	2009	2008	Muutos %
Suomi	52 711	59 175	-10,9
Muut Pohjoismaat	7 042	9 423	-25,3
Muu Eurooppa	4 821	4 700	2,6
Pohjois-Amerikka	3 003	3 994	-24,8
Muut maat	4 896	3 815	28,3
YHTEENSÄ	72 473	81 107	-10,7

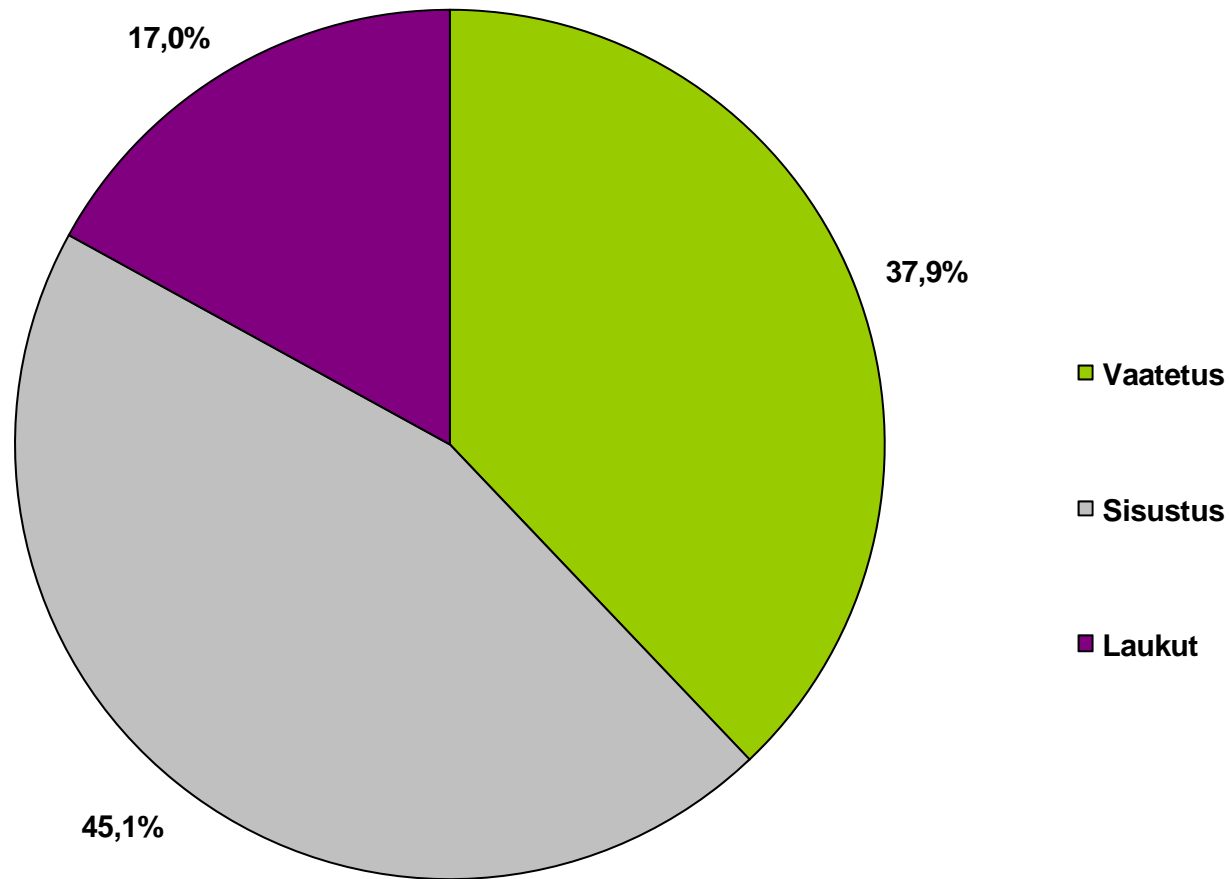
LIKEVAIHTO MARKKINA-ALUEITTAIN 2009



LIKEVAIHTO TUOTELINJOITTAIN 2009

(1 000 euroa)	2009	2008	Muutos %
Vaatetus	27 466	29 898	-8,1
Sisustus	32 687	37 747	-13,4
Laukut	12 320	13 462	-8,5
YHTEENSÄ	72 473	81 107	-10,7

LIKEVAIHTO TUOTELINJOITTAIN 2009



TULOS 2009

- Konsernin liikevoitto oli 6,3 milj. euroa (10,0 milj. euroa).
- Liikevoiton osuus liikevaihdosta oli 8,7 % (12,3 %).
- Liikevoittoon sisältyy säästö- ja tehostamistoimenpiteistä johtuviin henkilöstövähennyksiin liittyvä 512 tuhannen euron kertaluonteinen kulu.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 6,8 milj. euroa (10,0 milj. euroa).
- Tilivuoden voitto verojen jälkeen laski 36,3 % ja oli 4,7 milj. euroa (7,4 milj. euroa).
- Osakekohtainen tulos oli 0,59 euroa (0,92 euroa).
- Liikevoittoa heikensi myynnin voimakas supistuminen. Eroa vertailukauteen kasvattivat myös vuoden 2008 yksittäiset katsauskautta suuremmat kampanjat ja niistä kertyneet myyntitulot sekä lisenssitulot.
- Myymälätilojen kohonneet vuokratkustannukset vaikuttivat kannattavuuteen heikentävästi. Toiminnan tehostamisella ja erilaisilla säästötoimenpiteillä saavutettiin noin 600 tuhannen euron kiinteiden kustannusten säästöt.

TULOS LOKA-JOULUKUU 2009

- Loka-joulukuussa konsernin liikevoitto nousi vertailukaudesta 27,5% ja oli 2,4 milj. euroa (1,8 milj. euroa).
 - Kampanjat ja niistä kertyneet myyntitulot olivat edellisen vuoden tasolla.
 - Toiminnan tehostamisen ja erilaisten säästötoimenpiteiden tuloksena kustannukset vähenivät verrattuna vuoden 2008 vastaavaan neljännekseen.
 - Tulosta paransi myös se, että nopeasti heikentynyt markkinatilanne näkyi myynnin huomattavana laskuna Suomessa ja ulkomailla jo vuoden 2008 viimeisellä neljänneksellä.
 - Tulos osaketta kohden oli 0,22 euroa (0,17 euroa).

UUSIA KONSEPTIMYYMÄLÖITÄ

- Vuoden 2009 aikana avautui kuusi uutta konseptimyymälää, joista viisi Japanissa
 - Matsuyama, helmikuu
 - Niigata, helmikuu
 - Kokura, maaliskuu
 - Tokio (Jiyugaoka), heinäkuu
 - Tokio (Ginza), syyskuu
- Kööpenhaminassa avautui uusi konseptimyymälä heinäkuussa. Kaupungin keskustan tärkeimmällä ostosalueella sijaitseva myymälä vahvistaa Marimekon läsnäoloa pohjoismaisissa pääkaupungeissa.

marimekko®



Tokio (Ginza)



Kööpenhamina

MYYMÄLÄUUDISTUKSIA

- Marimekon uudistunut ja laajentunut Tukholman-myymäälä avautui lokakuussa. Entisellä liikepaikallaan Tukholman keskustassa suositulla ostosalueella sijaitseva myymälä esittelee Marimekko-designia entistä monipuolisemmin.
- Tampereella Sokoksessa sijainnut Marimekko-myymäälä muutti uusiin tiloihin erittäin keskeiselle liikepaikalle lokakuussa.
- Marimekon uudistuneen myymäläkonseptin mukaiset valoisat ja värikkäät liikkeet henkivät yrityksen filosofiaa kauniista, onnellisesta arjesta ja positiivisesta elämänasenteesta.



Tukholma



Tampere

marimekko®

Marimekon astiatarjonta uudistui, Hyvässä seurassa -astiat yhdistävät designstrategian mukaisesti muotoiluosaamista kuvio-osaamiseen.



marimekko®



marimekko®

Italialaisen Sirpi
S.p.A:n kanssa
lisenssiyhteistyönä
toteutetun
tapettimalliston
valmistus ja jakelu
käynnistyi hyvin.

© 2010 Marimekko Oyj



marimekko®



Kevät/kesä 2010 malliston teema on paluu juurille.

marimekko®

Asusteivalikoima päivittyi kengillä ja koruilla.



1-12/2009, 3.2.2010

marimekko®



Keväällä 2010 kaappoihin tulevat Mikko Laakkosen, vuoden 2009 nuoren muotoilijan, suunnittelemat akryyliset Lumme-säilyttimet. Vuonna 2010 jatketaan hyvään alkuun päässyttä tuotemuotoilun kehittämistä.

VUODEN 2010 NÄKYMÄT

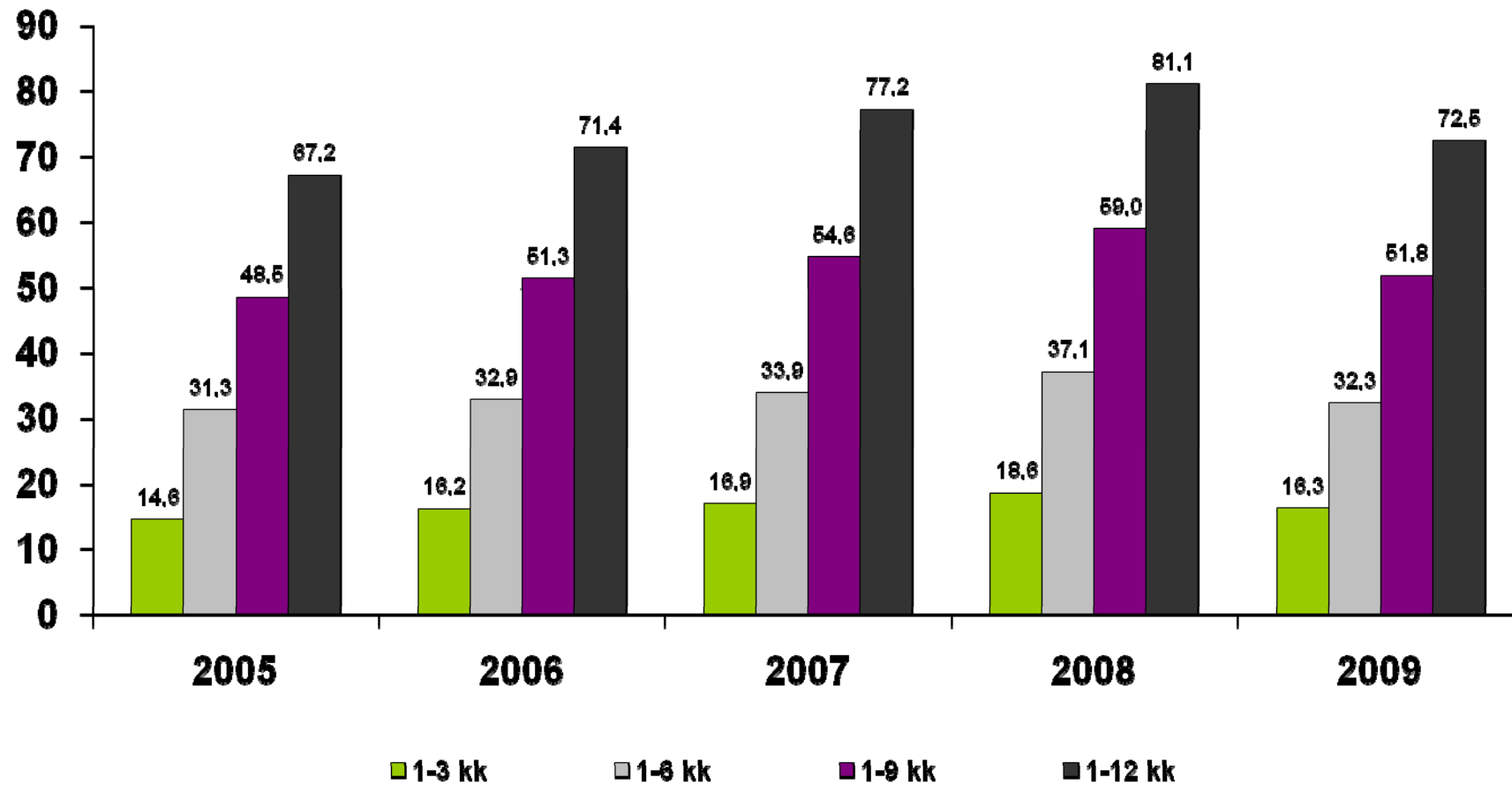
- Marimekko Oyj toimii alalla, jolla suhdanteiden vaihtelut heijastuvat yhtiön liiketoimintaan. Vuoden 2009 viimeisellä neljänneksellä Marimekon myynnin kehityksessä oli nähtävissä joitakin positiivisia merkkejä. Haastavan markkinatilanteen ennakoidaan kuitenkin jatkuvan myös vuonna 2010.
- Konsernin liikevaihdoista suurin osa kertyy Suomesta. Viennin merkitys yhtiön liikevaihdon kasvattamisessa on kuitenkin lisääntynyt viime vuosina. Vuonna 2009 selvästi positiivista myynninkehitystä oli nähtävissä vain Japanissa, jossa merkittävä osa kasvusta perustui uusien konseptimyymälöiden avauksiin. Vuonna 2010 viennin arvioidaan kasvavan hieman.
- Konsernin liikevaihtoon ja tulokertymään sisältyi vuonna 2009 yksittäisistä kampanjoista kertyneitä merkittäviä myyntituloja; vuonna 2010 vastaavanlaisten liikevaihtoa lisäävien ja tulosta parantavien myyntitulojen arvioidaan olevan määrältään pienempiä.
- Vuoden 2010 liikevaihdon ja liikevoiton arvioidaan olevan suunnilleen vuoden 2009 tasolla.

marimekko®

marimekko®

LIKEVAIHTO

Milj. euroa



LIKEVAIHTO - VAATETUS

- **Vaatetus-tuotelinjan liikevaihto laski 8,1 % ja oli 27,5 milj. euroa (29,9 milj. euroa). Viennin ja ulkomaantoimintojen osuus oli 23,1 %.**
 - Japanissa myynti kasvoi erittäin voimakkaasti.
 - Markkina-alueella muu Eurooppa myynti kasvoi hieman.
 - Suomessa myynti supistui jonkin verran.
 - Myynti laski merkittävästi Pohjois-Amerikassa ja markkina-alueella muut Pohjoismaat, missä lasku selittyi osittain vuoden 2008 toisella neljänneksellä kertyneestä merkittävästä rojalitulosta.

LIKEVAIHTO - SISUSTUS

- **Sisustus-tuotelinjan liikevaihto laski 13,4 % ja oli 32,7 milj. euroa (37,7 milj. euroa). Viennin ja ulkomaantoimintojen osuus oli 29,5 %.**
 - Japanissa myynti kasvoi.
 - Muilla vientialueilla ja Suomessa myynti väheni. Suomessa lasku johtui osittain edellisvuoden yksittäisten katsausvuotta suurempien kampanjoiden myyntituloista.

LIKEVAIHTO – LAUKUT

- **Laukut-tuotelinjan liikevaihto laski 8,5 % ja oli 12,3 milj. euroa (13,5 milj. euroa). Viennin ja ulkomaantoimintojen osuus oli 30,7 %.**
 - Japanissa ja markkina-alueella muu Eurooppa myynti kasvoi hyvin.
 - Pohjois-Amerikassa ja markkina-alueella muut pohjoismaat myynti laski huomattavasti.
 - Suomessa myynti laski jonkin verran. Lasku johtui lähdes kokonaan edellisvuodelle ajoittuneesta merkittävästä kampanjatoimituksesta.

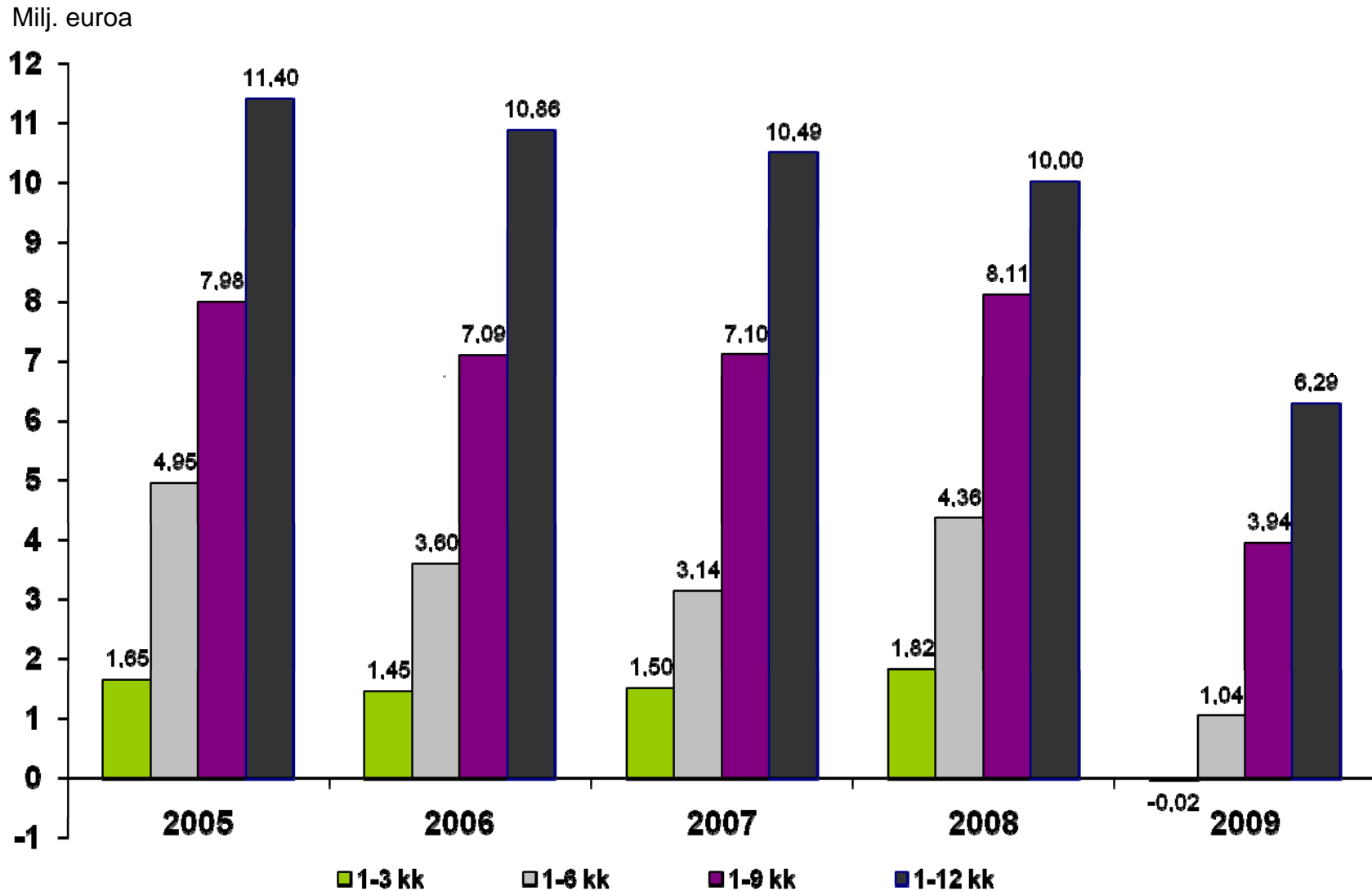
LISENSSIMYYNTI

- Lisenssitulot laskivat voimakkaasti vuonna 2009. Valtaosa laskusta johtui vuoden 2008 toiselle neljännekselle ajoittuneista merkittävistä rojaltituloista, jotka syntyivät yhteistyöstä H & M Hennes & Mauritz AB:n kanssa.
- Suomessa lisenssitulot kasvoivat ja Yhdysvalloissa laskivat jonkin verran.

TUOTANTO JA OSTOT

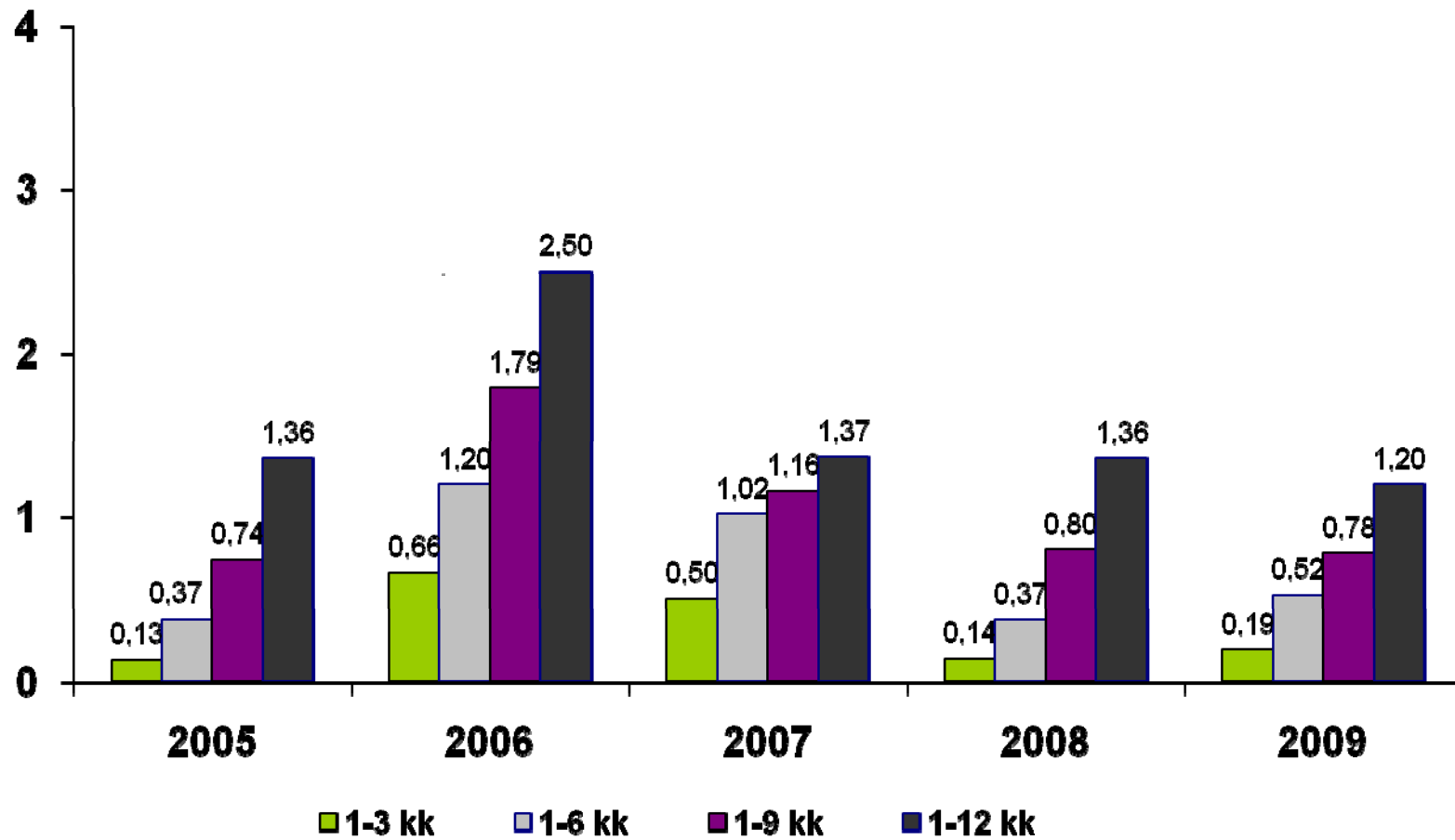
- Vuonna 2009 Herttoniemen kangaspainon tuotantomäärä laski 21%. Tämä johtui varastojen pienentämisestä ja myynnin laskusta.
- Kangaspainon vanhan painokoneen poistuttua käytöstä kesäkuussa tuotantokapasiteettia oli aiempaa vähemmän, ja se oli täyskäytössä.
- Työllisyyden turvaamiseksi joidenkin tuotteiden alihankintaa vähennettiin ja niiden valmistusta siirrettiin Kiteen- ja Sulkavan-tehtaille.
- Vuoden viimeisellä neljänneksellä toteutetuilla tuotatorakenteen muutoksilla ja henkilöstövähennyksillä vahvistettiin omien tuotantolaitosten kilpailukykyä ja toiminnan kannattavuutta.
- Sulkavan-tehtaan tuotantomäärä oli vuonna 2009 edellisen vuoden tasolla; Kiteen-tehtaan tuotantomäärä laski hieman.

LIIKETULOS

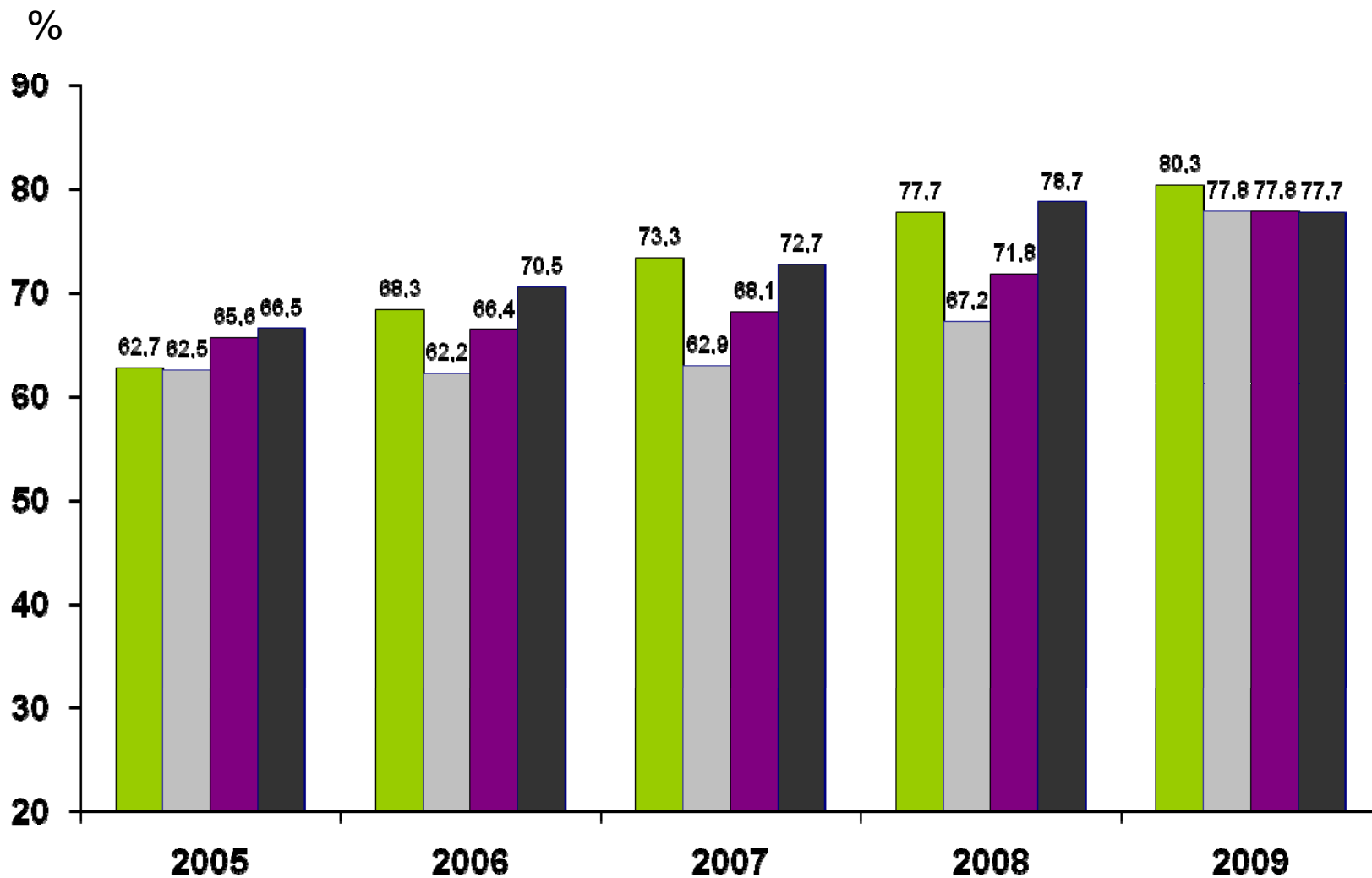


BRUTTOINVESTOINNIT

Milj. euroa



OMAVARAISUUSASTE



TUNNUSLUKUJA

	2009	2008	Muutos, %
Tulos/osake, euroa	0,59	0,92	-35,9
Oma pääoma/osake, euroa	3,96	3,92	1,0
Viennin ja ulkomaantoimintojen osuus, % liikevaihdosta	27,3	27,0	
Oman pääoman tuotto (ROE), %	14,8	24,2	
Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %	20,1	32,3	
Omavaraisuusaste, %	77,7	78,8	
Nettovelkaantumisaste (gearing), %	-32,2	-18,8	
Bruttoinvestoinnit, 1 000 euroa	1 202	1 362	-11,8
Bruttoinvestoinnit, % liikevaihdosta	1,7	1,7	
Vastuusitoumukset, 1 000 euroa	11 819	17 861	-33,8
Henkilöstö keskimäärin	400	411	-2,7
Henkilöstö kauden lopussa	370	414	-10,6