



marimekko

Varsinainen yhtiökokous 17.4.2019

Tiina Alahuhta-Kasko
17.4.2019

Toimitusjohtajan

katsaus

Strategia


Voimaannuttaa ihmisiä
olemaan oma itsensä ja
tuoda iloa arkeen rohkein
värein ja kuvioin.

Tarkoitus.

Visio.

Olla maailman kiehtovin lifestyle-
designbrändi, joka on tunnettu
rohkeista kuvioistaan.

Pitkän aikavälin kansainvälinen kasvustrategia

A world map with a light green background. The landmasses are shown in a dark grey color. Several regions are highlighted in a light green color: North America (USA and Canada), Europe, Australia, and parts of Asia (including Japan and Southeast Asia).

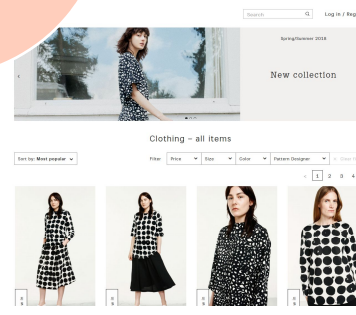
Noin 150 Marimekko-myymälää ja -shop-in-shopia palvelee asiakkaitamme 15 maassa ja verkkokauppa 32 maassa.

Lippulaivamyymälämme sijaitsevat Helsingissä, Tukholmassa, New Yorkissa, Tokiossa ja Sydneyssä.

Päämarkkinamme ovat Pohjois-Eurooppa, Pohjois-Amerikka ja Aasian-Tyynenmeren alue, ja lähestymme niitä suurimpien kaupunkien kautta.

Liiketoimintamalli

Monikanavainen vähittäiskauppa



Tavaratalot, monimerkki-myymälät & e-tailerit



Brändiyhteistyöt & lisensiointi



Voimakkaat kasvumahdollisuudet – silti matala riski ja vähän pääomaa vaativa
Globaali brändi – kuitenkin pieni ja joustava yhtiö



KESKEISET STRATEGISET
MENESTYSTEKIJÄT:

Muoti ja laukut
keihäänkärkenä
Marimekko-
lifestyle-brändin
rakentamisessa

Myynnin
maksimointi
rakentamalla
monikanavaisia
ekosysteemejä

Laajemman
globaalin
asiakaskunnan
puhuttelemine

Päämarkkinoita
lähentämään
suurimpien
kaupunkien kautta

Tunnettua
ja lojaliteettia
kasvatetaan
arvopohjaisen
tarinankerronnan
avulla

Taloudellinen

kehitys



Vuosi 2018 oli onnistunut ja tapahtumarikas

2016–2017 keskityimme parantamaan kannattavuuttamme ja kansainvälistä kilpailukykyämme.

Vuonna 2018 lähdimme hakemaan selvästi vahvempaa kasvua: liikevaihtomme kasvoi 9 % ja vertailukelpoinen liikevoittomme 42 %.

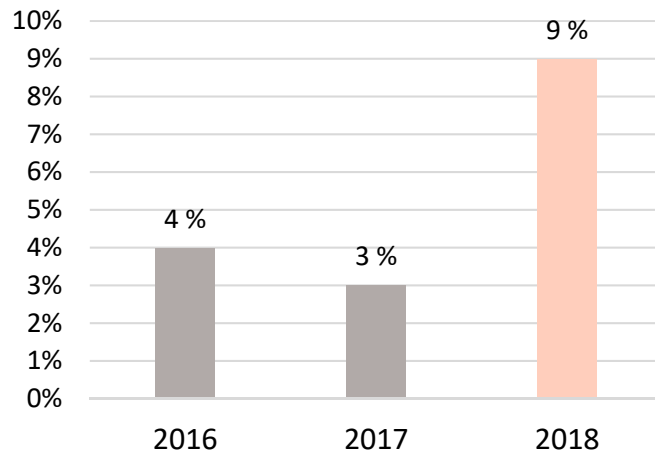
Mennyt vuosi oli selkeä osoitus mallistojemme ja brändimme uuden suunnan toimivuudesta.

Marimekko-myymälöiden lukumäärässä Aasian-Tyynenmeren alue ohitti kotimarkkinamme Suomen.

Pitkäjänteinen työmme kansainvälisen menestyksen rakentamiseksi jatkuu.

Liikevaihto 2018

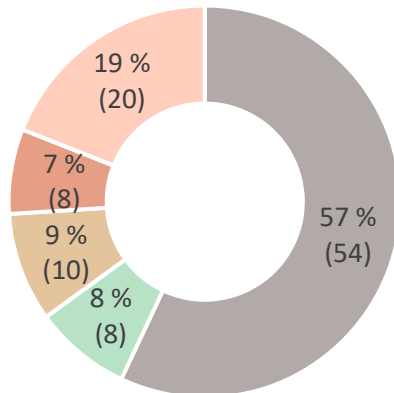
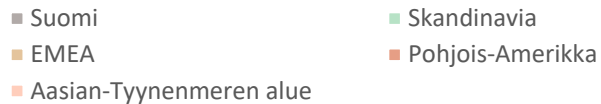
Liikevaihdon kasvu, %



Liikevaihto +9 % 111,9 milj. euroon (102,3)

- Myynti kasvoi kaikilla markkina-alueilla lukuun ottamatta Pohjois-Amerikkaa, missä liikevaihto oli edellisvuoden tasolla.
- Kasvu kertyi pääosin vähittäis- ja tukkumyynnistä Suomessa sekä tukkumyynnistä Aasian-Tyynenmeren alueella.

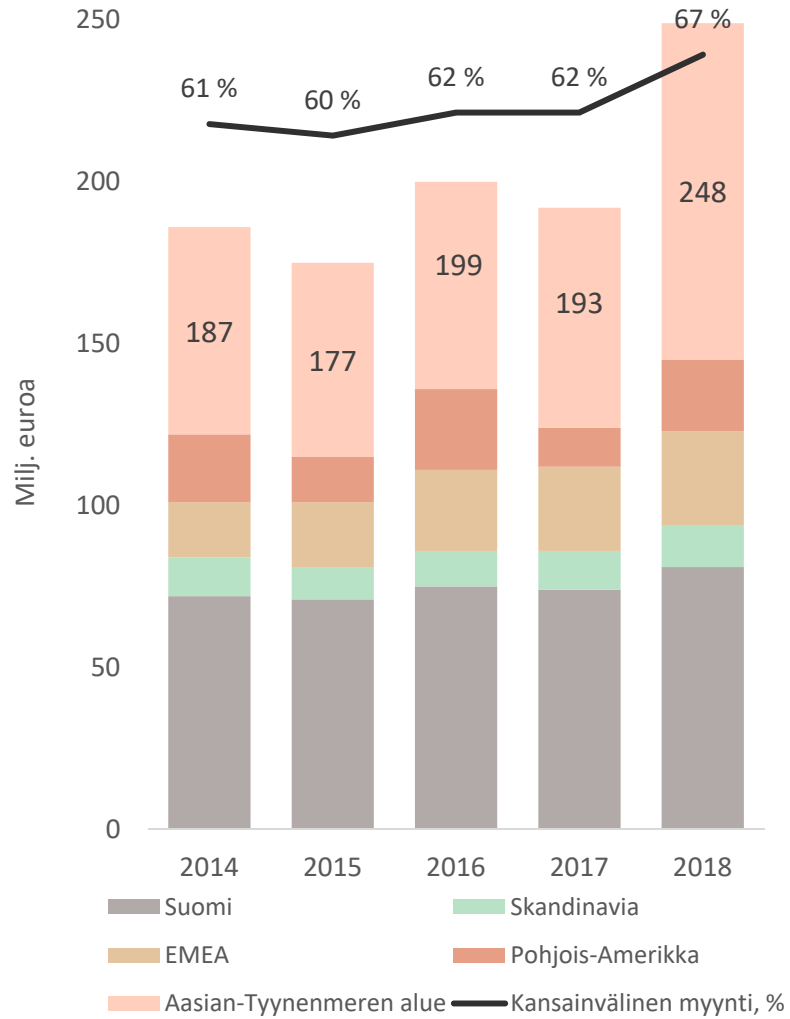
Liikevaihto markkina-alueittain
2018



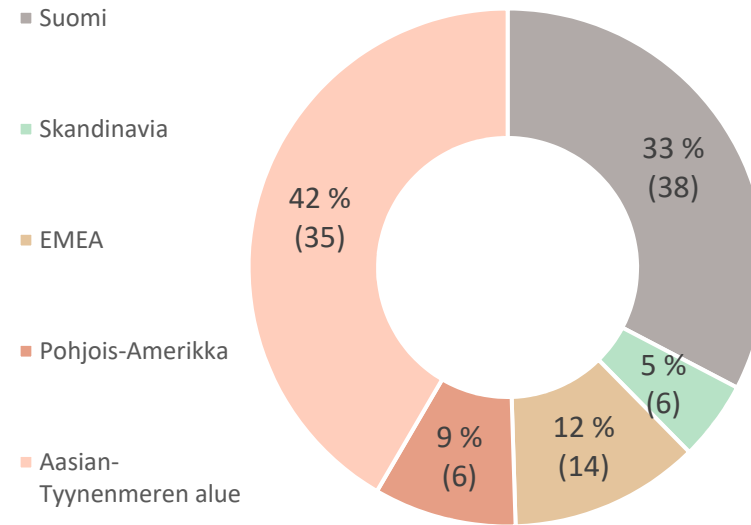
Suomessa liikevaihto +14 %. Vähittäismyynti nousi 10 %, ja kasvu oli alan yleistä kehitystä vahvempaa. Tukkumyynnin 25 %:n kasvu tuli valtaosin kertaluonteisista kampanjatoimituksista.

Kansainvälinen myynti +4 %. Aasian-Tyynenmeren alueella osa viimeisen neljänneksen tukkutoimituksista ajoittui vuoden 2019 puolelle.

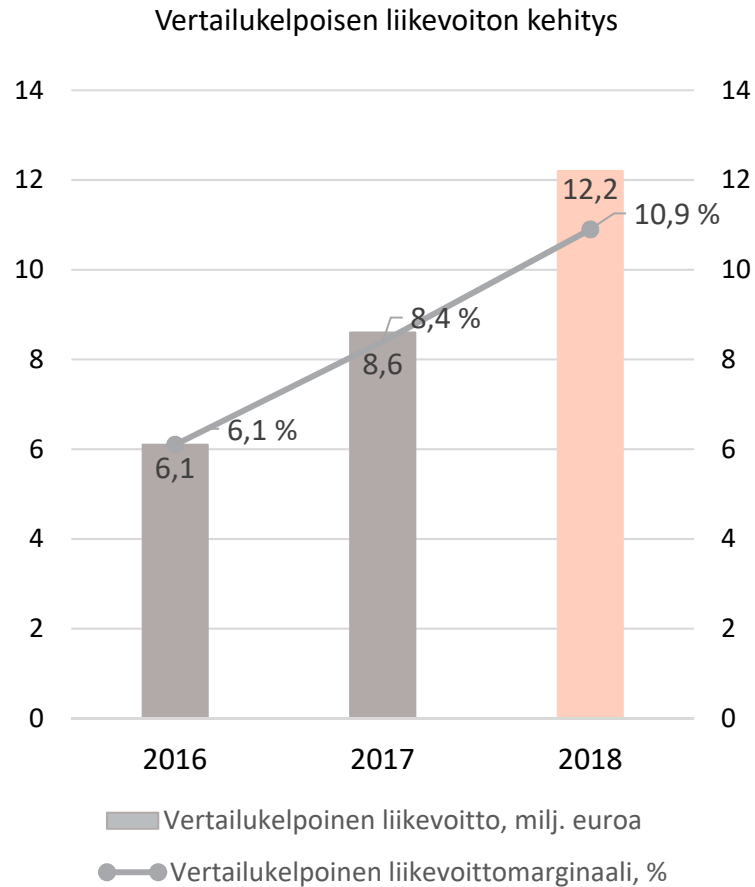
Marimekon brändimyynti



Brändimyynti markkina-alueittain 2018



Liikevoitto 2018



Liikevoitto 17,7 milj. euroa (8,4)

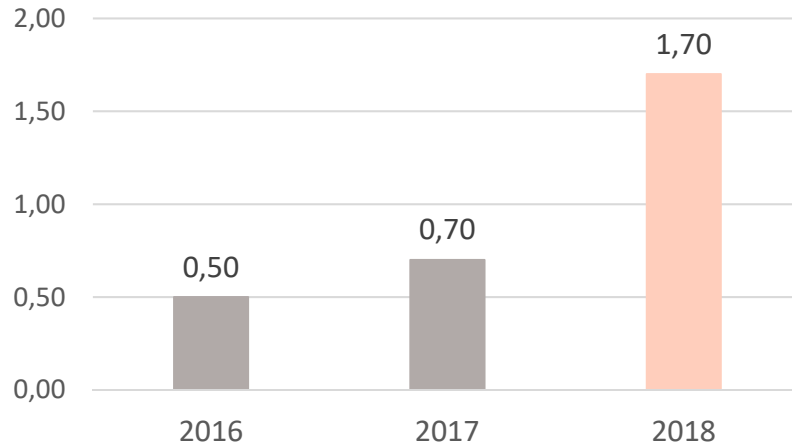
- liikevoittoon sisältyi yhtiön pääkonttorin myynnistä saatu 6,0 milj. euron suuruinen kertaluonteinen verotettava myyntivoitto

Vertailukelpoinen liikevoitto 12,2 milj. euroa (8,6)

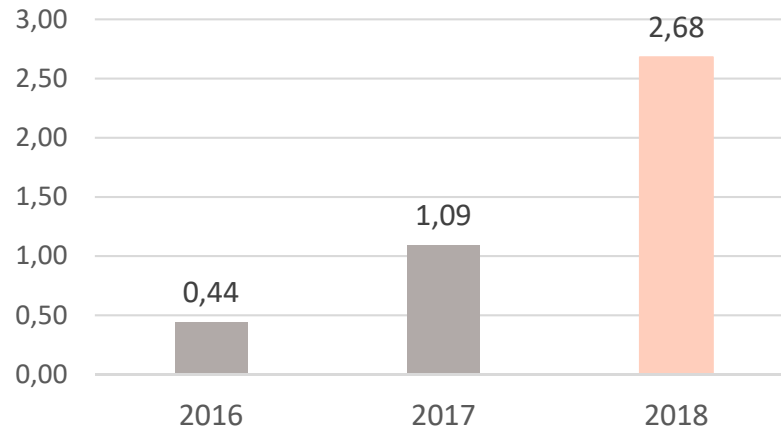
- + Myynnin kasvu
- + Hyvä suhteellinen myyntikate
- + Alemmat poistot
- Korkeammat kiinteät kulut, erityisesti henkilöstö-, markkinointi- ja vuokratulot

Tulos/osake, vapaa kassavirta/osake ja osinko/osake

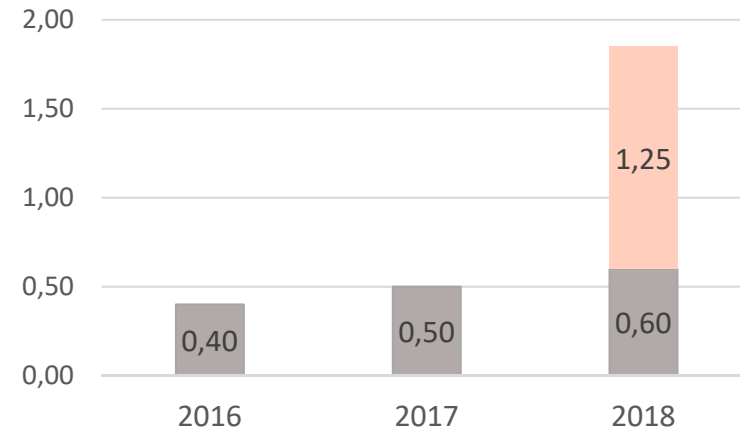
Tulos/osake (euroa)



Vapaa kassavirta/osake (euroa)



Osinko/osake (euroa)



2018: Hallituksen ehdotus yhtiökokoukselle. Ehdotettu osinko sisältää varsinaisen osingon 0,60 euroa osakkeelta sekä lisäosingon 1,25 euroa osakkeelta.

Vuoden 2018

tapahtumia



Pääkonttorin myynti ja takaisinvuokraus

Marimekko kertoi huhtikuussa 2018 myyneensä Helsingin Herttoniemessä sijaitsevan pääkonttorinsa OP Ryhmän hallinnoimalle rahastolle Real Estate Fund Finland III Ky:lle. Yhtiö solmi samalla pitkäaikaisen vuokrasopimuksen ja jatkaa toimintaansa nykyisissä tiloissa.

Marimekko kirjasi kaupasta 6,0 miljoonan euron suuruisen kertaluonteisen verotettavan myyntivoiton vuoden 2018 toiselle neljännekselle; kaupan kassavirtavaikutus ennen veroja oli 10,5 miljoonaa euroa. Lisäksi OP on sitoutunut investoimaan rakennuksen kunnostamiseen.

Kaupan myötä Marimekon kulut kasvavat noin miljoona euroa ja poistot vähenevät noin 0,5 miljoonaa euroa vuositasolla.



Kannattavan kasvun vauhdittaminen, pääomatehokkuuden parantaminen, ylimääräinen osinko ja taloudellisten tavoitteiden muuttaminen

Marimekko kertoi pörssitiedotteessaan 1.11.2018 seuraavaa:

- Pääkonttorin myynti keväällä 2018 vahvisti yhtiön taloudellista asemaa, ja hallitus arvioi syksyn aikana erilaisia vaihtoehtoja kaupasta saatujen varojen käyttämiseksi.
- Arviota tehdessään hallitus kiinnitti erityistä huomiota kannattavan kasvun vauhdittamiseen sekä pääomatehokkuuden parantamiseen.
- Hallitus päätti, että
 - osa varoista käytetään strategisesti tärkeiden liiketoiminta-alueiden kehittämiseen
 - hallitus ehdottaa varsinaiselle yhtiökokoukselle ylimääräisen, 1,25 euron osakekohtaisen osingon jakamista.
- Samassa yhteydessä hallitus tarkasteli yhtiön pitkän aikavälin taloudellisia tavoitteita ja päätti muuttaa kannattavuuteen ja pääomarakenteeseen liittyviä tavoitteita.



Päivitetyt pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet

- Liikevaihdon vuosittainen kasvu yli 10 % (ennallaan)
- Liikevoittomarginaali 15 % (aiemmin: 10 %)
- Vuoden lopun nettovelka/käyttökate-suhdeluku korkeintaan 2 (uusi)
- Tavoitteena on jakaa osinkoa vuosittain; osinko osakekohtaisesta tuloksesta vähintään 50 % (ennallaan)



Rajoitetun ajan saatavilla olleet yhteistyömallistot vaatebrändi Uniqlo ja kosmetiikkabrändi Cliniquen kanssa toivat poikkeuksellisen paljon kansainvälistä näkyvyyttä ja kasvattivat brändimyyntiä vuoden ensimmäisellä puoliskolla.



Marimekko-lippulaivamyymälä,
Omotesando

Uudistuneet Marimekko- lippulaivamyymälät Tukholmassa, Tokiossa ja Sydneyssä

- Uudistuneet Marimekko-lippulaivamyymälät avattiin Tukholman Norrmalmstorgilla helmikuussa, Tokion Omotesandon alueella elokuussa ja Westfieldin ostoskeskuksessa Sydneyssä marraskuussa.
- Lippulaivamyymälöillä on Marimekon brändin keulakuvana merkittävä rooli maailmalla.



Marimekko esitteli menestyksekkäästi uudet vaatemallistonsa Pariisin muotiviikolla maaliskuussa ja syyskuussa 2018.

Tilikauden jälkeisiä

tapahtumia



Henkilöstöanti

Yhtiö kertoi pörssitiedotteessaan 1.11.2018, että Marimekko Oyj:n hallitus on päättänyt sille varsinaisessa yhtiökokouksessa 12.4.2018 annettuun valtuutukseen perustuen järjestää Suomessa henkilöstöannin, jossa tarjotaan henkilöstön ja yhtiöön freelancesuhteessa olevien suunnittelijoiden merkittäväksi enintään 150 000 yhtiön uutta osaketta.

1.4.2019 Marimekko kertoi pörssitiedotteessa, että henkilöstöantiin osallistui puolet merkintään oikeutetuista. Henkilöstöanti järjestettiin edullisin ehdoin. Suuri osa marimekkolaisia on yhtiön osakkeenomistajia ja osallistuu näin yhtiön tulevaisuuden rakentamiseen myös omistajan roolissa. Hallitus hyväksyi yhteensä 40 224 uuden osakkeen merkintää.

Uudet osakkeet merkittiin kaupparekisteriin 11.4.2019 ja yhtiön osakkeiden lukumäärä kasvoi 8 129 834 osakkeeseen. Yhteenlaskettu merkintähinta 725 988 euroa kirjataan kokonaisuudessaan yhtiön sijoitetun vapaan oman pääoman rahastoon.

首页 宝贝 新品 活动



盛大开幕



连衣裙



上衣



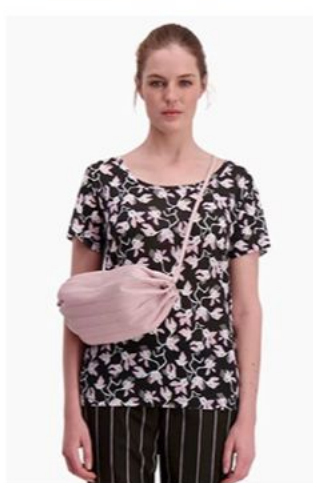
长裤



包袋



Clothing
服饰



Bags
包袋



Accessories
配饰

Ajankohtaista

Verkkomyynti Kiinassa

- Panostamme aiempaa enemmän markkinointiin ja bränditunnettuuden kasvattamiseen Kiinassa.
- Olemme ottaneet ensimmäiset askeleet Marimekko-tuotteiden verkkomyynnin aloittamiseksi WeChatissa ja Tmallissa.
- Kiina on meille strategisesti tärkeä markkina ja
 - tavoitteenamme on parantaa tuotteiden saatavuutta ja tarjota yhdessä paikallisen kumppanimme kanssa monikanavainen kokemus asiakkaillemme
 - yhteistyökumppanimme vastaa Marimekko-myymlöiden toiminnasta Kiinassa ja itse vastaamme verkkomyynnistä
 - tulemme saamaan arvokasta oppia digitaalisen liiketoiminnan tulevaisuudesta.
- Verkkomyynnin ollessa vielä hyvin alkuvaiheessa siitä syntyy meille kustannuksia vuonna 2019.



Ajankohtaista

Ostoksilla Marimekko-kodissa – uuden palvelun pilotointi Milanossa

- Haluamme haastaa perinteistä tapaa tehdä vähittäismyyntiä ja kokeilla fyysisen ja digitaalisen maailman yhdistämistä innostavaksi ja helpoksi asiakaskokemukseksi.
- Pilotoimme Milanon designviikon yhteydessä huhtikuun alussa uutta palvelua tuomalla ostovalmiin Marimekko-kodin kaupungin sydämeen.
- Uudessa palvelussa kodinomaisesti sisustettu fyysinen tila yhdistettiin digitaaliseen ostokokemukseen.

Kiitos!

marimekko