

marimekko



16.5.2019
Tiina Alahuhta-Kasko

Osavuositarkastus 1-3/2019



Ensimmäinen neljännes lyhyesti

- + Liikevaihto nousi 13 %. Myynti kasvoi kaikilla markkinoilla.
- + Suomessa myynti nousi 7 % ja kansainvälinen myynti 18 %.
- + Liikevaihdon kasvu kertyi pääosin tukkumyynnistä Aasian-Tyynenmeren alueella ja vähittäismyynnistä Suomessa.
 - Myyntiä Aasian-Tyynenmeren alueella tukivat merkittävästi vuoden 2018 viimeiseltä neljännekseltä katsauskaudelle siirtyneet tukkutoimitukset.
 - Lisäksi myynti EMEA:n alueella veti hyvin.
- + Liikevoitto kaksinkertaistui myynnin kasvun ja paremman suhteellisen myyntikatteen ansiosta.
 - Suhteellisen myyntikatteen paranemiseen vaikutti normaalihintaisen myynnin hyvä kehitys.

Avainluvut

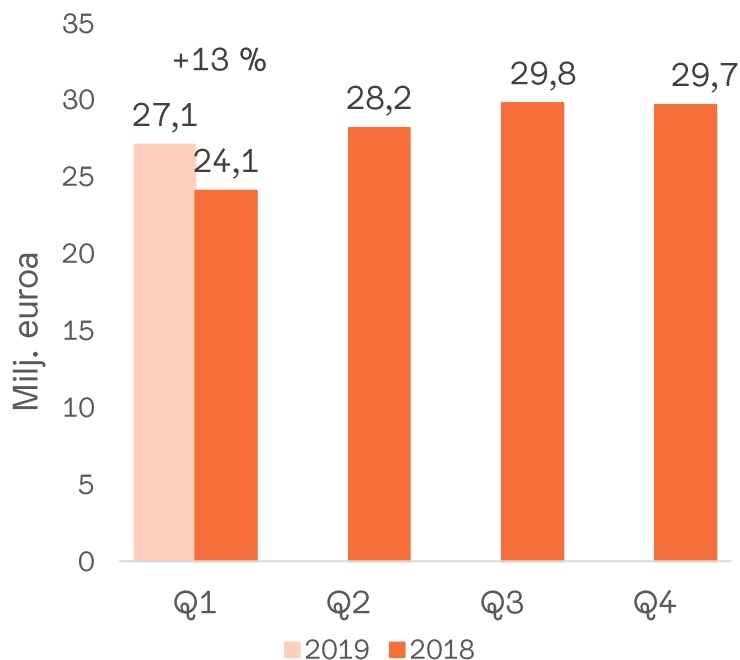
Q1/2019

- Liikevaihto 27,1 milj. euroa (24,1)
- Brändimyynti 59,6 milj. euroa (57,6)
- Käyttökate (EBITDA) 5,7 milj. euroa (1,9)
- Vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA) 5,7 milj. euroa (1,9)
- Liikevoitto 2,6 milj. euroa (1,2)
- Vertailukelpoinen liikevoitto 2,6 milj. euroa (1,2)
- Tulos/osake (EPS) 0,24 euroa (0,08)



Liikevaihto ja liikevoitto

Liikevaihto Q1/2019



Liikevaihto 27,1 milj. euroa (24,1)

- vähittäismyynti +11 %
- tukkumyynti +15 %

Kansainvälinen myynti +18 % 14,3 milj. euroon (12,2)

- vähittäismyynti +11 %
- tukkumyynti +24 %

Liikevaihto Suomessa +7 % 12,8 milj. euroon (11,9)

- vähittäismyynti +12 % (vertailukelpoinen +12 %*)
- tukkumyynti -1 %

+ Liikevaihto kasvoi kaikilla markkinoilla.

- Liikevaihdon kasvu kertyi pääosin tukkumyynnistä Aasian-Tyynenmeren alueella ja vähittäismyynnistä Suomessa.
- Myyntiä Aasian-Tyynenmeren alueella tukivat merkittävästi vuoden 2018 viimeiseltä neljännekseltä katsauskaudelle siirtyneet tukkutoimitukset.
- Lisäksi myynti EMEA:n alueella veti hyvin.

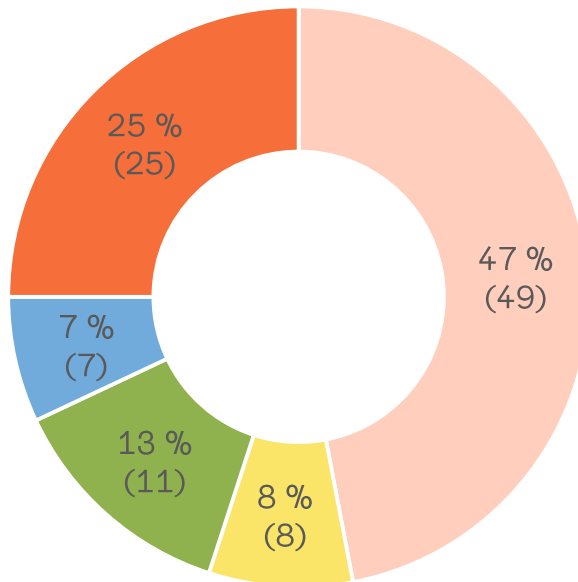
Milj. euroa	1-3/2019	1-3/2018	Muutos, %
Suomi	12,8	11,9	7
Skandinavia	2,1	1,9	11
EMEA	3,5	2,6	33
Pohjois-Amerikka	1,9	1,6	22
Aasian-Tyynenmeren alue	6,8	6,0	12
YHTEENSÄ	27,1	24,1	13

*Sisältää omat vähittäismyymälät mukaan lukien verkkokaupan.

Liikevaihto markkina-alueittain ja tuotelinjoittain

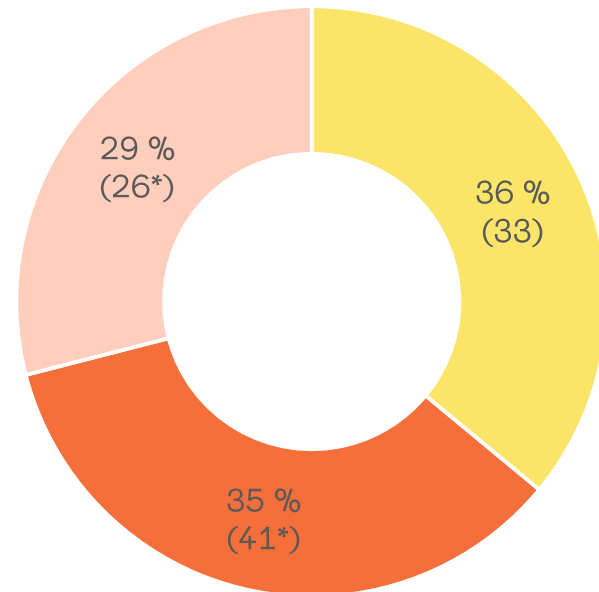
Liikevaihto markkina-alueittain
Q1/2019

- Suomi
- Skandinavia
- EMEA
- Pohjois-Amerikka
- Aasian-Tyynenmeren alue



Liikevaihto tuotelinjoittain
Q1/2019

- Muoti
- Kodintuotteet
- Laukut ja asusteet

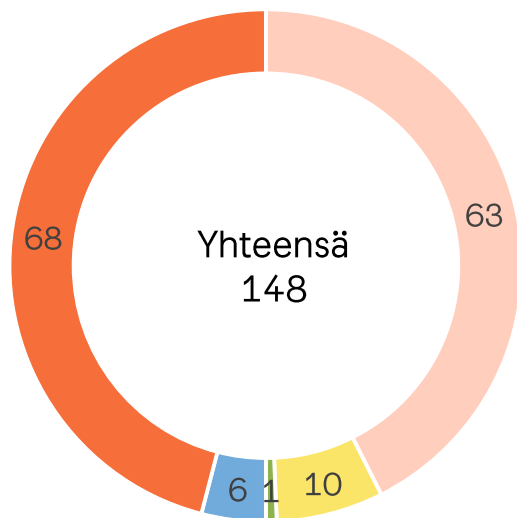


*Tuoteryhmä kosmetiikkalaukut sisältyy vuoden 2019 alusta kodintuotteiden liikevaihtoon (aiemmin laukut ja asusteet). Vertailukelpoisuuden säilyttämiseksi muutos vaikuttaa myös vuoden 2018 lukuihin.

Myymäläverkosto

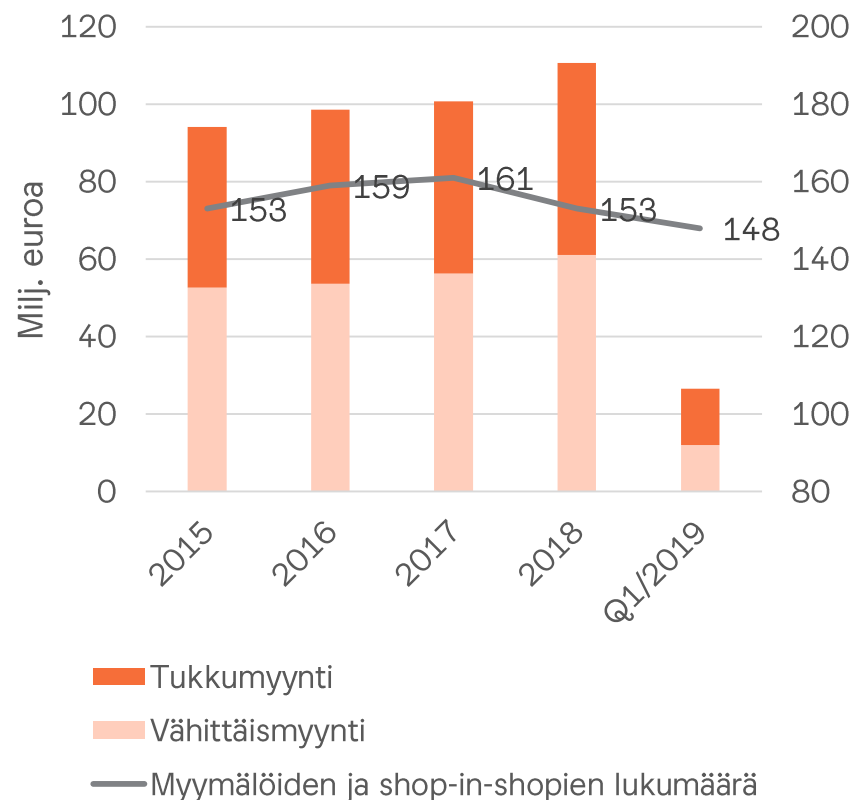
57 % Marimekko-myymälöistä ja -shop-in-shopeista sijaitsee kotimarkkinan ulkopuolella.
Noin 150 myymälää 15 maassa; verkkokauppa palvelee asiakkaita 32 maassa.

Globaali myymäläverkosto*
Q1/2019



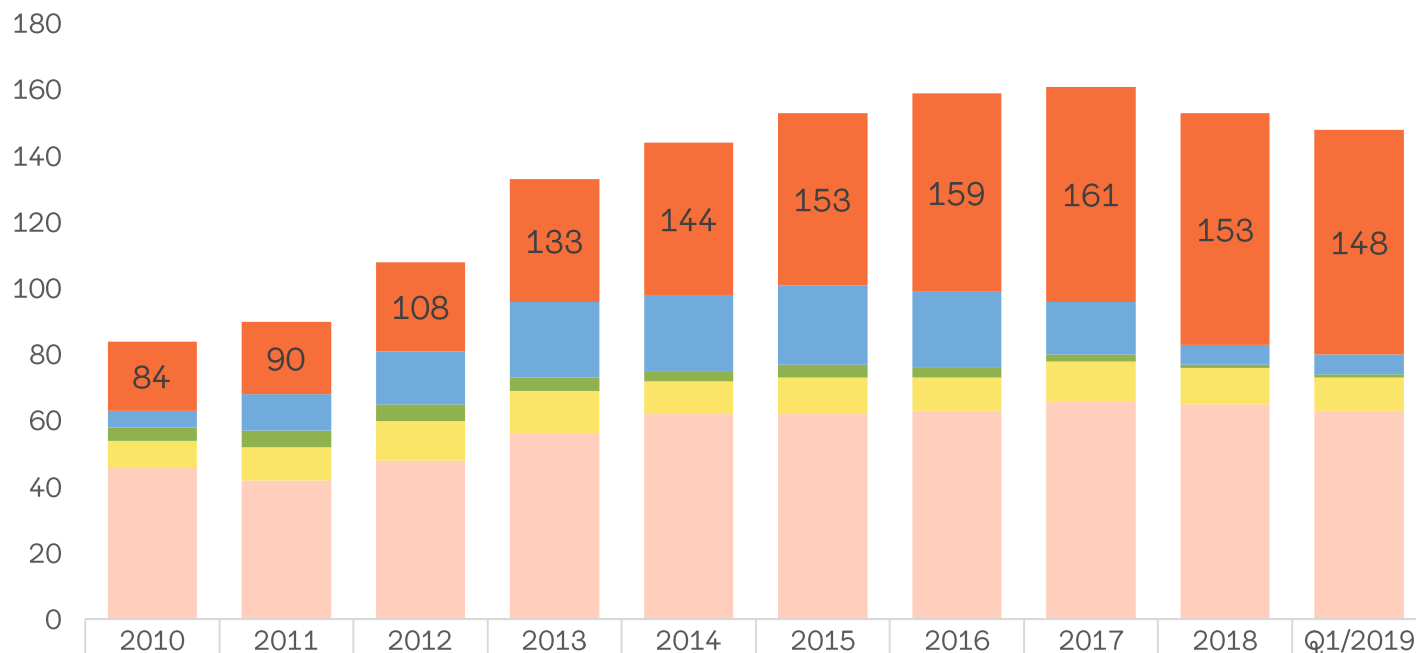
- Suomi
- EMEA
- Aasian-Tyynenmeren alue
- Skandinavia
- Pohjois-Amerikka

Liikevaihto kanavittain
ml. verkkomyynti



*Sisältää Marimekon omat vähittäismyymälät, jälleenmyyjäomisteiset Marimekko-myymälät sekä yli 30 m²:n suuruiset shop-in-shopit. Omia vähittäismyymälöitä oli maaliskuun 2019 lopussa 52 (56).

148 myymälää* maaliskuun 2019 lopussa



	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Q1/2019
Aasian-Tyynenmeren alue	21	22	27	37	46	52	60	65	70	68
Pohjois-Amerikka	5	11	16	23	23	24	23	16	6**	6
EMEA	4	5	5	4	3	4	3	2	1	1
Skandinavia	8	10	12	13	10	11	10	12	11	10
Suomi	46	42	48	56	62	62	63	66	65	63

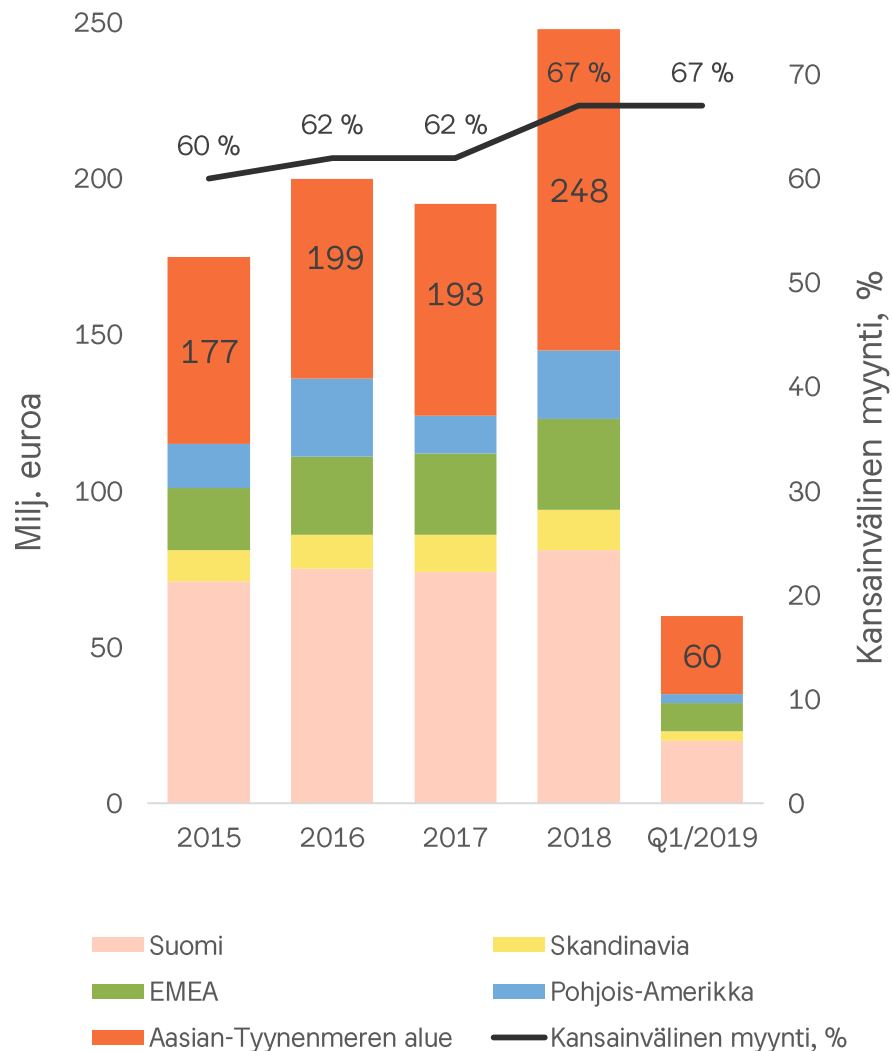
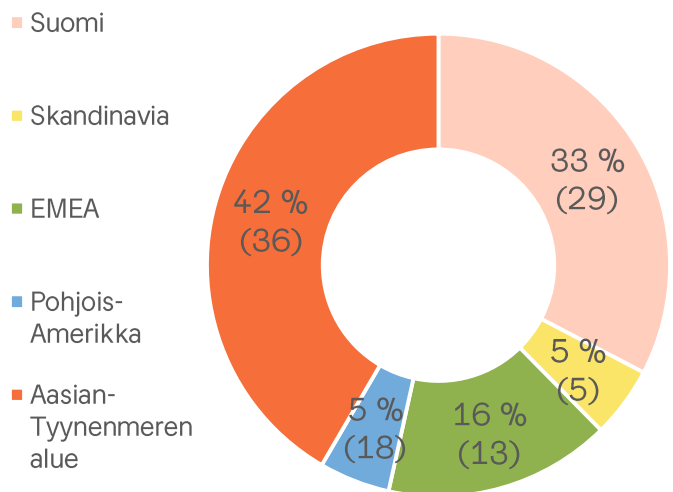
* Sisältää Marimekon omat vähittäismyymälät, jälleenmyyjäomisteiset Marimekko-myymälät sekä yli 30 m²:n suuuiset shop-in-shopit. Omia vähittäismyymälöitä oli maaliskuun 2019 lopussa 52 (56).

** Yhtiö korjasi osavuositarkastuksessaan 1.11.2018 Pohjois-Amerikan myymälälukumäärää vähentämällä siitä 11 shop-in-shopia. Näiden kanadalaisen sisustusliikeketju EQ3:n myymälöissä sijaitsevien shop-in-shopien pinta-alat ovat alle 30 m²:n raportointirajan. Muutoksella ei ollut vaikutusta raportoituun Pohjois-Amerikan-tukkumyyntiin.

Marimekon brändimyynti

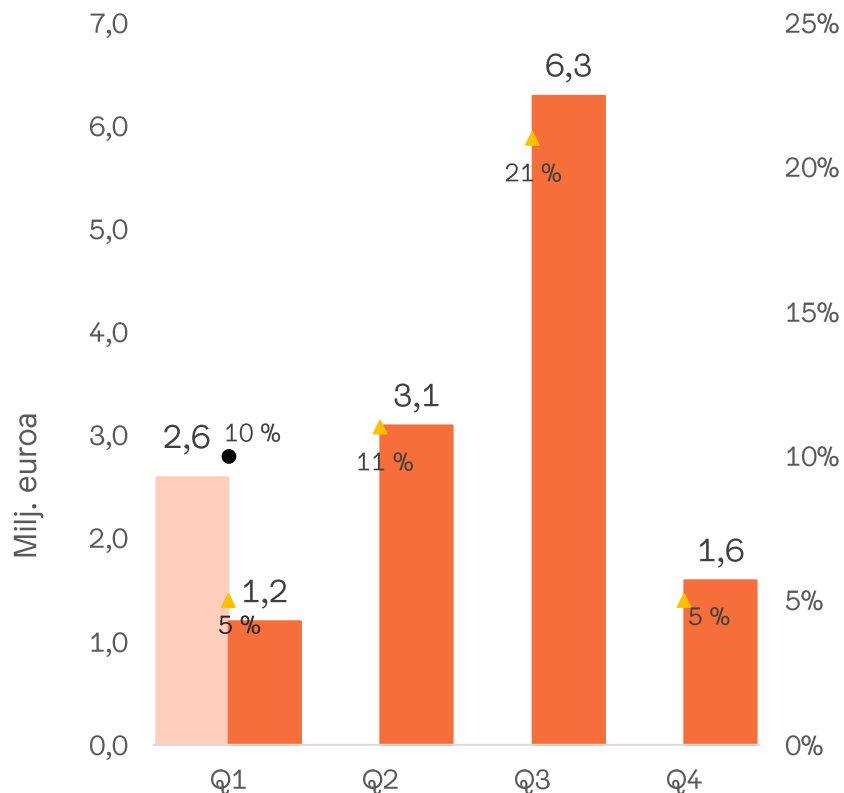
Ensimmäisellä vuosineljänneksellä 67 % brändimyyntistä tuli ulkomailta (71)

Brändimyynti markkina-alueittain
Q1/2019



Milj. euroa	Q1/2019	Q1/2018	Muutos, %
Suomi	19,5	16,4	19
Skandinavia	3,0	2,8	9
EMEA	9,3	7,3	27
Pohjois-Amerikka	2,8	10,3	-73
Aasian-Tyynenmeren alue	24,9	20,7	21
YHTEENSÄ	59,6	57,6	4

Liikevoitto Q1/2019



- 2019 Vertailukelpoinen liiketulos, milj. euroa
- 2018 Vertailukelpoinen liiketulos, milj. euroa
- 2019 Vertailukelpoinen liiketulosmarginaali, %
- ▲ 2018 Vertailukelpoinen liiketulosmarginaali, %

Liikevoitto 2,6 milj. euroa (1,2)

Vertailukelpoinen liikevoitto 2,6 milj. euroa (1,2)

- + Myynnin kasvu
- + Parantunut suhteellinen myyntikate
 - normaalihintaisen myynnin hyvä kehitys

Avainluvut

	1-3/2019	1-3/2018	Muutos, %	2018
Liikevaihto, milj. euroa	27,1	24,1	13	111,9
Kansainvälinen myynti, milj. euroa	14,3	12,2	18	48,3
<i>osuus liikevaihdosta, %</i>	53	51		43
Käyttökate (EBITDA), milj. euroa	5,7	1,9	196	20,2
Vertailukelpoinen liikevoitto, milj. euroa	2,6	1,2	125	12,2
<i>Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali, %</i>	9,6	4,8		10,9
Kauden tulos, milj. euroa	1,9	0,6		13,7
Tulos/osake (EPS), euroa	0,24	0,08		1,70
Liiketoiminnan rahavirta, milj. euroa	3,0	-1,9		12,2
<i>Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %</i>	18,0	20,9		47,6
<i>Omavaraisuusaste, %</i>	43,4	66,9		70,0
<i>Nettovelkaantumisaste (gearing), %</i>	36,1	-2,1		-56,9
Bruttoinvestoinnit, milj. euroa	0,5	0,4	34	1,3
Vastuusitoumukset, milj. euroa	0,6	24,3	-98	48,1
Henkilöstö kauden lopussa	426	416	2	445
joista Suomen ulkopuolella	94	103	-9	102

Vertailukelpoisen käyttökateen (EBITDA) muutokseen, liiketoiminnan rahavirtaan ja omavaraisuusasteeseen vaikutti myös IFRS 16.



Henkilöstöanti

Yhtiö kertoi pörssitiedotteessaan 1.11.2018, että

- hallitus on päättänyt järjestää Suomessa henkilöstöannin
- henkilöstön ja yhtiöön freelancesuhteessa olevien suunnittelijoiden merkittäväksi tarjotaan 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.



盛大开幕



连衣裙



上衣



长裤



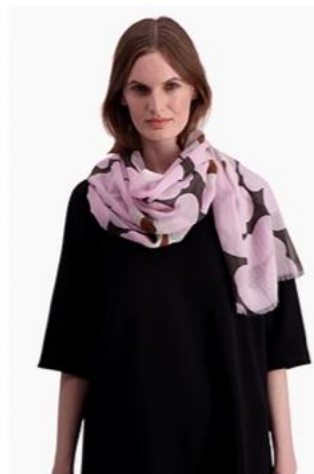
包袋



Clothing
服饰



Bags
包袋



Accessories
配饰

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.



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.

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2019

Suomi

- Suomi edustaa noin puolta yhtiön liikevaihdosta.
- Myynnin Suomessa odotetaan olevan suunnilleen samalla tasolla kuin edellisvuonna.
- Vuoden 2018 tukkumyyntiin vaikuttivat positiivisesti kertaluonteiset kampanjatoimitukset; kampanjatoimituksia oli jokaisella neljänneksellä, ja suurimmat toimitukset ajoittuivat toiselle ja viimeiselle neljännekselle. Vuonna 2019 vastaavansuuruisia kampanjatoimituksia ei ole.

Aasian-Tyynenmeren alue

- Aasian-Tyynenmeren alue on Marimekon toiseksi suurin markkina, ja sillä on tärkeä rooli yhtiön kansainvälistymisessä.
- Japani on Marimekolle selvästi merkittävin maa tällä alueella. Muiden maiden yhteenlaskettu osuus yhtiön liikevaihdosta on vielä suhteellisen pieni, koska toiminta näissä maissa on varhaisessa vaiheessa Japaniin verrattuna.
- Myynnin kasvua tukee olemassa olevien myymälöiden toiminnan kehittäminen, tuotevalikoiman optimoiminen ja verkkomyynnin lisääminen. Kuluvana vuonna liikevaihdon Aasian-Tyynenmeren alueella arvioidaan nousevan.
- Yhtiö näkee kasvavaa kysyntää tuotteilleen tällä alueella etenkin pidemmällä aikavälillä.

Lisäksi

- Marimekon tietoon on tullut harmaavientitapauksia, joiden osalta on ryhdytty toimenpiteisiin ja joiden kontrolloimisella saattaa olla heikentävä vaikutus yhtiön myyntiin ja tulokseen.
- Lisenssituottojen arvioidaan olevan suunnilleen edellisvuoden tasolla.
- Vuoden 2019 markkinointikustannusten ennakoitaan olevan suuremmat kuin vuonna 2018 (6,3 milj. euroa*).
- Kokonaisinvestointien arvioidaan kasvavan merkittävästi edellisvuodesta (1,3 milj. euroa). Pääosa investoinneista kohdistuu myymäläverkoston ja pääkonttorin toimitilojen uudistamiseen sekä tietojärjestelmien kehittämiseen digitaalisen liiketoiminnan vahvistamiseksi.
- Henkilöstöannin kustannusten sekä johtoryhmälle suunnatun pitkäaikaisen osakeperusteisen kannustinjärjestelmän laskennallisten vaikutusten ennakoitaan heikentävän yhtiön tulosta. Vaikutukset riippuvat yhtiön osakkeen kurssikehityksestä vuoden aikana.
- Marimekon liiketoiminnan kausiluonteisuudesta johtuen liikevaihto- ja tulokertymä painottuu yleensä tilivuoden kahdelle viimeiselle neljännekselle, ja näin arvioidaan olevan myös vuonna 2019. Vuoden viimeisellä neljänneksellä erityisesti joulukaupan osuus myynnistä on merkittävä, ja joulusesongin onnistuminen vaikuttaa koko vuoden tulokseen.

*Markkinointikustannusten luokittelutapa vuodelle 2019 on muuttunut; vertailukelpoisuuden säilyttämiseksi muutos vaikuttaa myös vuoden 2018 lukuihin.

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2019

Kasvutavoitteet vuodeksi 2019

- Yhtiön kasvun vetureita ovat oma verkkokauppa ja muut verkkomyyntikanavat, partnerivetoinen Aasian-vähittäiskauppa sekä olemassa olevien myymälöiden neliömyynnin kasvattaminen Suomessa ja kansainvälisillä markkinoilla.
- Uusien avausten pääpaino on jälleenmyyjävetoisissa Marimekko-myymälöissä ja muissa tukkumyyntikanavissa.
- Tavoitteena on avata noin 10 uutta Marimekko-myymälää ja -shop-in-shopia vuonna 2019.

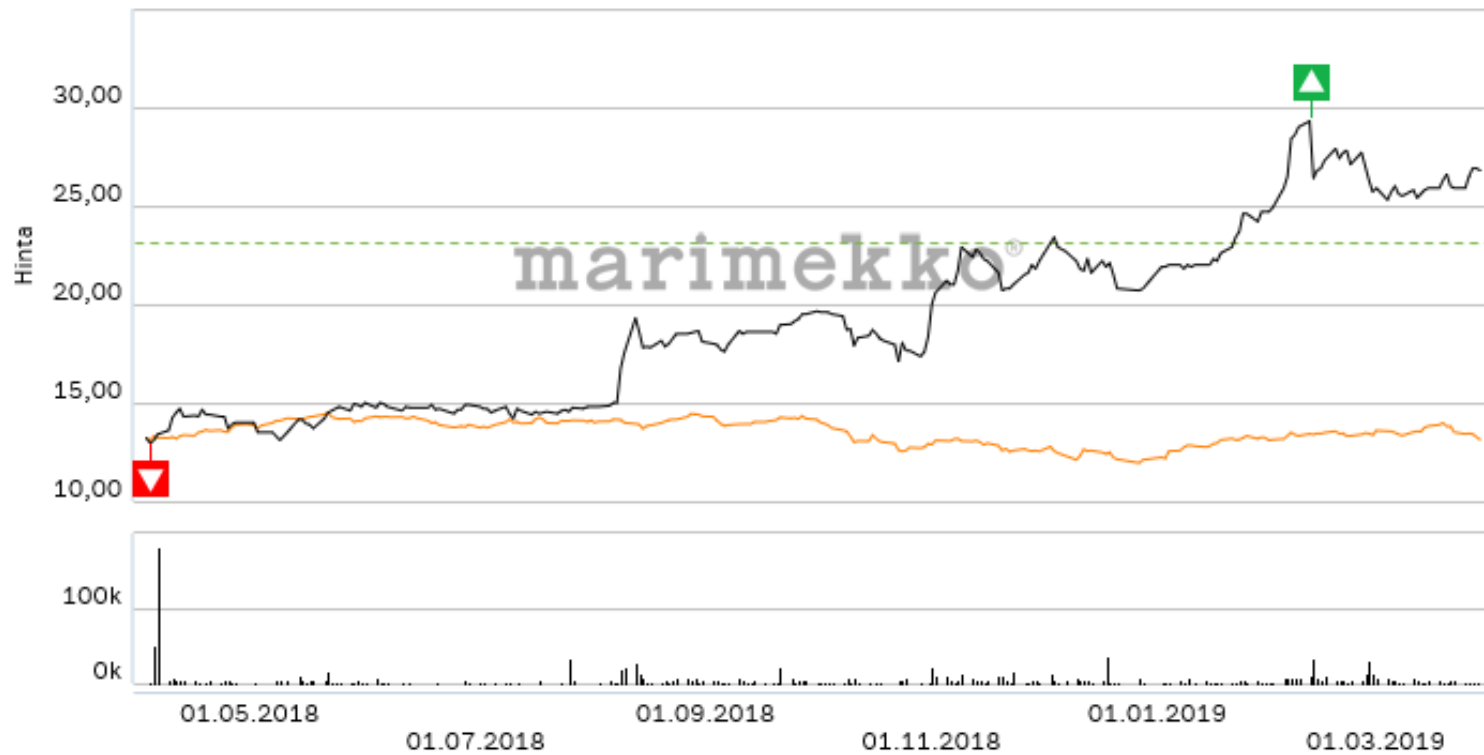


Taloudellinen ohjeistus vuodeksi 2019

Marimekko-konsernin liikevaihdon ennakoidaan vuonna 2019 olevan edellisvuotista korkeampi ja vertailukelpoisen liikevoiton arvioidaan olevan suunnilleen edellisvuoden tasolla.

Osakekurssi 12 kk

(31.3.2019)



■ Marimekko Oyj

■ Nasdaq Helsinki

Liitteet

Tuloslaskelma

Milj. euroa	1-3/2019	1-3/2018
LIKEVAIHTO	27,1	24,1
Liiketoiminnan muut tuotot	0,2	0,1
Aineiden ja tarvikkeiden käyttö*	-9,5	-9,0
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	-6,9	-6,3
Poistot ja arvonalentumiset	-3,1	-0,8
Liiketoiminnan muut kulut	-5,3	-7,0
LIKEVOITTO	2,6	1,2
Rahoitustuotot ja -kulut	-0,1	-0,4
TULOS ENNEN VEROJA	2,5	0,8
Tuloverot	-0,5	-0,2
TILIKAUDEN TULOS	1,9	0,6

*Yhteenlaskettu summa "Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos" ja "Aineiden ja tarvikkeiden käyttö".

Tase

Milj. euroa	31.3.2019	31.3.2018	Milj. euroa	31.3.2019	31.3.2018
Pitkäaikaiset varat	44,0	12,9	Oma pääoma yhteensä	42,8	31,3
Vaihto-omaisuus	23,0	21,0	Rahoitusvelat	29,3	3,1
Muut lyhytaikaiset varat	7,7	9,0	Muut pitkäaikaiset velat	-	-
Rahavarat	24,0	4,0	Lyhytaikaiset velat	26,7	12,5
VARAT YHTEENSÄ	98,8	46,9	OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	98,8	46,9

Rahavirtalaskelma

Milj. euroa	1-3/2019	1-3/2018
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA ENNEN KÄYTTÖPÄÄOMAN MUUTOSTA	5,7	1,9
Käyttöpääoman muutos	-2,1	-3,3
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA ENNEN RAHOITUSERIÄ JA VEROJA	3,5	-1,4
Rahoituserät ja verot	-0,5	-0,5
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA	3,0	-1,9
Investointien rahavirta	-0,4	-0,3
RAHAVIRTA ENNEN RAHOITUKSEN RAHAVIRTOJA	2,6	-2,1
Maksullinen osakeanti	0,7	-
Leasingmaksut	-2,5	-0,1
RAHAVAROJEN MUUTOS	0,8	-2,2
Rahavarat kauden alussa	23,2	6,2
Rahavarat kauden lopussa	24,0	4,0

Suurimmat osakkeenomistajat

Marimekon osake noteerataan Nasdaq Helsinki Oy:ssä toimialaryhmässä kulutustavarat

- 1999, I-lista
- 2002, päälista

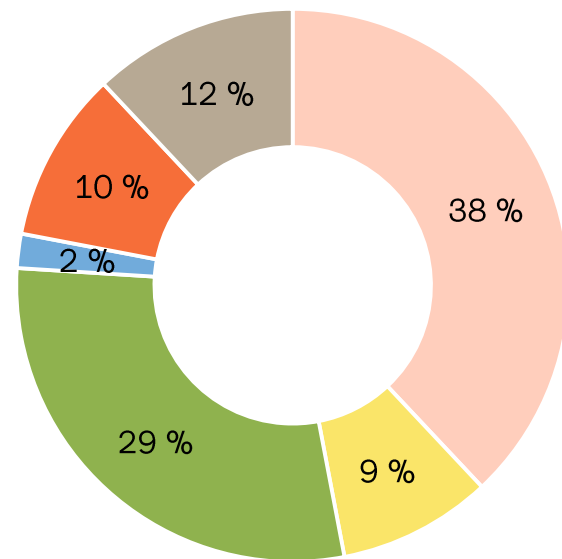
Markkina-arvo ~ 216,3 milj. euroa

9 205 osakkeenomistajaa

Suurimmat omistajat 31.3.2019	Osakkeita ja ääniä, kpl	%
PowerBank Ventures Oy (Mika Ihamuotila)	1 297 700	16,04
Moomin Characters Oy Ltd	615 240	7,61
Ehnrooth Anna Sophia	400 377	4,95
Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma	385 920	4,77
Oy Etra Invest Ab	233 000	2,88
Odin Finland	231 301	2,86
Keskinäinen eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen	215 419	2,66
Eläkevakuutusosakeyhtiö Veritas	190 470	2,36
Sijoitusrahasto Nordea Nordic Small Cap	189 885	2,35
Sijoitusrahasto Aktia Europe Small Cap	85 643	1,06

Osakkeenomistajat sektoreittain, 31.3.2019

- Kotitaloudet
- Rahoitus- ja vakuutuslaitokset
- Yritykset ja asuntoyhteisöt
- Voittoa tavoittelemattomat yhteisöt
- Julkisyhteisöt
- Hallintarekisteröidyt ja ulkomaiset omistajat



Lisätietoja

Toimitusjohtaja Tiina Alahuhta-Kasko
Puhelin 09 758 71
tiina.alahuhta-kasko@marimekko.com

Talousjohtaja Elina Anckar
Puhelin 09 758 7261
elina.anckar@marimekko.com

Viestintäjohtaja Piia Kumpulainen
Puhelin 09 758 7293
piia.kumpulainen@marimekko.com

marimekko.com
company.marimekko.com
facebook.com/marimekkodesignhouse
instagram.com/marimekko
twitter.com/marimekkoglobal
pinterest.com/marimekkodesign
youtube.com/marimekkovideo

marimekko