

6.11.2019

Tiina Alahuhta-Kasko



Marimekon osavuositatsaus
1-9/2019



Q3/2019: liikevaihto +15 %, vertailu- kelpoinen liikevoitto +24 %

- + Liikevaihto nousi 15 %, kasvua toivat etenkin vähittäis- ja tukkumyynti Suomessa sekä lisenssituotot ja tukkumyynti Aasian-Tyynenmeren alueella.
- + Myynti Suomessa kasvoi 14 % ja kansainvälisillä markkinoilla 17 %.
- + Vertailukelpoinen liikevoitto parani 24 % myynnin kasvun ansiosta.
- Tulosta heikensivät korkeammat kiinteät kulut.
- Unisex-katumuotimallisto Marimekko Kioski ja uusi nahkalaukkukokoelma lanseerattiin onnistuneesti.
- Taloudellinen ohjeistus vuoden 2019 vertailukelpoisesta liikevoitosta päivitettiin 14.10.2019.



Avainluvut

Q3/2019

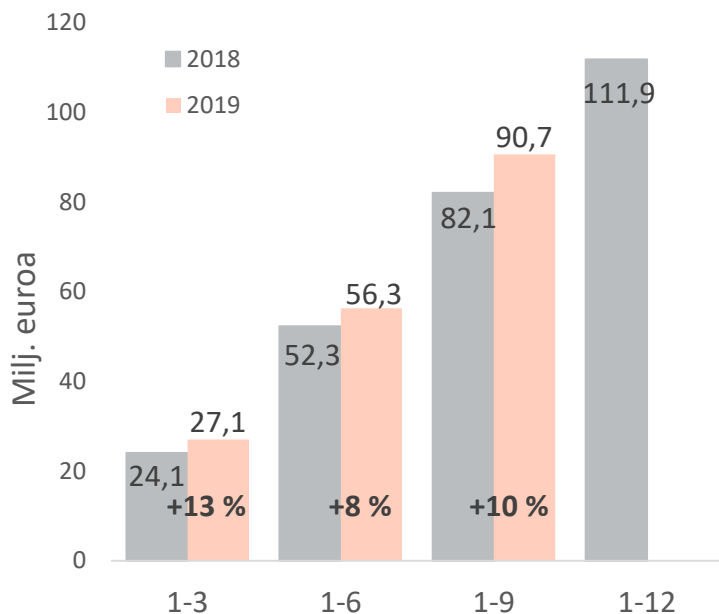
- Liikevaihto 34,5 milj. euroa (29,8)
- Brändimyynti 64,4 milj. euroa (54,9)
- Käyttökate (EBITDA) 11,0 milj. euroa (6,8)
- Vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA) 11,0 milj. euroa (6,9)
- Liikevoitto 7,8 milj. euroa (6,2)
- Vertailukelpoinen liikevoitto 7,8 milj. euroa (6,3)
- Tulos/osake 0,79 euroa (0,60)
- Vertailukelpoinen tulos/osake 0,79 euroa (0,60)

1–9/2019

- Liikevaihto 90,7 milj. euroa (82,1)
- Brändimyynti 176,8 milj. euroa (197,9)
- Liikevoitto 14,1 milj. euroa (16,5)
- Vertailukelpoinen liikevoitto 14,1 milj. euroa (10,6)

**Liikevaihto ja
liikevoitto**

Liikevaihto 1–9/2019: +10 %, 90,7 milj. euroon (82,1)



- vähittäismyynti +12 %
- tukkumyynti +6 %

Kansainvälinen myynti +12 %, 41,5 milj. euroon (36,9)

- vähittäismyynti +8 %
- tukkumyynti +11 %
- kasvaneet lisenssituotot

Myynti Suomessa +9 %, 49,2 milj. euroa (45,2)

- vähittäismyynti +14 % (vertailukelpoinen +18 %*)
 - tukkumyynti -3 %, sillä kertaluonteisten kampanjatoimitusten arvo oli vertailukautta pienempi
- + Kasvua toivat erityisesti vähittäismyynti Suomessa, tukkumyynti EMEA:n alueella sekä tukkumyynti ja lisenssituotot Aasian-Tyynenmeren alueella.

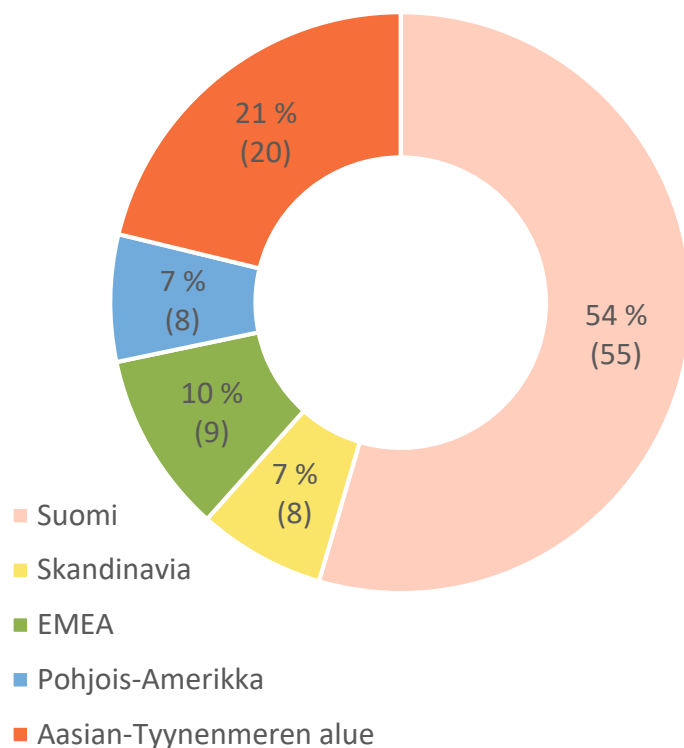
Milj. euroa	1-9/2019	1-9/2018	Muutos, %
Suomi	49,2	45,2	9
Skandinavia	6,7	6,4	4
EMEA	9,4	7,5	25
Pohjois-Amerikka	6,2	6,2	0
Aasian-Tyynenmeren alue	19,1	16,7	14
Kansainvälinen myynti	41,5	36,9	12
YHTEENSÄ	90,7	82,1	10

*Sisältää omat vähittäismyymälät mukaan lukien verkkokaupan.

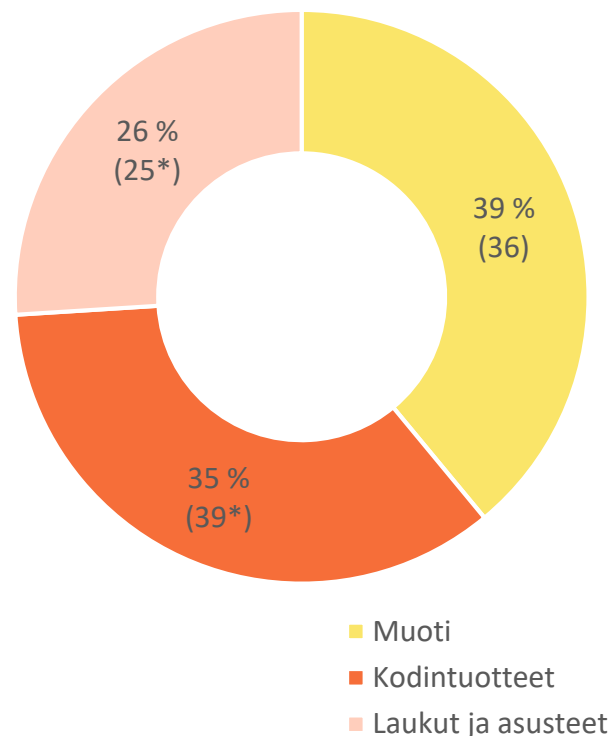
Kasvua erityisesti Suomesta, Aasian-Tyynenmeren alueelta ja EMEA:n alueelta; muodin sekä laukkujen ja asusteiden myynti nousussa

Liikevaihto: 90,7 milj. euroa (82,1)

Liikevaihto markkina-alueittain 1-9/2019



Liikevaihto tuotelinjoiittain 1-9/2019

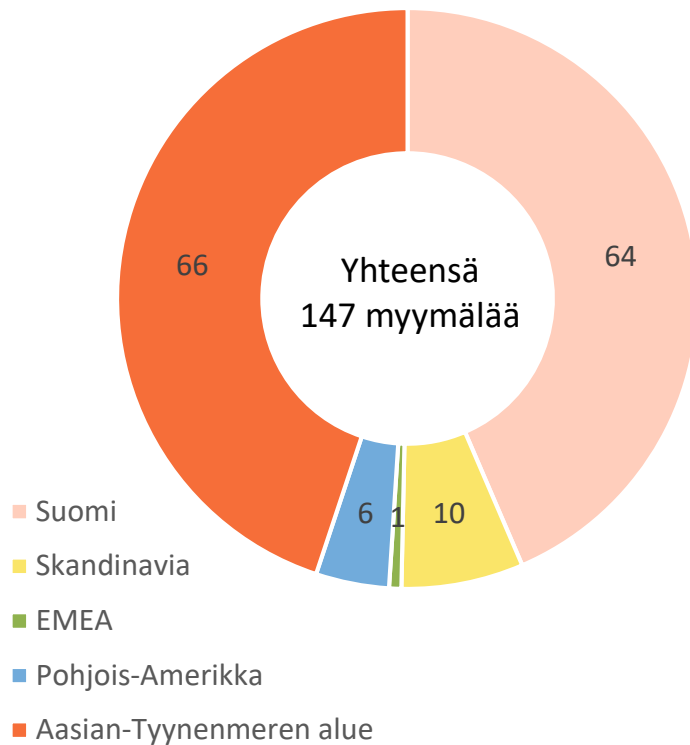


*Tuoteryhmä kosmetiikkalaukut sisältyy vuoden 2019 alusta kodintuotteiden liikevaihtoon (aiemmin laukut ja asusteet). Vertailukelpoisuuden säilyttämiseksi muutos vaikuttaa myös vuoden 2018 lukuihin.

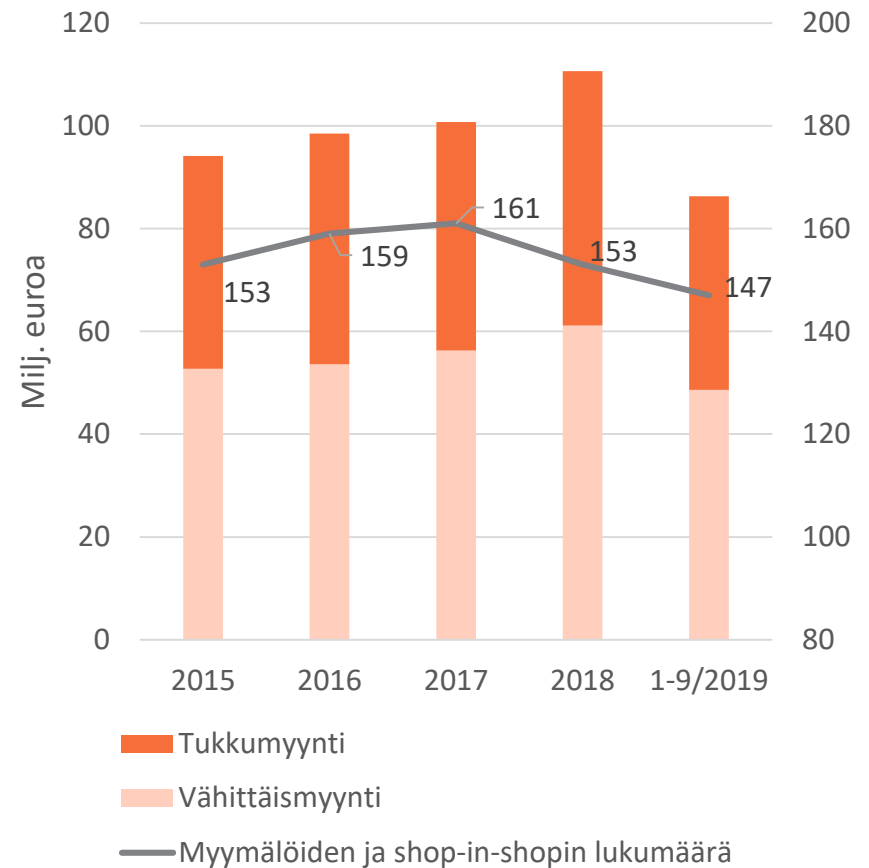
Myymäläverkosto

56 % Marimekko-myymälöistä ja shop-in-shopeista sijaitsee kotimarkkinan ulkopuolella.
Noin 150 myymälää 15 maassa; verkkokauppa palvelee asiakkaita 32 maassa.

Globaali myymäläverkosto 9/2019

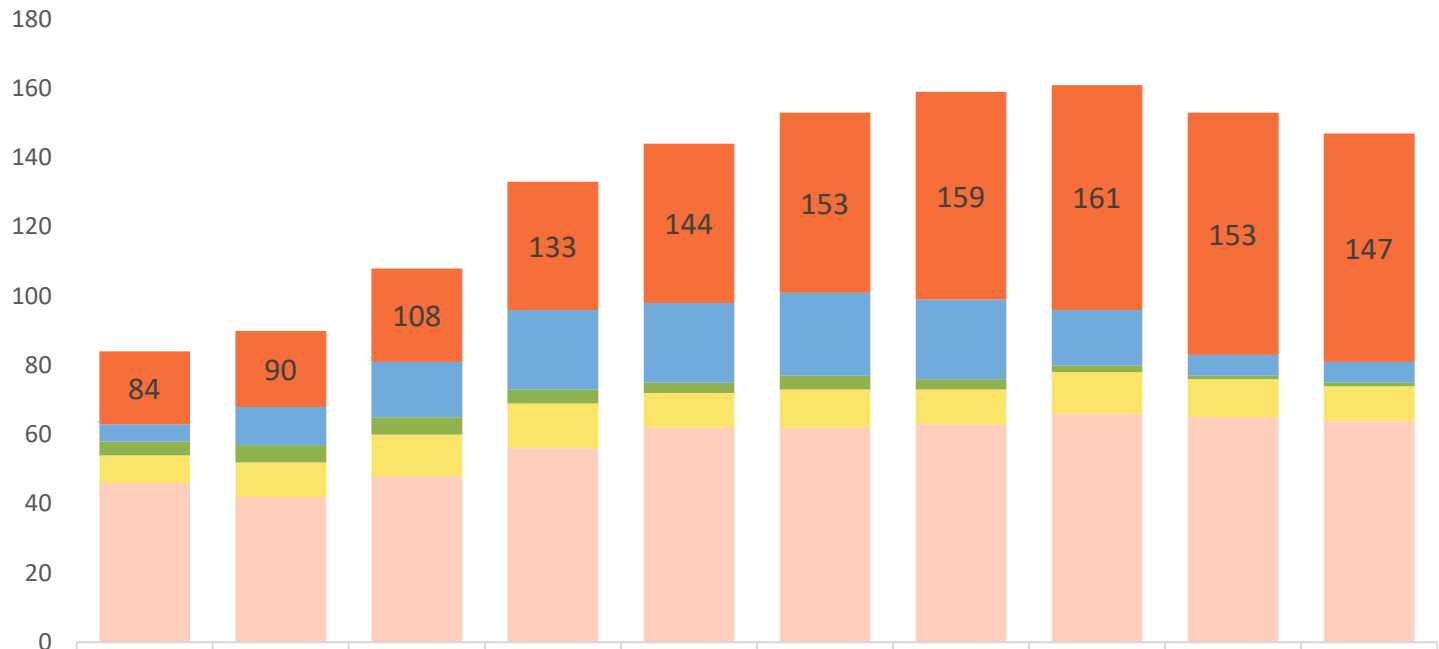


Liikevaihto kanavittain ml. verkkomyynti



Sisältää Marimekon omat vähittäismyymälät, jälleenmyyjäomisteiset Marimekko-myymälät sekä yli 30 m²:n suuruiset shop-in-shopit. Omia vähittäismyymälöitä oli syyskuun 2019 lopussa 52 (54).

147 myymälää* syyskuun 2019 lopussa



	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	1-9/2019
Aasian-Tyynenmeren alue	21	22	27	37	46	52	60	65	70	66
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	64

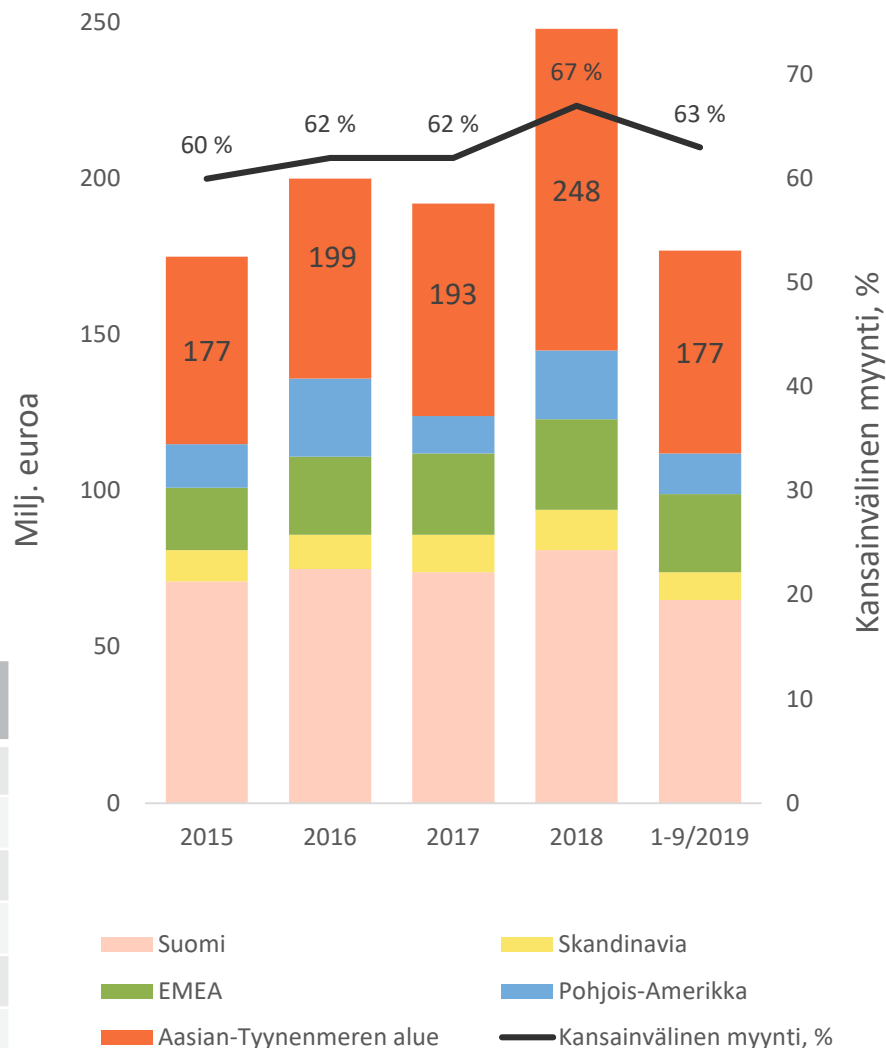
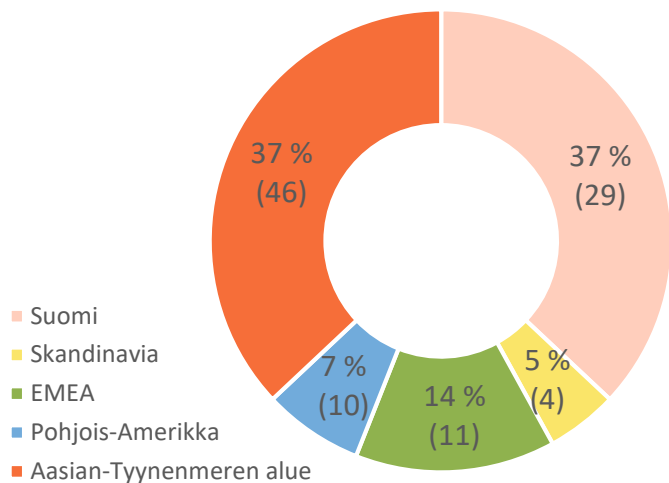
* Sisältää Marimekon omat vähittäismyymälät, jälleenmyyjäomisteiset Marimekko-myymälät sekä yli 30 m²:n suuruiset shop-in-shopit. Omia vähittäismyymälöitä oli syyskuun 2019 lopussa 52 (54).

** Yhtiö korjasi Pohjois-Amerikan myymälälukumäärää vuonna 2018 vähentämällä siitä 11 shop-in-shopia, joiden pinta-alat ovat alle 30 m²:n raportointirajan. Muutoksella ei ollut vaikutusta raportoituun Pohjois-Amerikan-tukkuymyntiin.

Q3/2019: Marimekon brändimyynti +17 %

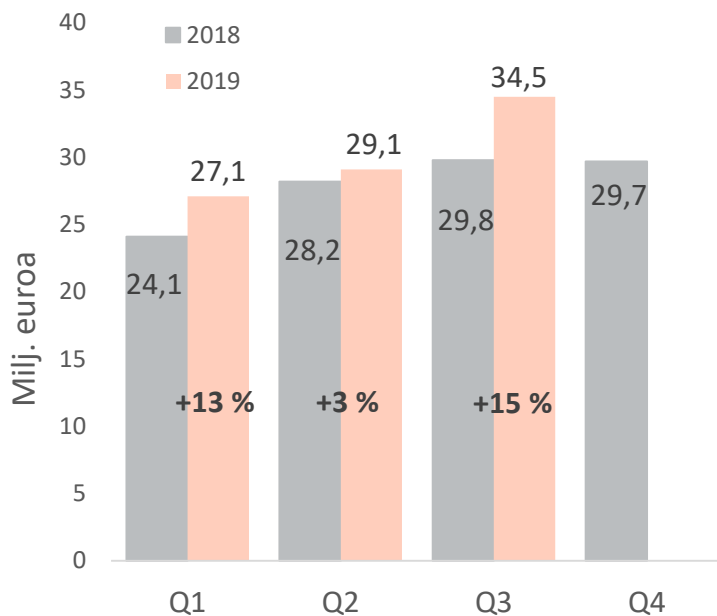
Kolmannella neljänneksellä 61 % brändimyyntistä tuli ulkomailta (60).

Brändimyynti markkina-alueittain 1-9/2019



Milj. euroa	1-9/2019	1-9/2018	Muutos, %
Suomi	65,4	58,3	12
Skandinavia	9,2	8,8	5
EMEA	24,8	20,9	19
Pohjois-Amerikka	12,8	19,1	-33
Aasian-Tyynenmeren alue	64,5	90,9	-29
YHTEENSÄ	176,8	197,9	-11

Liikevaihto Q3/2019: +15 %, 34,5 milj. euroon (29,8)



- vähittäismyynti +16 %
- tukkumyynti +6 %

Kansainvälinen myynti +17 %, 14,8 milj. euroon (12,7)

- vähittäismyynti +15 %
- tukkumyynti +4 %
- kasvaneet lisenssituotot

Myynti Suomessa +14 %, 19,7 milj. euroon (17,2)

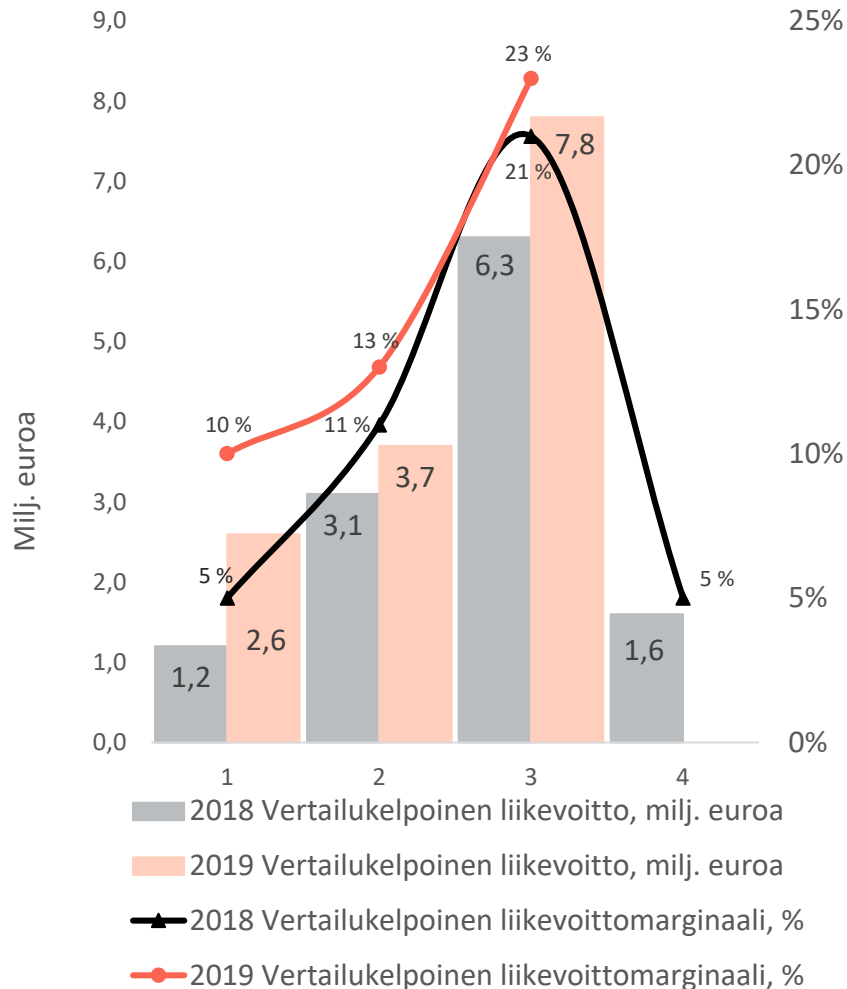
- vähittäismyynti +16 % (vertailukelpoinen +22 %*)
- tukkumyynti +9 %

+ Kasvua toivat erityisesti vähittäis- ja tukkumyynti Suomessa sekä lisenssituotot ja tukkumyynti Aasian-Tyynenmeren alueella.

Milj. euroa	Q3/2019	Q3/2018	Muutos, %
Suomi	19,7	17,2	14
Skandinavia	2,5	2,3	8
EMEA	2,8	2,7	5
Pohjois-Amerikka	2,3	2,2	4
Aasian-Tyynenmeren alue	7,2	5,5	31
Kansainvälinen myynti	14,8	12,7	17
YHTEENSÄ	34,5	29,8	15

*Sisältää omat vähittäismyymälät mukaan lukien verkkokaupan.

Liikevoitto Q3/2019: myynnin kasvu paransi vertailukelpoista tulosta



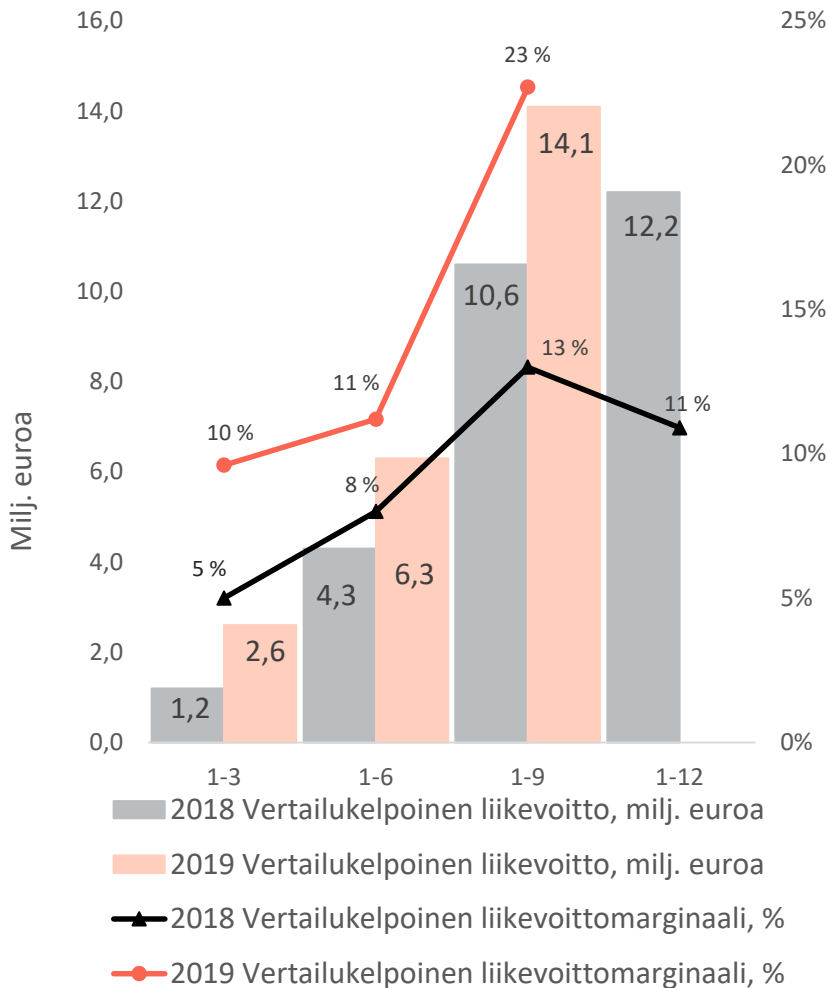
Liikevoitto 7,8 milj. euroa (6,2), +26 %

Vertailukelpoinen liikevoitto
7,8 milj. euroa (6,3), +24 %

- + Myynnin kasvu, erityisesti vähittäis- ja tukkumyynnin Suomessa sekä lisenssituottojen ja tukkumyynnin Aasian-Tyynenmeren alueella
- Korkeammat kiinteät kulut

Liikevoitto 1–9/2019:

kasvanut myynti ja vahvistunut suhteellinen myyntikate nostivat vertailukelpoista tulosta



Liikevoitto 14,1 milj. euroa (16,5), -14 %

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

Vertailukelpoinen liikevoitto 14,1 milj. euroa (10,6), +33 %

- + Myynnin kasvu, erityisesti vähittäismyynnin Suomessa, tukkumyynnin EMEA:n alueella sekä tukkumyynnin ja lisenssituottojen Aasian-Tyynenmeren alueella
- + Suhteellisen myyntikatteen vahvistuminen
 - Normaalihintaisen myynnin hyvä kehitys, maltillisemmat alennuskampanjat ja tuotevalikoiman optimointi
- Korkeammat kiinteät kulut

Avainluvut

Milj. euroa	7-9/ 2019	7-9/ 2018	Muutos, %	1-9/ 2019	1-9/ 2018	Muutos, %	1-12/ 2018
Liikevaihto	34,5	29,8	15	90,7	82,1	10	111,9
Kansainvälinen myynti	14,8	12,7	17	41,5	36,9	12	48,3
<i>osuus liikevaihdosta, %</i>	43	42		46	45		43
Käyttökate (EBITDA) **	11,0	6,8	62	23,5	18,4	27	20,2
Vertailukelpoinen liikevoitto	7,8	6,3	24	14,1	10,6	33	12,2
<i>Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali, %</i>	22,7	21,2		15,5	12,9		10,9
Kauden tulos	6,4	4,9	31	10,9	12,8	-15	13,7
Tulos/osake (EPS), euroa	0,79	0,60	31	1,34	1,58	-15	1,70
Vertailukelpoinen tulos/osake (EPS), euroa *	0,79	0,60	31	1,34	1,04	29	1,15
Liiketoiminnan rahavirta **	10,9	2,8		21,2	6,5		12,2
<i>Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %</i>				17,3	48,5		47,6
<i>Omavaraisuusaste, % **</i>				39,8	73,3		70,0
<i>Nettovelkaantumisaste (gearing), % **</i>				40,5	-46,6		-56,9
Bruttoinvestoinnit	0,4	0,3	31	1,3	1,1	21	1,3
Henkilöstö kauden lopussa				437	421	4	445
joista Suomen ulkopuolella				100	98	2	102

* Huomioitu vastaavat erät kuin vertailukelpoisessa liikevoitossa. Verovaikutus huomioitu.

** Käyttökateen (EBITDA) muutokseen, liiketoiminnan rahavirtaan, omavaraisuusasteeseen ja nettovelkaantumisasteeseen vaikutti myös IFRS 16. Taulukon bruttoinvestoinnit eivät sisällä IFRS 16:n vaikutusta.

**Kauden
tapahtumia**



Marimekko Kioski – unisex-katumuotikokoelma

- Marimekko Kioski yhdistää ikonisimmat printtimme unisex-katumuotiin, joka on tällä hetkellä suuressa nosteessa muotimaailmassa.
- Ensiesittely Dover Street Marketissa Tokion Ginzassa; useat tuotteet myytiin loppuun tunneissa.
- Uutta, nuorempaa asiakaskuntaa puhuttelevan kokoelman vastaanotto yhtä innostunutta myös muilla markkinoilla.



Uusi nahkalaukkumallisto

- Elokuussa lanseerasimme uuden, klassikkolaukkujemme ajattoman muotokielen inspiroiman nahkalaukkukokoelman.
- Uuden malliston ansiosta voimme tarjota asiakkaillemme viimeistellympiä asukokonaisuuksia, entistäkin kokonaisvaltaisemman Marimekko-tyylin.
- Nahkalaukut tukevat tavoitettamme laajentaa asiakaskuntaamme. Laukut ja asusteet ovat tuotteita, joiden avulla on luontevaa innostaa uusia asiakkaita tutustumaan Marimekko-brändiin.
- Laukut ja asusteet tärkeitä muotiliiketoiminnassa – ne muodostavat usein merkittävän osuuden brändien liikevaihdosta.



Marimekon printit mukana Targetin 20- vuotisjuhlakokoelmassa

- Marimekko yksi 20 brändistä, joiden tuotteita sisältyi yhdysvaltalaisen kauppaketju Targetin eri brändien kanssa 20 vuoden aikana tekemiä designyhteistöitä juhlistavaan kokoelmaan.
- Juhlamallistoon valitut tuotteet olivat alun perin osa vuonna 2016 rajoitetun ajan saatavilla ollutta Marimekko for Target -yhteistyökokoelmaa, joka oli saanut inspiraationsa Suomen kesästä. Kaikki kokoelman kuviot olivat Maija Isolan suunnittelemia.
- Brändiyhteistöillä merkittävä rooli Marimekon kansainvälisen bränditunnettuuden rakentamisessa ja laajemman asiakaskunnan tavoittamisessa.

Näkymät

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2019 (1/2)

Suomi

- Suomi edustaa noin puolta yhtiön liikevaihdosta.
- Myynnin Suomessa odotetaan kasvavan edellisvuodesta.
- Vuoden 2018 tukkumyyntiin Suomessa vaikuttivat positiivisesti kertaluonteiset kampanjatoimitukset. Vuonna 2019 kampanjatoimitusten kokonaisarvo on viime vuotta merkittävästi alhaisempi, ja toimitukset painottuvat erityisesti vuoden viimeiselle neljännekselle.

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 on heikentävä vaikutus yhtiön myyntiin ja tulokseen.
- Lisenssituottojen vuonna 2019 arvioidaan olevan edellisvuotta merkittävästi korkeammat.
- Yhtiö arvioi loppuvuoteen kohdistuvan enemmän kuluja kuin edellisvuonna.
- Vuoden 2019 markkinointikustannusten ennakoidaan olevan suuremmat kuin vuonna 2018 (6,3 milj. euroa*).
- Kokonaisinvestointien arvioidaan kasvavan merkittävästi edellisvuodesta (1,3 milj. euroa). Pääosa investoinneista kohdistuu pääkonttorin toimitilojen ja myymäläverkoston uudistamiseen sekä tietojärjestelmien kehittämiseen digitaalisen liiketoiminnan vahvistamiseksi.
- Myös johtoryhmälle suunnatun pitkäaikaisen osakeperusteisen kannustinjärjestelmän laskennallisten vaikutusten ennakoidaan heikentävän yhtiön tulosta. Vaikutukset riippuvat yhtiön osakkeen kurssikehityksestä vuoden aikana.
- Marimekon liiketoiminnan kausiluonteisuudesta johtuen liikevaihto- ja tulokertymät ovat historiallisesti painottuneet yleensä tilivuoden kahdelle viimeiselle neljännekselle. Vuonna 2018 yhtiön tulokertymä painottui aiemmasta poiketen vuoden toiselle ja kolmannelle neljännekselle, ja yhtiön päivitetyn näkymän mukaan näin arvioidaan olevan myös vuonna 2019. Vuoden viimeisellä neljänneksellä joulukaupan osuus myynnistä on merkittävä.

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



Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet (2/2)

- Yhtiön kasvun vetureita ovat
 - oma verkkokauppa ja muut verkkomyyntikanavat
 - partnerivetoinen Aasian-vähittäiskauppa
 - olemassa olevien myymälöiden neliömyynnin kasvattaminen Suomessa ja kansainvälisillä markkinoilla.
- Uusien avausten pääpaino on jälleenmyyjävetoisissa Marimekko-myymlöissä ja muissa tukkumyöntikanavissa.
 - Tavoitteena on avata noin 5 uutta Marimekko-myymlää ja -shop-in-shopia vuonna 2019.

Taloudellinen ohjeistus vuodeksi 2019

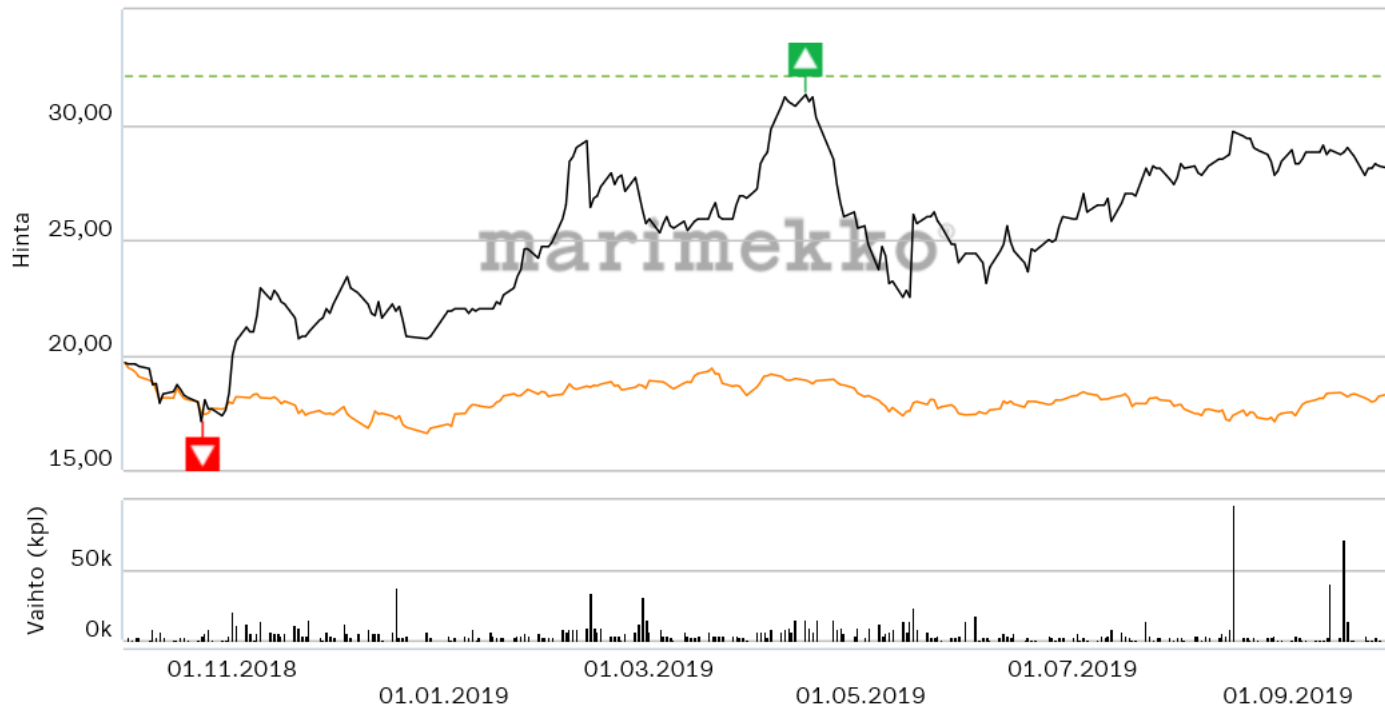
(14.10.2019 päivitetyn mukaisesti)

Marimekko-konsernin liikevaihdon arvioidaan vuonna 2019 olevan edellisvuotista korkeampi ja myös vertailukelpoisen liikevoiton ennakoidaan olevan edellisvuotista korkeampi, arviolta noin 17 miljoonaa euroa.

Yhtiö arvioi puolivuosisikatsauksessaan 15.8.2019 konsernin liikevaihdon vuonna 2019 olevan edellisvuotista korkeampi ja myös vertailukelpoisen liikevoiton olevan edellisvuotista korkeampi, arviolta enintään noin 15 miljoonaa euroa.

Osakekurssi, 12 kk

(30.9.2019)



■ Marimekko Oyj

■ Nasdaq Helsinki

Liitteet

Tuloslaskelma

Milj. euroa	7-9/2019	7-9/2018	1-9/2019	1-9/2018
LIKEVAIHTO	34,5	29,8	90,7	82,1
Liiketoiminnan muut tuotot	0,2	0,1	0,5	6,3
Aineiden ja tarvikkeiden käyttö*	-11,5	-9,9	-31,3	-29,6
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	-6,5	-6,0	-20,2	-18,6
Poistot ja arvonalentumiset	-3,2	-0,6	-9,4	-2,0
Liiketoiminnan muut kulut	-5,6	-7,3	-16,3	-21,8
LIKEVOITTO	7,8	6,2	14,1	16,5
Rahoitustuotot ja -kulut	0,0	-0,1	-0,7	-0,2
TULOS ENNEN VEROJA	7,8	6,1	13,5	16,3
Tuloverot	-1,5	-1,2	-2,6	-3,5
TILIKAUDEN TULOS	6,4	4,9	10,9	12,8

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

Tase

Milj. euroa	30.9.2019	30.9.2018	Milj. euroa	30.9.2019	30.9.2018
Pitkäaikaiset varat	40,4	5,2	Oma pääoma yhteensä	36,7	39,0
Vaihto-omaisuus	23,9	22,5	Rahoitusvelat	25,6	0,2
Muut lyhytaikaiset varat	7,0	8,4	Muut pitkäaikaiset velat	-	-
Rahavarat	20,9	17,7	Lyhytaikaiset velat	29,9	14,6
VARAT YHTEENSÄ	92,3	53,9	OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	92,3	53,9

Rahavirtalaskelma

Milj. euroa	1-9/2019	1-9/2018
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA ENNEN KÄYTTÖPÄÄOMAN MUUTOSTA	23,5	12,3
Käyttöpääoman muutos	0,7	-3,3
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA ENNEN RAHOITUSERIÄ JA VEROJA	24,2	9,1
Rahoituserät ja verot	-3,0	-2,6
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA	21,2	6,5
Investointien rahavirta	-1,4	9,7
RAHAVIRTA ENNEN RAHOITUKSEN RAHAVIRTOJA	19,8	16,2
Omien osakkeiden hankinta	-	-0,3
Maksullinen osakeanti	0,7	-
Leasingmaksut	-7,8	-0,3
Maksetut osingot	-15,0	-4,0
RAHAVAROJEN MUUTOS	-2,3	11,5
Rahavarat kauden alussa	23,2	6,2
Rahavarat kauden lopussa	20,9	17,7

Suurimmat osakkeenomistajat

Marimekon osake noteerataan Nasdaq Helsinki Oy:ssä toimialaryhmässä kulutustavarat

- 1999, I-lista
- 2002, päälista

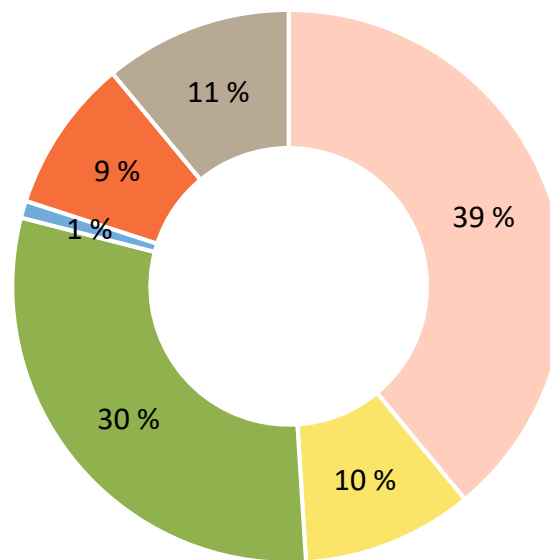
Markkina-arvo ~ 227,9 milj. euroa

10 682 osakkeenomistajaa

Suurimmat omistajat 30.9.2019	Osakkeita ja ääniä, kpl	%
PowerBank Ventures Oy (Mika Ihamuotila)	1 297 700	15,96
Moomin Characters Oy Ltd	615 240	7,57
Ehrnrooth Anna Sophia	400 377	4,93
Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma	385 920	4,75
Oy Etra Invest Ab	233 000	2,87
Odin Finland	231 301	2,85
Keskinäinen eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen	215 419	2,65
Sijoitusrahasto Nordea Nordic Small Cap	199 885	2,46
Eläkevakuutusosakeyhtiö Veritas	160 470	1,97
Sijoitusrahasto Evli Suomi Pieniyhtiöt	101 787	1,25

Osakkeenomistajat sektoreittain,
30.9.2019

- 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 Anna Tuominen
Puhelin 040 584 6944
anna.tuominen@marimekko.com

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

marimekko