



marimekko

Varsinainen yhtiökokous 8.4.2020

A photograph of two women standing side-by-side, smiling and looking towards each other. They are wearing matching dresses with a bold floral pattern in shades of blue and white. The woman on the left has blonde hair and a white flower in it, while the woman on the right has dark curly hair and a white flower. The background is a vibrant green, possibly a field of flowers or a studio backdrop. The overall mood is bright and cheerful.

Toimitusjohtajan katsaus

TIINA ALAHUHTA-KASKO



Strategiamme

**Missiomme on voimaannuttaa
ihmisiä olemaan oma itsensä
ja tuoda iloa arkeen
rohkein värein ja kuvioin.**

**Visiomme on olla
maailman kiehtovin lifestyle-
designbrändi, joka on tunnettu
rohkeista kuvioistaan.**

Pitkän aikavälin kansainvälinen kasvustrategia

PÄÄMARKKINOINA POHJOIS-EUROOPPA, POHJOIS-AMERIikka JA AASIAN-TYYNENMEREN ALUE



Noin 150 Marimekko-myyntälää ja -shop-in-shopia 15 maassa.

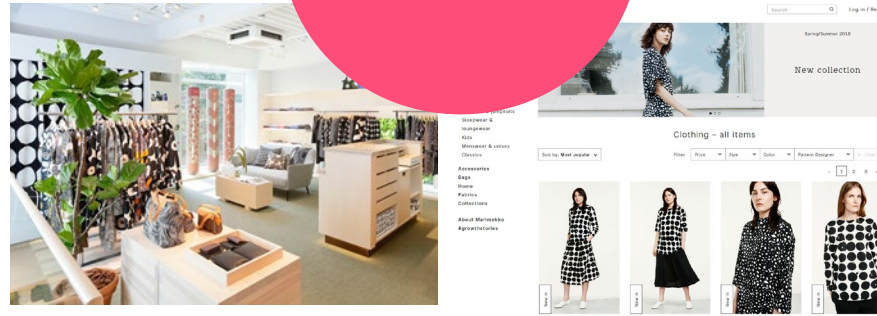
Verkkokauppa 32 maassa.

Kaiken kaikkiaan Marimekko-tuotteiden myyntiä noin 40 maassa.

Liiketoimintamallimme

VOIMAKKAAT KASVUMAHDOLLISUUDET – SILTI MATALA RISKI JA VÄHÄN PÄÄOMAA VAATIVA
GLOBAALI BRÄNDI – KUITENKIN PIENI JA JOUSTAVA YHTIÖ

Monikanavainen
vähittäiskauppa



Tavaratalot,
monimerkki-
myymälät &
e-tailerit




Brändiyhteistyöt
& lisensiointi



Vahvemman kasvun hakeminen aiempaa laajempaa asiakaskuntaa puhuttelemalla



A pair of light pink, minimalist loafers with a white interior and a tan sole. The shoes are lying on a bed of green plants, including what appears to be mint. The brand name 'marimekko' is visible on the insole of both shoes.

Marimekon toiminta ja suunnittelufilosofia ovat aina perustuneet vastuullisuuteen: haluamme tarjota asiakkaillemme ajattomia, käytännöllisiä ja kestäviä tuotteita, jotka tuovat iloa pitkään ja joita ei haluta heittää pois.

A woman in a blue and white floral dress is playing in a sprinkler at a park. She has her arms outstretched and is smiling. The background is a lush green lawn with trees. In the foreground, the backs of two other people are visible: one in a white t-shirt with a yellow floral pattern on the left, and another in a blue and white floral dress on the right. The overall atmosphere is bright and cheerful.

Taloudellinen kehitys 2019

Vahva vuosi 2019

Marimekon vahva kehitys jatkui vuonna 2019: liikevaihto kasvoi 12 % ja vertailukelpoinen liikevoitto 40 %.

Pitkäjänteinen malliston ja brändin modernisointi kantaa hedelmää. Erityisesti myyntiään kasvattivat muoti sekä laukut ja asusteet.

Kiinnostavat lanseeraukset, Marimekko Kioski ja uusi nahkalaukkukokoelma, tukivat kasvua.

Kansainväliset brändiyhteistyöt kasvattivat Marimekon bränditunnettuutta ja tukivat näin ydinliiketoiminnan positiivista kehitystä.

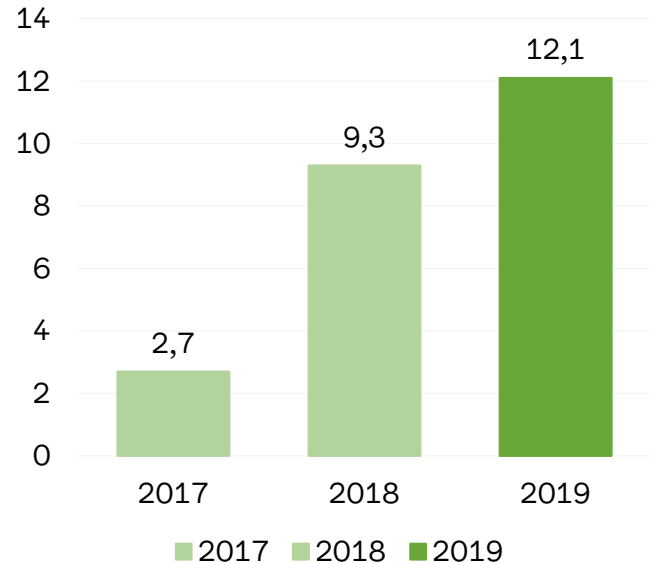
Ajaton ja kestävä suunnittelufilosofiamme on ajankohtaisempi kuin koskaan. Teemme kestäviä valintoja joka päivä.

Jatkamme määrätietoista työtä pitkän aikavälin strategiamme toteuttamiseksi.

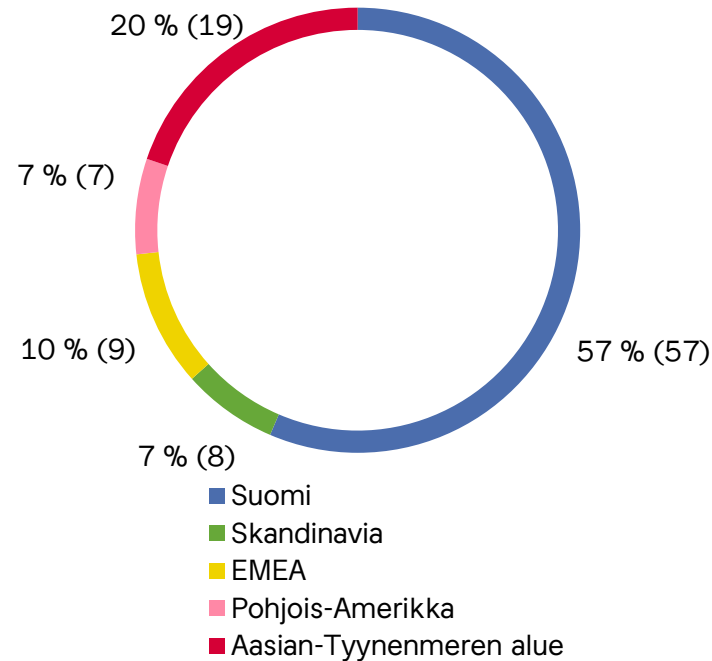


Liikevaihto kasvoi 12 % 125,4 milj. euroon (111,9)

Liikevaihdon kasvu, %



Liikevaihto markkina-alueittain 2019 (2018)



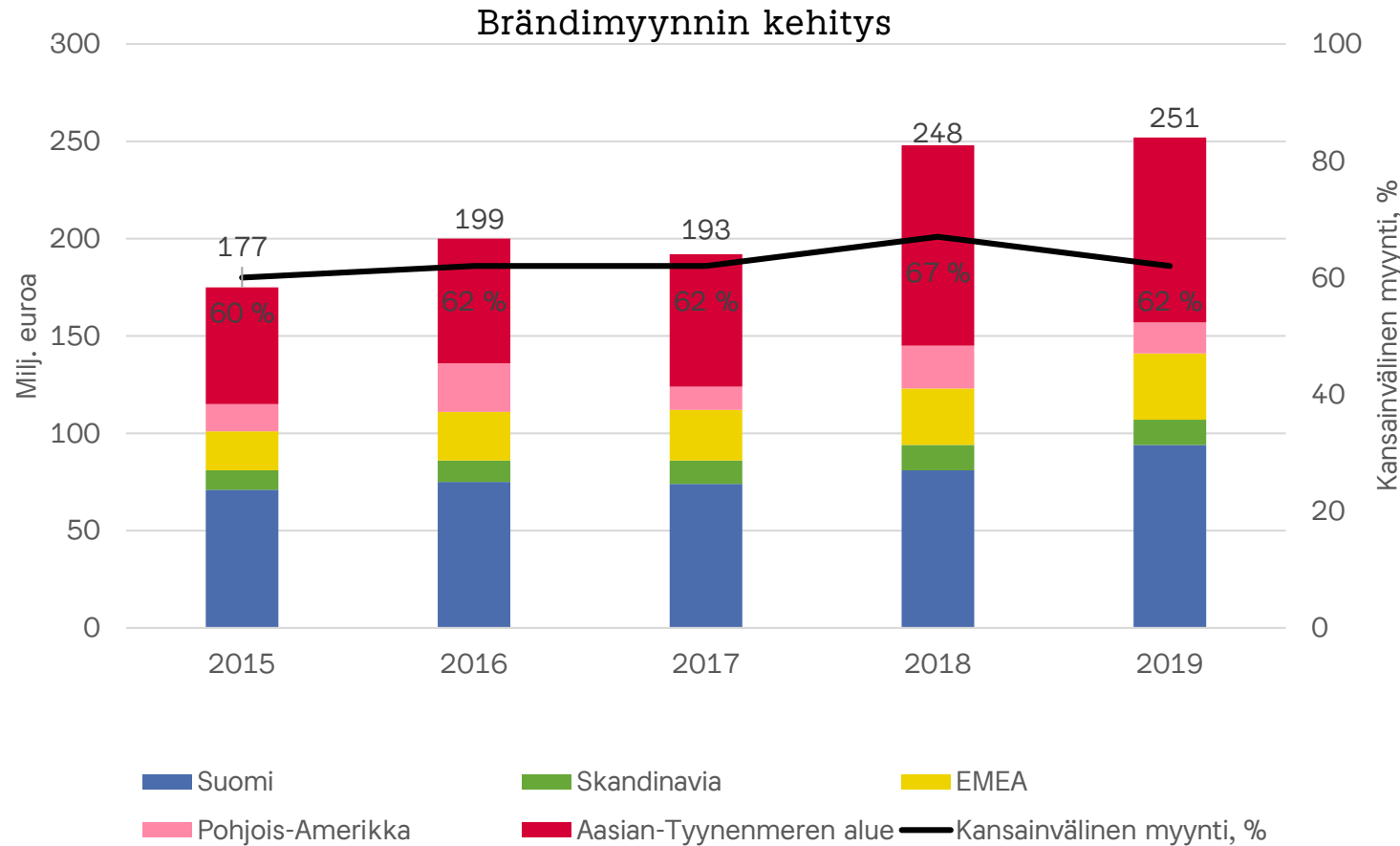
Myynti kasvoi vuonna 2019 kaikilla markkina-alueilla.

Kasvua toivat etenkin vähittäismyynti Suomessa, tukkumyynti ja lisenssituotot Aasian-Tyynenmeren alueella sekä tukkumyynti EMEA:n alueella.

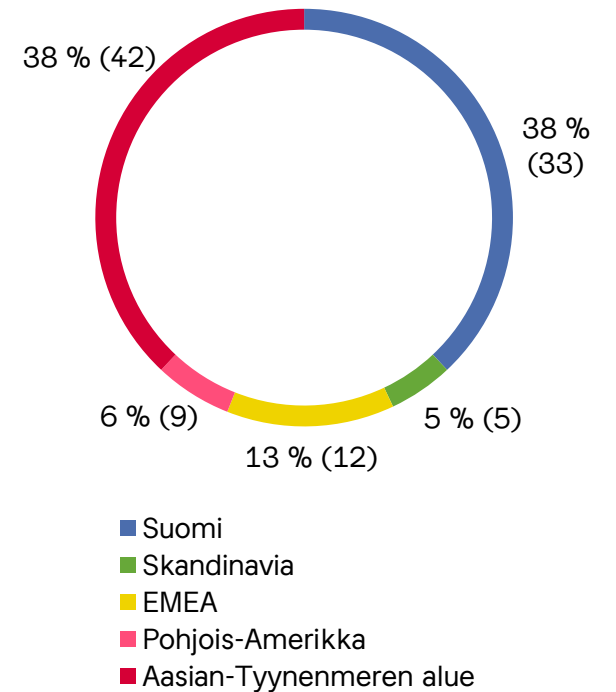
Liikevaihto Suomessa kasvoi 12 %. Vähittäismyynti kasvoi alan yleistä kehitystä nopeammin, vertailukelpoinen kasvu oli 18 %. Tukkumyynti kasvoi 4 %

Myös kansainvälinen myynti nousi 12 %. Aasian-Tyynenmeren alueella kasvua oli 19 %.

Marimekon brändimyynti nousi 1 %:n 250,8 milj. euroon (248,4)



Brändimyynti markkina-alueittain 2019 (2018)



Vertailukelpoinen liikevoitto parani 40 % 17,1 milj. euroon (12,2)

Vertailukelpoisen liikevoiton kehitys

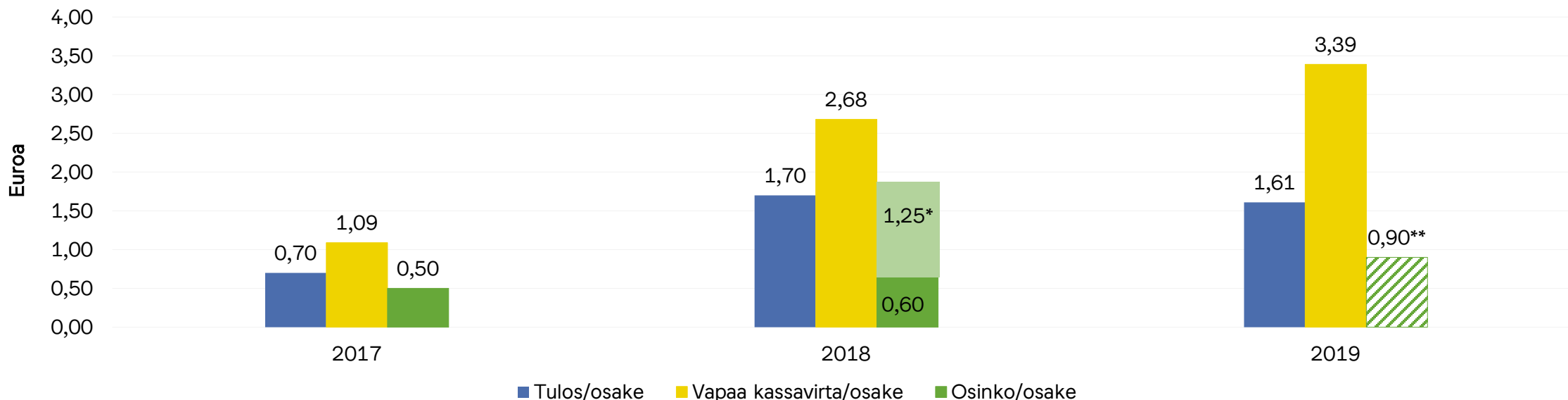


- Vertailukelpoinen liikevoitto 17,1 milj. euroa (12,2), +40 %
- Liikevoitto 17,1 milj. euroa (17,7), -3 %
 - Vuoden 2018 liikevoittoon sisältyi yhtiön pääkonttorin myynnistä saatu 6,0 milj. euron kertaluonteinen verotettava myyntivoitto.
- + Myynnin kasvu: etenkin vähittäismyynti Suomessa, tukkumyynti ja lisenssituotot Aasian-Tyynenmeren alueella sekä tukkumyynti EMEA:n alueella kasvattivat liikevaihtoa.
- + Parantunut suhteellinen myyntikate: normaalihintaisen myynnin hyvä kehitys, maltillisemmat alennuskampanjat, tuotevalikoiman optimointi ja vertailuvuotta suuremmat lisenssituotot
- Korkeammat kiinteät kustannukset

Enintään 0,90 euroa osinkoa osakkeelta, myöhempänä ajankohtana

YHTIÖN VOIDESSA ARVIOIDA KORONAVIRUSPANDEMIAN VAIKUTUKSIA YHTIÖN LIIKETOIMINTAAN LUOTETTAVAMMIN

Osakekohtaisten tunnuslukujen kehitys



* Vuodelta 2018 maksettiin varsinaista osinkoa 0,60 euroa osakkeelta sekä lisäosinkoa 1,25 euroa osakkeelta.

** Hallitus ehdottaa, että se valtuutetaan päättämään enintään 0,90 euron osakekohtaisen osingon jakamisesta yhdessä tai useammassa erässä myöhempänä ajankohtana, kun yhtiö voi arvioida koronaviruspandemian vaikutuksia yhtiön liiketoimintaan luotettavammin. Valtuutus olisi voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen asti.



Vuoden 2019 tapahtumia

Vuoden 2019 tapahtumia

- Unisex-katumuotikokoelma Marimekko Kioskin lanseeraus
- Uusi nahkalaukkumallisto
- Rajoitetun ajan saatavilla ollut yhteistyömallisto globaalin japanilaisen vaatebrändin Uniqlo:n kanssa
- Vuoden 2016 rajoitetun ajan saatavilla olleen Marimekko for Target -kokoelman osittainen uudelleenlanseeraus
- *Ostoksilla Marimekko-kodissa* -palvelun pilotointi Milanossa
- Henkilöstöanti



Marimekko Kioski – unisex-katumuotikokoelma

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





Uusi nahkalaukkumallisto

- Syksyllä 2019 lanseerasimme uuden, klassikkolaukkujemme ajattoman muotokielen inspiroiman nahkalaukkukokoelman.
- Uuden malliston ansiosta voimme tarjota asiakkaillemme viimeistellympiä asukokonaisuuksia, entistäkin yhtenäisemmän 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.



Uusi rajoitetun ajan saatavilla ollut yhteistyömallisto Uniqlon kanssa

- Kevään 2018 menestyksekkään yhteistyön jatkoksi lanseerasimme Uniqlon kanssa toisen rajoitetun ajan saatavilla olleen yhteistyömalliston, jossa Marimekon vahvat kuviot ja värit saivat runsaasti näkyvyyttä eri puolilla maailmaa.
- Uusi syksyn ja talven 2019 yhteistyömallisto sai inspiraationsa Suomen talvesta, ja siihen sisältyi vaatteita ja asusteita naisille ja lapsille.
- Yhteistyö tarjosi tilaisuuden kertoa Marimekon suunnittelufilosofiasta laajalle globaalille yleisölle ja vahvistaa samalla ydinliiketoimintaamme kasvaneen bränditunnettuuden avulla.

Marimekon printit mukana Targetin 20-vuotis- juhlakokoelmassa

- Marimekko oli 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 on merkittävä rooli Marimekon kansainvälisen bränditunnettuuden rakentamisessa ja laajemman asiakaskunnan tavoittamisessa.



Ostoksilla Marimekko-kodissa -palvelun pilotointi Milanossa

- Marimekko haluaa haastaa perinteistä tapaa tehdä vähittäismyyntiä yhdistämällä fyysisen ja digitaalisen maailman innostavaksi ja helpoksi asiakaskokemukseksi.
- Milanon designviikon yhteydessä keväällä 2019 pilotoimme uutta palvelua tuomalla ostovalmiin Marimekko-kodin kaupungin sydämeen.
- Uudessa palvelussa kodinomaisesti sisustettu fyysinen tila yhdistettiin digitaaliseen ostokokemukseen.





Henkilöstöanti Suomessa

- Maaliskuussa tarjottiin enintään 150 000 uutta osaketta henkilöstön ja yhtiöön freelancesuhteessa olevien suunnittelijoiden merkittäväksi.
- Puolet merkintään oikeutetuista osallistui antiin, joka järjestettiin edullisin ehdoin.
- Suuri osa marimekkolaisia on yhtiön osakkeenomistajia ja osallistuu näin yhtiön tulevaisuuden rakentamiseen myös omistajan roolissa.
- Yhteensä 40 224 uuden osakkeen merkintää hyväksyttiin.

Tilikauden jälkeisiä tapahtumia

Ohjeistuksen peruminen 25.3. johtuen koronaviruspandemian arvioitujen vaikutusten seurauksista

Marimekko arvioi, että yhtiön päämarkkina-alueilla vaikuttava koronaviruspandemia on selvästi heikentänyt kulutuskysyntänäkymiä kaikilla markkina-alueilla ja on epätodennäköistä, että Marimekon aiemmin antama ohjeistus toteutuu. Pitkittyessään pandemialla on merkittävät vaikutukset yhtiön myyntiin ja kannattavuuteen.

Marimekko perui 25.3.2020 aiemmin antamansa näkymät vuodelle 2020 johtuen ainoastaan koronaviruspandemian arvioitujen vaikutusten seurauksista. Nopeasti muuttuvan tilanteen vuoksi tarkkaa arviota vaikutuksista liiketoimintaan ei ole parhaillaan mahdollista antaa. Marimekko täsmentää näkymiään vuodelle 2020 sitten, kun vaikutuksia voidaan arvioida luotettavammin.



Omien vähittäismyymälöiden väliaikainen sulkeminen koronaviruspandemian vuoksi

- Henkilöstön ja asiakkaiden terveys ja hyvinvointi ovat Marimekon prioriteetti.
- Yhtiö on sulkenut väliaikaisesti omat vähittäismyymälänsä USA:ssa, Australiassa, Saksassa, Norjassa, Tanskassa, Ruotsissa ja Suomessa koronavirustilanteen pahennuttua.
- Sopeuttaakseen henkilöstömäärän tarjolla olevan työn määrään sekä minimoidakseen koronaviruspandemian negatiiviset taloudelliset vaikutukset liiketoimintaansa Marimekko aloitti Suomessa yhteistoimintaneuvottelut määräaikaista lomautuksista ja vastaavat henkilöstön sopeuttamistoimenpiteet muissa maissa.





Vahvat jatkuvat toimenpiteemme koronaviruskriisistä selviämiseksi

- Henkilöstömme ja asiakkaidemme terveys ja hyvinvointi prioriteettimme
- Vahva kulukuri ja suunniteltujen investointien uudelleenarviointi ja leikkaaminen kassavirran turvaamiseksi
- Verkkokauppa vastuullisena jakelukanavana kassavirran tukemiseksi
- Avoinna olevien Aasiassa sijaitsevien Marimekko-myymlöiden toiminnan ja kriisistä toipumisen tukeminen
- Varastojen, tuotevirran ja ostojen aktiivinen hallinta
- Varasuunnitelmien rakentaminen toimitusketjussa tuotannon ja logistiikan jatkuvuuden varmistamiseksi
- Rahoituksen turvaaminen
- Vuodelta 2019 maksettavan osingon uudelleenarviointi
- Liiketoiminnan pitkäjänteisen kehittämisen jatkaminen toiminnan jatkuvuuden varmistamiseksi
- Kaikista sidosryhmistämme huolehtiminen arvojemme mukaisesti



Kiitos!



marimekko