



marimekko

Osavuosisikatsaus 1-9/2020

Marimekko Oyj, Osavuositiedot 4.11.2020 klo 8.00

Marimekko kasvatti liikevaihtoaan ja paransi tulostaan kolmannella neljänneksellä haastavissa olosuhteissa tukkumyynnin ja sopeuttamistoimien ansiosta

Kolmas vuosineljännes lyhyesti

- Koronaviruspandemia vaikuttaa edelleen voimakkaasti muotialaan ja erikoiskauppaan kaikkialla maailmassa. Haastavasta tilanteesta huolimatta Marimekon liikevaihto kasvoi 10 prosenttia ja oli 38,0 miljoonaa euroa (Q3/2019: 34,5).
- Liikevaihtoa nosti erityisesti tukkumyynnin hyvä kehitys Suomessa ja EMEA:n alueella. Kotimaan tukkumyyntiä kasvattivat osaltaan kertaluonteiset kampanjatoimitukset. Marimekon vähittäismyynti laski olosuhteisiin nähden maltillisesti, kun verkkokauppa kehittyi edelleen hyvin ja vähittäismyynti Suomessa säilyi vertailukauden tasolla. Lisäksi vähittäismyyntiin sisältyy noin miljoona euroa toisella neljänneksellä pandemiatilanteesta johtuneiden logistiikkahaasteiden vuoksi tulouttamatta jäänyttä myyntiä.
- Liikevoitto nousi 10,5 miljoonaan euroon (7,8), ja myös vertailukelpoinen liikevoitto oli 10,5 miljoonaa euroa (7,8).
- Tulosta paransivat toiminnan sopeuttamisen ansiosta selvästi supistuneet kiinteät kulut, joita alensivat myös koronaviruspandemian negatiivisten liiketoimintavaikutusten pienentämiseen eri maissa myönnettyt tuet, sekä liikevaihdon kasvu. Sitä puolestaan laski suhteellisen myyntikatteen heikentyminen, joka johtui suurelta osin verkkokaupan kasvun myötä nousseista logistiikkakustannuksista.

Tammi-syyskuu lyhyesti

- Koronaviruspandemian vaikutusten vuoksi liikevaihto laski 5 prosenttia ja oli 86,2 miljoonaa euroa (1–9/2019: 90,7). Liikevaihtoa heikensivät erityisesti vähittäismyynnin lasku Suomessa ja Pohjois-Amerikassa sekä tukkumyynnin vähentyminen Aasian-Tyynenmeren alueella. Liikevaihdon laskua kompensoivat erittäin hyvin sujunut verkkokauppa sekä Suomen-tukkumyynnin vahva kehitys, johon osaltaan vaikuttivat kertaluonteiset kampanjatoimitukset.
- Liikevoitto kasvoi 14,4 miljoonaan euroon (14,1), ja myös vertailukelpoinen liikevoitto oli 14,4 miljoonaa euroa (14,1). Tulosta paransi kiinteiden kulujen supistuminen selvästi Marimekon ripeiden toiminnan sopeuttamistoimenpiteiden ansiosta. Sitä puolestaan laskivat pääosin verkkokaupan kasvun myötä nousseista logistiikkakustannuksista johtunut suhteellisen myyntikatteen heikentyminen sekä liikevaihdon aleneminen.

Taloudellinen ohjeistus vuodeksi 2020 (18.9.2020 päivitetyn mukaisesti)

Marimekko-konsernin liikevaihdon arvioidaan vuonna 2020 jäävän edellisvuodesta ja vertailukelpoisen liikevoiton ennakoitua olevan suunnilleen edellisvuoden tasolla tai alhaisempi.

Puolivuositiedotensa yhteydessä 13.8.2020 yhtiö kertoi, että koronaviruspandemialla tulee olemaan merkittävä negatiivinen vaikutus Marimekon liikevaihtoon ja kannattavuuteen vuonna 2020, mutta ei pystynyt nopeasti muuttuvan tilanteen vuoksi antamaan tarkkaa arviota vaikutuksista liiketoimintaan.

Koronaviruspandemiaan liittyviä riskejä ja epävarmuustekijöitä on kuvattu tämän osavuositiedotuksen kohdassa Merkittävimmät riskit ja epävarmuustekijät.

AVAINLUVUT

(Milj. euroa)	7–9/ 2020	7–9/ 2019	Muutos, %	1–9/ 2020	1–9/ 2019	Muutos, %	1–12/ 2019
Liikevaihto	38,0	34,5	10	86,2	90,7	-5	125,4
Kansainvälinen myynti	15,0	14,8	2	38,3	41,5	-8	54,3
<i>osuus liikevaihdosta, %</i>	<i>40</i>	<i>43</i>		<i>44</i>	<i>46</i>		<i>43</i>
Käyttökate (EBITDA)	13,6	11,0	24	23,8	23,5	1	29,7
Vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA)	13,6	11,0	24	23,8	23,5	1	29,7
Liikevoitto	10,5	7,8	34	14,4	14,1	2	17,1
Vertailukelpoinen liikevoitto	10,5	7,8	34	14,4	14,1	2	17,1
<i>Liikevoittomarginaali, %</i>	<i>27,7</i>	<i>22,7</i>		<i>16,7</i>	<i>15,5</i>		<i>13,6</i>
<i>Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali, %</i>	<i>27,7</i>	<i>22,7</i>		<i>16,7</i>	<i>15,5</i>		<i>13,6</i>
Kauden tulos	8,0	6,4	25	10,3	10,9	-5	13,0
Tulos/osake, euroa	0,98	0,79	25	1,27	1,34	-6	1,61
Vertailukelpoinen tulos/osake, euroa	0,98	0,79	25	1,27	1,34	-6	1,61
Liiketoiminnan rahavirta	12,6	10,9	15	12,2	21,2	-42	29,0
<i>Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %</i>				<i>20,7</i>	<i>17,3</i>		<i>17,9</i>
<i>Omavaraisuusaste, %</i>				<i>44,6</i>	<i>39,8</i>		<i>40,2</i>
Nettovelka/käyttökate (rullaava 12 kk) *				0,15	-		0,35
Bruttoinvestoinnit **	0,4	0,4	-8	1,2	1,3	-6	2,6
Henkilöstö kauden lopussa				428	437	-2	450
joista Suomen ulkopuolella				89	100	-11	98
Brändimyynti ¹	81,5	64,4	27	209,1	176,8	18	250,8
joista Suomen ulkopuolella	50,7	39,5	28	145,8	111,4	31	156,6
<i>kansainvälisen myynnin osuus, %</i>	<i>62</i>	<i>61</i>		<i>70</i>	<i>63</i>		<i>62</i>
Myyjämälöiden lukumäärä				151	147		151

Taulukossa esitetyt muutosprosentit on laskettu tarkoista luvuista ennen lukujen pyöristämistä miljooniksi euroiksi. Vertailukelpoinen tulos/osake -tunnusluvussa on huomioitu vastaavat erät kuin vertailukelpoisessa liikevoitossa verovaikutus huomioiden.

* IFRS 16 -standardin käyttöönoton vuoksi vuoden lopun nettovelka/käyttökate-suhdeluku raportoitiin ensimmäisen kerran tilivuoden 2019 lopussa. Tunnusluvun laskennassa käytetään rullaavaa 12 viimeisen kuukauden vertailukelpoista käyttökateä.

** Bruttoinvestoinnit eivät sisällä IFRS 16:n vaikutusta.

¹ Vaihtoehtoisena ei-IFRS-tunnuslukuna esitetään brändimyynti, joka on arvio Marimekko-tuotteiden myynnistä kuluttajainnoin mitattuna. Brändimyynti lasketaan lisäämällä yhtiön oman vähittäiskaupan liikevaihtoon muiden jakelijoiden arvioitu Marimekko-tuotteiden vähittäismyyntiarvo. Arvio on epävirallinen ja perustuu Marimekon toteutuneeseen tukkumyyntiin ja lisenssituottoihin, eikä se sisällä arvonalisäveroa. Tunnuslukua ei tilintarkasteta.

TIINA ALAHUHTA-KASKO

Toimitusjohtaja

"Tukkumyynti ja ripeät sopeuttamistoimet auttoivat Marimekkoa kasvattamaan liikevaihtoa ja parantamaan tulosta haastavassa toimintaympäristössä. Vahvana jatkunut verkkokauppa tuki vähittäismyyntiä pandemian edelleen vaikuttaessa myymälöiden asiakasmääriin.



Koronaviruspandemia vaikuttaa yhä voimakkaasti muotialaan ja erikoiskauppaan kaikkialla maailmassa. Tämän poikkeuksellisen kriisin hallitsemisessa Marimekon vahvuuksiksi ovat osoittautuneet ripeän reagoitakyvyyn ja kansainvälisesti kiinnostavan ja ajankohtaisen brändin ohella kattava lifestyle-tuotevalikoima sekä monipuolinen liiketoiminta- ja jakelukanavamalli. Pandemian myötä kuluttajat ovat kiinnostuneet entisestään sisustamisesta, mikä on näkynyt kodintuotteidemme myynnin roimana kasvuna. Myös vaatemallistossamme aiempaa selvemmin näkyvä rentous puhuttelee kuluttajia näissä erityisissä olosuhteissa. Pandemia on ymmärrettävästi vähentänyt kävijämääriä vähittäismyymälöissä, mutta olemme verkkokaupan avulla onnistuneet kompensoimaan vähittäismyynnin laskua hyvin. Lisäksi tukkumyyntimme on kasvanut voimakkaasti.

Heinä-syyskuussa 2020 liikevaihtomme kasvoi haastavasta tilanteesta huolimatta 10 prosenttia ja oli 38,0 miljoonaa euroa (34,5). Liikevaihtoa kasvatti erityisesti tukkumyynnin hyvä kehitys Suomessa ja EMEA:n alueella. Vähittäismyymälöidemme lasku olosuhteisiin nähden maltillisesti, sillä verkkokauppa kasvoi edelleen hyvin. Suomessa liikevaihto nousi 17 prosenttia: tukkumyynti lisääntyi merkittävästi, osin kertaluonteisten kampanjoiden johdosta, ja vähittäismyynti säilyi vertailukauden tasolla. Kansainvälinen myyntimme nousi 2 prosenttia hyvin sujuneen tukkumyynnin ansiosta. Nopeat sopeuttamistoimet ja liikevaihtoon kasvu paransivat vertailukelpoista liikevoittoamme, joka nousi 34 prosenttia 10,5 miljoonaan euroon (7,8). Tulosta tukivat koronaviruspandemian negatiivisten liiketoimintavaikutusten pienentämiseen eri maissa myönnettyt tuet.

Tammi-syyskuussa 2020 liikevaihtomme laski koronaviruspandemian vaikutusten takia 5 prosenttia ja oli 86,2 miljoonaa euroa (90,7). Suurin osa Marimekko-myymälöistä eri puolilla maailmaa oli pandemian vuoksi tilapäisesti suljettuna ensimmäisellä tai toisella neljänneksellä. Liikevaihtoa heikensivät erityisesti vähittäismyynnin lasku Suomessa ja Pohjois-Amerikassa sekä tukkumyynnin vähentyminen Aasian-Tyynenmeren alueella. Liikevaihtoon laskua kompensoivat erittäin hyvin sujunut verkkokauppa sekä Suomen-tukkumyynnin vahva kehitys, johon osaltaan vaikuttivat kertaluonteiset kampanjatoimitukset. Kiinteiden kulujen supistamisen ansiosta vertailukelpoinen liikevoittoamme nousi 14,4 miljoonaan euroon (14,1).

Koronaviruspandemia on vauhdittanut murrosta kuluttajien ostokäyttäytymisessä ja voimistanut toimialamme rakenteellisia muutoksia, kuten digitalisaatiota. Se on nopeuttanut asiakkaiden, myös uusien asiakasryhmien, siirtymistä digitaalisten myyntikanavien käyttäjiksi, mikä vaikuttaa Marimekon tulevaisuuden jakelukanavapainotuksiin. Pandemia on myös kasvattanut alan ylijäämävarastoja, ja sen aikaansaama taantuma on lisännyt kuluttajien hintaherkkyyttä. Nämä toimintaympäristön muutokset luovat haasteita muotitoimialan kannattavuudelle, mikä asettaa myös Marimekon toiminnan entistä voimakkaamman paineen alle.

Olemme vuoden mittaan onnistuneesti luovineet kriisissä ja sopeuttaneet toimintaamme poikkeuksellisiin olosuhteisiin merkittävästi, osin väliaikaisilla kiinteiden kulujen säästöillä. Samanaikaisesti meidän on huolehdittava pitkän aikavälin kilpailukyvyystämme ja taloudellisesta asemastamme. Näitä vahvistaaksemme ja vastataksemme entistä paremmin uuden toimintaympäristön tarpeisiin jouduimme valitettavasti käymään henkilöstömme kanssa

yhteistoimintaneuvottelut toimintojemme uudelleenorganisoimiseksi ja tehostamiseksi Suomessa sekä vastaavat prosessit Skandinavian, Pohjois-Amerikan ja Australian organisaatioissamme. Näiden pohjalta rakennettu uusi, entistäkin asiakaskeskeisempi ja monikanavaiseen ajatteluun perustuva organisaatiomme parantaa toimintaedellytyksiämme tässä murroksessa olevassa markkinassa.

Monilla markkinoillamme pandemiatilanne jatkuu yhä huolestuttavana uusien tartunta-aaltojen myötä. Tämä lisää epävarmuutta vuoden viimeiselle neljännekselle, jolle joulumyynnin ohella sijoittuu myös muita Marimekolle merkittäviä myyntikampanjoita. Olemme panostaneet pitkäjänteisesti digitaalisen liiketoimintamme kehittämiseen, ja onnistunut verkkomyynti onkin vuonna 2020 erityisen tärkeässä asemassa. Raja verkkokaupan ja fyysisten myymälöiden välillä hälvenee hälvenemistään, ja pandemian jälkeisessä todellisuudessa myymälöiden tulee entistä vahvemmin lunastaa uusi roolinsa kuluttajien silmissä brändin elämyksellisinä näyttämöinä ja inspiroivina kohtaamispaikkoina. Syksyllä Helsingin Pohjoisesplanadille laajentunut lippulaivamyymälämme toimii erinomaisena esimerkkinä tästä. Jatkammekin määrätietoisesti saumattomuuteen tähtäävää monikanavaisen asiakaskokemuksen kehittämistä, ja avaamme uudistuneen verkkokaupamme alkuvuonna 2021.

Murrokset tuovat mukanaan aina myös uusia mahdollisuuksia, ja uskon vahvasti, että uusi organisaatiomme ja pitkän aikavälin kasvustrategiamme tarjoavat meille hyvät edellytykset tarttua tulevaisuuden kasvumahdollisuuksiin, joita vallitsevien megatrendien myötä avautuu vastuulliselle, ajattomalle ja uniikille Marimekko-lifestylille.”

TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Alla kuvatut suhdanne- ja luottamusnäkökulmat perustuvat Elinkeinoelämän keskusliiton EK:n ja Tilastokeskuksen julkaisuihin.

Maailmantalouden on ennakoitu supistuvan tänä vuonna noin neljän prosentin vauhtia koronaviruspandemian seurauksena. Vaikka palautuminen on käynnissä, se on eritahtista eri puolilla maailmaa ja pandemian toisen aallon etenemisen vaikutuksia talouskehitykseen on vaikea ennustaa.

Suhdannetilanne Suomessa on syksyn aikana jatkunut hyvin heikkona. Elinkeinoelämän palautuminen kevään koronashokista on pysähtynyt samalla, kun koronaviruspandemia on kiihtynyt uudelleen syksyn edetessä. Erot toimialojen välillä ovat suuria. Vähittäiskaupan luottamusindikaattori laski lokakuussa ja vaikka myynti on kesän jälkeen kasvanut hieman, myyntiodotukset ovat heikentyneet selvästi. Myös kuluttajien luottamus on kesän jälkeen heikentynyt, ja lokakuussa kuluttajien odotukset Suomen talouskehityksestä laskivat edelleen. Arviot oman talouden nykytilasta paranivat hieman, mutta odotukset oman talouden kehityksestä olivat edelleen vaisut.

(Elinkeinoelämän keskusliitto EK: Suhdannebarometri, lokakuu 2020; Luottamusindikaattorit, lokakuu 2020. Tilastokeskus: Kuluttajien luottamus 2020, lokakuu.)

Suomen vähittäiskaupan liikevaihto kasvoi syyskuussa 3,2 prosenttia edellisvuodesta. Erityisesti päivittäistavara- ja elintarvikkeiden myynti jatkui hyvänä. Kumulatiivisesti vähittäiskaupan työpäiväkorjattu liikevaihto vuonna 2020 kasvoi tammi-syyskuussa 3,9 prosenttia; myynnin määrä puolestaan kasvoi 3,7 prosenttia. (Tilastokeskus: Kaupan liikevaihtokuvaaja, vähittäiskaupan pikaennakko, syyskuu 2020).

LIKEVAIHTO

Liikevaihto kolmannella neljänneksellä

Heinä-syyskuussa 2020 konsernin liikevaihto kasvoi 10 prosenttia edellisvuoden vastaavaan kauteen verrattuna ja oli 38 011 tuhatta euroa (34 451). Liikevaihtoa kasvatti erityisesti tukkumyynnin hyvä kehitys Suomessa ja EMEA:n alueella. Suomessa liikevaihto nousi 17 prosenttia; kansainvälinen myynti kasvoi 2 prosenttia.

Lähes kaikki Marimekon omat myymälät olivat avoinna kolmannella neljänneksellä, mutta asiakasvirrat myymälöissä olivat pandemian vuoksi selvästi vertailukautta pienempiä. Marimekon verkkomyynti kuitenkin jatkoi merkittävää kasvuaan, mikä kompensoi hyvin asiakasvirtojen pientymisen vaikutuksia, ja vähittäismyynti yhteensä laski vain 5 prosenttia. Kolmannen neljänneksen vähittäismyyntiin sisältyy noin miljoona euroa toisella neljänneksellä pandemiatilanteesta johtuneiden logistiikkahaasteiden vuoksi tulouttamatta jäänyttä myyntiä. Heinä-syyskuun vähittäismyynti on kokonaisuudessaan kirjattu kolmannelle neljännekselle. Marimekon tukkumyynti kehittyi edelleen hyvin ja kasvoi kolmannella neljänneksellä 37 prosenttia. Sekä vähittäis- että tukkumyynnissä kodintuotteiden myynti kasvoi selvästi.

Liikevaihto Suomessa oli 22 972 tuhatta euroa (19 661). Asiakasmäärien merkittävästä vähenemisestä huolimatta vähittäismyynti kehittyi kesällä hyvin ja oli kolmannella neljänneksellä vertailukauden tasolla, etenkin verkkomyynnin erittäin vahvan kasvun ansiosta. Vertailukelpoinen vähittäismyynti² laski 9 prosenttia. Tukkumyynti Suomessa kasvoi 66 prosenttia. Tukkumyynnin hyvää kehitystä tukivat osaltaan kertaluonteiset kampanjatoimitukset, joiden kokonaisarvo oli viime vuotta merkittävästi suurempi.

Yhtiön toiseksi suurimmalla markkinalla Aasian-Tyynenmeren alueella liikevaihto laski 9 prosenttia 6 623 tuhanteen euroon (7 247). Liikevaihtoa laskivat vertailukautta alhaisemmat lisenssituotot sekä vähittäismyynnin heikkeneminen. Tukkumyynti markkina-alueella kasvoi 7 prosenttia, mutta alueen yhtiölle merkittävimmissä maassa Japanissa tukkumyynti laski 1 prosentin. Australiassa osa Marimekon omista myymälöistä oli pandemian vuoksi väliaikaisesti suljettuna lähes koko kolmannen

² Sisältää omat vähittäismyymälät mukaan lukien verkkokaupan.

neljänneksen, ja vaikka Marimekon verkkokauppa kehittyi hyvin, vähittäismyynti Aasian-Tyynenmeren alueella laski 36 prosenttia.

Liikevaihto tammi-syyskuussa

Tammi-syyskuussa 2020 konsernin liikevaihto laski koronaviruspandemian vaikutusten vuoksi 5 prosenttia ja oli 86 210 tuhatta euroa (90 704). Liikevaihtoa heikensivät erityisesti vähittäismyyntiin lasku Suomessa ja Pohjois-Amerikassa sekä tukkumyyntiin vähentyminen Aasian-Tyynenmeren alueella. Vähittäismyynti supistui yhteensä 15 prosenttia myymälöiden väliaikaisen sulkemisen ja asiakasmäärien merkittävän vähenemisen takia, vaikka erittäin hyvin sujunut verkkokauppa tuki vähittäismyyntiä. Tukumyynti puolestaan kasvoi 7 prosenttia. Suomessa liikevaihto väheni 3 prosenttia; kansainvälinen myynti laski 8 prosenttia.

Liikevaihto Suomessa oli 47 924 tuhatta euroa (49 229). Vähittäismyynti laski 14 prosenttia ja vertailukelpoinen vähittäismyynti³ 10 prosenttia myymälöiden väliaikaisen sulkemisen ja asiakasmäärien merkittävän vähenemisen vuoksi. Verkkokaupan erittäin vahva kasvu kuitenkin tuki vähittäismyyntiä. Tukumyynti kasvoi poikkeustilanteesta huolimatta 31 prosenttia. Tukumyyntiin hyvään kehitykseen osaltaan vaikuttaneiden kertaluonteisten kampanjatoimitusten kokonaisarvo oli viime vuotta merkittävästi suurempi.

Aasian-Tyynenmeren alueella liikevaihto oli 16 834 tuhatta euroa (19 148). Tukumyynti alueella laski 14 prosenttia koronaviruspandemian vaikutusten vuoksi. Myös vertailukauden poikkeuksellinen toimitusrytmi vaikutti alueen tukumyyntiin: vuoden 2018 lopussa osa tukkutoimituksista ajoittui vuoden 2019 ensimmäiselle neljännekselle. Tukumyynti Japaniin väheni 16 prosenttia. Vähittäismyynti supistui 22 prosenttia, kun jotkin ja välillä kaikki Marimekon omat myymälät Australiassa olivat väliaikaisesti suljettuina toisella ja kolmannella neljänneksellä.

LIIVEVAIHTO MARKKINA-ALUEITTAIN

(1 000 euroa)	7–9/ 2020	7–9/ 2019	Muutos, %	1–9/ 2020	1–9/ 2019	Muutos, %	1–12/ 2019
Suomi	22 972	19 661	17	47 924	49 229	-3	71 163
Kansainvälinen myynti	15 039	14 790	2	38 286	41 475	-8	54 256
Skandinavia	2 779	2 468	13	6 715	6 687	0	9 297
EMEA	4 013	2 781	44	9 980	9 425	6	11 992
Pohjois-Amerikka	1 624	2 294	-29	4 756	6 214	-23	8 257
Aasian-Tyynenmeren alue	6 623	7 247	-9	16 834	19 148	-12	24 712
Yhteensä	38 011	34 451	10	86 210	90 704	-5	125 419

Taulukon yksittäiset luvut ja loppusummat on pyöristetty tuhansiksi euroiksi, mistä syystä yhteenlaskuissa saattaa esiintyä pyöristyseroja. Laajempi taulukko, jossa liikevaihto markkina-alueittain on jaoteltu vähittäismyyntiin, tukumyyntiin ja lisenssituottoihin, on tämän osavuositarkastuksen taulukko-osassa.

TALOUDELLINEN TULOS

Heinä-syyskuussa 2020 konsernin liikevoitto ylsi 10 514 tuhanteen euroon (7 823). Katsauskaudella ei ollut vertailukelpoisuuteen vaikuttavia eriä, kuten ei edellisvuonna, ja vertailukelpoinen liikevoitto oli niin ikään 10 514 tuhatta euroa (7 823). Tulosta paransivat toiminnan sopeuttamisen ansiosta selvästi supistuneet kiinteät kulut, joita alensivat myös koronaviruspandemian negatiivisten liiketoimintavaikutusten pienentämiseen eri maissa myönnettyt tuet, sekä liikevaihdon kasvu. Tulosta puolestaan laski suhteellisen myyntikatteen heikentyminen.

³ Sisältää omat vähittäismyymälät mukaan lukien verkkokaupan.

Koronaviruksen alkaessa levitä alkuvuodesta Marimekko aloitti ripeästi kustannussäästötoimenpiteet. Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut laskivat kolmannella neljänneksellä vähittäiskauppaketjussa koronaviruspandemian takia toteutettujen määräaikaisten lomautusten johdosta, vaikka Marimekon osakekurssin vahvistuminen kasvatti johdon pitkäaikaiseen osakepohjaiseen kannustinjärjestelmään liittyviä laskennallisia vaikutuksia. Kiinteitä kustannuksia vähensivät myös Marimekolle usealla eri markkinalla myönnetty erilaiset koronaviruspandemian negatiivisten liiketoimintavaikutusten pienentämiseen liittyvät avustukset, yhteensä noin miljoona euroa. Merkittäviä säästöjä kertyi myös esimerkiksi markkinointipanostuksien supistamisesta sekä saaduista väliaikaisista vuokranalennuksista. Suhteellista myyntikatetta heikensivät etenkin merkittävästi kasvaneen verkkomyynnin seurauksena lisääntyneet logistiikkakustannukset. Myös vertailukautta alhaisemmat lisenssituotot, myyntikanavapainotukset ja suuremmat alennukset vaikuttivat suhteelliseen myyntikatteeseen. Suhteellista myyntikatetta kuitenkin tukivat tuotevalikoiman optimoinnilla saavutetut hyvät tuotekohtaiset kateet.

Tammi-syyskuussa 2020 konsernin liikevoitto oli 14 382 tuhatta euroa (14 104) ja vertailukelpoinen liikevoitto niin ikään 14 382 tuhatta euroa (14 104). Tulosta paransi kiinteiden kulujen supistuminen selvästi Marimekon kunnianhimoisen säästöohjelman ansiosta. Liikevoittoa puolestaan laskivat suhteellisen myyntikatteen heikentyminen sekä liikevaihdon aleneminen. Kiinteät kulut vähenivät selvästi, kun säästöjä saatiin esimerkiksi työsuhde-etuuksista aiheutuvista kuluista, myymälöiden vuokrista ja markkinoinnista. Myös usealla eri markkinalla myönnetty erilaiset koronaviruspandemian negatiivisten liiketoimintavaikutusten pienentämiseen liittyvät avustukset alensivat kiinteitä kuluja. Suhteellista myyntikatetta heikensivät etenkin merkittävästi kasvaneesta verkkomyynnistä johtunut logistiikkakustannusten kasvu sekä suuremmat alennukset. Suhteellista myyntikatetta puolestaan tukivat tuotevalikoiman optimoinnilla saavutetut hyvät tuotekohtaiset kateet.

Markkinointiin käytettiin tammi-syyskuussa 3 279 tuhatta euroa (4 685) eli 4 prosenttia konsernin liikevaihdosta (5).

Konsernin poistot olivat 9 392 tuhatta euroa (9 374) eli 11 prosenttia liikevaihdosta (10).

Tammi-syyskuussa liikevoittomarginaali oli 16,7 prosenttia (15,5) ja vertailukelpoinen liikevoittomarginaali niin ikään 16,7 prosenttia (15,5). Vuoden kolmannella neljänneksellä liikevoittomarginaali oli 27,7 prosenttia (22,7) ja vertailukelpoinen liikevoittomarginaali 27,7 prosenttia (22,7).

Nettorahoituskulut olivat tammi-syyskuussa 1 396 tuhatta euroa (651) eli 2 prosenttia liikevaihdosta (1). Rahoituseriin sisältyy valuuttakurssieroja -647 tuhatta euroa (118), joista realisoitumattomia oli -370 tuhatta euroa (200). IFRS 16 -standardin vaikutus korkokuluihin oli -578 tuhatta euroa (-668).

Tammi-syyskuun tulos ennen veroja oli 12 986 tuhatta euroa (13 453). Katsauskauden tulos oli 10 303 tuhatta euroa (10 887) ja tulos osaketta kohden 1,27 euroa (1,34).

TASE

Konsernin tase 30.9.2020 oli 110 682 tuhatta euroa (92 264). Emoyhtiön osakkeenomistajille kuuluva oma pääoma oli 49 360 tuhatta euroa (36 712) eli 6,09 euroa osaketta kohden (4,53).

Pitkäaikaiset varat olivat syyskuun 2020 lopussa 38 095 tuhatta euroa (40 444). Vuokrasopimusvelat olivat 32 525 tuhatta euroa (35 792). Rahoitusvelat kasvoivat 6 580 tuhanteen euroon (0), kun toukokuussa nostettiin uusi lyhytaikainen 6 miljoonan euron limiitti, joka erääntyy 31.12.2020. Lisäksi konsernilla oli nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä 17 300 tuhatta euroa (13 000).

Kauden päättyessä nettokäyttöpääoma oli 17 184 tuhatta euroa (11 141). Vaihto-omaisuus laski kesäkuun lopusta ja oli 26 212 tuhatta euroa (23 906). Vaihto-omaisuus kasvoi äkillisesti kysynnän laskiessa toisella neljänneksellä, kun Marimekon omat vähittäismyymälät tilapäisesti suljettiin

koronaviruspandemian vuoksi. Marimekon kattava outlet-myymläketju ja -kampanjat tarjoavat hyvät mahdollisuudet varaston pienentämiseen.

RAHAVIRTA JA RAHOITUS

Heinä-syyskuussa 2020 liiketoiminnan rahavirta oli 12 615 tuhatta euroa (10 946) eli 1,60 euroa osaketta kohden (1,35). Rahavirta ennen rahoituksen rahavirtoja oli 12 025 tuhatta euroa (10 744).

Tammi-syyskuussa liiketoiminnan rahavirta oli 12 177 tuhatta euroa (21 163) eli 1,50 euroa osaketta kohden (2,61). Lyhytaikaisten korottomien liikesaamisten ja vaihto-omaisuuden kasvu sekä vertailukautta suuremmat maksetut verot vaikuttivat liiketoiminnan rahavirtaan. Rahavirta ennen rahoituksen rahavirtoja oli 10 138 tuhatta euroa (19 786).

Konsernin rahavarat olivat kauden päättyessä 34 565 tuhatta euroa (20 919). Rahavarojen kasvuun vaikutti päätös pidättäytyä katsauskaudella osingonmaksusta poikkeustilanteen vuoksi; vertailukaudella osinkoja maksettiin 15 003 tuhatta euroa. Korollista luottolimiittiä oli käytössä 6 580 tuhatta euroa (0). Lisäksi konsernilla oli nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä 17 300 tuhatta euroa (13 000). Käytävissä on myös lyhytaikainen 10 miljoonan euron arvoinen valmiusluottolimiitti ja 5 miljoonan euron pitkäaikainen valmiusluottolimiitti, joka sisältää kovenanttiehdon. Marimekko hankki lisäturvaa rahoitukseen keväällä tilanteessa, jolloin näkyvyys pandemian kestoon ja vaikutuksiin oli erittäin heikko.

Konsernin omavaraisuusaste oli kauden lopussa 44,6 prosenttia (39,8). Nettovelkaantumisaste (gearing) oli 9,2 prosenttia (40,5). Nettovelan suhde rullaavaan 12 kuukauden käyttökatteeseen oli 0,15 eli selvästi alle pitkän aikavälin tavoitetason, joka on korkeintaan 2.

INVESTOINNIT

Tammi-syyskuussa 2020 konsernin bruttoinvestoinnit olivat 1 240 tuhatta euroa (1 314) eli 1 prosentti liikevaihdosta (1). Pääosa investoinneista kohdistui tietojärjestelmiin.

MYYMÄLÄVERKOSTO

Marimekolle on keskeistä olla hyvillä kohdeyleisöään palvelevilla liikepaikoilla. Myymäläverkoston toimintaa ja tehokkuutta arvioidaan ja kehitetään jatkuvasti. Vuoden 2020 kolmannella neljänneksellä avattiin myymälä Hongkongissa ja shop-in-shop Virossa. Shanghaissa puolestaan suljettiin myymälä. Katsauskauden lopussa Marimekko-myymlöitä ja -shop-in-shopeja oli 151 ja verkkokauppa tavoitti asiakkaita 32 maassa. Myymälöiden liikevaihto kullakin markkinalla kertyy pääosin myynnistä paikallisille asiakkaille, vaikka etenkin lomakausien aikana myynti turisteille on tiettyjen keskeisten myymälöiden myynnistä merkittävä. Oman verkkokaupan lisäksi yhtiöllä on jakelua myös muiden verkkomyyntikanavien kautta.

Koronaviruspandemia on vaikuttanut vuonna 2020 Marimekko-myymlöiden toimintaan kaikilla markkinoilla. Valtaosa Marimekon omista myymälöistä oli koronaviruksen vuoksi kiinni suurimman osan toisesta neljänneksestä. Tarkkoja terveyteen ja turvallisuuteen liittyviä paikallisia rajoituksia ja suosituksia sekä varotoimia noudattaen ja uusia, lähikontakteja vähentäviä palveluja tarjoten Marimekko avasi vaihteittain touko- ja kesäkuussa suurimman osan omista myymälöistään, ja kolmannella neljänneksellä lähes kaikki omat myymälät olivat avoinna, osin rajoitetuin aukioloajoin. Osa Australian-myymlöistä suljettiin väliaikaisesti viranomais määräysten vuoksi heinäkuun alussa ja avattiin uudelleen katsauskauden päättymisen jälkeen lokakuun lopussa. Aasiassa partneriomisteiset Marimekko-myymlät olivat kolmannella neljänneksellä avoinna osin rajoitetuin aukioloajoin.

Marimekko on panostanut digitaalisen liiketoimintansa kehittämiseen jo vuosia ja pystyi sen ansiosta keväällä nopeasti siirtämään kampanjansa verkkoon suljettuaan väliaikaisesti omat vähittäismyymlänsä koronaviruspandemian seurauksena. Verkkokauppa oli tärkeä vähittäismyyntikanava myös kolmannella neljänneksellä omien myymälöiden avauduttua, ja sen myynti kasvoi edelleen merkittävästi.

Digitaalisten palveluratkaisujen myötä verkkomyynnin ja myymälöissä tehtävän kaupan integroituminen lisääntyy jatkuvasti. Tästä syystä Marimekko raportoi jatkossakin oman verkkokaupan liikevaihdon osana vähittäismyyntiä ja myynnin muiden verkkomyyntikanavien kautta osana tukkumyyntiä. Marimekko panostaa vahvasti saumattomaan asiakaskokemukseen eri kanavissa ja kehittää tietojärjestelmiään digitaalisen liiketoiminnan vahvistamiseksi. Verkkomyynnin merkitys yhtiön liiketoiminnassa kasvaa entisestään pandemian vauhdittamana, ja asiakkaiden siirtyminen digitaalisiin myyntikanaviin vaikuttaa Marimekon tulevaisuuden jakelukanavapainotuksiin.

MYYMÄLÄT JA SHOP-IN-SHOPIT

	30.9.2020	30.9.2019	31.12.2019
Suomi	65	64	66
Skandinavia	10	10	10
EMEA	2	1	2
Pohjois-Amerikka	6	6	6
Aasian-Tyynenmeren alue	68	66	67
Yhteensä	151	147	151

Laajempi taulukko, joka sisältää jaottelun yhtiön omiin vähittäismyymälöihin ja jälleenmyyjäomisteisiin myymälöihin ja shop-in-shopeihin on tämän osavuositarkastuksen taulukko-osassa.

HENKILÖSTÖ

Tammi-syyskuussa 2020 henkilöstöä oli kokoaikaisiksi muutettuna keskimäärin 437 (439) ja katsauskauden lopussa 428 (437), joista 89 (100) työskenteli ulkomailla. Ulkomailla työskentelevien määrä jakautui seuraavasti: Skandinavia 25 (37), EMEA 3 (4), Pohjois-Amerikka 31 (33) ja Aasian-Tyynenmeren alue 30 (26). Omissa myymälöissä henkilöstöä kokoaikaisiksi muutettuna oli kauden päättyessä 222 (241).

Koronaviruspandemian voimistuessa eri markkinoilla Marimekko päätti maaliskuussa sulkea väliaikaisesti kaikki omat vähittäismyymälänsä Suomessa, Skandinaviassa, Saksassa, Yhdysvalloissa ja Australiassa. Käytyjen yhteistoimintaneuvottelujen ja eri maiden vastaavien prosessien seurauksena lähes koko vähittäiskaupan organisaatio lomautettiin määräajaksi. Henkilöstöä Suomessa ja muissa maissa on kutsuttu vaihteittain takaisin töihin sitä mukaa kun omat myymälät on avattu uudelleen tarkkoja terveyteen ja turvallisuuteen liittyviä paikallisia rajoituksia ja suosituksia sekä varotoimia noudattaen, mutta lomautukset jatkuvat yhä osin.

Katsauskauden jälkeen 8.10.2020 Marimekko kertoi saaneensa päätökseen elokuussa aloitetut yhteistoimintaneuvottelut Suomessa ja vastaavat prosessit Skandinavian, Pohjois-Amerikan ja Australian organisaatioissa. Neuvotteluiden ja vastaavien prosessien tavoitteena oli uudelleenorganisoida ja tehostaa yhtiön toimintoja vastaamaan paremmin muoti- ja erikoiskaupan alan koronaviruspandemian myötä entisestään voimistuneisiin rakenteellisiin muutoksiin ja vauhdittuneeseen rajuun murrokseen kuluttajien ostokäyttäytymisessä. Neuvotteluissa käsiteltyjen asioiden ja vastaavien prosessien pohjalta syntynyt uusi organisaatio vahvistaa edelleen Marimekon asiakaskeskeisyyttä ja monikanavaisuutta digitalisoituvassa markkinassa. Suomessa toiminnan uudelleenjärjestely ja tehostaminen johtivat 20 työsuhteen päättymiseen, ja 31 henkilölle tarjottiin uutta tai merkittävästi muuttunutta työnkuvaa. Toteutettavan organisaatiomuutoksen vaikutukset heijastuivat myös yhtiön Skandinavian, Pohjois-Amerikan ja Australian organisaatioihin ja johtivat paikallisesti joidenkin tehtävien osalta uudelleenjärjestelyihin.

Uudelleenorganisoinnilla ja kustannusrakenteen tehostamisella arvioidaan saavutettavan yhteensä noin 1,3 miljoonan euron vuosittainen säästö. Suurin osa säästöjen tulosvaikutuksesta näkyy vuoden 2020 viimeisestä neljänneksestä alkaen, jolloin yhtiö myös kirjaa noin 0,7 miljoonan euron uudelleenjärjestelyvarauksen näihin henkilöstövähennyksiin liittyen.

OSAKE JA OSAKKEENOMISTAJAT

Osakepääoma ja osakkeiden määrä

Katsauskauden päättyessä yhtiön kaupparekisteriin merkitty täysin maksettu osakepääoma oli 8 040 000 euroa ja osakkeiden lukumäärä 8 129 834 kappaletta.

Osakeomistus

Kauden lopussa Marimekolla oli arvo-osuusrekisterin mukaan 17 876 osakkeenomistajaa (10 682). Osakkeista 12,8 prosenttia oli hallintarekisteröityjen ja ulkomaisten omistajien omistuksessa (11,2).

Marimekko Oyj:llä oli 30.9.2020 hallussaan 20 000 omaa osaketta. Näiden omien osakkeiden osuus yhtiön osakkeiden lukumäärästä oli 0,25 prosenttia. Yhtiön hallussa olevilla omilla osakkeilla ei voi äänestää eikä niille makseta osinkoa.

Kuukausittain päivittyvät tiedot suurimmista osakkeenomistajista löytyvät yhtiön verkkosivuilta company.marimekko.com kohdasta Sijoittajat/Osaketieto/Osakkeenomistajat.

Osakkeiden vaihto ja yhtiön markkina-arvo

Tammi-syyskuussa 2020 Marimekon osakkeita vaihdettiin Nasdaq Helsingissä yhteensä 2 893 848 kappaletta (1 206 377) eli 35,6 prosenttia (14,8) yhtiön koko osakekannasta. Osakkeiden yhteenlaskettu vaihtoarvo oli 88 593 577 euroa (32 655 896). Osakkeen alin kurssi oli 21,30 euroa (20,80), ylin 42,50 euroa (31,50) ja keskiarvo 30,62 euroa (27,11). Syyskuun lopussa osakkeen päätöskurssi oli 37,15 euroa (28,10).

Yhtiön markkina-arvo 30.9.2020 oli 301 280 333 euroa ilman yhtiön hallussa olevia omia osakkeita (227 886 335).

Liputukset

Moomin Characters Oy Ltd:n yhteenlaskettu osuus Marimekko Oyj:n osakkeista ja äänistä alitti 5 prosentin liputusrajan 17.8.2020, jolloin yhtiön omistusosuus laski 378 740 osakkeeseen eli 4,66 prosenttiin Marimekko Oyj:n kokonaisosakemäärästä. Myöhemmin elokuussa yhtiö luopui kokonaan Marimekko Oyj:n omistuksesta.

Valtuutukset

Varsinainen yhtiökokous 8.4.2020 valtuutti hallituksen päättämään enintään 0,90 euron osakekohtaisen osingon jakamisesta yhdessä tai useammassa erässä myöhempänä ajankohtana. Valtuutus on voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen asti. Yhtiö julkistaa hallituksen mahdollisen osingonjakopäätöksen erikseen ja vahvistaa samassa yhteydessä asiaankuuluvat täsmäytys- ja maksupäivät.

Yhtiökokous valtuutti myös hallituksen päättämään enintään 100 000 oman osakkeen hankinnasta yhdessä tai useammassa erässä käytettäväksi osana yhtiön kannustinjärjestelmää tai muutoin edelleen luovutettaviksi tai mitätöitäviksi. Määrä vastaa noin 1,2:ta prosenttia yhtiön kaikista osakkeista ehdotuksen tekohetkellä. Osakkeet hankittaisiin vapaaseen omaan pääomaan kuuluvilla varoilla, jolloin hankinnat vähentäisivät yhtiön jakokelpoista omaa pääomaa. Yhtiön omat osakkeet hankittaisiin muutoin kuin osakkeenomistajien omistamien osakkeiden suhteessa Nasdaq Helsinki Oy:n julkisessa kaupankäynnissä hankintahetken markkinahintaan Nasdaq Helsinki Oy:n sääntöjen ja määräysten mukaisesti. Valtuutusta ei käytetty katsauskaudella. Valtuutus on voimassa 8.10.2021 asti.

Lisäksi yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään uusien osakkeiden antamisesta ja yhtiön hallussa olevien omien osakkeiden luovuttamisesta yhdessä tai useammassa erässä. Hallitus voi päättää antaa tai luovuttaa yhteensä enintään 120 000 uutta tai yhtiön hallussa olevaa osaketta, mikä vastaa noin 1,5:ttä prosenttia yhtiön kaikista osakkeista ehdotuksen tekohetkellä. Hallitus voi päättää osakeannista

suunnatusti eli osakkeenomistajien etuoikeudesta poiketen, jos siihen on yhtiön kannalta painava taloudellinen syy. Osakeanti voi olla maksullinen tai maksuton. Uusien osakkeiden merkintähinta ja yhtiön omista osakkeista maksettava määrä merkittäisiin sijoitetun vapaan oman pääoman rahastoon. Hallitus voi päättää kaikista muista osakeannin ehdoista. Valtuutusta ei käytetty katsauskaudella. Valtuutus on voimassa 8.10.2021 asti.

Katsauskauden päättyessä hallituksella ei ollut voimassa olevia valtuutuksia optio- tai vaihtovelkakirjalainoihin.

KATSAUSKAUDEN JÄLKEISET TAPAHTUMAT

Muutokset johdossa

Katsauskauden jälkeen 8.10.2020 Dan Trapp nimitettiin Marimekon myyntijohtajaksi ja johtoryhmän jäseneksi. Hän aloitti tehtävässä 2.11.2020. Marimekon myyntijohtaja ja johtoryhmän jäsen Morten Israelsen lopetti tehtävässään 16.10.2020. Sanna-Kaisa Niikko puolestaan nimitettiin Marimekon markkinointijohtajaksi ja johtoryhmän jäseneksi 8.10.2020 alkaen.

MERKITTÄVIMMÄT RISKIT JA EPÄVARMUUSTEKIJÄT

Maailmantalouden yleiseen kehitykseen liittyvät epävarmuustekijät vaikuttavat vähittäiskauppaan ja kuluttajien luottamukseen kaikilla yhtiön markkina-alueilla. Vuoden 2020 ensimmäisellä neljänneksellä nopeasti kaikkialle maailmaan levinnyt koronaviruspandemia on globaalille muotialalle ja erikoiskaupalle pahin kriisi vuosikymmeniin. Se on nostanut maailmantalouden epävarmuuden aivan uudelle tasolle. Koronaviruspandemialla ja muilla poikkeustilanteilla voi erityisesti pitkittyessään olla merkittäviä vaikutuksia Marimekon myyntiin, kannattavuuteen, kassavirtaan ja yhtiön arvoketjun toimintavarmuuteen. Niillä voi olla myös pitkän aikavälin vaikutuksia kuluttajien mieltymyksiin, ostokäyttäytymiseen ja ostovoimaan. Muutokset näissä etenkin Suomessa ja Japanissa, jotka ovat yhtiön merkittävimmät yksittäiset toimintamaat, ovat huomattavia strategisia riskejä yhtiölle. Talouden taantuma ja työttömyyden kasvu voivat vaikuttaa yhtiön myyntinäkyymiin ja kuluttajien hintaherkkyden lisääntymiseen.

Muita strategisia riskejä ovat yhtiön designin, tuotevalikoiman ja tuotteiden jakelun ja hinnoittelun muutoksiin liittyvät riskit. Viime vuosina nopeutunut vähittäiskaupan digitalisoituminen vauhdittuu entisestään koronaviruspandemian seurauksena, mikä voi vaikuttaa yhtiön jakelukanavaratkaisuihin, -painotuksiin, myyntiin ja kannattavuuteen sekä luoda uusia ansaintamalleja. Monikanavaisuuden merkitys vähittäiskaupassa korostuu. Kansainvälinen verkkokauppa lisää kuluttajille tarjolla olevia vaihtoehtoja ja suurien verkkokauppatoimijoiden merkitystä. Lisäksi koronaviruspandemia on kärjistänyt monien muotitoimialan perinteisten tukkuasiakkaiden, kuten tavaratalojen ja monimerkkimyymälöiden, taloudellisia vaikeuksia, millä saattaa olla vaikutusta Marimekon liiketoimintaan ja jakelukanavapainotuksiin. Kilpailukykyyn ylläpitäminen nopeasti muuttuvassa ja digitalisaation mullistamassa toimintaympäristössä edellyttää ketteryyttä, tehokkuutta, joustavuutta ja jatkuvaa toimintojen uudelleenarviointia. Myös yhtiön kyvyllä suunnitella, kehittää ja kaupallistaa uusia kuluttajien odotuksia vastaavia tuotteita ja samanaikaisesti varmistaa tuotannon, hankinnan ja logistiikan tehokkuus, reagointinopeus ja vastuullisuus on vaikutusta yhtiön myyntiin ja kannattavuuteen.

Yhtiön kasvu pidemmällä aikavälillä perustuu pääasiassa monikanavaisen vähittäiskauppaan: verkkomyynnin kasvattamiseen, partnerivetoiseen Aasian-vähittäiskauppaan sekä olemassa olevien myymälöiden neliömyynnin parantamiseen yhtiön päämarkkina-alueilla. Aasian-Tyynenmeren alue on Marimekon toiseksi suurin markkina, ja sillä on tärkeä rooli yhtiön kasvussa ja kansainvälistymisessä. Merkittäviin kumppanivalintoihin sekä partneri- ja muihin yhteistyösopimuksiin liittyy huomattavia riskejä. Yhtiön kansainvälistyessä ja brändin kiinnostavuuden kasvaessa harmaavientiin liittyvät riskit ovat lisääntyneet, ja sillä voi olla vaikutusta yhtiön myyntiin ja kannattavuuteen. Myös myymälöiden vuokrasopimuksiin Suomessa ja ulkomailla sisältyvä riski.

Aineettomilla oikeuksilla on keskeinen rooli yhtiön menestyksessä, ja yhtiön kyvyllä hallinnoida ja suojella näitä oikeuksia voi olla vaikutusta yhtiön arvoon ja maineeseen. Aineettomien oikeuksien

hallintaan liittyvät myös keskeisesti freelancesuunnittelijoiden kanssa solmitut yhteistyösopimukset ja sopimusten perusteella maksettavat palkkiot. Yhtiön kansainvälistyessä riskit sen aineettomiin oikeuksiin kohdistuvista loukkauksista voivat lisääntyä erityisesti Aasiassa.

Yhtiön operatiivisista riskeistä korostuvat kansainvälistymiseen, digitalisaatioon, vastuullisuuteen sekä hankinta- ja logistiikkaketjun toimintavarmuuteen liittyvät riskit. Koska Marimekko on pieni yhtiö, myös avainhenkilöriskit voivat olla merkittäviä. Koronaviruspandemia lisää operatiivisia riskejä erityisesti asiakkaiden ja henkilöstön terveydestä ja turvallisuudesta huolehtimisessa, tuotannossa, hankinta- ja logistiikkaketjun toimintavarmuudessa ja tehokkuudessa, varaston ja tavaravirtojen hallinnassa sekä tietoturvasa ja tietojärjestelmien toimivuudessa verkkokaupan merkityksen korostuessa entisestään. Alalle tyypillinen varhainen sitoutuminen tuotetilauksiin alihankkijoilta heikentää yhtiön mahdollisuuksia reagoida kysynnän nopeisiin vaihteluihin erityisesti poikkeustilanteissa.

Myös normaalioloissa tietojärjestelmien toimintavarmuuteen, luotettavuuteen ja yhteensopivuuteen liittyy riskejä. Digitalisaation myötä myös erilaiset tietoturvariskit ja henkilötietojen suojaamiseen liittyvät riskit ovat kasvaneet. Palvelunestohyökkäykset, häiriöt tietoliikenteessä tai esimerkiksi yhtiön omassa verkkokaupassa voivat haitata liiketoimintaa tai aiheuttaa myynninmenetyksiä. Tietovuodot voivat aiheuttaa vahingonkorvausvaatimuksia ja maineriskejä.

Marimekon hankintaketjuun liittyvät operatiiviset riskit koskevat erityisesti hankinta- ja logistiikkaprosesseja ja niiden joustavuutta ja tehokkuutta sekä muutoksia raaka-aineiden hinnoissa ja muissa hankintahinnoissa. Tuotteiden jakelun laajentuessa ja toiminnan monipuolistuessa myös varastojen hallintaan liittyvät riskit kasvavat. Yhtiö käyttää tuotteidensa valmistukseen pääasiassa alihankkijoita. Valmistukseen liittyvistä vastuullisuuskysymyksistä erityisesti hankintaketjua koskevilla sosiaalisilla näkökohdilla (muun muassa ihmisoikeudet, työolot ja palkkaus) ja ympäristönäkökohdilla (esimerkiksi tuotantomenetelmät ja käytetyt kemikaalit) sekä niistä avoimesti viestimisellä on kasvava merkitys asiakkaille. Nämä vastuullisuuskysymykset koskevat sekä Marimekon omaa tuotantoa ja hankintaa että lisensoituja tuotteita. Vastuullisten toimintatapojen noudattaminen on tärkeää asiakkaiden luottamuksen säilymisen kannalta; mahdollisiin epäonnistumisiin tai virheisiin tällä saralla liittyy maineriskejä. Tavaratoimitusten viiveet tai häiriöt ja tuotteiden laatuvariaatiot voivat haitata liiketoimintaa. Tuoteturvallisuudesta huolehtimalla ja jatkuvalla laadunvalvonnalla ehkäistään liiketoiminnallisia ja maineriskejä.

Ilmastonmuutoksen myötä erilaisten sään ääri-ilmiöiden, kuten tulvien ja hirmumyrskyjen, odotetaan lisääntyvän. Marimekolla on myymälöitä alueilla, joilla tällaisia ääri-ilmiöitä voi esiintyä, ja mikäli ne aiheuttavat vahinkoja myymälöille tai hetkellisiä muutoksia kuluttajien ostokäyttäytymisessä, saattaa siitä seurata myynninmenetyksiä sekä kustannuksia. Ääri-ilmiöt voivat vaikuttaa myös tuotteiden saatavuuteen, jos niistä koituu vahinkoja yhtiön toimittajakumppaneiden tehtaille. Lisäksi ilmastonmuutoksesta tai sään ääri-ilmiöistä johtuva kuivuus, maaperän köyhtyminen tai muut muutokset kasvuolosuhteissa voivat vaikuttaa Marimekon käytetyimmän raaka-aineen, puuvillan, saatavuuteen ja hintaan.

Yhtiön taloudellisista riskeistä myynnin rakenteeseen, tuotannon tekijöiden hintakehitykseen, kustannusrakenteen muutokseen, valuuttakurssimuutoksiin (erityisesti Yhdysvaltain dollari, Ruotsin kruunu ja Australian dollari), verotukseen ja asiakkaiden maksuvalmiuteen liittyvillä riskeillä voi olla vaikutusta yhtiön taloudelliseen tilaan. Koronaviruspandemia on lisännyt merkittävästi asiakkaiden maksuvalmiuteen liittyviä riskejä.

MARKKINANÄKYMÄT JA KASVUTAVOITTEET 2020

Vuoden 2020 ensimmäisellä neljänneksellä nopeasti kaikkialle maailmaan levinnyt koronaviruspandemia on globaalille muotialalle ja erikoiskaupalle pahin kriisi vuosikymmiin. Se on nostanut maailmantalouden epävarmuuden aivan uudelle tasolle ja vaikuttaa kuluttajien ostokäyttäytymiseen. Poikkeustilanne voi vaikuttaa Marimekon myyntiin, kannattavuuteen ja kassavirtaan. Lisäksi globaalilla kriisillä voi olla vaikutuksia yhtiön arvoketjun toimintavarmuuteen. Pandemian kesto, uudet tartunta-aallot ja eri maiden tapa hoitaa kriisiä vaikuttavat talouden taantuman syvyyteen eri markkinoilla.

Marimekolle tärkeä kotimarkkina Suomi edustaa perinteisesti noin puolta yhtiön liikevaihdosta. Kotimarkkinan näkyminen sekä koko yhtiön liikevaihtoon ja tulokseen vaikuttaa se, kuinka asiakasmäärät vähittäismyymälöissä kehittyvät loppuvuonna ja jatkuuko verkkokaupan hyvä kehitys. Vuoden viimeiselle neljännekselle sijoittuu useita Marimekolle merkittäviä myyntikampanjoita. Vuoden 2020 tukkumyyntiin Suomessa vaikuttavat positiivisesti kertaluonteiset kampanjatoimitukset, joiden kokonaisarvo on viime vuotta merkittävästi suurempi. Toimitukset painottuvat voimakkaasti toiselle vuosipuoliskolle.

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 varhaisemmassa vaiheessa kuin Japanissa. Japanissa on jo varsin kattava Marimekko-myyvälöiden verkosto. Kaikki Marimekko-myyvälät Aasiassa ovat partneriomisteisia. Mahdollisilla uusilla tartunta-aalloilla ja eri maiden pandemiasta toipumisen vauhdilla voi olla vaikutusta erityisesti yhtiön tulevan vuoden myyntinäkyymiin Aasian-Tyynenmeren alueella. Pandemiatilanteesta huolimatta yhtiö näkee edelleen kasvavaa kysyntää tuotteilleen alueella pidemmällä aikavälillä.

Marimekon tietoon tuli vuonna 2019 harmaavientitapauksia, joiden osalta on ryhdytty toimenpiteisiin ja joiden kontrolloimisella on selvästi heikentävä vaikutus yhtiön myyntiin ja tulokseen vuonna 2020.

Lisenssituottojen vuonna 2020 arvioidaan olevan edellisvuotta korkeammat odotettua paremman ennakkoidun kehityksen ansiosta.

Verkkomyynnin painoarvo yhtiön liiketoiminnassa on kasvanut edelleen vuonna 2020, ja myynnin odotetaan kehittyvän hyvin myös vuoden viimeisellä neljänneksellä. Vähittäismyynnin koko vuoden näkyminen vaikuttaa olennaisesti asiakasvirtojen palautuminen myymälöihin loppuvuonna kullakin markkinalla sekä mahdolliset uudet tartunta-aallot, jotka voivat edellyttää omien myymälöiden tilapäisiä sulkemisia. Koko vuoden tukkumyyniä tukevat kertaluonteiset kampanjatoimitukset Suomessa. Yhtiön tavoitteena on edelleen avata noin 10 uutta Marimekko-myyvälää ja -shop-in-shopia vuonna 2020. Uusien avausten pääpaino on jälleenmyyjävetoisissa Marimekko-myyvälöissä.

Marimekko laati koronaviruskriisin alkaessa nopeasti varasuunnitelmat toimitusketjuihinsa tuotannon ja logistiikan jatkuvuuden varmistamiseksi, ja suunnitelmia päivitetään jatkuvasti. Toistaiseksi poikkeustilanne on vaikuttanut hankintaketjuun vain vähän. Sen sijaan tuotteiden vahvasti kasvanut kysyntä verkkokaupassa ja pandemian aiheuttamat hankaluudet tukkukaupan toimituksissa toivat alkuvuonna haasteita Marimekon logistiikalle. Loppuvuoden liikevaihtoon ja tulokseen vaikuttaa olennaisesti jakelukeskusten ja logistiikan toimintavarmuuden säilyminen pandemiatilanteessa. Verkkokaupan kasvun seurauksena yhtiö odottaa koko vuoden logistiikkakustannusten nousevan selvästi vuodesta 2019.

Kannattavuuden ja kassavirran turvaamiseksi Marimekko on rakentanut kunnianhimoisen kiinteiden kulujen säästöohjelman, jonka toteuttaminen aloitettiin ripeästi alkuvuonna. Kiinteiden kulujen odotetaan laskevan loppuvuonna edelleen edellisvuoteen verrattuna. Markkinointikustannusten ennakkoidaan olevan edellisvuotta merkittävästi alemmat (2019: 7,4 miljoonaa euroa). Yhtiö odottaa kokonaisinvestointien olevan edellisvuotta alemmat (2019: 2,6 miljoonaa euroa). Johtoryhmälle suunnatun pitkäaikaisen osakeperusteisen kannustinjärjestelmän laskennalliset vaikutukset riippuvat yhtiön osakkeen kurssikehityksestä vuoden aikana.

VUOSIKALENTERI 2021

Marimekko Oyj:n tilinpäätöstiedote vuodelta 2020 julkistetaan torstaina 18.2.2021 klo 8.00. Vuoden 2020 tilinpäätös julkistetaan viimeistään viikolla 12. Vuonna 2021 osavuosi- ja puolivuositarkastukset julkistetaan seuraavasti: tammi-maaliskuulta torstaina 20.5.2021 klo 8.00, tammi-kesäkuulta torstaina 19.8.2021 klo 8.00 ja tammi-syyskuulta keskiviikkona 3.11.2021 klo 8.00.

Varsinainen yhtiökokous on suunniteltu pidettäväksi keskiviikkona 14.4.2021 klo 14.00.

Helsingissä 3. marraskuuta 2020

Marimekko Oyj
Hallitus

Vuoden 2020 neljännesvuositulokset ovat tilintarkastamattomia. Vuotta 2019 koskevat luvut perustuvat vuoden 2019 tilinpäätöksen tilintarkastettuihin lukuihin. Tuhansiksi euroiksi pyöristettyjen lukujen yhteenlaskuissa saattaa esiintyä pyöristyseroja.

LAADINTAPERIAATTEET

Tämä osavuositarkastus on laadittu IAS 34 Osavuositarkastukset -standardin mukaisesti. Marimekko on noudattanut tämän tarkastuksen laatimisessa samoja laatimisperiaatteita kuin vuoden 2019 tilinpäätöksessään.

LIITTEET

Konsernituloslaskelma ja laaja tuloslaskelma
Konsernitase
Konsernin rahavirtalaskelma
Laskelma konsernin oman pääoman muutoksista
Aineettomat ja aineelliset hyödykkeet
Konsernin tunnuslukuja
Liikevaihto markkina-alueittain
Myymälät ja shop-in-shopit
Liikevaihto tuotelinjoittain
Liikevaihdon ja tuloksen kehitys vuosineljänneksittäin
Tunnuslukujen laskentakaavat

KONSERNITULOSLASKELMA

(1 000 euroa)	7–9/2020	7–9/2019	1–9/2020	1–9/2019	1–12/2019
LIKEVAIHTO	38 011	34 451	86 210	90 704	125 419
Liiketoiminnan muut tuotot	4	171	278	544	616
Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos	-2 298	1 460	3 384	1 482	444
Aineiden ja tarvikkeiden käyttö	-12 337	-12 973	-36 647	-32 789	-45 391
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	-6 158	-6 515	-17 395	-20 157	-27 780
Poistot ja arvonalentumiset	-3 103	-3 153	-9 392	-9 374	-12 543
Liiketoiminnan muut kulut	-3 605	-5 619	-12 055	-16 305	-23 647
LIKEVOITTO	10 514	7 823	14 382	14 104	17 117
Rahoitustuotot	11	420	503	497	462
Rahoituskulut	-565	-414	-1 899	-1 148	-1 429
	-554	6	-1 396	-651	-966
TULOS ENNEN VEROJA	9 960	7 829	12 986	13 453	16 151
Tuloverot	-1 992	-1 453	-2 684	-2 566	-3 133
TILIKAUDEN TULOS	7 967	6 376	10 303	10 887	13 018
Tuloksen jakautuminen emoyhtiön osakkeenomistajille	7 967	6 376	10 303	10 887	13 018
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tuloksesta laskettu laimentamaton ja laimennusvaikutuksella oikaistu osakekohtainen tulos, euroa	0,98	0,79	1,27	1,34	1,61

LAAJA TULOSLASKELMA

(1 000 euroa)	7–9/2020	7–9/2019	1–9/2020	1–9/2019	1–12/2019
Tilikauden tulos	7 967	6 376	10 303	10 887	13 018
Erät, jotka voidaan siirtää myöhemmin tulosvaikutteisiksi					
Muuntoeron muutos	114	-105	133	-99	-17
TILIKAUDEN LAAJA TULOS	8 081	6 271	10 436	10 788	13 001
Tuloksen jakautuminen emoyhtiön osakkeenomistajille	8 081	6 271	10 436	10 788	13 001

KONSERNITASE

(1 000 euroa)	30.9.2020	30.9.2019	31.12.2019
VARAT			
PITKÄAIKAISET VARAT			
Aineettomat hyödykkeet	915	929	593
Aineelliset hyödykkeet	36 338	38 941	40 431
Muut rahoitusvarat	16	16	16
Laskennalliset verosaamiset	826	559	515
	38 095	40 444	41 555
LYHYTAIKAISET VARAT			
Vaihto-omaisuus	26 212	23 906	22 564
Myyntisaamiset ja muut saamiset	11 810	6 995	6 632
Rahavarat	34 565	20 919	26 133
	72 587	51 820	55 329
VARAT YHTEENSÄ	110 682	92 264	96 884

(1 000 euroa)	30.9.2020	30.9.2019	31.12.2019
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
EMOYHTIÖN OMISTAJILLE KUULUVA OMA PÄÄOMA			
Osakepääoma	8 040	8 040	8 040
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	1 228	1 228	1 228
Omat osakkeet	-315	-315	-315
Muuntoerot	67	-148	-66
Kertyneet voittovarot	40 340	27 907	30 037
Oma pääoma yhteensä	49 360	36 712	38 925
PITKÄAIKAISET VELAT			
Vuokrasopimusvelat	22 059	25 643	25 950
Muut pitkäaikaiset velat	1 378	1 613	1 644
	23 437	27 256	27 594
LYHYTAIKAISET VELAT			
Ostovelat ja muut velat	19 744	16 193	17 796
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	1 095	1 954	2 115
Vuokrasopimusvelat	10 466	10 149	10 203
Rahoitusvelat	6 580	-	251
	37 884	28 295	30 366
Velat yhteensä	61 321	55 552	57 960
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	110 682	92 264	96 884

KONSERNIN RAHAVIRTALASKELMA

(1 000 euroa)	1-9/2020	1-9/2019	1-12/2019
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA			
Tilikauden tulos	10 303	10 887	13 018
Oikaisut			
Poistot ja arvonalentumiset	9 392	9 374	12 543
Rahoitustuotot ja -kulut	1 396	651	966
Verot	2 684	2 566	3 133
Rahavirta ennen käyttöpääoman muutosta	23 774	23 478	29 661
Käyttöpääoman muutos	-6 588	685	2 887
Lyhytaikaisten korottomien liikesaamisten lisäys (-) / vähennys (+)	-5 390	-524	-117
Vaihto-omaisuuden lisäys (-) / vähennys (+)	-3 648	-1 792	-450
Lyhytaikaisten korottomien velkojen lisäys (+) / vähennys (-)	2 449	3 000	3 454
Liiketoiminnan rahavirta ennen rahoituseriä ja veroja	17 186	24 163	32 548
Maksetut korot ja maksut muista rahoituskuluista	-1 050	-533	-1 408
Saadut korot ja maksut muista rahoitustuotoista	72	22	404
Maksetut verot	-4 031	-2 489	-2 552
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA	12 177	21 163	28 992
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA			
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin	-2 040	-1 378	-1 569
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA	-2 040	-1 378	-1 569
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA			
Lyhytaikaisten lainojen nostot	6 329	-	251
Henkilöstöanti	-	726	726
Leasingmaksut	-8 035	-7 764	-10 437
Maksetut osingot	-	-15 003	-15 003
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA	-1 706	-22 041	-24 463
Rahavarojen muutos	8 432	-2 255	2 960
Rahavarat katsauskauden alussa	26 133	23 174	23 174
Rahavarat katsauskauden lopussa	34 565	20 919	26 133

Marimekolla on lisäksi nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä 17 300 tuhatta euroa (13 000). Tarvittaessa käytettävissä on lisäksi lyhytaikainen 10 miljoonan euron arvoinen valmiusluottolimiitti sekä 5 miljoonan euron pitkäaikainen valmiusluottolimiitti, joka sisältää kovenanttiehdon.

LASKELMA KONSERNIN OMAN PÄÄOMAN MUUTOKSISTA

(1 000 euroa)		Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma				
	Osake- pääoma	Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	Omat osakkeet	Muunto- erot	Kertyneet voitto- varat	Oma pääoma yhteensä
Oma pääoma 1.1.2019	8 040	502	-315	-49	31 827	40 005
Laaja tulos						
Tilikauden tulos					10 887	10 887
Muuntoerot				-99		-99
Tilikauden laaja tulos yhteensä				-99	10 887	10 788
Liiketoimet omistajien kanssa						
Osingonjako					-15 003	-15 003
Henkilöstöanti		726				726
Osakeperusteiset liiketoimet, henkilöstöanti					195	195
Oma pääoma 30.9.2019	8 040	1 228	-315	-148	27 907	36 712
Oma pääoma 1.1.2020	8 040	1 228	-315	-66	30 037	38 925
Laaja tulos						
Tilikauden tulos					10 303	10 303
Muuntoerot				133		133
Tilikauden laaja tulos yhteensä				133	10 303	10 436
Oma pääoma 30.9.2020	8 040	1 228	-315	67	40 340	49 360

AINEETTOMAT JA AINEELLISET HYÖDYKKEET

(1 000 euroa)	Aineettomat hyödykkeet			Aineelliset hyödykkeet
		Käyttöoikeus- omaisuuserät	Muut	Yhteensä
Hankintameno 1.1.2019	9 622	-	27 830	27 830
IFRS 16:n käyttöönotto 1.1.2019	-	41 778	-	41 778
Muuntoerot	236	246	-433	-187
Luokitteluoikaisu	725	-	-725	-725
Lisäykset	385	1 569	929	2 498
Vähennykset	-	-	-1 332	-1 322
Siirrot erien välillä	146	-	-146	-146
Hankintameno 30.9.2019	11 114	43 593	26 122	69 715
Kertyneet poistot 1.1.2019	9 280	-	23 392	23 392
Muuntoerot	79	39	-274	-235
Vähennysten kertyneet poistot	-	-	-931	-931
Tilikauden poistot	826	8 072	476	8 548
Kertyneet poistot 30.9.2019	10 185	8 111	22 663	30 774
Kirjanpitoarvo 30.9.2019	929	35 482	3 459	38 941
Kirjanpitoarvo 1.1.2019	342	-	4 438	4 438
Kirjanpitoarvo 30.9.2019	929	35 482	3 459	38 941
Hankintameno 1.1.2020	10 453	46 598	28 209	74 808
Muuntoerot	-252	-450	-390	-840
Lisäykset	156	4 673	1 083	5 756
Siirrot erien välillä	484	-	-484	-484
Hankintameno 30.9.2020	10 841	50 820	28 418	79 239
Kertyneet poistot 1.1.2020	9 860	10 833	23 544	34 377
Muuntoerot	-227	-188	-397	-585
Tilikauden poistot	293	8 211	898	9 109
Kertyneet poistot 30.9.2020	9 926	18 856	24 045	42 901
Kirjanpitoarvo 30.9.2020	915	31 965	4 373	36 338
Kirjanpitoarvo 1.1.2020	593	35 766	4 665	40 431
Kirjanpitoarvo 30.9.2020	915	31 965	4 373	36 338

TUNNUSLUKUJA

	1–9/2020	1–9/2019	Muutos, %	1–12/2019
Tulos/osake (EPS), euroa	1,27	1,34	-6	1,61
Oma pääoma/osake, euroa	6,09	4,53	34	4,80
Oman pääoman tuotto (ROE), %	28,9	31,1		33,0
Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %	20,7	17,3		17,9
Omavaraisuusaste, %	44,6	39,8		40,2
Nettovelkaantumisaste (gearing), %	9,2	40,5		27,0
Bruttoinvestoinnit, 1 000 euroa	1 240	1 314	-6	2 594
Bruttoinvestoinnit, % liikevaihdosta	1	1		2
Vastuusitoumukset, 1 000 euroa	700	572	22	617
Henkilöstö keskimäärin	437	439	0	442
Henkilöstö kauden lopussa	428	437	-2	450
Liikkeessä olevien osakkeiden lukumäärä kauden lopussa	8 109 834	8 109 834		8 109 834
Liikkeessä olevien osakkeiden lukumäärä keskimäärin	8 109 834	8 097 015		8 100 246

Bruttoinvestoinnit eivät sisällä IFRS 16:n vaikutusta.

LIIKEVAIHTO MARKKINA-ALUEITTAIN

(1 000 euroa)	7–9/ 2020	7–9/ 2019	Muutos, %	1–9/ 2020	1–9/ 2019	Muutos, %	1–12/ 2019
Suomi	22 972	19 661	17	47 924	49 229	-3	71 163
Vähittäismyynti	14 597	14 618	0	31 281	36 423	-14	51 918
Tukkumyynti	8 329	5 008	66	16 546	12 643	31	19 012
Lisenssituotot	46	35	33	97	163	-40	233
Skandinavia	2 779	2 468	13	6 715	6 687	0	9 297
Vähittäismyynti	1 348	1 509	-11	3 156	3 967	-20	5 434
Tukkumyynti	1 431	960	49	3 559	2 720	31	3 862
Lisenssituotot	-	-	-	-	-	-	-
EMEA	4 013	2 781	44	9 980	9 425	6	11 992
Vähittäismyynti	490	347	41	1 583	1 096	44	1 568
Tukkumyynti	3 409	2 344	45	8 093	8 044	1	9 980
Lisenssituotot	113	90	26	305	285	7	443
Pohjois-Amerikka	1 624	2 294	-29	4 756	6 214	-23	8 257
Vähittäismyynti	1 077	1 650	-35	2 863	4 109	-30	5 798
Tukkumyynti	468	582	-20	1 751	1 674	5	1 987
Lisenssituotot	79	62	28	142	431	-67	472
Aasian- Tyynenmeren alue	6 623	7 247	-9	16 834	19 148	-12	24 712
Vähittäismyynti	661	1 039	-36	2 383	3 062	-22	4 378
Tukkumyynti	5 362	5 007	7	12 852	14 887	-14	18 733
Lisenssituotot	600	1 200	-50	1 600	1 200	33	1 600
Kansainvälinen myynti yhteensä	15 039	14 790	2	38 286	41 475	-8	54 256
Vähittäismyynti	3 576	4 545	-21	9 984	12 234	-18	17 178
Tukkumyynti	10 671	8 893	20	26 254	27 325	-4	34 562
Lisenssituotot	792	1 352	-41	2 047	1 916	7	2 516
Yhteensä	38 011	34 451	10	86 210	90 704	-5	125 419
Vähittäismyynti	18 173	19 163	-5	41 265	48 657	-15	69 096
Tukkumyynti	19 000	13 901	37	42 801	39 968	7	53 574
Lisenssituotot	839	1 387	-40	2 144	2 079	3	2 748

MYYMÄLÄT JA SHOP-IN-SHOPIT

	30.9.2020	30.9.2019	31.12.2019
Suomi	65	64	66
Omat myymälät	25	24	25
Omat outlet-myymälät	12	11	12
Jälleenmyyjämyymälät	13	13	13
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	15	16	16
Skandinavia	10	10	10
Omat myymälät	7	7	7
Omat outlet-myymälät	-	-	-
Jälleenmyyjämyymälät	-	-	-
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	3	3	3
EMEA	2	1	2
Omat myymälät	-	1	1
Omat outlet-myymälät	-	-	-
Jälleenmyyjämyymälät	-	-	-
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	2	-	1
Pohjois-Amerikka	6	6	6
Omat myymälät	4	4	4
Omat outlet-myymälät	1	1	1
Jälleenmyyjämyymälät	1	1	1
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	-	-	-
Aasian-Tyynenmeren alue	68	66	67
Omat myymälät	4	4	4
Omat outlet-myymälät	-	-	-
Jälleenmyyjämyymälät	53	51	52
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	11	11	11
Yhteensä	151	147	151
Omat myymälät	40	40	41
Omat outlet-myymälät	13	12	13
Jälleenmyyjämyymälät	67	65	66
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	31	30	31

Sisältää Marimekon omat vähittäismyymälät, jälleenmyyjäomisteiset Marimekko-myymälät sekä yli 30 m²:n suuriset shop-in-shopit. Omia vähittäismyyvälöitä oli syyskuun 2020 lopussa 53 (52).

LIIKEVAIHTO TUOTELINJOITTAIN

(1 000 euroa)	7-9/ 2020	7-9/ 2019	Muutos, %	1-9/ 2020	1-9/ 2019	Muutos, %	1-12/ 2019
Muoti	12 613	13 849	-9	31 284	35 128	-11	46 746
Kodintuotteet	17 093	11 865	44	35 842	32 067	12	47 941
Laukut ja asusteet	8 305	8 737	-5	19 084	23 509	-19	30 732
Yhteensä	38 011	34 451	10	86 210	90 704	-5	125 419

LIIKEVAIHDON JA TULOKSEN KEHITYS VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN

(1 000 euroa)	7–9/2020	4–6/2020	1–3/2020	10–12/2019
Liikevaihto	38 011	23 327	24 872	34 716
Liikevoitto	10 514	2 661	1 208	3 013
Tulos/osake, euroa	0,98	0,27	0,02	0,26

(1 000 euroa)	7–9/2019	4–6/2019	1–3/2019	10–12/2018
Liikevaihto	34 451	29 137	27 116	29 740
Liikevoitto	7 823	3 691	2 591	1 237
Tulos/osake, euroa	0,79	0,32	0,24	0,11

TUNNUSLUKUJEN LASKENTAKAAVAT

Vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA), euroa:

Liiketulos - poistot - arvonalentumiset - vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät

Vertailukelpoinen liiketulos, euroa:

Liiketulos - vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät liiketuloksessa

Vertailukelpoinen liiketulosmarginaali, %:

Liiketulos - vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät liiketuloksessa x 100 / Liikevaihto

Tulos/osake (EPS), euroa:

(Voitto ennen veroja - tuloverot) / Liikkeessä olevien osakkeiden lukumäärä (keskimäärin tilikauden aikana)

Oma pääoma/osake, euroa:

Oma pääoma / Osakkeiden lukumäärä 30.9.

Oman pääoman tuotto (ROE), %:

(Voitto ennen veroja - tuloverot) rullaava 12 kk x 100 / Oma pääoma (keskimäärin tilikauden aikana)

Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %:

(Voitto ennen veroja + korko- ja muut rahoituskulut) rullaava 12 kk x 100 / Taseen loppusumma - korottomat velat (keskimäärin tilikauden aikana)

Omavaraisuusaste, %:

Oma pääoma x 100 / (Taseen loppusumma - saadut ennakot)

Nettovelkaantumisaste (gearing), %:

Korolliset nettovelat x 100 / Oma pääoma

Nettokäyttöpääoma, euroa:

Vaihto-omaisuus + myyntisaamiset ja muut saamiset + tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset - verovelat - lyhytaikaiset varaukset - ostovelat ja muut velat

Nettovelka/käyttökate:

Korolliset nettovelat / vertailukelpoinen rullaava 12 kk käyttökate