



marimekko

Tilinpäätöstiedote 2020

Marimekko Oyj, Tilinpäätöstiedote 18.2.2021 klo 8.00

Koronapandemian vaikutuksista huolimatta Marimekon liikevaihto vuonna 2020 oli lähes edellisvuoden tasolla ja vertailukelpoinen liikevoitto kasvoi 18 prosenttia

Neljäs vuosineljännes lyhyesti

- Koronaviruspandemia vaikuttaa edelleen voimakkaasti muotialaan ja erikoiskauppaan kaikkialla maailmassa. Haastavasta tilanteesta huolimatta Marimekon liikevaihto kasvoi 8 prosenttia ja oli 37,4 miljoonaa euroa (Q4/2019: 34,7).
- Liikevaihtoa kasvatti erityisesti tukkumyynnin hyvä kehitys Suomessa, EMEA:n alueella ja Skandinaviassa. Kotimaan tukkumyyntiä nostivat varsinkin kertaluonteiset kampanjatoimitukset. Pahentunut koronavirustilanne ja tiukentuneet rajoitukset eri markkinoilla vaikuttivat selvästi asiakasmääriin myymälöissä. Verkkokaupan vahvan kehityksen jatkuminen kuitenkin tuki vähittäismyyntiä, joka laski olosuhteisiin nähden melko maltillisesti.
- Vertailukelpoinen liikevoitto nousi 5,8 miljoonaan euroon (3,0). Liikevoittoon sisältyi 0,8 miljoonaa euroa kertaluonteisia uudelleenjärjestelykustannuksia, ja raportoitu liikevoitto oli 5,0 miljoonaa euroa (3,0).
- Tulosta paransivat liikevaihdon kasvu sekä toiminnan sopeuttamisen ansiosta selvästi supistuneet kiinteät kulut. Sitä puolestaan laski suhteellisen myyntikatteen heikentyminen, joka johtui suurelta osin verkkokaupan kasvun myötä nousseista logistiikkakustannuksista.

Vuosi 2020 lyhyesti

- Koronaviruspandemian vaikutuksista huolimatta Marimekon liikevaihto oli lähes edellisvuoden tasolla: liikevaihto laski vain 1 prosentin ja oli 123,6 miljoonaa euroa (2019: 125,4). Liikevaihtoa heikensivät erityisesti vähittäismyynnin lasku Suomessa, Pohjois-Amerikassa ja Skandinaviassa sekä tukkumyynnin vähentyminen Aasian-Tyynenmeren alueella. Vähittäismyyntiä tukenut erittäin hyvin sujunut verkkokauppa sekä tukkumyynnin hyvä kehitys Suomessa, Skandinaviassa ja EMEA:n alueella puolestaan vahvistivat liikevaihtoa. Suomen-tukkumyyntiä kasvattivat osaltaan kertaluonteiset kampanjatoimitukset.
- Vertailukelpoinen liikevoitto kasvoi 20,2 miljoonaan euroon (17,1), ja raportoitu liikevoitto oli 19,3 miljoonaa euroa (17,1). 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.

Hallituksen osingonjakoehdotus

Marimekon hallitus ehdottaa, että varsinainen yhtiökokous 14.4.2021 valtuuttaisi hallituksen päättämään enintään 1,00 euron osakekohtaisen osingon jakamisesta yhdessä tai useammassa erässä myöhempänä ajankohtana. Valtuutus olisi voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen asti. Hallituksen ehdotuksen taustalla on koronaviruspandemiasta johtuva yleisen taloudellisen tilanteen epävarmuus.

Taloudellinen ohjeistus vuodeksi 2021

Marimekko-konsernin liikevaihdon arvioidaan vuonna 2021 kasvavan edellisvuodesta. Vertailukelpoisen liikevoittomarginaalin arvioidaan olevan suunnilleen pitkän aikavälin tavoitteen eli noin 15 prosentin tasolla.

Koronaviruspandemian aiheuttama epävakaus Marimekon markkinoilla kuitenkin jatkuu, ja liikevaihdon ja tuloksen kehitykseen liittyy näin merkittäviä epävarmuustekijöitä. Näitä epävarmuustekijöitä on kuvattu tämän tilinpäätöstiedotteen kohdassa Merkittävimmät riskit ja epävarmuustekijät.

AVAINLUVUT

(Milj. euroa)	10-12/ 2020	10-12/ 2019	Muutos, %	1-12/ 2020	1-12/ 2019	Muutos, %
Liikevaihto	37,4	34,7	8	123,6	125,4	-1
Kansainvälinen myynti	14,1	12,8	11	52,4	54,3	-3
<i>osuus liikevaihdosta, %</i>	<i>38</i>	<i>37</i>		<i>42</i>	<i>43</i>	
Käyttökate (EBITDA)	8,1	6,2	31	31,9	29,7	8
Vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA)	9,0	6,2	45	32,7	29,7	10
Liikevoitto	5,0	3,0	65	19,3	17,1	13
Vertailukelpoinen liikevoitto	5,8	3,0	92	20,2	17,1	18
<i>Liikevoittomarginaali, %</i>	<i>13,3</i>	<i>8,7</i>		<i>15,7</i>	<i>13,6</i>	
<i>Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali, %</i>	<i>15,5</i>	<i>8,7</i>		<i>16,3</i>	<i>13,6</i>	
Kauden tulos	3,5	2,1	62	13,8	13,0	6
Tulos/osake, euroa	0,43	0,26	62	1,70	1,61	6
Vertailukelpoinen tulos/osake, euroa	0,51	0,26	93	1,78	1,61	10
Liiketoiminnan rahavirta	15,9	7,8	103	28,1	29,0	-3
<i>Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %</i>				<i>22,5</i>	<i>17,9</i>	
<i>Omavaraisuusaste, %</i>				<i>46,6</i>	<i>40,2</i>	
Nettovelka/käyttökate (rullaava 12 kk) *				-0,10	0,35	
Bruttoinvestoinnit **	0,9	1,3	-29	2,1	2,6	-17
Henkilöstö kauden lopussa				422	450	-6
joista Suomen ulkopuolella				84	98	-14
Brändimyynti ¹	76,0	73,9	3	285,1	250,8	14
joista Suomen ulkopuolella	45,7	45,2	1	191,5	156,6	22
<i>kansainvälisen myynnin osuus, %</i>	<i>60</i>	<i>61</i>		<i>67</i>	<i>62</i>	
Myyntimäärien lukumäärä				154	151	2

Taulukossa esitetyt muutosprosentit on laskettu tarkoista luvuista ennen lukujen pyöristämistä miljooniksi euroiksi. Vertailukelpoinen tulos/osake -tunnusluvussa on huomioitu vastaavat erät kuin vertailukelpoisessa liikevoitossa vero vaikutus huomioiden. Vaihtoehtoisten tunnuslukujen täsmäytys IFRS-tilinpäätöslukuihin ja vertailukelpoisiin eriin liittyvä johdon harkinta on esitetty tämän tilinpäätöstiedotteen taulukko-osassa.

* 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

"Haastavasta toimintaympäristöstä huolimatta liikevaihtomme vuonna 2020 oli lähes edellisvuoden tasolla, kun sekä verkkokauppa että tukkumyynti kehittyivät hyvin. Vertailukelpoinen liikevoitto parani 18 prosenttia toiminnan sopeuttamisen ansiosta.

Koronaviruspandemia aiheutti vuonna 2020 globaalille muotialalle ja erikoiskaupalle pahimman kriisin vuosikymmeniin. Pitkäjänteinen työmme Marimekko-brändin ja digitaalisen liiketoimintamme kehittämisessä, kattava lifestyle-tuotevalikoimamme, monipuolinen liiketoiminta- ja jakelukanavamallimme sekä kykymme sopeuttaa toimintaamme nopeasti ovat niitä tekijöitä, joiden avulla luovimme onnistuneesti erittäin vaikeassa toimintaympäristössä. Kiitos tästä kuuluu koko henkilöstölle, ja haluammekin muistaa marimekkolaisia ylimääräisellä kertaluonteisella palkkiolla. Sinnikkäästi yhdessä upeaa työtä tehneet tiimimme ympäri maailmaa ovat nostaneet Marimekon menestyjäksi, joita vahvassa murroksessa olevalla toimialalla on yhä vähemmän.



Haastavassa tilanteessa liikevaihtomme loka-joulukuussa 2020 kasvoi 8 prosenttia ja oli 37,4 miljoonaa euroa (34,7). Liikevaihtoa kasvatti erityisesti tukkumyynnin hyvä kehitys Suomessa, EMEA:n alueella ja Skandinaviassa. Pahentunut koronavirustilanne ja tiukentuneet rajoitukset eri markkinoilla vaikuttivat selvästi asiakasmääriin myymälöissä, mutta verkkokauppamme jatkoi vahvaa kasvuaan, ja vähittäismyynti kaiken kaikkiaan laski melko maltillisesti. Suomessa liikevaihto nousi 6 prosenttia, kun tukkumyynti lisääntyi merkittävästi etenkin kertaluonteisten kampanjoiden johdosta. Kansainvälinen myyntimme kasvoi 11 prosenttia hyvin sujuneen tukkumyynnin ansiosta. Liikevaihdon kasvu ja sopeuttamistoimet paransivat vertailukelpoista liikevoittoamme, joka nousi 92 prosenttia 5,8 miljoonaan euroon (3,0).

Koronaviruspandemian vaikutuksista huolimatta koko vuoden liikevaihtomme oli lähes edellisvuoden tasolla: liikevaihto laski vain 1 prosentin ja oli 123,6 miljoonaa euroa (125,4). Suurin osa Marimekko-myyntimälöistä eri puolilla maailmaa oli pandemian vuoksi tilapäisesti suljettuna ensimmäisellä tai toisella neljänneksellä, ja pandemia laski asiakasmääriä selvästi myös toisella vuosipuoliskolla. Liikevaihtoa heikensivät erityisesti vähittäismyynnin lasku Suomessa, Pohjois-Amerikassa ja Skandinaviassa sekä tukkumyynnin vähentyminen Aasian-Tyynenmeren alueella. Liikevaihtoa puolestaan vahvistivat vähittäismyynnin laskua pienentänyt erittäin hyvin sujunut verkkokauppa sekä tukkumyynnin hyvä kehitys Suomessa, Skandinaviassa ja EMEA:n alueella. Suomen-tukkumyyntiä kasvattivat osaltaan kertaluonteiset kampanjatoimitukset. Vuoden alussa ripeästi aloitettujen sopeuttamistoimien ansiosta vertailukelpoinen liikevoittomme nousi 20,2 miljoonaan euroon (17,1).

Ketteryytemme ja onnistumisemme pandemiavuonna on vahvistanut entisestään luottamustamme kansainväliseen kasvustrategiaamme. Pandemia on myös voimistanut toimialamme megatrendejä, kuten digitalisaatiota ja muutoksia kuluttajien arvomaailmassa, erityisesti vastuullisuuden merkityksen kasvua. Tämä osaltaan tekee arvopohjaisesta, ajattomasta ja kestävästä Marimekko-lifestylebrändistä ajankohtaisemman kuin koskaan tukien näin kasvutavoitteitamme. Meidän on rohkeasti tartuttava tarjolla oleviin mahdollisuuksiin ja investoitava kansainväliseen kasvuun. Uskomme, että aika on nyt oikea. Siksi vuonna 2021 suunnitelmisamme on entisestään vahvistaa kansainvälisen kasvun edellytyksiä panostamalla digitaaliseen liiketoimintaan, saumattomaan monikanavaisen asiakaskokemukseen, vastuullisuuteen ja bränditunnettuuteen. Tärkeää on myös jatkuvasti kehittää henkilöstömme valmiuksia työskennellä nopeasti muuttuvassa toimintaympäristössä. Nämä panostukset yhdessä jo vuosia tehdyn työn kanssa tarjoavat meille erinomaisen astinlaudan erityisesti

Aasiaan suuntautuvan kansainvälisen kasvun seuraavaan vaiheeseen. Toimialaamme kurittava pandemiatilanne kuitenkin jatkuu. Seuraamme tarkasti tilanteen kehittymistä kullakin markkina-alueellamme ja sopeutamme suunnitelmiamme tarpeen mukaan.

Arvojemme mukaisesti koemme velvollisuudeksemme olla vahvasti edistämässä vastuullisuutta koko arvoketjussamme ja esimerkkinä voimalla viedä koko toimialaa eteenpäin kohti kestävämpää tulevaisuutta. Joulukuussa 2020 julkistettu uusi vastuullisuusstrategiamme ja kunnianhimoiset tavoitteemme rakentuvat kolmen pääperiaatteen ympärille: ajaton design tuo iloa sukupolvesta toiseen, tulevaisuuden tuotteet eivät jätä jälkeä ja kohti positiivista muutosta oikeudenmukaisuuden ja tasa-arvon avulla. Uskomme, että tulevaisuudessa ajattomat ja kestävät tuotteet tehdään tasapainossa ympäristön kanssa kiertotalouden periaatteita noudattaen sekä täysin läpinäkyvästi raaka-aineista lähtien. Pitkän aikavälin visionamme on, että toiminnastamme ei jää jälkiä ympäristöön. Vuoden 2020 lopussa otimme askeleen kohti tämän tavoitteen toteutumista, kun omista toiminnoistamme tuli jatkuvan kehitystyön ja kompensoinnin ansiosta hiilineutraaleja.

Vuonna 2021 Marimekko viettää 70-vuotisjuhliansa. Juhlavuoden mittaan luvassa on muun muassa kuviomaailmamme sydäimestä ammentavia kiinnostavia erikoistuotteita ja aivan uudenlaisia yhteisprojekteja. Näinä ennennäkemättöminä aikoina on tärkeää löytää uusia tapoja inspiroida ihmisiä, ja toivotammekin koko yhteisömme lämpimästi tervetulleeksi juhlimaan kanssamme.”

TOIMINTAYMPÄRISTÖ

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

Maailmantalouden ennakoitaan vuonna 2021 palautuvan koronaviruspandemiasta noin viiden prosentin vauhtia. Palautuminen eri puolilla maailmaa on hyvin eritahtista, ja siihen liittyy suuria epävarmuuksia muun muassa virusmutaatioiden ja rokotteiden saatavuuden takia.

Suhdannetilanne Suomessa on hieman parantunut, mutta on yhä heikko. Erot toimialojen välillä ovat suuria. Talouden arvioidaan palautuvan samaa tahtia muun maailman kanssa, mutta epävarmuus on suuri myös Suomessa ja mahdollisilla rajoitustoimien kiristyksillä voi olla hyvin merkittäviä vaikutuksia eri aloilla. Vähittäiskaupan luottamusindikaattori nousi tammikuussa ja oli pitkän aikavälin keskiarvon yläpuolella. Myyntiodotukset ovat kuitenkin yhä heikot, ja myynnin arvioidaan supistuvan talven aikana. Kuluttajien luottamus tammikuussa oli vahvinta yli kahteen vuoteen. Arviot oman talouden nykytilasta heikkenivät hieman edellisvuodesta, mutta odotukset oman ja Suomen talouden kehityksestä paranivat.

(Elinkeinoelämän keskusliitto EK: Suhdannebarometri, tammikuu 2021; Luottamusindikaattorit, tammikuu 2021. Tilastokeskus: Kuluttajien luottamus 2021, tammikuu.)

Suomen vähittäiskaupan liikevaihto kasvoi joulukuussa 1,3 prosenttia edellisvuodesta. Erityisesti päivittäistavarakauppa kehittyi hyvin. Kumulatiivisesti vähittäiskaupan työpäiväkorjattu liikevaihto vuonna 2020 kasvoi 3,8 prosenttia; myynnin määrä puolestaan kasvoi 3,7 prosenttia. (Tilastokeskus: Kaupan liikevaihtokuvaaja, vähittäiskaupan pikaennakko, joulukuu 2020).

LIKEVAIHTO

Liikevaihto neljännellä neljänneksellä

Loka-joulukuussa 2020 konsernin liikevaihto kasvoi 8 prosenttia edellisvuoden vastaavaan kauteen verrattuna ja oli 37 358 tuhatta euroa (34 716). Liikevaihtoa kasvatti erityisesti tukkumyynnin hyvä kehitys Suomessa, EMEA:n alueella ja Skandinaviassa. Suomessa liikevaihto nousi 6 prosenttia; kansainvälinen myynti kasvoi 11 prosenttia.

Lähes kaikki Marimekon omat myymälät olivat avoinna vuoden viimeisellä neljänneksellä, mutta asiakasvirrat myymälöissä olivat pandemian vuoksi selvästi vertailukautta pienempiä. Marimekon verkkomyynti kuitenkin jatkoi vahvaa kasvuaan, mikä kompensoi asiakasvirtojen pienentymisen vaikutuksia. Joulumyynti ja muut kampanjat toteutuivat suunnitelmien mukaan, ja vähittäismyynti yhteensä laski vain 9 prosenttia. Marimekon tukkumyynti kehittyi edelleen hyvin ja kasvoi loka-joulukuussa 32 prosenttia. Sekä vähittäis- että tukkumyynnissä kodintuotteiden osuus myynnistä kasvoi selvästi.

Liikevaihto Suomessa oli 23 220 tuhatta euroa (21 934). Vuoden viimeisellä neljänneksellä heikentynyt pandemiatilanne ja tiukentuneet suositukset vähensivät asiakasmääriä myymälöissä. Verkkomyynnin erittäin vahvan kasvun ansiosta vertailukelpoinen vähittäismyynti² nousi 3 prosenttia. Tukkumyynti Suomessa kasvoi 34 prosenttia. Tukkumyynnin hyvää kehitystä tukivat erityisesti kertaluonteiset kampanjatoimitukset, joiden kokonaisarvo oli edellisvuotta merkittävästi suurempi.

Yhtiön toiseksi suurimmalla markkinalla Aasian-Tyynenmeren alueella liikevaihto laski 5 prosenttia 5 280 tuhanteen euroon (5 563). Liikevaihdon laskuun vaikutti sekä tukku- että vähittäismyynnin supistuminen. Tukkumyynti markkina-alueella laski 5 prosenttia, kun osa viimeisen vuosineljänneksen tukkutoimituksista siirtyi vuoden 2021 puolelle. Alueen yhtiölle merkittävimmissä maassa Japanissa tukkumyynti laski 18 prosenttia. Vaikka Marimekon verkkokauppa kehittyi hyvin, pandemiatilanne vaikutti asiakasmääriin yhtiön myymälöissä Australiassa, ja vähittäismyynti Aasian-Tyynenmeren alueella laski 7 prosenttia.

² Sisältää omat vähittäismyymälät mukaan lukien verkkokaupan.

Liikevaihto vuonna 2020

Vuonna 2020 konsernin liikevaihto laski 1 prosentin ja oli 123 568 tuhatta euroa (125 419). Vaikka koronaviruspandemia vaikutti voimakkaasti asiakasmääriin ja myymälöiden aukioloon kaikkialla maailmassa, Marimekon kattava lifestyle-tuotevalikoima sekä monipuolinen liiketoiminta- ja jakelukanavamalli tukivat myyntiä haastavassa toimintaympäristössä. Liikevaihtoa heikensivät erityisesti vähittäismyynnin lasku Suomessa, Pohjois-Amerikassa ja Skandinaviassa sekä tukkumyynnin vähentyminen Aasian-Tyynenmeren alueella. Erittäin hyvin sujunut verkkokauppa pienensi vähittäismyynnin laskua. Yhteensä vähittäismyynti supistui 13 prosenttia. Tukkumyynti puolestaan kasvoi 13 prosenttia. Suomessa liikevaihto säilyi vertailuvuoden tasolla; kansainvälinen myynti laski 3 prosenttia.

Vahvalla kotimarkkinalla pitkäjänteinen työ mallistojen ja brändin modernisoimiseksi näkyy muita markkina-alueita nopeammin, ja pandemiasta huolimatta liikevaihto Suomessa säilyi edellisvuoden tasolla, 71 145 tuhatta euroa (71 163). Vähittäismyynti laski 12 prosenttia ja vertailukelpoinen vähittäismyynti³ 6 prosenttia myymälöiden väliaikaisen sulkemisen ja asiakasmäärien merkittävän vähenemisen vuoksi. Verkkokaupan erittäin vahva kasvu kuitenkin tuki vähittäismyyntiä. Tukkumyynti kasvoi poikkeustilanteesta huolimatta 32 prosenttia. Tukkumyynnin hyvään kehitykseen osaltaan vaikuttaneiden kertaluonteisten kampanjatoimitusten kokonaisarvo oli edellisvuotta merkittävästi suurempi.

Aasian-Tyynenmeren alueella liikevaihto oli 22 114 tuhatta euroa (24 712). Tukkumyynti alueella laski 12 prosenttia koronaviruspandemian vaikutusten vuoksi, vaikka myynti palasi kasvu-uralle toisella vuosipuoliskolla. Osa vuoden viimeisen neljänneksen tukkutoimituksista siirtyi vuoden 2021 puolelle. Myös vertailuvuoden poikkeuksellinen toimitusrytmi vaikutti alueen tukkumyynnin suhteelliseen kehitykseen: osa vuoden 2018 lopun tukkutoimituksista ajoittui vuoden 2019 ensimmäiselle neljännekselle. Tukkumyynti Japaniin väheni 16 prosenttia. Vähittäismyynti supistui 18 prosenttia, kun jotkin ja välillä kaikki Marimekon omat myymälät Australiassa olivat väliaikaisesti suljettuina toisella ja kolmannella neljänneksellä. Lisenssituotot kasvoivat 26 prosenttia.

LIIVEVAIHTO MARKKINA-ALUEITTAIN

(1 000 euroa)	10-12/ 2020	10-12/ 2019	Muutos, %	1-12/ 2020	1-12/ 2019	Muutos, %
Suomi	23 220	21 934	6	71 145	71 163	0
Kansainvälinen myynti	14 138	12 781	11	52 424	54 256	-3
Skandinavia	3 168	2 609	21	9 883	9 297	6
EMEA	3 980	2 566	55	13 961	11 992	16
Pohjois-Amerikka	1 710	2 042	-16	6 466	8 257	-22
Aasian-Tyynenmeren alue	5 280	5 563	-5	22 114	24 712	-11
Yhteensä	37 358	34 716	8	123 568	125 419	-1

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

TALOUDELLINEN TULOS

Loka-joulukuussa 2020 konsernin liikevoitto ylsi 4 963 tuhanteen euroon (3 013). Liikevoittoon sisältyi 827 tuhatta euroa kertaluonteisia uudelleenjärjestelykustannuksia. Vertailukelpoinen liikevoitto oli 5 791 tuhatta euroa (3 013). Tulosta paransivat liikevaihdon kasvu sekä toiminnan sopeuttamisen

³ Sisältää omat vähittäismyymälät mukaan lukien verkkokaupan.

ansiosta selvästi supistuneet kiinteät kulut. Tulosta puolestaan laski suhteellisen myyntikatteen heikentyminen.

Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut laskivat loka-joulukuussa etenkin vähittäiskauppakettijussa koronaviruspandemian takia toteutettujen määräaikaisten lomautusten sekä toiminnan uudelleenorganisoinnin ja kustannusrakenteen tehostamisen tuloksena saavutettujen säästöjen myötä, vaikka Marimekon osakekurssin vahvistuminen kasvatti johdon pitkäaikaiseen osakepohjaiseen kannustinjärjestelmään liittyviä laskennallisia vaikutuksia. Merkittäviä säästöjä kertyi myös esimerkiksi markkinointipanostuksien supistamisesta sekä saaduista väliaikaisista vuokranalennuksista. Suhteellista myyntikatetta heikensivät etenkin merkittävästi kasvaneen verkkomyynnin seurauksena lisääntyneet logistiikkakustannukset. Myös vertailukautta suuremmat alennukset vaikuttivat suhteelliseen myyntikatteeseen. Suhteellista myyntikatetta kuitenkin tukivat tuotevalikoiman optimoinnilla saavutetut hyvät tuotekohtaiset katteet.

Vuonna 2020 konsernin liikevoitto oli 19 345 tuhatta euroa (17 117) ja vertailukelpoinen liikevoitto oli 20 173 tuhatta euroa (17 117). Tulosta paransi kiinteiden kulujen supistuminen selvästi Marimekon kunnianhimoisen säästöohjelman ansiosta. Liikevoittoa puolestaan laskivat suhteellisen myyntikatteen heikentyminen sekä liikevaihdon aleneminen. Koronaviruksen alkaessa levitä alkuvuodesta Marimekko aloitti ripeästi sopeuttamistoimenpiteet. Kiinteät kulut vähenivät selvästi, kun säästöjä saatiin esimerkiksi työsuhde-etuuksista aiheutuvista kuluista, markkinoinnista ja myymälöiden vuokrista. Myös usealla eri markkinalla myönnetyt erilaiset koronaviruspandemian negatiivisten liiketoimintavaikutusten pienentämiseen liittyvät avustukset, yhteensä 1,4 miljoonaa euroa, alensivat kiinteitä kuluja. Suhteellista myyntikatetta heikensivät etenkin merkittävästi kasvaneesta verkkomyynnistä johtunut logistiikkakustannusten kasvu sekä suuremmat alennukset. Pandemia on kasvattanut ylijäämävarastoja toimialalla, mikä yhdessä sen aiheuttaman taantuman kanssa on lisännyt kuluttajien hintaherkkyyttä. Marimekon suhteellista myyntikatetta kuitenkin tukivat tuotevalikoiman optimoinnilla saavutetut hyvät tuotekohtaiset katteet.

Markkinointiin käytettiin vuoden 2020 aikana 5 274 tuhatta euroa (7 379) eli 4 prosenttia konsernin liikevaihdosta (6).

Konsernin poistot olivat 12 556 tuhatta euroa (12 543) eli 10 prosenttia liikevaihdosta (10).

Vuonna 2020 liikevoittomarginaali oli 15,7 prosenttia (13,6) ja vertailukelpoinen liikevoittomarginaali 16,3 prosenttia (13,6). Loka-joulukuussa liikevoittomarginaali oli 13,3 prosenttia (8,7) ja vertailukelpoinen liikevoittomarginaali 15,5 prosenttia (8,7).

Nettorahoituskulut olivat 1 783 tuhatta euroa (966) eli 1 prosentti liikevaihdosta (1). Rahoituseriin sisältyy valuuttakurssieroja -720 tuhatta euroa (35), joista realisoitumattomia oli -385 tuhatta euroa (117). IFRS 16 -standardin vaikutus korkokuluihin oli -773 tuhatta euroa (-899).

Vuoden 2020 tulos ennen veroja oli 17 562 tuhatta euroa (16 151). Tilikauden tulos oli 13 765 tuhatta euroa (13 018) ja tulos osaketta kohden 1,70 euroa (1,61).

TASE

Konsernin tase 31.12.2020 oli 114 830 tuhatta euroa (96 884). Emoyhtiön osakkeenomistajille kuuluva oma pääoma oli 52 781 tuhatta euroa (38 925) eli 6,51 euroa osaketta kohden (4,80).

Pitkäaikaiset varat olivat vuoden 2020 lopussa 43 222 tuhatta euroa (41 555). Vuokrasopimusvelat olivat 37 155 tuhatta euroa (36 153) ja rahoitusvelat 725 tuhatta euroa (251). Lisäksi konsernilla oli nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä 17 146 tuhatta euroa (14 155).

Vuoden päättyessä nettokäyttöpääoma oli 7 869 tuhatta euroa (9 285). Vaihto-omaisuus laski syyskuun lopusta ja oli 22 436 tuhatta euroa (22 564). Vaihto-omaisuus kasvoi ensimmäisellä vuosipuoliskolla kysynnän laskettua äkillisesti, kun Marimekon omat myymälät suljettiin tilapäisesti koronaviruspandemian vuoksi toisella neljänneksellä. Marimekon kattava outlet-myymääläketju ja -kampanjat tarjoavat hyvät mahdollisuudet varaston pienentämiseen.

RAHAVIRTA JA RAHOITUS

Loka-joulukuussa 2020 liiketoiminnan rahavirta oli 15 909 tuhatta euroa (7 828) eli 1,96 euroa osaketta kohden (0,96). Rahavirta ennen rahoituksen rahavirtoja oli 15 103 tuhatta euroa (7 637).

Vuonna 2020 liiketoiminnan rahavirta oli 28 087 tuhatta euroa (28 992) eli 3,46 euroa osaketta kohden (3,57). Rahavirta ennen rahoituksen rahavirtoja oli 25 241 tuhatta euroa (27 423).

Konsernin rahavarat olivat vuoden päättyessä 41 045 tuhatta euroa (26 133). Rahavarojen kasvuun vaikutti päätös pidättäytyä osingonmaksusta poikkeustilanteen vuoksi; vertailukaudella osinkoja maksettiin 15 003 tuhatta euroa. Korollista luottolimiittia oli käytössä 725 tuhatta euroa (251). Lisäksi konsernilla oli nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä 17 146 tuhatta euroa (14 155). Käytettävissä on myös 5 miljoonan euron pitkäaikainen valmiusluottolimiitti, joka sisältää kovenanttiehdon. Marimekko hankki lisäturvaa rahoitukseen keväällä 2020 tilanteessa, jolloin näkyvyys pandemian kestoon ja vaikutuksiin oli erittäin heikko.

Konsernin omavaraisuusaste oli vuoden lopussa 46,6 prosenttia (40,2). Nettovelkaantumisaste (gearing) oli -6,0 prosenttia (27,0). Nettovelan suhde rullaavaan 12 kuukauden käyttökatteeseen oli -0,10 (0,35) eli selvästi alle pitkän aikavälin tavoitetason, joka on korkeintaan 2.

INVESTOINNIT

Vuonna 2020 konsernin bruttoinvestoinnit olivat 2 143 tuhatta euroa (2 594) eli 2 prosenttia liikevaihdosta (2). Pääosa investoinneista kohdistui tietojärjestelmiin ja yhtiön pääkonttorin toimitilojen energiatehokkuuden parantamiseen Marimekon omien toimintojen hiilijalanjäljen pienentämiseksi.

MYYMÄLÄVERKOSTO

Marimekolle on keskeistä olla hyvillä kohdeyleisöään palvelevilla liikepaikoilla. Myymäläverkoston toimintaa ja tehokkuutta arvioidaan ja kehitetään jatkuvasti. Vuoden 2020 aikana avattiin yksi myymälä Japanissa ja yksi Manner-Kiinassa, kolme myymälää Thaimaassa, kaksi Hongkongissa ja kaksi Etelä-Koreassa. Lisäksi avattiin shop-in-shop Virossa ja Suomessa. Frankfurtissa, Tukholmassa, Kööpenhaminassa, Hongkongissa, Shanghaissa ja Taiwanissa puolestaan suljettiin myymälät ja Suomessa kaksi shop-in-shopia. Lokakuussa yhtiön lippulaivamyymälä Helsingissä laajeni merkittävästi. Uudistettu lippulaivamyymälä edustaa Marimekon uusinta myymäläkonseptia, jonka tavoitteena on tarjota asiakkaille vahvan elämyksellinen ja kokonaisvaltainen Marimekko-lifestylen kokemus. Vuoden lopussa Marimekko-myymälöitä ja -shop-in-shopeja oli 154. Myymälöiden liikevaihto kullakin markkinalla kertyy pääosin myynnistä paikallisille asiakkaille, vaikka etenkin lomakausien aikana myynti turisteille on tiettyjen keskeisten myymälöiden myynnistä merkittävä. Verkkokauppa tavoitti asiakkaita jo 34 maassa, kun vuoden lopussa Marimekon partnerit Aasiassa vahvistivat monikanavaisuuttaan ja Marimekko-tuotteiden verkkokauppa avautui sekä Thaimaassa että Etelä-Koreassa.

Koronaviruspandemia vaikutti vuonna 2020 Marimekko-myymälöiden toimintaan kaikilla markkinoilla. Suurin osa kaikista Marimekko-myymälöistä eri puolilla maailmaa oli pandemian vuoksi tilapäisesti suljettuina ensimmäisellä tai toisella neljänneksellä. Valtaosa Marimekon omista myymälöistä oli 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 toisella vuosipuoliskolla lähes kaikki omat myymälät olivat avoinna, osin rajoitetuin aukioloajoin. Osa Australian-myymälöistä suljettiin väliaikaisesti viranomaismääräysten vuoksi uudelleen heinäkuun alussa ja avattiin jälleen lokakuun lopussa. Aasiassa partneriomisteiset Marimekko-myymälät olivat neljännellä neljänneksellä avoinna, mutta pandemiatilanteen pahennuttua alkuvuonna 2021 aukioloaikoja on paikoin rajoitettu.

Marimekko on panostanut digitaalisen liiketoimintansa kehittämiseen jo vuosia ja pystyi sen ansiosta keväällä nopeasti siirtämään kampanjansa verkkoon suljettuaan väliaikaisesti omat

vähittäismyymälänsä koronaviruspandemian seurauksena. Verkkokauppa oli tärkeä vähittäismyyntikanava vuonna 2020, ja sen myynti kasvoi merkittävästi myös neljänellä neljänneksellä. Oman verkkokaupan lisäksi yhtiöllä on jakelua myös partnereiden operoimien Marimekko-verkkokauppojen ja muiden verkkomyyntikanavien kautta.

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

	31.12.2020	31.12.2019
Suomi	65	66
Skandinavia	8	10
EMEA	2	2
Pohjois-Amerikka	6	6
Aasian-Tyynenmeren alue	73	67
Yhteensä	154	151

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

HENKILÖSTÖ

Vuonna 2020 henkilöstöä oli kokoaikaisiksi muutettuna keskimäärin 434 (442) ja vuoden lopussa 422 (450), joista 84 (98) työskenteli ulkomailla. Ulkomailla työskentelevien määrä jakautui seuraavasti: Skandinavia 24 (32), EMEA 2 (5), Pohjois-Amerikka 32 (31) ja Aasian-Tyynenmeren alue 26 (30). Omissa myymälöissä henkilöstöä kokoaikaisiksi muutettuna oli vuoden päättyessä 210 (257).

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 määräaikaisesti. 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.

Marimekko kertoi 8.10.2020 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. 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.

MUUTOKSET JOHDOSSA

Yhtiön johdossa tapahtui vuoden 2020 aikana seuraavat muutokset. Rebekka Bay nimitettiin Marimekon luovaksi johtajaksi ja johtoryhmän jäseneksi 1.9.2020 alkaen. Nimityksen yhteydessä 2.6.2020 Bay luopui Marimekon hallituksen jäsenyydestä. Sanna-Kaisa Niikko nimitettiin Marimekon markkinointijohtajaksi ja johtoryhmän jäseneksi 8.10.2020 alkaen. Dan Trapp aloitti Marimekon myyntijohtajana ja johtoryhmän jäsenenä 2.11.2020. Myyntijohtaja ja johtoryhmän jäsen Morten Israelsen lopetti tehtävässään 16.10.2020.

Marimekko-konsernin johtoryhmän muodostivat vuoden 2020 lopussa Tiina Alahuhta-Kasko puheenjohtajana sekä jäseninä Elina Anckar (talousjohtaja), Rebekka Bay (luova johtaja), Tina Broman (hankinta- ja tuotejohtaja), Kari Härkönen (digitaalisesta liiketoiminnasta vastaava johtaja), Sanna-Kaisa Niikko (markkinointijohtaja), Tanya Strohmayer (henkilöstöjohtaja), Dan Trapp (myyntijohtaja) ja Riika Wikberg (liiketoiminnan kehityksestä ja transformaatiosta vastaava johtaja).

VARSINAISEN YHTIÖKOKOUKSEN PÄÄTÖKSET

Marimekko Oyj:n varsinaisen yhtiökokouksen 2020 päätöksistä on kerrottu pörssitiedotteessa 8.4.2020 sekä osavuositarkastuksessa 14.5.2020.

SELVITYS HALLINTO- JA OHJAUSJÄRJESTELMÄSTÄ

Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä vuodelta 2020 julkaistaan hallituksen toimintakertomuksesta erillisenä viimeistään viikolla 12. Selvitys on luettavissa yhtiön kotisivuilla company.marimekko.com.

OSAKE JA OSAKKEENOMISTAJAT

Osakepääoma ja osakkeiden määrä

Vuoden 2020 päättyessä yhtiön kaupparekisteriin merkitty täysin maksettu osakepääoma oli 8 040 000 euroa ja osakkeiden lukumäärä 8 129 834 kappaletta.

Osakeomistus

Vuoden lopussa Marimekolla oli arvo-osuusrekisterin mukaan 18 411 osakkeenomistajaa (11 511). Osakkeista 13,7 prosenttia oli hallintarekisteröityjen ja ulkomaisten omistajien omistuksessa (11,6).

Marimekko Oyj:llä oli 31.12.2020 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

Vuonna 2020 Marimekon osakkeita vaihdettiin Nasdaq Helsingissä yhteensä 3 344 494 kappaletta (2 137 688) eli 41,1 prosenttia (26,3) yhtiön koko osakekannasta. Osakkeiden yhteenlaskettu vaihtoarvo oli 106 484 058 euroa (63 287 646). Osakkeen alin kurssi oli 21,30 euroa (20,80), ylin 46,95 euroa (39,00) ja keskimurssi 31,85 euroa (29,61). Vuoden lopussa osakkeen päätöskurssi oli 45,55 euroa (35,80).

Yhtiön markkina-arvo 31.12.2020 oli 369 402 939 euroa ilman yhtiön hallussa olevia omia osakkeita (290 332 057).

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. Tilikauden jälkeen hallitus käytti valtuutusta ja päätti, että vuodelta 2019 maksetaan yhdessä erässä osinkoa 0,90 euroa osakkeelta. Osingon täsmäytyspäivä on 22.2.2021 ja maksupäivä 1.3.2021.

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 vuonna 2020. 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:ta 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 vuonna 2020. Valtuutus on voimassa 8.10.2021 asti.

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

TUTKIMUS- JA KEHITTÄMISTOIMINTA

Marimekon tuotesuunnittelu- ja kehityskustannukset liittyvät mallistosuunnitteluun ja uusia, vastuullisempia materiaaleja ja valmistustapoja koskeviin yhteistöihin. Suunnittelukustannukset kirjataan kuluihin.

VASTUULLISUUS

Vastuullisuuden johtaminen on Marimekossa osa jokapäiväistä johtamista ja toiminnan kehittämistä. Marimekon vastuullisuusstrategian 2016–2020 keskeisiä teemoja olivat kestävä ja ajaton design, sidosryhmien ja henkilöstön osallistaminen, vastuullinen hankintaketju, resurssitehokkuus sekä ympäristöstä ja henkilöstöstä huolehtiminen. Vuonna 2020 Marimekossa tehtiin töitä muun muassa vastuullisempien materiaalien osuuden kasvattamiseksi tuotteissa sekä hiilidioksidi- ja muiden päästöjen vähentämiseksi. Marimekko haluaa olla eturintamassa kehittämässä jatkuvasti vastuullisempia tuotteita ja toimintatapoja ja nosti siksi joulukuussa julkaistussa vastuullisuusstrategiassaan vuosille 2021–2025 tavoitteensa sekä omien toimintojensa että koko arvoketjun osalta uudelle, entistä selvästi kunnianhimoisemmalle tasolle. Uusi vastuullisuusohjelma rakentuu kolmelle pääperiaatteelle: ajaton design tuo iloa sukupolvesta toiseen, tulevaisuuden tuotteet eivät jätä jälkeä ja kohti positiivista muutosta oikeudenmukaisuuden ja tasa-arvon avulla.

Yhtiöllä on yhteiset toimintaohjeet (Code of Conduct), jotka määrittävät kaikkien työntekijöiden ja johdon tavan toimia. Myös Marimekon toimittajakumppaneiden on sitouduttava noudattamaan heille laadittuja toimintaohjeita, jotka sisältävät muun muassa kiellon lapsi- ja pakkotyövoiman käytöstä.

Marimekko julkaisee erillisen selvityksen muista kuin taloudellisista tiedoista vuoden 2020 tilinpäätöksen yhteydessä viimeistään viikolla 12. Laajemmin yhtiö kertoo vastuullisuustyöstään ja ympäristö-, terveys- ja turvallisuusasioista kerran vuodessa ilmestyvässä erillisessä vastuullisuuskatsauksessa, joka on luettavissa yhtiön kotisivuilla company.marimekko.com kohdassa Vastuullisuus/Vastuullisuuskatsaus. Seuraava katsaus ilmestyy kesällä 2021.

KATSausKAUDEN JÄLKEISET TAPAHTUMAT

Osinko vuodelta 2019

Tilikauden jälkeen hallitus käytti yhtiökokoukselta 8.4.2020 saamaansa valtuutusta ja päätti, että vuodelta 2019 maksetaan yhdessä erässä osinkoa 0,90 euroa osakkeelta. Osinko maksetaan osakkeenomistajalle, joka on osingonmaksun täsmäytyspäivänä 22.2.2021 merkittynä Euroclear Finland Oy:n Marimekko Oyj:n hallituksen lukuun pitämään yhtiön osakasluetteloon. Osingon maksupäivä on 1.3.2021.

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. Pandemia vaikuttaa maailmantalouden kehitykseen monin tavoin ja on nostanut talouden 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 lyhyen aikavälin lisäksi 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 hintaherkkyiden 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. Kilpailukyvyyn 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 sisältyy riskejä.

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.

Yhtiön operatiivisista riskeistä korostuvat kansainvälistymiseen, digitalisaatioon, vastuullisuuteen sekä hankinta- ja logistiikkaketjuun 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 tietoturvas- ja tietojärjestelmien toimivuudessa verkkokaupan merkityksen korostuessa entisestään. Alalle tyypillinen varhainen sitoutuminen tuotetilauksiin alihankkijoilta heikentää yhtiön mahdollisuuksia reagoida kysynnän nopeisiin vaihteluihin erityisesti poikkeustilanteissa. Esimerkiksi nopea kysynnän kasvu voi aiheuttaa haasteita tuotteiden saatavuudessa.

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 myynninmenetystä. 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. Näitä riskejä voivat kasvattaa myös merkittävät kertaluonteiset kampanjat. Vastuullisuuden kehittämisen merkitys kilpailukyvyllä kasvaa toimialalla, mikä voi vaikuttaa yhtiön myyntiin ja kannattavuuteen. Yhtiö käyttää tuotteidensa valmistukseen pääasiassa alihankkijoita. Valmistukseen liittyvistä vastuullisuuskysymyksistä erityisesti hankintaketjua koskevilla sosiaalisilla näkökohdilla (muun muassa ihmisoikeudet, työolot ja palkkaus) ja ympäristönäkökohdilla (esimerkiksi tuotantomenetelmät sekä käytetyt raaka-aineet ja 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 laatuviitelut voivat haitata liiketoimintaa. Tuoteturvallisuudesta huolehtimalla sekä jatkuvalla laadunvalvonnalla ja vastuullisuustyöllä 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 myynninmenetystä 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, tuotantontekijöiden 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 2021

Koronaviruspandemia on globaalille muotialalle ja erikoiskaupalle pahin kriisi vuosikymmeniin ja koskettaa toimialaa voimakkaasti myös vuonna 2021. Se on nostanut maailmantalouden epävarmuuden aivan uudelle tasolle ja muokkaa kuluttajien ostokäyttäytymistä. Poikkeustilanne voi vaikuttaa Marimekon myyntiin, kannattavuuteen ja kassavirtaan. Lisäksi globaalilla kriisillä voi olla vaikutuksia yhtiön arvoketjun toimintavarmuuteen. Pandemian kesto, uudet tartunta-aallot ja virusmuunnokset sekä eri maiden tapa hoitaa kriisiä vaikuttavat talouden taantumana syvyyteen eri markkinoilla.

Marimekolle tärkeä kotimarkkina Suomi edustaa perinteisesti noin puolta yhtiön liikevaihdosta. Myynnin Suomessa odotetaan kasvavan edellisvuodesta. Vuoden 2021 tukkumyyntiin Suomessa vaikuttavat positiivisesti kertaluonteiset kampanjatoimitukset, joiden kokonaisarvon arvioidaan olevan edellisvuotta merkittävästi suurempi. Toimitukset painottuvat voimakkaasti toiselle vuosipuoliskolle.

Aasian-Tyynenmeren alue on Marimekon toiseksi suurin markkina, ja sillä on tärkeä rooli yhtiön kansainvälisessä kasvussa. Japani on Marimekolle selvästi merkittävin maa tällä alueella, ja siellä on jo varsin kattava Marimekko-myymlöiden verkosto. Muiden Aasian maiden yhteenlaskettu osuus yhtiön liikevaihdosta on vielä selvästi pienempi, mutta toiminta näissä maissa kasvaa koko ajan. Kaikki Marimekko-myymlöt Aasiassa ovat partneriomisteisiä. Liikevaihdon Aasian-Tyynenmeren alueella odotetaan kasvavan vuonna 2021. Vuonna 2021 tavoitteena on avata arviolta 5–10 uutta Marimekko-myymlää ja -shop-in-shopia, ja valtaosa suunnitelluista avauksista sijoittuu Aasiaan.

Marimekon kasvun veturina on sekä yhtiön oma että Aasian-partnereiden monikanavainen Marimekko-vähittäismyynti. Vuonna 2021 myös kotimaan tukkumyynnin kertaluonteisilla kampanjatoimituksilla arvioidaan olevan merkittävä vaikutus yhtiön kasvuun, ja ne voivat nostaa Marimekon varastoriskejä. Koronavirustilanteen kehittyminen ja mahdollisesti tiukentuvat rajoitukset eri markkina-alueilla sekä myymälöiden asiakasmäärien muutokset vaikuttavat sekä vähittäis- että tukkumyynnin näkyviin, myös kertaluonteisten kampanjoiden osalta. Pandemian aiheuttamat nopeat kysynnän vaihtelut voivat vaikuttaa esimerkiksi tuotteiden saatavuuteen ja sitä kautta liikevaihtoon. Liikevaihtoon ja tulokseen vaikuttaa olennaisesti myös jakelukeskusten ja logistiikan toimintavarmuuden ja tehokkuuden säilyminen poikkeustilanteessa. Marimekko jatkaa toimenpiteitä harmaaviennin kontrolloimiseksi, millä on selvästi heikentävä vaikutus yhtiön myyntiin ja tulokseen vuonna 2021. Lisenssituoitojen arvioidaan olevan edellisvuotta alemmat.

Marimekko suunnittelee vauhdittavansa kansainvälistä kasvua vuonna 2021 ja panostavansa erityisesti digitaaliseen liiketoimintaan, saumattomaan monikanavaiseen asiakaskokemukseen, vastuullisuuteen ja bränditunnettuuteen. Kiinteiden kulujen odotetaan nousevan edellisvuodesta. Vuonna 2020 kiinteitä kuluja vähensivät osin tilapäiset kustannussäästöt sekä koronaviruspandemian negatiivisten liiketoimintavaikutusten pienentämiseen eri maissa myönnettyt tuet. Markkinointikustannuksien odotetaan kasvavan (2020: 5,3 miljoonaa euroa). Myös kokonaisinvestointien arvioidaan nousevan (2020: 2,1 miljoonaa euroa). Pääosa investoinneista kohdistuu tietojärjestelmiin digitaalisen liiketoiminnan vahvistamiseksi. Johtoryhmälle suunnatun pitkäaikaisen osakeperusteisen kannustinjärjestelmän laskennalliset vaikutukset riippuvat yhtiön osakkeen kurssikehityksestä vuoden aikana.

Koronaviruspandemian aiheuttama epävakaus jatkuu. Marimekko seuraa tarkasti pandemiatilanteen kehittymistä kullakin markkina-alueella ja sopeuttaa toimintaansa ja suunnitelmiaan tilanteen mukaan.

Marimekon liiketoiminnan kausiluonteisuudesta johtuen liikevaihto- ja tulokertymä painottuu tilikauden kahdelle viimeiselle neljännekselle.

HALLITUKSEN OSINGONJAKOEHDOTUS

Emoyhtiön jakokelpoiset varat olivat 38 649 093,87 euroa; tilikauden voitto oli 15 934 625,49 euroa. Marimekon hallitus ehdottaa, että varsinainen yhtiökokous 14.4.2021 valtuuttaisi hallituksen päättämään enintään 1,00 euron osakekohtaisen osingon jakamisesta yhdessä tai useammassa erässä myöhempänä ajankohtana. Valtuutus olisi voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen asti. Hallituksen ehdotuksen taustalla on koronaviruspandemiasta johtuva yleisen taloudellisen tilanteen epävarmuus. Yhtiö julkistaa hallituksen mahdollisen osingonjakopäätöksen erikseen ja vahvistaa samassa yhteydessä asiaankuuluvat täsmäytys- ja maksupäivät.

VUOSIKALENTERI 2021

Vuoden 2020 tilinpäätös julkistetaan viimeistään viikolla 12. Vuonna 2021 osavuosi- ja puolivuosisikatsaukset 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 18. helmikuuta 2021

Marimekko Oyj
Hallitus

Vuoden 2020 neljännesvuositulokset ovat tilintarkastamattomia. Koko vuotta 2020 koskevat luvut perustuvat vuoden 2020 tilintarkastettuun tilinpäätökseen. Tuhansiksi euroiksi pyöristettyjen lukujen yhteenlaskuissa saattaa esiintyä pyöristyseroja.

LAADINTAPERIAATTEET

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

Lisäksi konserni on hyödyntänyt IASB:n 28.5.2020 julkaisemaa vuokratukien käsittelyyn liittyvää IFRS 16 -standardin muutosta, joka hyväksyttiin EU:ssa 12.10.2020. Konserni on soveltanut muutoksen sisältämää käytännön helpotusta jättäen koronaviruspandemian johdosta myönnettyjä vuokravapauksia käsittelemättä IFRS 16 -standardin mukaisena vuokrasopimuksen muutoksena. Vuokrasopimukset, joihin liittyy ainoastaan vuokravapaus tai -alennus, käsiteltiin negatiivisina muuttuvina vuokrina eli niiden vaikutus kirjattiin suoraan tuloslaskelmaan.

LIITTEET

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

KONSERNITULOSLASKELMA

(1 000 euroa)	10-12/2020	10-12/2019	1-12/2020	1-12/2019
LIKEVAIHTO	37 358	34 716	123 568	125 419
Liiketoiminnan muut tuotot	63	72	341	616
Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos	-3 745	-1 038	-361	444
Aineiden ja tarvikkeiden käyttö	-11 590	-12 602	-48 237	-45 391
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	-7 938	-7 623	-25 334	-27 780
Poistot ja arvonalentumiset	-3 164	-3 170	-12 556	-12 543
Liiketoiminnan muut kulut	-6 020	-7 342	-18 076	-23 647
LIKEVOITTO	4 963	3 013	19 345	17 117
Rahoitustuotot	89	-35	592	462
Rahoituskulut	-476	-280	-2 375	-1 429
	-387	-315	-1 783	-966
TULOS ENNEN VEROJA	4 576	2 698	17 562	16 151
Tuloverot	-1 114	-567	-3 798	-3 133
TILIKAUDEN TULOS	3 462	2 131	13 765	13 018
Tuloksen jakautuminen emoyhtiön osakkeenomistajille	3 462	2 131	13 765	13 018
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tuloksesta laskettu laimentamaton ja laimennusvaikutuksella oikaistu osakekohtainen tulos, euroa	0,43	0,26	1,70	1,61

LAAJA TULOSLASKELMA

(1 000 euroa)	10-12/2020	10-12/2019	1-12/2020	1-12/2019
Tilikauden tulos	3 462	2 131	13 765	13 018
Erät, jotka voidaan siirtää myöhemmin tulosvaikutteisiksi				
Muuntoeron muutos	-41	82	92	-17
TILIKAUDEN LAAJA TULOS	3 421	2 213	13 857	13 001
Tuloksen jakautuminen emoyhtiön osakkeenomistajille	3 421	2 213	13 857	13 001

KONSERNITASE

(1 000 euroa)	31.12.2020	31.12.2019
VARAT		
PITKÄAIKAISET VARAT		
Aineettomat hyödykkeet	1 077	593
Aineelliset hyödykkeet	41 269	40 431
Muut rahoitusvarat	16	16
Laskennalliset verosaamiset	860	515
	43 222	41 555
LYHYTAIKAISET VARAT		
Vaihto-omaisuus	22 436	22 564
Myyntisaamiset ja muut saamiset	8 126	6 632
Rahavarat	41 045	26 133
	71 607	55 329
VARAT YHTEENSÄ	114 830	96 884
OMA PÄÄOMA JA VELAT		
EMOYHTIÖN OMISTAJILLE KUULUVA OMA PÄÄOMA		
Osakepääoma	8 040	8 040
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	1 228	1 228
Omat osakkeet	-315	-315
Muuntoerot	26	-66
Kertyneet voittovarot	43 802	30 037
Oma pääoma yhteensä	52 781	38 925
PITKÄAIKAISET VELAT		
Vuokrasopimusvelat	26 996	25 950
Muut pitkäaikaiset velat	1 476	1 644
	28 472	27 594
LYHYTAIKAISET VELAT		
Ostovelat ja muut velat	22 160	17 796
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	534	2 115
Vuokrasopimusvelat	10 158	10 203
Rahoitusvelat	725	251
	33 577	30 366
Velat yhteensä	62 048	57 960
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	114 830	96 884

KONSERNIN RAHAVIRTALASKELMA

(1 000 euroa)	1-12/2020	1-12/2019
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA		
Tilikauden tulos	13 765	13 018
Oikaisut		
Poistot ja arvonalentumiset	12 556	12 543
Rahoitustuotot ja -kulut	1 783	966
Verot	3 798	3 133
Rahavirta ennen käyttö pääoman muutosta	31 902	29 661
Käyttöpääoman muutos	3 310	2 887
Lyhytaikaisten korottomien liikesaamisten lisäys (-) / vähennys (+)	-1 591	-117
Vaihto-omaisuuden lisäys (-) / vähennys (+)	65	-450
Lyhytaikaisten korottomien velkojen lisäys (+) / vähennys (-)	4 836	3 454
Liiketoiminnan rahavirta ennen rahoituseriä ja veroja	35 124	32 548
Maksetut korot ja maksut muista rahoituskuluista	-1 463	-1 408
Saadut korot ja maksut muista rahoitustuotoista	78	404
Maksetut verot	-5 740	-2 552
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA	28 087	28 992
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA		
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin	-2 846	-1 569
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA	-2 846	-1 569
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA		
Lyhytaikaisten lainojen nostot	6 488	251
Lyhytaikaisten lainojen takaisinmaksut	-6 000	-
Henkilöstöanti	-	726
Vuokrasopimusvelkojen maksut	-10 729	-10 437
Maksetut osingot	-	-15 003
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA	-10 241	-24 463
Rahavarojen muutos	14 999	2 960
Rahavarat katsauskauden alussa	26 133	23 174
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	-87	-
Rahavarat katsauskauden lopussa	41 045	26 133

Marimekolla on lisäksi nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä 17 146 tuhatta euroa (14 155). Tarvittaessa käytettävissä on myös 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					13 018	13 018
Muuntoerot				-17		-17
Tilikauden laaja tulos yhteensä				-17	13 018	13 001
Liiketoimet omistajien kanssa						
Osingonjako					-15 003	-15 003
Henkilöstöanti		726				726
Osakeperusteiset liiketoimet, henkilöstöanti					195	195
Oma pääoma 31.12.2019	8 040	1 228	-315	-66	30 037	38 925
Oma pääoma 1.1.2020	8 040	1 228	-315	-66	30 037	38 925
Laaja tulos						
Tilikauden tulos					13 765	13 765
Muuntoerot				92		92
Tilikauden laaja tulos yhteensä				92	13 765	13 857
Oma pääoma 31.12.2020	8 040	1 228	-315	26	43 802	52 781

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	-110	146	60	206
Luokitteluoikaisu	612	-	-612	-612
Lisäykset	246	4 675	2 347	7 022
Vähennykset	-	-	-1 332	-1 322
Siirrot erien välillä	83	-	-83	-83
Hankintameno 31.12.2019	10 453	46 598	28 209	74 808
Kertyneet poistot 1.1.2019	9 280	-	23 392	23 392
Muuntoerot	51	8	-107	-99
Vähennysten kertyneet poistot	-	-	-931	-931
Tilikauden poistot	529	10 824	1 190	12 014
Kertyneet poistot 31.12.2019	9 860	10 833	23 544	34 376
Kirjanpitoarvo 31.12.2019	593	35 766	4 665	40 431
Kirjanpitoarvo 1.1.2019	342	-	4 438	4 438
Kirjanpitoarvo 31.12.2019	593	35 766	4 665	40 431
Hankintameno 1.1.2020	10 453	46 598	28 209	74 808
Muuntoerot	-148	-426	-343	-769
Lisäykset	378	11 957	1 765	13 722
Siirrot erien välillä	512	-	-512	-512
Hankintameno 31.12.2020	11 196	58 129	29 120	87 249
Kertyneet poistot 1.1.2020	9 860	10 833	23 544	34 376
Muuntoerot	-153	-208	-333	-541
Tilikauden poistot	411	10 938	1 208	12 145
Kertyneet poistot 31.12.2020	10 118	21 562	24 418	45 981
Kirjanpitoarvo 31.12.2020	1 077	36 567	4 702	41 269
Kirjanpitoarvo 1.1.2020	593	35 766	4 665	40 431
Kirjanpitoarvo 31.12.2020	1 077	36 567	4 702	41 269

TUNNUSLUKUJA

	1-12/2020	1-12/2019	Muutos, %
Tulos/osake (EPS), euroa	1,70	1,61	6
Oma pääoma/osake, euroa	6,51	4,80	36
<i>Oman pääoman tuotto (ROE), %</i>	<i>30,0</i>	<i>33,0</i>	
<i>Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %</i>	<i>22,5</i>	<i>17,9</i>	
<i>Omavaraisuusaste, %</i>	<i>46,6</i>	<i>40,2</i>	
<i>Nettovelkaantumisaste (gearing), %</i>	<i>-6,0</i>	<i>27,0</i>	
Bruttoinvestoinnit, 1 000 euroa	2 143	2 594	-17
<i>Bruttoinvestoinnit, % liikevaihdosta</i>	<i>2</i>	<i>2</i>	
Vastuusitoumukset, 1 000 euroa	662	617	7
Henkilöstö keskimäärin	434	442	-2
Henkilöstö kauden lopussa	422	450	-6
Liikkeessä olevien osakkeiden lukumäärä kauden lopussa	8 109 834	8 109 834	
Liikkeessä olevien osakkeiden lukumäärä keskimäärin	8 109 834	8 100 246	

Bruttoinvestoinnit eivät sisällä IFRS 16:n vaikutusta.

VAIHTOEHTOISTEN TUNNUSLUKUJEN TÄSMÄYTYS IFRS-TILINPÄÄTÖSLUKUIHIN

(Milj. euroa)	10-12/ 2020	10-12/ 2019	1-12/ 2020	1-12/ 2019
Vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät				
Uudelleenjärjestelykustannukset	-0,8	-	-0,8	-
Vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät liikevoitossa	-0,8	-	-0,8	-
Käyttökate (EBITDA)	8,1	6,2	31,9	29,7
Uudelleenjärjestelykustannukset	0,8	-	0,8	-
Vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA)	9,0	6,2	32,7	29,7
Liikevoitto	5,0	3,0	19,3	17,1
Uudelleenjärjestelykustannukset	0,8	-	0,8	-
Vertailukelpoinen liikevoitto	5,8	3,0	20,2	17,1
Liikevaihto	37,4	34,7	123,6	125,4
<i>Liikevoittomarginaali, %</i>	<i>13,3</i>	8,7	<i>15,7</i>	13,6
<i>Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali, %</i>	<i>15,5</i>	8,7	<i>16,3</i>	13,6

Vertailukelpoisuuteen vaikuttavina erinä on eritelty yhtiön perusliiketoiminnasta erilliset erät, kuten liiketoiminnan uudelleenjärjestelyyn liittyvät kustannukset. Konsernin johto käyttää harkintaa tehdessään päätöksiä vertailukelpoisten erien luokittelussa.

LIIKEVAIHTO MARKKINA-ALUEITTAIN

(1 000 euroa)	10-12/ 2020	10-12/ 2019	Muutos, %	1-12/ 2020	1-12/ 2019	Muutos, %
Suomi	23 220	21 934	6	71 145	71 163	0
Vähittäismyynti	14 647	15 495	-5	45 928	51 918	-12
Tukkumyynti	8 512	6 369	34	25 058	19 012	32
Lisenssituotot	61	70	-13	158	233	-32
Skandinavia	3 168	2 609	21	9 883	9 297	6
Vähittäismyynti	1 155	1 467	-21	4 311	5 434	-21
Tukkumyynti	2 012	1 142	76	5 572	3 862	44
Lisenssituotot	-	-	-	-	-	-
EMEA	3 980	2 566	55	13 961	11 992	16
Vähittäismyynti	577	472	22	2 160	1 568	38
Tukkumyynti	3 307	1 936	71	11 400	9 980	14
Lisenssituotot	96	158	-39	401	443	-10
Pohjois-Amerikka	1 710	2 042	-16	6 466	8 257	-22
Vähittäismyynti	1 089	1 689	-36	3 952	5 798	-32
Tukkumyynti	517	312	65	2 268	1 987	14
Lisenssituotot	104	41	154	247	472	-48
Aasian-Tyynenmeren alue	5 280	5 563	-5	22 114	24 712	-11
Vähittäismyynti	1 226	1 316	-7	3 609	4 378	-18
Tukkumyynti	3 643	3 847	-5	16 495	18 733	-12
Lisenssituotot	410	400	3	2 010	1 600	26
Kansainvälinen myynti yhteensä	14 138	12 781	11	52 424	54 256	-3
Vähittäismyynti	4 047	4 944	-18	14 032	17 178	-18
Tukkumyynti	9 480	7 237	31	35 734	34 562	3
Lisenssituotot	611	600	2	2 658	2 516	6
Yhteensä	37 358	34 716	8	123 568	125 419	-1
Vähittäismyynti	18 695	20 440	-9	59 960	69 096	-13
Tukkumyynti	17 992	13 606	32	60 792	53 574	13
Lisenssituotot	672	669	0	2 816	2 748	2

Tukkumyynnin liikevaihto kirjataan tukkuasiakkaan maantieteellisen sijainnin mukaan.

MYYMÄLÄT JA SHOP-IN-SHOPIT

	31.12.2020	31.12.2019
Suomi	65	66
Omat myymälät	25	25
Omat outlet-myymälät	12	12
Jälleenmyyjämyymälät	13	13
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	15	16
Skandinavia	8	10
Omat myymälät	5	7
Omat outlet-myymälät	-	-
Jälleenmyyjämyymälät	-	-
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	3	3
EMEA	2	2
Omat myymälät	-	1
Omat outlet-myymälät	-	-
Jälleenmyyjämyymälät	-	-
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	2	1
Pohjois-Amerikka	6	6
Omat myymälät	4	4
Omat outlet-myymälät	1	1
Jälleenmyyjämyymälät	1	1
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	-	-
Aasian-Tyynenmeren alue	73	67
Omat myymälät	4	4
Omat outlet-myymälät	-	-
Jälleenmyyjämyymälät	58	52
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	11	11
Yhteensä	154	151
Omat myymälät	38	41
Omat outlet-myymälät	13	13
Jälleenmyyjämyymälät	72	66
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	31	31

Sisältää Marimekon omat vähittäismyymälät, jälleenmyyjäomisteiset Marimekko-myymälät sekä yli 30 m²:n suuruiset shop-in-shopit. Omia vähittäismyyvälöitä oli vuoden 2020 lopussa 51 (54).

LIIKEVAIHTO TUOTELINJOITTAIN

(1 000 euroa)	10-12/ 2020	10-12/ 2019	Muutos, %	1-12/ 2020	1-12/ 2019	Muutos, %
Muoti	8 455	11 618	-27	39 740	46 746	-15
Kodintuotteet	20 421	15 874	29	56 262	47 941	17
Laukut ja asusteet	8 482	7 223	17	27 566	30 732	-10
Yhteensä	37 358	34 716	8	123 568	125 419	-1

LIIKEVAIHDON JA TULOKSEN KEHITYS VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN

(1 000 euroa)	10-12/2020	7-9/2020	4-6/2020	1-3/2020
Liikevaihto	37 358	38 011	23 327	24 872
Liikevoitto	4 963	10 514	2 661	1 208
Tulos/osake, euroa	0,43	0,98	0,27	0,02

(1 000 euroa)	10-12/2019	7-9/2019	4-6/2019	1-3/2019
Liikevaihto	34 716	34 451	29 137	27 116
Liikevoitto	3 013	7 823	3 691	2 591
Tulos/osake, euroa	0,26	0,79	0,32	0,24

TUNNUSLUKUJEN LASKENTAKAAVAT

Vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA), euroa:

Liiketulos - poistot - arvonalentumiset - vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät

Vertailukelpoinen liiketulos, euroa:

Liiketulos - vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät liiketuloksessa

Vertailukelpoinen liikeulosmarginaali, %:

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 31.12.

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