marimekko

Tilinpäätös 2017

15.2.2018
Tiina Alahuhta-Kasko

Q4/2017 lyhyesti

+ Liikevaihtoa tuki onnistunut joulusesonki
+ Vähittäismyynnin kasvu erityisesti Suomessa
+ Kansainvälisen myynnin kasvu 15 prosenttia
+ Suhteellisen myyntikatteen nousu sekä alemmat poistot

- Suomen-tukkumyynnin lasku
  - vertailukauteen sisältyi kertaluonteisia kampanjatoimituksia

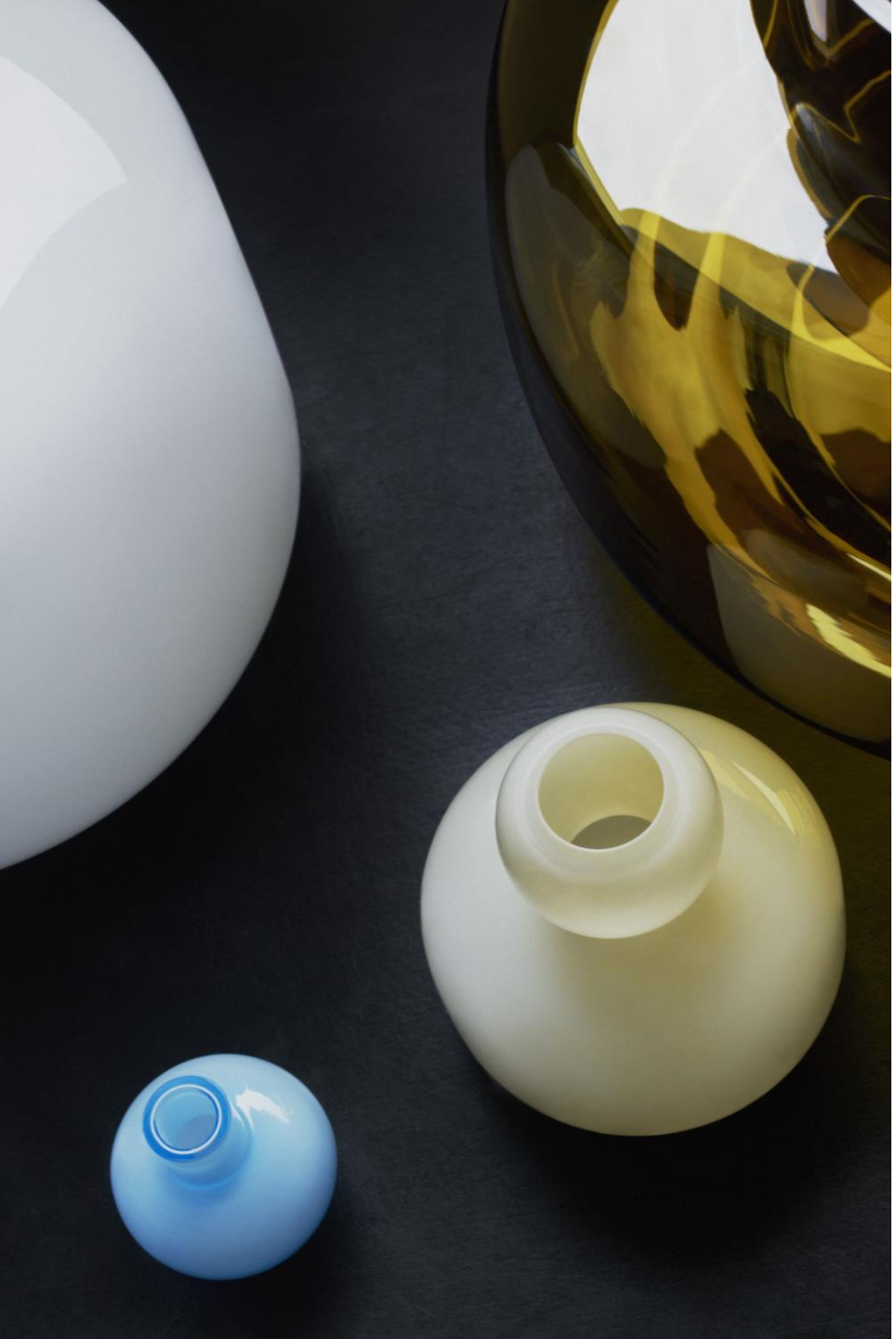
Kauden tapahtumia

Marimekko ja Spinnova aloittivat uusien, puupohjaisten tekstiilien kehittämiseen ja kaupallistamiseen liittyvän yhteistyön

Marimekko Spirit -näyttelyt avautuivat Tokiossa marras- ja joulukuussa

Uusi Marimekko-myymälä avautui Bangkokissa Thaimaassa joulukuussa

Satu Maaranen nimitettiin Marimekon vaatteiden, laukkujen ja asusteiden pääsuunnittelijaksi



Avainluvut

Q4/2017

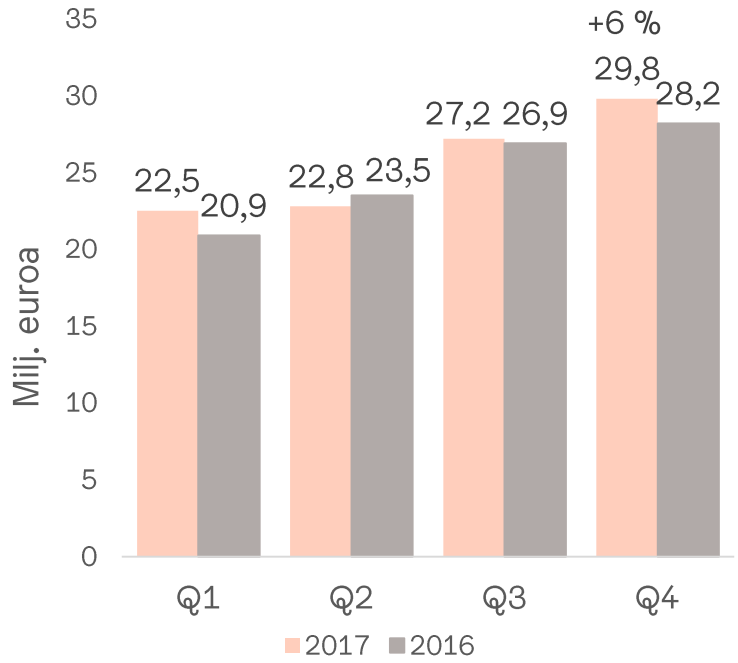
- Liikevaihto 29,8 milj. euroa (28,2)
- Brändimyynti 58,0 milj. euroa (49,9)
- Käyttökate (EBITDA) 3,2 milj. euroa (2,7)
- Vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA) 3,2 milj. euroa (2,7)
- Liikevoitto 2,4 milj. euroa (1,8)
- Vertailukelpoinen liikevoitto 2,4 milj. euroa (1,8)
- Tulos/osake (EPS) 0,21 euroa (0,19)

2017

- Liikevaihto 102,3 milj. euroa (99,6)
- Brändimyynti 192,7 milj. euroa (199,3)
- Liikevoitto 8,4 milj. euroa (5,2)
- Vertailukelpoinen liikevoitto 8,6 milj. euroa (6,1)

Liikevaihto ja liiketulos

Liikevaihto Q4/2017



Milj. euroa	10-12/2017	10-12/2016	Muutos, %
Suomi	16,4	16,5	-1
Skandinavia	2,6	2,2	18
EMEA	3,1	2,5	26
Pohjois-Amerikka	2,2	2,0	11
Aasian-Tyynenmeren alue	5,5	5,0	11
YHTEENSÄ	29,8	28,2	6

Liikevaihto +6 % 29,8 milj. euroon (28,2); +10 % muutos valuutassa

- vähittäismyynti +10 %
- tukkumyynti +1 %

Kansainvälinen myynti +15 % 13,4 milj. euroon (11,7); +20 % muutos valuutassa

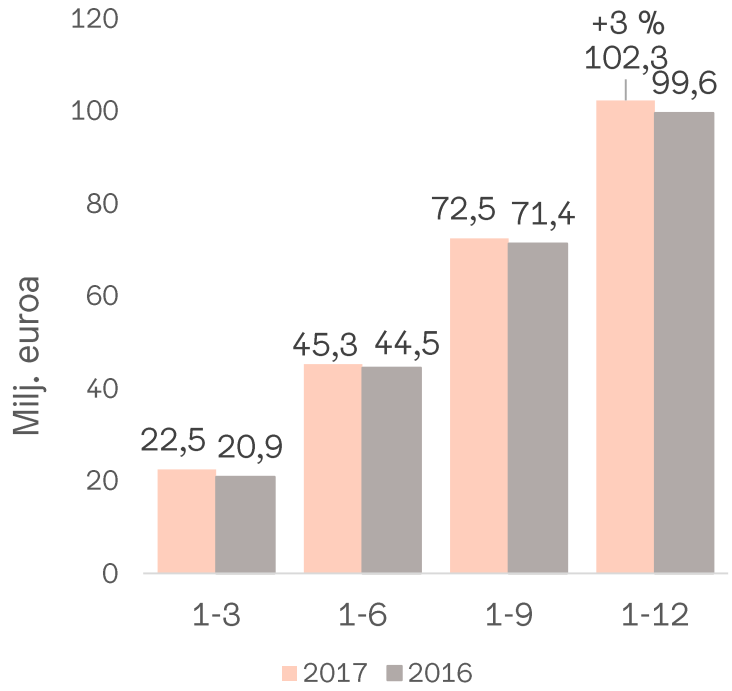
- vähittäismyynti +6 %
- tukkumyynti +21 %

Liikevaihto Suomessa -1 % 16,4 milj. euroon (16,5)

- vähittäismyynti +12 % (vertailukelpoinen +13 %*)
- tukkumyynti -25 %
  - vertailukauteen sisältyi kertaluonteisia kampanjatoimituksia

*Sisältää omat vähittäismyymälät mukaan lukien verkkokaupan.

Liikevaihto 2017



Milj. euroa	2017	2016	Muutos, %
Suomi	55,7	55,8	0
Skandinavia	8,5	7,8	8
EMEA	9,7	9,2	5
Pohjois-Amerikka	8,3	7,9	4
Aasian-Tyynenmeren alue	20,2	18,8	7
YHTEENSÄ	102,3	99,6	3

Liikevaihto +3 % 102,3 milj. euroon (99,6); +5 % muutos valuutassa

- vähittäismyynti +5 %
- tukkumyynti -1 %

Kansainvälinen myynti +6 % 46,6 milj. euroon (43,8); +9 % muutos valuutassa

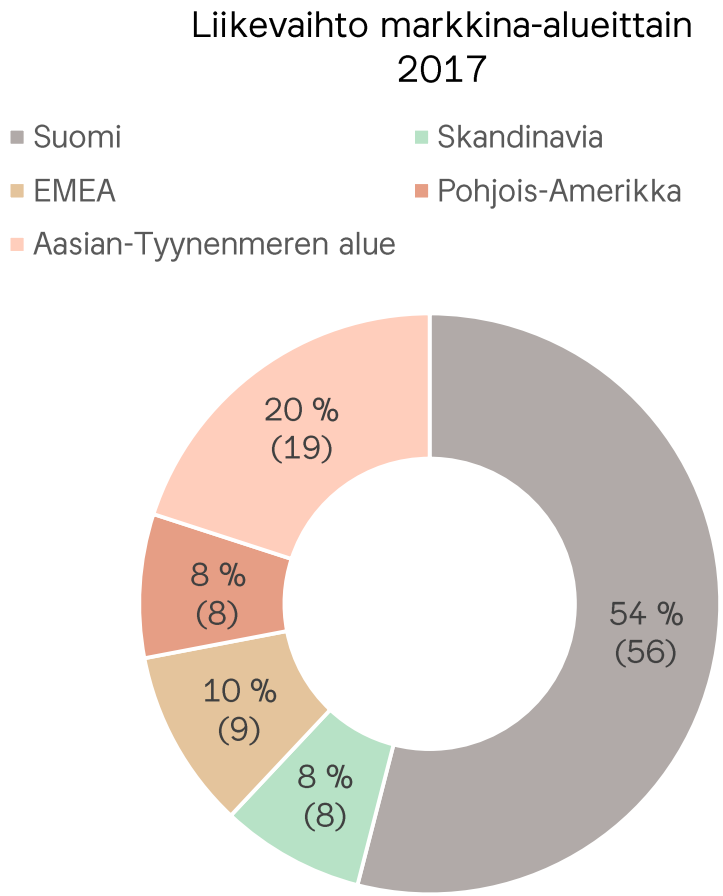
- vähittäismyynti +5 %
- tukkumyynti +5 %

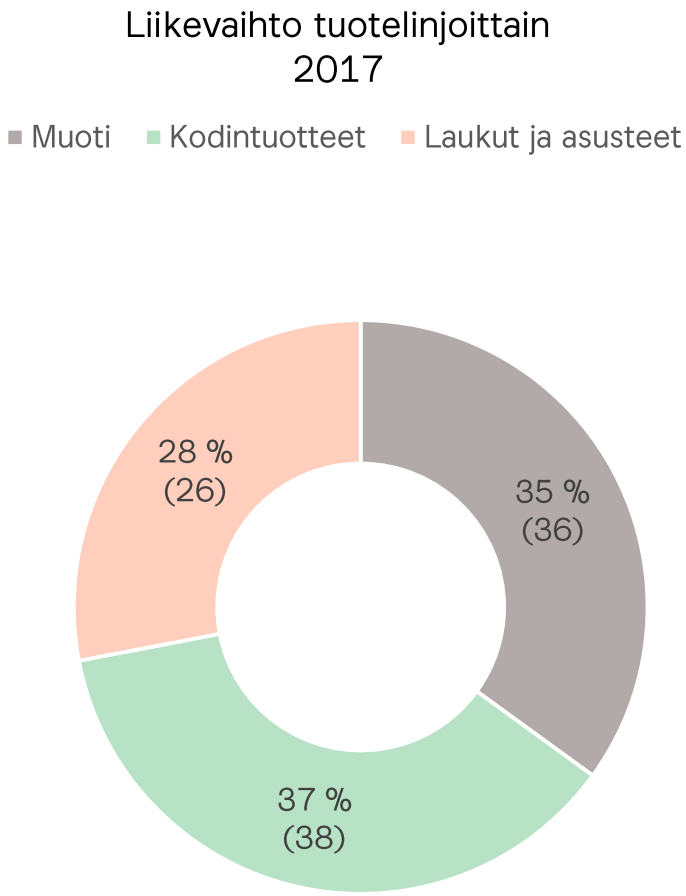
Liikevaihto Suomessa 55,7 milj. euroa (55,8)

- vähittäismyynti +5 % (vertailukelpoinen +4 %*)
- tukkumyynti -12 %
  - edellisvuoden kolmannen ja neljännen neljänneksen tukkumyyntiin sisältyi kertaluonteisia kampanjatoimituksia

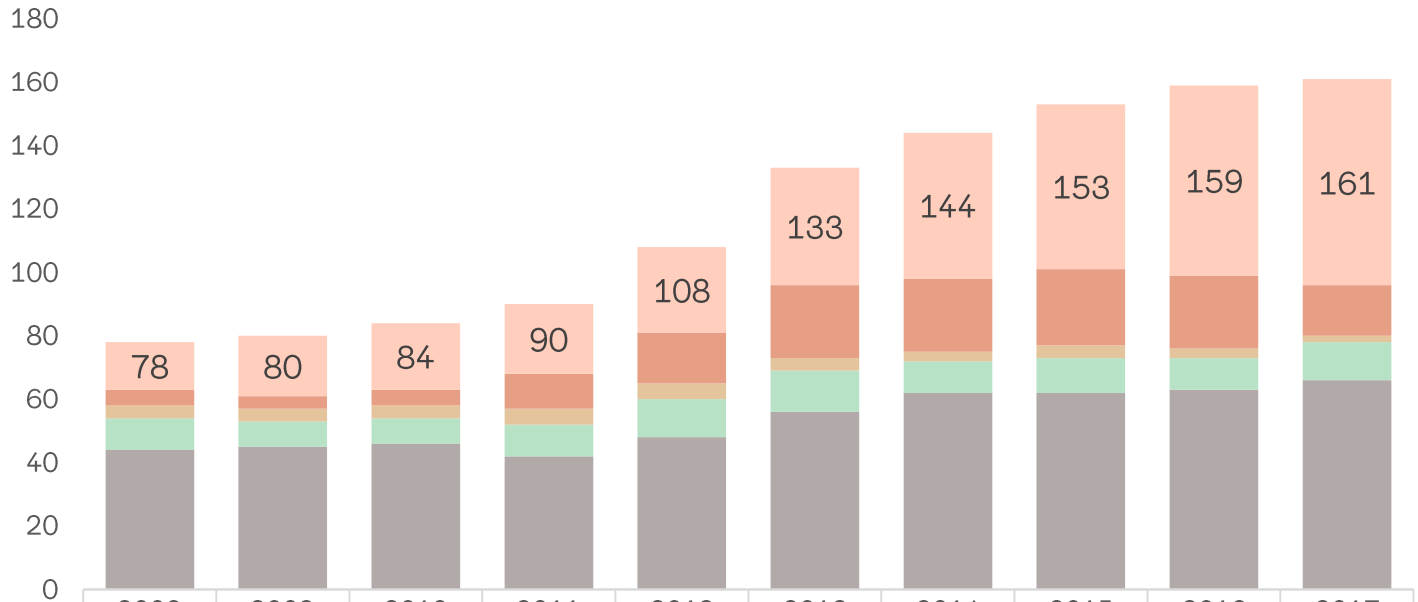
*Sisältää omat vähittäismyymälät mukaan lukien verkkokaupan.

Liikevaihto markkina-alueittain ja tuotelinjoittain





161 myymälää* vuoden 2017 lopussa

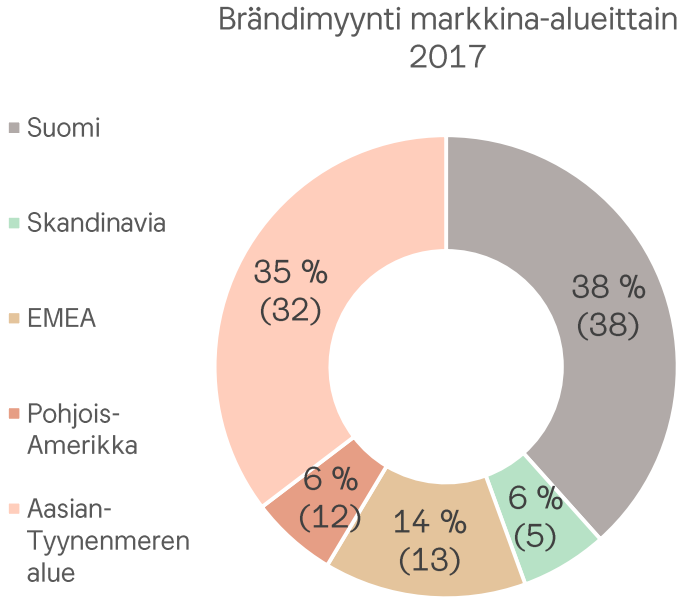


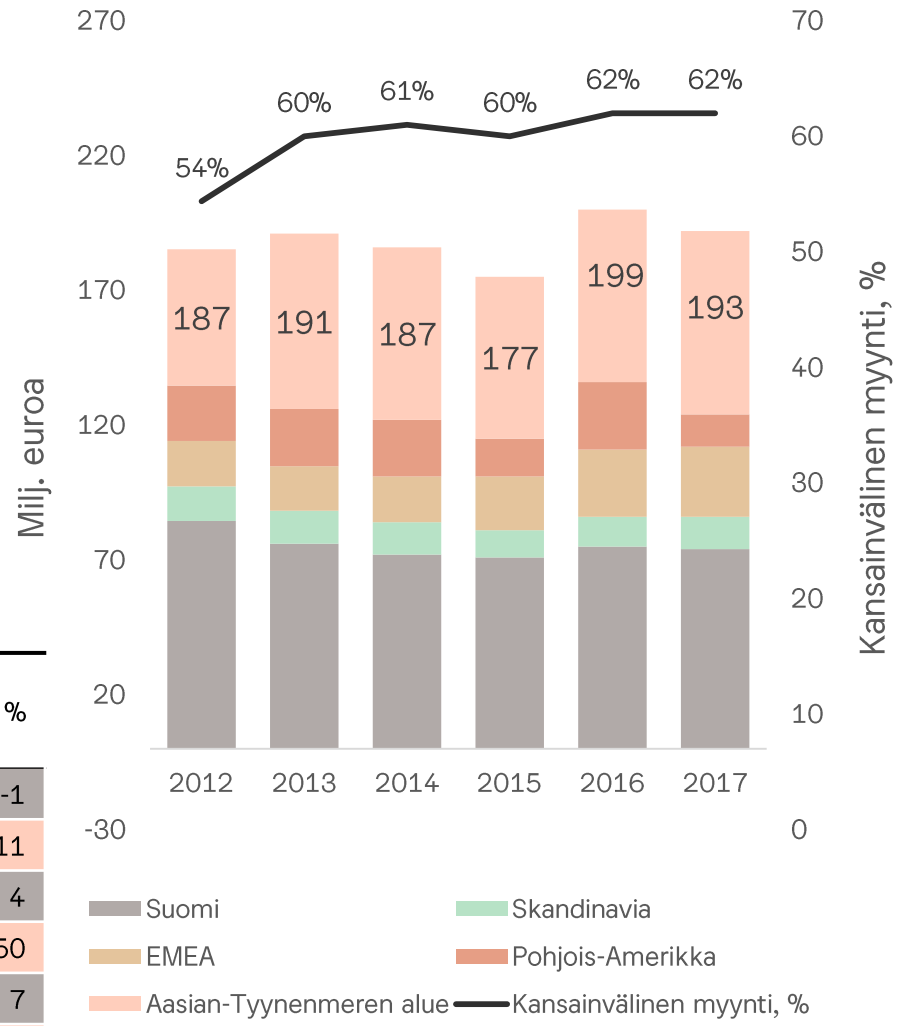
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Aasian-Tyynenmeren alue	15	19	21	22	27	37	46	52	60	65
Pohjois-Amerikka	5	4	5	11	16	23	23	24	23	16
EMEA	4	4	4	5	5	4	3	4	3	2
Skandinavia	10	8	8	10	12	13	10	11	10	12
Suomi	44	45	46	42	48	56	62	62	63	66

*Sisältää Marimekon omat vähittäismyymälät, jälleenmyyjäomisteiset Marimekko-myymälät sekä yli 30 m²:n suuruiset shop-in-shopit. Omia vähittäismyymälöitä oli vuoden 2017 lopussa 56 (55).

Marimekon brändimyynti

Neljännellä neljänneksellä 62 % myynnistä kertyi ulkomailta (58)

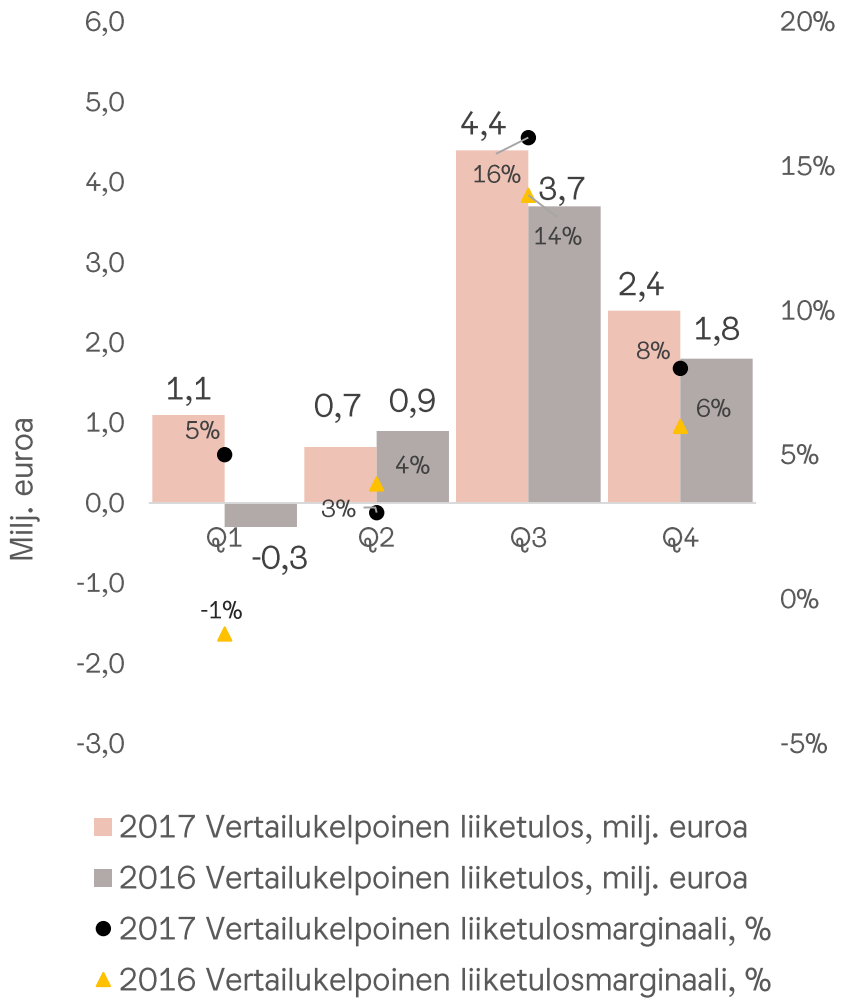




Milj. euroa	2017	2016	Muutos, %
Suomi	74,2	75,2	-1
Skandinavia	11,7	10,5	11
EMEA	26,5	25,5	4
Pohjois-Amerikka	12,2	24,6	-50
Aasian-Tyynenmeren alue	68,2	63,5	7
YHTEENSÄ	192,7	199,3	-3

Laskentatapaa vuodelle 2017 on tarkennettu käytettävien kertoimien osalta; vertailukelpoisuuden säilyttämiseksi muutos vaikuttaa myös vuoden 2016 lukuihin.

Liikevoitto Q4/2017



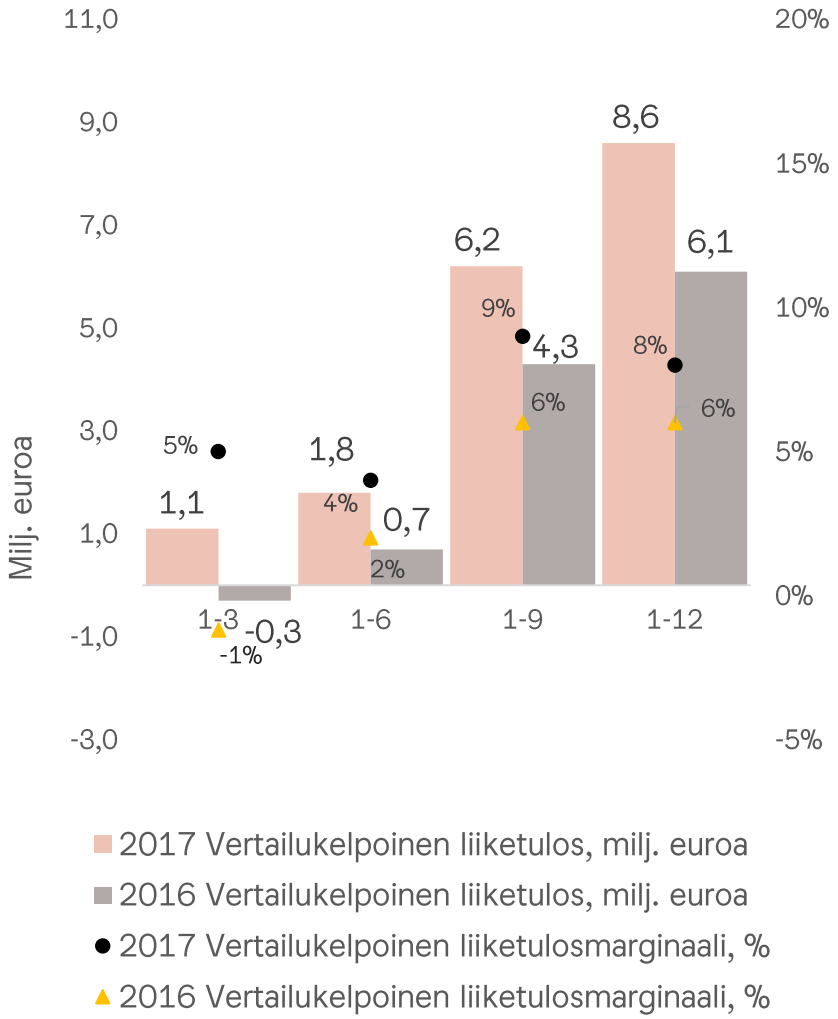
Liikevoitto 2,4 milj. euroa (1,8)

Vertailukelpoinen liikevoitto 2,4 milj. euroa (1,8)

+ Vähittäismyynti kasvoi erityisesti Suomessa
+ Vertailukautta parempi suhteellinen myyntikate
+ Alemmat poistot

– Suomen-tukkumyynnin lasku
  - vertailukauteen sisältyi kertaluonteisia kampanjatoimituksia

Liikevoitto 2017



Liikevoitto 8,4 milj. euroa (5,2)

- vuoden 2016 liikevoittoon sisältyi 0,8 milj. euron suuruinen ja vuoden 2017 liikevoittoon 0,2 milj. euron suuruinen uudelleenjärjestelykulu

Vertailukelpoinen liikevoitto 8,6 milj. euroa (6,1)

+ Liikevaihto kasvoi
+ Edellisvuotista parempi myyntikate
+ Alentuneet poistot ja henkilöstökulut

- Tukkumyynnin lasku Suomessa
  - vuoden 2016 jälkimmäisen puoliskon tukkumyyntiin sisältyi kertaluonteisia kampanjatoimituksia

– Korkeammat muut kiinteät kulut

Avainluvut

	10-12/ 2017	10-12/ 2016	Muutos, %	2017	2016	Muutos, %
Liikevaihto, milj. euroa	29,8	28,2	6	102,3	99,6	3
Kansainvälinen myynti, milj. euroa	13,4	11,7	15	46,6	43,8	6
osuus liikevaihdosta, %	*45*	*41*		*46*	*44*	
Käyttökate (EBITDA), milj. euroa	3,2	2,7	19	11,7	9,4	25
Vertailukelpoinen liiketulos, milj. euroa	2,4	1,8	35	8,6	6,1	41
Vertailukelpoinen liiketulosmarginaali, %	*8,0*	*6,3*		*8,4*	*6,1*	
Kauden tulos, milj. euroa	1,7	1,5	12	5,7	4,0	40
Tulos/osake (EPS), euroa	0,21	0,19	12	0,70	0,50	40
Liiketoiminnan rahavirta, milj. euroa	8,9	7,8	15	9,8	6,1	60
Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %				*21,6*	*15,8*	
Omavaraisuusaste, %				*65,2*	*58,5*	
Nettovelkaantumisaste (gearing), %				*-9,4*	*8,8*	
Bruttoinvestoinnit, milj. euroa	0,3	0,4	-35	1,2	2,7	-56
Vastuusitoumukset, milj. euroa				25,7	32,7	-21
Henkilöstö kauden lopussa				446	431	3
joista Suomen ulkopuolella				122	111	10

Vuoden 2017 tapahtumia

Vuoden 2017 tapahtumia

Vuoden aikana avattiin yhteensä 12 uutta Marimekko-myymälää ja shop-in-shopia Kiinassa, Japanissa, Thaimaassa, Suomessa, Norjassa ja Ruotsissa. Marimekon verkkokauppa laajeni 17 uuteen maahan Euroopassa – tällä hetkellä verkkokauppa tavoittaa asiakkaita 30 maassa.

Marimekko esitteli syksyn ja talven 2017 vaatemallistonsa Pariisin muotiviikolla maaliskuussa sekä kevään ja kesän 2018 mallistonsa lokakuussa. Marimekon painokankaat näkyivät Pariisissa myös Junya Watanaben kevään ja kesän 2018 Comme des Garçons -mallistossa.

Marimekko sai kunnian vierailla Isetan Shinjuku Stagella Tokiossa.

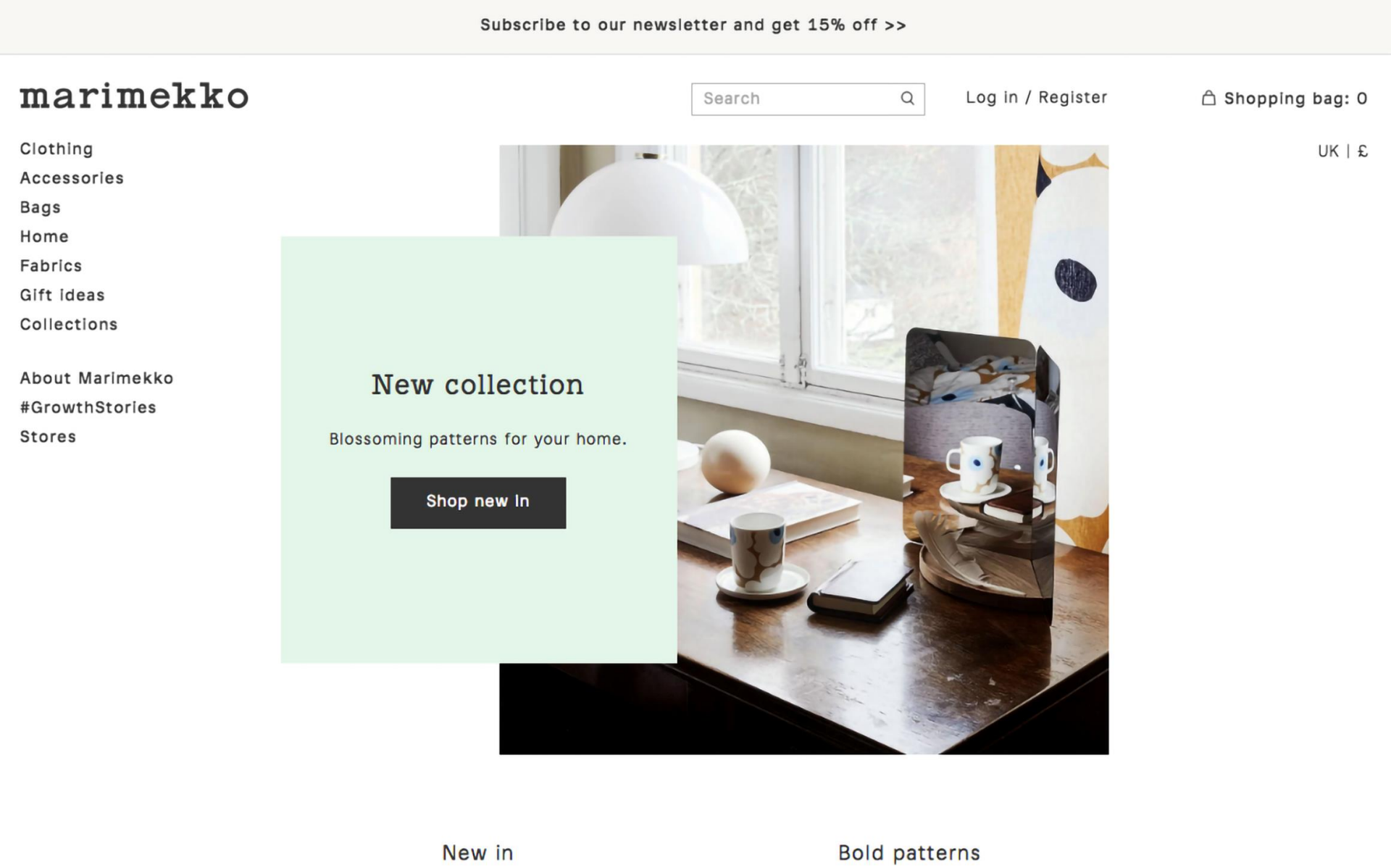
Marimekko ja Microsoft kertoivat tuovansa markkinoille lisätarvikkeita Microsoft Surface -tuotteisiin.

Marimekko for Finnair -yhteistyö jatkui; Finnairin A350-koneeseen Marimekon klassikkokuvio Kivet.

Marimekko Designathon -ohjelmointitapahtumassa etsittiin uusia, omaperäisiä ratkaisuja VR- ja AR-teknologioiden avulla.

Marimekko ja Spinnova aloittivat uusien, puupohjaisten tekstiilien kehittämiseen ja kaupallistamiseen liittyvän yhteistyön.

Marimekko Spirit -näyttelyt avautuivat Tokiossa marras- ja joulukuussa.



Digitaalisen liiketoiminnan merkitys ja rooli Marimekon kansainvälistymisstrategiassa kasvaa jatkuvasti. Vuonna 2017 Marimekon verkkokauppa laajeni 17 uuteen maahan Euroopassa.

Marimekko esitteli menestyksekkäästi vaatemallistonsa Pariisin muotiviikolla maalis- ja lokakuussa 2017

Marimekko sai kunnian vierailla Isetan Shinjuku Stagella Tokiossa – pop up -myymälän erikoistuotteissa
Marimekon kuvio-osaaminen yhdistyi perinteiseen japanilaiseen käsityötaitoon

Marimekko ja Microsoft kertoivat tuovansa markkinoille Marimekko-kuvioisia lisätarvikkeita Microsoft Surface -tuotteisiin

Marimekko for Finnair -designyhteistyö jatkui, kun Finnairin A350-kone aloitti reittilentonsa Helsingin ja Aasian-kohteiden välillä kyljessään Marimekon klassikkokuvio Kivet

Kansainvälinen Marimekko Designathon -ohjelmointitapahtuma kokosi viisikymmentä uuden tekijäsukupolven edustajaa Marimekon pääkonttoriin haastamaan vaate- ja tekstiiliteollisuuden perinteisiä konventioita. Tapahtuma järjestettiin yhdessä Euroopan johtavan teknologia- ja kasvuyritystapahtuman Slushin ja Euroopan suurimman hackathonin Junctionin kanssa.

Marimekko ja suomalainen kuituteknologiayhtiö Spinnova aloittivat uusien, puupohjaisten tekstiilien kehittämiseen ja kaupallistamiseen liittyvän yhteistyön

Marimekko Spirit -näyttelyt, jotka esittelevät Marimekon omintakeista painokuviosuunnittelua, avautuivat Tokiossa marras- ja joulukuussa Suomen itsenäisyyden 100-vuotisjuhlavuonna 2017

Thaimaan viides Marimekko-myymälä avautui Central Bangna -ostoskeskuksessa Bangkokissa joulukuussa 2017

Tilikauden jälkeisiä tapahtumia

Marimekko ja arvostettu kosmetiikkabrändi Clinique julkistivat yhteistyön, joka tarjoaa maailmanlaajuisesti uusia, värikkäitä kauneudenhoitotuotteita.

Marimekko for Clinique -sarjan tuotteet tulivat myyntiin Cliniquen verkkokauppaan tammikuussa 2018 ja jälleenmyyjien liikkeisiin helmikuun alussa.

Marimekko ja globaali japanilainen vaatebrändi Uniqlo kertoivat lanseeraavansa rajoitetun ajan saatavilla olevan yhteistyömalliston maaliskuun 2018 lopussa.

Brändiyhteistyö liittyy Marimekon tammi-syyskuun osavuosikatsauksessa marraskuussa 2017 mainittuihin lisenssituottoihin, jotka olivat kertyneet japanilaisen yrityksen kanssa solmitun lisenssisopimuksen myötä.

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2018

Suomi

- Suomi edustaa noin puolta yhtiön liikevaihdosta.
- Vähittäiskaupassa kasvun ennakoidaan olevan kohtalaista.
- Vuoden 2018 myyntiin vaikuttavat positiivisesti kertaluontoiset kampanjatoimitukset.
- Marimekon myynnin Suomessa odotetaan kasvavan vuonna 2018.

Aasian-Tyynenmeren alue

- Aasian-Tyynenmeren alue on Marimekon toiseksi suurin markkina, ja sillä on tärkeä rooli yhtiön kansainvälistymisessä.
- Japani on Marimekolle selvästi merkittävin maa tällä alueella; muiden maiden yhteenlaskettu osuus yhtiön liikevaihdosta on vielä suhteellisen pieni, koska toiminta näissä maissa on melko alkuvaiheessa.
- Japanissa myyntiä tuetaan myymälöiden toimintaa kehittämällä ja tuotevalikoimaa optimoimalla.
- Kuluvana vuonna myynnin Aasian-Tyynenmeren alueella arvioidaan kasvavan. Yhtiö näkee kasvavaa kysyntää tuotteilleen tällä alueella etenkin pidemmällä aikavälillä.

Lisäksi

- Vuoden 2018 lisenssituottojen arvioidaan olevan suunnilleen edellisvuoden tasolla.
- Vuoden 2018 markkinointikustannusten ennakoidaan olevan suuremmat kuin vuonna 2017 (4,5 milj. euroa). Kokonaisinvestointien arvioidaan kasvavan edellisvuodesta (1,2 milj. euroa).
- Marimekon liiketoiminnan kausiluonteisuudesta johtuen liikevaihto- ja tuloskertymä painottuu yleensä tilivuoden kahdelle viimeiselle neljännekselle. Vuoden viimeisellä neljänneksellä erityisesti joulukaupan osuus myynnistä on merkittävä, ja joulusesongin onnistumisella on olennainen vaikutus koko vuoden tulokseen.

Kasvutavoitteet 2018

- Vuonna 2018 laajentumisen pääpaino säilyy jälleenmyyjävetoisten Marimekko-myymälöiden avauksissa.
- Marimekon oman verkkokaupan ja muiden verkkomyyntikanavien odotetaan jatkavan kasvuaan.
- Tavoitteena on avata noin 10–15 uutta Marimekko-myymälää ja -shop-in-shopia.
- Yhtiö jatkaa viime vuosina avattujen Marimekko-myymälöiden toiminnan kehittämistä.

Taloudellinen ohjeistus vuodeksi 2018

Marimekko-konsernin liikevaihdon ja vertailukelpoisen liikevoiton arvioidaan vuonna 2018 olevan edellisvuoden tasolla tai korkeammat.

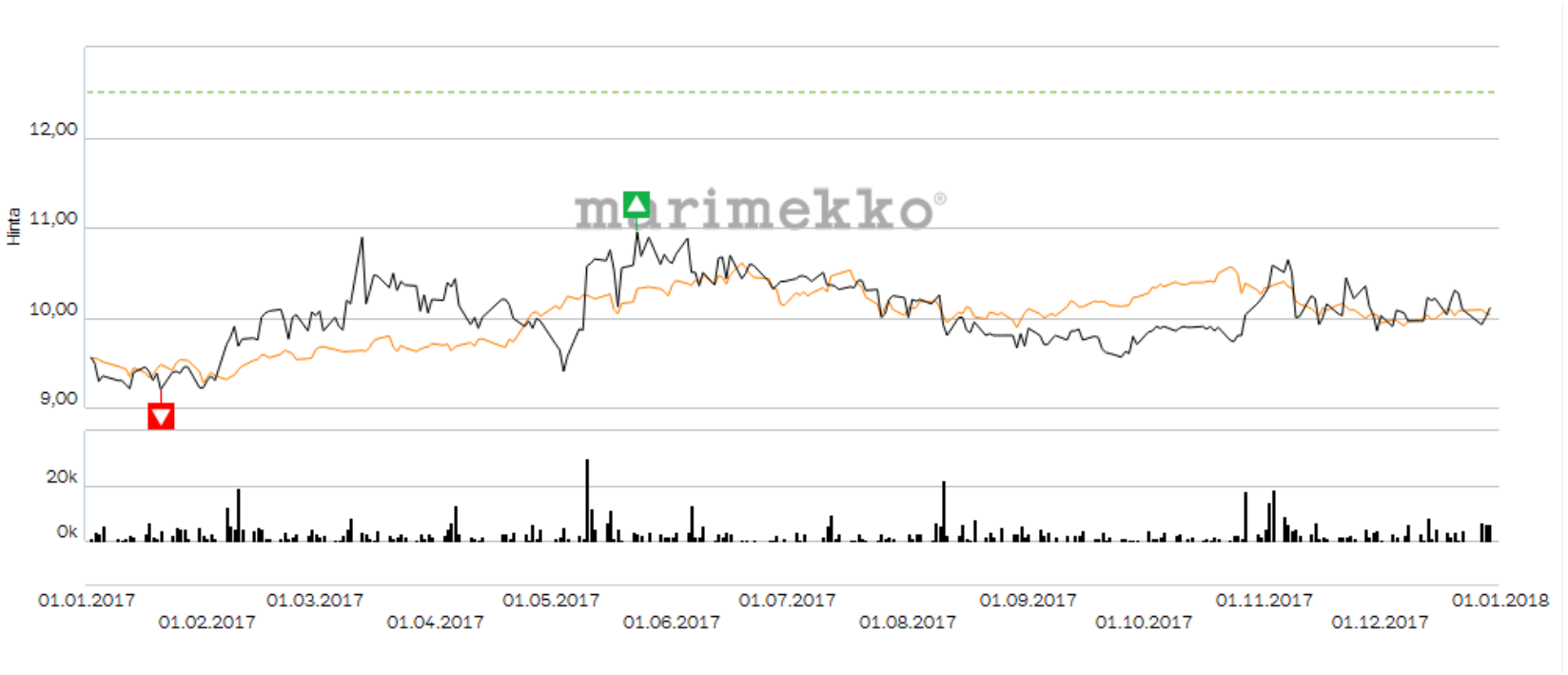
Osinkoehdotus 2017

Hallitus ehdottaa varsinaiselle yhtiökokoukselle, että vuodelta 2017 maksetaan osinkoa 0,50 euroa osakkeelta.

Emoyhtiön jakokelpoiset varat 31.12.2017 olivat 19 194 424,94 euroa; tilikauden voitto oli 4 948 190,32 euroa.

Hallitus ehdottaa osingonmaksun täsmäytyspäiväksi 16.4.2018 ja osingon maksupäiväksi 23.4.2018.

Osakekurssi 12 kk



Marimekko Oyj Nasdaq Helsinki

Liitteet

Tuloslaskelma

Milj. euroa	10-12/2017	10-12/2016	2017	2016
LIIKEVAIHTO	29,8	28,2	102,3	99,6
Liiketoiminnan muut tuotot	0,1	0,1	0,4	0,4
Aineiden ja tarvikkeiden käyttö*	-11,6	-11,5	-37,1	-37,2
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	-6,8	-6,6	-24,5	-25,7
Poistot ja arvonalentumiset	-0,8	-0,9	-3,3	-4,1
Liiketoiminnan muut kulut	-8,4	-7,5	-29,4	-27,7
LIIKEVOITTO	2,4	1,8	8,4	5,2
Rahoitustuotot ja -kulut	-0,2	0,2	-1,2	-0,1
TULOS ENNEN VEROJA	2,2	2,0	7,1	5,2
Tuloverot	-0,5	-0,4	-1,5	-1,1
TILIKAUDEN TULOS	1,7	1,5	5,7	4,0

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

Tase

Milj. euroa	31.12.2017	31.12.2016
Pitkäaikaiset varat	13,3	15,6
Vaihto-omaisuus	20,9	21,4
Muut lyhytaikaiset varat	6,6	8,0
Rahavarat	6,2	3,5
VARAT YHTEENSÄ	47,1	48,5

Milj. euroa	31.12.2017	31.12.2016
Oma pääoma yhteensä	30,7	28,3
Rahoitusvelat ja rahoitusleasingvelat	3,1	5,8
Muut pitkäaikaiset velat	-	0,1
Lyhytaikaiset velat	13,3	14,3
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	47,1	48,5

Rahavirtalaskelma

Milj. euroa	2017	2016
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA ENNEN KÄYTTÖPÄÄOMAN MUUTOSTA	11,7	9,4
Käyttöpääoman muutos	0,4	-2,6
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA ENNEN RAHOITUSERIÄ JA VEROJA	12,1	6,8
Rahoituserät ja verot	-2,3	-0,7
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA	9,8	6,1
Investointien rahavirta	-1,0	-2,6
RAHAVIRTA ENNEN RAHOITUKSEN RAHAVIRTOJA	8,8	3,6
Lyhytaikaisten lainojen nostot	2,0	4,0
Lyhytaikaisten lainojen maksut	-2,0	-4,0
Pitkäaikaisten lainojen nettomuutos ja rahoitusleasingvelkojen maksut	-2,9	-1,5
Maksetut osingot	-3,2	-2,8
RAHAVAROJEN MUUTOS	2,7	-0,8
Rahavarat kauden alussa	3,5	4,2
Rahavarat kauden lopussa	6,2	3,5

Suurimmat omistajat 31.12.2017

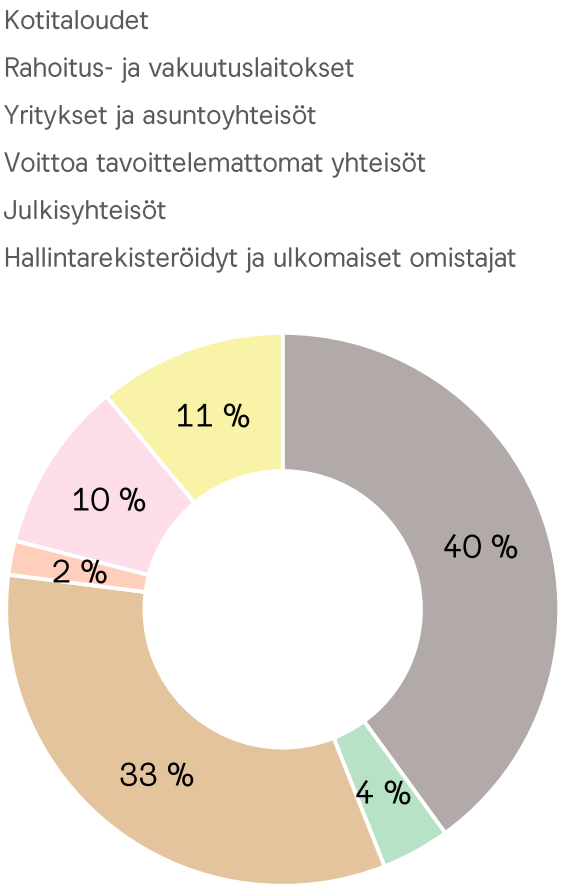
Marimekon osake noteerataan Nasdaq Helsinki Oy:ssä toimialaryhmässä kulutustavarat
- 1999, I-lista
- 2002, päälista

Markkina-arvo ~ 82 milj. euroa

7 575 osakkeenomistajaa

Suurimmat omistajat 31.12.2017	Osakkeita ja ääniä, kpl	%
Muotitila Oy	1 297 700	16,04
Moomin Characters Oy Ltd	585 000	7,23
Ehrnrooth Anna Sophia	400 377	4,95
Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma	385 920	4,77
Oy Etra Invest Ab	236 823	2,93
Odin Finland	231 301	2,86
Eläkevakuutusosakeyhtiö Veritas	220 000	2,72
Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen	215 419	2,66
Sijoitusrahasto Aktia Europe Small Cap	168 900	2,09
Sijoitusrahasto Taaleritehdas Mikro Markka	100 000	1,24

Osakkeenomistajat sektoreittain 31.12.2017



Lisätietoa

Toimitusjohtaja Tiina Alahuhta-Kasko
Puhelin +358 9 758 71
tiina.alahuhta-kasko@marimekko.com

Talousjohtaja Elina Aalto
Puhelin +358 9 758 7261
elina.aalto@marimekko.com

Viestintäjohtaja Piia Kumpulainen
Puhelin +358 9 758 7293
piia.kumpulainen@marimekko.com

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

marimekko