

marimekko

Puolivuosisikatsaus 1-6/2020

Marimekko Oyj, Puolivuosikatsaus 13.8.2020 klo 8.00

Hyvä tulos koronaviruspandemian aiheuttamasta liikevaihdon laskusta huolimatta

Toinen vuosineljännes lyhyesti

- Koronaviruspandemia aiheutti globaalille muotialalle ja erikoiskaupalle pahimman kriisin vuosikymmeniin, ja sen seurauksena suurin osa Marimekko-myymöistä eri puolilla maailmaa oli tilapäisesti suljettuna katsauskaudella. Poikkeuksellisissa olosuhteissa Marimekko pystyi nopeasti sopeuttamaan toimintaansa ja toteutti ripeästi laajat kustannussäästöt.
- Liikevaihto laski 20 prosenttia ja oli 23,3 miljoonaa euroa (Q2/2019: 29,1). Liikevaihtoa heikensivät erityisesti vähittäismyynnin lasku Suomessa, Pohjois-Amerikassa ja Skandinaviassa sekä tukkumyynnin vähentyminen Aasian-Tyynenmeren alueella. Liikevaihtoa puolestaan tuki lisenssituottojen kasvu Aasian-Tyynenmeren alueella.
- Verkkokaupassa kysynnän kasvu jatkui vahvana, mikä toi haasteita logistiikkaan, ja liikevaihtoa vähittäismyynnistä jäi tulouttamatta toiselle neljännekselle noin 0,7 miljoonan euron arvosta.
- Ripeiden sopeuttamistoimien ansiosta liikevoiton lasku jäi 28 prosenttiin. Liikevoitto oli 2,7 miljoonaa euroa (3,7), ja myös vertailukelpoinen liikevoitto oli 2,7 miljoonaa euroa (3,7).
- Tulosta laskivat liikevaihdon väheneminen sekä suhteellisen myyntikatteen heikentyminen. Tulosta puolestaan paransi kiinteiden kulujen supistuminen selvästi Marimekon kunnianhimoisen säästöohjelman ansiosta. Suhteellista myyntikatetta heikensivät etenkin merkittävästi kasvaneesta verkkomyynnistä johtunut logistiikkakustannusten nousu ja vertailukautta suuremmat alennukset, kun taas lisenssituottojen kasvu sekä tuotevalikoiman optimoinnilla saavutetut hyvät tuotekohtaiset katteet tukivat suhteellista myyntikatetta.

Tammi-kesäkuu lyhyesti

- Koronaviruspandemian vaikutusten vuoksi liikevaihto laski 14 prosenttia ja oli 48,2 miljoonaa euroa (1-6/2019: 56,3). Liikevaihtoa heikensivät erityisesti vähittäismyynnin lasku Suomessa, Pohjois-Amerikassa ja Skandinaviassa sekä tukkumyynnin vähentyminen Aasian-Tyynenmeren ja EMEA:n alueilla. Liikevaihtoa puolestaan tukivat lisenssituottojen kasvu Aasian-Tyynenmeren alueella sekä tukkumyynnin nousu Suomessa.
- Liikevoitto oli 3,9 miljoonaa euroa (6,3) ja vertailukelpoinen liikevoitto niin ikään 3,9 miljoonaa euroa (6,3). Tulosta laskivat liikevaihdon väheneminen sekä suhteellisen myyntikatteen heikentyminen, mutta sitä paransivat toiminnan ripeän sopeuttamisen ansiosta selvästi supistuneet kiinteät kulut.

Taloudellinen ohjeistus vuodeksi 2020

Marimekko perui 25.3.2020 aiemmin antamansa ohjeistuksen vuodelle 2020 johtuen ainoastaan koronaviruspandemian ennakoitujen vaikutusten seurauksista. Kuten Marimekko kertoi 14.5.2020 osavuositarkastuksensa yhteydessä, koronaviruspandemialla tulee olemaan merkittävä negatiivinen vaikutus Marimekon liikevaihtoon ja kannattavuuteen vuonna 2020. Nopeasti muuttuvan tilanteen vuoksi tarkkaa arviota vaikutuksista liiketoimintaan ei ole edelleenkään mahdollista antaa.

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

AVAINLUVUT

(Milj. euroa)	4-6/ 2020	4-6/ 2019	Muutos, %	1-6/ 2020	1-6/ 2019	Muutos, %	1-12/ 2019
Liikevaihto	23,3	29,1	-20	48,2	56,3	-14	125,4
Kansainvälinen myynti	11,9	12,4	-3	23,2	26,7	-13	54,3
osuus liikevaihdosta, %	51	42		48	47		43
Käyttökate (EBITDA)	5,8	6,8	-15	10,2	12,5	-19	29,7
Vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA)	5,8	6,8	-15	10,2	12,5	-19	29,7
Liikevoitto	2,7	3,7	-28	3,9	6,3	-38	17,1
Vertailukelpoinen liikevoitto	2,7	3,7	-28	3,9	6,3	-38	17,1
Liikevoittomarginaali, %	11,4	12,7		8,0	11,2		13,6
Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali, %	11,4	12,7		8,0	11,2		13,6
Kauden tulos	2,2	2,6	-16	2,3	4,5	-48	13,0
Tulos/osake, euroa	0,27	0,32	-16	0,29	0,56	-48	1,61
Vertailukelpoinen tulos/osake, euroa	0,27	0,32	-16	0,29	0,56	-48	1,61
Liiketoiminnan rahavirta	4,0	7,2	-44	-0,4	10,2	-104	29,0
Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %				19,5	26,3		17,9
Omavaraisuusaste, %				40,7	35,5		40,2
Nettovelka/käyttökate (rullaava 12 kk) *				0,53	-		0,35
Bruttoinvestoinnit **	0,4	0,4	-3	0,9	0,9	-5	2,6
Henkilöstö kauden lopussa				432	453	-5	450
joista Suomen ulkopuolella				83	99	-16	98
Brändimyynti ¹	54,0	52,9	2	127,6	112,5	13	250,8
joista Suomen ulkopuolella	39,9	31,9	25	95,1	71,9	32	156,6
kansainvälisen myynnin osuus, %	74	60		75	64		62
Myyjämälöiden lukumäärä				150	147	2	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.

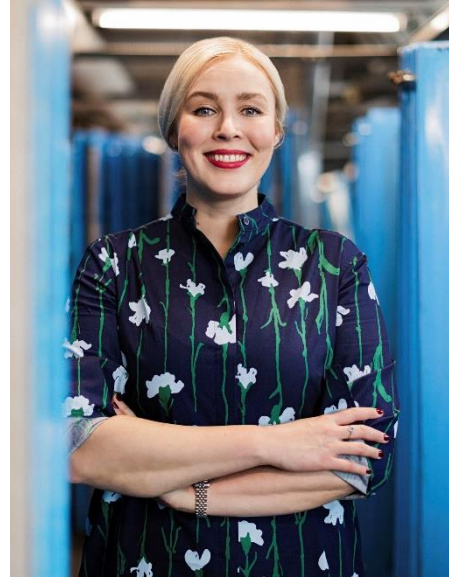
** Bruttoinvestoinnit eivät sisällä IFRS 16:n vaikutusta.

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 arvonnäköalaa. Tunnuslukua ei tilintarkasteta.

TIINA ALAHUHTA-KASKO
Toimitusjohtaja

"Marimekko onnistui nopeasti sopeuttamaan toimintansa koronaviruksen aiheuttamassa poikkeustilanteessa, ja toisen vuosineljänneksen tuloksemme oli vaikeisiin olosuhteisiin nähden hyvä saavutus.

Katsauskaudella globaali muotiala ja erikoiskauppa kohtasivat pahimman kriisin moniin vuosikymmeniin. Koronaviruspandemia pysäytti harkinnanvaraisen kuluttamisen seinään, mikä on johtanut lukuisten toimijoiden vakaviin taloudellisiin vaikeuksiin ja jo kaatanut useita merkittäviä alamme yrityksiä. Pandemia sulki dramaattisesti myös suurimman osan Marimekko-myymlöistä tilapäisesti ympäri maailman. Siitä huolimatta, kiitos lojaalien asiakkaidemme ja osaavan henkilökuntamme, onnistuimme tukkumyynnin, verkkokaupan ja lisenssituottojen avulla rajoittamaan liikevaihtomme laskun 20 prosenttiin, ja huhti-kesäkuussa 2020 liikevaihtoa kertyi 23,3 miljoonaa euroa (29,1). Liikevaihtoa heikensivät erityisesti vähittäismyynnin lasku Suomessa, Pohjois-Amerikassa ja Skandinaviassa sekä tukkumyynnin vähentyminen Aasian-Tyynenmeren alueella. Suomessa liikevaihto supistui 32 prosenttia, kansainvälinen myynti vain 3 prosenttia.



Kokonaisuudessaan tukkumyynti oli lähes vertailukauden tasolla, mikä tuki liikevaihtoa, ja haluankin kiittää pitkäaikaisia partnereitamme vahvasta yhteistyöstä kriisin aikana. Lisäksi liikevaihtoa kerrytti ilahduttavasti brändimme kiinnostavuudesta kertova lisenssituottojen arvioitua parempi kehitys Aasian-Tyynenmeren alueella. Verkkokaupan voimakas kasvu kompensoi omien myymälöiden menetettyä myyntiä: vähittäismyynnin lasku jäi 37 prosenttiin, vaikka valtaosa omista vähittäismyymälöistämme oli pandemian johdosta kiinni suurimman osan toisesta neljänneksestä.

Vertailukelpoinen liikevoittomme oli vaikeisiin olosuhteisiin nähden hyvällä tasolla, vaikka laski vuoden toisella neljänneksellä 2,7 miljoonaa euroon (3,7) myynnin vähenemisen ja suhteellisen myyntikatteen heikentymisen vuoksi. Suhteellista myyntikatetta heikensi etenkin logistiikkakustannusten nousu, joka oli seurausta merkittävästi kasvaneesta verkkomyynnistä, sekä vertailukautta suuremmat alennukset, mutta sitä tukivat kasvaneet lisenssituotot sekä hyvät tuotekatteen. Heti koronaviruspandemian alkuvaiheessa aloitimme ripeästi kunnianhimoisen säästöohjelman, jonka vaikutukset näkyivät selvästi katsauskaudella, ja saimme näin supistettua huomattavasti kiinteitä kulujamme, mikä paransi tulostamme.

Olemme pitkäjänteisesti kehittäneet digitaalista liiketoimintaamme jo vuosia. Suljettuamme omat myymälämme väliaikaisesti pystyimmekin ketterästi siirtämään myynti- ja markkinointikampanjamme verkkoon, myös jokapäiväisen suosittuun Ystävämyynti-kampanjamme. Tuotteidemme kysynnän kasvu verkossa jatkui vahvana myös vuoden toisella neljänneksellä, emmekä yhdessä vastikään aloittaneen uuden logistiikkakumppanimme kanssa onnistuneet kasvattamaan verkkokaupan toimituskapasiteettia tarpeeksi nopeasti. Olemme todella pahoillamme, että asiakkaamme joutuivat odottamaan tilauksiaan tavallista pidempään. Katsauskauden jälkeen olemme saaneet tilanteen korjattua ja verkkokaupan toimitusajat ovat palautuneet ennalleen. Kapasiteettihaasteiden takia siirtyneiden toimituksien vuoksi vähittäismyyntiä jäi kuitenkin tulouttamatta toiselle neljännekselle noin 0,7 miljoonaa euroa.

Tammi-kesäkuussa 2020 liikevaihtomme supistui 14 prosenttia 48,2 miljoonaa euroon (56,3) ja vertailukelpoinen liikevoittomme väheni 3,9 miljoonaa euroon (6,3) poikkeustilanteen vaikutusten vuoksi.

Digitalisaatio ja muutokset kuluttajien arvomaailmassa, erityisesti vastuullisuuden kasvanut merkitys, ovat mullistaneet globaalia muotitoimialaa jo vuosien ajan, ja uskomme näiden megatrendien sysäämien murrosten vauhdittuvan huomattavasti pandemian myötä. Marimekon pitkän aikavälin strategian ytimessä on vuodesta 2018 ollut vahvan kannattavan kasvun hakeminen aiempaa laajempaa globaalia asiakaskuntaa puhuttelemalla. Strategiamme perustuu näkemykseen siitä, että alan megatrendit avaavat kestäväälle, ajattomalle ja kilpailijoista erottuvalle Marimekko-lifestylelle hienoja kasvumahdollisuuksia. Toimintamme tarkoitus – voimaannuttaminen ja ilon tuominen arkeen – sekä arvomme ovat tänä päivänä merkityksellisempiä kuin koskaan, mikä näkyy myös kasvavana kansainvälisenä kiinnostuksena brändiämme kohtaan.

Kerroimme kesäkuun alussa, että visionäärinen Rebekka Bay aloittaa Marimekon luovana johtajana syyskuussa ja tukee näin luovaa yhteisöämme mallistojemme kehittämisessä vieläkin kiinnostavimmiksi. Meille Marimekossa vastuullisuus on kokonaisvaltainen tapa toimia ja luoda arvoa, ja julkistamme kuluvan vuoden aikana uuden, entistäkin kunnianhimoisemman vastuullisuusstrategiamme. Pandemia on nopeuttanut asiakkaiden, myös uusien asiakasryhmien, siirtymistä digitaalisten myyntikanavien käyttäjiksi, ja tällä on vaikutuksia myös Marimekon tulevaisuuden jakelukanavapainotuksiin. Jatkamme vahvoja panostuksiamme aina vain merkittävämmäksi muuttuvaan verkkomyyntiin ja saumattomaan monikanavaiseen asiakaskokemukseen.

Vahvistaaksemme tulevaisuuden kilpailukykyämme meille on tärkeää samalla kehittää edelleen koko arvoketjumme tehokkuutta, joustavuutta ja ketteryyttä sekä huolehtia siitä, että organisaatorakenteemme, osaamisemme, työtehtävien sisältö ja työtapamme vastaavat parhaalla mahdollisella tavalla tähän digitalisaation ja muiden pandemian myötä voimistuneiden ulkoisten muutosvoimien sysäämään rajuun murrokseen kuluttajien käyttäytymisessä. Tästä syystä joudumme valitettavasti aloittamaan yhteistoimintaneuvottelut toimintojen uudelleenorganisoinniseksi ja tehostamiseksi Suomessa sekä vastaavat toimenpiteet Skandinavian, Pohjois-Amerikan ja Australian organisaatioissa. Näillä ikävillä mutta välttämättömillä toimenpiteillä pyrimme turvaamaan yhtiön taloudellisen aseman pitkällä aikavälillä.

Vuoden 2020 ensimmäinen puolisko on ollut täysin poikkeuksellinen nopeasti muuttuvine tilanteineen. Olemme oppineet valtavasti ja onnistuneesti kehittäneet uusia toimintatapoja ja valmiuksia pandemian pitkittymisen ja muiden vastaavan kaltaisten kriisien varalle. Haluan lämpimästi kiittää kaikkia marimekkoilaisia peräänantamattomasta, loistavasta työstä ja ainutlaatuisesta yhteishengestä todella vaikeissa olosuhteissa. Olen vakuuttunut, että vaikka kilpailukyvyystämme huolehtiminen suuressa murroksessa olevassa markkinassa edellyttää välillä hyvinkin ikäviä toimenpiteitä, tulemme ulos tästä kriisistä entistä vahvempana.”

TOIMINTAYMPÄRISTÖ

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

Maailmantalouden näkyvät laskivat dramaattisesti maaliskuussa. Koronaviruksen aiheuttaman talouden pudotuksen syvyyttä ja kestoja on vaikea ennustaa, ja tilanne monilla markkinoilla on huolestuttava. Mahdollinen epidemian toinen aalto lisää epävarmuutta entisestään.

Myös Suomessa koronavirus pysäytti alkuvuonna talouden. Suhdanneilanteen arvioidaan heikentyneen entisestään kesän aikana, ja toimialakohtaiset erot ovat suuria. Heinäkuussa odotukset tulevasta ovat kuitenkin muuttuneet selvästi myönteisemmiksi. Vähittäiskaupan luottamusindikaattori nousi, ja vaikka myynti on yhä supistunut hieman, lähikuukausien myyntiodotukset ovat varovaisen myönteisiä. Myös kuluttajien luottamus on kohentunut. Kuluttajien arvio Suomen talouskehityksestä on edelleen heikko, mutta heinäkuussa odotukset taloudesta olivat edellisvuotta paremmat ja odotukset omasta taloudesta olivat melko valoisia.

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

Suomen vähittäiskauppa kääntyi laskuun maaliskuussa. Usean kuukauden laskun jälkeen tilanne parani, ja kesäkuussa liikevaihto kasvoi 4,5 prosenttia. Kumulatiivisesti vähittäiskaupan työpäiväkorjattu liikevaihto vuonna 2020 kasvoi tammi-kesäkuussa 3,3 prosenttia; myynnin määrä puolestaan kasvoi 3,1 prosenttia. (Tilastokeskus: Kaupan liikevaihtokuvaaja, vähittäiskaupan pikaennakko, kesäkuu 2020).

LIKEVAIHTO

Liikevaihto toisella neljänneksellä

Globaalille muotialalle ja erikoiskaupalle vuosikymmeniin pahimman kriisin aiheuttanut koronaviruspandemia vaikutti merkittävästi Marimekon myyntiin katsauskaudella: pandemian vuoksi suurin osa Marimekko-myymlöistä oli tilapäisesti suljettuna, ja vastuullisena omana jakelukanavana toimi yhtiön verkkokauppa. Huhti-kesäkuussa 2020 konsernin liikevaihto laski 20 prosenttia edellisvuoden vastaavaan kauteen verrattuna ja oli 23 327 tuhatta euroa (29 137). Liikevaihtoa heikensivät erityisesti vähittäismyynnin lasku Suomessa, Pohjois-Amerikassa ja Skandinaviassa sekä tukkumyynnin vähentyminen Aasian-Tyynenmeren alueella. Liikevaihtoa puolestaan tukivat arvioitua suuremmat lisenssituotot Aasian-Tyynenmeren alueella. Suomessa liikevaihto laski 32 prosenttia; kansainvälinen myynti supistui vain 3 prosenttia.

Valtaosa Marimekon omista myymälöistä oli pandemian vuoksi kiinni suurimman osan toisesta neljänneksestä ja vähittäismyynti laski 37 prosenttia. Marimekon verkkomyynti kuitenkin kasvoi katsauskaudella merkittävästi, mikä kompensoi hyvin myymälöiden sulkemisen ja asiakasvirtojen pientymisen vaikutuksia vähittäismyyntiin. Marimekko avasi vaihteittain touko- ja kesäkuussa suurimman osan omista myymälöistään. Kysynnän kasvun jatkuminen vahvana verkkokaupassa toi haasteita logistiikkaan, ja liikevaihtoa vähittäismyynnistä jäi tulottamatta toiselle neljännekselle noin 0,7 miljoonan euron arvosta. Marimekon tukkumyynti toisella neljänneksellä sujui poikkeuksellisissa olosuhteissa hyvin ja oli lähes vertailukauden tasolla.

Liikevaihto Suomessa oli 11 378 tuhatta euroa (16 782). Verkkomyynnin erittäin vahva kasvu tuki vähittäismyyntiä, mutta myymälöiden väliaikaisen sulkemisen ja asiakasmäärien merkittävän vähenemisen vuoksi vähittäismyynti Suomessa laski 41 prosenttia. Vertailukelpoinen vähittäismyynti² laski 20 prosenttia. Tukkumyynti kasvoi vaikeista olosuhteista huolimatta 3 prosenttia. Kertaluonteisten kampanjatoimitusten arvo oli vertailukauden tasolla.

Yhtiön toiseksi suurimmalla markkinalla Aasian-Tyynenmeren alueella liikevaihto nousi 4 prosenttia

² Sisältää omat vähittäismyymälät mukaan lukien verkkokaupan.

5 305 tuhanteen euroon (5 107) lisenssituoitojen kasvun ansiosta. Tukkumyynti markkina-alueella laski 16 prosenttia ja alueen yhtiölle merkittävimmissä maassa Japanissa 17 prosenttia koronaviruspandemian vaikutusten vuoksi. Vähittäismyynti supistui voimakkaan verkkomyyntin ansiosta vain 15 prosenttia, vaikka Australiassa Marimekon omat myymälät olivat väliaikaisesti suljettuina valtaosan toisesta neljänneksestä.

Liikevaihto tammi-kesäkuussa

Tammi-kesäkuussa 2020 konsernin liikevaihto laski koronaviruspandemian vaikutusten vuoksi 14 prosenttia ja oli 48 199 tuhatta euroa (56 253). Vähittäismyynti supistui 22 prosenttia myymälöiden väliaikaisen sulkemisen ja asiakasmäärien merkittävän vähenemisen takia, vaikka erittäin hyvin sujunut verkkomyynti tuki vähittäismyyntiä. Tukkumyynti laski 9 prosenttia. Liikevaihtoa heikensivät erityisesti vähittäismyyntin lasku Suomessa, Pohjois-Amerikassa ja Skandinaviassa sekä tukkumyyntin vähentyminen Aasian-Tyynenmeren ja EMEA:n alueilla. Liikevaihtoa puolestaan tukivat lisenssituoitojen kasvu Aasian-Tyynenmeren alueella sekä tukkumyyntin nousu Suomessa. Yhteensä liikevaihto Suomessa väheni 16 prosenttia; kansainvälinen myynti laski 13 prosenttia.

Liikevaihto Suomessa oli 24 952 tuhatta euroa (29 568). Vähittäismyynti laski 23 prosenttia ja vertailukelpoinen vähittäismyynti³ 10 prosenttia myymälöiden väliaikaisen sulkemisen ja asiakasmäärien merkittävän vähenemisen vuoksi. Verkkomyyntin erittäin vahva kasvu kuitenkin tuki vähittäismyyntiä. Tukkumyynti kasvoi poikkeustilanteesta huolimatta 8 prosenttia. Kertaluonteisten kampanjatoimitusten arvo oli vertailukauden tasolla.

Aasian-Tyynenmeren alueella liikevaihto oli 10 211 tuhatta euroa (11 902). Tukkumyynti alueella laski 24 prosenttia koronaviruspandemian vaikutusten vuoksi. Tukkumyynti Japaniin väheni 23 prosenttia. Myös vertailukauden poikkeuksellinen toimitusrytmi vaikutti alueen tukkumyyntiin: vuoden 2018 lopussa osa tukkutoimituksista ajoittui vuoden 2019 ensimmäiselle neljännekselle. Vähittäismyynti supistui ainoastaan 15 prosenttia, sillä verkkomyynti kehittyi hyvin.

LIIVEVAIHTO MARKKINA-ALUEITTAIN

(1 000 euroa)	4-6/ 2020	4-6/ 2019	Muutos, %	1-6/ 2020	1-6/ 2019	Muutos, %	1-12/ 2019
Suomi	11 378	16 782	-32	24 952	29 568	-16	71 163
Kansainvälinen myynti	11 948	12 355	-3	23 247	26 685	-13	54 256
Skandinavia	1 878	2 094	-10	3 936	4 219	-7	9 297
EMEA	3 277	3 166	3	5 968	6 644	-10	11 992
Pohjois-Amerikka	1 489	1 987	-25	3 132	3 921	-20	8 257
Aasian-Tyynenmeren alue	5 305	5 107	4	10 211	11 902	-14	24 712
Yhteensä	23 327	29 137	-20	48 199	56 253	-14	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, tukkumyyntiin ja lisenssituoitoihin, on tämän puolivuosisikatsauksen taulukko-osassa.

TALOUDELLINEN TULOS

Huhti-kesäkuussa 2020 konsernin liikevoitto ylsi 2 661 tuhanteen euroon (3 691). Katsauskaudella ei ollut vertailukelpoisuuteen vaikuttavia eriä, kuten ei edellisvuonna, ja vertailukelpoinen liikevoitto oli niin ikään 2 661 tuhatta euroa (3 691). Tulosta laskivat liikevaihdon väheneminen sekä suhteellisen myyntikatteen heikentyminen. Tulosta puolestaan paransivat toiminnan ripeän sopeuttamisen ansiosta selvästi supistuneet kiinteät kulut.

³ Sisältää omat vähittäismyymälät mukaan lukien verkkokaupan.

Koronaviruksen alkaessa levitä alkuvuodesta Marimekko aloitti ripeästi kustannussäästötoimenpiteet. Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut laskivat vähittäiskauppaketjussa koronaviruspandemian takia toteutettujen määräaikaisten lomautusten johdosta, kun omat myymälät suljettiin tilapäisesti. Merkittäviä säästöjä saatiin myös esimerkiksi supistamalla markkinointipanostuksia sekä neuvottelemalla vuokranalennuksia niiltä kuukausilta, joina pandemia voimakkaimmin vaikutti myyntiin. Lisäksi joidenkin myymälöiden vuokrien liikevaihtosidonnaisuus alensi kiinteitä kustannuksia. Suhteellista myyntikatetta heikensivät etenkin merkittävästi kasvaneen verkkomyynnin seurauksena lisääntyneet logistiikkakustannukset. Myös vertailukautta suuremmat alennukset vaikuttivat suhteelliseen myyntikatteeseen. Suhteellista myyntikatetta kuitenkin tukivat lisenssituottojen kasvu sekä tuotevalikoiman optimoinnilla saavutetut hyvät tuotekohtaiset katteet.

Tammi-kesäkuussa 2020 konsernin liikevoitto oli 3 868 tuhatta euroa (6 281) ja vertailukelpoinen liikevoitto niin ikään 3 868 tuhatta euroa (6 281). Tulosta laskivat liikevaihdon väheneminen sekä suhteellisen myyntikatteen heikentyminen. Tulosta puolestaan paransi kiinteiden kulujen supistuminen selvästi Marimekon kunnianhimoisen säästöohjelman ansiosta. Suhteellista myyntikatetta heikensivät etenkin merkittävästi kasvaneesta verkkomyynnistä johtunut logistiikkakustannusten kasvu ja suuremmat alennukset. Suhteellista myyntikatetta puolestaan tukivat lisenssituottojen kasvu sekä tuotevalikoiman optimoinnilla saavutetut hyvät tuotekohtaiset katteet. Kiinteät kulut vähenivät selvästi, kun säästöjä saatiin työsuhde-etuuksista aiheutuvista kuluista, myymälöiden vuokrista sekä markkinoinnista. Vähittäiskauppaketjun määräaikaisten lomautuksien lisäksi työsuhde-etuuksista aiheutuvia kuluja laskivat johdon pitkäaikaiseen osakepohjaiseen kannustinjärjestelmään liittyvät laskennalliset vaikutukset. Liiketoiminnan muita kuluja kasvattivat ensimmäisellä neljänneksellä tehdyt aiempaa suuremmat luottotappiovaraukset.

Markkinointiin käytettiin tammi-kesäkuussa 2 372 tuhatta euroa (3 150) eli 5 prosenttia konsernin liikevaihdosta (6).

Konsernin poistot olivat 6 289 tuhatta euroa (6 221) eli 13 prosenttia liikevaihdosta (11).

Tammi-kesäkuussa liikevoittomarginaali oli 8,0 prosenttia (11,2) ja vertailukelpoinen liikevoittomarginaali niin ikään 8,0 prosenttia (11,2). Vuoden toisella neljänneksellä liikevoittomarginaali oli 11,4 prosenttia (12,7) ja vertailukelpoinen liikevoittomarginaali 11,4 prosenttia (12,7).

Nettorahoituskulut olivat tammi-kesäkuussa 842 tuhatta euroa (658) eli 2 prosenttia liikevaihdosta (1). Rahoituseriin sisältyy valuuttakurssieroja -351 tuhatta euroa (-139), joista realisoitumattomia oli -118 tuhatta euroa (-58). IFRS 16 -standardin vaikutus korkokuluihin oli -391 tuhatta euroa (-471).

Ensimmäisen vuosipuoliskon tulos ennen veroja oli 3 027 tuhatta euroa (5 624). Katsauskauden tulos oli 2 336 tuhatta euroa (4 511) ja tulos osaketta kohden 0,29 euroa (0,56).

TASE

Konsernin tase 30.6.2020 oli 101 303 tuhatta euroa (85 795). Emoyhtiön osakkeenomistajille kuuluva oma pääoma oli 41 280 tuhatta euroa (30 440) eli 5,09 euroa osaketta kohden (3,75).

Pitkäaikaiset varat olivat kesäkuun 2020 lopussa 38 530 tuhatta euroa (42 649). Vuokrasopimusvelat olivat 33 113 tuhatta euroa (38 113). Rahoitusvelat kasvoivat 6 439 tuhanteen euroon (0), kun katsauskaudella nostettiin uusi lyhytaikainen 6 miljoonan euron limiitti, joka erääntyy 31.12.2020. Lisäksi konsernilla oli nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä 17 449 tuhatta euroa (13 000).

Kauden päättyessä nettokäyttöpääoma oli 18 768 tuhatta euroa (13 092). Vaihto-omaisuus oli 28 232 tuhatta euroa (22 283). Vaihto-omaisuutta kasvattivat äkillinen kysynnän lasku omien vähittäismyymälöiden tilapäisesti sulkeuduttua sekä tuotteiden ostaminen ennakkoon yhtiön varautuessa mahdollisiin koronaviruspandemian aiheuttamiin haasteisiin hankintaketjussa. Marimekon kattava outlet-myymäläketju ja -kampanjat tarjoavat hyvät mahdollisuudet varaston pienentämiseen.

RAHAVIRTA JA RAHOITUS

Huhti-kesäkuussa 2020 liiketoiminnan rahavirta oli 4 037 tuhatta euroa (7 198) eli 0,50 euroa osaketta kohden (0,89). Rahavirta ennen rahoituksen rahavirtoja oli 3 730 tuhatta euroa (6 394).

Tammi-kesäkuussa liiketoiminnan rahavirta oli -438 tuhatta euroa (10 217) eli -0,05 euroa osaketta kohden (1,26). Vaihto-omaisuuden lisäykset, vertailukautta suuremmat verojen maksut ja tuloksen lasku, vaikuttivat liiketoiminnan rahavirtaan. Rahavirta ennen rahoituksen rahavirtoja oli -1 888 tuhatta euroa (9 042).

Konsernin rahavarat olivat kauden päättyessä 25 061 tuhatta euroa (12 811). Rahavarojen kasvuun vaikutti päätös pidättäytyä toistaiseksi osingonmaksusta poikkeustilanteen vuoksi; vertailukaudella osinkoja maksettiin 15 003 tuhatta euroa. Korollista luottolimiittiä oli käytössä 6 439 tuhatta euroa (0). Lisäksi konsernilla oli nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä 17 449 tuhatta euroa (13 000). Käytettävissä on myös lyhytaikainen 10 miljoonan euron arvoinen valmiusluottolimiitti sekä 2,5 miljoonasta eurosta 5 miljoonan euroon kasvatettu 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 40,7 prosenttia (35,5). Nettovelkaantumisaste (gearing) oli 35,1 prosenttia (83,1). Nettovelan suhde rullaavaan 12 kuukauden käyttökatteeseen oli 0,53 eli selvästi alle pitkän aikavälin tavoitetason, joka on korkeintaan 2.

INVESTOINNIT

Tammi-kesäkuussa 2020 konsernin bruttoinvestoinnit olivat 866 tuhatta euroa (907) eli 2 prosenttia liikevaihdosta (2). Pääosa investoinneista kohdistui tietojärjestelmiin. Koronaviruspandemian seurauksena yhtiö on tarkastellut kriittisesti vuodelle 2020 suunniteltuihin investointeihin ja leikannut niitä merkittävästi.

MYYMÄLÄVERKOSTO

Marimekolle on keskeistä olla hyvillä kohdeyleisöään palvelevilla liikepaikoilla. Myymäläverkoston toimintaa ja tehokkuutta arvioidaan ja kehitetään jatkuvasti. Vuoden 2020 toisella neljänneksellä avattiin myymälä Hongkongissa ja shop-in-shop Suomessa. Marimekon myymälä Frankfurtissa suljettiin. Katsauskauden lopussa Marimekko-myymälöitä ja -shop-in-shopeja oli 150 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 vaikutti katsauskaudella Marimekko-myymälöiden toimintaan kaikilla markkinoilla. Huolehtiakseen henkilöstön ja asiakkaiden terveydestä ja hyvinvoinnista Marimekko päätti maaliskuun lopussa sulkea väliaikaisesti omat vähittäismyymälänsä Suomessa, Skandinaviassa, Saksassa, Yhdysvalloissa ja Australiassa, ja 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.

Katsauskauden lopussa lähes kaikki omat myymälät Pohjois-Amerikkaa lukuun ottamatta olivat avoinna rajoitetuin aukioloajoin. Pohjois-Amerikassa myymälät avattiin heinäkuun alussa, mutta samaan aikaan osa Australian-myymälöistä jouduttiin väliaikaisesti sulkemaan uudelleen viranomais määräysten vuoksi, ja nämä myymälät ovat edelleen suljettuina.

Aasiassa partneriomisteiset Marimekko-myymälät Manner-Kiinassa, Hongkongissa, Etelä-Koreassa ja Taiwanissa olivat toisella neljänneksellä avoinna pääosin normaalisti. Sen sijaan Thaimaassa myymälät sulkeutuivat väliaikaisesti maaliskuun puolivälissä ja avautuivat uudelleen toukokuun puolivälissä.

Japanissa puolestaan myymälät suljettiin vaiheittain huhtikuun aikana ja niitä alettiin avata uudelleen vaiheittain toukokuun puolivälistä alkaen. Katsauskauden lopussa partneriomisteiset Marimekko-myymälät Aasiassa olivat auki, osin rajoitetuin aukioloajoin.

Marimekko on panostanut digitaalisen liiketoimintansa kehittämiseen jo vuosia ja pystyi sen ansiosta nopeasti siirtämään kampanjansa verkkoon suljettuaan väliaikaisesti omat vähittäismyymälänsä. Toisella neljänneksellä verkkokauppa oli yhtiön tärkein vähittäismyyntikanava, ja sen myynti kasvoi 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

	30.6.2020	30.6.2019	31.12.2019
Suomi	65	63	66
Skandinavia	10	10	10
EMEA	1	1	2
Pohjois-Amerikka	6	6	6
Aasian-Tyynenmeren alue	68	67	67
Yhteensä	150	147	151

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

HENKILÖSTÖ

Tammi-kesäkuussa 2020 henkilöstöä oli kokoaikaisiksi muutettuna keskimäärin 436 (435) ja katsauskauden lopussa 432 (453), joista 83 (99) työskenteli ulkomailla. Ulkomailla työskentelevien määrä jakautui seuraavasti: Skandinavia 19 (35), EMEA 3 (5), Pohjois-Amerikka 31 (33) ja Aasian-Tyynenmeren alue 30 (26). Omissa myymälöissä henkilöstöä kokoaikaisiksi muutettuna oli kauden päättyessä 226 (258).

Koronaviruspandemian voimistuessa eri markkinoilla Marimekko päätti maaliskuussa sulkea väliaikaisesti kaikki omat vähittäismyymälänsä Suomessa, Skandinaviassa, Saksassa, Yhdysvalloissa ja Australiassa. Sopeuttaakseen henkilöstömäärän tarjolla olevaan työn määrään yhtiö käynnisti Suomessa yhteistoimintaneuvottelut vähittäiskauppaketjussaan vähittäiskaupan tukitoiminto mukaan lukien sekä vastaavat sopeuttamistoimet Tanskassa, Norjassa, Ruotsissa, Saksassa, Yhdysvalloissa ja Australiassa. Neuvottelut saatiin päätökseen huhtikuun alussa ja niiden sekä muiden sopeuttamistoimien seurauksena lähes koko vähittäiskaupan organisaatio lomautettiin määräaikaisesti. Kesäkuussa Suomen vähittäiskaupan myymälätoiminnoissa käytiin uudet yhteistoimintaneuvottelut, joiden tuloksena osaa lomautuksista jatkettiin määräaikaisina. Henkilöstöä Suomessa ja muissa maissa on kutsuttu vaiheittain takaisin töihin sitä mukaa kun omia myymälöitä on avattu uudelleen tarkkoja terveyteen ja turvallisuuteen liittyviä paikallisia rajoituksia ja suosituksia sekä varotoimia noudattaen.

Vahvistaakseen pitkän aikavälin kilpailukykyään suuressa murroksessa olevassa toimintaympäristössä yhtiö on katsauskauden jälkeen 12.8.2020 päättänyt käynnistää henkilöstön kanssa yhteistoimintaneuvottelut toimintojensa uudelleenorganisoinniseksi ja tehostamiseksi tuotannollisin ja taloudellisin perustein Suomessa, vähittäismyymälöiden henkilöstö ja Herttoniemen kangaspainon työntekijät pois lukien. Yhtiö aloittaa vastaavanlaisia toimenpiteitä myös Skandinavian, Pohjois-Amerikan ja Australian organisaatioissa.

MUUTOKSET JOHDOSSA

Rebekka Bay nimitettiin 2.6.2020 Marimekon luovaksi johtajaksi ja johtoryhmän jäseneksi. Hän aloittaa tehtävässä 1.9.2020. Nimityksen yhteydessä Bay luopui Marimekon hallituksen jäsenyydestä.

VARSINAISEN YHTIÖKOKOUKSEN PÄÄTÖKSET

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

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 17 535 osakkeenomistajaa (10 138). Osakkeista 8,3 prosenttia oli hallintarekisteröityjen ja ulkomaisten omistajien omistuksessa (12,2).

Marimekko Oyj:llä oli 30.6.2020 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-kesäkuussa 2020 Marimekon osakkeita vaihdettiin Nasdaq Helsingissä yhteensä 1 932 082 kappaletta (791 228) eli 23,8 prosenttia (9,7) yhtiön koko osakekannasta. Osakkeiden yhteenlaskettu vaihtoarvo oli 58 648 973 euroa (20 769 116). Osakkeen alin kurssi oli 21,30 euroa (20,80), ylin 42,50 euroa (31,50) ja keskipurssi 30,36 euroa (26,25). Kesäkuun lopussa osakkeen päätöskurssi oli 24,45 euroa (26,00).

Yhtiön markkina-arvo 30.6.2020 oli 198 285 441 euroa ilman yhtiön hallussa olevia omia osakkeita (210 855 684).

Valtuutukset

Varsinainen yhtiökokous 8.4.2020 valtuutti 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:tä 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.

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, jonka vaikutukset voimistuivat toisella neljänneksellä. 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 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 neuvotteluvoimaa. 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 erityisesti Aasiassa.

Yhtiön operatiivisista riskeistä korostuvat kansainvälistymiseen, digitalisaatioon sekä hankintaketjun toimintavarmuuteen ja vastuullisuuteen 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 myynninmenetystä. Tietovuodot voivat aiheuttaa vahingonkorvausvaatimuksia ja maineriskejä.

Marimekon hankintaketjuun liittyvät operatiiviset riskit koskevat erityisesti hankinta- ja logistiikkaprosesseja ja niiden joustavuutta 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 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 laatuvariaabelit 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 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 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 vaikuttaa Marimekon myyntiin, kannattavuuteen ja kassavirtaan. Lisäksi globaalilla kriisillä voi olla vaikutuksia yhtiön arvoketjun toimintavarmuuteen. Pandemian kesto, mahdolliset uudet tartunta-aallot ja eri maiden tapa hoitaa kriisiä vaikuttavat talouden taantumana syvyyteen eri markkinoilla.

Marimekolla tärkeä kotimarkkina Suomi edustaa perinteisesti noin puolta yhtiön liikevaihdosta. Huolehtiakseen henkilöstön ja asiakkaiden terveydestä Marimekko päätti maaliskuussa sulkea väliaikaisesti omat vähittäismyymälänsä Suomessa. Myymälät muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta avattiin uudelleen vaiheittain touko- ja kesäkuussa tarkkoja terveyteen ja turvallisuuteen liittyviä varotoimia noudattaen sekä rajoitetuin aukioloajoin. Tuotteiden kysyntä verkkokaupassa kasvoi merkittävästi kevään ja kesän aikana. Vuoden 2020 tukkumyyntiin Suomessa vaikuttavat positiivisesti kertaluonteiset kampanjatoimitukset, joiden kokonaisarvo on viime vuotta merkittävästi suurempi. Toimitukset painottuvat voimakkaasti toiselle vuosipuoliskolle. Marimekon kotimarkkinoiden näkyymiin sekä koko yhtiön liikevaihtoon ja tulokseen vaikuttaa olennaisesti se, kuinka asiakasmäärät vähittäismyymälöissä kehittyvät loppuvuonna ja tuleeko koronaviruksesta syksyllä uusia, merkittäviä tartunta-aaltoja.

Aasian-Tyynenmeren alue on Marimekon toiseksi suurin markkina, ja sillä on tärkeä rooli yhtiön kansainvälistymisessä. Japani on Marimekolla 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-myymälöiden verkosto. Kaikki Marimekko-myymälät Aasiassa ovat partneriomisteisia. Japanissa myymälät suljettiin vaiheittain huhtikuun aikana ja niitä alettiin avata uudelleen vähitellen toukokuun puolivälistä alkaen. Marimekko-myymälät Manner-Kiinassa, Hongkongissa, Etelä-Koreassa ja Taiwanissa olivat toisella neljänneksellä avoinna pääosin normaalisti. Thaimaassa myymälät sulkeutuivat väliaikaisesti maaliskuun puolivälissä ja avautuivat uudelleen toukokuun puolivälissä. Aasian Marimekko-myymälöiden tilapäinen sulkeminen, mahdolliset uudet tartunta-aallot sekä pandemian vaikutukset kuluttajien mielialaan vaikuttavat yhtiön tukkumyyntinäköymiin alueella. Katsauskauden lopussa Marimekko-myymälät Aasiassa olivat auki, osin rajoitetuin aukioloajoin. Osa Marimekon omista vähittäismyymälöistä Australiassa on suljettu uudelleen katsauskauden jälkeen annettujen viranomaismääräysten vuoksi. Pandemiatilanteesta huolimatta yhtiö näkee edelleen kasvavaa kysyntää tuotteilleen Aasian-Tyynenmeren 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 suunnilleen edellisvuoden tasolla odotettua paremman ennakoidun kehityksen ansiosta.

Verkkomyynnin painoarvo yhtiön liiketoiminnassa on kasvanut edelleen vuonna 2020, ja myynnin odotetaan kehittyvän hyvin myös vuoden toisella puoliskolla. Vähittäismyynnin koko vuoden näkyymiin vaikuttaa olennaisesti asiakasvirtojen palautuminen myymälöihin loppuvuonna kullakin markkinalla sekä mahdolliset uudet tartunta-aallot, jotka voivat edellyttää omien myymälöiden tilapäisiä sulkemisia. Marimekon partnereiden ja muiden tukkumyyntiasiakkaiden toipuminen kriisistä voi vaikuttaa heidän loppuvuoden täydennystilauksiinsa ja siten yhtiön koko vuoden näkyymiin. Koko vuoden tukkumyyntiä tukevat huomattavasti kertaluonteiset kampanjatoimitukset Suomessa. Yhtiön tavoitteena on edelleen avata noin 10 uutta Marimekko-myymälää ja -shop-in-shopia vuonna 2020. Uusien avausten pääpaino on jälleenmyyjävetoisissa Marimekko-myymälöissä.

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. Verkkokaupan kasvun seurauksena yhtiö odottaa koko vuoden logistiikkakustannusten kasvavan vuodesta 2019.

Kannattavuuden ja kassavirran turvaamiseksi Marimekko on rakentanut kunnianhimoisen kiinteiden kulujen säästöohjelman, jonka toteuttaminen aloitettiin ripeästi ja jonka vaikutukset näkyivät erityisesti toisella neljänneksellä, kun valtaosa Marimekon omista vähittäismyymälöistä oli tilapäisesti suljettuna ja yhtiö säästi merkittävästi muun muassa henkilöstökuluissa ja vuokrissa. Kiinteiden kulujen odotetaan laskevan myös toisella vuosipuoliskolla, mutta alkuvuotta selvästi maltillisemmin. Markkinointikustannusten ennakoitaan 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 2020

Osavuosisikatsaus tammi-syyskuulta julkaistaan keskiviikkona 4.11.2020 klo 8.00.

Helsingissä 12. elokuuta 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 puolivuosisikatsaus on laadittu IAS 34 Osavuosisikatsaukset -standardin mukaisesti. Marimekko on noudattanut tämän katsauksen 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)	4-6/2020	4-6/2019	1-6/2020	1-6/2019	1-12/2019
LIKEVAIHTO	23 327	29 137	48 199	56 252	125 419
Liiketoiminnan muut tuotot	136	186	274	373	616
Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos	3 821	-696	5 682	23	444
Aineiden ja tarvikkeiden käyttö	-13 199	-9 620	-24 310	-19 816	-45 391
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	-5 169	-6 747	-11 238	-13 643	-27 780
Poistot ja arvonalentumiset	-3 136	-3 135	-6 289	-6 221	-12 543
Liiketoiminnan muut kulut	-3 118	-5 434	-8 450	-10 686	-23 647
LIKEVOITTO	2 661	3 691	3 868	6 281	17 117
Rahoitustuotot	435	-93	492	77	462
Rahoituskulut	-306	-429	-1 334	-735	-1 429
	129	-522	-842	-658	-966
TULOS ENNEN VEROJA	2 790	3 169	3 027	5 624	16 151
Tuloverot	-632	-597	-691	-1 113	-3 133
TILIKAUDEN TULOS	2 158	2 572	2 336	4 511	13 018
Tuloksen jakautuminen emoyhtiön osakkeenomistajille	2 158	2 572	2 336	4 511	13 018
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tuloksesta laskettu laimentamaton ja laimennusvaikutuksella oikaistu osakekohtainen tulos, euroa	0,27	0,32	0,29	0,56	1,61

LAAJA TULOSLASKELMA

(1 000 euroa)	4-6/2020	4-6/2019	1-6/2020	1-6/2019	1-12/2019
Tilikauden tulos	2 158	2 572	2 336	4 511	13 018
Erät, jotka voidaan siirtää myöhemmin tulosvaikutteisiksi					
Muuntoeron muutos	-36	33	19	6	-17
TILIKAUDEN LAAJA TULOS	2 123	2 605	2 355	4 517	13 001
Tuloksen jakautuminen emoyhtiön osakkeenomistajille	2 123	2 605	2 355	4 517	13 001

KONSERNITASE

(1 000 euroa)	30.6.2020	30.6.2019	31.12.2019
VARAT			
PITKÄAIKAISET VARAT			
Aineettomat hyödykkeet	528	978	593
Aineelliset hyödykkeet	37 451	41 249	40 431
Muut rahoitusvarat	16	16	16
Laskennalliset verosaamiset	535	406	515
	38 530	42 649	41 555
LYHYTAIKAISET VARAT			
Vaihto-omaisuus	28 232	22 283	22 564
Myyntisaamiset ja muut saamiset	8 552	8 052	6 632
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	928	-	-
Rahavarat	25 061	12 811	26 133
	62 773	43 146	55 329
VARAT YHTEENSÄ	101 303	85 795	96 884

(1 000 euroa)	30.6.2020	30.6.2019	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	-47	-43	-66
Kertyneet voittovarot	32 373	21 530	30 037
Oma pääoma yhteensä	41 280	30 440	38 925
PITKÄAIKAISET VELAT			
Vuokrasopimusvelat	23 528	27 819	25 950
Muut pitkäaikaiset velat	1 527	1 198	1 644
	25 055	29 017	27 594
LYHYTAIKAISET VELAT			
Ostovelat ja muut velat	18 945	14 167	17 796
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	-	1 878	2 115
Vuokrasopimusvelat	9 585	10 294	10 203
Rahoitusvelat	6 439	-	251
	34 969	26 338	30 366
Velat yhteensä	60 024	55 355	57 960
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	101 303	85 795	96 884

KONSERNIN RAHAVIRTALASKELMA

(1 000 euroa)	1-6/2020	1-6/2019	1-12/2019
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA			
Tilikauden tulos	2 336	4 511	13 018
Oikaisut			
Poistot ja arvonalentumiset	6 289	6 221	12 543
Rahoitustuotot ja -kulut	842	658	966
Verot	691	1 113	3 133
Rahavirta ennen käyttöpääoman muutosta	10 157	12 503	29 661
Käyttöpääoman muutos	-6 344	-1 114	2 887
Lyhytaikaisten korottomien liikesaamisten lisäys (-) / vähennys (+)	-1 940	-1 428	-117
Vaihto-omaisuuden lisäys (-) / vähennys (+)	-5 668	-169	-450
Lyhytaikaisten korottomien velkojen lisäys (+) / vähennys (-)	1 264	482	3 454
Liiketoiminnan rahavirta ennen rahoituseriä ja veroja	3 813	11 389	32 548
Maksetut korot ja maksut muista rahoituskuluista	-580	-514	-1 408
Saadut korot ja maksut muista rahoitustuotoista	62	-2	404
Maksetut verot	-3 733	-656	-2 552
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA	-438	10 217	28 992
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA			
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin	-1 450	-1 175	-1 569
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA	-1 450	-1 175	-1 569
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA			
Lyhytaikaisten lainojen nostot	6 188	-	251
Henkilöstöanti	-	726	726
Leasingmaksut	-5 373	-5 127	-10 437
Maksetut osingot	-	-15 003	-15 003
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA	816	-19 405	-24 463
Rahavarojen muutos	-1 072	-10 363	2 960
Rahavarat katsauskauden alussa	26 133	23 174	23 174
Rahavarat katsauskauden lopussa	25 061	12 811	26 133

Marimekolla on lisäksi nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä 17 449 tuhatta euroa (13 000). Tarvittaessa käytettävissä on lisäksi lyhytaikainen 10 miljoonan euron arvoinen valmiusluottolimiitti sekä 2,5 miljoonasta eurosta 5 miljoonan euroon kasvatettu 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					4 511	4 511
Muuntoerot				6		6
Tilikauden laaja tulos yhteensä				6	4 511	4 517
Liiketoimet omistajien kanssa						
Osingonjako					-15 003	-15 003
Henkilöstöanti		726				726
Osakeperusteiset liiketoimet, henkilöstöanti					195	195
Oma pääoma 30.6.2019	8 040	1 228	-315	-43	21 530	30 440
Oma pääoma 1.1.2020	8 040	1 228	-315	-66	30 037	38 925
Laaja tulos						
Tilikauden tulos					2 336	2 336
Muuntoerot				19		19
Tilikauden laaja tulos yhteensä				19	2 336	2 355
Oma pääoma 30.6.2020	8 040	1 228	-315	-47	32 373	41 280

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	-	-
Muuntoerot	83	10	-582	-572
Luokitteluoikaisu	725	-	-725	-725
Lisäykset	253	1 439	624	2 063
Vähennykset	-	-	-1 332	-1 322
Siirrot erien välillä	170	-	-140	-140
Hankintameno 30.6.2019	10 853	43 227	25 674	68 901
Kertyneet poistot 1.1.2019	9 280	-	23 674	23 392
Muuntoerot	19	-14	-439	-454
Vähennysten kertyneet poistot	-	-	-931	-931
Tilikauden poistot	577	5 345	299	5 644
Kertyneet poistot 30.6.2019	9 875	5 331	22 321	27 652
Kirjanpitoarvo 30.6.2019	978	37 895	3 354	41 249
Kirjanpitoarvo 1.1.2019	342	-	4 438	4 438
Kirjanpitoarvo 30.6.2019	978	37 895	3 354	41 249
Hankintameno 1.1.2020	10 453	46 598	28 209	74 808
Muuntoerot	-33	-125	-28	-153
Lisäykset	155	2 422	711	3 133
Hankintameno 30.6.2020	10 575	48 895	28 892	77 788
Kertyneet poistot 1.1.2020	9 860	10 833	23 544	34 376
Muuntoerot	-2	-37	-103	-140
Tilikauden poistot	189	5 496	604	6 100
Kertyneet poistot 30.6.2020	10 047	16 292	24 045	40 337
Kirjanpitoarvo 30.6.2020	528	32 604	4 848	37 451
Kirjanpitoarvo 1.1.2020	593	35 766	4 665	40 431
Kirjanpitoarvo 30.6.2020	528	32 604	4 848	37 451

TUNNUSLUKUJA

	1-6/2020	1-6/2019	Muutos, %	1-12/2019
Tulos/osake (EPS), euroa	0,29	0,56	-48	1,61
Oma pääoma/osake, euroa	5,09	3,75	36	4,80
Oman pääoman tuotto (ROE), %	30,2	31,7		33,0
Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %	19,5	26,3		17,9
Omavaraisuusaste, %	40,7	35,5		40,2
Nettovelkaantumisaste (gearing), %	35,1	83,1		27,0
Bruttoinvestoinnit, 1 000 euroa	866	907	-5	2 594
Bruttoinvestoinnit, % liikevaihdosta	2	2		2
Vastuusitoumukset, 1 000 euroa	692	574	20	617
Henkilöstö keskimäärin	436	435	0	442
Henkilöstö kauden lopussa	432	453	-5	450
Liikkeessä olevien osakkeiden lukumäärä kauden lopussa	8 109 834	8 109 834		8 109 834
Liikkeessä olevien osakkeiden lukumäärä keskimäärin	8 109 834	8 090 500		8 100 246

Bruttoinvestoinnit eivät sisällä IFRS 16:n vaikutusta.

LIIKEVAIHTO MARKKINA-ALUEITTAIN

(1 000 euroa)	4-6/ 2020	4-6/ 2019	Muutos, %	1-6/ 2020	1-6/ 2019	Muutos, %	1-12/ 2019
Suomi	11 378	16 782	-32	24 952	29 568	-16	71 163
Vähittäismyynti	7 779	13 255	-41	16 684	21 805	-23	51 918
Tukkumyynti	3 578	3 485	3	8 217	7 635	8	19 012
Lisenssituotot	22	42	-49	51	128	-60	233
Skandinavia	1 878	2 094	-10	3 936	4 219	-7	9 297
Vähittäismyynti	767	1 294	-41	1 808	2 459	-26	5 434
Tukkumyynti	1 111	800	39	2 128	1 760	21	3 862
Lisenssituotot	-	-	-	-	-	-	-
EMEA	3 277	3 166	3	5 968	6 644	-10	11 992
Vähittäismyynti	735	376	95	1 093	749	46	1 568
Tukkumyynti	2 426	2 706	-10	4 683	5 700	-18	9 980
Lisenssituotot	106	84	26	191	195	-2	443
Pohjois-Amerikka	1 489	1 987	-25	3 132	3 921	-20	8 257
Vähittäismyynti	831	1 464	-43	1 786	2 459	-27	5 798
Tukkumyynti	626	460	36	1 283	1 092	17	1 987
Lisenssituotot	33	63	-48	63	370	-83	472
Aasian-							
Tyynenmeren alue	5 305	5 107	4	10 211	11 902	-14	24 712
Vähittäismyynti	867	1 018	-15	1 721	2 022	-15	4 378
Tukkumyynti	3 438	4 089	-16	7 490	9 879	-24	18 733
Lisenssituotot	1 000	-		1 000	-		1 600
Kansainvälinen myynti yhteensä	11 948	12 355	-3	23 247	26 685	-13	54 256
Vähittäismyynti	3 199	4 153	-23	6 408	7 689	-17	17 178
Tukkumyynti	7 611	8 055	-6	15 584	18 432	-15	34 562
Lisenssituotot	1 139	147		1 255	565	122	2 516
Yhteensä	23 327	29 137	-20	48 199	56 253	-14	125 419
Vähittäismyynti	10 978	17 408	-37	23 092	29 494	-22	69 096
Tukkumyynti	11 189	11 539	-3	23 801	26 067	-9	53 574
Lisenssituotot	1 160	189		1 306	692	89	2 748

MYYMÄLÄT JA SHOP-IN-SHOPIT

	30.6.2020	30.6.2019	31.12.2019
Suomi	65	63	66
Omat myymälät	25	23	25
Omat outlet-myymälät	12	12	12
Jälleenmyyjämyymälät	13	13	13
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	15	15	16
Skandinavia	10	10	10
Omat myymälät	7	7	7
Omat outlet-myymälät	-	-	-
Jälleenmyyjämyymälät	-	-	-
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	3	3	3
EMEA	1	1	2
Omat myymälät	-	1	1
Omat outlet-myymälät	-	-	-
Jälleenmyyjämyymälät	-	-	-
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	1	-	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	67	67
Omat myymälät	4	4	4
Omat outlet-myymälät	-	-	-
Jälleenmyyjämyymälät	53	52	52
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	11	11	11
Yhteensä	150	147	151
Omat myymälät	40	39	41
Omat outlet-myymälät	13	13	13
Jälleenmyyjämyymälät	67	66	66
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	30	29	31

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

LIIKEVAIHTO TUOTELINJOITTAIN

(1 000 euroa)	4-6/ 2020	4-6/ 2019	Muutos, %	1-6/ 2020	1-6/ 2019	Muutos, %	1-12/ 2019
Muoti	9 329	11 552	-19	18 671	21 278	-12	46 746
Kodintuotteet	9 622	10 659	-10	18 748	20 202	-7	47 941
Laukut ja asusteet	4 376	6 926	-37	10 779	14 772	-27	30 732
Yhteensä	23 327	29 137	-20	48 199	56 253	-14	125 419

LIIKEVAIHDON JA TULOKSEN KEHITYS VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN

(1 000 euroa)	4-6/2020	1-3/2020	10-12/2019	7-9/2019
Liikevaihto	23 327	24 872	34 716	34 451
Liikevoitto	2 661	1 208	3 013	7 823
Tulos/osake, euroa	0,27	0,02	0,26	0,79

(1 000 euroa)	4-6/2019	1-3/2019	10-12/2018	7-9/2018
Liikevaihto	29 137	27 116	29 740	29 836
Liikevoitto	3 691	2 591	1 237	6 185
Tulos/osake, euroa	0,32	0,24	0,11	0,60

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 30.6.

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