

Puolivuosikatsaus 1-6/2022

Tiina Alahuhta-Kasko

Toimitusjohtaja

Marimekon liikevaihto kasvoi ja tulos parani vuoden 2022 toisella neljänneksellä

- Liikevaihtomme kasvoi 16 % ja oli 38,0 miljoonaa euroa (32,7). Liikevaihtoa nosti erityisesti vähittäismyynnin kasvu Suomessa mutta myös kansainvälisesti.
- Suomessa liikevaihto kasvoi 25 % ja kansainvälinen myynti nousi 5 %. Kansainvälisen myynnin kasvuvauhtiin vaikutti kuitenkin negatiivisesti tukkumyynnin toimitusten painottuminen vertailuvuodesta poikkeavalla tavalla. Koko vuodelta 2022 odotamme kansainvälisen liikevaihdon kasvavan selvästi.
- Vertailukelpoinen liikevoittomme kasvoi 17 prosenttia ja oli 5,7 miljoonaa euroa (4,9) eli 15,0 prosenttia liikevaihdosta (14,9).
- Liikevoittoa paransi erityisesti liikevaihdon kasvu. Tulosta puolestaan laski kiinteiden kulujen nousu.



Liikevaihto ja tulos kasvoivat kahdeksatta peräkkäistä kertaa

Milj. euroa	4-6/2022	4-6/2021	Muutos, %	1-6/2022	1-6/2021	Muutos, %	1-12/2021
Liikevaihto	38,0	32,7	16	74,0	61,8	20	152,2
Kansainvälinen myynti	15,0	14,3	5	32,5	28,9	13	59,9
<i>% liikevaihdosta</i>	39	44		44	47		39
Vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA) *	8,1	7,8	4	17,3	16,5	5	43,1
Liikevoitto *	5,7	4,9	17	12,3	10,5	17	31,2
Vertailukelpoinen liikevoitto *	5,7	4,9	17	12,3	10,5	17	31,2
<i>Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali, % *</i>	15,0	14,9		16,6	17,0		20,5
Vertailukelpoinen tulos/osake, euroa *, **	0,12	0,09	31	0,24	0,20	22	0,60
Liiketoiminnan rahavirta *	4,4	7,0	-36	1,4	8,4	-84	35,9
<i>Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), % *</i>				42,3	30,5		33,0
<i>Omavaraisuusaste, % *</i>				44,6	48,3		53,3
Nettovelka / käyttökate (rullaava 12 kk)				0,29	-0,08		-0,64
Bruttoinvestoinnit *	0,1	-0,3		0,3	0,1		0,2
Henkilöstö kauden lopussa				460	400	15	409

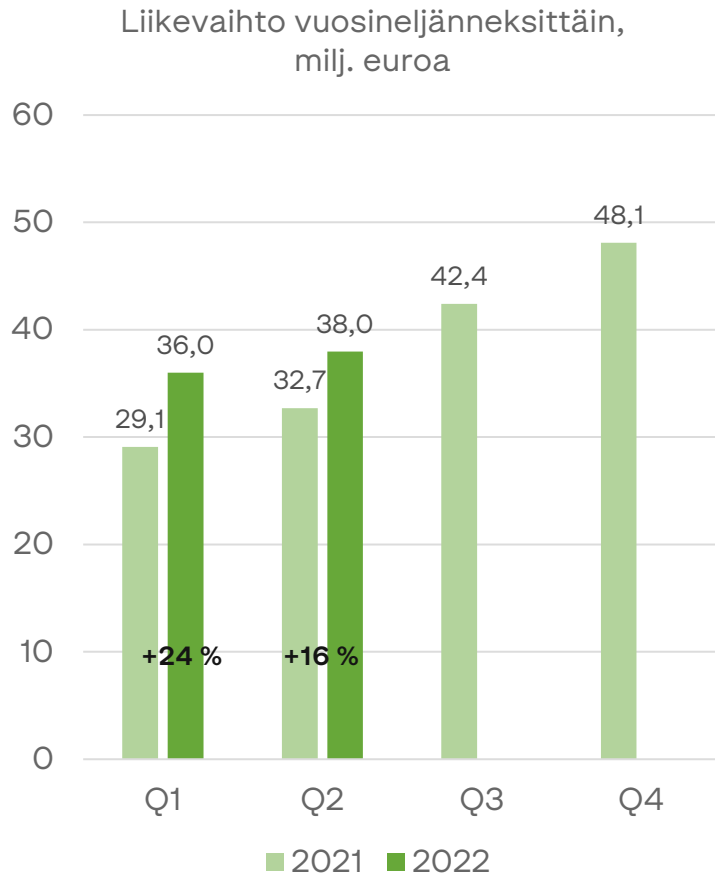
* Vertailukauden luvut on oikaistu, kun IFRS-tulkintakomitean antaman agendapäätöksen seurauksena laadintaperiaate muuttui vuonna 2021. Tehtyjen oikaisujen seurauksena bruttoinvestoinnit olivat vuoden 2021 toisella neljänneksellä negatiiviset. Lisätiedot on esitetty puolivuosisikatsauksen laadintaperiaatteissa.

** Osakekohtaiset tunnusluvut on laskettu ja vertailukauden luvut on oikaistu osakkeiden uuden kokonaismäärän mukaan maksuttoman osakeannin (ns. split) jälkeen 12.4.2022 pidetyn varsinaisen yhtiökokouksen päätöksen mukaisesti.

Liikevaihto ja liikevoitto

Liikevaihto kasvoi +16 % 38,0 milj. euroon (32,7)

Erityisesti vähittäismyynnin kasvu Suomessa mutta myös kansainvälisesti nosti liikevaihtoa.



Milj. euroa	Q2 2022	Q2 2021	Muutos %
Suomi	23,0	18,4	25
Skandinavia	3,0	2,9	4
EMEA	3,2	3,0	7
Pohjois-Amerikka	2,0	2,2	-10
Aasian-Tyynenmeren alue	6,8	6,3	9
Kansainvälinen myynti	15,0	14,3	5
YHTEENSÄ	38,0	32,7	16

- vähittäismyynti +37 %
- tukkumyynti -1 %
- lisenssituotot -52 %

Myynti Suomessa +25 %

- vähittäismyynti +39 % (vertailukelpoinen +36 %)
- tukkumyynti +0 %
- lisenssituotot +64 %

Kansainvälinen myynti +5 %

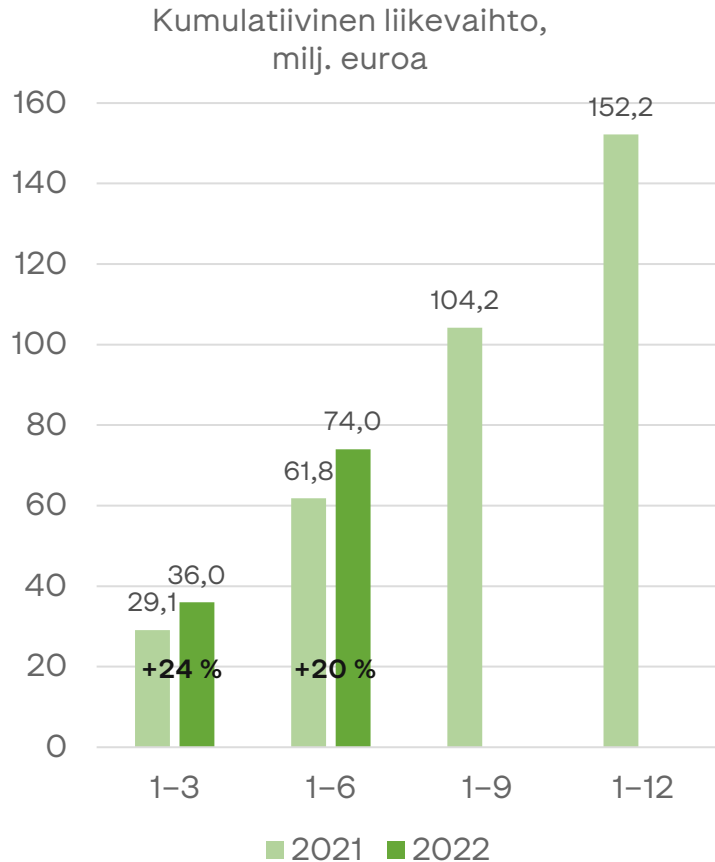
- vähittäismyynti +33 %
- tukkumyynti -1 %
- lisenssituotot -59 %

Liikevaihtoa nosti erityisesti vähittäismyynnin kasvu Suomessa mutta myös kansainvälisesti. Kaikki Marimekon omat myymälät olivat avoinna toisella neljänneksellä ja asiakasvirrat myymälöissä kasvoivat edelleen selvästi vertailukaudesta, jolloin vielä joitakin omia myymälöitä oli tilapäisesti suljettuna pandemiatilanteen vuoksi. Sekä myymälöiden että verkkokaupan myynti kehittyi vahvasti.

Aasian-Tyynenmeren alueella tukkumyynnin toimitusten painottuminen vertailuvuodesta poikkeavalla tavalla sekä täydennystilauksiin negatiivisesti vaikuttanut pahentunut pandemiatilanne alueella heikensivät tukkumyynnin kasvua toisella vuosineljänneksellä joissakin maissa. 5

Liikevaihto kasvoi +20 % 74,0 milj. euroon (61,8)

Myynti kasvoi kaikilla markkina-alueilla.



Milj. euroa	1-6/ 2022	1-6/ 2021	Muutos %
Suomi	41,5	32,9	26
Skandinavia	6,0	5,3	12
EMEA	8,6	7,0	22
Pohjois-Amerikka	3,8	3,7	4
Aasian- Tyynenmeren alue	14,1	12,9	10
Kansainvälinen myynti	32,5	28,9	13
YHTEENSÄ	74,0	61,8	20

- vähittäismyynti +31 %
- tukkumyynti +11 %
- lisenssituotot +17 %

Myynti Suomessa +26 %

- vähittäismyynti +30 % (vertailukelpoinen +28 %)
- tukkumyynti +20 %
- lisenssituotot +14 %

Kansainvälinen myynti +13 %

- vähittäismyynti +34 %
- tukkumyynti +6 %
- Lisenssituotot +17 %

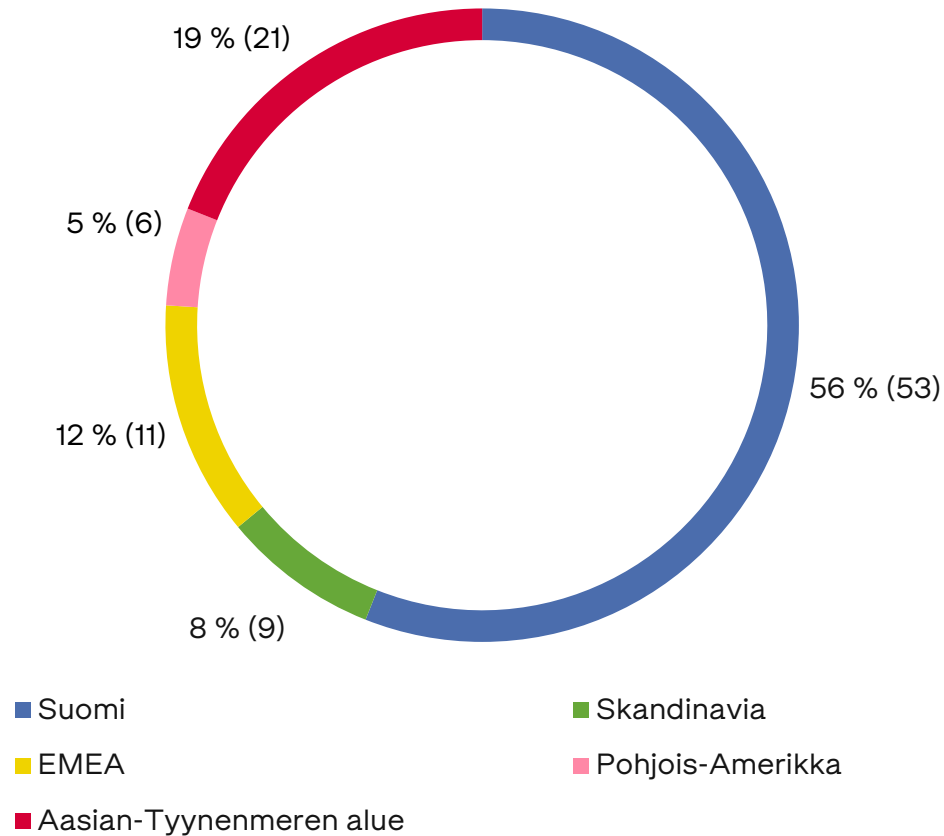
Erityisesti vähittäis- ja tukkumyynnin hyvä kehitys Suomessa mutta myös kansainvälisen myynnin kasvu nostivat liikevaihtoa.

Aasian-Tyynenmeren alueella tukkumyynnin toimitusten painottuminen vertailuvuodesta poikkeavalla tavalla sekä tukkumyynnin täydennystilauksiin negatiivisesti vaikuttanut pandemiatilanteen pahentuminen alueella heikensivät tukkumyynnin kasvua joissakin maissa toisella vuosineljänneksellä.

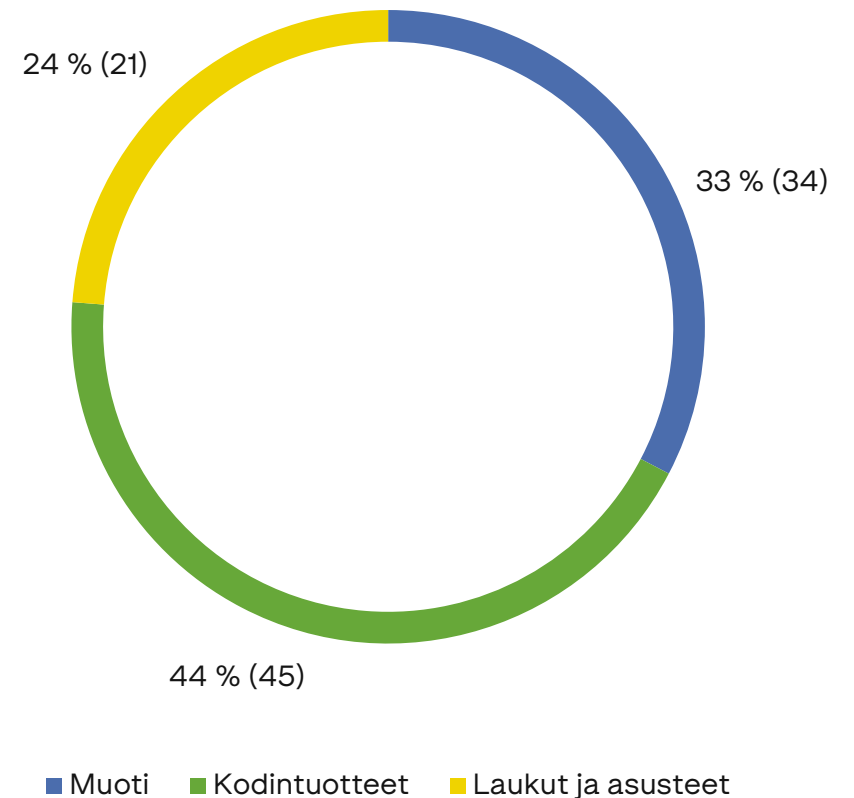
Myynti kasvoi jokaisella markkina-alueella ja kaikissa tuotelinjoissa

Suomi vahva kotimarkkina, Aasian-Tyynenmeren alue toiseksi suurin markkina

Liikevaihto markkina-alueittain, 1-6/2022 (1-6/2021)

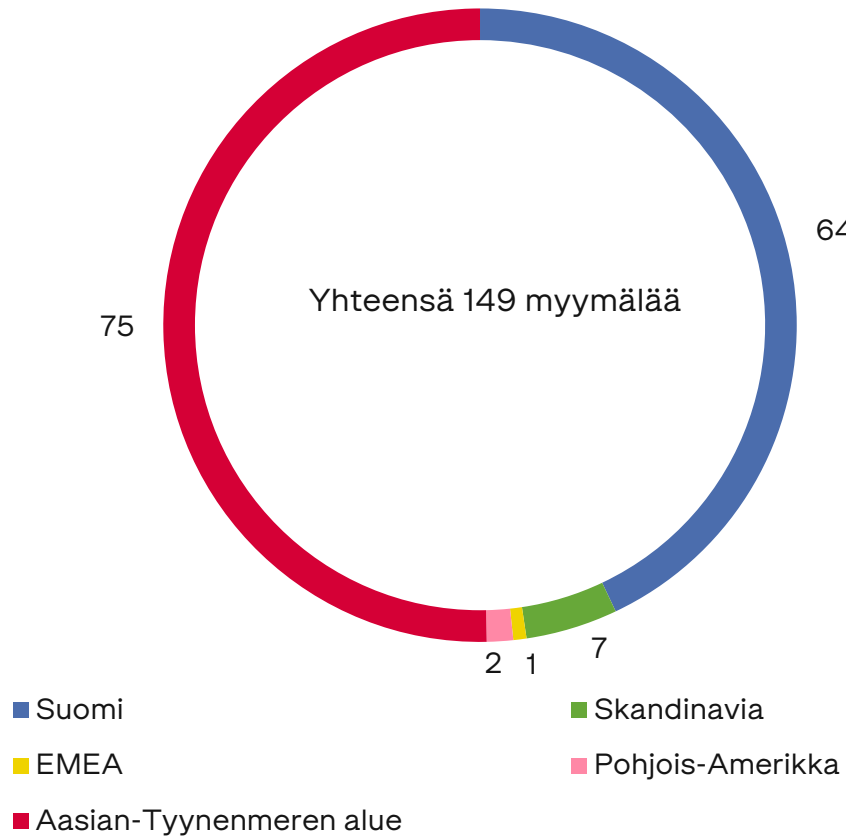


Liikevaihto tuotelinjoittain, 1-6/2022 (1-6/2021)

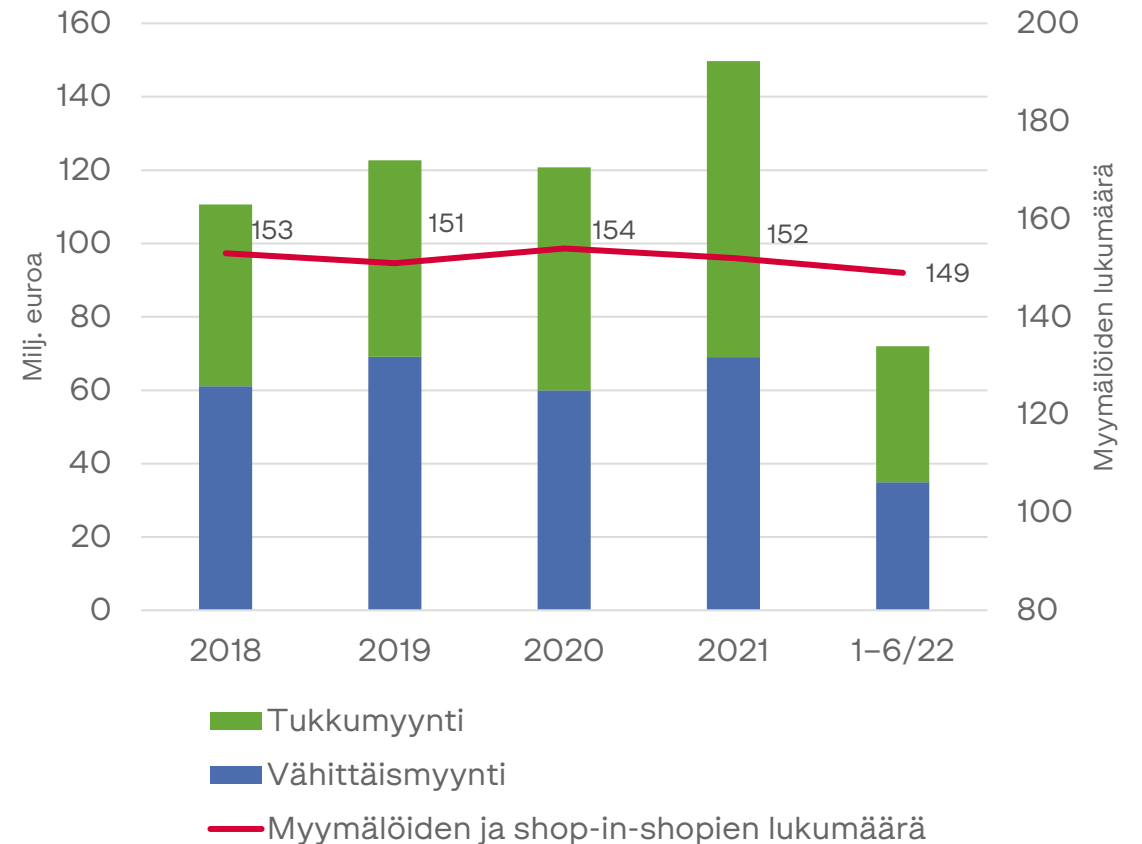


Eniten myymälöitä Aasian-Tyynenmeren alueella. Verkkokauppa palvelee asiakkaita jo 35 maassa.

Globaali myymäläverkosto 1-6/2022

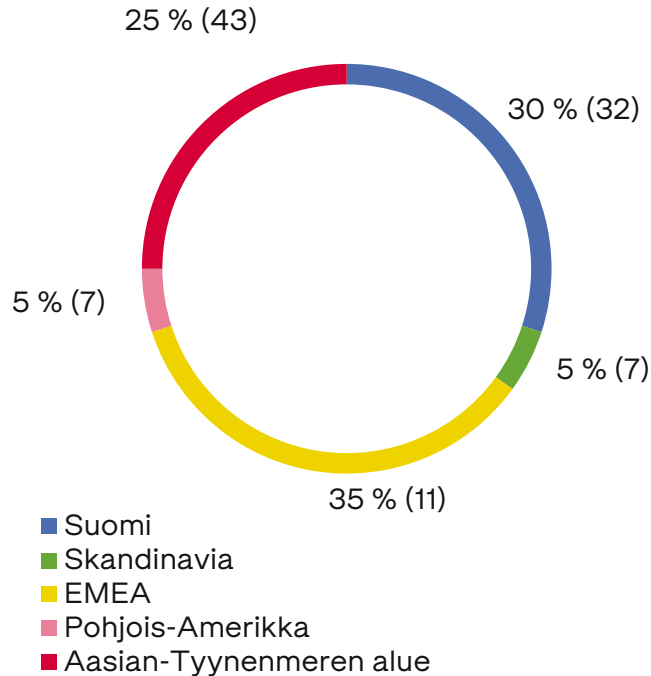


Liikevaihto kanavittain, mukaan lukien verkkomyynti

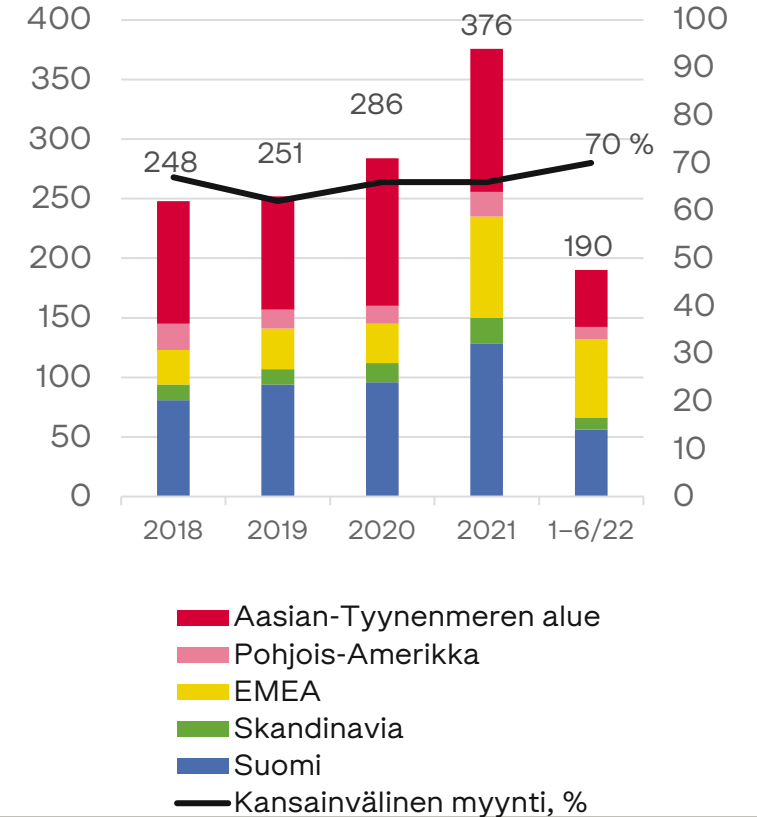


Marimekon brändimyynti +34 % 190,1 milj. euroon (142,1)

Toisella neljänneksellä 71 % brändimyyntistä tuli ulkomailta (67).

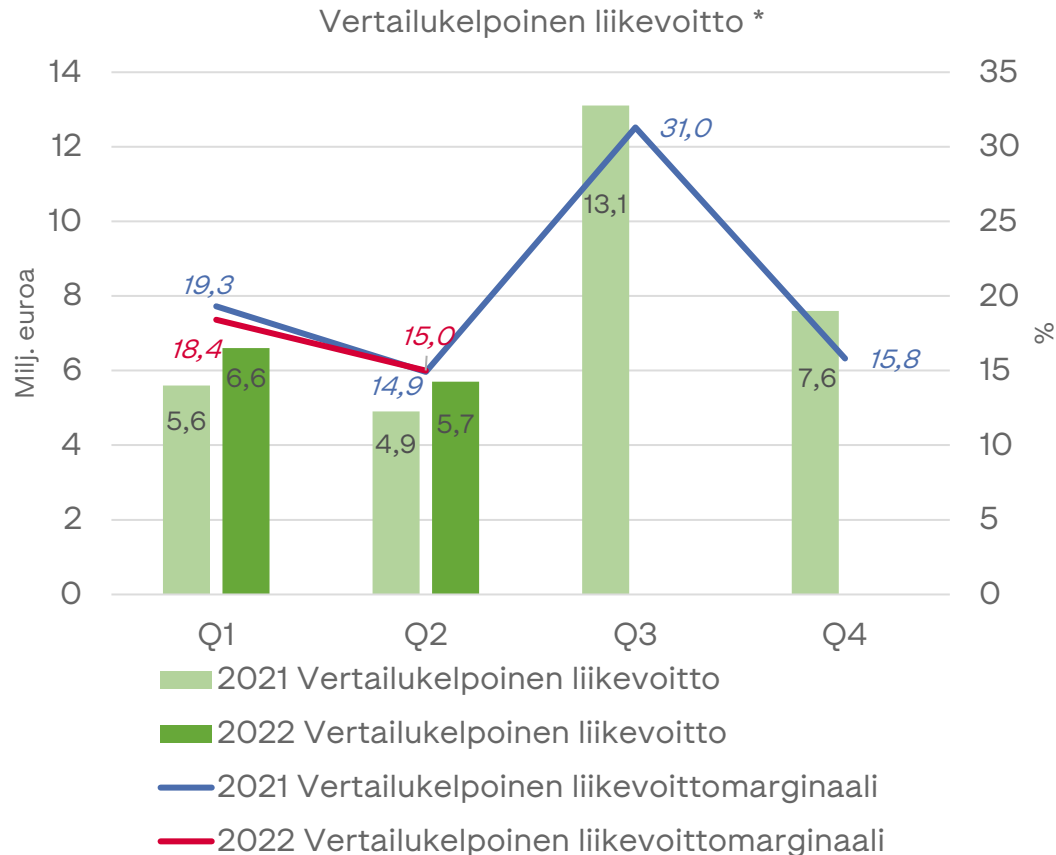


Milj. euroa	1-6/ 2022	1-6/ 2021	Muutos %
Suomi	56,1	45,4	23
Skandinavia	10,3	9,5	8
EMEA	65,6	16,1	
Pohjois-Amerikka	10,4	9,5	9
Aasian-Tyynenmeren alue	47,7	61,6	-22
Kansainvälinen myynti	134,0	96,7	39
YHTEENSÄ	190,1	142,1	34



Brändimyynti kuvaa Marimekko-brändin tavoitavuutta eri jakelukanavien kautta. Brändimyynti on epävirallinen arvio Marimekko-tuotteiden mynnistä kuluttajahinnoin, ja se lasketaan lisäämällä yhtiön oman vähittäiskaupan liikevaihtoon muiden jakelijoiden arvioitu Marimekko-tuotteiden vähittäismyyntiarvo, joka perustuu yhtiön toteutuneeseen tukkumyyntiin ja lisenssituottoihin. Brändimyynti ei sisällä arvonlisäveroa, eikä tunnuslukua tilintarkasteta. Brändimyyntikertoimia on tarkennettu vuoden 2021 alusta, vertailuvuoden luvut on päivitetty samoilla tarkennetuilla kertoimilla. Osa lisenssikumppaneista toimittaa tarkan vähittäismyyntitiedon, jolloin brändimyynti raportoidaan sen mukaisesti. Muissa lisenssisopimuksissa on käytetty Marimekon omia eri markkinoiden vähittäismyyntikertoimia.

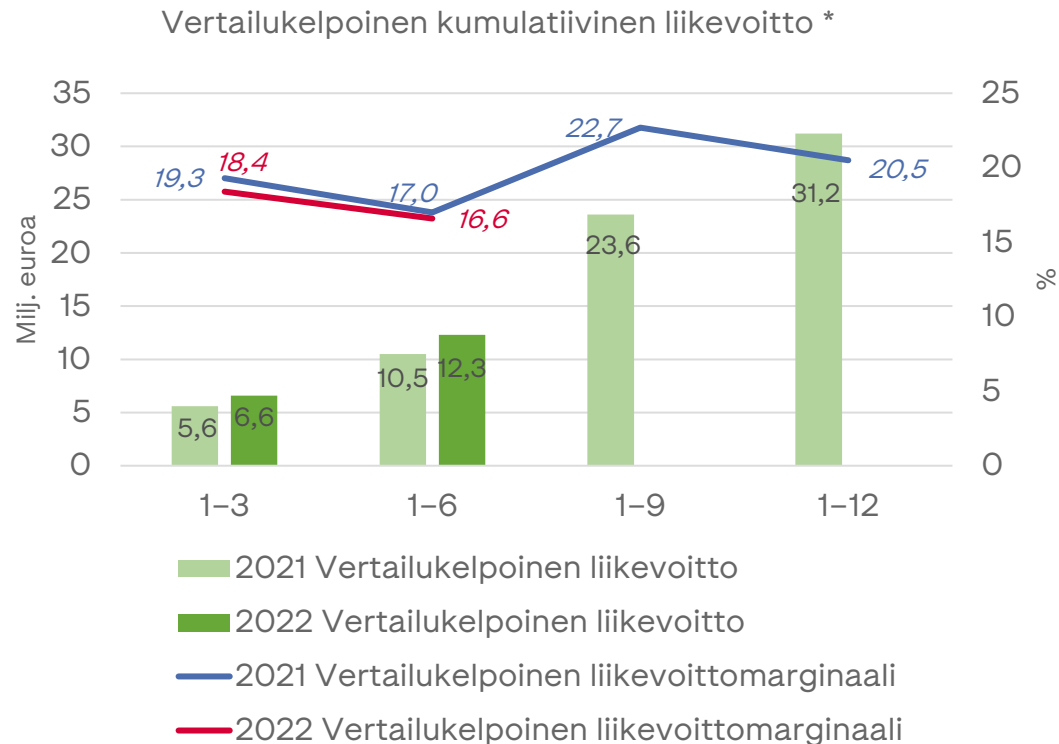
Vertailukelpoinen liikevoitto kasvoi 17 % toisella neljänneksellä



- Vertailukelpoinen liikevoitto 5,7 milj. euroa (4,9)
- Ei vertailukelpoisuuteen vaikuttavia eriä, joten liikevoitto 5,7 milj. euroa (4,9)
- Liikevoittoa paransi erityisesti liikevaihdon kasvu, mutta myös vertailukautta alemmat poistot.
- Liikevoittoa puolestaan laski kiinteiden kulujen nousu.
- Suhteellinen myyntikate oli vertailukauden tasolla.

* Vertailukauden neljännesluvut on oikaistu, kun IFRS-tulkintakomitean antaman agendapäätöksen seurauksena laadintaperiaate muuttui vuonna 2021. Lisätiedot on esitetty puolivuosisikatsauksen laadintaperiaatteissa.

Myös ensimmäisen vuosipuoliskon tulos parani selvästi



- Vertailukelpoinen liikevoitto 12,3 milj. euroa (10,5)
- Ei vertailukelpoisuuteen vaikuttavia eriä, joten liikevoitto 12,3 milj. euroa (10,5)
- Liikevoittoa paransi erityisesti liikevaihdon kasvu, mutta myös vertailukautta alemmat poistot.
- Liikevoittoa puolestaan laskivat kiinteiden kulujen nousu ja suhteellisen myyntikatteen aleneminen.

* Vertailukauden neljännesluvut on oikaistu, kun IFRS-tulkintakomitean antaman agendapäätöksen seurauksena laadintaperiaate muuttui vuonna 2021. Lisätiedot on esitetty puolivuosisikatsauksen laadintaperiaatteissa.

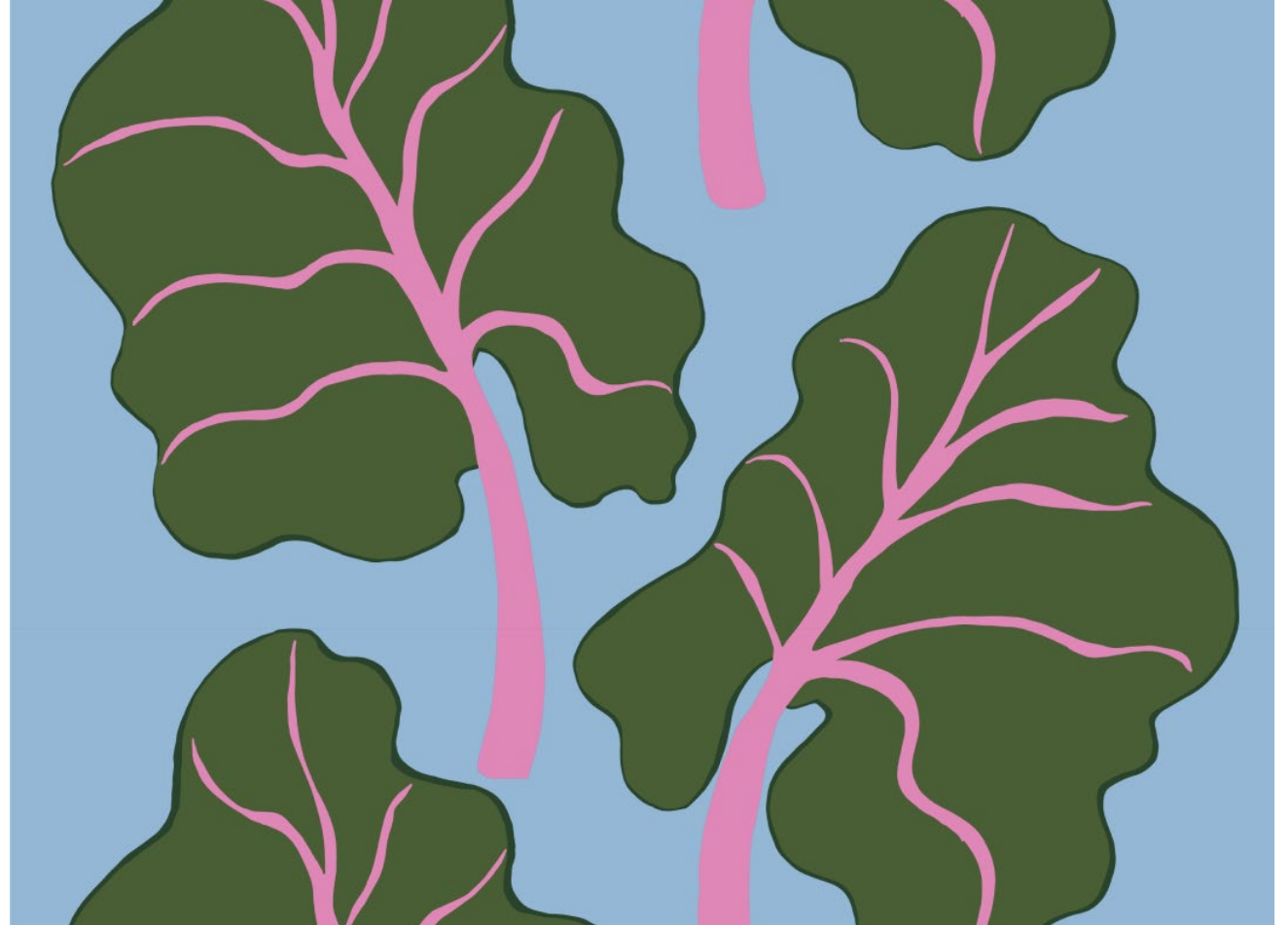
marimekko

Kauden tapahtumia Q2

Marimekon kuvio-osaaminen kohtaa IKEA-asiiantuntemuksen kodin sisustamisessa

Huhtikuun alussa Marimekko ja IKEA kertoivat pohjoismaisen saunakulttuurin innoittamasta brändiyhteistyöstään. Rajoitetun ajan saatavilla oleva mallisto tulee myyntiin maaliskuussa 2023 useimmissa IKEA-myymälöissä maailmanlaajuisesti. Yhteistyön julkistus herätti ihastusta myös Milanon design-viikolla.

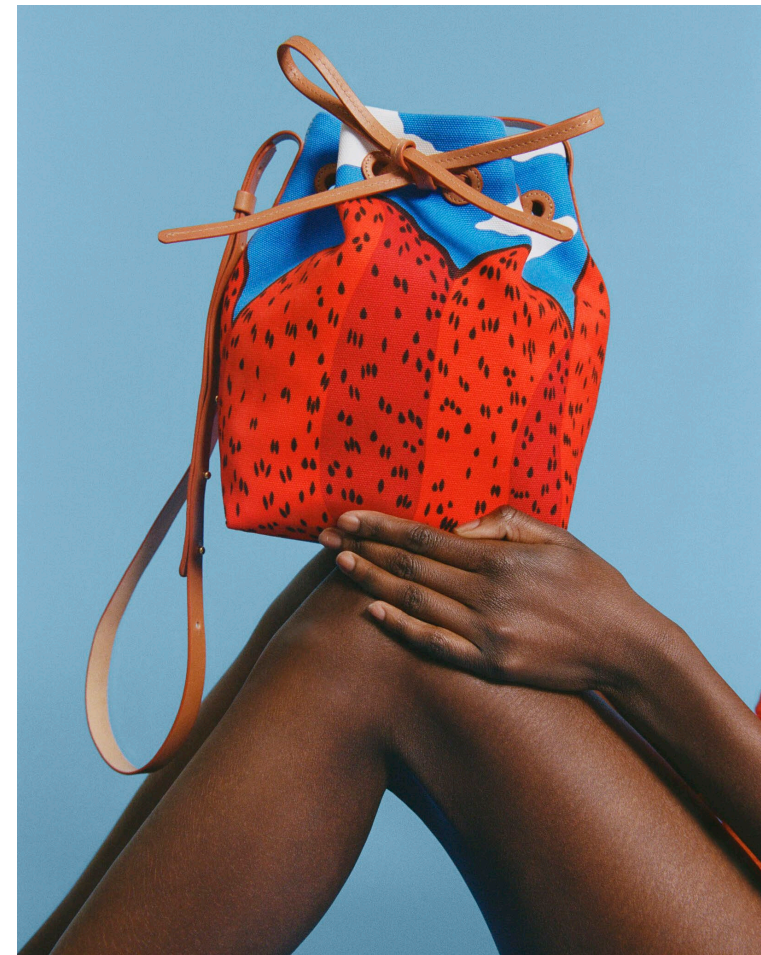
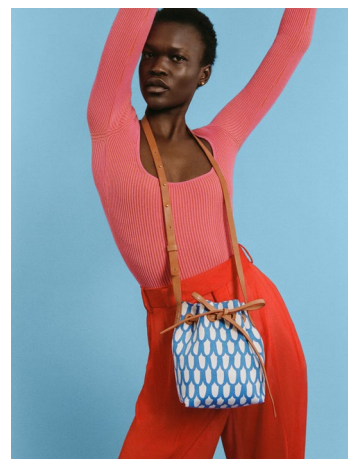
Erilaiset brändiyhteistyöt ovat tärkeä keino kasvattaa entisestään Marimekon kansainvälistä tunnettuutta, mikä tukee kasvustrategiaamme.



Mansur Gavriel x Marimekko -mallisto juhlistaa elämänmyönteistä asennetta

Kesäkuussa toimme markkinoille rajoitetun ajan saatavilla olevan yhteistyömalliston modernin luksusbrändi Mansur Gavrielin kanssa.

Leikkisässä kesämallistossa Mansur Gavrielin laadukas muotoilu ja ikonisimmat laukkumallit yhdistyvät kahteen Maija Isolan ja Annika Rimalan 1960-luvulla suunnittelemaan rohkeaan Marimekko-kuvioon.



Myymäläverkosto Aasiassa vahvistui

Toisella vuosineljänneksellä avasimme kaksi uutta Marimekko-myymälää Kiinassa ja yhden Hongkongissa. Pop-up-myymälä Etelä-Koreassa muutettiin vakituiseksi ja Thaimaassa puolestaan avattiin Marimekko pop-up -kahvila.

Uskomme, että fyysisillä myymälöillä on edelleen tärkeä rooli kuluttajia inspiroivina ja kokemuksellisinä kohtaamispaikkoina, joiden keskiössä on henkilökohtainen palvelu. Luovat vähittäiskauppakonseptit syventävät monikanavaista asiakaskokemusta.



Kaikille avoin vuotuinen Esplanadin kesänäytös laajeni ympäri Helsinkiä

Toukokuussa järjestimme jälleen koronapandemiasta johtuneen kahden vuoden tauon jälkeen Helsingissä perinteisen, kaikille avoimen Esplanadin muotinäytöksen ja ensimmäistä kertaa siihen liittyviä tapahtumia eri puolella kaupunkia.

Kolmekymmentä vuotta sitten syntynyt perinne on näkyvä osoitus Marimekolle tärkeistä arvoista, yhteisöllisyydestä, tasa-arvosta ja mukaan ottamisesta.



Helsinki Pride 2022:n pääyhteistyökumppani

Kulttuurimme perustuu tasa-arvoon, monimuotoisuuteen ja mukaan ottamiseen, joita edistämme ja vaalimme läpi koko arvoketjumme.

Yksi esimerkki tästä työstä on monivuotinen yhteistyömme Helsinki Priden kanssa. Tänä vuonna olimme yksi Helsinki Pride 2022 -tapahtuman pääyhteistyökumppaneista.

Olemme iloisia, että voimme erilaisilla tavoilla edistää meille tärkeitä arvoja sekä tuoda väriä ja iloa yhteisöllemme.



Vastuullisuustyömme kokoava katsaus vuodelta 2021 julkistettiin kesäkuussa

Arvojemme mukaisesti haluamme olla eturintamassa kehittämässä jatkuvasti vastuullisempia tuotteita ja toimintatapoja. Vastuullisuuskatsauksemme kertoo askelistamme kunnianhimoisella vastuullisuuspolullamme.

Vuonna 2021 teimme töitä muun muassa hukan vähentämiseksi, vastuullisempien materiaalien osuuden kasvattamiseksi tuotteissa, ja tuotteiden elinkaaren pidentämiseksi eri tavoin.

Jatkuvan kehitystyön ja päästöjen kompensoinnin ansiosta omat toimintomme ovat olleet hiilineutraaleja vuodesta 2020.



Näkymät 2022



Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2022: Yleisesti

- Koronaviruspandemia on ollut globaalille muotialalle ja erikoiskaupalle pahin kriisi vuosikymmeniin ja koskettaa toimialaa myös vuonna 2022.
- Pandemiatilanteen kehittyminen eri markkinoilla, Venäjän hyökkäyssota Ukrainassa, poliittiset jännitteet, kasvanut inflaatio ja korkojen nousu vaikuttavat maailmantalouden ja kuluttajien ostokäyttäytymisen kehittymiseen, ja voivat näin vaikuttaa myös Marimekon liiketoimintaan. Pudonnut kuluttajien luottamus joillakin Marimekon markkina-alueilla voi vaikuttaa liiketoimintaa heikentävästi erityisesti loppuvuonna.
- Sota Ukrainassa ei suoraan vaikuta Marimekon liiketoimintaan. Sota Ukrainassa aiheuttaa kuitenkin häiriöitä globaaleihin toimitusketjuihin ja vaikuttaa osaltaan yleiseen taloudelliseen tilanteeseen ja kuluttajien ostovoimaan ja -käyttäytymiseen. Näillä tekijöillä voi olla vaikutuksia yhtiön myynnin ja kannattavuuden lisäksi arvoketjun toimintavarmuuteen ja tehokkuuteen.
- Yhtiö seuraa tarkasti Ukrainan sodan ja koronaviruspandemian vaikutuksia sekä yleisen taloudellisen tilanteen, kuluttajien luottamuksen ja ostovoiman kehittymistä ja sopeuttaa toimintaansa ja suunnitelmiaan olosuhteiden mukaan.
- Marimekon liiketoiminnan kausiluonteisuudesta johtuen euromääräinen liikevaihto- ja tulokertymä painottuu perinteisesti tilikauden toiselle vuosipuoliskolle. Prosentuaalisesti liikevaihdon kasvun arvioidaan olevan alkuvuonna 2022 vahvempaa kuin vuoden toisella puoliskolla. Vuonna 2021 pandemiatilanne vaikutti Marimekon omien myymälöiden asiakasvirtoihin alkuvuonna negatiivisesti ja toisen vuosipuoliskon liikevaihtoa tukivat esimerkiksi merkittävät tukkumyynnin kertaluonteiset kampanjatoimitukset Suomessa.

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2022: Liikevaihdon kehittyminen

Suomi

- Suomi edustaa perinteisesti noin puolta yhtiön liikevaihdosta.
- Myynnin Suomessa odotetaan kasvavan edellisvuodesta.
- Tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten arvioidaan vuonna 2022 olevan edellisvuotta merkittävästi pienempiä.

Lisäksi:

- Sekä vähittäis- että tukkumyynnin arvioidaan kasvavan vuonna 2022.
- Lisenssituottojen odotetaan olevan edellisvuotta korkeammat.
- Marimekko jatkaa toimenpiteitä harmaaviennin kontrolloimiseksi. Nämä toimenpiteet heikentävät yhtiön myyntiä ja tulosta vuonna 2022 edellisvuotta merkittävästi vähemmän.

Aasian-Tyynenmeren alue

- 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 Japania pienempi, mutta toiminta näissä maissa kasvaa koko ajan. Kaikki Marimekko-myymlät ja suurin osa verkkokaupoista Aasiassa ovat partneriomisteisia.
- Liikevaihdon Aasian-Tyynenmeren alueella odotetaan kasvavan selvästi vuonna 2022, samoin kuin koko kansainvälisen liikevaihdon, jonka kertyminen kuitenkin painottuu neljänneksille vertailuvuodesta poikkeavalla tavalla.
- Vuonna 2022 tavoitteena on avata arviolta 5–10 uutta Marimekko-myymlää ja -shop-in-shopia, ja valtaosa suunnitelluista avauksista sijoittuu Aasiaan.

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2022: Toimitusketju

- Koronaviruspandemia ja siihen liittyvät rajoitustoimet sekä Venäjän hyökkäyssota Ukrainassa aiheuttavat häiriöitä globaaleissa toimitusketjuissa. Nämä häiriöt ovat aiheuttaneet tuotteiden toimitusviiveitä, jotka voivat vaikuttaa Marimekon liikevaihtoon ja kannattavuuteen. Häiriöt toimitusketjuissa nostavat logistiikkakustannuksia, jotka ovat myös yleisesti kasvaneet globaalisti. Liikevaihtoon ja tulokseen vaikuttaa olennaisesti jakelukeskusten ja logistiikan toimintavarmuuden ja tehokkuuden säilyminen poikkeustilanteessa.
- Raaka-aineiden ja materiaalien kustannukset ovat nousseet maailmanlaajuisesti. Muoti- ja designalalle tyypillinen varhainen sitoutuminen tuotetilauksiin tarkoittaa, että muutokset raaka-aineiden ja materiaalien hinnoissa vaikuttavat Marimekkoon viiveellä. Lisäksi pandemiatilanteessa entisestään korostunut varhainen sitoutuminen tuotetilauksiin heikentää yhtiön mahdollisuuksia optimoida tuotetilaukset ja reagoida kysynnän nopeisiin vaihteluihin erityisesti poikkeustilanteissa nostoen myös varastoriskejä.
- Marimekko työskentelee aktiivisesti sekä vähentääkseen toimitusketjujen häiriöiden ja nousseiden kustannuksien negatiivisia vaikutuksia että varmistaa myynnin kehittymisen myös heikommassa yleisessä markkinatilanteessa.

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2022: Kasvupanostukset

- Marimekko jatkaa pitkän aikavälin kansainvälisen kasvunsa vauhdittamista. Yhtiö panostaa vuonna 2022 esimerkiksi bränditunnettuuden kasvattamiseen, digitaaliseen ja monikanavaiseen liiketoimintaan, vastuullisuuden kehittämiseen sekä kasvua tukeviin henkilöstörekrytointeihin ja tietojärjestelmiin.
- Kiinteiden kulujen odotetaan nousevan edellisvuodesta. Vuonna 2021 kiinteitä kuluja vähensivät vielä osin tilapäiset kustannussäästöt.
- Markkinointikustannuksien odotetaan kasvavan (2021: 7,5 miljoonaa).

Taloudellinen ohjeistus vuodeksi 2022

Marimekko-konsernin liikevaihdon arvioidaan vuonna 2022 kasvavan edellisvuodesta (2021: 152,2 miljoonaa euroa). Vertailukelpoisen liikevoittomarginaalin ennakoitaan olevan arviolta noin 17–20 prosenttia (2021: 20,5 prosenttia). Vuoden 2022 näkymiin volatilitteettia aiheuttavat erityisesti globaalit toimitusketjujen häiriöt, kaikkialla kasvaneet materiaali- ja logistiikka-kustannukset sekä kuluttajien luottamuksen ja ostovoiman kehitys.

Liikevaihdon ja tuloksen kehitykseen liittyviä merkittäviä epävarmuustekijöitä on kuvattu tarkemmin puolivuosisikatsauksen kohdassa Merkittävimmät riskit ja epävarmuustekijät.



Liitteet

Tuloslaskelma

Milj. euroa	4-6/2022	4-6/2021	1-6/2022	1-6/2021	1-12/2021
Liikevaihto	38,0	32,7	74,0	61,8	152,2
Liiketoiminnan muut tuotot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos	4,0	2,6	4,7	4,1	3,2
Aineiden ja tarvikkeiden käyttö	-18,3	-14,9	-32,3	-26,8	-61,5
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	-7,5	-6,9	-14,6	-13,4	-28,2
Poistot ja arvonalentumiset *	-2,4	-3,0	-4,9	-6,0	-11,9
Liiketoiminnan muut kulut *	-8,2	-5,7	-14,6	-9,3	-22,7
Liikevoitto *	5,7	4,9	12,3	10,5	31,2
Rahoitustuotot ja -kulut	0,3	-0,3	0,2	-0,5	-0,6
Tulos ennen veroja *	6,0	4,5	12,5	10,0	30,7
Tuloverot *	-1,2	-0,9	-2,7	-2,0	-6,3
Katsauskauden tulos *	4,8	3,6	9,8	8,1	24,4

* Vertailukauden luvut on oikaistu, kun IFRS-tulkintakomitean antamanagendapäätöksen seurauksena laadintaperiaate muuttui vuonna 2021. Lisätiedot on esitetty puolivuositarkastuksen laadintaperiaatteissa.

Tase

Milj. euroa	30.6.2022	30.6.2021	31.12.2021
Pitkäaikaiset varat *	34,3	37,7	35,1
Vaihto-omaisuus	30,8	26,5	26,0
Myyntisaamiset ja muut saamiset	13,2	10,4	12,0
Katsauskauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,2	-	-
Rahavarat	19,4	36,8	59,7
Varat, yhteensä *	97,9	111,4	132,9
Oma pääoma *	42,8	53,0	69,8
Pitkäaikaiset velat	22,7	23,1	22,0
Lyhytaikaiset velat	32,4	35,3	41,1
Oma pääoma ja velat, yhteensä *	97,9	111,4	132,9

* Vertailukauden luvut on oikaistu, kun IFRS-tulkintakomitean antamanagendapäätöksen seurauksena laadintaperiaate muuttui vuonna 2021. Lisätiedot on esitetty puolivuositarkastuksen laadintaperiaatteissa.

Rahavirtalaskelma

Milj. euroa	1-6/2022	1-6/2021	1-12/2021
Liiketoiminnan rahavirta ennen käyttö pääoman muutosta *	17,9	16,5	43,6
Käyttö pääoman muutos	-11,0	-4,9	-2,2
Liiketoiminnan rahavirta ennen rahoituseriä ja veroja	6,9	11,6	41,4
Rahoituserät ja verot	-5,5	-3,1	-5,5
Liiketoiminnan rahavirta	1,4	8,4	35,9
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin *	-0,3	-0,8	-0,9
Rahavirta ennen rahoituksen rahavirtoja	1,1	7,7	35,0
Lyhytaikaisten lainojen nostot	0,7	0,5	0,9
Lyhytaikaisten lainojen takaisinmaksut	-0,6	-	-
Vuokrasopimusvelkojen maksut	-4,6	-5,2	-10,2
Maksetut osingot	-37,4	-7,3	-7,3
Rahoituksen rahavirta	-41,9	-12,0	-16,6
Rahavarojen muutos	-40,8	-4,4	18,4
Rahavarat kauden lopussa	19,4	36,8	59,7

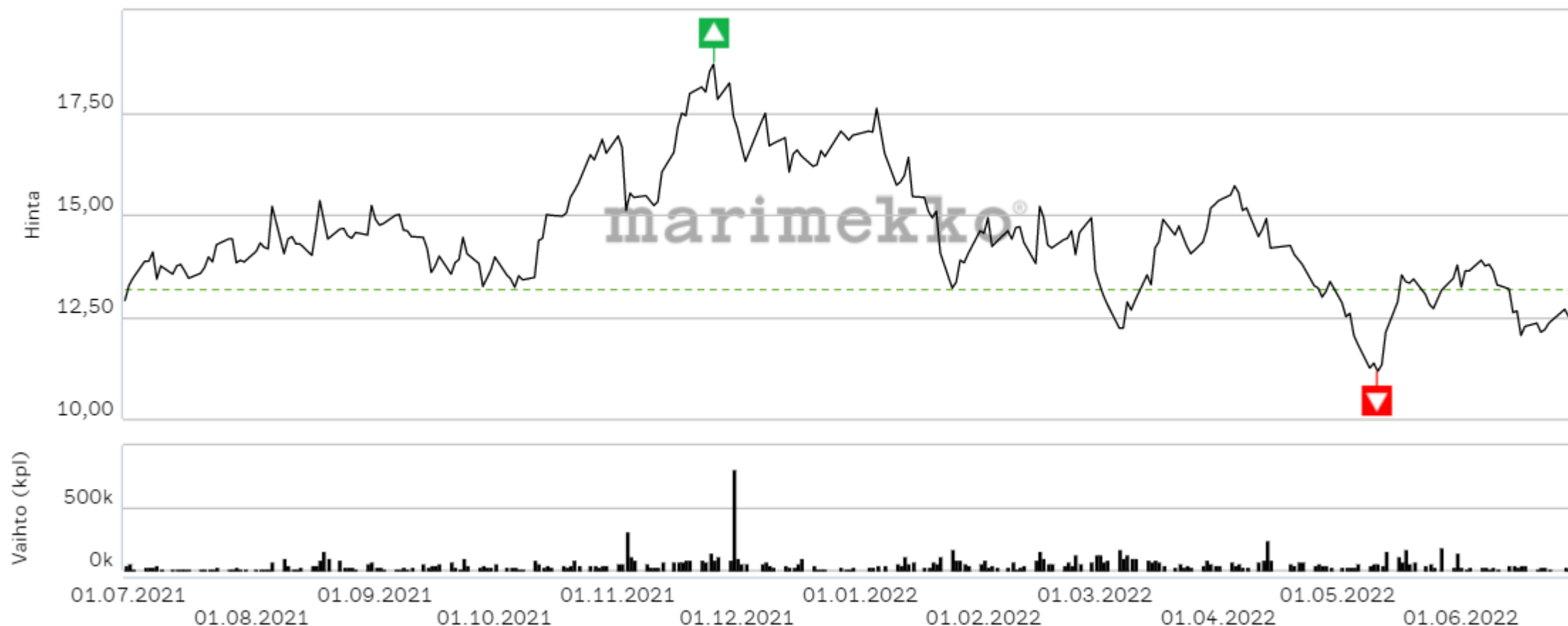
* Vertailukauden luvut on oikaistu, kun IFRS-tulkintakomitean antamanagendapäätöksen seurauksena laadintaperiaate muuttui vuonna 2021. Lisätiedot on esitetty puolivuosisikatsauksen laadintaperiaatteissa.

Marimekolla on nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä 15,0 miljoonaa euroa (14,2).

Osakekurssin kehitys

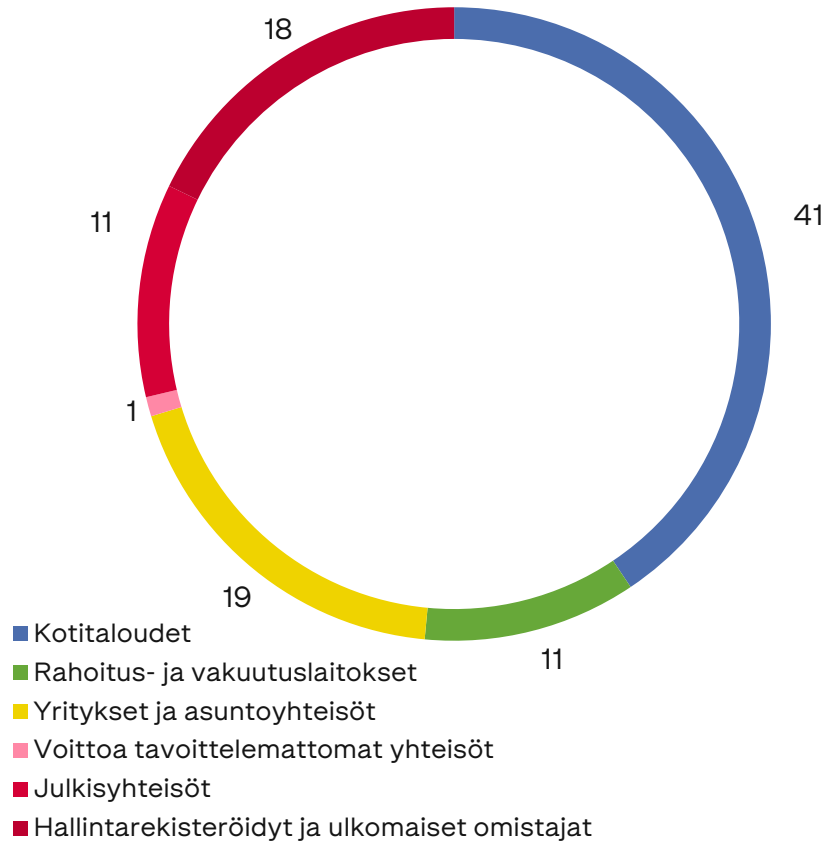
Marimekon osake (MEKKO) noteerataan Nasdaq Helsingin päälistalla toimialaryhmässä kuluttajatuotteet ja -palvelut.

Yhtiön markkina-arvo 30.6.2022: 501,3 milj. euroa



Yhteensä 30 843 osakkeenomistajaa

Omistajat sektoreittain, % osakekannasta



Suurimmat osakkeenomistajat

Osakkeenomistaja	Osakkeita ja ääniä, %
PowerBank Ventures Oy (Mika Ihamuotila)	12,52
Swedbank Roburin sijoitusrahastot	4,85
Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Varma	4,75
Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Ilmarinen	4,74
Nordean sijoitusrahastot	4,38
Ehrnrooth Anna Sophia	4,06
Sijoitusrahasto Evli Suomi Pienyhtiöt	2,25
Lazard Frères Gestion	1,91
Aktian sijoitusrahastot	1,55
Oy Talcom Ab	1,24

Lisätietoja

Toimitusjohtaja **Tiina Alahuhta-Kasko**

p. 09 758 71

tiina.alahuhta-kasko@marimekko.com

Talousjohtaja **Elina Anckar**

p. 09 758 7261

elina.anckar@marimekko.com

Viestintäjohtaja **Anna Tuominen**

p. 040 584 6944

anna.tuominen@marimekko.com





marimekko

70 YEARS OF THE ART OF PRINTMAKING