

Puolivuosikatsaus 1–6/2023

Tiina Alahuhta-Kasko

Toimitusjohtaja

Liikevaihto kasvoi ja liikevoitto parani vuoden 2023 toisella neljänneksellä

- Liikevaihtomme kasvoi 6 % ennätysellisestä vertailukaudesta ja oli 40,3 miljoonaa euroa (38,0).
- Liikevaihtoa nostivat erityisesti kansainvälisen tukkumyynnin sekä lisenssituottojen kasvu.
- Vähittäismyynti Suomessa kasvoi, mutta yhteensä liikevaihto Suomessa heikkeni 3 %, kun heikentynyt yleinen kulutuskysyntä laski kotimaan tukkumyyntiä. Kansainvälinen liikevaihto kasvoi 21 %.
- Vertailukelpoinen liikevoittomme oli 6,8 miljoonaa euroa (5,7) eli 16,8 % liikevaihdosta (15,0).
- Liikevoittoa nostivat erityisesti liikevaihdon kasvu sekä suhteellisen myyntikatteen parantuminen. Liikevoittoa puolestaan laski kiinteiden kustannusten kasvaminen.



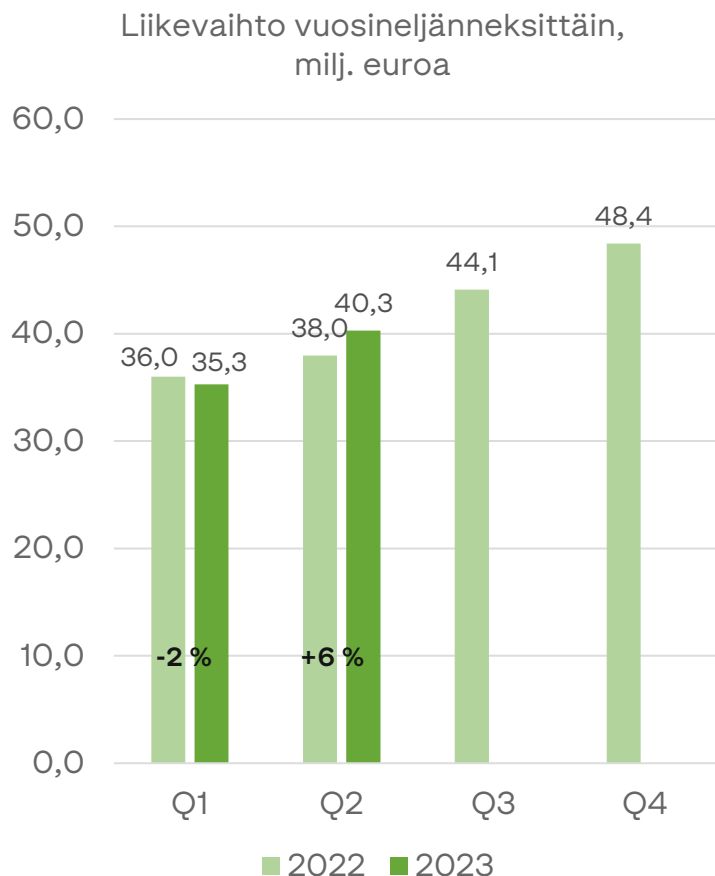
Marimekon avainluvut toisella vuosineljänneksellä

Milj. euroa	4-6/2023	4-6/2022	Muutos, %	1-6/2023	1-6/2022	Muutos, %	1-12/2022
Liikevaihto	40,3	38,0	6	75,6	74,0	2	166,5
Kansainvälinen myynti	18,1	15,0	21	35,4	32,5	9	68,3
% liikevaihdosta	45	39		47	44		41
Vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA)	9,0	8,1	11	15,2	17,3	-12	40,0
Liikevoitto	6,6	5,7	16	10,4	12,3	-16	30,2
Vertailukelpoinen liikevoitto	6,8	5,7	19	10,6	12,3	-14	30,4
Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali, %	16,8	15,0		14,0	16,6		18,2
Vertailukelpoinen tulos/osake, euroa	0,12	0,12	1	0,18	0,24	-25	0,56
Liiketoiminnan rahavirta	5,0	4,4	12	2,9	1,4	115	20,1
Sijoitetun pääoman tuotto (ROCE), %				34,4	42,3		31,5
Omavaraisuusaste, %				47,4	44,6		49,2
Nettovelka / käyttökate (rullaava 12 kk)				0,43	0,29		0,03
Bruttoinvestoinnit	0,5	0,1	310	0,7	0,3	166	1,0
Henkilöstö kauden lopussa				484	460	5	459

Liikevaihto ja liikevoitto

Liikevaihto nousi +6 % 40,3 milj. euroon (38,0)

Liikevaihtoa nostivat erityisesti kansainvälisen tukkumyynnin sekä lisenssituottojen kasvu.



Milj. euroa	Q2/ 2023	Q2/ 2022	Muutos %
Suomi	22,2	23,0	-3
Skandinavia	3,0	3,0	1
EMEA	3,8	3,2	19
Pohjois-Amerikka	2,6	2,0	28
Aasian-Tyynenmeren alue	8,8	6,8	28
Kansainvälinen myynti	18,1	15,0	21
YHTEENSÄ	40,3	38,0	6

- vähittäismyynti +2 %
- tukkumyynti +4 %
- lisenssituotot kasvoivat merkittävästi

Myynti Suomessa -3 %

- vähittäismyynti +3 % (vertailukelpoinen -1 %)
- tukkumyynti -19 %
- lisenssituotot -24 %

Kansainvälinen myynti +21 %

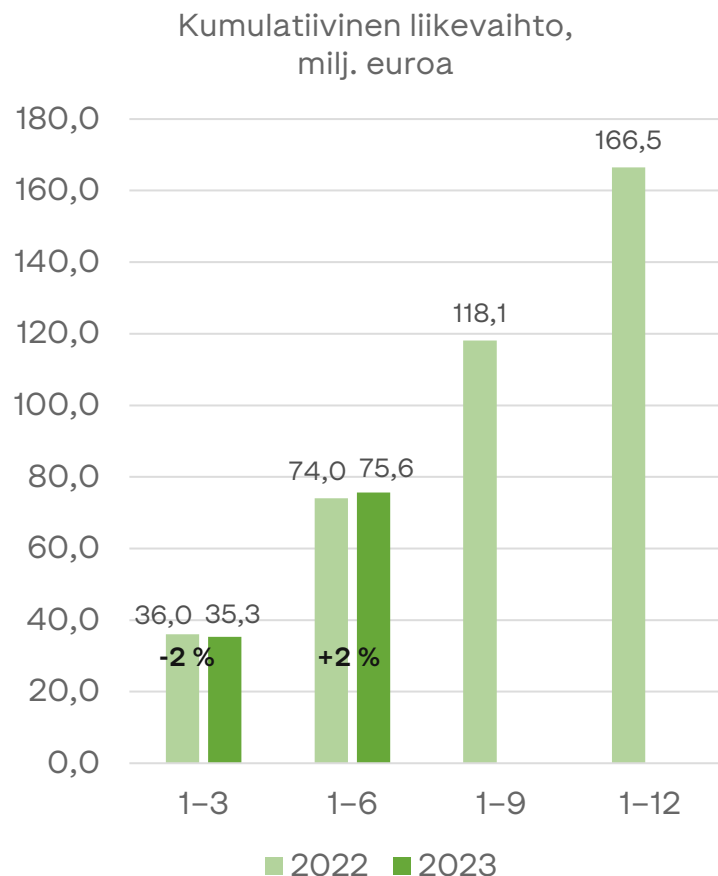
- vähittäismyynti vertailukauden tasolla
- tukkumyynti +18 %
- lisenssituotot kasvoivat merkittävästi

Liikevaihtoa nostivat erityisesti kansainvälisen tukkumyynnin sekä lisenssituottojen kasvu. Liikevaihtoa puolestaan heikensi Suomen tukkumyynnin lasku yleisen kulutuskysynnän heikentymisen seurauksena. Vähittäismyynti Suomessa kasvoi edelleen.

Liikevaihto yhtiön toiseksi suurimmalla markkinalla Aasian-Tyynenmeren alueella kasvoi, kun sekä tukkumyynti että lisenssituotot alueella nousivat.

Liikevaihto nousi +2 % 75,6 milj. euroon (74,0)

Liikevaihtoa nostivat kansainvälisen tukkumyynnin kasvu sekä Suomen vähittäismyynnin hyvä kehitys.



Milj. euroa	1-6/ 2023	1-6/ 2022	Muutos %
Suomi	40,2	41,5	-3
Skandinavia	6,5	6,0	8
EMEA	7,5	8,6	-13
Pohjois-Amerikka	4,2	3,8	10
Aasian- Tyynenmeren alue	17,2	14,1	22
Kansainvälinen myynti	35,4	32,5	9
YHTEENSÄ	75,6	74,0	2

- vähittäismyynti +5 %
- tukkumyynti vertailukauden tasolla
- lisenssituotot vertailukauden tasolla

Myynti Suomessa -3 %

- vähittäismyynti +6 % (vertailukelpoinen +1 %)
- tukkumyynti -20 %
- lisenssituotot -10%

Kansainvälinen myynti +9 %

- vähittäismyynti vertailukauden tasolla
- tukkumyynti +13 %
- lisenssituotot vertailukauden tasolla

Liikevaihtoa nostivat kansainvälisen tukkumyynnin kasvu sekä Suomen vähittäismyynnin hyvä kehitys.

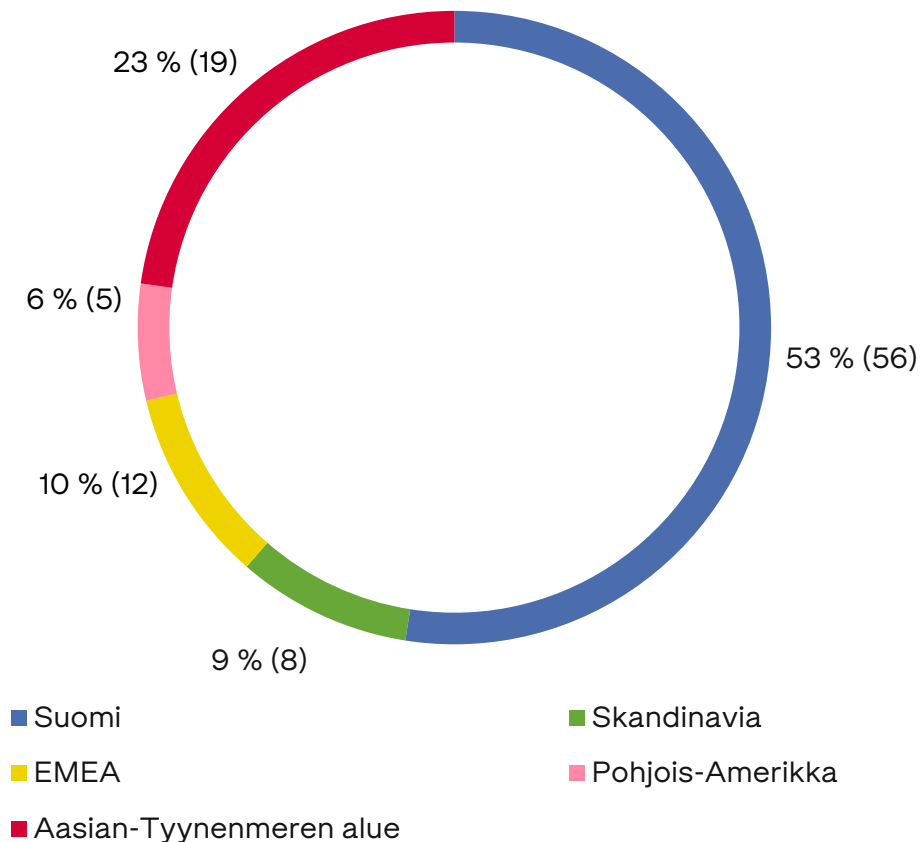
Heikentynyt yleinen kulutuskysyntä laski Suomen tukkumyyntiä. Kansainvälinen liikevaihto kasvoi huolimatta siitä, että toimenpiteet harmaaviennin kontrolloimiseksi heikensivät tukkumyyntiä EMEA:n alueella.

Erityisesti tukkumyynnin ja lisenssituottojen kasvu nostivat liikevaihtoa yhtiön toiseksi suurimmalla markkinalla Aasian-Tyynenmeren alueella. Vertailukaudella tukkumyyntiä alueella tuki osaltaan joidenkin vuoden 2021 viimeisen vuosineljänneksen tukkutoimituksien siirtyminen vuoden 2022 ensimmäiselle neljännekselle.

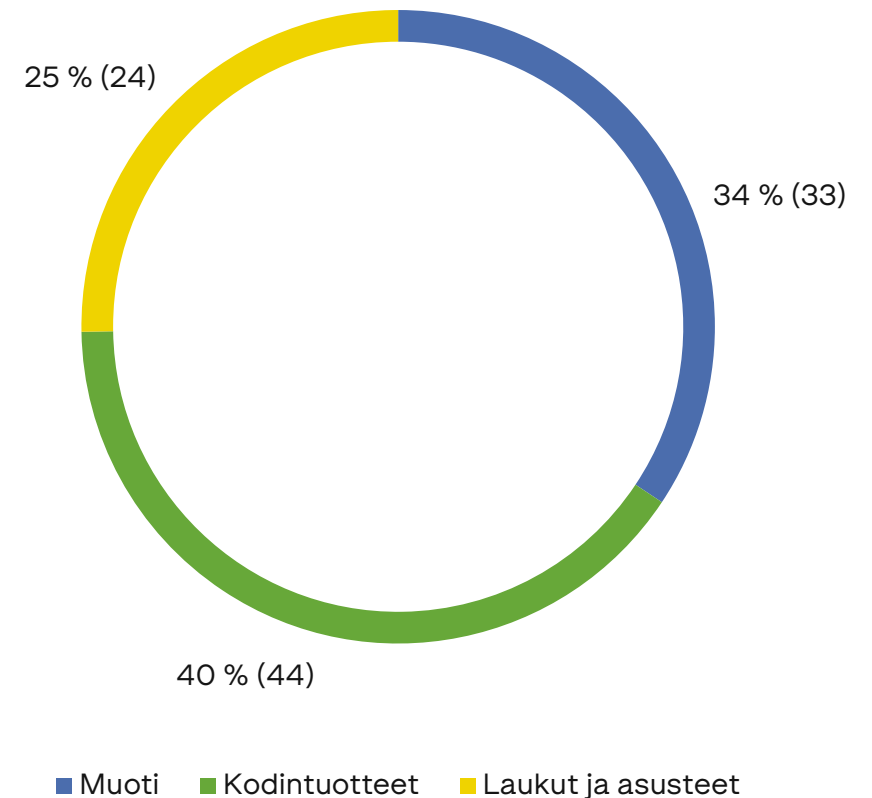
Liikevaihto strategisesti tärkeällä Aasian-Tyynenmeren alueella +22 %

Muodin sekä laukkujen ja asusteiden osuus myynnistä kasvoi.

Liikevaihto markkina-alueittain, 1-6/2023 (1-6/2022)

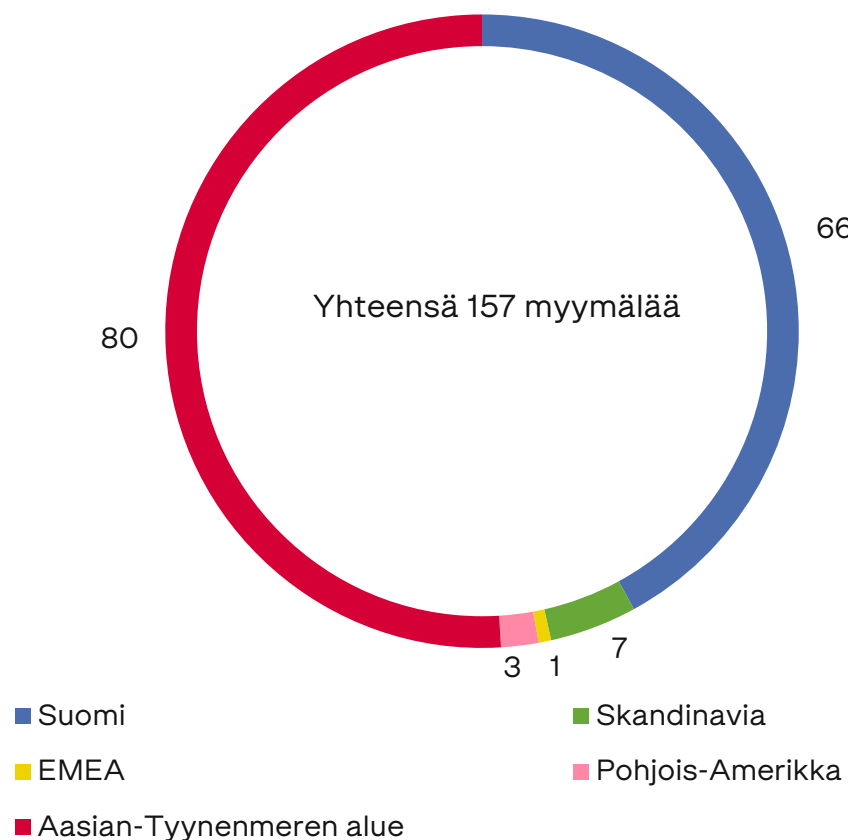


Liikevaihto tuotelinjoittain, 1-6/2023 (1-6/2022)

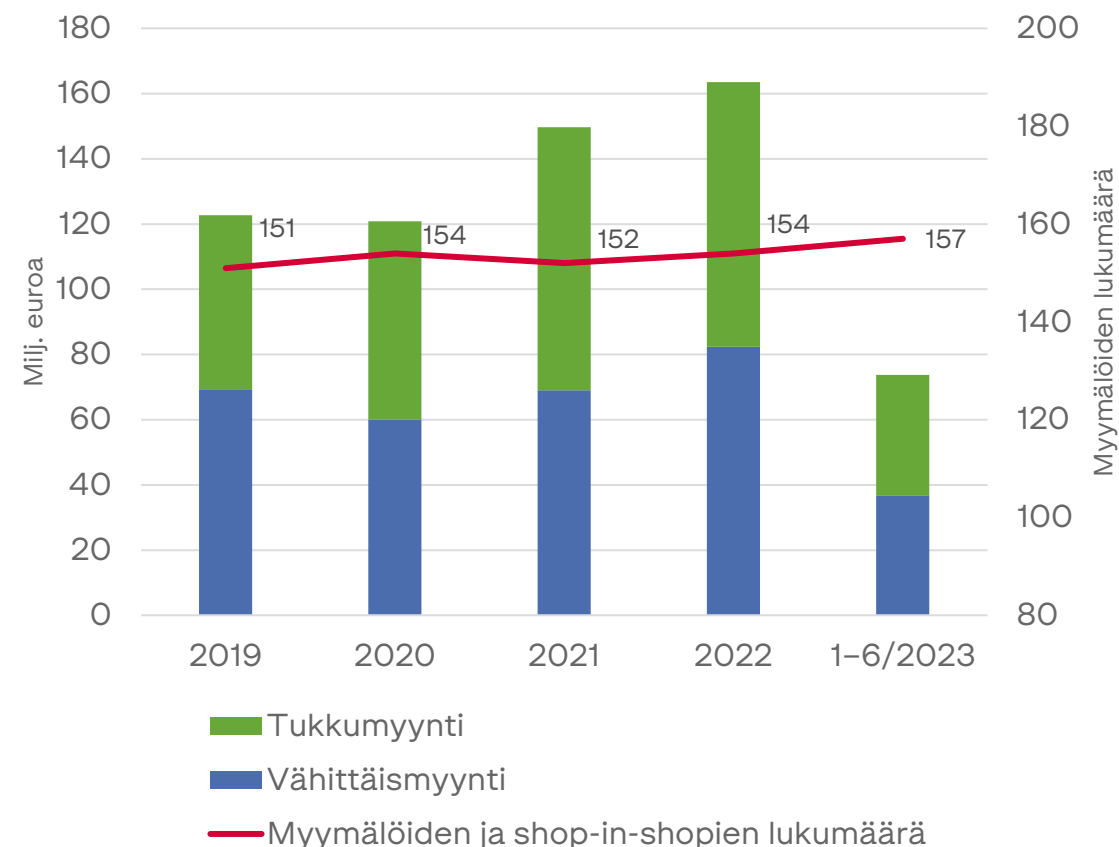


Eniten myymälöitä Aasian-Tyynenmeren alueella. Verkkokauppa palvelee asiakkaita jo 35 maassa.

Globaali myymäläverkosto 1-6/2023

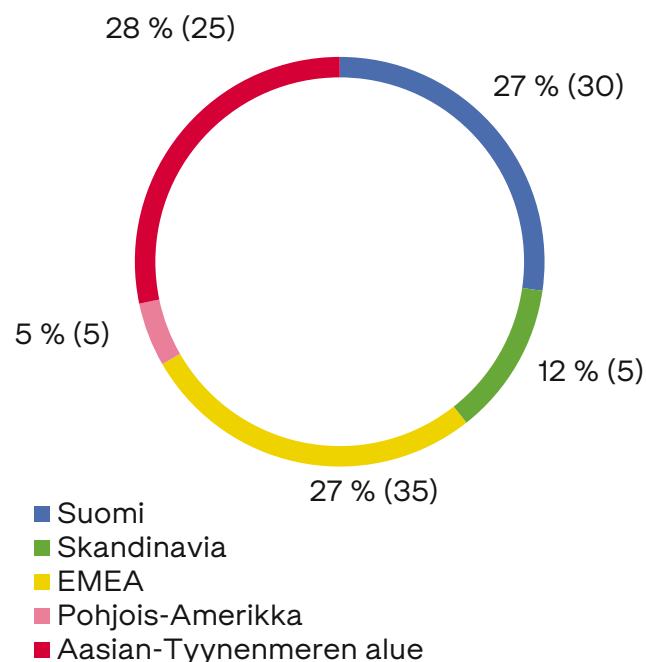


Liikevaihto kanavittain, mukaan lukien verkkomyynti

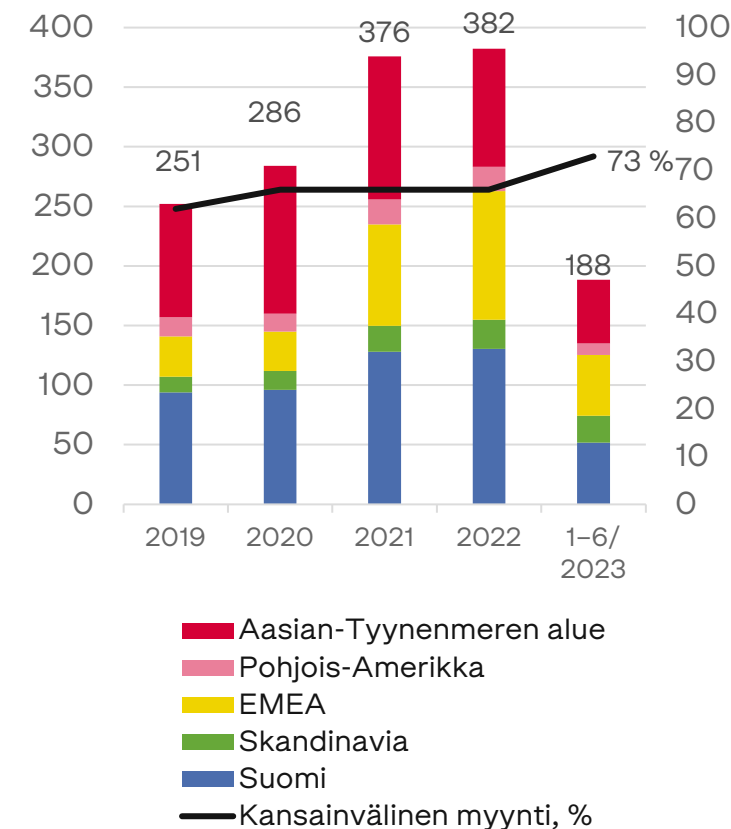


Marimekon kumulatiivinen brändimyynti 188,5 milj. euroa (190,1)

Toisella neljänneksellä 74 % brändimyynnistä tuli ulkomailta (71)

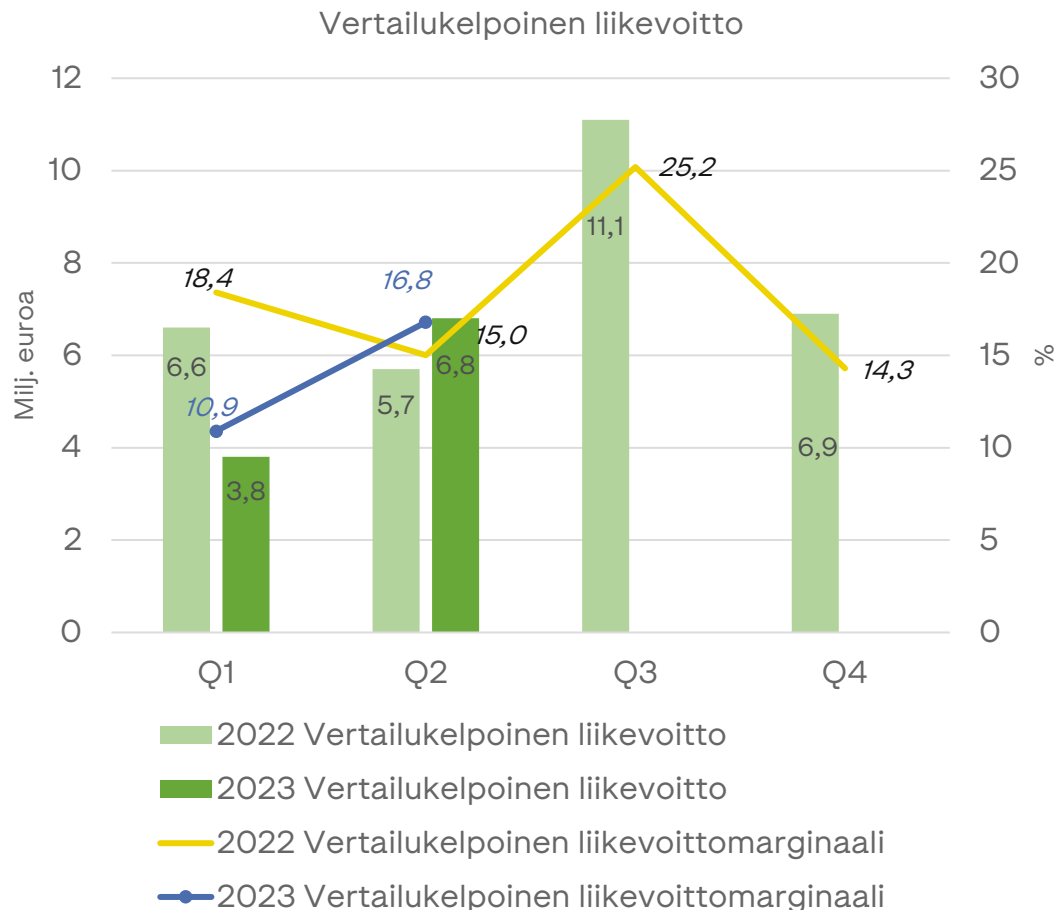


Milj. euroa	1-6/ 2023	1-6/ 2022	Muutos %
Suomi	51,7	56,1	-8
Skandinavia	22,7	10,3	120
EMEA	50,8	65,6	-23
Pohjois-Amerikka	9,8	10,4	-5
Aasian-Tyynenmeren alue	53,5	47,7	12
Kansainvälinen myynti	136,8	134,0	2
YHTEENSÄ	188,5	190,1	-1



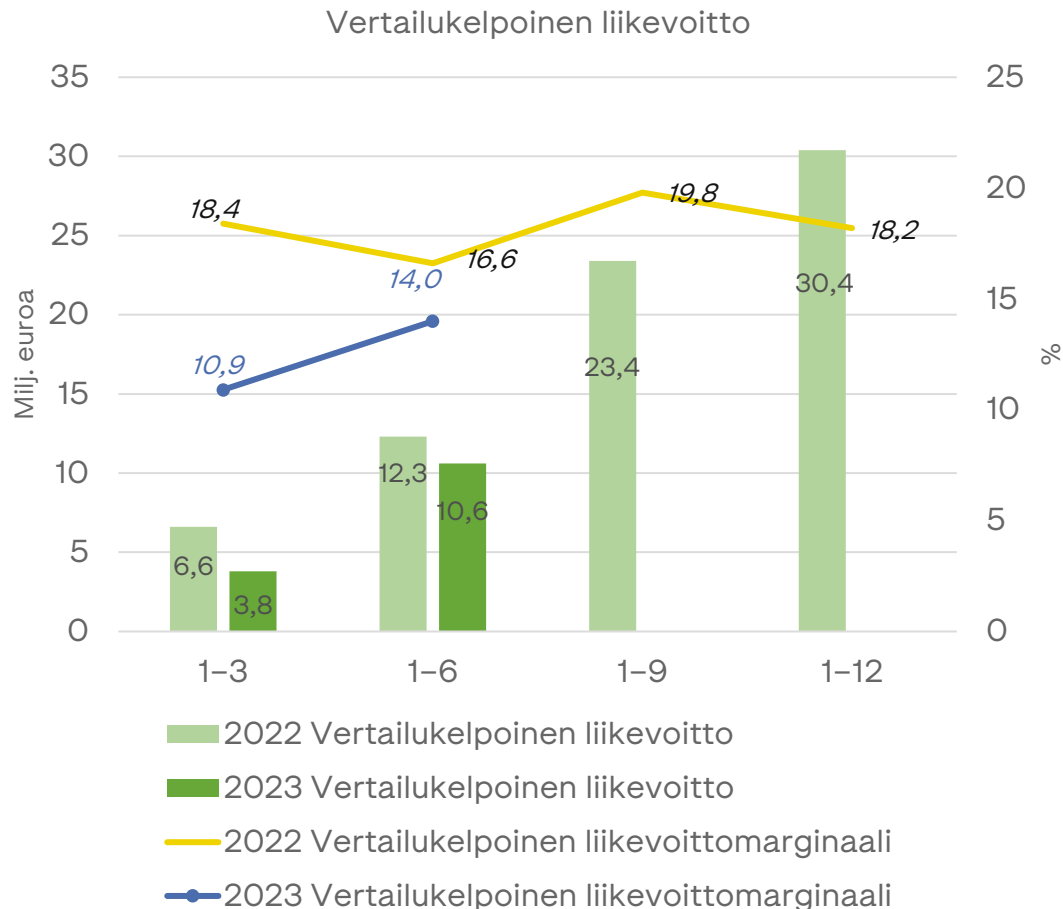
Brändimyynti kuvaa Marimekko-brändin tavoitavuutta eri jakelukanavien kautta. Brändimyynti on epävirallinen arvio Marimekko-tuotteiden myynnistä kuluttajahinnoin, ja se lasketaan lisäämällä yhtiön oman vähittäiskaupan liikevaihtoon muiden jakelijoiden arvioitu Marimekko-tuotteiden vähittäismyyntiarvo,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

Vertailukelpoinen liikevoitto parani toisella neljänneksellä selvästi



- Liikevoitto oli 6,6 miljoonaa euroa (5,7).
- Vertailukelpoinen liikevoitto oli 6,8 miljoonaa euroa (5,7) eli 16,8 prosenttia liikevaihdesta (15,0).
- Liikevoittoa nostivat erityisesti liikevaihdon kasvu sekä suhteellisen myyntikatteen parantuminen. Liikevoittoa puolestaan laski kiinteiden kustannusten kasvaminen.
- Kiinteitä kuluja lisäsivät erityisesti työsuhde-etuuksista aiheutuvien kulujen kasvu, joka on seurausta panostuksista kansainvälisen kasvun edellytyksiin sekä myymälöiden nousseet henkilöstökulut. Suhteellista myyntikatetta vahvistivat merkittävästi kasvaneet lisenssituotot.

Kumulatiivinen vertailukelpoinen liikevoitto hyvällä tasolla vaikka jäi vertailukaudesta

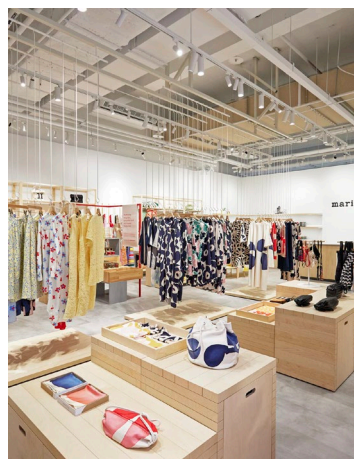
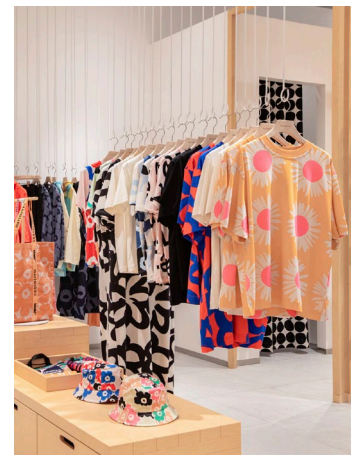


- Liikevoitto oli 10,4 miljoonaa euroa (12,3).
- Vertailukelpoinen liikevoitto oli 10,6 miljoonaa euroa (12,3) eli 14,0 prosenttia liikevaihdesta (16,6).
- Korkeammat kiinteät kustannukset ja suhteellisen myyntikatteen aleneminen laskivat liikevoittoa. Liikevoittoa puolestaan paransi liikevaihdon kasvu.
- Kiinteitä kuluja nostivat kansainvälisen kasvun edellytysten vahvistamiseksi aiemmin tehtyt rekrytoinnit ja myymälöiden kasvaneet henkilöstökulut. Suhteellista myyntikatetta heikensivät erityisesti vertailukautta suuremmat alennukset. Kuljetuskustannusten lasku puolestaan tuki suhteellista myyntikatetta.

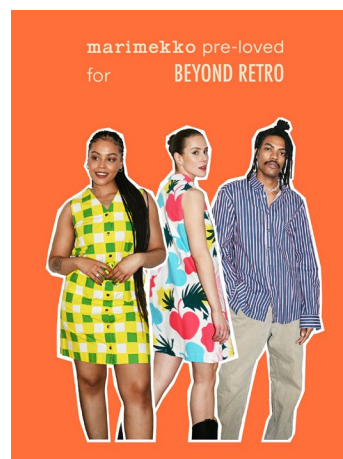
Kauden tapahtumia Q2

Monikanavainen Marimekko-myymäälä verkosto vahvistui edelleen

Toisella neljänneksellä avattiin neljä liikettä Aasiassa ja yksi Suomessa.

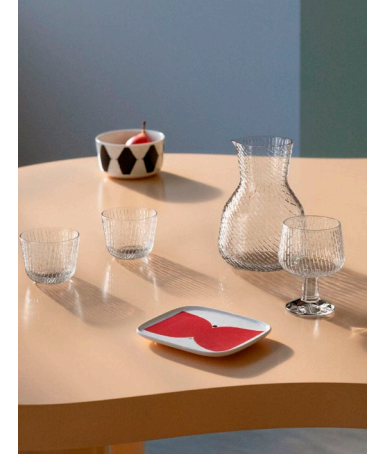


Lukuisat pop-up-myymälät ja yhteistyöt toivat näkyvyyttä eri markkinoilla



Marimekko esitteli uutta mallistoa Milanon designviikolla

Huhtikuussa esittelimme alkusyksyllä myyntiin tulevaa kodinmallistoamme kansainvälisesti tärkeällä Milanon designviikolla, jossa julkistettiin tuorein keramiikkaa ja kodintekstiilejä sisältävä taiteilijayhteistyö Sabine Finkenauerin kanssa sekä Matti Klenellin suunnittelema uusi lasisarja.

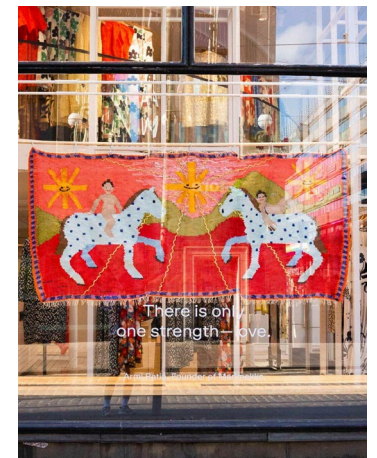


Marimekko-päivänä juhlistimme kesän alkua yhteisömmе kanssa ja avasimme kesäterassimme Helsingin keskustaan



Pride-yhteistyöt Helsingissä, New Yorkissa ja Bangkokissa ilahduttivat Marimekon ystäviä

Marimekolle tärkeä arvot – yhteisöllisyys, tasa-arvo ja mukaan ottaminen – näkyivät yhteistyössämme Helsinki Pride 2023 -tapahtuman kanssa sekä Pride-kuukauden kunniaksi tehdyissä taide-installaatioissa myymälöidemme ikkunoissa Helsingissä, Bangkokissa ja New Yorkissa.



Personoituja tuotteita Marimekko Studiosta

Kesäkuussa lanseerasimme Marimekko Studion. Palvelu tuo taiteellisen ilmaisun kaikkien ulottuville, kun asiakkaamme Suomessa ja muualla Euroopassa saavat personoida valikoituja tuotteitamme Marimekon tutuilla kirjaimilla, kuvioilla ja väreillä.



Kohti kestävämpää tulevaisuutta askel askeleelta

Toukokuussa liityimme Ellen MacArthur -säätiön verkoston jäseneksi kiertotalousmatkaamme tukemaan.

Kesäkuussa toimimme markkinoille ensimmäiset suljettua kiertoa osin hyödyntävät tuotteemme. Pilottimme tavoitteena on selvittää tapoja vähentää tekstiilituotannon ympäristövaikutuksia.

Aiemmista askelistamme vastuullisuusmatkallamme kerroimme toukokuussa julkistetussa laajassa vastuullisuuskatsauksessamme.



Näkymät 2023



Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2023: Yleisesti

- Maailmantalouden yleiseen kehitykseen liittyvät epävarmuustekijät kuten taloudellisen taantuman riski, yleinen kustannusinflaatio, korkojen nousu ja energiakriisi sekä geopoliittiset jännitteet vaikuttavat kuluttajien luottamukseen, ostovoimaan ja käyttäytymiseen ja voivat näin vaikuttaa Marimekon liiketoimintaan vuonna 2023 erityisesti tärkeällä kotimarkkinalla Suomessa.
- Erilaiset poikkeustilanteet, kuten Venäjän hyökkäyssota Ukrainassa, voivat aiheuttaa tuotanto- ja logistiikkaketjuihin merkittäviäkin häiriöitä, jotka voivat vaikuttaa negatiivisesti yhtiön myyntiin, kannattavuuteen ja kassavirtaan.
- Yhtiö seuraa tarkasti yleistä taloudellista tilannetta, kuluttajien luottamuksen ja ostovoiman kehittymistä sekä Venäjän hyökkäyssodan ja muiden mahdollisten poikkeustilanteiden vaikutuksia ja sopeuttaa toimintaansa ja suunnitelmiaan olosuhteiden mukaan.

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2023: Liikevaihdon kehittyminen

Suomi

- Suomi edustaa perinteisesti noin puolta yhtiön liikevaihdosta.
- Myynnin Suomessa odotetaan kasvavan edellisvuodesta.
- Vuoden 2023 tukkumyyntiin Suomessa vaikuttavat positiivisesti kertaluonteiset kampanjatoimitukset, joiden kokonaisarvon arvioidaan olevan edellisvuotta merkittävästi suurempi. Toimitukset painottuvat voimakkaasti toiselle vuosipuoliskolle.
- Tavoitteena vuonna 2023 on avata arviolta 15–20 uutta Marimekko-myymälää ja -shop-in-shopia, ja valtaosa suunnitelluista avauksista sijoittuu Aasiaan.

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-myymälöiden verkosto. Kaikki Marimekko-myymälät ja suurin osa verkkokaupoista Aasiassa ovat partneriomisteisia.
- Liikevaihdon Aasian-Tyynenmeren alueella odotetaan kasvavan vuonna 2023 , samoin kuin koko kansainvälisen liikevaihdon.

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2023: Kausiluonteisuus

- Marimekon liiketoiminnan kausiluonteisuudesta johtuen euromääräinen liikevaihto- ja -tulokertymä painottuu perinteisesti tilikauden toiselle vuosipuoliskolle.
- Vuonna 2023 Marimekon liikevaihdon arvioidaan kasvavan. Vuoden ensimmäisen neljänneksen liikevaihto jäi ennakoidusti vertailukaudesta kotimaan tukkumyynnin alkuvuoden heikommista näkymistä ja alemmista lisenssituotoista johtuen. Lisäksi ensimmäisen neljänneksen liikevaihtoa vuonna 2022 nostivat vuoden 2021 viimeiseltä vuosineljännekseltä osin vuoden 2022 ensimmäiselle neljännekselle siirtyneet tukkutoimitukset Aasian-Tyynenmeren alueella.
- Lisenssituottojen koko vuodelta 2023 arvioidaan kasvavan vuoden 2022 ennätystasosta.

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2023: Kasvupanostukset ja kustannukset

- Marimekko kehittää liiketoimintaansa pitkällä aikavälillä ja yhtiön tavoitteena on strategiakaudella 2023–2027 skaalata kasvuaan erityisesti kansainvälisillä markkinoilla.
- Vuonna 2023 kiinteiden kulujen odotetaan nousevan edellisvuodesta.
- Markkinointikustannuksien odotetaan kasvavan (2022: 9,2 miljoonaa).
- Yleinen kustannusinflaatio vaikuttaa myös Marimekkoon edelleen vuonna 2023. Marimekon alalle tyypillinen varhainen sitoutuminen tuotetilauksiin toimittajakumppaneilta tarkoittaa, että muutokset kustannuksissa vaikuttavat yhtiöön viiveellä.
- Poikkeustilanteiden seurauksena osin entisestään aikaistunut varhainen sitoutuminen heikentää yhtiön mahdollisuuksia optimoida tuotetilauksia ja reagoida kysynnän sekä kuluttajakäyttäytymisen nopeisiin muutoksiin nostoen myös varastojen hallintaan ja suhteelliseen kannattavuuteen liittyviä riskejä. Myös kotimaan tukkumyynnin kertaluonteiset kampanjatoimitukset lisäävät varastoriskejä.
- Marimekko työskentelee aktiivisesti vähentääkseen tuotanto- ja logistiikkaketjujen häiriöiden ja nousseiden kustannuksien negatiivisia vaikutuksia sekä parantaakseen varastojen hallintaa.

Taloudellinen ohjeistus vuodeksi 2023

Marimekko-konsernin liikevaihdon arvioidaan vuonna 2023 kasvavan edellisvuodesta (2022: 166,5 miljoonaa euroa). Vertailukelpoisen liikevoittomarginaalin ennakoidaan olevan arviolta noin 16–19 prosenttia (2022: 18,2 prosenttia). Vuoden 2023 näkymiin volatiliteettia aiheuttavat erityisesti kuluttajien luottamuksen ja ostovoiman kehitys, globaalit toimitusketjujen häiriöt sekä yleinen inflaatiokehitys.

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



Liitteet

Tuloslaskelma

Milj. euroa	4-6/2023	4-6/2022	1-6/2023	1-6/2022	1-12/2022
Liikevaihto	40,3	38,0	75,6	74,0	166,5
Liiketoiminnan muut tuotot	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1
Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos	3,4	4,0	2,8	4,7	7,7
Aineiden ja tarvikkeiden käyttö	-18,0	-18,3	-31,5	-32,3	-72,1
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	-8,7	-7,5	-16,5	-14,6	-30,8
Poistot ja arvonalentumiset	-2,2	-2,4	-4,6	-4,9	-9,7
Liiketoiminnan muut kulut	-8,2	-8,2	-15,6	-14,6	-31,5
Liikevoitto	6,6	5,7	10,4	12,3	30,2
Rahoitustuotot ja -kulut	-0,5	0,3	-1,4	0,2	-1,1
Tulos ennen veroja	6,1	6,0	9,0	12,5	29,1
Tuloverot	-1,3	-1,2	-1,9	-2,7	-6,4
Katsauskauden tulos	4,8	4,8	7,2	9,8	22,7

Tase

Milj. euroa	30.6.2023	30.6.2022	31.12.2022
Pitkäaikaiset varat	35,1	34,3	36,1
Vaihto-omaisuus	36,7	30,8	33,8
Myyntisaamiset ja muut saamiset	16,3	13,2	12,0
Katsauskauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	1,1	0,2	-
Rahavarat	16,2	19,4	32,7
Varat, yhteensä	105,5	97,9	114,6
Oma pääoma	49,2	42,8	55,4
Pitkäaikaiset velat	24,7	22,7	25,3
Lyhytaikaiset velat	31,7	32,4	33,9
Oma pääoma ja velat, yhteensä	105,5	97,9	114,6

Rahavirtalaskelma

Milj. euroa	1-6/2023	1-6/2022	1-12/2022
Liiketoiminnan rahavirta ennen käyttöpääoman muutosta	15,2	17,9	40,6
Käyttöpääoman muutos	-7,9	-11,0	-11,2
Liiketoiminnan rahavirta ennen rahoituseriä ja veroja	7,3	6,9	29,4
Rahoituserät ja verot	-4,3	-5,5	-9,3
Liiketoiminnan rahavirta	2,9	1,4	20,1
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin	-0,7	-0,3	-1,0
Rahavirta ennen rahoituksen rahavirtoja	2,2	1,1	19,1
Lyhytaikaisten lainojen nostot	0,2	0,7	1,0
Lyhytaikaisten lainojen takaisin maksut	-0,9	-0,6	-0,7
Vuokrasopimusvelkojen maksut	-3,6	-4,6	-8,5
Omien osakkeiden hankinta	-	-	-0,5
Maksetut osingot	-13,8	-37,4	-37,4
Rahoituksen rahavirta	-18,1	-41,9	-45,9
Rahavarojen muutos	-15,9	-40,8	-26,8
Rahavarat kauden lopussa	16,2	19,4	32,7

Marimekolla on nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä 31,2 miljoonaa euroa (15,0).

Osakekurssin kehitys

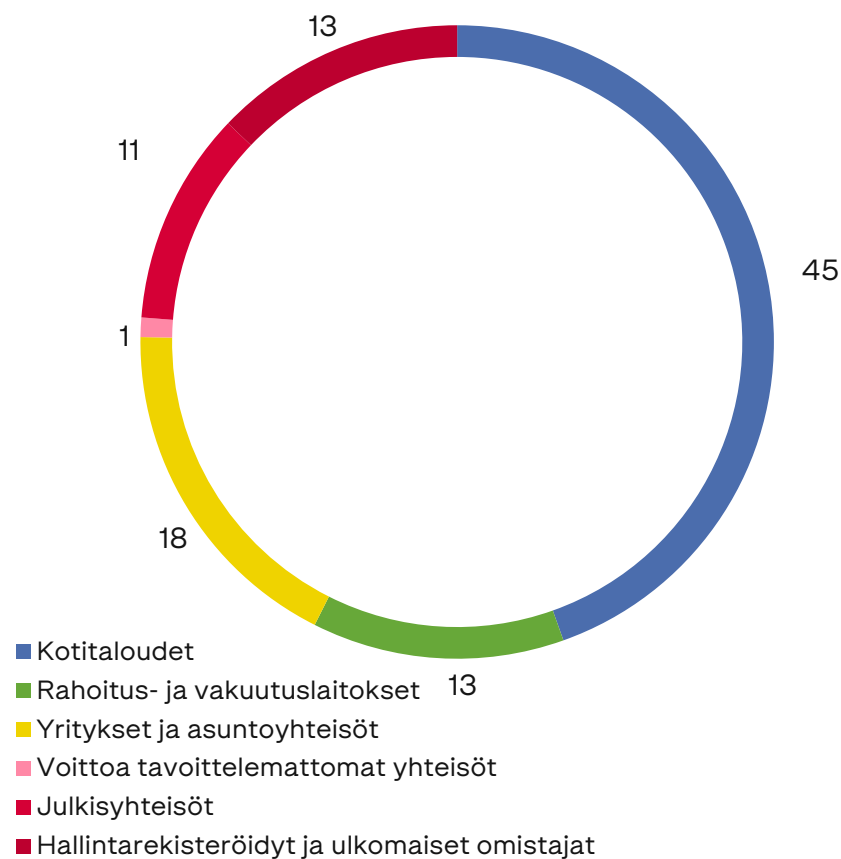
Marimekon osake (MEKKO) noteerataan Nasdaq Helsingin päälistalla toimialaryhmässä kuluttajatuotteet ja -palvelut.

Yhtiön markkina-arvo 30.6.2023: 368,8 milj. euroa



Yhteensä 39 118 osakkeenomistajaa

Omistajat sektoreittain, % osakekannasta



Suurimmat osakkeenomistajat

(pl. hallintarekisteröidyt omistukset, yht. 12,31 %)

Osakkeenomistaja	Osakkeita ja ääniä, %
PowerBank Ventures Oy (Mika Ihamuotila)	12,52
Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Varma	4,75
Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Ilmarinen	4,74
Ehrnrooth Anna Sophia	4,06
Nordean sijoitusrahastot	2,46
Sijoitusrahasto Evli Suomi Pienyhtiöt	2,21
Oy Talcom Ab	1,24
Oy Etra Invest Ab	1,23
Alahuhta Matti	1,04
Eläkevakuutusyhtiö Veritas	0,92

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