

Toimitusjohtajan katsaus

TIINA ALAHUHTA-KASKO



Vuodesta 1951 missiomme on ollut voimaannuttaa ihmisiä olemaan oma itsensä ja tuoda iloa arkeen rohkein värein ja kuvioin.

Marimekko-lifestyle: Muoti, laukut & asusteet sekä kodintuotteet

Muoti: 32 % liikevaihdosta



Laukut & asusteet: 24 % liikevaihdosta



Kodintuotteet: 44 % liikevaihdosta



Liikevaihto 2023: 174,1 milj. euroa

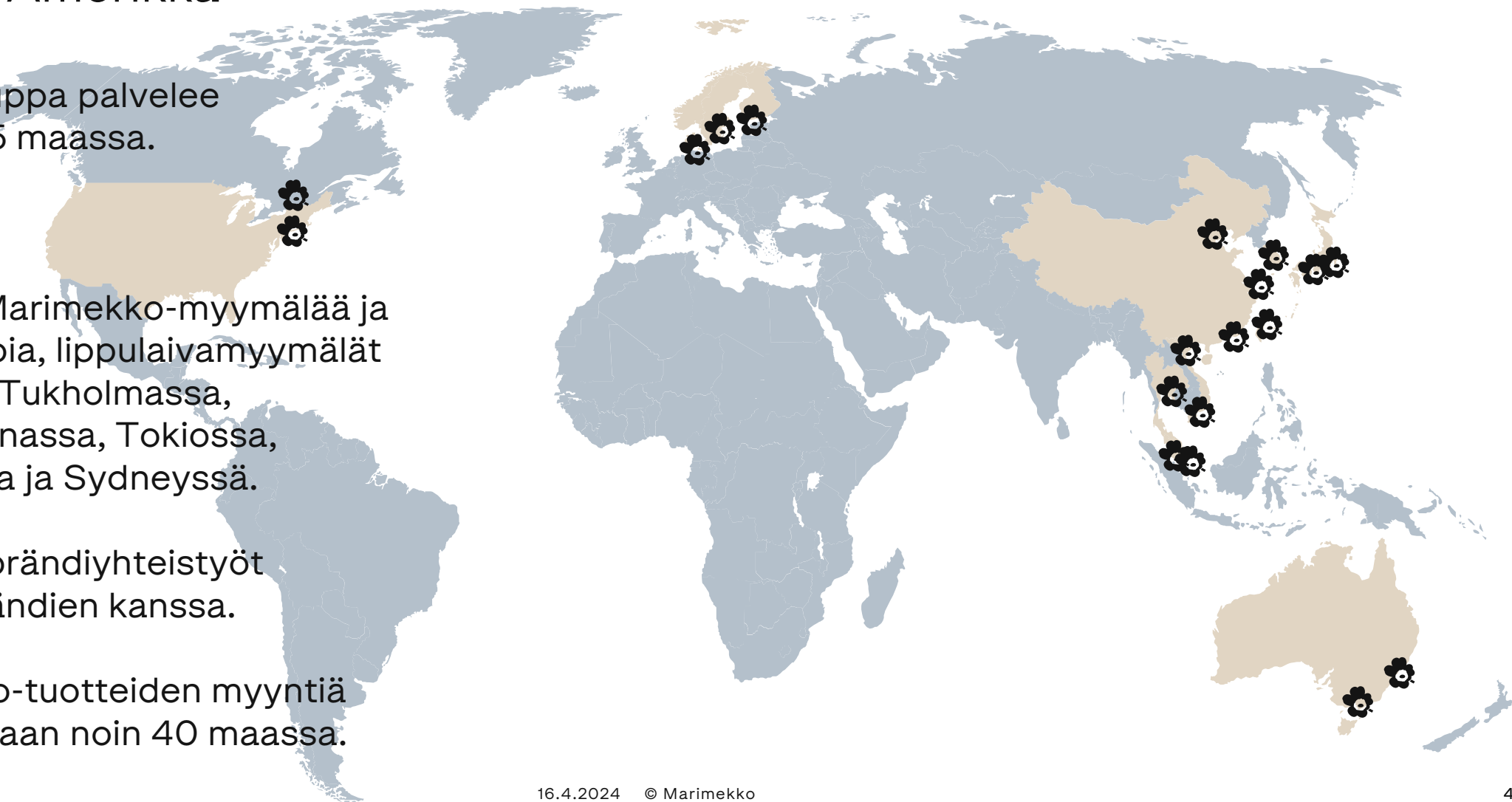
Päämarkkinat Pohjois-Eurooppa, Aasian-Tyynenmeren alue ja Pohjois-Amerikka

→ Verkkokauppa palvelee asiakkaita 35 maassa.

→ Noin 170 Marimekko-myymälää ja shop-in-shopia, lippulaivamyymälät Helsingissä, Tukholmassa, Kööpenhaminassa, Tokiossa, New Yorkissa ja Sydneyssä.

→ Globaalit brändiyhteistyöt johtavien brändien kanssa.

→ Marimekko-tuotteiden myyntiä kaiken kaikkiaan noin 40 maassa.



Jakelustrategian ytimessä Direct-to-Consumer

Myös digitalisoituneessa liiketoiminnassa fyysisillä myymälöillä on tärkeä rooli sekä myyntikanavana että brändikulttuurin sydäminä, jotka osaltaan vauhdittavat myös verkkomyyntiä

Fyysiset jälleenmyyjät ja verkkokaupat

Valikoidut ja yhä useammin verkossa toimivat jälleenmyyjät liiketoiminnan skaalaamiseksi ja uusien asiakkaiden tavoittamiseksi



Direct-to-Consumer (DTC)

Jakelustrategian ytimessä
Marimekon oma ja partnereiden operoima
verkkokauppa ja monikanavainen vähittäismyynti



Brändiyhteistyöt

Strategiset globaalit ja
lokaalit brändiyhteistyöt
tunnettuuden
kasvattamiseksi sekä
lisensointi lifestyle-
valikoiman täydentämiseksi





Digitalisaatio

Globalisaatio

Vastuullisuus ja muutokset kuluttajien arvoissa

Monimuotoisuus, yhdenvertaisuus, mukaan ottaminen

SCALE

Strategiset menestystekijät

Määrätietoinen **VASTUULLISUUSTYÖ** tukee pitkän aikavälin menestystämme



Terävöitetty **LUOVA VISIO** laajemman globaalien asiakaskunnan puhuttelemiseksi



Kasvun kiihdyttäminen **AASIASSA**



RAKKAUS Marimekko-elämään



ARVOKETJUN DIGITALISOINTI monikanavaisen kasvun sekä tehokkuuden vauhdittamiseksi

Vastuullisuuden edistäminen etenee jatkuvasti, läpi arvoketjun



Icons revived -kokoelma ylijäämäkankaista



Imprint-laukkusarja jäljitettävästä nahasta



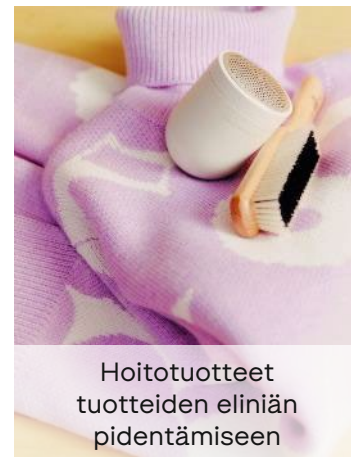
Materiaali-innovaatiotyö yhdessä kumppanien kanssa



Ensimmäiset suljettua kiertoa osin hyödyntävät tuotteemme kaupoissa



Jatkuvasti enemmän tuotteita esimerkiksi luomupuuvillasta ja kierrätetyistä materiaaleista



Hoitotuotteet tuotteiden eliniän pidentämiseen



One year of Marimekko Pre-loved

Aiempaa modulaarisemmat mallistot vastaavat eri markkinoiden ja kanavien tarpeisiin



Monikanavainen Marimekko-myyvälöiden verkosto laajenee: 19 uutta myymälää vuonna 2023, joista 17 Aasiassa. Näistä 5 Kaakkois-Aasian uusilla markkinoilla.



Tunnettuutta kasvattavat brändiyhteistyöt ja erilaiset tapahtumat globaalin yhteisömmme laajentamiseksi ja aktivoimiseksi



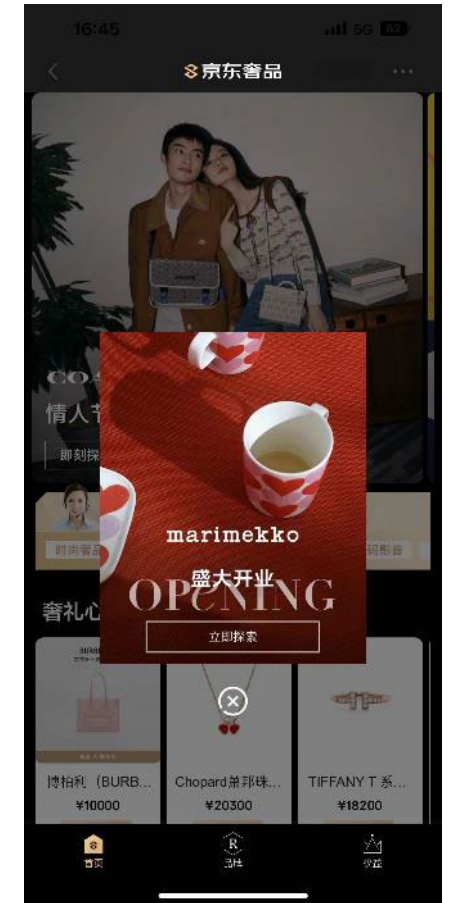
Uusia tapoja hyödyntää digitalisaatiota asiakaskokemuksessa ja läpi arvoketjun



3D-työkalut suunnittelun ja tuotekehitysprosessin vauhdittamiseksi



Marimekko Studio: kokeilu, jossa tarjosimme asiakkaillemme Suomessa ja muualla Euroopassa mahdollisuuden personoida valikoituja tuotteitamme Marimekon tutuilla kirjaimilla, kuvioilla ja väreillä.



Uudet **digitaaliset myyntikanavat**, esim JD.com ja Lazmall

Tilinpäätös 2023

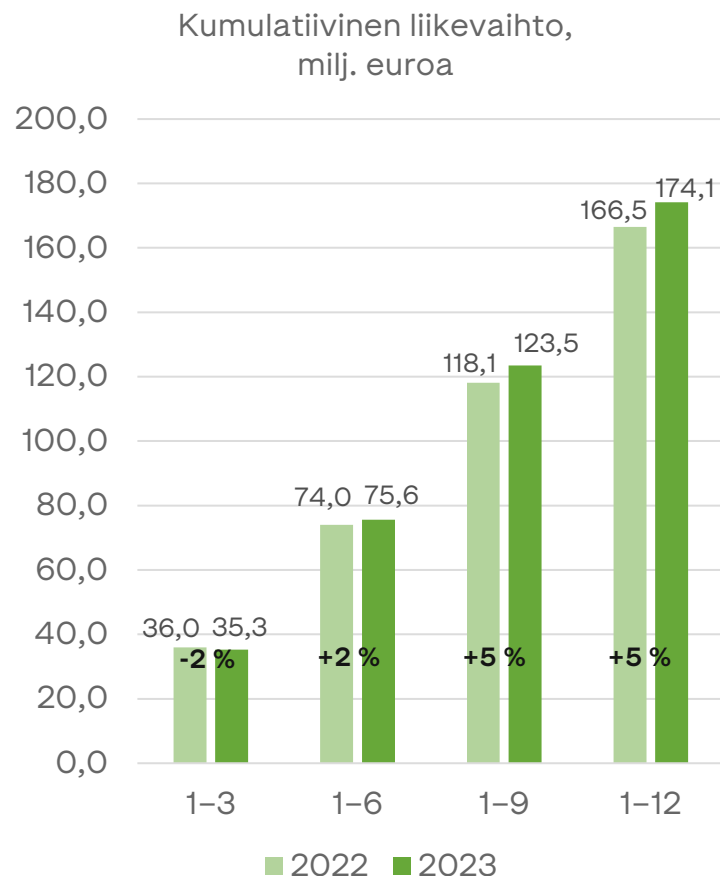
Liikevaihto kasvoi ja liikevoitto parani vuonna 2023

- Vuonna 2023 liikevaihtomme kasvoi 5 % ja oli 174,1 miljoonaa euroa (166,5).
- Suomessa liikevaihto nousi 1 % ja kansainvälinen liikevaihto kasvoi 10 %.
- Vertailukelpoinen liikevoittomme vuonna 2023 parani 5 %, 32,0 miljoonaan euroon (30,4).
- Vertailukelpoinen liikevoittomarginaalimme oli 18,4 % liikevaihdosta (18,2).



Liikevaihto vuonna 2023 nousi +5 % 174,1 milj. euroon (166,5)

Liikevaihtoa nosti erityisesti kansainvälisen tukkumyynnin kasvu.



Milj. euroa	1-12/ 2023	1-12/ 2022	Muutos %
Suomi	98,9	98,2	1
Skandinavia	15,6	14,0	11
EMEA	14,6	16,0	-9
Pohjois-Amerikka	9,6	8,0	20
Aasian- Tyynenmeren alue	35,4	30,3	17
Kansainvälinen myynti	75,2	68,3	10
YHTEENSÄ	174,1	166,5	5

Marimekon liikevaihto +5 %

- vähittäismyynti +3 %
- tukkumyynti +6 %
- lisenssituotot +8 %

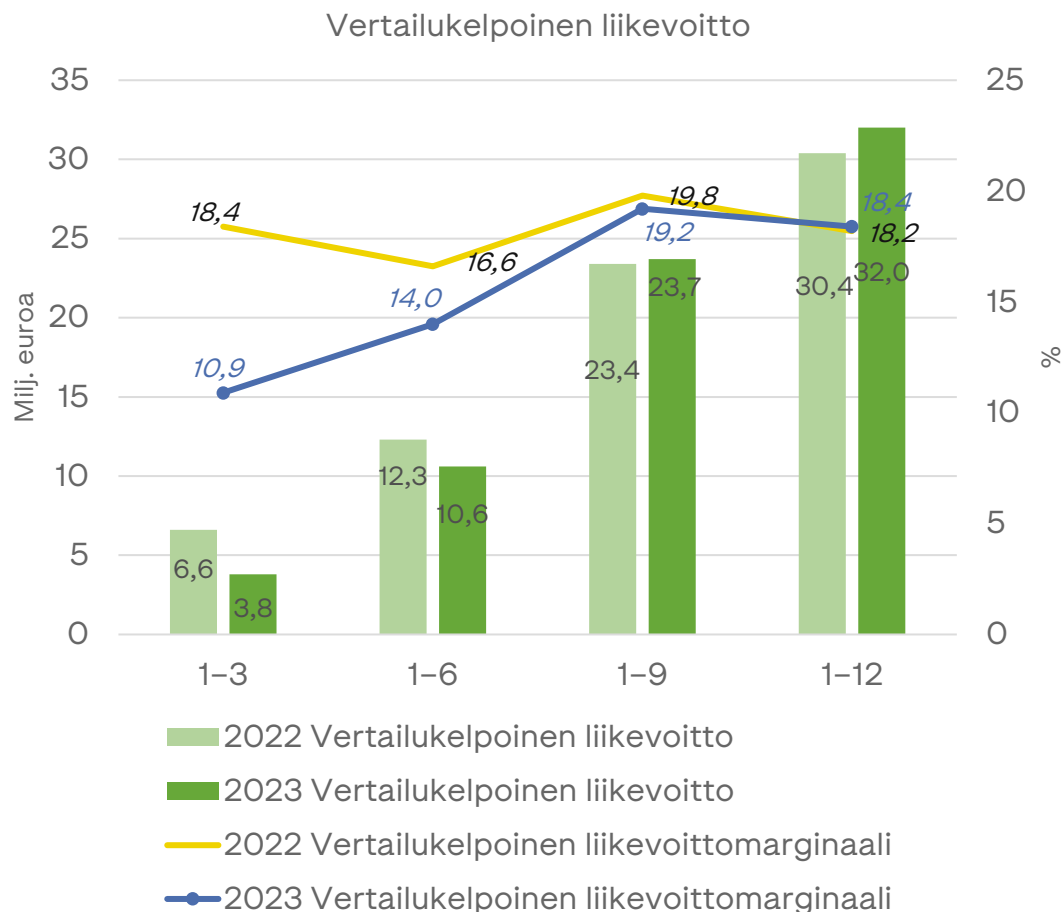
Myynti Suomessa +1 %

- vähittäismyynti +3 %
(vertailukelpoinen -1 %)
- tukkumyynti -4 %
- lisenssituotot -18 %

Kansainvälinen myynti +10 %

- vähittäismyynti +4 %
- tukkumyynti +12 %
- lisenssituotot +9 %

Vertailukelpoinen liikevoitto parani +5 % vuonna 2023 ja ylsi 32,0 milj. euroon eli 18,4 %:ään liikevaihdosta



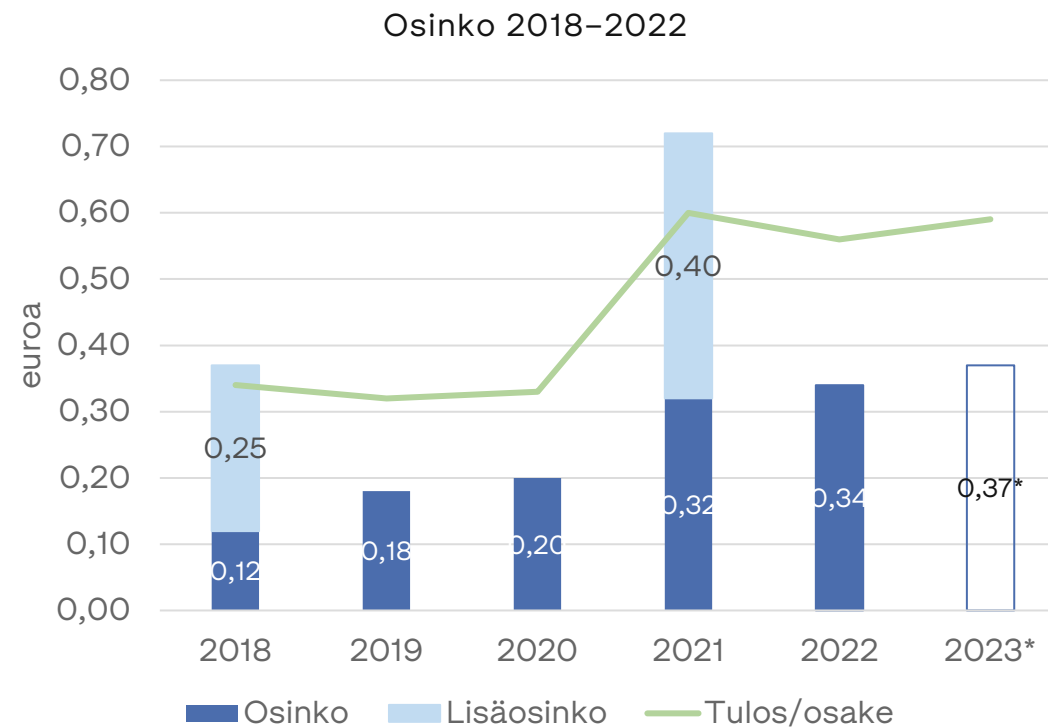
- Vertailukelpoinen liikevoitto oli 32,0 miljoonaa euroa (30,4) eli 18,4 % liikevaihdosta (18,2).
- Liikevaihdon kasvu paransi liikevoittoa. Liikevoittoa puolestaan laskivat korkeammat kiinteät kustannukset. Suhteellisen myyntikatteen parantumisella oli myönteinen vaikutus liikevoittoon.

Ehdotus osingoksi vuodelta 2023

Emoyhtiön jakokelpoiset varat 31.12.2023 olivat 60 604 858,19 euroa ja tilikauden voitto oli 25 359 472,05 euroa.

Marimekon hallitus ehdottaa varsinaiselle yhtiökokoukselle, että vuodelta 2023 maksetaan osinkoa 0,37 euroa osakkeelta.

Hallitus ehdottaa osingonmaksun täsmäytyspäiväksi 18.4.2024 ja osingon maksupäiväksi 25.4.2024.



* Hallituksen ehdotus yhtiökokoukselle.

Taloudellinen ohjeistus vuodeksi 2024

Marimekko-konsernin liikevaihdon arvioidaan vuonna 2024 kasvavan edellisvuodesta (2023: 174,1 miljoonaa euroa). Vertailukelpoisen liikevoittomarginaalin ennakoidaan olevan arviolta noin 16–19 prosenttia (2023: 18,4 prosenttia). Vuoden 2024 näkymiin volatilitettä aiheuttavat kuluttajien luottamuksen ja ostovoiman kehitys erityisesti Suomessa, globaalit toimitusketjujen häiriöt sekä yleinen inflaatiokehitys.

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



marimekko

KIITOS!



UNIKKO 60TH ANNIVERSARY