

Osavuosisikatsaus 1-3/2024

Tiina Alahuhta-Kasko

Toimitusjohtaja

Liikevaihto kasvoi etenkin kertaluonteisten kampanjatoimitusten ajoituksen seurauksena ja liikevoitto parani

- Liikevaihtomme ensimmäisellä neljänneksellä kasvoi 7 % ja oli 37,7 miljoonaa euroa (35,3).
- Liikevaihtoa nosti erityisesti tukkumyynnin kasvu Suomessa, kun arvioitua merkittävästi enemmän kertaluonteisia kampanjatoimituksia ajoittui jo ensimmäiselle neljännekselle. Myös kansainvälisen liikevaihdon kasvu nosti liikevaihtoa.
- Yhteensä liikevaihto Suomessa nousi 8 %. Kansainvälinen liikevaihto kasvoi 6 %, kun sekä Aasian-Tyynenmeren alueella että Pohjois-Amerikassa tukkumyynti kehittyi hyvin ja lisenssituotot kasvoivat merkittävästi.
- Vertailukelpoinen liikevoittomme oli 5,2 miljoonaa euroa (3,8) eli 13,8 % liikevaihdosta (10,9).
- Liikevoittoa nostivat erityisesti liikevaihdon kasvu ja suhteellisen myyntikatteen parantuminen.



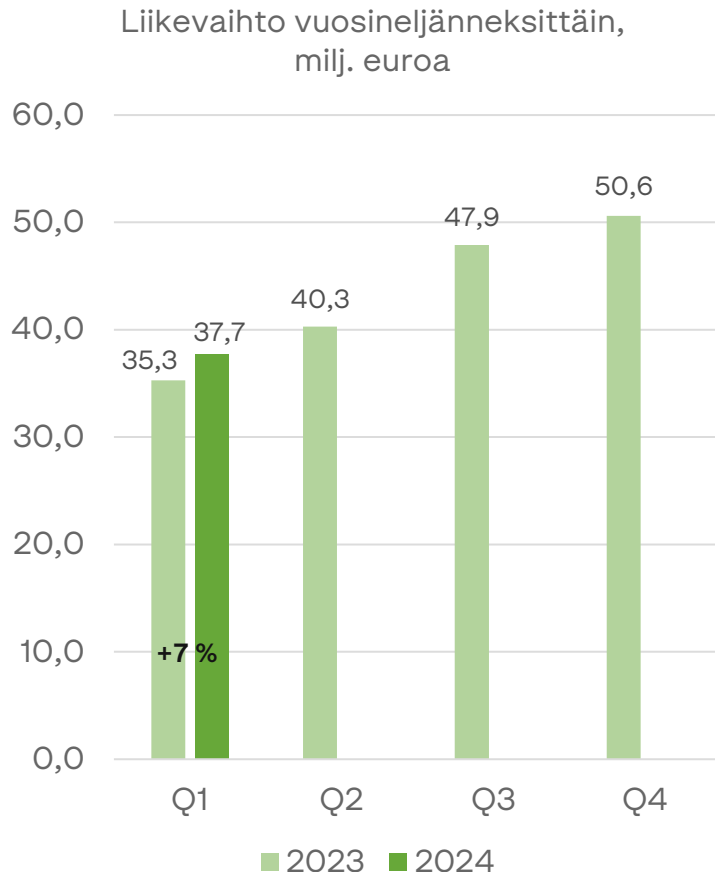
Marimekon avainluvut ensimmäisellä vuosineljänneksellä

Milj. euroa	1-3/2024	1-3/2023	Muutos, %	1-12/2023
Liikevaihto	37,7	35,3	7	174,1
Kansainvälinen myynti	18,2	17,3	6	75,2
% liikevaihdosta	48	49		43
Liikevoitto	5,1	3,8	33	31,4
Vertailukelpoinen liikevoitto	5,2	3,8	36	32,0
Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali, %	13,8	10,9		18,4
Vertailukelpoinen tulos/osake, euroa	0,10	0,06	63	0,59
Liiketoiminnan rahavirta	-0,7	-2,0	64	29,4
Bruttoinvestoinnit	0,5	0,2	135	2,0
Sijoitetun pääoman tuotto (ROCE), %	34,1	27,7		33,0
Omavaraisuusaste, %	58,4	53,6		54,1
Nettovelkaantumisaste (gearing), %	-1,8	9,6		-6,3
Nettovelka / käyttökate (rullaava 12 kk)	-0,03	0,15		-0,10
Henkilöstö kauden lopussa	446	449	-1	468

Liikevaihto ja liikevoitto

Liikevaihto nousi +7 % 37,7 milj. euroon (35,3)

Liikevaihtoa nosti erityisesti tukkumyynnin kasvu Suomessa, kun arvioitua merkittävästi enemmän kertaluonteisia kampanjatoimituksia ajoittui jo ensimmäiselle neljännekselle. Myös kansainvälisen liikevaihdon kasvu nosti liikevaihtoa.



Milj. euroa	Q1/2024	Q1/2023	Muutos %
Suomi	19,4	18,0	8
Skandinavia	3,0	3,5	-12
EMEA	2,4	3,8	-36
Pohjois-Amerikka	2,5	1,6	56
Aasian-Tyynenmeren alue	10,2	8,4	22
Kansainvälinen myynti	18,2	17,3	6
YHTEENSÄ	37,7	35,3	7

- vähittäismyynti +4 %
- tukkumyynti +5 %
- lisenssituotot nousivat merkittävästi

Myynti Suomessa +8 %

- vähittäismyynti +2 % (vertailukelpoinen +1 %)
- tukkumyynti +18 %
- lisenssituotot -10 %

Kansainvälinen myynti +6 %

- vähittäismyynti +7 %
- tukkumyynti -2 %
- lisenssituotot kasvoivat merkittävästi

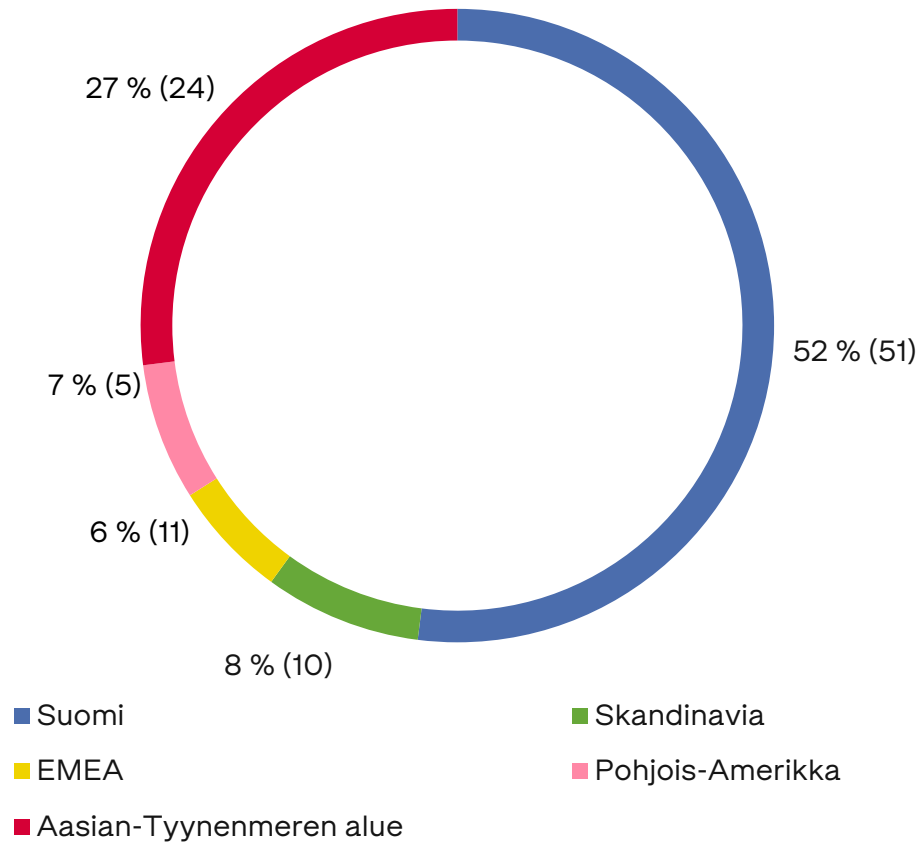
Marimekon monikanavainen vähittäismyynti kasvoi lähes kaikilla markkina-alueilla. Suomen lisäksi tukkumyynti kehittyi hyvin sekä Aasian-Tyynenmeren alueella että Pohjois-Amerikassa. Lisenssituotot nousivat merkittävästi vertailukaudesta.

Suomessa yleinen markkinatilanne jatkui haastavana ja liiketoimintaympäristö hyvin taktisena, mikä vaikutti sekä vähittäis- että tukkumyyntiin. Liikevaihto Suomessa kasvoi etenkin kertaluonteisten kampanjatoimituksien seurauksena. Myös vähittäismyynti kasvoi.

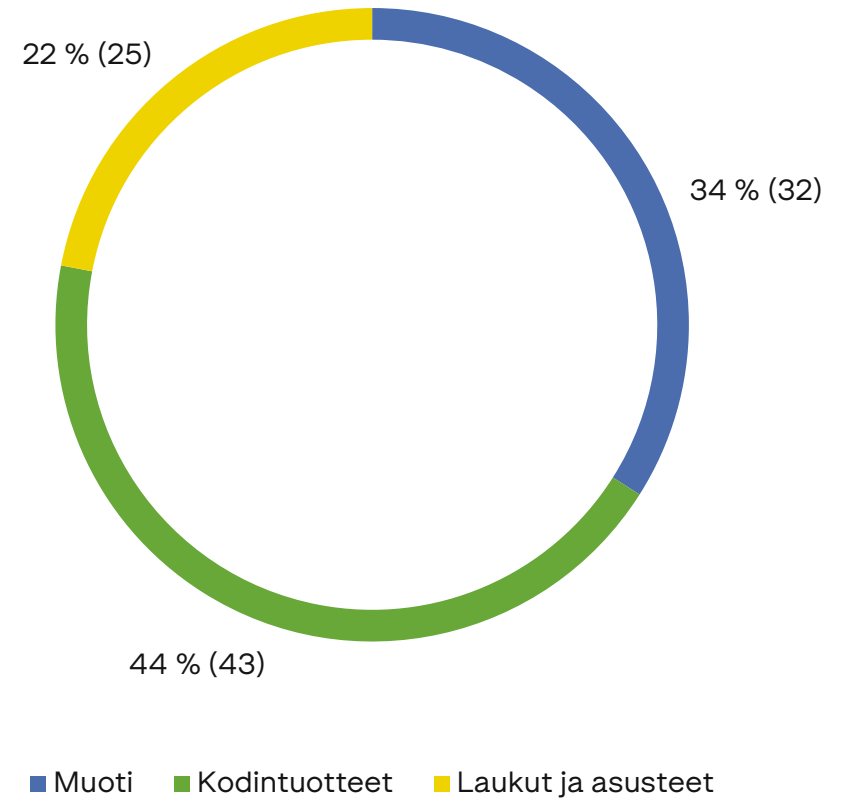
Liikevaihto yhtiön toiseksi suurimmalla markkinalla Aasian-Tyynenmeren alueella kasvoi tukkumyynnin ja lisenssituottojen noustessa.

Liikevaihto strategisesti tärkeällä Aasian-Tyynenmeren alueella +22 %

Liikevaihto markkina-alueittain, Q1/2024 (Q1/2023)

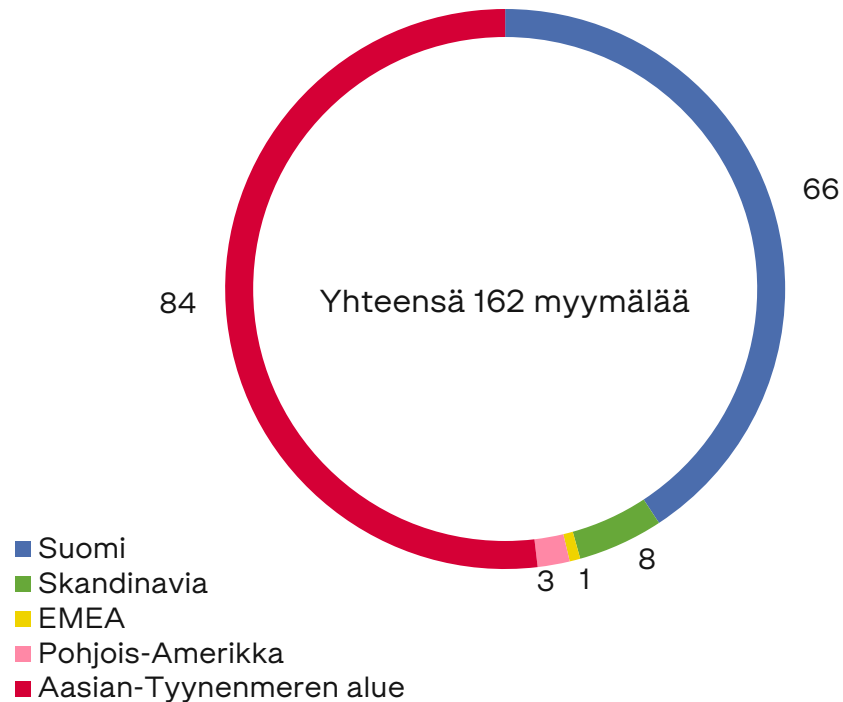


Liikevaihto tuotelinjoiittain, Q1/2024 (Q1/2023)



Eniten myymälöitä Aasian-Tyynenmeren alueella. Verkkokauppa palvelee asiakkaita jo 37 maassa.

Globaali myymäläverkosto Q1/2024:



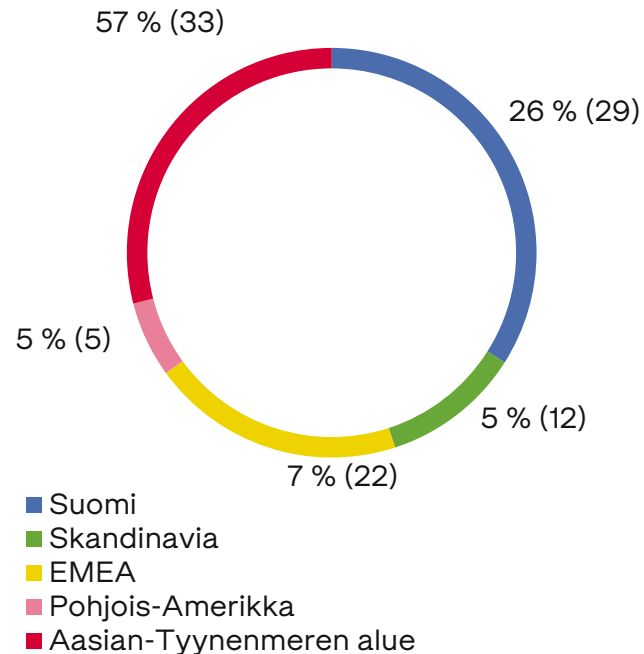
Liikevaihto kanavittain, mukaan lukien verkkomyynti



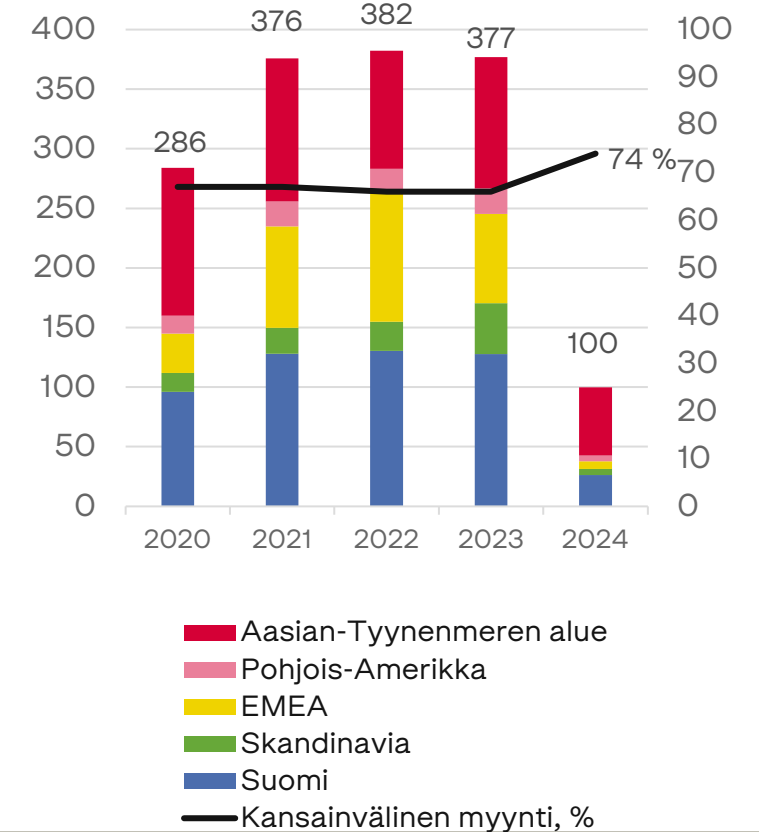
Marimekko vaihtoi alkuvuodesta Taiwanin markkinasta vastaavan loose franchise -partnerinsa. Partnerivaihdon seurauksena myymäläverkosto uudistetaan täysin vuonna 2024. Ensimmäisellä neljänneksellä suljettiin 5 myymälää ja shop-in-shopia, ja uusi partneri Imaginex suunnittelee avaavansa arviolta viisi uutta myymälää ja shop-in-shopia vuonna 2024.

Marimekon brändimyynti nousi 99,7 milj. euroon (84,5)

Ensimmäisellä neljänneksellä 74 % brändimyyntistä tuli ulkomailta (71)

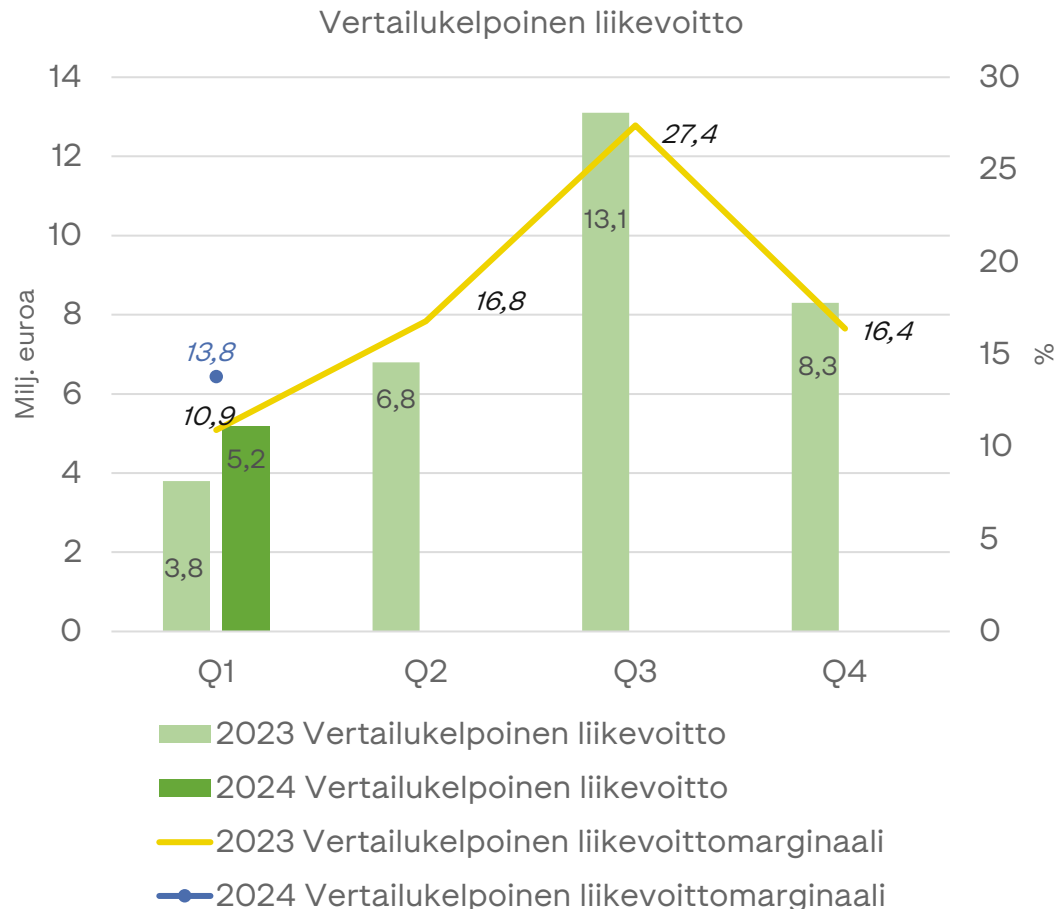


Milj. euroa	Q1/ 2024	Q1/ 2023	Muutos %
Suomi	26,1	24,5	7
Skandinavia	5,1	9,9	-48
EMEA	6,6	18,6	-65
Pohjois-Amerikka	4,7	3,9	21
Aasian-Tyynenmeren alue	57,3	27,7	107
Kansainvälinen myynti	73,7	60,0	23
YHTEENSÄ	99,7	84,5	18



Brändimyynti kuvaa Marimekko-brändin tavoitavuutta eri jakelukanavien kautta. Brändimyynti on epävirallinen arvio Marimekko-tuotteiden myynnistä kuluttajainnoin, 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. Lisenssituottojen brändimyynti raportoidaan lisenssituotteiden myyntiajankohdan mukaisesti.

Vertailukelpoinen liikevoitto +36 % ensimmäisellä neljänneksellä



- Liikevoitto oli 5,1 miljoonaa euroa (3,8).
- Vertailukelpoinen liikevoitto oli 5,2 miljoonaa euroa (3,8) eli 13,8 % liikevaihdosta (10,9).
- Liikevoittoa nostivat erityisesti liikevaihdon kasvu ja suhteellisen myyntikatteen parantuminen. Korkeammat kiinteät kustannukset puolestaan laskivat liikevoittoa.
- Kiinteitä kuluja ensimmäiselle vuosineljänneksellä lisäsivät kasvaneet markkinointi- ja henkilöstökulut. Suhteellista myyntikatetta tukivat merkittävästi nousseet lisenssituotot sekä vertailukautta pienemmät alennuskustannukset.

Kauden tapahtumia Q1

Rajatun ajan saatavilla olevat brändiyhteistyöt UNIQLO:n ja Samsungin kanssa toivat kansainvälistä näkyvyyttä



Syksy/talvi 2024 -muotinäytökset Kööpenhaminan ja Tokion Rakuten-muotiviikoilla kasvattivat tunnettuuttamme ja vahvistivat asemaamme muotimaailmassa



Unikko-kuvion 60-vuotisjuhlavuosi lanseerattiin näyttävästi ympäri maailmaa erilaisilla tapahtumilla, aktivoinneilla ja erikoistuotteilla



Monikanavainen verkosto Aasian-Tyynenmeren alueella kehittyi

Kaksi uutta Marimekko-myyrmälää Japaniin, uudet digitaaliset myyntikanavat Vietnamiin, Malesiaan ja Kiinaan sekä kaksi pop-up-myyrmälää Australiassa



Näkymät 2024

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2024: Yleisesti

- Maailmantalouden kehitykseen liittyvät epävarmuustekijät kuten geopoliittiset jännitteet ja niiden vaikutus yleiseen taloudelliseen tilanteeseen sekä yleinen kustannusinflaatio vaikuttavat kuluttajien luottamukseen, ostovoimaan ja -käyttäytymiseen ja voivat näin vaikuttaa Marimekon liiketoimintaan vuonna 2024 erityisesti tärkeällä kotimarkkinalla Suomessa.
- Erilaiset poikkeustilanteet voivat aiheuttaa tuotanto- ja logistiikkaketjuihin merkittäviäkin häiriöitä, jotka voivat vaikuttaa negatiivisesti yhtiön myyntiin, kannattavuuteen ja kassavirtaan.
- Marimekko seuraa tarkasti yleistä taloudellista tilannetta, kuluttajien luottamuksen ja ostovoiman kehittymistä sekä erilaisten poikkeustilanteiden vaikutuksia ja sopeuttaa toimintaansa ja suunnitelmiaan olosuhteiden mukaan.

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2024: Kausiluonteisuus

- Marimekon liiketoiminnan kausiluonteisuudesta johtuen euromääräinen liikevaihto- ja -tulokertymä painottuu perinteisesti tilikauden toiselle vuosipuoliskolle.
- Kotimaan tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten ajoittuminen neljännesten välillä sekä kampanjatoimitusten koko vaihtelevat tyypillisesti vuosittain.
- Lisenssituottojen vuodelta 2024 arvioidaan olevan suunnilleen edellisvuoden ennätystasolla.

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2024: Liikevaihdon kehittyminen

Suomi

Heikosta markkinatilanteesta huolimatta liikevaihdon Suomessa, Marimekolle tärkeällä kotimarkkinalla, odotetaan olevan suunnilleen edellisvuoden tasolla.

- Myyntiin Suomessa vuonna 2024 vaikuttaa heikko yleisen talouden tila ja alhaisella tasolla oleva kuluttajien luottamus sekä ostovoiman ja -käyttäytymisen kehittyminen.
- Myös toimintaympäristön taktisuus vaikuttaa liiketoimintaan.
- Vuonna 2024 tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten ennakoidaan olevan merkittävästi vertailuvuotta pienemmät ja painottuvan selvästi vuoden ensimmäiselle puoliskolle.

Kansainvälisen liikevaihdon arvioidaan kasvavan vuonna 2024.

Aasian-Tyynenmeren alue

- Vuonna 2024 liikevaihdon Aasian-Tyynenmeren alueella, yhtiön toiseksi suurimmalla markkinalla, odotetaan kasvavan.
- Japani on Marimekolle selvästi merkittävin maa tällä alueella, ja siellä on jo varsin kattava Marimekko-myymälöiden verkosto. Kaikki Marimekko-myymälät ja suurin osa Marimekko-verkkokaupoista Aasiassa ovat partneriomisteisia.
- Vuonna 2024 tavoitteena on avata arviolta 10–15 uutta Marimekko-myymälää ja -shop-in-shopia, ja valtaosa suunnitelluista avauksista sijoittuu Aasiaan.

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2024: Kasvupanostukset ja kustannukset

- Marimekko kehittää liiketoimintaansa pitkällä aikavälillä ja yhtiön tavoitteena on tulevina vuosina skaalata kannattavaa kasvuaan.
- Vuonna 2024 kiinteiden kulujen odotetaan nousevan edellisvuodesta.
- Yleinen kustannusinflaatio vaikuttaa myös Marimekkoon vuonna 2024. Henkilöstökuluihin vaikuttavat muun muassa yleiskorotukset eri markkinoilla.
- Marimekko viettää Unikko-kuvion 60-vuotisjuhlaa vuonna 2024, mikä tarjoaa yhtiölle ainutlaatuisen mahdollisuuden kasvattaa kansainvälistä tunnettuutta muun muassa erilaisin tapahtumin ympäri maailmaa.
- Markkinointikustannuksien odotetaan kasvavan (2023: 9,5 miljoonaa).
- Poikkeustilanteiden seurauksena osin entisestään aikaistunut alalle tyypillinen varhainen sitoutuminen tuotetilauksiin toimittajakumppaneilta 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 tuotanto- ja logistiikkaketjujen toimivuuden varmistamiseksi, viivästysten välttämiseksi, yleisesti nousseiden kustannuksien negatiivisten vaikutuksien vähentämiseksi sekä parantaakseen varastojen hallintaa.

Taloudellinen ohjeistus vuodeksi 2024

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

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



Liitteet

Tuloslaskelma

Milj. euroa	1-3/2024	1-3/2023	1-12/2023
Liikevaihto	37,7	35,3	174,1
Liiketoiminnan muut tuotot	0,1	0,0	0,1
Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos	1,9	-0,6	-4,5
Aineiden ja tarvikkeiden käyttö	-15,9	-13,4	-63,2
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	-8,5	-7,8	-33,5
Poistot ja arvonalentumiset	-2,3	-2,3	-9,2
Liiketoiminnan muut kulut	-7,7	-7,4	-32,4
Liikevoitto	5,1	3,8	31,4
Rahoitustuotot ja -kulut	-0,2	-0,8	-1,7
Tulos ennen veroja	4,9	3,0	29,7
Tuloverot	-1,0	-0,5	-6,1
Katsauskauden tulos	3,9	2,4	23,6

Tase

Milj. euroa	31.3.2024	31.3.2023	31.12.2023
Pitkäaikaiset varat	37,0	35,7	37,3
Vaihto-omaisuus	31,0	33,4	29,3
Myyntisaamiset ja muut saamiset	19,5	12,0	19,7
Katsauskauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,6	0,8	-
Rahavarat	33,1	28,1	37,0
Varat, yhteensä	121,2	109,9	123,3
Oma pääoma	69,7	58,0	65,7
Pitkäaikaiset velat	24,5	25,2	25,0
Lyhytaikaiset velat	27,0	26,7	32,5
Oma pääoma ja velat, yhteensä	121,2	109,9	123,3

Rahavirtalaskelma

Milj. euroa	1-3/2024	1-3/2023
Liiketoiminnan rahavirta ennen käyttö pääoman muutosta	7,5	6,2
Lyhytaikaisten korottomien liikesaamisten lisäys (-) / vähennys (+)	0,2	0,1
Vaihto-omaisuuden lisäys (-) / vähennys (+)	-1,8	0,4
Lyhytaikaisten korottomien velkojen lisäys (+) / vähennys (-)	-4,9	-6,5
Rahoituserät ja verot	-1,8	-2,2
Liiketoiminnan rahavirta	-0,7	-2,0
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin	-0,5	-0,2
Investointien rahavirta	-0,5	-0,2
Vuokrasopimusvelkojen maksut	-2,0	-1,8
Maksetut osingot	-	0
Muut rahoituksen rahavirran erät	-0,6	-0,1
Rahoituksen rahavirta	-2,6	-1,9
Rahavarojen muutos	-3,8	-4,1
Rahavarat kauden lopussa	33,1	28,1

Marimekolla on nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä 32,6 miljoonaa euroa (30,6).

Osakekurssin kehitys

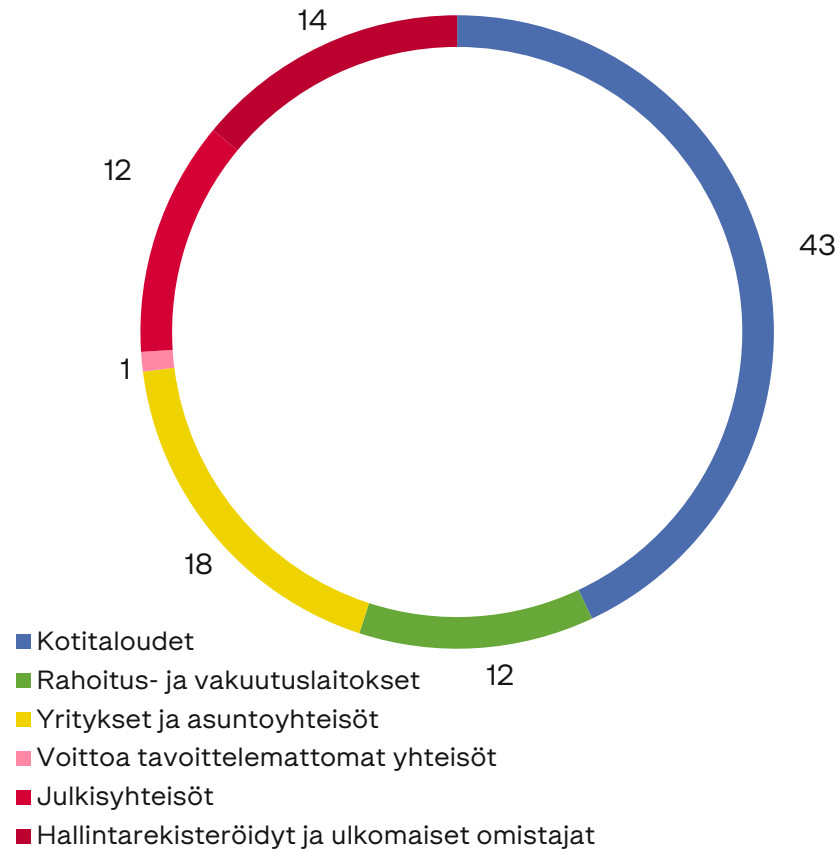
Marimekon osake (MEKKO) noteerataan Nasdaq Helsingin päälistalla toimialaryhmässä kuluttajatuotteet ja -palvelut.

Yhtiön markkina-arvo 31.3.2024: 504,3 milj. euroa



Yhteensä 39 019 osakkeenomistajaa

Omistajat sektoreittain, % osakekannasta



Suurimmat osakkeenomistajat

(pl. hallintarekisteröidyt omistukset, yht. 13,66 %)

Osakkeenomistaja	Osakkeita ja ääniä, %
PowerBank Ventures Oy (Mika Ihamuotila)	12,52
Keskinäinen Työeläkevakuutusyhtiö Ilmarinen	4,87
Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Varma	4,75
Ehrnrooth Anna Sophia	4,06
Sijoitusrahasto Nordea Nordic Small Cap	2,46
Sijoitusrahasto Evli Suomi Pienyhtiöt	2,34
Keskinäinen Työeläkevakuutusyhtiö Elo	1,45
Oy Talcom Ab	1,24
Oy Etra Invest Ab	1,23
Alahuhta Matti	1,07

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

Viestintä- ja sijoittajasuhdejohtaja **Anna Tuominen**

p. 040 584 6944

anna.tuominen@marimekko.com





marimekko

70 YEARS OF THE ART OF PRINTMAKING