



marimekko

Osavuositiedot

1-9/2024

Marimekko Oyj, Osavuositarkastus 6.11.2024 klo 8.00.

Marimekon liikevaihto kolmannella neljänneksellä lähes vertailukauden ennätystasolla kampanjatoimitusten ajoituksesta huolimatta, liikevoittomarginaali edelleen erinomainen

Kolmas vuosineljännes lyhyesti

- Marimekon liikevaihto laski prosenttia ja oli 47,2 miljoonaa euroa (47,9). Liikevaihtoa laski erityisesti Suomen tukkumyynnin väheneminen. Vähittäismyynti puolestaan kehittyi hyvin kaikilla markkina-alueilla, erityisesti Suomessa, ja kasvoi yhteensä 12 prosenttia.
- Liikevaihto Suomessa laski 9 prosenttia, kun tukkumyynnin kertaluonteiset kampanjatoimitukset jäivät ennakkoidusti vahvasta vertailukaudesta. Vähittäismyynti Suomessa kasvoi 8 prosenttia. Kansainvälinen liikevaihto kasvoi 9 prosenttia sekä vähittäis- että tukkumyynnin kasvaessa.
- Liikevoitto oli 11,1 miljoonaa euroa (12,9). Vertailukelpoinen liikevoitto jäi vahvasta vertailukaudesta ja oli 11,1 miljoonaa euroa (13,1) eli 23,5 prosenttia liikevaihdosta (27,4).
- Liikevoittoa kolmannella neljänneksellä laskivat erityisesti korkeammat kiinteät kustannukset.

Tammi-syyskuu lyhyesti

- Yhtiön liikevaihto kasvoi 4 prosenttia ja oli 128,6 miljoonaa euroa (123,5). Liikevaihtoa nostivat erityisesti vähittäismyynnin kasvu Suomessa ja tukkumyynnin kasvu Aasian-Tyynenmeren alueella. Liikevaihtoa puolestaan heikensi tukkumyynnin lasku EMEA:n alueella.
- Liikevaihto Suomessa nousi 2 prosenttia vähittäismyynnin hyvän kehityksen seurauksena. Kansainvälinen liikevaihto kasvoi 7 prosenttia, kun vähittäismyynti kasvoi kaikilla ja tukkumyynti lähes kaikilla markkina-alueilla.
- Liikevoitto oli 22,3 miljoonaa euroa (23,3) ja vertailukelpoinen liikevoitto 22,7 miljoonaa euroa (23,7) ollen 17,6 prosenttia liikevaihdosta (19,2).
- Liikevoittoa heikensivät erityisesti korkeammat kiinteät kustannukset. Liikevaihdon kasvu puolestaan paransi liiketulosta.

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 volatiliteettia aiheuttavat kuluttajien luottamuksen ja ostovoiman kehitys erityisesti Suomessa, globaalit toimitusketjujen häiriöt sekä yleinen inflaatiokehitys.

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

AVAINLUVUT

(Milj. euroa)	7-9/ 2024	7-9/ 2023	Muutos, %	1-9/ 2024	1-9/ 2023	Muutos, %	1-12/ 2023
Liikevaihto	47,2	47,9	-1	128,6	123,5	4	174,1
Kansainvälinen myynti	21,5	19,7	9	58,9	55,1	7	75,2
osuus liikevaihdosta, %	46	41		46	45		43
Käyttökate (EBITDA)	13,4	15,2	-12	29,3	30,2	-3	40,6
Vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA)	13,5	15,4	-13	29,7	30,6	-3	41,2
Liikevoitto	11,1	12,9	-14	22,3	23,3	-4	31,4
Liikevoittomarginaali, %	23,5	27,0		17,3	18,9		18,0
Vertailukelpoinen liikevoitto	11,1	13,1	-15	22,7	23,7	-4	32,0
Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali, %	23,5	27,4		17,6	19,2		18,4
Kauden tulos	8,4	10,3	-19	17,1	17,5	-3	23,6
Tulos/osake, euroa	0,21	0,25	-19	0,42	0,43	-3	0,58
Vertailukelpoinen tulos/osake, euroa	0,21	0,26	-20	0,43	0,44	-3	0,59
Liiketoiminnan rahavirta	4,4	5,4	-20	14,7	8,4	75	29,4
Bruttoinvestoinnit	0,6	0,5	17	1,8	1,2	49	2,0
Sijoitetun pääoman tuotto (ROCE), %				32,5	32,0		33,0
Omavaraisuusaste, %				58,3	53,2		54,1
Nettovelkaantumisaste (gearing), %				0,7	22,7		-6,3
Nettovelka/käyttökate (rullaava 12 kk)				0,01	0,34		-0,10
Henkilöstö kauden lopussa				459	451	2	468
joista Suomen ulkopuolella				75	76	-1	83
Brändimyynti ¹	119,1	92,4	29	309,5	280,8	10	376,7
josta Suomen ulkopuolella	85,2	54,7	56	218,8	191,5	14	249,0
kansainvälisen myynnin osuus, %	72	59		71	68		66
Myymälöiden lukumäärä				166	166		167

Taulukossa esitetyt muutosprosentit on laskettu tarkoista luvuista ennen lukujen pyöristämistä miljooniksi euroiksi. Vertailukelpoinen tulos/osake -tunnusluvussa on huomioitu vastaavat erät kuin vertailukelpoisessa liikevoitossa vero vaikutus huomioiden. Vaihtoehtoisten tunnuslukujen täsmäytys IFRS-tilinpäätöslukuihin ja vertailukelpoisiin eriin liittyvä johdon harkinta on esitetty tämän osavuositarkastuksen taulukko-osassa.

¹ Vaihtoehtoisena ei-IFRS-tunnuslukuna esitetään brändimyynti, joka 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 vähittäismyntikertoimia. Lisenssituottojen brändimyynti raportoidaan lisenssituotteiden myyntiajankohdan mukaisesti.

TIINA ALAHUHTA-KASKO

Toimitusjohtaja

”Marimekon SCALE-kasvustrategia eteni hyvin myös kolmannella neljänneksellä haastavasta markkinatilanteesta huolimatta. Omat kanavamme Suomessa ja muilla markkina-alueilla kehittyivät hyvin ja kansainvälinen liikevaihtomme kasvoi. Liikevoittomarginaalimme oli erinomaisella tasolla.



Marimekon liikevaihto ylsi kolmannella neljänneksellä lähes vertailukauden ennätystasolle ja oli 47,2 miljoonaa euroa (47,9). Suomen tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten jääminen aiemmin arvioidun mukaisesti vahvasta vertailukaudesta laski liikevaihtoa. Liikevaihtoa puolestaan kasvatti vähittäismyynnin hyvä kehitys kaikilla markkina-alueilla ja erityisesti Suomessa. Vähittäismyynti tärkeällä kotimarkkinalla kasvoi kahdeksan prosenttia haastavana jatkuneesta markkinatilanteesta huolimatta. Tämä kertoo Marimekko-brändin vetovoimasta mutta myös kaikkien marimekkolaisten hienosta työstä jatkuvasti muuttuvissa olosuhteissa, mikä mahdollistaa kaupallisen ketteryytemme. Yhteensä liikevaihto Suomessa laski yhdeksän prosenttia. Kansainvälinen liikevaihto kasvoi kolmannella neljänneksellä yhdeksän prosenttia, kun tukkumyynti kasvoi Aasian-Tyynenmeren alueella ja Skandinaviassa ja vähittäismyynti kehittyi hyvin kaikilla markkina-alueilla.

Vertailukelpoinen liikevoittomme heinä–syyskuussa oli 11,1 milj. euroa (13,1) ja vertailukelpoinen liikevoittomarginaali oli edelleen erinomaisella tasolla eli 23,5 prosenttia liikevaihdosta (27,4). Liikevoittoon vaikuttivat erityisesti korkeammat kiinteät kustannukset, joita kasvattivat esimerkiksi suunnitelmien mukaiset panostukset Unikko-kuvion 60-vuotisjuhlavuoden brändimarkkinointiin sekä henkilöstökulujen kasvu. Taloudellinen asemamme jatkui vahvana.

Tammi–syyskuussa liikevaihtomme kasvoi neljä prosenttia nousten 128,6 miljoonaan euroon (123,5). Vertailukelpoinen liikevoittomme oli 22,7 miljoonaa euroa (23,7) eli 17,6 prosenttia liikevaihdosta (19,2).

Kasvustrategiassamme olemme määritelleet yhdeksi menestystekijäksi terävöitetyn luovan vision laajemman globaalien asiakaskunnan puhuttelemiseksi. Näkyvä esimerkki tästä pitkäjänteisestä työstä brändin ja mallistojen kehittämiseksi on elokuussa kaappoihin saapunut Marimekon ensimmäinen farkkumallisto, Marimekko Maridenim. Nämä lifestyle-valikoimaamme täydentävät tuotteet on suunniteltu kiertotalouden periaatteisiin pohjautuvia Ellen MacArthur -säätiön The Jeans Redesign -ohjeita noudattaen. Uuden tuotekategorian näyttävät lanseeraustapahtumat eri puolilla maailmaa kokosivat vaikuttajia ja Marimekko-yhteisöä tutustumaan ensimmäisiin denim-tuotteisiin esimerkiksi Shanghaissa, Tokiossa, New Yorkissa ja Helsingissä, ja kuluttajat ottivat Marimekko Maridenim -malliston innostuneesti vastaan.

Koko vuotta iloisesti värittänyt Unikko-kuvion 60-vuotisjuhlavuosi näkyi markkinoinnissamme myös kolmannella neljänneksellä. Elokuussa Taipeiin muotinäytöksessä juhlistettiin Unikko-kuosia, Marimekko Maridenimiä ja ensimmäistä uusimman myymäläkonseptimme mukaista myymälää Aasiassa. Syyskuussa ikonista kuviota juhlistettiin Helsinki Design Weekin aikana Bar Unikko -pop-up-ravintolassa, jonka konsepti oli toisinto suuren suosion saavuttaneesta pop-up-kahvilastamme Milanon designviikolla aiemmin tänä vuonna. Upea Unikko on pääosassa myös lokakuussa kauppoihin tulleessa Kalevala Korun kanssa yhteistyössä toteutetussa hopeakorumallistossa. Samanaikaisesti katseemme on myös tulevassa, ja elokuussa Kööpenhaminan muotiviikon näytöksessä esittelimmekin vuoden 2025 ensimmäisiä mallistoja sankalle joukolle kansainvälistä mediaa, vaikuttajia, sisäänostajia ja Marimekon ystäviä.

Monikanavaisen myymäläverkostomme kehittämisessä kolmannen neljänneksen merkittävin avaus oli uusi verkkokauppa-alustamme, joka USA:ssa keväällä toteutetun onnistuneen pilotin jälkeen laajeni syyskuussa kaikille muille markkinoillemme. Uusi alusta tarjoaa entistä yksilöllisemmän asiakaskokemuksen verkkokaupassamme sekä samanaikaisesti runsaasti mahdollisuuksia esimerkiksi automatisointiin. Myös fyysisten myymälöiden verkosto kehittyi, kun esimerkiksi Shanghaissa avattiin uusi Marimekko-myymäla ja eri puolilla Aasiaa viisi pop-up-myymälaa.

Syyskuussa järjestimme toista kertaa pääomamarkkinapäivän, jossa Marimekon johto kertoi SCALE-strategian edistysaskeleista strategiakauden ensimmäisen 18 kuukauden aikana. Tilaisuudessa yhtiö myös kävi läpi aiemmin kuvaamansa kasvun ja kannattavuuden ajurit pitkän aikavälin taloudellisten tavoitteiden saavuttamiseksi. Marimekon vahva taloudellinen asema ja liiketoiminnan hyvä kehitys luovat meille erinomaiset mahdollisuudet jatkaa työtämme kannattavan kasvun skaalaamiseksi ja Marimekko-ilmiön ja yhteisön laajentamiseksi ympäri maailman.”

Toimintaympäristö

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

Maailmantalouden näkyvät ovat pysyneet lähes muuttumattomina. Maailmantalouden ennakoitaan kasvavan 3,2 prosenttia vuonna 2024, mutta kasvuvauhti vaihtelee alueittain selvästi. Euroalueelle odotetaan vain 0,8 prosentin kasvua. Kohtalaisen suotuisasta yleisnäkyvästä huolimatta maailmantalouden kehityksessä on merkittäviä riskejä erityisesti geopolitiikkaan liittyen.

Yritysten suhdannetilanne Suomessa on edelleen heikko, mutta maltillisen elpymisen arvioidaan olevan alussa. Vähittäiskaupan luottamusindikaattori on vahvistunut hieman syksyllä, mutta on edelleen selvästi alle pitkän aikavälin keskiarvon ja heikompi kuin muissa EU-maissa keskimäärin. Myynti kaupan alalla on supistunut, ja myyntiodotukset lähikuukausille ovat varovaisia. Kuluttajien luottamus vahvistui edelleen hieman mutta on yhä selvästi alle pitkän aikavälin keskiarvon. Arviot sekä oman talouden että Suomen talouden nykytilasta säilyivät heikolla tasolla. Odotukset oman talouden kehityksestä paranivat mutta odotukset Suomen talouden kehityksestä heikkenivät hieman. Arviot inflaation nykytilasta ja odotukset sen kehityksestä olivat yhä melko korkealla tasolla.

(Elinkeinoelämän keskusliitto EK: Suhdannebarometri, lokakuu 2024; Luottamusindikaattorit, lokakuu 2024. Tilastokeskus: Kuluttajien luottamus, lokakuu 2024.)

Suomen vähittäiskaupan työpäiväkorjattu liikevaihto laski syyskuussa 1,5 prosenttia edellisvuodesta ja myynnin määrä 2,2 prosenttia. Kumulatiivisesti vähittäiskaupan

työpäiväkorjattu liikevaihto laski tammi–syyskuussa 1,5 prosenttia ja myynnin määrä väheni 1,7 prosenttia. (Tilastokeskus: Kaupan liikevaihtokuvaaja, ennakko, syyskuu 2024).

Liikevaihto

Liikevaihto kolmannella neljänneksellä

Marimekon liikevaihto heinä–syyskuussa 2024 ylsi lähes vertailukauden ennätystasolle ja oli 47 241 tuhatta euroa (47 884). Liikevaihtoa laski erityisesti kotimaan tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten jääminen aiemmin arvioidun mukaisesti vahvasta vertailukaudesta. Liikevaihtoa puolestaan kasvatti vähittäismyynnin hyvä kehitys erityisesti Suomessa. Yhteensä liikevaihto Suomessa laski 9 prosenttia. Kansainvälinen liikevaihto kasvoi kolmannella neljänneksellä 9 prosenttia, kun myynti kehittyi hyvin kaikilla markkina-alueilla lukuun ottamatta EMEA:n aluetta, jossa Marimekko uudistaa brändiään ja jakeluverkostoaan.

Marimekon monikanavainen vähittäismyynti kasvoi kaikilla markkina-alueilla ja nousi kolmannella neljänneksellä yhteensä 12 prosenttia. Tukkumyyntiä painoivat vertailuvuotta pienemmät kertaluonteiset kampanjatoimitukset Suomessa. Globaalisti tukkumyynti laski 11 prosenttia. Lisenssituotot olivat kolmannella neljänneksellä 20 prosenttia vertailukautta pienemmät. Koko vuodelta lisenssituottojen on ennakoitu olevan suunnilleen edellisvuoden ennätystasolla.

Liikevaihto Suomessa oli heinä–syyskuussa 25 741 tuhatta euroa (28 217). Vähittäismyynti kasvoi 8 prosenttia huolimatta haastavana jatkuneesta yleisestä markkinatilanteesta ja hyvin taktisesta liiketoimintaympäristöstä. Vertailukelpoinen vähittäismyynti, johon ei katsaus- tai vertailukaudelta lueta mukaan uusia tai merkittävästi uudistettuja myymälöitä, kasvoi 6 prosenttia. Tukkumyynti Suomessa laski 33 prosenttia, kun aiemmin arvioidun mukaisesti kotimaan tukkumyynnin kertaluonteiset kampanjatoimitukset painottuivat vertailuvuodesta poiketen selvästi vuoden ensimmäiselle puoliskolle. Näiden toimituksien on myös ennakoitu olevan vuonna 2024 kokonaisuudessaan merkittävästi vertailuvuotta pienemmät.

Yhtiön toiseksi suurimmalla markkinalla Aasian-Tyynenmeren alueella liikevaihto kasvoi 9 prosenttia 10 071 tuhanteen euroon (9 223) kun sekä tukku- että vähittäismyynti kehittivät hyvin. Lisenssituotot laskivat vertailukaudesta. Tukkumyynti markkina-alueella nousi 11 prosenttia. Alueen yhtiölle merkittävimmässä maassa Japanissa tukkumyynti kasvoi 13 prosenttia. Vähittäismyynti Aasian-Tyynenmeren alueella kasvoi 22 prosenttia.

Liikevaihto tammi–syyskuussa

Tammi–syyskuussa 2024 konsernin liikevaihto kasvoi 4 prosenttia ja oli 128 588 tuhatta euroa (123 482). Liikevaihtoa nostivat erityisesti vähittäismyynnin kasvu Suomessa ja tukkumyynnin kasvu Aasian-Tyynenmeren alueella. Liikevaihtoa puolestaan heikensi tukkumyynnin lasku EMEA:n alueella. Marimekon monikanavainen vähittäismyynti nousi katsauskaudella yhteensä 9 prosenttia. Tukkumyynti ja lisenssituotot olivat vertailukauden tasolla. Liikevaihto Suomessa nousi 2 prosenttia ja kansainvälinen liikevaihto kasvoi 7 prosenttia.

Liikevaihto Suomessa kasvoi 2 prosenttia ja ylsi 69 717 tuhanteen euroon (68 410). Marimekko-brändin vetovoimasta ja kaupallisesta ketteryydestä kertoo osaltaan kotimaan vähittäismyynnin hyvä kehitys: tammi–syyskuussa vähittäismyynti kasvoi 5 prosenttia ja vertailukelpoinen vähittäismyynti nousi 3 prosenttia. Tukkumyynti Suomessa laski 5 prosenttia kertaluonteisten kampanjatoimituksien jäädessä vertailukaudesta. Marimekko on arvioinut jo aiemmin, että kampanjatoimitukset vuonna 2024 ovat merkittävästi vertailuvuotta pienemmät ja painottuvat

selvästi vuoden ensimmäiselle puoliskolle. Tukkumyyntiä heikensi myös joidenkin vuoden 2024 ensimmäisen vuosineljänneksen tukkutoimituksien aikaistuminen vuoden 2023 viimeiselle neljännekselle.

Liikevaihto Aasian-Tyynenmeren alueella kasvoi tammi–syyskuussa 11 prosenttia ja oli 29 206 tuhatta euroa (26 398). Kasvua toi erityisesti tukkumyynnin nousu, mutta myös vähittäismyynti ja lisenssituotot kehittyivät hyvin. Tukkumyynti markkina-alueella kasvoi 9 prosenttia ja Japanissa 6 prosenttia. Vähittäismyynti Aasian-Tyynenmeren alueella kasvoi 17 prosenttia ja lisenssituotot 8 prosenttia.

LIKEVAIHTO MARKKINA-ALUEITTAIN

(1 000 euroa)	7–9/ 2024	7–9/ 2023	Muutos, %	1–9/ 2024	1–9/ 2023	Muutos, %	1–12/ 2023
Suomi	25 741	28 217	-9	69 717	68 410	2	98 914
Kansainvälinen myynti	21 500	19 667	9	58 871	55 071	7	75 191
Skandinavia	5 343	4 340	23	12 758	10 812	18	15 557
EMEA	3 285	3 585	-8	9 111	11 131	-18	14 645
Pohjois-Amerikka	2 801	2 519	11	7 796	6 730	16	9 575
Aasian-Tyynenmeren alue	10 071	9 223	9	29 206	26 398	11	35 415
Yhteensä	47 241	47 884	-1	128 588	123 482	4	174 105

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 lisenssituottoihin, on tämän osavuositarkastuksen taulukko-osassa.

Taloudellinen tulos

Heinä–syyskuussa 2024 konsernin liikevoitto laski 14 prosenttia vahvasta vertailukaudesta ja oli 11 101 tuhatta euroa (12 927). Liikevoittoon sisältyi 23 tuhatta euroa (204) vertailukelpoisuuteen vaikuttavia eriä. Vertailukelpoinen liikevoitto oli näin 11 124 tuhatta euroa (13 131). Erityisesti korkeammat kiinteät kustannukset laskivat liikevoittoa kolmannella vuosineljänneksellä. Myös liikevaihdon ja suhteellisen myyntikatteen heikentyminen vaikuttivat negatiivisesti liiketulokseen.

Kiinteitä kuluja kolmannella vuosineljänneksellä lisäsivät kasvaneet markkinointi- ja henkilöstökulut. Markkinointikuluja kasvattivat suunnitellusti panostukset muun muassa Unikokuvion 60-vuotisjuhlavuoteen. Vertailukautta korkeampiin henkilöstökuluihin vaikuttivat osaltaan yleiskorotukset eri markkinoilla mutta myös vähittäismyynnin kasvua tukeneet myymälöiden nousseet henkilöstökulut. Suhteellista myyntikatetta heikensi logistiikkakulujen kasvu. Alennuskustannukset olivat vertailukauden tasolla.

Konsernin kumulatiivinen liikevoitto laski 4 prosenttia ja oli 22 296 tuhatta euroa (23 331). Liikevoittoon tammi–syyskuussa sisältyi 382 tuhatta euroa (411) vertailukelpoisuuteen

vaikuttavia eriä. Vertailukelpoinen liikevoitto oli näin 22 678 tuhatta euroa (23 743). Liikevoittoa heikensivät erityisesti korkeammat kiinteät kustannukset. Liikevaihdon kasvu puolestaan paransi liiketulosta.

Kiinteitä kuluja tammi–syyskuussa lisäsivät kasvaneet markkinointi- ja henkilöstökulut. Markkinointikuluja kasvattivat esimerkiksi panostukset Unikko-kuvion 60-vuotisjuhlavuoteen. Henkilöstökuluja nostivat vertailukaudesta erityisesti yleiskorotukset palkkoihin eri markkinoilla mutta myös vähittäismyynnin kasvua tukeneet myymälöiden nousseet henkilöstökulut. Suhteellinen myyntikate tammi–syyskuussa ylsi lähes vertailukauden tasolle. Suhteelliseen myyntikatteeseen vaikuttivat negatiivisesti korkeammat logistiikka- ja alennuskustannukset ja sitä puolestaan paransi hyvällä tasolla oleva tuotekate.

Katsauskaudella markkinointiin käytettiin 7 682 tuhatta euroa (5 853) eli 6 prosenttia konsernin liikevaihdosta (5).

Konsernin poistot katsauskaudella olivat 6 991 tuhatta euroa (6 842) eli 5 prosenttia liikevaihdosta (6).

Liikevoittomarginaali oli tammi–syyskuussa 17,3 prosenttia (18,9) ja vertailukelpoinen liikevoittomarginaali 17,6 prosenttia (19,2). Vuoden kolmannella neljänneksellä liikevoittomarginaali oli 23,5 prosenttia (27,0) ja vertailukelpoinen liikevoittomarginaali 23,5 prosenttia (27,4).

Nettorahoituserät katsauskaudella olivat -699 tuhatta euroa (-1 415) eli 1 prosenttia liikevaihdosta (1). Rahoituseriin sisältyy valuuttakurssieroja -126 tuhatta euroa (-522), joista realisoitumattomia oli -79 tuhatta euroa (-422). Vuokrasopimusveloista aiheutuva vaikutus korkokuluihin oli -787 tuhatta euroa (-749).

Konsernin tulos ennen veroja oli tammi–syyskuussa 21 597 tuhatta euroa (21 917). Katsauskauden tulos oli 17 056 tuhatta euroa (17 512) ja tulos osaketta kohden 0,42 euroa (0,43).

Tase

Konsernin tase 30.9.2024 oli 118 675 tuhatta euroa (113 524). Oma pääoma oli 68 240 tuhatta euroa (59 506) eli 1,68 euroa osaketta kohden (1,47).

Pitkäaikaiset varat olivat katsauskauden lopussa 34 521 tuhatta euroa (36 065). Vuokrasopimusvelat olivat 28 848 tuhatta euroa (31 598). Marimekolla ei katsauskauden lopussa ollut rahoitusvelkoja (993 tuhatta euroa). Lisäksi konsernilla oli nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä 32 547 tuhatta euroa (31 593).

Nettokäyttöpääoma oli syyskuun lopussa 34 209 tuhatta euroa (36 928) ja vaihto-omaisuus oli 36 426 tuhatta euroa (34 015).

Rahavirta ja rahoitus

Heinä–syyskuussa 2024 liiketoiminnan rahavirta oli 4 382 tuhatta euroa (5 448) eli 0,11 euroa osaketta kohden (0,13). Liiketoiminnan rahavirtaa heikensi liiketuloksen lasku. Rahavirta ennen rahoituksen rahavirtoja oli 3 824 tuhatta euroa (4 978).

Tammi-syyskuussa 2024 liiketoiminnan rahavirta oli 14 689 tuhatta euroa (8 393) eli 0,36 euroa osaketta kohden (0,21). Liiketoiminnan rahavirtaa paransi erityisesti lyhytaikaisten korottomien liikesaamisten ajoittuminen. Rahavirta ennen rahoituksen rahavirtoja oli 12 924 tuhatta euroa (7 220).

Konsernin rahavarat olivat katsauskauden päättyessä 28 358 tuhatta euroa (19 104). Katsauskaudella osinkoja maksettiin 15 011 tuhatta euroa (13 794). Sijoitetun pääoman tuotto (ROCE) oli erinomaisella tasolla, 32,5 prosenttia (32,0). Vertailukaudesta poiketen Marimekolla ei ollut katsauskaudella käytössä korollista luottolimiittä (992 tuhatta euroa). Konsernilla oli nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä 32 547 tuhatta euroa (31 593), mukaan lukien 16 000 tuhannen euron arvosta lyhytaikaisia valmiusluottolimiittejä, joihin sisältyy kovenanttiehtoja.

Konsernin omavaraisuusaste oli katsauskauden lopussa 58,3 prosenttia (53,2). Nettovelkaantumisaste (gearing) oli 0,7 prosenttia (22,7). Nettovelan suhde rullaavaan 12 kuukauden käyttökatteeseen oli 0,01 (0,34) eli selvästi pitkän aikavälin tavoitetasoa parempi tavoitetason ollessa korkeintaan 2.

Investoinnit

Tammi-syyskuussa 2024 konsernin bruttoinvestoinnit olivat 1 765 tuhatta euroa (1 181) eli 1 prosentti liikevaihdosta (1). Investoinnit kohdistuivat pääasiassa digitaalisuuden kehittämiseen sekä myymäläverkoston uudistamiseen. Bruttoinvestointeihin ei sisällytetä taseeseen kirjattuja uusia vuokrasopimuksia (IFRS 16) katsauskaudella tai vertailukaudella.

Myymäläverkosto

Yhtiön jakelustrategian ytimessä on yhtiön itsensä tai sen partnereiden operoima monikanavainen Marimekko-vähittäismyynti. Valikoidut ja yhä useammin verkossa toimivat jälleenmyyjät puolestaan laajentavat Marimekon tuotteiden saatavuutta ja tavoittavat uusia asiakkaita. Myös digitalisoituneessa liiketoiminnassa fyysisillä myymälöillä on tärkeä rooli paitsi jakelukanavana myös brändikulttuurin sydäminä, jotka lisäksi tukevat verkkokauppaa ja myyntiä muissa kanavissa.

Marimekolle on keskeistä olla hyvillä, kohdeyleisöään palvelevilla liikepaikoilla. Myymäläverkoston toimintaa ja tehokkuutta arvioidaan ja kehitetään jatkuvasti. Vuoden 2024 kolmannella neljänneksellä Shanghaissa avattiin uusi Marimekko-myymälä. Aivan katsauskauden lopuksi Tapiolassa suljettiin outlet-myymälä, ja lokakuun alussa siellä avattiin uusi Marimekko-myymälä. Yhteensä kuusi pop-up-myymälää pääasiassa eri puolilla Aasiaa tutustuttivat erityisesti uusia kohdeyleisöjä Marimekkoon ja sen tuotteisiin. Lisäksi Melbournessa avautui uudelleen suuren suosion saavuttanut pop-up-kahvila Marimekko-myymälän yhteydessä. Yhteensä Marimekko-myymälöitä ja -shop-in-shopeja oli syyskuun lopussa 166 ympäri maailmaa. Myymälöiden liikevaihto kullakin markkinalla kertyy pääosin myynnistä paikallisille asiakkaille, vaikka etenkin lomakausien aikana myynti turisteille on tiettyjen keskeisten myymälöiden myynnistä merkittävä.

Verkkokauppa on tärkeä osa Marimekon monikanavaista vähittäismyyntiä. Marimekon monikanavainen asiakaskokemus vahvistui entisestään syyskuun alussa, kun keväällä Yhdysvalloissa toteutetun onnistuneen pilotin jälkeen kaikilla markkinoilla lanseerattiin täysin uudistunut verkkokauppa-alusta. Verkkomyynti kasvoi kolmannella neljänneksellä. Yhteensä yhtiön omat ja partnereiden operoimat Marimekko-verkkokaupat palvelevat asiakkaita 38 maassa. Lisäksi Marimekolla on jakelua myös muiden verkkomyyntikanavien kautta.

Digitaalisten palveluratkaisujen myötä verkkomyynnin ja myymälöissä tehtävän kaupan integroituminen lisääntyy jatkuvasti. Tästä syystä Marimekko raportoi oman verkkokaupan liikevaihdon osana vähittäismyyntiä ja myynnin muiden verkkomyyntikanavien kautta osana tukkumyyntiä. Pitkän aikavälin kansainvälisen kasvunsa vauhdittamiseksi Marimekko jatkaa panostuksiaan digitaaliseen ja monikanavaiseen liiketoimintaan.

MYYMÄLÄT JA SHOP-IN-SHOPIT

	30.9.2024	30.9.2023	31.12.2023
Suomi	65	66	66
Skandinavia	8	7	8
EMEA	1	1	1
Pohjois-Amerikka	3	3	3
Aasian-Tyynenmeren alue	89	89	89
Yhteensä	166	166	167

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

Henkilöstö

Tammi–syyskuussa 2024 henkilöstöä oli kokoaikaisiksi muutettuna keskimäärin 462 (460) ja kauden lopussa 459 (451), joista 75 (76) työskenteli Suomen ulkopuolella. Ulkomailla työskentelevien määrä jakautui seuraavasti: Skandinavia 31 (34), Pohjois-Amerikka 16 (15) ja Aasian-Tyynenmeren alue 28 (27). Omissa myymälöissä henkilöstöä kokoaikaisiksi muutettuna oli kauden päättyessä 210 (196).

Osake ja osakkeenomistajat

Osakepääoma ja osakkeiden määrä

Katsauskauden päättyessä yhtiön kaupparekisteriin merkitty täysin maksettu osakepääoma oli 8 040 000 euroa ja osakkeiden lukumäärä 40 649 170 kappaletta.

Osakeomistus

Syyskuun 2024 lopussa Marimekolla oli arvo-osuusrekisterin mukaan 38 129 osakkeenomistajaa (39 136). Osakkeista 14,95 prosenttia (13,12) oli hallintarekisteröityjen ja ulkomaisten omistajien omistuksessa.

Marimekko Oyj:llä oli 30.9.2024 hallussaan 77 790 omaa osaketta, mikä vastaa noin 0,19 prosenttia yhtiön kaikista osakkeista. 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–syyskuussa 2024 Marimekon osakkeita vaihdettiin Nasdaq Helsingissä yhteensä 4 813 357 kappaletta (7 706 431) eli 11,84 prosenttia (18,96) yhtiön koko osakekannasta. Osakkeiden yhteenlaskettu vaihtoarvo oli tammi–syyskuussa 63 037 626 euroa (72 726 378). Osakkeen alin kurssi oli 10,82 euroa (8,56), ylin 16,02 euroa (11,34) ja keskiarvo 13,10 euroa (9,44). Syyskuun lopussa osakkeen päätöskurssi oli 13,06 euroa (10,51).

Yhtiön markkina-arvo 30.9.2024 oli 529 862 223 euroa ilman yhtiön hallussa olevia omia osakkeita (426 405 204).

Valtuutukset

Varsinainen yhtiökokous 16.4.2024 valtuutti hallituksen päättämään enintään 150 000 oman osakkeen hankinnasta yhdessä tai useammassa erässä. Määrä vastaa noin 0,4 prosenttia yhtiön kaikista osakkeista. 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. Osakkeet hankittaisiin käytettäväksi osana yhtiön kannustinjärjestelmää tai muutoin edelleen luovutettaviksi tai mitätöitäviksi. Hallitus voi päättää kaikista muista omien osakkeiden hankkimisen ehdoista. Valtuutusta ei käytetty katsauskaudella. Valtuutus on voimassa 16.10.2025 asti.

Lisäksi yhtiökokous 16.4.2024 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 200 000 uutta tai yhtiön hallussa olevaa osaketta. Määrä vastaa noin 0,5 prosenttia yhtiön kaikista osakkeista. Hallitus voi päättää osakeannista suunnatusti eli osakkeenomistajien etuoikeudesta poiketen, jos siihen on yhtiön kannalta painava taloudellinen syy, kuten osakkeiden käyttäminen osana yhtiön kannustinjärjestelmää, henkilöstöannin toteuttaminen, yhtiön pääomarakenteen kehittäminen, osakkeiden käyttäminen vastikkeena mahdollisissa yrityskaupoissa tai muiden liiketoimintajärjestelyjen toteuttaminen. Osakeanti voi olla maksullinen tai maksuton. Suunnattu osakeanti voi olla maksuton vain, jos siihen on yhtiön kannalta ja sen kaikkien osakkeenomistajien etu huomioon ottaen erityisen painava taloudellinen syy. 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 16.10.2025 asti.

Hallituksella ei ollut katsauskaudella voimassa olevia valtuutuksia optio- tai vaihtovelkakirjalainoihin.

Merkittävimmät riskit ja epävarmuustekijät

Marimekon liiketoiminta altistaa yhtiön erilaisille riskitekijöille. Alla on esitelty sellaiset riskit ja epävarmuustekijät, jotka voivat olennaisesti heikentää Marimekon liiketoiminnan edellytyksiä, myyntiä, taloudellista tulosta ja asemaa. Marimekon riskienhallintakäytännöt on kuvattu selvityksessä hallinto- ja ohjausjärjestelmästä.

Taloudellinen ja poliittinen toimintaympäristö

Maailmantalouden yleiseen kehitykseen liittyvät epävarmuustekijät, kuten taloudellisen taantuman riski, sekä geopoliittiset jännitteet vaikuttavat kuluttajien luottamukseen, ostovoimaan ja käyttäytymiseen kaikilla Marimekon markkina-alueilla. Kuluttajien luottamuksen ja ostovoiman heikentymisellä voi olla merkittävä epäedullinen vaikutus Marimekon myyntiin ja kannattavuuteen. Tämä riski korostuu Suomessa ja Japanissa, jotka ovat yhtiön merkittävimmät yksittäiset toimintamaat.

Geopoliittiset jännitteet voivat myös vaikuttaa Marimekon hankinta- ja logistiikkaketjuihin sekä toimintamahdollisuuksiin tietyissä maissa. Geopoliittiset jännitteet voivat johtaa esimerkiksi sotilaallisiin toimiin, kauppakiistoihin, talouspakotteisiin sekä vienti- ja tuontirajoituksiin, jotka voivat vaikuttaa yhtiön arvoketjun toimintavarmuuteen ja tehokkuuteen. Myös pandemiat sekä epidemiat voivat vaikuttaa negatiivisesti Marimekon myyntiin, kannattavuuteen ja kassavirtaan sekä yhtiön toimitusketjun toimintavarmuuteen ja tehokkuuteen.

Markkinoiden äkilliset liikkeet, inflaation kehitys, muutokset tuotannontekijöiden hintakehityksessä, valuuttakursseissa (erityisesti Yhdysvaltain dollari) ja verotuksessa sekä korkojen nousu voivat vaikuttaa Marimekon taloudelliseen asemaan.

Marimekko on alttiina myös työmarkkinakiistoille, ja lakot sekä muut työmarkkinahäiriöt voivat vaikuttaa haitallisesti yhtiön liiketoimintaan.

Marimekko seuraa jatkuvasti taloudellisen ja poliittisen toimintaympäristön kehittymistä, huomioi liiketoimintansa johtamisessa erilaisia skenaarioita ja sopeuttaa toimintaansa tarpeen mukaan. Yhtiön vahva tase ja vakaa taloudellinen asema tuovat joustavuutta poikkeustilanteissakin. Riskejä lievennetään myös pyrkimällä monipuoliseen maantieteelliseen läsnäoloon koko arvoketjussa.

Vähittäismyyntiympäristö, asiakkaat ja kumppanit

Yhtiön kasvu pidemmällä aikavälillä perustuu etenkin monikanavaiseseen vähittäiskauppaan: verkkomyynnin kasvattamiseen, partnerivetoiseen Aasian-vähittäiskauppaan sekä olemassa olevien myymälöiden neliömyynnin parantamiseen yhtiön päämarkkina-alueilla. Lisäksi yhtiö laajentaa jakeluaan brändilleen sopivien fyysisten ja digitaalisten tukkumyyntikanavien kautta. Aasian-Tyynenmeren alue on Marimekon toiseksi suurin markkina, ja erityisesti Aasiassa on tärkeä rooli yhtiön kansainvälisessä kasvussa.

Monikanavaisuuden merkitys vähittäiskaupassa on viime vuosina korostunut. Kansainvälinen verkkokauppa on lisännyt kuluttajille tarjolla olevia vaihtoehtoja ja suurien verkkokauppatoimijoiden merkitystä. Vähittäiskaupan digitalisoituminen ja heikko makrotaloudellinen tilanne on syventänyt joidenkin muoti- ja designtoimialan tukkuasiakkaiden taloudellisia vaikeuksia. Vähittäismyyntiympäristön rakenteelliset muutokset voivat vaikuttaa Marimekon jakelukanavaratkaisuihin, -painotuksiin, myyntiin ja kannattavuuteen sekä luoda uusia ansaintamalleja. Myynnin rakenteeseen liittyvät riskit voivat vaikuttaa yhtiön taloudelliseen asemaan. Kilpailukyvyn ylläpitäminen nopeasti muuttuvassa ja digitalisaation

mullistamassa toimintaympäristössä edellyttää yhtiöltä ketteryyttä, tehokkuutta, joustavuutta ja jatkuvaa toimintojen uudelleenarviointia.

Merkittäviin kumppanivalintoihin sekä partneri- ja muihin yhteistyösopimuksiin liittyy huomattavia riskejä. Myös myymälöiden vuokrasopimuksiin Suomessa ja ulkomailla sisältyy riskejä. Yhtiön kansainvälistyessä ja brändin kiinnostavuuden kasvaessa harmaavientiin liittyvät riskit voivat lisääntyä, ja sillä voi olla vaikutusta yhtiön myyntiin ja kannattavuuteen. Lisäksi yhtiön kustannusrakenteen muutoksiin sekä asiakkaiden ja kumppaneiden maksuvalmiuteen liittyvillä riskeillä voi olla vaikutusta yhtiön taloudelliseen asemaan.

Muita merkittäviä riskejä ovat yhtiön designin, tuotevalikoiman sekä tuotteiden jakelun ja hinnoittelun muutoksiin liittyvät riskit. Kasvanut kustannusinflaatio aiheuttaa painetta hintojen nostoon, kun taas maailmantalouden ja toimintaympäristön epävarmuudet voivat vaikuttaa negatiivisesti kuluttajien ostovoimaan ja -käyttäytymiseen. Nopea reagointi ja kilpailukykyinen hinnoittelu ovat erityisen tärkeitä taktisessa toimintaympäristössä. Yhtiön kyvyllä suunnitella, kehittää ja kaupallistaa uusia kuluttajien odotuksia vastaavia tuotteita ja samanaikaisesti varmistaa tuotannon, hankinnan ja logistiikan tehokkuus, reagointinopeus sekä aktiivinen vastuullisuusyhtiö on vaikutusta yhtiön myyntiin ja kannattavuuteen.

Toimitusketju

Marimekon toimitusketjuun liittyvät riskit koskevat erityisesti tuotantoa, hankinta- ja logistiikkaprosesseja ja niiden toimintavarmuutta, joustavuutta ja tehokkuutta, vastuullisuutta, muutoksia raaka-aineiden ja muiden tuotannontekijöiden hinnoissa sekä logistiikan hintaa ja saatavuutta. Esimerkiksi geopolittiset jännitteet, cyberhäiriötilanteet sekä mahdolliset epidemiat ja pandemiat sekä muut maailmantalouden epävarmuustekijät voivat aiheuttaa tuotanto- ja logistiikkaketjuihin merkittäviäkin häiriöitä, jotka voivat vaikuttaa negatiivisesti yhtiön myyntiin, kannattavuuteen ja kassavirtaan. Toimittajakumppaneiden tehtaille, Marimekon omaan kangaspainoon tai logistiikkaketjun toiminnalle voi lisäksi aiheutua vahinkoja esimerkiksi tulipalojen, luonnonmullistusten ja konerikkojen seurauksena. Kaiken kaikkiaan oman kangaspainon toimintavarmuuden varmistaminen kaikissa olosuhteissa on ensiarvoisen tärkeää. Painon toiminnan kannalta kriittistä on muun muassa biokaasun saatavuus. Yhtiöllä on omaisuus- ja liiketoiminnan keskeytysvakuutusohjelma, joka kattaa vakuutettavia vahinkoriskejä vakuutusehtojen mukaisesti.

Raaka-aineiden, energian ja muiden tuotannontekijöiden korkeammat kustannukset voivat vaikuttaa Marimekon myyntiin ja kannattavuuteen. Alalle tyypillinen varhainen sitoutuminen tuotetilauksiin toimittajakumppaneilta tarkoittaa, että muutokset kustannuksissa vaikuttavat yhtiöön viiveellä. Poikkeustilanteiden, kuten Venäjän hyökkäyssota Ukrainassa, seurauksena osin entisestään aikaistunut varhainen sitoutuminen heikentää yhtiön mahdollisuuksia optimoida tuotetilauksia ja reagoida kysynnän sekä kuluttajakäyttäytymisen nopeisiin muutoksiin nostamalla myös varastojen hallintaan liittyviä riskejä.

Toimitusketjun häiriöiden ja tuotetilauksiin entistä varhaisemman sitoutumisen lisäksi varastojen ja tavaravirtojen hallintaan liittyvät riskit kasvavat tuotteiden jakelun laajentuessa ja toiminnan monipuolistuessa, mikä voi heikentää yhtiön myyntiä, kassavirtaa sekä suhteellista kannattavuutta. Tukkumyynnin merkittävät kertaluonteiset kampanjat voivat kasvattaa hankintaan, kuljetuksiin ja varastojen hallintaan liittyviä riskejä, erityisesti poikkeuksellisissa olosuhteissa. Tavaratoimitusten viiveet tai häiriöt ja tuotteiden laatuvariaabelit voivat haitata liiketoimintaa, myös tukkumyynnin merkittävien kertaluonteisten kampanjoiden osalta.

Marimekko työskentelee aktiivisesti tuotanto- ja logistiikkaketjujen toimivuuden varmistamiseksi, viivästysten välttämiseksi, yleisesti nousseiden kustannuksien negatiivisten vaikutuksien vähentämiseksi sekä parantaakseen varastojen hallintaa.

Vastuullisuus

Vastuullisuuden kehittämisen merkitys kilpailukyvyllä kasvaa Marimekon toimialalla, mikä voi vaikuttaa yhtiön myyntiin ja kannattavuuteen. Kehitystyö edellyttää laaja-alaisesti panostuksia. Riskejä ja mahdollisuuksia Marimekon vastuullisuustyön ja -tavoitteiden kannalta ovat muun muassa muutokset kuluttajakäyttäytymisessä ja yhtiön tuoteportfoliopainotuksissa, kasvavat odotukset sekä uudet työkalut arvoketjun läpinäkyvyydelle, jatkuvasti kehittyvät parhaat toimintatavat toimialalla sekä lisääntyvä sääntely, joka voi vaikuttaa esimerkiksi yhtiön tuotteisiin, viestintään ja laajemmin arvoketjuun. Yhtiön kyky ennakoida muutoksia, reagoida niihin ja aktiivisesti edistää vastuullisuustavoitteitaan läpi arvoketjun on avainasemassa yhtiön kilpailukyvyllä kannalta.

Marimekko käyttää tuotteidensa valmistukseen pääasiassa toimittajakumppaneita. Globaalin muoti- ja design-liiketoiminnan arvoketjut ovat moniportaisia, mikä tekee yhtiöille haastavaksi koko arvoketjun vastuullisuudesta varmistumisen aktiivisesta vastuullisuustyöstä huolimatta. Valmistukseen liittyvistä vastuullisuuskysymyksistä erityisesti hankintaketjua koskevilla sosiaalisilla näkökohdilla (esimerkiksi ihmisoikeudet, työolot ja palkkaus) ja ympäristönäkökohdilla (esimerkiksi tuotantomenetelmät sekä käytetyt raaka-aineet ja kemikaalit) sekä niistä avoimesti ja jatkuvasti lisääntyvän sääntelyn mukaisesti viestimisellä on kasvava merkitys asiakkaille. Nämä vastuullisuuskysymykset koskevat sekä Marimekon hankintaa ja omaa tuotantoa että lisensoituja tuotteita. Muun muassa materiaalivalintojensa avulla yhtiö voi vähentää ympäristövaikutuksia ja parantaa läpinäkyvyyttä toimitusketjussa. Siksi Marimekko on sitoutunut kasvattamaan esimerkiksi vähemmän päästöintensivisten ja vähemmän vesivaroja kuluttavien materiaalien, kuten sertifioidun luomu- ja kierrätyspuuvillan, osuutta tuotteissaan ja pakkauksissaan.

Marimekon jatkuva vastuullisuustyö sekä vastuullisten toimintatapojen ja lainsäädännön noudattaminen ovat tärkeitä asiakkaiden ja muiden sidosryhmien luottamuksen säilymisen kannalta; mahdollisiin epäonnistumisiin tai virheisiin tällä saralla liittyy maine-, korvaus- ja liiketoiminnallisia riskejä.

Ympäristö ja ilmastonmuutos

Ilmastonmuutos lisää sään ääri-ilmiöiden ja luonnonkatastrofien, kuten tulvien, metsä- ja maastopalojen sekä myrskyjen, todennäköisyyttä. Sään ääri-ilmiöt ja luonnonkatastrofit ovat riski Marimekon arvoketjun toimintavarmuudelle ja tehokkuudelle. Ilmastonmuutoksesta johtuvat helteet, kuivuus, haasteet veden saatavuudessa, maaperän köyhtyminen ja muut muutokset voivat puolestaan vaikuttaa Marimekon tuotteissa käytettyjen raaka-aineiden, kuten puuvillan, saatavuuteen ja hintaan. Sään ääri-ilmiöt ja luonnonkatastrofit voivat vaikuttaa myös tuotteiden saatavuuteen, jos niistä koituu vahinkoja yhtiön toimittajakumppaneiden tehtaille, omaan kangaspainoon tai haittaa logistiikkaketjujen toiminnalle. Lisäksi Marimekolla on myymälöitä ja toimistoja alueilla, joilla sään ääri-ilmiöitä tai luonnonkatastrofeja voi esiintyä, ja mikäli ne aiheuttavat vahinkoja myymälöille, toimistoille tai hetkellisiä muutoksia kuluttajakäyttäytymisessä, saattaa siitä seurata myynninmenetystä sekä kustannuksia.

Ilmastonmuutokseen liittyviä riskejä hallitaan muun muassa monipuolistamalla materiaalivalikoimaa, lisäämällä vähemmän päästöintensivisiä ja vettä valmistuksessaan tarvitsevia materiaaleja mallistoissa ja kartoittamalla uusia materiaali- ja

tuotantomenetelmännovaatioita. Marimekon vakuutusohjelma kattaa vakuutettavia vahinkoriskejä vakuutusehtojen mukaisesti.

Sääntelyn noudattaminen ja vaatimustenmukaisuus

Soveltuvan lainsäädännön, määräysten ja eettisten toimintatapojen noudattaminen sekä tuoteturvallisuus ja laatu ovat ensiarvoisen tärkeitä Marimekolle. Mahdolliset väitteet, epäonnistumiset tai virheet voivat johtaa esimerkiksi yhtiön maine- ja liiketoiminnallisiin vahinkoihin, sakkoihin, korvausvaatimuksiin tai rikossyytteisiin. Kansainvälistyminen kasvattaa yhtiön toimintaan kohdistuvaa sääntelyä ja lisää mahdollisten väitteiden, epäonnistumisten ja virheiden riskiä. Riskejä ehkäistään panostamalla vastuullisuus- ja compliance-työhön sekä tuoteturvallisuudesta huolehtimalla ja jatkuvalla laadunvalvonnalla.

Aineettomat oikeudet

Aineettomilla oikeuksilla on keskeinen rooli yhtiön menestyksessä, ja yhtiön kyvyllä hallinnoida ja suojella näitä oikeuksia voi olla vaikutusta yhtiön liiketoimintaan, arvoon ja maineeseen. Aineettomien oikeuksien hallintaan liittyvät myös keskeisesti freelance-suunnittelijoiden kanssa solmitut yhteistyösopimukset ja sopimusten perusteella maksettavat palkkiot. Yhtiön kasvaessa ja kansainvälistyessä aineettomiin oikeuksiin, erityisesti yhtiön tunnetuimpiin kuvioihin, liittyvät riskit voivat lisääntyä.

Tietoturvariskit

Tietojärjestelmien toimintavarmuuteen, luotettavuuteen ja yhteensopivuuteen liittyy riskejä. Digitalisaation, kansainvälistymisen sekä Venäjän hyökkäyssodan myötä myös kyberrikollisuus ja -hyökkäykset, erilaiset muut tietoturvariskit ja henkilötietojen suojaamiseen liittyvät riskit ovat kasvaneet. Palvelunestohyökkäykset, häiriöt tietoliikenteessä tai esimerkiksi yhtiön omassa verkkokaupassa sekä järjestelmämuutokset voivat haitata liiketoimintaa tai aiheuttaa myynninmenetystä. Tietoturvaloukkaukset voivat aiheuttaa vahingonkorvausvaatimuksia, sakkoja ja maineriskejä. Marimekko hallinnoi riskejä kyberturvallisuuden järjestelmällisellä ylläpidolla ja kehittämisellä. Yhtiöllä on lisäksi kyberturvallisuusvakuutusohjelma.

Henkilöstö ja osaaminen

Mahdolliset epidemiat tai pandemiat voivat lisätä riskejä henkilöstön terveydestä ja turvallisuudesta huolehtimisessa sekä työvoiman riittävyyden varmistamisessa sairastapauksissa.

Koska Marimekko on pieni yhtiö, riskit kansainväliseen kasvuun tarvittavan osaamisen varmistamisesta sekä avainhenkilöriskit voivat olla merkittäviä. Osaamisen kehittämiseksi Marimekko panostaa muun muassa henkilöstön kouluttamiseen, seuraajasuunnitteluun ja suorituskyvyn johtamiseen, jotka tukevat tuloksellista, monimuotoista ja inklusiivista kulttuuria.

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2024

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.

Marimekolla tärkeä kotimarkkina Suomi edustaa perinteisesti noin puolta yhtiön liikevaihdosta. 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. Kotimaan tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten ajoittuminen neljännessen välillä sekä kampanjatoimitusten koko vaihtelevat tyyppillisesti vuosittain. Vuonna 2024 tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten ennakoidaan olevan merkittävästi vertailuvuotta pienemmät ja painottuvan selvästi vuoden ensimmäiselle puoliskolle. Heikosta markkinatilanteesta huolimatta liikevaihdon Suomessa odotetaan olevan suunnilleen edellisvuoden tasolla.

Kansainvälisen liikevaihdon arvioidaan kasvavan vuonna 2024. Strategiakaudella 2023–2027 Marimekko keskittyy Aasiaan kansainvälisen kasvun tärkeimpänä maantieteellisenä alueena. Vuonna 2024 liikevaihdon Aasian-Tyynenmeren alueella, yhtiön toiseksi suurimmalla markkinalla, odotetaan kasvavan. Japani on Marimekolla selvästi merkittävin maa tällä alueella, ja siellä on jo varsin kattava Marimekko-myyjälöiden verkosto. Kaikki Marimekko-myyjälät ja suurin osa Marimekko-verkkokaupoista Aasiassa ovat partneriomisteisia. Vuonna 2024 tavoitteena on avata arviolta 10–15 uutta Marimekko-myyjälää ja -shop-in-shopia, ja valtaosa suunnitelluista avauksista sijoittuu Aasiaan.

Lisenssituottojen vuodelta 2024 arvioidaan olevan suunnilleen edellisvuoden ennätystasolla.

Marimekon liiketoiminnan kausiluonteisuudesta johtuen euromääräinen liikevaihto- ja -tulokertymä painottuu perinteisesti tilikauden toiselle vuosipuoliskolle.

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 tunnettua muun muassa erilaisin tapahtumin ympäri maailmaa. Markkinointikustannuksien odotetaan kasvavan (2023: 9,5 miljoonaa).

Poikkeustilanteiden seurauksena osin entisestään aikaistunut alalle tyyppinen varhainen sitoutuminen tuotetilauksiin toimittajakumppaneilta heikentää yhtiön mahdollisuuksia optimoida tuotetilauksia ja reagoida kysynnän sekä kuluttajakäyttäytymisen nopeisiin muutoksiin nostaen myös myyntiin, varastojen hallintaan ja suhteelliseen kannattavuuteen liittyviä riskejä. Myös kotimaan tukkumyynnin kertaluonteiset kampanjatoimitukset lisäävät varastoriskejä. Lisäksi tuotanto- ja logistiikkaketjuihin liittyvien viivästysten riski on tavanomaista korkeampi, ja toteutuessaan tällaiset viivästykset voivat vaikuttaa yhtiön myyntiin ja kannattavuuteen. Marimekko työskentelee aktiivisesti tuotanto- ja logistiikkaketjujen toimivuuden varmistamiseksi, viivästysten välttämiseksi, yleisesti nousseiden kustannuksien negatiivisten vaikutuksien vähentämiseksi sekä parantaakseen varastojen hallintaa.

Yhtiö seuraa tarkasti yleistä taloudellista tilannetta, kuluttajien luottamuksen ja ostovoiman kehittymistä sekä erilaisten poikkeustilanteiden vaikutuksia ja sopeuttaa toimintaansa ja suunnitelmiaan olosuhteiden mukaan.

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 volatiliteettia aiheuttavat kuluttajien luottamuksen ja ostovoiman kehitys erityisesti Suomessa, globaalit toimitusketjujen häiriöt sekä yleinen inflaatiokehitys.

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

Vuosikalenteri 2025

Marimekko Oyj:n tilinpäätöstiedote vuodelta 2024 julkistetaan keskiviikkona 19.2.2025 klo 8.00. Vuoden 2024 tilinpäätös ja hallituksen toimintakertomus julkistetaan viimeistään viikolla 12. Vuonna 2025 osavuosi- ja puolivuosisikatsaukset julkistetaan seuraavasti: tammi–maaliskuulta keskiviikkona 14.5.2025 klo 8.00, tammi–kesäkuulta torstaina 14.8.2025 klo 8.00 ja tammi–syyskuulta perjantaina 31.10.2025 klo 8.00.

Varsinainen yhtiökokous 2025 on suunniteltu pidettäväksi tiistaina 15.4.2025 klo 14.00.

Helsingissä 5. marraskuuta 2024

Marimekko Oyj
Hallitus

Osavuositarkastuksen taulukot

Konsernituloslaskelma ja laaja tuloslaskelma
Konsernitase
Konsernin rahavirtalaskelma
Laskelma konsernin oman pääoman muutoksista
Laadintaperiaatteet
Aineettomat ja aineelliset hyödykkeet
Liikevaihto markkina-alueittain
Liikevaihto tuotelinjoittain

Muut tiedot

Konsernin tunnuslukuja
Vaihtoehtoisten tunnuslukujen täsmäytys IFRS-tilinpäätöslukuihin
Liikevaihdon ja tuloksen kehitys vuosineljänneksittäin
Myymälät ja shop-in-shopit
Tunnuslukujen laskentakaavat

KONSERNITULOSLASKELMA

(1 000 euroa)	7-9/2024	7-9/2023	1-9/2024	1-9/2023	1-12/2023
LIKEVAIHTO	47 241	47 884	128 588	123 482	174 105
Liiketoiminnan muut tuotot	31	20	115	76	91
Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos	3 476	-2 908	6 357	-46	-4 489
Aineiden ja tarvikkeiden käyttö	-21 038	-15 102	-55 305	-46 587	-63 190
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	-7 928	-7 716	-25 689	-24 195	-33 512
Poistot ja arvonalentumiset	-2 337	-2 291	-6 991	-6 842	-9 180
Liiketoiminnan muut kulut	-8 345	-6 961	-24 779	-22 556	-32 425
LIKEVOITTO	11 101	12 927	22 296	23 331	31 400
Rahoitustuotot	-72	52	571	148	393
Rahoituskulut	-472	-100	-1 270	-1 563	-2 056
	-545	-48	-699	-1 415	-1 663
TULOS ENNEN VEROJA	10 556	12 879	21 597	21 917	29 737
Tuloverot	-2 134	-2 544	-4 540	-4 404	-6 137
KATSAUSKAUDEN TULOS	8 422	10 336	17 056	17 512	23 601
Tuloksen jakautuminen emoyhtiön osakkeenomistajille	8 422	10 336	17 056	17 512	23 601
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tuloksesta laskettu laimentamaton ja laimennusvaikutuksella oikaistu osakekohtainen tulos, euroa	0,21	0,25	0,42	0,43	0,58

LAAJA TULOSLASKELMA

(1 000 euroa)	7-9/2024	7-9/2023	1-9/2024	1-9/2023	1-12/2023
KATSAUSKAUDEN TULOS	8 422	10 336	17 056	17 512	23 601
Erät, jotka voidaan siirtää myöhemmin tulosvaikutteisiksi					
Muuntoeron muutos	157	-115	74	26	90
KATSAUSKAUDEN LAAJA TULOS	8 579	10 221	17 131	17 538	23 691
Tuloksen jakautuminen emoyhtiön osakkeenomistajille	8 579	10 221	17 131	17 538	23 691

KONSERNITASE

(1 000 euroa)

30.9.2024 30.9.2023 31.12.2023**VARAT****PITKÄAIKAISET VARAT**

Aineettomat hyödykkeet	1 317	205	453
Aineelliset hyödykkeet	31 515	34 215	35 100
Muut rahoitusvarat	598	548	595
Laskennalliset verosaamiset	1 091	1 096	1 110
	34 521	36 065	37 259

LYHYTAIKAISET VARAT

Vaihto-omaisuus	36 426	34 015	29 268
Myyntisaamiset ja muut saamiset	18 601	24 246	19 688
Katsauskauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	769	95	-
Rahavarat	28 358	19 104	37 044
	84 154	77 460	85 999

VARAT YHTEENSÄ**118 675** 113 524 123 258

KONSERNITASE

(1 000 euroa)

30.9.2024

30.9.2023

31.12.2023

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	-541	-541	-541
Muuntoerot	42	-96	-32
Kertyneet voittovarot	59 471	50 875	57 043
Oma pääoma yhteensä	68 240	59 506	65 738

PITKÄAIKAISET VELAT

Vuokrasopimusvelat	21 437	25 010	24 984
	21 437	25 010	24 984

LYHYTAIKAISET VELAT

Ostovelat ja muut velat	21 587	21 427	24 599
Katsauskauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	-	-	12
Vuokrasopimusvelat	7 411	6 588	7 309
Rahoitusvelat	-	993	615
	28 998	29 009	32 536

Velat yhteensä	50 435	54 019	57 520
----------------	--------	--------	--------

OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ

118 675

113 524

123 258

KONSERNIN RAHAVIRTALASKELMA

(1 000 euroa)

	1-9/2024	1-9/2023	1-12/2023
LIKETOIMINNAN RAHAVIRTA			
Katsauskauden tulos	17 056	17 512	23 601
Oikaisut			
Poistot ja arvonalentumiset	6 991	6 842	9 180
Rahoitustuotot ja -kulut	699	1 415	1 663
Verot	4 540	4 404	6 137
Osakeperusteiset maksut	382	337	417
Rahavirta ennen käyttöpääoman muutosta	29 669	30 510	40 997
Käyttöpääoman muutos	-9 055	-15 803	-3 342
Lyhytaikaisten korottomien liikesaamisten lisäys (-) / vähennys (+)	1 080	-12 266	-7 690
Vaihto-omaisuuden lisäys (-) / vähennys (+)	-7 174	-283	4 449
Lyhytaikaisten korottomien velkojen lisäys (+) / vähennys (-)	-2 961	-3 254	-101
Liiketoiminnan rahavirta ennen rahoituseriä ja veroja	20 615	14 707	37 655
Maksetut korot ja maksut muista rahoituskuluista	-1 077	-1 141	-1 532
Saadut korot ja maksut muista rahoitustuotoista	457	99	223
Maksetut verot	-5 305	-5 272	-6 919
LIKETOIMINNAN RAHAVIRTA	14 689	8 393	29 427

KONSERNIN RAHAVIRTALASKELMA

(1 000 euroa)	1-9/2024	1-9/2023	1-12/2023
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA			
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin	-1 765	-1 173	-2 025
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA	-1 765	-1 173	-2 025
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA			
Lyhytaikaisten lainojen nostot	-	150	149
Lyhytaikaisten lainojen takaisin maksut	-618	-1 197	-1 562
Vuokrasopimusvelkojen maksut	-5 958	-5 469	-7 381
Maksetut osingot	-15 011	-13 794	-13 794
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA	-21 587	-20 311	-22 588
Rahavarojen muutos	-8 663	-13 091	4 814
Rahavarat katsauskauden alussa	37 044	32 711	32 711
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	-22	-516	-482
Rahavarat katsauskauden lopussa	28 358	19 104	37 044

Marimekolla on lisäksi nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä 32 547 tuhatta euroa (31 593).

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 voittovarot	Oma pääoma yhteensä
Oma pääoma 1.1.2023	8 040	1 228	-541	-122	46 820	55 425
Laaja tulos						
Katsauskauden tulos					17 512	17 512
Muuntoerot				26		26
Katsauskauden laaja tulos yhteensä				26	17 512	17 538
Liiketoimet omistajien kanssa						
Osingonjako					-13 794	-13 794
Osakeperusteiset maksut					337	337
Oma pääoma 30.9.2023	8 040	1 228	-541	-96	50 875	59 506
Oma pääoma 1.1.2024	8 040	1 228	-541	-32	57 043	65 738
Laaja tulos						
Katsauskauden tulos					17 056	17 056
Muuntoerot				74		74
Katsauskauden laaja tulos yhteensä				74	17 056	17 131
Liiketoimet omistajien kanssa						
Osingonjako					-15 011	-15 011
Osakeperusteiset maksut					382	382
Oma pääoma 30.9.2024	8 040	1 228	-541	42	59 471	68 240

LAADINTAPERIAATTEET

Tämä osavuositarkastus on laadittu IAS 34 Osavuositarkastukset -standardin mukaisesti. Marimekko on noudattanut tämän tarkastuksen laatimisessa samoja laatimisperiaatteita kuin vuoden 2023 tilinpäätöksessään.

Tämä osavuositarkastus on tilintarkastamaton. Koko vuotta 2023 koskevat luvut perustuvat vuoden 2023 tilintarkastettuun tilinpäätökseen. Tuhansiksi euroiksi pyöristettyjen lukujen yhteenlaskuissa saattaa esiintyä pyöristyseroja.

Marimekko käyttää vaihtoehtoisia tunnuslukuja (APM) ja noudattaa niihin liittyen ESMA:n antamaa ohjeistusta. Tällaisia tunnuslukuja ovat esimerkiksi vertailukelpoinen liikevoitto, vertailukelpoinen liikevoittomarginaali-%, vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA) sekä vertailukelpoinen osakekohtainen tulos (EPS). Vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät on esitetty erikseen vaihtoehtoisten tunnuslukujen täsmäytyslaskelman yhteydessä. Konsernin johto käyttää harkintaa tehdessään päätöksiä vertailukelpoisten erien luokittelussa. Vertailukelpoisuuteen vaikuttaviin eriin luetaan mukaan esimerkiksi uudelleenjärjestelyistä aiheutuvat kustannukset, työsuhteen päättymiseen liittyvät kulut sekä poikkeukselliset ja odottamattomat tapahtumat. Vaihtoehtoisena tunnuslukuna esitetään myös brändimyynti, joka kuvaa Marimekko-brändin tavoitavuutta eri jakelukanavien kautta.

AINEETTOMAT JA AINEELLISET HYÖDYKKEET

(1 000 euroa)	Aineettomat hyödykkeet	Aineelliset hyödykkeet		Yhteensä
		Käyttöoikeus- omaisuuserät	Muut	
Hankintameno 1.1.2023	9 887	72 094	26 412	98 507
Muuntoerot	-2	-360	-96	-457
Lisäykset	378	5 332	1 111	6 443
Vähennykset	-269	-18	-1 380	-1 398
Siirrot erien välillä	-309	-	-	-
Hankintameno 30.9.2023	9 686	77 048	26 047	103 095
Kertyneet poistot 1.1.2023	9 600	41 479	22 467	63 946
Muuntoerot	-2	-270	-96	-366
Vähennysten kertyneet poistot	-269	-10	-1 380	-1 390
Katsauskauden poistot	152	6 135	554	6 690
Kertyneet poistot 30.9.2023	9 481	47 334	21 546	68 880
Kirjanpitoarvo 30.9.2023	205	29 714	4 501	34 215
Hankintameno 1.1.2024	9 968	79 482	26 506	105 988
Muuntoerot	-22	-187	-86	-274
Lisäykset	3 021	2 568	819	3 387
Siirrot erien välillä	-2 075	-	-	-
Hankintameno 30.9.2024	10 892	81 863	27 238	109 102
Kertyneet poistot 1.1.2024	9 515	49 245	21 642	70 888
Muuntoerot	-22	-136	-74	-210
Katsauskauden poistot	83	6 205	703	6 909
Kertyneet poistot 30.9.2024	9 576	55 315	22 271	77 587
Kirjanpitoarvo 30.9.2024	1 317	26 548	4 967	31 515

LIKEVAIHTO MARKKINA-ALUEITTAIN

(1 000 euroa)

	7-9/ 2024	7-9/ 2023	Muutos, %	1-9/ 2024	1-9/ 2023	Muutos, %	1-12/ 2023
Suomi	25 741	28 217	-9	69 717	68 410	2	98 914
Vähittäismyynti	18 012	16 701	8	47 366	45 003	5	66 627
Tukkumyynti	7 682	11 478	-33	22 221	23 297	-5	32 133
Lisenssituotot	46	38	22	130	110	19	154
Skandinavia	5 343	4 340	23	12 758	10 812	18	15 557
Vähittäismyynti	1 447	997	45	3 843	2 954	30	4 386
Tukkumyynti	3 846	3 343	15	8 815	7 783	13	11 096
Lisenssituotot	50	-		100	75	33	75
EMEA	3 285	3 585	-8	9 111	11 131	-18	14 645
Vähittäismyynti	704	618	14	2 255	2 030	11	3 008
Tukkumyynti	2 432	2 887	-16	6 396	8 417	-24	10 802
Lisenssituotot	150	80	88	460	684	-33	834
Pohjois-Amerikka	2 801	2 519	11	7 796	6 730	16	9 575
Vähittäismyynti	1 435	1 145	25	3 767	2 994	26	4 523
Tukkumyynti	1 238	1 291	-4	3 592	3 430	5	4 688
Lisenssituotot	128	84	53	436	307	42	365
Aasian-Tyynenmeren alue	10 071	9 223	9	29 206	26 398	11	35 415
Vähittäismyynti	1 845	1 510	22	5 352	4 578	17	6 775
Tukkumyynti	8 185	7 393	11	22 469	20 542	9	26 883
Lisenssituotot	41	320	-87	1 385	1 277	8	1 758
Kansainvälinen myynti yhteensä	21 500	19 667	9	58 871	55 071	7	75 191
Vähittäismyynti	5 430	4 270	27	15 217	12 557	21	18 691
Tukkumyynti	15 701	14 914	5	41 272	40 172	3	53 469
Lisenssituotot	369	483	-24	2 381	2 343	2	3 031
Yhteensä	47 241	47 884	-1	128 588	123 482	4	174 105
Vähittäismyynti	23 442	20 971	12	62 583	57 560	9	85 318
Tukkumyynti	23 384	26 392	-11	63 493	63 470	0	85 602
Lisenssituotot	415	521	-20	2 512	2 452	2	3 186

Tukkumyynnin liikevaihto kirjataan tukkuasiakkaan maantieteellisen sijainnin mukaan.

LIKEVAIHTO TUOTELINJOITTAIN

(1 000 euroa)	7-9/2024	7-9/2023	Muutos, %	1-9/2024	1-9/2023	Muutos, %	1-12/2023
Muoti	16 466	13 690	20	43 369	39 709	9	55 171
Kodintuotteet	19 329	23 364	-17	56 028	53 853	4	77 475
Laukut ja asusteet	11 445	10 830	6	29 191	29 920	-2	41 460
Yhteensä	47 241	47 884	-1	128 588	123 482	4	174 105

Muut tiedot

KONSERNIN TUNNUSLUKUJA

	1-9/2024	1-9/2023	Muutos, %	1-12/2023
Tulos/osake (EPS), euroa	0,42	0,43	-3	0,58
Oma pääoma/osake, euroa	1,68	1,47	15	1,62
Oman pääoman tuotto (ROE), %	36,2	38,8		39,0
Sijoitetun pääoman tuotto (ROCE), %	32,5	32,0		33,0
Omavaraisuusaste, %	58,3	53,2		54,1
Nettovelkaantumisaste (gearing), %	0,7	22,7		-6,3
Bruttoinvestoinnit, 1 000 euroa	1 765	1 181	49	2 033
Bruttoinvestoinnit, % liikevaihdosta	1,4	1,0		1,2
Vastuusitoumukset, 1 000 euroa	1 056	761	39	739
Henkilöstö keskimäärin	462	460	0	462
Henkilöstö kauden lopussa	459	451	2	468
Liikkeessä olevien osakkeiden lukumäärä kauden lopussa	40 571 380	40 571 380		40 571 380
Liikkeessä olevien osakkeiden lukumäärä keskimäärin	40 571 380	40 571 380		40 571 380

VAIHTOEHTOISTEN TUNNUSLUKUJEN TÄSMÄYTYS IFRS-TILINPÄÄTÖSLUKUIHIN

(1 000 euroa)	7-9/2024	7-9/2023	1-9/2024	1-9/2023	1-12/2023
Vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät					
Työsuhde-etuudet	-23	-204	-382	-411	-631
Vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät liikevoitossa	-23	-204	-382	-411	-631
Käyttökate (EBITDA)	13 438	15 218	29 287	30 173	40 580
Työsuhde-etuudet	23	204	382	411	631
Vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA)	13 461	15 422	29 669	30 585	41 211
Liikevoitto	11 101	12 927	22 296	23 331	31 400
Työsuhde-etuudet	23	204	382	411	631
Vertailukelpoinen liikevoitto	11 124	13 131	22 678	23 743	32 031
Liikevaihto	47 241	47 884	128 588	123 482	174 105
Liikevoittomarginaali, %	23,5	27,0	17,3	18,9	18,0
Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali, %	23,5	27,4	17,6	19,2	18,4

Vertailukelpoisuuteen vaikuttavina erinä on eritelty yhtiön perusliiketoiminnasta erilliset erät. Konsernin johto käyttää harkintaa tehdessään päätöksiä vertailukelpoisten erien luokittelussa.

LIKEVAIHDON JA TULOKSEN KEHITYS VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN

(1 000 euroa)	7-9/2024	4-6/2024	1-3/2024	10-12/2023
Liikevaihto	47 241	43 669	37 678	50 624
Liikevoitto	11 101	6 130	5 065	8 069
Tulos/osake, euroa	0,21	0,12	0,10	0,15

(1 000 euroa)	7-9/2023	4-6/2023	1-3/2023	10-12/2022
Liikevaihto	47 884	40 311	35 287	48 413
Liikevoitto	12 927	6 602	3 802	6 799
Tulos/osake, euroa	0,25	0,12	0,06	0,10

MYYMÄLÄT JA SHOP-IN-SHOPIT

	30.9.2024	30.9.2023	31.12.2023
Suomi	65	66	66
Omat myymälät	25	25	25
Omat outlet-myymälät	13	14	14
Jälleenmyyjämyymälät	12	12	12
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	15	15	15
Skandinavia	8	7	8
Omat myymälät	5	4	5
Omat outlet-myymälät	-	-	-
Jälleenmyyjämyymälät	-	-	-
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	3	3	3
EMEA	1	1	1
Omat myymälät	-	-	-
Omat outlet-myymälät	-	-	-
Jälleenmyyjämyymälät	-	-	-
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	1	1	1
Pohjois-Amerikka	3	3	3
Omat myymälät	1	1	1
Omat outlet-myymälät	1	1	1
Jälleenmyyjämyymälät	1	1	1
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	-	-	-
Aasian-Tyynenmeren alue	89	89	89
Omat myymälät	3	3	3
Omat outlet-myymälät	-	-	-
Jälleenmyyjämyymälät	77	74	74
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	9	12	12
Yhteensä	166	166	167
Omat myymälät	34	33	34
Omat outlet-myymälät	14	15	15
Jälleenmyyjämyymälät	90	87	87
Jälleenmyyjäshop-in-shopit	28	31	31

Sisältää Marimekon omat vähittäismyymälät, jälleenmyyjäomisteiset Marimekko-myymälät sekä yli 30 m²:n suuruiset shop-in-shopit. Omia vähittäismyymälöitä oli syyskuun 2024 lopussa 48 (48).

TUNNUSLUKUJEN LASKENTAKAAVAT

Vertailukelpoinen käyttökate (EBITDA), euroa:

Liiketulos - poistot - arvonalentumiset - vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät

Vertailukelpoinen liiketulos, euroa:

Liiketulos - vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät liiketuloksessa

Vertailukelpoinen liikevoimarginaali, %:

$(\text{Liiketulos} - \text{vertailukelpoisuuteen vaikuttavat erät liiketuloksessa}) \times 100 / \text{Liikevaihto}$

Tulos/osake (EPS), euroa:

$(\text{Voitto ennen veroja} - \text{tuloverot}) / \text{Liikkeessä olevien osakkeiden lukumäärä (keskimäärin katsauskauden aikana)}$

Vertailukelpoinen tulos/osake (EPS), euroa:

$(\text{Vertailukelpoinen voitto ennen veroja} - \text{tuloverot vertailukelpoisesta voitosta}) / \text{Liikkeessä olevien osakkeiden lukumäärä (keskimäärin katsauskauden aikana)}$

Oma pääoma/osake, euroa:

Oma pääoma / Osakkeiden lukumäärä 30.9.

Oman pääoman tuotto (ROE), %:

$(\text{Voitto ennen veroja} - \text{tuloverot}) \text{ rullaava } 12 \text{ kk} \times 100 / \text{Oma pääoma (keskimäärin)}$

Sijoitetun pääoman tuotto (ROCE), %:

$(\text{Voitto ennen veroja} + \text{korko- ja muut rahoituskulut}) \text{ rullaava } 12 \text{ kk} \times 100 / \text{Taseen loppusumma - korottomat velat (keskimäärin)}$

Omavaraisuusaste, %:

$\text{Oma pääoma} \times 100 / (\text{Taseen loppusumma} - \text{saadut ennakot})$

Nettovelkaantumisaste (gearing), %:

$\text{Korolliset nettovelat} \times 100 / \text{Oma pääoma}$

Nettokäyttöpääoma, euroa:

Vaihto-omaisuus + myyntisaamiset ja muut saamiset + katsauskauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset - verovelat - lyhytaikaiset varaukset - ostovelat ja muut velat

Nettovelka/käyttökate (EBITDA):

$\text{Korolliset nettovelat} / \text{vertailukelpoinen rullaava } 12 \text{ kk käyttökate}$