

Tulos 2024

Tiina Alahuhta-Kasko

Toimitusjohtaja

Marimekon liikevaihto kasvoi ja liikevoitto parani neljännellä neljänneksellä

- Liikevaihtomme kasvoi 7 % ja oli tällä yhtiön historian suurimmalla neljänneksellä 54,0 miljoonaa euroa (50,6).
- Liikevaihtoa nosti erityisesti vähittäismyyntin kasvu kaikilla markkina-alueilla.
- Liikevaihto Suomessa kasvoi 3 %, kun kotimaan vähittäismyynti kehittyi hyvin (+8 %). Kansainvälinen liikevaihto kasvoi 13 % sekä vähittäis- että tukkumyyntin kasvaessa.
- Vertailukelpoinen liikevoitto parani 12 % ja oli 9,3 miljoonaa euroa (8,3) eli 17,1 % liikevaihdosta (16,4).
- Liikevoittoa neljännellä neljänneksellä paransi erityisesti liikevaihdon kasvu. Suhteellisen myyntikatteen heikentyminen puolestaan laski liiketulosta.
- Hallitus ehdottaa varsinaiselle yhtiökokoukselle, että vuodelta 2024 maksetaan varsinaista osinkoa 0,40 euroa osakkeelta ja lisäosinkoa 0,25 euroa osakkeelta.



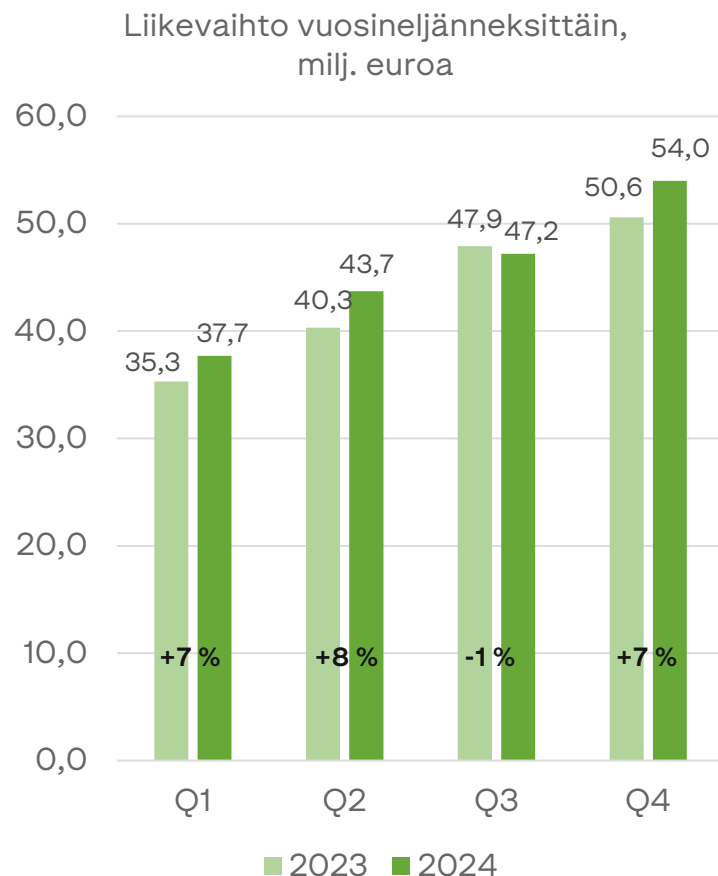
Marimekon avainluvut neljännellä vuosineljänneksellä

Milj. euroa	10-12/2024	10-12/2023	Muutos, %	1-12/2024	1-12/2023	Muutos, %
Liikevaihto	54,0	50,6	7	182,6	174,1	5
Kansainvälinen myynti	22,7	20,1	13	81,6	75,2	9
% liikevaihdosta	42	40		45	43	
Liikevoitto	9,1	8,1	13	31,4	31,4	0
Vertailukelpoinen liikevoitto	9,3	8,3	12	31,9	32,0	0
Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali, %	17,1	16,4		17,5	18,4	
Vertailukelpoinen tulos/osake, euroa	0,18	0,15	19	0,61	0,59	3
Liiketoiminnan rahavirta	14,4	21,0	-31	29,1	29,4	-1
Bruttoinvestoinnit	0,6	0,9	-34	2,3	2,0	15
Sijoitetun pääoman tuotto (ROCE), %				31,4	33,0	
Omavaraisuusaste, %				58,7	54,1	
Nettovelkaantumisaste (gearing), %				-12,9	-6,3	
Nettovelka / käyttökate (rullaava 12 kk)				-0,24	-0,10	
Henkilöstö kauden lopussa				480	468	3

Liikevaihto ja liikevoitto

Liikevaihto nousi +7 % ja oli 54,0 milj. euroa (50,6)

Liikevaihtoa kasvatti erityisesti vähittäismyynnin kasvaminen kaikilla markkina-alueilla.



Milj. euroa	Q4/ 2024	Q4/ 2023	Muutos %
Suomi	31,3	30,5	3
Skandinavia	5,7	4,7	20
EMEA	3,9	3,5	12
Pohjois-Amerikka	3,1	2,8	7
Aasian- Tyynenmeren alue	10,0	9,0	11
Kansainvälinen myynti	22,7	20,1	13
YHTEENSÄ	54,0	50,6	7

- vähittäismyynti +12 %
- tukkumyynti -1 %
- lisenssituotot +39 %

Myynti Suomessa +3 %

- vähittäismyynti +8 % (vertailukelpoinen +7 %)
- tukkumyynti -11 %
- lisenssituotot kasvoivat merkittävästi

Kansainvälinen myynti +13 %

- vähittäismyynti +26 %
- tukkumyynti +7 %
- lisenssituotot +25 %

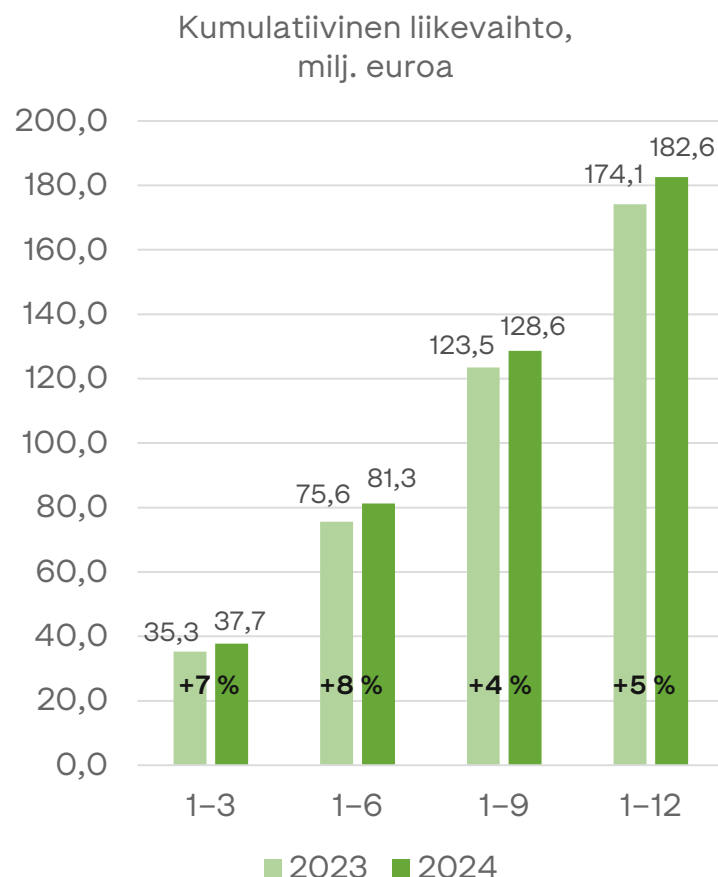
Marimekon monikanavainen vähittäismyynti kasvoi kaikilla markkina-alueilla ja nousi yhteensä 12 %. Tukkumyyntiä painoi Suomen kertaluonteisten kampanjatoimitusten jääminen vertailukaudesta.

Vaikka yleinen markkinatilanne Suomessa jatkui haastavana ja liiketoimintaympäristö hyvin taktisena, Marimekon vähittäismyynti Suomessa kasvoi 8 %.

Liikevaihto yhtiön toiseksi suurimmalla markkinalla Aasian-Tyynenmeren alueella nousi, kun erityisesti vähittäismyynti kehittyi hyvin. Tukkumyynti alueella kasvoi 6 % ja vähittäismyynti 25 %.

Liikevaihto nousi +5 % 182,6 milj. euroon (174,1)

Liikevaihtoa nostivat erityisesti vähittäismyynnin kasvu Suomessa ja muilla markkina-alueilla sekä tukkumyynnin kasvu Aasian-Tyynenmeren alueella ja Skandinaviassa.



Milj. euroa	1-12/ 2024	1-12/ 2023	Muutos %
Suomi	101,0	98,9	2
Skandinavia	18,5	15,6	19
EMEA	13,1	14,6	-11
Pohjois-Amerikka	10,8	9,6	13
Aasian-Tyynenmeren alue	39,2	35,4	11
Kansainvälinen myynti	81,6	75,2	9
YHTEENSÄ	182,6	174,1	5

- vähittäismyynti +10 %
- tukkumyynti 0 %
- lisenssituotot +11 %

Myynti Suomessa +2%

- vähittäismyynti +6 % (vertailukelpoinen +5 %)
- tukkumyynti -6%
- lisenssituotot +90 %

Kansainvälinen myynti +9 %

- vähittäismyynti +23 %
- tukkumyynti +4 %
- lisenssituotot +7 %

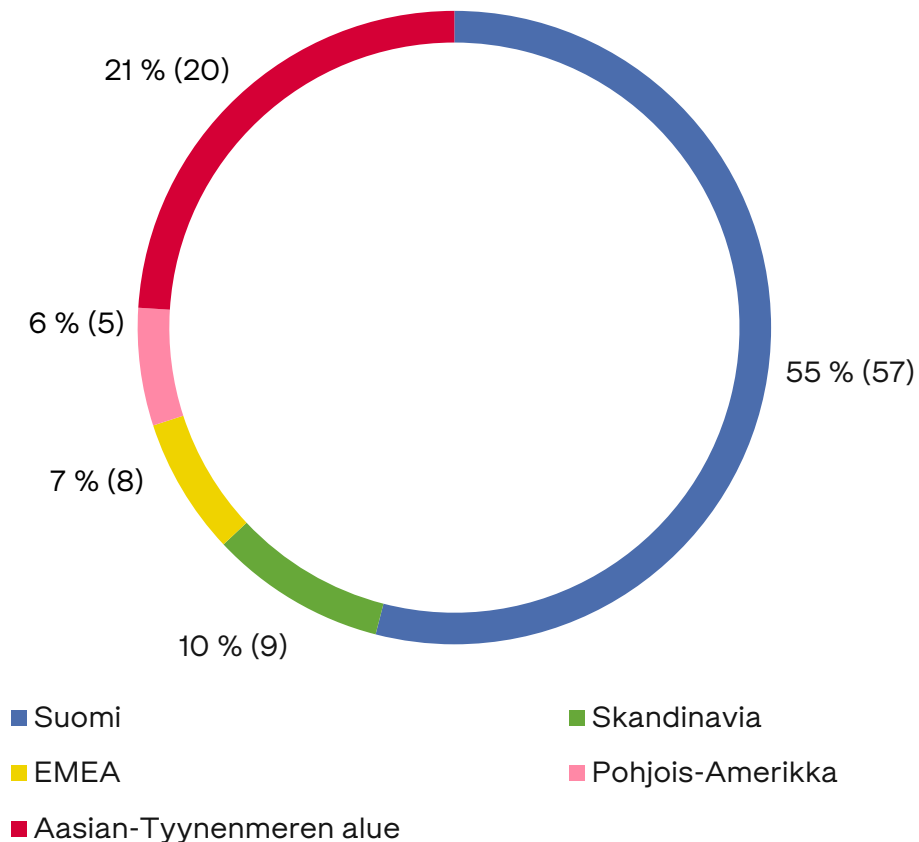
Marimekon monikanavainen vähittäismyynti kasvoi kaikilla markkina-alueilla ja nousi yhteensä 10 %. Tukkumyynti kehittyi hyvin Aasian-Tyynenmeren alueella ja Skandinaviassa.

Liikevaihto Suomessa kasvoi vähittäismyynnin hyvän kehityksen seurauksena. Tukkumyynti laski, kun kertaluonteiset kampanjatoimitukset jäivät ennakoidusti vertailuvuodesta. Kotimaan tukkumyyntiä heikensi myös osin joidenkin vuoden 2024 ensimmäisen vuosineljänneksen tukkutoimituksien aikaistuminen jo vuoden 2023 viimeiselle neljännekselle.

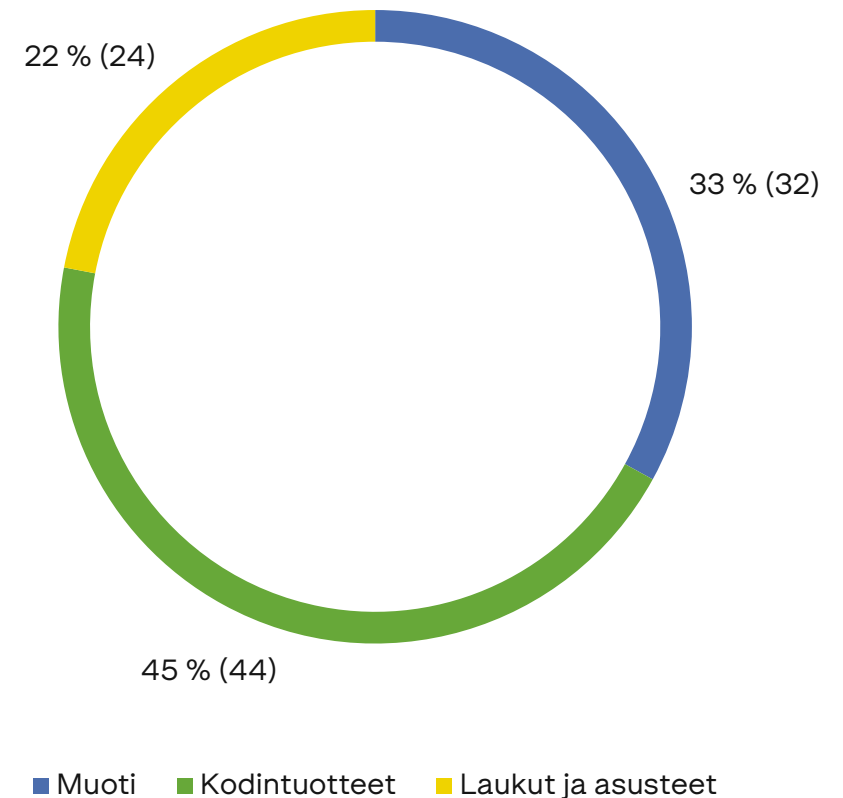
Liikevaihto Aasian-Tyynenmeren alueella nousi. Kasvua toivat sekä tukku- että vähittäismyynnin hyvä kehitys.

Kansainvälinen myynti jatkoi kasvuaan, liikevaihto strategisesti tärkeällä Aasian-Tyynenmeren alueella +11 %

Liikevaihto markkina-alueittain, 1-12/2024 (1-12/2023)



Liikevaihto tuotelinjoittain, 1-12/2024 (1-12/2023)

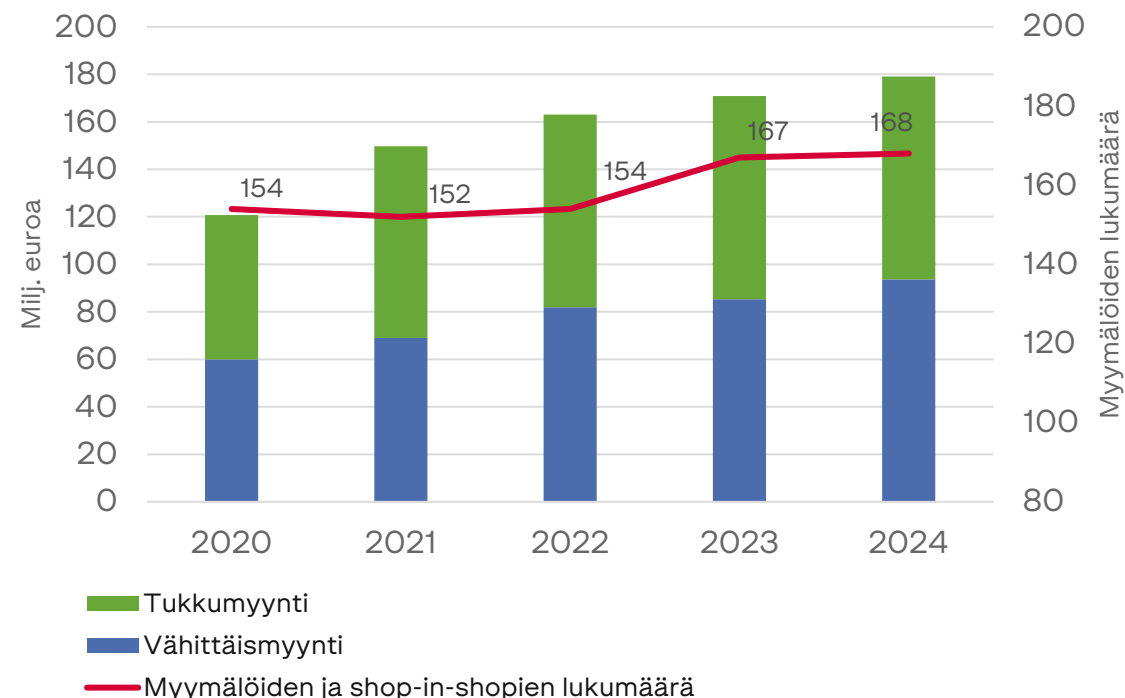
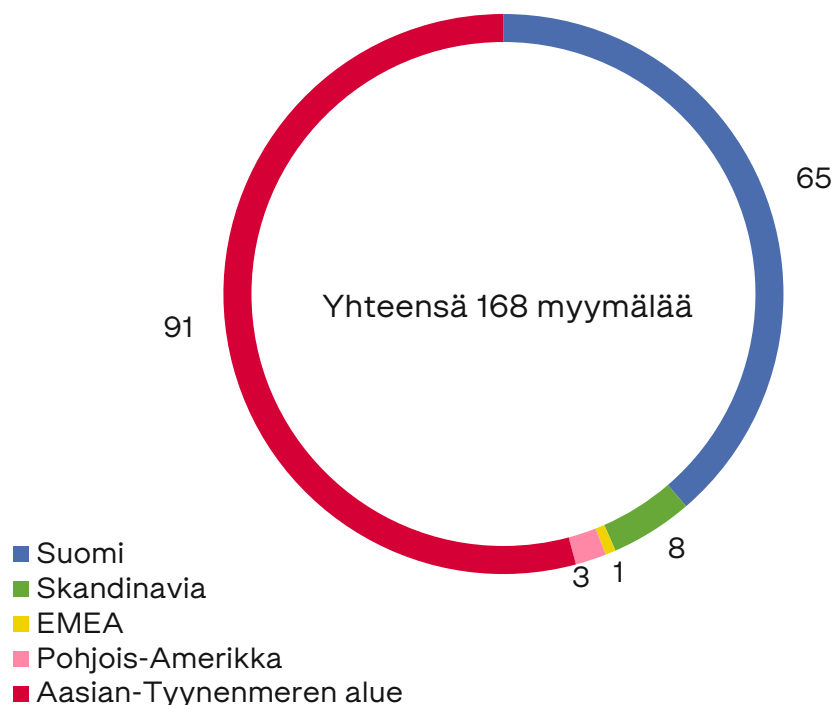


Monikanavaista myymäläverkostoa kehitettiin vuoden aikana edelleen, uusi verkkokauppa-alusta lanseerattu

Eniten myymälöitä Aasian-Tyynenmeren alueella. Verkkokauppa palvelee asiakkaita jo 38 maassa.

Globaali myymäläverkosto 1-12/2024:

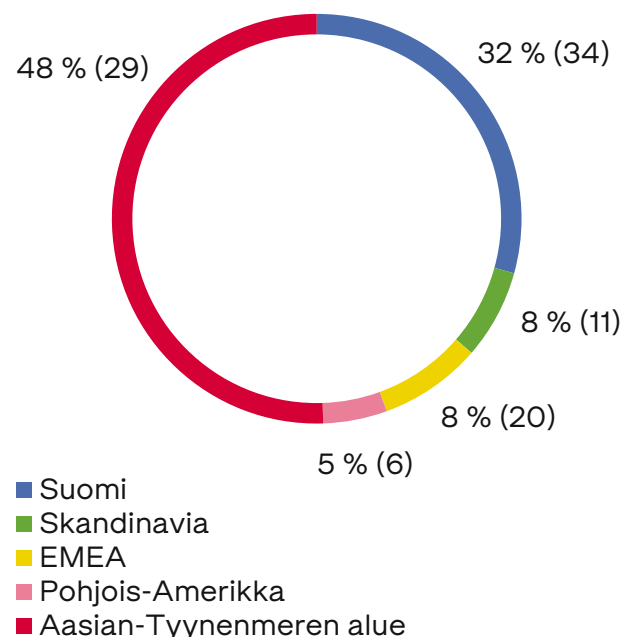
Liikevaihto kanavittain, mukaan lukien verkkomyynti



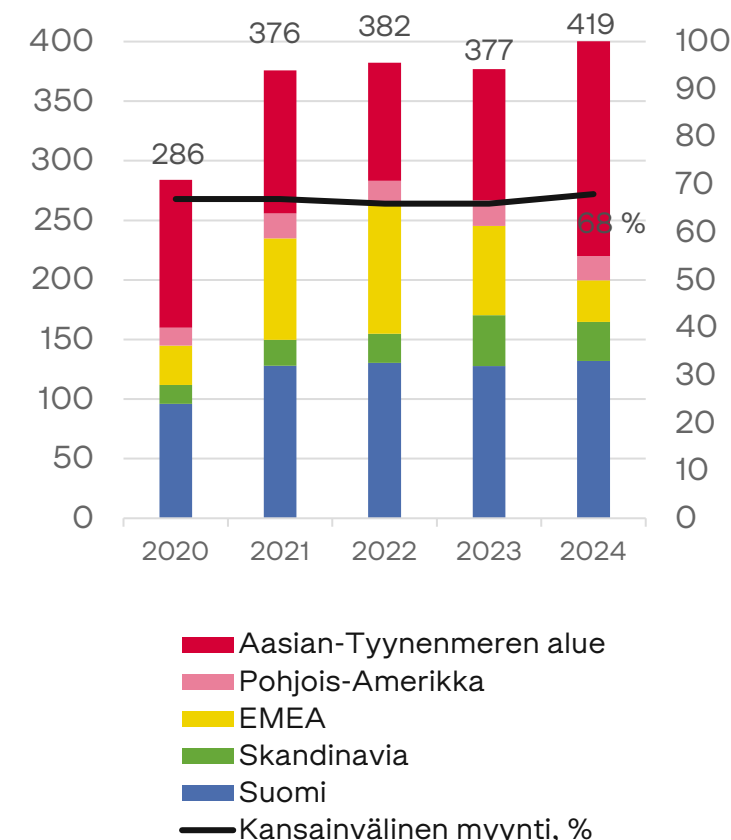
Myymälöiden määrä sisältää Marimekon omat vähittäismyymälät, jälleenmyyjäomisteiset Marimekko-myymälät sekä yli 30 m²:n suuruiset shop-in-shops. Omia vähittäismyymälöitä oli joulukuun 2024 lopussa 48 (49).

Marimekon kumulatiivinen brändimyynti 419,2 milj. euroa (376,7)

Vuonna 2024 brändimyynnistä 68 % tuli ulkomailta (66)

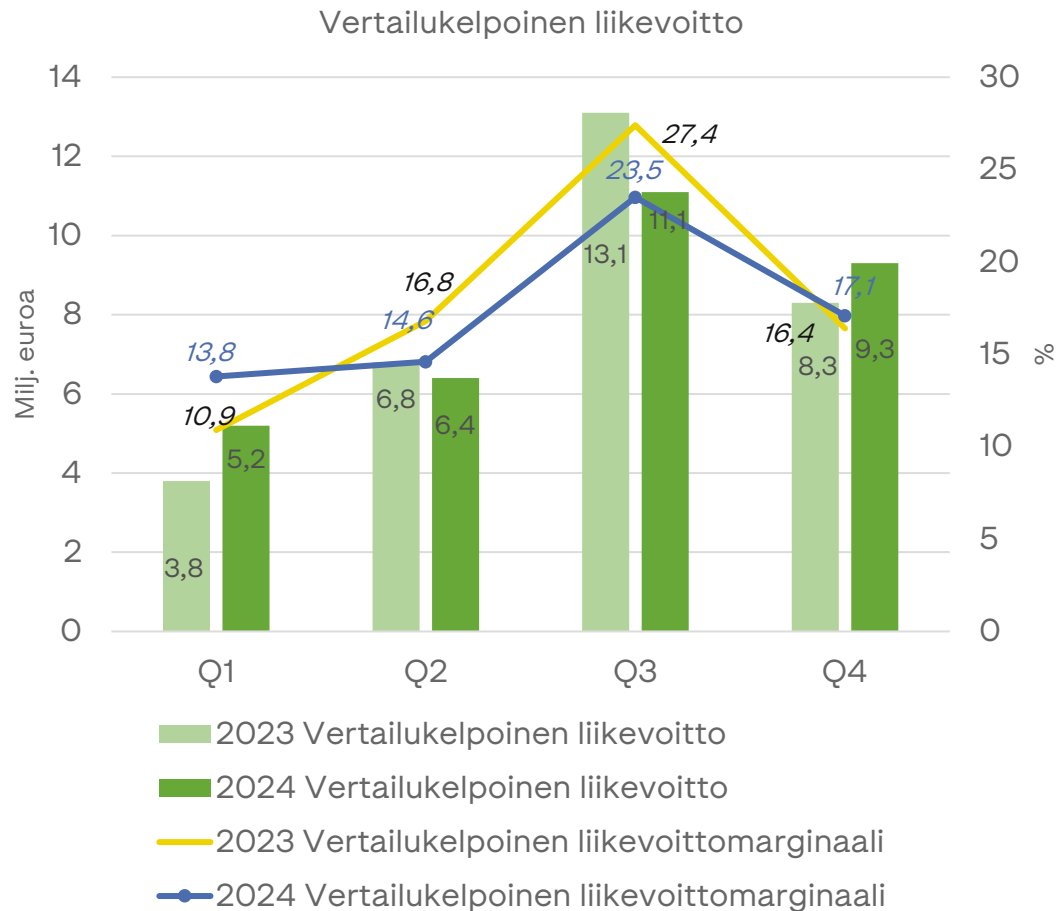


Milj. euroa	1-12/ 2024	1-12/ 2023	Muutos %
Suomi	132,1	127,7	3
Skandinavia	32,7	42,8	-23
EMEA	34,8	74,7	-53
Pohjois-Amerikka	20,4	21,6	-5
Aasian-Tyynenmeren alue	199,1	110,0	81
Kansainvälinen myynti	287,1	249,0	15
YHTEENSÄ	419,2	376,7	11



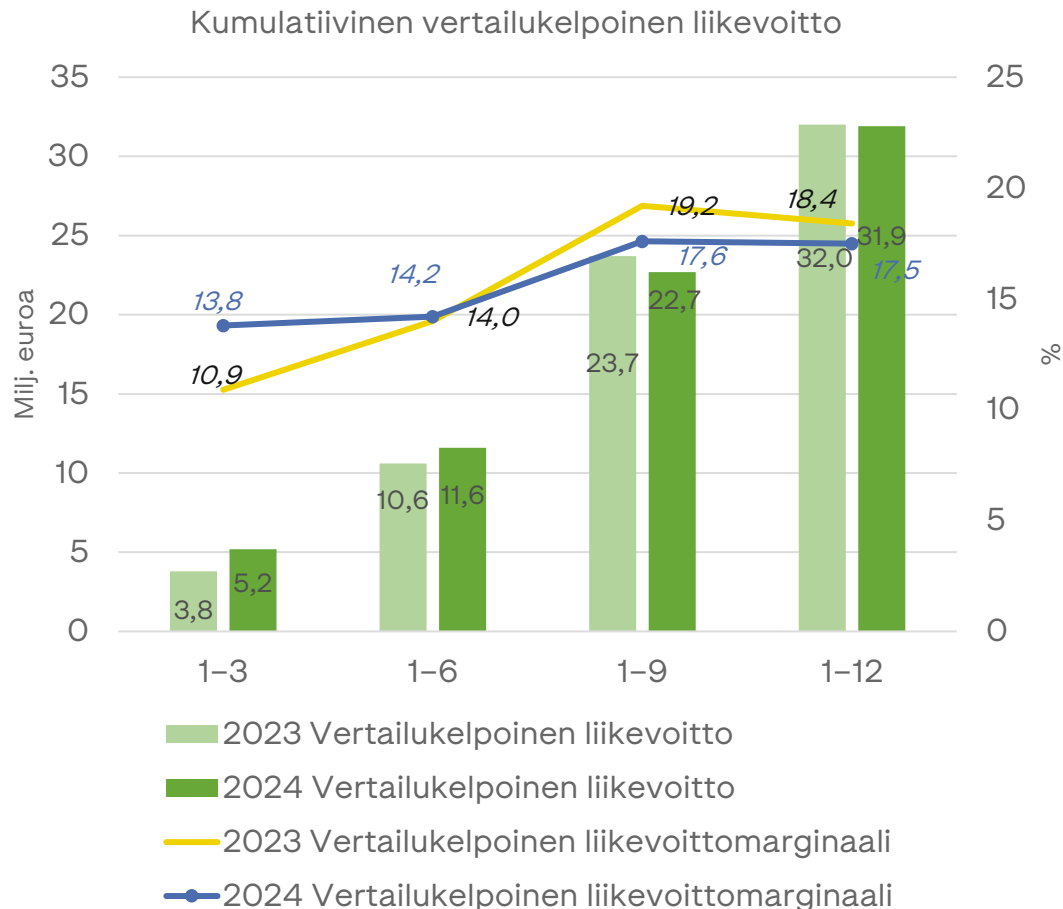
Brändimyynti kuvaa Marimekko-brändin tavoitavuutta eri jakelukanavien kautta. Brändimyynti on epävirallinen arvio Marimekko-tuotteiden myynnistä kuluttajahinnoin, ja se lasketaan lisäämällä yhtiön oman vähittäiskaupan liikevaihtoon muiden jakelijoiden arvioitu Marimekko-tuotteiden vähittäismyyntiarvo, 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. Lisenssituottojen brändimyynti raportoidaan lisenssituotteiden myyntiajankohdan mukaisesti.

Vertailukelpoinen liikevoitto parani +12 %



- Liikevoitto oli 9,1 miljoonaa euroa (8,1).
- Vertailukelpoinen liikevoitto oli 9,3 miljoonaa euroa (8,3) eli 17,1 % liikevaihdosta (16,4).
- Liikevoittoa nosti erityisesti liikevaihdon kasvu. Suhteellisen myyntikatteen heikentyminen puolestaan vaikutti negatiivisesti liiketulokseen.
- Suhteellista myyntikatetta neljännellä neljänneksellä heikensi logistiikkakulujen kasvu. Konsernin kiinteät kustannukset olivat vertailukauden tasolla.

Kumulatiivinen vertailukelpoinen liikevoitto vertailuvuoden ennätystasolla



- Liikevoitto oli 31,4 miljoonaa euroa (31,4).
- Vertailukelpoinen liikevoitto oli 31,9 miljoonaa euroa (32,0) eli 17,5 prosenttia liikevaihdosta (18,4).
- Liikevaihdon kasvu paransi liiketulosta. Liikevoittoa puolestaan laskivat erityisesti korkeammat kiinteät kustannukset mutta myös suhteellisen myyntikatteen heikentyminen.
- Kiinteitä kuluja lisäsivät kasvaneet henkilöstö- ja markkinointikulut. Suhteelliseen myyntikatteeseen vaikuttivat negatiivisesti erityisesti korkeammat logistiikkakustannukset. Ennätyskorkeat lisenssituotot puolestaan paransivat suhteellista myyntikatetta.

Kauden tapahtumia Q4

Vuoden kolmas rajoitetun ajan saatavilla oleva yhteistyömallisto UNIQLOn kanssa toi kansainvälistä näkyvyyttä



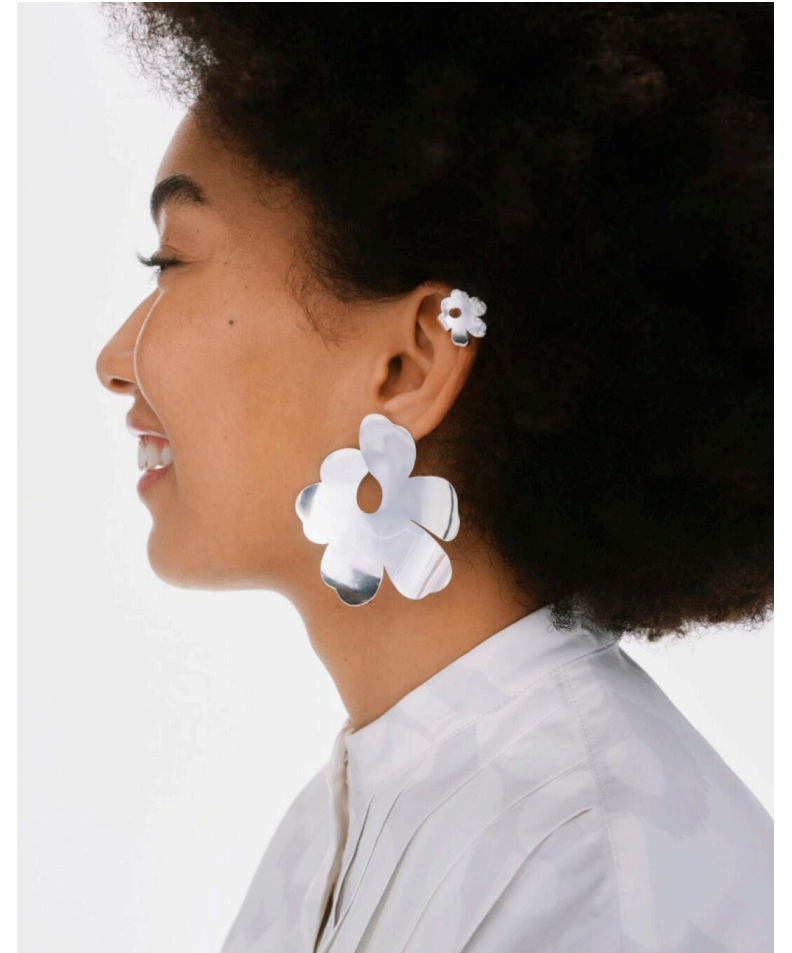
Neljännellä neljänneksellä avattiin yhteensä kuusi myymälää:
myymäläverkosto kehittyi erityisesti Aasiassa



Pop-up-myymälät eri puolilla maailmaa tutustuttivat uusia kohdeyleisöjä Marimekkoon ja tuotteisiimme



Rajoitetun ajan saatavilla oleva yhteistyömallisto Kalevala Korun kanssa tuli markkinoille



Johdonmukaista edistymistä vastuullisuusmatkalla

Saavutimme vuonna 2024 ensimmäistä kertaa ostettuja tekstiilimateriaaleja koskevat tavoitteemme:

<i>per hankittu tekstiilikilo</i>	Tavoite verrattuna vuoteen 2019:	Toteuma 2024:
Kasvihuonekaasupäästöt	-20 %	-21 %
Vesivarojen niukkuutta kuvaava arvo	-50 %	-76 %

Vuoden 2024 aikana Marimekko myös valmisteli tieteeseen perustuvat lyhyen aikavälin päästövähennystavoitteet, joiden hyväksymisestä Science Based Targets -aloite (SBTi) kertoi tammikuussa 2025.



Näkymät 2025

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2025: 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 2025 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 mahdollisten poikkeustilanteiden ja häiriöiden vaikutuksia ja sopeuttaa toimintaansa ja suunnitelmiaan olosuhteiden mukaan.

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2025: Kausiluonteisuus

- Marimekon liiketoiminnan kausiluonteisuudesta johtuen euromääräinen liikevaihto- ja -tulokertymä painottuu perinteisesti tilikauden toiselle vuosipuoliskolle. Vuoden 2025 ensimmäisen neljänneksen liikevaihtoon ja -voittoon vaikuttavat merkittävästi vertailukaudesta poikkeavat ajoitukselliset tekijät. Vertailuvuonna ensimmäiselle neljännekselle ajoittui poikkeuksellisesti suuri määrä kotimaan tukkumyynnin kertaluonteisia kampanjatoimituksia. Lisäksi vuodesta 2025 poiketen merkittävä osa vuoden 2024 lisenssituotoista kirjattiin jo ensimmäiselle neljännekselle.
- Kotimaan tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten ajoittuminen neljännesten välillä sekä kampanjatoimitusten koko vaihtelevat tyypillisesti vuosittain.
- Lisenssituottojen vuodelta 2025 arvioidaan jäävän merkittävästi edellisvuoden ennätystasosta.

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2025: Liikevaihdon kehittyminen

Suomi

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

- Myyntiin Suomessa vuonna 2025 vaikuttaa heikko yleisen talouden tila ja alhaisella tasolla oleva kuluttajien luottamus sekä ostovoiman ja -käyttäytymisen kehittyminen.
- Myös toimintaympäristön taktisuus vaikuttaa edelleen liiketoimintaan.
- Vuonna 2025 tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten ennakoidaan olevan merkittävästi vertailuvuotta pienemmät ja painottuvan selvästi vuoden toiselle puoliskolle.

Kansainvälisen liikevaihdon arvioidaan kasvavan vuonna 2025.

Aasian-Tyynenmeren alue

- Vuonna 2025 liikevaihdon Aasian-Tyynenmeren alueella, yhtiön toiseksi suurimmalla markkinalla, odotetaan kasvavan.
- Kaikki Marimekko-myymälät ja suurin osa Marimekko-verkkokaupoista Aasiassa ovat partneriomisteisia.
- Vuonna 2025 tavoitteena on avata arviolta 10–15 uutta Marimekko-myymälää ja -shop-in-shopia, ja valtaosa suunnitelluista avauksista sijoittuu Aasiaan.

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2025:

Kasvupanostukset ja kustannukset

- Marimekko kehittää liiketoimintaansa pitkällä aikavälillä ja yhtiön tavoitteena on tulevana vuosina jatkaa kannattavan kasvunsa skaalaamista.
- Vuonna 2025 kiinteiden kulujen odotetaan nousevan edellisvuodesta.
- Yleinen kustannusinflaatio vaikuttaa myös Marimekkoon vuonna 2025. Henkilöstökuluihin vaikuttavat muun muassa yleiskorotukset eri markkinoilla.
- Markkinointikustannuksien odotetaan kasvavan (2024: 10,6 miljoonaa).
- Alalle tyypillinen ja eri tekijöiden seurauksena osin entisestään aikaistunut varhainen sitoutuminen tuotetilauksiin toimittajakumppaneilta heikentää yhtiön mahdollisuuksia optimoida tuotetilauksia ja reagoida kysynnän sekä kuluttajakäyttäytymisen nopeisiin muutoksiin nostaen myös myyntiin, varastojen hallintaan, kassavirtaan ja suhteelliseen kannattavuuteen liittyviä riskejä.
- Globaaleihin tuotanto- ja logistiikkaketjuihin liittyy edelleen suuria epävarmuustekijöitä, jotka voivat aiheuttaa viivästyksiä. 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.

Taloudellinen ohjeistus vuodeksi 2025

Marimekko-konsernin liikevaihdon arvioidaan vuonna 2025 kasvavan edellisvuodesta (2024: 182.6 miljoonaa euroa). Vertailukelpoisen liikevoittomarginaalin ennakoidaan olevan arviolta noin 16–19 prosenttia (2024: 17,5 prosenttia). Vuoden 2025 näkymiin volatiliteettia aiheuttavat esimerkiksi kuluttajien luottamuksen ja ostovoiman kehitys erityisesti Suomessa sekä yleiset epävarmuudet ja mahdolliset häiriöt globaaleissa toimitusketjuissa.

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

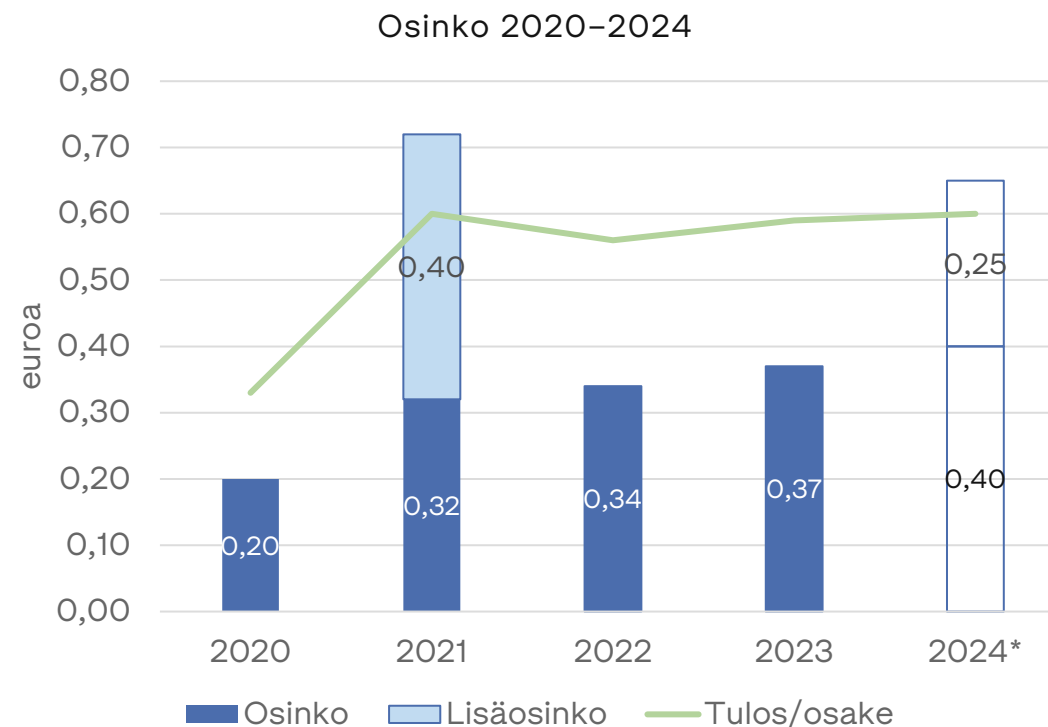


Ehdotus osingoksi vuodelta 2024

Emoyhtiön jakokelpoiset varat 31.12.2024 olivat 70 604 754,43 euroa;
tilikauden voitto oli 25 011 306,84 euroa.

Marimekon hallitus ehdottaa varsinaiselle yhtiökokoukselle,
että vuodelta 2024 maksetaan varsinaista osinkoa 0,40 euroa
osakkeelta ja lisäosinkoa 0,25 euroa osakkeelta.

Hallitus ehdottaa osingonmaksun täsmäytyspäiväksi 17.4.2025 ja
osingon maksupäiväksi 28.4.2025.



* Hallituksen ehdotus yhtiökokoukselle.

Liitteet

Tuloslaskelma

Milj. euroa	10-12/2024	10-12/2023	1-12/2024	1-12/2023
Liikevaihto	54,0	50,6	182,6	174,1
Liiketoiminnan muut tuotot	0,0	0,0	0,1	0,1
Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos	-0,6	-4,4	5,8	-4,5
Aineiden ja tarvikkeiden käyttö	-22,6	-16,6	-78,0	-63,2
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	-10,2	-9,3	-35,9	-33,5
Poistot ja arvonalentumiset	-2,4	-2,3	-9,3	-9,2
Liiketoiminnan muut kulut	-9,2	-9,9	-34,0	-32,4
Liikevoitto	9,1	8,1	31,4	31,4
Rahoitustuotot ja -kulut	0,3	-0,2	-0,4	-1,7
Tulos ennen veroja	9,4	7,8	31,0	29,7
Tuloverot	-2,1	-1,7	-6,6	-6,1
Katsauskauden tulos	7,3	6,1	24,4	23,6

Tase

Milj. euroa	31.12.2024	31.12.2023
Pitkäaikaiset varat	36,4	37,3
Vaihto-omaisuus	35,4	29,3
Myyntisaamiset ja muut saamiset	17,7	19,7
Katsauskauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,4	-
Rahavarat	40,4	37,0
Varat, yhteensä	130,3	123,3
Oma pääoma	75,5	65,7
Pitkäaikaiset velat	22,3	25,0
Lyhytaikaiset velat	32,5	32,5
Oma pääoma ja velat, yhteensä	130,3	123,3

Rahavirtalaskelma

Milj. euroa	1-12/2024	1-12/2023
Liiketoiminnan rahavirta ennen käyttö pääoman muutosta	41,2	41,0
Lyhytaikaisten korottomien liikesaamisten lisäys (-) / vähennys (+)	2,0	-7,7
Vaihto-omaisuuden lisäys (-) / vähennys (+)	-6,1	4,4
Lyhytaikaisten korottomien velkojen lisäys (+) / vähennys (-)	-0,3	-0,1
Rahoituserät ja verot	-7,7	-8,2
Liiketoiminnan rahavirta	29,1	29,4
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin	-2,3	-2,0
Investointien rahavirta	-2,3	-2,0
Vuokrasopimusvelkojen maksut	-8,0	-7,4
Maksetut osingot	-15,0	-13,8
Muut rahoituksen rahavirran erät	-0,6	-1,4
Rahoituksen rahavirta	-23,6	-22,6
Rahavarojen muutos	3,2	4,8
Rahavarat kauden lopussa	40,4	37,0

Marimekolla on nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä 32,6 miljoonaa euroa (31,9).

Osakekurssin kehitys

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

Yhtiön markkina-arvo 31.12.2024: 491,7 milj. euroa



Yhteensä 37 588 osakkeenomistajaa

Omistajat sektoreittain, % osakekannasta



Suurimmat osakkeenomistajat

(pl. hallintarekisteröidyt omistukset, yht. 14,51 %)

Osakkeenomistaja	Osakkeita ja ääniä, %
PowerBank Ventures Oy (Mika Ihamuotila)	12,52
Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen	4,87
Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma	4,75
Ehrnrooth Anna Sophia	4,06
Sijoitusrahasto Nordea Nordic Small Cap	2,58
Sijoitusrahasto Evli Suomi Pienyhtiöt	2,37
Keskinäinen Työeläkevakuutusyhtiö Elo	1,75
Oy Talcom Ab	1,24
Oy Etra Invest Ab	1,23
Alahuhta Matti	1,10

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

MARIMEKKO –
THE ART OF
PRINTMAKING
SINCE 1951

