

Toimitusjohtajan katsaus

TIINA ALAHUHTA-KASKO



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

Marimekko-lifestyle: Muoti, laukut & asusteet sekä kodintuotteet

Muoti: 33 % liikevaihdosta



Laukut & asusteet: 22 % liikevaihdosta

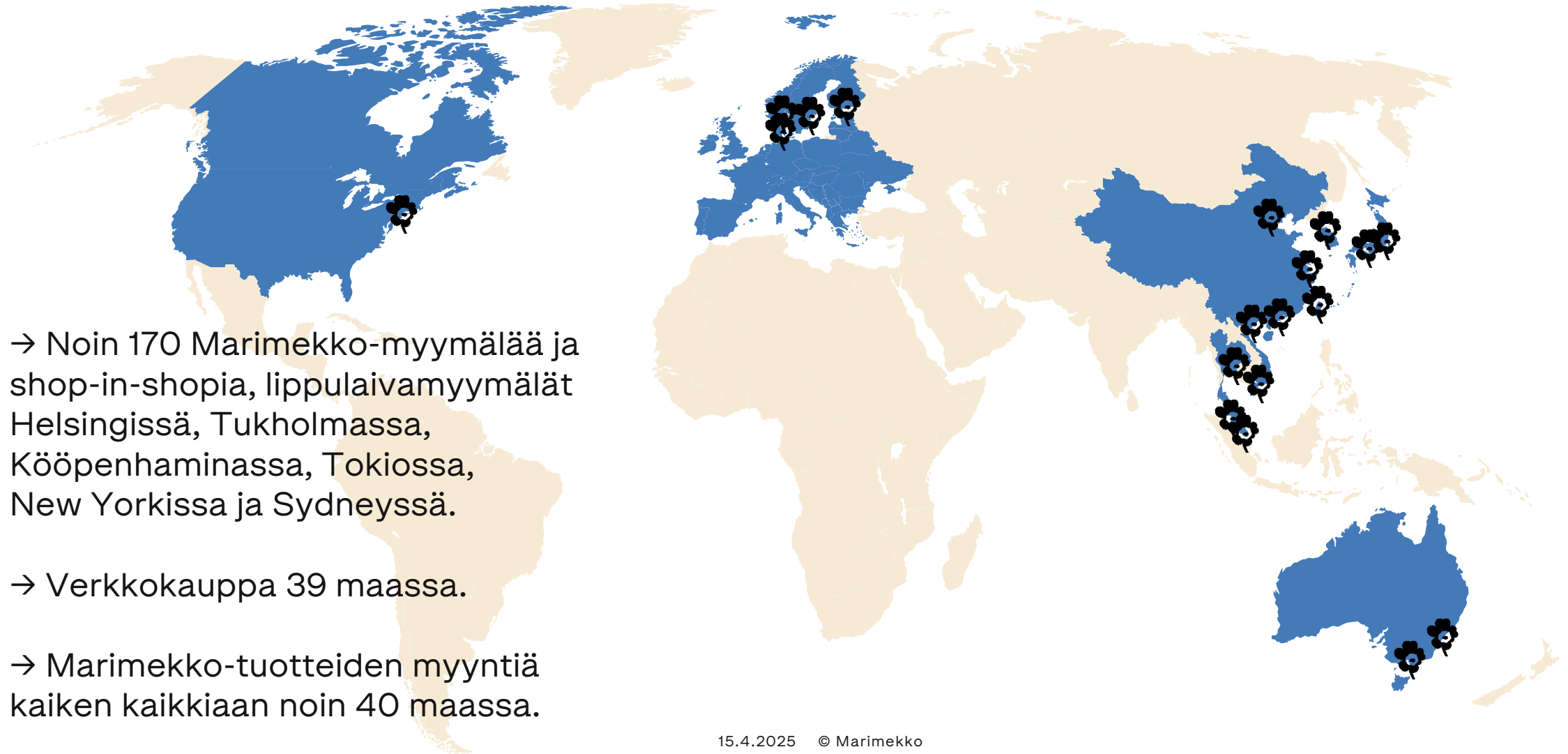


Kodintuotteet: 44 % liikevaihdosta



Liikevaihto 2024: 182,6 milj. euroa

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



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

→ Verkkokauppa 39 maassa.

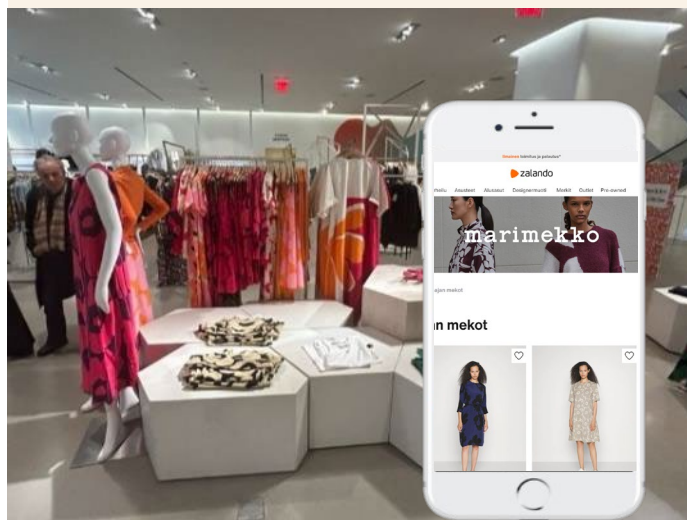
→ Marimekko-tuotteiden myyntiä kaiken kaikkiaan noin 40 maassa.

Jakelustrategian ytimessä monikanavainen vähittäismyynti

FYYSISET JÄLLEENMYYJÄT JA VERKKOKAUPAT



Valikoidut fyysiset tai verkossa toimivat jälleenmyyjät liiketoiminnan skaalaamiseksi ja uusien asiakkaiden tavoittamiseksi



MONIKANAVAINEN VÄHITTÄISMYYNTI (DTC)



Jakelustrategian ytimessä Marimekon oma ja partnereiden operoima monikanavainen vähittäismyynti (verkkokauppa + myymälät)



BRÄNDIYHTEISTYÖT



Strategiset globaalit ja lokaalit brändiyhteistyöt tunnettuuden kasvattamiseksi sekä lisensointi valikoiman täydentämiseksi



Marimekko keskittyy kasvun skaalaamiseen hyväksi havaittua menestysreseptiä edelleen kehittämällä ja vahvistamalla



Vastuullisuuden edistäminen etenee määrätietoisesti



Kiertotalouden periaatteiden mukaisesti suunniteltu Marimekko Maridenim -farkkumallisto



Imprint-laukkusarja jäljitettävästä nahasta



Suljetun kierron tuotteet Marimekko Kioski -mallistossa



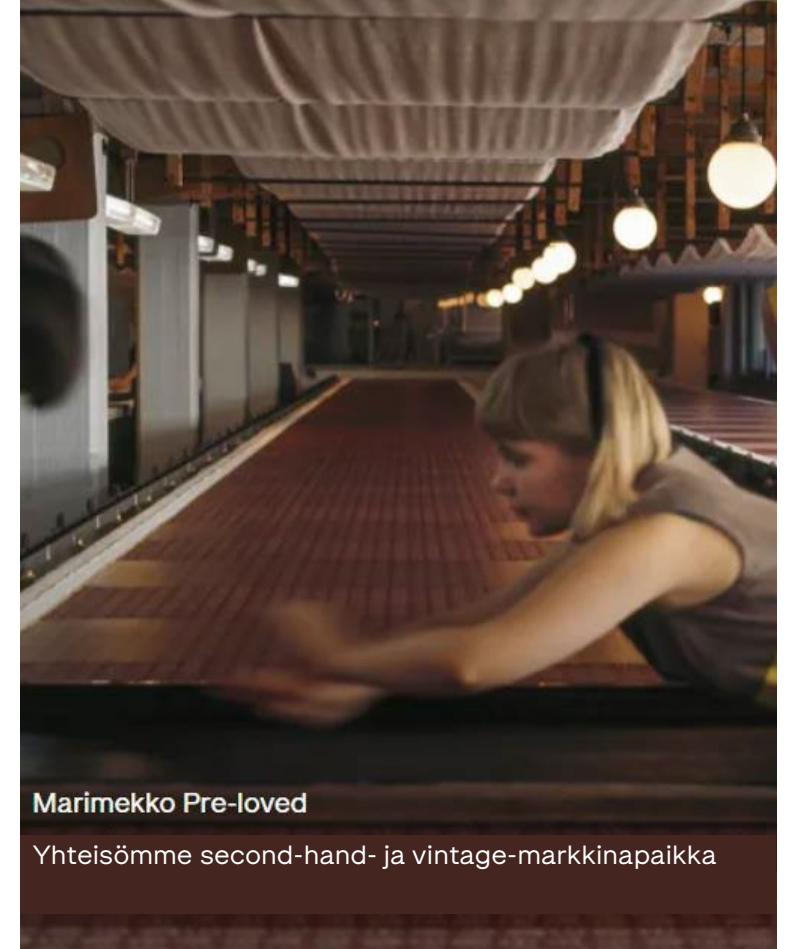
Materiaali-innovaatiotyö yhdessä kumppanien kanssa



Kierrätys-, luomu- ja maaperän uudistumista tukevia materiaaleja jo lähes 60 % ostetuista tekstiilimateriaaleista



Hoitotuotteet ja -ohjeet tuotteiden elinkaaren pidentämiseen



Marimekko Pre-loved

Yhteisömme second-hand- ja vintage-markkinapaikka

Malliston haluttavuuden ja kansainvälisen relevanssin vahvistaminen

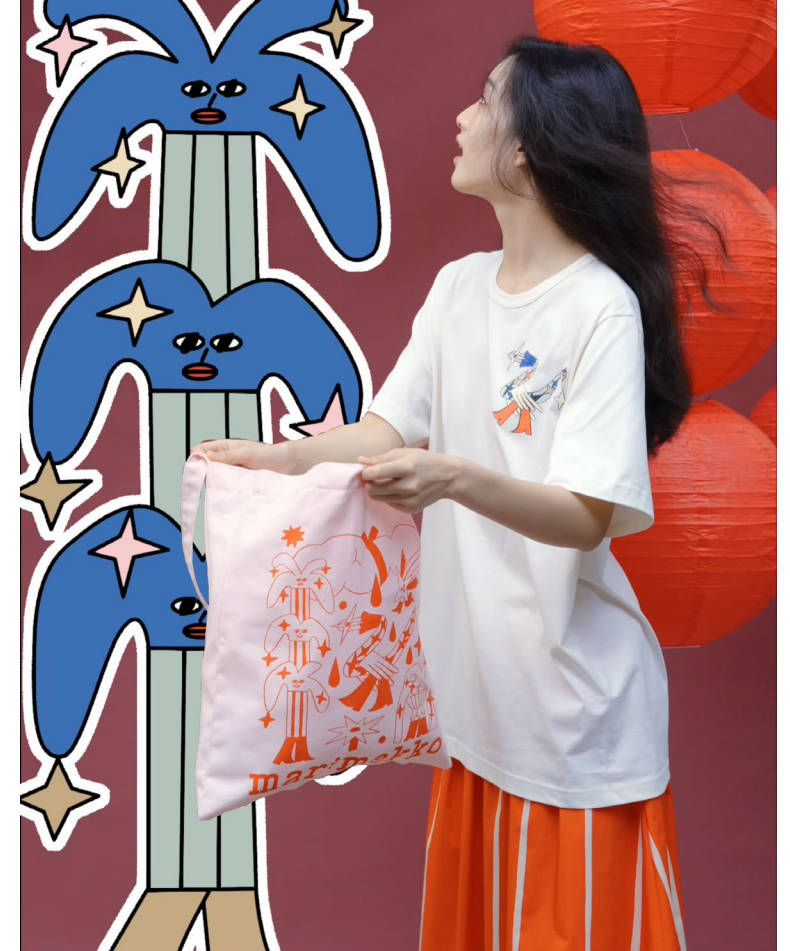
Hero-tuotteet ja -tuoteperheet



Tuotekategorian omistajuus



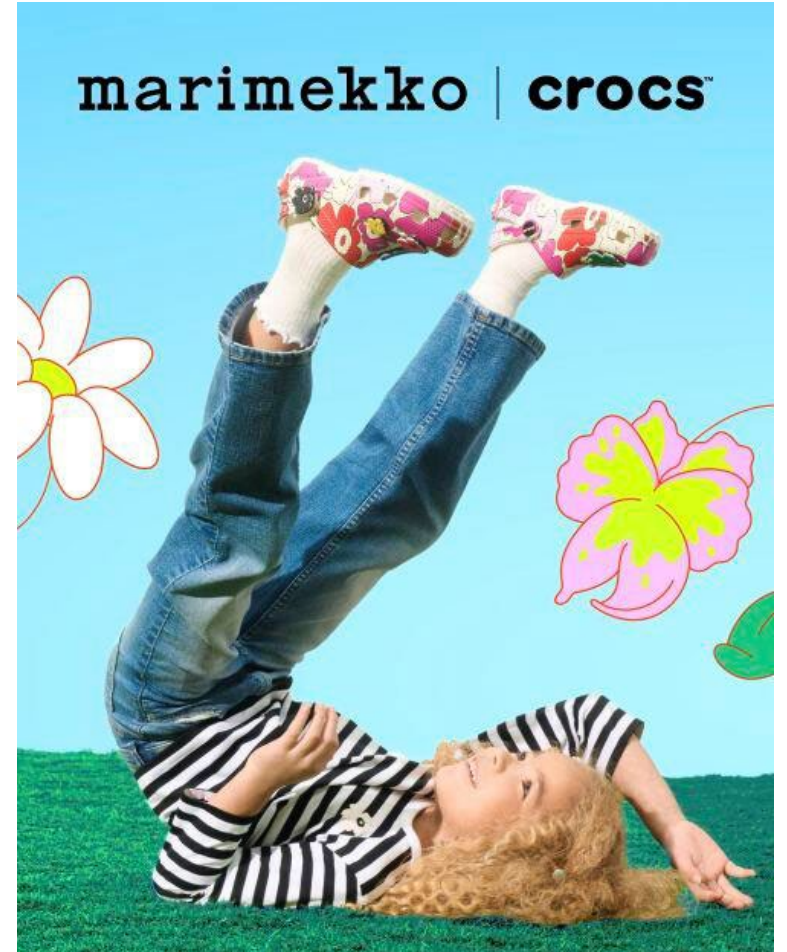
Modulaarisuus ja markkinakohtaiset tuotteet



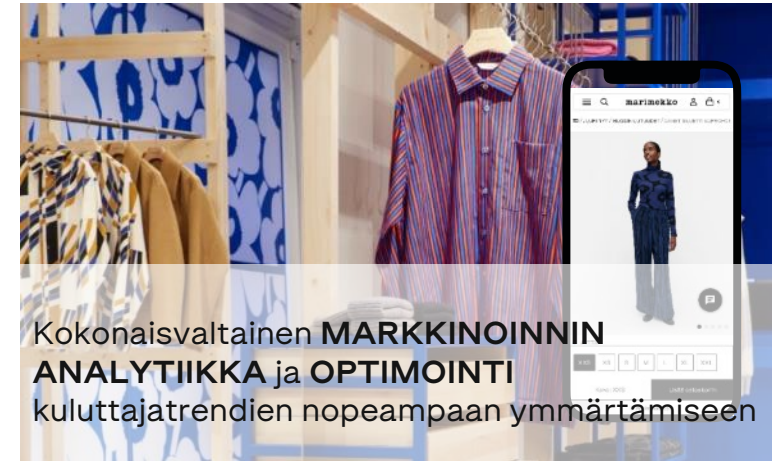
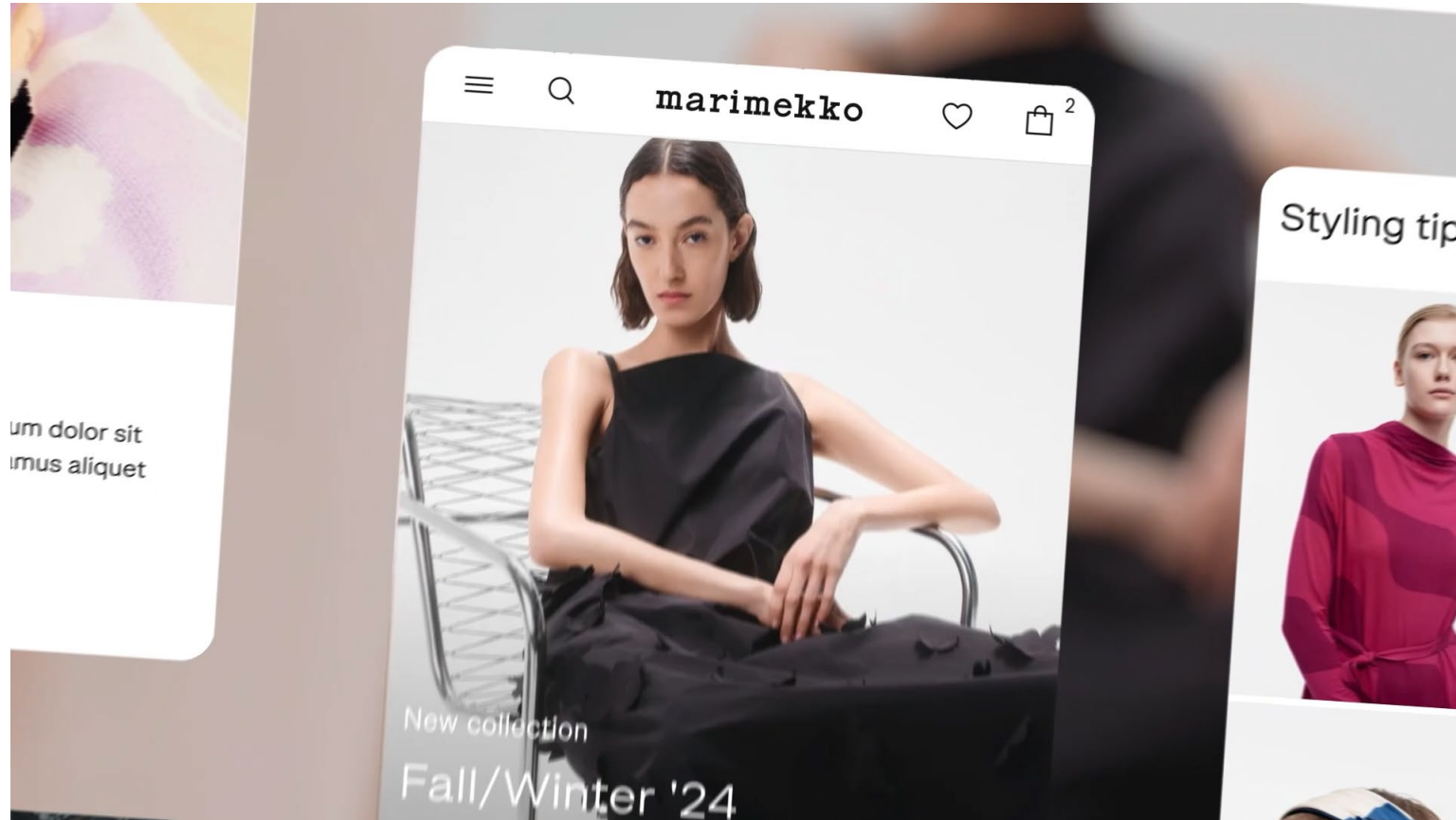
Monikanavaisen Marimekko-verkoston kehittäminen vuonna 2024: 14 uutta myymälää, joista 13 Aasiassa, sekä 19 pop-up-myymälää



Tunnettuutta kasvattavat brändiyhteistyöt ja erilaiset tapahtumat globaalin yhteisömmme laajentamiseksi ja aktivoimiseksi



Monikanavaisen kasvun vauhdittaminen ja tuottavuuden parantaminen arvoketjua digitalisoimalla



Kokonaisvaltainen **MARKKINOINNIN ANALYTIikka** ja **OPTIMOINTI** kuluttajatrendien nopeampaan ymmärtämiseen



3D-SUUNNITTELU ja **PROTOTYYPIT** suunnitteluprosessin ketteröittämiseksi ja fyysisten näytekappaleiden vähentämiseksi

UUSI VERKKOKAUPPA-ALUSTA jonka myötä verkkokaupamme on asiakkaille entistä personoidumpi sekä käyttökokemukseltaan ja nopeudeltaan kilpailukykyisempi.

Tilinpäätös 2024

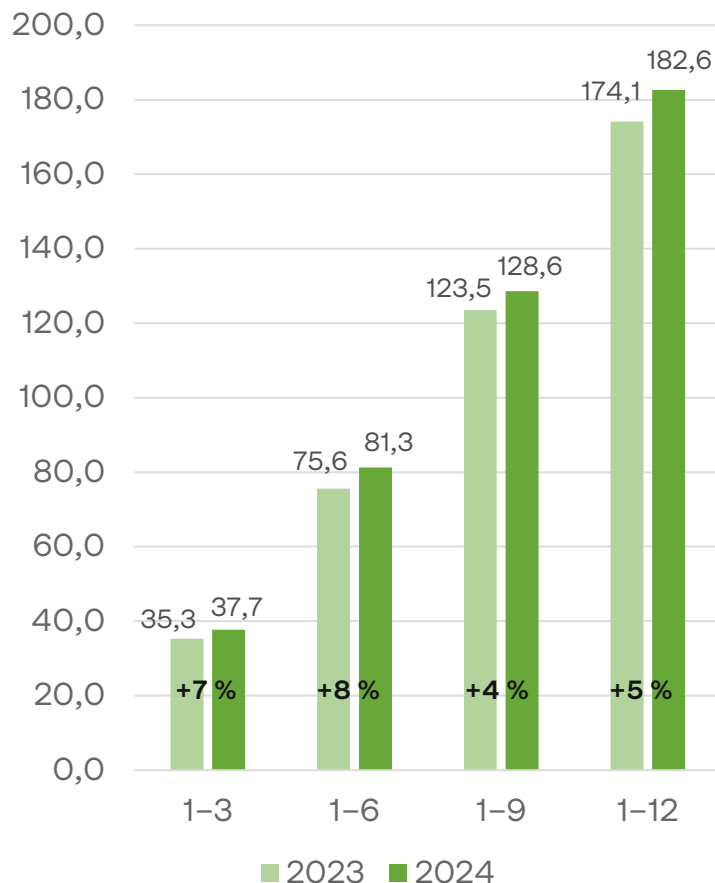
Liikevaihto kasvoi ja liikevoitto edellisvuoden ennätystasolla haastavasta markkinatilanteesta huolimatta

- Vuonna 2024 liikevaihtomme kasvoi 5 % ja ylsi 182,6 miljoonaan euroon (174,1).
- Suomessa liikevaihto nousi 2 % ja kansainvälinen liikevaihto kasvoi 9 %.
- Vertailukelpoinen liikevoittomme vuonna 2024 oli 31,9 miljoonaa euroa (32,0) eli 17,5 prosenttia liikevaihdosta (18,4).
- Taloudellinen asemamme säilyi vahvana.



Liikevaihto vuonna 2024 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

Marimekon liikevaihto +5 %

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

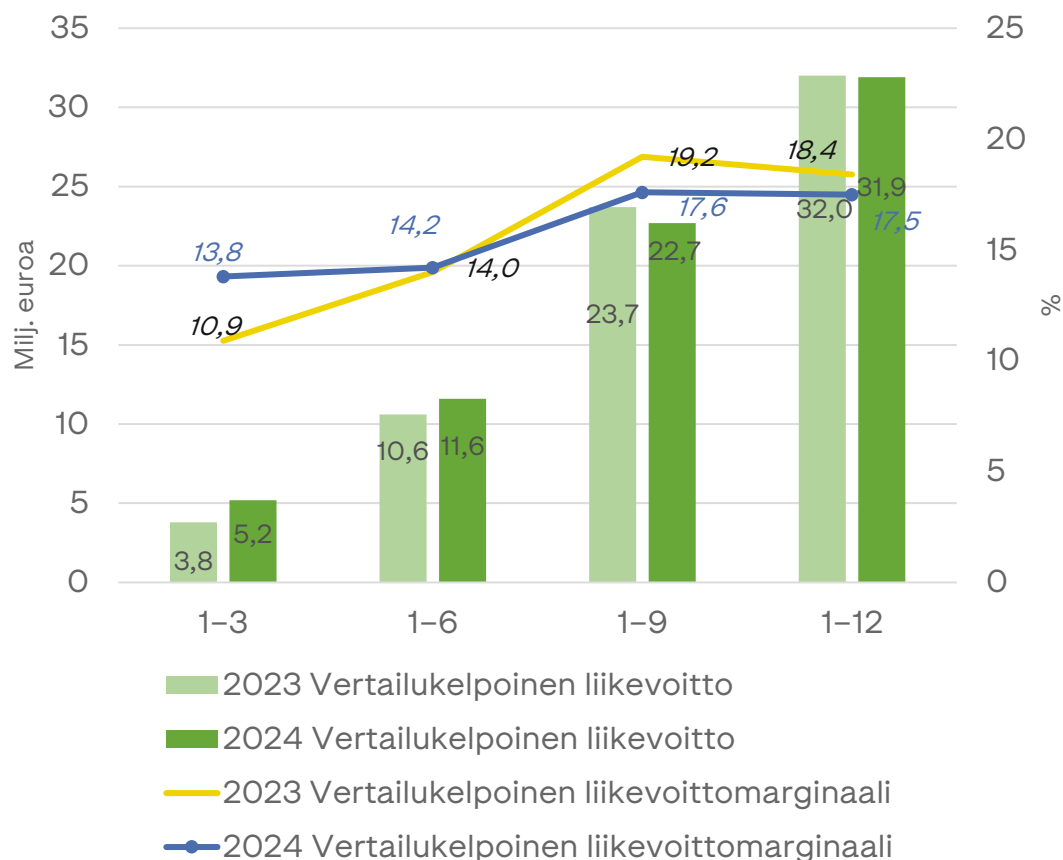
Myynti Suomessa +2%

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

Kansainvälinen myynti +9 %

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

Vertailukelpoinen liikevoitto oli vertailuvuoden ennätystasolla



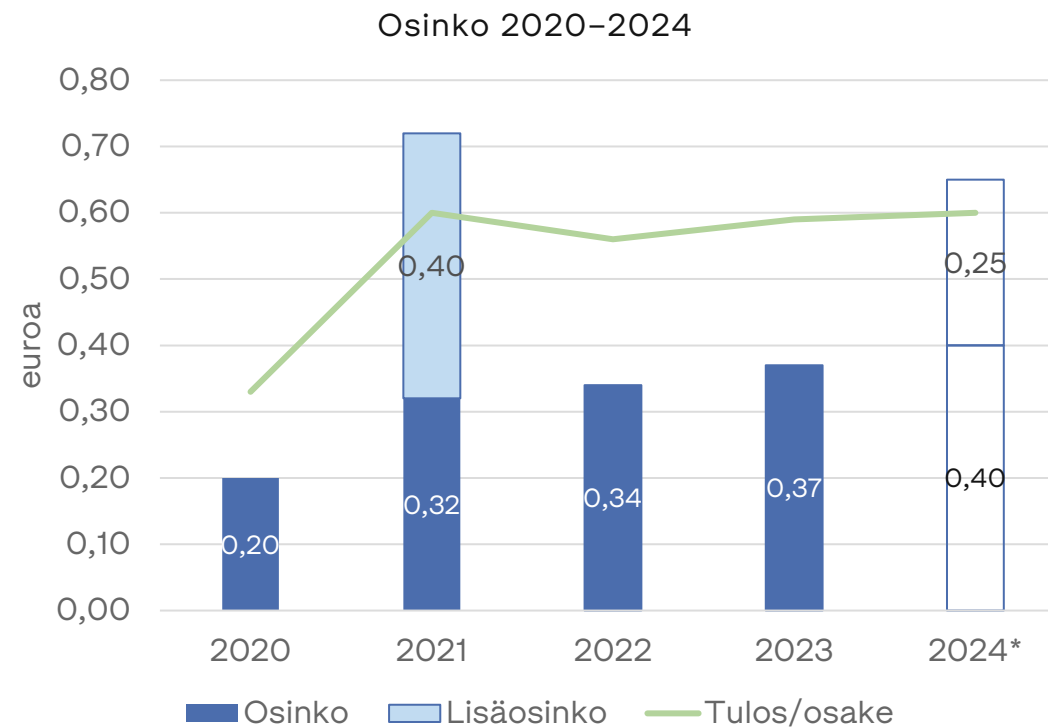
- Vertailukelpoinen liikevoitto oli 31,9 miljoonaa euroa (32,0) eli 17,5 prosenttia liikevaihdosta (18,4).
- Liikevaihdon kasvu paransi liiketulosta. Liikevoittoa puolestaan laskivat erityisesti korkeammat kiinteät kustannukset mutta myös suhteellisen myyntikatteen heikentyminen.

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, 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.

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.



Kiitos!



marimekko

MARIMEKKO –
THE ART OF
PRINTMAKING
SINCE 1951

