

Puolivuosikatsaus 1–6/2025

Tiina Alahuhta-Kasko

Toimitusjohtaja

Marimekon liikevaihto toisella neljänneksellä kasvoi ja liikevoitto parani

- Liikevaihtomme kasvoi 2 % 44,5 miljoonaan euroon (43,7).
- Liikevaihtoa kasvatti erityisesti vähittäismyynnin kasvu sekä Suomessa että kansainvälisesti. Liikevaihdon kehitystä puolestaan heikensi ennakoidusti kotimaan tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten jääminen huomattavasti vahvasta vertailukaudesta.
- Vertailukelpoinen liikevoittomme oli 6,5 milj. euroa (6,4) eli 14,6 % liikevaihdosta (14,6).
- Liikevoittoa nostivat liikevaihdon kasvu sekä suhteellisen myyntikatteen parantuminen. Korkeammat kiinteät kustannukset puolestaan heikensivät liikevoittoa.



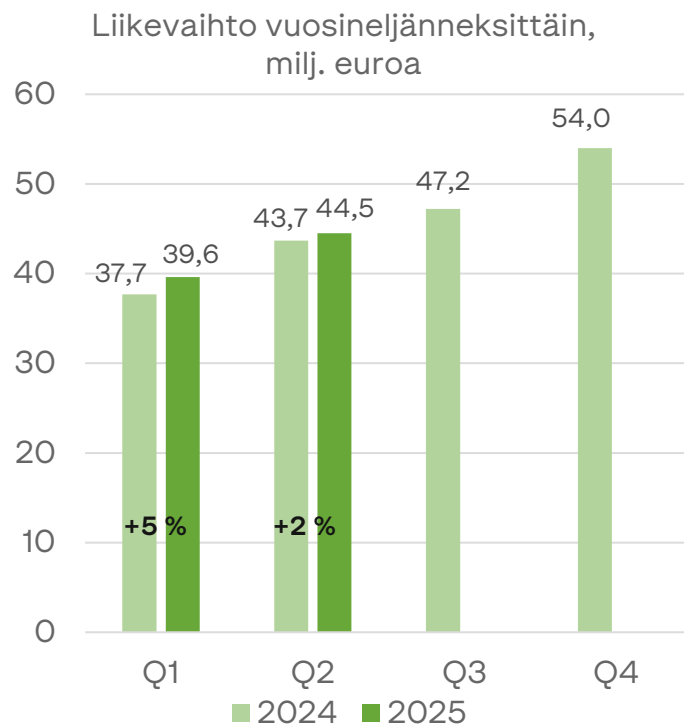
Marimekon avainluvut toisella vuosineljänneksellä

Milj. euroa	4-6/2025	4-6/2024	Muutos, %	1-6/2025	1-6/2024	Muutos, %	1-12/2024
Liikevaihto	44,5	43,7	2	84,1	81,3	3	182,6
Kansainvälinen myynti	19,2	19,1	1	40,0	37,4	7	81,6
% liikevaihdosta	43	44		48	46		45
Liikevoitto	6,3	6,1	4	10,6	11,2	-5	31,4
Vertailukelpoinen liikevoitto	6,5	6,4	2	10,9	11,6	-6	31,9
Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali, %	14,6	14,6		13,0	14,2		17,5
Vertailukelpoinen tulos/osake, euroa	0,11	0,12	-11	0,19	0,22	-13	0,61
Liiketoiminnan rahavirta	3,9	11,0	-64	0,7	10,3	-93	29,1
Bruttoinvestoinnit	0,8	0,7	5	1,6	1,2	36	2,3
Sijoitetun pääoman tuotto (ROCE), %				34,9	38,5		31,4
Omavaraisuusaste, %				54,1	53,2		58,7
Nettovelkaantumisaste (gearing), %				33,9	6,8		-12,9
Nettovelka / käyttökate (rullaava 12 kk)				0,48	0,10		-0,24
Henkilöstö kauden lopussa				511	490	4	480

Liikevaihto ja liikevoitto

Liikevaihto nousi +2 % ja oli 44,5 milj. euroa (43,7)

Liikevaihtoa kasvatti erityisesti vähittäismyynnin kasvu sekä Suomessa että kansainvälisesti.



Milj. euroa	Q2/ 2025	Q2/ 2024	Muutos %
Suomi	25,2	24,5	3
Skandinavia	4,4	4,4	1
Eurooppa*	3,9	3,4	16
Pohjois-Amerikka	2,7	2,5	9
Aasian- Tyynenmeren alue	8,2	8,9	-8
Kansainvälinen myynti	19,2	19,1	1
YHTEENSÄ	44,5	43,7	2

- vähittäismyynti +6 %
- tukkumyynti -2 %
- lisenssituotot -31 %

Myynti Suomessa +3 %

- vähittäismyynti +4 % (vertailukelpoinen +3 %)
- tukkumyynti -2 %
- lisenssituotot kasvoivat

Kansainvälinen myynti +1 %

- vähittäismyynti +14 %
- tukkumyynti -2 %
- lisenssituotot -60 %

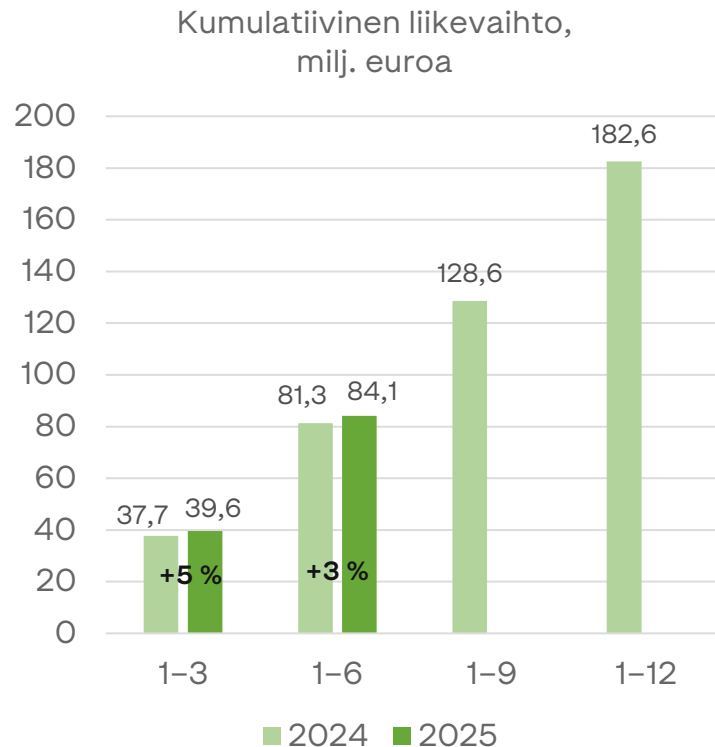
Liikevaihto Suomessa nousi 3 prosenttia vähittäismyynnin kasvaessa. Kotimaan tukkumyynnin kertaluonteiset kampanjatoimitukset jäivät ennakkoidusti huomattavasti vahvasta vertailukaudesta.

Yhtiön toiseksi suurimmalla markkinalla Aasian-Tyynenmeren alueella tukkumyynti oli vertailukauden tasolla, mutta liikevaihtoa laskivat erityisesti lisenssituotot, joita ei kertynyt katsauskaudella. Yhteensä kansainvälinen liikevaihto kasvoi 1 %:n.

* Eurooppa (aiemmin EMEA) käsittää Euroopan maat pl. Suomi ja Skandinavia. Markkina-alueen nimenmuutos ei vaikuta markkina-alueelta raportoituihin lukuihin katsaus- tai vertailukaudesta.

Liikevaihto kasvoi +3 % 84,1 milj. euroon (81,3)

Liikevaihtoa nostivat erityisesti tukkumyynnin kasvu Euroopassa ja vähittäismyynnin nousu Suomessa.



Milj. euroa	1-6/ 2025	1-6/ 2024	Muutos %
Suomi	44,0	44,0	0
Skandinavia	8,6	7,4	16
Eurooppa*	7,8	5,8	34
Pohjois-Amerikka	5,4	5,0	9
Aasian- Tyynenmeren alue	18,1	19,1	-5
Kansainvälinen myynti	40,0	37,4	7
YHTEENSÄ	84,1	81,3	3

- vähittäismyynti +8 %
- tukkumyynti +1 %
- lisenssituotot -55 %

Myynti Suomessa vertailukauden tasolla

- vähittäismyynti +6 % (vertailukelpoinen +5 %)
- tukkumyynti -14 %
- lisenssituotot kasvoivat

Kansainvälinen myynti +7 %

- vähittäismyynti +16 %
- tukkumyynti +10 %
- lisenssituotot -73 %

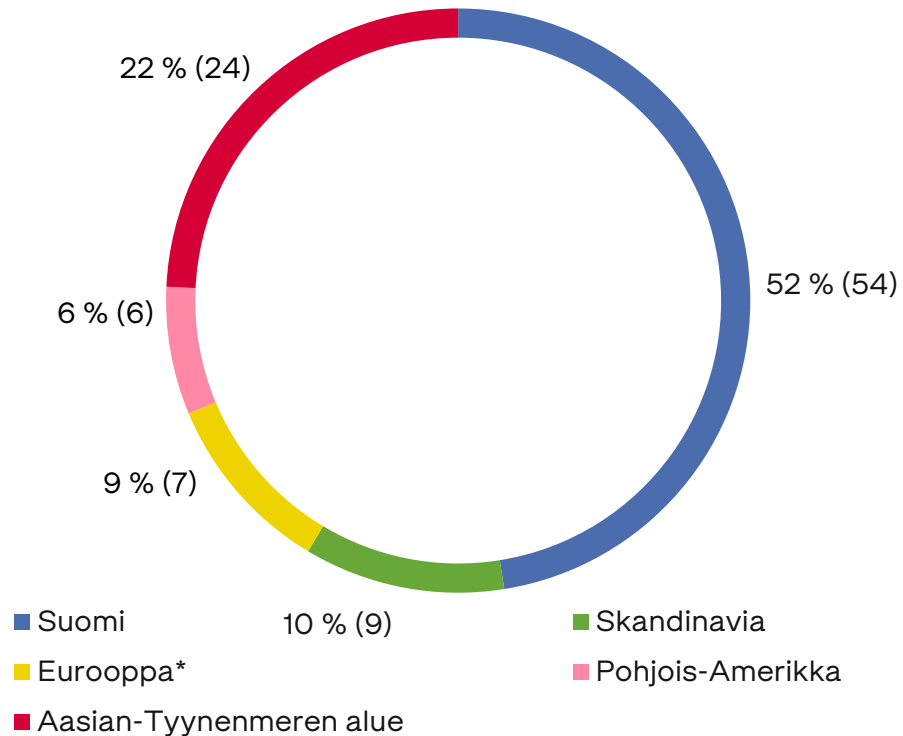
Vähittäismyynnin hyvä kehitys Suomessa jatkui ja liikevaihto ylsi vertailukauden tasolle, vaikka liikevaihtoa painoi kotimaan tukkumyynnin kertaluonteisten kampanjatoimitusten jääminen merkittävästi vahvasta vertailuvuodesta.

Kansainvälinen liikevaihto kasvoi, kun monikanavainen vähittäismyynti nousi lähes kaikilla ja tukkumyynti kaikilla kansainvälisillä markkina-alueilla. Myös Aasian-Tyynenmeren alueella tukkumyynti kasvoi, mutta liikevaihto laski, kun katsauskaudella ei kertynyt lisenssituottoja.

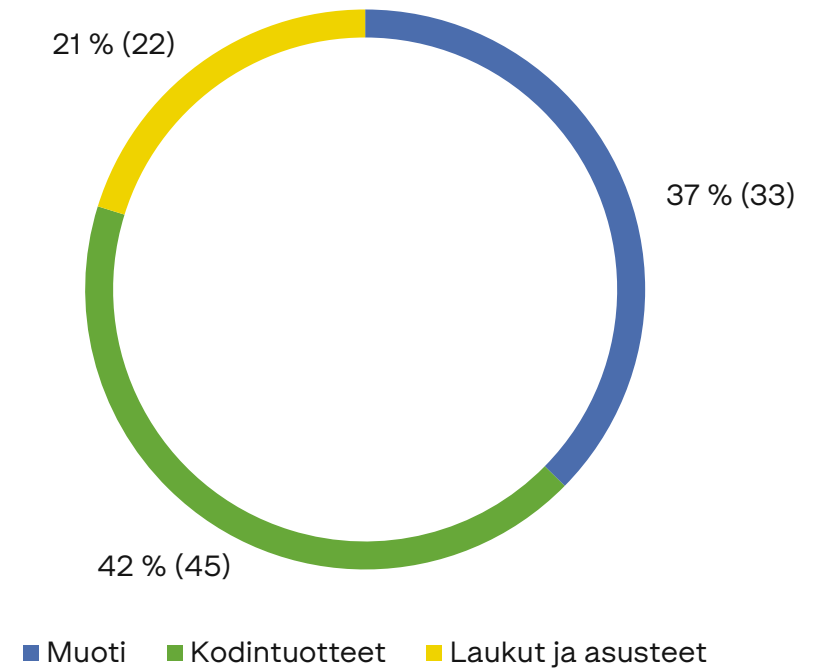
* Eurooppa (aiemmin EMEA) käsittää Euroopan maat pl. Suomi ja Skandinavia.
Markkina-alueen nimenmuutos ei vaikuta markkina-alueelta raportoituihin lukuihin katsaus- tai vertailukaudella.

Kansainvälinen myynti kasvoi ensimmäisellä vuosipuoliskolla +7 %

Liikevaihto markkina-alueittain, 1-6/2025 (1-6/2024)



Liikevaihto tuotelinjoiittain, 1-6/2025 (1-6/2024)



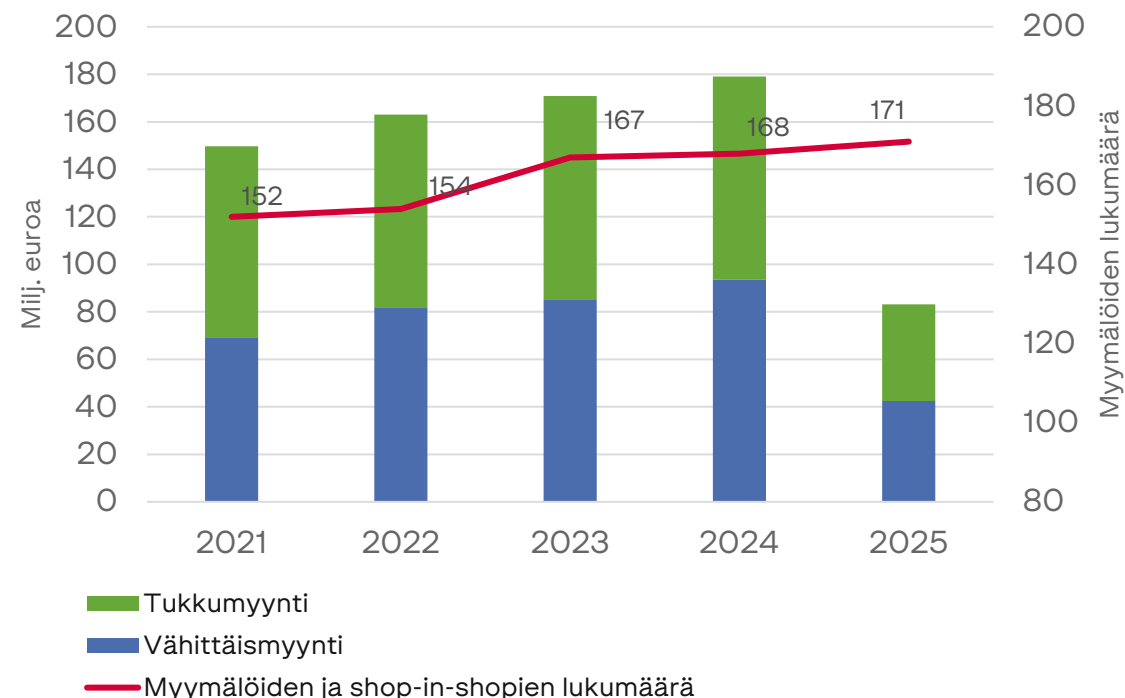
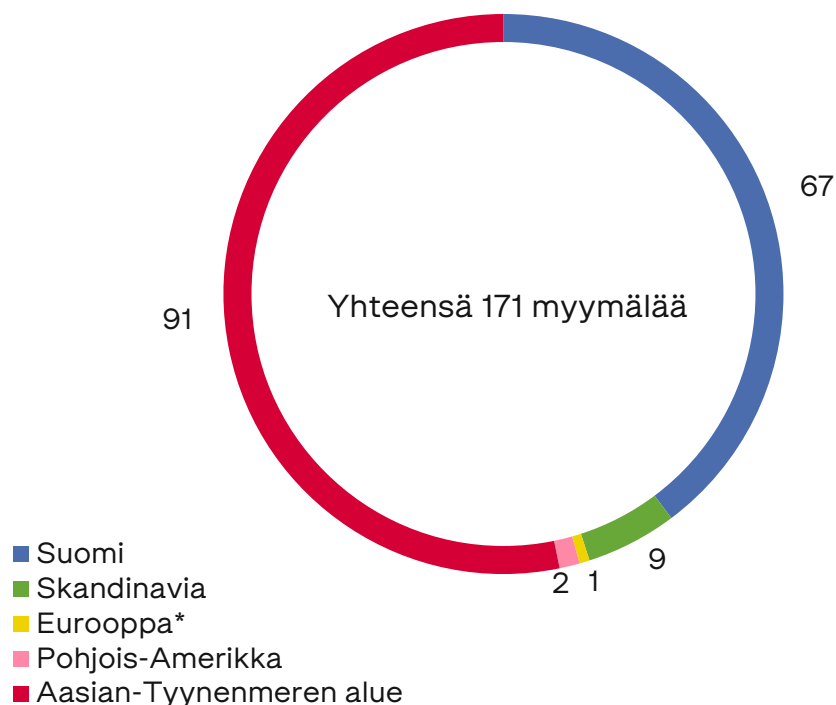
* Eurooppa (aiemmin EMEA) käsittää Euroopan maat pl. Suomi ja Skandinavia.
Markkina-alueen nimenmuutos ei vaikuta markkina-alueelta raportoituihin lukuihin katsaus- tai vertailukaudella.

Monikanavainen myymäläverkosto kehittyi edelleen

Eniten myymälöitä Aasian-Tyynenmeren alueella. Verkkokauppa palvelee asiakkaita jo 39 maassa.

Globaali myymäläverkosto 1-6/2025:

Liikevaihto kanavittain, mukaan lukien verkkomyynti



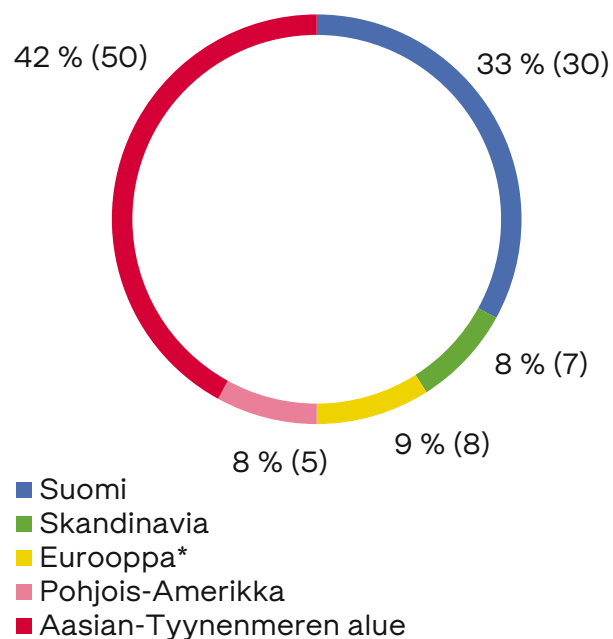
* Eurooppa (aiemmin EMEA) käsittää Euroopan maat pl. Suomi ja Skandinavia. Markkina-alueen nimenmuutos ei vaikuta markkina-alueelta raportoituihin lukuihin katsaus- tai vertailukaudella.

Myymlöiden määrä sisältää Marimekon omat vähittäismyymälät, jälleenmyyjäomisteiset Marimekko-myymlät sekä yli 30 m²:n suuruiset shop-in-shopit.

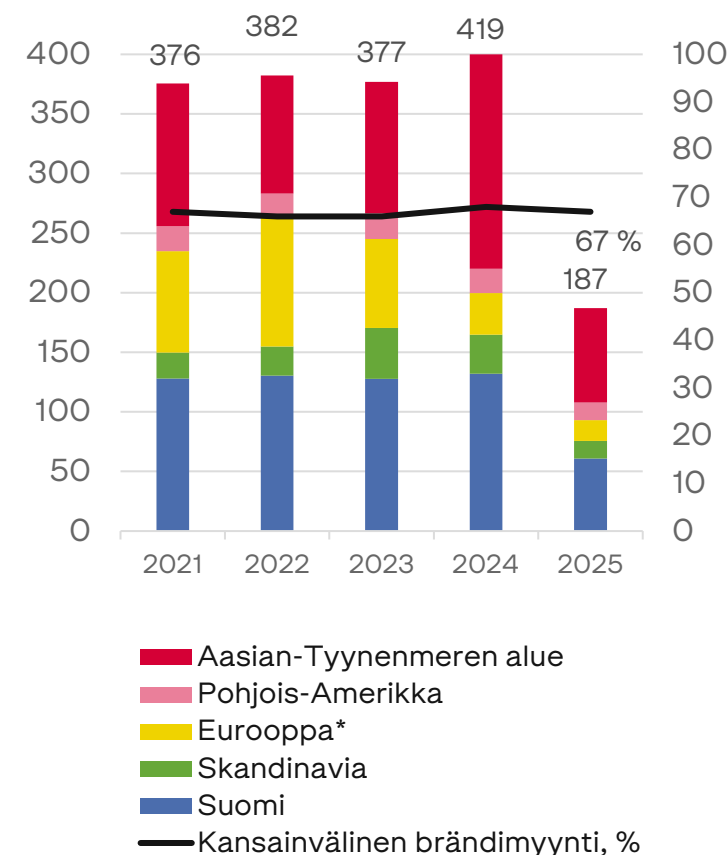
Omia vähittäismyymälöitä oli kesäkuun 2025 lopussa 52 (49).

Marimekon brändimyynti ylsi 187,0 milj. euroon (190,5)

Tammi-kesäkuussa 67 % brändimyyntistä tuli ulkomailta (70)



Milj. euroa	1-6/ 2025	1-6/ 2024	Muutos %
Suomi	60,9	56,9	7
Skandinavia	14,8	13,2	13
Eurooppa*	17,3	14,9	16
Pohjois-Amerikka	14,8	9,5	56
Aasian-Tyynenmeren alue	79,2	96,0	-18
Kansainvälinen brändimyynti	126,1	133,6	-6
YHTEENSÄ	187,0	190,5	-2

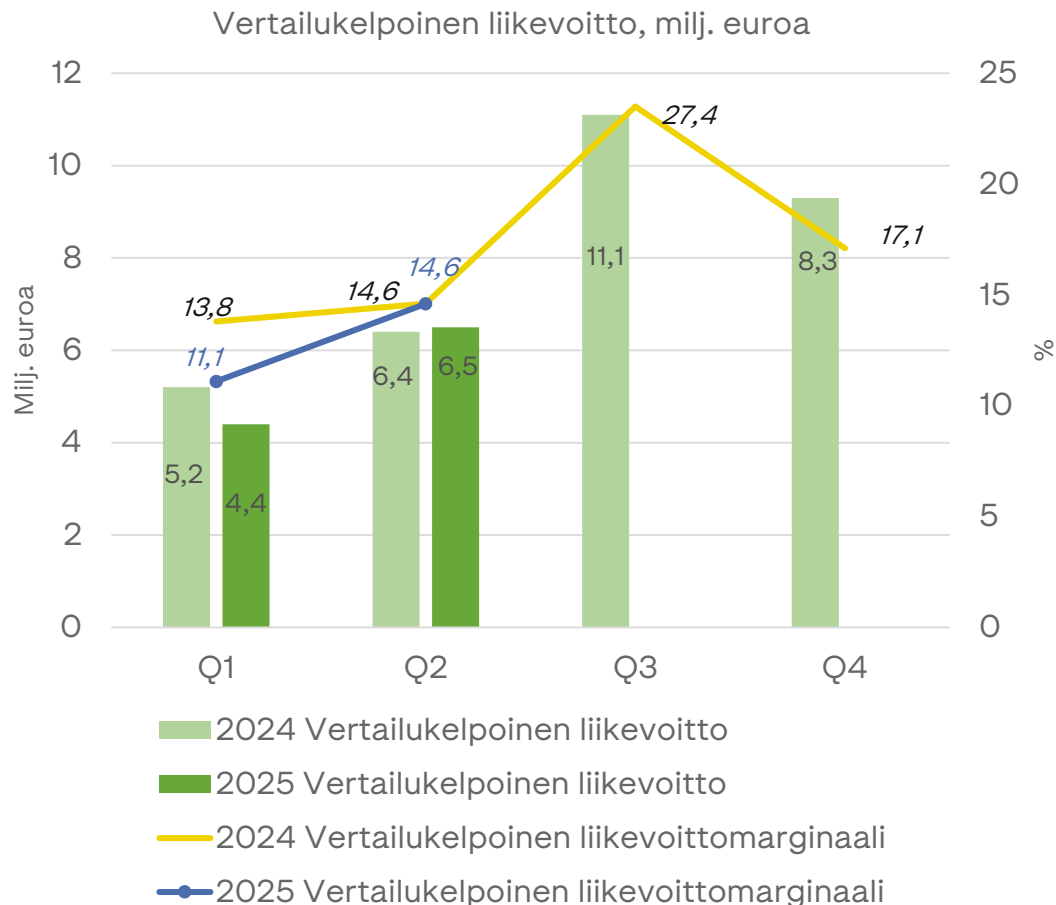


* Eurooppa (aiemmin EMEA) käsittää Euroopan maat pl. Suomi ja Skandinavia. Markkina-alueen nimenmuutos ei vaikuta markkina-alueelta raportoituihin lukuihin katsaus- tai vertailukaudella.

Brändimyynti kuvaa Marimekko-brändin tavoitavuutta eri jakelukanavien kautta. Brändimyynti on epävirallinen arvio Marimekko-tuotteiden mynnistä kuluttajahinnoin, ja se lasketaan lisäämällä yhtiön oman vähittäiskaupan liikevaihtoon muiden jakelijoiden arvioitu Marimekko-tuotteiden vähittäismyyntiarvo, joka perustuu yhtiön toteutuneeseen tukkumyyntiin ja lisenssituottoihin.

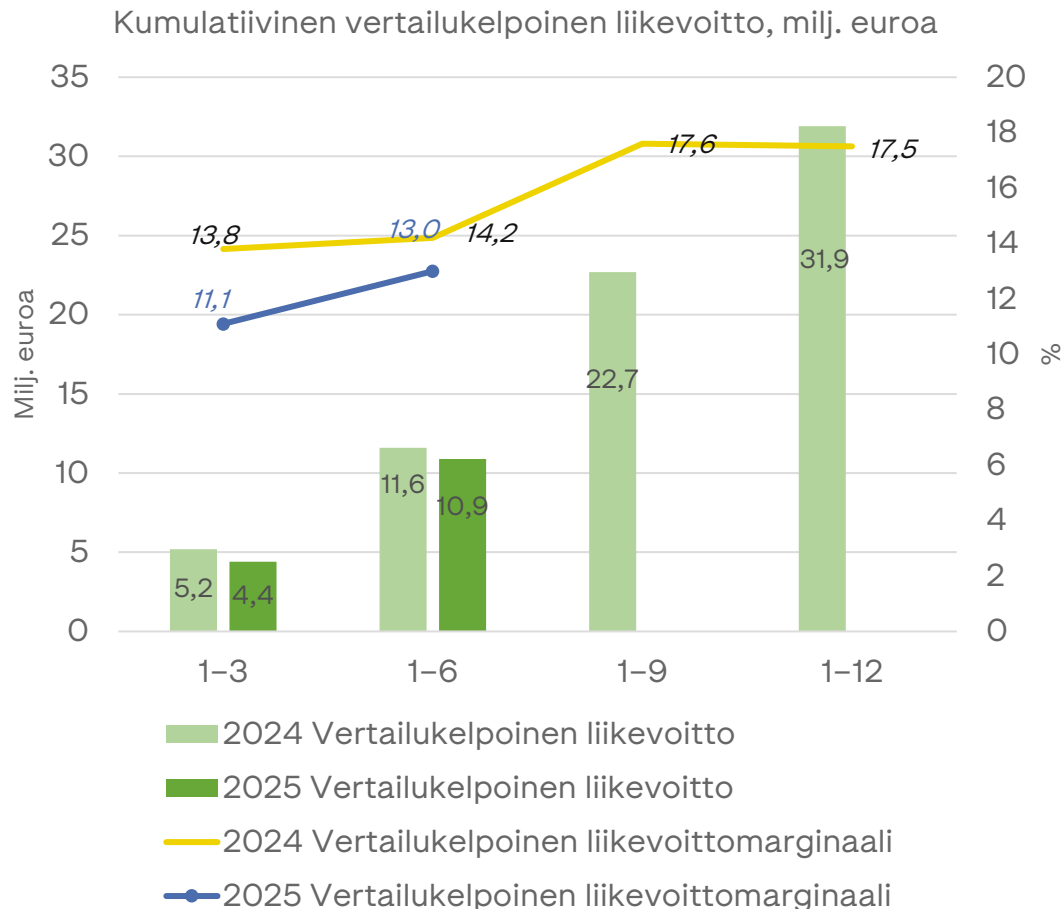
Brändimyynti ei sisällä arvonlisäveroa, eikä tunnuslukua tilintarkasteta. Osa lisenssikumppaneista toimittaa tarkan vähittäismyyntitiedon, jolloin brändimyynti raportoidaan sen mukaisesti. Muissa lisenssisopimuksissa on käytetty Marimekon omia eri markkinoiden vähittäismyyntikertoimia. Lisenssituottojen brändimyynti raportoidaan lisenssituotteiden myyntijankohdan mukaisesti.

Vertailukelpoinen liikevoitto parani +2 %



- Liikevoitto oli 6,3 miljoonaa euroa (6,1).
- Vertailukelpoinen liikevoitto oli 6,5 miljoonaa euroa (6,4) eli 14,6 % liikevaihdesta (14,6).
- Liikevoittoa nostivat liikevaihdon kasvu sekä suhteellisen myyntikatteen parantuminen. Korkeammat kiinteät kustannukset puolestaan heikensivät liikevoittoa.
- Suhteellista myyntikatetta vahvistivat hyvällä tasolla olevat tuotekatteen. Suuremmat alennuskustannukset sekä realisoitumattomat valuuttakurssierot puolestaan vaikuttivat negatiivisesti myyntikatteeseen. Kiinteitä kuluja kasvattivat erityisesti panostukset digitaalisuuden kehittämiseen mutta myös korkeammat henkilöstökulut.

Kumulatiivinen vertailukelpoinen liikevoitto hyvällä tasolla

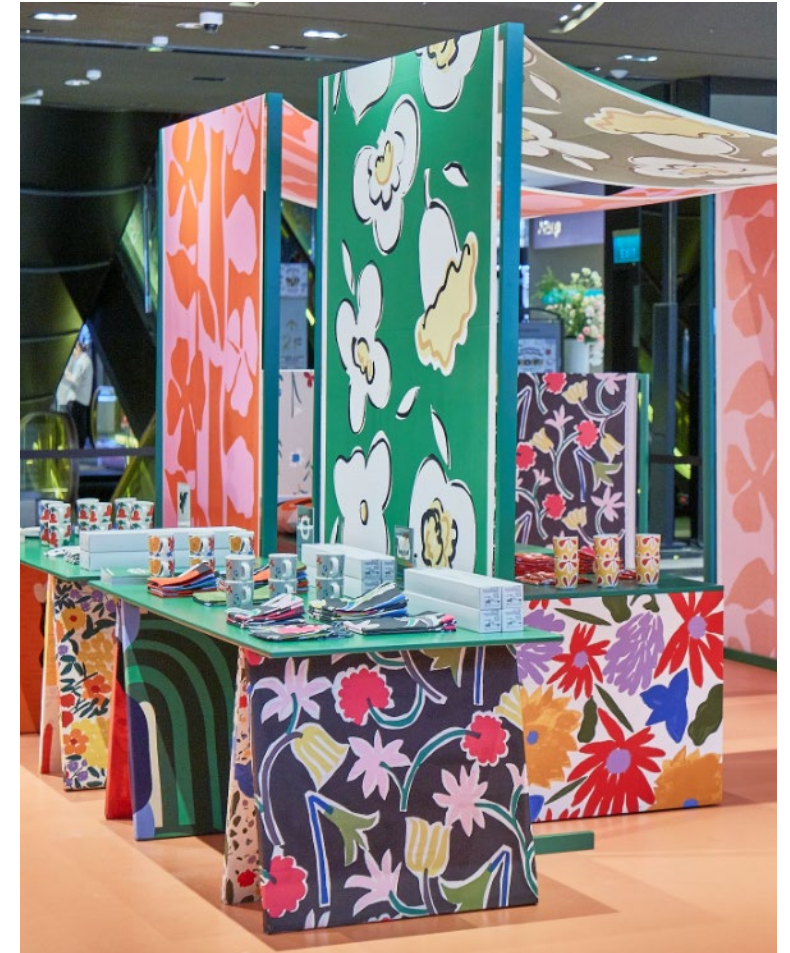


- Liikevoitto oli 10,6 miljoonaa euroa (11,2).
- Vertailukelpoinen liikevoitto oli 10,9 miljoonaa euroa (11,6) eli 13,0 % liikevaihdesta (14,2).
- Liikevoittoa laskivat suhteellisen myyntikatteen heikentyminen ja kasvaneet kiinteät kustannukset. Liikevoittoa puolestaan tuki liikevaihdon kasvu.
- Suhteellista myyntikatetta heikensivät erityisesti suuremmat alennuskustannukset ja ennakoidusti merkittävästi pienemmät lisenssituotot sekä realisoitumattomat valuuttakurssierot. Sitä puolestaan tukivat hyvällä tasolla olevat tuotekatteet. Kiinteitä kuluja nostivat erityisesti korkeammat henkilöstökulut mutta myös panostukset digitaalisuuteen.

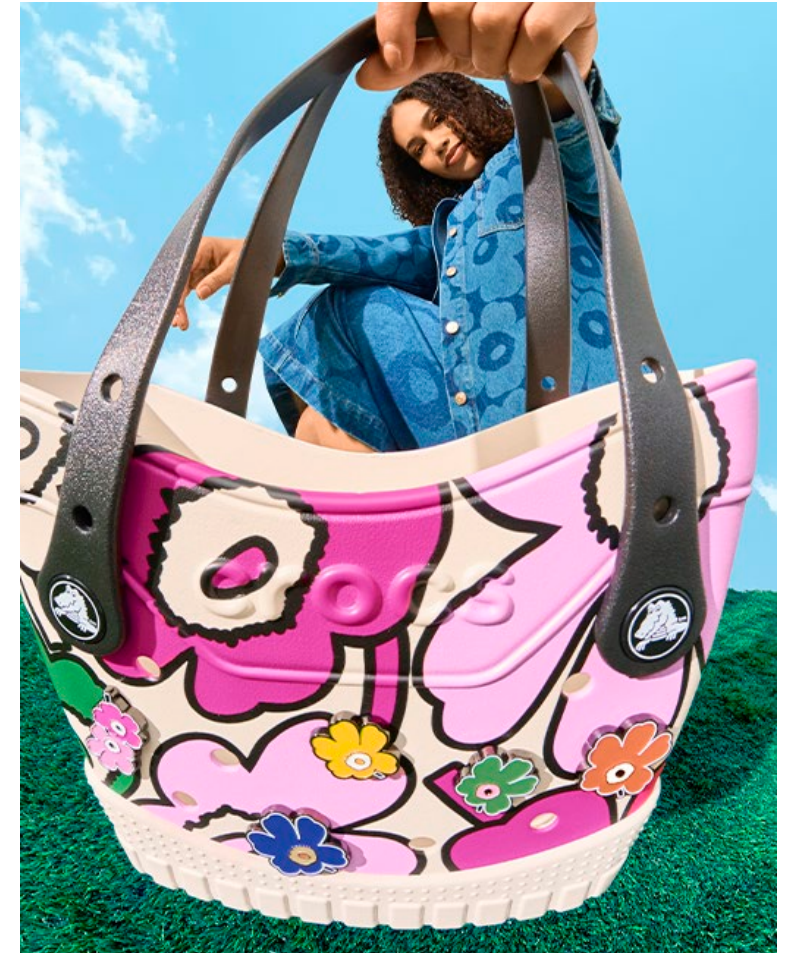
Kauden tapahtumia Q2

Monikanavainen Marimekko-myymäläverkosto laajeni ja kehittyi edelleen

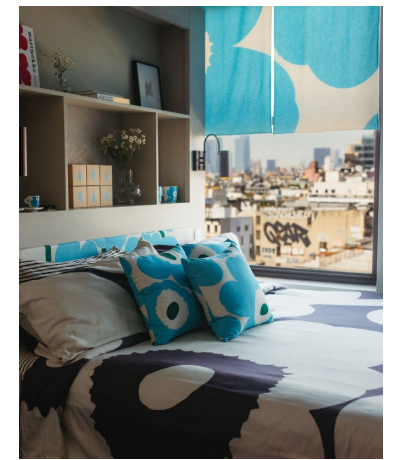
Toisella neljänneksellä avattiin kolme uutta Marimekko-myymälää ja kahdeksan pop-up-myymälää pääosin Aasiassa



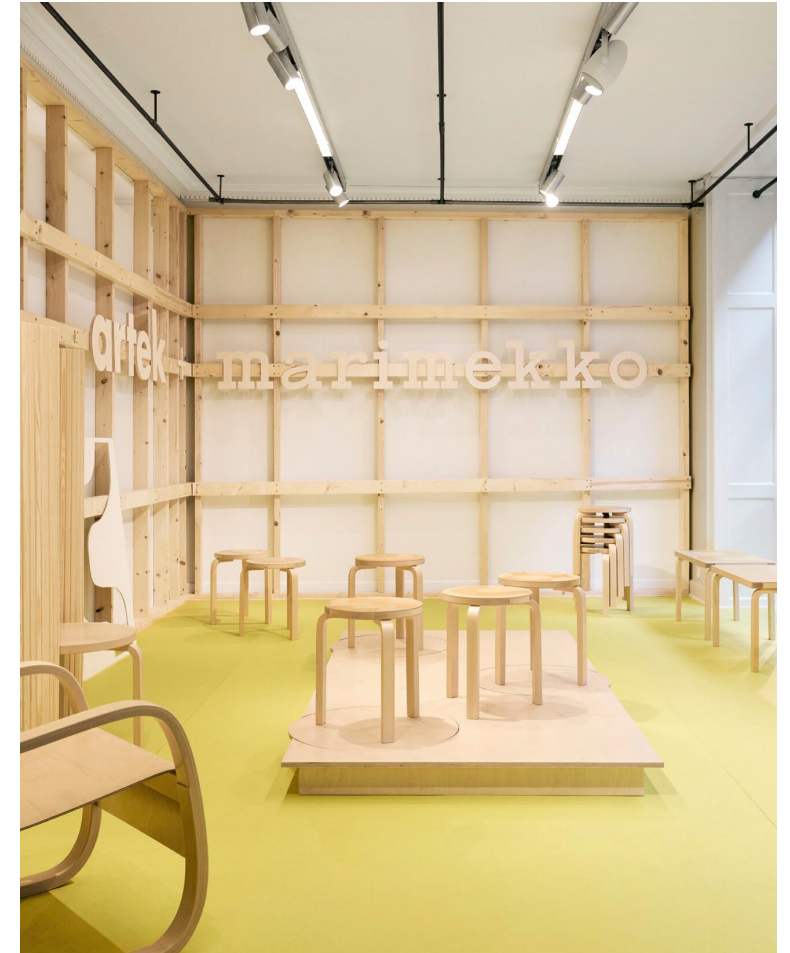
Rajoitetun ajan saatavilla oleva yhteistyömallisto globaalin jalkinevalmistaja Crocsin kanssa herätti laajaa kiinnostusta asiakkaissa ympäri maailmaa



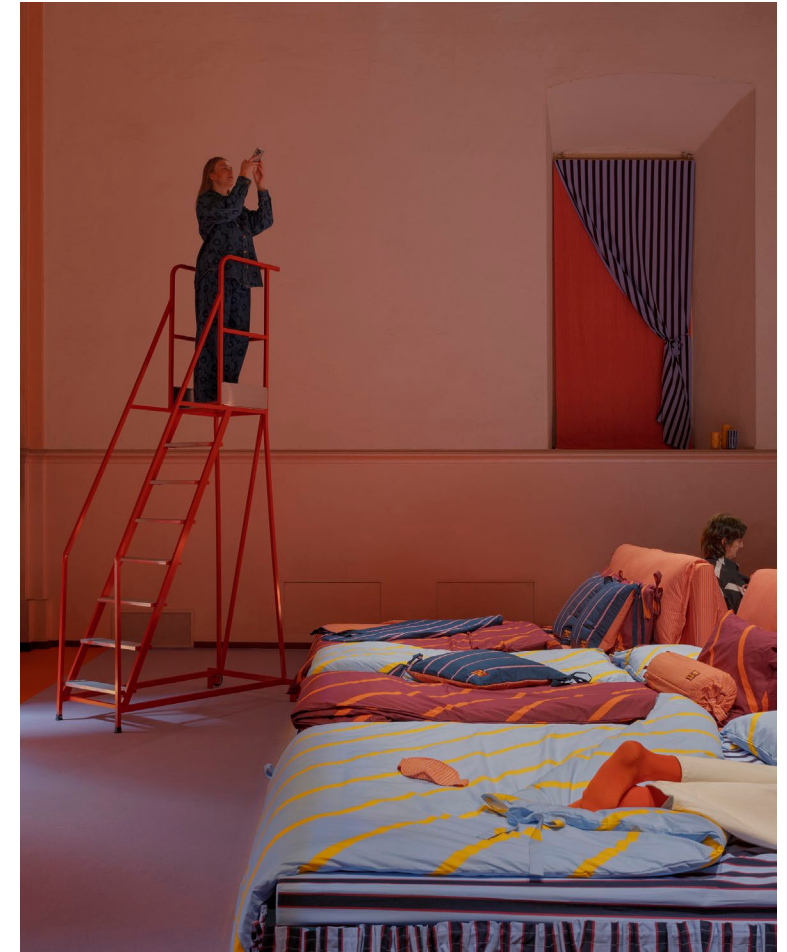
Yhteistyö Blue Bottle Coffeen kanssa auttoi rakentamaan tunnettuuttamme suurkaupungeissa Etelä-Koreassa, Manner-Kiinassa, Japanissa, Hongkongissa ja Yhdysvalloissa



Marimekko ja Artek esittelivät yhteisen, rajoitetun ajan saatavilla olevan huonekalumalliston 3daysofdesign-tapahtumassa Kööpenhaminassa



Marimekon ja taiteilija-vaikuttaja Laila Goharin Maija Isolan kuvioista koostuvaa pienmallistoa esittelevä tilataideteos Milanon designviikolla sai valtavan huomion ja keräsi runsaasti medianäkyvyyttä



Marimekko-päivä keräsi ennätysyleisön Esplanadin puistoon ihastelemaan kesämuotia, tapahtumia myös eri puolilla maailmaa



Pride-taiteilijayhteistyöt toivat iloa ja väriä kolmeen avainkaupunkiimme,
Bangkokiin, Helsinkiin ja New Yorkiin



Näkymät 2025

Markkinanäkymät ja kasvutavoitteet 2025: Yleisesti

- Maailmantalouden kehitykseen liittyy edelleen suuria epävarmuustekijöitä kuten jännitteet geopolitiikassa ja kauppasuhteissa. Jännitteiden ja muiden epävarmuuksien sekä nousseiden tullimaksujen epäsuorat vaikutukset yleiseen taloudelliseen tilanteeseen voivat heijastua kuluttajien luottamukseen, ostovoimaan ja -käyttäytymiseen ja saattavat näin vaikuttaa heikentävästi Marimekon liiketoimintaan vuonna 2025.
- Myös mahdolliset häiriöt tuotanto- ja logistiikkaketjuissa voivat vaikuttaa negatiivisesti yhtiön myyntiin, kannattavuuteen ja kassavirtaan.
- Marimekko seuraa tarkasti globaalin kauppapolitiikan ja maiden välisten tullimaksujen kehittymistä, 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 liikevaihdon ja -voiton kehitykseen vaikuttivat negatiivisesti 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 tai nousevan hieman.

- 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 nousevan (2024: 10,6 miljoonaa).
- Kasvavat tullimaksut USA:ssa koskettavat suoraan vain pientä osaa Marimekon liiketoiminnasta, sillä koko Pohjois-Amerikan osuus konsernin liikevaihdosta vuonna 2024 oli 6 prosenttia. Tällä hetkellä tiedossa olevien tullimaksujen nousun arvioidaan nostavan Marimekon USA:ssa myytävien tuotteiden hankintakustannuksia, mutta yhtiö on aloittanut monipuoliset toimenpiteet lieventääkseen tullimaksujen negatiivisia vaikutuksia.
- Alalle tyypillinen ja eri tekijöiden seurauksena osin entisestään aikaistunut varhainen sitoutuminen tuotetilauksiin toimittajakumppaneilta heikentää yhtiön mahdollisuuksia optimoida tuotetilauksia ja reagoida nopeisiin muutoksiin kysyntä- ja hankintaympäristössä nostaen myyntiin, suhteelliseen kannattavuuteen, varastojen hallintaan ja kassavirtaan liittyviä riskejä. Tämä vaikeuttaa reagointia myös kasvaneisiin tullimaksuihin USA:ssa.
- Myös globaaleihin tuotanto- ja logistiikkaketjuihin liittyy epävarmuustekijöitä, jotka voivat aiheuttaa esimerkiksi viivästyksiä ja vaikuttaa näin yhtiön myyntiin ja kannattavuuteen.
- Marimekko työskentelee aktiivisesti monin eri tavoin tuotanto- ja logistiikkaketjujen toimivuuden varmistamiseksi, nousseiden kustannuksien ja muiden negatiivisten vaikutuksien vähentämiseksi, viivästysten välttämiseksi 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 nopeat muutokset ja epävarmuudet globaalissa kauppapolitiikassa, kuluttajien luottamuksen ja ostovoiman kehitys yhtiön päämarkkinoilla sekä mahdolliset häiriöt globaaleissa toimitusketjuissa.

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



Liitteet

Tuloslaskelma

Milj. euroa	4-6/2025	4-6/2024	1-6/2025	1-6/2024	1-12/2024
Liikevaihto	44,5	43,7	84,1	81,3	182,6
Liiketoiminnan muut tuotot	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1
Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos	1,9	1,0	6,2	2,9	5,8
Aineiden ja tarvikkeiden käyttö	-18,5	-18,3	-38,7	-34,3	-77,9
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	-9,4	-9,2	-18,5	-17,8	-35,9
Poistot ja arvonalentumiset	-2,5	-2,3	-4,9	-4,7	-9,3
Liiketoiminnan muut kulut	-9,7	-8,7	-17,6	-16,4	-34,0
Liikevoitto	6,3	6,1	10,6	11,2	31,4
Rahoitustuotot ja -kulut	-0,9	0,1	-1,1	-0,2	-0,4
Tulos ennen veroja	5,4	6,2	9,5	11,0	31,0
Tuloverot	-1,1	-1,4	-2,0	-2,4	-6,6
Katsauskauden tulos	4,3	4,7	7,5	8,6	24,4

Tase

Milj. euroa	30.6.2025	30.6.2024	31.12.2024
Pitkäaikaiset varat	34,5	36,2	36,4
Vaihto-omaisuus	41,7	31,9	35,4
Myyntisaamiset ja muut saamiset	21,3	17,8	17,7
Katsauskauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	1,7	1,0	0,4
Rahavarat	8,3	26,7	40,4
Varat, yhteensä	107,6	113,7	130,3
Oma pääoma	57,2	59,5	75,5
Pitkäaikaiset velat	19,6	23,3	22,3
Lyhytaikaiset velat	30,8	30,8	32,5
Oma pääoma ja velat, yhteensä	107,6	113,7	130,3

Rahavirtalaskelma

Milj. euroa	1-6/2025	1-6/2024	1-12/2024
Liiketoiminnan rahavirta ennen käyttöpääoman muutosta	15,6	16,1	41,2
Lyhytaikaisten korottomien liikesaamisten lisäys (-) / vähennys (+)	-3,5	1,8	2,0
Vaihto-omaisuuden lisäys (-) / vähennys (+)	-6,5	-2,6	-6,1
Lyhytaikaisten korottomien velkojen lisäys (+) / vähennys (-)	-1,4	-1,2	-0,3
Rahoituserät ja verot	-3,5	-3,8	-7,7
Liiketoiminnan rahavirta	0,7	10,3	29,1
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin	-1,6	-1,2	-2,3
Investointien rahavirta	-1,6	-1,2	-2,3
Vuokrasopimusvelkojen maksut	-4,2	-3,9	-8,0
Maksetut osingot	-26,4	-15,0	-15,0
Lyhytaikaisten lainojen takaisinmaksut	-	-0,6	-0,6
Rahoituksen rahavirta	-30,6	-19,6	-23,6
Rahavarojen muutos	-31,6	-10,5	3,2
Rahavarat kauden lopussa	8,3	26,7	40,4

Marimekolla on nostamattomia myönnettyjä luottolimiittejä 22,4 milj. euroa (32,6).

Osakekurssin kehitys

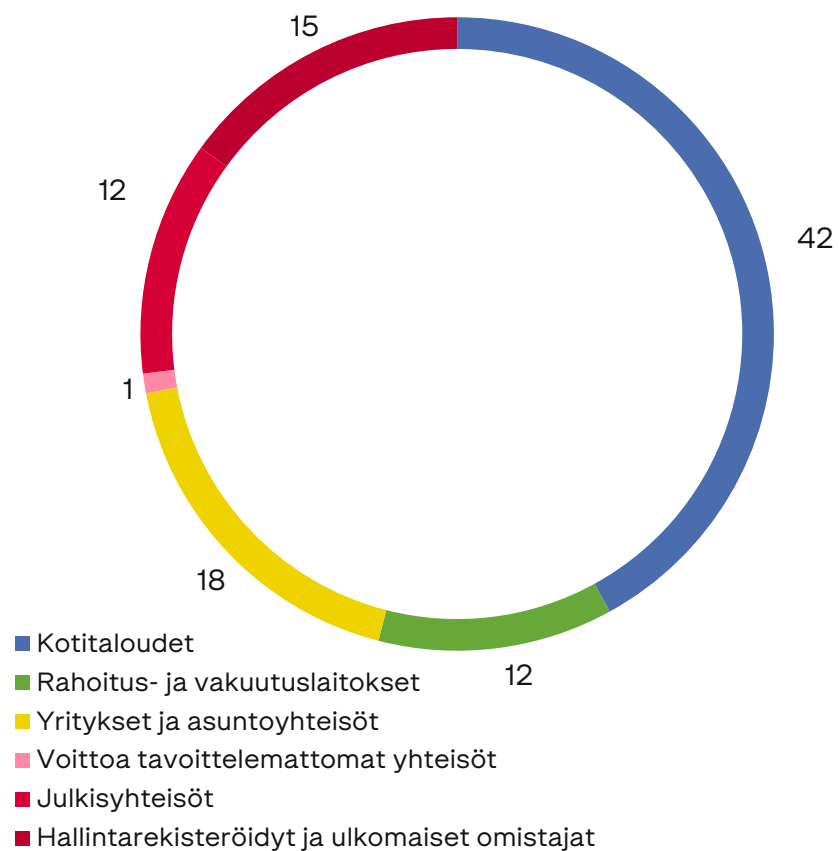
Marimekon osake (MEKKO) noteerataan Nasdaq Helsingin päälistalla toimialaryhmässä kuluttajatuotteet ja -palvelut.

Yhtiön markkina-arvo 30.6.2025: 502,3 milj. euroa



Yhteensä 37 909 osakkeenomistajaa

Omistajat sektoreittain, % osakekannasta



Suurimmat osakkeenomistajat

(pl. hallintarekisteröidyt omistukset, yht. 14,55 %)

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	2,65
Sijoitusrahasto Evli Suomi Pienyhtiöt	2,37
Keskinäinen Työeläkevakuutusyhtiö Elo	1,92
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

