



marimekko

# Tilinpäätös 2019

TIINA ALAHUHTA-KASKO, 13.2.2020

## **Liikevaihto +12 %, vertailukelpoinen liikevoitto +40 %**

- + Liikevaihto nousi 12 %; kasvua kaikilla markkina-alueilla.
- + Etenkin vähittäismyynti Suomessa, tukkumyynti ja lisenssituotot Aasian-Tyynenmeren alueella sekä tukkumyynti EMEA:n alueella kasvattivat liikevaihtoa.
- + Sekä liikevaihto Suomessa että kansainvälinen myynti kasvoivat 12 %.
- + Vertailukelpoinen liikevoitto parani 40 % myynnin kasvun ja suhteellisen myyntikatteen vahvistumisen ansiosta.
- Tulosta heikensivät korkeammat kiinteät kulut.



## **Liikevaihto +17 %, vertailukelpoinen liikevoitto +87 %**

- + Liikevaihto nousi 17 %, kasvu pääosin vähittäis- ja tukkumyynnistä Suomessa sekä vertailukautta paremmasta tukkumyynnistä ja lisenssituotoista Aasian-Tyynenmeren alueella, jossa tukkumyyntiä kasvatti vuoden 2018 lopun toimitusten ajoittuminen osittain vuoden 2019 ensimmäiselle neljännekselle.
- + Liikevaihto Suomessa kasvoi 20 % ja kansainvälinen myynti 12 %.
- + Vertailukelpoinen liikevoitto parani 87 % myynnin kasvun ansiosta.
- Tulosta heikensivät korkeammat kiinteät kulut.

# Vakaata kehitystä

Milj. euroa	10-12/2019	10-12/2018	Muutos, %	1-12/2019	1-12/2018	Muutos, %
Liikevaihto	34,7	29,7	17	125,4	111,9	12
Kansainvälinen myynti	12,8	11,4	12	54,3	48,3	12
<i>% liikevaihdsota</i>	<i>37</i>	<i>38</i>		<i>43</i>	<i>43</i>	
Vertailukelpoinen käyttökate EBITDA *	6,2	2,2	186	29,7	14,7	102
Llikevoitto	3,0	1,2	144	17,1	17,7	-3
Vertailukelpoinen liikevoitto	3,0	1,6	87	17,1	12,2	40
<i>Vertailukelpoinen liikevoittomarginaali, %</i>	<i>8,7</i>	<i>4,2</i>		<i>13,6</i>	<i>10,9</i>	
Vertailukelpoinen tulos/osake, euroa ***	0,26	0,15	74	1,61	1,15	40
Liiketoiminnan rahavirta *	7,8	5,8	36	29,0	12,2	137
<i>Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %</i>				<i>17,9</i>	<i>47,6</i>	
<i>Omavaraisuusaste, % *</i>				<i>40,2</i>	<i>70,0</i>	
Nettovelka / käyttökate**				0,35		
Bruttoinvestoinnit *	1,3	0,2		2,6	1,3	103
Henkilöstö kauden lopussa				450	445	1

\* Vertailukelpoisen käyttökateen (EBITDA) muutokseen, liiketoiminnan rahavirtaan ja omavaraisuusasteeseen vaikutti myös IFRS 16. Taulukon bruttoinvestoinnit eivät sisällä IFRS 16:n vaikutusta.

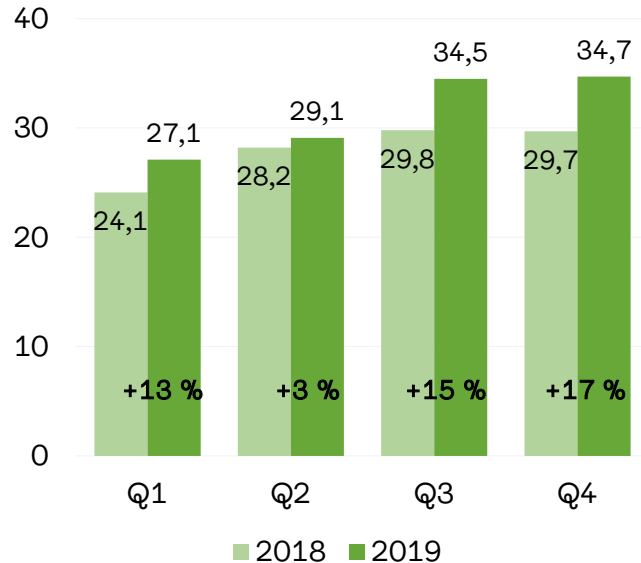
\*\* IFRS 16 -standardin käyttöönoton vuoksi vuoden lopun nettovelka/käyttökate-suhdeluku raportoitiin ensimmäisen kerran tilivuoden 2019 lopussa.

\*\*\* Vertailukelpoinen tulos/osake -tunnusluvussa on huomioitu vastaavat erät kuin vertailukelpoisessa liikevoitossa. Verovaikutus huomioitu.

# Liikevaihto ja liikevoitto

# Liikevaihto +17 % 34,7 milj. euroon (29,7)

Liikevaihto vuosineljänneksittäin,  
milj. euroa



Milj. euroa	Q4 2019	Q4 2018	Muutos %
<b>Suomi</b>	<b>21,9</b>	<b>18,3</b>	<b>20</b>
Skandinavia	2,6	2,6	0
EMEA	2,6	2,8	-8
Pohjois-Amerikka	2,0	2,0	3
Aasian-Tyynenmeren alue	5,6	4,1	37
<b>Kansainvälinen myynti</b>	<b>12,8</b>	<b>11,4</b>	<b>12</b>
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>34,7</b>	<b>29,7</b>	<b>17</b>

- vähittäismyynti +16 %
- tukkumyynti +15 %

## Kansainvälinen myynti +12 %

- vähittäismyynti +6 %
- tukkumyynti +10 %
- lisenssituotot +270 %

## Myynti Suomessa +20 %

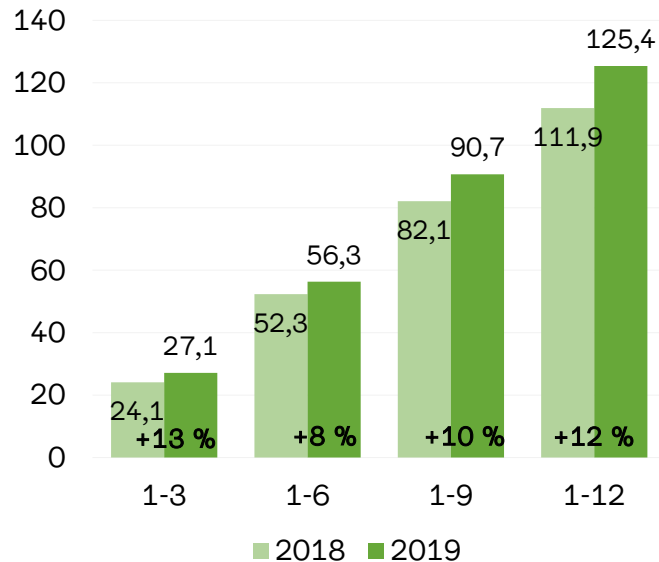
- vähittäismyynti +19 % (vertailukelpoinen +21 %\*)
- tukkumyynti +21 %

+ Kasvu pääosin vähittäis- ja tukkumyynnistä Suomessa, sekä vertailukautta paremmasta tukkumyynnistä ja lisenssituotoista Aasian-Tyynenmeren alueella, jossa tukkumyyntiä kasvatti vuoden 2018 lopun toimitusten ajoittuminen osittain vuoden 2019 ensimmäiselle neljännekselle.

\* Sisältää omat vähittäismyymälät mukaan lukien verkkokaupan.

# Liikevaihto +12 % 125,4 milj. euroon (111,9)

Kumulatiivinen liikevaihto,  
milj. euroa



Milj. euroa	2019	2018	Muutos %
<b>Suomi</b>	<b>71,2</b>	<b>63,5</b>	<b>12</b>
Skandinavia	9,3	9,0	3
EMEA	12,0	10,3	16
Pohjois-Amerikka	8,3	8,2	1
Aasian-Tyynenmeren alue	24,7	20,8	19
<b>Kansainvälinen myynti</b>	<b>54,3</b>	<b>48,3</b>	<b>12</b>
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>125,4</b>	<b>111,9</b>	<b>12</b>

- vähittäismyynti +13 %
- tukkumyynti +8 %

## Kansainvälinen myynti +12 %

- vähittäismyynti +7 %
- tukkumyynti +11 %
- lisenssituotot +126 %

## Myynti Suomessa +12 %

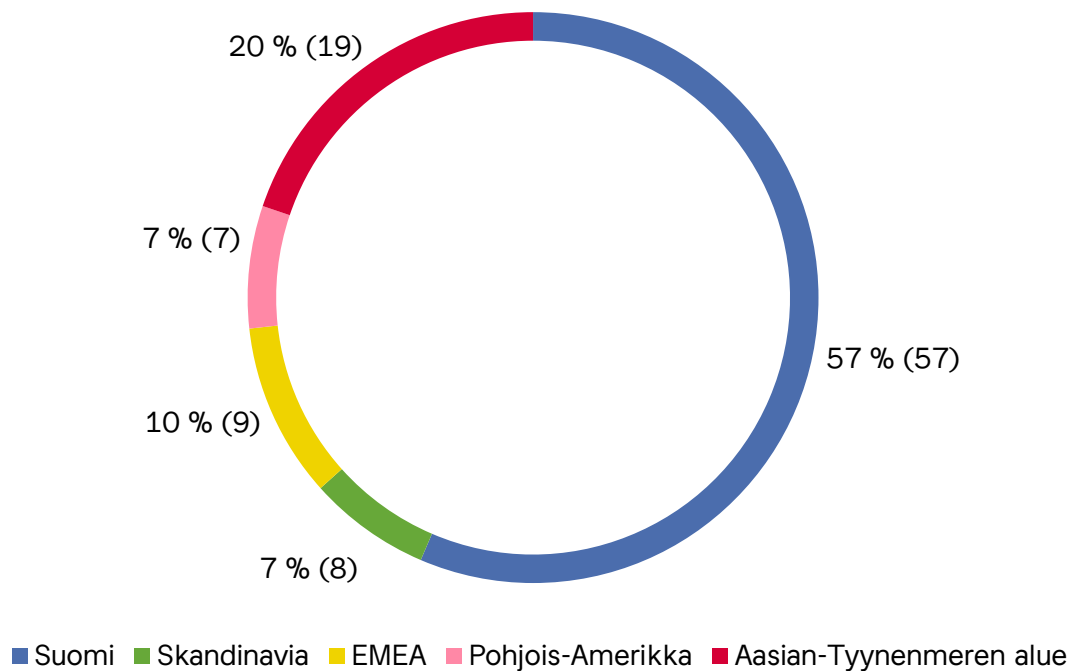
- vähittäismyynti +15 %  
(vertailukelpoinen +18 %\*)
- tukkumyynti +4 %

+ Kasvua toivat etenkin vähittäismyynti Suomessa, tukkumyynti ja lisenssituotot Aasian-Tyynenmeren alueella sekä tukkumyynti EMEA:n alueella.

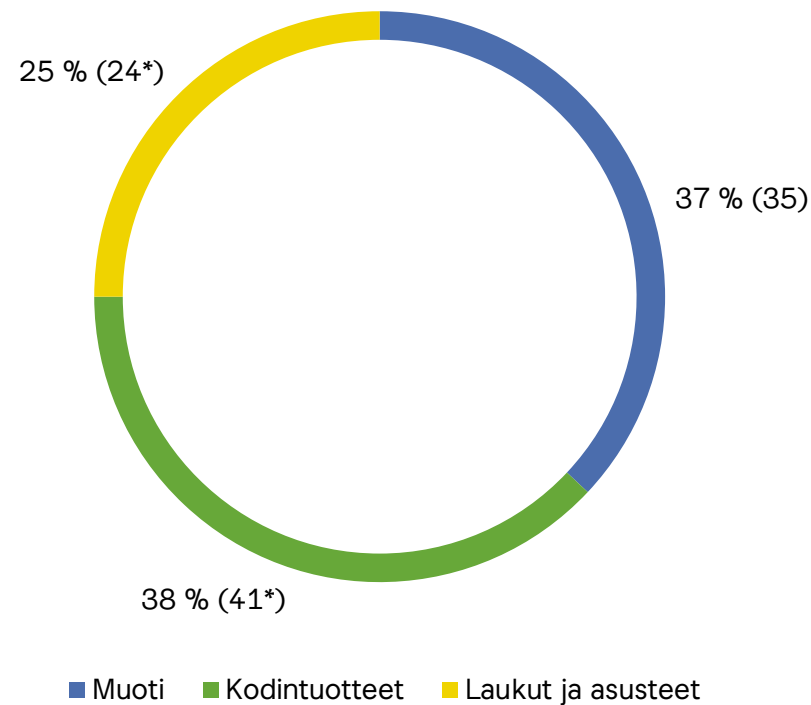
\* Sisältää omat vähittäismyymälät mukaan lukien verkkokaupan.

# Liikevaihto kasvoi kaikilla markkina-alueilla, vahvin kasvu muodin sekä laukujen ja asusteiden myynnissä

Liikevaihto markkina-alueittain, 2019 (2018)



Liikevaihto tuotelinjoittain, 2019 (2018)



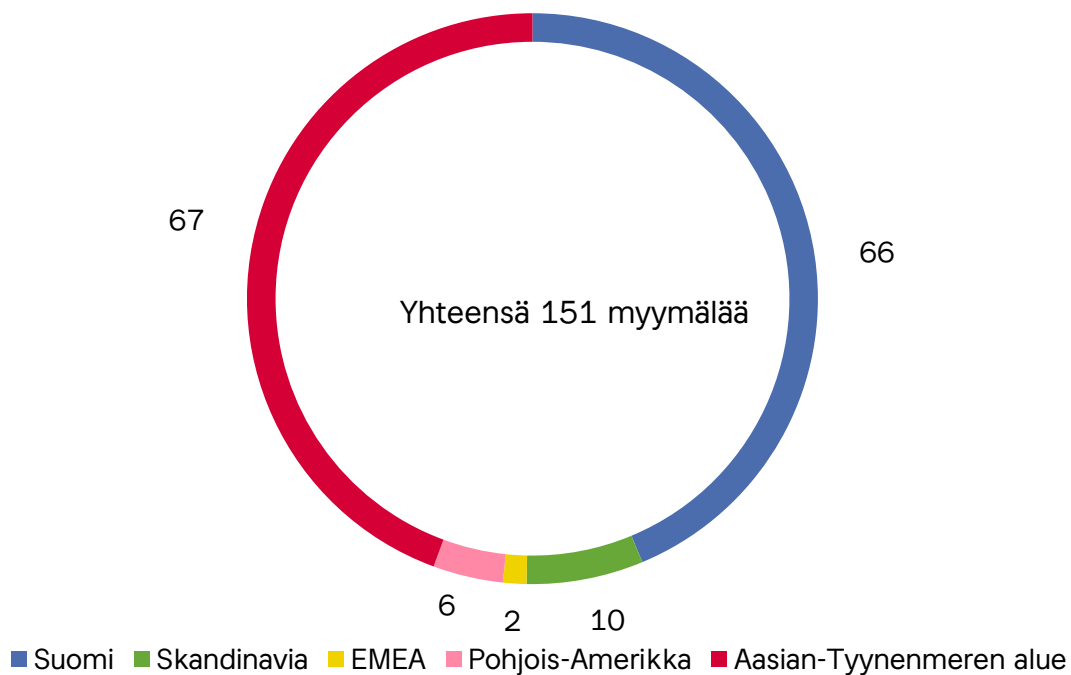
\* Tuoteryhmä kosmetiikkalaukut sisältyy vuoden 2019 alusta kodintuotteiden liikevaihtoon (aiemmin laukut ja asusteet).  
Vertailuluvut 2018 oikaistu vastaavasti.



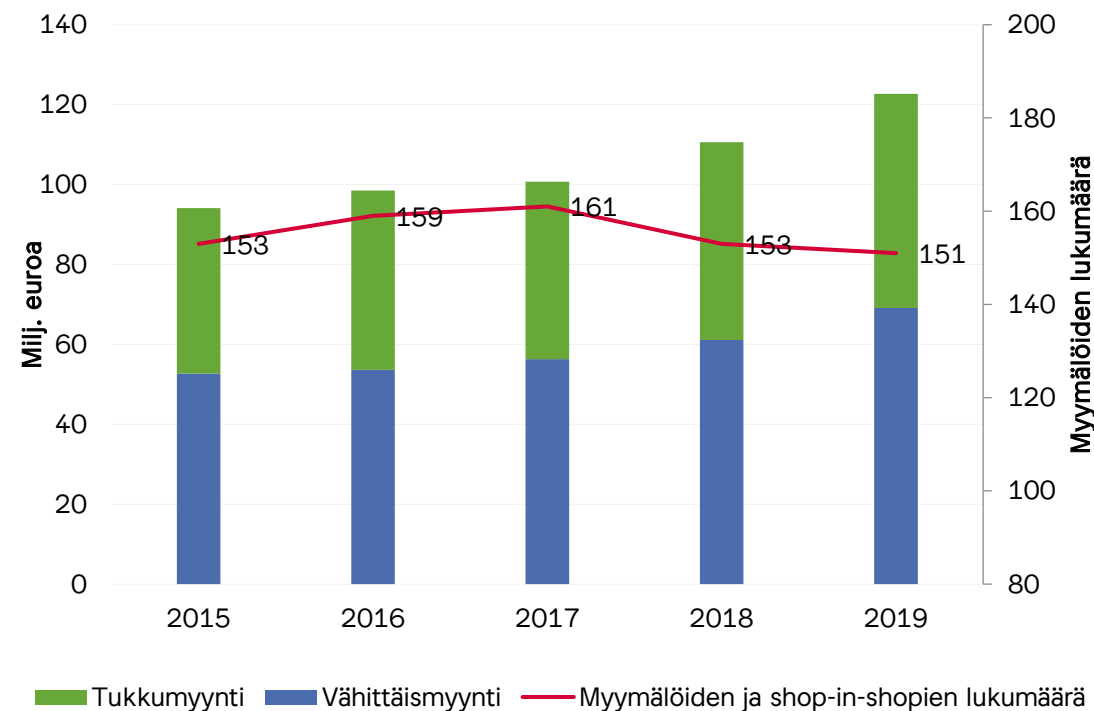
# Myymäläverkosto

56 % MARIMEKKO-MYYMÄLÖISTÄ JA SHOP-IN-SHOPEISTA SIJAITSEE KOTIMARKKINAN ULKOPUOLELLA  
NOIN 150 MYYMÄLÄÄ 15 MAASSA; VERKKOKAUPPA PALVELEE ASIAKKAITA 32 MAASSA

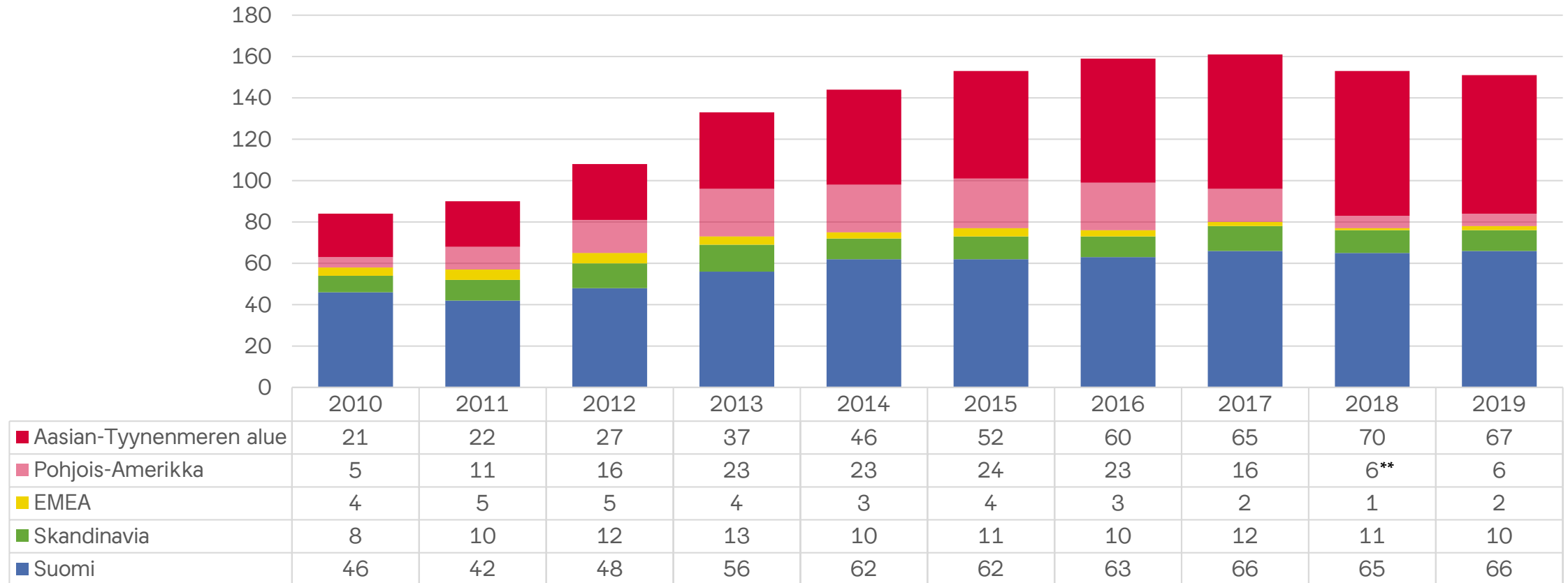
## Globaali myymäläverkosto 2019



## Liikevaihto kanavittain, ml. verkkomyynti



# 151 Marimekko-myymälää\* vuoden 2019 lopussa



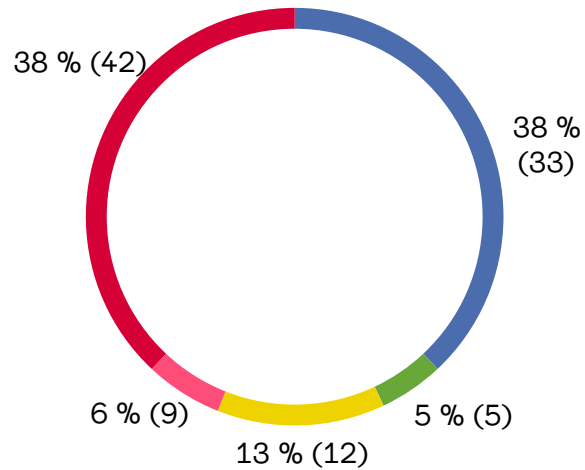
\* Sisältää Marimekon omat vähittäismyymälät, jälleenmyyjäomisteiset Marimekko-myymälät sekä yli 30 m<sup>2</sup>:n suuriset shop-in-shopit. Omia vähittäismyymälöitä vuoden 2019 lopussa 54 (53).

\*\* Yhtiö korjasi Pohjois-Amerikan myymälälukumäärää vuonna 2018 vähentämällä siitä 11 shop-in-shopia, joiden pinta-alat ovat alle 30 m<sup>2</sup>:n raportointirajan. Muutoksella ei ollut vaikutusta raportoituun Pohjois-Amerikan tukkumyyntiin.

# Marimekon brändimyynti +1 % 250,8 milj. euroon (248,4)

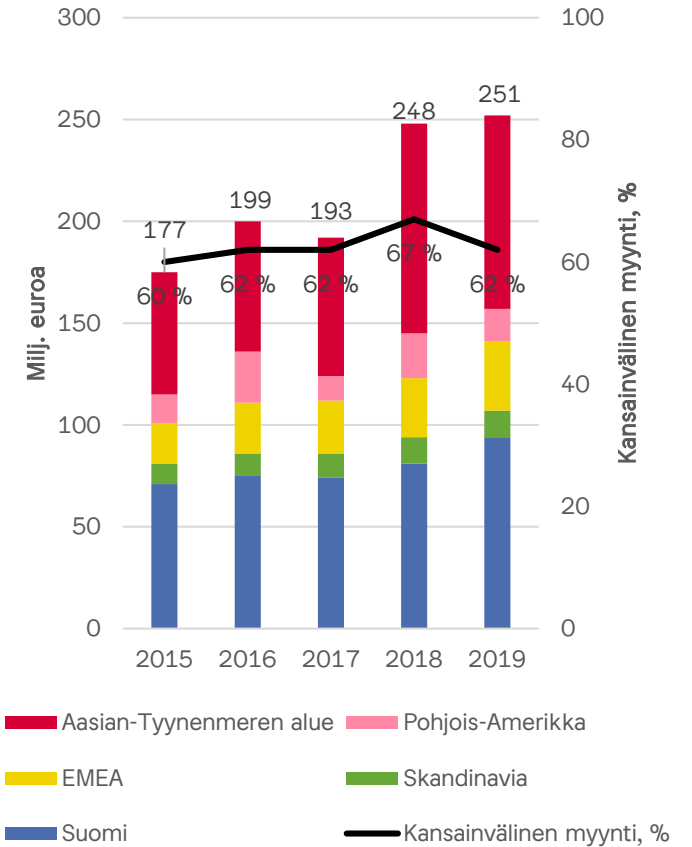
NELJÄNNELLÄ NELJÄNNEKSELLÄ 61 % BRÄNDIMYNNISTÄ TULI ULKOMAILTA (60)

Brändimyynti markkina-alueittain, 2019 (2018)



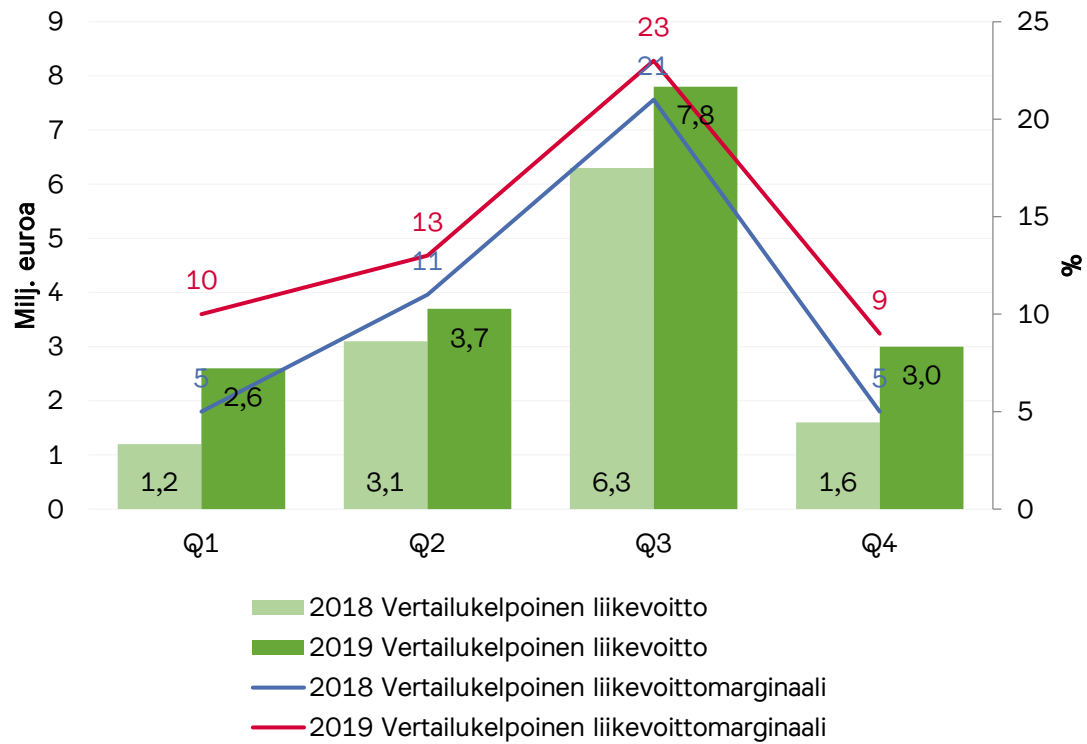
- Suomi
- Skandinavia
- EMEA
- Pohjois-Amerikka
- Aasian-Tyynenmeren alue

Milj. euroa			Muutos %
	2019	2018	
<b>Suomi</b>	<b>94,1</b>	<b>81,2</b>	<b>16</b>
Skandinavia	12,9	12,5	3
EMEA	33,5	29,2	15
Pohjois-Amerikka	15,7	22,0	-29
Aasian-Tyynenmeren alue	94,5	103,5	-9
<b>Kansainvälinen myynti</b>	<b>156,6</b>	<b>167,2</b>	<b>-6</b>
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>250,8</b>	<b>248,4</b>	<b>1</b>



# Vertailukelpoinen liikevoitto kasvoi neljännellä neljänneksellä merkittävästi myynnin kasvun ansiosta

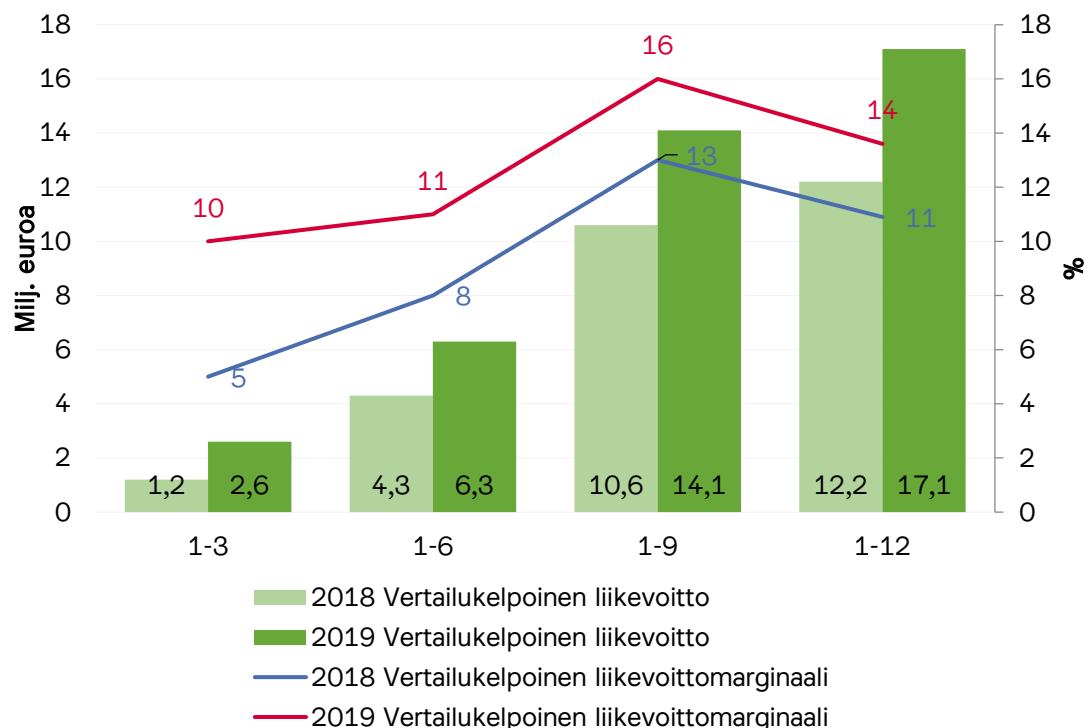
## Vertailukelpoinen liikevoitto



- Liikevoitto 3,0 milj. euroa (1,2), +144 %
- Vertailukelpoinen liikevoitto 3,0 milj. euroa (1,6), +87 %
- + Liikevaihdon kasvu pääosin vähittäis- ja tukkumyynnistä Suomessa sekä vertailukautta paremmasta tukkumyynnistä ja lisenssituotoista Aasian-Tyynenmeren alueella, jossa tukkumyyntiä kasvatti vuoden 2018 lopun toimitusten ajoittuminen osittain vuoden 2019 ensimmäiselle neljännekselle.
- Korkeammat kiinteät kulut, erityisesti panostukset markkinointiin.

# Vertailukelpoinen liikevoitto 2019 parani myynnin kasvun ja suhteellisen myyntikatteen vahvistumisen ansiosta

## Vertailukelpoinen liikevoitto



- Vertailukelpoinen liikevoitto 17,1 milj. euroa (12,2), +40 %
  - Liikevoitto 17,1 milj. euroa (17,7), -3 %
    - Vuoden 2018 liikevoittoon sisältyi yhtiön pääkonttorin myynnistä saatu 6,0 milj. euron kertaluonteinen verotettava myyntivoitto.
    - Etenkin vähittäismyynti Suomessa, tukkumyynti ja lisenssituotot Aasian-Tyynenmeren alueella sekä tukkumyynti EMEA:n alueella kasvattivat liikevaihtoa.
- + Suhteellinen myyntikate parani: normaalihintaisen myynnin hyvä kehitys, maltillisemmat alennuskampanjat, tuotevalikoiman optimointi ja vertailuvuotta suuremmat lisenssituotot
- Korkeammat kiinteät kustannukset



# Vuoden 2019 tapahtumia

# Vuoden 2019 tapahtumia

- Rajoitetun ajan saatavilla ollut yhteistyömallisto globaalin japanilaisen vaatebrändin Uniqlo:n kanssa kansainvälisen bränditunnettuuden rakentamiseksi
- Unisex-katumuotikokoelma Marimekko Kioskin lanseeraus
- Uusi nahkalaukkumallisto
- Vuoden 2016 rajoitetun ajan saatavilla olleen Marimekko for Target -kokoelman osittainen uudelleenlanseeraus
- Henkilöstöanti
- *Ostoksilla Marimekko-kodissa* -palvelun pilotointi Milanossa





## Uusi rajoitetun ajan saatavilla ollut yhteistyömallisto Uniqlon kanssa

- Kevään 2018 menestyksekkään yhteistyön jatkoksi lanseerasimme Uniqlon kanssa toisen rajoitetun ajan saatavilla olleen yhteistyömalliston, jossa Marimekon vahvat kuviot ja värit saivat runsaasti näkyvyyttä eri puolilla maailmaa.
- Uusi syksyn ja talven 2019 yhteistyömallisto sai inspiraationsa Suomen talvesta, ja siihen sisältyi vaatteita ja asusteita naisille ja lapsille.
- Yhteistyö tarjosi tilaisuuden kertoa Marimekon suunnittelufilosofiasta laajalle globaalille yleisölle ja vahvistaa samalla ydinliiketoimintaamme kasvaneen bränditunnettuuden avulla.



# Marimekko Kioski – unisex-katumuotikokoelma

- Marimekko Kioski yhdistää ikonisimmat printtimme unisex-katumuotiin, joka on tällä hetkellä suuressa nosteessa muotimaailmassa.
- Ensiesittely Dover Street Marketissa Tokion Ginzassa; useat tuotteet myytiin loppuun tunneissa.
- Uutta, nuorempaa asiakaskuntaa puhuttelevan kokoelman vastaanotto yhtä innostunutta myös muilla markkinoilla.





## Uusi nahkalaukkumallisto

- Elokuussa lanseerasimme uuden, klassikkolaukkujemme ajattoman muotokielen inspiroiman nahkalaukkukokoelman.
- Uuden malliston ansiosta voimme tarjota asiakkaillemme viimeistellympiä asukokonaisuuksia, entistäkin yhtenäisemmän Marimekko-tyylin.
- Nahkalaukut tukevat tavoitettamme laajentaa asiakaskuntaamme. Laukut ja asusteet ovat tuotteita, joiden avulla on luontevaa innostaa uusia asiakkaita tutustumaan Marimekko-brändiin.
- Laukut ja asusteet tärkeitä muotiliiketoiminnassa – ne muodostavat usein merkittävän osuuden brändien liikevaihdosta.

# Marimekon printit mukana Targetin 20-vuotis- juhlakokoelmassa

- Marimekko yksi 20 brändistä, joiden tuotteita sisältyi yhdysvaltalaisen kauppaketju Targetin eri brändien kanssa 20 vuoden aikana tekemiä designyhteistöitä juhlistavaan kokoelmaan.
- Juhlamallistoon valitut tuotteet olivat alun perin osa vuonna 2016 rajoitetun ajan saatavilla ollutta Marimekko for Target -yhteistyökokoelmaa, joka oli saanut inspiraationsa Suomen kesästä. Kaikki kokoelman kuviot olivat Maija Isolan suunnittelemia.
- Brändiyhteistöillä merkittävä rooli Marimekon kansainvälisen bränditunnettuuden rakentamisessa ja laajemman asiakaskunnan tavoittamisessa.





## Henkilöstöanti Suomessa

- Maaliskuussa tarjottiin enintään 150,000 uutta osaketta henkilöstön ja yhtiöön freelancesuhteessa olevien suunnittelijoiden merkittäväksi.
- Puolet merkintään oikeutetuista osallistui antiin, joka järjestettiin edullisin ehdoin.
- Suuri osa marimekkolaisia on yhtiön osakkeenomistajia ja osallistuu näin yhtiön tulevaisuuden rakentamiseen myös omistajan roolissa.
- Yhteensä 40 224 uuden osakkeen merkintää hyväksyttiin.

# *Ostoksilla Marimekko-kodissa - palvelun pilotointi Milanossa*

- Marimekko haluaa haastaa perinteistä tapaa tehdä vähittäismyyntiä yhdistämällä fyysisen ja digitaalisen maailman innostavaksi ja helpoksi asiakaskokemukseksi.
- Milanon designviikon yhteydessä huhtikuun 2019 alussa pilotoitiin uutta palvelua tuomalla ostovalmis Marimekko-koti kaupungin sydämeen.
- Uudessa palvelussa kodinomaisesti sisustettu fyysinen tila yhdistettiin digitaaliseen ostokokemukseen.





# Näkymät 2020

# Markkinanäkymät 2020

## Suomi

- Suomi edustaa noin puolta yhtiön liikevaihdosta.
- Myynnin Suomessa odotetaan kasvavan edellisvuodesta.
- Vuoden 2020 tukkumyyntiin Suomessa vaikuttavat positiivisesti kertaluonteiset kampanjatoimitukset, joiden kokonaisarvo on viime vuotta merkittävästi suurempi. Toimitukset painottuvat voimakkaasti toiselle vuosipuoliskolle.

## Aasian-Tyynenmeren alue

- Aasian-Tyynenmeren alue on Marimekon toiseksi suurin markkina, ja sillä on tärkeä rooli yhtiön kansainvälistymisessä.
- Japani on Marimekolle selvästi merkittävin maa tällä alueella. Muiden maiden yhteenlaskettu osuus yhtiön liikevaihdosta on vielä suhteellisen pieni, koska toiminta näissä maissa on varhaisemmassa vaiheessa kuin Japanissa.
- Japanissa on jo varsin kattava Marimekko-myymlöiden verkosto. Myynnin kasvua tukee olemassa olevien myymälöiden toiminnan kehittäminen, tuotevalikoiman optimoiminen ja verkkomyynnin lisääminen.
- Koronaviruksen vaikutukset, jotka tällä hetkellä keskittyvät erityisesti Aasian-Tyynenmeren alueelle, ovat vielä epävarmat, mutta epidemia voi heikentää myyntiä, kannattavuutta ja globaalin hankintaketjun toimintavarmuutta. Noin 15 prosenttia Marimekon tuotteista valmistetaan Kiinassa. Marimekon tämänhetkisen arvion mukaan liikevaihdon Aasian-Tyynenmeren alueella odotetaan kuluvana vuonna kuitenkin edelleen nousevan. Yhtiö näkee kasvavaa kysyntää tuotteilleen tällä alueella etenkin pidemmällä aikavälillä.

## Lisäksi

- Marimekko on ryhtynyt toimenpiteisiin tietoonsa tulleiden harmaanvientitapausten kontrolloimiseksi, millä on selvästi heikentävä vaikutus yhtiön myyntiin ja tulokseen.
- Lisenssituottojen vuonna 2020 arvioidaan olevan edellisvuotta merkittävästi alemmat.

Marimekko panostaa aiempaa mittavammin entistä vahvemman kasvun ja kannattavuuden saavuttamiseksi pitkällä aikavälillä. Kiinteiden kustannusten arvioidaan tästä syystä nousevan merkittävästi edellisvuodesta.

- Yhtiö vahvistaa edelleen kasvuun tarvittavaa kansainvälisen liiketoiminnan osaamistaan, ja henkilöstökustannusten ennakoidaan olevan selvästi edellisvuotta suuremmat.
- Markkinointikustannusten arvioidaan kasvavan (2019: 7,4 milj. euroa), kun yhtiö lisää panostuksiaan tunnettuuden kasvattamiseksi puhutellakseen entistä laajempaa globaalia kohdeyleisöä.
- Myös kokonaisinvestointien odotetaan nousevan huomattavasti edellisvuodesta (2019: 2,6 milj. euroa): yhtiö uudistaa ja laajentaa myymäläverkostoa sekä kehittää digitaalista liiketoimintaa ja tietojärjestelmiä vahvistaakseen kansainvälistä kilpailukykyään.
- Johtoryhmälle suunnatun pitkäaikaisen osakeperusteisen kannustinjärjestelmän laskennalliset vaikutukset riippuvat yhtiön osakkeen kurssikehityksestä vuoden aikana.

# Kasvun vetureita 2020

- Yhtiön kasvun vetureita ovat verkkomyynti, olemassa olevien myymälöiden neliömyynnin kasvattaminen kaikilla markkinoilla sekä partnerivetoinen Aasian-vähittäiskauppa.
- Myös kertaluonteisilla kampanjatoimituksilla on merkittävä vaikutus yhtiön kasvuun.
- Tavoitteena on avata noin 10 uutta Marimekko-myymälää ja -shop-in-shopia vuonna 2020. Uusien avausten pääpaino on jälleenmyyjävetoisissa Marimekko-myymälöissä.





# Kausiluonteisuus 2020

Marimekon liiketoiminnan kausiluonteisuudesta johtuen liikevaihto- ja tulokertymä painottuu yleensä tilivuoden kahdelle viimeiselle neljännekselle, ja näin arvioidaan olevan myös vuonna 2020, erityisen voimakkaasti varsinkin tuloksen osalta, mihin vaikuttaa myös kasvupanostusten ajoitus. Vuoden viimeisellä neljänneksellä joulukaupan osuus myynnistä on merkittävä.





## Taloudellinen ohjeistus vuodeksi 2020

Marimekko-konsernin liikevaihdon arvioidaan vuonna 2020 olevan edellisvuotista korkeampi.

Vertailukelpoisen liikevoiton ennakoidaan olevan suunnilleen edellisvuoden tasolla tai korkeampi.

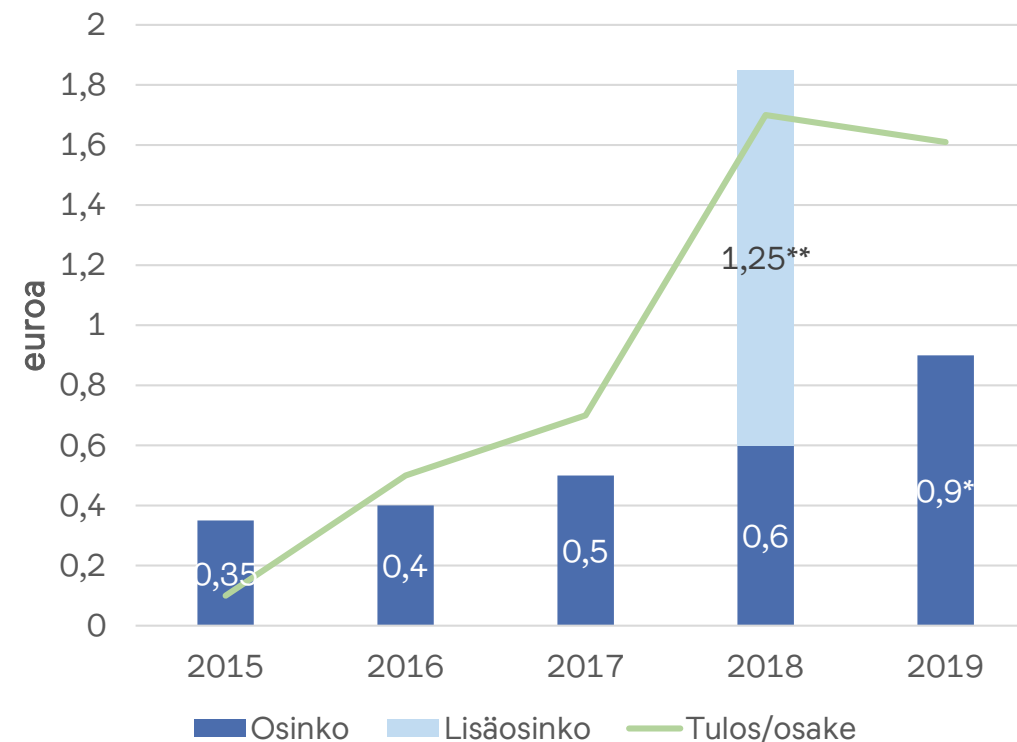
# Ehdotus osingoksi vuodelta 2019

Emoyhtiön jakokelpoiset varat 31.12.2019 olivat 30 513 318,98 euroa; tilikauden voitto oli 14 830 616,17 euroa.

Hallitus ehdottaa varsinaiselle yhtiökokoukselle, että vuodelta 2019 maksetaan osinkoa **0,90 euroa osakkeelta**.

Hallitus ehdottaa, että osingonmaksun täsmäytyspäivä on 14.4.2020 ja osingon maksupäivä 21.4.2020.

Tavoite: osinko osakekohtaisesta tuloksesta vuosittain vähintään 50 %



\* Hallituksen ehdotus yhtiökokoukselle.  
 \*\* Vuodelta 2018 maksettiin varsinaista osinkoa 0,60 euroa osaketta kohden sekä lisäosinkona 1,25 euroa osakkeelta. Lisäosinkoa maksettiin koska Marimekon pääkonttorin myynti keväällä 2018 vahvisti yhtiön taloudellista asemaa.

# Liitteet

# Tuloslaskelma

Milj. euroa	10-12/2019	10-12/2018	1-12/2019	1-12/2018
<b>Liikevaihto</b>	<b>34,7</b>	<b>29,7</b>	<b>125,4</b>	<b>111,9</b>
Liiketoiminnan muut tuotot	0,1	0,2	0,6	6,5
Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos	-1,0	-0,3	0,4	1,2
Aineiden ja tarvikkeiden käyttö	-12,6	-11,0	-45,4	-42,1
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	-7,6	-7,6	-27,8	-26,2
Poistot ja arvonalentumiset	-3,2	-0,5	-12,5	-2,5
Liiketoiminnan muut kulut	-7,3	-9,3	-23,6	-31,1
<b>Liikevoitto</b>	<b>3,0</b>	<b>1,2</b>	<b>17,1</b>	<b>17,7</b>
Rahoitustuotot ja -kulut	-0,3	0,0	-1,0	-0,2
<b>Tulos ennen veroja</b>	<b>2,7</b>	<b>1,3</b>	<b>16,2</b>	<b>17,6</b>
Tuloverot	-0,6	-0,4	-3,1	-3,9
<b>Tilikauden tulos</b>	<b>2,1</b>	<b>0,9</b>	<b>13,0</b>	<b>13,7</b>

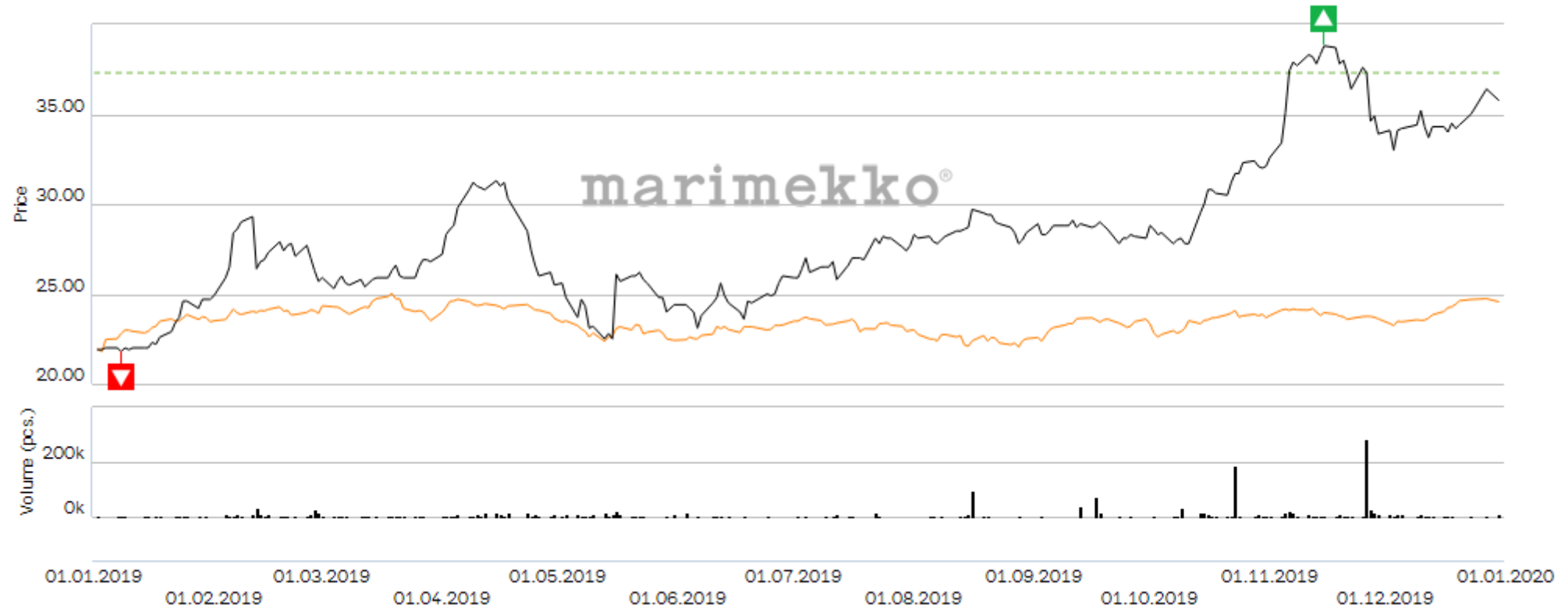
## Tase

<b>Milj. euroa</b>	<b>31.12. 2019</b>	<b>31.12. 2018</b>	<b>Milj. euroa</b>	<b>31.12. 2019</b>	<b>31.12. 2018</b>
Pitkäaikaiset varat	41,6	4,9	Oma pääoma yhteensä	38,9	40,0
Vaihto-omaisuus	22,6	22,1	Rahoitusvelat	26,0	0,2
Muut lyhytaikaiset varat	6,6	6,9	Muut pitkäaikaiset velat	1,6	0,4
Rahavarat	26,1	23,2	Lyhytaikaiset velat	30,4	16,5
<b>Varat, yhteensä</b>	<b>96,9</b>	<b>57,1</b>	<b>Oma pääoma ja velat, yhteensä</b>	<b>96,9</b>	<b>57,1</b>

# Rahavirtalaskelma

Milj. euroa	1-12/2019	1-12/2018
Liiketoiminnan rahavirta ennen käyttöpääoman muutosta	29,7	14,1
Käyttöpääoman muutos	2,9	1,5
Liiketoiminnan rahavirta ennen rahoituseriä ja veroja	32,5	15,7
Rahoituserät ja verot	-3,6	-3,5
Liiketoiminnan rahavirta	29,0	12,2
Investointien rahavirta	-1,6	9,4
Rahavirta ennen rahoituksen rahavirtoja	27,4	21,7
Omien osakkeiden hankinta	-	-0,3
Lyhytaikaisten lainojen nostot	0,3	-
Henkilöstöanti	0,7	-
Leasingmaksut	-10,4	-
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-	-0,3
Maksetut osingot	-15,0	-4,0
Rahavarojen muutos	3,0	17,0
Rahavarat kauden alussa	23,2	6,2
Rahavarat kauden lopussa	26,1	23,2

# Osakekurssin kehitys 2019





# Suurimmat osakkeenomistajat

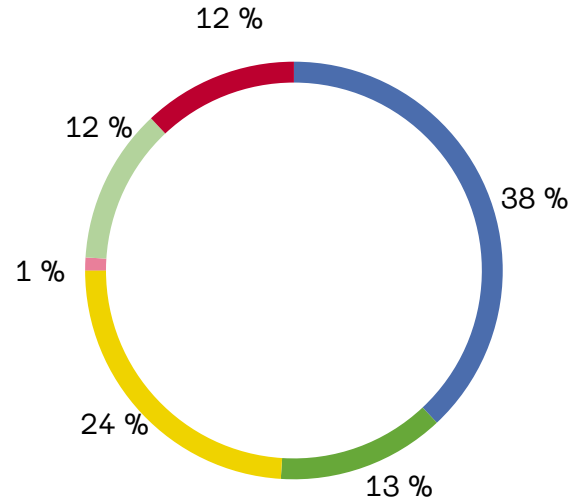
TILANNE 31.12.2019

**Marimekon osake**  
**noteerataan Nasdaq Helsingin**  
**kulutustavarat-**  
**toimialaryhmässä**  
 - 1999, I-lista  
 - 2002, päälista

**Markkina-arvo**  
 ~ 290,3 milj. euroa

**11 511 osakkeenomistajaa**

Osakkeenomistajat sektoreittain, %



- Kotitaloudet
- Rahoitus- ja vakuutuslaitokset
- Yritykset ja asuntoyhteisöt
- Voittoa tavoittelemattomat yhteisöt
- Julkisyhteisöt
- Hallintarekisteröidyt ja ulkomaiset omistajat

Osakkeenomistaja	Osakkeita ja ääniä	%
PowerBank Ventures Oy (Mika Ihamuotila)	1 017 700	12,52
Moomin Characters Oy Ltd	453 740	5,58
Keskinäinen eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen	395 419	4,86
Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma	385 920	4,75
Ehrnrooth Anna Sophia	369 024	4,54
Sijoitusrahasto Evli Suomi Pienyhtiöt	245 894	3,03
Oy Etra Invest Ab	233 000	2,87
Sijoitusrahasto Nordea Nordic Small Cap	199 885	2,46
Odin Norden	195 594	2,41
Eläkevakuutusosakeyhtiö Veritas	160 470	1,97

# 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

Viestintäjohtaja **Anna Tuominen**

p. 040 584 6944

anna.tuominen@marimekko.com



[marimekko.com](http://marimekko.com)  
[company.marimekko.com](http://company.marimekko.com)  
[facebook.com/marimekkodesignhouse](https://facebook.com/marimekkodesignhouse)  
[instagram.com/marimekko](https://instagram.com/marimekko)  
[twitter.com/marimekkoglobal](https://twitter.com/marimekkoglobal)  
[pinterest.com/marimekkodesign](https://pinterest.com/marimekkodesign)  
[youtube.com/marimekkovideo](https://youtube.com/marimekkovideo)