

VUOSI 2018



**STOCKMANN**

---

**STOCKMANN TARJOAA** korkealaatuisen valikoiman brändejä, erinomaista asiakaspalvelua ja inspiroivia ostoksia tavarataloissa, muotimyymälöissä ja verkkokaupoissa. Oma *valikoimamme keskittyy muotiin, kauneuteen ja kodin tuotteisiin* sekä Baltiassa myös Stockmann Herkkuun. Valikoimaa täydentävät partnereiden korkealaatuiset tuotteet ja palvelut. *Visiomme on olla ensimmäinen inspiraation lähde moderniin, urbaaniin elämään* asiakkaillemme.

 **STOCKMANN**  
STOCKMANN.COM

**LINDEX**  
LINDEX.COM

---







## SISÄLTÖ

- 2 Stockmann vuonna 2018
- 4 Toimitusjohtajan katsaus
- 6 Strategia
- 8 Liiketoimintayksiköt lyhyesti
- 10 Muoti
- 12 Kauneus
- 14 Koti
- 16 Tuloskehitys vuonna 2018
- 17 Yhteystiedot



### RAPORTOINTIMME

Stockmannin vuoden 2018 raportointi sisältää neljä katsausta: Vuosi 2018 -liiketoimintakatsaus, talouskatsaus, hallinnointikatsaus ja vastuullisuuskatsaus. Talouskatsaus sisältää hallituksen toimintakertomuksen ja tilinpäätöksen. Vastuullisuuskatsaus sisältää GRI-standardin mukaisen tarkemman kuvauksen vastuullisuustyön tuloksista.

Kaikki katsaukset ovat saatavilla suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi osoitteessa [vuosi2018.stockmanngroup.com](http://vuosi2018.stockmanngroup.com). Liiketoimintakatsaus on saatavilla myös painettuna versiona.



**DIGITALISAATIO // TAMMIKUU**

**LISÄVAUHTIA DIGIKIIHDYTYKSESTÄ**

Stockmann käynnisti tammikuussa #digikiihdytys-hankkeen tavoitteenaan verkkokaupan kasvattaminen ja monikanavaisuuden vahvistaminen.

Digikiihdytyksen vauhti on ollut kova. Vuoden 2018 aikana Stockmann tuplasi verkkokauppansa valikoiman ja toi lähes koko Helsingin-tavaratalon tuotevalikoiman ostettavaksi stockmann.comista. Merkittävästi laajentunut tuotevalikoima on nyt asiakaskunnan saatavilla koko Suomessa.

Vuoden aikana Stockmann avasi Helsingin-tavarataloon Click & Collect -noutopisteen verkko-ostosten noutoa varten. Stockmann avaa keväällä 2019 markkinapaikan, joka mahdollistaa uusien kumppaneiden ja tuotealueiden tuomisen stockmann.comiin.

Lindex on panostanut suuresti digitaaliseen transformatioon ja automaatioon viime vuosina. Digikiihdytys on vaikuttanut omiin ja kolmansien osapuolten alustoihin, verkkokauppaan ja myyntikanaviin sekä myymälöiden ja asiakkaille tarjottaviin ratkaisuihin.

**LUE LISÄÄ**

vastuullisuustyöstämme yhteiskuntavastuun katsauksesta [vuosi2018.stockmanngroup.com](http://vuosi2018.stockmanngroup.com)

**UUTTA TARJONTAA // PALVELUT**

**UUSIA RAVINTOLOITA STOCKMANN-TAVARATALOISSA**



Stockmann-tavarataloissa avautui vuoden aikana useita uusia ravintoloita. Helsingin-tavaratalon katutasoon aukesi kolmesta ravintolasta koostuva ravintolamaailma, jota operoi Royal Ravintolat. Turun ja Tampereen tavaratalojen yhteyteen avautui raaka-herkkuja tarjoileva kahvila Powau, ja Tampereen-tavaratalo sai oman Hanko Sushi -ravintolansa syksyllä. Helsingin-tavaratalon katolla komeileva terrassiravintola avattiin vappuna yhden kerroksen korkeampana.



**JOHTO // LINDEX**

**UUSI TJ LINDEXILLE**

Lindexin uudeksi toimitusjohtajaksi nimitettiin *Susanne Ehnbåge*. Hän aloitti Lindexillä elokuussa 2018.

**MONIMUOTOISUUS // KESÄKUU**

**PRIDE JUHLINTAA & ONE WAYN PALUU**

Stockmann oli yksi Helsinki Pride'n ylpeistä yhteistyökumppaneista ja juhli Pridea näyttävämmin kuin koskaan. Lisäksi Stockmann tarjosi tilan Pride Houselle, joka toimi tapahtuman infopisteenä, työpaja- ja paneelikeskustelualueena sekä taidenäyttelyiden paikkana. Stockmann toi rakastetun One Wayn takaisin Helsingin-tavarataloon syyskuussa unisex-muotia esittelevän pop up -myymälän muodossa. Kampanjajaiden lähti halusta herättää keskustelua pukeutumista rajoittavista tyylinormeista ja tuulettaa muotialan perinteisiä jakolinjoja. Pop up sai innostuneen vastaanoton ja myös laajaa kansainvälistä mediahuomiota.

**PARTNERIT // TOUKOKUU**

**SVENSKT TENNIN VÄRILOISTOA HELSINGIN-TAVARATALOSSA**

Rakastetun ruotsalaisbrändi Svenskt Tennin pop up -myymälä avautui Helsingin Stockmannin sisustusosastolle toukokuussa. Pop upin valikoimiin sisältyy mm. merkin värikkäitä tekstiilituotteita ja tapetteja sekä tyylikkäästä sisustusesineistä ja kalusteista.





VASTUULLISUUS // SYYSKUU

## VASTUULLISUUSTYÖ ETENI HYVIN

Vastuullisista materiaaleista valmistettujen tuotteiden osuus kasvoi merkittävästi vuonna 2018. Stockmannin omissa brändeissä osuus on jo yli 30 % ja Lindexillä 55 %. Stockmann-tavaratolot ovat tarjonneet vaatteiden ja asusteiden kierrätysmahdollisuuden Emmy-keräyslaatikoiden muodossa helmikuusta 2017 lähtien. Yhteistyö laajentui syyskuussa, kun kaksi Emmy-keräyspistettä muutti Tallinnan-tavarataloon. Myös Stockmannin yhteiskuntavastuustrategia uusittiin vuoden aikana.



RUOKA // TAMMIKUU

## HERKUN MYYNTI TOTEUTTU

Stockmann Herkun Suomen -liiketoiminnan myynti S-ryhmän alueellisille osuuskunnille saatettiin päätökseen tammikuussa 2018. Herkun myymälät jatkoivat laadukkaina elintarvikemyymälöinä kaikissa Stockmannin tavarataloissa. Suomessa alueelliset osuuskunnat aloittivat vuokralaisina ja alivuokralaisina Stockmannin kiinteistöissä. Baltiassa Stockmann jatkaa Herkun liiketoimintaa itse. Tallinnan tavaratalossa Herkkua uusitaan vuonna 2019.

MARKKINOINTI // MAALISKUU

## STOCKWOMANN

Stockmann vaihtoi maaliskuussa naistenpäivän kunniaksi nimensä Stockwomanniksi. Värikästä, kahden kuukauden mittaista kampanjaa tähditti näyttelijä *Seela Sella*. Stockwomann tarjosi erityisesti inspiraatiota rohkeisiin tyylivalintoihin ja haastoi naiset kyseenalaistamaan heitä rajoittavia tyylinormeja. Myös Stockmann Magazine ilmestyi nimellä Stockwomann Magazine. Lehden upea kevätnumeron kansipalkittiin kansainvälisessä Folio: Eddie & Ozzie Awards -kilpailussa New Yorkissa.



LINDEX // VERKKOKAUPPA

## LINDEX YHTEISTYÖHÖN SUOSITTUJEN MUOTISIVUSTOJEN KANSSA

Lindex vahvisti kilpailukykyään aloittamalla yhteistyön suosittujen muotisivustojen Nellyn ja Asoksen kanssa kesän ja syksyn aikana. Asos ja Nelly myyvät verkkokaupoissaan Lindexin alusvaatteita ja yöasuja asiakkailleen ympäri maailmaa.





*Vuoden 2018 aikana jatkoimme uudistumista ja panostimme erityisesti digitaaliseen liiketoimintaan. Seuraavana tavoitteenamme on nopeuttaa muutosvauhtia.*

**LAURI VEIJALAINEN**  
TOIMITUSJOHTAJA



# STRATEGISTEN HANKKEIDEN TOTEUTTAMINEN ETENEÄ

Vuoden hienoin saavutus Stockmann-konsernissa oli Lindexin onnistunut suunnanmuutos heikon vuoden 2017 jälkeen. Lindex onnistui kasvattamaan markkinaosuuttaan päämarkkinoillaan, ja verkkokaupan hyvä kehitys jatkui läpi vuoden. Lindexin oikaistu liikevoitto lähes kaksinkertaistui myynnin kasvun, paremman myyntikatteen ja kustannussäästöjen vuoksi, ja tämän ansiosta koko konsernin oikaistu liiketulos parani.

Real Estaten hankkeet etenivät suunnitellusti. Toukokuussa Stockmann myi Helsingin keskustassa sijaitsevan Kirjatalo-kiinteistönsä AEW Europe City Retail Fund -rahastolle. Venäjältä vetäytymisen strategia sinetöitiin lokakuussa, kun teimme sopimuksen Pietarissa sijaitsevan Nevsky Centre -kauppakeskuskiinteistön myymisestä PPF Real Estate -kiinteistösiirtoyhtiölle. Kauppa saatettiin päätökseen ja kiinteistö siirtyi uusille omistajille tammikuussa 2019. Kaupan myötä Stockmannin oma pitkäaikainen toiminta Venäjällä päättyi, mutta läsnäolo jatkuu lisenssisopimuksen kautta. Stockmann käytti kiinteistöjen myyntitulot pankkilainojensa takaisinmaksuun. Konsernin nettovelkojen määrä alenikin vuoden aikana 196 miljoonaa euroa. Nettovelka laski edelleen noin 141 miljoonaa euroa tammikuussa 2019 Nevsky Centren myynnin vuoksi.

Toimenpiteistämme huolimatta Stockmann Retail ei yltänyt positiiviseen tulokseen. Koko vuoden 2018 myynti jäi selvästi tavoitteesta ja oli meille iso pettymys. Liiketulos heikkeni pääosin viimeisen vuosineljänneksen aikana. Käynnistimme alkuvuodesta 2019 hankkeen, jonka tavoitteena on konsernin kulutason alentaminen 20 miljoonalla eurolla kuluvan vuoden loppuun mennessä. Lisäksi tavoitteenamme on parantaa myyntikatetta ja nopeuttaa uudistuksia, joiden tulokset näkyvät asiakkaille kuluvan vuoden aikana. Pääosa toimenpiteistä kohdistuu Retail-liiketoimintayksikköön.

Vuoden 2018 alussa käynnistimme #digikiihdytys-hankeen, jonka tavoitteena on verkkokauppamme kasvattaminen ja monikanavaisuuden vahvistaminen. Olemme panostaneet digitaalisen osaamisen lisäämiseen ja palkanneet runsaasti digiosaajia uusiin tehtäviin. Määrätietoinen

työmme on tuottanut tulosta, ja loppuvuodesta stockmann.com-verkko-kaupan valikoima tuplaantui, kun lähes koko Helsingin-tavaratalon valikoima lisättiin ostettavaksi myös verkosta. Vuoden 2019 aikana jatkamme systemaattisesti panostuksiamme digitalisuuden kehittämiseen sekä Stockmannilla että Lindexillä.

Lokakuussa kerroimme lanseeraavamme muotiin, kauneuteen ja kodin designiin keskittyvän markkinapaikan keväällä 2019. Olemme rakentaneet markkinapaikkaa yhdessä kumppaneidemme kanssa keväästä 2018 alkaen. Markkinapaikka mahdollistaa uusien partnereiden, liiketoimintamallien ja tuotealueiden tuomisen osaksi verkkokauppamme ja avaa digitaaliset ovet uusille brändeille. Samanaikaisesti laajennamme merkittävästi omaa tuotetarjontaamme ja digitaalisia palveluitamme stockmann.comissa. Tavoitteenamme on alan paras asiakaskokemus myös digitaalisesti.

Vuoden 2018 vastuullisuustyön kohokohtia olivat mm. vastuullisuusstrategiamme uusiminen, luomupuuvillan ja muiden ympäristöystävällisten kuitujen merkittävä lisääminen Lindexin ja Stockmannin omien merkkien vaatteissa ja hiilijalanjälkemme pienentäminen. Toimme myös entistä enemmän vastuullisia vaihtoehtoja valikoimiimme kaikilla tuotealueilla.

Kiitokset kaikille stockalaisille, asiakkaillemme, omistajillemme sekä sidosryhmillemme hyvin sujuneesta yhteistyöstä ja panoksestanne vuoden aikana. Tavoitteenamme vuonna 2019 on vahvistaa asemaamme markkinoillamme niin asiakaskokemuksen, digitaalisten palveluiden kuin yrityksen kannattavuuden osalta. Jatkamme edelleen määrätietoisesta työtämme suunnanmuutoksen saavuttamiseksi ja toimintamme kokonaisvaltaiseksi kehittämiseksi.

**Lauri Veijalainen**  
Toimitusjohtaja  
@LauriVeija

# AINUTLAATUINEN ASIAKASKOKEMUS DIGITALISAATIOILLA

*Vuonna 2018 käynnistyneellä strategiakaudella Stockmannin ja Lindexin toiminnan ytimessä ovat erinomainen asiakaskokemus ja digitalisaation tuomien mahdollisuuksien hyödyntäminen.*

**V**ähittäiskauppa on murroksessa digitalisaation muuttaessa alan liiketoimintamalleja. Verkkokauppa kasvaa nopeasti, hintakilpailu kiristyy ja erityisesti markkinapaikat ovat laajentaneet kilpailun globaaliksi.

Samanaikaisesti kuluttajat etsivät kivijalasta ainutlaatuisia elämyksiä. Vastuullinen kuluttaminen kasvaa. Vastatakseen näihin megatrendeihin Stockmann-konsernin strategia vuosille 2018–2021 keskittyy digitaaliseen muutokseen ja ainutlaatuisen asiakaskokemuksen kehittämiseen.

Stockmann Retailin tavoitteena on tarjota asiakkaille kaikissa kanavissa ainutlaatuinen Stockmann-kokemus, jossa yhdistyvät edelläkävijyys, ensiluokkaisuus ja saumattomuus. Tulevaisuuden tavaratalo erottuu kilpailijoista ainutlaatuisen Stockmann-kokemuksen avulla. Stockmann keskittyy omassa valikoimassaan muotiin, kauneuteen ja kotiin sekä Baltiassa myös ruokaan luoden kokonaisvaltaisen asiakaskokemuksen, joka kattaa laadukkaan valikoiman ja ajankohtaisimmat trendit, monipuoliset palvelut ja elämykset, inspiroivan ostosympäristön ja henkilökohtaiset edut. Ensiluokkainen ostoskokemus tarjotaan kaikissa kohtaamisissa niin tavarataloissa kuin verkkokaupassakin. Stockmannin vahvuus on moderni ja ajankohtainen laaja valikoima, joka sopii erityisesti skandinaaviseen elämäntyyliin. Inspiroimme ja tuemme asiakkaita vastuulliseen kuluttamiseen tuomalle esille vastuullisia vaihtoehtoja.

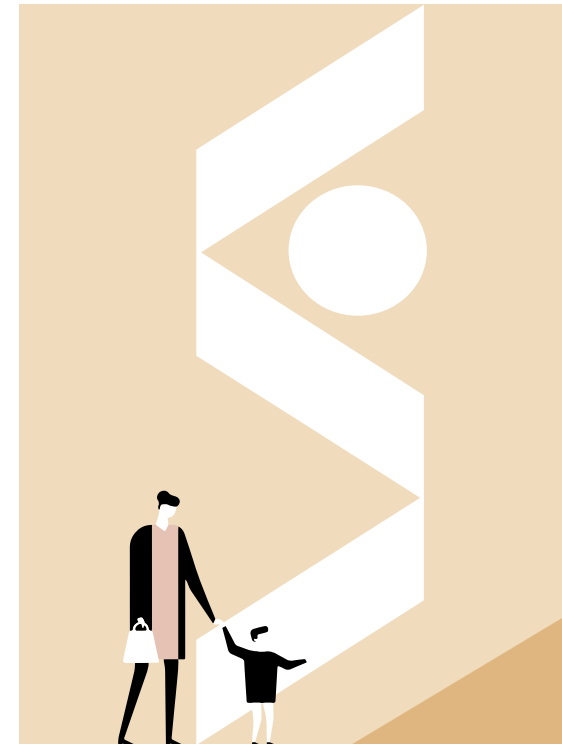
Lindexin strategiana on vahvistaa Lindex-brändiä ja sen kansainvälistymistä. Sen tavoitteena on olla yksi muotialan vastuullisimmista, avoimimmista ja luotettavimmista toimijoista. Lindex haluaa uuden visionsa mukaan voimaannuttaa ja inspiroida naisia ympäri

maailmaa. Lindex tarjoaa laajan valikoiman muotia, johon kuuluu useita naisten muodin konsepteja, lastenvaatteita, alusvaatteita ja kosmetiikkaa. Lindexin muodille on tunnusomaista hyvä istuvuus ja laatu sekä trendikkyys. Vaatteet on valmistettu kestäväällä ja vastuullisella tavalla. Lindexin kansainvälinen toiminta perustuu sekä omien myymälöiden että franchising-kumppaneiden myymälöihin. Asiakaslähtöisyys ja pyrkimys jatkuvaan parantamiseen ovat tehneet Lindexistä vahvan pelaajan monikanavaisuudessa.

Real Estate keskittyy kasvattamaan Stockmann-konsernin omistamien kiinteistöjen arvoa Helsingin, Tallinnan ja Riian keskustassa ja johtaa vuokrakiinteistöjen hallinnointia. Tiiviissä yhteistyössä Stockmann Retailin kanssa se parantaa asiakaskokemusta etsimällä parhaat, Stockmannin omaa tarjontaa täydentävät ja elämyksiä tarjoavat yhteistyökumppanit. Liiketoimintayksikön strategisena tavoitteena on kehittää omista kiinteistöistä näiden kaupunkien ainutlaatuisia destinaatioita. Erityisesti Helsingin keskustan tavaratalon ylimpien kerrosten vetovoimaa kehitetään.

Sekä Lindex että Stockmann Retail panostavat voimakkaasti liiketoiminnan digitalisaatioon. Verkkokaupan tuotteiden määrää on kasvatettu tuomalla koko tavaratalovalikoima sekä kumppaneiden tuotteita verkkoon. Stockmann suunnittelee verkkokaupansa laajentamista Baltiaan. Keväällä 2019 Stockmann avaa Suomeen muotiin, kauneuteen ja kodin designiin keskittyvän markkinapaikan, ja vuoden aikana uudistuu myös kanta-asiakasjärjestelmä. Lindexissä ja Stockmann Retailissa henkilökohtainen kokemus varmistetaan asiakasdataa ja teknologiaa hyödyntämällä ja tuomalla asiakkaille joustavia verkko-ostamisen noutomahdollisuuksia, kuten Click & Collect -palvelut. Stockmannilla digiosaamisen lisäämiseen panostetaan ja digitaalisia HR-palveluita esim. työvuorosunnittelun osalta on otettu käyttöön. Lindex on rakentanut digitalisaatiosta koko liiketoimintastrategiaansa tukevan osan. Se on solminut yhteistyökumppanuuksia, joiden myötä Lindexin tuotteita myydään myös muissa kansainvälisissä verkkokaupoissa.

Koko konsernin strategisena tavoitteena on velkatason ja käyttöpääoman pienentäminen sekä prosessien nopeuttaminen ja yksinkertaistaminen, mikä mahdollistaa toiminnan tehostamisen ja kustannustason alentamisen.



## STRATEGISET TAVOITTEEMME 2018–2021 //

### DIGIKIIHDYTYS

### TULEVAISUUDEN TAVARATALO

### MUODIN, KAUNEUDEN JA KODIN ASIAKASKOKEMUS

### AINUTLAATUISET, URBAANIT DESTINAATIOT

### TOIMINNAN LAADUKKUUS JA KUSTANNUSTEHOKKUUS

### IHMISET JA ASIAKAS- KESKEINEN KULTTUURI



## MEGATRENDIT //

Digitalisaatio | Kestävä kehitys | Kaupungistuva demografia | Maailmanlaajuinen kilpailu | Kulutustyylien sekoittuminen | Yksilölliset kokemukset



## FOKUKSEMME //

# ASIAKAS

Tarjoamme enemmän inspiraatiota, kokemuksia ja syitä vierailulle

## ARVOMME //

Inspiroimme asiakkaitamme

Kannustamme toisiamme huipputuloksiin

Teemme rohkeasti päätöksiä

Vastaaamme lupauksistamme

## VISIONME // OLEMME ASIAKKAIDEMME

# NO1

INSPIRAATION  
LÄHDE MODERNIIN,  
URBAANIIN  
ELÄMÄÄN



## LIIKETOIMINTAMME //

### LINDEX

Inspiroivaa & kohtuuhintaista muotia

### STOCKMANN RETAIL

Ensiluokkainen & saumaton asiakaskokemus

### REAL ESTATE

Ostokokemuksen parantaminen & kiinteistöjen arvon kehittäminen

## TARJONTAMME //



MUOTI



KAUNEUS



KOTI

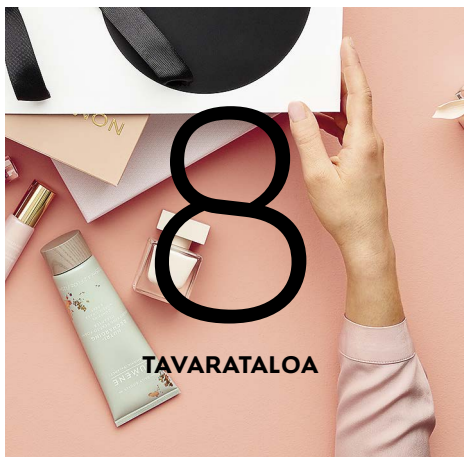
VALIKOIMA | PALVELU | OSTOSYMPÄRISTÖ | EDUT

## RUOKA JA KUMPPANUUDET TUKEVAT TARJONTAAMME



- Paras yhdistelmä suomalaisia ja kansainvälisiä brändejä
- Palveluita, joita ei ole muualla saatavilla
- Elämyksellinen ja houkutteleva ostosympäristö
- Inspiraatiota ja henkilökohtaisia etuja asiakkaillemme



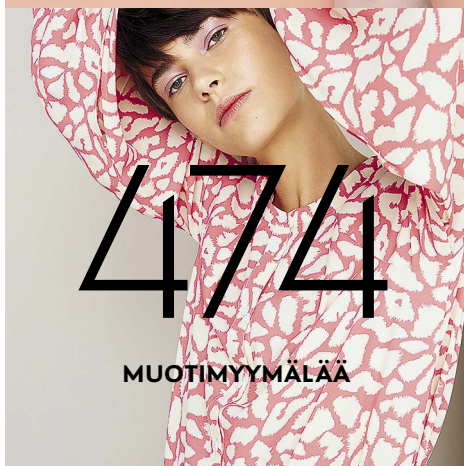


TAVARATALOA



## LIIKETOIMINTA- YKSIKÖT LYHYESTI

**STOCKMANN ON VUONNA 1862** perustettu suomalainen vähittäiskauppaa harjoittava pörssiyhtiö. Konsermilla on kolme liiketoimintayksikköä: Lindex, Stockmann Retail ja Real Estate. *Osakkeenomistajia on noin 44 000 ja henkilöstön määrä on noin 7 000.* Digitaalisen kaupankäynnin kasvattaminen ja monikanavaisuuden vahvistaminen ovat Stockmannin tulevaisuuden ytimessä. Valikoimamme keskittyy *muotiin, kauneuteen ja kodin tuotteisiin.*



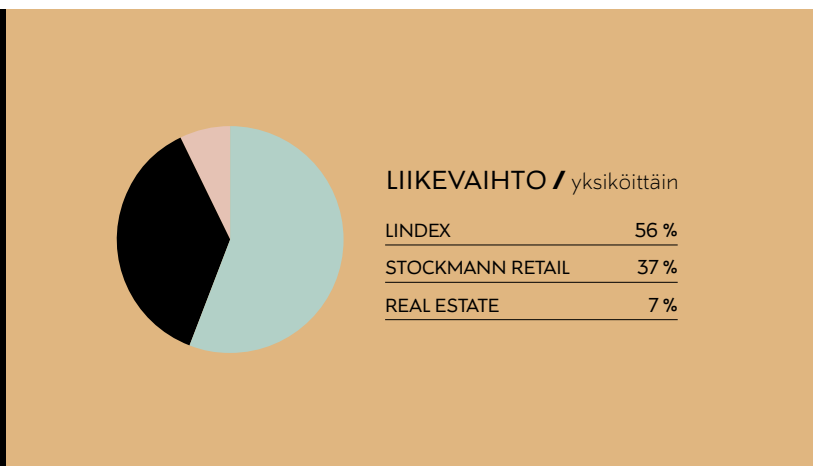
MUOTIMYYMÄLÄÄ



TOIMINTAA

22

MAASSA



LIIKEVAIHTO / milj. euroa

1 019

1 056 (2017)

LIIKETULOS\* / milj. euroa

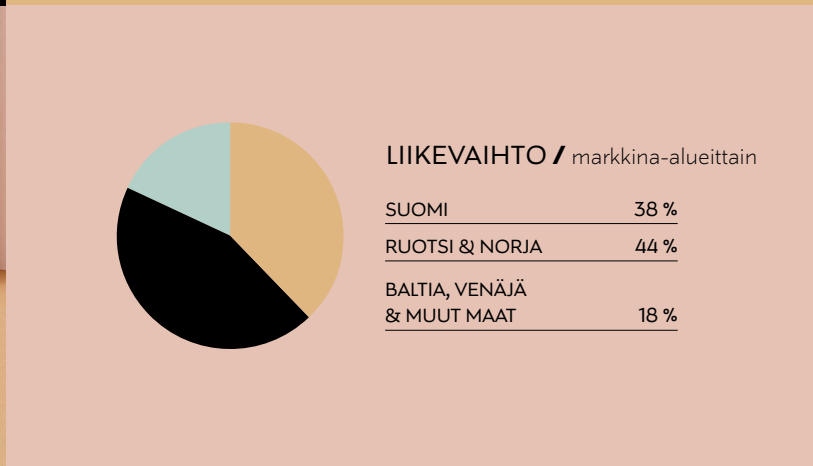
\* Oikaistu

28,4

12,3 (2017)



TAVARATALOKIIINTEISTÖÄ





LINDEX



## LINDEX

Lindex tarjoaa myymälössään ja verkkokaupassaan maailmanluokan muotikokemuksia ja laajan valikoiman naisten muotia, lastenvaatteita, alusvaatteita ja kosmetiikkaa.

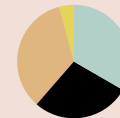
LIKEVAIHTO / milj. euroa

589,9

606,0 (2017)

MYYNNTI / Tuotealueittain

NAISTEN MUOTI	33 %
ALUSASUT	28 %
LASTEN MUOTI	34 %
KOSMETIIKKA	5 %



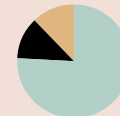
LIKETULOS\* / milj. euroa

30,4

16,1 (2017)

LIKEVAIHTO / Markkina-alueittain

RUOTSI JA NORJA	76 %
SUOMI	12 %
BALTIA & MUUT MAAT	12 %



STOCKMANN RETAIL



## STOCKMANN RETAIL

Stockmann Retail tarjoaa laadukkaan tuotevalikoiman, erinomaista asiakaspalvelua ja ensiluokkaisia kokemuksia moderneissa ja inspiroivissa, monikanavaisissa ostosympäristöissä.

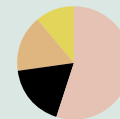
LIKEVAIHTO / milj. euroa

386,2

410,2 (2017)

MYYNNTI / Tuotealueittain

MUOTI	55 %
KAUNEUS	18 %
KOTI	16 %
RUOKA	11 %



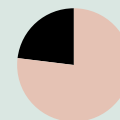
LIKETULOS\* / milj. euroa

-25,7

-20,6 (2017)

LIKEVAIHTO / Markkina-alueittain

SUOMI	77 %
BALTIA	23 %



REAL ESTATE



## REAL ESTATE

Real Estate hallinnoi Stockmannin omistamia ja vuokraamia kiinteistöjä. Miellyttävän ostosympäristön ja tehokkaan tilankäytön lisäksi tavoitteena on kiinteistöjen arvon kasvattamisen ja ensiluokkaiset ostokokemukset Stockmannin omaa valikoimaa täydentävällä tarjonnalla.

LIKEVAIHTO / milj. euroa

69,0

67,1 (2017)

OMAT TAVARATALOKIINTEISTÖT

NETTOTUOTTO, milj. euroa	32,8
VUOKRAUSASTE, %	99,4
KIINTEISTÖJEN KÄYPÄ ARVO, milj. euroa	681,0

LIKETULOS\* / milj. euroa

28,2

25,0 (2017)

LIKEVAIHTO / Markkina-alueittain

SUOMI	58 %
BALTIA & MUUT MAAT	42 %



\* Oikaistu



## MUOTI

Lindex tarjoaa myymälöissään Personal Shopper -palvelua, johon voi varata ajan yksin tai ystävien kanssa. Palveluun sisältyy tyylivinkkien lisäksi mm. apua yksilöllisten asukokonaisuuksien kokoamiseen.



MUOTI, OSUUS  
KONSERNIN MYNNISTÄ

80%



# STOCKMANN JA LINDEX – VAHVOJA JA INSPIROIVIA MUOTITALOJA

*Muoti on suurin ja tärkein tuotealueemme, ja Stockmannin myynnistä muodin osuus on jo 80 %. Stockmann ja Lindex tarjoavat laajat, monipuoliset ja laadukkaat valikoimat upeaa muotia kaikkiin tilanteisiin.*

Stockmann-tavaratalot ja verkkokauppa tarjoavat muotia ajankohtaisilta brändeiltä, kansainvälisiä uutuuksia ja kotimaista laatua. Haluamme inspiroida asiakkaitamme ja tarjota houkuttelevaa ja puhuttelevaa muotia sekä tuoda ajan trendi-ilmiöitä jokaiseen päivään. Valikoimat uudistuvat jatkuvasti, ja vuoden aikana valikoimiin tuotiin useita uusia sekä kotimaisia että kansainvälisiä houkuttelevia muotibrändejä. Lisää ajankohtaisuutta saatiin myös brändien pop up -pisteiden myötä. Brändivalikoimaa täydentävät Stockmannin omat brändit, jotka suunnittelee Stockmannin oma designstudio. Stockmannin muodin omilla tuotteilla on Design in Finland -merkin käyttöoikeus.

Lindexin laaja kansainvälinen toiminta perustuu sekä omien myymälöiden että franchising-kumppaneiden myymälöihin sekä verkkokauppaan. Vuoden 2018 aikana Lindex käynnisti yhteistyön Nelly- ja Asos-verkkokauppojen kanssa. Lindexin mallistot tarjoavat moderneja ja klassisia vaihtoehtoja kaikkiin tilanteisiin. Lindexin muoti koostuu naisten muodista, alusvaatteista ja lasten vaatteista. Kaikki tuotteet ovat Lindexin omaa designia. Lindexin mallistot ovat naisellisia, tyylikkäitä ja hyvin istuvia. Vaatemallistot koostuvat kolmesta perusbrändistä Easy, Sharp ja Holly & Whyte, jotka kaikki tarjoavat moderneja vaatteita tiedostavalle naiselle. Jotta jokainen asukokonaisuus olisi täydellinen, tarjolla on myös on suuri valikoima asusteita. Alusasiat ovat valikoiman ydin. Lasten vaatteissa yhdistyvät hyvä toiminnallisuus, muoti, laatu ja ne sopivat sekä arkipäivään että juhlaan.

Valikoimien vastuullisuus on tärkeää, ja vastuullisista materiaaleista tuotettujen tuotteiden määrä on kasvanut viime vuosina. Stockmannin omien merkkin osalta vastuullisista materiaaleista tuotettujen tuotteiden osuus nousi 10 %:sta yli 30 %:iin vuonna 2018. Trikootuotteiden osalta osuus on 65 %. Lindexin valikoimissa vastuullisista materiaaleista valmistettujen tuotteiden osuus on 55 % mallistoista. Lindexin tavoitteena on, että vuoteen 2020 mennessä 80 % tuotteista on valmistettu ympäristöä vähemmän kuormittavista materiaaleista.



## **/ Stockmannin monipuoliset muodin palvelut**

tarjoavat tyyli-inspiraatiota ja apua pukeutumiseen liittyvissä kysymyksissä. Muotipalveluiden asiantuntijat auttavat löytämään tyylikkäästä asukokonaisuudesta ja poimivat tuotteet niin arkeen kuin juhlaan valmiiksi sovitettaviksi. Ompelupalvelussa voi teettää muutostöitä Stockmannilta ostettuihin uusiin vaatteisiin. Mittapukupalvelun puoleen taas kannattaa kääntyä, kun etsinnässä on täydellisesti istuva puku, paita tai yhdistelmäasu. Alusvaatepalvelu auttaa löytämään juuri oikein istuvat alusvaatteet. /



## KAUNEUS

Supersuosittu K-Beauty eli korealainen kosmetiikka keskittyy perusteellisiin ihonhoitorutiineihin. Korealaisen kosmetiikan valikoima kasvoi vuoden aikana mielenkiintoisilla brändeillä, kuten Tonymollylla ja Mizonilla.

KAUNEUS, OSUUS  
KONSERNIN MYYNNISTÄ

10%





# LUONNOLLISTA KAUNEUTTA JA LAATUBRÄNDEJÄ

*Stockmann tarjoaa kauneuden laadukkaan ja monipuolisen valikoiman sekä tavarataloissa että verkkokaupassa. Lindexin tarjontaa täydentää myös laaja valikoima kosmetiikka- ja ihonhoitotuotteita.*

**K**auneuden osuus on yhteensä 10 % tuotealueiden myynnistä, ja Stockmannilta löytyy yhteensä noin 800 brändin tuotteita kokonaisvaltaiseen kauneuteen. Vuonna 2018 kauneuden valikoima täydentyi muun muassa monella maailmankuululla kauneuden suosikkibrändillä.

Myös suursuosion saavuttanut korealainen kosmetiikka saapui Stockmannille, ja luonnonkosmetiikka kasvatti osuuttaan entisestään.

Myös Lindex tarjoaa laajan ja raikkaan valikoiman meikkejä ja meikkitarvikkeita sekä omalta, vuonna 2015 perustetulta tuotemerkiltä että muilta brändeiltä. Tarjolla on aina kosmetiikan vakiovalikoiman lisäksi meikkejä ajankohtaisissa kausiväreissä. Lindexin oman tuotemerkin kosmetiikkaa on myymälöiden lisäksi saatavilla myös verkkokaupasta. Kaikki Lindexin ihonhoitotuotteet täyttävät joutsenmerkki-vaatimukset ja niillä on myös Lindexin oma Kestävä valinta -merkintä.

Stockmannin tuoksuvalikoima kasvoi vuoden 2018 aikana tuoksurakastajien ja esteetikkojen kauan odottamilla niche-brändeillä BYREDOLLA, Jo Malone Londonilla, Atelier Colognella ja Maison Margielalla. Myös suuren menestyksen maailmalla saavuttanut luonnonkosmetiikkamerkki KORA Organics rantautui Stockmannille. Mallinakin tunnetun Miranda Kerrin luotsaaman kosmetiikkabrändin tuotteet ovat vegaanista ja sertifioitua luonnonkosmetiikkaa. Deciemnin kulttimaineeseen nousseet brändit ovat esillä tavaratalojen pop upeissa ja stockmann.comissa. Erityisesti Deciemnin tehoaineita sisältävät seerumit ovat monen kosmetiikkafanin luottotuotteita.

Stockmann haluaa tarjota asiakkailleen inspiroivia ja vastuullisia vaihtoehtoja kauneuteen ja on kasvattanut luonnonkosmetiikan valikoimaa merkittävästi. Luonnonkosmetiikan myynti kasvoi vuoden 2018 aikana 24 %.

Yksittäisten tuotteiden ja brändien lisäksi kokonaisvaltaisen hyvinvoinnin merkitys ja ihonhoitorutiinit ovat nousseet yhä tärkeämmiksi asioiksi kokonaisvaltaisessa kauneudenhoidossa. Kauneustuotteilta kaivataan nyt myös hemmottelua, hyvinvointia ja positiivista oloa.



! Kosmetiikkatuotteiden raaka-aineet ja niiden alkuperä, sertifikaatit ja läpinäkyvät valmistusprosessit kiinnostavat asiakkaita yhä enemmän. Stockmannin laajassa **luonnonkosmetiikka-valikoimassa** on paljon vaihtoehtoja kotimaisilta ja kansainvälisiltä laatubrändeiltä. Suositujia luonnonkosmetiikkabrändejä tällä hetkellä ovat mm. Madara, Dr. Hauscka, Natura Siberica, Patyka, Whamisa ja Vita Liberata ja uusia, kiinnostavia luonnonkosmetiikkabrändejä tulee Stockmannin valikoimiin tiheästi. !

KOTI, OSUUS  
KONSERNIN MYNNISTÄ

6%

RUOKA, OSUUS  
KONSERNIN MYNNISTÄ

4%

DESIGN  
FROM  
FINLAND



## KOTI

Kotimaisen designin esilletuominen ja tukeminen on Stockmannille tärkeää. Syksyllä järjestetyn Helsinki Design Weekin yhteydessä Stockmann tarjosi kuvanveistäjä Man Yaun installaatiolle paikan Helsingin-tavaratalossa.



# KAIKKEA KOTIIN JA SISUSTUKSEEN

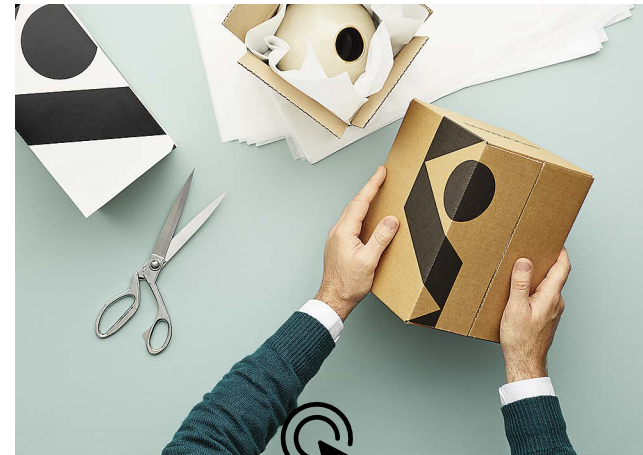
*Stockmann tarjoaa monipuolisen ja kattavan valikoiman kodin ja sisustuksen tuotteita kauniin arjen ja juhlan rakentamiseen.*

**V**alikoimissa on kotimaisia ja skandinaavisia, klassisia sekä kansainvälisten merkkibrändien tuotteita ja uutuuksia. Lisäksi Stockmannin tarjonnasta löytyy yksinoikeudella myytäviä ja ennakkomyynnissä olevia tuotteita, ja tavarataloissa on lukuisia vaihtuvia pop up -myymälöitä. Vastuullisuus näkyy entistä vahvemmin Stockmannin omien kodin merkkien, Casa Stockmannin ja Stockmann Villan tuotteiden valikoimissa ja materiaaleissa. Tavoitteena on vastuullisen valikoiman kasvattaminen, ja kesällä Casa Stockmannin valikoimiin saatiin luomupuuvillasta valmistettu makuuhuoneen tekstiileistä koostuva tuotesarja. Helsingin-tavaratalossa oli alkukevään ajan Kestävien valintojen pop up -myymälä, joka esitteli vastuullisia kodintuotteita. Pop upiin oli koottu lukuisia määriä muun muassa luonnonmateriaaleista valmistettuja kodintekstiilejä ja sisustus- ja kylpytuotteita.

Suurin osa Casa Stockmannin tekstiilituotteista on valmistettu Euroopassa. Casa Stockmannin tuotteet suunnitellaan Stockmannin omassa designstudioissa Helsingin Pitäjänmäessä, ja mallistolla on ollut vuodesta 2017 lähtien kotimaisesta suunnittelusta kertova Design from Finland -tunnus.

Stockmann osallistui toista kertaa Helsingin Messukeskuksessa syksyisin järjestettävään sisustus- ja designalan Habitare-tapahtumaan. Casa Stockmann -osasto esitteli ajankohtaisia sisustustrendejä ja Stockmannin omaa suunnittelua.

Stockmannin omaa valikoimaa täydentävät useat kumppanit ja brändit. Keväällä monen sisustajan toive toteutui, kun ruotsalainen designsuosikki Svenskt Tenn avasi pop up -myymälän Helsingin Stockmann-tavarataloon. Ikonisista tekstiileistään ja designklassikoistaan tunnetun merkin pop up avautui toukokuussa ja suuren suosion vuoksi myymälää päätettiin jatkaa vuoden 2019 loppuun saakka. Pop upin valikoimiin sisältyi muun muassa merkin värikkäitä tekstiilituotteita ja tapetteja sekä tyylikkäitä sisustusesineitä ja kalusteita. Myös rakastetun Hakolan suosittu, Etelä-Pohjanmaalla valmistettavat huonekalut ja sisustustuotteet saapuivat myyntiin ensin Helsingin-tavarataloon ja verkkokauppaan.



/ Helsingin-tavaratalon -1A-kerrokseen avautui syksyllä uusi **Click & Collect** -piste verkkokauppaostosten noutamista varten. Noutopiste palvelee joka päivä klo 24 saakka ja avautuu tavaratalon aukioloaikojen mukaisesti. Myös Q-Park on laajentanut aukioloaan uuden noutopisteen avautumisen myötä, joten esimerkiksi verkkokaupasta tilatut kodin hankinnat on helppo noutaa pisteestä myös autolla. Viihtyisään Click & Collect -pisteeseen on sijoitettu myös sovituskoppi, jossa asiakas voi halutessaan heti sovittaa tilaamansa tuotteet. /





# TULOSKEHITYS VUONNA 2018

**S**tockmann-konsernin liikevaihto oli 1 018,8 miljoonaa euroa (1 055,9) vuonna 2018, laskua 1,0 % vertailukelpoisilla valuuttakursseilla. Stockmann-konsernin oikaistu liiketulos parani 16 miljoonalla eurolla vuoteen 2017 verrattuna ja oli 28,4 miljoonaa euroa (12,3). Parannus johtui pääosin Lindexin onnistuneesta suunnanmuutoksesta. Real Estate jatkoi tasaista kehitystään.

Lindexin oikaistu liikevoitto lähes tuplaantui. Real Estate sai loppuun suunnitellut Kirjatalo- ja Nevsky Centre kiinteistöjen myynnit.

Stockmann Retail ei saavuttanut positiivista tulosta. Liiketulos heikkeni pääosin viimeisellä vuosineljänneksellä, huolimatta hyvästä verkkokauppamyynnin kasvusta vuosineljänneksellä. Vuoden 2019 alussa käynnistyi hanke, jonka tavoitteena on konsernin kulutason alentaminen 20 miljoonalla eurolla vuoden 2019 loppuun mennessä. Suurin osa toimenpiteistä kohdistuu Retail-yksikköön.

Konsernin nettovelka pieneni vuoden aikana lähes 200 miljoonalla eurolla johtuen pääosin Kirjatalon myymisestä ja käyttöpääoman pienene- misestä.

Oikaistu osakekohtainen tulos oli -0,22 (-0,59) ja raportoitu osakekohtainen tulos oli -0,68 euroa (-2,82). Hallitus ehdottaa, että tilikaudelta 2018 ei makseta osinkoa.



## LUE LISÄÄ

taloudellisesta katsauksesta  
[vuosi2018.stockmanngroup.com](http://vuosi2018.stockmanngroup.com)

## AVAINLUKUJA

	2018	2017
LIIVEVAIHTO, milj. euroa	1 018,8	1 055,9
SUHTEELLINEN MYYNTIKATE, prosenttia	56,9	55,8
KÄYTTÖKATE (EBITDA), oikaistu, milj. euroa	84,3	73,2
LIIKETULOS, milj. euroa	-5,0	-148,4
- oikaistu, milj. euroa	28,4	12,3
OIKAISUT LIIKETULOKSEEN, milj. euroa	-33,4	-160,6
NETTORAHOITUSKULUT, milj. euroa	34,6	31,1
TULOS ENNEN VEROJA, milj. euroa	-39,6	-179,5
TILIKAUDEN TULOS, milj. euroa, jatkuvat toiminnot	-43,7	-198,1
OSAKEKOHTAINEN TULOS, laimentamaton, euroa	-0,68	-2,82
- sisältäen lopetetut toiminnot, euroa	-0,70	-2,98
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA, milj. euroa	82,9	18,8
INVESTOINNIT, milj. euroa	29,3	34,7
NETTOVELKAANTUMISASTE, prosenttia	64,5	83,8
OMAVARAISUUSASTE, prosenttia	46,2	43,0
OMA PÄÄOMA/OSAKE, euroa	11,71	12,29
HENKILÖSTÖ, keskimäärin	7 241	7 360

Raportoidut luvut sisältävät 150 miljoonan euron liikearvon alaskirjauksen vuonna 2017 ja 25 miljoonan euron liikearvon alaskirjauksen vuonna 2018.

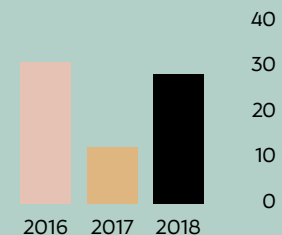


## LUE LISÄÄ

Stockmannin IR-aplikaatiosta  
[myirapp.com/stockmann/](http://myirapp.com/stockmann/)

## LIIKETULOS

milj. euroa / oikaistu





## YHTEYSTIEDOT

### Liikkeenjohto

Stockmann Oyj Abp  
PL 220 (Aleksanterinkatu 52 B)  
00101 Helsinki  
Puh. (09) 1211

### Stockmann Retail, Real Estate & konsernin yhteiset toiminnot

Stockmann Oyj Abp  
PL 147 (Takomotie 1-3)  
00381 Helsinki  
Puh. (09) 1211

### Ostokonttoreiden yhteystiedot *stockmanngroup.com*

Viestintä ja yhteiskuntavastuu  
Media Desk  
puh. 050 389 0011  
(klo 9-16 arkisin)  
*info@stockmann.com*  
*investor.relations@stockmann.com*

### stockmann.com

Asiakaspalvelu:  
*asiakaspalvelu@stockmann.com*  
Puh. (09) 1211

### Tavaratalojen yhteystiedot

Suomi: *stockmann.com*  
Viro: *stockmann.ee*  
Latvia: *stockmann.lv*

### Lindex

Box 233 (Nils Ericsonsplatsen 3)  
401 23 Göteborg, Sverige  
Puh. +46 31 739 5000

### lindex.com

Asiakaspalvelu:  
*customerservice-fi@lindex.com*  
Puh. 0800 130 730

## SEURAA MEITÄ



### STOCKMANN

facebook.com/stockmannCOM  
instagram.com/stockmanncom  
fi.pinterest.com/stockmanncom/  
linkedin.com/company/stockmann-oyj-abp  
twitter.com/stockmannFI  
flickr.com/photos/stockmanngroup  
youtube.com/stockmannCOM

### LINDEX

facebook.com/lindex  
instagram.com/lindexofficial  
linkedin.com/company/lindex  
twitter.com/lindexofficial  
youtube.com/lindex



## YHTIÖKOKOUS

Stockmann Oyj Abp:n vuoden 2019 varsinainen yhtiökokous pidetään torstaina 21.3.2019 klo 14.00 alkaen Finlandia-talossa Helsingissä, Mannerheimintie 13. Yhtiökokoukseen tulee ilmoittautua 15.3.2019 klo 16.00 mennessä. Lue lisää yhtiökokoukseen liittyvistä asioista kotisivuilta *stockmanngroup.com*:

- Yhtiökokouskutsu
- Ilmoittautuminen yhtiökokoukseen
- Ehdotukset yhtiökokoukselle



### LUE LISÄÄ

hallinnointikatsauksesta  
*vuosi2018.stockmanngroup.com*



## IR-KALENTERI VUONNA 2019

21.3.2019

Yhtiökokous

24.4.2019

Tammi-maaliskuun osavuosisikatsaus

9.8.2019

Tammi-kesäkuun puolivuotiskatsaus

29.10.2019

Tammi-syyskuun osavuosisikatsaus



## **STOCKMANN**

Aleksanterinkatu 52 B

PL 220

00101 Helsinki

Puh. (09) 1211

[STOCKMANN.COM](http://STOCKMANN.COM)

[STOCKMANNGROUP.COM](http://STOCKMANNGROUP.COM)