

S

T

D

C

K

M

A

V

N

# 8

## TAVARATALOA

 STOCKMANN STOCKMANN.COM

# 475

## MUOTI- MYYMÄLÄÄ

LINDEX LINDEX.COM

# 5

## KIINTEISTÖÄ

LIKEVAIHTO / milj. euroa

# 1303

1435 (2015)

LIIKETULOS\* / milj. euroa

# 20,2

-28,5 (2015) \* Oikaistu



Stockmann on vuonna 1862 perustettu suomalainen vähittäiskauppaa harjoittava pörssiyritys. Konsernilla on kolme liiketoimintayksikköä: Lindex, Stockmann Retail ja Real Estate. Osakkeenomistajia on noin 50 000 ja henkilöstön määrä on noin 8 000.

Stockmann tarjoaa parhaan valikoiman kansainvälisiä brändejä, erinomaista asiakaspalvelua ja ensiluokkaisia kokemuksia moderneissa ja inspiroivissa, monikanavaisissa ostosympäristöissä. Visiomme on olla inspiraation ensimmäinen lähde moderniin, urbaaniin elämään.

LINDEX

STOCKMANN RETAIL

REAL ESTATE

Ostokonttorit:  
Bangladesh,  
Intia, Kiina,  
Pakistan ja  
Turkki

# MYYMÄLÖITÄ 17 MAASSA

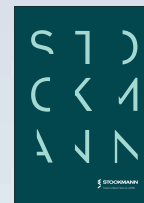


*Ajantasaiset valikoimat ovat yksi Stockmannin kilpailuvalteista. Vuoden aikana tuotiin yli 50 uutta brändiä tavaratalojen valikoimiin.*



# SISÄLTÖ

- 2 Stockmann vuonna 2016
- 4 Toimitusjohtajan katsaus
- 6 Strategia
- 8 Yhteiskuntavastuu
- 10 Tuloskehitys vuonna 2016
- 12 Lindex
- 14 Stockmann Retail
- 16 Real Estate
- 18 Hallitus
- 19 Johtoryhmä
- 20 Osakkeet ja osakkeenomistajat
- 21 Yhteystiedot



Talouskatsaus 2016



Hallinnointi 2016



Yhteiskuntavastuu 2016

## RAPORTOINTIMME

Stockmannin vuoden 2016 raportointi sisältää neljä katsausta: Vuosi 2016 -liiketoimintakatsaus, talouskatsaus, hallinnointikatsaus ja yhteiskuntavastuun katsaus. Tämä liiketoimintakatsaus kertoo Stockmann-konsernin strategiasta, liiketoiminnasta ja vastuullisuustyön johtamisesta. Yhteiskuntavastuun katsaus sisältää GRI G4:n mukaisen tarkemman kuvauksen vastuullisuustyön tuloksista.

Kaikki katsaukset ovat saatavilla suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi osoitteessa [vuosi2016.stockmanngroup.com](http://vuosi2016.stockmanngroup.com). Liiketoimintakatsaus on saatavilla myös painettuna versiona, joka postitetaan sen erikseen tilanneille.

# STOCKMANN VUONNA 2016

YRITYSKAUPAT // HELMIKUU

## VETÄYTYMINEN VENÄJÄN VÄHITTÄISKAUPASTA

Stockmann myi helmikuussa Venäjän tavaratalotoiminnan Reviva Holdings Limited -yhtiölle. Kaupan myötä Stockmannin venäläisen tytäryhtiön, AO Stockmannin, koko osakekanta ja seitsemän Venäjän tavaratalon liiketoiminta siirtyi uudelle omistajalle. Myös Lindex sulki Venäjän myymälänsä kevään 2016 aikana. Huhtikuussa Stockmann tiedotti myyvänsä tytäryhtiönsä Hobby Hallin suomalaiselle SGN Groupille. Kauppa saatettiin päätökseen 31.12.2016.

JAKELUKESKUS  
// HUHTIKUU

## UUSI AUTOMATISOITU JAKELUKESKUS

Stockmannin uusi Suomen ja Baltian tavarataloja ja verkkokauppaa palveleva jakelukeskus Tuusulan Jusslassa valmistui ja aloitti toimintansa huhtikuussa. Keskus saavutti täyden toiminta- valmiuden syksyllä 2016.

Varastotoiminnot Latvian Riiasta siirtyvät Jusslaan vuonna 2017. Keskuksen pinta-ala on

# 29 000m<sup>2</sup>

ja sille myönnettiin LEED

Gold -ympäristösertifikaatti.

Keskuksessa on **mm. 13 kilometriä riipputankoja, 27 tavaravan vastaanottoasemaa ja 22 verkkokaupan pakkausasemaa.**

**LUE LISÄÄ**

yhteiskuntavastuun  
katsauksesta

[vuosi2016.stockmanngroup.com](http://vuosi2016.stockmanngroup.com)

NAISTEN ASUSTEOSASTO // ELOKUU

## TAVARATALOA UUDISTETTIIN

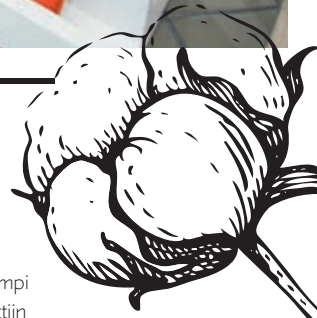
Helsingin keskustan tavaratalo uudistui vuoden aikana. Pohjoisesplanadin puolelle avattu **naisten asusteosasto** tarjoaa asiakkaille *inspiraatiota, korkealuokkaisen ostosympäristön* ja monipuolisen valikoiman käsilaukkuja, käsineitä, hattuja ja huiveja. Kesän ja syksyn aikana monet muutkin osastot kokivat muodonmuutoksen, ja esimerkiksi viidenteen kerrokseen avattiin **upea kodin sisustusmaailma.**



LINDEX // HELMIKUU

## EVEN BETTER DENIM

Lindexin uusi, entistä vastuullisempi Better Denim -mallisto lanseerattiin vuonna 2016. Nyt 100 % Lindexin denim-valikoimasta on Better Denim -tuotteita, jotka valmistetaan luomupuuvillasta ja joiden tuotannossa käytetään vähemmän vettä, energiaa ja kemikaaleja. Vuoden 2016 aikana lanseerattiin myös Even Better Denim -mallisto, joissa on käytetty kuluttajien kierrättämistä vaatteista tuotettua kierrätyspuuvillaa.



INNODAY // TOUKOKUU

## YHTEISTYÖTÄ NUORTEN KANSSA

Stockmann ja nuorten ajatushautomo **Innokampus** sopivat vuoden mittaisesta yhteistyöstä, jonka tavoitteena on ideoida Stockmannille uusia palvelukonsepteja yhdessä nuorten kanssa. Stockmann on yksi Innokampuksen pääyhteistyökumppaneista. Toukokuussa Stockmann osallistui Innokampuksen järjestämään **InnoDay**-tapahtumaan.

UUSI JOHTO  
// KESÄKUU

## TEHOSTAMIS- OHJELMA

Stockmann tiedotti kesällä kiihdyttävänsä tehostamistoimiaan ja nimitti uuden johtoryhmän. Tavoitteena oli kustannussäästöjen lisäksi madaltaa organisaatorakennetta merkittävästi, poistaa päällekkäisyyksiä ja yksinkertaistaa prosesseja. Tehokkuusohjelma toi vuonna 2016 yli 65 miljoonan euron toiminnan kulujen säästöt, joiden lisäksi uusi yksinkertaisempi organisaatorakenne tuo 20 miljoonan euron lisäsäästöt vuonna 2017.

UUSI TOIMITUSJOHTAJA  
// SYYSKUU

Syyskuussa yhtiön toimitusjohtajaksi nimitettiin **Lauri Veijalainen**, joka toimi Stockmannin vt. toimitusjohtajana huhtikuusta 2016 alkaen ja sitä ennen yhtiön talousjohtajana.



TAPIOLA // KOKO VUOSI

## UUSI TAVARATALO

Tapiolan uuden Stockmann-tavaratalon harjannostajaisia vietettiin 25.5.2016.

Täysin uusi tavaratalo valmistuu osana **AINOAn kauppakeskushankkeen** toista osaa uudessa paikassa maaliskuussa 2017. Tapiolassa on uniikki tavaratalokonsepti, joka tarjoaa asiakkaille saumattoman, monikanavaisen ostokokemuksen ja tekee Stockmannilla asiainnista entistä vaivattomampaa.



Uuden tavaratalon valikoima keskittyy strategian mukaisesti muotiin, kauneuteen, kotiin ja Herkkuun. Tavaratalon ja tulevaisuuden ostokokemusten suunnittelussa on hyödynnetty **Uutta Stockaa Tapiolaan** -asiakastuntijaohjelmaa. Ohjelmaan kutsuttiin mukaan asiakkaita kertomaan mielipiteitään ja kehitysideoitaan sosiaalisessa mediassa ja paneelikeskusteluissa.

VERKKOKAUPPA // MARRASKUU

## LAAJEMMAT VALIKOIMAT & ENNAKOIVA HAKU

Uudistunut **stockmann.com** avattiin asiakkaille marraskuussa 2016. Julkaistu verkkokauppa on ensimmäinen versio uudistuvasta sivustosta ja kehitystyötä ohjaavat asiakkaiden toiveet. Uudistetussa stockmann.comissa näkee mm. tuotteiden tavaratalosaatavuuden. Uutta on myös ennakoiva haku, joka auttaa löytämään tuotteet nopeammin ja näyttää haku-ehtoihin täsmäävän laajemman valikoiman. Verkkokauppa on lisäksi saanut täysin responsiivisen käyttöliittymän. Aiemmin syksyllä lanseerattiin uusi **Hullujen Päivien** verkkokauppa, joka rikko i ennätyksiä heti avauduttuaan.

UUDISTUKSIA // MARRASKUU

## MAKUELÄMYKSIÄ

Uudistunut **Turun** tavaratalon Herkku vietti avajaisiaan marraskuussa. **Tallinnan** Stockmannin viides kerros koki myös muodonmuutoksen loppusyksystä valmistuneessa remontissa, ja se tarjoaa nyt asiakkaille uusia palveluita, kahviloita ja muita makuelämyksiä. Lisäksi **Riian** tavaratalon tarjonta laajeni loppuvuodesta uusien yhteistyökumppaneiden ja brändien myötä.



LINDEK // SYKSY

## VASTUULLISIA VAATTEITA

Lindexin erittäin suosittu *Holly & Whyte* -mallisto lanseerattiin syksyllä myös lapsille. Lindexin tuoteryhmistä juuri lastenvaatteet menestyivät parhaiten vuoden 2016 aikana. Lindex on työskennellyt pitkäjänteisesti nostaakseen vastuullisten materiaalien käyttöä tuotteissaan.

**Tavoitteena on, että vuoteen 2020 mennessä**

# 80%

**vaatteista on valmistettu kestävästä materiaaleista** ja 100 % puuvillasta on peräisin kestävästä lähteistä. Vuonna 2016 jo yli puolet Lindexin mallistojen vaatteista oli valmistettu kestävästä materiaaleista. Vastasyntyneiden malliston sekä lasten perusmalliston osalta osuus oli 100 %.



”TULOS-  
KEHITYKSEMME  
VAHVISTAA  
USKOAMME  
SIIHEN, ETTÄ  
SUUNTAMME  
ON OIKEA.”

LAURI VEIJALAINEN,  
TOIMITUSJOHTAJA



# TOIMINTAMME KÄÄNTYI KANNATTAVAKSI – SUUNTA ON OIKEA

**V**uonna 2016 jatkoimme määrätietoisesti strategiaamme viemistä käytäntöön ja keskityimme Stockmannin kannattavuuden parantamiseen. Toteutimme monia uudistuksia ja muutoksia. Alkuvuodesta luovuimme koko Venäjän tavaratalotoiminnasta ja huhtikuussa teimme sopimuksen Hobby Hallin myymisestä. Kauppa toteutui 31.12.2016. Stockmannin kustannuksia on pienennetty merkittävästi, ja keskitymme nyt täysipainoisesti kehittämään Stockmann- ja Lindex-brändejämme ja kiinteistöjemme liiketoimintaa.

Vuoden aikana vahvistimme tavaratalojemme tuote- ja palvelutarjontaa yli 50 uuden brändin ja lukuisten kumppaneiden myötä. Ostosympäristöjä on uudistettu lattiasta kattoon erityisesti Helsingissä, Turun Herkussa ja Baltian tavarataloissa. Vähensimme hintavetoisia kampanjoita ja jatkoimme vuonna 2015 käynnistettyä tehostamisohjelmaa, jonka tavoitteena on merkittävien kustannussäästöjen lisäksi toiminnan yksinkertaistaminen ja päätöksenteon nopeuttaminen. Panostuksia on myös tehty verkkokauppoihin ja digitaalisiin ratkaisuihin.

Osana tehostamisohjelmaa joutuimme jatkamaan henkilöstövähennyksiä vuoden 2016 aikana. Säästötoimet ovat olleet henkilöstöllemme rankkoja, mutta välttämättömiä Stockmannin tulevaisuuden menestyksen ja erityisesti tavaratalojen kannattavuuden varmistamiseksi.

## OIKEALLA TIELLÄ

Toimenpiteiden vaikutukset näkyvät jo selvästi tuloksessamme. Vuonna 2016 toiminnan kustannukset pienenevät yli 65 miljoonaa euroa ja auttoivat tuloksen parantamisessa liikevaihdon laskusta huolimatta. Erityisen ilahduttavaa on, että ylsimme koko konsernin osalta positiiviseen liiketulokseen kahden raskaasti tappiollisen vuoden jälkeen. Tuloskehityksemme vahvistaa uskoamme siihen, että suuntamme on oikea.

Stockmann-konsernin kolmesta liiketoimintayksiköstä muotiketju Lindex ja kiinteistöliiketoimintaa harjoittava Real Estate ovat vakaasti kannattavia, mutta tavaratalo- ja verkkokauppaliiketoimintaa harjoittavan Stockmann Retailin tulos oli edelleen tappiollinen. Yksikön tulos kuitenkin parani noin 20 miljoonaa euroa. Vuoden 2017 aikana lisäämme vauhtia kääntääksemme myös tavaratalotoimintojen liiketuloksen jälleen kannattavaksi vuonna 2018.

Yksi ajanjakso päättyi, kun Stockmann sulki 16 vuotta toimineen Oulun tavaratalonsa tammikuussa 2017. Stockmann Retail keskittää jatkossa kaikki resurssinsa kahdeksaan Suomessa ja Baltiassa toimivaan

tavarataloonsa sekä niitä tukevaan verkkokauppaan. Myyntipinta-alan tehostamista ja kiinteistöjen arvon kasvattamista jatketaan Real Estatessa tuomalla kiinteistöihimme houkuttelevia brändejä ja palveluita. Vuonna 2017 vahvistamme kannattavimman yksikkömme, Lindexin, laajentumista ja panostuksia digitaalisen liiketoimintaan.

## ASIAKASKOKEMUS UUELLE TASOLLE

Erinomainen asiakaskokemus sekä palvelun laatu ovat kautta aikojen olleet Stockmannille tunnusomaisia. Dialogin syventäminen asiakkaiden kanssa on myös yksi Stockmannin yhteiskuntavastuun strategian tavoitteista. Olemme kutsuneet asiakkaitamme mukaan kehittämään uusia palveluitamme, kuten esimerkiksi uutta verkkokauppaamme ja uutta Tapiolan tavarataloa. Tavoitteena on ollut varmistaa, että uudistukset vastaavat asiakkaidemme tarpeita.

Saamme valtavasti palautetta asiakkailtamme sekä asiakaspalvelukeskukseen että päivittäisissä asiakaskohtaisissa tavarataloissamme. Vuoden aikana otimme käyttöön uusia keinoja asiakaspalautteen keräämiseen, analysointiin ja hyödyntämiseen. Hyvä esimerkki tästä on myyjätabletti, jonka kautta myyntihenkilöstö saa nopeasti välitettyä palautteet eteenpäin. Olemme myös keränneet palautetta lukuisten eri kanavissa toteutettujen asiakastytyväisyyskyselyiden sekä ovensuukyselyiden kautta.

Haluankin kiittää asiakkaitamme kaikista palautteista ja kommentteista, joita olette antaneet meille vuoden aikana. Niiden avulla kehitämme toimintaamme edelleen ja varmistamme asiakasta paremmin palvelevat ratkaisut tulevaisuudessa. Maaliskuussa avattava uusi, upea Tapiolan tavaratalo on konkreettinen esimerkki kehitystyöstä asiakkaidemme kanssa.

Kiitos kaikille sidosryhmillemme ja etenkin henkilöstöllemme jaksamisesta isossa muutoksessamme. Kiitos myös osakkeenomistajillemme, hallitukselle ja muille yhteistyökumppaneillemme osoittamastanne tuesta ja luottamuksesta.

Toimintamme kääntyminen ja positiivisen liiketuloksen saavuttaminen on osoitus siitä, että olemme matkalla oikean suuntaan. Vuonna 2017 strategisena tavoitteenaamme on jatkaa kannattavuuden parantamista ja toimintamme ketterää kehittämistä. Siihen tarvitsemme kaikkien stockolaisten panosta ja onnistumista.

**Lauri Veijalainen**  
Toimitusjohtaja

# LISÄÄ SYITÄ TULLA OSTOKSILLE

*Stockmann on toteuttanut strategiaansa ja tehnyt merkittäviä muutoksia toimintaansa vuoden 2014 lopusta lähtien, jolloin nykyinen strategia määriteltiin.*

Strategian toteuttamisen seurauksena Stockmann keskittyy nyt ydinosaamiseensa, Stockmann ja Lindex -brändeihin liittyvään liiketoimintaan sekä kiinteistöomistuksiin. Stockmann Retail ja Real Estate -yksiköt tukevat toisiaan, kun taas Lindexiä kehitetään itsenäisenä osana konsernia. Stockmann keskittyy uudistamaan voimakkaasti tavarataloliiketoimintaa Suomen ja Baltian markkinoilla sekä tukemaan Lindexin kasvua kansainvälisillä markkinoilla.

## JATKUVA PYRKIMYS PARANTAA KANNATTAVUUTTA

Stockmann on strategiaansa mukaisesti luopunut kannattamattomista liiketoiminnoista ja tuoteryhmistä, pienentänyt tavarataloverkostoaan ja myyntipinta-alaa sekä käynnistänyt tehostamisohjelman, joka koskee kaikkia konsernin toimintoja. Osana muutosta Stockmann saattoi päätökseen Venäjän tavaratalotoiminnan myynnin helmikuussa 2016 ja Hobby Hallin myynnin vuoden lopussa.

Vuonna 2015 käynnistetty tehostamisohjelma alensi vaihteittain toiminnan kustannuksia vuoden 2016 aikana. Vuotuinen 50 miljoonan euron säästötaavoite saavutettiin vuoden loppuun mennessä. Lisäksi uusi pitkälle automatisoitu jakelukeskus, joka otettiin käyttöön vuoden aikana, tuottaa lisäsäästöjä vuodesta 2017 alkaen.

Nopeuttaakseen tappiollisen Stockmann Retail -yksikön käännettä Stockmann käynnisti kesällä 2016 uusia toimenpiteitä säästöjen aikaansaamiseksi. Samalla tavoitteena oli poistaa päällekkäisyyksiä ja yksinkertaistaa prosesseja. Lisäksi nimitettiin uusi johtoryhmä. Uusi yksinkertaisempi organisaatio astui voimaan syksyllä, ja tavoitellut vuosittaiset 20 miljoonan euron kustannussäästöt toteutuvat vuonna 2017. Säästöt auttavat Stockmann Retailia saavuttamaan tavoitteensa ja yltämään positiiviseen liikelokseen vuonna 2018.

## PARANTUNUT VALIKOIMA JA PALVELU

Stockmann on siirtymässä strategiaansa toteuttamisessa seuraavaan vaiheeseen, jonka ydin on luoda asiakkaille lisää syitä vierailta tavarataloissa ja verkkokaupassa. Tavoitteena on useiden toimenpiteiden avulla parantaa valikoimia, palvelua ja koko ostoskokemusta. Näillä keinoilla Stockmann pyrkii lisäämään kävijöiden määrää ja aktivoimaan passiivisia kanta-asiakkaita kasvattaakseen myyntiä.

Stockmann Retail keskittyy muotiin, kauneuteen, ruokaan ja kodin tuotteisiin. Muita tuotealueita ja palveluita tarjoavat nyt tavaratalojen kumppanit. Stockmann haluaa tarjota asiakkailleen ensiluokkaisen ostoskokemuksen, joka koostuu ajankohtaisista brändeistä ja uutuuksista ympäri maailmaa. Tuotevalikoimat on suunnattu erityisesti asiakkaille, jotka arvostavat vaivattomuutta, laatua ja inspiroivia ostoselämyksiä.

Stockmann uudistaa jatkuvasti tavaratalokonseptejaan ja -tilojaan sekä jatkaa voimakkaasti panostamista digitaalisiin palveluihin parantaakseen asiakaskokemusta. Stockmannin brändin ytimessä on tarjota alan parasta palvelua ja ratkaisuja, jotka helpottavat asiakkaiden

asiointia tavarataloissa. Stockmann on panostanut palvelun parantamiseen tavarataloissa ja asiakaspalvelukeskuksessa.

## ASIAKASTA VARTEN

Stockmann on analysoinut asiakkaiden odotuksia ja kohderyhmiä entistä tarkemmin voidakseen vastata paremmin asiakkaiden jatkuvasti muuttuviin tarpeisiin ja tehdäkseen tarjonnastaan entistäkin houkuttelevamman. Kaikki nämä toimenpiteet tähtäävät entistä vahvempaan asiakaslähtöisyyteen.

Asiakaslähtöisyys on myös Stockmannin vastuullisuustyön ytimessä. Yhteiskuntavastuustrategiansa mukaisesti Stockmann haluaa lisätä asiakkaiden tietoisuutta vastuullisuustyöstä, tarjota asiakkaille vastuullisia tuotteita ja luoda vähittäiskaupan alan parhaita käytäntöjä esimerkiksi panostamalla toimitusketjun läpinäkyvyyteen ja vähentämällä toiminnan ympäristö-

### VISIOMME //

*Olemme asiakkaidemme*

# NO 1

*inspiraation lähde*

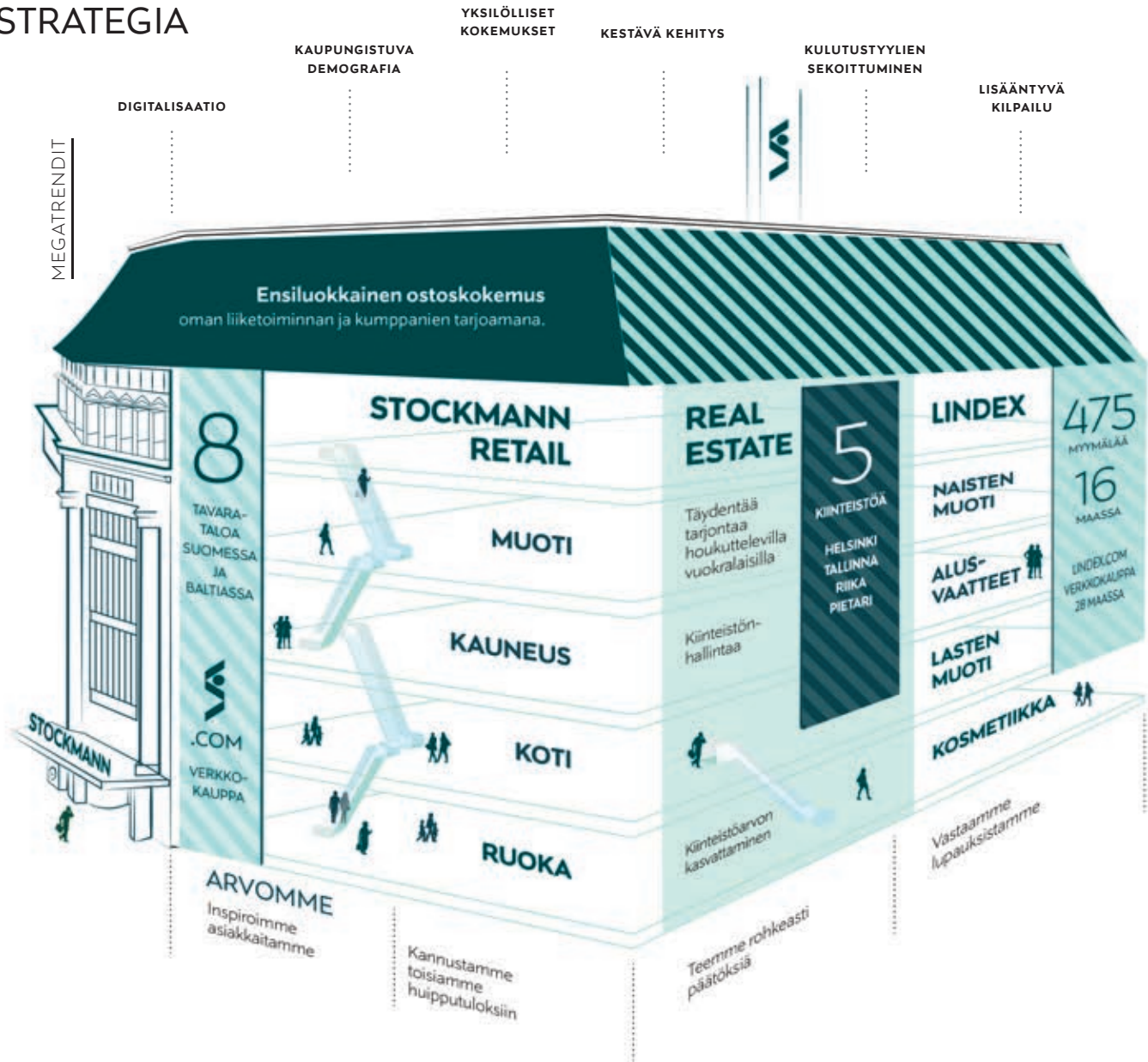
MODERNIIN,  
URBAANIIN  
ELÄMÄÄN.

KESKITYMME MUOTIIN,  
KAUNEUTEEN, RUOKAAN  
& KODIN TUOTTEISIIN





## STRATEGIA

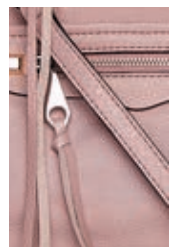
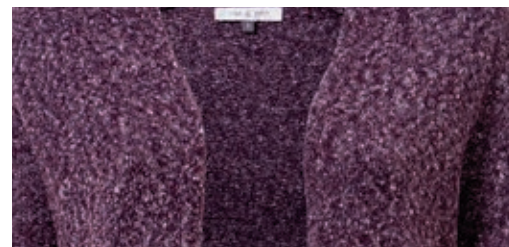


vaikutuksia. Hedelmällistä vuoropuhelua sidosryhmien kanssa jatketaan edelleen.

### PANOSTUKSIA DIGITALISAATIOON

Lindexin digitaalista liiketoimintaa kehitettiin eteenpäin vuonna 2016, ja digitalisaatio ottaa uusia askelia vuoden 2017 aikana sekä myymälöissä että verkossa. Entistä kunnianhimoisempaan päämäärään on liiketoimintastrategiaa ja brändin kehittämistä tukeva digitaalinen muutos ja kasvu.

Tavoitteena on nopeuttaa verkkokaupan sisällöntuotantoa ja esitellä suurin osa naisten vaatemallistosta mallien päällä sekä lisätä inspiroivan sisällön määrää ja vuoropuhelua asiakkaiden kanssa sosiaalisessa mediassa. Lisäksi Lindex haluaa luoda verkkokaupan asiakkaille hyvän brändikokemuksen myös ostotapahtuman jälkeen ja laajentaa asiakaspalvelun aukioloa vastaamaan kävijöiden käyttäytymistä. Investoinneilla lisätään myös kykyä asiakaskäyttäjien analysointiin ja valmistellaan laajentumista uusille markkinoille.



# VASTUULLISIA OSTOS- KOKEMUKSIA

*Vastuullisuus on keskeinen osa Stockmannin arvoja ja päivittäistä toimintaa koko arvoketjussa. Stockmann on merkittävä työnantaja, huomattava tuotteiden ja palveluiden ostaja, investoija sekä yhteistyökumppani ja veronmaksaja.*

**S**tockmannilla vastuullisuus alkaa hankintaketjusta, jossa vastuullisuus on mukana turvallisten työolojen varmistamisesta tuotannon ympäristövaikutusten vähentämiseen saakka. Tuotevalikoimassamme haluamme tarjota asiakkaillemme vastuullisia vaihtoehtoja. Asiakastytyväisyys on toimintamme keskiössä, ja kiinnitämme paljon huomiota työhyvinvointiin ja ympäristönäkökohtiin. Takaamme tuotteidemme turvallisuuden ja inspiroimme asiakkaitamme vastuullisiin valintoihin.

## VASTUULLISUUSTYÖTÄ OHJAAVAT PERIAATTEET

Stockmannin vastuullisuustyötä ohjaavat yhtiön strategia ja arvot, yhteiskuntavastuun strategia, toimintamaiden kansalliset lait ja säädökset sekä kansainväliset sopimukset ja suositukset, joista tärkein on sitoutuminen YK:n Global Compact -periaatteisiin. Stockmannin Code of Conduct

-toimintaperiaatteet, joita täydentävät muut sisäiset ohjeistukset, määrittävät poikkeukset kaikkien työntekijöiden ja johdon tavan toimia. Stockmann edellyttää näiden toimintaperiaatteiden noudattamista myös tavarrantoimittajiltaan ja muilta yhteistyökumppaneiltaan.

Stockmann on sitoutunut tukemaan toiminnassaan YK:n Agenda 2030 -toimintaohjelmaan kuuluvia kestävä kehityksen tavoitteita. Toiminnallemme olennaisimpia tavoitteita, joihin voimme eniten vaikuttaa, ovat vastuullinen kuluttaminen, ihmisarvoinen työ ja talouskasvu, ilmastoteot sekä yhteistyö ja kumppanuus.

Vuosille 2016–2018 laaditussa Stockmannin yhteiskuntavastuun strategiassa asetamme konkreettisia tavoitteita vahvistamaan asemaamme vastuullisena yritys-kansalaisena. Tavoitteet, jotka esitellään tarkemmin Stockmannin yhteiskuntavastuun katsauksessa, tukevat konsernin strategiaa ja liiketoimintatavoitteita vahvistamalla asiakaskeskeisyyttä ja parantamalla tehokkuutta. Työskentelemme määrätietoisesti saavuttaaksemme nämä tavoitteet, jotka kattavat koko arvoketjun ja edistävät työmme mittaamista ja raportointia.

## LISÄARVOA KAIKILLE SIDOSRYHMILLE

Stockmann käy aktiivista ja jatkuvaa vuoropuhelua sidosryhmiensä kanssa vahvistaakseen suhteita ja vastataksaan Stockmanniin kohdistuviin odotuksiin ja toiveisiin. Stockmannin toiminnalla on laajoja taloudellisia vaikutuksia ympäröivään yhteiskuntaan. Keskeiseksi määritellyillä sidosryhmillämme on suurin vaikutus yhtiömme liiketoimintaan ja vastavuoroisesti liiketoiminnallemme on niihin suurin vaikutus.

Stockmannin tavarataloissa, Lindexin myymälöissä ja näiden verkko-kaupoissa asioi vuosittain yli 190 miljoonaa kävijää, ja yhtiön tuotteita ja palveluita käytetään päivittäin. Vuonna 2016 konserni työllisti keskimäärin 9 006 henkilöä ja maksoi henkilöstölleen palkkoja ja muita työsuhteita 290,5 miljoonaa euroa. Tappiollisen tuloksen vuoksi osinkoa ei jaettu vuonna 2016. Stockmannin yhteiskunnalliset vaikutukset näkyvät myös laajemmin myydyistä tuotteista maksettujen arvonlisäverojen ja

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



13 CLIMATE ACTION



17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS



## YHTEISKUNTAVASTUUN VISIO //

TARJOAMME  
ASIAKKAILLEMME  
VASTUULLISIA  
OSTOSKOKEMUKSIA.  
OLEMME  
SITOUTUNEET  
TYÖSKENTELEMÄÄN  
KESTÄVÄN  
TULEVAISUUDEN  
HYVÄKSI.

# 2016

## VASTUULLISUUSTYÖN KOHOKOHDAT

### ➤ Inspiroimme asiakkaitamme

jakamalla tietoa vastuullisista vaihtoehtoistamme ja yhteiskuntavastuutyöstämme lukuisissa kanavissa: raporteissa, verkkosivuilla, sosiaalisessa mediassa, vastaamalla asiakkaiden, median ja kansalaisjärjestöjen kyselyihin sekä tiedottamalla myyntihenkilöstöä. Edistimme asiakastytyväisyyttä kehittämällä asiakaspalautteen keräämistä ja analysointia.

### ➤ 2016 oli vaativa vuosi

työntekijöillemme organisaatiomuutosten, henkilöstövähennyksen ja uusien työtapojen käyttöönoton takia. OHI-henkilöstökysely (Organisational Health Index) toteutettiin kolmatta kertaa, ja ponnisteluja työhyvinvoinnin ja työssä jaksamisen parantamiseksi jatketaan.

## ARVONLUONTI SIDOSRYHMILLE

### Resurssit

AMMATTITAITOINEN  
HENKILÖSTÖ &  
ORGANISAATIO

BRÄNDI

TUOTTEET

MONIKANAVAISET  
PALVELUT

TALOUDELLISET  
RESURSSIT &  
KIINTEISTÖT

LUONNONVARAT



### Vaikutukset

#### ASIAKKAAT

Myynti ilman alv:a, liike-  
toiminnan muut tuotot,  
rahoitustuotot  
1 303,2 miljoonaa euroa

#### TYÖNTEKIJÄT

Palkat, palkkiot & eläkemaksut  
290,5 miljoonaa euroa

#### YHTEISKUNTA

Muut sosiaalikulut ja verot  
52,4 miljoonaa euroa

#### TAVARANTOIMITTAJAT & MUUT

Tuotteiden, materiaalien  
& palveluiden ostot 981,4  
miljoonaa euroa

#### SIJOITTAJAT & OSAKKEENOMISTAJAT

Rahoituskulut 23,9  
miljoonaa euroa,  
ei osinkoa vuonna 2016

työntekijöiden maksamien tuloverojen kautta. Lisäksi Stockmannin toimet heijastuvat toimintaympäristöön esimerkiksi epäsuoran työllistämisen kautta hankintaketjussa. Vastuullisena yrityskansalaisena Stockmann osallistuu aktiivisesti yhteiskunnallisiin hankkeisiin. Lindex on ollut Roosa nauha -keräyksen yhteistyökumppani vuodesta 2003 alkaen ja lahjoittanut tänä aikana asiakkaidensa kanssa yli 12 miljoonaa euroa keräykseen rintasyöpätutkimuksen hyväksi.

#### LUE LISÄÄ

Yhteiskuntavastuun katsaus, jossa esitetään yksityiskohtaisesti konsernin vastuullisuustyön tavoitteet ja tulokset, löytyy osoitteesta [vuosi2016.stockmanngroup.com](http://vuosi2016.stockmanngroup.com).

#### ➤ Ruokahävikin vähentäminen

Stockmann Herkuissa jatkui, samoin uusien ruokalajituskohteiden etsiminen. Lahjoitimme myös muita tuotteita ja näytteitä useiden hyväntekeväisyysjärjestöjen, kuten Hope ry:n, kautta.

➤ **Sitouduimme vähentämään muovijätettä** ja aloitimme ostoskassavalikoiman uudistamisen entistä vastuullisemmilla vaihtoehdoilla.

➤ **Lindex edisti** kunnianhimoisia 2020-tavoitteitaan vastuullisten materiaalien lisäämiseksi. Jo 90 % puuvillasta on hankittu kestävästä lähteistä ja 50 % Lindexin koko mallistosta on valmistettu vastuullisemmista materiaaleista.

➤ **Vastuullisen, avoimen ja jäljitettävän hankintaketjun** eteen tehty aktiivinen työ jatkui. Omien merkkien vaatteita valmistaviin tehtaisiin tehtiin 123 Business Social Compliance Initiative (BSCI) -auditointia.

➤ **Energiätehokkuus parani** asetettujen tavoitteiden mukaisesti. Keväällä 2016 avattu uusi jakelukeskus, jolle myönnettiin Gold-tason LEED-sertifikaatti, tulee vähentämään kuljetusmatkoja ja sitä kautta päästöjä.

➤ **Lindex laajensi tekstiilien** vastaanottoa. Asiakkaat voivat nyt palauttaa käytettyjä vaatteita kaikkiin liikkeisiin Ruotsissa, Norjassa ja Suomessa. Uusissa "Even Better Denim" -farkkumalleissa hyödynnetään kuluttajilta kerättyä kierrätyspuuvillaa.

#### ➤ Stockmannin Code of Conduct -toimintaperiaatteiden

jalkautus jatkui verkko-koulutuksen avulla ja laajenee entisestään vuonna 2017. Jatkamme avointa, läpinäkyvää ja säännöllistä viestintää, jonka perustana on aktiivinen vuoropuhelu sidosryhmien kanssa. Stockmann raportoi yhteiskuntavastuun tavoitteista ja tuloksista osana vuosiraportointia, noudattaen GRI G4-raportointiohjeistoa.

# 2016

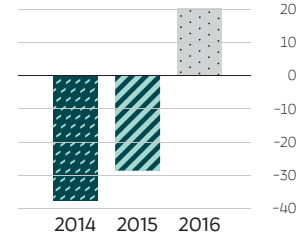
## LIIKETULOS KÄÄNTYI POSITIIVISEKSI

Stockmann-konsernin oikaistu liike-tulos vuonna 2016 kas-voi 48,7 miljoonaa euroa ja oli 20,2 miljoonaa euroa (-28,5 miljoonaa euroa). Toiminnan kustannukset pienenevät yli 65 miljoonaa euroa ja paransivat tulosta liikevaihdon laskusta huolimatta. Konserni saavutti positiivisen liike-tuloksen kahden vuoden raskaiden tappioiden jälkeen.

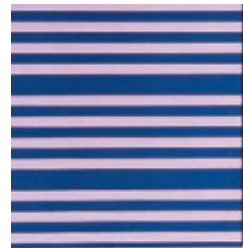
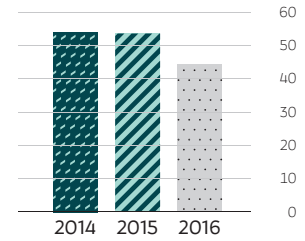
Konsernin kolmesta liiketoimintayksiköstä muotiketju Lindex ja kiin-teistöliiketoiminta ovat kannattavia, mutta Stockmann Retail oli edelleen tappiollinen. Vuoden 2017 aikana Stockmann nopeuttaa toimia kääntääk-seen tavaratalotoimintojen liike-tuloksen jälleen kannattavaksi vuonna 2018.

Stockmann-konsernin liikevaihto oli 1 303,2 miljoonaa euroa vuonna 2016. Konsernin jatkuvien tuote- ja liiketoiminta-alueiden liikevaihto laski 4,1 %. Osakekohtainen tulos oli jatkuvien toimintojen osalta -0,33 euroa (-1,24 euroa) tai -0,12 (-2,43 euroa) sisältäen lopetetut toiminnot. Hallitus ehdottaa, että vuoden 2016 tuloksesta ei makseta osinkoa.

LIIKETULOS  
MILJ. EUROA / OIKAISTU



INVESTOINNIT  
MILJ. EUROA



## AVAIN- LUVUT

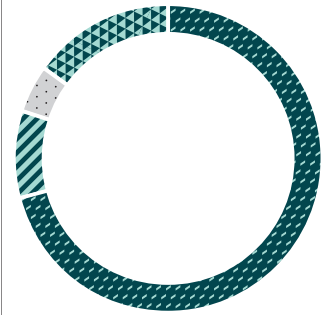
	2016	2015
LIIVEVAIHTO, milj. euroa	1 303,2	1 434,8
SUHTEELLINEN MYYNTIKATE, prosenttia	53,4	50,6
LIIKETULOS ENNEN POISTOJA (EBITDA), oikaistu, milj. euroa	79,4	43,4
LIIKETULOS, milj. euroa	17,6	-52,5
- oikaistu, milj. euroa	20,2	-28,5
OIKAISUT LIIKETULOKSEEN, milj. euroa	2,6	24,0
NETTORAHOITUSKULUT, milj. euroa	23,1	21,2
TULOS ENNEN VEROJA, milj. euroa	-5,5	-73,7
TILIKAUDEN TULOS, milj. euroa	-18,2	-88,9
- sisältäen lopetetut toiminnot, milj. euroa	-3,2	-175,0
OSAKEKOHTAINEN TULOS, laimentamaton, euroa	-0,33	-1,24
- sisältäen lopetetut toiminnot, euroa	-0,12	-2,43

# SUUNNANMUUTOS ETENEE

- Tulosparannuksen ajureina liiketoimintojen myymiset, uudelleenjärjestelyt ja Lindexin sekä Real Estaten vakaa tuloskehitys
- Positiivinen konsernin liiketulos vuonna 2016
- Useita hankkeita käynnissä tavaratalotoimintojen liiketuloksen kääntämiseksi jälleen kannattavaksi vuonna 2018



## MYynti TUOTEALUEITTAIN



MUOTI	71 %
KOSMETIIKKA	9 %
KOTI	5 %
RUOKA	15 %

## LIKEVAIHTO YKSIKÖITTÄIN



LINDEX	50 %
STOCKMANN RETAIL	45 %
REAL ESTATE	5 %

## LIKEVAIHTO MARKKINA-ALUEITTAIN



SUOMI	45 %
RUOTSI & NORJA	41 %
BALTIA, VENÄJÄ & MUUT MAAT	14 %

Ilman Hobby Hallia



	2016	2015
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA, milj. euroa	41,5	17,2
INVESTOINNIT, milj. euroa	44,2	53,4
NETTOVELKAANTUMISASTE, prosenttia	68,3	72,1
OMAVARAISUUSASTE, prosenttia	48,3	46,1
OMA PÄÄOMA/OSAKE, euroa	14,99	14,53
HENKILÖSTÖ, keskimäärin	9 006	10 762
HENKILÖSTÖN OSUUS SUOMESSA, prosenttia	40	46
PALKAT JA MUUT TYÖSUHDE-ETUUDET, milj. euroa	290,5	321,5
CO <sub>2</sub> -PÄÄSTÖT (SCOPE 1-3), tCO <sub>2</sub>	66 800	71 700
JÄTTEEN KIERRÄTYSASTE, prosenttia	70,5	71,5
OSTETUT TAVARAT, PALVELUT JA INVESTOINTIHYÖDYKKEET, milj. euroa	981,4	1 147,6
HANKINTAKETJUN AUDITOINNIT, BSCI, Accord ja omat	359	349

**INSPIROIVAA KOHTUUHINTAISTA MUOTIA**

Lindexin uusi viestintäkonsepti *"We Make Fashion Feel Good"* otettiin käyttöön alkuvuonna 2016, ja se on keskeinen osa brändin identiteettiä. Lindexille on tärkeää, että vaatteet on valmistettu hyvin, muoti on innostavaa, vaatteet sopivat täydellisesti ja ne ovat kohtuuhintaisia. Lindexin mottona on, että päivittäinen pukeutuminen tuntuu hyvältä.

LINDEX

# WE MAKE FASHION FEEL GOOD

475

MYYMÄLÄÄ

16

MAASSA

LINDEX.COM  
28 MAASSA

*Lindex tarjoaa myymälöissään ja verkkokaupassaan maailmanluokan muotielämyksiä ja laajan valikoiman naisten muotia, lastenvaatteita, alusasuja ja kosmetiikkaa. Lindex jatkaa brändinsä rakentamista nykyisillä ja uusilla markkinoilla.*

Lindex kuuluu Euroopan johtavien muotiketjujen joukkoon houkuttelevalla muotikonseptillaan. Lindex keskittyy toimintansa vahvistamiseen ja laajentamiseen päämarkkinoillaan Pohjoismaissa sekä muilla markkinoilla. Laaja kansainvälinen toiminta perustuu sekä omien myymälöiden verkostoon että franchising-kumppaneiden myymälöihin. Vuoden 2016 lopussa Lindexillä oli yhteensä 475 myymälää 16 maassa, joista franchising-myymlöitä oli 379 kuudessa maassa. Omia myymälöitä oli 436 kymmenessä maassa. Epävarmojen näkymien vuoksi Lindex vetäytyi Venäjän markkinoilta ja viimeiset Lindex-myymlät Venäjällä suljettiin toukokuussa 2016.

Lindexin myynti kehittyi hyvin etenkin kevään aikana, ja muotiketju saavutti kaikkien aikojen parhaan toisen vuosineljänneksen liikevaihtonsa ja tuloksensa. Vaikka joulumyynti oli edellisvuotta pienempi erityisesti Suomessa ja Ruotsissa, Lindexin liikevoitto parani vuoden aikana 23 %. Hyvän suhteellisen myyntikatteen kehityksen lisäksi tulosta paransivat kiinteiden kulujen säästöt. Lindexin liikevoitto oli edelleen selvästi paras konsernin liiketoimintayksiköistä.

Lindexin muodille on ominaista hyvä istuvuus, inspiroiva muodikkuus, kohtuuhintaisuus sekä kestäväällä ja vastuullisella tavalla valmistetut tuotteet. Valikoimat tarjoavat moderneja ja klassisia vaihtoehtoja kaikkiin tilanteisiin. Keväällä 2016 menestyksestä Bra-volution -alusvaatekampanjaa tähdittivät Lindexin asiakkaat, ja kevään muotikampanjan keulakuvana toimi näyttelijätär ja tyyli-ikoni Sienna Miller. Syksyllä lanseerattiin suosittu Holly & Whyte -vaatemallisto myös lapsille.

Lindex otti syksyllä plus-koot pysyväksi osaksi mallistojensa kokovalikoimaa. Erillinen plus-koon Generous-mallisto poistui, ja asiakkaat voivat jatkossa löytää naistenmallistosta muotia koosta XS kokoon 3XL. Uudistus lanseerattiin näyttävästi osana syksyn kampanjaa.

Valikoimien vastuullisuus on tärkeä osa Lindexin toimintaa. Tavoitteen on, että vuoteen 2020 mennessä 80 % tuotteista on valmistettu ympäristöä vähemmän kuormittavista materiaaleista. Vuonna 2016 jo yli puolet valikoimista tehtiin näistä materiaaleista. Vuoden aikana lanseerattiin vastuullisemmasta puuvillasta tuotettu denim-kokoelma, jonka tuotannossa käytetään vähemmän vettä, energiaa ja kemikaaleja.



Lindex on tarjonnut maaliskuusta 2016 alkaen mahdollisuuden tehdä ostoksia verkkokaupassa Instagramin kautta. Instagram-shopin käyttöönotto on yksi askel Lindexin tavoitteessa vahvistaa digitaalisia palveluitaan ja parantaa ostokokemusta. Muotiketjun pyrkimys on yhdistää eri kanavat, innostaa ja inspiroida asiakkaita sekä tehdä ostaminen mahdollisimman helpoksi. Investointeja digitaalisiin palveluihin lisätään vuoden 2017 aikana.

Lindexin Instagram-tili on tärkeä inspiraation lähde asiakkaille. Kiinnostus tuotteisiin ja kanavaa kohtaan kasvaa, samoin kiinnostus tuotteiden ostoon tätä kautta. Se tarjoaa asiakkaille yksinkertaisen ja nopean tavan tehdä verkkokauppoja. /

LIIKEVAIHTO / milj. euroa

633,2

652,3 (2015)

LIIKETULOS / milj. euroa

54,9

44,6 (2015)

MYYNTI / Tuotealueittain

NAISTEN MUOTI

33 %

ALUSVAATTEET LASTEN MUOTI KOSMETIIKKA

26 % 36 % 5 %

LIIKEVAIHTO / Markkina-alueittain

RUOTSI JA NORJA

79 %

SUOMI BALTIA JA MUUT MAAT

11 % 10 %

## LINDEX LANSEERASI INSTAGRAM- SHOPIN



#### KORKEALAATUISIA HERKKUJA

Ruoka on yksi Stockmann Retailin neljästä painopiste-alueesta muodin, kauneuden ja kodin tuotteiden ohella. Osana kesällä 2016 tehtyjä organisaatiouudistuksia Stockmann Herkku eriytettiin omaksi toiminnoksi, joka vastaa ketjun elintarvikehankinnoista, myymälätoiminnoista, markkinoinnista, palveluista, toimitusketjun kehittämisestä ja omasta Herkkukeittiöstä. Herkku haluaa jatkossakin tarjota asiakkailleen laajan ja ainutlaatuisen valikoiman, laatua, tuoreutta, vaivattomuutta ja inspiraatiota.



STOCKMANN RETAIL

# INSPIROIVIA OSTOKSIA KAIKISSA KANAVISSA

Stockmann Retail tarjoaa korkealaatuisen valikoiman kansainvälisiä brändejä, ammattitaitoista asiakaspalvelua ja erinomaisia asiakaskokemuksia moderneissa ja inspiroivissa monikanavaisissa ostosympäristöissä.

Stockmann Retail palvelee asiakkaitaan monipuolisesti tavarataloissaan sekä niitä tiiviisti tukevassa verkkokaupassa. Yksikköön kuuluu kuusi tavarataloa Suomessa sekä kaksi Baltiassa Venäjän tavaratalotoiminnan ja Hobby Hallin myyntien sekä Oulun tavaratalon lopettamisen jälkeen. Tuotevalikoima keskittyy muotiin, kauneuteen, kodintuotteisiin ja ruokaan. Liikevaihdon laskuun vuonna 2016 vaikutti osittain useista kannattamattomista tuotealueista luopuminen.

Stockmann Retailin toimintaa tehostettiin ja yksinkertaistettiin vuoden 2016 aikana madaltamalla organisaatorakennetta ja luomalla uusi markkinointi ja digitalisaatio -toiminto. Myös logistiikka ja ostot yhdistyivät Supply Chain -toiminnoksi. Tavoitteena on vastata asiakkaiden tarpeisiin entistä paremmin ja ketterämmin. Stockmann Retailin toiminnan kulut pienenevät vuoden aikana säästöjen ansiosta yli 50 miljoonaa euroa. Tehostamisohjelmasta huolimatta Stockmann Retailin liikevaihto oli vielä negatiivinen. Liikevaihto kuitenkin parani edellisvuodesta noin 20 miljoonaa euroa, ja tavoitteena on, että Retail saavuttaa positiivisen liikevaihtoloksen vuonna 2018.

Verkkokaupan ja kivijalkamyymälöiden saumattomaan yhteistyöhön sekä digitaalisten palveluiden kehittämiseen on panostettu paljon viime vuosina. Stockmann.com täydentää tavaratalojen tarjontaa, ja verkkokauppa uudistui vuoden 2016 aikana. Syksyllä Stockmann-sovellus lanseerattiin iOS-laitteiden lisäksi myös Android-laitteille. Sovelluksen avulla asiakkaat saavat ajankohtaista tietoa, inspiraatiota ja etuja omaan matkapuhelimeensa. Myyjien tablettityökalun kehitys jatkui, minkä ansiosta henkilöstön käyttöön tuli monia uusia myyntityövälineitä helpottavia ominaisuuksia.

Stockmann-tavaratalojen keskeisenä menestystekijänä on monipuolinen ja laadukas, jatkuvasti uudistuva tarjonta. Vuoden aikana valikoimia laajennettiin merkittävästi tuomalla myyntiin asiakkaiden toiveiden mukaisesti yli 50 uutta, vetovoimaista brändiä. Joukossa on moderneja maailmanluokan merkkejä, parhaita kotimaisia tuotteita sekä uusia Stockmannin omia muotimerkkejä kuten naisten muodin cut & pret. Lisää ajankohtaisuutta saatiin myös lukuisten brändien pop up -shopien myötä. Valikoimien uudistaminen on keskeinen keino, jolla Stockmann houkuttelee lisää kävijöitä tavarataloihinsa ja kääntää liikevaihdon uudelleen kasvuun.

8

TAVARATALOA

3

MAASSA

VERKKOKAUPPA  
stockmann.com

LIIKEVAIHTO / milj. euroa

635,7

740,8 (2015)

LIIKETULOS / milj. euroa

-49,8

-72,9 (2015) Oikaistu

MYYNTI / Tuotealueittain

MUOTI

43 %

KAUNEUS KOTI RUOKA  
13 % 12 % 32 %

Ilman Hobby Hallia

LIIKEVAIHTO / Markkina-alueittain

SUOMI

84 %

BALTIA  
16 %

## UUSIA OSTOS- YMPÄRISTÖJÄ

Vuoden aikana tehtiin merkittäviä uudistuksia Stockmann-tavaratalojen ostosympäristöihin erityisesti lippulaivamyymälässä Helsingin keskustassa. Tavoitteena ovat entistä elämyksellisemmät, viihtyisämmät ja houkuttelevat ostosmiljööt. Alkusyksystä avattiin uusi naisten asusteosasto. Osastolla on myynnissä kymmeniä uusia merkkejä. Myös kosmetiikan osasto laajentui uusilla brändi-shopeilla. Viidenteen kerrokseen rakennettiin sisustuksen ystäville uusi kodin maailma, joka kokoaa yhteen erityisesti suomalaisia ja skandinaavisia design-sisustusbrändejä. /



#### UUSIA YHTEISTYÖKUMPPANEITA

Real Estate on lyhyen toimintakautensa aikana laajentanut onnistuneesti Stockmann-tavaratalojen valikoimia useilla brändeillä ja tuonut asiakkaille uusia elämyksiä ja palveluita. Hyvä kehitys jatkui vuonna 2016: Suomen ja Baltian tavaratalojen tarjonta laajeni mm. kellojen ja korujen, ulkoilutekstiilien ja retkeilyvarusteiden, lelujen, huonekalujen sekä kahvila- ja ravintolapalveluiden osalta.

REAL ESTATE

# OSTOS- KOKEMUSTA PARANTAVAA KIINTEISTÖN- HALLINTAA

*Real Estate hallinnoi kaikkia Stockmannin omistamia sekä vuokraamia kiinteistöjä. Viihtyisän miljöö ja tehokkaan tilankäytön lisäksi ensiluokkaisia ostokokemuksia luodaan omaa tarjontaa täydentävien brändien houkuttelevilla tuotteilla ja palveluilla.*

**R**eal Estate -yksikköön kuuluvat konsernin omistamat viisi kiinteistöä Helsingissä, Pietarissa, Tallinnassa ja Riiassa. Kiinteistöjen vuokrattava kokonaispinta-ala (GLA) on noin 142 000 neliometriä, josta Stockmann Retailin käytössä on 52 % ja loput ulkopuolisten vuokralaisten käytössä. Stockmann ilmoitti lokakuussa 2016 harkitsevansa kokonaan ulkopuolisten toimijoiden käytössä olevan Pietarin Nevsky Centre -kauppakeskuksen myymistä. Selvitystyö on kesken.

Stockmannin kiinteistöjen käypä arvo kasvoi vuoden aikana 31,9 miljoonaa euroa. Vuokrausaste nousi 99,1 %:iin ja kiinteistöjen nettotuotoste oli 4,9 %. Liikevoitto jatkoi tasaisen vahvaa kehitystä.

Real Estate keskittyy kasvattamaan Stockmann-konsernin omistaman laadukkaan kiinteistöportfolion arvoa ja kiinteistöjen vuokratuottoja sekä tiiviiseen kumppanuuteen Stockmann Retailin kanssa. Yksikkö vastaa myös kaikkien tavaratalojen kiinteistöhallinnoinnista sekä alivuokraustoiminnasta vuokrakiinteistöissä.

Real Estaten ja Stockmann Retailin yhteisenä tavoitteena on tarjota ensiluokkainen ostoselämys asiakkaille. Yksiköiden välinen saumaton yhteistyö on tärkeää, jotta tarjonnasta muodostuu yhden ja saman katon alla optimaalinen kokonaisuus asiakkaalle. Kiinteistöjen pitkäjänteisen kehittämisen lisäksi Real Estaten päämääränä on tarjota asiakkaille entistä laajempi valikoima maailmanluokan brändejä ja palvelukonsepteja, jotka vastaavat parhaiten Stockmannin asiakkaiden odotuksiin ja luovat inspiroivia ostokokemuksia.

5

KIINTEISTÖÄ

4

MAASSA

LIIKEVAIHTO / milj. euroa

60,1

59,3 (2015)

LIIKETULOS / milj. euroa

21,1

16,3 (2015)

NETTOTUOTTO / milj. euroa

44,4

44,9 (2015)

Omista kiinteistöistä

KIINTEISTÖJEN  
KÄYPÄ ARVO / milj. euroa

950,1

918,2 (2015)

VUOKRAUSASTE

99,1 %

98,5 (2015)



## ENSIMMÄISENÄ SUOMESSA

✓ Suomen ensimmäinen Joe & the Juice -kahvila avautui joulukuksi Helsingin keskustan Stockmannille. Trendikäs tanskalainen Joe & the Juice myy tuoreita ja terveellisiä hedelmä- ja vihannesmehuja, kahveja sekä voileipiä, jotka valmistetaan asiakkaan tilauksesta. Konsepti tuo uuden ulottuvuuden tavaratalojen palveluihin tarjoamalla asiakkaille uudenlaista elämyksellisyyttä ja herkullisia makuja ostostenteon lomassa.

Joe & the Juice perustettiin vuonna 2002 Kööpenhaminassa. Suositettu ketju on laajentunut paitsi muihin Pohjoismaihin myös lukuisiin Euroopan ja Yhdysvaltojen suurkaupunkeihin. ✓

# HALLITUS



**JUKKA  
HIENONEN**

s. 1961  
Suomen kansalainen  
KTM  
Hallituksen  
puheenjohtaja  
Hallitusammattilainen



**LEENA  
NIEMISTÖ**

s. 1963  
Suomen kansalainen  
LT  
Hallituksen  
varapuheenjohtaja  
Hallitusammattilainen



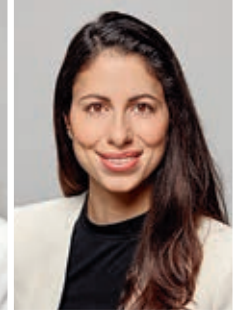
**KAJ-GUSTAF  
BERGH**

s. 1955  
Suomen kansalainen  
OTK, diplomiekonomi  
Toimitusjohtaja,  
Föreningen  
Konstsamfundet r.f.



**TORBORG  
CHETKOVICH**

s. 1967  
Ruotsin kansalainen  
MBA, KTK  
Hallitusammattilainen



**SUSANNE  
NAJAFI**

s. 1981  
Ruotsin kansalainen  
KTM  
Sijoittaja, sähköisen liike-  
toiminnan neuvonantaja



**MICHAEL  
ROSENLEW**

s. 1959  
Suomen kansalainen  
KTM  
Hallitusammattilainen



**PER  
SJÖDELL**

s. 1972  
Ruotsin kansalainen  
KTM  
Hallitusammattilainen



**DAG  
WALLGREN**

s. 1967  
Suomen kansalainen  
KTM  
Toimitusjohtaja,  
Svenska litteratur-  
sällskapet i Finland r.f.



HENKILÖSTÖN EDUSTAJAT

**MINNA  
HIRVONEN**

s. 1967  
Suomen kansalainen  
Kehityspäällikkö, ICT  
Henkilöstön edustaja,  
Stockmannin ylempien  
toimihenkilöiden  
valitsemana



**RITA  
LÖWENHILD**

s. 1952  
Suomen kansalainen  
Päälouottamus mies  
Henkilöstön edustaja,  
Stockmannin yhtymä-  
lautakunnan valitsemana



## LUE LISÄÄ

Tiedot 31.12.2016. Lisätietoja hallituksen ja johtoryhmän jäsenistä, heidän palkitsemisestaan ja osakeomistuksistaan on luettavissa hallinnointikatsauksessa, joka on saatavilla osoitteessa [vuosi2016.stockmanngroup.com](http://vuosi2016.stockmanngroup.com)

# JOHTORYHMÄ



**LAURI  
VEIJALAINEN**

s. 1968  
Suomen kansalainen  
LuK, MBA  
Toimitusjohtaja

**MIKKO  
HUTTUNEN**

s. 1968  
Suomen kansalainen  
KTM  
Henkilöstöjohtaja

**INGVAR  
LARSSON**

s. 1972  
Ruotsin kansalainen  
KTM  
Toimitusjohtaja, Index

**NORA  
MALIN**

s. 1975  
Suomen kansalainen  
VTM  
Viestintäjohtaja

**JUKKA  
NAULAPÄÄ**

s. 1966  
Suomen kansalainen  
OTK  
Lakiasian johtaja

**PETTERI  
NAULAPÄÄ**

s. 1968  
Suomen kansalainen  
DI  
Tietohallintojohtaja



**MAIJU  
NISKANEN**

s. 1977  
Suomen kansalainen  
KTM  
Johtaja,  
tavaratalotoiminnot

**SUSANNA  
OTTILA**

s. 1968  
Suomen kansalainen  
KTM  
Johtaja, Herkku

**ANNA  
SALMI**

s. 1979  
Suomen kansalainen  
KTM  
Johtaja, asiakkuus,  
markkinointi ja  
digitaaliset palvelut

**BJÖRN  
TEIR**

s. 1969  
Suomen kansalainen  
VTM  
Johtaja, Real Estate

**TOVE  
WESTERMARCK**

s. 1968  
Suomen kansalainen  
KTM  
Johtaja, toimitusketju

# OSAKKEET JA OSAKKEENOMISTAJAT

Stockmann Oyj Ab:n osakepääoma jakautuu A- ja B-osakkeisiin. A-sarjan osakkeella on kymmenen ääntä ja B-sarjan osakkeella yksi ääni. Molempien sarjojen osakkeiden nimellisarvo on 2,00 euroa osakkeelta, ja molemmilla on oikeus yhtä suureen osinkoon.

## OSAKETIETOJA / 31.12.2016

LISTATTU NASDAQ HELSINGISSÄ
KAUPANKÄYNTITUNNUKSET <b>A-OSAKE: STCAS</b> <b>B-OSAKE: STCBV</b>
OSAKKEIDEN LUKUMÄÄRÄ: <b>A-OSAKE: 30 530 868</b> <b>B-OSAKE: 41 517 815</b> <b>YHTEENSÄ: 72 048 683</b>
REKISTERÖITYJÄ OSAKKEENOMISTAJIA <b>49 813</b> MARKKINA-ARVO / milj. euroa <b>509,6</b>

 **LUE LISÄÄ**  
stockmangroup.com/sijoittajat

## SUURIMMAT OSAKKEENOMISTAJAT

	Osuus osakkeista %	Osuus äänistä %	
1	HTT STC Holding Oy Ab	11,7	10,7
2	Föreningen Konstsamfundet-ryhmä	9,4	15,1
3	Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma	8,5	5,1
4	Svenska Litteratursällskapet i Finland r.f.	7,6	15,7
5	Niemistö Kari	5,8	9,4
6	Åbo Akademin säätiö	4,2	6,7
7	Etola-yhtiöt	4,2	6,1
8	Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen	2,4	1,0
9	Samfundet Folkhälsan i Svenska Finland r.f.	2,2	2,7
10	Jenny ja Antti Wihurin rahasto	1,9	2,1
11	Valtion Eläkerahasto	1,6	0,3
12	Inez och Julius Polins Fond	1,5	0,8
13	Wilhelm och Else Stockmanns Stiftelse	1,1	2,2
14	Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Etera	0,9	0,2
15	Helene och Walter Grönqvists Stiftelse	0,7	1,5
16	William Thuring's Stiftelse	0,5	0,7
17	Brita Maria Renlunds minne Säätiö	0,4	0,8
18	Danske Invest Suomi Yhteisöosake -sijoitusrahasto	0,4	0,1
19	OP-Suomi Arvo -sijoitusrahasto	0,4	0,1
20	Sijoitusrahasto Nordea Pro Suomi	0,3	0,1
	Muut	34,3	18,6
	<b>YHTEENSÄ</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

31.12.2016

## OMISTAJA- RYHMÄT

	Kpl	Osakkeen- omistajat %	Osuus osakkeista %	Osuus äänistä %
Yksityishenkilöt	48 486	97,3	23,2	20,8
Yritykset	807	1,6	20,3	20,1
Säätiöt ja yhdistykset	316	0,6	45,5	56,1
Hallintarekisteröidyt sis. ulkomaiset omistajat	170	0,4	7,5	2,2
Rahoitus- ja vakuutuslaitokset	34	0,1	3,5	0,8
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>49 813</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

31.12.2016

## OSAKE- MÄÄRÄT

	Kpl	Osakkeen- omistajat %	Osuus osakkeista %	Osuus äänistä %
1-100	32 660	65,5	1,7	0,6
101-1,000	14 296	28,7	6,7	4,7
1,001-10,000	2 628	5,3	9,0	5,9
10,001-100,000	188	0,4	7,2	3,6
100,001-1,000,000	27	0,1	11,8	12,5
1,000,001-	14	0,0	63,6	72,7
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>49 813</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

31.12.2016

## YHTIÖKOKOUS

Stockmann Oyj Abp:n vuoden 2017 varsinainen yhtiökokous pidetään 23.3.2017 klo 14.00 alkaen Finlandia-talon Konserttisalissa Helsingissä, Mannerheimintie 13. Yhtiökokoukseen tulee ilmoittautua viimeistään 17.3.2017 klo 16.00 mennessä. Lue lisää yhtiökokoukseen liittyvistä asioista osoitteessa [stockmangroup.com](http://stockmangroup.com):

- Yhtiökokouskutsu
- Ilmoittautuminen yhtiökokoukseen
- Ehdotukset yhtiökokoukselle

Yhtiökokouksessa muun muassa hyväksytään yhtiön tilinpäätös, päätetään osingonmaksusta ja valitaan hallituksen jäsenet.

IR-KALENTERI  
VUONNA 2017

23.3.2017

Yhtiökokous

28.4.2017

Tammi-maaliskuun osavuositarkastus

16.8.2017

Tammi-kesäkuun puolivuotiskatsaus

27.10.2017

Tammi-syyskuun osavuositarkastus

# 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

[stockmangroup.com](http://stockmangroup.com)

## Viestintä ja yhteiskuntavastuu

Media Desk, puh. 050 389 0011  
(klo 9-16 arkisin)  
[info@stockmann.com](mailto:info@stockmann.com)  
[investor.relations@stockmann.com](mailto:investor.relations@stockmann.com)

## stockmann.com

Asiakaspalvelu:  
[asiakaspalvelu@stockmann.com](mailto:asiakaspalvelu@stockmann.com)  
Puh. (09) 1211

## Tavaratalojen yhteystiedot

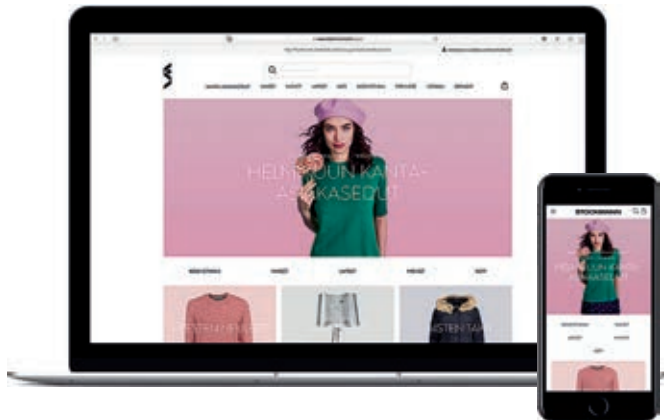
Suomi: [stockmann.com](http://stockmann.com)  
Viro: [stockmann.ee](http://stockmann.ee)  
Latvia: [stockmann.lv](http://stockmann.lv)

## Lindex

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

## lindex.com

Asiakaspalvelu:  
[customerservice-fi@lindex.com](mailto:customerservice-fi@lindex.com)  
Puh. 0800 130 730



## SEURAA MEITÄ



### STOCKMANN

FACEBOOK: [facebook.com/stockmannCOM](https://facebook.com/stockmannCOM)  
INSTAGRAM: [instagram.com/stockmanncom](https://instagram.com/stockmanncom)  
PINTEREST: [fi.pinterest.com/stockmanncom/](https://fi.pinterest.com/stockmanncom/)  
LINKEDIN: [linkedin.com/company/stockmann-oyj-abp](https://linkedin.com/company/stockmann-oyj-abp)  
TWITTER: [twitter.com/stockmangroupF](https://twitter.com/stockmangroupF)  
FLICKR: [flickr.com/photos/stockmangroup](https://flickr.com/photos/stockmangroup)  
YOUTUBE: [youtube.com/stockmannCOM](https://youtube.com/stockmannCOM)



### LINDEX

FACEBOOK: [facebook.com/lindex](https://facebook.com/lindex)  
INSTAGRAM: [instagram.com/lindexofficial](https://instagram.com/lindexofficial)  
LINKEDIN: [linkedin.com/company/lindex](https://linkedin.com/company/lindex)  
TWITTER: [twitter.com/lindexofficial](https://twitter.com/lindexofficial)  
YOUTUBE: [youtube.com/lindex](https://youtube.com/lindex)



Aleksanterinkatu 52 B  
PL 220  
00101 Helsinki

Puh. (09) 1211  
STOCKMANN.COM  
STOCKMANNGROUP.COM