

S

T

D

C

K

M

A

V

N

8

VARUHUS

 **STOCKMANN** STOCKMANN.COM

475

MODE- BUTIKER

LINDEX LINDEX.COM

5

FASTIGHETER

OMSÄTTNING / milj. euro

1303

1435 (2015)

RÖRELSERESULTAT * / milj. euro

20,2

-28,5 (2015) * Justerat



Stockmann, grundat år 1862, är ett finskt börsbolag inom detaljhandeln. Koncernen har tre affärsenheter: Lindex, Stockmann Retail och Real Estate. Bolaget har cirka 50 000 aktieägare och en personal på cirka 8 000.

Stockmann erbjuder förstklassiga urval av internationella varumärken, utmärkt kundservice och erfarenheter i moderna och inspirerande flerkanaliga shoppingmiljöer. Vår vision är att vara inspirationens första källa för modernt, urbant liv.

LINDEX

STOCKMANN RETAIL

REAL ESTATE

Inköpskontor:
Bangladesh,
Indien, Kina,
Pakistan och
Turkiet

BUTIKER I 17 LÄNDER





Ett tidsenligt varusortiment är en av Stockmanns konkurrensfördelar. Under året introducerades mer än 50 nya varumärken i varuhusens urval.



INNEHÅLL

2	Stockmann år 2016
4	Verkställande direktörens översikt
6	Strategi
8	CSR
10	Resultatutveckling år 2016
12	Index
14	Stockmann Retail
16	Real Estate
18	Styrelsen
19	Ledningsgruppen
20	Aktier och aktieägare
21	Kontaktuppgifter



Ekonomisk översikt 2016



Förvaltning 2016



Samhällsansvar (CSR) 2016

RAPPORTERING

Stockmanns rapportering består av fyra delar: affärsöversikten 'År 2016', en ekonomisk översikt, en förvaltningsöversikt samt en översikt om samhällsansvar. Denna affärsöversikt ger en allmän inblick i koncernens strategi, affärsverksamhet och CSR-ledning. Samhällsansvarsöversikten redogör för CSR-arbetet mer detaljerat och i enlighet med GRI G4-standarderna.

Alla översikter finns tillgängliga på finska, svenska och engelska på ar2016.stockmanngroup.com. Affärsöversikten finns även tillgänglig som tryckt version och den skickas till dem som beställt den.

STOCKMANN ÅR 2016

AVYTTRINGAR // FEBRUARI

SORTI FRÅN DETALJHANDELN I RYSSLAND

I februari slutförde Stockmann försäljningen av sin varuhusverksamhet i Ryssland till Reviva Holdings Limited. Genom transaktionen övergick hela aktiestocken i Stockmanns ryska dotterbolag, AO Stockmann och verksamheten i dess sju ryska varuhuse till den nya ägaren. Även Lindex stängde sina butiker i Ryssland under våren 2016. I april meddelade Stockmann om avsikten att sälja sitt dotterbolag Hobby Hall till finska SGN Group. Transaktionen slutfördes den 31 december 2016.

DISTRIBUTIONSCENTRET // APRIL

ETT HÖGT AUTOMATISERAT DISTRIBUTIONSCENTER

Stockmanns nya distributionscenter i Jussla, Tusby som betjänar varuhusen i Finland och Baltikum samt nätbutiken färdigställdes och togs i bruk i april. Centret togs i full användning under hösten 2016. Lagerverksamheterna i Lettland i Riga överförs till Jussla under år 2017. Centret har en yta på

29 000 m²

och tilldelades miljöcertifieringen LEED Gold. Centret har bl.a.

13 km klädstänger, 27 mottagningsstationer och 22 nätbutiksförpackningsstationer.

LÄS MER

i vår samhällsansvarsöversikt på
ar2016.stockmanngroup.com

DAMACCESSOARER // AUGUSTI

FÖRNYAT FLAGGSKEPPSVARUHUS

Varuhuset i Helsingfors centrum förnyades under år 2016. En avdelning för **damaccessoarer** som erbjuder kunderna *inspiration, en högklassig shoppingmiljö* och ett brett utbud av handväskor, handskar, hattar och halsdukar öppnades vid hörnet mot Norra esplanaden. Under sommaren och hösten förnyades många andra avdelningar och på femte våningen öppnades en **heminredningsavdelning**.



LINDEX // FEBRUARI

EVEN BETTER DENIM

Lindex nya och miljövänligare denim-kollektion Better Denim introducerades år 2016. Idag är 100 % av Lindex denimprodukter Better Denim, och producerade av mer ekologisk bomull och genom att använda mindre vatten, energi och kemikalier. År 2016 lanserades också Even Better Denim-kollektionen, som använder återvunnen bomull som producerats av konsumenternas återvunna kläder.



INNODAY // MAJ

SAMARBETE MED UNGDOMAR

Stockmann och de ungas tanke-smedja **Innokampus** ingick ett årslångt samarbete vars mål är var att skapa nya servicekoncept för Stockmann tillsammans med ungdomar. Stockmann är en av huvudsamarbetspartnerna i Innokampus. I maj deltog Stockmann i InnoDay-evenemanget som organiserats av Innokampus.

NY LEDNING // JUNI

EFFEKTIVERINGS- PROGRAM

Stockmann meddelade under sommaren att bolaget påskyndar sina effektiviseringsåtgärder och tillsatte en ny ledning. Syftet är att förutom kostnadsinbesparingar också att platta till organisationsstrukturen betydligt, eliminera överlappningar och förenkla processer. Effektiviseringsprogrammet inbringade mer än 65 miljoner euro inbesparingar år 2016, och den nya förenklade organisationsstrukturen kommer att generera ytterligare besparingar på 20 miljoner euro år 2017.

NY VD // SEPTEMBER

Lauri Veijalainen utnämndes till verkställande direktör i september. Han verkade som tillförordnad verkställande direktör för bolaget sedan april 2016, och före det som bolagets ekonomidirektör.



HAGALUND // HELA ÅRET

NYTT VARUHUS

Taklagsfesten för Stockmanns nya Hagalundsvaruhus firades den 25 maj 2016. Det helt nya varuhuset är en del av det den andra fasen i **AINOA-köpcentret** och färdigställs i mars 2017. Hagalundsvaruhusets koncept är unikt och erbjuder kunderna en enhetlig, flerkanalig shoppingupplevelse och gör shoppande på Stockmann mer bekvämt än tidigare.



I enlighet med strategin fokuserar det nya varuhusets utbud på mode, skönhet, produkter för hemmet och Delikatessen. Kundexpertprogrammet **Uutta Stockaa Tapiolaan** utnyttjades vid planeringen av varuhuset och framtida shoppingupplevelser. Kunder bjöds in att delta i programmet för att dela med sig sina åsikter och utvecklingsidéer via paneldiskussioner och på sociala medier.

NÄTBUTIKEN
// NOVEMBER

ETT BREDARE UTBUD & FÖRENKLAD SÖKFUNKTION

Den förnyade **stockmann.com**-nätbutiken öppnades i november 2016. Det är den första versionen av nätbutiken som kommer att utvecklas på basis av kundernas önskemål. I den förnyade **stockmann.com** ser man produkttillgängligheten i varuhuset och nätbutiken har även en prediktiv sökfunktion, vilket underlättar sökandet efter produkter så att de hittas snabbare och från ett bredare utbud. Nätbutiken har också ett helt nytt responsivt gränssnitt. Tidigare under hösten lanserades en ny **Galna Dagar-nätbutik** som slog rekord genast efter öppningen.

FÖRNYELSER
// NOVEMBER

SMAKUPPLEVELSER

Öppningen av den förnyade Delikatessavdelningen i **Åbo-varuhuset** firades i november. Moderniseringen av den femte våningen i Stockmann-varuhuset i **Tallinn** avslutades också i slutet av hösten, och våningen erbjuder nu kunderna nya tjänster, caféer och andra smakupplevelser.

Utbudet i **Rigava-varuhuset** expanderades i slutet av året genom nya partners och varumärken.



LINDEK // HÖSTEN

ANSVARSFULLA KLÄDER

Lindex mycket populära **Holly & Whyte**-kollektion lanserade under hösten ett urval för barn. Av Lindex produktgrupper var barnkläder de facto det mest framgångsrika produktområdet år 2016. Lindex har förbundit sig att långsiktigt arbeta för att höja användningen av ansvarsfulla material i sina produkter.

Målet är att är,

80%

av kläderna är gjorda av mer ansvarsfulla material och att 100 % av den använda bomullen kommer från hållbara källor år 2020. År 2016 var redan mer än hälften av kläderna i Lindex kollektioner tillverkade av mer ansvarsfulla material. Alla kläder i kollektionen för nyfödda, liksom baskollektionerna för barn är gjorda av ansvarsfulla material.



”VÅRT
FÖRBÄTTRADE
RESULTAT STÄRKER
VÅR ÖVERTYGELSE
OM ATT VI ÄR
PÅ RÄTT SPÅR.”

LAURI VEIJALAINEN,
VERKSTÄLLANDE DIREKTÖR



VÅR VERKSAMHET VÄNDE MOT LÖNSAMHET – RIKTNINGEN ÄR RÄTT

Ar 2016 fortsatte vi beslutsamt implementeringen av strategin och fokuserade på att förbättra Stockmanns lönsamhet genom många reformer och förändringar. I början av året sålde vi hela vår varuhusverksamhet i Ryssland och i april undertecknade vi ett avtal om att sälja Hobby Hall. Transaktionen slutfördes den 31 december 2016. Stockmanns kostnadsbas har minskat avsevärt, och vi fokuserar nu fullständigt på att utveckla våra varumärken Stockmann och Lindex och på fastighetsaffärsverksamheten.

Under året förstärkte vi varuhusens produkt- och serviceutbud med mer än 50 nya varumärken och åtskilliga partners. Vi har också förnyat shoppingmiljöer från golv till tak, speciellt i Helsingfors, i Delikatessen i Åbo och varuhusen i Baltikum. Vi genomförde ett mindre antal prisdrivna kampanjer och fortsatte effektiviseringsprogrammet som lanserades år 2015, vars syfte utöver betydande kostnadsinbesparingar även är att förenkla vår verksamhet och påskynda beslutsfattandet. Vi har också investerat i nätbutiken och i digitala lösningar.

Som en del av effektiviseringsprogrammet var vi tvungna att fortsättningsvis minska personalen under år 2016. Åtstramningsåtgärderna har varit tuffa, men nödvändiga för att säkerställa vår framtida framgång och i synnerhet lönsamheten för varuhusverksamheten.

PÅ RÄTT SPÅR

Effekterna av de åtgärderna kan redan tydligt ses i vårt resultat. År 2016 minskade rörelsekostnaderna med mer än 65 miljoner euro och bidrog till att förbättra Stockmanns resultat trots lägre omsättning. Det är särskilt glädjande att vi för hela koncernen uppnått ett positivt rörelseresultat efter två år av kraftiga förluster. Vårt förbättrade resultat stärker vår övertygelse om att vi är på rätt spår.

Av koncernen tre affärsenheter är Lindex och Real Estate stabilt lönsamma medan Stockmann Retail, som bedriver varuhus och näthandel, fortfarande går på förlust. Enhetens resultat förbättrades dock med cirka 20 miljoner euro. Under år 2017 kommer vi att öka farten för att varuhusverksamheten ska uppnå ett positivt rörelseresultat år 2018.

En period avslutades när Stockmann stängde sitt varuhus i Uleåborg i januari efter att ha verkat där i 16 år. Stockmann Retail kommer att

fokusera alla resurser på sina åtta varuhus i Finland och Baltikum och nätbutiken som stöder dem. Real Estate fortsätter att öka effektiviteten av detaljhandelsytan och värdet på fastigheter genom att introducera attraktiva varumärken och tjänster. År 2017 stöder vi expansionen för vår mest lönsamma enhet Lindex och investeringar i digital affärsverksamhet.

KUNDUPPLEVELSEN TILL EN NY NIVÅ

En utmärkt kundupplevelse och kvalitativ service har alltid präglat Stockmann. En fördjupad dialog med kunder är också ett av målen för Stockmanns samhällsansvarsstrategi. Vi har bjudit in våra kunder i utvecklingen av nya tjänster, såsom vår nya nätbutik och det nya Hagalundsvaruhuset. Vårt mål är att försäkra oss om att våra förnyelser motsvarar våra kunders behov.

Vi får mycket med respons från våra kunder både via kundtjänsten och i våra dagliga möten med kunderna i varuhusen. Under år 2016 införde vi nya sätt att samla in, analysera och utnyttja kundrespons. Ett bra exempel på detta är försäljarnas pekplatta, genom vilken försäljaren snabbt kan föra responsen vidare. Vi har också samlat feedback genom flera undersökningar om kundbelåtenhet som genomförts i olika kanaler, samt genom muntliga kundförfrågningar i varuhusen.

Jag vill ta tillfället i akt och tacka våra kunder för all feedback och kommentarer som ni gett oss under året. Dessa hjälper oss att fortsättningsvis utveckla vår verksamhet och säkerställa bättre kundbetjäningslösningar i framtiden. Det nya Hagalundsvaruhuset som öppnar i mars, är ett konkret exempel på samarbetet som vi engagerar oss i med våra kunder.

Tack till alla våra intressenter, särskilt till vår personals uthållighet i vår stora förändring. Tack även till våra aktieägare, styrelsen och andra partners för allt stöd och förtroende.

Det faktum att vi lyckats vända vår verksamhet och uppnå en positiv rörelsevinst är en indikation på att vi är på väg i rätt riktning. Vårt strategiska mål för år 2017 är att fortsätta förbättra lönsamheten och en smidig utveckling av vår verksamhet. För att uppnå detta behöver vi var och en stockmannits bidrag och framgång.

Lauri Veijalainen
Verkställande direktör

FLER ANLEDNINGAR TILL BESÖK

Stockmann har genomfört sin strategi och gjort betydande ändringar i sin verksamhet sedan slutet av år 2014, då den nuvarande strategin definierades.

Som ett resultat av förverkligandet av strategin fokuserar Stockmann nu på sin kärnkompetens och verksamhet genom att utveckla sina varumärken Stockmann och Lindex samt på sin fastighetsportfölj. Enheterna Stockmann Retail och Real Estate stöder varandra, medan Lindex utvecklas som en självständig del av koncernen. Stockmannkoncernen är starkt fokuserad på att utveckla sin varuhusverksamhet på marknaderna i Finland och Baltikum, samt på att stöda Lindex expansion på den internationella marknaden.

FORTSATT STRÄVAN ATT FÖRBÄTTRA LÖNSAMHETEN

Stockmann har i enlighet med sin strategi avstått av olönsam affärsverksamhet och produktområden, minskat sitt varuhusnätverk och butiksytan samt lanserat ett effektiviseringsprogram, som gäller all verksamhet i koncernen. Som en del av förändringarna slutförde Stockmann försäljningen av varuhusverksamheten i Ryssland i februari 2016 och av Hobby Hall i slutet av året.

Det år 2015 lanserade effektiviseringsprogrammet minskade stegvis rörelsekostnaderna under år 2016. Den årliga inbesparingsmålet på 50 miljoner euro uppnåddes i slutet av året. Dessutom inbringar det nya högautomatiserade distributionscentret, som togs i bruk under året, ytterligare inbesparingar från 2017 framåt.

För att påskynda den förlustbringande Stockmann Retail-enhetens vändning mot lönsamhet, inledde Stockmann sommaren 2016 nya åtgärder för att uppnå inbesparingar. Samtidigt var syftet att eliminera överlappningar och förenkla processer. Dessutom utnämndes en ny ledningsgrupp. Den nya förenklade organisationen trädde i kraft under hösten, och de eftersträvar årliga kostnadsinbesparingarna på 20 miljoner euro uppnås år 2017. Inbesparingarna hjälper Stockmann Retail att nå sina mål och uppnå ett positivt rörelseresultat år 2018.

FÖRBÄTTRAT URVAL OCH SERVICE

Stockmann övergår nu till nästa steg i genomförandet av sin strategi, i vilken kärnan är att erbjuda kunderna fler anledningar att besöka butikerna. Huvudmålen inkluderar ett antal åtgärder för att förbättra urvalet, servicen och shoppingupplevelsen i sin helhet. På detta sätt eftersträvar Stockmann att öka antalet besökare och att aktivera passiva stamkunder i syfte att öka sin försäljning.

Stockmann Retail fokuserar på mode, skönhet, mat och produkter för hemmet. Andra produktområden och tjänster erbjuds nu av varuhusens partners. Stockmann vill erbjuda sina kunder en förstklassig shoppingupplevelse, som består av aktuella varumärken och nya produkter från hela världen. Produktsortimentet är särskilt riktat till kunder som uppskattar bekvämlighet, kvalitet och inspirerande shoppingupplevelser.

Stockmann förnyar kontinuerligt varuhuskonceptet och -lokaler samt fortsätter att investera kraftigt i digitala tjänster för att förbättra kundupplevelsen. Kärnan i Stockmanns varumärke är att erbjuda den bästa servicen och lösningar som underlättar kundernas ärenden i varuhuset. Stockmann har arbetat för att förbättra kundservicen i kundservicecentret och sina varuhus.

ÖKAD KUNDFOKUS

Stockmann har analyserat kundernas förväntningar och olika målgrupper närmare för att bättre svara mot ständigt förändrade kundbehov och att göra utbudet än mer attraktivt. Alla dessa åtgärder syftar till en starkare kundorientering.

Kundorientering är också i hjärtat av Stockmanns ansvarsarbete, såsom definieras i CSR-strategin: Stockmann vill öka kundernas medvetenhet om samhällsansvar, erbjuda mer hållbara produkter och skapa bästa praxis inom detaljhandeln till

VÅR VISION //

*Stockmann är kundernas
inspirationskälla*

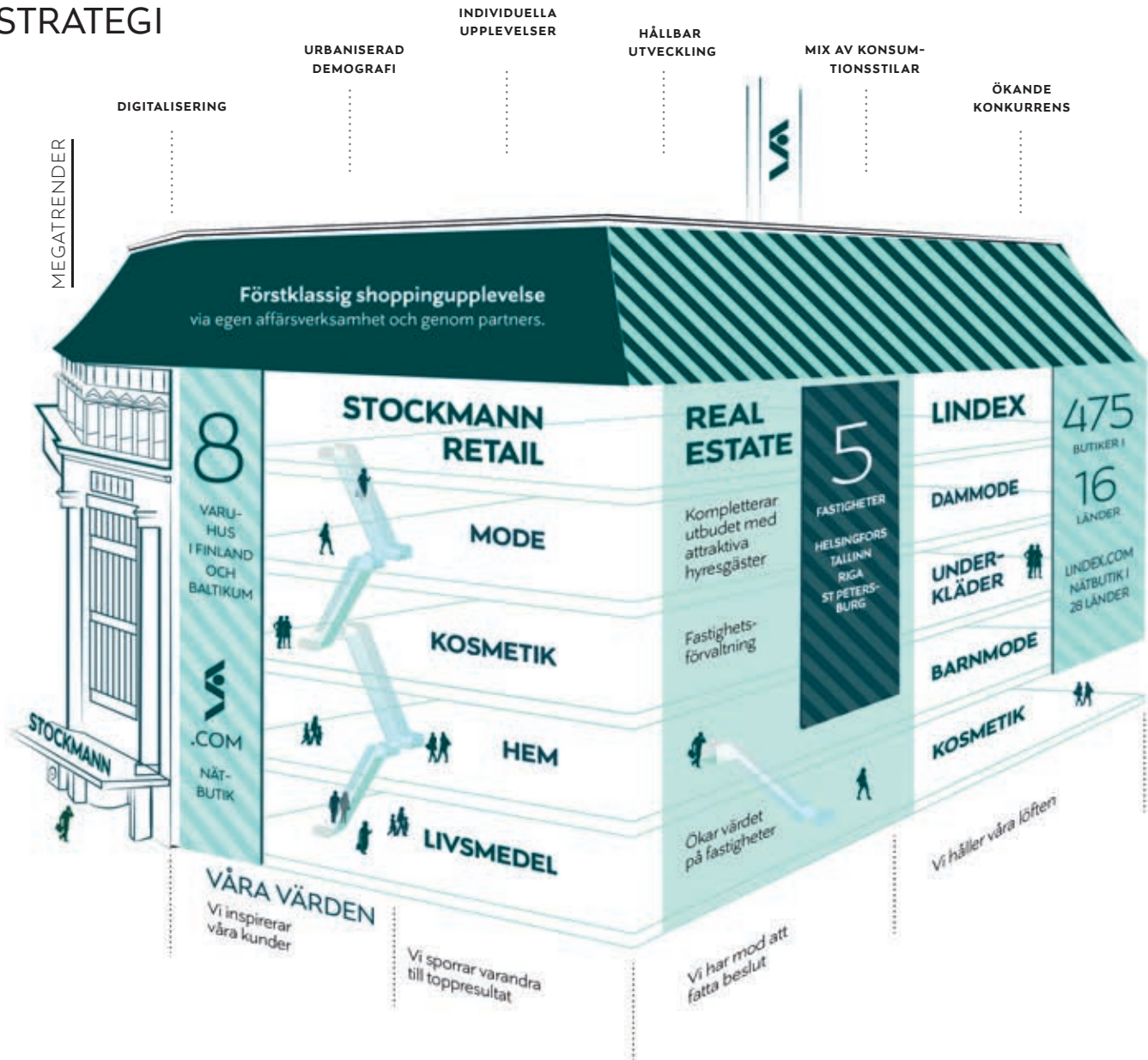
NO 1

FÖR ETT
MODERNT,
URBANT LIV.

MODE, SKÖNHET,
LIVSMEDEL & HEM
I FOKUS



STRATEGI

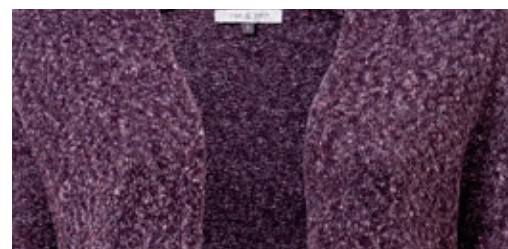


exempel genom att arbeta för transparens i leveranskedjan och minska miljöpåverkan. En givande dialog med intressenter kommer att fortsätta.

INVESTERINGAR I DIGITALISERING

Lindex digitala omvandling utvecklades ytterligare år 2016, och digitaliseringen tar nya steg år 2017 i butiker såväl som på nätet. Lindex har en ökad ambition för digital tillväxt och transformation för att stöda affärsstrategin och varumärkesutvecklingen. Syftet är att påskynda

produktionen av inspirerande innehåll för nätbutikens och presentera merparten av dammodekollektionerna på modeller, samt öka dialogen med kunder och mängden av inspirerande innehåll i sociala medier. Dessutom vill Lindex erbjuda en bra varumärkeserfarenhet för nätbutikskunderna efter köpet och expanderar kundservicens öppettider för att bemöta besökarnas beteende. Investeringar i att öka kapaciteten att analysera kundbeteendet och förberedelser för att expandera till nya marknader kommer att göras.



ANSVARSFULLA SHOPPING- UPPLEVELSER

Csr utgör en väsentlig del av Stockmanns värden och dagliga aktiviteter och omfattar verksamhetens hela värdekedja. Stockmann är en betydande arbetsgivare, inköpare av produkter och tjänster, investerare samt samarbetspartner och skattebetalare.

Stockmanns ansvar börjar i leveranskedjan och täcker allt från att säkerställa säkra arbetsförhållanden till att minska miljöpåverkan och att erbjuda våra kunder hållbart producerade alternativ i sortimenten. Nöjda kunder är kärnan i vår verksamhet, och vi fäster mycket uppmärksamhet på personalens välbefinnande och miljöaspekter. Vi garanterar säkerheten för våra produkter och inspirerar våra kunder att göra ansvarsfulla val.

RIKTLINJER FÖR ANSVARSARBETET

Grunden för Stockmanns ansvarsarbete utgörs av bolagets strategi och värden, csr-strategin, internationella avtal och rekommendationer varav förbindelsen till Förenta Nationernas Global Compact-initiativ är det viktigaste. Stockmanns uppförandekod, kompletterad av övriga interna

policy, definierar undantagslöst verksamhetssätt för att för alla anställda och ledningen. Stockmann förutsätter även att leverantörer och andra samarbetspartners följer dessa principer.

Stockmann har förbundit sig att stödja Förenta Nationernas globala mål för hållbar utveckling i enlighet med åtgärdsprogrammet 2030. Målen som är mest relevanta för vår verksamhet och som vi mest kan påverka är hållbar konsumtion och produktion, anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt, klimatförändringen liksom samarbete och globalt partnerskap.

I vår csr-strategi för åren 2016–2018 uppsatte vi konkreta mål för att stärka vår position som en ansvarsfull företagsmedborgare. Dessa mål som presenteras i mer detalj i samhällsansvarsöversikten, stöder koncernens strategi och affärs mål genom att stärka kundfokus och effektiviteten. Vi arbetar målmedvetet för att uppnå dessa mål som täcker hela värdekedjan och möjliggör mätning och rapportering av våra resultat.

MERVÄRDE TILL ALLA INTRESSENTER

Stockmann bedriver en aktiv och kontinuerlig dialog med våra viktigaste intressenter för att stärka relationerna och bättre svara mot de behov och förväntningar som ställs på Stockmann. Stockmanns verksamhet har omfattande ekonomiska påverkan på samhället. De identifierade intressentgrupperna har den största inverkan på bolagets affärsverksamhet och påverkas även mest av verksamheten.

Stockmannvaruhuset, Lindex-butikerna och deras nätbutiker har årligen över 190 miljoner besökare, och bolagets varor och tjänster används varje dag. År 2016 hade koncernen i genomsnitt 9 006 anställda och betalade 290,5 miljoner euro i löner och förmåner till personalen. På grund av det förlustbringande resultatet utbetalades ingen dividend år 2016. Stockmanns samhällsliga påverkan syns i större utsträckning genom mervärdesskatt som betalats för sålda produkter och inkomstskatter som de anställda betalar. Dessutom reflekteras många av Stockmanns åtgär-

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



13 CLIMATE ACTION



17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS



CSR-VISION //

VI ERBJUDER
VÅRA KUNDER
ANSVARSFULLA
SHOPPING-
UPPLEVELSER.
VI HAR FÖR-
BUNDIT OSS
ATT JOBBA FÖR
EN HÅLLBAR
FRAMTID.

2016

HÖJDPUNKTER INOM ANSVARSARBETET ÅR 2016

- ✓ **Vi inspirerade våra kunder** genom att dela information om våra ansvarsfulla alternativ och vårt ansvarsarbete genom rapportering, på webbsidan och på sociala medier, genom att svara på kundernas, mediernas och medborgarorganisationers frågor och genom att informera vår försäljningspersonal. Vi utvecklade kundtillfredsställelsen genom att utveckla insamling och analys av kundresponser.
- ✓ **2016 var ett krävande år** för våra medarbetare till följd av organisatoriska förändringar, personalminskningar och införandet av nya arbetsmetoder. En OHI-undersökning (Organizational Health index) genomfördes för tredje året i rad bland Stockmannanställda och insatserna för att förbättra välbefinnandet och orka i arbetet kommer att fortsätta.

VÄRDESKAPANDE FÖR INTRESSENTER

Resurser

PROFESSIONELL
PERSONAL &
ORGANISATION

BRAND

PRODUKTER

FLERKANALIG
SERVICE

FINANSIELLA
RESURSER &
FASTIGHETER

NATURTILLGÅNGAR



Påverkan

KUNDER

Omsättningen exklusive moms, övriga rörelseintäkter & finansiella intäkter 1 303,2 milj. euro

PERSONAL

Löner, arvoden, pensionsavgifter & övriga förmåner 290,5 milj. euro

SAMHÄLLE

Övriga sociala kostnader & skatter 52,4 milj. euro

LEVERANTÖRER & ANDRA PARTNERS

Kostnader för produkter, material & tjänster 981,4 milj. euro

INVESTERARE & AKTIEÄGARE

Finansieringskostnader 23,9 milj. euro, ingen dividend år 2016

der och ekonomiska konsekvenser på verksamhetsmiljön genom t.ex. indirekt sysselsättning i leveranskedjan. Som en ansvarsfull företagsmedborgare deltar Stockmann aktivt i samhällliga projekt. Lindex har varit Rosa Bandet-insamlingens samarbetspartner sedan år 2003 och under denna tid tillsammans med sina kunder donerat över 12 miljoner euro till förmån för bröstcancerforskning.

LÄS MER

En mer utförlig samhällsansvarsöversikt, som presenterar prioriteringar och resultat för koncernens hållbarhetsarbete i enlighet med GRI G4-rapporteringsstandarderna kan hittas på ar2016.stockmannngroup.com

➤ **Minskning av livsmedelsspillet**

i Stockmann

Delikatessen fortsatte, liksom kartläggningen av möjligheter att donera livsmedel. Även donationer av andra produkter och prover gjordes till flera välgörenhetsorganisationer, såsom Hope ry.

➤ **Stockmann förband sig frivilligt**

att minska plastavfall och inledde en förnyelse av shoppingkassarna med en nya, mer hållbara alternativ.

➤ **Lindex framskred** i uppnåendet av sina ambitiösa mål för år 2020 för hållbara material i textilier. Redan 90 % av bomullen kommer från hållbara källor och 50 % av hela kollektionen är tillverkad av hållbart material.

➤ **Aktivt arbete mot att främja**

en ansvarsfull, transparent och spårbar leveranskedja fortsatte under år 2016. 123 BSCI-auditeringar (Business Social Compliance Initiative) gjordes i fabriker som tillverkar egna varumärken.

➤ **Energieffektiviteten** förbättras i enlighet med uppsatta mål. Det under våren 2016 öppnade nya distributionscentret som fick LEED Gold -miljöcertifiering, kommer att minska logistiska transportsträckor och därmed utsläppen.

➤ **Lindex utökade** sitt textil-mottagningsinitiativ. Kunderna kan nu hämta begagnade textilier till butiker i Sverige, Norge och Finland. Under året lanserades den nya 'Even Better Denim' -kollektionen av återvunnen bomull som samlats in från konsumenterna.

➤ **Introduktionen av online-utbildningen**

av Stockmanns uppförandekod fortsatte år 2016 och den kommer att utvidgas under år 2017. Öppen, transparent och regelbunden kommunikation som bygger på en aktiv dialog med intressenter fortgår. Stockmann rapporterar om sina csr-mål och resultat årligen som en del av sin årliga rapportering i enlighet med GRI G4-standarderna.

2016

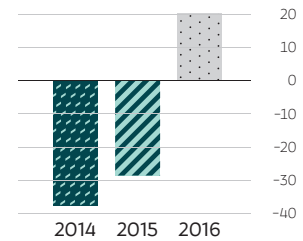
RÖRELSE- RESULTATET VAR POSITIVT

Stockmannkoncernens justerade rörelseresultat ökade år 2016 med 48,7 miljoner euro till 20,2 miljoner euro (-28,5 miljoner euro). Rörelsekostnaderna minskade med över 65 miljoner euro och förbättrade resultatet trots att omsättningen minskade. Koncernen uppnådde ett positivt rörelseresultat efter två år av tunga förluster.

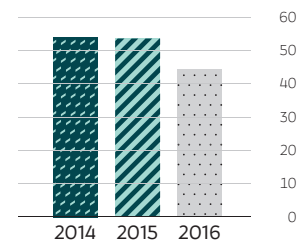
Av koncernens tre affärsenheter är modekedjan Lindex och fastighetsaffärsverksamheten lönsamma, men Stockmann Retail var fortfarande förlustbringande. Under år 2017 kommer Stockmann att påskynda åtgärderna för att varuhusen ska uppnå ett positivt rörelseresultat år 2018.

Stockmannkoncernens omsättning var 1 303,2 miljoner euro år 2016. Koncernens omsättning för kvarvarande produktområden och verksamheter minskade med 4,1 %. Resultatet per aktie för de kvarvarande verksamheterna var -0,33 euro (-1,24 euro), eller -0,12 euro (-2,43 euro) inklusive avvecklade verksamheter. Styrelsen föreslår att ingen dividend utbetalas för resultatet år 2016.

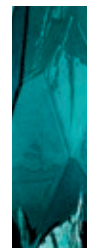
RÖRELSERESULTAT
MILJ. EURO / JUSTERAT



INVESTERINGAR
MILJ. EURO



LÄS MER
stockmangroup.com/investerare

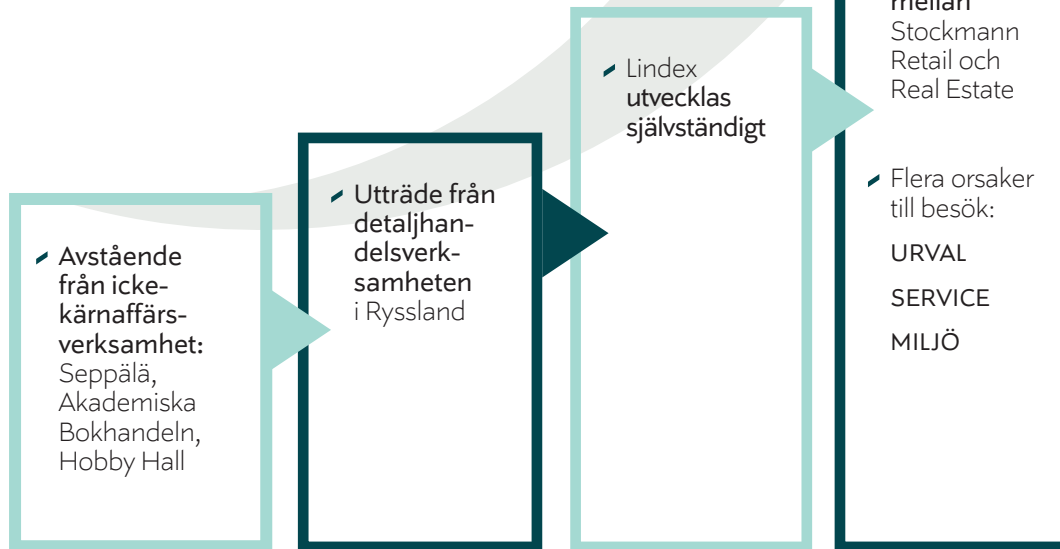


NYCKELTAL

	2016	2015
OMSÄTTNING, milj. euro	1 303,2	1 434,8
BRUTTOMARGINAL, procent	53,4	50,6
RÖRELSERESULTAT FÖRE AVSKRIVNINGAR (EBITDA), justerat, milj. euro	79,4	43,4
RÖRELSERESULTAT, milj. euro	17,6	-52,5
- justerat, milj. euro	20,2	-28,5
JUSTERINGAR I RÖRELSERESULTATET, milj. euro	2,6	24,0
NETTOFINANSIERINGSKOSTNADER, milj. euro	23,1	21,2
RESULTAT FÖRE SKATT, milj. euro	-5,5	-73,7
RAPPORTPERIODENS RESULTAT, milj. euro	-18,2	-88,9
- exklusive avvecklad verksamhet, milj. euro	-3,2	-175,0
RESULTAT/AKTIE, utspädd, euro	-0,33	-1,24
- inklusive avvecklad verksamhet, milj. euro	-0,12	-2,43

RESULTATVÄNDNINGEN PÅ RÄTT SPÅR

- Förbättrat resultat pga. avyttringar, omstruktureringar och en stabil utveckling av Lindex och Real Estate
- Positivt rörelseresultat för koncernen år 2016
- Flera initiativ på gång för att varuhusen ska uppnå ett positivt rörelseresultat år 2018



FÖRSÄLNING PER PRODUKTOMRÅDE



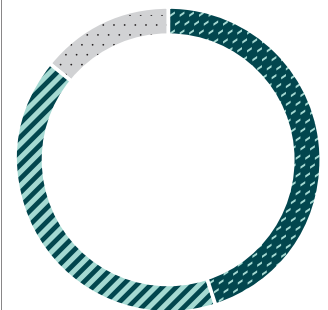
MODE	71 %
KOSMETIK	9 %
HEM	5 %
LIVSMEDEL	15 %

OMSÄTTNING PER ENHET



LINDEX	50 %
STOCKMANN RETAIL	45 %
REAL ESTATE	5 %

OMSÄTTNING PER MARKNAD



FINLAND	45 %
SVERIGE & NORGE	41 %
BALTIKUM, RYSSLAND & ÖVRIGA LÄNDER	14 %

Utan Hobby Hall



	2016	2015
AFFÄRSVERKSAMHETENS KASSAFLÖDE, milj. euro	41,5	17,2
INVESTERINGAR, milj. euro	44,2	53,4
NETTOSKULDSÄTTNINGSGRAD, procent	68,3	72,1
SOLIDITET, procent	48,3	46,1
EGET KAPITAL/AKTIE, euro	14,99	14,53
PERSONAL, medeltal	9 006	10 762
ANDELEN PERSONAL I FINLAND, procent	40	46
LÖNER OCH ANDRA PERSONALFÖRMÅNER, milj. euro	290,5	321,5
CO ₂ -UTSLÄPP (SCOPE 1-3), tCO ₂	66 800	71 700
ÅTERVINNINGSGRAD, procent	70,5	71,5
INKÖPTA VAROR OCH MATERIAL, milj. euro	981,4	1 147,6
AUDITERINGAR AV LEVERANTÖRSKEDJAN, BSCI, Accord och egna auditeringar	359	349



INSPIRERANDE PRISVÄRT MODE

Lindex nya kommunikationskoncept *"We make fashion feel good"* infördes i början av år 2016 och det är en viktig del av varumärkesidentiteten. För Lindex är det viktigt att kläderna görs väl, att modet är inspirerande, kläderna passar perfekt och att de är prisvärda. Lindex motto är att det dagliga sättet att klä sig ska kännas bra.

LINDEX

WE MAKE FASHION FEEL GOOD

475

BUTIKER

16

LÄNDER

LINDEX.COM
28 LÄNDER

Lindex erbjuder i sina butiker och sin nätbutik modeupplevelser i världsklass och ett brett utbud av dam- och barnkläder, underkläder och kosmetik. Lindex fortsätter att utveckla sitt varumärke på nuvarande och nya marknader.

Lindex är med sitt attraktiva modekoncept en av de ledande modekedjorna i Europa. Lindex fokuserar på att stärka verksamheten på sina huvudmarknader i Norden och expandera på andra marknader. Den breda internationella verksamheten bygger på ett nätverk av egna butiker och franchisepartners butiker. I slutet av år 2016 hade Lindex totalt 475 butiker i 16 länder, varav 39 franchisebutiker i sex länder. Antalet egna butiker var 436 i tio länder. På grund av de osäkra utsikterna drog sig Lindex bort från den ryska marknaden och de sista Lindexbutikerna i Ryssland stängdes i maj 2016.

Lindex försäljningsutveckling var bra särskilt på våren, och modekedjan nådde under det andra kvartalet sin bästa omsättning och vinst någonsin. Även om julförsäljningen minskade framför allt i Sverige och Finland, ökade Lindex rörelsevinst med 23 % under året. Förutom en god utveckling av bruttomarginalen, förbättrade inbesparingar av fasta kostnader resultatet. Lindex rörelseresultat var fortfarande klart högst av koncernens affärsenheter.

Lindex mode kännetecknas av en god passform, prisvärdhet, moderrickighet och produkter tillverkade på ett hållbart och ansvarsfullt sätt. Sortimentet erbjuder moderna och klassiska alternativ för alla situationer. Utgångsläget är att modet är inspirerande och kunderna hittar lämpliga produkter för samtliga tillfällen. Under våren 2016 innehade Lindex kunder huvudrollen i den framgångsrika Bra-volution-underklädeskampanjen. Som ansikte för vårmodekampanjen sågs skådespelerskan och stilikonen Sienna Miller. Under hösten lanserades den populära Holly & Whyte-klädkollektionen även för barn.

Lindex tog under hösten in plusstorlekar som en permanent del av modesortimentet. Den separata pluskollektionen Generous avlägsnades och kunderna kommer i fortsättningen att hitta plagg inom dammode från storlek XS till storlek 3XL. Förmyseln lanserades imponerande som en del av höstkampanjen.

En viktig del av Lindex verksamhet är hållbara kollektioner. Lindex mål är att 80 % av produkterna tillverkas av mer miljövänliga material innan år 2020. År 2016 var mer än hälften av sortimentet gjort av dylika material. Under året lanserades en mer hållbar denim-kollektion producerad av mer ekologisk bomull och genom att använda mindre vatten, energi och kemikalier.

OMSÄTTNING / milj. euro

633,2
652,3 (2015)

RÖRELSERESULTAT / milj. euro

54,9
44,6 (2015)

FÖRSÄLJNING / Per produktområde

DAMMODE

33 %

UNDERKLÄDER BARNMODE KOSMETIK

26 % 36 % 5 %

OMSÄTTNING / Per marknad

SVERIGE OCH NORGE

79 %

FINLAND BALTIKUM OCH ÖVRIGA LÄNDER

11 % 10 %



1 mars 2016 lanserade Lindex möjligheten att göra inköp på nätbutiken via Instagram.

Instagram-shopen är ett steg i Lindex målsättning att stärka sina digitala tjänster och att förbättra shoppingupplevelsen. Modekedjans strävan är att kombinera olika kanaler, stimulera och inspirera kunderna och möjliggöra så enkla och bekväma inköp som möjligt. Investeringar i digitala tjänster utökas år 2017.

Lindex Instagram-kontot är en viktig inspirationskälla för kunderna. Antalet följare ökar och även intresset att shoppa via Instagram. Denna möjlighet erbjuder kunderna ett enkelt och snabbt sätt att handla på nätet. /

LINDEX LANSERAR INSTAGRAM- SHOP

**DELIKATESSER AV HÖG KVALITET**

Mat är en av Stockmann Retail's fyra fokusområden förutom mode, skönhet och produkter för hemmet. Som en del av de organisatoriska förändringar som gjorts under sommaren 2016, särskildes *Stockmann Delikatessen* som en egen funktion som ansvarar för kedjans livsmedelsinköp, butiksfunktioner, marknadsföring, service, utveckling av leveranskedjan och för det egna Delikatessköket. Delikatessen vill även i fortsättningen erbjuda ett brett och unikt urval, kvalitet, fräschhet, shoppingupplevelser, bekvämlighet, och inspiration.

STOCKMANN RETAIL

INSPIRERANDE SHOPPING I ALLA KANALER

Stockmann Retail erbjuder ett högklassigt produkturval av internationella varumärken, professionell kundservice och förstklassiga kundupplevelser i moderna och inspirerande flerkanaliga shoppingmiljöer.

Stockmann Retail betjänar sina kunder mångsidigt i varuhusen och i nätbutiken som tätt stöder dem. Enheten består av sex varuhus i Finland och Baltikum efter försäljningen av varuhusverksamheten i Ryssland och Hobby Hall samt efter avslutandet av Uleåborgsvaruhuset. Varusortimentet är inriktat på mode, skönhet, produkter för hemmet och mat. Omsättningen minskade år 2016 delvis för att man har avstått flera olönsamma produktområden.

Stockmann Retail verksamhet effektiviserades och förenklades under år 2016 genom att förminska organisationsstrukturen och skapa en ny marknadsförings- och digitaliseringsfunktion. Även logistik och inköp kombinerades till en Supply Chain-funktion. Syftet är att bättre och smidigare tillgodose kundernas behov. Stockmann Retail rörelsekostnader minskade med mer än 50 miljoner euro under året tack vare inbesparingar. Trots effektiviseringsprogrammet var Stockmann Retail rörelseresultat fortsatt negativt. Rörelseresultatet förbättrades dock jämfört med föregående år med ca 20 miljoner euro och målet är att Retail uppnår ett positivt rörelseresultat år 2018.

Under de senaste åren har man satsat mycket på ett smidigt samarbete mellan näthandeln och butikerna samt på utvecklingen andra digitala tjänster. Stockmann.com kompletterar varuhusens utbud och nätbutiken förnyades under år 2016. Under hösten lanserades Stockmannapplikationen förutom för iOS-apparater även för Android-apparater. Via applikationen kan kunderna få aktuell information, inspiration och förmåner till sina mobiltelefoner. Utvecklingen av försäljarnas pekplattor fortsatte och många nya man funktioner som underlättar försäljningsarbetet introducerades.

En väsentlig framgångsfaktor för Stockmanns varuhus är ett mångsidigt och kvalitativt utbud som ständigt förnyas. Under året expanderades sortimentet kraftigt genom att i enlighet med kundernas önskemål införa mer än 50 nya, attraktiva varumärken i utbudet. Bland dem finns såväl moderna märken av världsklass som de bästa inhemska produkterna samt Stockmanns nya egna modemärken såsom dammodets cut & pret. Ett flertal varumärkes pop up-shops inhämtade även mer variation i urvalen. Förnyandet av urvalen är ett viktigt sätt genom vilket Stockmann lockar fler besökare till sina varuhus och igen vänder omsättningsutvecklingen i riktning mot tillväxt.

8

VARUHUS

3

LÄNDER

NÄTBUTIK
stockmann.com

OMSÄTTNING / milj. euro

635,7
740,8 (2015)

RÖRELSERESULTAT / milj. euro

-49,8
-72,9 (2015) Justerat

FÖRSÄLJNING / Per produktområde

MODE

43 %

SKÖNHET 13 % HEM 12 % MAT 32 %

Utan Hobby Hall

OMSÄTTNING / Per marknad

FINLAND

84 %

BALTIKUM

16 %



NYA SHOPPING- MILJÖER

Under året genomfördes stora renoveringar i Stockmann-varuhusens shoppingmiljöer, i synnerhet i flaggskeppsbutiken i Helsingfors centrum. Målet är än mer upplevelserika, trivsamma och attraktiva shoppingmiljöer. En ny damaccessoaravdelning som erbjuder tiotals nya varumärken öppnades på hösten. Även kosmetikavdelningen utökades med nya brändshoppar. Femte våningen byggdes om till en ny värld för heminredning som samlar ihop ett brett utbud av speciellt finska och skandinaviska design- och inredningsvarumärken. /

**NYA PARTNERS**

Under sin korta verksamhetstid har Real Estate framgångsrikt expanderat Stockmannvaruhusens utbud med flera varumärken samt introducerat kunderna nya erfarenheter och tjänster. Den goda utvecklingen fortsatte under år 2016: utbudet i varuhuset i Finland och Baltikum utökades med bl.a. ur och smycken, fritidskläder och -utrustning, leksaker, möbler samt caféer och restaurangtjänster.

REAL ESTATE

FASTIGHETS- FÖRVALTNING FÖRBÄTTRAR SHOPPING- UPPLEVELSEN

Real Estate förvaltar alla fastigheter ägda och hyrda av Stockmann. Förutom en inbjudande miljö och effektiv användning av utrymme, skapas förstklassiga shoppingupplevelser genom attraktiva varumärkesprodukter och -tjänster som kompletterar Stockmanns eget utbud.

Enheten Real Estate inkluderar de av koncernen ägda fem fastigheterna i Helsingfors, S:t Petersburg, Tallinn och Riga. Fastigheterna har en bruttouthyrningsyta (GLA) på cirka 142 000 kvadratmeter, varav Stockmann Retail utnyttjar 52 %, och resten av externa hyresgäster. Stockmann meddelade i oktober 2016 att bolaget överväger att sälja köpcentret Nevsky Centre i S:t Petersburg som i sin helhet utnyttjas av externa partners. Utredningsprocessen pågår.

Det verkliga värdet av Stockmanns fastigheter ökade under året med 31,9 miljoner euro. Uthyrningsgraden ökade till 99,1 % och nettoavkastningsgraden var 4,9 %. Rörelsevinsten fortsatte sin stabila och starka utveckling.

Real Estate fokuserar på att öka värdet på koncernens högkvalitativa fastighetsportfölj och fastigheternas hyresintäkter, samt på ett nära samarbete med Stockmann Retail. Enheten ansvarar också för tekniskt underhåll av samtliga fastigheter, såväl som för andrahandsuthyrning av hyrda lokaler.

Det gemensamma målet för enheterna Real Estate och Stockmann Retail är att erbjuda kunderna förstklassiga shoppingupplevelser. Ett harmoniskt samarbete mellan enheterna är nödvändigt för att under ett och samma tak kunna leverera en optimal kundupplevelse. Förutom att långsiktigt utveckla fastigheterna, har Real Estate som mål att erbjuda kunderna ett ännu bredare utbud av varumärken i världsklass och servicekoncept som bäst uppfyller Stockmanns kunders förväntningar och skapar inspirerande shoppingupplevelser.

5

FASTIGHETER

4

LÄNDER

OMSÄTTNING / milj. euro

60,1

59,3 (2015)

RÖRELSERESULTAT / milj. euro

21,1

16,3 (2015)

NETTORÖRELSEINTÄKTER / milj. euro

44,4

44,9 (2015)

Från egna fastigheter

FASTIGHETERNAS
VERKLIGA VÄRDE / milj. euro

950,1

918,2 (2015)

UTNYTTJANDEGRAD

99,1%

98,5 (2015)



FÖRST I FINLAND

Finlands första Joe & the Juice café öppnade inför julen på Stockmanns varuhus i Helsingfors centrum. Det trendiga danska Joe & the Juice caféet säljer fräscha och hälsosamma frukt- och grönsaksjuicer, kaffe och smörgåsar som tillreds enligt kundens beställning. Konceptet ger en ny dimension till varuhusets tjänster genom att erbjuda kunderna en ny typ av erfarenhet och utsökta smaker i samband med en paus i shoppandet.

Joe & the Juice grundades år 2002 i Köpenhamn. Den populära kedjan har expanderat inte bara till de andra nordiska länderna utan även till ett flertal stora europeiska och amerikanska städer. /

STYRELSEN



**JUKKA
HIENONEN**

f. 1961
Finsk medborgare
EM
Styrelseordförande
Professionell
styrelsemedlem



**LEENA
NIEMISTÖ**

f. 1963
Finsk medborgare
Med.dr.
Styrelsens viceordförande
Professionell
styrelsemedlem



**KAJ-GUSTAF
BERGH**

f. 1955
Finsk medborgare
JK, diplomekonom
Verkställande direktör,
Föreningen
Konstsamfundet



**TORBORG
CHETKOVICH**

f. 1967
Svensk medborgare
MBA, civilekonom
Professionell styrelsemedlem



**SUSANNE
NAJAFI**

f. 1981
Svensk medborgare
EM
Investerare, rådgivare
inom elektronisk handel



**MICHAEL
ROSENLEW**

f. 1959
Finsk medborgare
EM
Professionell
styrelsemedlem



**PER
SJÖDELL**

f. 1972
Svensk medborgare
EM
Professionell
styrelsemedlem



**DAG
WALLGREN**

f. 1961
Finsk medborgare
EM
Verkställande direktör,
Svenska litteratur-
sällskapet i Finland r.f.



PERSONALREPRESENTANTER
**MINNA
HIRVONEN**

f. 1967
Finsk medborgare
Utvecklingschef, ICT
Personalrepresentant,
vald av de högre
tjänstemännen i
Stockmann



**RIITA
LÖWENHILD**

f. 1952
Finsk medborgare
Huvudförtroendeman,
Personalrepresentant
vald av Stockmanns
koncernnämnd



LÄS MER

Uppgifter per den 31 december 2016. Närmare information om styrelse- och ledningsgruppsmedlemmarnas uppgifter, deras belöning och aktieinnehav finns i förvaltningsöversikten (Corporate Governance) på ar2016.stockmanngroup.com

LEDNINGSGRUPPEN



**LAURI
VEIJALAINEN**
f. 1968
Finsk medborgare
NaK, MBA
Verkställande direktör

**MIKKO
HUTTUNEN**
f. 1968
Finsk medborgare
EM
Personaldirektör

**INGVAR
LARSSON**
f. 1972
Svensk medborgare
EM
Verkställande direktör,
Lindex

**NORA
MALIN**
f. 1975
Finsk medborgare
Pol.mag.
Kommunikationsdirektör

**JUKKA
NAULAPÄÄ**
f. 1966
Finsk medborgare
JK
Direktör för
juridiska ärenden

**PETTERI
NAULAPÄÄ**
f. 1968
Finsk medborgare
DI
IT-direktör



**MAIJU
NISKANEN**
f. 1977
Finsk medborgare
EM
Direktör,
varuhusfunktioner

**SUSANNA
OTTILA**
f. 1968
Finsk medborgare
EM
Direktör, Delikatessen

**ANNA
SALMI**
f. 1979
Finsk medborgare
EM
Direktör för kundrelationer,
marknadsföring och
digitala tjänster (CCO)

**BJÖRN
TEIR**
f. 1969
Finsk medborgare
Pol.mag.
Direktör, Real Estate

**TOVE
WESTERMARCK**
f. 1968
Finsk medborgare
EM
Direktör, leveranskedjan

AKTIER OCH AKTIEÄGARE

Aktiekapitalet i Stockmann Oyj Abp fördelar sig i A- och B-aktier. En aktie i serie A medför tio röster medan en aktie i serie B ger en röst. Det nominella värdet för aktierna i de båda serierna är 2,00 euro och aktierna har rätt till samma utdelning.

AKTIEINFO / 31.12.2016

LISTAD PÅ NASDAQ HELSINGFORS
HANDELSKODER A-AKTIE: STCAS B-AKTIE: STCBV
TOTALT ANTAL AKTIER A-AKTIER: 30 530 868 B-AKTIER: 41 517 815 TOTALT: 72 048 683
REGISTRERADE AKTIEÄGARE 49 813 MARKNADSVÄRDE / milj. euro 509,6

DE STÖRSTA AKTIEÄGARNA

	Andel av aktierna %	Andel av rösterna %	
1	HTT STC Holding Oy Ab	11,7	10,7
2	Föreningen Konstsamfundet-gruppen	9,4	15,1
3	Ömsesidiga arbetspensionsförsäkringsbolaget Varma	8,5	5,1
4	Svenska Litteratursällskapet i Finland r.f.	7,6	15,7
5	Niemistö Kari	5,8	9,4
6	Stiftelsen för Åbo Akademi	4,2	6,7
7	Etolabolagen	4,2	6,1
8	Ömsesidiga Pensionsförsäkringsbolaget Ilmarinen	2,4	1,0
9	Samfundet Folkhälsan i Svenska Finland r.f.	2,2	2,7
10	10 Jenny ja Antti Wihurin rahasto	1,9	2,1
11	11 Statens Pensionsfond	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	Ömsesidiga arbetspensionsförsäkringsbolaget 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	Stiftelsen Brita Maria Renlunds minne sr	0,4	0,8
18	Danske Invest Finnish Institutional Equity placeringsfond	0,4	0,1
19	OP-Finland Value placeringsfond	0,4	0,1
20	Placeringsfond Nordea Pro Finland	0,3	0,1
	Övriga	34,3	18,6
	TOTALT	100,0	100,0

31.12.2016

ÄGAR- GRUPPER

	st.	Aktie-ägare %	Andel av aktierna %	Andel av rösterna %
Privatpersoner	48 486	97,3	23,2	20,8
Företag	807	1,6	20,3	20,1
Stiftelser och föreningar	316	0,6	45,5	56,1
Förvaltarregistrerade inkl. utländska ägare	170	0,4	7,5	2,2
Finansierings- och försäkringsbolag	34	0,1	3,5	0,8
TOTALT	49 813	100,0	100,0	100,0

31.12.2016

AKTIE- MÄNGDER

	st.	Aktie-ägare %	Andel av aktierna %	Andel av rösterna %
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
TOTALT	49 813	100,0	100,0	100,0

31.12.2016



KONTAKT- UPPGIFTER

BOLAGSSTÄMMAN

Stockmann Oyj Abp:s ordinarie bolagsstämma år 2017 hålls den 23 mars 2017 klockan 14.00 i Finlandiahusets Konsertsal i Helsingfors, Mannerheimvägen 13. Till bolagsstämman skall anmälas senast den 17 mars 2017 klockan 16.00. Läs mer om om ärenden i anslutning till bolagsstämman på bolagets webbplats stockmangroup.com:

- Kallelse till bolagsstämman
- Anmälan till bolagsstämman
- Förslag till bolagsstämman

Bolagsstämman godkänner bland annat bolagets bokslut och beslutar om dividend samt val av styrelsemedlemmar.

IR-KALENDER
ÅR 2017

23 mars 2017

Bolagsstämma

28 april 2017

Delårsrapport januari-mars

16 augusti 2017

Halvsårsrapport januari-juni

27 oktober 2017

Delårsrapport januari-september

Företagsledningen
Stockmann Oyj Abp
PB 220 (Alexandersgatan 52 B)
00101 Helsingfors
Tel. 09 1211

**Stockmann Retail, Real Estate
och koncernens gemensamma
funktioner**

Stockmann Oyj Abp
PB 147 (Smedjevägen 1-3)
00381 Helsingfors
Tel. 09 1211

**Inköpskontorens
kontaktuppgifter**
stockmangroup.com

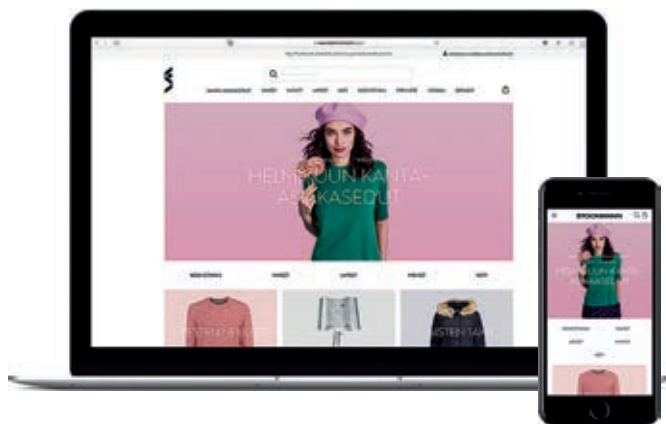
Kommunikation och CSR
Media Desk,
Tel. 050 389 0011 (vardagar kl. 9-16)
info@stockmann.com
investor.relations@stockmann.com

stockmann.com
Kundtjänst:
kundtjanst@stockmann.com
Tel. 09 1211

Varuhusens kontaktuppgifter
Finland: stockmann.com
Estland: stockmann.ee
Letland: stockmann.lv

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

lindex.com
Kundtjänst:
customerservice-se@lindex.com
Tel. 0800 130 730



FÖLJ OSS



STOCKMANN

FACEBOOK: facebook.com/stockmannCOM



INSTAGRAM: instagram.com/stockmanncom



PINTEREST: fi.pinterest.com/stockmanncom/



LINKEDIN: linkedin.com/company/stockmann-oyj-abp



TWITTER: twitter.com/stockmangroupE



FLICKR: flickr.com/photos/stockmangroup



YOUTUBE: youtube.com/stockmannCOM

LINDEX

FACEBOOK: facebook.com/lindex

INSTAGRAM: instagram.com/lindexofficial

LINKEDIN: linkedin.com/company/lindex

TWITTER: twitter.com/lindexofficial

YOUTUBE: youtube.com/lindex



Alexandersgatan 52 B
PB 220
FI-00101 Helsingfors, Finland

Tel. +358 9 1211
STOCKMANN.COM
STOCKMANNGROUP.COM