



STOCKMANN

ÅR 2017



8
VARUHUS

490
MODEBUTIKER

5
FASTIGHETER

VERKSAMHET I
23
LÄNDER

Stockmann, grundat år 1862, är ett finskt börsbolag inom detaljhandeln. Koncernen har tre affärsenheter: Lindex, Stockmann Retail och Real Estate. Bolaget har cirka 47 000 aktieägare och en personal på cirka 7 000. 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 ett modernt, urbant liv.

OMSÄTTNING / milj. euro

1 056

1 176 (2016)

RÖRELSERESULTAT* / milj. euro

12,3

30,9 (2016) * Justerat

 **STOCKMANN**
STOCKMANN.COM

LINDEX
LINDEX.COM

RAPPORTERING

Stockmanns rapportering består av fyra delar: affärsöversikten 'År 2017', 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 Standards -rapporteringsinstruktionerna.

Alla översikter finns tillgängliga på finska, svenska och engelska på ar2017.stockmanngroup.com. Affärsöversikten finns även tillgänglig som tryckt version och den skickas till dem som beställt den.



INNEHÅLL

- 2 Stockmann år 2017
- 4 Verkställande direktörens översikt
- 6 Strategi
- 8 CSR
- 10 Resultatutveckling år 2017
- 12 Index
- 14 Stockmann Retail
- 16 Real Estate
- 18 Styrelsen
- 19 Ledningsgruppen
- 20 Aktier och aktieägare
- 21 Kontaktuppgifter



HÅLLBARHET // SEPTEMBER

KAMPANJ TILL FÖRMÅN FÖR ÖSTERSJÖN

För att minska mängden plastavfall införde Stockmann avgiftsbelagda shoppingkassar i alla varuhus i Finland och i Riga i september. I Tallinn blev shoppingkassarna avgiftsbelagda från 1 januari 2018. Förändringen är en del av vårt samhällsättagande för hållbar utveckling.

Stockmann påskyndade minskningen av påskonsumtionen med hjälp av olika kampanjer. I september donerade Stockmann fem cent för Östersjöns skydd varje gång som kunderna inte köpte en ny plast- eller papperskasse.

Dessutom donerade Stockmann försäljningsintäkterna från alla hållbara bärkassar som såldes under Galna Dagar i sin helhet till WWF.

Kasskampanjerna insamlade en donation på sammanlagt 21 254 euro för Östersjön.

Även Lindex arbetar för att minska påskonsumtionen genom att medverka i initiativet *One Bag Habit*. Målet är att minska konsumtionen av shoppingkassar och öka medvetenheten om shoppingkassarnas miljöpåverkan. Sedan juni 2017 har Lindex tagit ut en avgift för plastkassar i butikerna i Sverige och sedan början av 2018 breddas praxisen till att gälla även andra marknader.



LÄS MER
i vår samhällsansvars-
översikt på
ar2017.stockmanngroup.com

Stockmann år 2017



LEDNINGEN // AUGUSTI

NY VD FÖR LINDEX

Elisabeth Peregi, som arbetat med olika uppgifter inom Lindex i nästan 20 år, utsågs i augusti till tf. verkställande direktör för Lindex.

I januari 2018 valdes **Susanne Ehnåge** till ny verkställande direktör för Lindex. Hon är ett starkt proffs inom digital handel och tillträder sin post senast i augusti 2018. Elisabeth Peregi är tf. verkställande direktör fram tills dess.



LICENSAVTAL // APRIL

STOCKMANN- VARUMÄRKET FORT- SÄTTER I RYSSLAND

Stockmann ingick ett utökat licensavtal om användningen av varumärket Stockmann i Ryssland åren 2018–2023 med Reviva Holding Limiteds dotterbolag AO Stockmann. Reviva har svarat för Stockmannvaruhusens verksamhet i Ryssland sedan 1.2.2016.

LIFESTYLE // SEPTEMBER

STOCKMANN MAGAZINE

I september lanserade Stockmann en ny lifestyle-tidning, *Stockmann Magazine*, med målet att tilltala Stockmanns kunder som är intresserade av mode och fenomen i tiden och att erbjuda dem inspiration varje dag.



FINSK DESIGN // APRIL

DESIGN FROM FINLAND

Stockmann egna mode- och hushållsprodukter fick i april *Design from Finland*-märket som vittnar om inhemsk design. Stockmann Design Studio, som arbetar i Sockenbacka i Helsingfors, svarar för produkt-designen.



VARUHUUS // MARS

DET NYA VARUHUSET I HAGALUND ÖPPNADE

Stockmannvaruhuset i Hagalund öppnade 16.3.2017 i den andra delen av köpcentret AINOA. Stockmann utnyttjade kundernas åsikter och utvecklingsidéer vid planeringen av det nya varuhuset. I enlighet med kundernas önskemål har varuhuset bland annat ett högklassigt kafé och en plats där kunderna kan vila och vistas. Nya parkeringslokaler gör det enklare att besöka varuhuset. Västmetron, som startade i november, möjliggör smidigare förbindelser till varuhuset i Hagalund.

Stockmann fyllde
155
år den 1 februari
2017

JÄMSTÄLLDHET // JUNI

PROJEKTET WE WOMEN BY LINDEX STÖDER JÄMSTÄLLDHET

I somras lanserade Lindex projektet **WE Women by Lindex**, med målet att stärka jämställdheten i Lindex leveranskedjor och skapa allt mer jämställda och engagerande arbetsplatser. Detta projekt är ett led i företagets mål att förbättra kvinnors ställning i Lindex globala leveranskedja.

FINANSIERING // NOVEMBER

ÅTERFINANSIERING AV LÅN

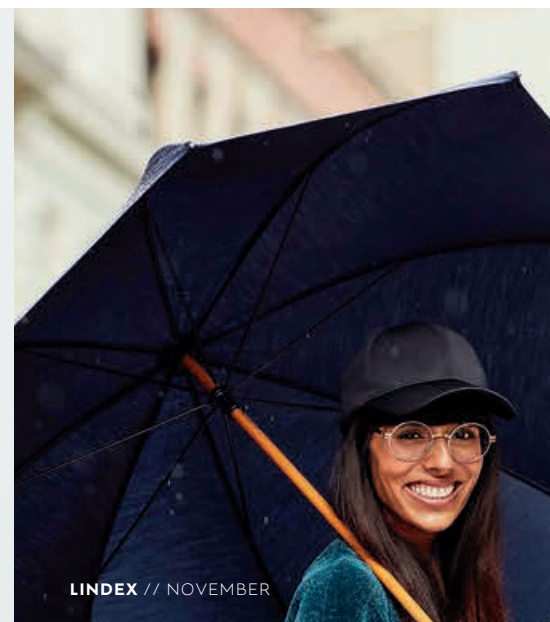
Stockmann avtalade i november om återfinansiering av sina långfristiga lån. Lånen har avtalats med sex banker och de förfaller till betalning åren 2018–2019 och 2021. De nya obligationerna förfaller år 2022.

TRANSAKTIONER
// DECEMBER**DELIKATESSEN ÖVERGICK TILL S-GRUPPEN**

Stockmann och S-gruppen avtalade i juni om försäljning av Stockmann Delikatessens affärsverksamhet i Finland till S-gruppens andelslag. Konkurrens- och konsumentverket godkände förvärvet i december och det genomfördes 31.12.2017.

Stockmann Delikatessen-butikerna erbjuder kunderna även i fortsättningen förstklassig betjäning och ett unikt, högklassigt erbjudande i alla Stockmannvaruhus.

Andelslagen blev betydande samarbetspartner för Real Estate när de blev hyresgäster i fastigheter som Stockmann äger och underhyresgäster i hyrda lokaler. I varuhuset i Baltikum driver Stockmann fortsättningsvis affärsverksamheten i Delikatessen själv.



LINDEX // NOVEMBER

PRISBELÖNT FLERKANALSHANDEL

Lindex belönades i november med det ansedda priset "Årets Omnikanal" på Habit Modegalan i Stockholm. Det här var redan andra gången som Lindex vann priset i denna kategori. En tydlig strategi, kundorientering och en strävan efter kontinuerlig förbättring har gjort Lindex till en stark spelare inom flerkanalshandel. Under det senaste året har Lindex lanserat en smart shopping-app, nya digitala verktyg och egenskaper i butikerna för att ytterligare förbättra kundupplevelsen samt uppdaterat sin nätbutik.



Under år
2018 kommer
vi att satsa mer på
flerkanalsförsäljning
och stärker vår digitala
kompetens.

LAURI VEIJALAINEN,
Verkställande direktör



BESLUTSAMT MOT VÅRA UPPSATTA MÅL

Det gångna året 2017 visade att de förändringar som gjorts inom Stockmann ger resultat och för oss vidare. Vi fortsatte målmedvetet med att verkställa vår strategi med målsättningen att förbättra vår lönsamhet.

I juni offentliggjorde vi vårt avtal om att sälja Stockmann Delikatessens affärsverksamhet i Finland till S-gruppen. Affären genomfördes efter konkurrensmyndigheternas godkännande och Delikatessen övergick till den nya ägaren den 31 december 2017.

I Stockmanns varuhus och i nätbutiken koncentrerar vi oss nu på vår starka kärnkompetens inom produktområdena mode, kosmetik och heminredning. I våra varuhus i Baltikum driver vi också fortsättningsvis affärsverksamheten inom Delikatessen i vår egen regi. Varuhusens partner erbjuder andra produktområden och tjänster, och under det gångna året fick vi in flera nya lockande varumärken och tjänster i våra fastigheter.

Lindex fortsätter målmedvetet sitt arbete för att förbättra sin lönsamhet och stärka sitt varumärke såväl på de nuvarande marknaderna som på nya marknader. Som en del av det pågående lönsamhetsprogrammet inom Lindex görs ändringar i kollektioner och kampanjer samt genomförs många effektivitetsåtgärder för att förbättra bruttomarginalen och resultatet.

VARUHUSEN OCH FASTIGHETERNA FÖRBÄTTRADE SITT RESULTAT

År 2017 var resultatmässigt utmanande för oss. Det justerade rörelseresultatet var positivt, 12,3 miljoner euro, men det minskade jämfört med året innan. Av koncernens affärsenheter förbättrades resultatet i Stockmann Retail, som driver varuhusen och nätbutikerna, samt i Real Estate, som driver fastigheterna. Särskilt glädjande har varit den starka tillväxten inom e-handeln. Stockmann Retail förbättrade resultatet med 18,5 miljoner euro under året men går fortfarande på förlust. Många olika åtgärder genomfördes, vilket ledde till att vi kunde minska kostnaderna på årsnivå med över 40 miljoner euro.

För att kunna säkerställa resultatvändningen för Stockmann Retail fortsatte vi i januari 2018 våra effektivitetsåtgärder med målsättningen att uppnå en årlig kostnadsinbesparing på minst 8 miljoner euro. Att Stockmann Retail ska nå ett positivt justerat rörelseresultat är vår viktigaste målsättning för år 2018.

Resultatutvecklingen i modekedjan Lindex har varit god under en längre tid, men nu blev rörelsevinsten betydligt lägre än under föregående år. Lindex är nu vår största utmaning. I bolaget inleddes under hösten ett omfattande program för att förbättra lönsamheten, så att den framtida resultatutvecklingen kan tryggas. I januari 2018 valdes Susanne Ehnåge till ny verkställande direktör för Lindex. Hon kommer att tillträda sin post senast i augusti. Hon har en gedigen kompetens inom detaljhandel och

e-handel och dessutom har hon den kunskap som krävs för att genomföra en resultatvändning.

I november ingick vi ett nytt avtal om vår långfristiga finansiering, vilket var viktigt för oss. Med stöd av detta kan vi fullt ut fokusera på att utveckla vår verksamhet. Stockmann har även pågående utredningar för eventuella försäljningar av köpcentret Nevsky Centre i S:t Petersburg och fastigheten Bokhuset i centrala Helsingfors.

VI FÖRNYAR OSS OCH UTVECKLAS PÅ MÅNGA FRONTER

Vi eftersträvar hela tiden en allt bättre kundupplevelse. Under det gångna året gjorde vi många förändringar i samband med detta. Det är av största vikt för oss att lyssna på våra kunder och förbättra kundförståelsen. Vi vill genomföra dessa förändringar enligt kundernas önskemål.

I varuhusen introducerade vi ett antal nya upplevelser och tjänster, till exempel för mobilbetalningar. Även under innevarande år kommer vi att satsa i synnerhet på nya caféer och restauranger. Ett helt nytt restaurangkomplex öppnas i gatunivån i Helsingfors varuhus. Vi kommer också att investera i turist- och tax free-försäljning.

Vi gjorde en stor kraftansträngning då vi i mars öppnade det nya varuhuset i Hagalund, där kunderna har varit med under planeringsfasen. Den nya Västmetron har tydligt haft en positiv inverkan på antalet besökare i Hagalund. Vi har även utvecklat våra digitala lösningar en hel del under de två senaste åren. Under år 2018 kommer vi att satsa mer på flerkanalsförsäljning och stärker vår digitala kompetens. Vår målsättning är att skapa en stark koppling mellan fysiska butiker och e-handel samt att bygga upp en utmärkt kundupplevelse inom flera olika kanaler.

Ansvarstagande är en viktig del av Stockmanns verksamhet. Under det gångna året erbjöd vi bland annat möjligheten för våra kunder att återvinna kläder i våra varuhus och i Lindex-butikerna. Dessutom tog vi fram hållbara alternativ i våra sortiment, uppmärksammade märkningen "Design in Finland" bland våra egna modemärken, minskade miljöpåverkan från våra plastkassar och samarbetade med WWF, projektet "Rosa Bandet" och många andra allmännyttiga föreningar.

Jag vill tacka våra kunder och ägare för förtroendet och riktar även ett tack till vår personal för en bra arbetsinsats och visat engagemang under det utmanande året. Tack även till alla våra intressegrupper för dialogen, samarbetet och våra gemensamma projekt. Under år 2018 fortsätter vi målmedvetet vårt arbete för att genomföra denna kursändring samt för att ytterligare utveckla kundbelåtenheten och vår verksamhet.

Lauri Veijalainen
Verkställande direktör

KUNDUPPLEVELSEN TILL EN NY NIVÅ

Den bästa kundservicen i branschen, ett högklassigt sortiment som förnyas kontinuerligt samt stadens mest upplevelserika shoppingställen är kärnan i Stockmanns verksamhet.

Sedan hösten 2014 har Stockmann målmedvetet genomfört sin nya strategiska riktning. Kunder, effektivitet, människor och kultur utgör hörnstenarna i Stockmanns strategi. Verksamheten är fokuserad på detaljhandeln i anslutning till Stockmann- och Lindex-varumärkena och koncernens fastighetsinnehav. Enheterna Stockmann Retail och Real Estate stöder och kompletterar varandra och skapar tillsammans förstklassiga kundupplevelser. Även om Lindex utvecklas som en självständig del av koncernen, är en stark kundinriktning något som är gemensamt för hela koncernen och som all aktivitet stöder.

Åstadkommande av lönsam tillväxt har krävt strategiska val av Stockmann. Stockmann har avstått från många affärsverksamheter och varuområden som inte hör till kärnverksamheten. Koncernens resultatvändning framskrider, och för närvarande pågår flera projekt för att göra varuhusverksamhetens rörelseresultat återigen lönsamt och för att förbättra resultatutvecklingen i Lindex.

Verksamheten utvecklas smidigt, vilket syns som lösningar som betjänar kunden bättre, inspirerande shoppingmiljöer, mer aktuella produkter och kampanjer samt nya tjänster och upplevelser. Många pågående projekt och ändringar, till exempel projekt i anslutning till kundhantering och digitalisering, skapar grunden för kommande tillväxt och tar kundupplevelsen till en allt bättre nivå.

LINDEX – INSPIRERANDE, PRISVÄRT MODE

Lindex är en av de ledande modekedjorna i Europa, och har som mål att bli en internationellt framgångsrik modeaktör med en hållbar försäljningsutveckling. Lindex erbjuder ett brett utbud av dammode, barnkläder, underkläder och kosmetik. Lindex mode kännetecknas av god passform, prisvärdhet och produkter tillverkade på ett hållbart och ansvarsfullt sätt. En förnyelse av kollektioner och kampanjer är en central del av kursändringen och lönsamhetsprogrammet i Lindex.

Lindex omfattande internationella verksamhet baserar sig på såväl egna butiker som franchisingpartners butiker. Lindex fortsätter stärka sin verksamhet i synnerhet på de nuvarande huvudmarknaderna samt åtgärder för att vända resultatutvecklingen. Digitaliseringen har byggt

upp till en del som stöder hela affärsstrategin. Innehållsproduktionen i nätbutiken har i stor utsträckning förnyats. Den starka satsningen på digitalisering fortsätter i framtiden.

STOCKMANN RETAIL – EN FÖRSTKLASSIG KUNDUPPLEVELSE VIA ALLA KANALER

Stockmann Retail är känd för professionell kundservice och utmärkta kundupplevelser. Kundernas behov förutses och de erbjuds de bästa sortimenten av finländska och internationella, högklassiga varumärken och nyheter från världen. Shoppingmiljöerna förnyas kontinuerligt för att erbjuda överraskning och en gnutta lyx i vardagen. Kunderna erbjuds alltid fler orsaker att besöka varuhuset och nätbutiken.

Enheten fokuserar på att utveckla sin varuhusverksamhet i Finland och Baltikum, såväl i fysiska butiker som på nätet. Den starka satsningen på digitalisering fortsätter. Målet är att förbättra kundupplevelsen i alla kanaler samt en smidig helhet mellan varuhuset och nätbutiken. Kundbeteendet och konsumtionsvanorna samt förändringar i dem analyseras för att bättre kunna svara mot förväntningar som förändras snabbt.

REAL ESTATE – EN VÄSENTLIG DEL AV STOCKMANN-KUNDUPPLEVELSEN

Real Estate fokuserar på att öka värdet på den högklassiga fastighetsportfölj som Stockmannkoncernen äger samt på ett nära partnerskap med Stockmann Retail.

Real Estate utövar professionell fastighetsförvaltning för att förbättra shoppingupplevelsen genom att söka bästa samarbetspartner för att komplettera

Stockmannvaruhusens eget erbjudande. Real Estate svarar även för Stockmann fastighetsinnehav och leder förvaltningen av hyresfastigheter. Förutom att göra Stockmanns produkt- och serviceerbjudande mångsidigare har enheten även som mål att använda lokaler effektivt och maximera hyresintäkterna från fastigheterna.

Real Estate och Stockmann Retail har som gemensamt mål att erbjuda kunderna en förstklassig och inspirerande shoppingupplevelse. Ett smidigt samarbete mellan enheterna är viktigt för att erbjudandet ska utgöra en optimal helhet för kunden under ett och samma tak.

Stockmann
är kundernas
inspirationskälla
№ 1 för ett modernt,
urbant liv.

Strategi

VÅR VISION // STOCKMANN ÄR KUNDERNAS INSPIRATIONSKÄLLA

Nº1 FÖR ETT MODERNT, URBANT LIV



VÅRT FOKUS //

KUNDEN

Vi erbjuder fler
anledningar till
shopping i alla kanaler

VÅRT UTBUD //

MODE

SKÖNHET

HEM

- ERBJUDANDE
- SERVICE
- SHOPPING-
MILJÖ
- FÖRMÅNER

MATEN OCH ETT NÄTVERK AV PARTNERS STÖDER VÅRT UTBUD

- Den bästa mixen av internationella och finländska varumärken
- Service som inte kan tillgås annanstans
- Inspirerande och attraktiv shoppingmiljö
- Inspiration och erbjudande som skräddarsyts för våra kunder

VÅR KÄRNAFFÄRS-
VERKSAMHET //

LINDEX

Inspirerande & prisvärt mode

STOCKMANN RETAIL

Förstklassig & enhetlig flerkanalig shopping

REAL ESTATE

Förbättrar shoppingupplevelsen med attraktiva varumärken

VÅRA VÄRDEN //

Vi inspirerar
våra kunder

Vi sporrar
varandra till
toppresultat

Vi har mod
att fatta
beslut

Vi håller våra
löften

MEGATRENDER //

DIGITALISERING
URBANISERAD DEMOGRAFI

INDIVIDUELLA UPPLEVELSER
HÅLLBAR UTVECKLING

MIX AV KONSUMTIONSSSTILAR
ÖKANDE KONKURRENS

ANSVAR SOM EN DEL AV VÅR VERKSAMHET

Engagemang i en ansvarsfull verksamhet är en viktig del av Stockmanns värderingar och är en del av det dagliga arbetet.

Stockmanns värdeöfte är ett erbjuda kunderna en förstklassig shoppingupplevelse via flera kanaler i varuhuset, modebutikerna och nätbutiken. I Stockmanns samhällsansvarsarbete innebär detta engagemang i hållbar utveckling och att erbjuda våra kunder ansvarsfulla köpupplevelser.

I Stockmanns verksamhet täcker samhällsansvararbetet hela värdekedjan, med början i att säkerställa trygga arbetsförhållanden i leveranskedjan. Stockmann erbjuder kunderna ansvarsfulla alternativ i vårt produktsortiment. Kunderna ställs först och garanterar att våra produkter är säkra. Vikt fästs vid såväl arbetshälsa som miljöaspekter.

Ansvarsarbete styrs av Stockmanns strategi och värderingar, verksamhetsprinciper, strategin för samhällsansvar, nationella lagar och bestämmelser i verksamhetsländerna samt av internationella avtal och rekommendationer. Vårt praktiska arbete styrs även av flera frivilliga åtaganden och initiativ.

Ansvarsarbetet är systematiskt och det utvecklas kontinuerligt. En öppen dialog och samarbete med våra intressentgrupper samt kommunikation och rapportering om hur vårt ansvarsarbete framskrider är en central del av vårt arbete med samhällsansvar.



LÄS MER

om vårt ansvarsarbete i
Översikten om samhällsansvar på
ar2017.stockmanngroup.com

CSR-VISION //

Vi erbjuder våra kunder ansvarsfulla shoppingupplevelser. Vi har förbundit oss Att jobba för en hållbar framtid.

CSR som praktiska handlingar

RE:DESIGN UPCYCLING DENIM KOLLEKTIONEN

I mars 2017 lanserade Lindex kollektionen *Re:Design* som innehåller upcycling-produkter designade utifrån befintliga kläder och som omarbetats lokalt i Borås i Sverige.

ANDELEN ANSVARSFULLA MATERIAL ÖKAR

Redan

55 %

procent av Lindex kläder tillverkas av ansvarsfulla material och 95 % av bomullen räknas som ansvarsfull. Av klädkollektionerna i Stockmanns egna varumärken var 10 % tillverkade av ekologisk bomull eller lyocell år 2017, och mängden väntas vara betydligt större i 2018 års kollektioner.

MÄRKNINGEN BERÄTTAR OM ANSVARSFULLA MATERIAL

För att göra det enklare för kunderna att göra ansvarsfulla val både i varuhuset och på nätet har Stockmann lagt till etiketten *Sustainable DESIGN* på kläder i egna varumärken som ett tecken på ansvarsfulla materialval. Hos Lindex märks produkterna med *Sustainable Choice*-märket.

MÖJLIGHET TILL TEXTILÅTERVINNING

Stockmann-varuhuset inledde samarbete med *nätbutiken Emmy*, som säljer begagnade märkeskläder. Stockmanns kunder kan återvinna sina kläder via Emmy med hjälp av en nyckelfärdig tjänst och ta ut sina försäljningsintäkter som Stockmann-presentkort. Lindex har *Reuse, Recycle*-återvinningspunkter för textilier i alla butiker i Finland, Sverige och Norge. Via dem återvanns

150 ton

textilier år 2017. Dessa återvinns vidare med hjälp av samarbetspartners.

Sustainable
DESIGN

FÖRBÄTTRAD ARBETSTAGARUPPLEVELSE

År 2017 gjordes satsningar för att **förbättra arbetstagarupplevelsen, engagera personalen samt öppenhet**. Betygen i OHI-enkäten, som mäter organisationens hälsa och prestationsförmåga på Stockmann, förbättrades inom alla delområden och det allmänna betyget ökade med 16 enheter till 54. OHI-personalenkäten genomfördes nu för fjärde gången.

ÅRETS AVANCERARE: ARBETSGIVARIMAGE

Stockmann var årets avancerare i undersökningsföretaget Universums undersökning om arbetsgivarimage. I undersökningen som är riktad till högutbildade yrkespersoner klättrade Stockmann **femton platser** till plats 32, då placeringen i fjol var 47.

ALLA PÅ STOCKMANN OMFATTAS AV INCITAMENTS-PROGRAM

Stockmann har ett incitaments-system försäljningen, lagerpersonalen, stödfunktionerna och ledningen med målet att sporra och uppmuntra till topprestationer och att inspirera kunderna.

UNGDOMAR FÅR BEKANTA SIG MED ARBETSLIVET

Vi satsade på ungdomar genom samarbete med yrkeshögskolan Laurea, vi deltog i Handelskammarens projekt *Tusen unga ledare* och erbjöd praktikplatser i programmet *Annetaan 100 vuotta töitä* (Vi ger 100 år av arbete).

STÖD FÖR KAMPEN MOT BRÖSTCANCER

Kampen mot bröstcancer och ökad medvetenhet om sjukdomen har varit en viktig del av Lindex sociala ansvarstagande redan i 15 år. Lindex donerade återigen 10 % av försäljningsintäkterna från Pink Collection-kollektionerna till *Rosa bandet*-insamlingen och samlade tillsammans med kunderna

900 000 €
för att stöda cancerforskning.

ÖNSKEGÅVOR FÖR BARN OCH UNGDOMAR

Stockmann arrangerade tillsammans med Hope en önskepre-sentinsamling för ungdomar i varuhuset. Ungefär 800 kunder deltog i insamlingen och gjorde det möjligt att förverkliga julklappsönskemål för barn och ungdomar från mindre bemedlade familjer.

FINANSIELLT RESULTAT ÅR 2017

Stockmannkoncernens justerade rörelseresultat år 2017 var 12,3 miljoner euro (30,9). Rörelsekostnaderna minskade med över 40 miljoner euro. Av koncernens tre affärsenheter är modekedjan Lindex och fastighetsaffärsverksamheten lönsamma, men Stockmann Retail var fortfarande förlustbringande. Stockmann Retail och Real Estate förbättrade sina rörelseresultat, Lindex rörelsevinst minskade. Lindex goodwill nedskrevs med 150 miljoner euro under året, vilket ledde till att koncernens resultat för räkenskapsperioden var förlustbringande. Stockmannkoncernens omsättning var 1 055,9

miljoner euro (1 175,7) år 2017. Den jämförbara affärsverksamhetens omsättning minskade med 1,5%.

Resultatet per aktie för de kvarvarande verksamheterna var -2,82 euro (-0,18), eller -2,98 euro (-0,12) inklusive avvecklade verksamheter. Styrelsen föreslår att ingen dividend utbetalas för räkenskapsåret 2017.



LÄS MER

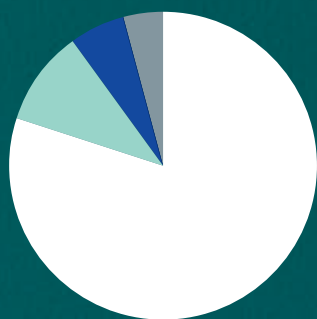
i den ekonomiska översikten på
ar2017.stockmanngroup.com

Nyckeltal

	2017	2016
OMSÄTTNING, milj. euro	1 055,9	1 175,7
BRUTTO MARGINAL, procent	55,8	55,7
DRIFTSBIDRAG (EBITDA), justerat, milj. euro	73,2	88,2
RÖRELSE RESULTAT, milj. euro	-148,4*	28,3
– justerat, milj. euro	12,3	30,9
JUSTERINGAR I RÖRELSE RESULTATET, milj. euro	160,6*	2,6
NETTOFINANSIERINGSKOSTNADER, milj. euro	31,1	23,1
RESULTAT FÖRE SKATT, milj. euro	-179,5	5,2
RAPPORTPERIODENS RESULTAT, milj. euro	-198,1	-7,5
RESULTAT/AKTIE, outspädd, euro	-2,82	-0,18
– inklusive avvecklad verksamhet, milj. euro	-2,98	-0,12
AFFÄRSVERKSAMHETENS KASSAFLÖDE, milj. euro	25,9	41,5
INVESTERINGAR, milj. euro	34,7	44,2
NETTOSKULDSÄTTNINGSGRAD, procent	83,8	68,3
SOLIDITET, procent	43,0	48,3
EGET KAPITAL/AKTIE, euro	12,29	14,99
PERSONAL, medeltal	7 360	8 164
ANDELEN PERSONAL I FINLAND, procent	30,2	33,8
LÖNER OCH ANDRA PERSONALFÖRMÅNER, milj. euro	236,2	270,4
CO ₂ -UTSLÄPP (SCOPE 1-3), tusen ton	61 970	62 670
ÅTERVINNINGSGRAD, procent	72,7	73,6
INKÖPTA VAROR OCH MATERIAL, milj. euro	790,5	864,9
AUDITERINGAR AV LEVERANTÖRSKEDJAN, amfori BSCI, Accord och egna auditeringar	428	359

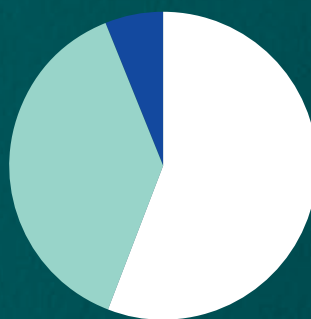
* Innehåller en nedskrivning av goodwill på 150 miljoner euro.

Stockmann Delikatessens affärsverksamhet i Finland har rapporterats som avvecklad verksamhet år 2017, jämförelseåret 2016 har justerats.



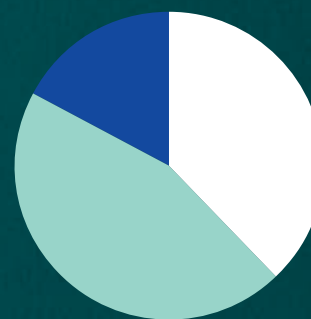
FÖRSÄLJNING
PER PRODUKTOMRÅDE

MODE	80 %
KOSMETIK	10 %
HEM	6 %
LIVSMEDEL	4 %



OMSÄTTNING
PER ENHET

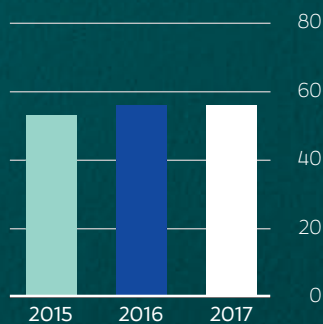
LINDEX	56 %
STOCKMANN RETAIL	38 %
REAL ESTATE	6 %



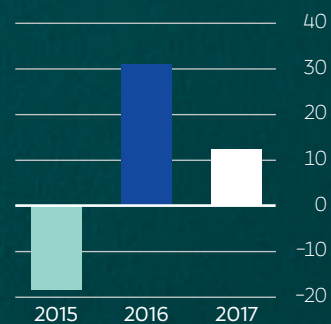
OMSÄTTNING
PER MARKNAD

FINLAND	38 %
SVERIGE & NORGE	45 %
BALTIKUM, RYSSLAND & ÖVRIGA LÄNDER	17 %

BRUTTOMARGINAL
%



RÖRELSERESULTAT
MILJ. EURO / JUSTERAT





Lindex

Inspirerande &
prisvärt
mode

MODE I VÄRLDS- KLASS FÖR ALLA

Lindex erbjuder i sina butiker och nätbutik modeupplevelser i världsklass samt ett brett utbud av dammode, barnkläder, underkläder och kosmetik.

490

BUTIKER

18

LÄNDER

LINDEX.COM
30 LÄNDER

OMSÄTTNING / milj. euro

606,0

633,2 (2016)

RÖRELSERESULTAT / milj. euro

13,4

54,9 (2016)

FÖRSÄLJNING / Per produktområde

DAMMODE

33 %

UNDERKLÄDER 27 % BARNMODE 35 % KOSMETIK 5 %

OMSÄTTNING / Per marknad

SVERIGE OCH NORGE

78 %

FINLAND 11 % BALTISKUM OCH ÖVRIGA LÄNDER 11 %

I slutet av år 2017 hade Lindex sammanlagt 490 butiker i 18 länder. Den omfattande internationella verksamheten baserar sig på såväl ett nätverk av egna butiker som butiker som drivs av franchisingpartners. Det fanns franchisingbutiker i åtta länder och egna butiker i tio länder. Dessutom har Lindex en nätbutik i 30 länder. Lindex fokuserar på att förstärka och optimera sin verksamhet på huvudmarknaden i de nordiska länderna samt på de övriga marknaderna.

Tack vare sitt lockande modekoncept hör Lindex till de ledande modekedjorna i Europa. Lindex sortiment kännetecknas av god passform, inspirerande moderiktighet, prisvärdhet och produkter tillverkade på ett hållbart och ansvarsfullt sätt. Kollektionerna erbjuder både moderna och klassiska alternativ för varje situation. När det gäller sortimentet är ansvarsfrågorna viktiga för Lindex. Målet är att 80 % av produkterna ska tillverkas av miljövänligt material fram till år 2020. Under året utökades Lindex sortiment med produkter tillverkade av sådant material, vilket innebär att 55 % av kollektionerna redan är ansvarsfulla.

År 2017 var utmanande för Lindex, och försäljningen utvecklades sämre än väntat. Den relativa bruttomarginalen sjönk i och med att försäljningen ökades med hjälp av åtskilliga kampanjrabatter. Lindex rörelseresultat var positivt men minskade betydligt jämfört med året innan. I slutet av året startade bolaget ett program för att öka lönsamheten, med vilket man strävar efter årliga inbesparingar på över 10 miljoner euro i fasta kostnader. För att förbättra bruttomarginalen vidtas flera åtgärder, bland annat i anslutning till förnyelsen av kollektionerna.

Lindex har satsat på flerkanalshandeln och digitaliseringen. Lindex vill erbjuda modeupplevelser i världsklass, oberoende av försäljningskanal. Under det senaste året har Lindex lanserat en smart shoppingapp, nya digitala verktyg och egenskaper i butikerna för att ytterligare förbättra kundupplevelsen samt uppdaterat sin nätbutik. Detta arbete fortsätter under år 2018.

I början av år 2018 presenterades Lindex nya vision, "Att ge kvinnor styrka och inspiration överallt i världen". Den nya visionen kommer att förankras hos personalen i början av året och hos kunderna under våren, i samband med lanseringen av det nya visuella konceptet. Syftet med konceptet är att förmedla en naturlig och uppriktigt känsla, hög energinivå och modern attityd.

Än mer
hållbara jeans

/ Hösten 2017 introducerade Lindex kollektionen Even Better Denim, som är gjord av än mer ekologiska material än tidigare. Vid tillverkning av jeansen används bland annat av kunderna återvunnen bomull såväl som ekologisk bomull samt mindre vatten än någonsin tidigare. I tvättprocessen används endast en flaska vatten, dvs. 2 liter. I färgningen används marknadens renaste indigofärg. /



Stockmann Retail

Förstklassig &
enhetlig flerkanalig
shopping

EN FÖRST- KLASSIG KUND- UPPLEVELSE I VARJE KANAL

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

Stockmann Retail har sex varuhus i Finland och två i Baltikum samt en nätbutik som tätt stöder varuhusen. Produktsortimentet fokuserar på mode, skönhet och produkter för hemmet samt i de baltiska varuhusen även på mat. Stockmann Delikatessens affärsverksamhet i Finland såldes till S-gruppen den 31 december 2017 och verksamheten övergick till den nya ägaren.

Kärnan i Stockmann Retails verksamhet är högklassiga och mångsidiga sortiment samt utmärkt kundservice. Sortimenten förnyas kontinuerligt, och under året tog man in flera nya attraktiva både inhemska och internationella varumärken. Aktualiteten ökades även med hjälp av pop up-butiker från flera varumärken. I mars öppnades det nya, fantastiska Stockmann i Hagalund, som har förverkligats enligt ett helt nytt koncept. Stockmann deltog även för första gången med sin egen avdelning i Habitare-mässan, och Stockmanns egna modeprodukter och produkter för hemmet tilldelades rätten att använda märkningen Design in Finland. Tjänsterna utvecklades bland annat genom att öppna en ny Beauty Studio som erbjuder tjänster inom skönhetsvård. Dessutom utökades tjänsterna för turister.

Stockmann Retails i omsättning enligt jämförbara affärsverksamheter ökade något under året. Den bästa utvecklingen uppnåddes av nätbutiken och de baltiska varuhusen. Till exempel Galna Dagars nätbutikens försäljning ökade med 25 % under höstens kampanj. Rörelseresultatet förbättrades med 18,5 miljoner euro jämfört med året innan, främst tack vare inbesparingarna i fasta kostnader. Rörelseresultatet uppvisade dock fortfarande en förlust. Målet är att Stockmann Retails justerade rörelseresultat ska vara positivt år 2018. För att vända resultatet kommer man att fortsätta med effektiviseringsåtgärderna.

Ständig inspiration erbjuds även i digitala kanaler. Att lyssna på kunderna är av största prioritet och på deras önskemål svaras genom att presentera de nyaste trenderna, attraktiva nyheter och intressant innehåll. Efter ett uppehåll fortsatte produktionen av det svenskspråkiga nyhetsbrevet i slutet av året. Det sömlösa samarbetet mellan nätbutiken och de fysiska butikerna stärktes ytterligare. Den sömlösa shoppingupplevelsen stöds även av distributionscentralen i Tusby som betjänar alla försäljningskanaler. På hösten 2017 flyttade även lagret för de baltiska varuhusen dit från Riga. Att öka näthandeln och förstärka flerkanalshandeln ingår som centrala delar i Stockmanns snabba digitalisering.

8

VARUHUS

3

LÄNDER

NÄTBUTIK
stockmann.com

OMSÄTTNING / milj. euro

410,2

508,3 (2016)

RÖRELSERESULTAT / milj. euro

-20,6

-39,1 (2016)

FÖRSÄLJNING / Per produktområde

MODE

57 %

SKÖNHET 18 % HEM 15 % MAT 10 %

OMSÄTTNING / Per marknad

FINLAND

78 %

BALTIKUM

22 %

Nya digitala
tjänster

Under år 2017 fortsatte Stockmann utvecklingen av digitala tjänster och näthandeln. Under år 2017 lanserades bland annat de nya mobilbetalningstjänsterna Alipay och Apple Pay samt möjlighet att reservera stamkundsprodukter genom Stockmann-applikationen. I början av 2018 startade Stockmann ett digitalt accelerationsprojekt och ökar satsningarna på att stärka flerkanalshandeln betydligt med hjälp av det. /



Real Estate
Förbättrar
shoppingupplevelsen
med attraktiva
varumärken

STARKARE STOCKMANN- KUND- UPPLEVELSER

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.

Affärsenheten Real Estate består av de fem fastigheter som koncernen äger i Helsingfors, S:t Petersburg, Tallinn och Riga. Den totala uthyrningsytan (GLA) i fastigheterna uppgår till cirka 142 000 kvadratmeter, varav 46 % används av Stockmann Retail och den resterande delen av utomstående hyresgäster.

Stockmanns fastigheter ligger på attraktiva marknadsplatser i orternas stadskärnor. Efterfrågan på centralt belägna och funktionella affärslokaler är stor. Detta har haft en positiv inverkan på utvecklingen av Real Estates hyresintäkter när man tecknat nya hyresavtal. Flera internationella toppvarumärken vill synas i Stockmannvaruhuset.

På Stockmann pågår en utredning för att sälja köpcentret Nevsky Centre i S:t Petersburg och fastigheten Bokhuset i Helsingfors som båda har klassificerats som investeringsfastigheter. Nevsky Centre har använts av utomstående partner sedan februari 2016 och Bokhuset från och med början av år 2018, då Stockmann Delikatessens affärsverksamhet i Finland såldes.

Under sin korta verksamhetsperiod har Real Estate etablerat sin ställning och fortsatt sin stadigt starka utveckling. Fastigheternas verkliga värde ökade med 22,9 miljoner euro under året. Uthyrningsgraden var 99,7 % och fastigheternas nettointäktsggrad 5,4 %. Rörelsevinsten ökade med 7,9 miljoner euro, varav värdeökningen av investeringsfastigheter utgjorde 4 miljoner euro.

Real Estate och Stockmann Retail har som gemensamt mål att erbjuda kunderna en förstklassig och inspirerande köpupplevelse. De senaste åren har Real Estate utökat utbudet i varuhuset genom att ta in flera nya varumärken och erbjuda upplevelserika servicekoncept för kunderna. Utbudet har ökat bl.a. vad gäller klockor och smycken, leksaker, möbler samt kafé- och restaurangtjänster.

Förutom att maximera värdet på fastigheter som ägs av Stockmann ansvarar enheten för fastighetsförvaltningen i alla varuhus och underhyresverksamheten i hyrda fastigheter.

5
FASTIGHETER

4
LÄNDER

OMSÄTTNING / milj. euro

67,1
60,1 (2016)

RÖRELSERESULTAT / milj. euro

29,0
21,1 (2016)

NETTORÖRELSEINTÄKTER / milj. euro

50,6
44,4 (2016)

Från Stockmanns egna fastigheter

FASTIGHETERNAS
VERKLIGA VÄRDE / milj. euro

973,0
950,1 (2016)

UTNYTTJANDEGRAD

99,7 %
99,1 (2016)

Terrasser
över taken

I maj öppnades den trendiga restaurangen Roof på Stockmanns tak i Helsingfors. Terrassrestaurangen har den bästa utsikten i Helsingfors och erbjuder stadsbor och besökare en möjlighet att trivas och tillbringa tid i en unik miljö i hjärtat av Helsingfors, i höjd med taken. I juli öppnades terrassrestaurangen Mademoiselle Cafe på Stockmanns tak i Tallinn. Båda terrassrestaurangerna blev genast efter öppnandet mycket populära. I

STYRELSEN



1. JUKKA HIENONEN
f. 1961
Finsk medborgare
EM
Styrelseordförande
Professionell
styrelsemedlem

2. LEENA NIEMISTÖ
f. 1963
Finsk medborgare
Med. dr.
Styrelsens viceordförande
Professionell
styrelsemedlem

3. KAJ-GUSTAF BERGH
f. 1955
Finsk medborgare
JK, diplomekonom
Verkställande
direktör, Föreningen
Konstsamfundet r.f.

4. ESA LAGER
f. 1959
Finsk medborgare
JK, EM
Professionell
styrelsemedlem

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

6. MICHAEL ROSENLEW
f. 1959
Finsk medborgare
EM
Professionell
styrelsemedlem

7. PER SJÖDELL
f. 1972
Svensk medborgare
EM
Professionell
styrelsemedlem

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

PERSONALREPRESENTANTER

9. RITA LÖWENHILD*
f. 1952
Finsk medborgare
Huvudförtroendeman

10. MINNA SALO**
f. 1967
Finsk medborgare
Utvecklingschef, ICT

* vald av Stockmanns koncernnämnd ** vald av de högre tjänstemännen i Stockmann

LEDNINGSGRUPPEN



EM Susanne Ehnbåge, f. 1979, utnämndes till Lindex verkställande direktör den 10 januari 2018. Hon tillträder tjänsten senast i augusti 2018. Susanne Ehnbåge blir även medlem i Stockmanns ledningsgrupp.

- | | | | | | |
|--|---|---|--|--|---|
| 1. LAURI VEIJALAINEN
f. 1968
finsk medborgare
NaK, MBA
Verkställande direktör | 2. MIKKO HUTTUNEN
f. 1968
finsk medborgare
EM
Personaldirektör | 3. KAI LAITINEN
f. 1970
finsk medborgare
EM
Ekonomidirektör | 4. NORA MALIN
f. 1975
finsk medborgare
Pol.mag.
Utvecklingsdirektör | 5. JUKKA NAULAPÄÄ
f. 1966
finsk medborgare
JK
Direktör för juridiska ärenden | 6. PETTERI NAULAPÄÄ
f. 1968
finsk medborgare
DI
IT-direktör |
| 7. MAIJU NISKANEN
f. 1977
finsk medborgare
EMBA
Direktör,
varuhusfunktioner | 8. ELISABETH PEREGI
f. 1971
svensk medborgare
EM
Lindex tf.
verkställande direktör | 9. ANNA SALMI
f. 1979
finsk medborgare
EM
Direktör för kundrelationer | 10. BJÖRN TEIR
f. 1969
finsk medborgare
Pol.mag.
Direktör, Real Estate | 11. 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
31.12.2017

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

46 672

MARKNADSVÄRDE / milj. euro

321,0

DE STÖRSTA AKTIEÄGARNA

		Andel av aktierna %	Andel av rösterna %
1	HC Holding Oy Ab	11,7	10,7
2	Föreningen Konstsamfundet-gruppen	9,4	15,1
3	Ömsesidiga Arbetspensionsförsäkringsbolaget Varna	9,1	5,4
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	Statens Pensionsfond	2,3	0,5
9	Samfundet Folkhälsan i svenska Finland r.f.	2,2	2,7
10	Ömsesidiga Pensionsförsäkringsbolaget Ilmarinen	2,0	0,9
11	Jenny ja Antti Wihurin rahasto	1,9	2,1
12	Inez och Julius Polins Fond	1,5	0,8
13	Wilhelm och Else Stockmanns Stiftelse	1,1	2,2
14	Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö 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	Åbo stad	0,4	0,1
18	Placeringsfonden Taaleritehdas Arvo Markka Osake	0,4	0,1
19	Placeringsfonden Danske Invest Arvo Finland Value	0,4	0,1
20	Stiftelsen Brita Maria Renlunds minne	0,4	0,8
	Övriga	33,3	18,2
TOTALT		100,0	100,0

31.12.2017

ÄGAR- GRUPPER

	St.	Aktieägare %	Andel av aktierna %	Andel av rösterna %
Privatpersoner	45 433	97,3	23,2	20,8
Företag	762	1,6	20,3	20,1
Stiftelser och föreningar	280	0,6	45,5	56,1
Förvaltarregistrerade inkl. utländska ägare	173	0,4	7,5	2,2
Finansierings- och försäkringsbolag	24	0,1	3,5	0,8
TOTALT	46 672	100,0	100,0	100,0

31.12.2017

AKTIE- MÄNGDER

	St.	Aktieägare %	Andel av aktierna %	Andel av rösterna %
1-100	30 961	66,3	1,7	0,6
101-1 000	13 005	27,9	6,1	4,4
1 001-10 000	2 478	5,3	8,5	5,6
10 001-100 000	190	0,4	7,3	3,8
100 001-1 000 000	25	0,1	11,6	13,5
1 000 001-	13	0,0	64,8	72,1
TOTALT	46 672	100,0	100,0	100,0

31.12.2017



LÄS MER

stockmanngroup.com/investerare

KONTAKT- UPPGIFTER

Bolags- stämma

Stockmann Oyj Abp:s ordinarie bolagsstämma år 2018 hålls den 22 mars 2018 klockan 14.00 i Finlandiahusets Konsertsal i Helsingfors, Mannerheimvägen 13. Till bolagsstämman skall anmälas senast den 13 mars 2018 klockan 16.00. Läs mer om om ärenden i anslutning till bolagsstämman på bolagets webbplats stockmanngroup.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 2018

22.3.2018

Bolagsstämman

27.4.2018

Delårsrapport januari-mars

16.8.2018

Halvårsrapport januari-juni

26.10.2018

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
stockmanngroup.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/stockmannFI



FLICKR: flickr.com/photos/stockmanngroup



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