


VUOSI

20
19

STOCKMANN

STOCKMANN TARJOAA korkealaatuisen valikoiman brändejä, erinomaista asiakaspalvelua ja inspiroivia ostoksia tavarataloissa, muotimyymälöissä ja verkkokaupoissa. *Valikoimamme keskittyy muotiin, kauneuteen ja kodin tuotteisiin* sekä Baltiassa myös Stockmann Herkkuun. Valikoimaa täydentävät partnereiden korkealaatuiset tuotteet ja palvelut. *Visionamme on olla hyvän elämän markkinapaikka.*

- 
- 4** Stockmann vuonna 2019
 - 6** Toimitusjohtajan katsaus
 - 7** Strategia
 - 9** Liiketoimintayksiköt lyhyesti
 - 11** Muoti
 - 13** Kauneus
 - 15** Koti
 - 17** Tuloskehitys vuonna 2019
 - 18** Yhteystiedot

RAPORTOINTIMME

Stockmannin vuoden 2019 raportointi sisältää neljä katsausta: Vuosi 2019 -liiketoimintakatsaus, -talouskatsaus, -hallinnointikatsaus ja -vastuullisuuskatsaus. Talouskatsaus sisältää hallituksen toimintakertomuksen ja tilinpäätöksen. Vastuullisuuskatsaus sisältää GRI-standardin mukaisen tarkemman kuvauksen vastuullisuustyön tuloksista.

Kaikki katsaukset ovat saatavilla suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi osoitteessa vuosi2019.stockmanngroup.com

STOCKMANN VUONNA 2019

HENKILÖSTÖ // TAMMIKUU

STOCKMANN MUKAAN TALA GÄRNA SVENSKA MED MIG -KAMPANJAAN

Vuoden 2019 alusta lähtien Stockmann on ollut mukana Finlandssvenskt samarbetsforumin ruotsin kielen käyttöön kannustavassa *Tala gärna svenska med mig* -hankkeessa. Stockmannin työntekijät voivat halutessaan käyttää Tala gärna svenska med mig -viestillä varustettua pinssiä kertoakseen, että heillä on halu palvella myös ruotsiksi.

REAL ESTATE // TAMMIKUU

LIIKETOIMINTA VENÄJÄLLÄ PÄÄTTYI

Stockmann saattoi tammikuussa päätökseen Pietarissa sijaitsevan Nevsky Centre -kauppakeskuksen myynnin uudelle omistajalle, PPF Real Estate -yhtiölle. Nevsky Centren myynnin jälkeen Stockmann-konsernilla ei ole enää omaa liiketoimintaa Venäjällä. Stockmannin tavarataloliiketoimintaa Venäjällä harjoittaa AO Stockmann, Reviva Holdings Limitedin helmikuusta 2016 lähtien omistama yhtiö. Stockmannilla on lisenssisopimus Revivan kanssa Stockmann-tavaramerkin käyttämisestä Venäjällä vuoteen 2023 asti.



STOCKMANN TARTTUI MUOVITON MAALISKUU -HAASTEeseen

Stockmann tarttui Muoviton maaliskuu -haasteeseen ja nosti kuukauden aikana esiin tekojaan muovin vähentämiseksi. Muovin vähentäminen on tärkeä ja ajankohtainen osa Stockmannin vastuullisuustyötä, ja Stockmann haluaa tarjota asiakkailleen yhä enemmän vastuullisia ja muovittomia vaihtoehtoja. Vuonna 2019 Stockmann poisti valikoimistaan muun muassa muoviset kertakäyttöastiat ja vanupuikot.

TAVARATALOT // KESÄKUU

JUMBON TAVARATALO REMONTOIDAAN LATTIASTA KATTOON

Stockmann kertoi kesällä uudistavansa täysin tavaratalonsa Jumbossa, ja remontin on määrä valmistua loppuvuodesta. Uudistusten myötä tavaratalo tarjoaa entistä ainutlaatuisemman ja laajemman valikoiman vaatteita ja asusteita niin naisille, miehille kuin lapsille. Asiakkaiden toiveiden mukaisesti tavaratalon valikoima keskittyy laadukkaisiin ja vastuullisiin tuotteisiin. Muodin ohella uudessa tavaratalossa panostetaan kosmetiikkaan. Kauneuden maailma laajenee muutosten myötä niin tilojen kuin valikoimiin kuuluvien brändien osalta.



ONLINE // KESÄKUU

ONLINE EXCLUSIVE -VALIKOIMA SAAPUI STOCKMANN.COMIIN

Online Exclusive -kumppanibrändien tuotteet tulivat kesäkuussa myyntiin *stockmann.comiin*. Uudet brändit täydentävät verkkokaupan valikoimaa pääosin muodin, kodin ja kauneuden alueilla. Verkkoon on tullut myyntiin myös kokonaan uusia, Stockmannin nykyiseen valikoimaan luontevasti istuvia ja asiakkaiden toivomia tuotealueita, kuten kotimaisen Pelagon polkupyörät. Uusi liiketoimintamalli mahdollistaa sen, että Stockmann voi joustavasti ja nopeasti tuoda asiakkaidensa saataville kumppanibrändien tuotteita, ja Online Exclusive -valikoimasta löytyy jo lähes 300 eri kumppanibrändin tuotteita.



LINDEX // HEINÄKUU

LINDEX YHTEISTYÖHÖN BOOZTIN KANSSA

Lindex aloitti heinäkuussa yhteistyön suosittuun Booztin kanssa, joka on merkittävä verkkokauppa Pohjoismaissa. Yhteistyön myötä Lindex kasvattaa digitaalista liiketoimintaansa ja vahvistaa asemaansa globaalina brändinä. Boozt-verkkokaupassa on myynnissä Lindexin naisten muotia ja alusvaatteita sekä lasten vaatteita.



JOHTO // ELOKUU

MUUTOKSIA STOCKMANNIN JOHDOSSA

Jari Latvanen aloitti Stockmannin toimitusjohtajana elokuussa. Samaan aikaan Stockmannin talousjohtajana aloitti *Pekka Vähähyyppä*.





TARJONTA // SYYSKUU

UUSI MUOTIBRÄNDI MIEHILLE

Stockmann lanseerasi syyskuussa uuden Construe-brändin, joka tarjoaa miehille tyylikkää ja moderneja, kestäviä materiaaleista valmistettuja vaatteita ja asusteita. Construen tuotteet suunnitellaan Stockmannin omissa Design Studioissa Helsingin Pitäjänmäellä. Brändin moderni ja ajaton tyyli syntyy harkituista yksityiskohdista, kuten leikkauksista ja laadukkaista materiaaleista. Vaatteiden valmistuksessa suositaan luomupuuvillaa ja mulesing-vapaata merinovillaa. Mallistoon kuuluu sekä töihin että vapaa-aikaan sopiva valikoima yläosia, farkkuja ja housuja sekä ulkotakkeja, ja mallisto on juuri täydentynyt trendikkäillä asusteilla.

BALTIA // SYYSKUU

HULLUT PÄIVÄT -VERKKOKAUPPA BALTIAAN

Syksyn Hullut Päivät -kampanja tarjoi ensimmäistä kertaa laajan valikoiman laatubrändien löytöjä tavaratalojen ja hullutpaivat.comin lisäksi myös verkkoshoppailijoille Virossa ja Latviassa. Hullut Päivät on suosittu kampanja Stockmannin tavarataloissa Tallinnassa ja Riiassa, ja myös crazydays.com otettiin siellä iloisesti vastaan. Verkkokaupan lanseeraaminen uusille markkinoille oli tärkeä askel Stockmannin digitaalisen myynnin kehityksessä.



MYSTOCKMANN // LOKAKUU

KANTA- ASIAKASOHJELMA UUDISTUI

Stockmannin täysin uudistunut MyStockmann-kanta-asiakasohjelma lanseerattiin lokakuussa. Stockmann rakensi ohjelmaa yhdessä yhteistyökumppaneiden kanssa puolentoista vuoden ajan asiakkaiden toiveiden pohjalta. MyStockmannin myötä kanta-asiakkuus on siirtynyt vahvasti mobiiliin, ja ensimmäisen kuukauden aikana MyStockmann-sovellus oli ladattu jo 100 000 puhelimeen. Ohjelman kehittäminen jatkuu, ja Stockmannin tavoitteena on tarjota kanta-asiakkaille jatkuvasti uudistuvia toiminnallisuuksia ja etuja.



VASTUULLISUUS // JOULUKUU

JOULUN HYVÄNTEKEVÄISYYSKAMPANJAT ILAHDUTTIVAT TAVARATALOISSA

Stockmann ja Pelastakaa Lapset ry järjestivät joulun alla yhdessä hyväntekeväisyyskampanjan Suomen Stockmann-tavarataloissa. Stockmannin asiakkaat tukivat erisuuruisten lahjoituskorttien avulla kotimaan lasten opintoja ja harrastuksia yhteensä noin 25 800 euron arvosta. Lisäksi Stockmann oli jälleen mukana Kotona Asuen Seniorihoivan järjestämässä Ole Joulupukkina Seniorille -kampanjassa, jossa jaetaan joulukukkalahjoituksia yksinäisille senioreille. Kampanjan avulla Kotona Asuen Seniorihoiva toimitti lähes 1700 Stockmann-tavarataloista ostettua kukkayllätystä senioreita ilahduttamaan.

TAVARATALOT UUDISTUVAT

Tampereen-tavaratalo uudistui syksyn aikana. Tavaratalon katutasoon avautui koruosasto, jonka valikoimassa on useita kotimaisia ja kansainvälisiä brändejä. niin ikään katutasoon valmistui katumuodin kokonaisuus trendikkäine brändeineen, johon sisältyy myös uuden konseptin mukainen urheiluosasto. Kodin alueelle avautui uusi designosasto, joka laajensi tavaratalon huonekalu- ja valaisinvalikoimaa paljon kysytyillä designtuotteilla. Myös Helsingin-tavaratalon uudistukset käynnistyivät kesällä miesten osastolta. Kuluvana vuonna ovat vuorossa tavaratalon naisten osasto sekä koruja, asusteita ja kauneuden tuotteita tarjoavat osastot.

UUDISTUMINEN JATKUI VUONNA 2019



Vuonna 2019 uudistimme strategiaamme ja kirkastimme yhtiön vision, mission ja arvot. Tavoitteenamme on luoda Stockmannista hyvän elämän markkinapaikka, joka tarjoaa alan parhaan ja inspiroivimman kattauksen muodin, kauneuden ja kodin tuotteita. Keskitymme vahvasti erinomaiseen asiakaspalveluun. Uudistamme tarjontaamme vastaamaan paremmin asiakkaidemme tarpeita ja kasvatamme kestävien tuotemerkkien valikoimaa.

Lindex vahvistaa kasvuaan keskittyen nykyisen liiketoimintansa kasvatamiseen ja uusien liiketoimintamahdollisuuksien tutkimiseen. Vuonna 2019 Lindex aloitti uuden ruotsalaisen Closely-nimisen naisten alusvaatemerkin kumppanina ja osakkaana. Closelyn premium-tuotteet tulevat markkinoille syksyllä. Kumppanuus on osa Lindexin tavoitetta luoda uusia kasvumahdollisuuksia vahvuksiinsa perustuen. Lindex jatkaa myymäläverkoston kannattavuuden kehittämistä ja vahvistamista sekä verkkokaupan kehittämistä. Muotialan yritys kasvaa digitaalisesti sekä omien kanaviensa kautta että yhdessä maailmanlaajusten online-kumppaneidensa kanssa.

Veimme viime vuonna määrätietoisesti eteenpäin konsernilaajuista muutosohjelmaa, jonka tulokset näkyvät uudistuneessa tarjonnassa, palvelussa sekä kustannustason laskussa. Sekä Stockmann että Lindex kehittivät digitaalisia palveluja ja hyödynsivät teknologisia ratkaisuja monikanavaisuuden vahvistamiseksi. Kesällä Stockmannin verkkokauppa täydentyi hienoilla Online Exclusive -kumppaneiden brändeillä ja uusilla tuotealueilla, jotka täydentävät valikoimiamme. Toimimme myös entistä enemmän vastuullisia vaihtoehtoja valikoimiimme kaikissa tuotekategorioissa, ja lisäsimme merkittävästi mm. luonnonkosmetiikan osuutta.

Lokakuussa lanseerasimme MyStockmann-kanta-asiakasohjelman, jota olemme rakentaneet yhdessä yhteistyökumppaneidemme kanssa asiakkaidemme toiveiden pohjalta. Olemme tuoneet ohjelmaan myös hyväntekeväisyys- ja palveluetuja. Ohjelman kehitystyö jatkuu, ja tavoitteenamme on tarjota kanta-asiakkaillemme jatkuvasti uudistuvia toiminnallisuuksia ja etuja.

Stockmannin liiketoiminnan tervehdyttäminen ja toiminnan kääntäminen kannattavaksi edellyttävät edelleen mittavaa uudistumista ja kustannustehokkuutta. Vuonna 2019 teimme merkittäviä ja vaikeitakin organisaatiota ja liiketoimintaa koskevia päätöksiä. Kauppakeskus Nevsky Centren myynti ja yhtiön velkaantumistasteen vähentäminen olivat erittäin tärkeitä toimenpiteitä Stockmannin tulevaisuuden kannalta. Kesällä Stockmannilla käytiin yhteistoimintaneuvottelut, joiden seurauksena henkilöstön määrää vähennettiin. Yhtiön hallitus on päättänyt selvittää Lindexin omistuksen strategisia vaihtoehtoja. Työ tältä osin jatkuu suunnitelman mukaisessa aikataulussa.

Vuoden 2019 liikevaihto oli 960 miljoonaa euroa. Positiiviseen liiketulokseen päästiin käynnissä olevan säästö- ja uudistusohjelman sekä Lindexin että Stockmannin hyvän kehityksen ansiosta. Säästöistä suurin osa tullaan näkemään vuoden 2020 tuloksessa. Muutosohjelma jatkuu ja tavoitteenamme on palauttaa Stockmannin tavarataloliiketoiminta kestävälle tasolle vuoteen 2021 mennessä ja kehittää Lindexiä voimakkaasti eteenpäin hyväksytyyn strategiaan suuntaviivojen mukaisesti.

Haluan kiittää Stockmannin ja Lindexin henkilöstöstä sitoutumisesta liiketoimintojen ja toimintamallien uudistamiseen ja asiakkaiden palvelamiseen parhaalla mahdollisella tavalla. Kiitos asiakkaillemme, omistajillemme ja muille sidosryhmillemme yhteistyöstä ja luottamuksesta. Aloitin toimitusjohtajana elokuussa ja jatkan määrätietoista työtä yhdessä henkilökuntamme ja yhteistyökumppaneidemme kanssa. Käynnissä on useita hankkeita kehityssuunnan parantamiseksi. Yhteinen tavoitteemme on mahdollistaa Stockmann-konsernin tulevaisuuden menestys ja tarjota asiakkaillemme lähtemätön vaikutus joka päivä.

JARI LATVANEN

Toimitusjohtaja
@LatvanenJari

AINUTLAATUISIA ASIAKASKOKEMUKSIA

STRATEGIA 2019–2021 //

Vuoden 2019 aikana Stockmann uudisti strategiansa ja lanseerasi uuden kirkastetun vision, mission ja arvot. Sekä Stockmann että Lindex panostavat toiminnassaan vahvasti kanta-asiakkuuteen, erinomaisiin asiakaskokemuksiin, monikanavaisuuteen ja kestäväään valikoimaan.

STOCKMANN – HYVÄN ELÄMÄN MARKKINAPAikka

Kaupan alan murros on jatkuvaa, maailman markkinatilanteet heilahtelevat, kilpailu kiristyy ja kuluttajakäyttäytyminen sekä kulutus-tottumukset muuttuvat. Näihin asioihin vastatakseen Stockmann uudisti strategiansa kesällä 2019. Stockmannin tavoitteena on olla hyvän elämän markkinapaikka ja asiakkaiden ensisijainen inspiraation lähde muotiin, kauneuteen ja kotiin. Erinomainen asiakaspalvelu ja laadukas asiakaskokemus ovat kaiken tekemisen keskiössä.

Stockmann keskittyy kasvattamaan osuuttaan määriteltyjen asiakasryhmiensä, modernien työssäkäyvien ammattilaisten sekä sosiaalisten ja klassisten shoppailijoiden, keskuudessa. Uudistettu MyStockmann-kanta-asiakasohjelma lanseerattiin lokakuussa 2019, ja sen kehittämistä jatketaan edelleen yhdessä kumppaneiden ja asiakkaiden kanssa. Tavoitteena on luoda sekä tavarataloissa että verkossa kokonaisvaltainen MyStockmann-asiakaskokemus, joka kattaa laadukkaan valikoiman ja ajankohtaisimmat trendit, monipuoliset palvelut ja elämykset, inspiroivan ostosympäristön ja henkilökohtaiset edut.

Stockmann tarjoaa ajankohtaisen ja laajan valikoiman sekä kotimaisten että kansainvälisten merkkibrändien tuotteita. Korkealuokkaista premium-tarjontaa vahvistetaan, ja designer-tuotemerkkejä tuodaan valikoimiin. Asiakkaille on tarjolla myös kasvava kestävien tuotemerkkien valikoima, ja erilaisia palveluita, kuten muoti- ja kauneuspalveluita, lisätään. Stockmannin omaa tarjontaa täydentävät useiden partnereiden tuotteet ja palvelut sekä tavarataloissa että verkkokaupassa.

Stockmann uudistaa jatkuvasti tavaratalokonseptejaan, -tilojaan ja -palvelujaan tarjotakseen inspiraatiota ja ainutlaatuisia

asiakaskokemuksia sekä erottuakseen kilpailijoista. Vahva panostaminen digitaalisiin palveluihin jatkuu ja niitä hyödynnetään myös entistä vahvemmin tavarataloissa. Stockmann.comin uudistus on käynnissä, ja tulevan verkkokaupan tavoitteena on parantaa ostoskokemusta muun muassa tarjoamalla henkilökohtaisempia etuja ja palveluita sekä uusia toiminnallisuuksia.

LINDEX – INSPIROIDA JA VOIMAANNUTTAA NAISIA KAIKKIALLA

Lindexin strategia vuosille 2020–2023 keskittyy vahvistamaan entisestään Lindex-brändiä, sen kansainvälistä kasvua ja erityisesti digitaalista muutosta. Lindexillä on vahva markkina-asema Pohjoismaissa, nopeasti kasvava verkkoliiketoiminta, hyvin toimiva ja joustava myymäläverkosto ja kasvava kannattavuus.

Lindex tarjoaa inspiroivaa ja hintansa arvoista muotia muotitietoisille ja muodista kiinnostuneille naisille. Valikoimaan kuuluu naistenvaatteita, alusasuja, lastenvaatteita ja kosmetiikkaa. Lindexin päämäärä on voimaannuttaa ja inspiroida naisia kaikkialla ja tähän päämäärään perustuen se julkaisi vuonna 2019 kestävyyslupauksensa muutoksen tekemiseksi tuleville sukupolville. Lupaus jakautuu kolmeen alueeseen: naisten voimaannuttaminen, maapallon kunnioittaminen ja ihmisoikeuksien turvaaminen. Lindexin kansainvälinen toiminta perustuu sekä omien myymälöihin että franchising-myyvälöihin. Lindex myy tuotteitaan myös verkossa maailmanlaajuisesti kolmansien osapuolten kanssa tehtävien yhteistöiden kautta.

STRATEGIAMME

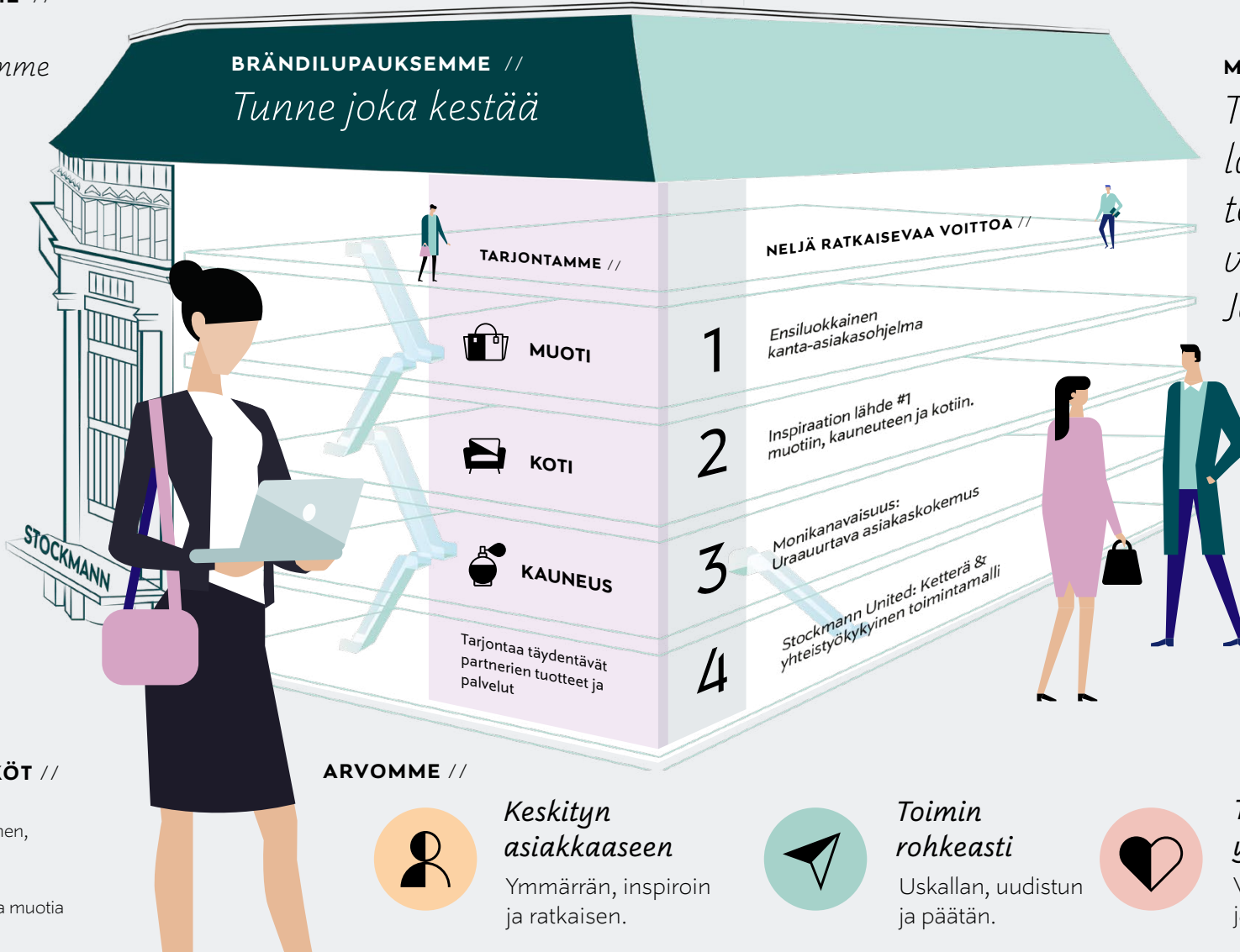
MENESTYSPOLKUMME //

- Kasvamme kohderyhmissämme
- Vahvistamme tarjontaamme
- Päivitämme verkko-kauppaamme
- Sitoutamme asiakkaitamme

BRÄNDILUPAUKSEMME //
Tunne joka kestää

VISIONME //
Hyvän elämän markkinapaikka

MISSIONME //
Teemme lähtemättömän vaikutuksen. Joka päivä.



LIIKETOIMINTAYKSIKÖT //

STOCKMANN
Uraauurtava ja korkealuokkainen, saumaton asiakaskokemus

LINDEX
Inspiroivaa ja hintansa arvoista muotia

ARVOMME //



Keskityn asiakkaaseen

Ymmärrän, inspiroin ja ratkaisen.



Toimin rohkeasti

Uskallan, uudistun ja päätän.



Teemme yhdessä

Välitän, osallistun ja saavutan.

LIIKE- TOIMINTA- YKSIKÖT LYHYESTI

STOCKMANN ON VUONNA 1862 perustettu suomalainen vähittäiskauppaa harjoittava pörssiyhtiö. Konsernilla on kaksi liiketoimintayksikköä: Lindex ja Stockmann. *Osakkeenomistajia on noin 43 400 ja henkilöstön määrä on noin 7 000.* Kaiken tekemisemme keskiössä ovat erinomainen asiakaspalvelu ja koskealaatuinen asiakaskokemus. Valikoimamme keskittyy *muotiin, kauneuteen ja kodin tuotteisiin.*

LIKEVAIHTO / milj. euroa

960,4

1 018,8 (2018)

LIKETULOS* / milj. euroa

29,0

28,4 (2018)

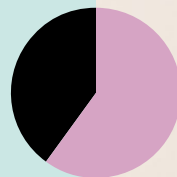
* Oikaistu



LIKEVAIHTO / yksiköittäin

LINDEX	60 %
--------	------

STOCKMANN	40 %
-----------	------

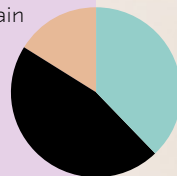


LIKEVAIHTO / markkina-alueittain

SUOMI	38 %
-------	------

RUOTSI & NORJA	46 %
----------------	------

BALTIA, VENÄJÄ & MUUT MAAT	16 %
-------------------------------	------



8

TAVARATALOA

464

MUOTIMYYMÄLÄÄ

3

TAVARATALOKIIINTEISTÖÄ

TOIMINTAA

23

MAASSA



LINDEX

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

LIKEVAIHTO / milj. euroa

575,8

589,9 (2018)

LIKETULOS* / milj. euroa

34,8

30,4 (2018)

MYynti / Tuotealueittain

NAISTEN MUOTI	33 %
ALUSASUT	28 %
LASTEN MUOTI	35 %
KOSMETIIKKA	4 %



LIKEVAIHTO / Markkina-alueittain

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



* Oikaistu



STOCKMANN

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

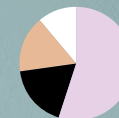
LIKEVAIHTO / milj. euroa

386,8

429,0 (2018)

MYynti / Tuotealueittain

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



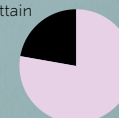
LIKETULOS* / milj. euroa

-17,8

1,5 (2018)

LIKEVAIHTO / Markkina-alueittain

SUOMI	78 %
BALTIA	22 %



* Oikaistu



MUOTI

Muoti on Stockmannin suurin tuotealue. Se kattaa laajan valikoiman naisten, miesten ja lasten vaatteita, asusteita ja kenkiä sekä urheilumuotia.

LAAJENEVA BRÄNDIVALIKOIMA JA UUDISTUVA OSTOSYMPÄRISTÖ

Vuoden 2019 aikana Stockmann on muun muassa tuonut valikoimiinsa lukuisia uusia ja kiinnostavia brändejä sekä uudistanut muodin osastojaan. Lindex on laajentanut yhteistyötään suosittujen verkkokauppojen kanssa.

MUOTI, OSUUS
KONSERNIN MYYNNISTÄ

80%

Syksyllä muodin valikoima täydentyi tavarataloissa sekä Suomessa että Baltiassa miehille suunnatulla, Stockmannin omalla Construe-brändillä. Construen tuotteet suunnitellaan Stockmannin Design Studiossa Helsingissä. Mallistossa on töihin ja vapaa-aikaan sopiva valikoima yläosia, farkkuja ja housuja sekä ulkotakkeja, ja se täydentynyt nyt alkukevästä tyylikkäällä asusteilla, kuten laukuilla, lompakoilla ja aurinkolasilla. Vaatteiden valmistuksessa suositaan kestäviä materiaaleja, kuten luomupuuvillaa ja mulesing-vapaata merinovillaa.

Vastuulliset materiaalit näkyvät Construen lisäksi vahvasti myös muiden Stockmannin omien brändien vaatteissa sekä Lindexin muodin tuotteissa. Vuonna 2019 vastuullisten materiaalien osuus Stockmannin omien merkkien muodissa oli 46 % ja se kasvoi 16 % edellisestä vuodesta, trikootuotteissa vastuullisen puuvillan osuus on jo 73 %. Lindexin mallistoista 65 % on tällä hetkellä valmistettu vastuullisista materiaaleista, ja puuvillatuotteista jo 98 % koostuu luomupuuvillasta. Sekä Stockmannin että Lindexin tavoitteena on jatkossa kasvattaa vastuullisten materiaalien osuutta entisestään.

Viime vuoden aikana Stockmann-tavaratalot kävivät läpi monia ostoympäristöä raikastavia uudistuksia. Tampereen-tavarataloa remontoitiin syksyn aikana useassa kerroksessa ja sinne avautui muun muassa uusi koruosasto, täysin uudenlainen katumuodin kokonaisuus ja laajennettu kodin designosasto.

Helsingin-tavaratalon miesten osasto sai loppukesän aikana uudistuneen ilmeen ja naisten osastolle avautui uusi denim shop. Kuluvana vuonna Helsingin-tavaratalon uudistaminen jatkuu usealla osastolla. Myös tavaratalo Jumbossa uudistuu lattiasta kattoon, ja remontin on määrä valmistua loppuvuodesta.

Lindex panostaa digitaaliseen kasvuun ja aloitti heinäkuussa yhteistyön suosittun Boozt-verkkokaupan kanssa. Kuluvana vuonna käynnistyi yhteistyö myös Zalandon kanssa. Näiden lisäksi Lindexin muotia voi ostaa myös ASOS- ja Nelly-verkkokaupasta.



/ Stockmannin muodin valikoima on täydentynyt vuoden 2019 aikana **lukuisilla uusilla kotimaisilla ja kansainvälisillä muotibrändeillä**, ja vastuullinen valikoima on kasvanut entisestään. Naisten osastolta löytyy nyt muun muassa Arelan, Rodebjerin, Uhana Designin, Karl Lagerfeldin, Kate Spaden ja NA-KD:n muotia, miehille uutuuksina ovat tulleet esimerkiksi Napapijri, John Varvatos, Colmar, Cedrico ja Billebeino, ja lasten valikoima on täydentynyt muun muassa kotimaisten Kaikon ja Moikon kestävillä tuotteilla. Stockmannin valikoimaa verkkokaupassa täydentävät myös Online Exclusive -brändien tuotteet, ja tavarataloissa valikoimaa värittävät useat kiinnostavat pop upit. /

Stockmannin laaja kauneuden valikoima sisältää paljon vaihtoehtoja kotimaisilta ja kansainvälisiltä laatubrändeiltä.

KAUNEUS



LUONNONKOSMETIIKKA, TUOKSUJA JA KOKONAISVALTAISTA HYVINVOINTIA

Stockmann haluaa inspiroida asiakkaitaan monipuolisella ja ajankohtaisella kauneuden valikoimalla, joka tuo jokaiseen päivään hyvää oloa ja ripauksen säihkettä.

KAUNEUS, OSUUS
KONSERNIN MYYNISTÄ

10%

Kuluttajat ovat kiinnostuneita kauneustuotteiden raaka-aineista, vegaaniudesta ja sertifikaateista. Vuoden 2019 aikana Stockmann on valikoimansa ohella panostanut kauneuden alueella työskentelevän henkilöstönsä osaamiseen ja stockmann.comissa saatavilla olevaan ajankohtaiseen ja inspiroivaan sisältöön.

Luonnonkosmetiikka- ja wellness-valikoima täydentyivät vuoden aikana muun muassa Erborianilla, Huxleyllä, The Ordinarylla ja Ole Henriksenillä. Loppuvuodesta 2019 lähtien myös miesten ihoa hellivä Rokua-luonnonkosmetiikkabrändi on löytynyt Stockmannilta. Luonnonkosmetiikan suosio näkyy myös asiakkaiden kiinnostuksessa selektiivistä kampaamokosmetiikkaa kohtaan, ja hiustenhoitovalikoima kasvoi vuoden aikana muun muassa uusilla vegaanisilla Maria Nila- ja Wedo-brändeillä.

Stockmann panostaa voimakkaasti huippubrändien tuotteista koostuvaan selektiiviseen kauneuden valikoimaansa ja keskittyy myös korkealaatuisen tuoksutarjonnan kasvattamiseen. Melko tuoreet tuoksubrändit, kuten Jo Malone ja Tom Ford, jotka ovat aiemmin löytyneet Helsingin-tavaratalosta ja stockmann.comista, ovat viime vuoden aikana tulleet saataville myös muile Stockmanneille joko osaksi pysyvää valikoimaa tai pop upien muodossa.

Vuoden 2019 ilouutisiin kuuluu myös se, että Stockmann sai sillä Suomessa yksinmyynnissä olevan suositun ihonhoitobrändi Kiehl'sin tavaratalojensa valikoimiin myös Tapiolassa, Itiksessa ja Jumbossa, ja nyt brändi on saatavilla kaikista Suomen-tavarataloista ja stockmann.comista.

Kuluvana vuonna Stockmann jatkaa kauneuden valikoiman kehittämistä asiakkaiden toiveiden pohjalta ja panostaa inspiroivien uutuusbrändien ja -tuotteiden tarjoamiseen sekä tavarataloissa että stockmann.comissa.

Myös Lindex tarjoaa laajan valikoiman meikkejä ja meikkitarvikkeita omalta tuotemerkiltään. Lindexin ihonhoitotuotteet täyttävät Joutsenmerkki-vaatimukset ja niillä on Lindexin oma Kestävä valinta-merkintä.



/ Stockmann tarjoaa tavarataloissaan monenlaisia **kauneuspalveluita**. Asiakkaat voivat varata ajan esimerkiksi erilaisiin meikkeihin, kuten pika- ja häämeikkiin, tai meikkaus- ja ihonhoitoneuvontaan. Ajanvaraus hoituu nopeasti stockmann.comissa, tavarataloissa tai puhelimitse. Palvelut ovat myös osa uudistunutta MyStockmann-kanta-asiakasohjelmaa, jonka etuvalikoimasta löytyvät esimerkiksi palvelut meikkipussin päivittämiseen ja kulmakarvojen muotoiluun. /



Stockmann tarjoaa monipuolisen ja laadukkaan valikoiman kodin tuotteita ihanan elämän rakentamiseen.



KAIKKI MITÄ RENTOON KOTIIN TARVITAAN

Stockmannin laaja ja kestävästä tuotteista koostuva kodin valikoima inspiroi jokaista sisustajaa viihtyisän ja omannäköisen ympäristön luomiseen.

KOTI, OSUUS
KONSERNIN MYYNNISTÄ

6%

RUOKA, OSUUS
KONSERNIN MYYNNISTÄ

4%

Vuonna 2019 kodin sisustustrendeissä korostuivat erityisesti pohjoismainen elämäntapa sekä aikaa ja elämää kestävät valinnat rentoudella ja rouheudella maustettuina. Nämä trendit ovat näkyneet Stockmannilla muun muassa pohjoismaisten brändien suosiossa sekä laadukkaiden ja kestävästi valmistettujen tuotteiden menestyksessä. Stockmannin kodin valikoima onkin kasvanut vuoden aikana esimerkiksi kotimaisen Klaus Haapaniemen näyttävillä tekstiileillä ja persoonallisten tanskalaisbrändien Muubsin ja Warm Nordicin kalusteilla ja sisustustuotteilla. Valikoimaa täydentää uutena muun muassa myös tyylikästä kodin pientavaraa valmistava Kreatfunk.

Viime kesästä lähtien Stockmannin kattavaa kodin tuotteiden tarjontaa ovat stockmann.comissa kasvattaneet myös kumppaneiden Online Exclusive -tuotteet. Ainoastaan verkkokaupasta löytyvään Online Exclusive -valikoimaan sisältyy paljon erityisesti kotimaisia ja kestäviä sisustusbrändejä, kuten Poiat, Made by Choice ja Luin Living.

Stockmann osallistui kolmatta kertaa syksyisin järjestettävään huonekalu-, sisustus- ja designtapahtuma Habitareen omalla Casa Stockmann -merkkillään, jolla on kotimaisesta designista kertova Design from Finland -tunnus. Casa Stockmannin monipuolinen valikoima kasvoi viime vuoden aikana entisestään; mallistosta löytyy nyt myös suuria villamattoja, pienhuonekalujen valikoima on laajentunut, ja vastuullinen tekstiilivalikoima on täydentynyt uusilla tuotteilla, kuten luomupuuvillasta valmistetulla pyyhesarjalla ja GOTS-sertifioidulla lakanamallistolla. Myös kuluvana vuonna Stockmann panostaa Casa Stockmannin ja Villa Stockmannin kehittämiseen, ja molempien valikoimiin on odotettavissa vuoden aikana mielenkiintoisia uutuuksia.

Lindex lanseerasi vuoden 2020 alussa Lindex Baby Home -valikoiman, joka sisältää pehmoisia vuodevaatteita, huopia, tyynejä ja pehmoleluja sekä leikkisiä säilytyskoreja ja viirejä. Valikoiman tuotteet on valmistettu GOTS-sertifioidusta luomupuuvillasta ja kierrätetystä polyesteristä.



Stockmannin, MobilePayn ja Zoanin yhdessä toteuttama virtuaalinen ostoskokemus vei marraskuussa järjestetyn Slush-tapahtuman vieraat tutustumaan Stockmannin valikoimissa olevaan suomalaiseen designiin. Kauppa oli rakennettu VR-todellisuuteen ja siihen yhdistettiin myös maksaminen ja fyysisen tuotteen toimitus. **VR-kauppa** Slushissa oli Stockmannille onnistunut kokeilu, jonka kannustamana virtuaalitodellisuuden tarjoamien mahdollisuuksien tutkiminen jatkuu. /

TULOSKEHITYS VUONNA 2019

Stockmann-konsernin liikevaihto oli 906,4 miljoonaa euroa (1 018,8) vuonna 2019, laskua 4,6 % vertailukelpoisilla valuuttakursseilla. Oikaistu liiketulos oli 29,0 miljoonaa euroa (28,4, tai 10,4 ilman Nevsky Centreä).

Positiivinen liiketulos on seurausta meneillään olevista säästötoimenpiteistä, uudistusohjelmastamme sekä Lindexin ja Stockmannin parantuneesta kehityksestä. Nevsky Centre -kiinteistön myynti saatettiin loppuun tammikuussa 2019. Lindexin koko vuoden tulos oli vahva, ja kannattavuus on kasvanut kaikilla markkinoilla, myyntikanavissa ja liiketoiminta-alueilla. Elokuussa 2019 hallitus päätti selvittää Lindexin omistuksen strategisia vaihtoehtoja.

Vuoden 2019 aikana tehtiin useita merkittäviä organisaatioon ja liiketoimintaan liittyviä päätöksiä, jotka vaikuttivat liikevaihdon laskuun. Stockmann-liiketoimintayksikön liiketoiminta pysyi tappiollisena koko vuoden osalta, mutta viimeinen vuosineljännes oli voitollinen. Loppuvuodesta Stockmann laski liikkeeseen uusia velkakirjoja 21 miljoonan euron nimellisarvosta lisäliikkeeseenlaskuna sen 85 miljoonan euron hybridilainan ehtojen puitteissa, ja hybridilainan takaisinmaksua lykättiin.

Oikaistu osakekohtainen tulos oli -0,63 euroa (-0,22). Hallitus ehdottaa, että tilikaudelta 2019 ei makseta osinkoa.

LUE LISÄÄ
taloudellisesta katsauksesta
vuosi2019.stockmanngroup.com

AVAINLUKUJA

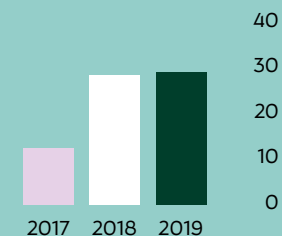
	2019	2018
LIKEVAIHTO, milj. euroa	960,4	1 018,8
SUHTEELLINEN MYYNTIKATE, prosenttia	56,3	56,9
KÄYTTÖKATE (EBITDA), oikaistu, milj. euroa	168,6	84,3
LIIKETULOS, milj. euroa	13,3	-5,0
– oikaistu, milj. euroa	29,0	28,4
OIKAISUT LIIKETULOKSEEN, milj. euroa	-15,6	-33,4
NETTORAHOITUSKULUT, milj. euroa	52,7	34,6
TULOS ENNEN VEROJA, milj. euroa	-39,3	-39,6
TILIKAUDEN TULOS, milj. euroa, jatkuvat toiminnot	-54,3	-43,7
OSAKEKOHTAINEN TULOS, laimentamaton, euroa	-0,84	-0,68
– sisältäen lopetetut toiminnot, euroa	-	-0,70
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA, milj. euroa	102,3	82,9
INVESTOINNIT, milj. euroa	33,8	29,3
NETTOVELKAANTUMISASTE, prosenttia	112,4	64,5
OMAVARAISUUSASTE, prosenttia	38,1	46,2
OMA PÄÄOMA/OSAKE, euroa	11,12	11,71
HENKILÖSTÖ, keskimäärin	7 002	7 241



LUE LISÄÄ
Stockmannin IR-applikaatiosta
myirapp.com/stockmann/

LIIKETULOS

milj. euroa / oikaistu



YHTEYSTIEDOT

Liikkeenjohto

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

Stockmann & konsernin yhteiset toiminnot

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

Ostokonttoreiden yhteystiedot

stockmanngroup.com

Viestintä ja yhteiskuntavastuu

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

stockmann.com

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

Tavaratalojen yhteystiedot

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

Lindex

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

lindex.com

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



YHTIÖKOKOUS

Stockmann Oyj Abp:n vuoden 2020 varsinainen yhtiökokous pidetään torstaina 18.3.2020 klo 14.00 alkaen Finlandia-talossa Helsingissä, Mannerheimintie 13. Yhtiökokoukseen tulee ilmoittautua 13.3.2020 klo 16.00 mennessä. Lue lisää yhtiökokoukseen liittyvistä asioista kotisivuilta stockmanngroup.com:

- Yhtiökokouskutsu
- Ilmoittautuminen yhtiökokoukseen
- Ehdotukset yhtiökokoukselle



LUE LISÄÄ

hallinnointikatsauksesta
vuosi2019.stockmanngroup.com

SEURAA MEITÄ



STOCKMANN

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

LINDEX

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



IR-KALENTERI VUONNA 2020

18.3.2020

Yhtiökokous

30.4.2020

Tammi-maaliskuun osavuositarkaus

24.7.2020

Tammi-kesäkuun puolivuotistarkaus

30.10.2020

Tammi-syyskuun osavuositarkaus



Aleksanterinkatu 52 B
PL 220
00101 Helsinki
Puh. (09) 1211
stockmann.com
stockmanngroup.com