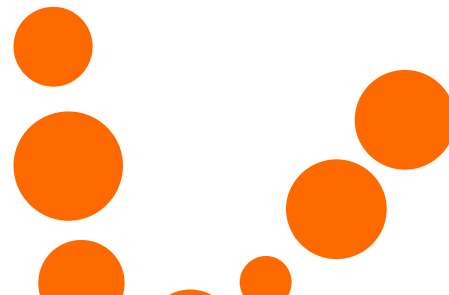
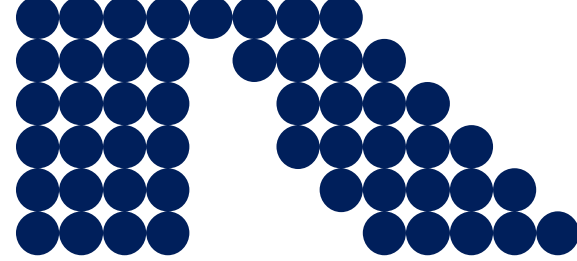


Uudistuva Kesko

Mikko Helander

10.2.2017



K-ryhmä tänään

- K-ryhmän myynti* 13,2 mrd €
- Henkilöstö noin 45 000
- Toimintaa yhdeksässä maassa
- Pohjois-Euroopan kolmanneksi suurin vähittäiskauppa
- K-kauppiasyrittäjiä Suomessa 1 088
- Yksi Suomen merkittävimmistä työllistäjistä ja veronmaksajista

*pro forma



Keskon avainluvut 2016

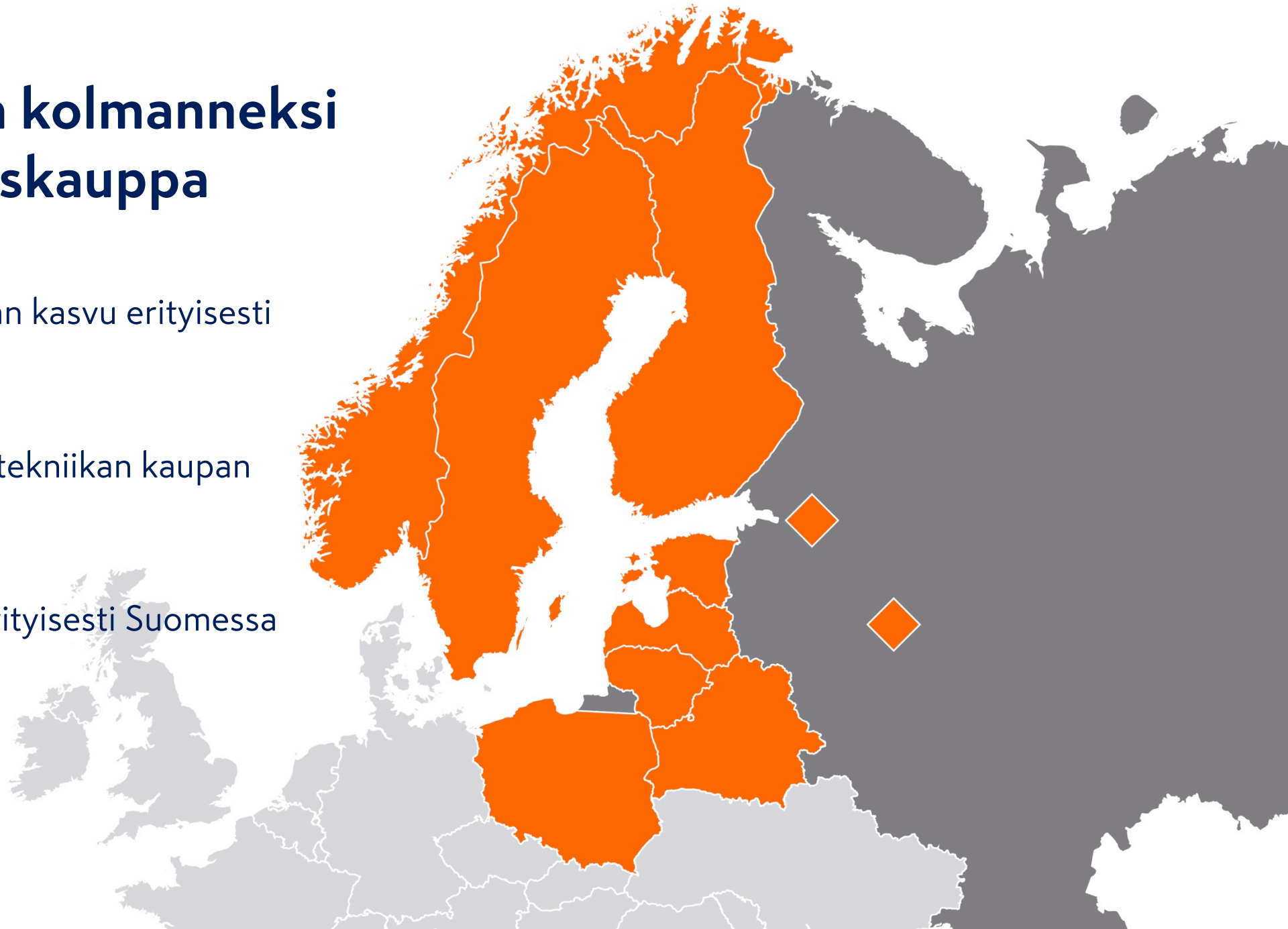
Liikevaihto	10 180 milj. € (+17,3 %)
Liikevoitto*	273 milj. € (+28,5 milj. €)
Liikevoitto-%*	2,7 %
Markkina-arvo	4,6 mrd €

		tavoitetaso
Korolliset nettovelat/ käyttökate*	0,4	<2,5
Sidotun pääoman tuotto*	11,9 %	14 %
Oman pääoman tuotto*	9,8 %	12 %

* vertailukelpoinen

Pohjoismaiden kolmanneksi suurin vähittäiskauppa

- Päivittäistavarakaupan kasvu erityisesti Suomessa
- Rakentamisen ja talotekniikan kaupan kasvu Euroopassa
- Autokaupan kasvu erityisesti Suomessa



Keskon strategiset kasvualueet

Päivittäistavarakauppa



Myynti 6,7 mrd €*

1 400 kauppaa Suomessa

#2 Suomen päivittäis-
tavaramarkkinoilla

#1 Suomen food service -
markkinassa

Rakentamisen ja talotekniikan kauppa



Myynti 5,6 mrd €*

700 kauppaa 9 maassa

#1 Pohjois-Euroopassa

Autokauppa



Myynti 0,9 mrd €*

VW, Audi, Seat, Porsche
ja MAN

#1 Suomessa

Globaalit megatrendit

Globaali
talous

Digimurros

Urbanisaatio,
sinkkotaloudet
ja väestön
ikäntyminen

Ilmaston-
muutos

Vastuullisuus

Kaupan alan muutostrendit

Kansainväliset
toimijat
haastavat
paikalliset
yritykset

Kuluttajien
tieto ja valta
kasvanut

Digitaalinen
kauppa ja
palvelut

Yksilöllinen
asiakas-
käyttäytyminen

Vastuullisuus
ja brändit
menestymisen
edellytyksenä

K-ryhmän visio, missio ja arvot



Asiakas ja laatu – kaikessa mitä teemme

Olemme asiakkaan valinta ja kaupan laatujohtaja Euroopassa

Luomme vastuullisesti hyvinvointia kaikille sidosryhmillemme ja koko yhteiskunnalle

K-ryhmän menestyksen edellytykset

- Kaupan alan paras asiakaskokemus kaupoissa ja digitaalisissa kanavissa
- Erottautuminen kilpailijoista laadulla, valikoimilla ja palvelulla
- K-ryhmän brändien ja markkinoinnin uudistaminen
- Vastuullisuudesta huolehtiminen koko arvoketjussa
- Toimintojen jatkuva tehostaminen ja kilpailukykyinen hintataso
- K-ryhmän liiketoimintojen fokusointi

Päivittäistavarakaupan suunta

- Asiakaslähtöisin ja inspiroivin ruokakauppa
- Ketjujen, brändien ja markkinoinnin uudistaminen
- Parhaat digitaaliset palvelut
- Jatkossakin yksi Euroopan kannattavimmista vähittäiskaupoista



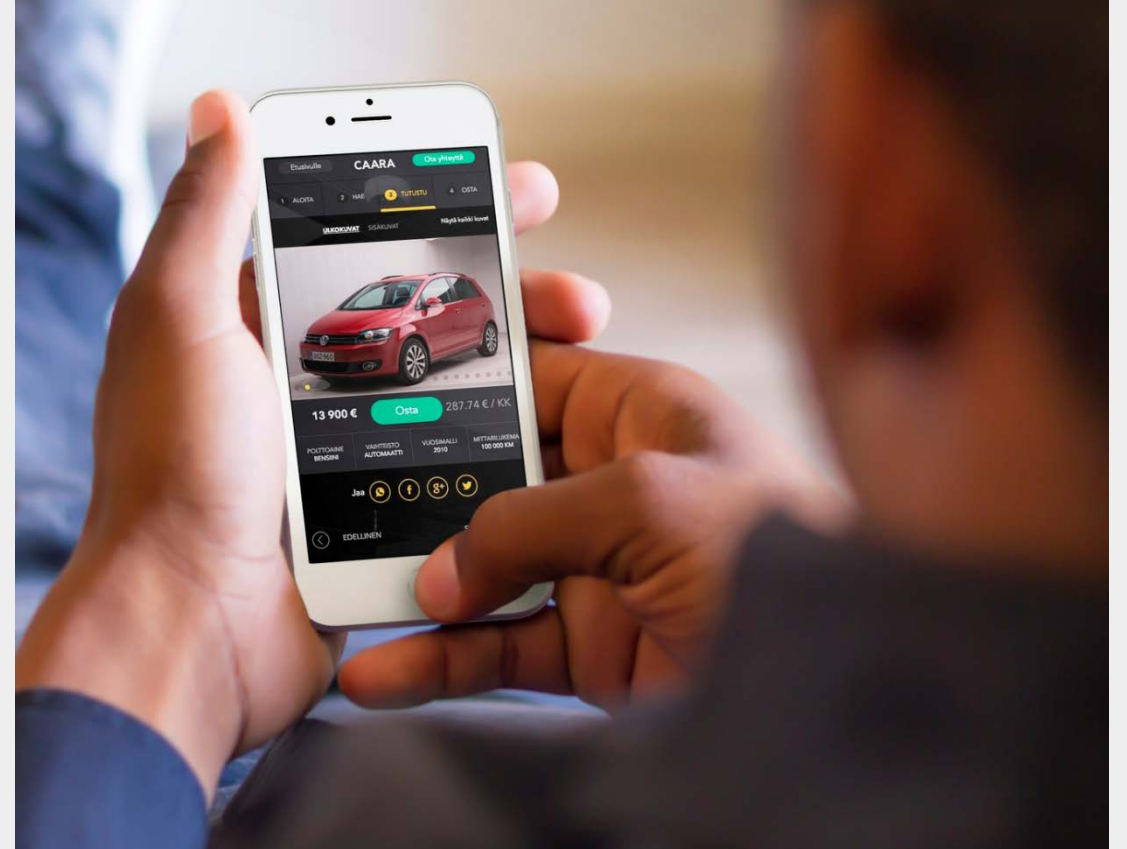
Rakentamisen ja talotekniikan kaupan suunta

- Uusi rakentamisen ja talotekniikan kaupan kokonaisuus
- Parhaat digitaaliset palvelut kaikille asiakasryhmille
- Kannattavuus kohti Euroopan parhaiden tasoa
- Kannattavuus ja orgaaninen kasvu etusijalla
- Luonnollisimmat kasvualueet Pohjoismaat ja Baltia

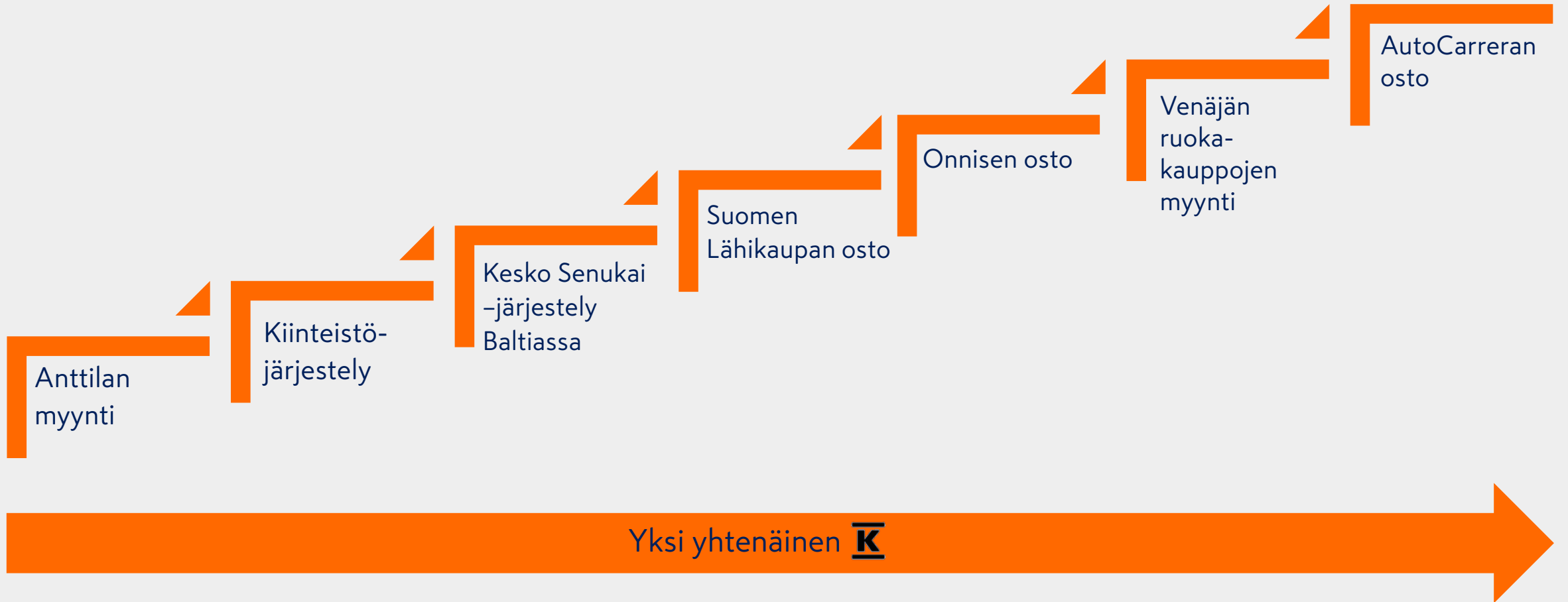


Autokaupan suunta

- Autoalan uudet liiketoimintamahdollisuudet
- Yhteistyön syventäminen VW AG:n kanssa
- Korkean markkinaosuuden, kasvun ja kannattavuuden ylläpitäminen
- Verkkokauppa Caara.fi:n nopea kasvattaminen

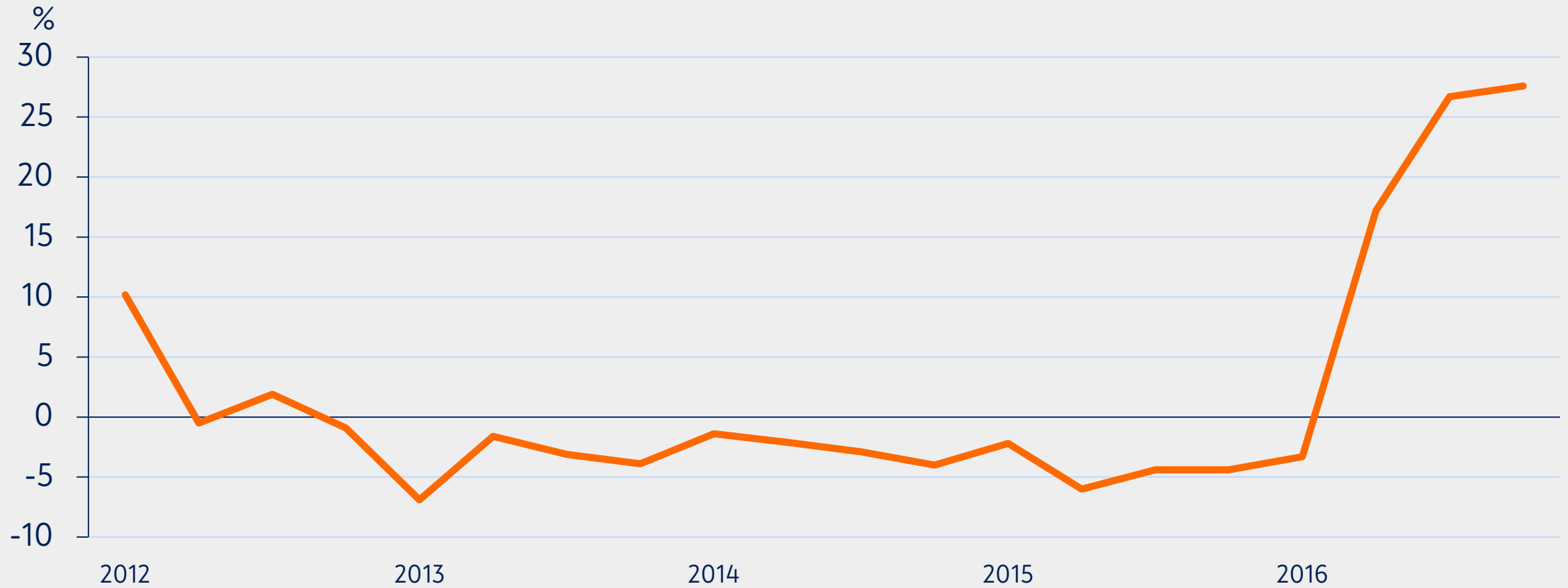


Strategian toteutus etenee

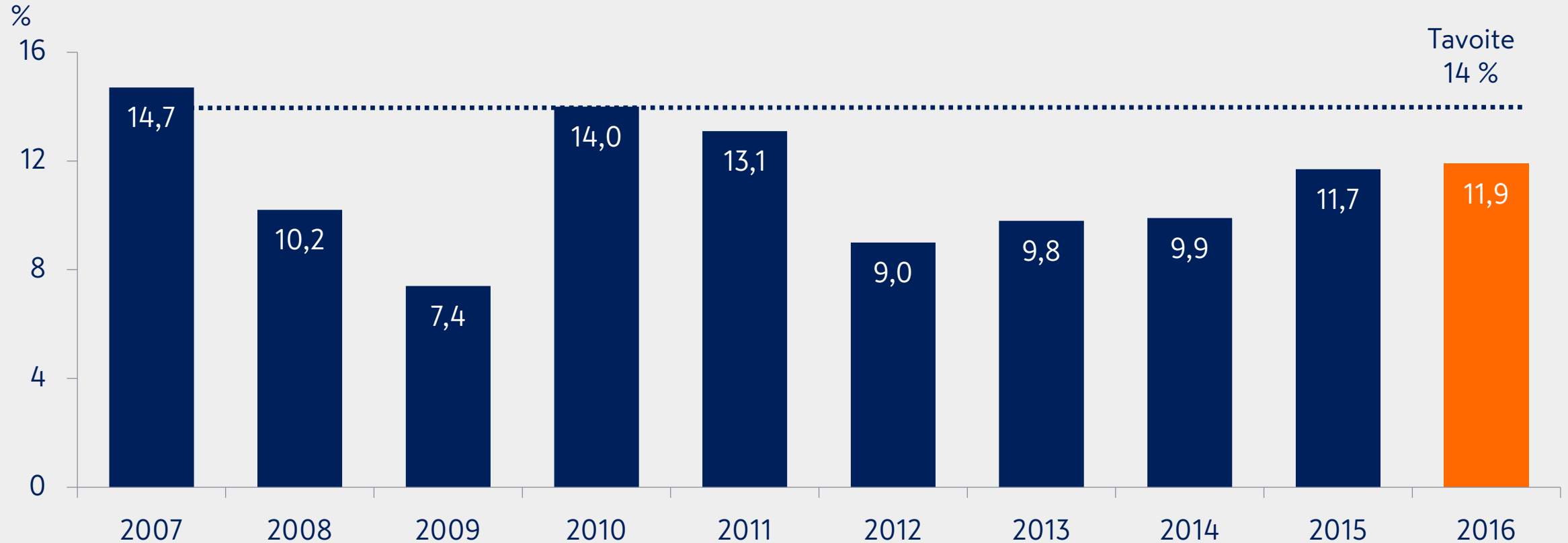


Liikevaihto vahvassa kasvussa

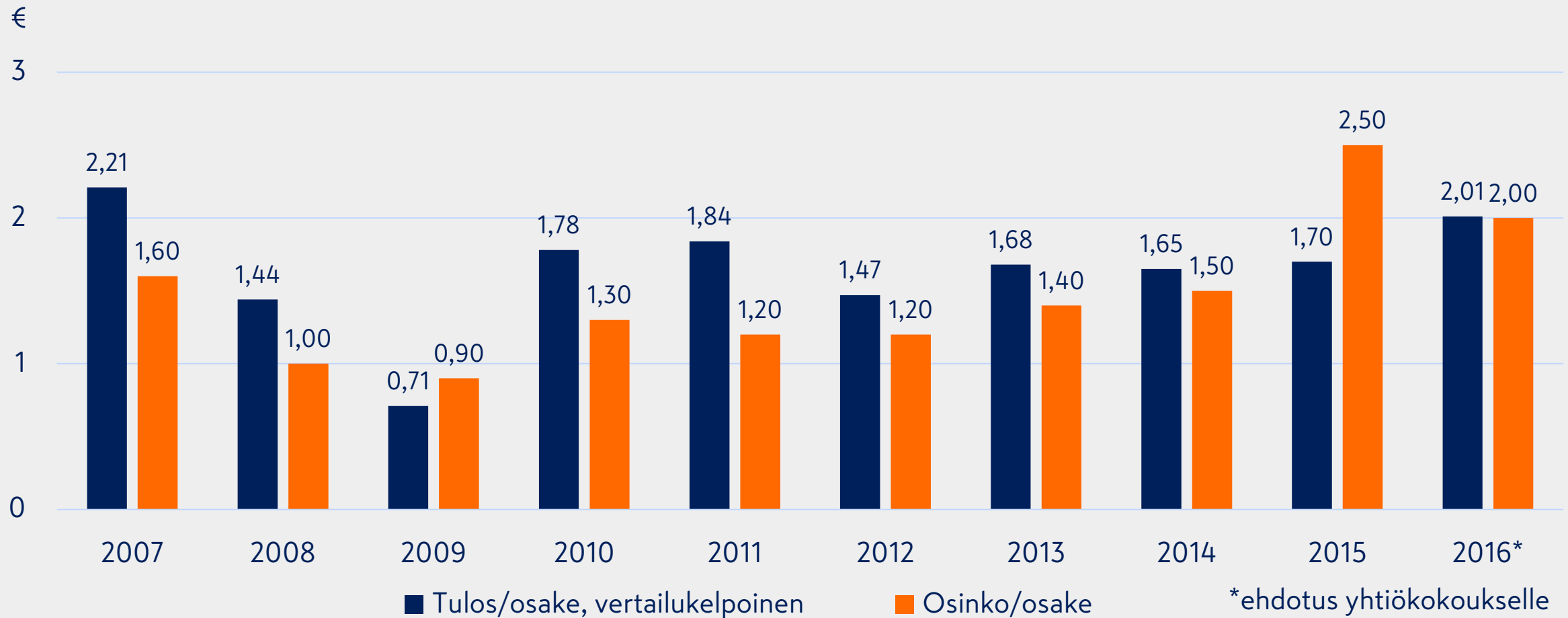
Kehitys edellisestä vuodesta



Sidotun pääoman vakaa kasvu vertailukelpoinen



Tavoitteena hyvä osinkotuotto jatkossakin



K-ryhmän uudistuminen jatkuu

- K-ryhmän fokuusoituminen: päivittäistavarakauppa, rakentamisen ja talotekniikan kauppa ja autokauppa
- Asiakaskokemuksen parantaminen kaupoissa ja digitaalisissa kanavissa
- Laatujohtajuus Suomen päivittäistavarakaupassa
- K-ryhmä yhdeksi johtavista rakentamisen ja talotekniikan toimijoista Euroopassa
- Autokaupan johtavat brändit ja palvelut



Maailman vastuullisin kaupan alan yritys

Davos, tammikuu 2015, 2016 ja 2017:
'The Global 100 Most Sustainable Corporations
in the World' -lista





Jotta kaupassa
olisi kiva käydä.