

**R**UOKAKESKO on johtava toimija Suomen päivittäistavarakaupassa. Yli 1 000 K-ruokakaupan asiakastyytyvyydestä vastaavat K-ruokakauppiat, joiden kanssa Ruokakesko toimii ketjuliiketoimintamallilla. Ruokakesko johtaa K-ruokakauppa-ketjuja, joita ovat K-citymarket, K-supermarket, K-market ja K-extra. Ruokakeskon keskeisinä tehtävinä ovat tuotteiden keskitetty hankinta, valikoimanhallinta, logistiikka sekä ketjukonseptien ja kauppapaikkaverkoston kehittäminen. Ketjutoiminnalla varmistetaan toiminnan tehokkuus ja kilpailukyky. Ruokakeskon tytäryhtiö Kespro on hotelli-, ravintola- ja catering-toimialan johtava tukkukauppa Suomessa. Se tarjoaa asiakkailleen alan parhaat hankintaratkaisut.

---

**3 896 M€**

Ruokakaupan liikevaihto

**160,1 M€**

Ruokakaupan liikevoitto  
ilman kertaluonteisia eriä

**2,6 %**

Kehitys vuonna 2010

**27,0 M€**

Kasvu vuonna 2010

---





# K-ruoka- kauppa on ruokaisin ja palvelevin

## MARKKINAT

Suomen päivittäistavarakaupan markkinat olivat vuonna 2010 noin 14,6 mrd. euroa (sis. alv) ja ne kasvoivat 0,3 % vuodesta 2009. Ilman arvonlisäveron vaikutusta Suomen päivittäistavarakaupan kokonaismarkkinoiden arvioidaan kasvaneen vuonna 2010 noin 2,5 % edelliseen vuoteen verrattuna (PTY:n tilasto ja oma arvio).

## TYTYTYVÄISET ASIAKKAAT MENESTYKSEN EDELLYTYKSENÄ

K-ruokakaupoissa käy päivittäin 900 000 asiakasta. Asiakkaiden erilaisten tarpeiden täyttäminen sekä onnistuminen jokaisen asiakkaan kohtaamisessa ovat K-ruokakauppojen menestymisen edellytys. Asiakkaiden vaatimukset ovat muuttuneet yhä yksilöllisemmiksi. Tarpeissa ja toiveissa korostuvat esimerkiksi laadukkuus ja herkuttelu, edullisuus, vaivattomuus, vastuullisuus, erityisruokavaliot ja terveellisyys.

K-ruokakaupan tavoitteena on huomioida asiakkaiden erilaiset tarpeet ja odotukset entistäkin paremmin ja sitä kautta vahvistaa asiakkuuksia.

K-ruokakaupan asiakaslähtöiset kilpailuedut ovat:

- **Ylivoimaisesti alueensa paras** hedelmä- ja vihannesosasto, leipäosasto sekä tuoretta lihaa, kalaa ja valmisaterioita tarjoavat palvelutiskit.
- **Laajimmat valikoimat**, jotka sisältävät kattavan perusvalikoiman lisäksi kunkin kaupan asiakkaiden arvostamia paikallisten tuottajien tuotteita.
- **Lähes 2 000 Pirkka-tuotetta**, joissa yhdistyvät sekä korkea laatu että pysyvä edullisuus. Pirkka-sarjaa kehitetään jatkuvasti. Lisääntyneen asiakaskysynnän myötä sarjaan etsitään jatkuvasti myös uusia Pirkka Luomu- ja Pirkka Reilun kaupan tuotteita.
- **Elämykselliset kaupat** myyntiesittelyineen ja vaihtuvine uutuuksineen sekä hyvä palvelu. Paras ruokaosaaminen, monipuolinen reseptitarjonta sekä ruoanlaittoon liittyvä neuvonta.
- **Sähköistä kauppaa ja asiointia** kehitetään voimakkaasti niin, että se palvelee asiakkaiden tarpeita ja helpottaa ostamista.

## K-KAUPPIAS PALVELEE ASIAKKAITAAN PAIKALLISET TARPEET HUOMIOIDEN

Paikallisesti toimiva K-kauppias huolehtii oman kauppansa asiakkaiden palvelusta, henkilökunnan osaamisesta, laadusta ja liiketoiminnan tuloksellisuudesta. Kauppias rakentaa asiakkaiden tarpeita vastaavan valikoiman ja palvelun asiakastietoa hyödyntäen ja ottaa valikoimiinsa muun muassa lähiruokaa paikallisilta tuottajilta lisänä ketjun yhteiselle valikoimalle.

Laadun varmistamiseksi K-ruokakaupoilla on laadunkehittämis- ja mittausjärjestelmä. Sen tavoitteena on varmistaa kaupan ja koko ketjun toiminnan jatkuva kehittäminen asiakkaita parhaiten palvelevaksi. Laatujärjestelmä koostuu muun muassa asiakastyytyväisyyden ja kaupan kunnon mittaamisesta sekä hintahallinnan ja johtamisen arvioinnista. Parasta vähittäiskauppaosaamista ylläpidetään jatkuvalla valmentamisella yhteistyössä K-ryhmän valmennuskeskuksen K-instituutin kanssa.

Ruokakeskon ja K-ruokakauppiain tehokas yhteistoiminta perustuu ketjusopimuksessa määriteltynä ketjutoimintaan. Ketjutoiminnalla taataan asiakaslähtöisyys, toiminnan tehokkuus sekä kilpailuetujen toteutuminen.

## VAHVAT KETJUKONSEPTIT

Ketjukonseptit ovat K-ruokakauppojen vahvuus ja ketjutoimintaa edistetään systemaattisesti. Ketjutoiminnalla Ruokakesko varmistaa K-kauppiaille vahvat edellytykset tavaroiden hankintaan, valikoiman muodostamiseen, markkinointiin ja hintakilpailuun. Tavoitteena on koko toimitusketjun tehottaminen.

**K-citymarketit** tarjoavat asiakkaille laajimmat valikoimat päivittäis- ja käyttötavaroita sekä edullisen ostoskorin ja parhaat tarjoukset – joka päivä. Vahvuuksina ovat erityisesti tuore leipä, liha ja kala, hedelmät ja vihannekset, monipuolinen ruokaosaaminen sekä elämykselliset kaupat myyntiesittelyineen.

Suomessa on 69 K-citymarketia 51 paikkakunnalla.

**K-supermarket** on tavallista parempi ruokakauppa, jonka vahvuutena ovat erinomainen palvelu ja laajat ruokatuotteiden valikoimat. Kaupoissa palvelee kauppiain ja muun henkilökunnan ohella yli 160 ruokamestaria, jotka ovat liha- ja kalatuotteiden asiantuntijoita ja neuvovat asiakkaita ruoanvalmistuksessa. Ketjuun kuuluu 181 kauppa.

**K-market** on luotettava ja palveleva, paikallinen ja asiakasta lähellä oleva lähikauppa. K-marketeista asiakas löytää hyvien perusvalikoimien lisäksi omassa uunissa paistetun leivän, tuoreet ja laadukkaat hedelmät ja vihannekset sekä parhaat lähipalvelut. Ketjuun kuuluu 489 kauppa.



**K-extra** on henkilökohtaisen palvelun lähikauppa, josta asiakas saa päivittäin tarvitsemansa tuotteet. Monilla K-extra-kaupoilla on lisäpalveluja, kuten maatalous- ja rautamyyntiä, polttoainejakelua sekä Veikkauksen ja Postin palveluja. Ketjuun kuuluu 163 kauppaa.

K-ruokakauppoja on Suomessa yhteensä 1 007. K-ruokakauppaverkosto on Suomen kattavin, ja 51 % suomalaisista asuu alle kilometrin päässä K-ruokakaupasta. K-market ja K-extra-lähikauppaverkosto on Suomen kattavin.

#### **K-RUOKAKAUPPAKETJUILLA VAHVA YHTEINEN YDIN**

K-ruokakauppojen yhteisen perustan muodostavat valikoimaohjauksen, ketjumarkkinoinnin ja esillepanon yhteiset toimintamallit, kaikille ketjuille yhteiset ydin tuotevalikoimat sekä Pirkka-tuotteet.

Hyvän asiakastyytyväisyyden edellytyksenä ovat myös kilpailukykyiset hinnat. Edullisten hintojen perustana ovat yhteisten valikoimien enimmäishinnoittelu ja edulliset Pirkka-tuotteet sekä ketjujen kampanjat ja kauppaakohtaiset tarjoukset. K-Plussa-tarjoukset ovat aina vähintään 10 % normaali-hinnasta. Lisäksi K-Plussa-pisteistä saa etua jopa 5 %.

K-ruokakauppojen ketjuohjauksessa K-Plussan kanta-asiakastietoa hyödynnetään erityisesti valikoimien muodostamisessa, hinnoittelun ohjauksessa, ketjumarkkinoinnissa sekä asiakastarpeita vastaavan kauppaikkaverkoston suunnittelussa.

Kilpailukykyä vahvistavat tehokkaat toimintatavat, ketjutoiminta ja pitkäaikaiset yhteistyömallit valittujen kumppaneiden kanssa. Ostovolyymien yhdistämisellä saavutetaan merkittäviä hyötyjä sekä Suomessa että kansainvälisesti. Ruokakesko on osa kansainvälistä hankintayhteenliittymää (AMS). AMSin merkittävimpiin jäseniin Ruokakeskon lisäksi kuuluvat Ahold, Dansk SG, ICA, Migros ja Système U.

#### **PIRKK – KORKEAA LAATUA, PYSYVÄÄ EDULLISUUTTA JA VASTUULLISUUTTA**

Pirkka-tuotesarjan lähes 2 000 tuotetta ovat merkittävässä roolissa osana K-ruokakaupan kokonaisvalikoimaa. Pirkka-tuotteissa yhdistyvät korkea laatu ja edullisuus. Suomalaiset kuluttajat kokevat Pirkka-brändin positiivisesti ja Pirkka on arvostettu tuotemerkki myös nuorten keskuudessa. Kansallisessa Nuorisotutkimuksessa Pirkka oli nuorten mielestä ystävällisin tuotemerkki. Mielikuvissa on noussut vahvasti esiin myös vastuullisuus. Helsingin Sanomien vastuullisuustutkimuksen mukaan suomalaiset kuluttajat kokevat Pirkka-brändin kolmanneksi vastuullisimmaksi brändiksi. Pirkka-tuotemerkin menestys useissa kuluttajatutkimuksissa on pitkäjänteisen työn tulosta.

Pirkka-tuotteita oli vuoden 2010 lopussa kaikkiaan 1 966. Pirkka-sarjaan kuuluvat Pirkka Luomu- ja Pirkka Reilun kaupan tuotteet. Pirkka Luomu-tuotteita on jo noin 50 ja Pirkka Reilun kaupan tuotteita lähes 40.



### *Pirkka-kierrätysmuovikassi sai Vuoden Hyötykäyttöteko -palkinnon*

*Pirkka-kierrätysmuovikassi on kierrätyksen edelläkävijä. Siinä Ruokakeskon tavarankuljetuksissa käyttämät kuljetussuojamuovit kiertävät muovikasseiksi. Vuoden Hyötykäyttöteko -palkinto on tunnustus huomattavasta jätteiden ja uusioraaka-aineiden hyödyntämiseen liittyvästä ratkaisusta. Pirkka-kierrätysmuovikassin valtteina nähtiin muun muassa uudenlainen muovien hyötykäyttötapa polton sijaan, suuret volyymit sekä kotimainen tuotanto.*

### *K-supermarket Torpparinmäki valaistaa ledeillä*

*Helsingissä avattu K-supermarket Torpparinmäki on maailman ensimmäinen kauppa, jonka yleisvalaistus toteutetaan myymälävalaistukseen suunnitellulla ledivalaistusjärjestelmällä. Kaupan ledivalaistus kuluttaa yli 35 % vähemmän energiaa kuin normaalisti käytettävät energiatehokkaat loistelamppuvalaisimet. K-ruokakaupoissa tehdään jatkuvaa työtä energiansäästön hyväksi. K-ryhmä on allekirjoittanut kaupan alan energiatehokkuussopimuksen ja sitoutunut säästämään yli 65 miljoonaa kilowattituntia (kWh) vuoden 2016 loppuun mennessä.*

Pirkka-tuotteiden laatu varmistetaan Ruokakeskon omassa Pirkka-tuotetutkimuksessa, jossa kaikki uudet Pirkka-tuotteet tutkitaan huolellisesti. Pirkka-tuotetutkimuksen laboratoriolta on kansainvälinen pätevyystunnustus, ISO 17025 -akkreditointi. Se on Suomen ainoa kaupan omien merkkituotteiden laadunvarmistuksesta vastaava laboratorio, joka on saanut kyseisen tunnustuksen.

Kaikki omat ruokareseptit on kehitetty ja testattu Pirkka-tuotetutkimukseen kuuluvassa Pirkka-kokeittiossa. Monipuolisia reseptejä julkaistaan Pirkka-lehdessä, Pirkka.fi:ssä, K-ruokakaupoissa jaettavassa K-RuokaPirkka-lehdessä, Mitä tänään syötäisiin? -televisio-ohjelmassa sekä Pirkka-tuotteiden pakkauksissa.

### **KESPRO**

Ruokakeskon tytäryhtiö Kespro on Suomen johtava hotelli-, ravintola- ja catering-toimialan tukkukauppa, joka toimii asiakasyrityksensä sekä kuntien kumppanina Suomessa. Kespro tuottaa asiakkailleen toimitus- ja noutopalveluja. HoReCa-markkinat (hotellit, ravintolat ja catering) olivat vuonna 2010 Suomessa noin 2,5 mrd. euroa (oma arvio).

Korkea asiakastytyvyisyys edellyttää jatkuvaa toiminnan kehittämistä. Kespro auttaa asiakkaitaan menestymään omassa liiketoiminnassaan tarjoamalla asiakkailleen HoReCa-alan parhaat hankintaratkaisut.

Kespron tavoitteena on olla alansa halutuin yhteistyökumppani. Laaja, asiakaslähtöinen valikoima käsittää ruokatuotteet, alkoholit, astiat ja kattaustuotteet. Kespron oma Menu-tuotesarja on monipuolinen, korkealaatuinen ja edullinen.

Kespro toimii koko Suomen alueella. Kesprolla on kuusi myyntialuetta, kuusi toimitusmyyntiyksikköä, 16 tukkua ja henkilöstöä 520.

### **VUOSI 2010**

Ruokakaupan liikevaihto vuonna 2010 oli 3 896 milj. euroa ja se kasvoi 2,6 %. K-ruokakauppojen päivittäistavaramyynti kasvoi 4,2 % (alv 0 %). K-ruokakaupat vahvistivat markkinaosuuttaan vuonna 2010. Pirkka-tuotteiden myynti kasvoi 11,2 % (alv 0 %).

Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 160,1 milj. euroa ja se kasvoi 27,0 milj. euroa. Kannattavuutta paransi vähittäismyynnin hyvä kehitys sekä ostotoiminnan, logistiikan, kauppapaikka- ja ketjutoiminnan tehostaminen.

Vuoden aikana avattiin yksi uusi K-citymarket Iisalmeen, seitsemän K-supermarkettia ja kahdeksan K-marketia. Kankaanpään K-supermarket laajennettiin K-citymarkettiksi. Lisäksi tehtiin muita uudistuksia ja laajennuksia.

### **TAVOITTEET JA STRATEGISET PAINOPISTEET**

Ruokakeskon keskeinen tavoite on lisätä markkinaosuutta Suomessa. Strategiassa keskeistä on asiakastytyvyisyyden parantaminen ja kannattava kasvu.

K-ruokakaupassa huomioidaan asiakkaiden erilaiset tarpeet ja odotukset. Tavoitteena on vahvistaa asiakkuuksia ja siten kasvattaa keskiostosta. Tavoitteena on myös lisätä asiakkuuksien määrää. K-ruokakaupan suurin asiakaskohderyhmä ovat lapsiperheet.

K-ruokakauppa tarjoaa asiakkailleen alueensa parhaan hedelmä- ja vihannes- sekä leipäosaston ja tuoretta lihaa, kalaa ja aterioita tarjoavan palvelutiskin. Ruokakesko on käynnistänyt kilpailuetuhankkeet näiden osastojen valikoimien, palvelun ja esillepanojen vahvistamiseksi. Keskeisiä kilpailuetuja K-ruokakaupalle ovat lisäksi laajimmat valikoimat, Pirkka-tuotteet, elämyselliset kaupat myyntiesittelyineen sekä hyvä palvelu.

Valikoimien edullisuuden ja liiketoiminnan kannattavuuden perustana on toiminnan tehokkuuden jatkuva parantaminen, tehokas ketjuohjaus sekä kauppapaikkaverkoston aktiivinen kehittäminen.

Ruokakeskon keskeisenä strategisena painopisteenä lähivuosina on kauppapaikkaverkoston voimakas rakentaminen ja kehittäminen. Kauppapaikkojen laadun ylläpito, valikoimien laajentuminen, uudet palvelutarpeet ja muuttoliike vaativat jatkuvaa verkoston kehittämistä. Erityisesti uusiin K-supermarket- ja K-citymarket-kauppihin investoidaan tulevina vuosina merkittävästi. Ruokakeskon tavoitteena on avata vuonna 2011 kuusi uutta K-citymarkettia ja 35 K-supermarkettia.

Ruokakesko kehittää voimakkaasti myös sähköisiä palvelujaan ja selvittää ruoan verkkokaupan mahdollisuuksia. Lähtökohtana on, että kaupan ja sähköisen asioinnin pitää palvella asiakkaiden tarpeita ja helpottaa ostamista.

Ruokakeskon kansainvälistymismahdollisuuksia selvitetään aktiivisesti. Tavoitteena on liiketoiminnan laajentaminen Venäjälle.

## KILPAILIJAT

- K-ruokakaupat, Suomi, markkinaosuus 35 % (oma arvio)
- Kilpailijat: Prisma, S-market ja Alepa/Sale (S-ryhmä), Valintatalo, Siwa ja Euromarket (Suomen Lähikauppa Oy) sekä Lidl
- HoReCa, Suomi, Kespro
- Kilpailijat: Meiranova Oy, Metro-tukku, Heinon Tukku Oy

K-ryhmän ruokakauppa, kauppojen lukumäärät sekä vähittäis- ja yritysasiakasmyynti	Lukumäärä		Myynti, (alv 0 %) milj. euroa	
	2010	2009	2010	2009
K-citymarket, elintarvike	69	69	1 295	1 215
K-supermarket	181	170	1 488	1 398
K-market (sis. liikenneasemat)	489	487	1 293	1 279
Muut	268	304	268	292
<b>K-ruokakaupat vähittäismyynti</b>			<b>4 343</b>	<b>4 185</b>
Kespro			682	673
<b>Ruokakauppa yhteensä</b>	<b>1 007</b>	<b>1 030</b>	<b>5 025</b>	<b>4 857</b>

Ruokakaupan avainluvut		2010	2009
Liikevaihto	milj. €	3 896	3 798
Liikevoitto	milj. €	158,4	170,6
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	milj. €	160,1	133,1
Liikevoitto liikevaihdesta ilman kertaluonteisia eriä	%	4,1	3,5
Investoinnit	milj. €	117,2	69,4
Sidotun pääoman* tuotto ilman kertaluonteisia eriä	%	27,0	20,9
Henkilökunta keskimäärin		2 881	3 035

\* kumulatiivinen keskiarvo

Ruokakaupan liikevaihto 2010	milj. €	muutos, %
K-citymarket, elintarvike	907	5,5
K-supermarket	1 061	5,7
K-market ja K-extra	1 028	0,2
Kespro	688	1,7
Muut	212	-8,2
<b>Liikevaihto yhteensä</b>	<b>3 896</b>	<b>2,6</b>

Ruokakaupan sidottu pääoma 31.12. milj. euroa	2010	2009
Pitkäaikaiset varat	603	632
Vaihto-omaisuus	108	90
Lyhytaikaiset saamiset	400	371
./ Koroton vieras pääoma	-557	-489
./ Pakolliset varaukset	-13	-8
<b>Sidottu pääoma**</b>	<b>541</b>	<b>596</b>

\*\* sidottu pääoma kuukauden lopussa

# Käyttötavarakauppa

**KÄYTTÖTAVARAKAUPPAAN** kuuluu Anttila ja Kodin Ykkönen, K-citymarketin käyttötavara, Intersport Finland, Indoorin Asko ja Sotka, Musta Pörssi sekä Kenkäkesko. Käyttötavarakaupassa on 427 kauppaa, 13 eri ketjussa. Kaupoista 190 on Keskon omistamia.

**1 569 M€**

Käyttötavarakaupan  
liikevaihto

**66,0 M€**

Käyttötavarakaupan  
liikevoitto ilman  
kertaluonteisia eriä

**0,7 %**

Kehitys vuonna 2010

**36,5 M€**

Kasvu vuonna 2010

**ANTTILA**

**K CITYMARKET**

**KODINYKKÖNEN 1**

**NETANTTILA.COM**

**INTERSPORT**

**budget sport**

**kesport**

**ASKO**

**SOTKA**

**MUSTA PÖRSSI**

**KONEBOX**

**KKENKA**

**ANDIAMO**





# Tunnetut ja luotettavat kauppaketjut usealla tuotealueella

## MARKKINAT

Keskon käyttötavarakauppa toimii pukeutumisen, kodin, urheilun, vapaa-ajan, kodinteknikan, viihteen ja huonekalukaupan tavara-aloilla. Käyttötavarakaupan kokonaismarkkinoiden Suomessa arvioidaan olevan noin 9,2 mrd. euroa (alv 0 %).

Kuluttajien luottamus talouteen on taantumien jälkeen parantunut, mutta markkinat ovat edelleen kasvaneet hyvin maltillisesti. Käyttötavarakaupan markkinakehitys vaihtelee tavara-aloittain. Markkinat kehittyivät positiivisesti asteittain vuoden 2010 aikana kaikilla tavara-aloilla kuluttajaluottamuksen vahvistumisen ja sunnuntaiaukiolojen myötä.

Kodin sisustamisen ja huonekalukaupan markkinat Suomessa ovat arvion mukaan 1,5 mrd. euroa (alv 0 %) ja ne kasvoivat edellisvuodesta 3,5 %.

Kodinelektronikan ja viihteen markkinoiden arvioidaan olevan Suomessa noin 1,6 mrd. euroa (alv 0 %) ja ne kasvoivat 5 %.

Urheilukaupan markkinat ovat Suomessa arvion mukaan 760 milj. euroa (alv 0 %) ja ne kasvoivat 5 %.

Jalkinekaupan markkinat kasvoivat Suomessa noin 4,5 % edellisvuodesta.

## KUUSI KEHITTYVÄÄ VERKKOKAUPPAA

Keskon käyttötavarakaupassa toimii useita verkkokauppoja ja niiden myynti on kasvussa. Anttilan verkkokauppa NetAnttila toimii Suomessa, Virossa ja Latviassa. Suomessa NetAnttila on jo vuosia ollut tunnetuin ja suosituin verkkotavaratalo. Anttilalla on myös sisustuskauppaan erikoistunut verkkokauppa Kodin.com.

Urheilukaupassa toimii Budget Sport -verkkokauppa osana Intersport Finlandia.

Kodinteknikassa toimii Konebox-verkkokauppa. Konebox yhdistää verkko-ostamisen ja perinteisen kaupan parhaat puolet.

Uudistettu CM-store.fi avattiin vuonna 2010. CM-store.fi on verkkokauppa, josta voi ladata musiikkia sekä tietokoneelle että kännykkään. Myynnissä on lisäksi äänikirjoja.

## VUOSI 2010

Vuoden 2010 aikana Keskon käyttötavarakaupassa on tiivistetty erityisesti Anttilan ja K-citymarketin käyttötavaran yhteistoimintaa. Anttilalla ja K-citymarketin käyttötavaralla on ollut loppuvuodesta alkaen yhteinen johto, jolla varmistetaan hankinnasta ja muista toiminnoista saatavien synergiaetujen toteutuminen.

Tavoitteena on parantaa yhtiöiden kilpailukykyä yhteisellä strategialla, keskitettyllä vähittäiskauppaosaamisella sekä varmistamalla kauppakonseptien kiinnostavuus asiakkaille. Synergiaetuja haetaan erityisesti hankinnassa, kauppapaikkaverkoston kehittämisessä sekä yhtenäisissä ja tehokkaissa liiketoimintaprosesseissa.

Keskon käyttötavarakaupan liikevaihto vuonna 2010 oli 1 569 milj. euroa ja se kasvoi 0,7 % edellisvuodesta. Käyttötavarakauppojen yhteenlaskettu vähittäismyynti oli 1 712 milj. euroa (alv 0 %) ja se kasvoi 1,6 %.

Käyttötavarakaupan liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 66,0 milj. euroa ja se kasvoi 36,5 milj. euroa edellisestä vuodesta. Liikevoiton parantumiseen vaikuttivat erityisesti parantunut tuottavuus ja tehostunut ostotoiminta.

## TAVOITTEET JA STRATEGISET PAINOPISTEET

Kilpailu käyttötavarakaupassa kansainvälistyy ja menestyvät ketjut toimivat tehokkailla toimintamalleilla. Verkkokaupan osuus käyttötavaran kokonaismyynnistä kasvaa entisestään. Keskon verkkokaupat toimivat tunnetuilla ja luotetuilla ketjubrandeilla. Verkkokaupassa hyödynnetään monikanavaisuutta, jolloin asiakas voi hyödyntää verkkoa sekä perinteistä kauppaa. Verkkokauppoja on suunnitteilla kaikilla käyttötavaran toimialoilla.

Keskon käyttötavarayhtiöiden yhteistoimintaa tiivistetään edelleen.

Käyttötavarakaupan tavoitteena on olla markkinajohtaja valituilla tavara-aloilla. Tavoite saavutetaan kehittämällä kauppakonsepteja ja valikoimia, parantamalla toimintaketjujen kustannustehokkuutta ja henkilökunnan myynti- ja palveluosaamista.



---

## Uusi logistiikkakeskus

Anttilan logistiikkakeskus Keravalla valmistui loppuvuonna 2010. Logistiikkakeskuksesta hoidetaan toimitukset kaikkiin Anttila-tavarataloihin, Kodin Ykkösiin ja NetAnttilan asiakkaille. Anttilan verkkokaupan asiakastilauksia logistiikkakeskuksesta toimitetaan vuosittain yli miljoona kappaletta. Kuva sivulla 29.

## K-CITYMARKET

K-citymarket on monipuolinen ja edullinen hypermarket-ketju, jonka laajoista valikoimista löytyvät sekä elintarvikkeet että käyttötavarat. K-citymarketin käyttötavaraliiketoiminnasta vastaa K-citymarket Oy ja ruokakaupasta K-kauppiasyrittäjä. Tässä esitetyt luvut koskevat K-citymarketin käyttötavarakauppaa. Suomessa on 69 K-citymarketia.

K-citymarket tarjoaa asiakkaalle ajankohdittaiset ja uudistuvat arjen valikoimat helposti ja edullisesti.

## Vuosi 2010

K-citymarketin käyttötavarakaupan liikevaihto vuonna 2010 oli 620 milj. euroa ja se kasvoi 4,2 %. K-citymarketin käyttötavaran vähittäismyynti oli 603 milj. euroa.

Vuonna 2010 avattiin yksi uusi K-citymarket Iisalmeen ja Kankaanpään K-supermarketista remontoitiin uusi K-citymarket. Porin keskustan K-citymarket muutettiin K-supermarketiksi.

## ANTTILA

Anttila toimii viihteen, muodin ja kodin tavara-alueilla.

Anttila-tavaratalot tarjoavat asiakkaalle laajat valikoimat kodin tuotteita, käyttömuotia ja viihdettä edullisesti. Anttilalla on Suomessa 30 tavarataloa ja yksi pienempi erikoisliike.

Kodin Ykkönen tarjoaa tyylikkää, ajassa elävät tuotteet ja palvelut kodin sisustamiseen. Kodin Ykkönen -sisustustavarataloja on 9 sekä Kodin.com -verkkokauppa.

NetAnttila on jo usean vuoden ajan ollut tunnetuin ja suosituin verkkotavaratalo Suomessa. Se tarjoaa edullisen ja laajan valikoiman, helposti ja luotettavasti. NetAnttila toimii Suomessa, Virossa ja Latviassa.

## Vuosi 2010

Anttilan liikevaihto vuonna 2010 oli 505 milj. euroa ja se laski 1,6 %. Anttila-tavaratalojen vähittäismyynti oli 295 milj. euroa ja se laski 2,9 %. Kodin Ykkönen -sisustustavaratalojen vähittäismyynti oli 132 milj. euroa ja se laski 0,5 %. NetAnttilan vähittäismyynti oli 80 milj. euroa ja se kasvoi 0,9 %.

Vuonna 2010 avattiin uusi Kodin Ykkönen -sisustustavaratalo Lappeenrantaan. Helsingin Kaisaniemessä sijainnut Kodin Ykkönen -tavaratalo lopetettiin vuokrasopimuksen päättymisen vuoksi.

Anttila sai vuoden 2010 loppupuoliskolla käyttövalmiiksi uuden, nykyaikaisella teknologialla toimivan logistiikkakeskuksen Keravalla. Se otetaan käyttöön asteittain vuoden 2011 alkupuolella. Logistiikkakeskuksesta hoidetaan toimitukset kaikkiin Anttila-tavarataloihin, Kodin Ykkösiin ja NetAnttilan asiakkaille. Logistiikkakeskuksen pinta-ala on 19 000 m<sup>2</sup> ja tilavuus 350 000 m<sup>3</sup>. Hankkeen kokonaisinvestointi on 50 milj. euroa, josta noin puolet kohdistuu rakennukseen ja puolet varastotekniikkaan.

## INTERSPORT FINLAND

Intersport Finlandin vähittäiskauppaketjuja ovat Intersport, Budget Sport ja Kesport. Intersport Finland vastaa ketjujen markkinoinnista, hankinta- ja logistiikkapalveluista, kauppapaikkaverkostosta ja kauppiasresursseista. Intersport-kauppoja on Suomessa 56, Budget Sport -kauppoja 5 ja Kesport-kauppoja 35. Kaupoista 89 on kauppiasyrittäjien ja 7 Intersport Finlandin omistamia. Lisäksi toimii Budget Sport -verkkokauppa.

Intersport on osa kansainvälistä urheiluketjua. Intersport-ketju on urheilukaupan markkinajohtaja Suomessa. Intersportin valikoimaan kuuluvat sekä aktiivurheilijan että harrastajan vaatteet ja välineet sekä urheiluun että vapaa-aikaan. Intersportin vahvuuksia ovat ketjun luotettavuus ja tunnettuus, laajat ja monipuoliset valikoimat sekä asiantunteva ja palveleva henkilökunta.

Budget Sport on edullisiin hintoihin ja kustannustehokkaaseen toimintaan perustuva urheilukauppa. Valikoimasta löytyvät tuotteet vapaa-aikaan sekä monipuoliseen liikuntaan, urheiluun ja ulkoiluun.

Kesport-kaupat sijaitsevat pienemmissä taajamissa ja ovat alueensa johtavia urheilukauppoja, joissa asiakas saa ammattitaitoista palvelua ja osaamista.

Kesko on osakkaana Intersport International Corporationissa.





### Sähköinen kauppa laajenee

Käyttötavarakaupassa painopisteitä ovat sähköisen kaupan ja markkinoinnin kehittäminen. Vuonna 2010 uudistetuista CM-storeista ja DigiAnttilasta voi ladata musiikkia ja äänikirjoja. DigiAnttilasta voi ladata myös e-kirjoja.

Keskon nettikaupat käyttötavarakaupassa ovat:

- netanttila.com
- digianttila.com
- kodin1.com
- cmstore.fi
- konebox.fi
- budgetsport.fi

### Vuosi 2010

Intersport Finlandin liikevaihto vuonna 2010 oli 173 milj. euroa ja se kasvoi 5,1 %. Intersport-, Budget Sport- ja Kesport-kauppojen yhteenlaskettu vähittäismyynti oli 262 milj. euroa ja se kasvoi 4,1 %.

Vuonna 2010 avattiin uusi Intersport-kauppa Raumalla. Kaksi Intersport-kauppaa ja kaksi Kesport-kauppaa lopetettiin.

### INDOOR

Indoorin ketjut Asko ja Sotka ovat tunnettuja huonekalu- ja sisustusalan vähittäiskauppa-ketjuja. Ketjuilla on myymälöitä Suomessa 79 ja Virossa 7. Suomessa on omia myymälöitä 55 ja franchising-myymlöitä 24.

Asko tarjoaa laatu- ja tietoisille kodinsisustajille kilpailukykyisen malliston sekä alan aktiivisimman ja luotettavimman palvelun.

Sotkan pääkohderyhmänä ovat edullisuutta ja helppoa asiointia arvostavat asiakkaat.

### Vuosi 2010

Indoorin liikevaihto vuonna 2010 oli 155 milj. euroa ja se laski 0,5 %. Asko- ja Sotka-ketjujen yhteenlaskettu vähittäismyynti Suomessa oli 166 milj. euroa ja se kasvoi 6,3 %.

Keväällä 2010 kuluttajat valitsivat Askon jo neljännen peräkkäisen kerran Suomen luotetuimmaksi huonekaluliikkeeksi Valittujen Palojen teettämässä Luotetuin merkki-tutkimuksessa.

Yhteistyötä Allergia- ja astmaliiton kanssa vahvistettiin. Askon Puro-sohvalle saatiin allergiatunnuksen käyttöoikeus.

Vuoden 2010 aikana avattiin sekä uusi Asko-myymlä että uusi Sotka-myymlä Raisioon, mitkä korvasivat Maskussa lopetetut myymälät. Lisäksi Suomessa lakkautettiin 5 myymälää sekä Latviassa toimineet Asko- ja Sotka-myymlät.

### MUSTA PÖRSSI JA KONEBOX

Musta Pörssi -erikoiskauppakettu tarjoaa asiakkailleen kodintekniikkatuotteet kotitöiden helpottamiseen, yhteydenpitoon ja viihtymiseen. Lisäksi Musta Pörssi tarjoaa tuotteisiin liittyvät palvelut. Asiakas saa halutessaan kaikki kodintekniikkatuotteet käyttövalmiiksi asennettuna. Musta Pörssi -kauppoja on Suomessa 46, Konebox-kauppoja 2 ja lisäksi toimii Konebox-verkkokauppa. Kauppoista 44 on kauppiasyrittäjien ja 4 Musta Pörssi Oy:n omistamia.

Konebox-nettikauppa kilpailee kodintekniikkamarkkinoilla laatu- ja tuotteen hyvällä saatavuudella ja halvalla hinnalla. Kilpailukykyiset hinnat perustuvat tehokkaaseen logistiikka- ja varastointiketjuun sekä verkkokaupan itsepalveluun.

### Vuosi 2010

Musta Pörssi Oy:n liikevaihto vuonna 2010 oli 96 milj. euroa ja se laski 10,6 %. Musta Pörssi ja Konebox-kauppojen yhteenlaskettu vähittäismyynti oli 119 milj. euroa ja se laski 6,4 % edellisvuodesta.

Vuoden 2010 aikana avattiin uusi Konebox-kauppa Vantaalla ja lopetettiin 6 Musta Pörssi-kauppaa.

### KENKÄKESKO

Kenkäkeskon vähittäiskauppakettu ovat K-kenkä ja Andiamo.

K-kenkä-kaupat ovat koko perheen kenkäkauppoja, jotka tarjoavat asiakkailleen laajan valikoiman merkkijalkineita sekä asiantuntevan palvelun.

Andiamo-myymlät ovat trendi- ja muotitietoisien kuluttajien kenkäkauppoja. Tarjolla on jatkuvasti uudistuva ja muodikas kenkävalikoima.

Lisäksi K-ryhmän kenkäkauppoihin kuuluvat Kenkäexpertti-liikkeet, jotka ovat pienempien paikkakuntien palvelevia kenkäkauppoja.

K-ryhmän kenkäkauppoja on yhteensä 82, joista 80 on kauppiasyrittäjien omistuksessa ja 2 Kenkäkeskon omistamia.

### Vuosi 2010

Vuonna 2010 Kenkäkeskon liikevaihto oli 23 milj. euroa ja se laski 6,5 %. K-ryhmän kenkäkauppojen yhteenlaskettu vähittäismyynti oli 48 milj. euroa ja se kasvoi 0,3 %.

Vuoden aikana lopetettiin 7 kenkäkauppaa.

## MARKKINAOSUUEDET JA KILPAILIJAT

### Hypermarket ja tavaratalokauppa

- K-citymarket, Anttila, Kodin Ykkönen ja NetAnttila
- Markkinaosuutta ei voida luotettavasti laskea
- Kilpailijat: tavaratalot, hypermarketit, erikoisliikkeet ja verkkokaupat

### Urheilukauppa

- Intersport, Budget Sport ja Kesport
- Markkinaosuus 34 % (oma arvio)
- Kilpailijat: Sportia, Top Sport, Stadium, tavaratalot ja hypermarketit sekä muut urheilun erikoisliikkeet

### Huonekalukauppa

- Asko ja Sotka
- Markkinaosuus Suomessa noin 19 % (oma arvio)
- Kilpailijat: huonekalu- ja sisustusliikkeet

### Kodintekniikkakauppa

- Musta Pörssi ja Konebox
- Markkinaosuus 8 % (oma arvio)
- Kilpailijat: kodintekniikan erikoisliikkeet, hypermarketit ja verkkokaupat

### Kenkäkauppa

- K-kenkä, Andiamo, Kenkäexpertti
- Markkinaosuus 10,2 % (Tekstiili- ja muotialat TMA ry, oma arvio)
- Kilpailijat: muut erikoisliikkeet, tavaratalot, hypermarketit, urheilukaupat ja verkkokaupat

K-ryhmän käyttötavarakauppa, kauppojen lukumäärät sekä vähittäis- ja yritysasiakasmyynti	Lukumäärä		Myynti, (alv 0 %) milj. euroa	
	2010	2009	2010	2009
Anttila-tavaratalot	31	31	295	303
Kodin Ykkönen -sisustustavaratalot*	10	10	132	132
Etäkauppa (postimyynti ja NetAnttila)	1	1	72	71
K-citymarket, käyttötavara	69	69	603	575
Asko	31	33	80	74
Sotka	48	50	86	82
Intersport	56	57	207	200
Budget Sport*	6	6	31	26
Kesport	35	37	25	25
Musta Pörssi	46	53	105	119
Konebox*	3	3	14	8
Kenkäkaupat	82	89	48	48
<b>Käyttötavarakaupat, Suomi</b>	<b>418</b>	<b>439</b>	<b>1 696</b>	<b>1 664</b>
Anttila, Baltia (NetAnttila)	2	2	8	9
Indoor, Baltia	7	9	7	11
<b>Käyttötavarakaupat, Baltia</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>15</b>	<b>20</b>
<b>Käyttötavarakauppa yhteensä</b>	<b>427</b>	<b>450</b>	<b>1 712</b>	<b>1 684</b>

\* sisältää verkkokaupan

Käyttötavarakaupan avainluvut	2010	2009
Liikevaihto	milj. € 1 569	1 558
Liikevoitto	milj. € 103,4	66,5
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	milj. € 66,0	29,5
Liikevoitto liikevaihdosta ilman kertaluonteisia eriä	% 4,2	1,9
Investoinnit	milj. € 45,3	29,6
Sidotun pääoman* tuotto ilman kertaluonteisia eriä	% 15,3	5,8
Henkilökunta keskimäärin	5 418	5 666

\* kumulatiivinen keskiarvo

Käyttötavarakaupan liikevaihto 2010	milj. €	muutos, %
K-citymarket, käyttötavara	620	4,2
Anttila	505	-1,6
Intersport	173	5,1
Indoor	155	-0,5
Musta Pörssi	96	-10,6
Kenkäkesko	23	-6,5
<b>Yhteensä</b>	<b>1 569</b>	<b>0,7</b>

Käyttötavarakaupan sidottu pääoma 31.12. milj. euroa	2010	2009
Pitkäaikaiset varat	315	304
Vaihto-omaisuus	231	223
Lyhytaikaiset saamiset	162	174
./. Koroton vieras pääoma	-291	-260
./. Pakolliset varaukset	-9	-8
<b>Sidottu pääoma**</b>	<b>408</b>	<b>434</b>

\*\* sidottu pääoma kuukauden lopussa

**R**AUTAKESKO on rakentamisen, kodin kunnostamisen ja sisustamisen vähittäiskauppaa harjoittava kansainvälinen palveluyritys, joka toimii Suomessa, Ruotsissa, Norjassa, Virossa, Latviassa, Liettuassa, Venäjällä ja Valko-Venäjällä. Rautakesko johtaa ja kehittää K-rauta-, Rautia-, K-maatalous-, Byggnakker-, Senukai- ja OMA-vähittäiskauppaketjuja sekä yrityspalvelumyyntiä toiminta-alueellaan. Rautakeskon päätehtäviä ovat keskitetty ketjuvalikoimien kehittäminen, keskitetty osto ja logistiikka sekä ketjukonseptien ja kauppapaikkaverkoston kehittäminen. Rautakauppoja on yhteensä 331 kahdeksassa toimintamaassa ja maatalouskauppoja on Suomessa 88. Suomessa kauppoja johtavat rauta- ja maatalouskauppiat. Myös Norjassa on 96 kauppiasvetoista vähittäiskauppaa.

---

**2 519 M€**

Rautakaupan liikevaihto

**24,0 M€**

Rautakaupan liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä

**9,0 %**

Kehitys vuonna 2010

**12,1 M€**

Kasvu vuonna 2010



RAUTAKESKO  
YRITYSPALVELU





# Parhaat rakentamisen, kodinkunnostamisen ja sisustamisen kokonaisratkaisut

## RAUTA- JA SISUSTUSKAUPAN MARKKINAT

Rautakesko toteuttaa asiakkaidensa kanssa parempaa asumista. Rautakeskon tavoitteena on olla johtava kansainvälinen rauta- ja sisustuskaupan vähittäiskauppayhtiö, joka on markkinajohtaja toiminta-alueellaan. Rautakeskon rauta- ja sisustuskauppaketjut K-rauta, Rautia, Byggnakker, Senukai ja OMA palvelevat kuluttaja- ja ammattiasiakkaita. Kuluttaja-asiakkaat ovat pääasiassa kodin, vapaa-ajan asunnon ja pihan rakentajia, remontoijia ja sisustajia. Tärkeitä ammattiasiakkaita ovat rakennusliikkeet, teollisuus ja julkiset yhteisöt.

Ketjujensa vähittäismyynnillä mitattuna Rautakesko on kuuden suurimman yrityksen joukossa Euroopan rakentamisen ja kodinkunnostamisen markkinoilla. Suurimmat rautakauppa-alan toimijat Rautakeskon markkina-alueella ovat DT Group, Bauhaus, OBI, Leroy Merlin ja Castorama. Rautakesko on osakkaana hankintayhteistyötä tekevässä tooMax-x GmbH -yhtiössä, joka on ostovoimaltaan Euroopan kolmanneksi suurin kodinrakentamisen ja sisustamisen tuotteiden hankintakanava.

Rautakeskon toimialueella alan vähittäiskaupan markkinat ovat noin 25 mrd. euroa (alv 0 %). Markkinat kääntyivät vuoden 2010 aikana nousuun Suomessa, Ruotsissa ja Norjassa. Baltiassa ja Venäjällä supistuminen pysähtyi.

Rautakeskon ketjujen vähittäismyynti vuonna 2010 oli yhteensä 3 314 milj. euroa (alv 0 %) ja se kasvoi 7,2 % edellisestä vuodesta. Rautakeskon rautatavara-kaupan markkinaosuus sen koko toiminta-alueella on noin 15 % (oma arvio).

**Suomessa** rauta- ja sisustuskaupan vähittäiskaupan markkinat ovat noin 3,4 mrd. euroa (alv 0 %, RaSi ry) ja vuonna 2010 ne kasvoivat 11 % (RaSi ry). K-ryhmän rautakaupan markkinaosuus on noin 37 % (RaSi ry, oma arvio).

Suomessa Rautakeskolla on K-rauta- ja Rautia-vähittäiskauppaketjut sekä rakennusliikkeitä, teollisuutta ja muita yritysasiakkaita palveleva Rautakesko Yrityspalvelu. Lisäksi Rautakeskolla on 32 asiakassopimuskauppaa.

K-rauta-ketjuun kuuluu 41 kauppaa, joiden myynnistä noin 70 % on kuluttaja-asiakasmyyntiä. Rautia-ketjuun kuuluu 106 kauppaa, joista 50 on samalla myös K-maatalouskauppoja. Rautiassa myynnin rakenne painottuu enemmän perusrakentamisen tuotteisiin. Kaikissa Suomen ketjukaupoissa on kauppiasyrittäjä.

K-rauta- ja Rautia-ketjujen, Rautakesko Yrityspalvelun sekä K-asiakassopimuskauppojen yhteenlaskettu vähittäismyynti Suomessa oli 1 259 milj. euroa (alv 0 %) ja se kasvoi 7,8 % edellisestä vuodesta. Pääkilpailijat Suomessa ovat Starkki (DT Group) Kodin Terra, S-rauta, Agrimarket ja Bauhaus.

**Ruotsissa** rautakaupan kokonaismarkkinat ovat noin 3,1 mrd. euroa (alv 0 %, oma arvio). Vuonna 2010 markkinat kasvoivat noin 2 % (oma arvio).

Ruotsissa Rautakeskolla oli vuoden 2010 lopussa 20 omaa K-rauta-kauppaa. K-rauta-kauppojen vähittäismyynti Ruotsissa oli 209 milj. euroa (alv 0 %) ja se kasvoi 11,2 % edellisestä vuodesta. Rautakeskon markkinaosuus on noin 7 % (oma arvio).

K-raudan asiakkaita on kuluttaja-asiakkaita noin 85 %. Keskeiset kilpailijat ovat Bauhaus, Byggnax, Beijer Bygg (DT Group) ja paikalliset erikoisliikkeet.

**Norjassa** rautakaupan kokonaismarkkinat ovat noin 4,9 mrd. euroa (alv 0 %, oma arvio). Vuonna 2010 markkinat kasvoivat 4,5 % (oma arvio).





## Energiatohokkuushanke

Energiatohokkuushanke on jatkoa Demos Helsingin vetämälle ja Sitran rahoittamalle Peloton-hankkeelle, joka etsi keinoja tukea ihmisiä heidän arkisissa energiavalinnoissaan. Rautakeskon energiatohokkuushankkeen tavoitteena on konseptoida K-raudoissa ja Rautioissa tarjolla olevat asumisen energiatohokkuutta parantavat palvelut niin, että asiakas voi helposti löytää juuri hänelle sopivat ratkaisut.

Rautakeskon omistama Byggnakker Norge AS johtaa Byggnakker-rautakauppaketjua. Ketjuun kuuluu 112 kauppa, joista 16 on Byggnakkerin omia kauppia. Ketjun muut kaupat ovat kauppiasyrittäjien omistuksessa. Kauppiasyrittäjillä on ketjusopimus Byggnakkerin kanssa. Ketjun kauppajen vähittäismyynti vuonna 2010 oli 864 milj. euroa (alv 0 %) ja se kasvoi 13,0 %. Rautakeskon markkinaosuus Norjassa on noin 18 % (oma arvio). Yli puolet myynnistä on ammattiasiakasmyyntiä. Rautakeskon pääkilpailijat ovat Monter/Optimera (Saint Gobain), Maxbo, Coop ja Bauhaus.

**Viron** rautakauppamarkkinat ovat noin 0,3 mrd. euroa (alv 0 %, oma arvio). Vuonna 2010 markkinat laskivat 12 % (oma arvio). Virossa Rautakeskolla on 9 rautakauppaa. Rautakauppajen vähittäismyynti vuonna 2010 oli 52 milj. euroa (alv 0 %) ja se laski 17,5 % edellisestä vuodesta. Ammattiasiakkaiden osuus myynnistä on noin 60 %. Rautakeskon markkinaosuus Virossa on noin 18 % (oma arvio). Rautakeskon merkittävimmät kilpailijat ovat Ehitus ABC (Saint Gobain), Bauhof ja Espak sekä Bauhaus Tallinnassa.

**Latviassa** rautakaupan kokonaismarkkinat ovat noin 0,3 mrd. euroa (alv 0 %, oma arvio). Vuonna 2010 markkinat laskivat 5 % (oma arvio). Rautakeskolla on Latviassa 9 omaa K-rauta-kauppaa. K-rauta-kauppajen vähittäismyynti vuonna 2010 oli 47 milj. euroa (alv 0 %) ja se laski 3,9 %. Rautakeskon markkinaosuuden Latviassa arvioidaan olevan 16 % (oma arvio). Rautakeskon keskeiset kilpailijat ovat Depo DIY ja Kursi.

**Liettuassa** rautakaupan kokonaismarkkinat ovat noin 0,3 mrd. euroa (alv 0 %, oma arvio). Vuonna 2010 markkinat laskivat 15 % (oma arvio). Liettuassa Rautakesko omistaa osake-enemmistön UAB Senuku prekybos centrasista, joka on Liettuan rauta- ja sisustuskaupan markkinajohtaja noin 25 %:n markkinaosuudella. Sekä kuluttaja-

että ammattiasiakaskauppaa harjoittavaan Senukai-ketjuun kuuluu 17 omaa kauppa, logistiikkakeskus ja 58 partnerikauppaa. Senukain vähittäismyynti vuonna 2010 oli 228 milj. euroa (alv 0 %) ja se laski 12,4 % edellisestä vuodesta. Sen kilpailijoita ovat paikalliset rakennustarvike- ja erikoisliikkeet.

**Venäjällä** rauta-, sisustus- ja kodintavarakaupan kokonaismarkkinat ovat noin 12 mrd. euroa (alv 0 %, oma arvio). Vuonna 2010 markkinat olivat samalla tasolla kuin edellisvuonna (oma arvio). Venäjällä on 12 K-rauta-kauppaa. Niiden vähittäismyynti vuonna 2010 oli 204 milj. euroa (alv 0 %) ja se kasvoi 20,5 % edellisestä vuodesta. Rautakeskon markkinaosuus sen toiminta-alueella Luoteis- ja Keski-Venäjällä on noin 5 % (oma arvio). Rautakeskon pääkilpailijat ovat Leroy Merlin, OBI, Castorama, Maxidom ja Metrika.

**Valko-Venäjällä** rautakaupan kokonaismarkkinat ovat noin 1,0 mrd. euroa (alv 0 %, oma arvio). Senukailla on määräysvalta valko-venäläisessä OOO OMAssa, jolla on 5 kauppa sekä jakelupisteitä ammattiasiakkaita varten. Niiden vähittäismyynti vuonna 2010 oli 72 milj. euroa (alv 0 %) ja se kasvoi 37,9 %. OMA:n markkinaosuus on noin 7 % kokonaismarkkinoista (oma arvio).

## MAATALOUSKAUPAN MARKKINAT

K-maalousketjuun kuuluu Suomessa 88 K-maalous-kauppaa. Ketjun kaupoista 51 on yhdistettyjä Rautia-K-maalous- tai K-rauta-K-maalous-kauppoja. Tärkeimmät asiakasryhmät ovat maatalousyrittäjät ja -urakoitsijat.

Maatalouskauppa siirtyi osana Keskon toimialajärjestelyjä osaksi Rautakeskoa vuonna 2009. Vuonna 2010 maataloustarvikekaupan liikevaihto kasvoi 3,2 %.



### VAHVAT KETJUKONSEPTIT

Rautakeskon toiminta perustuu asiakasläh- töisiin ketjukonsepteihin, tehokkaaseen tava- rahankintaan ja kansainvälisesti monistet- tuihin parhaisiin käytäntöihin. Rautakeskon kansainvälinen toimintamalli yhdistää sen eri maissa toimivien ketjujen tavararyhmä- hallinnan, ostotoiminnan, logistiikan, tie- tojärjestelmäohjauksen ja verkostokehityk- sen. Näin syntyvien kokonaissynergiaetujen avulla asiakkaalle pystytään tarjoamaan tuote- ta ja palveluja kilpailukykyiseen hintaan.

**K-rauta** on Rautakeskon kansainvälinen konsepti. K-rauta toimii Suomessa, Ruotsissa, Virossa, Latviassa ja Venäjällä. K-rauta-kon- septin painopistealueita ovat laajat valikoimat, asiakkaan elämää helpottavat kokonais- ratkaisut sekä luotettava hinta-laatusuhde. Konseptissa yhdistyvät kuluttajien, rakenta- jien ja ammattiasiakkaiden kokonaispalvelut ja -ratkaisut, valikoimat ja toimintamallit.

**Rautia-ketju** on kauppapaikkaverkostol- taan Suomen laajin rautakauppaketju. Sen valikoima palvelee erityisesti rakentajia, remontoijia ja rakennusalan ammattilaisia. Keskeisiä kilpailuetuja ovat kokonaisvaltai- nen asiakaspalvelu, paikallinen asiakastunte- mus ja yhteistyöverkosto. Useat Rautia-kaupat täydentävät lisäksi tarjontaansa maatalous- tarvikekaupalla.

**K-maatalous-ketjun** vahvuutena ovat paikalliset asiakkaat ja olosuhteet tuntevat K-maatalous-kauppiaat, laaja tuotevalikoima sekä palveluiden ja verkoston kattavuus. Aktiivinen yhteydenpito, myynti sekä tiedon ja tietotekniikan hyödyntäminen luovat edel- lytykset maatalousyrittäjän ja K-maatalouden tiiviille yhteistyölle.

**Byggmakker-ketju** on Norjan laajin rauta- kauppaketju. Erityisiä vahvuuksia ovat raken- nustarvikemyynti ja ammattiasiakasosaami- nen. Norjan konseptia on uudistettu täyden palvelun Byggmakker-kaupoilla.

**Senukai-ketju** on Liettuan markkinajoh- taja. Mega Store -konsepti tarjoaa asiakkail- leen lähes kaikki rakentamisen ja asumi- sen tuotteet yli 20 000 m<sup>2</sup>:n myymälöissä. Senukain tytäryhtiö OMA avasi kesäkuussa 2010 Minskissä Valko-Venäjän ensimmäisen täyden palvelun myymälänsä.

**Rautakesko Yrityspalvelu** toimii Suo- messa. Yrityspalvelun asiakkaita ovat mm. valtakunnalliset rakennusliikkeet, teollisuus ja muut alan yritysasiakkaat. Rautakesko Yri- tyspalvelun vahvuutena on kiinteä yhteistyö Suomen K-rauta- ja Rautia-verkoston kanssa. Suuri osa Yrityspalvelun toimituksista kulkee tämän verkoston toimipisteiden kautta.

### VUOSI 2010

Vuonna 2010 rautakaupan markkinat kää- nytivät kasvuun Suomessa, Ruotsissa ja Nor- jassa. Baltiassa ja Venäjällä markkinoiden supistuminen pysähtyi.

Rautakaupan liikevaihto oli 2 519 milj. euroa ja se kasvoi 9,0 %. Suomessa liikevaihto oli 1 163 milj. euroa ja se kasvoi 10,2 %. Suo- men liikevaihdosta rautakauppa oli 842 milj. euroa ja maataloustarvikekauppa 321 milj. euroa. Ulkomaan toimintojen liikevaihto oli 1 357 milj. euroa ja se kasvoi 8,0 %. Rautakes- kon liikevaihdosta 53,9 % tuli muiden maiden kuin Suomen toiminnoista.

Rautakaupan liikevoitto ilman kertaluon- teisia eriä oli 24,0 milj. euroa ja se kasvoi 12,1 milj. euroa. Rautakaupan investoinnit olivat 78,2 milj. euroa, joista ulkomaisten investoin- tien osuus oli 54,4 %.

Vuonna 2010 avattiin yksi K-rauta Jyväs- kylässä Suomessa, yksi Tukholmassa Ruot- sissa ja kaksi Moskovan lähialueilla Venäjällä. Valko-Venäjällä OMA avasi Minskissä ensim- mäisen täyden palvelun rautakauppansa. Lisäksi kauppapaikkaverkosta vahvistettiin Salon Rautia-K-maatalouskaupalla. K-raudat Lappeenrannassa, Porissa ja Viron Haabers- tissa laajennettiin.

Vuonna 2010 Rautakesko jatkoi erityisesti tavarahankintatoiminnassaan kokonais- synergian entistä parempaa hyödyntämistä kaikissa toimintamaissa.

Keskitetyn tuotelinjaohjauksen tärkeim- piä painopistealueita olivat tavararyhmä- hallinta, osto, logistiikka ja varastojen hal- linta. Rautakeskon organisaatiota kehitettiin tukemaan kansainvälisiä toimintamalleja ja prosesseja, painopisteenä vähittäiskaupan johtaminen. Tuotelinjaosastot vastaavat kes- kitetysti yhteisten valikoimien luomisesta kaikissa maissa. Koko toiminta-alueen katta- van logistiikkaverkoston rakentaminen jatkuu suomalaisen logistiikkayhtiö Itellan kanssa. Rautakesko ja Itella allekirjoittivat uuden, Suomen varastojakelua koskevan kuljetus- sopimuksen.

K-rauta-ketjun uutta suunnittelu- ja pal- velualue -toimintamallia laajennettiin. Keskitetty näyttelyalue helpottaa asiakkaan asiointia. Rautia-ketjussa painotettiin erityi- sesti uutta Kotipiha-konseptia ja talomyyntiä. K-raudan ja Rautian internetpalvelut uudis- tuivat Suomessa.

Vähittäiskauppojen johtamiseen liittyvän SMS-projektin (Store Management System) Master Training -koulutus pidettiin kaupan henkilökunnalle Virossa, Latviassa, Norjassa, Ruotsissa ja Venäjällä.

Rautakesko oli mukana Demos Helsingin ja Sitran Peloton-hankkeessa, jonka tavoit- teena on tehdä suomalaisille helpoksi muut- taan energiankäyttötottumuksiaan energiaa säästävään suuntaan.



### *Ketjujen uudet nettisivut*

K-raudan ja Rautian internet-palvelut uudistuivat 2010. Sähköisen asiakaspalvelun vahvaa kehittämistä jatketaan vuonna 2011. Uusia ketjujen verkkopalveluja otetaan käyttöön myös muissa toimintamaissa kuin Suomessa. Verkkopalvelujen kehittämistyötä ohjaavat asiakasryhmien tarpeet ja niiden muuttumisen.



### *Viljelyohjelmista valmiita ratkaisuja kasvinviljelyyn*

Viljelyohjelmat toimivat viljelijän käytännön työkaluna. Peruslähtökohtana on käyttötarkoituksen mukainen viljelyohje kullekin kasvilajille. Ohjelma sisältää tiedot mm. kylvösiemenen valintaan, lannoitukseen, kasvin suojeleluun ja kalkitukseen. Tuotantopanoksien valinta perustuu pellon todettuun satopotentiaaliin, ja tavoitteena on parantaa viljelyn kannattavuutta.

### **TAVOITTEET JA STRATEGISET PAINOPISTEET**

Rautakeskon tavoitteena on vuonna 2011 markkinoita parempi myynnin kasvu ja alan paras asiakastyytyvyisyys. Asuntorakentamisen kasvaessa rautakaupan markkinoiden ennakoitaan vahvistuvan Pohjoismaissa ja kääntyvän kasvuun muissakin toimintamaissa. Korjausrakentamisessa ja sisustustavarakaupassa kysynnän uskotaan pysyvän hyvällä tasolla ja piha- ja puutarhatuotteiden myynnin kasvavan edelleen. Asiakkaiden ajanpuutteen, ikärakenteen muuttumisen ja yksilöllisten tarpeiden vuoksi palveluiden, kuten suunnittelun, kuljetusten ja asennustöiden kysynnän ennakoitaan edelleen kasvavan.

Asiakkaiden ostokäyttäytymisessä ja kulutustottumuksissa energiatehokkuuden, ympäristöarvojen ja vastuullisuuden merkitys kasvaa. Kiinteistöjen energiankulutus ja energiatehokas rakentaminen korostuvat. Kaupan tehtävä on tarjota asiakkaalle vastuullisia vaihtoehtoja. Rautakeskon tavoite on olla paras energiatehokkuuspalveluiden osaaja ja myyjä. K-raudoissa ja Rautioissa on tarjolla monipuolisia asumisen energiatehokkuutta parantavia palveluita.

Internetiä hyödynnetään entistä enemmän tiedon hakemiseen. Sosiaalinen media vaikuttaa tulevaisuudessa yhä enemmän asiakkaan valintoihin. Digitaalisuuden hyödyntäminen, monikanavaisuus ja asiakkaiden tarpeiden parempi ymmärtäminen nousevat toiminnan painopistealueiksi tavararyhmähallinnan ja perinteisen vähittäiskaupan rinnalle. Vuonna 2011 jatketaan sähköisen asiakaspalvelun vahvaa kehittämistä ja uusia ketjujen verkkopalveluja otetaan käyttöön myös muissa toimintamaissa.

Myymlöissä korostuvat asiointin helppous ja nopeus sekä aktiivinen myyntityö. Tuotekokonaisuudet esitellään keskitetyllä näyttelyalueella, jonka yhteyteen on sijoitettu palvelu- ja suunnittelupisteet. Kattavammalla tuoteinformaatiolla ja opasteilla helpotetaan itsepalvelua.

Maatalouskaupassa tavoitteena on kehittää asiakaslähtöistä K-maatalous-konseptia ja parantaa markkina-asemaa. Tämä toteutetaan aktiivisella myynnillä ja parhaalla tuote- ja palvelutarjonnalla.

Rautakeskon uusi SAP-pohjainen toiminnanohjausjärjestelmä RAKSA yhtenäistää ketjukauppojen ja Rautakeskon liiketoimintaa tukevat toimintamallit ja vähittäiskaupan tietojärjestelmät kaikissa toimintamaissa. RAKSA etenee vuonna 2011 muista toimintamaista Suomeen.

Kansainvälistä tavararyhmähallintaa ja ostotoimintaa tiivistetään vähittäiskaupan tehokkaammalla ohjauksella.

Kauppapaikkaverkoston vahvistetaan. Rakenteilla ovat uusi Rautia-K-maatalous Turkuun sekä uudet K-raudat Suomessa Kuopioon ja Kouvolaan, Ruotsissa Uppsalaan ja Haaparantaan sekä Venäjällä Pietariin ja kaksi Moskovaan.

## MARKKINAOSUUDET JA KESKEISET KILPAILIJAT

### Rautakauppa

- Suomi, markkinaosuus 37 % (Rasi, oma arvio)
- Kilpailijat: Starkki, Kodin Terra, S-rauta, Agrimarket, Bauhaus
- Ruotsi, markkinaosuus 7 % (HUI, oma arvio)
- Kilpailijat: Bauhaus, Byggmax, DT Group ja paikalliset erikoisliikkeet
- Norja, markkinaosuus 18 % (TBF)
- Kilpailijat: Monter/Optimera (Saint Gobain), Maxbo ja Coop
- Viro, markkinaosuus 18 % (oma arvio)
- Kilpailijat: Ehitus ABC (Saint Gobain), Bauhof ja Espak
- Latvia, markkinaosuus 16 % (oma arvio)
- Kilpailijat: Depo DIY ja Kursi
- Liettua, markkinaosuus 25 % (oma arvio)
- Kilpailijat: paikalliset rakennustarvike- ja erikoisliikkeet
- Luoteis- ja Keski-Venäjä, markkinaosuus noin 5 % (oma arvio)
- Kilpailijat: Leroy Merlin, OBI, Castorama, Maxidom, Metrika
- Valko-Venäjä, markkinaosuus 7 % (oma arvio)

### Maataloustarvikekauppa

- Suomi, K-maatalousketju
- Pääkilpailija: Agrimarket-ketju

K-ryhmän rautakauppa, kauppojen lukumäärät sekä vähittäis- ja yritysasiakasmyynti	Lukumäärä		Myynti, (alv 0 %) milj. euroa	
	2010	2009	2010	2009
K-rauta*	41	42	546	506
Rautia*	106	107	463	443
Rautakesko Yrityspalvelu			199	162
K-maatalous*	88	90	378	375
K-asiakassopimuskaupat	32	33	52	56
<b>Suomi yhteensä</b>	<b>267</b>	<b>272</b>	<b>1 637</b>	<b>1 543</b>
K-rauta, Ruotsi	20	20	209	188
Byggmakker, Norja	112	113	864	764
<b>Muut Pohjoismaat yhteensä</b>	<b>132</b>	<b>133</b>	<b>1 073</b>	<b>953</b>
K-rauta, Viro	9	9	52	63
K-rauta, Latvia	9	9	47	49
Senukai, Liettua	17	17	228	260
<b>Baltia yhteensä</b>	<b>35</b>	<b>35</b>	<b>328</b>	<b>373</b>
K-rauta, Venäjä	12	10	204	170
OMA, Valko-Venäjä	5	4	72	52
<b>Venäjä ja Valko-Venäjä yhteensä</b>	<b>17</b>	<b>14</b>	<b>277</b>	<b>222</b>
<b>Rautakauppa ulkomaat yhteensä</b>	<b>184</b>	<b>182</b>	<b>1 677</b>	<b>1 547</b>
<b>Rautakauppa yhteensä</b>	<b>451</b>	<b>454</b>	<b>3 314</b>	<b>3 090</b>

\* v. 2010 K-raudoista 1 ja Rautioista 50 oli samalla K-maatalouskauppoja

\* v. 2009 K-raudoista 2 ja Rautioista 50 oli samalla K-maatalouskauppoja

Rautakaupan avainluvut	2010	2009
Liikevaihto	milj. € 2 519	2 312
Liikevoitto	milj. € 23,9	19,6
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	milj. € 24,0	11,9
Liikevoitto liikevaihdosta ilman kertaluonteisia eriä	% 1,0	0,5
Investoinnit	milj. € 78,2	84,7
Sidotun pääoman* tuotto ilman kertaluonteisia eriä	% 3,8	1,8
Henkilökunta keskimäärin	8 379	8 804

\* kumulatiivinen keskiarvo

Rautakaupan liikevaihto 2010	milj. €	muutos, %
Rautakauppa, Suomi	1 163	10,2
K-rauta, Ruotsi	208	11,1
Byggmakker, Norja	547	14,7
Rautakesko, Viro	52	-17,6
Rautakesko, Latvia	47	-1,1
Senukai, Liettua	227	-12,8
Rautakesko, Venäjä	204	20,5
OMA, Valko-Venäjä	74	38,5
<b>Yhteensä</b>	<b>2 519</b>	<b>9,0</b>

Rautakaupan sidottu pääoma 31.12. milj. euroa	2010	2009
Pitkäaikaiset varat	512	494
Vaihto-omaisuus	254	196
Lyhytaikaiset saamiset	246	222
./ Koroton vieras pääoma	-365	-284
./ Pakolliset varaukset	-2	-4
<b>Sidottu pääoma**</b>	<b>645</b>	<b>624</b>

\*\* sidottu pääoma kuukauden lopussa

**AUTO- JA KONEKAUPAN** muodostavat VV-Auto ja Konekesko tytäryhtiöineen. VV-Auto toimii Volkswagen-, Audi- ja Seat-henkilöautojen sekä Volkswagen-hyötyautojen maahantuojana ja markkinoijana Suomessa ja Seatin osalta myös Virossa ja Latviassa. VV-Auto harjoittaa myös autojen vähittäiskauppaa ja tarjoaa jälkimarkkinointipalveluja omissa liikkeissään pääkaupunkiseudulla ja Turussa. Konekesko on vapaa-ajankoneiden, rakennus- ja materiaalinkäsittelykoneiden, maatalouskoneiden sekä linja- ja kuorma-autojen maahantuontiin, markkinointiin ja jälkimarkkinointiin erikoistunut palveluyritys. Konekesko toimii Suomessa, Virossa, Latviassa, Liettuassa ja Venäjällä. Konekesko valmistuttaa ja myy Yamarin-veneitä Suomessa ja vie niitä useisiin Euroopan maihin ja Venäjälle.

**955 M€**

Auto- ja konekaupan  
liikevaihto

**33,1 M€**

Auto- ja konekaupan  
liikevoitto ilman  
kertaluonteisia eriä

**0,8 %**

Kehitys vuonna 2010

**32,7 M€**

Kasvu vuonna 2010



Hyötyautot



Audi



SEAT





Audi A1



# Johtavat merkit ja kattavat palvelut



Volkswagen Golf oli jälleen vuoden ostetuin automallisarja Suomessa vuonna 2010.

## AUTOKAUPAN MARKKINAT

Vuonna 2010 Suomessa ensirekisteröitiin 111 968 henkilöautoa ja 11 045 pakettiautoa.

Henkilöautomarkkinat kasvoivat edellisvuodesta 23,6 % ja pakettiautomarkkinat 27,3 %. Volkswagen oli sekä henkilö- että pakettiautojen rekisteröintitilastoissa toiseksi eniten rekisteröity automerkki. Audi jatkoi edelleen premium-merkkien ykkösenä. Seatin markkinaosuus nousi selvästi edellisvuodesta.

## KONEKAUPAN MARKKINAT

Vapaa-ajankoneiden kokonaismarkkinat olivat Suomessa noin 300 milj. euroa. Veneiden vientimarkkinat supistuivat huolimatta yleisen taloustilanteen parantumisesta.

Rakennuskonemarkkinat pysyivät alhaisella tasolla ja olivat Suomessa, Baltiassa ja Pietarissa yhteensä noin 300 milj. euroa.

Maatalouskoneiden markkinat olivat Suomessa ja Baltiassa yhteensä noin 500 milj. euroa ja näkymät paranivat vuoden loppua kohden viljan hinnan noustessa.

Kuorma-automarkkinat (yli 6 t painoluokka) olivat noin 500 milj. euroa.

Vuonna 2010 Konekesko luopui vilja- ja tuotantotarvikekaupasta Baltiassa ja keskittyi strategiansa mukaisesti konekauppaan.

## VUOSI 2010

Auto- ja konekaupan liikevaihto vuonna 2010 oli 955 milj. euroa (947 milj. euroa) ja se kasvoi 0,8 %. Vertailukelpoinen liikevaihto kasvoi 15,1 %. Vertailukelpoisessa liikevaihdossa on eliminoitu autoveron muutoksen vaikutus (alkaen 1.4.2009) ja Baltian lopetettu vilja- ja tuotantotarvikekauppa. Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 33,1 milj. euroa ja se oli 32,7 milj. euroa enemmän kuin edellisenä vuonna.

VV-Auton liikevaihto oli 668 milj. euroa (598 milj. euroa), kasvua edellisvuoteen oli 11,7 %. Alkuvuonna liikevaihdon kehitystä alensi 1.4.2009 voimaan tullut autoveron muutos, jonka seurauksena autovero ei enää sisälly liikevaihtoon. VV-Auton liikevaihdon vertailukelpoinen kasvu oli 19,1 %.

VV-Auton pääkaupunkiseudulla ja Turussa sijaitsevien autoliikkeiden osuus uusien Volkswagen-, Audi- ja Seat-autojen kappalemääräisestä kokonaismyynnistä oli reilu kolmannes.

Suomen ensimmäinen uuden konseptin mukainen Audi-autotalo, Audi Center Airport avattiin Vantaan Aviapolikseen. Rakennukseen sijoittuvat Audi-myymlän ja Audi-huolto- ja korjaamotilojen sekä vaihtoautomyymälän lisäksi Volkswagen-, Audi- ja Seat-maahantuonnin uudet toimitilat. Aiemmin keväällä avattiin uudistettu Volkswagen Center Airport. Vuoden 2010 aikana käynnistettiin Espoon uuden Volkswagen Centerin ja Turun Volkswagen Centerin laajennuksen ja peruskorjauksen suunnittelu.

Volkswagen-henkilöautoasiakkaita palvelee yhteensä 40 myynti- ja 60 huoltotoimipaikassa. Volkswagen-hyötyautoilla on 41 myynti- ja 59 huoltotoimipaikkaa. Audi-jälleenmyyntiverkosto käsittää 21 myynti- ja 25 huoltotoimipaikkaa. Seatia myydään 22 ja huolletaan 40 toimipaikassa Suomessa ja 4 toimipaikassa Baltiassa.

Volkswagen-mallisto laajeni edelleen. Markkinoille tulivat uudistunut Touareg, Touran ja Phaeton sekä täysin uusi Sharan-tila-auto. Uusi Passat ja Passat Variant esiteltiin loppuvuodesta. Volkswagen-hyötyautot toi markkinoille uudistuneen Caddy-malliston. Audi-mallisto täydentyi uusilla Audi A1 ja A7 Sportback -malleilla. Seatin vuoden tärkein uutuuks oli Ibiza ST.

Konekeskon liikevaihto oli 287 milj. euroa ja se laski 17,9 % edelliseen vuoteen verrattuna Baltian vilja- ja tuotantotarvikekaupan suunnitellusta lopettamisesta johtuen. Konekeskon vertailukelpoinen liikevaihto kasvoi 6,2 %.





### *Yamahan Ride for Life -tapahtumalla uusia moottoripyöriä Sambiaan*

*Yamaha järjesti toukokuussa 2010 Riders for Health -järjestön kanssa Ride for Life -ajotapahtuman. Ajoreitti alkoi Pariisista ja huipentui Marrakechiin, jossa viisi uutta Yamaha Super Ténéré -moottoripyörää luovutettiin Riders for Health -hyväntekeväisyysjärjestön käyttöön Sambiaan. Yamaha Super Ténéré -moottoripyöriä käytetään verinäytekuljetuksiin ja muihin pidempiin matkoihin terveydenhoitolinikoille.*

Konekeskon Yamaha-tuotevalikoimaan kuuluvat Suomessa moottoripyörät, mopot, mönkijät, moottorikelkat, perämoottorit ja vesijetit, joiden kuluttajamyynnistä vastaa 130 Yamaha-jälleenmyyjän verkosto. Konekeskon omia venemerkkejä ovat kotimaiset Yamarin ja Suvi, joiden lisäksi Konekesko lanseerasi uuden alumiinirunkoisen Yamarin Cross -malliston lokakuussa 2010. Yamaha-perämoottorit ovat olleet markkinajohtaja jo vuodesta 1977. Vuonna 2010 markkinaosuus rekisteröidyissä perämoottoreissa oli 44,7 %. Konekeskon osuus veneiden (Yamarin, Suvi, Linder, Zodiac) ensirekisteröinneistä oli 17,2 %. Yamaha nousi myös 2-pyöräisten markkinajohtajaksi kaudella 2009. Kaudella 2010 markkinaosuus moottoripyörissä oli 17,5 % ja mopoissa 8,5 %.

Rakennus-, materiaalinkäsittely- ja ympäristökoneita markkinoidaan Suomessa, Baltiassa ja Venäjällä (Pietarissa) Konekeskon oman myyntiorganisaation kautta. Konekesko laajensi Still-trukkikauppaa Baltiaan ja Venäjälle ja aloitti saksalaisten Sennebogen-materiaalinkäsittelykoneiden myynnin Suomessa ja Baltiassa. Muita tunnetuimpia Konekeskon edustamia merkkejä ovat New Holland, Case, Kubota, Manitou ja Grove.

Konekesko myy Suomessa ja Baltiassa traktoreita, puimureita ja niiden varaosia. Baltiassa Konekeskon valikoimaan kuuluvat myös maatalouden työkoneet. Tunnetuimpia Konekeskon edustamia merkkejä ovat Massey Ferguson ja Claas.

Konekesko myy MAN-kuorma-autoja sekä MAN- ja Neoplan-linja-autoja Suomessa oman myyntiorganisaationsa kautta. Suomessa MAN-kuorma-autojen markkinaosuus säilyi edellisvuoden tasolla.

### **TAVOITTEET JA STRATEGISET PAINOPISTEET**

VV-Auto ja Konekesko edustavat markkina-alueellaan johtavia merkkejä ja vastaavat niiden myynnistä ja jälkimarkkinoinnista joko oman tai jälleenmyyntiverkostonsa kautta. Jälleenmyyntiverkostoa täydentää sopimus- huoltoverkosto.

Auto- ja konekaupan vahvuuksia ovat tunnetut brändit ja laaja tuotevalikoima, korkealaatuiset tuotteet ja palvelut, alueellisesti vahvat jälleenmyyjät, tehokas logistiikka, ammattitaitoinen henkilöstö sekä autokaupassa oma vähittäismyymäläketju.

Vuonna 2011 henkilöautomarkkinoiden odotetaan kasvavan muun muassa autokannan uusiutumistarpeesta johtuen noin 10 % ja pakettiautojen noin 25 %. Konekaupan markkinoiden odotetaan kasvavan hieman koko Konekeskon toimialueella.

Auto- ja konekaupan tavoitteena on vuoden 2011 aikana kasvattaa edustamiensa merkkien markkinaosuutta, kehittää edelleen jälleenmyynti- ja huoltoverkostoaan ja parantaa asiakastytyvyyttä ja kannattavuutta. Painopisteitä ovat tuote- ja palveluvalikoiman vahvistaminen sekä sähköisen asiakaskommunikaation lisääminen.



## AUTOKAUPAN MARKKINAOSUDET SUOMESSA

### VV-Auto

- Volkswagen-henkilöautot 13 %
- Audi-henkilöautot 4,6 %
- Seat-henkilöautot 1,3 %
- Volkswagen-pakettiautot 22,3 %  
(Liikenteen turvallisuusvirasto TraFi,  
ajoneuvoliikennerekisteri)

K-ryhmän auto- ja konekauppa, kauppojen lukumäärät sekä vähittäis- ja yritysasiakasmyynti	Lukumäärä		Myynti, (alv 0 %) milj. euroa	
	2010	2009	2010	2009
VV-Auto, vähittäiskauppa	9	9	334	307
VV-Auto, maahantuonti	1	1	354	307
Konekesko, Suomi	2	2	193	191
<b>Suomi yhteensä</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>881</b>	<b>805</b>
Konekesko, Viro			29	33
Konekesko, Latvia			40	92
Konekesko, Liettua			28	29
<b>Konekesko, Baltia yhteensä</b>			<b>97</b>	<b>154</b>
<b>Auto- ja konekauppa yhteensä</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>978</b>	<b>959</b>

Auto- ja konekaupan avainluvut	2010	2009
Liikevaihto	milj. € 955	947
Liikevoitto	milj. € 33,9	-5,1
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	milj. € 33,1	0,3
Liikevoitto liikevaihdosta ilman kertaluonteisia eriä	% 3,5	0,0
Investoinnit	milj. € 17,8	13,4
Sidotun pääoman* tuotto ilman kertaluonteisia eriä	% 19,6	0,1
Henkilökunta keskimäärin	1 138	1 291

\* kumulatiivinen keskiarvo

Auto- ja konekaupan liikevaihto 2010	milj. €	muutos, %
VV-Auto-konserni	668	11,7
Konekesko, Suomi	193	1,2
Konekesko, Baltia	96	-41,0
<b>Yhteensä</b>	<b>955</b>	<b>0,8</b>

Auto- ja konekaupan sidottu pääoma 31.12. milj. euroa	2010	2009
Pitkäaikaiset varat	85	96
Vaihto-omaisuus	165	157
Lyhytaikaiset saamiset	58	67
./ Koroton vieras pääoma	-130	-83
./ Pakolliset varaukset	-14	-15
<b>Sidottu pääoma**</b>	<b>164</b>	<b>222</b>

\*\* sidottu pääoma kuukauden lopussa