



Verkkokauppa.com

– kaikkien
intohimojen osoite

Yhtiön vuosi 2021



Verkkokauppa.comin vuosiraportointi 2021

Verkkokauppa.com on julkaissut neljä erillistä raporttia, jotka yhdessä muodostavat Verkkokauppa.comin vuosiraportoinnin vuodelta 2021. Raportit ovat saatavilla suomeksi ja englanniksi. Raportoinnin osat ovat yhtiöesite, hallituksen toimintakertomus ja tilinpäätös, selvitys muista kuin taloudellisista tiedoista, hallinnointiraportti ja palkitsemis-selvitys. Selvitys muista kuin taloudellisista tiedoista käsittelee yhtiön vastuullisuustyötä ja sen etenemistä vuoden 2021 aikana. Raportit ovat luettavissa ja ladattavissa [Verkkokauppa.comin verkkosivuilta](#) erillisinä pdf-tiedostoina.



Toimitusjohtajan katsaus

Yritysmyynti kasvun ajurina

Vuosi 2021 jatkui koronapandemian sävyttämänä ja suuri osa vuodesta elettiin poikkeusolosuhteissa. Verkkokauppa.comin koko vuoden liikevaihto oli 574,5 miljoonaa euroa. Kasvun ajurina toimi erityisesti yritysmyynti, joka vahvistui vuoden aikana lähes 20 prosenttia. Kuluttajamyynnissä vuosi päättyi kahden prosentin kasvuun. Suomen rajojen ulkopuolelle suuntautuva tukkumyynti väheni edelleen ja sen osuus liikevaihdosta tippui alle seitsemään prosenttiin.



575_{mEur}

Yhtiön historian suurin liikevaihto

75%

Suomalaisista tavoitetaan
seuraavan päivän toimituksilla

1,1%

Poikkeuksellisen alhainen
tuotteiden palautusprosentti

Kuluttajamyynä vuoden aikana sujui kaksijakoisesti. Alkuvuosi sujui vahvasti, mutta vuoden loppua kohden kysyntä heikkeni, kun viimeisellä kvartaalilla kokonaismarkkina kääntyi GFK:n mittaaman kuluttajaelektronikan osalta jopa kahdeksan prosentin laskuun. Vuoden aikana kasvu tuli puhtaasti verkkomyynistä, myymälämyynti sen sijaan laski etenkin Helsingin myymälän kärsiessä työmatka- ja matkustajaliikenteen reippaasta laskusta ja sitä kautta laskeneista kävijämääristä. Lähes kahden vuoden pandemia-aika on selvästi totuttanut kuluttajat asioimaan aiempaa enemmän verkossa ja uskomme, että muutos tulee olemaan pysyvä. Yhä useammassa ostopolussa verkkoasiointilla on iso rooli, vaikka lopullinen ostos tehtäisiinkin myymälässä. Koemme saumattoman monikanavaisen asiointikokemuksen kehittämisen tärkeänä.

Vuoden suurin valopilkku oli yritysmyyntimme positiivinen kehitys. Oli hienoa nähdä, että panostuksemme yhteen kulmakivistämme tuotti tulosta ja saimme vuoden aikana paljon uusia yritysasiakkaita. Tämä vahvistaa näkemystämme siitä, että etenkin pienten ja keski suurten yritysten hankinnat siirtyvät kuluttajamaisempaan suuntaan, missä meidän vahvuutemme korostuvat. Näemme yritysmyyntissämme edelleen paljon kasvupotentiaalia, ja aiomme jatkaa panostuksiamme sen kehittämiseen vahvistamalla myyntiorganisaatiotamme ja jatkamalla markkinointipanostuksia.

Vaiherikkaan vuoden aikana kannattavuutemme säilyi viime vuoden tasolla. Myyntikate kasvoi 3 % ja oli 91 miljoonaa euroa kulujen kasvaessa noin 5 %. Vertailukelpoinen EBIT oli 20,3 miljoonaa euroa, kun se viime vuonna oli 20,4 miljoonaa euroa.

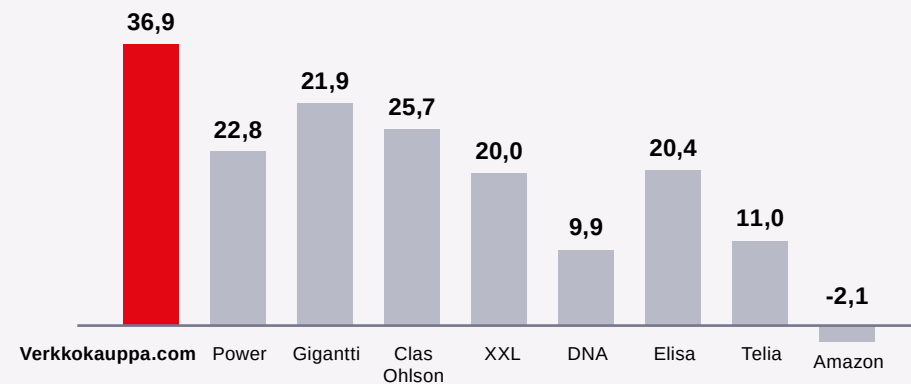
Viime vuotta vaisumpi markkina ja saatavuushaasteet

GFK:n mukaan kokonaismarkkinan kasvu kuluttajaelektronikassa jäi vuoden aikana alle 1 %:iin etenkin loppuvuoden vaisun kysynnän johdosta. Oman leimansa vuoteen toivat myös saatavuushaasteet, jotka pitkään jatkunut pandemia on kumuloinut melko laajasti eri tuoteryhmiin. Raaka-ainepulan ja toimitusketjun haasteiden lisäksi kasvanut kysyntä globaalisti eri tuoteryhmissä on heikentänyt saatavuustilannetta. Tuotteiden toimitusajat ovat yleisesti pidentyneet ja epävarmuus kasvanut. Työtä hankintojen eteen on pitänyt tehdä normaalia enemmän, mutta olemme onnistuneet tilanteessa kiitettävän hyvin ja tietoisesti myös nostaneet varastotasojamme. Asiakkaat odottavat nopeita toimituksia ja tehokasta logistiikkaa, minkä vuoksi on yhä tärkeämpää varmistaa oman varaston tuotteiden määrä ja kiinnostavuus. Tuoteryhmien osalta suurimmat kasvajat olivat lelut, grillaus ja keittiö, kamerat, pelit ja viihde sekä urheilu. Saatavuuksien osalta uskomme tilanteen jatkuvan haastavana myös vuoden 2022 aikana.

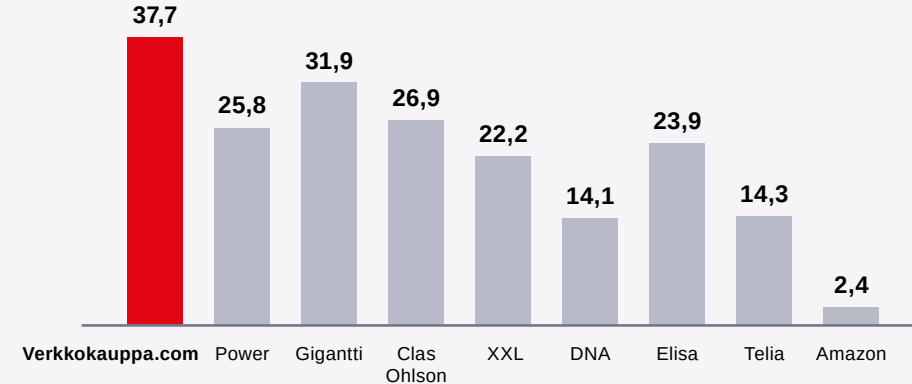
Meiltä yli **80 000** tuotetta
kannettavista tietokoneista
rannekelloihin



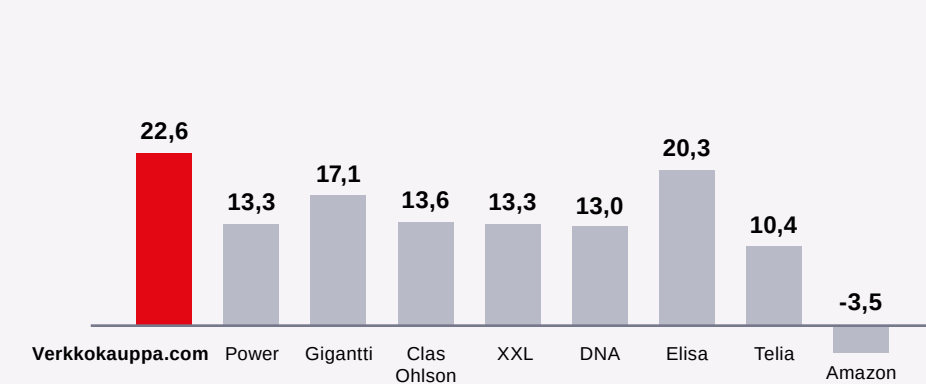
Verkkokauppa.com on verrokkiryhmänsä suositelluin brändi. Net Score.*



Verkkokauppa.comilla on verrokkiryhmänsä korkein brändiyleisindeksi. Net Score.*



Verkkokauppa.com on verrokkiryhmänsä puhutuin brändi. Net Score.*



Brändi kilpailuetuna

Verkkokauppa.comin tunnettu ja arvostettu brändi tarjoaa merkittävän tuen liiketoiminnan kasvulle tulevina vuosina. Vuonna 2021 Verkkokauppa.com valittiin Postin suuressa verkkokauppatutkimuksessa jälleen Suomen suosituimmaksi verkkokaupaksi. Tutkimuksen mukaan verkkoasioinnin helppous ja toimivuus nousivat tärkeiksi avainsanoiksi asiakkaiden keskuudessa. Tutkimusyhtiö YouGovin tekemässä Brand-index-seurannassa Verkkokauppa.com jatkoi verrokkiryhmänsä suosituimpana, puhutuimpana ja kokonaisindeksiltään parhaana brändinä myös vuoden 2021 aikana muihin brändeihin nähden. Vuoden 2022 aikana yhtiön tavoitteena on edelleen kehittää brändinsä tunnettua läpi Suomen ja kasvattaa asiakkaiden ostoaktiivisuutta erityisesti kehittyvissä kategorioissa.

Henkilöstö kasvun mahdollistajana

Osaava ja motivoitunut henkilöstö on yksi keskeisimpiä kasvumme mahdollistajia. Vuoden aikana lisäsimme uuden HR-johtajamme Saara Tikkasen johdolla merkittävästi panostuksia työyhteisömme hyvinvointiin. Kävimme vuoden aikana aiempaakin aktiivisemmin vuoropuhelua työntekijöidemme kanssa ja rakensimme työhyvinvoinnin vision työntekijöiltä kerätyn palautteen ja yhteisten workshoppien avulla. Laajensimme palkallisen lounastauon koskemaan myös osa-aikaisia työntekijöitä muuttamalla sen Verkkislisäksi, minkä myötä maksamme nyt

myymälä- ja logistiikkatyöntekijöillemme yli 6% TES:iä parempaa palkkaa. Laajensimme työterveyspalveluitamme ottamalla käyttöön mielenterveyttä edistäviä palveluita, ja panostimme vahvasti esihenkilöidemme kouluttamiseen ja valmentavaan johtamiseen. Pidimme useita työyhteisövalmennuksia eri puolilla organisaatiota ja vuoden aikana näimme kymmeniä urapolkuja, missä työntekijät siirtyivät uusiin tehtäviin talon sisällä. Otimme käyttöön myös uuden työvuorosunnittelujärjestelmän, josta saatavan datan avulla pyrimme mitoittamaan työntekijöiden määrän entistä paremmin suhteessa kysyntään. Kaikilla näillä toimenpiteillä pyrimme varmistamaan, että intohimoisesti työhönsä suhtautuvat verkkisläiset pystyvät loistamaan työssään ja tuottamaan asiakkaillemme ilahduttavia kokemuksia vuoden jokaisena päivänä.

Investointi varastoautomaatioon

Olemme vuoden aikana määrätietoisesti kulkeneet kohti uudistetun strategiamme tavoitteita. Tulevaisuuden kasvun mahdollistajiin lukeutuvat varastoautomaatioinvestointimme Helsingin Jätkäsaaren myymälässä ja valikoiman merkittävä kasvattaminen. AutoStore-varastoautomaatiojärjestelmän käyttöönotto on toteutumassa suunnitelmien mukaan kevään 2022 aikana. Tämä mahdollistaa yli 15000 tuotenimikkeen lisäämisen Jätkäsaaren varastoomme ja tehostaa toimintaamme merkittävästi. Verkkokauppa.comin varastoautomaatisointi käsittää kaikkiaan 36 robottia, jotka pystyvät poimimaan ja toimittamaan jopa

1000 artikkelia tunnissa. Kuluvan vuoden aikana AutoStoren lisäksi Jätkäsaareen asennetaan pakkausautomaatiojärjestelmä, joka pakkaa jopa 720 toimitusta tunnissa. Vuoden 2021 aikana saman päivän kotiinkuljetuksien suosio jatkoi huomattavaa kasvuaan, ja tähän nopeiden toimituksien kysyntään vastaaminen on avainasemassa tulevina vuosina. Nämä ovat tärkeitä askeleita yhtiömme matkalla kohti pitkän tähtäimen kasvutavoitettamme ja miljardin euron liikevaihtoa vuoden 2025 lopussa. Aiomme jatkaa liiketoimintamme pitkäjänteistä kehittämistä asiakaskokemuksen ja palvelujemme kautta, minkä tuloksena uskomme saavuttavamme kannattavaa kasvua.

Yhteinen ponnistus

Olemme Verkkokauppa.comissa selvinneet haasteellisesta vuodesta mukautumalla muuttuviin tilanteisiin ja onnistuneet toimimaan korkealla palvelutasolla. Tämä on vaatinut jokaiselta verkkisläiseltä paljon joustoa, periksiantamattomuutta ja asennetta. Varsinkin loppuvuodesta Omikron-virus verotti henkilöstöresurssejamme ennennäkemättömästi, mutta tästä huolimatta kiireinen sesonki ja toimituskuorma hoidettiin kunnialla. Verkkokauppa.comin henkilöstö jatkaakin työtään asiakkaiden hyväksi sinnikkäästi ja intohimoisesti myös tulevina vuosina!

* Lähde: Yougov, BrandIndex 2021, n= yli 3000

2021 yhtiö teki historiansa suurimman liikevaihdon

Q1

Verkkokauppa.com julkisti tarkennetun strategiansa kaudelle 2021–2025.
– Matka kohti miljardin myyntiä

Q2

Verkkokauppa.com valittiin Suomen innovatiivisimpien yritysten joukkoon*
Kotiinkuljetuksien suosio jatkoi nousuaan, kotiinkuljetukset nousivat 8% ja saman päivän pikakuljetukset 69%

Q3

Verkkokauppa.com liittyi kansainväliseen amfori BSCI -yritysvastuuohjelmaan edistääkseen vastuullisia työoloja tuotantoketjuissa

Maailmanluokan automatisoidun logistiikkakeskuksen rakentaminen Helsingin Jätkäsaareen aloitettiin

Yhtiö järjesti historiansa ensimmäisen pääomamarkkinapäivän

Q4

Verkkokauppa.com valittiin jälleen Postin suuressa verkkokauppa-tutkimuksessa Suomen suosituimmaksi verkkokaupaksi**

Tuotenimikkeiden määrä uuteen ennätykseen – yli 80 000 tuotetta valikoimassa. Valikoima kasvaa jopa sadalla tuotteella päivässä

Vahvistimme asiakasuskollisuutta ja kehitimme asiakaskokemusta – asiakastyytyväisyys nousi ennätystasolle, NPS 72***

* Hanken Finnish Innovation Index (FII)

** Postin suuri verkkokauppatutkimus 07/2021, n=2093

*** NPS 72 12/2021

Toiminta- ympäristö

Kaupan siirtyminen verkkoon jatkaa kasvuaan,
mutta vuonna 2021 kasvu ei ollut yhtä voimakasta
kuin covid-pandemian alkuvuonna 2020.

Vuonna 2021 vähittäiskaupan verkkokaupan globaali kasvu oli Statistan arvion mukaan maailmanlaajuisesti 10,1 prosenttia, ja verkkokaupan osuus vähittäiskaupasta oli 17,8 prosenttia.*

Pandemian jälkeisessä ajassa kasvun oletetaan pysyvän korkealla tasolla, erityisesti Suomessa odotamme verkko-ostamisen vakiintuneen osaksi yhä useamman suomalaisen arkea. Verkko- ja vähittäiskaupan tilanne pysyy Suomen markkinassa jatkossakin hyvin kilpailtuna. Kivijalkavetoisten erikoisliikkeiden vähentyminen tulee todennäköisesti jatkumaan, mikä tukee entistä useamman tuoteryhmän myynnin siirtymistä verkkoon.

Korona piti vuoden 2021 poikkeuksellisenä kaupan alalla. Pandemian pitkittyminen vahvisti yhä verkkokaupan kasvun megatrendiä.

Yhtiö uskoo koronan tuoman muutoksen olevan pysyvää ja näkee että verkkokaupan saralla on siirrytty uuteen aikaan, jossa kohderyhmä on kasvanut ja mikä tahansa tuote tai palvelu koetaan mahdolliseksi ostaa verkosta.

Suomen osalta on tulevana vuosina odotettavissa vielä suuria murroksia asiakkaiden ostokäyttäytymisessä ja halukkuudessa ostaa mitä tahansa verkosta.

Globaalin verkkokaupan myötä kaikkien ostajien käden ulottuvilla on jatkuvasti laajeneva tarjonta. Verkkokaupan kilpailu on luonnostaan kansainvälistä, sillä kuluttajan on helppo vertailla tuotteita ja tilata niitä myös ulkomailta. Valveutuneet kuluttajat kuitenkin yhä useammin pyrkivät suosimaan paikallisia vastuullisia toimijoita, mikä myös

suosii yhtiötä kilpailussa kansainvälisiä toimijoita vastaan. Verkkokauppa.com tulee menestymään verkkokaupankäynnin pelikentällä erityisesti paikallisten varastojen mahdollistamien nopeiden toimitusten, kasvavan valikoimansa ja alati kehittyvän monikanavaisen liiketoimintamallinsa ansiosta. Yhtiö peilaa toimintaansa ja kilpailukykyjään pääsääntöisesti isoihin globaaleihin toimijoihin ja näin jatkuvasti pyrkii ennakoimaan markkinan muutoksia, toimien paikallisena kaupan alan edelläkävijänä.

*Lähde Statista " E-commerce as share of total retail sales worldwide 2015–2025"

Arvonluontia moninaisille sidosryhmille

Resurssit ja mahdollistajat:



Verkkokauppa.comin ammattilaiset

- Työllisti keskimäärin 776 työntekijää vuoden 2021 aikana



Monikanavainen kauppapaikka

- Suomen suosituin verkkokauppa*
- Neljä jättimymälää
- Huolto- ja lisäarvopalvelut



Liiketoiminnan mahdollistajat

- Hankintaketju ja tavarantoimittajasuhteet (noin 750 toimittajaa)
- Paikalliset varastot
- Nopeat ja monipuoliset toimitustavat
- Oma, jatkuvasti kehittyvä toiminnanohjausjärjestelmä ja verkkokauppa-alusta



Aineeton pääoma

- Brändi ja tunnettuus
- Monikanavaisen asiointikokemuksen konsepti
- Tuoteosaaminen ja valikoiman hallinta
- Asiakas- ja asiointidata
- Tuotetieto ja -arvostelut



Taloudelliset resurssit

- Taseen loppusumma 172,3 milj. euroa
- Rahavarat 20,9 milj. euroa



Omistajat

- 18 811 osakkeenomistajaa (31.12.2021)



Kaikkien intohimojen osoite

Erinomainen
asiakaskokemus
ja vahva brändi

Tehokas tilaus-
toimitusprosessi

Ylivertainen
teknologinen
taustajärjestelmä

Laaja
tuotevalikoima

Kilpailukykyiset
kustannukset

Lisäarvo ja vaikutukset:



Henkilöstö

- Urapolut ja osaamisen kehittäminen
- Yhteisöllisyys ja osallistaminen
- Palkat ja palkkiot 28,9 milj. euroa



Asiakkaat

- 80 000 tuotetta
- Todennäköisesti aina halvempaan hintaan
- Helppo ja nopea asiointi kaikilla päätelaitteilla
- Personoitu asiakaskokemus niin kuluttaja-, yritys- ja tukkuasiakkaille
- Rääätälöidyt palvelut kaikenkokoisille yritysasiakkaille
- Yli 50 000 aktiivista yritysasiakasta
- Asiakastytytyväisyys



Tavarantoimittajat

- Moderni jakelukanava kuluttaja- ja yritysasiakkaiden tavoittamiseksi
- Ostot yli 490 milj. euroa



Omistajat

- Tilikauden tulos 15,1 milj. euroa
- Neljänneksittäin kasvava osinko
- Vuonna 2021 maksetut osingot 20,1 milj. euroa



Yhteiskunta

- Verot ja veronluonteiset maksut 38,9 milj. euroa
- Kaikki verot maksetaan Suomeen



Ympäristö

- Itse hankittu sähkö 100 % uusiutuvalla energialla tuotettua
- Oman toiminnan kasvihuonekaasupäästöt 319 tCO₂
- Jätteiden hyötykäyttöaste 100 %, kierrätysaste 81 %
- Kierrätetty SER-jäte 351 tonnia

Arvomme

Rohkeus

+

Läpinäkyvyys

+

Ketteryys

+

Yhteisöllisyys

* Lähde: Postin suuri verkkokauppatutkimus 2021

Vastuullisuus

Verkkokauppa.comissa

Vastuullisuus on keskeinen osa Verkkokauppa.comin toimintaa. Toiminnan ytimessä ovat laadukkaat ja turvalliset tuotteet ja niiden myyminen tarpeeseen.

Vastuullisuustyö painottuu olennaisuusanalyysillä ja sidosryhmiä kuunnellen tunnistettuihin painopisteisiin ja kattaa laaja-alaisesti toiminnan eri osa-alueet. Verkkokauppa.comin ensimmäisessä vastuullisuusohjelmassa asetetaan tavoitteet yhtiön vastuullisuustyölle strategiakaudella 2021–2025. Tavoitteita edistetään yhteisvoimin jatkuvan parantamisen periaatteella.

Verkkokauppa.comin yritys vastuusta, toimintatavoista ja työn tuloksista kerrotaan laajemmin osiossa Verkkokauppa.comin vastuullisuusraportointi – Selvitys muista kuin taloudellisista tiedoista 2021. Lue vastuullisuustyöstämme myös [verkkosivuiltamme](#).

Vuonna 2021 otettiin käyttöön uusiutuvasta Paptic-materiaalista valmistetut uudelleen-käytettävät ostoskassit.



Verkkokauppa.com
TIEDOSVASTUUSÄÄNTI JUNA PALJESKY

Tämä kassi on valmistettu uusiutuvasta Paptic-materiaalista. Se kestää useita vuosia ja on helposti kierrätettävissä. Kierrätys onnistuu myös kotona. Lue lisää verkkosivuiltamme.

Vastuullisuustyömme painopisteet



Asiakkaan puolella ja palveluksessa

- Myymme tarpeeseen: tuotteemme ovat laadukkaita ja turvallisia, tuotetiedot ja viestintämme läpinäkyviä
- Tarjoamme kestävää kulutusta tukevia palveluita
- Edistämme vastuullisia työoloja ja ympäristökäytäntöjä tuotantoketjussa



Pienemmät ympäristövaikutukset

- Minimoimme ilmastovaikutuksemme
- Suosimme vastuullisia materiaaleja ja materiaalitehokkuutta
- Edistämme materiaalien kiertoa



Yhteisöllinen Verkkis

- Panostamme johtamiseen ja kulttuuriin
- Edistämme hyvää oloa ja tuemme ammatillista kehitystä
- Meillä saa olla oma itsensä



Kannattava yritys ja hyvä hallinto

- Teemme kannattavaa liiketoimintaa
- Noudatamme hyvää hallinnointitapaa ja hallitsemme riskejä
- Takaamme vahvan tietoturvan

Vastuullisuustyön kohokohtia 2021

Myymme tarpeeseen ja pidimme tuotteiden palautusprosentin alhaisena: 1,1 %	Panostimme energiatehokkuuteen ja uusiutuvaan energiaan – oman toimintamme ilmastopäästöt laskivat 34 %	Vaalamme yhteisöllisyyttä aktiivisen vuoropuhelun, henkilöstökyselyiden ja työpajojen kautta	Otimme käyttöön Verkkokauppa.comin uudet toimintaperiaatteet	Mahdollistimme verkkokaupassamme kodinkoneiden vertailun energiatehokkuusluokan perusteella
Tehostimme palautuvien tuotteiden uudelleenmyyntiä – outletin myynti kappaleissa kasvoi 29 % verkko-outletin ja myymälöiden outlet-pisteiden avulla	Kierrätimme 351 tonnia sähkö- ja elektroniikkaromua	Lanseerasimme hyvinvointistrategian ja otimme käyttöön uusia työterveyden ja mielen hyvinvoinnin palveluita	Lisäsimme vastuullisuusaiheet osavuosisikatsauksiin	Julkaisimme verkkosivut tarjoamaan tietoa vastuullisuustyöstämme
Liityimme kansainväliseen amfori BSCI-yritysvastuuohjelmaan edistääksemme vastuullisia työoloja tuotantoketjuissa	Toimme valikoimiin uusiutuvat ja uudelleenkäytettävät Paptic-kassit sekä muovikassit 80 % kierrätysmuovista	Sovimme täysin joustavasta etätyömahdollisuudesta asiantuntijatehtävissä	Asetimme tavoitteet vastuullisuustyöllemme	Lahjoitimme yli 100 pyykinpesukonetta vähävaraisille

Verkkokauppa.comin

strategia

Visionamme on pysyä verkkokaupan edelläkävijänä jatkuvan innovoinnin ja kehityksen avulla. Tehtävänäme on tarjota paras mahdollinen asiakaskokemus Pohjoismaissa valituissa kategorioissa.

Verkkokauppa.comin strategiaa toteutetaan kahdeksan vahvan tukijalan kautta:

1. Valikoima

Tarjoamme laajimman ja mielenkiintoisimman valikoiman tuotteita valituissa kategorioissa Suomessa. Tuomme halutuimmat tuotteet ensimmäisenä asiakkaidemme saataville.

2. Asiakaskokemus

Toteutamme saumattoman monikanavaisen asiakaskokemuksen, jonka takana on oma edistysellinen teknologia-alusta. Rakennamme asiakaspolut digitaalisen asiakkaan tarpeisiin, joihin kehitetään jatkuvasti uusia palveluja ja toiminnallisuuksia.

3. Nopeus & ketteryys

Toimitamme tilaukset asiakkaille nopeasti. Tilaustoimituksiemme polttoaineena toimii erinomainen saatavuus ja vaivattomuus. Tarjoamme tarkkaa ja ajantasaista tietoa tuotteidemme saatavuudesta kaikissa kanavissamme ja toimipaikoissamme. Verkkokauppa.comin toimitusverkosto kattaa jo noin 75 prosenttia suomalaisista seuraavan päivän toimituksilla.

4. Luottamus

Varmistamme lupauksiemme toteutumisen kaupan alan läpinäkyvimmillä tuotetiedoilla ja kilpailukykyisillä hinnoilla ollessamme ”Todennäköisesti aina halvempi”. Keskitymme aina ratkaisemaan asiakkaan tarpeen parhaalla mahdollisella tavalla ilman tyrkyttämistä. Tahdomme olla asiakkaan luottamuksen arvoinen.

5. Vahva brändi

Mahdollistamme asiakkaillemme heidän intohimensa toteuttamisen. Pyrimme säilyttämään asemamme Suomen suosituimpana verkkokauppana tarjoamalla tuotteet edullisesti, nopeasti ja helposti. Kasvatamme merkitystämme yhä useammassa uudessa kategoriassa ja rakennamme pitkäkestoisia ja lojaaleita asiakassuhteita.

6. Intohimoiset ihmiset

Henkilöstö on tärkeimpiä menestystekijöitämme. Olemme yli 750 intohimoista Verkkokauppa.comin työntekijää myyjistä järjestelmäkehittäjiin. Arvostamme toisiamme, kunnioitamme moninaisuutta ja edistämme yhdenvertaisuutta. Haluamme vaa- lia yhteisöllistä ilmapiiriä, jossa kaikilla on mahdollisuus tulevaisuudessakin kehittää toimintaamme.

7. Teknologinen taustajärjestelmä

Omien it-ammattilaisten ja vahvan teknologiaosaamisen ansiosta meillä on edistysellinen teknologia-alusta, jolle rakentaa uusia palveluita ja toiminnallisuuksia parhaan mahdollisen asiakaskokemuksen tarjoamiseksi.

8. Uudet liiketoiminnot ja M&A

Varmistamme kasvumme valikoimassa, tavoittavuudessa ja kyvykkyyksissämme. Vuonna 2022 Verkkokauppa.com ostaa e-ville.com -verkkokaupan vahvistaakseen omien tuotemerkkien valikoimaansa ja keskeisiä kasvualueitaan Aasiassa sijaitsevan hankintaorganisaation avulla.

Verkkokauppa.comin pitkän aikavälin (2021–2025) taloudelliset tavoitteet

Verkkokauppa.com tavoittelee miljardin euron liikevaihtoa ja 5 prosentin vertailukelpoista liikevoittomarginaalia (vertailukelpoinen EBIT-%) vuoden 2025 loppuun mennessä. Lisäksi yhtiön tavoitteena on painaa kiinteät kustannukset alle 10 prosenttiin liikevaihdosta vuoteen 2025 mennessä. Tavoitteen saavuttamiseksi yhtiö tekee kohdennettuja investointeja logistiikkaan, prosesseihin ja automaatioon, toimitusketjuun, tuotehallintaan sekä markkinointiin. Samalla Verkkokauppa.com jatkaa osinkopolitiikkaansa, jonka mukaan yhtiö maksaa omistajilleen kasvavaa osinkoa vuosineljänneksittäin.

Kerromme säännöllisesti strategian etenemisestä ja suoriutumisesta suhteessa strategiaan tavoitteisiin.



**Miljardin euron liikevaihto
ja 5 %:n liikevoittomarginaali
vuoden 2025 loppuun mennessä**





Verkkokauppa.comin

osakkeen- omistajille

Verkkokauppa.com listautui Nasdaq Helsingin pörs-
siin 5. kesäkuuta 2020. Olemme erityisen iloisia siitä,
että osakkeenomistajien määrä on listautumisesta
lähtien kasvanut vauhdilla.

Meillä oli joulukuun lopussa yli 18 800 osakkeenomistajaa ja suoma-
laisten kotitalouksien omistuksessa on 53 prosenttia osakkeista. Suo-
malaisten rahoitus- ja vakuutuslaitosten omistuksessa on 16 prosent-
tia ja muiden kotimaisten tahojen omistuksessa 19 prosenttia yhtiön
osakkeista. Osakekannastamme ulkomaalaisomistuksessa on noin
12 prosenttia osakkeista. Verkkokauppa.comin markkina-arvo vuoden
lopussa oli 319 miljoonaa euroa.

Osinko

Verkkokauppa.comin osinkopolitiikkana on maksaa neljänneksittäin kasvavaa osinkoa. Yhtiön hallitus ehdottaa vuoden 2022 varsinaiselle yhtiökokoukselle, että tilikaudelta 2021 jaetaan osinkoa yhteensä 0,246 euroa osakkeelta. Ehdotuksen mukaan osinko jaetaan siten, että yhtiökokouksen yhteydessä osinkona maksetaan 0,060 euroa osakkeelta. Tämän lisäksi yhtiökokoukselle ehdotetaan valtuuttaa yhtiön hallitus päättämän yhteensä 0.186 euron osakekohtaisesta kolmena vuosineljänneksenä maksettavasta osingosta.

Sijoittajasuhteet

Osakkeenomistajia, sijoittajia ja analyytikoita palvelee yhtiön sijoittajasuhdetoiminto, joka toimii Helsingissä, Jätkäsaaren myymälän yhteydessä. Sijoittajasuhteet palvelee vastaamalla sijoittajien ja analyytikoiden kyselyihin puhelimitse, sähköpostilla ja järjestämällä sijoittajatapaamisia. Kaikki sijoittajatapaamispyynnöt pyydetään lähettämään sijoittajasuhteisiin.

Ensisijainen viestintäkanava on yhtiön [sijoittajasivut](#). Sivut ovat suomeksi ja englanniksi, ja sivuilta löytyy kaikki ajantasainen ja ajankohtainen tieto yhtiöstä; tiedotteet, taloudelliset raportit ja julkaisut,

tulostiedotustilaisuuksien esitykset ja webcastit sekä kalenteri. Sijoittajakalenterista voi tarkistaa tulosjulkistusajankohdat ja muut sijoittajille suunnatut tapahtumat. Sivustolta löytyy myös tiedot suurimmista osakkeenomistajista sekä osakkeen kurssimonitori, tuottolaskuri ja päätöskurssien hakutyökalu. Sijoittajasivustolla voit kirjautua tiedotteidemme postituslistalle, ja näin saat viimeisimmät uutiset aina suoraan omaan sähköpostiisi.

Pääomamarkkinapäivä

Vuonna 2021 Verkkokauppa.com järjesti yhtiön historian ensimmäisen Pääomamarkkinapäivän (Capital Markets Day). Tilaisuudessa yhtiön johto kertoi strategiastaan tavoitella miljardin euron liikevaihtoa, strategian toteuttamisesta ja siitä miten yhtiö hyödyntää laajan tuotevalikoimansa kuluttajien siirtymässä asioimaan verkossa yhä enenevässä määrin. Tilaisuudessa kerroimme myös ylivertaisesta teknologisesta taustajärjestelmästä ja talousjohtajamme antoi päivityksen talouden ajankohtaisiin asioihin. Tilaisuuden esitykset (englanniksi) ovat katsottavissa tallenteina sijoittajasivuilla, samalla sivulla on myös esitysmateriaalit.

Tulostiedotukset

Verkkokauppa.com järjestää neljänneksittäin tulosjulkistusten yhteydessä tiedotustilaisuudet suomeksi ja englanniksi. Tiedotustilaisuuksissa Verkkokauppa.comin toimitusjohtaja esittelee tuloksen ja tilaisuuksia voi seurata suoran webcast-lähetyksen kautta. Tulosraportti julkistetaan kahdella kielellä tyypillisesti aamulla klo 8:00, ja tilaisuuksien esitysmateriaali on saatavilla sijoittajasivuilla tulosraportin julkistuksen jälkeen. Tiedotustilaisuuksien tallenteet ovat saatavilla tilaisuuksien jälkeen.

Hiljainen jakso

Verkkokauppa.com noudattaa 21 päivän hiljaista jaksoa ennen tulostiedotteidensa julkistamista. Tänä aikana Verkkokauppa.com ei tapaa tai keskustele pääomamarkkinoiden edustajien kanssa.

Verkkokauppa.comin taloudellinen kalenteri 2022

- Tilinpäätöstiedote vuodelta 2021 julkaistaan torstaina 10.2.2022
- Vuoden 2021 tilinpäätös viikolla 9, 2022
- Varsinainen yhtiökokous on suunniteltu pidettäväksi torstaina 24.3.2022
- Osavuosikatsaus tammi-maaliskuulta 2022 julkaistaan torstaina 28.4.2022
- Puolivuosikatsaus tammi-kesäkuulta 2022 julkaistaan torstaina 14.7.2022
- Osavuosikatsaus tammi-syyskuulta 2022 julkaistaan torstaina 27.10.2022
- Tilinpäätöstiedote vuodelta 2022 julkaistaan 9.2.2023

Sijoittajasuhteiden yhteystiedot:

Marja Mäkinen, Head of Investor Relations and Corporate communications
 Email: marja.makinen@verkkokauppa.com
 Osoite: Tyynenmerenkatu 11, 00220 Helsinki

Käy tutustumassa Verkkokauppa.comin sijoittajasivuihin:
<https://investors.verkkokauppa.com/fi>

Liity yhtiön tiedotteiden postituslistalle: www.joinverk.com

Katso webcast-lähetyksiä: www.verklive.com

Verkkokauppa.com

auttaa asiakkaitaan toteuttamaan intohimojaan tarjoamalla laajan yli 80 000 tuotteen valikoiman. Verkkokauppa.com Oyj palvelee kuluttaja- ja yritysasiakkaita verkko-kaupan, myymälöiden, 24h kioskin ja noutopisteverkoston kautta sekä nopeilla toimituksilla ja erilaisilla palveluilla. Suomen suosituimpana ja vierailluimpana verkossa toimivana kotimaisena vähittäiskauppana yhtiön toimitukset tavoittavat noin 75 prosenttia suomalaisista seuraavan päivän aikana. Yhtiöllä on neljä jättimyymälää: Oulussa, Pirkkalassa, Raisiossa ja Helsingin Jätkäsaarella, jossa yhtiön pääkonttori myös sijaitsee. Verkkokauppa.com tarjoaa työpaikan yli 750 henkilölle. Yhtiön osake on listattu Nasdaq Helsingin pörssilistalla kaupankäyntitunnuksella VERK.



[linkedin.com/company/verkkokauppa.com](https://www.linkedin.com/company/verkkokauppa.com)



twitter.com/verkkokauppacom



facebook.com/verkkokauppacom/



instagram.com/verkkokauppacom/