



Stark position i FINLAND

2006/2007 var något av ett mellanår för Lindex i Finland. Efter flera år av kraftig försäljningsökning, minskade försäljningen något under det gångna året.

Tappet berodde till stora delar på en svagare utveckling inom damkonfektion, där en stark avslutning på året inte riktigt räckte för att kompensera för en vikande försäljning under framförallt första halvåret. Inom barnkläder var försäljningsutvecklingen stark under hela året. Även inom underkläder behöll Lindex sin starka position.

Nya butikskonceptet väl mottaget

Fokus under året låg på att förvalta och vidareutveckla de befintliga butikerna. Bland annat fortsatte arbetet med att etablera det nya butikskonceptet. Skillnaden är påtaglig och den nya utformningen har starkt bidragit till att öka modekänslan i butikerna.

Marknaden fortsatt stark

Den ekonomiska tillväxten i Finland har under senare år varit stark. Under 2006 ökade BNP med 5,5 procent. Till de främsta drivkrafterna bakom utvecklingen hör en kraftigt ökande privat konsumtion, som gynnat inte minst konfektionshandeln. Under 2006 ökade den privata konsumtionshandeln med 4,3 procent.

Jämfört med Sverige och Norge står traditionella varuhus och stormarknader fortsatt för en relativt stor andel av den totala klädförsäljningen i Finland. Utvecklingen går dock mot att butikskedjorna tar marknadsandelar på framförallt de fristående butikernas bekostnad.

Marknadsledande ställning

Lindex har under senare år expanderat på den finländska marknaden och den totala försäljningen har ökat. När det gäller barnkläder och underkläder är Lindex idag en av de marknadsledande. Precis som på övriga nordiska marknader har Lindex flyttat fram positionerna även inom damkonfektion.

Den ökade modekänslan i kollektionerna har uppskattats av kunderna och bidragit till att ställningen på marknaden stärkts ytterligare.

Parallellt med expansionen har Lindex bedrivit ett intensivt arbete med att öka kännedomen om varumärket. Arbetet har gett resultat och Lindex ligger idag, tillsammans med H&M och Stockman, i topp när det gäller kännedom. Ett tydligt tecken på Lindex ställning på den finska klädmärknaden är det stora antalet medlemmar i Lindex Club. Totalt uppgår antalet medlemmar till över 500 000, vilket innebär att var tredje kvinna i åldern 20–60 år är medlem i klubben.

Baltikum en del av Finlandsorganisationen

Stort fokus låg även under året på etableringen i Litauen samt på expansionen i Estland och Lettland. I takt med att de första butikerna nu har etablerats på alla tre marknaderna kommer ansvaret för Baltikum successivt att föras över till en egen organisation.