

Osakasviesti 12/2018

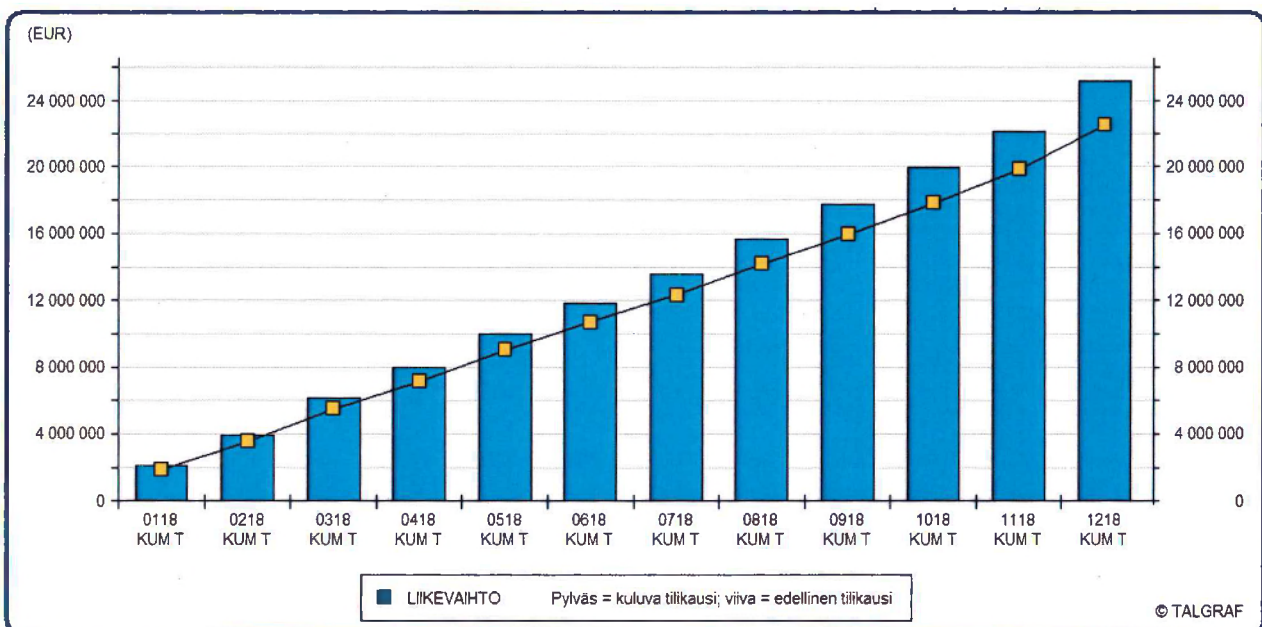
Ruohonjuuri julkaisee alkuvuodesta ja kesän jälkeen taloudellisia tietojaan - nopealla aikataululla saadaan luotettavasti vain myyntitiedot. Verkkosivuilla on pieni erillinen osio sijoittajia varten, missä myös nämä katsaukset ovat saatavissa.

Parhaan kuvan Ruohonjuuren toiminnasta omistajat saavat seuraamalla Ruohonjuuren viestintää verkkosivuilla osoitteessa www.ruohonjuuri.fi, Facebookissa, Twitterissä, Instagramissa ja LinkedInissä - sekä vieraillemalla aktiivisesti myymälöissä.

Katsaus menneisiin kuukausiin

Vuoden 2018 lopuksi Ruohonjuuressa voidaan pysähtyä hetkeksi ja katsoa taaksepäin tyytyväisenä. Liikevaihdon kehitys jatkoi vuonna 2018 kasvuaan ja koko vuoden liikevaihto oli tavoitellulla tasolla. Verkkokaupan kasvu oli edelleen suhteellisesti suurinta, mutta myös myymälöiden myynnin kehitys oli positiivista. Kilpailijoidenkin suunnalla tapahtuu, kun Ego- ja Hehku-kauppaketjut ovat ilmoittaneet eri tasoista supistuksista.


Ruotsissa ensimmäinen myymälä aukesi tammikuussa toiminimellä Happy Food Store. Myynti oli tasaista vuoden mittaan, ja loppuvuodesta päätettiin moninkertaistaa panostukset markkinointiin. Markkinointipanosten ansiosta Ruotsin loppuvuosi oli selvästi alkuvuotta parempi, mutta joka tapauksessa Ruotsin tappiollisuus painaa koko konsernin tulosta vuonna 2018.



Kuvio: liikevaihdon kehitys Suomessa

Vuoden 2019 alussa Ruohonjuuri sai viimein avattua myymälän Vantaalle, Jumbon kauppakeskukseen. Loppuvuodesta 2019 avataan myymälät Triplan ja Ainoan kauppakeskuksissa.

Erityisenä uutena selvitys- ja kehityskohteenä vuonna 2019 nähdään automaation ja robotiikan lisääminen Ruohonjuuren toiminnassa. Keskusvaraston selvitystyö on käynnissä ja sen käyttöönotto voi tuoda Ruohonjuurella suuria etuja.


Arto Ranta-aho, toimitusjohtaja