

ELLOS GROUP

FNG NORDIC AB (PUBL) KONCERNEN

Pressmeddelande, Borås 11 maj 2022

FNG NORDIC AB (PUBL) DELÅRSRAPPORT JANUARI - MARS 2022

Delårsrapporten för FNG Nordic AB (Ellos Group) publiceras idag.

FÖRSTA KVARTALET 2022

- Nettoomsättningen ökade med 3,5 procent till 859,3 (830,3) MSEK. Valutaeffekter påverkade tillväxten positivt med 2,0 procent.
- Bruttomarginalen ökade till 51,4 (50,8) procent.
- Justerad EBITA uppgick till 15,0 (31,4) MSEK. Justerad EBITA-marginal uppgick till 1,7 (3,8) procent.
- Rörelseresultatet uppgick till -23,2 (7,5) MSEK. Rörelsemarginalen uppgick till -2,7 (0,9) procent.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -103,8 (-86,5) MSEK.
- Likvida medel uppgick till 158,1 (205,6) MSEK.

Kommentar från VD i FNG Nordic AB (publ)

ELLOS GROUP BIBEHÅLLER FÖRRA ÅRETS HÖGA FÖRSÄLJNINGSNIVÅ TROTS EN OROLIG OMVÄRLD

Ellos Group fortsatte att växa i årets första kvartal. Försäljningen nådde 859 MSEK, vilket motsvarar en tillväxt på 3,5 procent. Det innebär att vi har etablerat en ny, historiskt hög försäljningsnivå för första kvartalet där årets försäljning är ca. 35 procent högre än första kvartalet 2020. Utvecklingen är positiv trots att vi ser ett visst skifte på marknaden mot fysisk handel i butik efter att Covid-19 restriktionerna lyfts.

Vi fördömer kraftigt Rysslands krig mot Ukraina och våra tankar går till det ukrainska folket. Vi har inte haft några direkta effekter av kriget men det svåra säkerhetspolitiska läget påverkade till viss del konsumenternas efterfrågan under kvartalet. Vi ser också att de indirekta effekterna kan bli betydande och att den högre inflationen och aviserade räntehöjningar kan fortsatt ha en viss dämpande effekt på efterfrågan.

Trots detta har vi sett en tillväxt på i stort sett alla våra marknader. Heminredning fortsätter att växa, om än i lägre takt, vilket är särskilt glädjande med tanke på ett mycket starkt jämförelsekvartal 2021 och en generellt svag utveckling för branschen i sin helhet. Samtidigt ser vi ett högre intresse för vårt modeerbjudande nu när restriktionerna är borta och de sociala sammankomsterna ökar. Vi noterar också att returerna ökar jämfört med lägre nivåer under pandemin.

Vi upplevde, liksom branschen i övrigt, fortsatt hög prisinflation på digital marknadsföring. Eftersom vi har lyckats öka effektiviteten har våra marknadsföringskostnader i förhållande till försäljning minskat något jämfört med motsvarande kvartal 2021. Vi förväntar fortsatt högre kostnader för marknadsföring i digitala kanaler.

Under kvartalet har vi stärkt vårt kunderbjudande och tagit flera steg i vår hållbarhetsresa. Ellos lanserade en badklädeskollektion i återvunnet material där alla produkter var en del av Ellos "A Better Choice"-program som fokuserar på att utöka användningen av hållbara material. Ellos lanserade även flera framgångsrika samarbeten inom "Made by Women"-initiativet. Bland annat en bäddkollektion med Marie Olsson Nylander och en klänningskollektion med Johanna Toftby, vilka båda var stora kommersiella framgångar.

Vi har samtidigt ökat varulagret jämfört med motsvarande period 2021. Det gör oss mindre sårbara i förhållande till den utmanande situationen på den globala fraktmarknaden samtidigt som det säkerställer att vi kan ha ett brett och attraktivt erbjudande till våra kunder. Situationen i Kina med nya Covid-19 utbrott och nedstängningar förväntas fortsätta och orsaka störningar i produktion och leveranskedjor. Vi bevakar noggrant denna utveckling.

Vid utgången av första kvartalet kommunikerade vi att Ellos Group vässar strategin med större fokus på lönsam tillväxt genom att satsa mer på vår kärnkund – kvinnan mitt i livet. Vi ser stor potential att med innovation och kreativitet skapa än mer attraktiva, hållbara och breda erbjudanden inom mode och hem till vår kärnkund som vi har en historiskt lång relation till, en stark position och en tät dialog med. Som följd tog vi det strategiska beslutet att avveckla Stayhard i augusti i år.

ELLOS GROUP

Som vi tidigare kommunicerat kommer Nordic Capital med stor sannolikhet återigen bli våra ägare. Detta är positivt för Ellos Group. Vi har en god relation med Nordic Capital och tillsammans har vi ett bra utgångsläge för att fortsätta tillvarata tillväxten och efterfrågan online.

Vi är ödmjuka inför utmaningarna i vår omvärld och hoppas innerligt att vi snart får se ett slut på Rysslands krig mot Ukraina. Under tiden har vi valt att donera pengar till UNHCR och stödjer Borås Stads flyktingmottagning med produkter. Vi fortsätter att följa utvecklingen noga och ser ändå positivt på framtiden där vi står väl positionerade på marknaden.

Hans Ohlsson, VD

För ytterligare information:

Johan Stigson, CFO, Tel. +46 (0)33 16 08 05

Denna information är sådan information som FNG Nordic AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 11 maj 2022 kl 08.30 CEST.

OM ELLOS GROUP

Ellos Group är Nordens ledande e-handelsgrupp med e-handelsplatserna Ellos, Jotex, Stayhard och Homeroom. I nära relation med våra miljontals kunder strävar vi ständigt efter att utveckla och erbjuda attraktiva och hållbara erbjudanden inom mode och hemprodukter för hela familjen. För oss är kunden alltid i fokus. Med innovation, kreativitet och hållbarhet söker vi ständigt nya vägar i stort och smått. Ellos Group, med huvudkontor i Borås, är verksamt i samtliga nordiska länder och på utvalda marknader i Europa. Ellos Group har ca 600 medarbetare och omsätter runt 3,6 miljarder SEK. www.ellosgroup.se