

ELLOS GROUP

Ellos Group AB (publ) koncernen, (namnändrat från FNG Nordic AB (publ))

Pressmeddelande, Borås 23 februari 2023

ELLOS GROUP AB (PUBL) DELÅRSRAPPORT JANUARI - DECEMBER 2022

Delårsrapporten för Ellos Group AB (publ) publiceras idag.

FJÄRDE KVARTALET 2022

- Nettoomsättningen minskade med 1,9 procent till 1 038,9 (1 059,3) MSEK. Organiskt var nettoomsättningen oförändrad.
- Bruttomarginalen minskade till 49,1 (50,6) procent.
- Justerad EBITA uppgick till 26,5 (38,9) MSEK. Justerad EBITA-marginal uppgick till 2,5 (3,7) procent.
- Rörelseresultatet uppgick till -11,6 (10,4) MSEK. Rörelsemarginalen uppgick till -1,1 (1,0) procent.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 68,6 (43,5) MSEK.
- Likvida medel uppgick till 157,5 (196,3) MSEK.

HELÅRET 2022

- Nettoomsättningen ökade med 0,6 procent till 3 611,7 (3 589,1) MSEK. Organiskt var nettoomsättningen oförändrad.
- Bruttomarginalen minskade till 50,3 (51,4) procent.
- Justerad EBITA uppgick till 80,1 (161,4) MSEK. Justerad EBITA-marginal uppgick till 2,2 (4,5) procent.
- Rörelseresultatet uppgick till -40,3 (43,6) MSEK. Rörelsemarginalen uppgick till -1,1 (1,2) procent.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -18,9 (-16,3) MSEK.
- Likvida medel uppgick till 157,5 (196,3) MSEK.

Kommentar från VD i ELLOS GROUP AB (publ)

FORTSATT HÖG FÖRSÄLJNING PÅ ÖVER 1 MDSEK I KVARTALET TROTS EN OSÄKER OMRÄLDE

Ellos Group levererade återigen en försäljning i årets sista viktiga kvartal på över 1,0 MDSEK. Den organiska försäljningen var oförändrad jämfört med motsvarande period 2021 som var ett rekordkvartal i och med att vi då för första gången nådde denna höga nivå.

Perioden kännetecknades samtidigt av fortsatt stor osäkerhet i likhet med hela 2022 som en följd av Rysslands invasion av Ukraina med efterföljande energikris, en tilltagande inflation, ett tufft ekonomiskt läge och vikande efterfrågan bland konsumenterna. Trots ett utmanande läge är det ett styrkebesked att Ellos Group upprätthåller en hög försäljning.

Vår försäljning för helåret landade på 3,6 MDSEK. Under året har vi mött tuffa jämförelsetal och det är därför glädjande att försäljningen är på samma höga nivåer som under Covid-19 pandemin. Det är ett kvitto på att vårt erbjudande och de satsningar vi har gjort under året är rätt.

Vår bedömning är att vi fortsätter ta marknadsandelar i både Norden och Europa. Vi har skördat framgångar i Europa både genom Jotex

expansion till framför allt Tyskland och genom Ellos Groups andra samarbeten och marknadsplatser.

Under kvartalet tog vi flera steg för att ytterligare förbättra vårt erbjudande inom hem och mode. Bland annat lanserade vi en festkollektion tillsammans med influencern Emilie Tømmerberg och med influencern Emily Slotte lanserade vi en kampanj med juldekorationer. Framöver kommer Ellos Group lägga ännu större fokus och satsningar på vår kärnkundgrupp för att fortsätta växa affären på ett lönsamt sätt.

Kvartalets bruttomarginal minskade med 1,7 procentenheter till 48,4 procent på grund av ett högre kampanjtryck, drivet av en ambition att förbättra lagerpositionen i kombination med en svagare marknad.

När vi gick in i 2022 var ett av våra fokusområden att förbättra vår kostnadseffektivitet, framför allt avseende marknadsföringskostnader.

Jag kan konstatera att vi har haft en positiv utveckling under året över hela vår verksamhet och det är anledningen till att försäljningskostnaderna

ELLOS GROUP

minskar med 0,1 procentenheter i förhållande till nettoomsättningen trots att distributionskostnaderna ökar markant på grund av kostnadsinflation. Vårt kostnadsfokus kommer vara prioriterat även för 2023.

Under kvartalet minskade varulagret med 86 MSEK (11 procent) och jämfört med motsvarande kvartal föregående år minskade lagret med 39 MSEK (5 procent), vilket bidrog till det positiva och förbättrade kassaflödet från den löpande verksamheten för kvartalet. Vi ser också en välbalanserad lagerposition som en styrka när vi går in i 2023.

Under 2022 vässade vi vår strategi med större fokus och satsningar på vårt erbjudande till vår kärnkund

kvinnan mitt i livet. Strategin implementeras nu i hela verksamheten för att skapa bättre förutsättningar och ökad konkurrenskraft för oss som bolag. Att ha attraktiva, hållbara och prisvärda erbjudanden blir ännu viktigare i utmanande tider.

Vi är ödmjuka inför utmaningarna i omvärlden som fortsätter in i 2023 och vi följer utvecklingen noga. Vår syn är att den strukturella effekten där fler shoppar online framför fysisk handel kommer att bestå. Som ledande e-handelsaktör med starka varumärken inom heminredning och mode ser vi positivt på framtiden.

Hans Ohlsson, VD

För ytterligare information:

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

Denna information är sådan information som Ellos Group AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 23 februari 2023 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