

Pressmeddelande, Borås, 11 maj 2023

ELLOS GROUP AB (PUBL) DELÅRSRAPPORT JANUARI - MARS 2023

Delårsrapporten för Ellos Group AB (publ) publiceras idag.

FÖRSTA KVARTALET 2023

- Nettoomsättningen minskade med 5,4 procent till 816,4 (862,6) MSEK. Organiskt minskade nettoomsättningen med 3,0 procent.
- Bruttomarginalen minskade till 50,9 (51,5) procent
- Justerad EBITA uppgick till 6,8 (15,0) MSEK. Justerad EBITA-marginal uppgick till 0,8 (1,7) procent
- Rörelseresultatet uppgick till -16,8 (-23,2) MSEK. Rörelsemarginalen uppgick till -2,1 (-2,7) procent
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -50,1 (-103,8) MSEK.
- Varulager uppgick till 676,8 (769,9) MSEK.

Kommentar från VD i Ellos Group AB (publ)

MOTSTÅNDSKRAFT I EN UTMANANDE MARKNAD

Ellos Group levererade en hög försäljning i årets första kvartal trots en utmanande marknad till följd av den höga inflationen, kraftigt stigande räntor och ett allmänt tufft läge för hushållens ekonomi. Den organiska nettoomsättningen minskade med 3 procent jämfört med första kvartalet 2022 som var ett kvartal med historiskt hög försäljningsnivå.

Vi ser tecken på en fortsatt vikande efterfrågan för marknaden i stort. E-handelsindikatorn från Svensk Handel för första kvartalet 2023 visar en minskning på 6 procent för e-handeln i Sverige. Mars var också en kall månad varför vårsäsongen inte kom i gång. Vår bedömning är att vi fortsätter att ta marknadsandelar och att vårt samlade erbjudande inom mode- och heminredning står starkt och är motståndskraftigt även i en utmanande marknad.

Vi arbetar med att implementera vår strategi med större fokus och satsningar på vårt erbjudande till vår kärnkund, kvinnan mitt i livet. Strategin implementeras i hela verksamheten för att skapa bättre förutsättningar och öka konkurrenskraften för oss som bolag. Att ha attraktiva, hållbara och prisvärda erbjudanden blir ännu viktigare i dessa tider. Ett specifikt område som vi har valt att fokusera lite extra på är vårt erbjudande inom under- och badkläder, en satsning som fallit mycket väl ut med starka tillväxttall under första kvartalet. Kärnan i denna satsning, precis som erbjudandet i stort, är våra egna varumärken – där Ellos

underklädeskollektion erbjuder trend, sortiment och storlekar som få andra aktörer kan.

Kvartalets bruttomarginal minskade med 0,6 procentenheter till 50,9 procent. Arbetet med att anpassa varulagret och inköpen till det nya makroekonomiska läget har fortsatt. Som en effekt av det minskade varulagret med 21 MSEK under första kvartalet, vilket kan jämföras med ökning under motsvarande period både 2022 och 2021. Som en följd av detta minskar vi användandet av externa lager, vilket kommer ge en positiv effekt i våra lagerkostnader.

Våra insatser för att skala och effektivisera verksamheten fortsätter. Vi investerade under förra året i system och processer för att effektivt kunna skala försäljningen av egna varumärken på utvalda marknadsplatser i Europa. Vi når nu åtta europeiska marknader på bland annat Zalando och Westwing. Den positiva försäljningsutvecklingen från första kvartalet stärker oss i uppfattningen om att vi har ett konkurrenskraftigt erbjudande i våra egna varumärken också utanför Norden. Vi har även effektiviserat leverans- och returprocessen i varuflödet för våra europeiska Jotex-kunder. Returer stannar nu i vår 3PL-Hub i Polen och skickas direkt därifrån till kund vid ny order.

Vi har under en tid arbetat hårt för att skala och effektivisera våra betalningslösningar under varumärket Elpy. Elpy-plattformen har under senare år rullats ut stegvis på våra e-handelssajter. Under andra kvartalet kommer Elpy finnas tillgänglig på samtliga våra e-handelssajter i alla länder. Det innebär bland annat att utrullningen av nya produkter blir snabbare och effektivare och att vi når hela kundunderlaget.

ELLOS GROUP

Vi är nu i slutfasen i ett större så kallat Martech projekt där vi har etablerat ännu bättre förutsättningar för att bedriva datadriven, personifierad och automatiserad marknadsföring och försäljning, med förstapartsdata som kärna, både i egna och externa kanaler. I slutfasen under andra kvartalet rullar vi ut vår nya 'Customer Data Platform' och 'Customer Engagement Platform'. Målet är att ytterligare öka effektiviteten i vår marknadsföring.

Vi har även utvecklat vårt hållbarhetsarbete under perioden. Bland annat har en fortsatt utvärdering och konsolidering av leverantörsbasen genomförts, vilket både kommer underlätta hållbarhetsarbetet och förbättra effektiviteten i våra inköp. Koncernen har även skrivit under det nya arbetsmiljöavtalet i

Pakistan och vi fortsätter att arbeta aktivt för att förbättra arbetsförhållandena i de fabriker vi köper produkter från.

I dessa tider är vi särskilt ödmjuka och följer marknadsutvecklingen noga. Att förbättra vår kostnadseffektivitet är ett fokusområde för 2023. Under första kvartalet arbetade vi framgångsrikt med att minska marknadsföringskostnaderna. Vårt fokus på kostnader, lönsamhet och kassaflöde fortsätter att vara högt prioriterat. Som ledande e-handelsaktör med starka varumärken inom heminredning och mode tror vi starkt på branschens långsiktiga förutsättningar och har en positiv syn 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 11 maj 2023 08.30 CEST.

OM ELLOS GROUP

Ellos Group är en av Nordens ledande e-handelsgrupper med e-handelsplatserna Ellos, Jotex och Homeroom samt betalvarumärket Elpy. 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.ellogroup.se