

Pressmeddelande, Borås, 26 oktober 2023

ELLOS GROUP AB (PUBL) DELÅRSRAPPORT JANUARI - SEPTEMBER 2023

Delårsrapporten för Ellos Group AB (publ) publiceras idag.

TREDJE KVARTALET 2023

- Nettoomsättningen minskade med 4,2 procent till 824,5 (860,8) MSEK. Organiskt minskade nettoomsättningen med 4,2 procent.
- Bruttomarginalen ökade till 52,1 (50,0) procent.
- Justerad EBITA uppgick till 67,3 (30,2) MSEK. Justerad EBITA-marginal uppgick till 8,2 (3,5) procent.
- Rörelseresultatet uppgick till 43,7 (-3,7) MSEK. Rörelsemarginalen uppgick till 5,3 (-0,4) procent.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 16,9 (-0,4) MSEK.
- Varulager uppgick till 722,5 (785,9) MSEK.

FÖRSTA NIO MÅNADERNA 2023

- Nettoomsättningen minskade med 5,4 procent till 2 443,0 (2 581,8) MSEK. Organiskt minskade nettoomsättningen med 3,2 procent.
- Bruttomarginalen ökade till 52,2 (51,0) procent.
- Justerad EBITA uppgick till 115,4 (53,7) MSEK. Justerad EBITA-marginal uppgick till 4,7 (2,1) procent.
- Rörelseresultatet uppgick till 40,6 (-28,6) MSEK. Rörelsemarginalen uppgick till 1,7 (-1,1) procent.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -7,4 (-87,5) MSEK.
- Varulager uppgick till 722,5 (785,9) MSEK.

Kommentar från VD i Ellos Group AB (publ)

LÖNSAMHETSFOKUS GER RESULTAT

Under årets tredje kvartal har vi fortsatt att fokusera på lönsamhet och effektivitet, vilket resulterat i en god vinstutveckling både i kvartalet och under året.

En 'roadshow' kommer att hållas för att uppdatera obligationsinvesteringarna på strategin som har implementerats efter ägarbytet 2022, och för att ge ytterligare insikt i bolagets finansiella utveckling. Möten kommer att hållas veckan som börjar den 6e november 2023. ABG Sundal Collier har anlitats som finansiell rådgivare till bolaget.

Vi levererar ett starkt resultat som framför allt drivits av en starkare bruttomarginal, lägre marknadsföringskostnader och lägre operativa kostnader. Bruttomarginalen ökade med 2,1 procentenheter till 52,1 procent. Under årets nio första månader har vi därmed ökat justerad EBITA med över 100 procent. Det är ett tydligt tecken på att vårt fokus på kostnader och lönsamhet ger effekt.

Som en del i vårt kostnadsfokus ser vi fortsatta effektivitetsförbättringar inom både lager och distribution. Detta samtidigt som vi fortsätter utveckla affären med att addera nya leveranstjänster och med högt fokus på att förbättra ledtider ut mot kund. Exempelvis har vi minskat

ledtiderna för leveranser av tyngre gods med 1,5 dag jämfört med föregående år. Under året har vi valt att flytta vår returhantering i Polen närmare vår hemmarknad i Norden, vilket lett till en förbättring av returledtider för Sverige och Danmark på mellan 2-3 dagar.

Att konsumenternas köpkraft dämpas av ränteläget, inflationen och den geopolitiska utvecklingen är påtagligt även detta kvartal. En ovanligt varm höst har dessutom påverkat efterfrågan och försäljning av mer säsongsspecifika kläder, som jackor och stickat. E-handelsindikatorn från Svensk Handel uppskattar att e-handeln i Sverige minskade med 4 procent från januari till augusti jämfört med föregående år. Mode och skor fortsatte att växa, medan heminredning och möbler enligt E-handelsindikatorn minskade med minst 15 procent. I ljuset av detta står sig Ellos Groups mode- och hemerbjudande starkt. I kvartalet minskade vår organiska nettoomsättning med 4,2 procent jämfört med tredje kvartalet 2022.

I dessa tider är det särskilt viktigt att kontinuerligt utveckla produkterbjudandet och erbjuda kunderna attraktiva och prisvärda produkter inom mode och hem. Vi förbättrar vårt sortiment och kundupplevelsen med särskilt fokus på vår kärnkund, kvinnan mitt i livet. Under tredje kvartalet lanserade Ellos en framgångsrik mattkollektion med

ELLOS GROUP

Marie Olsson Nylander. Jotex hade också flera spännande samarbeten, bland annat en kollektion tillsammans med arkitekten Andreas Martin-Löf som lanserades under Stockholm Design Week.

Vi fortsätter att skörda frukten från tidigare års investeringar i system och processer för att effektivt kunna skala försäljningen av egna varumärken på utvalda marknadsplatser i Europa. Kunder på åtta marknader i Europa har tillgång till vårt mode- och heminredningssortiment och den positiva försäljningstrenden på dessa marknader stärker oss i uppfattningen att vi har ett starkt och konkurrenskraftigt erbjudande i våra egna varumärken.

Därtill har arbetet med inköp och en god lagerhantering skapat en bra balans i lagernivåerna. Varulagret är 63,4 MSEK lägre jämfört med förra året. Kassaflödet från den löpande verksamheten ökade till 16,9 MSEK i kvartalet.

Vi går nu in i det viktiga fjärde kvartalet och den mest hektiska handelsperioden med Black Week

För ytterligare information:
Johan Stigson, CFO, Tel. +46 (0)33 16 08 05

och julhandeln. Givet osäkerheten kring det ekonomiska läget och hur detta kommer att påverka konsumenternas köpbeteende kan vi förvänta oss ett högt kampanjtryck med rabatter och prissänkningar som följd. Förberedelserna är i full gång operationellt för att kunna erbjuda våra kunder en positiv och smidig shoppingupplevelse, från beställning till leverans, samtidigt som vi arbetar nära våra leverantörer för att ha ett kommersiellt attraktivt erbjudande.

Ellos Groups arbete med att skapa förutsättningar för lönsam tillväxt fortsätter med oförminskad styrka. Ett starkt kundfokus, kostnadseffektivitet och varulagereffektivitet står högt på vår agenda för 2023 och vi följer marknadsutvecklingen noga för att snabbt kunna anpassa oss. Som ledande e-handelsaktör med starka och uppskattade varumärken inom heminredning och mode står vi väl rustade att skapa värde för våra kunder.

Hans Ohlsson, VD

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 26 oktober 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 verksam 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