

Pressmeddelande, Borås, 23 februari 2024

ELLOS GROUP AB (PUBL) DELÅRSRAPPORT JANUARI - DECEMBER 2023

Delårsrapporten för Ellos Group AB (publ) publiceras idag.

FJÄRDE KVARTALET 2023

- Nettoomsättningen minskade med 4,7 till 993,6 (1 042,2) MSEK. Organiskt minskade nettoomsättningen med 4,5 procent.
- Bruttomarginalen ökade till 51,8 (49,3) procent.
- Justerad EBITA ökade till 73,5 (26,5) MSEK. Justerad EBITA-marginal ökade till 7,4 (2,5) procent.
- Rörelseresultatet ökade till 42,3 (-11,6) MSEK. Rörelsemarginalen ökade till 4,3 (-1,1) procent.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 157,2 (68,6) MSEK.
- Varulager uppgick till 621,3 (699,9) MSEK.

HELÅRET 2023

- Nettoomsättningen minskade med 5,2 procent till 3 436,6 (3 624,0) MSEK. Organiskt minskade nettoomsättningen med 3,6 procent.
- Bruttomarginalen ökade till 52,1 (50,5) procent.
- Justerad EBITA ökade till 188,9 (80,1) MSEK. Justerad EBITA-marginal ökade till 5,5 (2,2) procent.
- Rörelseresultatet ökade till 82,9 (-40,3) MSEK. Rörelsemarginalen ökade till 2,4 (-1,1) procent.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 149,8 (-18,9) MSEK.
- Varulager uppgick till 621,3 (699,9) MSEK.

Kommentar från VD i Ellos Group AB (publ)

STARK AVSLUTNING OCH EN RESULTAFÖRBÄTTRING MED ÖVER 130 PROCENT FÖR 2023

Ellos Groups fokus för 2023 var att vässa erbjudandet till vår kärnkund 'kvinnan mitt i livet' parallellt med att förbättra effektivitet och lönsamhet. Marknaden har under hela året präglats av osäkerhet. Det är därför glädjande att Ellos Group visar en kraftig resultatförbättring för 2023, där justerad EBITA ökade med 109 MSEK, vilket är en ökning med mer än 130 procent jämfört med 2022. Vi visade också en stark finansiell utveckling i fjärde kvartalet.

Med en dämpad köpkraft har konsumenterna fortsatt hålla hårt i plånboken. E-handelsindikatorn från Svensk Handel uppskattar att e-handeln i Sverige minskade med 8 procent under 2023, och med 10 procent i december jämfört med föregående år. Försäljningen under 'Black Week' och julhandel var relativt svag. Modehandelns utveckling uppskattas vara i linje med föregående år, medan Möbler och Heminredning minskade med 38 procent respektive 5 procent.

I ljuset av detta står sig Ellos Groups mode- och hemerbjudande starkt och vår bedömning är att vi fortsätter ta marknadsandelar. För helåret minskade vår försäljning med 6 procent jämfört

med 2022, vilket motsvarar en försäljning på drygt 3,4 MDSEK. Försäljningen i fjärde kvartalet blev 4,5 procent lägre än motsvarande period föregående år.

Under årets sista kvartal såg vi en stark efterfrågan på vårt erbjudande inom mode. Satsningarna på bland annat underkläder och badkläder föll väl ut, och vi välkomnade hundratusentals nya kunder på våra e-handelsplattformar. Vi såg också en stark utveckling inom kök och hushåll som är ett nytt område för 2023. Det är bevis för att vår strategi som ledande e-handelsaktör inom mode och heminredning fungerar och ger resultat.

Vi har fortsatt implementera vår strategi med fokus på vår kärnkund och flyttat fram våra positioner inom flera områden. Vi har lanserat framgångsrika kollektioner och samarbeten och är särskilt glada över samarbetet med Pernilla Wahlgren, som fortsätter under 2024.

Därtill har vi arbetat intensivt med att konsolidera vår leverantörsbas för att uppnå synergier och även för att kunna öka kravbilden för hållbarhet vid upphandling. En viktig parameter i detta arbete har varit att öka andelen certifierat material för ökad

ELLOS GROUP

spårbarhet och reducerad miljöbelastning i leverantörskedjan.

Vårt arbete med att minska våra distributionskostnader, bland annat genom att ta fram en ny uppföljningsstruktur för våra transportörer, lägga till nya leveransalternativ och driva fraktagifter har under året varit framgångsrikt då vi sett förbättringar på fraktnettet.

Den starka resultatförbättringen för 2023 kommer främst från en högre bruttomarginal, lägre marknadsföringskostnader och lägre operativa kostnader. Att minska kostnader har varit högt prioriterat på våra marknader i Norden och Europa, och det arbetet fortsätter under 2024.

Kassaflödet var starkt i kvartalet, vilket resulterade i en nettoskuld på SEK 1 366 MSEK vid årets slut. Vi avslutade 2023 med en välbalanserad lagerposition,

vilket ger bra förutsättningar för vårt attraktiva vår- och sommarsortiment.

Vi går in i 2024 med en stark grund och fortsatt fokus på vår kärnkund, kostnadseffektiviseringar och lönsamhet. Det är viktiga fokusområden i ett fortsatt osäkert marknadsläge. Trots något mer positiva signaler om en dämpad inflation är vi ödmjuka inför marknadsutvecklingen, inte minst givet den geopolitiska oro som råder.

Ellos Groups breda affärsmodell på en helintegrerade e-handelsplattform är en styrka i såväl goda som mer utmanande tider. I det långa perspektivet finns goda förutsättningar för tillväxt och 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 2024 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 550 medarbetare och omsätter runt 3,4 miljarder SEK.

www.ellogroup.se