

Pressmeddelande, Borås, 8 maj 2024

ELLOS GROUP AB (PUBL) DELÅRSRAPPORT JANUARI - MARS 2024

Delårsrapporten för Ellos Group AB (publ) publiceras idag.

FÖRSTA KVARTALET 2024

- Nettoomsättningen minskade med 5,7 procent till 770,0 (816,4) MSEK. Organiskt minskade nettoomsättningen med 5,3 procent.
- Bruttomarginalen ökade till 40,6 (39,5) procent.
- Justerad EBITA ökade till 20,2 (6,8) MSEK. Justerad EBITA-marginal ökade till 2,6 (0,8) procent.
- Rörelseresultatet ökade till -3,4 (-16,8) MSEK. Rörelsemarginalen ökade till -0,4 (-2,1) procent.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -252,3 (-48,8) MSEK.
- Justerat kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till -108,0 (-48,8) MSEK.
- Varulager uppgick till 651,0 (676,8) MSEK.

Kommentar från VD i Ellos Group AB (publ)

ELLOS GROUP INLEDER 2024 MED KRAFTIG RESULTATFÖRBÄTTRING

Ellos Group levererar ännu ett kvartal med förbättrat resultat och fortsätter visa på en stabil finansiell utveckling. Justerad EBITA uppgick till 20,2 MSEK, vilket är en ökning med närmare 200% jämfört med motsvarande kvartal 2023, och motsvarar en marginal om 2,6%. Liksom under 2023 kommer fokus för 2024 vara att vässa kunderbidandets samtidigt som vi arbetar med effektivitet och kostnader.

Kvartalet bjöd på ett utmanande marknadsläge med fortsatt dämpad köpkraft bland konsumenterna, framför allt inom heminredning, och den ovanligt kalla våren påverkade efterfrågan på mer säsongsspecifika kläder. En tidig påsk hade en viss dämpande effekt under första kvartalet och vi förväntar oss att detta får en mer positiv inverkan på andra kvartalet.

Vi kan konstatera att Ellos Groups heminrednings- och modeerbjudande står sig starkt mot bakgrund av denna utveckling och vår bedömning är att vi försvarar och fortsätter att ta marknadsandelar. Vår totala försäljning under första kvartalet minskade med 5%. Vi ser samtidigt positiva indikationer i april för vår- och sommarsäsongen. Preliminära siffror för april visar en försäljningstillväxt om cirka 3%.

Strategin med fokus på kärnkunden guidar oss i allt vi gör. I början av året flyttade vi fram positionerna inom flera områden för att förbättra vårt kunderbidande ytterligare. Vi introducerade den nya satsningen Ellos Studio som består av sport- och fritidskläder inom segmentet 'feminin sport'. Ellos lanserade även flera kampanjer i samarbete med Pernilla Wahlgren med fokus på mode- och heminredning som fallit väl ut. Därtill har vi intensifierat våra satsningar inom under- och badkläder samt skönhet.

Inom Heminredning har vi fokuserat på att utveckla attraktiva instegsprodukter. Både Ellos och Jotex har tagit fram erbjudanden med fokus på design och kvalitet som ger kunderna ett svårslaget värde för pengarna i de lägre prislägena. I början av året lanserades Jotex Tailormade och vi har successivt ökat exponeringen av detta erbjudande med skräddarsydda gardiner för våra kunder i både Norden och norra Europa. Vidare fortsätter satsningen på 'Kitchen & Coffee', som är vårt erbjudande med fokus på köket, dukning, mat- och festupplevelser, inom såväl Ellos som Jotex och Homeroom.

Resultatförbättringen som vi åstadkommer för årets första kvartal kommer från en högre bruttomarginal, lägre marknadsföringskostnader och lägre operativa

ELLOS GROUP

kostnader. Att öka effektiviteten och fokusera på kostnader är högt prioriterat på samtliga våra marknader och ett arbete som fortsätter med oförminskad styrka under 2024.

Vid utgången av kvartalet var varulagret 651 MSEK, vilket kan jämföras med 677 MSEK föregående år och 770 MSEK för två år sedan. Vi har därmed en välbalanserad lagerposition, vilket ger bra förutsättningar för vår- och sommarkollektionen när väderomslaget kommer.

För 2024 har vi lagt en stabil grund med ett uppskattat erbjudande och en bred affärsmodell som vilar på vår helintegrerade onlineplattform. Vi avser att följa inslagen väg med att kontinuerligt förbättra erbjudandet till vår kärnkund parallellt med vårt fokus på ökad effektivitet, minskade kostnader och förbättrat kassaflöde.

De positiva signaler om viss återhämtning i efterfrågan som vi såg i april och även möjliga

kommande lättnader i form av räntesänkningar gör oss försiktigt optimistiska samtidigt som vi är ödmjuka inför marknadsutvecklingen, inte minst givet den geopolitiska oro som råder i vår omvärld.

Avslutningsvis vill jag tacka alla våra fantastiska kunder och kollegor i Ellos Group och inte minst våra obligationsinnehavare för deras fortsatta stöd. Vi har en fortlöpande dialog med olika intressenter för att säkerställa vår långsiktiga finansiering. En strategisk översyn pågår för att skapa bästa möjliga förutsättningar och kapitalstruktur för att kunna ta nästa steg i bolagets utveckling.

Som ledande nordisk shoppingdestination för heminredning och mode är vi på Ellos Group väl positionerade att fortsätta vår positiva och lönsamma resa.

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 8 maj 2024 08.30 CEST.

OM ELLOS GROUP

Ellos Group är en ledande nordisk shoppingdestination för heminredning och mode med onlinebutikerna Ellos, Jotex och Homeroom samt betalvarumärket Elpy. I nära relation med våra miljontals kunder utvecklar vi attraktiva och hållbara erbjudanden för kvinnan mitt i livet, hennes familj och hem. Med innovation, kreativitet och hållbarhet söker vi ständigt nya vägar i stort och smått, och alltid med kunden i fokus. 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.ellosgroup.se