

The background features several framed fans in light wood frames, arranged on a textured, light-colored fabric surface. A soft-focus green plant leaf is visible in the lower-left corner, and a light-colored fringed pillow is in the lower-right corner. The overall aesthetic is clean, modern, and natural.

# Q2 RAPPORT

1 januari – 30 juni 2021

Oväntat stor öppningseffekt, men de långsiktiga målen kvarstår  
och välpositionerade på en attraktiv marknad

## DESENIO GROUP

Desenio Group AB (publ) / Q2 Rapport





"DINA VÄGGAR – VÅR PASSION"

# OM DESENIO

Desenio är en svensk, snabbväxande D2C (direct-to-consumer) koncern, med en ledande position inom prisvärd väggkonst i Europa. Bolaget erbjuder ett unikt och kurerat utbud av över 6 000 motiv samt ramar och tillbehör till 36 länder via 20 lokala hemsidor.

Desenio drar nytta av en datadriven strategi i att både skapa unik konst och att attrahera nya kunder. Desenio har uppvisat en kraftig och lönsam tillväxt sedan 2015.

## *Desenios konkurrensfördelar*

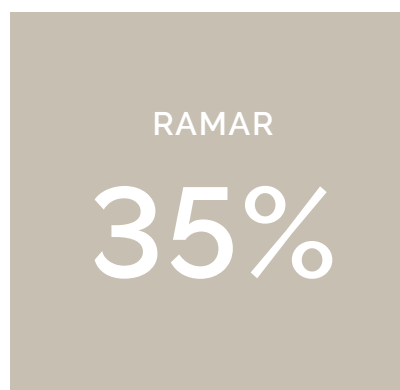
1. Disruptiv affärsmodell inom en global vertikal med signifikant tillväxtpotential
2. Industriell och datadriven skalbar kreativitet som genererar unika motiv
3. Lönsamma från första ordern genom en kundvärningsmodell som baserar sig på sociala medier och sökmotorer med värdefulla influencer-samarbeten
4. En beprövad modell för geografisk expansion med signifikant potential på existerande och hittills obearbetade marknader
5. En exceptionell historik av lönsam tillväxt med en justerad EBITA-marginal över 25% och en kassakonvertering om över 100%

Under 2020 förvärvades Poster Store, vilket skapade en koncern med över 250 anställda och en nettoomsättning om 1,3 miljarder (pro forma för helåret 2020) och en förstärkt marknadsnärvaro i USA och Asien. Mer än 75% av försäljningen under 2020 genererades utanför Norden.

På medellång sikt är koncernens mål att uppnå en årlig nettoomsättningstillväxt på cirka 30 procent och potentiellt komplettera den organiska tillväxten med förvärv. Koncernens mål är att upprätthålla en justerad EBITA-marginal på cirka 25 procent på medellång sikt.



Marknadsledande sortiment med mer än 6 000 prisvärda och trendiga motiv där en stor del är unika och skapade av Desenio



Ramar erbjuds i flera trä- och metallutföranden i storlekar för att passa till motiven



Övriga accessoarer inkluderar tavellister, klämmor, posterhängare samt andra produkter med prints, exempelvis mobilskal

# SAMMANFATTNING

I samband med att covid-19 restriktioner lättades, sjönk efterfrågan oväntat drastiskt under det andra kvartalets fem sista veckor, vilket förstärkte den normala negativa säsongstrenden under det andra kvartalet 2021 och ledde till ett sämre resultat än väntat för perioden. Det är dock svårt att till fullo jämföra med det andra kvartalet 2020, som påverkades positivt av covid-19-relaterade effekter.

## Andra kvartalet 2021

- Nettoomsättningen ökade med 5,3% till 266,2 (252,7) miljoner. Den organiska nettoomsättningstillväxten uppgick till -28,3% (133,2%).
- Bruttomarginalen för perioden var 81,1% (84,6%). Bruttomarginalen exklusive Poster Store var 82,5% (84,5%).
- Rörelseresultatet uppgick till 19,3 (76,0) miljoner, vilket motsvarar en rörelsemarginal om 7,2% (30,1%).
- Justerad EBITA uppgick till 31,3 (85,1) miljoner, vilket motsvarar en justerad EBITA marginal om 11,7% (33,7%) eller en 21,9 pp. minskning jämfört med föregående år.
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till -68,8 (75,5) miljoner.
- Resultat per aktie uppgick till SEK 0,02 (0,39) före utspädning och 0,02 (0,37) efter utspädning.

## Första halvåret 2021

- Nettoomsättningen ökade med 55,0% till 668,3 (431,1) miljoner. Den organiska nettoomsättningstillväxten för perioden var 8,2% (81,3%).
- Bruttomarginalen för perioden var 81,8% (83,6%). Bruttomarginalen exklusive Poster Store var 83,0% (83,6%).
- Rörelseresultatet uppgick till 86,7 (105,1) miljoner, vilket motsvarar en rörelsemarginal på 13,0% (24,4%).
- Justerad EBITA uppgick till 122,4 (114,2) miljoner, vilket motsvarar en justerade EBITA marginal på 18,3% (26,5%) eller en -8,2 pp. minskning jämfört med föregående år.
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till -38,0 (67,1) miljoner.
- Resultat per aktie uppgick till SEK 0,30 (0,54) före utspädning och 0,28 (0,51) efter utspädning.

## Väsentliga händelser under och efter första halvåret

- I juli ökade preliminärt nettoomsättningen med 6% till 70 miljoner. Den organiska nettoomsättningstillväxten uppgick till omkring -22%.
- Desenio Group startade ett dotterbolag i Tjeckien, DGFC S.R.O för hantering av ett nytt logistikcenter, som kommer att vara operativt under Q4 2021 eller i Q1 2022. Inledningsvis kommer detta logistikcenter att hantera leveranser till europeiska marknader, utanför Norden.
- Desenio Group rekryterade en ny CFO, Kristian Lustin, från RNB Retail and Brands, där han varit CFO och CEO tidigare. Kristian kommer att börja under hösten 2021.
- På en extrastämma den 24 juni, 2021 valdes Cecilia Marlow och Sarah Kauss till nya styrelsemedlemmar. De bidrar båda med omfattande kompetens och erfarenhet.
- I juni 2021 utfärdades 472 300 nya teckningsoptioner till koncernens anställda till ett värde av 6,4 miljoner.

## Finansiell översikt

	Apr 1 - Jun 30,	Apr 1 - Jun 30,		Jan 1 - Jun 30,	Jan 1 - Jun 30,	
SEKm om inget annat anges	2021	2020	Förändring	2021	2020	Förändring
Nettoomsättning	266,2	252,7	5,3%	668,3	431,1	55,0%
Nettoomsättningstillväxt, %	5,3	133,2	-127,8 pp	55,0	81,3	-26,2 pp
Organisk nettoomsättningstillväxt %	-28,3	133,2	-161,5 pp	8,2	81,3	-73,1 pp
Bruttovinstmarginal, %*	81,1	84,6	-3,5 pp	81,8	83,6	-1,8 pp
EBITA*	27,6	76,4	-63,9%	103,3	105,5	-2,1%
EBITA marginal, %*	10,3	30,2	-19,9 pp	15,5	24,5	-9,0 pp
Justerad EBITA*	31,3	85,1	-63,3%	122,4	114,2	7,2%
Justerad EBITA marginal, %*	11,7	33,7	-21,9 pp	18,3	26,5	-8,2 pp
Resultat per aktie	0,02	0,39	-95,0%	0,30	0,54	-44,0%
Kassaflöde från löpande verksamheten	-68,8	75,5	-191,1%	-38,2	67,1	-156,9%
Nettoskuld / Nettokassa*	970,3	-32,5	3085,5%	970,3	-32,5	-3085,5%
Antal besök, '000	22 506	21 770	3,4%	57 916	39 311	47,3%
Antal order, '000	526	465	13,0%	1 329	861	54,4%
Antal aktiva kunder, '000	3 541	1 977	79,1%	3 541	1 977	79,1%

\* Siffran är ett alternativt nyckeltal och beskrivs under definitioner.

# VD-ORD

## *Oväntat stor öppningseffekt, men de långsiktiga målen kvarstår och välpositionerade på en attraktiv marknad"*

Koncernens utveckling under andra halvan av andra kvartalet var en besvikelse, men vi är övertygade om att avmatningen, som förklaras av tuffa jämförelsetal i kombination med oväntat långtgående effekter av att samhällen öppnades upp igen, var tillfällig. Vi är väl positionerade för att fånga de stora tillväxtmöjligheterna på vår marknad. Våra mål på medel respektive lång sikt är intakta.<sup>1</sup>

Vår försäljning under andra kvartalet ökade med 5%, men minskade organiskt med 28%. Vi flaggade redan i vår Q1-rapport för negativ organisk tillväxt på grund av mycket utmanande jämförelsetal samt effekter av lättade restriktioner. Som vi kommunicerade i vår market update den 8 juli påverkades försäljningsutvecklingen under kvartalets avslutande fem veckor av en större säsongsvariation än normalt, som en följd av lättnader av Covid-19-restriktioner.

Resultatet för andra kvartalet som helhet, och i synnerhet de avslutande fem veckorna, bör ses mot bakgrund av Desenio Groups tidigare prestationer. Vi har ökat omsättningen från 28 miljoner kronor 2015 till nära 1,3 miljarder kronor proforma 2020, motsvarande en CAGR för försäljning på 115%. Den organiska försäljningen mellan andra kvartalet 2019 och andra kvartalet 2021 ökade med 70%.

Integrationen av Poster Store, som förvärvades i december 2020, fortgår planenligt. Vi uppskattar de årliga synergierna till ungefär 50 miljoner kronor, varav vi förväntar oss att realisera ungefär 25 miljoner kronor under 2021.

Det är fortfarande svårt att förutsäga utvecklingen av lättnaderna av Covid-19-restriktioner och vi kommunicerade i vår market update i juli att vår bedömning var att kundbeteendet återgår till mer normala mönster under andra halvan av tredje kvartalet. Som väntat var trenden för försäljningen i juli positiv; 17% högre jämfört med juni, 6% tillväxt jämfört med juli förra året och negativ organisk tillväxt på 22% (-45% i juni). Således påverkades försäljningen i juli fortfarande klart negativt av lättade restriktioner. Från den andra veckan i augusti är den positiva försäljningstrenden betydligt starkare än i juli. Halvvägs in augusti har vi en positiv organisk tillväxt och det ser för närvarande ut som att vi är på väg mot ett mer normalt konsumentbeteende när vi nu går in i den andra halvan av kvartalet.

Vi är övertygade om att det "nya normala" shoppingbeteendet efter pandemin – när de marknadsfluktuationer som orsakats av Covid-19-relaterade restriktioner och lättnader av dessa ligger bakom oss – kommer att gynna Desenio Groups fortsatta tillväxt. Det beror främst på att människor kommer att spendera mer tid hemma än före pandemin.



Jag är förvissad om att framtiden med dels en stor, snabbväxande marknad och dels vår framgångsrika affärsmodell med mer än fem års oavbruten stark tillväxt, ser ljus ut. Den globala marknaden för prissärd konst och tavelramar uppskattas till cirka 15 miljarder euro och online-specialister som Desenio vinner marknadsandelar kontinuerligt.<sup>2</sup>

Som ett snabbväxande företag med verksamhet på i nuläget 36 marknader, förbättrar Desenio Group ständigt sin logistik och kundservice. Som ett led i detta arbete är ett nytt logistikcenter i Bor, Tjeckien, under uppbyggnad. Inledningsvis kommer centret att hantera leveranser till marknader i Europa utanför Norden, med start under Q4 2021 eller i Q1 2022. Genom detta strategiska initiativ förväntar vi oss kortare ledtider för leverans, mindre miljöpåverkan och minskade logistikkostnader.

Jag vill tacka våra kunder för att ni väljer Desenio Group, och våra medarbetare för den passion och energi som ni visar våra kunder. Jag vill också tacka våra aktieägare och obligationsinnehavare för att ni stöttar oss på vår tillväxtresa.

### Fredrik Palm, VD Desenio Group

<sup>1</sup> Mål på medellång sikt: Årlig försäljningstillväxt på cirka 30%, eventuellt kompletterad med tilläggsförvärv. Justerad EBITA-marginal på cirka 25%. Långsiktiga mål: Försäljningstillväxt i linje eller något över onlinemarknaden som helhet. Den justerade EBITA-marginalen förväntas närma sig 30%.

<sup>2</sup> Källa: McKinsey marknadsundersökning 2020, beställd av Desenio Group.



# KONCERNENS UTVECKLING UNDER PERIODEN

## Nettoomsättning

### *Andra kvartalet*

Nettoomsättningen i det andra kvartalet ökade med 5,3 % till 266,2 (252,7) miljoner. Nettoomsättningen påverkades positivt av förvärvet av Poster Store under Q4, 2020 och Poster Store bidrog med 81,1 miljoner i nettoomsättning under perioden. Det andra kvartalet låg i linje med prognos fram till och med de fem sista veckorna under kvartalet.

### *Första halvåret*

Nettoomsättningen för det första halvåret ökade med 55,0% till 668,3 (431,1) miljoner. Nettoomsättningen påverkades positivt av Poster Store som bidrog med 199,6 miljoner i nettoomsättning under perioden. Under de sista fem veckorna av det andra kvartalet påverkades nettoomsättningen negativt av återöppningen av samhällen efter Covid-19 pandemin i Europa, vilket förstärkte den normala negativa säsongeffekten under det andra kvartalet på ett sätt vi inte kunnat föreställa oss.

## Lönsamhet och marginaler

### *Andra kvartalet*

Bruttomarginalen i det andra kvartalet minskade, till 81,1% (84,6%). Under det andra kvartalet 2020 ökade koncernens nettoomsättning exponentiellt och fick en tydlig positiv påverkan av de Covid-19 relaterade åtgärder som infördes. Utöver detta valde koncernen att inte genomföra några kampanjer under större delen av Q2, 2020, vilket bidrog till ett betydligt högre snittordervärde och en mer kostnadseffektiv lagerhantering och kundanskaffning. När det gäller ökning av kostnad för sålda varor under perioden kan denna delvis förklaras av högre rampriser för Poster Store jämfört med Desenio, då synergieffekter av förvärvet av Poster Store ännu inte fått full effekt. Det tillkom även kostnader för miljöcertifiering och något högre fraktkostnader under perioden.

Justerad EBITA under det andra kvartalet minskade med 53,8 miljoner, till 31,3 (85,1) miljoner, och den justerade EBITA marginalen minskade med 19,9 pp. till 11,7% (33,7%) jämfört med föregående år. Den främsta anledningen till detta är den positiva effekten av Covid-19 pandemin förra året, vilket bidrog till en ökning av den organiska nettoomsättningen samt en ökning av snittordervärdet. Utöver detta var marknadsföringskostnaderna i Q2, 2020 ovanligt låga samtidigt som de under Q2,2021 har ökat till följd av högre kampanj- och influencer-aktiviteter i kombination med minskad efterfrågan i det andra kvartalet 2021. I relation till nettoomsättningen var marknadsföringskostnader 17,5% föregående år och 27,7% under innevarande period.

Administration och övriga kostnader har ökat till följd av fler anställda och därav högre personalkostnader jämfört med 2020. Under det andra kvartalet uppgick jämförelsestörande poster till 3,7 (8,7) miljoner, främst kopplat till den pågående upplistningsprocessen.

### *Första halvåret*

Bruttomarginalen minskade med -1,8 pp till 81,8% från 83,6%. Under det andra kvartalet 2020 ökade koncernens nettoomsättning exponentiellt och fick en tydlig positiv påverkan av de restriktioner som infördes i samband med Covid-19 pandemin. Under samma period genomfördes inte heller några kampanjer vilket i sin tur bidrog till ett betydligt högre snittordervärde samt mer kostnadseffektiv lagerhantering och kundanskaffning. När det gäller kostnad för sålda varor kan den ökade kostnaden förklaras av högre rampriser för Poster Store jämfört med Desenio då synergieffekterna inte ännu fått full effekt. Utöver detta tillkom också extra kostnader för miljöcertifieringar och något högre fraktkostnader under perioden.

Justerad EBITA för halvåret 2021 ökade med 8,2 miljoner, till 122,4 (114,2) miljoner, den justerade EBITA marginalen minskade med -8,2 pp. till 18,3% (26,5%). Den främsta anledningen till minskad EBITA 2021 jämfört med 2020 är de positiva effekterna som Covid-19 pandemin medförde. Detta gav en stark organisk tillväxt samtidigt som snittordervärdet ökade. Utöver detta var marknadsföringskostnaderna under Q2, 2020 låga, samtidigt som de ökade med 97,7% på grund av fler kampanj- och influencer-aktiviteter under Q2 2021. I relation till nettoomsättningen var den 18,9 % föregående år och 24,1% under innevarande period.

## Kassaflöde och finansiell ställning

### *Andra kvartalet*

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -68,6 (75,5) miljoner för kvartalet. Resultatet och kassaflödet under 2020 påverkades kraftigt positivt av Covid-19 relaterade effekter vilket innebar ett starkt kassaflöde i ett normalt svagt kvartal. Under 2021 har effekterna varit de omvända vilket förstärktes av ett starkt fjärde kvartal 2020.

### *Första halvåret*

Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till -38,0 (67,1) miljoner för halvåret. Resultatet och kassaflödet under 2020 påverkades kraftigt positivt av Covid-19 relaterade effekter vilket innebar ett starkt kassaflöde i ett normalt svagt kvartal. Under 2021 har effekterna varit de omvända vilket förstärktes av ett starkt fjärde kvartal 2020.



### Investeringar

Koncernens investeringar i materiella anläggningstillgångar under det andra kvartalet uppgick till 0,1 (0,4) miljoner, bestående av IT-utrustning. Investeringar i immateriella anläggningstillgångar uppgick till 0,6 (3,8) miljoner, främst bestående av utveckling av hemsidor.

### Finansiell ställning och finansiering

Den 30 juni 2021 uppgick koncernens eget kapital till 246,0 miljoner, jämfört med 82,5 miljoner 30 juni 2020. Ökningen med 163,5 miljoner kan förklaras av periodens vinst samt förändrade redovisningsprinciper, där övergången till IFRS medörde en positiv effekt på eget kapital kopplat till redovisning av leasing och retur.

Vidare genomfördes en kvittningsemission om 296,0 miljoner kopplat till förvärvet av Poster Store Sverige AB under det första kvartalet, vilket medförde en ökning av eget kapital. Under samma period genomfördes även en utdelning om 285,1 miljoner som påverkade eget kapital negativt. Under det andra kvartalet genomfördes ett teckningsoptionsprogram riktat till de anställda, vilket tillförde 6,4 miljoner i eget kapital per den 30 juni 2021.

Per den 30 juni 2021 uppgick likvida medel till 112,6 (60,6) miljoner, vilket påverkats positivt av verksamhetens vinstgenerering under perioden.

Nettoskulden per den 30 juni 2021 uppgick till 970,3 (-32,5) miljoner.

I samband med förvärvet av Poster Store Sverige AB upptog Desenio Group AB (publ) ett obligationslån under december 2020 om totalt 1 100 miljoner. Obligationslånet belöper med rörlig ränta, STIBOR 3m + 5,5% och det löper till och med December 2024. Obligationen är noterad på Frankfurt Stock Exchange Open Market Quotation Board och förväntas noteras på Nasdaq Stockholm innan årsskiftet 2021.

# ÖVRIG INFORMATION

## Väsentliga händelser under första halvåret

Desenio Group startade ett dotterbolag i Tjeckien, DGFC S.R.O för hantering av ett nytt logistikcenter, som kommer att vara operativt under Q4, 2021. Inledningsvis kommer logistikcentret att hantera leveranser till europeiska marknader, utanför Norden.

Desenio Group rekryterade en ny CFO, Kristian Lustin, från RNB Retail and Brands, där han var CFO och CEO. Kristian kommer att börja under hösten 2021.

På en extrastämma den 24 juni 2021 valdes Cecilia Marlow och Sarah Kauss till nya styrelseledamoter. De bidrar båda med omfattande erfarenhet och kompetens till styrelsen.

## Väsentliga händelser efter första halvåret

Inga väsentliga händelser har inträffat efter rapportperiodens slut.

## Finansiella mål

Styrelsen har antagit följande finansiella mål, vilka reviderades på kort sikt den 8 juli 2021, medan de finansiella målen på medel och lång sikt är oförändrade.

## Nettoomsättning

På medellång sikt är koncernens mål att uppnå en årlig nettoomsättningstillväxt på cirka 30 procent och potentiellt komplettera den organiska tillväxten med förvärv.

Målsättningen är att växa nettoomsättningen med cirka 15-25 procent under 2021. På lång sikt är Desenius mål att uppnå en försäljningstillväxt i linje eller något högre än tillväxten på online-marknaden för prissärd vägghkonst.

## Synergier

Koncernen förväntar sig att de årliga synergier från förvärvet av Poster Store på medellång sikt kommer att överstiga 50 MSEK. Under 2021 förväntas omkring hälften av synergier på medellång sikt att materialiseras.

## Lönsamhet

Koncernens mål är att uppnå en justerad EBITA-marginal på cirka 25 procent på medellång sikt. Koncernen förväntar sig över tid en stigande justerad EBITA-marginal, drivet av nuvarande förväntningar att synergier från förvärvet av Poster Store kommer att materialiseras.

På lång sikt förväntas den justerade EBITA-marginalen närma sig 30 procent, trots att de finansiella målen för 2021 justerats till 20 procent givet försäljningsnedgången i juni 2021 och framtidsutsikterna för juli-september 2021.

## Utdelningspolicy

Desenio Group avser att distribuera överskottslikviditet till aktieägarna med förbehåll för flexibilitet avseende strategiska initiativ, såsom expansion på nya marknader och/eller förvärv, samt övervägande av kapitalstruktur.

Beaktat ovan avser Desenio Group att dela ut 30-50 procent av årets resultat.

## Väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer

Genom sin verksamhet är Desenio Group exponerat för flera olika risker såsom operationella risker, marknadsrisker och finansiella risker. Koncernens övergripande riskstrategi är skapa en medvetenhet kring dessa risker och att hantera dem på ett sätt som minimerar deras påverkan på koncernens resultat och finansiella ställning.

De mest centrala riskerna och osäkerhetsfaktorerna kopplat till marknadsrisker och finansiella risker redogörs för nedan. Övriga risker framgår av koncernens årsredovisning och den bolagsbeskrivning som offentliggjordes i samband med noteringen.

## Den globala ekonomins utveckling och inverkan av COVID-19

Koncernen bedriver verksamhet gentemot 36 olika länder. Ekonomins utveckling, så som händelser avseende det generella företagsklimatet, ränteförändringar, valutaförändringar, inflations- och deflations nivåer, skatter och liknande kostnader, tillgången av kundkrediter, utveckling på börserna, nivån på arbetslöshet, andra lokala och globala ekonomiska faktorer och osäkerhet avseende ekonomiska utsikter, påverkar kunders köpbeteende och köpkraft på samtliga av Koncernens marknader. Risknivån avseende företagsklimatet varierar på Koncernens olika geografiska marknader. Under första kvartalet av 2020 bröt COVID-19 ut globalt. Bolaget bevakar utvecklingen och utvärderar i vilken utsträckning pandemin kan påverka Koncernens verksamhet både på kort och lång sikt. Bolaget har på ett proaktivt sätt vidtagit ett antal förebyggande åtgärder för att försäkra sig om att Koncernens verksamhet kan fortsätta samt för att bromsa smittspridningen av viruset bland anställda.

Det finns dock ingen försäkran om att de förebyggande åtgärderna kommer att vara effektiva eller tillräckliga, utfallet skulle kunna komma att ha en negativ inverkan på Koncernen och framtida intäkter. Även om Bolaget är fokuserat på onlinehandel och har digitala processer på plats för att tillförsäkra att Koncernen fungerar mer eller



mindre som vanligt, är Koncernens intäkter beroende av kundernas disponibla inkomster. COVID-19 förutses ha en negativ inverkan på den globala ekonomin. En negativ utveckling av den globala ekonomin, makroekonomiska faktorer, konsumenttrender och effekterna av sådana trenders inverkan på kundernas disponibla inkomster skulle kunna minska möjligheten och viljan att spendera pengar på Koncernens produkter och kan således ha en låg negativ inverkan på Koncernens verksamhet, resultat och finansiella ställning.

### **Säsongsbaserad försäljning och kundtrender**

Koncernen genererar en stor andel av sina intäkter under det fjärde kvartalet varje år som ett resultat av att högtider som julen inträffar då men även större försäljningsevent som Black Friday. Eventuella problem som Koncernens verksamhet ställs inför och som beskrivs i detta riskavsnitt kan orsaka att Koncernen inte presterar optimalt under en sådan period med höga försäljningsvolymerna. För det fall Koncernen inte skulle prestera optimalt under en sådan period kan det få en hög negativ inverkan på Koncernens resultat och finansiella ställning.

Koncernen är beroende av kundtrender och smak, varvid det är viktigt att ha tillräckliga resurser dedikerade för att tillse att Koncernens urval av produkter är i linje med kundernas förväntan och estetiska preferenser. Koncernens förmåga att sälja ett tillräckligt antal produkter till en tillfredsställande prisnivå är avhängigt av Koncernens förmåga att förutse och respondera på trender och förändringar i kunders preferenser i tid. Koncernen är aktiv inom marknaden för prisvärd väggkonst (vars pris understiger 1 000 SEK per vara), vilken är känslig för förändringar i kundernas preferenser. Kundernas preferenser för design, kvalitet och pris tenderar att förändras och det är svårt att förutse framtida trender med hög säkerhet. Koncernen strävar efter att utläsa och förutse dessa trender på rätt sätt. Koncernen kan dock komma att misslyckas med att förutse och svara på trender i rätt tid.

Det finns en risk att potentiella felanpassningar avseende kundernas preferenser och smak uppstår, vilket skulle kunna ha medel negativ inverkan på Koncernens verksamhet, resultat och finansiella ställning.

### **Valutarisk**

Koncernens finansiella flöden sker i flertalet olika valutor medan Koncernen rapporterar resultat- och balansräkning i SEK. Cirka 90 procent av Koncernens nettoförsäljning sker i utländska valutor, särskilt EUR, GBP och DKK, samt i ökande grad USD. Därmed är Koncernens konsoliderade intäkter exponerade för valutakursförändringar.

Koncernen arbetar för närvarande inte med valutasäkring av sådan exponering.

### **Finansierings-/likviditetsrisk och åtaganden med anledning av Bolagets utfärdade obligation**

Bolaget har ställt ut en säkerställd obligation som löper med rörlig ränta. Villkoren för obligationen innehåller åtaganden i förhållande till exempelvis finansiella siffror, utdelning, beviljande av lån till externa parter och för att lösa in eller minska sitt aktiekapital. Aktier och andelar i dotterbolag är pantsatta som säkerhet för obligationslånet.

### **Ränterisk**

På längre sikt kan ränteförändringar medföra en påverkan på Koncernens resultat och kassaflöde.

### **Ägande och utestående aktier**

Per den 30 juni 2021 hade Desenio Group 2 098 aktieägare. Bolaget har bara ett aktieslag och varje aktie ger en röst. De största aktieägarna är fonder kontrollerade av Verdane med 25,6%, MBHB Holding AB med 12,7% (grundarna Martin Blomqvist och Helena Blomqvist. Martin är dessutom styrelseledamot), Hars Holding AB med 9,6% (Alexander Hars, ordförande).

### **Organisation**

Vid det andra kvartalets utgång hade koncernen 253 (100) medarbetare. De flesta baserade i Stockholm.

### **Hållbarhetsarbete**

Hållbarhet är en viktig del av Desenios strategiska agenda och Koncernen jobbar kontinuerligt med att förbättra produktionsprocessen och att minska miljöpåverkan. Desenio arbetar endast med leverantörer som delar Koncernens agenda om hållbar konsumtion. Bolaget har två huvudsakliga processer för detta: i) Forest Stewardship Council-certifiering ("FSC") säkerställer att alla intressenter som är involverade i produktionen arbetar i enlighet med FSC-reglerna för att på ett hållbart sätt använda resurserna från världens skogar; och ii) alla leverantörer undertecknar och följer Desenios Code of Conduct. Desenio har en dedikerad hållbarhetschef som rapporterar till Bolagets CFO. Desenio är också samarbetspartner med Blue Marine Foundation sedan 2019 och har skapat en "Art for Oceans"-kollektion för att öka medvetenheten om den kris som världens hav står inför. Dessutom blev Bolaget 2017 partner med organisationen Vi-Skogen som sedan 1983 har planterat 134 miljoner träd och hjälpt över 2,4 miljoner människor i kampen mot fattigdom. Tillsammans med Vi-Skogen planterar Desenio två nya träd för varje träd som använts i produktionen av de posters som sålts. Över 15 000 träd har planterats av Desenio sedan 2017.



# FINANSIELL ÖVERSIKT

**DESENIO GROUP**

Desenio Group AB (publ) / Q2 Rapport

## Rapport över resultat och övrigt totalresultat för koncernen i sammandrag

SEKm om inget annat anges	Apr 1 - Jun 30, 2021	Apr 1 - Jun 30, 2020	Jan 1 - Jun 30, 2021	Jan 1 - Jun 30, 2020	Helår 2020
Nettoomsättning	266,2	252,7	668,3	431,1	978,5
Kostnad för sålda varor	-50,3	-38,9	-121,5	-70,6	-169,8
<b>Bruttoresultat</b>	<b>215,9</b>	<b>213,8</b>	<b>546,8</b>	<b>360,5</b>	<b>808,7</b>
<b>RÖRELSENS KOSTNADER</b>					
Hanteringskostnader	-73,1	-66,7	-181,6	-122,2	-283,9
Marknadsföringskostnader	-73,7	-44,3	-161,1	-81,5	-209,1
Admin & övriga kostnader	-47,8	-26,6	-114,1	-52,2	-74,2
Övriga rörelseintäkter	0,7	2,4	2,2	6,8	19,3
Övriga rörelsekostnader	-2,8	-2,6	-5,5	-6,3	-14,3
<b>Rörelseresultat</b>	<b>19,3</b>	<b>76,0</b>	<b>86,7</b>	<b>105,1</b>	<b>246,6</b>
<b>FINANSIELLA INTÄKTER OCH KOSTNADER</b>					
Finansiella intäkter	0,0	0,4	0,0	2,6	0,0
Finansiella kostnader	-15,7	-8,2	-33,2	-11,8	-19,1
<b>Finansnetto</b>	<b>-15,7</b>	<b>-7,8</b>	<b>-33,2</b>	<b>-9,2</b>	<b>-19,1</b>
<b>RESULTAT FÖRE SKATT</b>	<b>3,5</b>	<b>68,2</b>	<b>53,5</b>	<b>95,9</b>	<b>227,5</b>
Skatt	-0,7	-14,0	-11,0	-20,6	-48,5
<b>PERIODENS RESULTAT</b>	<b>2,8</b>	<b>54,2</b>	<b>42,5</b>	<b>75,3</b>	<b>179,0</b>

Periodens resultat överensstämmer med övrigt totalresultat för perioden.

<b>RESULTAT PER AKTIE</b>					
Före utspädning (SEK)	0,02	0,39	0,30	0,54	
Efter utspädning (SEK)	0,02	0,37	0,28	0,51	
<b>Antal utestående aktier vid rapportperiodens utgång</b>					
– före utspädning (SEK)	144 111 110	140 000 000	144 111 110	140 000 000,00	
– efter utspädning (SEK)	151 136 810	146 482 000	151 136 810	146 482 000,00	
<b>Genomsnittligt antal utestående aktier</b>					
– före utspädning (SEK)	144 111 110	140 000 000	141 135 666	140 000 000,00	
– efter utspädning (SEK)	150 799 453	146 482 000	150 732 354,2	146 482 000,00	

## Rapport över finansiell ställning för koncernen i sammandrag

SEKm om inget annat anges	Jun 30, 2021	Jun 30, 2020	Helår 2020
Goodwill	834,3	18,9	834,3
Varumärken	429,0	169,0	429,0
Övriga immateriella tillgångar	90,3	7,0	106,4
Materiella anläggningstillgångar	28,4	25,0	22,9
Finansiella tillgångar	8,9	5,0	5,8
Varulager	67,3	28,9	53,7
Omsättningstillgångar	30,4	22,2	51,3
Likvida medel	112,6	60,6	647,4
<b>Summa tillgångar</b>	<b>1 601,2</b>	<b>336,6</b>	<b>2 150,9</b>
Eget kapital	246,0	82,5	186,2
Avsättningar	105,5	35,0	109,0
Långfristiga skulder	1 082,9	28,1	1 077,0
Kortfristiga skulder	166,8	191,0	778,8
<b>Summa skulder</b>	<b>1 601,2</b>	<b>336,6</b>	<b>2 150,9</b>



## Rapport över kassaflöden för koncernen i sammandrag

SEKm	Apr 1 - Jun 30, 2021	Apr 1 - Jun 30, 2020	Jan 1 - Jun 30, 2021	Jan 1 - Jun 30, 2020	Helår 2020
<b>KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN FÖRE FÖRÄNDRINGAR I RÖRELSEKAPITAL</b>					
Resultat före skatt	3,5	68,2	53,5	95,9	167,1
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	17,3	5,8	17,6	3,4	82,9
Betald inkomstskatt	-14,5	-13,3	-14,5	-37,4	-43,8
<b>KASSAFLÖDE FRÅN DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN FÖRE FÖRÄNDRINGAR I RÖRELSEKAPITAL</b>	<b>6,3</b>	<b>60,7</b>	<b>56,6</b>	<b>61,9</b>	<b>206,2</b>
<b>KASSAFLÖDE FRÅN FÖRÄNDRINGAR I RÖRELSEKAPITAL</b>					
Ökning/minskning av varulager	-12,0	11,4	-13,6	12,5	5,7
Ökning/minskning av rörelsefordringar	-1,9	15,1	20,9	-7,9	-20,1
Ökning/minskning i rörelseskulder	-61,2	-11,7	-102,1	0,6	61,8
<b>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</b>	<b>-75,1</b>	<b>14,8</b>	<b>-94,8</b>	<b>5,2</b>	<b>47,4</b>
<b>KASSAFLÖDE FRÅN LÖPANDE VERKSAMHETEN</b>	<b>-68,8</b>	<b>75,5</b>	<b>-38,2</b>	<b>67,1</b>	<b>253,6</b>
<b>KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN</b>					
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-6,1	0,0	-6,4	0,0	-0,8
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-0,6	-0,8	-0,7	-0,8	-6,5
Förändring av finansiella tillgångar	-0,9	0,0	-3,1	0,0	-0,9
Förvärv av dotterföretag, nettoeffekt	0,0	2,2	-214,9	2,2	-579,4
<b>KASSAFLÖDE FRÅN INVESTERINGSVERKSAMHETEN</b>	<b>-7,6</b>	<b>1,4</b>	<b>-225,1</b>	<b>1,4</b>	<b>-8,2</b>
<b>KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN</b>					
Nyemission	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Återköpta teckningsoptioner	6,3	0,0	6,3	0,0	-0,1
Upptagna lån	7,1	0,0	7,1	0,0	1 065,0
Amortering av lån	0,0	-17,0	0,0	-31,6	-101,7
Utbetald utdelning till moderbolagets ägare	0,0	-100,0	-285,1	-100,0	-100,0
<b>KASSAFLÖDE FRÅN FINANSIERINGSVERKSAMHETEN</b>	<b>13,4</b>	<b>-117,0</b>	<b>-271,7</b>	<b>-131,6</b>	<b>1 064,9</b>
Periodens kassaflöde	-63,0	-44,1	-535,0	-67,9	529,3
Valutakursdifferens i likvida medel	0,0	0,0	0,0	0,0	-10,5
Likvida medel vid periodens början	175,4	104,7	647,4	128,5	128,5
<b>LIKVIDA MEDEL VID PERIODENS SLUT</b>	<b>112,4</b>	<b>60,6</b>	<b>112,4</b>	<b>60,6</b>	<b>647,4</b>

## Rapport över förändringar i koncernens eget kapital i sammandrag

SEKm om inget annat anges	Apr 1 - Jun 30, 2021	Apr 1 - Jun 30, 2020	Jan 1 - Jun 30, 2021	Jan 1 - Jun 30, 2020	Helår 2020
<b>Ingående eget kapital</b>	<b>236,8</b>	<b>129,0</b>	<b>186,2</b>	<b>107,2</b>	<b>107,2</b>
Periodens totalresultat	2,8	54,2	42,5	75,3	179,0
Nyemission (netto)	-	-	296,0	0,0	-
Teckningsoptioner	6,4	0,0	6,4	0,0	-0,1
Utdelning	-	-100,0	-285,1	-100,0	-100,0
Omräkningsdifferenser	-	-	-	0,0	-
<b>Utgående eget kapital</b>	<b>246,0</b>	<b>83,2</b>	<b>246,0</b>	<b>82,5</b>	<b>186,2</b>

## Koncernen – Nyckeltal (KPIs)

SEKm unless otherwise indicated	Apr 1 - Jun 30,	Apr 1 - Jun 30,	Förändring	Jan 1 - Jun 30,	Jan 1 - Jun 30,	Förändring
	2021	2020		2021	2020	
Nettoomsättning	266,2	252,7	5,3%	668,3	431,1	55,0%
Nettoomsättningsstillväxt, %	5,3	133,2	-127,8 pp	55,0	81,3	-26,2 pp
Organisk nettoomsättningsstillväxt %	-28,3	133,2	-161,5 pp	8,2	81,3	-73,1 pp
Bruttovinstmarginal, %*	81,1	84,6	-3,5 pp	81,8	83,6	-1,8 pp
Andel hanteringskostnader, %*	27,5	26,4	1,1 pp	27,2	28,3	-1,1 pp
Andel marknadsföringskostnader, %*	27,7	17,5	10,1 pp	24,1	18,9	5,2 pp
Andel admin & övriga kostnader, %*	17,9	10,5	7,4 pp	17,1	12,1	5,0 pp
Rörelseresultat (EBIT)	19,3	76,0	-74,7%	86,7	105,1	-17,5%
Rörelsemarginal, %	7,2	30,1	-22,8 pp	13,0	24,4	-11,4 pp
Justerat rörelseresultat*	23,0	84,7	-72,9%	105,8	113,8	-7,0%
Justerad rörelsemarginal, %*	8,6	33,5	-24,9 pp	15,8	26,4	-10,6 pp
EBITA*	27,6	76,4	-63,9%	103,3	105,5	-2,1%
EBITA marginal, %*	10,3	30,2	-19,9 pp	15,5	24,5	-9,0 pp
Justerad EBITA*	31,3	85,1	-63,3%	122,4	114,2	7,2%
Justerad EBITA marginal, %*	11,7	33,7	-21,9 pp	18,3	26,5	-8,2 pp
EBITDA*	27,9	76,7	-63,7%	104,6	106,1	-1,4%
EBITDA marginal, %*	10,5	30,4	-19,9 pp	15,7	24,6	-9,0 pp
Justerad EBITDA*	31,6	85,4	-63,1%	123,7	114,8	7,7%
Justerad EBITDA marginal, %*	11,9	33,8	-22,0 pp	18,5	26,6	-8,1 pp
Resultat per aktie	0,02	0,39	-95,0%	0,30	0,54	-44,0%
Kassaflöde från löpande verksamheten	-68,8	75,5	191,1%	-38,2	67,1	156,9%
Investeringar*	0,7	4,6	-85,6%	1,5	5,4	-72,8%
Nettoskuld / Nettokassa*	970,3	-32,5	3085,5%	970,3	-32,5	3085,5%
Antal besök, '000	22 506	21 770	3,4%	57 916	39 311	-47,3%
Antal order, '000	526	465	13,0%	1 329	861	-54,4%
Genomsnittligt ordervärde, SEK	512	543	-5,6%	502	520	3,5%
Antal aktiva kunder, '000	3 541	1 977	79,1%	3 541	1 977	-79,1%

\* Siffran är ett alternativt nyckeltal och beskrivs under definitioner.

## Resultaträkning för moderbolaget i sammandrag

	Apr 1 - Jun 30, 2021	Apr 1 - Jun 30, 2020	Jan 1 - Jun 30, 2021	Jan 1 - Jun 30, 2020	Helår, 2020
SEKm om inget annat anges					
Nettoomsättning	0,8	0,7	2,3	1,3	3,1
Kostnad för sålda varor	0,0	0,0	0,0	0,0	3,8
<b>Bruttoresultat</b>	<b>0,8</b>	<b>0,7</b>	<b>2,3</b>	<b>1,3</b>	<b>6,9</b>
<b>RÖRELSENS KOSTNADER</b>					
Hanteringskostnader	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Marknadsföringskostnader	0,0	0,0	-0,1	0,0	-7,5
Admin & övriga kostnader	-6,1	-0,7	-25,5	-1,3	-2,7
Övriga rörelseintäkter	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Övriga rörelsekostnader	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Rörelseresultat</b>	<b>-5,3</b>	<b>0,0</b>	<b>-23,3</b>	<b>0,0</b>	<b>-3,2</b>
<b>FINANSIELLA INTÄKTER OCH KOSTNADER</b>					
Finansiella intäkter	0,0	0,0	0,0	0,0	190,0
Finansiella kostnader	-15,3	-0,8	-32,6	-1,5	-8,1
<b>Finansnetto</b>	<b>-15,3</b>	<b>-0,8</b>	<b>-32,6</b>	<b>-1,5</b>	<b>181,9</b>
Koncernbidrag					42,0
<b>RESULTAT FÖRE SKATT</b>	<b>-20,6</b>	<b>-0,8</b>	<b>-55,9</b>	<b>-1,5</b>	<b>178,7</b>
Skatt	-4,2	-0,2	-11,5	-0,3	-6,6
<b>PERIODENS RESULTAT</b>	<b>-24,9</b>	<b>-0,9</b>	<b>-67,4</b>	<b>-1,8</b>	<b>172,1</b>

## Balansräkning för moderbolaget i sammandrag

	Jun 30, 2021	Jun 30, 2020	Dec 31, 2020
SEKm om inget annat anges			
Finansiella anläggningstillgångar	1 406,3	250,8	1 406,2
Omsättningstillgångar	5,2	1,1	4,7
Likvida medel	2,9	0,6	501,5
<b>Summa tillgångar</b>	<b>1 414,4</b>	<b>252,5</b>	<b>1 912,4</b>
Eget kapital	273,4	96,4	312,0
Långfristiga skulder	1 069,8	14,2	1 065,5
Kortfristiga skulder	71,1	141,9	534,9
<b>Summa skulder</b>	<b>1 414,4</b>	<b>252,5</b>	<b>1 912,4</b>

## Förändringar i eget kapital för moderbolaget

	Apr 1 - Jun 30, 2021	Apr 1 - Jun 30, 2020	Jan 1 - Jun 30, 2021	Jan 1 - Jun 30, 2020	Helår, 2020
SEKm om inget annat anges					
<b>Ingående eget kapital</b>	<b>287,6</b>	<b>197,1</b>	<b>312,0</b>	<b>197,9</b>	<b>197,9</b>
Periodens totalresultat	-20,6	-0,8	-55,9	-1,5	214,2
Nyemission (netto)	0,0	0,0	296,0	0,0	-
Teckningsoptioner	6,4	0,0	6,4	0,0	-0,1
Utdelning	0,0	-100,0	-285,1	-100,0	-100,0
Omräkningsdifferens	0,0	0,0	0,0	0,0	-
<b>Utgående eget kapital</b>	<b>273,3</b>	<b>96,4</b>	<b>273,4</b>	<b>96,4</b>	<b>312,0</b>



## 1. Redovisningsprinciper

Denna delårsrapport i sammandrag för koncernen har upprättats i enlighet med IAS 34 Delårsrapportering samt tillämpliga bestämmelser i Årsredovisningslagen. Delårsrapporten för moderbolaget har upprättats i enlighet med Årsredovisningslagens 9 kapitel om delårsrapporter. Räkenskapsåret 2021 är det första året koncernen tillämpar IFRS (som de är antagna av EU). Fullständiga redovisningsprinciper samt upplysningar om övergången till IFRS återfinns i delårsrapporten för första kvartalet 2021.

Upplysningar enligt IAS 34.16A framkommer förutom i de finansiella rapporterna och dess tillhörande noter även i övriga delar av delårsrapporten.

## 2. Rörelsesegment och fördelning av intäkter

Hittills har koncernens verksamhet följts upp med geografi som grund. Uppföljningen har omfattat intäkter, hanterings- och marknadsföringskostnader. Rörelsesegmenten består av Nordics, Core Europe (Tyskland, Frankrike, Nederländerna, Storbritannien), Rest of Europe och Rest of World.

### Resultaträkning per rörelsesegment Januari-Juni 2021

SEKm om inget annat anges	Nordics	Core Europe	Rest of Europe	Rest of World	Justeringar	Summa
Nettoomsättning	138,3	376,3	123,7	30,2	-0,2	668,3
Kostnad för sålda varor	-25,7	-69,9	-21,7	-4,2	0,0	-121,5
<b>Bruttoresultat</b>	<b>112,6</b>	<b>306,4</b>	<b>102,0</b>	<b>26,0</b>	<b>-0,2</b>	<b>546,8</b>
<b>Rörelsens kostnader</b>						
Hanteringskostnader	-31,9	-102,4	-35,4	-9,2	-1,0	-179,9
Marknadsföringskostnader	-34,3	-79,5	-29,3	-7,6	-18,4	-169,3
Admin & övriga kostnader	0,0	0,0	0,0	0,0	-116,3	-116,3
Övriga rörelseintäkter	0,0	0,0	0,0	0,0	2,0	2,0
Övriga rörelsekostnader	0,0	0,0	0,0	0,0	-5,5	-5,5
Rörelsekostnader	-64,9	-178,4	-63,6	-16,6	-136,6	-460,1
<b>Rörelseresultat</b>	<b>47,7</b>	<b>128,0</b>	<b>38,4</b>	<b>9,4</b>	<b>-136,8</b>	<b>86,7</b>

### Resultaträkning per rörelsesegment Januari-Juni 2020

SEKm om inget annat anges	Nordics	Core Europe	Rest of Europe	Rest of World	Justeringar	Summa
Nettoomsättning	101,8	242,5	73,1	11,9	1,8	431,0
Kostnad för sålda varor	-16,7	-39,8	-12,0	-2,0	0,0	-70,5
<b>Bruttoresultat</b>	<b>85,1</b>	<b>202,7</b>	<b>61,0</b>	<b>9,9</b>	<b>1,8</b>	<b>360,5</b>
<b>Rörelsens kostnader</b>						
Hanteringskostnader	-27,7	-56,8	-32,5	-5,3	0,0	-122,2
Marknadsföringskostnader	-19,3	-42,8	-14,3	-1,7	-3,4	-81,5
Admin & övriga kostnader	0,0	0,0	0,0	0,0	-52,2	-52,2
Övriga rörelseintäkter	0,0	0,0	0,0	0,0	6,8	6,8
Övriga rörelsekostnader	0,0	0,0	0,0	0,0	-6,3	-6,3
Rörelsekostnader	-46,9	-99,6	-46,8	-7,0	-55,1	-255,4
<b>Rörelseresultat</b>	<b>38,1</b>	<b>103,1</b>	<b>14,2</b>	<b>2,9</b>	<b>-53,3</b>	<b>105,1</b>
Finansnetto	0,0	0,0	0,0	0,0	-9,2	-9,2
<b>RESULTAT FÖRE SKATT</b>	<b>38,1</b>	<b>103,1</b>	<b>14,2</b>	<b>2,9</b>	<b>-62,5</b>	<b>95,9</b>

\*Justeringar består av avskrivningar avseende immateriella och materiella anläggningstillgångar

### 3. Eget kapital

#### Utdelning

Under första halvåret 2021 har utdelning till aktieägarna uppgående till 285 053 232 kr beslutats på årsstämman den 19 februari. Utdelningen har utbetalats under första kvartalet.

#### Incitamentsprogram

På årsstämman den 19 februari 2021 beslutades att utge 1 420 000 teckningsoptioner med möjlighet till aktieteckning mellan den 4 juni och 3 September 2025. Emissionen riktades till anställda i koncernen. Dessutom beslutades om att 80 000 teckningsoptioner med möjlighet till aktieteckning samma period 2025. Den emissionen riktades till moderbolagets styrelseledamoter. I juni 2021 ställdes 472 300 nya teckningsoptioner ut till anställda till ett värde av 6,4 miljoner kronor vilket ökade det egna kapitalet med samma belopp.



**Kontaktpersoner:****Fredrik Palm, CEO**

fredrik.palm@deseniogroup.com

+46 70 080 76 37

**Linda Vikström, Head of IR**

ir@deseniogroup.com

+46 73 534 17 62

**Finansiell kalender**

Den 10 november, 2021

Delårsrapport januari-september 2021, Q3 2021

Den 16 februari, 2022

Delårsrapport januari-december 2021, Q4 2021

**Finansiella rapporter**

Delårsrapporter finns tillgängliga på hemsidan: [www.deseniogroup.com](http://www.deseniogroup.com)

**Adress**

Desenio Group AB (publ)

**Besöksadress:**

Maria Bangata 4A

118 63 Stockholm

Sverige

**Postadress:**

Desenio Group AB

Box 11025

100 61 Stockholm

Sverige

Org. nr. 559107-2839





# ÖVRIG INFORMATION

**DESENIO GROUP**

Desenio Group AB (publ) / Q2 Rapport

## Revision

Denna delårsrapport har inte varit föremål för revision.

## Signaturer

17 Augusti 2021 Stockholm

Alexander Hars  
Ordförande

Fredrik Palm  
Verkställande direktör

Jakob Tolleryd  
Ledamot

Nathalie du Preez  
Ledamot

Martin Blomqvist  
Ledamot

Max Carlsén  
Ledamot

Cecilia Marlow  
Ledamot

Sarah Kauss  
Ledamot

## Definitioner av nyckeltal

Nyckeltal	Definition	Motivering för användande
Aktiva kunder	Antal kunder som har genomfört minst en beställning under den föregående 24-månaders-perioden.	Detta nyckeltal mäter Bolagets förmåga att attrahera och behålla kunder.
Andel administrationskostnader- och övriga kostnader, %	<p>Administrationskostnader och övriga kostnader utgörs av rörelsens kostnader minus kostnader för handelsvaror, hanterings- och distributionskostnader samt marknadsföringskostnader.</p> <p>Administrationskostnader och övriga kostnader avser personalkostnader, hyreskostnader, konsultkostnader och övriga rörelsekostnader samt avskrivningar på materiella anläggningstillgångar. Administrationskostnader- och övriga kostnader återfinns i resultaträkningen på raderna personalkostnader och övriga rörelsekostnader samt utgör delposter av raderna övriga externa kostnader samt avskrivningar av materiella anläggningstillgångar.</p> <p>Nyckeltalet beräknas genom att administrationskostnader- och övriga kostnader divideras med nettoomsättning, uttryckt i procent.</p>	Detta nyckeltal ger Bolaget en indikation på externa kostnader, per intjänad krona, som inte är hänförliga till hanterings- och distributionskostnader eller marknadsföringskostnader, och är därmed en indikation på effektiviteten i Bolagets verksamhet.
Andel hanterings- och distributionskostnader, %	<p>Hanterings- och distributionskostnader inkluderar kostnader för 3PL, frakt till kund, kostnader för bank och kassa (primärt kostnader för betalleverantörer såsom Klarna och PayPal) samt IT-och systemkostnader. Hanterings- och distributionskostnaderna återfinns i resultaträkningen som delposter i raderna handelsvaror respektive övriga externa kostnader.</p> <p>Nyckeltalet beräknas genom att hanterings- och distributionskostnad divideras med nettoomsättning, uttryckt i procent.</p>	Detta nyckeltal ger Bolaget en indikation på hur mycket av kostnaderna för varje intjänad krona i nettoomsättningen som härrör från hantering och distribution, och utgör därmed en indikation på hur effektiv Bolagets verksamhet är.
Andel marknadsföringskostnader, %	Marknadsföringskostnaderna återfinns i resultaträkningen som en delpost i övriga externa kostnader. Nyckeltalet beräknas genom att marknadsföringskostnader divideras med nettoomsättningen, uttryckt i procent.	Detta nyckeltal möjliggör för Bolaget att mäta hur effektiv dess marknadsföringsverksamhet är och utgör därmed en indikation på hur effektiv Bolagets verksamhet är.



## Definitioner av nyckeltal

Nyckeltal	Definition	Motivering för användande
Antal besök ('000)	Antalet besök på en hemsida eller en grupp av hemsidor under mätperioden (oberoende av vilken enhet som används).	Detta nyckeltal möjliggör för Bolaget att mäta sin räckvidd och marknadsföringsaktiviteter.
Antal order ('000)	Antal order som läggs under mätperioden, justerat för avbeställningar och returer.	Antal order är ett nyckeltal som används för att mäta kundengagemang.
EBIT (Rörelseresultat)	Rörelseresultat som presenteras i Koncernens resultaträkning.	Rörelseresultatet ger en bild av resultatet som har genererats av den löpande verksamheten.
EBIT-marginal, %	Rörelseresultatet (EBIT) dividerat med nettoomsättning, uttryckt i procent.	Rörelsemarginal ger en bild av resultatet som har genererats av den löpande verksamheten.
EBITA	EBITA i procent av nettoomsättning.	EBITA-marginalen är ett användbart mått tillsammans med nettoomsättningstillväxt för att övervaka värdeskapande.
EBITDA	Resultat före finansiella poster, skatt och avskrivningar.	EBITDA visar en övergripande bild av resultatet som har genererats i den löpande verksamheten.
EBITDA-marginal, %	EBITDA dividerat med nettoomsättning, uttryckt i procent.	Detta nyckeltal används för analys av värdeskapande.
Genomsnittligt ordervärde (AOV)	Transaktionsbaserad nettoomsättning dividerat med antalet beställningar under mätperioden. Genomsnittligt ordervärde är minus rabatter, exklusive moms och efter returer.	Genomsnittligt ordervärde mäts som en indikator på intäktsgenerering. Det anses utgöra ett nyckeltal för hur attraktiva Bolagets produkter och webbsidor är för kunderna.
Investeringar	Kassaflöde avseende förvärv av materiella anläggningstillgångar samt förvärv av immateriella anläggningstillgångar.	Detta nyckeltal ger Bolaget en bild av investeringar i den löpande verksamheten.
Justerad andel administrationskostnader- och övriga kostnader, %	Justerad andel administrationskostnader- och övriga kostnader exklusive jämförelsestörande poster. Jämförelsestörande poster inkluderar transaktionskostnader samt kostnader för lagerflytt.	Detta nyckeltal ger Bolaget en indikation på kostnader, per intjänad krona, som inte är hänförliga till hanterings- och distributionskostnader eller marknadsföringskostnader, och är därmed en indikation på effektiviteten i Bolagets verksamhet exklusive jämförelsestörande poster.
Justerad EBIT	EBIT exklusive jämförelsestörande poster. Jämförelsestörande poster inkluderar transaktionskostnader samt kostnader för lagerflytt.	Justerad EBIT är justerad för jämförelsestörande poster och anses därmed utgöra ett användbart mått av Bolagets underliggande resultat som genererats från den löpande verksamheten.

## Definitioner av nyckeltal

Nyckeltal	Definition	Motivering för användande
Justerad EBIT-marginal, %	Justerad EBIT dividerat med nettoomsättning, uttryckt i procent.	Justerad EBIT-marginal är justerad för jämförelsestörande poster och anses därmed utgöra ett användbart mått av Bolagets underliggande resultat som genererats från den löpande verksamheten.
Justerad EBITA	EBITA exklusive jämförelsestörande poster. Jämförelsestörande poster inkluderar transaktionskostnader samt kostnader för lagerflytt.	Måttet är relevant för att ge en indikation på Bolagets underliggande resultat som genereras av den löpande verksamheten exklusive jämförelsestörande poster.
Justerad EBITA-marginal, %	Justerad EBITA dividerat med nettoomsättning, uttryckt i procent.	Måttet är relevant för att ge en indikation på Bolagets underliggande resultat som andel av nettoomsättningen, som genereras av den löpande verksamheten exklusive jämförelsestörande poster.
Justerad EBITDA	EBITDA exklusive jämförelsestörande poster. Jämförelsestörande poster inkluderar transaktionskostnader samt kostnader för lagerflytt.	Justerad EBITDA är justerad för jämförelsestörande poster och anses därmed utgöra ett användbart mått av Bolagets underliggande resultat som genererats från den löpande verksamheten före avskrivningar.
Justerad EBITDA-marginal, %	Justerad EBITDA dividerat med nettoomsättning, uttryckt i procent.	Justerad EBITDA-marginal är justerad för jämförelsestörande poster och anses därmed utgöra ett användbart mått av Bolagets underliggande resultat som genererats från den löpande verksamheten före avskrivningar.
Kundlivstidsvärde (CLV)	Definieras som produktvinsten minus hanterings- och distributionskostnader samt marknadsföringskostnader hänförliga till en viss kundgrupp (dvs. kunder som har förvärvats under en specifik tidsperiod) sedan kundgruppen förvärvades.	CLV låter Bolaget mäta värdet av varje kund, ofta uttryckt i termer av kundgrupper. CLV beräknas med en hög detaljnivå för varje marknadsföringsaktivitet. Desenio mäter hur lönsamma nya kunder kan förväntas vara genom att jämföra en grupp kunders kundlivstidsvärde med samma grupp kunders kundförvärvningskostnad.
Kundförvärvningskostnad (CAC)	Genomsnittlig kostnad för förvärv av en ny kund definierat som total marknadsföringskostnad under en viss period dividerat med antalet nya kunder som har förvärvats under samma period.	Detta nyckeltal mäter effektiviteten i Bolagets marknadsföring. CAC beräknas med en hög detaljnivå för varje marknadsföringsaktivitet.

## Definitioner av nyckeltal

Nyckeltal	Definition	Motivering för användande
Nettoomsättningstillväxt, %	Årlig tillväxt i nettoomsättningen, uttryckt i procent. Beloppet är beräknat i SEK och tar inte hänsyn till utländska valutor.	Detta nyckeltal möjliggör för Bolaget att jämföra sin tillväxttakt mellan olika perioder samt med marknaden i helhet och konkurrenter.
Nettoskuld/nettokassa	Räntebärande skulder vid periodens utgång minskat med kassa och bank vid periodens utgång. Räntebärande skulder inkluderar obligationslån, skulder till kreditinstitut samt skuld avseende tilläggsköpeskilling.	Nettoskuld/nettokassa är ett nyckeltal som visar Bolagets totala skuldsättning.





# DESENIO GROUP

Desenio Group AB (publ) / Q2 Rapport