

- HUD - SMINK - DOFT - HÅR - HUD - SMINK - DOFT - HÅR - HUD - SMINK - DOFT - HÅR -

Års- och hållbarhetsredovisning 2025

OKO

- HUD - SMINK - DOFT - HÅR - HUD - SMINK - DOFT - HÅR - HUD - SMINK - DOFT - HÅR -

Welcome to

your bea uty play gro und

Lyko Community är ett nav för skönhetsintresserade och en unik plattform där vi kan möta våra fans, inspirera och utbyta erfarenheter. Här delar användare recensioner, tips och rutiner, diskuterar produkter och upptäcker nyheter tillsammans med andra beautyentusiaster. Under året har aktiviteten varit hög med 21 miljoner visningar bara i november, recensioner som hjälper andra att hitta rätt i det stora skönhetsutbudet.

Upplevelsen och nyfikenheten står i centrum för oss, kärnan är att kunna inspireras, ställa frågor och dela kunskap i en engagerad och inkluderande tillåtande miljö både digitalt och i våra butiker.

Alla ska känna sig välkomna till Lyko, vi vill verka för att skönhet är roligt, personligt och något man utforskar tillsammans, snarare än något allvarligt eller pretentiöst.

Innehåll

Lyko i korthet	4	Hållbarhetsrapport.....	26
Lyko 2025	5	Risker	52
VD har ordet	7	Aktien.....	54
Det här är Lyko	9	Bolagsstyrning.....	55
Historik	11	Styrelse.....	58
Tillväxtresan	12	Ledning.....	60
Affärsmodell	13	Förvaltningsberättelse.....	62
Strategi.....	15	Finansiella rapporter.....	65
Egna varumärken	19	Noter	73
Norden & Europa	21	Revisionsberättelse.....	103
Marknadsöversikt.....	22	Nyckeltalsdefinitioner.....	105
Lager och logistik.....	24	Information till aktieägarna...	106



Urval av
händelser
sid 47-51

Lyko i korthet

Vi brinner för att göra skönhet tillgänglig, inspirerande och rolig för alla! Med marknadens bredaste sortiment, en beauty playground där du kan utforska allt kring produkterna och bli en del av en inspirerande community.

Vår verksamhet sträcker sig över åtta länder via **Lyko.com, Lyko-appen och 34 butiker i Sverige, Norge och Finland.** Men vi stannar inte där! **Vi hanterar hela kedjan** – från produktutveckling i våra labb och tillverkning i vår fabrik i Göteborg till lagerhållning och försäljning till frisörer och återförsäljare.

Tillsammans är vi över **1 100 fantastiska Lyko-stjärnor**, alla med en gemensam mission: Att lyfta fram glädjen i skönhet, välkomna alla och inspirera till självuttryck och kreativitet! Välkommen till **your beauty playground** – där skönhet börjar!



Några highlights från 2025

+11%

Lykos omsättning ökade med 11 procent under 2025.

Störst inom Beauty online

500 m²

I oktober öppnade vår allra första Fab Store i Täby Centrum – ett skalbart koncept redo att rullas ut på fler orter.

Första Fab Store öppnas

Varumärkeskännedom på topp!

Varannan svensk kvinna tänker på Lyko – ofta!

What's on your mind?

Egna varumärken

Own Brands

Lyko har ett växande utbud av egna varumärken. Under 2025 relanserade vi ikoniska Make Up Store.



Vansbro

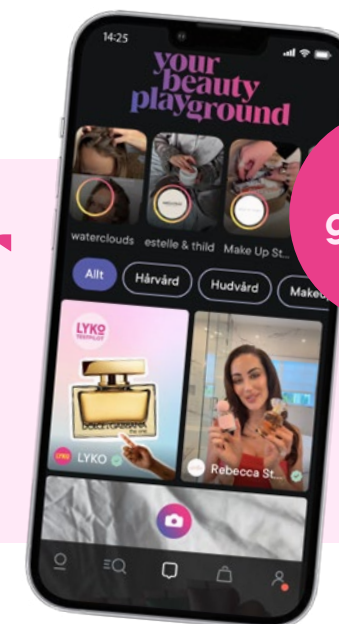
Under 2025 togs nästa steg i Lykos tillväxtresa när den nya, automatiserade lagerutbyggnaden i Vansbro togs i drift med kapacitet för att leverera 100 000 ordrar per dag!

Full rulle i Vansbro

21 miljoner visningar

I november 2025 hade Lyko Community 21 miljoner visningar.

Kul gemenskap



Investeringar för framtiden

Under 2025 ökade Lykos tillväxt. Koncernen investerade i infrastruktur, butiker, organisation och uppbyggnad av varumärken.

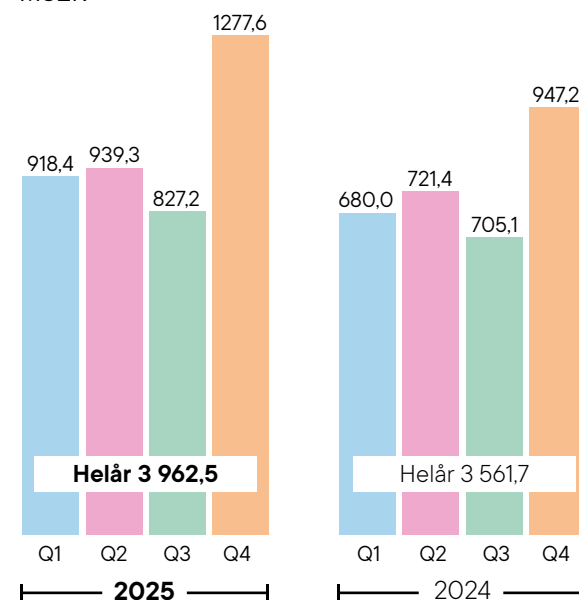
Nyckeltal

MSEK om inget annat anges	2025	2024
Nettoomsättning	3 963	3 562
Försäljningstillväxt, %	11,3	16,6
Bruttovinst	1 659	1 569
Bruttovinstmarginal, %	41,9	44,0
EBIT	78,2	117,4
EBIT-marginal, %	2,0	3,3
Årets resultat	-3	21
Resultat per aktie (kr)	-0,2	1,37
Kassaflöde från den löpande verksamheten	528	210
Nettoskuld (+) / Nettokassa (-), exklusive IFRS 16	292	333

Nära
4 Mdr
SEK!

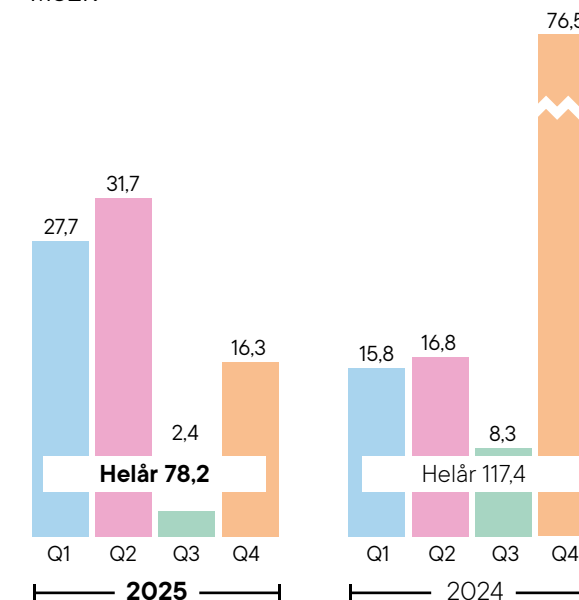
Nettoomsättning – kvartal/år

MSEK



EBIT – kvartal/år

MSEK



Q1

- +Lyko lanserar Apoteksvarumärket ACO.

Q2

- +Lyko inviger tredje butiken i Finland. Denna gång i Esbo.
- +Lyko åker på Norge turné med Lyko On Wheels.

Q3

- +Lyko startar ramp-up av nya automationen i Vansbro, fortsatte under hösten och förväntas vara i full drift tidigt 2026.
- +Lyko genomförde en exklusiv lansering av MinLen.
- +Lykos adventskalendersläpp blev återigen det bästa någonsin!

Q4

- +I november återöppnade butiken i Westfield Täby Centrum i norra Stockholm som Lykos första Fab Store.
- +I slutet av oktober öppnade Lyko sin femte butik i Norge i köpcentrumet Kvadrat i Sandnes/Stavanger.

RICKARD LYKO

2025 blev året då vi tog ett tydligt kliv framåt

I en bransch som präglats av vinstvarningar, högre konkurrens och strukturella förändringar fortsatte vi att växa, ta marknadsandelar och stärka vår position som den självklara skönhetsdestinationen i Norden. När marknaden blir tuffare syns det också tydligare vilka som särskiljer sig och lyckas leverera ett värde till kunderna. Där fortsätter vi att ta position, varje kvartal.



TILLVÄXT OCH 350 000 NYA KUNDER

Under året fortsatte vi att växa snabbare än marknaden, totalt nådde vi nära fyra miljarder kronor i omsättning och bara under det fjärde kvartalet välkomnade vi över 350 000 nya kunder.

Det visar att vårt erbjudande, det bredaste sortimentet, rikligt med inspiration och en smidig köppplevelse, fortsätter att vinna förtroende hos allt fler kunder. I Norden stärker vi vår position ytterligare, och i Norge har vi nu passerat en miljard i årsomsättning.

Samtidigt ser vi tydligt att ökad varumärkeskännedom på en marknad ger allt större effekt per investerad marknadsföringskrona. Det skapar en positiv spiral där tillväxt föder ytterligare tillväxt.

AUTOMATION SOM LÄGGER GRUNDEN FÖR FRAMTIDEN

En av årets viktigaste milstolpar var att vår nya lagerautomation togs i drift. Det är det största projektet vi någonsin genomfört och en investering som ger oss helt nya förutsättningar framåt.

Med den nya automationen har vi nu en total kapacitet på omkring 100 000 order per dag tillsammans med vår tidigare lösning. Det ger oss både högre kapacitet, bättre flexibilitet och bättre tillgänglighet på produkter för kunderna.

Samtidigt lägger det grunden för en mer kostnadseffektiv logistik när volymerna fortsätter upp.

Implementationen påverkade resultatet under delar av året, men den underliggande affären var fortsatt stark. Nu står vi med en plattform som kan hantera betydligt större volymer utan motsvarande kostnadsökningar.

LYKO FAB STORE LANSERADES

Vår första Fab Store lanserades under året ett koncept som visar riktningen för framtidens Lyko-butiker. Här möts inspiration, community, service och alla produkter i ett format som ligger helt i linje med hur våra kunder vill uppleva skönhet.

Vi fortsätter också att utveckla våra egna varumärken och koncept, som blir en allt viktigare del av vår affär och vårt erbjudande. Extra stolta är vi över relanseringen av vårt Make Up Store och nya varumärket Scandinavian Soap Factory. Under året fortsatte vi att stärka vårt externa sortiment och vårt varumärke. Vi lanserade nya globala varumärken och fortsatte vår satsning på Lyko Lovables!

STARKARE POSITION I BRANSCHEN

2025 blev ett år där skönhetsbranschen tydligt ritade om kartan. Flera aktörer mötte stora utmaningar samtidigt som konkurrensen hårdnade och vi nådde inte våra egna förväntningar. I det

klimatet har vårt fokus varit tydligt, att ta marknadsandelar, stärka varumärket och bygga en ännu mer effektiv organisation. Resultatet är att vi går in i nästa fas med bättre förutsättningar än någonsin tidigare.

Vi ser att vi är top of mind hos konsumenterna i flera marknader och att leverantörerna i allt högre grad ser Lyko som sin viktigaste partner.

Med den plattform vi nu har byggt upp, både organisatoriskt och logistiskt, står vi redo för nästa steg.

Vårt mål är tydligt, att bli den självklara startpunkten för skönhet. Vi ska fortsätta växa snabbare än marknaden, ta marknadsandelar och samtidigt förbättra lönsamheten över tid.

Vi har ett starkt varumärke, en passionerad organisation och en infrastruktur som nu kan skala på allvar. Det gör att vi går in i kommande år med självförtroende.

Ett varmt tack till alla medarbetare, partners och kunder som varje dag gör Lyko till det bolag vi är.

Stockholm, april 2026

Rickard Lyko
Verkställande direktör



gleeze.

gleeze.

gleeze.



DET HÄR ÄR LYKO

En ledande skönhetspecialist

Lyko är en skönhetspecialist som strävar efter att ha den bästa kundupplevelsen och det bredaste produktsortimentet.

Lykos kunderbjudande utgörs av ett brett utbud av produkter inom skönhet, snabb och tillförlitlig leverans, en modern plattform för e-handel, samt butiker med tillmötesgående och kunnig personal.

Vi vill fånga känslan att skönhet är något lekfullt, härligt och individuellt.

Vi tror på det fysiska mötets styrkor och satsar mycket på vår butiksverksamhet. Lyko är idag marknadsledare och erbjuder marknadens bredaste produktsortiment.

Totalt erbjuder vi över 72 000 produkter från fler än 1 000 varumärken. Det är en mix av kända och nya spännande varumärken som kompletteras av vårt prisvärda private label sortiment och vår växande portfölj av egna varumärken.

Lyko erbjuder en unik omnikanallösning där det fulla erbjudandet är tillgängligt via vår app. Verksamheten består idag av webbplatsen Lyko.com samt 34 helägda integrerade butiker och salonger i Sverige, Norge och Finland. Försäljning via webbplatsen görs i Sverige, Norge, Danmark, Finland, Tyskland, Österrike, Nederländerna och Polen.



DET HÄR ÄR LYKO

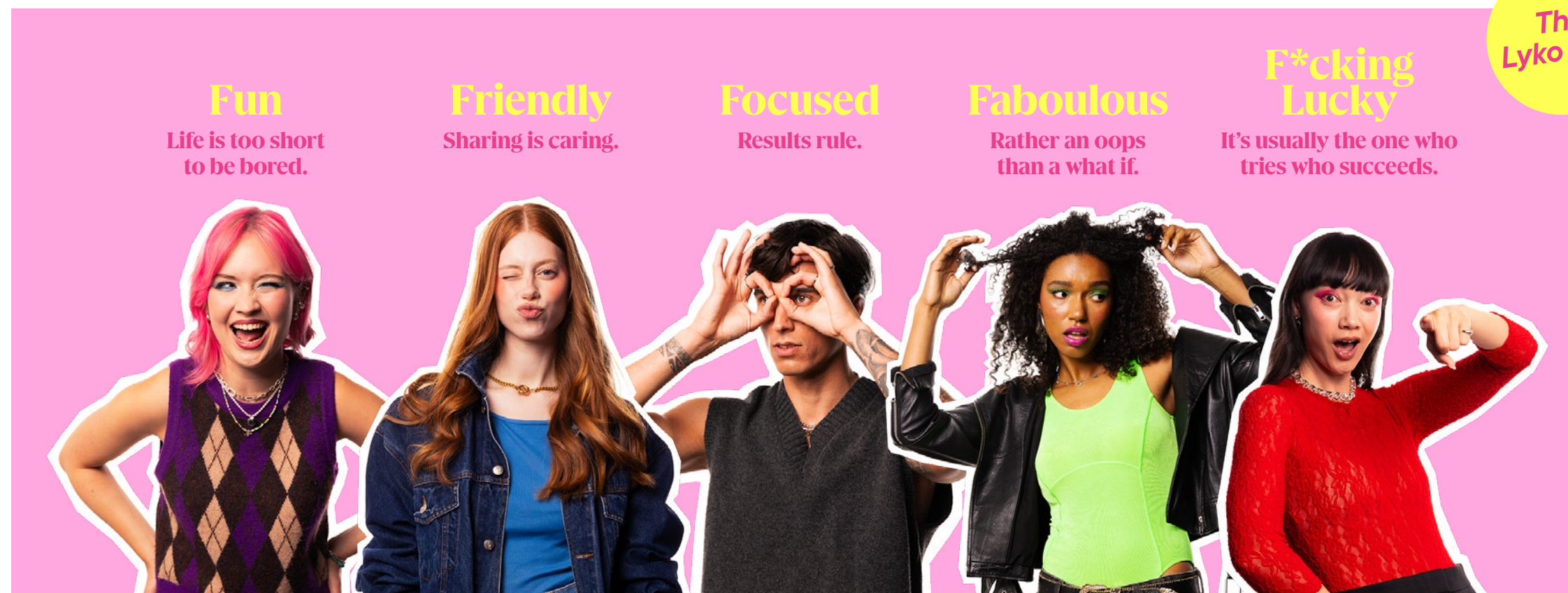
Alla är olika. Även vi som jobbar på Lyko.

Vi har olika erfarenheter, personligheter och ser olika på saker och ting.

Samtidigt så jobbar nog många av oss här för att vi diggar kulturen på Lyko. Det som "sitter i väggarna". Och vad är det då? Jo, man skulle kunna säga att det är summan av alla våra värderingar och beteenden – det sätt på vilket vi gör saker helt enkelt.

Hos oss kallar vi den här summan av kardemumman för The Lyko Way som i sin tur består av fem F:en förklarar alltså hur vi gör – och motsatsen blir då hur vi INTE gör.

Att vi är schyssta innebär alltså att vi INTE är oschyssta, otrevliga eller osköna, mot våra kollegor, våra kunder eller oss själva. Att vi tar ansvar för resultatet innebär att vi INTE bara tar cred för allt som gått bra, utan även tar på oss det som gått mindre bra. Men det är inte de specifika orden som är viktiga utan hur du omsätter dem i din vardag. För ord i all ära, men det är först när de syns, känns och levs som de betyder något!



DET HÄR ÄR LYKO

HISTORIK

Familjeföretaget med rötterna i Dalarna

Lyko har sina rötter i Dalarna, dit Frans Lyko anlände 1945. Den starka kopplingen till familjen Lyko lever i allra högsta grad vidare idag, precis som den entreprenörsanda som speglar företagskulturen. Tredje generationen Lyko arbetar idag inom såväl operationella nyckelroller i företaget som på styrelsenivå, vilket ger en kontinuitet och långsiktighet inom bolaget.

FÖRSTA GENERATIONEN

Frans Lyko föddes i Lviv, dåvarande Polen, nuvarande Ukraina, men flyttade tidigt till Gdansk där han utbildade sig till frisör på 1930-talet. Under andra världskriget fängslades han i koncentrationsläger men lyckades överleva. Vid krigets slut flyttade han till Vansbro, där han 1952 öppnade sin egen herrfrisering.

ANDRA GENERATIONEN

Frans son, Stefan Lyko, följde i sin fars fotspår och utbildade sig också till frisör. År 2003 utökade Stefan och hans hustru Rita sin frisörsalong med en enkel webbshop. Till en början visades produkterna från salongen på hemsidan och kunder kunde beställa via postförskott. Efter hand utvecklades hemsidan till en fullt fungerande e-handelsplattform med en digitalt integrerad betalösning.

TREDJE GENERATIONEN

Stefan och Ritas son, Rickard Lyko, tillträdde som VD för Lyko 2008. Han fokuserade på att vidareutveckla företagets e-handelsplattform, som sedan dess har vunnit flera priser som bästa e-handlare. Rickards syster, Erika Lyko, som också är utbildad frisör, började arbeta i företaget redan 2008.

Verksamheten i Vansbro växte stadigt, med större lager och kontor. I november 2014 gick Lyko samman med Bellbox, där Lykos erfarenhet av e-handel och begränsad fysisk närvaro kombinerades med Bellbox fysiska nätverk av butiker och salonger. På senare år har det fysiska butiksnätverket vuxit med Lyko Flagship Stores, och lanseringen av Lyko Community och Lyko Booking som har varit viktiga steg i utvecklingen av e-handelsplattformen.

År 2017 markerade ett nytt kapitel när Lyko noterades på Nasdaq First North Premier. Hösten 2018 återvände Rickard Lyko som VD, och 2019 passerade företaget en omsättning på över 1 miljard kronor.

År 2020 flyttade verksamheten in i ett nybyggt högautomatiserat lager tre kilometer utanför Vansbro. Samma år expanderade Lyko sin verksamhet till fyra nya länder, Tyskland, Nederländerna, Polen och Österrike.

2021 fortsatte tillväxten med förvärv av varumärkena Make Up Store, Pusher samt de svenska fabrikena Grazette och INZO. Företaget passerade samma år 2 miljarder i omsättning.

2022 tog Lyko stora hållbarhetskliv genom att bli den första e-handlaren i Sverige som endast erbjuder fossilfria leveranser. Samma år förvärvades reklambyrån Honesty, som blev inhousebyrå under namnet Lyko Studio. Lyko fortsatte att stärka sin varumärkesportfölj med förvärv av Love'n Layer, Rebecca Stella Beauty, Acasia Skincare och Eyracure. I slutet av året lanserades den första versionen av Lykos app.

Under 2023 passerade Lyko en omsättning på 3 miljarder kronor. Företaget förvärvade varumärket Estelle & Thild, och den första butiken i Finland öppnades i maj. Samma år invigdes skönhetsdestinationen Lyko FABShip Store vid Sergels Torg i Stockholm.

2024 passerade Lyko en omsättning på 3,5 miljarder kronor, där Own Brands stod för 7,7 procent av försäljningen. Företaget förvärvade varumärket Reserol och lanserade hudvårdsmärket Ply Skin. Nya butiker öppnades i Åbo, Finland och Bergen, Norge, vilket ytterligare stärker Lykos närvaro i dessa länder.

2025 OCH VIDARE EXPANSION

Lyko nådde nästan 4 miljarder i omsättning och Norge passerade 1 miljard. En pop up-butik på hjul turnerade genom tio norska städer för att sondera nästa butiksläge. Den femte norska butiken öppnade i Stavanger Kvadrat och den tredje i Finland i Helsingfors, Sello. Lyko öppnade även sin första Fab Store i Täby Centrum, en blueprint för framtidens butiker. Relanserade Make Up Store och lanserade Fenty Beauty, Mamonde samt började sälja apoteksvarumärket ACO.



Erika Lyko



Rickard Lyko

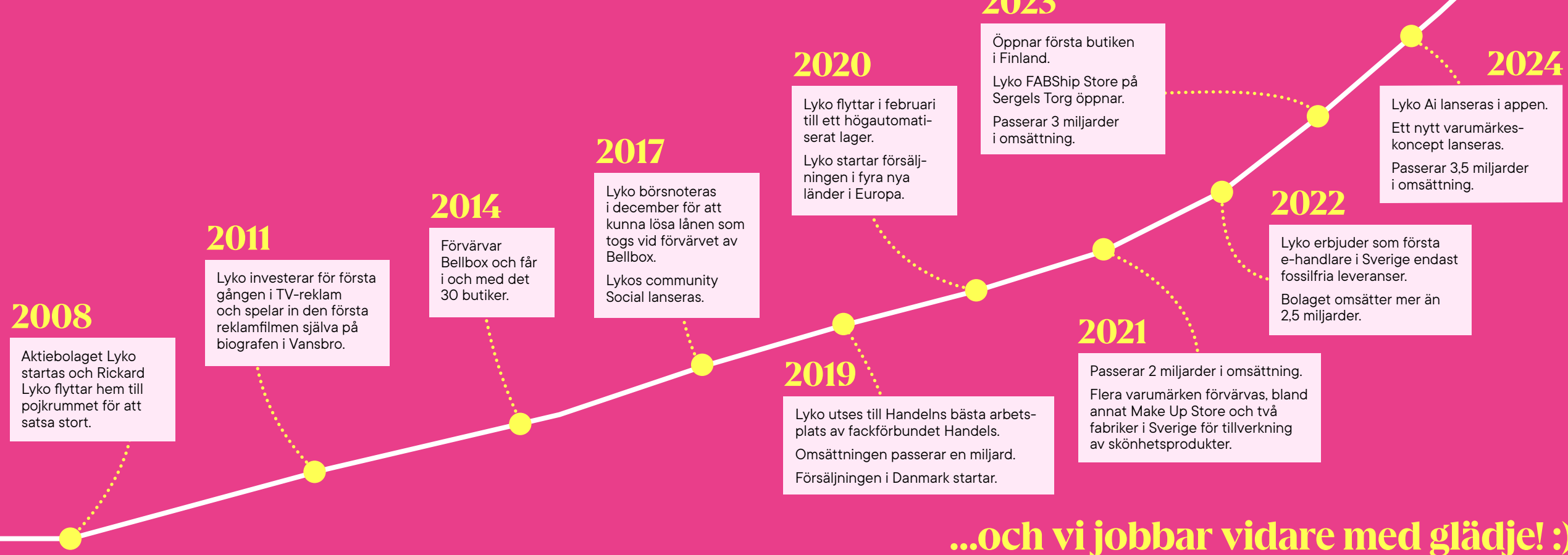
Lykos tillväxtresa fortsätter..

Stefan Lyko startar 2004 hemsidan lyko.se för att visa upp salongens produkter.

En av produkterna är det sällsynta vaxet Fudge Shaper som Stefan köpt med sig från London.

Plötsligt kommer mailförfrågningar från hela landet om att få vaxet hemskickat mot postförskott.

"Inga problem!" och vips så har familjen Lyko startat en e-handel!



Top of mind inom skönhhet

Lyko säljer skönhhetsprodukter i Sverige, Norge, Finland, Danmark, Tyskland, Nederländerna, Österrike och Polen. Bolaget erbjuder ett brett sortiment inom hårvård, hudvård, makeup och parfym och arbetar kontinuerligt med att utveckla sitt erbjudande för att stärka positionen som skönhhetsspecialist.

Lyko har en växande portfölj av egna varumärken, samtidigt som majoriteten av produkterna köps in från externa varumärkesägare, distributörer och leverantörer. Genom kombinationen av ett brett sortiment, egna varumärken och hög produktkunskap strävar Lyko efter att vara kundernas självklara destination för skönhhet.

Lyko fortsätter samtidigt att utveckla butikskonceptet för att skapa ännu mer upplevelsebaserad retail, där inspiration, rådgivning och community står i centrum.

OMNIKANALMODELL

Lyko har ett omnikanalerbjudande med en helintegrerad kundupplevelse där majoriteten av försäljningen sker via e-handel, lyko.com och via Lykos app. Den digitala försäljningen kompletteras av fysiska butiker. Butikerna fungerar som upplevelsebaserade mötesplatser där kunder kan upptäcka nya produkter, ta del av rådgivning och delta i olika event och aktiviteter.

En del av de fysiska butikerna har tillhörande salonger där Lyko erbjuder tjänster i form av klippning, styling och i vissa fall hudvårdsbehandlingar. Salongerna är en viktig del av kunderbjudandet eftersom de bidrar med expertis och rådgivning samt skapar legitimitet i relation

Lykos omnikanalerbjudande

lyko.com

34 butiker

Lyko app

till professionella hår- och hudvårdsvarumärken. Många professionella varumärken inom hårvård och skönhhet ställer krav på att återförsäljare bedriver salongsverksamhet.

SEGMENT

Lyko Group redovisar sin verksamhet i två rörelsedrivande segment: Norden och Europa. Norden består av Sverige, Norge, Finland och Danmark, medan Europa omfattar Tyskland, Österrike, Polen och Nederländerna.

Lykos affärsmodell är inriktad på att sälja skönhhetsprodukter inom hårvård, hudvård, makeup och parfym i dessa geografiska segment. I Norden sker försäljningen online via lyko.com och Lykos app samt via

34 Lyko-butiker. I Europa sker försäljningen online via lokalt anpassade versioner av lyko.com och via Lykos app.

Utöver de två segmenten finns koncerngemensamma funktioner såsom HR, IT, marknad, inköp och finans.

Övriga verksamheter innefattar koncernens produktionsverksamhet, organisation för egna varumärken, tredjepartslogistik samt säljkår till externa frisörsalonger.

VARUMÄRKESSEGMENTERING

Lykos produktförsäljning består av hårvårds- och skönhhetsprodukter och kan delas in i fyra huvudsakliga produktkategorier samt tre varumärkssegment.

Varumärkessegmenteringen bestäms utifrån de krav som ställs av varumärkesägare på återförsäljare. Det är varumärkesägaren som beslutar vilka återförsäljare som auktoriseras att sälja deras produkter.

Den största delen av Lykos försäljning består av hårvårds- och hudvårdsprodukter från professionella varumärken. Generellt krävs att återförsäljare driver professionell salongs- eller behandlingsverksamhet för att få sälja dessa produkter.

För selektiva varumärken ställer varumärkesägare särskilda krav på återförsäljare. Utöver att uppfylla grundläggande kriterier behöver återförsäljaren ofta också vara en attraktiv samarbetspartner med ett starkt varumärke, god kundupplevelse och hög servicegrad.

Semiselektiva varumärken är varumärken där varumärkesägare generellt ställer få eller inga särskilda krav på återförsäljare. Dessa varumärken återfinns därför hos ett större antal återförsäljare.

”

Målsättningen är att våra butiker ska vara en inspirerande plats för skönhhetsintresserade och en fysisk mötesplats för vårt community. Upplevelsen står alltid i centrum i våra butiker, där kärnan är att kunna testa, prova, dofta, klämma och känna på produkter i en inspirerande, lekfull och tillåtande miljö. Alla ska känna sig välkomna till Lyko vi vill att skönhhet ska vara roligt och inte så allvarligt eller pretentiöst.

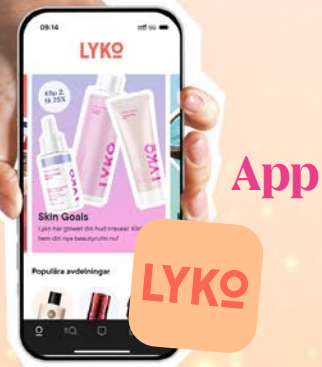
Rickard Lyko

AFFÄRSMODELL

Beauty Scan



Customer Service



App



Lovables & Calendars



Lyko AI



Fabships & Stores



Events

SoMe / Influencer marketing

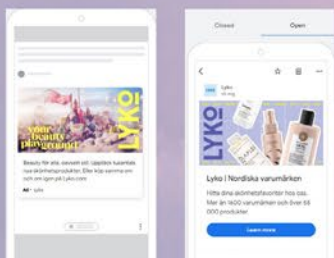


Lykos Omnikanal-värld – där allt hänger ihop

Web



Online media SEM, Affiliates etc.



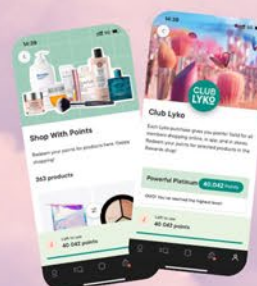
Traditional media TV, OOH, Radio etc.



Lyko Community



Club Lyko



Selected



Snabbast växande skönhets-specialisten i Norden

Lyko fortsätter att stärka sin position som skönhetspecialist i Norden genom en kombination av stark e-handel, inspirerande butiksmiljöer och ett brett sortiment. Bolaget fortsätter att ta marknadsandelar och öka sin varumärkeskänedom i samtliga nordiska marknader.

Lyko fortsätter att utveckla verksamheten inom ett antal strategiska fokusområden: tillväxt på befintliga marknader, geografisk expansion, utveckling av egna varumärken, plattform, kunderbjudande, community, varumärkeskänedom samt utveckling av butiksnätverket.

VISION

Lykos vision är att vara det självklara valet för skönhet!

AFFÄRSIDÉ

Lykos affärsidé är att vara en banbrytande aktör inom skönhetsbranschen genom att erbjuda en innovativ plattform som kombinerar e-handel och fysisk butik med digital rådgivning, såsom hud- och hårtester samt verktyg som hjälper kunder att hitta rätt produkter.

Ambitionen är att ständigt ligga i framkant vad gäller nya koncept, upplevelser och samarbeten. Evenemang och aktiveringar i flaggskeppsbutikerna i Stockholm, Oslo och Helsingfors lockar både kunder, influencers och branschprofiler och skapar stort engagemang i sociala medier.

MÅL

Tillväxt: Lykos mål är att på medellång sikt växa totala intäkter med i genomsnitt 15 till 20 procent årligen.

Lönsamhet: Lykos mål är att på lång sikt uppnå en EBITDA-marginal om 10 procent, före effekter från IFRS 16.

UTDELNINGSPOLICY

Styrelsen i Lyko kommer under de närmaste åren primärt använda genererade kassaflöden till fortsatt expansion. Styrelsen har inte för avsikt att föreslå någon utdelning för innevarande räkenskapsår. Därefter kommer styrelsen årligen att utvärdera möjligheten till utdelning med hänsyn tagen till verksamhetens utveckling, rörelseresultat och finansiell ställning, aktuellt och förväntat likviditetsbehov samt expansionsplaner.

Organisk tillväxt

15-20%

årlig tillväxt
på medellång sikt

Lönsamhet

10%

i EBITDA-marginal
före effekter från
IFRS 16 på lång sikt

Fokus
på tillväxt

Under överskådlig tid
kommer tillväxt premieras
före utdelning



FOKUSOMRÅDEN

Lyko har en tillväxtstrategi som bygger på åtta fokusområden.

- **Fortsatt tillväxt på befintlig marknad** – Lykos position som skönhets-specialist och marknadsledare online skapar goda förutsättningar att fortsätta ta marknadsandelar på befintliga marknader. Affären gynnas av övergripande trender, såsom ökad onlinehandel och ökad tillväxt för specialister jämfört med generalister.

- **Utveckla och bredda sortimentet** – Lyko fortsätter att expandera sortimentet genom att addera nya produkter och varumärken inom befintliga kategorier. Målet är att erbjuda marknadens bredaste skönhets-sortiment.

Tillväxtkategorier är särskilt hudvård och makeup, där erbjudandet utvecklas både inom produkter och tjänster.

- **Geografisk expansion** – Utöver utveckling av butiksnätverket i befintliga marknader bygger Lykos strategi för geografisk expansion på en "online first"-modell där nya marknader initialt etableras genom lokala e-handelssajter. Därefter utvärderas möjligheten till fysisk närvaro.

- **Utveckla butiksnätverket** – Lyko fortsätter att utveckla sitt fysiska butiksnätverk och ser stor potential i att stärka kundupplevelsen genom inspirerande butiksmiljöer, rådgivning, tjänster och event.

Under de senaste åren har Lyko även utvecklat ett nytt butikskoncept och retailformat FABStore, för att ytterligare stärka upplevelsen och varumärket. Butiker är viktiga för att introducera nyheter, arrangera event och ge rådgivning. Strategiskt fördelaktiga lägen leder även till ökad varumärkeskännetid och förvärv av nya potentiella kunder. De senaste årens lyckade butiksöppningar har också gett oss intressanta propåer från fastighetsmarknaden om framtida lägen.

- **Egna varumärken** – Lyko har en växande portfölj av egna varumärken som täcker flera produktkategorier, från hårvård och hudvård till makeup och accessoarer. De egna varumärkena bidrar till ett unikt sortiment och stärker bolagets marginaler.

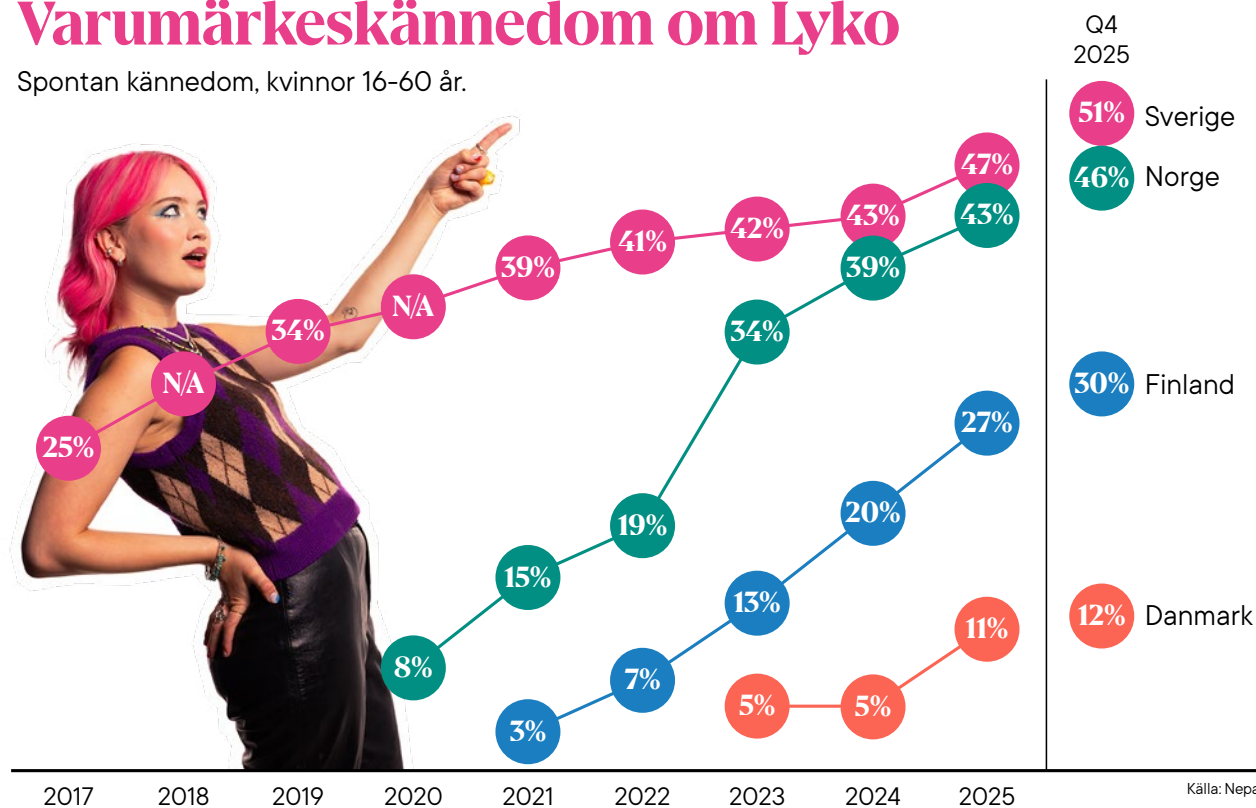
Under 2021 förvärvades två fabriker i Sverige som tillverkar både till interna och externa varumärken. De senaste åren har en stor portfölj av egna varumärken byggts upp och ambitionen är att öka den procentuella försäljningsandelen av dessa. Under 2023 förvärvades varumärket Estelle & Thild till varumärkesportföljen som idag omfattar femton varumärken. 2024 förvärvades varumärket Reserol och det egenutvecklade hudvårdsmärket PLY Skin lanserades.

- **Utveckla varumärke och kännedom** – Lyko arbetar kontinuerligt med att stärka varumärket genom digital marknadsföring, sociala medier, bred media och upplevelsebaserade aktiveringar. Lyko ser en potential i att ytterligare stärka sin nuvarande position och varumärkeskännetid. Det görs bland annat genom kommunikationskoncept och fortsatt satsning på digital marknadsföring och kommunikation via sociala medier och bred traditionell media som TV, radio och utomhusreklam.

Under 2020 lanserades reklamkonceptet Your Beauty Playground med stor framgång i Sverige och Norge. 2021 växlade vi upp det ytterligare, samtidigt som vi rullade ut första kampanjen i Finland. Våra varumärkesdrivande aktiviteter har gett bra resultat och det är vår övertygelse att det kommer gynna vår tillväxt långsiktigt. Lyko arbetar hela tiden för att förbättra kundupplevelsen och provar kontinuerligt nya saker för att ytterligare öka varumärkeskännetiden.

Varumärkeskännetid om Lyko

Spontan kännedom, kvinnor 16-60 år.



Källa: Nepa

Spontan frågeställning 2017-2022. Mätning från 2023. Danmark 2023 endast uppmätt i slutet av 2023.



2022 förvärvade Lyko vår tidigare reklambyrå Honesty med målet att snabbt bygga Sveriges bästa inhouse-byrå och starta LYKO Creative Agency för att lyfta innehållsproduktion och rörlig bild till nästa nivå. Förvärvet var ytterligare en satsning på Lykos växande portfölj av egna varumärken.

2024 lanserade Lyko det nya konceptet 'Welcome to your beauty playground', en lekfull och visuell upplevelse där kunderna kan utforska skönhetsvärlden på ett helt nytt sätt. Med en fantasifull värld där sminkborstar bildar skogar och schampoflaskor reser sig som skyskrapar, vill vi inspirera och underhålla. Målet med konceptet är att erbjuda en lättsam och engagerande upplevelse som bjuder in våra kunder till en lekfull fantasivärld.

- **Vidareutvecklad plattform** – Lyko fortsätter att investera i vår tekniska plattform för att förbättra kundupplevelsen, effektiviteten och skalbarheten i verksamheten.

2021 rekryterades många medarbetare till IT-avdelningen och två IT-hubbar öppnades, en i Borlänge och en i Lund. IT-avdelningen levererade bland annat en egenutvecklad app och en leverantörsportal, kallad Lyko Insight under 2022. Under 2023 skapades möjligheten att hantera flera lagerhubbar och vi valde att visa prishistorik på produkter för kunderna. 2025 släpptes en rad uppgraderingar av Lyko Community med både rörligt material och stories.

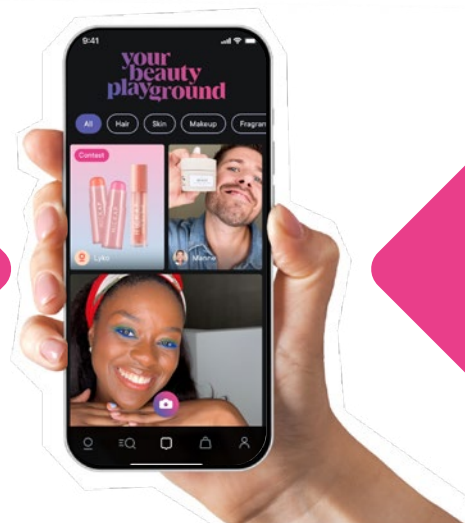
- **Strategiska förvärv** – Lyko har historiskt genomfört strategiska förvärv för att stärka erbjudandet och expandera portföljen av egna varumärken. Organisk tillväxt är fortsatt huvudfokus, men bolaget ser även framöver möjligheter till kompletterande förvärv.

Lykos "Skönhets eko-system"

Skapa mervärde genom teknik och skalfördelar

Bygga varumärken

- Bygga upp varumärken
- Attrahera "rätt" typ av kund
- Reducera kostnader



Kunder

- Inspiration
- Vägledning
- Sortiment



Lykos första Fab Store öppnade i Täby Centrum

Lyko slog i oktober 2025 upp dörrarna till
vår allra första Fab Store – 500 kvm i Täby Centrum.



Satsningarna på egna varumärken fortsatte

Under de senaste åren har Lyko gjort flera strategiska förvärv av varumärken och byggt upp en stark plattform för utveckling av egna produkter. Koncernen har även egen tillverkning i Göteborg, Sverige. Andelen försäljning från egna varumärken fortsätter att öka och vi ser tydliga synergier i takt med att portföljen växer.

SNABBFOTADE OCH EFFEKTIVA

Att bygga starka varumärken och utveckla nya produkter tar tid. Genom varumärkesförvärv kan Lyko snabbare expandera sin portfölj av egna varumärken. Förvärven skapar omedelbara intäktsmöjligheter samtidigt som de bidrar till att stärka vårt unika och attraktiva sortiment.

Under de senaste åren har Lyko genom förvärv och rekryteringar byggt upp omfattande kompetens "in-house", från produktutveckling och tillverkning till marknadsföring och försäljning. Den ökade kontrollen över hela värdekedjan skapar nya möjligheter att utveckla och skala vår portfölj av egna varumärken.

Det första förvärvet var det anrika svenska varumärket Make Up Store, där Lyko såg stor potential i att tillföra skalfördelar och kompetens inom både fysisk och digital handel. Därefter förvärvades Pusher, ett livsstilsvarumärke med fokus på en manlig målgrupp.

Kort därefter följde förvärvet av Grazette, specialiserat på utveckling och tillverkning av innovativa skönhetsprodukter inom hårvård, hudvård, skägg och styling, med egen fabrik i Göteborg. Samma år förvärvades även Inzo, med fabrik i Stockholm, samt varumärket Waterclouds.

Under 2022 förvärvades 40 procent av bolaget bakom Love'n Layer, en innovativ nagelprodukt där designade lager appliceras och hårdas med UV-ljus. Samma år förvärvades även influencervarumärket Rebecca Stella Beauty samt hudvårdsvarumärket Acasia Skincare, båda med ett brett produktsortiment.

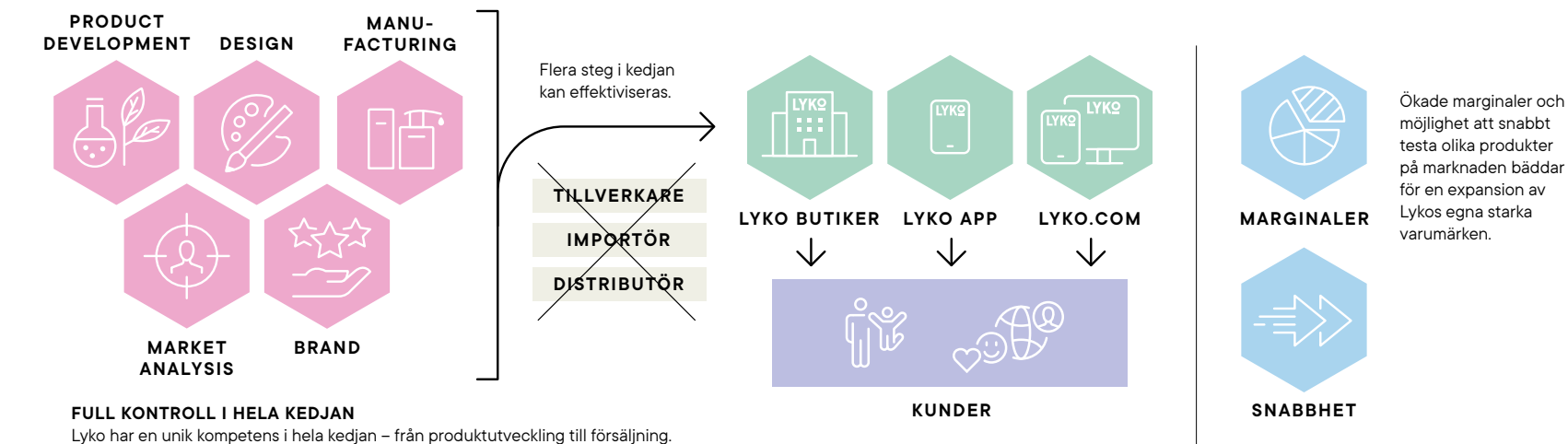
Under 2023 förvärvades Estelle & Thild, ett svenskt ekologiskt skönhetsvarumärke specialiserat på hudvård och makeup baserad på organiska och hållbara råvaror. Samtliga produkter är ekologiskt certifierade enligt Ecocert.

Under 2024 förvärvades Reserol, ett vetenskapsbaserat varumärke med fokus på att stimulera kroppens egna system för att stärka skönhet inifrån. Produkterna har fått internationell uppmärksamhet och

utmärkelser. Under året förvärvade Lyko även resterande 60 procent av Love'n Layer och blev därmed ensam ägare.

Under året lanserades också PLY Skin, ett nytt hudvårdsvarumärke där hela utvecklingsprocessen, från formulering till produktion, har genomförts inom Lykos egen organisation. Bakom satsningen står bland annat Morten Hegseth tillsammans med kreatörerna Jone Fjellstad och Christopher Waldekrantz. Varumärket positioneras som ett "anti-beauty brand" med produkter som fokuserar på att stärka hudbarriären.

Under 2025 relanserades Make Up Store, en av Skandinaviens största skönhetsikoner. Sedan 1996 har Make Up Store stått för expertis, kvalitet och kreativitet och stolt behållit sin ikonstatus inom makeupvärlden. Nu, nästan trettio år senare, tas varumärket till nästa nivå med en helt ny look och högpresterande produkter för alla makeupälskare.



- HÅR - HUD - SMINK - DOFT - HÅR - HUD - SMINK - HÅR - HUD - SMINK - DOFT - HÅR - HUD - SMINK -

Egna varumärken

LYKO

REBECCA
stella

waterclouds
THE DUDE

estelle & thild
ORGANIC BEAUTY

ADD SOME
RE-BOOST

gleeze.

waterclouds

MAKE UP STORE

LOVE'N LAYER

NECCIN

DAVROE



Happy
Crazy
Mine

ACASIA
SKINCARE

NL

CRUSH

BEARD
JUNK
BY WATERCLOUDS

RESEROL

PLY SKIN

Pusher



Starkt momentum i Norden

Lyko redovisar i två rörelsedrivande segment, Norden som består av Sverige, Norge, Finland, Danmark samt Lyko Europa som består av Tyskland, Österrike, Polen och Nederländerna. I Norden sker försäljningen online via lyko.com och Lyko App samt via 34 st Lyko-butiker. I Europa sker försäljningen på lokalt språk online via lyko.com och Lyko App.

Lykos omnikanalerbjudande gör det möjligt för kunderna att röra sig fritt mellan online och butik, till exempel genom möjligheten att returnera varor som beställts online i fysisk butik, eller att beställa varor ur Lykos onlinesortiment i butikerna. Självklart tillämpar Lyko samma pris i båda kanalerna.

LYKO NORDEN

Lyko Norden står vid utgången av 2025 för 93,4 procent av försäljningen.

Under 2025 växte omsättningen i Lyko Norden med 12,0 procent till 3 699,8 MSEK. Under de senaste åren har bolaget fått ett allt starkare fäste på dessa marknader mycket tack vare bred marknadsföring samt utvecklingen av den framgångsrika omnikanalmodellen där flagskeppsbutikerna i Sverige, Norge och Finland möjliggjort många event som fått stor spridning. Under 2025 passerade



den norska marknaden 1 miljard SEK i årlig försäljning, vilket understryker styrkan i Lykos nordiska position.

Försäljningstillväxten i Lyko Norden har varit kraftig de senaste åren drivet av en generell tillväxt i kategorin och förflyttning av marknaden från fysisk butik till online som accelererades av pandemi, kombinerat med att Lyko kunnat investera allt mer i marknadsföring och ökat sina marknadsandelar.

Lyko har många års erfarenhet av onlineförsäljning och har sedan starten kontinuerligt arbetat med att utveckla e-handeln. 2022 lanserades en egen app som möjliggjorde en ytterligare förbättrad användarupplevelse. Redan tidigare har Lyko en användarvänlig och snabb plattform anpassad för mobila enheter, så kallad "mobile first". Lykos Community i appen genererar ett starkt engagemang med över 21 miljoner visningar under november månad. Lykos hemsida har genom åren fått många utmärkelser för användarvänligheten och prestandan.

De fysiska butikerna skapar förutsättningar för onlineförsäljningen eftersom de ger möjlighet till ett attraktivt produktsegment. De fysiska butikerna gynnar i sin tur onlinekanalerna, eftersom de öppnar upp för försäljning av en mängd selektiva varumärken och fördjupar kundrelationen. Under 2025 fortsatte butiksexpansionen och vid årets utgång uppgick antalet butiker till 34, bland annat invigdes en femte butik i Norge och den första Fab Store öppnade i Westfield Täby Centrum i november.

LYKO EUROPA

Europa är ännu en liten del av nettoomsättningen och uppgick under 2025 till 130,7 MSEK, en minskning med 1,3 procent jämfört med föregående år. Under fjärde kvartalet initierades en omorganisation av Europasegmentet, innefattande stängning av de lokala kontoren i Nederländerna och Tyskland. Verksamheten i dessa marknader kommer framöver att hanteras centralt från det nordiska huvudkontoret, vilket möjliggör en bibehållen marknadsnävaro med lägre omkostnader.

Förutsättningarna i marknaden finns där och Lykos koncept fungerar. Centrallager i Vansbro i kombination med logistikhubben i Berlin är fortsatt en optimal lösning för de nordiska marknaderna och supporterar Europa med de ordrar som kräver tillgång till hela sortimentet. Det nya automatiserade lagret i Vansbro, som beräknas vara fullt operativt i början av 2026, ger strukturella kostnadsfördelar som även kommer den europeiska verksamheten till godo.



Building a Beauty Power House

Lykos huvudmarknader är skönhetsprodukter för konsumenter i Sverige, Norge och Finland. Bolagets verksamhet i Norge och Finland har vuxit kraftigt under de senaste åren både i försäljning och varumärkeskännedom.



Konsumentmarknaden för skönhetsprodukter i Norden kännetecknas av en konjunkturokänslig, stabil tillväxt. De senaste tio åren har marknaden haft en förflyttning mot e-handel som accelererats av pandemin under 2020 och 2021. Därefter har konsumenterna hittat tillbaka till butikerna men underliggande sker en förflyttning av konsumtionen till e-handeln.

KARAKTÄRISTISKA DRAG OCH DRIVKRAFTER

Ett antal faktorer kännetecknar Lykos marknad:

- Stadigt växande e-handel i en relativt underpenetrerad marknad.
- Ökat omnikanalbeteende hos konsumenter.
- Signifikanta inträdesbarriärer.
- Höga bruttovinstmarginaler.
- Låg grad av produktreturer.
- Låg lagerrisk.
- Låga fraktkostnader.

STABIL MARKNAD OCH TILLVÄXT MED BEGRÄNSAD INVERKAN AV MAKROEKONOMISKA FAKTORER

Marknaden kan betraktas som relativt konjunkturokänslig och påverkades exempelvis inte nämnvärt av den globala finanskrisen 2007-2008. En bakomliggande orsak är att produkter i kategorin tillgodoser grundläggande behov och är förbrukningsvaror. Däremot kan efterfrågan påverkas tillfälligt av faktorer som väder och värme. Pandemin och det ökade distansarbetet har till viss del ökat intresset för hudvård men samtliga kategorier har ökat kraftigt i försäljning när allt fler konsumenter hittat till nätet.

VÄXANDE E-HANDEL I EN UNDERPENETRERAD MARKNAD

Bolagets marknad, likt många andra konsumentorienterade branscher, går mot en högre grad av försäljning online. Hur stor penetrationsgraden är av e-handel är svår att uppskatta men att det skett en stor förflyttning är tydligt. Tillväxttakten online för skönhetsprodukter är betydligt snabbare än för den totala marknaden. Trots den stadigt ökande försäljningen av skönhetsprodukter online är penetrationsgraden fortfarande låg relativt andra konsumentbranscher som exempelvis elektronik och kläder.

GRUNDLÄGGANDE OMNIKANALBETEENDE HOS KONSUMENTER

I takt med att handeln förflyttas från fysiska butiker till e-handel har konsumenters köpbeteende förändrats. Dagens konsumenter rör sig i allt större utsträckning mellan olika försäljningskanaler och i segmentet skönhet kan kunden exempelvis vilja undersöka produktutbudet via appen eller via hemsidan och köpa i fysisk butik, eller tvärtom. Skönhet är ett segment som innehåller produktgrupper där kunder kan vilja se, dofta och känna på produkter före köp. Detta kan kräva personlig försäljning i form av råd och vägledning i samband med köp, vilket understryker behovet av fysisk handel som komplement till e-handel.

SIGNIFIKANTA INTRÄDESBARRIÄRER

Varumärkesägare för professionella och selektiva produkter ställer krav på återförsäljare för att dessa ska få tillgång till deras produkter, till exempel att återförsäljaren ska bedriva salongsverksamhet. Det skapar barriärer för renodlade e-handlare och dagligvarukedjor att bli en auktoriserad återförsäljare. Aktörer som ICA, Coop och Axfood, som tillsammans står för en betydande del av branschens totala omsättning, har normalt inte tillgång till professionella och selektiva varumärken.

MARKNAD

» Salongsmarknaden är i sin tur fragmenterad med omkring 8 500 frisör-salonger bara i Sverige, som följd av låga inträdesbarriärer.

Utmaningen för en enskild salongsverksamhet är i stället att utveckla en betydande och lönsam produktförsäljning kopplad till tjänsteförsäljningen, vilket är utmanande. Skalfördelar utgör en barriär för mindre återförsäljare och uppnås först vid stora produktvolymer.

Därutöver föredrar varumärkesägare och agenturer generellt att teckna avtal med återförsäljare med stora försäljningsvolymer och som kan sälja på flera geografiska marknader. Skalfördelar spelar även en avgörande roll inom e-handel, som ställer stora krav på återförsäljares förmåga att generera trafik till sina e-handelsportaler. Förvärv av trafik genom köpta annonser i sökmotorer och synlighet i sociala medier är nödvändigt. Storlek och volym skapar därmed bättre förutsättningar för god lönsamhet.

Ett nätverk av butiker bygger även kundrelationer och skapar ökad legitimitet och varumärkeskänedom. Renodlade e-handlare har således en konkurrensnackdel jämfört med återförsäljare som driver både e-handel och fysisk butiksförsäljning. Onlineverksamhet innebär också inträdesbarriärer i form av investeringar i hemsida, logistik och skala i lager.

HÖGA BRUTTOVINSTMARGINALER

Marknaden för återförsäljare inom hårvård och skönhet kännetecknas av goda bruttovinstmarginaler, vilket delvis är hänförligt till höga varuingångsmarginaler från varumärkesägare och agenturer avseende såväl löpande försäljning som kampanjförsäljning. Stora aktörer på skönhetsmarknaden kan dessutom uppnå volymrabatter genom goda avtalsvillkor med varumärkesägare och distributörer. Lyko har sedan 2021 förvärvat flera egna varumärken och egen fabrik i Göteborg, Sverige, vilket stärker bruttovinstmarginalerna ytterligare.

LÅG GRAD AV PRODUKTRETURER

Marknaden för hårvårds- och skönhetsprodukter kännetecknas av låga grader av produktreturer i förhållande till många andra kategorier av konsumentprodukter. Returgraden är stadigt låg under 1 procent. En bidragande faktor till detta är att merparten av produkterna inte är individanpassade i samma utsträckning som exempelvis kläder och skor som är storleksanpassade.

Vidare innebär hygienaspekten att kunder som mottagit och provat varor normalt inte kan returnera dessa, såvida varan inte är defekt. Slutkonsumenter använder dessutom ofta samma typ av hårvårds- och skönhetsprodukter regelbundet, vilket ger låg andel returer.

EN MARKNAD I FÖRÄNDRING REDAN INNAN COVID

Liksom för andra konsumentrelaterade produkter är marknaden för hårvård och skönhet under förändring. Den ökade försäljningen online gör det svårt för mindre fysiska butiker och salonger och vissa tvingas slå igen eller omlokalisera. Gatu- och butikslandskapet förändras därmed och trenden med större köpcentrum, till nackdel för mindre, blir allt tydligare. Inom onlinekanalen råder andra trender. E-handelskedjor, som tidigare fokuserat huvudsakligen på kläder och apoteksvaror har i vissa utsträckning börjat sälja hårvårds- och skönhetsprodukter. Internationella jättar som Amazon expanderar globalt och har gjort entré i Sverige. Lykos VD bedömer dock att bolagets upparbetade starka position, specialiseringen mot utvalda segment samt omnikanalstrategi utgör starkt försvar mot ökad konkurrens. I vissa fall har Lyko även märkt tendenser till att ökad konkurrens gynnar bolaget, driver försäljningsvolymer och lyfter fram bolagets inom segmentet breda produktsortiment. De senaste åren har flera varumärken satsat på försäljning direkt till slutkonsumenten, Direct to Consumer. Lykos VD välkomnar det då det stärker förståelsen för vad Lyko tillför för värde. De flesta konsumenter handlar mer än ett varumärke och då är positionen med Lykos breda utbud av produkter inom skönhet, snabba och tillförlitliga leveranser, en modern plattform för e-handel, samt tillmötesgående och kunnig personal den långsiktigt mest åtråvärda.



Den nya automationen i Vansbro – Lykos största projekt någonsin

Upp till
100 000
ordrar
per dygn!

Under 2025 togs nästa steg i Lykos tillväxtresa när den nya, automatiserade lagerutbyggnaden i Vansbro togs i drift. Investeringen på cirka 500 MSEK är den största i bolagets historia och lägger grunden för fortsatt expansion under många år framöver.



Vansbro har varit hjärtat i Lykos logistik sedan starten, och den geografiska placeringen i Dalarna ger goda transportförbindelser över hela Norden. När den nya automationen nu står klar innebär det inte bara ökad kapacitet, utan också nya roller och kompetenser inom drift, teknik och service på orten.

Den nya automationen är byggd för hög automatiseringsgrad och framtida skalbarhet. Systemet, som består av skyttelager med över 230 000 lagringsplatser, hanterar både e-handelsorder och butikspåfyllnad och har en kapacitet på upp till cirka 100 000 order per dygn. Den ökade kapaciteten förbättrar produkttillgängligheten och skapar förutsättningar för ett bredare sortiment och fortsatt tillväxt.

Med den nya lagerlösningen har hela flödet effektiviserats – från inleverans till plock och pack. När produkterna inlevererats i automationen, transporteras de automatiskt och plockas via så kallade goods-to-person-stationer, där både manuella stationer och robotplock integrerats. Packning sker direkt i slutemballage vid ergonomiskt utformade packstationer, vilket har tagit bort ett helt moment i processen. Genom höjdanpassade kartongmaskiner och fler kartongstorlekar kan emballaget bättre anpassas efter orderns innehåll vilket minskar mängden luft i paketen och bidrar till mer klimatteffektiva leveranser.

I utformningen av den nya anläggningen har stor vikt lagts vid arbetsflöden och ergonomi. Goods-to-person-lösningar minskar behovet av långa gångsträckor och tunga lyft, och arbetsstationerna är höj- och sänkbara vilket minskar risken för skador.

Anläggningen är även Seveso-klassad, vilket innebär att den uppfyller EU:s krav för verksamheter som hanterar större mängder kemiska produkter. Det omfattar bland annat avancerade brandskyddssystem och särskilda rutiner för hantering av farligt gods såsom aerosoler.

Den nya automationen i Vansbro är inte bara ett kapacitetslyft utan också en strategisk plattform för framtiden. Systemet är designat för att kunna byggas ut och optimeras över tid och kan fungera som referens för framtida logistiklösningar i Europa. Investeringen skapar därmed goda förutsättningar för fortsatt tillväxt, hög leveransprecision och en ännu bättre kundupplevelse.



20 minuter från shopping till shipping...

...oavsett kombination av Lykos över 72 000 skönhetsprodukter.

Hållbarhetsrapport 2025

Affärsmodell och strategi	27
Hållbarhetsstyrning	27
Värdekedjan	28
Intressentdialog	29
Dubbel väsentlighetsanalys....	31
Miljö	32
Socialt	37
Ansvarsfullt företagande.....	45
Revisorns yttrande.....	46

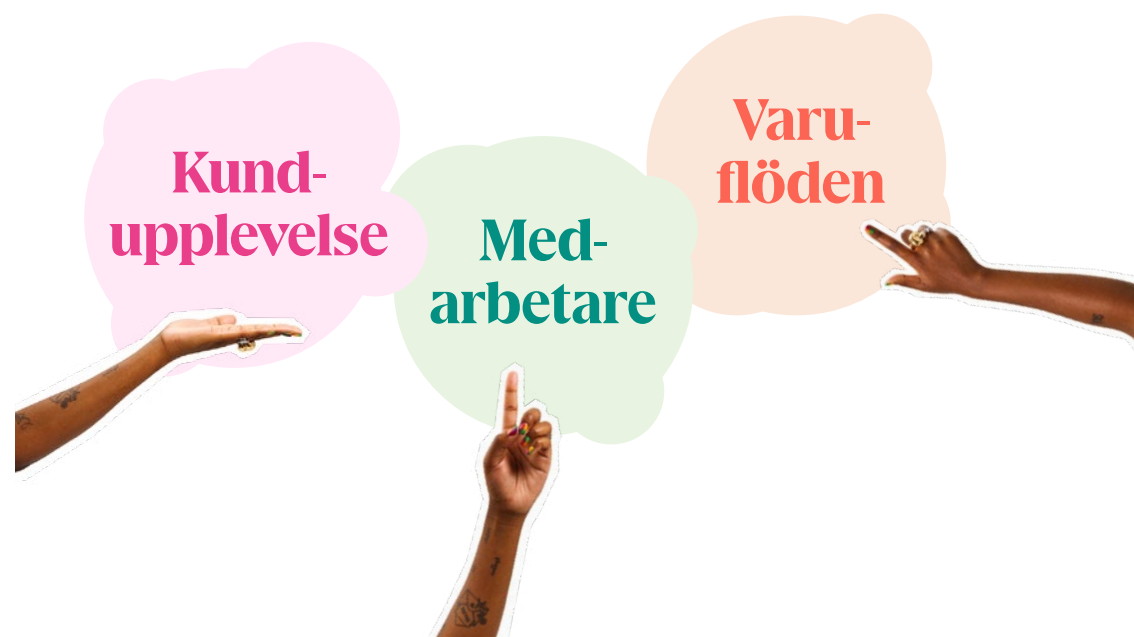


Affärsmodell och strategi

Lyko är en ledande beauty-specialist i Norden med verksamhet i åtta länder och en snabbt växande omnikanalplattform. Med lyko.com, Lyko-appen och 34 butiker och salonger bygger vi en stark position i både Norden och Europa. Våra över 1 100 medarbetare är motorn bakom en av branschens mest omfattande plattformar för hårvård, hudvård, makeup och parfym, och vår fortsatta expansion ställer höga krav på att utveckla verksamheten på ett långsiktigt och ansvarsfullt sätt.

Lykos hållbarhetsarbete är en naturlig del av vår övergripande tillväxtresa. Vi befinner oss i en fas där våra strukturer, system och arbetssätt utvecklas i takt med att bolaget växer, och där hållbarhet blir allt mer integrerat i hur vi styr, prioriterar och bygger långsiktig konkurrenskraft. I praktiken handlar det om att stärka de delar av verksamheten där vår påverkan och våra risker är som störst, och där Lyko samtidigt har störst möjlighet att skapa värde över tid.

Våra tre fokusområden speglar vår påverkan på vår omvärld och vad som driver värde i vår affär som snabbväxande beauty-retailer; **Kundupplevelse**, **medarbetare** och **resurseffektiva varuflöden**.



Hållbarhetsstyrning

Styrelsen har det övergripande ansvaret för Lykos hållbarhetsarbete. Revisionsutskottet ansvarar för att samordna riskhantering och hållbarhetsrapportering, och godkänner tillsammans med koncernledningen den dubbla väsentlighetsanalysen samt eventuella revideringar.

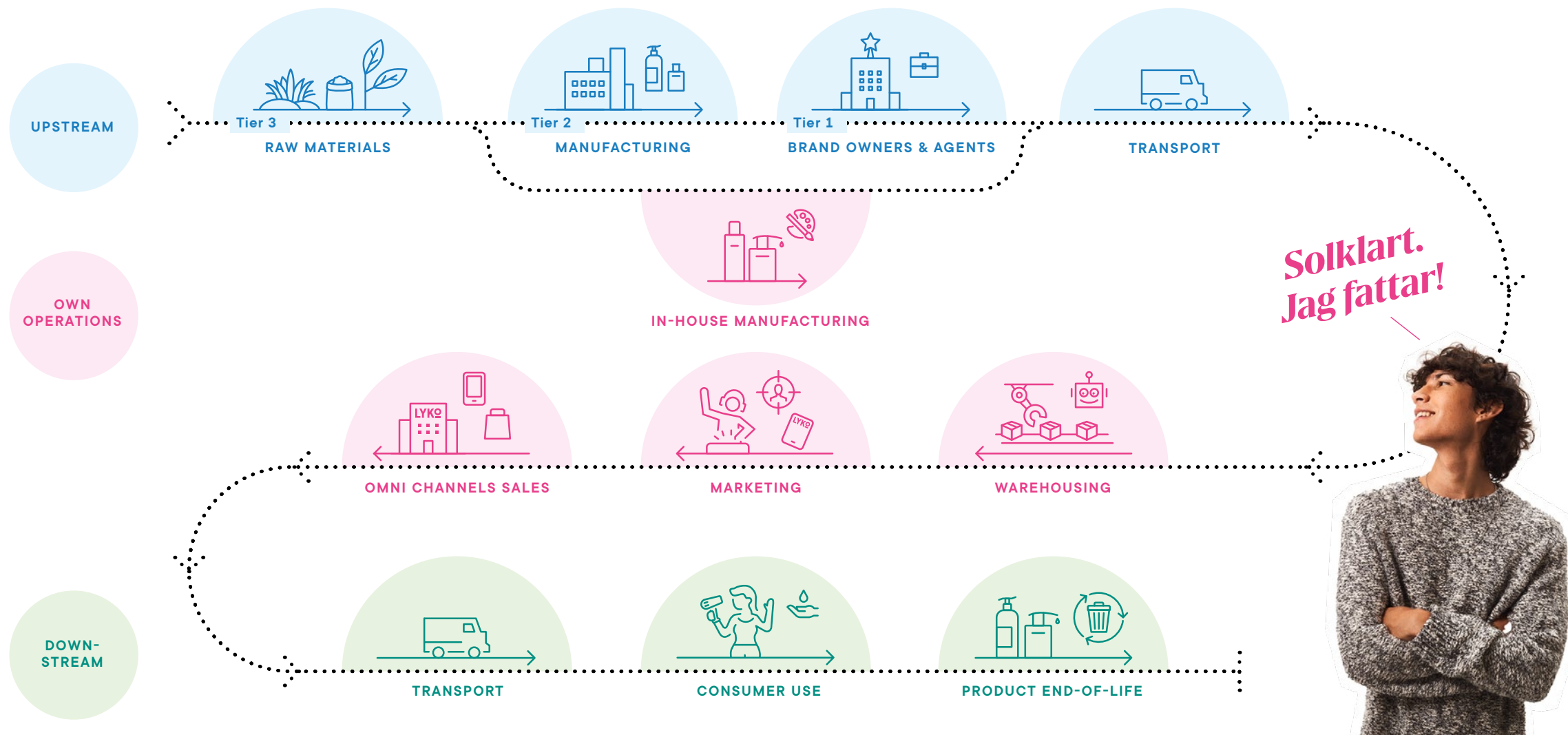
Hållbarhetsredovisningen omfattar samtliga bolag inom Lyko-koncernen och följer samma avgränsning som den konsoliderade finansiella rapporteringen.

Hållbarhetsfunktionen ansvarar för att driva hållbarhetsarbetet både strategiskt och operativt, i nära samverkan med berörda funktioner. Funktionen arbetar med att säkerställa att hållbarhetsagendan integreras i centrala affärsprocesser såsom riskhantering, inköp, HR och logistik, samt att stödja verksamheten i implementering och uppföljning. Hållbarhetsfunktionen rapporterar till CFO och har en samordnande och uppföljande roll. Ansvariga chefer och ämnesexperter inom respektive funktion ansvarar för att arbetet bedrivs i enlighet med etablerade policys, riktlinjer och mål, samt för att relevant uppföljning och regelefterlevnad sker inom sina områden.



Värdekedja

Lykos kärnverksamhet bygger på lagerhantering, marknadsföring och omnikanalförsäljning med ett av världens bredaste sortiment. Utöver försäljningen av externa varumärken växer även vår egen produktion av egna varumärken. Vår värdekedja sträcker sig från råvaruutvinning och produktion av produkter och förpackningar, hela vägen till leverans, kundens användning av produkterna och hur förpackningar tas om hand efteråt.



Intressentdialog

Dialog med våra kunder, leverantörer, medarbetare och andra intressenter är avgörande för värdeskapandet i vår verksamhet. För att hålla oss uppdaterade och ta vara på potentialen i trender, förändrad lagstiftning, externa förväntningar och kundpreferenser för vi löpande dialog med de intressenter som påverkar och/eller påverkas av vår verksamhet. I dialogen med våra intressenter lyssnar vi in deras behov, förväntningar och frågor och använder de mest relevanta insikterna för att utveckla vårt produktutbud, kundupplevelse och hur vi bedriver vår verksamhet i stort.



KUNDER

Att förstå och överträffa kundernas förväntningar är avgörande för vår tillväxt och förtroendet för Lyko som skönhetsdestination. Lyko för daglig dialog med kunder i fysiska butiker, via e-handel, Lyko Community och kundservice. Genom återkommande kundnöjdhetsmätningar och återkoppling i community genom kundgenererat innehåll och recensioner fångar vi upp insikter om hur vårt erbjudande upplevs och var det finns möjligheter att utveckla sortiment och information samt bättre möta kundernas förväntningar

Frågor

- Produktsäkerhet och korrekt produktinformation
- Sortiment, tillgänglighet och prisvärdhet
- Leveransupplevelse
- Kunddataskydd och integritet
- Kundservice

Vår styrka sitter i människorna som möter kunden varje dag.



MEDARBETARE

Våra medarbetare driver kundupplevelsen och är centrala i att omsätta Lykos arbetsätt och värderingar i praktiken. Dialog sker genom onboarding, medarbetarundersökningar, utvecklingssamtal och samverkan med fackliga representanter och skyddsombud.

Frågor

- Arbetsvillkor
- Ledarskap och kompetensutveckling
- Inkludering och kultur
- Hälsa och säkerhet

Genom nära samarbete med våra leverantörer utvecklar vi ett sortiment och en upplevelse som våra kunder älskar.

LEVERANTÖRER OCH AFFÄRSPARTNERS

Varumärkesägare, distributörer, tillverkare, logistikpartners och tjänsteleverantörer är avgörande för kvalitet och leveransförmåga i vår värdekedja. Genom löpande partnerskapsdialog, leverantörsuppföljningar, avtal och gemensamma förbättringsinitiativ arbetar vi för att stärka långsiktigheten i våra partnerskap.

Frågor

- Produktinformation och varumärkeshantering
- Stabilitet i varuflöden och effektiva processer
- Avtalsvillkor och betalningspraxis
- Effektivisering av transporter och leveranser
- Regelefterlevnad och anti-korruption



INVESTERARE OCH ANALYTIKER

Som noterat bolag har vi en nära dialog med investerare och analytiker där vi delar vår tillväxtresa och lyssnar in deras förväntningar, insikter och frågor. Dialogen förs via investerarträffar, rapportpresentationer, ESG-formulär och media.

Frågor

- Långsiktig lönsamhet och tillväxt
- Transparens och rapportering



BRANSCHDIALOG, SAMHÄLLE OCH MEDIA

Genom omvärldsbevakning och branschdialog följer Lyko utvecklingen inom e-handel, konsumenttrender och samhällsförväntningar. Lyko är medlemmar i branschinitiativ såsom Kosmetik- och hygienföretagen (KoHF), Svensk Handel och Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO). Det hjälper oss att förstå hur krav och förväntningar förändras och var vi behöver stärka arbetssätt eller kommunikation.

Frågor

- Produkt- och ingredienssäkerhet
- Kunddataskydd och ansvarsfull marknadsföring
- Förpackningar och producentansvar
- Minskad miljöpåverkan inom e-handel och kosmetik
- Samhällsutveckling och konsumenttrender

Dubbel väsentlighetsanalys

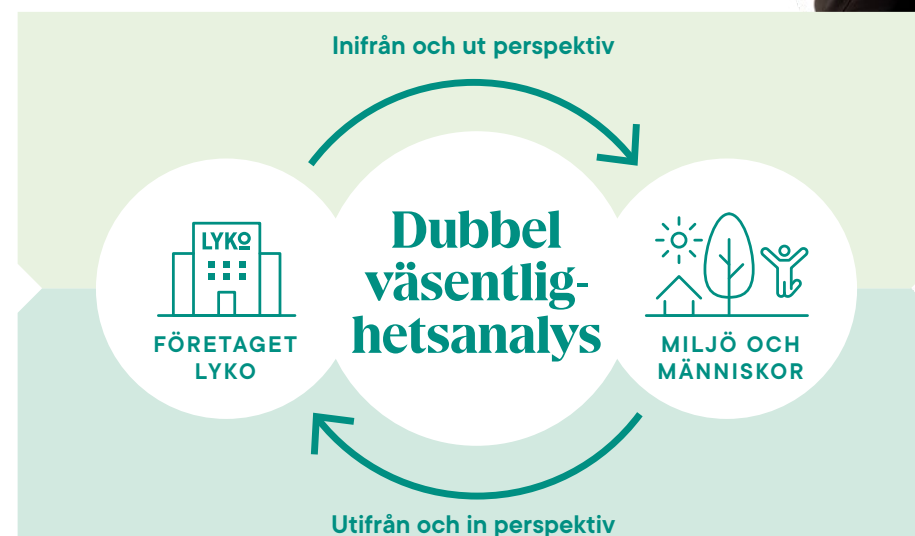
Under räkenskapsåret har vi genomfört en dubbel väsentlighetsanalys med utgångspunkt i EU-direktivet CSRD och tillhörande rapporteringsstandard ESRS. Vår första dubbla väsentlighetsanalys gjordes 2023 och därefter har ytterligare arbete gjorts för att stärka metodik, struktur och dokumentation.

Analysen omfattar hela värdekedjan och bygger på en kombination av intern data, branschjämförelser och dialog med relevanta intressenter. Bedömningen utgår både från hur Lyko påverkar sin omvärld och hur hållbarhetsfrågor kan innebära risker eller möjligheter för bolaget över tid. Resultatet ligger till grund för våra prioriteringar, fokusområden och hur hållbarhet integreras i affärsstrategi och styrning.

UTFALL AV DUBBEL VÄSENTLIGHETSANALYS 2025:

ESRS	Ämne	Underämne	Inverkan på miljö och människor	Finansiella risker och möjligheter
E1	Klimatförändringar	Begränsning av klimatförändringar	x	x
E2	Föroreningar*			
E3	Vatten och marina resurser*			
E4	Biologisk mångfald och ekosystem*			
E5	Cirkulär ekonomi	Resursanvändning	x	x
S1	Den egna arbetskraften	Arbetsvillkor	x	x
S2	Arbetare i värdekedjan	Arbetsvillkor	x	
S3	Berörda samhällen*			
S4	Konsumenter och slutanvändare	Produktsäkerhet	x	x
		Kunddataskydd		x
		Ansvarsfull marknadsföring		x
G1	Ansvarsfullt företagande	Leverantörsrelationer		x

* Under tröskelvärde



Miljö

KLIMAT

Lykos verksamhet bygger på att produkter utvecklas, förpackas, transporteras, lagras och distribueras till kunder på flera marknader. Det innebär att klimatpåverkan uppstår i flera delar av värdekedjan – från produktion av ingredienser och förpackningar till transporter, lagerhållning och leverans till kund. Lykos klimatavtryck omfattar därför både utsläpp från den egna verksamheten och utsläpp i värdekedjan utanför bolagets direkta kontroll.

Den största delen av Lykos klimatpåverkan uppstår i värdekedjan utanför den egna verksamheten, så kallat scope 3. Dessa utsläpp är till stor del kopplade till inköpta varor och tjänster, där produktion av ingredienser, förpackningar och färdiga produkter står för den största andelen, samt transporter mellan leverantörer, centrallagret i Vansbro och vidare till kund. För att minska utsläppen i scope 3 krävs samarbete och dialog genom hela värdekedjan.

En mindre del av Lykos klimatpåverkan uppstår i den egna verksamheten, scope 1 och 2. Dessa utsläpp kommer främst från energianvändning i centrallagret i Vansbro, produktionsenheten i Göteborg, butiker och kontor, samt från användning av företagsbilar.

SCOPE 1-2 UTSLÄPP (t CO₂e)

	Scope 1	(platsbaserad metod) Scope 2	(marknadsbaserad metod) Scope 2
2024	105	117	281
2025	118	135	328
Förändring, %	12%	16%	17%

ENERGIFÖRBRUKNING I EGNA VERKSAMHETEN (MWh)

Total energiförbrukning, MWh	6 227
Andel förnybar energi, %	84%



HÅLLBARHETSREDOVISNING

KLIMATBERÄKNINGAR

Klimatrapporteringen för 2025 är Lykos första redovisning av växthusgasutsläpp i enlighet med GHG Protocol. Jämförelsesiffror för 2024 har beräknats enligt samma metodik för att möjliggöra jämförelse över tid.

Lyko sammanställer klimatutsläpp via en extern plattform som stödjer kvalitetssäkring, korrekt kategorisering enligt Scope 1–3 samt användning av uppdaterade emissionsfaktorer.

Beräkningarna följer GHG Protocols metodik och baseras i första hand på aktivitetsdata. Där sådan saknas används schablon- eller utgiftsbaserade emissionsfaktorer i enlighet med standardens vägledning.

**SCOPE 1**

Direkta utsläpp från egen verksamhet, vilka inkluderar:

- Förbränning av fossila bränslen i tjänstebilar
- Förbränning av biobränsle på centrallagret i Vansbro

SCOPE 2

Indirekta utsläpp från inköpt el och värme, vilka inkluderar:

- Inköpt el och värme till lager, kontor och butiker
- Elförbrukning för tjänstebilar

SCOPE 3

Indirekta utsläpp från aktiviteter som sker utanför den egna verksamheten, vilka framförallt inkluderar:

- Inköpta råmaterial, produkter och anläggningstillgångar
- Transporter mellan fabrik, lager, butik och kund
- Tjänsteresor

Utsläppen i scope 1 utgör en mycket liten del av Lykos totala klimatpåverkan och består av både mobil och stationär förbränning.

Den största delen av utsläppen kommer från företagsbilar inom B2B-verksamheten. Fordonsflottan består av laddhybrider och elbilar, och fossildrivna fordon fasas successivt ut. Under 2025 ökade den totala körsträckan i verksamheten, vilket ledde till en högre förbrukning av fossila drivmedel och bidrog till att scope 1-utsläppen ökade med 12 procent jämfört med 2024.

Den stationära förbränningen avser uppvärmningen av centrallagret i Vansbro, som ligger utanför fjärrvärm nätet och värms med lokalt biobränsle. Energin från pelletsförbränningen minskade med 22 procent jämfört med 2024. Minskningen förklaras av att 2024 präglades av byggnation och högre värmeförluster, medan förbättrad styrning, automation och värmeåtervinning från kompressorer har minskat värmebehovet under 2025.

Lykos inköp av el och värme till lager, butiker och kontor ger upphov till utsläpp i scope 2. I vissa lokaler står vi själva för energiavtalen och använder faktisk energiförbrukning, medan vi i andra – främst butiker i köpcentrum – faktureras via hyresvärd och estimerar förbrukningen baserat på butiksarea.

Som en del av arbetet med att minska energianvändningen har LED-belysning installerats i våra butiker och utgör cirka 99 procent av den totala belysningen.

Centrallagret i Vansbro står för den största elförbrukningen. Under 2025 genererades 264 MWh solel från takinstallerade solpaneler, motsvarande cirka 10 procent av lagrets elbehov. Den totala elförbrukningen i lagret ökade med cirka 20 procent i samband med driftsättningen av utökad lagerautomation. Lagret drivs till 100 procent av förnybar el.

De marknadsbaserade scope 2-utsläppen ökade jämfört med föregående år, främst till följd av uppdaterade emissionsfaktorer, vilket påverkar jämförbarheten mellan åren. Den faktiska elförbrukningen ökade med 3 procent, bland annat till följd av fler öppnade butiker.

Lykos största klimatpåverkan uppstår i Scope 3, främst kopplat till produktion av inköpta produkter och material samt transporter i värdekedjan. I nuläget används en kombination av faktisk utsläppsdata från leverantörer och beräkningar baserade på inköpsvärde med emissionsfaktorer.

Under året har fokus legat på att utveckla arbetssätt och samarbete med leverantörer och transportörer för att successivt förbättra datakvalitet och transparens. Scope 1 och 2 redovisas kvantitativt i årets rapport. Scope 3 har kvantifierats internt men redovisas i nuläget på en övergripande nivå.

Procent av totala utsläpp



1%

Procent av totala utsläpp



99%

HÅLLBARHETSREDOVISNING

RESURSANVÄNDNING OCH AVFALL

Produkterna som Lyko säljer, och de förpackningar som används för att skydda, transportera och distribuera dem, bidrar till resursanvändning och avfallsströmmar i olika delar av värdekedjan.

Produktförpackningar för skönhetsprodukter är till stor del gjorda av plast och har varierande återvinningsgrad. De jungfruliga material som används i dessa förpackningar har en stor påverkan på miljön.

Den största resursanvändningen som Lyko själv styr över sker i den egna e-handelsverksamheten, där förpackningsmaterial används för att skicka produkter från centrallagret i Vansbro till kund. Samtliga e-handelskartonger är tillverkade av återvunna material och genom effektiva packlösningar kan resursåtgången per försändelse hållas nere, samtidigt som behovet av fyllnadsmaterial minimeras.

Avfall uppstår i flera led i Lykos värdekedja. När kunder har använt färdigt produkter genereras förpackningsavfall som hanteras inom respektive lands lokala avfallssystem. För dessa förpackningar omfattas Lyko av producentansvar och betalar avgifter i de marknader där bolaget bedriver försäljning.

I den egna verksamheten genereras den största mängden avfall på centrallagret i Vansbro, främst i samband med inleveranser av produkter från leverantörer. Transport- och butiksförpackningar, samt även retur och reklamationer sorteras på lagret och hanteras av vår avfallspartner i enlighet med avfallshierarkin där materialåtervinning prioriteras. Under året uppgick den totala avfallsvolymen på centrallagret till 364 ton, varav 99 procent var icke-farligt avfall. Kartong utgör den klart största avfallsfraktionen och materialåtervinns. Det avfall som klassas som farligt avfall består av reklamationer och skadat gods som till exempel nagellack, rengöringsprodukter och batterier.

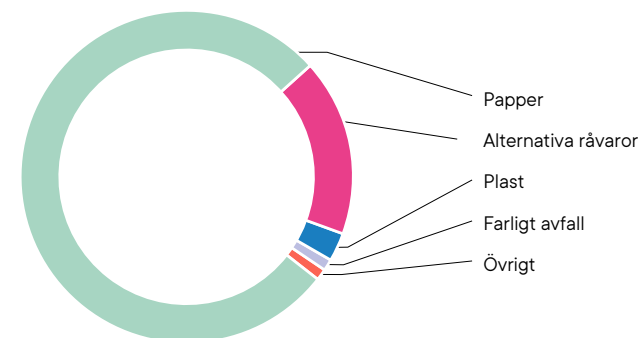
Arbetet med resursanvändning och avfall hos Lyko styrs i nuläget främst genom operativa arbetssätt och löpande förbättringar. I den egna verksamheten har fokus legat på att minska påverkan från de material som används på centrallagret, bland annat genom användning av återvunna kartonger, effektiva packlösningar och kontinuerlig översyn av hur materialåtgången kan reduceras ytterligare.

För avfallshantering finns interna riktlinjer på centrallagret, där den största delen av Lykos avfall genereras. I samband med utbyggnaden av lagret har arbetssätt och sorteringslösningar setts över i samarbete med avfallspartner, i syfte att säkerställa en effektiv sortering och hög materialåtervinning.

Krav på resurseffektivitet och ansvarsfull avfallshantering i värdekedjan regleras genom Lykos Supplier Code of Conduct. Där anges bland annat förväntningar på att leverantörer ska arbeta för att optimera användningen av råvaror, minska avfallsgenerering, främja återvinning samt hantera avfall och kemikalier på ett ansvarsfullt sätt i enlighet med gällande lagstiftning.

För att stärka struktur och uppföljning av resursanvändning kommer Lyko under året att initiera ett arbete med fokus på datakvalitet och spårbarhet. Arbetet kommer i första hand att omfatta resurser som används i den egna produktionen av skönhetsprodukter samt resurser kopplade till produktion av egna varumärken hos externa leverantörer, som ett första steg mot ett mer systematiskt och jämförbart uppföljningsarbete över tid.

AVFALL	2025
Totalt avfallsvolym, ton	364
Icke återvunnet avfall, ton	61
Andel icke återvunnet avfall, %	17 %
Icke-farligt avfall, ton	362
Materialåtervinning, %	83,8 %
Energiutvinning, %	16,2 %
Deponi, %	0,02 %
Farligt avfall, ton	2,3
Materialåtervinning, %	0,9 %
Energiutvinning, %	98,6 %
Deponi, %	0,5 %

AVFALLSTYP

All avfallsdata avser avfall genererat på Lykos centrallager.

Omlansering av Make Up Store

När Make Up Store omlanseras är det med respekt för arvet och blicken tydligt riktad framåt. Det ikoniska varumärket har genomgått en varsam men strategisk förnyelse med fokus på hållbarhet, uppdaterade formuleringar och en omarbetad visuell identitet. Vi har pratat med Elisabet Kernell, Product Development Manager – Own Brands, om arbetet och tankarna bakom nystarten.



Elisabet Kernell, Product Development Manager – Own Brands.

Make Up Store har funnits länge. Vad var utgångspunkten när ni tog över varumärket?

– Make Up Store är ett ikoniskt varumärke som varit en del av den nordiska makeup-scenen sedan 1996. När vi tog över 2021 var målet inte att göra om allt, utan att modernisera varumärket och göra det relevant för dagens kund, både i produktformuleringar och uttryck.

De svarta förpackningarna har varit en stark del av identiteten. Varför valde ni att byta till vitt?

– De svarta förpackningarna är starkt förknippade med Make Up Store, men de är också svåra att återvinna. Svart plast kan ofta inte sorteras i dagens återvinningssystem och går därför till energiutvinning istället för materialåtervinning. Genom att gå över till vit plast förbättrar vi möjligheten till återvinning, samtidigt som varumärket får ett modernare och mer samtida uttryck.

Hur har ni arbetat med produktion och leverantörer i omlanseringen?

– Vi har medvetet valt att flytta produktionen till leverantörer som vi har nära och långsiktiga samarbeten med, baserade i Europa, främst i Italien och Tyskland. Det ger oss bättre kontroll över produktion och kvalitet och minskar risk i värdekedjan.

Har produkterna också förändrats innehållsmässigt?

– Ja, flera formuleringar har uppdaterats med modernare teknologier för att säkerställa hög produktkvalitet och en upplevelse i linje med förändrade kundförväntningar.

Hur skulle du sammanfatta resultatet av omlanseringen?

– Make Up Store är ett varumärke som kunderna känner igen och litar på, nu uppdaterat för att vara mer modernt, långsiktigt och hållbart.





MAKE UP STORE



Socialt

MEDARBETARE

Medarbetarna är en central del i Lykos tillväxtresa. Som ett bolag i snabb utveckling ställs ökade krav på både struktur, ledarskap och förmågan att växa tillsammans. Engagerade och kunniga medarbetare är därför en avgörande förutsättning för att Lyko ska kunna kombinera fortsatt tillväxt med en hållbar och långsiktig verksamhet.

Lyko har en stor variation av roller inom lager, butik och kontorsfunktioner såsom marknadsföring, inköp och administration. Arbetets karaktär skiljer sig mellan olika delar av verksamheten, men gemensamt för alla roller är behovet av samarbete, tempo och problemlösning. Som ett retailbolag med tydliga säsongsvariationer behöver Lyko kunna anpassa bemanningen över tid. Flexibla resurser används därför vid behov, främst inom lager och butik, för att möta variationer i efterfrågan och skapa rimliga förutsättningar i det dagliga arbetet.

Lykos tillväxt ställer krav på hur vi leder, samarbetar och skapar förutsättningar för människor att må bra och utvecklas. HR-arbetet präglas av kontinuerlig dialog, datadrivna insikter och ett närvarande ledarskap. Regelbundna pulsmätningar och interna engagemangsmått, såsom eNPS, används tillsammans med dialog med skyddsombud och fackliga representanter för att fånga upp medarbetares perspektiv. Detta utgör underlag för prioritering, förbättringsarbete och tidig hantering av arbetsmiljöfrågor i en organisation som växer och förändras. Utöver dialog i vardagen finns även strukturerade kanaler för att lyfta frågor eller avvikelser, inklusive en extern visselblåsarfunktion.

Genom att kombinera tillväxtambitioner med fokus på välmående, lärande och ledarskap strävar Lyko efter att vara en arbetsgivare där medarbetare vill stanna, utvecklas och växa tillsammans med Lyko.

LYKO-KODEN

The Lyko Code samlar de grundläggande principer och riktlinjer som vägleder hur vi agerar som arbetsgivare och kollegor i vardagen. Koden omfattar frågor som rör respektfullt bemötande, arbetsmiljö och säkerhet, likabehandling, affärsetik samt hur vi förväntas agera vid osäkerhet eller misstänkta avvikelser. Genom att tydliggöra både värderingar och förväntningar skapar The Lyko Code en gemensam ram för hur vi samarbetar, fattar beslut och hanterar situationer som kan påverka människor, verksamheten eller Lykos förtroende. Koden gäller för samtliga medarbetare och är en integrerad del av introduktion, ledarskap och det dagliga arbetet.



HÅLLBARHETSREDOVISNING

HÄLSA OCH SÄKERHET

Lykos lagerverksamhet innebär arbetsmoment som kan vara fysiskt krävande och som, om de inte hanteras korrekt, kan innebära risker för hälsa och säkerhet. Arbetet bedrivs i enlighet med gällande arbetsmiljölagstiftning och genom ett systematiskt, förebyggande arbetsmiljöarbete.

Grunden utgörs av Lykos arbetsmiljöpolicy, framtagen i samverkan mellan ledning, HR, skyddsombud och fackliga representanter. Arbetsmiljöfrågor följs upp löpande i dialog mellan HR, logistikledning och skyddsombud, vilket möjliggör tidig identifiering och hantering av risker. Skyddsronder genomförs två gånger per år och riskbedömningar görs vid exempelvis införande av nya stationer eller förändringar i verksamheten.

I samband med expansionen av centrallagret har särskilt fokus lagts på arbetsmiljö och säkerhet. Samtliga arbetsstationer har riskbedömts i samverkan mellan chefer och skyddsombud, och uppföljande skyddsronder har genomförts vid driftsättning för att säkerställa att vidtagna åtgärder haft avsedd effekt.

Tillbud och olyckor rapporteras och dokumenteras i ett gemensamt system och används som underlag för utredning, riskbedömning och förebyggande åtgärder. De registrerade olyckorna utgörs främst av mindre allvarliga incidenter, såsom stick- och fallskador, och omfattar inga allvarliga arbetsplatsolyckor. Arbetsättet omfattar både fysiska och organisatoriska arbetsmiljörisiker och är en central del av det kontinuerliga förbättringsarbetet.

ARBETSMILJÖARBETE

Olyckor och dödsfall

Andel av arbetsstyrkan som omfattas av arbetsmiljöledningssystem, %	100
Antal dödsfall	0
Antal arbetsrelaterade olyckor	45

KOMPETENSBASERAD REKRYTERING

I takt med Lykos snabba tillväxt har rekrytering blivit en strategiskt viktig fråga för att säkra rätt kompetens, skapa en god kandidatupplevelse och bygga team som kan växa tillsammans med bolaget. Rekryteringsarbetet utgår från en kompetensbaserad och transparent process med fokus på potential, drivkrafter och relevanta färdigheter snarare än formella meriter.

Genom att använda strukturerade urvalsfrågor och tester tidigt i processen ges kandidater möjlighet att visa sina förmågor på lika villkor. Samtliga lediga tjänster annonseras öppet, vilket bidrar till objektivitet och minskar risken för omedvetna fördomar och osakliga bedömningar i urvalet. Arbetsättet stödjer Lykos ambition att attrahera talanger med olika bakgrunder, erfarenheter och perspektiv, i linje med bolagets värderingar och kultur, The Lyko Way.

Modellen är särskilt viktig i roller och verksamheter där rekryteringsbehovet kan vara stort under kort tid, exempelvis inom lager och logistik, där en tydlig och rättvis process bidrar till både effektivitet och en positiv kandidatupplevelse.

Genom att prioritera kompetens och potential framför traditionella urvalskriterier skapar Lyko förutsättningar för att hitta rätt personer, bygga mångsidiga team och stärka organisationens långsiktiga utveckling.



**Snabbt
och enkelt**



Transparent



**Kompetens-
baserat**





VANSERO 30

your
beau
ygro

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

LYKO

HÅLLBARHETSREDOVISNING

ANTAL ANSTÄLLDA

Land	Antal
Sverige	917
Norge	110
Finland	53
Tyskland	10
Polen	10
Nederländerna	4
Danmark	4
Totalt antal anställda	1 108

ANTAL ANSTÄLLDA – ÅLDERSGRUPP OCH LAND

Ålder	Sverige	Norge	Finland	Tyskland	Polen	Nederländerna	Danmark	Totalt
Under 30 år	394	88	37	1	7	3	2	532
30-50 år	432	21	15	8	3	1	2	482
Över 50 år	88	1	1	1				91
Ej tillgängligt	3							3
Totalt	917	110	53	10	10	4	4	1 108

ANTAL ANSTÄLLDA – ANSTÄLLNINGSFORM OCH KÖN

Anställningsform	Kvinnor	Män	Ej angivet	Totalt
Tillsvidareanställda	675	251	1	927
Tidsbegränsade anställningar	122	9	1	132
Anställda med timanställning (ej garanterade timmar)	47	2	0	49
Totalt antal anställda	844	262	2	1 108

KÖNSFÖRDELNING – LEDNINGSGRUPP

Kön	Antal	%
Kvinnor	6	67
Män	3	33
Totalt	9	

KÖNSFÖRDELNING

Kön	Antal
Kvinnor	844
Män	262
Ej angivet	2

PERSONALOMSÄTTNING

Personalomsättning andel, %	18,6
Antal avgångar	212

KÖNSFÖRDELNING – STYRELSE

Kön	Antal	%
Kvinnor	3	43
Män	4	57
Totalt	7	



HÅLLBARHETSREDOVISNING

ARBETARE I VÄRDEKEDJAN

Lyko säljer huvudsakligen produkter som tillverkas av externa leverantörer, vilket innebär en bred och global leverantörsbas som spänner över flera produktkategorier. En stor del av sortimentet, som främst består av hudvård, hårvård, och makeup, tillverkas inom EU i länder såsom Italien, Frankrike och även inom Norden.

En stor del av Lykos direkta leverantörer finns inom EU, där tillverkningen sker i reglerade och tekniskt avancerade miljöer. Förhöjda risker finns längre upp i värdekedjan, särskilt kopplat till vissa råvaror där insynen är mer begränsad.

Dialogen med arbetare i värdekedjan sker i huvudsak indirekt genom leverantörer och affärspartners, med fokus på tydlig kravställning, uppföljning och hantering av identifierade risker och avvikelser.

Arbetare i värdekedjan kan rapportera klagomål via leverantörernas egna mekanismer samt genom Lykos externa visselblåsarfunktion. Inkomna ärenden hanteras i dialog med berörd leverantör och kan leda till korrigerande handlingsplaner och uppföljning.

För att förebygga och minska risken för bristande arbetsvillkor i värdekedjan arbetar Lyko med tydlig kravställning, leverantörsdialog och riskbaserad uppföljning. Genom leverantörsavtal och Lykos Supplier Code of Conduct ställs krav på respekt för mänskliga rättigheter, skäliga arbetsvillkor och säkra arbetsmiljöer som en förutsättning för affärs-samarbete. Kraven gäller Lykos direkta leverantörer och förväntas föras vidare i leverantörernas egna leverantörsled.

Uppföljning och åtgärder prioriteras där risken bedöms som förhöjd och där Lyko har störst möjlighet att påverka, särskilt inom egna varumärken. För leverantörer i produktionsländer som klassas som högrisk kan uppföljningen omfatta fördjupad granskning, inklusive leverantörsbesök och tredjepartsbedömningar, samt eventuellt korrigerande handlingsplaner.

SYSTEMATISERAT AKTSAMHETSARBETE

För att arbeta strukturerat och konsekvent med tillbörlig aktsamhet i leverantörsledet använder Lyko Worldfavor som systemstöd. Plattformen möjliggör ett samlat arbetssätt för att engagera leverantörer, identifiera och prioritera risker, följa upp åtgärder och samla relevant dokumentation.

Lyko Supplier Code of Conduct

Under 2024 uppdaterades Lykos Supplier Code of Conduct och har därefter successivt rullats ut till leverantörer under 2025. Supplier Code of Conduct utgör grunden för Lykos arbete med leverantörer och tydliggör våra förväntningar på affärsetik, mänskliga rättigheter, arbetsvillkor, produktsäkerhet och miljöansvar.

Målet för 2025 var att minst 75 % av Lykos kommersiella inköpsvärde skulle omfattas av vår uppdaterade Supplier Code of Conduct eller motsvarande krav. Vid utgången av 2025 uppgick täckningsgraden till 82 %.



KUNDANSVAR

Kundernas förtroende är en grundförutsättning för Lykos affär. Som ett bolag med en stark digital närvaro och nära relation till våra kunder, genom e-handel, fysiska butiker och community, bygger vår långsiktiga framgång på att kunder känner sig trygga med de produkter vi säljer, hur vi hanterar deras data och att de får korrekt produktinformation.

Lyko möter kunder dagligen genom kundservice, butik och digitala kanaler. Kundservice är en central funktion för att besvara frågor, ge vägledning och fånga upp synpunkter kopplade till produkter, tjänster och kundupplevelse. Den löpande kontakten med kunder ger viktiga insikter om hur våra erbjudanden upplevs och var förbättringar eller åtgärder kan behövas.

PRODUKTSÄKERHET

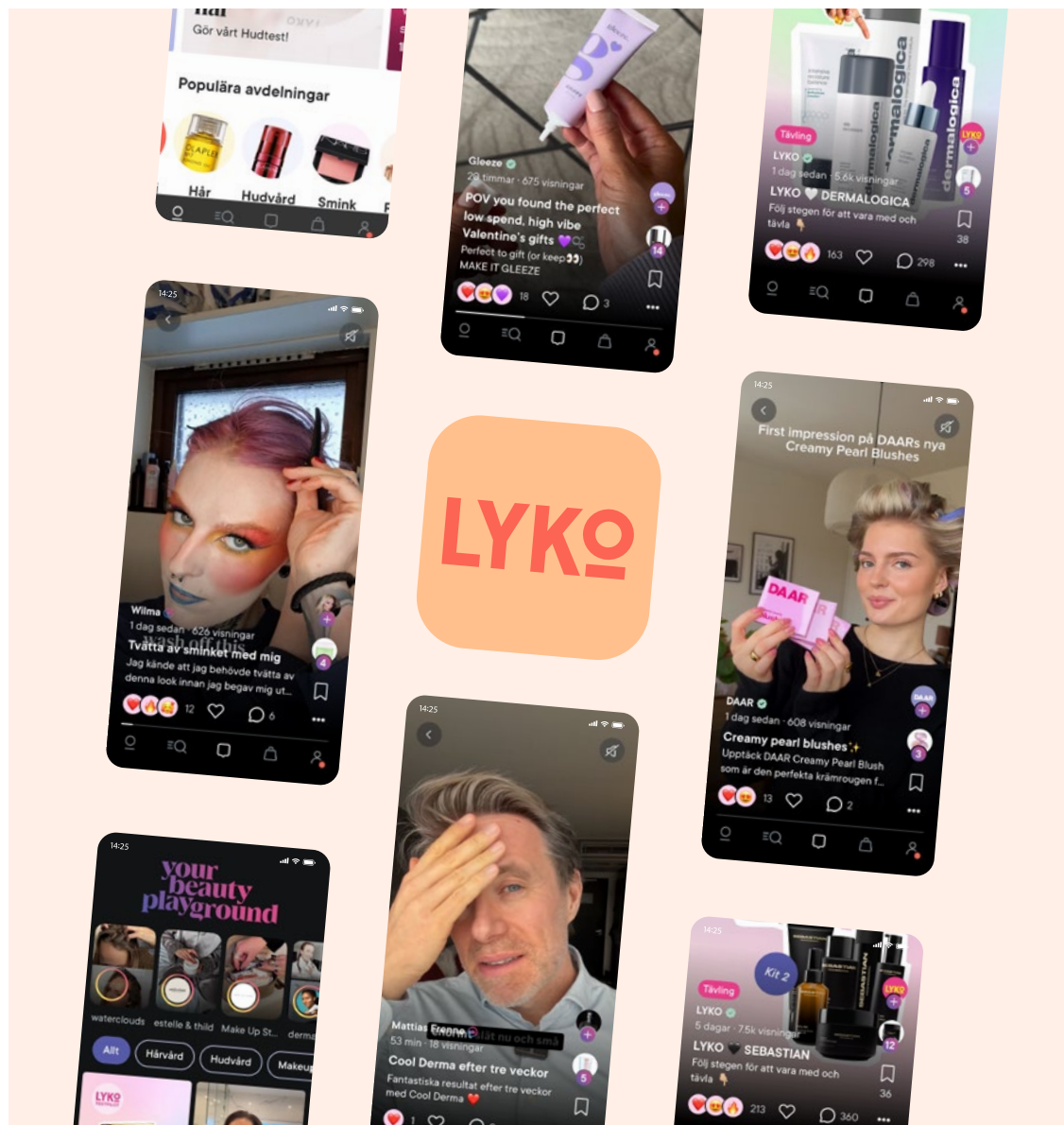
Säkra produkter och korrekt produktinformation är en grundförutsättning för att kunder ska kunna använda de produkter Lyko säljer på ett tryggt sätt. Det gäller både information i butik och i digitala kanaler, där tydlig märkning och korrekt innehållsbeskrivning bidrar till att kunder kan göra informerade val utifrån exempelvis hudtyp eller allergier.

För produkter under egna varumärken tillämpar Lyko en intern Restricted List som anger vilka ingredienser som är förbjudna eller föremål för haltbegränsningar. Listan uppdateras regelbundet med stöd av externa experter och i linje med gällande lagstiftning, och används som ett styrande verktyg i produktutvecklingen för att säkerställa att endast tillåtna ingredienser används. För externa varumärken ställs krav genom avtal och Lykos Supplier Code of Conduct på efterlevnad av tillämplig lagstiftning och relevanta märkningskrav för produkter och produktinformation.

Om Lyko får kännedom om misstänkta biverkningar eller oönskade effekter kopplade till kosmetiska produkter hanteras dessa enligt fastställda rutiner. Kunder kan rapportera upplevda biverkningar via kundservice, som fungerar som en central kontaktpunkt för att fånga



HÅLLBARHETSREDOVISNING



Lyko Community.

upp och dokumentera information. Vid misstanke om allvarliga oönskade effekter sker dialog med berört varumärke och Lyko säkerställer att rapportering sker till Läkemedelsverket i enlighet med gällande regelverk.

Under året har Lyko etablerat ett product compliance-forum för att samla och hantera frågor kopplade till produktsäkerhet, produktinformation och märkning. Forumet används för att följa upp förändringar i lagstiftning, uppdateringar av begränsade ingredienser, nya märkningskrav, och tillsynsärenden samt vägledning från myndigheter och branschorganisationer.

Forumet samlar kompetens inom hållbarhet, juridik, produktutveckling, inköp och produktion och träffas regelbundet för att säkerställa gemensam förståelse, tydliga prioriteringar och att lärdomar från identifierade frågor tas om hand i verksamheten. Arbetet rapporteras vidare till en styrgrupp för product compliance med bred representation från ledningsgruppen.

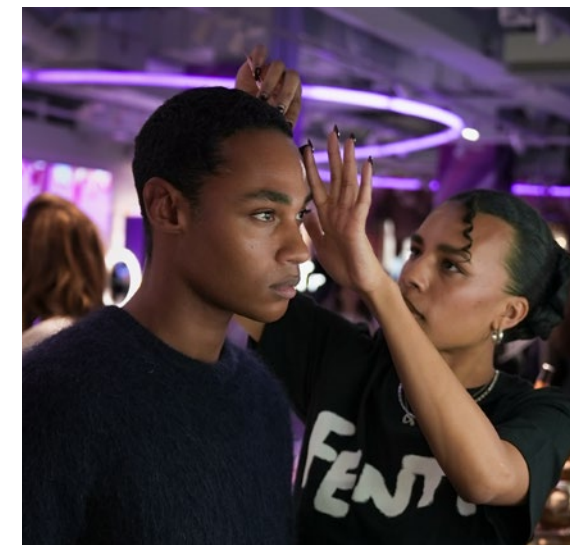
Genom detta arbetssätt skapar Lyko bättre förutsättningar för att säkerställa säkra produkter, korrekt information och ett fortsatt högt förtroende hos våra kunder.

KUNDDATASKYDD

Hantering av personuppgifter är en central del av Lykos kundrelationer, särskilt genom e-handel, Lyko Club, Lyko Community och andra digitala tjänster. För att upprätthålla kundernas förtroende är det avgörande att personuppgifter hanteras på ett korrekt, transparent och säkert sätt, i enlighet med gällande dataskyddslagstiftning.

Arbetet med kunddataskydd utgår från Lykos Internal Privacy Policy, som anger hur personuppgifter ska hanteras inom organisationen, inklusive ansvarsfördelning, incidenthantering och krav vid användning av externa leverantörer.

För kunder inom kundklubb, community och digitala tjänster kompletteras detta av Club Lyko Privacy Policy, som beskriver hur personuppgifter samlas in,



används, lagras och skyddas samt vilka rättigheter kunder har. Policyramverket kompletteras av interna riktlinjer för informationssäkerhet och IT-användning, som vägleder medarbetare i det dagliga arbetet. Tillsammans skapar dessa styrande dokument en gemensam grund för ett ansvarsfullt och konsekvent arbete med kunddata i organisationen.

Under året har arbetet stärkts genom riktade utbildningsinsatser i kundnära funktioner, särskilt inom kundservice, för att säkerställa en korrekt och enhetlig hantering av ärenden som rör personuppgifter.

I takt med att Lykos digitala plattformar och nya tekniska lösningar, inklusive AI-baserade tjänster, utvecklas arbetar bolaget successivt med att stärka strukturer och arbetssätt för att säkerställa att kunddata används på ett ansvarsfullt sätt.

Fokus ligger på att kombinera innovation och affärsutveckling med respekt för kunders integritet och att värna det förtroende som är avgörande för den långsiktiga relationen med våra kunder.

HÅLLBARHETSREDOVISNING

ANSVARFULL MARKNADSFÖRING

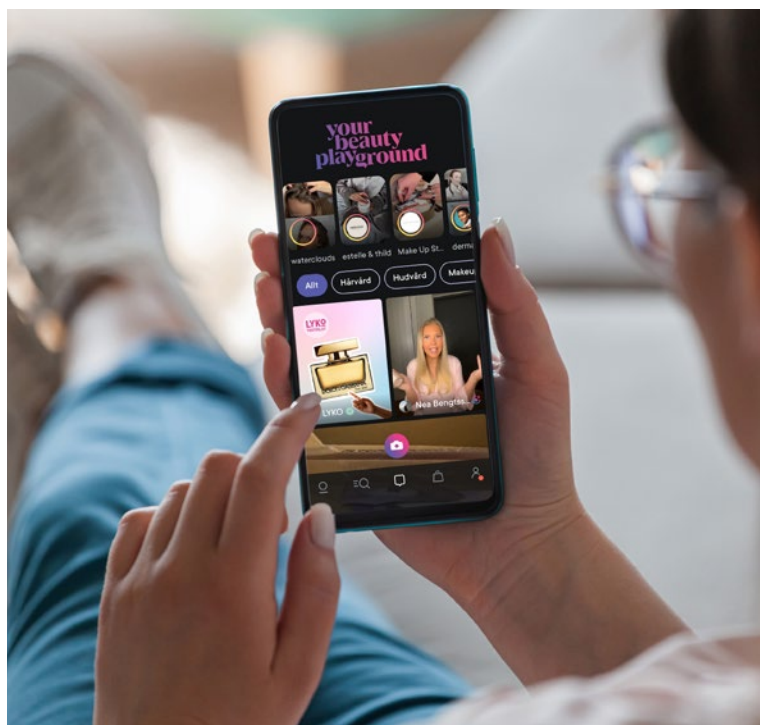
Marknadsföring är en central del av hur Lyko möter sina kunder och bygger relation till varumärket. Kunder möts av budskap och innehåll både genom traditionell marknadsföring och i Lykos sociala medier och Lyko Community. Det påverkar hur kunder fattar köpbeslut, hur produkter uppfattas och används, men också synen på skönhet, normer och ideal.

Lyko Community möjliggör dialog och kundgenererat innehåll, där kunder kan ta del av andras erfarenheter och perspektiv på produkter. Både marknadsföring och community utformas med utgångspunkt i att kunder ska känna sig trygga, inkluderade och fria att uttrycka sig utan press att leva upp till snäva ideal.

Marknadsföring och kommunikation vid Lyko vägleds av Lyko Brand Guideline och Lyko Tone of Voice Guideline, som sätter ramar för hur varumärket uttrycks visuellt och språkligt i alla kanaler. Utgångspunkten är en inkluderande och tillåtande syn på skönhet, där individualitet och självuttryck står i fokus. "Alla sätt är rätt" är en bärande princip i hur Lyko kommunicerar, och genomsyrar både kampanjer, innehåll och samarbeten. För Lyko Community kompletteras detta av Lyko Community Terms & Conditions, som reglerar innehåll, interaktion och transparens kring kommersiella samarbeten.

Lyko Community och Lyko Club har en åldersgräns på 18 år och modereras i enlighet med villkoren, som anger vad som är tillåtet innehåll och vilket tonläge som förväntas i dialogen mellan medlemmar.

Modereringen syftar till att säkerställa att communityt är en trygg, respektfull och inkluderande plats, fri från kränkande, vilseledande eller olämpligt innehåll. Vid behov kan innehåll tas bort och konton begränsas eller stängas av. För att stärka transparens i communityt märks innehåll som sker inom ramen för tester, samarbeten eller ersättning tydligt. Genom åldersgräns, moderering och reklammärkning arbetar Lyko för att säkerställa att communityt bidrar positivt till kundernas upplevelse, ger utrymme för olika uttryck och perspektiv och stödjer informerade köpbeslut utan att skapa press, snäva ideal eller ottydliga kommersiella budskap.



Ansvarsfullt företagande

Lyko har sina rötter i en frisörsalong i Vansbro, grundad 1952 av Frans Lyko. Två generationer senare präglas bolaget fortfarande av entreprenörskap, en kultur som är både professionell och lekfull, och en stark känsla av gemenskap.

I takt med att Lyko har vuxit har verksamheten utvecklats i både omfattning och komplexitet, men synen på ansvar i affärer är fortsatt en central del av företagskulturen.

För Lyko handlar affärsuppförande inte enbart om att följa lagar och regler, utan om hur bolaget agerar i relation till leverantörer, samarbetspartners, kunder och andra intressenter. Ansvar, transparens och långsiktighet är inbäddade i det dagliga arbetet och utgör en viktig grund för att kunna växa på ett hållbart sätt. När verksamheten utvecklas ställs högre krav på struktur och tydliga arbetsätt, samtidigt som affärsuppförande fortsätter vara en integrerad del av hur Lyko driver och utvecklar sin verksamhet.

UPPFÖRANDEKOD OCH ANTI-KORRUPTION

Lykos affärsetiska riktlinjer syftar till att säkerställa att affärsbeslut fattas på sakliga grunder, utan personlig vinning eller otillbörlig påverkan. Det innebär bland annat att Lyko inte accepterar, erbjuder eller betalar mutor, samt att verksamheten bedrivs i enlighet med gällande lagar och förordningar.

Lyko-koden är en grundpelare i företagskulturen och tydliggör de värderingar och etiska principer som vägleder organisationen i det dagliga arbetet. Tillsammans med Lykos anti-korruptionspolicy sätter den ramar för förväntade beteenden och bidrar till att minska risker kopplade till exempelvis korruption, mutor och intressekonflikter.

Som en del av introduktionsprogrammet tar alla

medarbetare del av Lyko-koden och anti-korruptionspolicy. Alla medarbetare har ansvar för att följa riktlinjerna, och närmaste chef fungerar som stöd i frågor som rör etik och affärsuppförande.

På samma sätt som Lyko har tydliga riktlinjer för hur bolaget ska agera, ställs även krav på att affärspartners agerar i linje med dessa värderingar. Detta regleras genom leverantörsavtal och Lykos Supplier Code of Conduct, som anger förväntningar kring bland annat affärsetik och mänskliga rättigheter. Lyko förbehåller sig rätten att vidta åtgärder och, vid allvarliga eller upprepade överträdelser, avsluta samarbeten med leverantörer som inte lever upp till dessa krav.

VISSELBLÅSNING

För att möjliggöra en öppen och ansvarsfull företagskultur har Lyko etablerat en extern visseblåsarfunktion. Funktionen är tillgänglig för medarbetare och externa parter och kan användas för att rapportera misstänkta oegentligheter, brott mot interna riktlinjer eller andra allvarliga avvikelser.

Rapportering kan ske anonymt och hanteras enligt fastställda rutiner för att säkerställa konfidentialitet, rättssäker hantering och skydd för den som rapporterar. Visselblåsarfunktionen är ett viktigt verktyg för att tidigt fånga upp risker och säkerställa att bolaget agerar i linje med sina värderingar även i takt med att verksamheten växer. Under året har inga ärenden som kan klassas som visseblåsarärenden rapporterats.



Revisorns yttrande avseende den lagstadgade hållbarhetsrapporten

Till bolagsstämman i Lyko Group AB (publ), org.nr 556975-8229

UPPDRAG OCH ANSVARSFÖRDELNING

Det är styrelsen som har ansvaret för hållbarhetsrapporten för räkenskapsår 2025 på sidorna 26-45 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen i enlighet med den äldre lydelsen som gällde före den 1 juli 2024.

GRANSKNINGENS INRIKTNING OCH OMFATTNING

Vår granskning har skett enligt FARs rekommendation RevR 12 Revisorns yttrande om den lagstadgade hållbarhetsrapporten. Detta innebär att vår granskning av hållbarhetsrapporten har en annan inriktning och en väsentligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige har. Vi anser att denna granskning ger oss tillräcklig grund för vårt uttalande.

UTTALANDE

En hållbarhetsrapport har upprättats.

Stockholm den 28 april 2026
Ernst & Young AB

Charlotte Holmstrand
Auktoriserad revisor



FAB STORE – TÄBY CENTRUM

Invigning av Lykos första Fab Store – en succéstart på nästa retailkapitel

Lyko slog i oktober upp dörrarna till vår allra första Fab Store och premiären i Täby Centrum blev en succé! Med tusentals nyfikna besökare under öppningsdagarna markerar satsningen starten på ett nytt kapitel i Lykos retailstrategi.

Fab Store är mer än en ny butik. Det är en blueprint för framtidens Lyko, konceptet som ska sätta standarden för de kommande hundra butikerna.

– Strategiskt är detta superviktigt. Det gör att vi kan växla upp tempot och rulla ut ännu fler butiker snabbare. Exakta takten för utrullningen kommer vi kommunicera i ett senare skede, säger Rickard Lyko, vd och grundare.

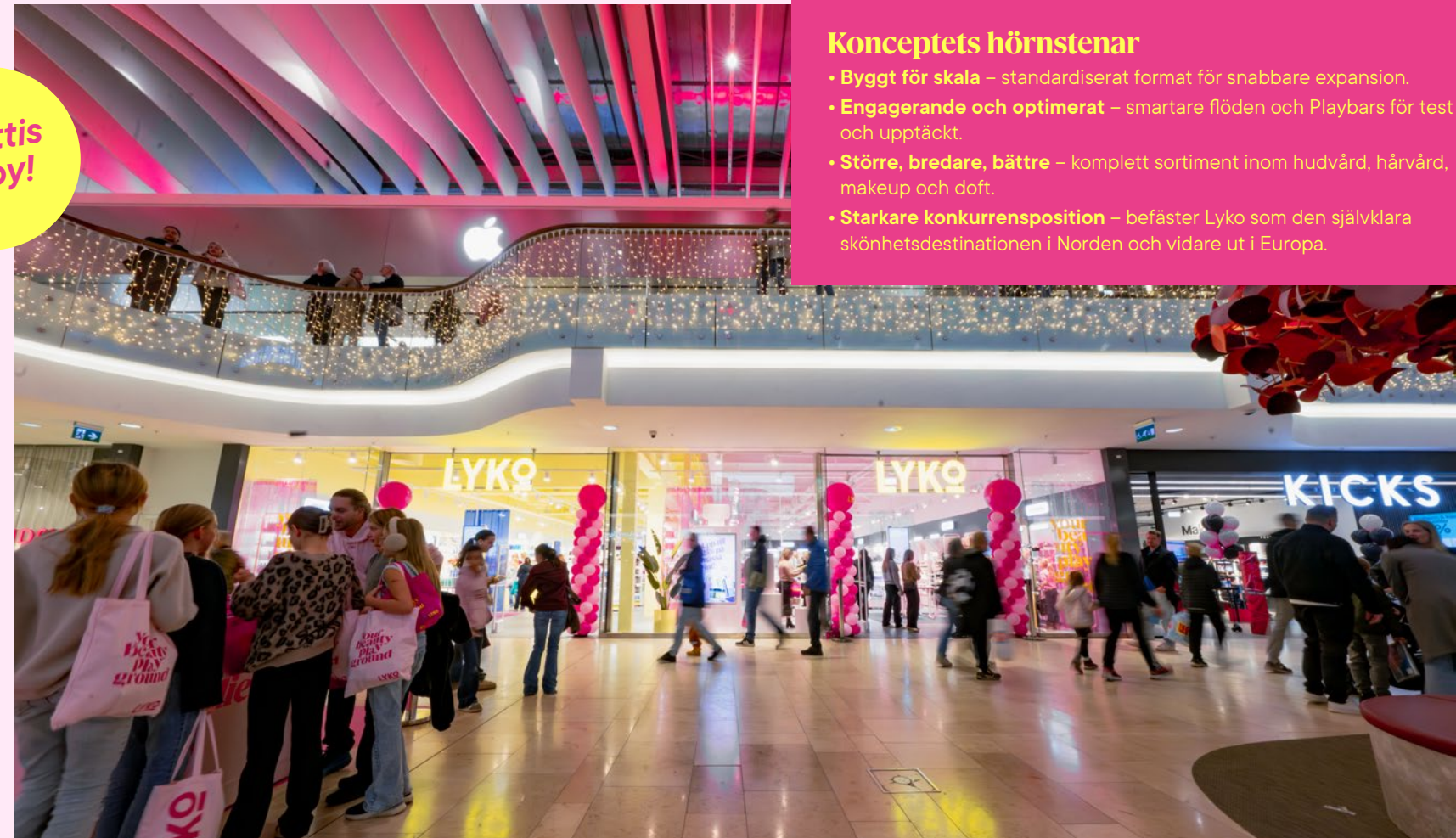
500 KVADRATMETER REN SKÖNHETSMAGI

Lyko har paketerat hela upplevelsen – Your Beauty Playground – i ett format som kombinerar inspiration, lekfullhet och effektivitet.

Besökarna möts av generösa ytor, smartare kundflöden och Playbars där man enkelt kan testa och upptäcka nya produkter. Sortimentet är bredare än någonsin inom hudvård, hårvård, makeup och doft, och butiken fungerar lika mycket som mötesplats som shoppingdestination.

– Täby Centrum är inte vilket köpcentrum som helst. Det är Sveriges näst största sett till omsättning, har utsetts till Stockholms bästa shoppingupplevelse och lockar över 10 miljoner besökare per år. För oss är det den perfekta scenen att lansera vår Fab Store, här visar vi hela kraften i vårt nya koncept inför en krävande och trendmedveten publik, säger Erica Wredberg, Chief Retail Officer.

Grattis
Täby!



FAKTA – FAB STORE

Storlek 500 kvm

Först ut Täby Centrum

Syfte..... Blueprint för kommande 100 butiker

Lansering .. 2026 accelereras expansionstakten

Konceptets hörnstenar

- **Byggt för skala** – standardiserat format för snabbare expansion.
- **Engagerande och optimerat** – smartare flöden och Playbars för test och upptäckt.
- **Större, bredare, bättre** – komplett sortiment inom hudvård, hårvård, makeup och doft.
- **Starkare konkurrensposition** – befäster Lyko som den självklara skönhetsdestinationen i Norden och vidare ut i Europa.

Lyko the place to be for Halloween

Lykos årliga Halloweenfest startade i Oslo och har genom åren vuxit till ett av branschens mest eftertraktade event. Influencers och kändisar hör av sig månader i förväg i hopp om att säkra en inbjudan, och utanför butiken samlas nyfikna åskådare för att få en glimt av de spektakulära kreationerna på röda mattan.

Under året befäste Lyko sin position som the place to be för Halloween, större och mer uppmärksammat än någonsin tidigare. Efter premiären i Stockholm året innan arrangerades festen där nu för andra året i rad och har snabbt nått samma status som i Oslo, med stort engagemang både på plats och i sociala medier.

Hjälp!
Ta mig
härifrån!



SELLO - BUTIKSÖPPNING

Lyko expanderar med tredje butik i Finland

Onnea Espoo!



Under 2025 fortsatte Lyko sin expansion i Finland genom att öppna sin tredje butik i Esbo.

– Lykos tillväxt i Finland har varit stark, både online och i butik. Vår omnikanalstrategi, vårt breda och trenddrivna sortiment samt vår upplevelsebaserade kundresa har gjort oss till den snabbast växande skönhetsåterförsäljaren på marknaden. Vi är mycket glada över att öppna en ny butik i Esbo och ytterligare stärka vår närvaro i Helsingforsregionen, säger Erica Wredberg, Chief Retail Officer på Lyko.

UNDERHÅLLNING I OLIKA KANALER

Lyko Sessions

Lyko Sessions är ett underhållningsformat som kombinerar det bästa från talkshows, YouTube och sociala medier – en "talkshow utan soffa" skapad för att möta publiken i deras egna flöden.

I varje avsnitt paras två kända profiler ihop och innehållet skräddarsys efter gästerna, vilket gör att varje möte blir unikt. Hela avsnitten publiceras på YouTube medan kortare klipp sprids på TikTok, Instagram och YouTube Shorts för att skapa räckvidd och engagemang där publiken redan är aktiv.

Säsong 1 blev en tydlig tittarsuccé. Flera av-

snitt hade en genomsnittlig visningstid på över sju minuter på YouTube och mer än hälften av tittarna såg programmet via TV-skärm – ett kvitto på att formatet engagerar på riktigt. Samtidigt skapade de kortare klippen stark spridning och interaktion i sociala medier.

Framgången bygger på den varierade formen utan fast programledare, den starka

casten och balansen mellan humor, viktiga samtal och kreativ beauty.

Nu förnyas Lyko Sessions med en andra säsong för att fortsätta utveckla formatet, bygga vidare på den stora tittarkärleken och ta nästa steg i att skapa relevant, underhållande och kulturellt närvarande innehåll för communityn.



LYKO X FLOW FESTIVAL

Lykos upplevelsebaserade Your Beauty Playground imponerade på festivalbesökare i Helsingfors

Under 2025 genomförde Lyko Finland sin första hyperlokala 360°-kampanj i partnerskap med den internationellt erkända Flow Festival, med målet att stärka varumärkeskännedom och kulturell relevans bland trendmedvetna millennials i Helsingfors-regionen. Kampanjen kombinerade digitala medier, OOH, organisk SoMe, influencersamarbeten, retail-aktivering samt en stark närvaro på festivalområdet.

En 70 m² stor "Your Beauty Playground" erbjöd en uppslukande mötesplats med flera aktiveringar och skönhetsjäms-ter, och integrerade sömlöst varumärket i festivalmiljön.

– Vår ambition var att skapa en upplevelse som kändes som en naturlig och inspirerande del av Flow Festival. Varje kontakt, punkt designades för att engagera och underhålla vår målgrupp.

Den överväldigande positiva responsen visar att när ett varumärke tillför verkligt värde till publikens upplevelse, följer engagemanget organiskt, säger Netta Kuhlberg.

Partnerskapet visade hur varumärkesnära samarbeten kan bli en meningsfull och värdeskapande del av den totala evenemangsupplevelsen.



Netta Kuhlberg, Country Manager Finland.



NORGE

Retail-tainment – Lyko on wheels!



Under våren turnerade Lyko med ett mobilt pop up-koncept genom tio städer i Norge.

Den lilla butiken på hjul möttes av ett stort intresse från kunder runt om i landet och responsen överträffade förväntningarna. Turnén bidrog till att stärka kännedomen om Lyko och gav samtidigt värdefulla insikter om var efterfrågan på nya butiker är som störst.

MINLEN

Lyko lanserade Madeleine Bernadottes hudvårdsserie

Under hösten 2025 lanserade Madeleine Bernadotte hudvårdsvarumärket minLen tillsammans med Lyko i vår FABShip store på Drottninggatan i Stockholm. Vid eventet deltog Madeleine och mötte kunder och besökare i butik.

Lanseringen blev ett tydligt kvitto på Lykos starka position som destination för nya och efterfrågade skönhetsvarumärken. Med minLen i sortimentet fortsätter Lyko att bredda sitt erbjudande inom modern, medveten hudvård och attrahera både internationella samarbeten och nyfikna beautyälskare.



LYKO COMMUNITY

Vårt sociala skönhetsuniversum

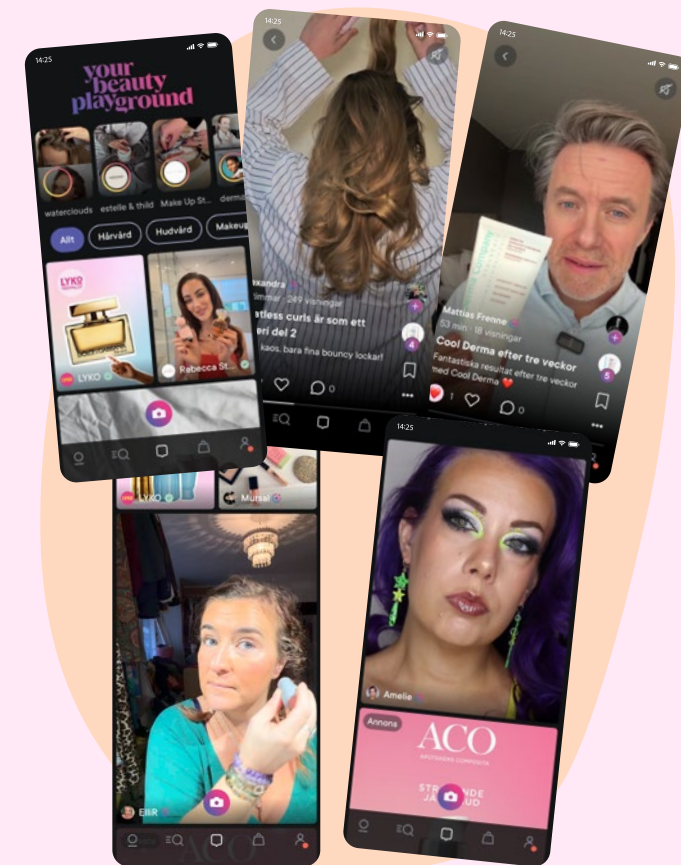
Vi fortsätter att utveckla vårt eget skönhetsuniversum genom Lyko Community, en social plattform i vår app där kunder, kreatörer, varumärken och våra egna experter möts kring ett gemensamt skönhetsintresse.

Communityt är det första som möter dig i vår app som nu har över 1,5 miljoner nedladdningar och 30 procent av alla köp sker via den. Här kan användare dela recensioner, publicera videos, ställa frågor till experter och inspireras av andra skönhetsentusiaster. Plattformen är byggd för att uppmuntra äkta samtal om produkter, både ris och ros, och hjälper kunder att fatta mer välgrundade köpbeslut.

Under året lanserade vi även Lyko Creator, ett nytt initiativ där kreatörer får betalt för sitt innehåll baserat på visningar. Satsningen fick snabbt genomslag och lockade över 1 000 kreatörer redan under de första veckorna. Modellen bygger på att engagerande innehåll skapar fler visningar i appen, vilket i sin tur gör det möjligt för oss att erbjuda attraktiva annonsytor för våra varumärkespartners.

Varje dag publiceras en stor mängd innehåll från användare i Lyko Community, vilket stärker relationen mellan kunder, varumärken och oss som plattform. Samtidigt skapar communityt nya möjligheter för varumärken att nå en mycket engagerad målgrupp direkt i den miljö där skönhetsintresset är som störst.

Med Lyko Community tar vi ytterligare steg mot vår ambition att bli startpunkten för allt inom skönhet, där inspiration, kunskap och handel möts på ett och samma ställe.



Risker

Det finns en rad faktorer som påverkar, eller skulle kunna påverka Lykos verksamhet, både direkt och indirekt.

Lyko identifierar, bedömer och hanterar risker baserat på Lykos vision och mål. Operationella risker utvärderas kontinuerligt inom den dagliga verksamheten. Riskbedömning av strategiska-, compliance-, drift- och finansiella risker utförs årligen av VD, och presenteras för styrelsen, som ansvarar för intern kontroll. För att skydda företaget, varumärket och hjälpa medarbetarna att göra rätt har Lyko implementerat en uppförandekod för alla anställda. Dessutom har flera koncerngemensamma policyer antagits och en uppförandekod för leverantörer upprättats. Nedan beskrivs de riskfaktorer och betydande omständigheter som är särskilt väsentliga för Lykos verksamhet och framtida utveckling.

KONKURRENS

Marknaden för hårvårds- och skönhetsprodukter är konkurrensutsatt och präglas av ett stort antal aktörer med olika affärsmodeller. I en svagare konjunktur kan konkurrensen öka ytterligare genom aggressiv prissättning, kampanjdrivna volymer och konsolidering i branschen. Nya aktörer eller förändrade strategier kan påverka Lykos marknadsandelar och marginaler negativt.

HANTERING:

- Fokus på ett specialiserat och brett skönhets Sortiment
- Utveckling av egna varumärken
- Automatiserad och skalbar logistik med effektiv kostnadsstruktur
- Aktiv datadriven prissättning och marknadsföring som snabbt kan justeras
- Omnikanal-upplevelse mellan e-handel, butiker och tjänster för att stärka kundupplevelsen

KONJUNKTUR & KUNDBETEENDE

Lyko påverkas av allmänna ekonomiska, finansiella och politiska förhållanden. I en svagare konjunktur kan konsumenter prioritera ned skönhetskonsumtion, handla mer kampanjdrivet eller välja produkter i lägre prissegment. Detta kan påverka både försäljningsvolymerna och bruttomarginalerna. Valutafluktuationer kan dessutom påverka inköpskostnader och prisbild.

HANTERING:

- Bred produktmix i flera prissegment
- Utökning av erbjudandet inom angränsande kategorier
- Realtidsuppföljning av försäljning och kundbeteende
- Aktiv styrning av kampanjer, inköp och lager



VARUMÄRKE

Varumärket Lyko är en av koncernens viktigaste tillgångar. Negativ publicitet, exempelvis i sociala medier, kring produkter, samarbeten, kundupplevelser eller bolaget som arbetsgivare kan påverka varumärkets värde och därmed försäljning och tillväxt negativt.

HANTERING:

- Särskiljande varumärkeskommunikation med tydlig ton och transparens
- Uppförandekod för anställda och leverantörer
- Professionell och tillgänglig kundservice, modererat community
- Aktiv dialog med kunder och leverantörer
- Kontinuerliga investeringar i varumärkesbyggande aktiviteter

LEVERANTÖRER OCH VARUMÄRKESÄGARE

En av Lykos viktigaste konkurrensfördelar är det breda sortimentet. Bolaget är beroende av att kunna attrahera och behålla relationer med varumärkesägare och distributörer. Förändrade villkor från större leverantörer, förlorade distributionsavtal eller ökad leverantörskoncentration kan påverka sortimentets attraktivitet och marginaler.

HANTERING:

- Bred portfölj av leverantörer och varumärken
- Långsiktiga relationer och avtalsenliga överenskommelser
- Värdeskapande initiativ för leverantörer – kundinsikter, Lyko insight, Lyko community och Retail Media
- Utveckling av egna varumärken och egen produktionskapacitet

IT-SÄKERHET OCH LOGISTIK

Lykos verksamhet är i hög grad beroende av integrerade och automatiserade system för e-handel, lagerhantering, betalningar och kundkommunikation. Störningar i dessa system, exempelvis till följd av cyberattacker, systemfel, leverantörsproblem, sabotage eller mänskliga misstag, kan påverka leveransförmåga, kundupplevelse och varumärke negativt.

HANTERING:

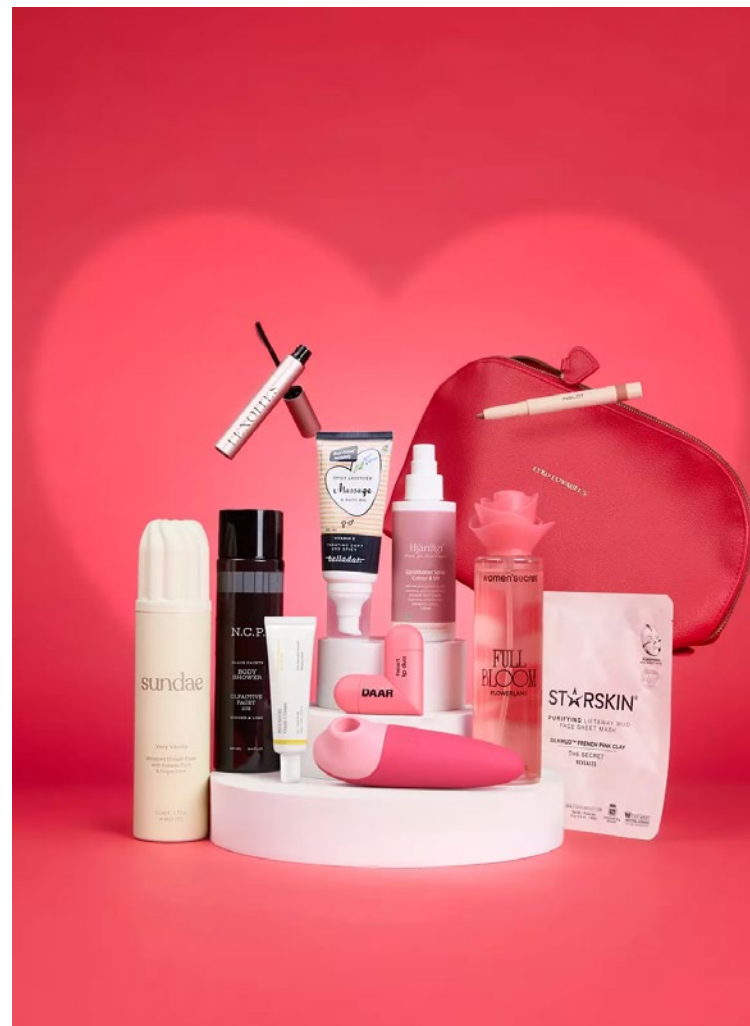
- Löpande investeringar i IT-säkerhetslösningar, modern teknik, penetrationstester och övervakning
- Redundans i kritiska system och regelbundna back-up-rutiner
- Kontinuerliga tester av incidentberedskap och katastrofåterställning, Seveso-klassat lager
- Systemutveckling och kvalitetssäkring av logistikflöden och processer
- Intern kompetensuppbyggnad och begränsat beroende av externa konsulter i kritiska funktioner

FINANSIELL STÄLLNING

Lykos verksamhet kräver rörelsekapital, framför allt i form av lager och kundfordringar. En försämrad lönsamhet, förändrade betalningsvillkor från leverantörer eller begränsad tillgång till finansiering kan påverka kassaflöde och finansiell ställning negativt.

HANTERING:

- Aktiv styrning av ett centrallager, inköp och betalningsvillkor
- Löpande uppföljning av kassaflöde och kapitalbindning
- Begränsat antal butiker
- Dialog med finansiella motparter och tillgång till kreditfaciliteter

**REGELEFTERLEVNAD & REGULATORISKA RISKER**

Lyko verkar på flera marknader och omfattas av lagkrav i flera jurisdiktioner. Verksamheten regleras av EU-lagstiftning, nationell lagstiftning och myndighetskrav inom bland annat marknadsföring, dataskydd (GDPR), AI, hållbarhetsrapportering, produktsäkerhet och konkurrensrätt. Brister i efterlevnad kan leda till sanktionsavgifter, försäljningsstopp och skadat förtroende. Det pågående centraliseringsarbetet medför dessutom en risk att nationella regelverksförändringar i vissa marknader inte identifieras i tillräckligt god tid.

HANTERING:

- Strukturerat arbete med regelefterlevnad och riskuppföljning sker genom centrala verktyg, interna policyer, etablerade processer och styrelsens årliga utvärdering
- Regulatoriska förändringar på EU- och nationell nivå bevakas och implementeras löpande
- Egna varumärken säkerställer efterlevnad genom kontroller mot relevanta lagkrav och listor över bland annat förbjudna eller begränsade ämnen/komponenter

HÅLLBARHET

Lykos verksamhet är exponerad mot klimatrelaterade och sociala risker. Även om vissa av dessa risker ligger utanför Lykos direkta verksamhet, kan konsekvenserna av att inte adressera dem påverka förtroendet från kunder, medarbetare och ägare, orsaka leveransstörningar, samt skapa oförutsedda kostnader och potentiella lagöverträdelser.

HANTERING:

- Systematiskt aktsamhetsarbete i värdekedjan
- Förebyggande arbetsmiljöarbete
- Optimering av lager- och distributionsflöden
- Klimatberäkningar och initiativ för utsläppsreducering
- Rutiner för produktsäkerhet och produktinformation

Aktien

Lykos informationsgivning till sina aktieägare och övrig kapitalmarknad syftar till att skapa en rättvisande bild av verksamhetens utveckling, minimera risken för ryktesspridning och spekulationer samt bidra till att öka intresset för bolagets aktie. Lykos aktie är sedan 2017 noterad på Nasdaq First North Growth Premier.

BÖRSVÄRDE OCH OMSÄTTNING

Sista betalkurs per den 31 december 2025 var 139,60 kronor, vilket gav ett börsvärde för Lyko på 2 137 MSEK. Lägsta kurs var 88,50 kronor den 15 januari och högsta kurs var 147,8 kronor den 27 november. Kursuppgången under 2025 uppgick till 46,2 procent, vilket kan jämföras med Nasdaq OMX SPI som under motsvarande period ökade med 14,9 procent.

UTDELNINGSPOLICY OCH UTDELNING

Styrelsen i Lyko kommer under de närmaste åren primärt använda genererade kassaflöden till fortsatt expansion. Styrelsen har, med bakgrund av detta, inte för avsikt att föreslå någon utdelning för innevarande räkenskapsår. Därefter kommer styrelsen årligen att utvärdera möjligheten till utdelning med hänsyn tagen till verksamhetens utveckling, rörelseresultat och finansiell ställning, aktuellt och förväntat likviditetsbehov samt expansionsplaner.

AKTIEKAPITALET UTVECKLING

Lykos aktiekapital uppgick per den 31 december 2025 till 7,7 MSEK fördelat på 15,3 miljoner aktier. Varje aktie medför lika rätt till andel av bolagets tillgångar och resultat. På bolagsstämman berättigar varje aktie till en röst och alla aktieägare kan rösta för det fulla antalet aktier som innehas utan några begränsningar i rösträtt. Aktierna kan fritt överlåtas.

FINANSIELL INFORMATION

Lyko publicerar årligen fyra delårsrapporter samt en årsredovisning. Rapporterna finns tillgängliga att läsa och ladda ner eller beställa som utskrift från bolagets webbplats www.lykogroup.se

ÅRSSTÄMMA 2025

Årsstämma hålls fysiskt den 19 maj 2026 kl 09:00 i Lykos lokaler på Drottninggatan 39 i Stockholm.

INVESTMENT CASE

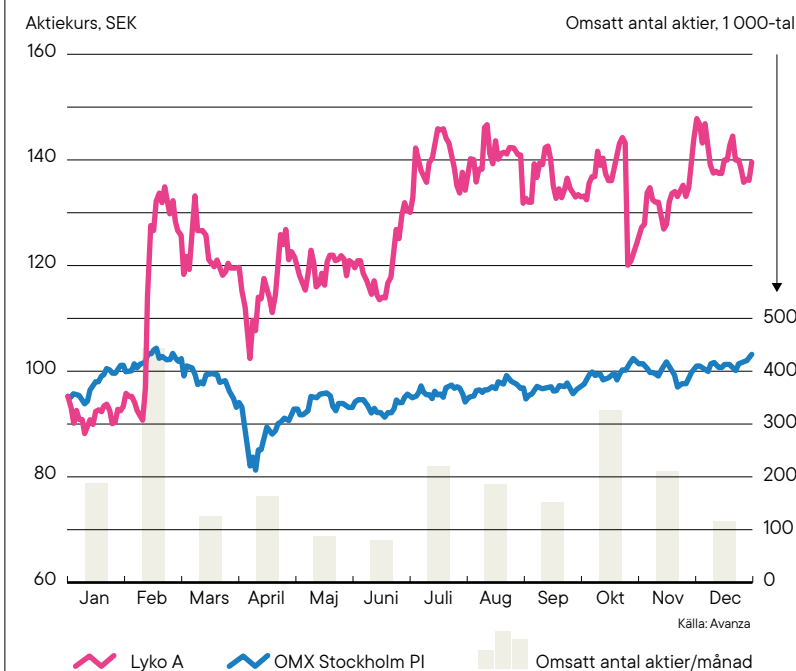
- Stor adresserbar marknad med låg cyklicalitet och strukturell tillväxt.
- Största e-handlaren inom hårvård och skönhet i Sverige samt en ledande aktör inom professionell hårvård i Sverige.
- Hög automationsgrad i lagerverksamheten för hög kostnads-, resurs- och kapitaleffektivitet.
- Etablerad och beprövad omnikanalmodell med ett konkurrenskraftigt erbjudande inom alla försäljningskanaler.
- Stark företagskultur och ett långsiktigt stöd för fortsatt tillväxt från familjen Lyko.
- Historik av konsekvent hög och lönsam tillväxt.
- Tydlig strategi för fortsatt lönsam tillväxt.

AKTIEÄGARE

De största aktieägarna	Kapital, %	Röster, %	Antal aktier
Lyko Holding AB	50,11%	50,11%	7 672 087
Familjen Hamrin	16,72%	16,72%	2 559 293
Fidelio Capital	12,97%	12,97%	1 986 246
Swedbank Robur Fonder	3,33%	3,33%	510 000
Handelsbanken småbolagsfond	3,09%	3,09%	473 473
Unionen	3,05%	3,05%	466 388
Avanza Pension	0,79%	0,79%	121 041
FE Småbolag Sverige	0,70%	0,70%	106 923
Axelsson-familjen	0,39%	0,39%	60 000

Källa: Euroclear per 31 dec 2025.

AKTIENS UTVECKLING 2025



Per den 31 december 2025 hade Lyko 8 019 aktieägare. Andelen registrerade aktier i utlandet uppgick till 0,7 procent.

De nio största ägarna ägde per den 31 december 2025 sammanlagt 91,15 procent av kapitalet och rösterna.

Bolagsstyrning

Lyko är ett svenskt publikt aktiebolag vars aktier är noterade på Nasdaq First North Growth Premier sedan den 12 december 2017.

Bolagsstyrningen i Lyko syftar till uthålligt värdeskapande för aktieägarna genom en väl fungerande styrning, kontroll och uppföljning.

Bolagsstyrningsrapporten har upprättats av bolagets styrelse.

Sedan noteringen på Nasdaq First North Growth Premier följer bolaget First North Growth Premiers regelverk för emittenter och tillämpar Svensk kod för bolagsstyrning ("Koden"). Koden gäller för alla svenska bolag vars aktier är noterade på en reglerad marknad i Sverige och det rekommenderas att bolag på Nasdaq First North Growth Premier tillämpar Koden. Bolaget behöver inte följa alla regler i Koden då den i sig själv medger möjlighet till avvikelse från reglerna, under förutsättning att sådana eventuella avvikelser och den valda alternativa lösningen beskrivs och orsakerna härför förklaras i bolagsstyrningsrapporten (enligt den så kallade "följa eller förklara-principen"). Bolaget har tillämpat Koden från det att aktierna noterades på Nasdaq First North Growth Premier.

BOLAGSSTÄMMA

Enligt aktiebolagslagen (2005:551) är bolagsstämman bolagets högsta beslutsfattande organ. På bolagsstämma utövar aktieägarna sin rösträtt i nyckelfrågor, till exempel fastställande av resultat- och balansräkningar, disposition av bolagets resultat, beviljande av ansvarsfrihet för styrelsens ledamöter och VD, val av styrelseledamöter och revisorer samt ersättning till styrelsen och revisorerna. Årsstämma måste hållas inom sex månader från utgången av räkenskapsåret. Utöver årsstämman kan det kallas till extra bolagsstämma.

Enligt bolagsordningen sker kallelse till bolagsstämma genom annonsering i Post- och Inrikes Tidningar och genom att kallelsen hålls tillgänglig på bolagets webbplats. Att kallelse har skett ska samtidigt annonseras i Svenska Dagbladet.



RÄTT ATT DELTA I BOLAGSSTÄMMA

Aktieägare som vill delta i förhandlingarna på bolagsstämma ska dels vara införd i den av Euroclear Sweden förda aktieboken fem vardagar före stämman, dels anmäla sig hos bolaget för deltagande i bolagsstämman senast den dag som anges i kallelsen till stämman. Aktieägare kan närvara vid bolagsstämmor personligen eller genom ombud och kan även biträdas av högst två personer. Vanligtvis är det möjligt för aktieägare att anmäla sig till bolagsstämman på flera olika sätt, vilka närmare anges i kallelsen till stämman. Aktieägare är berättigade att rösta för samtliga aktier som aktieägaren innehar.

INITIATIV FRÅN AKTIEÄGARNA

Aktieägare som önskar få ett ärende behandlat på bolagsstämman måste skicka en skriftlig begäran härom till styrelsen. Begäran ska normalt vara styrelsen tillhanda senast sju veckor före bolagsstämman.

ÅRSSTÄMMA FÖR 2025

Aktieägarna i Lyko Group AB (publ), 556975-8229, säte Vansbro, kallas till årsstämma tisdagen den 19 maj 2026 klockan 09.00 i Lyko Group AB:s (publ) lokaler, Drottninggatan 39, Stockholm.

Information om de vid årsstämman fattade besluten offentliggörs den 19 maj 2026 så snart utfallet av röstningen är slutligt sammanställt.

Kallelse till stämman har skett i enlighet med bolagsordningen och följer Aktiebolagslagen och de rekommendationer som gäller enligt Svensk kod för bolagsstyrning. För närmare information om årsstämman se bolagets webbplats, www.lykogroup.se.

VALBEREDNINGEN

Bolag som följer Koden ska ha en valberedning. Enligt Koden ska bolagsstämman utse valberedningens ledamöter eller ange hur ledamöterna ska utses. Valberedningen ska enligt Koden bestå av minst tre ledamöter och en majoritet av ledamöterna ska vara oberoende i förhållande till bolaget och koncernledningen. Minst en ledamot ska därutöver vara oberoende i förhållande till den röstmässigt största ägaren eller den grupp av aktieägare som samverkar om bolagets förvaltning. Lykos valberedning ska bestå av styrelsens ordförande samt representanter för de tre största aktieägarna.

Valberedningen ska sammanträda så ofta som krävs för att kunna fullgöra dess uppgifter och ansvar. Planeringen av sammanträden ska ske med hänsyn till tidpunkten för årsstämman. Ledamöterna i valberedningen ska, i samband med sina uppdrag, utföra sina uppgifter i enlighet med Koden. Valberedningens huvudsakliga uppgifter är att nominera kandidater till posterna som ordförande och övriga ledamöter i styrelsen samt lämna förslag på arvode och annan ersättning till var och en av styrelseledamöterna.

Valberedningen ska också nominera kandidater till posten som revisor samt lämna förslag på arvode till denna. Valberedningen ska tillvarata samtliga aktieägares gemensamma intressen i de frågor som faller inom valberedningens ansvarsområde. Bolaget ska i god tid, dock senast sex månader före årsstämman, på bolagets webbplats lämna uppgift om namnen på ledamöterna i valberedningen. Om ledamot utsetts av viss ägare ska ägarens namn anges. Om ledamot lämnar valberedningen ska uppgift om detta lämnas. Utses ny ledamot ska motsvarande information om den nya ledamoten lämnas.

Valberedningens sammansättning för årsstämma 2026 består av:

- Stefan Lyko, utsedd av Lyko Holding AB (valberedningens ordförande)
- Kenneth Bengtsson (styrelsens ordförande)
- Alexandra Björklund, utsedd av Bellbox Holding AB
- Carl-Mikael Lindholm, utsedd av Carl-Olof och Jenz Hamrins Stiftelse, utsedd av Herenco AB.
- Celia Grip, utsedd av Swedbank Robur AB

STYRELSEN

Styrelsen är bolagets högsta beslutsfattande organ efter bolagsstämman. Enligt aktiebolagslagen är styrelsen ansvarig för bolagets förvaltning och organisation, vilket innebär att styrelsen är ansvarig för att, bland annat, fastställa mål och strategier, säkerställa rutiner och system för utvärdering av fastställda mål, fortlöpande utvärdera bolagets resultat och finansiella ställning samt utvärdera den operativa ledningen. Styrelsen ansvarar också för att säkerställa att årsredovisningen och delårsrapporter upprättas i rätt tid. Dessutom utser styrelsen bolagets VD.

Styrelseledamöterna väljs normalt av årsstämman för tiden intill slutet av nästa årsstämma. Enligt bolagets bolagsordning ska styrelsen, till den del den väljs av bolagsstämman, bestå av minst tre ledamöter och högst sju ledamöter utan suppleanter.

Enligt Koden ska styrelsens ordförande väljas av årsstämman och ha ett särskilt ansvar för ledningen av styrelsens arbete och för att styrelsens arbete är välorganiserat och genomförs på ett effektivt sätt. Styrelsen följer en skriftlig arbetsordning som revideras årligen och fastställs på det konstituerande styrelsemötet varje år. Arbetsordningen reglerar bland annat styrelsepraxis, funktioner och fördelningen av arbete mellan styrelseledamöterna och VD. I samband med det konstituerande styrelsemötet fastställer styrelsen även instruktionen för VD innefattande finansiell rapportering.

Styrelsen har under året utvärderat styrelsearbetet via verktyget Board Clic för att utveckla arbetsformer och effektivitet.

Styrelsen sammanträder enligt ett årligen fastställt schema. Utöver dessa styrelsemöten kan ytterligare styrelsemöten sammankallas för att hantera frågor som inte kan hänskjutas till ett ordinarie styrelsemöte. Utöver styrelsemötena har styrelseordföranden och VD en fortlöpande dialog rörande ledningen av bolaget. Per dagen för publicering av denna årsredovisning består bolagets styrelse av sju ordinarie ledamöter som valts av bolagsstämman, vilka presenteras i avsnittet "Styrelse, ledande befattningshavare och revisorer".

Vid årsstämman 2025 föreslogs och omvaldes de sittande styrelseledamöterna Kenneth Bengtsson, Rickard Lyko, Carl-Mikael Lindholm, Marie Nygren, Erika Lyko och Håkan Håkansson samt att Kenneth Bengtsson omvaldes till ordförande för styrelsen. Isabelle Ducellier föreslogs och valdes in som ny styrelseledamot.

Styrelsen har två utskott: ersättningsutskottet och revisionsutskottet. Dessa utskott består av styrelseledamöter och har till uppgift att bereda frågor inom sina respektive ansvarsområden inför beslut i styrelsen.

VD OCH ÖVRIGA LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

VD är underordnad styrelsen och ansvarar för bolagets löpande förvaltning och den dagliga driften. Arbetsfördelningen mellan styrelsen och VD anges i arbetsordningen för styrelsen och instruktionen för VD. VD ansvarar också för att upprätta rapporter och sammanställa information från ledningen inför styrelsemöten och är föredragande av materialet på styrelsemötena.

Enligt instruktionerna för finansiell rapportering är VD ansvarig för finansiell rapportering i bolaget och ska följaktligen säkerställa att styrelsen erhåller tillräckligt med information för att styrelsen fortlöpande ska kunna utvärdera bolagets finansiella ställning. VD ska hålla styrelsen kontinuerligt informerad om utvecklingen av bolagets verksamhet, omsättningens utveckling, bolagets resultat och ekonomiska ställning, likviditets- och kreditläge, viktiga affärshändelser samt varje annan händelse, omständighet eller förhållande som kan antas vara av väsentlig betydelse för bolagets aktieägare. VD och övriga ledande befattningshavare presenteras i avsnitt Styrelse och Ledning.



BOLAGSSTYRNING

ERSÄTTNING TILL STYRELSELEDAMÖTER, VERKSTÄLLANDE DIREKTÖR OCH LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

ERSÄTTNING TILL STYRELSELEDAMÖTER

Arvode och annan ersättning till styrelseledamöterna, inklusive ordföranden, fastställs av bolagsstämman. På årsstämman den 28 april 2025 beslutades att arvode ska utgå till styrelsens ledamöter Carl-Mikael Lindholm, Håkan Håkansson, Isabelle Ducellier och Marie Nygren med 250 000 SEK vardera samt att arvode ska utgå till styrelsens ordförande Kenneth Bengtsson med 500 000 SEK. Styrelseledamot samt huvudägare Rickard Lyko och Erika Lyko erhåller inget arvode då de är anställda i bolaget, enligt bolagsstämmans beslut. Inget särskilt arvode utgår för utskottsarbete.

Namn	Befattning	Styrelsearvode (Tkr)
Rickard Lyko	Styrelseledamot	0
Erika Lyko	Styrelseledamot	0
Kenneth Bengtsson	Styrelseordförande	500 000
Carl-Mikael Lindholm	Styrelseledamot	250 000
Håkan Håkansson	Styrelseledamot	250 000
Isabelle Ducellier	Styrelseledamot	250 000
Marie Nygren	Styrelseledamot	250 000

NUVARANDE ANSTÄLLNINGSAVTAL FÖR VD OCH ÖVRIGA LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Beslut om nuvarande ersättningsnivåer och övriga anställningsvillkor för VD och övriga ledande befattningshavare har fattats av styrelsen. Tabellen nedan visar arvoden till VD och övriga ledande befattningshavare för räkenskapsåret 2025.

Namn	Grundlön/ styrelsearvode	Rörlig ersättning	Övriga förmåner	Pensions- kostnad	Summa
Rickard Lyko	2,0	0,0	0,1	0,5	2,6
Övriga ledande befattningshavare	12,7	0,0	0,7	3,7	17,1
Summa	14,7	0,0	0,8	4,2	19,7

Avtal rörande pensioner baseras på rörliga premier och formuleras i enlighet med de nivåer, praxis och kollektivavtal som gäller i det land där den ledande befattningshavaren är anställd.

För bolagets VD gäller för den anställda en uppsägningstid om sex månader och för arbetsgivaren gäller en uppsägningstid om nio månader. För en av de övriga ledande befattningshavarna gäller för de anställda och arbetsgivaren en ömsesidig uppsägningstid om sex månader och för resterande sju ledande befattningshavarna gäller för de anställda och arbetsgivaren en ömsesidig uppsägningstid om tre månader. Ingen av de ledande befattningshavarna har rätt till avgångsvederlag utöver ovanstående lön samt övriga anställningsförmåner under uppsägningstiden.

INTERN KONTROLL

Den interna kontrollen omfattar kontroll av bolagets och Koncernens organisation, förfarande och stödåtgärder. Målsättningen är att säkerställa att en tillförlitlig och korrekt finansiell rapportering sker, att bolagets och Koncernens finansiella rapporter upprättas enligt lag och tillämplig redovisningssed, att bolagets tillgångar skyddas, samt att andra krav efterlevs. Systemet för intern kontroll är även avsett att övervaka att bolagets och Koncernens policyer, principer och instruktioner efterlevs. Den interna kontrollen omfattar även analys av risker och uppföljning av införlivande informations och affärssystem. Bolaget identifierar, bedömer och hanterar risker baserat på bolagets vision och mål. Riskbedömning av strategiska-, compliance-, drift- och finansiella risker utförs årligen av VD, bedömningen presenteras för styrelsen.

Styrelsen ansvarar för intern kontroll. Processer för hantering av verksamheten och leverera värde ska fastställas inom verksamhetsledningssystem. VD ansvarar för processtrukturen inom Koncernen. En egen bedömning av minimikraven i definierade kontroller för identifierade risker för varje affärsprocess ska årligen utföras och rapporteras till styrelsen. VD ansvarar för självvärderingsprocessen, vilken underlättas av att den interna kontrollen fungerar. Dessutom utför funktionen för intern kontroll omdömen om riskkontroller och interna system enligt den plan som överenskommit med styrelse och koncernledning.

Lyko har hittills inte funnit anledning att inrätta en särskild internrevisionsfunktion. Bolagets interna kontroll har som mål att skapa en effektiv beslutsprocess i vilken kraven, målen och ramarna är tydligt definierade. Ytterst syftar kontrollen till att skydda bolagets tillgångar och därigenom aktieägarnas investering. Bolaget bedömer att detta kan utföras i dagsläget på ett tillfredsställande sätt utan internrevisionsfunktion, men frågan kommer att prövas årligen.

MÅNGFALDSPOLICY

Lyko tillämpar regel 4.1 i Svensk kod för bolagsstyrning som mångfaldspolicy vid framtagande av förslag till val av styrelseledamöter. Regeln innebär att styrelsen ska ha en med hänsyn till bolagets verksamhet, utvecklingskede och förhållanden i övrigt ändamålsenlig sammansättning, präglad av mångsidighet och bredd avseende de bolagsstämmovalda ledamöternas kompetens, erfarenhet och bakgrund. En jämn könsfördelning ska eftersträvas. Målet med mångfaldspolicyn är att säkerställa att styrelsens sammansättning av ledamöter motsvarar kraven på mångfald i styrelsen när det gäller kön, ålder och nationalitet samt erfarenheter, yrkesbakgrund och affärsområden.

Styrelsen består av fyra män och tre kvinnor och andelen kvinnor uppgår därmed till 43 procent vilket är i linje med Bolagsstyrningskollegiets långsiktiga mål om en andel på cirka 40 procent för det minst företrädda könet.

REVISION

Revisorn ska granska bolagets års- och koncernredovisning, räkenskaper samt styrelsens och VD förvaltning. Efter varje räkenskapsår ska revisorn lämna en revisionsberättelse och en koncernrevisionsberättelse till årsstämman.

Enligt bolagets bolagsordning ska bolaget ha lägst en och högst två revisorer och högst två revisorssuppleanter. Bolagets revisor är Ernst & Young Aktiebolag, med Charlotte Holmstrand som huvudansvarig revisor.

Ingen översiktlig revisorsgranskning har genomförts av Bolagets ekonomiska halvårs- eller niomånaders rapport. Styrelsen motiverar det med att det inte efterfrågats av intressenter samt att det inte är ett legalt krav men en avvikelse från Svensk kod för bolagsstyrning.

Styrelse



Kenneth Bengtsson

Född: 1961.

Styrelseordförande sedan 2018.

Utbildning: Gymnasieekonom.

Övriga nuvarande befattningar: Styrelseordförande i Clas Ohlson AB, SJ, JumpYard samt ideella organisationen World Childhood Foundation. Styrelseledamot i Synsam AB.

Tidigare befattningar: Vd och koncernchef för ICA, ordförande för Svenskt Näringsliv och Svensk Handel. Styrelseordförande i Mio AB ideella organisationerna Ersta Diakoni.

Aktieäggande i bolaget: Kenneth Bengtsson innehar, indirekt tillsammans med närstående, 4 000 aktier i bolaget.

Beroende/oberoende: Oberoende av bolaget och ledningen, oberoende av bolagets större ägare.



Rickard Lyko

Född: 1982.

Styrelseledamot sedan 2008.

Utbildning: Studier i ekonomi, Uppsala universitet.

Övriga nuvarande befattningar: Verkställande direktör för Lyko Group AB samt styrelseledamot i alla helägda dotterbolag. Styrelseordförande i Lyko Holding AB. Styrelseledamot i Svensk Handel, DeoDoc AB.

Tidigare befattningar: Styrelseordförande i Bellbox Hårvårdsbaren AB, B & B Stockholm AB och Concept YOU AB. Styrelseledamot i Företagarna Dalarna Service AB och Företagsamma Dalarna Service AB.

Aktieäggande i bolaget: Rickard Lyko innehar, indirekt tillsammans med närstående, 7 672 087 aktier i bolaget.

Beroende/oberoende: Beroende till bolaget och ledningen, beroende till bolagets större ägare.



Erika Lyko

Född: 1986.

Styrelseledamot sedan 2020.

Utbildning: Yrkesutbildning frisör.

Övriga nuvarande befattningar: Styrelseledamot i Lyko Holding AB, Lyko Group AB samt Lyko Group ABs dotterbolag.

Aktieäggande i bolaget: Erika Lyko innehar, indirekt tillsammans med närstående, 7 672 087 aktier i bolaget.

Beroende/oberoende: Beroende till bolaget och ledningen, beroende till bolagets större ägare.



Isabelle Ducellier

Född: 1969.

Styrelseledamot sedan 2025.

Utbildning: Civilekonom, masterexamen från Emlyon Business School och executive MBA från Harvard Business School.

Övriga nuvarande befattningar: Styrelseledamot i Devyser Diagnostics AB.

Tidigare befattningar: VD för Orkla Health, BioGaia och Pernod Ricard Sweden. Generalsekreterare för Barncancerfonden. Associate Partner på McKinsey. Styrelseledamot i Björn Borg AB.

Aktieäggande i bolaget: Isabelle Ducellier innehar, indirekt tillsammans med närstående, 597 aktier i bolaget.

Beroende/oberoende: Beroende till bolaget och ledningen, beroende till bolagets större ägare.

» Styrelse, forts



Marie Nygren

Född: 1965.

Styrelseledamot sedan 2017.

Utbildning: Civilekonom Stockholms universitet.

Övriga nuvarande befattningar: Styrelseledamot i Bravida Holding AB och Viva Wine Group

Tidigare befattningar: VD Coop Sverige AB, VD Kooperativa förbundet, Styrelseordförande i Coop Logistik AB och Coop Sverige, Vice Vd Systembolaget AB, VD Stor & Liten, Styrelseledamot i Svensk Handel, Apotek Hjärtat AB, Runsvensgruppen, Trettio.se, Kicks, Svensk Dagligvaruhandel.

Aktieäggande i bolaget: Marie Nygren innehar 1 965 aktier i bolaget.

Beroende/oberoende: Oberoende av bolaget och ledningen, oberoende av bolagets större ägare.



Håkan Håkansson

Född: 1981.

Styrelseledamot sedan 2021.

Utbildning: Civilekonomexamen i finansiell ekonomi, Handelshögskolan i Stockholm.

Övriga nuvarande befattningar: Styrelseledamot i Beauty Icons AB (Caia Cosmetics), NN.07 ApS och iBinder BC AB samt Senior Advisor och styrelseledamot i Fidelio Capital AB.

Tidigare befattningar: VD för Lyko Group AB och styrelseledamot i Ellos Group Holding AB.

Aktieäggande i bolaget: Håkan Håkansson innehar 4 500 aktier i bolaget.

Beroende/oberoende: Oberoende av bolaget och ledningen, beroende till bolagets större ägare.



Carl-Mikael Lindholm

Född: 1971.

Styrelseledamot sedan 2024.

Utbildning: Läkarexamen, Karolinska Institutet samt specialistexamen i allmänmedicin samt onkologi.

Övriga nuvarande befattningar: Styrelseordförande i Hamhus AB och i dess dotterbolag. Styrelseledamot i Herenco AB. Styrelseledamot och förvaltningsansvarig i The Hamrin Foundation. Styrelseledamot i Balco Group AB.

Tidigare befattningar: Läkare på Radiumhemmet på Karolinska Sjukhuset, Onkologen på Universitetssjukhuset i Linköping, Onkologen på Länssjukhuset Ryhov och Verksamhetschef Bankeryds Vårdcentral.

Aktieäggande i bolaget: Carl-Mikael Lindholm innehar, indirekt tillsammans med närstående, 2 266 793 aktier i Bolaget.

Beroende/oberoende: Oberoende till bolaget och ledningen, beroende till bolagets större ägare.

Revisor



CHARLOTTE HOLMSTRAND

Bolagets revisor är sedan 2014 Ernst & Young Aktiebolag.

Charlotte Holmstrand är huvudansvarig revisor sedan 2024.

Charlotte Holmstrand är auktoriserad revisor och medlem i FAR (branschorganisationen för auktoriserade revisorer).

Ledning



Rickard Lyko

Grundare och VD Lyko.

Född: 1982.

Utbildning: Studier i ekonomi, Uppsala universitet.

Tidigare befattningar: Styrelseordförande i Bellbox Hårvårdsbaren AB, B & B Stockholm AB och Concept YOU AB. Styrelseledamot i Företagarna Dalarna Service AB och Företagsamma Dalarna Service AB.

Övriga nuvarande befattningar: Verkställande direktör för Lyko Group AB samt styrelseledamot i alla helägda dotterbolag. Styrelseordförande i Lyko Holding AB. Styrelseledamot i Svensk Handel, DeoDoc AB.

Aktieäggande i bolaget: Rickard Lyko innehar, indirekt tillsammans med närstående, 7 672 087 aktier i bolaget.



Ylva Norlén

Chief Financial Officer sedan 2024.

Född: 1981.

Utbildning: Civilekonomexamen, Handelshögskolan i Stockholm.

Tidigare befattningar: CFO H&M Home, Expansionschef för New Business, UK&Irland och New Markets inom H&M Group. Managementkonsult BCG.

Övriga nuvarande befattningar: Ledamot DoSpace Sweden AB.

Aktieäggande i Bolaget: Ylva Norlén innehar 0 aktier i bolaget.



Philip Tropp

Chief Operating Officer sedan 2026, i bolaget sedan 2023.

Född: 1984

Utbildning: Studier i Industriell ekonomi vid KTH i Sthlm.

Tidigare befattningar: Telenor, CCO Telenor Sverige, Head of Retail and B2B, Head of External Retail Telenor, Head of Business Operations Telenor.

Övriga nuvarande befattningar: Styrelseordförande Slättens Vind AB, Twenty Mile AB, Twenty Mile II AB, FBTC Invest AB. Styrelseledamot i Long Vindpark AB, Lumbers Vind AB, PJT Fastigheter AB, XYZ Holding AB.

Aktieäggande i bolaget: Philip Tropp innehar 500 aktier i bolaget.



Anna Alvemo

Chief Purchasing Officer sedan 2023.

Född: 1980.

Utbildning: Ekonomie Magisterexamen, Stockholms universitet.

Tidigare befattningar: Flertalet befattningar på Oriflame Cosmetics, senast i rollen som Senior Director Global Direct Procurement. Analytiker Nutek & OECD.

Aktieäggande i Bolaget: Anna Alvemo innehar 600 aktier i bolaget.

» Ledning, forts



Cecilia Kroon

Chief Sales Officer sedan 2026,
i bolaget sedan 2024.

Född: 1979.

Utbildning: Studier i ekonomi,
Handelshögskolan i Göteborg.

Tidigare befattningar: Marketing Director
Brand & Acquisition Storytel, Account
Director GTB Canada, Account Director
Volt Reklambyrå, Account Director Saatchi
& Saatchi, Nordic Senior Marketing Manager
Nordea.

Övriga nuvarande befattningar:
Styrelseledamot IAB.

Aktieäggande i bolaget: Cecilia Kroon
innehär 333 aktier i Bolaget.



Moa Wictorén

Chief Human Resource Officer sedan 2019.

Född: 1979.

Utbildning: PAO, fil kand i Psykologi,
Stockholms universitet.

Tidigare befattningar: HRM Hi3G Access AB,
Nordisk HR chef KICKS, HR chef Lantmännen
Cerealia AB.

Aktieäggande i bolaget: Moa Wictorén
innehär 75 aktier i bolaget.



Lotta Onajin

Chief Marketing Officer sedan 2026,
i bolaget sedan 2023.

Född: 1973.

Utbildning: Civilekonom, Göteborgs
Handelshögskola.

Tidigare befattningar: Head of Commercial at
Wolt, CMO Daniel Wellington, CMO/founding
team Majority, Managing Director Edelman
Deportivo, Head of Brand Tele2, Marketing
Manager Comviq.

Aktieäggande i bolaget: Lotta Onajin innehär
200 aktier i bolaget.



Förvaltningsberättelse

Styrelsen och verkställande direktören för Lyko Group AB (publ) (org.nr 556975-8229) avger härmed årsredovisning och koncernredovisning för räkenskapsåret 1 januari – 31 december 2025. Bolaget har sitt säte i Vansbro. Årsredovisningen och koncernredovisningen är upprättad i svenska kronor och i enlighet med IFRS Redovisningsstandarder såsom de antagits av EU.

ALLMÄNT OM VERKSAMHETEN

MODERBOLAGET

Moderbolaget Lyko Group AB (publ) (Org. nr. 556975-8229), noterat på Nasdaq First North Premier Growth Market, startade sin verksamhet i november 2014 och har sitt säte i Vansbro. Bolaget är koncernmoder och verkar, själv och genom dotterbolag. Lyko Holding AB (Org. nr. 556975-5639) är moderbolag till Lyko Group AB (publ) och moderbolag för den största koncern som bolaget ingår i (se not 36 för mer information).

KONCERNEN

Koncernen bedriver försäljning och produktion av hårvårds- och skönhetsprodukter genom e-handelsplatsen Lyko.com, Lykos app, genom helägda fysiska butiker och salonger och via säljkår till frisörsalonger. Koncernen har verksamhet i totalt åtta länder, vilka är; Sverige, Norge, Finland, Danmark, Tyskland, Nederländerna, Polen och Österrike. Onlineförsäljningen bedrivs i samtliga åtta länder, varav koncernen har butiker i tre av dessa. På balansdagen uppgick antalet butiker totalt i koncernen till 34 (32) stycken, vilka är fördelade på 26 (26) stycken i Sverige, 5 (4) stycken i Norge och 3 (2) stycken i Finland.

VÄSENTLIGA HÄNDELSE UNDER VERKSAMHETSÅRET

- Den 17 maj 2025 öppnade Lyko sin tredje butik i Finland, i Esbo, Helsingfors.
- Den 25 oktober 2025 öppnade Lyko sin femte butik i Norge, i Sandnes/Stavanger.
- Den 8 november 2025 öppnade butiken i Täby i norra Stockholm efter ombyggnad, dubbelt så stor och i det nya formatet FAB Store.
- I december tecknades ett hyresavtal avseende en butik i Kalmar, med formatet FAB store, planerad öppning är under våren 2026.

- Under sommaren påbörjades driftsättningen av den nya lagerautomationen i Vansbro, upprampningen har fortsatt under hösten och automationen förväntas vara i full drift i början av 2026.
- Det nya egna varumärket Scandinavian Soap Factory lanserades under våren.
- En omorganisation av segment Europa inleddes i december, vilket innebär att kontoren i Nederländerna och Tyskland stängs och att verksamheten framöver kommer att styras från huvudkontoret.

FÖRSÄLJNING OCH RESULTAT

Koncernens nettoomsättning uppgick till 3 962,6 (3 561,7) MSEK, vilket motsvarade en tillväxt om 11,3 % jämfört med 2024. Tillväxten drevs främst av en stark utveckling i segmentet Norden som svarade för en tillväxt om 12,0 (18,2) %. Under året uppgick andelen av koncernens nettoomsättning hänförlig till Norden-segmentet till 93,4 (92,8) %, vilket totalt motsvarade en omsättning om 3 699,8 (3 304,3) MSEK. I segmentet Europa uppgick försäljningen till 130,7 (132,4) MSEK.

Rörelseresultat (EBIT) för perioden uppgick till 78,2 (117,4) MSEK, med en EBIT-marginal om 2,0 (3,3) %.

Koncernens av- och nedskrivningar ökade till -174,1 (-170,0) MSEK. Årets skattekostnad uppgick till -2,1 (-16,6). Årets resultat uppgick till -3,0 (21,0) MSEK. Skattekostnader beräknas baserat på resultatet för varje enskild marknad inom koncernen.

NYCKELTAL

MSEK om inget annat anges	2025	2024
Totala intäkter	3 975,7	3 579,1
Nettoomsättning	3 962,6	3 561,7
Försäljningstillväxt, %	11,3 %	16,6 %
Bruttovinst	1 658,7	1 568,8
Bruttovinstmarginal, %	41,9 %	44,0 %
Rörelseresultat (EBIT)	78,2	117,4
EBIT-marginal, %	2,0 %	3,3 %
Årets resultat	-3,0	21,0
Resultat per aktie, kr	-0,20	1,37
Kassaflöde från den löpande verksamheten	527,5	209,7
Nettoskuld (+) / Nettokassa (-), exklusive IFRS 16	292,5	333,1

För nyckelsdefinitioner, se not 37.





FÖRSÄLJNING OCH RESULTAT PER SEGMENT

	2025	2024
Norden		
Nettoomsättning	3 699,8	3 304,3
EBIT	368,3	416,7
Europa		
Nettoomsättning	130,7	132,4
EBIT	-26,7	-33,6
Övrig verksamhet		
Nettoomsättning	127,1	124,6
EBIT	-45,6	-45,2
Koncerngemensamma funktioner		
Nettoomsättning	5,1	0,4
EBIT	-217,8	-220,6
Koncernen		
EBIT	78,2	117,4
Finansiella poster netto	-79,2	-79,7
EBT (Resultat före skatt)	-0,9	37,6

KASSAFLÖDE

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick under helåret till 527,5 (209,7) MSEK. Från investeringsverksamheten uppgick kassaflödet till -351,2 (-204,0) MSEK. De mest väsentliga investeringarna under året avser den nya automationslösningen i centrallagret, öppningen av två nya butiker, varav en i Sandnes/Stavanger Norge, och en i Esbo, Finland tillsammans med fortsatt digital utveckling. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till 150,9 (65,9) MSEK och består främst av upptagna lån om 270,3 MSEK och amortering av leasing-skulder om -119,4 MSEK. Det totala kassaflödet för helåret uppgick till 327,3 (71,7) MSEK.

FINANSIELL STÄLLNING

Det egna kapitalet uppgår på balansdagen till 456,6 (469,1) MSEK, vilket motsvarar en soliditet om 14,8 (20,3) %. Minskningen i soliditet beror på att balansslutningen ökat med 773 MSEK, främst hänförligt till ökade investeringar i materiella anläggningstillgångar, ökad belåning och högre kortfristiga skulder.

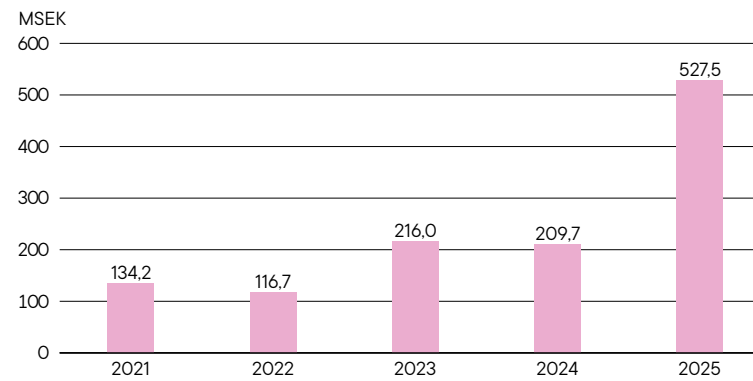
Koncernens kortfristiga skulder, exklusive skulder till kreditinstitut och leasingskulder, uppgick till 1 194,9 (652,4) MSEK vid utgången av året.

Räntebärande skulder inklusive leasingskulder uppgick till 1 416,3 (1 169,3) MSEK. Leasingskulder uppgår till 671,3 (695,7) MSEK. Nettoskulden, exklusive leasing uppgick per balansdagen till 292,5 (333,1) MSEK och likvida medel uppgick till 452,5 (140,5) MSEK.

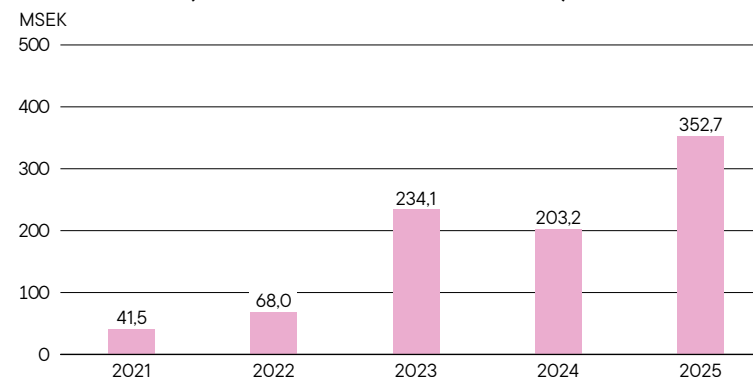
Varulagret uppgick per balansdagen till 633,7 (512,0) MSEK. Andelen lager i relation till nettoomsättningen vid utgången av 2025 uppgick till 16,0 (14,4) %.

Per 31 december 2025 uppgick antalet aktier till 15 310 012 (15 310 012).

KASSAFLÖDE FRÅN LÖPANDE VERKSAMHETEN · 2021-2025



INVESTERINGAR (EXKL FÖRVÄRV AV DOTTERFÖRETAG) · 2021-2025



FINANSIELLA MÅL OCH STRATEGI

Lyko har satt följande långsiktiga finansiella mål:

Tillväxt: Att på medellång sikt växa totala intäkter med i genomsnitt 15 till 20 procent årligen.

Lönsamhet: Att på lång sikt uppnå en EBITDA-marginal om 10 procent, före effekter från IFRS 16 Leasing.

Utdelningspolicy: Styrelsen i Lyko kommer primärt använda genererade kassaflöden till fortsatt expansion.

Lyko har en väl utarbetad tillväxtstrategi bestående av åtta fokusområden:

- Fortsatt tillväxt på befintlig marknad.
- Utveckla och bredda sortimentserbjudandet.
- Geografisk expansion.
- Utveckla Lykos butiksnätverk.
- Öka försäljningen av egna varumärken.
- Stärkt varumärkeskännedom och position.
- Vidareutvecklad plattform för ökad tillväxt.
- Strategiska förvärv.

Bolagets affär gynnas av övergripande trender, såsom ökad online e-handel och ökad tillväxt för specialister jämfört generalister. Lyko ser tecken på branschglidning och nya aktörer på bolagets marknad, men samtidigt en ännu starkare trend där fler och fler varumärkesägare får upp intresset för digitala affärer och den förflyttning som sker såväl generellt inom retail som för skönhet.

Under slutet av 2020 startade Lyko försäljning i Tyskland, Österrike, Nederländerna och Polen med en "online first"-strategi. Satsningen är en investering i framtida tillväxt och med Lykos starka och breda produktsortiment finns goda förutsättningar att på sikt bli en ledande aktör även på dessa marknader. Lyko ser en fortsatt potential i att öka relevansen i vår fysiska närvaro med ett mer optimerat produkt- och tjänsteerbjudande. För att möta den ökade tillväxten har verksamheten på centrallagret i Vansbro fortsatt att expandera. Samtidigt effektiviserar lagret, främst genom den automation som är under utveckling och väntas vara fullt i bruk i början av 2026.

HÅLLBARHET

Lykos hållbarhetsarbete är en integrerad del av vår affär och tillväxt. Verksamheten bedrivs lagenligt, med fokus på att minska vår klimatpåverkan och använda resurser ansvarsfullt och effektivt, samt med respekt för människors hälsa, säkerhet och mänskliga rättigheter. Hållbarhetsrapporten enligt Årsredovisningslagen framgår på sidorna 26-45 samt sidorna 52-53.

AKTIEN OCH AKTIEKAPITAL

Under året ökade kursen för Lyko-aktien från 97 kronor till 140 kronor. Börsvärdet per den 31 december 2025 uppgick därmed till 2 137 (1 487) MSEK. Lykos största aktieägare är Lyko Holding AB med 50,1 % av röster och kapital. Lykos övriga större aktieägare framgår i tabell på sidan 64.

ANSTÄLLDA

Lyko hade under 2025, 889 (781) heltidsanställda beräknat som ett genomsnitt för helåret, varav 67 (70) % är kvinnor. Merparten av alla anställda är verksamma i Sverige.

MODERBOLAGET

Moderbolaget Lyko Group ABs (publ) verksamhet omfattar managementtjänster till övriga bolag i koncernen. Intäkterna för helåret uppgår till 8,7 (6,5) MSEK.

Rörelseresultatet uppgick till -1,7 (-10,1) MSEK.

Finansnettot uppgick till -5,3 (-5,5) MSEK. Moderbolagets resultat före skatt uppgick till -4,9 (5,6) MSEK. Förändringen beror främst på att erhållet koncernbidrag är lägre än föregående år. Resultat efter skatt uppgick till -5,6 (1,5) MSEK.

HÄNDELSE EFTER ÅRETS SLUT

- I januari tecknades ett hyresavtal avseende en butik i Charlottenberg. Butiken öppnade 1 april.
- Det nya egna varumärket Gleeze lanserades i slutet av januari.
- Den 29 januari publicerade Lyko en "Trading Update" med preliminära siffror och aviserade ett kostnadsbesparingsprogram. Programmet förväntas generera årliga kostnadsbesparingar om cirka 100 MSEK, exklusive omstrukturingskostnader av engångskaraktär relaterade till personalminskningar, och beräknas beröra cirka 70 heltidstjänster. Omstrukturingskostnader om 22 MSEK har belastat det första kvartalet 2026.

- Den 31 mars tecknade Lyko ett förlängningsavtal med Danske Bank och Swedbank där nuvarande RCF-lån förlängs till 2028.
- Den 25 april öppnade Lykos andra FAB Store i Kalmar.

UTDELNING

Lykos utdelningspolicy är att primärt använda genererade kassaflöden till fortsatt expansion. Styrelsen föreslår därmed ingen utdelning för verksamhetsåret 2025.

FÖRSLAG TILL VINSTDISPOSITION

Till årsstämman förfogande stående vinstmedel (kronor):

Överkursfond	305 814 299
Balanserad vinst eller förlust	118 887 384
Årets resultat	-5 595 103
Summa	419 106 579

Styrelsen föreslår att vinstmedlen disponeras på följande sätt:

I ny räkning balanseras	419 106 579
Summa	419 106 579

FORTSATT DRIFT

Bolagsledningen och styrelsen följer noga koncernens likviditetsutveckling och efterlevnad av finansiella nyckeltal (kovenanter). Efter räkenskapsårets slut har ett besparingsprogram presenterats och implementering av detta har påbörjats för att stärka resultat och kassaflödet. Bolaget har löpande en nära dialog med bolagets banker, och ett finansieringsavtal med tillhörande villkor träffades per 2026-03-31. Baserat på de vidtagna åtgärderna och aktuella prognoser för 2026 bedömer ledningen att koncernen har tillgång till tillräcklig finansiering för att möta sina åtaganden, varför principen om fortsatt drift tillämpas vid upprättandet av finansiella rapporter.

RISKER

Huvudsakliga risker relaterade till Lyko och dess verksamhet består av:

- Risker kopplade till stark konkurrens på marknaden för hårvårds- och skönhetsprodukter, inklusive nya aktörers etablering, förändrade affärsmodeller eller mer aggressiv prissättning, vilket kan reducera Lykos marknadsandelar och ha en väsentlig negativ inverkan på Lykos verksamhet, resultat och finansiella ställning.

- Risker relaterade till makroekonomiska förändringar, konjunktursvagn eller förändrat kundbeteende, där konsumenter kan minska sin konsumtion, handla mer kampanjdrivet eller välja produkter i lägre prissegment, vilket kan få en väsentlig negativ inverkan på Lykos verksamhet, resultat och finansiella ställning.
- Risken att Lykos renommé och varumärke försämras, exempelvis genom negativ publicitet kring produkter, samarbeten, kundupplevelser eller bolaget som arbetsgivare, vilket kan påverka försäljning och tillväxt negativt och därmed få en väsentlig negativ inverkan på Lykos verksamhet, resultat och finansiella ställning.
- Risker kopplade till fel, avbrott eller säkerhetsincidenter i Lykos IT-system och logistikprocesser, exempelvis till följd av cyberattacker, systemfel, leverantörsstörningar eller mänskliga misstag, vilket kan påverka leveransförmåga, kundupplevelse och varumärke negativt och därmed ha en väsentlig negativ inverkan på Lykos verksamhet, resultat och finansiella ställning.
- Risker kopplade till beroendet av leverantörer, distributörer och varumärkesägare, där förändrade distributionsvillkor eller uppsagda avtal kan begränsa Lykos möjlighet att erbjuda ett attraktivt och brett produktsortiment och därmed få en väsentlig negativ inverkan på Lykos verksamhet, resultat och finansiella ställning.
- Risker relaterade till regelverk och regelefterlevnad på flera marknader, inklusive förändringar inom exempelvis dataskydd, AI, hållbarhetsrapportering, produktsäkerhet och konkurrensrätt, där bristande efterlevnad kan leda till sanktioner, försäljningsstopp eller skadat förtroende och därmed få en väsentlig negativ inverkan på Lykos verksamhet, resultat och finansiella ställning.
- Risker kopplade till hållbarhetsrelaterade frågor, såsom klimatrelaterade risker, sociala förhållanden i leverantörsled eller produktsäkerhet, vilka kan påverka leveranskedjor, skapa oförutsedda kostnader eller påverka förtroendet från kunder, medarbetare och ägare negativt.
- Risker relaterade till Lykos finansiella ställning och kapitalbindning, där exempelvis förändrade betalningsvillkor, försämrad lönsamhet eller begränsad tillgång till finansiering kan påverka kassaflöde och finansiell ställning negativt.

För fullständiga finansiella risker se vidare not 27.

Koncernens rapport över totalresultat

Belopp i MSEK	Not	2025-01-01 - 2025-12-31	2024-01-01 - 2024-12-31
Rörelsens intäkter			
Nettoomsättning	3, 4	3 962,6	3 561,7
Övriga rörelseintäkter	5	13,1	17,4
Totala intäkter		3 975,7	3 579,1
Rörelsens kostnader			
Handelsvaror		-2 303,9	-1 992,9
Övriga externa kostnader	7, 8	-834,1	-741,7
Personalkostnader	9	-573,5	-538,1
Av- och nedskrivningar av anläggningstillgångar	10	-174,1	-170,0
Övriga rörelsekostnader		-11,9	-19,0
Rörelseresultat (EBIT)		78,2	117,4
Resultat från finansiella poster			
Finansiella intäkter	11	3,6	3,0
Finansiella kostnader	11	-82,7	-82,7
Resultat före skatt		-0,9	37,6
Skatt	13	-2,1	-16,6
Årets resultat		-3,0	21,0
Koncernens rapport över totalresultatet			
Poster som kan komma att omföras till resultatet			
Omräkningsdifferenser		-9,5	3,7
Förändring i säkringsreserv		0,0	-
Skatt hänförlig till förändring i säkringsreserv		0,0	-
Övrigt totalresultat		-9,5	3,7
Årets totalresultat		-12,5	24,7
Årets resultat hänförligt till:			
Moderbolagets aktieägare		-3,0	21,0
Innehav utan bestämmande inflytande		0,0	0,0
Summa totalresultat hänförligt till:			
Moderbolagets aktieägare		-12,5	24,7
Innehav utan bestämmande inflytande		0,0	0,0
Genomsnittligt antal aktier		15 310 012	15 310 012
Resultat per aktie (kr) före/efter utspädning	14	-0,20	1,37
Föreslagen utdelning per aktie (SEK)		0,00	0,00

Koncernens rapport över finansiell ställning

Belopp i MSEK	Not	2025-12-31	2024-12-31
Anläggningstillgångar			
Goodwill	15	304,7	304,7
Övriga immateriella tillgångar	16	124,9	109,3
Nyttjanderätter	17	695,4	721,5
Materiella anläggningstillgångar	18	658,1	375,4
Uppskjutna skattefordringar	13	16,1	17,6
Andelar i intresseföretag		0,1	0,1
Andra långfristiga fordringar	19	8,2	9,4
Summa anläggningstillgångar		1 807,4	1 538,0
Omsättningstillgångar			
Varulager	20	633,7	512,0
Kundfordringar	21	76,9	54,9
Aktuell skattefordran		9,4	–
Övriga kortfristiga fordringar		57,0	34,7
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	22	49,4	33,3
Likvida medel	23	452,5	140,5
Summa omsättningstillgångar		1 278,9	775,4
Summa tillgångar		3 086,4	2 313,3

Belopp i MSEK	Not	2025-12-31	2024-12-31
Eget kapital och skulder			
Aktiekapital	25	7,7	7,7
Övrigt tillskjutet kapital		356,7	356,7
Reserver		-7,4	2,1
Balanserat resultat		99,5	102,5
Eget kapital hänförligt till moderbolagets ägare		456,5	469,0
Innehav utan bestämmande inflytande		0,1	0,1
Summa eget kapital		456,6	469,1
Långfristiga skulder			
Uppskjutna skatteskulder	13	11,4	14,5
Långfristiga avsättningar	29	7,2	8,1
Långfristiga skulder till kreditinstitut	19, 33	444,5	214,6
Långfristiga leasingkulder	7, 28	526,5	579,9
Summa långfristiga skulder		989,5	817,0
Kortfristiga skulder			
Kortfristiga låneskulder till kreditinstitut	28	300,5	259,0
Kortfristiga leasingkulder	7, 28	144,8	115,8
Kortfristiga avsättningar	30	22,9	17,3
Leverantörsskulder		823,0	325,4
Aktuell skatteskuld		12,6	13,7
Övriga kortfristiga skulder	19	167,8	145,4
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	31	168,6	150,5
Summa kortfristiga skulder		1 640,2	1 027,2
Summa skulder		2 629,7	1 844,2
Summa eget kapital och skulder		3 086,4	2 313,3

Koncernens rapport över förändring i eget kapital

	Hänförligt till moderbolagets aktieägare					Innehav utan bestämmande inflytande	Summa eget kapital
	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Reserver	Balanserat resultat	Summa		
Ingående balans per den 1 januari 2024	7,7	356,7	-1,6	81,5	444,3	0,1	444,4
Årets resultat				21,0	21,0	0,0	21,0
Omräkningsdifferenser			3,7		3,7		3,7
Övrigt totalresultat			3,7		3,7		3,7
Årets totalresultat			3,7	21,0	24,7	0,0	24,7
Utgående balans per den 31 december 2024	7,7	356,7	2,1	102,5	469,0	0,1	469,1
Ingående balans per den 1 januari 2025	7,7	356,7	2,1	102,5	469,0	0,1	469,1
Årets resultat				-3,0	-3,0	0,0	-3,0
Omräkningsdifferenser			-9,5		-9,5		-9,5
Övrigt totalresultat			-9,5		-9,5		-9,5
Årets totalresultat			-9,5	-3,0	-12,5	0,0	-12,5
Utgående balans per den 31 december 2025	7,7	356,7	-7,4	99,5	456,5	0,1	456,6



Koncernens kassaflödesanalys

Belopp i MSEK	Not	2025-01-01 - 2025-12-31	2024-01-01 - 2024-12-31
Den löpande verksamheten			
Resultat efter finansiella poster		-0,9	37,6
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	32	198,2	196,5
Betald skatt		-10,1	-1,6
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital		187,2	232,5
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital			
Ökning (-) / minskning (+) av varulager		-142,3	-21,2
Ökning (-) / minskning (+) av rörelsefordringar		-51,2	-40,9
Ökning (+) / minskning (-) av rörelseskulder		533,8	39,3
Kassaflöde från den löpande verksamheten		527,5	209,7
Investeringsverksamheten			
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	16	-41,5	-41,0
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	18	-311,2	-162,2
Försäljning av materiella anläggningstillgångar		0,3	-
Förvärv av dotterföretag/rörelse	33	-	-0,3
Förändring av finansiella tillgångar		1,1	-0,4
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-351,2	-204,0
Finansieringsverksamheten			
Upptagna lån	28	270,3	175,6
Amortering av leasingskuld	28	-119,4	-109,6
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		150,9	65,9
Periodens kassaflöde		327,3	71,7
Likvida medel vid periodens början		140,5	71,1
Kursdifferenser i likvida medel		-15,3	-2,3
Likvida medel vid periodens slut	23	452,5	140,5

Betalda räntor, inklusive leasing, uppgår för koncernen till 75,8 (74,4) MSEK. Erhållna räntor uppgår för koncernen till 3,5 (2,5) MSEK.

Moderbolagets resultaträkning

Belopp i MSEK	Not	2025-01-01 - 2025-12-31	2024-01-01 - 2024-12-31
Nettoomsättning	6	8,7	6,5
Totala intäkter		8,7	6,5
Rörelsens kostnader			
Övriga externa kostnader	8	-5,1	-9,1
Personalkostnader	9	-5,3	-7,4
Övriga rörelsekostnader		-	0,0
Rörelseresultat		-1,7	-10,1
Resultat från finansiella poster			
Finansiella intäkter	11	22,6	29,0
Finansiella kostnader	11	-27,9	-34,5
Resultat efter finansiella poster		-7,0	-15,6
Bokslutsdispositioner	12	2,1	21,1
Resultat före skatt		-4,9	5,6
Skatt	13	-0,7	-4,0
Årets resultat ¹⁾		-5,6	1,5

¹⁾ Årets resultat motsvarar årets totalresultat och därför presenteras endast en resultaträkning utan separat rapport för totalresultat.

Moderbolagets balansräkning

Mkr	Not	2025-12-31	2024-12-31	Mkr	Not	2025-12-31	2024-12-31
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR				EGET KAPITAL			
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>				Aktiekapital			
Andelar i koncernföretag	26	580,7	580,7		25	7,7	7,7
Uppskjutna skattefordringar		0,3	0,7	Summa bundet eget kapital		7,7	7,7
Andelar i intresseföretag		0,3	0,3	Fri överkursfond		305,8	305,8
Övriga långfristiga fordringar		0,8	0,5	Balanserat resultat		118,9	117,3
Summa anläggningstillgångar		582,0	582,2	Årets resultat		-5,6	1,6
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR				Summa fritt eget kapital	24	419,1	424,7
Fordringar hos koncernföretag	36	151,5	559,9	Summa eget kapital		426,8	432,4
Övriga kortfristiga fordringar		0,0	0,2	Obeskattade reserver		29,0	29,0
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	22	0,6	0,5	Långfristiga skulder			
Likvida medel	23	450,4	138,6	Övriga långfristiga skulder	19, 33	1,0	0,6
Summa omsättningstillgångar		602,6	699,2	Summa långfristiga skulder		1,0	0,6
Summa tillgångar		1 184,6	1 281,4	Kortfristiga skulder			
				Kortfristiga skulder till kreditinstitut	19, 28	259,2	259,0
				Leverantörsskulder	19	0,2	0,2
				Skulder till koncernföretag	36	463,4	550,1
				Aktuell skatteskuld		0,1	2,1
				Övriga skulder	19	2,5	1,6
				Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	31	2,5	6,4
				Summa kortfristiga skulder		727,9	819,4
				Summa skulder		757,9	849,0
				Summa eget kapital och skulder		1 184,6	1 281,4

Moderbolagets rapport över förändring i eget kapital



	Bundet eget kapital	Fritt eget kapital		Summa eget kapital
	Aktiekapital	Fri överkursfond	Balanserat resultat och årets resultat	
Ingående balans per den 1 januari 2024	7,7	305,8	117,3	430,8
Årets resultat			1,5	1,5
Årets totalresultat			1,5	1,5
Utgående balans per den 31 december 2024	7,7	305,8	118,9	432,4
Ingående balans per den 1 januari 2025	7,7	305,8	118,9	432,4
Årets resultat			-5,6	-5,6
Årets totalresultat			-5,6	-5,6
Utgående balans per den 31 december 2025	7,7	305,8	113,3	426,8

Moderbolagets kassaflödesanalys

Belopp i MSEK	Not	2025-01-01 - 2025-12-31	2024-01-01 - 2024-12-31
Den löpande verksamheten			
Resultat efter finansiella poster		-7,0	-15,6
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet	32	0,3	1,0
Betald skatt		-2,2	8,5
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring i rörelsekapital		-8,9	-6,1
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital			
Ökning(-)/Minskning(+) av rörelsefordringar		460,9	-404,9
Ökning(+)/Minskning(-) av rörelseskulder		-140,0	399,7
Kassaflöde från den löpande verksamheten		312,1	-11,4
Investeringsverksamheten			
Förvärv av dotterföretag/rörelse		-	-0,3
Förändring av finansiella tillgångar		-0,3	-0,8
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-0,3	-1,1
Finansieringsverksamheten			
Upptagna lån		-	84,0
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-	84,0
Årets kassaflöde		311,8	71,5
Likvida medel vid årets början		138,6	67,1
Likvida medel vid årets slut		450,4	138,6



Noter

NOT 1 · REDOVISNINGS- OCH VÄRDERINGSPRINCIPER

ALLMÄNT

Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med IFRS Redovisningsstandarder utgivna av International Accounting Standards Board (IASB) samt tolkningsuttalanden från IFRS Interpretations Committee (IFRS IC) såsom de antagits av Europeiska Unionen (EU). Koncernen tillämpar dessutom Årsredovisningslagen (1995:1554) och rekommendationen från Rådet för hållbarhets- och finansiell rapportering RFR 1 Kompletterande redovisningsregler för koncerner.

De nedan angivna redovisningsprinciperna har, om inte annat anges, tillämpats konsekvent på samtliga perioder som presenteras i koncernens finansiella rapporter. Koncernens redovisningsprinciper har tillämpats konsekvent av koncernens bolag.

Tillgångar och skulder är redovisade till anskaffningsvärden om inte annat anges nedan. Bolaget står under bestämmande inflytande från Lyko Holding AB, org. nr. 556975-5639 med säte i Vansbro som upprättar koncernredovisning för den största koncernen där bolaget ingår.

Bolagets säte

Moderföretaget är ett aktiebolag registrerat i och med säte i Vansbro, Sverige. Adressen till huvudkontoret är Äppelbovägen 60, 786 91 Vansbro.

Valuta

Den funktionella valutan för moderföretaget är svenska kronor (SEK), vilken utgör rapporteringsvalutan för moderföretaget och koncernen. Samtliga belopp anges i miljoner kronor (MSEK) om inget annat anges.

REDOVISNINGSPRINCIPER

Koncernredovisning

Dotterbolag

Dotterbolag är alla bolag över vilka koncernen har bestämmande inflytande. Koncernen kontrollerar ett bolag när den exponeras för eller har rätt till rörlig avkastning från sitt innehav i bolaget och har möjlighet att påverka avkastningen genom sitt inflytande i bolaget. Dotterbolag inkluderas i koncernredovisningen från och med den dag då det bestämmande inflytandet överförs till koncernen. De exkluderas ur koncernredovisningen från och med den dag då det bestämmande inflytandet upphör.

Dotterbolag redovisas enligt förvärvsmetoden.

Villkorade köpeskillingar redovisas till verkligt värde vid förvärvstidpunkten. I de fall den villkorade köpeskillingen är klassificerad som eget kapitalinstrument, görs ingen omvärdering och reglering görs inom eget kapital. För övriga villkorade köpeskillingar omvärderas dessa vid varje rapporttidpunkt och förändringen redovisas i årets resultat under Övriga rörelseintäkter eller -kostnader.

Vid förvärv som sker i steg fastställs goodwillen den dag då bestämmande inflytande uppkommer. Tidigare innehav värderas till verkligt värde och värdeförändringen redovisas i årets resultat. Förvärv från innehav utan bestämmande inflytande redovisas som en transaktion inom eget kapital, det vill säga mellan moderföretagets ägare (inom balanserade vinstmedel) och innehav utan bestämmande inflytande.

Därför uppkommer inte goodwill i dessa transaktioner. Förändringen av innehav utan bestämmande inflytande baseras på dess proportionella andel av nettotillgångar.

Forts. not 1

Omräkning av utländsk valuta

Transaktioner i utländsk valuta har omräknats till funktionell valuta till transaktionsdagens kurs. Finansiella tillgångar och skulder denominerade i utländsk valuta värderas till balansdagens kurs. Kursdifferenser avseende rörelsefordringar och rörelseskulder redovisas i rörelseresultatet, medan kursdifferenser hänförliga till finansiella tillgångar och skulder redovisas inom finansnettot. Koncernredovisningen är upprättad i svenska kronor (SEK), som i enlighet med IAS 21 är moderbolagets funktionella valuta och koncernens rapporteringsvaluta.

Balansräkningarna i utländska dotterbolag har omräknats till SEK till balansdagens kurs. Resultaträkningarna har omräknats till årets genomsnittskurs.

Den omräkningsdifferens som uppkommer i samband med valutaomräkningen förs till övrigt totalresultat.

SEK Valutakurs	2025		2024	
	Genomsnitt	Balansdag	Genomsnitt	Balansdag
NOK	0,94	0,91	0,98	0,97
EUR	11,07	10,82	11,43	11,49
DKK	1,48	1,45	1,53	1,54
PLN	2,61	2,56	2,66	2,69

Segmentsrapportering

Rörelsesegment rapporteras på ett sätt som överensstämmer med den interna rapportering som lämnas till den Högste Verkställande Beslutsfattaren (HVB). I koncernen har HVB identifierats som koncernledningen. Koncernen följer upp verksamheten enligt en landbaserad organisation där koncernen styrs och rapporteras utifrån rörelsesegmenten Norden och Europa. I Norden ingår verksamhet på den svenska, norska, finska och danska marknaden. Europa består av koncernens verksamhet på den tyska, nederländska, polska och österrikiska marknaden.

Samma redovisningsprinciper används inom segmenten som för koncernen. Rörelsesegment vilka individuellt inte utgör rapportsegment har sammanförts i Övrig verksamhet och innefattar koncernens produktionsverksamhet, organisation för egna varumärken och B2B-försäljning. Där utöver finns det koncerngemensamma funktioner såsom HR, IT, Marknad, Inköp, Ekonomi/Finans.

Intäkter

Försäljningsintäkter som är synonymt med nettoomsättning omfattar ersättning för sålda varor och tjänster inom koncernens huvudsakliga verksamhet. Dessa består i sin helhet av intäkter från avtal med kund och redovisas enligt IFRS 15. Övriga rörelseintäkter består främst av valutakursvinster.

Intäkter från avtal med kunder

Intäkter för försäljning av varor redovisas i resultaträkningen när koncernen har fullgjort sina prestationsåtaganden, vilket vanligtvis sker vid den tidpunkt när kontrollen över de varor som koncernen säljer har överförts till köparen, det vill säga vid leveranstidpunkten för onlineförsäljning eller försäljningstillfället i butik. Försäljning av bolagets frisörtjänster intäktsförs när tjänsten utförts, dvs vid försäljningstillfället. Försäljning av bolagets produkter B2B intäktsförs när kontrollen för varorna överförs, vilket inträffar när varorna levererats till kunden.

Rörliga ersättningar såsom rabatter och prisnedsättningar redovisas i båda fallen genom avdrag på försäljningspris direkt vid transaktionstillfället i butik eller vid köp online.

All försäljning till konsument sker med villkor om 14 dagars öppet köp. Intäktsredovisningen sker vid försäljningstillfället med beaktande av öppet köp genom att en avsättning redovisas för returer och reklamationer. Avsättningen baseras på försäljningsstatistik och en bedömning av framtida reklamationer och returer, och sker i samma period som försäljningen.

Koncernen har ett lojalitetsprogram där kundklubbens medlemmar tjänar in bonuspoäng och har möjlighet att i framtiden nyttja apparbetade poäng i form av produkter från en poängshop. Redovisningsmässigt beaktas intjäningen genom en reduktion av omsättningen vid intjänandetidpunkten med motsvarande avsättning i balansräkningen. För mer information om avsättning för lojalitetsprogram, se not 2, "Väsentliga uppskattningar".

Finansiella intäkter och finansiella kostnader

Ränteintäkter och räntekostnader redovisas i den period de uppstår, med tillämpningen av effektivräntemetoden. I räntekostnader ingår också lånerelaterade bankavgifter.

Erhållen utdelning redovisas när rätten till att erhålla utdelning fastställs.

Valutakursvinster och valutakursförluster hänförliga till finansiella tillgångar och skulder redovisas netto till den del de avser samma typ av finansiell tillgång/skuld och inte uppgår till betydande belopp.



Forts. not 1

Leasing

Huvudtyperna av koncernens leasingtillgångar är i storleksordning lokaler/byggnader, lagerinstallationer, IT-utrustning och fordon. Koncernen redovisar nyttjanderättigheter och leasingskulder hänförliga till alla leasingkontrakt i balansräkningen, med vissa undantag såsom avtal som löper på kort tid eller uppgår till låga värden.

I utvärderingen av ett leasingkontrakt separeras leasingkomponenterna från de komponenter som inte innehåller leasing och leasingperioden definieras beaktande eventuellt förekommande optioner som ger rätt att förlänga eller avbryta.

Nyttjanderätten mäts initialt till anskaffningsvärde vilket initialt är samma belopp som definierades vid initial mätning av leasingskulden, justerat för eventuellt förekommande leasingbetalningar före och vid startdatum, minskat med eventuellt förekommande erhållna rabatter plus eventuellt förekommande initiala direkta kostnader.

Leasingskulden beräknas initialt som nuvärdet av leasingbetalningarna som inte är betalda på startdatumet, diskonterat med den implicita räntan om denna är känd. I annat fall används koncernens marginella låneränta. Den marginella låneräntan är beräknad, utifrån koncernens ränta och kreditspread vid upplåning.

Leasingbetalningar som ingår i skulden är fasta betalningar, variabla betalningar påverkade av index eller annan justeringsfaktor och restvärden och böter för avbrytande av kontrakt. Leasingbetalningar fördelas mellan amortering och ränta på leasingskulden.

Koncernen tillämpar bestämmelserna om lätttnadsregler för korttidsleasingavtal, kortare löptid än 12 månader och tillgångar med lågt värde. Leasingavgifter för dessa leasingavtal redovisas som kostnad linjärt över leasingperioden.

Räntekostnaden för leasingskulder presenteras som en komponent av finansiella kostnader separat från avskrivningar på nyttjanderätter.

I kassaflödesanalysen rapporteras betalningar hänförliga till leasingskulden inom finansieringsverksamheten. Betalningar för kortfristiga leasing, tillgångar med låga värden och variabla leasingavgifter vilka inte ingår i värderingen av leasingskulden, redovisas som en övrig extern kostnad.

Vid uppdatering av bedömning av leasingperioden sker motsvarande justering av nyttjanderättstillgången och leasingskulden.

Förändring av leasingperioden sker i samband med att sista uppsägningsdatumet har passerat, alternativt att en betydelsefull händelse inträffar eller om omständigheterna på ett betydande sätt förändras som är inom koncernens kontroll och påverkar bedömningen av leasingperioden.

För mer information om leasing, se not 2 "Väsentliga uppskattningar" och not 7, "Leasing".

Ersättningar till anställda

Ersättningar till anställda utgörs av löner, bonus, betald semester, betald sjukfrånvaro och andra ersättningar samt pensioner. Redovisning sker i takt med intjänandet.

Koncernen har endast avgiftsbestämda pensionsplaner. Sedan 2023 har koncernen avsatt medel i en kapitalförsäkring, en så kallad direktpension. Kapitalförsäkringen klassificeras som en finansiell anläggningstillgång och redovisas till anskaffningsvärde vilket utgör inbetalda premier. Koncernens åtagande redovisas som en avsättning för direktpension och redovisas till kapitalförsäkringens redovisade värde. Avsättning görs också för särskild löneskatt som beräknas utifrån kapitalförsäkringens verkliga värde.

Skatt

Inkomstskatter utgörs av aktuell skatt och uppskjuten skatt.

Uppskjuten skatt redovisas i sin helhet, enligt balansräkningsmetoden, på alla temporära skillnader som uppkommer mellan det skattemässiga värdet på tillgångar och skulder och dess redovisade värden. Temporära skillnader hänförliga till andelar i dotterbolag som inte förväntas bli återförda inom överskådlig framtid beaktas inte. Värderingen av uppskjuten skatt baserar sig på hur underliggande tillgångar eller skulder förväntas bli realiserade eller reglerade.

Uppskjutna skattefordringar avseende avdragsgilla temporära skillnader och underskottsavdrag redovisas endast i den mån det är sannolikt att dessa kommer att kunna utnyttjas. Värdet på uppskjutna skattefordringar reduceras när det inte längre bedöms sannolikt att de kan utnyttjas.

Uppskjutna skattefordringar och skatteskulder netto redovisas då det föreligger en legal rätt att kvitta aktuella skattefordringar mot aktuella skatteskulder och de uppskjutna skatterna avser samma skattesubjekt och samma skattemyndighet.

Uppskjuten skatt redovisas vid den initiala redovisningen av en nyttjanderättighet och en leasingskuld. I balansräkningen har uppskjuten skatt kopplat till en nyttjanderättstillgång och leasingskuld fortsatt att netto redovisas, men i noten för uppskjuten skatt hanteras denna brutto.

Immateriella tillgångar och Goodwill

Koncernens immateriella tillgångar utgörs främst av IT-utveckling för webbplats och app, programvarulicenser, förvärvade varumärken och goodwill.

Goodwill

Goodwill värderas till anskaffningsvärde minus eventuella ackumulerade nedskrivningar. Goodwill prövas för nedskrivningsbehov årligen och dessutom så snart indikationer uppkommer som tyder på att tillgången i fråga har minskat i värde.

Immateriella tillgångar som förvärvats i ett rörelseförvärv identifieras och redovisas skilt från goodwill om de uppfyller kriterierna för en immateriell tillgång och verkligt värde kan beräknas på ett tillförlitligt sätt. Anskaffningsvärdet för den typen av immateriella tillgångar är verkligt värde vid förvärvstidpunkten. Efter första redovisningstillfället värderas immateriella tillgångar som förvärvats i ett rörelseförvärv enligt samma grunder som immateriella tillgångar som förvärvats separat.

NOTER

Forts. not 1

Licenser och varumärken

Varumärken och programvarulicenser redovisas till anskaffningsvärde efter avskrivningar, det vill säga på basis av de kostnader som uppstått när varumärket anskaffats eller programvaran förvärvats och satts i drift.

Balanserade utgifter

Kostnader under utvecklingsfasen av webbplats, app samt andra IT-system aktiveras som immateriella tillgångar när det enligt ledningens bedömning är sannolikt att de kommer resultera i framtida ekonomiska fördelar för koncernen, kriterierna för aktivering är uppfyllda och kostnaderna under utvecklingsfasen kan mätas på ett tillförlitligt sätt. Internt utvecklade tillgångar redovisas till anskaffningsvärde minus ackumulerade avskrivningar och eventuella ackumulerade nedskrivningar. Alla andra kostnader som inte uppfyller kriterierna för aktivering belastar resultatet när de uppstår.

Materiella anläggningstillgångar

Koncernens materiella anläggningstillgångar utgörs främst av lagerinstallationer och butik- och kontorsinventarier.

Materiella anläggningstillgångar redovisas i koncernen till anskaffningsvärde efter avdrag för ackumulerade avskrivningar och eventuella nedskrivningar.

I anskaffningsvärdet ingår inköpspriset samt utgifter direkt hänförliga till tillgången för att bringa den på plats och i skick för att utnyttjas i enlighet med syftet med anskaffningen.

Det redovisade värdet för en tillgång tas bort från balansräkningen vid utrangering eller avyttring. Vinst eller förlust som uppkommer vid avyttring eller utrangering av en tillgång utgörs av skillnaden mellan försäljningspriset och tillgångens redovisade värde med avdrag för direkta försäljningskostnader och redovisas i rörelseresultatet.

Tillkommande utgifter

Tillkommande utgifter läggs till anskaffningsvärdet endast om det är sannolikt att de framtida ekonomiska fördelar som är förknippade med tillgången kommer att komma koncernen till del och anskaffningsvärdet kan beräknas på ett tillförlitligt sätt. Alla andra tillkommande utgifter redovisas som kostnad i den period de uppkommer. Reparationer kostnadsförs löpande.

Principer för avskrivning

Avskrivning sker linjärt över immateriella och materiella tillgångars beräknade nyttjandeperioder från den tidpunkt de är tillgängliga för användning.

De beräknade nyttjandeperioderna är:

Materiella anläggningstillgångar	Koncernen	Moderbolaget
Förbättringsutgifter på annans fastighet	5 år	–
Inventarier, verktyg och installationer	4-10 år	4-5 år

Använda avskrivningsmetoder, restvärden och nyttjandeperioder omprövas minst årligen.

Immateriella anläggningstillgångar	Koncernen	Moderbolaget
Balanserade utgifter för webbplats, app, IT-system	5 år	5 år
Licenser och varumärken	5 år	5 år

Nyttjandeperioderna omprövas minst årligen och vid indikation på förändring.

Nedskrivning av icke-finansiella tillgångar

Goodwill skrivs inte av utan prövas årligen avseende eventuellt nedskrivningsbehov.

Tillgångar som skrivs av bedöms med avseende på värdenedgång närhelst händelser eller förändringar i förhållanden indikerar att det redovisade värdet inte är återvinningsbart.

En nedskrivning görs med det belopp varmed tillgångens redovisade värde överstiger dess återvinningsvärde. Återvinningsvärdet är det högre av tillgångens verkliga värde minskat med försäljningskostnader och dess nyttjandevärde. Vid bedömning av nedskrivningsbehov grupperas tillgångar på de lägsta nivåer där det finns separata identifierbara kassaflöden (kassagenererande enheter). Då nedskrivningsbehov identifierats för en kassagenererande enhet (grupp av enheter) fördelas nedskrivningsbeloppet i första hand till goodwill. Därefter görs en proportionell nedskrivning av övriga tillgångar som ingår i enheten (gruppen av enheter).

Tidigare redovisad nedskrivning återförs om återvinningsvärdet bedöms överstiga redovisat värde. Återföring sker dock inte med ett belopp som är större än att det redovisade värdet uppgår till vad det hade varit om nedskrivning inte hade redovisats i tidigare perioder. Nedskrivning av goodwill återförs dock aldrig.

Forts. not 1

Finansiella tillgångar och skulder

Vid första redovisningstillfället redovisas alla finansiella instrument till verkligt värde. Efter det första redovisningstillfället värderas finansiella tillgångar antingen till upplupet anskaffningsvärde, verkligt värde via resultaträkningen eller verkligt värde via övrigt totalresultat.

Klassificering och värdering

Vilken kategori en finansiell tillgång klassificeras till styrs dels av bolagets affärsmodell, samt dels av vilka kontraktssenliga kassaflöden bolaget kommer att erhålla från den finansiella tillgången. Koncernen bedriver ingen aktiv handel med finansiella instrument som ej är relaterade till koncernens affärsrörelse. På grund av detta är de finansiella tillgångar och skulder som redovisas i balansräkningen främst likvida medel, kundfordringar, leverantörsskulder och räntebärande skulder. Finansiella skulder värderade till verkligt värde via resultat begränsas till tilläggsköpeskillingar från företagsförvärv.

Koncernens finansiella tillgångar innehas med syfte att inkassera avtalsenliga kassaflöden för kapital och ränta och redovisas därför till upplupet anskaffningsvärde. Ränteintäkter från sådana finansiella tillgångar redovisas som finansiella intäkter genom tillämpning av effektivräntemetoden.

I kategorin finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde ingår, kundfordringar, övriga fordringar och likvida medel. En finansiell tillgång tas bort från balansräkningen när rättigheterna i avtalet realiserar, förfaller eller koncernen förlorar kontrollen över dem. Förvärv och avyttring av finansiella tillgångar redovisas på affärsdagen.

I kategorin finansiella skulder värderade till upplupet anskaffningsvärde ingår låneskulder till kreditinstitut, leasingkulder, leverantörsskulder och övriga kortfristiga skulder. Tilläggsköpeskillingar redovisas till verkligt värde via resultaträkningen i den period vinsten eller förlusten uppkommer. En finansiell skuld tas bort från balansräkningen när förpliktelsen i avtalet fullgörs eller på annat sätt regleras.

Inom säkringsredovisning klassificeras derivat som kassaflödessäkringar eller säkringar av verkligt värde. Värdeförändringar på valutaderivat redovisas i en säkringsreserv via övrigt totalresultat och inkluderas därefter i den säkrade tillgångens anskaffningsvärde eller omklassificeras till resultaträkningen. Effektiviteten i kassaflödessäkringar mäts kvartalsvis genom att säkringsobjektet jämförs med säkringsinstrumentet.

Upplåning

Låneskulder till kreditinstitut redovisas inledningsvis till verkligt värde, netto efter transaktionskostnader. Upplåningen redovisas därefter till upplupet anskaffningsvärde och eventuell skillnad mellan erhållet belopp (netto efter transaktionskostnader) och återbetalningsbeloppet redovisas i resultaträkningen fördelat över låneperioden, med tillämpning av effektivräntemetoden. Upplåning klassificeras som kortfristiga skulder om inte koncernen har en ovillkorlig rätt att skjuta upp betalning av skulden i åtminstone 12 månader efter rapportperiodens slut.

Nedskrivning av finansiella tillgångar

Enligt IFRS 9 fastställs fordringars nedskrivningsbehov baserat på förväntade kreditförluster, vilket främst berör Lyko avseende redovisning av kundförluster. För samtliga fordringar sker en reservering som motsvarar en förväntad kreditförlust inom en period av 12 månader. Koncernens konstaterade kundförluster har varit, och är ej väsentliga.

Likvida medel

Likvida medel består av kassamedel samt omedelbart tillgängliga tillgodohavanden hos banker och motsvarande institut samt kortfristiga likvida placeringar med en löptid från anskaffningstidpunkten understigande tre månader vilka är utsatta för endast en obetydlig risk för värdefluktationer.

Varulager

Koncernens varulager består främst av färdiga varor men även en del råvaror och förpackningar. Varulagret värderas till det lägsta av anskaffningsvärdet och nettoförsäljningsvärdet. Anskaffningsvärdet beräknas genom vägda genomsnittspriser och inkluderar utgifter som uppkommit vid förvärvet eller tillverkningen av lagertillgångarna samt transport och hantering av dem till deras nuvarande plats och skick. Volymrabatter eller andra rabatter inkluderas i varulagrets anskaffningsvärde när det är sannolikt att de har tjänats in och kommer att tillfalla företaget.

Nettoförsäljningsvärdet definieras som försäljningspris reducerat för kostnader för färdigställande samt försäljningskostnader. För värdering av varulager se not 2 "Väsentliga uppskattningar".

Forts. not 1

Avsättningar

Koncernen redovisar främst avsättningar kopplat till avtalsskulder för lojalitetsprogram och kundreturer. Avsättningar görs med det belopp som är den bästa uppskattningen av det som krävs för att reglera den befintliga förpliktelsen på balansdagen. För mer information om avsättning för lojalitetsprogram se not 2 Väsentliga uppskattningar. För mer information om returer, se avsnitt om returer nedan. Övriga avsättningar avser avsättning för direktpension och redovisas till kapitalförsäkringens redovisade värde. Avsättning görs också för särskild löneskatt som beräknas utifrån kapitalförsäkringens verkliga värde.

Returer (ångerrätt, öppet köp och reklamationer)

Lyko erbjuder sina kunder öppet köp under 14 dagar på samtliga marknader. För e-handelsförsäljning gäller ångerrätt i enlighet med Svenska Distansköplagen i Sverige eller motsvarande lagar och regler i övriga länder där koncernen är verksam. Avseende reklamationer följer bolaget gällande lagar och regler i respektive land där koncernen är verksam. Merparten av returerna avseende försäljning via de fysiska butikerna sker inom 7 dagar. Vid försäljning via e-handeln sker merparten av returerna inom 7 dagar.

Bolaget minskar periodens intäkter och kostnad för sålda varor med belopp motsvarande den mängd returer som uppskattas genom samlad erfarenhet och historiska returer.

Effekter av ändrade redovisningsstandarder

De ändrade standarderna och tolkningarna som är relevanta för koncernen är i vissa fall redan i linje med tillämpade tolkningar och har i annat fall inte haft någon eller mycket begränsad inverkan på de finansiella rapporterna.

Koncernen bedömer inte att effekterna av IFRS 18 "Presentation and Disclosure in Financial Statements" som träder i kraft den 1 januari 2027 kommer att påverka koncernens finansiella rapportering i någon större utsträckning.

Övriga publicerade ändringar som trätt i kraft 1 januari 2025 eller som är godkända för tillämpning från 2026 och senare bedöms inte vara tillämpliga för koncernen.

Moderbolagets redovisningsprinciper

Moderbolagets årsredovisning är upprättad enligt Årsredovisningslagen (1995:1554) och Rådet för hållbarhets- och finansiell rapportering rekommendation RFR 2, Redovisning för juridisk person. RFR 2 innebär att moderbolaget ska tillämpa samtliga av EU godkända IFRS och uttalanden så långt detta är möjligt inom ramen för Årsredovisningslagen och med hänsyn till sambandet mellan redovisning och beskattning. Rekommendationen anger vilka undantag från IFRS och tillägg som ska göras.

Finansiella tillgångar och skulder och andra finansiella instrument

Företaget tillämpar värdering till verkligt värde enligt ÅRL 4:14a-d och beskrivningen av redovisningsprinciper i koncernens not 1 Finansiella tillgångar och skulder gäller därmed även för moderbolaget.

Andelar i koncernföretag och intresseföretag

Andelar i dotterföretag och intresseföretag redovisas enligt anskaffningsvärdemetoden inklusive hänförliga transaktionskostnader. Prövning av värdet på andelarna görs när indikationer finns att värdet minskat.

Koncernbidrag

Koncernbidrag som har lämnats eller mottagits av moderbolaget redovisas som bokslutsdispositioner i resultaträkningen. Av moderbolaget lämnade aktieägartillskott redovisas i aktier och andelar och prövas för nedskrivning enligt ovanstående.

Pensioner

Moderbolagets pensionsåtaganden har beräknats och redovisats baserat på Tryggandelagen. Tillämpning av Tryggandelagen är en förutsättning för skattemässig avdragsrätt.



NOT 2 · VÄSENTLIGA UPPSKATTNINGAR

Att upprätta de finansiella rapporterna i enlighet med IFRS kräver att företagsledningen gör uppskattningar samt gör antaganden som påverkar tillämpningen av redovisningsprinciperna och de redovisade beloppen av tillgångar, skulder, intäkter och kostnader. Det verkliga utfallet kan avvika från dessa uppskattningar. Uppskattningarna och antagandena utvärderas löpande. Ändringar av uppskattningar redovisas i den period ändringen görs om ändringen endast påverkat denna period, eller i den period ändringen görs och framtida perioder om ändringen påverkar både aktuell period och framtida perioder.

VIKTIGA UPPSKATTNINGAR**Nettoomsättning och kostnad såld vara**

Lyko säljer sina produkter med returrätt. Bolaget minskar periodens intäkter och kostnad för sålda varor med belopp motsvarande den mängd retur som uppskattas genom samlad erfarenhet och historiska retur. Historiskt har storleken på faktiska retur för koncernen varit låg. 1 % förändring av retureserven får en enbart marginell inverkan på resultatet.

Goodwill

Koncernen prövar varje år om något nedskrivningsbehov föreligger för goodwill. Vid denna nedskrivningsprövning görs antaganden och uppskattningar om framtida finansiell utveckling. Gjorda antaganden vid denna beräkning återfinns i not 15.

Varulager

Varulagret har värderats till det lägsta av anskaffningsvärdet och verkligt värde (nettoförsäljningsvärdet). Anskaffningsvärde beräknas genom vägda genomsnittspriser och inkluderar utgifter som uppkommit vid förvärvet eller tillverkningen av lagertillgångarna samt transport och hantering av dem till deras nuvarande plats och skick. Nettoförsäljningsvärdet definieras som försäljningspris reducerat för kostnader för färdigställande samt försäljningskostnader. Vid fastställandet av nettoförsäljningsvärdet använder ledningen sin samlade erfarenhet och historiska data. Det är framför allt äldre produkter i lager eller sådana varor med låg omsättningshastighet som är föremål för bedömning och uppskattning. Verkligt utfall av framtida försäljningspriser och kostnader för att genomföra försäljningen kan komma att avvika från gjorda uppskattningar.

Avsättningar för lojalitetsprogram

Nuvarande lojalitetsprogram introducerades 2022, kunder har sedan dess erhållit poäng i samband med köp. Varje köp genererar poäng som kan lösas in mot varor i en poängshop. Det betyder att utnyttjande av bonuspoängen redovisas som en separat

komponent till verkligt värde vid den ursprungliga försäljningen och intäkten redovisas när bonuspoängen löses in mot en vara i poängshopen eller vid förfallotidpunkten för poängen (poängen är giltiga i 2 år från intjänandetidpunkten). Per balansdagen redovisar koncernen en avsättning för det förväntade värdet på ej utnyttjade poäng i bonuspoängssystemet. Se även not 30. Poängen i kundlojalitetsprogrammet ger kunderna en verkställbar rättighet som de inte skulle ha om de inte gått med i kundklubben. Löftet att ge kunden poäng är därför ett separat prestationsåtagande. Transaktionspriset fördelas till varan och poängen på basis av ett relativt fristående försäljningspris. Ledningen uppskattar det fristående försäljningspriset per poäng baserat på värdet av poängen och baserat på sannolikheten att poängen utnyttjas, grundat på tidigare erfarenheter. Uppskattningen av utnyttjandegraden baseras på data och erfarenhet men är föremål för viss osäkerhet. Per balansdagen uppgår avsättningen för koncernens kundklubb till 19,2 (14,1) MSEK. En faktisk utnyttjandegrad på +/- 1 procentenhet av ledningens uppskattning innebär en förändring på resultatet om mindre än +/- 0,5 MSEK.

Leasingavtal

Vid redovisning av leasingavtal kan ett antal olika antaganden behöva göras och fastställandet av diskonteringsräntan liksom fastställandet av leasingperioden har bedömts som mest kritiska. Den implicita räntan används för de leasingkontrakt där den kan fastställas. För övriga kontrakt används den marginella låneräntan som baseras på koncernen externa finansieringsränta. Modellen för att fastställa marginell låneränta granskas minst årligen eller när det finns indikation på behov av granskning för att säkerställa validiteten i modellen. Leasingperioden bestäms utifrån den information som finns tillgänglig i leasingavtalet samt andra relevanta fakta och omständigheter i enlighet med ledningens bedömning. Det finns inte alltid specifika klausuler om till exempel uppsägning, annullering eller förnyelse av ett leasingavtal. I sådana fall görs antaganden baserat på den information som finns i kontraktet tillsammans med ledningens bedömning av relevanta omständigheter. Per balansdagen uppgick redovisat värde på nyttjanderättstillgångar till 695,4 (721,5) MSEK och totala leasingkulder uppgick till 671,3 (695,7) MSEK. Av det redovisade värdet av nyttjanderättstillgångar är 573,1 (574,6) MSEK hänförliga till leasingkontrakt avseende lokaler, av vilka många kontrakt har olika typer av förlängnings- och termineringsoptioner.

Ändringar av bedömningen av huruvida sådana typer av optioner är rimligt säkra att exekvera eller inte kan ge en väsentlig effekt på redovisade värden på nyttjanderättstillgångar och leasingkulder redovisade enligt IFRS 16.

NOT 3 · RÖRELSESEGMENT

Koncernen har, för redovisning och uppföljning, delat upp sin verksamhet i två rörelsesegment, Norden som består av Sverige, Norge, Finland, Danmark samt Europa som består av Tyskland, Österrike, Polen och Nederländerna. I Norden sker försäljningen online via lyko.com, Lykos app samt via 34 (32) stycken Lyko-butiker (31 december 2025). I Europa sker försäljningen online via lyko.com och Lykos app.

Indelningen baseras på skillnaderna i segmentens karaktär och på den rapportering

som ledningen inhämtar för att följa upp och analysera verksamheten samt den information som inhämtas för att fatta strategiska beslut. Utöver de två segmenten ovan finns det koncerngemensamma funktioner såsom HR, IT, Marknad, Inköp, Ekonomi/Finans. Övriga verksamheter innefattar koncernens produktionsverksamhet, organisation för egna varumärken, säljkår mot bl.a. frisörer. Koncernelimineringar i samband med intern försäljning redovisas även inom övriga verksamheter.

Segmentsrapportering
per affärsområde

	Norden		Europa		Övriga verksamheter		Koncerngemensamma funktioner		Totalt	
	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024
Intäkter från externa kunder	3 699,8	3 304,3	130,7	132,4	127,1	124,6	5,1	0,4	3 962,6	3 561,7
Total nettoomsättning	3 699,8	3 304,3	130,7	132,4	127,1	124,6	5,1	0,4	3 962,6	3 561,7
Rörelseresultat (EBIT)	368,3	416,7	-26,7	-33,6	-45,6	-45,2	-217,8	-220,6	78,2	117,4
Finansiella intäkter									3,6	3,0
Finansiell kostnader									-82,7	-82,7
Resultat efter finansiella poster									-0,9	37,6
Skatt									-2,1	-16,6
Årets resultat									-3,0	21,0
Anläggningstillgångar per segment	1 222,9	1 145,5	10,0	11,9	78,4	85,4	471,9	268,0	1 783,1	1 510,9
Avskrivningar per segment	-94,7	-87,6	-1,3	-0,8	-17,7	-13,3	-60,5	-70,7	-174,1	-170,0

Av anläggningstillgångar (som inte är finansiella instrument eller uppskjutna skattefordringar) är 1 667,6 (1 393,7) MSEK eller 93,5 (92,2) % fördelade till Sverige. Resterande del avser anläggningstillgångar i övriga länder.



NOTER

NOT 4 · INTÄKTER FRÅN AVTAL MED KUNDER

Koncernen delar in intäkter från avtal med kunder i intäkter från Norden och Europa. Beloppen överensstämmer med de som redovisas inom de respektive segmenten med samma namn. Intäkter från avtal med kunder som redovisas inom posten övrig verksamhet och koncerngemensamma funktioner avser koncernens produktionsverksamhet och B2B försäljning.

	2025	2024
Norden	3 699,8	3 304,3
Europa	130,7	132,4
Övriga verksamheter och koncerngemensamma funktioner	132,2	125,0
Summa	3 962,6	3 561,7

Intäkter från svenska kunder utgör 59 (60) % och intäkter från norska kunder utgör 26 (25) % av koncernens totala intäkter. Resterande del avser Finland, Danmark, Tyskland, Nederländerna, Polen och Österrike.

NOT 5 · ÖVRIGA RÖRELSEINTÄKTER, KONCERNEN

	2025	2024
Statliga bidrag	1,3	0,9
Sjuklöneersättning	0,5	0,7
Valuta vinster/förluster	10,2	11,6
Övrigt	1,1	4,3
Summa	13,1	17,4

NOT 6 · NETTOOMSÄTTNINGENS FÖRDELNING, MODERBOLAGET

	2025	2024
Sverige	5,9	4,6
Danmark	0,1	0,1
Finland	0,6	0,4
Norge	1,8	1,2
Tyskland	0,1	0,1
Nederländerna	0,1	0,1
Polen	0,1	0,0
Summa	8,7	6,5



NOT 7 · LEASING

Lyko leasar ett antal fastigheter och lokaler i form av kontor, butiker samt distributionslager. Utöver fastigheter och lokaler leasar Lyko främst lagerinstallationer, truckar, servrar och personbilar.

Avtalen löper ursprungligen med en avtalad tid på som vanligast 3-7 år. Därefter löper avtalen oftast vidare med samma villkor och löptid i de fall där varken leasegivaren eller Lyko säger upp avtalet. Det är brukligt att hyresavtal för lokaler innan avtalstidens slut sägs upp för omförhandling av Lyko, av fastighetsägaren eller av båda parter. En omförhandling innebär att hyran som betalas i nästkommande period är okänd fram till dess att omförhandlingen är avslutad, i det fall att avtalet förlängs genom omförhandlingen. Det innebär att det vanligaste är att leaseperioden motsvarar den avtalade leaseperioden utan förlängningar. Hyrorna är i många fall rörliga, men med en minimihyra som i praktiken innebär en fast hyra med en mindre rörlig hyra om omsättningen överstiger vissa nivåer. Framtida avtalade ej påbörjade kontrakt uppgår till 9,4 (19,3) MSEK per 2025-12-31. Detta är hänförligt till ett nytecknat kontrakt i Sverige.

För specifikation av nyttjanderättstillgångarna se not 17 Nyttjanderätter.

För avskrivningar, se not 10. För räntekostnader se not 11, Finansnetto.

Förfallostruktur leaseskuld	2025	2024
Inom ett år	181,9	152,3
Mellan ett och två år	102,7	152,5
Mellan två och tre år	86,4	83,1
Mellan tre och fyra år	72,6	68,3
Mellan fyra och fem år	62,4	58,8
Senare än fem år	456,0	478,3
Summa betalningar	962,1	993,3
Effekt av diskontering	-290,8	-297,6
Summa skuld enligt balansräkningen	671,3	695,7
varav kort skuld	144,8	115,8
varav lång skuld	526,5	579,9
Leasebetalningar	2025	2024
Betalningar av skuldförda leasar	119,4	106,5
Rörliga leasebetalningar som ej ingår i leaseskulden	9,1	12,8
Korta leasar och leasar av lågt värde som ej ingår i leaseskulden	0,8	0,9
Totala leasebetalningar	129,3	120,2

Inga leasingkontrakt finns i moderföretaget. Avskrivningar avseende nyttjanderätter uppgår till -122,1 (-118,3) MSEK. Räntekostnader för leasing uppgår till -40,5 (-39,5) MSEK.

NOT 8 · ARVODE TILL REVISORER

Ernst & Young	Koncernen		Moderbolaget	
	2025	2024	2025	2024
Revisionsuppdraget	3,5	3,1	2,4	2,0
Skatterådgivning	0,0	0,2	0,0	0,2
Totalt EY	3,5	3,3	2,4	2,2

Med revisionsuppdrag avses lagstadgad revision av års- och koncernredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning samt revision och annan granskning utförd i enlighet med överenskommelse eller avtal. Detta inkluderar övriga arbetsuppgifter som det ankommer på bolagets revisor att utföra samt rådgivning eller annat biträde som förädlas av iakttagelser vid sådan granskning eller genomförandet av sådana övriga arbetsuppgifter. Arvoden för skattekonsultationer består bland annat av rådgivning avseende efterlevnad av skatteregler och övriga skatterådgivningstjänster.



NOT 9 · MEDELANTAL ANSTÄLLDA, LÖNER OCH ANDRA ERSÄTTNINGAR

Medeltal anställda	2025		2024	
	Totalt	Varav kvinnor	Totalt	Varav kvinnor
Moderbolaget	1	-	1	-
Koncernföretag				
Sverige	763	496	680	451
Norge	50	48	50	49
Finland	32	32	25	25
Danmark	4	4	6	6
Tyskland	9	6	7	4
Nederländerna	5	5	6	6
Polen	8	8	6	6
Koncernen totalt	872	601	781	547

På bokslutsdagen fanns 1 108 (1 047) anställda i koncernen.

Könsfördelning i koncernen (inkl dotterföretag) för styrelseledamöter och övriga ledande befattningshavare

	2025		2024	
	Antal på balansdagen	Varav kvinnor	Antal på balansdagen	Varav kvinnor
Styrelseledamöter	6	3	5	2
VD och övriga ledande befattningshavare	9	6	9	6
Koncernen totalt	15	9	14	8

Löner, andra ersättningar och sociala kostnader

	2025		2024	
	Löner och andra ersättningar	Sociala kostnader (varav pension)	Löner och andra ersättningar	Sociala kostnader (varav pension)
Moderbolaget	3,6	1,7 (0,5)	4,4	2,6 (0,9)
Koncernföretag	424,4	156,7 (30,7)	384,4	146,7 (29,5)
Koncernen totalt	428,1	158,4 (31,2)	388,8	149,3 (30,4)

Av moderföretagets pensionskostnader avser 0,5 (0,9) MSEK företagets ledning.

Företagets utestående pensionsförpliktelser till dessa uppgår till 0,0 (0,0) MSEK.

Av koncernens pensionskostnader avser 4,2 (4,5) MSEK företagets ledning.

Delar av VD och ledningens pension har säkerställts genom en av företaget tecknad och ägd kapitalförsäkring. Kapitalförsäkringen och koncernens pensionsförpliktelse exklusive särskild löneskatt uppgår per utgången av 2025 till 4,1 (3,6) MSEK.

Löner och andra ersättningar fördelade mellan styrelseledamöter /övriga ledande befattningshavare med flera och övriga anställda

	2025		2024	
	Styrelse och VD (varav tantiem o dyl)	Övriga anställda	Styrelse och VD (varav tantiem o dyl)	Övriga anställda
Moderbolaget	3,6 (0,0)	- (-)	4,4 (1,5)	- (-)
Koncernföretag	13,3 (0,0)	394,4 (3,5)	16,5 (4,0)	367,9 (1,6)
Koncernen totalt	16,9 (0,0)	394,4 (3,5)	20,9 (5,5)	367,9 (1,6)

NOTER

Forts. not 9

Ledande befattningshavares ersättningar

Ersättningar till styrelsen

Till styrelsens ordförande och ledamöter utgår arvode enligt beslut på årsstämman i april 2025.

Ersättningar till VD (CEO) i Lyko och övriga ledande befattningshavare

Ersättningar till ledande befattningshavare utgörs av grundlön, pensionsförmåner, rörlig ersättning i form av kontant bonus, övriga ersättningar och förmåner samt avgångsvederlag. För bolagets VD gäller för den anställda en uppsägningstid om sex månader och för arbetsgivaren gäller en uppsägningstid om nio månader. Med övriga ledande befattningshavare avses personer som tillsammans med VD i Lyko utgör Lykos koncernledning. Antal ledande befattningshavare, inkl. VD i Lyko uppgår per balansdagen 2025 till 9 (9) varav 6 (6) kvinnor.

Angivna belopp avser vad som kostnadsförts under respektive år och anges exklusive sociala avgifter. I redovisade pensionskostnader ingår inte särskild löneskatt.

2025	Grundlön, styrelsearvoden	Rörlig ersättning	Övriga förmåner	Pensionskostnad	Totalt
Rickard Lyko, Verkställande direktör	2,0	0,0	0,1	0,5	2,6
Håkan Håkansson, Styrelsen ledamot	0,3				0,3
Marie Nygren, Styrelsen ledamot	0,3				0,3
Carl-Mikael Lindholm, Styrelsen ledamot	0,3				0,3
Erika Lyko, Styrelsen ledamot	–				–
Isabelle Ducellier, Styrelsen ledamot sedan april 2025	0,3				0,3
Kenneth Bengtsson, Styrelsens ordförande	0,5				0,5
Övriga ledande befattningshavare 8 st per balansdagen	12,7	0,0	0,7	3,7	17,1
Summa	16,4	0,0	0,8	4,2	21,4

2024	Grundlön, styrelsearvoden	Rörlig ersättning	Övriga förmåner	Pensionskostnad	Totalt
Rickard Lyko, Verkställande direktör	1,9	1,5	0,1	0,9	4,4
Håkan Håkansson, Styrelsen ledamot	0,3				0,3
Marie Nygren, Styrelsen ledamot	0,3				0,3
Carl-Mikael Lindholm, Styrelsen ledamot sedan maj 2024	0,3				0,3
Erika Lyko, Styrelsen ledamot	–				–
Kenneth Bengtsson, Styrelsens ordförande	0,5				0,5
Övriga ledande befattningshavare 8 st per balansdagen	11,4	4,0	0,5	3,6	19,5
Summa	14,6	5,5	0,6	4,5	25,2

NOTER

NOT 10 · AV- OCH NEDSKRIVNINGAR

Av- och nedskrivningarna i resultaträkningen fördelar sig på följande tillgångsslag.

	Koncernen	
	2025	2024
Avskrivningar		
Licenser och varumärken	-3,0	-3,0
Balanserade utgifter	-22,8	-19,4
Förbättringsutgifter på annans fastighet	-0,6	-4,7
Inventarier	-25,7	-24,5
Nyttjanderätter – Lokaler	-93,3	-91,2
Nyttjanderätter – Maskiner och utrustning	-28,8	-27,1
Summa avskrivningar	-174,1	-170,0

Koncernen har inte haft några nedskrivningar under perioden eller under föregående år. Se vidare not 16-18.



NOT 11 · FINANSIELLA INTÄKTER OCH FINANSIELLA KOSTNADER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2025	2024	2025	2024
Ränteintäkter och liknande resultatposter				
Ränteintäkter och liknande resultatposter	3,5	2,5	3,4	2,4
Ränteintäkter från koncernföretag	-	-	19,3	26,1
Övriga finansiella intäkter	-	0,0	-	-
Realiserade valutakursvinster	0,1	0,5	0,0	0,5
Summa finansiella intäkter	3,6	3,0	22,6	29,0
Räntekostnader och liknande resultatposter				
Räntekostnader	-35,5	-35,4	-16,0	-22,5
Räntekostnader – IFRS 16	-40,5	-39,5	-	-
Räntekostnader från koncernföretag	-	-	-13,6	-15,9
Kursdifferenser	-5,4	-5,1	2,0	4,5
Resultat från andelar i intresseföretag	0,0	-1,0	-	-
Övriga finansiella kostnader	-1,3	-1,7	-0,3	-0,7
Summa finansiella kostnader	-82,7	-82,7	-27,9	-34,6
Finansnetto	-79,1	-79,7	-5,3	-5,5

NOT 12 · BOKSLUTSDISPOSITIONER

	Moderbolaget	
	2025	2024
Periodiseringsfond, årets avsättning	-	-3,0
Mottaget koncernbidrag	52,3	126,0
Lämnat koncernbidrag	-50,2	-101,9
Summa	2,1	21,1

NOTER

NOT 13 · SKATT

Redovisat i resultaträkningen	Koncernen		Moderbolaget	
	2025	2024	2025	2024
Aktuell skatt:				
Årets skattekostnad	-4,0	-11,9	-0,3	-4,4
Summa aktuell skatt	-4,0	-11,9	-0,3	-4,4
Uppskjuten skatt:				
Uppkomst och återföring av temporära skillnader	1,6	-3,2	-0,4	0,4
Uppskjuten skatt underskottsavdrag	0,3	-1,5	-	-
Summa uppskjuten skatt	1,9	-4,7	-0,4	0,4
Årets skattekostnad	-2,1	-16,6	-0,7	-4,0

Koncernen har inga skatteposter som redovisas i övrigt totalresultat.

Redovisat i resultaträkningen	Koncernen		Moderbolaget	
	2025	2024	2025	2024
Resultat före skatt	-0,9	37,6	-4,9	5,5
Skatt enligt gällande skattesats för moderföretaget 20,6%.	0,2	-7,8	1,0	-1,1
Skatteeffekter av:				
Skattesats i andra länder	-0,3	-0,4	-	-
Ej avdragsgilla kostnader	-9,4	-9,5	-1,5	-0,8
Ej skattepliktiga intäkter	1,2	1,3	0,0	0,1
Schablonintäkt hänförlig till periodiseringsfond	-0,1	-0,2	-0,1	-0,1
Aktuell skatt hänförlig till tidigare år	-0,2	-0,7	-	-
Ej aktiverat underskottsavdrag	0,0	-0,1	-	-
Uppskjuten skatt hänförlig till tidigare år	2,1	0,2	-0,1	-
Nyttjande av tidigare års underskottsavdrag	2,0	2,7	-	-
Övrigt	2,4	-2,1	0,0	-2,1
Total redovisas verklig skatt	-2,1	-16,6	-0,7	-4,0
Effektiv skatt, %	-233,3 %	44,1 %	-14,3 %	72,7 %

Uppskjutna skattefordringar

	2025-12-31	2024-12-31
Redovisade belopp avser temporära skillnader hänförliga till:		
Leasingskulder	138,9	138,5
Materiella anläggningstillgångar	5,0	6,6
Underskottsavdrag	3,8	3,4
Avsättningar	4,6	4,0
Övrigt temporära skillnader	2,7	2,5
Summa uppskjutna skattefordringar	155,0	155,0
Belopp som kvittats mot uppskjutna skatteskulder enligt kvittningsreglerna	-138,9	-137,4
Netto uppskjutna skattefordringar	16,1	17,6

Uppskjutna skatteskulder

	2025-12-31	2024-12-31
Redovisade belopp avser temporära skillnader hänförliga till:		
Nyttjanderättstillgångar	140,6	140,8
Immateriella anläggningstillgångar	1,1	1,5
Obeskattade reserver	8,6	9,6
Summa uppskjutna skatteskulder	150,3	151,9
Belopp som kvittats mot uppskjutna skattefordringar enligt kvittningsreglerna	-138,9	-137,4
Netto uppskjutna skatteskulder	11,4	14,5

NOTER

Forts. not 13

Följande uppskjutna skatteskulder och fordringar har förändrats under året. (Skattefordran anges med positivt belopp och skatteskuld med negativt belopp).

Förändring uppskjutna skattefordringar och uppskjutna skatteskulder

	Nyttjanderätter	Materiella anläggningstillgångar	Imateriella anläggningstillgångar	Underskottsavdrag	Obeskattade reserver	Avsättningar	Övriga temporära skillnader	Totalt
Ingående balans per den 1 januari 2025	-2,2	6,6	-1,5	3,4	-9,6	4,0	2,5	3,2
Omklassificering	-	-	-	-	-	-0,1	-	-0,1
Redovisat mot resultaträkningen under året	0,5	-1,3	0,4	0,3	1,0	0,7	0,3	1,9
Ändring av bolagskattesats	-	-0,2	-	-	-	-	-	-0,2
Utgående balans per den 31 december 2025	-1,7	5,0	-1,1	3,8	-8,6	4,6	2,7	4,7
Ingående balans per den 1 januari 2024	-2,5	6,0	-1,3	4,9	-9,5	5,1	5,7	8,4
Genom förvärv av verksamhet	-	-	-0,6	-	-	-	-	-0,6
Redovisat mot resultaträkningen under året	0,3	0,5	0,4	-1,5	0,0	-1,1	-3,3	-4,7
Utgående balans per den 31 december 2024	-2,2	6,6	-1,5	3,4	-9,6	4,0	2,5	3,2

NOT 14 · RESULTAT PER AKTIE

Förändring i antal stamaktier

	2025-12-31	2024-12-31
Utestående stamaktier vid periodens början	15 310 012	15 310 012
Utestående stamaktier vid periodens slut	15 310 012	15 310 012

Beräkning av resultat per aktie

	2025-12-31	2024-12-31
Årets resultat hänförligt till aktieägarna i Lyko Group AB, MSEK	-3,0	21,0
Resultat använt vid beräkning av resultat per stamaktie, före utspädning	-3,0	21,0
Medelantal utestående stamaktier	15 310 012	15 310 012
Resultat per stamaktie, kr	-0,20	1,37

Resultat per aktie beräknas genom att det resultat för året som tillkommer innehavarna av aktierna i moderföretaget divideras med det vägda genomsnittliga antalet utestående aktier under året. Det finns inga instrument som kan orsaka utspädning.

NOTER

NOT 15 · GOODWILL

	2025-12-31	2024-12-31
Ingående anskaffningsvärde	304,7	304,7
Utgående anskaffningsvärde	304,7	304,7
Netto bokfört värde	304,7	304,7

	2025-12-31	2024-12-31
Sverige	304,7	304,7
Total goodwill	304,7	304,7

En sammanfattning av fördelningen av goodwill per geografiskt område återfinns nedan.

Nedskrivningsprövning

Nedskrivningsprövning av koncernens goodwill sker årligen samt vid varje givet tillfälle då indikationer på värdenedgång identifieras. Koncernens goodwill om 304,7 (304,7) MSEK har uppstått i samband med förvärv av dotterbolag.

Goodwillnedskrivning prövas på de lägsta nivåerna där det finns separata identifierade kassaflöden (kassagenererande enheter). Segmentet "Norden" bedöms utgöra den lägsta identifierade nivån av separata kassaflöden. Nedskrivningsprövningen består i att bedöma om enhetens återvinningsvärde är högre än dess redovisade värde. Återvinningsvärdet har beräknats på basis av enhetens nyttjandevärde, vilket utgör nuvärdet av enhetens förväntade framtida kassaflöden utan hänsyn till eventuell framtida verksamhetsexpansion och omstrukturering. Diskonteringsfaktorn fastställs utifrån marknadsmässiga bedömningar av riskfri ränta, marknadsriskpremie, betavärde och bolagets kapitalkostnad samt företagsspecifika riskpremier.

Beräkningen av nuvärdet har baserats på:

- En diskonteringsfaktor på 15,2 (14,3) % före skatt samt 12,9 (11,8) % efter skatt.
- En prognos av kassaflöden under de närmaste fem åren.
- En terminaltillväxt efter prognosperioden 2 (2) %, vilket bedöms rimligt över tid då det ligger i linje med BNP-ökningar samt bolagets förväntningar på marknaden.

Den diskonterade kassaflödesmodellen innefattar prognostisering av framtida kassaflöden från rörelsen inkluderande uppskattningar av intäktsvolym och bruttovinster. De viktiga antaganden som driver förväntade kassaflöden under de närmaste 5 åren utgörs av framtida försäljning.

Värden har skattats på dessa variabler i huvudsak baserat på och i enlighet med historiska erfarenheter, med tillägg för åtgärder för ökad lönsamhet som planeras för kommande år. Beräkningarna påvisar inget nedskrivningsbehov och de indikerar inte att några rimliga möjliga förändringar i viktiga antaganden skulle leda till ett nedskrivningsbehov.

NOT 16 · ÖVRIGA IMMATERIELLA TILLGÅNGAR

	Licenser och varumärken	Balanserade utgifter	Pågående projekt	Totalt
Ingående anskaffningsvärde 1 januari 2025	18,3	184,2	24,2	226,8
Investeringar	0,2	19,9	21,4	41,5
Omklassificeringar	–	1,2	-1,2	–
Utgående anskaffningsvärde 31 december 2025	18,5	205,3	44,4	268,2
Ingående ackumulerade avskrivningar 1 januari 2025	-8,7	-108,8	–	-117,5
Årets avskrivningar (Not 10)	-3,0	-22,8	–	-25,8
Utgående ackumulerade avskrivningar 31 december 2025	-11,7	-131,6	–	-143,2
Netto bokfört värde 31 december 2025	6,8	73,8	44,4	125,0

	Licenser och varumärken	Balanserade utgifter	Pågående projekt	Totalt
Ingående anskaffningsvärde 1 januari 2024	14,5	156,5	11,7	182,7
Investeringar	0,7	23,9	16,4	41,0
Genom förvärv	3,1	–	–	3,1
Omklassificeringar	–	3,8	-3,8	–
Utgående anskaffningsvärde 31 december 2024	18,3	184,2	24,2	226,8
Ingående ackumulerade avskrivningar 1 januari 2024	-5,7	-89,4	–	-95,1
Årets avskrivningar (Not 10)	-3,0	-19,4	–	-22,4
Utgående ackumulerade avskrivningar 31 december 2024	-8,7	-108,8	–	-117,5
Netto bokfört värde 31 december 2024	9,6	75,5	24,2	109,3

NOT 17 · NYTTJANDERÄTTER

2025	Lokaler	Maskiner/ Utrustning	Totalt
Ingående anskaffningsvärde 1 januari 2025	857,4	223,4	1 080,8
Tillkommande nyttjanderätter	93,9	4,3	98,3
Uppsagda kontrakt	0,0	-2,8	-2,8
Omräkningsdifferens	-4,3	0,0	-4,3
Utgående anskaffningsvärde 31 december 2025	947,1	224,8	1 171,9
Ingående ackumulerade avskrivningar 1 januari 2025	-282,8	-76,5	-359,3
Avskrivningar (Not 10)	-93,3	-28,8	-122,1
Uppsagda kontrakt	0,0	2,7	2,7
Omräkningsdifferens	2,1	0,0	2,1
Utgående ackumulerade avskrivn. 31 december 2025	-374,0	-102,6	-476,6
Netto bokfört värde 31 december 2025	573,1	122,3	695,4

2024	Lokaler	Maskiner/ Utrustning	Totalt
Ingående anskaffningsvärde 1 januari 2024	484,4	207,4	691,8
Tillkommande nyttjanderätter	378,2	22,0	400,2
Uppsagda kontrakt	-5,4	-6,0	-11,4
Omräkningsdifferens	0,2	0,0	0,2
Utgående anskaffningsvärde 31 december 2024	857,4	223,4	1 080,8
Ingående ackumulerade avskrivningar 1 januari 2024	-197,5	-55,4	-252,9
Avskrivningar (Not 10)	-91,2	-27,1	-118,3
Uppsagda kontrakt	5,4	6,0	11,4
Omräkningsdifferens	0,5	0,0	0,5
Utgående ackumulerade avskrivn. 31 december 2024	-282,8	-76,5	-359,3
Netto bokfört värde 31 december 2024	574,6	146,9	721,5



NOTER

NOT 18 · MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

MSEK	Förbättringsutgifter på annans fastighet	Inventarier, verktyg och installationer	Pågående nyanläggningar	Totalt
Ingående anskaffningsvärde 1 januari 2025	50,3	183,2	275,4	508,9
Investeringar	-	24,2	287,0	311,2
Försäljning/utrangering	-5,6	-2,7	-	-8,2
Omklassificeringar	-	0,1	-0,1	-
Årets omräkningsdifferens	-	-3,0	0,0	-3,0
Utgående anskaffningsvärde 31 december 2025	44,8	201,9	562,3	808,9
Ingående ackumulerade avskrivningar 1 januari 2025	-49,8	-83,7	-	-133,5
Årets avskrivningar	-0,6	-25,7	-	-26,2
Försäljning/utrangering	5,6	2,4	-	7,9
Årets omräkningsdifferens	0,0	1,0	-	1,0
Utgående ackumulerade avskrivningar 31 december 2025	-44,8	-106,1	-	-150,8
Netto bokfört värde 31 december 2025	0,0	95,8	562,3	658,1
Ingående anskaffningsvärde 1 januari 2024	50,3	169,4	134,6	354,3
Investeringar	-	21,3	140,9	162,2
Försäljning/utrangering	-	-8,1	-	-8,1
Omklassificeringar	-	0,1	-0,1	-
Årets omräkningsdifferens	-	0,4	-	0,4
Utgående anskaffningsvärde 31 december 2024	50,3	183,2	275,4	508,9
Ingående ackumulerade avskrivningar 1 januari 2024	-45,0	-66,7	-	-111,7
Årets avskrivningar	-4,7	-24,5	-	-29,3
Försäljning/utrangering	-	7,5	-	7,5
Årets omräkningsdifferens	-	0,1	-	0,1
Utgående ackumulerade avskrivningar 31 december 2024	-49,8	-83,7	-	-133,5
Netto bokfört värde 31 december 2024	0,6	99,5	275,4	375,4

NOTER

NOT 19 · FINANSIELLA INSTRUMENT

Koncernen 2025-12-31	Finansiella tillgångar till upplupet anskaff- ningsvärde	Finansiella instrument till verkligt värde genom resultatet	Finansiella skulder till upplupet anskaff- ningsvärde	Summa redovisat värde
Finansiella tillgångar				
Kundfordringar	76,9	–	–	76,9
Andra långfristiga fordringar	4,1	4,1	–	8,2
Likvida medel	452,5	–	–	452,5
	533,5	4,1	0,0	537,6
Finansiella skulder				
Låneskulder till kreditinstitut	–	–	745,0	745,0
Leasingskuld	–	–	671,3	671,3
Övriga långfristiga skulder	–	4,1	–	4,1
Leverantörsskulder	–	–	823,0	823,0
Övriga kortfristiga skulder	–	–	15,0	15,0
	0,0	4,1	2 254,3	2 258,4

Koncernen 2024-12-31	Finansiella tillgångar	Finansiella instrument	Finansiella skulder till upplupet anskaff- ningsvärde	Summa redovisat värde
Finansiella tillgångar				
Kundfordringar	54,9	–	–	54,9
Andra långfristiga fordringar	5,8	3,6	–	9,4
Likvida medel	140,5	–	–	140,5
	201,2	3,6	0,0	204,8
Finansiella skulder				
Låneskulder till kreditinstitut	–	–	473,6	473,6
Leasingskuld	–	–	695,7	695,7
Övriga långfristiga skulder	–	3,6	–	3,6
Leverantörsskulder	–	–	325,4	325,4
Övriga kortfristiga skulder	–	–	31,2	31,2
	0,0	3,6	1 525,9	1 529,5

För samtliga finansiella tillgångar och skulder undantaget skulder till kreditinstitut bedöms det bokförda värdet utgöra en approximation av verkligt värde.

Koncernen har under räkenskapsåret tillämpat säkringsredovisning avseende investeringen i ny lagerautomation, per balansdagen kvarstår endast skuld avseende fullt allokerade förlustkontrakt om 0,6 (0,0) MSEK med förfall 2026-01-02.

Moderbolaget 2025-12-31	Finansiella tillgångar till upplupet anskaff- ningsvärde	Finansiella instrument till verkligt värde genom resultatet	Finansiella skulder till upplupet anskaff- ningsvärde	Summa redovisat värde
Finansiella tillgångar				
Fordringar hos koncernföretag	151,5	–	–	151,5
Likvida medel	450,4	–	–	450,4
	602,0	0,0	0,0	602,0
Finansiella skulder				
Låneskulder till kreditinstitut	–	–	259,2	259,2
Leverantörsskulder	–	–	0,2	0,2
Skulder till koncernföretag	–	–	463,4	463,4
	0,0	0,0	722,7	722,7

Moderbolaget 2024-12-31	Finansiella tillgångar	Finansiella instrument	Finansiella skulder till upplupet anskaff- ningsvärde	Summa redovisat värde
Finansiella tillgångar				
Fordringar hos koncernföretag	559,9	–	–	559,9
Likvida medel	138,6	–	–	138,6
	698,5	0,0	0,0	698,5
Finansiella skulder				
Låneskulder till kreditinstitut	–	–	259,0	259,0
Leverantörsskulder	–	–	0,2	0,2
Skulder till koncernföretag	–	–	550,1	550,1
	0,0	0,0	809,3	809,3

För samtliga finansiella tillgångar och skulder undantaget skulder till kreditinstitut bedöms det bokförda värdet utgöra en approximation av verkligt värde.

NOTER

Forts. not 19

Värdering till verkligt värde

Verkligt värde är det pris som vid värderingstidpunkten skulle erhållas vid försäljning av en tillgång eller betalas vid överlåtelse av en skuld genom en ordnad transaktion mellan marknadsaktörer. Tabellen nedan visar finansiella instrument värderade till verkligt värde eller där upplysning om verkligt värde lämnas, utifrån hur klassificeringen i verkligt värdehierarkin gjorts. De olika nivåerna definieras enligt följande:

Nivå 1 – Noterade priser (ojusterade) på aktiva marknader för identiska tillgångar eller skulder.

Nivå 2 – Andra observerbara indata för tillgången eller skulder än noterade priser inkluderade i nivå 1, antingen direkt (dvs. som prisnoteringar) eller indirekt (dvs. härledda från prisnoteringar).

Nivå 3 – Indata för tillgången eller skulden som inte baseras på observerbara marknadsdata (dvs. icke observerbara indata).

Beräkning av verkligt värde

Räntebärande skulder

I upplysningssyfte beräknas ett verkligt värde för räntebärande skulder genom en diskontering av framtida kassaflöden av kapitalbelopp och ränta diskonterade till aktuell marknadsränta.

Kortfristiga fordringar och skulder

För kortfristiga fordringar och skulder, som till exempel kundfordringar och leverantörsskulder, som klassificeras som kortfristiga anses det redovisade värdet vara en rimlig approximation av det verkliga värdet.



Koncernen 2025-12-31

Tillgångar	Nivå 1	Nivå 2	Nivå 3	Totalt
Finansiella tillgångar				
Övriga långfristiga fordringar	–	4,1	–	4,1
	0,0	4,1	0,0	4,1
Finansiella skulder				
Skulder till kreditinstitut	–	745,0	–	745,0
Finansiell Leasingskuld	–	671,3	–	671,3
	0,0	1 416,3	0,0	1 416,3

Koncernen 2024-12-31

Tillgångar	Nivå 1	Nivå 2	Nivå 3	Totalt
Finansiella tillgångar				
Övriga långfristiga fordringar	–	5,8	–	5,8
	0,0	5,8	0,0	5,8
Finansiella skulder				
Skulder till kreditinstitut	–	473,6	–	473,6
Finansiell Leasingskuld	–	695,7	–	695,7
	0,0	1 169,3	0,0	1 169,3

NOT 20 • VARULAGER

	2025-12-31	2024-12-31
Handelsvaror	611,3	487,4
Varor under tillverkning	22,4	24,6
Summa	633,7	512,0
	2025	2024
Kostnad sålda varor	-2 303,9	-1 992,9

Årets inkursansreserv har ökat med 2,8 (7,0) MSEK. Endast en obetydlig del av varulagret värderas till nettoförsäljningsvärde.

NOTER

NOT 21 · KUNDFORDRINGAR

Koncernens kundfordringar utgörs i sin helhet av försäljning till andra företag, även kallad B2B. Koncernens försäljning till konsumenter, även kallad B2C, genererar inga kundfordringar då koncernen direkt erhåller betalning för dessa från betaltjänst- leverantörer. Eventuella krediter hanteras av dessa leverantörer och genererar inga fordringar för koncernen.

	2025-12-31	2024-12-31
Kundfordringar	80,4	55,8
Reserv för förväntad kreditrisk	-3,6	-0,8
Kundfordringar	76,9	54,9

Rörelser avseende reserv för förväntad kreditrisk

	2025-12-31	2024-12-31
Ingående balans	-0,8	-0,7
Från förvärv	-	-0,4
Reserveringar	-2,8	0,0
Återföring av reserveringar	0,0	0,4
Nedskrivna fordringar	0,0	-0,1
Utgående balans	-3,6	-0,8

Åldersanalysen för ej nedskrivna fordringar på balansdagen finns i not 27. Avsättningar för avtalsskulder finns i not 30.

NOT 22 · FÖRUTBETALDA KOSTNADER OCH UPPLUPNA INTÄKTER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2025-12-31	2024-12-31	2025-12-31	2024-12-31
Upplupen leverantörsbonus	9,1	6,9	-	-
Övriga upplupna intäkter	15,4	11,9	-	-
Förskott ej tillträdde leasingavtal	-	1,7	-	-
Förutbetalda hyror	12,2	8,1	0,0	0,0
Förutbetalda bank- och försäkringskostnader	0,5	0,4	0,3	0,3
Förutbetalda marknadsföringskostnader	1,5	4,3	-	-
Övriga förutbetalda kostnader	10,7	0,0	0,3	0,2
Totalt	49,4	33,3	0,6	0,5

Förutbetalda hyror avser kostnader för korttidsleasing och leasing av tillgångar av mindre värde samt omsättningshyror.

NOT 23 · LIKVIDA MEDEL

Följande delkomponenter ingår i likvida medel:

	Koncernen		Moderbolaget	
	2025-12-31	2024-12-31	2025-12-31	2024-12-31
Kassa och bank	452,5	140,5	450,4	138,6
Summa Likvida medel	452,5	140,5	450,4	138,6

NOT 24 · DISPOSITION AV VINST ELLER FÖRLUST

Till årsstämman förfogande stående vinstmedel (kronor):

Fri överkursfond	305 814 299
Balanserad vinst eller förlust	118 887 384
Årets resultat	-5 595 103
Summa	419 106 579

Styrelsen föreslår att vinstmedlen disponeras på följande sätt:

I ny räkning balanseras	419 106 579
Summa	419 106 579

NOT 25 · AKTIEKAPITAL

	Stamaktier serie A	Totalt antal aktier	Aktiekapital, SEK	Kvotvärde, SEK
TSEK				
Ingående värde 1 januari 2025	15 310 012	15 310 012	7 658 610	0,5002
Utgående värde 31 december 2025	15 310 012	15 310 012	7 658 610	0,5002

NOT 26 · ANDELAR I KONCERNBOLAG

Moderföretagets innehav i direkta och indirekta dotterbolag som omfattas av koncernredovisningen framgår av nedanstående tabell.

Bokförda värden	2025-12-31	2024-12-31
Vid årets början	580,7	575,3
Förvärv	-	0,4
Justering av tilläggsköpeskillning	-	-
Omklassificering av intresseföretag	-	5,0
Aktieägartillskott	-	-
Summa anskaffningsvärden	580,7	580,7
Redovisat värde vid årets slut	580,7	580,7

Specifikation av moderföretagets och koncernens innehav av andelar i koncernföretag

Ägarandelen av kapitalet avses, vilken även överensstämmer med andelen av rösterna för totalt antal aktier.

Ägda av moderbolaget	Org nr	Säte	Antal aktier	Kapital- och rösträttsandel, %	Bokfört värde	Eget kapital	Årets resultat
Lyko Operations AB	556740-9502	Vansbro	16 292	100	93,8	30,4	-31,5
Lyko Sverige AB	556575-3018	Stockholm	1 000	100	245,8	55,7	6,7
Lyko Denmark ApS	40753613	Köpenhamn, Danmark	40 000	100	38,4	24,9	2,4
Valley Beauty Brands AB	556933-4849	Stockholm	500	100	0,1	0,2	-0,7
Lyko GmbH	HRB 224175 B	Berlin, Tyskland	25 000	100	54,6	34,3	2,4
Lyko B.V.	861 600 071	Amsterdam, Nederländerna	100	100	40,6	22,6	1,2
Lyko Sp z o o.	5252840423	Warszawa, Polen	100	100	13,8	11,8	1,3
Lyko Brand AB	559318-2610	Stockholm	500	90,1	0,8	1,9	0
Lyko Production AB	556532-2681	Stockholm	3 000	100	64,1	34,1	-4,9
Estelle&Thild AB	556731-5659	Stockholm	1 333	100	22,8	16,5	0,1
Lyko Services GmbH	HRB 252662 B	Berlin, Tyskland	25 000	100	0,6	1,1	0,1
Loveli Beauty AB	559322-9304	Stockholm	41 666	100	5,4	1,2	0,1
Summa					580,7		
Ägda inom koncernen (indirekta aktieinnehav)	Org nr	Säte	Antal aktier	Kapital- och rösträttsandel, %			
Lyko Oy	2913064-2	Helsingfors, Finland	1 000	100			
Lyko A/S	995 398 214	Oslo, Norge	100	100			



NOT 27 · FINANSIELLA RISKER

Koncernen utsätts genom sin verksamhet för olika typer av finansiella risker, såsom kreditrisk, marknadsrisk (valutarisk, ränterisk och annan prisrisk) och likviditetsrisk. Koncernens övergripande riskhantering fokuserar på oförutsägbarheten för de finansiella marknaderna och eftersträvar att minimera potentiellt ogynnsamma effekter på koncernens finansiella resultat.

Koncernens finansiella transaktioner och risker hanteras av styrelsen och företagsledningen. Koncernens övergripande målsättning avseende finansiella risker är att trygga koncernens förmåga att fortsätta sin verksamhet samt ha en god finansiell ställning. Finansieringen för koncernen är en prioriterad fråga för styrelse och koncernledningen och det förs löpande en dialog med finansärer i syfte att säkerställa den kort- och långsiktiga finansieringen på ett optimalt sätt.

Kreditrisk

Kreditrisk är risken att koncernens motpart i ett finansiellt instrument inte kan fullgöra sin skyldighet och därigenom förorsaka koncernen en finansiell förlust.

Kreditrisk i kundfordringar

Koncernen har fastställda riktlinjer för att säkra att försäljning av produkter och tjänster sker till kunder med lämplig kreditbakgrund. Betalningsvillkoren uppgår till mellan 15–30 dagar beroende på motpart. Då koncernen i regel får betalt för sina produkter och tjänster omedelbart vid försäljningstillfället, är koncernens kreditrisk mycket låg och kreditförlusterna uppgår till ett ringa belopp i förhållande till koncernens omsättning.

Enligt IFRS 9 fastställs fordringars nedskrivningsbehov baserat på förväntade kreditförluster, vilket främst berör Lyko avseende redovisning av kundförluster.

Åldersanalysen för ej nedskrivna fordringar på balansdagen anges nedan:

2025	Brutto	Reservering av osäkra kundfordringar	Netto
Kundfordringar			
Ej förfallna kundfordringar	30,5	-0,1	30,4
Förfallna kundfordringar 1–30 dagar	27,0	–	27,0
Förfallna kundfordringar 31–60 dagar	10,1	–	10,1
Förfallna kundfordringar 61–90 dagar	4,2	-0,1	4,1
Förfallna kundfordringar 91–180 dagar	3,9	-0,5	3,4
Förfallna kundfordringar 181–360 dagar	3,2	-1,9	1,3
Förfallna kundfordringar > 361 dagar	1,6	-1,0	0,6
Utgående balans	80,5	-3,6	76,9

2024

Kundfordringar	Brutto	Reservering av osäkra kundfordringar	Netto
Ej förfallna kundfordringar	44,6	–	44,6
Förfallna kundfordringar 1–30 dagar	4,9	–	4,9
Förfallna kundfordringar 31–60 dagar	2,6	–	2,6
Förfallna kundfordringar 61–90 dagar	2,6	–	2,6
Förfallna kundfordringar 91–180 dagar	0,3	0,0	0,3
Förfallna kundfordringar 181–360 dagar	0,1	-0,2	-0,1
Förfallna kundfordringar > 361 dagar	0,7	-0,6	0,1
Utgående balans	55,8	-0,8	55,0

Marknadsrisk

Marknadsrisk är att risken för att verkligt värde på eller framtida kassaflöden från ett finansiellt instrument varierar på grund av förändringar i marknadspriser. Marknadsrisk indelas i enlighet med IFRS i tre typer; valutarisk, ränterisk och andra prisrisker. De marknadsrisker som påverkar koncernen utgörs främst av ränterisker. I takt med att koncernens intäkter utanför Sverige ökar finns en tilltagande effekt av valutakursrisker.

Ränterisk

Ränterisk är risken för att verkligt värde eller framtida kassaflöden från ett finansiellt instrument varierar på grund av förändringar i marknadsräntor. En betydande faktor som påverkar ränterisken är räntebindningstiden. Koncernen är främst utsatt för ränterisk avseende koncernens expansionsfaciliteter. Givet de räntebärande tillgångar och skulder som finns per balansdagen, får en ränteförändring på +/- 1 procentenhet på balansdagen en påverkan på räntenettet före skatt på +/- 14,2 (11,7) MSEK.

I tabellen nedan specificeras fördelning mellan fast och rörlig ränta på upplåningen per respektive balansdag

	2025-12-31	2024-12-31
Fast ränta	0%	0%
Rörlig ränta	100%	100%

Valutarisk

Valutarisken är begränsad då de flesta leverantörsskulder och den största försäljningen är i SEK, utöver det är den största exponering mot NOK följt av EUR. Mot bakgrund av detta skulle en förändring av den svenska kronans värde med 10 procent i förhållande till andra valutor ge en obetydlig momentan resultat effekt relaterad till innehav av finansiella instrument per balansdagen.

NOTER

Forts. not 27

Likviditetsrisk

Likviditetsrisk är risken för att koncernen får svårigheter att fullgöra sina förpliktelser som sammanhänger med finansiella och rörelserelaterade skulder. För att finansiera ny lagerautomation genomgick koncernen under verksamhetsåret 2023 en refinansiering där koncernen tecknade avtal om ytterligare 498,8 MSEK i låneutrymme utöver det tidigare ramavtalet på 500 MSEK som tecknades 2022. Det nya lånet utgör ett investeringslån där koncernen lånar i takt med att investeringen sker. Lånet sträcker sig över fem år och är amorteringsfritt de första två och ett halvt åren. Amortering påbörjas i april 2026 med kvartalsvisa amorteringar på 13,75 MSEK samt en slutbetalning av restbeloppet vid löptidens slut. Per balansdagen har koncernen utnyttjat 486 (218) MSEK av investeringslåneramen.

Den sedan tidigare befintliga finansieringen innefattar ett ramavtal med en revolver om 500 MSEK. Inom revolvern finns per balansdagen två trancher på 130 MSEK vardera, samt en ancillary "checkräkningskredit" med en kredit på 100 MSEK, kombinerat med en så kallad multi-currency cash pool. I utrymmet på 500 MSEK ingår också finansiell

leasing av utrustning. Trancher inom revolvern löper som oftast mellan tre och sex månader och förfaller i sin helhet senast mars 2028.

Ränta utgår på utnyttjandet av krediten i respektive valuta. Av koncernens beviljade kreditbelopp för checkräkningskrediten återfinns 100 (100) MSEK i moderbolaget.

Koncernens finansiering bygger på ett avtal med koncernens banker som stipulerar en intjäning i relation till skuldsättning (kovenant), nettoskuld i relation till EBITDA, vilket utvärderas kvartalsvis under finansieringens löptid.

Kovenanten har inte brutits mot sedan lånets upptogs. Under räkenskapsåret har kovenanterna uppfyllts. På balansdagen uppgick skulden som är kopplad till kovenant-åtagandet till 744,9 (473,6) MSEK.

Koncernens kontraktssliga och odiskonterade räntebetalningar och återbetalningar av finansiella skulder framgår av tabellen nedan. Finansiella instrument med rörlig ränta har beräknats med den ränta som förelåg på balansdagen. Skulder har inkluderats i den period när återbetalning tidigast kan krävas.

Koncernen, MSEK	< 1 år	1-3 år	3-5 år	> 5 år	Totalt
2025-12-31					
Låneskulder till kreditinstitut *	340,9	487,9	-	-	828,8
Leasingskulder	181,9	189,1	135,0	456,0	962,1
Leverantörsskulder	823,0	-	-	-	823,0
Övriga kortfristiga skulder	167,8	-	-	-	167,8
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	168,6	-	-	-	168,6
	1 682,2	677,0	135,0	456,0	2 950,3

* Inklusive framtida betalningar av ränta beräknad med en effektiv räntesats om 4,8%.

Koncernen, MSEK	< 1 år	1-3 år	3-5 år	> 5 år	Totalt
2024-12-31					
Låneskulder till kreditinstitut *	285,8	117,4	128,0	-	531,2
Leasingskulder	152,3	235,6	127,1	478,3	993,3
Leverantörsskulder	325,4	-	-	-	325,4
Övriga kortfristiga skulder	145,4	-	-	-	145,4
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	150,5	-	-	-	150,5
	1 059,4	353,0	255,1	478,3	2 145,8

* Inklusive framtida betalningar av ränta beräknad med en effektiv räntesats om 5,4%.

Refinansieringsrisk

Med refinansieringsrisk avses risken att likvida medel inte finns tillgängliga och att finansiering bara delvis eller inte alls kan erhållas alternativt till förhöjd kostnad. Om koncernen inte skulle kunna erhålla, alternativt bara kan erhålla sådan finansiering på

oförmånliga villkor, skulle det kunna ha en väsentlig negativ inverkan på koncernens verksamhet, resultat och finansiella ställning. Koncernen har då möjlighet att finansiera projekt via lån eller nyemission.



NOT 28 · RÄNTEBÄRANDE SKULDER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2025-12-31	2024-12-31	2025-12-31	2024-12-31
Kortfristiga finansiella skulder				
Banklån	300,5	259,0	259,2	259,0
Finansiella leasingkulder	144,8	115,8	-	-
Summa kortfristiga finansiella skulder	445,3	374,8	259,2	259,0
Långfristiga finansiella skulder				
Banklån	444,5	214,6	-	-
Finansiella leasing skulder	526,5	579,9	-	-
Summa långfristiga finansiella skulder	971,0	794,5	-	-
Summa finansiella skulder	1 416,3	1 169,3	259,2	259,0

Verkligt värde för kortfristiga lån bedöms vara lika med bokfört värde. De kortfristiga lånen ränta bedöms överensstämma med marknadsränta då de har en kort räntebindning

Förändring av räntebärande skulder

	2025-12-31	2024-12-31
Ingående räntebärande skulder	1 169,3	701,0
Amortering av låneskulder	-	-
Amortering av leasingkulder (IFRS 16)	-119,4	-109,6
Upptagna lån	270,3	175,6
Nyttillkomna leasingåtaganden	95,0	401,9
Annullering av kontrakt	0,0	0,0
Omräkningsdifferens	1,1	0,4
Utgående räntebärande skulder	1 416,3	1 169,3

Moderbolaget har en checkräkningskredit om 100 (100) MSEK.

Per 2025-12-31 är 0,0 (0,0) MSEK utnyttjat.



NOTER

NOT 29 • AVSÄTTNINGAR FÖR PENSIONER

	2025-12-31	2024-12-31
Ingående avsättningar	8,1	3,0
Förändring under året	-0,9	5,1
Utgående avsättningar	7,2	8,1

Avsättningar för pensioner avser utfästelse för pension till VD och ledning genom en av företaget tecknad kapitalförsäkring. I beloppet ingår särskild löneskatt.

NOT 30 • AVSÄTTNINGAR FÖR AVTALSSKULDER

	2025-12-31	2024-12-31
Ingående avsättningar	17,3	26,2
Förändring under året	5,6	-8,9
Utgående avsättningar	22,9	17,3
Varav:		
Avsättning – långfristig del	–	–
Avsättning – kortfristig del	22,9	17,3
Summa	22,9	17,3

Koncernens avsättningar avser avsättning för avtalsskulder såsom lojalitetsprogram samt avsättning för returer. Avsättning för lojalitetsprogram samt returer uppgår per balansdagen till 19,2 (14,1) MSEK respektive 3,7 (3,2) MSEK.

Nuvarande kundklubb introducerades 2022 och kunder har sedan dess erhållit poäng i samband med köp. Varje köp genererar poäng som kan lösas in mot varor i en poängshop. Per balansdagen redovisar koncernen en avsättning för det förväntade värdet på ej utnyttjade poäng i det nya bonuspoängsystemet.

Kundfordringar finns i not 21.

Åldersanalysen för ej nedskrivna fordringar på balansdagen finns i not 27.

NOT 31 • UPPLUPNA KOSTNADER OCH FÖRUTBETALDA INTÄKTER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2025-12-31	2024-12-31	2025-12-31	2024-12-31
Upplupna löner	31,1	34,6	0,3	1,4
Upplupna sociala avgifter	21,4	25,1	0,1	1,0
Semesterlöneskuld	50,3	41,2	–	–
Revisionsarvode	3,0	2,3	1,3	0,9
Upplupna marknadsföringskostnader	26,0	17,1	–	–
Upplupna fraktkostnader	13,2	18,6	–	–
Övriga upplupna kostnader	23,7	11,6	0,9	3,1
Summa	168,6	150,5	2,6	6,4

NOT 32 • KASSAFLÖDESANALYS

	Koncernen		Moderbolaget	
	2025	2024	2025	2024
Av- och nedskrivningar av anläggningstillgångar	174,1	170,0	–	–
Upplupen ränta	0,1	2,7	–	0,4
Lagerrelaterade poster	18,3	18,1	–	–
Övriga ej kassapåverkande poster	5,8	5,7	0,3	0,6
Summa	198,2	196,5	0,3	1,0



NOT 33 · FÖRVÄRV

Förvärv 2025

Inga förvärv har genomförts under 2025.

Förvärv 2024

Den 12 april 2024 förvärvade Lyko de resterande 60% av aktierna i Loveli Beauty AB för 0,3 MSEK exklusive förvärvade likvida medel. Bolaget omsatte 2,7 MSEK för räkenskapsåret 2023. Loveli Beauty AB som äger varumärket och svenska innovationen LOVE'N LAYER tillhandahåller en nagellacksprodukt i form av en layer som appliceras direkt på nagelbädden. Förvärvet ska ses som ett komplement till Lykos portfölj av egna varumärken. Allt övertvärde i samband med transaktionen har allokerats till varumärket. Tidigare var innehavet klassificerat som ett intresseföretag.



Redovisade belopp på identifierbara nettotillgångar	2024		
	Bokfört värde	Verkligt värde – justering	Verkligt värde
Övriga immateriella tillgångar	0,1	3,0	3,1
Andra långfristiga fordringar	0,1	–	0,1
Varulager	0,9	–	0,9
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	0,1	–	0,1
Uppskjuten skatt	0,0	-0,6	-0,6
Leverantörsskulder	-0,1	–	-0,1
Övriga rörelseskulder	-0,1	–	-0,1
Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	-0,7	–	-0,7
Netto identifierbara tillgångar och skulder	0,9	2,4	3,3
Köpeskilling			3,3
Köpeskilling			2024
Köpeskilling Loveli Beauty AB			3,3
Total köpeskilling			3,3
Likvidpåverkan koncernen			2024
Köpeskilling Loveli Beauty AB			-3,3
Avgår värde tidigare andelar intresseföretag			3,0
Förvärvade likvida medel			0,0
Total likvid påverkan			-0,3

NOTER

NOT 34 · STÄLLDA SÄKERHETER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2025-12-31	2024-12-31	2025-12-31	2024-12-31
Företagsinteckningar	130,0	130,0	5,0	5,0
Hyresgarantier	9,7	5,3	8,7	2,8
Pant i aktier	439,1	464,0	339,5	339,5
Spärrade medel	0,5	0,5	0,5	0,5
Summa	579,3	599,8	353,7	347,8

Företagsinteckningar och pant i aktier avser säkerhet för upptagna banklån och krediter hos långivarna. Spärrade medel avser avsatta medel för tullgaranti.

NOT 35 · EVENTUALFÖRPLIKTELSER

	Koncernen		Moderbolaget	
	2025-12-31	2024-12-31	2025-12-31	2024-12-31
Eventualförpliktelser till förmån för dotterbolag	-	-	1,0	2,6
Summa	-	-	1,0	2,6

Koncernen är från tid till annan inblandad i diverse processer och juridiska förfaranden som har uppstått genom den vardagliga affärsverksamheten. Dessa anspråk relaterar till, men är inte begränsade till, koncernens affärspraxis, personalfrågor och skattefrågor. Vad gäller frågor som inte kräver några avsättningar anser koncernen, med utgångspunkt från information som för närvarande finns tillgänglig, att dessa inte kommer att ha någon betydande negativ effekt på koncernens finansiella resultat.

NOT 36 · TRANSAKTIONER MED NÄRSTÄENDE**Inköp och försäljning mellan koncernbolag**

Nedan anges andelen av årets inköp och försäljning avseende koncernföretag i moderbolaget.

	2025	2024
Försäljning	100%	100%
Inköp	0%	0%

Moderbolagets fordringar/skulder vid årets slut hänförliga till försäljning / inköp av varor och tjänster samt cash pool.

	2025-12-31	2024-12-31
Lyko Oy	-47,2	-55,9
Lyko Operations AB	115,2	527,9
Lyko Brand AB	-1,8	-0,4
Lyko Sverige AB	-168,5	-267,1
Lyko Production AB	6,4	1,7
Valley Beauty Brands AB	11,2	-1,9
Lyko Denmark ApS	-20,0	-28,2
Lyko Sp z.o.o.	-0,8	-24,5
Lyko GmbH	-21,5	-33,0
Lyko AS	-172,2	-107,3
Lyko B.V	-17,0	-22,1
Lyko Services GmbH	18,8	30,3
Estelle&Thild AB	-13,2	-9,4
Lyko New AB	-1,2	-0,3
	-311,8	9,8

Övrigt

I separata noter finns upplysningar om;

- löner och andra ersättningar till styrelse, VD och andra ledande befattningshavare (not 9)
- andelar i koncernföretag (not 26)
- ställda säkerheter för koncernföretag (not 34)
- ansvarsförbindelser för koncernföretag (not 35)

NOT 37 · DEFINITIONER

Resultat per aktie före utspädning

Resultat per aktie före utspädning beräknas som periodens resultat delat med genomsnittligt antal utestående aktier.

Resultat per aktie efter utspädning

Resultat per aktie efter utspädning beräknas som periodens resultat delat med genomsnittligt antal utestående aktier, justerat med det vägda genomsnittliga antalet utestående aktier för utspädningseffekten av samtliga potentiella aktier. Potentiell utspädning föreligger när lösenkursen för utställda teckningsoptioner är lägre än aktuell marknadskurs. Potentiella stamaktier ger upphov till utspädning endast om en konvertering av dem ger upphov till lägre vinst per aktie eller högre förlust per aktie.

Avkastning på eget kapital

Rullande tolv månaders resultat i relation till genomsnittligt eget kapital. Detta nyckeltal mäter hur lönsamt Bolaget är för dess aktieägare.

Balansomslutning

Totala tillgångar. Detta nyckeltal kan analyseras i relation till andra nyckeltal för att bedöma Bolagets ställning och utveckling.

Bruttovinst

Nettoomsättning minus handelsvaror. Detta nyckeltal ger en bild av täckningsbidraget som genereras av den löpande verksamheten.

Bruttovinstmarginal

Nettoomsättning minus handelsvaror och övriga intäkter delat med nettoomsättning. Bruttovinstmarginalen ger en bild av täckningsbidraget som genereras av den löpande verksamheten.

EBITDA

Rörelseresultat före av- och nedskrivningar. EBITDA visar en övergripande bild av resultatet som har genererats av den löpande verksamheten.

EBITDA-marginal

EBITDA i procent av rörelsens intäkter för perioden. Detta nyckeltal används för analys av värdeskapande.

EBIT-marginal

Rörelseresultat delat med periodens totala intäkter. EBIT-marginalen ger en bild av resultatet som har genererats av den löpande verksamheten.

Försäljningstillväxt

Utvecklingen för totala intäkter i förhållande till samma period föregående år. Detta nyckeltal möjliggör för Bolaget att jämföra sin tillväxttakt mellan olika perioder samt med marknaden som helhet.

Investeringar

Investeringar i materiella och immateriella anläggningstillgångar. Detta nyckeltal ger Bolaget en bild av investeringar i den löpande verksamheten.

Medelantalet anställda

Antalet anställda i Bolaget omräknat till heltidstjänster, dvs. antal heltider som utfört arbete under året/perioden. Detta nyckeltal kan analyseras i relation till totala intäkter för att bedöma Bolagets effektivitet utifrån antal anställda.

Nettoskuld (+) / Nettokassa (-)

Räntebärande skulder minus likvida medel vid periodens utgång. Nettoskuld/nettokassa är ett nyckeltal som visar Bolagets totala nettoskuldsättning.

Rörelsekapital

Omsättningstillgångar exklusive likvida medel minus icke räntebärande kortfristiga skulder vid periodens utgång. Detta nyckeltal analyseras i relation till totala intäkter för att bedöma hur effektivt rörelsekapitalet används i verksamheten.

Rörelseresultat (EBIT)

Resultat före finansiella poster och skatt. Rörelseresultatet visar en övergripande bild av resultatet som har genererats i den löpande verksamheten.

Soliditet

Eget kapital, inklusive innehav utan bestämmande inflytande delat med balansomslutningen. Detta nyckeltal är ett mått på Bolagets finansiella ställning och anger hur stor del av balansomslutningen som finansierats av eget kapital.

Totala intäkter

Rörelsens huvudintäkter i form av försäljning av varor och tjänster, fakturerade kostnader, sidointäkter samt intäktskorrigeringar, efter avdrag för mervärdesskatt. Detta nyckeltal anger Bolagets totala försäljning och används bland annat för att bedöma Bolagets försäljningsutveckling.

Styrelseförsäkran

Undertecknade försäkrar att koncern- och årsredovisningen har upprättats i enlighet med internationella IFRS Redovisningsstandarder såsom de antagits av EU, respektive god redovisningssed och ger en rättvisande bild av koncernens och företagets ställning och resultat, samt att förvaltningsberättelsen ger en rättvisande översikt över utvecklingen av koncernens och företagets verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som de företag som ingår i koncernen står inför.

Årsredovisningens innehåll blev klart den 27 april 2026.

Stockholm den 27 april 2026

Kenneth Bengtsson
Styrelsens ordförande

Isabelle Ducellier
Styrelseledamot

Carl-Mikael Lindholm
Styrelseledamot

Marie Nygren
Styrelseledamot

Erika Lyko
Styrelseledamot

Håkan Håkansson
Styrelseledamot

Rickard Lyko
Styrelseledamot & VD

Vår revisionsberättelse har lämnats den 28 april 2026
Ernst & Young AB

Charlotte Holmstrand
Auktoriserad revisor



Revisionsberättelse

Till bolagsstämman i Lyko Group AB (publ), org.nr 556975-8229

RAPPORT OM ÅRSREDOVISNINGEN OCH KONCERNREDOVISNINGEN

UTTALANDEN

Vi har utfört en revision av årsredovisningen och koncernredovisningen för Lyko Group AB (publ) för räkenskapsår 2025. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår på sidorna 62-102 i detta dokument.

Enligt vår uppfattning har årsredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av moderbolagets finansiella ställning per den 31 december 2025 och av dess finansiella resultat och kassaflöde för året enligt årsredovisningslagen. Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av koncernens finansiella ställning per den 31 december 2025 och av dess finansiella resultat och kassaflöde för året enligt IFRS Redovisningsstandarder, såsom de antagits av EU, och årsredovisningslagen. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker därför att bolagsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget samt rapport över totalresultat och rapport över finansiell ställning för koncernen.

GRUND FÖR UTTALANDEN

Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing (ISA) och god revisionssed i Sverige. Vårt ansvar enligt dessa standarder beskrivs närmare i avsnittet Revisorns ansvar. Vi är oberoende i förhållande till moderbolaget och koncernen enligt god revisorssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

ANNAN INFORMATION ÄN ÅRSREDOVISNINGEN OCH KONCERNREDOVISNINGEN

Detta dokument innehåller även annan information än årsredovisningen och koncernredovisningen och återfinns på sidorna 1-61 och 105-108. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för denna andra information.

Vårt uttalande avseende årsredovisningen och koncernredovisningen omfattar inte denna information och vi gör inget uttalande med bestyrkande avseende denna andra information.

I samband med vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen är det vårt ansvar att läsa den information som identifieras ovan och överväga om informationen i väsentlig utsträckning är oförenlig med årsredovisningen och koncernredovisningen. Vid denna genomgång beaktar vi även den kunskap vi i övrigt inhämtat under revisionen samt bedömer om informationen i övrigt verkar innehålla väsentliga felaktigheter.

Om vi, baserat på det arbete som har utförts avseende denna information, drar slutsatsen att den andra informationen innehåller en väsentlig felaktighet, är vi skyldiga att rapportera detta. Vi har inget att rapportera i det avseendet.

STYRELSENS OCH VERKSTÄLLANDE DIREKTÖRENS ANSVAR

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att årsredovisningen och koncernredovisningen upprättas och att de ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen och, vad gäller koncernredovisningen, enligt IFRS Redovisningsstandarder såsom de antagits av EU. Styrelsen och verkställande direktören ansvarar även för den interna kontroll som de bedömer är nödvändig för att upprätta en årsredovisning och koncernredovisning som inte innehåller några väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag.

Vid upprättandet av årsredovisningen och koncernredovisningen ansvarar styrelsen och verkställande direktören för bedömningen av

bolagets förmåga att fortsätta verksamheten. De upplyser, när så är tillämpligt, om förhållanden som kan påverka förmågan att fortsätta verksamheten och att använda antagandet om fortsatt drift. Antagandet om fortsatt drift tillämpas dock inte om styrelsen och verkställande direktören avser att likvidera bolaget, upphöra med verksamheten eller inte har något realistiskt alternativ till att göra något av detta.

REVISORNS ANSVAR

Våra mål är att uppnå en rimlig grad av säkerhet om att årsredovisningen och koncernredovisningen som helhet inte innehåller några väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag, och att lämna en revisionsberättelse som innehåller våra uttalanden. Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men är ingen garanti för att en revision som utförs enligt ISA och god revisionsmed i Sverige alltid kommer att upptäcka en väsentlig felaktighet om en sådan finns. Felaktigheter kan uppstå på grund av oegentligheter eller misstag och anses vara väsentliga om de enskilt eller tillsammans rimligen kan förväntas påverka de ekonomiska beslut som användare fattar med grund i årsredovisningen och koncernredovisningen.

Som del av en revision enligt ISA använder vi professionellt omdöme och har en professionellt skeptisk inställning under hela revisionen. Dessutom:

- identifierar och bedömer vi riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen och koncernredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag, utformar och utför granskningsåtgärder bland annat utifrån dessa risker och inhämtar revisionsbevis som är tillräckliga och ändamålsenliga för att utgöra en grund för våra uttalanden. Risker för att inte upptäcka en väsentlig felaktighet till följd av oegentligheter är högre än för en väsentlig felaktighet som beror på misstag, eftersom oegentligheter kan innefatta agerande i maskopi, förfalskning, avsiktliga utelämnanden, felaktig information eller åsidosättande av intern kontroll.



- skaffar vi oss en förståelse av den del av bolagets interna kontroll som har betydelse för vår revision för att utforma granskningsåtgärder som är lämpliga med hänsyn till omständigheterna, men inte för att uttala oss om effektiviteten i den interna kontrollen.
- utvärderar vi lämpligheten i de redovisningsprinciper som används och rimligheten i styrelsens och verkställande direktörens uppskattningar i redovisningen och tillhörande upplysningar.
- drar vi en slutsats om lämpligheten i att styrelsen och verkställande direktören använder antagandet om fortsatt drift vid upprättandet av årsredovisningen och koncernredovisningen. Vi drar också en slutsats, med grund i de inhämtade revisionsbevisen, om det finns någon väsentlig osäkerhetsfaktor som avser sådana händelser eller förhållanden som kan leda till betydande tvivel om bolagets förmåga att fortsätta verksamheten. Om vi drar slutsatsen att det finns en väsentlig osäkerhetsfaktor, måste vi i revisionsberättelsen fästa uppmärksamheten på upplysningarna i årsredovisningen om den väsentliga osäkerhetsfaktorn eller, om sådana upplysningar är otillräckliga, modifiera uttalandet om årsredovisningen och koncernredovisningen. Våra slutsatser baseras på de revisionsbevis som inhämtas fram till datumet för revisionsberättelsen. Dock kan framtida händelser eller förhållanden göra att ett bolag inte längre kan fortsätta verksamheten.
- utvärderar vi den övergripande presentationen, strukturen och innehållet i årsredovisningen och koncernredovisningen, däribland upplysningarna, och om årsredovisningen och koncernredovisningen återger de underliggande transaktionerna och händelserna på ett sätt som ger en rättvisande bild.
- planerar och utför vi koncernrevisionen för att inhämta tillräckliga och ändamålsenliga revisionsbevis avseende den finansiella informationen för företag eller affärsenheter inom koncernen som grund för att göra ett uttalande avseende koncernredovisningen. Vi ansvarar för styrning, övervakning och genomgång av det revisionsarbete som utförts för koncernrevisionens syfte. Vi är ensamt ansvariga för våra uttalanden. Vi måste informera styrelsen om bland annat revisionens planerade omfattning och inriktning samt tidpunkten för den. Vi måste också informera om betydelsefulla iakttagelser under revisionen, däribland de eventuella betydande brister i den interna kontrollen som vi identifierat.

RAPPORT OM ANDRA KRAV ENLIGT LAGAR OCH ANDRA FÖRFATTNINGAR

UTTALANDEN

Utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen har vi även utfört en revision av styrelsens och verkställande direktörens förvaltning av Lyko Group AB (publ) för år 2025 samt av förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust.

Vi tillstyrker att bolagsstämman disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

GRUND FÖR UTTALANDEN

Vi har utfört revisionen enligt god revisionsred i Sverige. Vårt ansvar enligt denna beskrivs närmare i avsnittet Revisorns ansvar. Vi är oberoende i förhållande till moderbolaget och koncernen enligt god revisorsred i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

STYRELSENS OCH VERKSTÄLLANDE DIREKTÖRENS ANSVAR

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust. Vid förslag till utdelning innefattar detta bland annat en bedömning av om utdelningen är försvarlig med hänsyn till de krav som bolagets och koncernens verksamhetsart, omfattning och risker ställer på storleken av moderbolagets och koncernens egna kapital, konsolideringsbehov, likviditet och ställning i övrigt.

Styrelsen ansvarar för bolagets organisation och förvaltningen av bolagets angelägenheter. Detta innefattar bland annat att fortlöpande bedöma bolagets och koncernens ekonomiska situation och att tillse att bolagets organisation är utformad så att bokföringen, medelsförvaltningen och bolagets ekonomiska angelägenheter i övrigt kontrolleras på ett betryggande sätt. Verkställande direktören ska sköta den löpande förvaltningen enligt styrelsens riktlinjer och anvisningar och bland annat vidta de åtgärder som är nödvändiga för att bolagets bokföring ska fullgöras i överensstämmelse med lag och för att medelsförvaltningen ska skötas på ett betryggande sätt.

REVISORNS ANSVAR

Vårt mål beträffande revisionen av förvaltningen, och därmed vårt uttalande om ansvarsfrihet, är att inhämta revisionsbevis för att med en rimlig grad av säkerhet kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören i något väsentligt avseende:

- företagit någon åtgärd eller gjort sig skyldig till någon försummelse som kan föranleda ersättningskyldighet mot bolaget, eller
- på något annat sätt handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Vårt mål beträffande revisionen av förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust, och därmed vårt uttalande om detta, är att med rimlig grad av säkerhet bedöma om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men ingen garanti för att en revision som utförs enligt god revisionsred i Sverige alltid kommer att upptäcka åtgärder eller försummelser som kan föranleda ersättningskyldighet mot bolaget, eller att ett förslag till dispositioner av bolagets vinst eller förlust inte är förenligt med aktiebolagslagen.

Som en del av en revision enligt god revisionsred i Sverige använder vi professionellt omdöme och har en professionellt skeptisk inställning under hela revisionen. Granskningen av förvaltningen och förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust grundar sig främst på revisionen av räkenskaperna. Vilka tillkommande granskningsåtgärder som utförs baseras på vår professionella bedömning med utgångspunkt i risk och väsentlighet. Det innebär att vi fokuserar granskningen på sådana åtgärder, områden och förhållanden som är väsentliga för verksamheten och där avsteg och överträdelser skulle ha särskild betydelse för bolagets situation. Vi går igenom och prövar fattade beslut, beslutsunderlag, vidtagna åtgärder och andra förhållanden som är relevanta för vårt uttalande om ansvarsfrihet. Som underlag för vårt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust har vi granskat om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Stockholm den 28 april 2026

Ernst & Young AB

Charlotte Holmstrand
Auktoriserad revisor

Nyckeltalsdefinitioner

Denna rapport innehåller finansiella nyckeltal i enlighet med det av Lykos tillämpade ramverk för finansiell rapportering, vilket baseras på IFRS Redovisningsstandarder. Därutöver finns andra nyckeltal och indikationer som används för att följa upp, analysera och styra verksamheten samt för att förse Lykos intressenter med finansiell information om bolagets finansiella ställning, resultat och utveckling på ett konsekvent sätt.

Dessa alternativa nyckeltal och indikationer anses nödvändiga för att kunna följa utvecklingen av Lykos finansiella mål. Därför är nyckeltal avseende lönsamhet, kapitalstruktur och avkastning relevanta att presentera kontinuerligt.

Nedan följer en lista över beräkningar, för definitioner se not 37, av de alternativa nyckeltal och indikationer som används, refereras till och presenteras i rapporteringen.

FÖRSÄLJNINGSTILLVÄXT

	2025	2024
Nettoomsättning, innevarande år	3 962,6	3 561,7
Nettoomsättning, föregående år	3 561,7	3 053,7
Försäljningstillväxt, %	11,3 %	16,6 %

BRUTTOVINST

	2025	2024
Nettoomsättning	3 962,6	3 561,7
Handelsvaror	-2 303,9	-1 992,9
Bruttovinst	1 658,7	1 568,8

BRUTTOVINSTMARGINAL, %

	2025	2024
Nettoomsättning	3 962,6	3 561,7
Bruttovinst	1 658,7	1 568,8
Bruttovinstmarginal, %	41,9 %	44,0 %

EBITDA

	2025	2024
EBIT/Rörelseresultat	78,2	117,4
Avskrivningar och nedskrivningar	174,1	170,0
EBITDA	252,3	287,4

EBIT-MARGINAL, %

	2025	2024
Totala intäkter	3 975,7	3 579,1
Rörelseresultat	78,2	117,4
EBIT-marginal	2,0 %	3,3 %

NETTOSKULD (+) / NETTOKASSA (-)

	2025	2024
Långfristiga skulder till kreditinstitut	444,5	214,6
Kortfristiga skulder till kreditinstitut	300,5	259,0
Kassa och bank	-452,5	-140,5
Nettoskuld (+) / Nettokassa (-)	292,5	333,1

RÖRELSEKAPITAL

	2025	2024
Summa omsättningstillgångar	1 278,9	775,4
Kassa och bank	-452,5	-140,5
Summa kortfristiga skulder	-1 640,2	-1 027,2
Kortfristiga skulder till kreditinstitut	300,5	259,0
Kortfristiga leasingskulder	144,8	115,8
Rörelsekapital	-368,5	-17,5

AVKASTNING PÅ EGET KAPITAL

	2025	2024
Periodens resultat	-3,0	21,0
Genomsnittligt eget kapital	470,0	439,4
Avkastning på eget kapital	-0,6 %	4,8 %

SOLIDITET

	2025	2024
Summa eget kapital	456,6	469,1
Summa tillgångar	3 086,4	2 313,3
Soliditet	14,8 %	20,3 %

Information till aktieägarna

KALLELSE TILL ÅRSSTÄMMA I LYKO GROUP AB (PUBL)

Aktieägarna i Lyko Group AB (publ), org.nr 556975-8229, med säte i Vansbro, kallas härmed till årsstämma tisdagen den 19 maj 2026 klockan 09.00 som hålls i Lyko FABship store, Drottninggatan 39, Stockholm. Inregistrering börjar klockan 08.30.

RÄTT ATT DELTA VID BOLAGSSTÄMMAN

Aktieägare som önskar delta vid bolagsstämman ska dels vara införd i den av Euroclear Sweden AB framställda aktieboken avseende förhållandena den 8 maj 2026, dels anmäla sig hos bolaget senast den 12 maj 2026.

Anmälan ska ske genom brev till Lyko Group AB (publ),
Att: Tom Thörnblom, Sveavägen 53, 113 59 Stockholm *eller*
per e-post till bolagsstamma@lyko.com.

Vid anmälan bör namn, person-/organisationsnummer, aktieinnehav, adress, telefonnummer dagtid och uppgift om eventuella biträden (högst två) samt, i förekommande fall, uppgift om ombud uppges.

OMBUD

Aktieägare som företräds genom ombud ska utfärda daterad fullmakt för ombudet. Om fullmakten utfärdas av juridisk person ska bestyrkt kopia av registreringsbevis eller motsvarande för den juridiska personen bifogas. Fullmakten och eventuellt registreringsbevis får inte vara äldre än ett år, dock får fullmakten vara äldre om den enligt sin lydelse är giltig en längre tid, maximalt längst fem år. Fullmakten i original samt eventuellt registreringsbevis bör i god tid före stämman insändas till bolaget på ovan angiven adress eller via e-post på ovan angiven e-postadress. Blankett för fullmakt finns att hämta på bolagets hemsida, www.lyko.com, och kommer även att sändas till aktieägare som så begär och som uppger sin postadress.

FÖRVALTARREGISTRERADE AKTIER

Aktieägare som låtit förvaltarregistrera sina aktier genom bank eller värdepappersinstitut måste för att äga rätt att delta i stämman låta registrera om aktierna i eget namn. Sådan registrering kan vara tillfällig (s.k. rösträttsregistrering) och begärs hos förvaltaren enligt förvaltarens rutiner i sådan tid i förväg som förvaltaren bestämmer. Rösträttsregistreringar som gjorts senast den 12 maj 2026 beaktas vid framställningen av aktieboken.

UTDELNING

Styrelsen i Lyko kommer att föreslå årsstämman att ej lämna någon utdelning för verksamhetsåret 2025. Lyko kommer under de närmaste åren primärt använda genererade kassaflöden till bolagsbyggande.

KOMMANDE INFORMATIONSTILLFÄLLEN

- Delårsrapport januari – mars 2026 28 april 2026 kl 07.00
- Årsstämma 2025 19 maj 2026 i Stockholm
- Delårsrapport april-juni 2026 17 juli 2026 kl 07.00
- Delårsrapport juli-september 2026 22 oktober 2026 kl 07.00
- Bokslutskommuniké 2026 12 februari 2027 kl 07.00

Kontakt

LYKO GROUP AB (PUBL)

Äppelbovägen 60
786 91 Vansbro, Sverige
fråga@lyko.com

RICKARD LYKO

Verkställande direktör
+46 (0)76-026 74 28
rickard.lyko@lyko.com

YLVA NORLÉN

CFO
+46 (0)72-980 47 50
ylva.norlen@lyko.com

TOM THÖRNBLOM

IR och kommunikationschef
+46 (0)72-555 01 90
tom.thornblom@lyko.com

lyko.com

AVANZA BANK

Bolagets Certified Adviser
+46 (0)8-409 421 20
corp@avanza.se

- HUD - SMINK - DOFT - HÅR - HUD - SMINK - DOFT - HÅR - HUD - SMINK - DOFT - HÅR -

your beauty playground



lyko.com

- HUD - SMINK - DOFT - HÅR - HUD - SMINK - DOFT - HÅR - HUD - SMINK - DOFT - HÅR -