

Pressmeddelande

16 juli 2021

LYKO GROUP DELÅRSRAPPORT JAN – JUN 2021

Andra kvartalet

- Nettoomsättningen uppgick till 528,5 (436,0) MSEK.
- Försäljningstillväxten var 21,2% (57,9%).
- Bruttovinstmarginalen uppgick till 43,2% (44,2%).
- EBIT uppgick till 23,4 (11,8) MSEK.
- EBIT-marginalen var 4,4% (2,7%).
- Periodens resultat 17,0 (1,9) MSEK.

Perioden 1 januari - 30 juni

- Nettoomsättningen uppgick till 966,8 (748,9) MSEK.
- Försäljningstillväxten var 29,1% (41,6%).
- Bruttovinstmarginalen uppgick till 44,5% (45,3%).
- EBIT uppgick till 43,1 (7,0) MSEK.
- EBIT uppgick till 4,4% (0,9%).
- Periodens resultat 32,7 (-8,9) MSEK

FORTSATT TILLVÄXT OCH FÖRBÄTTRAD LÖNSAMHET

KOMMENTARER FRÅN VD

Jag är stolt över att få summera 21,2 procents total tillväxt och 23,8 procent tillväxt online för andra kvartalet. När vi klev in i kvartalet mötte vi enorma jämförelsetal inom online mot föregående år och det var stor osäkerhet kring kundflödena i våra butiker. Samtidigt var vi optimistiska eftersom vi hade ett bättre operationellt utgångsläge och en större adresserbar marknad än tidigare.

Vi uppnådde en nettoomsättning på 528,5 miljoner där 89 procent kom från online. EBIT-resultatet landade på 23,4 miljoner vilket är en förbättring mot föregående år och ligger i linje med föregående kvartal. Detta är åter igen ett bevis för att vår modell för lönsam tillväxt ser ut att fungera.

Vi lyckas effektivisera overheaden och hitta skalfördelarna i volymen. Det blir allt viktigare med att automatisera flöden och nyttja teknik som frigör tid. Vårt mål är att kontinuerligt förbättra lönsamheten även om bruttovinstmarginalerna skulle sjunka något.

Vi börjar se tendenser till ljusning i vår retail verksamhet som förbättrar försäljningen mot jämförbara butiker föregående år och totalt summerar vi 56,3 miljoner i omsättning. Butiker är en viktig arena för oss och våra leverantörer, inte minst för att kunna introducera nyheter, bygga varumärken men framför allt för att bli kundens självklara val.

Det är tydligt att den norska marknaden blir allt viktigare för oss och vi har nyligen beslutat att öppna en Flagship store på paradgatan Karl Johan i Oslo. Vår tro är att detta "Primeläge" förbättrar sannolikheten att snabbare nå den marknadsposition som vi eftersträvar i Norge, där vi ser att vi lyckats ökat vår varumärkeskännetid kraftigt det senaste året.

Försäljningen i Norge fortsätter att växa kraftigt och utgjorde över 24 procent av bolagets totala omsättning i kvartalet. Försäljningen uppgick till 129 miljoner svenska kronor. Vi har en stark försäljningstillväxt i samtliga våra marknader och vi ser att vi får tydlig respons i våra nya marknader i Europa även om det som förväntat ännu inte påverkar totalen i någon större utsträckning.

KUNDFOKUS ÄR AVGÖRANDE FÖR VÅR TILLVÄXT

Feedbacken från våra kunder är enormt viktig för att kalibrera våra prioriteringar och helt avgörande för att klara vår tillväxtresa. När vi går in i ett nytt land är det därför självklart att öppna ett lokalt kontor som sköter översättning av siten och tar hand om kundernas frågor.

Vi har starka ambassadörer i alla ålderskategorier men extra glädjande är att den äldre målgruppen, där många har hittat e-handel under det senaste året, är den kundgrupp som ger oss högst betyg.

FÖRVÄRV FÖR FRAMTIDEN

Kvartalet avslutades med förvärv av livsstilsvarumärket Pusher, vårt första förvärv inriktat mot män som kompletterar vår Private Label portfölj väl. Direkt finns det stor potential att tillföra våra skalfördelar och kompetens inom fysisk och digital handel. Framåt ser vi möjligheter till att ytterligare bredda produktportföljen och förädla varumärket. Vi gillar förvärv som stärker våra marginaler och som ger oss en unikititet när vi expanderar vår försäljning i Europa.

Vi har välkomnat många nya kollegor till bolaget och det är enormt roligt att se att vår satsning på ett IT-kontor i Borlänge direkt lyckas attrahera kvalificerad kompetens.

Samtidigt som många i personalen nu går på välförtjänt sommarsemester börjar andra förbereda och packa årets julkalendrar. Vi ser framemot en spännande höst där vi bland annat kommer starta ny automation på lagret, vilken kommer dubblera vår kapacitet.

Rickard Lyko, VD

För mer information vänligen kontakta

Rickard Lyko, VD Lyko.

076 026 74 28, rickard.lyko@lyko.com

Tom Thornblom, Kommunikation- & hållbarhetschef

072 555 01 90, tom.thornblom@lyko.com

Denna information är insiderinformation som Lyko Group AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning och information som Lyko Group AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 16 juli 2021 kl. 07.00 CET.

Om Lyko

Lyko Group AB (publ) är en hårvård- och skönhetspecialist. Med marknadens bredaste sortiment online, integrerade butiker och salonger, inspirerar och guidar vi kunden till sitt bästa jag. Koncernen driver webbplatsen Lyko.com samt 32 helägda integrerade butiker och salonger i Sverige och Norge. Verksamheten sysselsätter närmare 750 personer. Lyko är noterat på First North Premier Growth Market. Avanza Bank, +46(0)8-409 421 20, corp@avanza.se, är bolagets Certified Adviser. Besök lyko.com för mer information.