

16 juli 2020

LYKO GROUP DELÅRSRAPPORT JAN – JUN 2020

ANDRA KVARTALET

- Nettoomsättningen uppgick till 436,0 (276,2) MSEK.
- Försäljningstillväxten var 57,9% (26,4%).
- Bruttovinstmarginalen uppgick till 44,2% (46,4%).
- EBITDA uppgick till 34,5 (17,5) MSEK.
- EBITDA-marginalen uppgick till 7,8% (6,3%).
- Rörelseresultatet uppgick till 11,8 (-0,1) MSEK.
- Rörelsemarginalen var 2,7% (0,0%).
- Periodens resultat 1,9 (0,0) MSEK.

PERIODEN 1 JANUARI – 30 JUNI

- Nettoomsättningen uppgick till 748,9 (528,7) MSEK.
- Försäljningstillväxten var 41,6% (26,1%).
- Bruttovinstmarginalen uppgick till 45,3% (47,2%).
- EBITDA uppgick till 49,1 (35,4) MSEK.
- EBITDA-marginalen uppgick till 6,5% (6,7%) procent.
- Rörelseresultatet uppgick till 7,0 (2,1) MSEK.
- Rörelsemarginalen uppgick till 0,9% (0,4%).
- Periodens resultat -8,9 (1,1) MSEK.

KOMMENTARER FRÅN VD

”99 % TILLVÄXT ONLINE.”

Online hade en försäljningstillväxt på 98,7 procent, totalt nådde vi en tillväxt på 57,9 procent och omsatte 436 miljoner under kvartalet. Vi har lyckats stärka resultatet, EBITDA-marginalen landade på 7,8% (6,3%) och EBIT-resultatet uppgick till 11,8 MSEK, vilket är nästan 12 MSEK bättre jämfört med samma period föregående år.

Den kraftiga försäljningsökningen förklaras av ett ökat e-handelsbeteende hos konsumenter i kombination med vår lyckade varumärkessatsning. Det är tydligt att även en äldre målgrupp har hittat till nätet, både i Sverige och i övriga länder där vi är verksamma. Online står nu för 82,9 procent av bolagets totala omsättning.

Störst försäljningstillväxt i procent har skett i Norge, Finland och Danmark men i absoluta tal är tillväxten fortsatt störst i Sverige. Försäljningsökningen sker i hela vårt sortiment. Samtidigt har produkter kopplade till Covid-19, så som handsprit, bara marginellt bidragit till den ökade omsättningen.

Försäljningen i Retail har gått ner 36 procent mot föregående år. Vi agerade snabbt för att parera den minskade försäljningen på kostnadssidan, men vi har inte helt kunnat kompensera för den. Förhandlingarna med våra hyresvärdar har resulterat i att vi har fått hyresrabatter från de allra flesta och totalt har vi reducerat hyrorna med cirka tre miljoner. För kvartalet har vi även sökt och beviljats permitteringsstöd på tre miljoner från Tillväxtverket.

Även om Retail påverkats ordentligt av pandemin är vår tro fortsatt att kanalerna bygger varandra, inte minst varumärkesstärkande. Samtidigt utvärderar vi kontinuerligt vårt butiksnätverk och har under kvartalet stängt två butiker, Karlskrona och Nacka.

BRA TIMING PÅ VÅR STORA VARUMÄRKESKAMPANJ

Det har varit lyckosamt att vi vågade fatta beslutet att rulla ut vår hittills största marknadsföringskampanj i slutet av mars, trots den rådande situationen. De första mätningar visar att många konsumenter har sett kampanjen och att varumärket stärkts. Ytterligare en positiv effekt är att vi har fått ett ökat intresse från många leverantörer, som har noterat den ökade försäljningen.

PASSERAT EN MILJON PAKET FRÅN VÅRT NYA LAGER I VANSBRO

Att vi under första kvartalet hann genomföra flytten till vårt nya högautomatiserade lager har möjliggjort att vi har kapaciteten att hantera den extremt snabba försäljningstillväxten. Totalt har över en miljon paket lämnat vårt nya lager och nu har vi trimmat in automationen ordentligt. I slutet av kvartalet nådde vi en kapacitet där vi komfortabelt kan hantera den ökade volymen. För att rusta oss för framtiden och ytterligare tillväxt har vi börjat planera för en dubbling av automationen i vår befintliga byggnad.

Våra marginaler har minskat något till följd av en mixförskjutning i sortimentet under kvartalet, samt att antalet behandlingar i våra salonger minskat till följd av Covid-19. Samtidigt ser vi att de ökade volymerna ger oss en hävstång framåt då våra kostnader minskar i förhållande till omsättningen. Positivt är även att vi trots kraftigt ökade volymer har lyckats hålla vår returgrad på strax under en procent, vilket fortsatt är en väldigt låg nivå.

Hur det nya normala kommer se ut vågar jag inte sia om men vi är på tå och väl rustade för att hantera olika scenarion. Under kvartalet firade Lyko tolv år som bolag, tolv år med konstant tillväxt, men det har aldrig gått så fort som nu. Jag är så stolt över samtliga medarbetare som varje dag förbättra kundupplevelsen och bygger varumärket, samtidigt som vi har väldigt roligt tillsammans!

Rickard Lyko, VD Lyko

För mer information vänligen kontakta

Rickard Lyko, VD Lyko.

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

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 2020 kl. 07.00 CET.

Om Lyko

Lyko Group AB (publ) är en hårvård- och skönhetspecialist med ambition att förändra branschen. Vi har vårt ursprung i den professionella hårvården. Med marknadens bredaste sortiment online, integrerade butiker och salonger inspirerar och guidar vi kunden till sitt bästa jag. Koncernen driver webbplatserna Lyko.se, Lyko.no, Lyko.fi, Lykoshop.dk samt 37 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 www.lyko.se för mer information