

## Ytrade Group AB (publ) delårsrapport januari–mars 2022

### Perioden januari–mars 2022

- Nettoomsättningen uppgick till 1 712 Tkr (2 358) motsvarande en minskning med 27 procent.
- Bruttomarginalen uppgick till 41 procent (40).
- EBITDA uppgick till -7 093 Tkr (-6 278).
- Rörelseresultatet uppgick till -8 291 Tkr (-6 379).
- Resultat efter skatt uppgick till -8 297 Tkr (-6 389).
- Resultat per aktie uppgick till -0,32 kr (-0,34).

### Proforma perioden januari–mars 2022<sup>1</sup>

- Nettoomsättningen uppgick till 1 888 Tkr (2 581) motsvarande en minskning med 27 procent.
- Bruttomarginalen uppgick till 42 procent (41).
- EBITDA uppgick till -7 053 Tkr (-6 189).
- Rörelseresultatet uppgick till -8 069 Tkr (-6 296).
- Resultat efter skatt uppgick till -8 070 Tkr (-6 296).
- Resultat per aktie uppgick till -0,31 kr (-0,34).

### Väsentliga händelser under och efter perioden

- I januari rekryterades Gustaf Törling som Chief Brand Officer med uppdraget att stärka gruppen och dess varumärken samt utveckla designen och upplevelsen på plattformen.
- I januari tecknades avtal om förvärv av samtliga aktier i RE/WAY, ett e-- handelsbolag inom luxury-segmentet. Förvärvet fullföljdes i februari genom att emittera och tilldela 813 559 aktier i Ytrade till säljarna.
- I samband med förvärvet av RE/WAY genomfördes en riktad nyemission av 4 591 157 aktier till en teckningskurs om 2,31 kronor per aktie, vilket medför en emissionslikvid om cirka 10,6 Mkr. Kapitalanskaffningen skedde i syfte att bland annat finansiera bolagets planerade fortsatta expansion. Genom den riktade nyemissionen stärktes aktieägarbasen ytterligare med strategiska aktieägare såsom First Venture och Gainbridge Capital genom fonden Gainbridge Novus Nordic.
- Avtal tecknades under februari med loungewear- varumärket A part of the art och det norska modevarumärket Monel.
- I mars tecknades tre nya avtal med hem- och inredningsvarumärket Layered, sportmodevarumärket ICANIWILL och lounge- och swimwear-varumärket Nikben.
- Under perioden har Ytrades organisation ställts om för att möta förändrade marknadsförutsättningar, samt för att stärka förutsättningarna för fortsatt tillväxt. Det har inneburit en minskad personalstyrka och ett skifte i kompetensbehov för att kunna leverera i enlighet med bolagets ökade tech-fokus.
- Under april presenterades koncernens utveckling mot ett ökat techfokus där verksamheten kommer att bedrivas inom fyra affärgrenar – Tech, Logistics, eCom och M&A.
- För att tydliggöra den pågående förändringen har Ytrade Group påbörjat en process för att byta namn till Spherio Group. Namnbytet sker först genom beslut om ändring av bolagsordning på årsstämman den 13 maj 2022.
- Efter periodens utgång tecknades fyra nya avtal med modedistributören Welcome, denimvarumärket ADNYM och premiumvarumärkena Understatement och Filippa K.

### VD-kommentar

#### Viktiga strategiska framsteg för tillväxt och utveckling

Ytrade tog under kvartalet flera viktiga steg för vår fortsatta utveckling och tillväxt. I linje med vår förvärvs- och tillväxtstrategi kunde vi i januari glädjande annonsera vårt första förvärv och en framgångsrik nyemission kopplad till förvärvet. Vidare har vi ytterligare optimerat vår verksamhet och minskat kostnadsmassan genom främst mer kostnadseffektiv logistik och minskade personal- och marknadsföringskostnader under kvartalet, vilket kommer ge fortsatt effekt under andra kvartalet 2022 och framåt. Samtidigt har vi tecknat avtal med flera starka varumärken inom bland annat mode, loungewear och home och fortsatt utvecklingen mot ett ökat techfokus och ett kommande SaaS-erbjudande som jag beskriver närmare nedan.

Första kvartalet har tyvärr också präglats av en orolig omvärldssituation med krig i Ukraina som är djupt oroande på alla sätt. Samtidigt har det under kvartalet skett en återgång till en mer normal vardag efter covidpandemin. I spåren av detta ser vi dock temporära följd effekter i form av tydlig varubrist och leveransföreningar hos våra varumärken och samarbetspartners, vilket återspeglades i ett mindre utbud på Yaytrade under kvartalet. Den breda e- handelssektorn har under första kvartalet generellt haft en vikande försäljning, vilket även var fallet för Yaytrade.

Trots en utmanande marknad under kvartalet fortsatte vi att knyta till oss nya starka varumärken som vi når genom det starka varumärke och erbjudande vi byggt upp under 2021. Vi arbetar långsiktigt och strukturerat för

att få rätt genomslag. Vårt säljteam har bland annat besökt modemässor i Florens och Köpenhamn där vårt varumärke och erbjudande väcker intresse från olika internationella varumärken och aktörer.

### **Förvärv av RE/WAY**

I februari fullföljdes förvärvet av RE/WAY, ett e-handelsbolag inom luxury-segmentet med en digital marknadsplats för äkthetsverifierade kläder och accessoarer. Förvärvet är av mindre karaktär men ett första viktigt steg i vår förvärvsstrategi och kompletterar plattformen Yaytrade med ett fokus på luxury-segmentet. Samtidigt ser vi starka synergier inom försäljning, marknadsföring, logistik och potential att vidareetablera varumärket med de interna resurser vi besitter i gruppen. I samband med förvärvet genomfördes en riktad nyemission till framför allt två strategiska investerare i form av investmentbolaget First Venture samt Gainbridge Capital genom fonden Gainbridge Novus Nordic. Vi är både glada och stolta att få in två starka aktörer med väletablerade nätverk.

### **Föränderlig marknad**

Marknaden är fortsatt under stor förändring och konsumenter ställer ökade krav på bolag verksamma inom fashion- och livsstilssegmentet vad gäller hållbarhet. En del av lösningen på detta är hållbart producerade produkter, men framför allt ser vi en ökad efterfrågan på alternativ som möjliggör ett förlängt liv på redan producerade produkter. I linje med att konsumenter blir mer och mer miljömedvetna ökar försäljning av secondhand, utgående lager och samples samtidigt som kraven på ett cirkulärt förhållningsätt ökar. Inom tech och eCom ser vi digitaliseringstrenden få fäste, vilket förändrar beteende och krav på både privatpersoner och företag. Konsumenter efterfrågar i högre utsträckning smidiga digitala lösningar och en större tillgänglighet, samtidigt som företagen och varumärken vill kunna öka sin tillgänglighet och ha kontroll över sin branding och försäljning. Vi är övertygade om att detta kommer att leda till att försäljningskanalen "resale" adderas som en naturlig del i en omni channel-strategi.

### **Optimerad verksamhet och ökat tech-fokus**

Som ett svar på den marknadsutveckling vi ser och för att optimera Ytrades styrkor och förutsättningar baserad på vår nuvarande verksamhet har vi genomfört betydande organisatoriska förändringar under perioden. Det innebär att vi renodlar och optimerar verksamheten med syfte att öka takten i arbetet för att nå lönsamhet. Samtidigt ser vi positiva effekter av de satsningar vi gjort under 2021, vilket bäddar för tillväxt och strategiska steg under 2022.

### **Attraktiv SaaS-lösning**

Vi har under perioden aktivt arbetat med att intensifiera vårt tech-fokus. Med den erfarenhet vi byggt upp genom vår plattform Yaytrade kommer vi under andra kvartalet 2022 lansera en attraktiv SaaS-lösning för varumärken, distributörer och retail-kunder med utrollning under tredje kvartalet 2022. Ytrades SaaS-lösning kommer att erbjuda en smidig plug-and-play-funktion för varumärken och retail-företag som vill utveckla och driva egna digitala secondhand-butiker eller butiker för digitala utförsäljningar av provkollektioner och utgående lager. Den innebär en attraktiv och lättillgänglig plattform för digital närvaro och tillhörande logistik som gör det möjligt för företagen att förlänga produktlivscyklar och stärka sin hållbarhetsprofil på ett mycket smidigt och skalbart sätt.

Vi möter ett stort intresse för vår SaaS-lösning och vi för i dagsläget långtgående förhandlingar med ett flertal varumärkes- och retail-bolag. Det finns en betydande skalbarhet och möjlighet för tillväxt inom detta segment nationellt och internationellt. Vår förväntan är att denna verksamhetsgren på sikt kommer att generera återkommande intäkter och en förbättrad brutto- och rörelsemarginal. Med detta stärker vi möjligheterna för koncernens tillväxt på både existerande och nya marknader. Denna satsning har möjliggjorts genom investeringar i vår tech-plattform historiskt och vi ser fram emot att nu kunna ta steget fullt ut för att kunna kapitalisera på den teknologi vi byggt upp inom koncernen.

### **Fyra affärgrenar**

Ytrades fulla fokus framåt ligger på verksamhetens lönsamma delar samt att växa organiskt och genom lönsamma och värdeskapande förvärv. Som ett led i denna utveckling kommer vi framgent att arbeta inom fyra affärgrenar med fokus på Tech, eCom, Logistics och M&A, något som kommer förtydligas ytterligare under året. Vi avser även att byta namn från Ytrade Group till Spherio Group, vilket kan ske efter beslut på årsstämman i maj 2022.

Genom vår teknik och våra marknadsplatser vill vi förändra och skaka om en internationell multimiljardmarknad. Vi har ett spännande 2022 framför oss.

David Knape, VD Ytrade Group AB (publ)

1. Proforma inkluderar Ytrade Group AB (publ) samt RE/WAY AB. Syftet med att redovisa proforma är att ge en bild av hur koncernens finansiella ställning och resultat hade sett ut per 2022-03-31 om de bolag som förvärvats under perioden, eller där avtal om förvärv har kommunicerats, hade sett ut om deras resultat för perioden hade konsoliderats med den befintliga delen av koncernen. Proforman som presenteras i denna delårsrapport visar hur det konsoliderade resultatet för Ytrade Group AB (publ) hade sett ut om alla kommunicerade förvärv fram till datumet för denna delårsrapport hade konsoliderats från och med 2021-01-01.

[\[Ladda ner rapporten i sin helhet här\]](#)

<https://investors.yaytrade.com/financial-reports>

**För ytterligare information, vänligen kontakta:**

David Knape, VD Ytrade Group AB (publ)

E-post: [david.knape@yaytrade.com](mailto:david.knape@yaytrade.com)

Telefon: +46 70 999 90 09

Denna information har publicerats genom ovanstående kontaktpersons försorg, vid den tidpunkt som anges av Ytrade Group AB:s (publ) nyhetsdistributör Cision vid publiceringen av detta pressmeddelande.

Denna information är sådan information som Ytrade Group AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 6 maj 2022 kl 08.00 CEST.

**Om Ytrade Group**

Ytrade Group (Ytrade) är en svensk fashion tech och eCom-grupp som driver marknadsplatsen Yaytrade. Sedan februari 2022 ingår även e-handelsbolaget Re/Way i Ytrade Group. Den första versionen av Ytrades marknadsplattform lanserades för allmänheten i slutet av 2017. Gruppen har sitt säte i Stockholm, Sverige.

På Yaytrade kan privatpersoner handla premium fashion och livsstilsprodukter från varumärken och bolag som genom Yaytrade säljer ut utgående lager, samples och returerna genom digitaliserade "pop-up butiker". Bolaget bedriver även försäljning av premium second hand från privatpersoner och influencers där användarna skapar sina egna e-butik där de kan skapa annonser själva eller använda bolagets pick-up service. Yaytrade har en urban användarbas och en utstickande design som b.l.a plockade hem silver i Svenska Designpriset under kategorin e-handel 2020. Bolagets marknadsplattform är en egenutvecklad högteknologisk e-handelsplattform där premiummode möter den cirkulära ekonomin i syfte att bidra till ett mer hållbart konsumentbeteende som driver miljösmart modekonsumtion.

Bolagets Certified Adviser är Eminova Fondkommission AB, telefon: +46 (0)8-684 211 10, e-mail: [adviser@eminova.se](mailto:adviser@eminova.se)

För mer information, se [www.investor.yaytrade.com](http://www.investor.yaytrade.com)