

Pressmeddelande

11 februari 2021

LYKO GROUP BOKSLUTSKOMMUNIKÉ JAN – DEC 2020

FJÄRDE KVARTALET

- Nettoomsättningen uppgick till 536,9 (372,9) MSEK.
- Försäljningstillväxten var 44,0% (27,5%).
- Bruttovinstmarginalen uppgick till 44,5% (43,9%).
- EBITDA uppgick till 47,8 (26,8) MSEK.
- EBITDA-marginalen uppgick till 8,8% (7,2%).
- Rörelseresultatet uppgick till 28,9 (7,0) MSEK.
- Rörelsemarginalen var 5,3% (1,9%).
- Periodens resultat 23,6 (1,3) MSEK.

PERIODEN 1 JANUARI – 31 DECEMBER

- Nettoomsättningen uppgick till 1 665,0 (1 171,9) MSEK.
- Försäljningstillväxten var 42,1% (25,7%).
- Bruttovinstmarginalen uppgick till 44,9% (46,1%).
- EBITDA uppgick till 126,4 (89,9) MSEK.
- EBITDA-marginalen uppgick till 7,5% (7,7%) procent.
- Rörelseresultatet uppgick till 45,7 (21,3) MSEK.
- Rörelsemarginalen uppgick till 2,7% (1,8%).
- Periodens resultat 11,3 (9,7) MSEK
- Styrelsen föreslår att ingen utdelning lämnas

KOMMENTARER FRÅN VD

”KRAFTIGT ÖKAT RESULTAT OCH STARKT TILLVÄXT”

Vi lyckas öka resultatet kraftigt samtidigt som vi lyckas bibehålla en hög tillväxttakt Online på 67,8 procent och 44 procent totalt för bolaget under fjärde kvartalet. Omsättningen uppgick till 536,9 miljoner där 84,1 procent kommer från e-handeln. EBIT-resultatet för kvartalet uppgick till 24,4 MSEK.

2020 fokuserade vi på möjligheterna och jag är stolt över hur vi lyckades tillvara ta dem och stärkte vår position inom hår och skönhet. Vi överträffade alla tidigare rekord och välkomnade över 664 000 nya kunder, där åldersgruppen 65+ ökade med hela 337 procent. Totalt summerade vi över 72 miljoner besök på lyko.com. Vår största prestation under året är helt klart driftsättningen av vårt nya högautomatiserade lager och den spetskompetens som våra fantastiska medarbetare har utvecklat gällande kalibrering och optimering. Utan dem hade vi aldrig klarat att leverera de 3,1 miljoner kundorder som vi packade och skickade under året.

Under Singels day och Black Week gjorde vi återigen försäljningsrekord och tack vare gedigna förberedelser fungerade våra processer, tekniken och logistiken, extremt bra trots de höga volymerna.

Vi har under året haft en kraftig försäljningstillväxt online, där Norge, Finland och Danmark ökar mest i procent men där Sverige fortsatt är störst i absoluta tal. Arbetet med våra nyetableringar i Tyskland, Nederländerna, Polen och Österrike har gått bra men vi förväntar oss inga större försäljningsvolymmer i närtid från dessa marknader. Vi håller fast vid vår expansionsmodell att starta försiktigt för att sedan snabbt växla upp och ta marknadsandelar så snart vi ser vad som säljer bra lokalt.

Försäljning i Norge fortsätter att växa kraftigt och utgjorde under kvartalet 16,7 procent av bolagets totala omsättning. Under kvartalet fortsatte vi med stora markandsinvesteringar i bred media, TV och utomhus. Försäljningen i kvartalet uppgick till 107 MNOK. Totalt omsatte vi 279 MNOK i Norge under 2020.

De utökade restriktionerna till följd av pandemin har kraftigt påverkat vår Retail verksamhet under kvartalet. Totalt tappade vi 25,9 miljoner i omsättning jämfört föregående år. Vi är övertygade om att butikerna är en viktig del i vår fortsatta tillväxtresa, inte minst varumärkesstärkande. Vi ser löpande över våra butiker för att säkerställa att vi har attraktiva lägen.

Vår rörelsemarginal i kvartalet har ökat till följd av rätt bemanning på lagret, återhållsamhet med timmar i butikerna samt en gynnsam fraktmix. Detta till följd av att vi flyttat ett fossilfritt alternativ högst upp i kassan, vilket många kunder varit villiga att betala för. Samtidigt har vi förbättrat marginalen under kvartalet mot föregående år till följd av att vi förbättrat vår förhandlingsposition samt exkluderat varumärken från kampanjer.

TOP-OF-MIND INOM HÅR OCH SKÖNHET

Vårt mål är att bli konsumentens "Top-of-mind" inom Hår och skönhet genom att erbjuda det bredaste produktutbudet. Vi passerade nyligen en milstolpe då vi uppnådde över 100 000 recensioner av produkter på vår site vilket bygger unik data om produkterna. Transparensen är avgörande för att bygga förtroende hos våra kunder och underlättar för dem att skapa sig en bra uppfattning om olika produkter innan köpet. Under året har vi sett ett ökat intresse för att använda våra professionella rådgivningstjänster online. Hudtestet och Hårfärgstestet där kunden får en personlig feedback och rekommendation om produkter och rutiner från våra hudterapeuter och frisörer.

FORTSÄTTER ATT BYGGA FÖR FRAMTIDEN

Vi ser ett stadigt ökat intresse från leverantörer och vi kommer de närmaste veckorna välkomna flera nya varumärken vilket befäster vår position som en attraktiv återförsäljare.

2021 fortsätter vi med hög ambitionsnivån och prioritera att utveckla organisationen till nästa nivå för att möjliggöra ytterligare tillväxt och ökad effektivitet. Detta samtidigt som vi ger kunderna den bästa möjliga upplevelse!

Rickard Lyko, VD

För mer information vänligen kontakta

Rickard Lyko, VD

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

Tom Thörnblom, 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 11 februari 2021 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 webbplatsen Lyko.com samt 33 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.com för mer information.