

Pressmeddelande 11 maj 2022

Synsam Groups Q1-rapport 2022

Stark organisk tillväxt och resultat - "Fortsatt hög etableringstakt"

1 januari - 31 mars 2022

- Nettoomsättningen uppgick till 1 186 MSEK (1 034), en ökning med 14,7 procent. Organisk tillväxt uppgick till 12,3 procent (17,3)
- Bruttomarginalen ökade till 79,3 procent (76,2)
- EBITDA ökade till 293 MSEK (239) och EBITDA-marginalen uppgick till 24,4 procent (22,8). Inga justeringar gjordes i det första kvartalet 2022 och den justerade EBITDA marginalen uppgick till 24,4 procent (23,7)
- EBITA ökade till 178 MSEK (143) och EBITA-marginalen uppgick till 14,7 procent (13,6). Justerad EBITA ökade till 178 MSEK (152) och den justerade EBITA-marginalen uppgick till 14,7 procent (14,5)
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till -53 MSEK (98)
- Nettoskulden uppgick till 2 635 MSEK (2 712) vid periodens utgång, jämfört med 2 390 MSEK vid årsskiftet 2021
- Resultat efter skatt uppgick till 99 MSEK (-12)
- Resultat per aktie, före och efter utspädning, uppgick till 0,66 SEK (-0,17)

Vd och koncernchef Håkan Lundstedt kommenterar:

"Inledningen av 2022 har varit stark för Synsam. Vi rapporterar en nettoomsättningsökning om 15 procent i första kvartalet, där den organiska tillväxten uppgick till 12 procent och LFL-tillväxten uppgick till 8 procent. Det stärker oss i vår övertygelse om att vi fortsättningsvis lyckas skapa ett attraktivt kunderbjudande som tilltalar konsumenten och som bidrar till att koncernen flyttar fram sin marknadsposition i Norden. Marknaden för optik och ögonhälsa i Norden fortsätter att vara mycket konkurrensutsatt och det är tillfredställande att kunna konstatera att våra koncept utvecklas positivt. Kärnan i vår affär är densamma, att erbjuda våra kunder en kvalitativ produkt till ett attraktivt pris, ett fördelaktigt ögonhälsoerbjudande samt med ett fokus på hållbarhet i alla led.

Synsam prioriterar att växa verksamheten organiskt. En viktig del i tillväxtstrategin är att löpande utveckla befintliga butiksformat samt att förtäta butiks nätverket på befintliga geografiska marknader, det vill säga Sverige, Norge, Danmark och Finland. Genom fysiska butiker nära kunden skapas en ökad tillgänglighet vilket bidrar till en förbättrad kundupplevelse. Synsams integrerade omni-koncept väver samman Synsams digitala och fysiska sälj- och servicekanaler för att ge bästa produkt- och tjänsteerbjudande samt köp- och serviceupplevelse till kunderna, genom hela kundresan. Synsams digitala

kanaler på egna och tredjepartsplattformar samverkar sömlöst med Synsams butiksnät. Kärnan i omnikanalstrategin är att kunden står i fokus. Potentialen för en ökad butikspenetration bedöms som god och under det första kvartalet 2022 öppnades 9 nya butiker i koncernen vilket innebär att den ökade etableringstakten som inleddes i det fjärde kvartalet 2021 har bibehållits. Expansionsmöjligheterna på den finska marknaden har varit särskilt gynnsamma vilket har bidragit till att sex nya butiker har etablerats i det första kvartalet 2022 från den bas om 37 butiker som fanns vid utgången av 2021. Det är att ses som en kraftig butiksexpansion för ett enskilt kvartal. Synsams målsättning att inom en treårsperiod öppna 90 nya egna butiker ligger fast och bedömningen är att 9-12 butiker kommer att öppnas under det andra kvartalet 2022.

SNABBT VÄXANDE ABONNEMANGSAFFÄR

Omsättningen för Synsams snabbt växande abonnemangsbusiness för glasögon, Synsam Lifestyle™, ökade med 18 procent i det första kvartalet jämfört med motsvarande period föregående år och vid kvartalets slut fanns cirka 419 000 aktiva kunder i Synsam Lifestyle™. Erbjudandet fortsätter att vara en stark drivkraft till bolagets omsättning, tillväxt och lönsamhet samtidigt som affären möjliggör en löpande interaktion med kunden som bidrar till ökat kundvärde och merförsäljning. Jag skulle vilja hävda att abonnemangsbusinessen är än mer attraktiv och fyller sin funktion än bättre i tider med större ekonomisk osäkerhet då konceptet ger en trygghet för kunden som vill ha kontroll över sina månatliga utgifter. Abonnemang av glasögon uppfyller också ett grundläggande medicinskt behov. Abonnemangsformen utvecklas löpande för att attrahera nya kunder och tillvarata specifika kundgruppers önskemål och nästa generation, Lifestyle 5.0, lanseras under sommaren 2022.

FOKUS PÅ INNOVATION OCH EN HÅLLBAR AFFÄR

Den 17 augusti invigs Synsams egna produktionsenhet och innovationscenter i Östersund. Arbetet med att färdigställa fabriken för att kunna påbörja testproduktion under våren samt rekryteringen av anställda har intensifierats under kvartalet och har påverkat resultatet i kvartalet med cirka 2 MSEK. Den totala investeringen i anläggningen bedöms uppgå till 100 MSEK över en femårsperiod. De strategiska investeringarna i kvartalet har uppgått till 12 MSEK, varav investeringarna i denna anläggning utgör huvuddelen. Genom att flytta glasögonproduktionen av bolagets egna House Brands till Sverige kommer ledtiderna i produktionen kortas samtidigt som möjligheten att påverka och förändra produktutbudet ökar. Etableringen av en egen produktion kommer också att öka Synsams egna kontroll över hela värdekedjan samtidigt som beroende av externa leverantörer minskar. Vid sidan av att skapa ett bättre sortiment och ett intressantare erbjudande till kund är lokal produktion en viktig del i Synsams hållbarhetsstrategi. Anläggningen kommer att drivas med ett fokus på hållbar produktion och produktdesign samt på cirkulära kretslopp vilket i kombination med ett ökat antal kunder inom Synsam Lifestyle™ kommer resultera i att än fler glasögon och bågar återbrukas, vilket kommer att stärka Synsams Recycling Outlet butiker och möjliggöra en fortsatt expansion.

Det är fantastiskt att se hur Synsams Recycling Outlet butiker har bidragit till att både bredda Synsams målgrupp och stärka erbjudandet inom primärt lägre prispunkter samt hur väl de nyetablerade butikerna utvecklas. I kvartalet har konceptet lanserats i

Danmark samtidigt som ytterligare två butiker etablerats i Sverige och två i Finland. Det innebär att vi totalt har 14 Synsam Recycling Outlet butiker i slutet av kvartalet.

FOKUS PÅ TILLVÄXT MED BIBEHÅLLEN LÖNSAMHET

Synsam rapporterar i det första kvartalet 2022 en hög omsättningstillväxt i kombination med en ökad lönsamhetsutveckling. Resultatet före avskrivningar (EBITDA) ökade i kvartalet med 23 procent till 293 MSEK och resultatet efter avskrivningar av materiella anläggningstillgångar (EBITA) ökade med cirka 24 procent. Att vi rapporterar en hög organisk tillväxt i kombination med en betydande resultatförbättring i ett kvartal som i marknaden har präglats av kostnadsinflation, transport- och inköpsutmaningar är något jag är stolt över. Utvecklingen i Ukraina och den geopolitiska oron som kriget skapar berör oss alla dagligen, men Synsams verksamhet har hittills inte påverkats, vare sig direkt eller indirekt av konflikten. För att säkra servicegraden mot våra kunder och för att vara beredda på eventuella störningar i leveranser har säkerhetslagret utökats. Synsams egna produktionsenhet och innovations-center i Östersund kommer också på sikt att reducera risken för eventuella framtida leverans-störningar. Inflationen som ökat i omvärlden har ännu inte påverkat Synsam väsentligt men vi är beredda att agera för att säkra lönsamheten om så skulle bli fallet framåt. De operativa kostnaderna i kvartalet ökade dock jämfört med föregående år vilket delvis förklaras av satsningar på ökad optikerkapacitet, ökade elkostnader med en påverkan om 5 MSEK, samt av etableringar av nya butiker och av vår produktionsenhet och innovationscenter i Östersund.

Synsams ambitioner för framtida tillväxt och lönsamhet är höga. Målsättningen är att på medellång sikt rapportera en organisk tillväxt på 8-12 procent samtidigt som den justerade EBITDA-marginalen ska vara 25 procent eller högre. Vårt sikte är inställt på tillväxt och att tillvarata de expensionsmöjligheter vi ser i marknaden med en bibehållen hög lönsamhet. Genom att investera och prioritera tillväxt bidrar vi till att utveckla det ledande livsstilsföretaget inom optik och ögonhälsa i Norden.”

Presentation av rapporten på svenska kl 09.00 idag

- **Plats:** Websändning med telefonkonferens.
- **Talare:** VD och koncernchef Håkan Lundstedt samt CFO Per Hedblom.
- Registrering för deltagande i websändning med telefonkonferens:
<https://financialhearings.com/event/43976>

Presentation av rapporten på engelska kl 10.30 idag

- **Plats:** Websändning med telefonkonferens.
- Registrering för deltagande i websändning med telefonkonferens:
<https://financialhearings.com/event/44270>

Presentationsmaterialet kommer att finnas tillgängligt på hemsidan kl. 08.00 idag.
www.synsamgroup.com/investor-relations/



För mer information, vänligen kontakta:

Per Hedblom, Chief Financial Officer Synsam AB (publ)

+46 (0)8 619 28 60, per.hedblom@synsam.com

Hemsida: www.synsamgroup.com

Denna information är sådan information som Synsam AB (publ) är skyldig att offentliggöra enligt lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 11 maj 2022 klockan 07.30.

Synsam är en ledande optikerkedja i Norden med ett brett och hållbart Lifestyleerbjudande. Synsam Group erbjuder ett brett sortiment av produkter och tjänster för ögonhälsa och ögonmode utifrån kundens olika livsstilar och behov. Koncernen har cirka 3 000 medarbetare, en omsättning på cirka 4,7 miljarder SEK (2021) och har cirka 500 butiker i Norden som drivs under varumärkena Synsam, Ai Eyewear samt Profil Optik i Danmark. Genom digitalisering, abonnemangserbjudanden och andra innovativa koncept är Synsam Group en stark innovatör på den nordiska optikmarknaden inom flera områden, inklusive kundresa, produkterbjudande och ESG. Synsam Groups aktie handlas på Nasdaq Stockholm (SYNSAM). www.synsamgroup.com