

Pressmeddelande 24 augusti 2022

## **Synsam Groups Q2-rapport 2022**

***Mycket stark tillväxt i en svag konsumentmarknad - "Fortsatt hög etableringstakt och operativa satsningar"***

### **1 april - 30 juni 2022**

- Nettoomsättningen uppgick till 1 399 MSEK (1 213), en ökning med 15,3 procent. Organisk tillväxt uppgick till 13,7 procent (44,3)
- Bruttomarginalen uppgick till 73,7 procent (75,4)
- EBITDA ökade till 347 MSEK (340) och EBITDA-marginalen uppgick till 24,5 procent (27,6) och den justerade EBITDA-marginalen uppgick till 24,5 procent (28,9)
- EBITA uppgick till 224 MSEK (238) och EBITA-marginalen uppgick till 15,8 procent (19,4) och den justerade EBITA-marginalen uppgick till 15,8 procent (20,6)
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 345 MSEK (236)
- Nettoskulden uppgick till 2 931 MSEK (2 580) vid periodens utgång, jämfört med 2 390 MSEK vid årsskiftet 2021
- Resultat efter skatt uppgick till 97 MSEK (14)
- Resultat per aktie, före och efter utspädning, uppgick till 0,65 SEK (0,19)

### **1 januari - 30 juni 2022**

- Nettoomsättningen uppgick till 2 585 MSEK (2 248) en ökning med 15,0 procent. Organisk tillväxt uppgick till 13,1 procent (30,4)
- EBITDA ökade till 641 MSEK (579) och EBITDA-marginalen uppgick till 24,5 procent (25,4) och den justerade EBITDA-marginalen uppgick till 24,5 procent (26,5)
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 291 MSEK (335)
- Resultat efter skatt uppgick till 196 MSEK (2)
- Resultat per aktie, före och efter utspädning, uppgick till 1,31 SEK (0,02)

### **Händelser efter periodens utgång**

- Den 17 augusti invigdes Synsams egna produktionsenhet och innovationscenter i Östersund

**Vd och koncernchef Håkan Lundstedt kommenterar:**

"Synsams starka tillväxt som vi såg i det första kvartalet har fortsatt. Vi rapporterar en nettoomsättningsökning om 15 procent i det andra kvartalet, där den organiska tillväxten uppgick till 14 procent och like-for-like tillväxten uppgick till 9 procent. Detta på en konkurrensutsatt marknad som i mångt och mycket drivs av kampanjer och där marknadsaktörerna har betydande utmaningar att rekrytera optiker, primärt i Sverige, men även i Norge och Danmark.

Ett attraktivt helhetserbjudande till kund, en ökning av antalet butiker samt satsningar på att stärka Synsams position i segmenten pensionärer och studenter som ett led i lanseringen av Lifestyle 5.0 har bidragit till tillväxten i kvartalet. Synsams omni-koncept som väver samman Synsams digitala och fysiska sälj- och servicekanaler har också varit fortsatt framgångsrikt med en stark ökning i Synsams nettoomsättning från onlineförsäljning och linsabonnemang.

**MEDVETNA SATSNINGAR PÅ TILLVÄXT PÅVERKAR KORTSIKTIGT LÖNSAMHETEN**

Synsam rapporterar under det första halvåret och i det andra kvartalet 2022 en hög omsättningstillväxt i kombination med en ökad EBITDA. Resultatet före avskrivningar (EBITDA) ökade i det andra kvartalet med 2 procent till 347 MSEK och ökade under första halvåret med 11 procent.

Resultatet har belastats av högre operativa kostnader primärt avseende planerad expansion av nya butiker, inklusive en kraftig expansion i Finland, och uppstartskostnader i den nya produktionsanläggningen, kostnader för optiker, samt offensiva marknadsföringssatsningar. Bruttomarginalen har tillfälligt påverkats negativt av en marknadssatsning med högre rabatter vid lansering av Lifestyle 5.0, som ett led i att stärka vår position hos pensionärer och studenter.

Satsningen på att öka kapaciteten på optiker omfattar också nya arbetssätt och teknologilösningar som implementeras och som vi bedömer skall ge effekt från och med slutet av det tredje kvartalet och det fjärde kvartalet.

Under de senaste tolv månaderna uppgick den justerade EBITDA-marginalen till 25,9 procent, vilket är i nivå med vårt finansiella mål på medellång sikt.

**ABONNEMANGSAFFÄREN ÄR SÄRSKILT SLAGKRAFTIG I TIDER MED OSÄKERHET**

Synsams abonnemangssaffär Synsam Lifestyle™ är särskilt slagkraftig i tider med större ekonomisk osäkerhet då konceptet ger en trygghet för kunden som vill ha kontroll över sina månatliga utgifter.

Abonnemangssaffären för glasögon fortsatte att växa kraftigt i det andra kvartalet med en ökning om 27 procent jämfört med motsvarande period föregående år samtidigt som antalet aktiva kunder ökade med cirka 30 000. Det innebär att Synsam vid kvartalets slut hade cirka 449 000 aktiva kunder i Synsam Lifestyle™. Att erbjuda kunder ett attraktivt abonnemang fortsätter att vara en stark drivkraft till bolagets omsättning, tillväxt och

lönsamhet samtidigt som det ger Synsam en värdefull interaktion med kunden som skapar ett ökat kundvärde, möjlighet till merförsäljning och inte minst ger viktiga insikter hur erbjudandet kan vidareutvecklas för framtiden. Under kvartalet har nästa generation av abonnemangsformen lanserats, Lifestyle 5.0. Vidareutvecklingen innebär en förstärkning och att Synsam blir än mer relevanta och attraktiva gentemot kundgrupperna barn, unga och pensionärer. Kundens respons på det förfinade abonnemanget har varit mycket bra.

#### FORTSATTA INVESTERINGAR FÖR TILLVÄXT

Synsam fortsätter att investera och växa verksamheten organiskt, både genom att förstärka den växande abonnemangsformen Synsam Lifestyle™, men även genom att förtäta och utveckla butiksnätverket. Vi ser att serviceupplevelsen förbättras med en bättre tillgänglighet av butiker och att trafiken till butikerna fortsätter att öka. Synsams målsättning att inom en treårsperiod öppna 90 nya egna butiker ligger fast. I det tredje kvartalet kommer fokus att vara ombyggnationer och flyttar av butiker, snarare än butiksetableringar och etableringarna startar upp igen i det fjärde kvartalet 2022. Etableringstakten som intensifierades under det fjärde kvartalet 2021 har fortsatt vara hög under det första halvåret av 2022. Under det andra kvartalet öppnades 11 nya butiker, vilket gör att det totala antalet butiker i Sverige, Norge, Danmark och Finland uppgick till 520 varav 33 var franchisebutiker.

Synsam Recycling Outlet växer kraftigt och börjar snart storleksmässigt bli en egen optikkedja i Synsamfamiljen. I mer utmanande tider är det tydligt att Synsam Recycling Outlet fyller en viktig funktion, både som ett konkurrenskraftigt koncept som erbjuder en lägre prisbild vilket driver kundtrafik, men även som ett erbjudande som svarar upp mot våra kunders vilja att göra hållbara val som bidrar till cirkulära flöden och minskat avfall. Det faktum att Synsams nyligen invigda produktions- och innovationsanläggning drivs med ett fokus på hållbar produktion och produktdesign samt att Synsam Lifestyle™ växer kraftigt kommer att bidra till att fler glasögon återbrukas, vilket stärker Synsams Recycling Outlet och möjliggör en fortsatt expansion. I andra kvartalet har ytterligare fem butiker etablerats i Sverige, varav fyra nya och en konverterad, samt en i Norge. Det innebär att vi totalt har 20 Synsam Recycling Outlet butiker i slutet av kvartalet.

Synsams starka tillväxt stärker också bolagets förhandlingsposition gentemot leverantörer, vilket medför att vi lättare kan balansera kostnadsökningar med volymkalfördelar. Detta är centralt för att Synsam fortsättningsvis ska upplevas som relevanta och attraktiva för kunden.

#### SYNSAMS EGEN PRODUKTION AV GLASÖGON GER KONKURRENSFÖRDELAR

Med facit i hand kunde vår satsning på att successivt flytta hem glasögonproduktionen av bolagets egna House Brands från Asien till vårt nyligen invigda produktions- och innovationscenter på Frösön utanför Östersund inte ha varit mer rätt i tiden. Lokal produktion bidrar till att stärka kunderbidandet och korta ledtiderna, att öka Synsams egna kontroll över hela värdekedjan samtidigt som beroende av externa leverantörer minskar. Jag är stolt över att Synsam är det första företaget som lanserar en svenskproducerad glasögonkollektion på den nordiska marknaden. Jämtö, som

kollektionen kommer att heta, består av sex olika glasögon som utmärker sig genom mer hållbara materialval, nya produktionstekniker, närhetsprincipen i alla led och med ett minskat avtryck på klimatet. Den totala investeringen i anläggningen bedöms uppgå till 100 MSEK över en femårsperiod. De strategiska investeringarna i det andra kvartalet uppgick till 49 MSEK, varav huvuddelen avsåg produktionsenheten.

Att vi successivt tar hem produktionen minskar risken för leveransstörningar och innebär snabbare time-to-market, ger möjlighet att erbjuda våra kunder ett sortiment anpassat för den nordiska marknaden samt minskar kapitalbindningen.

Jag bedömer det som rätt strategi att vara offensiv och att ytterligare flytta fram positionerna i en marknad som präglas av förändring och viss turbulens. Att vi under det första halvåret 2022 har gjort betydande strategiska satsningar på tillväxt för att växa Synsam och stärka vårt långsiktiga erbjudande är något jag är stolt över. Våra ambitioner för framtida tillväxt och lönsamhet fortsätter vara höga och vi måste agera när vi ser affärsmöjligheter som bidrar till att utveckla det ledande livsstilsföretaget inom optik och ögonhälsa i Norden.”

#### **Presentation av rapporten på svenska kl 09.00 idag**

- **Plats:** Webbsändning med telefonkonferens.
- **Talare:** Vd och koncernchef Håkan Lundstedt samt CFO Per Hedblom.
- Registrering för deltagande i webbsändning med telefonkonferens:  
<https://financialhearings.com/event/43977>

#### **Presentation av rapporten på engelska kl 10.30 idag**

- **Plats:** Webbsändning med telefonkonferens.
- Registrering för deltagande i webbsändning med telefonkonferens:  
<https://financialhearings.com/event/44392>

Presentationsmaterialet kommer att finnas tillgängligt på hemsidan kl. 08.00 idag.  
[www.synsamgroup.com/investor-relations/](http://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](mailto:per.hedblom@synsam.com)  
Hemsida: [www.synsamgroup.com](http://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 24 augusti 2022 klockan 07.30.*

*Synsam Group 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 3 500 medarbetare, en omsättning på cirka 5 miljarder SEK (rullande 12 månader till mars 2022) 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](http://www.synsamgroup.com)*