

Pressmeddelande 22 februari 2023

Synsam Groups Bokslutskommuniké 2022

Stark tillväxt och ökade marknadsandelar i en svagare marknad - "Under året har kostnads- och effektivitetsprogram inletts för att stärka EBITDA-marginalen i linje med Synsams finansiella mål"

1 oktober - 31 december 2022

- Nettoomsättningen uppgick till 1 373 MSEK (1 245), en ökning med 10,3 procent. Organisk tillväxt uppgick till 6,8 procent (13,8)
- Bruttomarginalen uppgick till 76,7 procent (79,2)
- EBITDA uppgick till 273 MSEK (296) och EBITDA-marginalen uppgick till 19,6 procent (23,5) och den justerade EBITDA-marginalen uppgick till 19,6 procent (26,5)
- EBITA uppgick till 127 MSEK (186) och EBITA-marginalen uppgick till 9,1 procent (14,8) och den justerade EBITA-marginalen uppgick till 9,1 procent (17,7)
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 185 MSEK (392)
- Nettoskulden uppgick till 2 969 MSEK vid periodens utgång, jämfört med 2 390 MSEK vid årsskiftet 2021
- Resultat efter skatt ökade till 51 MSEK (47)
- Resultat per aktie, före och efter utspädning, uppgick till 0,34 SEK (0,38)

1 januari - 31 december 2022

- Nettoomsättningen uppgick till 5 277 MSEK (4 669) en ökning med 13,0 procent. Organisk tillväxt uppgick till 10,6 procent (23,2)
- EBITDA ökade till 1 217 MSEK (1 189) och EBITDA-marginalen uppgick till 22,8 procent (25,1) och den justerade EBITDA-marginalen uppgick till 22,8 procent (26,9)
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 690 MSEK (980)
- Resultat efter skatt ökade till 328 MSEK (51)
- Resultat per aktie, före och efter utspädning, ökade till 2,19 SEK (0,60)
- Styrelsen föreslår en aktieutdelning om 1,70 SEK (1,70) per aktie

Vd och koncernchef Håkan Lundstedt kommenterar:

”När jag summerar 2022 kan jag konstatera att året i mångt och mycket präglades av osäkerhet i vår omvärld i form av krig och makroekonomisk turbulens. En kraftigt tilltagande inflation bidrog till att konsumenten höll hårdare i plånboken, vilket påverkade marknadstillväxten i Norden negativt. Synsam lyckades i denna marknad generera organisk tillväxt på 11 procent och like-for-like tillväxt på 7 procent, vilket innebär att vi fortsätter att ta marknadsandelar. Denna tillväxt har dock skett till en högre kostnad och lönsamheten minskade under 2022 till en EBITDA-marginal om 23 procent, något under vår målsättning på medellång sikt. Orsakerna till detta har främst varit den höga takten av butiksetableringar, 37 nya butiker under 2022, ökade personalkostnader bland annat som en effekt av optikerbrist, uppstarten av vårt produktions- och innovationscenter i Östersund samt ökade kostnader som en effekt av ökad inflation. För att möta detta kostnadstryck har Synsam initierat ett kostnads- och omstruktureringsprogram, vilket bedöms minska kostnadsbasen för de operativa kostnaderna med 102 MSEK under 2023 och med 129 MSEK 2024 jämfört med 2022. Kostnaden för programmet samt extra kostnader som tagits för att direkt och indirekt möjliggöra genomförandet av programmet har belastat resultatet i det fjärde kvartalet 2022 med cirka 34 MSEK, vilket medförde att EBITDA-resultatet i kvartalet minskade jämfört med föregående år. Utöver detta kostnadsprogram ser vi också över om ytterligare åtgärder bör vidtas. Syftet är att generera en fortsatt stark tillväxt och samtidigt stärka EBITDA-marginalen i linje med Synsams finansiella mål. Trots det höga inflationstrycket så visar vi att vi kan leverera en stabil bruttomarginal per land i vår affär, vilket visar på kvalitén i den underliggande verksamheten gällande de produkter och tjänster som ingår i vårt kundlöfte. Att vi erbjuder prisvärda lösningar är samtidigt extra viktigt i denna marknad och vår prisgaranti gör att kunderna känner sig trygga.

SYNSAM UTVECKLAR OPTIKBRANSCHEN GENOM NYA PROCESSER OCH TEKNOLOGILÖSNINGAR

Som den ledande marknadsaktören på den nordiska marknaden vill vi gå i bräschen och bidra till att utveckla, förändra och stärka kundupplevelsen inom alla områden i optikbranschen. Optikbranschen har under en längre tidsperiod haft en brist på optiker, främst i delar av Sverige och Norge, vilket till viss del har begränsat möjligheten att växa och möta kundernas efterfrågan. Synsam etablerar nu nya innovativa teknologilösningar för ökad affärsnytta, Synsam EyeView. Dessa består av ny mjuk- och hårdvara, för genomförandet av synundersökningar, vilket i kombination med förändrade processer och arbetssätt kommer öka optikerkapaciteten och förbättra kundtillgängligheten, samt reducera behovet av och kostnader för konsulter. Genom en ökad kapacitet kommer vi i större utsträckning kunna möta våra kunders efterfrågan vilket bidrar till tillväxt samt nöjdare kunder. Vidare kommer utrullningen av Synsam EyeView möjliggöra att vi kan fortsätta expandera på orter där avsaknaden av optiker tidigare inte har tillåtit en butiksetablering.

SYNSAM HAR EN BETYDANDE TILLVÄXTPOTENTIAL

Hög etableringstakt

Synsam har under de senaste åren expanderat antalet butiker på den nordiska marknaden väsentligt, vidareutvecklat butikskoncepten samt stärkt konkurrenskraften i kunderbudandet. Vi har under det fjärde kvartalet 2022 och under helåret sett en ökad trafik av kunder till våra butiker. Synsam hade 536 butiker per den 31 december 2022 och bedömningen är att målet om att etablera 90 nya butiker under åren 2021-2023

kommer att infrias. Synsam ser en betydande potential att fortsätta öka antalet butiker på befintliga marknader i Norden och målet för år 2024–2026 är att etablera ytterligare 90 nya butiker, med hänsyn också tagen till att EBITDA-marginalen för koncernen skall vara i linje med Synsams finansiella mål.

Fortsatt stark utveckling av abonnemang

Synsams abonnemangsaffär för glasögon, Synsam Lifestyle, samt för linser, fortsätter att växa snabbare än Synsam som helhet. Affären är än mer attraktiv och tillför mervärde till kund i tider med större ekonomisk osäkerhet då det ger kunden valmöjligheter i flera prisnivåer samtidigt som det skapar en förutsägbarhet avseende månatliga utgifter, där konsumenterna sprider ut sina kostnader över tiden. Synsam Lifestyle är ett unikt CRM-verktyg då det skapar långsiktiga kundrelationer samt frekventa kundmöten då kunderna varje år kallas till synundersökning samt ges en möjlighet att byta ut bågar. Synsam Lifestyle fortsatte att växa kraftigt i det fjärde kvartalet med en omsättningsökning om 21 procent jämfört med motsvarande period föregående år samtidigt som antalet aktiva kunder ökade med cirka 33 000 vilket var nytt rekord i ett enskilt kvartal.

Churn i det fjärde kvartalet 2022 gick ner till 2,11 procent, från 2,17 procent i det tredje kvartalet 2022. En låg och stabil churn är ett kvitto på att våra kunder uppskattar konceptet. Synsams målsättning är att det totala antalet abonnemangskunder, det vill säga kunder som antingen har ett Lifestyle abonnemang eller som abonnerar löpande enbart på linser ska uppgå till 1 miljon kunder i slutet av 2025, vilket ska jämföras med dagens antal som uppgår till cirka 604 000.

House Brands stärker kunderbudandet

Andelen House Brands av den totala sålda volymen uppgick under 2022 till cirka 45 procent. Synsams strategi att utveckla egna House Brands bidrar till att differentiera och stärka kunderbudandet, locka nya kunder med unika produkter, skapar attraktiva priser i olika prispunkter för kunden samtidigt som det bidrar till en ökad lönsamhet och konvertering till Synsam Lifestyle-abonnemangsaffär.

Det faktum att Synsam har en betydande volym inom House Brands är även viktigt i det cirkulära arbete och affären som drivs inom Synsam Recycling Outlet. Den nya kollektionen från vår fabrik i Frösön, Jämtö, är Synsams bästa lansering någonsin och säljer mer än dubbelt så mycket som övriga premiumvarumärken. Jämtö reducerar även CO₂e-utsläppen med 30 procent jämfört med en motsvarande båge tillverkad i Asien.

Genom att fortsätta vidareutveckla vårt kunderbudande kommer Synsam ha en fortsatt stark tillväxt på den nordiska marknaden och stärka EBITDA-marginalen.”

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/43979>

Presentation av rapporten på engelska kl 10.30 idag

- **Plats:** Webbsändning med telefonkonferens.
- Registrering för deltagande i webbsändning med telefonkonferens:
<https://financialhearings.com/event/46157>

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 EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 22 februari 2023 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 4 000 medarbetare, en omsättning på cirka 5 miljarder SEK (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