



Euroflorist Intressenter AB (publ)

Delårsrapport | April | Juni | 2020

April till Juni | 2020

Koncernens intäkter uppgick till 549 Mkr (259 Mkr).

Bruttovinstmarginal uppgick till 25,4 procent (18,8 procent).

Justerad EBITDA uppgick till 98,1 Mkr (14,1 Mkr).

Justerad EBITDA marginal uppgick till 17,9 procent (5,4 procent).

Resultat före skatt uppgick till 81,3 Mkr (-0,9 Mkr).

Periodens totala kassaflöde uppgick till 79,3 Mkr (-19 Mkr).

Januari till Juni | 2020

Koncernens intäkter uppgick till 896 Mkr (569 Mkr).

Bruttovinstmarginal uppgick till 23,4 procent (18,7 procent).

Justerad EBITDA uppgick till 136 Mkr (38,1 Mkr).

Justerad EBITDA marginal uppgick till 15,2 procent (6,7 procent).

Resultat före skatt uppgick till 106 Mkr (8,7 Mkr).

Periodens totala kassaflöde uppgick till 114,8 Mkr (-13 Mkr).



Per Lindsjö | Har ordet

Jag inledde förra kvartalsrapporten om att vi befinner oss i en speciell tid. Covid-19 har påverkat vår affär på ett sätt som vi bara ödmjukt kan förhålla oss till. Vi har upplevt ett ökat tryck och efterfrågan på våra förmedlingstjänster som vi aldrig tidigare upplevt, där omtanke och kärlek har förmedlats med en blomma. Vi är fortfarande mitt uppe i pandemins framfart och vi vet inte hur länge det fortsätter att påverka vår omvärld. Det vi kan konstatera efter snart sex månader med pandemin som starkt påverkande och begränsande kraft i samhället, är att vi fortsatt får leva med osissheten om hur länge det ska pågå. Vi får lära oss att förhålla oss till den, såväl på arbetet som på fritiden.

För oss på Euroflorist har vi nu gradvis öppnat upp till det "nya normala", där vi ökar antalet dagar då vi är tillsammans på våra respektive kontor. Vi behöver träffas på ett säkert sätt och tillsammans frigöra den kreativitet som kommer av att kunna ses fysiskt. Vi gör noggranna och kontinuerliga utvärderingar av vår strategi för att mitigera risken för smittspridning såväl inom koncernen som utåt mot våra samarbetspartners.

Kvartalet har präglats av Covid-19 som har påverkat hela samhället, globalt såväl som nationellt. Under de första två månaderna i kvartalet var många av våra marknader tyngda av restriktioner, och i vissa fall total lock-down. Under sista tredjedelen hävdades många restriktioner successivt och samhällen började återgå till ett nytt normalläge. Volymökningen som vi upplevde under de sista veckorna av första kvartalet fortsatte in i det andra kvartalet. Under april och maj förmedlade vi volymer av tidigare aldrig skådat slag, framförallt i april då Euroflorist hade den intensivaste månaden någonsin i bolagets historia. Även maj uppvisade *all time high*, vad gäller både volym och resultat sett till månaden. Normalt är maj en starkare månad för Euroflorist än april men i år slog april alla förväntningar. I juni såg vi något minskade volymer jämfört med april och maj men fortsatt var juni i år den bästa juni i bolagets historia.

Mors dag i Sverige, Danmark och många länder i Centraleuropa var säsongsmässiga högtider som passerade i kvartalet, vilket visade hög efterfrågan på blomsterförmedlingar. Under de första veckorna slog ordervolymer rekord nästan varje dag och *peakade* under påsken då vi förmedlade drygt 136 000 blomsterbuketter under de sex första dagarna i påskveckan. Under samma period föregående år förmedlade vi knappt 37 000 blomsterbuketter. Det är med stor tillfredsställelse jag ser tillbaka på hur vi som team löste de kraftigt ökade volymerna och de efterföljande kraven som ställdes på oss som organisation. Nettoomsättningen ökade med 112 procent i kvartalet och justerad EBITDA-marginal kom in på rekordhöga 17,9 procent, vilket är en kombination av det långsiktigt strategiska arbete som vi påbörjade sommaren 2019 samt den ökade efterfrågan som följt av viruspridningen.

Vi har under kvartalet donerat drygt 5,5 Mkr till välgörande ändamål för att stödja dessa organisationers intensifierade arbete som Covid-19 har medfört. Bland annat har Euroflorist stöttat Rädda Barnen i Skandinavien och NHS Charities Together i UK. Det ger mig stor glädje att vi tillsammans kan göra skillnad för människor och organisationer som arbetar med att hjälpa andra människor.

När vi nu går in i tredje kvartalet är det med ett fantastiskt första halvår bakom oss där vi tillsammans med mycket annat markant ökat vår kundbas som ger oss ny möjligheter att fortsätta den positiva trenden. Jag ser med tillförsikt fram mot andra halvan av året, där blommor "Sent with love" fortsätter att göra skillnad för människor på alla våra marknader.

VD | Koncernchef

Malmö, 28:e aug 2020





För närmre upplysningar kontakta:

Per Lindsjö, verkställande direktör.

E-post: per.lindsjo@euroflorist.com

Per Gränse, CFO.

E-post: per.granse@euroflorist.com

Delårsrapporten är sådan information som Euroflorist Intressenter AB (publ) är skyldiga att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 28:e augusti 2020.