

Pressmeddelande 18 november 2025

Synsam Groups Q3-rapport 2025

Fortsatt stark tillväxt i omsättning och rörelseresultat

1 juli–30 september 2025

- Nettoomsättningen ökade till 1 731 MSEK (1 559), en ökning med 11,0 procent. Organisk tillväxt uppgick till 12,4 procent (9,5)
- Nettoomsättning från glasögonabonnemang ökade med 10,8 procent (11,0)
- Bruttomarginalen uppgick till 73,1 procent (73,9)
- EBITDA ökade till 418 MSEK (381) och EBITDA-marginalen uppgick till 23,9 procent (24,1)
- EBITA ökade till 239 MSEK (220) och EBITA-marginalen uppgick till 13,6 procent (13,9)
- EBIT ökade till 207 MSEK (187) och EBIT-marginalen uppgick till 11,8 procent (11,8)
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 235 MSEK (238)
- Nettoskulden uppgick till 3 088 MSEK (2 733) vid periodens utgång, jämfört med 3 002 MSEK vid årsskiftet 2024. Synsams återköpsprogram har påverkat nettoskulden negativt med 262 MSEK under 2025
- Resultat efter skatt ökade till 130 MSEK (66)
- Resultat per aktie, före och efter utspädning, ökade till 0,90 SEK (0,44)

1 januari–30 september 2025

- Nettoomsättningen ökade till 5 281 MSEK (4 804), en ökning med 9,9 procent. Organisk tillväxt uppgick till 11,3 procent (8,9)
- Nettoomsättning från glasögonabonnemang ökade med 10,5 procent (12,6)
- Bruttomarginalen uppgick till 73,5 procent (74,6)
- EBITDA ökade till 1 263 MSEK (1 208) och EBITDA-marginalen uppgick till 23,5 procent (24,9)
- EBITA ökade till 745 MSEK (738) och EBITA-marginalen uppgick till 13,9 procent (15,2)
- EBIT ökade till 648 MSEK (633) och EBIT-marginalen uppgick till 12,1 procent (13,0)
- Kassaflöde från den löpande verksamheten ökade till 958 MSEK (890)
- Resultat efter skatt ökade till 331 MSEK (290)
- Resultat per aktie, före och efter utspädning, ökade till 2,29 SEK (1,96)

Händelser efter periodens utgång

- 625 306 egna aktier har efter periodens utgång förvärvats för 37 MSEK i Synsam i tidigare kommunicerat återköpsprogram med syfte att justera bolagets kapitalstruktur

Vd och koncernchef Håkan Lundstedt kommenterar:

"Under det tredje kvartalet har vi fortsatt att driva vår strategi – med fokus på tillväxt, lönsamhet och innovation – och jag är glad över att kunna rapportera goda framsteg på flera fronter. Den organiska tillväxten för koncernen var 12,4 procent och like-for-like tillväxten var 9,1 procent, i en fortsatt återhållsam konsumentmarknad samtidigt som vi hade en stark ökning av rörelseresultatet i kvartalet. I det fjärde kvartalet ser vi en fortsatt osäker marknad och ökad konkurrens.

Fortsatt stark utveckling av abonnemangs- och kontantaffären

Nettoomsättningen från glasögonabonnemang, Synsam Lifestyle, ökade i kvartalet med 10,8 procent. Antalet Lifestyle-kunder uppgick i slutet av kvartalet till cirka 741 000 (cirka 683 000) och churn förbättrades marginellt jämfört med det andra kvartalet. Våra abonnemangskunder är generellt sett väldigt nöjda och långsiktigt lojala. Totala antalet abonnemangskunder, det vill säga kunder som antingen har ett Lifestyle abonnemang eller som har ett linsabonnemang uppgick per den sista september 2025 till cirka 883 000 (cirka 817 000).

Nettoomsättningen från kontantaffären hade även en fortsatt stark utveckling i kvartalet och ökade med 11,2 procent jämfört med motsvarande period föregående år.

Positiv organisk tillväxt i samtliga marknader

I Sverige ökade Synsam sin marknadsandel ytterligare med en organisk tillväxt på 15,1 procent i det tredje kvartalet samtidigt som EBIT-marginalen stärktes. Här bidrog Synsam EyeView till den organiska tillväxten. Även i Norge stärktes den organiska tillväxten i kvartalet och uppgick till 12,3 procent, EBIT-marginalen har reducerats något i kvartalet jämfört med föregående år. I Finland uppgick den organiska tillväxten till 26,1 procent samtidigt som segmentet lyckades generera en ökad bruttomarginal och EBIT-marginal i kvartalet.

I Danmark var den organiska tillväxten positiv med 2,3 procent i det tredje kvartalet. Den förändrade kreditlagstiftningen påverkar utöver nyförsäljning också förlängningar av Lifestyle abonnemang sedan första kvartalet i år. Vi vidtar åtgärder i Danmark genom bland annat uppgradering av våra butiker och breddning av vårt sortiment samt anpassat kunderbjudande.

Synsam har under det tredje kvartalet etablerat tre nya butiker i koncernen. I det fjärde kvartalet kommer mellan fyra och sex nya butiker att etableras.

Huvudpunkter från kapitalmarknadsdagen

Den 24 september anordnade Synsam en kapitalmarknadsdag i Stockholm.

Marknaden för optik och ögonhälsa i Norden växer stadigt, drivet av flera samverkande faktorer. En åldrande befolkning ökar behovet av ögonhälsa, samtidigt som digitalisering och ökad skärmtid ökar behovet för synhjälpmedel i alla åldersgrupper. Teknologiska framsteg, såsom avancerad diagnostik och individuellt anpassade glas, stärker också efterfrågan. Därtill växer konsumenternas intresse för design, hållbarhet och

kvalitetsprodukter. Tillsammans skapar dessa trender en stark och långsiktig efterfrågan för optik och ögonhälsa i Norden.

Vi kommunicerade förnyade **finansiella mål** avseende lönsamhet och lägger till ett mål avseende investeringar. Målet avseende lönsamhet ändras till EBIT-marginal på 12-15% på medellång sikt. Detta avspeglar bättre Synsams finansiella resultat, än det tidigare målet på EBITDA-marginal, särskilt givet de betydande investeringar som Synsam genomfört de senaste åren. För investeringar sätts ett årligt mål på investeringar/nettoomsättning om 3% på medellång sikt, exklusive förvärv. Ett mål på investeringar är relevant då investeringar också i hög utsträckning påverkar Synsams kassaflöde.

Vi kommunicerade även ett nytt **etableringsmål** om 80 nya butiker i Norden mellan 2027–2029, samt 30 butiksuppgraderingar till butikskonceptet Mega store. Vi ser att det fortsatt finns en stor potential för etablering och expansion i Norden. Den tidigare kommunicerade målsättningen att etablera 90 nya butiker under 2024–2026 står fast.

Utvecklingen av **smarta glasögon** accelererar, där Synsam spelar en nyckelroll i dess tillväxt i Norden och markerar ett nytt steg för oss och vår position som innovatör i branschen. Smarta glasögon är en ny kategori där glasögon och ny AI teknik vävs samman och där utvecklingen ännu bara är i sin linda. Försäljningen av smarta glasögon ligger utöver vårt tillväxtmål för den organiska affären – det är ett nytt produktområde som vi bedömer kunna ha hög framtida potential.

Synsam har under de senaste åren byggt upp stark specialistkompetens inom hörsel, och har under en längre tid genomfört en pilotering av hörselenheter i Sverige. Utöver kompetenscenter, kommer vår satsning på hörsel framgent att bestå av hörselglasögon, som är **glasögon med integrerad hörselförstärkare** för kunder med begränsad hörselnedsättning, dessa kommer initialt att erbjudas i alla våra butiker i Sverige och Danmark. Idag bedöms cirka 10 procent av adresserbar befolkning i Norden ha en begränsad hörselnedsättning, varav cirka 3 procent har slipade glasögon permanent. Vi ser att ögon- och öronhälsa går hand i hand, och vår satsning på hörsellösningar är en naturlig del av vår strategi för välmående och livsstil. Genom att bredda vårt erbjudande med hörselprodukter stärker vi vårt värdeerbjudande till kunderna och differentierar oss ytterligare på marknaden.

En annan viktig satsning är **Synsam EyeView**, som började implementeras 2022, idag är Synsam nummer 1 i världen på synundersökningar som genomförs med ny teknik. Synsam EyeView är fullt ut implementerat i Sverige och Norge vilket möjliggör högre kapacitet och tillgänglighet. I kvartalet genomfördes 17 procent av alla synundersökningar i Sverige med Synsam EyeView och motsvarande andel i Norge var 20 procent, en andel som kommer att växa på sikt. Utrullningen av den nya tekniken i Danmark och Finland sker över en längre tidsperiod i och med att det inte råder optikerbrist i samma utsträckning i dessa marknader.

Synsam **House Brands** är en grundbult i att bygga ett attraktivt sortiment, driva trafik till butikerna och bidrar med en attraktiv finansiell profil som bidrar till ökad tillväxt och bättre marginaler. I samband med kapitalmarknadsdagen lanserades ett nytt premiumvarumärke, Isa Nord samt ny kollektion från Peter Forsberg, som stärker vår "Made in Sweden"-portfölj. Två ytterligare varumärken kommer att lanseras under vintern.

Synsams produktions- och innovationscenter i Sverige uppvisar lönsamhet under samtliga kvartal 2025 och kommer nå 100 tusen producerade bågar 2025. Ökad effektivitet och lönsamhet i fabriken förväntas i takt med upprampningen.

Tydlig målsättning

Vår vision är att vara den ledande aktören inom optik och ögonhälsa i Norden. Vi har en tydlig styrning mot våra uppsatta mål: fortsatt stark lönsam organisk tillväxt, utveckla och expandera vårt butiksnätverk runt om i Norden, utveckla och växa vår produktportfölj med abonnemang och tjänster, öka vår kapacitet och tillgänglighet med hjälp av ny teknik och ta en ledande position i Norden inom det nya produktområdet smarta glasögon. Vi går stärkta ur det tredje kvartalet och med goda förutsättningar för att nå våra finansiella och operationella mål på medellång sikt.”

Livesänd frågestund med VD och CFO på svenska

- **Datum och tid:** Den 18 november 2025, kl. 09.30
- **Plats:** Webbsändning
- **Talare:** Vd och koncernchef Håkan Lundstedt samt CFO Per Hedblom
- **Länk** för deltagande i frågestund: [Synsam Group Q3](#)

Livesänd frågestund på engelska

- **Datum och tid:** Den 18 november 2025, kl. 10.30
- **Plats:** Webbsändning
- **Länk** för deltagande i frågestund: [Synsam Group Q3](#)

Presentationsmaterialet kommer att finnas tillgängligt på hemsidan kl. 07.30 idag.
www.synsamgroup.com/sv/investerare/rapporter-och-presentationer/

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Per Hedblom, CFO Synsam Group

E-post: per.hedblom@synsam.com

Tel: 08-619 28 60

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 18 november 2025 klockan 07.30.

*Synsam Group är en ledande optikerkedja i Norden med ett brett och prisvärt abonnemangs-erbjudande. 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 6,9 miljarder SEK (rullande 12 månader till september 2025) och har cirka 600 butiker i Norden som drivs under varumärkena Synsam, Synsam Outlet 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, produkt erbjudande och ESG. Synsam Groups aktie handlas på Nasdaq Stockholm (SYNSAM).
www.synsamgroup.com*