

Axfood

PRESSMEDDELANDE 26 APRIL 2023

Ökade marknadsandelar och hög tillströmning av nya kunder

I en utmanande tid för hushållen är det tydligt att allt fler konsumenter väljer att handla hos Axfoods koncept, och i synnerhet från Willys, med ambitionen att erbjuda Sveriges billigaste matkasse. Det gör att Axfood under årets första kvartal stärker positionen ytterligare och växer mer än dubbelt så mycket som marknaden. Under kvartalet har investeringar i erbjudandet fortsatt, och dessutom har stora steg tagits i de långsiktiga logistiksatsningar som ska leda till ökad konkurrenskraft på sikt.

Vd och koncernchef Klas Balkow kommenterar delårsrapporten för det första kvartalet 2023:

”Matprisinflationen i Sverige har fortsatt att vara mycket hög under det första kvartalet, precis som i resten av Europa. Vi arbetar hårt för att parera för kostnadstrycket från tidigare led i livsmedelskedjan. Glädjande nog ser vi sedan en tid hur priser på vissa råvaror minskat och att den pressade situationen för många av våra leverantörer har börjat lätta. Vi arbetar nu intensivt tillsammans med leverantörerna för att detta ska kunna reflekteras även i våra priser mot konsument, vilket redan har börjat ske inom vissa kategorier såsom mejeri, bröd och frukt och grönt. Även om det är många faktorer som fortsatt kan påverka är ändå detta positiva signaler. Vår förhoppning är att vi nu sett toppen av matprisinflationen.

Att konsumenten i dessa utmanande tider väljer att handla prisvärd, bra och hållbar mat hos våra butikskoncept är ett tydligt kvitto på att det vi gör uppskattas. Såväl i butik som i e-handeln växte vi betydligt mer än marknaden under kvartalet. Tillväxten för Axfood var cirka 20 procent, en ökningstakt som var mer än dubbelt så hög som marknaden. Återigen var det främst Willys som bidrog till den starka utvecklingen.

Den höga kundtillströmningen har också bidragit till en positiv resultatutveckling. Det gör att vi detta kvartal levererar en rörelsemarginal i linje med motsvarande kvartal föregående år. Resultatet har dock påverkats negativt av att vi inte fört vidare leverantörernas prishöjningar till konsument fullt ut. Jämfört med föregående år hade vi också högre marknadsatsningar inom såväl våra butikskedjor som Dagab, vilket ledde till en ökad kampanjandel. Högre hyres- och elkostnader i egen verksamhet har också påverkat resultatet negativt.

Parallellt med att parera för rådande matprisinflation och förändrade kundbeteenden fortsätter vi arbetet med att bli än mer effektiva och minska våra kostnader. Som ett led i det genomför vi de största logistiksatsningarna i vår koncerns historia. I början av februari genomfördes de första leveranserna till butik av det torra matsortimentet från det nya högautomatiserade logistikcentret i Bålsta. I skrivande stund får drygt 170 butiker dagligen leverans från Bålsta av totalt cirka 2 800 pallar med varor.

Maten har nog aldrig engagerat så mycket som nu, vilket vi har stor förståelse för. Som aktör i dagligvaruhandeln är det därför viktigare än någonsin att vi kan säkra ett erbjudande som är relevant och konkurrenskraftigt. Vi konstaterar återigen att vi med våra olika koncept har lyckats ta marknadsandelar och attrahera än fler kunder även det här kvartalet.”

Sammanfattning av första kvartalet

- Nettoomsättningen uppgick till 19 252 Mkr (16 593), en ökning med 16,0 procent.
- Detaljhandelsomsättningen uppgick till 15 225 Mkr (12 711), en ökning med 19,8 procent.
- Rörelseresultatet uppgick till 695 Mkr (835) inklusive jämförelsestörande poster om totalt -55 Mkr (182). Rörelsemarginalen uppgick till 3,6 procent (5,0).
- Det justerade rörelseresultatet uppgick till 750 Mkr (653), en ökning med 14,9 procent. Den justerade rörelsemarginalen uppgick till 3,9 procent (3,9).
- Periodens resultat uppgick till 472 Mkr (682) och resultatet per aktie före utspädning till 2,20 kronor (3,27).
- Axfoods innehav i Mathem har omvärderats från 206 Mkr till 34 Mkr. Omvärderingen är en anpassning till den värdering som satts i samband med den nyemission som kommer att genomföras i andra kvartalet.
- Årsstämman den 22 mars beslutade om en utdelning till aktieägarna om 8,15 kr (7,75) per aktie. Utdelningsbeloppet fördelas på två utbetalningar där den första utbetalningen om 4,15 kr skedde i mars och den andra utbetalningen om 4,00 kr sker i september. Vidare beslutade Axfoods styrelse om återköp av högst 330 000 aktier kopplat till det långsiktiga aktiebaserade incitamentsprogrammet LTIP 2023.

Axfood presenterar delårsrapport för det första kvartalet 2023 i en webbsändning kl 9:30 idag, onsdagen den 26 april 2023. Rapporten presenteras av vd och koncernchef Klas Balkow och ekonomi- och finansdirektör Anders Lexmon. Länk till webbsändningen finns tillgänglig på [axfood.se](https://www.axfood.se). Länk till registrering för att delta via telefonkonferens finns också tillgänglig på [axfood.se](https://www.axfood.se). Efter registrering ges telefonnummer och konferens-ID för att kunna delta i telefonkonferensen.

För ytterligare information, kontakta:

Alexander Bergendorf, Head of Investor Relations, Axfood AB, tel +46 73 049 18 44

Denna information är sådan information som Axfood AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 26 april 2023 kl 07:00.

Axfood ska vara ledande inom prisvärd, bra och hållbar mat. I vår bolagsfamilj ingår butikskedjorna Willys och Hemköp, liksom Tempo, Handlar'n och Matöppet. Grossistförsäljning sker genom Snabbgross och vårt supportbolag Dagab ansvarar för koncernens produktutveckling, inköp och logistik. I Axfoodfamiljen ingår även Middagsfrid och Urban Deli samt delägda Apohem, Eurocash, City Gross och Mathem. Tillsammans har koncernen mer än 12 000 medarbetare och en omsättning om drygt 70 miljarder kronor. Axfoods aktie är sedan år 1997 noterad på Nasdaq Stockholm och huvudägare är Axel Johnson AB. Läs mer på www.axfood.se.