

Pressmeddelande

16 februari, 2018

LYKO GROUP DELÅRSRAPPORT Q4 2017

Fjärde kvartalet 2017

- Rörelsens intäkter uppgick till 241,6 (203,2) MSEK.
- Försäljningstillväxten var 18,9% (23,7%).
- Bruttovinstmarginalen uppgick till 50,4% (51,4%).
- EBITDA uppgick till 9,4 (14,7) MSEK.
- EBITDA-marginalen uppgick till 3,9% (7,3%).
- Justerad EBITDA uppgick till 18,2 (14,7) MSEK.
- Justerad EBITDA-marginal uppgick till 7,5% (7,3%).
- Rörelseresultatet uppgick till 2,9 (9,4) MSEK.
- Rörelsemarginalen uppgick till 1,2% (4,6%).

1 januari – 31 december 2017

- Rörelsens intäkter uppgick till 776,1 (657,8) MSEK.
- Försäljningstillväxten var 18,0% (28,9%).
- Bruttovinstmarginalen uppgick till 51,4% (51,2%).
- EBITDA uppgick till 41,8 (52,0) MSEK.
- EBITDA-marginalen uppgick till 5,4% (7,9%) procent.
- Justerad EBITDA uppgick till 58,0 (52,0) MSEK.
- Justerad EBITDA-marginal uppgick till 7,5% (7,9%).
- Rörelseresultatet uppgick till 18,6 (34,8) MSEK.
- Rörelsemarginalen uppgick till 2,4% (5,3%).

KOMMENTARER FRÅN VD

"Fortsatt goda tillväxtförutsättningar 2018 och spännande offensiva initiativ"

Det fjärde kvartalet var minst sagt händelserikt för Lyko. Den 12 december listades Lyko på Nasdaq First North Premier efter en framgångsrik noteringsprocess. Intresset för erbjudandet i samband med noteringen var mycket stort från såväl institutionella som privata investerare och vi fick över 4000 nya aktieägare. Vi på Lyko är givetvis både stolta och glada för denna bekräftelse för vårt erbjudande och vår strategi. Personligen är jag extra glad att över 100 medarbetare också tecknade erbjudandet. Det är ytterligare ett bevis på vår starka företagskultur som drivs av passion och kunskap. Den är vår främsta tillgång för att förverkliga vår ambition - att som ledande aktör inom professionell hårvård och skönhet förändra branschen och fortsätta ta marknadsandelar. Vi har en unik position med en stark plattform av fysiska butiker med tillhörande salonger, som ger svårslagna konkurrensfördelar för vår snabbväxande verksamhet inom segmentet Online.

FORTSATT STARK FÖRSÄLJNINGSTILLVÄXT

Trots att noteringsprocessen krävde en hel del fokus, främst från ledningen, var intäktsstillväxten fortsatt stark under det fjärde kvartalet och höll samma takt som året som helhet. Tillväxten drevs framförallt av segmentet Online som växte med 32 procent tack vare ökad trafik, fler kunder samt ökat värde per köp. Intäkterna inom Retail fortsatte också att växa, främst som ett resultat av att vi öppnat fler butiker med tillhörande salonger. Koncernens lönsamhet (EBITDA), justerat för noteringskostnaderna, steg också under kvartalet.

FORTSATT POTENTIAL I ATT ÖKA VÅR FYSISKA NÄRVARO SAMT EXPANDERA GEOGRAFISKT

I vår strategi för fortsatt tillväxt är den geografiska expansionen viktig. Vi ser en fortsatt potential i att öka vår fysiska närvaro genom fler integrerade butiker och salonger med ett mer utvecklat produkt- och tjänsteerbjudande. Det ökar kännedomen om Lyko, skapar legitimitet och gör att vi når ut till fler kunder. Lykos etablering på den norska marknaden genererar en liten men växande del av vår totala försäljning. Idag kommunicerar vi expansion på ytterligare en marknad. Under våren 2018 tar vi klivet in i Finland med en "online first"-strategi. Finland är en spännande marknad som har Nordens högsta online-penetration inom kategorin skönhet. Satsningen innebär marginell finansiell påverkan på 2018 men med Lykos starka och breda produktsortiment har vi goda förutsättningar att bli en ledande aktör även på denna marknad.

FRAMTIDSUTSIKTER

Vi går nu ett spännande 2018 tillmötes. Efter ett intensivt fjärde kvartal ser jag nu fram emot att lära känna organisationen ännu bättre. Med en förstärkt ledningsgrupp på plats har vi stora möjligheter att ytterligare förbättra processer, utveckla vårt erbjudande och stärka vårt varumärke. Exempelvis har vi nu fått tillstånd av Läkemedelsverket att sälja apoteksvarumärken, vilket breddar vårt produktsortiment ytterligare. Vi har också fattat beslut om att investera i en automatiserad logistiklösning för att ytterligare effektivisera vår lager- och logistikfunktion – en satsning för som innebär långsiktiga lönsamhetsförbättring och förutsättningar att hantera planerad tillväxt. Under våren kommer vi också göra offensiva aktiviteter för att öka kännedomen kring varumärket.

Lykos position som marknadsledare online och som hårvårds- och skönhetspecialist ger oss bra förutsättningar att med god lönsamhet ta ytterligare marknadsandelar. Jag ser visserligen vissa tecken på branschglidning och nya aktörer på vår marknad, men samtidigt en ännu starkare trend där fler och fler varumärkesägare får upp intresset för digitala affärer och den förflyttning som sker såväl generellt inom retail som för skönhet. Vår affär gynnas därutöver av övergripande trender, såsom ökad onlinehandel och ökad tillväxt för specialister jämfört generalister.

Joanna Hummel, VD

Stockholm den 16 februari 2018

För mer information vänligen kontakta:

Joanna Hummel, VD Lyko.

070 286 26 82, joanna.hummel@lyko.se

Denna information är insiderinformation som Lyko Group AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning och information som Lyko Group AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 16 feb 2018 kl. 08.00 CET.

Om Lyko

Lyko Group AB (publ) är en hårvård- och skönhetspecialist med ambition att förändra branschen. Vi har vårt ursprung i den professionella hårvården. Med marknadens bredaste sortiment online, integrerade butiker och salonger inspirerar och guidar vi kunden till sitt bästa jag. Koncernen driver webbplatserna Lyko.se och Lyko.no samt 40 butiker i Sverige och Norge, varav 39 har tillhörande salonger. Verksamheten sysselsätter närmare 500 personer. Lyko är noterat på First North Premier. Avanza Bank är bolagets certified adviser. Besök www.lyko.se för mer information.