

5 maj 2020

## Pressmeddelande

### Delårsrapport januari-mars 2020

#### Första kvartalet 2020

- Nettoomsättningen uppgick till 419,9 Mkr (299,3), en ökning med 40,3 procent jämfört med första kvartalet 2019. Den organiska tillväxten uppgick till 11,8 procent för perioden.
- Rörelseresultatet uppgick till 56,3 Mkr (39,5) motsvarande en rörelsemarginal om 13,4 procent (13,2).
- Den förvärvade verksamheten Hotbath bidrog med 83,8 Mkr till nettoomsättningen samt 16,0 Mkr till rörelseresultatet efter avskrivning avseende kundrelationer.
- Resultat per aktie uppgick till 3,00 kr (2,28), en ökning med 31,6 procent jämfört med samma period föregående år.
- Kassaflöde efter investeringar uppgick till 23,9 Mkr (-1,0).

#### Väsentliga händelser under och efter kvartalet

- Spridningen av Covid-19 har haft konsekvenser och skapat osäkerhet om framtiden för verksamheten och hela den globala ekonomin.

## Vd kommenterar

### En stark start i oroliga tider

Vi avslutar årets första kvartal med rekordsiffror. Försäljningen uppgick till 420 Mkr, vilket är en ökning på hela 40% och en organisk tillväxt om 12%. Samtidigt levererar vi ett mycket starkt rörelseresultat och kassaflöde. Utvecklingen följer den inslagna vägen under 2019 med starka prestationer hos alla anställda och med ett högt förtroende för våra produkter och tjänster i marknaden. Samtidigt är vi mycket ödmjuka för den Covid-19 kris som hela världen befinner sig i, vilket självklart påverkar oss som anställda och verksamhet.

Försäljningen ökar både i vår nordiska hemmamarknad och exporten. En stor del av förklaringen är fjolårets förvärv av Hotbath, men även som resultatet av produktlanseringar i våra tre andra varumärken och ett ständigt pågående arbete att vidareutveckla kundrelationer. Lönsamheten förstärks genom fortsatt aktivt arbete med produktmix och ökad produktivitet i produktionen i Mora. Under första kvartalet har vi dock högre säljkostnader, som aktiva beslut att investera i marknadsföring.

Vi följer dagligen utvecklingen av Covid-19 och har under en längre tid arbetat med extra rutiner och förberedelser för att agera proaktivt för våra kunders och medarbetares bästa på kort och lång sikt. Under första kvartalet har verksamheten fungerat bra, trots restriktioner i olika länder. Vi är beroende av leverantörer i Asien och Europa, som har haft leveransstörningar under kvartalet och som har påverkat oss negativt. Med en egen produktion i Mora och starka leverantörsrelationer har vi dock lyckats hålla uppe en bra servicenivå till våra kunder. Vi kan också konstatera att några kunder har byggt extra lager under slutet av första kvartalet.

Det råder mycket stor osäkerhet om hur efterfrågan på våra produkter påverkas på grund av Covid-19. Vi vet att vi påverkas senare än andra i byggbranschen eftersom kranar installeras sent i projektet, samtidigt som vi vet att ROT-marknaden är förhållandevis stark. Vi är inställda på att möta en lägre efterfrågan under året som följd av Covid-19. Vi har normalt en kort orderstock och därför följer vi utvecklingen dagligen.

I dagsläget är det för mycket osäkerhet för att bedöma hur stor påverkan viruset får för oss som koncern. Vi anpassar verksamheten utifrån vad som händer i omgivningen och i nära dialog med medarbetare, kunder och leverantörer. Bland annat anpassar vi bemanningen allt eftersom förutsättningarna förändras och i ett första läge handlar det om att justera antalet inhyrd personal och visstidspersonal, anpassningar av arbetsscheman och i en del av våra utländska bolag har vi även tillåtit viss personal. Vårt mål är att vi tillsammans med berörda parter kan hitta smarta lösningar som hjälper oss alla igenom krisen, men även gör att vi tillsammans står än starkare

efteråt. Allt utifrån vår strategi att investera i våra varumärken och produkter för att vara kundens första val.

Under kvartalet ser vi också en mycket kraftig tillväxt av våra beröringsfria produkter. Det är mycket glädjande då de förutom sänkt vatten- och energiförbrukning också ger en bättre handhygien, som i dessa tider känns viktigare än någonsin. Vi fortsätter vårt utvecklingsarbete mot fler hållbara produkter, där beröringsfritt är en självklar funktion, som i kombination med en attraktiv design ger kunden en tydlig ”WOW-upplevelse”. Tillsammans med Idre Fjäll driftsätte vi under kvartalet våra uppkopplade och beröringsfria kranar, som nu visar tydliga vattenbesparingar och ökad komfort för användaren. Samtidigt utökade vi vår populära serie Damixa Silhouet med fler färger, som kunderna uppskattar. Vi fortsätter utveckla produkter som kombinerar hållbarhet och design, då vi är övertygade om att det är ett vinnande koncept för oss och våra kunder.

**För ytterligare information vänligen kontakta:**

Fredrik Skarp, verkställande direktör, telefon: +46 (0)250-596405

Martin Gallacher, ekonomi- och finansdirektör, telefon: +46 (0)250-596225

Denna information är sådan information som FM Mattsson Mora Group AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående personers försorg, för offentliggörande den 5 maj 2020 kl. 08.00.

---

*FM Mattsson Mora Group bedriver försäljning, tillverkning samt produktutveckling av vattenkranar under de starka och väletablerade varumärkena FM Mattsson, Mora Armatur, Damixa och Hotbath. Koncernens vision är att vara kundens första val för blandare i badrum och kök. Verksamheten omsatte 2019 över 1,4 miljard kronor genom sina bolag i Sverige, Norge, Danmark, Finland, Benelux, Tyskland och Italien och hade över 500 anställda (siffrorna har justerats i och med förvärvet av Hotbath i maj 2019). FM Mattsson Mora Group är börsnoterat på Nasdaq Stockholm.*