



PRESSMEDDELANDE

21 juli 2022

Delårsrapport januari–juni 2022 – Pricer AB (publ)

Hög tillväxt under årets andra kvartal med en ökning av orderingång om 42% och omsättning om 36%

Andra kvartalet 2022

- Nettoomsättningen uppgick till 530,3 MSEK (389,0), en ökning med 36,3 procent jämfört med samma period föregående år.
- Rörelseresultatet uppgick till -6,8 MSEK (22,6), vilket motsvarar en rörelsemarginal om -1,3 procent (5,8).
- Orderingången var 581 MSEK (408), en ökning med 42,4 procent jämfört med samma period föregående år.
- Orderstocken uppgick till 542 MSEK (563), varav merparten avses levereras under 2022.
- Periodens resultat uppgick till -3,5 MSEK (15,2).
- Resultat per aktie före utspädning var -0,03 SEK (0,14). Resultat per aktie efter utspädning var -0,03 SEK (0,14).
- Kassaflöde från den löpande verksamheten var 49,5 MSEK (-18,2).

Första halvåret 2022

- Nettoomsättningen uppgick till 996,2 MSEK (781,9), en ökning med 27,4 procent jämfört med samma period föregående år.
- Rörelseresultatet uppgick till -16,5 MSEK (39,9), vilket motsvarar en rörelsemarginal om -1,7 procent (5,1).
- Orderingången var 1 131 MSEK (850), en ökning med 33 procent jämfört med samma period föregående år.
- Periodens resultat uppgick till -13 MSEK (32,9).
- Resultat per aktie före utspädning var -0,12 SEK (0,30). Resultat per aktie efter utspädning var -0,12 SEK (0,30).
- Kassaflöde från den löpande verksamheten var 29,2 MSEK (-80,8).

Tf vd Magnus Larsson kommenterar

Det är med glädje vi ser på årets andra kvartal som visar en kraftig ökning av omsättning och orderingång jämfört med motsvarande period förra året. Ett starkt fokus på försäljning, produktion och leverans i kombination med ett ökat kundbehov ligger bakom kvartalets tillväxtökning.

Omsättningen uppgick till 530 MSEK vilket är en ökning med 36 procent jämfört med motsvarande period 2021 och 14 procent jämfört med föregående kvartal. Orderingången uppgick till 581 MSEK och ökade med 42 procent år över år och 5,4 procent kvartal över kvartal.

Kvartalets rörelseresultat uppgick till -7 MSEK jämfört med 23 MSEK motsvarande period 2021. En fortsatt hög kostnadsnivå på elektronikkomponenter, råmaterial och transporter fortsatte att pressa lönsamheten men vårt arbete med lönsamhetsförbättrande åtgärder

pågår kontinuerligt och vi väntar oss att se effekter av lönsamhetsförbättrande åtgärder under andra halvåret 2022, och vidare in i 2023.

Under kvartalet uppdaterades företagets strategi för de kommande åren, vilken sedan presenterades i juni på vår första kapitalmarknadsdag på många år. Marknadstillväxten accelererar och vårt mål är att växa snabbare än marknaden genom att marknadsföra innovativa och unika lösningar inom "In-store communication". Vi fokuserar på att stärka vår säljorganisation, säkerställa "thought leadership" inom utveckling och produktion, samt utveckla nya affärsmodeller för att öka våra återkommande intäkter. Genom att följa vår nya strategi planerar vi för en omsättning om 4 500 MSEK 2025, varav 10 procent kommer från återkommande intäkter.

Vi ser ett antal marknadstrender som ligger till grund för den ökade efterfrågan på våra lösningar där den starkaste är butiksdigitaliseringen då de allra flesta handlare behöver system som möjliggör ett aktivt arbete med prisstrategier, effektivisering av butiksprocesser och som bidrar till att öka kundnöjdheten hos deras kunder.

En annan tydlig trend bland såväl befintliga som nya kunder är intresset för "Digital Signage" där butiksdigitalisering skapar helt nya affärsmöjligheter genom digital annonsering i butik och därmed ökade intäkter från butikskampanjer och annonsering. Vi för ett antal spännande kundsamtal kring lösningar som kombinerar digitala prisetiketter och Digital Signage och kommer att lansera en lösning under hösten.

Utöver butiksdigitalisering och Digital Signage finns ett mycket starkt intresse för lösningar som skapar insikter kring butiksdrift och möjliggör för en handlare att baserat på dessa vidta lämpliga åtgärder som att fylla på produkter, arrangera om produktplacering eller ändra annonsering. Pricers kameralösning ShelfVision, baserat på Pricer patent, skapar ett stort kundintresse och testas för närvarande av ett flertal kunder med gott resultat.

Lanseringen av fyrfärgsetiketter, som sker under året, skapar helt nya möjligheter då fyrfärg är en förutsättning för att många livsmedelsbutiker ska investera i digitala prisetiketter eftersom användning av röd och gul färg är ett måste för deras kampanjannonsering. Fyrfärgsetiketter är energikrävande vilket är en "game changer" för Pricer som har marknads mest energisnåla etiketter och därmed är bäst positionerad för att leverera en retail-grade lösning.

Marknadstrenderna förstärks dessutom kraftigt av en ökad inflation och brist på arbetskraft vilka båda bidrar till att skapa ett stort och omedelbart behov av investering i digitala prisetiketter nu och framöver.

Vi ser optimistiskt på framtiden. Våra produkter och lösningar möjliggör kommunikation och effektivisering som ökar våra kunders försäljning, sänker deras kostnader och skapar en bättre kundupplevelse i deras butiker. Med vår nya strategi på plats kommer vi att kunna skapa en mängd nya kundrelationer, vårda och utveckla befintliga kunder och i slutändan aktivt bidra till att stärka den fysiska butikens attraktionskraft bland konsumenterna. Detta kommer att generera en tydlig kundnytta och därmed tillväxt, lönsamhet och förutsättningar att nå våra nya finansiella mål. Vi ser fram emot att återkomma till er.

Magnus Larsson
Tf VD

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Magnus Larsson, tf vd, 0704-316 851
Susanna Zethelius, CFO, 0704-440 092
info@pricer.com

Denna information är sådan information som Pricer AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 21 juli 2022 kl. 08.30 CET.

Om Pricer

Pricer är ett ledande globalt techföretag inom den snabbväxande marknaden för smart retail med digitala butikslösningar som både ökar butikers produktivitet och förhöjer köpupplevelsen. Genom digitala prisetiketter, avancerad teknik såsom optisk trådlös kommunikation och AI samt ständig innovation lägger Pricer grunden för kommunikation och effektivitet i butik. Bakom Pricers branschledande snabba, robusta och skalbara plattform som ständigt utvecklas med ny funktionalitet ligger 30 års branscherfarenhet. Pricer grundades i Sverige 1991 och är noterat på Nasdaq Stockholm. För mer information, besök www.pricer.com