

Delårsrapport januari–september 2025 – Pricer AB

Det tredje kvartalet visar en klar förbättring jämfört med årets två första kvartal

Tredje kvartalet 2025

- Orderingången uppgick till 352,4 MSEK (531,5).
- Orderstocken per 30 september var 437 MSEK (422).
- Nettoomsättningen uppgick till 598,4 MSEK (613,8).
- Bruttoresultatet uppgick till 138,6 MSEK (135,5), vilket motsvarar en bruttomarginal om 23,2 procent (22,1).
- Rörelseresultatet EBIT uppgick till 38,5 MSEK (61,6), vilket motsvarar en rörelsemarginal om 6,5 procent (10,0).
- EBITDA, rörelseresultat före avskrivningar och nedskrivningar, minskade till 60,6 MSEK (79,9).
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -44,0 MSEK (-71,8), vilket är en effekt av högre rörelsekapital under kvartalet.
- Kvartalets resultat minskade till 32,2 MSEK (41,9).
- Resultat per aktie före och efter utspädning var 0,20 SEK (0,26).

Vd och koncernchef Magnus Larsson kommenterar

Det tredje kvartalet visar en klar förbättring jämfört med årets första två kvartal, med en stärkt bruttomarginal, ett positivt rörelseresultat och framsteg i flera av våra prioriterade marknader. Kundernas investeringsvilja är fortsatt försiktig, vilket har påverkat hela branschen och bidragit till en lägre orderingång under kvartalet.

Även om utvecklingen på kort sikt fortsatt är utmanande, ser vi tydligt hur digitaliseringen fortsätter att vara en avgörande drivkraft för detalj- och dagligvaruhandeln. Intresset för att effektivisera och modernisera verksamheten är stor och för många större butikskedjor handlar det snarare om när, än om investeringarna kommer att genomföras. Här har vi en stark position att stödja våra kunder i nästa steg mot ökad konkurrenskraft och långsiktig hållbarhet.

Positiv försäljningsutveckling jämfört med första halvåret

Nettoomsättningen uppgick till 598 MSEK (614) vilket är en tydlig förbättring jämfört med årets två första kvartal. Justerat för valutakursförändringar var tillväxten positiv i kvartalet och steg med 4 procent. Trots en generellt avvaktande marknadsutveckling utmärker sig flera av våra marknader med stark positiv tillväxt. Försäljningen i Kanada har haft en mycket förbättrad utveckling, främst drivet av en fortsatt utrullning till Sobeys butiker. Utvecklingen har dessutom varit stark på marknaderna i Benelux och i Östeuropa, medan Frankrike har visat en stabil försäljning i linje med motsvarande kvartal föregående år. Marknaden i USA

har fortsatt påverkats av en avvaktande investeringsvilja och därmed uppskjutna upphandlingar, främst som en följd av de förändrade handelsvillkoren.

I Norden och Baltikum har vi nu etablerat en egen försäljningsorganisation, vilket initialt har medfört högre kostnader, men förväntas ge en positiv effekt på både försäljning och resultat under kommande kvartal. Den svagare utvecklingen under det tredje kvartalet har främst påverkats av att färre butiker implementerats i Finland jämfört med motsvarande period föregående år, men fortfarande i en högre takt än ursprungligen planerat för perioden.

Orderingången uppgick till 352 MSEK (532) i det tredje kvartalet. Den lägre orderingången beror på en generell återhållsam investeringsnivå hos kunderna. På den franska marknaden jämför vi med ett starkt kvartal föregående år, då försenade order från Carrefour låg bakom den höga orderingången. Marknaden i USA har generellt utvecklats svagt, medan utvecklingen i Norden och Baltikum påverkats av att vi ännu inte nått full effekt av vår nya direktförsäljningsmodell som implementerades vid halvårsskiftet. Det är mot bakgrund av detta glädjande att kunna konstatera att vi efter kvartalets utgång har stärkt vår position på den nordiska detaljhandelsmarknaden genom ett nytt avtal med Norgesgruppen, en av regionens ledande aktörer.

Stärkt bruttomarginal

Bruttomarginalen stärktes till 23,2 procent (22,1), främst som en följd av lägre produktionskostnader, positivt påverkade av valutakurseffekter, samt en mer fördelaktig produktmix. Rörelseresultatet uppgick till 38 MSEK (62), vilket är en tydlig förbättring jämfört med de två närmast föregående kvartalen. Jämfört med föregående år är det lägre resultatet primärt en effekt av högre personalkostnader relaterat till genomförandet av vår strategi, så som utvecklings- och marknadsföringskostnader, i kombination med negativa valutakursförändringar.

Under det tredje kvartalet har vi fortsatt genomförandet av vår strategi med fokus på tydligare kund- och marknadssegmentering samt prioritering av våra geografiska marknader. Vi har etablerat grunden för en ny struktur med fokus på leverans genom att stärka organisationen, särskilt inom produkt, R&D, marknad och försäljning. Fokus framåt ligger på att öka försäljningstakten, förbättra effektiviteten och stärka bolagets motståndskraft.

Summering och framtidsutsikter

Trots en fortsatt försiktig marknad ser vi långsiktigt starka drivkrafter för våra lösningar inom digitalisering och automatisering av fysisk handel. Intresset för vår SaaS-plattform Pricer Plaza fortsätter att öka, och våra pilotprojekt med nästa generations lösning, Pricer Avenue, väcker stort intresse och implementeras som pilotinstallationer i bland annat Frankrike, England och Finland under oktober och november. De pågående strategiska dialogerna med flera potentiella kunder bekräftar det växande intresset för våra produkter och lösningar.

Med en stor installerad bas av kunder, attraktiv produktportfölj, en stärkt organisation och fortsatta initiativ för effektivisering och kostnadsreduktion står vi, trots kortsiktiga marknadsutmaningar, väl positionerade att dra nytta av den underliggande efterfrågan när marknaden åter blir mer aktiv.

Magnus Larsson
VD och koncernchef

Pricer AB bjuder in till en digital presentation av delårsrapporten för det tredje kvartalet 2025. Sändningen hålls på dagen för publicering kl. 13:00 CEST.

Länk till webbsändningen: [Pricer - Q3\(25\) Earningscall](#)

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Magnus Larsson, vd och koncernchef, +4670 431 68 51
Claes Wentzel, CFO, +4670 862 01 22
info@pricer.com

Denna information utgör insiderinformation som Pricer AB är skyldig att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning 596/2014. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande vid den tidpunkt som anges av bolagets nyhetsdistributör, Cision, vid publicering av detta pressmeddelande.

Om Pricer

Pricer är en pionjär och partner inom kommunikation och digitalisering av den fysiska butiken i den snabbt föränderliga retail tech-branschen. Vi hjälper ledande detaljhandlare världen över att skapa inspirerande kundupplevelser som förändrar köpbeteenden, ökar försäljningen och effektiviserar butiksdriften. Genom banbrytande innovation levererar vi skalbara, högpresterande och energieffektiva lösningar som smidigt integreras med befintliga system, med användarvänlighet i fokus. Pricer grundades i Sverige 1991, är noterat på Nasdaq Stockholm och har levererat över 350 miljoner elektroniska hyllkantsetiketter till mer än 28 000 butiker i över 70 länder. För mer information, besök www.pricer.com