



# **RUG**

---

V I S T A

## **Delårsrapport januari – september 2021**

RugVista Group AB (publ)

## Stark tillväxt och god lönsamhet

### Höjdpunkter under det tredje kvartalet 2021

- Nettoomsättningen var MSEK 141,0 (116,4) motsvarande en ökning på 21,1% (20,7%).
- Den organiska nettoomsättningstillväxten uppgick till 29,6%.
- Bruttomarginalen ökade till 64,4% (63,2%).
- Rörelseresultatet uppgick till MSEK 22,9 (24,4) och rörelsemarginalen var 16,2% (21,0%).
- Periodens resultat uppgick till MSEK 17,9 (18,8).
- Resultat per aktie före utspädning uppgick till SEK 0,86 (0,93).
- Det genomsnittliga NPS (Net Promotor Score)-värdet uppgick till 66 (67).

### Höjdpunkter januari – september 2021

- Nettoomsättningen var MSEK 486,2 (351,4) motsvarande en ökning på 38,4% (22,5%).
- Den organiska nettoomsättningstillväxten uppgick till 50,2%.
- Bruttomarginalen ökade till 64,5% (62,1%).
- Rörelseresultatet uppgick till MSEK 87,4 (65,1) och rörelsemarginalen var 18,0% (18,5%).
- Det justerade rörelseresultatet uppgick till MSEK 97,3 (65,1) och den justerade rörelsemarginalen var 20,0% (18,5%).
- Periodens resultat uppgick till MSEK 68,7 (49,5).
- Resultat per aktie före utspädning uppgick till SEK 3,30 (2,45).
- Lagervärde som andel av LTM nettoomsättningen var 18,8% (22,0%).

### Nyckeltal för koncernen<sup>1)</sup>

KSEK om inte annat anges	Juli - september		Januari - september	
	2021	2020	2021	2020
Rörelseintäkter	141 390	117 025	487 372	352 982
Nettoomsättning	141 025	116 446	486 183	351 406
Nettoomsättningstillväxt, %	21,1%	20,7%	38,4%	22,5%
Organisk nettoomsättningstillväxt, %	29,6%	-	50,2%	-
Bruttoresultat	90 884	73 601	313 726	218 057
Bruttomarginal, %	64,4%	63,2%	64,5%	62,1%
Rörelseresultat	22 875	24 428	87 371	65 062
Rörelsemarginal, %	16,2%	21,0%	18,0%	18,5%
Periodens resultat	17 880	18 811	68 662	49 537
Periodens marginal, %	12,6%	16,1%	14,1%	14,0%
Justerat rörelseresultat	22 875	24 428	97 271	65 062
Justerad rörelsemarginal, %	16,2%	21,0%	20,0%	18,5%
Lagervärde som andel av LTM nettoomsättningen, %	-	-	18,8%	22,0%
Nettoskuldssättning	-	-	-120 379	-18 984
Resultat per aktie före utspädning, SEK	0,86	0,93	3,30	2,45
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	0,86	0,91	3,30	2,39
Antal utestående aktier	20 785 140	20 247 120	20 785 140	20 247 120
Antal utestående aktier efter utspädning	20 785 140	20 727 537	20 785 140	20 727 537
Antal webbplatsbesök, miljon	7,9	6,6	28,2	21,8
Antal ordrar, tusen	54,5	42,3	190,8	124,0
Antal nya kunder, tusen	39,4	30,2	138,2	88,4
Genomsnittligt ordervärde, SEK	3 648	3 785	3 585	3 849
Genomsnittligt NPS-värde	66	67	66	68
Genomsnittligt Trustpilot-värde	4,8	4,8	4,8	4,8

1) Se sida 26 för definitioner och motivering av nyckeltal

## Fortsatt stark tillväxt med god lönsamhet

### Kära aktieägare,

Vårt tredje kvartal kan beskrivas som ytterligare en period där vi uppnår en tillväxttakt och marginalnivå i linje med eller något över våra finansiella mål.

Den organiska tillväxten nådde en tillfredsställande nivå på 30% under kvartalet och att vi lyckades accelerera tillväxttakten jämfört med Q2 var särskilt uppmuntrande.

Rörelsemarginalen under kvartalet var 16,2% vilket är en minskning med cirka 5 procentenheter jämfört med förra året. Marginalminskningen hänförs till ungefär lika delar av fortsatta investeringar i tillväxt samt att vi förra året hade en ovanligt stor positiv valutakurseffekt.

Vi valde att fortsätta investera i tillväxt under kvartalet trots att kostnaden för att driva trafik till våra webbutiker ökade på grund av en allmänt hög marknadsföringsintensitet i marknaden.

Vi fortsätter även att leverera på våra strategiska initiativ. DACH-regionen kvarstår som tillväxtmotorn och Q3 var ännu ett kvartal där vi lyckades attrahera nästan 40 000 nya kunder med bibehållen utmärkt feedback från våra kunder vilket vårt NPS värde på 66 visar.

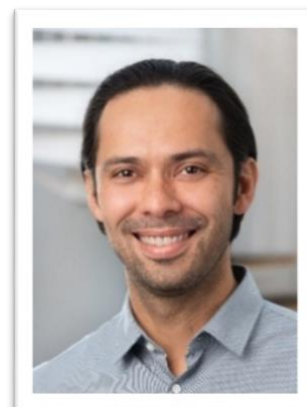
Lagersituationen förbättrades under kvartalet med cirka 15 miljoner i ökat lagervärde. Detta gör att vi fortsatt står väl förberedda inför den viktiga högsäsongen. Trots att vi lyckades öka vårt lagervärde under kvartalet så har fortsatta störningar i Indien, på grund av Covid-19 pandemin och globala fraktutmaningar, påverkat vår förmåga att bygga lager helt enligt våra ambitioner.

Det tredje kvartalet var en period där Covid-19 restriktioner minskade, eller togs bort helt, i de flesta länder runt om i Europa. Efter återöppningen har vi noterat relativt stora skillnader i kundbeteendet mellan länderna. Vissa marknader visar fortsatt stark tillväxt medan tillväxttakten har avtagit i andra. Det är dock för tidigt att avgöra hur kundbeteendet gällande fysisk kontra digital handel kommer utvecklas mer långsiktigt. Vi är fortfarande övertygade om att det digitala köpet, för vår produktkategori i synnerhet, erbjuder kunden ett större produkturval, en bättre köppplevelse samt en bekvämare leveransupplevelse. Vi förväntar oss att dessa faktorer kommer leda till att fler konsumenter även i framtiden väljer att utföra sina inköp av mattor i digitala istället för fysiska butiker.

Vi står nu inför årets viktigaste period där vi förväntar oss en naturligt hög efterfrågan men där vi möter utmanande jämförelsetal från Q4 2020. Vi är emellertid väl förberedda och redo att exekvera enligt vår kommersiella plan för att avsluta året starkt och fortsatt säkerställa en köppplevelse i världsklass.

Med vänliga hälsningar,

**Michael Lindskog**  
VD RugVista Group



# Koncernens utveckling

## Tredje kvartalet

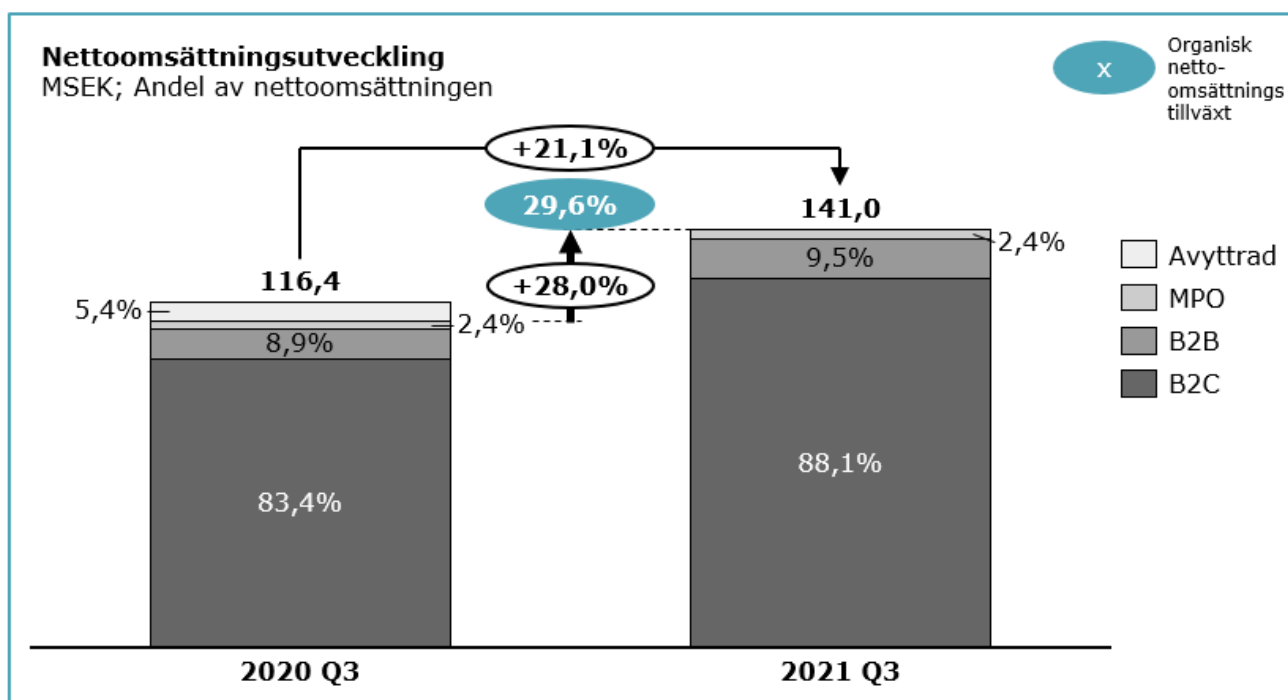
### Nettoomsättning

Koncernens nettoomsättning för perioden uppgick till MSEK 141,0 (116,4), vilket motsvarar en ökning med 21,1% (20,7%) och den organiska nettoomsättningstillväxten uppgick till 29,6%. Skillnaden mellan den rapporterade nettoomsättningstillväxten och den organiska nettoomsättningstillväxten härleds till avyttringen av *Artglass i Malmö AB* i december 2020 som utgjorde 5,4% av nettoomsättningen under det tredje kvartalet 2020 samt den svenska kronans förstärkning.

Nettoomsättningen inom segmentet Privatpersoner (B2C), koncernens största, uppgick till MSEK 124,2 (97,1) vilket motsvarar en ökning med 27,9% (20,0%). Nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av DACH-regionen med en tillväxttakt på 41,5% (12,8%).

Nettoomsättningen inom segmentet Företagskunder (B2B) uppgick till MSEK 13,4 (10,3) vilket motsvarar en ökning med 29,8% (-0,8%). Efterfrågan inom segmentet fortsätter att vara lägre än innan Covid-19 pandemin men en fortsatt aktivitetsökning inom kundkategorin inredningsarkitekter noterades.

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 3,4 (2,8), vilket motsvarar en ökning med 24,0% (68,5%). Segmentet fortsatte utvecklas positivt under perioden men mötte ett utmanande jämförelsetal från förra året.



## Resultat och marginaler

Bruttomarginalen uppgick till 64,4% (63,2%). Ökningen i bruttomarginalen drevs av kategorimix-effekter samt lägre rabattsatser jämfört med föregående år.

Övriga externa kostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 36,5% (32,8%). Ökningen drevs främst av ökade marknadsföringsinvesteringar inom B2C segmentet.

Personalkostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 9,3% (8,9%). Den marginella ökningen berodde på nyanställda som började under kvartalet enligt plan.

Övriga rörelsekostnader uppgick till MSEK -1,3 (1,3). Posten inkluderar nettot av valutakursförändringarnas påverkan på transaktioner under perioden. Föregående år hade ett positivt värde på MSEK 1,3.

Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till MSEK -2,2 (-1,9) och består främst av avskrivningar avseende nyttjanderättstillgångar.

Rörelseresultatet (EBIT) uppgick till MSEK 22,9 (24,4), vilket motsvarar en rörelsemarginal på 16,2% (21,0%). Den minskade rörelsemarginalen drevs främst av ökad marknadsföringsinvestering samt att valutaeffekter inom övriga rörelsekostnader påverkade föregående års period positivt. Inga jämförelsestörande poster har påverkat det tredje kvartalet.

Finansnettot uppgick till MSEK -0,2 (-0,8), där minskningen beror på att koncernen inte längre har några lån från kreditinstitut.

Skatter för perioden uppgick till MSEK -4,8 (-4,9).

Periodens resultat uppgick till MSEK 17,9 (18,8) och periodens marginal uppgick till 12,6% (16,1%).

## Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till MSEK 5,8 (36,7) under perioden.

Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till MSEK -0,8 (-0,1) under perioden. Investeringarna under perioden avser renovering av kontorslokaler samt utrustning i utökad lagerlokal.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till MSEK -0,6 (0,0) under perioden. Under perioden har totalt 52 500 optioner till ett värde av MSEK 1,5 sålts till nyckelpersoner i Koncernen. Amortering av leasingskulder uppgick till MSEK -2,0 under perioden.

## Övriga nyckeltal (KPI)

Fortsatt starka kundnöjdhetsbetyg (NPS och TrustPilot) trots vissa störningar i kundleveranser under kvartalet. NPS värdet var 66 (67) och TrustPilot värdet var 4,8 (4,8).

Antalet webbplatsbesök uppgick till 7,9 (6,6) miljoner, vilket motsvarar en ökning med 19,5% (17,9%). Ökningen drevs av investeringar i marknadsföring.

Orderantalet var 54,5 (42,3) tusen, vilket motsvarar en tillväxttakt på 28,8% (19,9%).

39,4 (30,2) tusen nya kunder förvärvades, vilket motsvarar en tillväxttakt på 30,5% (21,1%).

Genomsnittligt ordervärde uppgick till MSEK 3 648 (3 785), vilket motsvarar en minskning med -3,6% (2,2%). Minskningen drevs av kategorimix-effekter.

## Januari – september

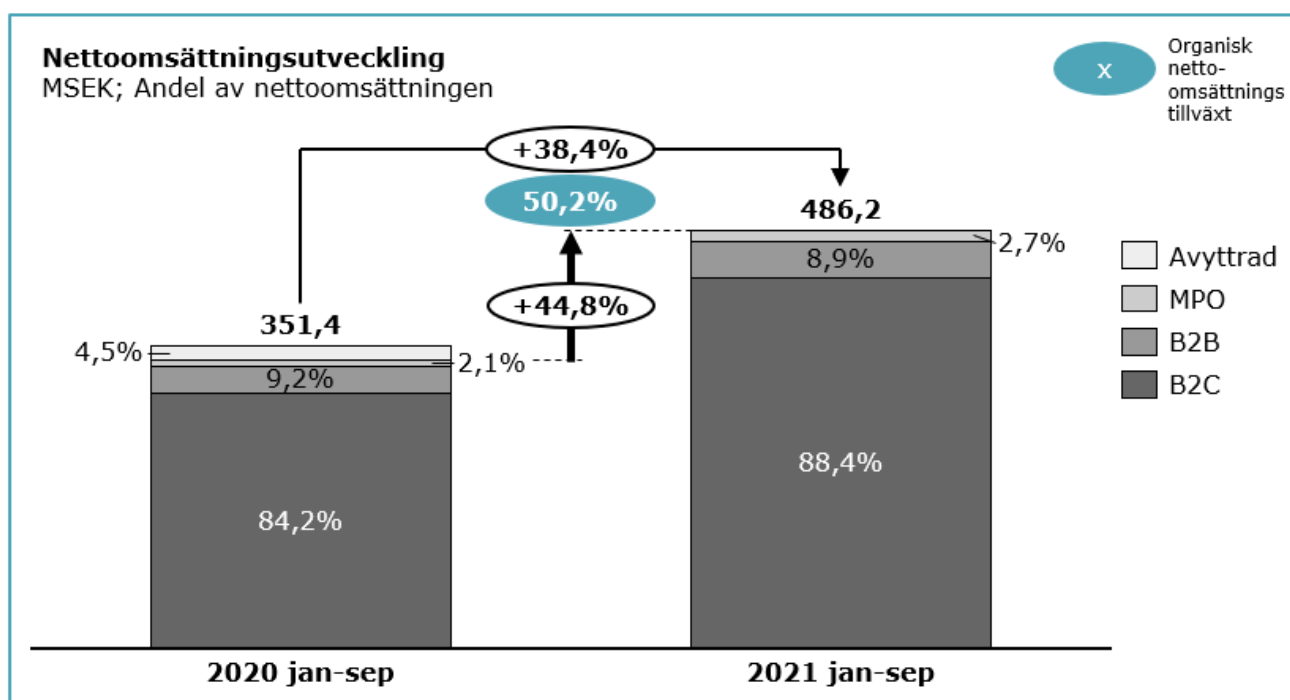
### Nettoomsättning

Koncernens nettoomsättning för perioden uppgick till MSEK 486,2 (351,4), vilket motsvarar en ökning med 38,4% (22,5%) och den organiska nettoomsättningstillväxten uppgick till 50,2%. Skillnaden mellan den rapporterade nettoomsättningstillväxten och den organiska nettoomsättningstillväxten härleds till avyttringen av *Artglass i Malmö AB* i december 2020 som utgjorde 4,5% av nettoomsättningen under perioden förra året samt den svenska kronans förstärkning.

Nettoomsättningen inom segmentet Privatpersoner (B2C), koncernens största, uppgick till MSEK 429,9 (295,8) vilket motsvarar en ökning med 45,3% (22,3%). Nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av DACH-regionen med en tillväxttakt på 61,3% (22,1%).

Nettoomsättningen inom segmentet Företagskunder (B2B) uppgick till MSEK 43,3 (32,4) vilket motsvarar en ökning med 33,7% (7,4%). Efterfrågan inom segmentet fortsätter att vara lägre än innan Covid-19 pandemin men en aktivitetsökning inom kundkategorin inredningsarkitekter har noterats under de senaste två kvartalen.

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 13,0 (7,5), vilket motsvarar en ökning med 73,7% (89,6%). Segmentet fortsatte sin positiva utveckling under perioden tack vare förbättringsåtgärder som implementerats.



## Resultat och marginaler

Bruttomarginalen uppgick till 64,5% (62,1%). Ökningen i bruttomarginalen drevs av kategorimix-effekter samt lägre rabattsatser jämfört med föregående år.

Övriga externa kostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 35,7% (33,0%). Ökningen drevs främst av ökningen i marknadsföringskostnader under andra och tredje kvartalet samt kostnaderna för noteringsprocessen under det första kvartalet.

Personalkostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 9,2% (9,2%).

Övriga rörelsekostnader uppgick till MSEK -1,6 (1,0). Posten inkluderar nettot av valutakursförändringarnas påverkan på transaktioner under perioden. Föregående år hade ett positivt värde på MSEK 1,0.

Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till MSEK -6,1 (-5,8) och består främst av avskrivningar avseende nyttjanderättstillgångar.

Rörelseresultatet (EBIT) uppgick till MSEK 87,4 (65,1), vilket motsvarar en rörelsemarginal på 18,0% (18,5%).

Justerat rörelseresultat (justerad EBIT) uppgick till MSEK 97,3 (65,1), vilket motsvarar en justerad rörelsemarginal (justerad EBIT marginal) på 20,0% (18,5%). Justerad post på MSEK 9,9 (0,0) var hänförlig till noteringsprocessen under första kvartalet.

Finansnettot uppgick till MSEK -0,7 (-2,8), där minskningen beror på att koncernen inte längre har några lån från kreditinstitut.

Skatter för perioden uppgick till MSEK -18,0 (-12,8).

Periodens resultat uppgick till MSEK 68,7 (49,5) och periodens marginal uppgick till 14,1% (14,0%).

## Finansiell ställning och likviditet

Lagervärdet vid periodens slut uppgick till MSEK 130,9 (107,1) och lagervärdet som andel av LTM nettoomsättningen uppgick till 18,8% (22,0%). Andelen på 18,8% är i linje med målsättningen att på medellång sikt uppnå ett värde på 17,5% till 22,5%. Inköpsavdelningens arbete med att säkerställa lagernivåerna inför kommande högsäsong och påfyllning av bäst säljande artiklar har, i samarbete med våra leverantörer, fallit väl ut trots fortsatta utmaningar med varuförsörjningen till följd av Covid-19 pandemin samt de pågående globala fraktutmaningarna.

Nettoskuldsättningen uppgick till MSEK -120,4 (-19,0) där förbättringen på MSEK 101,4 drevs av starkt kassaflöde från den löpande verksamheten samt ett lågt behov av investeringar.

Likvida medel uppgick till MSEK 150,5 (133,0).

## Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till MSEK 34,8 (96,6) under perioden. Det positiva kassaflödet drevs av koncernens förbättrade rörelseresultat jämfört med föregående år.

Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till MSEK -1,2 (-0,7) under perioden och avser investering i materiella anläggningstillgångar.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till MSEK -22,6 (-8,5) under perioden. Kassautflödet berodde på avvecklingen av de historiska långsiktiga incitamentsprogrammen (LTIP 2017, LTIP 2018 och LTIP 2019) i samband med noteringen på NASDAQ First North Premier Growth Market.

## Övriga nyckeltal (KPI)

Fortsatt starka kundnöjdhetsbetyg (NPS och TrustPilot) tack vare stabila operationella processer överlag under perioden. NPS värdet var 66 (68) och TrustPilot värdet var 4,8 (4,8).

Antalet webbplatsbesök uppgick till 28,2 (21,8) miljoner, vilket motsvarar en tillväxttakt på 29,6% (15,8%) jämfört med föregående år.

Orderantalet var 190,8 (124,0) tusen, vilket motsvarar en tillväxttakt på 53,9% (16,1%).

138,2 (88,4) tusen nya kunder förvärvades, vilket motsvarar en tillväxttakt på 56,4% (18,7%).

Genomsnittligt ordervärde uppgick till MSEK 3 585 (3 849), vilket motsvarar en minskning med -6,9% (7,9%). Minskningen drevs av kategorimix-effekter.





# Utveckling per segment

## Privatpersoner (B2C)

<i>KSEK om inte annat anges</i>	Juli - september			Januari - september		
	2021	2020	Δ	2021	2020	Δ
Nettoomsättning	124 217	97 085	27,9%	429 899	295 786	45,3%
<i>Nettoomsättning, DACH</i>	24 767	17 502	41,5%	95 680	59 319	61,3%
<i>Nettoomsättning, Norden</i>	35 625	30 885	15,3%	113 306	86 568	30,9%
<i>Nettoomsättning, Övriga länder</i>	63 825	48 698	31,1%	220 913	149 899	47,4%
Bruttoresultat	79 270	62 019	27,8%	274 909	185 313	48,3%
Bruttomarginal, %	63,8%	63,9%	-0,1pp	63,9%	62,7%	1,3pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	33,7%	29,9%	3,8pp	31,3%	29,6%	1,7pp
Segmentresultat	37 386	33 001	13,3%	140 154	97 635	43,5%
Segmentmarginal, %	30,1%	34,0%	-3,9pp	32,6%	33,0%	-0,4pp

### Tredje kvartalet

Nettoomsättningen för segmentet Privatpersoner under kvartalet uppgick till MSEK 124,2 (97,1) vilket motsvarar en ökning med 27,9% (20,0%). Nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av DACH-regionen som växte med 41,5% (12,8%).

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 79,3 (62,0) vilket motsvarar en ökning med 27,8% (27,0%) och bruttomarginalen uppgick till 63,8% (63,9%).

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 33,7% (29,9%). Ökningen jämfört med förra året drevs av fortsatta investeringar inom marknadsföring för att driva tillväxt samt allmänt högre marknadsföringspriser.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 37,4 (33,0) vilket motsvarar en ökning med 13,3% (40,9%) och segmentmarginalen uppgick till 30,1% (34,0%). Minskningen av segmentmarginalen berodde på ökade marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen.

### Januari – september

Nettoomsättning för segmentet Privatpersoner under perioden uppgick till MSEK 429,9 (295,8) vilket motsvarar en ökning med 45,3% (22,3%). Nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av DACH-regionen som växte med 61,3% (22,1%).

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 274,9 (185,3) vilket motsvarar en ökning med 48,3% (28,8%) och bruttomarginalen uppgick till 63,9% (62,7%). Ökningen i bruttomarginalen drevs av kategorimix-effekter samt lägre rabattsatser.

Marknadsföringskostnader, som andel av nettoomsättningen, uppgick till 31,3% (29,6%). Ökningen drevs av ökad kostnad för marknadsföringsaktiviteter under andra och tredje kvartalen.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 140,2 (97,6) vilket motsvarar en ökning med 43,5% (44,4%) och segmentmarginalen uppgick till 32,6% (33,0%).

## Företagskunder (B2B)

KSEK om inte annat anges	Juli - september			Januari - september		
	2021	2020	Δ	2021	2020	Δ
Nettoomsättning	13 384	10 312	29,8%	43 267	32 368	33,7%
Bruttoresultat	9 039	6 869	31,6%	28 919	20 893	38,4%
Bruttomarginal, %	67,5%	66,6%	0,9pp	66,8%	64,5%	2,3pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	13,8%	13,7%	0,0pp	12,8%	13,7%	-0,9pp
Segmentresultat	7 196	5 453	32,0%	23 387	16 449	42,2%
Segmentmarginal, %	53,8%	52,9%	0,9pp	54,1%	50,8%	3,2pp

### Tredje kvartalet

Nettoomsättningen för segmentet Företagskunder under kvartalet uppgick till MSEK 13,4 (10,3) vilket motsvarar en ökning med 29,8% (-0,8%). Efterfrågan inom segment fortsätter att vara lägre än innan Covid-19 pandemin men en fortsatt aktivitetsökning inom kundkategorin inredningsarkitekter noterades.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 9,0 (6,9) vilket motsvarar en ökning med 31,6% (0,5%) och bruttomarginalen uppgick till 67,5% (66,6%). Ökningen i bruttomarginalen drevs av kategorimix-effekter samt lägre rabattsatser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 13,8% (13,7%).

Segmentresultatet uppgick till MSEK 7,2 (5,5) vilket motsvarar en ökning på 32,0% (0,8%) och segmentmarginalen uppgick till 53,8% (52,9%). Ökningen i segmentmarginalen beror på förbättrad bruttomarginal.

### Januari – september

Nettoomsättningen för segmentet Företagskunder under perioden uppgick till MSEK 43,3 (32,4) vilket motsvarar en ökning på 33,7% (7,4%). Efterfrågan inom segmentet fortsätter att vara lägre än innan Covid-19 pandemin men en aktivitetsökning inom kundkategorin inredningsarkitekter har noterats under de senaste två kvartalen.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 28,9 (20,9) vilket motsvarar en ökning på 38,4% (8,4%) och bruttomarginalen uppgick till 66,8% (64,5%). Ökningen i bruttomarginalen drevs av kategorimix effekter samt lägre rabattsatser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 12,8% (13,7%). Minskningen berodde på starkare efterfrågan jämfört med föregående år då segmentet påverkades negativt av Covid-19 utbrottet föregående år.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 23,4 (16,4) vilket motsvarar en ökning med 42,2% (8,6%) och segmentmarginalen uppgick till 54,1% (50,8%). Ökningen i segmentmarginalen beror både på förbättrad bruttomarginal samt lägre marknadsföringskostnad som andel av nettoomsättningen.

## Marknadsplatser & Övrigt (MPO)

KSEK om inte annat anges	Juli - september			Januari - september		
	2021	2020	Δ	2021	2020	Δ
Nettoomsättning	3 424	2 760	24,0%	13 016	7 495	73,7%
Bruttoresultat	2 210	1 858	18,9%	8 709	4 903	77,6%
Bruttomarginal, %	64,5%	67,3%	-2,8pp	66,9%	65,4%	1,5pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	29,3%	23,0%	6,4pp	25,8%	22,5%	3,3pp
Segmentresultat	1 206	1 224	-1,5%	5 349	3 215	66,4%
Segmentmarginal, %	35,2%	44,3%	-9,1pp	41,1%	42,9%	-1,8pp

### Tredje kvartalet

Nettoomsättningen för segmentet MPO uppgick till MSEK 3,4 (2,8) vilket motsvarar en ökning med 24,0% (68,5%). Segmentet fortsatte sin positiva utveckling under perioden men mötte ett utmanande jämförelsetal från förra året.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 2,2 (1,9) vilket motsvarar en ökning med 18,9% (86,0%) och bruttomarginalen uppgick till 64,5% (67,3%). Minskningen i bruttomarginalen drevs av temporära effekter i fraktbolagsmixen för leveranser av Amazon ordrar från egna lager.

Marknadsföringskostnader som en andel av nettoomsättningen uppgick till 29,3% (23,0%). Ökningen drevs av ökade marknadsföringsinsatser för att driva försäljning på Amazon-plattformen.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 1,2 (1,2) vilket motsvarar en minskning med -1,5% (84,4%) och segmentmarginalen uppgick till 35,2% (44,3%). Minskningen i segmentmarginalen är ett resultat av minskad bruttomarginal samt ökade marknadsföringsinsatser.

### Januari – september

Nettoomsättningen för segmentet MPO uppgick till MSEK 13,0 (7,5) vilket motsvarar en ökning med 73,7% (89,6%). De initiativ som genomförts för att driva tillväxt på Amazons marknadsplattform fortsätter att vara framgångsrika.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 8,7 (4,9) vilket motsvarar en ökning med 77,6% (100,9%) och bruttomarginalen uppgick till 66,9% (65,4%). Ökningen i bruttomarginalen drevs av kategorimix-effekter samt lägre rabattsatser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 25,8% (22,5%). Ökningen drevs av ökade marknadsföringsinsatser för att driva försäljning på Amazon-plattformen.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 5,3 (3,2) vilket motsvarar en ökning med 66,4% (118,2%) och segmentmarginalen uppgick till 41,1% (42,9%). Minskningen i segmentmarginalen är ett resultat av ökade marknadsföringsinsatser.

## Övrig information

### Väsentliga händelser under perioden

- Den 1 juli utökades befintliga lagerlokaler med cirka 1 400 kvadratmeter.
- Koncernen har under perioden sålt 52 500 teckningsoptioner av serie LTIP2021 till tre nyckelpersoner som tillträtt anställningar inom koncernen under kvartalet.

### Väsentliga händelser efter perioden

- Koncernen har efter periodens utgång sålt 30 000 teckningsoptioner av serie LTIP2021 till nyckelpersoner som tillträtt anställningar inom koncernen.

### Medarbetare

Antalet heltidsanställda under perioden januari – september uppgick till 75,0 (57,8) och andelen kvinnor uppgick till 45,5% (42,0%).

Antalet heltidsanställda under perioden juli – september uppgick till 66,3 (46,5) och andelen kvinnor uppgick till 46,2% (39,6%). Antalet FTE:er förra året under Q3 var påverkat av ett koncentrerat semesteruttag.

### Säsongsvariationer

Koncernens försäljning varierar typiskt sett över årtiderna där de fjärde och första kvartalen tenderar att vara starkast.

### LTIP2021

I bolaget finns ett teckningsoptionsprogram, serie 2021/2024 (LTIP 2021). Varje teckningsoption ger rätt att under påkallandeperioden teckna en (1) aktie i bolaget till teckningskursen 162,50 kronor vilket motsvarar 130 procent av introduktionskursen för aktien den 18 mars 2021. Teckningsoptionerna kan utnyttjas under perioden 15 april 2024 – 15 juni 2024. Priset vid överlåtelse av teckningsoptionerna

har fastställts av PricewaterhouseCoopers utifrån ett beräknat marknadsvärde för teckningsoptionerna vid tiden för överlåtelsen med tillämpning av Black & Scholes värderingsmodell.

### Januari – september

Under perioden ställdes 860 000 optioner ut till bolaget. Av dessa såldes 459 300 till nyckelpersoner inom koncernen under perioden.

### Juli – september

Under kvartalet såldes 52 500 optioner till nyckelpersoner inom koncernen.

### Transaktioner med närstående

#### Juli - september

Inga väsentliga transaktioner med närstående har skett under det tredje kvartalet utöver vad som redovisas under LTIP2021.

#### Januari - september

- Koncernen återköpte teckningsoptioner från närstående bolag samt individer i ledningsgruppen av Serierna LTIP2017, LTIP2018 och LTIP2019. Transaktionen är beskriven i mer detalj i Koncernens prospekt som finns tillgängligt via [www.rugvistagroup.com](http://www.rugvistagroup.com).
- KSEK 213 utbetalades till Womack Investor Relations som ersättning för rådgivning kring investerarkommunikation under noteringsprocessen. Affärsförbindelsen sker på marknadsmässiga villkor och uppfyller bolagets krav "på armlängds avstånd".

Inga ytterligare väsentliga transaktioner med närstående har skett under perioden utöver vad som redovisas under LTIP2021.

### Revisorernas granskning

Denna delårsrapport har översiktligt granskats av bolagets revisor.

## Försäkran från Styrelse och Verkställande Direktör

Styrelsen och verkställande direktören (VD) försäkrar att delårsrapporten ger en rättvisande utvecklingsöversikt över koncernens och moderbolagets (RugVista Group AB (publ)) verksamhet, finansiella ställning och finansiella resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som moderbolaget och de företag som ingår i koncernen står inför.

Limhamn, 11 november 2021

---

**Erik Lindgren**

Styrelseordförande

---

**Magnus Dimert**

Styrelseledamot

---

**Paul Steene**

Styrelseledamot

---

**Eva Boding**

Styrelseledamot

---

**Ludvig Friberger**

Styrelseledamot

---

**John Womack**

Styrelseledamot

---

**Michael Lindskog**

VD

# Revisors granskningsrapport

RugVista Group AB (publ), org.nr 559037-7882

Till styrelsen för RugVista Group AB (publ)

## Inledning

Vi har utfört en översiktlig granskning av den finansiella delårsinformationen i sammandrag (delårsrapporten) för RugVista Group AB (publ) per 30 september 2021 och den niomånadersperiod som slutade per detta datum. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta och presentera denna delårsrapport i enlighet med IAS 34 och årsredovisningslagen. Vårt ansvar är att uttala en slutsats om denna delårsrapport grundad på vår översiktliga granskning.

## Den översiktliga granskningens inriktning och omfattning

Vi har utfört vår översiktliga granskning i enlighet med International Standard on Review Engagements ISRE 2410 *Översiktlig granskning av finansiell delårsinformation utförd av företagens valda revisor*. En översiktlig granskning består av att göra förfrågningar, i första hand till personer som är ansvariga för finansiella frågor och redovisningsfrågor, att utföra analytisk granskning och att vidta andra översiktliga granskningsåtgärder. En översiktlig granskning har en annan inriktning och en betydligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i övrigt har.

De granskningsåtgärder som vidtas vid en översiktlig granskning gör det inte möjligt för oss att skaffa oss en sådan säkerhet att vi blir medvetna om alla viktiga omständigheter som skulle kunna ha blivit identifierade om en revision utförts. Den uttalade slutsatsen grundad på en översiktlig granskning har därför inte den säkerhet som en uttalad slutsats grundad på en revision har.

## Slutsats

Grundat på vår översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledning att anse att delårsrapporten inte, i allt väsentligt, är upprättad för koncernens del i enlighet med IAS 34 och årsredovisningslagen samt för moderbolagets del i enlighet med årsredovisningslagen.

Malmö, den dag som framgår av vår elektroniska underskrift

Ernst & Young AB

Martin Henriksson  
Auktoriserad revisor

# Finansiell kalender

Aktivitet	Datum
Delårsrapport oktober – december 2021	17 februari 2022
Årsredovisning januari – december 2021	8 april 2022
Delårsrapport januari – mars 2022	12 maj 2022
Bolagsstämma 2022 (Malmö)	20 maj 2022
Delårsrapport april – juni 2022	18 augusti 2022
Delårsrapport juli – september 2022	10 november 2022
Delårsrapport oktober – december 2022	9 februari 2023

I samband med publiceringen av delårsrapporten för januari – september 2021 kommer Michael Lindskog (VD) och Henrik Bo Joergensen (CFO) hålla en telefonkonferens den 11 november 2021 kl. 08:30. Presentationen hålls på engelska. För att medverka, vänligen ring +46 8 50 55 83 50 eller besök <https://tv.streamfabriken.com/rugvista-group-q3-2021>.

Delårsrapporten och presentationen finns tillgänglig på RugVista Groups hemsida: <https://www.rugvistagroup.com/sv/investerare/rapporter-och-presentationer/>

Det är även möjligt att medverka i telefonkonferensen via koncernens hemsida: <https://www.rugvistagroup.com/kv321/>

## Kontaktinformation

### Michael Lindskog

VD

[Michael.Lindskog@rugvista.se](mailto:Michael.Lindskog@rugvista.se)

### Henrik Bo Joergensen

CFO & Investor Relations

[Henrik.Bo.Joergensen@rugvista.se](mailto:Henrik.Bo.Joergensen@rugvista.se)

### Koncerninformation

[InvestorRelations@rugvistagroup.com](mailto:InvestorRelations@rugvistagroup.com)

[www.rugvistagroup.com](http://www.rugvistagroup.com)

+46 40 668 81 04

## Huvudkontor och besöksadress

RugVista Group AB (publ)

Ringugnsgratan 11

SE-216 16 Limhamn

Sverige

*Denna rapport innehåller sådan information som RugVista Group är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 11 november 2021 kl. 07.30 CET.*



## Koncernen

Samtliga rapporter redovisas i tusentals kronor (KSEK) om inget annat anges.

### Koncernens resultaträkning i sammandrag

	Juli - september			Januari - september		
	2021	2020	Δ	2021	2020	Δ
Nettoomsättning	141 025	116 446	21,1%	486 183	351 406	38,4%
Övriga rörelseintäkter	365	579	-37,0%	1 189	1 576	-24,6%
<b>Rörelseintäkter</b>	<b>141 390</b>	<b>117 025</b>	<b>20,8%</b>	<b>487 372</b>	<b>352 982</b>	<b>38,1%</b>
Handelsvaror	-50 506	-43 424		-173 646	-134 925	
Övriga externa kostnader	-51 412	-38 228		-173 806	-115 929	
Personalkostnader	-13 161	-10 316		-44 883	-32 272	
Övriga rörelsekostnader	-1 278	1 318		-1 578	1 042	
Av- och nedskrivningar	-2 158	-1 947		-6 088	-5 837	
<b>Rörelseresultat (EBIT)</b>	<b>22 875</b>	<b>24 428</b>	<b>-6,4%</b>	<b>87 371</b>	<b>65 062</b>	<b>34,3%</b>
Finansiella kostnader	-232	-766		-689	-2 751	
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>22 643</b>	<b>23 662</b>	<b>-4,3%</b>	<b>86 683</b>	<b>62 311</b>	<b>39,1%</b>
Skatter	-4 763	-4 851		-18 021	-12 774	
<b>Periodens resultat</b>	<b>17 880</b>	<b>18 811</b>	<b>-4,9%</b>	<b>68 662</b>	<b>49 537</b>	<b>38,6%</b>
<b>Hänförligt till:</b>						
Moderföretagets aktieägare	17 880	18 811		68 662	49 537	
Resultat per aktie före utspädning (SEK)	0,86	0,93		3,30	2,45	
Resultat per aktie efter utspädning (SEK)	0,86	0,91		3,30	2,39	

### Koncernens rapport över totalresultat i sammandrag

	Juli - september			Januari - september		
	2021	2020	Δ	2021	2020	Δ
<b>Periodens resultat</b>	<b>17 880</b>	<b>18 811</b>	<b>-4,9%</b>	<b>68 662</b>	<b>49 537</b>	<b>38,6%</b>
Omräkningsdifferens	0	0		0	0	
<b>Övrigt totalresultat</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-</b>
<b>Periodens totalresultat hänförligt till moderbolagets aktieägare</b>	<b>17 880</b>	<b>18 811</b>	<b>-4,9%</b>	<b>68 662</b>	<b>49 537</b>	<b>38,6%</b>



## Koncernens rapport över finansiell ställning i sammandrag

<b>TILLGÅNGAR</b>	<b>30 september 2021</b>	<b>30 september 2020</b>	<b>31 december 2020</b>
<b>ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</b>			
Goodwill	299 949	299 949	299 949
Immateriella anläggningstillgångar	0	408	0
Materiella anläggningstillgångar	3 208	1 689	2 773
Nyttjanderättstillgångar	29 176	30 596	28 884
Uppskjuten skattefordran	176	0	176
<b>Summa anläggningstillgångar</b>	<b>332 509</b>	<b>332 642</b>	<b>331 782</b>
<b>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</b>			
Varulager	130 854	107 118	90 997
Övriga fordringar	20 748	14 096	28 803
Förutbetalda kostnader	3 535	3 061	1 598
Likvida medel	150 515	132 967	139 508
<b>Summa omsättningstillgångar</b>	<b>305 652</b>	<b>257 241</b>	<b>260 906</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	<b>638 160</b>	<b>589 884</b>	<b>592 688</b>
<b>EGET KAPITAL &amp; SKULDER</b>			
<b>EGET KAPITAL</b>			
Aktiekapital	1 039	1 014	1 014
Övrigt tillskjutet kapital	227 001	244 229	244 229
Balanserat resultat	168 225	88 221	88 241
Periodens resultat	68 662	49 537	79 983
<b>Summa eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare</b>	<b>464 927</b>	<b>383 001</b>	<b>413 468</b>
<b>LÅNGFRISTIGA SKULDER</b>			
Uppskjuten skatteskuld	13 693	9 955	13 722
Skuld till kreditinstitut	0	71 500	0
Leasingskulder	21 912	24 910	23 231
<b>Summa långfristiga skulder</b>	<b>35 605</b>	<b>106 365</b>	<b>36 953</b>
<b>KORTFRISTIGA SKULDER</b>			
Kortfristig del av skuld till kreditinstitut	0	11 000	0
Leverantörsskulder	68 838	41 806	70 646
Aktuella skatteskulder	24 733	12 268	16 320
Övriga skulder	17 658	13 055	28 570
Leasingskulder	8 224	6 572	6 651
Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	18 176	15 815	20 081
<b>Summa kortfristiga skulder</b>	<b>137 629</b>	<b>100 517</b>	<b>142 268</b>
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>	<b>638 160</b>	<b>589 884</b>	<b>592 688</b>

## Koncernens rapport över förändringar i eget kapital

	<b>Aktiekapital</b>	<b>Övrigt tillskjutet kapital</b>	<b>Balanserat resultat inklusive periodens resultat</b>	<b>Summa eget kapital</b>
<b>Ingående balans 2021-01-01</b>	<b>1 014</b>	<b>244 229</b>	<b>168 225</b>	<b>413 468</b>
Periodens resultat			68 662	68 662
Övrigt totalresultat				0
<b>Summa Totalresultat</b>	<b>1 014</b>	<b>244 229</b>	<b>236 886</b>	<b>482 129</b>
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Teckningsoptioner, tillkommande		9 419		9 419
Teckningsoptioner, avslutat		-38 069		-38 069
Nyemission	25	11 423		11 449
<b>Utgående balans 2021-09-30</b>	<b>1 039</b>	<b>227 001</b>	<b>236 886</b>	<b>464 927</b>

	<b>Aktiekapital</b>	<b>Övrigt tillskjutet kapital</b>	<b>Balanserat resultat inklusive periodens resultat</b>	<b>Summa eget kapital</b>
<b>Ingående balans 2020-01-01</b>	<b>1 011</b>	<b>242 632</b>	<b>88 221</b>	<b>331 865</b>
Periodens resultat			49 537	49 537
Övrigt totalresultat			0	0
<b>Summa Totalresultat</b>	<b>1 011</b>	<b>242 632</b>	<b>137 758</b>	<b>381 401</b>
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Teckningsoptioner				0
Nyemission	3	1 597		1 600
<b>Utgående balans 2020-09-30</b>	<b>1 014</b>	<b>244 229</b>	<b>137 758</b>	<b>383 001</b>

## Koncernens kassaflödesanalys i sammandrag

	<u>1 juli - 30 september</u>		<u>1 januari - 30 september</u>	
	<u>2021</u>	<u>2020</u>	<u>2021</u>	<u>2020</u>
<b>DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN</b>				
<i>Den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital</i>				
Rörelseresultat	22 875	24 428	87 371	65 062
Avskrivningar och nedskrivningar	2 158	1 947	6 088	5 837
Erlagd ränta	-232	-766	-689	-2 751
Betald inkomstskatt	-2 120	-1 094	-9 638	-4 529
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital</b>	<b>22 681</b>	<b>24 515</b>	<b>83 133</b>	<b>63 619</b>
<i>Förändringar i rörelsekapital</i>				
Förändring av varulager	-15 247	5 557	-39 856	31 440
Förändring av rörelsefordringar	-4 214	-3 843	6 118	-5 780
Förändring av rörelseskulder	2 594	10 437	-14 625	7 304
<b>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</b>	<b>-16 867</b>	<b>12 151</b>	<b>-48 364</b>	<b>32 965</b>
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>5 814</b>	<b>36 666</b>	<b>34 769</b>	<b>96 583</b>
<b>INVESTERINGSVERKSAMHETEN</b>				
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-789	-91	-1 183	-716
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	0	22	0	22
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>	<b>-789</b>	<b>-69</b>	<b>-1 183</b>	<b>-694</b>
<b>FINANSIERINGSVERKSAMHETEN</b>				
Nyemission	0	1 600	11 449	1 600
Teckningsoptioner, tillkommande	1 473	0	9 419	0
Teckningsoptioner, avslutat	0	0	-38 069	0
Amortering leasingkulder	-2 031	-1 583	-5 377	-4 604
Amortering av lån	0	0	0	-5 500
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>	<b>-558</b>	<b>16</b>	<b>-22 581</b>	<b>-8 504</b>
<b>PERIODENS TOTALA KASSAFLÖDE</b>	<b>4 467</b>	<b>36 613</b>	<b>11 006</b>	<b>87 385</b>
<b>Likvida medel vid periodens början</b>	<b>146 047</b>	<b>96 354</b>	<b>139 508</b>	<b>45 582</b>
Kursdifferens i likvida medel	0	0	0	0
<b>Likvida medel vid periodens slut</b>	<b>150 515</b>	<b>132 967</b>	<b>150 515</b>	<b>132 967</b>

## Noter

### Not 1 - Redovisningsprinciper

Denna delårsrapport är upprättad i enlighet med IAS 34 Delårsrapportering och Årsredovisningslagen. Upplysningar enligt IAS 34 p.16A framkommer förutom i de finansiella rapporterna och dess tillhörande noter även i övriga delar av delårsrapporten. Moderbolaget tillämpar Årsredovisningslagen och RFR 2 Redovisning för juridiska personer. För ytterligare information om RugVista Groups redovisningsprinciper hänvisar vi till årsredovisningen avseende 2020 (sida 9) publicerad på [www.rugvistagroup.com](http://www.rugvistagroup.com).

### Nya och ändrade standarder

Ingen av de nya och ändrade standarder och tolkningar som ska tillämpas från och med den 1 januari 2021 bedöms ha någon väsentlig inverkan på koncernens eller moderföretagets finansiella rapporter.

### Kommande standarder

Ett antal nya och ändrade IFRS har ännu inte trätt i kraft och har inte förtidstillämpats vid upprättandet av koncernens och moderföretagets finansiella rapporter. Inga nya eller ändrade standarder eller tolkningar som IASB har publicerats förväntas ha någon påverkan på koncernens eller moderföretagets finansiella rapporter.

### Viktiga uppskattningar och bedömningar

När styrelsen och verkställande direktören upprättar finansiella rapporter i enlighet med tillämpade redovisningsprinciper måste vissa uppskattningar och antaganden göras som påverkar det redovisade värdet av tillgångar, skulder, intäkter och kostnader. De områden där uppskattningar och antaganden är av stor betydelse för koncernen och som kan komma att påverka resultat- och balansräkning om de ändras beskrivs i Årsredovisningen för 2020.

Inga ändringar har gjorts i sådana uppskattningar och bedömningar, vilka kunde ha haft väsentlig påverkan på delårsrapporten.

## Not 2 - Risker och osäkerhetsfaktorer

Den pågående Covid-19-pandemin har påverkat, och förväntas påverka, den allmänna ekonomiska utvecklingen, både globalt och regionalt, med ökade arbetslöshetsnivåer och lägre disponibla inkomster för konsumenter som följd. Som en direkt konsekvens av de restriktioner som har införts med anledning av Covid-19-pandemin har hotell- och besöksnäringen upplevt en kraftigt minskad beläggning vilket minskat efterfrågan bland bolagets B2B-kunder. Koncernen anser sig vara väl rustat för att möta den osäkerhet på marknaden som är kopplad till Covid-19-pandemin, både ur ett risk- och finansiellt perspektiv, tack vare stark likviditet och utan lån till kreditinstitut.

Talibanernas maktövertagande i Afghanistan skulle kunna påverka förmågan, hos vissa av koncernens grossister, att producera nya traditionella mattor i landet. Oroligheterna i regionen skulle också kunna påverka andra närliggande länder som några av våra grossister använder för produktion. Koncernen bevakar situationen i Afghanistan kontinuerligt genom diskussioner med grossister samt andra samarbetspartners så som icke-statliga organisationer. Cirka 5% av koncernens försäljning samt lagervärde utgör produkter producerade i Afghanistan.

De pågående globala fraktstörningarna har påverkat och förväntas tills vidare påverka vissa delar i koncernens förmåga att effektivt hålla lämpliga lagernivåer av produkter till försäljning eftersom pålitligheten för planerade leveransdatum är lägre än normalt. Koncernen har kontinuerlig dialog med sina producenter för att säkerställa leveransdatum och produktionstakt.

För en utförligare beskrivning av de risker och osäkerhetsfaktorer som kan påverka koncernen hänvisas till Årsredovisningen för 2020 som finns tillgänglig via [www.rugvistagroup.com](http://www.rugvistagroup.com).

## Not 3 – Segmentsredovisning

RugVista Groups verksamhet är indelad i tre segment: Privatpersoner (B2C), Företagskunder (B2B) samt Marknadsplatser & Övrigt (MPO). Privatpersoner representerar konsumentmarknaden och är RugVista Groups huvudsakliga segment.

<u>Juli - september 2021</u>	<u>Privatkunder</u>	<u>Företags- kunder</u>	<u>Marknads- platser &amp; Övrigt</u>	<u>Avytttrad <sup>1)</sup> verksamhet</u>	<u>Summa segment</u>
Nettoomsättning	124 217	13 384	3 424	0	<b>141 025</b>
Handelsvaror	-44 947	-4 345	-1 214	0	<b>-50 506</b>
<b>Bruttoresultat</b>	<b>79 270</b>	<b>9 039</b>	<b>2 210</b>	<b>0</b>	<b>90 519</b>
Marknadsföringskostnader	-41 885	-1 843	-1 004	0	<b>-44 731</b>
<b>Segmentresultat</b>	<b>37 386</b>	<b>7 196</b>	<b>1 206</b>	<b>0</b>	<b>45 788</b>

<u>Juli - september 2020</u>	<u>Privatkunder</u>	<u>Företags- kunder</u>	<u>Marknads- platser &amp; Övrigt</u>	<u>Avytttrad <sup>1)</sup> verksamhet</u>	<u>Summa segment</u>
Nettoomsättning	97 085	10 312	2 760	6 289	<b>116 446</b>
Handelsvaror	-35 066	-3 443	-902	-4 013	<b>-43 424</b>
<b>Bruttoresultat</b>	<b>62 019</b>	<b>6 869</b>	<b>1 858</b>	<b>2 276</b>	<b>73 022</b>
Marknadsföringskostnader	-29 018	-1 416	-634	-955	<b>-32 023</b>
<b>Segmentresultat</b>	<b>33 001</b>	<b>5 453</b>	<b>1 224</b>	<b>1 321</b>	<b>40 999</b>

<u>Januari - september 2021</u>	<u>Privatkunder</u>	<u>Företags- kunder</u>	<u>Marknads- platser &amp; Övrigt</u>	<u>Avytttrad <sup>1)</sup> verksamhet</u>	<u>Summa segment</u>
Nettoomsättning	429 899	43 267	13 016	0	<b>486 183</b>
Handelsvaror	-154 991	-14 348	-4 308	0	<b>-173 646</b>
<b>Bruttoresultat</b>	<b>274 909</b>	<b>28 919</b>	<b>8 709</b>	<b>0</b>	<b>312 537</b>
Marknadsföringskostnader	-134 754	-5 532	-3 360	0	<b>-143 646</b>
<b>Segmentresultat</b>	<b>140 154</b>	<b>23 387</b>	<b>5 349</b>	<b>0</b>	<b>168 891</b>

<u>Januari - september 2020</u>	<u>Privatkunder</u>	<u>Företags- kunder</u>	<u>Marknads- platser &amp; Övrigt</u>	<u>Avytttrad <sup>1)</sup> verksamhet</u>	<u>Summa segment</u>
Nettoomsättning	295 786	32 368	7 495	15 757	<b>351 406</b>
Handelsvaror	-110 472	-11 475	-2 593	-10 385	<b>-134 925</b>
<b>Bruttoresultat</b>	<b>185 313</b>	<b>20 893</b>	<b>4 903</b>	<b>5 372</b>	<b>216 481</b>
Marknadsföringskostnader	-87 678	-4 444	-1 688	-2 760	<b>-96 570</b>
<b>Segmentresultat</b>	<b>97 635</b>	<b>16 449</b>	<b>3 215</b>	<b>2 612</b>	<b>119 911</b>

1) Dotterbolaget ArtGlass i Malmö AB som avvecklades i december 2020.

## Not 3 - Segmentsredovisning forts.

### Övriga upplysningar

#### Justeringar och elimineringar

Endast posten Handelsvaror samt marknadsföringskostnader allokeras till de individuella segmenten. Övriga intäkter, Övriga externa kostnader (exklusive marknadsföringskostnader), finansiella intäkter och finansiella kostnader är inte allokerade till de individuella segmenten eftersom dessa kostnader hanteras på koncernnivå.

	juli - september		januari - september	
	2021	2020	2021	2020
<b>Avstämning av resultat</b>				
<b>Segmentresultat</b>	<b>45 788</b>	<b>40 999</b>	<b>168 891</b>	<b>119 911</b>
Övriga rörelseintäkter	365	579	1 189	1 576
Övriga externa kostnader exkl. marknadsföringskostnader	-6 680	-6 205	-30 160	-19 359
Personalkostnader	-13 161	-10 316	-44 883	-32 272
Övriga rörelsekostnader	-1 278	1 318	-1 578	1 042
Av- och nedskrivningar	-2 158	-1 947	-6 088	-5 837
Finansiella kostnader	-232	-766	-689	-2 751
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>22 643</b>	<b>23 662</b>	<b>86 683</b>	<b>62 311</b>

## Not 4 - Finansiella tillgångar och skulder

#### Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde

	2021-09-30	2020-09-30	2020-12-31
<i>Finansiella tillgångar i balansräkningen</i>			
Övriga fordringar	5 111	8 810	7 926
Likvida medel	150 515	132 967	139 508
<b>Summa</b>	<b>155 626</b>	<b>141 777</b>	<b>147 434</b>

Tillgångarnas maximala kreditrisk utgörs av de redovisade beloppen i tabellen ovan. Koncernen har inte erhållit några ställda säkerheter för de finansiella nettotillgångarna.

Övriga fordringar utgörs främst av fordringar på de betalningsförmedlare som koncernen samarbetar med för att erbjuda slutkunden betalnings- och finansieringslösningar och diverse korta fordringar.

Bokfört värde överensstämmer i all väsentlighet med verkligt värde.

#### Övriga finansiella skulder värderade till upplupet anskaffningsvärde

	2021-09-30	2020-09-30	2020-12-31
<i>Finansiella skulder i balansräkningen</i>			
Skuld till kreditinstitut	0	82 500	0
Leverantörsskulder	68 838	41 806	70 646
Övriga skulder	1 838	752	2 874
Upplupna kostnader	16 737	13 780	18 765
Leasingskulder	30 136	31 483	29 882
<b>Summa</b>	<b>117 550</b>	<b>170 321</b>	<b>122 167</b>

Verkligt värde på finansiella skulder bedöms stämma överens med redovisat värde.

## Not 5 - Jämförelsestörande poster

Kostnader för noteringsprocessen på Nasdaq First North Premier Growth Market.

Jämförelsestörande poster	Juli - September		Januari - September	
	2021	2020	2021	2020
Övriga externa kostnader	0	0	8 971	0
Personalkostnader	0	0	929	0
<b>Summa</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>9 900</b>	<b>0</b>

## Not 6 – Ägaröversikt

De 10 största aktieägarna per 30 september 2021.

Ägare	Antal aktier	Andel av kapital	Andel av rösterna
Litorina IV L.P	2 813 587	13,5%	13,5%
Futur Pension	1 930 583	9,3%	9,3%
TIN Fonder	1 831 250	8,8%	8,8%
RBC Investor Services Bank S.A	1 708 144	8,2%	8,2%
Indexon AB	1 485 702	7,1%	7,1%
RoosGruppen AB	1 040 000	5,0%	5,0%
SEB Life International	927 521	4,5%	4,5%
Enter Fonder	847 993	4,1%	4,1%
Alcur Fonder	784 274	3,8%	3,8%
Goldman Sachs International Ltd.	761 990	3,7%	3,7%
<i>Totalt de tio största aktieägarna</i>	<i>14 131 044</i>	<i>68,0%</i>	<i>68,0%</i>
<b>Totalt antal utestående aktier</b>	<b>20 785 140</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Källa: Euroclear utdrag per 30 september 2021



# Moderbolaget

Samtliga rapporter redovisas i tusentals kronor (KSEK) om inget annat anges.

## Moderbolagets resultaträkning

	Juli - september			Januari - september		
	2021	2020	Δ	2021	2020	Δ
Nettoomsättning	2 548	1 897	34,3%	8 673	5 715	51,8%
<b>Totala intäkter</b>	<b>2 548</b>	<b>1 897</b>	<b>34,3%</b>	<b>8 673</b>	<b>5 715</b>	<b>51,8%</b>
Övriga externa kostnader	-823	-690		-11 444	-1 819	
Personalkostnader	-1 727	-1 118		-6 074	-3 621	
Övriga rörelsekostnader	0	0		-8	-1	
<b>Rörelseresultat (EBIT)</b>	<b>-1</b>	<b>89</b>	<b>-102%</b>	<b>-8 854</b>	<b>273</b>	<b>-3338%</b>
Finansiella kostnader	0	-191		-15	-1 016	
<b>Resultat efter finansiella poster</b>	<b>-1</b>	<b>-102</b>	<b>-98,5%</b>	<b>-8 868</b>	<b>-743</b>	<b>1093,9%</b>
Skatter	0	0		0	0	
<b>Periodens resultat <sup>1)</sup></b>	<b>-1</b>	<b>-102</b>	<b>-98,5%</b>	<b>-8 868</b>	<b>-743</b>	<b>1093,9%</b>

1) Övrigt totalresultat motsvarar periodens resultat

## Moderbolagets balansräkning

<b>TILLGÅNGAR</b>	<b>30 september 2021</b>	<b>30 september 2020</b>	<b>31 december 2020</b>
<b>ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</b>			
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Andelar i koncernföretag	321 271	356 839	321 271
<b>Summa anläggningstillgångar</b>	<b>321 271</b>	<b>356 839</b>	<b>321 271</b>
<b>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</b>			
Övriga fodringar	1 364	1 553	2 137
Förutbetalda kostnader	329	121	68
Kassa och bank	17 252	2 607	4 674
<b>Summa omsättningstillgångar</b>	<b>18 945</b>	<b>4 280</b>	<b>6 880</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	<b>340 216</b>	<b>361 119</b>	<b>328 151</b>
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
<b>EGET KAPITAL</b>			
<i>Bundet eget kapital</i>			
Aktiekapital	1 039	1 014	1 014
<b>Delsumma, bundet eget kapital</b>	<b>1 039</b>	<b>1 014</b>	<b>1 014</b>
<i>Fritt eget kapital</i>			
Balanserat resultat	305 303	249 019	249 019
Periodens resultat	-8 868	-743	28 065
<b>Delsumma, fritt eget kapital</b>	<b>296 435</b>	<b>248 277</b>	<b>277 084</b>
<b>Summa eget kapital</b>	<b>297 474</b>	<b>249 291</b>	<b>278 098</b>
<b>OBESKATTADE RESERVER</b>			
<b>Obeskattade reserver</b>	<b>25 687</b>	<b>2 187</b>	<b>25 687</b>
<b>LÅNGFRISTIGA SKULDER</b>			
Skuld till kreditinstitut	0	36 500	0
<b>Summa långfristiga skulder</b>	<b>0</b>	<b>36 500</b>	<b>0</b>
<b>KORTFRISTIGA SKULDER</b>			
Kortfristig del av skuld till kreditinstitut	0	11 000	0
Leverantörsskulder	536	749	5 315
Aktuella skatteskulder	14 271	747	16 320
Övriga skulder	680	59 051	140
Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	1 568	1 595	2 590
<b>Summa kortfristiga skulder</b>	<b>17 055</b>	<b>73 142</b>	<b>24 366</b>
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>	<b>340 216</b>	<b>361 119</b>	<b>328 151</b>

## Definitioner och motivering av nyckeltal

RugVista Group presenterar vissa mått som inte definieras enligt IFRS, så kallade alternativa nyckeltal. Koncernen använder sig även av andra operationella mått och anser att dessa mått, både alternativa och operationella, ger värdefull kompletterande information till investerare och bolagets ledning då de möjliggör utvärdering av bolagets finansiella utveckling och ställning. Eftersom inte alla företag beräknar finansiella och operationella mått på samma sätt är dessa inte alltid jämförbara med mått som används av andra företag. Dessa mått ska därför inte ses som en ersättning för mått som definieras enligt IFRS.

Mått	Definition	Motivering
Antal nya kunder	Antal beställningar från nya kunder före avbeställningar eller returer.	Ett tal som ger en indikation om hur väl koncernen lyckas attrahera nya kunder med sitt erbjudande.
Antal ordrar	Antal ordrar som kunder har gjort under perioden före avbeställningar eller returer.	Ett tal som ger en indikation om koncernens aktivitetsnivå mot kunder. Används även för att beräkna enhetsbaserade nyckeltal.
Antal webbplatsbesök	Antal besök till bolagets webbbutiker under perioden.	Ett tal som ger en indikation om förmågan att attrahera potentiella kunder till koncernens webbbutiker.
Bruttomarginal	Bruttoresultatet dividerat med nettoomsättningen.	Ett tal som påvisar lönsamheten efter kostnaden för handelsvaror.
Bruttoresultat	Rörelseintäkter minskat med kostnaden för handelsvaror.	Ett tal som påvisar vad som finns kvar för att finansiera övriga kostnader efter att handelsvarorna har sålts.
Genomsnittligt NPS-värde	Genomsnittsvärdet för kundsvår på NPS (Net Promotor Score) frågan för beställningar mottagna under perioden. Maxvärdet är 100.	Ett tal som används för att mäta koncernens kundnöjdhet och är vedertaget bland flera olika industrier.
Genomsnittligt ordervärde	Genomsnittliga värdet, inklusive moms, av ordrar efter avbokningar under perioden dividerat med antalet ordrar under perioden.	Ett tal som ger en indikation om hur mycket varje kund är villiga att betala för koncernens produkter.
Genomsnittligt TrustPilot-värde	Genomsnittsvärdet för kundsvår på TrustPilot plattformen mottagna under perioden. Maxvärdet är 5,0.	Ett tal som används för att mäta kundnöjdhet.
Jämförelsestörande poster	Poster som saknar tydliga samband med den ordinarie verksamheten och är av sådan typ att den inte kan förväntas inträffa ofta eller regelbundet samt att det är en post av väsentligt värde.	Ett tal som isolera händelser som inte kan karakteriseras som normala driftkostnader.
Justerad rörelsemarginal (Justerad EBIT-marginal)	Justerad EBIT dividerat med nettoomsättningen.	Ett tal som påvisar lönsamheten för den operationella verksamheten exklusive jämförelsestörande poster.
Justerat rörelseresultat (Justerad EBIT)	Rörelseintäkter minus rörelsekostnaderna justerat för jämförelsestörande poster före finansnetto och skatt.	Ett tal som påvisar det operationella resultatet för verksamheten exklusive jämförelsestörande poster.
Lagervärde som andel av nettoomsättningen (rullande tolv månader)	Lagervärde per balansdagen dividerat med nettoomsättning (rullande 12 månader).	Ett tal som ger en indikation om lagervärdet är tillräckligt för att möte efterfrågan.
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen	Kostnaden för marknadsföringsaktiviteter utförda under perioden dividerat med nettoomsättningen under perioden.	Ett tal som påvisar hur mycket investeras i marknadsföring som en andel av nettoomsättningen.
Nettoomsättningstillväxt	Procentuell förändring i periodens nettoomsättning jämfört med föregående period.	Ett tal som påvisar tillväxttakten för nettoomsättning.
Nettoskuldssättning/ Nettokassa	Räntebärande skulder minus likvida medel.	Ett tal som visar förhållandet räntebärande skulder och räntebärande tillgångar samt likvida medel. Med andra ord möjligheten att på kort sikt lösa skulder om detta skulle krävas.
Organisk nettoomsättningstillväxt	Procentuell förändring i periodens nettoomsättning exklusive avyttrad verksamhet med justeringar gjorda för valutaeffekter jämfört med föregående period.	Ett tal som påvisar tillväxttakten för nettoomsättning exklusive avyttrad verksamhet och med justeringar för valutaeffekter.
Periodens marginal	Periodens resultat efter skatt dividerat med periodens totala intäkter.	Ett tal som påvisar lönsamheten efter skatt.

## Definitioner och motivering av nyckeltal forts.

Mått	Definition	Motivering
Resultat per aktie	Periodens resultat hänförligt till moderbolagets ägare, dividerat med genomsnittligt antal utestående aktier.	Målet är att fördela bolagets vinst till varje aktie.
Rörelsemarginal (EBIT marginal)	Rörelseresultat (EBIT) dividerat med nettoomsättningen.	Ett tal som påvisar lönsamheten för den operationella verksamheten.
Rörelseresultat (EBIT)	Rörelseintäkter minus rörelsekostnaderna före finansnetto och skatt.	Ett tal som påvisar det operationella resultatet för verksamheten.
Segmentmarginal	Segmentresultat dividerat med nettoomsättning för segmentet.	Ett tal som påvisar segmentets lönsamhet.
Segmentresultat	Nettoomsättningen minskat med kostnaden för handelsvaror och marknadsföring för segmentet.	Ett tal som påvisar segmentets resultat bidrag.

## Ordlista

Förkortning	Förklaring
B2B	Business-to-Business, dvs. segmentet som representerar försäljning till företagskunder.
B2C	Business-to-Consumer, dvs. segmentet som representerar försäljning till privatpersoner.
MPO	Marketplaces & Other, dvs. segmentet som representerar försäljning via tredjeparts plattformar så som Amazon.
DACH	Marknader där tyska är det huvudsakliga språket, dvs Tyskland, Österrike och Schweiz.
Norden	De nordiska marknaderna inklusive Sverige, Danmark, Norge, Finland samt de mindre nordiska marknaderna så som Island.
Övriga länder	Alla övriga marknader som koncernen säljer till och inte är inkluderade i antingen regionen DACH eller Norden.
pp	Percentage points, dvs. procentenheter.
LTM	Rullande tolv månader (Last Twelve Months)



## Härledning av alternativa nyckeltal

KSEK om inte annat anges	Juli - september		Januari - september	
	2021	2020	2021	2020
Rörelseintäkter (A)	141 390	117 025	487 372	352 982
Handelsvaror (B)	-50 506	-43 424	-173 646	-134 925
<b>Bruttoresultat (A) + (B)</b>	<b>90 884</b>	<b>73 601</b>	<b>313 726</b>	<b>218 057</b>
Nettoomsättning (C)	141 025	116 446	486 183	351 406
<b>Bruttomarginal, % ((A) + (B)) / (C)</b>	<b>64,4%</b>	<b>63,2%</b>	<b>64,5%</b>	<b>62,1%</b>
Rörelseresultat (EBIT) (A)	22 875	24 428	87 371	65 062
Jämförelsestörande poster (B)	0	0	9 900	0
<b>Justerat rörelseresultat (A) + (B)</b>	<b>22 875</b>	<b>24 428</b>	<b>97 271</b>	<b>65 062</b>
Nettoomsättning (C)	141 025	116 446	486 183	351 406
<b>Justerad rörelsemarginal, % ((A) + (B)) / (C)</b>	<b>16,2%</b>	<b>21,0%</b>	<b>20,0%</b>	<b>18,5%</b>
Varulager (A)	130 854	107 118	130 854	107 118
Nettoomsättning, rullande tolv månader (LTM) (B)	696 661	486 934	696 661	486 934
<b>Lagervärde som andel av nettoomsättningen (LTM) (A) / (B)</b>	<b>18,8%</b>	<b>22,0%</b>	<b>18,8%</b>	<b>22,0%</b>
Likvida medel (A)	-150 515	-132 967	-150 515	-132 967
Räntebärande skulder (B)	0	82 500	0	82 500
Räntebärande leasingskulder (C)	30 136	31 483	30 136	31 483
<b>Nettoskuldssättning/(-)nettokassa (A) + (B) + (C)</b>	<b>-120 379</b>	<b>-18 984</b>	<b>-120 379</b>	<b>-18 984</b>

## Kvartalsinformation för utvalda kostnadsposter

	<b>Jan - mar 2019</b>		<b>Apr - jun 2019</b>		<b>Jul - sep 2019</b>		<b>Okt - dec 2019</b>	
<b>Resultat post</b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>
Nettoomsättning	102 847	100,0%	80 223	100,0%	92 945	100,0%	131 277	100,0%
Produktkostnader	-31 078	-30,2%	-22 717	-28,3%	-26 293	-28,3%	-36 721	-28,0%
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-11 249	-10,9%	-9 056	-11,3%	-9 988	-10,7%	-14 613	-11,1%
Marknadsföringskostnader	-30 073	-29,2%	-24 159	-30,1%	-27 180	-29,2%	-39 528	-30,1%
	<b>Jan - mar 2020</b>		<b>Apr - jun 2020</b>		<b>Jul - sep 2020</b>		<b>Okt - dec 2020</b>	
<b>Resultat post</b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>
Nettoomsättning	106 686	100,0%	118 807	100,0%	110 157	100,0%	206 062	100,0%
Produktkostnader	-30 714	-28,8%	-31 705	-26,7%	-28 319	-25,7%	-54 669	-26,5%
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-10 501	-9,8%	-12 209	-10,3%	-11 092	-10,1%	-24 338	-11,8%
Marknadsföringskostnader	-31 218	-29,3%	-31 524	-26,5%	-31 068	-28,2%	-56 622	-27,5%
	<b>Jan - mar 2021</b>		<b>Apr - jun 2021</b>		<b>Jul - sep 2021</b>		<b>Okt - dec 2021</b>	
<b>Resultat post</b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>	<b>KSEK</b>	<b>%<sup>1</sup></b>
Nettoomsättning	204 538	100,0%	140 621	100,0%	141 025	100,0%	-	-
Produktkostnader	-48 509	-23,7%	-32 651	-23,2%	-33 432	-23,7%	-	-
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-23 762	-11,6%	-18 218	-13,0%	-17 074	-12,1%	-	-
Marknadsföringskostnader	-57 280	-28,0%	-41 635	-29,6%	-44 731	-31,7%	-	-

1 Procent av nettoomsättningen

Ovan tabell exklusive avyttrad verksamhet.

## Vision & Strategi

RugVistas affärsvision är att **vara navet för den europeiska mattindustrin**.

För att förverkliga visionen har ett antal strategiska initiativ definierats. De strategiska initiativen på koncernens nuvarande strategiska agenda är:

### **Fördjupa närvaron i kärnmarknaderna**

Detta mål ska uppnås genom att ytterligare förstärka den lokala prägeln på användarupplevelsen från "A till Ö" på våra huvudmarknader. Initiativ för att förstärka den lokala prägeln per region och/eller marknad inkluderar, men är inte begränsat till, åtgärder som att optimera leveransalternativ, skräddarsy betalningsalternativ och anpassa marknadsföringsaktiviteter.

Koncernen menar att ännu starkare lokal prägel på användarupplevelsen kommer att leda till ökad kundpreferens på kärnmarknaderna och därmed möjliggöra ytterligare effektiv tillväxt i dessa regioner.

I den andra fasen av detta initiativ är ambitionen att börja investera i att bygga ett känt och uppskattat varumärke som förväntas driva ytterligare kundförvärvning och preferens.

### **Visa upp vårt sortiment**

Detta mål ska uppnås genom att förfina hur vårt sortiment presenteras för användare i våra webbutiker. Särskild vikt kommer att läggas vid att tydliggöra att de flesta produkter vi erbjuder antingen är utvecklade internt eller endast tillgängliga att köpa hos oss. Arbete för att förstärka berättelsen kring varje kategori, kollektion och/eller artikel pågår också genom att till exempel erbjuda inspirerande bilder och innehåll som del av användarupplevelsen.

Ny design av och introduktion av ytterligare funktionalitet i RugVistas webbutik, i syfte att göra det ännu enklare för användaren att hitta den perfekta mattan, ingår också som en del av detta initiativ.

Koncernen tror att dessa ansträngningar inte bara kommer att driva ökad varumärkespreferens, kundnöjdhet och lojalitet utan också över tiden öka konverteringsgraden.

### **Good to great – kommersiell och operativ excellens**

Detta mål ska uppnås genom att implementera mer omfattande och sofistikerade spårningsverktyg och processer för att styra och optimera vår kommersiella och operativa prestanda.

Koncernen tror att detta arbete kommer att ligga till grund för fortsatt lönsam tillväxt och effektivitetsförbättringar.

### **Utnyttja utvalda möjligheter på tredje parts marknadsplatser**

Detta mål är för närvarande fokuserat på att skala vår Amazon-verksamhet då koncernen har identifierat detta som en, till stor del historiskt utnyttjad, tillväxtmöjlighet.

Tredjepartsmarknadsplatsen ska utvecklas genom att till exempel optimera sortimentet som erbjuds, tillse förbättrad artikelpresentation, säkra Prime-kvalificering och skala marknadsföringsaktiviteterna på Amazon-plattformen.

# Om RugVista Group AB (publ)

## Introduktion

RugVista Group är en av de ledande europeiska "direct-to-consumer"-onlineplattformarna för mattförsäljning via webbutiker tillgängliga på 20 olika språk genom varumärkena RugVista och CarpetVista. Bolaget grundades 2005 och erbjuder ett brett och relevant utbud av kvalitativa design- och traditionella mattor. RugVista Group erbjuder kunder inom EU fri frakt och kostnadsfri retur. Verksamheten är indelad i tre segment: Privatpersoner, Företagskunder, samt Marknadsplatser & Övrigt. Privatpersoner representerar konsumentmarknaden och är RugVista Groups huvudsakliga segment.

## Syfte och vision

RugVista Groups syfte är *att hjälpa människor till ett hem att älska*.

RugVista Group har definierat tre visioner där var och en har en tydlig ambition:

- **Affären:** Att vara navet för den europeiska mattindustrin.
- **Hållbarhet:** Att leda mattindustrin mot en hållbar framtid.
- **Organisation:** Att attrahera, motivera och behålla extraordinära individer.

## Styrkor och konkurrensfördelar

RugVista Group anser sig ha ett antal styrkor och konkurrensfördelar som bidrar till koncernens förmåga att förverkliga strategiska målsättningar och uppnå finansiella mål:

- Stor europeisk marknad för matthandel med starkt momentum för onlinehandel.
- Attraktiv position på en marknad där storlek är viktigt.
- Stor och växande kundbas i Europa.
- Produktexpertis och ett brett och relevant sortiment anpassat efter kundernas behov.
- Datadriven operationell plattform.
- Finansiell profil som kombinerar tillväxt och lönsamhet.
- En välmeriterad styrelse och ledningsgrupp med omfattande och relevant erfarenhet.

## Finansiella mål

Styrelsen har antagit följande finansiella mål på medellång till lång sikt:

- RugVista Group har som mål att organiskt öka nettoomsättningen med omkring 20 procent per år.
- RugVista Group har som mål att upprätthålla en EBIT-marginal på över 15 procent.
- RugVista Group satsar sina resurser på tillväxt och verksamhetsutveckling. Därtill är RugVista Groups målsättning att dela ut upp till 50 procent av årets resultat till aktieägarna.





# **RUG**

---

**VISTA**

Ringugnsgatan 11, SE-216 16 Limhamn, Sweden

[www.rugvistagroup.com](http://www.rugvistagroup.com)

