

RUGVISTA

Bokslutskommuniké

Januari – december 2022

RugVista Group AB (publ)

Fortsatt god lönsamhet trots utmanande marknad

Fjärde kvartalet

- Nettoomsättningen var MSEK 204,1 (218,8) motsvarande en minskning med -6,7% (4,0%).
- Den organiska nettoomsättningstillväxten uppgick till -12,7% (7,0%).
- Bruttomarginalen uppgick till 61,8% (64,9%).
- Rörelseresultatet uppgick till MSEK 36,4 (40,3) och rörelsemarginalen var 17,8% (18,4%).
- Periodens resultat uppgick till MSEK 29,2 (31,2).
- Resultat per aktie före och efter utspädning uppgick till SEK 1,40 (1,50)¹.
- Det genomsnittliga NPS- (Net Promotor Score) värdet uppgick till 64 (67).

Januari – december

- Nettoomsättningen var MSEK 639,3 (705,0) motsvarande en minskning med -9,3% (25,5%).
- Den organiska nettoomsättningstillväxten uppgick till -13,1% (34,0%).
- Bruttomarginalen uppgick till 62,0% (64,6%).
- Rörelseresultatet uppgick till MSEK 74,9 (127,7) och rörelsemarginalen var 11,7% (18,1%).
- Periodens resultat uppgick till MSEK 58,9 (99,9).
- Resultat per aktie före och efter utspädning uppgick till SEK 2,83 (4,80)¹.
- Nettokassan uppgick till MSEK 111,8 (189,6).
- Det genomsnittliga NPS- (Net Promotor Score) värdet uppgick till 68 (67).
- Lagervärde som andel av nettoomsättningen senaste tolv månaderna (LTM) var 27,3% (20,8%).
- Genomsnittlig returgrad var 15,5% (16,0%) för året.
- Styrelsen föreslår en utdelning på 1,50 (2,50) kronor per aktie.

Nyckeltal för koncernen²

KSEK om inte annat anges	Oktober - december		Januari - december	
	2022	2021	2022	2021
Rörelseintäkter	204 512	219 155	640 958	706 527
Nettoomsättning	204 135	218 801	639 273	704 984
Nettoomsättningstillväxt, %	-6,7%	4,0%	-9,3%	25,5%
Organisk nettoomsättningstillväxt, %	-12,7%	7,0%	-13,1%	34,0%
Bruttoresultat	126 176	141 972	396 145	455 698
Bruttomarginal, %	61,8%	64,9%	62,0%	64,6%
Rörelseresultat	36 375	40 287	74 919	127 658
Rörelsemarginal, %	17,8%	18,4%	11,7%	18,1%
Periodens resultat	29 164	31 189	58 872	99 851
Periodens marginal, %	14,3%	14,3%	9,2%	14,2%
Justerat rörelseresultat	36 375	40 287	74 919	137 558
Justerad rörelsemarginal, %	17,8%	18,4%	11,7%	19,5%
Lagervärde som andel av LTM nettoomsättningen, %	-	-	27,3%	20,8%
Nettoskuldsättning	-	-	-111 810	-189 627
Resultat per aktie före utspädning, SEK	1,40	1,50	2,83	4,80
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	1,40	1,50	2,83	4,80
Antal utestående aktier	20 785 140	20 785 140	20 785 140	20 785 140
Antal utestående aktier efter utspädning	20 785 140	20 785 140	20 785 140	20 785 140
Antal webbplatsbesök, miljon	8,8	11,6	31,9	39,8
Antal ordrar, tusen	78,9	82,2	252,9	273,0
Antal nya kunder, tusen	57,5	59,0	179,8	197,2
Genomsnittligt ordervärde, SEK	3 652	3 754	3 569	3 636
Genomsnittligt NPS-värde	64	67	68	67
Genomsnittligt Trustpilot-värde	4,8	4,8	4,8	4,8
Genomsnittlig returgrad, % ³⁾	-	-	15,5%	16,0%

¹⁾ Ingen utspädningseffekt för vare sig 2022 eller 2021.

²⁾ Se sida 31 för definitioner och motivering av nyckeltal.

³⁾ Rapporteras endast för helår.



”Vårt fokus på lönsamhet gav önskad effekt och vi levererade, givet förutsättningarna, god lönsamhet både för sista kvartalet och året som helhet.”

Michael Lindskog, CEO

Fortsatt god lönsamhet trots utmanande marknad

Kära aktieägare

Rörelseresultatet för Q4 var 36,4 miljoner och rörelsemarginalen var 17,8% trots att det utmanande makroekonomiska klimatet fortsatte under kvartalet vilket påverkade tillväxten. Vårt fokus på lönsamhet gav önskad effekt och vi levererade, givet förutsättningarna, god lönsamhet både för sista kvartalet och året som helhet.

Nettoomsättningen för Q4 var 204,1 miljoner och motsvarar en minskning med -6,7% (4,0%). Den organiska nettoomsättningstillväxten för Q4 var -12,7%. Tillväxten påverkades av hushållens lägre köpkraft, kronans värdeminskning jämfört med framför allt euron samt att jämförelsetalet från 2021 var ett rekordkvartal.

Bruttomarginalen för Q4 var 61,8% vilket är i nivå med föregående år när vi justerar för poster av engångskaraktär under 2021. Kronans värde stabiliserades något under kvartalet men vi fortsätter att bevaka kursutvecklingen för att säkerställa en hälsosam bruttomarginalnivå även framöver.

Marknadsföringsklimatet var överlag fortsatt intensivt under Q4 där framför allt Norden sticker ut som en region med hög aktivitet bland aktörerna inom digital annonsering. Vårt fokus på ökad marknadsföringseffektivitet gjorde att marknadsföringskostnaden som andel av nettoomsättningen uppgick till 30,8% vilket är en minskning med -0,7 procentenheter jämfört med förra året.

Rörelseresultatet för Q4 var 36,4 miljoner och rörelsemarginalen var 17,8%. Rörelsemarginalen minskade med 0,6 procentenheter jämfört med förra året men är fortsatt på en hälsosam nivå givet marknadsklimatet, höga fraktkostnader och mindre fördelaktig operativ hävstång som ett resultat av den lägre nettoomsättningen.

Vårt genomsnittliga NPS-värde för Q4 var 64 vilket är en minskning från förra årets 67 men fortsatt på en mycket hög nivå där all värden över 50 oftast anses som utmärkt.

2022 var ett år som präglades av det tragiska kriget i Ukraina, makroekonomisk osäkerhet med hög kostnadsinflation och högre räntor vilket har resulterat i minskad köpkraft för hushållen i de flesta marknader. Dessa omvärldsfaktorer resulterade i ett utmanande år för oss och det ställde höga krav på vår förmåga som organisation att kontinuerligt anpassa oss till, och navigera i, det förändrade marknadsläget. Vår nettoomsättning för 2022 minskade med -9,3% (25,5%) och den organiska nettoomsättningstillväxten var -13,1%. Trots lägre omsättning och omvärldsutmaningar så levererade vi en rörelsemarginal om 11,7% (18,1%) för 2022. Vårt fokus på lönsamhet och de åtgärder som implementerades under andra halvan av året gav god effekt i att reducera både rörliga och fasta kostnader.

För 2022 kan vi blicka tillbaka på flera framgångar relaterade till våra strategiska initiativ. Introduktionen av *Rugvista Essentials*, vårt produkt erbjudande riktat till de som inreder sitt första hem, överträffade våra förväntningar och kommer utan tvekan vara en nyckel till framtida tillväxt. Rugvistas uppdaterade varumärkespositionering, den nya kommunikationsplattformen och tillhörande modernisering av vår visuella identitet är startpunkten för den spännande varumärkesresan som vi står inför. Vi förväntar oss att detta arbete kommer att attrahera befintliga kunder men framför allt kundsegment som vi inte når idag. Integrationen av den nya fraktbokningsplattformen är också en höjdpunkt som möjliggjorde att vi kunde erbjuda lokala fraktalternativ i fler än tio olika marknader under året. Vårt genomsnittliga NPS-värde för året slutade på 68 vilket är ett rekord och vi är otroligt stolta över att en så hög andel av våra kunder vill rekommendera oss till vänner och bekanta.

Jag vill särskilt tacka alla medarbetare för deras fortsatta engagemang och tilltro till vår vision även när vi behövde ta svåra beslut som påverkade vissa medarbetare. När vi lägger 2022 till handlingarna är jag otroligt tacksam och stolt över att vi har jobbat som ett team för att tillsammans lösa de utmaningar vi har ställts inför under vad som tveklöst var ett makroekonomiskt tufft år.

Under 2022 fick vi se prov på styrkan i vår DTC (Direct-to-Consumer) affärsmodell. Mycket tack vare den kunde vi effektivt navigera marknadsläget och leverera god lönsamhet. Vi är fortsatt finansiellt starka med likvida medel på 140 miljoner. Styrelsen föreslår en utdelning om cirka halva årets resultat motsvarande 1,50 kronor per aktie (MSEK 31,2) vilket lever upp till målsättningen i vår utdelningspolicy.

Framtidsutsikterna är osäkra men vi vet att 2023 kommer att ge oss nya möjligheter och utmaningar. Vi är väl rustade och ivriga att ta oss an dessa. Jag är övertygad om att vi kommer fortsätta göra framsteg på resan mot visionen att bli navet för den europeiska mattbranschen och att leverera mot våra medel- till långsiktiga finansiella mål samt hållbarhetsambitioner.

Med vänliga hälsningar,

Michael Lindskog

CEO Rugvista Group

Fjärde kvartalet

Nettoomsättning

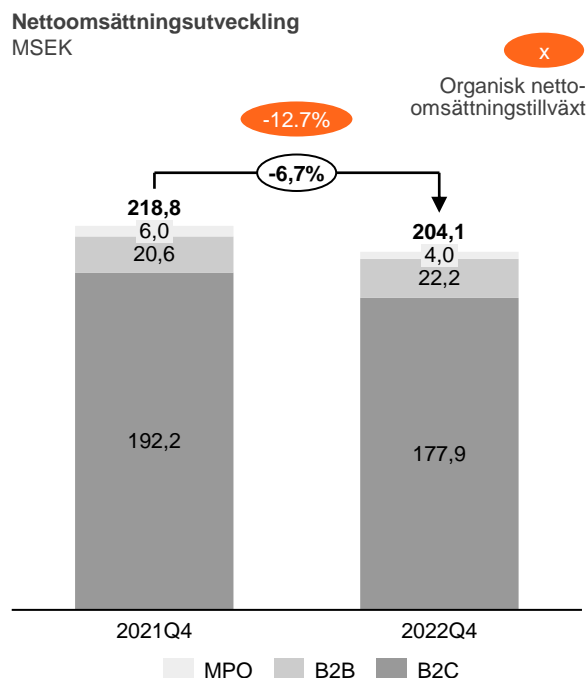
Koncernens nettoomsättning för kvartalet uppgick till MSEK 204,1 (218,8), vilket motsvarar en minskning med -6,7% (4,0%). Det negativa makroekonomiska klimatet, med minskad köpkraft på grund av ökande inflation, geopolitisk osäkerhet samt lägre konsumentförtroende fortsatte att påverka konsumentefterfrågan negativt i merparten av Europa under kvartalet. Den organiska nettoomsättningstillväxten uppgick till -12,7% (7,0%) och påverkades av framför allt eurons värdeökning jämfört med kronan.

Nettoomsättningen inom segmentet Privatpersoner (B2C), koncernens största, uppgick till MSEK 177,9 (192,2) vilket motsvarar en minskning med -7,4% (4,8%). Den minskade nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av lägre försäljning i DACH- och Norden-regionerna med en tillväxttakt på -7,7% (12,1%) respektive -18,2% (5,1%).

Nettoomsättningen inom segmentet Företagskunder (B2B) uppgick till MSEK 22,2 (20,6) vilket motsvarar en ökning med 7,9% (19,0%). Efterfrågan inom B2B-segmentet fortsätter att vara mer robust jämfört med B2C-segmentet. Kundgruppen inredningsarkitekter fortsätter att driva efterfrågan.

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till

MSEK 4,0 (6,0), vilket motsvarar en minskning med -33,7% (12,1%). Tillväxten inom segmentet påverkades mer än för B2C segmentet då utförda lönsamhetsåtgärder fick en större negativ påverkan på Amazon jämfört med våra egna webbutiker.



Resultat och marginaler

Bruttomarginalen uppgick till 61,8% (64,9%) där föregående års jämförelsetal innehöll engångsposter med en positiv effekt på 2,9 procentenheter. Årets bruttomarginal påverkades även negativt av fortsatta bränsletillägg och högsäsongstillägg för kundleveranser. Trots högre rabattnivåer jämfört med förra året minskade produktkostnaden som andel av nettoomsättningen tack vare de prisjusteringar som gjordes i början av Q3.

Övriga externa kostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 34,9% (36,3%). Förbättringen är drivet av det fortsatta fokuset på marknadsföringseffektivitet inom framförallt B2C segmentet samt andra kostnadsbesparings-initiativ.

Personalkostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 8,6% (8,5%). Personalkostnader som en andel av nettoomsättningen var stabil jämfört med förra året trots den lägre nettoomsättningen.

Övriga rörelsekostnader uppgick till MSEK 1,7 (-1,4). Posten består av valutakursförändringarnas påverkan på transaktioner och omvärdering av balansposter i utländsk valuta under perioden. Kostnadsminskningen är driven av valutaskillnader där omvärdering av likvida medel i utländsk valuta utgör den största delen.

Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till MSEK -2,7 (-2,3) och består främst av avskrivningar avseende nyttjanderättstillgångar.

Rörelseresultatet (EBIT) uppgick till MSEK 36,4 (40,3) vilket motsvarar en rörelsemarginal på 17,8% (18,4%). Minskningen i rörelsemarginal drevs av den lägre bruttomarginalen.

Finansnettot uppgick till MSEK 0,3 (-0,2).

Skatter för perioden uppgick till MSEK -7,5 (-8,9).

Periodens resultat uppgick till MSEK 29,2 (31,2) och periodens marginal uppgick till 14,3% (14,3%).

Fjärde kvartalet

Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten under kvartalet uppgick till MSEK 61,7 (70,0). Minskningen av kassaflödet är framför allt hänförligt till ett lägre rörelseresultat samt högre inbetalad inkomstskatt.

Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick under kvartalet till MSEK -2,5 (-1,2) och är framför allt hänförligt till utvecklingen av vår mjukvaruplattform och aktivering av kostnader relaterade till denna.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick under kvartalet till MSEK -2,4 (-1,3). Skillnaden jämfört med förra året är drivet av inflödet av kapital under Q4 2021 hänförligt till försäljning av teckningsoptioner till nyckelpersoner inom koncernen om MSEK 0,8.

Övriga nyckeltal (KPI)

NPS-värdet var 64 (67) och TrustPilot-värdet var 4,8 (4,8). De bibehållna höga nivåerna är ett bevis på att vårt fortsatt höga fokus på att säkerställa en kundupplevelse i världsklass har varit framgångsrikt. Minskningen i NPV-värdet är hänförligt till utmaningar i vår lagerverksamhet som en konsekvens av och omställning efter omorganisationen samt varierande kvalitet på fraktbolagens servicenivå under kvartalet.

Antalet webbplatsbesök var 8,8 miljoner (11,6), vilket motsvarar en minskning med -24,2% (0,2%). Minskningen är hänförlig till det makroekonomiska klimatet med minskad efterfrågan inom B2C-segmentet samt vårt fokus på ökad marknadsföringseffektivitet.

Orderantalet var 78,9 tusen (82,2), vilket motsvarar en minskning med -4,0% (0,2%).

Antalet nya kunder som förvärvades var 57,5 tusen (59,0), vilket motsvarar en minskning med -2,5% (-3,1%).

Genomsnittligt ordervärde var SEK 3 652 (3 754), vilket motsvarar en minskning med -2,7% (3,9%) och är hänförligt till förändringar i köpmönster inom designsortimentet samt högre rabattsatser.





Januari – december

Nettoomsättning

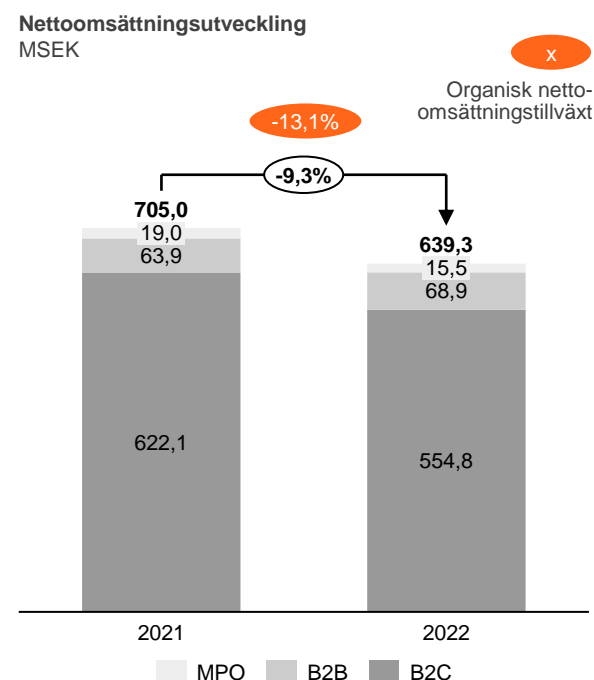
Koncernens nettoomsättning för perioden uppgick till MSEK 639,3 (705,0), vilket motsvarar en minskning med -9,3% (25,5%). Det turbulenta makroekonomiska klimatet, med minskad köpkraft på grund av ökande inflation, geopolitisk osäkerhet samt lägre konsumentförtroende har påverkat konsumentefterfrågan negativt i merparten av Europa under perioden. Den organiska nettoomsättningstillväxten uppgick till -13,1% (34,0%) och påverkades av framför allt eurons värdeökning mot kronan.

Nettoomsättningen inom segmentet Privatpersoner (B2C), koncernens största, uppgick till MSEK 554,8 (622,1) vilket motsvarar en minskning med -10,8% (29,8%). Den minskade nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av lägre försäljning i DACH- och Norden-regionerna med en tillväxttakt på -14,6% (42,8%) respektive -23,9% (18,8%).

Nettoomsättningen inom segmentet Företagskunder (B2B) uppgick till MSEK 68,9 (63,9) vilket motsvarar en ökning med 7,9% (28,6%). Efterfrågan inom B2B-segmentet har under perioden varit mer robust jämfört med B2C-segmentet. Kundgruppen inredningsarkitekter drev efterfrågan.

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 15,5 (19,0), vilket motsvarar en minskning

med -18,4% (48,1%). I likhet med B2C-segmentet påverkades efterfrågan inom MPO-segmentet negativt av det makroekonomiska klimatet samt de lönsamhetsåtgärder som vidtogs under andra halvan av året.



Resultat och marginaler

Bruttomarginalen uppgick till 62,0% (64,6%). Minskningen drevs av högre produktkostnad som andel av nettoomsättningen och ökade kostnader för kundleveranser. Ökningen av produktkostnad som andel av nettoomsättningen drevs av kategorimixeffekter, högre rabattnivåer samt högre kostnader för produktinköp i USD. De ökade kostnaderna för kundleveranser berodde på investeringar i val av fraktbolag för att säkerställa hög kundnöjdhet samt bränsletillägg och högsäsongstillägg under Q4.

Övriga externa kostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 37,0% (35,9%). Ökningen drevs främst av ökade marknadsföringsinvesteringar inom samtliga segment. Den höga marknadsföringsinvesteringen drevs av en överlag intensiv aktivitet från aktörerna i marknaden trots att kundefterfrågan minskade under perioden. Kostnader relaterade till rekryteringar av personal och förberedelserna av bolagets första publika årsstämma bidrog också till ökningen i övriga externa kostnader.

Personalkostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 10,9% (9,0%) och ökningen drevs av ett högre antal anställda, negativ skaleffekt samt personalförändringar.

Övriga rörelsekostnader uppgick till MSEK -3,7 (-2,9).

Posten består av valutakursförändringarnas påverkan på transaktioner samt omvärdering av tillgångar- och skulder i utländsk valuta. Kostnadsökningen är ett resultat av valutakursförändringar för främst leverantörs-skulder i utländsk valuta.

Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till MSEK -11,0 (-8,4) och består främst av avskrivningar avseende nyttjanderättstillgångar. Ökningen jämfört med föregående år drevs av investeringar i ytterligare nyttjanderättstillgångar till våra lager samt investeringar i våra lokaler under andra halvan av 2021.

Rörelseresultatet (EBIT) uppgick till MSEK 74,9 (127,7), vilket motsvarar en rörelsemarginal på 11,7% (18,1%). Minskningen i rörelsemarginal drevs av den lägre bruttomarginalen, högre externa kostnader och negativ skaleffekt kopplad till den lägre nettoomsättningen.

Justerat rörelseresultat (adjusted EBIT) uppgick till MSEK 74,9 (137,6), vilket motsvarar en justerad rörelsemarginal på 11,7% (19,5%).

Finansnettot uppgick till MSEK -0,6 (-0,9).

Skatter för perioden uppgick till MSEK -15,5 (-26,9).

Periodens resultat uppgick till MSEK 58,9 (99,9) och periodens marginal uppgick till 9,2% (14,2%).

Januari - december

Finansiell ställning och likviditet

Lagervärdet vid periodens slut uppgick till MSEK 174,3 (146,6) och lagervärdet som andel av nettoomsättningen under de senaste tolv månaderna (LTM) uppgick till 27,3% (20,8%). För att säkerställa leveransförmåga till slutkund i en orolig omvärld är lagervärdesandelen högre än målsättningen mellan 17,5% och 22,5%. Den nuvarande lagerpositionen innebär att vi är väl rustade inför högsäsongen under Q1. Produkternas karaktär gör att lagerrisken är låg vilket också återspeglas i bolagets historiska nedskrivningsbehov.

Nettoskultsättningen uppgick till MSEK -111,8 (-189,6) där minskningen på MSEK -77,8 primärt är hänförligt till aktieägarutdelningen om MSEK 52,0 (0,0) under det andra kvartalet 2022.

Likvida medel uppgick till MSEK 140,0 (218,1).

Övriga nyckeltal (KPI)

NPS värdet var 68 (67) och TrustPilot värdet var 4,8 (4,8), vilket är ett bevis på att vårt fortsatt höga fokus på att säkerställa en kundupplevelse i världsklass har varit framgångsrikt.

Antalet webbplatsbesök var 31,9 (39,8) miljoner, vilket motsvarar en minskning med -19,9% (19,1%). Minskningen är hänförlig till det makroekonomiska klimatet med minskad efterfrågan inom B2C-segmentet framför allt samt fokuset på lönsamhet.

Orderantalet var 252,9 (273,0) tusen, vilket motsvarar en minskning med -7,4% (32,5%).

Antalet nya kunder som förvärvades var 179,8 (197,2) tusen, vilket motsvarar en minskning med -11,5% (32,1%).

Genomsnittligt ordervärde var SEK 3 569 (3 636), vilket motsvarar en minskning med -1,8% (-3,2%) och är hänförligt till förändringar i köpmönster inom designsortimentet samt högre rabattsatser.



Privatpersoner (B2C)

Fjärde kvartalet

KSEK om inte annat anges	Oktober - december		
	2022	2021	Δ
Nettoomsättning	177 920	192 209	-7,4%
Nettoomsättning, DACH	37 190	40 288	-7,7%
Nettoomsättning, Norden	34 075	41 658	-18,2%
Nettoomsättning, Övriga länder	106 655	110 263	-3,3%
Bruttoresultat	108 929	124 150	-12,3%
Bruttomarginal, %	61,2%	64,6%	-3,4pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	33,0%	33,3%	-0,3pp
Segmentresultat	50 232	60 070	-16,4%
Segmentmarginal, %	28,2%	31,3%	-3,1pp

Nettoomsättningen för segmentet Privatpersoner under kvartalet var MSEK 177,9 (192,9) vilket motsvarar en minskning med -7,4% (4,8%). Den minskade nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av DACH- och Norden-regionerna med en tillväxttakt på -7,7% (12,1%) respektive -18,2% (-5,1%). Tillväxten för Norden påverkades negativt av fokuset på lönsamhet då marknadsföringsintensiteten var fortsatt mycket hög.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 108,9 (124,2) vilket motsvarar en minskning med -12,3% (10,3%) och bruttomarginalen uppgick till 61,2% (64,6%). Minskningen i bruttomarginal drevs av ökade kostnader för kundleveranser samt att jämförelsetalet inkluderade en positiv bokning av engångskaraktär.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 33,0% (33,3%) och minskningen är ett resultat av fokuset på marknadsföringseffektivitet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 50,2 (60,1) vilket motsvarar en minskning med -16,4% (0,9%) och segmentmarginalen uppgick till 28,2% (31,3%) där minskningen framförallt är hänförlig till den lägre bruttomarginalen.

Januari – december

KSEK om inte annat anges	Januari - december		
	2022	2021	Δ
Nettoomsättning	554 831	622 109	-10,8%
Nettoomsättning, DACH	116 138	135 968	-14,6%
Nettoomsättning, Norden	117 916	154 964	-23,9%
Nettoomsättning, Övriga länder	320 776	331 176	-3,1%
Bruttoresultat	340 325	399 058	-14,7%
Bruttomarginal, %	61,3%	64,1%	-2,8pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	34,3%	32,0%	2,3pp
Segmentresultat	150 272	200 224	-24,9%
Segmentmarginal, %	27,1%	32,2%	-5,1pp

Nettoomsättningen för segmentet Privatpersoner under perioden var MSEK 554,8 (622,1) vilket motsvarar en minskning med -10,8% (29,8%). Den minskade nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av DACH- och Norden-regionerna med en tillväxttakt på -14,6% (42,8%) respektive -23,9% (18,8%). Det utmanande makroekonomiska klimatet vilket hade en negativ påverkan på kundefterfrågan var drivande i minskningen av nettoomsättningen under merparten av perioden.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 340,3 (399,1) vilket motsvarar en minskning med -14,7% (34,0%) och bruttomarginalen uppgick till 61,3% (64,1%). Minskningen i bruttomarginal drevs av högre produktkostnad som andel av nettoomsättningen och ökade kostnader för kundleveranser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 34,3% (32,0%). Ökningen jämfört med förra året drevs av fortsatt intensiv aktivitet från merparten av aktörerna i marknaden trots den lägre kundefterfrågan samt tester av nya marknadsföringsaktiviteter.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 150,3 (200,2) vilket motsvarar en minskning med -24,9% (27,4%) och segmentmarginalen uppgick till 27,1% (32,2%) där minskningen av segmentmarginalen drevs av både den minskade bruttomarginalen samt de ökade marknadsföringskostnaderna som andel av nettoomsättningen.

Företagskunder (B2B)

Fjärde kvartalet

KSEK om inte annat anges	Oktober - december		
	2022	2021	Δ
Nettoomsättning	22 247	20 610	7,9%
Bruttoresultat	14 385	13 489	6,6%
Bruttomarginal, %	64,7%	65,4%	-0,8pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	13,5%	14,8%	-1,3pp
Segmentresultat	11 374	10 434	9,0%
Segmentmarginal, %	51,1%	50,6%	0,5pp

Nettoomsättningen för segmentet Företagskunder under kvartalet var MSEK 22,2 (20,6) vilket motsvarar en ökning med 7,9% (19,0%). Efterfrågan inom B2B-segmentet fortsätter att vara mer robust jämfört med B2C-segmentet. Kundgruppen inredningsarkitekter fortsätter att driva efterfrågan.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 14,4 (13,5) vilket motsvarar en ökning med 6,6% (21,1%) och bruttomarginalen uppgick till 64,7% (65,4%). Minskningen i bruttomarginal drevs av högre produktkostnad som andel av nettoomsättningen och ökade kostnader för kundleveranser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 13,5% (14,8%) där minskningen av marknadsföringskostnader drevs av samma faktorer som i B2C-segmentet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 11,4 (10,4) vilket motsvarar en ökning med 9,0% (19,1%) och segmentmarginalen uppgick till 51,1% (50,6%) där ökningen drevs av de lägre marknadsföringskostnaderna.

Januari – december

KSEK om inte annat anges	Januari - december		
	2022	2021	Δ
Nettoomsättning	68 943	63 877	7,9%
Bruttoresultat	44 543	42 408	5,0%
Bruttomarginal, %	64,6%	66,4%	-1,8pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	14,1%	13,4%	0,7pp
Segmentresultat	34 824	33 821	3,0%
Segmentmarginal, %	50,5%	52,9%	-2,4pp

Nettoomsättningen för segmentet Företagskunder under kvartalet var MSEK 68,9 (63,9) vilket motsvarar en ökning med 7,9% (28,6%). Efterfrågan inom B2B-segmentet har under perioden varit mer robust jämfört med B2C-segmentet. Kundgruppen inredningsarkitekter driver efterfrågan.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 44,5 (42,4) vilket motsvarar en ökning med 5,0% (32,4%) och bruttomarginalen uppgick till 64,6% (66,4%). Minskningen i bruttomarginal drevs av högre produktkostnad som andel av nettoomsättningen och ökade kostnader för kundleveranser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 14,1% (13,4%) där ökningen av marknadsföringskostnader drevs av samma faktorer som i B2C-segmentet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 34,8 (33,8) vilket motsvarar en ökning med 3,0% (34,2%) och segmentmarginalen uppgick till 50,5% (52,9%) där minskningen drevs av lägre bruttomarginal och ökade marknadsföringskostnader.

Marknadsplatser & övrigt (MPO)

Fjärde kvartalet

KSEK om inte annat anges	Oktober - december		
	2022	2021	Δ
Nettoomsättning	3 968	5 981	-33,7%
Bruttoresultat	2 485	3 980	-37,6%
Bruttomarginal, %	62,6%	66,5%	-3,9pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	30,0%	31,6%	-1,6pp
Segmentresultat	1 295	2 090	-38,0%
Segmentmarginal, %	32,6%	34,9%	-2,3pp

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 4,0 (6,0), vilket motsvarar en minskning med -33,7% (12,1%). Tillväxten inom segmentet påverkades mer än för B2C segmentet då utförda lönsamhetsåtgärder fick en större negativ påverkan på Amazon jämfört med våra egna webbbutiker.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 2,5 (4,0) vilket motsvarar en minskning med -37,6% (16,7%) och bruttomarginalen uppgick till 62,6% (66,5%). De höga fraktkostnaderna påverkade segmentet till en högre grad på grund av den geografiska mixen på försäljningen.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 30,0% (31,6%) där minskningen drevs av fokuset på marknadsföringseffektivitet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 1,3 (2,1) vilket motsvarar en minskning med -38,0% (-1,1%) och segmentmarginalen uppgick till 32,6% (34,9%) där minskningen drevs av den lägre bruttomarginalen.

Januari – december

KSEK om inte annat anges	Januari - december		
	2022	2021	Δ
Nettoomsättning	15 499	18 998	-18,4%
Bruttoresultat	9 592	12 689	-24,4%
Bruttomarginal, %	61,9%	66,8%	-4,9pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	35,7%	27,6%	8,1pp
Segmentresultat	4 061	7 440	-45,4%
Segmentmarginal, %	26,2%	39,2%	-13,0pp

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 15,5 (19,0), vilket motsvarar en minskning med -18,4% (48,1%). I likhet med B2C-segmentet påverkades efterfrågan inom MPO-segmentet negativt av det makroekonomiska klimatet under merparten av perioden då merparten av försäljningen sker via Amazons europeiska marknadsplatser till privatpersoner. Fokuset på lönsamhet under andra halvan av året påverkade även tillväxten negativt.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 9,6 (12,7) vilket motsvarar en minskning med -24,4% (52,7%) och bruttomarginalen uppgick till 61,9% (66,8%). Minskningen i bruttomarginal drevs av högre produktkostnad som andel av nettoomsättningen och ökade kostnader för kundleveranser. Ökningen i kostnader för kundleveranser påverkade MPO-segmentet speciellt negativt på grund av den geografiska försäljningsmixen.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 35,7% (27,6%) där ökningen av marknadsföringskostnader drevs av liknande faktorer som inom B2C-segmentet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 4,1 (7,4) vilket motsvarar en minskning med -45,4% (39,7%) och segmentmarginalen uppgick till 26,2% (39,2%) där minskningen drevs av den lägre bruttomarginalen och ökade marknadsföringskostnader.



Övrig information

Väsentliga händelser under kvartalet

Valberedningen för RugVista Group AB (publ) ("Rugvista") har konstituerats i enlighet med bolagets instruktion för valberedning som antagits av årsstämman den 20 maj 2022. Valberedningen som utsetts inför Rugvistas årsstämma 2023 består av Gunnar Mattsson (representant för madHat AB och ordförande i valberedningen), Klara Hanzon (representant för TIN Fonder) och Erik Lindgren (ordförande i Rugvistas styrelse).

Väsentliga händelser efter kvartalet

Epicentrum för jordbävningarna i Turkiet den 6 februari, 2023 var i närheten av ett viktigt produktionsområde för bolaget. Företagsledningen utvärderar eventuell påverkan på verksamheten. Det finns en risk att produktionskapaciteten hos bolagets samarbetspartners i området samt leveranskedjor kan påverkas negativt av jordbävningarnas konsekvenser.

Joakim Tuvner har tillträtt som CFO för bolaget.

Medarbetare

Antalet heltidsanställda under perioden oktober - december uppgick till 91,5 (85,6) och andelen kvinnor uppgick till 41,6% (44,3%).

Antalet heltidsanställda under perioden januari – december uppgick till 92,5 (81,7) och andelen kvinnor uppgick till 42,2% (44,5%).

Rysslands invasion av Ukraina

Koncernen har genom sin affärsverksamhet ingen direkt exponering mot Ryssland, Ukraina eller Belarus. Det är dock svårt att i rådande läge bedöma krigets indirekta inverkan på BNP-tillväxt, inflation, globala leveranskedjor samt konsumenternas framtidstro och efterfrågan på koncernens produkter.

Säsongsvariationer

Koncernens försäljning varierar vanligtvis mellan säsongerna där första och fjärde kvartalen tenderar att vara starkast.

Aktien

RugVista Group AB (publ)-aktien är noterad på Nasdaq First North Premier Growth under tickerkoden RUG och ISIN-koden SE0015659834.

Börsvärdet vid den sista handelsdagen i det fjärde kvartalet 2022 (30 december) var SEK 919 miljoner med en slutkurs på SEK 44,20 per aktie.

Vid rapportperiodens slut uppgick antalet emitterade aktier till 20 785 140, samtliga stamaktier.

Under 2021 emitterades 860 000 teckningsoptioner av koncernen. Av dessa har 436 981 sålts till nyckelpersoner inom koncernen.

Under andra kvartalet 2022 emitterades 300 000 teckningsoptioner av koncernen. Av dessa har 40 000 sålts till ledande befattningshavare inom koncernen.

För mer detaljerad information om incitamentsprogram, se "LTIP2021" samt "LTIP2022" nedan samt bolagets hemsida www.rugvistagroup.com.

Se not 6 för en översikt över de tio största aktieägarna.

LTIP 2021

Koncernen har utfärdat teckningsoptioner som en del av ett incitamentsprogram ("LTIP 2021/2024"). Varje teckningsoption berättigar till teckning av en (1) aktie i bolaget under lösenperioden till SEK 162,50, vilket motsvarar 130 procent av introduktionskursen för aktien. Teckningsoptionerna kan utnyttjas under perioden 15 april–15 juni 2024.

Bolagsstämman den 20 maj 2022 var sista dag för överlåtelse av teckningsoptioner i LTIP 2021. Av de totalt 860 000 utfärdade teckningsoptionerna kvarstod 423 019 stycken som därmed förverkats.

Övrig information

LTIP 2022

Koncernen har utfärdat teckningsoptioner som en del av ett incitamentsprogram ("LTIP 2022/2025"). Varje teckningsoption berättigar till teckning av en (1) aktie i bolaget under lösenperioden till SEK 89,61, vilket motsvarar 130 procent av den genomsnittliga aktiekursen under värderingsperioden. Teckningsoptionerna kan utnyttjas under perioden 1 juni – 1 september 2025.

Oktober – december

Under perioden har inga teckningsoptioner under LTIP2022 programmet sålts.

Januari – december

Under perioden har 40 000 teckningsoptioner under LTIP2022 programmet sålts till ledande befattningshavare inom koncernen.

Transaktioner med närstående

Oktober - december

Love Terins, dotter till CDPO Carin Terins, har under kvartalet fakturerat bolaget arvode för tjänster avseende design- och kollektionsutveckling till ett värde av KSEK 100.

Januari – december

Förutom vad som angetts under kvartalet har Cutting Edge Construction AB, ägt av styrelseledamot Ludvig Friberger, fakturerat bolaget KSEK 72 för utveckling av IT-plattformen under året.

Revisorernas granskning

Denna bokslutskommuniké har inte granskats av bolagets revisor.

Moderbolaget

Rugvista Group AB (publ), med registreringsnummer 559037-7882, är koncernens moderbolag. Rugvista Group AB (publ) är bildat och registrerat i Sverige.

Sedan den 18 mars 2021 är RugVista Group AB (publ) noterat på Nasdaq First North Premier Growth Market.

Moderbolagets nettoomsättning uppgick till MSEK 2,8 (3,4) under kvartalet och för perioden januari – december MSEK 15,6 (12,1). Moderbolagets intäkter består av fakturerade arvoden för managementtjänster till dotterbolag, i enlighet med koncerninternt avtal.

Moderbolagets kostnader består huvudsakligen av löner till delar av ledningen, ersättningar till styrelsen samt kostnader relaterade till att bolagets aktier är noterade på Nasdaq. Resultatet för kvartalet uppgick till MSEK 36,9 (71,0) och för perioden januari till december MSEK 36,6 (62,1).

Moderbolaget har en koncernintern fordran på dotterbolag, som tillsammans med aktier i dotterbolaget Rugvista AB och eget kapital utgör majoriteten av bolagets finansiella tillgångar.

Övrig information

Finansiell kalender

Aktivitet	Datum	Telefonkonferens
Årsredovisning 2022	13 april 2023	
Delårsrapport januari – mars 2023	11 maj 2023	09:00-10:00 CEST
Årsstämma 2023	25 maj 2023	
Kapitalmarknadsdag	25 maj 2023	
Delårsrapport januari - juni 2023	17 augusti 2023	09:00-10:00 CEST
Delårsrapport januari – september 2023	9 november 2023	09:00-10:00 CET
Bokslutskommuniké 2023	8 februari 2024	09:00-10:00 CET

I samband med publiceringen av bokslutskommunikén för januari – december kommer Michael Lindskog (VD) hålla en telefonkonferens den 9 februari 2023 kl. 09.00. Presentationen hålls på engelska. För att medverka via telefonkonferens registrerar du dig via länken nedan. Efter registreringen får du telefonnummer och ett konferens-ID för att logga in till konferensen. Via telefonkonferensen finns möjlighet att ställa muntliga frågor.

<https://conference.financialhearings.com/teleconference/?id=5005162>

För att medverka via webcasten gå in på nedan länk. Via webcasten finns möjlighet att ställa skriftliga frågor. <https://ir.financialhearings.com/rugvista-group-q4-2022>.

Delårsrapporten och presentationen finns tillgängliga 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/se/investors/Q422/>

Denna rapport är sådan information som RugVista Group AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 9 februari 2023 kl 07.30 CET

Kontaktinformation

Michael Lindskog
CEO
Michael.Lindskog@rugvista.se

Joakim Tuvner
CFO
Joakim.Tuvner@rugvista.se

Koncerninformation
InvestorRelations@rugvistagroup.com
www.rugvistagroup.com
+46 40 668 81 04

Huvudkontor och besöksadress

RugVista Group AB (publ)
Ringugngsgatan 11
SE-216 16 Limhamn
Sverige

Certified advisor

FNCA Sweden AB
Box 5216
Nybrogatan 34, SE-102 45 Stockholm
info@fnca.se



Koncernen

Koncernens resultaträkning i sammandrag

<i>KSEK om inget annat anges</i>	Oktober - december			Januari - december		
	2022	2021	Δ	2022	2021	Δ
Nettoomsättning	204 135	218 801	-6,7%	639 273	704 984	-9,3%
Övriga rörelseintäkter	377	354	6,6%	1 685	1 543	9,2%
Rörelseintäkter	204 512	219 155	-6,7%	640 958	706 527	-9,3%
Handelsvaror	-78 336	-77 182		-244 813	-250 829	
Övriga externa kostnader	-71 274	-79 372		-236 847	-253 178	
Personalkostnader	-17 521	-18 683		-69 711	-63 566	
Övriga rörelsekostnader	1 653	-1 359		-3 676	-2 936	
Av- och nedskrivningar	-2 660	-2 272		-10 992	-8 360	
Rörelseresultat (EBIT)	36 375	40 287	-9,7%	74 919	127 658	-41,3%
Finansiella kostnader	310	-221		-582	-910	
Resultat efter finansiella poster	36 684	40 066	-8,4%	74 336	126 749	-41,4%
Skatter	-7 520	-8 877		-15 464	-26 898	
Periodens resultat	29 164	31 189	-6,5%	58 872	99 851	-41,0%
Hänförligt till:						
Moderföretagets ägare	29 164	31 189		58 872	99 851	
Resultat per aktie före utspädning, SEK	1,40	1,50		2,83	4,80	
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	1,40	1,50		2,83	4,80	

Koncernen

Koncernens rapport över totalresultat i sammandrag

<i>KSEK om inget annat anges</i>	Oktober - december			Januari - december		
	2022	2021	Δ	2022	2021	Δ
Periodens resultat	29 164	31 189	-6,5%	58 872	99 851	-41,0%
<i>Poster som senare kan omklassificeras till resultaträkningen</i>						
Omräkningsdifferens	-	-	-	-	-	-
Övrigt totalresultat	-	-	-	-	-	-
Periodens totalresultat hänförligt till moderbolagets aktieägare	29 164	31 189	-6,5%	58 872	99 851	-41,0%

Koncernen

Koncernens rapport över finansiell ställning i sammandrag

KSEK om inget annat anges

<u>TILLGÅNGAR</u>	<u>31 december, 2022</u>	<u>31 december, 2021</u>	<u>EGET KAPITAL & SKULDER</u>	<u>31 december, 2022</u>	<u>31 december, 2021</u>
<u>ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</u>			<u>EGET KAPITAL</u>		
Goodwill	299 949	299 949	Aktiekapital	1 039	1 039
Immateriella anläggningstillgångar	9 064	-	Övrigt tillskjutet kapital	227 627	227 784
Materiella anläggningstillgångar	3 540	4 150	Balanserat resultat	216 113	168 224
Nyttjanderättstillgångar	26 828	27 533	Periodens resultat	58 872	99 851
Uppskjuten skattefordran	311	236	Summa eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare	503 651	496 899
Summa anläggningstillgångar	339 693	331 868			
<u>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</u>			<u>LÅNGFRISTIGA SKULDER</u>		
Varulager	174 259	146 559	Uppskjuten skatteskuld	90	107
Övriga fordringar	51 581	19 920	Leasingskulder	17 249	20 070
Förutbetalda kostnader	1 465	921	Summa långfristiga skulder	17 338	20 177
Likvida medel	139 978	218 116	<u>KORTFRISTIGA SKULDER</u>		
Summa omsättningstillgångar	367 283	385 516	Leverantörsskulder	76 963	95 334
			Aktuella skatteskulder	41 556	48 126
SUMMA TILLGÅNGAR	706 975	717 384	Övriga skulder	44 429	33 505
			Leasingskulder	10 919	8 419
			Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	12 118	14 924
			Summa kortfristiga skulder	185 986	200 308
			SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	706 975	717 384

Koncernen

Koncernens rapport över förändringar i eget kapital

Oktober - december

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat inklusive periodens resultat	Summa eget kapital
2022				
Ingående balans 2022-10-01	1 039	227 627	245 821	474 487
Periodens resultat			29 164	29 164
Övrigt totalresultat			-	-
Summa Totalresultat	1 039	227 627	274 985	503 651
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman				-
Teckningsoptioner				-
Teckningsoptioner, återköp				-
Nyemission				-
Utgående balans 2022-12-31	1 039	227 627	274 985	503 651

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat inklusive periodens resultat	Summa eget kapital
2021				
Ingående balans 2021-10-01	1 039	227 001	236 886	464 927
Periodens resultat			31 189	31 189
Övrigt totalresultat			-	-
Summa Totalresultat	1 039	227 001	268 076	496 116
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman				-
Teckningsoptioner		783		783
Teckningsoptioner, återköp				-
Nyemission				-
Utgående balans 2021-12-31	1 039	227 784	268 076	496 899

Koncernens rapport över förändringar i eget kapital

Januari - december

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat inklusive periodens resultat	Summa eget kapital
2022				
Ingående balans 2022-01-01	1 039	227 784	268 076	496 899
Periodens resultat			58 872	58 872
Övrigt totalresultat			-	-
Summa Totalresultat	1 039	227 784	326 949	555 771
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman			-51 963	-51 963
Teckningsoptioner		469		469
Teckningsoptioner, återköp		-626		-626
Nyemission				-
Utgående balans 2022-12-31	1 039	227 627	274 985	503 651

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat inklusive periodens resultat	Summa eget kapital
2021				
Ingående balans 2021-01-01	1 014	244 229	168 225	413 468
Periodens resultat			99 851	99 851
Övrigt totalresultat			-	-
Summa Totalresultat	1 014	244 229	268 076	513 319
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman				-
Teckningsoptioner		10 201		10 201
Teckningsoptioner, återköp		-38 069		-38 069
Nyemission	25	11 423		11 449
Utgående balans 2021-12-31	1 039	227 784	268 076	496 899

Koncernen

Koncernens kassaflödesanalys i sammandrag

KSEK om inget annat anges

	Oktober - December		Januari - december	
	2022	2021	2022	2021
<i>Den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital</i>				
Rörelseresultat	36 375	40 287	74 919	127 658
<i>Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet</i>				
Avskrivningar och nedskrivningar	2 660	2 272	10 992	8 360
Orealiserade kursdifferenser	-1 208	-	-4 657	-
Ränta	310	-221	-582	-910
Betald inkomstskatt	-1 738	871	-22 126	-8 767
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital	36 399	43 209	58 546	126 342
<i>Förändringar i rörelsekapital</i>				
Förändring av varulager	11 865	-15 706	-27 699	-55 562
Förändring av rörelsefordringar	-2 972	3 442	-31 792	9 561
Förändring av rörelseskulder	16 424	39 092	-10 799	24 467
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital	25 317	26 828	-70 290	-21 535
Kassaflöde från den löpande verksamheten	61 716	70 037	-11 744	104 807
<i>Investeringar i immateriella anläggningstillgångar</i>				
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-2 309	-	-9 064	-
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-222	-1 174	-1 018	-2 358
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	-	-	136	-
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-2 531	-1 174	-9 946	-2 358
<i>Nyemission</i>				
Nyemission	-	-	-	11 449
Teckningsoptioner	-	783	469	10 201
Teckningsoptioner, återköp	-	-	-626	-38 069
Amortering leasingkulder	-2 356	-2 045	-9 116	-7 423
Utdelning aktieägare	-	-	-51 963	-
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-2 356	-1 263	-61 236	-23 842
PERIODENS TOTALA KASSAFLÖDE	56 829	67 601	-82 927	78 608
Likvida medel vid periodens början	81 610	150 515	218 116	139 508
Kursdifferens i likvida medel	1 539	-	4 789	-
Likvida medel vid periodens slut	139 978	218 116	139 978	218 116



Noter

Not 1 - Redovisningsprinciper

Denna bokslutskommuniké 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 **not 2** i årsredovisningen avseende 2021 (sida 94) publicerad på www.rugvistagroup.com.

Övriga immateriella tillgångar – Balanserade utvecklingskostnader

Utgifter för utveckling av nya eller för förbättrade produkter och processer redovisas som en tillgång i rapporten över finansiell ställning om processen är tekniskt och kommersiellt användbar och koncernen har tillräckliga resurser för färdigställande. Det redovisade värdet inkluderar direkta kostnader och, när det är tillämpligt, utgifter för löner och andel indirekta utgifter. Övriga utgifter relaterade till utvecklingen redovisas i resultaträkningen som en kostnad när de uppkommer. I rapporten över finansiell ställning är balanserade utvecklingskostnader upptagna till anskaffningsvärde minus ackumulerade avskrivningar och eventuella nedskrivningar. Avskrivningar påbörjas först när tillgången tas i drift och kan användas på det sätt som företagsledningen avser. Avskrivning sker på ett systematiskt sätt över nyttjandeperioden. Balanserade kostnader avser huvudsakligen mjukvaruplattform.

Nya och ändrade standarder

Inga av de nya och ändrade standarder och tolkningar som tillämpas från och med den 1 januari 2022 har haft 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 2021.

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

Not 2 - Risker och osäkerhetsfaktorer

Det finns flera strategiska, operativa och finansiella risker och osäkerhetsfaktorer som kan påverka koncernens finansiella resultat och ställning. De flesta risker kan hanteras genom interna rutiner, medan andra till stor del drivs av externa faktorer.

För en mer detaljerad beskrivning av de risker och osäkerhetsfaktorer som koncernen står inför, se sidan 85 i förvaltningsberättelsen i årsredovisningen för 2021.

Utöver de risker som beskrivs där är bedömningen att det inte finns några ytterligare väsentliga risker förutom att en markant minskning av konsumentförtroendet har observerats på många av koncernens nyckelmarknader i Europa under 2022. Konsumentförtroendet i Sverige, till exempel, nådde under perioden en lägsta nivå sedan den globala finanskrisen 2008.

För inköp av persiska mattor arbetar koncernen med EU-baserade grossister och har inte någon direkt exponering mot Iran men produkter med iranskt ursprung ingår i koncernens produktsortiment. Koncernledningen följer noga utvecklingen i Iran samt EUs förhållningssätt och införandet av eventuella ytterligare sanktioner.

Coronapandemin har under perioden haft en minskande påverkan på samhället i stort och även koncernen. Trots detta så är den framtida utvecklingen av coronapandemin osäker och dess eventuella påverkan på koncernens verksamhet. Koncernens finansiella ställning är stark och därmed väl rustad för att möta potentiella framtida utmaningar relaterat till coronapandemin.

Noter

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.

Oktober - december 2022	Privatkunder	Företagskunder	Marknadsplatser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	177 920	22 247	3 968	204 135
Handelsvaror	-68 991	-7 862	-1 483	-78 336
Bruttoresultat	108 929	14 385	2 485	125 799
Marknadsföringskostnader	-58 697	-3 011	-1 190	-62 898
Segmentresultat	50 232	11 374	1 295	62 901

Oktober - december 2021	Privatkunder	Företagskunder	Marknadsplatser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	192 209	20 610	5 981	218 801
Handelsvaror	-68 060	-7 121	-2 002	-77 182
Bruttoresultat	124 150	13 489	3 980	141 619
Marknadsföringskostnader	-64 080	-3 055	-1 890	-69 025
Segmentresultat	60 070	10 434	2 090	72 594

Januari - december 2022	Privatkunder	Företagskunder	Marknadsplatser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	554 831	68 943	15 499	639 273
Handelsvaror	-214 506	-24 400	-5 907	-244 813
Bruttoresultat	340 325	44 543	9 592	394 460
Marknadsföringskostnader	-190 053	-9 719	-5 531	-205 302
Segmentresultat	150 272	34 824	4 061	189 158

Januari - december 2021	Privatkunder	Företagskunder	Marknadsplatser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	622 109	63 877	18 998	704 984
Handelsvaror	-223 050	-21 469	-6 309	-250 829
Bruttoresultat	399 058	42 408	12 689	454 155
Marknadsföringskostnader	-198 834	-8 588	-5 249	-212 671
Segmentresultat	200 224	33 821	7 440	241 484

Övriga upplysningar

Justeringar och elimineringar

Endast nettointäkter, handelsvaror och marknadsföringskostnader allokeras till respektive segment. Övriga intäkter och kostnader allokeras inte på segmentnivå då dessa poster hänför sig till koncernverksamheten.

	Oktober - december		Januari - december	
Avstämning av resultat	2022	2021	2022	2021
Segmentresultat	62 901	72 594	189 158	241 484
Övriga rörelseintäkter	377	354	1 685	1 543
Övriga externa kostnader exkl. marknadsföringskostnader	-8 376	-10 347	-31 544	-40 506
Personalkostnader	-17 521	-18 683	-69 711	-63 566
Övriga rörelsekostnader	1 653	-1 359	-3 676	-2 936
Av- och nedskrivningar	-2 660	-2 272	-10 992	-8 360
Finansiella kostnader	310	-221	-582	-910
Resultat efter finansiella poster	36 684	40 066	74 336	126 749

Noter

Not 4 - Finansiella tillgångar och skulder

Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	2022-12-31	2021-12-31
<i>Finansiella tillgångar i balansräkningen</i>		
Övriga fordringar	4 791	5 057
Likvida medel	139 978	218 116
Summa	144 769	223 172

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	2022-12-31	2021-12-31
<i>Finansiella skulder i balansräkningen</i>		
Leverantörsskulder	76 963	95 334
Övriga skulder	8 716	10 038
Upplupna kostnader	10 358	13 293
Leasingskulder	28 167	28 489
Summa	124 204	147 154

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	Oktober - december		Januari - december	
	2022	2021	2022	2021
Övriga externa kostnader	-	-	-	8 971
Personalkostnader	-	-	-	929
Summa	-	-	-	9 900

Not 6 – Ägaröversikt

De 10 största aktieägarna per 31 december 2022.

Ägare	Antal aktier	Andel av kapital	Andel av rösterna
Madhat AB	2 505 874	12,1%	12,1%
Futur Pension	1 903 356	9,2%	9,2%
Bank Julius Baer & Co Ltd	1 902 323	9,2%	9,2%
TIN Fonder	1 671 250	8,0%	8,0%
Indexon AB	1 490 204	7,2%	7,2%
Movestic Livförsäkring	1 074 323	5,2%	5,2%
MediumInvest	998 944	4,8%	4,8%
Litorina IV L.P.	913 587	4,4%	4,4%
RBC Investor Services	910 468	4,4%	4,4%
Goldman Sachs International	815 000	3,9%	3,9%
<i>Totalt de tio största aktieägarna</i>	<i>14 185 329</i>	<i>68,2%</i>	<i>68,2%</i>
Totalt antal utestående aktier	20 785 140	100,0%	100,0%

Källa: Euroclear utdrag per 30 december 2022

Moderbolag

Moderbolagets resultaträkning

<i>KSEK om inget annat anges</i>	Oktober - December			Januari - december		
	2022	2021	Δ	2022	2021	Δ
Nettoomsättning	2 796	3 415	-18,1%	15 595	12 088	29,0%
Totala intäkter	2 796	3 415	-18,1%	15 595	12 088	29,0%
Övriga externa kostnader	-1 266	-1 403		-5 756	-12 848	
Personalkostnader	-1 638	-1 999		-10 018	-8 073	
Övriga rörelsekostnader	-	-		-21	-8	
Rörelseresultat (EBIT)	-109	13	-958%	-200	-8 841	-98%
Finansiella kostnader	53	-		-113	-15	
Resultat efter finansiella poster	-57	13	-547,1%	-314	-8 856	-96,5%
<i>Bokslutsdispositioner</i>						
Koncernbidrag	46 455	61 700		46 455	61 700	
Periodiseringsfonder	-	25 687		-	25 687	
Skatter	-9 545	-16 426		-9 545	-16 426	
Periodens resultat ¹⁾	36 854	70 973	-48,1%	36 596	62 105	-41,1%

Moderbolag

Moderbolagets balansräkning

KSEK om inget annat anges

<u>TILLGÅNGAR</u>	<u>31 december, 2022</u>	<u>31 december, 2021</u>	<u>EGET KAPITAL OCH SKULDER</u>	<u>31 december, 2022</u>	<u>31 december, 2021</u>
<u>ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</u>			<u>EGET KAPITAL</u>		
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			<i>Bundet eget kapital</i>		
Andelar i koncernföretag	321 271	321 271	Aktiekapital	1 039	1 039
Långfristiga fordringar hos dotterföretag	3 591	-	Delsumma, bundet eget kapital	1 039	1 039
Summa anläggningstillgångar	324 862	321 271	<i>Fritt eget kapital</i>		
<u>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</u>			Balanserat resultat	318 965	305 303
Övriga fordringar	47 498	63 250	Periodens resultat	36 596	62 105
Förutbetalda kostnader	156	98	Delsumma, fritt eget kapital	355 561	367 408
Kassa och bank	10 983	17 437	Summa eget kapital	356 600	368 448
Summa omsättningstillgångar	58 637	80 785	<u>KORTFRISTIGA SKULDER</u>		
SUMMA TILLGÅNGAR	383 499	402 056	Leverantörsskulder	251	614
			Aktuella skatteskulder	24 654	30 364
			Övriga skulder	383	502
			Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	1 611	2 128
			Summa kortfristiga skulder	26 898	33 608
			SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	383 499	402 056

Försäkran från Styrelse och Verkställande Direktör

Styrelsen och verkställande direktören (VD) försäkrar att bokslutskommunikén 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, 9 februari, 2023

Erik Lindgren

Styrelseordförande

Eva Boding

Styrelsemedlem

Paul Steene

Styrelsemedlem

Hanna Graflund Sleyman

Styrelsemedlem

Ludvig Friberger

Styrelsemedlem

Michael Lindskog

VD

Magnus Dimert

Styrelsemedlem

Definitioner och motivering av nyckeltal

RugVista Group presenterar vissa mått som inte definieras enligt IFRS, så kallade alternativa nyckeltal. Koncernen anser att dessa mått ger värdefull kompletterande information till investerare och bolagets ledning då de möjliggör utvärdering av bolagets finansiella utveckling och ställning. Eftersom alla företag inte 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 nya kunder som har lagt en beställning, före avbeställningar och retur.	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 retur.	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.

Mått	Definition	Motivering
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 möta 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.
Resultat per aktie	Periodens resultat hänförligt till moderbolagets ägare, dividerat med genomsnittligt antal utestående aktier.	Målet är att fördela bolagets vinst till varje aktie.
Returgrad i procent	Värdet av retur (faktiska och förväntade) delat med försäljningen under perioden.	Ett värde som ger en indikation om bolagets kunder är nöjda med produkten de har beställt.
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

Bruttomarginal

<i>KSEK om inte annat anges</i>	Oktober-december		Januari-december	
	2022	2021	2022	2021
Rörelseintäkter (A)	204 512	219 155	640 958	706 527
Handelsvaror (B)	-78 336	-77 182	-244 813	-250 829
Bruttoresultat (A) + (B)	126 176	141 972	396 145	455 698
Nettoomsättning (C)	204 135	218 801	639 273	704 984
Bruttomarginal, % ((A) + (B)) / (C)	61,8%	64,9%	62,0%	64,6%

Justerad rörelsemarginal

<i>KSEK om inte annat anges</i>	Oktober-december		Januari-december	
	2022	2021	2022	2021
Rörelseresultat (EBIT) (A)	36 375	40 287	74 919	127 658
Jämförelsestörande poster (B)	-	-	-	9 900
Justerat rörelseresultat (A) + (B)	36 375	40 287	74 919	137 558
Nettoomsättning (C)	204 135	218 801	639 273	704 984
Justerad rörelsemarginal, % ((A) + (B)) / (C)	17,8%	18,4%	11,7%	19,5%

Lagervärde som andel av nettoomsättningen

<i>KSEK om inte annat anges</i>	Oktober-december		Januari-december	
	2022	2021	2022	2021
Varulager (A)	174 259	146 559	174 259	146 559
Nettoomsättning, rullande tolv månader (LTM) (B)	639 273	704 984	639 273	704 984
Lagervärde som andel av nettoomsättningen (LTM) (A) / (B)	27,3%	20,8%	27,3%	20,8%

Nettoskuldsättning

<i>KSEK om inte annat anges</i>	Oktober-december		Januari-december	
	2022	2021	2022	2021
Likvida medel (A)	-139 978	-218 116	-139 978	-218 116
Räntebärande skulder (B)	-	-	-	-
Räntebärande leasingskulder (C)	28 167	28 489	28 167	28 489
Nettoskuldsättning/(-)nettokassa (A) + (B) + (C)	-111 810	-189 627	-111 810	-189 627

Organisk nettoomsättningstillväxt

<i>KSEK om inte annat anges</i>	Oktober - december		Januari - december	
	2022	2021	2022	2021
Föregående års nettoomsättning (A)	218 801	210 477	704 984	561 883
Nettoomsättning avyttrad verksamhet (B)	-	4 415	-	20 172
Föregående års nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet (A)-(B)=(C)	218 801	206 062	704 984	541 712
Årets nettoomsättning (D)	204 135	218 801	639 273	704 984
Nettoomsättning avyttrad verksamhet (E)	-	-	-	-
Årets nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet (D)-(E)=(F)	204 135	218 801	639 273	704 984
Valutaeffekt på årets nettoomsättning (G)	13 210	-1 739	26 942	-21 082
Årets nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet och valutaeffekter (F)-(G)=(H)	190 925	220 540	612 331	726 066
Organisk nettoomsättningstillväxt % (H)/(C)-1	-12,7%	7,0%	-13,1%	34,0%

Kvartalsinformation för utvalda kostnadsposter

<i>KSEK om inget annat anges</i>	Jan - mar 2019		Apr - jun 2019		Jul - sep 2019		Okt - dec 2019	
Resultat post	KSEK	%¹	KSEK	%¹	KSEK	%¹	KSEK	%¹
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%
	Jan - mar 2020		Apr - jun 2020		Jul - sep 2020		Okt - dec 2020	
Resultat post	KSEK	%¹	KSEK	%¹	KSEK	%¹	KSEK	%¹
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%
	Jan - mar 2021		Apr - jun 2021		Jul - sep 2021		Okt - dec 2021	
Resultat post	KSEK	%¹	KSEK	%¹	KSEK	%¹	KSEK	%¹
Nettoomsättning	204 538	100,0%	140 621	100,0%	141 025	100,0%	218 801	100,0%
Produktkostnader	-48 509	-23,7%	-32 651	-23,2%	-33 432	-23,7%	-52 939	-24,2%
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-23 762	-11,6%	-18 218	-13,0%	-17 074	-12,1%	-24 243	-11,1%
Marknadsföringskostnader	-57 280	-28,0%	-41 635	-29,6%	-44 731	-31,7%	-69 025	-31,5%
	Jan - mar 2022		Apr - jun 2022		Jul - sep 2022		Okt - dec 2022	
Resultat post	KSEK	%¹	KSEK	%¹	KSEK	%¹	KSEK	%¹
Nettoomsättning	185 973	100,0%	121 228	100,0%	127 937	100,0%	204 135	100,0%
Produktkostnader	-45 993	-24,7%	-32 284	-26,6%	-29 294	-22,9%	-49 878	-24,4%
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-24 529	-13,2%	-16 517	-13,6%	-17 860	-14,0%	-28 458	-13,9%
Marknadsföringskostnader	-65 038	-35,0%	-40 529	-33,4%	-36 837	-28,8%	-62 898	-30,8%

Vision & Strategi

Rugvistas affärsvision är **att vara navet för den europeiska mattbranschen**. För att förverkliga visionen har ett antal strategiska initiativ definierats. De strategiska initiativen på koncernens nuvarande strategiska agenda är:

Vinn de europeiska nyckelmarknaderna

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 omtyckt 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 webbbutiker. 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 webbbutik, 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 tid öka konverteringsgraden.

Vara världsklass i allt vi gör

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 marknadsplatser

Detta mål är för närvarande fokuserat på att skala vår Amazon-verksamhet då koncernen har identifierat detta som en, till stor del historiskt outnyttjad, tillväxtpotential. 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 är en av Europas ledande "direct-to-consumer" e-handlare och säljer mattor via egna webbutiker tillgängliga på 20 olika språk under varumärkena Rugvista och Carpetvista. Bolaget grundades 2005 och erbjuder ett brett och relevant utbud av prisvärda kvalitativa design- och traditionella mattor. RugVista erbjuder kunder inom EU fri frakt och kostnadsfri retur.

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

Syfte och vision

Rugvista syfte är *att hjälpa människor till ett hem att älska*. Rugvista har definierat tre visioner där var och en har en tydlig ambition:

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

Styrkor och konkurrensfördelar

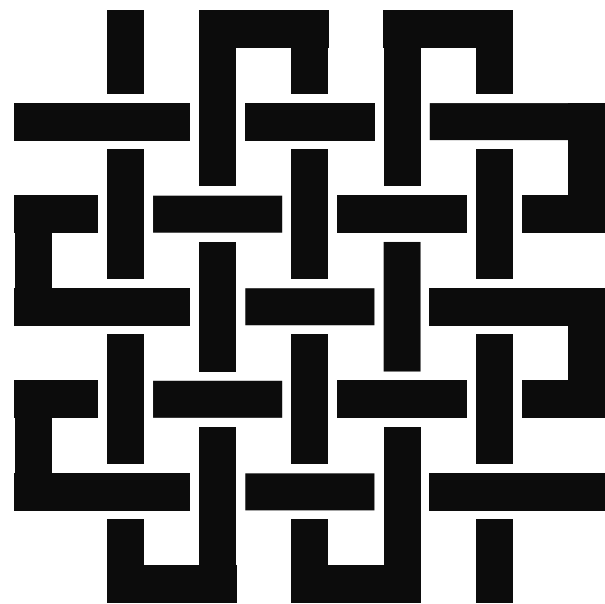
Rugvista anser sig ha ett antal styrkor och konkurrensfördelar som bidrar till koncernens förmåga att förverkliga strategiska målsättningar och uppnå finansiella mål:

- Stor europeisk marknad för matthandel med starkt momentum för onlinehandel
- Ledande position i en marknad där storlek är viktigt
- Gedigen produkt- och sortimentexpertis
- Ändamålsenlig teknikplattform och data-driven operationell modell
- Kundnöjdhet i världsklass och växande kundbas
- Historik av lönsam tillväxt och hög kassagenerering
- Välmeriterad ledning och styrelse 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.



RUGVISTA

Ringugnsgatan 11, SE-216 16 Limhamn, Sweden
www.rugvistagroup.com