



**Pressmeddelande 2024-02-28**

## **Euroflorist 2.0 Obligation AB (publ) - Delårsrapport för oktober - december 2023**

### **Korthet – oktober till december**

- Nettoomsättningen för kvartalet uppgick till 185 mSEK, en ökning om 21 mSEK jämfört med samma period 2022.
- Justerat EBITDA uppgick till 9 mSEK, en ökning om 6 mSEK jämfört med samma period 2022.
- EBITDA-marginal, justerad, uppgick till 4,8%, en ökning om 2,9 procentenheter jämfört med samma period 2022.
- EBITDA (ojusterat) uppgick till 0 mSEK, en ökning om 11 mSEK jämfört med samma period 2022.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 18 mSEK, en ökning om 22 mSEK jämfört med samma period förra året.

### **Korthet - januari till december**

- Nettoomsättningen för helåret uppgick till 729 mSEK, en ökning om 54 mSEK jämfört med samma period 2022.
- Justerat EBITDA uppgick till 31 mSEK, en ökning om 8 mSEK jämfört med samma period 2022.
- EBITDA-marginal, justerad, uppgick till 4,3%, en ökning om 0,9 procentenheter jämfört med samma period förra året.
- EBITDA (ojusterat) uppgick till 9 mSEK, en ökning om 27 mSEK jämfört med samma period 2022.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -19 mSEK, en ökning om 34 mSEK jämfört med samma period förra året.

### **VD | Har ordet**

Fjärde kvartalet 2023 följer de tidigare kvartalen och uppvisar en förbättrad lönsamhet, drivet av våra initiativ och lönsamhetsfokus, i en fortsatt tuff marknad.

Trots tecken på en förbättring i det makroekonomiska klimatet och inflationsutvecklingen är marknadsutvecklingen fortsatt osäker, vilket har en påverkan på kundens plånbok. Fjärde kvartalet uppvisar lägre försäljningsvolym än motsvarande kvartal 2022, men fokuset på mer lönsamma ordrar driver upp lönsamhet per order vilket gör att vi ser en signifikant ökning i både justerad EBITDA och EBITDA. Detta trots en ökad kostnad för performance-marketing per order jämfört med fjärde kvartalet 2022 samt att vi under kvartalet tog omstruktureringskostnader redovisningsmässigt vilket påverkade EBITDA. Kvartalet hade ett positivt kassaflöde och tillgängliga medel vid periodens slut uppgick till 46 mSEK.

Under året har vi fortsatt vår transformation av verksamheten, med bland annat en ny och uppdaterad teknisk plattform, utökad satsning på box-leveranser och en utökad satsning på CRM och retention marketing. Strategin innebär att 2022 och 2023 varit "investeringsår" med något lägre lönsamhet, där vi bygger om bolaget för långsiktig, hållbar och lönsam tillväxt.

För helåret 2023 har vi sett en ökning i box-andel i alla tre regioner. Under 2023 hade vi den högsta box-andelen i företagets historia, och vi fortsätter driva box 2024. Skiftet till box har också en positiv effekt på Net Revenue som ökar trots att volymen går ner något. Trots något lägre volym har fokuset på lönsamhet drivit upp lönsamheten per order med 15%, vilket har resulterat i både en kraftigt ökad justerad EBITDA och EBITDA 2023 jämfört med 2022.

---

#### **Det finns alltid en anledning att ge blommor.**

Euroflorist är en ledande europeisk e-handelsplattform för blommor och kompletterande produkter.

Vi tycker att blommor är det bästa sättet att uttrycka känslor och att ingen anledning är för stor eller liten för att ge blommor till sig själv, eller någon annan. Vi finns i elva länder i Europa och levererar över hela världen.



Under december gick vi live med vår nya ehandels-plattform i Tyskland, där de initiala siffrorna visar på en lyckad lansering. Vi avser att implementera plattformen i alla marknader exkluderat Polen under första kvartalet 2024. Vi har också fortsatt fokus på A/B-testning, för att framför allt öka konverteringsgraden, där vi ser en markant ökning av antalet tester i fjärde kvartalet 2023 jämfört med samma kvartal 2022.

Den nya organisationen var på plats i slutet av november, och vi ser redan nu förbättrad effektivitet och nöjda medarbetare samtidigt som det gett en kraftig besparing i OPEX. Vi har även påbörjat implementeringen av en "value-for-money" positionering i flertalet länder, med England som förebild, för att driva volym med en fortsatt hög lönsamhet per order. Detta kommer förbättra både tillväxt, lönsamhet och rörelsekapital, och är en del i vårt fortsatta fokus på att förbättra likviditeten under 2024.

Efter rapporteringsperioden har vår nuvarande CFO Pär Christiansen valt att lämna bolaget, och jag önskar honom all lycka till i sitt nya uppdrag. Samtidigt är jag väldigt glad att Anders Denvall accepterat jobbet som CFO på Euroflorist. Vi har även slagit nytt all time high rekord för antal levererade buketter under en dag, vilket skedde under Alla Hjärtans Dag.

Jag kan med stolthet summera att vi nått stora förbättringar under 2023 och jag ser med tillförsikt fram emot 2024. Den nya organisationen förväntas ge minst 17 mSEK i besparingar under året. Detta ihop med en fortsatt hög lönsamhet per order gör att vi, under förutsättning att volymen är på samma nivå som 2023, ser fram emot en kraftigt ökad vinst för 2024. Vi kommer fortsätta fokusera på det vi kan påverka och arbeta med förbättringar av bolaget. Vår ambition är att fortsätta utveckla bolaget, investera och ta marknadsandelar. Det absolut viktigaste för oss är att bygga för framtiden.

Magnus Silfverberg

**VD | Koncernchef**

Malmö, 28:e februari 2024

Närmre upplysningar lämnas av:

Magnus Silfverberg, Verkställande direktör.

E-post: [magnus.silfverberg@euroflorist.com](mailto:magnus.silfverberg@euroflorist.com)

Pär Christiansen, CFO, till 29 februari.

E-post: [par.christiansen@euroflorist.com](mailto:par.christiansen@euroflorist.com)

Anders Denvall, tillträdande CFO från 1 mars.

E-post: [anders.denvall@euroflorist.com](mailto:anders.denvall@euroflorist.com)

---

**Det finns alltid en anledning att ge blommor.**

Euroflorist är en ledande europeisk e-handelsplattform för blommor och kompletterande produkter.

Vi tycker att blommor är det bästa sättet att uttrycka känslor och att ingen anledning är för stor eller liten för att ge blommor till sig själv, eller någon annan. Vi finns i elva länder i Europa och levererar över hela världen.