



**Pressmeddelande 2024-11-28**

## **Euroflorist 2.0 Obligation AB (publ) - Delårsrapport för juli – september 2024**

### **Korthet – juli till september**

- Nettoomsättningen för kvartalet uppgick till 156 mSEK, en ökning om 4 mSEK jämfört med samma period 2023.
- Justerad EBITDA uppgick till 3 mSEK, en ökning om 1 mSEK jämfört med samma period 2023. Under tredje kvartalet har inga kostnader redovisats som jämförelseförstörande.
- EBITDA-marginal, justerad, uppgick till 1,9%, en ökning om 0,5 procentenheter jämfört med samma period 2023.
- EBITDA uppgick till 3 mSEK, en ökning om 5 mSEK jämfört med samma period 2023.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -28 mSEK, en minskning om 33 mSEK jämfört med samma period förra året.

### **Korthet – januari till september**

- Nettoomsättningen för de första nio månaderna uppgick till 585 mSEK, en ökning om 41 mSEK jämfört med samma period 2023.
- Justerad EBITDA uppgick till 30 mSEK, en ökning om 8 mSEK jämfört med samma period 2023. Under året har inga kostnader redovisats som jämförelseförstörande.
- EBITDA-marginal, justerad, uppgick till 5,1%, en ökning om 1,0 procentenheter jämfört med samma period 2023.
- EBITDA uppgick till 30 mSEK, en ökning om 20 mSEK jämfört med samma period 2023.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -27 mSEK, en ökning om 9 mSEK jämfört med samma period förra året.

### **VD | Har ordet**

För tredje kvartalet 2024 har vi återigen levererat en förbättrad nettomsättning jämfört med samma kvartal föregående år. Detta är drivet av en ökad volym för box-levererade blommor. Samtidigt fortsätter lönsamheten per order öka jämfört med samma kvartal föregående år, detta för nionde kvartalet i rad. Våra personalkostnader fortsätter att minska kraftigt, till följd av den omorganisation som gjordes i slutet av 2023.

På grund av säsongvariation är det tredje kvartalet normalt det som uppvisar lägst försäljningsvolym, vilket vi även ser i år. Implementeringen av vår "value-for-money"-positionering fortsätter uppvisa en tydlig försäljningsökning i de länder där vi genomfört förändringen. Vi ser en förbättring i det makroekonomiska klimatet och inflationsutvecklingen i vissa marknader, dock visar hushållens konfidensindikator i ett antal marknader på fortsatt osäkerhet hos hushållen. Detta leder till att efterfrågan på snittbuketter online i dessa marknader fortsätter vara svagare än tidigare år, vilket ökar konkurrenssituationen och driver upp kostnaden för performance marketing.

---

#### **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 tio länder i Europa och levererar över hela världen.



Trots den ökade performance marketing-kostnaden ser vi en förbättring i EBITDA jämfört med förra året. Detta då vi nu ser den fulla besparingseffekten från organisationsförändringen samt en ökad lönsamhet per order. Som ett led i att sänka kostnaden för performance marketing har vi ett ökat fokus på lojalitet, både genom fortsatt utveckling av vårt CRM-arbete samt aktiviteter för att ytterligare öka vår kundnöjdhet. Vårt fokus på att förbättra vårt Box-erbjudande kvarstår.

Efter rapporteringsperioden har vi annonserat att vi förvärvar Serenata Flowers. Affären kommer ytterligare stärka vår position på den för oss viktiga brittiska marknaden. Serenata Flowers är ett välrenommerat varumärke och genom samgåendet ser vi att vi kommer kunna utvinna stora synergivinster. Serenata har också en stor lojal kundbas där vi ser stor potential i vårt CRM-arbete. I samband med förvärvet gör vi en nyemission på cirka 50 miljoner kronor, till samma värdering som när nuvarande ägargrupp förvärvade Euroflorist-koncernen 2021, samt förlänger löptiden på obligationslånet med 2 år. Att nu kunna börja genomföra förvärv, efter 3 år av transformationsarbete, är ett direkt resultat av det arbete vi lagt ner på transformationen av bolaget. Jag är stolt över alla medarbetare som åstadkommit detta. Jag är också mycket glad över att våra ägare, både befintliga och nya, fortsätter stötta bolaget genom att finansiera detta viktiga förvärv.

Utöver integrationsarbetet som nu tar fart kommer vi 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 november 2024

Närmre upplysningar lämnas av:

Magnus Silfverberg, Verkställande direktör.

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

Anders Denvall, CFO.

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 stor eller liten för att ge blommor till sig själv, eller någon annan. Vi finns i tio länder i Europa och levererar över hela världen.