



Pressmeddelande 2023-05-30

Euroflorist 2.0 Obligation AB (publ) - Delårsrapport för januari - mars 2023

Korthet - januari till mars

- Nettoomsättningen för kvartalet uppgick till 230 mSEK, en ökning om 4 mSEK jämfört med samma period 2022.
- Justerat EBITDA uppgick till 14 mSEK, en minskning från 26 mSEK samma period 2022.
- EBITDA (ojusterat) uppgick till 11 mSEK, en minskning från 16 mSEK samma period 2022.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 21,9 mSEK, en minskning från 34,8 mSEK under samma period förra året.

VD | Har ordet

Första kvartalet 2023 var fortsatt utmanande i en tuff marknad, men jag vill uppmärksamma att vi slog rekord på Alla hjärtans dag, aldrig tidigare i Euroflorists över 40-åriga historia har bolaget levererat ut så många ordrar på en och samma dag.

Försäljningsmässigt bidrog de säsongsmissigt viktiga dagarna Alla hjärtans dag samt Mors dag i Storbritannien positivt, medan volymerna i mellanperioderna var svagare. Totalt var volymen 23% högre än motsvarande kvartal 2019, senaste motsvarande period opåverkat av pandemin, men något lägre än 2022.

Marknadsutvecklingen är fortsatt osäker givet det försämrade makroekonomiska klimatet och inflationsutveckling med direkt påverkan på kundens plånbok. Marginalen har totalt sett försvagats på grund av högre kostnader för performance- och brand marketing, även om det motverkats något av främst högre ordervärde.

Under kvartalet fortsatte vi att exekvera vår nya strategi och investeringsplan för bolaget. Strategin innebär en stor transformation av verksamheten och omfattar bland annat en ny och uppdaterad teknisk plattform, uppdaterad varumärkesprofil och satsning på att stärka vårt varumärke, förbättrad samarbetsmodell med floristnätverket, utökad satsning på box-leveranser, utökad satsning på CRM och retention marketing, samt ett program för att höja e-handelskompetensen i bolaget. Strategin innebär att 2022 och 2023 kommer bli "investeringsår" med något lägre lönsamhet, där vi bygger om bolaget för långsiktig, hållbar och lönsam tillväxt.

Förändringsarbetet har under kvartalet levererat ett antal viktiga milstolpar. Under kvartalet lanserade vi förbättringar av Box-erbjudandet med fler typer av buketter, varierade storlekar, ytterligare tilläggsprodukter, fler leverantörer samt ett antal nya leveransalternativ. Dessutom lanserade vi ny teknisk funktionalitet för att möjliggöra ytterligare box-försäljning och bättre

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.



konvertering. Vidare har vi utvecklat vår CRM ytterligare, vilket lett till ökad andel ordrar baserat på mejlutskick till våra kunder.

Jag blickar nu framåt och fokuserar på det vi kan påverka och de stora förbättringarna som skall på plats 2023. 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, 30:e maj 2023

Närmre upplysningar lämnas av:

Magnus Silfverberg, Verkställande direktör.

E-post: magnus.silfverberg@euroflorist.com

Pär Christiansen, CFO.

E-post: par.christiansen@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.