



**Pressmeddelande 2022-11-29**

## **Euroflorist 2.0 Obligation AB (publ) - Delårsrapport för Juli-Sep 2022**

### **Korthet - Juli till september**

- Nettoomsättningen uppgick till 132,6 Mkr.
- Det justerade EBITDA-resultatet uppgick till -5,4 Mkr. I justerat EBITDA-resultat har 8,4 Mkr i jämförelsestörande omstrukturingsaktiviteter exkluderats.
- Rörelseresultatet EBIT uppgick till -28,0 Mkr i perioden.
- Resultat före skatt uppgick till -34,3 Mkr.
- Kassaflödet från den löpande verksamheten blev - 10,6 Mkr.

### **VD | Har ordet**

Tredje kvartalet 2022 har präglats av fortsatt förändringsarbete och transformation av bolaget. Marknaden utvecklas något svagare än tidigare förväntat givet det förändrade makroekonomiska klimatet och inflationsutveckling med påverkan på kundens plånbok, även om det finns skillnader mellan länderna. Verksamheten påverkas också av säsongsvariationer och det tredje kvartalet är generellt ett kvartal med lägre försäljning då det inte innehåller några väsentliga högtider. Vi förbereder oss för 2023 och i planen har vi ett antal olika scenarion, vilket gör oss väl förbereda oavhängigt marknadens utveckling.

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 fortsätter enligt plan och vi har under tredje kvartalet haft framsteg i vår strategi-implementering och levererat ett antal viktiga milstolpar. Under kvartalet lanserade vi nya siter i enlighet med den uppdaterade varumärkesplattformen, vilket gett både förbättrad site-speed och konvertering. Vi har även fortsatt utvecklingen av CRM med bättre segmentering baserat på historisk data, påbörjat utveckling och implementering av ny ehandels-plattform, breddat produktsortimentet med bl.a. flera nya tilläggsprodukter och

---

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



ett sortiment med exklusivare buketter på den brittiska marknaden samt fortsatt öka andelen Box-försäljning med hjälp av fler produkter, leverantörer och leveransmöjligheter.

Jag ser fortsatt, trots kortsiktiga utmaningar i marknaden, med tillförsikt på framtiden. Vi står nu på kort sikt väl rustade inför hösten och julen med förbättrat kunderbjudande samt att vi kommer driva mer marknadsföring än tidigare. 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, 29:e november 2022

Närmre upplysningar lämnas av:

Magnus Silfverberg, Verkställande direktör.

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

Pär Christiansen, CFO.

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

Detta är sådan information som Euroflorist 2.0 Obligation AB (publ) är skyldiga att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 29:e November 2022 kl 10.00.

---

**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.