

**ÅRSREDOVISNING
OCH HÅLLBARHETSRAPPORT
2021**

RUGVISTA GROUP AB (PUBL) | Org.nr. 559037-7882

RUGVISTA GROUP

RugVista Group är en av Europas ledande "direct-to-consumer" e-handlare och säljer mattor via egna webbbutiker 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 Group 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 RugVista Groups huvudsakliga segment.

Huvudkontoret ligger i Limhamn, Sverige.

RugVista Group ABs (publ) aktier är noterade på Nasdaq First North Premier Growth Market under symbolen RUG.

Nettoomsättning uppgick till MSEK 705 under 2021.

RugVista Group har definierat tre visioner, där var och en har ett tydligt syfte och en klar ambitionsnivå:

AFFÄRSVISION

Att vara navet i den europeiska mattbranschen

ORGANISATIONSVISION

Att attrahera, motivera och behålla extraordinära individer

HÅLLBARHETSVISION

Att leda mattbranschen mot en socialt och miljömässigt hållbar framtid

**"VÅR HÖGSTA PRIORITET
ÄR ATT ALLTID LEVERERA EN
KUNDUPPLEVELSE I VÄRLDSKLASS
OCH SÄKERSTÄLLA EN
HÖG KUNDNÖJDHET."**

MICHAEL LINDSKOG

VD RugVista Group

750

MEDELANTAL ORDRAR PER DAG
UNDER 2021

34%

ORGANISK NETTOOMSÄTTNINGSTILLVÄXT
UNDER 2021

67

NET PROMOTER SCORE 2021

MSEK 138

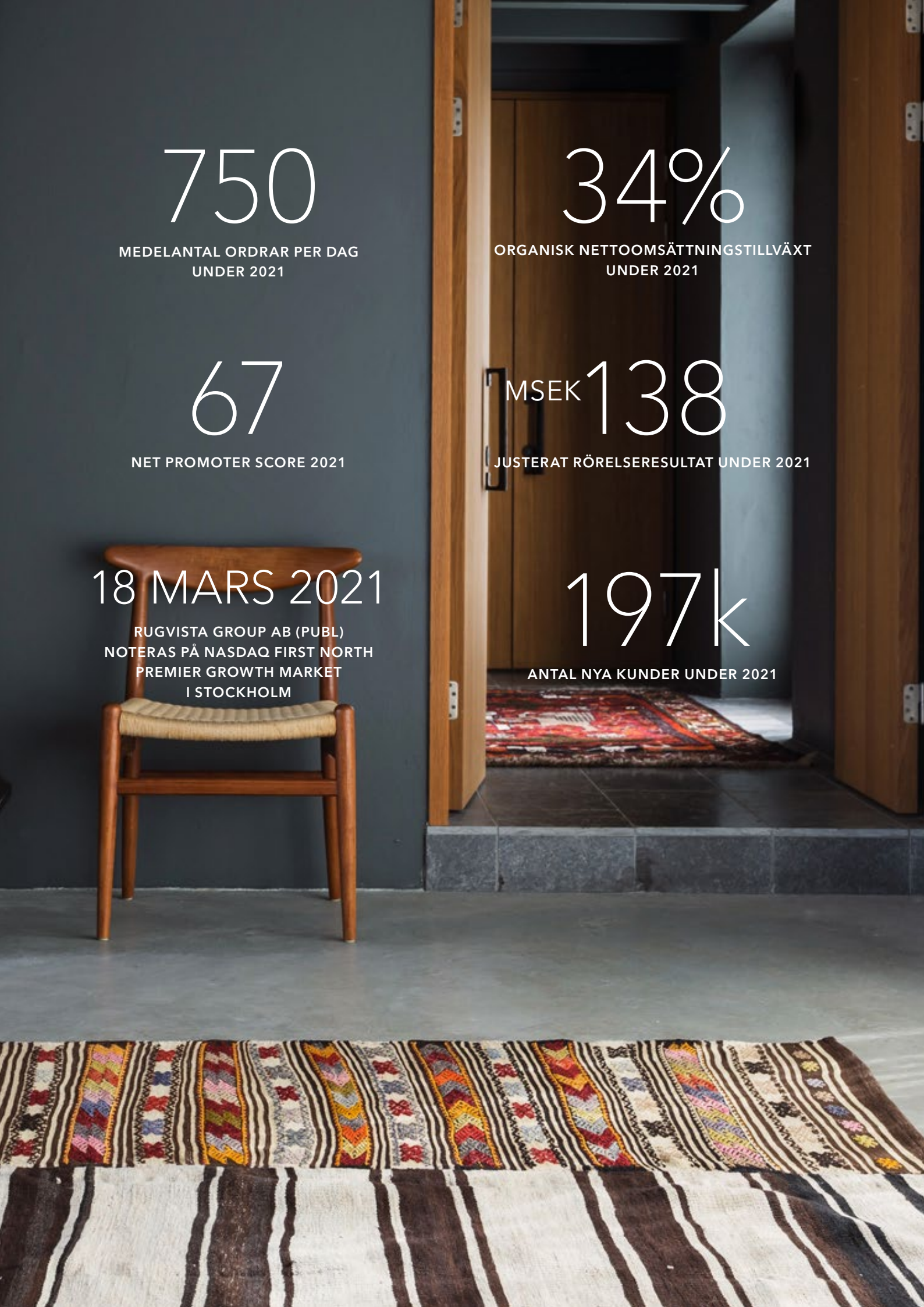
JUSTERAT RÖRELSERESULTAT UNDER 2021

18 MARS 2021

RUGVISTA GROUP AB (PUBL)
NOTERAS PÅ NASDAQ FIRST NORTH
PREMIER GROWTH MARKET
I STOCKHOLM

197k

ANTAL NYA KUNDER UNDER 2021



INNEHÅLL

I VERKSAMHETSBERÄTTELSE

Utvalda nyckeltal	5
Höjdpunkter 2021	6
Brev till aktieägarna	8
Introduktion	10
Affärsmodell	11
Marknaden för mattor	14
Syfte, visioner och värderingar	18
Finansiella mål	26

II HÅLLBARHETSBERÄTTELSE

Om den här rapporten	28
VD kommentar	29
Vår hållbarhetsvision	30
LEAD.CHANGE - vår hållbarhetsstrategi	35
PLANET	40
PEOPLE	50
BUSINESS	62
Hållbarhetsrisker	64
Samarbeten	66
Revisorns yttrande avseende den lagstadgade hållbarhetsrapporten	68

III BOLAGSSTYRNINGSRAPPORT

RugVistas bolagsstyrningsstruktur	71
Bolagsstämman	72
Styrelsen	73
VD och övriga ledande befattningshavare	76
RugVistas system för intern kontroll och riskhantering	79
Revisorns yttrande om bolagsstyrningsrapporten	80

IV FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

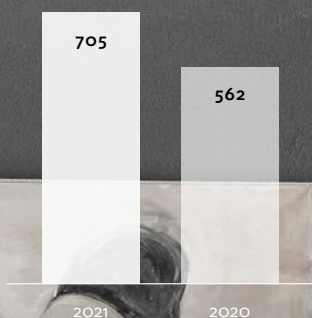
Verksamhetsutveckling för koncernen som helhet	82
Segmentrapportering	84
Väsentliga händelser under räkenskapsåret 2021	84
Väsentliga händelser efter rapportperiodens utgång	85
Risker	85
Aktien	87
Förslag till vinstdisposition	88

V FINANSIELL RAPPORTERING

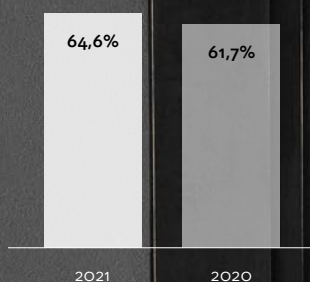
Koncernens resultaträkning	90
Koncernens rapport över övrigt totalresultat	90
Koncernens rapport över finansiell ställning	91
Koncernens rapport över förändringar i eget kapital	92
Koncernens rapport över kassaflöden	93
Koncernens noter	94
Moderbolagets resultaträkning	116
Moderbolagets balansräkning	117
Moderbolagets förändring i eget kapital	118
Moderbolagets kassaflöde	118
Moderbolagets noter	119
Styrelsens motivering till utdelningsförslag	124
Styrelseförsäkran	125
Revisionsberättelse	126
Definitioner och motivering av nyckeltal	129
Ordlista	130
Härledning av alternativa nyckeltal	131

UTVALDA NYCKELTAL

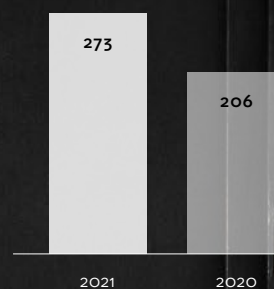
NETTOOMSÄTTNING, MSEK

+25,5%

BRUTTMARGINAL

+2,9pp

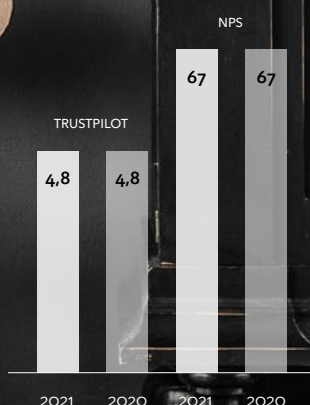
ANTAL ORDRAR, TUSEN

+32,5%

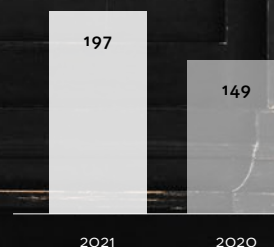
GENOMSnittligt ORDERVÄRDE, MSEK

-3,2%

KUNDNÖJDHET



ANTAL NYA KUNDER, TUSEN

+32,1%

UTVALDA NYCKELTAL (Se sidan 129 för definitioner och motivering av nyckeltal)

KSEK om inget annat anges	2021-01-01 2021-12-31	2020-01-01 2020-12-31	Förändring
Nettoomsättning	704 984	561 883	25,5%
Bruttoresultat	455 698	346 950	31,3%
Bruttomarginal, %	64,6%	61,7%	2,9pp
Rörelseresultat	127 658	104 153	22,6%
Rörelsemarginal, %	18,1%	18,5%	-0,4pp
Justerat rörelseresultat	137 558	109 196	26,0%
Justerad rörelsemarginal	19,5%	19,4%	0,1pp
Periodens resultat	99 851	79 983	24,8%
Periodens marginal, %	14,2%	14,2%	-0,1pp
Resultat per aktie före utspädning, SEK	4,80	3,94	21,8%
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	4,80	3,84	25,2%
Periodens totala kassaflöde	78 607	93 906	-16,3%
Antal webbplatsbesök, miljoner	39,8	33,4	19,1%

HÖJDPUNKTER 2021

ENASTÅENDE FINANSIELL UTVECKLING TROTS UTMANINGAR

Vi nådde en nettoomsättningstillväxt på 30,1% justerat för avyttrad verksamhet under 2021. Tillväxten var nästan lika hög som under 2020 då vi nådde 33,0%. Vi har därmed haft en medeltillväxt på cirka 31,6% under de två senaste åren.

Den justerade rörelsemarginalen var 19,5% för 2021 vilket är en marginell förbättring jämfört med 2020 (19,4%). Att vi har lyckats bibehålla lönsamheten under den snabba tillväxten de senaste åren är ett bevis på styrkan och skalbarheten i vår affärsmodell.

2021 års siffror uppnåddes också i ett marknadsklimat präglad av ökad konkurrens om konsumenternas uppmärksamhet samt svåröversäglighet och volatil kundefterfrågan på våra olika marknader.



SORTIMENT UTVECKLAT FÖR NY KUNDGRUPP

I december lanserade vi den första delen av en ny satsning riktad till dem som inreder sitt första hem. Tidigare så hade vi inte ett relevant utbud för den här kundgruppen och valde därför att utveckla en helt ny kollektion med just dessa kunder i åtanke. De nya produkterna erbjuds under varumärket *RugVista Essentials*. Vi planerar att löpande introducera nya kollektioner under *RugVista Essentials* med trendriktiga och prisvärda produkter.

FORTSATT LEDANDE KUNDNÖJDHET

Vår högsta prioritet är att varje kund ska vara nöjd efter att ha handlat från oss. Vi använder två mått för att mäta våra kunders nöjdhet, NPS och Trustpilot. Båda måtten låg konsekvent på höga nivåer under 2021 vilket gör oss otroligt glada och stolta.

Nöjda kunder är basen för vår långsiktiga framgång. Vi kommer därför alltid att sträva efter att vidareutveckla och förbättra kundupplevelsen.

REKORDANTAL NYA MEDLEMMAR I RUGVISTA FAMILJEN

Vår "good-to-great" resa fortsatte under 2021 och vi blev ännu mer effektiva i våra lager- och kundtjänstfunktioner samtidigt som vi utvecklade våra kontorsfunktioner ytterligare. Som en naturlig del i denna resa så växer vi även till antalet medarbetare. Under 2021 så välkomnade vi 36 nya personer till RugVista familjen.





SCIENCE
BASED
TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

ÅTAGANDE ATT FÖLJA SCIENCE BASED TARGETS INITIATIVE RAMVERKET FÖR ATT MINSKA VÄXTHUSGASER

Vi fortsätter att leverera på vårt kontinuerliga hållbarhetsarbete baserat på LEAD.CHANGE strategin som vi utvecklade under 2020. Utöver att ha åstadkommit betydande förbättringar i vårt övergripande hållbarhetsarbete så valde vi under året att även följa Science Based Targets initiative (SBTi) ramverket för att mäta våra växthusgasutsläpp. Genom SBTi åtagandet vill vi ytterligare bekräfta vårt engagemang, öka transparensen samt göra det lättare för våra intressenter att följa vår utveckling.

AKTIERNA NOTERAS PÅ NASDAQ FIRST NORTH PREMIER GROWTH MARKET

Den 18 mars 2021 tog vi ytterligare ett viktigt steg i bolagets utveckling när vi noterades på Nasdaq First North Premier Growth Market. Noteringen var en viktig milstolpe och ett bevis för den mognadsgrad vi har uppnått som organisation.

Det var särskilt glädjande att flera tusen småsparare anmälde intresse till att teckna vår aktie vid noteringstillfället.



RUGVISTA VARUMÄRKET FYLLER 10 ÅR!

RugVista varumärket introduceras 2011 och under året firade vi 10-årsjubileum. RugVista-varumärket introducerades först som ett varumärke för att erbjuda högkvalitativa designmattor. Syftet för varumärket har uppdaterats under åren och idag är RugVista ett varumärke som erbjuder både design- och traditionella mattor till kunder runtom i Europa och resten av världen. Vi firade 10-årsjubileumet genom att erbjuda alla kunder en extra rabatt på köp under kampanjen.

BREV TILL AKTIEÄGARNA

KÄRA AKTIEÄGARE,

2021 var ett enastående år för RugVista Group. Vi växte organiskt med 34% och nådde 705 miljoner i nettoomsättning. Vårt justerade rörelseresultat var 138 miljoner kronor vilket motsvarar en justerad rörelsemarginal på 19,5%. Styrelsen föreslår en utdelning om 2,50 kronor per aktie (MSEK 52,0 totalt).

2021 var också ett händelserikt år där vi nådde milstolpar inom flera av våra strategiska prioriteringsområden. Vi gjorde detta samtidigt som vi kontinuerligt behövde anpassa oss till dynamiska externa förutsättningar under pandemins andra år.

För det första, vi levererade fantastiska finansiella siffror. Nettoomsättningen var 705 miljoner kronor vilket gjorde att vi nådde över 700 miljonerströskeln. Vår bruttomarginal förbättrades nästan 3 procentenheter till 64,6%. Det justerade rörelseresultatet var 138 miljoner kronor vilket motsvarar en justerad rörelsemarginal på 19,5%. Alla dessa siffror är rekord för oss.

För det andra, vi tog steg framåt i våra strategiska initiativ. Till exempel så attraherade vi nästan 200 000 nya kunder under året och tog emot nära 40 miljoner besök till våra webshoppar. Att fokusera på DACH som region visade sig framgångsrikt och regionen levererade en ledande tillväxt på 43%. Vi är särskilt nöjda med vår förmåga att under tillväxten behålla våra höga kundnöjdhetsnivåer och slutade året med ett NPS-värde om 67. Ytterligare strategiska initiativ började också realiseras under den senare delen av året. Vi introducerade RugVista Essentials vilket är en ny mattkollektion som vi utvecklat särskilt för dem som inreder sitt första hem. Detta medförde också att vi fyllde en lucka i vårt sortiment. Vi lanserade även första

versionen av vår nya RugVista webbshop i Kroatien. Den nya webbshoppen kommer ge oss bättre möjligheter att erbjuda en ännu bättre shoppingupplevelse för fler användarbehov samt göra oss mer flexibla i vår kommersiella exekvering.

För det tredje, vi fortsätter också att göra framsteg mot vår hållbarhetsvision. Under året utförde vi, i samarbete med våra oberoende revisionspartners, 350 revisioner av våra mattproducenter. Vi har under året även fått våra klimatmål formellt godkända av Science Based Targets initiative (SBTi). Vårt mål innebär en halvering av koldioxidutsläppen från vår verksamhet från år 2019 till år 2030.

Avslutningsvis så tog vi betydande steg framåt på vår "good-to-great" resa genom att öka produktiviteten i både lager- och kundtjänstverksamheten samtidigt som vi utvecklade flera av våra kontorsfunktioner. Under 2021 välkomnade vi ett rekordantal nya anställda till RugVista vilket har förstärkt vår organisation. Jag vill ta tillfället i akt och tacka alla medarbetare för deras dedikerade och framgångsrika arbete under året. Utan var och ens bidrag så hade inget av vad vi har åstadkommit varit möjligt.

När vi går in i 2022 så möter vi ytterligare ett kvartal med utmanande jämförelsetal om 92% tillväxt under det första kvartalet 2021. Jag ser dock fram emot allt vi kan åstadkomma under året och känner fortsatt att vi jobbar på de rätta initiativen för att leverera på våra finansiella tillväxt- och lönsamhetsmål.

Med vänliga hälsningar,

MICHAEL LINDSKOG
VD RugVista Group



VERKSAMHETSBEKRIVNING INTRODUKTION

RUGVISTA GROUP 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 Group 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.

Inom segmentet Privatpersoner så erbjuder RugVista sitt utbud av högkvalitativa mattor till kunder i mer än 100 länder. Inom segmentet Företagskunder fokuserar bolaget primärt på små och medelstora företag och specifikt på kundgrupperna inrednings-

arkitekter, hotell samt butiker där mattor är en del av butiksinredningen. Inom segmentet MPO är fokus på att sälja RugVistas sortiment via snabbväxande och stora tredjepartsmarknadsplatser. I nuläget avser segmentet Amazons europeiska plattformar där RugVista arbetar med att utveckla och växa försäljningen.

RugVista Group hade under 2021 ett medelantal av heltidsanställda på 82. Inom alla interna funktioner så som teknologi, kundtjänst, lager och övriga affärsfunktioner fokuseras det dagligen på att säkerställa en hög kundupplevelse och nöjdhet.

RugVista Group AB (publ) har sitt huvudkontor i Limhamn Sverige och har även två lagerlokaler i Malmöområdet. Bolagets aktier handlas på Nasdaq's First North Premier Growth Market under symbolen "RUG".

AFFÄRSMODELL

VI HAR EN Direkt-till-Kund (Direct-to-Consumer D2C) affärsmodell vilket innebär att onödiga mellanhänder i värdekedjan elimineras. Vi har intern design och produktutveckling samt samarbete direkt med producenter för att tillverka det egenutvecklade sortimentet. Dessa produkter säljs sedan direkt till slutkunder via våra webbutiker. Affärsmodellen gör det även möjligt för oss att erbjuda högkvalitativa mattor till konkurrenskraftiga priser samtidigt som attraktiva bruttomarginaler uppnås. Våra egna webbutiker erbjuder även en köupplevelse i världsklass som kontinuerligt utvecklas allteftersom kundernas behov och förväntningar förändras. Några avgörande anledningar till vår utmärkta köupplevelse är vårt breda och attraktiva utbud av produkter i olika stilar

och prisnivåer, tydliga och verklighetstroga produktbilder samt fria frakter och returer.

Vi har under åren anpassat och optimerat interna processer, system och infrastruktur efter affärsmodellen. Detta för att säkerställa bästa möjliga kundupplevelse samt operationell effektivitet. D2C affärsmodellen har även fördelen att vara skalbar och kräver endast modesta investeringar i fysiska anläggningstillgångar. Detta möjliggörs då vi inte äger egna produktionsanläggningar utan i stället samarbetar med ledande producenter i framför allt Indien och Turkiet. RugVistas affärsmodell medför också skal fördelar i form av bättre inköpsvillkor, effektivare marknadsföringsinvesteringar, operationell effektivitet samt hävstångseffekter på fasta kostnader.

D2C - DIRECT-TO-CONSUMER



KUNDERBJUDANDE

Vårt övergripande fokus är konsumentmarknaden (B2C segmentet) och vi utvecklar konstant vårt erbjudande primärt för dessa kunder. De viktigaste faktorerna i vårt nuvarande kunderbjudande är:

- Brett utbud av design- och traditionella mattor i olika designstilar, kategorier och storlekar
- Hög kvalitet samt prisvärda produkter i olika prisklasser
- Bekväm och smidig digital köppplevelse med fokus på användarvänlighet
- Fri frakt och gratis retur samt kostnadsfri kundtjänst
- Hög tillitsfaktor tack vare utmärkta kundrecensioner
- Samarbete med välrenommerade leverantörer
- Säkra och relevanta betalningsalternativ

STYRKOR OCH KONKURRENSFÖRDELAR

Vi har en historik av lönsam tillväxt sedan starten 2005. Våra styrkor och konkurrensfördelar ligger till grund för våra visioner och långsiktiga mål.

GEDIGEN PRODUKT- OCH SORTIMENTEXPERTIS

Vi har lång erfarenhet och expertis inom produkt-kategorin mattor. Detta medför att vi kan erbjuda ett brett och relevant utbud av prisvärda design- och traditionella mattor. Köpkraften som följer av vår storlek innebär att vi har möjligheten att göra produktinköp till förmånliga priser och villkor. Dessa besparingar kan sedan föras vidare till våra kunder och är anledningen till våra prisvärda produkter.

Vårt sortiment är också anpassat efter våra kundmålgruppers behov och förväntningar samt utvecklas kontinuerligt allteftersom preferenser och behov ändras. Kundundersökningar och förssäljningsdata i kombination med trend-prognoser används för att fortlöpande utveckla och anpassa sortimentet.

ÄNDAMÅLSENLIG TEKNIKPLATTFORM OCH DATA-DRIVEN OPERATIONELL MODELL

Vår teknikplattform består i huvudsak av egenutvecklad mjukvara och är därmed anpassad efter våra behov och processer. Den egenutvecklade plattformen innebär också att vi kan säkerställa bästa möjliga användarupplevelse i våra webbutiker samt effektivitet i våra interna processer och funktioner.

Teknikplattformen är baserad på så kallad "open source" teknik och vi använder Amazons Webservices som driftmiljö. Denna tekniska infrastruktur gör vår plattform skalbar, pålitlig och framtidssäker.

Vi anser att teknik och data kan driva vidareutveckling och effektivitetsförbättringar inom såväl operationella som kommersiella processer. Vår teknikplattform möjliggör insamling av anonym

data från besökare i våra webbutiker. Informationen används i de olika funktionerna för att bättre förstå kundbehov och trender samt för att identifiera förbättringsmöjligheter i vårt erbjudande och andra kommersiella processer. Funktionalitet och algoritmer har även utvecklats i teknikplattformen för att automatisera, optimera eller stödja återkommande interna processer vilket har inneburit effektivitets och kvalitetsförbättringar i flertalet av organisationens funktioner.

LEDANDE POSITION I EN MARKNAD DÄR STORLEK ÄR VIKTIGT

Vi är idag en av de ledande aktörerna inom den europeiska digitala handeln av mattor. Vår storlek, och till viss del vår digitala affärsmodell, medför skalfördelar jämfört med fysiska mattbutiker och mindre digitala aktörer. Dessa skalfördelar inkluderar förmågan att förhandla fördelaktiga priser och villkor på inköp av produkter och tjänster, effektivare marknadsföring, möjligheten att erbjuda ett bredare och mer komplett sortiment samt förmågan att rekrytera de bästa medarbetarna.

KUNDNÖJDHET I VÄRLDSKLASS OCH VÄXANDE KUNDBAS

Vi mäter kundnöjdhet genom kundundersökningar där NPS¹-värdet ingår samt TrustPilot recensioner. Våra kunders respons på kundupplevelsen vi erbjuder är oöverträffad inom vår kategori och vårt NPS-värde är i nivå med världsledande varumärken.

Vår högsta prioritet är, och har alltid varit, att säkerställa att våra kunder är nöjda med helhetsupplevelsen när de har gjort ett inköp från oss. Nöjda kunder är en förutsättning för vår framtida lönsamma tillväxt då nöjda kunder har en högre återköpsfrekvens samt är mer benägna att rekommendera oss till vänner och bekanta.

Vår kundbas växte med nästan 200 000 individer under 2021 och vi har attraherat nära 350 000 tusen nya kunder sedan början av 2020. Då merparten av våra kunder är mycket nöjda efter att gjort ett inköp från oss så ser vi vår växande kundbas som en viktig tillgång för vår framtida tillväxt.

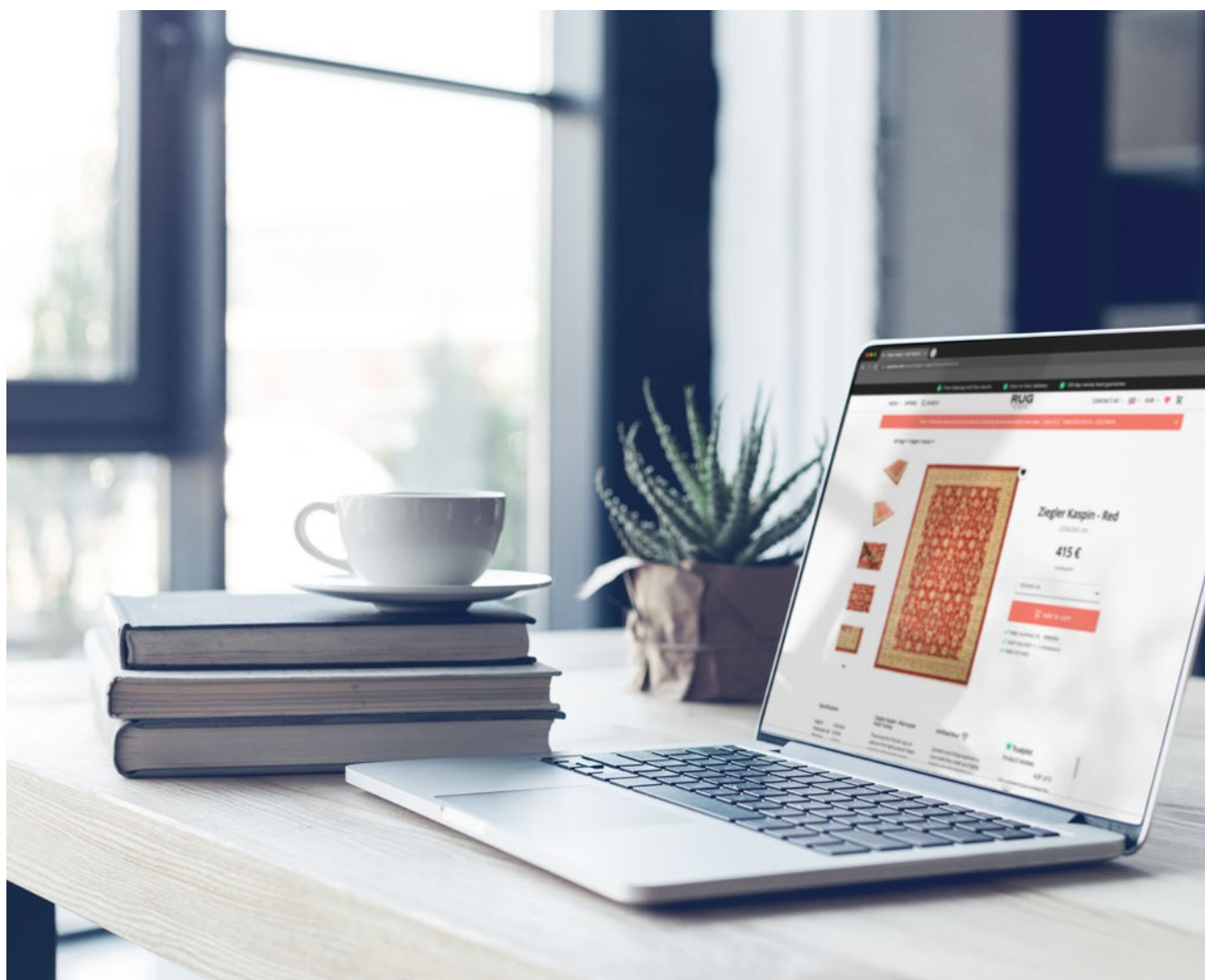
HISTORIK AV LÖNSAM TILLVÄXT OCH HÖG KASSAGENERERING

Vi har en historik av lönsam tillväxt och mellan 2019 och 2021 så växte nettoomsättningen med ett årligt medelvärde om 31,6% samtidigt som den justerade rörelsemarginal förbättrades från 12,0% till 19,5%. Under samma period så växte kassaflödet från den löpande verksamheten med ett årligt medelvärde på 48.8%.²

Vår förmåga att generera positivt kassaflöde i kombination med lönsam tillväxt möjliggör fortsatta investeringar i vårt kunderbjudande och organisationens utveckling vilket har för avsikt att ytterligare förbättra våra långsiktiga framtidsutsikter.

1. Net Promoter Score

2. Alla siffror exkluderar avyttrad verksamhet



VÄLMERITERAD LEDNING OCH STYRELSE MED OMFATTANDE OCH RELEVANT ERFARENHET

RugVistas ledningsgrupp består av välmeriterade personer med lång erfarenhet inom e-handel och teknik. Ledningsgruppen leds sedan 2019 av VD Michael Lindskog som tidigare var ansvarig för Zalandas etablering i Norden. Fyra personer har tillkommit i ledningsgruppen under 2021 och har tillfört ytterligare kompetens och erfarenhetsbredd.

Vi har under 2021 även stärkt organisationen genom nyckelrekryteringar inom flera funktioner såsom

marknadsföring, teknik och lagerverksamheten.

Vi anser att ledningens och andra nyckelpersoners samlade kompetens och erfarenheter är en extremt viktig komponent för att förverkliga våra långsiktiga ambitioner.

Bolagsledningen stötts även av en involverad och erfaren styrelse där ordförande Erik Lindgren har mer än 20 års erfarenhet från e-handel och var tidigare ordförande för Apotea under 5 år.

MARKNADEN FÖR MATTOR

STORLEK OCH PROGNOSEN¹

Mattor är en del av mega-kategorin heminredningsprodukter. Den europeiska heminredningsmarknaden värderades till Mdr SEK 2 170 under 2019 och har haft en genomsnittlig årlig tillväxttakt på 12,3% sedan 2015. Värdet på den europeiska mattmarknaden var 2019 värd cirka Mdr SEK 193. 2019 beräknades e-handeln av mattor utgöra 16% av den totala mattmarknaden vilket resulterar i ett värde om Mdr SEK 31. I slutet av 2019 så förväntades e-handeln av mattor att växa med en genomsnittlig årlig tillväxttakt på 11,0% mellan 2020 och 2024.

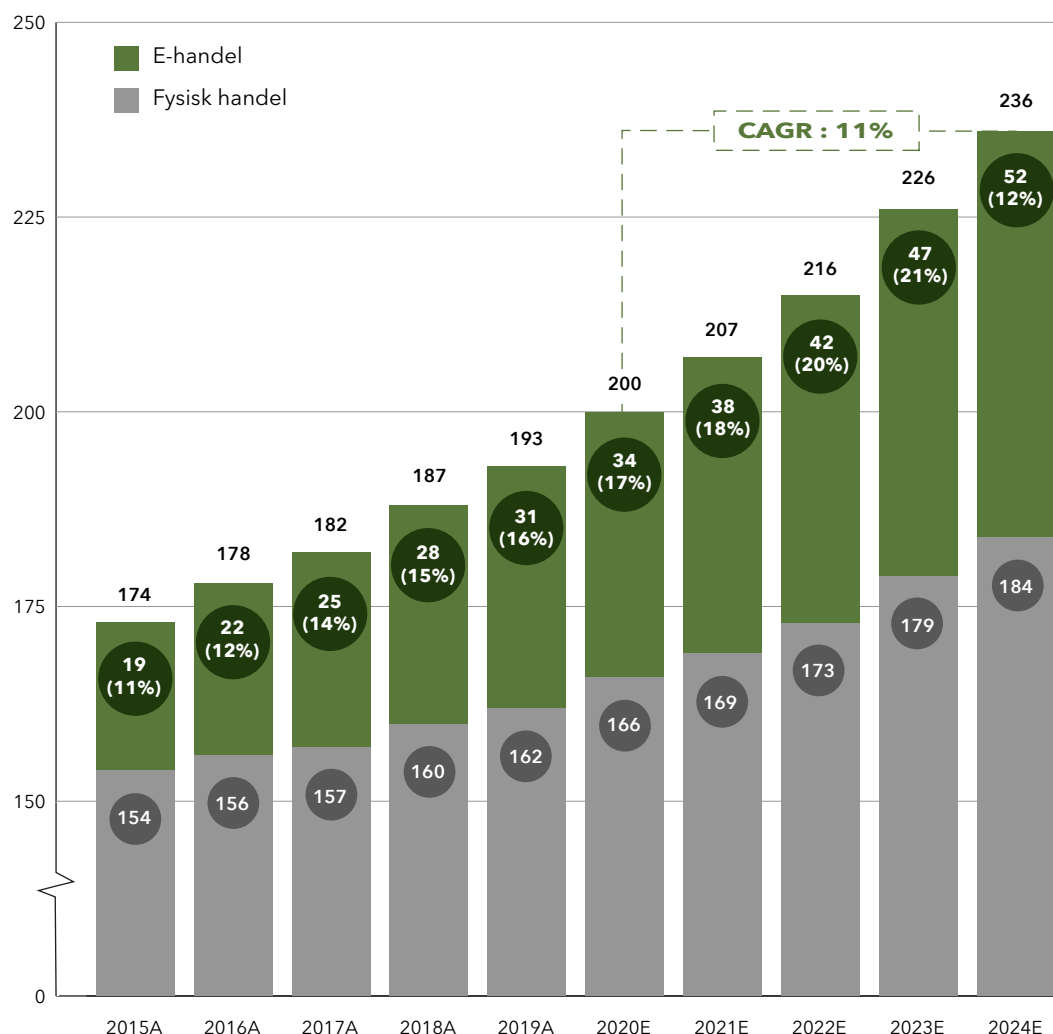
Vi estimerar att Covid-19 pandemin innebär att migrationen av kunder från fysiska till digitala butiker ökade mer än förväntat jämfört med marknadsstudien. I stället för den förväntade e-handelsandelen om 17% och 18% av totalen för 2020 och 2021 så uppskattar vi att andelen i stället nådde cirka 19% under perioden. Detta resulterar i att vi estimerar värdet på den europeiska matt e-handeln för 2021 till cirka Mdr SEK 40. Detta skulle innebära att vår andel av den digitala marknaden för mattor under 2021 var cirka 2,5%. Vi har därmed betydande tillväxtpotential kvar på den europeiska marknaden. Detta i kombination med den



EUROPEISKA HEMINREDNINGS-
MARKNADEN 2019

1. Om inte annat anges är informationen baserad på en marknadsstudie utförd av Technavio i slutet av 2020.

EUROPEISKA MATTMARKNADEN, SEK MILJARDER (E-HANDEL ANDEL)



relativt låga e-handelsandelen inom mattkategorin jämfört med mer mogna kategorier, som mode med en estimerad e-handelsandel om 30%, gör att vi ser ljus på våra medel- till långsiktiga tillväxtmöjligheter.

MARKNADSTRENDER

Vi anser att mattmarknaden till stor del är driven av samma trender och faktorer som influerar den övergripande heminredningsmarknaden. Dessa faktorer inkluderar bland annat personalisering av hemmet och heminredningen där möbler och hemtextilier ska spegla individens personlighet. Vi bedömer att denna mega-trend har pågått de senaste 10-15 åren i Europa och förväntar oss att den fortsätter under en överskådlig framtid.

STRUKTURELLA TRENDER I DEN EUROPEISKA MARKNADEN FÖR MATTOR

Vi är övertygade om att vissa strukturella trender under de senaste 5 åren har drivit, och även framöver kommer att driva, övergången från fysisk till digital mattförsäljning i Europa. Dessa trender beskrivs i mer detalj nedan.

Tillgänglighet och bekvämlighet

Vi anser att digital handel för många kunder innebär en bekväm shoppingupplevelse, bland annat genom att ett relevant urval av produkter och tjänster är tillgängliga alla tider på dygnet, utan hänsyn till var kunden befinner sig, och kan nås via olika typer av enheter (bland annat mobiler, bärbara datorer och andra mobila enheter). Bekvämligheten förstärks ytterligare av snabba leveranser, enkla rutiner för returer samt säkra betalningsmetoder. Vidare innebär e-handel att konsumenterna kan göra sina inköp utan att fysiskt åka till butiken och hantera produkten, vilket gagnar relativt otympliga och tunga varor såsom mattor. Mattor är även produkter som mycket sällan tar skada under transporten vilket gör det möjligt att distribuera produkterna i bra skick till slutkund direkt till hemmet utan dyra paketeringslösningar och transportalternativ.

Urval

Genom att surfa igenom en webbutik får besökaren på några sekunder tillgång till ett brett och relevant urval av mattor, vilket ger webbutiker en fördel framför de fysiska butikerna. Webbutiker kan generellt

erbjuda ett betydligt bredare utbud jämfört med fysiska butiker då butiksytan ofta är begränsad.

En fördel för mattkategorin jämfört med många andra produkter är att mattor inte förstörs när de lagras under en längre tid och att den visuella trendkänsligheten är lägre än för exempelvis mode. Detta medför att e-handlare av mattor kan lagerhålla ett brett utbud med minimal lagerrisk på grund av snabbväxande modetrender.

E-handlare kan även snabbare optimera sortimentet baserat på kundernas preferenser genom att använda försäljningsdata och algoritmer för att identifiera konsumentbeteenden och erbjuda kunderna ett mer relevant sortiment.

Demografiska faktorer

Vi bedömer att yngre konsumenter generellt fortsatt har en högre benägenhet att handla online jämfört med äldre konsumenter. Vi bedömer därför att denna målgrupp kommer att bidra till en ökad e-handelsandel av den totala marknaden i takt med att yngre konsumenter etablerar sig på arbetsmarknaden, ökar sina disponibla inkomster samt står inför att skapa egna hem. Vår uppfattning är således att en större andel mattor i framtiden sannolikt kommer att köpas från en webbutik.

Vi ser också att medelålders och äldre konsumenter tenderar att bli allt mer benägna och vana vid att e-handla, en trend som påskyndades på grund av Covid-19 pandemin. Detta förväntas resultera i en bredare målgrupp för webbutiker.

KONKURRENSSITUATION

Försäljningen av mattor i Europa är fragmenterad för både fysisk och digital försäljning. För att bättre förstå de olika återförsäljartyperna av mattor på den europeiska marknaden så delar vi in dem i fyra segment.

Traditionella återförsäljare

Traditionella återförsäljare av mattor fokuserar huvudsakligen på traditionell försäljning i fysiska butiker och kan delas in i två underkategorier a) *små och lokala butiker* som generellt endast erbjuder ett begränsat utbud av mattor av en viss typ. och b) *varuhus* som generellt erbjuder ett relativt smalt sortiment till konkurrenskraftiga priser men är vanligtvis enbart etablerade i större städer (till exempel Bauhaus och Jysk).

Flerkanaliga heminredningsåterförsäljare

Flerkanaliga heminredningsåterförsäljare är återförsäljare med både fysiska butiker och försäljning online. Historiskt har fokus bland dessa återförsäljare varit på försäljning via de fysiska butikerna med en reaktiv, snarare än proaktiv, introduktion av e-handel. Exempel på flerkanaliga heminredningsåterförsäljare är Ikea och Mio.

Digitala varuhus

Digitala varuhus är återförsäljare som driver e-handel inom ett stort antal kategorier, däribland heminredning som inkluderar mattor. På grund av brist på specialisering och lågt fokus på mattor har dessa marknadsaktörer för närvarande ingen större närvaro på den europeiska marknaden för mattor. Exempel på digitala varuhus är Amazon och Alibaba. Ett under-segment inom kategorin är digitala heminredningsbutiker som

också erbjuder försäljning av mattor. Exempel på dessa är Wayfair och Home24.

Digitala mattbutiker

Digitala mattbutiker fokuserar på att sälja via webbutiker. Det finns ett antal digitala mattbutiker i Europa men endast ett fåtal är stora. Dessa aktörer drar nytta av att kunna erbjuda ett brett utbud av produkter till förmånliga priser och de flesta har utvecklat en organisation som är specialiserad för digital handel. Exempel på digitala mattbutiker är RugVista Group, Benuta och Nain trading.

RUGVISTAS KUNDMÅLGRUPPER (B2C)

Segmentet Privatpersoner (B2C) representerar konsumentmarknaden och är vårt huvudsakliga segment. Vi erbjuder försäljning till konsumenter i över 100 länder inom B2C segmentet och den geografiska försäljningen delas upp i Norden, DACH (Tyskland, Österrike och Schweiz) samt Resten av världen. Oberoende av geografi, så arbetar vi även mot tre olika kundmålgrupper vilka beskrivs nedan.

Inredaren

Inredaren (Eng. the Decorator) har ett genuint intresse för inredningsdesign och spenderar mycket tid och energi på hur hemmet framstår visuellt. Inredaren har ett starkt intresse av mattor och anser att mattor spelar en viktig roll i hemmets inredning och känsla. Inredaren betonar den visuella aspekten av produkten och betraktar mattor som en form av konst. För Inredaren är det centralt att följa trender och mattor spelar en stor roll i hur hemmet framställs, främst vad gäller stil, men även komfort. Inredaren är den av Bolagets målgrupper som i störst utsträckning betonar den visuella aspekten och har även en emotionell anknytning till design och mattor. Attribut som Inredaren betonar vid inköp är, förutom design, komfort och produktens värde för pengarna.

Hushållaren

Hushållarens (Eng. the Householder) preferenser vid inköp av mattor handlar främst om funktion och kvalitet, snarare än de visuella aspekterna. Hushållaren betraktar även mattan som en viktig och funktionell produkt i hushållet, men inget som de prioriterar att spendera mycket tid och energi på vid inköp.

När mattor införskaffas prioriteras kvalitet framför pris. Viktiga attribut som beaktas är produktens förväntade livslängd och hur lätt mattan är att underhålla (dammsuga och hålla ren). Hushållaren anser att så länge mattan är funktionell är priset inte det avgörande.

Mattkonnässören

För Mattkonnässören (Eng. the Carpet connoisseur) är det faktorer som unikheter och historia som avgör valet av matta, snarare än mode, funktionalitet eller komfort. Mattkonnässören finner stort intresse i att diskutera mattans ursprung och tillverkning. Mattkonnässörens inköpsprocess av nya mattor är komplex jämfört med Inredarens och Hushållarens inköpsprocesser eftersom Mattkonnässören ofta beaktar fler faktorer än vad de övriga målgrupperna gör vid sina inköp.



SYFTE, VISIONER OCH VÄRDERINGAR

RUGVISTA GRUNDADES 2005 och har sedan starten fokuserat på kundnöjdhet. Att leverera en kundupplevelse "från A till Ö" utöver det vanliga är fortsatt vår viktigaste dagliga uppgift. Dock, som ett led i att vidareutveckla organisationen och att definiera långsiktiga ambitioner förtydligade vi RugVistas övergripande syfte, vision och värderingar under början av 2020.

"Förutom vårt dagliga fokus på att leverera en kundupplevelse i världsklass, är vårt syfte, våra visioner, de definierade strategierna och våra värderingar något som genomsyrar allt vi gör."

MICHAEL LINDSKOG
VD RugVista Group

SYFTE

Vi hjälper människor till hem att älska

AFFÄRSVISION

Att vara navet i den europeiska mattbranschen

HÅLLBARHETSVISION

Att leda mattbranschen mot en socialt och miljömässigt hållbar framtid

ORGANISATIONSVISION

Att attrahera, motivera och behålla extraordinära individer

VÅRA VÄRDERINGAR

Focus on impact | Stay true | Be entrepreneurs

VÅRT SYFTE

Vårt syfte är anledningen till att vi som bolag finns och utgör också den grundläggande målsättningen i allt vi gör. Vi har definierat vårt syfte som att *"Vi hjälper människor till ett hem att älska"*.

Orden i definitionen av vårt syfte är viktiga för oss. *"Vi hjälper"* är grunden i det vi försöker göra i alla led i vår organisation. Vi anser oss vara experter på mattor. Vi kan därför hjälpa våra kunder att göra ett så bra val som möjligt när de vill göra ett mattköp. Det kan handla om att ge inspiration till vilken matta man ska välja för att det ska passa med ens inredningsstil. Vi kan ge rekommendationer på specifika produkter om man behöver en lättskött matta. Det kan också handla om att berätta om ursprunget för en specifik traditionell matta och förklara anledningen till varför den innehåller vissa mönster osv. Självklart hjälper vi även våra kunder om något mot förmodan har gått fel i leveransen eller om de vill göra en retur. *"Vi hjälper"* är en del av vårt DNA.

Med ordet *"människor"* så menar vi alla som är intresserade av att köpa en matta. Vår ambition är att erbjuda ett komplett utbud av relevanta mattor för så gott som alla kundbehov.

Orden *"till ett hem att älska"* reflekterar vår utgångspunkt att en matta kan göra en enorm skillnad i hur ett rum uppfattas och att en matta således kan vara en avgörande del av inredningen i ett hem. Våra produkter hjälper våra kunder att inreda rum och hem som reflekterar deras personligheter och behov. Vad helst de må vara.

VÅRA VISIONER

Under arbetet med att utveckla våra långsiktiga ambitioner valde vi att definiera tre visioner, där var och en har ett tydligt syfte och en klar ambitionsnivå. Anledningen till att vi valde att fastställa specifika visioner för affärsverksamheten, för vårt hållbarhetsarbete samt för oss som arbetsgivare var att vi ansåg att alla tre områden är lika viktiga för oss som organisation samt att de alla riktar sig till våra främsta intressenter. Specifika visioner för våra viktigaste områden innebär tydliga målsättningar och prioriteringar inom respektive område men visionerna ska inte ses som fristående utan utgör tillsammans helheten av vår vision.

Affärsvisionen definierar hur vi ser på vår roll inom mattindustrin och riktar sig framförallt till våra aktieägare samt våra affärspartners. Hållbarhetsvisionen definierar hur vi ser på vår roll i samhället i stort och hur vi kan ta ansvar och vara en del av lösningen för de hållbarhetsutmaningar världen står inför. Organisationsvisionen definierar rollen vi har mot befintliga och potentiella medarbetare.

VÅR AFFÄRSVISION

Vår affärsvision är att vara navet i den europeiska mattbranschen.

Det visionen innebär är att vi i framtiden vill vara i en position att när en person frågar sig "jag behöver köpa en matta, var ska jag köpa den?" så ska det självklara svaret vara att besöka en RugVista web-shop. Visionen innebär även att vi vill att de bästa producenterna och andra tredjeparts leverantörer vill jobba med oss då vi är det självklara valet inom vår kategori.

För att uppnå vår vision så har vi identifierat ett antal strategiska initiativ. Dessa initiativ eller fokusområden beskrivs i mer detalj nedan.

Vinn de europeiska nyckelmarknaderna	Visa upp vårt sortiment	Vara världsklass i allt vi gör	Utnyttja utvalda marknadsplatser
- Öka lokaliseringen av köp- och leveransupplevelsen - Etablera ett välkänt och omtyckt varumärke	- Presentera det egna sortimentet tydligt - Förbättra text och bild språket i webbbutikerna - Addera flera sätt att upptäcka sortimentet	- Optimera operativ prestanda kontinuerligt - Styra kommersiella aktiviteter mer detaljerat	- Utveckla och anpassa det Amazon optimerade sortimentet - Säkra Prime certifiering för att attrahera Amazons mest köpstarka och lojala kunder

← Utnyttja data och teknologi för att driva tillväxten
Säkerställ fortsatt hög kundnöjdhet →

VINN DE EUROPEISKA NYCKELMARKNADERNA

För att verkligen vara navet för den europeiska mattbranschen behöver vi vinna de stora europeiska marknaderna såsom Tyskland och Frankrike. Sverige är även en viktig marknad för oss då det är vår hemmamarknad. Vi bedömer också att vi, om vi lyckas nå en än mer dominerande ställning på de stora marknaderna, kommer kunna dra nytta av den större operationella skalan för att även växa på de mindre marknaderna runt om i Europa.

Vi har identifierat ett antal prioriteringar för att säkerställa att vi vinner dessa marknader. Först så behöver vi utveckla och lokalisera vårt erbjudande ytterligare. Vi lokaliserar redan idag delar av vårt kommersiella tillvägagångssätt så som språk och valuta. Vi anser dock att detta inte räcker för att verkligen vinna i de viktigaste marknaderna utan vi behöver gå längre och lokalisera ännu fler delar av vårt kunderbjudande på de olika marknaderna. Detta kan till exempel innebära fler lokala betalningsalternativ, att vi samarbetar med de bästa fraktoalternativen för varje marknad och att vi skraddarsyr våra kampanjer både i våra egna

webbshoppar men även när vi köper exponering på externa annonsplattformar.

Den andra prioriteringen inom detta initiativ är att börja bygga ett välkänt och omtyckt varumärke på de viktigaste marknaderna. För att vara framgångsrika i detta behöver vi skapa bredare kännedom om oss bland potentiella kunder än vad vi har idag. Att vara känd är ett kritiskt första steg för att kunna attrahera en större del av de potentiella kunderna på de stora europeiska marknaderna. Om vi lyckas locka fler att prova oss och att välja en digital butik i stället för en fysisk butik så är vi övertygade om att vår kundfokuserade köp- och leverans-upplevelse kommer resultera i nöjda kunder som både vill återkomma till oss för nästa mattinköp och vill rekommendera oss till andra.

VISA UPP VÅRT SORTIMENT

Vårt breda, egenutvecklade och noga utvalda sortiment har alltid varit en av våra främsta styrkor. Merparten av de produkter vi erbjuder kan dessutom endast köpas från oss. Vi behöver bli bättre på att förmedla detta till de som besöker våra webbshoppar

genom att tydligt märka och presentera artiklarna som egenutvecklade.

Detta initiativ innefattar även att möjliggöra fler sätt för våra besökare att upptäcka vårt sortiment. Vi vet att olika kundgrupper har olika behov när de letar efter den perfekta mattan. Vissa vill hitta något som passar för ett specifikt rum. Vissa vet vilken typ eller kategori av matta de vill köpa. Andra vill hitta den perfekta mattan som passar in i en specifik inredningsstil. Våra webbbutiker måste på ett ännu bättre sätt än idag möta alla dessa olika kundbehov.

Den sista delen av detta initiativ handlar om att vi vill erbjuda en mer inspirerande och informerande upplevelse för de som besöker våra butiker. Detta innebär bland annat att vi planerar att presentera våra kollektioner med mer inspirationsbilder och ytterligare skriftligt innehåll. Skötselråd, kategori beskrivningar och råd för hur man hittar den perfekta mattan för ett specifikt rum är ytterligare exempel på inspirerande och informativt material som vi behöver producera mer av.

VARA VÄRLDSKLASS I ALLT VI GÖR

Vår historiska framgång är till stor del ett resultat av exceptionell produktexpertis kombinerat med en teknisk och operationell plattform skräddarsydd för att leverera den bästa helhetsupplevelsen för kunder inom vår vertikal. Vi kommer fortsatt att sträva efter att erbjuda den bästa kundupplevelsen för de som vill köpa en matta online.

Trots att vi ser oss som den ledande mattspecialisten i Europa, så är vi också medvetna om att den digitala handeln i de flesta produktkategorier är under konstant utveckling. Vi tror även att detta leder till att framtidens kunder kommer att ha ännu högre förväntningar på kundupplevelsen när de handlar från en e-handlare inom alla produktkategorier.

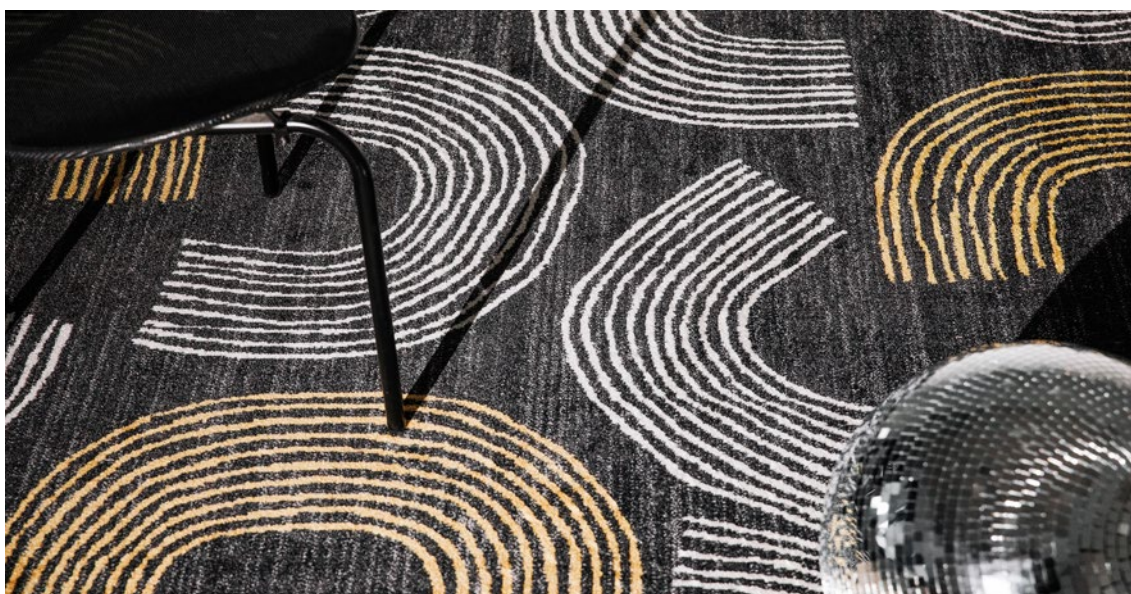
Vårt antagande om hur kundförväntningarna kommer att utveckla sig under de närmaste åren gör att vi inte kommer nöja oss med jämförelser med andra digitala mattspecialister. Vi vill jämföra oss med ledande e-handlare runt om i världen oberoende av vilken produkt de säljer. Om vi kan inspireras av e-handlare i världsklass från andra vertikaler och lyckas genomföra för RugVista relevanta delar lika sofistikerat och optimerat som dem så är vi övertygade om att vi kommer vinna ytterligare i vår vertikal.

UTNYTTJA UTVALDA MARKNADSPLATSER

Till dess att vi själva är den självklara marknadsledaren inom den europeiska mattbranschen så behöver vi inse att andra plattformar eller marknadsplatser attraherar kunder. Amazon är den idag ledande globala digitala marknadsplatsen och har också en mycket stark position i flera av de stora europeiska marknaderna. Vi har därför valt att försöka fånga efterfrågan från de kunder som är trogna Amazon.

Efter att ha sålt via Amazon under flera år har vi lärt oss att kundernas preferenser är något annorlunda jämfört med de kunder som handlar från oss direkt. Bland Amazon kunderna är mycket prisvärda produkter generellt sett viktigt. Vi inriktar därför vår försäljning via Amazon på de delar av vårt sortiment som har störst potential för dessa kunder. Vi tror att *RugVista Essentials* kommer vara ett viktigt verktyg framöver för att fortsätta växa vår närvaro på Amazon.

Förutom att optimera sortimentet vi erbjuder via Amazon, så behöver vi utnyttja de verktyg och möjligheter Amazon erbjuder sina säljare så effektivt som möjligt. Detta inkluderar investeringar i marknadsföringsaktiviteter direkt på Amazon plattformen och fortsatt undersökning av möjligheter för att tillgängliggöra en större del av vårt sortiment för Prime-status.



VÅR HÅLLBARHETSVISION

Vår hållbarhetsvision är att *leda mattbranschen mot en socialt och miljömässigt hållbar framtid*.

Som en av de största aktörerna inom den europeiska mattindustrin, behöver vi ta ett extra ansvar för att leda industrin mot en mer hållbar framtid. Därför har vi utvecklat en ambitiös vision för vårt hållbarhetsarbete som tydliggör vår ambition, både för vår affärsverksamhet och hur vi vill vara som arbetsgivare.

Hittills har vårt fokus varit att utveckla vårt interna hållbarhetsarbete samt att jobba nära våra viktigaste leverantörer och samarbetspartners för att adressera

och bidra positivt till branschens hållbarhetsutmaningar. I framtiden ser vi även möjligheten att närmare samarbeta med andra intressenter så som våra investerare, våra kunder och andra återförsäljare av mattor i Europa. Först då kommer vi verkligen börja närma oss vår vision att leda branschen mot en socialt och miljömässigt hållbar framtid.

För att förverkliga vår hållbarhetsvision och tydliggöra våra ambitioner utvecklade vi under 2020 en långsiktig hållbarhetsstrategi, LEAD.CHANGE, som består av tre fokusområden: *Planet, People* och *Business*.

Läs mer om vårt hållbarhetsarbete i vår hållbarhetsrapport för 2021.

FOKUSOMRÅDE

PLANET

Utveckla en cirkulär affärsmodell & minska vår miljömässiga påverkan

PEOPLE

Främja inkludering & socialt ansvar

BUSINESS

Upprätthålla god förvaltning & ansvarsfull affärspraxis

FÖRÄNDRINGSKRAFTER



VÅRT TEAM



VÅRA KUNDER



VÅRA AFFÄRSPARTNERS



VÅRA AFFÄRSMETODER



VÅR KOMMUNIKATION

SYFTE

Driva hållbarhet i hela verksamheten

Engagera och inspirera kunder att konsumera mer hållbart

Stötta bolagets affärspartners i att utveckla hållbara affärsmetoder

Upprätthålla en fungerande och effektiv styrning genom standarder, policyer och uppförandekod

Vara transparenta om bolagets verksamhet, framsteg, ambitioner och utmaningar



VÅR MEDARBETARVISION

Våra medarbetare är utan tvekan RugVistas enskilt viktigaste tillgång och vår konkurrenskraft är beroende av engagemanget, kompetensen och prestationerna från våra medarbetare.

Att ta fram och utveckla avancerade strategier och planer får ingen mening utan dedikerad och kompetent personal som kan utföra och förverkliga de ambitiösa mål vi har satt för bolaget. Utifrån dessa insikter har vi definierat en medarbetarvision som lyder "att attrahera, motivera och behålla extraordinära individer".

Under arbetet med att definiera våra visioner och strategier insåg vi tidigt att vi även behövde utveckla och förtydliga RugVistas värderingar. Vi har fastställt tre (3) värderingar; *Focus on Impact*, *Stay True* och *Be Entrepreneurs*. Under var och en av dessa värderingar beskrivs beteenden som tydliggör och säkerställer att vi handlar och tänker i linje med våra värderingar. Ambitionen är att våra värderingar ska genomsyra beslut och det dagliga arbetet på RugVista och därigenom utgöra basen för vår företagskultur.

VÅRA VÄRDERINGAR

Focus on impact

Vår främsta ledstjärna är att skapa kundvärde

Vår första, andra och tredje prioritet är våra kunder. Vi tar hänsyn till kundernas perspektiv i varje beslut och vårt mål är alltid att överträffa deras förväntningar.

Vi är ledande inom hållbarhet

Vi strävar efter att ha en positiv påverkan på alla som kommer i kontakt med vår verksamhet. Vår uppförandekod leder oss och bekräftar vårt engagemang.

Vi fattar beslut baserat på insikter och de bästa argumenten

Våra beslut baseras på datadrivna analyser och logik, inte hierarki eller känslor.

Vi förtjänar och tar vårt ansvar

Ansvar förtjänas och är inte en rättighet. Vi håller vad vi lovar och tar alltid ansvar för våra beslut och handlingar, såväl bra som dåliga.

Stay true

Vårt syfte och team kommer först, vårt ego sist

Vi är ett team som arbetar tillsammans och stöttar varandra att nå vår vision. Vårt arbete fokuserar främst på att utveckla verksamheten, inte vår egen position.

Vi agerar med integritet, respekt och ärlighet

Vi är starka och transparenta i allt vi gör, även när det är svårt eller innebär att vi måste tacka nej till en möjlighet.

Vi uppskattar varandras olikheter

Våra olika perspektiv, erfarenheter och bakgrund gör oss till ett bättre team. Vi vågar vara oss själva och uttrycka vår åsikt.

Vi är stolta över och firar våra framgångar

Vi finner möjligheter att glädjas åt och fira våra framgångar, stora som små.

Be entrepreneurs**Vi arbetar ständigt med att förbättra både oss själva och vår verksamhet**

Vårt engagemang leder till ständig förbättring och vi söker kontinuerligt efter möjligheter att utveckla oss själva och vår verksamhet.

Vi strävar efter perfektion

Vi strävar efter att vara bäst i allt vi gör eftersom vi förstår att det är nyckeln till vår långsiktiga framgång, både som individer och som organisation.

Vi vågar ifrågasätta gamla sanningar

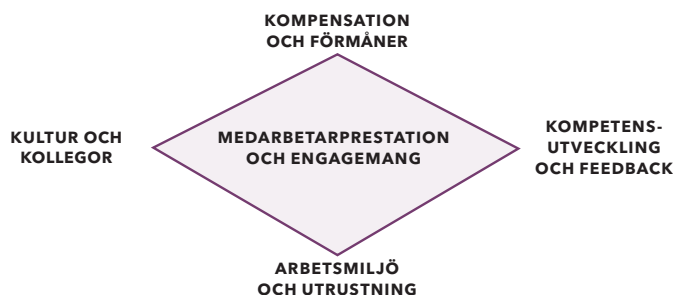
Vi utmanar status quo och uppmuntrar till att "testa-och-lär" i allt vi gör.

Vi tar ansvar för RugVista

Vi inser att företagets framgångar är våra och vi använder företagets resurser som om de vore våra egna.

RAMVERK FÖR MEDARBETARPPRESENTATION OCH ENGAGEMANG

Vi har skapat ett ramverk för vårt arbete inom rekrytering, organisations- och medarbetarutveckling och ledarskapsutveckling som fokuserar på fyra olika dimensioner av vårt arbetsgivarerbjudande. Detta ramverk ligger till grund för hur vi positionerar oss mot potentiella framtida medarbetare, hur vi kontinuerligt arbetar med och utvecklar vårt arbetsgivarerbjudande samt vad vi förväntar oss av våra medarbetare och ledare. Syftet med ramverket är att alla medarbetare ska känna att deras arbete är motiverande och meningsfullt och att goda arbetsprestationer belönas.

**LEDARSKAP**

Som ledare på RugVista ingår att stödja medarbetarnas välbefinnande samt att driva deras engagemang i arbetet och bolaget. Förmåga och mod att fatta beslut, organisera, delegera och utmana samt stödja medarbetarna i deras utveckling är grundläggande förväntningar på våra ledare. Därutöver ser vi att våra ledare ska vara drivande i att kontinuerligt utveckla och förbättra processer och kompetenser inom respektive ansvarsområde. Läs gärna mer om vår organisationsvision och vårt arbetsgivarerbjudande i årets hållbarhetsrapport.

VÅRA FINANSIELLA MÅL

Styrelsen har antagit följande finansiella mål på medellång till lång sikt:

TILLVÄXT

RugVista Group har som mål att organiskt öka nettoomsättningen med omkring 20% per år.

LÖNSAMHET

RugVista Group har som mål att upprätthålla en EBIT-marginal på över 15%.

UTDELNINGSPOLICY

RugVista Group satsar sina resurser på tillväxt och verksamhetsutveckling. Därtill är RugVista Groups målsättning att dela ut upp till 50% av årets resultat till aktieägarna.



RugVistas ledningsgrupp. Från vänster: Peter Rosenfors, Maria Tholin, Carin Terins, Patricia Rajkovic Widgren, Anders Matthiesen, Michael Lindskog, Ulrika Klinkert och Henrik Bo Jørgensen.



|| HÅLLBARHETS- RAPPORT

Om den här rapporten	28
VD kommentar	29
Vår hållbarhetsvision	30
LEAD.CHANGE - vår hållbarhetsstrategi	35
Fokusområden	
PLANET	40
PEOPLE	50
BUSINESS	62
Hållbarhetsrisker	64
Samarbeten	66
Revisorns yttrande avseende den lagstadgade hållbarhetsrapporten	68

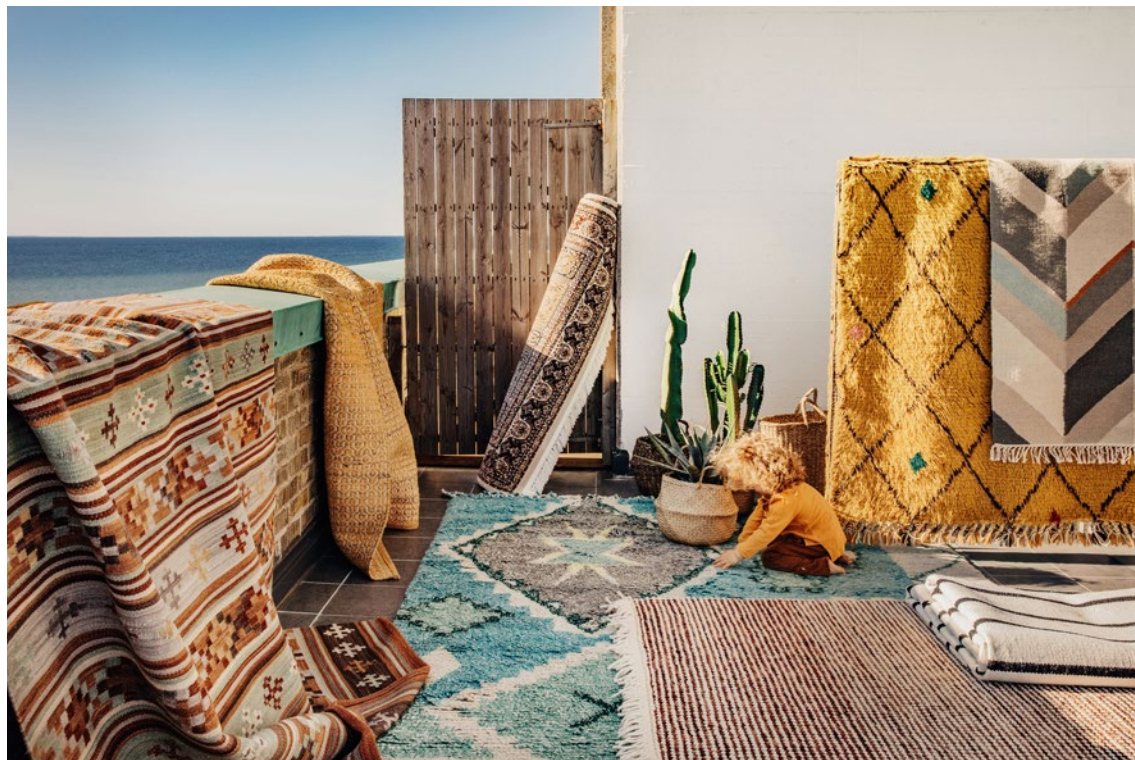
OM DEN HÄR RAPPORTEN

SYFTET MED DENNA HÅLLBARHETSRAPPORT är att kommunicera RugVistas kort- och långsiktiga hållbarhetsmål, hållbarhetsåtgärder och måloppfyllelse till alla intressenter. Den presenterar frågeställningar som avspeglar RugVistas betydande ekonomiska, miljömässiga och sociala inverkan.

Vi har utarbetat denna rapport i enlighet med årsredovisningslagens sjätte kapitel och i enlighet med GRI-standarderna: Core Option.

GRI-index publiceras på vår hemsida [rugvistagroup.com](https://www.rugvistagroup.com). Detta är vår andra hållbarhetsredovisning som utarbetats i enlighet med GRI:s riktlinjer.

Vi använder FN:s globala mål för hållbar utveckling som riktmärken. Klimatdata rapporteras i enlighet med GHG-protokollet (Greenhouse Gas Protocol). Denna rapport utges årligen och vår senaste hållbarhetsrapport presenterades i april 2021.



VD KOMMENTAR

KÄRA LÄSARE,

2021 var ett enastående år för RugVista Group. Vi nådde finansiella rekordresultat, attraherade nästan 200 000 nya kunder, tog emot nära 40 miljoner besök till våra webshoppar, lanserade ett nytt produktkoncept riktat mot en ny kundgrupp och tog andra betydande steg framåt i våra strategiska prioriteringar för att utveckla affären. Att vi under ett intensivt år präglad av utmaningar från covid-19-pandemin, också lyckades behålla fokus på hållbarhetsperspektivet och nå betydande resultat och framgångar i vårt hållbarhetsarbete gör mig särskilt stolt och glad.

Att ta ansvar och verka för en mer hållbar framtid, både från ett socialt och miljömässigt perspektiv, är något vi på RugVista anser är extremt viktigt. Vi tycker även att vi, som en av de ledande aktörerna inom den europeiska mattbranschen, behöver ta ett extra stort ansvar för att leda hela industrin mot en mer hållbar framtid. Vi har därför tydliggjort denna uppfattning och interna prioritering genom att definiera en mycket ambitiös hållbarhetsvision och utvecklat en detaljerad långsiktig hållbarhetsstrategi - LEAD.CHANGE.

LEAD.CHANGE är baserad på ett ramverk med tre huvudsakliga fokusområden, *planet*, *people* och *business* samt fem så kallade förändringskrafter genom vilka vi verkar för att nå våra hållbarhetsmål. Ramverket och strategin har visat sig användbar i vårt arbete och i årets rapport beskriver vi hur våra

nyckelvärden har utvecklats samt vilka resultat vi har uppnått i specifika projekt.

För att nämna ett par utmärkande prestationer så är jag särskilt stolt över att vi, tillsammans med våra samarbetspartners och trots de utmaningar som pandemin förde med sig, lyckades utföra 350 revisioner av våra producenter under 2021 vilket också är ett rekordantal. Ytterligare en höjdpunkt är att vi under året fick våra klimatmål formellt godkända av *Science Based Targets initiative* (SBTi). Målen omfattar en halvering av koldioxidutsläppen från vår egen verksamhet från 2019 till 2030. Genom SBTi åtagandet vill vi ytterligare bekräfta vårt engagemang samt öka transparensen och trovärdigheten i våra ambitioner. Under året välkomnade vi även 36 nya kollegor till bolaget vilket är otroligt kul och också ett bevis på att arbetet med vår organisationsvision ger resultat. Alla inom RugVista familjen har bidragit till att göra 2021 till vårt mest framgångsrika och händelserika år någonsin.

Jag vill avslutningsvis än en gång betona hur dedikerade vi är att uppnå vår hållbarhetsvision, våra hållbarhetsmål och vår organisationsvision. Årets hållbarhetsrapport innehåller en gedigen redogörelse av vårt hållbarhets- och organisationsarbete, aktiviteterna och projekt vi har utfört eller planerar att utföra samt status på de nyckeltal vi mäter.

Med vänliga hälsningar,

MICHAEL LINDSKOG

VD RugVista Group AB (publ)

VÅR HÅLLBARHETSVISION

VÅR HÅLLBARHETSVISION ÄR att leda mattbranschen mot en socialt och miljömässigt hållbar framtid. Denna vision är inte bara nödvändig ur ett miljö- och samhällsperspektiv, utan också affärsmässigt sund. Förståelse för nya hållbarhetsteman och hur de påverkar verksamheten är fortsatt viktiga faktorer för att utveckla RugVista som ledare inom hållbarhet i den europeiska mattbranschen. Genom att utnyttja vår ställning som en av de ledande aktörerna arbetar vi för att genomföra systemförändringar i vårt eget bolag, i vår värdekedja och inom branschen. Under de kommande åren ska vi fortsätta att utveckla ett systematiskt tillvägagångssätt för att identifiera hållbarhetsteman och underliggande utmaningar, liksom att hållbarhet blir fullt ut integrerat i vår verksamhet.

LEAD.CHANGE är namnet på vår hållbarhetsstrategi som ska göra det möjligt för oss att förverkliga våra 2030-hållbarhetsmål och vår vision. LEAD.CHANGE kommer att vara ledstjärnan för vår transformation och prägla vårt sätt att se på och arbeta med hållbarhet. På så sätt blir hållbarhet en integrerad del av vårt strategiska tänkande och våra dagliga affärsbeslut, så att vi med säkerhet förverkligar våra hållbarhetsmål och vår vision.

HÅLLBARHETSSTYRNING

En förutsättning för ett framgångsrikt hållbarhetsarbete är att en tydlig ansvarsfördelning är integrerad i bolagets strategi och verksamhetsstyrning. RugVistas styrelse har det övergripande ansvaret för företagets hållbarhetsarbete och har godkänt RugVistas hållbarhetsstrategi. VD har det operativa ansvaret och RugVistas Chief Organisation & Sustainability Officer (COSO) ansvarar för genomförandet av bolagets strategi och uppföljningsprocesser. COSO ingår i ledningsgruppen och rapporterar direkt till VD och lämnar en årlig resultatrapport till styrelsen.

För att nå våra mål är det viktigt att hållbarhet spelar en aktiv roll för varje enskild medarbetare inom

organisationen. De olika aktiviteterna genomförs av företagets funktionella arbetsgrupper i samarbete med hållbarhetsavdelningen. Varje medarbetare ansvarar för att bidra till RugVistas hållbarhetsarbete inom sitt respektive ansvarsområde, och medlemmarna i ledningsgruppen ansvarar för sina respektive hållbarhetsmål och säkerställer deras uppföljning och efterlevnad.

Hållbarhetsarbetet styrs av vår hållbarhetsvision, hållbarhetsstrategi, uppförandekod för medarbetare, uppförandekod för leverantörer, gemensamma policyer, mätbara mål och handlingsplaner.

RugVistas uppförandekod för medarbetare beskriver tydliga förväntningar på hur verksamheten ska bedrivas. Den innehåller tydliga krav som medarbetarna ska följa för att säkerställa att verksamheten bedrivs med transparens och en stark känsla av integritet. Uppförandekoden återspeglar engagemanget för FN:s tio Global Compact-principer och FN:s riktlinjer för företag och mänskliga rättigheter. Medarbetare och uppdragstagare som arbetar under ledning av RugVista måste följa den och bekräfta att de har läst, förstått och avser att följa koden.

Som en del av företagets ansvarsfulla inköp strävar RugVista efter att hela tiden höja de sociala, etiska, miljömässiga och människorättsrelaterade krav och förväntningar som gäller för vår leverantörskedja. Uppförandekoden för leverantörer anger de krav och förväntningar som alla leverantörer måste uppfylla när de gör affärer med RugVista. Koden ingår i leverantörsavtalet och täcker in områden som mänskliga rättigheter, korruptionsbekämpning, miljökrav, arbetsförhållanden samt hälsa och säkerhet på arbetet. Koden bygger på FN:s tio Global Compact-principer, FN:s vägledande principer för företag och mänskliga rättigheter samt OECD:s riktlinjer för multinationella företag.

RugVistas hållbarhetsarbete bygger på 7 av FN:s 17 globala mål för hållbar tillväxt. Vi har identifierat mål med stor direkt eller indirekt inverkan och som kan påverka utvecklingen framåt i hela värdekedjan.

REFLEKTIONER FRÅN HÅLLBARHETSTEAMET

Vi tror på att leva efter våra värderingar och målsättningar - vi tror att de kan öka uthålligheten i vår egen verksamhet och bidra till en hållbar framtid. Grunden för vårt arbete är vår långsiktiga hållbarhetsstrategi "LEAD. CHANGE" som är centrerad kring tre fokusområden för kontinuerliga förbättringar:

PLANET: att utveckla en cirkulär affärsmodell och minimera vår verksamhets miljöpåverkan genom en meningsfull omvandling av verksamheten.

PEOPLE: att stärka vår leverantörskedja genom att hjälpa våra affärspartners att arbeta mer hållbart samt att utveckla en arbetsmiljö där alla våra medarbetare känner sig inkluderade, uppskattade och får stöd för att uppnå sin fulla potential.

BUSINESS: att upprätthålla en god styrning och ansvarsfull affärspraxis.

Dessa fokusområden återspeglar de mest väsentliga aspekterna av vår

verksamhet och våra intressenters förväntningar och kommer att lägga grunden för vårt hållbarhetsarbete under åtskilliga år framöver. Vi strävar efter en transparent resa där vi delar med oss och lär oss av andra som står inför liknande utmaningar och möjligheter. Vi är stolta över vad vi hittills har uppnått, och när vi nu höjer ribban vill vi fortsätta att utmana branschen och inspirera andra att följa efter.

Vi vill tacka vårt team, kollegor, affärspartners, aktieägare och andra intressenter för det stöd som de visat för RugVistas hållbarhetsinitiativ, inte minst under en tid präglad av plötsliga utmaningar till följd av covid-19. Vi arbetar tillsammans för att leda förändringen mot en bättre och mer hållbar morgondag.

Dialogen med våra kunder, ägare och andra intressenter kring vårt hållbarhetsarbete ger oss värdefulla insikter till vår fortsatta utveckling så kontakta oss gärna för att ställa frågor eller ge input.



PATRICIA RAJKOVIC WIDGREN

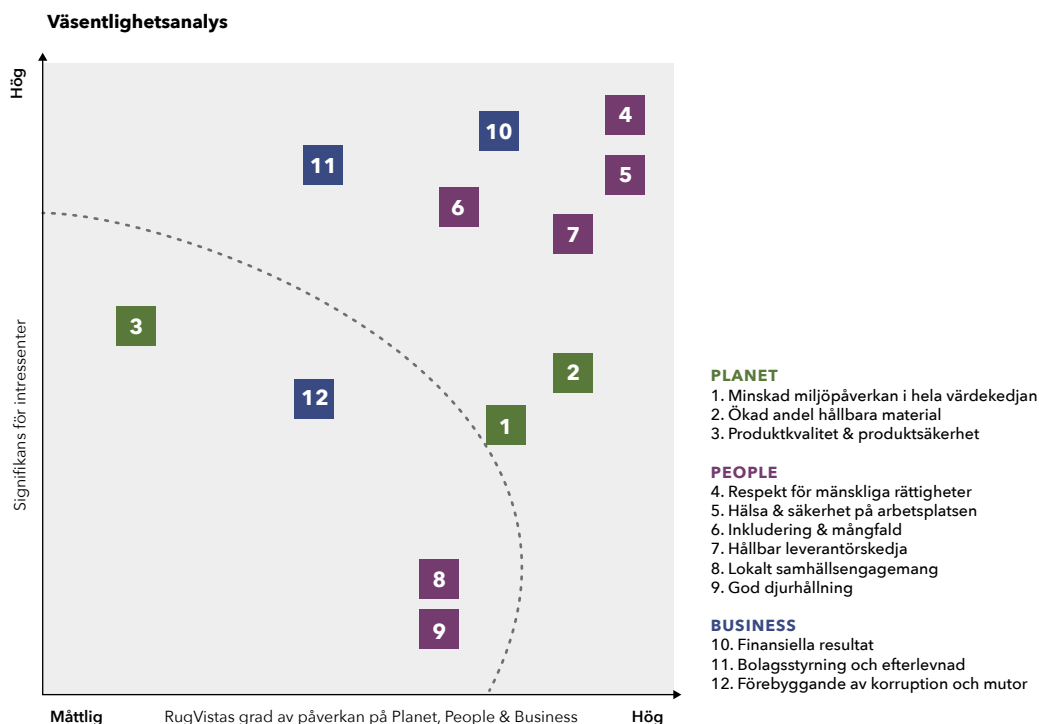
Chief Organization & Sustainability Officer

BEATRICE PERLMAN EWERT

Sustainability Manager

TABELL FÖR HÅLLBARHETSTYRNING

GLOBALA MÅL	ÄMNEN	HANTERING/POLICYS	MÅL	2021 ÅRS AKTIVITETER	UPPFÖLJNING	ANSVAR
	Ekonomiskt resultat.	Interna finansiella mål.	Att säkerställa en ekonomiskt hållbar verksamhet över tid och att verksamheten uppfyller och förväntningar från ägare, styrelse och ledning.	OKR (Objectives & Key Results) och prognoser.	Månatliga redogörelser till ägare och styrelse.	CEO, CFO.
 	Ökad andel av återvunnet/hållbart material.	LEAD.CHANGE-strategin.	Att säkerställa att de valda materialen faktiskt bidrar till vårt mål att öka andelen återvunnet, återanvänt eller naturligt material till 80% fram till 2030.	Börja sälja tryckta mattor av 80% återvunnen bomull.	Kvartalsvis analys av material i lager.	CDPO.
   	Minskad miljöpåverkan.	LEAD.CHANGE-strategin, uppförandekod för leverantörer.	Arbete för att minska lastbilstransporterna. Att uppmontra leverantörer att använda energi från förnybara källor, exempelvis solpaneler.	Revisioner genom Amfori BSCI och Label STEP och löpande kommunikation med leverantörerna där vi strävar efter att premiera bra miljöinitiativ. Minskning av affärsresor. Regelbundna diskussioner med medarbetare om miljöpåverkan och hur vi kan minska vår egen påverkan.	Årlig granskning av energiförbrukningen. Orsaken till eventuella ökningar av lastbilstransporterna måste förklaras. Ökad energianvändning måste förklaras och korrigeringsåtgärder vidtas så snart som möjligt. Om vi upptäcker att någon affärspartner systematiskt inte uppfyller våra miljökrav kommer samarbetet med leverantören/speditören i fråga att avbrytas.	COSO, CDPO, COO.
 	Produktsäkerhet.	Leverantörsavtal, förteckning över kemikalierestriktioner.	Säkerställa att produkter är säkra att använda och uppfyller kundernas förväntningar och lagstadgade krav.		Om otillåtna kemikalier/innehåll upptäcks kommer produkterna att stoppas och förstås om inget annat alternativ är möjligt.	CDPO, COSO, L&C.
 	Goda arbetsförhållanden och arbetshälsa och säkerhet (egen verksamhet och leverantörs-kedja).	Uppförandekod för leverantörer. Kollektivavtal, systematiskt arbetsmiljöarbete.	God hälsa och stämning i personalen bidrar till ett lönsamt företag, gynnar samhället och är viktig för den personliga utvecklingen.	Förebyggande insatser för hälsa och säkerhet – på lagren och huvudkontoret. Erbjudande om företagshälsövärd, massage och friskvårdsbidrag. Säkerhetsutbildning och skyddsronder.	Regelbundna tredjepartsrevisioner. Rapportering av olyckor och tillbud. Uppföljningssamtal med medarbetare.	COSO, arbetsmiljöchefer.
  	Säkerställande av mänskliga rättigheter genom hela värdekedjan.	Uppförandekod för leverantörer.	Syftet är att eftersträva en säker och trygg arbetsmiljö och att leverantörerna ska respektera mänskliga rättigheter.	Revisioner genom amfori BSCI och Label STEP. Löpande kommunikation med leverantörerna.	Revisioner genom Amfori BSCI och Label STEP och löpande kommunikation med leverantörerna. Utbildning genom amfori BSCI:s utbildningssystem.	COSO, CDPO.
 	God affärsetik.	Uppförandekoder för RugVistas leverantörer och medarbetare, leverantörsavtal, personalpolicy och bolagets värderingar.	Målet är en god regellefterlevnad och att på bästa sätt förhindra korruption och bedrägeri.	Utbildning i korruptionsbekämpning.	Internutbildning, implementering av bolagets värderingar.	CEO, L&C, CFO, COSO.
 	En sund och inkluderande företagskultur med icke-diskriminering, mångfald och jämställdhet.	Anställningsvillkor, uppförandekod för RugVista-anställda, personalpolicy och bolagets värderingar.	Vi strävar efter att vara regionens bästa och mest attraktiva arbetsgivare.	Utvecklingsgenomgångar, månatliga medarbetarenkäter, regelbunden kommunikation mellan chefer och teammedlemmar.	Lönerevisioner, utvecklingsgenomgångar, månatliga medarbetarenkäter, handlingsplaner baserade på resultat av medarbetarenkätarnas resultat.	Ledningsgrupp.
 	Kompetensutveckling och karriärmöjligheter för medarbetarna.	RugVista People, utvärderings- och utvecklingsproess.	Vi strävar efter att locka till oss den kommande generationens stjärnor. Detta arbete är en del av vårt värdeerbjudande som arbetsgivare och syftar till att säkerställa att vi har rätt kompetens för att uppnå våra strategiska mål.	Utvecklingsgenomgångar med en personlig utvecklingsplan.	Regelbunden handledning och uppföljning med chefen.	CEO, COSO.
 	Förebyggande av korruption och mutor.	Intern policy för korruptionsbekämpning, uppförandekod för RugVistas anställda och samt riktlinjer.	Alla relationer som RugVista är engagerade i ska kännetecknas av god affärsetik.	Allmän information om korruptionsbekämpning kommuniceras till nyckelmedarbetare.	RugVistas visuellblåsarssystem.	CEO, L&C, CFO, COSO.



INTRESSENTENGAGEMANG

Genom ett systematiskt hållbarhetsarbete skapar RugVista goda förutsättningar för ett hållbart och ökat mervärde till våra intressenter. Vi har en pågående dialog med de intressenter som påverkar eller påverkas av vår verksamhet. Dialogen syftar till att ge intressenterna en möjlighet att säga sin åsikt om vilka hållbarhetsfrågor som är viktigast för dem och om hur RugVista på olika sätt påverkar planet, människor och verksamhet.

Vi har identifierat våra viktigaste intressenter till att vara våra kunder, vårt team, potentiella medarbetare, våra leverantörer och deras anställda, våra ägare, myndigheter, föreningar och lokalsamhällen.

En insikt i de hållbarhetsfrågor som är viktigast för våra intressenter är avgörande för att kunna prioritera rätt aktiviteter och öka värdeskapandet. Under våren 2019 genomfördes en strukturerad intressentdialog med medarbetare, ägare, leverantörer och kunder med hjälp av bland annat enkäter och intervjuer. I januari 2021 kompletterades dialogen med ytterligare enkäter som besvarades av anställda, ledning och ägare. Våra leverantörers anställdas röst

beaktas genom regelbundna revisioner som utförs av ackrediterade tredjepartsrevisorer.

VÄSENTLIGHETSANALYS

Vi visualiserar vår värdering *Focus on Impact* genom att prioritera de hållbarhetsfrågor som är viktigast för våra intressenter och för vår sociala och miljömässiga påverkan. Med våra intressentdialoger i beaktande har vi analyserat våra viktigaste hållbarhetsprioriteringar och de har införlivats i vår hållbarhetsstrategi och fungerar som kompass vid kartläggningen av framtida resultat.

Den primära analysen av viktiga hållbarhetsfrågor slutfördes 2019 och i januari 2021 gjorde vi en uppdatering för att säkerställa att vår prioritering av frågorna är fortsatt aktuell.

Vår väsentlighetsanalys mynnade ut i en lista över våra mest väsentliga frågor. Se även tabellen för hållbarhetsstyrning på sidan 32. Detta är dessa aspekter som ligger till grund för hållbarhetsredovisningen i enlighet med GRI (Global Reporting Initiatives).



LEAD.CHANGE - VÅR HÅLLBARHETSSTRATEGI

OM VI VILL förverkliga vår hållbarhetsvision, och om vi vill engagera våra kunder, anställda och andra intressenter, måste vi vara en del av lösningen på hållbarhetsutmaningarna. Vi är dessutom fast beslutna att inte bara vara en del av hållbarhetslösningen, utan även att leda förändringen i vår bransch.

Vår ambition är att maximera värdeskapandet för våra olika intressenter och minimera vår värdekedjas negativa inverkan på människor och miljö.

År 2020 lanserade vi en ny hållbarhetsvision, "att leda mattbranschen mot en socialt och miljömässigt hållbar framtid". Vår hållbarhetsstrategi, LEAD.CHANGE, som fokuserar på tre områden:

Planet, People och Business hjälper oss att uppnå visionen. Hållbarhetsstrategin ligger till grund för våra 2030-hållbarhetsmål och syftar till att integrera hållbarhet i alla delar av vår verksamhet och i hela värdekedjan.

Vi har definierat fem förändringskrafter som behöver engageras för att vi ska kunna nå våra hållbarhetsmål:

- vårt team
- våra kunder
- våra affärspartners
- våra affärsmetoder
- vår kommunikation.

FOKUSOMRÅDE

FÖRÄNDRINGSKRAFTER

SYFTE

PLANET Utveckla en cirkulär affärsmodell & minska vår miljömässiga påverkan	 VÅRT TEAM	Driva hållbarhet i hela verksamheten
PEOPLE Främja inkludering & socialt ansvar	 VÅRA KUNDER	Engagera och inspirera kunder att konsumera mer hållbart
BUSINESS Upprätthålla god förvaltning & ansvarsfull affärspraxis	 VÅRA AFFÄRSPARTNERS	Stötta bolagets affärspartners i att utveckla hållbara affärsmetoder
	 VÅRA AFFÄRSMETODER	Upprätthålla en fungerande och effektiv styrning genom standarder, policyer och uppförandekod
	 VÅR KOMMUNIKATION	Vara transparenta om bolagets verksamhet, framsteg, ambitioner och utmaningar

HÅLLBARHETSMÅL

Vi har satt upp flera mål för en hållbar framtid och kommer ständigt att utmana oss själva genom att ständigt revidera dem och sätta nya mål, eller att revidera målen så att de blir ännu ambitiösare.

Det här är RugVistas främsta målsättningar inom våra tre fokusområden:

PLANET	PEOPLE	BUSINESS
Till 2030 ska • vi öka andelen naturligt, återvunna eller återanvänt material till 80% • vi minska utsläppen av växthusgaser med 50% (basår 2019) • allt emballage vara framställt av cirkulärt eller annat hållbart material	Till 2025 ska • 100% av våra leverantörer ingå i RugVistas system för sociala revisioner • RugVistas employee Net Promotor Score nå upp till 60	Till 2025 • ska 100% av alla tier 2 underleverantörer vara kartlagda

FN:S GLOBALA MÅL FÖR HÅLLBAR UTVECKLING

Våra hållbarhetsmål har en tydlig förankring i FN:s globala mål för hållbar utveckling, Agenda 2030. De globala utvecklingsmålen består av 17 globala mål, som antagits av FN:s generalförsamling och sedan godkänts av FN:s samtliga medlemsstater 2015, med syftet att åstadkomma en bättre och mer hållbar framtid för alla senast 2030. Målen för hållbar utveckling omfattar ett brett spektrum av sociala och ekonomiska utvecklingsproblem. Dessa är bland annat fattigdom, svält, hälsa, utbildning, klimatförändringar, jämställdhet, vatten, sanitet, energi, urbanisering, miljö och social rättvisa.

RugVista fokuserar på sju mål, där vi bedömer att vi har störst möjlighet att bidra och göra skillnad.



MÅL NUMMER 5: JÄMSTÄLLDHET

RugVista åtar sig att ge lika möjligheter till varje kvinna och man som är anställd i företaget. Vi anser att detta är en fråga om social rättvisa, vilket är en förutsättning för en hållbar utveckling av marknadsekonomin. RugVista har åtagit sig att ha 40–60% kvinnor i ledningsgruppen, vilket vi nådde under 2020 och bibehåller under 2021. Vi fortsätter att bygga ett mångfaldigt och inkluderande bolag som välkomnar och uppmuntrar extraordinära individer oavsett kön och kulturell bakgrund.



MÅL NUMMER 6: RENT VATTEN OCH SANITET FÖR ALLA

RugVista åtar sig att skydda vattnet, en viktig och alltmer otillräcklig resurs, genom att arbeta tillsammans med våra leverantörer för att stärka vattencykeln på lokal nivå och införa hållbara metoder i hela vår värdekedja. Hållbar vattenanvändning är ett av RugVistas fokusområden, oavsett om det gäller direkt användning i våra anläggningar eller inom leverantörskedjan.



MÅL NUMMER 13: BEKÄMPA KLIMATFÖRÄNDRINGARNA

Det är vårt ansvar att bidra till att klimatförändringarna bekämpas liksom att bidra till en ekonomi som inte är beroende av fossila bränslen. RugVista har åtagit sig att bli ett klimatneutralt företag senast 2040, vilket vi kan uppnå endast i samarbete med leverantörer, kunder och lokalsamhällen. Under 2021 har vi förbundit oss till initiativet *Science Based Targets*, vilket säkerställer att våra CO₂-mål ligger i linje med vetenskapen. För att nå vårt mål är det första steget att förbättra vår verksamhet och vår energiintensitet och, i ett senare steg, att byta ut den återstående energiförbrukningen mot energi från förnybara källor.



MÅL NUMMER 8: ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT

Vi ser våra medarbetare som vår viktigaste tillgång och det är viktigt att erbjuda konkurrenskraftiga och säkra arbetsförhållanden i hela organisationen. År 2015 anslöt sig RugVista till amfori BSCI och godkände deras uppförandekod som bygger på den Internationella arbetsorganisationens (ILO) konventioner och deklarationer, FN:s vägledande principer för företag och mänskliga rättigheter samt principerna från organisationen för ekonomiskt samarbete och utveckling (OECD). Alla våra leverantörer har skrivit under och åtagit sig att följa kodens 11 grundläggande arbetsrelaterade rättigheter.



MÅL NUMMER 16: FREDLIGA OCH INKLUDERANDE SAMHÄLLEN

Ansvarsfulla affärsmetoder är avgörande för att uppnå RugVistas vision och en förutsättning för en framgångsrik verksamhet, en hållbar och lönsam tillväxt och välmående samhällen. För att uppnå detta har RugVista infört policyer och rutiner för alla anställda och affärspartners, däribland en uppförandekod för medarbetare, en uppförandekod för leverantörer och en personuppgiftspolicy. Det hjälper oss med att införa en efterlevnadskultur och minska de tillhörande riskerna.



MÅL NUMMER 12: HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION

Vi vill inspirera kunderna till hållbara val genom att ta fram mattor och erbjuda kollektioner av mattor som är gjorda av naturliga, hållbara material. Vi har som mål att leda förändringen i vår bransch, till att stegvis övergå till mer hållbara och cirkulära modeller i hela värdekedjan. En cirkulär affärsmodell är en förutsättning för att uppnå vårt långsiktiga mål om en klimatneutral verksamhet senast år 2040. Arbetet innefattar att utveckla nya material, nya sätt att framställa och använda material och produkter, och hur de sedan kan underhållas, lagas, återanvändas och återvinnas.



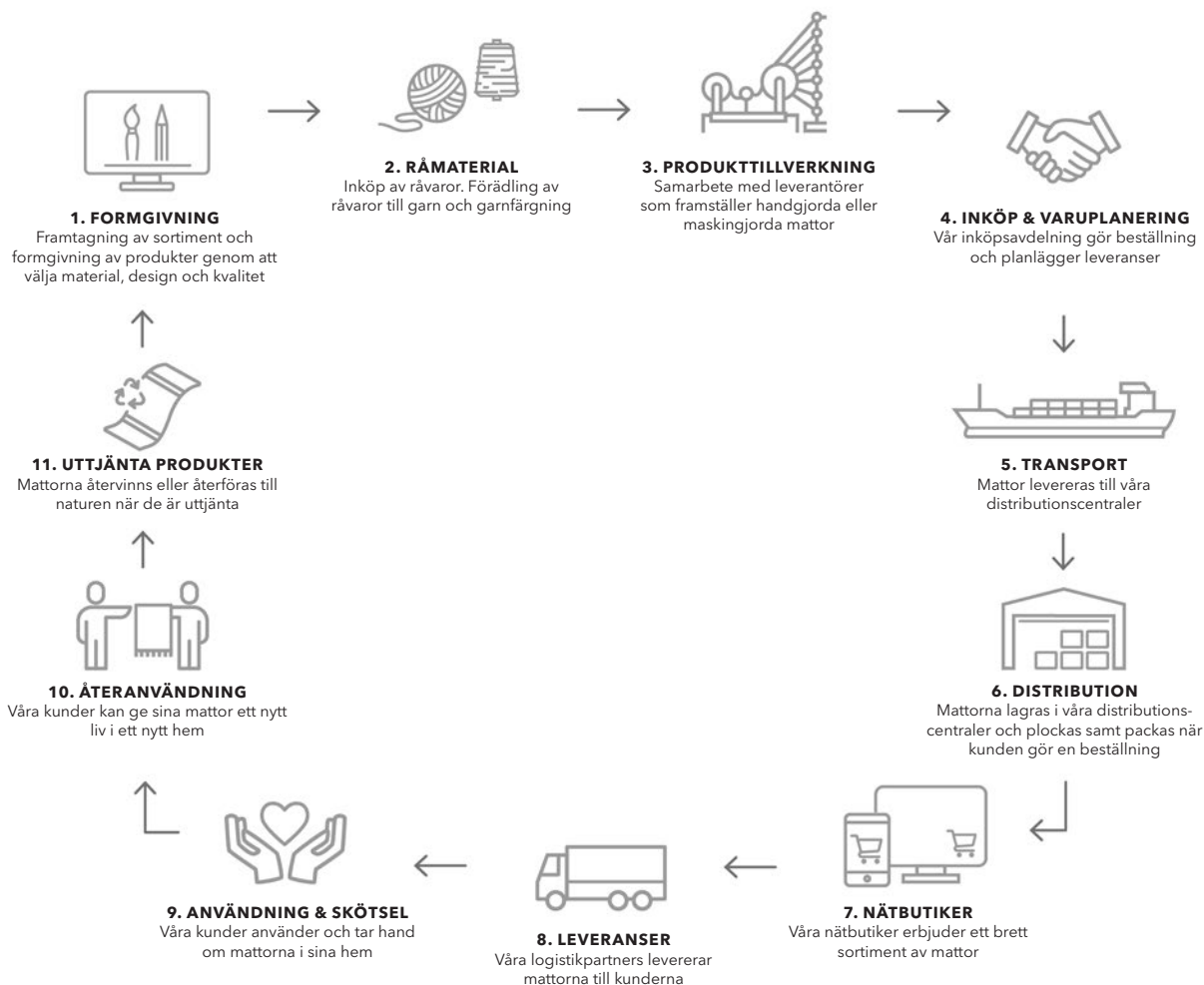
MÅL NUMMER 17: GENOMFÖRANDE OCH GLOBALT PARTNERSKAP

För RugVista, som är ett relativt litet bolag, är det avgörande med samarbete och partnerskap över gränserna för att vi ska kunna förverkliga vår vision och våra mål och bidra till Agenda 2030. I vårt arbete med leverantörskedjan samarbetar vi med organisationer som amfori BSCI, Label STEP och Kemikaliegruppen för att säkerställa att leverantörerna utvecklas i riktning mot våra högt ställda normer. Läs mer under avsnittet samarbeten.

VÅR VÄRDEKEDJA

Vår ambition på lång sikt är att bidra till en resurs-effektiv och ansvarstagande värdekedja. För att hantera verksamhetens positiva och negativa konsekvenser på ett effektivt sätt måste vi förstå var i värdekedjan som var och en av de väsentliga frågorna

faktiskt påverkar. Vårt ansvar sträcker sig bortom verksamhetens omedelbara inverkan och omfattar också indirekt påverkan genom affärsrelationerna till våra intressenter. Genom att beakta värdekedjan kan vi identifiera möjligheter och risker, förstå gränser, hur stor möjligheten är att påverka värdekedjans olika delar och hur värde skapas för intressenterna.



Vi har analyserat hur stor möjlighet RugVista har att påverka de olika delarna i värdekedjan.

Vi har en direkt påverkan på följande delar i värdekedjan:

1. FORMGIVNING

Vårt utvecklingsarbete kommer att fokusera på att utforma produkter som ger hållbarhetsfördelar i materialval, produktion och kundanvändning.

4. INKÖP & VARUPLANERING

Vi kommer att fokusera på att minska negativ påverkan genom att utveckla hållbara inköpsprocesser samt planera för och upprätthålla ett hållbart produktutbudande.

6. DISTRIBUTION

Vi har för avsikt att reducera distributionens miljöverkan genom optimerade förpackningar och transportval som bidrar till att göra vår distribution så effektiv som möjligt.

7. NÄTBUTIKER

Vi ska visa hur kunder kan göra hållbara val genom att lyfta fram information om produkternas hållbarhet, inkludera information om hur kunden kan ta hand om sin matta, och vad man kan göra när man inte längre vill behålla den. Därigenom bidrar vi till att främja ett mer hållbart beteende hos våra kunder.

FOKUS: PRODUKTILLVERKNING

RugVista erbjuder ett brett utbud av mattor, alltifrån maskintillverkade polyesterbäddmattor till handknutna ullmattor. De processer som ingår i produkttillverkningen varierar därför beroende på typen av matta.

Här följer en förenklad översikt över de olika steg i tillverkningen. Vi arbetar med att fördjupa vår förståelse för de miljömässiga och sociala konsekvenserna av respektive steg och att sätta upp motsvarande mål och planer som är nödvändiga:

**1. Råvara**

Det första steget i själva produktionen av mattan är inköp av råmaterial. Vi samarbetar med leverantörerna i valet av råmaterial och strävar efter ett ännu närmare samarbete för att kunna skynda på processen att göra hållbarare val. Mer information om de olika slags fibrer som används i våra mattor finns i avsnittet om material i kapitlet Planet.

**2. Garnförädling**

Garnförädlingen omfattar flera steg där råmaterialets fibrer omvandlas till garn som är lämpligt för mattor. Metoderna kan variera beroende på råmaterialets naturliga egenskaper såsom fibrernas längd. Spinning och tvinning är viktiga steg för att garnet ska få önskad kvalitet, ofta mätt i form av täthet.

**3. Färgning**

Olika färgningstekniker används, däribland råmaterialfärgning, konfärgning, hängfärgning och intervallfärgning. Färgvalet påverkas av faktorer kvantitet, mönster och pris. De färger som används är antingen naturliga eller konstgjorda. Alla måste uppfylla bestämmelserna i vårt kemikalieavtal, som leverantörerna har undertecknat. Dessutom utförs stickprov för att säkerställa efterlevnaden. Vattenanvändningen och avloppshanteringen är också viktiga fokusområden under färgningssteget.

**4. Vävning**

Mattorna kan vara antingen maskintillverkade eller handgjorda, vilket ger ett brett urval av stilar och kvaliteter men också olika miljömässiga och sociala effekter beroende på metod.

Maskintillverkade mattor görs huvudsakligen i Turkiet, i stora mängder, i fabrik och relativt kort tid krävs för att producera en matta.

För handgjorda mattor finns flera metoder:

Slätvävda mattor skapas genom att sammanfläta varp och väft, vilket ger en relativt tunn matta utan lugg. Tekniken används till exempel i Kilim-mattor och används ofta i Indien, Afghanistan och Iran.

Våra handvävda mattor tillverkas främst i fabriker i Indien, med hjälp av en speciell vävstol som gör det möjligt att arbeta snabbare än vid traditionell handknytning. Denna teknik medger inga avancerade mönster. Beroende på mattans storlek kan flera vävare vara inblandade i tillverkningen av en matta.

Våra handtuftade mattor tillverkas ofta i Indien, med hjälp av en tuftpistol som trycker öglor av garn genom en bottenväv. Handtuftning är en teknik som gör det möjligt att skapa detaljerade mönster. Den används ofta till ullmattor med moderna mönster.

Handknytning är en metod som ofta används för unika mattor, såsom traditionella persiska mattor. Det tar tid och gör det möjligt att skapa intrikata mönster.

**5. Tvätt och efterbehandling**

Tvätt- och efterbehandlingsstegen skiljer sig åt beroende på vilken vävteknik som använts. För maskintillverkade mattor kan detta steg inkludera tillskärning och hopflätning av kanterna. Vissa typer av handgjorda mattor tvättas och torkas i solen medan andra kontrolleras direkt efter vävningen i obligatoriska kvalitetskontroller innan de är redo att skickas.

LEAD.CHANGE FOKUSOMRÅDE PLANET

PARALLELLT MED DE kvarvarande globala utmaningarna i samband med covid-19, fortsätter klimatförändringarna att vara den mest akuta långsiktiga utmaning som planeten står inför. Sambandet mellan utarmningen av världens naturresurser, den globala uppvärmningen och den minskade biologiska mångfalden blir allt tydligare för varje dag. Vi välkomnar innerligt klimatöverenskommelsen från Glasgow och dess ansträngningar för att ytterligare mobilisera världen kring en begränsning av den globala uppvärmningen till 1,5 °C.

På RugVista fortsätter vi arbetet för att minska vår påverkan på planeten. Strävan efter en cirkulär affärsmodell samtidigt som vi utforskar andra sätt att minska vårt klimatavtryck är kontinuerligt pågående insatser. Under 2021 har vi anslutit oss till *Science Based Targets-initiativet* och gått över till förnybar el i våra egna anläggningar. Samtidigt stöder vi de framsteg som görs inom leverantörskedjan i och med att fler tillverkare går över till solpaneler och använder återvunnet material i produktionsprocessen.

MÅLSÄTTNING	MÅL		RESULTAT	
	2030	2025	2021	2020
Andelen naturligt, återvunnet eller återanvänt material av det totala kunderbudandet	80%	75%	70,5%	71,1%
% förändring av koldioxid (CO ₂)-utsläpp i <i>scope 1</i> jämfört med basåret 2019	-50%	-25%	-16%	-42%
% förändring av CO ₂ -utsläpp i <i>scope 2</i> jämfört med basåret 2019	-50%	-25%	-43%	-10%
% förändring av CO ₂ -utsläpp i <i>scope 3</i> jämfört med basåret 2019	-50%	-25%	16%	-29%
Emballage framställt av cirkulärt eller annat hållbart material	100%	100%	0%	0%

MOT EN CIRKULÄR STRATEGI

Cirkulär ekonomi är ett systembaserat ramverk för att lösa globala utmaningar som klimatförändringar, förlust av biologisk mångfald, avfall och föroreningar. Vi måste tänka om kring hur vi utformar, tillverkar och använder de saker vi behöver. I stället för en linjär produktionsprocess bygger den cirkulära ekonomin på tre designdrivna principer: att eliminera avfall och föroreningar, cirkulera produkter och material och återskapa naturresurser, allt underbyggt av en övergång till förnybara energiformer och material.¹ Vi är medvetna om att denna förändring kommer att ta tid, men vet ändå att förändringen måste äga rum både för planetens och för verksamhetens långsiktiga överlevnad. På RugVista fokuserar vi på tre viktiga områden:

ETT CIRKULÄRT FÖRHÅLLNINGSSÄTT TILL HUR VÅRA MATTOR TILLVERKAS OCH ANVÄNDS

En cirkulär modell optimerar resurserna och minimerar avfallet så att resurserna utnyttjas så länge som möjligt innan de återvinns eller omarbetas. Samtidigt kan man bibehålla den finansiella stabiliteten utan att vara beroende av ändliga resurser. Ambitionen att åstadkomma cirkularitet genom hela värdekedjan börjar inte bara med formgivningen av våra mattor, utan också genom att vi hedrar och främjar den långa hantverkstraditionen inom mattbranschen. Våra mattor är framtagna för att användas under många år, vissa material håller i flera generationer. Förutsatt att det efterlevs eller att mattorna återbrukas och får nytt liv i nya hem så blir livslängden en nyckel i vårt arbete i riktning mot cirkularitet.

Det är vårt ansvar att hitta nya material och nya sätt att använda material och framställa produkter, samt att stödja och underlätta underhåll, reparation, återanvändning, restaurering och återvinning av våra mattor.

INSPIRERA KUNDERNA TILL LÅNGSIKTIGA VAL

Vi vill utbilda och hjälpa våra kunder att fatta väl-informerade köpbeslut som också tar hänsyn till mattans hållbarhet. Enbart hållbarhet kommer oftast inte vara den främsta drivkraften bakom ett köpbeslut. Vi är ändå fast övertygade om att vi kan påverka det kundens beslut genom att lyfta fram information om våra produkters hållbarhet, till exempel genom att informera om den positiva effekten av att välja en matta av återvunnet material eller äldre, restaurerade mattor. Genom att inkludera information om hur kunden kan ta hand om sin matta, och om vad man kan göra när man inte längre vill behålla den, och därigenom undvika att den hamnar på tippen, bidrar vi till att främja ett mer hållbart beteende hos våra kunder.

PRODUKTEN FÅR UTÖKAD LIVSLÄNGD I ETT NYTT HEM

Genom att informera våra kunder om hur de kan utöka mattans livslängd, antingen i sitt eget eller i någon annans hem, inspirerar vi kunderna att göra mer hållbara val. Vi inser dock att vårt ansvar sträcker

sig utöver att informera. För att gå från inspiration till handling utforskar vi hur vi kan göra det lättare för kunderna att sälja de mattor som de inte längre vill ha. I detta ingår också nya sätt för kunderna att reparera, återanvända och återvinna produkterna med målet att förlänga livslängden och minimera avfallet.

Tyvärr har våra planer på att under 2021 testköra en egen tjänst för andrahandsförsäljning skjutits fram till agendan för 2022. Vi ser med spänning fram mot hur detta ska utveckla sig.

Här är ytterligare några exempel på hur vi just nu arbetar mot cirkularitet:

GAMLA MATTOR RESTAURERAS OCH FÅR ETT NYTT LIV

Våra leverantörer köper upp vackra äldre ullmattor i Asien och Mellanöstern. Dessa kan på olika sätt restaureras för att få ett nytt liv hos våra kunder. Den första kategorin är äldre mattor som fortfarande är i gott skick. Restaureringen av de äldre mattorna kan ske på tre olika sätt:

- Äldre unika ullmattor tvättas för att få tillbaka sin lyster
- Våra Colored Vintage-mattor tvättas och färgas om
- På våra Patina-mattor rakas luggen och färgas sedan om

Den andra kategorin är fina handgjorda mattor som fått leva i generationer hos människor runt om i världen men där tiden börjar ta ut sin rätt. När mattorna börjar få slitna fläckar så tas de till vara på och köps upp av våra leverantörer som sedan använder bitar av mattorna för att låta skapa nya vackra unika Patchwork-mattor.

I slutet av 2021 bestod cirka 4% av vårt sortiment av restaurerade mattor som fått ett nytt liv.

FÖRLÄNGD LIVSLÄNGD FÖR DEFEKTA MATTOR

Vi har sedan 2018 ett samarbete med GIAB, vars affärsidé bygger på återförsäljning av överblivna eller defekta produkter till konsumenter. Hit skickar vi mattor som är defekta eller som inte klarar våra högt ställda kvalitetskrav. På så sätt kommer mattorna till användning hos GIAB:s kunder i stället för att destrueras.

EMBALLAGE

Alla mattor emballeras innan de skickas till kund för att skyddas mot skador. För oss är det viktigt att minska mängden emballage och dess påverkan på miljön. Därför har vi satt som mål att allt vårt emballage ska vara framställt av cirkulärt eller hållbart material senast 2025. I december 2020 inleddes ett nytt projekt med målet att ha provat och utvärderat tallojbaserad och återvunnen plast vid utgången av 2021. Dock har detta försök försenats på grund av utmaningar med vår nya förpackningsmaskin samt leveransproblem hos leverantören. Under första halvåret 2022 hoppas vi kunna börja använda förpackningar från återvunna

1. <https://ellenmacarthurfoundation.org/>

källor. Under 2021 tog vi ändå ett viktigt steg i att minska mängden förpackningar som används genom att minska plasttjockleken med 33% i våra egna anläggningar.

MATERIAL

Valet av material är centralt för att minska miljöpåverkan. Vi vet att vi har ett stort ansvar, särskilt eftersom detta är ett område som kan själva styra över. Vi vill ständigt öka andelen återvunnet material vilket har den stora fördelen både av att avfalls-material slipper gå till tippen och att användningen av nya råvaror (och kemikalier, energi och vatten som går åt för att framställa dem) minskar. Med produkter som mattor, där det är vanligt med lång livslängd, är vår fokus på att också öka andelen naturmaterial. Dessa material har positiv inverkan på produkternas hållbarhet och minskar därmed användningen av nytt råmaterial över tid samtidigt som det är återvinningsbart och naturligt nedbrytningsbart. Vi utvärderar också alternativa material, som på olika sätt är mer hållbara, för våra mattor.

Det är komplicerat att förstå vilka de hållbaraste materialen är, bland annat med tanke på våra produkters livslängd i kombination med miljöpåverkan från råvaruprocessen. För att vi lättare ska kunna göra mer hållbara materialval planerar vi ta fram en guide för materialklassificering under 2022 med stöd från en fristående tredje part. Detta kommer att ge ytterligare vägledning till vår inköps- och designavdelning när de ska göra hållbara materialval och samtidigt hjälpa kunderna att göra mer hållbara val.

Vårt mål är att köpa in 80% återvunnet, återanvänt eller naturligt material till 2030. Under 2021 nådde vi 70,5%, vilket är en liten minskning från 71,1% år 2020. Största förklaringen till den marginella minskningen är den planerade ökningen av de totala lagervolymer. Även om de absoluta talen ökade för samtliga kategorier var ökningen relativt sett högre för de petroleumbaserade mattorna. Delar av vårt sortiment kommer från mer hållbara källor i form av

återanvända mattor, däribland *Vintage*, *Patchwork* och återfärgade mattor. För år 2021 har dessa mattor skilts ut från ullkategorin och tagits med i vår kategori för återvunna och återanvända mattor för att ge ytterligare detaljer om mixen i vårt sortiment. Vi kunde därför se en anmärkningsvärd förskjutning av dessa två kategorier mellan 2021 och 2020.

Dessa material används främst i våra mattor:

NATURLIGA FIBER

Ull

Ett naturligt förnybart material, som också är bland de mer slitstarka materialen. En ullmatta kan ha en livslängd som sträcker sig över flera generationer vilket ger lägre miljöpåverkan än många andra material sett till hela livscykel. Ull är också biologiskt nedbrytbart och lätt att återvinna. Ullens materialegenskaper hjälper till att bevara mattans ursprungliga form och är också naturligt smutsavvisande vilket bidrar till att förlänga livslängden på dessa mattor.

Bomull

Bomull är en naturlig, förnybar och biologiskt nedbrytbar fiber. Den kommer från bomullsbusken som trivs i ett varmt klimat. För att växa behöver däremot bomullsbusken mycket sol och vatten och därför krävs ofta konstbevattning. Även vid färgning och beredning används stora mängder vatten. RugVista erbjuder ett brett urval av bomullsmattor, och bomull används även i varpen på våra mattor.

Jute

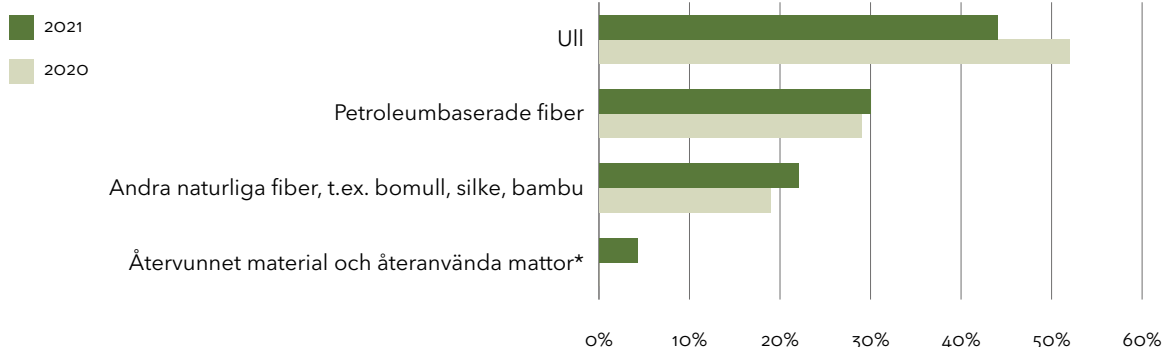
Jute är en subtropisk växt med mjuk, glänsande växtfiber som kan spinns i grova, starka trådar. Jute-mattor har lång livslängd och materialet är naturligt återvinningsbart. Jute används i både lugg och varp på våra mattor.

Silke

Silke är en naturfiber som kommer från fjärilslarver och en av de starkaste naturfibrerna som finns. Silke

RUGVISTAS MATERIALMIX

(% AV DEN TOTALA LAGERVOLYMEN VID ÅRETS SLUT)



*De återanvända mattorna ingick i ullkategorin år 2020 och har skilts ut år 2021. Återanvända mattor inkluderar mattor som är äldre än 20 år och kan exempelvis vara Patchwork, Vintage eller återfärgade mattor.



används för att framhäva detaljer i ullmattor och i mer exklusiva mattor kan silke utgöra hela luggen och ibland till och med varpen. Silke är ett helt naturligt material och därmed återvinningsbart.

Viskos

Viskos är en konstfiber som påminner om silke och baseras på naturliga material som till exempel bomull eller cellulosa. Det är ett förnybart material vilket är bra ur hållbarhetssynpunkt. Viskos är dock en relativt kemikalieintensiv fiber men har potential genom en hållbar produktion av råvara samt ökad användning av återvunna fibrer.

PETROLEUMBASERAD FIBER

Polyester

Denna konstfiber görs oftast av petroleum och är känd för att vara hållbar och lätt att rengöra, vilket gör den till ett lämpligt material för mattor. Ett stort problem med den polyester som används till textilier är att mikroplaster fälls ut i tvättvattnet. I och med skillnader i användarfasen mellan textilindustrins olika sektorer är detta ett betydligt mindre problem för mattbranschen jämfört med exempelvis modebranschen. Fokuset på att minska användningen av konventionell polyester beror snarare på produktionsprocessens negativa miljöpåverkan då den tillverkas av en icke-förnybar resurs genom en energiintensiv process.

Polypropen

Polypropen är, liksom polyester, en petroleum-baserad konstfiber, men dess källmaterial kommer från propylengas, som är en biprodukt från produktionen av olja och naturgasproduktion. Det används

ofta i maskinvävda mattor på grund av uppskattade egenskaper som färgäkthet och fläcktålighet och att materialet ger en fin lyster till mattan.

Vinyl

PVC, eller vinyl som det också kallas, produceras vanligtvis av natriumklorid, olja eller naturgas. Våra vinylmattor tillverkas av svensk ftalatfri vinyl med hög UV beständighet och är godkänd enligt REACH och ROHS. Materialet har en mycket lång livslängd vilket långsiktigt ger en låg miljöpåverkan.

ÅTERVUNNA FIBRER

Återvunnen polyester

Återvunnen polyester är en lämplig ersättning för vanlig polyester och tillverkas huvudsakligen av förbrukade och återvunna PET-flaskor. Genom att använda återvunnen polyester förhindras att avfall läggs i deponier samtidigt som det utesluter fossilbränsleindustrin. Egenskaperna är desamma som för konventionell polyester och är därför väl lämpad för mattor som blir mjuka och bekväma.

Återvunnen bomull

Återvunnen bomull framställs av textilrester från produktionen eller av textilavfall från konsumentledet. Det återvinns mekaniskt, mals ned till i fibrer och spins till nytt garn som blir till ny textil. Genom att använda återvunnen bomull undviks den vatten-, kemikalie- och energikrävande processen för framställning av ny bomull och miljöpåverkan minskas drastiskt². Under 2022 lanserar vi vår första kollektion med tryckta mattor av mer än 80% återvunnen bomull, certifierad enligt Global Recycled Standard.

2. Higg Material Sustainability Index <https://apparelcoalition.org/higg-product-tools/>

PRODUKT- OCH MATERIALSTANDARDS

Produktsäkerhet och materialstandarder är viktiga aspekter av arbetet mot en mer hållbar industri. Alla leverantörer måste underteckna vårt leverantörsavtal, där det framgår att de är skyldiga att uppfylla våra kvalitets-, kemikalie- och säkerhetskrav. Vi arbetar hela tiden för att säkerställa att våra leverantörer hanterar kemikalier på ett säkert och korrekt sätt, vid tillverkningen av mattorna, och hela tiden utvärdera och genomföra produktriskbedömningar utifrån en försiktighetsprincip.

Leverantörerna testar mattorna regelbundet för att säkerställa att de uppfyller de kemiska kraven, och vi utför regelbundna tester på ackrediterade tredjeparts-laboratorier och tar stickprov under produktionen.

Med jämna mellanrum utvärderar vi också relevanta materialstandarder som vi tror kan hjälpa branschen mot en hållbar framtid.

Här kan du läsa mer om de organisationer och standarder som vi för närvarande förlitar oss på:

RISE Kemikaliegruppen

RugVista är medlemmar i RISE Kemikaliegruppen, ett nätverk som tar fram rekommendationer i kemikalie- och miljörelaterade frågor. Samtliga våra leverantörer måste underteckna en skriftlig överenskommelse att följa Kemikaliegruppens kemikalierestriktionslista som följer EU-lagstiftning (REACH, BPR och EU:s avfalls-

lagstiftning) och den internationella kemikalielagstiftningen (POPS). Vi försöker hålla oss uppdaterade om den senaste utvecklingen genom vårt samarbete med RISE Kemikaliegruppen.

OEKO-TEX®

Alla maskintillverkade mattor från Turkiet är certifierade enligt STANDARD 100 från OEKO-TEX®, vilket innebär att produkten uppfyller höga humanekologiska krav, det vill säga att de inte innehåller kemikalier i halter som är hälsoskadliga. Certifieringen innebär att kemikalier i produkter inte får överskrida lagligt fastställda gränser, inte får innehålla förbjudna ämnen eller andra ämnen som vetenskapligt bevisats eller som misstänks ha negativa hälsoeffekter.

GRS

Global Recycled Standard (GRS) är en frivillig produktstandard som kontrollerar och spårar återvunna råvaror genom leverantörskedjan. Den innehåller också processkriterier för att förhindra att potentiellt farliga kemikalier används och kontrollera att produktionen vid anläggningarna är positiv för samhället eller miljön. Den har tagits fram av den välkända globala organisationen Textile Exchange. Ett urval av våra aktuella leverantörer i Turkiet tillämpar denna standard för produkter gjorda av återvunnet material. Vi strävar efter att använda den för alla återvunna fibrer.

CO2-AVTRYCK

Utsläpp av växthusgaser har identifierats som den främsta drivkraften för klimatförändringarna, där utsläpp av CO₂ just nu ger det största bidraget. CO₂-avtrycket beräknades under 2016 utgöra 60% av mänsklighetens hela ekologiska fotavtryck. Vi ser

CO₂-avtrycket som en allvarlig utmaning och vi arbetar för att minska utsläppen i hela värdekedjan. Samtidigt växer vår verksamhet, med en avsevärd ökning av både inköp och försäljning under 2021, vilket ställer höga krav på att vi prioriterar att få ner klimatavtrycket i alla led.

UTSLÄPPS-SCOPE

(BASERADE PÅ GHG-PROTOKOLLET)



Scope 1: Alla koldioxidutsläpp som är direkt hänförliga till vår egen verksamhet. Detta innefattar utsläpp från sådana källor som ägs eller kontrolleras av företaget, till exempel företagens fordon.



Scope 2: Indirekta koldioxidutsläpp från förbrukning av köpt el, värme, ånga och kylning som används i vår egen verksamhet (kontor och distributionscentraler).



Scope 3: Övriga indirekta koldioxidutsläpp från värdekedjan, exempelvis utsläpp från råvaror, produktion av mattor, transport av produkter, de egna medarbetarnas affärsresor, medarbetarnas arbetspendling samt kontorsmaterial.

Viktiga fokusområden är ökad energieffektivitet och ökad användning av förnybar energi, men också valet av råmaterial och transport. Under 2021 har vi gått över till 100% förnybar el i våra egna anläggningar. Dessutom har vi successivt börjat byta ut bolagets fordon mot elbilar eller hybridbilar. Vi har också börjat kartlägga de material som vi klassificerar som mer hållbara, så att formgivarna får stöd att göra bättre miljöval.

ANSLUTNING TILL SCIENCE BASED TARGETS INITIATIVET

Genom att sätta upp mål och mäta vårt CO₂-avtryck kan vi arbeta systematiskt för att förbättra CO₂-avtrycket och identifiera högprioriterade områden. Under 2021 har vi anpassat vårt redan ambitiösa klimatmål, att minska utsläppen av växthusgaser med 50% (basår 2019), till vetenskapen genom att ansluta oss till initiativet *Science Based Targets* (SBTi). Enligt SBTi räknas vi som ett litet eller mellanstort företag (mindre än 500 anställda) och vi har antagit och är godkända enligt det redan uppsatta målet från deras valideringstjänst för små och medelstora

företag. För att hålla den globala temperaturökningen under 1,5 grader bör vårt mål, enligt SBTi, vara att minska våra utsläpp av växthusgaser i *scope 1* och *scope 2* med 46% till 2030, från basåret 2019, samt att mäta och minska våra utsläpp i *scope 3*.

VÅRT TOTALA CO₂-AVTRYCK

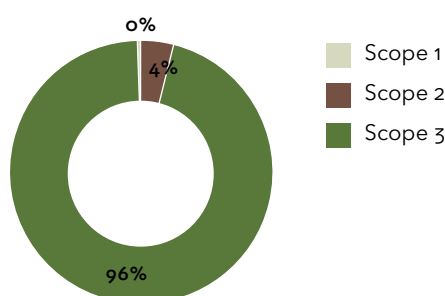
Vi mäter för närvarande CO₂-avtrycket i *scope 1*, *scope 2* och delar av *scope 3*. Vårt totala CO₂-utsläpp under 2021 var 3 470 ton CO₂, vilket är en ökning jämfört med föregående år. Den främsta orsaken till förändringen är förbättrad noggrannhet i CO₂-beräkningarna, exempelvis mer specifika utsläppsfaktorer, vilket främst påverkar *scope 2* och *scope 3*. En annan viktig faktor är RugVistas fortsatta tillväxt som påverkar både inkommande och utgående transporter samt fot-avtrycket för produktionen. Samtidigt som vi är mycket engagerade i att minska CO₂-utsläppen i absoluta tal är vi också medvetna om den utmaning som det innebär med en växande verksamhet. Att identifiera de mest förbättringsområden som har störst påverkan, och att arbeta aktivt med dessa, blir avgörande för att vi ska lyckas med våra mål.

NYCKELTAL KLIMATAVTRYCK

MÅLSÄTTNING	RESULTAT		
	2021	2020	2019
Ton CO ₂ i <i>scope 1</i>	8,1	5,6	9,7
Ton CO ₂ i <i>scope 2</i>	124,1	197,2	219,1
Ton CO ₂ i <i>scope 3</i>	3 337,8	2 049,8	2 887,0
% förändring av CO ₂ -utsläpp i <i>scope 1</i> jämfört med föregående år	46%	-42%	ej tillämpligt
% förändring av CO ₂ -utsläpp i <i>scope 2</i> jämfört med föregående år	-37%	-10%	ej tillämpligt
% förändring av CO ₂ -utsläpp i <i>scope 3</i> jämfört med föregående år	63%	-29%	ej tillämpligt
% förändring av CO ₂ -utsläpp i <i>scope 1</i> jämfört med basåret 2019	-16%	-42%	ej tillämpligt
% förändring av CO ₂ -utsläpp i <i>scope 2</i> jämfört med basåret 2019	-43%	-10%	ej tillämpligt
% förändring av CO ₂ -utsläpp i <i>scope 3</i> jämfört med basåret 2019	16%	-29%	ej tillämpligt

Våra totala utsläpp kommer främst från *scope 3*, som för närvarande står för 96% av vårt uppmätta avtryck. Under de kommande åren räknar vi med att detta ska öka ytterligare i takt med att vi utvidgar vår mätning av *scope 3*. I de följande avsnitt finns mer information om olika *scope*.

% CO₂-UTSLÄPP PER SCOPE 2021



OM VÅR DATA

Vi beräknar vårt CO₂-avtryck enligt GHG-protokollet och använder metoden där CO₂-avtrycken beräknas genom användning av dokumenterade utsläppsfaktorer. De utsläppsfaktorer som vi använder hämtas från offentliga källor som *UK DEFRA* och *Carbonfoot-print.com*. Vi arbetar ständigt med att förbättra kvalitet och precision hos våra data genom att uppdatera data och emissionsfaktorer i och med att vi får insyn i hela leverantörskedjan. Vi kommer även i fortsättningen att vara transparenta med hur vi beräknar, lär oss och anpassar vårt tillvägagångssätt när metoderna förbättras. Jämförbarheten påverkas av de förändringar som gjorts av beräkningsmetoderna mellan 2021 och 2020, tillsammans med användningen av mer uppdaterade emissionsfaktorer. För att säkerställa jämförbarhet med baslinjen kommer vi att granska och möjligen uppdatera våra historiska CO₂-siffror över tid.

UTSLÄPP I SCOPE 1 OCH 2 - EN LITEN MEN BETYDANDE DEL

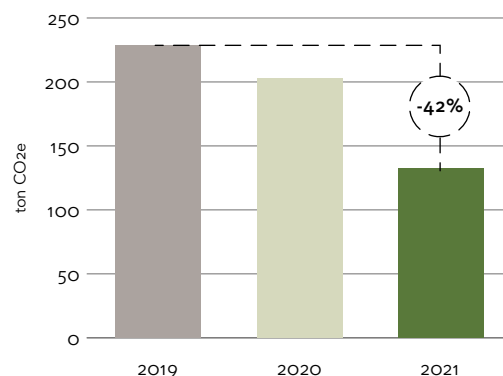
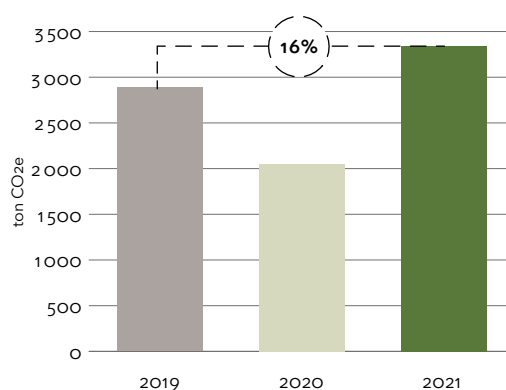
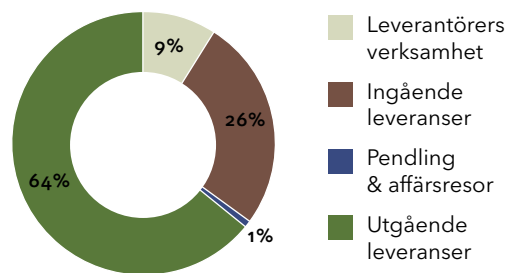
Vårt CO₂-avtryck i *scope 1* och *scope 2* omfattar för närvarande utsläpp från egna eller leasade bilar samt el och uppvärmning av våra anläggningar i Malmö, som består av kontor och lager. När det gäller *scope 1* och *2* är utsläppen från dessa delar små men ändå viktiga eftersom vi kan ha en direkt inverkan. Jämfört med både 2020 och vårt basår 2019 minskade utsläppen i *scope 1+2*. Minskningen förklaras huvudsakligen av övergången till förnybar energi i ett av våra lager under 2021 och andra energireducerande aktiviteter, exempelvis övergång till LED-belysning. I slutet av 2021 bytte vi till förnybar energi för de återstående anläggningarna och räknar med ytterligare minskning av vårt CO₂-utsläpp under 2022.

UTSLÄPP I SCOPE 3 - MOT EN MER HÅLLBAR LOGISTIK- OCH LEVERANTÖRSKEDJA

Vår mattillverkning är världsomfattande. Våra olika tillverkningsmarknader har sina egna tekniker och metoder, och alla behövs för att tillverka det utbud av mattor som vi vill erbjuda våra kunder. Detta leder till en mångfald av logistiklösningar som vi behöver hantera på ett miljöeffektivt sätt, vilket ofta också resulterar i kostnadsbesparingar. Vi har en tydlig transportpolicy att använda de mest miljövänliga alternativ som finns. Det bästa transportalternativet för oss är sjöfrakt, som kan leverera stora mängder samtidigt som de avger en låg mängd CO₂-utsläpp. Vi mäter våra leverantörers och transportörers CO₂-avtryck för att övervaka deras prestation och hjälpa dem att förbättra sitt hållbarhetsarbete. Som en del av *scope 3* bevakar vi också CO₂-avtrycket från RugVista affärsresor och medarbetarnas pendling.

Leverantörer

CO₂-avtrycket från våra leverantörer och från produktionen av våra mattor är ett komplext område som vi precis har börjat utforska. Under 2021 mäter vi de CO₂-utsläpp som genereras av den el som används för produktionen hos våra *tier 1* leverantörer, vilka uppskattades till 298 ton CO₂. Till följd av mer

CO₂-UTSLÄPP FRÅN RUGVISTA I SCOPE 1+2**CO₂-UTSLÄPP FRÅN RUGVISTA I SCOPE 3****% AV CO₂-UTSLÄPP PER KATEGORI I SCOPE 3 ÅR 2021**

detaljerad information och mer exakta emissionsfaktorer vid 2021 års beräkning kan vi för närvarande inte jämföra 2021 års siffror med 2020 års siffror. Under 2022 har vi för avsikt att utvidga mätningen av *scope 3* genom att kartlägga och mäta utsläpp från råmaterial och från hela produktionskedjan. Detta kommer att förenkla arbetet med att identifiera våra hotspots och på ett mer fokuserat sätt fördela resurser till det som ger störst effekt.

Det är avgörande att sätta upp mål och, tillsammans med leverantörerna identifiera CO₂-minskande åt-

gärder, för att vi ska lyckas minska de utsläpp i scope 3 som genereras från vår mattillverkning. Under 2021 lyckades vi besöka våra leverantörer i Turkiet när covid-restriktionerna tillfälligt hävdes. Vi inspekterade solpaneler som höll på att sättas upp talade om ökad användning av återvunnet material, samtidigt som vi fick chansen att diskutera hur vi tillsammans kan arbeta proaktivt mot de mål vi satt upp.

Transporter

Vi bevakar CO₂-avtrycket från inkommande och utgående transporter men också från affärsresor och medarbetarnas pendling. Även om de två förstnämnda har absolut störst inverkan, tycker vi att det är viktigt att också ta med de båda sistnämnda. Varje individ i organisationen har ett eget CO₂-avtryck. Under 2021 uppgick affärsresor och arbetspendling till 20,6 ton CO₂ jämfört med 47,4 ton CO₂ under 2020. Vi strävar efter att hålla samtliga medarbetare informerade och uppdaterade om våra hållbarhetsmål och framsteg, och vi vill hjälpa våra medarbetare att göra hållbara val som bidrar till ett minskat CO₂-avtryck. Också de allra minsta insatserna kan göra skillnad. Under 2021 införde vi en hybridarbetsplats-policy, till följd av pandemin, vilken gör det enklare och tydligare för våra anställda att veta vilka möjligheter som finns att arbeta hemifrån även efter covid-19, vilket bidrar till att minska vårt fotavtryck ytterligare.

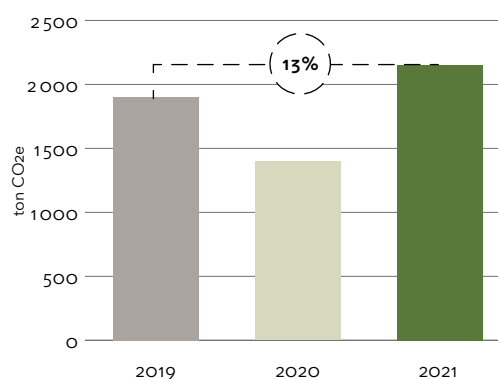
Våra inkommande och utgående transporter släppte ut 3 016 ton CO₂ under 2021. På grund av förbättrad metodik kan vi för närvarande inte jämföra de inkommande transporterna för år 2021 med år 2020. För utgående transporter ökade våra utsläpp av CO₂ med 54%. En del av förändringen beror på felaktiga siffror i grunden. Ökningen beror också på det växande antalet beställningar och vår stora utmaning att minska de absoluta utsläppen kvarstår. Vi har en pågående dialog med våra transportörer som alla delar vår hållbarhetsambition och har noll

nettoutsäp som målsättning. Även om optimering av rutter och emballage är viktiga delar för att minska fotavtrycket, är det utsläppen från transportflottan som har störst inverkan i slutändan. Samarbetet med transportörer som Budbee, som under 2021 började med 100% fossilfria leveranser i Sverige och Finland, är viktigt för vi ska nå våra mål, och vi följer noga upp CO₂-utvecklingen med våra transportörer.

Returer

En av hållbarhetsutmaningarna för en e-handels-verksamhet är hanteringen av returer. Ett viktigt fokus under året har varit att förbättra webshops sidor med produkt detaljer, så att kunderna får hjälp att fatta rätt beslut när de väljer en matta. Detta kommer i sin tur att minska antalet onödiga returer, vilket inte bara förbättrar kundupplevelsen, utan också minskar CO₂-påverkan. Detta initiativ för oss ännu ett steg mot att införliva vår hållbara affärsmodell. Under 2021 hade vi en genomsnittlig returgrad motsvarande 16% (15,8%).

UTSLÄPP AV CO₂ FRÅN UTGÅENDE LEVERANSER, INKLUSIVE RETURER



FOKUS: PÅ VÄG MOT FÖRNYBAR ENERGI I INDIEN

Bytet till förnybar energi är en avgörande åtgärd för att minska CO₂-utsläppen från leverantörskedjan. Under 2021 installerade en av våra största leverantörer i Indien solpaneler på sina anläggningar. De installerade panelerna täcker 80% av den sammanlagda elanvändningen. Detta har gjort det möjligt för leverantören att drastiskt minska sin användning av el från icke-förnybara källor och på så sätt också sitt CO₂-avtryck. I nuläget behöver de bara köpa en mindre del av sin el från det nationella elnätet, där merparten kommer från indiska kolkraftverk. När vi frågade vår leverantör om vad som var det bästa med att ha installerat panelerna svarade de helt enkelt "det kommer att minska världens utsläpp av koldioxid". Deras enda utmaning hittills är den höga installationskostnaden. Detta tycks ändå inte ha påverkat deras övergripande positiva upplevelse av bytet till solenergi. På frågan om vad de rekommenderar till någon som överväger att installera solpaneler är svaret kort och gott: gör det!



BIOLOGISK MÅNGFALD

Biologisk mångfald beskriver mångfalden av liv på jorden och dess ekosystem, inklusive växter, djur och mikroorganismer. Den utgör jordens livsuppehållande system, där människors försörjning är direkt beroende av genetisk och artmässig mångfald liksom ekosystemets mångfald och funktion. Under de senaste decennierna har världens biologiska mångfald kraftigt försämrats och utrotningen av arter sker allt snabbare, i en aldrig tidigare skådad minskning av den biologiska mångfalden.³ Eftersom hälften av världens BNP är måttligt eller starkt beroende av naturen kommer förlusten av biologisk mångfald att drabba de flesta företag – genom inverkan på verksamhet, försörjningskedjor och marknader.⁴ Dessa trender är särskilt akuta för exempelvis för matbranschen, som är beroende av naturresurser – alltifrån bomull och ull från lantbruket till fibrer som jute och silke från naturliga ekosystem.

Den biologiska mångfalden är ändå en hög-aktuell fråga inom många branscher, exempelvis matbranschen, vilket på många sätt liknar klimatets framskjutna ställning för flera år sedan. För oss är det viktigt att förstå vilken som är vår främsta påverkansfaktor och vad som är beroende av den, vilket planerar att börja kartlägga inom en snar framtid. Så snart dessa har identifierats kan vi gå vidare till att göra specifika åtaganden och därefter arbeta för att införa en reparativ och regenerativ strategi i hela leverantörskedjan. De starka banden mellan klimat och natur sätter också fingret på hur viktigt det är att ta ett gemensamt grepp om dessa frågor.

VATTEN

Vattenanvändning och utsläpp till vattnet är en lokal och global fråga, samtidigt som textilindustrin produktionsprocess för närvarande är mycket beroende av vatten. Vi arbetar aktivt med att minska vattenförbrukningen och utsläppen till vatten inom leverantörskedjan. Scope 1 leverantörer följs upp genom vårt revisionssystem där det görs regelbundna bedömningar av att vatten hanteras med hänsyn till miljön, inklusive kontroller av vattenreningsystem.

Vi uppmuntrar också våra leverantörer att sam-arbeta med underleverantörer som arbetar aktivt

med att minska vattenförbrukningen. I Indien samarbetar våra största leverantörer exempelvis med en gemensam underleverantör för garnfärgning. Denna leverantör har infört ett miljöledningssystem och ett slutet vattenbehandlingssystem som fungerar enligt *Sustainable Textile Water Initiatives* kriterier för minskad vattenförbrukning.

Även om det görs framsteg måste vi göra än mer för att förstå lokala risker och sammanhang liksom att hitta nya sätt att minska vattenanvändningen och utsläpp till vatten. Materialval är ytterligare ett exempel på hur vi kan minska vårt vattenavtryck.

HUVUDFOKUS FÖR 2022 - PLANET

Vårt långsiktiga fokus på att utveckla en cirkulär affärsmodell och att minska vår miljöpåverkan är en ledstjärna för våra aktiviteter på kort sikt. Med nära nog oändliga förbättringsmöjligheter inom dessa områden tycker vi att det är viktigt att identifiera ett huvudfokus för det kommande året så att vi ser till att använda våra resurser på det sätt som är allra mest effektivt för att åstadkomma en förändring.

Under 2022 prioriterar vi

- att testa vår egen andrahandsförsäljning som ett ytterligare steg mot en cirkulär affärsmodell
- att prova och börja använda emballage från återvunna källor till våra mattor under 2022
- att hjälpa både formgivare och kunder att fatta mer hållbara beslut så att andelen återvunna, återanvända och naturliga material blir större. För detta ändamål planerar vi att ta fram en materialklassificeringsguide under året. Den kommer att vägleda vår inköps- och designavdelning till mer hållbara materialval. Den kommer också att användas som grund för att vägleda våra kunder att göra bättre val.
- att sätta en handlingsplan för hur vi ska minska våra utsläpp i scope 3. Ett första och viktigt steg under 2022 är att utöka vad vi mäter inom scope 3. Det hjälper oss att prioritera var vi ska lägga fokus liksom att hitta gemensamma lösningar med intressenter, vilket krävs för att vi ska nå våra reduktionsmål.

3. The Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services (IPBES), "the Global Assessment Report on Biodiversity and Ecosystem Services" <https://www.ipbes.net/global-assessment>

4. World Economic Forum, "Nature Risk Rising: Why the Crisis Engulfing Nature Matters for Business and the Economy" <https://www.weforum.org/reports/nature-risk-rising-why-the-crisis-engulfing-nature-matters-for-business-and-the-economy>



LEAD.CHANGE FOKUSOMRÅDE PEOPLE

MÄNNISKORNA I VÅR värdekedja står i centrum för allt vi gör. Vi vill ha en positiv inverkan på alla som berörs av vår verksamhet genom att vi bidrar till

en hållbar samhällsutveckling med fokus på socialt ansvar, mångfald och inkludering.

MÅLSÄTTNING	MÅL		RESULTAT	
	2030	2025	2021	2020
<i>Leverantörskedja</i>				
Andel mattleverantörer som ingår i RugVistas system för sociala revisioner (%)	100%	100%	100%	100%
Antal genomförda revisioner	n/a	n/a	350	205
Antal nolltoleransfall enligt amforis och LabeSteps protokoll	0	0	0	0
<i>Egen personal</i>				
Employee Net Promotor Score (eNPS)	80	60	44	53
Minst ett utvecklingssamtal per år och medarbetare	100%	100%	95%	100%
Jämställdhet i företagsledningen, andel kvinnor	40-60%	40-60%	50%	50%

SOCIALT ANSVAR OCH INKLUDERING

Ekonomisk tillväxt och anständiga arbetstillfällen är väsentliga faktorer för stabilitet och välbefinnande. Politisk instabilitet, växande befolkningar, klimatförändring och migration – och under de senaste två åren följderna av covid-19 – bidrar till sociala spänningar och osäkerhet i regioner där våra leverantörer är verksamma. Mångfald, inkludering och anständiga arbetsvillkor betraktas som nyckelfaktorer för att säkra en hållbar samhällsutveckling och är väsentliga för att bolag ska ta ansvar och nå framgång. Detta är väl förankrat i RugVistas värderingar och förhållningssätt till socialt ansvar och mänskliga rättigheter. Eftersom vi är ett värderingsstyrt företag är det viktigt att vi är

inkluderande i alla delar av våra affärer – i den egna verksamheten, i leverantörskedjan och i de samhällen som vi verkar i.

VÅR LEVERANTÖRSKEDJA

Vi är i första hand en e-handlare av mattor vilket betyder att vi inte själva äger några produktionsanläggningar. I stället arbetar vi med noggrant utvalda leverantörer i långsiktiga partnerskap. Alla nyproducerade mattor tillverkas av fristående leverantörer, huvudsakligen i Turkiet och Indien. Våra fem största leverantörer producerade 80% av våra ordrar



RugVistas kreativa team förbereder en fotografering.

under 2021. Genom nära och långsiktiga samarbeten med våra leverantörer kan vi fördjupa samarbetet och tillsammans införa nya och mer hållbara processer och produktionsmetoder.

INVERKAN AV COVID-19

Alla våra leverantörer har påverkats av covid-19-pandemin främst genom nedstängningar och andra störningar. När det gäller ansvarsfulla inköp, är de främsta riskerna med pandemin, arbetstagarnas och deras familjers hälsa och säkerhet samt att säkerställa ett regelbundet orderflöde. För att minska riskerna har vi tillsammans med våra leverantörer fokuserat på att planera för produktion i rätt tid och på att skydda leverantörens anställda. I Indien ökade dödligheten avsevärt under den andra pandemivågen, och regeringen införde ytterligare restriktioner på arbetsplatserna för att förhindra smittspridning. Under 2021 stöttade vi de indiska leverantörerna genom att tillhandahålla munskydd, mat och filter till arbetarna samt tillsammans med en intresseorganisation tillgängliggöra vaccinationer för arbetare och dess familjer.

På grund av restriktionerna försenades ett stort antal beställningar hos våra leverantörer under första kvartalet, samtidigt som vi stod inför en ökad efterfrågan från kunderna. Detta begränsade vår förmåga att fylla våra lager till önskvärda nivåer under första kvartalet i 2021, men stödet till arbetarna i kombination med en välplanerad orderläggning avhjälpte lagersituationen under det andra kvartalet och framåt.

RESPEKT FÖR MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER

RugVistas mest grundläggande ansvar är att respektera och stödja mänskliga rättigheter. Det är en del av våra värderingar och är avgörande för verksamhetens

fortlevnad. Risker relaterade till mänskliga rättigheter i leverantörskedjan identifieras och förvaltas genom följande steg:

- Regelbundna sociala revisioner som genomförs av ackrediterade tredjepartsrevisorer.
- Utbildningar i mänskliga rättigheter, både för RugVistas medarbetare och leverantörer.
- Omedelbar åtgärd vid nolltolerans-incidenter som rör mänskliga rättigheter hos leverantörer, enligt våra tredjepartsrevisorer (Label STEP och amfori BSCI) protokoll för nolltolerans.

För att säkerställa mänskliga rättigheter i de länder där bolagets leverantörer är verksamma krävs regelbunden dialog med leverantörer och nära samarbete med relevanta intresseorganisationer. De viktigaste frågorna relaterade till mänskliga rättigheter är de med störst risk för allvarliga negativa följder orsakade av bolagets leverantörskedja. Detta omfattar frågor som exempelvis anständiga arbetstider, skälig ersättning samt rätten till fackföreningsanslutning och kollektivavtal, men innefattar också andra mänskliga rättigheter som till exempel icke-diskriminering, integritet och barns rätt till skolgång.

RÄTTVISA ARBETSFÖRHÅLLANDEN I LEVERANTÖRSKEDJAN

Att säkerställa rättvisa och anständiga arbetsförhållanden för arbetstagare i leverantörskedjan är en central prioritering för RugVista. Även om vi inte äger eller driver några fabriker eller produktionsanläggningar är vi engagerade för att säkerställa att alla anställda inom leverantörskedjan har rättvisa och anständiga arbetsförhållanden och att deras mänskliga rättigheter respekteras.

Fokusområden

Hälsa och säkerhet: Verka för en öppen dialog mellan arbetstagare och ledning, och att involvera arbetstagarna i besluten, är grundläggande för att skapa höga säkerhetsnormer.

Anständiga arbetstider: Varje medarbetare har rätt till en begränsning av den maximala arbetstiden, till dygnsvila och veckovila och till en årlig betald ledighet. Vi arbetar för att förbättra denna aspekt genom regelbundna revisioner och en fortlöpande dialog.

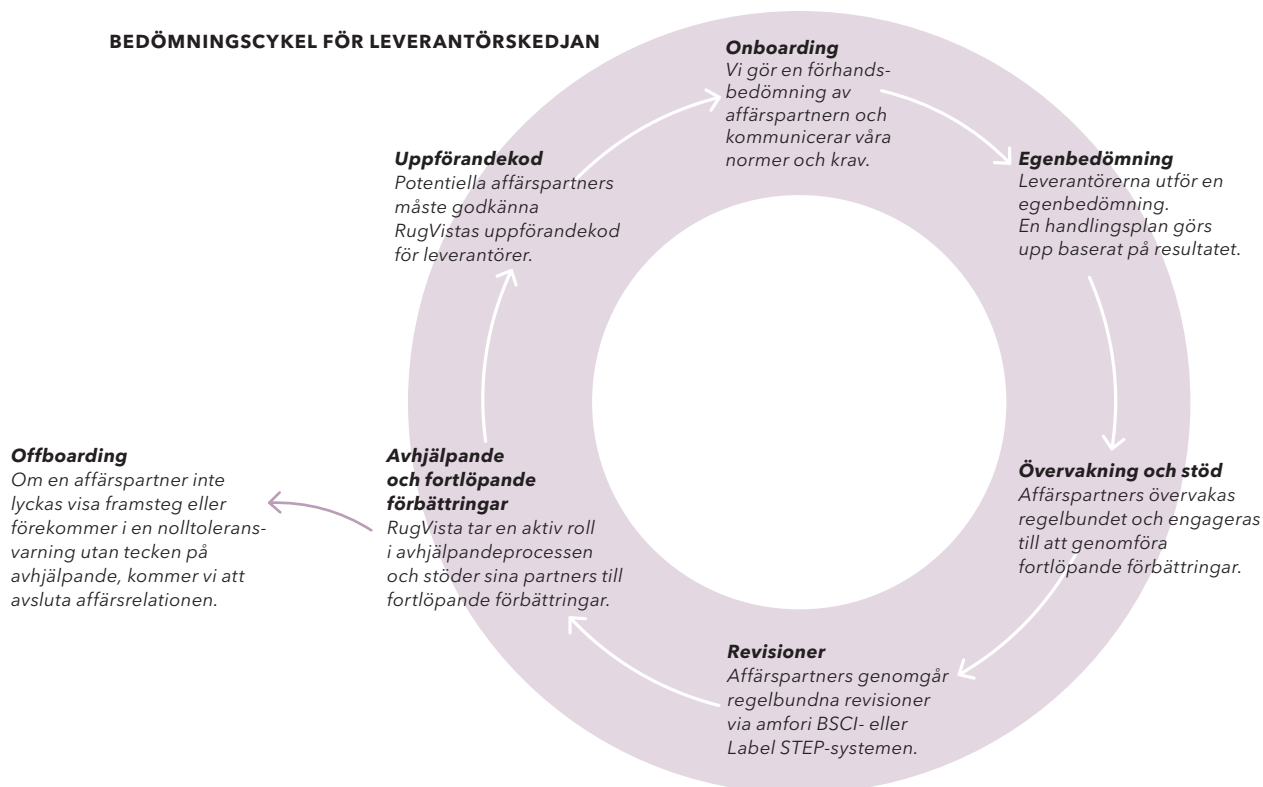
Arbetsplatsdialog: Alla medarbetare har rätt att komma till tals. Medarbetare som har möjlighet att framföra sina åsikter och kan påverka sin arbetsmiljö har större möjligheter att uppnå bra arbetsförhållanden och en skälig lön. RugVista ställer genom

uppförandekoden för leverantörer krav på rätten till fri fackföreningsanslutning och kollektivavtal i varuförsörjningskedjan. Genom utbildning och fortlöpande dialog arbetar vi för att åstadkomma en öppen dialog och en medarbetarrepresentation genom hela leverantörskedjan.

Ersättning och förmåner: En central punkt i strategin för rättvisa arbetsförhållanden är principen om att människor som arbetar i leverantörskedjan ska ha lika och rättvis ersättning för likvärdigt arbete. RugVista arbetar för att förbättra löner och andra villkor i hela värdekedjan, vilket ska ge tillräckliga inkomster för en skälig levnadsstandard för arbetstagarna och deras familjer.



BEDÖMNINGSCYKEL FÖR LEVERANTÖRSKEDJAN



ANSVARSFULLA INKÖP

När man bygger långsiktiga relationer blir det viktigt att både kvalificera leverantörerna inledningsvis och arbeta för en långsiktig affärsrelation. Genom dessa långsiktiga samarbeten med våra leverantörer bidrar vi även till deras finansiella affärsutveckling – när de utvecklar sin verksamhet kan vi få bättre service och större medvetenhet om hållbar utveckling. Våra inköpsmetoder ska bidra till att mattindustrin utvecklas på ett hållbart sätt och samtidigt ger långsiktiga fördelar för våra leverantörer och deras anställda. På så sätt kan våra långvariga samarbeten få växa och skapa värde för alla parter.

Eftersom vi vill leda förändringen mot hållbarhet inom vår industri, är ansvarsfulla inköp grundläggande för att säkerställa en rättvis behandling av arbetare och en hälsosam arbetsmiljö. Vi kan genom att ställa krav och att vara engagerade och ansvars-tagande bidra till att våra leverantörer utvecklas och är bra arbetsgivare. Med bra inköpsrutiner kan vi också hantera utmaningar med ojämn produktion utifrån kundernas varierande efterfrågan över tid. I ett långsiktigt partnerskap kan vi tillsammans med leverantören planera produktionen med bra framförhållning, vilket minskar onödig övertid för arbetarna under högsäsong och jämnar ut arbetstiden under perioder med lägre efterfrågan.

UPPFÖRANDEKOD FÖR LEVERANTÖRER

Ansvarsfull produktion är kärnan i vårt hållbarhetsarbete. För våra leverantörer tillämpar vi en uppförandekod som reglerar socialt och miljömässigt

ansvar inom leverantörskedjan. RugVista är medlem i amfori BSCI och vi har antagit deras uppförandekod som vår egen. Alla våra leverantörer måste underteckna och förbinda sig att följa uppförandekoden, och efterlevnaden kontrolleras genom regelbunden övervakning och återkommande revisioner.

Detta är i korthet RugVistas uppförandekod för leverantörer:

- kräver att lagarna åttlyds
- ligger i linje med FN:s vägledande principer för företag och mänskliga rättigheter
- bygger på Internationella arbetsorganisationens (ILO:s) grundläggande konventioner, som gäller för alla länder
- gör det möjligt för företag att följa en systematisk strategi för due diligence-granskning inom sina leverantörskedjor.

BEDÖMNINGSCYKEL FÖR LEVERANTÖRSKEDJAN

Bedömningscykeln för leverantörskedjan är grunden för vårt arbete våra och framsteg när det gäller mänskliga rättigheter och etiska affärsmetoder. Ramverket hjälper oss att identifiera och agera på upptäckta och potentiella risker som rör mänskliga rättigheter för arbetstagare i vår leverantörskedja. Ramverket bygger på amfori BSCI:s, Label STEP:s och våra interna processer.

Alla våra leverantörer är en del i ett av revisions-systemen hos amfori BSCI eller Label STEP. Regelbundna revisioner äger rum oavsett vilket system de är anslutna till.

AMFORI BSCI

RugVista är medlemmar i amfori BSCI, ett världs-omfattande initiativ för företag som vill förbättra arbetsförhållandena i den globala leverantörskedjan. BSCI sammanför fler än 2400 företag kring en gemensam uppförandekod, och deras främsta uppgift är att stödja nätverket i arbetet med att skapa hållbara och etiska leverantörskedjor.

Amfori har ett omfattande kompetensutvecklingsprogram som såväl RugVistas anställda som leverantörer har kostnadsfri tillgång till. Utbildningarna består av introduktionsutbildningar inom hållbarhet och vidareutbildningar inom hållbar rekrytering för att förebygga människohandel, tvångsarbete och barnarbete i verksamheten samt hur man skapar delaktighet hos arbetstagarna i frågor som rör mänskliga rättigheter. Amforis arbete ger praktiskt stöd till alla medlemmar och dess leverantörer som engagerar sig för att uppnå FN:s mål för hållbar utveckling, med det övergripande målet att bidra till en värld där all handel ger sociala, miljömässiga och ekonomiska fördelar för alla.

AMFORI BSCI:S REVISIONSSYSTEM

RugVista har via amfori BSCI tillgång till ett gemensamt system för uppföljning och revision av leverantörer. Amfori BSCI-revisionerna är utformade för granskning av leverantörer med centraliserad produktion, med avseende på de värderingar och principer som finns i amfori BSCI:s uppförandekod. Dessa principer överförs till tretton sammanlänkade resultatområden. Våra största leverantörer, som finns i Turkiet och Indien, granskas genom amfori BSCI:s revisionssystem.

Amfori BSCI-revisionerna utförs av oberoende och tredjepartscertifierade inspektionsföretag. Revisionerna bedömer samtliga tretton resultatområden och äger rum vartannat år enligt amfori BSCI:s revisionscykel. Uppföljningsrevisioner utförs mellan cyklerna

och fokuserar endast på resultatområden som behöver nya belägg för framsteg hos producenten. Uppföljningen bör ske inom tolv månader från den föregående revisionen och bör ha samma omfattning och metod.

Vi kan dessutom begära en brådskande uppföljningsrevision som fokuserar enbart på en nolltolerans-upptäckt eller ett specifikt resultatområde, exempelvis i följande fall:

- Misstankar väcks hos revisorn och återges i revisionsrapportens konfidentiella kommentarer.
- Det finns avsevärda risker som behöver kontrolleras.

Omedelbar åtgärd krävs efter en nolltolerans-varning som innefattar:

Barnarbete

- Arbetstagare som är yngre än 15 år
- Arbetare under 18 år som utsätts för tvångsarbete

Tvångsarbete

- Att inte tillåta arbetare att lämna arbetsplatsen eller tvinga dem att arbeta övertid mot sin vilja
- Använda våld eller hot om våld för att skrämja och tvinga arbetare till arbete

Inhuman behandling

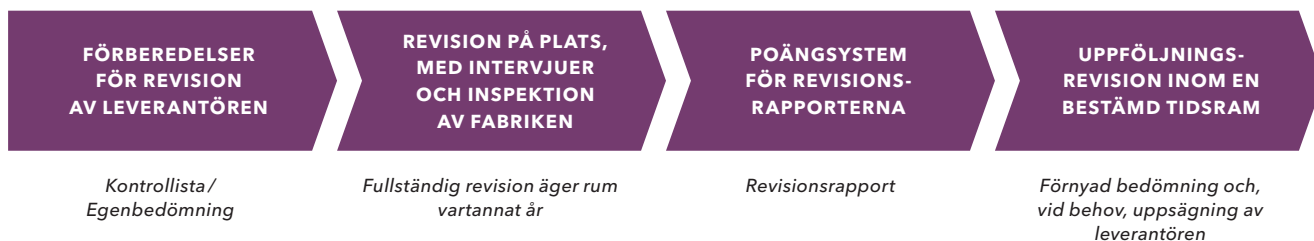
- Inhuman eller förnedrande behandling, kroppslig bestraffning (inklusive sexuellt våld), psykiskt eller fysiskt tvång och/eller verbala övergrepp

Arbetsmiljö och säkerhet

- Arbetsmiljööverträdelser som utgör ett överhängande och kritiskt hot mot arbetstagarnas hälsa, säkerhet och/eller liv

Oetiskt beteende

- Försök till mutförsök av revisorer
- Avsiktlig felaktig framställning i produktionskedjan (t.ex. att gömma produktionsplatser, sakna en företagslicens och medvetet underdeklara storleken på personalstyrkan)

AMFORI BSCI:S REVISIONSPROCESS**AMFORI BSCI:S 13 RESULTATOMRÅDEN**

1. Socialt ledningssystem och kaskadeffekt
2. Arbetarnas engagemang och skydd
3. Rätten till föreningsfrihet och kollektiva förhandlingar
4. Ingen diskriminering
5. Rättvis ersättning
6. Anständiga arbetstider
7. Arbetsmiljö och säkerhet
8. Inget barnarbete
9. Särskilt skydd för unga arbetstagare
10. Inga otrygga anställningar
11. Inget tvångsarbete
12. Skydd av miljön
13. Etiskt uppförande

LABEL STEP

För att kunna hantera komplexiteten kring revisioner av mattor vävda och knutna av hemvävare är RugVista en certifierad Label STEP Fair Trade-partner. Label STEP är en ideell organisation som engagerar sig i mattvävarnas levnadsvillkor och välmående inom industrin för handgjorda mattor. Som certifierad Label STEP-partner förbinder sig RugVista till oberoende regelbundna revisioner hos alla bolagets leverantörer av handgjorda mattor. Label STEP verkar aktivt för långsiktiga förbättringar i mattindustrin samtidigt som de ger mattvävare möjlighet till utbildning inom mänskliga rättigheter, hälsa och säkerhet samt ekonomi.

LABEL STEP:S REVISIONSSYSTEM

Label STEP:s revisionssystem är utformat för att granska leverantörer med decentraliserad produktion inom industrin för handgjorda mattor, där vävarna exempelvis arbetar i hemmet eller i små väverier med vävstolar, med avseende på principerna i STEP:s 10-punktsstandard.

Länder och anläggningar skiljer sig åt och de regler för rättvis handel som ingår i STEP-standarderna är anpassade till individuella produktionsförhållanden – alltifrån arbete i hemmet till väverier med vävstolar samt fabriksanläggningar. Som del av tillsynen övervakar STEP upp till 90 efterlevnadskriterier som måste vara uppfyllda eller vara i en pågående process mot att bli uppfyllda.

Vid upptäckt av bristande efterlevnad initieras gemensamma korrigeringsåtgärder av STEP:s anställda, och förhållandena förbättras stegvis för att åstadkomma verklig och långsiktig förändring. STEP-standarderna omfattar dessa tio regler för rättvis och ansvarsfull handel:

- §1 skydd av arbetstagares hälsa och säkerhet
- §2 utbetalning av skäliga löner och skydd för avtalade löner
- §3 förbud mot barnarbete
- §4 inga former av diskriminering
- §5 föreningsfrihet och rätt till kollektiva förhandlingar
- §6 inget tvångsarbete eller skuldslaveri
- §7 ingen hård eller omänsklig behandling, inga sexuella trakasserier
- §8 begränsat antal arbetstimmar och tillämpning av veckovila
- §9 identifiering av miljörisker och minimering deras påverkan
- §10 medgivande till STEP-revision: transparens och åtkomst till information

STEP tar inte bara itu med isolerade problem, systemet fungerar också ur ett helhetsperspektiv för att korrigera underliggande faktorer som framkallas av branschen. Den ideella organisationen strävar efter rättvisa löner för vuxna vävare och utbildning för deras barn, så att alla kan möta en ljusare framtid. STEP eftersträvar lösningar för rättvis handel som tar hänsyn till alla sociala, ekologiska och handelsrelaterade angelägenheter. Organisationen tror på samarbete – att uppmuntra och kräva samarbete av alla aktörer inom industrin för handgjorda mattor, för att tillsammans vårda en hälsosam, ansvarsfull och hållbar industri. RugVista har anslutit sig till STEP:s standard för rättvis handel vad gäller hela vårt sortiment av handgjorda mattor. Vi ger Label STEP full tillgång till all information som behövs för att Label STEP:s revisorer ska kunna utföra sina revisioner. Efterlevnad och kontinuerliga förbättringar bekräftas av lokala STEP-anställda genom täta, oberoende och oanmälda revisioner. Beroende på produktionsmiljön kan upp till 90 kriterier, specifika för mattbranschen, behöva vara helt eller delvis uppfyllda

RESULTAT AV REVISIONER UNDER ÅRET

Under 2021 genomförde RugVista 350 revisioner genom amfori och Label STEP jämfört med 205 under 2020. En del av ökningen beror på den förändrade covid-situationen, men en stor del beror på det ökade antalet revisioner som utförts av Label STEP. Medan amfori täcker in de leverantörer som producerar våra maskintillverkade mattor och handgjorda designmattor, fokuserar Label STEP främst på de traditionella mattor som framställs av hemvävare. Båda organisationerna delar samma slutmål, att förbättra arbetsvillkoren för arbetarna i leverantörskedjan, men revisionerna skiljer sig åt. En revision utförd av Label STEP kan till exempel omfatta en ensam hemmavävar medan en revision som utförs av amfori omfattar alla arbetare i en produktionsanläggning. Antalet revisioner som utförs av Label STEP och amfori är alltså inte jämförbara.

334 revisioner utfördes av Label STEP under 2021, varav majoriteten var hos hemmavävar i Afghanistan och Indien, men också i produktionsanläggningar och väverier. Sammanlagt omfattades över 1 100 arbetare inom vår leverantörskedja av dessa revisioner. Inga betydande incidenter har rapporterats i något av fallen. Det ökade antalet revisioner som utförts av Label STEP kan bäst förklaras av en fördjupad relation och större kunskap om RugVistas försörjningskedja. Detta har gjort det möjligt för Label STEP att täcka in fler delar av vår leverantörskedja.

Genom vårt medlemskap i Label STEP har vi kunnat fortsätta med revisioner i Afghanistan, trots det allvarliga läget, och övervaka välbefinnandet hos de arbetstagare, främst kvinnliga hemmavävar, som deltar i tillverkningen av våra mattor. Med tanke på

den pågående humanitära krisen är det ännu viktigare att denna redan sårbara grupp får fortsätta sitt arbete under rättvisa förhållanden och med en anständig inkomst.

Amfori svarade för 16 fabriks-revisioner hos RugVistas leverantörer. Genom dialogen med våra leverantörer ser vi en ökad förståelse för uppförandekodens olika delar liksom av betydelsen av att de iaktas. Det är glädjande att se att detta börjar återspeglas i revisionsresultaten, där den övergripande trenden från tidigare till innevarande revisionscykler går i rätt riktning - mot bättre revisionsresultat. Det sammanlagda revisionsresultatet är en samlad bedömning för respektive prestationsområde för leverantören. Betyget kan variera från A, som är det högsta resultatet, till E. Om en leverantör får ett E som samlad bedömning är det en indikation på grundläggande problem i förhållande till amfori BSCI-principerna. Om vi skulle överväga ett samarbete med dessa leverantörer skulle det förutsätta en särskild bedömning från vår sida. Under året har ingen av våra leverantörer fått betyget E, medan flera har höjts från lägre nivåer till A eller B. Inga nolltolerans-fall med avseende på mänskliga rättigheter har rapporterats under året.

Den positiva utvecklingen drivs i första hand av förbättringar hos leverantörer som vi arbetat med under en längre tid. Revisionsresultaten framgår av följande diagram som endast innehåller leverantörer som genomgått minst två revisionscykler. Detta be-

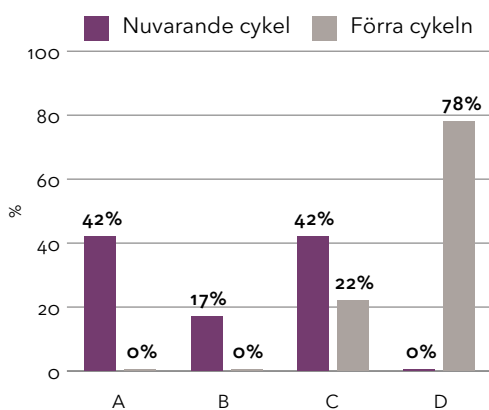
lyser vikten av goda relationer och fortlöpande dialog med leverantörerna, för att vi ska kunna förverkliga vår hållbarhetsvision.

De vanligaste problem som identifieras genom amfori-revisionerna är:

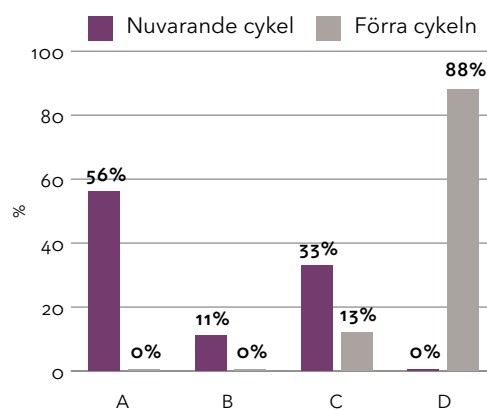
- Anständiga arbetstider: fall, främst i Turkiet, av att arbeta i mer än 7 dagar utan vila.
- Arbetshälsa och arbetarskydd: de vanligaste fynden rör otillräckliga planer och rutiner för nödsituationer.
- Arbetstagarinflytande och arbetarskydd: frågor som rör klagomålsförfaranden, såsom policy som förbjuder repressalier mot arbetstagare.
- Socialt ledningssystem: luckor i något av de resultatområden som påverkar övergripande ledningssystem, exempelvis förståelse för och kunskap om BSCI-metoden, i synnerhet för nyare leverantörer.

Vi tar dessa frågor på allvar, och genom dialog och utbildning uppmuntrar vi leverantörerna att göra upp lämpliga förbättringsplaner. Via amforis plattform tar vi sedan del av dessa planer och kan följa de framsteg som görs av leverantörerna, och till slut görs en förnyad bedömning i en uppföljningsrevision från amfori.

AMFORI-REVISIONERNAS RESULTAT FÖR 2021
ENLIGT BETYG - SAMTLIGA LEVERANTÖRER



AMFORI-REVISIONERNAS RESULTAT FÖR 2021
ENLIGT BETYG - JÄMFÖRBARA LEVERANTÖRER





FOKUS: COVID-19 VACCINATIONSKAMPANJ FÖR INDISKA MATTVÄVARE

Ända sedan covid-19-pandemins början har Label STEP gett stöd, till arbetare och vävare inom industrin för handgjorda mattor, genom *COVID-19 Relief Fund* som i sin tur får stöd av utvecklingsorganisationer, branschintressenter och privata givare. Label STEP i Indien samarbetar med hälsomyndigheterna för att ge kostnadsfria vaccinationer till alla. Även om det indiska vaccinationsprogrammet gör goda framsteg i storstadsområdena, släpar det efter i vissa landsbygdsområden, bland minoriteter och i den mer lågutbildade och fattiga befolkningen. Många arbetare och vävare inom industrin för handgjorda mattor hör till de senare grupperna.

Under fjärde kvartalet 2021 inledde RugVista och Label STEP en utvidgning av det befintliga vaccinationsprogrammet. Projektet syftar till att öka tillgången till vaccinationer mot covid-19 bland vävare och andra samhällsmedlemmar hos våra leverantörer i Uttar Pradesh, främst i distrikten Bhadohi och Mirzapur. Alla vävare som inte är vaccinerade erbjuds möjligheten att vaccineras.

Under slutet av 2021 rekryterades personal och volontärer till vaccinationsanläggningarna och en utbildnings- och informationskampanj inleddes. Mindre anläggningar har organiserats vid eller i närheten av väverierna och under december vaccinerades 120 personer anställda hos en av våra leverantörer. Ytterligare minst 1 000 personer kommer erbjudas vaccination fram till april 2022.

Planen är att genomföra en informationskampanj som också syftar till att motverka desinformation, rykten och myter som för närvarande är i omlopp i vissa kluster. Det finns ett tydligt behov av att aktivt mobilisera lokalsamhället till att komma i gång med vaccineringen. Många är antingen omedvetna om hur de ska gå till väga för att bli vaccinerade eller ovilliga att vaccineras.

I samarbete med Label STEP kommer RugVista att nå ut till fler än 1000 direkta mottagare av två vaccindoser samt 5000 personer i det lokala samhället som indirekt drar nytta av olika förebyggande åtgärder.

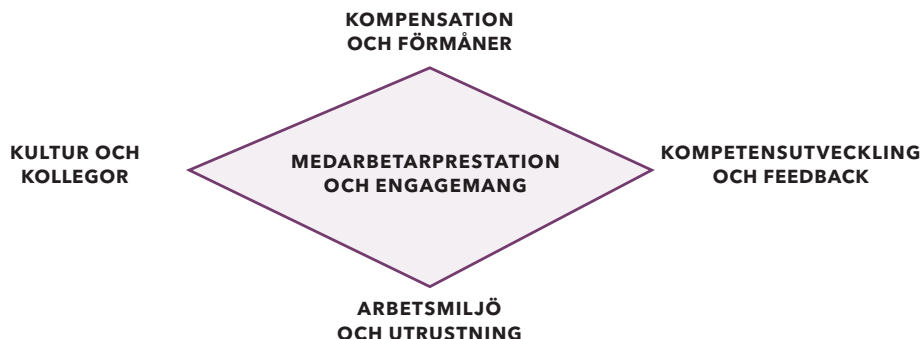
VÅRA MEDARBETARE OCH ORGANISATION

VÅRA VÄRDERINGAR

Våra värderingar avgör vilka vi är och hur vi beter oss, och de är viktiga redskap för att ge vägledning i vårt interna hållbarhetsarbete och för hur chefer och medarbetare ska uppföra sig i sitt dagliga arbete. På vår fortsatta tillväxtresa är det viktigt för oss att bygga en

långsiktigt engagerande företagskultur, som är styrd av våra värderingar och i linje med vårt syfte.

Våra värderingar; *Focus on Impact*, *Stay True* och *Be Entrepreneurs* ger uttryck i vårt ledarskap, utvecklingssamtal, dagliga beslut och kund- och leverantörsrelationer. Medarbetarna får löpande information om bolagets etiska riktlinjer och cheferna arbetar kontinuerligt för att främja ett positivt och inkluderande arbetsklimat som leder till engagemang och initiativ.



EN HÅLLBAR OCH INKLUDERANDE ARBETSGIVARE

En kultur och arbetsmiljö präglad av engagemang, där alla medarbetare inkluderas och trivs i sin arbetsmiljö, är avgörande för att förverkliga vår medarbetarvision: **att attrahera, motivera och behålla extraordinära individer**. Våra organisatoriska styrningsprocesser är inriktade på att attrahera, motivera och behålla internationellt framstående, högkvalificerad arbetskraft som kan förverkliga våra tillväxtambitioner, uppfylla bolagets mål och ge våra kunder service i världsklass. Unika perspektiv, tänkande och erfarenhet, som vår mångfald av medarbetare för med sig till arbetet, är avgörande för att vi ska kunna uppfylla vårt syfte: **att hjälpa människor till hem att älska**.

Vi har utvecklat ett ramverk för vårt arbete inom rekrytering, organisations- och medarbetarutveckling samt ledarskap som fokuserar på fyra (4) olika dimensioner av vårt arbetsgivarerbjudande:

- Kompetensutveckling & Feedback
- Arbetsmiljö & Utrustning
- Kultur & Kollegor
- Kompensation & Förmåner

Ramverket ligger till grund för hur vi positionerar oss mot potentiella framtida medarbetare, hur vi kontinuerligt utvecklar vårt arbetsgivarerbjudande samt vad vi förväntar oss av våra medarbetare och ledare. Syftet med ramverket är att alla medarbetare ska uppleva ett engagemang, att deras arbete är motiverande och meningsfullt och att goda arbetsprestationer belönas.

1. Kompetensutveckling och feedback

Vi har utvecklat en feedback- och utvecklingsprocess för personalen utifrån tre kriterier:

- Kompetens
- Prestation & måloppfyllnad
- Efterlevnad av bolagets värderingar

Feedback, kompetensutveckling och prestation diskuteras inom ramen för feedback- och utvecklingssamtal mellan medarbetare och chefer minst en gång om året samt i regelbundna uppföljningssamtal. Feedback- och utvecklingsprocessen är ett av våra verktyg då ledare tillsammans med medarbetaren

tydliggör vad som förväntas och hur medarbetaren kan utvecklas. Processen ska bidra till att öka engagemanget, prestationen och arbetsglädjen hos våra medarbetare. Det är också ett tillfälle att stämma av att medarbetaren vet hur löneprocessen går till och vad som ligger till grund för löneutveckling. Feedback- och utvecklingsprocessen resulterar i en personlig utvecklingsplan som följs upp regelbundet.

Våra medarbetares möjlighet till kompetensutveckling kommer att vara avgörande för att RugVista ska nå sina resultatmål. Att utveckla våra medarbetare ökar bolagets effektivitet och produktivitet, och skickar också den viktiga signalen att vi prioriterar kompetensutveckling. I tillägg skapar möjligheter till personlig vidareutveckling både trivsel och arbetsglädje.

Under året hade vi i genomsnitt 16 timmar utbildning per medarbetare vilket ligger långt över målet på 10 timmar per medarbetare. Exempelvis erbjöds undervisning i svenska till medarbetare med annat modersmål och specialistutbildningar inom bland annat programmering, marknadsföring och hållbarhet.

2. Arbetsmiljö och utrustning

En hälsosam och säker arbetsplats är en förutsättning för att må bra, kunna prestera och trivas på arbetet. Genom att arbeta hälsofrämjande och systematiskt förebygga risker i arbetsmiljön möjliggör RugVista hållbar hälsa, trivsel och prestation. Riskerna för ohälsa minimeras och följs upp systematiskt. Alla konstaterade risker i arbetsmiljön hanteras genom ett systematiskt arbetsmiljöarbete (OHS). Syftet med vårt ledningssystem för arbetsplatsen är att identifiera, bedöma, följa upp och ta fram arbetsmiljömål för att minska riskerna för alla medarbetare. Vi registrerar alla inträffade olyckor i ett digitalt system.

Riskerna på vårt huvudkontor omfattar hälsorisker relaterade till dålig ergonomi, distansarbete, dålig belysning, dålig ventilation samt stress.

Säkerheten för personalen vid våra lager är avgörande för verksamheten, och vi har en nollvision för arbetsrelaterade skador. Arbetsmiljöriskerna omfattar fysiska risker främst i hanteringen av produkter men även psykosociala risker som stress och repetitiva

arbetsuppgifter. De vanligaste arbetsskadorna är axel- och ryggsmärtor från repetitivt arbete och tunga lyft. För att förebygga den höga risken för arbetsrelaterade tillbud utför vi frekventa riskanalyser, vilket bland annat innebär att nya rutiner och processer införs. Fem tillbud eller mindre olyckor rapporterades under 2021, jämfört med tre under föregående år. Den huvudsakliga anledningen till det ökade antalet är troligtvis att medarbetarna har en större medvetenhet och förståelse för hur viktigt det är att rapportera tillbud och olyckor.

Vi arbetar med flera olika hälsofrämjande aktiviteter för att skapa en hälsosam arbetsplats och minska sjukfrånvaron. Under 2021 introducerades bland annat en sömncykelapp som bidrar till bättre hälsa genom bättre sömn. Alla medarbetare har under året genomgått en ergonomikurs och vi erbjuder till exempel massage under arbetstid.

År 2021 var frånvaron 7,1% (6,7%) på våra distributionscentraler och 3,6% (6,0%) på vårt huvudkontor, vilket totalt är något lägre än 2020. Vi är medvetna om att 2021 års frånvaronivå har påverkats av covid-19-pandemin.

Tillbudshantering

Vi inser vikten av en säker och hälsosam arbetsmiljö med friska medarbetare. Vår personalpolicy omfattar arbetsmiljö och arbetssäkerhet samt medarbetarnas välbefinnande. Vi utför fortlöpande riskbedömningar i syfte att kultivera och bibehålla en säker arbetsmiljö. Vi stöder, som sagt, föreningsfriheten för alla medarbetare och har tecknat kollektivavtal för alla anställda.

Månatliga enkäter

Engagemang och arbetsmiljöfrågor följs upp genom månatliga enkäter som bland annat mäter medarbetarnas *Net Promotor*-poäng. Detta är en viktig kanal för tidiga signaler om behov av åtgärder. Vi slutade året med en eNPS-poäng på 44 vilket ligger i linje med vårt mål men är lägre än resultatet för 2020. Vi har identifierat orsakerna bakom denna minskning och utarbetat en handlingsplan för att se till att resultatet i fortsättningen utvecklas i linje med våra förväntningar.

Visselblåsarsystem

Vi vill främja ett öppet affärsklimat och en god affärsetik. Anställda kan anonymt anmäla missförhållanden eller farhågor genom företagets tredjepartssystem för visseblåsare. Under 2021 har inga anmälningar tagits emot.

3. Kultur och kollegor

Mångfald bidrar till en organisation med många olika synsätt och perspektiv. Detta ger ett bättre beslutsfattande, mer innovation och bättre affärsresultat. För att kunna möta de olika behov som finns hos kunder och leverantörer, och för att tillhandahålla service i världsklass, vilket i sin tur kräver hög grad av motivation och engagemang hos varje medarbetare, har vi gjort mångfald och inkludering till en del av vår kultur. Målmedvetet skapar vi en inkluderande kultur där människor, oavsett kön och etnicitet, kan känna en

stark tillhörighet och psykisk trygghet. Det gör att vi alla har möjlighet att göra vår röst hörd och bidra till organisationens och bolagets långsiktiga framgång. Vi är väldigt stolta över att vara ett team på knappt 100 medarbetare med rötter från mer än 30 länder.

4. Kompensation och förmåner

Vi ersätter våra medarbetare på vårt kontor utifrån en individuell kompensationsmodell som är länkad till feedback- och utvecklingsprocessen. Våra kollektivanställda kompenseras utifrån gällande kollektivavtal. Den individuella kompensationen bestäms för varje medarbetare med hänsyn till RugVistas formulerade lönekriterier. Genom dessa övergripande lönekriterier vill vi tydliggöra förväntningar på roll och prestation, vad som värderas vid lönesättning samt hålla de gemensamma värderingarna levande i hela bolaget. Kriterierna utgör ett stöd till ledare och medarbetare i dialogen om lön och är ett verktyg för att våra ledare ska kunna göra en saklig bedömning av medarbetarnas resultat, prestation och engagemang.

I kompensationsmodellen ingår även ett brett förmånspaket som ska underlätta för våra medarbetare att ha en hållbar livsstil. Vi tror att våra medarbetares välbefinnande på arbetsplatsen är grundläggande för att de ska trivas och utvecklas med oss och därför satsar vi på hälsofrämjande aktiviteter såsom massage under arbetstid, gratis yoga och ett generöst friskvårdsbidrag.

Vi erbjuder en mängd övriga förmåner, här följer några exempel:

- Rabatter på till exempel gym, massage, underhållning och shopping
- Tjänstepensionsplan
- Digital placeringsrådgivning
- Pensionsspara extra via lönevaxling
- Flexibla arbetslösningar (beroende på roll)

Under covid-19 pandemin har många medarbetare arbetat hemifrån vilket har visat sig fungera bra. Under 2021 introducerade vi konceptet "hybrid working" som erbjuder medarbetare som har möjlighet att arbeta både hemifrån och på kontoret. Denna förmån bidrar till bättre work-life balance och flexibilitet.

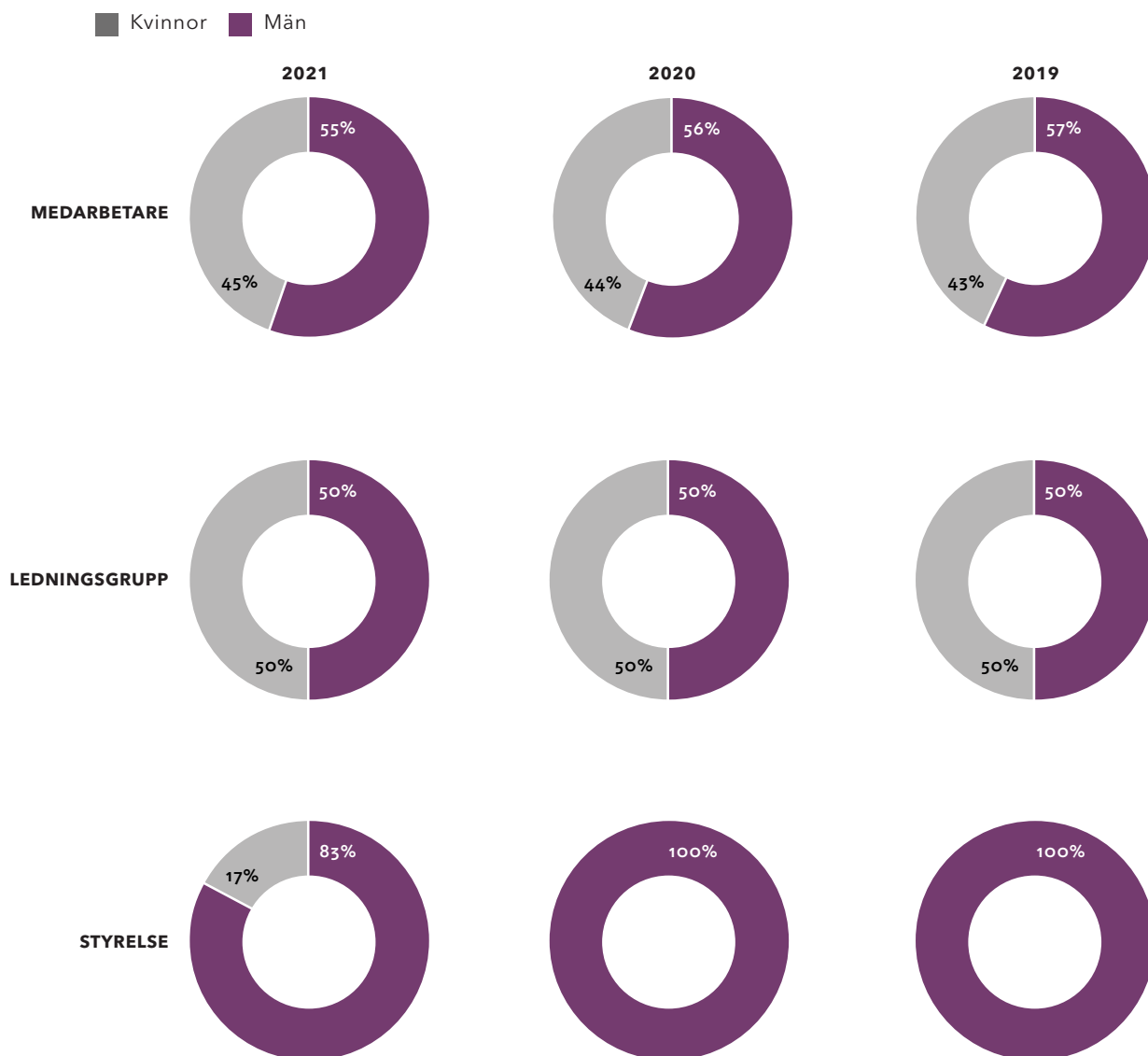
RugVista är medlemmar i Svensk Handel och har tecknat kollektivavtal med Handelsanställdas Förbund och Unionen.

"Målet är att fortsätta skapa en inkluderande kultur med samverkan, respekt, nytänkande och ständig utveckling. Utifrån vår medarbetarvision, att attrahera, motivera och behålla extraordinära individer, ska RugVista vara en attraktiv arbetsgivare som erbjuder potentiella och befintliga medarbetare en mångkulturell arbetsplats i världsklass."

PATRICIA RAJKOVIC WIDGREN
Chief Organization & Sustainability Officer

KÖNSFÖRDELNING

Genomsnittligt antal medarbetare under 2021 var 82 (69). Av dessa var 45% kvinnor och 55% män. I ledningsgruppen var motsvarande siffra 50% kvinnor respektive 50% män. Dessa är väsentliga nyckeltal för oss då mångfald är en hörnsten i vårt företag och vår kultur, där en välbalanserad könsfördelning på alla nivåer är av ytterst vikt för att uppnå bästa resultat.



FOKUS: NYCKELTAL FÖR DEN EGNA ORGANISATIONEN

MÅLSÄTTNING	MÅL		RESULTAT	
	2030	2025	2021	2020
Utbildningstimmar per anställd	16	12	15	6,8
Sjukfrånvaro på lager	3%	4%	7,1%	6,7%
Sjukfrånvaro på kontor	3%	3%	3,6%	6,0%
Personalomsättning (%)	10-20%	10-20%	11%	n/a
Arbetsskador	0	0	5	3

Inverkan av covid-19

Riktlinjerna för medarbetarna på vårt huvudkontor har varit att i möjligaste mån arbeta på distans, och RugVista har implementerat digitala kommunikationsplattformar för att möjliggöra detta. Vi är medvetna om risken för isolering och distansarbetets negativa inverkan på den psykiska hälsan och har uppmanat alla chefer att införa rutiner för att säkerställa att delaktighet i arbetsgrupperna. Exempelvis hålls regelbundna återkopplingsmöten om arbetsrelaterade frågor liksom inkludering genom digitala sociala aktiviteter.

På våra lager och vissa delar av kontoret har medarbetarna arbetat på plats varje dag. För att garantera en säker arbetsmiljö har vi utfört extra städning och tillhandahållit desinfektionsmedel i alla rum samt munskydd. Raster och pausrum har anpassats för att säkerställa social distansering. Vi har i perioder när smittan varit som högst uppmanat alla att bära munskydd och i möjligaste mån hålla ett avstånd på minst 2 meter.

För att säkerställa en kontinuerlig företagshälsovård och stöd till våra medarbetare, har så långt det varit möjligt besök hos vår företagshälsovård bokats om till distansbesök.

När ett bekräftat fall av covid-19 har rapporterats agerar vi i enlighet med folkhälsomyndighetens rekommendationer. Myndigheten rekommenderar att alla över 12 år ska vaccinera sig, och för att underlätta detta har vi gett alla medarbetare möjlighet att vaccinera sig på betald arbetstid.

HUVUDFOKUS FÖR 2022 - PEOPLE

För att säkerställa att RugVista som bolag har positiv inverkan på de som berörs av vår verksamhet samt fortsätta arbetet med att bli regionens bästa arbetsgivare kommer vi ha följande huvudfokus under 2022:

- alla nya leverantörer undertecknar uppförandekoden och omfattas av revisionssystemet innan orderläggning. På kan RugVista säkerställa att alla leverantörer åtminstone uppfyller uppförandekodens minimikrav.
- i samarbete med branschinitiativen amfori BSCI och Label STEP och med Kemikaliegruppen bygga upp leverantörernas förmåga att arbeta i enlighet med bästa praxis för sociala och miljömässiga frågor. Programmen omfattar ledningssystem, långsiktig resultatutveckling, bästa praxis och utbildning. Detta ger en djupare inblick i leverantörens verksamhet och bidrar till fortsatta förbättring genom regelbundna revisioner, grundorsaksanalyser och fortlöpande förbättringsarbete.
- alla överträdelser av RugVistas uppförandekod och policyer blir utredda. En överträdelse kan leda till att affärsrelationen avslutas.
- säkerställa att den utvecklade processen för feedback, kompetensutveckling och kompensationsimplementeras i hela organisationen.
- medarbetarundersökningar såsom eNPS samt organisatoriska och sociala arbetsmiljöundersökningar genomförs och följs upp på regelbundet.
- vi systematiskt arbetar mot en nollvision för hälsa och säkerhet genom att främja en god och inkluderande arbetsmiljö samt förebygga arbetsrelaterade skador.



LEAD.CHANGE FOKUSOMRÅDE BUSINESS

ATT VARA ETT ansvarsfullt företag är vår grund. Vår uppförandekod och våra riktlinjer syftar till att etablera en medvetenhet om vikten av regelefterlevnad hos alla våra medarbetare och samarbetspartners.

MÅLSÄTTNING	MÅL		RESULTAT	
	2030	2025	2021	2020
Undertecknat uppförandekoden för leverantörer	100%	100%	100%	100%
Kartlagda leverantörer i tier 2 (i procent av RugVistas inköpsvärde)	100%	100%	72%	0%
Antal rapporterade korruptionsincidenter	Identifiera alla incidenter	Identifiera alla incidenter	0	0

UPPRÄTTHÅLLA EN GOD BOLAGSSTYRNING OCH AFFÄRSETIK

Uppförandekod och andra policyer

RugVistas uppförandekoder, policydokument och övriga riktlinjer ligger till grund för företagets hållbarhetsarbete och därmed förknippade risker. Policyer och riktlinjer revideras en gång om året. Policydokument och riktlinjer för hållbarhet omfattar:

- RugVistas uppförandekod för medarbetare
- RugVistas uppförandekod för leverantörer
- Personalpolicy
- Policy för hantering av medarbetarnas personuppgifter
- Policy för hantering av personuppgifter
- Ägardirektiv

Efterlevnad av regler och bestämmelser

Efterlevnaden av regler och bestämmelser är nödvändig för RugVista och det bästa sättet att förhindra att verksamheten används för korruption och bedrägeri.

RugVista kräver att bolagets styrelse, ledning samtliga medarbetare följer RugVistas uppförandekod, policyer, riktlinjer samt tillämplig lagstiftning och andra relevanta regler såsom GDPR, myndighetsföreskrifter och branschregler.

Alla anställda måste underteckna företagets uppförandekod och personalpolicy i samband med anställning och det är obligatoriskt för alla leverantörer att underteckna uppförandekoden för leverantörer.

Förebyggande av korruption

Korruption är en risk i de regioner där RugVistas leverantörer har sin verksamhet. Ett etiskt handlande,

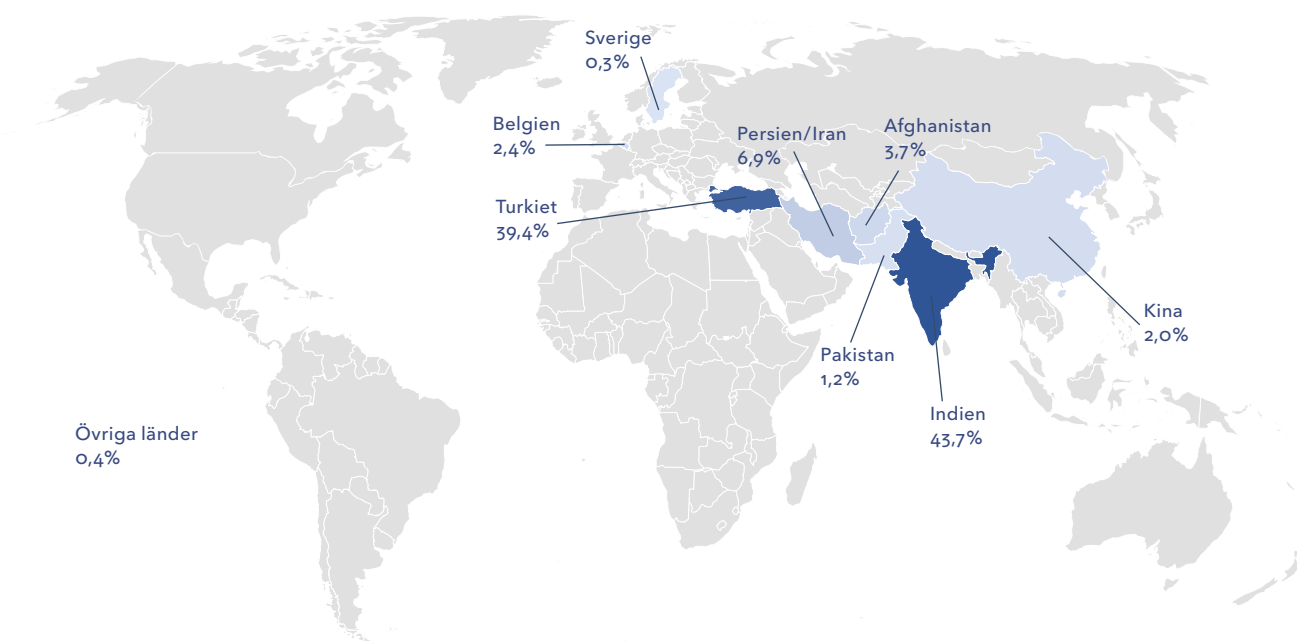
med respekt och integritet, är en grundregel inom bolaget och ingår i våra värderingar. Vår personalpolicy och våra uppförandekoder beskriver vilka förväntningar som finns på medarbetare och leverantörer och att vi har nolltolerans för alla former av korruption. Under 2020 genomfördes utbildning för att nyckelpersoner i bolaget och under 2022 kommer en uppdaterad utbildning att ske.

Kontinuerlig utveckling av leverantörskedjan

Transparens inom leverantörskedjan är mer än att veta var i världen våra mattor produceras – det är att vi vet vilka leverantörerna är, vilka deras underleverantörer är, hur de arbetar och hur vi bäst kan stötta dem i att arbeta på ett ansvarsfullt och effektivt sätt.

Vårt nätverk av leverantörer och tillverkare sträcker sig över flera länder och omfattar ett 20-tal leverantörer, huvudsakligen belägna i Asien och Europa. Vårt fokus är att bygga långsiktiga relationer med nyckelpartners i leverantörskedjan, där vi tillsammans utvecklar framgångsrika och hållbara affärer.

Innan vi inleder en relation med en potentiell ny leverantör gör vi en bedömning för att identifiera och agera på upptäckta potentiella risker för mänskliga rättigheter samt miljörisker. Under onboarding-fasen kräver vi att våra leverantörers redovisar vilka produktionsanläggningar de har. Under 2021 utökade vi detta till att omfatta även underleverantörer, så kallade tier 2. (Se *bedömningscykel för leverantörskedjan på sidan 53*). Vårt långsiktiga mål är en helt transparent leverantörskedja.



URSPRUNGSLAND PÅ MATTOR I LAGER SLUTET AV 2021

83% av de mattor som lagras på våra lager är tillverkade i Indien och Turkiet. Mattor tillverkade i Persien, Afghanistan, Kina, Belgien och Pakistan köps in från europeiska grossister. Alla produktionsanläggningar omfattas av våra revisionssystem; amfori BSCI eller Label STEP.

HUVUDFOKUS FÖR 2022 - BUSINESS

Vårt långsiktiga fokus är att bibehålla en god förvaltning och en ansvarsfull affärspraxis. För 2022 innebär detta följande huvudfokus:

- Fortsätta att mappa våra underleverantörer och deras leverantörer.
- Säkerställa implementeringen av vår/ amfori BSCIs uppförandekod för våra underleverantörer.
- Bättre upptäckt av korruption, exempelvis genom införandet av vårt nya externa visselblåsarssystem.
- Anti-korruption utbildning av nyckelpersoner.
- Engagera våra nuvarande och potentiella investerare i våra hållbarhetsambitioner och framsteg.

HÅLLBARHETSRIKES

Mattbranschen är global och påverkar många människor i alla delar av vår värdekedja. Vid sidan av de stora möjligheterna finns det också betydande risker och ansvar som behövs för att skydda vår verksamhet och de människor vi kommer i kontakt med. Vårt arbete är inriktat på att identifiera de viktigaste hållbarhetsrisker som gäller mattbranschen. Dessa går igenom regelbundet, och vi identifierar vilka system, metoder och kontroller som redan finns eller som behöver införas för att minimera riskernas eventuella följdverkningar.

Några av de identifierade riskerna är relaterade till arbetshälsa, säkerhet och korruption inom leverantörskedjan, övriga lokala risker för mänskliga rättigheter som identifieras i enlighet med FN:s vägledande principer för företag och mänskliga rättigheter samt bolagets klimatpåverkan.

De flesta av riskerna kan hanteras genom interna rutiner och kontroller medan vissa risker är mer utmanande och komplexa, för att de är politiska, kulturella eller kräver djupgående förändringar av hela branschen. Vi ser långsiktiga partnerskap och samarbeten med leverantörerna som viktiga nycklar till att minska dessa risker.

Dessa är några av de viktigaste hållbarhetsrisker som vi identifierat:

ÖVERTRÄDELSE AV GRUNDLÄGGANDE ARBETARRÄTTIGHETER

Risk: Genom hela leverantörskedjan, i de flesta av våra produktionsländer, finns risk för överträdelser av grundläggande arbetsrelaterade rättigheter. Dessa överträdelser gäller huvudsakligen rätten till föreningsfrihet och kollektiva förhandlingar, alltför mycket övertid, ohälsosam och osäker arbetsmiljö, barnarbete samt olagliga och osäkra anställningar. Problemen varierar beroende på produktionsland. Medan risken för alltför mycket övertid och olagliga arbetstagare exempelvis är högre i Turkiet, är risken för osäker arbetsmiljö högre i Indien. Risken för barnarbete i vår leverantörskedja bedöms inte längre vara

stor, och inga sådana fall har rapporterats hos våra leverantörer under det senaste året. Detta är ändå en avgörande punkt och räknas som en nolltoleransöverträdelse ifall den upptäcks.

Riskreduceringsplan: Vår uppförandekod för affärspartners omfattar alla de grundläggande arbetsrättigheter som nämndes ovan. Vi hanterar dessa risker genom vårt externa revisionssystem och genom att göra regelbundna uppföljningar med avseende på uppförandekoden. I detta ingår att ta reda på om det finns en väl fungerande klagomålsmekanism hos våra leverantörer. När det gäller fynd eller problem som identifieras genom revisionerna, samarbetar vi med våra leverantörer, antingen direkt eller genom ideella organisationer, för att göra upp en avhjälplan som vi följer upp för att säkerställa att framsteg görs. Även om vissa av dessa risker, såvitt vi vet, inte har realiserats har vi genom våra riskbegränsande insatser kunnat identifiera problem och tillsammans med leverantören förbättra produktionsförhållandena och miljön, till exempel genom att minska antalet övertidstimmar hos leverantörer i Turkiet.

KLIMATFÖRÄNDRINGAR

Risk: Ökade temperaturer, översvämningar och torka är allvarliga exempel på klimatförändringar som påverkar vår planet. Dessa har både omedelbara, ödesdigra och enorma socioekonomiska konsekvenser för samhället, men påverkar också planetens överlevnad på lång sikt. Textilberedning har en betydande miljöpåverkan, till exempel för att förbrukningen av vatten, kemikalier och energi är hög under hela processen. Utan ett riktigt förebyggande arbete uppstår en svår miljöpåverkan. Vi som bolag är beroende av en väl fungerande leveranskedja, och klimatförändringarna riskerar att också att störa vår produktion. Klimatförändringarna påverkar alla delar av världen, men vissa länder och regioner löper högre risk, exempelvis Indien och Pakistan. Det är också länder som vi köper från.

Riskreduceringsplan: Vi har dubbla fokus för att hantera denna risk. En grundbult i vår hållbarhetsstrategi är att minska vår miljöpåverkan. Under 2021 har vi förbundit oss till initiativet *Science Based Targets* som ytterligare ett steg för att påskynda arbetet med att minska vårt klimatavtryck. Eftersom klimatförändringarna är ett globalt problem kommer vårt eget arbete dessvärre inte att var nog för att motverka risken för klimatrelaterade störningar i leveranskedjan. Därför ser vi också hela tiden över vårt beroende av olika regioner och länder och utvecklar, med ledning av detta, strategier för att sprida risken

RESURSBRIST

Risk: För närvarande utgör den dominerande linjära produktionsmodell som vi förlitar oss på ett stort hot i och med den ökande utarmningen av världens naturresurser. Detta innebär en förlust av biologisk mångfald vilket har en negativ inverkan på klimatet och leder till livsmedelsbrist vilket förväntas ha stor inverkan på världens BNP. Med en affärsmodell som för närvarande förlitar sig främst på nya råvaror kan konsekvenserna bli kännbara om de inte hanteras.

Riskreduceringsplan: En av hörnstenarna i RugVistas hållbarhetsstrategi är att utveckla och hela tiden öka affärsmodellens cirkulära element. Detta kommer att göra det möjligt för oss att bidra till en positiv utveckling för världen, men också att på ett bättre sätt frigöra vår ekonomiska prestation från användningen av nytt råmaterial så att vi får motståndskraft inför framtiden. Resultatet är beroende av vår framgång i arbetet med att implementera hållbarhetsstrategin och vår förmåga att utveckla ett ännu hållbarare kunderbjudande.

PRODUKTSÄKERHET

Risk: Kunderna måste kunna lita på produktsäkerheten vid användning av våra mattor. Vi har identifierat att den största produktsäkerhetsrisken för mattor är relaterad till produktens kemikalieinnehåll.

Riskreduceringsplan: Samtliga våra leverantörer måste underteckna en skriftlig överenskommelse att följa Kemikaliegruppens kemikalierestriktionslista som följer EU-lagstiftning (REACH, BPR och EU:s avfallsagstiftning) och den internationella kemikalielagstiftningen (POPS). Kemiska analyser utförs regelbundet av leverantörerna liksom av RugVista.

OETISKT AFFÄRSBETEENDE

Risk: Produktion i utvecklingsländer med utbredd fattigdom och instabila politiska situationer medför också en korruptionsrisk. Korruptionen kan yttra sig på olika sätt genom leverantörskedjan, till exempel i form av mutor.

Riskreduceringsplan: Vår uppförandekod har nolltolerans mot alla typer av korruption och vi reviderar regelbundet leverantörerna gentemot koden. I detta ingår att ta reda på om det finns en väl fungerande klagomålsmekanism hos våra leverantörer. Under 2022 tar vi ännu ett steg genom att införa en global visselblåsarkanal som även kan användas av personer i vår leveranskedja för att meddela RugVista direkt om det finns anledning att misstänka till exempel oetiskt affärsbeteende i RugVistas leverantörskedja.

POLITISK OCH SOCIAL INSTABILITET PÅ PRODUKTIONS- OCH FÖRSÖRJNINGSMARKNADERNÄ

Risk: RugVista erbjuder mattor som tillverkats i flera länder, varav några klassificeras som högriskländer i vissa klassificeringssystem för landsrisker. Osäkerhet i geopolitik och handel ha en betydande inverkan på vår verksamhet. Detta kan gälla handelsrestriktioner, krig och ökade skyddsåtgärder för nationella säkerhetsändamål. Dessa situationer kan ibland uppstå hastigt eller utvecklas över tid. Det senaste exemplet som potentiellt kan påverka RugVista är den aktuella situationen i Afghanistan.

Riskreduceringsplan: Det är av högsta vikt att vi hela tiden håller ögonen på utvecklingen i våra produktions- och inköpsländer och har processer på plats för att upprätthålla en säker produktion i osäkra situationer. Genom vårt samarbete med Label STEP, som har närvaro och väletablerade nätverk i högriskländer, kan vi fortsätta att bedriva verksamhet enligt våra höga standarder och säkerställa efterlevnaden av vår uppförandekod så länge situationen tillåter, både ur ett juridiskt och etiskt perspektiv men också med avseende på säkerhetsläget. Att bedriva verksamhet också i högriskländer ser vi som en möjlighet att ha en positiv inverkan på utvecklingen. För närvarande åstadkommer vi detta både genom kapacitetsutbyggnad med våra leverantörer och genom att bidra till utbildningsprogram för vävare i dessa länder i samarbete med organisationer som Label STEP. En annan viktig åtgärd för att minska denna risk är att sprida ut produktionen på olika länder och leverantörer.

SAMARBETEN

EFTERSOM VI SOM bolag har en vision, att leda mattindustrin mot en hållbar framtid, är samarbete och partnerskap en viktig del av vår hållbarhetsstrategi.

Vi behöver en mångfald av perspektiv för att utveckla nya lösningar på de hållbarhetsutmaningar vi står inför. Var och en som deltar i ett samarbete för med sig unik expertis, kompetens och resurser, och när ett sådant samarbete organiseras väl kan det ha en stor potential att ta itu med systemutmaningar. Det är därför vi bygger partnerskap med ideella organisationer och andra intressenter som gör det möjligt för oss att höja ribban bortom organisatoriska gränser och bidra till en hållbar utveckling inom mattbranschen.

AMFORI BSCI

RugVista är medlemmar i amfori BSCI, ett världsomfattande initiativ för företag som vill förbättra arbetsförhållandena i den globala leverantörskedjan. BSCI sammanför fler än 2400 företag kring en gemensam uppförandekod, och deras främsta uppgift är att stödja nätverket i arbetet med att skapa hållbara och etiska leverantörskedjor.

LABEL STEP

För att kunna hantera komplexiteten kring revisioner av mattor vävda och knutna av hemvävare är RugVista sedan 2019 en certifierad Label STEP Fair Trade-partner. Label STEP är en ideell organisation som engagerar sig i mattvävares levnadsvillkor och välmående inom industrin för handgjorda mattor. Label STEP verkar aktivt för långsiktiga förbättringar i mattindustrin samtidigt som de ger mattvävare möjlighet till utbildning inom mänskliga rättigheter, hälsa och säkerhet samt ekonomi.

CARE & FAIR

Sedan 2018 har vi ett nära samarbete med Care & Fair, en ideell organisation som syftar till att möjliggöra regelbunden skolgång för mattknytares barn, ge kvinnor möjlighet att lära sig läsa och skriva samt tillhandahålla gratis sjukvård till hela familjen. För

närvarande driver Care & Fair 10 skolor, 6 centrum för vuxenutbildning och 3 vårdcentraler i Indien och Pakistan.

FN:S GLOBAL COMPACT INITIATIV

Vi har varit medlemmar i FN:s Global Compact-initiativ (UNGC) sedan 2020. UNGC är ett strategiskt policyinitiativ för företag som vill anpassa sin verksamhet och sina strategier till 10 allmänt vedertagna principer inom mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljö och korruptionsbekämpning. Vår uppförandekod omfattar UNGC:s tio principer, och vi gestaltar de grundläggande begreppen rättvisa, öppenhet och respekt för människor och den miljö som berörs av vår verksamhet.

RISE KEMIKALIEGRUPPEN

Sedan 2019 har vi varit medlemmar i Kemikaliegruppen, en del Sveriges forskningsinstitut (RISE). Det är en plattform för kunskap om kemikalier i textilproduktionskedjan och kommunikation av kemikaliekrav till våra leverantörer. Genom samarbete med RISE Kemikaliegruppen försöker vi hålla oss uppdaterade om lagstiftning och föreskrifter som rör kemikalier.

GIAB

Vi har sedan 2018 ett samarbete med GIAB, vars affärsidé bygger på återförsäljning av överblivna eller defekta produkter till konsumenter. Hit skickar vi mattor som är defekta eller som inte klarar våra högt ställda kvalitetskrav. På så sätt kommer mattorna till användning hos GIAB:s kunder i stället för att destrueras.

SVENSK HANDEL

RugVista är medlemmar i Svensk Handel, den arbetsgivarorganisation som betjänar hela handelssektorn. Förbundet företräder handelsföretag i frågor som rör sysselsättning och ekonomisk politik. Svensk handel har till uppgift att skapa bästa möjliga villkor för både stora och små handelsföretag.

SCIENCE BASED TARGETS INITIATIVET (SBTi)

Initiativet *Science Based Targets* (SBTi) främjar ambitiösa klimatåtgärder inom den privata sektorn genom att göra det möjligt för företag att sätta vetenskapligt baserade klimatmål som är förenliga med målsättningarna i Parisavtalet. Under 2021 fick RugVista sina klimatmål godkända av *Science Based Targets initiativet*, vilket säkerställer att reduktionsmålen av växthusgaser är förenliga med de nivåer som krävs för att uppfylla Parisavtalets målsättningar.



Kontakta oss

PATRICIA RAJKOVIC WIDGREN
Chief Organization & Sustainability Officer

BEATRICE PERLMAN EWERT
Sustainability Manager

E-post: sustainability@rugvista.se

REVISORNS YTTRANDE

AVSEENDE DEN LAGSTADGADE HÅLLBARHETSRAPPORTEN

Till bolagsstämman i RugVista Group AB (publ),
org.nr 559037-7882

UPPDRAG OCH ANSVARSFÖRDELNING

Det är styrelsen som har ansvaret för hållbarhetsrapporten för år 2021 på sidorna 27–67 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

GRANSKNINGENS INRIKTNING OCH OMFATTNING

Vår granskning har skett enligt FARs rekommendation RevR 12 *Revisorns yttrande om den lagstadgade hållbarhetsrapporten*. Detta innebär att vår granskning av hållbarhetsrapporten har en annan inriktning och en väsentligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i

Sverige har. Vi anser att denna granskning ger oss tillräcklig grund för vårt uttalande.

UTTALANDE

En hållbarhetsrapport har upprättats.

Malmö 8 april 2022
Ernst & Young AB

MARTIN HENRIKSSON
Auktoriserad revisor



||| BOLAGSSTYRNING- RAPPORT

Bolagsstyrning	70
Aktien och största aktieägare	71
RugVistas bolagsstyrningsstruktur	71
Bolagsstämman	72
Valberedningen	73
Styrelsen	73
Revisorer	76
VD och övriga ledande befattningshavare	76
RugVistas system för intern kontroll och riskhantering	79
Internrevision	79
Revisorns yttrande om bolagsstyrningsrapporten	80

BOLAGSSTYRNING

RugVista Group AB (publ) är ett svenskt publikt aktiebolag vars aktier är noterade på Nasdaq First North Premier Growth Market sedan mars 2021. **"RugVista Group"** eller **"Bolaget"** avser, beroende på sammanhanget, RugVista Group AB (publ) (organisationsnummer 559037-7882) eller den koncern vari RugVista Group AB (publ) är moderbolag.

Bolagsstyrningens roll i RugVista Group är att skapa förutsättningar för ett aktivt och ansvarsfullt ägande, en tydlig ansvarsfördelning mellan bolagsorganen, och att förhindra intressekonflikter. Väl fungerande bolagsstyrning är en förutsättning för att upprätthålla Bolagets förtroende på marknaden och skapa mervärde för Bolagets intressenter. Bolagets principer för bolagsstyrning gäller för samtliga bolag i koncernen, som för närvarande består av Bolaget och dess helägda dotterbolag RugVista AB (registreringsnummer 556458-9207). Denna bolagsstyrningsrapport har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och svensk kod för bolagsstyrning ("**Koden**") samt har granskats av Bolagets revisor.

BOLAGSSTYRNINGSPRINCIPER

Ramverket för Bolagets bolagsstyrning baseras huvudsakligen på svensk lag, Bolagets bolagsordning samt uppförandekod

och andra interna styrdokument. Utöver reglerna i aktiebolagslagen (2005:551), årsredovisningslagen (1995:1554), och Bolagets bolagsordning, tillämpar Bolaget även Nasdaq First North Premiers Regelverk för emittenter, och Koden samt andra tillämpliga lagar och regler. Grundläggande för Bolagets bolagsstyrning, utöver formella dokument, är också Bolagets företagskultur, arbetssätt och värderingar.

Svensk kod för bolagsstyrning

Koden är en del av näringslivets självreglering och anger normer för god bolagsstyrning. Nu gällande Kod finns tillgänglig på Kollegiet för svensk bolagsstyrnings webbplats www.bolagsstyrning.se. Koden gäller för svenska bolag vars aktier är upptagna på en reglerad marknad och ska även tillämpas för bolag noterade på Nasdaq First North Premier Growth Market.

Koden bygger på principen "följ eller förklara" vilket innebär att ett bolag som tillämpar Koden kan avvika från enskilda regler och välja andra lösningar som man bedömer bättre lämpade med hänsyn till bolagets särskilda omständigheter men då ska förklaring avges där man redovisar skälen till avvikelserna samt den lösning man valt i stället. De fall där Bolaget avviker från Koden redovisas nedan.

KODREGEL	AVVIKELSE SAMT FÖRKLARING
2.4 "...Styrelsens ordförande eller annan styrelseledamot ska inte vara valberedningens ordförande."	Enligt Bolagets instruktion för valberedningen ska den ledamot som utsetts av den till röstetalet största aktieägaren vara valberedningens ordförande, såvida inte valberedningen enhälligt utser annan ledamot. Efter noga övervägande beslutade valberedningen att, i enlighet med möjligheten i instruktionen för valberedningen, enhälligt välja Bolagets styrelseordförande till ordförande för valberedningen. Att styrelsens ordförande är ordförande i valberedningen är ett avsteg från Koden. Valberedningen och Bolaget har noga övervägt och inte funnit att intressekonflikt eller andra omständigheter föreligger, som gör det olämpligt att styrelsens ordförande agerar ordförande i valberedningen. Skälen för avvikelserna är att valberedningen ska representera samtliga aktieägare. Styrelseordförandens gedigna kunskaper om Bolaget, dess verksamhet och om styrelsen anses därvid tillföra mycket i, och vara av avgörande betydelse för, valberedningens arbete. Valberedningens övriga ledamöter har dessutom ansetts tillräckligt erfarna för att hantera eventuella risker med att styrelseordföranden har ordförandeskapet i valberedningen.
7.1 angående styrelseutskott allmänt.	Styrelsen har beslutat att inte inrätta några utskott utan styrelsen i dess helhet fullgör de uppgifter som ankommer på sådana utskott. Se närmare beskrivning av den lösning Bolaget valt under avsnittet avseende styrelseutskott.
7.2 angående revisionsutskott.	Styrelsen har beslutat att inte inrätta något revisionsutskott utan styrelsen i dess helhet fullgör de uppgifter som ankommer på sådant utskott. Se närmare beskrivning av den lösning Bolaget valt under avsnittet avseende styrelseutskott.
7.3 "I bolag som inte har en särskild granskningsfunktion (internrevision) ska styrelsen årligen utvärdera behovet av en sådan funktion och i beskrivningen av den interna kontrollen i bolagsstyrningsrapporten motivera sitt ställningstagande."	Styrelsen har beslutat att inte ha en särskild funktion för internrevision. Behov av sådan funktion utvärderas årligen av styrelsen. Se närmare beskrivning av den lösning Bolaget valt under avsnittet Internrevision samt beskrivningen av Bolagets ramverk för intern kontroll under avsnittet RugVistas system för intern kontroll och riskhantering.
9.1–9.3 angående ersättningsutskott.	Styrelsen har beslutat att inte inrätta något ersättningsutskott utan styrelsen i dess helhet fullgör de uppgifter som ankommer på sådant utskott. Se närmare beskrivning av den lösning Bolaget valt under avsnittet avseende styrelseutskott.

AKTIEN OCH STÖRSTA AKTIEÄGARE

Första handelsdag för RugVista Group AB (publ) aktien på Nasdaq First North Premier Growth Market var 18 mars 2021. Aktiens ISIN kod: SE0015659834. Bolagets aktiebok förs

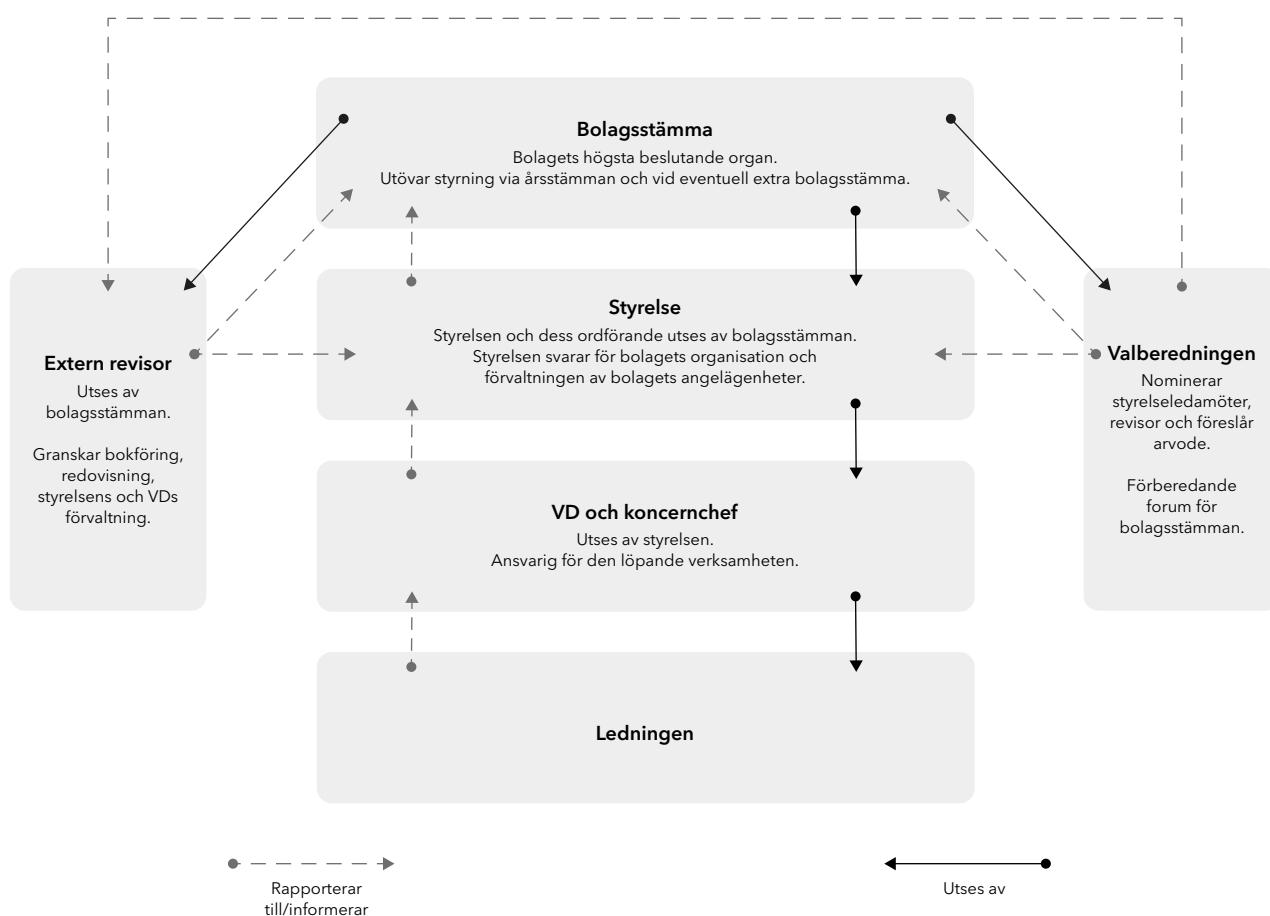
av Euroclear Sweden AB. Totalt antal aktier i Bolaget per 31 december 2021 var 20 785 140, varje aktie berättigar till en (1) röst.

De 10 största aktieägarna per 30 december 2021 listas i tabellen nedan:

DE TIO STÖRSTA AKTIEÄGARN PER 30 DECEMBER 2021			
Ägare	Antal aktier	Andel av kapital	Andel av rösterna
Litorina IV L.P.	2 813 587	13,5%	13,5%
Futur Pension	1 931 544	9,3%	9,3%
TIN Fonder	1 831 250	8,8%	8,8%
RBC	1 826 764	8,8%	8,8%
Indexon AB	1 485 702	7,1%	7,1%
RoosGruppen AB	1 040 000	5,0%	5,0%
SEB Life International	911 490	4,4%	4,4%
Enter Fonder	847 993	4,1%	4,1%
Goldman Sachs International Ltd	673 183	3,2%	3,2%
Spiltan Fonder	667 397	3,2%	3,2%
Totalt de tio största aktieägarna	14 028 910	67,5%	67,5%
Totalt antal utestående aktier	20 785 140	100,0%	100,0%

Källa: Euroclear. Utdrag per 30 december 2021.

RUGVISTAS BOLAGSSTYRNINGSTRUKTUR



BOLAGSSTÄMMAN

Bolagsstämman är Bolagets högsta beslutande organ och det organ där aktieägarna utövar sin rösträtt. Årsstämman för RugVista Group hålls varje år inom sex månader från räkenskapsårets utgång. Utöver årsstämman kan extra bolagsstämma sammankallas vid behov. Kallelse till bolagsstämma ska, enligt bolagsordningen, ske genom annonsering i Post- och Inrikes Tidningar och publicering på Bolagets webbplats. Att kallelse har skett ska också annonseras i Dagens Industri. Inför varje bolagsstämma publicerar Bolaget också pressmeddelande med kallelsen i dess helhet. RugVistas bolagsstämma hålls, enligt Bolagets bolagsordning, i Malmö kommun där Bolaget har sitt säte, eller i Stockholm.

På årsstämman beslutar aktieägarna i frågor såsom fastställande av resultat- och balansräkning, disposition av Bolagets resultat, beslut om ansvarsfrihet för styrelsens ledamöter och VD, valberedningens sammansättning, val av styrelseledamöter (däribland styrelseordförande) och revisor, ersättning till styrelseledamöter och revisor samt riktlinjer för ersättning till VD och övriga ledande befattningshavare. På stämman beslutar RugVista Groups aktieägare även om andra frågor av betydelse för Bolaget, som exempelvis eventuella ändringar av bolagsordningen.

Aktieägare som vill få fråga behandlad på bolagsstämma ska skriftligen begära detta hos styrelsen. Sådan begäran ska normalt vara styrelsen tillhanda senast sju veckor före stämman. Bolagets bolagsordning innehåller inga särskilda bestämmelser om tillsättande och entledigande av styrelseledamöter, begränsningar i aktiernas överlåtbarhet eller om ändring av bolagsordningen. Bolagsordningen finns tillgänglig på Bolagets webbsida www.rugvistagroup.com. Riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare fastställs åtminstone vart fjärde år. För närvarande finns inga av bolagsstämman lämnade bemyndiganden till styrelsen att besluta att Bolaget ska ge ut nya aktier.

ÅRSSTÄMMA 2021

Årsstämman hölls den 3 mars 2021. Beslut innefattade bland annat:

- Fastställande av resultat- och balansräkning samt koncernresultat- och koncernbalansräkning
- Beslut om disposition av årets resultat, innebärande att årets resultat överfördes i ny räkning
- Beslut om ansvarsfrihet för styrelsens ledamöter och VD
- Fastställande av styrelse- och revisorsarvode
- Omval för tiden intill nästa årsstämma av styrelseledamöterna Erik Lindgren, John Womack, Magnus Dimert, Ludvig Friberger, Paul Steene och Eva Boding. Erik Lindgren omvaldes till styrelseordförande
- Val av revisor.

Bolagets kommande årsstämma kommer att hållas den 20 maj 2022. Stämman kommer att genomföras med möjlighet till poströstning. För mer information om årsstämman 2022 se Bolagets webbsida www.rugvistagroup.com.

EXTRA BOLAGSSTÄMMOR 2021

11 februari 2021 hölls extra bolagsstämma vid vilken Magnus Ressel avgick och Eva Boding invaldes som ny styrelseledamot. Som förberedelse för Bolagets notering beslutade samma extrastämma bland annat om ändrad bolagskategori, införande av avstämningsförbehåll, borttagande av hembudsförbehåll, antagande av riktlinjer för ersättning för ledande befattningshavare samt instruktion för valberedningen. Stämman beslutade också om aktiesplit genom vilken varje befintlig aktie delades upp i 20 aktier (aktiesplit 20:1).

Vid extra bolagsstämma 17 februari 2021 beslutades om mindre justeringar i besluten från extra bolagsstämma 11 februari 2021.

Vid extra bolagsstämma 18 mars 2021 beslutades om införandet av ett nytt incitamentsprogram (LTIP 2021) avsett för nuvarande och framtida nyckelpersoner. Beslutet innefattade emission och efterföljande överlåtelse av teckningsoptioner.

RÄTT ATT DELTA I BOLAGSSTÄMMA

Samtliga aktieägare som på avstämningsdagen sex bankdagar före bolagsstämman är rösträttsregistrerade i Bolagets av Euroclear Sweden förda aktiebok, och som senast det datum som anges i kallelsen till bolagsstämma har meddelat Bolaget om sin avsikt att närvara, har rätt att delta i bolagsstämman och rösta för det antal aktier de innehar.

Aktieägare som har sina aktier förvaltarregistrerade genom bank eller annan förvaltare måste, utöver att anmäla sig till bolagsstämma, begära att deras aktier tillfälligt förs in i aktieboken hos Euroclear Sweden i eget namn (s.k. rösträttsregistrering) för att få delta vid bolagsstämma. Framställningen av bolagsstämмоaktieboken per avstämningsdagen kommer att beakta rösträttsregistreringar som har gjorts fyra bankdagar före bolagsstämma. Berörda aktieägare bör begära att förvaltaren genomför sådan rösträttsregistrering i god tid före avstämningsdagen. Aktieägare får delta vid RugVista Groups bolagsstämma personligen eller genom ombud och får medföra högst två biträden, dock endast om aktieägaren anmält detta till Bolaget enligt ovan. Bolagets bolagsordning innehåller inga begränsningar i fråga om hur många röster varje aktieägare kan avge vid bolagsstämman.

VALBEREDNINGEN

VALBEREDNINGENS ARBETE

Valberedningen representerar Bolagets aktieägare. Valberedningens uppgift är att utarbeta och lägga fram förslag till beslut avseende bland annat antal styrelseledamöter och val av styrelseledamöter, styrelseordförande samt ersättning till styrelseledamöter. Valberedningen bereder även val av revisor och arvodering till revisor och, i den mån det anses nödvändigt, förslag till ändringar av instruktionen till valberedningen. Aktieägare kan lämna förslag till valberedningen i enlighet med de instruktioner som anges på Bolagets webbsida.

VALBEREDNINGENS SAMMANSÄTTNING

Valberedningen ska utgöras av styrelseordföranden och en representant för var och en av de till röstetalet två största aktieägarna i RugVista Group baserat på den av Euroclear Sweden förda aktieboken per den sista bankdagen i oktober varje år eller övrig tillförlitlig ägarinformation vid denna tidpunkt.

Valberedningens ordförande ska vara den ledamot som utsetts av den till röstetalet största aktieägaren, såvida inte valberedningen enhälligt utser annan ledamot. Sammansättningen av valberedningen, med angivande av vilken aktieägare som utsett respektive ledamot, offentliggörs på Bolagets hemsida senast sex månader före årsstämman. Valberedningens mandatperiod sträcker sig fram till dess att ny valberedning utsetts.

Om aktieägare som utsett ledamot i valberedningen inte längre tillhör de till röstetalet två största aktieägarna vid en tidpunkt som infaller senast tre månader före årsstämman ska den ledamot som utsetts av denne aktieägare ställa sin plats till förfogande, och den aktieägare som tillkommit bland de till röstetalet två största aktieägarna ha rätt att utse en representant till valberedningen. Om sådan ägarförändring inträffar senare än tre månader innan årsstämman eller endast innebär marginella förändringar i röstetal ska den redan formade valberedningens sammansättning inte ändras. Aktieägare som tillkommit bland de till röstetalet två största ägarna till följd av en mera väsentlig förändring i röstetal senare än tre månader innan årsstämman ska dock ha rätt att utse en representant som ska adjungeras till valberedningen.

För det fall ledamot lämnar valberedningen innan dess arbete är slutfört, ska ersättare i första hand utses av den aktieägare som utsåg ledamoten och i andra hand av nästa till röstetalet största aktieägare som inte har utsett ledamot. Aktieägare som utsett representant till ledamot i valberedningen har rätt att entlediga sådan ledamot och utse ny representant till ledamot. Ändringar i valberedningens sammansättning offentliggörs omedelbart på Bolagets webbsida.

VALBEREDNINGEN INFÖR ÅRSSTÄMMAN 2022

Valberedningen inför årsstämman 2022 har konstituerats i enlighet med Bolagets instruktion för valberedning som beskrivits ovan och har bestått av Andreas Nyberg utsedd av Bolagets största aktieägare Litorina IV L.P, Klara Tersman utsedd av TIN Fonder, samt Erik Lindgren ordförande i styrelsen för Bolaget. Som redovisats ovan har valberedningen enhälligt utsett Erik Lindgren till ordförande i valberedningen.

Bolaget tillämpar Kodens punkt 4.1 som mångfaldspolicy. Valberedningen ska tillämpa denna och eftersträva en sammansättning av kompetenser och erfarenheter som motsvarar de krav som ställs på styrelsen som helhet i Bolaget. Valberedningen lägger stor vikt vid mångfaldsfrågan och arbetar aktivt för att bland annat sträva efter en jämn könsfördelning. Valberedningens förslag till årsstämman 2022 publiceras i kallelsen till stämman och på Bolagets webbsida, samt vad gäller förslag rörande styrelseval, i ett pressmeddelande när förslaget fastställts.

STYRELSEN

Styrelsen är, efter bolagsstämman, Bolagets högsta beslutande organ och dess högsta verkställande organ. Styrelsens uppgifter regleras i aktiebolagslagen, Bolagets bolagsordning och Koden. Därutöver regleras styrelsens arbete av en av styrelsen årligen fastställd arbetsordning. Arbetsordningen reglerar bland annat arbets- och ansvarsfördelningen mellan styrelsens ledamöter, styrelsens ordförande och VD samt innehåller rutiner för finansiell rapportering för VD. Den nu gällande arbetsordningen fastställdes 28 januari 2021.

Styrelsen ansvarar för RugVista Groups organisation och förvaltningen av Bolagets angelägenheter. Styrelsens arbetsuppgifter omfattar fastställande av strategier, mål, affärsplaner, budget, delårsrapporter, årsbokslut samt antagande av policydokument. Styrelsen övervakar också Bolagets ekonomiska resultat och ser till att Bolaget har god intern kontroll och rutiner som säkerställer att fastlagda kontroller för finansiell rapportering efterlevs samt att den finansiella rapporteringen är upprättad i överensstämmelse med lag och övriga tillämpliga redovisningsstandarder och krav. Dessutom ska styrelsen se till att det finns en tillfredsställande kontroll av Bolagets efterlevnad av lagar och andra regler som gäller för Bolagets verksamhet samt Bolagets interna riktlinjer. Styrelsen utvärderar verksamheten mot de mål som styrelsen har fastställt.

I styrelsens arbete ingår även att identifiera hur hållbarhetsfrågor påverkar Bolagets risker och affärsmöjligheter samt att fastställa erforderliga riktlinjer för Bolagets uppträdande i samhället i syfte att säkerställa Bolagets långsiktigt värdeskapande förmåga. Styrelsen ansvarar dessutom för att löpande utvärdera VD:s arbete. Därutöver beslutar styrelsen

om större investeringar och ändringar i koncernens organisation och verksamhet.

Styrelsens ordförande leder och organiserar styrelsens arbete, ser till att styrelsen fullgör sina arbetsuppgifter och att styrelsens beslut verkställs. Styrelsens ordförande ska tillsammans med VD övervaka Bolagets resultat samt förbereda och leda styrelsemötena. Styrelseordföranden är också ansvarig för att styrelseledamöterna varje år utvärderar sitt och styrelsens arbete och fortlöpande får den information som krävs för att kunna utföra sitt arbete effektivt. I syfte att utveckla styrelsens arbete samt identifiera eventuella behov av kompletterande kompetenser genomför ordföranden i Bolagets styrelse, i enlighet med styrelsens arbetsordning, årligen en utvärdering av styrelsens arbete. Resultatet av utvärderingen, styrkor och områden med förbättringspotential diskuteras gemensamt i styrelsen och utgör också utgångspunkt för valberedningen i arbetet med att bedöma styrelsens sammansättning.

STYRELSEUTSKOTT

Styrelsens övergripande ansvar för frågor som kan beredas av styrelseutskott kan aldrig delegeras. Styrelsen har beslutat att inte inrätta något revisionsutskott eller ersättningsutskott utan att styrelsen i sin helhet fullgör de uppgifter som ankommer på sådana utskott. Styrelsen anser att detta fungerar väl och innebär att hela styrelsen aktivt tar del i och har full insyn i dessa viktiga frågor.

Det är därmed styrelsen som under 2021 har bedömt rutiner för intern kontroll avseende finansiell rapportering. Styrelsen

följer löpande den finansiella redovisningen och rapporteringen och har utvärderat Bolagets rutiner för redovisning och finansiell rapportering. Styrelsen har också följt upp och utvärderat externrevisorernas arbete och oberoende.

Styrelsen följer och utvärderar tillämpningen av Bolagets riktlinjer för ersättningar till ledande befattningshavare samt gällande ersättningsstruktur och ersättningsnivåer i Bolaget. Vid styrelsens behandling av och beslut i ersättningsrelaterade frågor närvarar inte VD, eller andra ledande befattningshavare, i den mån de berörs av frågorna.

STYRELSENS MEDLEMMAR

Kodregeln 4.1 tillämpas som Bolagets mångfaldspolicy. Detta innebär att styrelsen, utifrån Bolagets verksamhet, utvecklingskede och förhållanden i övrigt, ska vara ändamålsenligt sammansatt och bestå av ledamöter med olika bakgrund, kompetens, och erfarenhet samt att en jämn könsfördelning ska eftersträvas. Enligt Bolagets bolagsordning ska styrelsen bestå av lägst tre (3) och högst tio (10) styrelseledamöter. För närvarande består Bolagets styrelse av sex styrelseledamöter varav en kvinna (16,6%).

I tabellen nedan presenteras översikt över styrelsens sammansättning samt närvaro på styrelsemöten. För mer detaljerad presentation av ledamöterna hänvisas till tabell 1B och Bolagets webbplats www.rugvistagroup.com. Se not 7 "Löner och ersättningar till anställda" för information om arvode till styrelseledamöterna.

TABELL 1A. STYRELSENS MEDLEMMAR - OBEROENDE, NÄRVARO OCH INNEHAV

Namn	Uppdrag	Invalid	Oberoende (Bolaget och Bolagsledningen)	Oberoende (större aktieägare)	Närvaro styrelsemöten	Innehav aktier (eget och närstående)	Innehav teckningsoptioner (eget och närstående)
Erik Lindgren	Ordförande	2019	Ja	Ja	26/26	268 080	12 500
Eva Boding ¹	Ledamot	2021	Ja	Ja	25/26	1 200	-
Magnus Dimert	Ledamot	2018	Ja	Ja	26/26	162 060	-
Ludvig Friberger	Ledamot	2016	Nej	Nej	26/26	1 010 726	-
Paul Steene	Ledamot	2015	Ja	Nej	26/26	-	-
John Womack	Ledamot	2016	Nej	Ja	26/26	22 000	-
Magnus Ressel ²	Ledamot	2015	Ja	Nej	1/26	Ej tillämpligt ²	Ej tillämpligt ²

¹ Eva Boding invalid som styrelseledamot i februari 2021 och har därefter deltagit på samtliga möten.

² Magnus Ressel avgick som styrelseledamot i februari 2021. Magnus Ressel var inte styrelseledamot när Bolaget noterades.

TABELL 1B. STYRELSENS MEDLEMMAR

Namn/ Födelseår	Utbildning och erfarenhet	Väsentliga andra pågående uppdrag
Erik Lindgren 1967	Entreprenör och VD inom onlinehandel. Bland annat grundare och tidigare VD för Discshop Svenska näthandel AB, tidigare VD för Babyland Online Nordic AB och medgrundare av Apotea AB. Tidigare uppdrag/befattningar inkluderar Senior Advisor på EQT Partners, styrelseordförande Apotea AB, E-handelsgruppen i Sverige AB, Apotea holding AB och David Andersson Sweden AB. Styrelseledamot i Eton Group AB, RESIA Travel Group AB, Granngården AB, GG Holding AB, Earl Holding III AB, House of Flowers Sweden AB, IVC Evidensia Ltd, Musti Group Oyj och Top Toy A/S.	Styrelseordförande ArtGlass i Malmö AB och Riddermark Bil AB. Styrelseledamot i Storviksudden AB och Lipadi Hills AB.
Eva Boding 1973	Mastersexamen i företagsekonomi, Stockholms universitet, Lunds universitet och University of Groningen. Mångårig erfarenhet från ledande positioner hos internationellt starka konsumentvarumärken såsom Gant, Filippa K och L'Oréal. VD för Kasthall Group AB. Tidigare uppdrag/befattningar inkluderar Styrelseledamot i Nordic Nest Group AB, House of Dagmar AB, och Association of Swedish Fashion Brands ekonomisk förening.	VD för Edblad & Co AB och Styrelseledamot i Boding Health AB
Magnus Dimert 1970	Civilekonom, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet. Erfarenhet av flera operationella roller inom onlinehandeln och som medgrundare inom sektorn, bland annat tidigare VD och medgrundare av Adlibris och Evidensia utveckling AB samt medgrundare av Addnature och Eero Aarnio Originals. Tidigare uppdrag/befattningar inkluderar styrelseledamot i Pierce Holding AB, LGT Group AB och ArtGlass i Malmö AB samt styrelsesuppleant i Vilppu Holding AB.	Styrelseordförande i Alerna Systems AB. Styrelseledamot i GAMBETTA Affärs-utveckling AB, Lygna AB, Kusthavet AB, Best Transport Holding AB, RVRC Holding AB, Sub 18 Holding AB, Sofaco Holding ApS och Sofaco International ApS. Styrelseledamot och VD i Evidensia utveckling AB. Styrelsesuppleant i Gimbur AB.
Ludvig Friberger 1979	Erfarenhet inom programmering, mjukvaruutveckling, webbdesign och IT-arkitektur. Tidigare uppdrag/befattningar. Tidigare uppdrag/befattningar inkluderar styrelseordförande och VD i SolNord AB. Styrelseledamot i ArtGlass i Malmö AB. VD och CTO i RugVista.	Styrelseordförande i SolNord Vellinge AB, IFSEK - Institutet för solenergikvalitet AB. Styrelseordförande och VD i Cutting Edge Construction AB. Styrelseledamot i Transistormedia AB, Care of Carl AB, Good Measure AB, Solelgrossisten Sverige AB.
Paul Steene 1973	Civilingenjör i maskinteknik, Lunds universitet. Delägare i Litorina Capital Advisors AB, rådgivare till Litorina IV L.P. Tidigare uppdrag inkluderar styrelseledamot i Coromatic, Textilia, Pax, Fractal Design och LGT Logistics.	Styrelseledamot i Embellence Group AB (publ), Layer Group AB, Litorina Capital Advisors AB, Litorina V Holding AB och Litorina V Investment AB.
John Womack 1966	Kandidatexamen i nationalekonomi, Lunds universitet. Erfarenhet inom IR och kommunikation samt hållbarhet och är för närvarande Senior Advisor på Fogel & Partners AB. Tidigare Head of Investor Relations på Munters Group AB, Bygghemma Group First AB, Alimak Group AB samt Informations- och IR-direktör på Clas Ohlson AB. Tidigare uppdrag/befattningar inkluderar styrelseledamot i ArtGlass Malmö AB.	VD och styrelseledamot i Womack Investor Relations AB.



Erik Lindgren



Eva Boding



Magnus Dimert



Ludvig Friberger



Paul Steene



John Womack

STYRELSENS ARBETE 2021

Under räkenskapsåret 2021 höll styrelsen 26 antal möten, inberäknat konstituerande, ordinarie, extrainsatta och per capsulam möten. Ordinarie möten hölls enligt en fastställd årskalender för styrelsen och i enlighet med styrelsens arbetsordning. Utöver styrelsemötena har styrelsens ordförande en fortlöpande dialog med VD kring Bolagets förvaltning och verksamhet.

Huvudsakliga frågor för styrelsearbetet under räkenskapsåret 2021 har inkluderat arbete med förberedelser inför och i samband med noteringsprocessen, fortlöpande granskning av Bolagets intjänning, finansiella ställning och rapportering, samt strategi, affärsplaner, budget och organisations/bolagsstyrningsfrågor.

REVISORER

Ernst & Young AB (Box 4279 Nordenskiöldsgatan 24, 203 14, Malmö, Sweden) är Bolagets revisor sedan 2015. Martin Henriksson, auktoriserad revisor och medlem i FAR (branschorganisationen för revisorer i Sverige), är sedan räkenskapsåret 2015 Bolagets huvudansvarige revisor.

För räkenskapsåret 2021 har Bolagets revisor översiktligt granskat Q3 rapporten samt reviderat årsredovisningen och koncernredovisningen. Bolagets revisor uttalar sig vidare om bolagsstyrningsrapporten och huruvida hållbarhetsrapport upprättats, samt tillhandahåller ett särskilt yttrande angående huruvida Bolagets riktlinjer för ersättning till ledande

befattningshavare har följts. Bolagets Revisor rapporterar sina iakttagelser till aktieägarna genom revisionsberättelsen som presenteras på årsstämman. Revisorn har deltagit vid ett styrelsemöte under 2021 på vilket årsredovisningen 2020 behandlades.

För räkenskapsåret 2021 har Ernst & Young inte utfört tjänster för Bolaget utöver revisionsuppdraget. Styrelsen övervakar revisorns opartiskhet och självständighet, samt utvärderar revisionsarbetet åtminstone årligen.

VD OCH ÖVRIGA LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

VD utses av och är underställd styrelsen. VD ansvarar för att leda Bolaget och ansvara för den löpande förvaltningen. VD ska utföra denna uppgift i enlighet med gällande lagstiftning, bolagsordningen, styrelsens arbetsordning, styrelsens VD-instruktion samt eventuella ytterligare instruktioner och direktiv utfärdade av styrelsen. VD är ansvarig för att upprätta rapporter och sammanställa information från ledningen inför styrelsemöten och är föredragande på styrelsemötena. VD ska säkerställa att styrelsen får tillräcklig information för att kunna utvärdera koncernens finansiella ställning. VD utser övriga ledande befattningshavare.

Michael Lindskog är VD för Bolaget sedan 2019. Utöver VD bestod Bolagets ledningsgrupp vid utgången av räkenskapsåret 2021 av sju personer. För en närmare presentation av Bolagets VD och ledning se tabell 2 samt Bolagets webbsida.

TABELL 2. LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Namn/ Födelseår	Roll/ Anställd sedan	Utbildning	Tidigare uppdrag och erfarenhet	Väsentliga andra pågående uppdrag	Innehav aktier (eget och när- ståendes)	Innehav tecknings- optioner (eget och när- ståendes)
Michael Lindskog 1978	CEO 2019	Masterexamen i företagsekonomi, Handelshögskolan Stockholm. Masterexamen i marknadsföring Western Kentucky University, USA.	Head of Nordics på Zaland. Grundare, styrelseledamot och VD för Waizer AB. Managing Director för Fashion Connectivity Technologies GmbH. Engagement manager på McKinsey & Company.	-	287 990	240 000
Henrik Bo Jørgensen 1986	CFO 2021	Masterexamen i nationalekonomi, Köpenhamns universitet. Ekonomistudier, London School of Economics och University of Sydney.	Managementkonsult på Boston Consulting Group och Maersk Management Consulting, CFO/COO Nofred, Affärsutvecklingsansvarig Tiger of Sweden.	-	-	60 000
Peter Rosenfors 1976	CTO 2021	Civilingengör, Luleå Tekniska Universitet.	CTO på CDON AB, Engineering Manager på Axis Communications, Head of R&D på Palette Software, Head of Development på Fordons-Data Nordic AB.	-	7 730	15 000

TABELL 2. LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Namn/ Födelseår	Roll/ Anställd sedan	Utbildning	Tidigare uppdrag och erfarenhet	Väsentliga andra pågående uppdrag	Innehav aktier (eget och när- ståendes)	Innehav tecknings- optioner (eget och när- ståendes)
Carin Terins 1964	CDPO 2018	Produktutvecklare design/konfektion, Högskolan i Borås. Digital Marketing, IHM Business School Stockholm.	Design- och inköpschef på Flash AB.	-	112 601	-
Patricia Widgren 1970	COSO 2018	Marknadsekonom, IHM Business School Stockholm.	Rekryteringskonsult Prawia AB och Appointed Sverige AB, VD Biltrema Sweden AB och Century Europe AB.	Styrelse- ledamot Prawia AB	25 120	25 000
Anders Matthiesen 1983	COO 2021	Economics and Busi- ness Administration och Supply Chain Management, Copen- hagen Business School.	Managementkonsult på Im- plement Consulting Group, Director POSM på Pandora.	-	-	30 000
Ulrika Klinkert 1972	CMO 2017	Civilingenjör, Market- ing & Ekonomistudier, LTH (Lunds Tekniska Högskola), Karlsruhe Institute of Techno- logy, The Australian National University.	Marketing Director på Hilding Anders International AB, Head of Marketing på Betsson Group AB, Market Manager på Kjell & Com- pany.	-	75 900	-
Maria Tholin 1980	Head of Legal & Compli- ance 2021	LLM juridik, Lunds universitet.	Legal Counsel på Ikano Bank och senior associate på Mannheimer Swartling advokatbyrå.	-	2 530	7 500



Michael Lindskog



Henrik Bo Jørgensen



Peter Rosenfors



Carin Terins



Patricia Rajkovic Widgren



Anders Matthiesen



Ulrika Klinkert



Maria Tholin



ERSÄTTNINGAR TILL LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Vid bolagsstämman den 11 februari 2021 antogs Bolagets riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare. Riktlinjerna omfattar ledande befattningshavare i RugVista Group, vilka utgörs av de personer som från tid till annan ingår i Bolagets ledningsgrupp. I den mån styrelseledamöter utför tjänster för Bolaget utöver styrelsearbetet ska riktlinjerna också tillämpas och ersättning och övriga villkor beslutas av styrelsen. Riktlinjerna omfattar inte ersättningar som beslutas av bolagsstämman.

Ersättning till ledande befattningshavare består av fast kontantlön, pensionsförmån samt andra förmåner som kan innefatta bl.a. livförsäkring, sjukförsäkring och bilförmån sammanlagt upp till högst 15% av den fasta årliga kontantlönen. Den fasta lönen ska fastställas utifrån den enskilda befattningshavarens ansvar, befogenhet, kompetens och erfarenhet.

Övriga uppgifter om ersättning som Bolaget lämnar framgår av not 7 "Löner och ersättningar till anställda" samt i Bolagets Ersättningsrapport som återfinns på Bolagets webbsida.

RUGVISTAS SYSTEM FÖR INTERN KONTROLL OCH RISKHANTERING

Arbetet med intern kontroll är en viktig del av Bolagets pågående arbete med bolagsstyrningsfrågor och Bolaget arbetar kontinuerligt med att uppnå ett för Bolaget lämpligt och effektivt ramverk för intern kontroll inklusive hantering av de risker som uppkommer i verksamheten. En tydlig ansvars- och arbetsfördelning såväl mellan styrelse och VD som inom organisationen är en viktig del av Bolagets interna kontroll. Ansvar för intern kontroll i verksamheten har delegerats till utsedda medarbetare med funktionsansvar för respektive område. Nyckelelement i Bolagets riskhantering är att identifiera, utvärdera, planera relevant riskhantering samt övervaka risker. VD rapporterar Bolagets väsentliga risker till styrelsen och styrelsens övervakning inkluderar även eventuella observationer från Bolagets revisorer.

Styrelsen har fastställt ett antal policies som tillsammans med tillämpliga externa regelverk skapar de övergripande ramarna för verksamhetens styrning och kontroll. Utöver policies består Bolagets interna regelverk av ytterligare riktlinjer och processbeskrivningar/instruktioner.

Bolaget ser också företagskultur och värderingar som en central del i formandet av en ansvarsfull verksamhet. Utgångspunkten är att operativa kontroller och ramverk för riskhantering ska vara väl förankrat i de målsättningar och krav som återfinns i Bolagets värderingar (*Focus on Impact, Stay True, Be Entrepreneurs*), och uppförandekod.

INTERN KONTROLL AVSEENDE FINANSIELL RAPPORTERING

De viktigaste inslagen i Bolagets process för att säkra kvaliteten i den finansiella rapporteringen beskrivs nedan:

Ramverk för intern kontroll

Bolagets övergripande ramverk för intern kontroll med en tydlig ansvars- och arbetsfördelning, såväl mellan styrelse och VD som inom organisationen, är en viktig del av Bolagets interna kontroll. Behov av policies och riktlinjer utvärderas kontinuerligt av ledning och styrelse. Styrande dokument tillsammans med processbeskrivningar för den finansiella rapporteringen hålls tillgängliga och kända för relevant personal.

Riskbedömning och kontrollåtgärder

Riskbedömning omfattar identifiering och analys av väsentliga risker som påverkar internkontroll avseende den finansiella rapporteringen. Kontrollåtgärderna är av både förebyggande natur, det vill säga åtgärder som syftar till att undvika förluster eller felaktigheter i rapporteringen, och av upptäckande natur. Kontrollerna ska även säkerställa att felaktigheter blir rättade. Ekonomifunktionen som sammanställer rapporterna arbetar med noggrant upprättade räkenskaper och standardiserade arbetsrutiner med kontroller för att säkerställa att den finansiella rapporteringen överensstämmer med lag, tillämpliga redovisningsstandarder och övriga tillämpliga krav. Bolagets kontrollprocesser involverar styrelsen, ledning och övrig personal. Inför varje ordinarie styrelsemöte erhåller styrelsen information avseende Bolagets finansiella ställning.

Information och kommunikation

Information till ledningen sker bland annat vid regelbundna ledningsgruppsmöten på vilka CFO också, som del av ledningsgruppen, deltar. Styrelsen erhåller regelbundna rapporter med ekonomiskt utfall inklusive VDs och ledningens kommentarer till verksamheten. Iakttagelser och observationer från Bolagets revisor delges också styrelsen genom revisionsrapporter. Därutöver medverkar Bolagets revisor vid ett styrelsemöte per år där styrelsen ges möjlighet att ställa frågor till revisorn.

Uppföljning

Bolaget utvärderar löpande den interna kontrollen avseende den finansiella rapporteringen och att rapporteringen till styrelsen fungerar. Styrelsen tar årligen ställning till väsentliga riskområden och utvärderar den interna kontrollen.

INTERNREVISION

Bolaget har en enkel juridisk och operativ struktur. VD och funktionsansvariga medarbetare ansvarar för intern kontroll inom sina respektive ansvarsområde. Styrelsen följer sedan upp och utvärderar Bolagets bedömning av den interna kontrollen bland annat genom Bolagets rapportering av väsentliga risker samt observationer och rapporter från Bolagets revisorer. Styrelsen har därför valt att inte ha en särskild funktion för internrevision. Behovet av separat internrevisionsfunktion utvärderas årligen.

REVISORNS YTTRANDE OM BOLAGSSTYRNINGSRAPPORTEN

Till bolagsstämman i RugVista Group AB (publ),
org. nr 559037-7882

UPPDRAG OCH ANSVARFÖRDELNING

Det är styrelsen som har ansvaret för bolagsstyrningsrapporten för år 2021 på sidorna 69–79 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

GRANSKNINGENS INRIKTNING OCH OMFATTNING

Vår granskning har skett enligt FARs rekommendation RevR 16 *Revisorns granskning av bolagsstyrningsrapporten*. Detta innebär att vår granskning av bolagsstyrningsrapporten har en annan inriktning och en väsentligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige har. Vi anser att denna granskning ger oss tillräcklig grund för våra uttalanden.

UTTALANDE

En bolagsstyrningsrapport har upprättats. Upplýsningar i enlighet med 6 kap. 6 § andra stycket punkterna 2–6 årsredovisningslagen samt 7 kap. 31 § andra stycket samma lag är förenliga med årsredovisningen och koncernredovisningen samt är i överensstämmelse med årsredovisningslagen.

Malmö 8 april 2022
Ernst & Young AB

MARTIN HENRIKSSON
Auktoriserad revisor



IV FÖRVALTNINGS- BERÄTTELSE

Information om verksamheten	82
Medarbetare	82
Verksamhetsutveckling för koncernen som helhet	82
Segmentrapportering	84
Väsentliga händelser under räkenskapsåret 2021	84
Väsentliga händelser efter rapportperiodens utgång	85
Moderbolaget	85
Risker	85
Aktien	87
Förslag till vinstdisposition	88

INFORMATION OM VERKSAMHETEN

RugVista Group är en av de ledande europeiska "direct-to-consumer"-onlineplattformarna för mattförsäljning via webbutiker tillgängliga på 20 olika språk under varumärkena RugVista och CarpetVista. Bolaget grundades 2005 och erbjuder ett brett och relevant utbud av kvalitativa design- och traditionella mattor. RugVista Group erbjuder kunder inom EU fri frakt och kostnadsfri retur. Verksamheten är indelad i tre segment: Privatpersoner, Företagskunder, samt Marknadsplatser & Övrigt. Privatpersoner representerar konsumentmarknaden och är RugVista Groups huvudsakliga segment.

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

MEDARBETARE

Vid utgången av 2021 hade verksamheten 84 anställda (66). Medelantalet anställda i verksamheten var 82 (69), varav 44% kvinnor och 56% män (44% kvinnor och 56% män). Mer information om RugVistas personal och företagskultur presenteras i hållbarhetsrapporten i avsnittet PEOPLE på sida 50.

VERKSAMHETSUTVECKLING FÖR KONCERNEN SOM HELHET

NETTOOMSÄTTNING

Koncernens nettoomsättning för perioden uppgick till MSEK 705,0 (561,9), vilket motsvarar en ökning med 25,5% (33,0%) och den organiska nettoomsättningstillväxten uppgick till 34,0%. Skillnaden mellan den rapporterade nettoomsättningstillväxten och den organiska nettoomsättningstillväxten härleds till avyttringen av Artglass i Malmö AB i december 2020 som utgjorde 3,6% av nettoomsättningen under perioden förra året samt den svenska kronans värdestegring jämfört med förra året. Huvudsakligen förstärkningen mot EUR och till EUR bundna valutor såsom DKK.

Nettoomsättningen inom segmentet Privatpersoner (B2C), koncernens största, uppgick till MSEK 622,1 (479,2) vilket motsvarar en ökning med 29,8% (33,8%). Nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av DACH-regionen med en tillväxttakt på 42,8% (31,3%).

Nettoomsättningen inom segmentet Företagskunder (B2B) uppgick till MSEK 63,9 (49,7) vilket motsvarar en ökning med 28,6% (14,9%). Efterfrågan inom segmentet fortsätter att vara lägre än innan covid-19-pandemin men en aktivitetsökning inom kundkategorin inredningsarkitekter har noterats under framförallt andra halvan av året.

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 19,0 (12,8), vilket motsvarar en ökning med 48,1% (113,7%). Segmentet fortsatte sin positiva

utveckling under perioden tack vare förbättringsåtgärder som implementerats.

RESULTAT OCH MARGINALER

Bruttomarginalen uppgick till 64,6% (61,7%). Ökningen i bruttomarginalen drevs av kategorimix-effekter samt lägre försäljningsrabatter jämfört med föregående år.

Övriga externa kostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 35,9% (33,6%). Ökningen drevs främst av den högre investeringen i marknadsföringskostnader för att driva tillväxt under årets sista tre kvartal samt kostnader hänförliga till noteringsprocessen under det första kvartalet.

Personalkostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 9,0% (8,5%).

Övriga rörelsekostnader uppgick till MSEK -2,9 (-1,3). Posten består av valutakursförändringarnas påverkan på kundfordringar, leverantörsskulder och likvida medel under perioden.

Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till MSEK -8,4 (-7,8) och består främst av avskrivningar avseende nyttjanderättstillgångar.

Rörelseresultatet (EBIT) uppgick till MSEK 127,7 (104,2), vilket motsvarar en rörelsemarginal på 18,1% (18,5%).

Justerat rörelseresultat (justerad EBIT) uppgick till MSEK 137,6 (109,2), vilket motsvarar en justerad rörelsemarginal (justerad EBIT marginal) på 19,5% (19,4%). Justerad post på MSEK 9,9 (5,0) är hänförlig till noteringsprocessen under första kvartalet.

Finansnettot uppgick till MSEK -0,9 (-3,6), där minskningen beror på att koncernen inte längre har några lån från kreditinstitut.

Skatter för perioden uppgick till MSEK -26,9 (-20,6). Periodens resultat uppgick till MSEK 99,9 (80,0) och periodens marginal uppgick till 14,2% (14,2%).

KASSAFLÖDE

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till MSEK 104,8 (185,4) under perioden. Det lägre kassaflödet är konsekvens av återuppbyggnaden av lagervärde under 2021.

Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till MSEK -2,4 (1,2) under perioden och avser investering i materiella anläggningstillgångar. Förra året uppgick kassaflödet från avyttringen av dotterbolaget ArtGlass i Malmö AB till MSEK 3,2.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till MSEK -23,8 (-92,6) under perioden. Kassautflödet drevs främst av avvecklingen av de historiska långsiktiga incitamentsprogrammen (LTIP2017, LTIP2018 och LTIP2019) i samband med noteringen på NASDAQ First North Premier Growth Market inklusive återköp av teckningsoptioner värda MSEK 38,1 och nyemission av aktier till ett värde av MSEK 11,4. I slutet av 2020 så slutamorterades lån till kreditinstitut på totalt MSEK 88,0.

FINANSIELL STÄLLNING OCH LIKVIDITET

Lagervärdet vid periodens slut uppgick till MSEK 146,6 (91,0) och lagervärdet som andel av nettoomsättningen uppgick till 20,8% (16,2%). Andelen på 20,8% är i linje med målsättningen att på medellång sikt behålla värdet mellan 17,5% och 22,5%. Inköpsavdelningens arbete med att säkerställa lagernivåerna inför högsäsong och påfyllning av bästsäljande artiklar har, i samarbete med våra leverantörer, fallit väl ut trots fortsatta

utmaningar med varuförsörjningen till följd av covid-19-pandemin samt de pågående globala fraktutmaningarna.

Nettoskuldssättningen uppgick till MSEK -189,6 (-109,6) där förbättringen på MSEK 80,0 drevs av starkt kassaflöde från den löpande verksamheten samt ett lågt behov av investeringar.

Likvida medel uppgick till MSEK 218,1 (139,5).

FLERÅRSÖVERSIKT				
KSEK om inte annat anges	2021	2020	2019	2019 - 2021 CAGR
Rörelseintäkter	706 527	564 045	425 283	28,9%
Nettoomsättning	704 984	561 883	422 479	29,2%
Nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet ¹	704 984	541 712	407 292	31,6%
Bruttoresultat	455 698	346 950	253 190	34,2%
Bruttomarginal, %	64,6%	61,7%	59,9%	
Rörelseresultat	127 658	104 153	46 908	65,0%
Rörelsemarginal, %	18,1%	18,5%	11,1%	
Justerad rörelsemarginal, % ¹	19,5%	19,4%	12,0%	
Periodens resultat	99 851	79 983	33 757	72,0%
Periodens marginal, %	14,2%	14,2%	8,0%	
Soliditet, % ¹	69,3%	69,8%	62,8%	
Avkastning eget kapital ¹	25,5%	24,3%	12,9%	
Kassaflöde från den löpande verksamheten	104 806	185 356	47 340	48,8%
Medelantal anställda	82	69	68	

1. Se sidan 129 för definitioner och motivering av nyckeltal

ÖVRIGA NYCKELTAL (KPI)			
	2021-01-01 2021-12-31	2020-01-01 2020-12-31	Förändring
Antal webbplatsbesök, miljon	39,8	33,4	19,1%
Antal ordrar, tusen	273,0	206,1	32,5%
Antal nya kunder, tusen	197,2	149,3	32,1%
Genomsnittligt ordervärde, SEK	3 636	3 755	-3,2%
Genomsnittligt NPS-värde	67	67	-0,4%
Genomsnittligt Trustpilot-värde	4,8	4,8	-0,4%
Genomsnittlig returgrad	16,0%	15,8%	0,2pp

KOMMENTARER TILL ÖVRIGA NYCKELTAL (KPI)

Antalet webbplatsbesök uppgick till 39,8 (33,4) miljoner, vilket motsvarar en ökning med 19,1% (25,2%).

Orderantalet var 273,0 (206,1) tusen, vilket motsvarar en ökning med 32,5% (35,2%).

197,2 (149,3) tusen nya kunder förvärvades, vilket motsvarar en ökning med 32,1% (39,4%).

Genomsnittligt ordervärde uppgick till SEK 3 636 (3 755), vilket motsvarar en minskning med -3,2% (0,7%). Minskningen drevs av kategorimix-effekter.

NPS värdet var 67 (67) och TrustPilot värdet var 4,8 (4,8). De fortsatt starka kundnöjdhetsbetygen (NPS och Trustpilot) var ett resultat av generell stabil operationell prestanda under perioden.

SEGMENTRAPPORTERING

RugVista Group är indelat i tre segment, Privatpersoner (B2C), Företagskunder (B2B) och Marknadsplatser och Övrigt (MPO). Privatpersoner representerar konsumentmarknaden och är RugVista Groups huvudsakliga segment och utgjorde 88% av nettoomsättningen under 2021.

PRIVATPERSONER (B2C)

Nettoomsättning för segmentet Privatpersoner under perioden uppgick till MSEK 622,1 (479,2) vilket motsvarar en ökning med 29,8% (33,8%). Nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av DACH-regionen som växte med 42,8% (31,3%).

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 399,1 (297,8) vilket motsvarar en ökning med 34,0% (39,1%) och bruttomarginalen uppgick till 64,1% (62,1%). Ökningen i bruttomarginalen drevs av kategorimix-effekter samt lägre rabattsatser.

Marknadsföringskostnader, som andel av nettoomsättningen, uppgick till 32,0% (29,3%). Ökningen drevs av ökad kostnad för marknadsföringsaktiviteter under årets tre sista kvartal.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 200,2 (157,2) vilket motsvarar en ökning med 27,4% (56,4%) och segmentmarginalen uppgick till 32,2% (32,8%).

FÖRETAGSKUNDER (B2B)

Nettoomsättningen för segmentet Företagskunder (B2B) under perioden uppgick till MSEK 63,9 (49,7) vilket motsvarar en ökning på 28,6% (14,9%). Efterfrågan inom segmentet fortsätter att vara lägre än innan covid-19-pandemin men en aktivitetsökning inom kundkategorin inredningsarkitekter har noterats under andra halvan av året framförallt.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 42,4 (32,0) vilket motsvarar en ökning på 32,4% (15,5%) och bruttomarginalen uppgick till 66,4% (64,5%). Ökningen i bruttomarginalen drevs av kategorimix effekter samt lägre rabattsatser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 13,4% (13,7%).

Segmentresultatet uppgick till MSEK 33,8 (25,2) vilket motsvarar en ökning med 34,2% (15,7%) och segmentmarginalen uppgick till 52,9% (50,7%). Ökningen i segmentmarginalen driven av förbättrad bruttomarginal samt lägre marknadsföringskostnad som andel av nettoomsättningen.

MARKNADSPLATSER & ÖVRIGT (MPO)

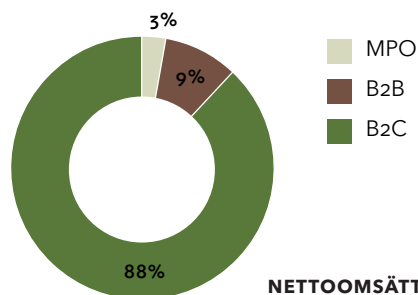
Nettoomsättningen för segmentet MPO uppgick till MSEK 19,0 (12,8) vilket motsvarar en ökning med 48,1% (113,7%). De initiativ som genomförts för att driva tillväxt på Amazons marknadsplattform fortsätter att vara framgångsrika.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 12,7 (8,3) vilket motsvarar en ökning med 52,7% (112,4%) och bruttomarginalen uppgick till 66,8% (64,8%). Ökningen i bruttomarginalen drevs av kategorimix-effekter samt lägre rabattsatser.

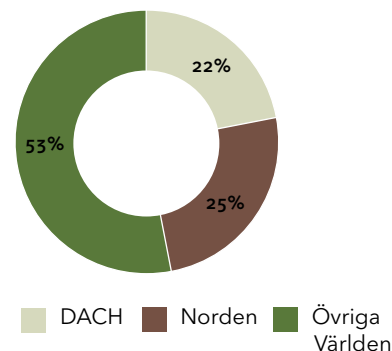
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 27,6% (23,3%). Ökningen drevs av ökade marknadsföringsinsatser för att driva försäljning på Amazon-plattformen.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 7,4 (5,3) vilket motsvarar en ökning med 39,7% (126,8%) och segmentmarginalen uppgick till 39,2% (41,5%). Minskningen i segmentmarginalen är ett resultat av ökade marknadsföringsinsatser.

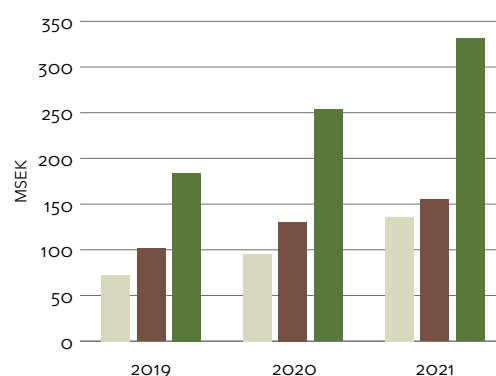
NETTOOMSÄTTNING PER SEGMENT



NETTOOMSÄTTNING PER REGION



ÅRLIG NETTOOMSÄTTNING PER REGION, MSEK



VÄSENTLIGA HÄNDELSE UNDER RÄKENSKAPSÅRET 2021

UPPDELNING AV BOLAGETS AKTIER

Den 11 februari 2021 hölls en extra bolagsstämma där det bland annat beslutades ändringar av bolagsordningen och aktiesplit (uppdelning av bolagets aktier) i förhållandet 1 till 20 aktier.

FÖRÄNDRINGAR I STYRELSEN

I februari 2021 hölls en extra bolagsstämma där det bland annat beslutades om nyval av Eva Boding som styrelseledamot och där Magnus Ressel avböjde omval och lämnade styrelsen.

NOTERING PÅ NASDAQ FIRST NORTH PREMIER GROWTH MARKET

På en extra bolagsstämma den 17 februari 2021 beslutades om ändring av bolagsordningen, bolaget ändrade bolagskategori från privat till publikt aktiebolag, samtyckesförbehållet i bolagsordningen togs bort och bolagets aktier ska registreras

hos Euroclear AB (enligt svensk lag 1998:1479) från den 26 februari. Den 24 februari offentliggjorde bolaget avsikten att notera sina aktier på NASDAQ First North Premier Growth Market. Den 3 mars hölls årsstämman för aktieägarna. Den 9 mars offentliggjorde bolaget ett erbjudande för allmänheten att teckna aktier i RugVista Group AB (publ). Den 18 mars noterades bolagets aktier på NASDAQ First North Premier Growth Market.

Den 12 maj publicerades den första delårsrapporten som börsnoterat bolag.

ÄNDRINGAR AV LÅNGSIKTIGA INCITAMENTSPROGRAM ("LTIP")

Den 18 mars beslutade styrelsen att återköpa totalt 18 859 utestående teckningsoptioner från serierna LTIP2017, LTIP2018 och LTIP2019. Styrelsen bedömde att återköpserbjudandet var förenligt med kraven enligt lag (2005:551) kapitel 17 och paragraf 3 och 4. I samband med inlösen av historiska incitamentsprogram genomfördes en nyemission vilket tillförde eget kapital på MSEK 11,4. Samma dag hölls en extra bolagsstämma där det beslutades om att upprätta ett nytt långsiktigt incitamentsprogram (LTIP2021) vilket inkluderade emittering av 860 000 teckningsoptioner till RugVista AB (dotterbolag) som kan säljas till utvalda nuvarande och framtida nyckelpersoner i koncernen.

FÖRSÄLJNING AV TECKNINGSOPTIONER AV SERIE LTIP2021

Koncernen har under året sålt 496 981 teckningsoptioner av serie LTIP2021 till nyckelpersoner som tillträtt anställningar inom koncernen.

FÖRÄNDRINGAR I LEDNINGSGRUPPEN

Den 3 maj påbörjade koncernens nya Chief Financial Officer (CFO) Henrik Bo Joergensen sin tjänstgöring. I augusti började Maria Tholin som Head of Legal & Compliance i en nyinrättad roll. I september började Peter Rosenfors som teknikchef och befordrades i december till Chief Technology Officer (CTO). Slutligen, i oktober, började Anders Matthiesen som Chief Operating Officer (COO). Samtliga ovanstående gick in i RugVistas ledningsgrupp.

UTBYGGNAD AV LAGERYTA

I juli tillfördes ytterligare en lageryta på cirka 1 400 kvm till den befintliga kapaciteten vid den nuvarande lageranläggningen i Frihamnen, Malmö.

TILLSÄTTANDE AV VALBEREDNING

Valberedningen för RugVista Group AB (publ) ("RugVista") har bildats i enlighet med bolagets "Instruktion för tillsättande av valberedning" som antagits av extrastämman den 11 februari 2021. Valberedningen som utsetts till RugVistas årsstämma 2022 har följande sammansättning:

- Andreas Nyberg (representant för Litorina IV L.P)
- Klara Tersman (representant för TIN Fonder)
- Erik Lindgren (ordförande i RugVistas styrelse och valberedningen)

VÄSENTLIGA HÄNDELSE EFTER RAPPORTPERIODENS UTGÅNG

D-AWARD

RugVista är ett av 3 företag som har nominerats till en D-Award. Vinnaren tillkännages på D-Congress den 28 april 2022. D-Award utser det e-handelsföretag som har bidragit mest

till att utveckla e-handeln i Sverige det gångna året. D-Award startades 2019 av Svensk Digital Handel och vinnaren utses varje år på D-Congress, Sveriges största e-handelsevent.

KRIG I UKRAINA

På morgonen den 24 februari 2022 meddelade president Putin att Ryssland inleder en "särskild militär operation" i Donbasregionen och inledde en fullskalig invasion av Ukraina.

På grund av Rysslands agerande så har RugVista Group valt att stänga ner de ryska webbutikerna för både RugVista och CarpetVista. Detta gjordes för att tydligt markera att vi inte finner kränkningar av ett lands gränser acceptabelt. Ordervolymen från de ryska webbutikerna var begränsad och beslutet kommer därmed inte att ha någon betydande inverkan på RugVista Groups finansiella resultat.

Ytterligare konsekvenser på RugVista Groups verksamhet på grund av invasionen är ännu inte kända. Dock så har kriget resulterat i en osäker global miljö vilket skulle kunna minska konsumentförtroendet. Detta i kombination med de ökade kostnaderna för el, drivmedel och andra basvaror skulle kunna negativt påverka kundefterfrågan kort- till medellångsiktigt. Vissa av RugVista Groups inköpspriser skulle också kunna öka framöver på grund av den osäkra globala miljön, till exempel produktkostnader och dylikt.

ÄNDRING AV RAPPORTERAD ORGANISK TILLVÄXT

Efter publicering av Bokslutskommunikén har det kommit till ledningens kännedom att ett fel gjorts i beräkningen av valutaeffekter på helåret 2021 års nettoomsättning. Den korrekta organiska tillväxten för 2021 var 34,0% och inte 36,4% som tidigare kommunicerats.

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 12,1 (8,5) för året. Moderbolaget har, i enlighet med koncerninternt avtal, fakturerat arvoden för managementtjänster till dotterbolag under perioden. Periodens kostnader är huvudsakligen hänförliga till löner till delar av ledningen samt ersättningar till styrelsen. Koncernbidrag om MSEK 61,7 (103,0) har erhållits från koncernbolag.

Resultatet för året uppgick till MMSEK 62,1 (28,1). Moderbolaget har en koncernintern fordran på dotterbolag, som tillsammans med aktier i dotterbolaget RugVista AB och eget kapital utgör majoriteten av Bolagets finansiella tillgångar.

RISKER

RugVista Group är exponerad för ett antal risker hänförliga till verksamheten och relaterade till genomförandet av vår strategi. De riskfaktorer som för närvarande bedöms vara väsentliga för RugVista Group presenteras och beskrivs närmare under respektive underavsnitt nedan. Riskfaktorernas väsentlighet har bedömts utifrån sannolikheten att de inträffar och den förväntade omfattningen av deras negativa påverkan. För beskrivning av relevanta riskfaktorer hänvisas också till beskrivningen i prospektet från mars 2021.

MAKROEKONOMISKA OCH GEOPOLITISKA RISKER

RugVista Group erbjuder onlineförsäljning av mattor genom sina onlinebutiker, tillgängliga på 20 olika språk, under varumärkena RugVista och CarpetVista. RugVista Groups verksamhet är uppdelad i tre segment: Privatpersoner, Företagskunder samt Marknadsplatser & övrigt. Privatpersoner representerar konsumentmarknaden och är Bolagets kärnsegment, som representerar 88% av RugVista Groups nettoomsättning under 2021. Efterfrågan på de produkter som Bolaget erbjuder beror på en rad olika faktorer som påverkas av det makroekonomiska klimatet samt konsumenternas disponibla inkomster och konsumtionsförmåga, såsom marknadsräntor, och skattenivåer, sysselsättningsgrad och andra makroekonomiska faktorer. Mattor är exempel på produkter som konsumenter kan komma att välja bort i en lågkonjunktur som leder till faktiska eller befarade försämringar av konsumenternas disponibla inkomster och konsumtionsförmåga. En lågkonjunktur eller allmän nedgång i den ekonomiska aktiviteten på en eller flera av RugVista Groups marknader kan således ha en väsentlig negativ effekt på efterfrågan på de produkter som RugVista Group erbjuder samt på RugVista Groups möjligheter att upprätthålla lönsam prissättning.

Vidare har den globala ekonomin påverkats negativt av tullar och andra handelsbegränsande åtgärder som införts av USA, EU och Kina. En stor del av mattorna i RugVista Groups utbud har sitt ursprung i länder med förhöjda geopolitiska risker så som Turkiet, Iran och Afghanistan. Detta innebär att RugVista Group även är föremål för risker relaterade till geopolitisk osäkerhet i Mellanöstern. Senast sett i samband med talibanernas maktövertagande i Afghanistan, vilket dock hittills inte har resulterat i störningar i försörjningen från landet. Sådan osäkerhet kan till exempel innebära risker relaterade till RugVista Groups tillgång till mattor om utbudet hos de grossister som Bolaget köper mattor av skulle minska eller utgå, om fabrikena där RugVista Groups mattor tillverkas skulle drabbas av produktionsstörningar, eller om handelssanktioner mot någon jurisdiktion skulle införas. En negativ geopolitisk utveckling kan således ha en väsentlig negativ inverkan på RugVista Groups verksamhet och rörelseresultat.

För närvarande kan osäkerheten i de makroekonomiska utsikterna till följd av den rådande energikrisen i Europa, ökande kärninflation och förväntade räntehöjningar från centralbanker i USA och Europa samt den geopolitiska oroligheten kring situationen mellan Ukraina och Ryssland, leda till lägre konsumentförtroende och därmed minskad konsumtion och högre råvaru- och produktpriser på kortare sikt.

SÄSONGSVARIATIONER

Koncernens försäljning varierar typiskt sett över årstiderna där de fjärde och första kvartalen tenderar att vara starkast.

RISKER RELATERADE TILL KONKURRENS

RugVista Groups konkurrenter består i första hand av traditionella återförsäljare, flerkanaliga heminredningsåterförsäljare, onlinebaserade mattåterförsäljare och onlinebaserade varuhus. Viktiga konkurrensfaktorer när det gäller mattförsäljning online utgörs bl.a. av pris och kvalitet på produkten, förmåga att attrahera rådande kund- och marknadspreferenser med design och materialval, leverans- och betalningsvillkor (inklusive villkor för kundreturer) samt användarvänlighet på webbplatser. Företag som för närvarande fokuserar, i större eller mindre utsträckning, på andra typer av produkter,

tjänster, kundsegment eller geografiska marknader, såsom IKEA, Amazon, Google, Zalando, Zara/Inditex och Hennes & Mauritz eller traditionella fysiska mattförsäljare, kan komma att öka eller påbörja onlineförsäljning av mattor till RugVista Groups målgrupper. Dessutom kan grossister, som RugVista Group köper mattor genom, själva börja bedriva försäljning av mattor direkt till slutkund. Det finns således en risk att RugVista Group möter nya konkurrenter som exempelvis kan ha större ekonomiska resurser än Bolaget och kan dra nytta av stordriftsfördelar i högre grad än Bolaget. Det finns därmed en risk att sådana spelare lyckas möta kundernas preferenser i större utsträckning än Bolaget. Ökad konkurrens kan dels leda till att RugVista Group tappar marknadsandelar samt resultera i minskade nettointäkter. För att möta ökad konkurrens kan RugVista Group till exempel tvingas sänka produktpriser och/eller öka investeringar i marknadsföringsåtgärder, vilket riskerar att leda till lägre marginaler och/eller ökade kostnader för Bolaget.

RISKER RELATERADE TILL HÅLLBARHET OCH MILJÖ

RugVista Group strävar efter att vara branschledande inom hållbarhet och RugVista Groups möjligheter att bedriva långsiktigt lönsam verksamhet är i hög grad beroende av att RugVista Group lyckas hantera de hållbarhetsrelaterade risker som Bolaget är exponerat för. För en utförlig beskrivning av risker relaterade till hållbarhet och miljö, se riskavsnittet i hållbarhetsrapporten.

RISKER RELATERADE TILL LEVERANTÖRER OCH SAMARBETSPARTNERS

RugVista Group tillverkar inga mattor själv. I stället är RugVista Groups hela försäljning beroende av inköp från grossister inom EU (främst för traditionella mattor) eller leverantörer i framförallt Indien och Turkiet. RugVista Group är därmed föremål för risker förknippade med bland annat förändringar i produktionspriser, ökade transportkostnader och bristande leveransförmåga samt produktionskvalitet.

Dessutom samarbetar Bolaget med betaltjänstleverantörer, bemanningsföretag, transport- och logistikföretag för frakt av produkter till och från kunderna samt andra externa parter inom ramen för sin verksamhet. Bolaget är beroende av att externa parter fullgör sina avtalsenliga förpliktelser vad gäller kvalitet och leveranstid och uppfyller RugVista Groups riktlinjer och andra branschstandarder vad gäller miljö, arbetsmiljö, antikorrupcion, mänskliga rättigheter och affäretik. Det finns en risk att sådana parter inte levererar i tid eller i enlighet med den kostnadsstruktur eller kvalitet som de har åtagit sig, eller att de inte uppfyller gällande riktlinjer och branschstandarder. Leverantörernas förmåga att fullgöra sina skyldigheter kan också påverkas av yttre omständigheter, där till exempel covid-19-pandemin har påverkat vissa leverantörer negativt.

IT OCH CYBERSÄKERHET

RugVista Groups försäljning är helt onlinebaserad och sker nästan uteslutande genom RugVista Groups webbbutiker. RugVista Groups möjligheter att fortsätta bedriva sin verksamhet samt upprätthålla och öka sin kundbas och sina försäljningsvolymerna i stor utsträckning är således beroende av att RugVista Groups teknikplattform kontinuerligt utvecklas, fungerar väl och har god tillgänglighet.

Det finns en risk att Bolagets teknikplattform och IT-system kan visa sig vara underdimensionerade eller fungera felaktigt, särskilt om trafiken på Bolagets webbplatser skulle öka snabbare än Bolaget förutsett. RugVista Group är i första hand beroende av hög tillgänglighet på system som gör att nätbutikerna ständigt är tillgängliga för potentiella kunder. RugVista Group är därmed utsatt för risker relaterade till avbrott och störningar i sin tekniska infrastruktur, vilket bland annat kan orsakas av datavirus, strömbrott, sabotage samt mänskliga eller tekniska fel. IT-attacker, fel och skador på IT-system, driftstörningar och felaktiga eller bristfälliga leveranser av IT-tjänster från RugVista Groups IT-leverantörer, såsom Amazon Web Services, kan leda till omfattande avbrott eller störningar på Bolagets webbbutiker och andra IT-system, vilket kan i sin tur kan påverka RugVista Groups verksamhet, lönsamhet och finansiella ställning negativt.

Cybersäkerhetsrisker inom RugVista Groups verksamhet uppstår främst i relation till viktig och känslig information som Bolaget besitter, till exempel produktinformation, kundregister, data som används för att generera prognoser för efterfrågan, marknadsföring och kundengagemang, samt s.k. on-site data som används för att förstå hur RugVista Groups kunder använder Bolagets webbbutiker samt för att analysera kundernas beteende.

FINANSIELLA RISKER

Följande finansiella risker har identifierats och beskrivs ytterligare i not 16 "Finansiella instrument och finansiell riskhantering":

- Likviditets- och finansieringsrisker
- Valutarisker
- Risk för nedskrivning av goodwill
- Ränterisker

AKTIEN

RugVista Group AB (publ)-aktien är noterad på Nasdaq First North Premier Growth Market under tickerkoden RUG och ISIN-koden SE0015659834. Börsvärdet för RugVista Group AB (publ) vid den sista handelsdagen 2021 (30 december) var SEK 2,6 miljarder med en slutkurs på SEK 126,20 per aktie.

Vid rapportperiodens slut uppgick antalet emitterade aktier till 20 785 140, samtliga stamaktier. Under perioden har 860 000 teckningsoptioner emitterats av koncernen. Av dessa har 496 981 sålts till nyckelpersoner i koncernen. För mer information om de långsiktiga incitamentsprogrammen, se not 22 "Aktierelaterade ersättningar".

DE TIO STÖRSTA AKTIEÄGARNA PER 30 DECEMBER 2021

Ägare	Antal aktier	Andel av kapital	Andel av rösterna
Litorina IV L.P.	2 813 587	13,5%	13,5%
Futur Pension	1 931 544	9,3%	9,3%
TIN Fonder	1 831 250	8,8%	8,8%
RBC	1 826 764	8,8%	8,8%
Indexon AB	1 485 702	7,1%	7,1%
RoosGruppen AB	1 040 000	5,0%	5,0%
SEB Life International	911 490	4,4%	4,4%
Enter Fonder	847 993	4,1%	4,1%
Goldman Sachs International Ltd	673 183	3,2%	3,2%
Spiltan Fonder	667 397	3,2%	3,2%
Totalt de tio största aktieägarna	14 028 910	67,5%	67,5%
Totalt antal utestående aktier	20 785 140	100,0%	100,0%

Källa: Euroclear. Utdrag per 30 december 2021.

RIKTLINJER FÖR ERSÄTTNING TILL LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Se not 7 "Löner och ersättningar till anställda". Styrelsen för bolaget föreslår inga ändringar avseende riktlinjerna för ersättning till ledande befattningshavare för år 2022.

HÅLLBARHETSRAPPORT

Se separat hållbarhetsrapport på sidorna 27–67.

BOLAGSSTYRNINGSRAPPORT

Se separat bolagsstyrningsrapport på sidorna 69–79.

UTDELNING

RugVista Group satsar sina resurser på tillväxt och verksamhetsutveckling. Därtill är RugVista Groups målsättning att dela ut upp till 50% av årets resultat till aktieägarna.

Styrelsen föreslår en kontantutdelning om SEK 2,50 (0,00) per aktie motsvarande MSEK 52,0 (0,0). Det föreslagna avstämningsdatumet för rätt att få utdelning är den 24 maj 2022. Förutsatt att bolagsstämman godkänner utdelningsförslaget så är förväntat utbetalningsdatum för utdelning den 30 maj 2022.

FÖRSLAG TILL VINSTDISPOSITION

Styrelsen föreslår att till årsstämmans förfogande stående vinstmedel:

till förfogande stående balanserade vinstmedel	305 303 235
samt årets resultat	62 105 137
Summa kronor	367 408 372

disponeras på följande sätt;

till aktieägarna utdelas 2,50 kr per aktie	51 962 850
i ny räkning överföres	315 445 522
Summa kronor	367 408 372

Moderbolagets och koncernens resultat- och balansräkningar blir föremål för fastställelse på årsstämman 20 maj 2022.



V FINANSIELL RAPPORTERING

Koncernens resultaträkning	90
Koncernens rapport över övrigt totalresultat	90
Koncernens rapport över finansiell ställning	91
Koncernens rapport över förändringar i eget kapital	92
Koncernens rapport över kassaflöden	93
Koncernens noter	94
Moderbolagets resultaträkning	116
Moderbolagets balansräkning	117
Moderbolagets förändring i eget kapital	118
Moderbolagets kassaflöde	118
Moderbolagets noter	119
Styrelsens motivering till utdelningsförslag	124
Styrelseförsäkran	125
Revisionsberättelse	126
Definitioner och motivering av nyckeltal	129
Ordlista	130
Härledning av alternativa nyckeltal	131

KONCERNENS RESULTATRÄKNING			
KSEK	Not	2021-01-01 2021-12-31	2020-01-01 2020-12-31
Nettoomsättning	3,4	704 984	561 883
Övriga rörelseintäkter	6	1 543	2 161
Summa rörelsens intäkter		706 527	564 045
Handelsvaror	3,4,15	-250 829	-217 094
Övriga externa kostnader	5	-253 178	-188 538
Personalkostnader	7	-63 566	-47 602
Av- och nedskrivningar	11,13,14	-8 360	-7 809
Resultat vid försäljning av andelar i dotterföretag		-	2 402
Övriga rörelsekostnader	6	-2 936	-1 251
Summa rörelsens kostnader		-578 868	-459 892
Rörelseresultat		127 658	104 153
<i>Resultat från finansiella poster</i>			
Finansiella intäkter	8	-	0
Finansiella kostnader	8	-910	-3 557
Finansnetto		-910	-3 557
Resultat efter finansiella poster		126 749	100 595
Inkomstskatt	9	-26 898	-20 612
Årets resultat		99 851	79 983
Hänförligt till			
Moderföretagets aktieägare		99 851	79 983
Resultat per aktie före utspädning	10	4,80	3,94
Resultat per aktie efter utspädning	10	4,80	3,84

KONCERNENS RAPPORT ÖVER ÖVRIGT TOTALRESULTAT			
KSEK	Not	2021-01-01 2021-12-31	2020-01-01 2020-12-31
Årets resultat		99 851	79 983
<i>Poster som senare kan omklassificeras till resultaträkningen</i>			
Periodens omräkningsdifferenser		-	20
Övrigt totalresultat		-	20
Årets totalresultat		99 851	80 003
Hänförligt till			
Moderföretagets aktieägare		99 851	80 003

KONCERNENS RAPPORT ÖVER FINANSIELL STÄLLNING

KSEK	Not	2021-12-31	2020-12-31
TILLGÅNGAR			
<i>Anläggningstillgångar</i>			
Goodwill	12	299 949	299 949
Immateriella anläggningstillgångar	11	-	-
Materiella anläggningstillgångar	13	4 150	2 773
Nyttjanderättstillgångar	14	27 533	28 884
Uppskjuten skattefordran	9	236	176
Summa anläggningstillgångar		331 868	331 782
<i>Omsättningstillgångar</i>			
Varulager	15	146 559	90 997
Kundfordringar		148	-
Övriga fordringar	16	19 772	28 803
Förutbetalda kostnader	18	921	1 598
Likvida medel	17	218 116	139 508
Summa omsättningstillgångar		385 516	260 906
SUMMA TILLGÅNGAR		717 384	592 688
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
<i>Eget kapital</i>	21		
Aktiekapital		1 039	1 014
Övrigt tillskjutet kapital		227 784	244 229
Balanserat resultat inklusive årets resultat		268 076	168 225
Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare		496 899	413 468
<i>Långfristiga skulder</i>			
Uppskjuten skatteskuld	9	107	13 722
Leasingskulder	14	20 070	23 231
Summa långfristiga skulder		20 177	36 953
<i>Kortfristiga skulder</i>			
Leverantörsskulder	16	95 334	70 646
Aktuella skatteskulder	9	48 126	16 320
Övriga skulder		26 290	28 570
Leasingskulder	14	8 419	6 651
Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	20	22 139	20 081
Summa kortfristiga skulder		200 308	142 268
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		717 384	592 688

KONCERNENS RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRINGAR I EGET KAPITAL

KSEK	Not	Aktiekapital	Övrigt till- skjutet kapital	Balanserat resultat inkl. årets resultat	Summa eget kapital
Ingående balans 2020-01-01	21,22	1 011	242 632	88 221	331 865
Årets resultat				79 983	79 983
Övrigt totalresultat				20	20
Summa Totalresultat		-	-	80 003	80 003
<i>Transaktioner med aktieägare</i>					
Teckningsoptioner					
Nyemission		3	1 597		1 600
Utgående balans 2020-12-31		1 014	244 229	168 225	413 468
Årets resultat				99 851	99 851
Övrigt totalresultat				-	-
Summa Totalresultat		-	-	99 851	99 851
<i>Transaktioner med aktieägare</i>					
Teckningsoptioner, tillkommande			10 201		10 201
Teckningsoptioner, avslutade			-38 069		-38 069
Nyemission		25	11 423		11 449
Utgående balans 2021-12-31	21,22	1 039	227 784	268 076	496 899

KONCERNENS RAPPORT ÖVER KASSAFLÖDEN			
KSEK	Not	2021-01-01 2021-12-31	2020-01-01 2020-12-31
Den löpande verksamheten			
Rörelseresultat		127 658	104 153
<i>Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet</i>			
Avskrivningar och nedskrivningar		8 360	7 809
Realisationsresultat		-	-2 402
Erhållen ränta		-	0
Erlagd ränta		-910	-3 557
Betald inkomstskatt		-8 767	-4 724
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital		126 342	101 279
Förändringar i rörelsekapital			
Förändring av varulager		-55 562	44 978
Förändring av rörelsefordringar		9 560	-20 208
Förändring av rörelseskulder		24 466	59 308
Kassaflöde från den löpande verksamheten		104 806	185 356
Investeringsverksamheten			
Avyttring av dotterföretag		-	3 195
Förvärv av materiella anläggningstillgångar		-2 358	-2 061
Försäljning av materiella anläggningstillgångar		-	22
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-2 358	1 156
Finansieringsverksamheten			
Nyemission	21	11 449	1 600
Teckningsoptioner, tillkommande	21	10 201	-
Teckningsoptioner, avslutade	21	-38 069	-
Amortering leasingskulder	16	-7 422	-6 205
Amortering av lån		-	-88 000
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-23 841	-92 605
Årets kassaflöde		78 607	93 906
Likvida medel vid årets början		139 508	45 582
Kursdifferens i likvida medel		-	20
Likvida medel vid årets slut		218 116	139 508

KONCERNENS NOTER

Not 1 FÖRETAGSINFORMATION

RugVista Group AB är ett aktiebolag med säte i Malmö. Bolaget är moderföretag i en koncern som innefattar 100% av RugVista AB, 556458-9207 (Malmö). Koncernen bedriver

försäljning av mattor via webbutiker under varumärkena RugVista och CarpetVista.

Koncernens företagsadress är: RugVista Group AB, Ringungsgatan 11, 216 16 Limhamn.

Not 2 GRUNDLÄGGANDE REDOVISNINGSPRINCIPER

TILLÄMPADE REGELVERK

Koncernredovisning för RugVista Group AB har upprättats i enlighet med International Financial Reporting Standards (IFRS) såsom de fastställts av Europeiska unionen (EU). Vidare har Årsredovisningslagen och RFR 1 "Kompletterande redovisningsregler för koncerner" tillämpats.

GRUNDER FÖR UPPRÄTTANDET AV KONCERNREDOVISNINGEN

Koncernredovisningen är upprättad i enlighet med förvärvsmetoden för dotterföretag.

Att upprätta rapporter i överensstämmelse med IFRS kräver att flera uppskattningar görs av ledningen för redovisningsändamål. De områden som innefattar en hög grad av bedömning, som är komplexa eller sådana områden där antaganden och uppskattningar är av väsentlig betydelse för koncernredovisningen, anges under sammanfattning av viktiga redovisningsprinciper. Dessa bedömningar och antaganden baseras på historiska erfarenheter samt andra faktorer som bedöms vara rimliga under rådande omständigheter. Faktiskt utfall kan skilja sig från gjorda bedömningar om gjorda bedömningar ändras eller andra förutsättningar föreligger.

Bruttoredovisning tillämpas genomgående avseende redovisning av tillgångar och skulder förutom i de fall där både en fordran och en skuld existerar gentemot samma motpart och dessa på legala grunder är kvittningsbara och avsikten är att göra detta. Bruttoredovisning tillämpas också avseende intäkter och kostnader om inget annat anges.

KLASSIFICERING AV TILLGÅNGAR OCH SKULDER

Anläggningstillgångar, långfristiga skulder och avsättningar förväntas återvinnas eller förfalla till betalning senare än tolv månader efter balansdagen. Omsättningstillgångar och kortfristiga skulder förväntas återvinnas eller förfalla till betalning inom mindre än tolv månader efter balansdagen.

SAMMANFATTNING AV VIKTIGA REDOVISNINGSPRINCIPER

KONCERNREDOVISNING

Dotterföretag

Dotterföretag är de företag där koncernen har rätt till rörlig avkastning från innehavet och en möjlighet att påverka avkastningen genom sitt inflytande på ett sätt som vanligen följer av ett aktieinnehav uppgående till mer än hälften av röststrätkerna. Dotterföretag konsolideras från och med den dag då bestämmande inflytandet uppnås och de dekonsolideras från och med den dag då det bestämmande inflytandet upphör.

Förvärv av dotterbolag/rörelseförvärv

Rörelseförvärv redovisas i enlighet med förvärvsmetoden. Köpeskillingen utgörs av verkligt värde på överlåtna tillgångar, skulder och emitterade aktier. I köpeskillingen ingår även verkligt värde på alla tillgångar eller skulder som är en följd av avtalad villkorad köpeskillning. Förvärvsrelaterade kostnader kostnadsförs när de uppstår. Identifierbara förvärvade tillgångar och övertagna skulder värderas inledningsvis till verkliga värden på förvärvsdagen. Det belopp varmed köpeskillning, eventuellt innehav utan bestämmande inflytande samt verkligt värde på tidigare aktieinnehav överstiger verkligt värde på koncernens andel av identifierbara förvärvade nettotillgångar, redovisas som goodwill. Goodwill skrivs inte av utan testas minst årligen för nedskrivning.

Koncerninterna transaktioner och balansposter samt orealiserade vinster och förluster på transaktioner mellan koncernföretag elimineras.

OMRÄKNING AV UTLÄNSK VALUTA

FUNKTIONELL VALUTA OCH RAPPORTERINGSVALUTA

De finansiella rapporterna i de enskilda enheterna i koncernen är värderade till den valuta som i huvudsak används i det ekonomiska område som enheten är verksam (funktionell valuta). Utländsk valuta är en annan valuta än den funktionella valutan för den aktuella enheten. Koncernredovisningen är upprättad i SEK, som både är den funktionella valutan och presentationsvalutan i moderföretaget. Dotterbolagen i koncernen har SEK som funktionell valuta.

TRANSAKTIONER OCH BALANSPOSTER

Transaktioner i utländsk valuta räknas om till den funktionella valutan till transaktionskurs. Valutakursvinster eller -förluster, genom omräkning av monetära poster i utländsk valuta till balansdagens kurs, resultatförs som övriga rörelsekostnader eller övriga rörelseintäkter.

MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Materiella anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärde efter avdrag för ackumulerade avskrivningar och eventuella nedskrivningar. Materiella anläggningstillgångar värderas till sina respektive anskaffningsvärden och skrivs av linjärt under sin uppskattade nyttjandeperiod.

Materiella anläggningstillgångar tas bort från balansräkningen när den avyttras eller om den inte kan förväntas tillföra några ekonomiska fördelar i framtiden antingen genom att den nyttjas eller att den säljs. Vinst och förlust beräknas som skillnaden mellan försäljningspriset och tillgångens redovisade värde. Vinst eller förlust redovisas i resultaträkningen den redovisningsperiod då tillgången avyttrats, såsom övrig kostnad eller övrig intäkt.

Tillgångarnas restvärde, nyttjandeperiod och avskrivningsmetod granskas i slutet av varje räkenskapsår och justeras om så behövs framåtriktat i slutet av varje redovisningsperiod. Sedvanliga utgifter för underhåll och reparation kostnadsförs när de uppstår, men utgifterna för betydande förnyelser och förbättringar redovisas i balansräkningen och skrivs av under den återstående nyttjandeperioden för den underliggande tillgången.

Avskrivning beräknas enligt följande: Antal år
Inventarier verktyg och installationer 3–10 år

IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR**GOODWILL**

Goodwill värderas till anskaffningsvärde minus eventuella ackumulerade nedskrivningar. Goodwill fördelas till kassagenererande enheter och prövas årligen för nedskrivningsbehov och då det finns en indikation på att nedskrivningsbehov föreligger. Goodwill representerar skillnaden mellan anskaffningsvärdet och det verkliga värdet av förvärvade tillgångar, övertagna skulder samt eventualförpliktelser. De faktorer som utgör redovisad goodwill är främst olika former av synergier, personal, know-how, kundkontakter av strategisk betydelse samt marknadsledande positioner på utvalda marknader.

AVSKRIVNINGSPRINCIPER

Avskrivningar redovisas i årets resultat linjärt över avskrivningsbara immateriella tillgångars beräknade nyttjandeperioder, såvida inte sådana nyttjandeperioder är obestämbara. Goodwill har obestämbar nyttjandeperiod och prövas för nedskrivningsbehov årligen och dessutom så snart indikationer uppkommer som tyder på att tillgången ifråga har minskat i värde. Immateriella tillgångar med bestämbara nyttjandeperioder skrivs av från den tidpunkt då de är tillgängliga för användning.

NEDSKRIVNING AV ICKE FINANSIELLA TILLGÅNGAR

Tillgångar som har en obestämbar nyttjandeperiod, skrivs inte av utan prövas årligen avseende eventuellt nedskrivningsbehov. Tillgångarna fördelas till identifierade kassagenererande enheter varvid deras nyttjandevärde beräknas som jämförs med de redovisade värdena. Tillgångar som löpande skrivs av skall nedskrivningsprövas närhelst händelser eller förändringar i förhållanden indikerar att det redovisade värdet kanske inte är återvinningsbart.

En nedskrivning görs med det belopp varmed tillgångens redovisade värde överstiger dess återvinningsvärde. Återvinningsvärdet är det högre av tillgångens verkliga värde minskat med försäljningskostnader och dess nyttjandevärde. Vid bedömning av nedskrivningsbehov grupperas tillgångar på de lägsta nivåer där det finns separata identifierbara kassaflöden (kassagenererande enheter). För tillgångar, andra än finansiella tillgångar och goodwill, som tidigare har skrivits ner görs per varje balansdag en prövning av om återföring bör göras.

VARULAGER

Varulagret värderas till det lägsta av anskaffningsvärde och nettoförsäljningsvärde där anskaffningsvärde beräknas i enlighet med FIFU-metoden (först in först ut). Nettoförsäljningsvärdet definieras som försäljningspris reducerat för försäljningskostnader. Justering till nettoförsäljningsvärdet inkluderar bedömningar av inkurans.

FINANSIELLA INSTRUMENT

Finansiella instrument är varje form av avtal som ger upphov till en finansiell tillgång i ett företag och en finansiell skuld eller ett eget kapitalinstrument i ett annat företag. Redovisningen beror på hur de finansiella instrumenten har klassificerats.

En finansiell tillgång eller en finansiell skuld tas upp i balansräkningen när RugVista blir part i ett avtal. Fordringar tas upp i balansräkningen när en kund valt att använda sig av en betalningsförmedlare och företagets rätt till ersättning är ovillkorlig. Se även avsnittet om principer för intäktsredovisning. Skuld tas upp när motparten har presterat och avtalsenlig skyldighet föreligger att betala, även om faktura ännu inte mottagits. Leverantörsskulder tas upp när faktura mottagits.

En finansiell tillgång, eller del av en finansiell tillgång, tas bort från balansräkningen när rättigheterna realiserar, förfaller eller koncernen tappar kontrollen över dem. En finansiell skuld, eller del av en finansiell skuld, tas bort från balansräkningen när förpliktelsen fullgörs eller på annat sätt utsläcks. En finansiell tillgång och en finansiell skuld kvittas och redovisas med ett nettobelopp i balansräkningen endast när det föreligger en legal rätt att kvitta beloppen samt att det föreligger avsikt att reglera posterna med ett nettobelopp eller att samtidigt realisera tillgången och reglera skulden.

Vinster och förluster från borttagande ur balansräkning samt modifiering redovisas i resultatet.

FINANSIELLA TILLGÅNGAR

Skuldinstrument: klassificeringen av finansiella tillgångar som är skuldinstrument baseras på koncernens affärsmodell för förvaltning av tillgången och karaktären på tillgångens avtalsenliga kassaflöden.

Instrumenten klassificeras till: *Upplupet anskaffningsvärde*

Finansiella tillgångar som är skuldinstrument utgörs av övriga fordringar och likvida medel. Dessa tillgångar klassificeras till upplupet anskaffningsvärde och redovisas netto av bruttovärde och förlustreserv. Förändringar av förlustreserven redovisas i resultatet.

Finansiella tillgångar klassificerade till upplupet anskaffningsvärde värderas initialt till verkligt värde med tillägg av transaktionskostnader. Övriga fordringar redovisas initialt till det fakturerade värdet. Efter första redovisningstillfället värderas tillgångarna enligt effektivräntemetoden. Tillgångar klassificerade till upplupet anskaffningsvärde innehas enligt affärsmodellen att inkassera avtalsenliga kassaflöden som endast är betalningar av kapitalbelopp och ränta på det utestående kapitalbeloppet.

Koncernen innehar inte några finansiella tillgångar som utgör skuldinstrument som värderas till verkligt värde via övrigt totalresultat och inte heller skuldinstrument värderade till verkligt värde via resultatet.

NEDSKRIVNING AV FINANSIELLA TILLGÅNGAR

Koncernens finansiella tillgångar omfattas av nedskrivning för förväntade kreditförluster. Nedskrivning för kreditförluster enligt IFRS 9 är framåtblickande och en förlustreservering görs när det finns en exponering för kreditrisk. Förväntade kreditförluster återspeglar nuvärdet av alla underskott i kassaflöden hänförliga till fallissemang antingen för de nästkommande 12 månaderna eller för den förväntade återstående löptiden för det finansiella instrumentet, beroende på tillgångsslag och på kreditförsämring sedan första redovisningstillfället. Se även not 16.

FINANSIELLA SKULDER

Finansiella skulder klassificeras till upplupet anskaffningsvärde. Finansiella skulder redovisade till upplupet anskaffningsvärde värderas initialt till verkligt värde inklusive transaktionskostnader. Efter det första redovisningstillfället värderas de till upplupet anskaffningsvärde enligt effektivräntemetoden. Koncernen innehar leverantörsskulder som redovisas till upplupet anskaffningsvärde, tidigare även en kredit till ett kreditinstitut.

ERSÄTTNINGAR TILL ANSTÄLLDA

PENSIONER

Ersättningar till anställda utgörs av lön, pensioner, och andra ersättningar. Avseende pensioner innehar koncernen avgiftsbestämda pensionsplaner. En avgiftsbestämd pensionsplan är en pensionsplan enligt vilken koncernen betalar fasta avgifter till en separat juridisk enhet. Koncernen har inte några rättsliga eller informella förpliktelser att betala ytterligare avgifter om denna juridiska enhet inte har tillräckliga tillgångar för att

betala alla ersättningar till anställda som hänger samman med de anställdas tjänstgöring under innevarande eller tidigare perioder. Koncernens bidrag till avgiftsbestämda pensionsplaner belastar årets resultat det år som de är hänförliga till.

LEASINGAVTAL

LÄTTNADSREGLER

Koncernen har valt att inte tillämpa lätttnadsreglerna för korttidsleasingavtal, leasingavtal med lågt värde samt att inte separera icke-leasingkomponenter.

KONCERNEN SOM LEASETAGARE

Vid ingåendet av ett avtal fastställer koncernen om avtalet är, eller innehåller, ett leasingavtal baserat på avtalets substans. Ett avtal är, eller innehåller, ett leasingavtal om avtalet överlåter rätten att under en viss period bestämma över användningen av en identifierad tillgång i utbyte mot ersättning.

NYTTJANDERÄTTSTILLGÅNGAR

Koncernen redovisar nyttjanderättstillgångar i rapporten över finansiell ställning vid inledningsdatumet för leasingavtalet (d.v.s. det datum då den underliggande tillgången blir tillgänglig för användning). Nyttjanderättstillgångar värderas till anskaffningsvärde efter avdrag för ackumulerade avskrivningar och eventuella nedskrivningar, samt justerat för omvärderingar av leasingkulden. Anskaffningsvärdet för nyttjanderättstillgångar inkluderar det initiala värdet som redovisas för den hänförliga leasingkulden, initiala direkta utgifter, samt eventuella förskottsbetalningar, som görs vid eller innan inledningsdatumet för leasingavtalet efter avdrag för eventuella rabatter och liknande, som mottagits i samband med tecknandet av leasingavtalet. Under förutsättning att koncernen inte är rimligt säkra att de kommer överta äganderätten till den underliggande tillgången vid utgången av leasingavtalet skrivs nyttjanderättstillgången av linjärt under leasingperioden. Koncernens leasingportfölj består av leasing av lokaler, truckar och bilar. Lokaler skrivs av i enlighet med gällande hyresavtal under 3–6 år. Bilar och truckar skrivs av i enlighet med gällande leasingavtal under 3–5 år.

LEASINGSKULDER

Vid inledningsdatumet för ett leasingavtal redovisar koncernen en leasingkund motsvarande nuvärdet av de leasingbetalningar som ska erläggas under leasingperioden. Leasingperioden bestäms som den icke-uppsägningsbara perioden tillsammans med perioder att förlänga eller säga upp avtalet om koncernen är rimligt säkra på att nyttja de optionerna. Leasingbetalningarna inkluderar fasta betalningar (efter avdrag för eventuella rabatter och liknande i samband med tecknandet av leasingavtalet som ska erhållas), variabla leasingavgifter som beror på ett index eller ett pris och belopp som förväntas betalas enligt restvärdesgarantier. Leasingbetalningarna inkluderar dessutom lösenpriset för en option att köpa den underliggande tillgången eller straffavgifter som utgår vid uppsägning i enlighet med en

uppsägningsoption, om sådana optioner är rimligt säkra att utnyttjas av koncernen. Variabla leasingavgifter som inte beror på ett index eller ett pris redovisas som en kostnad i den period som de är hänförliga till.

För beräkning av nuvärdet av leasingbetalningarna använder koncernen den implicita räntan i avtalet om den enkelt kan fastställas och i övriga fall används koncernens marginella upplåningsränta per inledningsdatumet för leasingavtalet. Efter inledningsdatumet av ett leasingavtal ökar leasing-skulden för att återspegla räntan på leasingskulden och minskar med utbetalda leasingavgifter. Dessutom omvärderas värdet på leasingskulden till följd av modifieringar, förändringar av leasingperioden, förändringar i leasingbetalningar eller förändringar i en bedömning att köpa den underliggande tillgången.

INTÄKTER

Koncernen bedriver försäljning av varor över webbplatser till både konsumenter och företag. Villkoren i avtalen är likartade oavsett om slutkunden är en konsument eller ett företag. Intäkter från avtal med kunder redovisas när kontrollen över produkten har överförts till kunden till ett belopp som speglar den ersättning som koncernen förväntar sig att ha rätt till i utbyte mot dessa varor. Betalning erläggs i samband med beställning av varor via webbplats. Antingen sker betalning direkt via kortbetalning eller banköverföring, alternativt använder kunden möjligheten att betala via betalningsförmedlare som även erbjuder finansiering. De fordringar som uppstår är därmed på de betalningsförmedlare som koncernen samarbetar med. Genomsnittlig löptid på fordringar på betalningsförmedlare är 3–5 dagar. I samband med inbetalning från betalningsförmedlaren, reduceras inbetalningsbeloppet med betalningsleverantörens avgifter, vilka redovisas som en del av försäljningsomkostnaderna.

Koncernen identifierar ett prestationsåtagande i sina avtal med kunder, vilket utgörs av försäljning av varor. Intäkten redovisas när kontrollen av varorna överförts till aktuellt fraktbolag, vilka därmed övertagit risken för att leverans sker till kunden enligt överenskommelse.

Intäkten redovisas till verkligt värde av vad som erhållits eller kommer att erhållas. Koncernens policy är att sälja varan till slutkunden med en returrätt. Returrätten är 100 dagar. Returrätten beaktas när transaktionspriset fastställs och intäkterna reduceras med försäljningspriset på de produkter som förväntas returneras och redovisas som en återbetalningsskuld. En returrättstillgång redovisas motsvarande rätten att återfå produkten från kunden. Historiska data används som utgångspunkt för att bedöma returrisken vid försäljningstidpunkten. Returriskreserven beräknas så att det inte finns en väsentlig risk för återföring av de redovisade intäkterna i efterföljande redovisningsperiod, baserat på ett genomsnitt av verkliga returerna under 12 månader före aktuell redovisad period.

INKOMSTSKATT

Periodens skattekostnad omfattar aktuell och uppskjuten skatt.

AKTUELL INKOMSTSKATT

Kortfristiga skattefordringar och skatteskulder för nuvarande och tidigare perioder fastställs till det belopp som förväntas återfås från eller betalas till Skatteverket. De skattesatser och skattelagar som tillämpas för att beräkna beloppet är de som är antagna eller aviserade på balansdagen. Aktuell inkomstskatt hänförlig till poster/transaktioner som redovisas i eget kapital och i övrigt totalresultat redovisas i eget kapital och i övrigt totalresultat och inte i resultaträkningen.

UPPSKJUTEN INKOMSTSKATT

Uppskjuten skatt redovisas på balansdagen i enlighet med balansräkningsmetoden för temporära skillnader mellan tillgångars och skulders skattemässiga och redovisningsmässiga värden. Om den uppskjutna skatten uppstår till följd av en transaktion som utgör den första redovisningen av en tillgång eller skuld, som inte är ett rörelseförvärv och som, vid tidpunkten för transaktionen, varken påverkat redovisat eller skattemässigt resultat, redovisas den däremot inte.

Uppskjutna skatteskulder i koncernen avser i huvudsak beräknad skatt på obeskattade reserver i dotterbolaget.

Uppskjutna skattefordringar redovisas för alla avdragsgilla temporära differenser i den mån det är troligt att en beskattningsbar vinst kommer att vara tillgänglig mot vilken de avdragsgilla temporära differenserna kan användas.

Värderingen av uppskjutna skattefordringar bedöms på varje balansdag och justeras i den mån det inte längre är troligt att tillräcklig med vinst kommer att genereras, så att hela eller en del av den uppskjutna skattefordran kan utnyttjas. Uppskjutna skattefordringar och skatteskulder fastställs till de skattesatser som gäller för den period då tillgången realiseras eller skulden betalas, utifrån skattesatser (och lagstiftning) som är antagna eller aviserade på balansdagen.

Uppskjutna skattefordringar och uppskjutna skatteskulder kvittas om det finns en legal rätt att kvitta kortfristiga skattefordringar mot kortfristiga skatteskulder och den uppskjutna skatten är hänförlig till samma enhet i koncernen och samma skattemyndighet.

UTDELNING

Utdelningar till bolagets aktieägare klassificeras som skuld från och med den tidpunkt då utdelningen är fastställd på bolagsstämman.

NYA OCH KOMMANDE STANDARDER

NYA OCH ÄNDRADE STANDARDER

Ingen av de nya och ändrade standarder och tolkningar som ska tillämpas från och med den 1 januari 2022 bedöms ha någon väsentlig inverkan på koncernens eller moderföretagets finansiella rapporter.

Inga nya eller ändrade IFRS har förtidstillämpats.

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 publicerat förväntas inte ha någon påverkan på koncernens eller moderföretagets finansiella rapporter.

BETYDELSEFULLA REDOVISNINGSBEDÖMNINGAR, UPPSKATTNINGAR OCH ANTAGANDEN

När styrelsen och verkställande direktören upprättar finansiella rapporter i enlighet med tillämpade redovisningsprinciper måste vissa uppskattningar och antaganden göras som påverkar 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 nedan:

NEDSKRIVNINGSPRÖVNING GOODWILL

De källor till osäkerheter i uppskattningar som innebär en betydande risk för att tillgångars eller skulders värde kan komma att behöva justeras i väsentlig grad under det kommande räkenskapsåret är nedskrivningsprövning av goodwill. Vid nedskrivningsprövning av goodwill måste ett antal väsentliga antaganden och bedömningar beaktas för att kunna beräkna kassagenererande enhetens nyttjandevärde. Dessa antaganden och bedömningar hänför sig till förväntade framtida diskonterade kassaflöden. Prognoser för framtida kassaflöden baseras på bästa möjliga bedömningar av framtida intäkter och rörelsekostnader, grundade på historisk utveckling, allmänna marknadsförutsättningar, utveckling och prognoser för branschen samt annan tillgänglig information. Antagandena framtas av företagsledningen och granskas av styrelsen. För mer information om nedskrivningsprövningen av goodwill se not 12 "Goodwill".

VÄRDERING AV VARULAGER

Varulagret värderas till det lägsta av anskaffningsvärde och nettoförsäljningsvärde där anskaffningsvärde beräknas i enlighet med FIFU-metoden (först in först ut). Nettoförsäljningsvärdet definieras som försäljningspris reducerat för försäljningskostnader. Justering till nettoförsäljningsvärdet inkluderar bedömningar av inkurans.

RESERVERING AV RETURER

En returrättstillgång redovisas motsvarande rätten att återfå produkten från kunden. Historiska data används som utgångspunkt för att bedöma returrisken vid försäljningstidpunkten. Returriskreserven beräknas så att det inte finns en väsentlig risk för återföring av de redovisade intäkterna i efterföljande redovisningsperiod, baserat på ett genomsnitt av verkliga returer under 12 månader före aktuell redovisad period.

Not 3 NETTOOMSÄTTNING		KSEK
	2021	2020
Sverige	57 813	49 202
Norden, exklusive Sverige	97 151	81 271
DACH (Tyskland, Österrike, Schweiz)	135 968	95 247
Övriga länder	331 176	253 478
Totala intäkter från avtal med kunder	622 109	479 199
Segment företagskunder (B2B)		
Intäkter från avtal med kunder	63 877	49 683
Segment Marknadsplatser och övrigt		
Intäkter från avtal med kunder	18 998	12 830
Avyttrad verksamhet		
Intäkter från avtal med kunder	-	20 172
Summa Nettoomsättning	704 984	561 883

Not 4 SEGMENTINFORMATION		KSEK
Koncernen redovisar delar av resultaträkningen i tre segment. Segmenteringen är driven av att varje segment har en affärsmodell som skiljer sig åt samt genererar hänförliga intäkter och kostnader till stor del oberoende av varandra. Koncernen styr och följer även utvecklingen per dessa tre segment.		
SEGMENT: PRIVATKUNDER (B2C)		
Segmentet B2C inkluderar alla intäkter samt kostnader för handelsvaror samt marknadsföring, där slutkunden är en fysisk individ. All försäljning sker via koncernens egna webshopspar.		
SEGMENT: FÖRETAGSKUNDER (B2B)		
Segmentet B2B inkluderar alla intäkter samt kostnader för handelsvaror samt marknadsföring där slutkunden har identifierat sig som en juridisk enhet eller ett fåmansbolag. Denna försäljning sker primärt via koncernens egna webshopspar men en viss del sker även via direktkontakt med kunder.		
SEGMENT: MARKNADSPLATSER & ÖVRIGT		
Segmentet Marknadsplatser & Övrigt inkluderar alla intäkter samt kostnader för handelsvaror samt marknadsföring där försäljningen av koncernens varor sker via en tredjeparts försäljningskanal eller webbshop. Segmentet inkluderar även försäljning samt hänförliga kostnader via övriga säljkanaler.		
Rapportering av rörelsesegment följer det mått som koncernen rapporterar till högsta verkställande beslutsfattare. Högsta verkställande beslutsfattare utgörs av verkställande direktören. Segmentets prestation utvärderas baserat på segmentsresultat, vilket följer samma redovisningsprinciper som motsvarande resultat som redovisas i resultaträkningen. Centralt uppkomna omkostnader är inte allokerade till segmenten då dessa kostnader följs upp på koncernnivå. Detsamma gäller kostnader för finansiering och inkomstskatt.		
Det sker inga transaktioner mellan segmenten.		

Not 4 SEGMENTINFORMATION (FORTS)					KSEK
2021	Företags- kunder	Privat personer	Marknadsplatser & övrigt	Avytttrad verksamhet	Summa segment
<i>Intäkter</i>					
Nettoomsättning	63 877	622 109	18 998	-	704 984
Nettoomsättningstillväxt, %	28,6%	29,8%	48,1%	-	25,5%
<i>Kostnader</i>					
Handelsvaror	-21 469	-223 050	-6 309	-	-250 829
Bruttoresultat	42 408	399 058	12 689	-	454 155
Marknadsföringskostnader	-8 588	-198 834	-5 249	-	-212 671
Segmentsresultat	33 821	200 224	7 440	-	241 484
2020	Företags- kunder	Privat personer	Marknadsplatser & övrigt	Avytttrad verksamhet	Summa segment
<i>Intäkter</i>					
Nettoomsättning	49 683	479 199	12 830	20 172	561 883
Nettoomsättningstillväxt, %	14,9%	33,8%	113,7%	32,8%	33,0%
<i>Kostnader</i>					
Handelsvaror	-17 640	-181 392	-4 515	-13 548	-217 094
Bruttoresultat	32 043	297 807	8 315	6 624	344 789
Marknadsföringskostnader	-6 825	-140 622	-2 985	-3 503	-153 935
Segmentsresultat	25 218	157 185	5 330	3 121	190 854
ÖVRIGA UPPLYSNINGAR					
<i>Justeringar och elimineringar</i>					
Endast nettointäkter, handelsvaror och marknadsföringskostnader allokeras till respektive segment.					
Övriga intäkter och kostnader allokeras inte på segmentnivå då dessa poster hänförs till koncernverksamheten.					
Avstämning av resultat				2021	2020
Segmentsresultat				241 484	190 854
Övriga rörelseintäkter				1 543	2 161
Övriga externa kostnader exkl. marknadsföringskostnader				-40 506	-34 603
Personalkostnader				-63 566	-47 602
Vinst från avyttring av dotterbolag				-	2 402
Övriga rörelsekostnader				-2 936	-1 251
Av- och nedskrivningar				-8 360	-7 809
Finansiella kostnader				-910	-3 557
Resultat efter finansiella poster				126 749	100 595

Not 5 ERSÄTTNING TILL REVISORER KSEK

Ernst & Young AB	2021	2020
Revisionsuppdrag*	641	195
Revisionsverksamhet utöver revisionsuppdrag	50	20
Övriga tjänster	22	672
Summa	713	886

* Med revisionsuppdraget avses granskning av årsredovisningen och bokföringen samt styrelsens förvaltning och övriga granskningsuppgifter som det ankommer på RugVista Group AB (publ)s revisor att utföra.

Not 6 ÖVRIGA RÖRELSEINTÄKTER OCH RÖRELSEKOSTNADER KSEK

Övriga rörelseintäkter	2021	2020
Anställningsbidrag	1 446	1 492
Marknadsbidrag	-	548
Övriga intäkter	97	121
Summa	1 543	2 161
Övriga rörelsekostnader		
Valutakursförändringar - netto	2 936	1 243
Förlust vid avyttring av inventarier	-	7
Summa	2 936	1 251

Not 7 LÖNER OCH ERSÄTTNINGAR TILL ANSTÄLLDA		KSEK	
	2021	2020	
Löner och andra ersättningar	43 226	47 602	
Pensionskostnad avgiftsbestämda pensionsplaner	4 770	3 130	
Andra sociala kostnader	15 050	10 544	
Summa	63 046	61 276	
Medelantal anställda under året			
Koncernen totalt	82	69	
Varav män, %	56%	56%	
Summa	82	69	
Bolaget har inhyrd personal, kostnaderna för dessa redovisas som konsultkostnader under övriga externa kostnader.			
Styrelseledamöter och ledande befattningshavare			
Antal styrelseledamöter per balansdagen	6	6	
Varav män, %	83%	100%	
VD och andra ledande befattningshavare per balansdagen	8	6	
Varav män, %	50%	33%	
Summa	14	12	
	2021		2020
LÖNER OCH ANDRA ERSÄTTNINGAR TILL STYRELSE OCH ÖVRIGA ANSTÄLLDA	Löner och andra ersättningar (varav tantiem)	Sociala avgifter (varav pensionskostnader)	Löner och andra ersättningar (varav tantiem)
Styrelse och verkställande direktör och andra ledande befattningshavare	11 286 (-)	7 742 (2 695)	7 967 (-)
Övriga anställda	31 941 (-)	12 078 (2 075)	39 635 (-)
Koncernen	43 226 (-)	19 820 (4 770)	47 602 (-)
			13 675 (3 130)

Not 7 LÖNER OCH ERSÄTTNINGAR TILL ANSTÄLLDA (FORTS)

KSEK

LÖNER OCH ANDRA ERSÄTTNINGAR STYRELSE, VD SAMT ÖVRIGA LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

2021	Grundlön/ styrelsearvode	Rörlig ersättning	Övriga förmåner	Pensionskostnad	Summa
Styrelse					
Erik Lindgren (ordf)	400				400
Magnus Dimert	175				175
John Womack	175				175
Eva Boding	175				175
Paul Steene	175				175
VD och andra ledande befattningshavare					
Michael Lindskog (VD)	2 049		134	533	2 716
Övriga ledande befattningshavare	8 137		175	2 162	10 475
Summa	11 286	-	309	2 695	14 291

2020	Grundlön/ styrelsearvode	Rörlig ersättning	Övriga förmåner	Pensionskostnad	Summa
Styrelse					
Erik Lindgren (ordf)	200				200
Magnus Dimert	150				150
John Womack	150				150
VD och andra ledande befattningshavare					
Michael Lindskog (VD)	1 614		151	340	2 105
Övriga ledande befattningshavare	5 645	100	18	1 676	7 439
Summa	7 759	100	169	2 016	10 044

Not 7 LÖNER OCH ERSÄTTNINGAR TILL ANSTÄLLDA (FORTS)

KSEK

ERSÄTTNING TILL LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE*Principer*

Till styrelsens ordförande och ledamöter utgår arvode enligt årsstämman beslut.

Styrelsen och VD

Vid årsstämman den 3 mars 2021 beslutades att arvode skall utgå med 1 100 tkr till styrelsen för tiden intill årsstämman 2022. Inga pensionskostnader eller pensionsåtaganden för styrelsen finns. Till VD i moderbolaget har totalt löner och ersättningar utgått med 2 049 tkr (2020: 1 614 tkr). Styrelsen beslutar principerna för ersättning till ledande befattningshavare, både vad gäller fast och rörlig ersättning i bolaget. Ersättning till övriga ledande befattningshavare utgörs av grundlön.

Avgångsvederlag

Vid uppsägning av VD skall företaget iakttä en uppsägningstid om sex månader och VD en uppsägningstid om sex månader. Vid uppsägning från företaget sida kan VD vara arbetsbefriad.

RIKTLINJER FÖR ERSÄTTNING TILL LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Vid extra bolagsstämma februari 2021 antogs nedanstående riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare i RugVista Group.

Dessa riktlinjer omfattar ledande befattningshavare i RugVista Group, vilka utgörs av de personer som från tid till annan ingår i bolagets ledningsgrupp. Riktlinjerna ska tillämpas på ersättningar som avtalas, och förändringar som görs i redan avtalade ersättningar, efter det att riktlinjerna blivit gällande enligt bolagsstämmans beslut. Riktlinjerna omfattar inte ersättningar som beslutas av bolagsstämman.

I den mån styrelseledamot utför arbete för bolaget vid sidan av styrelseuppdraget ska dessa riktlinjer gälla även för eventuell ersättning (t.ex. konsultarvode) för sådant arbete.

Riktlinjernas främjande av bolagets affärsstrategi, långsiktiga intressen och hållbarhet

Bolagets affärsvision är att bli navet inom den europeiska mattindustrin. Denna vision ska uppnås genom att erbjuda potentiella kunder Europas bästa digitala köppplevelse för mattor och nära relaterade produkter. En framgångsrik implementering av bolagets affärsstrategi och tillvaratagandet av bolagets långsiktiga intressen, inklusive dess hållbarhet, förutsätter att bolaget kan rekrytera och behålla kvalificerade medarbetare. Bolagets arbetsgivarvision är att "attrahera, motivera och behålla exceptionella individer" och utgör plattformen för att hålla bolagets viktigaste tillgång, sina medarbetare, motiverade och glada över att vara del av organisationen. För detta krävs att bolaget kan erbjuda konkurrenskraftig ersättning. Dessa riktlinjer möjliggör att ledande befattningshavare kan erbjudas en konkurrenskraftig totalersättning.

I bolaget har tidigare inrättats aktierelaterade incitamentsprogram baserade på teckningsoptioner. Programmen har beslutats av bolagsstämman och omfattas därför inte av dessa riktlinjer. Eventuella framtida aktierelaterade incitamentsprogram kommer att beslutas av bolagsstämman.

Formerna av ersättning m.m.

Ersättningen ska vara marknadsmässig och får bestå av följande komponenter: fast kontantlön, pensionsförmåner och andra förmåner. Bolagsstämman kan därutöver - och oberoende av dessa riktlinjer - besluta om exempelvis aktie- och aktiekursrelaterade ersättningar.

Not 7 LÖNER OCH ERSÄTTNINGAR TILL ANSTÄLLDA (FORTS)

KSEK

Fast kontantlön Fast kontantlön ska vara marknadsmässig och fastställas utifrån den enskilda befattningshavarens ansvar, befogenhet, kompetens och erfarenhet.

Pensionsförmåner Pensionsförmån, innefattande sjukförsäkring, för den verkställande direktören ska vara premiebestämd och pensionspremierna ska uppgå till högst 30 procent av verkställande direktörens fasta årliga kontantlön. Övriga ledande befattningshavare ska omfattas av ITP1 enligt gällande kollektivavtal, eller motsvarande pensionsförmån. För ledande befattningshavare som omfattas av ITP1 ska försäkringspremierna baseras på befattningshavarens fasta årliga kontantlön och annan pensionsgrundande inkomst enligt ITP1. ITP1 innebär att bolaget betalar en premie om 4,5 procent av befattningshavarens pensionsgrundande lön upp till 7,5 inkomstbasbelopp samt 30 procent av pensionsgrundande lön därutöver. Därutöver kan övriga ledande befattningshavare erhålla ytterligare premiebestämd pensionsavsättning i form av ett fast månatligt belopp, vilket högst kan uppgå till 6 procent av den gällande fasta månatliga kontantlönen vid fastställandet av sådan pensionsavsättning.

Andra förmåner Andra förmåner får innefatta bl.a. livförsäkring, sjukvårdsförsäkring och bilförmån. Sådana förmåner får sammanlagt uppgå till högst 15 procent av den fasta årliga kontantlönen.

Extraordinär ersättning Ytterligare kontant ersättning kan utgå vid extraordinära omständigheter, förutsatt att sådana extraordinära arrangemang är tidsbegränsade och endast görs på individnivå antingen i syfte att rekrytera eller behålla befattningshavare, eller som ersättning för extraordinära arbetsinsatser utöver personens ordinarie arbetsuppgifter. Sådan ersättning får inte överstiga ett belopp motsvarande 50 procent av den fasta årliga kontantlönen samt ej utges mer än en gång per år och per individ. Beslut om sådan ersättning ska fattas av styrelsen.

Ersättning till styrelseledamöter För de fall styrelseledamot utför tjänster för bolaget utöver styrelsearbetet kan särskilt kontant arvode för detta betalas (konsultarvode) förutsatt att sådana tjänster bidrar till implementeringen av bolagets affärsstrategi och tillvaratagandet av bolagets långsiktiga intressen, inklusive dess hållbarhet. Det årliga konsultarvode ska vara marknadsmässigt och sättas i relation till nyttan för bolaget och får för respektive styrelseledamot aldrig överstiga tre gånger gällande styrelsearvode. Ersättning till styrelseledamot, liksom övriga villkor, beslutas av styrelsen.

Upphörande av anställning

Vid anställningens upphörande får uppsägningstiden vara högst sex månader, om inte annat följer av tvingande lag eller kollektivavtal. Fast kontantlön under uppsägningstiden och avgångsvederlag får sammantaget inte överstiga ett belopp motsvarande den fasta kontantlönen för femton månader. Vid uppsägning från befattningshavarens sida får uppsägningstiden vara högst sex månader, utan rätt till avgångsvederlag.

Därutöver kan ersättning för eventuellt åtagande om konkurrensbegränsning utgå. Sådan ersättning ska kompensera för eventuellt inkomstbortfall och ska endast utgå i den utsträckning som den tidigare befattningshavaren saknar rätt till avgångsvederlag. Ersättningen ska uppgå till högst 60 procent av den fasta kontantlönen vid tidpunkten för uppsägningen, om inte annat följer av tvingande kollektivavtalsbestämmelser, och utgå under den tid som konkurrensförbudsåtagandet gäller, vilket ska vara högst tolv månader efter anställningens upphörande.

Lön och anställningsvillkor för anställda

Vid beredningen av styrelsens förslag till dessa ersättningsriktlinjer har lön och anställningsvillkor för anställda i RugVista-koncernen beaktats genom att uppgifter om anställdas totalersättning, ersättningens komponenter samt ersättningens ökning och ökningstakt över tid har utgjort en del av styrelsens beslutsunderlag vid utvärderingen av skäligheten av riktlinjerna och de begränsningar som följer av dessa.

Beslutsprocessen för att fastställa, se över och genomföra riktlinjerna

Styrelsen ska upprätta förslag till nya riktlinjer åtminstone vart fjärde år och lägga fram förslaget för beslut vid årsstämman. Riktlinjerna ska gälla till dess att nya riktlinjer antagits av bolagsstämman. Styrelsen ska även följa och utvärdera program för eventuella rörliga ersättningar för ledande befattningshavare, tillämpningen av riktlinjer för ersättning till ledande befattningshavare samt gällande ersättningsstrukturer och ersättningsnivåer i bolaget. Vid styrelsens behandling av och beslut i ersättningsrelaterade frågor närvarar inte verkställande direktören eller andra ledande befattningshavare, i den mån de berörs av frågorna.

Avvikelse från riktlinjerna

Styrelsen får besluta att tillfälligt frångå riktlinjerna helt eller delvis, om det i ett enskilt fall finns särskilda skäl för det och ett avsteg är nödvändigt för att tillgodose bolagets långsiktiga intressen, inklusive dess hållbarhet, eller för att säkerställa bolagets ekonomiska bärkraft.

Not 8 FINANSIELLA INTÄKTER OCH KOSTNADER			KSEK
Finansiella intäkter	2021	2020	
Ränteintäkter enligt effektivräntemetoden	-	0	
Summa	-	0	
Samtliga ränteintäkter hänför sig till finansiella poster som värderas till upplupet anskaffningsvärde.			
Finansiella kostnader			
Räntekostnader enligt effektivräntemetoden	-910	-3 557	
Summa	-910	-3 557	
Samtliga räntekostnader hänför sig till finansiella poster som värderas till upplupet anskaffningsvärde.			

Not 9 INKOMSTSKATT			KSEK
De huvudsakliga komponenterna när det gäller skattekostnader för räkenskapsåret är följande:			
Resultaträkning koncernen	2021	2020	
Aktuell skatt	-40 543	-17 106	
Förändring av uppskjuten skatt avseende temporära skillnader	13 645	-3 506	
Summa redovisad skatt	-26 898	-20 612	
Avstämning av effektiv skattesats	2021	2020	
Redovisat resultat före skatt	126 749	100 595	
Skatt på redovisat resultat enligt gällande skattesats 20,6% (21,4%)	-26 110	-21 527	
Skatteeffekt av:			
Ej skattepliktiga intäkter	-	905	
Ej avdragsgilla kostnader	-164	-521	
Underskottsavdrag för vilka ingen uppskjuten skattefordran har redovisats	-	-	
Effekt av ändring i skattesats	-623	532	
Redovisad skatt	-26 898	-20 612	
Effektiv skattesats	-21,2%	-20,5%	
Uppskjuten inkomstskatt är hänförlig till:			
	Uppskjuten skattefordran	Uppskjuten skatteskuld	
Temporära skillnader	2021-12-31	2021-12-31	
Materiella anläggningstillgångar	236	-	
Obeskattade reserver	-	107	
Summa	236	107	
	Uppskjuten skattefordran	Uppskjuten skatteskuld	
	2020-12-31	2020-12-31	
	176	-	
	-	13 693	
	176	13 693	
Redovisas enligt följande i Rapport över finansiell ställning:	2021-12-31	2020-12-31	
Uppskjutna skattefordringar	236	176	
Uppskjutna skatteskulder	-107	-13 693	
Summa	129	-13 516	
Avstämning av uppskjutna skatter	2021-12-31	2020-12-31	
Ingående balans	-13 516	-10 011	
Skattekostnad/intäkt redovisade i resultaträkningen	13 645	-3 506	
Utgående balans	129	-13 516	

Not 10 RESULTAT PER AKTIE

KSEK

Beräkningen av resultat per aktie före utspädning beräknas genom att årets resultat hänförligt till moderföretagets aktieägare divideras med det vägda genomsnittliga antalet utestående stamaktier i perioden.

Vid beräkning av resultat per aktie efter utspädning tillkommer de potentiella stamaktier vilka de utestående optionerna motsvarar till den del de ger upphov till en utspädningseffekt. Detta är fallet om emissionen av aktierna enligt villkoren i programmet skulle leda till en emission till en lägre kurs än genomsnittskursen av utestående stamaktier under perioden.

	2021	2020
Årets resultat	99 851	79 983
Justeringar	-	-
Årets resultat för beräkning före och efter utspädning	99 851	79 983
Viktat antal stamaktier före utspädning, tusental	20 785	20 281
Utspädningseffekt optioner	-	557
Viktat antal stamaktier efter utspädning, tusental	20 785	20 837
Resultat per aktie före utspädning, SEK	4,80	3,94
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	4,80	3,84

Not 11 IMMATERIELLA TILLGÅNGAR

Webbplats	2021-12-31	2020-12-31
Ingående ackumulerade anskaffningsvärden	-	930
Pågående immateriell tillgång	-	-
Avyttring	-	-930
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	-	-
Ingående ackumulerade avskrivningar	-	-500
Avyttring	-	521
Årets avskrivning	-	-21
Utgående ackumulerade avskrivningar	-	-
Utgående redovisat värde	-	-

Not 12 GOODWILL

KSEK

	2021	2020
Ingående ackumulerade anskaffningsvärden	299 949	299 949
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	299 949	299 949
Utgående redovisat värde	299 949	299 949

GOODWILL

Goodwill om MSEK 299,9 är hänförlig till dotterbolaget RugVista AB. Goodwill skrivs inte av utan prövas för nedskrivning varje år på den lägsta nivå där det finns separata identifierbara kassaflöden (kassagenererande enheter). Nedskrivningsprövning av RugVista AB har genomförts och det har konstaterats att det inte finns behov av att skriva ned det redovisade beloppet då analysen resulterar i att tillgångens värde motsvarar eller överstiger bokfört värde, även med hänsyn tagen till flera scenarier för RugVista AB:s framtida utveckling.

De redovisade värdena för goodwill skrivs ned genom beräkning av deras återvinningsvärde som baseras på beräkningar av nyttjandevärde. Dessa beräkningar baseras på uppskattade framtida kassaflöden för de kommande 5 åren. Kassaflöden bortom femårsperioden har extrapolerats med en uppskattad tillväxttakt på 2% per år i linje med allmänna förväntningar om BNP-tillväxt.

Det har bedömts att den kassagenererande enhetens årliga tillväxttakt över prognosperioden är det enskilt viktigaste antagandet. Tillväxttakten har bedömts utifrån den historiska och förväntade framtida tillväxten på onlinemarknaden för koncernens produkter.

Den diskonteringsränta som används anges före skatt och återspeglar specifika risker som gäller den kassagenererande enheten.

Väsentliga antaganden som använts för beräkningar av nyttjandevärden:

Beständig tillväxttakt*	2,0% (2,0)
Diskonteringsränta före skatt**	8,5% (14,2)

Ett antal känslighetsanalyser har genomförts för att utvärdera om eventuella negativa förändringar skulle leda till nedskrivning. Analysen fokuserade på fyra specifika scenarier:

- 1) en försämring av den årliga intäkstillväxten under prognosperioden
- 2) en ökad COGS-till-nettointäktskvot
- 3) förhöjda nivåer av marknadsföringskostnader
- 4) högre diskonteringsränta på kassaflöde.

Nedskrivningstestet, inklusive känslighetsanalyser, visade inte på något behov av nedskrivning.

* Tillväxttakt använd för att extrapolera kassaflöden bortom den 5-åriga prognosperioden.

** Diskonteringsränta före skatt använd vid nuvärdesberäkning av uppskattade framtida kassaflöden.

Not 13 MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

KSEK

Inventarier	2021-12-31	2020-12-31
Ingående ackumulerade anskaffningsvärden	7 003	4 987
Årets anskaffningar	2 357	2 061
Försäljningar/utrangeringar	-	-44
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	9 360	7 003
Ingående ackumulerade avskrivningar	-4 230	-3 304
Försäljningar/utrangeringar	-	13
Årets avskrivningar	-980	-939
Utgående ackumulerade avskrivningar	-5 210	-4 230
Utgående redovisat värde	4 150	2 773

Not 14 LEASING

KSEK

Koncernens leasingportfölj består huvudsakligen av leasingavtal avseende lokaler samt ett fåtal leasingavtal för bilar och truckar. Leasing av lokaler har generellt en leasingperiod på mellan 3 och 6 år och leasing av bilar och truckar har generellt en leasingperiod på mellan 3 och 5 år.

Flertalet av koncernens leasingavtal innehåller optioner om förlängning eller uppsägning i förtid. Dessa möjligheter utnyttjas av koncernen för att möjliggöra flexibilitet i leasingportföljen och anpassa den efter verksamheten. När koncernen är rimligt säkra att utnyttja en option beaktas detta i beräkningen av leasingskuld och nyttjanderättstillgång.

NYTTJANDERÄTTSTILLGÅNGAR

Avskrivning beräknas enligt följande:	Antal år
Nyttjanderätter för lokaler	3–6 år
Nyttjanderätter för bilar	3–5 år
Nyttjanderätter för truckar	3–5 år

Tabellen nedanför presenterar nyttjanderätternas bokförda värde och avskrivningar per tillgångsslag samt räkenskapsårets tillkommande nyttjanderätter:

2021	Lokaler	Bilar och truckar	Totalt
Avskrivningar	-7 053	-327	-7 380
Utgående balans 31 december 2021	24 496	3 036	27 532

Tillkommande nyttjanderätter under räkenskapsåret 2021 uppgår till totalt 6,0 MSEK.

2020	Lokaler	Bilar och truckar	Totalt
Avskrivningar	-6 732	-117	-6 848
Utgående balans 31 december 2020	28 817	67	28 884

Tillkommande nyttjanderätter under räkenskapsåret 2020 uppgår till totalt 0 MSEK.

Leasingskulder

I tabellen nedanför presenteras de belopp som har redovisats som leasingskulder i koncernens balansräkning.

	2021-12-31	2020-12-31
Långfristiga leasingskulder	20 070	23 231
Kortfristiga leasingskulder	8 419	6 651
Summa	28 489	29 882

I tabellen nedanför presenteras en löptidsanalys avseende avtalsenliga odiskonterade betalningar av leasingskulderna.

	2021-12-31	2020-12-31
Kassaflöde inom 1 år	9 951	7 469
Kassaflöde inom 2–5 år	26 549	24 509
Kassaflöde efter 5 år	–	–
Summa	36 500	31 978

Redovisade kostnader hänförliga till leasingavtal

I tabellen nedanför presenteras de belopp, hänförliga till leasingavtal, som har redovisats i koncernens resultaträkning under året.

Kostnader	2021-12-31	2020-12-31
Avskrivningar på nyttjanderättstillgångar	7 380	6 848
Räntekostnader för leasingskulder	889	1 026
Summa	8 269	7 874

Koncernens totala kassautflöde för leasingavtal uppgick till:	8 117	7 334
---	-------	-------

Not 15 VARULAGER

KSEK

	2021-12-31	2020-12-31
Färdiga varor och handelsvaror	129 470	89 635
Varor på väg	15 812	-
Returrättslager	1 277	1 363
Summa	146 559	90 997

Varulagret värderas till det lägsta av anskaffningsvärde och nettoförsäljningsvärde där anskaffningsvärde beräknas i enlighet med FIFU-metoden (först in först ut). Inköpta produkter värderas till anskaffningskostnad. Nettoförsäljningsvärdet definieras som försäljningspris reducerat för försäljningskostnader. Justering till nettoförsäljningsvärdet inkluderar bedömningar av inkurans. Inköpsavdelningens arbete med att säkerställa lagernivåerna inför högsäsong och påfyllning av bäst säljande artiklar har, i samarbete med våra leverantörer, fallit väl ut trots fortsatta utmaningar med varuförsörjningen till följd av covid-19-pandemin samt de pågående globala fraktutmaningarna.

Returrätten beaktas när transaktionspriset fastställs och intäkterna reduceras med försäljningspriset på de produkter som förväntas retureras och redovisas som en återbetalningsskuld. En returrättstillgång redovisas motsvarande rätten att återfå produkten från kunden. Historiska data används som utgångspunkt för att bedöma returriskerna vid försäljningstidpunkten. Returriskreserven beräknas så att det inte finns en väsentlig risk för återföring av de redovisade intäkterna i efterföljande redovisningsperiod, baserat på ett genomsnitt av verkliga returer under 12 månader före aktuell redovisad period.

Not 16 FINANSIELLA INSTRUMENT OCH FINANSIELL RISKHANTERING

KSEK

Finansiella tillgångar och skulder per kategori

Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	2021-12-31	2020-12-31
<i>Finansiella tillgångar i balansräkningen</i>		
Övriga fordringar	5 057	7 926
Likvida medel	218 116	139 508
Summa	223 172	147 434

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 värderat till upplupet anskaffningsvärde	2021-12-31	2020-12-31
<i>Finansiella skulder i balansräkningen</i>		
Leverantörsskulder	95 334	70 646
Övriga skulder	2 823	2 874
Upplupna kostnader	20 508	18 765
Leasingskulder	28 489	29 882
Summa	147 154	122 167

Verkligt värde på finansiella skulder bedöms stämma överens med redovisat värde.

FINANSIELL RISKHANTERING

RugVista Group AB är exponerat för ett antal finansiella risker som valutarisk, ränterisk, kreditrisk och likviditetsrisk. Koncernens övergripande riskhanteringsstrategi är fokuserad på att hantera osäkerhet på de finansiella marknaderna och eftersträva att minimera möjliga ogynnsamma effekter på koncernens finansiella resultat. De viktigaste finansiella riskerna beskrivs nedan.

VALUTARISK

Koncernens verksamhet finns i Sverige, det är också SEK som är funktionell valuta. En övervägande del av koncernens omsättning sker i EUR och även inköpen sker i huvudsak i EUR samt till mindre andel i USD. I och med att de största betalningsströmmarna sker i EUR är valutarisken relativt liten. RugVista Group koncernen bedriver ingen aktiv valutasäkring av beräknade flöden i utländsk valuta.

Not 16 FINANSIELLA INSTRUMENT OCH FINANSIELL RISKHANTERING (FORTS)

KSEK

RÄNTERISK

Sedan koncernen amorterat samtliga skulder till kreditinstitut kvarstår endast räntor p.g.a. IFRS 16, varför ränterisken är låg.

KREDITRISK

Kreditrisk är risk för förluster som följer av att motparten inte kan infria sina förpliktelser enligt avtal. Koncernen erbjuder sina kunder betalnings- och finansieringslösningar via betalningsförmedlare varav risken i huvudsak är kopplat till fordringar på dessa betalningsförmedlare. När en kund handlar på kredit står därmed koncernen ingen kreditrisk. Vanligtvis regleras fordringar på betalningsförmedlare inom 3-5 dagar. Koncernen redovisar ingen reserv för förväntade kreditförluster p.g.a. att risken bedöms som oväsentlig.

LIKVIDITETSRISK OCH KASSAFLÖDESRISK

Koncernen har en viss säsongsmässig svängning i kassaflödet. Koncernen gör prognoser för kassaflödet för att säkerställa en betryggande marginal av likviditeten.

Tabellen nedan visar avtalade återstående löptider (odiskonterade värden) på de finansiella skulderna.

Finansiella skulder	1 år	2-5 år	Efter 5 år	Förväntat kassaflöde 2022
Leasingskulder	9 951	26 549	-	9 951
Leverantörsskulder	95 334	-	-	95 334
Övriga skulder	2 823	-	-	2 823
Upplupna kostnader	20 508	-	-	20 508
Summa	128 616	26 549	-	128 616

Finansiella skulder	1 år	2-5 år	Efter 5 år	Förväntat kassaflöde 2021
Skulder till kreditinstitut	-	-	-	-
Leasingskulder	7 469	24 509	-	7 469
Leverantörsskulder	70 646	-	-	70 646
Övriga skulder	2 874	-	-	2 874
Upplupna kostnader	18 765	-	-	18 765
Summa	99 754	24 509	-	99 754

Förväntat kassaflöde inkluderar ränta och amorteringar.

RISKHANTERING AV KAPITAL

Koncernens kapitalstruktur ska hållas på en nivå som säkerställer möjligheten att driva verksamheten vidare för att skapa avkastning till aktieägarna och fördelar för andra intressenter, samtidigt som en optimal struktur upprätthålls för att minska kapitalkostnaderna.

Förändring i finansiella skulder

	2021-01-01	Kassaflöden	Ej kassaflödes-påverkan Tillkommande leasingskulder	2021-12-31
Leasingskulder	29 882	-7 422	6 029	28 489
Summa	29 882	-7 422	6 029	28 489

	2020-01-01	Kassaflöden	Ej kassaflödes-påverkan Tillkommande leasingskulder	2020-12-31
Skulder till kreditinstitut	88 000	-88 000	-	-
Leasingskulder	35 925	-6 043	-	29 882
Summa	123 925	-94 043	-	29 882

Not 17 LIKVIDA MEDEL		KSEK
	2021-12-31	2020-12-31
Disponibla tillgodohavanden	218 116	139 508
Summa	218 116	139 508

Not 18 FÖRUTBETALDA KOSTNADER		KSEK
	2021-12-31	2020-12-31
Förutbetalda hyreskostnader	-	1 024
Förutbetalda försäkringspremier	57	47
Övriga förutbetalda kostnader	864	527
Summa	921	1 598

Not 19 STÄLLDA SÄKERHETER FÖR EGNA SKULDER OCH EVENTUALFÖRPLIKTELSE		KSEK
	2021-12-31	2020-12-31
Skulder till kreditinstitut		
Företagsinteckningar	-	-
Summa	-	-

Not 20 FÖRUTBETALDA INTÄKTER OCH UPPLUPNA KOSTNADER		KSEK
	2021-12-31	2020-12-31
Upplupna löne- och personalkostnader	8 269	6 822
Reservering returer	7 215	6 275
Övriga upplupna kostnader	6 656	6 983
Summa	22 139	20 081

Not 21 EGET KAPITAL

KSEK

Antal aktier	2021-12-31	2020-12-31
Ingående balans	1 014 028	1 011 353
Aktiesplit 1:20	20 280 560	
Nyemission	504 580	2 675
Utgående balans	20 785 140	1 014 028
Kvotvärde i kronor	0,05	1

Utdelning

RugVista Group AB har inte lämnat någon utdelning.

Aktiekapital

Aktiekapitalet i moderföretaget består enbart av tillfullo betalda aktier med ett nominellt värde (kvotvärde) om 0,05 kr/aktie. Bolaget har 20 785 140 aktier som är stamaktier.

ÖVRIGT TILLSKJUTET KAPITAL

I denna kategori redovisas aktieägartillskott, teckningsoptionspremier samt överkursfond. Samtliga marknadsvärderingar är gjorda enligt Black & Scholes modellen.

Historiska incitamentsprogram

Utställda datum	Förfallodatum	Antal tecknings- optioner före split	Efter split	Tecknade	Tillskjutet kapital
2017-03-16	2022-03-16	13 140	262 800	-	-
2018-04-13	2023-04-13	14 580	291 600	231 180	5 816
2019-10-24	2024-10-22	16 368	327 360	273 400	5 632
		44 088	881 760	504 580	11 449
<i>Nytt incitamentsprogram</i>					
2021-03-18	2024-06-15	-	860 000	-	16 796
		-	860 000	-	16 796

Se även not 7 och 10.

Efter beslut på extra bolagsstämma den 11 februari 2021 har bolaget genomfört en aktiesplit med förhållandet 1:20

I samband med noteringen på NASDAQ First North Premier Growth Market avvecklades de historiska långsiktiga incitamentsprogrammen LTIP2017, LTIP2018 och LTIP2019.

Den 18 mars 2021 genomfördes en nyemission och tillförde KSEK 25 i aktiekapital.

Vid extra bolagsstämma 18 mars 2021 fattades beslut om att implementera ett nytt teckningsoptionsprogram LTIP TO 2021/2024.

Not 22 AKTIERELATERADE ERSÄTTNINGAR

KSEK

I bolaget fanns tre historiska teckningsoptionsprogram, serie 2017/2022, serie 2018/2023 och 2019/2024. Programmen har tilldelats verkställande direktör och andra ledande befattningshavare. I samband med bolagets börsintroduktion avslutades samtliga historiska teckningsoptionsprogram.

Bolaget implementerade under året ett nytt teckningsoptionsprogram LTIP 2021/2024 bestående av totalt 860 000 teckningsoptioner.

Varje teckningsoption berättigar till teckning av en (1) aktie i bolaget under lösenperioden till SEK 162,50, vilket motsvarar 130% av introduktionskursen för aktien. Teckningsoptionerna kan utnyttjas under perioden 15 april – 15 juni 2024. Priset vid överlåtelse av teckningsoptionerna har fastställts av PricewaterhouseCoopers utifrån ett beräknat marknadsvärde för teckningsoptionerna vid tiden för överlåtelsen med tillämpning av Black & Scholes värderingsmodell.

FÖRÄNDRINGAR I UTESTÅENDE TECKNINGSOPTIONER UNDER ÅRET

2021

Utestående per 1 januari	44 088
Aktiesplit 1:20	881 760
Tecknade under året	-504 580
Återköpta optioner	-377 180
Utställda under året	860 000
Utestående per 31 december	860 000
Inlösningsbara vid årets slut	–

INCITAMENTSPROGRAM LTIP 2021/2024

LTIP 2021/24

Genomsnittligt verkligt värde på aktien vid värderingstidpunkten, SEK	135,35
Lösenpris, SEK	162,50
Vägt snittpris vid utställande, SEK	20,53
Programmets löptid, år	3,0
Kvarvarande löptid, förfall	2,46
Förväntad volatilitet	35%
Genomsnittlig riskfri ränta	-0,20%
Verkligt värde per 31 december, SEK	16,00
Antal utestående optioner	363 019
Antal tilldelade optioner	496 981
Verkligt värde på tilldelade optioner, MSEK	8,0

Den förväntade volatiliteten baseras på antagandet att den historiska volatiliteten över en period motsvarande löptiden på optionerna är indikativt även för framtida trender vilket inte nödvändigtvis kommer att bli utfallet.

Not 23 EVENTUALFÖRPLIKTELSE

KSEK

	2021-12-31	2020-12-31
Motförbindelse för bankgaranti till Tullverket	1 305	956
Summa	1 305	956

Not 24 UPPLYSNINGAR OM TRANSAKTIONER MED NÄRSTÅENDE

KSEK

Följande affärsförbindelser sköts på normala marknadsvillkor och krav ("på armlängds avstånd"), och i tabellen nedan förtecknas de företag som anses vara närstående parter:

Närstående personer	Relation	ägarande i %
Ledande befattningshavare	Ledande befattningshavare	2,5%
Andra närstående bolag		
Womack Investor Relations AB	Styrelseledamot, delägare	0,1%
Transistormedia AB, Cutting Edge Construction AB	Styrelseledamot, delägare	4,9%
Lygna AB	Styrelseledamot, delägare	0,8%
Storviksudden AB	Styrelseordförande, delägare	1,3%

I följande tabell visas summan av de transaktioner som har ingåtts med närstående parter under det relevanta räkenskapsåret. Samtliga transaktioner skedde på marknadsmässiga villkor.

Försäljning till/Förvärv från närstående parter	Närstående personer och andra närstående bolag			
	Ledande befattningshavare/ VD		Andra närstående bolag	
	2021	2020	2021	2020
Inköp från närstående parter	-	-	213	607
Försäljning av dotterbolag till närstående parter	-	-	-	3 240
Skulder till närstående parter	-	-	-	83
Teckningsoptioner, återköpta	-10 042	-	-2 760	-
Teckningsoptioner, nya	7 727	-	-	-
Nyemission	9 412	1 100	-	500

Inköp från närstående parter avser konsultuppdrag.

Not 25 VÄSENTLIGA HÄNDELSE EFTER RÄKENSKAPSÅRETS UTGÅNG**D-AWARD**

RugVista är ett av 3 företag som har nominerats till D-Awards. Vinnaren tillkännages på D-Congress den 28 april 2022. D-Award utser det e-handelsföretag som har bidragit mest till att utveckla e-handeln i Sverige det gångna året. D-Award startades 2019 av Svensk Digital Handel och vinnaren utses varje år på D-Congress, Sveriges största e-handelsevent.

KRIG I UKRAINA

På morgonen den 24 februari 2022 meddelade president Putin att Ryssland inleder en "särskild militär operation" i Donbas-regionen och inledde en fullskalig invasion av Ukraina.

På grund av Rysslands agerande så har RugVista Group valt att stänga ner de ryska webbutikerna för både RugVista och CarpetVista. Detta gjordes för att tydligt markera att vi inte finner kränkningar av ett lands gränser acceptabelt. Ordervolymer från de ryska webbutikerna var begränsad och beslutet kommer därmed inte att ha någon betydande inverkan på RugVista Groups finansiella resultat.

Ytterligare konsekvenser på RugVista Groups verksamhet på grund av invasionen är ännu inte kända. Dock så har kriget resulterat i en osäker global miljö vilket skulle kunna minska konsumentförtroendet. Detta i kombination med de ökade kostnaderna för el, drivmedel och andra basvaror skulle kunna negativt påverka kundefterfrågan kort- till medellångsiktigt. Vissa av RugVista Groups inköpspriser skulle också kunna öka framöver på grund av den osäkra globala miljön, till exempel produkt-kostnader och dylikt.

ÄNDRING AV RAPPORTERAD ORGANISK TILLVÄXT

Efter publicering av Bokslutskommunikén har det kommit till ledningens kännedom att ett fel gjorts i beräkningen av valuta-effekter på helåret 2021 års nettoomsättning. Den korrekta organiska tillväxten för 2021 var 34,0 % och inte 36,4 % som tidigare kommunicerats.

MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING			
KSEK	Not	2021-01-01 2021-12-31	2020-01-01 2020-12-31
Nettoomsättning	30	12 088	8 493
Övriga externa kostnader	31	-12 848	-9 259
Personalkostnader	32	-8 073	-5 611
Övriga rörelsekostnader		-8	-1
Rörelseresultat		-8 841	-6 378
Resultat från finansiella poster			
Resultat från andelar i koncernföretag	33	-	-27 264
Finansiella kostnader	33	-15	-2 484
		-15	-29 748
Resultat efter finansiella poster		-8 856	-36 125
<i>Bokslutsdispositioner</i>			
Avsättning till periodiseringsfond		-	-23 500
Återföring av periodiseringsfond		25 687	-
Erhållet koncernbidrag		61 700	103 000
Resultat före skatt		78 531	43 375
Skatt på resultat	34	-16 426	-15 310
Årets resultat		62 105	28 065
Årets resultat överensstämmer med totalresultatet för moderbolaget.			

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING			
KSEK	Not	2021-12-31	2020-12-31
TILLGÅNGAR			
<i>Anläggningstillgångar</i>			
Finansiella anläggningstillgångar			
Andelar i koncernföretag	35	321 271	321 271
Summa anläggningstillgångar		321 271	321 271
<i>Omsättningstillgångar</i>			
Fordringar hos koncernföretag	36	62 921	915
Övriga fordringar	36	329	1 222
Förutbetalda kostnader		98	68
		63 348	2 206
Kassa och bank	36	17 437	4 674
Summa omsättningstillgångar		80 785	6 880
SUMMA TILLGÅNGAR		402 056	328 151
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital			
<i>Bundet eget kapital</i>			
Aktiekapital		1 039	1 014
<i>Fritt eget kapital</i>			
Balanserat resultat		305 303	249 019
Årets resultat		62 105	28 065
Summa eget kapital		368 448	278 098
Obeskattade reserver		-	25 687
<i>Långfristiga skulder</i>			
Skuld till kreditinstitut		-	-
Summa långfristiga skulder		-	-
<i>Kortfristiga skulder</i>			
Kortfristig del av långfristiga skulder		-	-
Leverantörsskulder	36	614	5 315
Skulder till koncernföretag		-	16
Aktuella skatteskulder	34	30 364	16 320
Övriga skulder	36	502	124
Upplupna kostnader	36,37	2 128	2 590
Summa kortfristiga skulder		33 608	24 366
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		402 056	328 151

MODERBOLAGETS FÖRÄNDRING I EGET KAPITAL

KSEK	Bundet eget kapital Aktiekapital	Fritt eget kapital Balanserat resultat	Summa eget kapital
Ingående balans 2020-01-01	1 011	247 422	248 434
Transaktioner med ägare:			
Teckningsoptioner	-	-	-
Nyemission	3	1 597	1 600
Årets resultat	-	28 065	28 065
Utgående balans 2020-12-31	1 014	277 084	278 098
Transaktioner med ägare:			
Teckningsoptioner	-	16 796	16 796
Nyemission	25	11 423	11 449
Årets resultat	-	62 105	62 105
Utgående balans 2021-12-31	1 039	367 408	368 448

MODERBOLAGETS KASSAFLÖDE

KSEK	2021-01-01 2021-12-31	2020-01-01 2020-12-31
Den löpande verksamheten		
Rörelseresultat	-8 841	-6 378
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet		
Betald skatt	-2 383	-514
Erlagd ränta	-15	-2 484
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	-11 238	-9 376
Förändringar i rörelsekapital		
Förändring av rörelsefordringar	-61 142	-1 561
Förändring av rörelseskulder	-4 801	-45 116
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-77 182	-56 053
Investeringsverksamheten		
Resultat från andelar i koncernföretag	-	8 305
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-	8 305
Finansieringsverksamheten		
Nyemission	11 449	1 600
Teckningsoptioner	16 796	-
Upptagna lån	-	-
Amortering av skuld	-	-53 000
Erhållet koncernbidrag	61 700	103 000
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	89 944	51 600
Årets kassaflöde	12 763	3 851
Likvida medel vid årets början	4 674	823
Likvida medel vid årets slut	17 437	4 674

MODERBOLAGETS NOTER

Not 26 FÖRETAGSINFORMATION

RugVista Group AB är moderföretag i en koncern som innefattar 100% av RugVista AB, 556458-9207. Koncernen bedriver försäljning av mattor via webbplatserna RugVista och CarpetVista. Företaget har sitt säte i Malmö.

Not 27 GRUNDER FÖR ÅRSREDOVISNINGENS UPPRÄTTANDE

TILLÄMPADE REGLER OCH BESTÄMMELSER

Moderföretagets årsredovisning har upprättats i enlighet med Årsredovisningslagen och RFR 2 Redovisning för juridiska personer som utarbetats av Rådet för finansiell rapportering. Detta innebär att IFRS tillämpas med de undantag och tillägg som framgår nedan.

GRUNDER FÖR UPPRÄTTANDET AV ÅRSREDOVISNINGEN

Att upprätta rapporter i överensstämmelse med IFRS kräver att flera uppskattningar görs av ledningen för redovisningsändamål. De områden som innefattar en hög grad av bedömning, som är komplexa eller sådana områden där antaganden och uppskattningar är av väsentlig betydelse för redovisningen anges i not 29. Dessa bedömningar och antaganden baseras på historiska erfarenheter samt andra faktorer som bedöms vara rimliga under rådande omständigheter. Faktiskt utfall kan skilja sig från gjorda bedömningar om gjorda bedömningar ändras eller andra förutsättningar föreligger.

AKTIER I DOTTERFÖRETAG

Andelar i dotterföretag redovisas i moderföretaget till anskaffningsvärde med avdrag för eventuella nedskrivningar. Om de redovisade värdet på andelarna överstiger dess verkliga värde sker en nedskrivning av värdet till det verkliga värdet. Nedskrivningstest upprättas när det finns indikation på en värdenedgång. Nedskrivningen redovisas i resultaträkningen. I de fall nedskrivningen inte längre är erforderlig återförs nedskrivningen över resultaträkningen.

FINANSIELLA INSTRUMENT

Moderföretaget tillämpar undantaget att inte redovisa finansiella instrument enligt IFRS 9 i juridisk person. Finansiella instrument värderas i enlighet med ÅRL med utgångspunkt i anskaffningsvärdet. I moderföretaget värderas därmed finansiella anläggningstillgångar till anskaffningsvärde och finansiella omsättningstillgångar enligt lägsta värdets princip, med tillämpning av nedskrivning för förväntade kreditförluster enligt IFRS 9 avseende tillgångar som är skuldinstrument. För övriga finansiella tillgångar baseras nedskrivning på marknadsvärden.

REDOVISNING AV KONCERNBIDRAG

Lämnade respektive erhållna koncernbidrag redovisas som bokslutsdisposition.

Not 28 KAPITALSTRUKTUR OCH KAPITALSTYRNING

RugVista Group AB har inga specifika målsättningar kopplat till kapitalstyrning i moderbolaget. All kapitalstyrning sker på koncernnivå, se not 16 i koncern delen.

Not 29 BETYDELSEFULLA REDOVISNINGSBEDÖMNINGAR, UPPSKATTNINGAR OCH ANTAGANDEN

Att upprätta de finansiella rapporterna i enlighet med RFR 2 kräver att företagsledningen gör bedömningar och uppskattningar samt gör antaganden som påverkar tillämpningen av redovisningsprinciperna och de redovisade beloppen av tillgångar, skulder, intäkter och kostnader. Verkligt utfall kan avvika från dessa uppskattningar.

DOTTERBOLAG

Andelar i dotterbolag redovisas i moderbolaget enligt anskaffningsvärdemetoden. Se not 27 för utförligare beskrivning.

Not 30 INTÄKTER

Moderbolagets intäkter utgörs av management fees, vilket är tjänster som tillhandahålls från moderbolaget till RugVista AB på löpande räkning till fast marginal. Prestationsåtagandena i dessa avtal består av tillhandahållande av administrativa tjänster. Intäkten redovisas när kontrollen över tjänsten har överförts till RugVista AB till ett belopp som speglar den ersättning som moderbolaget förväntar sig ha rätt till i utbyte mot tjänsten. Intäkter från dessa tjänster redovisas över tid då kunden samtidigt erhåller och förbrukar de fördelar som tillhandahålls genom företagets prestation när företaget fullgör sina åtaganden.

Not 31 ERSÄTTNING TILL REVISORER		KSEK
Ersättning till revisorer	2021	2020
Ernst & Young AB		
Revisionsuppdrag	135	60
Revisionsverksamhet utöver revisionsuppdrag	50	20
Övriga tjänster	-15	672
Summa	170	752

Not 32 LÖNER OCH ERSÄTTNINGAR TILL ANSTÄLLDA OCH ÖVRIGA ARVODEN		KSEK
	2021	2020
Löner och andra ersättningar	5 617	3 568
Pensionskostnad avgiftsbestämda pensionsplaner	1 374	767
Andra sociala kostnader	2 371	1 320
Summa	9 362	5 656
Medelantal anställda under året		
Sverige	2,6	2,0
Varav män, %	64%	50%
Summa	2,6	2,0

För uppgift om ersättningar till ledande befattningshavare samt könsfördelning bland ledande befattningshavare se not 7 i koncerndelen.

Not 33 FINANSIELLA INTÄKTER OCH KOSTNADER		KSEK
Finansiella intäkter	2021	2020
Övriga finansiella intäkter	-	-
Summa	-	-
Finansiella kostnader		
Resultat från andelar i koncernföretag, avyttring	-	-31 068
Resultat från andelar i koncernföretag, utdelning	-	3 805
Räntekostnader	-15	-2 484
Summa	-15	-29 748

Not 34 INKOMSTSKATT KSEK

De huvudsakliga komponenterna när det gäller skattekostnader för räkenskapsåret är följande:

	2021	2020
Aktuell skatt på årets vinst	-16 426	-15 310
Förändring av uppskjuten skatt avseende underskottsavdrag	-	-
Skattekostnader som redovisats i resultaträkningen	-16 426	-15 310
Avstämning av effektiv skattesats		
Redovisat resultat före skatt	78 531	43 375
Skatt på redovisat resultat enligt gällande skattesats 20,6% (21,4%):	-16 177	-9 282
<i>Skatteeffekt av:</i>		
Ej skattepliktiga intäkter	-	814
Ej avdragsgilla kostnader	-249	-6 842
Redovisad skatt	-16 426	-15 310
Genomsnittliga effektiva skattesats	-20,9%	-35,3%

Not 35 ANDELAR I KONCERNFÖRETAG KSEK

	2021-12-31	2020-12-31
Ingående anskaffningsvärden	321 271	356 839
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	321 271	356 839
Försäljningar/utrangeringar	-	-35 568
Utgående redovisat värde	321 271	321 271

Dotterföretag inom koncernen förtecknas i tabellen nedan

Dotterföretag	Kapitalandel	Rösträttsandel	Antal andelar	Bokfört värde
RugVista AB	100%	100%	105 000	321 271

Not 36 FINANSIELLA INSTRUMENT					KSEK
					2021-12-31
Tillgångar i balansräkningen	Löner och andra ersättningar (varav tantiem)	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde via årets resultat	Summa	Verkligt värde	
Fordringar hos koncernföretag	62 921	-	62 921	62 921	
Övriga fordringar	329	-	329	329	
Kassa och bank	17 437	-	17 437	17 437	
Summa	80 688	-	80 688	80 688	
					2021-12-31
Skulder i balansräkningen	Finansiella skulder värderade till upplupet anskaffningsvärde	Finansiella skulder värderade till verkligt värde via årets resultat	Summa	Verkligt värde	
Leverantörsskulder	614	-	614	614	
Skulder till koncernföretag	-	-	-	-	
Upplupna kostnader	2 012	-	2 012	2 012	
Summa	2 625	-	2 625	2 625	
					2020-12-31
Tillgångar i balansräkningen	Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde via årets resultat	Summa	Verkligt värde	
Fordringar hos koncernföretag	915	-	915	915	
Övriga fordringar	1 222	-	1 222	1 222	
Kassa och bank	4 674	-	4 674	4 674	
Summa	6 812	-	6 812	6 812	
					2020-12-31
Skulder i balansräkningen	Finansiella skulder värderade till upplupet anskaffningsvärde	Finansiella skulder värderade till verkligt värde via årets resultat	Summa	Verkligt värde	
Leverantörsskulder	5 315	-	5 315	5 315	
Skulder till koncernföretag	16	-	16	16	
Upplupna kostnader	2 503	-	2 503	2 503	
Summa	7 834	-	7 834	7 834	

Not 37 UPPLUPNA KOSTNADER KSEK

	2021-12-31	2020-12-31
Upplupna löne- och personalkostnader	1 933	1 293
Övriga upplupna kostnader	195	1 297
Summa	2 128	2 590

Not 38 STÄLLDA SÄKERHETER OCH EVENTUALFÖRPLIKTELSE KSEK

Ställda säkerheter för skulder till kreditinstitut	2021-12-31	2020-12-31
Andelar i koncernföretag	-	-
Summa	-	-

Eventualförpliktelser

Det finns inga kända eventualförpliktelser i moderbolaget.

Not 39 VÄSENTLIGA HÄNDELSE EFTER RÄKENSKAPSÅRETS UTGÅNG

Inga väsentliga händelser har inträffat efter räkenskapsårets utgång utöver vad som redovisats i koncernen.

Not 40 FÖRSLAG TILL VINSTDISPOSITION SEK

Till årsstämmans förfogande står följande medel:

	2021-12-31
Balanserat resultat, SEK	305 303 235
Årets resultat, SEK	62 105 137
Summa	367 408 372
Styrelsen föreslår att medlen disponeras så att:	
Utdelning lämnas med 2,50 per aktie till aktieägare, SEK	51 962 850
i ny räkning överföres, SEK	315 445 522
Totalt	367 408 372

STYRELSENS MOTIVERING TILL UTDELNINGSFÖRSLAG

Styrelsen har föreslagit att årsstämman 2022 beslutar om vinst-disposition innebärande att till aktieägarna utdela 2,50 kronor per aktie. Vinstutdelningen uppgår således till sammanlagt 51 962 850 kronor.

Vinstutdelningsförslaget har tagits fram utifrån bolagets målsättning att, utöver att investera i tillväxt och verksamhets-utveckling, dela ut upp till 50% av årets resultat till aktieägarna.

Styrelsen för RugVista Group AB (publ) avger härmed följande yttrande i enlighet med 18 kap. 4 § aktiebolagslagen om varför den föreslagna vinstutdelningen är försvarlig utifrån bestämmelserna i 17 kap. 3 § andra och tredje styckena aktiebolagslagen.

Styrelsen konstaterar att det efter den föreslagna vinst-utdelningen finns full täckning för Bolagets bundna eget kapital och att Bolagets och koncernens likviditet fortsatt kommer att vara god efter utbetalningen av föreslagen utdelning.

Bolagets och koncernens finansiella ställning förblir fortsatt stark efter den föreslagna utdelningen och det är styrelsens bedömning att Bolagets och koncernens egna kapital efter föreslagen vinstutdelning kommer att vara tillräckligt stort i förhållande till verksamhetens art, omfattning och risker. Styrelsen har även sett till Bolagets och koncernens ställning samt Bolagets och koncernens möjligheter att på kort respektive lång sikt infria sina åtaganden, och styrelsen bedömer att det

egna kapitalet kommer att vara tillräckligt för Bolagets, och koncernens, förmåga att fullgöra sina förpliktelser och möjligheter att göra eventuella nödvändiga investeringar. Styrelsen har härvid beaktat bland annat Bolagets och koncernens historiska utveckling, budgeterad utveckling samt konjunkturläget. Styrelsen anser vidare att Bolaget och koncernen, även efter utdelningen, har förutsättningar att ta framtida affärsrisker och även tåla eventuella förluster, samt har god beredskap att hantera såväl förändringar med avseende på likviditeten som oväntade händelser.

Utöver vad som anförts ovan har styrelsen övervägt andra kända förhållanden som kan ha betydelse för bolagets och koncernens ekonomiska ställning. Ingen omständighet har därvid framkommit som gör att föreslagen vinstutdelning inte framstår som försvarlig.

Med hänvisning till ovan är det styrelsens uppfattning att den föreslagna vinstutdelningen framstår som försvarlig med hänsyn till de krav som verksamhetens art, omfattning och risker ställer på storleken av såväl Bolagets som koncernens egna kapital samt Bolagets respektive koncernens konsolideringsbehov, likviditet och ställning i övrigt.

Avstämningsdag för utdelning föreslås bli den 24 maj 2022 och utdelning beräknas vara aktieägarna tillhanda den 30 maj 2022.

Limhamn 8 april 2022

RugVista Group AB (publ)

Styrelsen

STYRELSEFÖRSÄKRAN

Undertecknade försäkrar att koncern- och årsredovisningen har upprättats i enlighet med internationella redovisningsstandarder IFRS, sådana de antagits av EU, respektive god redovisningssed och ger en rättvisande bild av koncernens och företags ställning och resultat, samt att förvaltningsberättelsen ger en rättvisande översikt över utvecklingen av koncernens och företags verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som de företag som ingår i koncernen står inför.

Limhamn 8 april 2022

ERIK LINDGREN
Styrelseordförande

MAGNUS DIMERT
Styrelseledamot

PAUL STEENE
Styrelseledamot

EVA BODING
Styrelseledamot

LUDVIG FRIBERGER
Styrelseledamot

JOHN WOMACK
Styrelseledamot

MICHAEL LINDSKOG
VD

REVISIONSBERÄTTELSE

Till bolagsstämman i RugVista Group AB (publ),
org.nr 559037-7882

RAPPORT OM ÅRSREDOVISNINGEN OCH KONCERNREDOVISNINGEN

UTTALANDEN

Vi har utfört en revision av årsredovisningen och koncernredovisningen för RugVista Group AB (publ) för år 2021 med undantag för bolagsstyrningsrapporten och hållbarhetsrapporten på sidorna 69–79 respektive 27–67. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår på sidorna 81–125 i detta dokument.

Enligt vår uppfattning har årsredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av moderbolagets finansiella ställning per den 31 december 2021 och av dess finansiella resultat och kassaflöde för året enligt årsredovisningslagen. Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av koncernens finansiella ställning per den 31 december 2021 och av dess finansiella resultat och kassaflöde för året enligt International Financial Reporting Standards (IFRS), såsom de antagits av EU, och årsredovisningslagen. Våra uttalanden omfattar inte bolagsstyrningsrapporten och hållbarhetsrapporten på sidorna 69–79 respektive 27–67. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker därför att bolagsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget, och resultaträkningen och rapporten över finansiell ställning för koncernen.

GRUND FÖR UTTALANDEN

Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing (ISA) och god revisionssed i Sverige. Vårt ansvar enligt dessa standarder beskrivs närmare i avsnittet Revisorns ansvar. Vi är oberoende i förhållande till moderbolaget och koncernen enligt god revisorssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

ANNAN INFORMATION ÄN ÅRSREDOVISNINGEN OCH KONCERNREDOVISNINGEN

Detta dokument innehåller även annan information än årsredovisningen och koncernredovisningen och återfinns på sidorna 1–26, 27–67 och 129–132.

Även ersättningsrapporten för räkenskapsåret 2021 utgör annan information. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för denna andra information.

Vårt uttalande avseende årsredovisningen och koncernredovisningen omfattar inte denna information och vi gör inget uttalande med bestyrkande avseende denna andra information.

I samband med vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen är det vårt ansvar att läsa den information som identifieras ovan och överväga om informationen i väsentlig utsträckning är oförenlig med årsredovisningen och koncernredovisningen. Vid denna genomgång beaktar vi även den kunskap vi i övrigt inhämtat under revisionen samt bedömer om informationen i övrigt verkar innehålla väsentliga felaktigheter.

Om vi, baserat på det arbete som har utförts avseende denna information, drar slutsatsen att den andra informationen innehåller en väsentlig felaktighet, är vi skyldiga att rapportera detta. Vi har inget att rapportera i det avseendet.

STYRELSENS OCH VERKSTÄLLANDE DIREKTÖRENS ANSVAR

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att årsredovisningen och koncernredovisningen upprättas och att de ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen och, vad gäller koncernredovisningen, enligt IFRS såsom de antagits av EU. Styrelsen och verkställande direktören ansvarar även för den interna kontroll som de bedömer är nödvändig för att upprätta en årsredovisning och koncernredovisning som inte innehåller några väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag.

Vid upprättandet av årsredovisningen och koncernredovisningen ansvarar styrelsen och verkställande direktören för bedömningen av bolagets förmåga att fortsätta verksamheten. De upplyser, när så är tillämpligt, om förhållanden som kan påverka förmågan att fortsätta verksamheten och att använda antagandet om fortsatt drift. Antagandet om fortsatt drift tillämpas dock inte om styrelsen och verkställande direktören avser att likvidera bolaget, upphöra med verksamheten eller inte har något realistiskt alternativ till att göra något av detta.

REVISORNS ANSVAR

Våra mål är att uppnå en rimlig grad av säkerhet om att årsredovisningen och koncernredovisningen som helhet inte innehåller några väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag, och att lämna en revisionsberättelse som innehåller våra uttalanden. Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men är ingen garanti för att en revision som utförs enligt ISA och god revisionssed i Sverige alltid kommer att upptäcka en väsentlig felaktighet om en sådan finns. Felaktigheter kan uppstå på grund av oegentligheter eller misstag och anses vara väsentliga om de enskilt eller tillsammans rimligen kan förväntas påverka de ekonomiska beslut som användare fattar med grund i årsredovisningen och koncernredovisningen.

Som del av en revision enligt ISA använder vi professionellt omdöme och har en professionellt skeptisk inställning under hela revisionen. Dessutom:

- identifierar och bedömer vi riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen och koncernredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag, utformar och utför granskningsåtgärder bland annat utifrån dessa risker och inhämtar revisionsbevis som är tillräckliga och ändamålsenliga för att utgöra en grund för våra uttalanden. Risken för att inte upptäcka en väsentlig felaktighet till följd av oegentligheter är högre än för en väsentlig felaktighet som beror på misstag, eftersom oegentligheter kan innefatta agerande i maskopi, förfalskning, avsiktliga utelämnanden, felaktig information eller åsidosättande av intern kontroll.
- skaffar vi oss en förståelse av den del av bolagets interna kontroll som har betydelse för vår revision för att utforma granskningsåtgärder som är lämpliga med hänsyn till omständigheterna, men inte för att uttala oss om effektiviteten i den interna kontrollen.
- utvärderar vi lämpligheten i de redovisningsprinciper som används och rimligheten i styrelsens och verkställande direktörens uppskattningar i redovisningen och tillhörande upplysningar.
- drar vi en slutsats om lämpligheten i att styrelsen och verkställande direktören använder antagandet om fortsatt drift vid upprättandet av årsredovisningen och koncernredovisningen. Vi drar också en slutsats, med grund i de inhämtade revisionsbevisen, om det finns någon väsentlig osäkerhetsfaktor som avser sådana händelser eller förhållanden som kan leda till betydande tveklighet om bolagets förmåga att fortsätta verksamheten. Om vi drar slutsatsen att det finns en väsentlig osäkerhetsfaktor, måste vi i revisionsberättelsen fästa uppmärksamheten på upplysningarna i årsredovisningen om den väsentliga osäkerhetsfaktorn eller, om sådana upplysningar är otillräckliga, modifiera uttalandet om årsredovisningen och koncernredovisningen. Våra slutsatser baseras på de revisionsbevis som inhämtas fram till datumet för revisionsberättelsen. Dock kan framtida händelser eller förhållanden göra att ett bolag inte längre kan fortsätta verksamheten.
- utvärderar vi den övergripande presentationen, strukturen och innehållet i årsredovisningen och koncernredovisningen, däribland upplysningarna, och om årsredovisningen och koncernredovisningen återger de underliggande transaktionerna och händelserna på ett sätt som ger en rättvisande bild.
- inhämtar vi tillräckliga och ändamålsenliga revisionsbevis avseende den finansiella informationen för enheterna eller affärsaktiviteterna inom koncernen för att göra ett uttalande avseende koncernredovisningen. Vi ansvarar för styrning, övervakning och utförande av koncernrevisionen. Vi är ensamt ansvariga för våra uttalanden.

Vi måste informera styrelsen om bland annat revisionens planerade omfattning och inriktning samt tidpunkten för den. Vi måste också informera om betydelsefulla iakttagelser under revisionen, däribland de eventuella betydande brister i den interna kontrollen som vi identifierat.

RAPPORT OM ANDRA KRAV ENLIGT LAGAR OCH ANDRA FÖRFATTNINGAR**UTTALANDEN**

Utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen har vi även utfört en revision av styrelsens och verkställande direktörens förvaltning av RugVista Group AB (publ) för år 2021 samt av förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust.

Vi tillstyrker att bolagsstämman disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

GRUND FÖR UTTALANDEN

Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige. Vårt ansvar enligt denna beskrivs närmare i avsnittet Revisorns

ansvar. Vi är oberoende i förhållande till moderbolaget och koncernen enligt god revisorssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

STYRELSENS OCH VERKSTÄLLANDE DIREKTÖRENS ANSVAR

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust. Vid förslag till utdelning innefattar detta bland annat en bedömning av om utdelningen är försvarlig med hänsyn till de krav som bolagets och koncernens verksamhetsart, omfattning och risker ställer på storleken av moderbolagets och koncernens egna kapital, konsolideringsbehov, likviditet och ställning i övrigt.

Styrelsen ansvarar för bolagets organisation och förvaltningen av bolagets angelägenheter. Detta innefattar bland annat att fortlöpande bedöma bolagets och koncernens ekonomiska situation och att tillse att bolagets organisation är utformad så att bokföringen, medelsförvaltningen och bolagets ekonomiska angelägenheter i övrigt kontrolleras på ett betryggande sätt. Verkställande direktören ska sköta den löpande förvaltningen enligt styrelsens riktlinjer och anvisningar och bland annat vidta de åtgärder som är nödvändiga för att bolagets bokföring ska fullgöras i överensstämmelse med lag och för att medelsförvaltningen ska skötas på ett betryggande sätt.

REVISORNS ANSVAR

Vårt mål beträffande revisionen av förvaltningen, och därmed vårt uttalande om ansvarsfrihet, är att inhämta revisionsbevis för att med en rimlig grad av säkerhet kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören i något väsentligt avseende:

- företagit någon åtgärd eller gjort sig skyldig till någon försummelse som kan föranleda ersättningsskyldighet mot bolaget, eller
- på något annat sätt handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Vårt mål beträffande revisionen av förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust, och därmed vårt uttalande om detta, är att med rimlig grad av säkerhet bedöma om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men ingen garanti för att en revision som utförs enligt god revisionssed i Sverige alltid kommer att upptäcka åtgärder eller försummelser som kan föranleda ersättningsskyldighet mot bolaget, eller att ett förslag till dispositioner av bolagets vinst eller förlust inte är förenligt med aktiebolagslagen.

Som en del av en revision enligt god revisionssed i Sverige använder vi professionellt omdöme och har en professionellt skeptisk inställning under hela revisionen. Granskningen av förvaltningen och förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust grundar sig främst på revisionen av räkenskaperna. Vilka tillkommande granskningsåtgärder som utförs baseras på vår professionella bedömning med utgångspunkt i risk och väsentlighet. Det innebär att vi fokuserar granskningen på sådana åtgärder, områden och förhållanden som är väsentliga för verksamheten och där avsteg och överträdelser skulle ha särskild betydelse för bolagets situation. Vi går igenom och prövar fattade beslut, beslutsunderlag, vidtagna åtgärder och andra förhållanden som är relevanta för vårt uttalande om ansvarsfrihet. Som underlag för vårt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust har vi granskat styrelsens motiverade yttrande samt ett urval av underlagen för detta för att kunna bedöma om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Malmö 8 april 2022
Ernst & Young AB

MARTIN HENRIKSSON
Auktoriserad revisor

DEFINITIONER OCH MOTIVERING AV NYCKELTAL

Mått	Definition	Motivering
Antal nya kunder	Antal beställningar från nya kunder före avbeställningar eller returer.	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 returer.	Ett tal som ger en indikation om koncernens aktivitetsnivå mot kunder. Används även för att beräkna enhetsbaserade nyckeltal.
Antal webbplatsbesök	Antal besök till bolagets webbutiker under perioden.	Ett tal som ger en indikation om förmågan att attrahera potentiella kunder till koncernens webbutiker.
Avkastning eget kapital	Resultat efter finansiella poster i procent av genomsnittligt justerat eget kapital (eget kapital och obeskattade reserver med avdrag för uppskjuten skatt)	Ett tal som visar verksamhetens "avkastning" under året på ägarnas insatta kapital och kan jämföras med gällande bankränta eller avkastning från alternativa placeringar.
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.
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.

DEFINITIONER OCH MOTIVERING AV NYCKELTAL

Mått	Definition	Motivering
Nettoskuldsättning/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 nettoomsättnings-tillväxt	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 returer (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.
Soliditet, %	Justerat eget kapital i procent av balansomslutning.	Ett tal som påvisar i vilken utsträckning koncernens tillgångar är finansierade av kapital som ägs av koncernens aktieägare.

ORDLISTA

Förkortning	Förklaring
B2B	Business-to-Business, d.v.s. segmentet som representerar försäljning till företagskunder.
B2C	Business-to-Consumer, d.v.s. segmentet som representerar försäljning till privatpersoner.
MPO	Marketplaces & Other, d.v.s. 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, d.v.s. procentenheter.
LTM	Rullande tolv månader (Last Twelve Months).

HÄRLEDNING AV ALTERNATIVA NYCKELTAL

	2021-01-01 2021-12-31	2020-01-01 2020-12-31
Rörelseintäkter (A)	706 527	564 045
Handelsvaror (B)	-250 829	-217 094
Bruttoresultat (A) + (B)	455 698	346 950
Nettoomsättning (C)	704 984	561 883
Bruttomarginal, % ((A) + (B)) / (C)	64,60%	61,70%
Rörelseresultat (EBIT) (A)	127 658	104 153
Jämförelsestörande poster (B)	9 900	5 044
Justerat rörelseresultat (A) + (B)	137 558	109 196
Nettoomsättning (C)	704 984	561 883
Justerad rörelsemarginal, % ((A) + (B)) / (C)	19,50%	19,40%
Varulager (A)	146 559	90 997
Nettoomsättning, rullande tolv månader (LTM) (B)	704 984	561 883
Lagervärde som andel av nettoomsättningen (LTM) (A) / (B)	20,80%	16,20%
Likvida medel (A)	-218 116	-139 508
Räntebärande skulder (B)	-	-
Räntebärande leasingskulder (C)	28 489	29 882
Nettoskuldsättning/(-)nettokassa (A) + (B) + (C)	-189 627	-109 626
Föregående års nettoomsättning (A)	561 883	
Nettoomsättning avyttrad verksamhet (B)	20 172	
Föregående års nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet (A)-(B)=(C)	541 712	
Årets nettoomsättning (D)	704 984	
Nettoomsättning avyttrad verksamhet (E)	-	
Årets nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet (D)-(E)=(F)	704 984	
Valutaeffekt på årets nettoomsättning (G)	-21 082	
Årets nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet och valutaeffekter (F)-(G)=(H)	726 066	
Organisk nettoomsättningstillväxt % (H)/(C)-1	34,0%	



Ringugnskatan 11 | 216 16 Limhamn | Sverige
+46 40 66 88 104 | info@rugvista.com

www.rugvistagroup.com