



RUG

VISTA

Delårsrapport januari – juni 2022

Rugvista Group AB (publ)

Fortsatt utmanande marknadsförhållanden

Andra kvartalet 2022

- Nettoomsättningen var MSEK 121,2 (140,6) motsvarande en minskning med -13,8% (+13,2%).
- Den organiska nettoomsättningstillväxten uppgick till -15,6%.
- Bruttomarginalen minskade till 60,1% (64,1%).
- Rörelseresultatet uppgick till MSEK 0,4 (24,8) och rörelsemarginalen var 0,4% (17,6%).
- Periodens resultat uppgick till MSEK -0,1 (18,6).
- Resultat per aktie före och efter utspädning uppgick till SEK -0,01 (0,89)¹.
- Det genomsnittliga NPS- (Net Promotor Score) värdet uppgick till 68 (66).

Januari – juni 2022

- Nettoomsättningen var MSEK 307,2 (345,2) motsvarande en minskning med -11,0% (+46,9%).
- Den organiska nettoomsättningstillväxten uppgick till -14,0%.
- Bruttomarginalen minskade till 61,4% (64,6%).
- Rörelseresultatet uppgick till MSEK 22,0 (64,5) och rörelsemarginalen var 7,2% (18,7%).
- Periodens resultat uppgick till MSEK 16,7 (50,8).
- Resultat per aktie före och efter utspädning uppgick till SEK 0,80 (2,44)¹.
- Nettokassan uppgick till MSEK 81,8 (119,5).
- Det genomsnittliga NPS- (Net Promotor Score) värdet uppgick till 68 (66).
- Lagervärde som andel av nettoomsättningen senaste tolv månaderna (LTM) var 24,8% (17,2%).

Nyckeltal för koncernen²

KSEK om inte annat anges	April - juni		Januari - juni	
	2022	2021	2022	2021
Rörelseintäkter	121 670	140 980	308 050	345 982
Nettoomsättning	121 228	140 621	307 201	345 158
Nettoomsättningstillväxt, %	-13,8%	13,2%	-11,0%	46,9%
Organisk nettoomsättningstillväxt, %	-15,6%	23,5%	-14,0%	60,7%
Bruttoresultat	72 869	90 110	188 728	222 842
Bruttomarginal, %	60,1%	64,1%	61,4%	64,6%
Rörelseresultat	446	24 819	21 974	64 496
Rörelsemarginal, %	0,4%	17,6%	7,2%	18,7%
Periodens resultat	-115	18 553	16 690	50 782
Periodens marginal, %	-0,1%	13,2%	5,4%	14,7%
Justerat rörelseresultat	446	24 819	21 974	74 396
Justerad rörelsemarginal, %	0,4%	17,6%	7,2%	21,6%
Lagervärde som andel av LTM nettoomsättningen, %	-	-	24,8%	17,2%
Nettoskuldssättning	-	-	-81 769	-119 511
Resultat per aktie före utspädning, SEK	-0,01	0,89	0,80	2,44
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	-0,01	0,89	0,80	2,44
Antal utestående aktier	20 785 140	20 785 140	20 785 140	20 785 140
Antal utestående aktier efter utspädning	20 785 140	20 785 140	20 785 140	20 785 140
Antal webbplatsbesök, miljon	6,8	7,4	17,3	20,3
Antal ordrar, tusen	48,7	54,8	124,3	136,3
Antal nya kunder, tusen	33,7	39,4	87,6	98,9
Genomsnittligt ordervärde, SEK	3 461	3 605	3 502	3 560
Genomsnittligt NPS-värde	68	66	68	66
Genomsnittligt Trustpilot-värde	4,8	4,8	4,8	4,8

¹ Ingen utspädningseffekt för vare sig 2022 eller 2021.

² Se sida 30 för definitioner och motivering av nyckeltal.



"Jag är säker på att vi, genom att fortsätta säkerställa hög kundnöjdhet, förbättra kunderbjudandet, utveckla våra interna kompetenser, upprätthålla hög kostnadseffektivitet samt effektivt navigera nuvarande marknad, kommer att förbättra våra möjligheter för lönsam tillväxt både på kort och lång sikt."

Michael Lindskog, VD



Fokus på att navigera en utmanande marknad

Kära aktieägare,

Det makroekonomiska klimatet har försämrats ytterligare under Q2 vilket har påverkat de europeiska hushållens framtidstro och köpkraft negativt. Rugvista Group har utan tvekan påverkats av dessa faktorer och vi har under kvartalet, till exempel, sett sökvolymer jämfört med förra året minska med -15% till -20% på merparten av våra huvudmarknader. Vår organiska nettoomsättningstillväxt för Q2 var -15,6% och påverkades av den lägre kundefterfrågan i större delen av Europa samt kronans försvagning mot framför allt euron.

Bruttomarginalen för Q2 minskade till 60,1% (64,1%) påverkad av högre rabattnivåer, kategorimixeffekter, fortsatt höga kostnader för kundleveranser samt den amerikanska dollarans kraftiga värdeökning mot både kronan och euron.

Det övergripande marknadsföringsklimatet var fortsatt intensivt under kvartalet men vi lyckades uppnå en något lägre marknadsföringskostnadskvot jämfört med Q1. Vårt fokus på ökad effektivitet fick genomslag under framför allt andra hälften av Q2.

Rörelsemarginalen för Q2 var 0,4%, påverkad av lägre bruttomarginal, högre externa kostnader och lägre omsättning. Q2 har historiskt varit vårt säsongsmässigt minst lönsamma och i år har vi även påverkats av ett antal negativa omvärldsfaktorer.

Vårt genomsnittliga NPS-värde var under kvartalet 68 vilket fortsatt är på en rekordnivå och visar att vi levererar på våra kundlöften. Våra andra KPI:er, relaterade till vår långsiktiga strategi, visade negativ tillväxt och var starkt påverkade av det övergripande makroekonomiska klimatet.

Utvecklingen av vår nya webbshop fortgick under kvartalet med målet att minst 50% av vår omsättning ska genereras via den nya webbshoppen till årets slut.

Om jag summerar det första halvåret så har det framför allt präglats av ett förändrat

makroekonomiskt klimat som drastiskt har påverkat marknadsförutsättningarna. I det rådande marknadsläget så redovisar vi en organisk nettoomsättningstillväxt på -14,0% och en rörelsemarginal om 7,2% för perioden.

De makroekonomiska utsikterna för resten av året är fortsatt osäkra och svåra att förutse. Detta är en verklighet vi behöver acceptera och fortsätta navigera i. Oaktat det hitintills utmanande året, och aktieägarutdelning under kvartalet, har vi fortsatt en mycket stark finansiell ställning utan lån från finansiella institut och en nettokassa om MSEK 81,8.

Vår starka finansiella ställning möjliggör fortsatt fokus på att driva vår långsiktiga strategiska agenda samtidigt som vi har implementerat och förberett initiativ för att säkerställa god lönsamhet givet nuläget. Detta inkluderar selektiva prisjusteringar, ytterligare fokus på att uppnå högre marknadsföringseffektivitet samt reviderade anställningsplaner för resten av året. Dessa initiativ har redan resulterat i positiva effekter på bruttomarginalen och marknadsföringskostnaderna hitintills i Q3. Vi har även i början av Q3 implementerat ett nytt system för fraktbokningar som gör att vi snabbare och flexiblare kan erbjuda mer lokalt anpassade alternativ. Detta initiativ förväntas även medföra kostnadsbesparingar.

Året har utan tvekan varit utmanande hitintills. Jag är trots allt säker på att vi, genom att fortsätta säkerställa hög kundnöjdhet, förbättra kunderbudandet, utveckla våra interna kompetenser, upprätthålla hög kostnadseffektivitet samt effektivt navigera nuvarande marknad, kommer att förbättra våra möjligheter för lönsam tillväxt både på kort och lång sikt.

Med vänliga hälsningar,

Michael Lindskog
VD Rugvista Group

Koncernens utveckling

Andra kvartalet

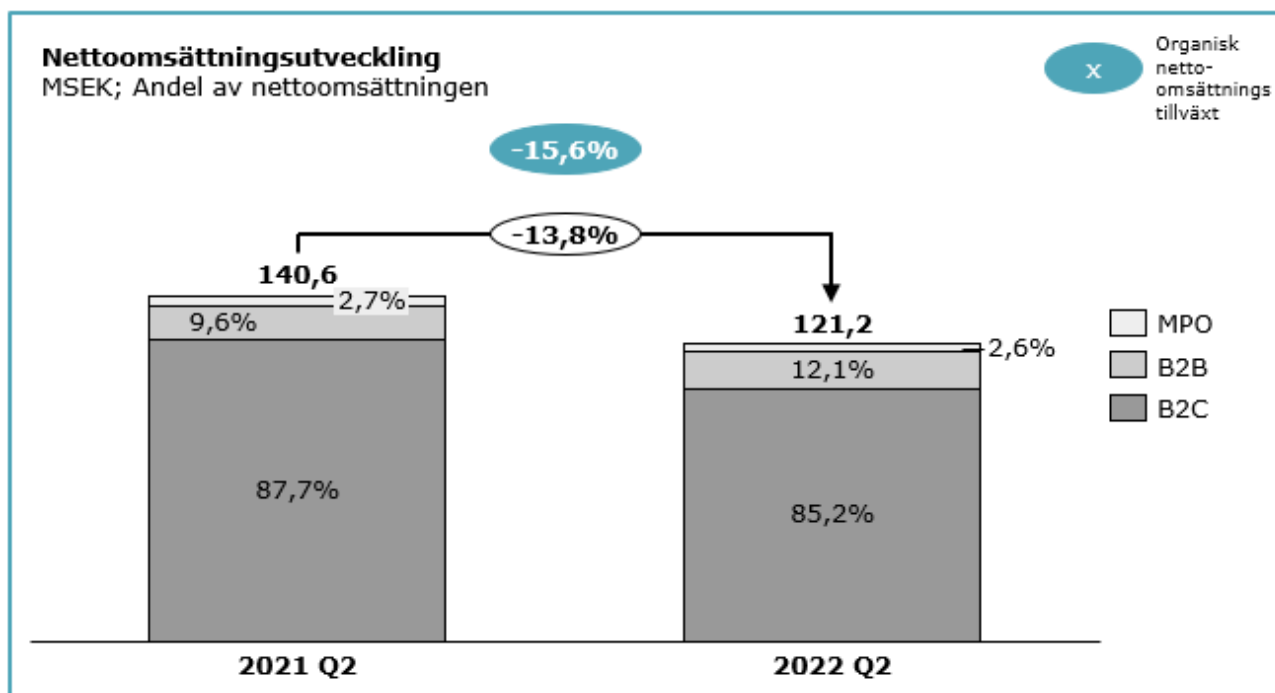
Nettoomsättning

Koncernens nettoomsättning för kvartalet uppgick till MSEK 121,2 (140,6), vilket motsvarar en minskning med -13,8% (13,2%) och den organiska nettoomsättningstillväxten minskade med -15,6%. Det turbulenta makroekonomiska klimatet, med minskad köpkraft på grund av ökande inflation, säkerhetspolitisk oro samt lägre konsumentförtroende fortsatte att påverka konsumentefterfrågan negativt över hela Europa under kvartalet.

Nettoomsättningen inom segmentet Privatpersoner (B2C), koncernens största, uppgick till MSEK 103,3 (123,3) vilket motsvarar en minskning med -16,2% (16,5%). Den minskade nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av DACH- och Norden-regionerna med en tillväxttakt på -24,5% (23,1%) respektive -27,6% (9,4%).

Nettoomsättningen inom segmentet Företagskunder (B2B) uppgick till MSEK 14,7 (13,5) vilket motsvarar en ökning med 8,7% (28,8%). Efterfrågan inom B2B-segmentet fortsätter att vara mer robust jämfört med B2C-segmentet. Kundgruppen inredningsarkitekter fortsätter att driva efterfrågan.

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 3,2 (3,8), vilket motsvarar en minskning med -16,0% (54,4%). I likhet med B2C-segmentet påverkades efterfrågan inom MPO-segmentet negativt av det makroekonomiska klimatet under kvartalet då merparten av försäljningen sker via Amazons europeiska marknadsplatser till privatpersoner.



Resultat och marginaler

Bruttomarginalen uppgick till 60,1% (64,1%). Minskningen drevs av högre produktkostnadskvot och ökade kostnader för kundleveranser. Ökningen av produktkostnadskvoten drevs av högre rabattnivåer, kategorimixeffekter samt kostnadsökningar för produktinköp på grund av förstärkningen av den amerikanska dollarn mot den svenska kronan och euron. De ökade kostnaderna för kundleveranser berodde på investeringar i val av fraktbolag för att säkerställa kundnöjdhet samt bränsletillägg från transportörerna.

Övriga externa kostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 40,2% (33,8%). Ökningen drevs främst av ökade marknadsföringsinvesteringar inom samtliga segment, men framför allt inom B2C- och MPO-segmenten. Den höga marknadsföringsinvesteringen drevs av fortsatt intensiv aktivitet från merparten av aktörerna i marknaden trots den lägre kundefterfrågan samt tester av nya marknadsföringsaktiviteter. Marknadsföringskostnadskvoten sjönk dock något jämfört med föregående kvartal. Kostnader relaterade till rekryteringar och förberedelserna av bolagets första publika årsstämma bidrog även till ökningen i övriga externa kostnader som andel av nettoomsättningen jämfört med förra året.

Personalkostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 16,5% (11,0%). Ökningen drevs av att antalet anställda är fler jämfört med förra året, negativ skaleffekt från minskningen av nettoomsättningen jämfört med föregående år samt kostnader relaterade till bytet av CFO.

Övriga rörelsekostnader uppgick till MSEK -0,8 (-0,4). Posten består av valutakursförändringarnas påverkan på transaktioner och likvida medel under perioden. Kostnadsökningen är ett resultat av valutaskillnader på främst leverantörsskulder i och med den svenska kronans försvagning mot flertalet andra valutor.

Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till MSEK -2,8 (-1,9) och består främst av avskrivningar avseende nyttjanderättstillgångar. Ökningen jämfört med föregående år drevs av investeringar i ytterligare nyttjanderättstillgångar till våra lager samt renovering av kontorsbyggnaden under andra halvåret 2021.

Rörelseresultatet (EBIT) uppgick till MSEK 0,4 (24,8), vilket motsvarar en rörelsemarginal på 0,4% (17,6%). Minskningen i rörelsemarginal drevs av den lägre bruttomarginalen, högre externa kostnader och negativ skaleffekt kopplad till den lägre nettoomsättningen.

Finansnettot uppgick till MSEK -0,4 (-0,2).

Skatter för perioden uppgick till MSEK -0,1 (-6,0).

Periodens resultat uppgick till MSEK -0,1 (18,6) och periodens marginal uppgick till -0,1% (13,2%).

Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten under kvartalet uppgick till MSEK -27,5 (-17,0). Minskningen är framför allt hänförlig till den lägre operativa lönsamheten.

Kassaflödet från investeringsverksamheten under kvartalet uppgick till MSEK -2,8 (-0,3) och ökningen beror på aktivering av egna utvecklingskostnader.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten under kvartalet uppgick till MSEK -54,4 (-1,8). Kassautflödet är primärt drivet av aktieägarutdelningen på MSEK 52,0 (0,0) under kvartalet.

Övriga nyckeltal (KPI)

NPS värdet var 68 (66) och TrustPilot värdet var 4,8 (4,8), vilket är ett bevis på att vårt fortsatt höga fokus på att säkerställa en upplevelse i världsklass för våra kunder varit framgångsrikt.

Antalet webbplatsbesök var 6,8 (7,4) miljoner, vilket motsvarar en minskning med -8,1% (-4,4%). Minskningen är hänförlig till det makroekonomiska klimatet med minskad efterfrågan inom B2C-segmentet framför allt.

Orderantalet var 48,7 (54,8) tusen, vilket motsvarar en minskning med -11,0% (23,7%).

Antalet nya kunder som förvärvades var 33,7 (39,4) tusen, vilket motsvarar en minskning med -14,5% (23,0%).

Genomsnittligt ordervärde var SEK 3 461 (3 605), vilket motsvarar en minskning med -4,0% (-4,0%) och är hänförligt till förändringar i köpmönster inom design sortimentet samt högre rabattsatser.

Januari – juni

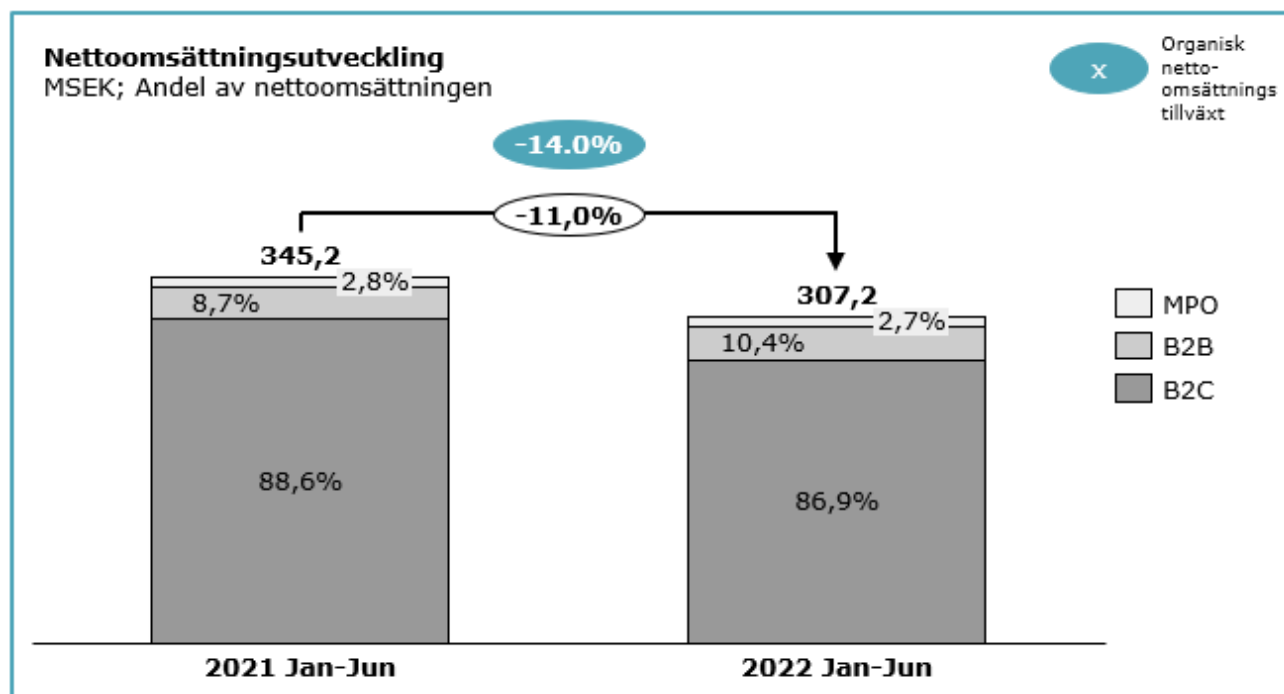
Nettoomsättning

Koncernens nettoomsättning för perioden uppgick till MSEK 307,2 (345,2), vilket motsvarar en minskning med -11,0% (46,9%) och den organiska nettoomsättningstillväxten minskade med -14,0%. Det turbulenta makroekonomiska klimatet, med minskad köpkraft på grund av ökande inflation, säkerhetspolitisk oro samt lägre konsumentförtroende har påverkat konsumentefterfrågan negativt över hela Europa under merparten av perioden.

Nettoomsättningen inom segmentet Privatpersoner (B2C), koncernens största, uppgick till MSEK 267,0 (305,7) vilket motsvarar en minskning med -12,7% (53,8%). Den minskade nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av DACH- och Norden-regionerna med en tillväxttakt på -18,7% (69,6%) respektive -24,6% (39,5%).

Nettoomsättningen inom segmentet Företagskunder (B2B) uppgick till MSEK 31,9 (29,9) vilket motsvarar en ökning med 6,7% (35,5%). Efterfrågan inom B2B-segmentet har under perioden varit mer robust jämfört med B2C-segmentet. Kundgruppen inredningsarkitekter driver efterfrågan.

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 8,3 (9,6), vilket motsvarar en minskning med -13,1% (102,6%). I likhet med B2C-segmentet påverkades efterfrågan inom MPO-segmentet negativt av det makroekonomiska klimatet under merparten av perioden då merparten av försäljningen sker via Amazons europeiska marknadsplatser till privatpersoner.



Resultat och marginaler

Bruttomarginalen uppgick till 61,4% (64,6%). Minskningen drevs av högre produktkostnadskvot och ökade kostnader för kundleveranser. Ökningen av produktkostnadskvoten drevs av kategorimixeffekter, högre rabattnivåer samt högre kostnader för produktinköp i den amerikanska dollarn. De ökade kostnaderna för kundleveranser berodde på investeringar i val av fraktbolag för att säkerställa kundnöjdhet samt bränsletillägg från transportörerna.

Övriga externa kostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 39,6% (35,5%). Ökningen drevs främst av ökade marknadsföringsinvesteringar inom samtliga segment, men framför allt inom B2C- och MPO-segmenten. Den höga marknadsföringsinvesteringen drevs av intensiv aktivitet från merparten av aktörerna i marknaden trots att kundefterfrågan minskade under perioden. Kostnader relaterade till rekryteringar och förberedelserna av bolagets första publika årsstämma bidrog även till ökningen i övriga externa kostnader som andel av nettoomsättningen jämfört med förra året.

Personalkostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 12,0% (9,2%). Ökningen jämfört med förra året drevs av att antalet anställda är fler, negativ skaleffekt från minskningen av nettoomsättningen samt kostnader relaterade till bytet av CFO.

Övriga rörelsekostnader uppgick till MSEK -2,4 (-0,3). Posten består av valutakursförändringarnas påverkan på transaktioner och likvida medel under perioden. Kostnadsökningen är ett resultat av valutaskillnader på främst leverantörsskulder i och med den svenska kronans försvagning mot flertalet andra valutor.

Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till MSEK -5,7 (-3,9) och består främst av avskrivningar avseende nyttjanderättstillgångar. Ökningen jämfört med föregående år drevs av investeringar i ytterligare nyttjanderättstillgångar till våra lager samt renovering av kontorsbyggnaden under andra halvåret 2021.

Rörelseresultatet (EBIT) uppgick till MSEK 22,0 (64,5), vilket motsvarar en rörelsemarginal på 7,2% (18,7%). Minskningen i rörelsemarginal drevs av den lägre bruttomarginalen, högre externa kostnader och negativ skaleffekt kopplad till den lägre nettoomsättningen.

Finansnettot uppgick till MSEK -0,7 (-0,5).

Skatter för perioden uppgick till MSEK -4,6 (-13,3).

Periodens resultat uppgick till MSEK 16,7 (50,8) och periodens marginal uppgick till 5,4% (14,7%).

Finansiell ställning och likviditet

Lagervärdet vid periodens slut uppgick till MSEK 165,7 (115,6) och lagervärdet som andel av nettoomsättningen under de senaste tolv månaderna (LTM) uppgick till 24,8% (17,2%). Andelen på 24,8% är något över målsättningen att på medellång sikt behålla värdet mellan 17,5% och 22,5%. Den lägre nettoomsättningen är den primära anledningen till att lagerandelen är över målintervall. Lagerpositionen medför dock att vi är väl rustade inför högsäsongen som normalt börjar mot slutet av tredje kvartalet.

Nettoskuldsättningen uppgick till MSEK -82,8 (-119,5) där minskningen på MSEK 37,7 drevs av aktieägarutdelningen om MSEK 52,0 (0,0) och förändringar i rörelsekapital.

Likvida medel uppgick till MSEK 111,0 (146,0).

Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten under perioden uppgick till MSEK -46,1 (29,0). Minskningen är framför allt hänförlig till den lägre operativa lönsamheten samt förändringar i rörelsekapital.

Kassaflödet från investeringsverksamheten under perioden uppgick till MSEK -4,4 (-0,4) och ökningen beror på aktivering av egna utvecklingskostnader.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten under perioden uppgick till MSEK -56,6 (-22,0). Kassautflödet är primärt drivet av aktieägarutdelningen på MSEK 52,0 (0,0) under andra kvartalet.

Övriga nyckeltal (KPI)

NPS värdet var 68 (66) och TrustPilot värdet var 4,8 (4,8), vilket är ett bevis på att vårt fortsatt höga fokus på att säkerställa en upplevelse i världsklass för våra kunder varit framgångsrikt.

Antalet webbplatsbesök var 17,3 (20,3) miljoner, vilket motsvarar en minskning med -14,5% (34,0%). Minskningen är hänförlig till det makroekonomiska klimatet med minskad efterfrågan inom B2C-segmentet framför allt.

Orderantalet var 124,3 (136,3) tusen, vilket motsvarar en minskning med -8,8% (66,9%).

Antalet nya kunder som förvärvades var 87,6 (98,9) tusen, vilket motsvarar en minskning med -11,4% (69,8%).

Genomsnittligt ordervärde var SEK 3 502 (3 560), vilket motsvarar en minskning med -1,6% (-8,3%) och är hänförligt till förändringar i köpmönster inom design sortimentet under framför allt andra halvan av perioden samt högre rabattsatser.



Utveckling per segment

Privatpersoner (B2C)

KSEK om inte annat anges	April - juni			Januari - Juni		
	2022	2021	Δ	2022	2021	Δ
Nettoomsättning	103 338	123 303	-16,2%	266 973	305 682	-12,7%
Nettoomsättning, DACH	20 381	26 991	-24,5%	57 654	70 913	-18,7%
Nettoomsättning, Norden	23 288	32 146	-27,6%	58 552	77 681	-24,6%
Nettoomsättning, Övriga länder	59 669	64 166	-7,0%	150 767	157 088	-4,0%
Bruttoresultat	61 342	78 182	-21,5%	162 370	195 638	-17,0%
Bruttomarginal, %	59,4%	63,4%	-4,0pp	60,8%	64,0%	-3,2pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	36,0%	31,7%	4,3pp	36,5%	30,4%	6,1pp
Segmentresultat	24 158	39 144	-38,3%	64 915	102 769	-36,8%
Segmentmarginal, %	23,4%	31,7%	-8,4pp	24,3%	33,6%	-9,3pp

Andra kvartalet

Nettoomsättningen för segmentet Privatpersoner under kvartalet var MSEK 103,3 (123,3) vilket motsvarar en minskning med -16,2% (16,5%). Den minskade nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av DACH- och Norden-regionerna med en tillväxttakt på -24,5% (23,1%) respektive -27,6% (9,4%).

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 61,3 (78,2) vilket motsvarar en minskning med -21,5% (17,7%) och bruttomarginalen uppgick till 59,4% (63,4%). Minskningen i bruttomarginalen drevs av högre produktkostnadskvot och ökade kostnader för kundleveranser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 36,0% (31,7%). Ökningen jämfört med förra året drevs av fortsatt intensiv aktivitet från merparten av aktörerna i marknaden trots den lägre kundefterfrågan samt tester av nya marknadsföringsaktiviteter.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 24,2 (39,1) vilket motsvarar en minskning med -38,3% (5,9%) och segmentmarginalen uppgick till 23,4% (31,7%) där minskningen av segmentmarginalen drevs av både den minskade bruttomarginalen samt de ökade marknadsföringskostnaderna som andel av nettoomsättningen.

Januari – juni

Nettoomsättningen för segmentet Privatpersoner under perioden var MSEK 267,0 (305,7) vilket motsvarar en minskning med -12,7% (53,8%). Den minskade nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av DACH- och Norden-regionerna med en tillväxttakt på -18,7% (69,6%) respektive -24,6% (39,5%). Det utmanande makroekonomiska klimatet vilket hade en negativ påverkan på kundefterfrågan var drivande i minskningen av nettoomsättningen under merparten av perioden.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 162,4 (195,6) vilket motsvarar en minskning med -17,0% (58,7%) och bruttomarginalen uppgick till 60,8% (64,0%). Minskningen i bruttomarginalen drevs av högre produktkostnadskvot och ökade kostnader för kundleveranser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 36,5% (30,4%). Ökningen jämfört med förra året drevs av fortsatt intensiv aktivitet från merparten av aktörerna i marknaden trots den lägre kundefterfrågan.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 64,9 (102,8) vilket motsvarar en minskning med -36,8% (58,7%) och segmentmarginalen uppgick till 24,3% (33,6%) där minskningen av segmentmarginalen drevs av både den minskade bruttomarginalen samt de ökade marknadsföringskostnaderna som andel av nettoomsättningen.

Företagskunder (B2B)

KSEK om inte annat anges	April - juni			Januari - juni		
	2022	2021	Δ	2022	2021	Δ
Nettoomsättning	14 687	13 508	8,7%	31 887	29 883	6,7%
Bruttoresultat	9 201	8 972	2,6%	20 414	19 880	2,7%
Bruttomarginal, %	62,6%	66,4%	-3,8pp	64,0%	66,5%	-2,5pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	14,9%	12,3%	2,6pp	15,7%	12,3%	3,4pp
Segmentresultat	7 012	7 315	-4,1%	15 397	16 191	-4,9%
Segmentmarginal, %	47,7%	54,2%	-6,4pp	48,3%	54,2%	-5,9pp

Andra kvartalet

Nettoomsättningen för segmentet Företagskunder under kvartalet var MSEK 14,7 (13,5) vilket motsvarar en ökning med 8,7% (28,8%). Efterfrågan inom B2B-segmentet fortsätter att vara mer robust jämfört med B2C-segmentet. Kundgruppen inredningsarkitekter fortsätter att driva efterfrågan.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 9,2 (9,0) vilket motsvarar en ökning med 2,6% (30,9%) och bruttomarginalen uppgick till 62,6% (66,4%). Minskningen av bruttomarginalen drevs högre produktkostnadskvot och ökade kostnader för kundleveranser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 14,9% (12,3%) där ökningen av marknadsföringskostnader drevs av samma faktorer som i B2C-segmentet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 7,0 (7,3) vilket motsvarar en minskning med -4,1% (35,1%) och segmentmarginalen uppgick till 47,7% (54,2%) där minskningen drevs av den lägre bruttomarginalen och ökade marknadsföringskostnader.

Januari – juni

Nettoomsättningen för segmentet Företagskunder under kvartalet var MSEK 31,9 (29,9) vilket motsvarar en ökning med 6,7% (35,5%). Efterfrågan inom B2B-segmentet har under perioden varit mer robust jämfört med B2C-segmentet. Kundgruppen inredningsarkitekter driver efterfrågan.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 20,4 (19,9) vilket motsvarar en ökning med 2,7% (41,8%) och bruttomarginalen uppgick till 64,0% (66,5%). Minskningen av bruttomarginalen drevs högre produktkostnadskvot och ökade kostnader för kundleveranser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 15,7% (12,3%) där ökningen av marknadsföringskostnader drevs av samma faktorer som i B2C-segmentet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 15,4 (16,2) vilket motsvarar en minskning med -4,9% (47,2%) och segmentmarginalen uppgick till 48,3% (54,2%) där minskningen drevs av den lägre bruttomarginalen och ökade marknadsföringskostnader.

Marknadsplatser & Övrigt (MPO)

KSEK om inte annat anges	April - juni			Januari - juni		
	2022	2021	Δ	2022	2021	Δ
Nettoomsättning	3 202	3 810	-16,0%	8 341	9 593	-13,1%
Bruttoresultat	1 884	2 597	-27,5%	5 095	6 499	-21,6%
Bruttomarginal, %	58,8%	68,2%	-9,3pp	61,1%	67,8%	-6,7pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	36,1%	24,7%	11,4pp	37,1%	24,6%	12,6pp
Segmentresultat	728	1 657	-56,1%	1 999	4 144	-51,8%
Segmentmarginal, %	22,7%	43,5%	-20,8pp	24,0%	43,2%	-19,2pp

Andra kvartalet

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 3,2 (3,8), vilket motsvarar en minskning med -16,0% (54,4%).

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 1,9 (2,6) vilket motsvarar en minskning med -27,5% (63,1%) och bruttomarginalen uppgick till 58,8% (68,2%).

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 36,1% (24,7%) där ökningen av marknadsföringskostnader drevs av liknande faktorer som inom B2C-segmentet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 0,7 (1,7) vilket motsvarar en minskning med -56,1% (67,5%) och segmentmarginalen uppgick till 22,7% (43,5%) där minskningen drevs av den lägre bruttomarginalen och ökade marknadsföringskostnader.

Januari – juni

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 8,3 (9,6), vilket motsvarar en minskning med -13,1% (102,6%). I likhet med B2C-segmentet påverkades efterfrågan inom MPO-segmentet negativt av det makroekonomiska klimatet under merparten av perioden då merparten av försäljningen sker via Amazons europeiska marknadsplatser till privatpersoner.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 5,1 (6,5) vilket motsvarar en minskning med -21,6% (113,4%) och bruttomarginalen uppgick till 61,1% (67,8%). Minskningen av bruttomarginalen drevs högre produktkostnadskvot och ökade kostnader för kundleveranser. Ökningen i kostnader för kundleveranser påverkade MPO-segmentet speciellt negativt på grund av den geografiska försäljningsmixen.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 37,1% (24,6%) där ökningen av marknadsföringskostnader drevs av liknande faktorer som inom B2C-segmentet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 2,0 (4,1) vilket motsvarar en minskning med -51,8% (108,2%) och segmentmarginalen uppgick till 24,0% (43,2%) där minskningen drevs av den lägre bruttomarginalen och ökade marknadsföringskostnader.



Övrig information

Väsentliga händelser under kvartalet

- Den 20 maj 2022 höll Rugvista Group AB (publ) bolagstämma. Agenda, beslutsunderlag, protokoll samt annan dokumentation finns tillgängligt för nedladdning via bolagets hemsida www.rugvistagroup.com.
- Bolagsstämman den 20 maj 2022 godkände styrelsens förslag om aktieägarutdelning om SEK 2,50 per aktie. Bolaget utförde den beslutade utdelningen och total MSEK 52,0 delades ut.
- Bolagsstämman den 20 maj 2022 godkände valberedningens förslag om omval för styrelseledamöterna Erik Lindgren, Eva Boding, Magnus Dimert, Ludvig Friberger och Paul Steene. Hanna Graflund Sleyman valdes till ny styrelseledamot. Erik Lindgren omvaldes till styrelsens ordförande.
- Bolagsstämman den 20 maj 2022 godkände styrelsens förslag om att etablera ett incitamentsprogram för ledande befattningshavare och nyckelpersoner inom koncernen (LTIP2022/2025).
- Henrik Bo Jørgensen, CFO, meddelade att han beslutat att lämna bolaget.

Väsentliga händelser efter kvartalet

- Inga väsentliga händelser har skett efter rapporteringsperiodens utgång.

Medarbetare

Antalet heltidsanställda under perioden april – juni uppgick till 93,2 (78,9) och andelen kvinnor uppgick till 42,1% (44,0%).

Antalet heltidsanställda under perioden januari – juni uppgick till 93,1 (79,1) och andelen kvinnor uppgick till 42,5% (44,8%).

Säsongsvariationer

Koncernens försäljning fluktuerar vanligtvis mellan säsongerna där första och fjärde kvartalen tenderar att vara starkast.

Aktien

Rugvista Group AB (publ)-aktien är noterad på Nasdaq First North Premier Growth under tickerkoden RUG och ISIN-koden SE0015659834.

Börsvärdet för Rugvista Group AB (publ) vid den sista handelsdagen i andra kvartalet 2022 (30 juni) var SEK 953 miljoner med en slutkurs på SEK 45,90 per aktie.

Vid rapportperiodens slut uppgick antalet emitterade aktier till 22 785 140, samtliga stamaktier.

Under 2021 emitterades 860 000 teckningsoptioner av koncernen. Av dessa har 436 981 sålts till ledande befattningshavare och nyckelpersoner inom koncernen.

Under andra kvartalet 2022 emitterades 300 000 teckningsoptioner av koncernen. Av dessa har 40 000 sålts till ledande befattningshavare inom koncernen.

För mer detaljerad information om incitamentsprogram, se "LTIP2021" samt "LTIP2022" nedan samt bolagets hemsida www.rugvistagroup.com.

Se not 6 för en översikt över de tio största aktieägarna.

Rysslands invasion av Ukraina

Koncernen har genom sin affärsverksamhet ingen direkt exponering mot Ryssland, Ukraina eller Belarus. Det är dock svårt att i rådande läge bedöma krigets indirekta inverkan på BNP-tillväxt, inflation, globala leveranskedjor samt konsumenternas framtidsstro och efterfrågan på koncernens produkter.

LTIP2021

Koncernen har utfärdat teckningsoptioner som en del av implementeringen av ett incitamentsprogram ("LTIP 2021/2024"). Varje teckningsoption berättigar till teckning av en (1) aktie i bolaget under lösenperioden till SEK 162,50, vilket motsvarar 130 procent av introduktionskursen för aktien. Teckningsoptionerna kan utnyttjas under perioden 15 april–15 juni 2024.

April – juni

Under perioden har inga teckningsoptioner av serien LTIP2021 sålts till nyckelpersoner i koncernen. I och med att Henrik Bo Jørgensen meddelade att han lämnar bolaget återköptes 60 000 teckningsoptioner av serie LTIP2021.

Bolagsstämman den 20 maj 2022 var sista dag för överlåtelse av teckningsoptioner i LTIP 2021. Av de totalt 860 000 utfärdade teckningsoptionerna kvarstod 423 019 stycken som därmed förverkats.

LTIP2022

Koncernen har utfärdat teckningsoptioner som en del av implementeringen av ett incitamentsprogram ("LTIP 2022/2025"). Varje teckningsoption berättigar till teckning av en (1) aktie i bolaget under lösenperioden till SEK 89,61, vilket motsvarar 130 procent av den genomsnittliga aktiekursen under värderingsperioden. Teckningsoptionerna kan utnyttjas under perioden 1 juni – 1 september 2025.

April – juni

Under perioden har 40 000 teckningsoptioner från serie LTIP2022 sålts till ledande befattningshavare inom koncernen.

Transaktioner med närstående

April - juni

Under kvartalet har Cutting Edge Construction AB, ägt av styrelseledamot

Ludvig Friberger, fakturerat bolaget 72 KSEK för utvecklingsarbete relaterat till IT-plattformen.

Januari – juni

Inga väsentliga transaktioner med närstående, utöver vad som angetts under kvartalet, har skett under perioden.

Revisorernas granskning

Denna delårsrapport har inte granskats av bolagets revisor.

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 6,1 (3,7) under kvartalet och för perioden januari – juni MSEK 9,2 (6,1). Moderbolagets intäkter består av fakturerade arvoden för managementtjänster till dotterbolag, i enlighet med koncerninternt avtal.

Moderbolagets kostnader består huvudsakligen av löner till delar av ledningen, ersättningar till styrelsen samt kostnader relaterade till att bolagets aktier är noterade på Nasdaq. Resultatet för kvartalet uppgick till MSEK -0,2 (0,3) och för perioden januari till juni MSEK -0,2 (-8,9).

Moderbolaget har en koncernintern fordran på dotterbolag, som tillsammans med aktier i dotterbolaget Rugvista AB och eget kapital utgör majoriteten av Bolagets finansiella tillgångar.

Finansiell kalender

Aktivitet	Datum
Delårsrapport juli – september 2022	10 november 2022
Kapitalmarknadsdag	8 december 2022
Bokslutskommuniké 2022	9 februari 2023

I samband med publiceringen av delårsrapporten för januari - juni kommer Michael Lindskog (VD) hålla en telefonkonferens den 18 augusti 2022 kl. 09.00. Presentation hålls på engelska. För att medverka, vänligen ring +46 8 505 163 86 och ange PIN: 2474364# eller besök <https://tv.streamfabriken.com/Rugvista-group-q2-2022>. Ytterligare information om telefonkonferensen finns tillgängligt via <https://financialhearings.com/event/43998>.

Delårsrapporten och presentationen finns tillgänglig på Rugvista Groups hemsida: <https://www.Rugvistagroup.com/sv/investerare/rapporter-och-presentationer/>

Det är även möjligt att medverka i telefonkonferensen via koncernens hemsida: <https://www.Rugvistagroup.com/se/investors/q222/>

Kontaktinformation

Michael Lindskog

VD

Michael.Lindskog@Rugvista.se

Huvudkontor och besöksadress

Rugvista Group AB (publ)
Ringugnsgratan 11
SE-216 16 Limhamn
Sverige

Koncerninformation

InvestorRelations@Rugvistagroup.com

www.Rugvistagroup.com

+46 40 668 81 04

Denna rapport är sådan information som Rugvista Group är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 18 augusti 2022 kl. 07.30 CEST.

Koncernen

Samtliga rapporter redovisas i tusentals kronor (KSEK) om inget annat anges.

Koncernens resultaträkning i sammandrag

	April - juni			Januari - juni		
	2022	2021	Δ	2022	2021	Δ
Nettoomsättning	121 228	140 621	-13,8%	307 201	345 158	-11,0%
Övriga rörelseintäkter	443	359	23,3%	850	824	3,1%
Rörelseintäkter	121 670	140 980	-13,7%	308 050	345 982	-11,0%
Handelsvaror	-48 801	-50 869		-119 322	-123 140	
Övriga externa kostnader	-48 737	-47 525		-121 650	-122 394	
Personalkostnader	-20 035	-15 443		-37 001	-31 722	
Övriga rörelsekostnader	-830	-374		-2 423	-300	
Av- och nedskrivningar	-2 821	-1 949		-5 680	-3 930	
Rörelseresultat (EBIT)	446	24 819	-98,2%	21 974	64 496	-65,9%
Finansiella kostnader	-426	-230		-683	-456	
Resultat efter finansiella poster	20	24 589	-99,9%	21 291	64 040	-66,8%
Skatter	-135	-6 037		-4 601	-13 258	
Periodens resultat	-115	18 553	-100,6%	16 690	50 782	-67,1%
Hänförligt till:						
Moderföretagets ägare	-115	18 553		16 690	50 782	
Resultat per aktie före utspädning, SEK	-0,01	0,89		0,80	2,44	
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	-0,01	0,89		0,80	2,44	

Koncernens rapport över totalresultat i sammandrag

	April - juni			Januari - juni		
	2022	2021	Δ	2022	2021	Δ
<i>KSEK om inget annat anges</i>						
Periodens resultat	-115	18 553	-100,6%	16 690	50 782	-67,1%
<i>Poster som senare kan omklassificeras till resultaträkningen</i>						
Omräkningsdifferens	-	-		-	-	
Övrigt totalresultat	-	-	-	-	-	-
Periodens totalresultat hänförligt till moderbolagets aktieägare	-115	18 553	-100,6%	16 690	50 782	-67,1%

Koncernens rapport över finansiell ställning i sammandrag

TILLGÅNGAR	30 juni, 2022	30 juni, 2021	31 december, 2021
<u>ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</u>			
Goodwill	299 949	299 949	299 949
Immateriella anläggningstillgångar	3 964	-	-
Materiella anläggningstillgångar	3 846	2 655	4 150
Nyttjanderättstillgångar	27 789	25 466	27 533
Uppskjuten skattefordran	236	176	236
Summa anläggningstillgångar	335 784	328 247	331 868
<u>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</u>			
Varulager	165 739	115 606	146 559
Övriga fordringar	11 697	16 037	19 920
Förutbetalda kostnader	5 026	4 032	921
Likvida medel	110 951	146 047	218 116
Summa omsättningstillgångar	293 412	281 723	385 516
SUMMA TILLGÅNGAR	629 197	609 969	717 384

EGET KAPITAL & SKULDER	30 jun, 2022	30 jun, 2021	31 dec, 2021
<u>EGET KAPITAL</u>			
Aktiekapital	1 039	1 039	1 039
Övrigt tillskjutet kapital	227 627	225 528	227 784
Balanserat resultat	216 113	168 225	168 225
Periodens resultat	16 690	50 782	99 851
Summa eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare	461 469	445 573	496 899
<u>LÅNGFRISTIGA SKULDER</u>			
Uppskjuten skatteskuld	107	13 693	107
Leasingskulder	19 756	19 937	20 070
Summa långfristiga skulder	19 863	33 630	20 177
<u>KORTFRISTIGA SKULDER</u>			
Leverantörsskulder	71 533	68 559	95 334
Aktuella skatteskulder	34 086	22 090	48 126
Övriga skulder	20 075	15 830	26 290
Leasingskulder	9 425	6 599	8 419
Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	12 745	17 688	22 139
Summa kortfristiga skulder	147 864	130 766	200 308
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	629 197	609 969	717 384

Koncernens rapport över förändringar i eget kapital April – juni

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat inklusive periodens resultat	Summa eget kapital
2022				
Ingående balans 2022-04-01	1 039	227 784	284 881	513 704
Periodens resultat			-115	-115
Övrigt totalresultat			-	-
Summa Totalresultat	1 039	227 784	284 766	513 589
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman			-51 963	-51 963
Teckningsoptioner, tillkommande		-157		-157
Teckningsoptioner, avslutat				-
Nyemission				-
Utgående balans 2022-06-30	1 039	227 627	232 803	461 469
2021				
Ingående balans 2021-04-01	1 039	225 528	200 454	427 021
Periodens resultat			18 553	18 553
Övrigt totalresultat			-	-
Summa Totalresultat	1 039	225 528	219 006	445 573
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman				-
Teckningsoptioner, tillkommande				-
Teckningsoptioner, avslutat				-
Nyemission				-
Utgående balans 2021-06-30	1 039	225 528	219 006	445 573

Koncernens rapport över förändringar i eget kapital Januari – juni

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat inklusive periodens resultat	Summa eget kapital
2022				
Ingående balans 2022-01-01	1 039	227 784	268 076	496 899
Periodens resultat			16 690	16 690
Övrigt totalresultat			-	-
Summa Totalresultat	1 039	227 784	284 766	513 589
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman			-51 963	-51 963
Teckningsoptioner, tillkommande		-157		-157
Teckningsoptioner, avslutat				-
Nyemission				-
Utgående balans 2022-06-30	1 039	227 627	232 803	461 469
2021				
Ingående balans 2021-01-01	1 014	244 229	168 225	413 468
Periodens resultat			50 782	50 782
Övrigt totalresultat			-	-
Summa Totalresultat	1 014	244 229	219 006	464 249
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman				-
Teckningsoptioner, tillkommande		7 945		7 945
Teckningsoptioner, avslutat		-38 069		-38 069
Nyemission	25	11 423		11 449
Utgående balans 2021-06-30	1 039	225 528	219 006	445 573

Koncernens kassaflödesanalys i sammandrag

	1 april - 30 juni		1 januari - 30 juni	
	2022	2021	2022	2021
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN				
<i>Den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital</i>				
Rörelseresultat	446	24 819	21 974	64 496
Avskrivningar och nedskrivningar	2 821	1 949	5 680	3 930
Erlagd ränta	-426	-230	-683	-456
Betald inkomstskatt	-1 759	-1 991	-18 641	-7 518
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital	1 082	24 548	8 330	60 452
<i>Förändringar i rörelsekapital</i>				
Förändring av varulager	-17 468	-27 430	-19 179	-24 609
Förändring av rörelsefordringar	7 216	23 117	4 118	10 332
Förändring av rörelseskulder	-18 335	-37 191	-39 410	-17 219
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital	-28 588	-41 503	-54 471	-31 496
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-27 506	-16 956	-46 141	28 956
INVESTERINGSVERKSAMHETEN				
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-2 540	-	-3 964	-
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-334	-288	-589	-395
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	70	-	136	-
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-2 804	-288	-4 417	-395
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN				
Nyemission	-	-	-	11 449
Teckningsoptioner, tillkommande	-157	-	-157	7 945
Teckningsoptioner, avslutat	-	-	-	-38 069
Amortering leasingkulder	-2 256	-1 754	-4 487	-3 347
Utdelning aktieägare	-51 963	-	-51 963	-
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-54 376	-1 754	-56 607	-22 022
PERIODENS TOTALA KASSAFLÖDE	-84 686	-18 997	-107 165	6 539
Likvida medel vid periodens början	195 636	165 044	218 116	139 508
Kursdifferens i likvida medel	-	-	-	-
Likvida medel vid periodens slut	110 951	146 047	110 951	146 047

Noter

Not 1 - Redovisningsprinciper

Denna delårsrapport är upprättad i enlighet med IAS 34 Delårsrapportering och Årsredovisningslagen. Upplysningar enligt IAS 34 p.16A framkommer förutom i de finansiella rapporterna och dess tillhörande noter även i övriga delar av delårsrapporten. Moderbolaget tillämpar Årsredovisningslagen och RFR 2 Redovisning för juridiska personer. För ytterligare information om Rugvista Groups redovisningsprinciper hänvisar vi till not 2 i årsredovisningen avseende 2021 (sida 94) publicerad på www.Rugvistagroup.com.

Övriga immateriella tillgångar – Balanserade utvecklingskostnader

Utgifter för utveckling av nya eller för förbättrade produkter och processer redovisas som en tillgång i rapporten över finansiell ställning om processen är tekniskt och kommersiellt användbar och koncernen har tillräckliga resurser för färdigställande. Det redovisade värdet inkluderar direkta kostnader och, när det är tillämpligt, utgifter för löner och andel indirekta utgifter. Övriga utgifter relaterade till teknologifunktionen redovisas i resultaträkningen som en kostnad när de uppkommer. I rapporten över finansiell ställning är aktiverade utvecklingsutgifter upptagna till anskaffningsvärde minus ackumulerade avskrivningar och eventuella nedskrivningar. Aktiverade utgifter avser huvudsakligen mjukvara och mjukvaruplattformar.

Nya och ändrade standarder

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

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 publicerats förväntas ha någon påverkan på koncernens eller moderföretagets finansiella rapporter.

Viktiga uppskattningar och bedömningar

När styrelsen och verkställande direktören upprättar finansiella rapporter i enlighet med tillämpade redovisningsprinciper måste vissa uppskattningar och antaganden göras som påverkar det 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 i Årsredovisningen för 2021.

Inga ändringar har gjorts i sådana uppskattningar och bedömningar, vilka kunde ha haft väsentlig påverkan på delårsrapporten.

Not 2 - Risker och osäkerhetsfaktorer

Det finns flera strategiska, operativa och finansiella risker och osäkerhetsfaktorer som kan påverka koncernens finansiella resultat och ställning. De flesta risker kan hanteras genom interna rutiner, medan andra till stor del drivs av externa faktorer.

För en mer detaljerad beskrivning av de risker och osäkerhetsfaktorer som koncernen står inför, se sidan 85 i förvaltningsberättelsen i årsredovisningen för 2021.

Utöver de risker som beskrivs där är bedömningen att det inte finns några ytterligare väsentliga risker förutom att en markant minskning av konsumentförtroendet har observerats på många av koncernens nyckelmarknader i Europa under första halvan av 2022. Konsumentförtroendet i Sverige, till exempel, nådde under perioden en lägsta nivå sedan den globala finanskrisen 2008.

Coronapandemin har under perioden haft en minskande påverkan på samhället i stort och även koncernen. Trots detta så är den framtida utvecklingen av coronapandemin osäker och dess eventuella påverkan på koncernens verksamhet. Koncernens finansiella ställning är stark och därmed väl rustad för att möta potentiella framtida utmaningar relaterat till coronapandemin.

Not 3 – Segmentsredovisning

Rugvista Groups verksamhet är indelad i tre segment: Privatpersoner (B2C), Företagskunder (B2B) samt Marknadsplatser & Övrigt (MPO). Privatpersoner representerar konsumentmarknaden och är Rugvista Groups huvudsakliga segment.

April - juni 2022	Privatkunder	Företags- kunder	Marknads- platser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	103 338	14 687	3 202	121 228
Handelsvaror	-41 996	-5 486	-1 319	-48 801
Bruttoresultat	61 342	9 201	1 884	72 427
Marknadsföringskostnader	-37 184	-2 190	-1 156	-40 529
Segmentresultat	24 158	7 012	728	31 897

April - juni 2021	Privatkunder	Företags- kunder	Marknads- platser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	123 303	13 508	3 810	140 621
Handelsvaror	-45 120	-4 536	-1 213	-50 869
Bruttoresultat	78 182	8 972	2 597	89 751
Marknadsföringskostnader	-39 038	-1 657	-940	-41 635
Segmentresultat	39 144	7 315	1 657	48 117

Januari - juni 2022	Privatkunder	Företags- kunder	Marknads- platser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	266 973	31 887	8 341	307 201
Handelsvaror	-104 604	-11 473	-3 246	-119 322
Bruttoresultat	162 370	20 414	5 095	187 878
Marknadsföringskostnader	-97 454	-5 017	-3 096	-105 568
Segmentresultat	64 915	15 397	1 999	82 311

Januari - juni 2021	Privatkunder	Företags- kunder	Marknads- platser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	305 682	29 883	9 593	345 158
Handelsvaror	-110 044	-10 003	-3 094	-123 140
Bruttoresultat	195 638	19 880	6 499	222 018
Marknadsföringskostnader	-92 869	-3 690	-2 355	-98 915
Segmentresultat	102 769	16 191	4 144	123 103

Not 3 - Segmentsredovisning forts.

Övriga upplysningar

Justeringar och elimineringar

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	April - juni		Januari - juni	
	2022	2021	2022	2021
<i>Segmentresultat</i>	31 897	48 117	82 311	123 103
Övriga rörelseintäkter	443	359	850	824
Övriga externa kostnader exkl. marknadsföringskostnader	-8 208	-5 890	-16 082	-23 479
Personalkostnader	-20 035	-15 443	-37 001	-31 722
Övriga rörelsekostnader	-830	-374	-2 423	-300
Av- och nedskrivningar	-2 821	-1 949	-5 680	-3 930
Finansiella kostnader	-426	-230	-683	-456
Resultat efter finansiella poster	20	24 589	21 291	64 040

Not 4 - Finansiella tillgångar och skulder

Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	2022-06-30	2021-06-30
<i>Finansiella tillgångar i balansräkningen</i>		
Övriga fordringar	3 546	4 500
Likvida medel	110 951	146 047
Summa	114 496	150 547

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 värderade till upplupet anskaffningsvärde	2022-06-30	2021-06-30
<i>Finansiella skulder i balansräkningen</i>		
Leverantörsskulder	71 533	87 125
Övriga skulder	5 512	5 443
Upplupna kostnader	10 703	12 233
Leasingskulder	29 182	26 536
Summa	116 930	131 337

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

Not 5 - Jämförelsestörande poster

Kostnader för noteringsprocessen på Nasdaq First North Premier Growth Market.

Jämförelsestörande poster	April - juni		Januari - juni	
	2022	2021	2022	2021
Övriga externa kostnader	-	-	-	8 971
Personalkostnader	-	-	-	929
Summa	-	-	-	9 900

Not 6 – Ägaröversikt

De 10 största aktieägarna per 30 juni 2022.

Ägare	Antal aktier	Andel av kapital	Andel av rösterna
Futur Pension	1,905,044	9.2%	9.2%
Litorina IV L.P.	1,813,587	8.7%	8.7%
RBC Investor Services	1,793,982	8.6%	8.6%
TIN Fonder	1,671,250	8.0%	8.0%
Indexon AB	1,490,204	7.2%	7.2%
MediumInvest	1,166,178	5.6%	5.6%
Movestic Livförsäkring	1,073,366	5.2%	5.2%
Nordnet Pensionförsäkring	1,031,225	5.0%	5.0%
Enter Fonder	833,072	4.0%	4.0%
Goldman Sachs	815,000	3.9%	3.9%
<i>Totalt de tio största aktieägarna</i>	<i>13,592,908</i>	<i>65.4%</i>	<i>65.4%</i>
Totalt antal utestående aktier	20,785,140	100.0%	100.0%

Källa: Euroclear utdrag per 30 juni 2022

Moderbolaget

Samtliga rapporter redovisas i tusentals kronor (KSEK) om inget annat anges.

Moderbolagets resultaträkning

	April - juni			Januari - juni		
	2022	2021	Δ	2022	2021	Δ
Nettoomsättning	6 069	3 677	65,0%	9 177	6 125	49,8%
Totala intäkter	6 069	3 677	65,0%	9 177	6 125	49,8%
Övriga externa kostnader	-2 103	-1 096		-3 222	-10 622	
Personalkostnader	-4 006	-2 264		-5 940	-4 347	
Övriga rörelsekostnader	-5	-		-5	-8	
Rörelseresultat (EBIT)	-45	317	-114%	10	-8 852	-100%
Finansiella kostnader	-194	-15		-194	-15	
Resultat efter finansiella poster	-239	303	-179,0%	-184	-8 867	-97,9%
Skatter	-	-		-	-	
Periodens resultat¹⁾	-239	303	-179,0%	-184	-8 867	-97,9%

1) Övrigt totalresultat motsvarar periodens resultat

Moderbolagets balansräkning

TILLGÅNGAR	30 juni, 2022	30 juni, 2021	31 december, 2021
<u>ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</u>			
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Andelar i koncernföretag	321 271	321 271	321 271
Långfristiga fordringar hos dotterföretag	3 526	-	-
Summa anläggningstillgångar	324 796	321 271	321 271
<u>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</u>			
Övriga fordringar	4 380	1 907	63 250
Förutbetalda kostnader	615	509	98
Kassa och bank	8 768	17 189	17 437
Summa omsättningstillgångar	13 763	19 605	80 785
SUMMA TILLGÅNGAR	338 559	340 876	402 056
<u>EGET KAPITAL OCH SKULDER</u>	<u>30 jun, 2022</u>	<u>30 jun, 2021</u>	<u>31 dec, 2021</u>
<u>EGET KAPITAL</u>			
<i>Bundet eget kapital</i>			
Aktiekapital	1 039	1 039	1 039
Delsumma, bundet eget kapital	1 039	1 039	1 039
<i>Fritt eget kapital</i>			
Balanserat resultat	318 965	305 303	305 303
Periodens resultat	-184	-8 867	62 105
Delsumma, fritt eget kapital	318 780	296 437	367 408
Summa eget kapital	319 820	297 476	368 448
<u>OBESKATTADE RESERVER</u>			
Obeskattade reserver	-	25 687	-
<u>KORTFRISTIGA SKULDER</u>			
Leverantörsskulder	622	623	614
Aktuella skatteskulder	15 148	14 584	30 364
Övriga skulder	2 024	748	502
Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	946	1 758	2 128
Summa kortfristiga skulder	18 740	17 713	33 608
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	338 559	340 876	402 056

Försäkran från Styrelse och Verkställande Direktör

Styrelsen och verkställande direktören (VD) försäkrar att delårsrapporten ger en rättvisande utvecklingsöversikt över koncernens och moderbolagets (Rugvista Group AB (publ)) verksamhet, finansiella ställning och finansiella resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som moderbolaget och de företag som ingår i koncernen står inför.

Limhamn, 18 augusti 2022

Erik Lindgren

Styrelseordförande

Magnus Dimert

Styrelseledamot

Paul Steene

Styrelseledamot

Eva Boding

Styrelseledamot

Ludvig Friberger

Styrelseledamot

Hanna Graflund Sleyman

Styrelseledamot

Michael Lindskog

VD

Definitioner och motivering av nyckeltal

Rugvista Group presenterar vissa mått som inte definieras enligt IFRS, så kallade alternativa nyckeltal. Koncernen anser att dessa mått ger värdefull kompletterande information till investerare och bolagets ledning då de möjliggör utvärdering av bolagets finansiella utveckling och ställning. Eftersom alla företag inte beräknar finansiella och operationella mått på samma sätt är dessa inte alltid jämförbara med mått som används av andra företag. Dessa mått ska därför inte ses som en ersättning för mått som definieras enligt IFRS.

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.
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 under perioden dividerat med 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.
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 nettoomsättningstillväxt	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.

Ordlista

Förkortning	Förklaring
B2B	Business-to-Business, dvs. segmentet som representerar försäljning till företagskunder.
B2C	Business-to-Consumer, dvs. segmentet som representerar försäljning till privatpersoner.
MPO	Marketplaces & Other, dvs. 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, dvs. procentenheter.
LTM	Rullande tolv månader (Last Twelve Months)



Härledning av alternativa nyckeltal

KSEK om inte annat anges	April - juni		Januari - juni	
	2022	2021	2022	2021
Rörelseintäkter (A)	121 670	140 980	308 050	345 982
Handelsvaror (B)	-48 801	-50 869	-119 322	-123 140
Bruttoresultat (A) + (B)	72 869	90 110	188 728	222 842
Nettoomsättning (C)	121 228	140 621	307 201	345 158
Bruttomarginal, % ((A) + (B)) / (C)	60,1%	64,1%	61,4%	64,6%
Rörelseresultat (EBIT) (A)	446	24 819	21 974	64 496
Jämförelsestörande poster (B)	0	0	0	9 900
Justerat rörelseresultat (A) + (B)	446	24 819	21 974	74 396
Nettoomsättning (C)	121 228	140 621	307 201	345 158
Justerad rörelsemarginal, % ((A) + (B)) / (C)	0,4%	17,6%	7,2%	21,6%
Varulager (A)	165 739	115 606	165 739	115 606
Nettoomsättning, rullande tolv månader (LTM) (B)	667 026	672 082	667 026	672 082
Lagervärde som andel av nettoomsättningen (LTM) (A) / (B)	24,8%	17,2%	24,8%	17,2%
Likvida medel (A)	-110 951	-146 047	-110 951	-146 047
Räntebärande skulder (B)	0	0	0	0
Räntebärande leasingskulder (C)	29 182	26 536	29 182	26 536
Nettoskuldsättning/(-)nettokassa (A) + (B) + (C)	-81 769	-119 511	-81 769	-119 511

	April - juni		Januari - juni	
	2022	2021	2022	2021
Föregående års nettoomsättning (A)	140 621	124 276	345 158	234 960
Nettoomsättning avyttrad verksamhet (B)	-	5 469	-	9 468
Föregående års nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet (A)-(B)=(C)	140 621	118 807	345 158	225 492
Årets nettoomsättning (D)	121 228	140 621	307 201	345 158
Nettoomsättning avyttrad verksamhet (E)	-	-	-	-
Årets nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet (D)-(E)=(F)	121 228	140 621	307 201	345 158
Valutaeffekt på årets nettoomsättning (G)	2 563	-6 048	10 525	-17 107
Årets nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet och valutaeffekter (F)-(G)=(H)	118 665	146 669	296 676	362 265
Organisk nettoomsättningstillväxt % (H)/(C)-1	-15,6%	23,5%	-14,0%	60,7%

Kvartalsinformation för utvalda kostnadsposter

	Jan - mar 2019		Apr - jun 2019		Jul - sep 2019		Okt - dec 2019	
Resultat post	KSEK	% ¹	KSEK	% ¹	KSEK	% ¹	KSEK	% ¹
Nettoomsättning	102 847	100,0%	80 223	100,0%	92 945	100,0%	131 277	100,0%
Produktkostnader	-31 078	-30,2%	-22 717	-28,3%	-26 293	-28,3%	-36 721	-28,0%
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-11 249	-10,9%	-9 056	-11,3%	-9 988	-10,7%	-14 613	-11,1%
Marknadsföringskostnader	-30 073	-29,2%	-24 159	-30,1%	-27 180	-29,2%	-39 528	-30,1%
	Jan - mar 2020		Apr - jun 2020		Jul - sep 2020		Okt - dec 2020	
Resultat post	KSEK	% ¹	KSEK	% ¹	KSEK	% ¹	KSEK	% ¹
Nettoomsättning	106 686	100,0%	118 807	100,0%	110 157	100,0%	206 062	100,0%
Produktkostnader	-30 714	-28,8%	-31 705	-26,7%	-28 319	-25,7%	-54 669	-26,5%
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-10 501	-9,8%	-12 209	-10,3%	-11 092	-10,1%	-24 338	-11,8%
Marknadsföringskostnader	-31 218	-29,3%	-31 524	-26,5%	-31 068	-28,2%	-56 622	-27,5%
	Jan - mar 2021		Apr - jun 2021		Jul - sep 2021		Okt - dec 2021	
Resultat post	KSEK	% ¹	KSEK	% ¹	KSEK	% ¹	KSEK	% ¹
Nettoomsättning	204 538	100,0%	140 621	100,0%	141 025	100,0%	218 801	100%
Produktkostnader	-48 509	-23,7%	-32 651	-23,2%	-33 432	-23,7%	-52 939	-24,2%
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-23 762	-11,6%	-18 218	-13,0%	-17 074	-12,1%	-24 243	-11,1%
Marknadsföringskostnader	-57 280	-28,0%	-41 635	-29,6%	-44 731	-31,7%	-69 025	-31,5%
	Jan - mar 2022		Apr - jun 2022					
Resultat post	KSEK	% ¹	KSEK	% ¹				
Nettoomsättning	185 973	100,0%	121 228	100,0%				
Produktkostnader	-45 993	-24,7%	-32 284	-26,6%				
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-24 529	-13,2%	-16 517	-13,6%				
Marknadsföringskostnader	-65 038	-35,0%	-40 529	-33,4%				

1) Procent av nettoomsättningen

Ovan tabell exklusive avyttrad verksamhet.

Vision & Strategi

Rugvistas affärsvision är att ***vara navet för den europeiska mattbranschen***.

För att förverkliga visionen har ett antal strategiska initiativ definierats. De strategiska initiativen på koncernens nuvarande strategiska agenda är:

Vinn de europeiska nyckelmarknaderna

Detta mål ska uppnås genom att ytterligare förstärka den lokala prägeln på användarupplevelsen från "A till Ö" på våra huvudmarknader. Initiativ för att förstärka den lokala prägeln per region och/eller marknad inkluderar, men är inte begränsat till, åtgärder som att optimera leveransalternativ, skräddarsy betalningsalternativ och anpassa marknadsföringsaktiviteter.

Koncernen menar att ännu starkare lokal prägel på användarupplevelsen kommer att leda till ökad kundpreferens på kärnmarknaderna och därmed möjliggöra ytterligare effektiv tillväxt i dessa regioner.

I den andra fasen av detta initiativ är ambitionen att börja investera i att bygga ett känt och omtyckt varumärke som förväntas driva ytterligare kundförvärvning och preferens.

Visa upp vårt sortiment

Detta mål ska uppnås genom att förfina hur vårt sortiment presenteras för användare i våra webbutiker. Särskild vikt kommer att läggas vid att tydliggöra att de flesta produkter vi erbjuder antingen är utvecklade internt eller endast tillgängliga att köpa hos oss. Arbete för att förstärka berättelsen kring varje kategori, kollektion och/eller artikel pågår också genom att till exempel erbjuda inspirerande bilder och innehåll som del av användarupplevelsen.

Ny design av och introduktion av ytterligare funktionalitet i Rugvistas webbutik, i syfte att göra det ännu enklare för användaren att hitta den perfekta mattan, ingår också som en del av detta initiativ.

Koncernen tror att dessa ansträngningar inte bara kommer att driva ökad varumärkespreferens, kundnöjdhet och lojalitet utan också över tid öka konverteringsgraden.

Vara världsklass i allt vi gör

Detta mål ska uppnås genom att implementera mer omfattande och sofistikerade spårningsverktyg och processer för att styra och optimera vår kommersiella och operativa prestanda.

Koncernen tror att detta arbete kommer att ligga till grund för fortsatt lönsam tillväxt och effektivitetsförbättringar.

Utnyttja utvalda marknadsplatser

Detta mål är för närvarande fokuserat på att skala vår Amazon-verksamhet då koncernen har identifierat detta som en, till stor del historiskt utnyttjad, tillväxtmöjlighet. Tredjepartsmarknadsplatsen ska utvecklas genom att till exempel optimera sortimentet som erbjuds, tillse förbättrad artikelpresentation, säkra Prime-kvalificering och skala marknadsföringsaktiviteterna på Amazon-plattformen.

Om Rugvista Group AB (publ)

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.

Syfte och vision

Rugvista Groups syfte är att *hjälpa människor till ett hem att älska*.

Rugvista Group har definierat tre visioner där var och en har en tydlig ambition:

- **Affären:** Att vara navet för den europeiska mattbranschen.
- **Hållbarhet:** Att leda mattbranschen mot en socialt och miljömässigt hållbar framtid.
- **Organisation:** Att attrahera, motivera och behålla extraordinära individer.

Styrkor och konkurrensfördelar

Rugvista Group anser sig ha ett antal styrkor och konkurrensfördelar som bidrar till koncernens förmåga att förverkliga strategiska målsättningar och uppnå finansiella mål:

- Stor europeisk marknad för matthandel med starkt momentum för onlinehandel
- Ledande position i en marknad där storlek är viktigt
- Gedigen produkt- och sortimentexpertis
- Ändamålsenlig teknikplattform och data-driven operationell modell
- Kundnöjdhet i världsklass och växande kundbas
- Historik av lönsam tillväxt och hög kassagenerering
- Välmeriterad ledning och styrelse med omfattande och relevant erfarenhet

Finansiella mål

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

- Rugvista Group har som mål att organiskt öka nettoomsättningen med omkring 20 procent per år.
- Rugvista Group har som mål att upprätthålla en EBIT-marginal på över 15 procent.
- Rugvista Group satsar sina resurser på tillväxt och verksamhetsutveckling. Därtill är Rugvista Groups målsättning att dela ut upp till 50 procent av årets resultat till aktieägarna.



RUG

V I S T A

Ringugnsgatan 11, SE-216 16 Limhamn, Sweden

www.Rugvistagroup.com

