



**Delårsrapport
januari – september 2022**

RugVista Group AB (publ)

God lönsamhet trots utmanande marknad

Tredje kvartalet 2022

- Nettoomsättningen var MSEK 127,9 (141,0) motsvarande en minskning med -9,3% (21,1%).
- Den organiska nettoomsättningstillväxten uppgick till -12,7% (29,6%).
- Bruttomarginalen uppgick till 63,5% (64,4%).
- Rörelseresultatet uppgick till MSEK 16,6 (22,9) och rörelsemarginalen var 13,0% (16,2%).
- Periodens resultat uppgick till MSEK 13,0 (17,9).
- Resultat per aktie före och efter utspädning uppgick till SEK 0,63 (0,86)¹.
- Det genomsnittliga NPS- (Net Promotor Score) värdet uppgick till 72 (66).

Januari – september 2022

- Nettoomsättningen var MSEK 435,1 (486,2) motsvarande en minskning med -10,5% (38,4%).
- Den organiska nettoomsättningstillväxten uppgick till -13,6% (50,2%).
- Bruttomarginalen uppgick till 62,0% (64,5%).
- Rörelseresultatet uppgick till MSEK 38,5 (87,4) och rörelsemarginalen var 8,9% (18,0%).
- Periodens resultat uppgick till MSEK 29,7 (68,7).
- Resultat per aktie före och efter utspädning uppgick till SEK 1,43 (3,30)¹.
- Nettokassan uppgick till MSEK 54,7 (120,4).
- Det genomsnittliga NPS- (Net Promotor Score) värdet uppgick till 69 (66).
- Lagervärde som andel av nettoomsättningen senaste tolv månaderna (LTM) var 28,5% (18,8%).

Nyckeltal för koncernen²

KSEK om inte annat anges	Juli - september		Januari - september	
	2022	2021	2022	2021
Rörelseintäkter	128 395	141 390	436 446	487 372
Nettoomsättning	127 937	141 025	435 138	486 183
Nettoomsättningstillväxt, %	-9,3%	21,1%	-10,5%	38,4%
Organisk nettoomsättningstillväxt, %	-12,7%	29,6%	-13,6%	50,2%
Bruttoresultat	81 241	90 884	269 969	313 726
Bruttomarginal, %	63,5%	64,4%	62,0%	64,5%
Rörelseresultat	16 570	22 875	38 544	87 371
Rörelsemarginal, %	13,0%	16,2%	8,9%	18,0%
Periodens resultat	13 019	17 880	29 708	68 662
Periodens marginal, %	10,2%	12,7%	6,8%	14,1%
Justerat rörelseresultat	16 570	22 875	38 544	97 271
Justerad rörelsemarginal, %	13,0%	16,2%	8,9%	20,0%
Lagervärde som andel av LTM nettoomsättningen, %	-	-	28,5%	18,8%
Nettoskuldssättning	-	-	-54 702	-120 379
Resultat per aktie före utspädning, SEK	0,63	0,86	1,43	3,30
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	0,63	0,86	1,43	3,30
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	5,7	7,9	23,1	28,2
Antal ordrar, tusen	49,7	54,5	174,0	190,8
Antal nya kunder, tusen	34,7	39,4	122,3	138,2
Genomsnittligt ordervärde, SEK	3 603	3 648	3 531	3 585
Genomsnittligt NPS-värde	72	66	69	66
Genomsnittligt Trustpilot-värde	4,8	4,8	4,8	4,8

¹ Ingen utspädningseffekt för vare sig 2022 eller 2021.

² Se sida 31 för definitioner och motivering av nyckeltal



“Vårt fokus under större delen av året har varit att navigera de rådande marknadsförutsättningarna. Vi ser att våra initiativ för att säkerställa god lönsamhet har fallit väl ut och rörelsemarginalen för Q3 var 13,0%.”

Michael Lindskog, VD



Positiv effekt av genomförda åtgärder

Kära aktieägare,

Vårt fokus under större delen av året har varit att navigera de rådande marknadsförutsättningarna. Vi ser att våra initiativ för att säkerställa god lönsamhet har fallit väl ut och rörelsemarginalen för Q3 var 13,0%. Lönsamhetsförbättringen jämfört med Q2 är direkt hänförlig till flera av de åtgärder vi har vidtagit. Framför allt har prisjusteringarna i början av kvartalet samt säkerställandet av effektivitet i vår marknadsföring varit drivande för den förbättrade lönsamheten.

Det makroekonomiska klimatet försämrades ytterligare under Q3 vilket har fortsatt att påverka de europeiska hushållens framtidsstro och köpkraft negativt. Vår nettoomsättningstillväxt för Q3 var -9,3%, negativt påverkad av den lägre kundefterfrågan. Den organiska nettoomsättningstillväxten var -12,7% och påverkades av kronans försvagning mot framför allt euron. Trots det generellt utmanande klimatet kunde vi mot slutet av kvartalet, i några marknader, se indikationer på viss återhämtning i kundefterfrågan.

Bruttomarginalen för Q3 var 63,5% (64,4%) vilket var en minskning jämfört med förra året, men en ökning med cirka 3,5 procentenheter jämfört med Q2. Den amerikanska dollarn har under kvartalet fortsatt att öka i värde mot både kronan och euron vilket påverkar bruttomarginalen negativt. Vi övervakar noga utvecklingen för att säkerställa en hälsosam bruttomarginalnivå samtidigt som vi värnar om ett attraktivt och prisvärt sortiment.

Marknadsföringsklimatet fortsätter vara intensivt även om vi, i några marknader, noterade viss avmattning i intensitet mot slutet av kvartalet. Detta i kombination med vårt fokus på ökad effektivitet i marknadsföringen gjorde att marknadsföringskostnad som andel av nettoomsättningen uppgick till 28,8%, en minskning med cirka 4,5 procentenheter jämfört med Q2.

Rörelsemarginalen för Q3 var 13,0% vilket är en minskning med cirka 3 procentenheter

jämfört med förra året men en ökning med cirka 12,5 procentenheter jämfört med Q2.

Vårt genomsnittliga NPS-värde var under kvartalet 72 vilket är ett nytt rekord och visar att vi fortsätter leverera på våra kundlöften. Våra andra KPI:er, relaterade till vår långsiktiga strategi, visade negativ utveckling och påverkades av det makroekonomiska klimatet.

Oaktat årets utmaningar står vi finansiellt starka med en nettokassa om 54,7 miljoner och utan banklån. Vår finansiella ställning möjliggör parallellt fokus på att driva vår strategiska agenda mot målet att vara navet för den europeiska mattbranschen.

Utvecklingen av vår nya webbshop fortgår och i slutet av kvartalet lanserades en större uppdatering på de kroatiska och österrikiska marknaderna. Den nya webbshoppen, när den är mer utvecklad, kommer att utgöra basen för förverkligandet av flera av de långsiktiga strategiska initiativen vi arbetar med.

Under kvartalet har vi fortsatt haft stort fokus på vår kostnadsbas och i början av Q4 gjordes en omorganisation i lagerverksamheten för att ytterligare optimera verksamheten. Denna åtgärd, i kombination med tidigare justerade rekryteringsplaner och andra besparingar, samt bibehållen hög kostnadsmedvetenhet ger oss ett bra utgångsläge inför de fortsatt osäkra framtidsutsikterna.

Samtidigt som vi anpassar oss utifrån det rådande makroekonomiska klimatet så fortsätter vi arbetet med att förbättra kunderbudandet och utveckla vår organisation. Q4 och Q1 är våra viktigaste kvartal och jag är övertygad om att vi har förutsättningarna för att framgångsrikt navigera både de utmaningar och möjligheter som en högsäsong innebär.

Med vänliga hälsningar,

Michael Lindskog
VD RugVista Group

Koncernens utveckling

Tredje kvartalet

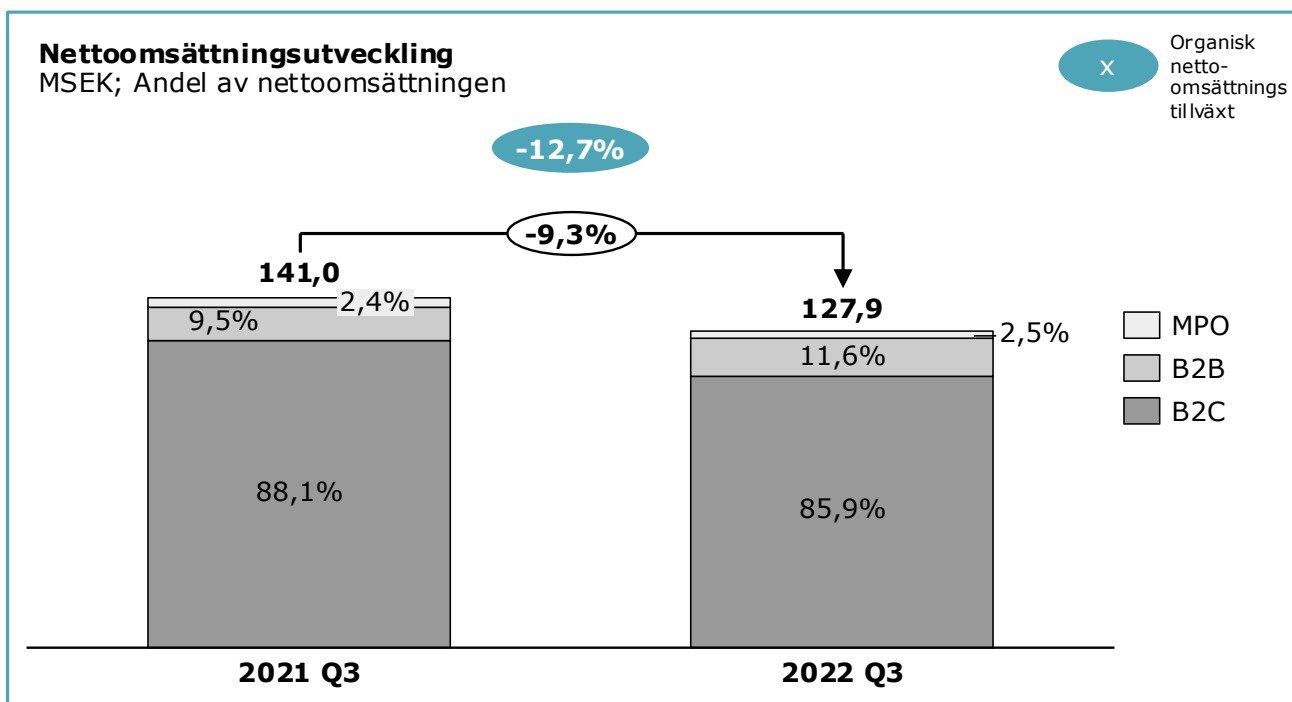
Nettoomsättning

Koncernens nettoomsättning för kvartalet uppgick till MSEK 127,9 (141,0), vilket motsvarar en minskning med -9,3% (21,1%). Det negativa makroekonomiska klimatet, med minskad köpkraft på grund av ökande inflation, geopolitisk osäkerhet samt lägre konsumentförtroende fortsatte att påverka konsumentefterfrågan negativt i merparten av Europa under kvartalet. Den organiska nettoomsättningstillväxten uppgick till -12,7% (29,6%) och påverkades negativt av framför allt eurons värdeökning jämfört med kronan.

Nettoomsättningen inom segmentet Privatpersoner (B2C), koncernens största, uppgick till MSEK 109,9 (124,2) vilket motsvarar en minskning med -11,5% (27,9%). Den minskade nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av lägre försäljning i DACH- och Norden-regionerna med en tillväxttakt på -14,0% (41,5%) respektive -29,0% (15,3%).

Nettoomsättningen inom segmentet Företagskunder (B2B) uppgick till MSEK 14,8 (13,4) vilket motsvarar en ökning med 10,6% (29,8%). 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 (3,4), vilket motsvarar en minskning med -6,8% (24,0%). I likhet med B2C-segmentet påverkades efterfrågan inom MPO-segmentet negativt av det makroekonomiska klimatet då merparten av försäljningen sker via Amazons europeiska marknadsplatser till privatpersoner.



Resultat och marginaler

Bruttomarginalen uppgick till 63,5% (64,4%). Minskningen drevs av ökade kostnader för kundleveranser där bränsletillägg var den främsta anledningen till högre kostnader. Utrullningen av nya fraktnalternativ, på flera av bolagets viktigaste marknader, pågick under kvartalet men endast en mindre andel av den totala volymen skickades med de nya fraktbolagen. Trots högre rabattnivåer mot slutkund jämfört med förra året minskade produktkostnaden som andel av nettoomsättningen tack vare de prisjusteringar som gjordes i början av kvartalet.

Övriga externa kostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 34,3% (36,5%). Förbättringen drevs av den ökade effektiviteten i marknadsföringsinvesteringarna inom framför allt B2C segmentet.

Personalkostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 11,9% (9,3%). Ökningen drevs av att antalet anställda är fler jämfört med förra året och negativ skaleffekt från minskningen av nettoomsättning jämfört med föregående år.

Övriga rörelsekostnader uppgick till MSEK -2,9 (-1,3). 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 flera valutor.

Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till MSEK -2,7 (-2,2) och består främst av avskrivningar avseende nyttjanderättstillgångar. Ökningen jämfört med föregående år drevs av investeringar i ytterligare nyttjanderättstillgångar till våra lager samt investeringar i våra lokaler under andra halvåret 2021.

Rörelseresultatet (EBIT) uppgick till MSEK 16,6 (22,9), vilket motsvarar en rörelsemarginal på 13,0% (16,2%). Minskningen i rörelsemarginalen drevs av den lägre bruttomarginalen, högre övriga rörelsekostnader och negativ skaleffekt kopplad till den lägre nettoomsättningen.

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

Skatter för perioden uppgick till MSEK -3,3 (-4,8).

Periodens resultat uppgick till MSEK 13,0 (17,9) och periodens marginal uppgick till 10,2% (12,7%).

Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten under kvartalet uppgick till MSEK -24,1 (5,8). Det negativa kassaflödet är framför allt hänförligt till förändringar i rörelsekapital där ökade rörelsefordringar och sortimentsatsningar som fördröjdes under Covid-perioden vilka nu arbetats ifatt och har resulterat i ökad lagerbindning.

Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick under kvartalet till MSEK -3,0 (-0,8) och är hänförligt till utvecklingen av vår mjukvaruplattform och aktivering av kostnader relaterade till denna.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick under kvartalet till MSEK -2,3 (-0,6). Skillnaden jämfört med förra året är drivet av inflödet av kapital under Q2 2021 hänförligt till försäljning av teckningsoptioner till nyckelpersoner inom koncernen om MSEK 1,5.

Övriga nyckeltal (KPI)

NPS värdet var 72 (66) och TrustPilot värdet var 4,8 (4,8). NPS värdet för kvartalet är ett nytt rekord och ett bevis på att vårt fortsatt höga fokus på att säkerställa en kundupplevelse i världsklass har varit framgångsrikt.

Antalet webbplatsbesök var 5,7 (7,9) miljoner, vilket motsvarar en minskning med -27,6% (19,5%). Minskningen är hänförlig till det makroekonomiska klimatet med minskad efterfrågan inom B2C-segmentet samt vårt fokus på ökad marknadsföringseffektivitet.

Orderantalet var 49,7 (54,5) tusen, vilket motsvarar en minskning med -8,8% (28,8%).

Antalet nya kunder som förvärvades var 34,7 (39,4) tusen, vilket motsvarar en minskning med -11,9% (30,5%).

Genomsnittligt ordervärde var SEK 3 603 (3 648), vilket motsvarar en minskning med -1,2% (-3,6%) och är hänförligt till förändringar i köpmönster inom design sortimentet samt högre rabattsatser.

Januari – september

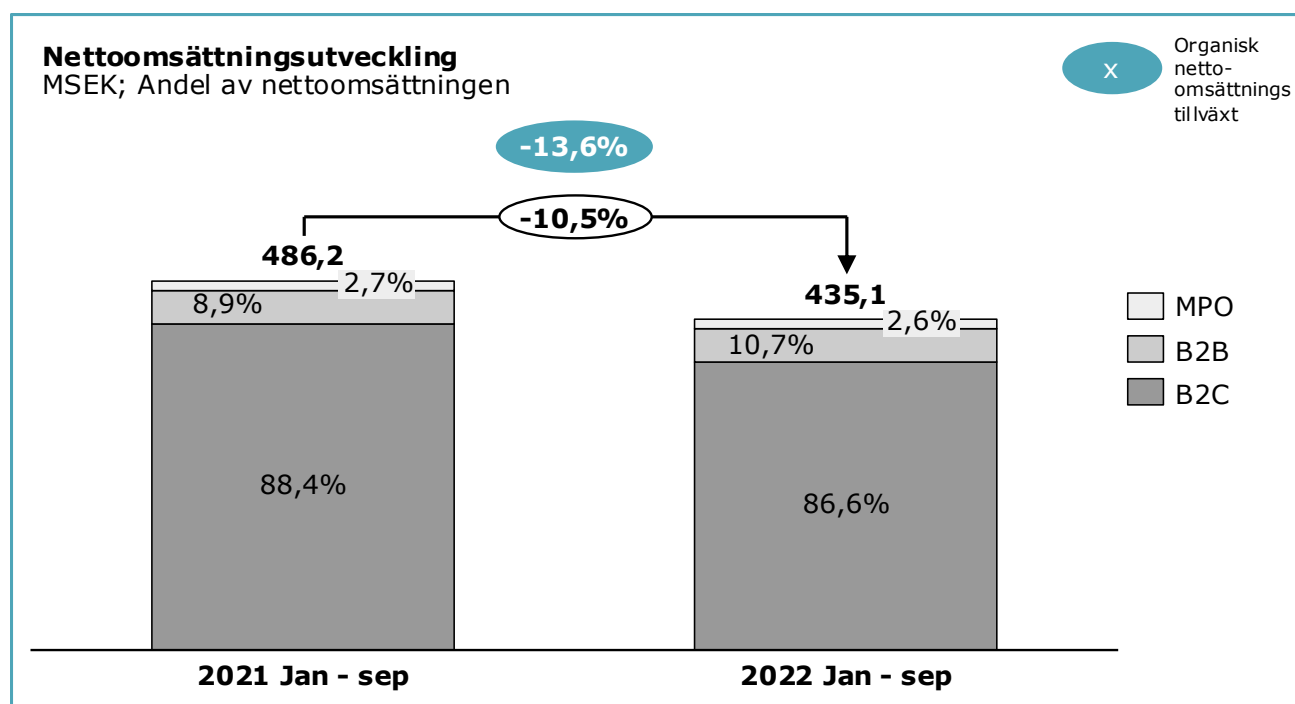
Nettoomsättning

Koncernens nettoomsättning för perioden uppgick till MSEK 435,1 (486,2), vilket motsvarar en minskning med -10,5% (38,4%). Det turbulenta makroekonomiska klimatet, med minskad köpkraft på grund av ökande inflation, geopolitisk osäkerhet samt lägre konsumentförtroende har påverkat konsumentefterfrågan negativt i merparten av Europa under perioden. Den organiska nettoomsättningstillväxten uppgick till -13,6% (50,2%) och påverkades negativt av framför allt eurons värdeökning mot kronan.

Nettoomsättningen inom segmentet Privatpersoner (B2C), koncernens största, uppgick till MSEK 376,9 (429,9) vilket motsvarar en minskning med -12,3% (45,3%). Den minskade nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av lägre försäljning i DACH- och Norden-regionerna med en tillväxttakt på -17,5% (61,3%) respektive -26,0% (30,9%).

Nettoomsättningen inom segmentet Företagskunder (B2B) uppgick till MSEK 46,7 (43,3) vilket motsvarar en ökning med 7,9% (33,7%). Efterfrågan inom B2B-segmentet har under perioden varit mer robust jämfört med B2C-segmentet. Kundgruppen inredningsarkitekter drev efterfrågan.

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 11,5 (13,0), vilket motsvarar en minskning med -11,4% (73,7%). 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 62,0% (64,5%). Minskningen drevs av högre produktkostnad som andel av nettoomsättningen och ökade kostnader för kundleveranser. Ökningen av produktkostnad som andel av nettoomsättningen drevs av kategorimixeffekter, högre rabattnivåer mot slutkund samt högre kostnader för produktinköp i USD. De ökade kostnaderna för kundleveranser berodde på investeringar i val av fraktbolag för att säkerställa hög kundnöjdhet samt bränsletillägg från transportörerna.

Övriga externa kostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 38,1% (35,7%). Ökningen drevs främst av ökade marknadsföringsinvesteringar inom samtliga segment, men framför allt inom B2C- och MPO-segmenten. Den höga marknadsföringsinvesteringen drevs av en överlag intensiv aktivitet från merparten av aktörerna i marknaden trots att kundefterfrågan minskade under perioden. Kostnader relaterade till förberedelserna av bolagets första publika årsstämma bidrog 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 ett högre antal anställda, negativ skaleffekt från minskningen av nettoomsättning samt kostnader relaterade till CFO förändringen.

Övriga rörelsekostnader uppgick till MSEK -5,3 (-1,6). 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 flera valutor.

Avskrivningar och nedskrivningar uppgick till MSEK -8,3 (-6,1) och består främst av avskrivningar avseende nyttjanderättstillgångar. Ökningen jämfört med föregående år drevs av investeringar i ytterligare nyttjanderättstillgångar till våra lager samt investeringar i våra lokaler under andra halvan av 2021.

Rörelseresultatet (EBIT) uppgick till MSEK 38,5 (87,4), vilket motsvarar en rörelsemarginal på 8,9% (18,0%). Minskningen i rörelsemarginalen drevs av den lägre bruttomarginalen, högre externa kostnader och negativ skaleffekt kopplad till den lägre nettoomsättningen.

Justerat rörelseresultat (adjusted EBIT) uppgick till MSEK 38,5 (97,3), vilket motsvarar en justerad rörelsemarginal på 8,9% (20,0%).

Finansnettot uppgick till MSEK -0,9 (-0,7).

Skatter för perioden uppgick till MSEK -7,9 (-18,0).

Periodens resultat uppgick till MSEK 29,7 (68,7) och periodens marginal uppgick till 6,8% (14,1%).

Finansiell ställning och likviditet

Lagervärdet vid periodens slut uppgick till MSEK 186,1 (130,9) och lagervärdet som andel av nettoomsättningen under de senaste tolv månaderna (LTM) uppgick till 28,5% (18,8%). Lagervärdesandelen är högre än målsättningen att behålla värdet mellan 17,5% och 22,5%. Produkterna förväntas säljas över tid vilket gör att nedskrivningsrisken i lagret är låg trots att andelen är högre än målsättningen. Lagerpositionen innebär att vi är väl rustade inför högsäsongen under de kommande två kvartalen.

Nettoskuldsättningen uppgick till MSEK -54,7 (-120,4) där minskningen på MSEK 65,7 primärt är hänförligt till aktieägarutdelningen om MSEK 52,0 (0,0) under det andra kvartalet 2022.

Likvida medel uppgick till MSEK 81,6 (150,5).

Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten under perioden uppgick till MSEK -70,2 (34,8). Minskningen är framför allt hänförlig till den lägre operativa lönsamheten samt förändringar i rörelsekapital.

Kassaflödet från investeringsverksamheten under perioden uppgick till MSEK -7,4 (-1,2) och kassautflödet är hänförlig till utvecklingen av vår mjukvaruplattform och aktivering av kostnader relaterade till denna.

Kassaflödet från finansieringsverksamheten under perioden uppgick till MSEK -58,9 (-22,6). Kassautflödet är primärt drivet av aktieägarutdelningen på MSEK 52,0 (0,0) under andra kvartalet.

Övriga nyckeltal (KPI)

NPS värdet var 69 (66) och TrustPilot värdet var 4,8 (4,8), vilket är ett bevis på att vårt fortsatta höga fokus på att säkerställa en kundupplevelse i världsklass har varit framgångsrikt.

Antalet webbplatsbesök var 23,1 (28,2) miljoner, vilket motsvarar en minskning med -18,2% (29,6%). Minskningen är hänförlig till det makroekonomiska klimatet med minskad efterfrågan inom B2C-segmentet framför allt.

Orderantalet var 174,0 (190,8) tusen, vilket motsvarar en minskning med -8,8% (53,9%).

Antalet nya kunder som förvärvades var 122,3 (138,2) tusen, vilket motsvarar en minskning med -11,5% (56,4%).

Genomsnittligt ordervärde var SEK 3 531 (3 585), vilket motsvarar en minskning med -1,5% (-6,9%) och är hänförligt till förändringar i köpmönster inom design sortimentet samt högre rabattsatser.



Utveckling per segment

Privatpersoner (B2C)

KSEK om inte annat anges	Juli - september			Januari - september		
	2022	2021	Δ	2022	2021	Δ
Nettoomsättning	109 937	124 217	-11,5%	376 911	429 899	-12,3%
Nettoomsättning, DACH	21 294	24 767	-14,0%	78 948	95 680	-17,5%
Nettoomsättning, Norden	25 289	35 625	-29,0%	83 842	113 306	-26,0%
Nettoomsättning, Övriga länder	63 354	63 825	-0,7%	214 121	220 913	-3,1%
Bruttoresultat	69 026	79 270	-12,9%	231 396	274 909	-15,8%
Bruttomarginal, %	62,8%	63,8%	-1,0pp	61,4%	63,9%	-2,6pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	30,8%	33,7%	-2,9pp	34,9%	31,3%	3,5pp
Segmentresultat	35 125	37 386	-6,0%	100 040	140 154	-28,6%
Segmentmarginal, %	31,9%	30,1%	1,9pp	26,5%	32,6%	-6,1pp

Tredje kvartalet

Nettoomsättningen för segmentet Privatpersoner under kvartalet var MSEK 109,9 (124,2) vilket motsvarar en minskning med -11,5% (27,9%). Den minskade nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av DACH- och Norden-regionerna med en tillväxttakt på -14,0% (41,5%) respektive -29,0% (15,3%).

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 69,0 (79,3) vilket motsvarar en minskning med -12,9% (27,8%) och bruttomarginalen uppgick till 62,8% (63,8%). Minskningen i bruttomarginal drevs av ökade kostnader för kundleveranser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 30,8% (33,7%). Minskningen jämfört med förra året drevs av det ökade fokuset på marknadsföringseffektivitet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 35,1 (37,4) vilket motsvarar en minskning med -6,0% (13,3%) och segmentmarginalen uppgick till 31,9% (30,1%) där ökningen drevs av de minskade marknadsföringskostnaderna som andel av nettoomsättningen.

Januari – september

Nettoomsättningen för segmentet Privatpersoner under perioden var MSEK 376,9 (429,9) vilket motsvarar en minskning med -12,3% (45,3%). Den minskade nettoomsättningen inom segmentet drevs främst av DACH- och Norden-regionerna med en tillväxttakt på -17,5% (61,3%) respektive -26,0% (30,9%). 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 231,4 (274,9) vilket motsvarar en minskning med -15,8% (48,3%) och bruttomarginalen uppgick till 61,4% (63,9%). Minskningen i bruttomarginal drevs av högre produktkostnad som andel av nettoomsättningen och ökade kostnader för kundleveranser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 34,9% (31,3%). 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 100,0 (140,2) vilket motsvarar en minskning med -28,6% (43,5%) och segmentmarginalen uppgick till 26,5% (32,6%) 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	Juli - September			Januari - september		
	2022	2021	Δ	2022	2021	Δ
Nettoomsättning	14 809	13 384	10,6%	46 696	43 267	7,9%
Bruttoresultat	9 744	9 039	7,8%	30 158	28 919	4,3%
Bruttomarginal, %	65,8%	67,5%	-1,7pp	64,6%	66,8%	-2,3pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	11,4%	13,8%	-2,3pp	14,4%	12,8%	1,6pp
Segmentresultat	8 053	7 196	11,9%	23 450	23 387	0,3%
Segmentmarginal, %	54,4%	53,8%	0,6pp	50,2%	54,1%	-3,8pp

Tredje kvartalet

Nettoomsättningen för segmentet Företagskunder under kvartalet var MSEK 14,8 (13,4) vilket motsvarar en ökning med 10,6% (29,8%). Efterfrågan inom B2B-segmentet fortsätter att vara mer robust jämfört med B2C-segmentet. Kundgruppen inredningsarkitekter fortsätter att driva efterfrågan.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 9,7 (9,0) vilket motsvarar en ökning med 7,8% (31,6%) och bruttomarginalen uppgick till 65,8% (67,5%). Minskningen i bruttomarginal drevs av högre produktkostnad som andel av nettoomsättningen och ökade kostnader för kundleveranser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 11,4% (13,8%) där minskningen av marknadsföringskostnader drevs av samma faktorer som i B2C-segmentet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 8,1 (7,2) vilket motsvarar en ökning med 11,9% (32,0%) och segmentmarginalen uppgick till 54,4% (53,8%) där ökningen drevs av de lägre marknadsföringskostnaderna.

Januari – september

Nettoomsättningen för segmentet Företagskunder under kvartalet var MSEK 46,7 (43,3) vilket motsvarar en ökning med 7,9% (33,7%). Efterfrågan inom B2B-segmentet har under perioden varit mer robust jämfört med B2C-segmentet. Kundgruppen inredningsarkitekter driver efterfrågan.

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 30,2 (28,9) vilket motsvarar en ökning med 4,3% (38,4%) och bruttomarginalen uppgick till 64,6% (66,8%). Minskningen i bruttomarginal drevs av högre produktkostnad som andel av nettoomsättningen och ökade kostnader för kundleveranser.

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 14,4% (12,8%) där ökningen av marknadsföringskostnader drevs av samma faktorer som i B2C-segmentet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 23,5 (23,4) vilket motsvarar en ökning med 0,3% (42,2%) och segmentmarginalen uppgick till 50,2% (54,1%) där minskningen drevs av lägre bruttomarginal och ökade marknadsföringskostnader.

Marknadsplatser & Övrigt (MPO)

KSEK om inte annat anges	Juli - September			Januari - september		
	2022	2021	Δ	2022	2021	Δ
Nettoomsättning	3 190	3 424	-6,8%	11 531	13 016	-11,4%
Bruttoresultat	2 012	2 210	-8,9%	7 107	8 709	-18,4%
Bruttomarginal, %	63,1%	64,5%	-1,5pp	61,6%	66,9%	-5,3pp
Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen, %	39,0%	29,3%	9,7pp	37,6%	25,8%	11,8pp
Segmentresultat	768	1 206	-36,3%	2 767	5 349	-48,3%
Segmentmarginal, %	24,1%	35,2%	-11,1pp	24,0%	41,1%	-17,1pp

Tredje kvartalet

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 3,2 (3,4), vilket motsvarar en minskning med -6,8% (24,0%).

Bruttoresultatet uppgick till MSEK 2,0 (2,2) vilket motsvarar en minskning med -8,9% (18,9%) och bruttomarginalen uppgick till 63,1% (64,5%).

Marknadsföringskostnader som andel av nettoomsättningen uppgick till 39,0% (29,3%) där ökningen av marknadsföringskostnader drevs av icke framgångsrika försök att öka tillväxttakten på Amazon plattformen.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 0,8 (1,2) vilket motsvarar en minskning med -36,3% (-1,5%) och segmentmarginalen uppgick till 24,1% (35,2%) där minskningen drevs av den lägre bruttomarginalen och ökade marknadsföringskostnader. Åtgärder (lägre marknadsföringsinvesteringar) infördes mot slutet av kvartalet i syfte att förbättra segmentmarginalen.

Januari – september

Nettoomsättningen inom segmentet Marknadsplatser & Övrigt (MPO) uppgick till MSEK 11,5 (13,0), vilket motsvarar en minskning med -11,4% (73,7%). 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 7,1 (8,7) vilket motsvarar en minskning med -18,4% (77,6%) och bruttomarginalen uppgick till 61,6% (66,9%). Minskningen i bruttomarginal drevs av högre produktkostnad som andel av nettoomsättningen 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 37,6% (25,8%) där ökningen av marknadsföringskostnader drevs av liknande faktorer som inom B2C-segmentet.

Segmentresultatet uppgick till MSEK 2,8 (5,3) vilket motsvarar en minskning med -48,3% (66,4%) och segmentmarginalen uppgick till 24,0% (41,1%) där minskningen drevs av den lägre bruttomarginalen och ökade marknadsföringskostnader.



Övrig information

Väsentliga händelser under kvartalet

Inga väsentliga händelser har skett under kvartalet.

Väsentliga händelser efter kvartalet

- I oktober utsågs Joakim Tuvner till ny Chief Financial Officer (CFO) för bolaget med tillträde i januari 2023.
- Carnegie Investment Bank AB (publ) ("Carnegie") har utsetts till likviditetsgarant för bolagets aktier. Carnegies uppdrag påbörjades den 10 oktober 2022.

Medarbetare

Antalet heltidsanställda under perioden juli – september uppgick till 92,1 (81,0) och andelen kvinnor uppgick till 42,1% (43,7%).

Antalet heltidsanställda under perioden januari – september uppgick till 92,8 (79,7) och andelen kvinnor uppgick till 42,4% (44,4%).

Säsongsvariationer

Koncernens försäljning varierar 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 tredje kvartalet 2022 (30 september) var SEK 634 miljoner med en slutkurs på SEK 30,50 per aktie.

Vid rapportperiodens slut uppgick antalet emitterade aktier till 20 785 140, samtliga stamaktier.

Under 2021 emitterades 860 000 teckningsoptioner av koncernen. Av dessa har 436 981 sålts till 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 framtidstro 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.

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.

Juli – september

Under perioden har inga teckningsoptioner av serien LTIP2022 sålts till nyckelpersoner i koncernen.

Januari – september

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

Transaktioner med närstående

Juli - september

Under kvartalet har inga transaktioner med närstående skett.

Januari – september

Cutting Edge Construction AB, ägt av styrelseledamot Ludvig Friberger, har under perioden fakturerat bolaget 72 KSEK för utveckling av IT-plattformen.

Revisorernas granskning

Denna delårsrapport har översiktligt 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 3,6 (2,5) under kvartalet och för perioden januari – september MSEK 12,8 (8,7). 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 -0,1 (0,0) och för perioden januari till september MSEK -0,3 (-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	Telefonkonferens
Bokslutskommuniké 2022	9 februari 2023	09.00-10.00 CET
Kapitalmarknadsdag	13 februari 2023	
Årsredovisning 2022	13 april 2023	
Delårsrapport januari – mars 2023	11 maj 2023	09.00-10.00 CEST
Årsstämma 2023	25 maj 2023	
Delårsrapport januari – juni 2023	17 augusti 2023	09.00-10.00 CEST
Delårsrapport januari – september 2023	9 november 2023	09.00-10.00 CET
Bokslutskommuniké 2023	8 februari 2024	09.00-10.00 CET

I samband med publiceringen av delårsrapporten för januari - september kommer Michael Lindskog (VD) hålla en telefonkonferens den 10 november 2022 kl. 09.00. Presentation hålls på engelska. För att medverka, vänligen ring +46 8 566 42 707 eller besök <https://ir.financialhearings.com/rugvista-group-q3-2022>. Ytterligare information om telefonkonferensen finns tillgängligt via <https://financialhearings.com/event/43999>.

Delårsrapporten och presentationen finns tillgängliga 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/q322/>

Kontaktinformation

Michael Lindskog

VD

Michael.Lindskog@Rugvista.se

Huvudkontor och besöksadress

RugVista Group AB (publ)
Ringugnsgatan 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 kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 10 november 2022 kl. 07.30 CET.

Koncernen

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

Koncernens resultaträkning i sammandrag

	Juli - September			Januari - september		
	2022	2021	Δ	2022	2021	Δ
Nettoomsättning	127 937	141 025	-9,3%	435 138	486 183	-10,5%
Övriga rörelseintäkter	458	365	25,5%	1 308	1 189	10,0%
Rörelseintäkter	128 395	141 390	-9,2%	436 446	487 372	-10,4%
Handelsvaror	-47 154	-50 506		-166 477	-173 646	
Övriga externa kostnader	-43 923	-51 412		-165 573	-173 806	
Personalkostnader	-15 190	-13 161		-52 191	-44 883	
Övriga rörelsekostnader	-2 906	-1 278		-5 329	-1 578	
Av- och nedskrivningar	-2 652	-2 158		-8 332	-6 088	
Rörelseresultat (EBIT)	16 570	22 875	-27,6%	38 544	87 371	-55,9%
Finansiella kostnader	-209	-232		-892	-689	
Resultat efter finansiella poster	16 361	22 643	-27,7%	37 652	86 683	-56,6%
Skatter	-3 343	-4 763		-7 944	-18 021	
Periodens resultat	13 019	17 880	-27,2%	29 708	68 662	-56,7%
Hänförligt till:						
Moderföretagets ägare	13 019	17 880		29 708	68 662	
Resultat per aktie före utspädning, SEK	0,63	0,86		1,43	3,30	
Resultat per aktie efter utspädning, SEK	0,63	0,86		1,43	3,30	

Koncernens rapport över totalresultat i sammandrag

	Juli - september			Januari - september		
	2022	2021	Δ	2022	2021	Δ
Periodens resultat	13 019	17 880	-27,2%	29 708	68 662	-56,7%
<i>Poster som senare kan omklassificeras till resultaträkningen</i>						
Omräkningsdifferens	-	-		-	-	
Övrigt totalresultat	-	-	-	-	-	-
Periodens totalresultat hänförligt till moderbolagets aktieägare	13 019	17 880	-27,2%	29 708	68 662	-56,7%

Koncernens rapport över finansiell ställning i sammandrag

TILLGÅNGAR	30 september, 2022	30 september, 2021	31 december, 2021
<u>ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</u>			
Goodwill	299 949	299 949	299 949
Immateriella anläggningstillgångar	6 755	-	-
Materiella anläggningstillgångar	3 695	3 208	4 150
Nyttjanderättstillgångar	25 495	29 176	27 533
Uppskjuten skattefordran	236	176	236
Summa anläggningstillgångar	336 131	332 509	331 868
<u>OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</u>			
Varulager	186 124	130 854	146 559
Övriga fordringar	45 897	20 748	19 920
Förutbetalda kostnader	3 962	3 535	921
Likvida medel	81 610	150 515	218 116
Summa omsättningstillgångar	317 593	305 652	385 516
SUMMA TILLGÅNGAR	653 724	638 160	717 384
EGET KAPITAL & SKULDER	30 september, 2022	30 september, 2021	31 december, 2021
<u>EGET KAPITAL</u>			
Aktiekapital	1 039	1 039	1 039
Övrigt tillskjutet kapital	227 627	227 001	227 784
Balanserat resultat	216 113	168 225	168 225
Periodens resultat	29 708	68 662	99 851
Summa eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare	474 487	464 927	496 899
<u>LÅNGFRISTIGA SKULDER</u>			
Uppskjuten skatteskuld	107	13 693	107
Leasingskulder	17 354	21 912	20 070
Summa långfristiga skulder	17 462	35 605	20 177
<u>KORTFRISTIGA SKULDER</u>			
Leverantörsskulder	82 271	68 838	95 334
Aktuella skatteskulder	35 681	24 733	48 126
Övriga skulder	22 993	23 029	33 505
Leasingskulder	9 554	8 224	8 419
Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	11 277	12 804	14 924
Summa kortfristiga skulder	161 775	137 629	200 308
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	653 724	638 160	717 384

Koncernens rapport över förändringar i eget kapital

Juli – september

2022

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat inklusive periodens resultat	Summa eget kapital
Ingående balans 2022-07-01	1 039	227 627	232 802	461 469
Periodens resultat			13 019	13 019
Övrigt totalresultat			-	-
Summa Totalresultat	1 039	227 627	245 821	474 487
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman				-
Teckningsoptioner				-
Teckningsoptioner, återköp				-
Nyemission				-
Utgående balans 2022-09-30	1 039	227 627	245 821	474 487

2021

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat inklusive periodens resultat	Summa eget kapital
Ingående balans 2021-07-01	1 039	225 528	219 006	445 573
Periodens resultat			17 880	17 880
Övrigt totalresultat			-	-
Summa Totalresultat	1 039	225 528	236 886	463 454
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman				-
Teckningsoptioner		1 474		1 474
Teckningsoptioner, återköp				-
Nyemission				-
Utgående balans 2021-09-30	1 039	227 001	236 886	464 927

Koncernens rapport över förändringar i eget kapital Januari – september

2022

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat inklusive periodens resultat	Summa eget kapital
Ingående balans 2022-01-01	1 039	227 784	268 076	496 899
Periodens resultat			29 708	29 708
Övrigt totalresultat			-	-
Summa Totalresultat	1 039	227 784	297 785	526 607
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman			-51 963	-51 963
Teckningsoptioner		469		469
Teckningsoptioner, återköp		-626		-626
Nyemission				-
Utgående balans 2022-09-30	1 039	227 627	245 822	474 487

2021

	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Balanserat resultat inklusive periodens resultat	Summa eget kapital
Ingående balans 2021-01-01	1 014	244 229	168 225	413 468
Periodens resultat			68 662	68 662
Övrigt totalresultat			-	-
Summa Totalresultat	1 014	244 229	236 886	482 129
<i>Transaktioner med aktieägare:</i>				
Utdelning, beslut enligt årsstämman				-
Teckningsoptioner		9 419		9 419
Teckningsoptioner, återköp		-38 069		-38 069
Nyemission	25	11 423		11 449
Utgående balans 2021-09-30	1 039	227 001	236 886	464 927

Koncernens kassaflödesanalys i sammandrag

	1 juli - 30 sep		1 jan - 30 sep	
	2022	2021	2022	2021
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN				
<i>Den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital</i>				
Rörelseresultat	16 570	22 875	38 544	87 371
Avskrivningar och nedskrivningar	2 652	2 158	8 332	6 088
Erlagd ränta	-209	-232	-892	-689
Betald inkomstskatt	-1 747	-2 120	-20 388	-9 638
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital	17 266	22 681	25 596	83 133
<i>Förändringar i rörelsekapital</i>				
Förändring av varulager	-20 385	-15 247	-39 565	-39 856
Förändring av rörelsefordringar	-33 136	-4 214	-29 019	6 119
Förändring av rörelseskulder	12 187	2 594	-27 223	-14 625
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital	-41 335	-16 867	-95 806	-48 363
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-24 069	5 814	-70 210	34 770
INVESTERINGSVERKSAMHETEN				
Investering i immateriella anläggningstillgångar	-2 791	-	-6 755	-
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-208	-789	-796	-1 184
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	-	-	136	-
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-2 999	-789	-7 416	-1 184
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN				
Nyemission	-	-	-	11 449
Teckningsoptioner	-	1 474	469	9 419
Teckningsoptioner, återköp	-	-	-626	-38 069
Amortering leasingkulder	-2 273	-2 031	-6 760	-5 377
Utdelning aktieägare	-	-	-51 963	-
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-2 273	-557	-58 880	-22 579
PERIODENS TOTALA KASSAFLÖDE	-29 341	4 468	-136 506	11 007
Likvida medel vid periodens början	110 951	146 047	218 116	139 508
Likvida medel vid periodens slut	81 610	150 515	81 610	150 515

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 balanserade utvecklingskostnader upptagna till anskaffningsvärde minus ackumulerade avskrivningar och eventuella nedskrivningar. Balanserade kostnader avser huvudsakligen mjukvaruplattform.

Nya och ändrade standarder

Inga av de nya och ändrade standarder och tolkningar som tillämpas från och med den 1 januari 2022 har haft 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.

För inköp av persiska mattor arbetar koncernen med EU baserade grossister och har inte någon direkt exponering mot Iran men produkter med iranskt ursprung ingår i koncernens produktsortiment. Koncernledningen följer noga utvecklingen i Iran samt EUs förhållningssätt och införandet av eventuella ytterligare sanktioner.

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.

Juli - september 2022	Privatkunder	Företags-kunder	Marknads- platser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	109 937	14 809	3 190	127 937
Handelsvaror	-40 911	-5 065	-1 178	-47 154
Bruttoresultat	69 026	9 744	2 012	80 783
Marknadsföringskostnader	-33 901	-1 691	-1 244	-36 837
Segmentresultat	35 125	8 053	768	43 946

Juli - september 2021	Privatkunder	Företags-kunder	Marknads- platser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	124 217	13 384	3 424	141 025
Handelsvaror	-44 947	-4 345	-1 214	-50 506
Bruttoresultat	79 270	9 039	2 210	90 519
Marknadsföringskostnader	-41 885	-1 843	-1 004	-44 731
Segmentresultat	37 386	7 196	1 206	45 788

KSEK om inget annat anges

Januari - september 2022	Privatkunder	Företags-kunder	Marknads- platser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	376 911	46 696	11 531	435 138
Handelsvaror	-145 515	-16 538	-4 424	-166 477
Bruttoresultat	231 396	30 158	7 107	268 661
Marknadsföringskostnader	-131 356	-6 708	-4 341	-142 405
Segmentresultat	100 040	23 450	2 767	126 256

Januari - september 2021	Privatkunder	Företags-kunder	Marknads- platser & Övrigt	Summa segment
Nettoomsättning	429 899	43 267	13 016	486 183
Handelsvaror	-154 991	-14 348	-4 308	-173 646
Bruttoresultat	274 909	28 919	8 709	312 537
Marknadsföringskostnader	-134 754	-5 532	-3 360	-143 646
Segmentresultat	140 154	23 387	5 349	168 891

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.

	Juli - september		Januari - september	
	2022	2021	2022	2021
Avstämning av resultat				
Segmentresultat	43 946	45 788	126 256	168 891
Övriga rörelseintäkter	458	365	1 308	1 189
Övriga externa kostnader exkl. marknadsföringskostnader	-7 086	-6 680	-23 169	-30 160
Personalkostnader	-15 190	-13 161	-52 191	-44 883
Övriga rörelsekostnader	-2 906	-1 278	-5 329	-1 578
Av- och nedskrivningar	-2 652	-2 158	-8 332	-6 088
Finansiella kostnader	-209	-232	-892	-689
Resultat efter finansiella poster	16 361	22 643	37 652	86 683

Not 4 - Finansiella tillgångar och skulder

Finansiella tillgångar värderade till upplupet anskaffningsvärde	2022-09-30	2021-09-30
<i>Finansiella tillgångar i balansräkningen</i>		
Övriga fordringar	4 623	5 111
Likvida medel	81 610	150 515
Summa	86 233	155 626

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	2022-09-30	2021-09-30
<i>Finansiella skulder i balansräkningen</i>		
Leverantörsskulder	82 271	68 838
Övriga skulder	7 461	7 210
Upplupna kostnader	9 654	11 366
Leasingskulder	26 908	30 136
Summa	126 295	117 550

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	Juli - september		Januari - september	
	2022	2021	2022	2021
Övriga externa kostnader	-	-	-	8 971
Personalkostnader	-	-	-	929
Summa	-	-	-	9 900

Not 6 – Ägaröversikt

De 10 största aktieägarna per 30 september 2022.

Ägare	Antal aktier	Andel av kapital	Andel av rösterna
Bank Julius Baer	2 043 605	9,8%	9,8%
Futur Pension	1 904 134	9,2%	9,2%
Litorina IV L.P.	1 813 587	8,7%	8,7%
TIN Fonder	1 671 250	8,0%	8,0%
Indexon AB	1 490 204	7,2%	7,2%
MediumInvest	1 158 944	5,6%	5,6%
Movestic Livförsäkring	1 074 323	5,2%	5,2%
Nordnet Pensionförsäkring	1 038 330	5,0%	5,0%
RBC Investor Services	953 475	4,6%	4,6%
Goldman Sachs International	815 000	3,9	3,9
<i>Totalt de tio största aktieägarna</i>	<i>13 962 852</i>	<i>67,2%</i>	<i>67,2%</i>
Totalt antal utestående aktier	20 785 140	100,0%	100,0%

Källa: Euroclear utdrag per 30 september 2022

Moderbolaget

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

Moderbolagets resultaträkning

	Juli - September			Januari - september		
	2022	2021	Δ	2022	2021	Δ
Nettoomsättning	3 622	2 548	42,1%	12 799	8 673	47,6%
Totala intäkter	3 622	2 548	42,1%	12 799	8 673	47,6%
Övriga externa kostnader	-1 268	-823		-4 490	-11 444	
Personalkostnader	-2 440	-1 727		-8 380	-6 074	
Övriga rörelsekostnader	-15	-		-20	-8	
Rörelseresultat (EBIT)	-101	-1	6689%	-91	-8 854	-99%
Finansiella kostnader	28	-		-166	-15	
Resultat efter finansiella poster	-73	-1	4766,5%	-257	-8 868	-97,1%
Skatter	-	-		-	-	
Periodens resultat¹⁾	-73	-1	4766,5%	-257	-8 868	-97,1%

1) Övrigt totalresultat motsvarar periodens resultat

Moderbolagets balansräkning

TILLGÅNGAR	30 september, 2022	30 september, 2021	31 december, 2021
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR			
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Andelar i koncernföretag	321 271	321 271	321 271
Långfristiga fordringar hos dotterföretag	3 554	-	-
Summa anläggningstillgångar	324 825	321 271	321 271
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR			
Övriga fordringar	16 538	1 364	63 250
Förutbetalda kostnader	367	329	98
Kassa och bank	10 493	17 252	17 437
Summa omsättningstillgångar	27 398	18 945	80 785
SUMMA TILLGÅNGAR	352 223	340 216	402 056
EGET KAPITAL OCH SKULDER	30 september, 2022	30 september, 2021	31 december, 2021
EGET KAPITAL			
<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	-257	-8 868	62 105
Delsumma, fritt eget kapital	318 707	296 435	367 408
Summa eget kapital	319 747	297 474	368 448
OBESKATTADE RESERVER			
Obeskattade reserver	-	25 687	-
KORTFRISTIGA SKULDER			
Leverantörsskulder	242	536	614
Aktuella skatteskulder	15 137	14 271	30 364
Övriga skulder	15 764	680	502
Förutbetalda intäkter och upplupna kostnader	1 334	1 568	2 128
Summa kortfristiga skulder	32 477	17 055	33 608
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	352 223	340 216	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, 10 november 2022

Erik Lindgren

Styrelseordförande

Magnus Dimert

Styrelseledamot

Paul Steene

Styrelseledamot

Eva Boding

Styrelseledamot

Ludvig Friberger

Styrelseledamot

Hanna Graflund Sleyman

Styrelseledamot

Michael Lindskog

VD

Revisors granskningsrapport

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

Till styrelsen för RugVista Group AB (publ)

Inledning

Vi har utfört en översiktlig granskning av den finansiella delårsinformationen i sammandrag (delårsrapporten) för RugVista Group AB (publ) per 30 september 2022 och den niomånadersperiod som slutade per detta datum. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta och presentera denna delårsrapport i enlighet med IAS 34 och årsredovisningslagen. Vårt ansvar är att uttala en slutsats om denna delårsrapport grundad på vår översiktliga granskning.

Den översiktliga granskningens inriktning och omfattning

Vi har utfört vår översiktliga granskning i enlighet med International Standard on Review Engagements ISRE 2410 *Översiktlig granskning av finansiell delårsinformation utförd av företagets valda revisor*. En översiktlig granskning består av att göra förfrågningar, i första hand till personer som är ansvariga för finansiella frågor och redovisningsfrågor, att utföra analytisk granskning och att vidta andra översiktliga granskningsåtgärder. En översiktlig granskning har en annan inriktning och en betydligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i övrigt har.

De granskningsåtgärder som vidtas vid en översiktlig granskning gör det inte möjligt för oss att skaffa oss en sådan säkerhet att vi blir medvetna om alla viktiga omständigheter som skulle kunna ha blivit identifierade om en revision utförts. Den uttalade slutsatsen grundad på en översiktlig granskning har därför inte den säkerhet som en uttalad slutsats grundad på en revision har.

Slutsats

Grundat på vår översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledning att anse att delårsrapporten inte, i allt väsentligt, är upprättad för koncernens del i enlighet med IAS 34 och årsredovisningslagen samt för moderbolagets del i enlighet med årsredovisningslagen.

Malmö, den dag som framgår av vår elektroniska underskrift

Ernst & Young AB

Martin Henriksson
Auktoriserad revisor



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 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.
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	Juli - september		Januari - september	
	2022	2021	2022	2021
Rörelseintäkter (A)	128 395	141 390	436 446	487 372
Handelsvaror (B)	-47 154	-50 506	-166 477	-173 646
Bruttoresultat (A) + (B)	81 241	90 884	269 969	313 726
Nettoomsättning (C)	127 937	141 025	435 138	486 183
Bruttomarginal, % ((A) + (B)) / (C)	63,5%	64,4%	62,0%	64,5%
Rörelseresultat (EBIT) (A)	16 570	22 875	38 544	87 371
Jämförelsestörande poster (B)	-	-	-	9 900
Justerat rörelseresultat (A) + (B)	16 570	22 875	38 544	97 271
Nettoomsättning (C)	127 937	141 025	435 138	486 183
Justerad rörelsemarginal, % ((A) + (B)) / (C)	13,0%	16,2%	8,9%	20,0%
Varulager (A)	186 124	130 854	186 124	130 854
Nettoomsättning, rullande tolv månader (LTM) (B)	653 939	696 661	653 939	696 661
Lagervärde som andel av nettoomsättningen (LTM) (A) / (B)	28,5%	18,8%	28,5%	18,8%
Likvida medel (A)	-81 610	-150 515	-81 610	-150 515
Räntebärande skulder (B)	-	-	-	-
Räntebärande leasingskulder (C)	26 908	30 136	26 908	30 136
Nettoskuldsättning/(-)nettokassa (A) + (B) + (C)	-54 702	-120 379	-54 702	-120 379

	Juli - september		Januari - september	
	2022	2021	2022	2021
Föregående års nettoomsättning (A)	141 025	116 446	486 183	351 406
Nettoomsättning avyttrad verksamhet (B)	-	6 289	-	15 757
Föregående års nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet (A)-(B)=(C)	141 025	110 157	486 183	335 649
Årets nettoomsättning (D)	127 937	141 025	435 138	486 183
Nettoomsättning avyttrad verksamhet (E)	-	-	-	-
Årets nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet (D)-(E)=(F)	127 937	141 025	435 138	486 183
Valutaeffekt på årets nettoomsättning (G)	4 890	-1 706	14 969	-18 022
Årets nettoomsättning, exklusive avyttrad verksamhet och valutaeffekter (F)-(G)=(H)	123 047	142 731	420 168	504 205
Organisk nettoomsättningstillväxt % (H)/(C)-1	-12,7%	29,6%	-13,6%	50,2%

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		Jul - sep 2022			
Resultat post	KSEK	% ¹	KSEK	% ¹	KSEK	% ¹		
Nettoomsättning	185 973	100,0%	121 228	100,0%	127 937	100,0%		
Produktkostnader	-45 993	-24,7%	-32 284	-26,6%	-29 294	-22,9%		
Frakt och övriga försäljningsomkostnader	-24 529	-13,2%	-16 517	-13,6%	-17 860	-14,0%		
Marknadsföringskostnader	-65 038	-35,0%	-40 529	-33,4%	-36 837	-28,8%		

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

Introduktion

RugVista 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 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

VISTA

Ringugnsgratan 11, SE-216 16 Limhamn, Sweden

www.Rugvistagroup.com

