

Pressmeddelande 19 november 2024

## **Synsam Groups Q3-rapport 2024**

**Fortsatt organisk tillväxt genom konsekvent genomförande av strategin**

### **1 juli - 30 september 2024**

- Nettoomsättningen ökade till 1 559 MSEK (1 450), en ökning med 7,6 procent. Organisk tillväxt uppgick till 9,5 procent (7,0)
- Nettoomsättning från glasögonabonnemang ökade med 11,0 procent (13,7)
- Bruttomarginalen uppgick till 73,9 procent (74,9)
- EBITDA ökade till 381 MSEK (373) och EBITDA-marginalen uppgick till 24,1 procent (25,2)
- EBITA uppgick till 220 MSEK (222) och EBITA-marginalen uppgick till 13,9 procent (15,0)
- EBIT ökade till 187 MSEK (184) och EBIT-marginalen uppgick till 11,8 procent (12,4)
- Kassaflöde från den löpande verksamheten ökade till 238 MSEK (104)
- Nettoskulden uppgick till 2 733 MSEK (2 953) vid periodens utgång, jämfört med 2 720 MSEK vid årsskiftet 2023
- Resultat efter skatt uppgick till 66 MSEK (90)
- Resultat per aktie, före och efter utspädning, uppgick till 0,44 SEK (0,61)

### **1 januari - 30 september 2024**

- Nettoomsättningen ökade till 4 804 MSEK (4 427), en ökning med 8,5 procent. Organisk tillväxt uppgick till 8,9 procent (11,4)
- Nettoomsättning från glasögonabonnemang ökade med 12,6 procent (18,1)
- Bruttomarginalen uppgick till 74,6 procent (75,1)
- EBITDA ökade till 1 208 MSEK (1 092) och EBITDA-marginalen ökade till 24,9 procent (24,3)
- EBITA ökade till 738 MSEK (650) och EBITA-marginalen ökade till 15,2 procent (14,5)
- EBIT ökade till 633 MSEK (535) och EBIT-marginalen ökade till 13,0 procent (11,9)
- Kassaflöde från den löpande verksamheten ökade till 890 MSEK (746)
- Resultat efter skatt ökade till 290 MSEK (249)
- Resultat per aktie, före och efter utspädning, ökade till 1,96 SEK (1,67)

**Vd och koncernchef Håkan Lundstedt kommenterar:**

”De senaste åren har hushållens köpkraft försämrats avsevärt, och även om konsumenterna nu ser något mer positivt på framtiden präglas deras köpbeteenden fortfarande av en stor försiktighet. Vi ser dessutom att konkurrensen om konsumenterna generellt sett är mer utmanande samtidigt som marknaden för optik och ögonhälsa i Norden fortsätter att vara konkurrensutsatt och kampanjdriven.

I denna utmanande marknad, genomför vi konsekvent vår strategi och gör taktiska val, också vad gäller etableringstakt, för att driva tillväxt. I det här kvartalet har våra taktiska val påverkat bruttomarginalen negativt och även omkostnader kortsiktigt, med negativ påverkan på EBITDA-marginalen. Men vår stärkta marknadsposition och vår växande kundbas kommer framöver att ge positiva effekter.

Tack vare vår strategi och aktiviteter så nådde Synsam en organisk tillväxt på 9,5 procent i det tredje kvartalet, trots det rådande marknadsläget, och därmed en fortsatt positiv kundtillströmning. I denna marknad har pris varit en viktig faktor för kunden och kampanjer för att driva tillväxt har reducerat bruttomarginalen i kvartalet. EBITDA ökade till 381 MSEK (373) i kvartalet och EBITDA-marginalen uppgick till 24,1 procent (25,2) och där högre etableringstakt har påverkat marginalen. För niomånadersperioden ökade EBITDA till 1 208 MSEK (1 092) och EBITDA-marginalen ökade till 24,9 procent (24,3).

**Fortsatt positiv utveckling för abonnemang**

Nettoomsättningen från glasögonabonnemang, Synsam Lifestyle, ökade i kvartalet med 11 procent till 809 MSEK (729). Churn har varit fortsatt stabil och uppgick till 2,60 procent, att jämföras med 2,51 procent föregående kvartal och antalet Lifestyle-kunder uppgick i slutet av kvartalet till cirka 683 000 (cirka 595 000). Totala antalet abonnemangskunder, det vill säga kunder som antingen har ett Lifestyle abonnemang eller som har ett linsabonnemang uppgick per den sista september 2024 till cirka 817 000, nettoomsättningen från kontantaffären ökade i kvartalet med 4 procent till 750 MSEK (721).

**Hög etableringstakt. Planen för 2024-2026 står fast**

Målsättningen för åren 2024–2026 är att etablera 90 nya butiker och Synsam har under de första nio månaderna 2024 etablerat 32 nya butiker, varav 10 nya butiker i kvartalet. I det fjärde kvartalet kommer mellan 14 och 16 nya butiker att etableras, vilket innebär att under 2024 kommer mellan 46 och 48 nya butiker att ha etablerats, vilket gör att vi medvetet ligger före plan. Lågkonjunkturen har öppnat upp för fler etableringsmöjligheter som vi har agerat på i 2024. Våra nya butiker når snabbt lönsamhet tack vare våra starka koncept och välutvecklade analys och metod för etableringar. Med vårt fokus att i högre grad etablera oss på mindre orter, uppnår vi också en stark efterfrågan direkt samt drar fördel av lägre hyror.

Vårt arbete med uppgraderingar och flyttningar är dessutom en väsentlig del av vår etableringsstrategi, där vi exempelvis i det tredje kvartalet har invigt Sveriges första glasögoncenter i Westfield Mall of Scandinavia i Solna utanför Stockholm. Butiken är en destination för ögonhälsa med full tillgång till kliniska tjänster från tidig morgon till sent på kvällen. Butiken är först i Sverige med att erbjuda synundersökningar fram till klockan 21.

## **Bra utveckling i Danmark. Svagare resultatutveckling i Sverige. Stabil organisk tillväxt i Norge och Finland**

Danmark fortsätter att påvisa en positiv utveckling och hade i kvartalet en organisk tillväxt på 5,6 procent och en starkt bruttomarginal och EBITDA-marginal. Åtgärderna som har vidtagits har påverkat Danmark positivt.

Sverige har i kvartalet en något lägre organisk tillväxt än tidigare kvartal, men har ytterligare stärkt marknadsandelarna, och Norge har i jämförelse en högre tillväxt. I både Sverige och Norge har abonnemangsaffären varit den viktigaste tillväxt drivaren. Finland har en fortsatt stark organisk tillväxt i en hårt konkurrensutsatt marknad.

EBITDA-marginalen i samtliga länder utom Danmark har påverkats negativt av reducerad bruttomarginal som en följd av planerade kampanjer för att driva tillväxt, påverkan av nyetableringar, samt kostnader för utrullning av Synsam EyeView i Sverige och Norge.

### **Fortsatt kostnadsfokus**

Kostnadsprogrammen som pågått sedan 2023 har givit positiv effekt och ett tredje kostnadsprogram lanseras nu, med målsättningen att minska kostnadsbasen för de operativa kostnaderna och med syfte att motverka eventuellt inflationsdrivna kostnadsökningar. Total årlig effekt uppgår till 75 MSEK, varav huvuddelen skall vara realiserat under 2025.

### **Strategin står stadigt**

Vår strategi, med rätt typ av etableringar, fokus på Synsam Lifestyle, en effektiv organisation med kostnadsfokus, hög innovationskraft och ett starkt serviceerbjudande har stärkt Synsams position. Under kvartalet har vi fortsatt våra investeringar i nyetableringar, utrullning av Synsam EyeView och träningsprogram samt tagit beslut om fortsatt kostnadsprogram för att säkra våra marginaler för framtiden.

Vi ser också att såväl Synsam som vår bransch kommer att påverkas positivt av kommande räntesänkningar, vilket leder till att konsumenter i högre grad kommer att välja högre prispunkter.

Förutom att vi blir äldre och lever längre, ser vi också en tydlig trend där synfel blir allt vanligare bland yngre människor. Vi har därför en viktig roll att stödja och förbättra ögonhälsan, inte bara för att säkerställa att människor kan se bra, utan också se bra ut.

Med Synsams strategi, som fokuserar på att öka tillgängligheten genom våra butiker och att integrera tekniska hjälpmedel, är vi väl rustade för att möta dessa utmaningar. Vår strävan är att öka medvetenheten om ögonhälsa och att erbjuda lösningar som förbättrar livskvaliteten för alla, oavsett ålder. Genom att göra det enklare för människor att få tillgång till ögonvård och kvalitetsprodukter, säkerställer vi en lönsam tillväxt för många år framöver. Synsams resa har bara börjat.

**Livesänd frågestund med VD och CFO på svenska**

- **Datum och tid:** Den 19 november 2024, kl. 09.30.
- **Plats:** Webbsändning.
- **Talare:** Vd och koncernchef Håkan Lundstedt samt CFO Per Hedblom.
- **Länk** för deltagande i frågestund: [SynsamGroup Q3](#)

**Livesänd frågestund på engelska**

- **Datum och tid:** Den 19 november 2024, kl. 10.30.
- **Plats:** Webbsändning.
- **Länk** för deltagande i frågestund: [SynsamGroup Q3](#)

Presentationsmaterialet kommer att finnas tillgängligt på hemsidan kl. 07.30 idag.  
[www.synsamgroup.com/investor-relations/](http://www.synsamgroup.com/investor-relations/)

**För ytterligare information, vänligen kontakta:**

Per Hedblom, CFO Synsam Group  
E-post: [per.hedblom@synsam.com](mailto:per.hedblom@synsam.com)  
Tel: 08-619 28 60  
Hemsida: [www.synsamgroup.com](http://www.synsamgroup.com)

*Denna information är sådan information som Synsam AB (publ) är skyldig att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 19 november 2024 klockan 07.30.*

*Synsam Group är en ledande optikerkedja i Norden med ett brett och prisvärt abonnemangserbjudande. Synsam Group erbjuder ett brett sortiment av produkter och tjänster för ögonhälsa och ögonmode utifrån kundens olika livsstilar och behov. Koncernen har cirka 4 000 medarbetare, en omsättning på cirka 6,3 miljarder SEK (rullande 12 månader till september 2024) och har cirka 500 butiker i Norden som drivs under varumärkena Synsam, Synsam Outlet samt Profil Optik i Danmark. Genom digitalisering, abonnemangserbjudanden och andra innovativa koncept är Synsam Group en stark innovatör på den nordiska optikmarknaden inom flera områden, inklusive kundresa, produkt erbjudande och ESG. Synsam Groups aktie handlas på Nasdaq Stockholm (SYNSAM). [www.synsamgroup.com](http://www.synsamgroup.com)*