

A photograph of a modern shower stall with two large, circular rain showerheads mounted on a white wall. Water is spraying from both heads. Below the showerheads is a built-in shelf holding various items: a potted plant, a basket of towels, a stack of folded towels, and three bottles of shower products. The walls are white with dark metal fixtures, including circular knobs and vertical bars.

Redogörelse för verksamhetsåret 2019

Fredrik Skarp, vd

Innehåll

- I. Verksamhetsåret 2019
- II. Första kvartalet 2020
- III. Covid-19, aktuellt läge
- IV. Strategi



mora

FM Mattsson

damixa

hotbath
italian bathroomware

FM MATTSSON
MORA  GROUP

Innovativt, hållbart och lönsamt

mora



25 %

FM Mattsson



36 %

damixa



19 %

hotbath
italian bathroomware



20 %

Andel av nettoomsättningen per varumärke (beräknat som om Hotbath hade ingått i koncernen hela 2019).

Fyra starka varumärken med ledande positioner inom olika prissegment på den nordiska och europeiska marknaden.

mora

FM Mattsson

damixa

hotbath
italian bathroomware

FM MATTSSON
MORA  GROUP

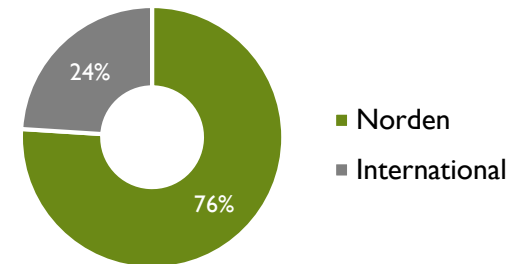
Nummer 1 i Norden

4

Översikt av verksamheten 2019

- Två rörelsesegment: Norden och International
- Sverige är största marknaden
- Produktionsanläggningar i Mora och Odense
- 489 medarbetare, varav 339 i Sverige
- Försäljningskontor i 9 länder
- Ledande varumärkena på respektive hemmamarknad
- Bred och djup produktportfölj för proffs och konsument
- Långa relationer med branschens olika marknadsaktörer

Försäljning per segment 2019



Hållbarhet – en självklar del i affären



HÅLLBART SORTIMENT
– GRÖNT & SMART



HÅLLBAR PRODUKTION
– VERKSAMHET



HÅLLBAR
- LEVERANTÖRSKEDJA

Grönt och smart sortiment med produkter som sparar energi- och vatten, förbättrar hygien och livslängd. Ett ständigt pågående arbete i företaget och med våra partners.

2019

- Ett tydligt kliv ut i Europa
- Förbättrad lönsamhet – fortsatt målmedvetet effektiviseringsarbete
- Starkt kassaflöde
- Fyra varumärken som skapar nya möjligheter



2019 – ett mycket starkt finansiellt år

1 313,5
Mkr
omsättning

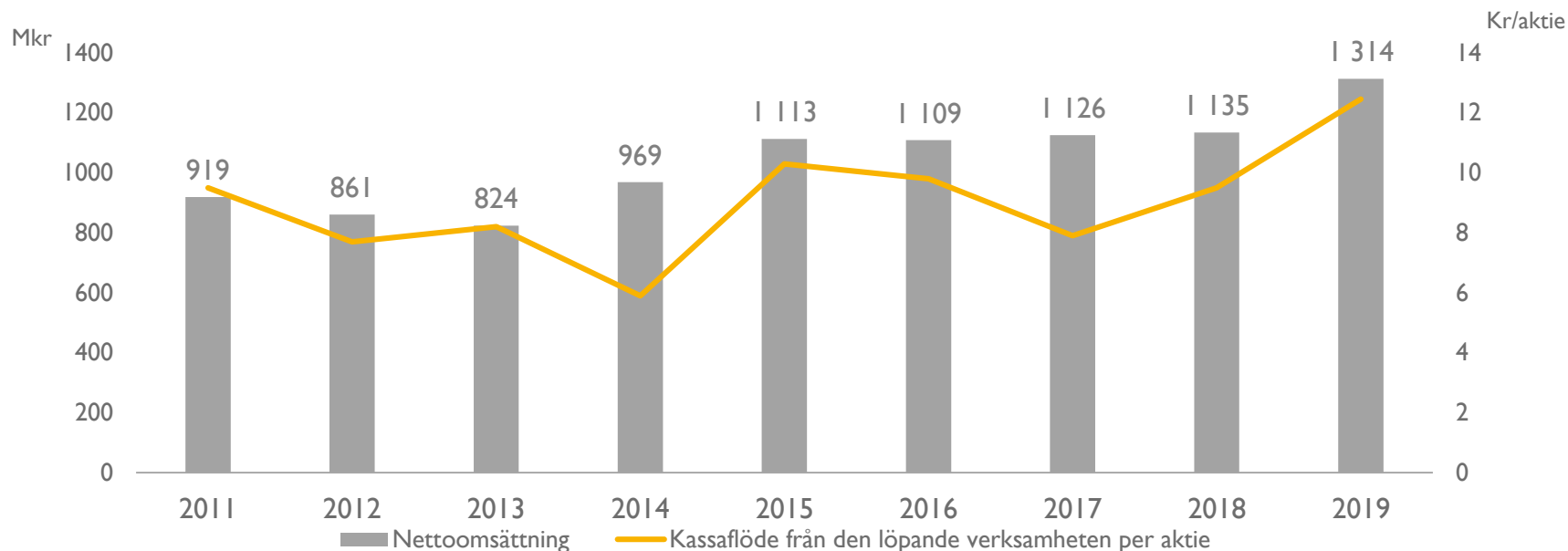
34,1 %
Brutto-
marginal

8,9 %
Rörelse-
marginal

6,33 kr
resultat
per aktie

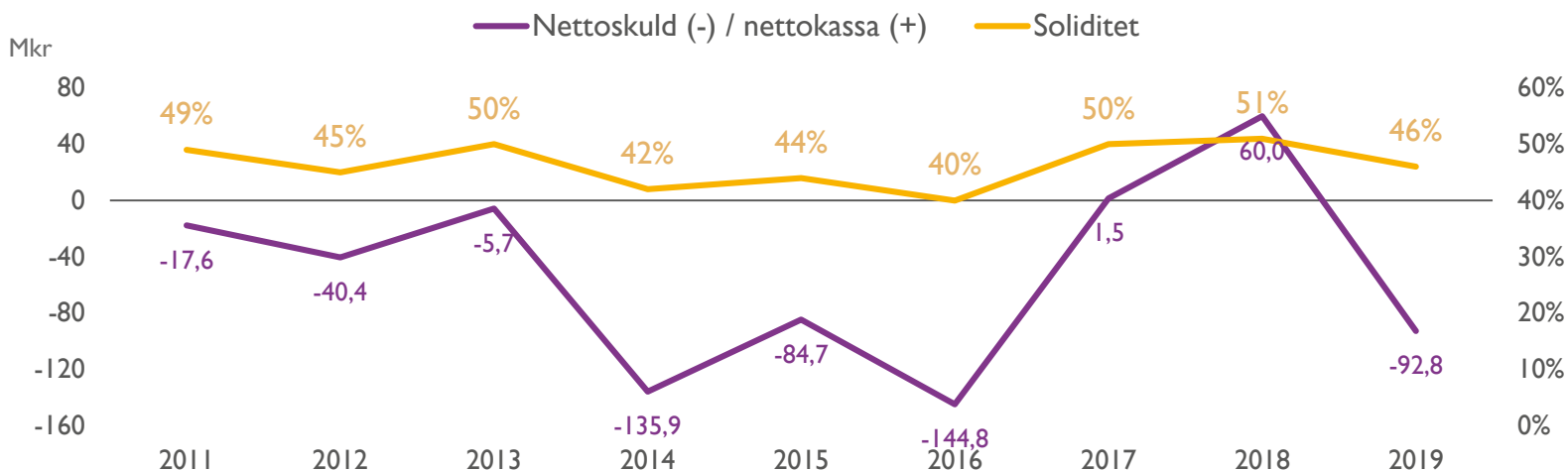
Belopp i Mkr	2019	2018	Förändring
Nettoomsättning	1 313,5	1 138,1	15 %
Rörelseresultat (EBIT)	117,2	81,3	44 %
Rörelsemarginal, %	8,9	7,1	25 %
Resultat före skatt	114,5	78,8	45 %
Resultat per aktie, kr	6,33	4,62	37 %

Kassaflöde



- Kassaflöde före investeringar: 171,2 Mkr (127,3).
- Investeringar, netto: 184,2 Mkr (22,0) inkl. 152,4 Mkr förvärv (0).
- Kassaflöde efter investeringar: -13 Mkr (105,3).

Stark balansräkning



- **Soliditet om 46 %**
 - Fortsatt stark finansiell ställning trots förvärvet och redovisning av alla leasingavtal som skulder fr.o.m. 2019.
- **Nettoskuld -93 Mkr 2019 (60)**
 - Skulder består av pension och leasing, inga banklån.
 - Likvida medel 131,1 Mkr.

Not: Nettoskuld/nettokassa beräknas som räntebärande tillgångar med avdrag för summan av räntebärande skulder och avsättningar.

Finansiella mål

	2019	
Organisk tillväxt om minst 3 procent per år över en konjunkturcykel	-1,9 %	X
Rörelsemarginal om minst 10 procent per år över en konjunkturcykel	8,9 %	X
Utdelningspolicy om cirka 50 procent av årets resultat efter skatt	?*	
Soliditet om cirka 40 procent	45,8 %	✓

* Förslag för utdelning 3,50 kr återkallat till följd av spridningen av Covid-19. Styrelsen har ambitionen att senare i år utvärdera situationen och, om förutsättningar föreligger, kalla till extra bolagsstämma för beslut om utdelning.

Mora Armatur

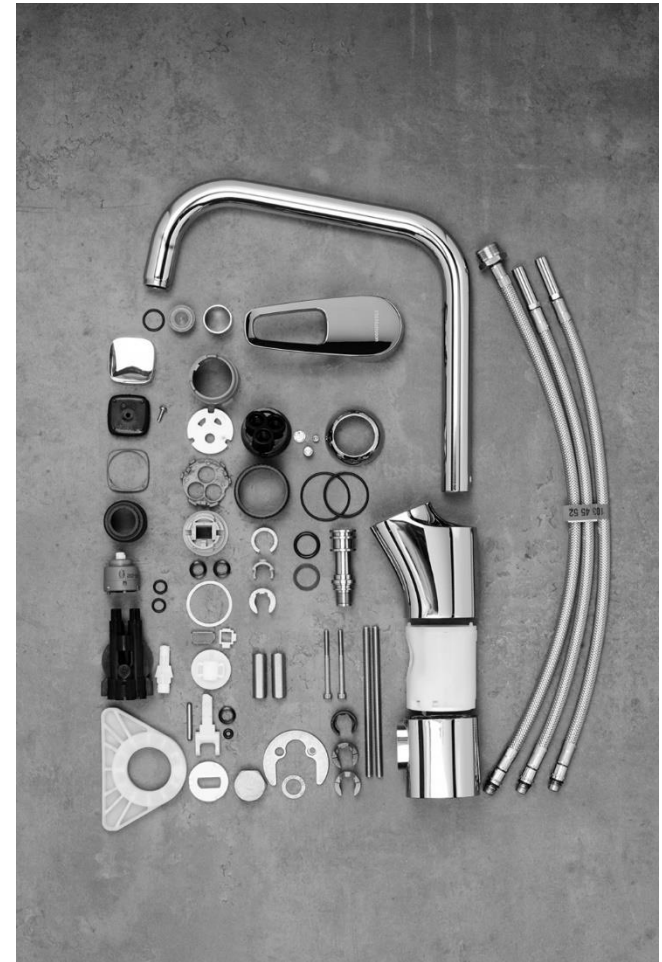
11

- Vi fortsatte satsningarna på att utveckla produkter i fler färger och ytstrukturer, bland annat inom serien Mora Izzy.
- En viktig lansering var även vår beröringsfria blandare Mora MMIX med den mycket tåliga svarta beläggningen, som också fick ett mycket bra mottagande av kunderna.



FM Mattsson

- FM Mattsson fortsatte sin utveckling med att erbjuda smarta produkter för både det privata boendet och offentliga miljöer. Uppkopplade kranar i vårt Water Management System (WMS) utvecklades vidare med våra kunder, samtidigt som samarbetet med Watersprint utvecklades ytterligare för att förhindra spridning av legionella.
- I dessa tider pågår intensivt arbete med att ta än fler steg inom det beröringsfria området, som ger många möjligheter till förbättrad handhygien och minskad smittspridning.



- Damixa Silhouet har på kort tid blivit en mycket uppskattad serie. Nya steg togs under året med att erbjuda ytterligare färger och produkter i serien.
- Under året togs beslutet att avsluta monteringen i Odense och flytta till nya lokaler med syfte att bygga en än starkare design- och varumärkesdriven organisation.



Hotbath

- Hotbath fortsatte med sin Cobber-serie ta nya steg i marknaden.
- Under 2019 flyttade verksamheten till nya lokaler i Nederländerna och investerade i ett nytt affärssystem för att kunna ta nästa steg.



Produktionsutveckling Mora

- Fortsatta investeringar i Mora. Bland annat inom verktyg för ökad prestanda på prototyper och verktyg för gjutning, samt investering i ökad automation inom skärande bearbetning.
- Nya arbetssätt införts för att snabbare identifiera och lösa grundorsaker till störningar, allt för ökad effektivitet och för att säkra upp och vidareutveckla vår redan starka produktkvalitet.



Förvärvet av Hotbath

- Ett lyckat 2019 tillsammans där Hotbath har fortsatt på den inslagna vägen med hög närvaro inom fackhandeln i Nederländerna och Belgien.
- Ökad internationell närvaro och andel medarbetare i koncernen, som skapar större dynamik, högre marknadsnärvaro och ökad kundinsikt.
- Slutfört flytt till nya lokaler utanför Rotterdam för att ge utrymme för ytterligare tillväxt och effektivare logistik.
- Installerat nytt affärssystem för ökad effektivitet och för att möta ytterligare tillväxt.



Kv I, 2020

- Bästa kvartalet någonsin
- Bra försäljningsstart
- Bra effekt från gjorda förbättringar
- Ett speciellt kvartal utifrån utvecklingen av Corona



Kv I, 2020

18

13,4 %
Rörelse-
marginal

419,9 Mkr
Netto-
omsättning

41,6 Mkr
Vinst efter
skatt

23,9 Mkr
Kassaflöde
efter inv.

Belopp i Mkr	KvI 2020	KvI 2019	Förändring
Nettoomsättning	419,9	299,3	40,3 %
Rörelseresultat (EBIT)	56,3	39,5	42,5 %
Rörelsemarginal, %	13,4	13,2	1,5 %
Resultat per aktie, kr	3,00	2,28	31,6 %

Covid-19

- Aktuellt läge



Covid-19

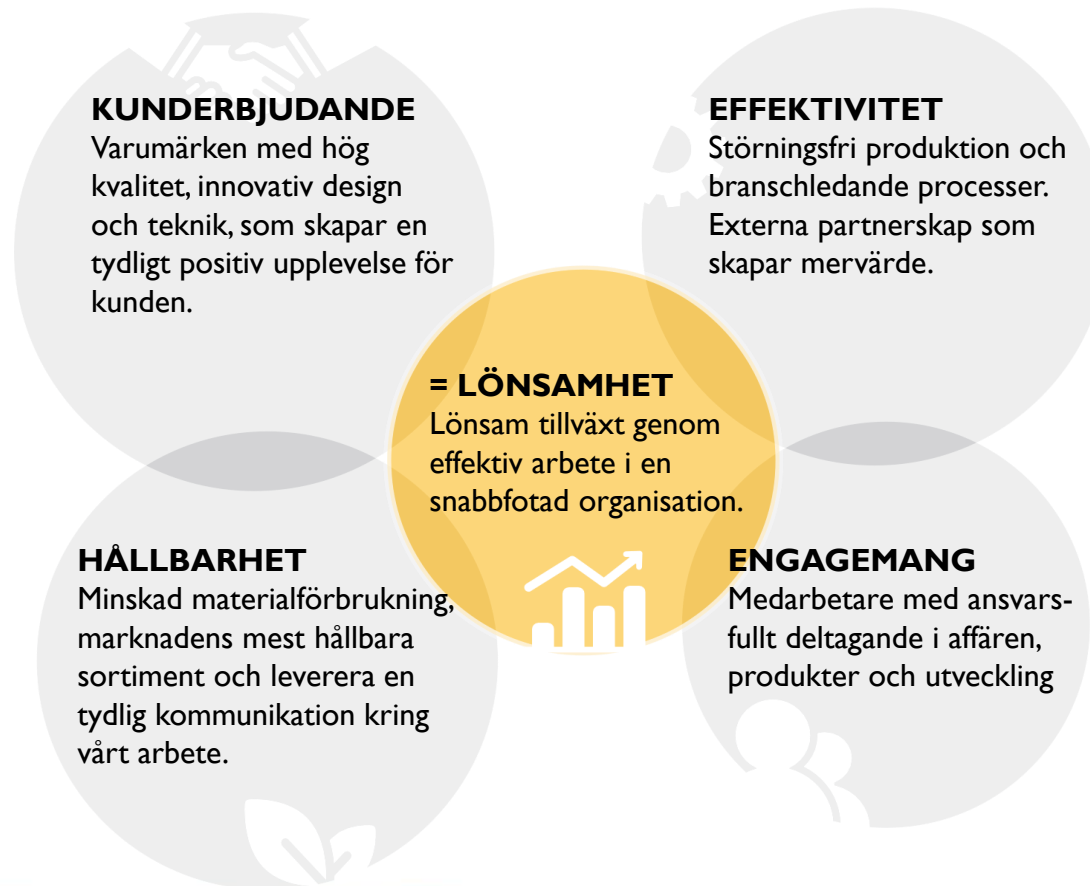
- Trots en stor osäkerhet i marknaden är kunderna fortsatt relativt positiva på kort sikt då blandarna installeras sent i byggprojekt. Dock har vissa större kunder byggt lager under kvartal 1 och förväntas sänka till vanliga nivåer under kvartal 2. Vi förväntar oss därför en svagare marknad kommande kvartal, men mycket hög osäkerhet på omfattningen.
- Infört tydliga rutiner och riktlinjer i verksamheten för att på snabbast möjliga sätt agera på förändringar internt, från leverantörer och hos kunderna. Mindre anpassningar av arbetsupplägg har genomförts och vi följer löpande behovet av ytterligare åtgärder.
- Lyckats hålla en relativt god leveransförmåga till kunderna, och flertalet leverantörer som varit påverkade är tillbaka i drift.

Strategi

- Kundernas första val i badrum och kök



Strategin än mer relevant i Corona-tider



Hållbarhet en än tydligare del för framtiden



Strategi 2025

Koncernens strategiska hållbarhetsarbete ska inriktas på att:

- Erbjuda marknadens mest hållbara sortiment gällande materialval samt funktionalitet.
- Minimera materialförbrukningen per produkt.
- Leverera en tydlig intern och extern kommunikation kring vårt hållbarhetsarbete och hur det bidrar till en positiv utveckling.

Sammanfattning

A rustic kitchen scene with a wooden countertop, a sink, and various kitchen items. The background features a wooden shelf with books and a woven basket. The foreground shows a wooden table with a plate and some flowers.

Nordisk marknadsledare med mycket starka relationer.

Omfattande och innovativ produktportfölj.

Ökad internationell närvaro via genomfört förvärv.

Stabil plattform för lönsam tillväxt och kompletterande förvärv.