

**PRICER**

BRINGING TRUST TO RETAIL



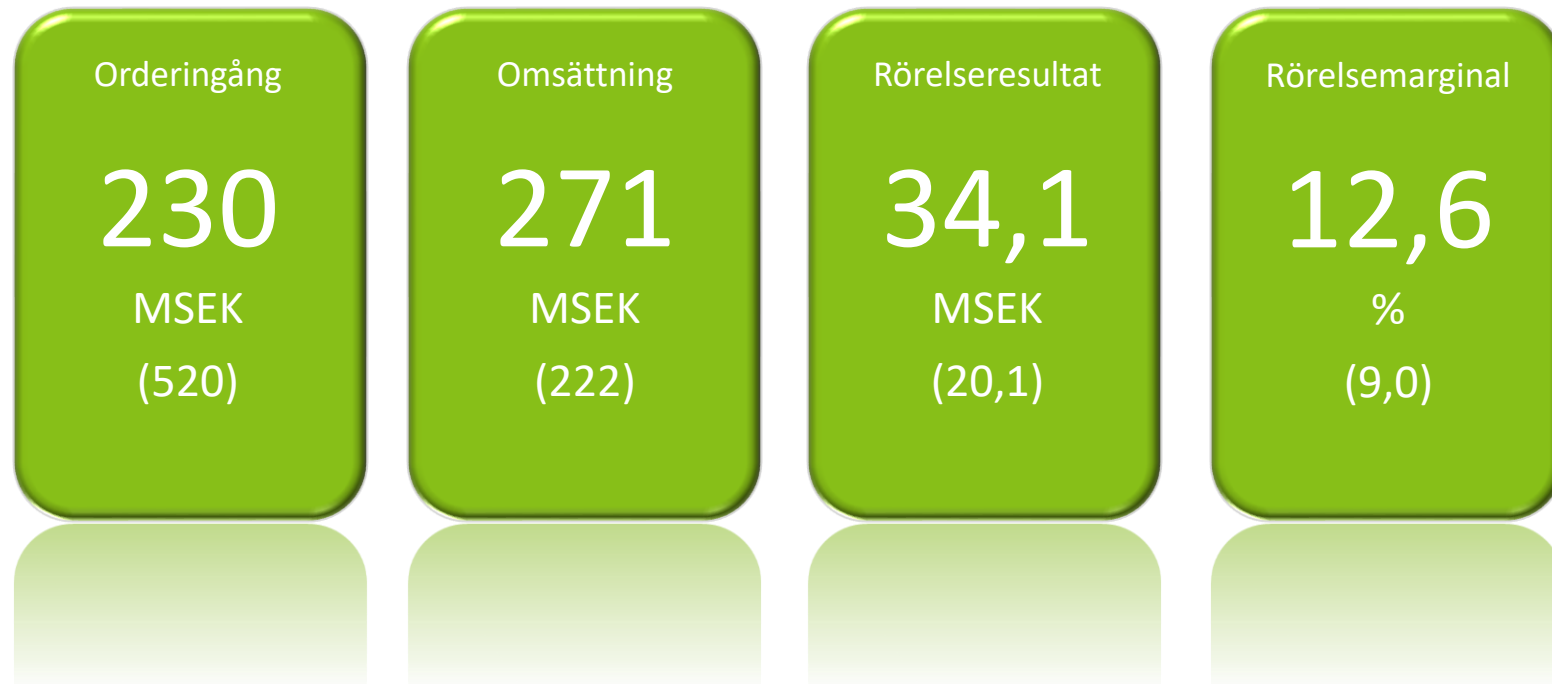
# Pricer AB (publ)

## Andra kvartalet 2019

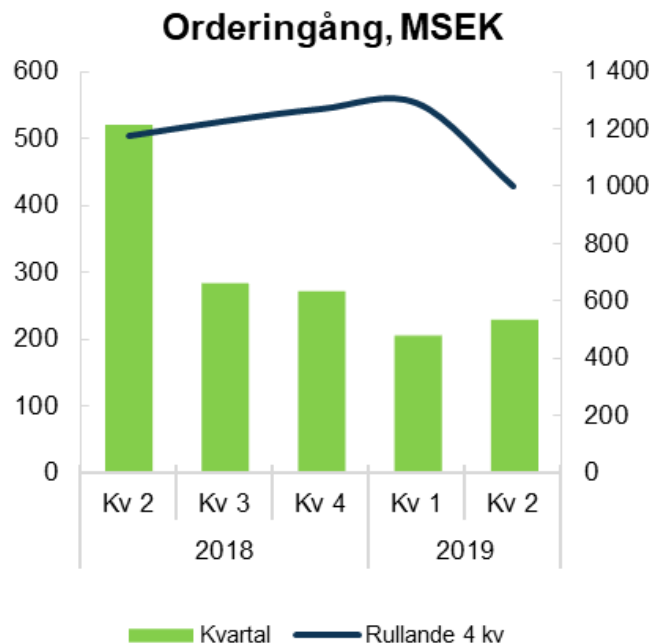
*Helena Holmgren*  
*VD & Koncernchef*

*Stockholm, 18 juli 2019*

# Andra kvartalet 2019; Fortsatt omsättningstillväxt och ökat rörelseresultat

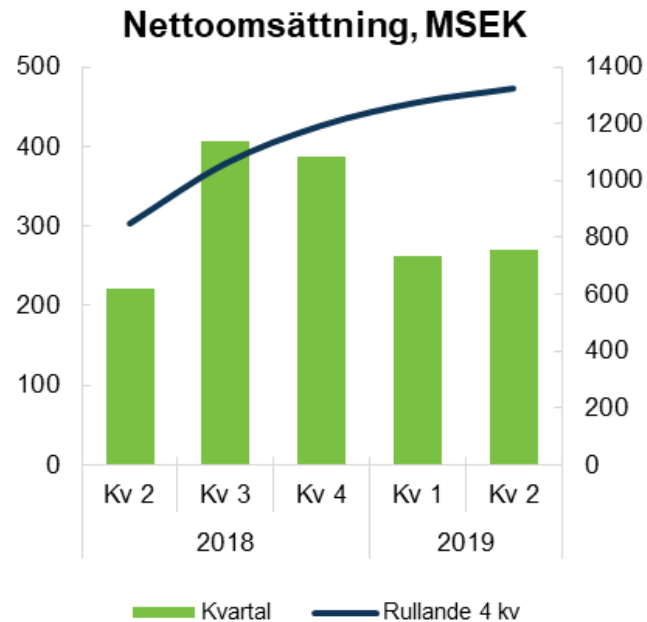


# Fortsatt stark efterfrågan av digitala butikslösningar



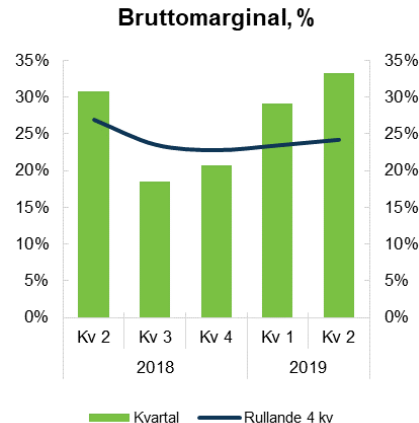
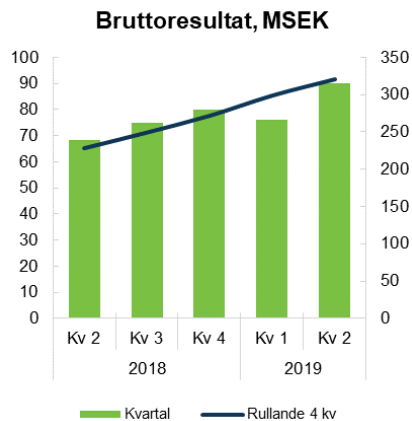
- Intresset för lösningar för butiksdigitalisering fortsätter att öka på flera geografiska marknader
- Kv 2 2018 inkluderade en stor order från amerikansk kund om drygt 300 MSEK
- Inga stora avtal tecknade i det andra kvartalet men fortsatt stark underliggande efterfrågan
- Orderstock om 131 MSEK per 30 juni, fördelad över ett stort antal kunder och geografiska marknader
- Stor order från dagligvarukedjan Tosano i Italien i juli (Kv 3) om ca 60 MSEK

# Fortsatt underliggande tillväxt, men stora kundprojekt kan medföra ojämnhet mellan kvartal



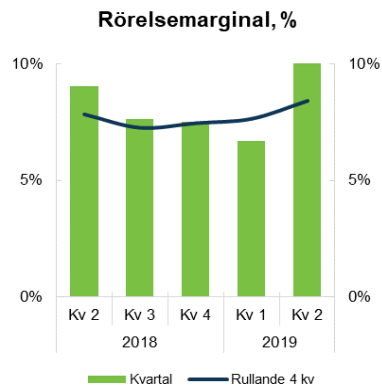
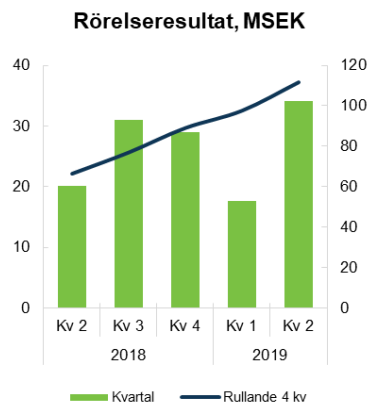
- Största marknad är fortfarande Europa, framförallt Frankrike
- Amerika, Asien och Stilla-havsområdet växer med höga procent, dock från låga nivåer, till följd av en starkt marknadsnärvaro på ett flertal geografiska områden
- Fortsatt expansion av kundbasen, varav ett flertal nya pilotinstallationer
- Positiva valutaeffekter till följd av en försvagad SEK gentemot EUR och USD

# Ökande trend av både bruttoresultat och bruttomarginal



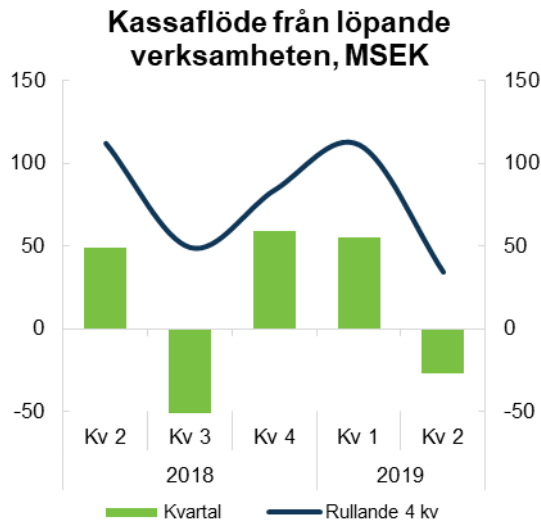
- Fortsatt gynnsam produkt- och kontraktsmix, jämförbar med Kv 2 2018
- Sänkta priser på standardkomponenter och en högre automationsgrad inom produktion bidrar positivt till bruttomarginalen
- Ökad utnyttjandegrad av båtfrakter som en del av hållbarhetsstrategin har påverkat bruttomarginalen positivt

# Kraftig ökning av rörelseresultat och rörelsemarginal



- Omsättningstillväxt och förbättrad bruttomarginal lyfter lönsamheten
- Positiva valutaeffekter
- Ökade rörelsekostnader till följd av satsningar inom produktutveckling och en stärkt marknadsnärvaro
- Stabil grund för fortsatt tillväxt och marknadspenetration

# Hög kapitalbindning pressar kassaflödet



- Negativt kassaflöde från den löpande verksamheten med -27 MSEK
- Ökad kapitalbindning till följd av:
  - Ökat lager för upprätthållande av en god skalbarhet för att möta förväntade ledtider till kunder med en bred geografisk spridning
  - Ökad utnyttjandegrad av båtfrakter som en del av hållbarhetsstrategin
  - Högre investeringar i produktutveckling och anläggningstillgångar för ökad skalbarhet i produktion
  - Högre kundfordringar till följd av omsättningstillväxt
- Kassaflödet bör ses över tiden
- Stark balansräkning möjliggör fortsatt innovationskraft

# Sammanfattande kommentarer

- Starka drivkrafter för accelererande butiksdigitalisering
- Låg penetrationsgrad av ESL-system på de flesta marknader
- Tillväxt på marknaden; fortsatt stort intresse för Pricers lösningar
- Ökad kundbas spridd över flera geografiska marknader → ökad stabilitet av underliggande intäktsströmmar men fortsatt volatilitet utifrån stora kundprojekt
- Pricers lösning för produktpositionering kombinerat med blink-funktionen i etiketten aktiverat hos flera stora detaljhandelskedjor
- Konkurrenssituationen fortsatt hård; Pricers styrka ligger i systemets prestanda och funktionalitet
- Nordamerikanska marknaden ställer höga krav på systemets uppdateringshastighet och pålitlighet vilket lämpar sig väl för Pricers kommunikationsteknologi



# Varför investera i Pricer?

- Stark underliggande tillväxt på marknaden; digitalisering av fysisk detaljhandel ses som nödvändighet för bibehållen konkurrenskraft
- Bästa systemet på marknaden → Unik och svårkopierad teknisk lösning; bygger på pålitlig, skalbar, energisnål och störningsfri kommunikation
- Stark balansräkning → fortsatt innovationskraft
- Global närvaro med stor installerad bas
- Lång erfarenhet av att ta fram lösningar som fungerar väl i detaljhandeln
- Blinkfunktionalitet i etiketterna kombinerat med dynamisk positionering av produkter i butiken möjliggör såväl kostnadsreduktioner som ökad försäljning och förbättrad kundnöjdhet

# PRICER

BRINGING TRUST TO RETAIL

