

Lindex resultat och försäljningsutveckling för 2020 och fjärde kvartalet



Lindex presenterar idag sitt resultat och sin försäljning för 2020 samt fjärde kvartalet. Den globala coronasituationen och dess effekter påverkade försäljningsutvecklingen under året men tack vare modeföretagets snabba digitala tillväxt och effektiva kostnadsåtgärder redovisar Lindex ett stabilt helårsresultat för 2020.

Lindex rörelseresultat för 2020 uppgick till 323* MSEK (340* MSEK 2019). Den snabba digitala tillväxten och modeföretagets effektiva kostnadsåtgärder bidrog till det stabila helårsresultatet. Modeföretaget redovisar också en stärkt marginal för såväl fjärde kvartalet som för helåret.

"Det har onekligen varit en turbulent tid, präglad av den globala coronasituationen med restriktioner, minskad butikstrafik och periodvis stängda butiker för flertalet av våra försäljningsmarknader. Vi har verkligen utmanats men också lärt oss och åstadkommit väldigt mycket. Jag är stolt över hur snabbt vi har lyckats anpassa oss för att möta vår starka digitala tillväxt och hur vi med rätt prioriteringar, effektiva åtgärder samt fantastiskt bidrag från alla engagerade medarbetare parerat situationen tillsammans. Vi redovisar ett helårsresultat för 2020 som är nästan i paritet med föregående års mycket starka resultat", säger VD Susanne Ehnåge.

Lindex totala försäljning för 2020 minskade med 10,9 procent i lokala valutor och med 12,6 procent i SEK. Den totala försäljningen under fjärde kvartalet minskade med 13,4 procent i lokala valutor och med 15,3 i SEK. Modeföretaget visar en bättre försäljningstillväxt än marknaden under både 2020 och fjärde kvartalet för alla nordiska försäljningsländer.

Lindex fortsatte sin starka tillväxt online med en försäljningsökning på 103 procent för helåret och 145 procent för fjärde kvartalet. Företagets e-handel fördubblades och till och med tredubblades för vissa marknader för både helåret och fjärde kvartalet. Försäljningen med externa online-partners fördubblades för helåret och mer än tredubblades för fjärde kvartalet. Totalt utgjorde den digitala försäljningen 15,6 procent av Lindex försäljning under 2020 (6,6 procent 2019) och 21,8 procent under fjärde kvartalet (7,3 procent Q4 2019).

”Med vårt konkurrenskraftiga och mer hållbara erbjudande har vi tagit marknadsandelar på alla våra nordiska försäljningsmarknader. Vi utvecklar ständigt vårt erbjudande utifrån kundens behov och lanserade nyligen Lindex activewear, sömlösa plagg av återvunna material designade med komfort och välbefinnande i fokus. Vi kommer se fortsatt ökad tydlighet i våra modekoncept och vi tar ytterligare steg i Lindex varumärkesarbete. För att fortsätta stå starka och säkra ett motståndskraftigt bolag fortlöper våra kraftfulla satsningar inom den digitala utvecklingen, integreringen av våra försäljningskanaler och optimeringen av vår butiksportfölj. Hur vi möter och skapar värde för vår kund är avgörande för vår framgång, där innovation och hållbarhet, ur alla aspekter, är centrala delar för oss”, säger Susanne Ehnåge.

**Lindex rörelseresultat redovisas exklusive IFRS16 leasingavtal.*

För mer information, kontakta;

Kristina Hermansson, Senior PR & Communications Manager

Telefon: +46 (0) 31 739 50 70

E-mail: press@lindex.com