

# Q1

## DELÅRSRAPPORT JANUARI-MARS 2022

### Ökande marknadsandelar i en turbulent omvärld

#### VÄSENTLIGA HÄNDELSER UNDER KVARTALET

- Nettoomsättningen steg med 26,8 % till 871 (687) MSEK.
- Bruttomarginalen uppgick till 25,2 % (21,5)
- Rörelseresultatet sjönk till 65 (73) MSEK. Rörelsemarginalen uppgick till 7,5 % (10,6).
- EBITA, justerad, ökade till 95 (78) MSEK. EBITA-marginalen, justerad, uppgick till 10,9 % (11,4).
- Marknadsandelen mätt i volym ökade i Sverige till 25,8 % (25,4) i Finland till 16,9 % (16,4) och i Norge till 5,5 % (3,4).
- Anna Möller rekryterades som Chief Operating Officer och blev del av ledningsgruppen 7 mars.
- Avtal tecknades med Speqta AB om förvärv av samtliga aktier i MyTaste & Food AB (Vinklubben), Sveriges största online community för vin. Köpeskillingen uppgick till 120 MSEK på kontant och skuldfri basis. Transaktionen slutfördes 1 april.
- Styrelsen föreslår årsstämman en ordinarie utdelning om 1,50 SEK per aktie.

#### VÄSENTLIGA HÄNDELSER EFTER KVARTALET SLUT

- Förvärvet av MyTaste & Food AB (Vinklubben) slutfördes enligt plan med transaktion 1 april.
- Christian Fricke, VD Viva eCom blev del av ledningsgruppen 1 april.

#### FINANSIELL SAMMANSTÄLLNING, KONCERN

MSEK	Kvartal		Förändr %	Helår	
	jan-mar 2022	2021		RTM	2021
Nettoomsättning	871	687	26,8	3 515	3 331
Bruttomarginal (%) <sup>1)</sup>	25,2	21,5		24,5	23,7
EBITA <sup>1)</sup>	89	76	18,0	577	564
EBITA-marginal (%) <sup>1)</sup>	10,3	11,0		16,4	16,9
EBITA, justerad <sup>1)</sup>	95	78	21,6	416	399
EBITA-marginal, justerad (%) <sup>1)</sup>	10,9	11,4		11,8	12,0
Rörelseresultat (EBIT) <sup>1)</sup>	65	73	-10,1	513	521
Rörelsemarginal (%) <sup>1)</sup>	7,5	10,6		14,6	15,6
Nettoskuld <sup>1)</sup>	465	276			545
Soliditet (%) <sup>1)</sup>	48,5	30,7			45,5
Resultat per aktie	0,56	0,86		5,92	6,63
Genomsnittligt antal anställda	345	174			240

<sup>1)</sup> APM, Alternativt prestationsmått, se Nyckeltal definitioner sid 22.



# En stark inledning i en turbulent omvärld

Viva Wine Group inledde 2022 starkt med en tillväxt på nästan 27 procent, till stor del tack vare föregående års förvärv, och tog marknadsandelar på en i övrigt svag marknad.

## ETT UTMANANDE KVARTAL

Första kvartalet saknade inte utmaningar och präglades av flera faktorer som påverkade vår verksamhet. I början av året bidrog omikron till höga sjuktal och minskad vinkonsumtion. I februari inleddes det besinningslösa kriget mot Ukraina vilket har fått följdverkningar på prisutveckling, allmän oro och inte minst bristsituation på vissa insatsvaror. Tydligt är också att kunderna delvis har återgått till tidigare vanor med mer restaurangbesök och resande i takt med att restriktioner har släppts. För ett år sedan befann vi oss mitt i pandemin och vi gynnades då av ett annat konsumtionsmönster. Restriktionerna i många europeiska länder lättades inte förrän till sommaren föregående år. Sammantaget är det flera faktorer som bidrar till ett ganska utmanande kvartal.

## STÄRKTA MARKNADSPPOSITIONER

Trots alla utmaningar och oron i omvärlden är jag väldigt nöjd med vår utveckling under första kvartalet. Vi har stärkt vår position på samtliga nordiska monopolmarknader och ökat våra marknadsandelar. Detta är i huvudsak drivet av stark produktutveckling. Bäst har det gått i Norge där vi ökade vår andel med två procentenheter. I Finland har vi återtagit vår position som näst störst på marknaden och i Sverige har vi ytterligare förstärkt vår förstaplats. E-handelsmarknaden i Europa har normaliserats från en mycket speciell period föregående år då försäljningen var driven av ett nedstängt samhälle. Samtidigt kan vi se att kunderna, som har vant sig vid att handla online, även fortsättningsvis kommer att göra det och vi fortsätter vår satsning att expandera på nya marknader.

## ÖKADE KOSTNADER GER TILLFÄLLIG MARGINALPRESS

Flera omvärldsfaktorer har drivit upp kostnaderna och, förutom stigande inflation, har krig och containerbrist inneburit ökade produkt- och transportkostnader. Det bidrog till en något lägre lönsamhet i första kvartalet eftersom den första prisjusteringsperioden, som är styrd av monopolen, inträffade först i mars. Att bibehålla marginalerna framåt är väldigt viktigt för oss och vi kommer att göra flera prisjusteringar på samtliga marknader för att skydda våra marginaler.

## FÖRSTÄRKT LEDNINGSGRUPP FÖR ÖKAD UTVÄXLING

Efter ett mycket intensivt 2021 med rekordförvärv och börsnotering, är fokus nu att ta fram synergierna och optimera verksamheterna. I Tyskland pågår integrationen av vår e-handelsverksamhet för fullt, inklusive lageroptimering, vilket kommer att vara klart i mitten av nästa år. Under kvartalet beslöt vi att förtydliga e-handelsverksamhetens strategiska betydelse genom att från 1 april utöka ledningsgruppen med Christian Fricke, VD för Viva eCom.



På den nordiska marknaden finns mycket synergier att göra inom flera områden, till exempel produktutveckling. Därför rekryterade vi i mars Anna Möller till COO, med tydligt uppdrag att optimera våra verksamheter på de nordiska monopolmarknaderna. Hon har en perfekt bakgrund för detta med en lång erfarenhet från branschen. Anna och Christian är två viktiga pusselbitar för att ta Viva Wine Group till nästa nivå.

## FORTSATT FOKUS PÅ FÖRVÄRV

Vi ser fortsatt många spännande förvärvsmöjligheter både i Europa och i Norden och en stor del av min egen tid går till just detta. Vi har en historik av framgångsrika förvärv och det har alltid varit viktigt att hitta verksamheter som kompletterar oss på rätt sätt. Förvärvet av Mytaste Food & Beverage AB, ägare till Vinklubben, är ett exempel på det. Vinklubben är Sveriges största online community för vin med 1,6 miljoner medlemmar. Att komma kunden så nära som möjligt är en del av vår strategi.

Det är svårt inte avsluta med att säga något om det ohyggliga kriget i Ukraina. Viva Wine Group påverkas bara indirekt av kriget och vi har beredskap och planer för att parera detta. Men våra tankar går till alla de människor som drabbas direkt av kriget och vi har bidragit på det sätt vi kunnat med donationer till internationella hjälporganisationer. Jag hoppas av hela mitt hjärta att vi snart får ett slut på detta krig och det lidande och turbulens som kriget medfört.

**Emil Sallnäs, VD Viva Wine Group  
Stockholm, maj 2022**

# Koncernens utveckling

## MARKNAD

Under första kvartalet påverkades de nordiska monopolmarknaderna och den europeiska e-handelsmarknaden negativt av flertal samverkande och på varandra följande effekter. Kvartalet inleddes med stor smittspridning och höga sjuktal kopplade till coronavirusets omikronvariant, vilket följdes upp med lättade restriktioner och kanalskifte till restaurang och ökad reseinförsel. Sedan inleddes kriget i Ukraina vilket påverkade konsumentsentiment och bidrog till fortsatta störningar på globala transportkedjor samt ökat inflationstryck i hela värdekedjan. Första kvartalets försäljningsutveckling påverkades också negativt av att påsken låg sent detta år, vilket innebar att huvuddelen av påskförsäljningen skedde i april.

De svenska och nordiska monopolmarknaderna uppvisade däremot en fortsatt underliggande styrka och stabilitet och marknadsvolymer låg över de nivåer som syntes före pandemin. Koncernens svenska och nordiska dotterbolag fortsätter som helhet att stärka sin ställning, ta marknadsandelar och växa snabbare än marknaden i stort med starka bruttomarginaler. Särskilt vår norska verksamhet har utvecklats mycket positivt under kvartalet.

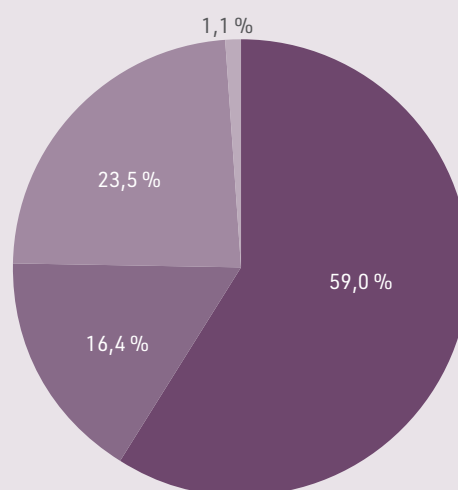
Upphävandet av pandemirestriktioner har också dämpat utvecklingen av europeisk e-handel betydligt men den underliggande trenden med skifte från detaljhandel till e-handel kvarstår och är fortsatt på en högre nivå än före pandemin.

## NETTOOMSÄTTNING

### Kvartalet

I första kvartalet ökade Viva Wine Groups nettoomsättning med 26,8 procent till 871 (687) MSEK, jämfört med motsvarande kvartal 2021. Betydande del av nettoomsättningsökningen kan härledas till förvärvet av e-handelsverksamheten Vicampo, som bidrog med 166 MSEK, samt förvärvet av Norwegian Beverage Group, som bidrog med 67 MSEK. Den organiska omsättningstillväxten var negativ under kvartalet. Den största negativa organiska omsättningstillväxten i procent fanns i vår verksamhet utanför Europa (segment Övrigt).

### NETTOOMSÄTTNING ANDEL %, SENASTE KVARTAL



■ Sverige ■ Norden ■ eCom ■ Övrigt

### NETTOOMSÄTTNING (MSEK)

	Kvartal			Helår	
	jan-mar	2021	Förändr %	RTM	2021
2022	514	537	-4,2	2 328	2 350
Sverige	143	77	85,2	491	426
Norden	205	55	272,0	636	486
eCom	11	21	-69,1	64	73
Övrigt	-1	-2	-92,0	-3	-4
Elimineringar	871	687	26,8	3 515	3 331
<b>Totalt</b>					

### ORGANISK OMSÄTTNINGSTILLVÄXT (MSEK)

	jan-mar		Helår	
	2022	2021	RTM	2021
Nettoomsättning	871	687	3 515	3 331
Förvärvad nettoomsättning	-234	-25	-640	-431
Valutaeffekt	-5	9	4	17
Organisk nettoomsättning	632	671	2 879	2 918
Jämförelseperiodens omsättning	687		2 931	2 845
Organisk omsättningstillväxt (%)	-8,0		-1,8	2,6

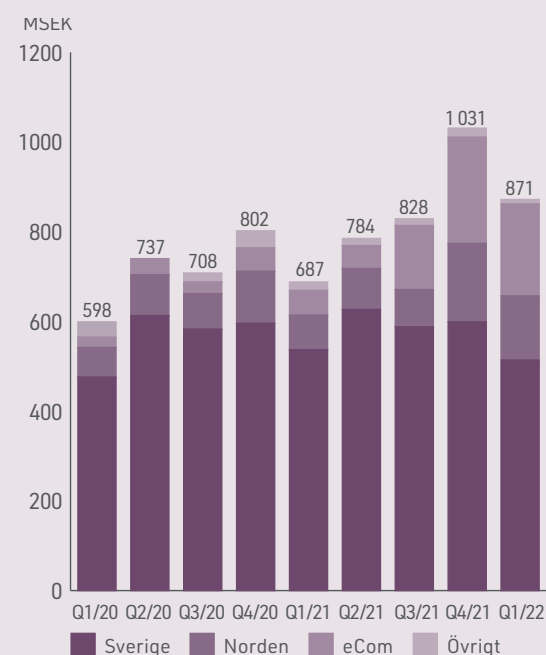
## RÖRELSERESULTAT

### Kvartalet

Koncernens rörelseresultat under första kvartalet uppgick till 65 (73) MSEK. Avskrivning på övervärden hänförliga till nya förvärv efter Q1 2021 uppgår till 20 MSEK. Periodens jämförelsestörande poster uppgick till -6 MSEK och bestod av bonusar till grundarna i förvärvad E-handelsverksamhet.

Justerat EBITA uppgick till 95 (78) MSEK där de förvärvade verksamheterna, Vicampo bidrog med +23 MSEK före avskrivningar av övervärden, och verksamheten i Norge bidrog med +13 MSEK före avskrivningar av övervärden.

## NETTOOMSÄTTNING PER KVARTAL



### RÖRELSERESULTAT (EBIT)

MSEK	Kvartal		Förändr %	Helår	
	jan-mar 2022	2021		RTM	2021
Sverige	58	65	-9,9	285	291
Norden	14	8	70,4	55	49
eCom	-3	-3	15,3	-13	-13
Övrigt	-4	3	-243,4	186	193
Elimineringar	0	0	-100,0	0	0
<b>Totalt</b>	<b>65</b>	<b>73</b>	<b>-10,1</b>	<b>513</b>	<b>521</b>

### EBITA, JUSTERAD

MSEK	Kvartal		Förändr %	Helår	
	jan-mar 2022	2021		RTM	2021
Sverige	58	65	-9,9	286	292
Norden	19	8	134,0	64	53
eCom	20	-2	1 355,7	55	33
Övrigt	-2	7	-137,2	12	21
Elimineringar	0	0	-100,0	0	0
<b>Totalt</b>	<b>95</b>	<b>78</b>	<b>21,6%</b>	<b>416</b>	<b>399</b>

## NETTORESULTAT

### Kvartalet

Nettoresultat för första kvartalet 2022 uppgick till 55 (71) MSEK. Finansnetto uppgick till 4 MSEK jämfört med 18 MSEK föregående år och påverkades starkt positivt av valutakurseffekter på 9 (18) MSEK. Under 2022 har även räntor om 4 MSEK belastat kvartalet för lån som tagits i samband med förvärvet av Vicampo.

## FINANSIELL STÄLLNING OCH LIKVIDITET

Eget kapital i koncernen uppgick den 31 mars 2022 till 1 810 (462) MSEK. Soliditeten stärktes och uppgick till 48,5 (30,7) procent.

Likvida medel uppgick den 31 mars 2022 till 398 (19) MSEK. Därutöver fanns vid kvartalets utgång outnyttjade kreditlöften om 155 MSEK. Koncernens nettoskuld, inklusive leasingkulder enligt IFRS 16, minskade under kvartalet med 80 MSEK till 465 MSEK den 31 mars 2021. Nettoskuld/EBITDA, för den senaste 12-månadersperioden, uppgick till 0,8.

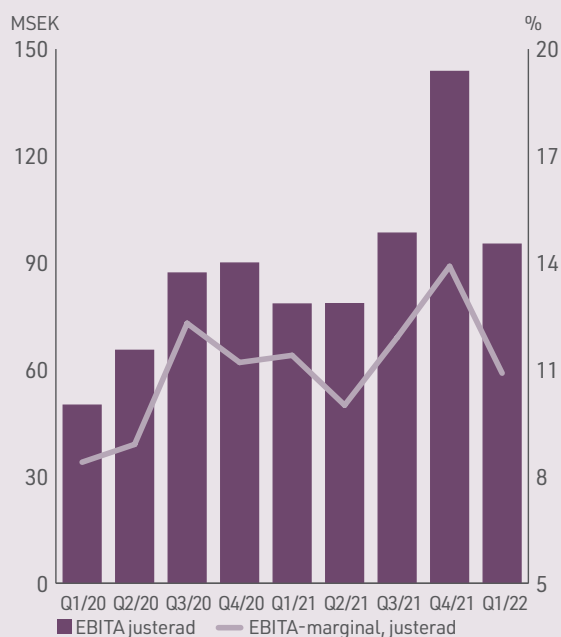
## KASSAFLÖDE

Kassaflödet för perioden stärktes med 87 MSEK till 63 (-24) MSEK. Kassaflödet från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital ökade och uppgick under första kvartalet till 67 (47) MSEK. Kassaflödet från förändring av rörelsekapital uppgick till 33 (-71) MSEK. Under kvartalet har amortering skett på skuld om 23 MSEK vilket påverkade kassaflödet från finansieringsverksamheten som uppgick till -36 MSEK.

## EGET KAPITAL

Viva Wine Groups egna kapital ökade under kvartalet med 74 MSEK till 1 810 MSEK. Ökningen bestod, utöver periodens resultat, till största del av positiva valutaeffekter kopplade till innehav i dotterbolag.

## PERIODENS RESULTAT (MSEK)



# Sverige

Vi stärkte vår position på den svenska marknaden med ökade marknadsandelar. Detaljhandelsmonopolets totala försäljning minskade under kvartalet med 8,6 procent. Marknaden påverkades av betydande smittspridning och höga sjuktal i januari. I februari öppnades det svenska samhället upp med borttagna pandemirestriktioner vilket resulterade i fler restaurangbesök och ökad resandeförsel. Även mars utvecklades svagt då försäljningen inför påskhelgen flyttades till april som följd av den sena påsken. Inflation- och krigsoro kan också ha bidragit till en dämpad efterfrågan.

Vår svenska verksamhet utvecklades bättre än marknaden. Försäljningen via detaljhandelsmonopolet minskade med -7,4 procent vilket var mindre än detaljhandelsmonopolets totala minskning under kvartalet på -8,6 procent. Detta medförde en förstärkt marknadsandel mätt i volym till 25,8 procent, en ökning med 0,3 procentenheter jämfört med första kvartalet 2021. Vi befäster därmed vår position som största leverantör på den svenska marknaden.

## OMSÄTTNING

Nettoomsättningen minskade under första kvartalet till 514 (537) MSEK och den organiska tillväxten uppgick till -4,2 procent. Minskningen förklaras delvis av pandemieffekter, delvis av säsongeffekter. Föregående år var påsken tidig, varpå försäljningen då skedde i mars. Detta års sena påsk medförde istället att merparten av påskförsäljningen flyttats till april.

## RESULTAT

Rörelseresultatet uppgick till 58 (65) MSEK under kvartalet. Den justerade EBITA-marginalen uppgick till 11,4 (12,1) procent och ligger inom den långsiktiga målnivån på 10 – 12 procent.

Under det första kvartalet har den svenska verksamheten påverkats negativt av ökade hemtagningkostnader samt ofördelaktig valutakurs gentemot EUR. Kostnadsökningarna har inte varit möjliga att föra vidare till konsumentledet förrän i mars månad, som var det första av årets två prissättningsfönster på det svenska detaljhandelsmonopolet. Detta ledde till något försämrade bruttomarginaler under kvartalet.

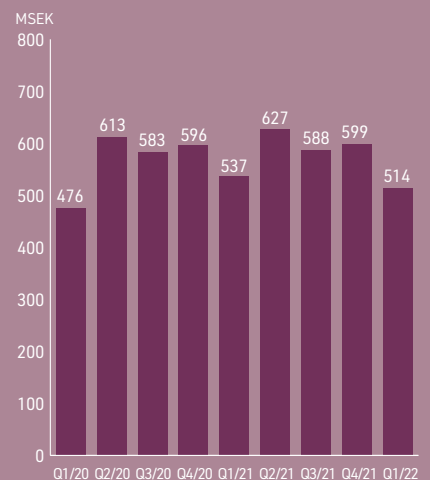
MSEK	jan-mar		Förändr %	Helår	
	2022	2021		RTM	2021
Nettoomsättning	514	537	-4,2	2 328	2 350
EBITA	58	65	-9,9	286	292
EBITA justerad	58	65	-9,9	286	292
EBITA-marginal, justerad (%)	11,4	12,1		12,3	12,4
Rörelseresultat (EBIT)	58	65	-9,9	285	291
Rörelsemarginal (%)	11,3	12,1		12,3	12,4

Organisk omsättningstillväxt (MSEK)	jan-mar		Helår	
	2022	2021	RTM	2021
Nettoomsättning	514	537	2 328	2 350
Förvärvat nettoomsättning	-	-5	-	-5
Valutaeffekt	-	-	-	-
Organisk nettoomsättning	514	531	2 328	2 345
Jämförelseperiodens omsättning	537		2 363	2 268
Organisk omsättningstillväxt (%)	-4,2		-1,5	3,4

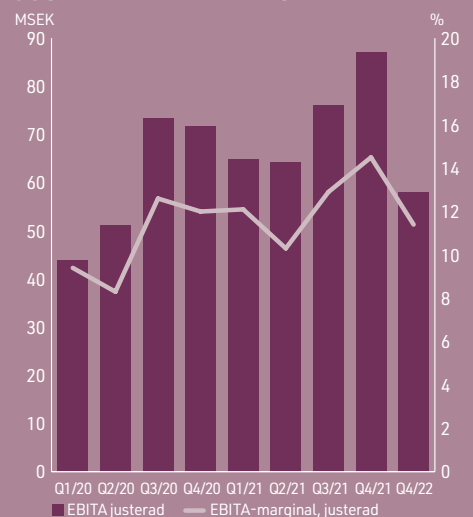
# 59,0%

# 25,8%

## NETTOOMSÄTTNING PER KVARTAL



## JUSTERAD EBITA OCH JUSTERAD EBITA-MARGINAL



# Norden

Vår nordiska verksamhet utvecklades väsentligt bättre än marknaden som helhet och vi ökade marknadsandelarna i både Finland och Norge. Både det norska och det finska detaljhandelsmonopolet uppvisade betydande försäljningstapp under kvartalet. Utöver normal säsongseffekt förklaras minskningarna av stor smittspridning i januari, lättade restriktioner och återuppöppnade gränser i februari och förskjuten påskförsäljning från mars till april som följd av den sena påsken. Inflation- och krigsoro kan också ha bidragit till dämpad efterfrågan. Totalt för kvartalet minskade den nordiska marknaden med 22,2 procent. Minskningen i Norge var 26,6 procent, och i Finland var minskningen 13,6 procent.

Viva Wine Groups nordiska verksamhet utvecklades väsentligt bättre än den nordiska marknaden totalt. Försäljningen minskade, men bara med 2,8 procent jämfört med marknadens minskning om 22,2 procent.

Vår norska verksamhet utvecklades klart bättre än marknaden. Försäljningen via detaljhandelsmonopolet ökade med hela 16,8 procent, trots att gränshandeln återetablerades under kvartalet, vilket innebar ytterligare marknadsandelar. Marknadsandelen mätt i volym uppgick till 5,5 procent under kvartalet, en förbättring med 2,0 procentenheter jämfört med föregående år.

Vår finska verksamhet utvecklades även den bättre än marknaden men redovisar en minskad försäljning via detaljhandelsmonopolet på -10,8 procent. Det ledde till en förstärkt marknadsandel mätt i volym på 16,9 procent, motsvarande en ökning med 0,5 procentenheter jämfört med första kvartalet 2021.

## OMSÄTTNING

Nettoomsättningen ökade under kvartalet till 143 (77) MSEK, en ökning i huvudsak kopplad till förvärvet av Norwegian Beverage Group som skedde under fjärde kvartalet 2021. Den organiska tillväxten i den finska verksamheten uppgick till -5,1 procent under kvartalet, vilket är mindre än volymnedgången och bättre än marknadens utveckling i sin helhet. Den organiska omsättningen har under kvartalet påverkats negativt av omräkningsdifferenser på 2,6 MSEK.

## RESULTAT

Rörelseresultatet ökade under kvartalet till 14 (8) MSEK. Den förvärvade verksamheten i Norge bidrog med 8 MSEK. Rörelseresultatet i den finska verksamheten var något svagare än föregående år. Bruttomarginalen har varit under press i kvartalet till följd av ökade inköspriser och hemtagningkostnader. Kostnadsökningarna har inte varit möjliga att föra vidare ut i konsumentledet före monopolens kommande prissättningsfönster. Segment Nordens justerade EBITA-marginal uppgick till 13,7 procent under kvartalet. Ett starkt kvartal i Norge bidrog till att öka marginalen med 2,9 procentenheter jämfört med föregående år.

MSEK	jan-mar		Förändr %	Helår	
	2022	2021		RTM	2021
Nettoomsättning	143	77	85,2	491	426
EBITA	19	8	134,0	64	53
EBITA justerad	19	8	134,0	64	53
EBITA-marginal, justerad (%)	13,7	10,8		13,0	12,4
Rörelseresultat (EBIT)	14	8	70,4	55	49
Rörelsemarginal (%)	9,9	10,8		11,2	11,6

Organisk omsättningstillväxt (MSEK)	jan-mar		Helår	
	2022	2021	RTM	2021
Nettoomsättning	143	77	491	426
Förvärvad nettoomsättning	-67	-	-132	-65
Valutaeffekt	-3	4	5	12
Organisk nettoomsättning	73	81	365	373
Jämförelseperiodens omsättning	77		364	353
Organisk omsättningstillväxt (%)	-5,1		0,2	5,6

# 16,4%

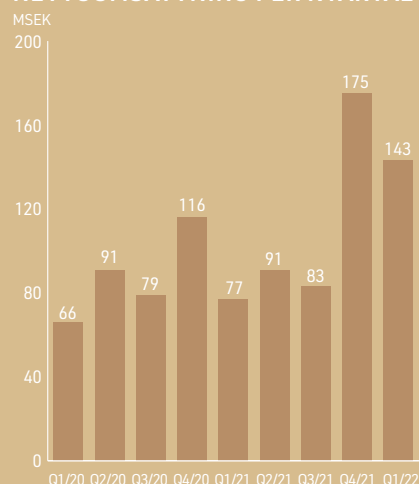
VIVA WINE GROUPS  
MARKNADSANDEL I FINLAND

# 16,9%

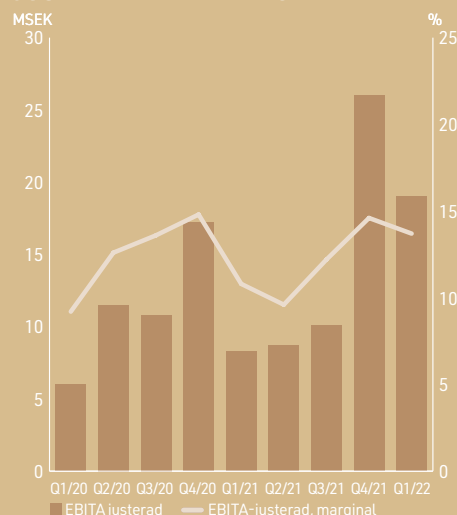
VIVA WINE GROUPS  
MARKNADSANDEL I NORGE

# 5,5%

## NETTOOMSÄTTNING PER KVARTAL



## JUSTERAD EBITA OCH JUSTERAD EBITA-MARGINAL



# Viva eCom

Den europeiska e-handelsmarknaden uppvisade en fortsatt avmattning under kvartalet vilket även påverkade marknaden för vin. Som förväntat har avvecklade pandemirestriktioner och återöppnade restauranger medfört visst kanalskifte och uppsving för traditionella köpmönster. Men den underliggande trenden med skifte från detaljhandel till e-handel kvarstår och är fortsatt på en högre nivå än före pandemin. Utöver avvecklade pandemirestriktioner så har kriget i Ukraina och inflationsoro påverkat kundernas köpbeteende negativt.

Viva eComs utvecklades i linje med den övergripande e-handelsmarknaden men uppvisade fortsatt stabila marginaler. Med föregående års förvärv av Vicampo och dess plattformar Vicampo och Weinfürst ökade segmentets nettoomsättning betydligt och den lönsamma Vicampoverksamheten påverkade även rörelseresultatet och rörelsemarginalen positivt.

## OMSÄTTNING

Nettoomsättningen ökade betydligt under kvartalet till följd av förvärvet av Vicampo i augusti 2021. Under kvartalet nådde nettoomsättningen 205 (55) MSEK, varav 166 MSEK i kvartalet kan härledas till Vicampo. Den organiska tillväxten i Viva eCom uppgick till -32,5 procent i kvartalet. Hänsyn ska tas till att den ursprungliga eCom-verksamheten som den organiska tillväxten beräknas på endast uppgår till 37 MSEK i kvartalet vilket motsvarar 19 procent av segmentets omsättning och 4 procent av koncernens totala omsättning. Tappet på 17 MSEK motsvarar 2,6 procent i omsättningsminskning av koncernens omsättning första kvartalet 2021 på 687 MSEK.

## RESULTAT

Rörelseresultatet för kvartalet uppgick till -3 (-3) MSEK, där den förvärvade verksamheten Vicampo bidrog med 17 MSEK före avskrivningar av övervärden på -15 MSEK.

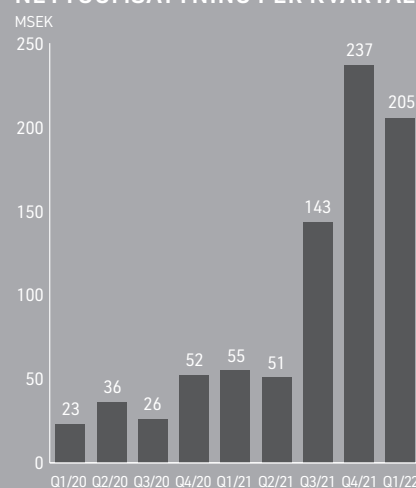
Segmentet redovisar ett EBITA justerat för jämförelsestörande poster på 20 MSEK, en förbättring med 22 MSEK jämfört med motsvarande kvartal föregående år. Den justerade EBITA-marginalen har förbättrats från -2,9 procent till +9,7 procent. Huvudsakligen till följd av förvärvet av Vicampo men även förbättrade bruttomarginaler i ursprunglig eCom-verksamhet har bidragit.

MSEK	jan-mar		Förändr %	Helår	
	2022	2021		RTM	2021
Nettoomsättning	205	55	272,0	636	486
EBITA	14	-2	987,2	35	19
EBITA justerad	20	-2	1355,7	55	33
EBITA-marginal, justerad (%)	9,7	-2,9		8,6	6,8
Rörelseresultat (EBIT)	-3	-3	15,3	-13	-13
Rörelsemarginal (%)	-1,4	-6,2		-2,0	-2,7

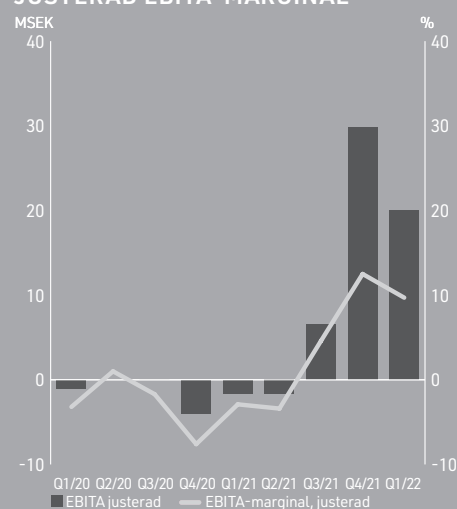
	jan-mar		Helår	
	2022	2021	RTM	2021
Organisk omsättningstillväxt (MSEK)				
Nettoomsättning	205	55	636	486
Förvärvad nettoomsättning	-166	-19	-501	-353
Valutaeffekt	-1	3	0	4
Organisk nettoomsättning	37	40	135	138
Jämförelseperiodens omsättning	55		169	137
Organisk omsättningstillväxt (%)	-32,5		-19,9	0,3

# 23,5%

## NETTOOMSÄTTNING PER KVARTAL



## JUSTERAD EBITA OCH JUSTERAD EBITA-MARGINAL





## SEGMENT

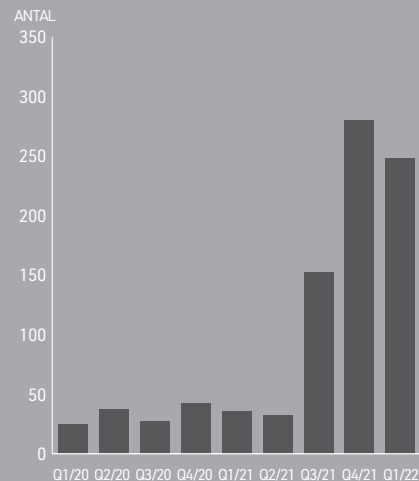
# Viva eCom (forts)

Tillväxten i antal ordrar, antal förstagångsordrar (antal nya kunder) och antal aktiva kunder har ökat markant jämfört föregående år i och med förvärvet av Vicampo. Andel av omsättning från återkommande kunder var på en stabil nivå. Antal order per aktiv kund proforma låg på en motsvarande nivå som föregående år. Det genomsnittliga ordervärdet minskade, vilket är en effekt av vår breddning av kundsegment genom förvärvet av Vicampo. Genom förvärvet av Vicampo och dess plattformar, Vicampo och Weinfürst, når Viva eCom en större kundbas och erbjuder viner i fler prissegment vilket kompletterar Wine in Blacks inriktning på de dyrare prissegmenten.

Orderöversikt eCom	jan-mar		Förändr	Helår	
	2022	2021	%	RTM	2021
Antal order (tusental)	248	36	593,2	712	500
Antal förstagångsordrar (tusental)	64	10	569,7	194	140
Antal aktiva kunder (tusental)	507	55	825,1	507	537
Antal order per aktiv kund proforma*	2,0	2,1	-2,1	2,0	2,1
Andel av omsättning från återkommande kunder (%)	74,3	75,7		76,8	78,2
Genomsnittligt ordervärde (SEK)	821	1 273	-34,1	893	897

\* För rättvisande jämförbarhet av nyckeltalet så ingår Vicampos i jämförelseperioden på samma sätt som övriga enheter.

## ANTAL ORDRAR (TUSENTAL)



## SÄSONGSVARIATIONER

Det finns betydande säsongsvariationer i konsumtionen av alkoholhaltiga drycker som påverkar nettoomsättningen och kassaflödet för Viva Wine Group. Vanligtvis genereras störst intäkter under andra och fjärde kvartalet medan intäkterna under årets första och tredje kvartal normalt är lägre. Framförallt första kvartalet kan påverkas av datum för påskhögtiden. Sommarmånadernas försäljning är också delvis väderberoende, där soligt och vackert sommarväder är försäljningsdrivande, framför allt för produktsegmentet rosévin.

## RISKER OCH OSÄKERHETSFAKTORER

Verksamheten påverkas under året även av valutarisker, hänförliga till växelkurser, och råvarurisker, hänförliga till skörd. Det förekommer även politiska och fiskala risker där det över årens lopp ibland sker punktskatt höjningar. Effekter av punktskatt höjningar är ofta tillfälliga, där försäljningen återhämtar sig inom några kvartal och därefter fortsätter öka. För en komplett redogörelse av riskerna, se Viva Wine Group Års- och hållbarhetsredovisning.

## TRANSAKTIONER MED NÄRSTÅENDE

Transaktioner med närstående innefattade transaktioner med intressebolag och joint venture samt ersättning till ledande befattningshavare tillika delägare i form av lön och pension. Se mer i not 7.

## FÖRÄNDRINGAR I KONCERNLEDNING

Anna Möller rekryterades som Chief Operating Officer Nordics till Viva Wine Group 7 mars 2022. Rollen Chief Operating Officer Nordics är en ny central funktion i Viva Wine Group med ansvar för att realisera synergier mellan de svenska och nordiska affärssegmenten och utgör del av ledningsgruppen.

Viva Wine Group utökade koncernledningen med Christian Fricke, VD Viva eCom Group, från och med den 1 april 2022.

## HÄNDELSE EFTER FÖRSTA KVARTALET

Den 1 april 2022 förvärvade Viva Wine Group samtliga aktier i Mytaste Food & Beverage AB ("Vinklubben"). Genom förvärvet av Vinklubben stärker Viva Wine Group ytterligare sin relation med svenska konsumenter och fortsätter den inslagna strategin att stärka Bolagets tillväxt med strategiskt viktiga förvärv. Viva Wine Group bedriver sedan tidigare två av den svenska marknadens mest framgångsrika vinklubbar Viva Vin & Mat och Tryffelvinets Vinklubb. Vinklubb.se och verksamheten i Mytaste Food & Beverage AB kommer fortsätta drivas som ett fristående bolag. Köpeskillingen uppgick till cirka 120 MSEK på en skuldfri basis och erlades kontant.

## HÅLLBARHET

Hållbarhet utgör en av Viva Wine Groups främsta drivkrafter och framgångsfaktorer. Koncernen är svensk och nordisk marknadsledare på ekologiskt och etiskt certifierat vin och utvecklar tillsammans med partners klimateffektiva transporter och förpackningar. Under första kvartalet genomfördes 2021 års klimatrapportering till svenska dryckesbranschens klimatinitiativ samt till Viva Wine Groups hållbarhetsredovisning som lanserades 27 april 2022.

## MEDARBETARE

Per 31 mars uppgick medelantalet anställda till 345 personer, en ökning jämfört mot första kvartalet föregående års 174 anställda. Ökningen beror delvis på organisk tillväxt men härleds framför allt till förvärvade bolag och i synnerhet Vicampo i Tyskland. Vicampo hanterar sin egen logistik och har därmed egen lagerpersonal.

## MODERFÖRETAGET

Moderbolagets balansräkning stärktes under första kvartalet, eget kapital ökade med 44 MSEK till 1 762 MSEK till följd av erhållna utdelningar. Skulder till kreditinstitut amorterades under kvartalet med 20 MSEK, balansomslutning vid kvartalets slut uppgick till 2 648 (629) MSEK.

## PRESENTATION

Viva Wine Groups delårsrapport för första kvartalet 2022 offentliggörs den 12 maj 2022 kl 08.00. Samma dag kl 11.30 hålls en presentation med frågestund av VD Emil Sallnäs och CFO Linn Gäfvert. Webbsändningen med telefonkonferens nås på <https://tv.streamfabriken.com/viva-wine-group-q1-2022>, och på följande nummer, med PIN: 54434530#:

SE: +46850558369

UK: +443333009271

US: +1 6319131422

Presentationen kommer göras tillgänglig på <https://investors.vivagroup.se/sv/rapporter-presentationer/>

## ÅRSSTÄMMA

Årsstämman i Viva Wine Group hålls fredagen den 20 maj 2022 kl. 13.00 via Zoom.

## FINANSIELL KALENDER 2022

Årsstämma: 20 maj 2022

Delårsrapport januari till juni: 25 augusti 2022

Delårsrapport januari till september: 16 november 2022

## KONTAKT

Emil Sallnäs, VD, [emil.sallnas@vivagroup.se](mailto:emil.sallnas@vivagroup.se), +46 (0)70-956 58 72

Linn Gäfvert, CFO, [linn.gafvert@vivagroup.se](mailto:linn.gafvert@vivagroup.se), +46 (0)73-086 89 90

Mikael Sundström, Director Sustainability, Communications & Investor Relations, [mikael.sundstrom@vivagroup.se](mailto:mikael.sundstrom@vivagroup.se), +46 (0)70-943 22 26

*Denna information är sådan information som Viva Wine Group AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovan kontaktpersoners försorg, för offentliggörande den 12 maj 2022 kl. 08.00 CET.*

## STYRELSENS FÖRSÄKRAN

Styrelsen och verkställande direktören försäkrar att denna delårsrapport ger en rättvisande översikt av moderbolagets och koncernens verksamhet, finansiella ställning och resultat samt beskriver de väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som moderbolaget och koncernen står inför.

Stockholm den 12 maj 2022

**Anders Moberg**  
Styrelseordförande

**Anne Thorstvedt Sjöberg**  
Styrelseledamot

**Helen Fasth Gillstedt**  
Styrelseledamot

**John Wistedt**  
Styrelseledamot

**Mikael Aru**  
Styrelseledamot

**Emil Sallnäs**  
VD

Delårsrapporten har inte varit föremål för granskning av bolagets revisorer.

## Koncernens rapport över resultatet i sammandrag

BELOPP I MSEK	NOT	2022 jan-mar	2021 jan-mar	Helår RTM	Helår 2021
<b>Rörelsens intäkter</b>					
Nettoomsättning	3,4	871	687	3 515	3 331
Övriga rörelseintäkter		2	0	10	8
<b>Summa intäkter</b>		<b>874</b>	<b>687</b>	<b>3 525</b>	<b>3 339</b>
<b>Rörelsens kostnader</b>					
Handelsvaror		-652	-540	-2 656	-2 543
Övriga externa kostnader		-61	-39	-284	-261
Personalkostnader	7	-66	-34	-217	-185
Av- och nedskrivningar		-29	-7	-82	-59
Resultat från andelar i intresseföretag och joint ventures		0	4	229	233
Övriga rörelsekostnader		0	0	-3	-3
<b>Rörelseresultat</b>	<b>4</b>	<b>65</b>	<b>73</b>	<b>513</b>	<b>521</b>
Finansiella intäkter		28	20	50	40
Finansiella kostnader		-24	-3	-45	-22
<b>Resultat efter finansiella poster</b>		<b>69</b>	<b>90</b>	<b>518</b>	<b>539</b>
Skatt		-14	-19	-69	-74
<b>Periodens resultat</b>		<b>55</b>	<b>71</b>	<b>449</b>	<b>465</b>
<b>Periodens resultat hänförligt till</b>					
Moderföretagets aktieägare		50	52	412	414
Innehav utan bestämmande inflytande		5	20	37	51
<b>Resultat per aktie</b>					
Resultat per aktie före utspädning (SEK)	5	0,56	0,86	5,92	6,63
Resultat per aktie efter utspädning (SEK)	5	0,56	0,86	5,92	6,63

## Koncernens rapport över totalresultat i sammandrag

BELOPP I MSEK	NOT	2022 jan-mar	2021 jan-mar	Helår RTM	Helår 2021
Periodens resultat		55	71	449	465
<i>Poster som kommer att omklassificeras till resultatet</i>					
Omräkningsdifferens		25	0	33	7
<b>Övrigt totalresultat för perioden</b>		<b>25</b>	<b>0</b>	<b>33</b>	<b>7</b>
<b>Totalresultat för perioden</b>		<b>80</b>	<b>71</b>	<b>482</b>	<b>472</b>
<b>Periodens totalresultat hänförligt till</b>					
Moderföretagets aktieägare		71	51	440	420
Innehav utan bestämmande inflytande		9	20	41	52

# Koncernens rapport över finansiell ställning i sammandrag

BELOPP I MSEK	NOT	2022-03-31	2021-03-31	2021-12-31
<b>TILLGÅNGAR</b>				
<b>Anläggningstillgångar</b>				
Goodwill		838	19	821
Immateriella tillgångar		1 169	149	1 170
Materiella anläggningstillgångar		50	45	50
Nyttjanderättstillgångar		59	38	57
Andelar i intresseföretag och joint ventures		55	75	54
Andra långfristiga värdepappersinnehav		11	12	11
Andra långfristiga fordringar		0	1	0
Uppskjuten skattefordran		19	16	19
<b>Summa anläggningstillgångar</b>		<b>2 201</b>	<b>355</b>	<b>2 183</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>				
Varulager		503	441	477
Kundfordringar		533	568	730
Fordringar hos intresseföretag	7	15	13	12
Aktuell skattefordran		11	5	2
Övriga fordringar		15	43	20
Derivatinstrument		14	6	10
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		44	35	46
Likvida medel		398	19	331
<b>Summa omsättningstillgångar</b>		<b>1 532</b>	<b>1 130</b>	<b>1 630</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>		<b>3 733</b>	<b>1 485</b>	<b>3 813</b>
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>				
<b>Eget kapital</b>				
Aktiekapital		1	0	1
Reserver		25	-3	4
Balanserade vinstmedel inklusive årets resultat		1 707	392	1 657
<b>Summa eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare</b>		<b>1 733</b>	<b>390</b>	<b>1 662</b>
Innehav utan bestämmande inflytande		78	67	75
<b>Summa eget kapital</b>		<b>1 810</b>	<b>456</b>	<b>1 736</b>
<b>Långfristiga skulder</b>				
Checkräkningskredit		-	84	-
Övriga skulder till kreditinstitut		719	42	732
Leasingskulder		41	28	41
Uppskjuten skatteskuld		308	19	309
Övriga avsättningar		15	-	10
Övriga långfristiga skulder		0	0	0
<b>Summa långfristiga skulder</b>		<b>1 084</b>	<b>173</b>	<b>1 092</b>
<b>Kortfristiga skulder</b>				
Skulder till kreditinstitut		84	129	86
Leverantörsskulder		412	355	443
Förskott från kunder		4	10	6
Skulder till intresseföretag	7	11	36	23
Aktuella skatteskulder		9	16	29
Leasingskulder		17	11	17
Kortfristiga avsättningar		9	5	1
Derivatinstrument		5	-	5
Övriga kortfristiga skulder		253	265	333
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		33	28	41
<b>Summa kortfristiga skulder</b>		<b>838</b>	<b>855</b>	<b>985</b>
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>		<b>3 733</b>	<b>1 485</b>	<b>3 813</b>

# Koncernens kassaflödesanalys i sammandrag

BELOPP I MSEK	NOT	2022 jan-mar	2021 jan-mar	Helår RTM	Helår 2021
<b>Den löpande verksamheten</b>					
Resultat efter finansiella poster		69	90	518	539
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet		48	-24	-108	-180
Utdelning från intressebolag		-	-	10	10
Betald skatt		-50	-20	-103	-73
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital</b>		<b>67</b>	<b>47</b>	<b>316</b>	<b>297</b>
<b>Kassaflöde från förändringar av rörelsekapital</b>					
Förändring av varulager		-22	-8	9	23
Förändringar av rörelsefordringar		207	39	113	-55
Förändringar av rörelseskulder		-152	-102	-156	-106
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>		<b>100</b>	<b>-24</b>	<b>282</b>	<b>158</b>
<b>Investeringsverksamheten</b>					
Rörelseförvärv		-	-	-1 217	-1 217
Förvärv av immateriella tillgångar		0	-102	-3	-105
Förvärv av materiella anläggningstillgångar		-	-4	0	-4
Inlösen aktier, utköp minoritet		-	-	-265	-265
Förändring av övriga finansiella anläggningstillgångar		0	-	1	1
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>		<b>-1</b>	<b>-106</b>	<b>-1 484</b>	<b>-1 589</b>
<b>Finansieringsverksamheten</b>					
Nyemission *		-	-	1 152	1 152
Inbetalda teckningsoptioner		-	-	2	2
Utbetald utdelning till moderföretagets aktieägare		-	-	-31	-31
Utbetald utdelning till innehav utan bestämmande inflytande		-6	-13	-45	-52
Förändring checkräkningskredit		-1	23	-85	-60
Upptagna lån		-	105	1 466	1 570
Amortering av skuld		-23	-7	-870	-854
Amortering av leasingskuld		-6	-3	-16	-13
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>		<b>-36</b>	<b>106</b>	<b>1 573</b>	<b>1 714</b>
<b>Periodens kassaflöde</b>		<b>63</b>	<b>-24</b>	<b>371</b>	<b>283</b>
<b>Likvida medel vid periodens början</b>		<b>331</b>	<b>42</b>	<b>331</b>	<b>42</b>
Periodens kassaflöde		63	-24	371	283
Kursdifferens i likvida medel		3	1	8	6
<b>Likvida medel vid periodens slut</b>		<b>398</b>	<b>19</b>	<b>711</b>	<b>331</b>
Erhållna räntor		0	0	2	2
Betalda räntor		-5	-1	-18	-14
<b>Poster som inte ingår i kassaflödet</b>					
Avskrivningar		29	7	81	59
Förändring marknadsvärde derivat		4	-20	-4	-28
Förändring avsättningar		6	-	20	15
Förändring upplupna räntor		1	-	2	1
Resultatandelar från intresseföretag		0	-1	-231	-233
Valutakurseffekter		4	-9	17	4
Förväntad förlust kundfordringar		0	-	3	3
Övrigt		2	0	2	0
<b>Summa</b>		<b>48</b>	<b>-24</b>	<b>-109</b>	<b>-180</b>

\* I nyemission ingår emissionskostnader om -48 MSEK.

## Koncernens rapport över förändringar i eget kapital i sammandrag

BELOPP I MSEK	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Omräknings-reserv	Balanserade vinstmedel inkl. årets resultat	Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare	Innehav utan bestämmande inflytande	Summa eget kapital
<b>INGÅENDE EGET KAPITAL 2021-01-01</b>	<b>0</b>	<b>–</b>	<b>-3</b>	<b>341</b>	<b>338</b>	<b>66</b>	<b>404</b>
Periodens resultat	–	–	–	52	52	19	71
Periodens övrigt totalresultat	–	–	0	-	0	0	0
<b>Periodens totalresultat</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>0</b>	<b>52</b>	<b>51</b>	<b>20</b>	<b>71</b>
<b>Transaktioner med koncernens ägare</b>							
Utdelning	–	–	–	–	–	-13	-13
<b>Summa</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>-13</b>	<b>-13</b>
<b>UTGÅENDE EGET KAPITAL 2021-01-31</b>	<b>0</b>	<b>–</b>	<b>-3</b>	<b>392</b>	<b>390</b>	<b>73</b>	<b>462</b>
<b>INGÅENDE EGET KAPITAL 2022-01-01</b>	<b>1</b>	<b>1 376</b>	<b>4</b>	<b>281</b>	<b>1 662</b>	<b>75</b>	<b>1 736</b>
Periodens resultat	–	–	–	50	50	5	55
Periodens övrigt totalresultat	–	–	21	–	21	4	25
<b>Periodens totalresultat</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>21</b>	<b>50</b>	<b>71</b>	<b>9</b>	<b>80</b>
<b>Transaktioner med koncernens ägare</b>							
Utdelning	–	–	–	–	0	-6	-6
Förändrad ägarandel dotterföretag	–	–	–	–	0	–	0
<b>Summa</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-6</b>	<b>-6</b>
<b>UTGÅENDE EGET KAPITAL 2022-03-31</b>	<b>1</b>	<b>1 376</b>	<b>25</b>	<b>331</b>	<b>1 733</b>	<b>78</b>	<b>1 810</b>

## Moderföretagets resultaträkning i sammandrag

BELOPP I MSEK	NOT	2022 jan-mar	2021 jan-mar	Helår RTM	Helår 2021
<b>RÖRELSENS INTÄKTER</b>					
Nettoomsättning		0	–	0	0
Övriga rörelseintäkter		1	1	5	5
<b>SUMMA INTÄKTER</b>		<b>1</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
Övriga externa kostnader		-5	-3	-40	-39
Personalkostnader		-2	-1	-5	-4
<b>Rörelseresultat</b>		<b>-5</b>	<b>-3</b>	<b>-40</b>	<b>-38</b>
Resultat från finansiella poster		49	1	62	14
<b>Resultat före skatt</b>		<b>44</b>	<b>-2</b>	<b>22</b>	<b>-24</b>
Bokslutsdispositioner		–	–	79	79
Skatt		–	–	-10	-10
<b>Periodens resultat</b>		<b>44</b>	<b>-2</b>	<b>90</b>	<b>45</b>

## Moderföretagets balansräkning i sammandrag

BELOPP I MSEK	NOT	2022-03-31	2021-03-31	2021-12-31
<b>TILLGÅNGAR</b>				
Anläggningstillgångar		866	185	866
Omsättningstillgångar		1 465	444	1 494
Likvida medel		316	–	232
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>		<b>2 648</b>	<b>629</b>	<b>2 592</b>
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>				
<b>Eget kapital och skulder</b>				
Eget kapital		1 762	326	1 718
Långfristiga skulder		700	85	713
Kortfristiga skulder		186	218	161
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>		<b>2 648</b>	<b>629</b>	<b>2 592</b>



## Noter

### Not 1 Väsentliga redovisningsprinciper

Denna delårsrapport omfattar det svenska moderföretaget Viva Wine Group AB, organisationsnummer 559178-4953, och dess dotterföretag. Viva Wine Groups huvudsakliga verksamhet är att bedriva handel med alkoholhaltiga drycker. Koncernens huvudsakliga verksamhet är att bedriva handel med alkoholhaltiga drycker. Viva Wine Group utvecklar, importerar, marknadsför och säljer både egna och partnervarumärken på över 10 växande marknader i världen. Moderföretaget är ett aktieföretag registrerat i och med säte i Stockholm, Sverige. Adressen till huvudkontoret är Blasieholmsgatan 4A, 111 48 Stockholm.

Viva Wine Group tillämpar International Financial Reporting Standards (IFRS) som de antagits av EU. Koncernens delårsrapport är upprättad i enlighet med IAS 34 Delårsrapportering samt tillämpliga delar i årsredovisningslagen (1995:1554). Moderföretaget tillämpar årsredovisningslagen och RFR 2 Redovisning för juridiska personer. För koncernen och moderföretaget har samma redovisningsprinciper, beräkningsgrunder och bedömningar tillämpats som i senaste årsredovisningen. En mer utförlig beskrivning av koncernens tillämpade redovisningsprinciper, samt nya och kommande standarder återfinns i senaste publicerade årsredovisning.

Upplysningar enligt IAS 34.16A framkommer förutom i de finansiella rapporterna och dess tillhörande noter även i övriga delar av delårsrapporten.

Samtliga belopp i denna rapport är angivna i miljontals svenska kronor (MSEK) om inget annat anges. Avrundningsdifferenser kan förekomma.

### Not 3 Intäkter från kunder

Koncernens nettoomsättning fördelas på följande geografiska marknader, baserat på var kunden finns:

NETTOOMSÄTTNING PER GEOGRAFISK MARKNAD;	jan-mar		Helår	
	2022	2021	RTM	2021
Sverige	512	530	2 321	2 339
Finland	76	77	359	361
Tyskland	167	37	513	383
Norge	67	–	133	66
Övrigt	50	43	190	182
<b>Totalt</b>	<b>871</b>	<b>687</b>	<b>3 515</b>	<b>3 331</b>

Samtliga intäkter redovisas vid ett tillfälle, i samband med att varan levererats till kunden.

### Not 2 Uppskattningar och bedömningar

Vid upprättandet av de finansiella rapporterna måste företagsledningen och styrelsen göra vissa bedömningar och antaganden som påverkar det redovisade värdet av tillgångs- och skuldposter respektive intäkts- och kostnadsposter samt lämnad information i övrigt. Bedömningarna baseras på erfarenheter och antaganden som ledningen och styrelsen bedömer vara rimliga under rådande omständigheter. Faktiskt utfall kan sedan skilja sig från dessa bedömningar om andra förutsättningar uppkommer. Uppskattningarna och antagandena utvärderas löpande och bedöms inte innebära någon betydande risk för väsentliga justeringar i redovisade värden för tillgångar och skulder under nästkommande perioder. Ändringar av uppskattningar redovisas i den period ändringen görs om ändringen endast påverkat denna period, eller i den period ändringen görs och framtida perioder om ändringen påverkar både aktuell period och framtida perioder. En beskrivning av väsentliga uppskattningar och bedömningar ges i årsredovisningen 2021.

## Not 4 Rörelsesegment

Koncernen har, för redovisning och uppföljning, delat upp sin verksamhet i fyra segment. Segmenten utgörs av Sverige, Norden, E-handel och Övrigt. Indelningen baseras på geografisk hemvist samt intäktsflöde. Segmentsredovisningen bygger på den struktur som ledningen följer. Transaktioner mellan segmenten görs enligt samma villkor som till externa kunder.

januari-mars 2022	Sverige	Norden	E-Handel	Övrigt	Summa segment	Elimineringar	Koncernen totalt
Nettoomsättning, extern	514	143	205	10	871	–	871
Nettoomsättning, koncernintern	1	–	–	1	1	-1	0
Övriga rörelseintäkter	1	0	1	14	16	-14	2
<b>Summa intäkter</b>	<b>515</b>	<b>143</b>	<b>206</b>	<b>25</b>	<b>889</b>	<b>-16</b>	<b>874</b>
Handelsvaror	-410	-113	-125	-7	-654	2	-652
Övriga externa kostnader	-33	-4	-30	-8	-75	14	-61
Personalkostnader	-14	-6	-35	-12	-66	–	-66
Av- och nedskrivningar	0	-6	-19	-3	-29	–	-29
Resultat från andelar i intresseföretag och joint ventures	–	–	–	0	0	–	0
Övriga rörelsekostnader	–	–	0	0	0	–	0
<b>Rörelseresultat</b>	<b>58</b>	<b>14</b>	<b>-3</b>	<b>-4</b>	<b>65</b>	<b>–</b>	<b>65</b>
EBITDA	59	20	16	-1	95	–	95
EBITA	58	19	14	-2	89	–	89
Finansiella intäkter	20	1	0	12	35	-5	30
Finansiella kostnader	-14	-1	-5	-9	-31	5	-26
<b>Resultat före skatt</b>	<b>64</b>	<b>14</b>	<b>-8</b>	<b>-2</b>	<b>69</b>	<b>–</b>	<b>69</b>
Goodwill	1	245	592	–	838	–	838
Summa tillgångar	468	508	1 539	2 708	5 224	-1 491	3 733
Summa skulder	590	284	1 608	931	3 413	-1 491	1 922
<b>januari-mars 2021</b>	<b>Sverige</b>	<b>Norden</b>	<b>E-Handel</b>	<b>Övrigt</b>	<b>Summa</b>	<b>Elimineringar</b>	<b>Koncernen totalt</b>
Nettoomsättning	535	77	55	20	687	–	687
Nettoomsättning, koncernintern	1	–	–	1	2	-2	0
Övriga rörelseintäkter	-1	–	0	11	11	-11	0
<b>Summa intäkter</b>	<b>536</b>	<b>77</b>	<b>55</b>	<b>32</b>	<b>700</b>	<b>-13</b>	<b>687</b>
Handelsvaror	-420	-63	-41	-16	-540	0	-540
Övriga externa kostnader	-38	-3	-6	-5	-51	12	-39
Personalkostnader	-13	-3	-10	-8	-34	–	-34
Av- och nedskrivningar	-1	-1	-3	-3	-7	–	-7
Resultat från andelar i intresseföretag och joint ventures	–	–	–	4	4	–	4
Övriga rörelsekostnader	–	–	0	–	0	–	0
<b>Rörelseresultat</b>	<b>65</b>	<b>8</b>	<b>-3</b>	<b>3</b>	<b>73</b>	<b>0</b>	<b>72</b>
EBITDA	65	9	-1	6	79	0	79
EBITA	65	8	-2	4	76	0	76
Finansiella intäkter	21	0	0	1	22	-1	20
Finansiella kostnader	-3	0	0	0	-4	1	-3
<b>Resultat före skatt</b>	<b>82</b>	<b>8</b>	<b>-4</b>	<b>4</b>	<b>90</b>	<b>0</b>	<b>90</b>
Goodwill	1	6	12	–	19	–	19
Summa tillgångar	980	192	168	809	2 149	-665	1 485
Summa skulder	697	187	165	429	1 478	-456	1 022

## Not 4 Rörelsesegment (forts.)

januari–december 2021	Sverige	Norden	E-Handel	Övrigt	Summa	Elimineringar	Koncernen totalt
Nettoomsättning, extern	2 348	426	486	72	3 331	–	3 331
Nettoomsättning, koncernintern	2	–	–	1	4	-4	0
Övriga rörelseintäkter	4	1	3	56	64	-57	8
<b>Summa intäkter</b>	<b>2 354</b>	<b>427</b>	<b>489</b>	<b>129</b>	<b>3 400</b>	<b>-61</b>	<b>3 339</b>
Handelsvaror	-1 838	-346	-312	-53	-2 549	6	-2 543
Övriga externa kostnader	-175	-13	-70	-59	-316	55	-261
Personalkostnader	-48	-12	-81	-43	-185	–	-185
Av- och nedskrivningar	-2	-6	-38	-13	-59	–	-59
Resultat från andelar i intresseföretag och joint ventures	–	–	–	233	233	–	233
Övriga rörelsekostnader	0	–	-3	0	-3	–	-3
<b>Rörelseresultat</b>	<b>291</b>	<b>49</b>	<b>-13</b>	<b>193</b>	<b>521</b>	<b>–</b>	<b>521</b>
EBITDA	293	55	25	206	580	–	580
EBITA	292	53	19	200	564	–	564
Finansiella intäkter	40	0	1	15	56	-16	40
Finansiella kostnader	-13	-2	-13	-10	-38	16	-22
<b>Resultat efter fin. Poster</b>	<b>318</b>	<b>48</b>	<b>-26</b>	<b>198</b>	<b>539</b>	<b>–</b>	<b>539</b>
Goodwill	1	234	586	–	821	–	821
Summa tillgångar	563	515	1 554	2 660	5 293	-1 480	3 813
Summa skulder	735	281	1 618	921	3 556	-1 480	2 077

## Not 5 Antal aktier och Resultat per aktie

RESULTAT PER AKTIE	jan-mar		Helår	
	2022	2021	RTM	2021
<b>Moderbolagets ägare</b>				
Resultat per aktie före utspädning (SEK)	0,56	0,86	5,92	6,63
Resultat per aktie efter utspädning (SEK)	0,56	0,86	5,92	6,63
Resultat för perioden (MSEK)	50	52	412	414
Genomsnittligt antal aktier, före utspädning (tusental)	88 832	60 000	69 611	62 403
Genomsnittligt antal aktier, efter utspädning (tusental)	88 832	60 000	69 611	62 403

## Not 6 Finansiella instrument

Koncernens finansiella tillgångar utgörs av Kundfordringar, Övriga fordringar, Långfristiga värdepappersinnehav, Fordringar hos intresseföretag, Långfristiga fordringar, Likvida medel samt Derivatinstrument. Finansiella skulder utgörs av Leverantörsskulder, Övriga skulder, Räntebärande skulder, Skulder till intresseföretag, Övriga långfristiga skulder samt Derivatinstrument. Derivatinstrument värderas till verkligt värde i resultaträkningen (nivå 2), koncernens övriga finansiella tillgångar och skulder värderas till upplupet anskaffningsvärde.

För samtliga finansiella tillgångar och skulder motsvarar redovisade värde verkligt värde.

## Not 7 Transaktioner med närstående

Koncernens transaktioner med närstående utgörs av inköp från och försäljning till intresseföretag och joint venture, samt kostnader för lön och pensionsersättning till ledande befattningshavare tillika delägare samt styrelse.

INTRESSEFÖRETAG OCH JOINT VENTURE	jan-mar		Helår	
	2022	2021	RTM	2021
Försäljning av varor/ tjänster	1	1	5	5
Inköp av varor/ tjänster	65	63	261	259

Intresseföretag och Joint venture	31 mar 2022	31 dec 2021
Fordran på balansdagen	15	12
Skuld på balansdagen	11	23

ERSÄTTNING TILL LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE OCH STYRELSE	jan-mar		Helår	
	2022	2021	RTM	2021
Lön	2	2	11	10
Pensionsersättning	0	0	1	1

## Not 8 Ställda säkerheter och eventalförpliktelser

STÄLLDA SÄKERHETER FÖR EGNA SKULDER TILL KREDITINSTITUT	31 mar 2022	31 mar 2021	31 dec 2021
Företagsinteckningar	–	188	1
Fastighetsinteckningar	20	30	20
Garanti	23	23	23
	<b>44</b>	<b>241</b>	<b>45</b>

Eventalförpliktelser	31 mar 2022	31 mar 2021	31 dec 2021
	Inga	Inga	Inga

## Nyckeltal och aktiedata

KONCERNEN	2022 jan-mar	2021 jan-mar	Helår RTM	Helår 2021
Bruttomarginal (%)	25,2	21,5	24,5	23,7
EBITDA (MSEK)	95	79	595	580
EBITDA-marginal (%)	10,9	11,5	16,9	17,4
EBITA	89	76	577	564
EBITA-marginal (%)	10,3	11,0	16,4	16,9
EBITA, justerad	95	76	416	399
EBITA-marginal, justerad (%)	10,9	11,0	11,8	12,0
Rörelseresultat (EBIT) (MSEK)	65	73	513	521
Rörelsemarginal (EBIT-marginal) (%)	7,5	10,6	14,6	15,6
Soliditet (%)	48,5	30,7		45,5
Nettoskuld	465	276		545
Eget kapital per aktie (SEK)	20,4	77,8		18,7
Kassalikviditet (%)	123	80		117
Genomsnittligt antal anställda	345	174		240

## Nyckeltal Definitioner

I enlighet med riktlinjer från ESMA (European Securities and Markets Authority), avseende redovisning av alternativa nyckeltal redovisas här definition och avstämning av alternativa nyckeltal för Viva Wine Group AB. Riktlinjerna innebär utökade upplysningar avseende de finansiella mått som inte definieras

av IFRS. De nyckeltal som framgår nedan är redovisade i delårsrapporten. De används för intern styrning och uppföljning. Eftersom inte alla företag beräknar finansiella mått på samma sätt är dessa inte alltid jämförbara med mått som används av andra företag.

NYCKELTAL	DEFINITION	SYFTE
<b>EBITDA</b>	Rörelseresultat före avskrivningar och nedskrivningar på materiella och immateriella anläggningstillgångar.	Måttet används för att analysera lönsamheten i verksamheten, oberoende av avskrivningar.
<b>EBITDA-marginal, %</b>	EBITDA / nettoomsättning	EBITDA-marginal används för att visa den operativa verksamhetens lönsamhetsgrad.
<b>EBITA</b>	Rörelseresultat före avskrivningar och nedskrivningar på immateriella anläggningstillgångar.	Måttet används för att analysera lönsamheten i verksamheten, oberoende av avskrivningar på immateriella anläggningstillgångar vilket huvudsakligen utgörs av övervärden från gjorda förvärv.
<b>EBITA, justerad</b>	EBITA justerat för jämförelsestörande poster.	Justerad EBITA är ett mått som används för att bibehålla överskådlighet och jämförbarhet i resultat för den operativa verksamheten över tid.
<b>Justerat för jämförelsestörande poster</b>	Mått eller belopp justerat för kostnader relaterat till börsintroduktion samt bonusåtagande hänförligt till förvärv av Vicampo och Norwegian Beverage Group.	Måttet används för att analysera lönsamhet för den operativa verksamheten exklusive jämförelsestörande poster.
<b>EBITA-marginal, %</b>	EBITA i procent av nettoomsättning.	EBITA-marginal används för att visa den operativa verksamhetens lönsamhetsgrad.
<b>EBITA-marginal, justerad %</b>	Justerad EBITA i procent av nettoomsättning.	Justerad EBITA-marginal används för att analysera lönsamhetsgraden för den operativa verksamheten, exklusive jämförelsestörande poster.
<b>Bruttomarginal, %</b>	Nettoomsättning reducerat med kostnader för Handelsvaror, i relation till nettoomsättningen.	Måttet används för att belysa lönsamhet i form av marginal på under perioden sålda varor.
<b>Eget kapital per aktie</b>	Eget kapital hänförligt till moderföretagets aktieägare/antalet aktier vid periodens utgång.	Mäter nettovärde per aktie och visar om bolaget ökar aktieägarnas förmögenhet över tid.
<b>Kassalikviditet, %</b>	Likvida medel i förhållande till de kortfristiga skulderna. Mäts som (Omsättningstillgångar - varulager och pågående arbeten) / kortfristiga skulder.	Måttet visar bolagets betalningsförmåga på kort sikt.
<b>Rörelseresultat (EBIT)</b>	Rörelseresultat före finansnetto och skatt. Med finansnetto menas finansiella intäkter minskat med finansiella kostnader.	Måttet används för att förstå bolagets lönsamhetspotential.
<b>Rörelsemarginal, %</b>	EBIT / nettoomsättning	Rörelsemarginal används för att visa hur stor andel av omsättningen som blir kvar efter rörelsens kostnader och som kan disponeras till andra ändamål.
<b>Soliditet, %</b>	Totalt eget kapital / balansomslutning	Soliditet används för att analysera finansiell risk och visar hur stor andel av tillgångarna som är finansierade med eget kapital. En hög soliditet är ett mått på finansiell styrka.
<b>Nettoskuld (+)/ Nettokassa (-)</b>	Räntebärande skulder minus likvida medel vid periodens utgång.	Nettoskuld är ett nyckeltal som visar bolagets totala nettoskuldsättning.



# Viva Wine Group i korthet

Viva Wine Group är en vinkoncern med en marknadsledande position i Norden och en stark och växande position på den europeiska e-handelsmarknaden för vin. Vi utvecklar, marknadsför och säljer både egna och andras varumärken på över tio växande marknader i världen. Koncernen består av flera entreprenörsdrivna verksamheter som delar en plattform för stordriftsfördelar och värdeskapande.

## VÅR VERKSAMHET

Våra varumärken inkluderar allt från prisade konsumentfavoriter till erkända prestigemärken och våra producenter tillhör de främsta i världen och representerar allt från stora vinkoncerner till medlemsägda kooperativ och små familjeproducenter. Vi är måna om hur våra produkter tillverkas och är särskilt stolta över våra satsningar på hållbarhet.

## VÅRA MARKNADER

Vi utvecklar, marknadsför och säljer både egna och partners varumärken på flertalet växande marknader. Bolaget säljer prisvärda kvalitetsviner från hela världen till konsumenter i bland annat Norden, Tyskland, Schweiz, Österrike, Frankrike och Nederländerna. Bolagets verksamhet drivs av tio entreprenörsledda bolag baserade i sex länder.

Den svenska marknaden är vår största marknad.

Den svenska marknaden för alkohol är reglerad och försäljning till konsument sker genom det statliga detaljhandels-monopolet Systembolaget. I Sverige drivs vår verksamhet genom dotterbolagen Giertz Vinimport, Wineteam Global, Chris Wine & Spirits, Iconic Wines, Winemarket Nordic och Tryffelsvinet.

Det nordiska marknadssegmentet, utgörs av Finland och Norge och är vår tredje största marknad. Den finska och norska marknaden för alkohol är likt den svenska reglerad med liknande statliga detaljhandelsmonopol. I Finland drivs vår verksamhet av Cisa Group och i Norge av Norwegian Beverage Group.

Marknadssegmentet Viva eCom är vårt näst största och snabbast växande segment med konsumenter i framför allt Tyskland, Schweiz, Österrike, Frankrike och Nederländerna. Verksamheten utgörs av plattformarna Wine in Black, Vicampo och Weinfürst.

## FINANSIELLA MÅL

Styrelsen har fattat beslut om nya finansiella mål för tillväxt, lönsamhet och skuldsättning.

- Tillväxt: För segmenten Sverige och Norden ska den genomsnittliga årliga organiska tillväxten uppgå till minst 4 procent på medellång sikt. För segmenten Viva eCom ska den genomsnittliga årliga organiska tillväxten uppgå till 10–15 procent på medellång sikt. I tillägg avser Viva Wine Group att växa genom förvärv.
- Lönsamhet: Den justerade EBITA-marginalen ska på medellång sikt uppgå till 10–12 procent.
- Skuldsättning: Nettoskulden i förhållande till EBITDA skall ej överstiga 2,5x. Nettoskulden i förhållande till EBITDA kan emellertid överstiga 2,5x temporärt, exempelvis i samband med förvärv.

Styrelsen har också fastslagit utdelningspolicy där avsikten är att dela ut överskottskapital till aktieägarna efter att ha beaktat långsiktig finansiell stabilitet, tillväxtpotentialer och strategiska initiativ. Beaktande dessa överväganden, avser Viva Wine Group att dela ut 50–70 procent av årets resultat hänförligt till moderbolagets aktieägare.

## VÅRT ANSVAR

Hållbarhet är en av våra främsta drivkrafter och framgångsfaktorer. Vi integrerar hållbarhet genomgående i värdekedjan med fokus på hållbar odling och produktion, hållbara förpackningar och transporter, hållbara lokalsamhällen och ansvarsfull konsumtion.

Vi är pionjärer och marknadsledare på ekologiskt och etiskt certifierat vin. Vi samdistribuerar och har ställt om merparten av våra transporter i Europa till tåg. En betydande del av våra produkter erbjuds i klimatsmarta förpackningar. Vi klimatkompenserar för utsläpp från transporter och tunga förpackningar och alla våra transporter till Sverige klimatneutrala. Vi värnar inte bara våra producenter utan även våra konsumenter, varför vi främjar ansvarsfull marknadsföring och konsumtion av våra produkter. Vi vill att vår verksamhet ska bidra till en hållbar planet och till människors livskvalitet.