



Puolivuosikatsaus **1.10.2019–31.3.2020**

.....

6.5.2020

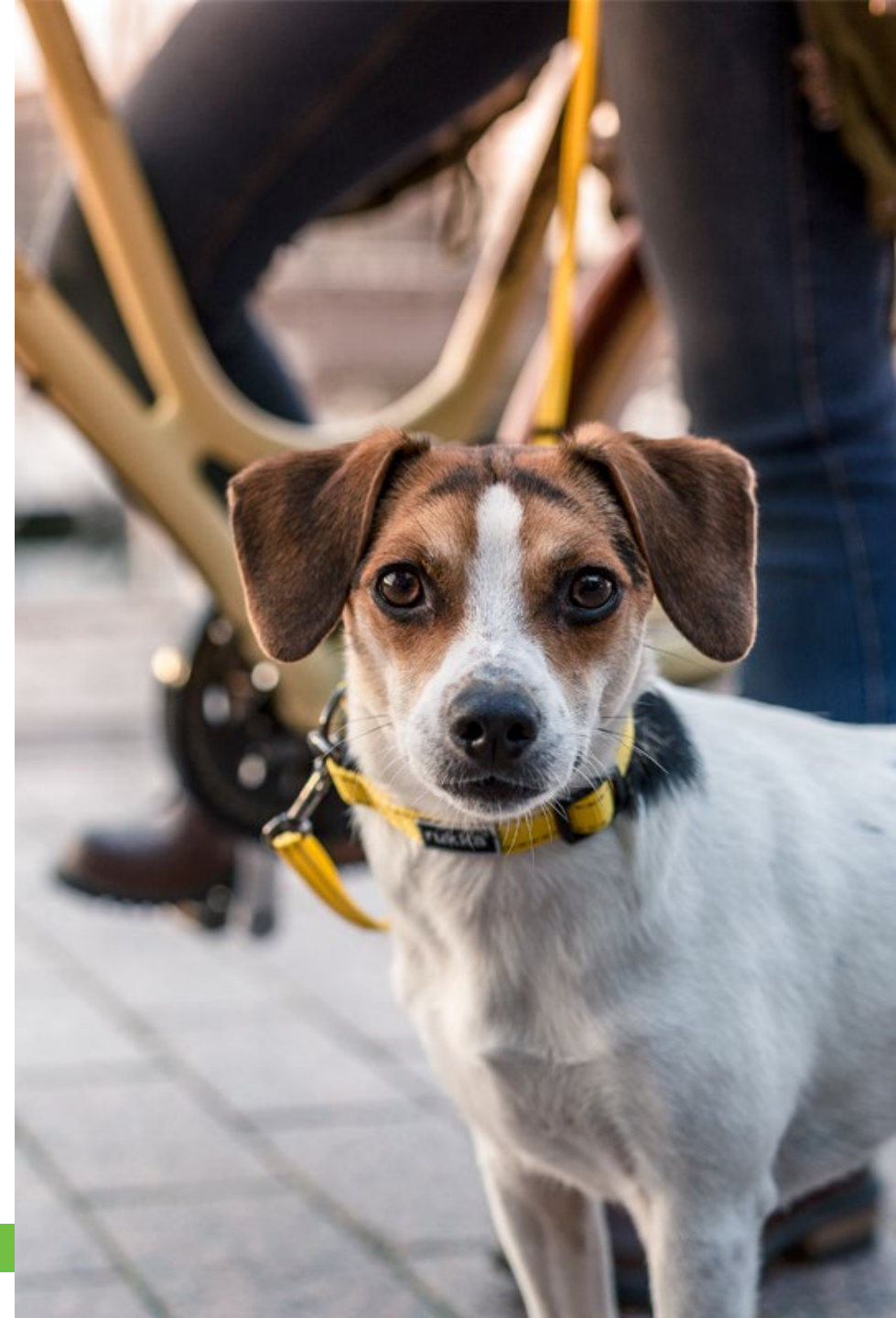
Toimitusjohtaja David Rönnerberg

Talousjohtaja Robert Berglund



Agenda

- Konsernin kehitys
- Segmentit
- Tunnusluvut ja markkinanäkymät



A Sheltie dog with orange and white fur is running towards the camera in a lush green field filled with white wildflowers. The background is a soft-focus landscape under a clear blue sky.

**Liikevaihto kasvoi vahvasti
kaikissa kanavissa ja segmenteissä**

Q2/2020 kohokohdat

- Konsernin liikevaihto oli yhteensä 68,4 (59,0) miljoonaa euroa, ja se kasvoi 15,9 %.
- Vertailukelpoinen konsernimyynti kasvoi 14,8 %.
- Oikaistu EBITA oli 5,5 (4,8) miljoonaa euroa, ja se kasvoi 15,8 %.
- Oikaistu EBITA-marginaali oli 8,1% (8,1%).
- Liikevoitto laski 10,3 prosenttia 2,1 (2,4) miljoonaan euroon Q2:lla listautumisantiin liittyneiden kustannusten johdosta.
- Nettovelka oli 96,1 miljoonaa euroa (30.9.2019: 133,3 milj. euroa). Nettovelan suhde oikaistuun käyttökatteeseen 12 edelliseltä kuukaudelta oli 2,3.
- Liiketoiminnan rahavirta kasvoi 36,5 % 4,8 (3,5) miljoonaan euroon.
- Kanta-asiakkaiden määrä kasvoi 1 076 (949) tuhanteen.



Vertailuluvut suluissa viittaavat edellisvuoden vastaavaan jaksoon, ellei toisin mainita.



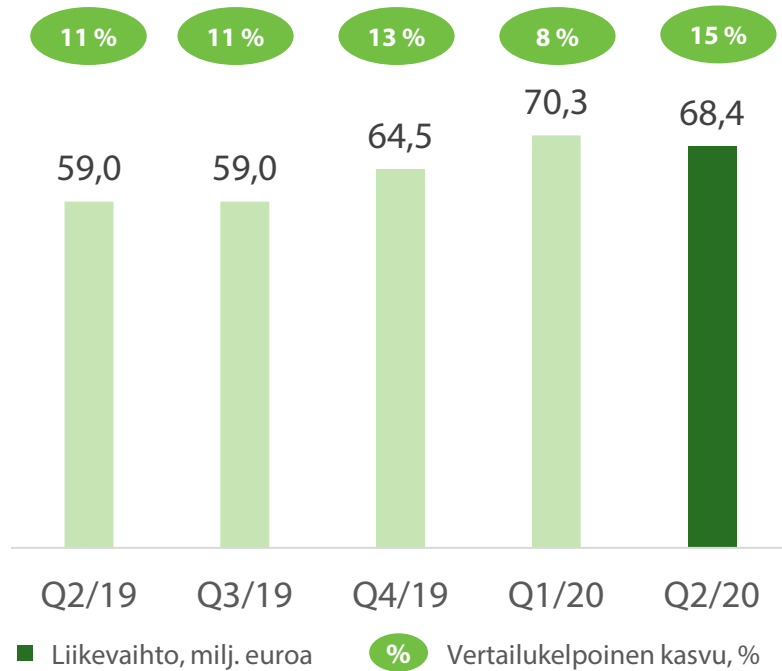
Koronaviruksen vaikutus Mustin toimintaan

- Pandemian aikana on ollut tärkeintä huolehtia henkilökunnan ja asiakkaiden turvallisuudesta ja säilyttää kyky tarjota laadukasta palvelua.
- Q2:lla yhtiö keskittyi edelleen kasvuun ja markkinaosuuden kasvattamiseen. Mustin peruskasvu on jatkunut vahvana Q2:n jälkeen.
- Pandemian aikana on tapahtunut merkittävä siirtymä myymälöistä verkkokauppaan. Myymälöiden kehityksessä on nähty vaihtelua eri sijaintien välillä.
- Myös lemmikinruoissa nähtiin kysyntäpiikki, kun koronavirukseen liittyviä rajoituksia pantiin toimeen Pohjoismaissa. Sen vaikutus Q2:n kokonaiskasvuun ei kuitenkaan ollut merkittävä, sillä se vaikutti vain neljänneksen kahteen viimeiseen viikkoon.
- Musti on kiinnittänyt erityistä huomiota myymälöiden hygieniaan ja henkilöstön terveyteen. Myymälöiden aukioloaikoja on sopeutettu ja verkkokapasiteettia ja varastotoimintoja vahvistettu.
- Lemmikkitarvikemarkkinat ovat osoittautuneet kestäviksi talouden aikaisemmissa laskusuhdanteissa. Pandemian aikana toimialan suhdannekestävyys, joka vastaa elintarvikekaupan tasoa, on ollut selvästi havaittavissa.

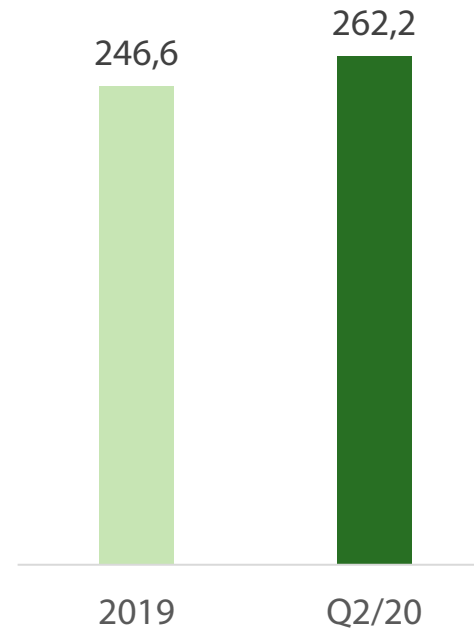


Q2: Liikevaihto kasvoi 15,9 % pandemian keskellä

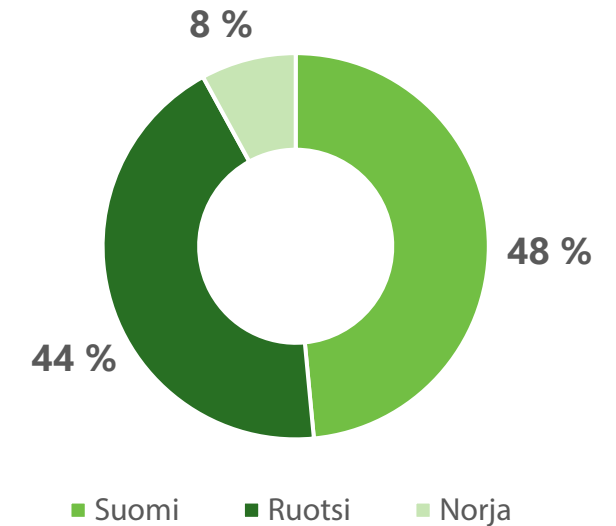
Liikevaihto ja vertailukelpoinen kasvu



Liikevaihto: rullaava 12 kk



Liikevaihto segmenteittäin, Q2/2020

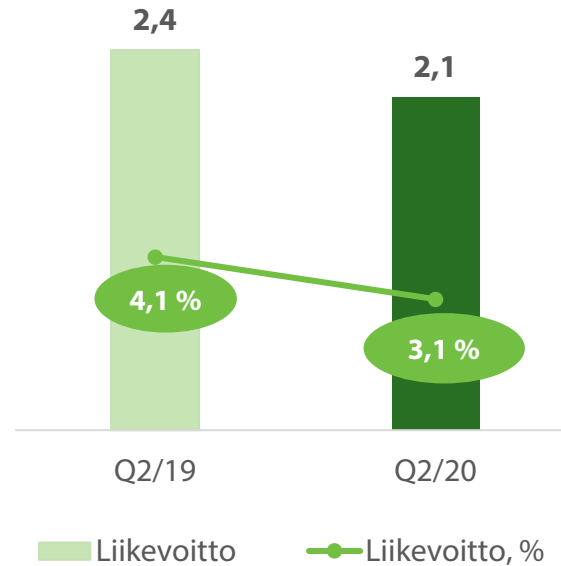


Q2: Oikaistu EBITA kasvoi 15,8 %

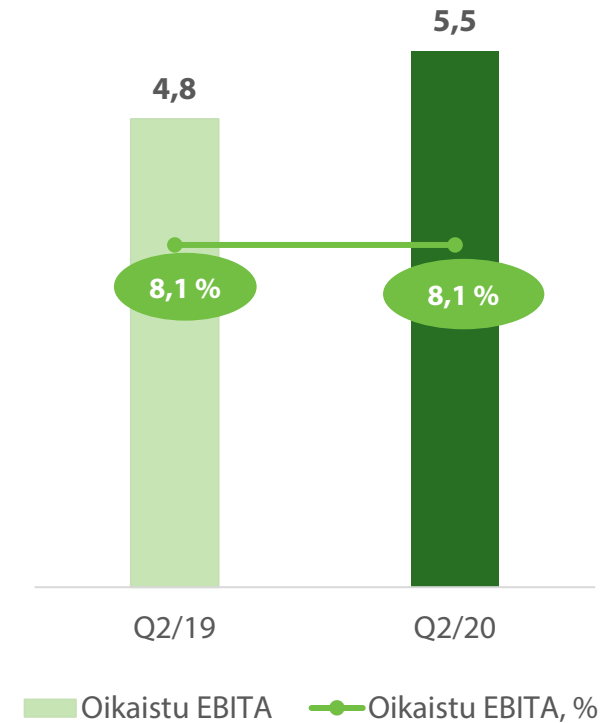
- Oikaistu EBITA kasvoi 15,8 %, ja oikaistu EBITA-marginaali oli 8,1 %.
- Parannus johtui pääasiassa myynnin kasvusta, jota tasoitti osittain hieman matalampi myyntikate, joka johtui verkkokaupan kasvaneesta osuudesta.
- EBITA-oikaisut olivat 1,9 (1,0) miljoonaa euroa ja liittyivät listautumisprosessiin.
- Liikevoitto oli 2,1 (2,4) miljoonaa euroa.



Liikevoitto¹, milj. euroa



Oikaistu EBITA, milj. euroa



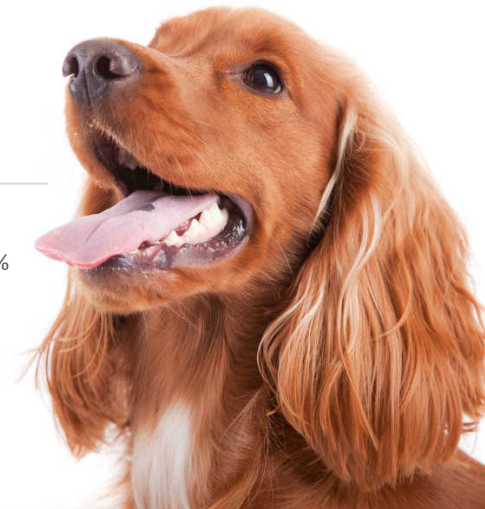
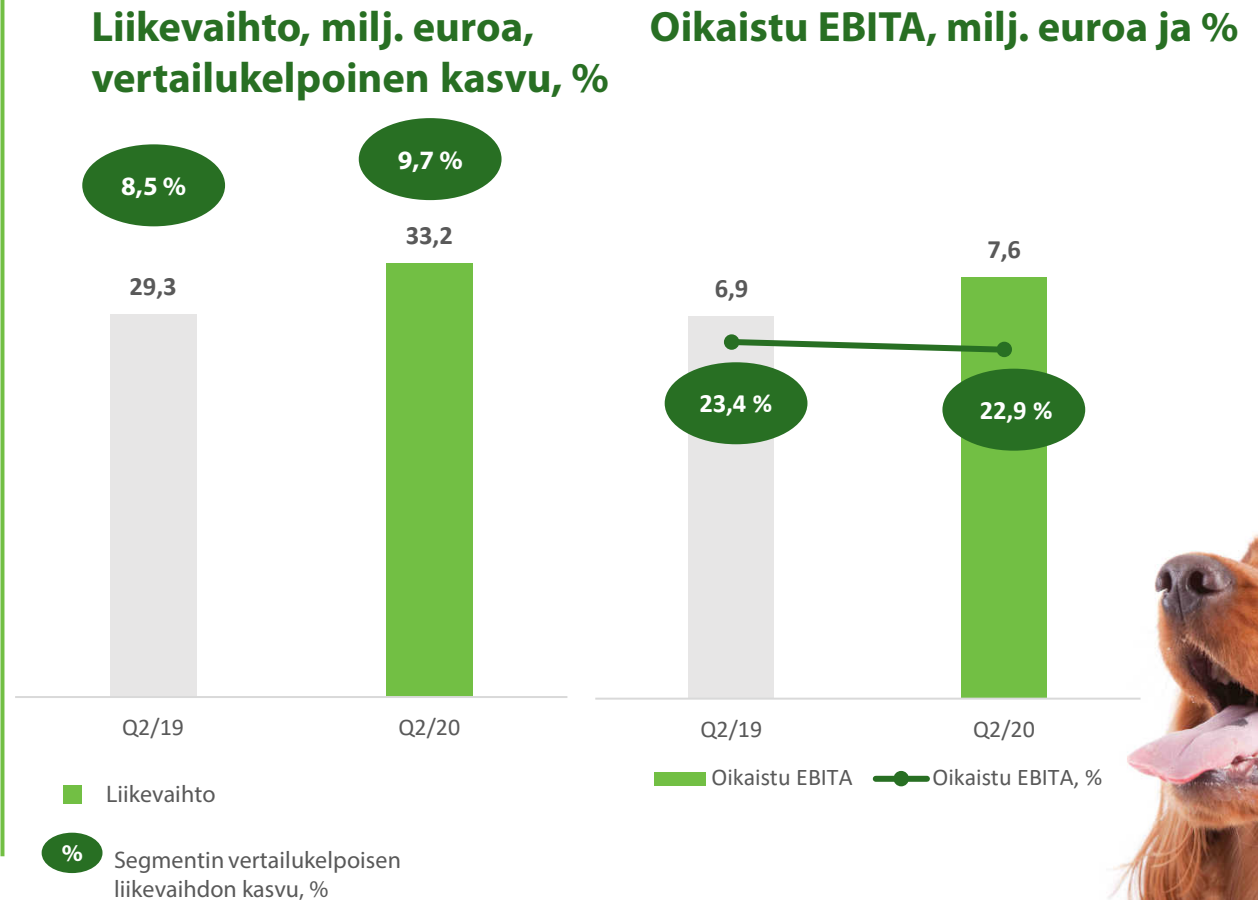
¹ Liikevoitto = Voitto ennen rahoitustuottoja ja -kuluja sekä tuloveroja.



Segmentit

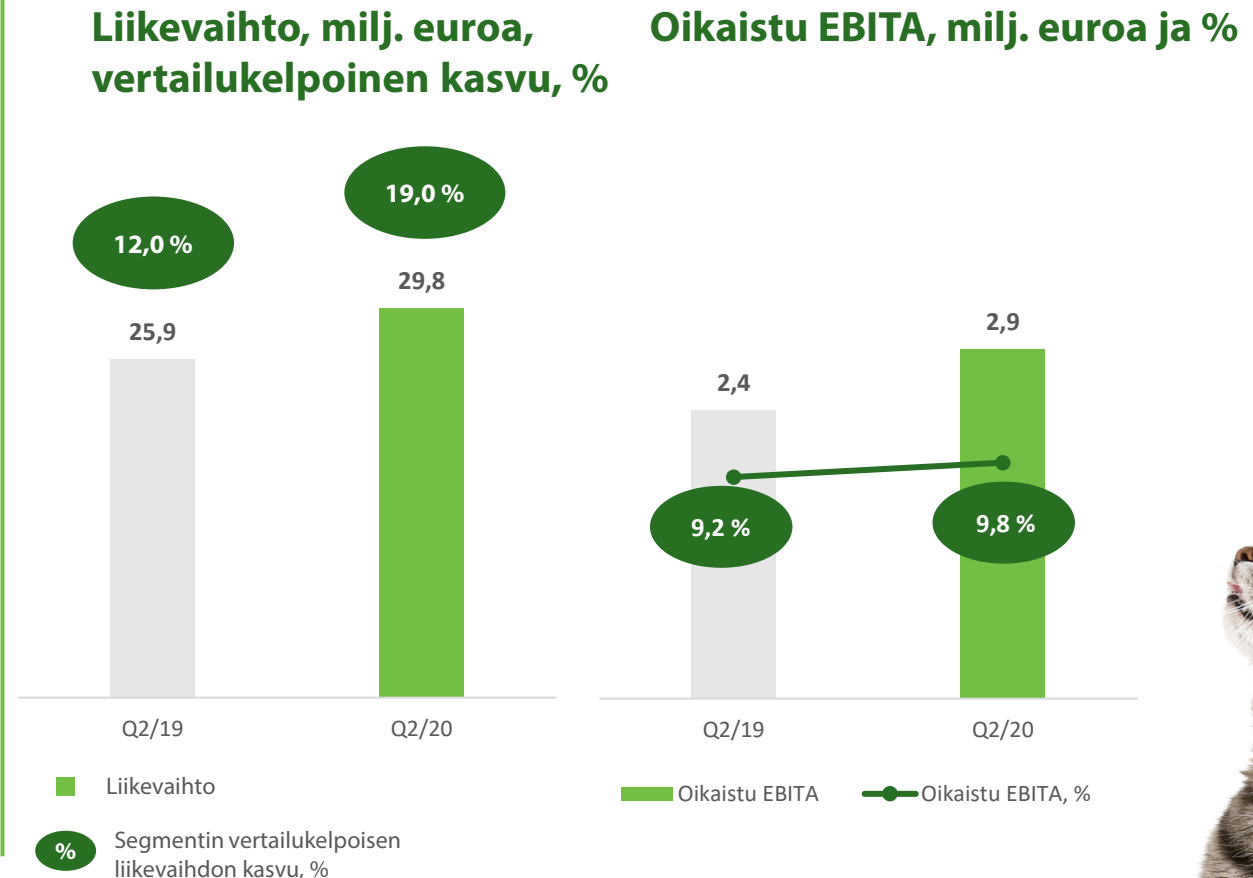
Suomi: Liikevaihto vahva, oikaistu EBITA kehittyi tasaisesti

- Liikevaihto kasvoi Suomessa 13,3 %. Kasvua vauhditti 9,7 prosentin vertailukelpoinen kasvu, johon sisältyivät Peten Koiratarvikkeen verkkokauppa-alustan vaihdon jälkeinen verkkokauppamyynnin kasvu sekä koronaviruksen vaikutus.
- Oikaistu EBITA kasvoi 10,8 % myynnin kasvun ansiosta. Oikaistu EBITA-marginaali kuitenkin laski verkkokaupan kasvaneen osuuden johdosta.
- Suomessa avattiin yksi uusi franchise-myymälä.



Ruotsi: Vahvaa kehitystä, myymälä- ja verkkokauppa tukivat 19 prosentin vertailukelpoisen liikevaihdon kasvua

- Liikevaihto kasvoi Ruotsissa 14,8 %. Kasvua vauhditti 19,0 prosentin vertailukelpoinen kasvu, jota osin pienensivät Ruotsin kruunun heikentyminen ja kolmen myymälän sulkeminen tilikaudella 2019.
- Oikaistu EBITA kasvoi 21,5 % tehokkaamman kampanjoinnin ja hankintaketjun hallinnan ansiosta. Kasvua laski osaltaan verkkokaupan kasvanut osuus.
- Ruotsissa avattiin neljä uutta myymälää ja yksi franchise-myymälä lakkautettiin.

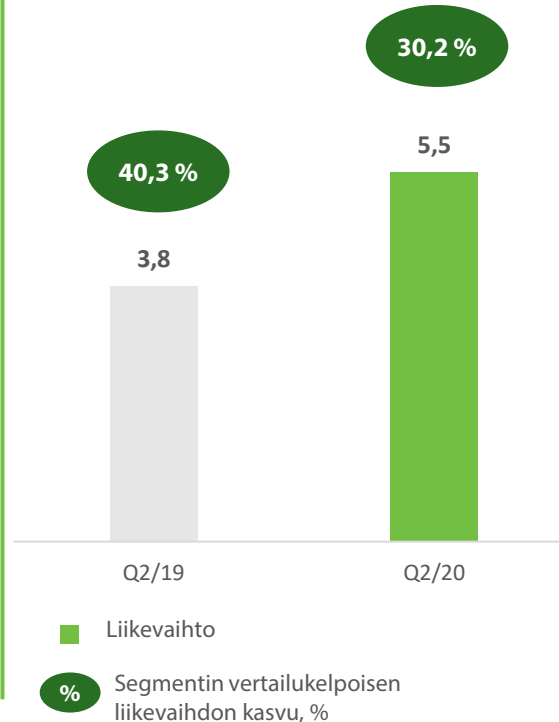


Norja: Vahva ja kannattava vertailukelpoinen kasvu

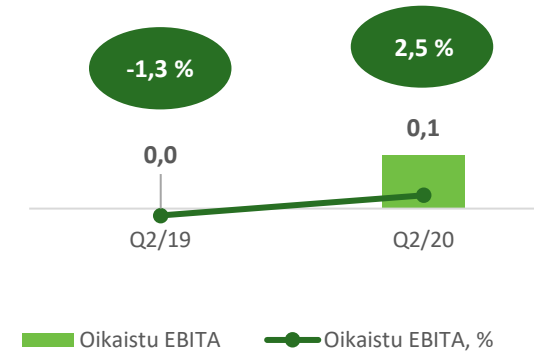
- Liikevaihto kasvoi Norjassa 43,7 %. Kasvua vauhdittivat vahva 30,2 prosentin vertailukelpoinen kasvu ja myymälöiden ramp-up.
- Oikaistu EBITA oli 0,1 (0,0) miljoonaa euroa.
- Oikaistun EBITAn muutos johtui kiinteiden kustannusten vipuvaikutuksesta liikevaihdon kasvaessa ja myymälöiden tehokkuuden parantuessa, kun myymälät lähestyvät kehittyntä vaihetta tai ramp-up-vaiheen loppua.
- Norjassa avattiin kolme uutta myymälää ja yksi myymälä lakkautettiin.



Liikevaihto, milj. euroa, vertailukelpoinen kasvu, %



Oikaistu EBITA, milj. euroa ja %





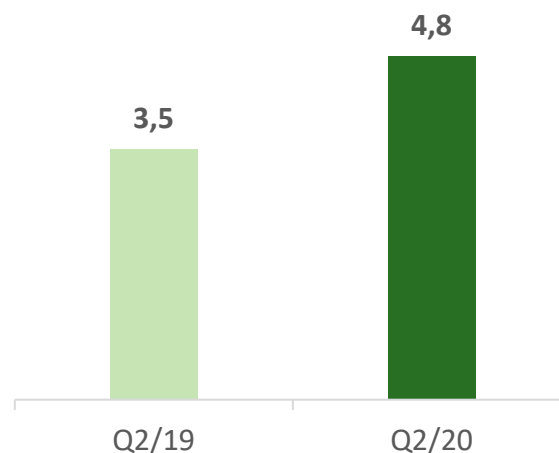
Tunnusluvut ja markkinanäkymät

Liiketoiminnan rahavirta kasvoi 37 % – pääomarakenne linjassa pitkän aikavälin tavoitteen kanssa

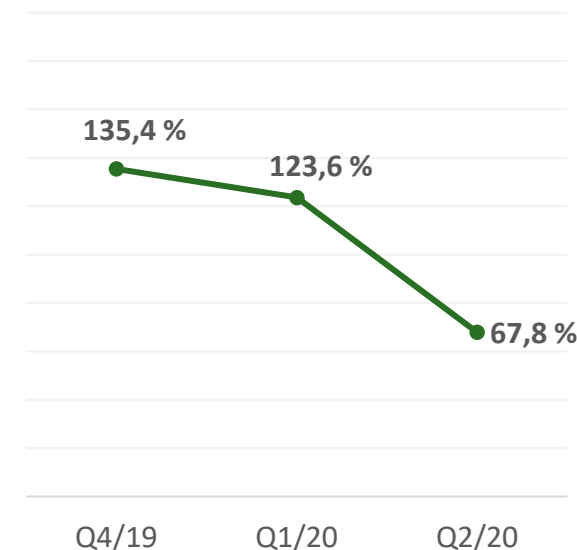
- Liiketoiminnan rahavirta oli 4,8 (3,5) miljoonaa euroa.
- Nettovelkaantumisaste oli kauden lopussa 67,8 % (30.9.2019: 135,4 %).
- Nettovelka oli 96,1 miljoonaa euroa (30.9.2019: 133,3) sisältäen 61,1 miljoonan euron vuokrasopimusvelat.
- Nettovelan suhde oikaistuun käyttökatteeseen 12 edelliseltä kuukaudelta oli 2,3.
- Rahavarat olivat 14,5 miljoonaa euroa (30.9.2019: 8,7).
- Helmikuussa Musti Group järjesti 45 miljoonan euron osakeannin listautumisensa yhteydessä.



Liiketoiminnan rahavirta, milj. euroa



Nettovelkaantumisaste, %



Musti uudelleenjärjesteli listautumisen yhteydessä olemassa olevat lainansa 45 miljoonan euron osakeannilla ja uudella 60 miljoonan euron lainasopimuksella, joka muodostuu 50 miljoonan euron pankkilainasta ja 10 miljoonan euron rahoitusluottolimiitistä. Lainat erääntyvät vuonna 2023. Lainasopimus sisältää kaksi taloudellista kovenanttia, jotka koskevat nettovelkaantumisastetta ja nettovelkojen suhdetta käyttökatteeseen (leverage). 50 miljoonan euron pankkilaina nostettiin olemassa olevien lainojen uudelleenrahoittamiseksi. Rahoituslimiitti ei ole käytössä.

Markkinanäkymä ja taloudelliset tavoitteet

Musti uskoo, että lemmikkieläinmarkkinoita tukevat trendit, kuten lemmikkivanhemmuuden megatrendi ja lemmikkieläinten määrällinen kasvu, jatkuvat vahvoina myös koronaviruspandemian aikana ja sen jälkeen.

- Aiemmin on havaittu, että koiranpentujen rekisteröintien määrä kasvaa talouden laskusuhdanteiden aikana.
- Lemmikkieläinmarkkinat ovat luonteeltaan laskusuhdanteita kestävät, ja ne saavat tukea välttämättömien tuotteiden ostamisesta. Kuluttajat ovat valmiita käyttämään rahaa lemmikkeihinsä entiseen tapaan myös laskusuhdanteiden aikana, ja he leikkaavat mieluummin kustannuksiaan muissa kulutuskategorioissa.
- Pet Parenting -ilmiö on kasvattanut korkealaatuisten premium-ruokien sekä monipuolisemman tuote- ja palveluvalikoiman kysyntää. Musti uskoo pystyvänsä jatkamaan vahvaa tuloskehitystään, koska se keskittyy lemmikkivanhempien etsimisiin korkealaatuisiin tuotteisiin ja palveluihin.

Taloudelliset tavoitteet	
Kasvu	Liikevaihdon kasvu ainakin 350 miljoonaan euroon tilikauteen 2023 mennessä vahvana jatkuvan asiakashankintavauhdin tukemana.
Kannattavuus	10-12 % oikaistu EBITA-marginaali tasaisesti paranevalla profiililla. EBITA-marginaalin kasvun odotetaan toteutuvan tasaisen myyntikatteen sekä kiinteiden kustannusten vipuvaikutuksen kautta.
Pääoma-rakenne	Säilyttää pitkällä aikavälillä nettovelan suhde oikaistuun käyttökatteeseen <2,5x.
Osinko-politiikka	Jakaa osinkona nettotuloksesta 60-80 %. Mahdollisen osingon jakamisessa huomioidaan yritysostot, yhtiön taloudellinen asema, rahavirta ja kasvumahdollisuudet.



Yhteenveto

- Vahva tilikauden 2020 toinen neljännes.
- Liikevaihto kasvoi 15,9 % ja vertailukelpoinen konsernimyyntin kasvu oli 14,8 %. Kasvuun vaikutti pääasiassa uusien asiakkaiden entistä suurempi määrä.
- Vertailukelpoinen konsernimyynti ja markkinaosuus kasvoi vahvasti kaikissa kolmessa segmentissä – Suomessa, Ruotsissa ja Norjassa. Kaikki segmentit kasvattivat markkinaosuuttaan. Ruotsin ja Norjan oikaistut EBITA-marginaalit kehittyivät kohti Suomen tasoa tavoitteiden mukaisesti.
- Q2:lla yhtiö keskittyi edelleen kasvuun ja markkinaosuuden kasvattamiseen. Vahva monikanavastrategia ja skaalautuva alusta toimivat hyvin pandemian aiheuttaessa merkittävän siirtymän myymälöistä verkkokauppaan.
- Liiketoiminnan rahavirta oli edelleen vahva.



Lisätietoja

David Rönnerberg, toimitusjohtaja
+46 70 896 6552
david.ronnerberg@mustigroup.com

Robert Berglund, talousjohtaja
+358 50 534 8657
robert.berglund@mustigroup.com

Essi Nikitin
Johtaja, sijoittajasuhteet ja viestintä
+358 50 581 1455
essi.nikitin@mustigroup.com

www.mustigroup.com/sijoittajat

Twitter @MustiGroup

Osavuositarkastus
lokakuulta 2019–
kesäkuulta 2020
julkaistaan
4.8.2020



Kiitos!

A Sheltie dog with orange and white fur is running towards the camera in a lush green field filled with white wildflowers. The background is a soft-focus landscape under a clear blue sky.

Liitteet

Musti – Pohjoismaiden johtava lemmikkieläintarvikeyhtiö



Pohjoismaiden johtava lemmikkieläintarvikeyhtiö

#1 Pohjoismaissa,
22% markkinaosuus¹



Laaja kanta-asiakasohjelma

Yli miljoona kanta-asiakasta,
suuri datavirta
Pohjoismaisista lemmikeistä
ja lemmikkivanhemmista



Omnikanavainen liiketoimintamalli²

277 myymälää,
20,7 % liikevaihdosta
verkkokauppamyynnistä
tilikaudella 2019



Luottavaa asiakaspalvelu

93 % of Mustin
henkilöstöstä on itsekin
lemmikkivanhempia
– rehellisiä ja luotettavia
neuvoja sekä erinomaista
asiakaspalvelua



Stabiili liiketoimintamalli

Ruokatuotteiden osuus
52 % tuotemyynnistä
omissa kanavissa
– lemmikinruoalle on
ominaista toistuvat ostokerrat
suhdanteista riippumatta



Laaja valikoima O&E-tuotteita

Vahva O&E-brändiportfolio,
52 %:n osuus
tuotemyynnistä omissa
kanavissa tilikaudella 2019



Lähde: Yhtiön tiedot ja yhtiön kansainväliseltä konsulttiyhtiöltä tilaama analyysi. Huom: Yhtiön tilikausi päättyi 30 Syyskuuta.

1) Laskettu markkinaosuudesta Pohjoismaiden lemmikinruoka- ja tarvikemarkkinoilla vuonna 2018 perustuen Mustin kuluttajamyynntiin tilikaudella 2019. 2) Omnikanava tarkoittaa myymäläverkostoa ja verkkokauppaa

Strateginen fokus lemmikkivanhempiin Pohjoismaissa

MISSIO Teemme lemmikkien ja niiden omistajien elämästä helpompaa, hausempaa ja turvallisempaa.

SEGMENTIT	Suomi	Ruotsi	Norja
	Vakaa kehitys kehittyneimpänä maana	Laajentumisen jatkaminen ja toiminnan tehostaminen kohti Suomen tasoa	Uusien myymälöiden avaaminen ja vahva ramp-up
	128 myymälää	124 myymälää	35 myymälää
MYYMÄLÄ- BRÄNDI	 Musti & Mirri	ARKEN ZOO	 Musti
OMNI- BRÄNDI	 Musti & Mirri.FI	ARKEN ZOO.SE	 Musti.NO
ONLINE- BRÄNDI	 PetenKoiratarvike.com	VetZoo 	VetZoo 

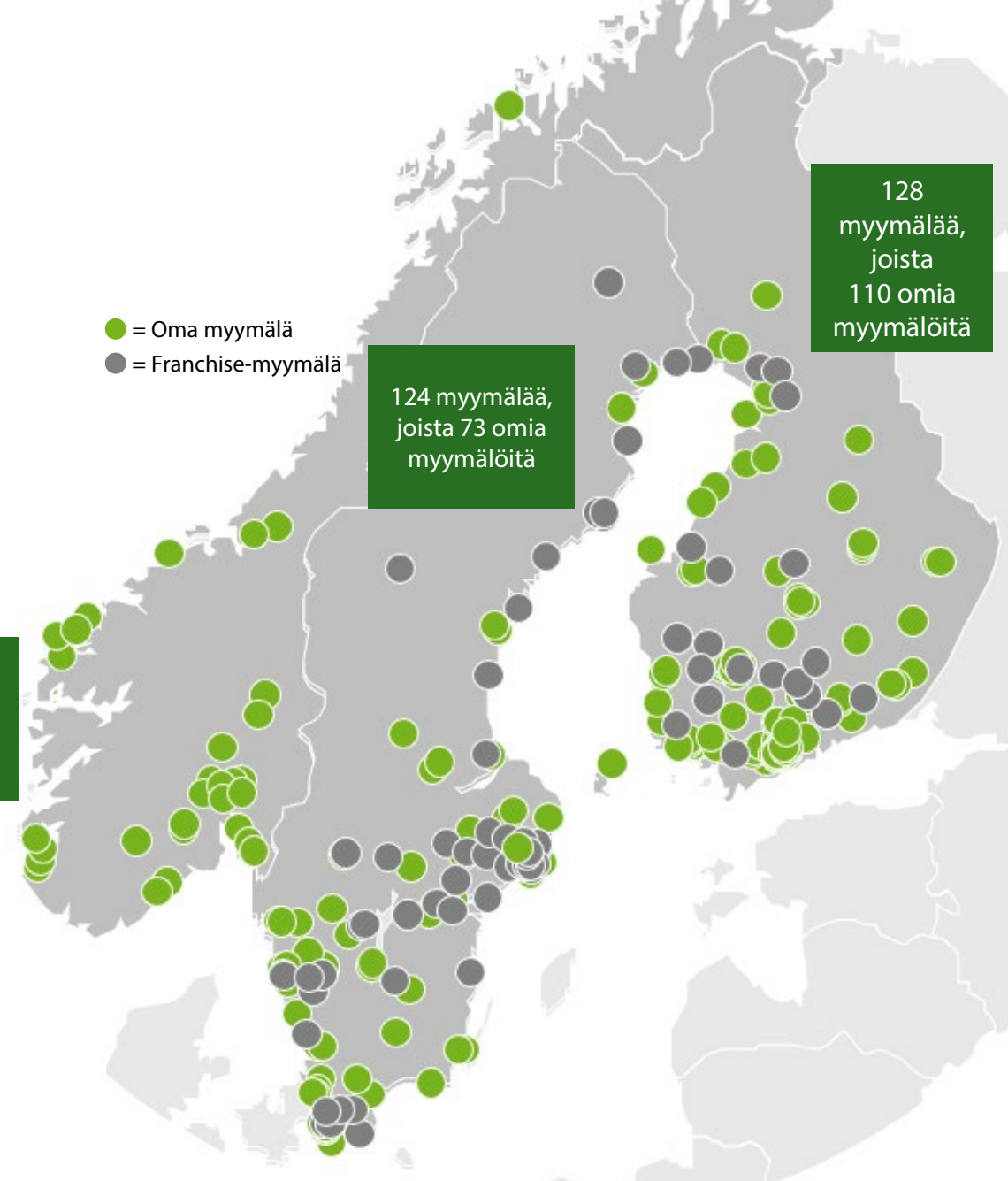
Avainluvut

Miljoonaa euroa, ellei toisin mainita	Q2 1–3/2020	Q2 1–3/2019	Muutos, %	H1 10/2019– 3/2020	H1 10/2018– 3/2019	Muutos, %	Tilikausi 2019
Liikevaihto	68,4	59,0	15,9	138,7	123,1	12,7	246,6
Vertailukelpoinen konsernimyynnin kasvu, %	14,8 %	10,8 %		11,1 %	10,5 %		11,2 %
Vertailukelpoinen myymälämyynnin kasvu, %	10,0 %	6,8 %		8,5 %	6,7 %		7,8 %
Verkkokaupan osuus, %	23,7 %	21,7 %		21,6 %	20,7 %		20,7 %
Oikaistu liikevoitto ennen aineettomien hyödykkeiden poistoja ja arvonalentumisia (oikaistu EBITA)	5,5	4,8	15,8	13,3	10,8	23,7	21,9
Oikaistu EBITA, %	8,1 %	8,1 %		9,6 %	8,7 %		8,9 %
Liikevoitto	2,1	2,4	-10,3	7,5	5,7	31,2	12,5
Liikevoitto, %	3,1 %	4,1 %		5,4 %	4,7 %		5,1 %
Osakekohtainen tulos, laimentamaton ja laimennettu, euroa	-0,09	0,00		0,03	0,04		0,10
Liiketoiminnan rahavirta	4,8	3,5	36,5	19,5	18,3	6,1	39,5
Investoinnit	2,4	1,5	59,3	4,9	3,1	57,5	6,4
Nettovelkaantumisaste, %				67,8 %	147,0 %		135,4 %
Nettovelka / oikaistu käyttökate 12 edelliseltä kuukaudelta				2,3	4,4		3,5
Kanta-asiakkaiden määrä, tuhatta	1 076	949	13,3	1 076	949	13,3	1 018
Myymälöiden määrä jakson lopussa	287	271	5,9	287	271	5,9	277



Yli miljoona kanta-asiakasta

- Kanta-asiakkaiden määrä kasvoi 1 076 (949) tuhanteen.
- 31.3.2020 Mustilla oli 287 myymälää (271), joista 218 (198) oli omia myymälöitä.
- Verkkokaupan osuus liikevaihdosta Q2:n aikana oli 23,7 % (21,7 %).



Musti tarjoaa moderneille lemmikkivanhemmille suunnatun menestyvän konseptin



Luotettava ja asiantunteva palvelu

- 93 prosenttia henkilöstöstä on itsekin lemmikkivanhempia
- Luotettava ja asiantunteva palvelu tukee asiakastytyväisyyttä ja sitoutumista



Korkealaatuinen valikoima

- Monipuolinen, korkealaatuinen valikoima ja vahvat omat brändit
 - Lemmikinruoka ja erikoislemmikinruoka
 - Lelut ja tarvikkeet
 - Terveys- ja hyvinvointituotteet



Omnikanavainen liiketoimintamalli

- Saumaton omnikanavainen liiketoimintamalli, joka varmistaa asioiden helppouden
 - Maksetaan verkossa, toimitetaan kotiin
 - Maksetaan verkossa, noudetaan myymälästä
 - Maksetaan myymälässä, noudetaan tai kulutetaan myymälässä



Palveluvalikoiman laajentaminen

- Turkinhoito ja kynsienleikkaus
- Hyvinvointipalvelut
- Koulutus ja oppiminen

Yritysvastuu Mustilla

Trusty

Mustin vastuullisuuspolku

Me teemme lemmikkien ja heidän perheenjäsentensä elämästä helpompaa, turvallisempaa ja hauskeempaa.

Toimialan edelläkävijänä haluamme toimia vastuullisesti. Se tarkoittaa lemmikkien ja ihmisten hyvinvoinnin asettamista etusijalle, korkeita laatu- ja turvallisuusvaatimuksia, tinkimätöntä ammattitaitoa sekä yhä kestävämpien toimintatapojen kehittämistä.

TEEMAT



Lemmikit ja heidän perheenjäsenensä

Korkealaatuiset ja turvalliset tuotteet ja palvelut
+
Tyytyväiset ja uskolliset asiakkaat



Henkilöstö

Menestyvät asiantuntijat
+
Hyvinvoivana työssä



Yhteisöt

Ahkerointia yhteiseksi hyväksi
+
Mieli avoinna uusille ideoille

PERUSTA

Vastuullinen toimitusketju



Toimittajat sitoutuneet Mustin vastuullisiin liiketoimintakäytäntöihin

Ympäristövaikutusten vähentäminen



Hiilidioksidipäästöjen ja energiankäytön hallinta
+
Kierrätys ja jätehuolto

Hyvä hallintotapa ja korkea etiikka

Toimintaperiaatteiden noudattaminen



30 vuoden kokemus – perinteisestä vähittäismyyntikonseptista omnikanavaan

