

Frågor från aktieägare i samband med Thule Groups årsstämma 2022

21 april, 2022

Frågor ställda av:

Victor Johansson, ombud för Sveriges Aktiesparares Riksförbund (org. nr: 857202-1593) och för Cicero Fonder AB (org. nr: 556588-8731).

Fråga:

I USA erbjöd den ledande konkurrenten inom joggingvagnar stora rabatter vilket gjorde att ni tappade volymer 2019-2020. Hur har utvecklingen och konkurrenssituationen i USA varit sedan dess?

Thule Group svar:

Varje företag följer sin prissättningsstrategi.. När vår främsta konkurrent inom joggingvagnar i Nordamerika slutade att ge kraftiga rabatter till sina återförsäljare och återigen sålde till sina ordinarie priser återtog vi snabbt förlorade marknadsandelar inom detta segment. Våra mycket populära joggingvagnar Thule Glide och Thule Urban Glide har sedan dess fortsatt att växa i volym och fortsatt ta marknadsandelar i Nordamerika. Konkurrenssituationen har inte förändrats nämnvärt. En mer detaljerad bild över konkurrenssituationen finner ni på <https://www.thulegroup.com/en/competitors>

Fråga:

Har ni möjlighet att genomföra prishöjningar i takt med ökade kostnader för material m.m.?

Thule Group svar:

Kostnadsökningarna var exceptionella under förra året och har fortsatt öka under 2022. För att möta kostnadsökningarna genomförde vi den, för oss, ovanliga åtgärden att genomföra en extra prishöjning under 2021. Den extra prisökningen genomfördes per den 1 juli förra året. När vi summerar året kan vi, som vi återkommande kommunicerat i samband med rapport och möten, konstatera att prisökningen accelererade mer än väntat under andra halvåret 2021. Vår juli-prishöjning kunde inte helt kompensera detta. Vårt mål med vår 1 januari 2022 prisökning var därför att se till att vi år är vi i fas med nuvarande kostnadsökningarnas effekter. Efter detta har kostnaderna på ingående komponenter fortsatt att öka, bland annat som en följd av Rysslands invasion av Ukraina, och vi kommer därför fortsatt att justera våra priser.

Fråga:

Har ni märkt av att det är brist på några komponenter? I så fall hur har det påverkat er?

Thule Group svar:

Vi, precis som de allra flesta tillverkande företag, bedriver vår verksamhet med stora utmaningar i leveranskedjorna. Även om våra leveranstider under 2021 i flera fall var betydligt längre än vanligt har vi framgångsrikt lyckats parera de största utmaningarna.

Thule Group har en stark leverantörbas runt om i världen med långsiktiga och goda relationer med 650 leverantörer i 32 länder. Vi har under många år arbetat nära många av våra leverantörer för ökad effektivitet och hållbarhet. Under 2021 har dessa starka relationer varit avgörande för att trygga materielleveranser, hålla igång våra produktionsenheter och säkra leveranser av färdiga produkter ut till marknaden.

Vi har framför allt fokuserat på de 122 leverantörer som står för 90 procent av vårt totala inköp. Flertalet av dessa har lokala produktionsanläggningar nära våra egna tillverkningsenheter, vilket ger förhållandevis snabba, säkra och flexibla leveranskedjor. Dock är det uppenbart att vi även under 2022, likt andra tillverkande företag, kommer ha fortsatta utmaningar att få in komponenter i tid och har därför valt att höja våra lagernivåer.

Fråga:

Hur bedömer ni att intresset för friluftsliv och era produkter påverkas med anledning att Covid-19 klingar av och fler kommer resa mer utomlands till exempel?

Thule Group svar:

Vi har under ett flertal år innan pandemins utbrott sett ett generellt ökat intresse för en aktiv fritid i breda befolkningsgrupper i stora delar av världen. Den globala pandemin har under 2020 och 2021 accentuerat detta intresse.

Detta har inneburit växande marknader, vilka Thule Group mött med ett väletablerat livsstilsvarumärke, attraktiva produkter, ett gediget långsiktigt hållbarhetsarbete och starka leveranskedjor.

Vi, som de allra flesta i vår bransch, ser ingenting som tyder på att den rådande trenden skulle förändras. Vi kommer givetvis inte att se den stora procentuella tillväxt som vi gjort under åren med en global pandemi, men vi känner oss trygga i att marknaden kommer att fortsätta växa i linje med vad den gjorde innan pandemin (2-4%) och våra försäljningsökningar därmed likt innan pandemin ska kunna ligga över vårt tillväxtmål om 7% per år som vi såg åren före pandemin. Dock nu från en ny, betydligt större, bas.

Fråga:

Börja ni se en återhämtning i väsksegmentet?

Thule Group svar:

Under 2021 såg vi en tillväxt i Packs, Bags & Luggage efter ett utmanande 2020. Produktkategorin har dock inte till fullo återhämtat sig till 2019 års försäljningsnivå, men jämfört med det svaga fjolåret ökade försäljningen med 12 procent.

Sport- och fritidsväskor, som även omfattar cykelväskor, fortsatte växa snabbt och försäljningen av vardagsryggsäckar för användning till och från jobb och skola var högre än 2019. Däremot har försäljningen av kabin- och resväskor, likt för alla världens större väsktillverkare, långt kvar till att nå pre-pandeminivåer då flygresandet världen över fortsatt ligger på mycket låga nivåer.

Fråga:

Har er målsättning att fördubbla försäljningen fram till 2030 blivit svårare att realisera med hänsyn till världsläget?

Thule Group svar:

Målet att fördubbla 2020 års omsättning till 2030 har snarare blivit betydligt lättare, då vi redan 2021 uppnådde en valutajusterad tillväxt om 38%. Vi fokuserar därmed på, och ser ingen anledning att ändra, vårt finansiella mål om en valutajusterad försäljningstillväxt under perioden 2022-2030 motsvarande minst 7% CAGR, som presenterades för snart ett år sedan.

<https://www.thulegroup.com/en/long-term-targets>

Fråga:

Av er årsredovisning framgår att ni anser att enbart vissa delar av sortimentet är påverkade av konjunktur men är det inte rimligt att anta att hela ert sortiment kan bli påverkade av en konjunkturedgång när konsumenten får mindre i plånboken att lägga på dyrare inte nödvändig konsumtion?

Thule Group svar:

Vi anser att RV Products är bolagets enda produktkategori som kan anses vara typiskt cyklisk då inköp av produkter inom denna kategori ofta sker i samband med köp av själva fordonet (husbil, husvagn) som är en betydande finansiell investering för konsumenten.

Vi har varken historiskt sett, eller förväntar oss att se det framåt, att Thule Groups övriga tre produktkategorier ska vara cykliska eller betydligt påverkade av en allmän konjunktur.

Till detta ska läggas att sport- och fritidsbranschens historiskt sett har en relativt begränsade exponering mot snabba svängningar under konjunkturcykler vilket ger tid för anpassning.

Fråga:

Ni lyfter ert hållbarhetsarbete men har ni övervägt en andrahandsmarknad för era produkter och eller att konsumenter kan lämna in en använd produkt som ni fräschar upp och sedan säljer vidare?

Thule Group svar:

Vi utvärderar ständigt en hållbar affärsmodell och tillhandahåller reservdelar till våra produkter så att de ska kunna repareras och användas över lång tid av en eller flera ägare. För att effektivt hyra ut produkter eller erbjuda andrahandsförsäljning krävs ett mycket komplett nätverk av butiker/serviceanläggningar om detta ska göras hållbart. Då vi säljer våra produkter i 140 länder innebär detta en komplex struktur som vi inte i dagsläget anser vara kommersiellt hållbart för Thule Group att tillhandahålla.

Kommentar:

Aktiespararna anser att ni framöver bör möjliggöra stämmodeltagande i hybridform.

Thule Groups svar:

Thule Group noterar denna önskan från Aktiespararna och Cicero Fonder.

./.

Frågor till Thule Groups valberedning:

Till styrelsen föreslås två nya namn vad förväntas de tillföra primärt?

Johan Westman är idag VD för AAK samt styrelseordförande i *Absolent Air Care Group*. Aktiespararna anser inte att en VD för ett börsbolag samtidigt bör vara styrelseordförande. Nu är han dessutom föreslagen till styrelseledamot i Thule.

Aktiespararna anser att valberedningen tydligt ska förklara på vad sätt aktieägarna gynnas av att ha en ledamot som har vd-uppdrag för annat bolag och dessutom är styrelseordförande i ett annat bolag.

Valberedningens svar:

Valberedningen föreslår Johan Westman som ledamot i Thule Group styrelse. Johan har betydande industriella erfarenhet från internationell miljö, erfarenhet från flertalet exekutiva ledande befattningar såväl som erfarenhet av förvärv och operationell verksamhet i flera geografier.

Sammantaget är valberedningen övertygad om att Johan kommer att tillföra värdefull kunskap och erfarenhet till styrelsen. Hans industriella kunskap i en betydande internationell miljö är välkommen i ett företag med verksamhet i 140 länder. Likaså är valberedningen övertygad om att hans operationella kunskap och erfarenhet kommer att bidra positivt till både styrelsens arbete och till företagets ledning.

Valberedningen har haft ett flertal diskussioner med Johan Westman om uppdragets tidsåtgång och hans möjlighet att prioritera detta jämte sina övriga uppdrag. Johan kommer att prioritera sitt uppdrag i Thule Groups styrelse och är övertygad om att detta, på ett välfungerade sätt, kan kombineras med hans övriga uppdrag.

./.