

Pressmeddelande

Malmö, 20 september, 2017

Thule Group kapitalmarknadsdag – Summering av presentationer

Under dagens kapitalmarknadsdag, som hålls i Stockholm, presenterar Thule Group en ny struktur för företagets Produktkategorier, samt uppdaterade långsiktiga finansiella mål. Långsiktiga ambitionsnivåer presenteras för fyra produktkategorier, även om försäljningen också framgent kommer att rapporteras i företagets två existerande geografiska regioner. De fyra produktkategorierna är: Sport&Cargo Carriers; Packs, Bags & Luggage; Active with Kids och RV Products, vilka presenteras närmre i presentationen som finns tillgänglig på företagets hemsida.

“Som vi kommunicerade den 2 juni i år har vi, genom avyttringen av de delar inom koncernen som inte längre var nyckelverksamheter, avslutat den strategiska renodlingen till varumärkesdrivna konsumentprodukter. Eftersom vi dessutom under senare tid har växt snabbt i den produktkategori som kallas Other Outdoor&Bags, är det logiskt för oss att delvis beskriva vår verksamhet utifrån de nya kategorierna för att bättre kunna presentera våra långsiktiga ambitionsnivåer.”, kommenterar Magnus Welander, vd och koncernchef.

Ny struktur för företagets produktkategorier

Produktkategori	Tidigare struktur	Andel av omsättning Thule Group (2017Jun R12)	Tillväxt (konstant valuta) 2017H1 / 2016H1
Sport&Cargo Carriers	Ingen förändring	65%	+ 7%
Pack, Bags & Luggage	Bags for Electronic Devices och del av Other Outdoor&Bags	15%	- 4%
Active with Kids	Del av Other Outdoor&Bags	8%	+ 48%
RV Products	Del av Other Outdoor&Bags	12%	+ 31%

Den övergripande ambitionen för Thule Group är fortsatt att driva organisk lönsam tillväxt inom alla de fyra produktkategorierna, men olika förutsättningar gör att ambitionen summeras övergripande på följande sätt:

Sport&Cargo Carriers – Förstärkt marknadsledande position

Packs, Bags & Luggage – Etablera en stark position inom resväskor

Active with Kids – Etablera en stark position inom barnvagnar

RV Products – Utvecklas bättre än marknaden

En fördjupad presentation om hur ledningen planerar att uppnå dessa ambitioner finns i presentationen från kapitalmarknadsdagen.

Nya långsiktiga finansiella mål – Thule Group

“Under åren som publikt företag har vi bevisat att vi kan driva organisk lönsam tillväxt. Med en valutajusterad organisk årlig försäljningsökning över 5% och en underliggande EBIT-marginal som har förbättrats från 13% till 18%anser vi därför att det är logiskt att uppdatera de långsiktiga finansiella målen.”, kommenterar Magnus Welander.

Försäljningstillväxt $\geq$ 5%	Årlig organisk försäljningstillväxt (valutajusterad) (oförändrat mål)
EBIT-marginal $\geq$ 20%	Underliggande EBIT-marginal (tidigare mål $\geq$ 17%)
Nettoskuld / EBITDA 1.5 – 2.5x	Nettoskuld / EBITDA (tidigare mål cirka 2.5x)
Utdelning $\geq$ 50%	Ordinarie utdelning i förhållande till nettovinst (oförändrat mål)

“Lönsam organisk tillväxt är fortsatt vår största fokus och i kombination med skalfördelar med en välinvesterad och effektiv organisation, samt förväntad positiv utveckling framgent vad gäller produktkategori-mix gör att vi känner att vår långsiktiga ambitionsnivån kan höjas vad gäller vårt lönsamhetsmål. Vårt starka kassflöde samt huvudfokus på organisk tillväxt, samtidigt som vi är öppna till strategiska förvärv, är huvudskälen till det uppdaterade målet vad gäller skuldsättningsgrad.”, avslutar Magnus Welander.

Vid frågor, vänligen kontakta:

Fredrik Erlandsson

SVP Communications and Investor Relations

Tel: 070 309 00 21

E-mail: fredrik.erlandsson@thule.com

Om Thule Group

Thule Group är världsledande på produkter som gör det enkelt att lätt, säkert och snyggt ta med sig det man behöver och bryr sig om när man lever ett aktivt liv. Under mottot *Active Life, Simplified*. erbjuder bolaget produkter inom produktkategorierna **Sport&Cargo Carriers** (t.ex takräcken, takboxar, hållare för cykel-, vatten- och vintersport som transporteras med bil), **Packs, Bags & Luggage** (t.ex. dator- och kameraväskor, vandringsryggsäckar, resväskor), **Active with Kids** (t.ex cykelkärror, barnvagnar, barncykelstolar), **RV Products** (t.ex markiser, cykelhållare och tält för husbilar och husvagnar).

Thule Group har cirka 2 200 anställda vid 8 produktionsanläggningar och 35 försäljningskontor över hela världen. Produkterna säljs på 140 marknader och försäljningen under 2016 uppgick till 5,3 miljarder kronor.

www.thulegroup.com