

Oriflame: Ser FSG lok valuta 2H någorlunda linje med 1H

STOCKHOLM (Direkt) Oriflame bedömer att försäljningen i lokal valuta kommer att bli någorlunda i linje med det första halvårets ökning om 2 procent.

Det säger kosmetikabolagets vd Magnus Brännström till Nyhetsbyrån Direkt.

“För den totala försäljningen ser det väl ungefär likadant ut för det andra halvåret som det första”, säger vd.

Han medger dock att marknadsutsikterna är svårbedömda:

“Om man tittar sig runt omkring ser det inte speciellt bra ut framförallt i Europa och även konkurrenterna vittnar ju om att det är osäkert och därför vill vi vara något försiktiga i vår utsiktsbedömning”.

Säljkåren i Ryssland sjönk dock mindre än CIS-områdets 12 procent under det andra kvartalet, enligt vd.

“Den är mindre än snittet, även om vi inte ger ut den specifikt”, säger Magnus Brännström.

Kommer ni att släppa en mer preciserad helårsprognos i samband med det tredje kvartalet?

“Det får vi väl se hur säkra vi känner oss då”, kommenterar han.

Marknadsutsikterna för många länder är som sagt osäkra enligt vd:

“Det är ju stora marknadsutmaningar som i Sydeuropa, Balkanländerna, Vitryssland, Ukraina och den del centralasiatiska länder”.

Vad gäller Oriflames enskilt största marknad, Ryssland, är läget status quo jämfört med det första kvartalet, enligt Magnus Brännström.

“Det är ingen större skillnad, det är varken sämre eller bättre. Vi känner väl att Ryssland tuggar på, osäkerheten ligger nog mer i länderna runtomkring”, säger vd.

Generellt sett bedömer Magnus Brännström att Oriflame utvecklar sig linje med kosmetikamarknaden överlag. Dock tappar skönhetsbolaget marknadsandelar i Ryssland, enligt vd.

EMEA-regionens utsikter är dock mest svårbedömda av alla enligt vd.

“EMEA är mest svårbedömd och den jag är mest oroad för. Spanien, Portugal och Grekland som är relativt stora länder för oss har det jättejobbigt och ser tvåsiffriga försäljningsminskningar och det gäller ju även vissa av Balkanländerna”, kommenterar han.

Nordafrika går dock betydligt bättre än Europamarknaden och beskrivs något som ljuset i mörkret av vd.

Capex-bedömningen om 80-90 miljoner euro i år och att Oriflame ska nå sina långsikta mål inom 3-5 år kvarstår, enligt vd.

Skönhetsbolaget kommer emellertid inte att kliva in på någon ny geografisk marknad under det andra halvåret i år utan det dröjer till nästa år, meddelar Magnus Brännström vidare.

Bild: (c) MarianneJ.-pixelio