

Pressmeddelande

Stockholm, 29 oktober 2020

Tobiis delårsrapport för tredje kvartalet 2020

Tobii AB (publ) redovisade idag sin delårsrapport för tredje kvartalet 2020.

Kommentar från Tobiis VD Henrik Eskilsson:

”Effekterna av pandemin pressade affären i alla tre affärsområdena i kvartalet. Nya I-serien fortsatte dock att agera draglok och nya Pro Glasses 3 är en framgång. Tack vare starkt lagarbete, en uppdaterad produktportfölj och god kostnadskontroll visade vi trots covid-19 ett tydligt förbättrat rörelseresultat, både sekventiellt och jämfört mot föregående år. Tobii tog i kvartalet tydliga steg framåt med flera viktiga produktlanseringar, design wins och strategiska samarbeten med bland annat HP och Google. Vi ser stadigt ökande intresse för eyetracking och är optimistiska kring framtiden.”

Kvartalet juli - september

- Koncernens intäkter minskade med 12 % till 317 MSEK (359) jämfört med tredje kvartalet 2019. Organiskt minskade intäkterna med 4 %. Covid-19 pandemin har även i det tredje kvartalet påverkat koncernens intäkter kraftigt negativt, men detta har till stor del motverkats av positivt momentum i våra affärer.
- Bruttomarginalen uppgick till 69 % (69 %).
- Koncernens rörelseresultat uppgick till -27 MSEK (-32). Tobii Dynavox bidrog till resultatet med 26 MSEK (30), Tobii Pro bidrog med 1 MSEK (13) och investeringarna i Tobii Tech påverkade koncernens rörelseresultat med -56 MSEK (-73).
- Resultatet per aktie var -0,50 SEK (-0,32).

Viktiga händelser

- Tobii Dynavox offentliggjorde efter kvartalets utgång ett nytt [samarbete med Google](#). Tobii och Google har jobbat tillsammans för att integrera Google Assistant i Tobiis Snap Core First mjukvara samt Tobiis bildkommunikationssymboler i Googles Android Action blocks.
- HP lanserade sitt nya VR-headset, [HP Reverb G2 Omnicept Edition](#), som utrustats med Tobii eyetracking för att ge nya analysmöjligheter samt förbättra användarupplevelsen och produktens grafikprestanda.
- Tobii har efter kvartalets utgång [sålt Smartbox](#). Den förväntade köpeskillingen motsvarar priset Tobii betalade för Smartbox 2018. Transaktionen förväntas inte resultera i någon nämnvärd inverkan på Tobiis resultat och sänker Tobiis nettoskuldsättning med 114 MSEK.

VD-kommentar

Effekterna av pandemin pressade affären i alla tre affärsområdena i kvartalet. Nya I-serien fortsatte dock att agera draglok och nya Pro Glasses 3 är en framgång. Tack vare starkt lagarbete, en uppdaterad produktportfölj och god kostnadskontroll visade vi trots covid-19 ett tydligt förbättrat rörelseresultat, både sekventiellt och jämfört mot fö-regående år. Tobii tog i kvartalet tydliga steg framåt med flera viktiga produktansättningar, design wins och strategiska samarbeten med bland annat HP och Google. Vi ser stadigt ökande intresse för eyetracking och är optimistiska kring framtiden.

Tobii Dynavox försäljning har fortsatt att påverkas negativt av covid-19 situationen, särskilt i USA där det varit svårt att nå förskrivare och personer i behov av kommunikationshjälpmedel. Detta har vägts upp av ett starkt momentum i affären, där nya I-serien återigen agerar draglok. Vi såg stark tillväxt i de flesta marknaderna utanför USA. Sammantaget växte intäkterna 2 procent organiskt och vi uppnådde en rörelsemarginal om 13 procent.

Efter kvartalet annonserade Tobii och Google ett samarbete, där vi jobbat tillsammans för att integrera Google Assistant i vår Snap Core First-mjukvara samt våra bildkommunikationssymboler i Android Action blocks. Detta är en viktig pusselbit i vårt produktbudande då möjligheten att styra smarta hem-enheter. Vi befäster också våra bildkommunikationssymbolers position som industristandard vilket ökar attraktionskraften i våra kommunikations- och utbildningsmjukvaror.

Under de senaste kvartalen har vi gjort väsentliga uppgraderingar av hårdvara och mjukvara som har introducerat många nya innovativa funktioner för våra användare. Detta inkluderar exempelvis tillgänglighetsanpassade appar, ögonstyrning utomhus i solljus och styrning av smarta hem-enheter. Dessa möjliggör livskvalitetsförbättringar för våra användare genom bland annat främjad självständighet och möjlighet till ökat deltagande. Med dessa framsteg är vi övertygade om att vi befäster vår position som marknadsledare och vår tro är att det kommer att driva ökad marknadspenetration och uppgraderingstakt.

Tobii Pro påverkades under kvartalet fortsatt tydligt negativt av covid-19, även om vi såg en viss återhämtning. Intäkterna föll med 14 procent organiskt jämfört med tredje kvartalet 2019, men ökade markant jämfört med föregående kvartal. Tillsammans med väl implementerade kostnadsåtgärder ledde detta till att rörelseresultatet återigen lyftes till vinst.

Vår nya produkt Pro Glasses 3 har mottagits mycket positivt i marknaden och vi förväntar oss att denna flaggskeppsprodukt kommer att bidra till god försäljningstillväxt under kommande år. En intressant utveckling efter Pro Glasses 3-lanseringen är att vi under kvartalet sett ett ökat intresse kring studier i hemmet där våra kunder vill få en bättre förståelse för hur olika produkter och tjänster används och upplevs visuellt.

På kort sikt förväntar vi oss att pandemin fortsätter att ha en negativ påverkan men att affärsområdet fortsätter sin gradvisa återhämtning.

Tobii Techs totala intäkter var på ungefär samma nivå organiskt som samma kvartal föregående år. Dock föll intäkterna från externa kunder med 7 procent organiskt. Intäkter från utvecklingsprojekt tillsammans med kunder tenderar att variera avsevärt från kvartal till kvartal beroende på när milstolpar uppnås. I andra kvartalet var sådana intäkter väsentligt högre medan de i tredje kvartalet var lägre än vanligt. Det vi nu ser är också delvis en effekt av covid-19 då det under året har varit svårare att bedriva affärsutveckling, vissa kunder har senarelagt projekt och flera etablerade kunder har haft lägre försäljningsvolymer.

I kvartalet annonserade vi en integration av Tobii eyetracking i VR headsetet HP Reverb G2 Omnicept Edition. Samarbetet är ytterligare ett viktigt strategiskt steg mot att etablera eyetracking som en fundamental teknik inom VR, och demonstrerar Tobii's position som den ledande leverantören av eyetracking-teknologi för VR-marknaden. Vi har nu alla de ledande tillverkarna av enterprise VR headsets som etablerade kunder – HTC, HP och Pico.

Vid sidan av HP-affären landade vi i kvartalet också ett antal design wins, bland annat inom applikationsområdena 3D-skärmar, beröringsfria informationsterminaler och synundersökningar på barn.

Tobii Techs åtgärdsprogram som inkluderade en neddragning med ett sextiotal konsulter och anställda har genomförts väl. Tillsammans med temporärt lägre kostnader till följd av covid-19, uppnåddes en minskning med över 30 procent i rörelsekostnader jämfört med samma kvartal föregående år.

För Tobii-koncernen som helhet var affären i kvartalet fortsatt kraftigt negativt påverkad av covid-19. Tack vare underliggande efterfrågan, starka insatser från våra medarbetare och bra produkter har försäljningen ändå hållits uppe väl, och vi såg en organisk försäljningsminskning för koncernen på bara 4 procent.

Jag är mycket nöjd med affärsområdenas förmåga att anpassa kostnaderna i rådande covid-19 situation. De besparingsåtgärder vi lanserade i andra kvartalet genomfördes mycket väl. Våra rörelsekostnader i tredje kvartalet minskade med 16 procent organiskt mot samma kvartal föregående år. Rörelseresultatet förbättrades till -27 MSEK och fortsätter därmed tydligt i riktning mot lönsamhet.

Efter kvartalets slut har vi slutfört försäljningen av Smartbox. Givet omständigheterna är vi nöjda med att sälja Smartbox till en ansvarstagande ägare till ett pris som förväntas ge oss köpeskillingen tillbaka och inte förväntas resultera i någon nämnvärd påverkan på Tobiis resultat. Med denna affär stärker vi vår robusta kassaposition ytterligare.

Vi har hanterat pandemin väl och samtidigt tagit stora tydliga steg framåt i vårt produkt erbjudande. Vi är rätt positionerade för att bibehålla vår världsledande position och med en uppdaterad produktportfölj är vi optimistiska kring möjligheten att återgå till att driva god tillväxt och uppnå lönsamhet när pandemins effekter väl avtar.

Henrik Eskilsson
VD

Webbpresentation

Klockan 10.00 idag håller Tobii en webbpresentation för investerare, analytiker och finanspress. Presentationsmaterialet och en länk till webbpresentationen kommer att finnas tillgängligt under [Kalendern](#) på Tobiis hemsida innan webcasten. Där kommer även delårsrapporten och en inspelning av webbpresentationen att finnas tillgänglig efter offentliggörandet och presentationen. Ni kan också delta genom följande [länk](#).

Rapporten har varit föremål för översiktlig granskning av bolagets revisorer.

Denna information är insiderinformation som Tobii AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom nedanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 29 oktober 2020 kl. 07.30 CEST.



Kontakt

Henrik Mawby, Head of Investor Relations, Tobii AB, tel: 0734 409 862, e-post:
henrik.mawby@tobii.com

Om Tobii

Tobii är världsledande inom eyetracking. Vår mission är att göra världen bättre med teknik som förstår vår uppmärksamhet och intention. Tobii bedriver verksamhet inom tre affärsområden: Tobii Dynavox gör specialutvecklade datorer som styrs med ögonrörelser eller pekskärm som används av personer med särskilda behov. Tobii Pro utvecklar och säljer eyetracking-lösningar och -tjänster som idag används av mer än 3 500 företag och 2 500 forskningsinstitutioner, däribland samtliga av världens 50 mest välansedda universitet. Tobii Tech levererar eyetracking-teknologi som integreras i konsumentelektronik och andra produkter så som persondatorer, virtual reality, hälso- och sjukvårdstillämpningar, med mera. Tobii har sitt huvudkontor i Sverige och är noterat på Nasdaq Stockholm (TOBII). Koncernen har över 1 000 anställda. Mer information finns på: www.tobii.com.

Tobii AB (publ)
Box 743
S-182 17 Danderyd
Sweden

phone: +46 8 663 69 90
fax: +46 8 30 14 00
www.tobii.com