

A promotional image for Pandora jewelry. It features two women from the chest up. The woman on the left has a shaved head and is wearing a red leather jacket over a white top. She is wearing a silver Pandora necklace with a circular charm and a small rectangular charm. The woman on the right has short brown hair and is wearing a dark blue or black top. She is wearing a silver Pandora necklace with a heart-shaped charm. The Pandora logo, a crown with three points, is positioned above the letter 'O' in the brand name. The background is a plain, light-colored wall.

PANDORA

ÅRSRESUMÉ 2020

INDHOLD

3	BREV TIL AKTIONÆRERNE
4	RESUMÉ
6	FINANSIELLE HOVED- OG NØGLETAL
7	FORVENTNINGER TIL 2021
9	TOTALINDKOMSTOPGØRELSE FOR KONCERNEN
10	BALANCE FOR KONCERNEN
11	PENGESTRØMSOPGØRELSE FOR KONCERNEN



BREV TIL AKTIONÆRERNE

TURNAROUND NÆSTEN TILLENDE- BRAGT TRODS GLOBAL KRISE

Når man ser tilbage på 2020, er der kun ét sted at starte. En forfærdelig pandemi hærgede kloden og ændrede liv og samfund overalt. COVID-19 har haft enorm indvirkning på os som individer, på vores samfund og virksomheder, og vi håber alle på lysere tider i det nye år.




PETER A. RUZICKA
Chair of the Board
of Directors

For Pandora var 2020 et paradoks. På den ene side tvang pandemien os til midlertidigt at lukke de fleste af vores butikker, og omsætningen faldt dramatisk. Vi måtte aflyse eller udskyde mange af vores kommercielle planer, da fokus skiftede til at beskytte kunder og ansatte.

På den anden side markerede 2020 en milepæl i virksomhedens turnaround. Vi genskaber attraktionen for Pandora brandet. Brandet fortsatte den positive udvikling, der startede mod slutningen af 2019, da vi cementerede vores position som et eftertragtet luksusmærke til rimelige priser. De strategiske initiativer under Programme NOW viste meget stærke resultater, og vores aktiekurs steg 135%. Det samlede afkast til aktionærene toppede både det danske C25-index og det europæiske STOXX 600 Personal & Household Goods-index.

Vi formåede at udnytte ny forbrugerindsigt på tværs af forretningen, og vi viste modstandskraft i salgsleddet på trods af den voldsomme omvæltning forårsaget af COVID-19. Dette var især tydeligt i vores onlinebutikker. Da reglerne om social afstand satte nye grænser for fysisk detailhandel, og butikkerne blev nødt til at lukke, var vi i stand til at indhente en stor del af den tabte omsætning takket være vores betydelige investeringer i digitale initiativer de seneste år. Pandoras onlineomsætning fordoblede i 2020.

Vi vil fortsætte med at investere i vores digitale formåen, omnichannel-initiativer og datakompetencer. Det er centrale elementer i brandets fremtid, hvor vi stræber efter at forblive relevante for forskellige forbrugergrupper og samtidig være meget konkurrencedygtige i vores go-to-market-strategier.

I 2020 ændrede vi den måde, vi driver Pandora på. Vi gennemførte en strategisk omorganisering for at bringe Pandora tættere på forbrugerne og sikre en mere konsekvent global eksekvering af vores produkt- og marketingkoncepter. Omorganiseringen har ført til mere effektive beslutningsprocesser og bedre samarbejde. Vores fleksibilitet og operationelle resultater under pandemien er en direkte konsekvens af den nye organisation.




ALEXANDER LACIK
President & CEO

På bæredygtighedsfronten gjorde Pandora også store fremskridt i 2020. Vi forpligtede os til at blive CO2-neutrale i egen drift i 2025, reducere emissionerne i vores fulde værdikæde i tråd med Paris-af-talen og omlægge til kun at bruge genanvendt sølv og guld i vores produkter i 2025. Disse beslutninger vil i høj grad gavne miljøet og har sat en ny standard for ansvarlig produktion i smykkeindustrien. Vi fortsatte også vores samarbejde med UNICEF og i det første år af partnerskabet donerede vi 3,4 millioner dollars til sårbare børn. Nogle af midlerne blev rettet mod COVID-19-nødhjælp.

Vi forbereder nu det næste kapitel for Pandora. Programme NOW blev lanceret i slutningen af 2018 som et toårigt transformationsprogram med det primære mål at stoppe faldet i omsætningen. Transformationen har ændret selskabet og er nu tæt på at være gennemført. Vi ser frem til at præsentere en ny strategi som startskuddet på en ny æra for virksomheden - en vækstæra - som skal underbygge vores formål "giving a voice to people's loves".

Vi vil gerne takke alle Pandoras medarbejdere for deres engagement, nytænkning og vedholdenhed igennem et meget udfordrende år.

RESUMÉ

SOLIDE RESULTATER I TAKT MED STYRKELSE AF BRAND

I de sidste to år har vi med initiativerne under Programme NOW arbejdet med at transformere vores virksomhed og tilføre ny energi til Pandora-brandet.

Vores stærke resultater under pandemien og vores høje forbrugereengagement viser at Pandoras brandmomentum fortsætter.

Relanceringen af vores brand den 29. august 2019 markerede starten på de vigtigste kommercielle initiativer under Programme NOW. Vi så de første lovende resultater i 4. kvartal 2019 hvor vi så en forbedring i like-for-like i forhold til årets første tre kvartaler. Udviklingen fortsatte i begyndelsen af 2020, hvor Pandora opnåede positiv vækst i like-for-like i januar og februar (Kina undtaget).

I 2020 blev Pandoras finansielle resultater alvorligt påvirket af COVID-19 og den midlertidige lukning af de fleste af vores butikker og faldende trafik i de åbne butikker. På trods heraf opnåede Pandora 4% organisk vækst i 4. kvartal.

Det er tydeligt, at Pandora er nået langt i 2020 i forhold til at opfylde hovedmålsætningen i Programme NOW - at stabilisere toplinjen efter en årrække med faldende vækst i like-for-like.

Vi har siden udbruddet af COVID-19 iværksat en række tiltag for at navigere gennem krisen på en socialt ansvarlig måde. Vi har prioriteret sikkerhed for ansatte og kunder og taget alle nødvendige skridt for at overholde lokale myndigheders retningslinjer om social afstand og andre sikkerhedskrav. Vi har betalt fuld grundløn til vores ansatte, når vores butikker blev nødt til at lukke.

Under de første nedlukninger i foråret iværksatte vi en række initiativer for at sikre Pandora en robust likviditetsposition og beskytte vores indtjeningsevne i lyset af den faldende omsætning. Disse initiativer dannede grundlaget for et stærkt kommercielt comeback, da vi åbnede butikkerne igen efter nedlukningerne. Den kommercielle plan var baseret på at sikre tilstrækkeligt og motiveret butikspersonale, forny vores varelagre og fortsætte det høje medie- og marketingtryk.



Vi så en markant vækst i Pandoras onlinesalg under nedlukningerne

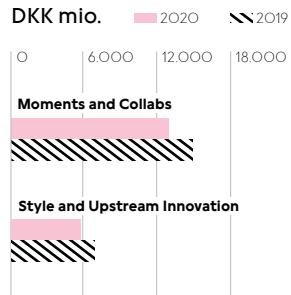


Disse beslutninger viste gode resultater, da forbrugerne vendte tilbage til butikkerne, og bortset fra Kina har Pandora vundet markedsandele i en meget fragmenteret branche.

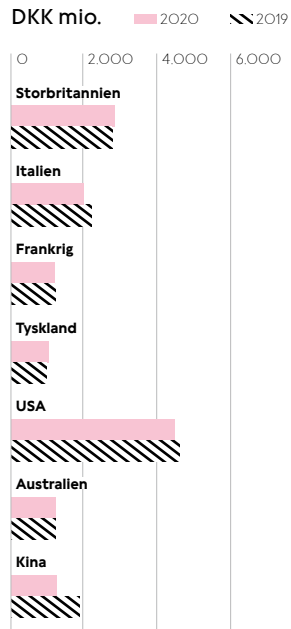
Den globale sell-out growth (svarende til væksten i like-for-like inklusive midlertidigt lukkede butikker) steg gradvist fra lavpunktet i april 2020. Fra november 2020 blev vores resultater i det vigtige 4. kvartal negativt påvirket af en bølge af COVID-19



OMSÆTNING I GLOBALE FORRETNINGSENHEDER



OMSÆTNING PÅ HOVEDMARKEDER



nedlukninger på de europæiske hovedmarkeder, herunder Frankrig, Storbritannien og Tyskland, kombineret med restriktioner i detailhandlen på de fleste andre europæiske markeder. Resultaterne indikerer, at den negative indvirkning fra COVID-19 restriktioner i butikkerne blev (delvist) opvejet af en positiv engangseffekt som følge af, at forbruget har været rettet mod gaver og andre forbrugsgoder på bekostning af rejser og tjenesteydelser. Væksten i sell-out growth blev -39% i 2. kvartal 2020, -2% i 3. kvartal 2020 og 1% i 4. kvartal 2020. Væksten for hele året blev -12%.

E-handel har været et lyspunkt i 2020 og vores gode resultater skyldes i høj grad udviklingen i onlinesalget. Vi relancerede vores onlineforretning i 2019 og har opnået stærke resultater lige siden. Vi så en markant vækst i Pandoras onlinesalg under nedlukningerne, idet det lykkedes os at flytte kunder fra de fysiske butikker til online. Dette førte til en vækst på 103% i online sell-out growth i 2020. Vi vil fortsat prioritere digitale initiativer, som vi anser for afgørende for vores brand fremadrettet.

Stærkt brand-momentum fastholdt i forandret detailhandelsmiljø

I 4. kvartal 2020 gennemførte vi en række tiltag med henblik på at styre den travle shopping-periode op til jul i butikkerne, der samtidig skulle overholde krav om social afstand. Disse tiltag havde tre formål:

- At imødekomme trafikken til de fysiske butikker gennem en kombination af bedre plads og kortere transaktionstid i et allerede hurtigt transaktionsmiljø.
- At sprede de tidspunkter, hvor der er flest kunder i butikkerne, ud over en længere periode gennem en kombination af salgsfremstød og styring af medietryk.

- At flytte trafik fra de fysiske butikker til online ved hjælp af digitale tiltag, medie-planlægning og ved at tilbyde forbrugerne andre incitamenter til at tilgå Pandora-brandet online.

Tiltagene var succesfulde, og fra midt november til 31. december steg antallet af onlinetransaktioner med 87% i forhold til året før.

Resultater

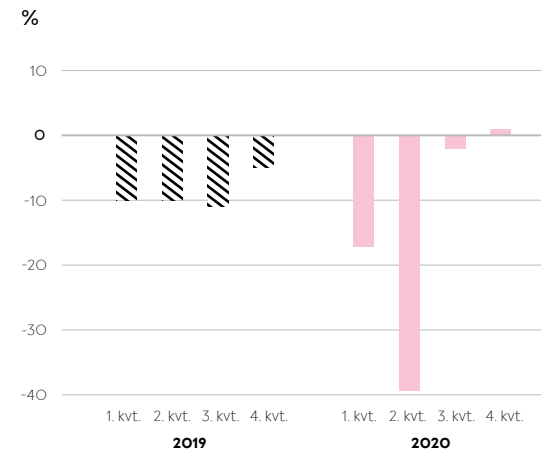
Pandora leverede høj lønsomhed og skabte stærke pengestrømme på trods af, at 2020 var et exceptionelt udfordrende og uforudsigeligt år. EBIT-marginen eksklusive omstrukturingsomkostninger blev 20,4% og cash conversion inklusive leasingydelse blev 183%. Disse resultater viser, at virksomheden er robust og har en attraktiv økonomisk struktur.

Sell-out growth blev -12% og den organiske vækst blev -11%. Omsætningen blev negativt påvirket af permanente butikslukninger med cirka 1% og ugunstige valutakursudsving med -3%. Årets samlede omsætning blev DKK 19,0 mia. (-11% vækst i lokal valuta i forhold til 2019).

De to nye globale forretningsenheder, Moments and Collabs og Style and Upstream Innovation, genererede salgsvækst på henholdsvis -13% og -12%. Charms og armbånd tegnede sig for 71% af den samlede omsætning, på niveau med 2019, og udgør fortsat kernen i Pandoras virksomhed. Vi vil fortsat investere i nye designs og udvikle vores produktsortiment.

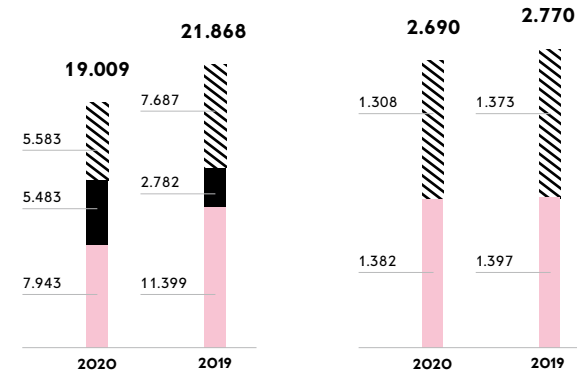
Resultatet før renter og skat (EBIT) eksklusive omstrukturingsomkostninger blev DKK 3,9 mia. i 2020. Omstrukturingsomkostninger blev DKK 1,2 mia.

TOTAL SELL-OUT GROWTH



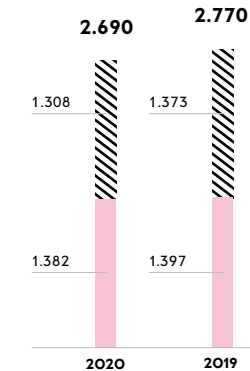
OMSÆTNING PR. KANAL

- Pandora fysiske butikker
- Pandora online butikker
- ▨ Grossistsalg og ekstern distribution



ANTAL KONCEPT-BUTIKKER

- Pandora-ejede¹
- ▨ Ejede af partnere



¹ Pandora ejer ingen af de lokaler (grunde og bygninger), hvorfra butikkerne drives. Pandora driver udelukkende butikker fra lejede lokaler.



HOVED- OG NØGLETAL

DKK mio.	2020	2019	2018 ²	2017 ^{1,2}	2016 ^{1,2}
Finansielle hoved- og nøgletal					
Organisk vækst, %	-11%	-8%	-2%	11%	N/A
Sell-out growth, inkl. midlertidigt lukkede butikker, %	-12%	-8%	-4%	0%	8%
Total like-for-like sales out, % ³	1%	-8%	-4%	0%	8%
Bruttomargin ekskl. omstrukturingsomkostninger, %	76,5%	77,4%	74,3%	74,5%	75,1%
EBIT-margin ekskl. omstrukturingsomkostninger, %	20,4%	26,8%	28,2%	34,2%	36,5%
Resultatopgørelsen for koncernen (rapporteret)					
Omsætning	19.009	21.868	22.806	22.781	20.281
Resultat før renter, skat og af- og nedskrivninger (EBITDA)	4.999	6.148	7.421	8.505	7.922
Resultat af primær drift (EBIT)	2.684	3.829	6.431	7.784	7.404
Finansielle poster	-190	1	151	-117	246
Årets resultat	1.938	2.945	5.045	5.768	6.025
Finansielle nøgletal					
Vækst i omsætning, DKK, %	-13%	-4%	0%	12%	21%
Vækst i omsætning, lokal valuta, %	-11%	-6%	3%	15%	24%
Bruttomargin (rapporteret), %	75,6%	72,7%	74,3%	74,5%	75,1%
EBITDA-margin (rapporteret), %	26,3%	28,1%	32,5%	37,3%	39,1%
EBIT-margin (rapporteret), %	14,1%	17,5%	28,2%	34,2%	36,5%
Effektiv skatteprocent, %	22,3%	23,1%	23,4%	24,8%	21,2%
Egenkapitalandel, %	37%	24%	33%	37%	44%
Nettorentebærende gæld/EBITDA ekskl. omstrukturingsomkostninger, x	0,5	1,1	0,8	0,6	0,3
Afkast af investeret kapital (ROIC), % ⁷	25%	27%	53%	68%	80%
Cash conversion inkl. leasingydelse, %	183%	133%	86%	68%	72%
Driftskapital, % af de sidste 12 måneders omsætning	-2,1%	3,1%	11,2%	13,1%	13,7%

DKK mio.	2020	2019	2018 ²	2017 ^{1,2}	2016 ^{1,2}
Aktieforhold					
Effektiv udbytteprocent (inkl. aktietilbagekøb), % ⁴	65%	147%	104%	99%	91%
Udbytte pr. aktie, DKK ⁵	-	9,0	9,0	9,0	9,0
Kvartalsvis udbytte pr. aktie, DKK ⁶	-	9,0	9,0	27,0	-
Resultat pr. aktie, ikke-udvandet, DKK	20,0	30,3	47,2	52,0	52,8
Resultat pr. aktie, udvandet, DKK	19,9	30,1	47,0	51,8	52,5
Balance for koncernen					
Aktiver i alt	19.984	21.571	19.244	17.428	15.321
Investeret kapital ⁷	10.540	14.268	12.071	11.369	9.242
Driftskapital	-391	684	2.555	2.988	2.782
Nettorentebærende gæld (NIBD) ⁷	3.151	9.019	5.652	4.855	2.448
Egenkapital	7.389	5.249	6.419	6.514	6.794
Pengestrømsopgørelse for koncernen					
Pengestrøm fra driftsaktivitet	5.975	6.775	6.624	6.606	6.531
Anlægsinvesteringer – i alt	491	822	1.129	1.388	1.199
Anlægsinvesteringer – materielle anlægsaktiver	369	556	753	946	828
Frit cash flow inkl. leasingydelse	4.908	5.075	5.558	5.294	5.358

¹ Sammenligningstal er tilpasset efter implementering af IFRS 15.

² Sammenligningstal er ikke tilpasset efter implementering af IFRS 16 Leases.

³ Like-for-like eksklusive butikker som har været midlertidigt lukket i 2020 grundet COVID-19

(2019: eksklusive Hong Kong SAR i 3. og 4. kvartal grundet ekstraordinære forhold i markedet).

⁴ Eksklusive salg af egne aktier på DKK 1,8 mia. i 2. kvartal 2020.

⁵ Foreslået årligt udbytte pr. aktie.

⁶ Kvartalsvis udbytte pr. aktie for året, betalt i året.

⁷ I 2016 og 2017 har investeret kapital og NIBD været omregnet grundet immaterielle reklassifikationer. Som følge heraf er NIBD/EBITDA og ROIC omregnet.

FORVENTNINGER TIL 2021

STABILISERING AF TOPLINJEN

I 2021 forventer Pandora at nå en vigtig milepæl: en tilbagevenden til vækst på toplinjen efter 3 år med nedgang.

Såfremt der ingen COVID-19 påvirkning var, ville vi forvente svagt positiv organisk vækst i 2021 i forhold til 2019. Vi forventer imidlertid, at 2021 vil blive påvirket af COVID-19, og resultatforventningerne er derfor stadig behæftet med stor usikkerhed.

Hvis vi indregner en COVID-19 påvirkning på -6% på den organiske vækst i 2021 er Pandoras forventninger til 2021 som følger:

	Eksklusiv påvirkning fra COVID-19	Inklusive påvirkning fra COVID-19
Organisk omsætningsvækst	Over 14% (Over 2% i.f.t. 2019)	Over 8% (Over -3% i.f.t. 2019)
EBIT-margin	Over 23%	Over 21%

Hvis vi ikke indregner den negative COVID-19 påvirkning, svarer forventningerne til 2% organisk vækst i forhold til 2019 og en EBIT-margin på over 23%.

Forventninger til omsætning

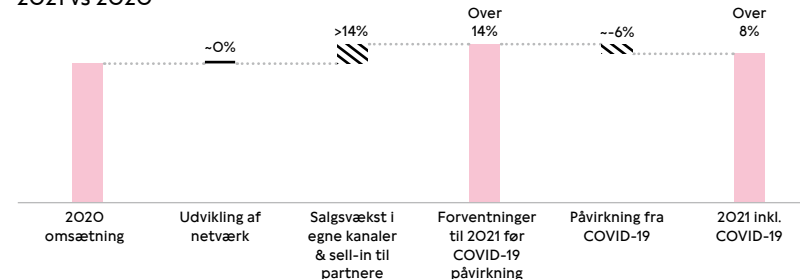
Forventningerne hviler på en forudsætning om, at cirka 25% af butikkerne vil være midlertidigt lukkede i første halvår 2021, og at den organiske vækst vil blive negativt påvirket med omkring -16% i første halvår (omkring -6% påvirkning for hele året). For andet halvår 2021 forudsættes, at der ikke vil være væsentlige butikslukninger, og at den negative påvirkning fra COVID-19 restriktioner i butikkerne vil være begrænset.

Forventningerne forudsætter ligeledes, at den positive effekt, der sås i slutningen af 2020 som følge af, at kundernes forbrug i højere grad var rettet mod gaver og andre forbrugsgoder på bekostning af rejser og tjenesteydelser, ikke oversteg den negative påvirkning fra midlertidige butikslukninger.

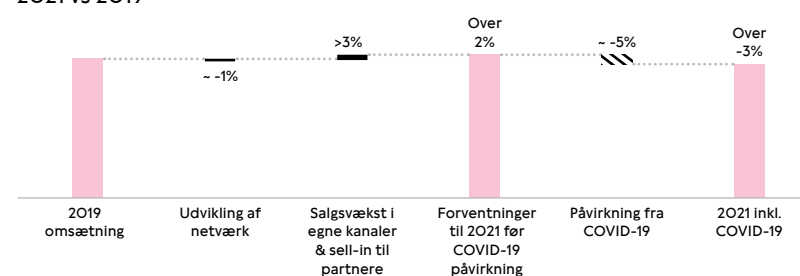
Pandora forventer, at Kina igen i 2021 vil trække den samlede omsætningsvækst ned, og at omsætningen i Kina i 2021 vil blive betydeligt lavere end i 2019. Kina forbliver en topprioritet og en væsentlig vækstmulighed for Pandora.

FORVENTNINGER TIL ORGANISK OMSÆTNINGSVÆKST I 2021

2021 vs 2020



2021 vs 2019



Overtagelse af franchisebutikker forventes at bidrage omkring 1% til omsætningen i 2021. Vi forventer derudover, at ugunstige valutakursudsving vil påvirke omsætningen med ca. -1%, hvilket giver en samlet omsætningsvækst i danske kroner på over 8% i 2021.

Forventninger til lønsomhed

EBIT-marginen for 2021 forventes at blive "over 21%", inklusive en negativ påvirkning fra COVID-19 på omkring 2 procentpoint. De byggeblokke, som forventningerne er baseret på, er illustreret i den øverste graf til højre. Illustrationen viser, at forretningsmodellen rummer væsentlig positiv driftsgearing, når omsætningen stiger. Dette kan imidlertid ikke ses direkte i de samlede forventninger til EBIT-marginen for 2021 på grund af den fortsatte negative påvirkning fra COVID-19 og højere råvarepriser.

Den kvartalsvise EBIT-margin afhænger naturligvis af udviklingen i COVID-19 situationen. På linje med tidligere år og normal sæsonudsving forventes 4. kvartal at blive langt det mest lønsomme kvartal i året.

Forventninger til 2021 – andre parametre

Årets anlægsinvesteringer forventes at blive i intervallet DKK 1,0-1,2 mia. Dette inkluderer investeringer i Pandoras fysiske butikker, produktionsfaciliteterne i Thailand samt digitalisering og teknologi. Der forventes ingen større ændringer i det

samlede konceptbutiksnærværk i 2021. Den effektive skatteprocent forventes at blive 22-23%, på niveau med 2020.

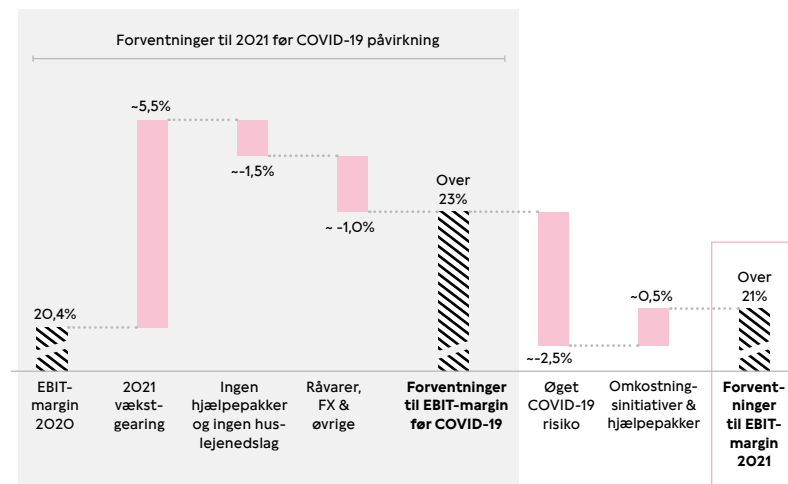
Politik for kapitalstruktur samt kontant udlodning

Ved indgangen til 2021 ligger Pandoras gearing på 0,5x EBITDA og dermed i den nederste ende af det fastsatte interval for kapitalstruktur. Alt andet lige og forudsat, at der ingen kontant udlodning foretages, forventes Pandora at afslutte 2021 med en gearing tæt på 0. Det er en stærk position for Pandora, som under normale omstændigheder ville give basis for en væsentlig kontant udlodning til aktionærerne i 2021.

I betragtning af den helt ekstraordinære situation forårsaget af pandemien og den øgede usikkerhed som følge heraf, vil Pandora imidlertid udskyde yderligere kontante udlodninger, indtil pandemien er under tilstrækkelig kontrol. Pandora understreger, at virksomhedens fastsatte kapitalstruktur forbliver uændret. Mens vi afventer en mere stabil og forudsigelig situation, vil Pandora akkumulere overskydende likviditet og være forberedt på at foretage en accelereret udlodning på et senere tidspunkt. For at forberede en potentiel genoptagelse af kontante udlodninger senere i 2021 vil Pandora på den ordinære generalforsamling i marts 2021 anmode aktionærerne om at bemyndige bestyrelsen til – indtil næste ordinære generalforsamling – potentielt at træffe én eller flere beslutninger om udlodning af ekstraordinært udbytte på op til DKK 15 pr. aktie.

FORVENTNINGER TIL EBIT-MARGIN FOR 2021

Tilnærmede procentpoint-angivelser



FX FORUDSÆTNINGER OG KONSEKVENSER	2020 gennemsnit		3. februar 2021	
	FX-kurser	FX-kurser	FX-kurser	2021 Y-Y resultatpåvirkning
USD/DKK	6,5422	6,1891	6,1891	
THB/DKK	0,2091	0,2060	0,2060	
GBP/DKK	8,3890	8,4378	8,4378	
CNY/DKK	0,9476	0,9582	0,9582	
AUD/DKK	4,5069	4,7129	4,7129	
OMSÆTNING (DKK mio.)				-200 to -250
EBIT (DKK mio.)				~100
EBIT margin				~0,5%

**TOTALINDKOMSTOPGØRELSE FOR KONCERNEN**

1. JANUAR - 31. DECEMBER

RESULTATOPGØRELSE FOR KONCERNEN

DKK mio.	Noter	2020	2019
Omsætning	2.1	19.009	21.868
Produktionsomkostninger	2.4, 3.1, 3.2	-4.634	-5.966
Bruttoresultat		14.375	15.903
Salgs-, distributions- og markedsføringsomkostninger	2.2, 2.4, 3.1, 3.2	-9.155	-9.305
Administrationsomkostninger	2.2, 2.4, 3.1, 3.2	-2.536	-2.770
Resultat af primær drift	2.1	2.684	3.829
Finansielle indtægter	4.6	316	351
Finansielle omkostninger	4.6	-507	-351
Resultat før skat		2.494	3.829
Skat af årets resultat	2.6	-556	-884
Årets resultat		1.938	2.945
Resultat pr. aktie, ikke-udvandet, DKK	4.2	20,0	30,3
Resultat pr. aktie, udvandet, DKK	4.2	19,9	30,1

TOTALINDKOMSTOPGØRELSE FOR KONCERNEN

DKK mio.	Noter	2020	2019
Årets resultat		1.938	2.945
Anden totalindkomst:			
Poster, der kan blive reklassificeret til årets resultat			
Valutakursregulering ved omregning af udenlandske dattervirksomheder		-609	226
Sikringsinstrumenter vedrørende råvarer:			
- Realiseret under produktionsomkostninger		11	6
- Realiseret under finansielle poster		-31	-16
- Realiseret under varelager		-234	-55
- Værdiregulering		490	83
Sikringsinstrumenter vedrørende valutakurser:			
- Realiseret under finansielle poster		-49	-41
- Værdireguleringer		21	24
Skat af anden totalindkomst, indtægt/omkostning	2.6	-13	-27
Poster, der kan blive reklassificeret til årets resultat efter skat		-416	200
Poster, der ikke kan blive reklassificeret til årets resultat			
Aktuarmæssig gevinst/tab på ydelsesbaserede pensionsordninger efter skat	2.4	6	-
Poster, der ikke kan blive reklassificeret til årets resultat efter skat		6	-
Anden totalindkomst efter skat		-410	200
Årets totalindkomst		1.528	3.145

**BALANCE FOR KONCERNEN**

PR. 31. DECEMBER

AKTIVER			
DKK mio.	Noter	2020	2019
Goodwill		4.247	4.416
Brand		1.057	1.057
Distribution		1.110	1.140
Andre immaterielle aktiver		529	831
Immaterielle aktiver i alt	3.1	6.943	7.445
Materielle aktiver	3.2	2.054	2.585
Brugsretsaktiver	3.3	3.007	4.010
Udskudte skatteaktiver	2.6	764	675
Andre finansielle aktiver		244	290
Langfristede aktiver i alt		13.012	15.006
Varebeholdninger	3.5	1.949	2.137
Tilgodehavender fra salg	3.6	870	1.643
Returretsaktiver	3.8	62	73
Afledte finansielle instrumenter	4.4, 4.5	351	187
Tilgodehavende skatter		83	467
Andre tilgodehavender		745	1.004
Likvide beholdninger		2.912	1.054
Kortfristede aktiver i alt		6.972	6.565
Aktiver i alt		19.984	21.571

EGENKAPITAL OG PASSIVER			
DKK mio.	Noter	2020	2019
Aktiekapital	4.1	100	100
Egne aktier	4.1	-93	-1.964
Reserver		750	1.167
Foreslået udbytte	4.2	-	836
Overført resultat		6.632	5.110
Egenkapital i alt		7.389	5.249
Hensatte forpligtelser	3.7	370	278
Lån og andre gældsforpligtelser	4.3, 4.4	2.066	7.962
Udskudte skatteforpligtelser	2.6	368	235
Langfristede forpligtelser i alt		2.804	8.476
Hensatte forpligtelser	3.7	29	53
Tilbagebetalingsforpligtelser	3.8	654	753
Kontraktforpligtelser	3.8	82	71
Lån og andre gældsforpligtelser	4.3, 4.4	3.996	2.069
Afledte finansielle instrumenter	4.4, 4.5	119	115
Leverandørgæld	4.4	3.211	3.095
Selskabsskat		382	438
Andre gældsforpligtelser	4.4	1.317	1.251
Kortfristede forpligtelser i alt		9.790	7.846
Forpligtelser i alt		12.595	16.322
Egenkapital og passiver		19.984	21.571



PENGESTRØMSOPGØRELSE FOR KONCERNEN

1. JANUAR - 31. DECEMBER

DKK mio.	Noter	2020	2019
Resultat af primær drift		2.684	3.829
Af- og nedskrivninger		2.315	2.319
Aktiebaseret vederlæggelse	2.5	70	20
Forskydning i varebeholdninger		-96	1.284
Forskydning i tilgodehavender		869	-65
Forskydning i andre forpligtelser		724	808
Andre ikke-kontante reguleringer	4.7	-155	-20
Renteindbetalinger m.m.		3	13
Renteudbetalinger m.m.		-247	-178
Betaling af selskabsskat	2.6	-192	-1.233
Pengestrøm fra driftsaktivitet		5.975	6.775
Køb af dattervirksomheder og aktiviteter fratrukket overtagne likvider	3.4	-12	-148
Køb af immaterielle aktiver		-130	-272
Køb af materielle aktiver		-374	-540
Forskydninger i andre langfristede aktiver		19	66
Salg af materielle aktiver		13	18
Pengestrøm til investeringsaktivitet		-484	-877
Erhvervelse af minoritetsinteresser		-42	-311
Udloddet udbytte	4.2	-825	-1.756
Køb af egne aktier	4.1	-431	-2.583
Salg af egne aktier	4.1	1.778	-
Låneprovenu	4.3	5.861	5.626
Afdrag på lån	4.3	-9.073	-6.088
Afdrag på leasingforpligtelser	4.3	-839	-1.138
Pengestrøm fra finansieringsaktivitet		-3.571	-6.250
Årets ændring i likvider, netto		1.920	-352

DKK mio.	Noter	2020	2019
Likvider pr. 1. januar ¹		1.054	1.387
Kursregulering af likvider		-62	19
Årets ændring i likvider, netto		1.920	-352
Likvider pr. 31. december¹		2.912	1.054
Pengestrøm fra driftsaktivitet		5.975	6.775
- Renteindbetalinger m.m.		-3	-13
- Renteudbetalinger m.m.		247	178
Pengestrøm fra investeringsaktivitet		-484	-877
- Køb af dattervirksomheder og aktiviteter fratrukket overtagne likvider		12	148
Frit cash flow inkl. IFRS 16 (eksklusive leasingydelse)		5.747	6.213
Frit cash flow ekskl. IFRS 16 (inklusive leasingydelse)		4.908	5.075
Uudnyttede committede kreditfaciliteter	4.4	6.998	2.345

Ovenstående kan ikke udledes direkte fra resultatopgørelsen og balancen.

¹ Likvider omfatter kontante beholdninger og bankindeståender.

§ ANVENDT REGNSKABSPRAKSIS

Pengestrømme fra driftsaktivitet er præsenteret ved brug af den indirekte metode.

Pengestrømme i andre valutaer end den funktionelle valuta omregnes til den gennemsnitlige valutakurs for den pågældende måned, medmindre denne afviger væsentligt fra transaktionsdagens kurs.

PANDORA A/S

Havneholmen 17-19
DK-1561 København V
Danmark

Tel.: +45 36720044
CVR-nr.: 28505116

www.pandoragroup.com

DESIGN:

Kontrapunkt

FOTOS:

Bern Film og Pandora