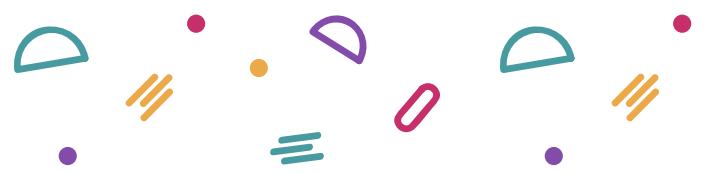


artiga

THULE GROUP



10/2022



HISTORIA

El Grupo Thule es una empresa multinacional de origen sueco que diseña y produce equipamiento para vehículos a motor y accesorios para autocaravanas, así como carritos para niños, mochilas y fundas para cámaras fotográficas, ordenadores portátiles, tabletas y teléfonos móviles. La sede de la empresa se trasladó a la ciudad de Malmö en 2003, desde sus antiguas oficinas en Bélgica. También tiene oficinas en Seymour (Connecticut) y Longmont (Colorado) en EE. UU., Menen (Bélgica) y Hillerstorp (Suecia).

Erik Thulin fundó la empresa en Hillerstorp, en 1942 con su primer producto, una trampa para la pesca del lucio, al que siguió una protección para los faros de los vehículos de la época. En los años 60 comienzan con el diseño y comercialización de bacas y cestas de techo para vehículos. En la década de los 70 introducen el primer cofre para esquís y en los 80 producen los primeros soportes para tablas de surf. Ya en los años 90 diseñan los primeros portabicicletas para bolas de remolque de vehículos y en los primeros años del siglo XX adquieren la empresa especializada en cadenas de nieve König, entrando asimismo en el mercado de los accesorios para caravanas.

En 2006 el Grupo Thule adquiere la marca de mochilas, estuches y fundas Case Logic. Años más tarde, en 2011, compra la empresa canadiense Chariot Carriers Inc., la cual diseña y comercializa carritos multifuncionales para niños. En 2016 adquiere la empresa holandesa GMG B.V. la cual diseña y fabrica sillitas de bicicletas para llevar niños. En 2018 compra la empresa californiana de tiendas de techo Tepui.

Cuenta con unas **ventas netas de 7.038 millones de SEK** en 140 países. Tienen un enfoque a largo plazo en el crecimiento sostenible desde que se fundaron en 1942. Continuamente realizan importantes inversiones estratégicas con visión de futuro, con un enfoque en el desempeño financiero, así como objetivos sociales y ambientales. Son líderes mundiales en el mercado en varias categorías de productos, como portaequipajes y portabicicletas para vehículos, así como en ciertos productos relacionados con los niños, como remolques de bicicletas.

Son líderes en el mercado europeo para algunas categorías de nicho para vehículos todoterreno y caravanas. En los últimos años, también han crecido rápidamente en categorías de productos nuevas, como paquetes técnicos y equipaje, así como cochecitos.

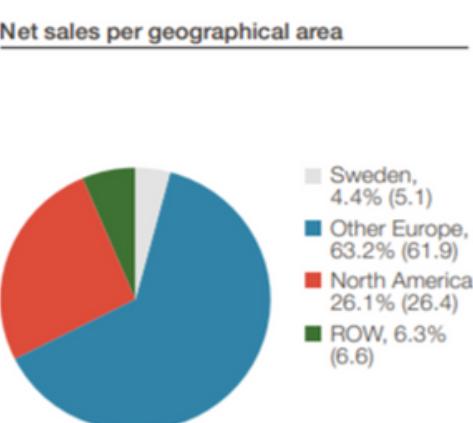
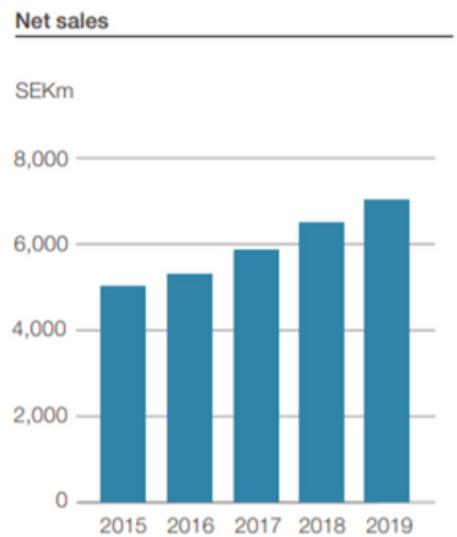
Su mercado está respaldado por varias tendencias positivas: una clase media urbana en rápida expansión con un gran interés por la salud y el bienestar, el crecimiento de nuevos deportes y una generación cada vez mayor que está interesada en dedicarse a un estilo de vida más activo, con clientes a largo plazo que tomarán decisiones sostenibles. Su concepto de negocio es ofrecer productos bien diseñados y de alta calidad con características inteligentes y un diseño sostenible que facilite a las personas de todo el mundo vivir una vida activa. Durante los últimos años, han aumentado las inversiones en desarrollo de productos y en 2019 esa inversión reflejó el 6 por ciento de las ventas. La inversión amplió su oferta de productos, fortaleciendo la relación con sus usuarios y llegando a ser la clave para captar cuotas de mercado rentables. Fortalecen la conexión emocional con la marca a través de la comunicación relevante con los consumidores en las redes sociales y conceptos inspiradores tanto en entornos físicos como digitales. La participación de la marca en las ventas del Grupo está aumentando, hasta el 83% en 2019.



VENTAS Y RESULTADOS

Consolidated Income Statement

	Note	2019	2018
January 1-December 31, SEKm			
Net sales	6, 7	7,038	6,484
Cost of goods sold		-4,209	-3,858
Gross income		2,829	2,626
Other operating revenue	8	0	0
Selling expenses		-1,315	-1,156
Administrative expenses		-319	-307
Operating income	9, 11, 12, 13	1,195	1,163
Financial revenue	14	10	16
Financial expenses	14	-59	-64
Income before taxes		1,146	1,114
Taxes	15	-263	-277
Net income		883	837
 Net income pertaining to:			
Shareholders of Parent Company		883	837
Net income		883	837
 Earnings per share, SEK			
before dilution	16	8.56	8.13
after dilution		8.55	8.12



SEGMENTOS

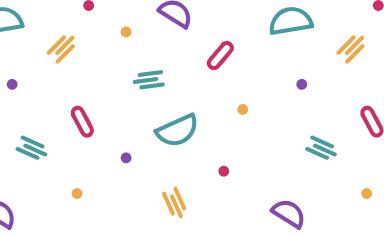
Sus ventas se gestionan y se siguen continuamente en dos regiones, Europa-ROW y América, que en total representan 140 mercados. La región europea creció durante el año, mientras que la tendencia del mercado estadounidense fue negativa. Las ventas también se agruparon en cuatro categorías de productos, que crecieron en 2019. Debido a un mercado desafiante en los Estados Unidos y a la eliminación gradual de ciertos contratos de OE de bajo margen, no lograron el objetivo de crecimiento internacional para el año de al menos un 5% de crecimiento orgánico, después del ajuste de divisas.

La región Europa-ROW, subió un 6,1% después del ajuste de divisas, y la región de América, disminuyó un 1,2%, después del cambio. Las ventas del Grupo aumentaron 554 millones de SEK a 7,038 millones, lo que corresponde a un aumento del 8,5%, 3,9% después del ajuste de divisas.

Tienen activas **cuatro categorías de productos**:

Sport&Cargo Carriers – portaequipajes, portaequipajes de techo, portaequipajes de techo para el transporte de bicicletas, equipamiento para agua y deportes de invierno y, desde 2019, tiendas de techo – creció un 1,1% después del ajuste de divisas. Fue el **63% de las ventas del Grupo en 2019**.

- Los **productos de autocaravana** – toldos, portabicicletas y tiendas para vehículos recreativos y caravanas – creció un 13,2% después del ajuste de divisas. Supuso el **15% de las ventas del Grupo en 2019**. Y, tuvo un crecimiento del 13%, claramente por encima de la tendencia del mercado europeo de autocaravanas y caravanas, que creció un 8% según su evaluación. Una nueva generación de consumidores jóvenes aprecia la sensación de libertad que unas vacaciones en autocaravana pueden ofrecer, y en paralelo, la creciente demografía de las personas mayores de 50 años que desean seguir viviendo una vida activa y deportiva beneficia a este mercado.



· **Paquetes, maletas y equipaje:** bolsas de equipaje, mochilas y fundas de ordenador portátil para uso diario, mochilas de senderismo, fundas para cámara y otros estuches para productos electrónicos – creció un 2,4% después del ajuste. Supuso el 12% de las ventas del Grupo en 2019. Crecimiento de +10 en categorías focales, por primera vez en mucho tiempo, más elevado que la disminución de las ventas en las categorías tradicionales (-12%).

· **Activos para niños** - remolques de bicicletas, asientos para bicicletas infantiles y cochecitos - creció un 11,1% después del ajuste. Supuso el 10% de las ventas del Grupo en 2019.

REGIÓN EUROPA-ROW

En la región Europa-ROW, consiguieron un crecimiento del 6,1% (tras el ajuste de divisas), impulsado por un crecimiento sustancial en la gran mayoría de sus mercados. Y, unas **ventas totales de 5.057 millones de SEK** (4.632) correspondientes a un crecimiento del 9,2%, después del ajuste un 6,1%. La actuación en Alemania, Francia, Asia sudoriental y Europa oriental (excepto Rusia) fue particularmente buena. Consiguieron varios galardones por su eficiente entrega, con altos niveles de servicio para los clientes, y por su intento de motivar a los consumidores de maneras inspiradoras, tanto en línea como en tiendas físicas.

· **Sport&Cargo Carriers**, obtuvo el 59% de las ventas, con un 2% de crecimiento. Tuvieron una tendencia positiva durante el año, aunque algo más débil que los últimos años. Las ventas de portaequipajes fueron más débiles en el primer semestre del año, ya que los distribuidores y tiendas minoristas optaron por vender modelos de generaciones anteriores que tenían en el inventario.

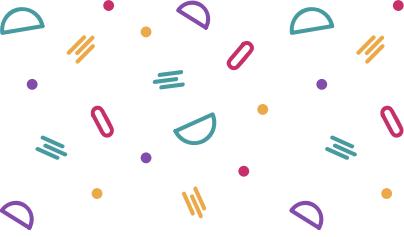
La segunda de las tres fases del programa que introduce una generación completamente nueva de portaequipajes se puso en marcha durante la segunda mitad del año y anticipan un mejor rendimiento en 2020.

Los portaequipajes de techo también registraron ventas más débiles que el año anterior, debido a que el 2018 fue impulsado por una transacción con una importante marca internacional de automóviles. Los portabicicletas continuaron registrando un crecimiento estable, impulsados principalmente por su amplia cartera de portabicicletas montadas en barra de remolque, que están muy bien situadas para el rápido crecimiento de la categoría de bicicletas electrónicas. Esta subcategoría tuvo un desempeño especialmente bueno durante la primavera de 2019.

· **Rv Products**, obtuvo un 21% de las ventas, con un 13% de crecimiento. El mercado europeo de autocaravanas y caravanas creció alrededor de un 8%, con una ligera caída durante el verano debido a que los fabricantes de la región tenían que adquirir motores con certificación ambiental según el nuevo reglamento Euro 6d.

El mercado se mantuvo muy fuerte en Alemania, el mercado más grande de Europa, y varios otros países registraron un crecimiento positivo. Algunos países, como Suecia y el Reino Unido, vieron reducida la demanda de vehículos recreativos debido a las nuevas regulaciones locales.

· **Packs, Maletas y Equipaje**, 8% de las ventas, con un 7% de crecimiento. Los productos que tendrán en cuenta el crecimiento a largo plazo dentro de esta categoría de productos - bolsas más pequeñas para uso diario, equipaje y bolsas deportivas: alcanzó un crecimiento de dos dígitos con una cartera más amplia y nuevos clientes. Las ventas dentro de categorías vinculadas a productos electrónicos, como fundas de cámara, teléfonos y tabletas, continuaron disminuyendo este año.



• **Activo para niños**, 12% de las ventas, con un 15% de crecimiento. La subcategoría más grande de remolques de bicicletas y la categoría de cochecitos tuvieron muy buen desempeño. El crecimiento de los remolques de bicicletas se debió a las tendencias positivas del mercado en Alemania, los países del Benelux y la región nórdica, donde más padres andan en bicicleta con sus hijos de preescolar, así como a la continua captura de cuotas de mercado gracias a sus galardonados productos. La oferta ampliada, incluyendo el lanzamiento de su tercer modelo de cochecito, Thule Spring, en el primer trimestre de 2020 creó buenas oportunidades de crecimiento en esa categoría. En los sillines para bicicletas infantiles, hubo una reducción de las ventas en los importantes países del Benelux durante el año, ya que un importante competidor optó por fijar el precio de sus productos de forma muy agresiva.

	Sport&Cargo Carriers		RV Products		Packs, Bags & Luggage		Active with Kids	
Share of sales Thule Group 2019 (2018))	63% (64)		15% (14)		12% (12)		10% (10)	
Share of sales by region, 2019 (2018)	Eur & ROW 59% (62)	Americas 71% (71)	Eur & ROW 21% (19)	Americas 1% (1)	Eur & ROW 8% (8)	Americas 21% (21)	Eur & ROW 12% (11)	Americas 7% (7)
Growth, 2019 vs 2018 (after currency adjustment)	+1.1%		+13.2%		+2.4%		+11.1%	
	+2%	-1%	+13%	+9%	+7%	-2%	+15%	-3%

REGIÓN AMÉRICA

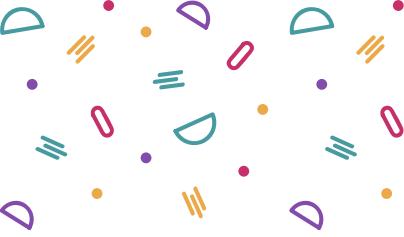
La región de América está afectada por las eliminaciones graduales de categorías y la incertidumbre sobre los aranceles. Las ventas totalizaron 1.980 millones de SEK (1.852). Un aumento de 6,9%, pero después del ajuste de divisas, el crecimiento disminuyó a 1,2% para la región. Excluyendo la eliminación gradual prevista de dos categorías de márgenes bajos en los EE.UU, las ventas en la región aumentaron un 1,4%.

La incertidumbre sobre los nuevos obstáculos al comercio y los aranceles para las importaciones procedentes de China causa preocupación entre los minoristas. Registran rápidos aumentos en sus ventas por Internet, directamente de los consumidores en Estados Unidos. La región también se vio afectada por las economías débiles y las depreciaciones monetarias generalizadas en países como Argentina, Colombia y México. Los otros dos principales mercados son Canadá y Brasil, que siguieron teniendo una tendencia favorable.

• **Sport&Cargo Carriers**, con el 71% de las ventas, un 1% (44 millones de SEK) de disminución. La categoría de productos se vio afectada negativamente por la eliminación gradual de los contratos de renta de bajo margen para accesorios para camionetas pick-up. Excluyendo estos productos, las ventas en la categoría aumentaron 2,3%. El crecimiento fue impulsado principalmente por una tendencia positiva en la categoría de lonas de techo adquirida en 2018 y la implementación exitosa de portaequipajes de techo actualizados. Las ventas relacionadas con las bicicletas se vieron afectadas negativamente en los Estados Unidos debido a las grandes tarifas introducidas en la temporada alta, lo que también afectó las ventas de portabicicletas.

La incertidumbre llevó a las cadenas minoristas en los Estados Unidos, que han estado bajo presión en los últimos años, a centrarse en cosas que no son las ventas centradas en el consumidor.

• **Productos de RV**, 1% de las ventas, lo que supone un 9% de crecimiento. Las tendencias de los productos de nicho que ofrecen en el mercado estadounidense fueron positivas, a pesar de un mercado general de RV débil en la región. Las lonas y accesorios que ofrecen se venden específicamente a vehículos pequeños comprados por el consumidor típico activo de Thule.

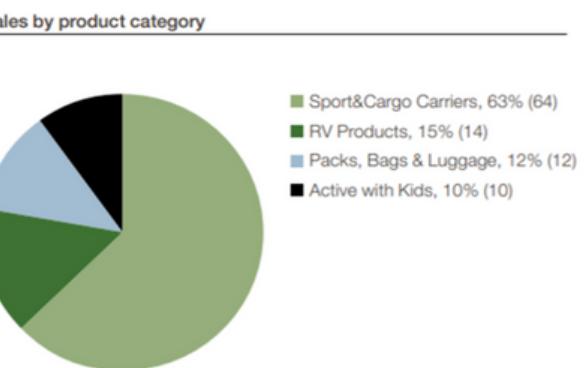
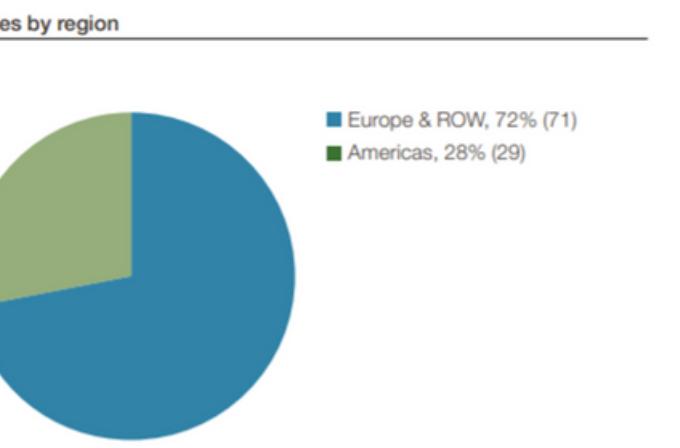


Paquetes, equipaje y mochilas representan un 21% de las ventas, un 2% de disminución. Las subcategorías en las que están haciendo inversiones estratégicas para los próximos años, es decir, equipaje, mochilas, bolsas para uso diario y bolsas específicas para el deporte, creció un 8% durante el año, (después del ajuste de divisas). El crecimiento fue impulsado por el lanzamiento exitoso de nuevos equipajes y bolsas deportivas. La disminución general del mercado en las categorías heredadas anteriormente grandes (principalmente fundas de cámara y de tabletas), junto con la eliminación gradual de ciertos contratos de rea de bajo margen para casos más simples, redujo las ventas en 29 millones de SEK, principalmente en los Estados Unidos. En 2019, estas subcategorías en declive representaron el 38% de la categoría de productos en la región.

Activos para niños, un 7% de las ventas, 3% de disminución. Las ventas de cochecitos fueron una decepción en la región durante el año. Después de un fuerte crecimiento y buenas cuotas de mercado durante varios años, las ventas de su galardonado cochecito deportivo Thule Urban Glide disminuyeron después de que el mayor competidor ofreciera descuentos muy agresivos para toda la temporada.

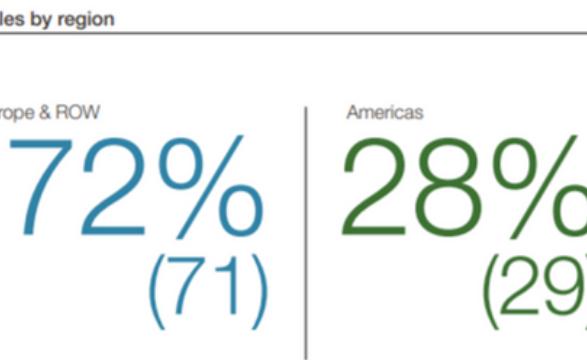
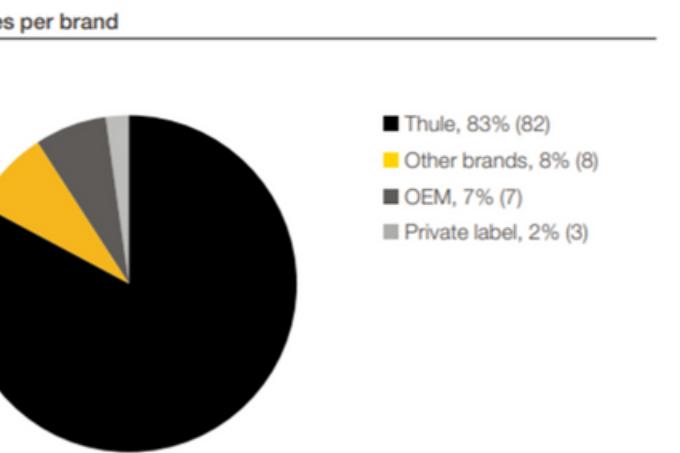
Las ventas del cochecito Thule Sleek tampoco cumplieron con las expectativas y, por lo tanto, hicieron una serie de cambios. Las ventas de remolques de bicicletas y asientos para bicicletas infantiles se vieron afectadas negativamente por las duras condiciones del mercado de ese nicho.

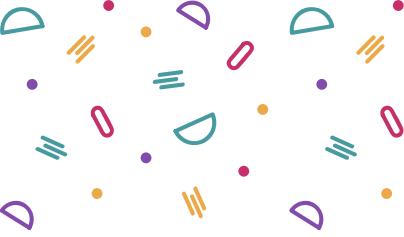
INFORMACIÓN SOBRE VENTAS



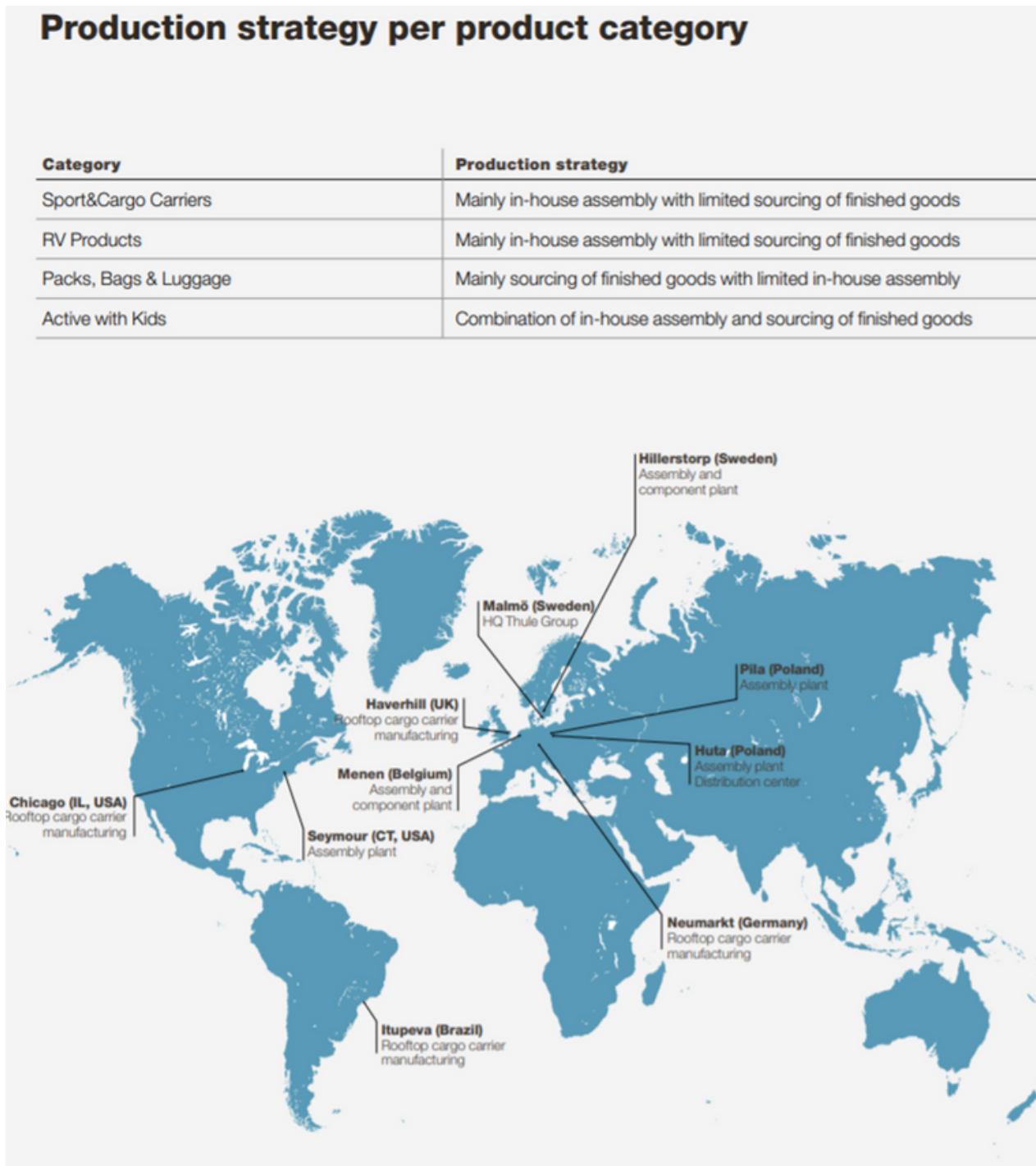
Sales by region	2019		Change, %	
	Reported	Adjusted*		
Thule Group net sales, SEKm	7,038	6,484	8.5%	3.9%
– Region Europe & ROW	5,057	4,632	9.2%	6.1%
– Region Americas	1,980	1,852	6.9%	-1.2%

* Adjusted for changes in exchange rates

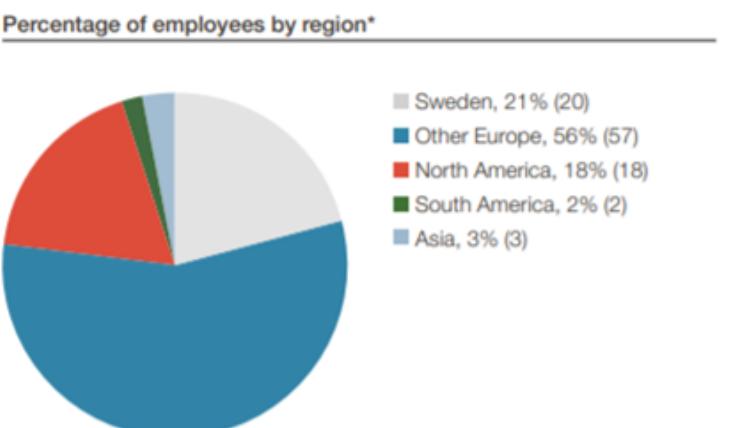
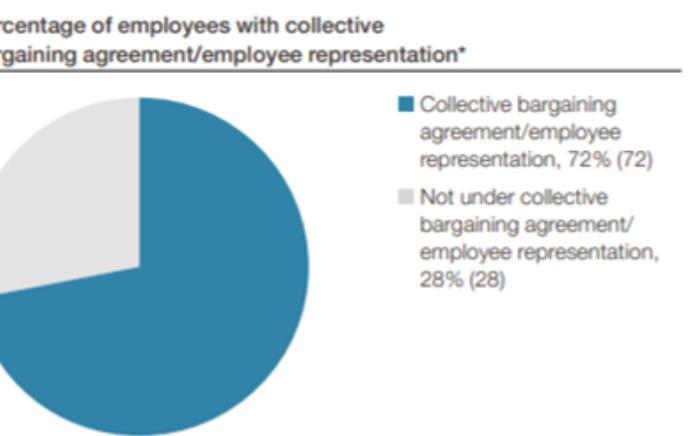




OTRA INFORMACIÓN



EMPLEADOS



* In the Sustainability section we report the actual number of employees broken down by gender, age, new hires, promotions and employee turnover. In the financial section of the Annual Report, the number of employees is given as the average in accordance with the Annual Accounts Act. No major differences arose between the reporting methods.

RESUMEN THULE



EQUIPO DIRECTIVO:

Thule Group's corporate governance structure				
<pre> graph TD Shareholders[Shareholders] --> GM[General Meeting of shareholders] Shareholders --> Board[Board of Directors] GM --> Board GM --> NominationCommittee[Nomination Committee] Board --> AuditCommittee[Audit Committee] Board --> RemunerationCommittee[Remuneration Committee] AuditCommittee --> President[President and CEO] RemunerationCommittee --> President President --> GroupManagement[Group management] </pre>				
Group management	Magnus Welander	Fred Clark	Fredrik Erlandsson	
Assignment and year of election	President and CEO since 2010.	President Region Americas since 2003.	Senior Vice President Communications and IR since 2010.	
Shareholding at March 26, 2020	636,990 shares (through Elenima Limited) and 375,000 warrants.	365,665 shares and 187,500 warrants.	108,138 shares and 125,000 warrants.	
	Kajsa von Geijer	Nis Gjendal	Lennart Mauritzson	Jonas Lindqvist
Assignment and year of election	SVP HR and Sustainability since 2005.	Vice President Global Purchasing since January 2019.	CFO since 2011. Left the company February 14, 2020.	CFO Assumed the role in March 2020.
Shareholding at March 26, 2020	39,508 shares and 125,000 warrants.	250 shares	124,471 shares by the time he left the company.	—

Board of Directors	Bengt Baron	Mattias Ankarberg	Hans Eckerström
Assignment and year of election	Member of the Board since 2011, took office as Chairman of the Board in 2018.	Board member since 2018.	Board member since 2007. (Board member of a former Parent Company of Thule Group 2007–2009).
Shareholding at March 26, 2020	35,997 shares	1,500 shares	20,000 shares (through Eckis Holding AB)
	Liv Forhaug	Heléne Mellquist	Helene Willberg
Assignment and year of election	Board member since 2014. Stepped down as Board member on November 11, 2019.	Board member since 2016.	Board member since 2019.
Shareholding at March 26, 2020	1,100 shares on stepping down	1,250 shares	1,800 shares

Comité de Auditoría: Tiene dos miembros, Helene Willberg (Presidenta) y Heléne Mellquist.

Comité de Remuneración: está compuesto por dos miembros, Hans Eckerström (Presidente) y Bengt Baron.

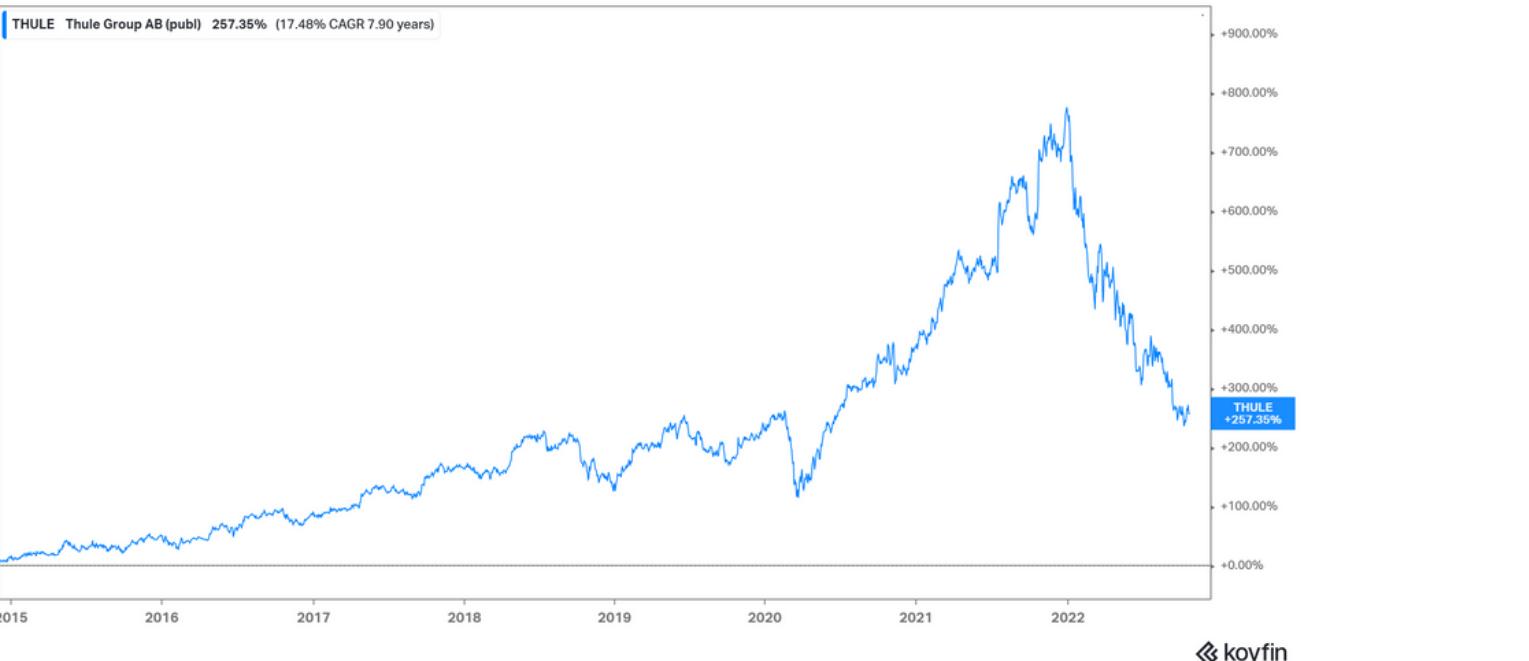
RESUMEN THULE

ACCIONES

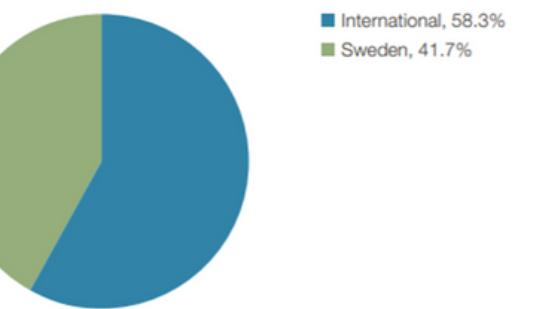
Las **acciones de Thule Group** cotizan en el Nasdaq Stockholm desde el 26 de noviembre de 2014. Al 31 de diciembre de 2019, Thule Group tenía 14.120 accionistas, de los cuales 190 (82,9% de las acciones) eran inversores financieros e institucionales, 13.433 (2,9% de las acciones) eran personas particulares suecas y 494 (3,3% de las acciones) eran personas jurídicas. El resto de accionistas (11,0% de las acciones) no están clasificados.

Los propietarios extranjeros representaron el 58,3% de los votos y el capital. Los diez mayores propietarios representaron el 43,0% de los votos y el capital. El precio más alto pagado durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2019 fue de 238,80 SEK y el precio más bajo pagado fue de 153,00 SEK. Durante el período del 1 de enero al 31 de diciembre de 2019, el precio de las acciones de Thule Group aumentó un 33%. Al 31 de diciembre de 2019, el capital social de Thule Group ascendía a 1.153.495,63 SEK. El número de acciones corrientes fue de 103.208.606 SEK.

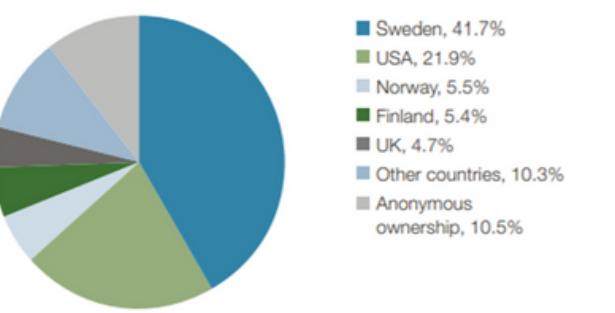
El Grupo no recompra ni retiene ninguna acción del Tesoro durante el ejercicio. El número de acciones aprobadas, emitidas y pagadas en su totalidad al 31 de diciembre de 2019 fue de 103.208.606. La compañía sólo tiene una clase de acciones. En las juntas generales de accionistas, cada acción lleva un voto y cada accionista tiene derecho a votar por el número total de acciones que dicho accionista tiene en la compañía. Todas las acciones tienen los mismos derechos sobre los activos y beneficios de la compañía. El valor nominal de la acción es de 0.01118 SEK por acción.



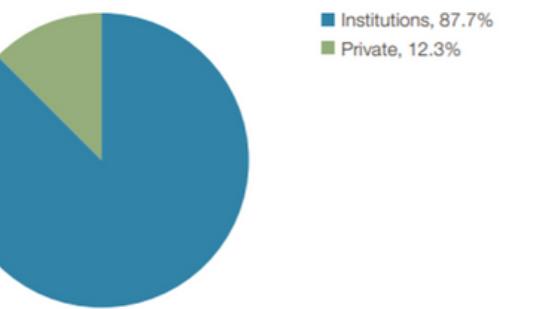
Share of votes and capital, Swedish and international owners



Share of votes and capital, five largest countries



Share of votes and capital, Sweden



10 largest owners	No. of shares	%
AMF Försäkring & Fonder	11,484,992	11.1
Nordea Fonder	4,918,882	4.8
Handelsbanken Fonder	4,039,074	3.9
Dider & Gerge Fonder	3,878,647	3.8
Lannebo Fonder	3,842,419	3.7
T. Rowe Price	3,835,396	3.7
SEB Fonder	3,570,179	3.5
ODIN Fonder	3,215,108	3.1
Vanguard	2,917,831	2.8
BlackRock	2,706,175	2.6
Total, ten largest owners	44,408,703	43.0
Total	103,208,606	

Share turnover in the largest market places	No. of shares (million)	%
Nasdaq OMX	60.7	45.7
Cboe BXE	24.0	18.1
Cboe APA	18.8	14.2
Cboe CXE	5.0	3.7
Aquis	4.6	3.4
Other	19.9	14.9
Total	133	100

RESUMEN THULE



Shareholder distribution

	Shareholders	No. of shares	Share capital and voting rights, %
1-500	15,873	1,140,731	1.1%
501-1,000	531	419,730	0.4%
1,001-5,000	332	733,618	0.7%
5,001-10,000	58	438,748	0.4%
10,001-15,000	15	186,141	0.2%
15,001-20,000	11	197,438	0.2%
20,001-	168	85,341,746	81.7%
Anonymous ownership		16,104,284	15.4%
Total	16,988	104,562,436	100.0%

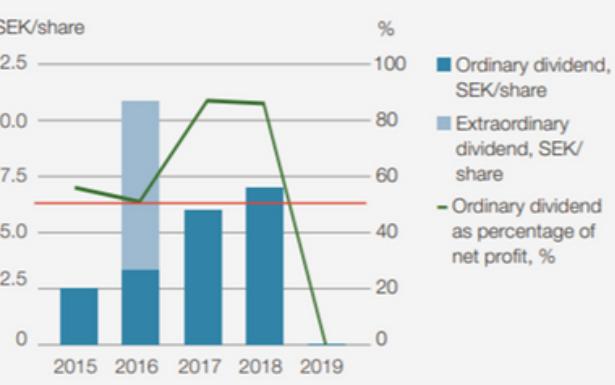
Dividends

Our intention is for at least 50% of consolidated net income to be paid as dividends over time.

Long-term target

>50%

Proportion of annual net income to be distributed.

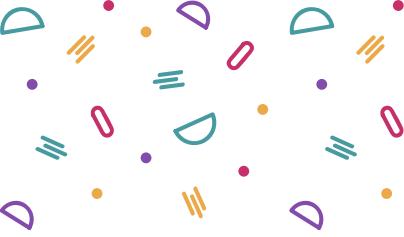


Geographical distribution

	Shareholders	No. of shares	Share capital and voting rights, %
Sweden	16,333	39,146,045	37.4%
United States	65	19,395,247	18.6%
Norway	54	5,896,616	5.6%
Finland	64	5,170,579	4.9%
France	18	4,865,600	4.7%
Others	454	13,984,065	13.4%
Anonymous ownership		16,104,284	15.4%
Total	16,988	104,562,436	100%

Categories

	Shareholders	No. of shares	Share capital and voting rights, %
Fund company	156	75,720,300	72.4%
- Swedish	29	32,498,061	31.1%
- Foreign	127	43,222,239	41.4%
Pension & Insurance	35	4,320,497	4.2%
- Swedish	9	1,912,172	1.8%
- Foreign	26	2,408,325	2.3%
Swedish Private Individuals	15,886	2,864,165	2.7%
State, Municipal & County	5	2,971,606	2.8%
- Swedish	2	93,141	0.1%
- Foreign	3	2,878,465	2.8%
Other	832	2,023,236	1.9%
- Swedish	333	1,220,158	1.2%
- Foreign	499	803,078	0.8%
Foundation	74	558,348	0.5%
- Swedish	74	558,348	0.5%
Anonymous ownership		16,104,284	15.4%
Total	16,988	104,562,436	100.0%



COMPETIDORES

Los productos de Thule se venden en 140 mercados de todo el mundo, por lo que los competidores difieren significativamente, tanto dependiendo de la categoría de producto como de la parte del mundo. Competidores seleccionados por categoría de producto:

Sports & Cargo Carriers

Barra de techo, portaequipajes de techo, portaequipajes de techo para el transporte de bicicletas, equipos de deportes de invierno y aguay, desde 2019, tiendas de techo.

• Europa

Principalmente empresas más pequeñas con nichos de productos/mercado.

Portabicicletas: pequeños fabricantes locales con mercados domésticos fuertes como Atera y Uebler (Alemania) y un número de fabricantes italianos en clase de precios más bajos.

Portaequipajes de techo: pequeños fabricantes locales con mercados domésticos fuertes como Kamei (Alemania), Hapro (Países Bajos), Skiguard (Noruega), Packline (Suecia) y un número de fabricantes italianos en clases de precios más bajos.

Barra de techo: Atera (Alemania), Yakima (Europa) y Mont Blanc/Automaxi (Suecia/Francia/Rumanía).

• Norte América

Yakima: número dos en el mercado norteamericano con una amplia gama de productos dentro de varias subcategorías y algunas ventas de portaequipajes en Europa.

Küat: número tres en portabicicletas en América del Norte, pero ventas muy limitadas en otras categorías.

• Australia y Nueva Zelanda

Rhino Racks: marca local con una base de proveedores en China con productos dirigidos principalmente a comerciantes y vehículos más grandes.

• Japón

Inno: parte del principal grupo industrial japonés, con una oferta de productos relativamente amplia pero ventas limitadas fuera de Japón.

• América latina

En general, combinación de marcas internacionales en clases de alto precio y productos locales o chinos de marca privada en clases de precios más bajos.

Fundas, maletas y equipajes

Equipaje, mochilas y fundas para portátiles para uso diario, mochilas de senderismo, fundas de cámara y fundas para productos de electrónica.

• Mochilas y fundas para portátiles de uso diario.

Fabricantes especializados internacionales de fundas para portátiles.

Targus: es el líder mundial del mercado.

Samsonite Group: (con marcas como Samsonite y TUMI)

Tucano y Port Designs: son fuertes en Europa.

Marcas internacionales de ropa, deportivas y al aire libre que también venden fundas.

Marcas de tendencias locales.

• Maletas y mochilas de cabina

Marcas globales.

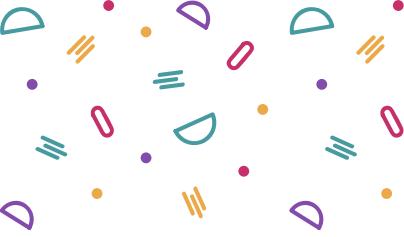
Samsonite Group: (con marcas como Samsonite y TUMI) es el líder mundial del mercado.

Rimowa es el número dos a nivel mundial.

ACE Corporation (con marcas como Proteca y ZERO Halliburton) es número tres a nivel mundial y número uno en Japón.

AWAY (Norteamérica)

Horzn Studios (Europa)



•Mochilas de senderismo y bolsas deportivas

Fabricantes especializados.

Osprey es el líder del mercado mundial en mochilas de senderismo.

Deuter es el número dos en mochilas de senderismo.

EVOC es el líder mundial del mercado de bolsas para casos de transporte de bicicletas.

Ortileb es el líder mundial en el mercado de las bolsas de bicicletas.

Marcas deportivas y al aire libre especializadas en ropa pero que también venden bolsas.

Northface es el líder mundial del mercado de mochilas de tela.

Arc'teryx, Fjällräven, Haglöfs, Mammut, Marmot y Patagonia son otros ejemplos de marcas fuertes.

•Otras categorías

Fabricantes especializados

LowePro es líder en el mercado en fundas de cámara.

Belkin, InCase y Speck son fuertes en casos de tablets.

Activos para niños

Remolques para bicicletas, sillines para niños y cochecitos.

•Europa

Remolques de bicicletas:

Croozer: empresa familiar alemana con una larga tradición, número dos en el segmento Premium.

Hamax: empresa familiar noruega que en los últimos tiempos, con cierto éxito en el segmento de precio medio, incorporó remolques de bicicletas en su gama de otros productos para bicicletas relacionados con los niños.

Sillines de bicicleta para niños:

Polisport: Líder del mercado europeo y mundial de asientos para bicicletas infantiles con grandes volúmenes en el segmento de precio medio que también fabrican otros productos plásticos para la industria del ciclismo y la motocicleta todoterreno. Se vende bajo varias marcas y como subcontrata a etiquetas privadas. También entrega a algunos competidores.

Hamax: empresa familiar noruega que es la número dos en sillines de bicicleta para niños

Britax-Römer: marca internacional con una amplia cartera de productos infantiles y una posición líder en el mercado de sillines para niños en Alemania.

Cochecitos – segmento Premium:

Bugaboo: Empresa holandesa con una posición líder en el mercado en el segmento Premium.

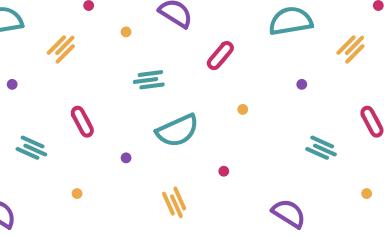
Cybex: marca en el segmento premium que, desde 2014, ha formado parte de la principal empresa líder y cotizada de productos infantiles **Goodbaby** (Hong Kong).

Babycare: empresa familiar francesa que es líder mundial en pequeños cochecitos de viaje plegables.

Joolz: Empresa familiar holandesa con ventas en varios mercados europeos.

Stokke: marca noruega (ahora propiedad de Corea del Sur) con una amplia gama de productos infantiles.

Un gran número de empresas con posiciones fuertes en sus mercados locales, por ejemplo, **iCandy** y **Silvercross** (Reino Unido) y **Emmaljunga** (Suecia).



•Norte América y Latino América

Remolques de bicicletas:

Burley: empresa familiar estadounidense que tiene éxito en el segmento de precios medios y líder en el mercado en América del Norte.

Sillines de bicicleta para niños:

Las mismas empresas que en Europa.

Topeak: Empresa con sede en Taiwán con una amplia gama de accesorios para bicicletas.

Cochecitos – segmento Premium:

UppBaby: Empresa familiar estadounidense que lidera el mercado en América del Norte.

Bob Gear: parte de **Britax Group** y una marca líder para cochecitos deportivos en el mercado norteamericano.

Más o menos las mismas marcas que en Europa.

•Asia

Remolques de bicicletas:

Mercado limitado en el segmento Premium.

Sillines de bicicleta para niños:

Lo mismo que en Europa y América del Norte.

OGK (Japón): líder del mercado en su mercado interno.

Cochecitos – segmento Premium:

Lo mismo que en Europa

Aprica (Japón): parte de la empresa estadounidense Newell Brands con una fuerte posición nacional.

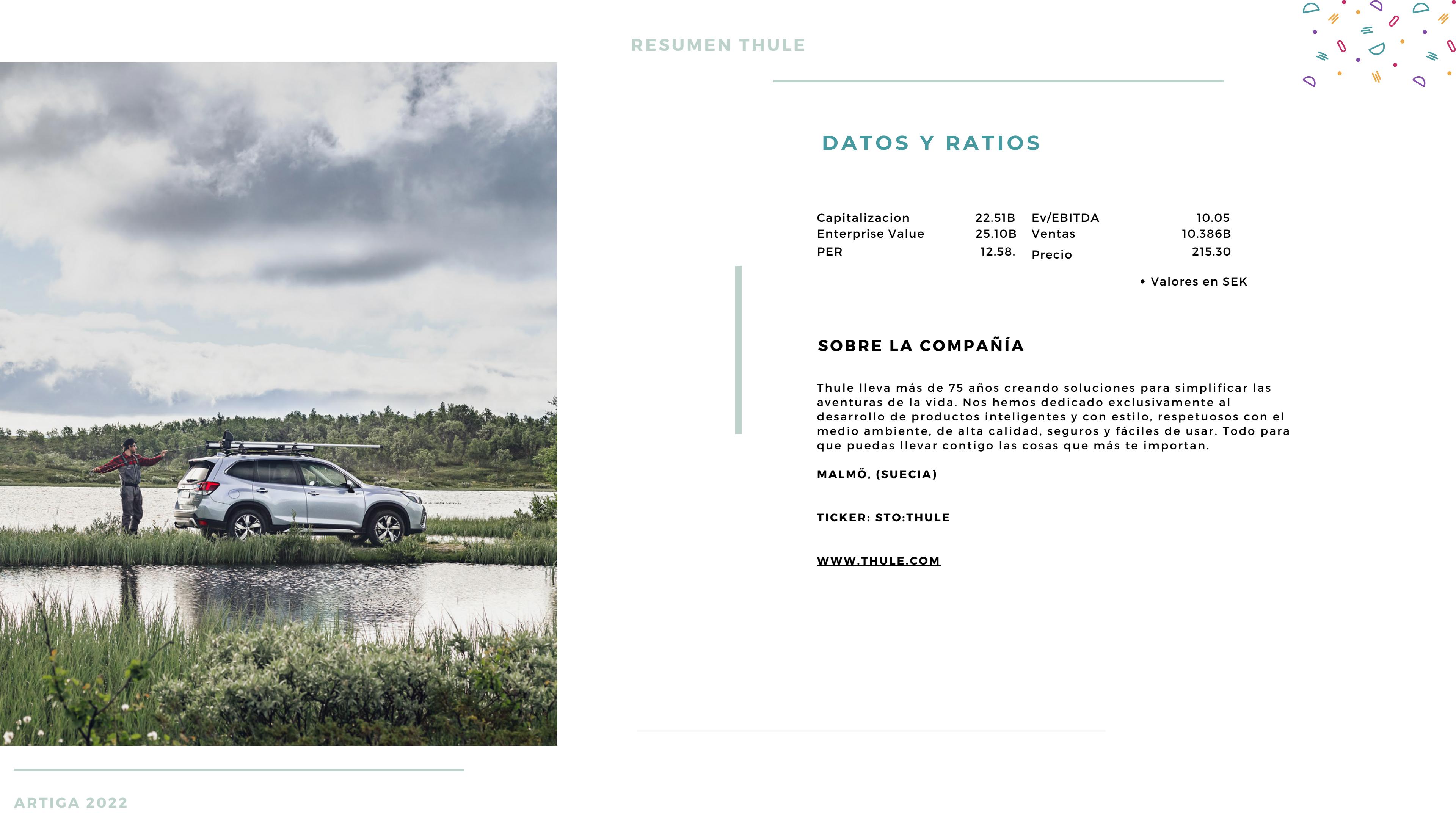
RV Products

Toldos, portabicicletas y lonas para vehículos todoterreno y caravanas.

•Europa

Fiamma: número dos en el mercado con una gama similar de productos a Thule. Empresas familiares italianas con posiciones fuertes en los mercados domésticos y en el segmento de precios bajos en el resto de Europa.

Dometic: Empresa cotizada sueca que es un subcontrata líder para fabricantes de autocaravanas con refrigeradores, sistemas de CA, estufas, inodoros, etc. y también una selección limitada de toldos y lonas que compiten con Thule.



RESUMEN THULE

DATOS Y RATIOS

Capitalizacion	22.51B	Ev/EBITDA	10.05
Enterprise Value	25.10B	Ventas	10.386B
PER	12.58.	Precio	215.30

• Valores en SEK

SOBRE LA COMPAÑÍA

Thule lleva más de 75 años creando soluciones para simplificar las aventuras de la vida. Nos hemos dedicado exclusivamente al desarrollo de productos inteligentes y con estilo, respetuosos con el medio ambiente, de alta calidad, seguros y fáciles de usar. Todo para que puedas llevar contigo las cosas que más te importan.

MALMÖ, (SUECIA)

TICKER: STO:THULE

WWW.THULE.COM

