

Fortsätter renodlingen med god tillväxt

I början av 2023 meddelade Candles att bolaget helt ska fokusera på den egna doftljusstillverkningen inom affärsområde Private Label, med miljövänliga ljus baserade på bland annat svenskproducerad rapsolja. Därmed fasas affärsområdet Brands gradvis ut under 2023. Brands innefattade lönsamma distributionsrättigheter för globala varumärken på den nordiska marknaden. Under våren har Candles också meddelat att bolaget har avyttrat sitt 60%-iga ägande i Leyonore, inom affärsområdet Home Party som etablerades så sent som 2021 och som nu avvecklas. Affärsområdet Brands har historiskt uppvisat goda marginaler. Home Party har endast marginellt bidragit till omsättning och resultat.

Bolaget säger att den tidigare kommunicerade tillväxtprognosen om minst 30% per år ligger kvar trots avvecklingen av Brands och Home Party. Rent strategiskt är vår bedömning att den nya inriktningen är riktig och ger Candles en ökad trovärdighet i kommunikationen kring en hållbar affärsmodell då doftljus baserade på paraffin fasas ut.

Bolaget har en stark tro på den potential som finns i den egna Private Label-tillverkningen. Ett bra exempel är den stora order som tecknades med detaljhandelskedjan Rituals under hösten 2022. Avtalet löper under fem år och uppgår till miniminivåer om 825 Mkr, eller minst 165 Mkr per år under åren 2023 till 2027. Bolaget ökar nu också satsningar på doftpinnar och doftspray för hemmabruk.

Starten av nya fabriken skjuts fram

Candles har tidigare kommunicerat att en ny fabrik i Örebro, för att öka kapaciteten, ska vara i drift under slutet av 2023 / första halvåret 2024 genom ett sale-leasebackavtal. Nu investerar bolaget i stället i den befintliga anläggningen med förbättrad IT, ökad robotstyrning och högre automation för att möta efterfrågan. Investeringarna kommer att ge en kapacitetsökning som väl tillgodoser den väntade efterfrågeökningen under de närmaste åren. Vi saknar mer detaljerad information kring hur den redan inköpta markytan kan komma att påverka bland annat balansräkningen.

Fortsatt stark försäljningstillväxt - riktkurs 73 kr

Trots avvecklingen av Brands och Home Party är bolaget konfidentia att målet om en årlig omsättningsökning om 30% kommer att nås. Positivt är också att kostnadsstrukturen väntas minska med omkring 20 Mkr under året. Baserat på våra prognoser med en förbättrad lönsamhet kommande år ser värderingen attraktiv ut och aktien har tagit oförtjänt mycket stryk under 2023 med en nedgång på 40%. En viss ökad osäkerhet kring strategiförändringar och vad beslutet av att skjuta upp uppförandet av en ny tillverkningsanläggning innebär gör dock att vi justerar ner vår riktkurs något till 73 kr, från 80-85 kr, men vår bedömning är att det finns potential för en positiv utveckling från dagens nedpressade nivåer.

Candles Scandinavia

Rapport

Datum 29 juni 2023
Analytiker Catarina Ihre

Basfakta

Bransch Konsumentvaror
Styrelseordförande Ulf Gejhammar
Vd Viktor Garmiani
Noteringsår 2021
Listning First North Growth Market
Ticker CANDLE B
Aktiekurs 35,0 kr
Antal aktier, milj. 8,7
Börsvärde, mkr 298
Nettoskuld, mkr -32,9
Företagsvärde (EV), mkr 265
Webbplats www.candles.se

Kursutveckling senaste året



Källa: Refinitiv

Prognoser & Nyckeltal, mkr

	20/21	21/22	22/23	23/24p	24/25p
Omsättning	111,1	164,4	215,0	282,0	366,0
EBITDA	14,4	-13,1	4,0	16,0	28,0
Rörelseres. (ebit)	13,2	-14,9	2,1	13,8	25,5
Resultat f. skatt	9,6	-16,4	1,8	13,3	24,5
Nettoreultat	7,3	-13,1	0,7	11,6	22,4
Vinst per aktie	0,84 kr	-1,62 kr	0,1 kr	1,3 kr	2,6 kr
Utd. per aktie	0,00 kr	0,00 kr	0,0 kr	0,0 kr	0,0 kr
Omsättningstillväxt	47%	48%	31%	31%	30%
EBITDA-marginal	13,0%	-8,0%	1,9%	5,7%	7,7%
Rörelsemarginal	11,9%	-9,1%	1,0%	4,9%	7,0%
Nettoskuld/eget kap.	-1,4	-0,5	-0,8	-0,6	-0,3
Nettoskuld/ebitda	-1,3	1,5	-2,7	-1,6	-0,8
P/e-tal	n.m.	-22	433	26	14
EV/ebit	n.m.	-18	126	19	10
EV/omsättning	n.m.	1,6	1,2	0,9	0,7
Direktavkastning	n.m.	n.m.	n.m.	n.m.	n.m.

Källa: Bolaget, Analysguiden

Investeringsstes

Candles erbjudande

Kombinationen av 100% naturliga ljus som är unikt kundanpassade och som samtidigt kan produceras i volymmässigt storskaliga nivåer ger Candles Scandinavia en stark position för framtida tillväxt. Affärsmodellen är tydlig och fokus ligger på att växa inom egentillverkade doftljus för externa kunder – Private Label. Candles avvecklar i dagsläget den distribution av externa varumärken, Yankee Candle, WoodWick och Millefiori Milano, som enligt prospektet 2021 då utgjorde omkring 30% av årsomsättningen. Under det senaste året har dock försäljningsandelen fallit ur ett koncernperspektiv.

Under våren har bolaget också meddelat att man har avyttrat ett 60%-ägarande i Leyonore vilket ingick i affärsområdet för hemmaförsäljning, Home Party, som etablerades så sent som 2021. Vår bedömning är att Home Party inte har levererat som planerat under de år som man sökt bygga upp verksamheten. Coronapandemin påverkade men även efter att den mattades av har inte försäljningen tagit fart.

Fokus på den egna produktionen

Beslutet att fokusera på den egna produktionen av miljövänliga doftljus ökar Candles trovärdighet som ett hållbart företag. Samtidigt finns andra fördelar. Bolaget kan nu lägga allt fokus på att utveckla den egna verksamheten och effektivisera organisationen. Bland annat minskar personalstyrkan vilket väntas ge besparingar på 20 Mkr på årsbasis. Detta tillsammans med att nya, automatiserade produktionslinjer tas i drift under hösten medger en förbättrad, långsiktig kostnadsstruktur.

Den tidigare aviserade byggnationen av en ny fabrik med högre kapacitet har skjutits fram. Initialt skulle produktion ha påbörjats i slutet av 2023 men flyttades därefter fram till första halvåret 2024. I stället investeras nu i ökad kapacitet i den befintliga anläggningen med bland annat nya automationsrobotar som gradvis tas i drift under 2023 och 2024. Investeringarna i den befintliga anläggningen uppgår till omkring 70 Mkr.

Lägre försäljning och resultat än förväntat

Försäljning och resultat för det fjärde kvartalet (brutet räkenskapsår) och för bokslutet 22/23 kom in något under våra förväntningar. Dels har effekten från avvecklingen av distributionen av varumärkena Yankee Candle, WoodWick och Millefiori varit större än förväntat, dels har avvecklingen av affärsområdet Home Party, om än i mindre omfattning, inverkat.

Omsättningen minskade med knappt 16% under kvartalet och uppgick till 28,5 Mkr (33,9). Samtidigt förbättrades både EBITDA och EBIT, och rörelseresultatet uppgick till -5,3 Mkr (-8,1). Kassaflödet från den löpande verksamheten fortsatte att förbättras och uppgick till -5,2 Mkr (-7,9) för kvartalet. För tolv-månaders perioden ökade försäljningen med drygt 30% till 215 Mkr (164) - i linje med målet om en årlig tillväxt om minst 30%. EBIT förbättrades till 1,8 Mkr (-16,4).

Ljusmarknaden i Europa

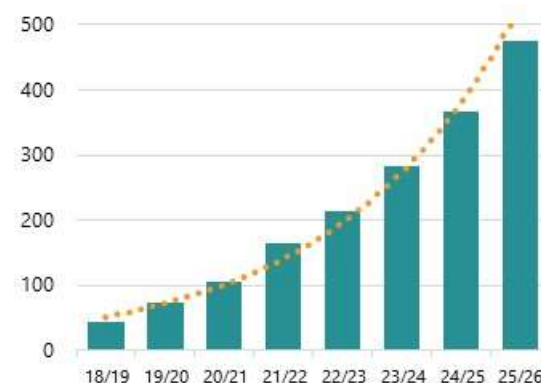
SEK 24 mdr

Stor potential – Candles har 0,3% av ljusmarknaden idag



■ Oparfymade ljus ■ Parfymade ljus ■ Candles ■

Historisk & prognosticerad försäljning



Prisökningar på rapsolja, som är en stor del av råvarukostnaderna, har genom olika prisklausuler gentemot kund, inte haft någon materiell påverkan. Det pågår också en översyn av underleverantörer med potential för ökad kostnadseffektivitet.

En växande marknad

Candles Scandinavia har uppvisat en imponerande snabb tillväxt sedan bolaget grundades 2009. Målsättningen framåt är ambitiös och Candles har som mål att visa en årlig tillväxt om minst 30%. Utöver den svenska hemmamarknaden ligger fokus nu på att expandera i Norden och Kontinentaleuropa.

För att uppnå försäljningsmålen investerar bolaget i ökad produktionskapacitet och en utökad säljorganisation. I det kortare perspektivet har tillväxt prioriterats framför lönsamhet. Investeringar i produktionskapacitet, fler antal skift i tillverkningen och en förstärkt organisation ger gradvis en förbättrad lönsamhet.

Fokus har legat på organisk tillväxt men bolaget signalerar nu att förvärv bli aktuella. Marknaden är fragmenterad och det finns ett antal intressanta objekt. Vid förvärv är det framför allt varumärken Candles ser potential i och där tillverkningen också kan överföras till Candles produktionslinjer.

Ökad kapacitet möter efterfrågan

Idag driver bolaget en produktionslinje som under 2021 och 2022 har genomgått effektivisering och automation för att öka tillverkningskapaciteten. Under hösten 2023 tas ytterligare två produktionslinjer i drift. Den nya fabriken som var planerad att tas i drift under våren 2024 skjuts framåt då investeringar i befintlig anläggning ökar kapaciteten i takt med väntad efterfrågan.

För att möta den växande efterfrågan och stötta den utökade produktionskapaciteten har Candles stärkt ledningsgruppen och säljorganisationen med nyrekryteringar för att bland annat kunna växa i Kontinentaleuropa.

Starten av nya fabriken skjuts fram

Candles har tidigare kommunicerat att en ny fabrik i Örebro, för att kraftigt öka produktionskapaciteten, ska vara i drift under senare delen av 2023/första halvåret 2024. Nu investerar i stället bolaget i den befintliga anläggningen med förbättrad IT, ökad robotstyrning och högre automation för att möta efterfrågan. Vi saknar mer detaljerad information i rapporten kring den ändrade inriktningen och hur det kan komma att påverka resultat- och balansräkning då Candles tidigare kommunicerat väsentligt kring den utökade kapaciteten från den nya green field- fabriken. Värt att notera är att den nu uppskjutna nya fabriken också innefattar ett sale-leaseback avtal med Iija Batljan Invest, och att SBB Invest är en av Candles större aktieägare.

Fortsatt bra orderbok

Under hösten 2022 tecknade Candles en rekordstor order med Rituals. Avtalet löper under fem år och uppgår till minst totalt 825 Mkr, eller 165 Mkr per år under kalenderåren 2023 till och med 2027. Ljusen kommer att säljas i omkring 40 länder. För att kunna möta de

ökade volymerna med ett behov av ytterligare ökad tillverkningskapacitet som ordern ger genomförde Candles under oktober en nyemission motsvarande 42 Mkr. Tidigare under 2022 tecknade Candles en order motsvarande 145 Mkr med Rituals.

Andra avtal som tecknades under 2022 är bland annat med möbelkedjan Mio för leveranser av Candles egna varumärke inom doftljus, Olivia.

Nyckeltal	19/20	20/21	21/22	22/23
EBITDA-marginal	8%	13%	-8%	2%
Rörelsemarginal	6%	12%	-9%	1%
Soliditet	10%	22%	43%	57%
V/A, SEK	3,11	1,04	-1,63	0,11
EK/A, SEK	5,14	1,86	5,39	10,89

Källa: Bolaget.

Finansiell ställning

För att säkerställa bland annat ökad tillverkningskapacitet efter storordern från Rituals genomförde Candles en riktad nyemission om 42 Mkr under hösten 2022. Fokus har legat på organisk tillväxt, men kompletterande förvärv kan förväntas.

Soliditeten uppgick till 57% per sista april och RoE för året 22/23 till 2% (-39). Kassaflödet från den löpande verksamheten (före förändringar i rörelsekapital) försämrades och uppgick till -11,2 Mkr (-4,9) för årets fjärde kvartal. För helåret 22/23 uppgick kassaflödet till -36,2 Mkr.

Candles har inte antagit någon utdelningspolicy. Vår bedömning är att bolaget inte kommer att föreslå aktieägarna någon utdelning de kommande åren.

Största aktieägare	Röster	Kapital
Garcap Inv (Viktor Garmiani)	67,0%	42,0%
Berggren Holding	6,0%	12,1%
Alntorp	5,9%	12,0%
Ilja Batljan Invest	2,3%	4,8%
Gejhammar Mgmt	4,0%	3,6%

Verksamheten

Private Label

Under 2021/22 uppgick omkring två tredjedelar av Candles omsättning av Private Label marknaden – främst detaljhandel som mode, skönhet och heminredning. Andelen har det senaste året minskat men inge nya siffror har presenterats. Tillväxtpotentialen för Private Label är betydande och Candles fokuserar nu på att växa inom segmentet, i Norden men också i Kontinentaleuropa. Som en del i strategin har Candles inrättat och stärkt organisationen med en ny affärsutvecklare inom Private Label. En ny säljorganisation med fokus på den europeiska marknaden etableras också. Bland annat har en agent med fokus på Belgien, Nederländerna och Luxemburg under året knutits till Candles.

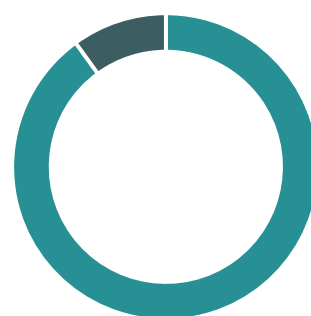
Candles har redan idag ett antal avtal med väletablerade och välrenommerade kunder, däribland H&M, Åhléns, Kicks, LYKO, Newbody, MIO och holländska Rituals som har över 600 butiker i omkring 27 länder. Med en starkare säljorganisation på plats kan man aktivt bearbeta nya kunder i större kedjor.

Candles doftljus har en väsentligt längre brinntid än doftljus baserade på traditionell paraffin. Segmentmässigt ligger bolagets ljus inom premiumsegmenten med stor marknadsefterfrågan. Dvs, man har valt bort de allra billigaste ljusen och har begränsat fokus på de mest exklusiva områdena. Trots miljömässiga fördelar och hög kvalitet ligger Candles vaxbaserade ljus prismässigt i paritet med traditionella paraffinbaserade ljus.

Under 2022 ökade tillverkningskapaciteten i den befintliga anläggningen genom effektivisering och automation. För att ytterligare möta marknadens efterfrågan har Candles tidigare aviserat att bolaget bygger en ny fabrik i Örebro som kommer att ersätta den nuvarande anläggningen. Nyligen meddelade dock bolaget att den nya fabriken som väntades tas i drift under första delen av 2024 skjuts framåt och att man nu investerar i befintlig produktionsanläggning.

För att bygga den nya anläggningen har Candles förvärvat 65 000 kvm mark strax utanför Örebro med planen att uppföra en 21 000 kvm stor fabrik. Byggekostnaden har beräknats till 200 Mkr och finansieringen skall vara säkrad. Ett avtal har tecknats med Ilja Batljan (med bolag) att sälja och sedan hyra tillbaka (sell lease-back) fabriken när den står klar att tas i drift.

Private Label



■ Doftljus

■ Rumsdofter

Brands

Inom affärssegmentet Brands innehar Candles Scandinavia, exklusivt i de nordiska länderna, distributionsrättigheterna för de välkända doftljusen Yankee Candle, WoodWick och Millefiori Milano, som samtliga ägs av amerikanska Newell Brands. Brands svarade under 2021/22 för omkring en tredjedel av Candles försäljning. Affärsområdet är under avveckling i takt med att ingångna avtal löper ut. Lönsamheten är god och ljusen säljs med omkring 50 - 60% marginal efter kostnader som hänförs till Newell Brands.

Inom Brands finns en också mindre försäljning av Candles egna varumärken, Olivia och Blanche. Nyligen har Candles tecknat avtal med möbelkedjan Mio om leveranser och försäljning av varumärket Olivia, vilket vi bedömer som intressant för framtida tillväxt och möjligheter.

Home Party

Home Party var ett tredje ben i Candles verksamhet och etablerades under 2021. Genom ett nytt egentillverkat varumärke, Leyonore, såldes och distribuerades doftljus genom personlig hemmaförsäljning och via e-handel. Candles har ägt 60% av Leyonore och de övriga 40% av de två grundarna av varumärket.

Under våren 2023 meddelade Candles att bolaget sålt sitt ägande i Leyonore till grundarna och därmed avvecklar affärsområdet.

Kunder

Candles enskilt största kund är holländska Rituals som har över 600 butiker i 27 länder. Beroendet av Rituals har ökat efter de order som tecknats under året i bedömer att Candles framöver aktivt kommer att söka nya kunder och kedjor för att sprida risk.

Avtalet med Rituals gäller t.o.m. 2027. Avtalet med Åhléns har förlängts i omgångar och är giltigt t.o.m. 2023. Lyko är ytterligare en viktig kund. Under sommaren 2022 kommunicerade Candles ett avtal med möbelkedjan Mio, en ny kund, som gäller leveranser från augusti 2022.

Stark tillväxt sedan starten

Candles grundades 2009 av nuvarande VD Viktor Garmiani tillsammans med Nina Garmiani. Genom sitt helägda bolag Garcap kontrollerar Garmiani röst- och kapitalmajoriteten. Ambitionen från början var att verka inom heminredning men bolaget kom relativt snart att helt fokusera på ljus – doftljus. Genom en egenutvecklad teknik började Candles småskaligt att tillverka doftljus av vax från rapsolja i stället för de traditionella doftljusen som tillverkas av paraffin som är en restprodukt vid petroleumtillverkning.

Doftljus producerade av vax är ett betydligt mer miljövänligt alternativ jämfört med doftljus tillverkade av paraffin. I en tid då såväl konsumenter som samhälle och aktiemarknad efterfrågar hållbara

Brands



■ Brands ■ Egna varumärken ■ Övr. intäkter

lösningar är utsikterna för tillväxt goda. Det finns konkurrenter som börjat fokusera mer på vaxbaserade doftljus, men då tillsammans med inblandning av paraffin.

Candles startade utvecklingen av vaxbaserade doftljus i ett garage och experimenterade med olika lösningar. Verksamheten tog fart, tillverkningen flyttade till en separat produktionsanläggning och bolaget blev belönat med en DI-gasellutmärkelse under åren 2014, 2015 och 2016. Under perioden och åren därefter erhöll Candles kundavtal med bland annat Claes Ohlson och Lagerhaus och fick distributionsrättigheter i Norden med Yankee, ett av världens största varumärken inom doftljus. Candles har därefter också tecknat avtal med bland annat H&M, Kicks och Åhléns, och framför allt med holländska Rituals.

Efter att ha marknadsnoterats under hösten 2021 står Candles redo att växa ytterligare på såväl den nordiska hemmamarknaden som internationellt, då främst i Kontinentaleuropa. För att möta en framtida stark marknadstillväxt expanderar bolaget organisation och produktionskapaciteten. Det syns inte minst genom en stark orderbok.

Fördelar mot konkurrenter

- Ljus tillverkade av 100% naturligt vax baserat på rapsolja
- Hög kvalitet med jämn ljuslåga och låg sotningsgrad
- Teknologi och know-how på plats
- Kapacitet för storskalig produktion
- Klimatsmarta i en hållbar miljö

Candles har inga tydligt definierade konkurrenter med sin unika position inom produktion och försäljning av miljövänliga, hållbara doftljus. Fokus ligger främst på att växa inom Private Label, även om det andra benet mot etablerade varumärken, Brands, är en viktig del av affären.

Bland konkurrenterna märks amerikanska Newell Brands, en ledande aktör på doftljusmarknaden, som bland annat äger varumärkena Yankee Candle och WoodWick Candle. Newell är noterat på NYSE men har en spridd verksamhet utöver tillverkning och försäljning av doftljus. Övriga bolag nedan är i huvudsak familjeägda.

Bland övriga konkurrenter finns

- Devineau
- Bolsius
- Gala Group
- Gies
- Contract

Ljus marknad

Ljus har använts sedan många hundra år, både för att bidra med ljus innan elektriciteten fick sitt genombrott och av estetiska skäl – det vi idag gärna benämner 'mysfaktor'. Den globala ljusmarknaden är starkt fragmenterad och domineras ofta av olika lokala producenter, gärna familjedrivna bolag. Marknaden för doftljus har en väsentligt kortare historia än doftfria ljus och används uteslutande för att sprida behag och doft. Tillväxten började ta fart på 80- och 90-talet. USA är världens största marknad och utöver konsumtion i hemmiljö drivs efterfrågan också av till exempel spa, hotell och restauranger.

Marknaden för doftljus globalt uppgår till ca 80 mdr kr och har visat en årlig tillväxt om 4,4% sedan 2019. Motsvarande siffror i Europa uppgår till 10,6 mdr kr med en årlig tillväxt om 4,6% sedan 2019.

Marknaden är fragmenterad, med relativt låga inträdesbarriärer, och utgörs av ett stort antal aktörer - 'family shops'. Det är vanligt att tillverkare har både private label och egna varumärken i sortimentet.

Världsmarknaden för doftljus är i stort sett helt baserad på ljus med paraffin, en restprodukt från fossila bränslen som petroleum, som råvara. Candles har med sina vaxbaserade ljus hittat en intressant nisch på den globala ljusmarknaden. Bakgrunden till paraffinets starka ställning inom doftljus är att materialet är tåligt och kostnadseffektivt. Men klimatavtrycket talar emot och i takt med att konsumenternas medvetenhet kring hållbarhetsfrågor ökar väntas marknaden för vaxbaserade ljus öka. Candles går nu från mer småskalig produktion till produktion av stora volymer doftljus baserade på vax som utvinns från raps, något som inte är helt okomplicerat.

Candles Scandinavia bedömer att bolaget ligger flera år framför konkurrenterna med sin teknik mot storskalig produktion av doftljus baserade på vax från primärt svenskodlad raps.

Resultaträkning (Mkr)

	19/20	20/21	21/22	22/23	23/24p	24/25p	25/26p
Intäkter	75,5	111,1	164,2	215	282	366	476
Råvaror	-19,3	-42,0	-73,7				
Övriga externa kostnader	-32,2	-38,4	-53,2				
Personalkostnader	-16,9	-14,4	-49,9				
Övriga rörelsekostnader	-1,2	-1,9	-0,5				
Resultat före avskrivningar (ebitda)	5,9	14,4	-13,1	4,0	16,0	28,0	36,0
Avskrivningar	-1,2	-1,2	-1,8	-1,9	-2,2	-2,5	-2,8
Ebita	4,7	13,2					
Rörelseresultat (ebit)	4,7	13,2	-14,9	2,1	13,8	25,5	33,2
Finansnetto	-1,3	-3,6	-1,5	-0,3	-0,5	-1,0	-1,0
Resultat före skatt	3,4	9,6	-16,4	1,8	13,3	24,5	32,2
Skatter	-0,3	0,0	3,3	-1,1	-1,7	-2,1	-2,3
Minoritetsintressen	0	0					
Nettoresultat	3,1	9,6	-13,1	0,7	11,6	22,4	29,9

Balansräkning (Mkr)

	19/20	20/21	21/22	22/23
TILLGÅNGAR				
Materiella anläggningstillgångar	1,0	1,7	2,7	20,6
Övriga immater. anläggningstillgångar	2,4	3,0	3,1	4,0
Finansiella tillgångar	0,4	0,6	5,2	2,2
Summa anläggningstillgångar	3,8	5,3	11,0	26,8
Varulager	28,5	39,6	64,9	76,4
Kundfordringar	15,3	8,0	15,1	13,7
Övriga omsättningstillgångar	1,9	2,8	3,3	10,2
Likvida medel	0,0	0,4	4,4	38,2
Summa omsättningstillgångar	45,7	50,8	87,7	138,5
SUMMA TILLGÅNGAR	49,5	56,1	98,7	165,3

Eget kapital & skulder

	19/20	20/21	21/22	22/23
Eget kapital	5,1	13,1	42,2	94,2
Minoritetsintressen	0,0	0,0	0,3	0,0
Summa eget kapital	5,1	13,1	42,5	94,2
Långfristiga räntebärande skulder	6,9	6,1	1,2	0,0
Övriga långfristiga skulder	2,0	0,0	0,0	0,0
Summa långfristiga skulder	8,9	6,1	1,2	0,0
Kortfristiga räntebärande skulder	14,4	12,2	18,5	71,1
Leverantörsskulder	11,2	9,6	19,1	
Övriga kortfristiga skulder	9,8	15,1	16,8	
Summa kortfristiga skulder	35,4	36,9	54,4	71,1
SUMMA EGET KAPITAL & SKULDER	49,4	56,1	98,1	165,3

Kassaflöden (Mkr)

	19/20	20/21	21/22	22/23
Rörelseresultat före avskrivningar	4,5	10,8	-16,4	-14,6
Rörelsekapitalförändring	-3,7	-6,8	-19,6	-18,6
Övriga poster	-0,5	0,0	1,3	-3,0
Kassaflöde löpande verksamheten	0,3	4,0	-34,7	-36,2
Investeringar	0,5	2,7	3,0	-16,8
SUMMA FRITT KASSAFLÖDE	-0,2	1,3	-37,7	-19,4
Finansieringsverksamhet	0,0	-0,9	41,6	86,7
Likvida medel	0,0	0,4	4,4	38,2
Nettoskuld (neg = nettokassa)	-21,3	-17,9	-15,3	-32,9

Disclaimer

Aktiespararna, www.aktiespararna.se, publicerar analyser om bolag som sammanställts med hjälp av källor som bedömts tillförlitliga. Aktiespararna kan dock inte garantera informationens riktighet. Ingenting som skrivs i analysen ska betraktas som en rekommendation eller uppmaning att investera i något finansiellt instrument. Åsikter och slutsatser som uttrycks i analysen är avsedd endast för mottagaren. Analysen är en så kallad Uppdragsanalys där det analyserade Bolaget tecknat ett avtal med Aktiespararna. Analyserna publiceras löpande under avtalsperioden och mot sedvanlig fast ersättning. Aktiespararna har i övrigt inget ekonomiskt intresse avseende det som är föremål för denna analys. Aktiespararna har rutiner för hantering av intressekonflikter, vilket säkerställer objektivitet och oberoende.

Innehållet får kopieras, reproduceras och distribueras. Aktiespararna kan dock inte hållas ansvariga för vare sig direkta eller indirekta skador som orsakats av beslut fattade på grundval av information i denna analys.

Investeringar i finansiella instrument ger möjligheter till värdestegringar och vinster. Alla sådana investeringar är också förenade med risker. Riskerna varierar mellan olika typer av finansiella instrument och kombinationer av dessa. Historisk avkastning ska inte betraktas som en indikation för framtida avkastning.

Analytikern Catarina Ihre äger inte och får heller inte äga aktier i det analyserade bolaget.

Ansvarig analytiker:

Catarina Ihre