

Rätt strategisk riktning

Candles kommunicerade i början av året att bolaget helt kommer att fokusera på den egna doftljusstillverkningen inom affärsområde Private Label, med hållbara, miljövänliga ljus baserade på bland annat svenskproducerad rapsolja. Därmed fasas affärsområdet Brands succesivt ut under 2023. Brands innefattar de exklusiva distributionsrättigheter Candles har för globala externa varumärken som Yankee Candle, WoodWick och Millefiori Milano på den nordiska marknaden. Doftljusen inom Brands är paraffinbaserade, dvs de ger ett tydligt fossilt avtryck. Även om den strategiska vändningen väntas ge ett tillfälligt hack i tillväxtkurvan är vår bedömning att steget är långsiktigt strategiskt riktigt och ger Candles en ökad trovärdighet i kommunikationen kring hållbar verksamhet. Affärsområdet Brands har utgjort omkring 30% av Candles försäljning och uppvisat goda marginaler. Trots utfasningen bibehåller Candles målsättningen om en årlig tillväxt på minst 30%, vilket visar 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. Avtalet löper under fem år och uppgår till miniminivåer om 825 Mkr, eller minst 165 Mkr per år under åren 2023 till och med 2027.

Utfasningen av Brands påverkade kvartalet

Försäljning och resultat för det tredje kvartalet (brutet räkenskapsår) kom in under våra förväntningar vilket förklaras av att Candles påbörjade avvecklingen av distributionen av varumärkena Yankee Candle, WoodWick och Millefiori under perioden.

Omsättningen ökade drygt 1% jämfört med motsvarande period i fjol och uppgick till 64,9 Mkr (65,1). Samtidigt förbättrades både EBITDA och EBIT och rörelseresultatet uppgick till 1,2 Mkr (-2,7). Kassaflödet från den löpande verksamheten (före förändringar i rörelsekapital) fortsatte att förbättras och uppgick till 4,5 Mkr (-4,7) för årets första kvartal. För nio-månaders perioden ökade försäljningen med 43% - väl över målet om en årlig tillväxt om minst 30%.

Positiva utsikter – efter tillfälligt hack

Som en effekt av avvecklingen av Brands har vi justerat ner våra prognoser för så väl försäljning som rörelseresultat för innevarande räkenskapsår, 2022/23. Under 2023/24 väntas kostnadsstrukturen förbättras genom en minskning av personalkostnader på omkring 20 Mkr och uppstarten av nya automatiserade produktionslinjer under hösten. Från 2024/25 räknar vi med att den nya strukturen fått fäste med försäljningstillväxt om minst 30% med högre marginaler. Aktien har haft det motigt sedan årsskiftet och har fallit med knappt 20%. Vi menar att värderingen ser mycket attraktiv ut och aktien handlas till ett P/E om 9 för 2024/25 och en EV/EBIT om 7. En något ökad osäkerhet kring den kortsiktiga inverkan av strategiförändringen innan strukturen är på plats får oss dock att justera ner riktkursen något till 100 -105 kr på sex till tolv månaders sikt.

Candles Scandinavia

Rapport

Datum 8 mars 2023
Analytiker Catarina Ihre

Basfakta

Bransch Konsumentvaror
Styrelseordförande Ulf Gejhammar
Vd Viktor Garmiani
Noteringsår 2021
Listning First North Growth Market
Ticker CANDLE B
Aktiekurs 48,0 kr
Antal aktier, milj. 8,7
Börsvärde, mkr 415
Nettoskuld, mkr -32,6
Företagsvärde (EV), mkr 382
Webbplats www.candles.se

Kursutveckling senaste året



Källa: Refinitiv

Prognoser & Nyckeltal, mkr

	20/21	21/22	22/23p	23/24p	24/25p
Omsättning	111,1	164,4	230,0	297,0	401,0
EBITDA	14,4	-13,1	10,1	29,2	59,3
Rörelseres. (ebit)	13,2	-14,9	8,3	26,9	56,5
Resultat f. skatt	9,6	-16,4	9,3	26,4	55,0
Nettoreultat	7,3	-13,1	7,0	22,9	48,5
Vinst per aktie	0,84 kr	-1,62 kr	0,81 kr	2,65 kr	5,61 kr
Utd. per aktie	0,00 kr	0,00 kr	0,00 kr	0,00 kr	0,00 kr
Omsättningstillväxt	47%	48%	40%	29%	35%
EBITDA-marginal	13,0%	-8,0%	4,4%	9,8%	14,8%
Rörelsemarginal	11,9%	-9,1%	3,6%	9,1%	14,1%
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.	-30	59	18	9
EV/ebit	n.m.	-26	46	14	7
EV/omsättning	n.m.	2,3	1,7	1,3	1,0
Direktavkastning	n.m.	n.m.	n.m.	n.m.	n.m.

Källa: Bolaget, Analysguiden

Investment case

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.

Distribution av etablerade varumärken (Brands) kommer succesivt att avvecklas under 2023 i takt med att ingångna avtal upphör. Candles har haft exklusiva distributionsrättigheter i Norden för Newells varumärken Yankee Candle, WoodWick och Millefiori Milano

Det nyetablerade segmentet hemmaförsäljning - Home Party – drabbades hårt under pandemin med förväntningar om en snabb, från låga nivåer, tillväxt då restriktionerna hävdes. I dagsläget kan vi konstatera att tillväxten inte har ökat som förväntat, påverkat av högre räntor, inflation och oro över konjunkturen.

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. I samband med avvecklingen av Brands minskar personalstyrkan vilket väntas ge besparingar på 20 Mkr på årsbasis. Detta tillsammans med att två nya, automatiserade produktionslinjer tas i drift under hösten medger en förbättrad, långsiktig kostnadsstruktur.

Planering och upphandling för den nya fabriken, dit all tillverkning kommer att flyttas, går enligt plan och anläggningen väntas vara färdigställd under våren 2024.

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 organiskt dubblera bolaget, med en årlig tillväxt om minst 30%, var tredje år. 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 satsningarna påverkat lönsamheten negativt. 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 förärv 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.

Ljusmarknaden i Europa

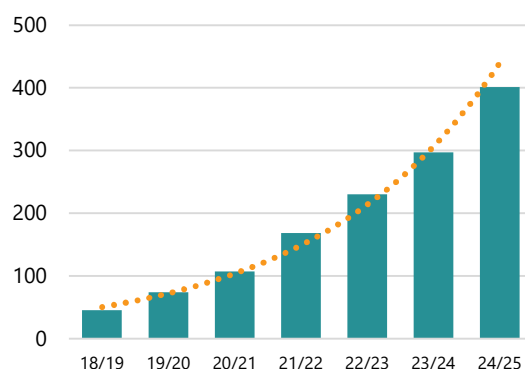
SEK 24 mdr

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



■ Oparfymade ljus ■ Parfymade ljus ■ Candles ■

Historisk & prognosticerad försäljning



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. Det stora skiftet kommer dock med en helt ny fabrik utanför Örebro som planeras att tas i drift under våren 2024. Därmed ökar produktionskapaciteten kraftigt från dagens 3,5 miljoner ljus till 15 miljoner ljus på årsbasis. Med den nya fabriken så ökar samtidigt kostnadseffektiviteten och ger därmed möjligheter att förbättra marginalerna. Finansiering av den 21 000 kvm stora fabriken är säkrad.

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.

Stark 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.

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.

Nyckeltal	19/20	20/21	21/22	22/23, 9m
EBITDA-marginal	8%	13%	-8%	5%
Rörelsemarginal	6%	12%	-9%	4%
Soliditet	10%	22%	43%	53%
V/A, SEK	3,11	1,04	-1,63	0,82
EK/A, SEK	5,14	1,86	5,39	11,49

Källa: Bolaget.

Solid finansiell ställning

För att säkerställa bland annat tillverkningskapacitet efter storordern från Rituals genomförde Candles en riktad nyemission om 42 Mkr under oktober.

Finansieringen för att bygga den nya fabriken är också säkrad. Fokus har legat på organisk tillväxt, men kompletterande förvärv kan förväntas.

Soliditeten uppgick till 53% per sista december och RoE för årets första nio månader till 9% (-15). Kassaflödet från den löpande verksamheten (före förändringar i rörelsekapital) förbättrades väsentligt och uppgick till 6,1 Mkr (-4,7) för årets tredje kvartal. För helåret 21/22 uppgick kassaflödet till -15,1 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

Candles Scandinavia verksamhet vilar på tre affärssegment;

- **Private Label**
- **Brands**
- **Home Party**

Private Label

Omkring 70% av Candles omsättning (2021/22) kommer från produktion och försäljning av doftljus som är baserade på veganskt vax för Private Label marknaden – främst detaljhandel som mode, skönhet och heminredning. Tillväxtpotentialen för Private Label är stor 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 har tillverkningskapaciteten ökat i den befintliga anläggningen genom effektivisering och automation. För att ytterligare möta marknadens efterfrågan byggs nu en helt ny fabrik i Örebro som kommer att ersätta den nuvarande anläggningen. Den nya fabriken väntas tas i drift under första delen av 2024 med en kapacitet om 15 miljoner ljus per år jämfört med dagens 3,5 miljoner ljus.

För att bygga den nya anläggningen har Candles köpt mark om 65 000 kvm strax utanför Örebro och uppför nu en 21 000 kvm stor fabrik. Byggkostnaden beräknas till 200 Mkr och finansieringen är 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



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 30% av Candles försäljning. Affärsområdet är nu 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. Leveranserna påbörjades i slutet av sommaren.

Home Party

Home Party är det tredje benet i Candles verksamhet och etablerades under 2021. Genom ett nytt egentillverkat varumärke, Leyonore, säljs och distribueras doftljus genom personlig hemmaförsäljning och via e-handel. Candles äger 60% av Leyonore och de övriga 40% av de två grundarna av varumärket. Avtalet gäller t.o.m. januari 2026. Candles har nyligen stärkt organisationen genom att tillsätta en ny affärsområdeschef för Home Party.

Volymutvecklingen har var svagare än vi prognosticerat för innevarande år men vi bedömer att volymerna kommer att öka framöver med höga bruttomarginaler. Candles har redan idag knutit till sig uppemot 900 säljare på kommissionsbasis i Norden. Under 2021 medförde restriktioner kring coronapandemin att etableringen och uppstarten försenades. I dagsläget utgör höga räntor, oro för konjunkturen och hög inflation en broms.

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 2023 kommunicerade Candles ett avtal med möbelkedjan Mio, en ny kund, som gäller leveranser från augusti 2022.

Brands



■ Brands ■ Egna varumärken ■ Övr. intäkter

Stark tillväxt sedan starten

Candles grundades 2009 av nuvarande VD Viktor Garmiani tillsammans med sin hustru, Nina Garmiani, som också verkar i bolaget. 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 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 den stora order som nyligen annonserats.

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
- Spaas

Sedan 2021 har Candles också ett tredje affärsområde, Home Party, med hemmaförsäljning, och e-handelsdistribution av det egna varumärket Leyonore. Bland globala aktörer inom hemförsäljning märks Oriflame, Avon, Mary Kay, Vorwerk, Natura & Co och Tupperware.

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	22/23p	23/24p	24/25p
Intäkter	75,5	111,1	164,2	230	305	412
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	10,1	29,2	59,3
Avskrivningar	-1,2	-1,2	-1,8	-1,8	-2,3	-2,8
Ebita	4,7	13,2				
Rörelseresultat (ebit)	4,7	13,2	-14,9	8,3	26,9	56,5
Finansnetto	-1,3	-3,6	-1,5	1,0	-0,5	-1,5
Resultat före skatt	3,4	9,6	-16,4	9,3	26,4	55,0
Skatter	-0,3	0,0	3,3	-2,3	-3,5	-6,5
Minoritetsintressen	0	0				
Nettoresultat	3,1	9,6	-13,1	7,0	22,9	48,5

Balansräkning (Mkr)

	19/20	20/21	21/22	22/23, 9m
TILLGÅNGAR				
Materiella anläggningstillgångar	1,0	1,7	2,7	15,9
Övriga immater. anläggningstillgångar	2,4	3,0	3,1	3,7
Finansiella tillgångar	0,4	0,6	5,2	1,8
Summa anläggningstillgångar	3,8	5,3	11,0	21,4
Varulager	28,5	39,6	64,9	72,5
Kundfordringar	15,3	8,0	15,1	33,6
Övriga omsättningstillgångar	1,9	2,8	3,3	4,7
Likvida medel	0,0	0,4	4,4	55,4
Summa omsättningstillgångar	45,7	50,8	87,7	166,2
SUMMA TILLGÅNGAR	49,5	56,1	98,7	187,6

Eget kapital & skulder

	19/20	20/21	21/22	22/23, 9m
Eget kapital	5,1	13,1	42,2	99,2
Minoritetsintressen	0,0	0,0	0,3	0,4
Summa eget kapital	5,1	13,1	42,5	99,6
Långfristiga räntebärande skulder	6,9	6,1	1,2	45,6
Övriga långfristiga skulder	2,0	0,0	0,0	0,0
Summa långfristiga skulder	8,9	6,1	1,2	45,6
Kortfristiga räntebärande skulder	14,4	12,2	18,5	42,4
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	42,4
SUMMA EGET KAPITAL & SKULDER	49,4	56,1	98,1	187,6

Kassaflöden (Mkr)

	19/20	20/21	21/22	22/23, 9m
Rörelseresultat före avskrivningar	4,5	10,8	-16,4	9,1
Rörelsekapitalförändring	-3,7	-6,8	-19,6	-31,1
Övriga poster	-0,5	0,0	1,3	-3,0
Kassaflöde löpande verksamheten	0,3	4,0	-34,7	-25,0
Investeringar	0,5	2,7	3,0	10,6
SUMMA FRITT KASSAFLÖDE	-0,2	1,3	-37,7	-35,6
Finansieringsverksamhet	0,0	-0,9	41,6	86,7
Likvida medel	0,0	0,4	4,4	55,4
Nettoskuld (neg = nettokassa)	-21,3	-17,9	-15,3	-32,6

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