



AG Alvesta Glass

Himmelskt gott sedan 1979



LOHILO® samarbetar med ett stort antal influencers och ambassadörer med fokus på en hälsosammare livsstil.



E-handeln ökar kraftigt under Q3.

DELÅRSRAPPORT JANUARI-SEPTEMBER

2019



High-Protein bar.



Delårsrapport januari – september 2019

Alvestaglass AB – org. nr 556740-7050

2019-11-04

Styrelsen och verkställande direktören för bolaget avger härmed delårsrapport för perioden januari – september 2019.

Juli – september 2019

Nettoomsättningen uppgick till 37 246 tkr (36 320), vilket motsvarar en ökning om 3,2%.

Bolagets bruttomarginal för perioden uppgick till 52% (50,3). Periodens resultat före avskrivningar och räntekostnader uppgick till -200 tkr (3 567). Resultat före skatt uppgick till -1 613 tkr (2 639).

Januari – september 2019

Nettoomsättningen uppgick till 103 343 tkr (99 441), vilket motsvarar en ökning om 3,9%.

Bolagets bruttomarginal för perioden uppgick till 51,8% (51,8). Periodens resultat före avskrivningar och räntekostnader uppgick till 1 390 tkr (9 731). Resultat före skatt uppgick till -2 656 tkr (7 180).

Väsentliga händelser under Q3

Under juli månad förvärvades Nordic Mochi AB som har agenturen i Norden och Baltikum för varumärket Bubbies. Köpeskillingen är uppdelad i en mindre fast del och därefter volymbaserad till och med 2021-06-30. Vår bedömning är att upplägget är fördelaktigt där ersättningen baseras på hur väl vi kan utveckla försäljningen av Bubbies. Produkten är lönsam och har en stor potential.



Under Q3 ökar försäljningen av våra nya LOHILO® produkter med 136% jämfört med föregående kvartal.

Vår webshop uppvisar en mycket stark utveckling där omsättningen under september uppgår till 700 tkr med en sammanlagd volym om 1 000 tkr under Q3, vilket motsvarar en ökning om 275% jämfört med föregående kvartal.

Försäljningen av glassprodukter minskar under Q3 med -17% där pinnglassförsäljningen svarar för det största tappet. En stor anledning till försäljningsminskningen är relaterat till sommarvädret 2018 som var exceptionellt och drev försäljningen. Dessutom har vi under 2019 valt att fokusera på att etablera våra nya LOHILO® produkter i dagligvaruhandeln. Detta har medfört att vi inte har haft lika mycket kampanjaktiviteter för våra glassprodukter i butiksledet.

Exportförsäljningen har under Q3 minskat med -39%. Finland som idag står för 90% av exporten köpte under slutet av Q2 större volymer. Då efterfrågan inte var lika stark som under 2018 påverkade det försäljningen under Q3. Även detta kan relateras till en svalare sommar jämfört med föregående år. Den totala exportminskningen uppgår till -15% under de tre inledande kvartalen.

Den totala försäljningen i september ökade med 69% jämfört med 2018.

Resultaträkning i sammandrag

(Tkr)	Jan - sep 19	Jan - sep 18	Förändring
Nettoomsättning	103 343	99 441	3,9%
Råvarukostnader	-49 709	-48 456	
Bruttovinst	53 634	50 985	5,2%
Övriga rörelsekostnader	-52 244	-41 254	
Rörelseresultat före avskrivningar och räntekostnader	1 390	9 731	-85,7%
Avskrivningar	-3 168	-1 998	
Finansiella poster	-878	-577	
Rörelseresultat före skatt	-2 656	7 156	-137,2%

Balansräkning i sammandrag

(Tkr)

2019-09-30

2018-12-31

TILLGÅNGAR**Anläggningstillgångar**

Patent licenser varumärken	914	914
Materiella anläggningstillgångar	15 854	15 591
Summa anläggningstillgångar	16 768	16 505

Finansiella anläggningstillgångar

Andelar i koncernföretag	2 900	1 250
Summa finansiella anläggningstillgångar	2 900	1 250

Omsättningstillgångar

Varulager	29 828	25 965
Förskott till leverantörer	360	755
Kortfristiga fordringar	25 982	11 707
Kassa och bank	720	610
Summa omsättningstillgångar	56 890	39 037
SUMMA TILLGÅNGAR	76 558	56 792

EGET KAPITAL OCH SKULDER**Eget kapital**

Aktiekapital	120	120
Överkursfond	9 180	9 180
Fritt eget kapital	2 581	6 559
Summa eget kapital	11 881	15 859

Obeskattade reserver

Ackmulerade överavskrivningar och periodiseringsfonder	7 547	7 547
Summa obeskattade reserver	7 547	7 547

Skulder**Långfristiga skulder**

Skulder till kreditinstitut	36 883	18 831
Summa långfristiga skulder	36 883	18 831

Kortfristiga skulder

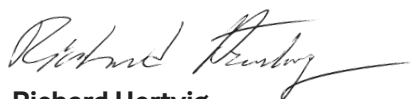
Skulder till kreditinstitut	1 616	5 465
Leverantörsskulder	11 889	4 095
Skatteskulder	–	–
Förskott från kunder	–	173
Övriga kortfristiga skulder	1 532	350
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	5 210	4 472
Summa kortfristiga skulder	20 247	14 555
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	76 558	56 792

VD har ordet

Det händer väldigt mycket i Alvestaglass just nu och vi kan blicka tillbaka på ett kvartal där vi ser många positiva saker som lägger grunden för framtiden. Satsningen på att utveckla LOHILO® vidare i nya kategorier har varit ett lyckokast. Men ingenting kommer gratis. Satsningen har kostat stora resurser i form av produktutveckling, sälj- och marknadsföring samt logistik. För första gången i bolagets historia visar vi därför ett negativt EBITDA. Bland annat har vi ökat våra marknadsföringskostnader med över 100% jämfört med föregående år. Med stor glädje kan jag konstatera att våra nya produkter redan har nått stora framgångar och vi ökar försäljningen varje dag, vecka för vecka och månad för månad.

Periodens största utropstecken är vår webshop där jag ser en stor framtidspotential. Att ha världen som sitt skyltfönster är kittlande och utvecklingen sedan starten i april är minst sagt imponerande. I september omsatte webshopen ca 700 tkr vilket är en fantastisk siffra på så kort tid.

Exportförsäljningen har av olika anledningar haft en kräftgång under 2019, men framtiden ser betydligt ljusare ut. Med hela det nya LOHILO® sortimentet har vi produkter som passar bättre för en internationell lansering och flera distributörer står på kö för att lansera LOHILO® på deras respektive hemmarknader. Efter livsmedelsmässan i Köln i oktober 2019 har detta intresset förstärkts och vi räknar med att exportera till minst tio nya länder under första halvåret 2020.



Richard Hertvig
Verkställande direktör



LOHILO® Strawberry Blonde ny populär smak.



På Nylandavägen 2 i Växjö har Alvestaglass sitt nya lager- och logistikcenter. Lokalerna om 6 700 kvm ligger i Öjaby som har blivit ett ledande logistikläge i Växjö med stora etableringar av bl a Staples, Atea och PostNord Företagscenter.

Väsentliga händelser efter Q3

Avtal med ett av världens starkaste glassvarumärke Häagen-Dazs om distribution i Sverige har tecknats. Alvestaglass kommer att distribuera hela produktportföljen mot framförallt dagligvaruhandeln. Vi tar över ett varumärke med stor potential att växa och som idag omsätter 96 mkr i det svenska butiksledet. Med avtalet kommer flera positiva saker, bl a ökar vi distributionen mot kunder som idag har Häagen-Dazs i sitt sortiment men inte våra artiklar. Kommande sex månader räknar vi med att börja leverera till ca 600 nya butiker. Det är en ökning med ca 40%. Samtidigt är det ett gott betyg att ett världsföretag som Häagen-Dazs valt oss till sin distributör i Sverige.

Den positiva utvecklingen av våra drycker och bars har gjort att även servicehandeln (bensinmackar, Pressbyrå, 7-Eleven etc) har visat intresse. Därför har vi intensifierat arbetet att sälja in till en ny kundkategori med över 15 000 försäljningställen i Sverige.

Att stärka upp organisationen kommer att bli viktigt för att möta den ökande efterfrågan i Sverige och utomlands. Vi kommer därför att rekrytera ledande personer inom försäljning, export, inköp och marknad under kommande kvartal.

Noteringen av vår aktie på en MTF-plattform som NGM (Nordic Growth Market) eller First North (Nasdaq småbolagslista) har påbörjats. Vi har också under Q3 påbörjat arbetet med en sk Pre-IPO – en nyemission med syftet att bredda ägandet ytterligare inför noteringen. Vi har därmed genom Stockholm Corporate Finance gått ut med ett riktat erbjudande om 7,2 mkr, som övertecknades med 50%. Dessutom har Pepins Market genomfört en motsvarande företrädesemission om 2,8 mkr till våra befintliga aktieägare som fulltecknades på mindre än sju minuter. Målsättningen är att en notering ska genomföras under det första halvåret 2020.

Slutligen har vi beslutat att ändra vårt firmanamn till Lohilo Foods AB. Anledningen är att vi numera håller på med så mycket mer än glass. Lohilo Foods uttrycker våra styrkor inom "functional food" och är dessutom internationellt gångbart på ett helt annat sätt. På en extra bolagsstämma i oktober beslutades om namnbytet som kommer att ske efter registrering på Bolagsverket.

Vårt mål är att komma tillbaka med en Q4 rapport som visar helt andra tillväxttal än tidigare under året och väldigt mycket tyder på detta. Även resultatet ska förbättras under Q4 tack vare de ökade volymerna, men hela 2019 får anses vara ett investeringsår för bolaget. Framåt ser potentialen mycket god ut och vi har nu lagt grunden till en stark expansion.

Revisors utlåtande angående delårsrapporten

Rapporten har inte varit föremål för granskning av bolagets revisorer.

För frågor om bolaget, vänligen kontakta:

Richard Hertvig, VD, richard@alvestaglass.se, 070-886 94 44

Om Alvestaglass AB

Alvestaglass AB ska genom sitt nytänkande kvalitativa glassutbud, höga servicegrad med egen distribution och rimliga priser tilltala den nordiska glasskonsumenten.

Bolaget genomförde under våren 2016 en nyemission genom sk crowdfunding via Pepins Group AB. Emissionskursen var 50 kr. Kursen stannade på 190 kr vid senaste handelstillfället i september, 2019. Nästa handelstillfälle inleds den 6 november 2019.

Handel i ägarbolaget Alvestaglass Partners Sweden AB har tidigare skett vid fyra tillfällen per år via Pepins Market. Fr o m augusti 2018 sker handel varje månad. För mer information: pepins.com/market

Alvestaglass AB

Verkstadsgatan 5, 352 46 Växjö. Tel: 0470-72 91 78
alvestaglass.se • info@alvestaglass.se

Tidplan för finansiell rapportering

Bokslutskommuniké för 2019 offentliggörs 2020-03-03.



Distributionsavtal med Häagen-Dazs i Sverige.

AG Alvesta Glass

Himmelskt gott sedan 1979

Sortiment - 2019:2

AG
Alvesta Glass
Himmelskt gott sedan 1979

LOHILO®

SVENSKA
GLASSFABRIKEN

JÄRNAGLASS
Ekologiskt hantverk

NICK'S

Bubbies®
Alaska Ice Cream
Hawaii

POP
FRUITS

Ett starkt produktutbud med flera spännande lanseringar gör att Alvestaglass tar steget från att ha varit en renodlat glassbolag till att bli ett foodtech-bolag med nya innovativa produkter.

alvestaglass.se