



2023-12-05

Rörelseintäkterna uppgick till 1,64 MSEK (0,99) i kvartalet, vilket var en ökning med 65,6 procent y-o-y. EBIT uppgick till -0,81 MSEK (-1,50) och fortsatte således att förbättras. Det fria kassaflödet uppgick till -0,31 MSEK, och vid utgången av kvartalet uppgick kassan till 2,0 MSEK.

USA och Storbritannien

I november erhöll Eatgood en order om 2,0 MSEK från sin amerikanska distributionspartner Lightfryusa. Ordern påvisar att det finns en efterfrågan på den viktiga amerikanska marknaden och kan vara ett tecken på att marknaden börjar att ta fart. Eatgood har erhållit flertalet orders från Storbritannien under H2'23, vilket också ger positiva signaler från en för bolaget viktig marknad.

Nya marknadssegment

Under kvartalet har Eatgood sålt enheter till en aktör inom utbildningssektorn i Storbritannien och till försvarsindustrin via distributionspartern FEM. VD Henrik Önnermark beskriver dessa marknader som mycket intressanta framåt. Vi instämmer och ställer oss mycket positiva till dessa marknader. Ytterligare en intressant aspekt är att ett saudiskt bolag utvärderat Lightfry för att potentiellt skapa ett nytt restaurangkoncept med mat tillagad av Lightfry. Eatgood erhöll nyligen en uppföljningsorder från bolaget, vilket är positivt och ökar sannolikheten för fler orders framgent.

Outlook

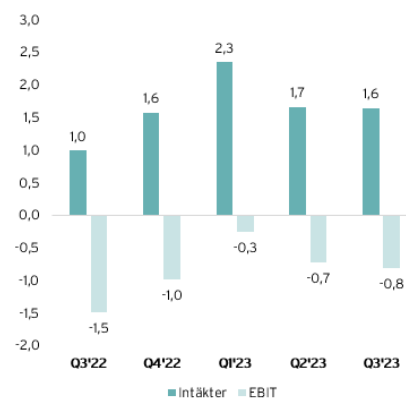
Vår förhoppning har varit att försäljningen skulle ta fart ytterligare under H2'23, drivet av ramordern från TFI i Kanada. Helåret 2023 går mot sitt slut och försäljningsvolymerna till TFI har inte varit i paritet med våra estimat. Vi väljer därför att revidera ner våra estimat för 2023. Övrig försäljning har dock följt våra estimat. Den positiva utvecklingen i Storbritannien och USA i kombination med ramordern och att viktiga certifieringar snart är på plats gör att vi bibehåller estimaten för 2024E och framåt.

(MSEK)	2022	2023E	2024E	2025E	2026E
Intäkter	5,9	8,9	25,2	32,4	38,7
% y-o-y	53,5%	50,5%	183,8%	28,6%	19,4%
EV/S	5,6	3,7	1,3	1,0	0,9
Summa kostnader	-10,1	-10,2	-23,2	-28,6	-33,6
% y-o-y	36,8%	1,2%	126,5%	23,2%	17,5%
EBIT	-4,2	-1,4	2,0	3,8	5,1
EBIT-marginal	neg.	neg.	8,0%	11,9%	13,3%
% y-o-y	neg.	neg.	-	90,1%	34,0%
EV/EBIT	neg.	neg.	16,5	8,7	6,5

Fakta

VD	Henrik Önnermark
Lista	Spotlight
Ticker	EATG
Aktiekurs (SEK)	1,795
Antal aktier (M)	19,5
Börsvärde (MSEK)	35,0
Nettokassa (MSEK)	1,7
EV (MSEK)	33,3
Insiderägande	19,3%
Nästa rapport	2024-02-07

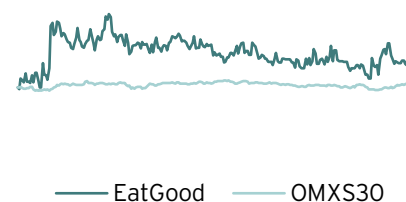
Kvartalsutveckling



Analytiker

Erik Lundberg
erik.lundberg@kalqyl.se

Kursutveckling 12 månader



Kursutveckling %	1 m	3 m	12m
Eatgood	-0,3	-0,3	52,8

Key Insights



Marknad

Eatgood har en stor adresserbar marknad. Det finns uppskattningsvis mellan 500 000-600 000 restauranger bara i USA som går att klassificera som potentiella kunder. Utöver den klassiska restaurangbranschen adresserar Eatgood bland annat utbildningssektorn, den marina marknaden och försvarsindustrin.



Värdeerbjudande

Vi anser att värdeerbjudandet är tydligt för konsumenter och restauranger. Värdeerbjudandet täcker flera områden såsom hälsosammare mat, renare restaurangmiljöer, eliminering av risk för oljebränder, lägre energiförbrukning, samt ett bättre alternativ för miljön etcetera.



First-mover

Eatgood är den enda certifierade aktören i hela Nordamerika med ett kommersiellt Air Fryer-system, vilket innebär att konkurrensen är begränsad i nuläget. Vi anser att detta har både för- och nackdelar.

”Vi är övertygade om att USA, Kanada, Storbritannien kommer vara de lysande stjärnorna avseende försäljning och tillväxt med mycket stor potential för Lightfry. Vi lägger i princip all energi på dessa marknader avseende aktiviteter och planering av aktiviteter för att omvandla dessa till försäljning och installationer”

- Henrik Önnermark, VD Eatgood

Investeringscase

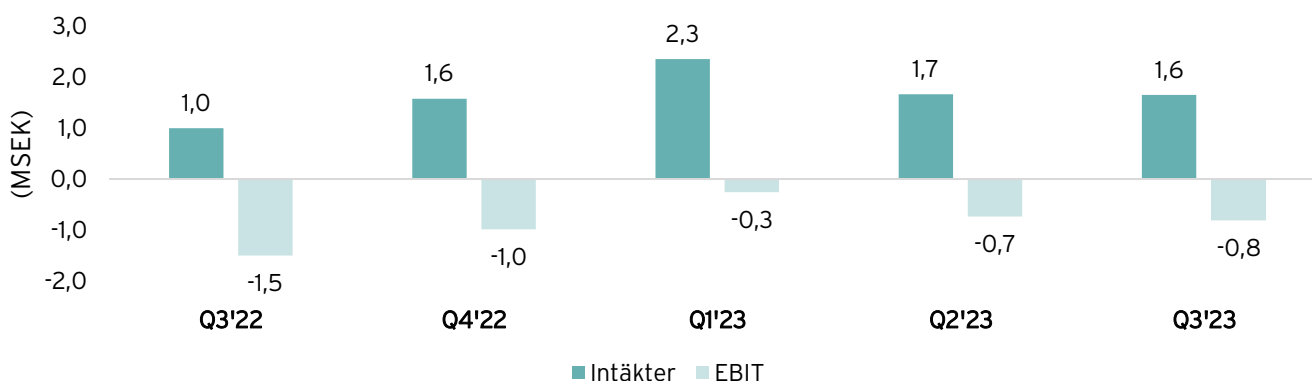
- Stor adresserbar marknad
- Produkter som rider på strukturella trender
- Nya produktkategorier i pipeline
- First-mover i USA
- Relativt höga inträdesbarriärer i branschen
- Tydligt värdeerbjudande

Finansiell utveckling

Rörelsetäkterna uppgick till 1,64 MSEK (0,99), vilket innebar en ökning med 65,4 procent y-o-y. Detta var i linje med våra estimat avseende försäljningen exklusive försäljning till TFI i Kanada. Tillväxten drevs enligt Önnermark av en god utveckling i Storbritannien i kvartalet, men också av direktförsäljning till en aktör inom köttindustrin i Slovenien¹. Vår förhoppning har varit att försäljningen skulle ta fart ytterligare under H2'23, drivet av ramordern från TFI i Kanada. Helåret 2023 går mot sitt slut och försäljningsvolymerna till TFI har dessvärre inte motsvarat vår initiala förväntan.

EBIT uppgick till -0,81 MSEK (-1,50) för kvartalet, vilket var en förbättring y-o-y. Önnermark uppgav att Eatgood arbetar mot att nå break-even och har förhoppningar om att bolaget kan nå det under nästkommande år¹. Eatgood närmade sig break-even under Q1'23 och vår förhoppning var att Eatgood skulle nå break-even för helåret 2023. Detta var dock beroende av att orders från TFI faktiskt realiserades under H2'23.

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -0,80 MSEK före förändringar i rörelsekapital och -0,31 MSEK efter förändring av rörelsekapital i kvartalet. CAPEX uppgick till 0,0 MSEK, så det fria kassaflödet uppgick till -0,31 MSEK. Vid utgången av kvartalet uppgick kassan till 2,0 MSEK.



Finansiell ställning

Vid utgången av Q3'23 hade Eatgood 2,0 MSEK i kassa, vilket kan jämföras med 2,4 MSEK vid utgången av Q2'23. I vår intervju uppgav Önnermark att han känner sig lugn med kassan de har i nuläget och att de också har 0,7 MSEK i kundfordringar samt ett betalt lager om 7,0 MSEK². Önnermark uppgav i en tidigare intervju att bolagets skuldsättning är låg och att Eatgood skulle kunna ta upp ett kortsiktigt lån vid behov. Vidare uppgav Önnermark att de har 25 enheter påbörjade och färdigställda till 60 procent, att skeppa till TFI när order läggs, vilket kommer påverka kassan positivt. Vår bedömning är att Eatgood inte ser ut att vara i behov av extern finansiering i nuläget och att lånefinansiering är det troligaste alternativet om det uppstår ett behov av ökat rörelsekapital.

Varulager	Kundfordringar	Kassa
7,0 MSEK	0,7 MSEK	2,0 MSEK
Långfristiga skulder	Nettokassa	Kortfristiga skulder
0,3 MSEK	1,7 MSEK	2,5 MSEK

Händelser före och efter kvartalet

Storbritannien

Under Q3'23 erhöll Eatgood en order från Storbritannien till ett värde av 0,55 MSEK. Beställaren var ett brittiskt universitet och enligt VD Henrik Önnermark var detta ett genombrott för Eatgood, då detta var den första försäljningen inom utbildningssektorn för bolaget¹.

I Q1'23 erhöll Eatgood en order om 0,6 MSEK från sin distributör Cuisinequip i Storbritannien. I september och november erhöll bolaget ytterligare orders från Cuisinequip motsvarande 0,45 och 0,70 MSEK^{3,4}.

Köpare	Order - tid	Leverans - tid	Ordervärde
Brittiskt universitet	aug 2023	sep 2023	0,55 MSEK
Cuisinequip	sep 2023	okt 2023	0,45 MSEK
Cuisinequip	nov 2023	nov 2023	0,70 MSEK
Totalt			1,70 MSEK

Önnermark beskriver Storbritannien som en inkörsport för nya produkter och ny teknologi för den europeiska marknaden. Vidare uppgav han att Eatgood set stor potential för den brittiska marknaden och bearbetar alla segment på marknaden, där bolaget framför allt ser stor potential inom utbildningssektorn. Önnermark menade att dessa orders är en effekt av hög aktivitet på bland annat mässor samt att marknaden förändrats mycket till följd av stigande priser på energi och vegetabiliska oljor.

Tyskland

I det tredje kvartalet erhöll Eatgood en order av en första Lightfry-enhet till en militär installation i Tyskland. Detta skedde genom den tyska distributören FEM, som Eatgood fick kontakt med på NAFEM-mässan tidigare i år. Enheten levererades omgående och Eatgood har förhoppningen att kunna sälja ytterligare enheter under H2'23⁵. I Q3'23-rapporten uppgavs det att Eatgood fått orders på total tre stycken Lightfry-enheter från FEM i Tyskland, vilket innebär att uppföljningsorder har lagts utöver den kommunicerade. Samtliga enheter såldes till amerikanska armén i Tyskland och även Italien.

Önnermark poängterade att Lightfry har stor potential inom försvarsindustrin, särskilt eftersom produkten reducerar logistiska utmaningar kopplade till både anskaffning och destruktion av olja. Utöver detta är det en mer hållbar och säker lösning samt bidrar till mer hälsosam mat för militär personal. Deras nya distributörspartner FEM har levererat till amerikanska armén i över 20 år och har god kontakt och kunskap av vad de efterfrågar. Önnermark uppgav att han tror på fler orders under 2024 samt att det finns potential för Eatgood att leverera ytterligare enheter till amerikanska armén även på andra geografiska marknader¹¹.

USA

I november fick Eatgood in en order om 2,0 MSEK på den fyrledade Lightfry-modellen som är specifikt framtagen för den amerikanska marknaden. Ordern kom från Eatgoods distributör Lightfryusa som är ett dotterbolag till HB Speciality Foods. Enligt Önnermark påvisar ordern att det finns en efterfrågan och god försäljningsaktivitet hos distributören och återförsäljare. Vidare uppgav Önnermark att Eatgood ser ett stort intresse från utbildningssektorn och sjukhus, vilka han ser som två segment med god tillväxtpotential framgent⁶. Tidigare har Eatgood levererat 200 enheter till USA av den fem-ledade varianten som lämpar sig bäst till nyproduktion, vilka börjar att säljas slut. Önnermark ser väldigt positivt på utvecklingen och potentialen för Eatgood på den amerikanska marknaden framåt¹¹.

Saudiarabien

I rapporten för Q2'23 nämndes att en initial utvärdering av Lightfry genomförts av ett saudiskt bolag. Det saudiska bolaget har flera restaurangkedjor med etablerade varumärken, och de undersöker nu möjligheterna kring ett nytt koncept kring luftfriterad kyckling. Om utvärderingen visar sig vara positiv har Lightfry potential att utgöra en viktig del i det nya restaurangkonceptet, där konceptet bygger på just luftfritering. I slutet av november erhöll Eatgood en uppföljningsorder för ytterligare en enhet efter framgångsrika tester⁷. Detta är enligt oss en positiv indikation att samarbetet kan fortsätta och leda till ytterligare försäljning framgent.

Slovenien

I kvartalet erhöll Eatgood en order från slovenska Perutnina på 0,42 MSEK. Lightfry-enheterna ska användas i deras personalmatsalar. Önnermark menade att personalrestauranger och matsalar kan bli ytterligare ett intressant segment för Eatgood framöver⁸.

Sammanfattning

Sammantaget är det mycket positivt att Eatgood erhåller orders på flertalet geografiska marknader och även nu inom intressanta segment såsom sjukvårds-, utbildnings- och försvarssektorn. Vår förhoppning är att detta kommer att fortsätta framgent.

Partner	Marknad	Order - tid	Leverans - tid	Ordervärde
Brittiskt universitet	Storbritannien	aug 2023	sep 2023	0,55 MSEK
Cuisinequip	Storbritannien	sep 2023	okt 2023	0,45 MSEK
Cuisinequip	Storbritannien	nov 2023	nov 2023	0,70 MSEK
FEM	Tyskland	aug 2023	aug 2023	-
Perutnina	Slovenien	sep 2023	-	0,42 MSEK
Lightfryusa	USA	nov 2023	nov 2023	2,0 MSEK
Restaurangkedja	Saudiarabien	nov 2023	dec 2023	-

Samarbetet med TFI i Kanada är det vi följer med störst intresse framåt. Vi har också förhoppningar på att den amerikanska marknaden kan ta fart och att all marknadsbearbetning som utförts kan bära frukt inom en snar framtid. Önnermark uppgav i vår intervju att det tagit lite längre tid än vad Eatgood hade hoppats på för TFI, men att TFI endast bearbetat marknaden sen april. Vidare uppgav han att TFI bearbetar marknaden och kunder, och att han tror att fler orders kommer komma framöver¹¹. USA är den största marknaden i världen och har stor potential för Eatgood. Arbetet på den amerikanska marknaden har tagit längre tid än väntat att ta fart enligt Önnermark, och Eatgood undersöker möjligheten att eventuellt ingå partnerskap med fler distributörer för den amerikanska marknaden². För kommersiella airfryers är Eatgood helt ensamma på den amerikanska marknaden, vilket så klart är

en intressant utgångspunkt. Den senaste ordern från Lightfryusa om 2,0 MSEK är ett steg helt i rätt riktning enligt oss.

Vi ser det också som mycket intressant om det saudiska bolaget väljer Lightfry i sitt nya restaurangkoncept kring luftfriterad kyckling. Detta kan innebära en god potential för Eatgood framåt avseende försäljning.

Önnermark bedömer att utbildningssektorn har stor potential och att detta kan bli en viktig marknad för bolaget framöver. Vi har tidigare skrivit om att politiska beslut i USA, som gäller hälsosammare matalternativ i skolor, kan komma att gynna användningen av luftfritering i framtiden. Vi anser att detta segment är mycket spännande för Eatgood, och ser både Storbritannien och USA som intressanta marknader.

Sammantaget är vi väldigt positiva till framstegen inom båda segmenten: försvarsindustri och utbildningssektorn. Vår tro är att båda marknaderna kan bli två väldigt viktiga segment för Eatgood framöver. Vår bedömning är att dessa sektorer i större utsträckning påverkas av politiska beslut. Därför tror vi att övergången till mer kostnadseffektiva, hälsosamma och hållbara alternativ potentiellt kan ske snabbare här än inom traditionella restaurangbranschen.

Certifieringar

Arbetet med Watermark-certifieringen fortskrider och enligt tidigare kommunikation har den förväntats slutföras under Q4'23. I rapporten uppgavs att den första enheten nu tagits fram och satts i drift för test innan den kommer skickas för test i Australien under det fjärde kvartalet. En plan har upprättats med institutet AGA som håller i certifieringen och testningen är inbokad och klar". Certifieringen är ett krav för att Lightfry ska kunna säljas brett på den australiensiska marknaden och således ett viktigt steg för Eatgood.

Arbetet för att få ett USPH-godkännande för den marina marknaden i USA går också framåt och Eatgoods förväntningar har varit att få ett godkännande under Q4'23. I vår intervju uppgav Önnermark att han fortsatt har förhoppningen att Eatgood ska få ett godkännande nu innan utgången av året. Ett godkännande här öppnar upp en intressant marknad för Eatgood. Bolaget kan då sälja till den marina marknaden, såväl till nyproduktion som retro-fit till äldre fartyg. Den marina marknaden är stor och omfattar allt från kryssningsfartyg, färjor, lastfartyg till oljeplattformar.

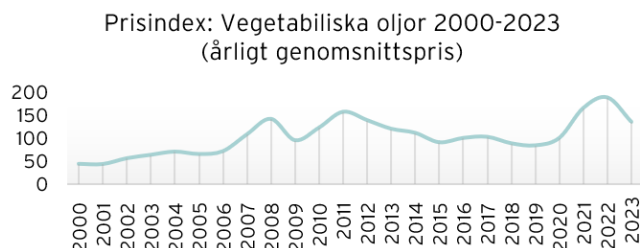
Produkt	Marknad	Status
Lightfry LF12C	Kanada	Godkänd (september 2022)
Ventless huv	Nordamerika	Godkänd (oktober 2022)
Lightfry	Australien & Nya Zeeland	H1'24
Lightfry	Marina marknaden, USA	Förväntas godkännas under Q4'23

Marknadstrender

Eatgoods Lightfry-enheter är mer energieffektiva än traditionella oljefritöser, och höga elpriser bidrar ytterligare till att luftfritering blir ett mer kostnadseffektivt alternativ. Luftfritering kräver inte heller någon olja, och höga oljepriser ger således samma effekt som höga elpriser.

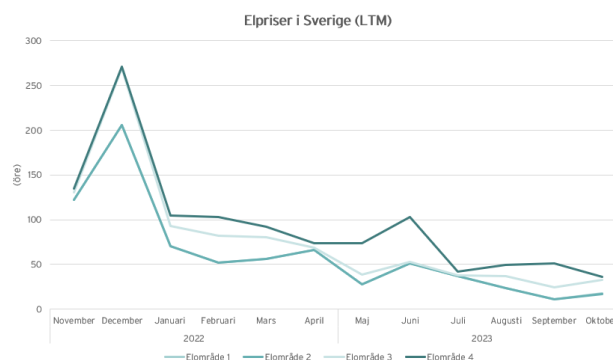
Oljepriser

Luftfritöser kan bidra till att sänka kostnaderna för restauranger, speciellt i nuläget där priser på vegetabiliska oljor och el fortsatt ligger på höga nivåer. Trots den senaste nedgången i prisindex för vegetabiliska oljor ligger priserna fortsatt på en hög nivå historiskt sett⁹.



Elpriser

Elpriserna har gått ner under 2023¹⁰, men en oro kring elprisernas volatilitet kvarstår hos företag och konsumenter. Detta gäller inte bara i Sverige, utan runt om i världen. Nu stundar höst och vinter, vilket ökar sannolikheten för att elpriserna kommer ligga på en hög nivå.



Vi står fast vid att den relativt höga prisbilden på vegetabiliska oljor och el skapar incitament för kunder att välja energisnålare alternativ likt Lightfry. Detta i kombination med att maten som tillagas blir hälsosammare samt att air fryers fått starkt fäste hos privata hushåll tror vi är faktorer som gynnar marknadsutsikterna för Eatgood.

Eatgood har i samarbete med distributören FEM återupptagit arbetet mot den amerikanska armén. Politiska beslut har fattats i USA att ingen ny utrustning för oljefritering får köpas in och inte heller service och reservdelar till befintlig utrustning. Eatgood sålde under 2018 enheter till amerikanska armén och förhoppningen är nu att återuppta detta arbete. VD Önnermark uppgav att en konkurrent sålt luftfriteringsutrustning till amerikanska armén, men den utrustningen inte höll måttet avseende kvalitet. Detta öppnar upp en potentiellt stor möjlighet för Eatgood.

I Q3'23-rapporten framhöll Önnermark att nya regler på den marina marknaden öppnar upp möjligheter för Eatgood. De nya reglerna innebär att den olja som tas ombord måste redovisas, där den olja som tagits ombord justerat för ett visst svinn från matproduktion ska redovisas.

Försäljningsåtgärder

Eatgood fortsätter arbetet med att närvara på flertalet mässor. Under året har mycket fokus lagts på Kanada, vilket också fortsatt under H2'23. Utöver Kanada kommer Eatgood också närvara på mässor i Storbritannien och Italien. Under H1'24 kommer Eatgood närvara på ett flertal mässor i Storbritannien, vilket vi ser som positivt då Eatgood har bra momentum på den brittiska marknaden i nuläget.

Mässkostnaderna är höga, men majoriteten av dessa kostnader står distributörerna för vilket sparar Eatgood mycket pengar². Utöver mässor har distributionspartnern TFI i Kanada ett säljteam samt ett showroom, som fungerar som en viktig försäljningskanal för Eatgood tillsammans med övriga distributionspartners. TFI har också ett serviceteam med över 50 personer, vilket är en väsentlig faktor för att underlätta försäljningsprocessen.

Nuläge och outlook

Försäljningen, exklusive försäljning till TFI i Kanada, har hittills varit i linje med våra estimat. Vår förhoppning var att försäljningen skulle ta fart under H2'23, drivet av att ramordern från TFI i Kanada började att realiseras. Helåret 2023 går mot sitt slut och försäljningsvolymerna till TFI har hittills inte varit i paritet med våra estimat.

Eatgood närmade sig break-even under Q1'23 och vår förhoppning var att Eatgood skulle nå break-even för helåret 2023. Detta var dock beroende av att orders från TFI faktiskt realiserades under H2'23. En större order från TFI kan fortsatt komma under 2023, men med en månad kvar av räkenskapsåret ser vi att det kan bli svårt för Eatgood att uppnå våra estimat. Vi reviderar därför våra estimat för 2023.

Eatgood har börjat erhålla fler och fler orders från bland annat den nya distributionspartnern FEM i Tyskland samt Cuisinequip i Storbritannien. Detta i kombination med ramordern från TFI om cirka 38,5 MSEK samt att Watermark-certifieringen som möjliggör försäljning brett i Australien bidrar till att 2024 kan bli ett spännande år för Eatgood. Utöver detta fick Eatgood nyligen en order om ca 2,0 MSEK från sin amerikanska distributör Lightryusa, vilket vi ser som ett positivt tecken från den viktiga amerikanska marknaden. Ett USPH-godkännande för den marina marknaden i USA öppnar också upp för en potentiellt stor marknad för Eatgood. Vi väljer därför att behålla våra estimat för 2024 och 2025, men reviderar ner estimaten för 2023.

	2024E	2025E	2026E
Totala intäkter	25,2	32,4	38,7
Övrig försäljning	10,8	16,2	22,5
<i>Antal enheter</i>	<i>120</i>	<i>180</i>	<i>250</i>
Ramorder, TFI	14,4	16,2	16,2
<i>Antal enheter</i>	<i>160</i>	<i>180</i>	<i>180</i>
Summa intäkter	25,2	32,4	38,7
<i>Totalt antal enheter</i>	<i>280,0</i>	<i>360,0</i>	<i>430,0</i>
Råvaror	16,4	21,1	25,2
Övriga kostnader	6,8	7,5	8,4
Summa kostnader	23,2	28,6	33,6
EBIT	2,0	3,8	5,1

Värdering

Key stats

Antal aktier	19 471 077	Börsvärde (MSEK)	35,0
Aktiekurs (SEK)	1,795	Nettokassa (MSEK)	1,7
		Enterprise value (MSEK)	33,3

Rullande 12 månader

Nettoomsättning	7,2 MSEK	P/S	4,9
EBIT	-2,7 MSEK	EV/EBIT	neg.
Vinst	-2,8 MSEK	P/E	neg.
FCF	-1,5 MSEK	P/FCF	neg.

Källa: Börldata

Historiskt snitt

	P/S	EV/EBIT	P/E	P/FCF
Snitt 3 år	7,2	neg.	neg.	neg.
Snitt 5 år	6,3	neg.	neg.	neg.

Källa: Börldata

Estimat

I nuläget står Lightfry för majoriteten av försäljningen, och i vårt huvudscenario räknar vi med ett försäljningspris om 90 000 SEK per såld enhet Lightfry. Vi räknar med en bruttomarginal på 35,0 procent för åren 2023-2026. Nedan följer en estimerad resultaträkning fram till 2026.

(MSEK)	2022	2023E	2024E	2025E	2026E
Nettoomsättning	5,9	8,9	25,2	32,4	38,7
% y-o-y	53,5%	50,5%	183,8%	28,6%	19,4%
<i>EV/S</i>	<i>5,6</i>	<i>3,7</i>	<i>1,3</i>	<i>1,0</i>	<i>0,9</i>
Summa kostnader	-10,1	-10,2	-23,2	-28,6	-33,6
% y-o-y	36,8%	0,3%	128,5%	23,2%	17,5%
EBIT	-4,2	-1,4	2,0	3,8	5,1
<i>EBIT-marginal</i>	<i>neg.</i>	<i>neg.</i>	<i>8,0%</i>	<i>11,9%</i>	<i>13,3%</i>
% y-o-y	-	-	-	90,1%	34,0%
<i>EV/EBIT</i>	<i>neg.</i>	<i>neg.</i>	<i>16,5</i>	<i>8,7</i>	<i>6,5</i>

Vi väljer att värdera Eatgood utifrån en multipel på 15x EBIT på 2026E. Vi bedömer detta som en motiverad multipel om Eatgood skulle leverera i linje med våra estimat och givet att bolaget då bevisat sin affärsmodell samt har stor tillväxtpotential kvar. Detta ger oss ett börsvärde och en aktiekurs beräknat på 2026E. Vi väljer också att visa värderingen när vi applicerat en säkerhetsmarginal på 30 procent på våra estimat.

	Värdering			
	Multipel	EBIT 2026E	Börsvärde (MSEK)	Aktiekurs (kr)
2026E	15	5,1	77,2	4,0
<i>Säkerhetsmarginal (30%)</i>	<i>15</i>	<i>3,6</i>	<i>54,0</i>	<i>2,8</i>

Nedan följer potentiell avkastning på 2026E om Eatgood utvecklas likt våra estimat i huvudscenariot samt med en applicerad säkerhetsmarginal.

	Potentiell avkastning					
	Huvudscenario			Säkerhetsmarginal (30%)		
	Faktor	Procent	CAGR	Faktor	Procent	CAGR
2026E	2,21	120,8%	27,60%	1,55	54,6%	14,34%

Vidare följer en känslighetsanalys med ett beräknat utfall på vår estimerade EBIT för 2026E, där utfallet redovisas vid olika angivna EBIT-multiplar.

Känslighetsanalys						
Huvudscenario 2026E				Säkerhetsmarginal (30%)		
EBITx	Börsvärde (MSEK)	Aktiekurs (kr)	Förändring %	Börsvärde (MSEK)	Aktiekurs (kr)	Förändring %
13	66,9	3,4	91,4%	46,8	2,4	34,0%
14	72,0	3,7	106,1%	50,4	2,6	44,3%
15	77,2	4,0	120,8%	54,0	2,8	54,6%
16	82,3	4,2	135,5%	57,6	3,0	64,9%
17	87,5	4,5	150,3%	61,2	3,1	75,2%

Källor

1. <https://mb.cision.com/Main/15408/3819079/2233366.pdf>
2. VD-intervju Q2'23: https://youtu.be/xNNLuVD_5Pk?si=zl04KU2FsDcvkkW4
3. <https://mb.cision.com/Main/15408/3832037/2284181.pdf>
4. <https://mb.cision.com/Main/15408/3869198/2407181.pdf>
5. <https://mb.cision.com/Main/15408/3824230/2253856.pdf>
6. <https://mb.cision.com/Main/15408/3867608/2401997.pdf>
7. <https://mb.cision.com/Main/15408/3882495/2453592.pdf>
8. <https://mb.cision.com/Main/15408/3828374/2269493.pdf>
9. <https://www.fao.org/markets-and-trade/commodities/oilcrops/fao-price-indices-for-oilseeds-vegetable-oils-and-oilmeals/zh/>
10. <https://www.energimarknadsbyran.se/el/dina-avtal-och-kostnader/elpriser-statistik/manadspriser-pa-elborsen/>
11. VD-intervju Q3'23: <https://youtu.be/v3q4Xt9Kji8?si=8pcTRL3pL5nT5BbQ>

Disclaimer

Kalqyl Analys Norden AB bedriver verksamhet avseende bolag- och aktieanalys där information har sammanställts utifrån källor som Kalqyl bedömer är tillförlitliga. Informationens riktighet kan Kalqyl dock inte garantera, och inget som skrivs i analysen ska eller bör betraktas som en rekommendation till investering av något slag.

Denna analys är en uppdragsanalys där det analyserade Bolaget har ingått avtal med Kalqyl avseende analys. Analysen/erna publiceras antingen vid enskilt tillfälle, eller per löpande basis under avtalsperioden mot en sedvanlig ersättning.

Åsikter och slutsatser som återfinns i analysen är enbart avsedd för mottagaren. Kalqyl ska ej hållas ansvariga för vare sig direkta eller indirekta skador som orsakats av beslut på grund av information i denna analys.

Alla investeringar i finansiella instrument är förknippade med ekonomisk risk, och historisk avkastning ger ingen garanti för framtida avkastning. Kalqyl och samtliga medarbetare i organisationen får ej handla värdepapper i kundbolag från och med det tillfälle som ansvarig analytiker initierar arbetet med den aktuella analysen, och till dess att analysen varit publicerad i 48h.

Intressekonflikt

Erik Lundberg äger inte aktier i det analyserade bolaget
Analysen är en uppdragsanalys