

LOHILO FOODS



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



Proteinglassen Lohilo (350 ml) i ny förpackningsdesign 2020.

BOKSLUTSKOMMUNIKÉ JANUARI-DECEMBER

2019

HIGHLIGHTS 2019

- **67% försäljningstillväxt** i Q4 för Lohilo Foods AB
- Startat **Lohilo web-shop** i april 2019
- Avtal med **Häagen-Dazs** om distribution i Sverige fr o m november 2019
- Ökad **exportsatsning** börjar visa resultat

Bokslutskommuniké januari – december 2019

Lohilo Foods AB – org. nr 556740-7050

2020-02-11

Styrelsen och verkställande direktören för bolaget avger härmed bokslutskommuniké för 2019.

Oktober – december 2019

Under det fjärde kvartalet uppgick nettoomsättningen till 35 272 tkr (21 099), vilket är en ökning om 67,2% jämfört med samma kvartal föregående år. Bolagets bruttomarginal för perioden uppgick till 38,1% (45,2%). Minskningen i bruttomarginal är till stor del hänförlig till distributionsavtalet med Häagen-Dazs som innebär en procentuellt sett lägre bruttomarginal.

Periodens resultat före avskrivningar och räntekostnader uppgick till -7 849 tkr (-4 040). Resultat före skatt uppgick till -9 465 tkr (-4 990). Det lägre resultat beror främst på ökade marknadsföringskostnader, utveckling av distributionen, produktutveckling samt investeringar i lohilo.com.

Januari – december 2019

Nettoomsättningen uppgick till 138 615 tkr (120 540), vilket motsvarar en ökning om 15,0% (42,5%).

Bruttomarginalen uppgick till 48,4% (50,2%). Rörelseresultat före avskrivningar och räntekostnader uppgick till -6 458 tkr (5 691). Resultat före skatt uppgick till -12 121 tkr (2 186).

- Försäljning av egna varumärken för helåret 2019 uppgick till 114 990 tkr (103 497 tkr), vilket motsvarade 75% av den totala nettoomsättningen och en tillväxt om 11%. Egna varumärken uppvisade en betydande utvecklingskurva under de senaste månaderna. I januari 2020 uppgick tillväxten till 57% jämfört med samma period föregående år.
- Årets negativa resultat är till stor del hänförligt till fördubblade marknadsföringskostnader. Marknadsföringen fokuseras mot varumärket Lohilo och kommer även framåt att ligga på en procentuellt högre nivå i förhållande till omsättningen. Marknadsföringsinsatserna genomförs i syfte att etablera en stark position inom functional food och tillvarata tillväxtpotentialen inom detta affärsområde som fortfarande är mycket expansivt.
- Webshoppen som lanserades i april 2019 har under 8 månader totalt omsatt 2 500 tkr och har uppvisat en ökad försäljning för varje månad. Bolaget ser möjligheter att denna del av verksamheten kan växa betydligt under kommande år.
- Vårt nya produktsegment som lanserades i april, 2019 under varumärket Lohilo svarar för en omsättning om 21 MSEK.

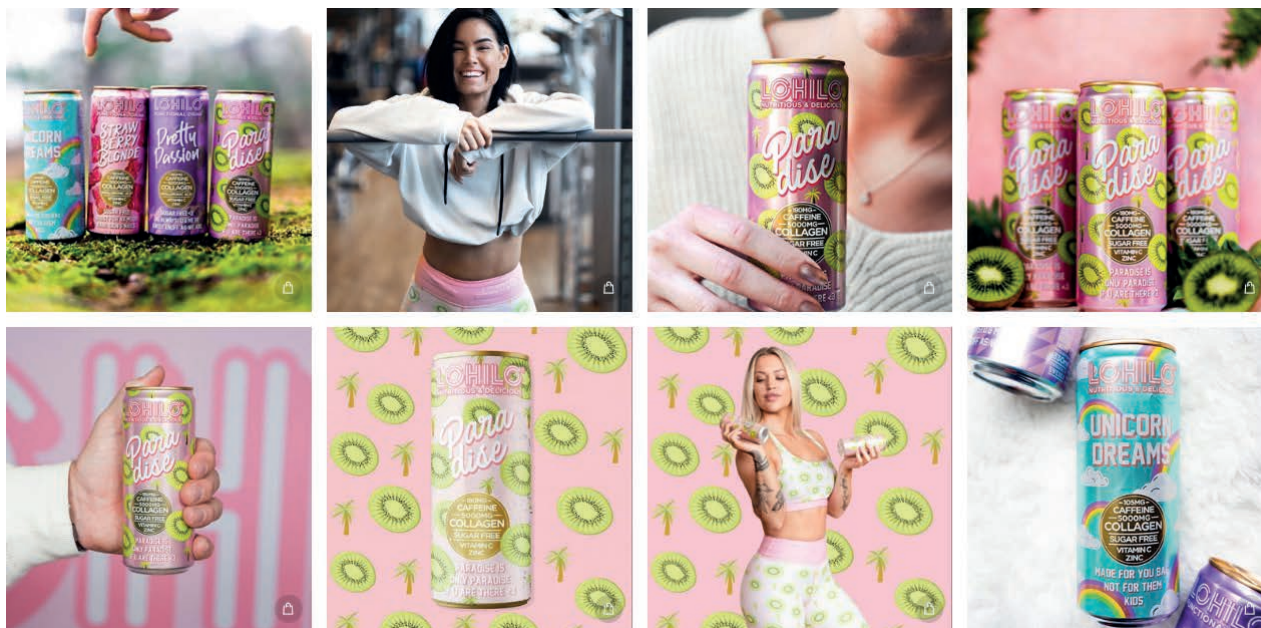
Väsentliga händelser under Q4

- Fjärde kvartalets nettoomsättning uppvisar en stark tillväxt och förbättringen var främst hänförlig till ökad försäljning av varumärket Lohilo men också till den nya affären med Häagen-Dazs.
- Avtalet med General Mills och distributionen av Häagen-Dazs var en milstolpe under kvartalet. Med detta premium-varumärke i portföljen stärks Bolagets position som distributör på den svenska marknaden.
- Det inledande exportarbetet för det egna functional food-varumärket, Lohilo, som Bolaget investerat i under året har börjat ge resultat. Flera länder bearbetas och distribution väntas starta upp på flera nya marknader under första halvåret 2020.
- Försäljningen i Bolagets webshop, som främst säljer Lohilo-produkter, ökade med 50% jämfört med föregående kvartal och uppgick till 1200 tkr.
- Kvartalet belastades med ökade lager- och logistikkostnader till följd av flytten till ett nytt centrallager. Ca 3 miljoner kronor utgjordes av engångskostnader främst hänförligt till dubbla hyror för de tidigare och nya lokalerna under en övergångsperiod. Det nya centrallagret om 8 000 kvm med nybyggd frys och ca 1 500 pallplatser i AAA läge i Växjö kommer att på sikt ge kostnadsfördelar. Styckkostnaden kommer därmed att minska när volymerna ökar.



Väsentliga händelser efter fjärde kvartalets utgång

- I januari ökade omsättningen med 107% jämfört med samma period föregående år. Egna varumärken står för 57% av tillväxten.
- Exporten ökade till 2 693 tkr genom försäljning till Finland, Estland, Lettland, Litauen, Danmark och Island, varav Litauen och Danmark är nya marknader.
- Bolagets organisation har stärkts genom rekrytering av en COO, med start under den senare delen av det första halvåret, som kommer att utgöra en nyckelperson för att utveckla och implementera bolagets affärsplan. Organisationen har även stärkts med en inköpschef med start i slutet av februari.
- En lyckad lansering av en ny Lohilo dryck, Paradise Kiwi Collagen, skedde under januari.



Resultaträkning i sammandrag

(Tkr)	Jan - dec 19	Jan - dec 18
Nettoomsättning	138 615	120 540
Råvarukostnader	-71 558	-60 014
Bruttovinst	67 057	60 526
Övriga rörelsekostnader	-73 515	-54 835
Rörelseresultat före avskrivningar och räntekostnader	-6 458	5 691
Avskrivningar	-4 224	-2 664
Finansiella poster	-1 439	-841
Rörelseresultat före skatt	-12 121	2 186
Bokslutsdispositioner	7 547	-1 736
Skatt på årets resultat	–	-204
Årets resultat	-4 574	245

Balansräkning i sammandrag		
(Tkr)	2019-12-31	2018-12-31
TILLGÅNGAR		
Anläggningstillgångar		
Patent licenser varumärken	1 754	1 440
Materiella anläggningstillgångar	15 619	16 347
Summa anläggningstillgångar	17 373	17 787
Finansiella anläggningstillgångar		
Andelar i koncernföretag	8 590	1 250
Summa finansiella anläggningstillgångar	8 590	1 250
Omsättningstillgångar		
Varulager	40 790	25 439
Kortfristiga fordringar	28 290	11 707
Kassa och bank	940	610
Summa omsättningstillgångar	70 020	37 756
SUMMA TILLGÅNGAR	95 983	56 793
EGET KAPITAL OCH SKULDER		
Eget kapital		
Aktiekapital	529	120
Överkursfond	18 222	9 180
Fritt eget kapital	257	6 559
Summa eget kapital	19 008	15 859
Obeskattade reserver		
Ackmulerade överavskrivningar och periodiseringsfonder	0	7 548
Summa obeskattade reserver	0	7 548
Skulder		
Långfristiga skulder		
Skulder till kreditinstitut	25 634	18 831
Övriga långfristiga skulder	2 025	–
Summa långfristiga skulder	27 659	18 831
Kortfristiga skulder		
Skulder till kreditinstitut	10 944	5 465
Leverantörsskulder	27 243	4 095
Skatteskulder	–	–
Förskott från kunder	–	173
Övriga kortfristiga skulder	5 178	350
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	5 951	4 472
Summa kortfristiga skulder	49 316	14 382
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	95 983	56 793

VD har ordet

2019 har varit ett intensivt år som präglats av etableringen av Lohilo Foods position som ett food tech-bolag. För att skapa förutsättningar att tillvarata tillväxtpotentialen och kunna skala upp framåt har vi lagt stora investeringar i en stärkt organisation, ett större centrallager samt en webbplattform för online-försäljning. Tillväxt och lönsamhet blev inte samma som vi är vana vid eftersom försäljningen av varumärket Alvesta Glass sjönk betydligt jämfört med rekordsommaren 2018, men utsikterna framåt är fortsatt goda. Tillväxten i december och januari uppgick till 165 respektive 107 procent, vilket är ett kvitto på att vi investerat i rätt strategi under 2019.

Vi har delat upp verksamhetsstrategin för affärsutveckling i tre omsättningsben, Sverige, Export och Online, för att tydliggöra och tillvarata potentialen inom respektive segment. Alla ben växer månad för månad. Målet för 2020 är att vi ska fokusera på tillväxt med en stark etablering online och försäljning till nya länder. Genom försäljning och distribution av egna varumärken och varumärken som Häagen Dazs, Nick's och Bubbies, delar vi upp kostnader i försäljning och distribution. På så vis skapar vi en lönsam affär för våra kunder och oss själva som vi sedan kan återinvestera i en kraftfull expansion och utveckling av Lohilo.

LOHILO[®]
NUTRITIOUS & DELICIOUS



IPO under första halvåret 2020 fortsatt målbild

Arbetet med att lista Bolagets aktier på en MTF-plattform fortskrider. Målsättningen är fortsatt att en listning ska genomföras under första halvåret 2020. Utvecklingen av nya produkter och innovationer kommer under 2020 vara hög och vi kommer i och med börsnoteringen i andra kvartalet sätta bolaget i en bra position för framtida expansion. Noteringen är en kvalitetsstämpel och stärker vårt varumärke bland kunder, partners, investerare och media. Genom en notering ökar också förutsättningarna för ytterligare likviditet i handeln med bolagets aktier.

Hur den eventuella noteringen skall genomföras och tidtabell för noteringen fattar bolaget beslut om vid ett senare tillfälle. Stockholm Corporate Finance har anlitats som finansiell rådgivare för att utreda noteringsmöjligheterna.

Sista handelstillfället i februari på Pepins Market

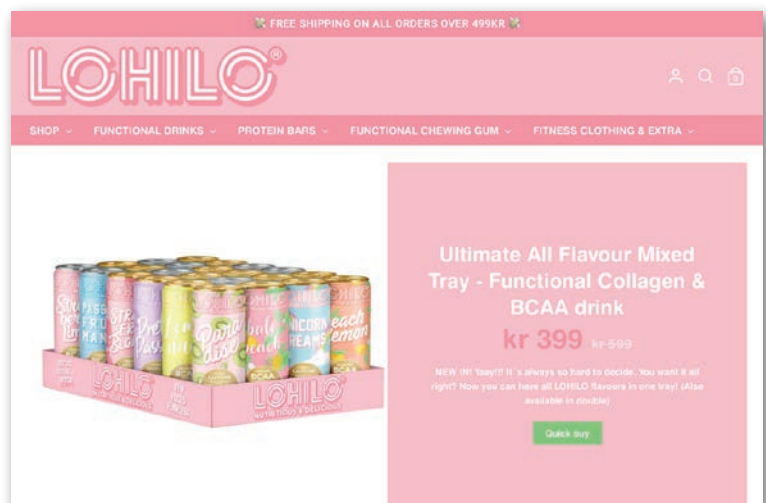
Den 12–17 februari är det dags för handel. Denna handelsperiod kommer att bli den sista för Lohilo på grund av förberedelser inför notering på Nasdaq First North Growth Market. Vi genomförde under våren 2016 en kapitalanskaffning via Pepins på cirka 10 MSEK till kursen 50 SEK per aktie. Nästan 1 000 delägare tog då chansen att bli delägare i vårt bolag. Det har varit nyttigt för oss att få in alla nya aktieägare och inneburit att vi har fått lära oss hur vi ska bygga vårt bolag, vår styrelse och vår kommunikation för att klara av en börsintroduktion. Jag vill passa på att tacka Pepins för den här tiden.

Richard Hertvig.

Verkställande direktör



Ny produkt 2020
Lohilo Protein Chips.



Lohilo:s web-shop lanserades i april 2019.

Likviditet och finansiering

Den 31 december 2019 uppgick Lohilo Foods banktillgodohavanden till 7 661 tkr (4 747). Bolaget har räntebärande skulder om 38 603 tkr (24 296) samt en checkräkningskredit om 15 000 tkr (15 000), vilken per den 31 december var nyttjad till 8 279 tkr.

Investeringar

Lohilo Foods totala investeringar under år 2019 uppgick till 4 565 tkr (8 450).

Avskrivningar

Under året har resultatet belastats med 4 224 tkr (2 664) som avser avskrivningar på inventarier, verktyg och installationer.

Eget kapital

Per den 31 december 2019 uppgick Lohilo Foods egna kapital till 19 008 tkr (15 859) varav 529 tkr (120) utgjordes av aktiekapital. Koncernens soliditet uppgick den 31 december 2019 till 19,8% (38,3%).

Revisors utlåtande angående delårsrapporten

Rapporten har inte varit föremål för granskning av bolagets revisorer.

Utdelning

Styrelsen kommer att föreslå årsstämman att inte lämna någon utdelning för räkenskapsåret 2019. Styrelsen avser inte lämna prognos för 2020 i föreliggande bokslutskommuniké, men återkommer eventuellt i framtida kvartalsrapporter och prospekt.

För frågor om bolaget, vänligen kontakta:

Richard Hertvig, VD, richard.hertvig@lohilofoods.com, 070-886 94 44



Pinnglassfamiljen i ny kostym – 2020.

Om Lohilo Foods AB

Lohilo Foods AB (tidigare Alvestaglass AB) som grundades 2008 är ett foodtech-bolag med rötter i Småland. Bolaget startade som en glassproducent med målsättningen att bli ett av de största glassbolagen i Norden. Sedan april 2019 har bolaget etablerat sig inom torrvarusegmentet med produkter inom functional food. Kända varumärken i produktportföljen inkluderar bl a Lohilo, Alvestaglass, Häagen-Dazs, NICK's, Bubbies och Järnaglass. Huvudkontor, fabrik och centrallager ligger i Växjö med försäljningskontor i Stockholm.

Bolaget genomförde under våren 2016 en nyemission genom sk crowdfunding via Pepins Group AB. Emissionskursen var 50 kr. Kursen stannade på 172 kr vid senaste handelstillfället i januari, 2020. Nästa handelstillfälle inleds den 12 februari 2020 vilket blir det sista innan IPO inleds.

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

Lohilo Foods AB

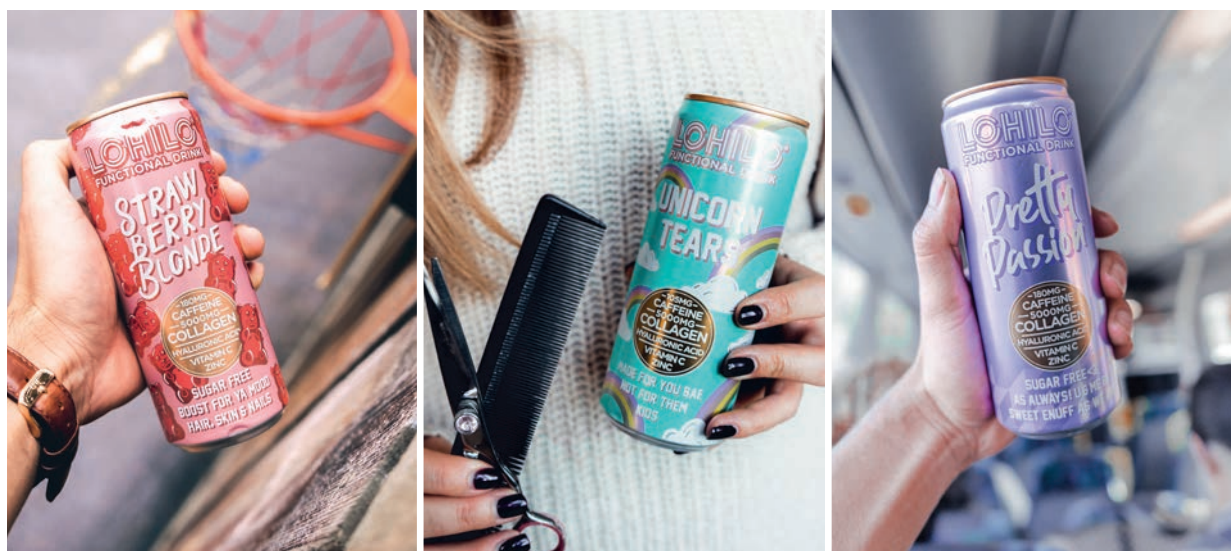
Nylandavägen 2, 352 50 Växjö. Tel: 0470-72 91 78
lohilofoods.com • info@lohilofoods.com



Lohilo
High-Protein
Bar

Tidplan för finansiell rapportering

Den fullständiga årsredovisningen kommer att finnas tillgänglig på lohilofoods.com från 2020-04-20. Delårsrapport för Q1 kommer att offentliggöras 2020-05-12.



Lohilo Drinks – Strawberry Blonde, Unicorn Tears och Pretty Passion.



Alvesta Glass
Himmelskt gott sedan 1979

JÄRNAGLASS
Ekologiskt hantverk

Alvestaglass och Järnaglass – nya smaker 2020.

