



AG Alvesta Glass

Himmelskt gott sedan 1979



Längdåkningsstjärnan och "glassälskaren" Stina Nilsson i samarbete med LOHILO®.



LOHILO® functional drink har fått ett fantastiskt glassvar från konsumenterna.

HALVÅRSRAPPORT JANUARI-JUNI

2019



High-Protein bar.



Functional chewing gum med caffeine, vitamin B12 och vitamin B6.



Halvårsrapport Januari – Juni 2019

Alvestaglass AB – org. nr 556740-7050

2019-08-13

Styrelsen och verkställande direktören för bolaget avger härmed halvårsrapport för perioden januari – juni 2019.

April – Juni 2019

Nettoomsättningen uppgick till 41 494 tkr (38 320), vilket motsvarar en ökning om 8,3%.

Bolagets bruttomarginal för perioden uppgick till 51,5% (50,5). Periodens resultat före avskrivningar och räntekostnader uppgick till 2 186 tkr (4 088). Resultat före skatt uppgick till 811 tkr (3 124).

Januari – Juni 2019

Nettoomsättningen uppgick till 66 097 tkr (63 339), vilket motsvarar en ökning om 4,4%.

Bolagets bruttomarginal för perioden uppgick till 51,8% (51,8). Periodens resultat före avskrivningar och räntekostnader uppgick till 1 598 tkr (6 164). Resultat före skatt uppgick till -1 036 tkr (4 537).

Väsentliga händelser under Q2

Alvestaglass ser en förbättring av tillväxten under andra kvartalet även om vi förväntat oss att glassförsäljningen skulle bli något högre. Våra glassprodukter har minskat med ca 10% i omsättning under det första halvåret samtidigt som den totala glassmarknaden i Sverige har minskat med ca 15%, i jämförelse med 2018. Förra året hade vi en av de varmaste somrarna på 100 år, vilket har gjort det svårt att matcha motsvarande försäljningssiffror. En liknande utveckling kan även konstateras i de nordiska grannländerna.

Det som är glädjande är att försäljningen har tagit rejäl fart efter lanseringen av våra nya produkter inom functional food som dessutom inte är så väderberoende. Vår bedömning är att vi kommer att leverera en mycket stark tillväxt under det andra halvåret när vi får full effekt av våra lanseringar. Marknaden har mottagit våra funktionella drycker, tuggumi och bars under varumärket LOHILO® på ett mycket positivt sätt. Redan idag utgör det nya produktsortimentet 20% av koncernens totala omsättning.

Funktionella drycker som lanserades i april 2019 finns redan i över 500 livsmedelsbutiker och är den kategori som ökar mest. Tuggummi respektive bars lanserades under juni respektive juli månad och finns redan representerad i ett par hundra butiker. Vår plan är att lansera produkter i ytterligare en ny kategori under andra halvåret.

Under perioden har betydande kostnader i marknadsföring och produktutveckling investerats för att ta fram och lansera nya produkter i nämnda kategorier. Alvestaglass har inlett resan från att vara ett glassföretag till att bli ett foodtech-bolag med en attraktiv produktportfölj både på den svenska och internationella marknaden. Vi bedömer att investeringarna som nu görs kommer att ge oss en mycket fin tillväxt och lönsamhet i framtiden, men försämrar marginaler och lönsamhet kortsiktigt.

En satsning på egen webshop har gjorts med framgång. Här säljer vi alla produkter förutom glass. Online-försäljning är inne i en otrolig tillväxtfas och omsättningen på sidan ökar varje dag.

Resultaträkning i sammandrag

(Tkr)	Jan - Juni 19	Jan - Juni 18	Förändring
Nettoomsättning	66 097	63 339	4,4%
Råvarukostnader	-31 834	-30 254	
Bruttovinst	34 263	32 815	4,4%
Övriga rörelsekostnader	-32 665	-26 651	
Rörelseresultat före avskrivningar och räntekostnader	1 598	6 164	-74,1%
Avskrivningar	-2 112	-1 322	
Finansiella poster	-522	-295	
Rörelseresultat före skatt	-1 036	4 537	-122,8%

Balansräkning i sammandrag

(Tkr)

2019-06-30

2018-12-31

TILLGÅNGAR**Anläggningstillgångar**

Patent licenser varumärken	914	914
Materiella anläggningstillgångar	15 892	15 591
Summa anläggningstillgångar	16 806	16 505

Finansiella anläggningstillgångar

Andelar i koncernföretag	1 464	1 250
Summa finansiella anläggningstillgångar	1 464	1 250

Omsättningstillgångar

Varulager	27 317	25 965
Förskott till leverantörer	2 675	755
Kortfristiga fordringar	27 774	11 707
Kassa och bank	1 272	610
Summa omsättningstillgångar	59 038	39 037
SUMMA TILLGÅNGAR	77 308	56 792

EGET KAPITAL OCH SKULDER**Eget kapital**

Aktiekapital	120	120
Överkursfond	9 180	9 180
Fritt eget kapital	4 203	6 559
Summa eget kapital	13 503	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	35 341	18 831
Summa långfristiga skulder	35 341	18 831

Kortfristiga skulder

Skulder till kreditinstitut	2 771	5 465
Leverantörsskulder	11 572	4 095
Skatteskulder	–	–
Förskott från kunder	–	173
Övriga kortfristiga skulder	1 272	350
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	5 302	4 472
Summa kortfristiga skulder	20 917	14 555
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	77 308	56 792

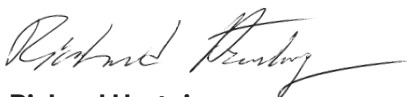
VD har ordet

Jag är mycket stolt över de steg vi har tagit i bolaget under det första halvåret. Vi klarar av att leverera en ökad omsättning trots att vi hade en fantastisk glassförsäljning under 2018 som gynnades av den extremt varma sommaren. Satsningen på nya produktsegment under varumärket LOHILO® och effektivare logistikhantering har varit den största utmaningen i bolagets historia. Vi har även byggt en webshop för LOHILO® (*lohilo.com*) där onlineförsäljningen ökar kraftfullt sedan starten i våras. Detta har medfört betydande investeringar som påverkar resultatutvecklingen negativt på kort sikt – men vi bygger för framtiden. Vår målbild är att Alvestaglass ska vara ett foodtech-bolag och vara marknadsledande när det gäller att utveckla attraktiva och innovativa livsmedelsprodukter.

Vi ska skapa en stabil bas på den svenska marknaden där vi ska ta nya marknadsandelar inom functional food. För att nå målet kommer vi att utföra noggranna tester innan lansering på våra nuvarande och framtida exportmarknader. Genom att vara innovativa och nytänkande skapar vi en stor efterfrågan även utanför Sverige. Det är väldigt tydligt att våra senaste produkter är betydligt mer lättsålda på exportmarknaderna eftersom de inte kräver någon fryshantering.

Vår organisation har utvecklats under det första halvåret där vi gjort ett antal strategiska anställningar för att kunna skala upp på sikt. Nya ledande roller inom försäljning och marknadsföring har rekryterats för ett mer professionellt arbete i övergripande frågor samt för att utveckla och stärka våra varumärken.

En förutsättning för att lyckas är att ha en grymt bra personal, positivism, innovativa produkter och kunder. Vi har allt! Därför ser jag fram emot kommande halvår, nästa år och de kommande fem åren.



Richard Hertvig,
Verkställande direktör



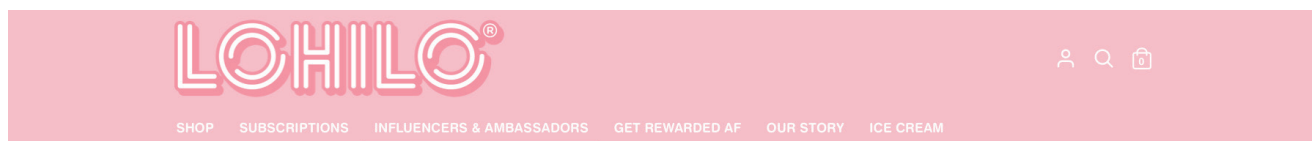
High-protein bar.



Nya smaker som har gjort stor försäljningssuccé på kort tid.

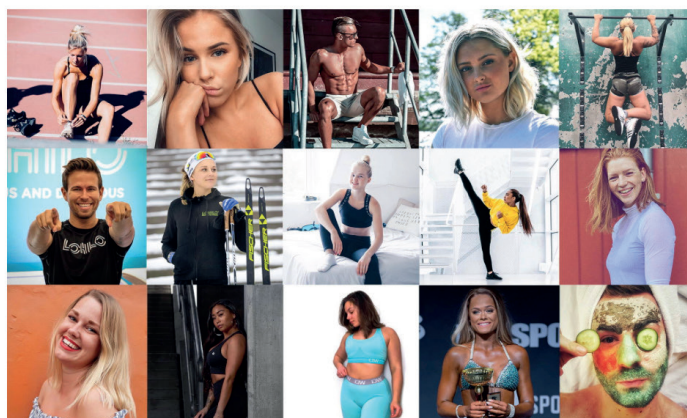


Exponeringsställ för LOHILO® chewing gum.



Home > INFLUENCERS & AMBASSADORS

INFLUENCERS & AMBASSADORS



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

Väsentliga händelser efter Q2

Våra nya lanseringar inom functional food har gjort att försäljningspotentialen både i Sverige och för exporten har ökat rejält. Vi ser en ökad efterfrågan från ett flertal länder. Samtal förs idag med återförsäljare i Tyskland och Kuwait där vi är långt framme i förhandlingarna om avtal gällande flera av våra nya produktkategorier.

Vår funktionella dryck har blivit listad på COOP, Hemköp och City Gross med start i vecka 38. Det gör att distributionen ökar markant från och med september. I september kommer vi även att finnas representerade i den börsnoterade friskvårdskedjan Actic med sju av våra LOHILO® produkter. Actic är en av de ledande hälso- och friskvårdskedjorna med ca 180 anläggningar och 228 000 medlemmar.

Vi har rekryterat en meriterad key account manager som tillträder den 1 september. Tobias Hausenkamph som det senaste året har varit ansvarig för GB Glace Nordens operations för glassboxar och inköp till cirka 100 000 boxar. Dessförinnan verksam i Norge inom Unilever med huvudansvaret för den norska glassverksamheten med lyckade lanseringar av Ben & Jerry's, Grom och Choice. Ett tillskott som kommer att ge oss en ny tyngd och mycket goda kunskaper i organisationen.

Arbetet med noteringen av vår aktie på en MTF-plattform som NGM (Nordic Growth Market) eller First North (Nasdaq's småbolagslista) har påbörjats. Målsättningen är att en notering ska genomföras under första halvåret 2020.

Vi har efter periodens utgång även förvärvat bolaget Nordic Mochi AB som har agenturen för varumärket Bubbies. Köpet skedde till ett mycket attraktivt pris och ger synergier i framförallt exporten till Norge.

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 188 kr vid senaste handelstillfället i juni, 2019. Nästa handelstillfälle inleds den 14 augusti 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

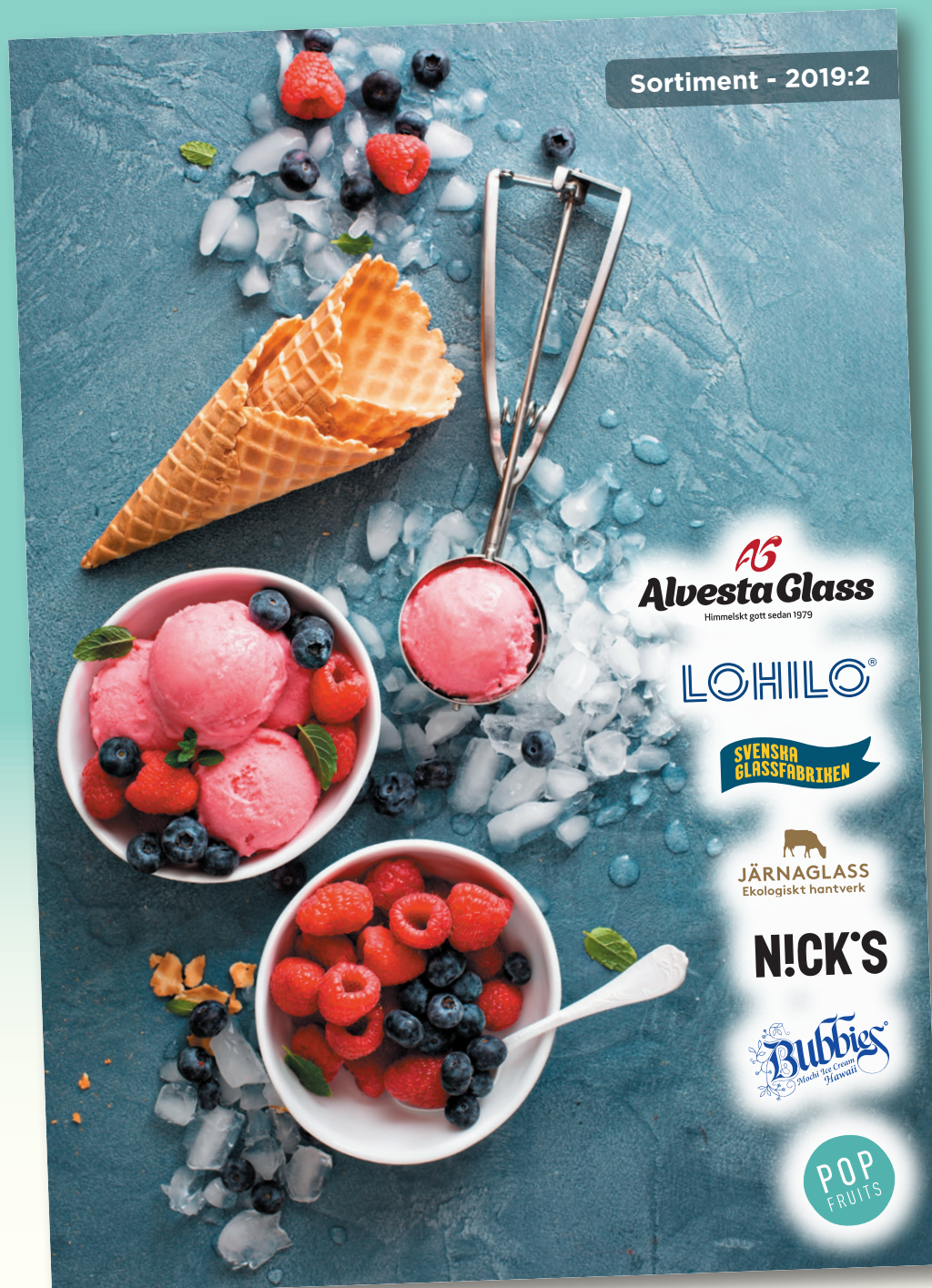
Delårsrapport för Q3 offentliggörs 2019-11-05.



Efter periodens utgång har Alvestaglass förvärvat Nordic Mochi som har agenturen för Bubbies.

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®
Soft 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