

PRESSMEDDELANDE
2023.09.04

Lohilo Foods styrelse presenterar strategisk översyn och prioriterade förändringsområden

Lohilo Foods styrelse har tillsammans med bolagets ledning genomfört en översyn över Lohilos strategi och prioriterade förändringsområden på både kort och lång sikt. Ledningen bedriver med anledning av befintliga finansiella mål nu ett antal projekt för att åter nå god lönsamhet och försäljningsutveckling i paritet med dessa. Nedan redovisas arbetet och planerna.

Våra aktiviteter på kort sikt

1. Effektivisering och nedskärning

Vi ska fortsätta effektivisera och anpassa verksamheten för att åter nå lönsamhet genom följande satta och planerade åtgärder

a. Besparings- och effektiviseringsåtgärder

Under hösten 2023 kommer ytterligare besparings- och effektiviseringsåtgärder att genomföras i verksamheten för att anpassa den till nuvarande försäljningsvolym. Dessa åtgärder planeras leda till löpande årliga besparingar som bedöms uppgå till 5 mkr.

Dessa åtgärder bedöms inte komma att påverka vår försäljning negativt på kort sikt eller påverka vår långsiktiga utvecklingsplan.

b. Förändringar inom supply chain

Vi arbetar aktivt med att se över vår sourcing och våra kostnader kopplade till våra leverantörer. Detta arbete bedöms resultera i ett effektivare varuflöde som ger en besparing om 5 mkr på årlig basis successivt från Q3 2023.

Precis som våra konkurrenter samt övriga livsmedelsföretag så har vi genomfört flertalet prishöjningar. Trots detta har det senaste årets råvaruinflation och kronans nedgång pressat våra marginaler vilket gör att prishöjningarna inte kunnat motsvara kostnadsökningarna fullt ut. Våra vidtagna åtgärder kommer fortsatt att ge viss kompensation, men vårt beroende av kronans utveckling kvarstår, vilken kan komma att både stärka eller försvaga våra marginaler beroende på kronans utveckling.

c. Minskade leasingkostnader

Vi ser över vår leasingpark av distributionsbilar och ämnar sälja de bilar som inte nyttjas fullt ut i dagens verksamhet. Besparingspotentialen uppgår till ca 1,5 mkr på årlig basis. Denna åtgärd kommer dock att ge en initial likviditetsbelastning när kontrakten stängs om ca 1,2 mkr.

d. Förändrade hyresavtal

Våra lokaler för kontor, frys- samt torrlager belägna i Växjö är idag för stora för vår befintliga verksamhet. Vi förhandlar därför om att utträda delar av vårt fastighetsavtal. Den totala besparingspotentialen är upp till 7 mkr från början 2024. Även mindre dellösningar kan ge positiva besparingseffekter och ses som aktuella.

Totalt innebär dessa fyra beskrivna effektiviseringar samt besparingar på upp till 18,5 mkr årligen som kommer att förbättra resultatet successivt under q4 2023-q4 2024.

Fokus på export

Vi ser en fortsatt stor potential i vår export. Förutom att intresset för våra produkter är stort uppfattas konkurrensen inom det prioriterade proteinglassegmentet som lägre samtidigt som marginalerna är högre. Dessutom ger försäljningen i utländsk valuta en bra balans och hedge mot våra inköpskostnader som är till största del i EUR.

Finland, Norge, Danmark, Holland, Schweiz och Kina är våra befintliga exportmarknader. Dessa ska prioriteras och utvecklas i första hand. Nya marknadsetableringar kan komma att genomföras successivt framförallt i Europa i de fall vi kan hitta starka distributionspartners.

Vår varumärkesstrategi

Som tidigare kommunicerat har vi sedan hösten 2022 valt att i huvudsak fokusera på våra egna varumärken till skillnad mot åren 2019-2022 då distribution av andras varumärken såsom Häagen Dazs och Nicks utgjorde en stor del av vår omsättning. Avslutade distributionsavtal påverkar vår omsättning med negativa jämförelsetal men ger en positiv påverkan på våra marginaler.

Vår produktportfölj består idag till hög grad av produkter som utvecklar glasskategorin och erbjuder goda marginaler. Vi erbjuder idag glass med högt proteininnehåll, lägre kalorier, laktosfritt, ekologiskt, samt snacksglass som t ex Bubbies och Lohilo Bits. Vi avser att fortsätta använda innovation som vår konkurrenskraft.

Våra produkter/varumärken:

Lohilo Glass är vårt prioriterade produktvarumärke. Genom maximal utveckling av Lohilo Glass skapar vi bäst värde för våra aktieägare. Produkten har en hög unikitetsgrad, lägre konkurrens och bättre marginaler. Den mottas med entusiasm på de marknader den presenteras varför den skall leda vår exportutveckling. På Lohilo Glass lägger vi merparten av vår marknadsföring och bedriver en mycket aktiv produktutveckling.

Alvesta Glass och Järna Glass är våra kompletterande varumärken som ger oss både försäljningsvolymerna samt då de kan dra nytta av våra befintliga lager, administration, logistik och vår landsomfattande säljkår påverkar de våra marginaler positivt. Dessutom ger Alvesta Glass och Järna Glass positivt täckningsbidrag och förbättrar därmed lönsamheten totalt för Lohilo Foods.

Bubbies, som är ett distribuerat varumärke sedan 2019, tillför goda marginaler och sänker styckkostnad för försäljning och logistik liksom Alvesta Glass och Järna Glass. Bubbies har en hög unikitetsgrad och konkurrens är därmed lägre i detta segment, vilket underlättar införsäljningen till dagligvaruhandeln.

Lohilo Dryck har efter en omfattande lansering i Sverige prioriterats ned. Anledningen är att konkurrensen på segmentet är väldigt hög och dess marknad har fortsatt låga inträdeshinder. Vi fortsätter att erbjuda produkten till de kedjor i Sverige och på export till de marknader som efterfrågar den.

Superfruit erbjuder hälsoorienterade produkter och säljs framförallt i andra kanaler än Lohilos övriga varumärken tex inom hälsokosthandel, aptotek och e-handelsbutiker. Produkterna är till största del nichade torrvaror med höga marginaler. Superfruit förstärker Lohilos hälsoinriktade profil och det finns synergier med övriga varumärken inom inköp, lager, marknad och export. Ledningen ser över möjligheten att även använda varumärket Superfruit inom tex fryst eller tvärtom komplettera med torra Lohilo produkter som kan säljas genom Superfruits kanaler.

Finansiella mål på lång sikt

Våra finansiella mål kvarstår som tidigare:

- Att långsiktigt uppnå EBITDA-marginal om minst 10 procent
- Att öka exportandelen till att överstiga 50% av omsättningen

Styrelsens och ledningens bedömning är att effekterna från dessa prioriterade projekt och vår nu fokuserade produktportfölj inte kommer att dröja utan kommer att förbättra vår bruttomarginal och vårt resultat successivt from q4 2023. Vi kommer att löpande återkoppla till marknaden hur vi uppnår våra mål samt vilka besparingar som respektive projekt medfört.

Denna information är sådan som Lohilo Foods AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknads-missbruksförordning. Informationen lämnades för offentliggörande den 4 september 2023 kl. 08.55 CET.

För ytterligare information kontakta:

Richard Hertvig, VD, richard@lohilofoods.com, +46 70 886 94 44

Om Lohilo Foods AB (publ)

Lohilo Foods AB (publ), 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 även etablerat sig inom torrvarusegmentet med produkter inom functional food. Kända varumärken i produktportföljen inkluderar LOHILO, Järnaglass, Superfruit, Alvestaglass och Bubbies.

Nylandavägen 2, 352 50 Växjö | Org.nr: 556740-7050 | Tel: 0470-72 91 78 | lohilofoods.com | info@lohilofoods.com

"Bolag vars aktier är upptagna till handel på Nasdaq First North Growth Market måste ha en Certified Adviser. För Lohilo Foods innehar FNCA Sweden AB uppdraget som Certified Adviser."