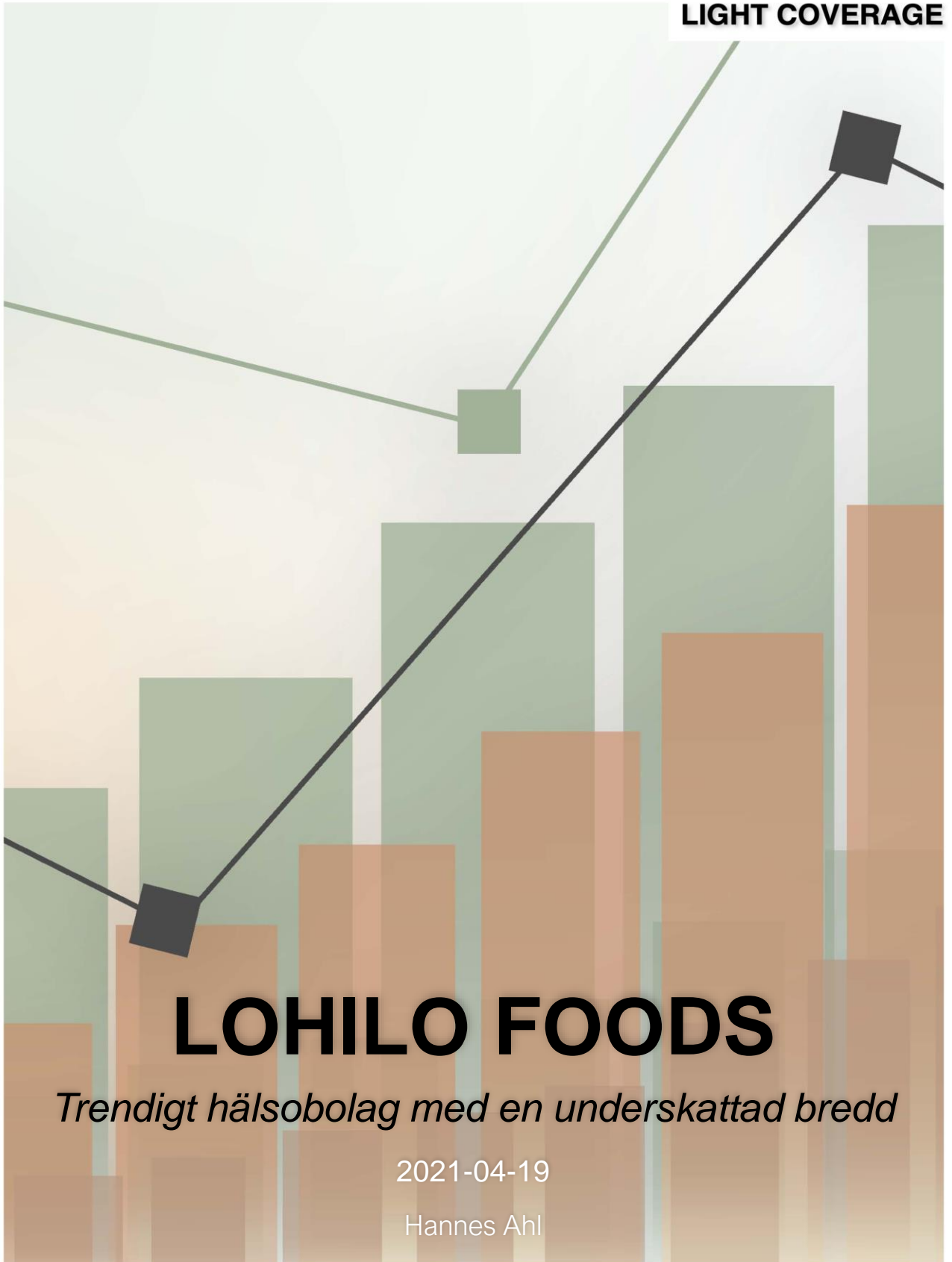


AKTIEANALYS

LIGHT COVERAGE



LOHILO FOODS

Trendigt hälsobolag med en underskattad bredd

2021-04-19

Hannes Ahl

Analyst Group grundades 2014, en tid då informationen att tillgå gällande små- och medelstora bolag ansågs vara bristfällig. Därför valde Analyst Groups grundare att starta upp en analystjänst med visionen att belysa och sprida korrekt information för att ge bättre stöd i investeringsbeslut.

Idag är Analyst Group ett snabbväxande analyshus med huvudsäte i Stockholm och med filial i Lund. Vi arbetar utifrån värdeorden engagemang, passion och förtroende, med ambitionen att skriva korrekta och objektiva analyser. Därför erbjuder vi två typer av analys. Vi erbjuder dels bolag som vi anser intressanta, att på uppdrag, utföra analyser mot ersättning. Samtidigt tillhandahåller vi oberoende analyser på bolag som vi anser har särskilt intressant investeringsidé.

Vår vision är att vara den bästa informationslänken mellan de många investerarna och företagen.

Som länk mellan investerare och företag ger vi stöd i investeringsbeslut, kapitalallokering och kommunikationsvägar.

Vi tror på att hjälpa företag och investerare att bättre förstå varandra

LOHILO FOODS AB (LOHILO)

TRENDIGT HÄLSOBOLAG MED EN UNDERSKATTAD BREDD



Lohilo Foods AB ("Lohilo" eller "Bolaget") är ett trendmedvetet livsmedelsbolag som tillverkar, distribuerar och säljer funktionella matvaror. Lohilo har en bred portfölj av glassvarumärken och utvecklar sitt egna varumärke inom funktionella drycker och "lågkalori-glass". Dessutom är Bolaget exklusiv distributör av bl.a. varumärkena "Häagen-Dazs" och "Halo Top" på den svenska marknaden. Analyst Group estimerar en stark tillväxt i både egna och distribuerade varumärken, vilket förväntas resultera i en omsättningstillväxt om 37,6 % (CAGR) fram till år 2022, för att då nå en omsättning om ca 466 MSEK. Med en motiverad EV/S multipel om 2,0x applicerad på 2022 års estimerade nettoomsättning ges ett motiverat värde om 59,6 kr per aktie i ett Base scenario.

■ Lohilo gynnas av trenden mot minskat socker-användande

Euromonitor rapporterar att marknaden för "hälsoglass" kommer att växa med en CAGR om 17,6 % mellan åren 2020-2022, detta stöds av den rådande hälsotrenden i Europa där EU kontinuerligt jobbar för att minska sockerintaget per capita. Vidare har 26 länder runt om världen redan infört en skatt på socker som visat sig vara mycket effektivt för att få konsumenter att välja sockerfria alternativ. Lohilo är väl positionerade för att kapitalisera på denna trend genom produkter inom glass och dryck helt utan socker och förväntas därutöver genomföra produktutveckling samt förvärv.

■ Effektiv distributionsmodell möjliggör finansiering av tillväxt inom egna varumärken

Lohilo har en effektiv distributionsmodell där Bolaget fokuserar sin försäljning mot de största matvarukedjorna i Sverige där Lohilo har avtal med samtliga större aktörer, såsom Ica och Axfood. En god relation med marknadsledande dagligvarubutiker har lockat flera stora glass-varumärken att sluta exklusiva avtal med Lohilo för distribution av deras produkter. Bolaget har nyligen slutit avtal med Häagen-Dazs och Halo Top, distributionen av dessa estimeras att bidra med intäkter om ca 235 MSEK år 2022, vilket då skulle utgöra ca 50,4 % av Bolagets totala försäljning. Häagen-Dazs har sett stark tillväxt om ca 30 % sedan Lohilo tog över distributionen och denna antas fortsätta mellan åren 2020 och 2022. Bolaget avser att använda dessa intäkter för att finansiera den fortsatta utvecklingen av snabbväxande varumärket Lohilo.

■ Internationell expansion öppnar dörren för tidigare orörda marknader

Genom ett större exportfokus kan Lohilo etablera sina varumärken på fler marknader med lägre konkurrens än på den mogna svenska marknaden. I dagsläget fokuserar Bolaget främst på att etablera sig i Europa men har även nyligen slutit avtal med distributörer i Malaysia, Singapore och Kina för inträde på den asiatiska marknaden. Detta öppnar dörren för ytterligare tillväxt då Bolaget ökar den totala adresserbara marknaden och antal konsumenter Lohilo når ut till.

■ Hög konkurrens på den svenska marknaden kan sakta ned tillväxten

Marknaden för hälsosamma matvaror i Sverige utmärks av hög konkurrens från väletablerade spelare, särskilt inom glass-segmentet. Konkurrenter som Unilever och Celsius har funnits på marknaden länge och är världkända för konsumenten och kan därav göra den svenska marknaden svårpenetrerad. På den svenska marknaden för hälsoglass har Lohilo idag en marknadsandel om 16,9 % och denna antas växa efter lanseringen av Halo Top, detta är en marknad som Lohilo är väletablerad i och, på grund av detta, har stora möjligheter att vidare utvecklas i.

AKTIEKURS | 45,90

VÄRDERINGSINTERVALL

BEAR
36,9 kr

BASE
59,6 kr

BULL
72,5 kr

LOHILO FOODS AB

Senast betalt (2021-04-20)	45,9
Antal Aktier (st.)	15,670,105 ¹
Market Cap (MSEK)	719,3
Nettokassa(-)/skuld(+) (MSEK)	23,0
Enterprise Value (MSEK)	742,3
V.52 prisintervall (SEK)	n/a
Lista	Nasdaq First North

UTVECKLING

1 månad	7,1 %
3 månader	37,4 %
1 år	n/a
YTD	35,8 %

HUVUDÄGARE (UPPDATERAD 19/1)

MF30 Holdings (Richard Hertvig och Dan Isaksson)	53,4 %
Santhe Dahl Invest AB	9,1 %
Övriga ägare	37,5 %

VD OCH ORDFÖRANDE

Verkställande Direktör	Tyrone Andersson
Styrelseordförande	Hans Jacobsson

FINANSIELL KALENDER

Delårsrapport	2021-05-20
---------------	------------

PROGNOS (BASE), MSEK	2020A	2021E	2022E	2023E
Nettoomsättning ²	246,5	378,1	466,7	569,1
Bruttoresultat	84,8	131,5	173,3	210,4
Bruttomarginal	34,4 %	34,8 %	37,1 %	37,0 %
Totala rörelsekostnader	-105,7	-132,0	-163,9	-177,2
EBIT	-20,9	-0,4	9,4	33,2
EBIT-marginal	-24,6 %	-0,3 %	5,4 %	15,8 %
P/S	2,6	1,7	1,4	1,1
EV/S	2,7	1,8	1,4	1,2
EV/EBIT	n/a	n/a	70,8	20,0

¹ Inkl. förvärv om 100% aktierna i Superfruit

² Siffror efter 2020 avser Pro-forma för förvärvet av Superfruit

INVESTERINGSIDÉ

MARKNADS-
TILLVÄXT
OM 17,6 %

Ökat fokus mot etablering som ett "Food Tech"-bolag genom M&A-transaktioner

Lohilo har uttryckt strävan att etablera sig som ett Food-tech bolag och detta mål har man nu tagit första steget mot genom att förvärva det svenska bolaget Superfruit. Analyst Group bedömer att Lohilo kommer att fortsätta exekvera på förvärv likt detta för att växa organisationen genom nya förvärv samt realisera synergieffekter inom Bolaget. Lohilo utnyttjar det värderingsgap som existerar mellan noterade och onoterade bolag genom att betala för köpet, till största del, med egna nyemitterade aktier som handlas till en högre multipel än förvärvsbolagets. Detta har visats sig vara en mycket framgångsrik strategi, inte minst inom Food-tech branschen, för bolag som till exempel Bayn Group.

Adresserar en missad målgrupp på en snabbväxande marknad

Den globala marknaden för "hälsoglass" estimeras att växa med en CAGR om 17,6 % mellan 2020-2022, samtidigt så estimeras det att marknaden för hälsosamma funktionsdrycker kommer växa med en CAGR om 8 % under samma period. Varumärket Lohilo besitter en unik marknadsposition tack vare deras tydligt uppsatta målgrupp, där Bolaget främst riktar sin marknadsföring mot unga och aktiva kvinnor i åldrarna 18-35, detta marknadssegment har ännu inte fullt utnyttjats av konkurrenter vilket skapat en stark position. Valet av målgrupp och en aggressiv marknadsföring mot denna möjliggör för Bolaget att kapitalisera på den underliggande marknadstillväxten genom att bygga ett starkt varumärke inom sin nisch.

BEFINTLIGA
AVTAL
GENERAR
STARKT
KASSAFLÖDE

Bevisat effektiv distributionsmodell skapar starka kassaflöden

Lohilo har slutit distributionsavtal med några av världens största glassvarumärken, där Bolaget idag har ett avtal med General Mills för exklusiv distribution av varumärket Häagen-Dazs på den svenska marknaden. Häagen-Dazs estimeras att växa med en CAGR om 28,5 % mellan åren 2020-2022 och omsätta 193,8 MSEK året 2022. I Q4-2020 slöt Lohilo ytterligare ett avtal, denna gång för exklusiv distribution av glassen "Halo Top" som år 2017 blev USA:s bästsäljande *pint*. Halo Top estimeras en tillväxt om 33 % mellan åren 2021 och 2022 som ett resultat av Lohilos distributionsmodell. Lohilos relativt unika modell innebär att Bolagets säljare har egna distributionsbilar och levererar produkten direkt till livsmedelsbutikerna, där man idag levererar till över 2000 butiker runt om Sverige. Den direkta distributionsmodellen har visat sig vara attraktiv för andra varumärken då Lohilo på bara två år har vunnit stora avtal, vilket väntas ge ringar på vattnet och förenkla nykundsarbetning. Analyst Group estimerar att Lohilos totala distribution kommer bidra med en omsättning om 235,4 MSEK år 2022 i ett Base scenario.

Internationell expansion ger ytterligare tillväxtpotential

Lohilo satsar hårt på internationell expansion och att etablera varumärket Lohilo utomlands. Bolaget är redan etablerat i andra länder, främst på den nordiska marknaden med störst försäljning i Finland, Lohilo har dock har fått pausa flera planerade lanseringar utomlands på grund av Covid-19. Lanseringarna kommer återupptas så fort världsbilden tillåter det vilket antas öka intäkterna från export kraftigt. Under år 2020 tecknade Lohilo avtal i flera nya länder och exporten visade en tillväxt om 99 % från föregående år, motsvarande en omsättning om 42 MSEK. Det största fokuset är riktat mot att expandera i Europa men Bolaget tar nu även steget in i Asien med nya distributörer i Malaysia, Singapore och nyligen Kina genom ett avtal med e-handelsplattformen Taobao som ägs av konglomeratet Alibaba. Analyst Group anser att det finns stora möjligheter internationellt då där finns många marknader som inte har samma konkurrens och mättnad som den svenska. Studier visar att särskilt regionen Asien ser stora trender mot hälsosamma alternativ som t.ex. sockerfritt som ett resultat av en underliggande hälsotrend. Ett exempel på detta är att Singapore var världens första land som gjorde det olagligt att marknadsföra drycker med hög sockerhalt, vilket är talande för hur länder nu lägger allt större fokus på hälsa.

466 MSEK
ESTIMERAD
OMSÄTTNING
ÅR 2022

HIGHLIGHTS



FINANSIELL PROGNOIS

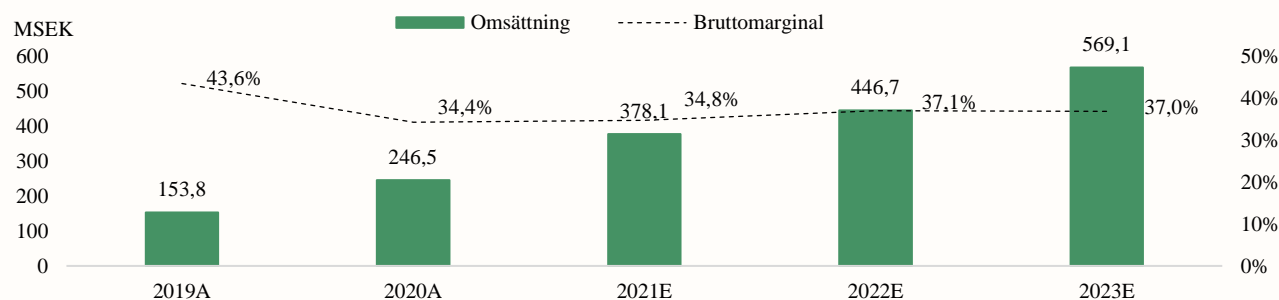
Innovativa produkter förväntas skapa kraftig tillväxt

Analyst Groups estimat är baserade på Lohilos etablering som ett Food-tech bolag genom förvärv, en ökad export, samt de stora distributionsavtal som Bolaget nyligen har vunnit. Det egenskapade varumärket Lohilo estimeras att växa med en CAGR om ca 22,5 % mellan 2020-2022, detta som ett resultat av Lohilos unika position i marknaden för hälsosamma alternativ till glass och läsk. Enligt Bolaget ska tillväxten av varumärket Lohilo finansieras med de starka kassaflödena från distributionsavtalen, samt den redan lönsamma glassverksamheten. Analyst Group estimerar att distributionen kommer växa med en CAGR om 37,1 % mellan åren 2020-2022 och kommer bidra med intäkter om ca 235 MSEK år 2022. Estimaterna för Häagen-Dazs och Halo Top är baserade på siffror från tidigare etablering i UK som en ny marknad, historisk tillväxt i USA samt nya siffror från försäljningen i Sverige. Året då Halo Top etablerades i Storbritannien sålde man för över 228 MSEK, i USA där varumärket skapades växte omsättningen exponentiellt från ca 16,5 MSEK år 2015 till 294,9 MSEK år 2017, dessutom har Häagen-Dazs sett ca 35 % försäljningstillväxt sedan Lohilo tog över distributionen. Estimaterna är grundade i att Analyst Group anser att den brittiska samt amerikanska marknaden uppvisar liknande mognadsgrad för hälsofrämjande produkter som den svenska och därför kan det förväntas en liknande, eller ännu bättre utveckling i Sverige.

**EBIT-MARGINAL
OM 5,4 %
2022E**

Lohilo estimeras visa en omsättningstillväxt om CAGR 37,6 % mellan åren 2020A-2022E

Pro-forma efter förvärv av Superfruit; omsättning och bruttomarginal



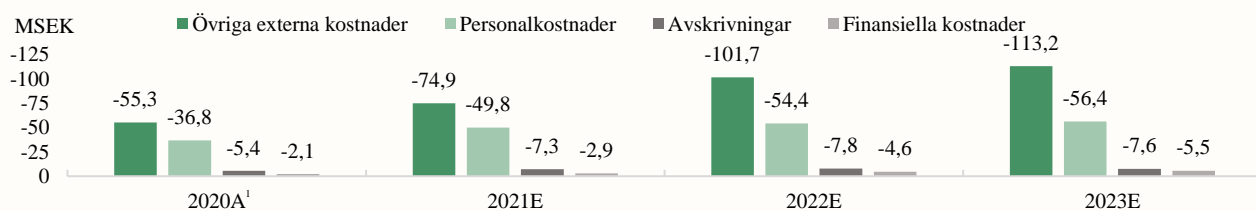
Källa: Analyst Groups prognos

Rörelsekostnader och bruttomarginal

I ett Base scenario estimerar Analyst Group att bruttomarginalen kommer sjunka från 34,3 % år 2020 till 37,1 % år 2022, vilket är en effekt av en mindre lönsam produktmix inom varumärket Lohilo och antas komma som ett resultat av ökad glassförsäljning i relation till andra varor såsom funktionsdryckerna. Dessutom estimeras andelen distribution av de totala intäkterna att öka från 44,8 % år 2020 till 51,1 % år 2022. De distribuerade varumärkena har en genomsnittlig marginal om ca 25 %, detta är lägre än marginalerna från det egna varumärket som i genomsnitt ligger runt 40 %, vilket inkluderar både varumärket Lohilo samt Bolagets andra varumärken Alvestaglass, Järnaglass och Bubbies. Rörelsekostnaderna estimeras att öka från 116 MSEK till 161 MSEK mellan åren 2020-2022, detta som ett resultat av den snabbt växande försäljningen vilket höjer kraven på främst mer personal, där antalet anställda estimeras att öka från 68 st år 2020 till ca 77 st år 2022. För att vidare etablera sina varumärken på marknaden och bibehålla den snabba tillväxten antas Bolagets marknadsföringsbudget fortsätta växa i takt med nylanseringar och varumärkeskännedom.

Övriga externa kostnader och personalkostnader antas utgöra majoriteten av rörelsekostnaderna framgent

Prognostiserade rörelsekostnader; pro forma



Källa: Analyst Groups prognos

¹ Fördelningen av kostnader för 2020 är estimerat

VÄRDERING

Bolag (MSEK)	Börsvärde	Enterprise value	CAGR omsättning 20E-22E	EBIT-marginal 2022E	EBITDA-marginal 2022E	P/S 2022E	EV/S 2022E
Midsona	5 669	7 253	9,0 %	n/a	12,3 %	1,2	1,5
Celsius	40 703	40 308	30,2 %	10,8 %	13,0 %	13,2	34,8
Cloetta	7 527	9 610	3,2 %	11,4 %	16,1 %	1,1	1,4
Veg of Lund	102	97	129,9 %	-12,6 %	-29,4 %	2,0	1,9
Bayn Group	3 092	3 034	33,7 %	0,4 %	5,5 %	4,5	11,1
Premium snacks nordic	151	179	8,5 %	n/a	7,7 %	0,2	0,3
Genomsnitt	9 541	10 080	35,8 %	2,5 %	4,2 %	3,8	4,9
Median	4 381	5 144	19,6 %	5,6 %	10,0 %	1,6	1,8
Lohilo	673	689	37,6 %	5,4 %	9,9 %	-	2,0

Källa: Bloomberg & Analyst Groups prognoser

Värdering: Base scenario

För jämförelse har ett flertal svenska bolag valts ut för att utgöra en bas för att härleda en målmultipel. En särskild vikt läggs mot närmsta peer Bayn Group då Lohilo uppvisar liknande förvärvsmöjligheter samt liknande strategi som en väldiversifierad spelare inom Food-tech sektorn. Lohilo saknar direkta konkurrenter som har både en liknande produkt samt affärsmodell, det råder alltså vissa skillnader mellan dessa bolag, deras produkter, affärsmodeller och adresserbara marknad, men anses likväl vara rimliga peers. Analyst Group anser vidare att Lohilo bör värderas ovanför medianen men under Bayn Group av tre skäl:

- I ett Base scenario estimeras Lohilo högre omsättningstillväxt än sina peers med en CAGR om 37,6 % mellan åren 2020-2022. På grund av Bolaget breda portfölj och starka kassaflöden kan det läggas fokus på produktutveckling och marknadsföring vilket är en stark konkurrensfördel som kommer skapa värde på både kort och lång sikt.
- Lohilo estimeras att fortsätta förvärva onoterade bolag inom Food-tech sfären och på så sätt utnyttja värderingsgapet som existerar mellan onoterade och noterade bolag genom att betala främst med Bolagets egna aktie. Detta premieras på marknaden och därför rättfärdigas en högre multipel för Lohilo.
- De flesta bolag i tabellen är, sett till market cap, större än Lohilo och med storlek kommer skalfördelar, *pricing power*, och lättare tillgång till finansiering, varpå dessa bolag förtjänar en viss premie i värderingen i relation till Bolaget. Därför bör Lohilo värderas mellan marknadens genomsnitt och Bolagets närmsta peer Bayn Group.

Sett till estimerad tillväxt är Lohilos värdering låg, Bolaget är exponerade mot en snabbväxande marknad och estimeras att fortsätta exekvera på sin förvärvsstrategi. Till följd av storleksskillnaderna och de framlagda argumenten estimerar Analyst Group att en EV/S multipel om 2,0x för året 2022 är rättvis, vilket ger en rikt Kurs om 59,6 kr i ett Base scenario.

59,6 KR
PER AKTIE I
ETT BASE
SCENARIO

72,5 KR
PER AKTIE I
ETT BULL
SCENARIO

36,9 KR
PER AKTIE I
ETT BEAR
SCENARIO

Bull scenario

Följande är ett urval av potentiella scenarion i ett Bull scenario:

- Varumärket Lohilo blir en favorit och ser en oväntat stark omsättningstillväxt med en CAGR om 26,5 %
- Exporten fortsätter växa i en snabb takt om 70 % (CAGR) till en omsättning om 99 MSEK året 2022.
- Lohilo lyckas hålla ned kostnaderna som ett resultat av skalfördelar i säljprocesserna vilket ger en EBIT-marginal om 15,7 % år 2022.

Givet en målmultipel om EV/S 2,2x på 2022 års försäljning om 516 MSEK i ett Bull scenario, motiveras en rikt Kurs om 72,5 kr per aktie för året 2022.

Bear scenario

Följande är ett urval av potentiella scenarion i ett Bear scenario:

- Varumärket Lohilo utmärker inte sig på marknaden och upplever större konkurrens än väntat. Detta antas leda till en lägre omsättningstillväxt om 18,6 % mellan åren 2020 och 2022.
- Bolaget ser en liknande kostnadsbas trots lägre tillväxt beroende på att Halo Top inte mottas väl på den svenska marknaden.

I ett Bear scenario motiveras en lägre värdering av aktien, då Bolagets försäljning och EBIT-marginal utvecklas långsammare än förväntat, med en liknande kostnadsbas. Givet en tillämpad EV/S multipel om 1,3x ges en rikt Kurs om 36,9 kr per aktie för året 2022 i ett Bear scenario.

APPENDIX

Base case Pro-forma (MSEK)	2020A	2021E	2022E	2023E
Nettoomsättning	241,0	378,1	466,8	569,1
Övriga rörelseintäkter	5,5	-	-	-
Totala intäkter	246,5	378,1	466,7	569,1
Kostnad för sålda varor	-161,7	-246,6	-293,5	-358,7
Bruttoresultat	84,8	131,5	173,3	210,4
Bruttomarginal	34,4%	34,8%	37,1%	37,0%
Övriga rörelsekostnader	-99,6	-	-	-
Övriga externa kostnader	-	74,9	-101,7	-113,2
Personalkostnader	-	-49,8	-54,4	-56,4
Avskrivningar	-6,2	-7,2	-7,8	-7,6
EBIT	-20,9	-0,5	9,4	33,2
EBIT-marginal	-	-	5,4%	15,8%
Finansiella intäkter	-	-	-	-
Finansiella kostnader	-1,6	-3,0	-4,6	-5,5
EBT	-22,5	-3,4	4,8	27,7
Skatt	4,3	-	-1,0	-5,7
Nettoresultat	-18,2	-3,4	3,8	22,0
Bull case (MSEK)	2020A	2021E	2022E	2023E
Nettoomsättning	241,0	402,5	516,3	658,8
Övriga rörelseintäkter	5,5	-	-	-
Totala intäkter	246,5	402,5	516,3	658,8
Kostnad för sålda varor	-161,7	-242,5	-317,4	-411,7
Bruttoresultat	84,8	160,0	198,9	247,0
Bruttomarginal	34,4%	39,8%	38,5%	37,5%
Övriga rörelsekostnader	-99,6	-	-	-
Övriga externa kostnader	-	-87,6	-105,6	-143,1
Personalkostnader	-	-45,8	-54,3	-56,3
Avskrivningar	-6,2	-7,2	-7,8	-7,6
EBIT	-20,9	19,3	31,2	40,0
EBIT-marginal	-	12,0%	15,7%	16,2%
Finansiella intäkter	-	-	-	-
Finansiella kostnader	-1,6	-3,6	-5,1	-6,4
EBT	-22,5	15,7	26,1	33,6
Skatt	4,3	-3,2	-5,1	-6,9
Nettoresultat	-18,2	12,4	20,7	26,7
Bear case (MSEK)	2020A	2021E	2022E	2023E
Nettoomsättning	241,0	369,3	445,3	537,1
Övriga rörelseintäkter	5,5	-	-	-
Totala intäkter	246,5	369,3	445,3	537,1
Kostnad för sålda varor	-161,7	-252,9	-292,6	-344,1
Bruttoresultat	84,8	116,3	152,7	192,9
Bruttomarginal	34,4%	31,5%	34,3%	35,9%
Övriga rörelsekostnader	-99,6	-	-	-
Övriga externa kostnader	-	-81,6	-105,6	-122,3
Personalkostnader	-	-45,9	-54,3	-56,3
Avskrivningar	-6,2	-7,2	-7,8	-7,6
EBIT	-20,9	-18,4	-15,1	6,8
EBIT-marginal	-	-	-	3,5%
Finansiella intäkter	-	-	-	-
Finansiella kostnader	-1,6	-3,3	-4,6	-5,9
EBT	-22,5	-21,7	-19,7	0,8
Skatt	4,3	-	-	-0,2
Nettoresultat	-18,2	-21,7	-19,7	0,6

DISCLAIMER

Ansvarsbegränsning

Dessa analyser, dokument eller annan information härrörande AG Equity Research AB (vidare AG) är framställt i informationssyfte, för allmän spridning, och är inte avsett att vara rådgivande. Informationen i analyserna är baserade på källor och uppgifter samt utlåtanden från personer som AG bedömer tillförlitliga. AG kan dock aldrig garantera riktigheten i informationen. Alla estimat i analyserna är subjektiva bedömningar, vilka alltid innehåller viss osäkerhet och bör användas varsamt. AG kan därmed aldrig garantera att prognoser och/eller estimat uppfylls. Detta innebär att investeringsbeslut baserat på information från AG eller personer med koppling till AG, alltid fattas självständigt av investeraren. Dessa analyser, dokument och information härrörande AG är avsett att vara ett av flera redskap vid investeringsbeslut. Investerare uppmanas att komplettera med ytterligare material och information samt konsultera en finansiell rådgivare inför alla investeringsbeslut. AG frånsäger sig allt ansvar för eventuell förlust eller skada av vad slag det må vara som grundar sig på användandet av material härrörande AG.

Intressekonflikter och opartiskhet

För att säkerställa Analyst Groups oberoende har Analyst Group inrättat interna regler för analytiker, utöver detta så har alla analytiker undertecknat avtal i vilket de är skyldiga att redovisa alla eventuella intressekonflikter.

Dessa har utformats för att säkerställa att *KOMMISSIONENS DELEGERADE FÖRORDNING (EU) 2016/958 av den 9 mars 2016 om komplettering av Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 596/2014 vad gäller tekniska standarder för tillsyn för de tekniska villkoren för en objektiv presentation av investeringsrekommendationer eller annan information som rekommenderar eller föreslår en investeringsstrategi och för uppgivande av särskilda intressen och intressekonflikter efterlevs.*

För fullständiga regler för våra analytiker se: <https://www.analystgroup.se/interna-regler-ansvarsbegransning/>

Bull and Bear- Rekommendationer

Rekommendationerna i form av bull alternativt bear syftar till att förmedla en övergripande bild av Analyst Groups åsikt. Rekommendationerna är utarbetade genom noggranna processer bestående av kvalitativ research och övervägning samt diskussion med andra kvalificerade analytiker.

Definition Bull: Bull är en metafor för en positivt inställd vy på framtiden. Termen används för att beskriva de faktorer som talar för en positiv framtidsutveckling för bolaget.

Definition Bear: Bear är en metafor för en pessimistisk inställd vy på framtiden. Termen används för att beskriva de faktorer som talar för en negativ framtidsutveckling för bolaget.

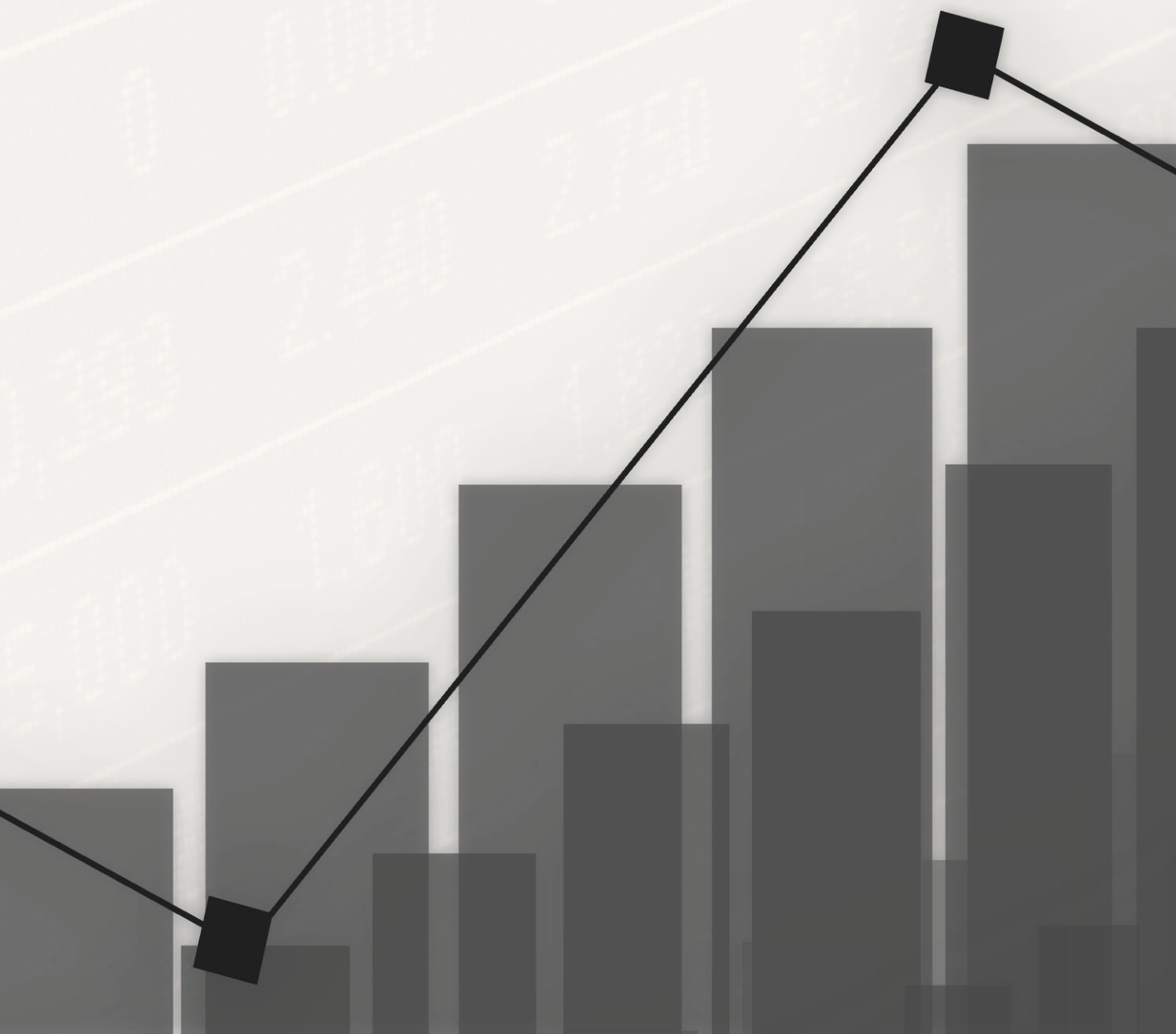
Övrigt

Lohilo Foods AB (vidare Bolaget) har inte haft någon möjlighet att påverka de delar där Analyst Group har haft åsikter om Bolaget, framtida värdering eller annat som skulle kunna tänkas utgöra en subjektiv bedömning.

Analytikern äger inte aktier i bolaget.

Upphovsrätt

Denna analys är upphovsrättsskyddad enligt lag och är AG Equity Research AB egendom (© AG Equity Research AB 2014-2021). Delning, spridning eller motsvarande till en tredje part är tillåtet under förutsättning att analysen delas i oförändrad form.



AG EQUITY RESEARCH AB

Org.nr: 556999-0939 | Mail: info@analystgroup.se
Sturegatan 56 114 36, Stockholm | Bankgatan 1A 223 52, Lund