

Aventura Group

Mangold Insight – Uppdragsanalys 2021-12-15

Öppnar dörren till Kina

Mangold inleder bevakning av den digitala varumärkes- och e-handelsgruppen Aventura Group med rekommendationen Köp och riktkursen 44,43 kronor per aktie på 12 månaders sikt. Aventura Group verkar inom e-handels- och varumärkesacceleration; bolaget skalar och utvecklar varumärken i Kina genom sina fyra verksamhetsben Aventura, Headway B2B, Aurora Beauty samt Tictoc Ventures. Bolagets mervärde grundas i det stöd som erbjuds till företag som söker att etablera sig eller växa i Kina, en marknad som kännetecknas av komplexa digitala ekosystem. Mangold ser positivt på den roll som Aventura Group spelar, och därmed de intäkter som väntas följa.

Världens största konsumentmarknad

Aventura Group ger exponering mot Kina, världens största konsumentmarknad, med ett värde överstigande 5 000 miljarder dollar. Kinas e-handelsmarknad växer med 11,6 procent årligen enligt informationstjänsten Global data och Mangold ser ljust på Aventura Groups exponering mot särskilt snabbväxande segment inom denna utveckling. Mangold ser även på att Aventura Group har en historik av att hjälpa bolag etablera sig och skala sin verksamhet på den kinesiska marknaden, och därför har förmåga att fortsätta kapitalisera på marknadstrenden.

Uppsida i Kina

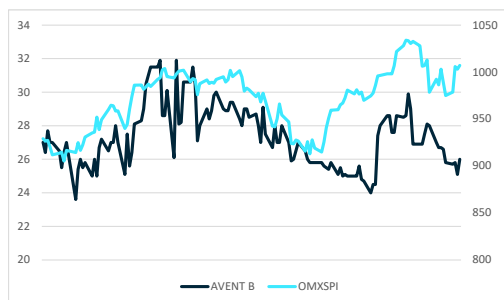
Mangold värderar Aventura Group med en DCF-modell. Värderingen ger i ett bas-scenario en riktkurs om 44,43 kronor per aktie, motsvarande en uppsida om 78 procent. Mangold ser positivt på skalbarheten i Aventura Groups affärsmodell vilket vi menar ska mynna ut i attraktiva marginaler.

Information

Rek/Riktkurs	Köp 44,43
Risk	Hög
Kurs (kr)	25,0
Börsvärde (Mkr)	83,3
Antal aktier (Miljoner)	3,3
Free float	19,5%
Ticker	AVENT B
Nästa rapport	2022-03-30
Hemsida	aventura.group
Analytiker	Pontus Ericsson

Ägarstruktur

Ägarstruktur	Antal aktier	Kapital
Gustav Åström	730 831	38,09%
Johan Aledal	421 807	21,86%
Niklas Ponnert	260 368	14,68%
Nordnet	161 299	4,84%
Nordea	80 000	2,40%
Victor Billström	55 430	1,66%
Futur Pension	50 000	1,50%
Gerhard Dal	39 000	1,17%
Totalt	3 330 018	100%



Kursutveckling %	1m	3m	IPO
AVENT B	-9,1	-9,4	-3,7
OMXSPI	-2,6	2,2	7,2

Nyckeltal	2020	2021P	2022P	2023P	2024P
Nettoomsättning (Mkr)	45,2	62,8	94,2	141,3	212,0
EBIT (Tkr)	1,8	-6,7	-2,2	0,4	6,6
Vinst före skatt (Tkr)	1,6	-5,4	-2,3	0,3	6,5
EPS (kr)	0,5	-1,6	-0,7	0,1	1,6
EV/Försäljning	1,9	1,4	0,9	0,6	0,4
EV/EBITDA	7,2	8,2	3,9	2,4	1,5
EV/EBIT	47,6	neg	neg	231,5	13,2
P/E	52,3	neg	neg	390,9	16,2

Investment case

Öppnar dörren till Kina

Mangold inleder bevakning av Aventura Group med rekommendationen Köp och en riktkurs på 44,43 kronor per aktie på 12 månaders sikt, motsvarande en uppsida om 78 procent från dagens kurs. Mangold bedömer att Aventura Group har goda möjligheter att öka sin försäljning baserat på deras affärsmodell, diversifierade tjänsteutbud, och den underliggande marknadspotentialen i Kina.

Rikt Kurs 44,43 kronor per aktie

Skalbar affärsidé

Aventura Group hjälper företag att etablera sig och skala sin verksamhet på den kinesiska konsumentmarknaden. Bolaget tillhandahåller sina kundföretag med allt från ledning, marknadsföring, e-handel, distribution, logistik & IT där Aventura Group tar ansvar för hela verksamheten i Kina som om det vore deras egna bolag. Bolaget investerar i varumärken i snabbväxande segment på den kinesiska marknaden. Aventura Group investerar direkt i varumärken med potential på gruppnivå men även genom plattformsinnehaven TiCtoC Ventures och Aurora Beauty. Bolaget erhåller ersättning både genom en fast avgift samt genom rörlig ersättning vilket gör att ökade försäljningsvolymerna genererar ökade marginaler. Mangold bedömer att bolaget kan växa med en årlig tillväxttakt om 39 procent.

Etablerar, skalar och investerar i bolag på den kinesiska marknaden

Större marknad än Europa och USA kombinerat

Kinas konsumentmarknad är den största i världen med ett värde överstigande 5 000 miljarder dollar 2020. Den kinesiska e-handelsmarknaden väntas växa med 11,6 procent årligen mellan 2021 och 2025, där marknaden är större än både Europas och USA kombinerat, enligt datatjänsten Global data. Mangold bedömer att Aventura Group kan dra nytta av attraktionskraften för internationella företag att etablera sig på världens största konsumentmarknad samt bibehålla en hög tillväxt stärkt av den underliggande marknadstillväxten.

CAGR om 11,6 procent

Hög tillväxt - tilltagande marginaler

Mangold bedömer i sin helhet att Aventura Group kan bibehålla en hög tillväxt samt succesivt förbättra sina marginaler genom sin skalbara affärsmodell. Mangold spår att Aventura Group blir lönsamma under 2023 med försiktiga antaganden gällande kostnadsmassan i den genomförda DCF-modellen. Bolagsledningens erfarenhet av den kinesiska marknaden, fokuset på snabbväxande segment, samt den massiva potentiella marknaden ger bedömningen att det finns uppsida att hämta i Aventura Groups aktie.

Bedöms nå lönsamhet 2023

Aventura Group – Om bolaget

Kort om bolaget

Aventura Group grundades 2011 och är en Kinafokuserad digital varumärkes- och e-handelsgrupp där affärsmodellen bygger på att skapa en portfölj av varumärken för den nya generationen av kinesiska konsumenter. Aventura Groups plattformsbolag fokuserar på flertalet snabbväxande segment inom e-handel i Kina där konkurrensen är begränsad. Bolaget erbjuder en helhetslösning med allt från e-handel, ledning, marknadsföring, distribution, logistik & IT där bolaget tar ansvar för alla delar. Aventura Group har samarbetat med över 200 internationella varumärken i Kina och är baserat i Shanghai, men har även kontor i Hong Kong och Stockholm. Gustav Åström är medgrundare och vd för Aventura Group. I samband med bolagets notering på First North Stockholm i juni 2021 blev Aventura Group det första Kina-baserade bolaget på den svenska börsen.

Etablerar och skalar bolag i Kina

Verksamhetsöversikt

Moderbolaget Aventura Group utvecklar och investerar i plattformar samt varumärken med inriktning på konsumentmarknaden i Kina. Plattformsinnehaven utgör kärnverksamheten och syftar till att driva tillväxt för varumärken i Kina. Aventura Group äger även andelar i varumärken med syftet att de ska skalas genom andra plattformsinnehav. Under september inleddes ett market partnership-avtal med LUÜNA Naturals som vidareutvecklades till att Aventura Group investerade i bolaget. Det är den första investeringen Aventura Group gör i ett existerande bolag vilket vd Gustav Åström beskriver som ett bra exempel på hur bolaget tänker investera framöver.

Investerar i plattformar och varumärken i Kina

AVENTURA GROUP - VERKSAMHETSÖVERSIKT

AVENTURA GROUP	
Plattformsinnehav	Varumärkesinnehav
Aventura	LUÜNA Naturals
Headway B2B	
Aurora Beauty	
TicToc Ventures	

Källa: Mangold Insight

Affärsmodell

Market Partnership

Ett market partnership innebär att all verksamhet i Kina sköts av Aventura, dvs. e-handel, ledning, marknadsföring, distribution, logistik & IT. Intäktsmodellen bygger på att Aventura erhåller en fast ersättning samt en rörlig ersättning utan att ta någon finansiell risk. Det innebär att det finns en inbyggd hävstångseffekt i affärsmodellen vid ökad försäljning. Aventura är plattformarmen som driver verksamheten kring market partnerships.

Inbyggd hävstång i affärsmodellen

Aventura Group – Om bolaget forts.

Investeringar

Aventura Group investerar selektivt i projekt med partners genom en så kallad Joint-Venture där ägandeskapet delas. Det är en utvidgning av Market Partnership-modellen där Aventura Group går in som delägare. Aventura Group bygger en portfölj av plattformsbolag med exponering mot snabbväxande sektorer på den kinesiska marknaden inom e-handels- och konsumentmarknader, som i sin tur präglas av hög tillväxtpotential och hög avkastning. Intäktsmodellen bygger på återkommande kapitalintäkter och utdelningar i de bolag man investerar i. Exempel på Joint-Ventures som Aventura Group har delägarande i är TicToc Ventures samt Aurora Beauty.

Investerar i bolag med exponering mot snabbväxande sektorer

Business Enabler

Aventura hyr ut expertis och struktur till globala varumärken som vill ha hjälp med specifika projekt eller att driva en avgränsad funktion. Aventura avknoppade sin Business Enabler-verksamhet inom B2B (Business to Business) för att skapa Headway B2B i november. Det nya dotterbolaget har en bred portfölj av olika lösningar med bland annat digital marknadsföring, CRM, online-försäljning och att generera leads online. Framför allt hjälper Headway B2B internationella tech- och industribolag att skala upp sin verksamhet i Kina. Kunden betalar en månatlig avgift för tjänsten och det är plattformen Headway B2B som driver B2B-verksamheten och Aventura sköter B2C-verksamheten (Business to Consumer).

Hjälper bolag med deras expansion i Kina

Kunder

Aventura Group har för tillfället ett 60-tal kunder inom de olika plattformsinnehaven Aventura, Tictoc Ventures, Aurora Beauty och Headway B2B. Några exempel på kunder inom gruppen presenteras nedan.

Ett 60-tal kunder

AVENTURA GROUP - EXEMPEL PÅ GRUPPENS KUNDER

Kunder	
Aventura	Aarke, Mini Rodini, IDUN Minerals, Maria Black, Luuna Naturals, Bona, Gina Tricot
TicToc Ventures	Larsson & Jennings, Kelly Gale
Aurora Beauty	inga kunder än
Headway B2B	Swift Lifts, Perstorp, WashTech, Pilot Lite Ventures, Lindstöm Group, Envac

Källa: Mangold Insight

Aventura Group – Om bolaget forts.

Plattformsinnehav

Tic Toc Ventures

Aventura Group lanserade TicToc Ventures ("TicToc") i juni tillsammans med Belton China, en producent av modeaccessoarer. TicToc hjälper influencers att lansera samt accelerera egna varumärken på den kinesiska marknaden. Plattformen innebär att hela produktionskedjan kan drivas från koncept till produktutveckling, e-handel, marknadsföring, distribution och logistik. TicToc delar därefter på intäkterna från varumärkets försäljning och kan även gå in som delägare. Tic Toc har exempelvis signerat ett avtal med klock- och smyckesvarumärket Larsson & Jennings under september vilket ger dem den exklusiva rätten att designa, producera samt marknadsföra deras nya kollektioner.

*Den nya generationens
influencervarumärken*

Aurora Beauty

Bolaget driver skandinaviska varumärkens tillväxt på den asiatiska marknaden, förvärvar och investerar i skandinaviska skönhetsvarumärken, samt utvecklar egna varumärken och koncept. S-beauty är en växande trend som innefattar ett holistiskt förhållningssätt där skönhetsrutin, motion, diet och inre välbefinnande premieras. Aurora Beauty lanserades i september tillsammans med Fredric Liberman som världens första Scandinavian Beauty-grupp inriktat på den asiatiska marknaden. Fredric Liberman har under de senaste 20 åren innehaft seniora roller inom skönhetskoncernerna Groupe Rocher och Oriflame och agerar vd i bolaget.

*Scandinavian Beauty etableras som
koncept i Kina*

AVENTURA GROUP - PLATTFORMSINNEHAV

Plattform	Fokus	Segment	Affärsmodell	Utvecklingsstadie	Aventuras ägarandel
Aventura	Accelerator för internationella DTC varumärken i Kina	DTC varumärken inom beauty, mode, wellness, accessoarer mm	Del av omsättning med kund/varumärke	Organisk tillväxt 50 % Vinstdrivande	100,0 %
Headway B2B	Kina-partner för internationella B2B & techbolag	B2B och tech	Fasta löpande intäkter	Organisk tillväxt 50 % Vinstdrivande	100,0 %
Aurora Beauty	Etablerar S-beauty i Asien: Investerar och skalar varumärken i Kina	Scandinavian beauty varumärken	Direktägande i varumärken, del av omsättning	Lanserades i September 2021	75,0 %
TicToc Ventures	Bygger nya generationens influencervarumärken i Kina	Influencervarumärken	Direktägande i varumärken, del av omsättning	Lanserades i Juni 2021	49,5 %

Källa: Mangold Insight

Aventura Group – Marknad

Kina är störst

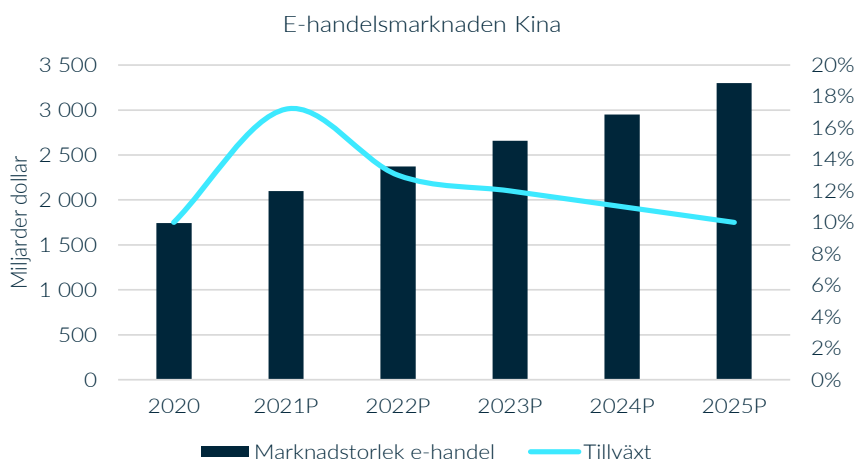
Den kinesiska konsumentmarknaden har växt väsentligt under de senaste åren och blev under 2020 världens största med en försäljning på drygt 5 000 miljarder dollar enligt marknadsundersökningsbolaget Insider Intelligence. Kinas ekonomi skiftar i allt högre grad från tillverkningsbaserad till konsumtions- och tjänstedriven. Även de utländska investeringarna i den tjänstedrivna ekonomin har ökat; tillväxttakten har uppgått till cirka 3 procent per år mellan 2010 och 2020 enligt datatjänsten Statista. Medelklassen i Kina har expanderat snabbare än något land i historien; 2027 väntas 1,2 miljarder kineser tillhöra medelklassen enligt analysfirman The Brookings Institution. Utvecklingen bidrar till en allt större köpkraft, vilket i sin tur ökar efterfrågan på kvalitativa internationella varumärken. Att etablera sig på den kinesiska marknaden som en utländsk aktör är däremot inte helt enkelt utan lokal kompetens, då den kinesiska marknaden skiljer sig väsentligt från andra marknader i till exempel kulturella och regulatoriska frågor. Således har Aventura Group en god position för att hjälpa bolag nå denna enorma marknad. En aspekt som dock ska tas i åtanke är den politiska risken då landets regering har ett markant inflytande över den kinesiska marknaden och kinesiska företag.

Världens största
konsumentmarknad

Kinas e- handelsmarknad

Kinas e-handelsmarknad domineras av plattformen Tmall, som drivs av e-handelsbolaget Alibaba, och har 63,6 procent av marknaden, följt av aktören JD.com som har en marknadsandel på 27,9 procent enligt informationstjänsten Statista. Även om dessa bolag har kontroll över stora andelar av marknaden så uppvisar den också stark tillväxt vilket skapar möjligheter för nya aktörer. Kinas e-handelssektor har uppvisat en genomsnittlig årlig tillväxt på 17,7 procent mellan 2017 och 2021 där värdet förväntas uppgå till 2 100 miljarder dollar under 2021 enligt datatjänsten Global Data. Det är större än det kombinerade värdet av Europa och USA. E-handeln i Kina har sett markant tillväxt sedan början på 2000-talet till följd av den teknologiska och ekonomiska utvecklingen i landet. E-handelsns andel kommer fortsätta utvecklas framgent med en estimerad årlig genomsnittlig tillväxttakt på 11,6 procent och därmed uppgå till ett värde på 3 300 miljarder dollar år 2025.

11,6 procent CAGR på den
kinesiska e-handelsmarknaden



Källa: Mangold Insight, Globaldata

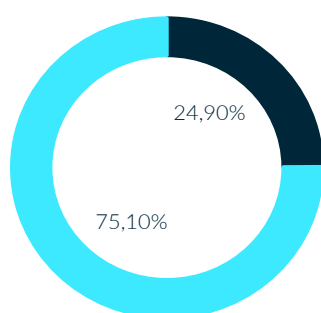
Aventura Group – Marknad forts.

Kinas digitalisering

Kina digitaliseras och allt fler handlar på nätet; år 2006 var andelen strax under 34 miljoner personer, under 2020 hade siffran växt till 782 miljoner personer. Försäljningsandelen på nätet inom retail-sektorn uppgick till 24,9 procent under 2020, upp från 20,7 procent föregående år enligt datatjänsten Statista. Trenden har har sannolikt även gynnats av COVID-19 där allt fler människor undvikit fysiska butiker. Begäret av e-handel hos befolkningen är således stort och teknologin samt infrastrukturen finns på plats för fortsatt tillväxt framgent. Aventura Groups positionering mot e-handeln ligger rätt i tiden och bolaget gynnas av de underliggande trenderna.

4,2 procents andelsökning av online retailhandel i Kina

Försäljningsandel Kinesisk retailhandel



■ Försäljningsandel retail online ■ Försäljningsandel retail fysisk butik

Källa: Mangold Insight, Statista

Aventura Group – Prognoser

AVENTURA GROUP - MÅL

EBIT-marginal Över 20 procent långsiktigt

Tillväxt 50 procent årligen de kommande 3 åren

Källa: Mangold Insight

Tillväxtsprognoser

Aventura Group har som mål att växa 50 procent per år de kommande tre åren vilket Mangold anser vara rimligt då bolaget lyckats växa med 54 procent under de första 9 månaderna 2021. Aventura Group väntas ha en tillväxttakt på 39 procent under 2021 vilket är i linje med den estimerade årliga tillväxttakten under prognosperioden. Därefter väntas tillväxten röra sig mot marknadstillväxten på den kinesiska e-handelsmarknaden, vilket uppgår till 11,6 procent per år. Eftersom Aventura Group är aktiva inom särskilt snabbväxande segment präglade av lägre konkurrens väntas tillväxttakten fortsatt vara högre än e-handelsmarknaden till och med 2026.

Mål att växa 50 procent årligen under de kommande 3 åren

AVENTURA GROUP - TILLVÄXTPROGNOSER

	KV3 2020	KV3 2021	9M 2020	9M 2021	2020	2021P
Intäkter (Mkr)	12,17	18,79	29,74	45,79	45,2	62,8
Tillväxt		54,3%		54,0%		39,0%

Källa: Mangold Insight

Kostnadsantaganden

Mangold bedömer att kostnaderna kommer öka i en lägre takt än försäljningstillväxten eftersom Aventura Groups affärsmodell bygger på både en fast samt en rörlig ersättning baserat på försäljningsvolym. Bruttomarginalen kommer därmed öka i takt med större volymer. Dessutom väntas både personalkostnader och övriga kostnader öka i lägre takt relativt försäljningen. Aventura Group väntas göra investeringar under varje år som initialt är högre under 2022 för att sedan bli lägre under de kommande åren. Aventura Group gjorde stora investeringar under 2020 vilket gör att de kan åtnjuta lägre utflöden framgent. Då bolaget tidigare har varit lönsamma med en EBIT-marginal på 4 procent bedömer Mangold att det är rimligt att de når tillbaka till en något lägre nivå under 2024 efter att de nytillkomna dotterbolagen väntas redovisa bättre resultat.

Kostnaderna bedöms öka i en lägre takt än försäljningstillväxten

AVENTURA GROUP - FINANSIELL ÖVERSIKT

	2020	2021P	2022P	2023P	2024P	2025P	2026P
Intäkter (Mkr)	45,6	62,8	94,2	141,3	212,0	275,6	330,7
Kostnad sålda varor (Mkr)	-33,2	-52,1	-71,6	-105,3	-154,8	-197,1	-231,5
Bruttomarginal	27%	17%	24%	26%	27%	29%	30%
EBIT-marginal	4%	-11%	-2%	0%	3%	6%	9%

Källa: Mangold Insight

Finansiering

Aventura Group tog in 18,2 miljoner kronor före emissionskostnader i samband med noteringen vilket bedöms ge bolaget det rörelsekapital som behövs för att finansiera verksamheten framöver. Eftersom Aventura Group väntas gå med vinst under 2023 bedöms kapitalet således räcka för att täcka kapitalbehovet framöver.

Finansiering säkrad

Aventura Group – Värdering

Peers till Aventura Group

I den här sektionen har vi valt att lyfta fram de peers som anses ligga närmast Aventura Groups affärsmodell. Bolagen nedan riktar sig mot konsumenter i Kina, sysslar med e-handel och varumärkesförstärkning eller generellt har en liknande affärsmodell som Aventura Group. Jämförelsen nedan bör tas med försiktighet då Aventura Group är ett tillväxtbolag samtidigt som de peers som framförs är större bolag sett till storlek. Yatsen är ett kinesiskt bolag aktivt inom skönhetssegmentet, Baozun inom e-handelslösningar i Kina, det brittiska bolaget THG verkar inom e-handel, det svenska bolaget Tourn är aktiva inom influencer marketing och det svenska bolaget Hubso driver och utvecklar e-handel och erbjuder marknadsföringslösningar tillsammans med influencers.

Litet jämfört med peers

AVENTURA GROUP - PEERS

Företag	Börsvärde (Mkr)	EV/Försäljning	EV/EBITDA	P/E	VPA	CAGR	Period
Tourn International	480	5,8	n.a.	22,5	2,5	54%	2016-2020
Hubso Group	134	4,8	140,1	-5,3	-0,2	209%	2016-2020
Yatsen Global	7 511	7,3	-0,3	n.a.	-5,3	187%	2018-2020
Baozun Inc.	9 631	1,5	19,0	38,7	11,7	27%	2016-2020
TheHut group	28 694	1,5	-7,2	n.a.	-0,01	30%	2017-2020
Median	7 511	4,8	9,3	22,5	-0,01	54%	
Medelvärde	9 290	4,2	37,9	18,6	1,7	102%	
Aventura Group	83	1,9	7,2	52,1	0,5	54%	2020-2021 9M

Källa: Mangold Insight, Yahoo Finance, Factset

*Multiplarna baseras på 2020 års siffror

Aventura Group växer i linje med sina peers. Noteras bör att data på omsättning endast sträcker sig till 2020, och tillväxttakten bör således vara högre om vi skulle beakta tidigare år och lägre försäljningsnivåer. Investerare som vill öka sin exponering mot tillväxtbolag bör överväga Aventura Group som växer i mycket hög takt.

Hög omsättningstillväxt

Aventuras Groups värdering sett till EV/S-multipeln kan ses som relativt billig då värdet ligger lägre än snittet samtidigt som Aventura Group är mycket mindre än sina peers och väntas öka sin försäljning i hög takt i närtid. Det i sin tur bidrar till att bolaget växer in i en attraktiv värdering. Aventura Groups värdering sett till EV/EBITDA är även lägre jämfört med peers vilket gör att Aventura Groups aktie ser relativt billig ut.

Relativt låg EV/S-multipel

Aventura Group – Värdering

Undervärderad aktie

Mangold använder sig av en DCF-modell för att värdera bolaget. Ett avkastningskrav om 12 procent för Aventura Group anses vara lämpligt. Det är högre än det rekommenderade avkastningskravet om 10,9 procent i PwC:s riskpremiestudie för bolag med börsvärde runt 100 miljoner kronor. Orsaken till det är att det finns betydliga risker som hänförs till att agera på den kinesiska marknaden. Det resulterar i ett motiverat värde om 44,43 kronor per aktie, motsvarande en uppsida om över 70 procent. För att kursen skall förverkligas krävs det att Aventura Group blir lönsamma 2023, bibehåller en hög tillväxttakt och lyckas sänka kostnadsmassan i relation till försäljningen.

Riktkurs 44,43 kronor

AVENTURA GROUP - DCF

(Tkr)	2021P	2022P	2023P	2024P	2025P	2026P
EBIT	-6 650	-2 201	377	6 611	16 815	30 409
Fritt kassaflöde	-8 115	-4 683	-1 633	3 263	11 583	22 633
Terminalvärde						251 476

Antaganden	Diskränta	Tillväxt	Skatt
	12%	3%	21%

Riktkurs

Enterprise value (Tkr)	151 594
Equity value (Tkr)	147 951

Riktkurs per aktie (kr)	44,43
--------------------------------	--------------

Källa: Mangold Insight

Känslighetsanalys

Mangold har genomfört en känslighetsanalys för att testa modellens utfall givet olika försäljningsnivåer och avkastningskrav. Om Aventura Group uppnår 90 procent av den prognostiserade försäljningen sjunker riktkursen till 33,22 kronor per aktie. Liknade utfall är noterbart om försäljningen ökar med 10 procent då riktkursen i stället stiger till 57,51 kronor per aktie. Förändringar i försäljningen slår således hårdare mot riktkursen än förändringen i avkastningskrav. Sammanfattningsvis visar modellen ett intervall mellan 28,35 kronor och 67,54 kronor per aktie, där variationen i försäljning har störst påverkan på riktkursen. Modellen visar uppsida oavsett försäljnings- och avkastningskravsnivå.

Värderingsintervall mellan 28,35 till 67,54 kronor per aktie

AVENTURA GROUP - KÄNSLIGHETSANALYS

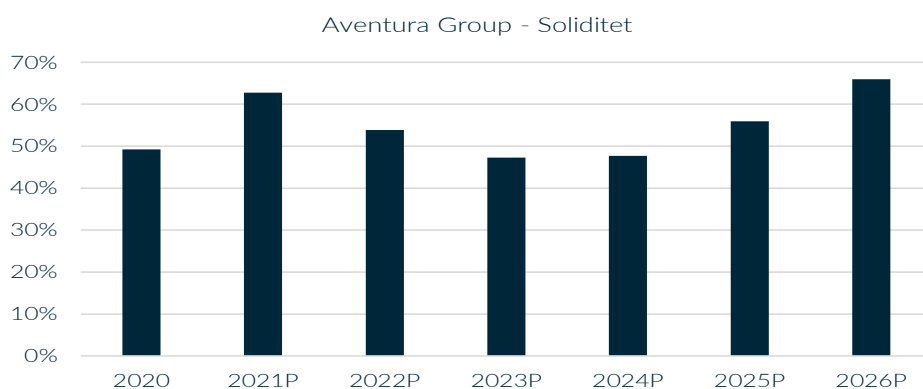
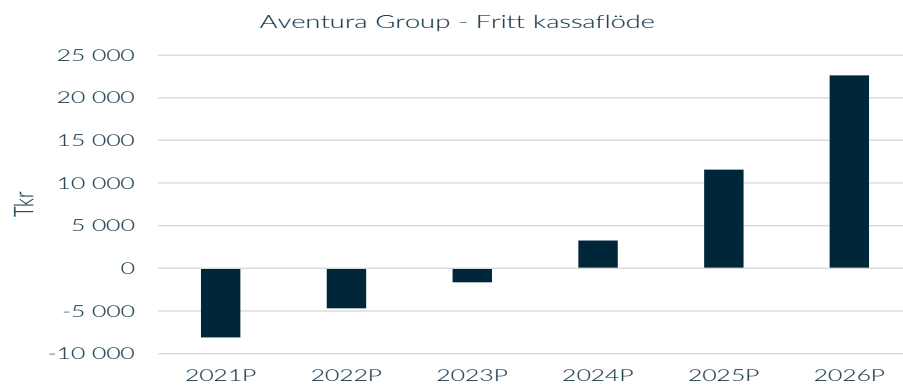
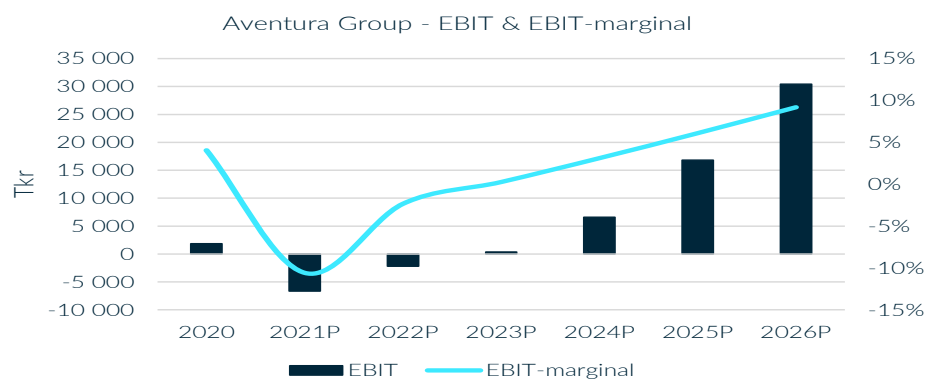
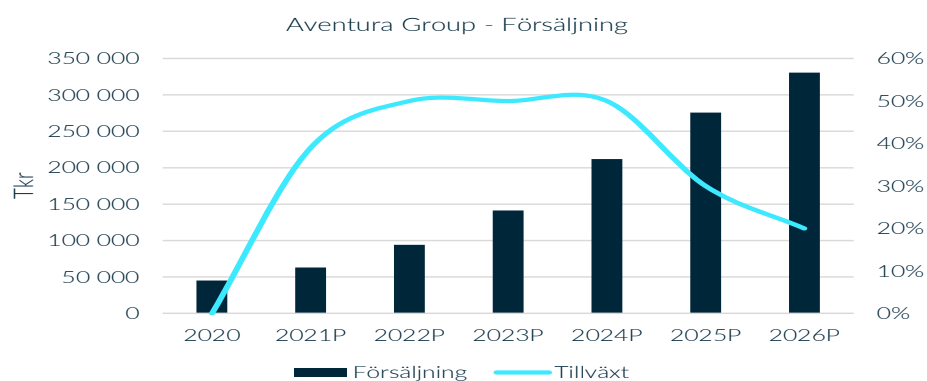
Avk krav %	0,9x	Basförsäljning(x)	1,1x
11	39,35	52,25	67,54
12	33,22	44,43	57,51
13	28,35	38,22	49,91

Källa: Mangold Insight

Aventura Group – SWOT



Aventura Group – Appendix



Aventura Group – Appendix

Ledning

Gustav Åström, vd och styrelseledamot sedan 2020. Gustav är en utpräglad serieentreprenör baserad i Shanghai sedan 2005. Han startade sitt första bolag år 2000 och har sedan sin flytt till Kina grundat och medgrundat 10 företag inom e-handel och professionella tjänster. År 2010 sålde Gustav företaget Nova100 till Universum (nu en del av StepStone). Efter det etablerade han SX Group Ltd, en e-handelsaccelerator. Under detta paraply lanserades flera nya företag, som Xelerate Asia, Headway, Joyclud och IENstore. Gustav har tidigare varit VD för Centigo i Kina, ett ledande svenskt konsultbolag och medgrundare till Globe Forum i Kina. Han har kandidatexamen inom företagsledning från Charles Sturt University i Sydney, Australien.

Johan Aledal, CCO samt styrelseledamot sedan 2021. Johan är en IT-entreprenör med lång erfarenhet av affärsutveckling och e-handel med fokus på Kina. Efter några år i Sverige flyttade Johan till Shanghai och blev försäljning- och utvecklingschef för APAC-regionen med fokus på Kina. I Shanghai grundade han Johan & Johan som hjälpt flera västerländska varumärken med försäljning i Kina. Johan har en magisterexamen inom informationsteknologi från Internationella Handelshögskolan i Jönköping. Han har även genomfört utlandsstudier vid University of Victoria i Canada och Kasetsart University i Bangkok, Thailand.

Emmanuel Pouppelle, COO sedan 2020. Emmanuel har 15 års erfarenhet inom kinesisk detaljhandel. Han har ledarskapserfarenhet från ledande multinationella företag och lyxsektorn, som VD för joint-ventures mellan Richemont och Kinas största smyckeskonglomerat. Han har en kandidatexamen från the George Washington University och en MBA från The University of Hong Kong.

Ariel Tang, VP Sales & Marketing. Hon har stor erfarenhet av e-handel, varumärkesstrategi och professionell digital marknadsföring. Ariel har hjälpt flera Fortune 500-kunder inklusive Mercedes-Benz och Dm-drogerie markt och vunnit många utmärkelser för försäljningsresultat på Tmall. Och JD-plattformarna. Hon har en kandidatexamen från University of Washington.

Emil Westegren, CFO. Han har tidigare varit CFO och vice VD för kapitalförvaltnings- och försäkringsdistributionskonglomeratet Herta. Innan har Emil Westegren arbetat inom flera ledande positioner på Skandia bland annat som CFO för Skandia banken. Han har en civilekonomexamen från Uppsala universitet.

Helen LV, CAO. Helen är IFA & IPA-certifierad revisor med 17 års erfarenhet av finansiering, compliance och HR i internationella företag i Kina. Hon tillbringade sex år på Business Sweden som ansvarig för Outsourced Finance Control service. Hon har en kandidatexamen i kinesisk litteratur från Zhejiang University i Hangzhou och ett diplom i finans från Wuhan Engineering University.

Aventura Group – Appendix

Styrelse

Michael Thurow, styrelseordförande sedan 2021. Han har erfarenhet som företagsledare och rådgivare inom både finansiella och industriella sektorer i flera internationella marknader som Kina, Singapore, USA, Mellanöstern, Tyskland och Australien. Han är även senior rådgivare för InterChina Consulting som är ett ledande företag inom M&A i Shanghai. Michael har bland annat haft flera ledande befattningar inom SEB, VD för Marsh AB Sweden, en global ledare inom fastighetsmäkleri, interim CFO för Perimeter Protection Group samt EVP och medlem av koncernledningen i Sanitec OY. Han har en kandidatexamen inom företagsekonomi och management från Lunds universitet.

Patrik Elfving, styrelseledamot. Han har över 20-års erfarenhet av ledande befattningar inom flera olika branscher, bland annat läkemedel-, idrott-, IT- och detaljhandelsbranscherna. Patrik har omfattande erfarenhet av att driva företag som VD för både stora internationella företag samt riskkapitalbolag. Han är partner på Headlight International AB och sitter i styrelsen för Svenska Orienteringsförbundet. Han har en kandidatexamen inom idrott från Örebro universitet, en utbildning från IHM Business School och en MBA från Lund universitet.

Gustav Åström, Styrelseledamot. Se beskrivning på föregående sida

Johan Alendal, Styrelseledamot. Se beskrivning på föregående sida

Aventura Group – Resultat & balansräkning

Resultaträkning (Tkr)	2020	2021P	2022P	2023P	2024P	2025P	2026P
Nettoomsättning	45 193	62 818	94 227	141 341	212 012	275 615	330 738
Kostnad för försäljning	-33 152	-52 139	-71 613	-105 299	-154 769	-197 065	-231 517
Bruttovinst	12 041	10 679	22 615	36 042	57 243	78 550	99 221
Bruttomarginal	27%	17%	24%	26%	27%	29%	30%
Personal kostnader	0	-8 673	-12 620	-18 172	-25 896	-31 644	-35 315
Övriga kostnader	-9 585	-8 039	-11 697	-16 843	-24 002	-29 330	-32 732
Avskrivningar	-625	-617	-500	-650	-735	-761	-765
Rörelseresultat	1 831	-6 650	-2 201	377	6 611	16 815	30 409
Rörelsemarginal	4%	-11%	-2%	0%	3%	6%	9%
Räntenetto	-205	1 293	-107	-107	-107	-107	-107
Resultat efter finansnetto	1 626	-5 357	-2 309	269	6 504	16 707	30 301
Skatter	-27	0	0	-55	-1 340	-3 442	-6 242
Nettovinst	1 599	-5 357	-2 309	214	5 164	13 266	24 059

Källa: Mangold Insight

Balansräkning (Tkr)	2020	2021P	2022P	2023P	2024P	2025P	2026P
Tillgångar							
Kassa och bank	1 682	13 359	8 569	6 829	9 985	21 460	43 986
Kundfordringar	6 034	5 163	7 745	11 617	17 426	22 653	27 184
Lager	80	1 428	1 962	2 885	4 240	5 399	6 343
Anläggningstillgångar	4 409	4 996	6 496	7 347	7 612	7 651	7 486
Totalt tillgångar	12 205	24 946	24 772	28 677	39 262	57 163	84 998
Skulder							
Leverantörsskulder	871	5 714	7 848	11 540	16 961	21 596	25 372
Skulder	5 325	3 580	3 580	3 580	3 580	3 580	3 580
Totala skulder	6 196	9 294	11 428	15 120	20 541	25 176	28 952
Eget kapital							
Bundet eget kapital	536	15 537	15 537	15 537	15 537	15 537	15 537
Fritt eget kapital	5 473	116	-2 193	-1 979	3 185	16 450	40 509
Totalt eget kapital	6 009	15 653	13 344	13 558	18 722	31 987	56 046
Skulder och eget kapital	12 205	24 946	24 772	28 677	39 262	57 163	84 998

Källa: Mangold Insight

Disclaimer

Mangold Fondkommission AB ("Mangold" eller "Mangold Insight") erbjuder finansiella lösningar till företag och personer med potential, som levereras på ett personligt sätt med hög servicenivå och tillgänglighet. Bolaget bedriver i dagsläget verksamhet inom två segment; i) Investment Banking och ii) Private Banking. Mangold står under Finansinspektionens tillsyn och bedriver värdepappersrörelse enligt lagen (2007:528) om värdepappersmarknaden. Mangold är medlem på NASDAQ Stockholm, Spotlight Stock Market och Nordic Growth Market samt derivatmedlem på NASDAQ Stockholm.

Denna publikation har sammanställts av Mangold Insight i informationssyfte och ska inte ses som rådgivning. Innehållet har grundats på information från allmänt tillgängliga källor vilka bedömts som tillförlitliga. Sakinnehållets riktighet och fullständighet liksom lämnade prognoser och rekommendationen kan således inte garanteras. Mangold Insight lämnar inte i förväg ut slutsatser och/eller omdömen i publikationen. Åsikter som lämnats i publikationen är analytikerns åsikter vid tillfället för upprättandet av publikationen och dessa kan ändras. Det lämnas ingen försäkran om att framtida händelser kommer vara i enlighet med åsikter framförda i publikationen.

Mangold fransäger sig allt ansvar för direkt eller indirekt skada som kan grunda sig på denna publikation. Placeringar i finansiella instrument är förenade med ekonomisk risk. Att en placering historiskt haft en god värdeutveckling är ingen garanti för framtiden. Mangold fransäger sig därmed allt ansvar för eventuell förlust eller skada av vad slag det må vara som grundar sig på användandet av publikationen.

Denna publikation får inte mångfaldigas för annat än personligt bruk. Dokumentet får inte spridas till fysiska eller juridiska personer som är medborgare eller har hemvist i ett land där sådan spridning är otillåten enligt tillämplig lag eller annan bestämmelse. För att sprida hela eller delar av denna publikation krävs Mangolds skriftliga medgivande.

Mangold kan genomföra publikationer på uppdrag av, och mot en ersättning från, det bolag som belyses i analysen alternativt ett emissionsinstitut i samband med M&A, nyemission eller en notering.

För utförandet av denna publikation kan läsaren utgå från att Mangold erhåller ersättning av bolaget. Det kan även föreligga ett uppdragsförhållande eller rådgivningssituation mellan bolaget och någon annan avdelning hos Mangold. Mangold har riktlinjer för hantering av intressekonflikter och restriktioner för när handel får ske i finansiella instrument.

Mangolds analytiker äger inte aktier i Aventura Group.

Mangold äger aktier i Aventura Group.

Mangold har utfört tjänster för Bolaget och har erhållit ersättning från Bolaget baserat på detta.

Mangold står under Finansinspektionens tillsyn.

Rekommendationsstruktur:

Mangold Insight graderar aktierekommendationer på tolv månaders sikt enligt följande struktur:

Köp – En uppsida i aktien på minst 20 procent

Öka – En uppsida i aktien på 10-20 procent

Neutral – En uppsida och nedsida i aktien på 0 till 10 procent

Minska – En nedsida i aktien på 10-20 procent

Sälj – En nedsida i aktien på minst 20 procent