

ANALYS Candles Scandinavia: Rätt strategisk riktning

Candles kommer fasa ut affärsområdet Brands under 2023, vilket tynger kortsiktiga resultat men är strategiskt rätt. Värderingen har kommit ned och är nu mycket attraktiv.

Rätt strategisk riktning

Candles kommunicerade i början av året att bolaget helt kommer att fokusera på den egna doftljusstillverkningen inom affärsområde Private Label, med hållbara, miljövänliga ljus baserade på bland annat svenskproducerad rapsolja. Därmed fasas affärsområdet Brands succesivt ut under 2023. Brands innefattar de exklusiva distributionsrättigheter Candles har för globala externa varumärken som Yankee Candle, WoodWick och Millefiori Milano på den nordiska marknaden. Doftljusen inom Brands är paraffinbaserade, dvs de ger ett tydligt fossilt avtryck. Även om den strategiska vändningen väntas ge ett tillfälligt hack i tillväxtkurvan är vår bedömning att steget är långsiktigt strategiskt riktigt och ger Candles en ökad trovärdighet i kommunikationen kring hållbar verksamhet. Affärsområdet Brands har utgjort omkring 30% av Candles försäljning och uppvisat goda marginaler. Trots utfasningen bibehåller Candles målsättningen om en årlig tillväxt på minst 30%, vilket visar på den potential som finns i den egna Private Labeltillverkningen. Ett bra exempel är den stora order som tecknades med detaljhandelskedjan Rituals under hösten. Avtalet löper under fem år och uppgår till miniminivåer om 825 Mkr, eller minst 165 Mkr per år under åren 2023 till och med 2027.

Utfasningen av Brands påverkade kvartalet

Försäljning och resultat för det tredje kvartalet (brutet räkenskapsår) kom in under våra förväntningar vilket förklaras av att Candles påbörjade avvecklingen av distributionen av varumärkena Yankee Candle, WoodWick och Millefiori under perioden.

Omsättningen ökade drygt 1% jämfört med motsvarande period i fjol och uppgick till 64,9 Mkr (65,1). Samtidigt förbättrades både EBITDA och EBIT och rörelseresultatet uppgick till 1,2 Mkr (-2,7). Kassaflödet från den löpande verksamheten (före förändringar i rörelsekapital) fortsatte att förbättras och uppgick till 4,5 Mkr (-4,7) för årets första kvartal. För nio-månaders perioden ökade försäljningen med 43% - väl över målet om en årlig tillväxt om minst 30%.

Positiva utsikter – efter tillfälligt hack

Som en effekt av avvecklingen av Brands har vi justerat ner våra prognoser för så väl försäljning som rörelseresultat för innevarande räkenskapsår, 2022/23. Under 2023/24 väntas kostnadsstrukturen förbättras genom en minskning av personalkostnader på omkring 20 Mkr och uppstarten av nya automatiserade produktionslinjer under hösten. Från 2024/25 räknar vi med att den nya strukturen fått fäste med försäljningstillväxt om minst 30% med högre marginaler. Aktien har haft det motigt sedan årsskiftet och har fallit med knappt 20%. Vi menar att värderingen ser mycket attraktiv ut och aktien handlas till ett P/E om 9 för 2024/25 och en EV/EBIT om 7. En något ökad osäkerhet kring den kortsiktiga inverkan av strategiförändringen innan strukturen är på plats får oss dock att justera ner riktkursen något till 100 -105 kr på sex till tolv månaders sikt.

Ladda ner och läs den fullständiga analysen i PDF-format här:

<https://www.aktiespararna.se/analysguiden/nyheter/analys-candles-ratt-strategisk-riktning>

Om oss

Detta är ett pressmeddelande från Analysguiden – Aktiespararnas uppdragsanalysverksamhet.
Läs mer här: <https://www.aktiespararna.se/analysguiden>

Bifogade filer

[ANALYS Candles Scandinavia: Rätt strategisk riktning](#)