



Dalsspira mejeri

Kvartalsrapport 1

2022-01-01 - 2022-03-31



Styrelsen och verkställande direktören för bolaget avger härmed följande rapport för perioden 2022-01-01 – 2022-03-31.

Januari-Mars 2022 (Januari-Mars 2021)

- Nettoomsättningen uppgick till 5 197 (6 945) tkr. En omsättningsförändring med -25 % (-7 %).
- Rörelseresultatet före avskrivningar och räntekostnader uppgick till -2 529 (-789) tkr.
- Resultat före skatt uppgick till -2 990 (-1 278) tkr.
- Resultat per aktie uppgick till -0,30 (-0,17) kr.
- Soliditeten uppgick till 29,8 % (46,5 %).

Väsentliga händelser under första kvartalet

- Mikael Olsson tillträder som VD från och med den 1 januari 2022. Malin Jakobsson, som varit verksam i bolaget under lång tid och VD sedan 2015, är även fortsättningsvis en nyckelperson för Dalsspira och har därför utsetts till vice VD.

Väsentliga händelser efter första kvartalets utgång

- Dalsspira mejeri AB avslutade den 5 april teckningsperioden för innehavare av teckningsoptioner som emitterades i samband med Dalsspira mejeris företrädesemission under 2021. Lösen av teckningsoptionerna tillförde Dalsspira 960 tkr före emissionskostnader vilka uppgick till 50 tkr. Genom emissionen har antalet aktier i Dalsspira mejeri ökat med 821 742 st till 10 925 288 aktier. Aktiekapitalet ökade samtidigt till 3 277 586,40 kronor.
- Under maj månad började Dalsspira leverera ut de nya smaksatta Grillostarna som produktutvecklats fram under vintern på mejeriet. Ostarna säljas på Ica butiker runt om i Sverige via butikspackavtal, på Coop i Bohuslän/Dalsland och Coop Göteborg samt på utvalda lokala Citygross butiker.



VD har ordet

Efter mitt första kvartal som VD har jag fått en fördjupad insikt kring utmaningarna i att driva ett lokalt mejeri och jag tänkte här ta upp en av de som mest påverkar våra möjligheter till framgång.

Efter att ha besökt många av våra kunder har det blivit tydligt att det finns en stor ojämlikhet i prissättningsstrategin till konsument. I de allra flesta fall beläggs lokala producenters varor med ett mycket högre påslag ut till konsument i butiksledet. Detta förklaras ofta med extra hantering av leverans och orderläggning samt att lokala varor inte skall konkurrera med de centralt upphandlade produkterna eller egna märkesvaror (EMV). Men måste det vara så och är detta vad vi som konsument vill? Är det inte det lokala vi ska värna och åtminstone ge samma förutsättningar som andra aktörer?

Ett exempel på ovan diskussion är att en liter lokalproducerad Dalsspiramjölk kan beroende på butikens prisstrategi variera i pris från 12,50 kr till 16,50 kr, trots samma inköpspris. Konsekvensen blir att den lokala mjölken uppfattas som dyr och att konsumenten därför väljer en annan mjölk i hyllan. Som lokal producent med lägre volymer kommer Dalsspira ha svårt att nå samma låga tillverkningskostnad som de stora mejerierna men kanske är du som konsument beredd att betala en eller ett par kronor mer för en liter mjölk för att stötta de lokala bönderna, skapa arbetstillfällen och gynna de kärnvärden Dalsspira står för?

En bieffekt av en osund prisstrategi, som bidrar till att konsumenter uppfattar lokala produkter som dyra, blir att vi har svårt att ta ut våra kostnadsökningar mot kund. En ökning av en redan högt prissatt vara gör att försäljningen minskar. Därtill har vi betydligt färre produkter att sprida ut våra kostnadsökningar på än producenter som har världen som marknad. I butiksledet hamnar små producenter i kläm när de stora matkedjorna pressar priset till sina konsumenter för att mildra effekterna av den ökande inflationen. Konsekvensen riskerar dock att bli färre lokala producenter och ett ökat beroende av några få stora nationella eller multinationella jättar. Frågan är ju om det är detta vi egentligen vill? Mångfald är bra på alla plan så också även i den svenska mejeribranschen.

Även om frågorna är stora fortsätter vi att leverera god färsk mjölk till våra lokala butiker och vi ser dessutom att med de nya smaksatta ostarna och en pandemifri sommar bör vi kunna hämta hem en del försäljning och jobba vidare mot en resultatförbättring.

Försäljning och resultat

Bolagets nettoomsättning uppgick under perioden januari till mars 2022 till 5 197 (6 945) tkr med en bruttovinst om 1 811 (3 758) tkr och ett resultat före skatt på -2 990 (-1 278) tkr. Bruttomarginalen uppgick under perioden till 35 % (54 %).

Likviditet och finansiering

Den 31 mars 2022 uppgick Dalsspiras banktillgodohavanden till 0 (0) tkr. Dalsspira har räntebärande skulder om 4 037 (2 784) tkr samt en checkräkningskredit om 2 300 (2 300) tkr vilken per den 31 mars var nyttjad med 1 722 (2 216) tkr. Vidare tillfördes Bolaget ca 900 tkr från optionsförfall efter periodens utgång.

Avskrivningar

Kvartalets resultat har belastats med 413 (426) tkr i avskrivningar.

Aktien

Aktiekapitalet för Dalsspira mejeri AB uppgår per den sista mars 2022 till 3 031 063,80 kr och antalet utestående aktier till totalt 10 103 546 aktier.

Bolaget handlas från den 21 december 2015 på Spotlight under aktiesymbolen SPIRA.

Aktien handlades som minst till 1,37 kr och som högst till 2,1 kr under kvartalet.

Redovisningsprinciper

Företaget redovisar enligt regelverket K3.

Revisors utlåtande angående rapporten

Kvartalsrapporten har ej varit föremål för granskning av bolagets revisor.

Årsstämma

Årsstämman kommer att äga rum 2022-05-27 på Dalsspira mejeri, Färgelanda kl. 10.00.

Tidsplan för finansiell rapportering

2022-08-19 Kvartalsrapport 2

2022-11-11 Kvartalsrapport 3

För mer information om denna delårsrapport och bolaget, vänligen kontakta:

Mikael Olsson, VD

mikael@dalsspira.se

Telefon: 070-218 13 33

Dalsspira mejeri AB

Håbynvägen 6

458 30 Färgelanda

Telefon: 0528-50001

E-post: info@dalsspira.se

Hemsida: www.dalsspira.se



Resultatrapport i sammandrag

Januari-Mars 2022 - Kvartal

(tkr)	2022-01 01 - 2022-03-31	2021-01-01 - 2021-03-31
Nettoomsättning	5 197	6 945
Kostnad sålda varor	-3 386	-3 187
Rörelsekostnader	-4 340	-4 547
Avskrivningar	-413	-426
Rörelseresultat	-2 942	-1 215
Finansiella intäkter och kostnader	-48	-63
Skatt	0	0
Resultat	-2 990	-1 278

Balansräkning i sammandrag

(tkr)	2022-03-31	2021-03-31	2021-12-31
Materiella anläggningstillgångar	7 753	9 430	8 166
Finansiella anläggningstillgångar	210	378	252
Lager	2 094	1 951	2 144
Övriga fordringar	2 335	3 383	2 871
Likvida medel	0	0	514
Summa tillgångar	12 392	15 142	13 947
Totalt eget kapital	3 695	7 043	6 761
Långfristiga skulder	2 918	2 123	3 199
Kortfristiga skulder	5 779	5 976	3 987
Summa skulder och eget kapital	12 392	15 142	13 947

Kassaflödesanalys

	2022-01-01 - 2022-03-31	2021-01-01 - 2021-03-31
Den löpande verksamheten		
Resultat före skatt	-2 990	-1 278
Justering för poster som inte ingår i kassaflödet		
- Avskrivningar	413	426
- Periodiserad leasingavgift	42	42
Ökning/minskning av kortfristiga tillgångar	568	-1 036
Ökning/minskning av kortfristiga skulder	-15	1 983
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-1 982	137
Investeringsverksamheten		
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-0	-0
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-0	-0
Finansieringsverksamheten		
Nyemission	0	0
Amortering av lån	-254	-140
Upptagande av lån	1 722	0
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	1 468	-140
Periodens kassaflöde	-514	-3
Likvida medel vid periodens början	514	3
Likvida medel vid periodens slut	0	0

Dalsspira mejeri i korthet

Dalsspira mejeri producerar lokala komjölsprodukter i Färgelanda, Dalsland. Vi värnar om det lokala och sätter stor vikt vid att leverera produkter som inte bara är goda, utan som kan avspegla dessa värderingar. Vi på Dalsspira är övertygade om att det finns konsumenter som är beredda att betala ett högre pris för produkter där man vet att den extra kostnaden går tillbaka till bonden. Därför kostar våra mejerivaror lite mer. I vårt sortiment hittar du närproducerad komjölk, grädde, yoghurt samt ost.

Vision

Att vara det självklara valet av närproducerade komjölsprodukter på vår hemmamarknad i väst.

Affärsidé

Dalsspira erbjuder svenska konsumenter lokala komjölsprodukter med god smak och med en känsla av äkta mathantverk. Med Dalsspiras produkter kan du göra ett val som känns bra i magen. Vi strävar efter 100 % leveranssäkerhet, bemötande och service i toppklass.

Strategi

Dalsspiras strategi är att genom lokal produktion erbjuda mjölkproducenter ett skäligt pris för mjölken och konsumenterna en garanti för produkternas ursprung och djurens välmående. Försäljningen inriktas mot den lokala marknaden samt kommuner.



Dalsspira mejeri – det känns bra i magen