

2025-09-08

Vi inleder bevakning på Acenta Group, en internationell helhetsleverantör inom padelbranschen. Verksamheten omfattar försäljning, installation, anpassning samt löpande service av padelbanor. Därtill driver bolaget e-handelsplattformen Sport of Padel, sitt eget padelvarumärke Peliga samt arrangerar turneringen Acenta Padel Tour. Acenta bygger ett sammanhållet padel-ekosystem, för att öka kundlojalitet och driva skalbar tillväxt. Bolaget riktar sig främst mot tillväxtmarknader, exempelvis Storbritannien, Irland och Tyskland.

Kapitaliserar på överetableringen i Sverige

Acenta köper in begagnade padelbanor från anläggningar som etablerades i överflöd under pandemin. De begagnade banorna förädlas, säljs och installeras därefter vidare till tillväxtmarknader, såsom Storbritannien och Irland. Den starka efterfrågan på tillväxtmarknader har medfört att Acenta behövt bredda sitt erbjudande och även inkludera nya padelbanor. Genom antingen direktköp eller leasingavtal säljer Acenta padelbanor och dess kringliggande lösningar globalt.

Ett missförstått bolag - tror vi

Efterfrågan på Acentas erbjudande överstiger idag bolagets nuvarande leveranskapacitet. Vår bedömning är att den största utmaningen framåt är tillgången till rörelsekapital då bolagets affärsmodell och leasingupplägg binder kapital. Vi har i våra antaganden utgått från att bolaget kan frigöra resurser för att accelerera sin tillväxt genom nya lån, factoring och potentiellt andra finansieringslösningar. I Q1 uppgick nettoomsättningen till 7,0 MSEK vilket visar på att bolaget är på god väg att införliva den finansiella målsättningen. Acenta förknippas ofta med den mogna marknaden i Sverige men vi bedömer att tillväxtpotentialen på internationella marknader är missförstådd.

Outlook

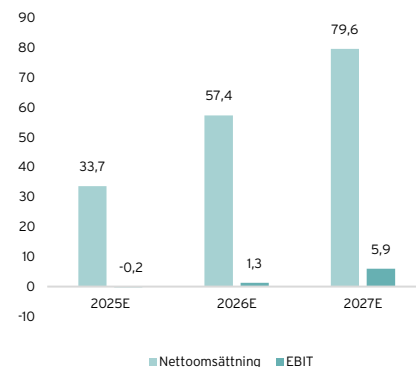
Acenta stora utmaning är att frigöra tillräckligt med rörelsekapital för att finansiera uppbyggnad av varulager. Varulagret omsätts snabbt i verksamheten då efterfrågan för tillfället är hög. Vi anser att bolaget har möjligheter att exekvera på de finansiella målen om bolaget lyckas frigöra tillräckligt med rörelsekapital. Internationell expansion fortskrider med pågående projekt i Irland och ett det nyligt kommunicerade avtalet i Storbritannien. På sikt tror vi att Acenta kommer stärka sitt varumärke på den internationella marknaden, vilket även skapar tillväxtpotentialer i övriga produktportföljen. I vårt huvudscenario ser vi ett motiverat värde om 17,8 SEK på 2027E, vilket illustrerar en uppsida på 77,1 procent.

(MSEK)	2023	2024	2025E	2026E	2027E
Nettoomsättning	n/a	n/a	33,7	57,4	79,6
Tillväxt y-o-y	n/a	n/a	n/a	70,3%	38,7%
Övriga rörelseintäkter	n/a	n/a	0,0	0,0	0,0
Summa intäkter	n/a	n/a	33,7	57,4	79,6
EV/S	n/a	n/a	1,3	0,8	0,6
Bruttoresultat	n/a	n/a	14,2	23,6	32,1
Bruttomarginal	n/a	n/a	42,1%	41,1%	40,3%
Rörelsekostnader	n/a	n/a	-14,4	-22,3	-26,1
Tillväxt y-o-y	n/a	n/a	n/a	54,7%	17,3%
EBIT	n/a	n/a	-0,2	1,3	5,9
EBIT-marginal	n/a	n/a	-0,6%	2,3%	7,5%
Tillväxt y-o-y	n/a	n/a	n/a	neg.	353,0%
EV/EBIT	n/a	n/a	neg.	33,8	7,5

Fakta

VD	Håkan Tollefsen
Lista	First North
Ticker	PADEL
Aktiekurs (SEK)	9,7
Antal aktier (Miljoner)	4,0
Börsvärde (MSEK)	39,0
Nettoskuld (MSEK)	5,2
EV (MSEK)	44,3
Insiderägande	59,4%
Nästa rapport	2025-11-25

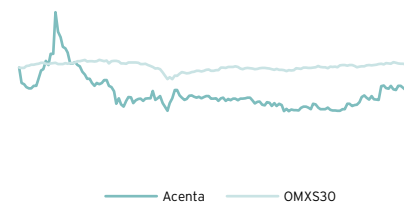
Estimat



Analytiker

Albin Eriksson
albin@kalqyl.se

Kursutveckling sedan notering



Kursutveckling %	1 m	3 m	12m
Acenta	1,0	16,8	-

Key Insights



Exekverar på mättad marknad

Acenta exekverar på den överetablerade svenska marknaden. Genom att köpa in begagnade banor, restaurera och sedan sälja vidare till tillväxtmarknader, så skapar de en modell som både är hållbar ur ett resursperspektiv och lönsam affär över tid, samtidigt som de möter den internationella efterfrågan.



Högre efterfrågan än utbud

Acentas enda tillväxtbroms är i dagsläget begränsningen av rörelsekapital, samtidigt verkar bolaget på en snabbt växande marknad. Genom att steg för steg bygga upp sitt varumärke stärker Acenta sin positionering. Detta skapar goda förutsättningar för att ta del av den fortsatta marknadstillväxten och ger bolaget en stark plattform inför framtiden.



Skin in the game

Acentas styrelse och ledning äger tillsammans närmare 60 procent av bolagets aktier. Detta innebär att de sitter i samma båt som övriga investerare och har ett starkt incitament att skapa långsiktigt värde. Den höga ägarandelen säkerställer engagemang och bör bidra till att bolagets strategi och beslut fattas med ett tydligt fokus på att öka aktieägarvärdet över tid.

"Vi befinner oss i en expansiv fas där vi inte bara skalar vår verksamhet utan också bygger långsiktiga relationer och etablerar Acenta som en given aktör i padelns globala ekosystem. En av våra största utmaningar i dagsläget är att vårt team arbetar ohälsosamt mycket, då trycket från i stort sett världens alla hörn är så stort på oss"

- Håkan Tollefsen, VD Acenta Group

Investeringscase

- Högt insiderägande
- Återkommande intäkter
- Långa avtal
- Verkar på växande marknader
- Exekverar på en mättad svensk marknad
- Starka partnerskap
- Leasingupplägg som attraherar kunder
- Flera möjligheter att finansiera tillväxt
- Förvärv och expansion öppnar för vidare tillväxt
- Stark efterfrågan på sina produkter och lösningar

Innehållsförteckning

Key Insights.....	2
Innehållsförteckning	3
Kort om bolaget	4
Bolagsstruktur	4
Historik	5
Finansiell historik	6
Byggnation och löpande serviceavtal - bolagets bread and butter	7
Leasingavtal som skapar intresse	7
Sport of Padel - E-handelsplattformen	8
Synlighet på Google	9
Peliga - fullträff med varje boll	10
Urval av erbjudande	10
En attraktiv prisbild jämfört med konkurrerande alternativ.....	11
Acenta Padel Tour - en vinstdrivande marknadsföringskanal	12
Digitala plattformar.....	13
Viktiga pressmeddelanden	14
Padel Sport 100	14
Interpadel Holding AS.....	14
NXPadel.....	14
Avtal och avsiktsförklaringar påvisar en stark efterfrågan	15
Flera avtal kopplat till banleveranser	15
Avtal kopplat till distribution	15
Marknad.....	16
Global marknadstillväxt.....	17
Geografisk spridning	17
Marknadsförändringar och trender	18
Konkurrenter	19
Byggnation och service.....	20
E-handel	21
Konkurrens från lokala aktörer	22
Padelbollar.....	23
Padelturneringar	24
Potentiella framtida finansieringslösningar	25
Finansiell ställning	26
Finansiella mål.....	26
Ägarbild.....	27
Styrelse	28
Ledning.....	29
Risker	30
Värdering	31
Peers	32
Estimat fram till 2027E	33
Källor.....	34
Disclaimer	35
Intressekonflikt.....	35

Kort om bolaget

Acentas kärnaffär bygger på byggnation och anpassning av padelbanor, kompletterat med löpande service. Bolaget erbjuder helhetslösningar för både ny- och ombyggnation, där erbjudandet täcker hela värdekedjan, från design och planering till konstruktion, installation, justering, demontering och flytt. Utöver detta driver Acenta e-handelsplattformen Sport of Padel, med ett brett sortiment av padelprodukter från ledande varumärken. Genom sitt eget varumärke Peliga säljer bolaget även specialiserade padelbollar med fokus på hög kvalitet och pålitlig prestanda. För att ytterligare stärka sin närvaro på nyckelmarknader arrangerar Acenta dessutom Acenta Padel Tour, ett eget turneringskoncept. Acenta riktar sig mot marknader där padeln är under stark tillväxt. Genom integrerade varumärken och tjänster samlar Acenta spelare, klubbar och återförsäljare i ett gemensamt ekosystem som driver återkommande intäkter och långsiktigt värde.

En central del av Acentas värdeerbjudande är den expertis bolaget tillför sina kunder. Acenta fungerar ofta som rådgivare och bollplank för aktörer som planerar att öppna en padelbana för första gången. Många av kunderna är entreprenörer i ett tidigt skede och står inför sitt första projekt, vilket gör Acentas leasingupplägg särskilt attraktivt. Detta upplägg representerar ett nytt finansieringskoncept, både för Acenta och i viss mån för marknaden, och har därför väckt stort intresse. Leasingmodellen introducerades i samband med samarbetet med Padel 100, där Acenta dessutom erhåller löpande intäkter kopplade till bokningar på de levererade banorna.



Verksamhet

Inköp och renovering från överetablerade marknader



Produkter

Padelbanor och padeltillbehör



Kundsegment

B2B & B2C



Försäljningsmarknad

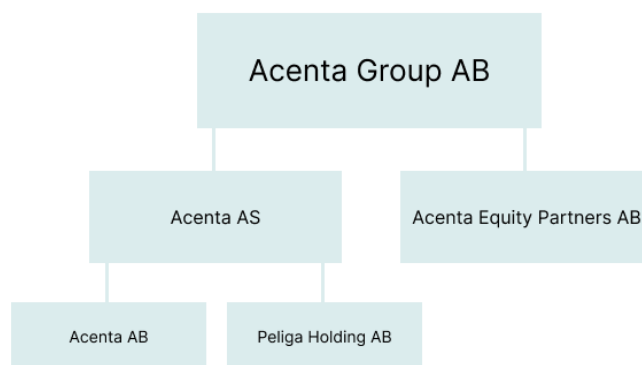
Europa och övriga världen

Bolagsstruktur

Acenta Group AB, som listades genom ett omvänt förvärv genom Bonzun AB, består i dagsläget av fyra olika dotterbolag. Acenta Group AB är det bolag som tidigare hette Bonzun AB, där en namnändring utfördes den 24 januari 2025. All operativ verksamhet som Acenta bedriver sker genom det vänstra ledet, inom det norska dotterbolaget Acenta AS som Acenta Group AB äger till 100 procent. Via Acenta AS äger man även Acenta AB och Peliga Holding AB, som också ägs till 100 procent. Det högra ledet, det vill säga Acenta Equity Partners AB, är ett vilande dotterbolag som i samband med transaktionen med Bonzun ändrade namn från Acenta Group AB.

Acenta AS är det norska dotterbolaget som historiskt har sålt padelbanor och även padelutrustning. Initialt så fokuserade bolaget på försäljning av märket Bullpadel på den norska marknaden. När Acenta AS ingick ett distributionsavtal med ett svenskt bolag så skapade man i sin tur det svenska bolaget Acenta AB. Peliga förvärvade Acenta tidigt under 2024 för att komplettera sitt erbjudande mot kund för att bli den helhetsleverantör som man ämnar att vara.

Koncernstruktur



Historik

Bolaget Acenta Group grundades under 2019, men historiken sträcker sig tillbaka till 2016. Bolagets initiala affärsidé, under 2016-2017, var att agera distributör för padelmärket Bullpadel i Norge, Sverige och Danmark. Under åren 2017-2018 så ingick Acenta ett strategiskt partnerskap med ett svenskt bolag för distribution av padelutrustning, vilket lade grunden för Acenta AB i Sverige. Därefter breddade Acenta AB sortimentet och blev distributör för flera varumärken, såsom Starvie, Sergio Tacchini, Bullpadel, med flera.

Under pandemin uppstod en kraftig överetablering i Sverige, där utbudet av padelbanor var markant mycket högre än efterfrågan på att spela padel. För Acenta AB, som främst var återförsäljare av padelutrustning, innebar det ökade svårigheter att etablera sig fullt ut. Acenta AS, Norges största padelbaneaktör, hade sedan en längre tid tillbaka levererat flera banor runt om i Norge och såg här en stor möjlighet att köpa upp svenska padelbanor för att sälja till tillväxtmarknader.

I slutet av sommaren 2023 tillträdde Håkan Tollefsen som VD. Håkan hade redan sedan tidigt 2022 investerat i bolaget vid flera tillfällen och inledde nu en omfattande omstrukturering, vilken pågick under hela 2024. Håkan riktade särskilt fokus mot Sverige, som idag är världens största padelmarknad. Under 2024 avslutades samtliga distributörsavtal då de inte ansågs tillräckligt lönsamma. Istället lanserade Acenta e-handelskonceptet Sport of Padel.com, med fokus på de mest relevanta produktlanseringarna från ledande varumärken. I början av samma år förvärvade bolaget även Peliga, ett varumärke inriktat på högkvalitativa padelbollar.

Den svenska överetableringen av padelanläggningar ledde till att många aktörer tvingades stänga. För Acenta innebar detta en möjlighet, då padeln samtidigt växte explosionsartat internationellt och med stor sannolikhet kommer fortsätta att göra det framöver. Bolaget inledde därför dialoger med nedlagda svenska anläggningar för att köpa upp begagnade banor, som sedan restaurerades och såldes vidare till marknader där sporten är i stark tillväxt. Efterfrågan har dock blivit så stor att Acenta numera även säljer nya banor. Samtidigt har bolaget identifierat att behovet sträcker sig längre än till själva banorna då kunderna efterfrågar även Acentas kunskap och erfarenhet. I dag levererar Acenta därför inte bara padelbanor, utan även service, underhåll och expertis kring hur man driver en anläggning och bygger ett engagerat padelcommunity för långsiktig tillväxt.

Viktiga bolagshändelser

2016	Den tidigare verksamheten av Acenta AB var en distributör av märket Bullpadel i Norge, Sverige och Danmark
2017	Bolaget ingick ett strategiskt partnerskap med ett svenskt bolag för att distribuera padelutrustning, vilket lade grunden för Acenta AB
2018	Acenta AB blev distributör för flera varumärken såsom Starvie, Sergio Tacchini, Bullpadel, mfl.
2020	Padeln som sport växer explosionsartat i Sverige och flera padelhallar etableras runt om i landet
2021	Utbudet av padelhallar överstiger efterfrågan på den svenska marknaden, vilket senare leder till den omtalade "padeldöden"
2021	Acenta AS började förvärva svenska padelbanor till låga priser och sälja till tillväxtmarknader
2022	Håkan Tollefsen kliver in som investerare i Acenta
2023	Håkan Tollefsen tar i slutet av sommaren över som koncernchef för Acenta
2024	En rekonstruktion för verksamheten utförs där icke-lönsamma verksamhetsben tas bort
2025	Genom ett omvänt förvärv från Bonzun AB noteras Acenta Group på First North Stockholm.

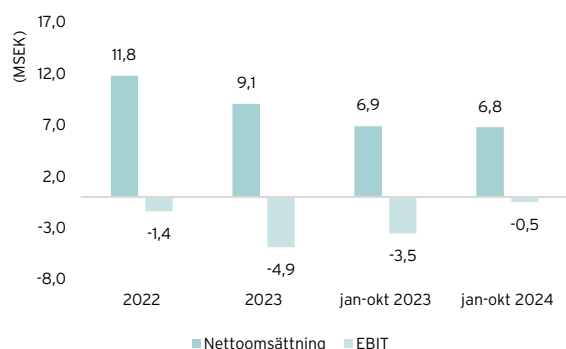
Finansiell historik

Acenta Group har en begränsad finansiell historik då koncernen i sin nuvarande struktur etablerades först i början av 2025. Vi har därför utgått från dotterbolagen och dess historiska finansiella resultat, för att skapa en mer rättvisande bild av den underliggande verksamheten. Dotterbolagens finansiella siffror från helåret 2024 har ännu inte offentliggjorts, men i bolagsbeskrivningen som upprättades i samband med det omvända förvärvet av Acenta från Bonzun AB, så redovisades dotterbolagens finansiella siffror för perioden januari-oktober 2024.

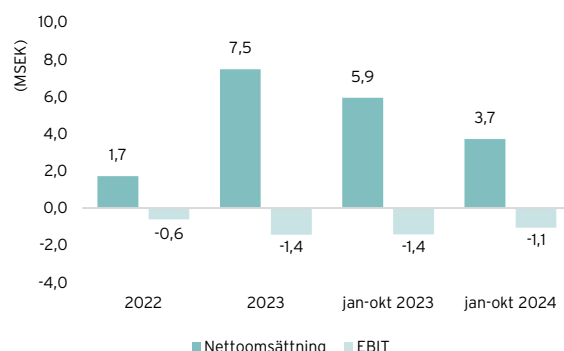
Bolaget har en historik av svag och olönsam tillväxt. Under 2023 tillträdde Håkan Tollefsen som VD och inledde successivt en rekonstruktion av verksamheten. Olönsamma affärer har fasats ut och fokus har i stället riktats mot att stärka varumärket Acenta. Vi bedömer dock att bolagets historik har begränsad relevans i dagsläget, då nyligen ingångna avtal och samarbeten väntas bidra positivt till nettoomsättningen framåt. Den ökade varumärkeskännetiden har redan positionerat Acenta väl, vilket återspeglas både i mottagna orders och i siffrorna för det första kvartalet 2025. Under kvartalet uppgick nettoomsättningen till 7,0 MSEK och EBIT till -0,9 MSEK, vilket ger en indikation på att Acentas marknadsposition har stärkts.

Acenta rapporterade kvartalsvis under första kvartalet 2025 som koncern, eftersom det omvända förvärvet ägde rum i januari 2025. Nästa rapportering kommer ske halvårsvis, det vill säga en rapport för april-september 2025. Bolaget har dock uttalat sig om att de väntas återgå till kvartalsvis rapportering framöver. Rapporteringen väntas även vara mer utförlig och fördjupad, då man ska bryta ned vissa poster för att skapa en bättre förståelse, exempelvis räntebärande lån på en egen rad.

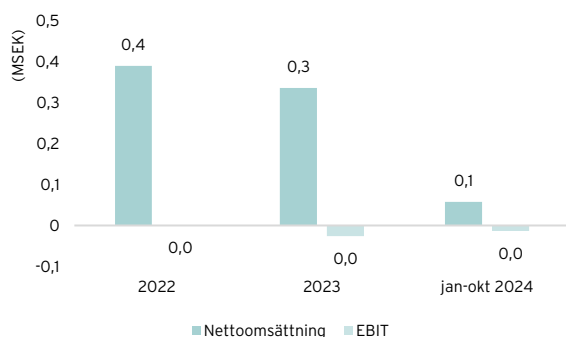
Acenta AS



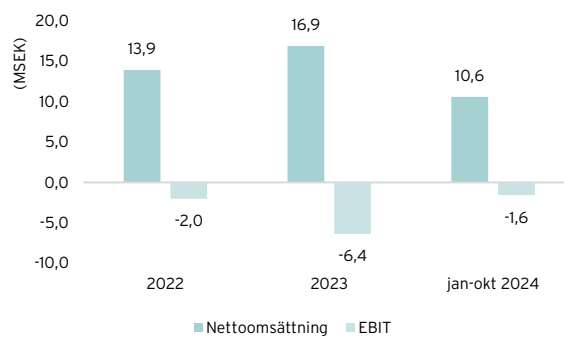
Acenta AB



Peliga Holding AB



Dotterbolag konsoliderade



Byggnation och löpande serviceavtal – bolagets bread and butter

Acentas kärnverksamhet består av byggnation och anpassning av padelbanor, kompletterat med löpande serviceavtal som bidrar till en mindre men stabil och återkommande intäktbas. Bolaget erbjuder kompletta lösningar för både nybyggnation och ombyggnation av padelbanor. Det omfattar allt från design och planering till konstruktion, installation, justering, demontering och flytt.

På den svenska marknaden har ett stort antal padelhallar tvingats stänga ner sin verksamhet till följd av en överetablering där utbudet vida överstiger den nuvarande efterfrågan. Detta skapar möjligheter för Acenta, som köper upp begagnade padelbanor till fördelaktiga priser, renoverar dem och därefter exporterar tillväxtmarknader som Storbritannien och Irland. Bolaget uppger att tillgången på begagnade banor har minskat, men tack vare ett starkt nätverk i Sverige finns fortfarande tillräckligt utbud att arbeta med.

För att stärka sin position som marknadsledare breddar Acenta successivt sitt erbjudande genom att addera fler tjänster och produkter. I dagsläget levererar bolaget inte bara padelbanor, utan även kompletta helhetslösningar för padelhallar, exempelvis belysning, bokningssystem, service, padelshoppar och annan kringutrustning. För att säkerställa en korrekt implementering och ett effektivt operativt arbete erbjuder Acenta dessutom rådgivning i uppbyggnad och drift av anläggningarna. Själva byggnationen av banorna blir därmed bara det första steget i en långsiktig kundresa där Acenta agerar som helhetsleverantör.

Acentas löpande serviceavtal inbringade under 2024, enligt bolagets egna utsago, cirka 4-6 procent av bolagets totala nettoomsättning. Andelen serviceintäkter är fortfarande liten, men har potential att öka i takt med att den installerade basen ökar. En service innebär att Acentas egna servicetekniker årligen inspekterar och kvalitetssäkrar kundernas padelbanor, vilket leder till att banorna bibehåller sin funktionalitet, förblir säkra, hållbara och har maximal livslängd. När Acenta har levererat en komplett padelbana med kringliggande funktionaliteter, så erbjuds kunden möjligheten att teckna löpande serviceavtal, vilket skapar återkommande intäkter för Acenta. Acenta besöker kunden en gång per år för att kontrollera limningar med silikon, skruvar och mattornas skick, samt tillsätter sand i mattorna vid behov. Eventuella avvikelser dokumenteras och presenteras för kunden. Kunderna har då möjlighet att själva åtgärda problemen, alternativt kan Acenta mot en avgift utföra reparationerna. Potentialen inom service- och support-segmentet är stor då allt fler padelbanor öppnas upp på Acentas marknader, vilket möjliggör att bolaget kan erbjuda kunderna serviceavtal. I dagsläget prioriterar Acenta serviceavtal på deras närliggande områden, då antalet anställda servicetekniker finns inom ett begränsat område. Skulle bolaget ta på sig serviceavtal över större områden skapas mindre lönsamma affärer, vilket bolaget beskriver kan bli ett tillväxtsegment i framtiden när bolaget etablerat sig mer permanent på tillväxtmarknader.

Urval av erbjudandet



Acenta utför byggnationer och anpassningar av padelbanor, som de i vissa fall kompletterar med löpande serviceavtal. Detta omfattar stålkonstruktion, färgsättning, belysning, typ av glas, underlag, bantyp, branding, etc.

Leasingavtal som skapar intresse

Under året har Acenta introducerat en finansieringslösning för sina kunder i form av leasingavtal, vanligtvis över fem år. Många av Acentas kunder är mindre, lokala entreprenörer som vill satsa på sporten i sitt närområde. Eftersom dessa kunder ofta inte har budget för att finansiera hela padelhallen på en gång, blir leasingupplägget särskilt attraktivt. Acenta uppger själva att de är först i branschen med att erbjuda denna typ av leasing, och efterfrågan efter offentliggörandet har varit mycket hög. I dagsläget har bolaget två kunder som använder leasingupplägget, via Padel 100-projektet samt en kund i England.

Affärsbenets största nackdel är att verksamheten binder mycket kapital för att växa eftersom banor måste finansieras innan de distribueras vidare till kunderna. Leasingupplägget innebär att Acenta är break-even efter cirka 15-20 månader, efter detta är intäkterna ren vinst. Skulle finansieringen sätta stopp för framtida tillväxt så beskriver bolaget att de kan se över factoring-lösningar för att frigöra kapital, en finansieringslösning vi anser är väldigt lukrativ.

Sport of Padel - E-handelsplattformen

Sport of Padel är Acentas E-handelsplattform där man säljer ett brett utbud av padelrack, kläder, skor och andra tillbehör. Hemsidan säljer, utöver det egna varumärket Peliga, artiklar från de allra största varumärkena ute på marknaden och har ett komplett utbud för de som antingen vill komma igång med sitt padelspelande, eller uppgradera sin nuvarande utrustning. Sport of Padel har ensamrätt att distribuera vissa varumärken, däribland Wear'N'Go och RESPIRA.

Urval av märken på hemsidan

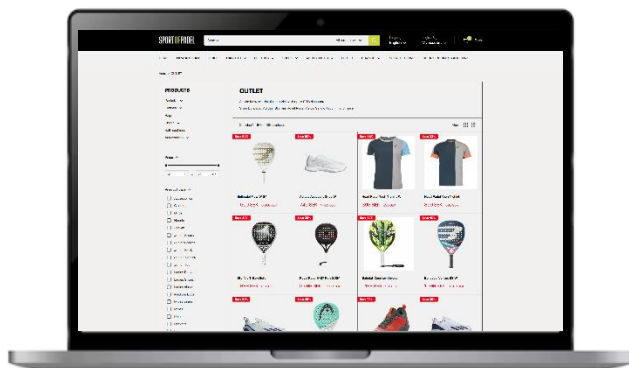


Sport of Padel har ett genomsnittligt Trustpilot värde på 4,6 av totalt 58 lagda omdömen. Antalet omdömen är förhållandevis låga, men kommentarerna genomsyrar en positiv syn på e-handeln genom snabba leveranser, bra priser och bra produkter. Totalt 90 procent av lagda omdömen har givit 5 av 5 stjärnor, medan 3 procent har givit 2 av 5 stjärnor. De enstaka negativa betygen handlar främst om kritik gällande paketering och priset för att returnera varor från andra länder, eftersom returhanteringen primärt sker i Sverige och Norge.

Sport of Padel har en returpolicy på 30 dagar där fraktkostnaden bekostas av kunden. Från att Sport of Padel har mottagit returen så kommer artikeln att granskas följt av ett godkännande eller avslag. Godkänns returen kommer betalningen att krediteras och återbetalas inom 14 dagar.

Acenta nämner att de planerar att ta flertalet åtgärder för att skala upp Sport of Padel. Den första åtgärden som lyfts fram är att jobba på utbudet av starka varumärken till hemsidan, detta genom att lägga mer resurser på inköpsidan. Den andra åtgärden som lyfts fram är att satsa mer på att marknadsföra hemsidan på de marknader som de ser är under stark tillväxt, en åtgärd som delvis redan påbörjats genom att erbjuda hemsidan på flera språk. Den tredje åtgärden som Acenta kommer arbeta med är att stärka B2B-sidan på hemsidan genom partnerskap genom olika varumärken. Den fjärde åtgärden som lyfts fram är att lägga resurser på att distribuera Peligabollen, som stöds av Sport of Padel, både inom B2B- och B2C-segmenten. Den femte åtgärden är att differentiera hemsidan till att vara mer av ett community istället för en ren e-handelsida, vilket är ett arbete som redan har påbörjats. En del av strategin att bygga om Sport of Padel till ett community möjliggörs bland annat genom förvärvet av Padelappen.

Egna hemsidan sportofpadel.com



Genom att driva e-handelsplattformen Sport of Padel möjliggör Acenta erbjudandet av padelshopar inom sitt helhetserbjudande gentemot padelhallar. Detta stärker deras vision av att vara en helhetsleverantör som padelhallar kan vända sig till.

Synlighet på Google

I nedan tabell kan man se ett urval av viktiga nyckelord inom padeln tillsammans med vilken position som sportofpadel.com rankar när användare söker på dessa sökord hos Google. I tabellen finnes också den totala sökvolymen för dessa ord. Vi har dividerat sökvolymen med sökordets position på Google för att få fram ett teoretiskt rankingsystem med de mest viktiga nyckelorden för Acentas hemsida Sport of Padel.

Organiska nyckelsökord	Position på Google	Sökvolym	Ranking för nyckelord
bullpadel	13	1000	76,9
asics padelskor	24	480	20,0
padel ball	16	260	16,3
padel sport	22	320	14,5
head radical pro	13	210	16,2
oncourt	11	390	35,5
padel shop	19	110	5,8
tretorn padel	15	210	14,0
sergio tacchini	39	2900	74,4
oxdog	37	2400	64,9
head padel racket	35	590	16,9
head padelracket	40	590	14,8
padel racket head	36	590	16,4
head padel	44	390	8,9

Det teoretiska rankingsystemet visar att sökorden "bullpadel", "sergio tacchini" och "oxdog" är viktiga för Sport of Padel. Skulle exempelvis Bullpadel bli extremt populärt, så skulle man kunna dra slutsatsen att Sport of Padel's försäljning av Bullpadel artiklar med stor sannolikhet kommer öka som en påföljd av detta. Övriga urvalet av nyckelord rankar i dagsläget inte så högt, men Acentas styrelse har kommunicerat ett antal strategiska initiativ som ämnar att öka tillväxten framgent, bland annat genom att bredda produktutbudet samt en utökad budget för marknadsföring på bolagets nyckelmarknader.

Tabellen visar också att konkurrensen inom E-handeln är stor och det finns i dagsläget flertalet aktörer som driver liknande verksamheter. Vår bedömning är att Sport of Padel inte bör ses som en stor tillväxt drivare enskilt, utan snarare en strategisk tillgång som möjliggör leverans av det helhetserbudande som Acenta eftersträvar. Plattformen är en viktig försäljningskanal som stärker varumärket Acenta och på längre sikt möjliggör tillväxtpotential.

Enligt Acenta så genererar sportofpadel.com ett månatligt besökarantal som överstiger 16 000 unika användare varje månad. Via hemsidan similarweb.com kan vi se att sportofpadel.com under juli 2025 hade 4 979 besökare, en ökning om 87,7 procent från juni. Denna typ av besökssiffror bör tolkas med försiktighet, men kan fungera som en indikation på underliggande aktivitetsnivå och därmed ge ett riktmärke för marknadstrenden. En möjlig förklaring till de förhållandevis svaga besökssiffrorna skulle kunna vara att större marknadsföringsinsatser ännu inte har genomförts, något som potentiellt kan komma att prioriteras längre fram när helhetserbudandet befinner sig i ett mer färdigt skede.

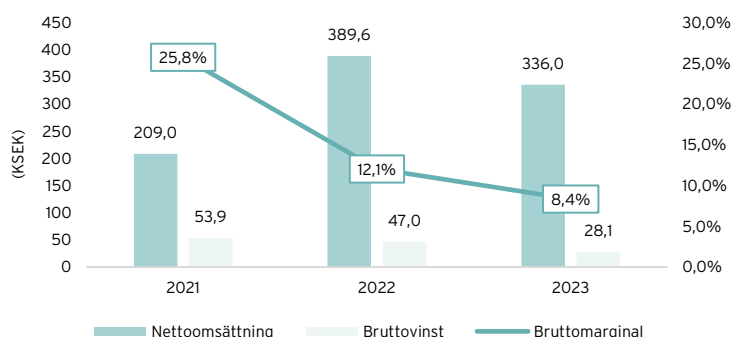
Peliga - fullträff med varje boll

Peliga är Acentas egna varumärke för padelbollar, med fokus på hög kvalitet, hållbarhet och pålitlig prestanda. Peliga producerar och distribuerar padelbollar till både privatpersoner via Sport of Padel, och även direkt till padelklubbar och företag genom särskilda distributionsavtal. Peligabollen är anpassad både för motions- och tävlingsspelare.

Peliga etablerades under pandemin år 2020 av två studenter på västkusten och har sedan dess utvecklats till ett nischat varumärke inom padelutrustning. Bolaget inledde sin verksamhet genom en omfattande utvecklingsfas tillsammans med några av Sveriges främsta padelspelare för att optimera den första produkt, Peligabollen lanserades sedan i slutet av 2020 och mottogs väl av marknaden⁵. Redan året därpå lanserade Peliga även den första pantbara förpackningen inom sportsegmentet⁶, en implementation som differentierar varumärket och stärker dess hållbarhetsprofil.

Expansionen har därefter varit snabb. År 2021 fanns produkten hos ett 40-tal återförsäljare i Sverige och 2022 expanderade Peliga internationellt genom en etablering i Norge. Samma år mer än fördubblades antalet återförsäljare och sortimentet breddades till att omfatta träningskläder och padelracketar. Detta positionerade Peliga som ett mer heltäckande padelvarumärke snarare än en renodlad bollproducent. Peliga har precis lanserat Peliga Pro, en uppgraderad version på den befintliga Peligabollen. Peliga beskriver att Peliga Pro är deras bästa padelboll hittills, en snabbare, mer hållbar boll byggd för ultiat prestanda⁴. Under 2024 så förvärvades Peliga av Acenta Group, där fokuset riktades mot att enbart sälja Peligabollen.

Finansiell historik för Peliga Holding AB



Mellan 2021 och 2022 så växte dotterbolaget Peliga Holding AB 86 procent y/y, till stor del drivet av nya återförsäljare och nya produktlanseringar. Bruttomarginalen har gått från hela 26% 2021 till 8,4% 2023. Vi misstänker att det är en påföljd av att man tvingats sälja ut rabatterade varor.

Peliga har historiskt visat på en stabil tillväxt och lönsamhet. Peliga har en marginell påverkan på Acentas resultat, men vi tror även här att varumärket Peliga innehar en strategisk roll i varumärket Acenta snarare än en primär tillväxt drivare.

Urval av erbjudande

Peligabollen är Peliga Holding ABs första produkt och har historiskt spelat en viktig roll i dess kommersialisering. Peligas bollrör kan återvinnas genom appen Bower, vilket Peliga var det första sportmärket att lansera⁷. Genom Bower-appen skannas bollrörets streckkod nära en återvinningsstation och genererar 3 kr i pant. Den 28 augusti så pressmeddelande Acenta lanseringen av Peliga Pro, en premiumboll utvecklad både för träning och tävling³⁷.

Peligabollen

Peligabollen uppfyller internationell-standard. Tyngd: 58 gram. Bredd: 6,53 cm. Ull: 47%. Studs: 141 cm. En boll för den som gillar att spela med ordentligt tryck i slagen och det lite snabbare spelet.



Peliga Pro

Peliga Pro-bollen uppfyller internationell standard. Tyngd: 56-59,4 gram. Bredd: 6,35-6,77 cm. Ull: 47%. Studs: 135-145 cm. En snabbare boll för spelare som vill ha en pålitlig känsla med stabil studs och en jämn balans mellan kontroll och fart.

[design ej offentliggjord]

En attraktiv prisbild jämfört med konkurrerande alternativ

Peligabollen är prissatt utefter dess premiumegenskaper, hållbarhet och exklusivitet. Vid en jämförelse av Peligabollen mot andra jämförbara padelbollar så ligger den i en förhållandevis låg prisklass. Köper man som privatperson ett 24 pack direkt via Peligas hemsida peliga.com, så går den att få cirka 25 procent billigare än snittpriset för ett konkurrerande bollmärke. I snittkostnaden för de konkurrerande bollarna så inkluderas dessutom rabatterade priser på ungefär hälften av urvalet. Vi noterar att via Acentas egna hemsida sportofpadel.com så säljs dock bollarna dyrare än via peliga.com. Vårt att tillägga är dock att Acenta har distributionsavtal med olika padelklubbar och företag, där prisbilden med stor sannolikhet ser annorlunda ut både för Peligabollen och konkurrerande varumärken.

Återförsäljare	Märke	Pris 1 rör	Pris 24 rör
Racketspecialisten	Bullpadel Next	95 SEK	1 695 SEK
Racketspecialisten	Bullpadel Premium PRO	99 SEK	1 680 SEK
Racketspecialisten	Wilson Performance	85 SEK	1 632 SEK
Racketspecialisten	Nox Nerbo	65 SEK	1 704 SEK
Racketspecialisten	Babolat Ace	119 SEK	-
Racketspecialisten	Babolat Court	89 SEK	-
Racketspecialisten	4on	89 SEK	-
Racketspecialisten	Cabra ProX	99 SEK	2 376 SEK
Racketspecialisten	Head Pro	99 SEK	1 650 SEK
Racketspecialisten	Head Pro+	119 SEK	2 280 SEK
Racketspecialisten	Cabra Padel Pro	99 SEK	2 376 SEK
Racketspecialisten	Fila Premium Padel	89 SEK	1 812 SEK
Racketspecialisten	Fila Premium Padel Pro	99 SEK	2 016 SEK
Tengo	Head Pro	69 SEK*	-
Tengo	Head Pro+	69 SEK*	-
Tengo	Wilson Performance	69 SEK*	1 599 SEK*
Intersport	Head Pro+	79 SEK	-
Intersport	Head One	69 SEK	-
Intersport	Babolat Court	69 SEK	-
Intersport	Babolat Ace	89 SEK	-
Intersport	Head Pro S	79 SEK	-
World of Padel	Wilson Premier	99 SEK	1 495 SEK*
TennisShopen	Bullpadel Premium Pro	-	1 549 SEK*
TennisShopen	Head Pro+	75 SEK*	1 689 SEK
TennisShopen	Wilson Premier	69 SEK*	1 599 SEK*
TennisShopen	Babolat Ace	119 SEK	2 195 SEK
TennisShopen	Bullpadel Next Pro	99 SEK	1 895 SEK*
TennisShopen	Tretorn Serie+ Tour	99 SEK	1 989 SEK*
TennisShopen	Tecnifibre Padel Team	89 SEK*	1 839 SEK*
TennisShopen	Babolat Court Padel Apt	100 SEK	1 579 SEK*
Snitt		89 SEK	1 832 SEK
Median		89 SEK	1 700 SEK
Sport of Padel	Peliga	95 SEK	1 920 SEK
TennisShopen	Peliga	79 SEK	-
Peliga	Peliga	79 SEK	1 399 SEK
Amazon	Peliga	-	1 757 SEK

*avser när återförsäljaren erbjuder ett rabatterat pris

En padelboll skiljer sig till utseendet inte särskilt mycket från en vanlig tennisboll. Både bollarna ska väga mellan 56,0 till 59,6 gram, däremot är padelbollens diameter något mindre, vanligtvis mellan 6,35cm till 6,86cm. Den stora skillnaden mellan bollarna är trycket, eller bollens hårdhet. Padelbollens tryck är vanligtvis 10 till 11 psi, jämfört med tennisbollens 14 psi. Detta innebär att padelbollen har lägre studs och är långsamma i spelet. Padelbanans underlag har ett underlag som dessutom ger en dämpande effekt på bollen. Leverantörernas bollar, vare sig om det är tennis- eller padelbollar, tillverkas ofta i samma fabrikat och man kan därför anta att kvaliteten är likvärdig³⁰.

Acenta Padel Tour - en vinstdrivande marknadsföringskanal

Som en del i sin tillväxtstrategi och varumärkesbyggande har Acenta etablerat Acenta Padel Tour, en turneringsserie som kombinerar professionellt och hobbyspel med ett starkt marknadsföringsvärde. Genom att arrangera tävlingar under varumärket Acenta skapar bolaget en varumärkeskännedom till de som är som allra mest insatt i sporten.

Tävlingsformatet ger bolaget möjlighet att exponera sitt varumärke direkt mot både spelare, klubbar och publik, de målgrupper som ytterst driver efterfrågan på nya padelbanor. Detta skapar en naturlig marknadsföringskanal som stärker kundrelationer, genererar leads och ökar kännedomen om bolaget i såväl Sverige som på internationella tillväxtmarknader.

Ur ett investerarperspektiv innebär Acenta Padel Tour att bolaget får en plattform som bidrar till organisk efterfrågan på sina produkter och tjänster. När sporten padel växer internationellt blir det allt viktigare att bygga en tydlig marknadsnärvaro, och genom att äga en turneringsserie kan Acenta särskilja sig från konkurrenter som enbart fokuserar på produktförsäljning. Tävlingsarrangemanget kan därför ses som ett relativt kostnadseffektivt sätt att kombinera marknadsföring och internationell expansion. Turneringen skapar dessutom en möjlighet att knyta till sig partnerskap och sponsorer, vilket kan generera intäcksströmmar som delvis finansierar själva turneringsverksamheten. Bolagets VD Håkan Tollefsen har uttalat sig om att Acenta Padel Tour är ett vinstdrivande initiativ, bland annat genom att turneringen fungerar som en marknadskanal för bolagets partners. Turneringen kan användas som en plats för annonsering och sponsring, vilket bidrar positivt till marknadsföringskanalens lönsamhet.

Vår bild av Acenta Padel Tour ur ett tillväxtperspektiv är att det är ett effektivt sätt att sänka kundanskaffningskostnaderna och bygga ett långsiktigt starkt varumärke i sin nisch. Traditionellt förlitar sig bolag inom sportinfrastruktur på kostsam och fragmenterad marknadsföring, exempelvis mässor eller traditionell annonsering. Acenta Padel Tour skapar möjligheter för både varumärkesexponering och långsiktigt relationsbyggande, där Acenta når flera målgrupper samtidigt. Med tanke på att Acenta Padel Tour är ett vinstdrivande initiativ så ser vi mycket positivt på turneringen ur ett kundanskaffningsperspektiv, då den medför låga kundanskaffningskostnader, direkt leadgenerering och högre konvertering.

En turnering för alla

Acenta Padel Tour har det senaste året utförts i flertalet städer, bland annat i Oslo, Bergen, Gjøvik, Stockholm och Kristianstad. Framöver är turneringar inplanerade i Drammen, Halmstad, Trondheim, Sarpsborg, Ski och Eidsvoll. I skrivande stund väntas APT utföras den 12-14 september i Halmstad, den 19-21 september i Trondheim samt 10-12 oktober i Leeds.



Digitala plattformar

Acenta har under det senaste året lagt ett större fokus på att bygga upp och utveckla sina digitala plattformar för att integrera till sin helhetslösning som knyter samman padelspelare, klubbar, arrangörer och samarbetspartners. Den digitala satsningen utgör en del i bolagets strategi att gå från att vara en traditionell leverantör av padelprodukter, banor och tillhörande tjänster, till att bli en mer central aktör på den växande marknaden.

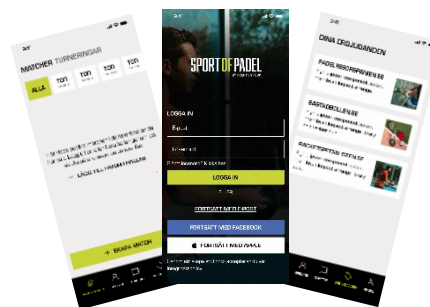
För att fullt integrera digitala lösningar till denna satsning håller Acenta på att utveckla en egen app, som är tänkt att bli ett digitalt nav där användarna möts. Appen utvecklas för att integrera flera funktioner under ett och samma tak, exempelvis bokningar, turneringsadministration, rankingar, kommunikation mellan spelare, samt kopplingar till Sport of Padel samt övriga erbjudanden. Ambitionen är att skapa en plattform där upplevelsen blir sömlös för alla parter, spelare kan organisera sin planering, klubbar kan effektivisera sin verksamhet och arrangörer kan nå ut till bredare målgrupper.

Ett viktigt steg i denna digitala expansion togs den 24 juni 2025 då Acenta förvärvade inkråmet i Padelappen Sweden AB. Padelappen är en etablerad teknisk lösning som redan används av spelare och klubbar i flera länder, med funktioner som underlättar bokningar, hantering av turneringar och administration av medlemskap. Appen har över 18 000 nedladdningar och har utvecklats i nära samarbete med användare, vilket ger Acenta en beprövad plattform med en redan engagerad bas av aktiva användare. Acenta beskriver själva att de kan dra många synergier av att integrera tekniken i Acentas befintliga lösningar, då man skapar en användarupplevelse där padelspelare, kunder och partners, möts på samma plattform.

Den 28 augusti 2025 meddelade Acenta att förvärvet av Padelappen tillträtts och att de genom en riktad kvittningsemission till säljaren betalar 500 KSEK. Det kvarstår dock en tranch om 1,3 MSEK som även den ska erläggas med nyemitterade aktier den 1 mars 2026.

Padelappen

Padelappen är en digital plattform utvecklad för att förenkla och förbättra padelupplevelsen för både spelare, klubbar och arrangörer. Appen erbjuder en rad funktioner som gör det möjligt att boka banor, administrera turneringar, följa rankinglistor och hantera medlemskap på ett smidigt sätt. Genom sitt användarvänliga gränssnitt har den snabbt etablerat sig som en populär lösning bland padelspelare i flera länder och har vid Acentas förvärv i juni 2025 laddats ner av över 18 000 användare.



Viktiga pressmeddelanden

Acenta Group kommunicerar frekvent genom pressmeddelanden och har under det senaste året ingått flera avtal och samarbeten. Bolaget driver på sin utveckling genom att aktivt söka nya partnerskap och affärsmöjligheter, vilket gör att nyhetsflödet kring Acenta är omfattande och ger en tydlig bild av deras strategiska riktning. Nedan är de viktigaste bolagshändelserna sammanfattade för att ge en övergripande bild över vart Acenta som bolag är påväg.

Padel Sport 100

Den 12 maj 2025 gick Acenta ut med att de har tecknat ett partnerskapsavtal med det irländska bolaget Padel Sports 100 avseende försäljning och installation av minst 50 padelbanor. Leveransen planeras att ske under en period om 12-15 månader och padelbanorna tillhandahållas genom leasingupplägg med en löptid på fem år från ingåendet av avtalet. Under perioden så kommer Acenta erhålla löpande intäkter när padelbanorna är bokade. Det sammanlagda ordervärdet uppgår lägst till 3,6 MEUR exklusive intäkterna från bokningar. Padel 100 är ett bolag i Irland som nu genomför en större satsning på padel, då de nyligen säkrat 5 MEUR i finansiering för att lansera 100 padelbanor på Irland. De första padelbanorna inom satsningen förväntas inledas under sommaren 2025 med bekräftade platser i Dublin, Cork, Limerick, Galway, Clare, Waterford och Wexford som en del av en första fas. Ytterligare banor planeras därefter i förorts- och regionala områden under 2025 och framåt. Vi har uppmärksammat att grundaren av Padel 100, Ben Keohane, har kommunicerat att Padel 100 projektet slutförts då man totalt slagit upp 102 banor. Vidare skriver grundaren att de nu planerar att ta in ytterligare finansiering och skämtsamt nämner att det kan vara dags att byta namn till "Padel 200" istället. Detta visar på att Acenta har kunnat leverera de banor som har efterfrågats i projektet och potentiellt kan få fler uppdrag framöver av Padel 100.

Interpadel Holding AS

Den 5 februari 2025 tecknade Acenta ett femårigt leverantörsavtal med InterPadel Holding AS. Interpadel driver 13 padelanläggningar på den norska marknaden och genom avtalet ska Acenta vara exklusiv leverantör leverera padelutrustning såsom racketar, bollar, kläder och övrig padelutrustning till Interpadels anläggningar. Avtalet estimeras, på nuvarande prognoser, att generera intäkter om minst 30 MNOK under avtalsperioder. Detta innebär att avtalet inbringar ett årligt värde om cirka 6 MNOK.

NXPadel

Den 28 juli 2025 meddelade Acenta att man ingått ett exklusivt distributionsavtal med den italienska padelbanetillverkaren NXPadel. Samarbetet löper initialt över en femårsperiod och ger Acenta exklusiva rättigheter att distribuera och installera NXPadels banor i Norden, Storbritannien, Irland, Tyskland och Polen. NXPadel särskiljer sig med sina banor genom att de är tillverkade i glasfiber, vilket är slitstarkt, lätt och motståndskraftigt. Den gemensamma målsättningen är att installera cirka 140 banor under 2025 och 2026, med fortsatt expansion därefter. NXPadels banor har bland annat levererats till Padel 100-projektet och innebär att över 30 procent av målsättningen redan verkar vara uppnådd.

Viktiga pressmeddelanden

2025-02-05	Acenta Group tecknar femårigt exklusivt leverantörsavtal med InterPadel Holding AS
2025-02-17	Acenta Group ingår avtal om försäljning av padelbanor och går in på en ny marknad
2025-02-20	Acenta Group expanderar säljnätverk med agent för Rumänien, Moldavien och Bulgarien
2025-02-24	Acenta Group ingår avtal om försäljning och installation av padelbanor till ett värde om cirka 2,8 MSEK
2025-04-08	Acenta Group: Stark inledning på 2025 - bolaget stärker rörelsekapitalet för att möta ökad efterfrågan
2025-04-22	Acenta Group tecknar avsiktsförklaring med Padel Sports 100 avseende försäljning och installation av minst 50 padelbanor
2025-05-12	Acenta Group tecknar exklusivt partnerskapsavtal med ett ordervärde om minst cirka 3,6 MEUR
2025-05-12	Acenta Group tecknar exklusivt försäljningsagentavtal med premiumpadelmärket Cuera
2025-06-24	Acenta Group förvärvar Padelappens verksamhet - Tar nästa steg i att bygga padelvärdens mest kompletta digitala ekosystem
2025-06-25	Acenta Group ingår exklusivt samarbetsavtal med Wear'N'Go
2025-07-13	Acenta Group ingår exklusivt samarbetsavtal med RESPIRA™
2025-07-25	Acenta Group säkerställer lån om 5,5 MSEK
2025-07-28	Acenta Group ingår exklusivt distributions-avtal med NXPadel
2025-08-13	Acenta Group erhåller utökad order värd 2,5 miljoner kronor från befintlig kund i Nordirland
2025-08-28	Acenta Group lanserar Peliga Pro Padel Ball - utvecklad för prestanda, hållbarhet och marknadstillväxt
2025-08-28	Acenta Group tillträder förvärvet av Padelappen och genomför betalning av första tranchen
2025-09-04	Acenta Group tecknar första leasingavtal i Storbritannien

*klicka på rubrikerna för att komma till pressmeddelandet

Avtal och avsiktsförklaringar påvisar en stark efterfrågan

Acenta har redan säkrat flera betydande beställningar och även ingått avsiktsförklaringar som kan rendera i framtida leveranser. Dessa aktiviteter stärker den finansiella utsikten för Acenta och bevisar den efterfrågan som finns på Acentas erbjudande. Acenta har även ingått flertalet avtal med bolag för leverans och distribution av padelbanor och utrustning.

Flera avtal kopplat till banleveranser

Acenta har mottagit flertalet orders och ingått avtal med både kunder och leverantörer kopplat till deras verksamhetsben för byggnation och leverans av padelbanor. Acenta tecknade den 12 maj 2025 ett exklusivt partnerskapsavtal med det irländska bolaget Padel Sports 100 Limited om försäljning och leverans av minst 50 padelbanor på Irland. Leveransen av 50 banor planeras enligt pressmeddelandet att ske under en period på 12-15 månader från ingående av avtalet. Vi har dock, som tidigare nämnt, noterat att grundaren av Padel 100 kommunicerat att projektet slutförts och att 102 banor nu är monterade på Irland. Av vad vi har förstått det som, så är Acenta ensam leverantör till projektet och verkar därför ha lyckats finansiera denna leverans av banor. Padelbanorna tillhandahålls genom ett leasingupplägg med en löptid på fem år, med tillkommande intäkter för bokningar. Det totala värdet förväntas uppgå till minst 3,6 MEUR fördelat över fem år, vid uppförandet av 50 banor. Grundaren Ben Keohane skriver i pressmeddelandet att deras målsättning är att rulla ut minst 100 padelbanor per år i partnerskap med Acenta³⁴.

Acenta har även mottagit en order om leverans och installation av panorama-banor till England, till ett sammanlagt värde om 2,8 MSEK. Halva ordervärdet inkom under Q1, medan andra halvan förväntas inkomma under Q2. Detta avtal väntas alltså inbringa cirka 1,4 MSEK för Acenta under Q2.

Den 13 augusti så meddelade Acenta att de erhållit en utökad order av den befintliga Nordirländska kunden Let's Go Hydro. Ordern omfattar padelbanor och installationstjänster, vilket Acenta beskriver att det stärker deras långsiktiga samarbete. Ordervärdet uppgår till ett värde om cirka 2,5 MSEK och kommer att levereras och faktureras succesivt under H2 2025.

Lagda ordrar

Datum	Orderläggare	Leverans	Ordervärde
2025-02-14	Engelsk kund	Q1 & Q2'25	2,8 MSEK
2025-05-12	Padel Sports 100 Limited	12-15 månader från ingående av avtal	3,6 MEUR över en femårsperiod
2025-08-13	Let's Go Hydro	H2'25	2,5 MSEK
2025-09-04	Padel Société Limited	5 månader	-

Avtal kopplat till distribution

Den 5 februari 2025 tecknade Acenta ett femårigt leverantörsavtal med Interpadel Holding AS. Genom avtalet blir Acenta en exklusiv leverantör av padelutrustning såsom racketar, bollar, kläder och övrig padelutrustning till InterPadels 13 padelanläggningar på den norska marknaden. Baserat på dagens försäljning och nuvarande prognoser uppskattas avtalet generera intäkter om minsk 30 MNOK under avtalsperioden.

Den 13 juli tecknade Acenta ett exklusivt distributions- och försäljningsavtal med RESPIRA Norway AS, en ledande aktör inom prestations- och   terh  mtningsprodukter. Avtalet innebär att Acenta har ensamrätt att distribuera och sälja samtliga RESPIRA-produkter inom padelsegmentet i Norden, Europa samt internationella marknader där Acenta är aktiva.

Den 28 juli meddelade Acenta att de ingått ett exklusivt distributionsavtal med den italienska padelbanetillverkaren NXPadel. Acenta har i skrivande stund ett erbjudande på banorna, där kunder kan köpa 3 banor för totalt 80,7 KEUR, det vill säga 26,9 KEUR per bana. Ordinarie pris per bana ser ut att ligga kring 33,4 KEUR, om man minst köper 3 banor. Detta innebär att intäkterna från distributionsavtalet, inom ett intervall, förväntas landa mellan cirka 3,8-4,7 MEUR för 2025 och 2026, vilket innebär 1,9-2,4 MEUR per   r. Detta avtal g  r dock till stor del in i avtalet med Padel 100, då Acenta levererade NXPadel banor till Padel 100.

Ingångna avtal

Datum	Motpart	Leverans	Avtalsv��rde
2025-02-05	Interpadel Holding AS	5 ��r	30,0 MNOK
2025-05-12	Cuera ApS	3 ��r	-
2025-06-25	Wear'N'Go	3 ��r	-
2025-07-13	RESPRIA	5 ��r	-
2025-07-28	NXPadel	5 ��r	~1,9 - 2,4 MEUR/��r

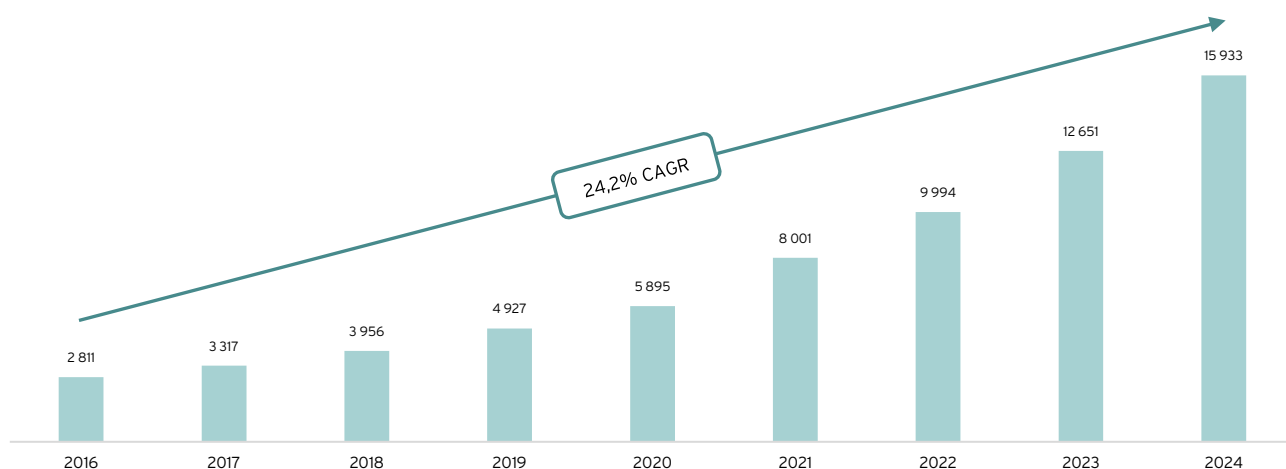
Marknad

Sporten padel med alla dess tillbehör är under kraftig tillväxt på flera olika marknader runt om i världen, detta av flera olika anledningar. Padel beskrivs som en mindre fysiskt krävande sport, då den är mindre belastande för kroppen jämfört med andra racketsporter. Padeln som sport växer också eftersom padelbanor kräver mindre utrymme än exempelvis tennisbanor, mängden och kostnaden för nödvändigt material minskar på grund av den mindre storleken. Padeln är också billigare att utöva än de flesta racketsporterna⁸.

En amerikansk hälso- och sportbyrå har rapporterat att 55 procent av alla fitnesscenters introducerade padel som en alternativsport år 2023, och att den genomsnittliga träningstiden ökade med 20 minuter det senaste året. Europa beskrivs som den marknadsledande marknaden för padel och stod 2024 för cirka 37 procent av marknadens totala intäkter. Storbritannien lyfts upp som en framväxande marknad, tillsammans med Frankrike². Under 2024 ökade antalet baninstallationer i Storbritannien med cirka 30 procent jämfört med år 2023 och landet hade över 800 banor i början av 2024⁸.

Padelmarknaden uppskattades ha över 25 miljoner registrerade spelare år 2024, vilket är en kraftig ökning från cirka 10 miljoner år 2017. Spanien lyfts fram som det ledande landet, med över 6 miljoner aktiva spelare och mer än 20 000 etablerade padelbanor. I början av 2024 hade Europa cirka 12 000 padelbanor⁹. Totalt i världen finns det cirka 43 000 banor, varav cirka 5,7 tusen fanns i Sverige, det vill säga ungefär 13 procent av världens alla banor. I ett land som Tyskland med cirka 90 miljoner invånare, finns det däremot endast några hundra banor etablerade, vilket visar på den outnyttjade potentialen. Antalet globala padelanläggningar har ökat explosionsartat sedan 2016 med en årlig tillväxttakt på cirka 24 procent. Bara under 2024 så växte antalet padelanläggningar globalt med 26 procent, vilket visar på tillväxtpotentialen utanför den svenska marknaden.

Antal öppnade padelanläggningar globalt²



Det som gör padeln unik ur ett marknadsperspektiv är kombinationen av låga inträdesbarriärer för spelare och högt värdeskapande för anläggningar. Sporten är lätt att ta till sig även för nybörjare, vilket driver en bredare målgrupp än exempelvis tennis eller squash. Samtidigt har padelbanor en relativt hög beläggningsgrad, vilket ger attraktiva kassaflöden för anläggningsägare. En annan viktig drivkraft är att padel allt mer integreras i fitness- och livsstilstrenden. För många aktörer, såsom gymkedjor, hotell och bostadsutvecklare, blir padel ett kompletterande erbjudande snarare än ett fristående affärsområde. Detta gör att investeringar i banor inte enbart motiveras av intäkterna från spel, utan även av värdet sporten skapar för kundkonceptet.

Tillväxtpotentialen framåt bedöms därmed vara särskilt hög i marknader som Storbritannien, Tyskland, Nordamerika och Mellanöstern⁸. Utvecklingen i Sverige visar också att en snabb expansion kan ske på bara några år när sporten väl får fäste. På den irländska marknaden är Acenta idag den största leverantören av padelbanor.

Global marknadstillväxt

Antalet padelbanor världen över väntas uppnå till cirka 85 000 banor år 2026, jämfört med cirka 40 000 år 2023³. Under 2024 uppgick antal banor till över 50 000 för första gången². Utvecklingen i antal banor mellan 2022-2023 ökade med 28 procent, samtidigt som antalet klubbar ökade med 24 procent under samma period³. Under 2024 ökade antalet klubbar med 22 procent jämfört med år 2023².

Den globala padelmarknaden väntas nå en ungefärlig marknadsstorlek om 564,1 MUSD år 2033 jämfört med 280,3 MUSD 2025, vilket innebär en årlig tillväxt om 8,0 procent de kommande åren. Att marknaden förväntas att dubblas på cirka 8 år visar på den enorma tillväxt som padeln är inom, vilket är svårt för svenskar att tro när den svenska marknaden är så pass överetablerad.

Förväntad tillväxt globala padelmarknaden

(miljoner USD)	Tidsperiod	Start	Slut	CAGR%
Business Research Insights ⁸	2025-2033	290,0	870,0	12,9%
Market Growth Report ⁹	2025-2033	250,8	497,8	8,1%
Zion Market Research ¹⁰	2025-2032	342,2	508,6	4,5%
Intel Market Research ¹¹	2024-2032	222,3	426,2	7,5%
Global Growth Insights ¹²	2025-2034	225,0	599,8	10,3%
Cognitive Market Research ¹³	2024-2031	351,2	482,0	4,5%
Snitt		280,3	564,1	8,0%
Median		270,4	503,2	7,8%

Geografisk spridning

Acenta verkar idag på flera tillväxtmarknader, däribland Storbritannien, Irland, Norge, Sverige, Belgien, Nederländerna, Tyskland, Frankrike och flera av Balkanländerna. Gemensamt för dessa marknader är att padel befinner sig i en tidig utvecklingsfas men växer snabbt, med en ökande efterfrågan på både banor och relaterade tjänster. På den irländska marknaden har Acenta redan etablerat en ledande position och är idag den största leverantören av padelbanor i landet.

Storbritannien och Tyskland utgör särskilt attraktiva marknader med hög befolkningstäthet och starkt intresse för nya sporter, vilket skapar stor potential för långsiktig expansion. Samtidigt finns betydande möjligheter i länder som Belgien, Nederländerna och Frankrike, där padel nyligen börjat vinna bredare genomslag. Även på Balkan växer sporten snabbt, drivet av relativt låga etableringskostnader och ett växande intresse från både lokala entreprenörer och internationella aktörer.

Viktiga tillväxtmarknader

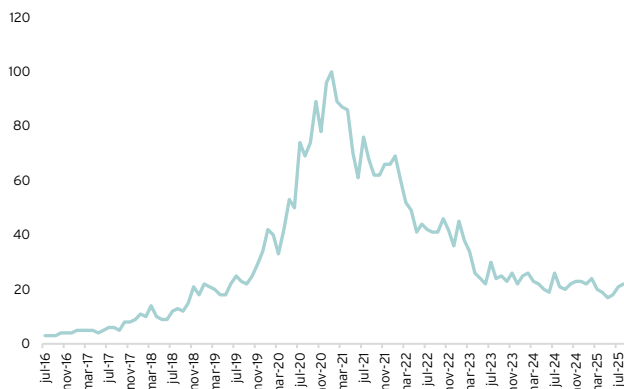
Efterfrågan på padel växer kraftigt i flera europeiska länder, drivet av sportens enkelhet, sociala karaktär, minimala slitage på kroppen och ökade investeringar i sportanläggningar. Marknader som Storbritannien och Tyskland växer bland annat genom sin stora befolkning och höga köpkraft, medan länder som Irland, Belgien och Balkan erbjuder snabb etableringstakt tack vare lägre inträdesbarriärer. Denna kombination av både mogna och framväxande marknader skapar möjligheter för Acenta genom fortsatt expansion.



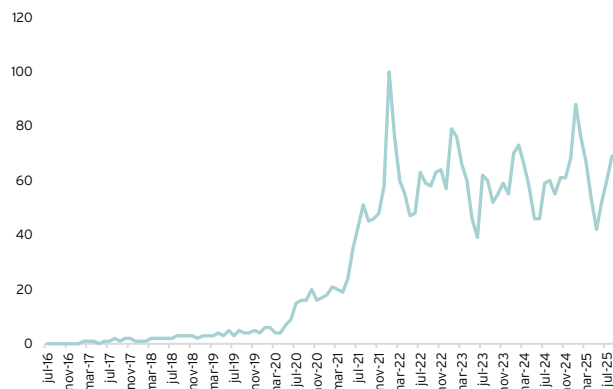
Marknadsförändringar och trender

Padel som sport upplevde en exceptionellt stark tillväxt i Sverige under pandemin, vilket resulterade i en kraftig överetablering av anläggningar över hela landet. När tillväxttakten avtog efter 2021 blev lönsamheten för många anläggningar utmanande, då utbudet översteg den uthålliga efterfrågan. Trots detta har intresset för sporten bestått, men i Norge har tillväxtkurvan varit jämnare och mer uthållig, med en senare men stabil etableringsfas. På nyckelmarknaderna Storbritannien och Irland är utvecklingen däremot i en betydligt tidigare fas, där intresset för padel växer kraftigt och marknaden fortfarande befinner sig i en expansionsfas. Ett tydligt tecken på padelns växande popularitet är att Manchester United under sommaren valde att addera en padelbana till sin träningsanläggning, Trafford Training Centre, efter önskemål från spelarna själva.

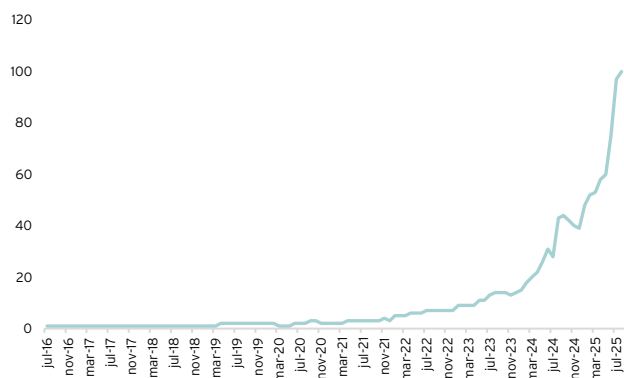
Google Trends Sverige: "Padel"



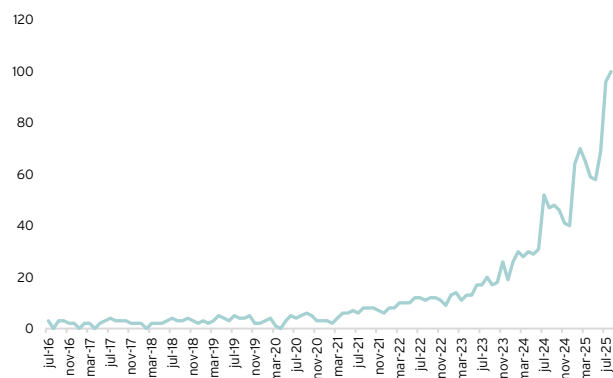
Google Trends Norge: "Padel"



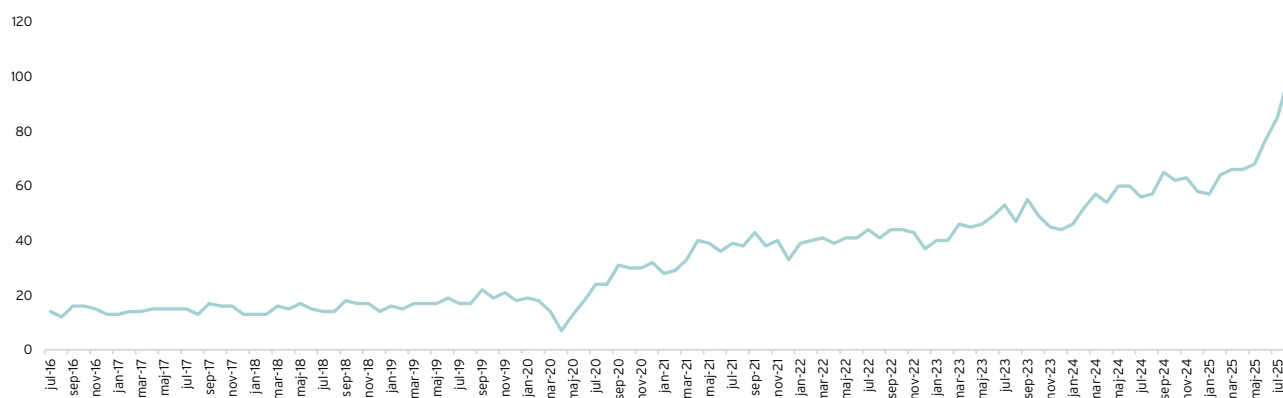
Google Trends Storbritannien: "Padel"



Google Trends Irland: "Padel"



Google Trends Världen: "Padel"



Konkurrenter

Padelmarknaden befinner sig fortfarande i en tidig tillväxtfas internationellt, vilket skapar både stora möjligheter och ökad konkurrens. På mer etablerade marknader som Spanien och Sverige, har den snabba expansionen lett till en överetablering och konsolidering medan länder som Storbritannien, Tyskland och Frankrike står inför en mer strukturerad utveckling där mer etablerade aktörer tar allt större plats. Konkurrenten sker inte enbart kring byggnation av banor, utan sträcker sig över flera led i värdekedjan, såsom leverans och installation av banor, service och underhåll, försäljning av utrustning och varumärkesbyggande genom event och turneringar.

För Acenta innebär detta att differentiering och ett breddat erbjudande blir avgörande. Marknaden präglas av både lokala entreprenörer och större internationella leverantörer, där tagna marknadsandelar i hög grad avgörs av förmågan att kombinera produktkvalitet, prisnivå, finansieringslösningar och support. Eftersom Acentas erbjudande är brett möter bolaget därför konkurrens från många olika håll. Det största intäktsbenet är inom byggnation och service, medan de övriga verksamheterna snarare bör ses som tillväxtinitiativ för att stärka Acentas varumärke på marknaden.

Konkurrensindelning



Byggnation och service

Inom byggnation och service möter Acenta konkurrens från flera internationella aktörer. Det som skiljer Acenta åt inom segmentet är att de levererar mer än bara banor och installation.



E-handel

Inom E-handel så finns många lokala och internationella konkurrenter i dagsläget. Acentas egna hemsida sportofpadel.com har i dagsläget en minimal marknadsandel.



Padelbollar

Statsningen inom padelbollar möter också en hög konkurrens från flera etablerade padelaktörer. Även här är marknadsandelen begränsad men potentialen inom Acentas varumärke är stor.



Padelturneringar

Ett av Acentas tillväxtinitiativ är att anordna padelturneringen APT, ett segment där man även möter tuff konkurrens inom. Turneringar arrangeras brett på alla marknader, men konkurrensen inom segmentet skiljer sig mot övriga segment.

Acentas konkurrenssituation varierar tydligt mellan de olika affärsbenen. Inom byggnation och service möter bolaget konkurrens från internationella aktörer som i många fall fokuserar enbart på leverans och installation. Här differentierar sig Acenta genom att erbjuda helhetslösningar där rådgivning, anpassning och långsiktiga serviceavtal ingår som en central del av värdeerbjudandet.

På e-handelssidan är konkurrensen mer fragmenterad, med många både lokala och internationella aktörer. Acentas plattform Sport of Padel har i dagsläget en mindre marknadsandel, men fungerar strategiskt som ett komplement till kärnverksamheten och stärker bolagets varumärkesnärvaro.

Inom padelbollar är konkurrensen hård från etablerade globala sportvarumärken. Samtidigt innebär förvärvet av och produktanseringar inom det egna varumärket Peliga en möjlighet för Acenta att bygga en nisch med fokus på kvalitet och pålitlighet, där vi bedömer att potentialen för varumärkesuppbyggnad och tillväxt genom distributionsavtal där relativt stor.

Turneringssegmentet skiljer sig från övriga delar av verksamheten då konkurrensen inte är lika direkt kopplad till intäkter, utan snarare till varumärkespositionering. Genom Acenta Padel Tour stärker bolaget sin närvaro på nyckelmarknader och använder turneringarna som ett skyltfönster för produkter och tjänster, vilket indirekt bidrar till försäljning och långsiktig kundlojalitet. Acenta har dock poängterat att detta tillväxtinitiativ även är lönsamt, vilket definitivt får anses positivt.

Byggnation och service

Acentas största intäktsben, installation och service av padelbanor, har flera konkurrenter ute på marknaden. Det som särskiljer Acenta mot konkurrenterna inom byggnation och service är bland annat att Acenta ämnar att vara en helhetsleverantör som redan från dag ett håller sina kunder i handen och stöttar dem genom hela projektet. Konkurrenter inom detta segment fokuserar till stor del på tillverkning, installation samt i vissa fall service av padelbanor, men släpper sedan kunden. I detta skede har Acentas roll egentligen bara börjat då de fortsatt ämnar att leverera erbjudanden och tjänster till kunden, med allt från padelutrustning, service, rådgivning, mjukvarulösningar, och så vidare. De flesta konkurrenterna särskiljer sig även mot Acenta genom att de tillverkar padelbanorna, vilket inte Acenta gör. Acenta har bland annat ett partneravtal med NXPadel där Acenta levererar deras premiumbanor i Danmark, Tyskland, Irland, Norge, Storbritannien, Finland, Polen och Sverige¹⁹.

Urval av konkurrenter



Padel Alba har mer än 25 års erfarenhet av att skapa högkvalitativa padelbanor. Padel Albas erbjuder en heltäckande och personlig service som anpassar sig till varje specifik kund och dess behov. Padel Alba menar att de sedan starten av bolaget har legat i framkant inom innovation på marknaden. Bolaget designar banor efter kundens önskemål, ordnar tillstånd, förbereder platsen och materialval, samt installerar banorna i linje med det internationella padelförbundets regler. Padel Alba har sitt huvudkontor i Spanien och har under de senaste åren utfört projekt i bland annat Frankrike, Saudiarabien, Tyskland, Storbritannien, Nederländerna och Sydafrika¹⁴.



MejorSet är en ledande internationell tillverkare av padelbanor inom premiumsegmentet. Bolaget har projekt i över 70 länder och har levererat banor till bland annat Storbritannien, Irland, Indonesien och Malaysia. MejorSet grundades år 2003 och har sedan dess levererat banor till världsmästerskap, vart officiell leverantör av WPT, internationella padelförbundet samt till flera större tävlingsevenemang. MejorSet designar, levererar och installerar padelbanorna, med en genomsnittlig byggnations- och installationstid på 33 dagar. Bolaget har sitt huvudkontor i Spanien¹⁵.



PadelGalís har cirka 20 års erfarenhet av att designa, konstruera, installera och underhålla padelbanor internationellt. Bolaget har installerat över 10 000 banor i över 70 länder, vilket talar sitt tydliga språk för PadelGalís position på marknaden. Bolaget har under de senaste åren utfört flera projekt i bland annat Mexiko, Tyskland, USA, Belgien, Italien, Sverige och Spanien. PadelGalís stoltserar med deras höga kvalitet och deras samarbeten med aktörer som Wilson, Fernando Belasteguín och PPA. Bolaget har sitt huvudkontor i Spanien¹⁶.



Portico Sport är en tillverkare och installatör av padelbanor med över 15 års erfarenhet inom branschen. Bolaget har en närvaro i över 35 länder och levererat över 4 000 padelbanor världen över. Portico Sport står för kvalitet, innovation och excellens inom kundservice. Bolaget invigde år 2023 en ny tillverkningsanläggning, vilket visar på den efterfråga som bolaget upplever. Utöver vanliga padelbanor så levererar även Portico Sport sporttak specifikt utformade för racketsportet. Bolaget har sitt huvudkontor i Spanien¹⁷.



Padel10 har över 10 års erfarenhet av tillverkning, montering och underhåll av padelbanor. Bolaget beskriver själva att de är ledande på den internationella marknaden och i över 4 år har Padel10 vart den officiella leverantören till toppserien World Padel Tour. Värdekedjan börjar inom forskning- och utveckling, går sedan över till design och tillverkning, till transport och montering, för att sluta i kvalitetssäkring och garanti. Padel10 beskriver att de har det bästa möjliga pris/kvalitets-ration, och en kort leveranstid på cirka 15 dagar. Bolaget har sitt huvudkontor i Spanien¹⁸.

Sammantaget visar jämförelsen att Acenta verkar i en bransch med stark konkurrens från flera internationella aktörer, ofta med bas i Spanien där padeln har en lång historia. Dessa bolag har byggt upp erfarenhet över lång tid och har levererat tusentals banor globalt. Det som särskiljer Acenta är dock deras positionering som en helhetsleverantör snarare än en renodlad banbyggare. Genom att kombinera baninstallation med serviceavtal, rådgivning och ett växande produkt- och tjänsteutbud, skapar bolaget en mer integrerad relation med sina kunder än många konkurrenter gör.

Det exklusiva partnerskapet med NXPadel är ett exempel som förstärker Acentas differentiering, då Acenta kan erbjuda en premiumprodukt i glasfiberbanor som skiljer sig från de traditionella lösningarna på marknaden. Tillsammans med bolagets ambition att koppla samman den fysiska banverksamheten med digitala plattformar och tillbehör positionerar det Acenta som en aktör som inte bara konkurrerar på pris och leveranskapacitet, utan även på innovation och helhetslösningar. Detta gör att bolaget har möjlighet att ta marknadsandelar på en marknad där många aktörer enbart är fokuserade på enskilda delar av värdekedjan.





E-handel

Inom Acentas E-handelsvertikal så möter man konkurrens från flera stora aktörer, både internationellt och lokalt. Marknaden domineras av några riktigt stora aktörer men vår bild är att många inköp även sker lokalt. Acentas E-handelsvertikal möjliggör exempelvis att Acenta kan erbjuda padelshopar i kundernas nyöppnade padelcenters, där en andel av inköp av tillbehör säljs såsom padelbollar, grepplindor, drycker, och så vidare. Självklart erbjuder man även ett mer omfattande erbjudande vad gäller padelrackets, skor och så vidare.

Konkurrensen inom e-handel för padelprodukter är både hård och dynamisk, där flera aktörer redan har etablerat sig som marknadsledande med breda sortiment och starka distributionskanaler. Acenta positionerar sig med sin plattform Sport of Padel som i dagsläget har en begränsad marknadsandel men fungerar som ett viktigt komplement till bolagets kärnverksamhet. Plattformen stärker varumärkesnärvaron och bidrar till korsförsäljning av bolagets egna produkter under varumärket Peliga.

En tydlig skillnad gentemot konkurrenterna är att Acenta inte primärt konkurrerar med volym eller låga priser, utan snarare med sitt helhetserbjudande. Genom att kombinera e-handel med byggnation, service och turneringsverksamhet skapar bolaget en unik ekosystemeffekt som få renodlade e-handelsaktörer kan matcha. På sikt innebär detta att Sport of Padel kan fungera som en strategisk inkörsport till Acentas övriga tjänster och därmed bli en viktig del av koncernens långsiktiga tillväxtstrategi.

Urval av konkurrenter

	<p>Pádel Nuestro är den största grossistgruppen för padel i Spanien och Europa. Pádel Nuestro driver fler än 40 butiker i Europa och driver flaggskeppsbutiken Pádel Nuestro Madrid sedan 2022, vilket anses vara världens största padelbutik. Utöver detta så driver Pádel Nuestro sin padelbutik online, som direkt konkurrerar med sportofpadel.com. Sortimentet omfattar ledande varumärken som Bullpadel, Nox, Adidas och Head.²⁰.</p>	<p>Trustpilot score: 3,9/5</p> <p>★★★★☆</p> <p>22 419 omdömen</p>
	<p>Padelmarket är en snabbt växande europeisk e-handelsplattform specialiserad på padelutrustning, med ett brett sortiment av rack, skor, kläder, bollar och tillbehör från flera ledande varumärken (Adidas, Babolat, Bullpadel, Head, Nox m.fl.). Den professionella padelspelaren Paquito Navarro är ambassadör för Padelmarket vilket driver mycket trafik till hemsidan²¹.</p>	<p>Trustpilot score: 4,5/5,0</p> <p>★★★★★</p> <p>4 028 omdömen</p>
	<p>Pádel Ibérico är en väletablerad spansk e-handelsplattform och distributör för padelutrustning, med fokus på att erbjuda ett brett sortiment till Europas padelentusiaster till konkurrenskraftiga priser. Sortimentet erbjuder racketar, skor, kläder, bollar, bagar och övriga tillbehör från högkvalitativa varumärken som Varlion, Nox, Bullpadel, Star Vie, Siux, Adidas, Head, Asics, samt flera andra ledande spelare inom padelutrustning. Pádel Ibérico vill ses som en pålitlig och prisvärd aktör för både klubbköp och privatkunder i Spanien och resten av Europa²².</p>	<p>Trustpilot score: 4,6/5,0</p> <p>★★★★★</p> <p>7 621 omdömen</p>
	<p>PadelPROShop är en spansk e-handelsplattform specialiserad på padelutrustning, med logistikcenter beläget utanför Madrid. Bolaget erbjuder ett brett sortiment av racketar, skor, kläder och tillbehör från ledande varumärken, och levererar till stora delar av Europa samt andra internationella marknader. Snabba leveranser och kundsupport via både telefon och WhatsApp lyfts fram som starka konkurrensfördelar. PadelPROShop erbjuder även klubbavtal med volymrabatter och särskilda medlemsförmåner, vilket gör dem attraktiva för såväl privatpersoner som padelanläggningar²³.</p>	<p>Trustpilot score: 4,4/5,0</p> <p>★★★★★</p> <p>4 500 omdömen</p>

Konkurrens från lokala aktörer

Inom E-handelsvertikalen så möter man även stor konkurrens från flera lokala aktörer, både inom E-handel men också padelbutiker lokaliserade i padelhallar. Marknaden för olika sportartiklar är fragmenterad och präglas av flera lokala aktörer.

Urval av lokala aktörer

Sverige



Storbritannien



Norge



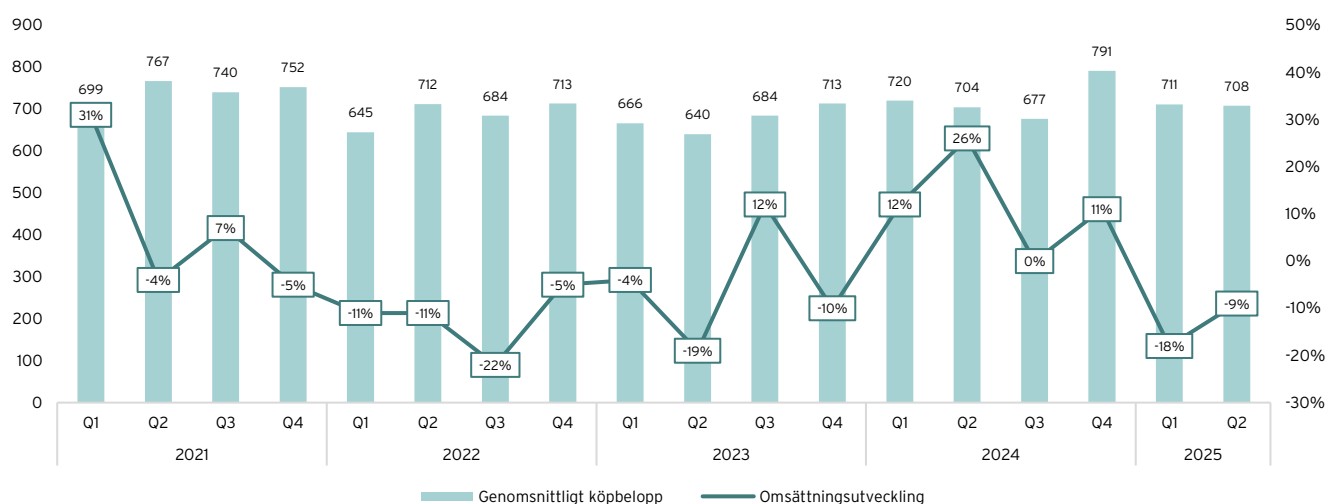
När man ser till de lokala aktörerna blir det tydligt att marknaden för padelutrustning och tillbehör är fragmenterad, med många mindre aktörer som konkurrerar på regional nivå. Dessa företag har ofta ett starkt lokalt fäste, vilket gör dem attraktiva för kunder som föredrar personlig service och snabb leverans. Samtidigt saknar de i regel den bredd inom produktsortiment samt de resurser som de större internationella aktörerna kan erbjuda.

För Acenta innebär den fragmenterade marknaden en dubbel utmaning men också en möjlighet. Å ena sidan måste Acenta förhålla sig till ett stort antal mindre konkurrenter som ofta är väldigt nischade och flexibla i sitt erbjudande. Å andra sidan kan Acenta differentiera sig genom att erbjuda en mer professionell struktur, högre tillförlitlighet och ett större produktutbud, samtidigt som man kapitaliserar på sin starka position inom byggnation och service av padelbanor.

Vår bild är att det finns flera aktörer på marknaden som gör det som Acenta gör inom sin E-handelsatsning Sport of Padel, men att Acenta är ensam kring att leverera hela upplevelsen med ett tillhörande ekosystem.

Den svenska marknaden för sportprodukter upplever en slagig utveckling och hade under två års tid en negativ omsättningsutveckling. Köpkraften ser ut att ha studsat tillbaka en aning sedan 2022-2023, då det genomsnittliga köpbeloppet ökat en del!

Konsumentmönster för sportartiklar, Sverige¹



Padelbollar

Konkurrensen inom padelbollar är enormt hög och här finns flera varumärken som ligger i framkant. Acentas varumärke Peliga har inte etablerats lika bra som konkurrerande varumärken, men det finns stor potential för Acenta att växa med Peliga när varumärket Acenta får ett ordentligt internationellt fäste.

Vad som skiljer de absolut bästa bollarna åt är marginella detaljer. Det som lyfts fram primärt är trycket i bollen och filt materialet på bollens ytskikt. Bland de högst rankade bollarna så lyfts ofta bollarnas snabbhet fram där vissa bollar passar tävlingsspelare bättre, troligtvis genom dess högre tryck som påverkar spelets snabbhet.

Genom att integrera Peliga som en del i Acentas erbjudande så skapas stora tillväxtpotentialer genom de distributionsavtal som Acenta knyter med kunderna som man skaffar genom byggnation och leverans av padelbanor. Genom denna typ av distributionsavtal så skapar Acenta en tydlig konkurrensfördel inom padelbollar redan från dag ett. Konkurrerande bollmärken kan även dem knyta distributionsavtal med padelhallar, men incitamentet genom Acentas erbjudande är högre då man som helhetsleverantör kan leverera fördelaktiga priser gentemot kunderna.

I dagsläget levererar Acenta Peligabollen genom varumärket Peliga samt Peliga PRO⁴. Peliga PRO nämns som Peligas bästa boll hittills, en snabbare och mer hållbar boll som är byggd för ultimata prestationer. Hur denna boll står sig mot övriga padelbollar är i dagsläget svårt att avgöra.

Vår bedömning är att Peliga möter tuff konkurrens inom B2C-segmentet men att det i dagsläget finns stor potential inom B2B-segmentet genom distributionsavtal med befintliga och framtida kunder. Nylanseringar inom Peliga kan vara en framtida drivare inom B2C-segmentet, men det är i dagsläget svårt att uttala sig om dess potential innan utvärderingar av padelbollar ute på marknaden.

Det har utförts flertalet olika tester av padelbollar av diverse aktörer där Heads padelbollar av modellen Padel Pro S kontinuerligt rankar högt.

Bäst i test av padelbollar

Utfört av	År utfört	1	2	3
bäst-i-test.se ²⁴	2025	Bullpadel Premium Pro	Head Padel Pro S	Wilson Performance Speed X3
merpadel.se ²⁵	2025	Adidas Speed RX	Head Padel Pro S+	RS Padel Champions Choice
kostnord.se ²⁶	2025	Head Padel Pro S	Wilson Performance Speed X3	Babolat Padel Ace
padelbollar.com ²⁷	2020	Head Padel Pro S	Head Padel Pro	Babolat Padel Tour
produktguide.se ²⁸	2025	Stiga Ace	Zerv Padel Master+	Head Padel Pro S+
friluftsdrommar.se ²⁹	2025	Head Padel Pro	Babolat Padel Tour	Bullpadel Premium Pro
bitg.se ³¹	2025	Wilson Performance Speed X3	RS Padel Champions Choice	Head Pro S

Peligas bollar Peligabollen och Peliga Pro finns i dagsläget inte med på någon bäst-test-rankning, vilket talar för vilken position Peliga har på marknaden i dagsläget. Givet Peligas begränsade fäste på marknaden så har Peligabollarna med stor sannolikhet inte inkluderats i dessa tester. Att Peligas kvalitet skulle vara sämre än konkurrenternas är kan därför vara en felaktig slutsats, eftersom de inte fått en chans att mäta sig mot de mest populära bollarna på marknaden. Givet att Acenta växer på marknaden och etablerar sig ordentligt som en helhetsleverantör på marknaden, så finns potential för Peliga att växa fram som ett mer etablerat varumärke inom padelmarknaden. Detta kan i sin tur ge ringar på vattnet och etablera Peliga som en given aktör inom segmentet för padelbollar.

Head Padel Pro S

En snabb och kraftfull turneringsboll med extra hårdhet och hög rebound, vilket ger ett mer fartfyllt spel och gör den lättare att slå ut från banan. Filten, framtagen specifikt för padel, bidrar till ökad hållbarhet och gör att spelet kan fortsätta i högt tempo utan att bollen snabbt tappas kvaliteten.



Wilson Performance Speed X3

Allroundboll med bra balans mellan spelkänsla, kvalitet och hållbarhet. Den något längre filten ger en medelhastighet som passar både träning, motion och tävling. Används officiellt på Svenska mästerskapet och Swedish Padel Tour.



Bullpadel Premium PRO

Snabb och hållbar turneringsboll med gummikärna i hög densitet som motverkar tryckförlust och förlänger livslängden. Ger extra fart i spelet och används officiellt på VM i padel. En storsäljare från Bullpadel som passar intensiva matcher.



RS Padel Champions Choice

Avancerad och snabb proffsboll framtagen med Robin Söderling. Två nivåer snabbare än Padel Tour X och utrustad med ny gummiteknik som ger en mjukare spelkänsla utan att förlora fart. Perfekt för spelare som vill ta sitt padel till nästa nivå.



Padelturneringar

Det finns flera olika padelturneringar på marknaden som Acenta möter konkurrens från. Vi ser dock turneringsinitiativen främst som en effektiv marknadsföringskanal med låg kundansaffningskostnad, snarare än en aktivitet med primärt syfte att generera vinst. Därför blir konkurrensen i detta segment inte lika central. Däremot är den relevant ur perspektivet att Acenta måste kunna marknadsföra sig framgångsrikt och etablera sitt varumärke internationellt.

I dagsläget har Acenta Padel Tour arrangerats i nordiska länder som Sverige och Norge, och framåt planeras även expansion till Storbritannien. Den geografiska breddningen är ett viktigt steg för att bygga kännedom på nya marknader. Genom att skapa en återkommande turneringsserie på flera marknader stärker Acenta möjligheten att bygga relationer med både spelare, klubbar och potentiella samarbetspartners, vilket i sin tur kan fungera som en språngbräda för vidare expansion.

Konkurrensen inom turneringsverksamheten kan beskrivas som relativt fragmenterad. Flera aktörer, både kommersiella bolag och organisationer, arrangerar tävlingar i syfte att stärka sitt varumärke, bygga relationer med spelare, attrahera partners och även i vinstdrivande syfte. Detta innebär att det inte alltid är det enskilda evenemanget som är avgörande, utan snarare de tillhörande effekterna som skapas genom dessa arrangemang. Vår bild är att det arrangeras många lokala turneringar av mindre karaktär som kan ses som en konkurrent till Acenta Padel Tour, men är mindre centralt än konkurrensen som Acenta möter inom de andra verksamhetsbenen.

Urval av nordiska turneringar



FIP-tävlingarna är en del av det globala tävlingssystemet som organiseras och sanktioneras av det internationella padelförbundet International Padel Federation. Tävlningarna arrangeras i nära samarbete mellan FIP och de nationella padelförbunden i respektive land, exempelvis Svenska Padelförbundet, Dansk Padel Forbund, Norges Padelforbund och Padel Finland. Tävlingsformatet är ofta uppdelat i olika nivåer såsom FIP Rise, FIP Star, FIP Bronze, FIP Gold och FIP Platinum. Genom de olika uppdelningarna kan spelare samla rankingpoäng och kvalificera sig till större mästerskap.



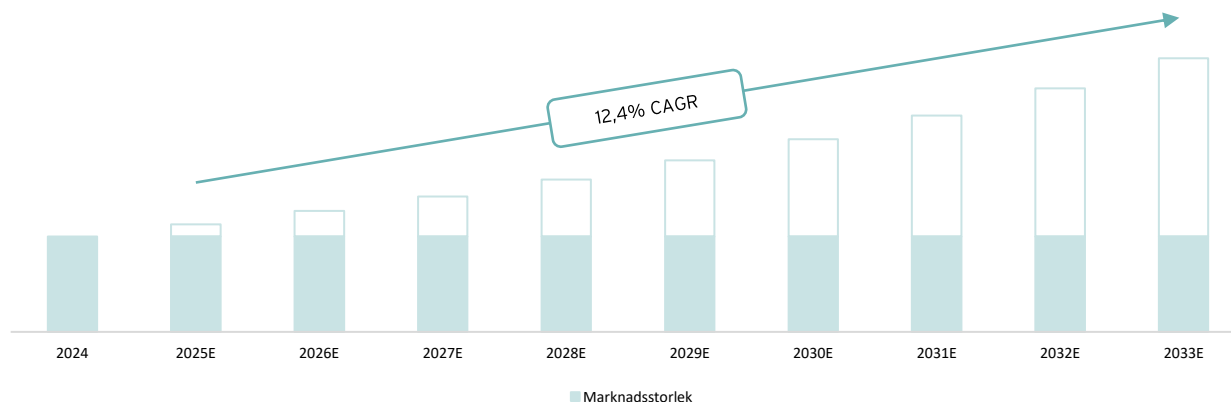
Premier Padel är den högsta internationella touren för professionell padel. Den lanserades 2022 av FIP tillsammans med Qatar Sports Investments. Touren är sanktionerad av FIP och är idag den officiella världstouren för sporten. Premier Padel skiljer sig från FIP:s övriga turneringar eftersom den samlar världseliten och fungerar som padelns motsvarighet till ATP- och WTA-tourerna i tennis. Här spelas de största tävlingarna med högst rankingpoäng, mest prispengar och störst medial exponering. Under 2024 slogs Premier Padel samman med World Padel Tour.



Den norska E-handelsaktören We Love Padel har även arrangerat ett flertal turneringar, ett turneringskoncept som konkurrerar mer mot Acenta. Denna strategi känner vi igen från Acentas affärsmodell, att bygga sitt varumärke bland de mest aktiva aktörerna på marknaden, de som utövar sporten. We Love Padel har bland annat arrangerat tävlingar i de norska kommunerna Ski, Bærum, Dal och Follestad i Oslo³⁵.

Den globala marknaden för padeltureringsresor väntas växa med en årlig tillväxttakt om 12,4 procent mellan 2025 och 2033. Tillväxten väntas bland annat att drivas av ett ökat antal turneringar internationellt samt den växande integrationen av resor, gästfrihet och sportupplevelser för både amatör- och professionella entusiaster³⁵.

Förväntad global marknadstillväxt för padeltureringsresor³⁵



Potentiella framtida finansieringslösningar

Acenta befinner sig idag i ett konstant behov av rörelsekapital för att kunna möta den starka efterfrågan på bolagets produkter och tjänster. Leasingmodellen innebär att kapital binds under en längre tid, vilket i sin tur försvårar finansieringen av framtida expansion. Ett sannolikt scenario framåt är därför att Acenta börjar sälja sina leasingavtal vidare genom factoring. I ett sådant upplägg överläts de framtida inbetalningarna från leasingavtalen till en tredje part, exempelvis ett finansbolag. Bolaget får då en engångsintäkt motsvarande avtalets värde, diskonterat med en ränta. Denna ränta utgör finansbolagets förtjänst, men innebär samtidigt en kostnad för Acenta i form av uteblivna framtida intäkter. Fördelen är att kapital frigörs direkt och kan användas för att accelerera expansionen på nya marknader. Beroende på hur bolaget väljer att redovisa detta, så kan antingen intäkten periodiseras eller bokföras direkt

I nuläget finansierar Acenta en del av sina leveranser genom framskjutna betalningar till leverantörer, som under Q1'25 uppgår till cirka 5,0 MSEK. Förskottsbetalningar från kunder kan till viss del avhjälpa behovet av rörelsekapital, men det skapar också en ökad finansiell press eftersom leverantörer ogärna vill ligga ute med varor och kunder inte alltid accepterar förskott. Acenta beskriver sig som sårbara till följd av den kapitalkrävande verksamheten. Detta gör att bolaget är mycket strikt på betalningssidan och inte kan ta risken att genomföra stora leveranser utan tillräckliga garantier för betalning. Det finns flera exempel där Acenta tackat nej till affärer eftersom kunden inte velat betala en deposition på omkring 50,0 procent vid avtalets undertecknande, utan endast erbjudit cirka 20,0 procent. Med en starkare kapitalbas hade dessa affärer inte behövt nekas, men i dagsläget begränsar kapitalbehovet bolagets handlingsutrymme.

Om Acenta skulle lyckas med att etablera factoringlösningar för sina framtida leasingavtal, bedömer vi att tillväxtutsikterna är goda. Finansieringen är idag den största flaskhalsen, inte efterfrågan, då intresset fortsatt är mycket starkt på bolagets nyckelmarknader. Via ett factoringupplägg så tror vi att intäkterna i resultaträkningen fortsatt kommer periodiseras över avtalsperioden, men redovisningseffekten innebär att kassaflödet stärks kraftigt direkt. Vi bedömer att Acentas implicita ränta som leasinggivare ligger i intervallet 10,0-15,0 procent. Eftersom kostnad såld vara kvarstår på samma nivå medan intäkterna reduceras, innebär factoring en press nedåt på bruttomarginalen. Samtidigt möjliggör denna typ av finansieringslösningar en betydligt snabbare tillväxt, då bolaget kan möta den höga efterfrågan som finns på deras marknader.

Acenta säljer i dagsläget de flesta banorna via direktförsäljning. Vi tror att detta fortsatt kommer vara en större del av Acentas erbjudande, men att leasingmodellen kommer växa sig större. I nedan tabeller redovisas potentiella utfall med leasingavtalen där Acenta dels behåller avtalen under hela avtalsperioden samt ett scenario där man säljer avtalen till ett factoringbolag. De antaganden som är gjorda är att factoringbolaget tar en avgift med en diskonteringsränta om 15,0 procent samt att intäkterna periodiseras under avtalsperioden. Man kan här se differensen i "periodiserad intäkt", vilket är bruttovinsten periodiserad över 60 månader.

Acenta driver just nu en kampanj på deras erbjudande med NXPadel, där man rabatterar ut banor för 26,9 KEUR med ett ordinarie pris på 33,4 KEUR. En bruttomarginal på 45,0 procent är även antagen i "utan factoring"-scenariot, vilket renderar i en bruttomarginal på 36,8 procent när man nyttjar sig av factoring.

Utan factoring

Antal banor	Totala intäkter	Kostnad såld bana	Bruttovinst	Leasingperiod	Periodiserad bruttovinst
1	350 000 SEK	-192 500 SEK	157 500 SEK	60 mån	2 625 SEK
2	700 000 SEK	-385 000 SEK	315 000 SEK	60 mån	5 250 SEK
3	1 050 000 SEK	-577 500 SEK	472 500 SEK	60 mån	7 875 SEK
4	1 400 000 SEK	-770 000 SEK	630 000 SEK	60 mån	10 500 SEK
5	1 750 000 SEK	-962 500 SEK	787 500 SEK	60 mån	13 125 SEK

Med factoring

Antal banor	Totala intäkter	Kostnad såld bana	Bruttovinst	Leasingperiod	Periodiserad bruttovinst
1	304 500 SEK	-192 500 SEK	112 000 SEK	60 mån	1 867 SEK
2	609 000 SEK	-385 000 SEK	224 000 SEK	60 mån	3 733 SEK
3	913 500 SEK	-577 500 SEK	336 000 SEK	60 mån	5 600 SEK
4	1 218 000 SEK	-770 000 SEK	448 000 SEK	60 mån	7 467 SEK
5	1 522 500 SEK	-962 500 SEK	560 000 SEK	60 mån	9 333 SEK

Finansiell ställning

Balansräkningen per den 31 mars 2025 speglar ganska tydligt den resa Acenta befinner sig på. Tillväxten är för tillfället snabb, men den binder också väldigt mycket kapital i både lager och kundfordringar, medan kassan i praktiken är minimal. Det negativa egna kapitalet visar att Acenta är ett bolag som växer med hjälp av extern finansiering snarare än genom egen lönsamhet. Det här är inte ovanligt i bolag som expanderar snabbt, men det innebär också att Acenta blir beroende av fortsatt kapitaltillförsel för att hålla tempot uppe. Acenta har i dagsläget en relativt ansträngd balansräkning, men vi bedömer att genom att man börjar sälja fakturor kan man stärka balansräkningen och på egen hand finansiera sin framtida tillväxt.

Immateriella tillgångar	Materiella tillgångar	Eget kapital
0,4 MSEK	0,2 MSEK	-11,3 MSEK
Kassa	Räntebärande skulder	Nettoskuld
0,1 MSEK	5,3 MSEK	5,2 MSEK

Finansiella mål

Acenta har kommunicerat en målsättning om att nå en nettoomsättning på cirka 35,0 MSEK för helåret 2025. Under årets första kvartal levererade man en omsättning om 7,0 MSEK vilket innebär att man ligger enligt plan, då 20,0 procent av målet är uppnått.

Helåret 2025

Nettoomsättning:	35,0 MSEK
-------------------------	-----------

Ägarbild

Utestående aktier	Aktiekurs	Börsvärde
4 017 041	9,72 SEK	39,0 MSEK
Antal aktieägare	Insynsägande	Free float
4 981	59,4 %	40,6 %

Bolagets största ägare, Plan Investor AS, ägs till hälften av bolagets VD Håkan Tollefsen, och till andra hälften av Erik Tjelta, bolagets CFO. VD Håkan Tollefsen äger även aktier privat vilket innebär att hans totala ägande uppgår till (18,2 %) aktierna i bolaget.

Bland övriga insynspersoner återfinns styrelseordförande Magnus Waller (16,1 %), Managing Director Global Operations, Carsten Johansen (11,5 %) och Toydarin Capital AB (1,6 %), vilka tillsammans kontrollerar 29,2 % av aktierna.

	Ägare	Antal aktier (m)	Kapital
1.	Plan Investor AS* 	1,18	29,3%
2.	Magnus Waller 	0,65	16,1%
3.	Carsten Johansen 	0,46	11,5%
4.	Håkan Tollefsen 	0,14	3,5%
5.	Doclab AS	0,13	3,1%
6.	Hannibal AS	0,09	2,4%
7.	Dividend Sweden AB	0,09	2,2%
8.	Avanza Pension	0,07	1,7%
9.	Stig Holten	0,07	1,6%
10.	Toydarin Capital AB 	0,06	1,6%

*Ägs till 50/50 av Håkan Tollefsen (VD) och Erik Tjelta (CFO)

Styrelse

Håkan Johansson, styrelseordförande



Bakgrund: Född 1966. Civilekonom Handelshögskolan. Håkan Johansson har 25 års erfarenhet som managementkonsult med inriktning på organisationsutveckling och ledarskap inom bl.a. IT, konsumentvaror och e-handel. Håkan har flerårig erfarenhet som styrelseordförande i privata och ideella organisationer. Han arbetar idag främst med snabbväxande bolag under snabb förändring

Innehav: 9 590 aktier genom bolag

Inte oberoende i förhållande till Acenta, men oberoende till bolagsledningen och större aktieägare.

Jacob Dalborg, styrelseledamot



Bakgrund: Född 1970. Civilekonom Handelshögskolan. Jacob har under mer än 12 år innehaft olika VD positioner inom Bonnier Koncernen och är medgrundare i två investmentbolag samt innehar flertalet styrelseuppdrag.

Innehav: 82 102 aktier genom bolag

Oberoende i förhållande till Acenta, bolagsledningen och större aktieägare

Håkan Tollefsen, styrelseledamot



Bakgrund: Född 1972. Med nästan 25 års omfattande erfarenhet av entreprenörskap och har arbetat som högsta ledning i flera företag specialiserade på telekom och IT, finansiella tjänster, media, detaljhandel och fastigheter. Håkan har lång erfarenhet av strategisk ledning, affärsbedömning och företagsutveckling och har haft olika styrelseuppdrag i både publika och privata företag internationellt.

Innehav: 1194 821 aktier via bolag och 140 811 aktier privat

Inte oberoende i förhållande till Acenta, bolagsledningen och större aktieägare

Magnus Waller, styrelseledamot



Bakgrund: Född 1970. Magnus är serieentreprenör och medgrundare till bolag som ZignSec AB och Payground AB. Styrelseledamot i MedHelp Care Aktiebolag. Expert inom Payments och RegTech. Magnus har en Bachelor of Arts i internationella relationer från Wittenberg University, OH, USA.

Innehav: 505 918 aktier via bolag

Oberoende i förhållande till Acenta, bolagsledningen och större aktieägare

Ledning

Håkan Tollefsen, VD



Bakgrund: Född 1972. Med nästan 25 års omfattande erfarenhet av entreprenörskap och har arbetat som högsta ledning i flera företag specialiserade på telekom och IT, finansiella tjänster, media, detaljhandel och fastigheter. Håkan har lång erfarenhet av strategisk ledning, affärsbedömning och företagsutveckling och har haft olika styrelseuppdrag i både publika och privata företag internationellt.

Innehav: 1194 821 aktier via bolag och 140 811 aktier privat

Inte oberoende i förhållande till Acenta, bolagsledningen och större aktieägare

Erik Tjelta, CFO



Bakgrund: Född 1977. Utbildad revisor. Mångårig erfarenhet från revision bl.a. inom KPMG samt har haft flera tidigare uppdrag som CFO. Från 2009 till 2022 har Erik tillsammans med två ytterligare delägare byggt upp redovisningsbolaget Athene Group (med kontor i bl.a. Oslo, Stavanger, Kristiansand och Stockholm) från 0 till över 100 miljoner NOK i omsättning innan en partiell exit genomfördes 2022. Erik har även erfarenhet från flera styrelseuppdrag.

Innehav: 589 104 aktier via Plan Investor AS (ägs 50/50 av VD och CFO)

Inte oberoende i förhållande till Acenta, bolagsledningen och större aktieägare

Risker

Högt rörelsekapitalbehov

Acentas affärsmodell binder upp mycket kapital och de har för tillfället en relativt ansträngd balansräkning. Bolaget erbjuder sina kunder både leasingavtal som sträcker sig över 15-20 månader, samt direktköp. Innan dessa kan levereras krävs kapital för att finansiera inköp av banor, vilket är något som Acenta för tillfället ser över. I dagsläget arbetar Acenta på olika finansieringslösningar och diskuterar med olika finansinstitut för att hitta den bästa långsiktiga och hållbara finansieringslösningen, både för deras kunder och för deras egen långsiktiga tillväxt.



Medel

Förvärv

Bolaget genomför kontinuerligt förvärv för att komplettera sitt erbjudande om att bli en heltäckande digital plattform inom padelindustrin. Bolagets förvärv kan till viss grad ifrågasättas då bolaget är i ett stort behov av rörelsekapital för att leverera padelbanor. Exempelvis kommer förvärvet av inkråmet i Padelappen belasta kassaflödet negativt med 1,3MSEK under Q1'26, dock genom en emission. Utvecklas inte förvärvet som bolaget vill så hämnar denna typ av förvärv bolagets framtida tillväxtmöjligheter.



Hög

Dålig kapitalallokering

Acenta bedriver idag flera olika tillväxtinitiativ för att etablera Acenta som den självklara aktören på padelmarknaden. Samtliga verksamhetsben binder mycket kapital vilket skapar risker för dålig kapitalallokering. I dagsläget finns en otroligt stark efterfrågan på byggnation och leverans av padelbanor, ett verksamhetsben som binder väldigt mycket kapital. Det går därför att ifrågasätta bolagets kapitalallokering när man för tillfället inte har tillräckligt med rörelsekapital för att leverera till den efterfrågan man har, men parallellt prioriterar att bygga upp varulager inom sin E-handel till exempel.



Hög

Framtida kapitalbehov

Acenta är i ett ständigt behov av rörelsekapital för att fortsätta finansiera sin tillväxt. Givet att efterfrågan är hög och finansieringsmöjligheterna begränsade, så finns en stor sannolikhet att Acenta kommer att utföra nyemissioner för att finansiera framtida tillväxt. Detta innebär en utspädning för befintliga aktieägare, vilket allt annat lika minskar värdet på det investerade kapitalet. En emission i sig är däremot inte nödvändigtvis dålig, då det intagna kapitalet troligtvis snabbt kan konverteras till försäljning.



Medel

Negativt eget kapital

Acenta har i dagsläget negativt eget kapital vilket innebär att bolagets skulder är högre än dess tillgångar. Skulle Acenta exempelvis likvideras i dagsläget så skulle inte tillgångarna kunna säljas och täcka värdet på skulderna. För att vända det negativa egna kapitalet krävs att Acenta förbättrar sina vinster, vilket bygger upp det egna kapitalet organiskt. Det finns även andra lösningar som nyemissioner, skuldkonvertering och nedskrivning av skulder. Ett negativt eget kapital försämrar förtroendet från kreditgivare, något som Acenta kontinuerligt är i behov utav.



Medel

Marknadsrisk

Acenta utnyttjar för tillfället den enormt starka efterfrågan som finns på marknaden, då padelmarknaden är under en stark tillväxt. Om tillväxten på Acentas nyckelmarknader skulle mattas av, så kommer det för Acenta innebära lägre efterfrågan och således lägre tillväxt. Minskar efterfrågan på att spela padel, så minskar även nybyggnationen och försäljning av padeltillbehör.



Medel

Värdering

Key stats

Antal aktier	4 017 041	Börsvärde (MSEK)	39,0
Aktiekurs (SEK)	9,72	Nettoskuld (MSEK)	5,2
		Enterprise value (MSEK)	44,3

Rullande 12 månader

Nettoomsättning	n/a	EV/S	n/a
EBIT	n/a	EV/EBIT	n/a
Vinst	n/a	P/E	n/a
FCF	n/a	EV/FCF	n/a

Källa: Börsdata

Historiskt snitt

	EV/S	EV/EBIT	P/E	EV/FCF
Snitt 3 år	n/a	n/a	n/a	n/a
Snitt 5 år	n/a	n/a	n/a	n/a

Källa: Börsdata

Nyckeltal

Bruttomarginal	EBITDA-marginal	EBIT-marginal	Vinstmarginal
n/a	n/a	n/a	n/a
OPCF-marginal	FCF-marginal	ROE	ROIC
n/a	n/a	n/a	n/a

Källa: Börsdata

Peers

I vår relativvärdering av Acenta har vi fokuserat på ett urval internationella aktörer verksamma inom sportinfrastruktur och närliggande områden. Det gemensamma temat är att bolagen bland annat tillverkar och levererar sportgolv, träningsutrustning och andra lösningar för arenor, idrottsanläggningar och kommersiella miljöer. Gemensamt är att de kombinerar bygg- och materialkompetens med en tydlig inriktning mot sport och träning, vilket gör dem relevanta jämförelsebolag till Acenta.

Jämförelsebolagen handlas till relativt höga multiplar, med en snittvärdering på 29,4x EV/EBIT och 9,2x EV/EBITDA. Anledningen till att snittvärderingen på EV/EBIT är markant högre än EV/EBITDA beror främst på att Tarkett SA redovisar en EBIT om 19,4 MEUR men en EBITDA om 258,0 MEUR. Väljer man istället att fokusera på medianmultipeln så handlas peer-gruppen till en EV/EBIT om 16,6x. Urvalet är dock begränsat, vilket minskar precisionen i jämförelsen. Urvalet är även noterade på marknader utanför Sverige samt har ett högre marknadsvärde än Acenta, vilket generellt brukar premieras då större flöden kan flöda i aktien när marknadsvärdet är högre. Vi bedömer därför att jämförelsen bör tolkas mer som en riktlinje än ett exakt värderingsintervall. Vi anser dock att analysen ger en indikation på hur bolag likt Acenta kan värderas.

Värderingar inom sportinfrastruktur

Bolag	Marknad	Börsvärde	EV	EBIT R12		EBITDA R12		BM	Lönsamhet R12	
				EBIT	EV/EBIT	EBITDA	EV/EBITDA		EBIT %	EBITDA %
Tarkett SA	Equiduct	1 075,0	1 691,0	19,4	87,2	258,0	6,6	19,2%	0,6%	7,7%
Technogym	FTSE Italia	2 857,0	2 659,0	136,0	19,6	194,0	13,7	68,8%	14,2%	20,3%
Forbo Holding AG	Cboe Europe	1 147,0	1 105,0	102,0	10,8	150,0	7,4	33,8%	9,3%	13,7%
Interface, INC	NASDAQ	1 592,0	1 860,0	147,0	12,7	189,0	9,8	37,6%	10,9%	14,0%
Mohawk Industries	NYSE	8 352,0	10 435,0	627,0	16,6	1 235,0	8,4	19,9%	0,9%	11,6%
Snitt		3 004,6	3 550,0	206,3	29,4	405,2	9,2	35,9%	7,2%	13,5%
Median		1 592,0	1 860,0	136,0	16,6	194,0	8,4	33,8%	9,3%	13,7%

För att öka relevansen har vi även kompletterat analysen med ett urval svenska konsumentbolag. Syftet är att bredda värderingsbasen och ge en mer nyanserad bild av hur marknaden värderar bolag med konsumentfokus. Även om urvalsgruppens affärsmodell skiljer sig markant från Acentas huvudverksamhet, ser vi peer-gruppen som en relevant jämförelse eftersom det i båda fallen är konsumenterna som driver efterfrågan på bolagens produkter. Därtill bedriver Acenta även e-handel, om än som en mindre andel av den nuvarande försäljningen.

Jämförelsen med svenska konsumentbolag ger ytterligare stöd för att Acenta kan nå en högre värderingsmultipl. Snittvärderingen i gruppen ligger på 18,7x EV/EBIT och 11,7x EV/EBITDA. Värderingsmultiplarna ligger ungefär i linje med bolag på den internationella marknaden för sportinfrastruktur.

Liknande värderingsnivåer bland svenska konsumentbolag

Bolag	Börsvärde	EV	EBIT R12		EBITDA R12		BM	Lönsamhet R12	
			EBIT	EV/EBIT	EBITDA	EV/EBITDA		EBIT %	EBITDA %
BHG Group	4 968,0	5 986,0	neg.	n/a	688,0	8,7	25,9%	neg.	6,8%
Boozt	6 312,0	6 732,0	486,0	13,9	768,0	8,8	38,2%	5,9%	9,3%
Bubbleroom	71,0	29,0	neg.	n/a	neg.	n/a	64,2%	neg.	neg.
Desenio	383,0	717,0	neg.	n/a	75,1	9,5	85,1%	neg.	9,2%
Lyko	2 208,0	3 329,0	144,0	23,1	319,0	10,4	44,3%	3,9%	8,6%
Nelly Group	2 275,0	2 260,0	137,0	16,5	190,0	11,9	53,5%	11,7%	16,3%
Revolutionrace	5 237,0	5 060,0	357,0	14,2	366,0	13,8	69,8%	18,6%	19,0%
RugVista	1 634,0	1 612,0	72,7	22,2	93,4	17,3	62,6%	9,9%	12,7%
Söder Sportfiske	230,0	199,0	9,0	22,1	14,9	13,4	39,4%	3,8%	6,3%
Snitt	2 590,9	2 880,4	201,0	18,7	314,3	11,7	53,7%	9,0%	11,0%
Median	2 208,0	2 260,0	140,5	19,3	254,5	11,2	53,5%	7,9%	9,3%

Sammantaget visar jämförelsen med internationella sportinfrastrukturbolag och svenska konsumentbolag att de handlas på högre värderingsmultiplar. Vi anser dock att Acenta i dagsläget motiverar en viss rabatt relativt dessa, givet att Acenta ännu inte har bevisat sin affärsmodell i större skala, har lägre potential för marginalexpansion, är i ett ständigt behov av rörelsekapital samt har ett lägre börsvärde vilket begränsar större flöden. Vi bedömer därför att en multipl om 12x på vår prognostiserade EBIT för 2027E är rimlig i nuläget.

Estimat fram till 2027E

Vår bedömning är att Acentas efterfrågan är väldigt hög i dagsläget och att den enda flaskhalsen är tillgången till kapital. Våra estimat grundar sig i att bolaget åtar sig flertalet leasingupplägg framöver, något som bolaget beskriver finns en enorm efterfrågan på. Vi antar vidare att leasingavtalen kommer till viss del säljas via factoring för att frigöra kapital, vilket kommer öka intäkterna men pressa bruttomarginalen en aning. På kortare sikt har vi noterat via diverse hemsidor att Padel 100-projektet slutförts under augusti månad, vilket innebär att mellan 50-100 banor levererats under Q2 och Q3 på Irland. Detta tror vi kommer bidra till en ökad tillväxt och ta Acenta till en nettoomsättningsnivå på 33,7 MSEK 2025E, vilket ligger i linje med deras målsättning. Förvärvet av Padelappen finansieras genom två trancher, där den andra och sista tranchen sker via en emission den 1 mars 2026 till ett belopp om 1,3 MSEK. I vårt huvudscenario utgår vi från att emissionen genomförs till den nuvarande aktiekursen om 9,7 SEK, vilket motsvarar en utspädning på cirka 3,1 procent av det totala antalet aktier.

(MSEK)	2022	2023	2024	2025E	2026E	2027E
Nettoomsättning	n/a	n/a	n/a	33,7	57,4	79,6
% y-o-y	n/a	n/a	n/a	n/a	70,3%	38,7%
Övriga intäkter	n/a	n/a	n/a	0,0	0,0	0,0
Totala intäkter	n/a	n/a	n/a	33,7	57,4	79,6
EV/S	n/a	n/a	n/a	1,3	0,8	0,6
Bruttoresultat	n/a	n/a	n/a	14,2	23,6	32,1
Bruttomarginal	n/a	n/a	n/a	42,1%	41,1%	40,3%
% y-o-y	n/a	n/a	n/a	n/a	66,3%	36,0%
Rörelsekostnader	n/a	n/a	n/a	-14,4	-22,3	-26,1
% y-o-y	n/a	n/a	n/a	n/a	54,7%	17,3%
EBIT	n/a	n/a	n/a	-0,2	1,3	5,9
EBIT-marginal	n/a	n/a	n/a	neg.	2,3%	7,5%
% y-o-y	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	353,0%
EV/EBIT	n/a	n/a	n/a	neg.	33,8	7,5

Vi har valt att värdera Acenta utifrån en multipel om 12x EBIT för helåret 2027E. Multipeln speglar värderingsnivån hos peers, samtidigt som vi tar hänsyn till att Acenta ännu inte har bevisat sin affärsmodell i större skala. Detta ger oss i sin tur ett börsvärde och en motiverad aktiekurs beräknat på 2027E. Vi har även valt att visa värderingen när vi applicerat en säkerhetsmarginal om 30,0 % på våra estimat.

Värdering

	Multipel	EBIT 2027E	Börsvärde (MSEK)	Aktiekurs (kr)
2027E	12	5,9	71,3	17,2
Säkerhetsmarginal (30%)	12	4,2	49,9	12,1

Nedan följer potentiell avkastning på 2027E om Acenta utvecklas likt våra estimat i huvudscenariot.

Potentiell avkastning

	Huvudscenario			Säkerhetsmarginal (30%)		
	Faktor	Procent	CAGR	Faktor	Procent	CAGR
2027E	1,77	77,1%	25,7%	1,24	24,0%	9,0%

Nedan följer en känslighetsanalys som visar hur den potentiella avkastningen utvecklas givet olika applicerade multiplar.

Känslighetsanalys

EBITx	Huvudscenario 2027E			Säkerhetsmarginal (30%)		
	Börsvärde (MSEK)	Aktiekurs (kr)	Förändring %	Börsvärde (MSEK)	Aktiekurs (kr)	Förändring %
8	47,5	11,5	18,1%	33,3	8,0	-17,3%
9	53,5	12,9	32,8%	37,4	9,0	-7,0%
10	59,4	14,3	47,6%	41,6	10,0	3,3%
11	65,4	15,8	62,4%	45,8	11,0	13,7%
12	71,3	17,2	77,1%	49,9	12,1	24,0%
13	77,3	18,7	91,9%	54,1	13,1	34,3%
14	83,2	20,1	106,6%	58,2	14,1	44,6%
15	89,1	21,5	121,4%	62,4	15,1	55,0%

Källor

1. <https://www.svenskhandel.se/api/documents/e-handelsindikatorn-juni-juli-2025.pdf>
2. <https://thepadelpaper.com/playtomic-global-padel-report-2025/>
3. <https://www.deloitte.com/se/sv/about/press-room/padelindustrin-vntas-v-xa-till-6-miljarder-euro-till-2026.html>
4. https://www.linkedin.com/posts/peliga_peligapro-padel-nextlevel-activity-7361002276586450944-BYi5?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rcm=ACoAADrcq4EBwZCrDyF2SvctI-IN3XaRQ312tKq
5. <https://peliga.com/sv/pages/the-story>
6. <https://padeldirekt.se/2022/03/15/peliga-ar-forsta-svenska-padelvarumarket-att-lansera-pantbara-bollror-var-planet-behover-karlek>
7. https://peliga.com/sv/pages/recycle-it?srsItid=AfmBOooXM874T68Bx9Y7LxO0dF5Bfiapi-k_olkekq3KsnObqL5b_dWy
8. <https://www.businessresearchinsights.com/market-reports/padel-market-102910>
9. <https://www.marketgrowthreports.com/market-reports/padel-sports-market-104681>
10. <https://www.zionmarketresearch.com/report/padel-sports-market>
11. <https://www.intelmarketresearch.com/consumer-goods-and-services-837>
12. <https://www.globalgrowthinsights.com/market-reports/padel-sports-market-102186D>
13. <https://www.cognitivemarketresearch.com/padel-sports-market-report>
14. <https://padelalba.com/>
15. <https://www.mejorset.com/eng>
16. <https://padelgalis.com/en/>
17. <https://www.porticosport.com/>
18. <https://www.padel10.com/en>
19. <https://www.nxpadel.com/en/partners>
20. <https://www.padelnuestro.com/int/about-us?>
21. <https://padelmarket.com/sv-eu/pages/vilka-vi-ar?>
22. <https://www.padeliberico.es/en/>
23. <https://padelproshop.com/en>
24. <https://www.xn--bst-i-test-q5a.se/padelboll>
25. <https://merpadel.se/utrustning/padelbollar/>
26. <https://www.kostnord.se/traning-och-halsa/padelbollar>
27. <https://padelbollar.com/>
28. <https://www.produktguide.se/kategorier/sport-och-fritid/racketsport/padelbollar>
29. <https://xn--friluftsdrmmar-4pb.se/basta-padelbollar/>
30. <https://www.testfakta.se/sv/sport-fritid/article/padelbollen-som-haller-langst>
31. <https://www.bitg.se/kategorier/sport-and-fritid/racketsport/padelbollar>
32. https://www.linkedin.com/posts/acentagroup_special-offer-complete-padel-courts-together-activity-7368210699921088512-uoJK?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rcm=ACoAADrcq4EBwZCrDyF2SvctI-IN3XaRQ312tKq
33. <https://www.wlp.no/past-tournaments>
34. <https://mf.se/beq/a/acentagroup/acentagroup-tecknar-exklusivt-partnerskapsavtal-med-ett-ordervarde-om-minst-cirka-3-6-meur-26217292>
35. <https://growthmarketreports.com/report/padel-tournament-travel-market>
36. <https://mf.se/beq/a/acentagroup/acentagroup-lanserar-peliga-pro-padel-ball-utvecklad-for-prestanda-hallbarhet-och-marknadstillvaxt-4df8ae43>

Disclaimer

Kalqyl Analys Norden AB bedriver verksamhet avseende bolag- och aktieanalys där information har sammanställts utifrån källor som Kalqyl bedömer är tillförlitliga. Informationens riktighet kan Kalqyl dock inte garantera, och inget som skrivs i analysen ska eller bör betraktas som en rekommendation till investering av något slag.

Denna analys är en uppdragsanalys där det analyserade Bolaget har ingått avtal med Kalqyl avseende analys. Analysen/erna publiceras antingen vid enskilt tillfälle, eller per löpande basis under avtalsperioden mot en sedvanlig ersättning.

Åsikter och slutsatser som återfinns i analysen är enbart avsedd för mottagaren. Kalqyl ska ej hållas ansvariga för vare sig direkta eller indirekta skador som orsakats av beslut på grund av information i denna analys.

Alla investeringar i finansiella instrument är förknippade med ekonomisk risk, och historisk avkastning ger ingen garanti för framtida avkastning. Kalqyl och samtliga medarbetare i organisationen får ej handla värdepapper i kundbolag från och med det tillfälle som ansvarig analytiker initierar arbetet med den aktuella analysen, och till dess att analysen varit publicerad i 48h.

Intressekonflikt

Albin Eriksson äger inte aktier i det analyserade bolaget

Analysen är en uppdragsanalys