

2025-08-11

Vi inleder bevakning på mResell, en ledande svensk aktör inom re-commerce som specialiserar sig på rekonditionerade Apple-produkter för privatpersoner och företag. Bolaget har utvecklat en AI-baserad plattform som optimerar och automatiserar stora delar av värdekedjan. Plattformen möjliggör global räckvidd och förbättrar både direktförsäljning och integration med externa marknadsplatser. mResell har etablerat sig i tio länder och levererat produkter till över 300 000 kunder i Sverige och internationellt sedan grundandet 2012.

Skala driver lönsamhet

mResell har utvecklat en AI-baserad plattform som optimerar och automatiserar stora delar av värdekedjan i realtid. Tekniken möjliggör en skalbar affärsmodell där bolaget kan upprätthålla konkurrenskraftiga bruttomarginaler och snabbt anpassa sig till förändringar i marknaden. Rekonditionering av IT-utrustning är en volymdriven verksamhet där datadrivna processer och starkare inköpskanaler skapar förutsättningar att skala på de fasta kostnaderna som rekonditioneringen medför. Kapitaltillskottet på 15,2 MSEK i juli stärkte balansräkningen och skapar finansiella förutsättningar att öka andelen direktinköp. Vi bedömer att detta kommer accelerera den organiska tillväxten och påskynda vägen mot lönsamhet.

Positionerad för tillväxt - både organiskt och via förvärv

Marknaden är fragmenterad, vilket öppnar för en konsolidering i branschen. Framgång kräver i mångt och mycket en datadriven strategi, vilket mResell är väl positionerat att dra nytta av. Bolagets avancerade infrastruktur möjliggör dessutom en effektiv integration av förvärv i sitt digitala ekosystem, vilket kan skapa betydande synergier i verksamheten. Strategin är att förvärva bolag som kan bredda produktutbudet, addera leasingtjänster och optimera inköpskanaler. Vi betraktar strategiska förvärv som ett värdefullt komplement till den organiska tillväxten för att snabbare uppnå kritisk massa och ökad lönsamhet.

Outlook

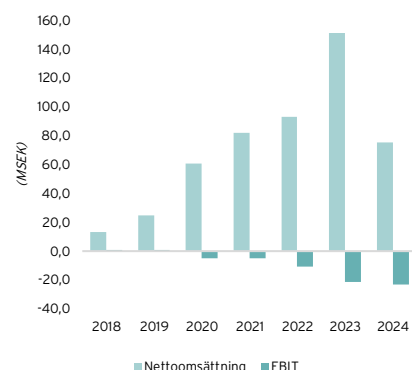
mResell har potential att bygga ett lönsamt och hållbart bolag genom en kombination av organisk tillväxt och kompletterande förvärv. Vi anser att den fragmenterade marknaden, en ökad efterfrågan på rekonditionerad IT och bolagets datadrivna plattform skapar gynnsamma förutsättningar för att accelerera tillväxten och stärka marknadspositionen. Vi bedömer att mResell har goda möjligheter att uppnå kritisk massa och långsiktig lönsamhet genom sin datadrivna strategi och skalbara affärsmodell. Vårt motiverade värde för 2027E uppgår till 9,2 SEK per aktie, vilket motsvarar en uppsida om 162,4 %.

(MSEK)	2023	2024	2025E	2026E	2027E
Nettoomsättning	151,2	75,6	134,4	218,2	293,3
Tillväxt y-o-y	62,0%	-50,0%	77,9%	62,3%	34,4%
Aktiverat arbete	0,0	3,0	3,3	4,0	3,0
Övriga intäkter	1,1	0,4	0,5	0,4	0,4
Summa intäkter	152,3	79,0	138,2	222,6	296,7
EV/S	1,1	2,3	1,3	0,8	0,6
Bruttoresultat	20,2	16,3	25,7	47,8	67,8
Bruttomarginal	13,4%	21,6%	19,1%	21,9%	23,1%
Rörelsekostnader	-42,5	-43,1	-34,9	-37,9	-42,4
Tillväxt y-o-y	37,5%	1,3%	-19,0%	8,6%	11,9%
EBIT	-21,3	-23,3	-5,4	14,3	28,8
EBIT-marginal	-14,1%	-30,9%	-4,0%	6,5%	9,8%
EV/EBIT	neg.	neg.	neg.	12,2	6,0

Fakta

VD	Patrik Christiansen
Lista	Spotlight
Ticker	MRSELL
Aktiekurs (SEK)	3,5
Antal aktier (Miljoner)	36,7
Börsvärde (MSEK)	128,3
Nettoskuld (MSEK)	31,0
EV (MSEK)	159,3
Insiderägande	19,6%
Nästa rapport	2025-08-28

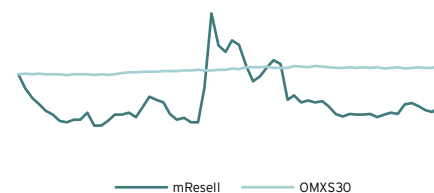
Helårsutveckling



Analytiker

Kalqyl Research
info@kalqyl.se

Kursutveckling sedan notering



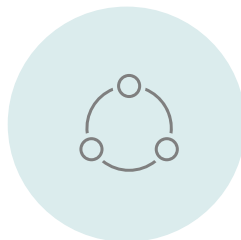
Kursutveckling %	1 m	3 m	12m
mResell	-12,2%	53,5	-

Key Insights



AI-baserad plattform

mResell är en ledande svensk aktör inom re-commerce som erbjuder ett brett utbud av rekonditionerade Apple-produkter till privatpersoner och företag. Bolaget har utvecklat en avancerad AI-baserad plattform som effektiviserar inköp, lagerhantering, marknadsföring och försäljning. Genom optimering och automatisering av stora delar av värdekedjan i realtid kan mResell skala verksamheten, upprätthålla konkurrenskraftiga bruttomarginaler och snabbt anpassa sig till förändringar i marknaden. Bolagets ambition är att växa både organiskt och via förvärv.



Omställning mot cirkulär ekonomi

Rekonditionering förlänger livslängden på IT-utrustning genom noggrann uppgradering och kvalitetskontroll. Det är en hållbar och cirkulär lösning som minskar elektronikavfall, sparar naturresurser och minskar koldioxidutsläpp jämfört med nyproduktion. För konsumenter och företag innebär det också en kostnadseffektiv möjlighet att få tillgång till högkvalitativ teknik till ett lägre pris. Marknaden för rekonditionerad IT har vuxit kraftigt de senaste åren, där mResell har etablerat en stark position inom Apple-produkter.



Skala driver lönsamhet

mResell har tidigare varit begränsat av en låg rörelsekapitalnivå, vilket hållit tillbaka både tillväxt och lönsamhet. Den riktade emissionen om 15,2 MSEK i juli förändrar dock förutsättningarna väsentligt. Det nya kapitalet ger bolaget möjlighet att öka andelen direktinköp, vilket väntas accelerera tillväxttakten, förbättra bruttomarginalen genom starkare inköpsvillkor och skapa skalfördelar. En högre tillväxttakt ökar i sin tur möjligheten att nå kritisk massa och etablera en uthålligt lönsam affärsmodell.

"Sedan jag tillträdde som VD för tre år sedan har vårt främsta fokus varit att bygga en stark och skalbar affärsmodell som omfattar hela värdekedjan - från inköp av begagnade Apple-produkter till rekonditionering och försäljning via både vår egen plattform och globala marknadsplatser. Genom att ha full kontroll över processen har vi skapat en stabil grund för tillväxt, stärkt vår konkurrenskraft och lagt grunden för långsiktig lönsamhet."

- Patrik Christiansen, VD på mResell

Investeringscase

- Innovativ teknologi med AI-baserad plattform
- Skalbar och flexibel affärsmodell
- Stor marknadspotential
- Tydligt miljö- och hållbarhetsfokus
- Tillgång till rörelsekapital möjliggör accelererad tillväxt
- Begränsat investeringsbehov
- Framtida diversifierade intäktströmmar
- Mer direktinköp förbättrar lönsamheten
- Förvärvsdriven tillväxtstrategi
- Potential inom leasing

Kort om bolaget

mResell är en ledande svensk aktör inom re-commerce som specialiserar sig på rekonditionerade Apple-produkter för både privatpersoner och företag. Bolaget har ett team av certifierade tekniker som säkerställer att varje enhet genomgår en noggrann rekonditioneringsprocess, där service och reparationer utförs för att upprätthålla högsta möjliga kvalitet. Produkterna säljs antingen via bolagets egen webbplats eller genom externa marknadsplatser. Sedan grundandet 2012 har mResell expanderat till tio länder och levererat produkter till över 300 000 kunder både i Sverige och internationellt.

För att effektivisera verksamheten har bolaget utvecklat en AI-baserad plattform som optimerar inköp, lagerhantering, marknadsföring och försäljning. Den datadrivna strategin bidrar till att upprätthålla konkurrenskraftiga bruttomarginaler och snabbt anpassa sig till förändringar i marknaden. Tekniken möjliggör även en skalbar affärsmodell där mResell kan bredda verksamheten bortom Apple-produkter, expandera till nya geografiska marknader och nå fler kundsegment.

Tillväxtstrategin kombinerar organisk expansion med kompletterande förvärv, där mResell kan nyttja AI-plattformen för att integrera nya bolag och skapa synergier inom inköp, logistik och försäljning. Den avancerade digitala infrastrukturen möjliggör en smidig integration av förvärvade bolag i ekosystemet, vilket stärker verksamheten och skapar förutsättningar för långsiktig lönsamhet. Med en växande marknad för rekonditionerad IT och en skalbar affärsmodell har mResell förutsättningar att fortsätta sin expansion och stärka sin position som en ledande aktör inom re-commerce.

Organisationen består av 19 medarbetare, varav fem är konsulter. VD och storägare är Patrik La Placa Christiansen, som tillträdde rollen 2020. Bolaget har sitt huvudkontor i Stockholm och noterades på Spotlight Stock Market under 2025 för att fortsätta sin tillväxtresa genom både organisk expansion och strategiska förvärv.



Verksamhet

Rekonditionering



Produkter

Brett utbud av Apple-produkter



Kundsegment

B2C och B2B



Försäljningsmarknad

Sverige och internationellt

Historik

mResell grundades 2013 med ambitionen att skapa en trygg och hållbar marknadsplats för rekonditionerade Apple-produkter. Bolaget identifierade en möjlighet att etablera sig som en professionell aktör som erbjuder begagnade Apple-enheter av hög kvalitet med tillhörande garanti. Verksamheten bidrar till en mer cirkulär ekonomi genom att förlänga elektronikens livslängd. Genom att kombinera rekonditionering med en effektiv digital försäljningsplattform strävar mResell efter att ge både konsumenter och företag ett pålitligt alternativ till nyinköp, med fokus på kvalitet, säkerhet och miljömässig hållbarhet.

Sedan Christiansen tillträdde som VD 2020 har bolaget genomgått en omfattande transformation med fokus på att utveckla en skalbar och lönsam affärsmodell. Arbetet omfattade hela värdekedjan, från inköp av begagnade Apple-produkter till rekonditionering och försäljning via den egna plattformen och globala marknadsplatser. För att stärka konkurrenskraften investerade mResell i en AI-baserad plattform, som implementerades under 2022. Tekniken gav bolaget full kontroll över processerna, vilket har lett till ökad effektivitet, förbättrad lagerhantering och optimerade inköps- och försäljningsflöden. Detta har skapat en stabil grund för tillväxt, förbättrad bruttomarginal och långsiktig lönsamhet. Bolaget vill nu befästa sin position som en ledande aktör inom re-commerce genom en kombination av organisk tillväxt och strategiska förvärv.

Viktiga bolagshändelser

2012	mResell grundas
2013	Startar dotterbolag, ett helägt i Spanien och ett i Australien med 51% ägande
2015	Startar dotterbolag i Tyskland
2020	Patrik La Placa Christiansen tillträder som VD
2021	Implementerar ny försäljningsstrategi
2022	Implementerar ett nytt back-end med en AI prisalgoritm som är helt automatiserad
2023	Nettoomsättningen uppgår till över 150 MSEK
2024	Uppgrade Invest Nordic 4 AB (numera mResell Holding AB) ingår avtal om förvärv av samtliga aktier i mResell Group AB
2025	Bolaget noteras på Spotlight Stock Market

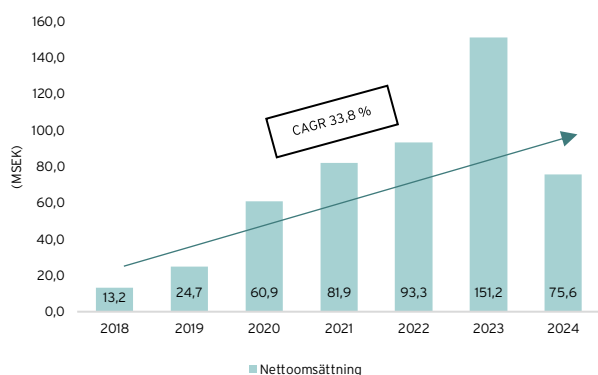
Finansiell historik

Mellan perioden 2018–2023 uppvisade mResell en stark tillväxt, främst drivet av ökad försäljning via den egna webbplatsen samt expansion till nya geografiska marknader genom externa marknadsplatser. Under inledningen av 2024 förändrades dock marknadsförutsättningarna när de globala finansiella utmaningarna blev mer påtagliga, vilket begränsade bolagets möjligheter att finansiera verksamheten och köpa in större produktvolym. Bolaget tog då ett strategiskt beslut att prioritera lönsamhet framför snabb tillväxt för att anpassa sig till det nya marknadsläget.

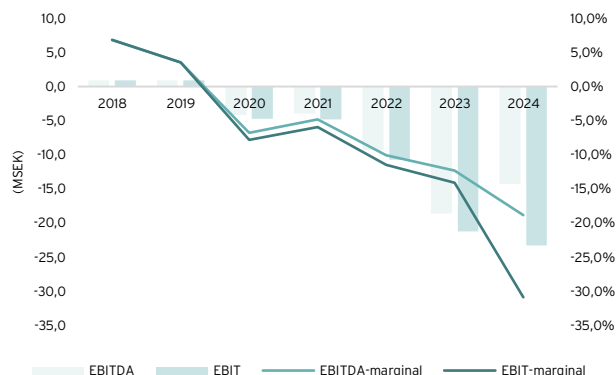
Som en del av denna omställning minskade försäljningsvolymen och nettoomsättningen. Bolaget genomförde också besparingsåtgärder och omstruktureringar. Dessa åtgärder resulterade i engångskostnader och nedskrivningar, men var nödvändiga för att skapa en mer hållbar kostnadsstruktur. Samtidigt fortsatte investeringarna i den AI-baserade plattformen för att stärka den långsiktiga konkurrenskraften och förbättra verksamhetens skalbarhet.

mResell ser nu goda möjligheter att kombinera organisk expansion med strategiska förvärv för att driva nästa fas i bolagets utveckling och påskynda vägen mot lönsamhet. Kompletterande förvärv ska stärka bolagets position på marknaden och realisera ytterligare intäkt- och kostnadssynergier, vilket förväntas bidra till att snabbare uppnå kritisk massa.

Nettoomsättning, 2018-2024



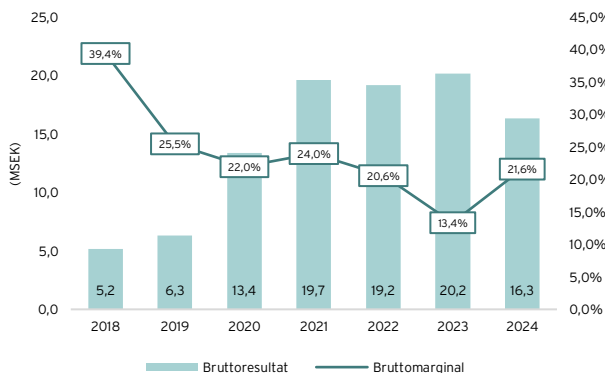
EBITDA och EBIT, 2018-2024



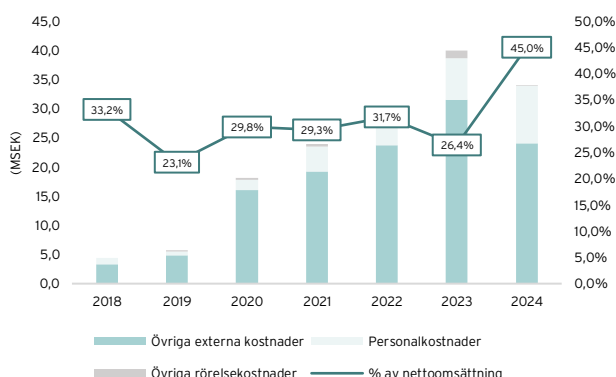
Under 2024 stärktes bruttomarginalen avsevärt, vilket var ett första steg i rätt riktning mot lönsamhet. Rörelsekostnaderna ökade dock som andel av nettoomsättningen, vilket berodde på den lägre försäljningen och vissa engångskostnader kopplade till omstruktureringen. Enligt bolaget kan nuvarande organisation och lokal hantera en väsentligt högre försäljningsvolym, vilket skapar goda förutsättningar att skala på rörelsekostnaderna i takt med att omsättningen ökar.

Sammantaget bedömer vi att de genomförda åtgärderna har lagt en mer stabil grund för att vända till lönsamhet. Det är nu upp till bolaget att bevisa att det kan öka nettoomsättningen genom organisk expansion och kompletterande förvärv, förbättra bruttomarginalen och effektivisera rörelsekostnaderna för att möjliggöra långsiktig lönsamhet.

Bruttomarginal, 2018-2024



Rörelsekostnader, 2018-2024



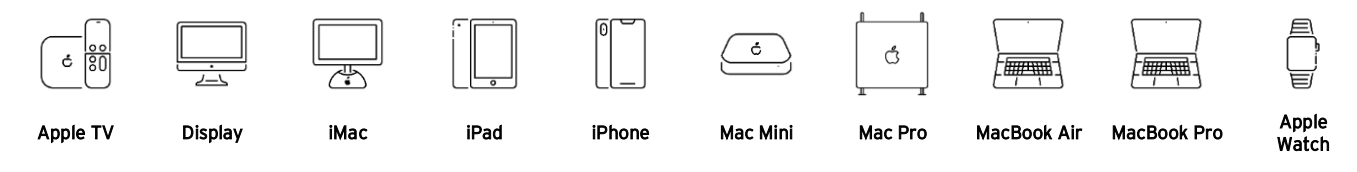
Fysiska produkter i ett digitalt ekosystem

Affärsmodellen bygger på att köpa in begagnade Apple-produkter till en fördelaktigt pris, rekonditionera dem och sälja vidare med lönsamhet. Konceptet kan vid en första anblick verka enkelt, men i praktiken är det en komplex process där flera delar måste samverka för att verksamheten ska fungera effektivt. Särskilt för att skala upp verksamheten, nå kritisk massa och driva ökad lönsamhet. Framgång kräver i mångt och mycket en välkoordinerad process och datadriven strategi som omfattar inköp, rekonditionering, prissättning, försäljning samt samarbeten med marknadsplatser och andra aktörer i branschen.

Det är just här mResell har skapat sin konkurrensfördel. Bolaget har investerat cirka 40,0 MSEK i en AI-baserad plattform för att skapa en skalbar och datadriven affärsmodell som optimerar stora delar av värdekedjan. Plattformen samlar in och analyserar marknadsdata i realtid, vilket möjliggör mer träffsäkra beslut kring inköp, lagerhantering, marknadsföring och försäljning. Den datadrivna strategin gör det möjligt för bolaget att upprätthålla konkurrenskraftiga bruttomarginaler, snabbt anpassa sig till marknadsförändringar och hantera större volymer mer effektivt.

Bolaget riktar sitt erbjudande mot Apple-produkter, men eftersom plattformen är modulär och byggd för att hantera stora datamängder kan den anpassas till nya produktkategorier och marknader. Tekniken möjliggör en skalbar affärsmodell där mResell kan bredda produktutbudet bortom Apple, etablera sig på nya geografiska marknader och nå fler kundsegment.

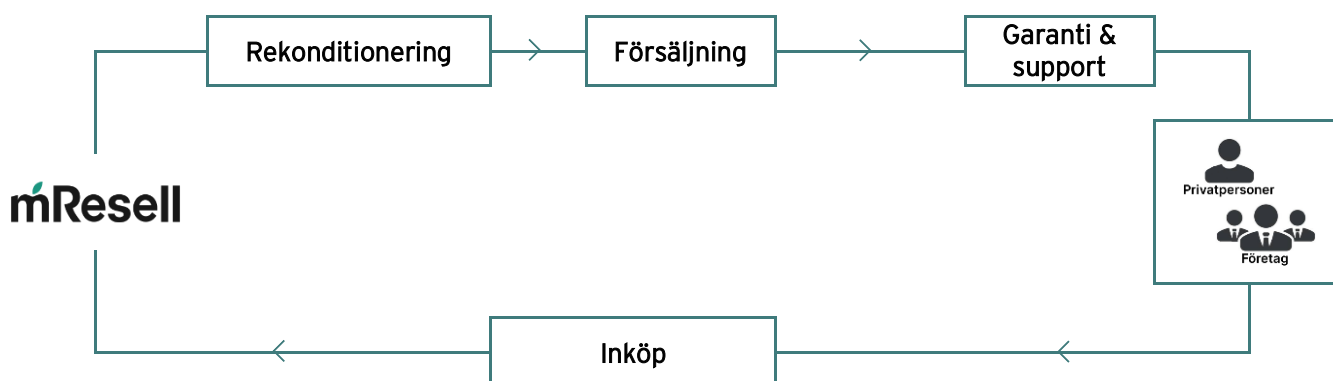
Produkterbjudande



Marknaden erbjuder generellt stora volymer av begagnade enheter, men utmaningen ligger i att köpa från rätt kanaler och till rätt villkor. Konkurrensen om attraktiva enheter är hög samt att större volymer ofta kräver betydande rörelsekapital, vilket skapar ytterligare inträdesbarriärer. mResell har ingått långsiktiga samarbeten för inköpskanaler, vilket säkerställer tillgång till högkvalitativa produkter, samtidigt som det minskar svinn och behovet av omfattande rekonditionering.

Bolaget har etablerat en hög produktionskapacitet och kunskap och för att kunna hantera en hög försäljningsvolym. Historiskt har dock volymerna varit för små volymer för att uppnå kritisk massa. Rekonditionering av IT-utrustning är i regel en volymdriven verksamhet där datadrivna processer och starka inköpskanaler skapar förutsättningar för att skala på de fasta kostnaderna som rekonditioneringen medför. mResell har etablerat en stark grund med sin AI-baserade plattform, men behöver effektivisera kostnadsstrukturen och expandera sina inköpskanaler, både genom att öka inbyten via den egna plattformen och genom att etablera fler strategiska partnerskap. Organisk expansion är dock både tids- och resurskrävande.

Bolaget ser därför förvärv som en möjlighet att snabbt öka volymerna, stärka sin marknadsposition och optimera hela värdekedjan. Den AI-drivna plattformen möjliggör en sömlös integration av förvärvade bolag i ekosystemet, vilket kan skapa betydande synergier. Strategin är att förvärva bolag som kan bredda produktutbudet, addera leasingtjänster och stärka inköpskanaler. Vi bedömer att strategiska förvärv utgör ett värdefullt komplement till den organiska tillväxten för att stärka inköpsprocesser, skapa nya tillväxtmöjligheter och förbättra bruttomarginalen, vilket i sin tur kan bidra till att snabbare uppnå kritisk massa och ökad lönsamhet.



Från inköp till försäljning

mResells inköpsprocess säkerställer hög kvalitet, effektivitet och en stabil tillgång på rekonditionerade enheter. Bolaget köper in enheter från partners, företag och privatpersoner, där cirka 30-35 % av flödet kommer från inbyten via den egna webbplatsen, medan resterande del köps in från utvalda strategiska partners. Kombinationen av inköp från partners och direkta inköp från konsumenter och företag gör det möjligt för mResell att upprätthålla en jämn tillgång på rekonditionerade enheter och möta marknadens efterfrågan.

Bolaget ser en betydande möjlighet att öka andelen inköp från både konsumenter och företag. Direktinköp ger tillgång till högkvalitativa enheter utan mellanhänder, vilket möjliggör högre marginaler och minskat beroende av externa aktörer. Strategin medför dock ett ökat behov av rörelsekapital, eftersom utbetalningar för inköp sker innan produkterna kan rekonditioneras och säljas vidare. Inköp via partners ger tillgång till större produktvolym, vilket minskar variationen i inflödet av enheter och möjliggör en mer förutsägbar lagerhantering. På kort sikt förväntas inköp via partners fortsätta utgöra den största delen av bolagets inköpskanaler. Förvärv förväntas dock bli en strategisk väg för att minska inköpskostnader genom skalfördelar, förbättra tillgången på enheter och ytterligare stärka bolagets konkurrenskraft.

När bolaget ökar sina försäljningsvolym förbättras även förhandlingspositionen gentemot marknadsplatser, där avgifter ofta baseras på en fast kostnad per såld enhet. Dessa avgifter ingår i mResells övriga externa kostnader. Högre försäljningsvolym kan därmed leda till mer fördelaktiga avtalsvillkor, vilket direkt bidrar till lägre kostnader. Detta är särskilt viktigt i en konkurrensutsatt marknad där små förbättringar i kostnadsstrukturen kan ha en betydande inverkan på bolagets långsiktiga lönsamhet. Vi bedömer därför att möjligheten att skala upp volymerna inte bara är avgörande för att öka försäljning och bruttomarginal, utan även en nyckelfaktor för att minska rörelsekostnadernas andel av nettoomsättningen och stärka lönsamheten över tid.

AI-plattformen medför att bolaget kan anpassa sig till marknadens förändringar och säkerställa konkurrenskraftiga priser. Verktyget analyserar marknadspriser, lagerstatus och försäljningstrender i realtid, vilket ger bolaget möjlighet att köpa in produkter till rätt pris och bibehålla en konkurrenskraftig bruttomarginal. AI-teknologin ger även flexibilitet genom att snabbt anpassa inköpsstrategin vid förändrade marknadsförhållanden.

Strategisk lagerhållning är avgörande då marknadsförhållandena kan förändras snabbt och påverka prisbilden. En specifik produktmodell kan exempelvis snabbt tappa i värde och för att minimera risken för höga lagernivåer eller produktbrist använder mResell AI-drivna analyser för att styra inköps- och lagerbeslut i realtid. Algoritmen bidrar även till att optimera prissättningen för inköp från privatpersoner och företag online samt ger underlag för förhandlingar vid större produktpartier. AI-plattformen skapar en flexibel och datadriven inköpsprocess som gör det möjligt för bolaget att effektivisera verksamheten, säkerställa en stabil produktförsörjning till rätt villkor och snabbt anpassa sig till marknadsförändringar.

Vägen till försäljningsklar produkt

mResell har utvecklat en detaljerad produktionsprocess där varje enhet genomgår en systematisk flerstegsgranskning för att säkerställa hög kvalitet, lång livslängd och en trygg användarupplevelse. Samtliga produkter genomgår en omfattande kvalitetskontroll med både hårdvarutestning och kosmetisk gradering före och efter rekonditionering och reparation. Processen ska garantera att varje enhet uppfyller standarder, vilket är avgörande för att skapa förtroende och kundnöjdhet.

Detaljerad produktionsprocess i flera steg



Gradering

Inom marknaden för rekonstruerade produkter är testning, kvalitetskontroll och gradering viktiga processer för att säkerställa att produkterna uppfyller höga standarder och motsvarar kundernas förväntningar. Kvalitetskontrollen inleds med en funktionstestning, där varje enhet genomgår en serie tester för att verifiera att alla komponenter fungerar som de ska och att produkten uppfyller de tekniska specifikationerna.

Efter genomförd testning och eventuell rekonstruktion klassificeras produkterna utifrån deras kosmetiska skick och funktionalitet. Graderingssystemen kan variera mellan olika aktörer, men en vanlig modell används för att tydligt beskriva produkternas skick. mResell tillämpar ett beskrivande graderingssystem där enheterna bedöms från nyskick till acceptabelt skick, för att ge kunderna en tydlig bild av produktens tillstånd¹.

mResells graderingsskala

Nyskick

Enheten ser ut som ny och har inga tecken på användning. Enheten är olåst, testad och fungerar som en ny

Mycket Bra

Enheten kan ha någon mindre repa, men inga märkbara defekter. Enheten är olåst, testad och fungerar som en ny

Bra

Enheten har synliga tecken på användning, såsom mindre repor, bucklor eller märken. Enheten är olåst, testad och fungerar som en ny

Acceptabelt

Enheten har tydliga tecken på användning, såsom repor, bucklor och eller märken. Enheten är olåst, testad och fungerar som en ny

Ett annat vanligt graderingssystem i branschen är en klassificering där produkter betygsätts från A till D². Det finns dock fler varianter, och vissa aktörer använder plustecken och minustecken för att ytterligare differentiera skicket på enheterna.

Aktören Foxway tillämpar exempelvis en utökad graderingsskala där kvalitetsklass AB inkluderar enheter i A+, A och B-klass, medan kvalitetsklass BC omfattar B, C+ och C-klass³. Klassificeringen används dock främst för modeller från medel- och lågprismärken samt äldre enheter, där en mer detaljerad bedömning kan vara nödvändig för att tydligt kommunicera produkternas skick till kunderna.

Branschens graderingsskala

A-klass (A-grade)

A-klassade enheter är i nära nyskick utan synliga skador eller tecken på slitage. De är svåra att skilja från en helt ny enhet, både visuellt och funktionsmässigt.

B-klass (B-grade)

B-klassade enheter visar något mer slitage än A-klassade och kan ha mindre kosmetiska defekter, såsom ytliga repor eller skavmärken. Avvikelse påverkar dock inte enhetens funktionalitet och den fungerar fortfarande lika bra som en A-klassad enhet.

C-klass (C-grade)

C-klassade enheter har mer synliga tecken på användning, såsom bucklor och tydligare repor. Trots det är deras funktionalitet intakt, men den estetiska kvaliteten är lägre jämfört med A- och B-klassade enheter.

D-klass (D-grade)

D-klassade enheter är defekta och har funktionsfel som gör att de inte fungerar som de ska. För att återställas till fullt fungerande skick krävs reparationer innan de kan säljas vidare.

Lägre grader (Beyond Repair)




Enheter i denna kategori är bortom ekonomisk reparation, vilket innebär att de inte kan återställas på ett kostnadseffektivt sätt. Dessa enheter demonteras för att återvinna användbara komponenter som kan användas som reservdelar till andra enheter. Resterande delar återvinns.

Försäljningskanaler

mResell tillämpar en dynamisk försäljningsstrategi där produkterna säljs via egna digitala kanaler, externa marknadsplatser och strategiska partnerskap. Marknadsmixen säkerställer en bred distribution och ger bolaget flexibilitet att anpassa sina marknadsföringsinsatser utifrån efterfrågan, lagerstatus och specifika försäljningsmål.

Bolaget har även olika erbjudanden för privat- och företagsmarknaden för att möta olika kundbehov. På privatmarknaden är det primära fokuset på skick och funktion, vilket gör att rekonditioneringsprocessen är av högsta vikt för att uppfylla kundernas höga förväntningar. Detta gäller även på företagsmarknaden, men här erbjuder mResell mer skraddarsydda lösningar som exempelvis inkluderar bulkbeställningar och flexibla garantier.

Flexibel marknadsmix

	Egna digitala kanaler	mResells egna hemsidor och kunddatabaser möjliggör direktförsäljning med högre marginaler
	Externa marknadsplatser	Plattformar som Refurbed och Back Market ger tillgång till en bredare kundbas och högre volymer
	Strategiska partnerskap	Samarbeten med företag och institutioner bidrar till stabila återkommande försäljningsflöden

Bolaget använder sin AI-baserade plattform och flexibla försäljningsstrategi för att optimera marknadsföring och försäljning i realtid. Algoritmen tar exempelvis hänsyn till lageromsättningshastighet, inköpspris och konkurrenssituation, vilket gör att marknadsförings- och försäljningsinsatser kan styras utifrån faktorer som lagerstatus, marknadspriser och kundbeteenden. På detta sätt kan bolaget säkerställa att varje produkt marknadsförs i rätt kanal vid rätt tidpunkt och till rätt pris.

Den datadrivna strategin gör det även möjligt för mResell att snabbt anpassa sig till förändrade marknadsförhållanden och optimera försäljning, marginaler och lageromsättning. Genom att analysera realtidsdata kan bolaget snabbt identifiera vilka produkter som behöver justeras i pris eller öka marknadsföringsinsatser för att maximera försäljningspotentialen.

Plattform förbättrar också integration med externa marknadsplatser, vilket förenklar den geografiska expansionen. mResell planerar att fortsätta sin expansion på den europeiska marknaden genom att nyttja den datadrivna försäljningsstrategin och den växande efterfrågan på rekonditionerade produkter.

Marknadsplatspartners med fullt automatiserade API-integrationer

Internationella




Lokala (1-3 marknader)











mResell har totalt expanderat till tio länder med egen site och tolv marknader med hjälp av marknadsplatserna samt levererat produkter till över 300 000 kunder, både i Sverige och internationellt. Bolaget är idag främst verksamt i Europa, med närvaro i Sverige, Finland, Italien, Nederländerna, Polen, Spanien, Storbritannien, Tyskland och Österrike.

Geografiska marknader

Bolaget har en tydlig ambition att fortsätta expandera och stärka sin marknadsposition på den europeiska marknaden. Genom sin AI-drivna plattform och flexibla försäljningsstrategi strävar mResell efter att nå fler kunder, utöka sin geografiska räckvidd och befästa sin roll som en ledande aktör inom rekonditionerade Apple-produkter.



Tillväxtstrategin framåt

mResells AI-baserade plattform är utformad för att hantera hela värdekedjan, från inköp och lagerhantering till prissättning, marknadsföring och försäljning. Plattformens modularitet och datadrivna strategi skapar möjligheter att bredda verksamheten bortom Apple-produkter, expandera till nya geografiska marknader och nå fler kundsegment.

mResell ser goda möjligheter att kombinera organisk expansion med strategiska förvärv för att öka volymerna och påskynda vägen mot lönsamhet. Bolagets avancerade infrastruktur möjliggör en effektiv integration av förvärv i sitt digitala ekosystem, vilket kan skapa betydande synergier. Strategin är att förvärva bolag som kan bredda produktutbudet, addera leasingtjänster och optimera inköpskanaler. Vi ser potential för accelererande organisk tillväxt framöver, men bedömer samtidigt att strategiska förvärv utgör en attraktiv möjlighet att ytterligare stärka tillväxten och bredda affären.

mResells tillväxtstrategi



Teknologisk plattform

Använda digitala lösningar för att optimera verksamheten och möta nya marknadsbehov.



Strategiska förvärv

Förstärka marknadspositionen genom uppköp av relevanta aktörer.



Bredda produktutbudet

Utvidga sortimentet med fler produkter utöver Apple.



Geografisk expansion

Fortsatt etablering på nya marknader för att öka räckvidden.



Skalbar affärsmodell

Utnyttja en flexibel och effektiv modell för att driva expansion.

mResells egenutvecklade plattform nyttjar AI och maskininlärning för att automatisera centrala processer såsom inköp, marknadsföring, prissättning och lagerstyrning. Plattformen är utformad för att hantera stora datamängder, vilket möjliggör anpassning till nya produktkategorier och geografiska marknader. Ökade försäljningsvolymerna skapar även möjligheter till kostnadsoptimering, där sänkta enhetskostnader kan förbättra lönsamheten. Vi bedömer således att bolaget har goda förutsättningar att expandera verksamheten och därigenom driva tillväxt och stärka lönsamheten.

Givet historiken ser vi att geografisk expansion kan ske relativt snabbt och kostnadseffektivt. Organisk expansion till nya produktkategorier är däremot mer tids- och resurskrävande, eftersom rekonditionering och hantering av exempelvis PC och andra IT-produkter kräver intern kompetens, anpassade processer och ett bredare utbud av reservdelar.

Vidare kräver en expansion inom leasing- och abonnemangstjänster för företag en annan paketering, intäktsmodell och förståelse om upphandlingsprocesser. Vi bedömer därför att expansion till nya produktkategorier samt införandet av leasing- och abonnemangstjänster främst kommer att ske genom strategiska förvärv, snarare än genom organisk tillväxt.

Tillväxt kan ske på flera fronter

1. Expansion bortom Apple-produkter

Plattformens algoritmer kan anpassas för att hantera rekonditionering och försäljning av andra IT-produkter såsom datorer, surfplattor och smartphones från andra tillverkare. Systemet kan effektivt skalas upp till nya produktkategorier, eftersom det redan är byggt för att optimera stora delar av värdekedjan.

2. Geografisk expansion

AI-plattformen är designad för att analysera och anpassa sig till olika marknader i realtid, vilket gör det möjligt för mResell att expandera till fler geografiska områden. Genom att identifiera efterfrågemönster och optimera försäljning via marknadsplatser kan bolaget snabbt anpassa sig till lokala kundbeteenden och konkurrenssituationer.

3. Ökad försäljning genom fler kanaler

Plattformen möjliggör en sömlös integration med externa marknadsplatser, vilket gör det möjligt för mResell att bredda sin försäljning och nå en större kundbas. Genom dynamisk prissättning baserad på efterfrågan och lagerstatus kan bolaget maximera intäkterna och förbättra lönsamheten. Fler kanaler gör det enklare att identifiera de mest lönsamma alternativen och därigenom öka konverteringsgraden och kundräckvidden ytterligare.

4. Förvärv och integration av nya bolag

Plattformen ger mResell en strukturerad och effektiv process för att integrera nya förvärvade bolag. Genom AI-drivna analyser kan bolaget snabbt identifiera synergier, optimera inköpskanaler och effektivisera försäljningsprocessen i nyförvärvade verksamheter. Detta skapar skal fördelar och bidrar till att snabbare uppnå kritisk massa.

5. Leasing- och abonnemangstjänster

AI-plattformens kapacitet att analysera efterfrågan, kundbeteenden och produktlivscykler kan också appliceras på leasing- och abonnemangsm modeller. Detta skapar återkommande intäktsströmmar och ökar kundlojaliteten genom flexibla och kostnadseffektiva lösningar för konsumenter och företag.

6. D-grade

mResell samarbetar med leverantörer som köper upp bolagets D-grade-produkter, det vill säga enheter som inte kan lagas internt. Dessa leverantörer säljer produkterna vidare till aktörer som specialiserar sig på att demontera enheterna och återvinna komponenter. mResells volymer är för små för att skickas direkt till fabriker och genom att uppnå större skala kan bolaget kapa mellanhänder och öka försäljning och marginaler.

Förvävsstrategi

mResell har en tydlig förvävsstrategi för att påskynda sin tillväxt och stärka sin marknadsposition inom rekonditionerad IT. Strategin är att förvärva bolag som kan bredda produktbudet, addera leasingtjänster och optimera inköpskanaler. Integration av förvärv är i regel utmanande och det krävs hårt arbete för att realisera synergier. Vi ser trots utmaningarna stora möjligheter framöver. mResell har en sund syn på hur man ska arbeta med förvärv och bolagets befintliga infrastruktur möjliggör en effektiv integration av förvärv i värdekedjan, vilket kan skapa betydande synergier.

Noteringen på Spotlight Stock Market i februari 2025 ger även bättre tillgång till kapitalmarknaden, vilket underlättar finansieringen av framtida förvärv. mResell har precis noterats och vår uppfattning är att aktien är förbisedd bland investerarkollektivet. Bolagets värdering är låg, vilket gör det svårare att använda aktien som betalningsmedel vid förvärv.

Vår tro är dock att värdeskapande förvärv kan agera som en katalysator och leda till en uppvärdering av bolaget. Den största osäkerheten ligger i hur ett förvärv ska finansieras, då bolaget ännu saknar tillräckligt med egen kassa och kassaflöden för att finansiera en större transaktion. Finansieringsalternativen är troligtvis en eventuell emission, belåning eller en kombination av dessa. Utmaningen är att bedöma till vilken värderingsnivå en eventuell emission kan genomföras samt hur mycket lånefinansiering bolaget skulle kunna beviljas.

Leasing- och abonnemang den mest attraktiva vägen

Det finns flera aktörer som mResell potentiellt skulle kunna förvärva för att stärka sin marknadsposition och skapa ytterligare värde. Ett möjligt alternativ är att förvärva ett bolag med en liknande affärsmodell, vilket skulle bidra med skalfördelar, kostnadssynergier och ökad marknadsandel. Ett annat alternativ är att förvärva en aktör som kan utöka verksamhetens kapacitet och bredda erbjudandet, exempelvis genom att stärka inköpskanaler och addera nya produktkategorier. En tredje strategi är att expandera inom leasingtjänster, vilket skulle diversifiera intäktsmodellen, öka bruttomarginalen och stärka verksamheten, särskilt inom B2B.

Det finns företag som liknar mResell, men som arbetar uteslutande med rekonditionering och handel med exempelvis PC och Android. Förvärv av sådana bolag skulle möjliggöra en snabb marknadsexpansion utan att bolaget behöver bygga upp en kostsam produktions- och serviceorganisation från grunden. Vi bedömer att synergier mellan mResells AI-drivna plattform och den traditionellt manuella marknaden är tydliga. Bolaget kan effektivisera processer och optimera prissättning inom inköp och försäljning för att förbättra lönsamheten. Logiken bakom förvävsstrategin är därför både att bredda produktbudet och skala den förvärvade verksamheten, samtidigt som mResell stärker sin marknadsposition.

Vi bedömer att expansion inom leasing- och abonnemangstjänster är den mest attraktiva vägen framåt då det möjliggör återkommande intäkter med högre marginaler. Företag eller privatpersoner skulle exempelvis kunna leasa en enhet till en fast månadskostnad under en 18-månadersperiod. När perioden löper ut får kunden en ny enhet, medan den gamla returneras till mResell för rekonditionering och återförsäljning. Om en enhet går sönder skickas sedan en ersättningsenhet ut direkt och om garantin täcker skadan repareras den utan kostnad. I de fall skadan inte täcks erbjuds kunden en reparation till ett lägre pris än i butik, eftersom mResell hanterar hela processen internt.

Om en produkt återtas till 15,0 % av sitt ursprungliga värde efter en leasingperiod blir affären snabbt mycket lönsam, särskilt om kunden väljer att förlänga avtalet. Vid en förlängning över två leasingperioder sjunker restvärdet till noll, vilket innebär att produkten redan är betald när den återlämnas. När den sedan säljs vidare som rekonditionerad kan marginalerna uppgå till 50,0-70,0 %, vilket gör leasingmodellen till ett strategiskt viktigt affärsben med hög lönsamhet. Vi bedömer därför att mResell kan öka sina marginaler avsevärt genom att komplettera verksamheten med leasing och återtag.

Förvärv av en leasingaktör skulle även skapa ett strukturerat inbytesflöde där bolaget exakt vet när produkter kommer tillbaka. Det skulle också ge bättre kontroll över återförsäljningsflöden, förbättra lagerplaneringen och optimera kapitalanvändningen. Dessutom finns en tydlig marknadsmöjlighet, då vi är av uppfattningen att det finns färre aktörer som strukturerat erbjuder begagnad IT-utrustning till företag och offentliga aktörer.

Konsolideringen på marknaden sker dock i snabb takt och vissa potentiella förvärvskandidater har redan blivit uppköpta. Leasecloud/PerMånad förvärvades exempelvis i februari av 3stepIT och Renewed i mars av lettiska ELKO Group, vilket innebär att dessa inte längre är tillgängliga som uppköpskandidater.

I nästkommande segment har vi fokuserat på möjliga förvärvsobjekt inom den svenska marknaden och identifierat flera potentiella kandidater, däribland Refurbly, Itron, Phonehero samt Fix My Phone. Vi är dock medvetna om att marknaden är fragmenterad och att det potentiellt finns fler aktörer som kan bli aktuella förvärvsobjekt i framtiden. Därutöver finns aktörer utanför Sverige som ytterligare breddar pipeline av uppköpskandidater.

Förvävsobjekt

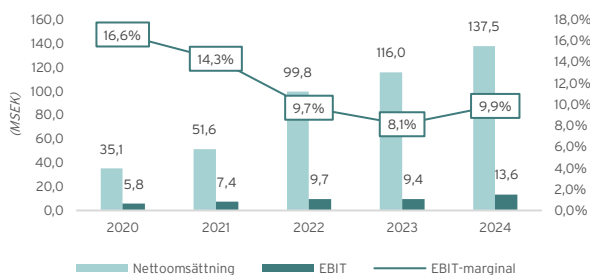


Itreon specialiserar sig på livscykelhantering av IT-utrustning. Bolaget erbjuder tjänster som finansiering, återtag, datasäker radering, återanvändning och återvinning av IT-utrustning, vilket frigör resurser för företag att fokusera på sin kärnverksamhet. Itreon beskrivs som en pålitlig partner inom cirkulär IT med över 400 kunder, mer än 900 aktiva leasingavtal och hantering av cirka 200 000 enheter per år⁸.

Itreon består av två delar: Itreon Finance och Itreon Global Remarketing. Tillsammans omsatte dessa 137,5 MSEK och uppvisade en EBIT om 13,6 MSEK under 2024⁹.

Itreon skulle ge mResell en direkt etablering inom leasing och B2B-marknaden. Det finns stora möjligheter att skala upp verksamheterna tillsammans, där mResell kan dra nytta av Itreons leasingupplägg, samtidigt som bolaget kan sälja deras återtagna "remarketing-produkter" direkt, utan mellanhänder. Detta skulle stärka mResells erbjudande inom B2B-segmentet och skapa nya intäktsströmmar.

Itreon Global Remarketing & Finance, 2020-2024^{6,7}

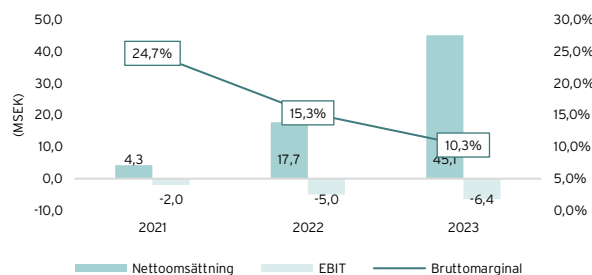


Refurbly AB driver en e-handelsplattform med fokus på försäljning av begagnade mobiltelefoner och surfplattor. Rekonditioneringsprocessen sker internt och produkterna säljs främst online och erbjuds med garanti. Refurbly har etablerade samarbeten med Hallon, Chili Mobil, Telavox, Telness, MyBeat, A Good Company, Copter, Gofixit och Verbal^{4,5}.

Refurbly har expanderat verksamheten och uppvisat en stark tillväxt de senaste två åren. En av bolagets satsningar är Refurbly Flex, en prenumerationstjänst som gör det möjligt för kunder att hyra mobil till ett månadspris med försäkring, Swap-service och uppgradering efter 12 månader^{4,5}.

Refurbly skulle potentiellt kunna nyttja mResells AI-algoritm och breda partnernätverk för att effektivisera sin affär, medan mResell skulle få tillgång till ökad produktionskapacitet, fler strategiska partners samt en etablerad prenumerationmodell, vilket skulle stärka bolagets erbjudande och diversifiera intäktsströmmarna.

Refurbly, 2021-2023^{4,5}

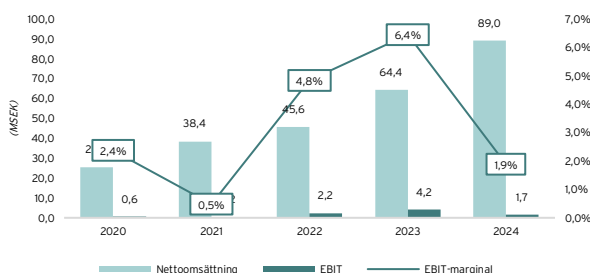


Phonehero AB är ett svenskt företag med säte i Stockholm som specialiserar sig på försäljning av begagnade mobiltelefoner, reparation av mobiler och surfplattor samt försäljning av tillbehör. Bolaget riktar sig mot privatkonsumenter men även mot företag. Sedan grundandet 2010 har Phonehero genomfört över 400 000 reparationer^{9,10}.

Företaget har fyra fysiska butiker samt ett webblager och sysselsätter 25 anställda. Genom att erbjuda begagnade mobiltelefoner till konkurrenskraftiga priser och professionell service har Phonehero blivit en pålitlig aktör på den svenska marknaden för mobilreparationer och återanvänd teknik. Detta har lett till en stark nettoomsättningstillväxt senaste åren och bolaget har även uppvisat lönsamhet fem år i rad^{9,10}.

Tillsammans skulle mResell och Phonehero kunna skala upp verksamheterna tillsammans, där Phonehero skulle kunna dra nytta av mResells AI-algoritm och partnernätverk. mResell skulle få ytterligare produktionskapacitet, fler partners och stärka sitt företagserbjudande.

Phonehero, 2020-2024⁹

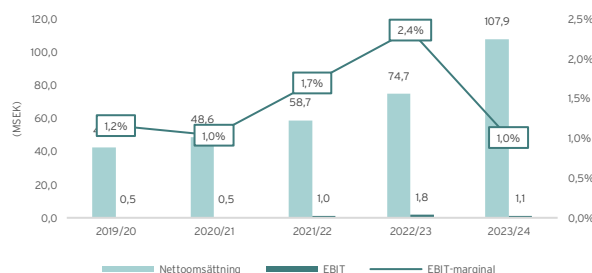


Fix My Phone är en svensk butikskedja specialiserad på handel, marknadsföring, reparation och service av mobiltelefoner, surfplattor och datorer samt tillhörande tillbehör. Bolaget hanterar över 130 olika modeller, inklusive iPhone, iPad, Samsung Galaxy och MacBook, med noggrant testade reservdelar för att säkerställa hög kvalitet^{11,12}.

Med över 35 butiker i Sverige, inklusive i Göteborg och Stockholm, och cirka 100 anställda, erbjuder Fix My Phone professionell service för flertalet varumärken. Utöver reparationer tillhandahåller bolaget möjligheten att sälja begagnade enheter för rekonditionering och vidareförsäljning. Fix My Phone säljer de rekonditionerade enheterna i butik men också online under bland annat domänerna Happyphone.se och Fixmyphone.se^{11,12}.

mResell och Fix My Phone skulle tillsammans kunna få en stark närvaro såväl fysiskt som online samt att mResell skulle få ett bredare produktutbud och hög produktionskapacitet. Vi bedömer dock sannolikheten som relativt låg att mResell vill gå vägen mot mer fysiska butiker.

Fix my Phone, 2019/20-23/24^{11,12}



Stark underliggande tillväxt för rekonditionerad elektronik

Globala marknaden för rekonditionerad elektronik

Marknaden för rekonditionerad elektronik växer snabbt, drivet av ökad miljömedvetenhet, kostnadseffektiva alternativ till nya produkter och förbättrad tillgång till begagnade enheter genom digitala marknadsplatser. Efterfrågan på rekonditionerade produkter, särskilt smartphones och datorer, har ökat i takt med att konsumenter och företag söker mer hållbara och prisvärda alternativ. Inom denna expansiva marknad har mResell etablerat en stark marknadsposition genom att specialisera sig på rekonditionerade Apple-produkter, där bolaget hanterar hela värdekedjan från inköp till försäljning via både egen plattform och globala marknadsplatser.

Marknaden för rekonditionerad elektronik har uppvisat en stark tillväxt de senaste åren. Exakta siffror varierar, men generellt handlar det om en tvåsiffrig årlig tillväxttakt i intervallet 10,0-12,0 %. Enligt tillgängliga marknadsanalyser förutspås tillväxten att fortsätta samma takt även kommande år.

De flesta marknadsanalyser omfattar rekonditionerade bärbara datorer, surfplattor, spelkonsoler och ljudutrustning, men exkluderar smartphones och tillbehör i sina analyser. Den förväntade årliga tillväxttakten kommande år ligger inom intervallet 7,5-13,2 %, där snitt- och mediantillväxten uppgår till cirka 11,0 %. Sammantaget förväntas en fortsatt stark underliggande marknadstillväxt för rekonditionerad elektronik drivet av flertalet trender, vilka kommer tas upp mer djupgående senare i analysen.

Globala marknaden för rekonditionerad elektronik

<i>(miljarder USD)</i>	Tidsperiod	Start	Slut	CAGR
Coherent Market Insights ¹³	2025-2032	61,8	122,0	10,2%
Spherical Insights ¹⁴	2023-2033	47,6	123,7	10,0%
Research and Markets ¹⁵	2023-2029	86,5	168,8	11,6%
Transparency Market Research ¹⁶	2022-2031	85,4	272,9	12,1%
Market Research Future ¹⁷	2025-2034	141,1	430,6	13,2%
Maximize Market Research ¹⁸	2024-2030	253,3	421,4	7,5%
TechSci Research ¹⁹	2024-2029	86,5	168,8	11,6%
KD Markets Insights ²⁰	2024-2032	50,2	114,6	10,4%
Snitt		101,6	227,8	10,8%
Median		86,0	168,8	11,0%

Globala marknaden för rekonditionerade smartphones

Den globala marknaden för rekonditionerade smartphones har uppvisat en liknande historisk tillväxttakt som den globala marknaden för rekonditionerad elektronik, drivet av samma faktorer. Den årliga genomsnittstillväxten (CAGR) de senaste fem åren har uppgått till cirka 8,0-9,0 %²¹⁻²².

Globala marknaden för rekonditionerade smartphones

	Tidsperiod	Start	Slut	CAGR
Future Market Insights ²³	2024-2034	80,4	258,8	12,4%
Technavio ²⁴	2024-2029	-	-	14,2%
Custom Market Insights ²⁵	2022-2030	52,3	146,4	11,5%
SNS Insider ²⁶	2024-2032	71,7	187,9	11,3%
Persistence Market Research ²⁷	2025-2032	59,8	112,1	9,4%
Expert Market Research ²⁸	2025-2034	62,5	110,7	6,5%
Allied Market Research ²⁹	2022-2031	52,0	145,9	11,2%
Market Research Future ³⁰	2025-2034	76,3	220,3	12,5%
Market.us ³¹	2024-2033	69,5	219,7	12,2%
Spherical Insights ³²	2024-2034	81,9	256,4	12,1%
Research and Markets ³³	2024-2029	64,9	100,0	7,8%
Maximize Market Research ³⁴	2024-2030	63,7	131,4	10,9%
S&S Insider ³⁵	2024-2032	71,7	187,9	11,3%
Credence Research ³⁶	2024-2032	80,4	209,3	12,7%
Snitt		68,2	175,9	11,1%
Median		69,5	187,9	11,4%

Marknadsfördelning mellan varumärken avseende smartphones

År 2023 levererades nästan 300 miljoner begagnade smartphones globalt, en marknad som inkluderar både officiellt rekonditionerade och begagnade enheter. Fram till 2027 beräknas antalet leveranser öka till över 431 miljoner, vilket motsvarar en genomsnittlig årlig tillväxttakt (CAGR) på 8,8 % mellan 2022 och 2027³⁷⁻³⁸.

Den globala marknaden för rekonditionerade smartphones blir alltmer premiuminriktad, där genomsnittliga försäljningspriser (ASP) nu överstiger priserna för nya enheter, enligt Counterpoint Research. Tillväxten drivs av framväxande marknader, där efterfrågan på flaggskeppsmodeller ökar kraftigt, samtidigt som en mognare marknadsstruktur och begränsat utbud pressar upp priserna i regioner som Kina, Sydostasien och Afrika³⁹⁻⁴⁰.

Enligt Counterpoint Research ökade priserna på rekonditionerade smartphones med 6,0 % under 2023 och ligger nu över en fjärdedel högre än ASP för nya telefoner. Tillväxtmarknader driver den globala efterfrågan, och deras ASP har ökat nästan tre gånger mer än i utvecklade länder. 2024 förväntas bli det första året då ASP för rekonditionerade enheter i dessa marknader överstiger det globala genomsnittet för nya telefoner, vilket tydligt visar hur premiumfokuserad denna sektor har blivit³⁹⁻⁴⁰.

Prisökningen beror på...

- Ökad efterfrågan på flaggskeppsmodeller, både från konsumenter och företag
- Marknadens mognad och konsolidering, vilket skapar mer strukturerade distributionskanaler
- Begränsad global tillgång på enheter, vilket driver upp priserna, särskilt i snabbväxande regioner

iPhone stärker sin marknadsposition inom rekonditionerade smartphones

iPhone är den mest eftertraktade enheten inom marknaden för rekonditionerade smartphones och en avgörande faktor bakom de höga ASP-nivåerna. Tillgången på begagnade iPhones kommer att fortsätta styra prisutvecklingen, då deras popularitet ökar både i utvecklade och framväxande marknader³⁹⁻⁴⁰.

Denna trend bekräftar att rekonditionerade telefoner alltmer ses som premiumprodukter, särskilt i tillväxtmarknader där både konsumenter och företag prioriterar högpresterande enheter.

Globala marknaden för rekonditionerade smartphones fördelat på varumärke, 2023-2024³⁹⁻⁴⁰



Globala marknaden för rekonditionerade laptops och datorer

Den globala marknaden för rekonditionerade laptops och datorer har vuxit i linje med rekonditionerade smartphones och elektronik. Marknaden förväntas uppvisa en tillväxttakt inom intervallet 5,9-11,6 % kommande år.

Globala marknaden för rekonditionerade laptops och datorer

	Tidsperiod	Start	Slut	CAGR
GM Insights ⁴¹	2025-2034	5,7	9,6	5,9%
Custom Market Insights ⁴²	2023-2032	4,9	12,6	11,6%
Business Research Company ⁴³	2025-2029	8,3	10,9	6,9%
Persistence Market Research ⁴⁴	2023-2030	12,0	24,4	10,7%
Research and Markets ⁴⁵	2023-2029	7,7	10,9	7,3%
Credence Research ⁴⁶	2024-2032	17,9	39,4	10,4%
Market.us ⁴⁷	2024-2033	9,6	21,1	8,2%
Snitt		9,4	18,4	8,7%
Median		8,3	12,6	8,2%

Tillväxtfaktorer och tillväxthämmare

Den globala marknaden för rekonstrukerad elektronik drivs av ökad hållbarhetsmedvetenhet, stigande pris- och kostnadskänslighet bland konsumenter samt regulatoriska initiativ. Det finns samtidigt utmaningar att hantera, där tillväxten kan hämmas av osäkerhet kring produktkvalitet, begränsad tillgång och konsumentförtroende. Företagen kan påverka förtroendet genom kvalitetssäkring, medan utbudssidan är mer svårstyrd. Starka och väletablerade inköpskanaler är därför avgörande för att säkerställa en stabil lagerförsörjning och minska risken för produktbrist.

Tillväxtfaktorer

Ökad pris- och kostnadsmedvetenhet

Många konsumenter och bolag söker mer kostnadseffektiva alternativ till nya produkter. Lägre pris på rekonstrukerade enheter är därför en stor drivkraft, då konsumenten får liknande funktionalitet som en ny produkt, men till en bråkdel av kostnaden⁴⁸. Detta gäller för utvecklade länder, och framför allt i tillväxtländer där många hushåll och bolag har begränsad köpkraft. I länder som Kina och Indien finns en hög efterfrågan på exempelvis begagnade och rekonstrukerade smartphones, vilket driver marknaden. Rekonstrukerade produkter ger konsumenter på dessa marknader tillgång till teknik som till exempel Apple-telefoner som annars vore för dyra⁴⁹.

Ökad miljömedvetenhet och hållbarhetsaspekter

Hållbarhet har blivit en tungt vägande faktor för både konsumenter och bolag generellt. Allt fler väljer rekonstrukerad elektronik för att minska sitt miljöavtryck, vilket är en central drivkraft bakom marknadens tillväxt⁵⁰. Enligt branschsiffror kan koldioxidutsläppen minska med 50-90% för en återanvänd telefon jämfört med en ny samt minska e-avfallsmängden⁵¹⁻⁵², vilket är något som eftersträvas av såväl bolag som konsumenter.

Regulatoriska initiativ och lagstiftning

Flertalet lagar och direktiv medför att marknaden gynnas. Ett exempel är WEEE-direktivet (*Waste Electrical and Electronic Equipment Directive*) som är en EU-lagstiftning som syftar till att minska miljöpåverkan från elektriskt och elektroniskt avfall (e-avfall) genom att främja insamling, återanvändning och återvinning. WEEE-direktivet är kopplat till andra EU-lagar som exempelvis "Right to Repair" och RoHS-direktivet (*Restriction of Hazardous Substances*), som också främjar en hållbar konsumtion och har drivit marknaden rekonstrukerade produkter. EU har en övergripande strategi, The Circular Economy Action Plan (CEAP), som syftar till att minska avfall, öka återanvändning och främja en hållbar konsumtion genom att övergå från en linjär ekonomi (där produkter tillverkas, används och slängs) till en cirkulär ekonomi (där produkter återanvänds, repareras och återvinns så länge som möjligt). Det finns således flertalet direktiv, lagar och initiativ inom EU som gynnar tillväxten för rekonstrukerade produkter⁵³⁻⁵⁴. Däremot saknas en motsvarande enhetlig federal lagstiftning i USA i dagsläget.

Teknisk utveckling

Digitala plattformar och marknadsplatser har revolutionerat handeln med begagnad elektronik. Stora onlinesajter gör det enkelt att bläddra bland och jämföra rekonstrukerade alternativ, med garanti och certifiering, vilket kraftigt sänker tröskeln för konsumenten⁵⁵. Den tekniska innovationstakten för elektronik har bromsat in något på senare år, särskilt för mogna produkter som smartphones, vilket gör att tidigare modeller är relativt likvärdiga de nya modellerna som lanseras. Detta gör den äldre produkten tekniskt jämförbar, vilket ökar andrahandsvärdet på dessa⁵⁶. Framsteg inom rekonstrukering har gjort att rekonstrukeringen har blivit bättre och att slutprodukten håller högre kvalitet än tidigare, vilket också driver acceptansen för rekonstrukerade produkter

Förändrat konsumentbeteende

Konsumenternas attityder till att köpa begagnad elektronik har förändrats markant de senaste åren. En stor andel kunder har redan provat att äga en rekonstrukerad smartphone, och i en undersökning av Vodafone visade att över 43,0 % hade ägt en begagnad telefon någon gång samt över 52,0 % var öppna för att köpa en rekonstrukerad smartphone i framtiden⁵⁷. Detta förändrade konsumentbeteende är egentligen en effekt av den generella hållbarhetstrenden i samhället i kombination med att konsumenten kan få en likvärdig produkt kvalitets- och prestandamässigt väldigt mycket billigare. Ytterligare en faktor är att många aktörer på andrahandsmarknaden och inom rekonstrukerat tagit steget till att erbjuda garantier och support, vilket är viktiga faktorer för konsumenten.

Tillväxthämmare

Billiga budgetmodeller skapar konkurrens

Flera tillverkare erbjuder idag nya budgetmodeller till låga priser, vilket innebär att rekonstrukerade premiumprodukter konkurrerar med helt nya enheter i mellanprissegmentet dessa⁵⁶. Fallande priser på ny elektronik, särskilt i mellanklassen, gör det svårare för begagnade produkter att hävda sig⁵⁹.

Kvarstående utmaningar kring konsumentens förtroende

En grundläggande utmaning är förtroende för försäljare av rekonstrukerade produkter⁶⁰. Historiskt har köp av begagnad elektronik förknippats med osäkerhet, konsumenten vet inte skicket och oftast ingår kortare eller ingen garanti. Fortfarande uppger en del konsumenter att de tvekar att köpa rekonstrukerade enheter på grund av oro för produktkvalitet, livslängd och begränsad garanti⁵⁹. Detta är dock något branschen är varse om och garanti- och supporterbjudandet har förbättrats avsevärt på senare år.

Begränsad tillgång på produkter

Utbudssidan kan utgöra en flaskhals, då tillgången på begagnade enheter (särskilt populära premiumtelefoner i gott skick) inte är oändlig⁵⁹. Ju fler aktörer som verkar inom rekonstrukerad elektronik desto högre blir efterfrågan på begagnade enheter. I tider då konsumenter behåller sina telefoner längre (exempelvis vid ekonomisk osäkerhet) minskar inflödet av begagnade mobiler, vilket leder till lagerbrist på andrahandsmarknaden. IDC rapporterade exempelvis om bristen på premiumenheter till försäljning som uppstod när uppgraderingscyklerna drog ut på tiden. Detta drev upp priserna på begagnade telefoner med över 11,0 % under 2022⁶⁰.

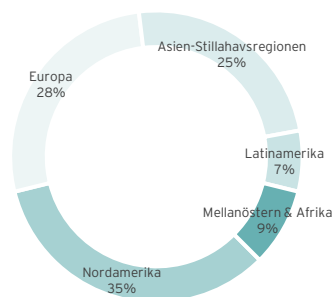
Geografisk fördelning av marknaden för rekonditionerad elektronik och smartphones

Flera marknadsanalyser visar att Nordamerika och Europa står för de största andelarna av den globala marknaden för rekonditionerade elektronikprodukter, följt av Asien-Stillahavsregionen som uppvisar en snabb tillväxt.

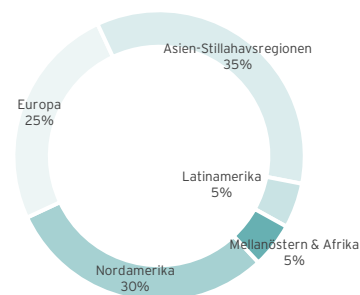
Diagrammen nedan sammanfattar ungefärlig regional fördelning (i % av globala marknaden) för rekonditionerad elektronik (alla kategorier) respektive rekonditionerade smartphones baserat på data från tillgängliga marknadsanalyser.

Geografisk fördelning

Rekonditionerad elektronik¹³⁻²⁰



Rekonditionerade smartphones²³⁻³⁶



Nordamerika är den största marknaden för rekonditionerad elektronik, ledd av USA med aktörer som Apple och Amazon. Europa följer med 25-28 % av marknaden, där Tyskland är störst och Storbritannien växer snabbast. Asien och Stillahavsregionen har en tredjedel av marknaden för rekonditionerade smartphones, med Kina som största och Indien som snabbast växande marknad. Latinamerika, Mellanöstern och Afrika har mindre marknadsandelar men uppvisar tillväxt, särskilt genom statliga initiativ för att minska e-avfall.

Nordamerika

Nordamerika är en ledande marknad för rekonditionerad elektronik och smartphones, drivet av hög efterfrågan och en väletablerad infrastruktur för rekonditionering. USA står för en stor del av denna marknad, med aktörer som Apple och Amazon i spetsen⁶¹.



Europa

Europa är den näst största regionen med en marknadsandel på 25-28 % där Tyskland är störst inom rekonditionerade smartphones medan Storbritannien växer snabbast. EU:s fokus på hållbarhet och cirkulär ekonomi, bland annat genom WEEE-direktivet, har bidragit till ökad efterfrågan⁶¹⁻⁶³.



Asien-Stillahavsregionen

Asien-Stillahavsregionen utgör en tredjedel av den globala marknaden för rekonditionerade smartphones, med Kina som största marknad och Indien som snabbast växande. Regionen har en något lägre andel av den bredare marknaden för rekonditionerad elektronik (cirka 25 %) men växer snabbast tack vare ökad medelklass och e-handelsplattformar som Flipkart och Alibaba, som underlättar försäljningen⁶¹⁻⁶³.



Latinamerika och Mellanöstern & Afrika

Latinamerika och Mellanöstern & Afrika har en mindre andel av marknaden, cirka 5-7 % respektive under 5 %. I Latinamerika är Brasilien och Mexiko ledande, medan länder som Förenade Arabemiraten, Saudiarabien och Sydafrika blir viktiga marknader i Mellanöstern & Afrika. Statliga initiativ för att minska e-avfall och främja återanvändning stärker efterfrågan i dessa regioner⁶¹⁻⁶².



Konsumenternas attityd gentemot rekonditionerad elektronik

En rapport av Trojan Electronics (april 2023) undersökte konsumenters attityd gentemot rekonditionerad elektronik och identifierade ett antal nyckelfaktorer som påverkade marknadens tillväxt. Totalt tillfrågades 300 personer, där 64,0 % någon gång köpt en rekonditionerad eller reparerad elektronisk produkt, varav 38,0 % utfört köpet under det senaste året. Hela 79,0 % av konsumenterna som köpt rekonditionerad elektronik uppgav att de skulle göra det igen. Endast 1,0 % av de tillfrågade hade haft en dålig erfarenhet av sitt inköp av en rekonditionerad produkt⁶⁴.



64%

köpt en rekonditionerad eller reparerad elektronisk produkt



38%

utförde köpet under det senaste året



79%

av de som köpt skulle göra det igen



1%

hade haft en dålig erfarenhet av sitt inköp av en rekonditionerad produkt

Siffrorna i undersökningen var något högre än de som redovisades i Recommerce® Barometer. Enligt Recommerce® Barometer hade 43,0 % av européerna ägt en begagnad smartphone och 52,0 % uppgav att de var villiga att köpa en rekonditionerad smartphone i framtiden. Vidare uppgavs att 35,0 % av européerna planerade att byta ut sin nuvarande smartphone under det kommande året, där rekonditionerade enheter beräknades stå för 27 miljoner sålda enheter⁶⁵. Detta påvisar att väldigt många redan köper rekonditionerade produkter och att en hög andel skulle kunna tänka sig att göra det igen. Endast ett fåtal hade haft en dålig erfarenhet, vilket är viktigt för branschen som helhet då det fortsatt finns vissa utmaningar avseende konsumenternas förtroende.

En nyckelfaktor som identifierades i Trojans rapport var hållbarhets- och miljöfaktorer, där 71,0 % uppgav att de beaktade elektronikprodukters miljöpåverkan vid köp samt 67,0 % ansåg att en butiks eller varumärkes hållbarhetsprofil påverkade deras köpbeslut. Dock var det endast 6,0 % som uppgav att de köpte rekonditionerade produkter primärt av miljömässiga och hållbarhets skäl. Majoriteten uppgav pris som en nyckelfaktor, då 57,0 % handlade rekonditionerade produkter för att det var billigare än nya⁶⁴.



71%

beaktar elektronikprodukters miljöpåverkan vid köp



67%

anser att ett varumärkes hållbarhetsprofil påverkar deras köpbeslut



6%

köpte rekonditionerade produkter primärt av hållbarhets skäl



57%

handlade rekonditionerade produkter för att det var billigare

Enligt Recommerce® Barometer var miljöskäl den näst största drivkraften bakom köp av rekonditionerade smartphones (39 %), medan den största drivkraften var lägre pris (67%)⁶⁵. Enligt Trojans undersökning var produktkvalitet också en väldigt viktig faktor (41,0 %) för konsumenterna⁶⁴. Det blir således väldigt viktigt att hålla en hög produktkvalitet på de rekonditionerade varorna som säljs, men samtidigt erbjuda ett konkurrenskraftigt pris.

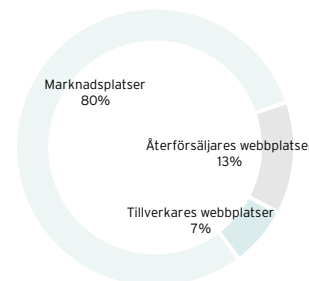
Majoriteten av försäljningen sker online

Enligt Trojan utgörs 70,0 % av alla köp av rekonditionerade produkter idag online, där majoriteten (80,0 %) görs via marknadsplatser likt eBay. Ungefär 13,0 % av inköpen sker via återförsäljares webbplatser och 7,0 % via tillverkares webbplatser. Försäljningen via fysiska butiker är således låg, och i undersökningen uppgav 17,0 % att det trodde att bättre synlighet skulle göra konsumenter mer benägna att välja dessa alternativ⁶⁴.

Utöver detta uppgav 37,0 % att de skulle vara mer benägna att köpa en rekonditionerad produkt om den såldes direkt av tillverkaren. Garanti från tillverkare och återförsäljare var också en faktor som de tillfrågade ansåg skulle öka trygghet vid köp enligt både Trojan och Recommerce[®] Barometer⁶⁴⁻⁶⁵.

Inköpen online sker idag via...

Enligt Trojan sker 70 % av alla köp av rekonditionerade produkter online, där 80 % av dessa sker via marknadsplatser som eBay, medan endast 7 % görs via tillverkares webbplatser. Studien visar också att bättre synlighet i fysiska butiker och garanti från tillverkare eller återförsäljare skulle öka konsumenternas benägenhet att välja rekonditionerade produkter.

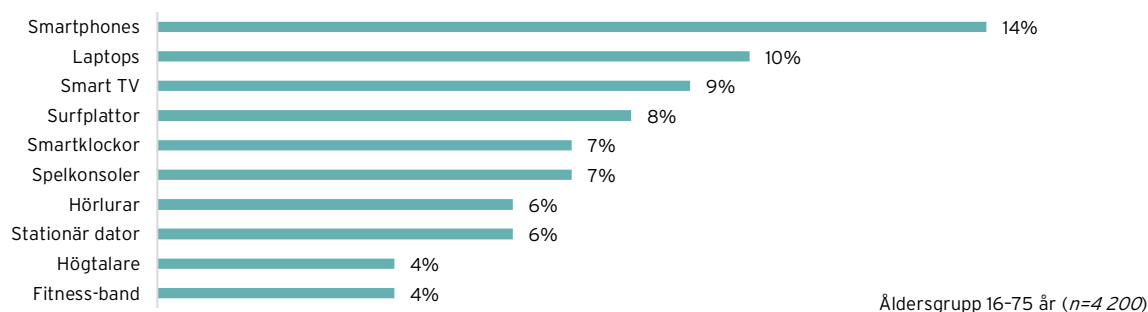


Enligt Recommerce[®] Barometer uppgav 35,0 % av konsumenterna i Europa ett intresse för att byta in eller sälja sin nuvarande mobil för rekonditionering och vidareförsäljning. Detta är en ökning jämfört med 28 % tidigare år, vilket tyder på en växande trend för inbyte av smartphones⁶⁵.

Vilka rekonditionerade produkter handlar konsumenten?

Enligt SecondaryMarketNews är smartphones den vanligaste typen av rekonditionerad enhet som konsumenter överväger att köpa, där 14,0 % av de tillfrågade är öppna för att köpa en begagnad mobil. Därefter följer laptops (10,0 %) och smarta TV-apparater (9,0 %). Trots detta föredrar majoriteten av konsumenterna fortfarande nya enheter framför rekonditionerade alternativ⁶⁶.

Smartphones det som konsumenterna är mest villiga att köpa rekonditionerat...



Hållbarhetsaspekten

Den globala elektronikindustrin står för ungefär 4,0 % av de totala utsläppen av växthusgaser⁶⁴. Enligt Apples miljörapport genererar iPhone 15 Pro (128 GB) 66 kg CO₂e och iPhone 15 Pro Max (256 GB) 75 kg CO₂e. För modeller med högre lagringskapacitet, som 1 TB, ökar utsläppen ytterligare, även om exakta siffror inte anges⁶⁷.

Elektronikavfall (e-avfall) är den snabbast växande avfallstypen i världen, och år 2022 återvanns endast 17,0 % av det globalt⁶⁵. Enligt en FN-rapport hamnar 80,0 % av e-avfallet på soptippar eller återvinns informellt. Den informella återvinningen sker ofta för hand i utvecklingsländer, där arbetare utsätts för farliga och cancerframkallande ämnen såsom kvicksilver, bly och kadmium. Elektronikavfall på soptippar förorenar jord och grundvatten, vilket riskerar att påverka livsmedelsförsörjningen och vattentillgången⁶⁸. EU uppskattar att bara 12,0-15,0 % av alla smartphones som säljs inom EU återvinns idag⁶⁹, så det finns fortsatt mycket kvar att göra trots alla direktiv och regleringar som EU infört.

Prognoser visar att mängden elektronikavfall kan öka med så mycket som 30,0 % fram till år 2030⁶⁵. Enligt en FN-rapport uppgår det årliga värdet av globalt e-avfall överstiger 62,5 miljarder dollar, vilket är mer än BNP för de flesta länder⁶⁸.



Ute i hushållen finns väldigt många äldre smartphones idag som inte används. I en studie som omfattade 27 länder sågs det att det finns 23 964 ton av oanvända mobiler, vilket kan klassas som e-avfall. Bara i Sverige finns det i genomsnitt 1,31 oanvända mobiler per capita enligt studien. Studien undersökte även andelen personer som säljer eller skänker bort begagnade mobiltelefoner. Danmark ligger i topp med i genomsnitt 49,0 % av hushållen, följt av Frankrike och Polen, där 41,0 % av hushållen säljer eller skänker vidare sina begagnade mobiltelefoner⁷⁰. I exempelvis Frankrike utgör rekonditionerade smartphones för upp till 15 % av den totala detaljhandelsmarknaden för smartphones⁷¹.

Enligt en studie av ADEME krävs det 286,6 kg råmaterial för att tillverka en ny smartphone, medan motsvarande siffra för en rekonditionerad telefon är endast 25,3 kg⁷². Enligt Canalys Research såldes 1,22 miljarder nya smartphones under 2024⁷³, vilket skulle innebära att den totala råvaruförbrukningen för nytillverkade smartphones uppgick till ungefär 350 miljoner ton (1,22 miljarder × 286,6 kg per enhet). Om samma antal telefoner istället hade varit rekonditionerade, skulle råvaruförbrukningen ha varit endast 30,9 miljoner ton - en besparing på över 319 miljoner ton råmaterial. Detta visar den betydande resursvinsten som rekonditionering kan innebära, både för miljön och för en mer hållbar elektronikindustri.

Enligt studien av ADEME fastställdes den miljömässiga påverkan av rekonditionerad digital utrustning jämfört med nya motsvarigheter, sett över hela deras livscykel. Studien visar att köp av rekonditionerad utrustning istället för nya minskar den årliga miljöpåverkan (exklusive joniserande strålning) enligt följande⁷²:



Konkurrens

Apple har kontroll över stora delar av värdekedjan för sina produkter, från nyförsäljning till service, vilket ger bolaget ett stort inflytande över produkternas livscykel. Apple använder sig av externa servicepartners som är skyldiga att köpa och använda originaldelar från Apple, vilket gör att det kan tillhandahålla lokal service utan att behöva etablera egna lokala serviceenheter runt om i världen. Priset på originaldelar är dock ofta högt, vilket leder till att reparationer blir kostsamma i förhållande till produktens nuvarande värde. Detta har skapat ett utrymme för en växande marknad för rekonditionerade Apple-produkter, där mResell har etablerat en stark position i Sverige och övriga Europa.

Apple har dock valt att satsa på rekonditionerade produkter som ett led i sitt hållbarhetsarbete via initiativ som Apple Certified Refurbished och Apple Trade In⁷⁴⁻⁷⁵. Genom dessa initiativ har Apple skapat en tydlig närvaro på marknaden för begagnade produkter, vilket direkt påverkar aktörer som mResell. Ett stort potentiellt hot för mResell vore således om Apple väljer att expandera sin satsning på både försäljning och inbyte av rekonditionerade Apple-produkter.

Apples konkurrensfördelar är flera. Bolaget har ett mycket starkt varumärke och ett etablerat förtroende hos konsumenterna, vilket gör att många föredrar att köpa rekonditionerade produkter direkt från tillverkaren. Apple erbjuder dessutom garanti och support på samma nivå som för nya produkter som kan vara svår för tredjepartsaktörer att fullt ut matcha, särskilt vad gäller den upplevda tryggheten hos kunden. Apple kan även pressa priserna då de säljer direkt till konsument utan mellanhänder, vilket förstärker deras konkurrenskraft ytterligare.

mResell påverkas även indirekt av Apples inbytesprogram. När fler konsumenter väljer att lämna in sina gamla enheter direkt till Apple i samband med köp av en ny, minskar tillgången på begagnade produkter på den öppna marknaden. Det gör det svårare för mResell att köpa in enheter till försäljning, vilket i sin tur kan pressa marginalerna. Detta stärker även Apples kundlojalitet och minskar benägenheten att vända sig till alternativa aktörer som mResell för att sälja sin gamla utrustning.

Trots dessa utmaningar hävdar vi att det finns utrymme för mResell att positionera sig som ett kompletterande alternativ till Apple, vilket historiken tydligt visar på. Apple har tydliga incitament att fortsätta fokusera på försäljningen av nya enheter framför att aktivt konkurrera på andrahandsmarknaden. Apples utbud av rekonditionerade produkter är dessutom ofta begränsat i både antal och modellvariation, vilket skapar möjlighet för mResell att erbjuda ett bredare sortiment. Vi anser att mResell kan möta en bredare målgrupp och tillgodose behov som Apple i dagsläget inte fullt ut adresserar genom att tillhandahålla äldre modeller, olika konfigurationer och ett större spann av prisklasser.

Apple har erbjudit rekonditionerade produkter sedan mitten av 2000-talet och lanserade sitt Trade In-program globalt för över tio år sedan⁷⁴⁻⁷⁵. Trots detta har mResell lyckats etablera sig och växa försäljningen, vilket tyder på att marknaden rymmer fler aktörer än Apple. Vår bedömning är att det framför allt finns utrymme för andra aktörer som kan erbjuda ett bredare sortiment, större flexibilitet och attraktiva prisnivåer, något som vi anser att mResell har lyckats väl med.

Apple Certified Refurbished och Apple Trade In

Apple arbetar aktivt för att förlänga livscykeln på sina produkter och minska sin miljöpåverkan genom initiativ som Apple Certified Refurbished och Apple Trade In⁷⁴⁻⁷⁵. Dessa program är en del av Apples satsning på mer hållbar konsumtion och återanvändning av elektronik.

Via Apple Certified Refurbished säljer Apple rekonditionerade produkter som genomgått en noggrann kvalitetskontroll, inklusive funktions- och säkerhetstest, rengöring och eventuellt utbyte av komponenter som batteri och yttre skal med nya originaldelar. Produkterna levereras med ett års garanti, komplett uppsättning tillbehör och möjlighet till utökad garanti via AppleCare. De säljs i nya, vita förpackningar och har alltid det senaste operativsystemet installerat⁷⁴.



Parallellt driver Apple programmet Apple Trade In, där kunder kan lämna in sina gamla enheter i utbyte mot rabatt på nya produkter eller för gratis återvinning. De enheter som är i gott skick rekonditioneras och säljs vidare via Apples egna kanaler, medan övriga återvinns på ett miljövänligt sätt⁷⁵.

Andra aktörer på marknaden

Ekosystemet för rekonditionerad och begagnad elektronik omfattar en rad olika aktörer med varierande affärsmodeller. Många av dessa utgör inte direkta konkurrenter till mResell, utan fungerar snarare som värdefulla samarbetspartners.

En viktig del av ekosystemet utgörs av aktörer som är specialiserade på att ta emot uttjänt elektronik för återvinning. Dessa företag är inte aktiva inom försäljning till slutkund eller företag och har därför ingen direkt koppling till det digitala försäljningsnätverket. Deras roll är i stället att på ett hållbart sätt omhänderta elektronik som inte längre går att återbruka, så kallad D-grade. Dessa återvinningsaktörer är centrala samarbetspartners för både mResell och andra bolag inom den cirkulära elektronikmarknaden, eftersom de bidrar till att säkerställa ett miljövänligt omhändertagande av elektronik som nått slutet av sin livscykel.

Nedan följer en översiktlig indelning av aktörerna på marknaden.

Aktörer på marknaden inom rekonditionerad elektronik

Kategori	Exempel på företag	Affärsmodell
E-avfall & återvinning	Stena Recycling, Recipo, Sims Lifecycle Services, Exit Technologies	Tar emot uttjänt elektronik för att återvinna material eller sälja vidare användbara komponenter.
B2B-leverantörer av begagnad elektronik	Foxway, Inrego, Renewd, mResell	Köper begagnad elektronik från företag och myndigheter för att sälja vidare till andra företag eller rekonditioneringsföretag.
Rekonditionering & B2C-försäljning (Refurbishers)	Swappie, Renewed, Inrego, mResell, Rebuy.	Rekonditionerar begagnade elektroniska enheter och säljer dem direkt till privatkonsumenter. Endast direkt till privatkonsument eller via B2C-marknadsplatser.
B2C-marknadsplatser	Back Market, Refurbed, Amazon Renewed, eBay Refurbished, Tradera, Blocket, Refurbly	Kopplar ihop säljare av rekonditionerad elektronik med konsumenter. Plattformarna erbjuder ofta garantier och kvalitetskontroller för att säkerställa produktens skick.
Reservdelar & reparation	iFixit, Reebelo, lokala verkstäder	Säljer komponenter för reparation av elektroniska enheter eller erbjuder reparationstjänster.

Konkurrensindelning

Marknaden för rekonditionerad elektronik befinner sig i en tillväxtfas, vilket har lett till ett ökat intresse från både nya och etablerade aktörer. Detta skapar en konkurrensintensiv miljö, där mResell inte bara möter andra företag med liknande inriktning, utan även utmanas av återförsäljare av nya Apple-produkter samt av Apple själva genom sin direktförsäljning.

På den svenska marknaden finns ett flertal mindre aktörer med ett utbud som påminner om mResells. Detta gäller även för den internationella marknaden. mResells konkurrenter kan huvudsakligen delas in i fyra olika segment:

mResells fyra konkurrenter



Återförsäljare av nya Apple-produkter

Konkurrens kommer från återförsäljare av nya Apple-produkter och Apples direktförsäljning, då nya produkter utgör en direkt konkurrens mot rekonditionerade alternativ.



Marknadsplatser

Marknadsplatser som säljer andra bolags rekonditionerade Apple-produkter, såsom Refurbed och Back Market, kan ses som konkurrens även om detta är stora försäljningskanaler för mResell.



Större recommerce-aktörer

Större aktörer inom recommerce som också erbjuder slutkunds-försäljning av Apple-produkter, såsom Inrego och ReuseIT, är direkt konkurrenter till mResell.



Mindre aktörer som säljer fysiskt och/eller online

Mindre företag som antingen lokalt via butik, eller på nätet säljer ett mindre utbud rekonditionerade Apple-produkter.

Konkurrensöversikt

Marknaden för återbrukad elektronik befinner sig i stark tillväxt, drivet av ökad konsumentmedvetenhet kring hållbarhet samt ett växande intresse för prisvärda alternativ till nya produkter. mResell verkar i ett konkurrenslandskap med flera aktörer som erbjuder liknande tjänster inom köp och försäljning av renoverade elektronikprodukter, med särskilt fokus på Apple-enheter.

Konkurrenterna kan i huvudsak delas in i två kategorier: recommerce-företag, som själva äger, rekonditionerar och säljer produkterna, samt marknadsplatser, som fungerar som mellanhand mellan tredjepartsleverantörer och konsumenter. Dessa aktörer skiljer sig även åt i sin affärsmodell, där vissa fokuserar strikt på B2C-segmentet medan andra även adresserar B2B-marknaden genom exempelvis uthyrning, livscykelhantering eller företagslösningar.

mResell tillhör den förstnämnda kategorin och är aktiv inom både B2C- och B2B-segmentet, i likhet med bolag som Renewed och Inrego. Bland de främsta konkurrenterna i Europa återfinns recommerce-aktörer som Swappie, Refurbly, Mac Store 24, Renewed och Inrego, vilka bedöms utgöra de mest relevanta utmanarna. Bolag som Foxway och 3 Step IT har i sin tur en tydligare B2B-profil och riktar sig främst mot företagskunder.

Utöver de direkta konkurrenterna inom återförsäljning finns även nischaktörer som fokuserar på reparationer och reservdelar, vilket ytterligare förstärker det cirkulära ekosystemet. Dessa aktörer kan ses som både komplement och potentiella konkurrenter till mResells erbjudande i ett bredare hållbarhetsfokuserat sammanhang.

I tabellen nedan presenteras en översikt av centrala konkurrenter till mResell. Fokus ligger på aktörer verksamma i Europa, eftersom mResell inte har någon försäljning på den amerikanska marknaden. Enligt vår bedömning är recommerce-aktörerna de mest relevanta konkurrenterna, där företag som Swappie, Refurbly, Renewed, Mac Store 24 och Inrego utgör de mest framträdande utmanarna i dagsläget.

Bolag	Land	Kategori	B2B/B2C	Produktfokus
Inrego	Sverige	Recommerce	B2B (B2C via partners)	IT-utrustning, datorer, telefoner
ReuselT	Sverige	Recommerce	B2B	Datorer, skärmar, IT-utrustning
Blue City	Danmark	Recommerce	B2C	Brett utbud - datorer, telefoner, konsoler
Back Market	Frankrike	Marknadsplats	B2C	All elektronik - telefoner datorer m.m
Refurbed	Österrike	Marknadsplats	B2C	Telefoner, laptops, surfplattor
Swappie	Finland	Recommerce	B2C	Endast iPhones
Rebuy	Tyskland	Marknadsplats	B2C	Telefoner, laptops, spelkonsoler
AsGoodAsNew	Tyskland	Recommerce	B2C	Telefoner, laptops, kameror
FixMyPhone/PhoneHero	Sverige	Recommerce	B2C och B2B	Apple-datorer, iPads, telefoner
Refurbly	Sverige	Recommerce	B2C	iPhones
HappyPhone	Sverige	Recommerce	B2C	iPhones, iPads, Samsung
Mac Store 24	Tyskland	Recommerce	B2C	Apple-produkter (MacBooks, iPads, iPhones)
ELKO Group (Renewed m.fl)	Lettland	Recommerce	B2B och B2C	IT-hårdvara - Apple, Dell, HP m.fl
3StepIT	Finland	Recommerce	B2B	Leasing och återanvändning av datorer/mobiler
Foxway	Sverige	Recommerce	B2B och B2C	IT-utrustning, telefoner, datorer och surfplattor

Konkurrensfördelar

mResell särskiljer sig i den fragmenterade marknaden för rekonditionerad elektronik genom ett tydligt tekniskt försprång, hög operationell effektivitet och ett fokuserat produktutbud. Bolagets egenutvecklade AI-baserade plattform är enligt vår bedömning dess främsta konkurrensfördel. Plattformen optimerar centrala delar av värdekedjan, från inköp och prissättning till lagerstyrning och försäljning, vilket möjliggör snabbare lageromsättning, högre marginaler och minskad kapitalbindning jämfört med mer traditionella aktörer. mResell kontrollerar stora delar av värdekedjan, till skillnad från många konkurrenter som ofta är begränsade till antingen hårdvaruhantering eller fungerar som externa marknadsplatser.

Bolaget är dessutom specialiserat på rekonditionerade Apple-produkter, ett premiumsegment där efterfrågan på hållbara och prisvärda teknislösningar växer snabbt. mResells interna graderingssystem och standardiserade rekonditioneringsprocesser säkerställer hög och jämn produktkvalitet, vilket stärker kundförtroendet och minskar returgraden.

Försäljningen sker genom egna digitala kanaler, externa marknadsplatser och strategiska samarbeten, vilket även skapar en bred och flexibel distributionsmodell. Sammantaget anser vi att kombinationen av teknisk innovation, vertikal integration och ett nischat premiumerbjudande gör mResell starkt positionerat i en växande och fragmenterad marknad.

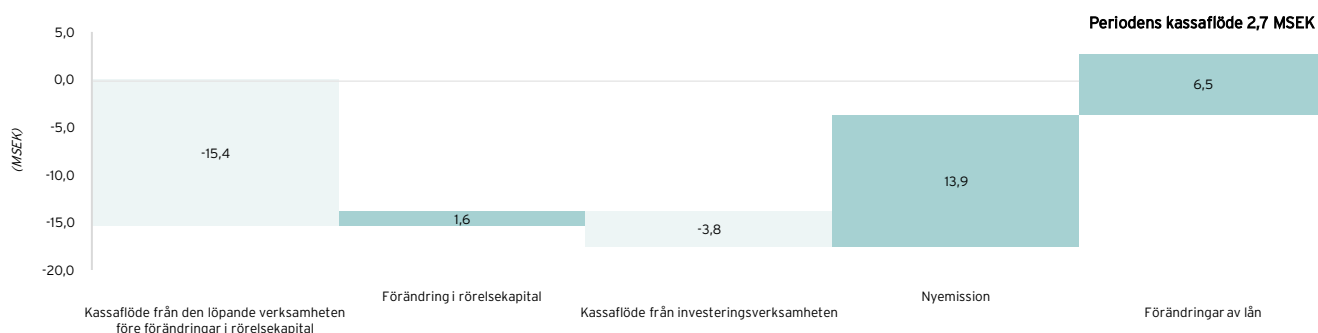
Kassaflöde och finansiell ställning

Under 2024 var kassaflödet positivt, vilket i huvudsak var hänförligt till externa finansieringsaktiviteter. Kassaflödet från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital uppgick till -15,4 MSEK. Ett positivt bidrag från rörelsekapitalet om 1,6 MSEK innebar att det totala kassaflödet från den löpande verksamheten landade på -13,8 MSEK.

Efter investeringar om 3,8 MSEK i immateriella anläggningstillgångar uppgick det fria kassaflödet till -17,6 MSEK. Bolaget genomförde en nyemission om 13,9 MSEK och tog upp nya skulder om 6,5 MSEK, vilket stärkte likviditeten med totalt 20,4 MSEK. Sammantaget förbättrades bolagets kassa från 0,7 MSEK till 3,0 MSEK under året, vilket gav en viss kortsiktig likviditetsförstärkning.

Kassaflödet förbättrades något i början av 2025 till följd av en minskad förlust. Under Q1'25 uppgick kassaflödet från den löpande verksamheten till 1,2 MSEK, drivet av en positiv förändring i rörelsekapital. Fritt kassaflöde uppgick till 0,2 MSEK efter investeringar om -1,1 MSEK. Det totala kassaflödet uppgick till -0,4 MSEK och bolaget avslutade kvartalet med en kassa på 2,9 MSEK. Efter utgången av kvartalet genomfördes dock en riktad emission om 15,2 MSEK, vilket stärker balansräkningen och frigör handlingsutrymme för att skala upp verksamheten.

Kassaflödeskomponenter, 2024



Vid utgången av Q1'25 uppgick mResells anläggningstillgångar till totalt 9,0 MSEK, varav immateriella tillgångar utgjorde 7,5 MSEK, materiella 1,0 MSEK och finansiella 0,5 MSEK. Omsättningstillgångarna uppgick till 12,1 MSEK, varav 5,5 MSEK i varulager och 2,9 MSEK i kassa (utfört riktad emission i juli 2025 om 15,2 MSEK). Utöver detta redovisades kortfristiga fordringar om 3,7 MSEK, främst bestående av kundfordringar på 1,2 MSEK, övriga fordringar på 1,0 MSEK samt förutbetalda kostnader och upplupna intäkter på 1,6 MSEK. mResell har långfristiga skulder på 48,6 MSEK, samt resterande i icke-räntebärande finansiering.

Översikt Q1'25

Immateriella tillgångar	Materiella tillgångar	Soliditet
19,8 % (7,5 MSEK)	2,4 % (0,9 MSEK)	neg.
Kassa	Räntebärande skulder	Nettoskuld
9,1 % (3,4 MSEK)	48,6 MSEK	31,0 MSEK*

*Efter den riktade emissionen

Rörelsekapitalbehov

mResells ambition är att successivt öka andelen direktinköp från både privatpersoner och företag. Strategin säkrar tillgången till högkvalitativa produkter till bättre inköpsvillkor och minskar beroende av mellanhänder, vilket förväntas stärka marginalerna och ge ökad kontroll över utbudet. Strategin är logisk ur ett lönsamhetsperspektiv, men innebär samtidigt ett ökat behov av rörelsekapital, eftersom betalning sker redan vid inköp innan produkterna har rekonitionerats och sålts vidare. Detta skapar en förskjutning mellan kassaflöden och inflöden, vilket kortsiktigt belastar bolagets likviditet.


Med hänsyn till bolagets begränsade likviditet vid utgången av Q1'25 genomförde mResell i juli 2025 en riktad nyemission om 15,2 MSEK. Syftet med emissionen var att stärka rörelsekapitalet för att möjliggöra ökade inköpsvolymmer och därmed skapa förutsättningar för ökad tillväxt. Vi bedömer att det tillförda kapitalet ger bolaget utrymme att accelerera den organiska försäljningen, förbättra marginalerna och inleda vägen mot lönsamhet och positiva kassaflöden.

Ägarbild

Utestående aktier	Aktiekurs	Börsvärde
36 657 964	2,9	106,7
Antal aktieägare	Insynsägande	Free float
3 103	19,6 %	24,0 %

Bolaget har totalt 36 657 964 aktier efter den senaste kapitalanskaffningen, där de största ägarna är X2F Enterprise AB följt av Molcap Growth. Tredje största ägare är vd Patrik La Placa Christiansen med 13,7 % av utestående aktier.

Bland övriga insynspersoner återfinns styrelseordförande Johan Kinnander (1,4 %), styrelseledamot Jan Blomquist (1,4 %) och CFO Johan Norrman (1,1 %), vilka tillsammans kontrollerar 3,9 % av aktierna.

	Ägare	Antal aktier (m)	Kapital
1.	X2F Enterprise AB	8,4	27,4%
2.	Molcap Growth AB	5,9	19,2%
3.	E-Commerce SPV 1 AB (Patrik La Placa Christiansen) 	4,2	13,7%
4.	Siren Securities Ab	1,0	3,4%
5.	Mjällby Event AB	0,9	2,8%
6.	AB Strati	0,8	2,7%
7.	Råsunda Förvaltning	0,7	2,3%
8.	Johanneshöjden Kapitalförvaltning AB	0,7	2,3%
9.	Gerhard Dahl	0,7	2,2%
10.	Erik Karlander invest AB	0,6	2,0%

Teckningsoptioner

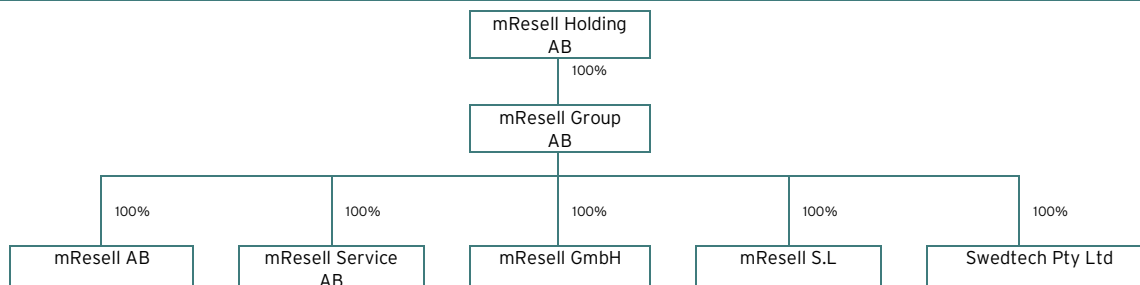
Det finns 4 073 107 teckningsoptioner utställda i mResell Holding AB. Varje teckningsoption ger rätt att teckna en ny aktie i bolaget till en kurs om 70,0 % av den volymvägda genomsnittskursen under perioden tio dagar före teckningsperioden, dock högst 7,35 kronor och lägst kvotvärdet under en period från och med den 19 augusti - 2 september 2025. Av dessa emitterades 3 398 889 teckningsoptioner i december 2024 och 674 218 teckningsoptioner i juli 2025.

Utöver de utestående teckningsoptionerna finns även ett incitamentsprogram riktat till bolagets styrelse. I december 2022 tecknade styrelseledamöterna Johan Kinnander och Andreas Friis avtal med mResell om att erhålla totalt 5 000 kvalificerade personaloptioner, fördelat på 3 000 optioner till Kinnander och 2 000 till Friis. Dessa optioner har utformats i enlighet med reglerna för kvalificerade personaloptioner och syftar till att stärka incitamentsstrukturen och styrelsens långsiktiga intressen med bolagets utveckling.

Organisation och ledning

mResell har 19 anställda, varav 5 konsulter. Ledningen består av vd Patrik La Placa Christiansen och CFO Johan Norrman. Koncernstrukturen för mResell Holding AB ses nedan.

Koncernstruktur *(enligt noteringsmemorandum, 2025)*



Ledning

Patrik La Placa Christiansen, VD

Bakgrund: Patrik har över 15 års erfarenhet som VD för olika bolag och har gedigen erfarenhet inom bolagsbyggande. Han grundade Visual Conference Group AB (VCG) 2002 och sålde 60% till ett private equity-bolag 2007, för att senare sälja hela bolaget 2011 till en global nätverksleverantör med säte i UK. Vid försäljningstillfället hade VCG en omsättning på ca 500 mSEK och god lönsamhet.



Patrik har över 10 års erfarenheten av styrelsearbete i både onoterade som noterade bolag. Han besitter en omfattande kompetens inom kapitalanskaffning och har lett flertalet M&A processer, både som köpare och säljare. Hans aktiva engagemang har bidragit till flera framgångsrika transaktioner och omstruktureringar.

Pågående uppdrag: Styrelseordförande i Event Logic Sweden AB (inkl dotterbolag), Synergy SKY AS, Christiansen & Stenstierna AB/CS Venture Capital AB (inkl dotterbolag), Stratur AB, Vinoro Gruppen (inkl dotterbolag)

Innehav: 16 192 404 ägs via E-Commerce SPV 1 AB (Not: Patrik La Placa Christiansen innehar själv 3 786 120 av dessa aktier, men har inflytande genom rösträtt för övriga aktier i E-Commerce SPV 1 AB)

Mathias Linder, COO & Head of Kommunikation

Bakgrund: Mathias har över 25 års erfarenhet inom IT-branschen, med ledande roller på 3stepIT, Koneo, Ericsson och Atea. Han har arbetat med försäljning, affärsutveckling och operativt ledarskap, både nationellt och internationellt, i såväl stora organisationer som entreprenöriella tillväxtbolag.



Pågående uppdrag: -

Innehav: 0

Styrelse

Johan Kinnander, styrelseordförande



Bakgrund: Johan har tidigare lång erfarenhet från styrelsearbete, bland annat i företag som Caybon Media Group, Brightmill AB, och Betsafe Group AB. Han har under många år varit verksam i mediabranschen, bland annat som Nordenchef för Google och inom TV 3. Johan har även haft flera ledande roller inom spelindustrin, där han bland annat var Vvd på Betsafe Group AB och B2B ansvarig för Betsson Group AB. Dessutom har Johan varit ansvarig för Optimizer Invests verksamhet i Norden.

Pågående uppdrag: VD Komo Holding AB, Styrelsemedlem Caybon Media Group, COB Inntech Signmaker AB, Styrelsemedlem Flemingsbergs IK.

Innehav: 418 148 samt 3 000 personaloptioner

Oberoende i förhållande till mResell, bolagsledningen och större aktieägare.

Andreas Friis, styrelseledamot



Bakgrund: Andreas har tidigare erfarenhet av börsnoteringar, förvärv, kapitalanskaffningar, investor relations och styrelsearbete. Han sitter i flertalet styrelser och har själv grundat och varit VD för ett noterat bolag inom internet/media.

Pågående uppdrag: Ordförande, VD Enigma Nordic AB. Ledamot, Event Logic Sweden AB. Ledamot, Mresell Group AB. Ledamot, FairValue FV AB. Ledamot, VD i Norrort Technologies AB Ledamot, Event Logic Europé AB. Suppleant TradeVenue AB.

Innehav: 2 000 personaloptioner

Oberoende i förhållande till mResell, bolagsledningen och större aktieägare

Patrik La Placa Christiansen, styrelseledamot



Bakgrund: Patrik har över 15 årserfarenhet som VD för olika bolag och har gedigen erfarenhet inom bolagsbyggande. Han grundade Visual Conference Group AB (VCG) 2002 och sålde 60% till ett private equity-bolag 2007, för att senare sälja hela bolaget 2011 till en global nätverksleverantör med säte i UK. Vid försäljningstillfället hade VCG en omsättning på ca 500 mSEK och god lönsamhet.

Pågående uppdrag: Styrelseordförande i Event Logic Sweden AB (inkl dotterbolag), Synergy SKY AS, Christiansen & Stenstierna AB/CS Venture Capital AB (inkl dotterbolag), Stratur AB, Vinoro Gruppen (inkl dotterbolag).

Innehav: 16 192 404 ägs via E-Commerce SPV 1 AB (Not: Patrik La Placa Christiansen innehar själv 3 786 120 av dessa aktier, men har inflytande genom rösträtt för övriga aktier i E-Commerce SPV 1 AB)

Inte oberoende i förhållande till mResell, bolagsledningen och större aktieägare

Jan Blomquist, styrelseledamot



Bakgrund: Ca 30 år i finansbranschen varav ca 10 år som anställd och sedermera partner på HQ Bank AB; egna investeringar i såväl noterade som onoterade bolag; uppdrag som finansiell rådgivare och med bolagsfinansieringar mm. Erfarenhet av finansiella modeller, optimering, automatiserad värdepappershandel, neurala nätverk och numeriska modeller. Tidigare erfarenheter från styrelsearbete i bland annat Aerodyn AB, OSS reklambyrå AB, Deflamo AB

Pågående uppdrag: Finansiell rådgivare i Dizlin Pharma, styrelseledamot i Jan Blomquist AB och styrelsemedlem i Tyresö Handboll.

Innehav: 411 742 B-aktier

Oberoende i förhållande till mResell, bolagsledningen och större aktieägare

Fredrik Burvall, styrelseledamot



Bakgrund: Erfaren styrelseordförande med dokumenterad erfarenhet av att arbeta inom onlineindustrin. Stark affärsutvecklingsprofil med kompetens inom investerarrelationer, företagsförvärv (M&A), finansiering, ledarskap och affärskontroll. Även en aktiv investerare.

Pågående uppdrag: Styrelseordförande i Beyond Frames Entertainment

Innehav: 504 732 aktier

Oberoende i förhållande till mResell, bolagsledningen och större aktieägare

Risker

Utbudsbrist

Begränsad tillgång på begagnade enheter kan utgöra en flaskhals för marknaden, särskilt när det gäller populära premiumtelefoner i gott skick. Ju fler aktörer som etablerar sig inom rekonditionerad elektronik, desto större blir konkurrensen om det befintliga utbudet av begagnade enheter. Vid perioder av ekonomisk osäkerhet tenderar konsumenter att behålla sina telefoner längre, vilket minskar inflödet av enheter till andrahandsmarknaden. Detta kan leda till lagerbrist, vilket begränsar återförsäljarnas möjligheter att möta efterfrågan. En sådan utveckling kan tvinga bolag inom rekonditioneringssektorn att betala högre inköpspriser, vilket riskerar att pressa marginalerna.



Hög

Högt rörelsekapitalbehov

mResell har ett stort behov av rörelsekapital för att finansiera sin affärsmodell, där enheter köps in direkt från privatpersoner och företag innan de rekonditioneras och säljs vidare. Denna strategi ger bättre marginaler och minskar beroendet av externa leverantörer men kräver betydande likviditet då utbetalningar sker innan försäljning genererar intäkter. För att växa och öka andelen direkta inköp behöver bolaget säkerställa en stabil likviditetsposition för att inte hamna i en situation med brist på rörelsekapital.



Hög

Hög konkurrens

Marknaden för rekonditionerad elektronik präglas av hög konkurrens, både från andra aktörer inom rekonditionering och från återförsäljare av nya Apple-produkter, inklusive Apple själva. mResell möter konkurrens från flera håll, bland annat marknadsplatser, vilka fungerar både som konkurrenter och försäljningskanaler. Dessutom finns större recommerce-aktörer och mindre lokala företag som erbjuder rekonditionerade enheter via butik eller nätet. Den ökande konkurrensen kan pressa priser och marginaler, särskilt om större aktörer utnyttjar skalfördelar eller om marknadsplatser förändrar sina villkor för tredjepartsförsäljare.



Hög

Framtida kapitalbehov

För att stödja fortsatt tillväxt, exempelvis genom ökade direktinköp, lageruppbyggnad och eventuella förvärv, kan mResell komma att behöva ytterligare kapital. Bolagets affärsmodell är rörelsekapitalintensiv, då enheter köps in innan de rekonditioneras och säljs vidare. Utöver rörelsekapital kan investeringar i teknik, marknadsföring och internationell expansion kräva finansiering. Om kassaflödet från den löpande verksamheten inte räcker för att täcka dessa behov kan bolaget behöva upplåning eller genomföra nyemissioner, vilket kan innebära utspädning för befintliga aktieägare eller påverka bolagets finansiella ställning.



Hög

Risker kopplade till förvärv

Förvärv är en del av mResells tillväxtstrategi, men det finns osäkerhet kring hur dessa förvärv ska finansieras i dagsläget. mResell kommer vid ett förvärv behöva ta in externt kapital, antingen genom upplåning eller nyemission, vilket kommer påverka balansräkningen och aktieägarnas ägarandel. Utöver finansieringsfrågan finns generella operativa risker kopplade till förvärv, såsom exempelvis integration och realisering av synergier. Misslyckade förvärv kan leda till ökade kostnader, ineffektivitet och försämrad lönsamhet.



Medel

Beroende av nyckelpersoner

mResell är ett mindre bolag med begränsade personalresurser, vilket innebär ett visst beroende av individuella nyckelpersoner. Per den 30 december 2024 hade bolaget 22 anställda, varav 5 konsulter. Den operativa ledningen består i huvudsak av vd Patrik La Placa Christiansen och CFO Johan Norrman, vilket gör bolaget sårbart vid eventuella avgångar eller längre frånvaro.



Medel

Investeringscase

AI-baserad och datadriven plattform

- mResell har investerat omkring 40 MSEK i en AI-baserad plattform som automatiserar och optimerar stora delar av värdekedjan, inklusive inköp, lagerhantering, prissättning och försäljning.
- Plattformen analyserar marknadsdata i realtid, vilket ger mResell förmågan att snabbt anpassa sig till marknadsförändringar och fatta mer träffsäkra beslut.
- Detta bidrar till konkurrenskraftiga bruttomarginaler, lägre lagerkostnader och förbättrad försäljningsprecision.



Skalbar och flexibel affärsmodell

- Plattformens modularitet gör att den kan anpassas för nya produktkategorier och geografiska marknader.
- mResell har redan etablerat verksamhet i 10 länder och sålt till över 300 000 kunder globalt.



Cirkulär ekonomi och hållbarhet

Verksamheten bygger på rekonditionering, vilket är en hållbar modell som minskar elektronikavfall och CO₂-utsläpp. Detta möter växande efterfrågan från både konsumenter och företag på mer hållbara och kostnadseffektiva alternativ.



Intern kvalitetskontroll och graderingssystem

Bolaget använder ett standardiserat graderingssystem för produktens skick, kombinerat med en detaljerad rekonditioneringsprocess utförd av certifierade tekniker. Detta skapar kundförtroende och minskat returflöde.



Starka och diversifierade inköpskanaler

- mResell köper in enheter via både strategiska partnerskap och direkt från privatpersoner/företag.
- Direktinköp möjliggör högre marginaler och oberoende från externa leverantörer.
- Ett fokus på att öka andelen inbyten via den egna plattformen stärker kontrollen.



Multikanalsförsäljning & smart marknadsföring

- Bolaget säljer via egna digitala kanaler (med högre marginal), externa marknadsplatser (volym) och genom strategiska partnerskap (stabilitet).
- AI styr även marknadsföringen i realtid baserat på lagerstatus, försäljningstakt och konkurrensdata



Förvärvsdriven tillväxtstrategi

- mResell är väl positionerat för att konsolidera en fragmenterad bransch genom att förvärva mindre aktörer.
- Plattformen möjliggör effektiv integration av nya bolag, vilket skapar skalfördelar och synergier.



Potential inom leasing

- Leasingmodellen skapar återkommande intäktsströmmar och högre marginaler.
- Leasing ger också bättre kontroll över återförsäljningsflödet, minskat svinn och högre kundlojalitet.



Finansiella mål

I samband med den riktade emissionen i juli 2025 kommunicerade mResell nya finansiella mål. Bolaget siktar på att inom en tre- till femårsperiod nå en årlig omsättning om 600 MSEK samt en EBIT-marginal över 10 %. Målen speglar en tydlig ambition att skala upp verksamheten kraftigt och samtidigt driva lönsamhet genom ökad operationell effektivitet och förbättrad bruttomarginal. Utfallet kommer i hög grad bero på bolagets förmåga att allokeras kapital effektivt, stärka sin närvaro på nyckelmarknader och realisera skalbarhet i den egna plattformen.

Finansiella mål på medellång sikt (3-5år)

Omsättning:	600,0 MSEK
Lönsamhet:	EBIT-marginal överstigande 10,0%

Värdering

Key stats

Antal aktier	36 657 964	Börsvärde (MSEK)	128,3
Aktiekurs (SEK)	3,5	Nettoskuld (MSEK)	31,0*
		Enterprise value (MSEK)	159,3

*Efter att bolagets tillförts cirka 14,7 MSEK från riktad emission

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: Börnsdata

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: Börnsdata

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: Börnsdata

Peers

I vår relativvärdering av mResell har vi analyserat ett urval internationella recommerce-aktörer inom vertikaler som mode, lyxprodukter, elektronik och fordon. Det gemensamma temat är värdeskapande genom återanvändning, cirkulära flöden och datadriven försäljning. Affärsmodellerna skiljer sig dock åt, från marknadsplatser till vertikalt integrerade återförsäljare, vilket också återspeglas i lönsamhetsnivåerna. Endast ett fåtal bolag redovisar i dagsläget positiv EBIT.

Jämförelsebolagen handlas till relativt höga multiplar, med en snittvärdering på 19,3x EV/EBIT och 23,8x EV/EBITDA. Det tyder på en stark värderingstrend i sektorn, sannolikt drivet av strukturell tillväxt, ett ökande konsumentfokus på hållbarhet och digitala affärsmodeller med hög skalbarhet. Urvalet är dock begränsat, vilket minskar precisionen i jämförelsen. Vi bedömer därför att jämförelsen bör tolkas mer som en riktlinje än ett exakt värderingsintervall. Analysen ger dock en indikation på att skalbara och lönsamma recommerce-aktörer kan motivera höga värderingsmultiplar.

Stark värderingstrend trots begränsat urval inom recommerce

Bolag	Marknad	Börsvärde	EV	EBIT R12		EBITDA R12		BM	Lönsamhet R12	
				EBIT	EV/EBIT	EBITDA	EV/EBITDA		EBIT %	EBITDA %
ThredUp	NASDAQ	824,0	839,0	neg.	n/a	neg.	n/a	79,4%	n/a	n/a
The RealReal	NASDAQ	588,0	848,0	neg.	n/a	16,7	50,8	74,6%	2,7%	n/a
Carvana	NYSE	42 021,0	45 804,0	1 250,0	36,6	1640,0	27,9	21,7%	11,0%	8,4%
Envela	NYSE	151,0	149,0	8,9	16,7	11,6	12,8	24,3%	6,1%	4,7%
ATRenew	NYSE	619,0	576,0	125,5	4,6	152,2	3,8	19,9%	0,9%	0,7%
Snitt		8 840,6	9 643,2	461,5	19,3	455,1	23,8	44,0%	5,2%	4,6%
Median		619,0	839,0	125,5	16,7	84,5	20,4	24,3%	4,4%	4,7%

För att öka relevansen har vi även kompletterat analysen med ett urval svenska e-handelsbolag. Syftet är att bredda värderingsbasen och ge en mer nyanserad bild av hur marknaden värderar tillväxtorienterade bolag med digitala affärsmodeller, liknande skalbarhet och konsumentfokus.

Jämförelsen med svenska e-handelsbolag ger ytterligare stöd för att mResell kan motivera en attraktiv multipelvärdering. Snittvärderingen i gruppen ligger på 15,9x EV/EBIT och 10,7x EV/EBITDA, vilket utgör en lägre värderingsnivå än den internationella recommerce-gruppen, men baseras samtidigt på mer etablerade bolag.

Sammantaget visar jämförelsen med internationella recommerce-aktörer och svenska e-handelsbolag på attraktiva värderingsmultiplar. Vi anser dock att mResell i dagsläget motiverar en viss rabatt relativt dessa, givet att mResell ännu inte har bevisat sin affärsmodell i större skala, vilket innebär viss exekveringsrisk. Vi bedömer därför att en multipel om 13x på vår prognostiserade EBIT för 2027E är rimlig i nuläget. På sikt ser vi dock potential för multipelexpansion mot 14-16x, förutsatt att mResell bevisar sin affärsmodell och når lönsamhet.

Lägre värderingsnivåer bland svenska e-handelsbolag

Bolag	Börsvärde	EV	EBIT R12		EBITDA R12		BM	Lönsamhet R12	
			EBIT	EV/EBIT	EBITDA	EV/EBITDA		EBIT %	EBITDA %
BHG Group	4 578,0	5 860,0	neg.	n/a	527,7	11,1	24,7%	5,2%	neg.
Boozt	5 478,0	5 952,0	460,0	12,9	735,0	8,1	38,8%	8,9%	5,6%
Bubbleroom	67,0	50,0	neg.	n/a	neg.	n/a	65,0%	neg.	neg.
Desenio	388,0	714,0	70,1	10,2	92,1	7,8	85,1%	11,1%	8,4%
Lyko	1 828,0	2 864,0	129,3	22,2	302,5	9,5	44,2%	8,2%	3,5%
Nelly Group	1 410,0	1 490,0	111,7	13,3	164,7	9,0	53,6%	14,7%	10,0%
Pierce Group	657,0	628,0	neg.	n/a	63,0	10,0	43,8%	3,8%	neg.
Revolutionrace	5 028,0	4 881,0	369,0	13,2	377,0	12,9	70,4%	19,6%	19,1%
RugVista	1 343,0	1 146,0	67,9	16,9	86,2	13,3	62,6%	12,0%	9,5%
Söder Sportfiske	267,0	239,0	10,5	22,8	16,4	14,6	39,4%	6,9%	4,4%
Snitt	2 104,4	2 382,4	174,1	15,9	262,7	10,7	52,8%	10,0%	8,6%
Median	1 376,5	1 318,0	111,7	13,3	164,7	10,0	48,9%	8,9%	8,4%

Estimat för 2025E

mResell rapporterade en omsättning på 26,5 MSEK i Q2, vilket var i nivå med Q1. Bolaget fortsätter därmed att leverera hög tillväxt genom sin befintliga plattform, men inom ramen för den nuvarande rörelsekapitalnivån. Den låga kassan begränsar möjligheten att skala upp produktinköp i önskad takt, vilket sätter ett tak för tillväxt och lönsamhet i det korta perspektivet.

Den nyligen genomförda kapitalanskaffningen på 15,2 MSEK i juli förändrar dock förutsättningarna. Det nya kapitalet ger bolaget utrymme att öka andelen direktinköp, vilket förväntas accelerera tillväxttakten, möjliggöra skalfördelar samt förbättra bruttomarginalen genom förbättrade inköpsvillkor. mResell meddelade i samband med sin trading update för juli att omsättningen ökade markant, och att den höga tillväxttakten väntas bestå under H2'25, vilket även återspeglas i våra estimat.

Vi bedömer att kapitaltillskottet blir en viktig katalysator för en snabbare tillväxtfas under H2, särskilt givet den strukturellt ökande efterfrågan på hållbara Apple-produkter. Den ökade volymen väntas även förbättra bolagets förhandlingsposition mot externa marknadsplatser samt stärka skalbarheten i den AI-drivna plattformen, vilket bör bidra till en förbättrad operationell effektivitet. Sammanfattningsvis bygger vår prognos på stabilitet i H1, följt av en tydlig acceleration i tillväxt och resultatförbättring i H2, drivet av den stärkta finansiella positionen efter emissionen.

Estimat för 2025

<i>(MSEK)</i>	Q1A	Q2E	Q3E	Q4E	2025E
Nettoomsättning	27,9	26,5	36,4	43,6	134,4
<i>% y-o-y</i>	<i>n/a</i>	<i>n/a</i>	<i>n/a</i>	<i>n/a</i>	<i>77,9%</i>
Aktiverat arbete	0,8	0,9	0,7	0,9	3,3
Övriga rörelseintäkter	0,1	0,2	0,1	0,1	0,5
Summa intäkter	28,9	27,6	37,2	44,6	138,2
Bruttoresultat	4,9	4,8	7,1	8,9	25,7
<i>Bruttomarginal</i>	<i>17,6%</i>	<i>18,3%</i>	<i>19,4%</i>	<i>20,3%</i>	<i>19,1%</i>
<i>% y-o-y</i>	<i>n/a</i>	<i>n/a</i>	<i>n/a</i>	<i>n/a</i>	<i>53,7%</i>
Rörelsekostnader	-8,9	-8,4	-8,6	-9,0	-34,9
<i>% y-o-y</i>	<i>n/a</i>	<i>n/a</i>	<i>n/a</i>	<i>n/a</i>	<i>-19,0%</i>
EBIT	-3,0	-2,5	-0,7	0,9	-5,4
<i>EBIT-marginal</i>	<i>-10,8%</i>	<i>-9,4%</i>	<i>-2,0%</i>	<i>2,0%</i>	<i>-4,0%</i>
<i>% y-o-y</i>	<i>n/a</i>	<i>n/a</i>	<i>n/a</i>	<i>n/a</i>	<i>n/a</i>

Estimat fram till 2027E

Vår bedömning är att mResell har förutsättningar att accelerera den organiska tillväxten under de kommande åren. Kapitaltillskottet i juli samt det förväntade inflödet från inlösen av TO2 i september stärker balansräkningen och frigör handlingsutrymme för att skala upp verksamheten. Tillväxten förväntas drivas av en ökad andel direktköp, vilket stärker bruttomarginalen genom förbättrade inköpsvillkor. Därtill ser vi fortsatt potential i den geografiska expansionen, särskilt genom ökad närvaro på de mest lönsamma marknaderna. Den AI-drivna plattformen möjliggör i sin tur snabb lageromsättning, datadriven prissättning och kanaloptimering. Sammantaget bedömer vi att mResell har goda möjligheter att realisera skalfördelar, förbättra bruttomarginalen och på sikt uppnå uthållig lönsamhet.

(MSEK)	2022	2023	2024	2025E	2026E	2027E
Nettoomsättning	93,3	151,2	75,6	134,4	218,2	293,3
% y-o-y	13,9%	62,0%	-50,0%	77,9%	62,3%	34,4%
Aktiverat arbete för egen räkning	0,0	0,0	3,0	3,3	4,0	3,0
Övriga intäkter	1,0	1,1	0,4	0,5	0,4	0,4
Totala intäkter	94,3	152,3	79,0	138,2	222,6	296,7
EV/S	1,9	1,1	2,3	1,3	0,8	0,6
Bruttoresultat	19,2	20,2	16,3	25,7	47,8	67,8
Bruttomarginal	20,6%	13,4%	21,6%	19,1%	21,9%	23,1%
% y-o-y	-2,2%	5,0%	-19,1%	57,3%	86,1%	41,8%
Rörelsekostnader	-30,9	-42,5	-43,1	-34,9	-37,9	-42,4
% y-o-y	24,5%	37,5%	1,3%	-19,0%	8,6%	11,9%
EBIT	-10,7	-21,3	-23,3	-5,4	14,3	28,8
EBIT-marginal	-11,5%	-14,1%	-30,9%	-4,0%	6,5%	9,8%
% y-o-y	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	101,5%
EV/EBIT	neg.	neg.	neg.	neg.	12,2	6,0

Vi har valt att värdera mResell utifrån en multipel om 12x EBIT för helåret 2027E. Multipeln speglar värderingsnivån hos peers, samtidigt som vi tar hänsyn till att mResell 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	13	28,8	374,0	9,2
Säkerhetsmarginal (30%)	13	20,1	261,8	6,4

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

Potentiell avkastning

	Huvudscenariot			Säkerhetsmarginal (30%)		
	Faktor	Procent	CAGR	Faktor	Procent	CAGR
2027E	2,62	162,4%	47,1%	1,84	83,7%	27,5%

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

Känslighetsanalys

EBITx	Huvudscenariot 2027E			Säkerhetsmarginal (30%)		
	Börsvärde (MSEK)	Aktiekurs (kr)	Förändring %	Börsvärde (MSEK)	Aktiekurs (kr)	Förändring %
9	258,9	6,4	81,6%	181,3	4,4	27,1%
10	287,7	7,1	101,8%	201,4	4,9	41,3%
11	316,5	7,8	122,0%	221,5	5,4	55,4%
12	345,2	8,5	142,2%	241,7	5,9	69,5%
13	374,0	9,2	162,4%	261,8	6,4	83,7%
14	402,8	9,9	182,5%	281,9	6,9	97,8%
15	431,6	10,6	202,7%	302,1	7,4	111,9%
16	460,3	11,3	222,9%	322,2	7,9	126,0%

Källförteckning

- <https://mresell.se/product-conditions/>
- <https://www.ingrammicrolifecycle.com/blog/refurbished-phone-grades-what-do-they-mean>
- <https://resellers.foxway.com/knowledge/grading/mobile-device-grading-guide/#Mobiles-Working>
- https://www.refurbly.se/pages/om-oss?gad_source=1&qid=Cj0KCQjw-e6-BhDmARIsAOxxVLGtwfNGQ406hf3bflycNz015AmHR96f6kRwYnSjexH2ACdYaArxUEALw_wcB
- <https://www.allabola.se/foretag/refurbly-ab/%3C%3B6rebro/e-handel/2KH3GEI15YDVM>
- <https://www.allabola.se/foretag/itreon-global-remarketing-ab/bromma/konsulter/2KH9N60I5YF3I>
- <https://www.allabola.se/foretag/itreon-finance-ab/bromma/datorer-kringtrustningar/2KGJU3CI5YCUH>
- <https://www.itreon.eu/om-oss>
- <https://www.allabola.se/foretag/phonehero-ab/stockholm/elektronik-leqotillverkning/2K3A4CFI5YDXQ>
- https://phonehero.se/om-oss?_gl=1*a5ldp*_up*MQ..*_gs*MQ..&qid=Cj0KCQjw-e6-BhDmARIsAOxxVbDRqatjXCo035f0iHQ7GBUZkNabuoulyriAmsxSimWK_uuHofcnaMmWEALw_wcB
- <https://www.allabola.se/bransch-s%3C%3B6k?q=Fix%20My%20Phone%20Sverige%20AB>
- <https://fixmyphone.se/>
- <https://www.coherentmarketinsights.com/market-insight/refurbished-electronics-market-6166>
- <https://finance.yahoo.com/news/global-refurbished-electronics-market-size-00000305.html>
- <https://www.globenewswire.com/news-release/2024/10/02/2957085/28124/en/Refurbished-Electronics-Industry-Report-2024-Market-to-Reach-168-76-Billion-by-2029-from-86-5-Billion-in-2023-Global-Industry-Size-Share-Trends-Opportunities-and-Forecasts.html>
- <https://www.transparencymarketresearch.com/refurbished-electronics-market.html>
- <https://www.marketresearchfuture.com/reports/refurbished-electronics-market-12333>
- <https://www.maximizemarketresearch.com/market-report/refurbished-electronics-market/209405/>
- <https://www.techsciresearch.com/report/refurbished-electronics-market/21793.html>
- <https://www.kdmarketinsights.com/reports/refurbished-electronics-market/3375>
- <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/used-and-refurbished-smartphone-market>
- <https://www.persistencemarketresearch.com/market-research/refurbished-and-used-mobile-phones-market.asp#:~:text=Historical%20Market%20Growth%20Rate%20,2019%20to%202023>
- <https://www.futuremarketinsights.com/reports/refurbished-smartphone-market>
- <https://www.technavio.com/report/refurbished-smartphone-market-industry-analysis>
- <https://aws.amazon.com/marketplace/pp/prodview-bige2n1i74bs#offers>
- <https://www.globenewswire.com/news-release/2024/09/24/2952222/0/en/Refurbished-Smartphone-Market-is-Expected-to-Reach-USD-187-86-Billion-by-2032-Driven-by-Online-Marketplaces-that-Simplify-Browsing-and-Comparing-Second-Hand-Options.html>
- <https://www.persistencemarketresearch.com/market-research/refurbished-and-used-mobile-phones-market.asp>
- <https://www.expertmarketresearch.com/reports/refurbished-and-used-mobile-phones-market>
- <https://www.alliedmarketresearch.com/refurbished-and-used-mobile-phones-market-A53443>
- <https://www.marketresearchfuture.com/reports/refurbished-smartphone-market-11690>
- <https://market.us/report/refurbished-smartphone-market/>
- <https://www.sphericalinsights.com/reports/refurbished-smartphone-market>
- <https://www.globenewswire.com/news-release/2024/06/07/2895419/28124/en/Global-Refurbished-Mobile-Phone-Market-Forecast-at-100-Billion-by-2029-Consumers-Prioritize-Sustainability-and-Savings-Asia-Pacific-Leads-Growth.html>
- <https://www.maximizemarketresearch.com/market-report/refurbished-and-used-mobile-phones-market/201320/>
- <https://www.snsinsider.com/reports/refurbished-smartphone-market-4133>
- <https://www.credenceresearch.com/report/refurbished-smartphone-market>
- <https://www.statista.com/statistics/1208598/used-smartphone-shipments-worldwide/#statisticContainer>
- <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS51804924>
- <https://www.counterpointresearch.com/insights/why-are-refurbished-smartphone-prices-rising/>
- <https://www.counterpointresearch.com/insight/apple-reaches-new-high-in-global-refurbished-market-in-2024-but-supply-remains-a-challenge/>
- <https://www.qminsights.com/industry-analysis/refurbished-computers-and-laptop-market>
- <https://aws.amazon.com/marketplace/pp/prodview-f4nhfioaojsw>
- <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/refurbished-laptop-global-market-report>
- <https://www.persistencemarketresearch.com/market-research/refurbished-laptops-computers-market.asp>
- https://www.researchandmarkets.com/report/refurbished-computers?srsltid=AfmBOoqiWZLPpKwaTsrIQzjAQXGS-ewb455X_EH9B5041_Ow2t17AQI
- <https://www.credenceresearch.com/report/refurbished-computer-and-laptop-market>
- <https://market.us/report/refurbished-computer-and-laptops-market/>
- <https://www.globenewswire.com/news-release/2024/09/24/2952222/0/en/Refurbished-Smartphone-Market-is-Expected-to-Reach-USD-187-86-Billion-by-2032-Driven-by-Online-Marketplaces-that-Simplify-Browsing-and-Comparing-Second-Hand-Options.html#:~:text=Key%20Drivers%20of%20the%20refurbished,the%20convenience%20of%20online%20marketplaces>
- <https://www.globenewswire.com/news-release/2024/06/07/2895419/28124/en/Global-Refurbished-Mobile-Phone-Market-Forecast-at-100-Billion-by-2029-Consumers-Prioritize-Sustainability-and-Savings-Asia-Pacific-Leads-Growth.html#:~:text=Market%20Drivers>
- <https://www.globenewswire.com/news-release/2024/06/07/2895419/28124/en/Global-Refurbished-Mobile-Phone-Market-Forecast-at-100-Billion-by-2029-Consumers-Prioritize-Sustainability-and-Savings-Asia-Pacific-Leads-Growth.html#:~:text=Market%20Drivers>
- <https://labo.societenumerique.gouv.fr/en/articles/environmental-impact-of-smartphones-what-benefits-of-reconditioning-relate-to-nine/>
- <https://sea.mashable.com/tech/13224/the-worlds-unused-smartphones-put-together-weigh-more-than-138-blue-whales>
- <https://www.iea.org/policies/25162-waste-electrical-and-electronic-equipment-directive>
- <https://www.eumonitor.eu/9353000/1/9vvik7mlc3qyx/vlqifv6bvtu?ctx=vhsjgh0wpcp9>
- <https://www.globenewswire.com/news-release/2024/09/24/2952222/0/en/Refurbished-Smartphone-Market-is-Expected-to-Reach-USD-187-86-Billion-by-2032-Driven-by-Online-Marketplaces-that-Simplify-Browsing-and-Comparing-Second-Hand-Options.html#:~:text=Key%20Drivers%20of%20the%20refurbished,the%20convenience%20of%20online%20marketplaces>
- <https://www.varindia.com/public/news/refurbished-smartphone-market-is-growing-faster#:~:text=innovation%20has%20made%20two,%E2%80%9D>
- <https://www.vodafone.com/news/protecting-the-planet/european-demand-for-refurbished-smartphones-grows-in-2023>
- <https://www.fixably.com/blog/the-challenges-refurbishment-businesses-face-in-the-used-device-market#:~:text=Lack%20of%20Awareness%20Among%20Consumers>
- <https://www.deloitte.com/be/en/about/press-room/digital-consumer-trends-2022.html>
- <https://www.businesswire.com/news/home/20230109005145/en/IDC-Forecasts-Nearly-415-million-Used-Smartphones-Will-Be-Shipped-Worldwide-in-2026-with-a-Market-Value-of-99-9-Billion#:~:text=Quarterly%20Mobile%20Phone%20Tracker%20cts,in%202022>
- <https://www.credenceresearch.com/report/refurbished-electronics-market#:~:text=North%20America%20holds%20the%20largest,refurbished%20programs%20among%20consumers%20further>
- <https://www.persistencemarketresearch.com/market-research/europe-refurbished-and-used-mobile-phones-market.asp#:~:text=%2A%20Europe%20held%2025.products%2C%20including%20iPhones%2C%20iPads%2C%20and>
- <https://www.marketresearchfuture.com/reports/refurbished-smartphone-market-11690#:~:text=contribute%20to%20growth,market%20in%20the%20European%20region>
- https://trojanelectronics.co.uk/wp-content/uploads/2023/08/Trojan-Report_The-rise-of-refurbished-electronics_exploring-consumer-attitudes.pdf
- <https://www.vodafone.com/news/protecting-the-planet/european-demand-for-refurbished-smartphones-grows-in-2023>
- <https://secondarymarketnews.com/blog/scandinavian-carbon-footprint-awareness/>
- https://www.apple.com/environment/pdf/products/iphone/iPhone_15_Pro_and_iPhone_15_Pro_Max_Sept2023.pdf
- <https://www.unep.org/news-and-stories/press-release/un-report-time-seize-opportunity-tackle-challenge-e-waste>
- https://circulareconomy.europa.eu/platform/sites/default/files/impact_of_ce_on_fmcc_-_mobile_phones_case_study.pdf
- <https://www.nst.com.my/lifestyle/bots/2020/11/641044/tech-unused-smartphones-weigh-more-54-boeing-747-8-planes>
- <https://www.arcep.fr/cartes-et-donnees/nos-publications-chiffres/impact-environnemental/enquete-annuelle-pour-un-numerique-soutenable-edition-2023.html>
- <https://librairie.ademe.fr/economie-circulaire-et-dechets/5833-assessment-of-the-environmental-impact-of-a-set-of-refurbished-products.html>
- <https://canalys.com/newsroom/worldwide-smartphone-market-2024>
- <https://www.apple.com/shop/refurbished/about>
- <https://www.apple.com/se/shop/trade-in>

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

En eller flera på FairValue och Kalqyl äger aktier i det analyserade bolaget
Analysen är en uppdragsanalys