

Delårsrapport Q1 2021

1 januari-31 mars 2021

MedicaNatumin AB (publ)

Januari-mars 2021

- Periodens nettoomsättning uppgick till 59,3 MSEK (62,1)
- EBITDA uppgick till 1,3 MSEK (2,5)
- Periodens resultat efter skatt uppgick till -2,4 MSEK (-1,2)
- Resultatet per aktie uppgick till -0,0063 (-0,0032)
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 8,5 MSEK (2,8)

Väsentliga händelser under perioden januari-mars 2021

- 1 januari 2021 tillträder Peter Hencz som VD för MedicaNatumin AB (publ).

Väsentliga händelser efter periodens utgång

- Inga väsentliga händelser efter periodens utgång.

Kommentarer från VD

När vi summerar första kvartalet ser vi ett omsättningstapp med -4,5% och landar på 59,3 MSEK jämfört med 62,1 MSEK föregående år. Anledningen till tappet är att vi fortfarande är negativt påverkade av pandemin. EBITDA uppgick till 1,3 MSEK (2,5 MSEK) vilket motsvarar 2,3 % och EBIT till -1,9 MSEK (-0,7 MSEK). För koncernen ser vi en försämrad bruttomarginal till 43,5 % jämfört med 47% föregående år. Detta beror till största del på produktmixen där vi har större andel försäljning av produktsegment med lägre marginaler.

Fokus under hela kvartalet har legat på kostnads-besparingar samt att lägga starka aktivitetsplaner för våra egna varumärken där vi har högre marginal samt på att hitta fler externa kunder till vår produktion i Habo med ett tydligt mål att öka vår beläggning avsevärt. Då världsbilden fortfarande är osäker har vi under kvartalet jobbat med kortare strategiska planer och kommer fortsätta med det till den tidpunkten då vi ser ett mer stabilt läge. Målet är fortfarande att våra kostnadsbesparingar inte ska drabba vår långsiktiga tillväxtresa och vi följer detta noga i vår prognostisering framåt.

Sammantaget ser vi en del utmaningar som vi behöver ta oss an i närtid, men vi har en fortsatt stark tilltro för den plan vi arbetar efter och en hög ambition att vända siffrorna till både tillväxt och lönsamhet.

Försäljning och marknad Norden

Varumärkesförsäljningen på den svenska marknaden backar något jämfört med föregående år. Vi jämför oss med perioden precis före pandemins utbrott vilket gör att vi har sämre omsättning i traditionella kanaler som hälsofackhandeln, fysiska butiker, turism och apotek. E-handeln ligger stabilt jämfört med perioden ifjol vilket är i linje med den utvecklingen vi sett under senare delen av 2020. Vi ser fortsatt en tydlig kanalförflyttning mot e-handel och apotek. Vi fortsätter att bredda sortimentet i apotekskanalen och har fått besked att en av de större apotekskedjorna tar in Ester-C Immun C-D-Z under andra kvartalet.

Vi fortsatte under första kvartalet med lanseringen av våra två nya produkter i Ester-C-serien, Pulver och C-D-Z. Ester-C Immun C-D-Z är en egenutvecklad kombinationsprodukt med C- och D-vitamin samt zink. Den tillverkas vid vår anläggning i Habo medan vi köper pulver färdigpackat från extern leverantör. Även Fast Track har fått ett tillskott då vi lanserat Fast Track Man i början av kvartalet. Fast Track och Fast Track Man innehåller ett patenterat komplex

bestående av tre botaniska extrakt (Slendacor™), som i flera kliniska studier har visats bidra till viktnedgång vid övervikt.

Även försäljningen på den norska marknaden genom Vitalkost tappar något jämfört med föregående år, detta som en direkt orsak av den pågående pandemin. I Norge har vi haft utmaningar med nedstängningar och generellt hårdare restriktioner jämfört med förra året. Trots detta fortsätter Vitalkost att generera ett bra resultat och vi ser en bättre utveckling jämfört med andra aktörer i branschen inom segmentet ekologiska livsmedel. De främsta anledningarna till att Vitalkost har klarat sig bättre är en bred produktportfölj och kundbas samt en tydlig positionering mot e-handel, som haft en positiv utveckling. Apotekskanalen har också haft en god utveckling och här ser vi en stor potential för ytterligare tillväxt framåt.

Vitalkosts stora lansering med Kolonihagen Soda i Rema 1000-butikerna har varit en stor framgång. Målet under första kvartalet var en distribution i 450 butiker och där vi till slut nådde hela 530 butiker. Vi kommer fortsätta utveckla det här samarbetet med fler produktlanseringar under året.

I kategorin makeup/hudvård har vi i Norge som första land i Europa lanserat Raww som är ett australiensiskt varumärke med fokus på naturliga råvaror.

Export & kontraktstillverkning

Exportaffären går betydligt långsammare än förväntat med undantag för Ester C-affären som löper på enligt förväntan.

Flera av våra viktigaste kunder har påverkats negativt av pandemin där exempelvis planerade lanseringar och marknadsbearbetningar har blivit påverkade eller helt stoppade. Den begränsade rörelsefriheten i bland annat Sydeuropa och Mellanöstern har försvårat bearbetningen av apotek, läkare mm vilket är en förutsättning för att få i gång försäljningen i dessa länder.

Gällande lanseringen av Jabushe på Amazon i Tyskland har vi under kvartalet tecknat avtal med en lokal partner med fokus att få i gång försäljningen. Sökning av nya partners i Asien pågår på potentiella marknader.

Registreringsprocessen av Jabushe i Mellanöstern beräknas vara färdig under april med förväntan om en första order under andra kvartalet.

Förberedelserna för kontraktstillverkning av ett antal nya produkter har under kvartalet pågått för fullt. De första leveranserna kommer ske i början av kvartal två. Aktiviteter för att hitta nya kunder för kontraktstillverkning pågår för fullt. I övrigt kan nämnas att Nåva Fotkräm lanseras under våren i Asien med Japan som första land.

Produktion

Koncernens produktionsanläggning i Habo har under det första kvartalet haft en lägre beläggning än förväntat. Anledningen till detta är främst en minskad orderingång pga den fortsatt rådande pandemin. Större internationella kundprojekt har fått ställas in eller skjutas upp på framtiden och vi har inte fullt ut lyckats ersätta denna produktion. Vidare har vi under perioden haft fler logistiska utmaningar i form av dyrare och försenade inleveranser av råvaror och produktkomponenter. Detta har lett till en betydligt lägre marginal och några tillfälliga bristsituationer, främst på råvaran till våra Ester-C-tabletter. Vår tablettillverkning och blisterpackning har legat på en relativt stabil nivå. Produktionen och packningen av kosmetiska- och medicintekniska produkter har en tydligare nedgång. Ett antal nya produkter har producerats för första gången under perioden åt externa kunder med stor framgång.

Löpande förbättringar fortsätter att ske för att öka kvalitet och effektivitet. Vi förbereder oss för att byta ut och uppgradera vår blisterlinje under maj månad, för att kunna öka kapaciteten framöver.

Vi har utmaningar men ser positivt på framtiden

Som många andra företag står vi inför en oviss framtid. Vi får inse att det kommer att ta längre tid att övervinna COVID-19 än vi trott och hoppats. Givet den osäkra situationen är det i nuläget inte möjligt att uppskatta hela den potentiella på-verkan för MedicaNatumin-koncernen för andra kvartalet eller för helåret.

För mig är det viktigt med en transparent kommunikation till både våra aktieägare och medarbetare, därför skulle jag vilja belysa de utmaningar vi står inför men också berätta om befintliga och kommande möjligheter.

Våra största utmaningar just nu är en för låg försäljning på några av våra traditionellt starka produkter, för låg beläggning i vår produktion samt att många av de stora projekten med externa kunder och exportpartners har skjutits upp eller genererat betydligt lägre volymer än förväntat. Under året har vi lärt oss oerhört mycket mer om våra affärsområden och framför allt var vi är som mest sårbara. Vi har i Sverige haft en betydande del av vår affär i off-line kanaler och inte haft den mest efterfrågade produktportföljen under pandemin, självklart med undantag från Ester-C som varit vår absolut viktigaste produktkategori både under 2020 samt under första kvartalet.

Vi är medvetna om att vi kommer behöva göra större förändringar i vår struktur både organisatoriskt och i vår verksamhet, men förändringar tar tid och måste gå i linje med den långsiktiga strategin som under året ska tas fram innan de verkställs fullt ut. Vi har redan genomfört en hel del åtgärder internt för att dra ner vår kostnadsmassa och fokuserar dagligen på att hitta nya sätt att driva vår försäljning och bredda våra kanaler med fokus på digitalisering. Produkt-utveckling är en vital del av vår planerade tillväxtresa och där vi ser stor potential för ytterligare breddning inom våra befintliga och nya segment för att dels bibehålla våra konsumenter, dels attrahera nya.

Möjligheterna i vår bransch är många men det gäller att välja rätt och skapa ett unikt erbjudande för att sticka ut i dagens tuffa konkurrens. Vi fokuserar på att fortsätta stärka våra egna varumärken och att bli mer offensiv i vår marknads-föring direkt till våra slutkonsumenter.

Norska marknaden och Vitalkost är och kommer fortsättningsvis under 2021 att vara oerhört viktiga områden för koncernen och där vi har stor potential att fortsätta att bygga vidare på det momentum vi skapat under 2020.

När det gäller produktionen fokuserar vi på svenska företag i vår bransch som planerar att ta hem hela eller delar av sin produktion till Sverige och där vi ska kunna erbjuda dessa bolag en attraktiv högkvalitativ produktionslösning med långsiktiga produktionsavtal för att öka vår beläggning genom kontraktstillverkning.

För vår exportverksamhet gäller det att fortsätta jobba vidare med att utveckla våra befintliga samarbetspartners samt att identifiera nya potentiella partners som vi ska knyta till oss för att vara redo när gränserna börjar öppna upp igen.

Detta sammantaget gör att vi ser fram emot ett positivt men utmanande 2021 och där vi ska se till att göra de förändringar som krävs och ta vara på de möjligheter vi identifierar för att fortsätta bygga vidare MedicaNatumin till en stabil och hållbar koncern i en bransch med stor potential framåt.

Jönköping 2021-04-29

För ytterligare information kontakta

Peter Hencz, VD
peter.hencz@medicanatumin.se

Denna information är sådan information som MedicaNatumin AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 29 april 2021 kl. 8.30.

Om MedicaNatumin

MedicaNatumin utvecklar, tillverkar och marknadsför hälso- och skönhetsprodukter baserade på innovativa ingredienser och gedigen forskning. Bolagets patenterade plattformar är utvecklade av den egna forskningsgruppen i samarbete med Karolinska och Sahlgrenska instituten. MedicaNatumin's ledande varumärken inom kategorierna kosttillskott, medicintekniska produkter samt dermatologiska och kosmetiska produkter säljs till stor del på den nordiska marknaden men även till konsumenter runt om i världen. Vi har även distributionsrättigheterna för ett flertal populära ekologiska livsmedel och hudvårdsprodukter på den norska marknaden. Huvudkontor och produktion finns i Jönköping respektive Habo och dotterbolag i Tønsberg.

MedicaNatumin AB (publ) är listad på Nordic Growth Market (NGM) Nordic SME