

A black and white photograph of a pregnant woman's midsection. She is wearing a light-colored, possibly white, strapless top and matching bottoms. Her hands are gently cradling her belly. A single white tulip is held between her fingers, its stem and leaves visible. The lighting is soft, highlighting the contours of her body and the texture of the fabric.

ellen

BOKSLUTSKOMMUNIKÉ
JANUARI – DECEMBER 2022

Ellen Aktiebolag (publ)
Org nr 556419-2663

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Året i korthet _____	1
VD har ordet _____	3
Ellens verksamhet _____	6
Finansiell information _____	17
Nyckeltal _____	25
Noter _____	26
Finansiell kalender, adresser och kontakt _____	27

Styrelsen och verkställande direktören för Ellen Aktiebolag (publ) avger härmed
följande halvårsrapport för räkenskapsperioden 2022-01-01 – 2022-12-31

ANDRA HALVÅRET 2022

12 817Nettoomsättning
(8 687) KSEK**13 366**Rörelseintäkter
(8 717) KSEK**45%**Bruttomarginal
(50%)**-2 805**Rörelseresultat (EBITDA)
(-3 531) KSEK**-0,64**Resultat per aktie
(-0,77) SEK**-1 066**Kassaflöde
(-4 267) KSEK

HELÅR 2022

23 907Nettoomsättning
(18 800) KSEK**25 417**Rörelseintäkter
(18 867) KSEK**46%**Bruttomarginal
(49%)**-4 726**Rörelseresultat (EBITDA)
(-5 716) KSEK**-1,08**Resultat per aktie
(-1,26) SEK**-4 837**Kassaflöde
(-5 163) KSEK

VIKTIGA HÄNDELSE UNDER 2022

FÖRSTA HALVÅRET

22 februari informerar Ellen marknaden att man lanserar en ny affärsstrategi och varumärkesidentitet i maj 2022

24 februari informerar Ellen marknaden att man stärker sin produktportfölj och lanserar två intymvårdsprodukter med prebiotika

18 mars informerar Ellen marknaden att man utökar distributionen av sin produktportfölj i samband med lanseringen av sin nya varumärkesidentitet i maj

ANDRA HALVÅRET

18 augusti informerar Ellen marknaden att Bolaget vinner designpris för dess nya förpacknings-design tillsammans med Designkontoret Silver

5 september informerar Ellen marknaden om att Bolaget stärker sin produktportfölj genom att lansera en prebiotisk after shave & wax gel. Detta blir den tredje produkten inom Ellens veganska intymvårds-sortiment som får ett uppdaterat innehåll med prebiotika.

19 oktober informerar Ellen marknaden om att Bolaget redovisar en nettoomsättning om 17 060 (13 720) KSEK för de nio första månaderna 2022 vilket är all time high-nivå och innebär en försäljningstillväxt om 24,4 procent jämfört med motsvarande period 2021.

28 oktober informerar Ellen marknaden att man tillsammans med Designkontoret Silver vinner Guld i Svenska Designpriset 2022

VIKTIGA HÄNDELSE EFTER PERIODENS SLUT

9 februari informerar Ellen marknaden att Bolaget är en av vinnarna i designtävlingen 100-wattaren, tävlingen som belönar kommunikation som gett bevisad effekt. Tillsammans med designbyrån Silver tog Ellen hem det prestigefyllda priset 50-wattaren i kategorin Strategisk Design.



VD HAR ORDET

Ellen AB levererar "all time high"-försäljning med en försäljningstillväxt om 27,1 procent samt förbättrar rörelseresultatet med 17,1 procent för helåret 2022. Detta trots en turbulent omvärld som påverkar alla led i vår affär.

Vi summerar ett intensivt, utmanande och händelserikt 2022 där Ellen via flertalet målinriktade aktiviteter stärkt sin position på intinvårdsmarkanden och skapat ett bra fundament för att fortsätta driva lönsam tillväxt.

Under andra halvåret levererar Ellen en försäljningstillväxt om 47,5 procent som bidrar till att leverera "all time high"-försäljning och ett förbättrat rörelseresultat. 2022 har inneburit stora utmaningar med bland annat extrema kostnadsökningar i alla led. Det har påverkat Ellens bruttomarginal negativt, vilket vi agerat på med prishöjningar mot marknaden för att säkerställa bättre marginaler framåt.

Ellens fokusmarknader Frankrike/Belgien, Tyskland samt Norden står för 85 procent av totala omsättningen. Samtliga marknader visar på en fin tillväxt trots att vi haft utmaningar med produktionen och långa ledtider som inneburit försenade leveranser och out of stock situationer i framförallt Tyskland och Frankrike/Belgien.

När vi stänger året kan vi konstatera att Ellens enskilt största marknad Frankrike/Belgien levererar en tillväxt på 24 procent, Tyskland tre procent och Norden 41 procent. Starka resultat i en turbulent tid.

Lansering och implementering av ny varumärkesstrategi och nya produkter

En lyckad lansering och implementering av Ellens nya varumärkesidentitet och förpackningsdesign samt lansering av tre nya uppgraderade veganska intinvårdsprodukter där vi adderat prebiotika har resulterat i utökad distribution via flertalet apotekskedjor i Sverige och Norge både i fysisk butik samt online. Även i Tyskland där vi påbörjat lanseringen och implementeringen av den nya designen, har vi lyckats utöka distributionen i fysiska butiker samt online hos till exempel Rossmann. Här pågår ett fortsatt arbete att fasa ut den gamla designen för att successivt gå över till den nya via samtliga våra återförsäljare inom kort. Nästa steg blir att lansera och implementera den nya varumärkesidentiteten på fler relevanta marknader.

Den nya designen har mottagits väl av marknaden och konsumenterna och har bland annat genererat tre prestigefyllda designpriser som bidragit till ökad synlighet, stor uppmärksamhet och ökat engagemang för Ellen. Vår ambition var att skapa ett modernt och enhetligt varumärke med en design som reflekterar Ellens innovativa, naturliga, pH-balanterande och högkvalitativa intinvårdsprodukter. En design som sticker ut och produkter du gärna skyltar med i ditt badrum.

Att vinna en Red Dot för Ellens förpackningsdesign i en av världens största designtävlingar, guld i Svenska Designpriset samt nyligen även vinna 50-wattaren i kategorin "strategisk design" är ett fint kvitto på en lyckad implementering av Ellens nya varumärkesidentitet och förpackningsdesign. Detta

kommer möjliggöra fortsatta framgångar med sikte att skapa fler affärsmöjligheter för framtiden.

Under året har vi uppdaterat vår hemsida och vår kommunikation i våra digitala kanaler i linje med vår nya varumärkesidentitet. Utöver det har vi intensifierat våra mediainvesteringar och genomfört lyckade 360 graders aktiveringar som stöttat lanseringen och har stärkt Ellen och vår produktportfölj.



Framtidsutsikter

Jag är fortsatt ödmjuk inför ett oroligt världsmarknadsläge som påverkar både gemene man och bolag i stort. Det är svårt att idag se vilka konsekvenserna blir framåt.

Vi har under 2022 gjort ett antal riktade insatser för att möta de olika utmaningarna vi stått och fortsatt står inför.

Målsättningen är att bli ett lönsamt bolag i närtid. Vårt främsta fokus är att driva lönsam försäljningstillväxt via ett antal strategiskt viktiga områden som;

- Utökad distribution och tillgänglighet av Ellens produktportfölj i butik samt online. Vi lanserar bland annat en egen webbshop i Sverige under kvartal ett 2023 samt fokuserar på att accelerera vår försäljning via Amazon och andra relevanta kanaler online. Vi ser också en stor potential till utökad distribution i Norden samt på den internationella marknaden med initialt fokus på stora marknader.
- Fortsatt arbete runt harmoniseringen av Ellens varumärke för lansering och implementering på fler marknader.
- Marknadsinvesteringar för att stärka kännedomen om Ellen och Ellens produktportfölj där fortsatt utveckling av Ellens Intimvårdsskola ingår.
- Utöver det har vi en ambition att lansera nya relevanta intinvårdsprodukter för att ytterligare bredda och stärka Ellens produktportfölj.

I den takt vi fortsätter att växa finns ett behov av att se över vår organisation för att säkerställa rätt bemanning och rätt kompetens. Vi är ett dedikerat och engagerat team och jag är stolt över den insats och det resultat vi tillsammans levererat under 2022. Vi har en stark plan på plats för att fortsätta Ellens tillväxtresa. Jag ser mycket fram emot att driva och leda detta arbete tillsammans med teamet.

Det här är bara början!



Charlotta Nilsson
verkställande direktör
Ellen AB

ELLENS
VERKSAMHET

INLEDNING

Ellen AB är ett svenskt Fem-Tech bolag som tillhandahåller innovativa och naturliga premiumprodukter inom intimhälsa. Produkterna bygger på unik forskning och produktutveckling med mångårig kunskap inom probiotika och kvinnlig intimhälsa.

Fokus ligger på att med hjälp av modern vetenskap erbjuda produkter som kan hjälpa kvinnor att nå och bevara ett balanserat pH-värde i underlivet. Oavsett var du är i livet – mens, graviditet, klimakteriet, obalans eller obehag – hjälper ellen till att upprätthålla ett välbalanserat underliv, genom livets alla faser.

Ellens högkvalitativa produkter bevarar och förstärker intimhälsan med utgångspunkt i kroppens naturliga funktioner. Vi strävar alltid efter att tillhandahålla innovativa och naturliga produkter utan onödiga tillsatser och parfym.

Upptäckten av bakteriestammar blev starten för Ellen AB. Under 1990-talet identifierades probiotiska bakteriestammar som finns naturligt i en kvinnas friska underliv vid Lunds universitet. 1991 utvecklade biokemisten Endre Kvanta en probiotisk gel för behandling av vaginal mikrobiologisk obalans.

Ellen AB bildades år 2000 och år 2002 lanserade Ellen den första tampongen med probiotika. LN® (Lacto Naturel) blev resultatet av samarbetet mellan mikrobiologer, biokemister, gynekologer och ingenjörer. LN® (Lacto Naturel) är den probiotiska substansen i ellen® Probiotic Tampon och i ellen® Probiotic Cream.

Ellens probiotiska bakteriestammar är en mix av tre probiotiska mjölksyrabakteriestammar (L. rhamnosus LN113, L. gasseri LN40 samt L. fermentum LN99). Dessa hör till några av de mest förekommande vaginala mjölksyrabakterierna som finns naturligt i en kvinnas friska underlivsflora.

Ellens probiotiska produkter är svenska innovationer som är utvecklade i samarbete med gynekologer och biokemister. Obalans i det vaginala pH-värdet är en bidragande faktor till underlivsbesvär. En balanserad mjölksyrabakterieflora är grunden till en frisk underlivshälsa. Mjölksyrabakterierna hjälper till att upprätthålla surhetsgraden i slidan till ett pH-värde där de flesta andra bakteriearter inte trivs.

Mjölksyrabakterierna, även kallade laktobaciller, har både män och kvinnor naturligt i mun och mage/tarm, men det som skiljer oss åt är att kvinnor även har mjölksyrabakterier i underlivet.

Ett pH-balanserat underliv innebär bland annat...

- Att du undviker besvär och obehag
- Att du undviker irritation och klåda
- Att du undviker ett underliv som luktar illa
- Att du främjar de goda bakterierna och håller borta de oönskade som gör livet tråkigt för dig och ditt underliv

ELLENS AFFÄRSIDÉ

”Som svenskt FemTech-bolag tillhandahålla innovativa och naturliga premiumprodukter för pH-balanserat intimhälsa”

ELLENS VARUMÄRKESLÖFTE

” ELLEN, UNDERLIVETS BÄSTA VÄN

Vi möjliggör en balanserat intimhälsa genom livets alla faser. I symbios med kroppen och dess naturliga ämnen hjälper vi till att få ett balanserat pH-värde i underlivet – hela livet”

AFFÄRSMODELL

Affärsmodellen innebär försäljning av Ellens produkter till konsument i egen regi och via lokala distributörer. Ellen har i dagsläget tio distributörer som bearbetar cirka 20 olika marknader varav merparten är i Europa.

I Sverige hanteras försäljningen i egen regi sedan maj 2018, och i Tyskland sedan 2016. Under våren 2020 tog Ellen över ansvaret för de övriga nordiska länderna.

PRODUKTPORTFÖLJ

Ellens produktportfölj består av högkvalitativa premiumprodukter som kompletterar varandra väl. Produkterna är framtagna för att hjälpa dig att upprätthålla ett pH-balanserat underliv, genom livets alla faser. Ellen har mångårig forskning inom kvinnohälsa och mikrobiologi i ryggen och vi strävar alltid efter att tillhandahålla innovativa och naturliga produkter. Självklart alltid utan onödiga tillsatser och parfym.

87 procent av Ellens totala omsättning för 2022 kommer från Ellens unika probiotiska produkter där basen är Ellens probiotiska tampong som står för 58 procent av omsättningen och Ellens probiotiska intimkräm som står för 29 procent av omsättningen.

Försäljningsmixen ser annorlunda ut på Ellens hemmamarknad Sverige där försäljningen är fördelad på fler produkter. I Sverige står de probiotiska produkterna för 58 procent av totala omsättningen för 2022. Resterande 42 procent är fördelade på övriga produkter. Det finns en stor potential att utöka distributionen och därmed försäljning av helheten av Ellens produktportfölj i linje med försäljningsmixen i Sverige på fler marknader och på så sätt driva tillväxt framåt.

ellen® Probiotic Tampon – tre olika storlekar. En unik 2 i 1 produkt.

En unik tampong berikad med probiotika som hjälper till att bevara underlivets naturliga pH-värde under menstruationen när pH-värdet tenderar att stiga.

Probiotikan består av samma mjölksyrabakterier som naturligt finns i en fertil kvinnas friska underliv och som hjälper till att hålla de dåliga bakterierna borta.

Under menstruation kan mjölksyrabakterierna minska i antal och leda till ett ökat pH-värde vilket kan orsaka besvär och obehag. Genom att använda ellen® Probiotic Tampon tillför man naturliga mjölksyrabakterier som hjälper till att bevara det naturliga pH-värdet.

Mjölksyrabakterier, även kallade laktobaciller (*Lactobacillus species*), finns naturligt i underlivet och är förutsättningen till ett friskt underliv. Mjölksyrabakterier hjälper till att balansera pH-värdet i slidan, som varierar från kvinna till kvinna och kan även variera under t.ex. menstruationscykeln. När den varma menstruationsvätskan genomfuktat tampongen transporteras bakterierna ut ur tampongen och in i vaginan.

ellen® Probiotic Tampon är en svensk innovation utvecklad i samarbete med gynekologer och biokemister. En produkt som många gånger felaktigt jämförs med en vanlig tampong. Premiumpriset är kopplat till att varje tampong är berikad med Ellens unika mjölksyrabakteriestammar som appliceras i en komplex tillverkningsprocess. För att mjölksyrabakterierna ska bibehållas aktiva är Ellens tamponger förpackade i aluminiumburkar med tätslutande lock. Aluminiumburkarna är självklart återvinningsbara.

ellen® Probiotic Cream – en unik 2 i 1 produkt.

En unik intimkräm berikad med probiotika som återfuktat, förebygger irritation och bidrar till en balanserad intimhälsa. Mjukgörande, skonsam och pH-balanserande intimkräm för torra och sköra slemhinnor.

Innehåller mjukgörande kokosolja som hjälper till att bibehålla slemhinnornas elasticitet och naturliga skyddsbarriär. Ellens probiotiska intymkräm är även berikad med samma naturliga mjölksyrabakterier som finns i ett friskt och fertilt kvinnligt underliv och som hjälper till att upprätthålla pH-balansen i underlivet. ellen® Probiotic Cream är hormonfri och utan konserveringsmedel och vatten för att inte torka ut slemhinnorna.

ellen® Probiotic Cream är en svensk innovation utvecklad i samarbete med gynekologer och biokemister. Produkten är tillverkad i Sverige.

I samband med klimakteriet sjunker östrogenhalten och musklerna och slemhinnorna i slidan blir mindre elastiska. Även surhetsgraden i slidan förändras och det är inte ovanligt att man kan uppleva att slemhinnorna känns torra och sköra. Nya hygienvanor, antibiotikabehandling, stress, träningsformer som spinning och ändrade sexvanor är andra faktorer som kan påfresta miljön i underlivet. Överdriven underlivshygien medför att många tvättar bort de skyddande mjölksyrabakterierna. Det kan i sin tur orsaka att den känsliga huden i underlivet kan bli torr och skör. Ibland kan man också uppleva en brännande känsla i underlivet.

ellen® Probiotic Cream tillför mjölksyrabakterier som är nödvändiga för att upprätthålla en balanserad bakterieflora och en skyddsfilm (hydrolipidfilm) som bevarar slemhinnornas naturliga smidighet. Passar kvinnor i alla åldrar och är säker att använda under både graviditet och amning.

ellen® Vaginal pH-Control®

Ett snabbt och enkelt självtest för kontroll av det vaginala pH-värdet. Ett obalanserat pH-värde är en bidragande faktor till underlivsbesvär. Med ellen® Vaginal pH-Control® kan du enkelt kontrollera det vaginala pH-värdet. Använd med fördel efter en antibiotikabehandling, behandling av underlivet, om du misstänker bakteriell vaginos, under graviditet, vid illaluktande

underliv eller när du upplever allmän irritation, klåda och obalans i underlivet.

En sur miljö i underlivet är förutsättningen för en god intimhälsa. Det finns flera orsaker till ett förändrat pH-värde, till exempel sex, stress, mens eller en antibiotikabehandling.

Med ellen® Vaginal pH-Control® kan man tidigt upptäcka eventuell obalans i det vaginala pH-värdet. Det är också ett bra sätt att lära känna sitt underliv på och hur ens pH-balans fungerar. Resultat efter tio sekunder.

ellen® Aqua Block Tampon

En unik tampong med en vattentät barriär speciellt anpassad för bad och simning. Den vattentäta barriären motverkar att förorenat eller klorerat vatten tar sig upp i slidan och påverkar den naturliga pH-balansen. ellen® Aqua Block Tampon är av normalstorlek men med en uppsugningsförmåga som en tampong av storlek mini för att inte torka ut underlivet i onödan under korttidsanvändning.

Om du upplever återkommande besvär med irritation i underlivet kan ellen® Aqua Block Tampon hjälpa till att förhindra förorenat eller klorerat vatten från att ta sig upp i slidan och på så sätt skapa irritation.

ellen® Prebiotic Cleansing Foam

Lanserades i maj 2022 och ersatte LN Intimate Cleansing Foam

En **uppgraderad** skonsam, parfymfri och pH-balanserande intymtvätt som rengör utan att irritera underlivet. ellen® Prebiotic Cleansing Foam innehåller mjölksyra som återfuktar och prebiotika som booster hudens goda bakterier, stärker hudens skyddsbarriär och hjälper till att bevara underlivets naturliga pH-värde. Foamen lämnar en lyxig känsla och kan med fördel även användas som raklödder vid intymrakning.

Den praktiska pumpflaskan minskar risk för onödigt spill och ger en lagom koncentration

av rengörande ämnen som är lätt att skölja av.

ellen® Prebiotic Cleansing Foam är vegansk, dermatologiskt testad och fri från parfym. Produkten är tillverkad i Sverige.

ellen® Prebiotic Deo Spray

Lanserades i maj 2022 och ersatte LN Intimate Deo.

En **uppgraderad** pH-balanserande, parfymfri och doftneutraliserande intimdeo för ljumskarna. ellen® Prebiotic Deo Spray innehåller mjölksyra som återfuktar och prebiotika som boostar hudens goda bakterier, minskar irritation och stärker hudens skyddsbarriär.

På samma sätt som vi har svettkörtlar i armhålorna har vi även svettkörtlar i ljumskarna och det är därför naturligt att vi svettas där. Att tvätta underlivet mer än en gång om dagen kan däremot vara påfrestande för den naturliga underlivsbalansen. ellen® Prebiotic Deo Spray är därför också ett bra alternativ mellan tvättningarna för en uppfräschande känsla eller i förebyggande syfte.

ellen® Prebiotic Deo Spray används i ljumskarna och ska inte användas direkt på slemhinnorna. Vegansk, dermatologiskt testad, fri från aluminium och parfym. Produkten är tillverkad i Sverige.

ellen® Prebiotic After Shave & Wax Gel

Lanserades i oktober 2022 och ersatte LN After Shave & Wax Gel.

En **uppgraderad** After Shave & Wax Gel som innehåller extrakt från Nordiskt havre som har återfuktande egenskaper, ger skonsam lindring för huden, minskar uppkomsten av rodnad samt minskar irritation. Gelen innehåller även allantoin med lugnande och mjukgörande egenskaper som bidrar till att återställa och återfukta huden samt hjälper till att reducera röda prickar.

ellen® Prebiotic After Shave & Wax Gel är även berikad med prebiotika som boostar hudens goda bakterier, stärker hudens skyddsbarriär och hjälper till att bevara underlivets naturliga pH-värde. Kan med fördel användas efter rakning på hela kroppen. Produkten är vegansk, dermatologiskt testad och fri från parfym. Produkten är tillverkad i Sverige.

PROBIOTIKA VS. PREBIOTIKA

- Probiotika är de goda bakterierna som finns i kroppen och i hudens mikrobiom. De bidrar till att kroppen/huden mår bra.
- Prebiotika är ämnen som bidrar till att de probiotiska bakterierna mår bra och trivs, genom att tex fungera som näring.

Några fina fördelar med att tillsätta prebiotika i intinvårdsprodukter:

- Bidrar till att minska irritation
- Gynnar det naturliga skyddet i intimområdet
- Stärker skyddsbarriären
- Bidrar till sund/god/bra bakterieflora i underlivet
- Perfekt vid obalans
- Hjälper till att förbättra hudens mikrobiom / balans

PRODUKTUTVECKLING

I enlighet med Ellens strategi och affärsplan arbetar vi med att ta fram nya intressanta produkter att lansera på marknaden. Detta är en viktig del i Ellens verksamhet.

I maj lanserade Ellen sina uppgraderade produkter, Prebiotic Cleansing Foam och Prebiotic Deo. I oktober lanserades ytterligare en uppgraderad produkt, Prebiotic After Shave & Wax Gel. Produkter där Ellen adderar prebiotika. Dessa tre produkter är också veganska. Fler nyheter ligger i planen att lanseras framöver.

Ny design och varumärkesidentitet

Under 2021 påbörjades ett strategiskt arbete tillsammans med designbyrån Silver för att harmonisera varumärket och produktportföljen. Ambitionen var att skapa ett modernt och enhetligt varumärke med en design som reflekterar Ellens innovativa, naturliga, pH-balanterande och högkvalitativa

intimvårdsprodukter. En design som sticker ut och produkter du gärna skyltar med i ditt badrum.

Den nya designen lanserades och implementerades i Sverige och Norge i maj samt i Tyskland via Rossmann och dm i juli/augusti. Nästa steg blir att lansera och implementera den nya designen och varumärkesidentiteten hos resten av återförsäljarna i Tyskland samt på fler relevanta marknader.

Den nya designen har mottagits väl av marknaden och konsumenterna och genererat tre prestigefyllda designpriser som bidragit till ökad synlighet, uppmärksamhet och engagemang för Ellen.

Ellen har fått motta en Red Dot för sin nya förpackningsdesign i en av världens största designtävlingar, guld i Svenska Designpriset samt nu senast 50-wattaren i kategorin "strategisk design". Detta är ett fint kvitto på en lyckad varumärkesdesign som möjliggör fortsatta framgångar.



MARKNADSSATSNINGAR

Ellen har stärkt sin plan gällande marknads- och mediainvesteringar framåt. Ett samarbete inleddes med mediabyrån Tre Kronor Media. Ett samarbete med syfte att via noga utvalda kanaler och samarbetspartners ytterligare stärka Ellens position på marknaden. Utöver detta har Ellen stärkt sin organisation med en person som ansvarar för de digitala satsningarna inhouse.

I maj lanserades Ellens nya hemsida och under våren implementerades Ellens uppgraderade varumärkesidentitet och design i våra digitala kanaler.

De kanaler och forum Ellen bland annat använder är aktivering via återförsäljare och distributörer, print, SoMe, PR/Event, samarbete med professionen samt givetvis Ellens egna hemsidor och Ellens Intimvårdsskola i Sverige och Tyskland. Ellens tyska hemsidor har uppdateras i enlighet med den nya varumärkesidentiteten under kvartal tre och fyra 2022.

Ellens Intimvårdsskola

Ellens Intimvårdsskola lanserades i Sverige 2019 och i Tyskland 2020 som ett resultat av en undersökning kring kvinnors relation till sitt underliv och sin intimhälsa. Undersökningen gjordes tillsammans med Facebookgruppen Heja Livet, ett socialt forum för personer som identifierar sig som kvinnor. Resultatet visade bland annat att underlivsbesvär fortfarande var ett tabubelagt ämne och att 78 procent saknade tillräckligt bra med information om intimhälsa.

Ellens intimvårdsskola är en plattform med syfte att öka kunskapen inom intimhälsa. För att bryta tabun och lyfta ett högst naturligt och högst aktuellt ämne. Detta har kommit att bli en viktig del av Ellens marknadsföringssatsningar där fler och fler hittar till Ellen och Ellens unika produkter. Länkarna hittar du här; www.ellen.se/intimvardsskolan/intimvardsskola/ www.intimatecareschool.intimgesundheit.info/ Här finns värdefull information om bland annat mens, underlivsbesvär och klimakteriet samt intimvårdsguider för olika faser i livet.



UTVECKLING PER MARKNAD

Sverige

Sverige är Ellens hemmamarknad och en strategiskt viktig marknad. Här ligger ett stort fokus på att utveckla och öka distributionen, närvaron och kännedomen för varumärket Ellen och det breda produktsortimentet.

I maj 2018 tog Ellen över helhetsansvaret från tidigare distributör och samarbetspartner och ansvarar sedan dess fullt ut själva för att utveckla affären på den svenska marknaden.

Sedan 2019 ser vi en kraftig tillväxt i Sverige och under 2022 ser vi en fortsatt stark tillväxt med 38 procent. Tillväxten är främst driven av lanseringen och implementeringen av den nya designen och de uppgraderade produkterna.

Sverige står för 19 procent av Ellens totala omsättning och är vår tredje största marknad när vi summerar helåret 2022. Ambitionen är att utöka distributionen ytterligare i de fysiska butikerna samt online via utökad affär med fler apotekskedjor. Då vi ser att det sker en förflyttning av försäljning från fysiska butiker till online så blir det viktigt att säkerställa distribution både i fysiska butiker som online.

Övriga Norden – Norge, Finland & Danmark

Under våren 2020 tog Ellen över helhetsansvaret från tidigare distributör och samarbetspartner för övriga Nordiska länder, och ansvarar sedan dess fullt ut själva för att utveckla affären på de övriga nordiska marknaderna.

I Norge ser vi en tillväxt om 97,5 procent som är drivet av Apotek1, Norges största apotekskedja som står för cirka 50 procent av apoteksmarknaden i Norge. Det är implementeringen av den nya designen som driver tillväxten. Från februari 2023 utökar Ellen sitt sortiment hos Apotek 1 som listar samtliga Ellens produkter online. Det finns en förhoppning att ytterligare utöka distributionen av Ellens sortiment på fler

kanaler i Norge och även i Finland och Danmark i närtid.

Tyskland

Tyskland drivs i egen regi av Ellen sedan 2016. Tyskland är Ellens andra största marknad och står för drygt 27 procent av Ellens totala omsättning när vi stänger 2022. Detta är en av de strategiskt viktiga marknaderna för Ellen att växa på.

Vi möter ett starkt år med en försäljningstillväxt om 28 procent i Tyskland för 2021. Under första halvåret 2022 tappade Ellen försäljning med knappt 20 procent. När vi stänger 2022 ser vi en tillväxt på knappt tre procent i Tyskland.

Det var utfasningen av den gamla designen och därmed initialt lägre införsäljning till Rossmann under perioden som drev försäljningstappet. Under juli och augusti lanserades och implementerades Ellens nya varumärkesidentitet även i Tyskland med start via Rossmann samt dm. I samband med det har Ellen lyckats utöka sitt sortiment med ytterligare en produkt hos Rossmann som är en av Ellens stora och betydande återförsäljare. Det gynnar utsikterna att fortsätta driva försäljningstillväxt framåt. Den nya designen implementeras under augusti/september i Rossmanns butiker och online.

Den tyska marknaden skiljer sig från den svenska och här sker framförallt försäljning av tamponger via drugstorekedjor som Rossmann och dm som är de två största kedjorna i Tyskland. Amazon är en viktig kanal och står för 14 procent av försäljningen i Tyskland. Här ser Ellen att det finns ytterligare potential att växa.

Ellen har en stark plan på plats 2023 för att driva aktivering bland annat via Rossmann, de digitala kanalerna samt ett antal intressanta samarbeten med relevanta partners framåt. Ambitionen är att utöka distributionen ytterligare via befintliga och nya aktörer och driva försäljningstillväxt i Tyskland framåt.

Frankrike & Belgien

Ellens enskilt största distributör i dagsläget är SPDM "IPRAD GROUP" med huvudkontor i Paris, Frankrike. De säljer Ellens probiotiska produkter under det egna varumärket Saforelle. En egen säljkår bearbetar apoteken och professionen.

IPRAD förvärvades under 2020 av Biocodex, ett franskt familjeägt multinationellt bolag. Biocodex har dotterbolag i hela världen och finns i dagsläget representerade i 21 länder. Med en stark expertis inom bland annat probiotika är ambitionen för Biocodex att bli den världsledande aktören inom området.

SPDM "IPRAD GROUP" med distribution i Frankrike och Belgien, står för knappt 37 procent av Ellens totala omsättning under 2022. Ett tungt första halvår levererade ett försäljningstapp om drygt 24 procent. Den minskade försäljningen berodde på utmaningar med längre ledtider och leveransförseningar. Under andra halvåret hämtades den tappade försäljningen igen och året avslutades starkt med en försäljningstillväxt om drygt 24 procent.

Övriga marknader

Övriga marknader som står för 15 procent av Ellens totala försäljning, visar på en försäljningstillväxt om drygt 94 procent för 2022. Tillväxten är delvis driven av en återhämtning i försäljningen som drabbats hårt under pandemin men även via utökad och ny distribution.

Under 2021 signerade Ellen ett utökat distributörsavtal med distributören Bio-Tech Distribution, den europeiska grenen av BTG Global Distribution. Ambitionen var att utöka distributionen av Ellens produktportfölj på fler marknader som Storbritannien,

Nederländerna, Polen, Bulgarien och Rumänien. Under 2022 har Bio-Tech lyckats skapa ny distribution i Polen, Rumänien och Bulgarien. Uppfyllnadsvolymer är levererade och Ellen kommer utvärdera utvecklingen framåt.

Flera marknader har drabbats hårt av oroligheter och utmaningar kopplat till kriget i Ukraina som innebär en oviss framtid på flertalet plan. Förhoppningen är att vi ser en stabilisering under 2023.

Då önskad utveckling uteblivit för Storbritannien och Nederländerna har Ellen valt att återta ansvaret för de marknaderna för att på annat sätt möjliggöra lansering och implementering av Ellens produktportfölj.

Ryssland och CIS-länderna (Uzbekistan, Azerbajdzjan och Georgien)

Efter en tids utvärdering valde Ellen att inför 2022 avsluta samarbetet med distributören för Ryssland och CIS-länderna. Detta med anledning av utebliven försäljning för andra året i rad.



PRODUKTION

Generellt sett har produktionskapaciteten hos Ellens producenter fortsatt påverkats under 2022. Detta är dels en eftersläpning och effekt av tidigare coronapandemi men framförallt ser vi en påverkan av det krig som fortsatt pågår i Ukraina.

Brist på råvaror, problem med frakter och transporter har lett till produktionsstörningar, leveransförseningar och out of stock situationer. Utöver detta extrema prishöjningar som en effekt av bland annat ovan och inte minst energikostnader som skenat. Ellen har goda relationer med sina producenter och tillsammans med dem pågår ett arbete för att minimera störningarna.

KVALITETSLEDNINGSSYSTEM – ISO 13485:2016

Ellen AB har ett certifierat kvalitetsledningssystem enligt ISO 13485:2016. Det är en internationell standard för

kvalitetsledning avsedd för produkter med en medicinteknisk registrering.

För att hålla en hög kvalitet och standard på sina probiotiska tamponger har Ellen valt att bibehålla den något tuffare certifieringen, ISO 13485:2016, trots att ingen egen medicinteknisk produkt tillverkas längre.

I januari 2022 granskades Ellens lager i Tyskland av dess dåvarande certifieringsorgan, DEKRA för att säkerställa att kraven i ISO 13485:2016 efterlevs. Ellen passerade revisionen med endast ett fåtal mindre anmärkningar som nu åtgärdats. Detta visar att Ellen har god kontroll över kvalitetsledningssystemet.

Under hösten 2022 bytte Ellen certifieringsorgan från DEKRA till Svensk Certifiering Norden AB som är ett svenskt bolag, detta resulterar i minskade omkostnader för Ellen.



FRAMTIDSUTSIKTER

Övergripande fokus är att driva lönsam försäljningstillväxt via ett antal strategiskt viktiga områden. Allt enligt Ellens affärsplan och strategi för framtiden.

UTÖKAD DISTRIBUTION

Utökad distribution i butik samt online med fokus på de strategiskt viktiga marknaderna Sverige inklusive övriga Norden, Tyskland, Frankrike/Belgien. Utvärdera potential för ytterligare expansion på relevanta marknader med fokus på större internationella marknader.

Se över och utvärdera befintliga samarbetspartners för att säkerställa lönsam tillväxt för framtiden.

HARMONISERING AV ELLENS VARUMÄRKE

Fortsätta med harmoniseringen av Ellens produktportfölj för att bygga ett starkt varumärke för framtiden. Efter lansering och implementering i Norden och Tyskland är fokus att implementera den nya designen på fler marknader.

STÄRKA KÄNNEDOMEN

Stärka kännedomen om Ellen och Ellens produktportfölj via ökade, relevanta och målgruppsriktade marknadsinvesteringar online samt i de digitala kanalerna, samt aktivering via Ellens återförsäljare.

Lansera Ellens webb shop och fortsatt utveckling av Ellens Intimvårdsskola – en plattform med syfte att informera och sprida kunskap runt intimhälsa samt skapa diskussion som bidrar till att bryta tabun och inspirera till att ta hand om sin intimhälsa.

PRODUKTUTVECKLING

Erbjuda ett bredare, mer relevant och attraktivt sortiment inom intimhälsa för framtiden.

Identifiera, utveckla och lansera nya innovativa och naturliga produkter och därigenom erbjuda en bred och attraktiv produktportfölj som kan hjälpa kvinnor att nå ett balanserat pH-värde i underlivet – hela livet.

FINANSIELL
INFORMATION

PERSONAL OCH ORGANISATION

Vid årsskiftet 2022 hade företaget totalt fem (fem under samma period 2021) heltidsanställda samt två (två under samma period 2021) deltidsanställda varav en av de deltidsanställda är verksam i Tyskland.

Ellens ledningsgrupp består av CEO, CFO och QA/RA Manager.

INVESTERINGAR

Under andra halvåret 2022 har Bolaget investerat i immateriella anläggningstillgångar om 0 (0) KSEK och materiella anläggningstillgångar om 0 (0) KSEK. Totalt för 2022 har Bolaget investerat i immateriella anläggningstillgångar om 0 (0) KSEK och materiella anläggningstillgångar om 13 (10) KSEK.

KASSAFLÖDE

Kassaflödet från den löpande verksamheten för helåret 2022 uppgick till -4 824 (-5 153) KSEK och det totala kassaflödet uppgick till -4 837 (-5 163) KSEK. Kassaflödet från den löpande verksamheten det andra halvåret 2022 uppgick till -1 066 (-4 267) KSEK och det totala kassaflödet uppgick till -1 066 (-4 267) KSEK.

LIKVIDITET OCH FINANSIERING

Ellen har en checkräkningskredit på 250 KSEK mot företagsinteckningar.

Styrelsen och ledningen följer löpande Bolagets likviditetsbehov för att säkerställa finansieringen. Vid bedömningen att det inte finns tillräckligt med finansiella resurser för att finansiera nuvarande omfattning av verksamheten kan Bolaget komma att vända sig till kapitalmarknaden för ytterligare finansiering genom en nyemission eller annan typ av finansiering.

AKTIEN

Aktien är listad på First North Growth Market sedan augusti 2007 och handel sker med kortnamn ELN. Erik Penser Bank är bolagets Certified Adviser från och med 1 mars 2016.

Totalt har Ellen AB vid periodens utgång 2 187 aktieägare.

Antal aktier vid periodens slut uppgår till 4 431 413 (4 431 413).

Resultat per aktie för helåret 2022 uppgår till ¹⁾ -1,08 (-1,26) SEK och resultat per aktie för det andra halvåret uppgår till ¹⁾ -0,64 (-0,77) SEK.

1) Resultat per aktie baseras på antalet genomsnittligt utestående aktier under perioden

DE 10 STÖRSTA AKTIEÄGARNA

NAMN	AKTIER (ST)	RÖSTER OCH KAPITAL %
Mikael Lövgren	752 412	16,98
Sven Mattsson	602 087	13,59
Jan-Olof Olson	348 518	7,86
Carl Westin AB	150 000	3,38
UJK i Lund AB	140 000	3,16
Avanza Pension	138 009	3,11
Mats Nilsson	132 000	2,98
Gunvald Berger	119 841	2,70
Nordnet Pensionsförsäkring AB	70 581	1,59
Handelsbanken Liv Försäkringsaktiebolag	70 487	1,59
		-

STYRELSENS FÖRSÄKRAN

Styrelsen och verkställande direktören försäkrar att denna bokslutskommuniké ger en rättvisande översikt av Bolagets verksamhet, ställning och resultat samt beskriver de väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som Bolaget står inför.

AVLÄMNANDE AV BOKSLUTSKOMMUNIKÉN

Stockholm den 24 februari 2023
Ellen AB

Jens Engström
Styrelseordförande

Mikael Lövgren
Styrelseledamot

Cecilia Wolf
Styrelseledamot

Sven Mattsson
Styrelseledamot

Charlotta Nilsson
VD/Styrelseledamot

Denna rapport har inte varit föremål för en revisionsgranskning.



Resultaträkning

Belopp i KSEK	Not	2022	2021	2022	2021
		Halvår jul – dec	Halvår jul – dec	Helår jan – dec	Helår jan – dec
Rörelsens intäkter					
Nettoomsättning		12 817	8 687	23 907	18 800
Övriga rörelseintäkter		549	30	1 510	67
Summa intäkter		13 366	8 717	25 417	18 867
Rörelsens kostnader					
Produktions- och distributionskostnader		-7 263	-4 309	-13 504	-9 645
Övriga externa kostnader	2	-5 264	-4 786	-9 424	-8 880
Personalkostnader		-3 393	-3 009	-6 737	-5 852
Avskrivningar och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar		-15	-19	-33	-66
Övriga rörelsekostnader		-236	-125	-444	-205
Summa rörelsekostnader		-16 171	-12 248	-30 143	-24 648
Rörelseresultat		- 2 805	- 3 531	-4 726	-5 781
Resultat från finansiella poster					
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter		0	125	0	191
Räntekostnader och liknande resultatposter		-41	-2	-41	-7
Summa finansiella poster		-41	123	41	184
Resultat före skatt		-2 846	-3 408	-4 767	-5 597
Periodens resultat		-2 846	-3 408	-4 767	-5 597
Resultat per aktie, SEK ^{1) 2)}		-0,64	-0,77	-1,08	-1,26
Resultat per aktie efter utspädning, SEK ²⁾		-0,64	-0,77	-1,08	-1,26
Antal aktier vid årets slut		4 431 413	4 431 413	4 431 413	4 431 413
Genomsnittligt antal utestående aktier efter utspädning		4 431 413	4 431 413	4 431 413	4 431 413

¹⁾ Resultat per aktie baseras på antalet genomsnittligt utestående aktier under perioden.

Balansräkning

Belopp i KSEK	2022-12-31	2021-12-31
Tillgångar		
Anläggningstillgångar		
Immateriella tillgångar		
Balanserade produktutvecklingskostnader	-	4
Patent och varumärken	-	-
Övriga immateriella tillgångar	-	-
Summa immateriella anläggningstillgångar	0	4
Materiella anläggningstillgångar		
Maskiner och andra tekniska anläggningar	11	2
Inventarier och datorer	30	55
Summa materiella anläggningstillgångar	41	57
Finansiella anläggningstillgångar		
Lämnade depositioner	215	215
Summa finansiella anläggningstillgångar	215	215
Summa anläggningstillgångar	256	276
Omsättningstillgångar		
Varulager		
Råvarulager och förnödenheter	4 131	3 308
Summa varulager	4 131	3 308
Kortfristiga fordringar		
Kundfordringar	3 065	3 032
Övriga fordringar	533	157
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	531	456
Summa kortfristiga fordringar	4 129	3 645
Kassa och bank	829	5 667
Summa omsättningstillgångar	9 089	12 620
Summa tillgångar	9 345	12 896

Balansräkning

Belopp i KSEK	Not	2022-12-31	2021-12-31
Eget kapital och skulder			
Eget kapital			
Bundet eget kapital			
Aktiekapital		1 750	1 750
Reservfond		1 700	1 700
Summa bundet kapital		3 450	3 450
Fritt eget kapital			
Överkursfond			-
Teckningsoptioner		160	160
Balanserat resultat		4 196	9 793
Årets resultat		-4 767	-5 597
Summa fritt eget kapital		-411	4 356
Summa eget kapital		3 039	7 806
Kortfristiga skulder			
Förskott från kunder		-	98
Leverantörsskulder		2 094	2 077
Övriga skulder		1 758	255
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		2 454	2 660
Summa kortfristiga skulder		6 306	5 090
Summa eget kapital och skulder		9 345	12 896
Ställda säkerheter		4 273	4 273
Ansvarsförbindelser		Inga	Inga

Rapport över förändring i eget kapital

Belopp i KSEK	Bundet eget kapital		Fritt eget kapital		Totalt eget kapital
	Aktiekapital	Reservfond	Överkursfond	Balanserat resultat/ årets resultat	
<u>2020-12-31</u>	<u>1 750</u>	<u>1 700</u>	<u>12 214</u>	<u>-2 261</u>	<u>13 403</u>
Överkursfond			-12 214	12 214	0
Årets resultat				-5 597	-5 597
2021-12-31	<u>1 750</u>	<u>1 700</u>	<u>0</u>	<u>4 356</u>	<u>7 806</u>
<u>2022-01-01</u>	<u>1 750</u>	<u>1 700</u>	<u>0</u>	<u>4 356</u>	<u>7 806</u>
Årets resultat				-4 767	-4 767
2022-12-31	<u>1 750</u>	<u>1 700</u>	<u>0</u>	<u>-411</u>	<u>3 039</u>

Belopp i KSEK	2022	2021	2022	2021
	Halvår jul-dec	Halvår jul-dec	Helår jan-dec	Helår jan-dec
Kassaflödesanalys				
Den löpande verksamheten				
Resultat efter finansiella poster	-2 846	-3 408	-4 767	-5 597
Justeringsposter som inte ingår i kassaflödet	15	19	33	66
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	-2 831	-3 389	-4 734	-5 531
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital:				
Förändring i varulager	-145	116	-822	-215
Förändring av rörelsefordringar	1 645	-1 023	-483	-154
Förändring av rörelseskulder	265	29	1 216	748
Förändringar av rörelsekapital	1 765	-878	-90	379
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-1 066	-4 267	-4 824	-5 153
Investeringsverksamheten				
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-	-	-13	-10
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-	-	-	-
Förvärv av finansiella anläggningstillgångar	-	-	-	-
Lämnade depositioner	-	-	-	-
Kassaflöde från investeringsverksamheten	0	0	-13	-10
Finansieringsverksamheten				
Nyemission	-	-	-	-
Optionsprogram	-	-	-	-
Kortfristigt lån från kreditinstitut	-	-	-	-
Amorterade lån från kreditinstitut	-	-	-	-
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	0	0	0	0
Periodens kassaflöde	-1 066	-4 267	-4 837	-5 163
Likvida medel vid periodens början	1 895	9 933	5 667	10 829
Likvida medel vid periodens slut	829	5 666	829	5 667
Tilläggsupplysningar till kassaflödesanalys				
Justeringsposter som inte ingår i kassaflödet:				
Avskrivningar	15	19	33	66
Totalt justeringsposter	15	19	33	66
Likvida medel:				
Kassa och bank	829	5 666	829	5 667

Belopp i KSEK	2022	2021	2020	2019
Resultat				
Nettoomsättning	23 907	18 800	18 623	21 168
Rörelsens intäkter	25 417	18 867	18 801	21 313
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	-4 693	-5 716	-7 760	-6 937
Rörelseresultat (EBIT)	-4 726	-5 781	-7 883	-7 164
Resultat efter finansiella poster	-4 767	-5 597	-7 737	-6 957
Balansräkningar				
Eget kapital	3 039	7 806	13 403	8 016
Balansomslutning	9 345	12 896	17 756	12 194
Investeringar	13	10	10	63
Bruttomarginal, %	46%	49%	45%	47%
Soliditet, %	33%	61%	75%	66%
Antal aktier vid periodens slut	4 431 413	4 431 413	4 431 413	253 223 534
Genomsnittligt antal utestående aktier efter utspädning	4 431 413	4 431 413	165 660 950	253 223 534
Eget kapital per aktie, kr	0,69	1,76	3,02	0,03

EBITDA

Rörelseresultat före avskrivningar, nedskrivningar samt omstruktureringskostnader

Bruttomarginal

Nettoomsättning minskat med kostnad för sålda varor, dividerat med nettoomsättningen

Soliditet

Justerat eget kapital dividerat med balansomsutningen

Resultat/aktie före utspädning

Resultat efter skatt dividerat med vägt genomsnittligt antal aktier under året

Resultat/aktie efter utspädning

Resultat efter skatt dividerat med vägt genomsnittligt antal aktier under året, justerat för effekter av utspädning

Eget kapital per aktie

Eget kapital dividerat med antal aktier vid periodens slut

NOT 1 – REDOVISNINGSPRINCIPER

Halvårsrapporten har upprättats enligt Årsredovisningslagen (1995:1554) och Bokföringsnämndens allmänna råd BFNAR 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning ("K3"). För ytterligare information om redovisningsprinciper hänvisas till Ellens årsredovisning för 2021.

De siffror som redovisas har i vissa fall avrundats, vilket innebär att tabeller och beräkningar inte alltid summerar.

NOT 2 – TRANSAKTIONER MED NÄRSTÅENDE

Ellen AB har under det andra halvåret 2022 tagit upp ett kortfristigt lån om totalt 1 500 KSEK från två av Bolagets styrelseledamöter, Mikael Lövgren samt Sven Mattsson. Lånet är fördelat proportionellt mot respektive styrelseledamots ägarandel där Mikael Lövgren svarar för 866 KSEK och Sven Mattsson för 634 KSEK. Lånet löper med en ränta om STIBOR+10%.

Ellen AB, har under perioden, av styrelseordförande Jens Engström köpt tjänster för 0 (6) KSEK



DATUM FÖR PUBLICERING AV FINANSIELL INFORMATION

2023-04-22 Årsredovisning 2022

2023-05-23 Årsstämma 2023

2023-08-25 Halvårsrapport 2023

Ellen AB är noterat på Nasdaq First North
Growth Market (Ticker: ELN).

Certified Adviser: Erik Penser Bank AB
Telefonnummer: +46 8-463 83 00 E-post:
certifiedadviser@penser.se



FÖRETAGSINFORMATION

ELLEN AB
Barnhusgatan 4 ög nv, 111 23 Stockholm
Telefon 08-412 10 00
E-post info@ellen.se

Organisationsnummer 556419-2663
www.ellen.se

KONTAKT

Charlotta Nilsson, verkställande direktör
info@ellen.se

Denna information är sådan information som Ellen AB är skyldig att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Information lämnades genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 24 februari 2023 kl. 08:00 CET.

ellen

Ellen Aktiebolag AB (publ)
Barnhusgatan 4 ög nv
111 23 Stockholm
Org nr: 556419-2663

info@ellen.se
08 412 10 00