

Ellen AB offentliggör Bokslutskommuniké 2022

Ellen AB (ELN) publicerar idag sin Bokslutskommuniké för perioden 1 januari – 31 december 2022.

ANDRA HALVÅRET (2022-07-01 – 2022-12-31)

- Nettoomsättningen uppgick till 12 817 (8 687) KSEK
- Bruttomarginalen uppgick till 45 (50) procent
- Rörelseresultatet (EBITDA) uppgick till -2 805 (-3 531) KSEK
- Resultat per aktie uppgick till -0,64 (-0,77) SEK
- Periodens kassaflöde uppgick till -1 066 (-4 267) KSEK

HELÅR (2022-01-01 – 2022-12-31)

- Nettoomsättningen uppgick till 23 907 (18 800) KSEK
- Bruttomarginalen uppgick till 46 (49) procent
- Rörelseresultatet (EBITDA) uppgick till -4 726 (-5 716) KSEK
- Resultat per aktie uppgick till -1,08 (-1,26) SEK
- Årets kassaflöde uppgick till -4 837 (-5 163) KSEK
- Styrelsen föreslår att ingen utdelning lämnas för 2022

VIKTIGA HÄNDELSER UNDER 2022

- 22 februari informerar Ellen marknaden att Bolaget lanserar en ny affärsstrategi och varumärkesidentitet i maj 2022.
- 24 februari informerar Ellen marknaden att Bolaget stärker sin produktportfölj och lanserar två intinvårdsprodukter med prebiotika.
- 18 mars informerar Ellen marknaden att man utökar distributionen av sin produktportfölj i samband med lanseringen av sin nya varumärkesidentitet i maj.
- 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 intinvårds-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 HÄNDELSER 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-balanserande 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 intymvårdsprodukter 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!

Fullständig rapport finns tillgänglig för nedladdning nedan samt på bolagets hemsida: <https://ellen.se/finansinformation/bokslutskommunike/>

Denna information är sådan information som Ellen AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 24 februari 2023, kl. 08.00 CET.

ellen



Kontaktperson:

Charlotta Nilsson, vd på Ellen AB

Telefon 08-412 10 00, info@ellen.se

Om Ellen

Ellen är ett svenskt Fem-Tech bolag med ursprung inom forskning och utveckling med en mångårig och unik kunskap inom probiotika och kvinnlig intimhälsa. Ellen tillhandahåller innovativa naturliga premiumprodukter inom intimhälsa. Ellens produkter hjälper till att upprätthålla ett balanserat pH-värde i underlivet genom livets alla faser. Ellen erbjuder bland annat probiotikaprodukter för att förbättra kvinnors intimhälsa. Produkterna säljs och marknadsförs genom ett globalt nätverk av distributörer samt i egen regi. Ellen är noterat på Nasdaq First North Growth Market (Ticker: ELN). Erik Penser Bank är bolagets Certified Adviser, kontaktuppgifter: telefon 08-463 83 00, eller via e-post certifiedadviser@penser.se. För ytterligare information om bolaget: www.ellen.se