20230525085811

Undertecknad styrelseledamot i
New Nordic Healthbrands AB intygar dels att denna kopia av årsredovisningen överensstämmer med originalet, dels att resultaträkningen och balansräkningen samt koncernresultaträkningen och koncernbalansräkningen fastställts på årsstämman den 27 april 2023.
Årsstämman beslöt att godkänna styrelsens förslag til resultatdisposition i förvaltningsberättelsen.

Malmö den 3 maj 2023

Karl Kristian Bergman Jensen

2022

Års- och hållbarhetsredovisning

för New Nordic Healthbrands AB (publ)
Org. nr. 556698-7453

20230522508382

NEW NORDIC

2022
Årsredovisning

New Nordic Healthbrands AB (publ)
Org. nr. 556698-0453



VÅRT SYFTE

Vi ger människor skönhet och vitalitet

I mer än 30 år har New Nordic utvecklat och tillverkat ett brett utbud av kosttillskott och skönhetsprodukter. New Nordics mångåriga örtexpertis och passion för kvalitet ligger till grund för alla produkter.

Det karakteristiska silverträdmärket är din garanti för rena skandinaviska produkter med vetenskapliga bevis som fungerar i harmoni med din kropp.

Vi är stolta över att visa dig vägen till mer vitalitet, välbefinnande och ett vackert utseende.

PÅLITLIG KVALITET SEDAN 1990

20230525083843

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

01 "The big picture"

Naturlig Magi	4
New Nordic i korthet	5
VD kommentarer	7
Utvalda finansiella data	9
Viktiga händelser under 2022	10

02 Vår verksamhet

New Nordic i kosttillskottsindustrin	13
New Nordics affärsmodell	18
Våra produkter	25
Internationell försäljning	32
Vår strategi	34

03 Styrelsen

Styrelse och revisorer	38
Ledningsgrupp	39

04 Aktien

Aktien	40
Aktieägare information	41
Kallelse till årsstämma 2023	43

05 Årsredovisning

Förvaltningsberättelse	46
Riskhantering	49
Koncernens resultaträkning, balansräkning, förändring i eget kapital och kassaflödesanalys	57
Moderbolagets resultaträkning, balansräkning, förändring i eget kapital och kassaflödesanalys	60
Redovisnings- och värderingsprinciper	64
Noter	67
Revisionsberättelse	85



NATURLIG MAGI
naturens helande kraft

Den helande kraften i naturen är ett magiskt koncept. I Skandinavien lever vi nära naturen. Vi har stor respekt för de naturliga elementen. Från läckra bär till extraordinära örter utvecklar New Nordic ett stort urval av naturprodukter för din hälsa och ditt utseende. New Nordic är specialister på kosttillskott och skönhetsprodukter baserade på omfattande vetenskapliga bevis. Det resulterar i rena produkter som fungerar i harmoni med din kropp. Detta hälsosamma och innovativa tillvägagångssätt är vad "natural magic" handlar om.

20230525083886

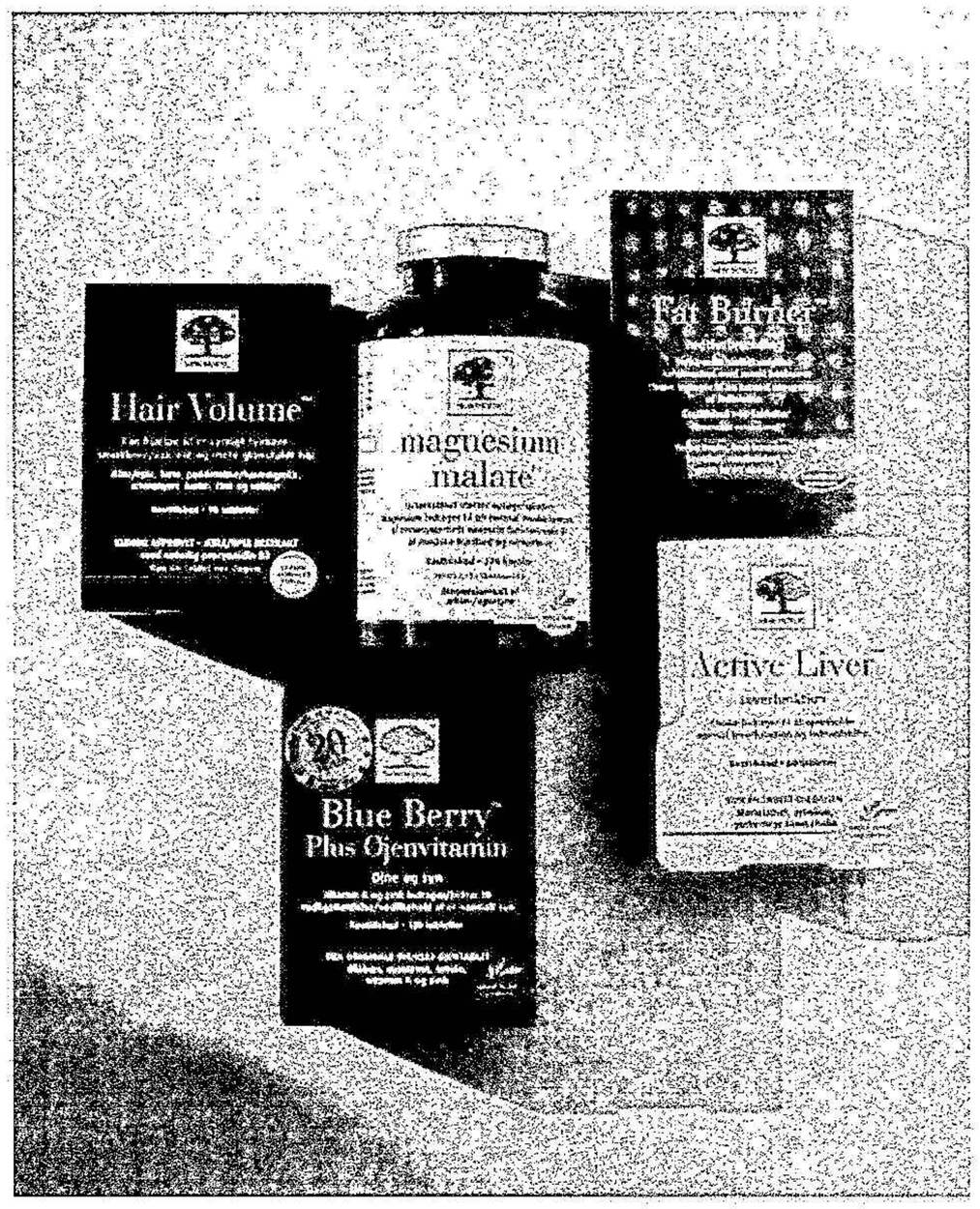
NEW NORDIC *i korthet*

New Nordic utvecklar växtbaserade kosttillskott till specifika hälso- och skönhetsbehov och marknadsför dessa till ett växande antal konsumenter över hela världen. Allt med omsorg för människor och natur.

År 2022 verkade New Nordic på den globala marknaden för kosttillskott som växer och förutspås fortsätta att växa nästan 9% årligen fram till 2030. Cirka 40% av New Nordics försäljning är relaterad till bolagets sortiment av "inner beauty" produkter. New Nordic har tagit "inner beauty" till nästa nivå genom att kombinera kosttillskott med hudvårdsprodukter och hårvårdsprodukter under varumärket Beauty In & Out™. New Nordic verkar nu på tre tillväxtmarknader: kosttillskott, hudvård och hårvård.

Det finns starka underliggande trender som driver accelerationen av kosttillskottsmarknaden, hudvårdsmarknaden och hårvårdsmarknaden. Den första och förmodligen viktigaste faktorn är den omättliga önskan om hälsa och skönhet i alla länder och kulturer. Det finns en grundläggande utveckling i medel- och överklassen och en åldrande befolkning. För det andra blir konsumenterna rikare och de är redo att betala mer och köpa produkter med nya fördelar, bättre prestanda och överlägsen kvalitet. Det tredje är digitalisering, där kosttillskott, skönhetsprodukter och digital livsstil är en perfekt match.

Det har aldrig varit lättare att hitta tips om hälsa och skönhet, dela det och köpa produkter online, även i världens mest avlägsna orter. Digital exponering är och kommer fortsatt vara en booster för hälsa och skönhet. Slutligen drivs också New Nordics marknad av ökad penetration av kosttill-



FOKUS PÅ ATT BYGGA ETT GLOBALT HÄLSO- OCH SKÖNHETSMÄRKE

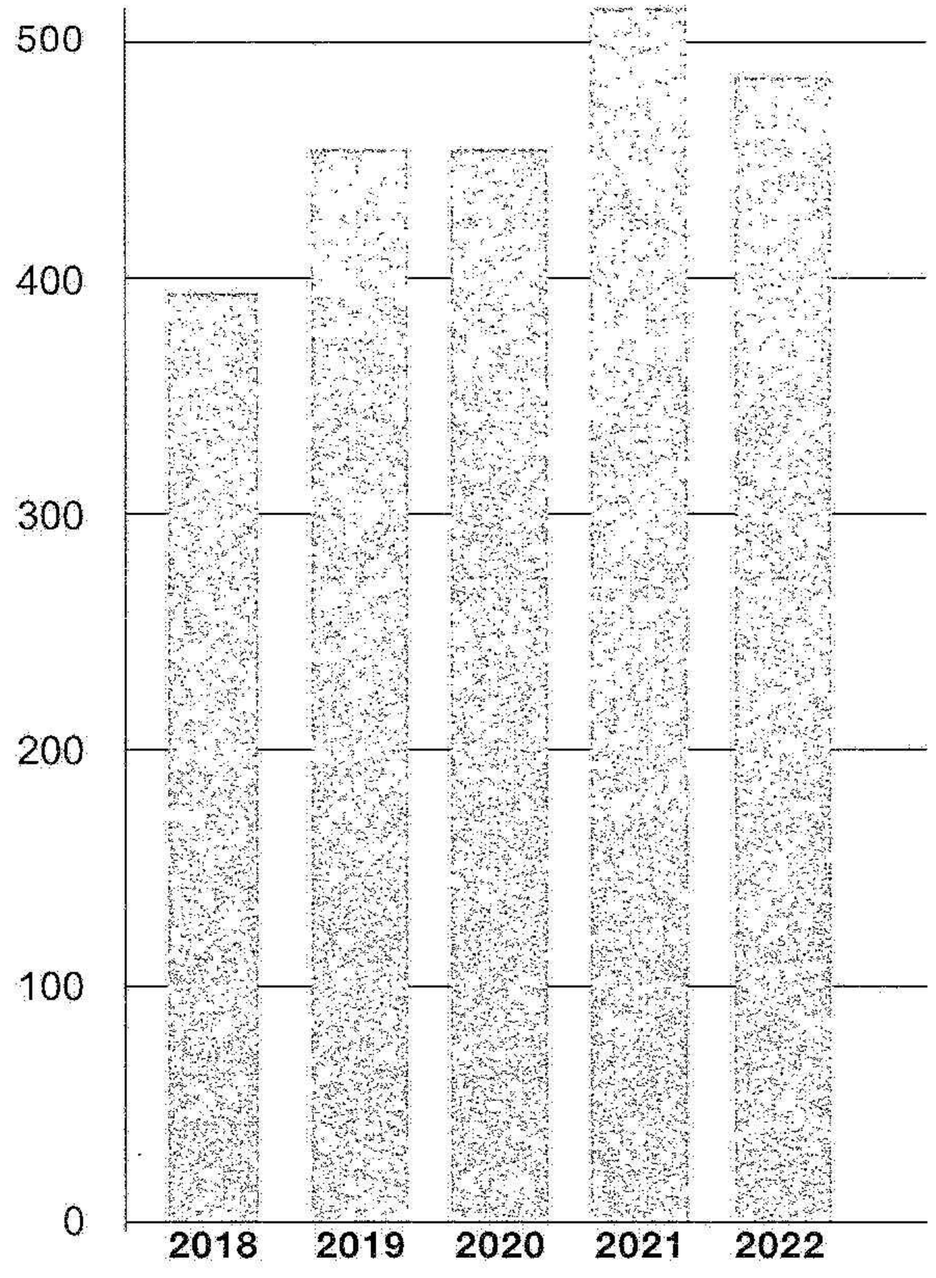
20230523083387

skott och skönhetsprodukter överallt i världen. Först på grund av e-handel, som utökar New Nordics räckvidd långt utöver gränserna för traditionell distribution, särskilt i tillväxtekonomier. Också på grund av många vita utrymmen när det gäller kategorier och länder. Och slutligen; det finns alltid nya konsumenter att rikta sig emot.

New Nordic varumärket har en stark skandinavisk identitet. Idag säljs New Nordics tillskott i 40 länder i Nordamerika, Europa och Asien. New Nordics produkter finns regelbundet tillgängliga i mer än 50 000 apotek, varuhus, hälsobutiker, "travel retail" butiker och online-butiker.

New Nordic är listad på Nasdaq First North Growth Market i Stockholm sedan 2007.

New Nordic aktien är ett sällsynt tillfälle att investera i en börsnoterad verksamhet med fokus på att bygga ett verkligt globalt hälso- och skönhetsmärke baserat på tre kategorier: kosttillskott, hudvård och hårvård som distribueras av traditionella och digitala detaljhandlare. Ett mer än 32 år gammalt varumärke med ett starkt skandinaviskt arv djupt förankrat i skandinaviska värden.



New Nordic koncernintäkter i miljoner kronor 2018-2022

EN BULA PÅ VÄGEN
men vår strategi att dra nytta av de stigande marknader vi verkar på fortsätter oförändrad



Karl Kristian Bergman Jensen, CEO

Vår kontinuerliga tillväxtkurva bröts 2022. Stora förändringar i New Nordic-sortimentet hos våra amerikanska apotekshandlare, förluster på gäldenärer och en allmän försiktighet från våra kunders sida var utmanande för oss. Vi försökte klara oss igenom utmaningarna med försiktighet och dra ner på vår marknadsföring. Sammantaget upplevde vi en nedgång i intäkter och en förlust för första gången på många år. Jag anser att de stora kostnaderna som resulterade i vår förlust är engångshändelser. Under pandemin och under en period med risk för brist på råvaror hade vi också ökat våra lager fram till 2022. 2022 har vi justerat och minskat lagernivån igen och detta kommer att fortsätta in i 2023 tills vi når en rimlig nivå.

Vi verkar inom tre olika produktkategorier. Näringstillskott för vitalitet, hudvård och hårvård. Det är vår passion och kompetens för örter som ligger till grund för alla produkter och vi drar nytta av vårt distributionsnätverk på apotek världen över, där alla tre typerna av produkter säljs under samma tak. Vi drar också nytta av våra internationella medieköp i alla tre kategorierna. Den internationella marknaden för kosttillskott och skönhet växer snabbt och förutspås växa bra under de kommande åren. Konkurrensen ökar naturligtvis också. Internationella läkemedels- och livsmedelsföretag köper sig in på marknaden genom att ta över våra konkurrenter och nya start-ups dyker upp i en stadig ström. Men kunder över hela världen är nöjda med våra produkter och vi är väl positionerade för att fortsätta ta marknadsandelar och växa samtidigt som vi förbättrar vår lönsamhet. Innovation och marknadsföring driver vår tillväxt och vi lägger stor vikt vid att ligga i framkant.

Vårt distributions- och marknadsföringsnätverk täcker nu även nästan hela Europa, Nordamerika, Vietnam, Hong Kong, gränsöverskridande i Kina och Australien. På kort och medellång sikt ligger vårt fokus på att öka försäljningen på de marknader där vi är aktiva och på så sätt få mer ekonomi i vår verksamhet och öka värdet på vårt varumärke. Vi har varit försiktiga under 2022 och har inte lanserat så många nyheter, men vår produktutveckling har fortsatt under 2022 och vi har flera riktigt bra produkter redo som kommer att introduceras under 2023.

20230525083839

Personalen har som alltid gjort en formidabel insats under 2022 trots svåra utmaningar som krävt ständiga anpassningar och förändringar i våra planer. Tyvärr har vi varit tvungna att ändra vår organisation något och säga hejdå till anställda i länder som är särskilt drabbade av Rysslands aggressivitet, men sammantaget minskade antalet anställda precis med en person 2022. Även om vi hade en minskning i omsättning och resultat förbereder vi oss hela tiden för att kunna hantera våra tillväxtplaner även om vi har stött på gupp på vägen 2022. Därför är vi redo att växa ytterligare under 2023 och framåt och ta del av de växande marknaderna vi verkar på . Hela New Nordic-teamet är inriktat på att skapa bra resultat och det finns en riktigt bra laganda. Jag är glad att Tage Juhl Finninge har blivit en del av vårt team och samtidigt en investerare i New Nordic.

Jag tror att vi har lärt oss mycket av 2022. Ingenting har förändrats i vår grundläggande strategi och jag tror att det kommer att bli ett spännande år 2023. Jag är övertygad om att vi kommer att förbättra försäljningen och skapa ett positivt resultat 2023. Kanske inte ett resultat, vilket motsvarar våra ambitioner på lång sikt, men i alla fall ett meningsfullt positivt resultat. Vi har alltid fokuserat på att öka värdet på vårt varumärke, vårt företag och vår andel, och vi är fortfarande fokuserade på att göra vårt bästa för att skapa ökad vinst per aktie genom organisk tillväxt.



Karl Kristian Bergman Jensen, CEO

20230525083900

UTVALDA FINANSIELLA *data*

(kSEK)	2022	2021	2020	2019	2018
Aktien					
Antal aktier vid periodens slut*	6 195 200	6 195 200	6 195 200	6 195 200	6 195 200
Egna aktier vid periodens slut*	0	0	0	0	0
Marknadspris 31 december, SEK	29,0	88,40	56,80	81	68
Resultat per aktie, SEK*	-0,46	3,44	2,87	4,53	4,28
Eget kapital per aktie*	18,17	19,42	16,92	16,45	12,95
Utdelning per aktie, SEK*/**	0	1,25	1,50	1,75	1,50
Verksamhetens storlek					
Antal anställda vid periodens slut	71	72	60	55	51
Börsvärde 31 december	179 661	547 656	351 887	501 811	421 274
Verksamheten					
Nettoomsättning	487 501	514 845	450 064	452 613	393 708
EBITDA	-3 104	29 482	24 594	36 865	34 891
Rörelseresultat	-4 748	28 548	23 841	36 305	34 223
Resultat efter finansiella poster	-5 166	27 956	23 293	36 068	34 119
Årets resultat efter skatt	-2 823	21 303	17 765	28 074	26 523
Marginaler					
Bruttomarginal, %	65,3	68,0	68,7	69,7	70,5
EBITDA, %	-0,6	5,7	5,5	8,1	8,9
Rörelsemarginal, %	-1,0	5,5	5,3	8,0	8,7
Vinstmarginal efter skatt, %	-0,58	4,1	5,2	8,0	6,7
Tillväxt					
Nettoomsättningstillväxt, %	-5,3	14,4	0	15,0	14,2
Tillväxt i resultat per aktie,%	-113,4	19,9	-36,7	5,8	30,5
Data från balansräkningen					
Balansomslutning	251 673	238 351	191 491	197 187	162 647
Eget kapital	112 572	120 316	104 808	101 917	80 213
Aktiekapital	6 195	6 195	6 195	6 195	6 195

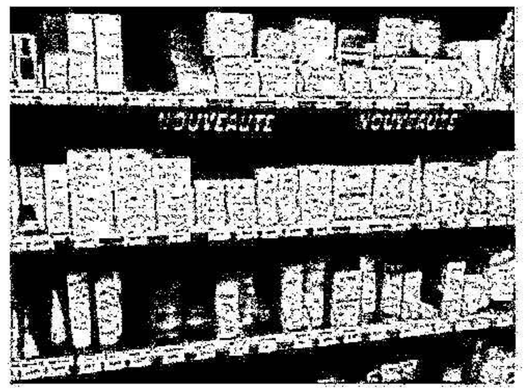
(kSEK)	2022	2021	2020	2019	2018
Effektivitet					
Avkastning på sysselsatt kapital, %	-4,1	19,6	22,8	31,9	40,7
Avkastning på eget kapital, %	-2,5	17,7	17,0	27,5	33,1
Omsättning per medarbetare	7 065	7 801	7 827	8 540	8 467
Bruttoresultat per medarbetare	4 616	5 304	5 375	5 954	5 968
Resultat per medarbetare efter skatt	-40	296	296	510	520
Finansiell ställning					
Skuldsättningsgrad, ggr	1,24	0,98	0,83	0,93	1,03
Räntetäckningsgrad, ggr	-4,4	48,1	43,4	93,6	100,7
Soliditet, %	44,7	50,5	54,7	51,7	49,3
Kassaflöde					
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-15 451	-7 870	19 680	-667	17 852
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	16 589	12 071	-18 393	-1 249	-11 973
Kassaflöde från investeringsverksamheten	2 954	2 660	1 882	1 684	880

*Det finns inga utspädningseffekter.
** Styrelsen föreslår ingen utdelning för räkenskapsåret 2022

Bruttomarginal: Bruttoresultatet i procent av nettoomsättningen. **EBITDA marginal:** Rörelseresultat före av- och nedskrivningar i procent av nettoomsättningen. **Rörelsemarginal:** Rörelseresultat efter av- och nedskrivningar i procent av nettoomsättningen. **Vinstmarginal:** Resultat efter finansiella poster i procent av nettoomsättningen. **Soliditet:** Eget kapital i procent av balansomslutningen. **Avkastning på sysselsatt kapital:** Resultatet efter finansnetto plus finansiella kostnader dividerat med sysselsatt kapital. **Avkastning på eget kapital:** Resultat efter skatt i procent av eget kapital vid periodens slut. **Skuldsättningsgrad:** Summan av skulder dividerat med eget kapital. **Räntetäckningsgrad:** Rörelseresultat dividerat med räntekostnader.

20230525083911

VIKTIGA HÄNDELSER *under 2022*



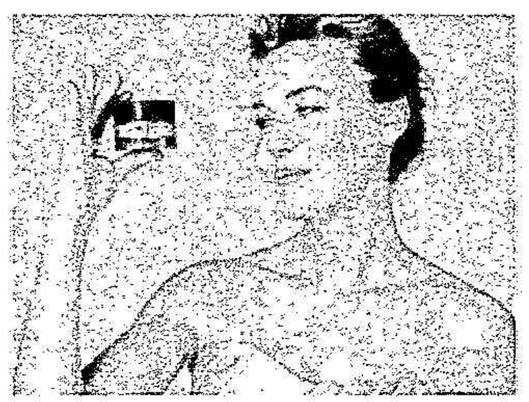
NATURAL MAGIC I PARIS

Den internationella utrullningen av New Nordic Beauty In & Out™ startar 2022. Här lyser hudvårdssortimentet på hyllan på ett parisiskt apotek.



JUBILEUM

Frutin® mot halsbränna, firar 30 år på den internationella marknaden. Här är bilder från den första lanseringen av Frutin i Australien med Wagnerföretaget i början av 90-talet.



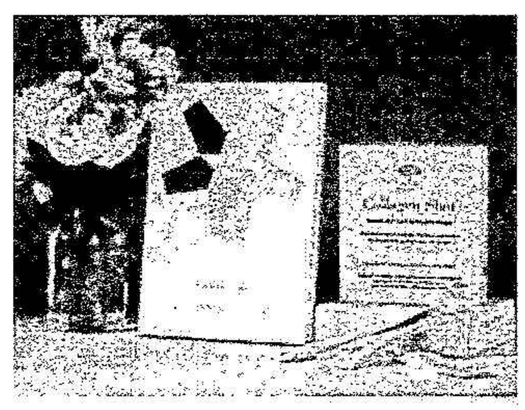
NEW NORDIC DANMARK OCH CONNIE NIELSEN

New Nordic Danmark slog sig ihop med Connie Nielsen för att marknadsföra hudvårdsprodukterna.



TAGE JUHL FINNINGE NY COO/CCO

Vi är glada över att Tage Juhl Finninge har tackat ja till tjänsten som COO/CCO på New Nordic i oktober 2022. Tage arbetade 25 år för E. Sæther och de senaste 11 åren som VD där han hjälpte till att åstadkomma en imponerande tillväxt. Tage har en M. Sc. (Cand. Merc. IMM) från Copenhagen Business School och Ivey Business School, Kanada. Tillsammans med CFO, Ivan Ruscic och VD, Karl Kristian, kommer Tage Juhl Finninge COO/CCO att utgöra Executive Management Team.



COLLAGEN SHOT PRISVINNARE

Collagen Shot™ vann Danish Beauty Award i april 2022 för bästa inre skönhetsprodukt.

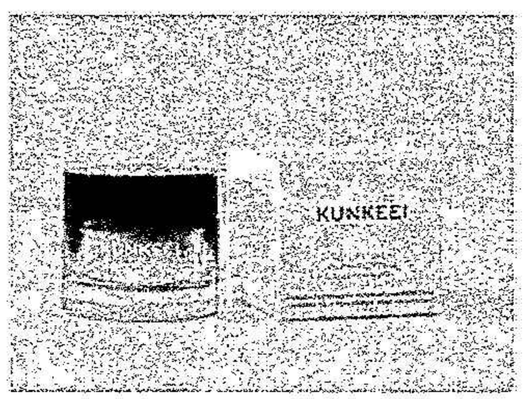
20230525083922

VIKTIGA HÄNDELSER *under 2022*



NYA VITALITETSTILLSKOTT

I slutet av året introducerade vi tabletterna Intim Comfort™ för torra slemhinnor, Active Nerves™ för nervfunktioner och humör och Scalp Comfort™ för torr hårbotten.



KUNKEEI®

Introduktionen av ansiktsvårdsserien Kunkeei®, som är av 100 procent naturligt ursprung och baserad på ny probiotisk teknologi, fick ett fantastiskt mottagande av fina nyhetsbevakningar. Matas och Illum är de första distributionsställena.



ANNURCA

New Nordic träffade avtal med Annurca äppelodlare i Caserta, Italien för att säkra en enorm mängd Annurca äpplen. Det goda äppelextraktet från Annurca-äpplet är perfekt för produktion av Hair Volume™. Denna speciella äppelsort är fast och krispig, med en söt arom och en behagligt syrlig smak.

- Har ett högt innehåll av naturliga procyanidiner och speciellt procyanidin B2
- Antas vara den äldsta äppelsorten i världen
- Växer endast i ett område med en radie på 50 km strax norr om Neapel i Italien
- Växer i vulkanisk jord

PROCESSEN

Äpplena plockas och läggs på vassbäddar, där de långsamt mognar. Var fjärde dag vänds äpplena för hand tills de är perfekt mogna och redo för en skonsam extraktion till ett extrakt där de önskvärda procyanidinerna bevaras.

20230524308393

2022

Vår verksamhet

20230525083944

NEW NORDIC *i kosttillskottsindustrin*

Det totala värdet av kosttillskottsmarknaden 2022 uppgick till nästan 1.474 miljarder SEK (152 miljarder USD)[1]. Marknaden är emellertid fortfarande fragmenterad och uppdelad mellan "multilevel" och direktförsäljande företag å ena sidan och företag som säljer och distribuerar genom traditionellt apotek, hälsa, livsmedelsbutiker och online-återförsäljare å andra sidan. Topp 3 direktförsäljande företag har omkring 10% marknadsandel och topp 3 företag med traditionell distribution har endast en ensiffrig global marknadsandel när de kombineras. Dessutom är det ofta så att flera av de stora aktörerna på marknaden bara existerar nationellt eller regionalt och inte globalt.

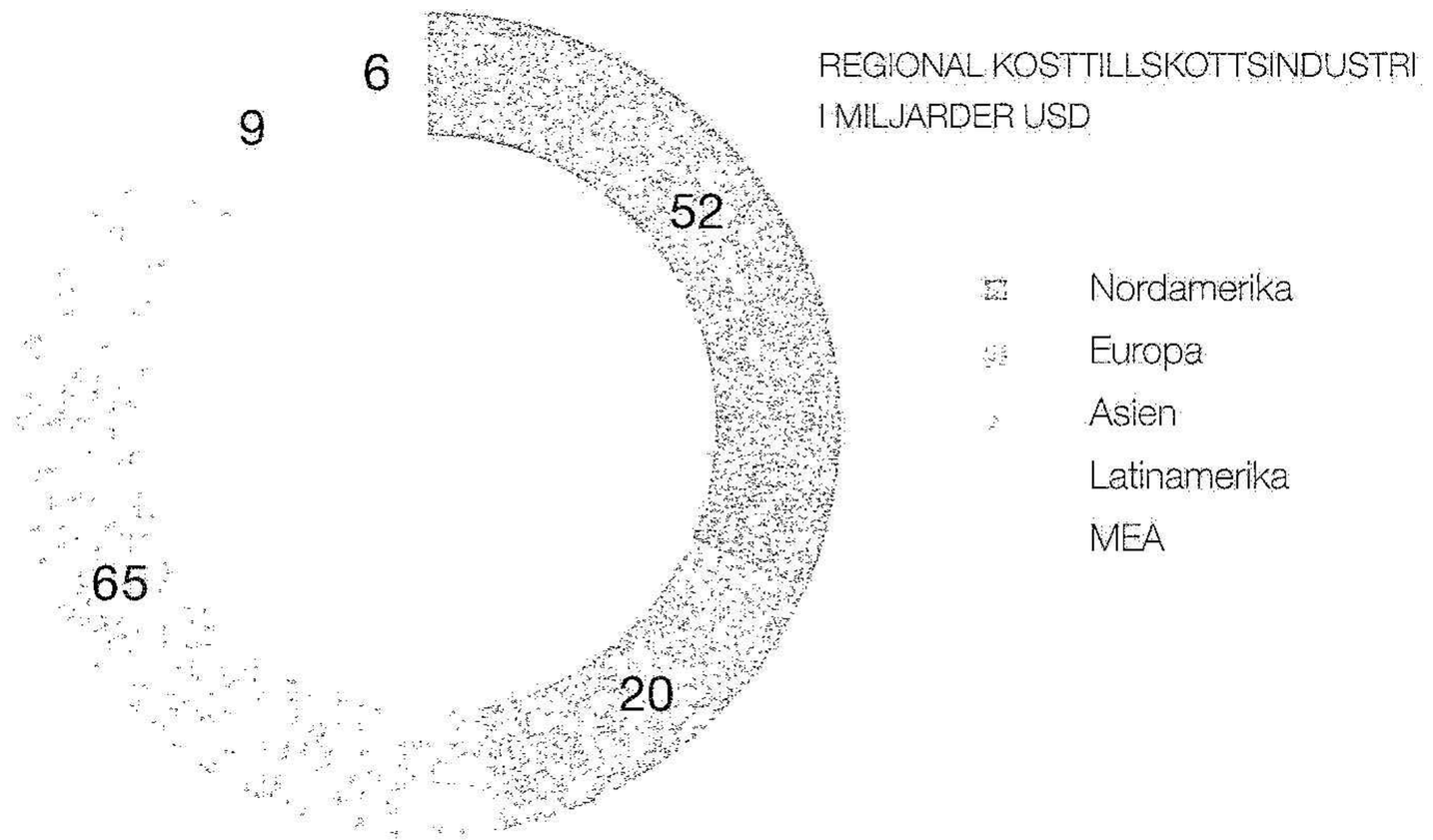
Asien står för nära 50% av det globala marknadsvärdet, Nordamerika representerar cirka 34% och Europa cirka 11%. USA och Kina är de två viktigaste enskilda marknaderna.

De totala globala marknaderna förväntas fortsätta växa med en årlig tillväxthastighet, CAGR, om 8,9% fram till 2030 där den vill nå 327 miljarder USD svarande till 3.482 miljarder SEK. Nordamerika förväntas komma ha en CAGR på 5,6% och Europa en förväntad CAGR på 6,9%.

De olika distributionskanalerna för kosttillskott kan variera avsevärt från marknad till marknad. På de flesta marknader är distribution genom den traditionella detaljhandeln viktigast. Dock har vissa spelare i branschen stor framgång med "multi-level" och direktförsäljning.

I Nordamerika och Europa är apotek, hälsobutiker och livsmedelsaffärer de viktigaste försäljningskanalerna. Online detaljhandeln har nästan fördubblats på fem år, vilket har resulterat i att online-återförsäljare genererar upp till 30% andel av försäljningen av bolagets produkter på vissa marknader och trenden förväntas fortsätta.

I Kina där infrastruktur och traditionell västerländsk detaljhandel är dåligt fungerande, hoppar konsumenterna direkt till online-plattformar för att köpa kosttillskott. I Kina är online-marknaden utgångspunkten för många internationella varumärken. Denna distributionsutveckling förväntas följa på andra tillväxtmarknader med dålig detaljhandelsinfrastruktur som Indien och Sydamerika.



Det finns ett antal olika kosttillskottskategorier. En vanlig åsikt är att dela upp kategorierna i förhållande till den grundläggande ingredienstypen såsom vitaminer, mineraler, aminosyror, fettsyror, örter, enzymer etc. Kosttillskott baserade på vitaminer är den största undergruppen av kosttillskott som står för 47% av försäljningen medan kosttillskott baserade på örter står för cirka 12% till ett värde av 176 miljarder SEK (18 USD) år 2021. Den förväntade CAGR för örter är 9,2% fram till 2030.

Ett annat sätt att se på marknaden är att se hur inköpare i detaljhandelskedjor brukar dela upp marknaden. De delar upp marknaden i två huvudkategorier, VMS som står för vitaminer, mineraler och kosttillskott (supplements), och Diet, vilket inkluderar både kosttillskott och måltidsersättningar. VMS-sektionen innehåller återigen underavsnitt som sportnäring, skönhet inifrån, sömn etc.

Ur tillverkarens synvinkel finns det ytterligare två sätt att se på marknaden. Vissa spelare säljer ingredienser i ett sortiment under ett varumärke. En serie kan enkelt bestå av 50 produkter med enstaka ingredienser. Andra säljer produkter med flera ingredienser i en formulering som riktar sig mot ett specifikt hälso- eller skönhetsproblem.

New Nordic fokuserar på konsumentbehov och säljer lösningar för deras hälso- eller skönhetsproblem. Bolagets produkter innehåller vanligtvis flera ingredienser formulerade för att lösa konsumentbehovet på det mest effektiva sättet. New Nordics viktigaste ingredienser är mycket ofta baserade på naturliga örtextrakter. New Nordics distribution är inriktad på specialhandeln, dvs. apotek, hälsobutiker och specialbutiker. I Nordamerika säljer bolaget även via massmarknaden - till exempel dagligvaruäffarer med en särskild avdelning för kosttillskott eller nätbutiker.

[1]Källa: Grand View Research, Dietary Supplements Market Size, Share & Trends Analysis Report By Ingredient (Vitamins, Minerals), By Form, By Application, By End User, By Distribution Channel, By Region, And Segment Forecasts, 2022 - 2030



20230525083962

DISTRIBUTIONSKANALER

DEN FYSISKA BUTIKSUPPLEVELSEN

Medan det uppskattas att onlineshopping genererar en ökande andel av försäljningen och redan idag står för mer än en tredjedel på vissa marknader, är de fysiska återförsäljarna fortfarande mycket viktiga för New Nordic. Särskilt apotek, hälsobutiker och travel retail, erbjuder social interaktion och är mer lokal och bekväm. Dessutom möjliggörs en högre nivå av personlig service och ger en starkare känslomässig koppling till produkten.

Konsumenterna behöver dock en anledning till att gå till affären och den fysiska detaljhandeln måste anpassa sig till detta genom att erbjuda ett interaktivt, visuellt och dynamiskt utrymme som lockar konsumenterna. New Nordic utbildar handlare på örter, produktens funktion och de unika fördelar. Vi erbjuder även högklassigt material i butik för att göra butiken till en spännande plats att besöka, och vi erbjuder kampanjer och aktiviteter som skapar "buzz" i butiken.

E-HANDELS REVOLUTION

Med hjälp av digital teknik har konsumenterna bättre tillgång till information och val än någonsin tidigare, vilket leder till en förändring av shoppingbeteende och förväntningar. Konsumenterna ser varumärken, inte kanaler, och de vill ha en bekväm och personlig shoppingupplevelse som kombinerar online och offline som de önskar.

I motsats till offlineshopping, där konsumenter ofta måste lita på råd från butikspersonal, erbjuder många online-återförsäljare recensioner från andra konsumenter vilket kan bidra till beslutsfattandet. Medan fysiska butiker förblir en viktig hörnsten för köp av kosttillskott, växer nätbutiker i betydelse. New Nordic strävar efter att erbjuda utmärkt information och värde för våra konsumenter över båda försäljningskanalerna. New Nordic tar en aktiv roll i att tillhandahålla digitala bilder, information och kampanjer för online-återförsäljare samt en aktiv roll i att ansluta direkt till konsumenter via egna sociala medier.

Faktum är att digital gör mycket mer än att generera ytterligare försäljning. Digital ökar styrkan av New Nordics varumärke. Digital stärker också företagets möjlighet att ansluta till konsumenter.



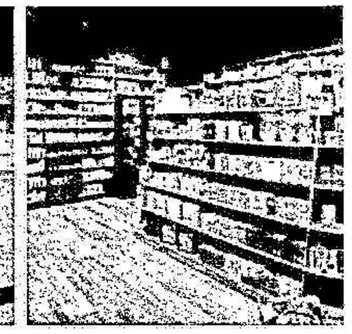
Mass retail



Department stores



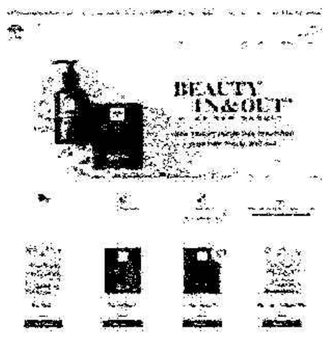
Travel retail



Healthstores



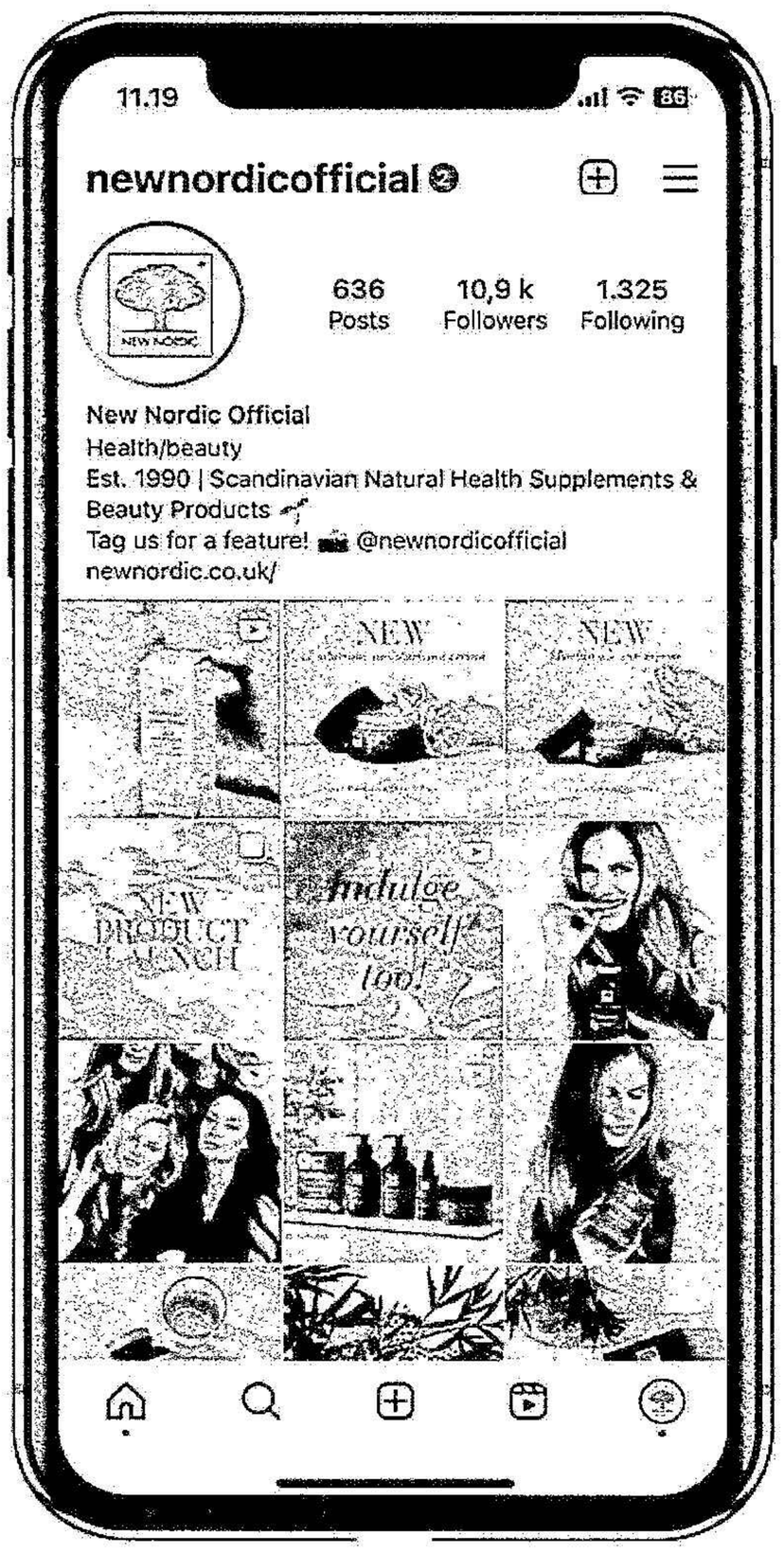
Pharmacies
Drugstores



E-commerce

MER ÄN EN **TREDJEDEL AV NEW NORDIC** PRODUKTERNA **ONLINE**

20230525083397



NEW NORDICS DIGITALA RELATION

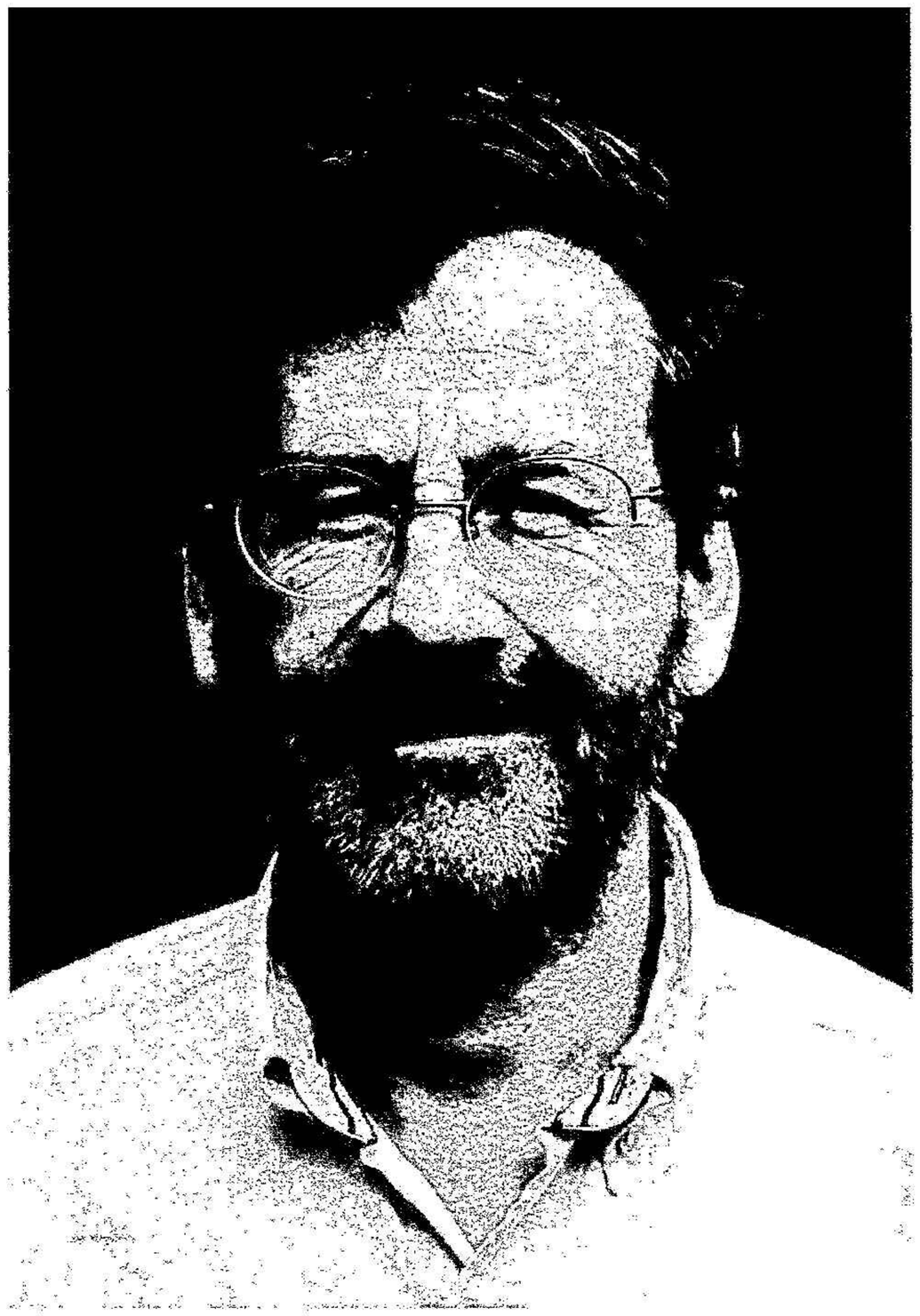
Särskilt yngre konsumenter handlar allt oftare online på sin mobil. Och de gillar att ansluta och relatera direkt till tillverkaren. De vill vara med i New Nordics "universum". New Nordic upplever denna trend. I bolagets digitala och traditionella tryckta annonsering uppmuntrar de konsumenterna att ansluta till dem via chatt, sociala medier och telefon. New Nordic ökar dagligen antalet konsumenter som de regelbundet är i kontakt med och de värderar dessa relationer högt. Försäljningen direkt från bolagets officiella webbutik till konsumenter ligger under 3% av den totala försäljningen men den ökar snabbare än bolagets generella försäljningsökning.

ATT BYGGA ETT INTERNATIONELLT VARUMÄRKE

Konkurrensen på kosttillskottsmarknaden är fragmenterad. Nya mindre företag dyker ständigt upp på marknaden, men de större aktörerna etablerar sina varumärken som blir starkare och starkare och de tar ständigt mer betydande marknadspositioner. Men även de större aktörerna har i mycket begränsade fall skapat varumärken som du hittar över hela världen. Det finns plats för att bygga internationella varumärken.

Varumärken byggs genom att erbjuda konsumenterna meningsfull substans och inte bara genom reklamslagord. New Nordic fokuserar på att bygga ett internationellt erkänt varumärke med en skandinavisk, effektiv och örtbaserad image. Bolagets effektiva organisations- och företagsstruktur gör det möjligt för New Nordic att tilldela många resurser i marknadsföring och relationer med konsumenterna. New Nordics ständiga innovation ger varumärket nyhetsvärde och bolagets fokus på effektivitet bygger förtroende för deras varumärke över tiden. Dag för dag växer New Nordics varumärke starkare i hela världen.

20230525083398



FRANÇOIS GÉRARD
utvecklaren

François Gérard är skaparen av många av New Nordics anmärkningsvärda hälso- och skönhetsprodukter. Med mer än 35 års internationell erfarenhet med örter, hälsa och skönhetsprodukter är det en fantastisk resurs att ha. François spenderar lika mycket tid på att resa till avlägsna platser i världen för att undersöka sällsynta växter i sin naturliga oförstörda miljö som han använder i laboratoriet. Han är en unik person som lever och andas "Natural Magic".

NEW NORDICS *affärsmodell*

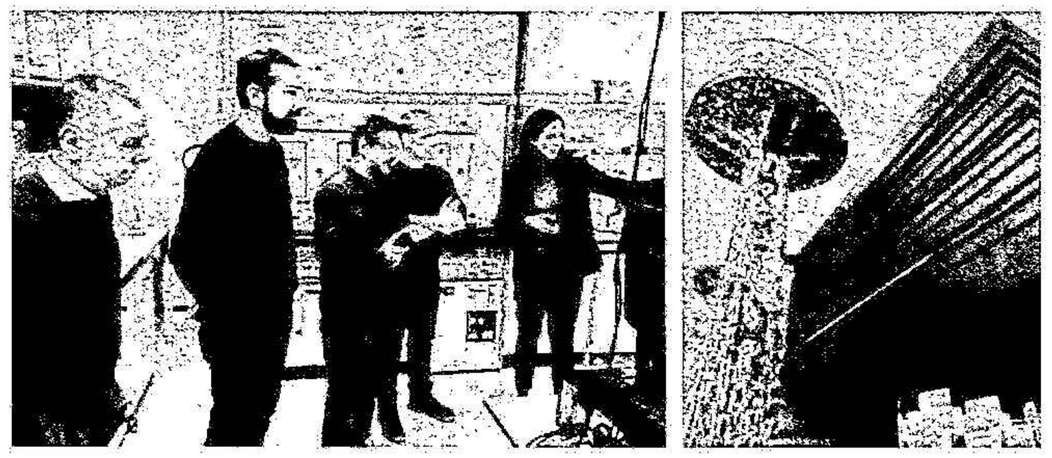
VÅR AFFÄRSMODELL ÄR ARRANGERAD
SÅ VI KAN FOKUSERA PÅ DE TVÅ DISCIPLINER
SOM SKAPAR MEST VÄRDE: **INNOVATION OCH MARKNADSFÖRING**

Som företag och varumärke har New Nordic många konkurrenskraftiga styrkor som redan är uppbyggda på en plattform som lätt kan skalas. Även utan att behöva ta in mer pengar för att utnyttja de möjligheter som ligger framåt. New Nordic har en extraordinär råmaterialkompetens, en riktigt effektiv produktutveckling, en flexibel och snabbt justerbar tillverkningsmodell med våra egna strikta kvalitetsprocedurer. På säljsidan har New Nordic ett internationellt nätverk med personliga kontakter till grossister och återförsäljare runt om i världen. New Nordic har allt på plats för expansion. Dessutom har bolaget en mycket effektiv struktur och organisation med deras egna utvecklade planläggnings- och kontrollverktyg som passar perfekt för bolagets verksamhet.

En intäkt på 7,1 miljoner kronor per anställd år 2022 är ett bevis på New Nordics effektivitet.

FÖRSÄLJNING PER ANSTÄLLD
SEK 7,1 MILJONER

20230525085400

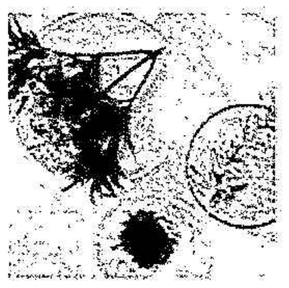


Inspektion av laboratorieanläggningar
med vår forskningspartner Bari University
vid NOI Techpark, Bolzano, Italien

RESEARCH ÄR SKILLNADEN MELLAN **KNEW-HOW OCH KNOW-HOW**

New Nordics affärsstrategi utnyttjar bolagets unika förmåga att utveckla egna innovativa formuleringar för att ge deras kunder nya produkter och lösningar med överlägsen effektivitet och användarvänlighet i starkt karakteristiska förpackningar. New Nordic är övertygade om att kontinuerlig investering i forskning och utveckling, marknadsföring och reklam är avgörande för utveckling och försäljning av innovativa produkter. New Nordic är också fokuserade på att bygga långsiktiga realtioner med råvarufe- verantörer så nära originalkällan som möjligt för att kontrollera kvalitet från fält och skog till färdig produkt.

New Nordic strävar efter att styra deras varumärke i alla aspekter av deras verksamhet och de försöker öka deras insikt i konsumentens beteende, effekten av New Nordic marknadsföring och de media de använder. Detta skall vara en know-how New Nordic har in-house.



New Nordic är tillhängare av ordspråket "concepts are global - selling is local". Bolagets strategi omfattar att utöka deras geografiska distributionsnät för att effektivt nå fler kunder. Antingen genom egna nationella försäljnings- och marknadsföringsföretag eller genom välrenommerade distributörer. New Nordics produkter distribueras i apotek och hälsobutiker och via deras egen onlinebutik. I Nordamerika till viss utsträckning även i dagligvaruhandeln.

SÅ GÖR VI

New Nordics egen forskning och utveckling av innovativa produkter är en viktig drivkraft för lönsam tillväxt. Bolaget försöker bygga och bibehålla överlägsen kunskap och expertis inom växtbaserade ingredienser och dess förmåga att ge vitalitet till människor. New Nordic är inriktade på "insight-innovation" som tillför nytt värde till produkter.

New Nordic strävar efter att varje varumärke alltid ska ha den mest effektiva och användarvänliga produktformule- ringen och presentationen inom sin kategori under förutsättning att pris/ värde förhållandet vänder sig till den breda befolkningen.

Utöver nya produkter är innovationen inbäddad i bolagets företagskultur för att uppmuntra nya idéer och förbättrade processer i alla aspekter av organisationen. Detta för att bli mer effektiv och arbeta smartare och snabbare med mindre byråkrati med bättre planering och rapportering. New Nordic är övertygade om att nyckeln till framgång ligger i att göra livet bättre och lättare för bolagets konsumenter och för deras detaljhandelspartners.

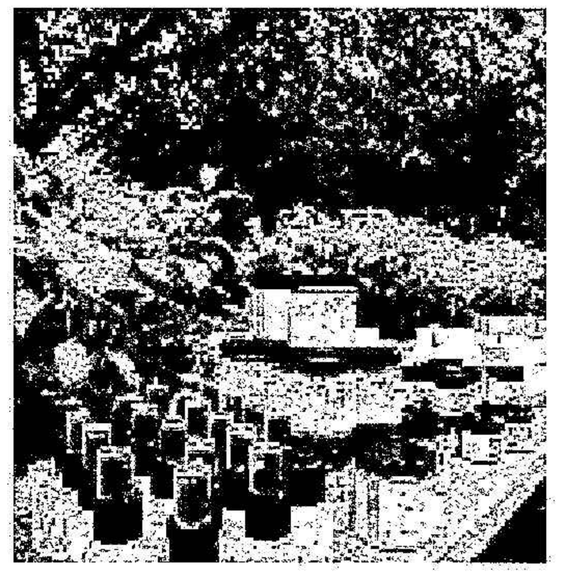
New Nordic uppmuntrar personalen att "gå den extra milen" som konkur- renterna inte är villiga att gå för att överträffa konsumentens förväntningar.

För varje produkt arbetar bolaget med en varumärkesidentitet och med att framföra produktens historia på ett övertygande sätt. New Nordic önskar att skapa konsumentlojalitet, och göra deras produkter till förstahandsvalet inom deras kategori. New Nordic hanterar all reklam och mediaköp internt på både internationell och nationell nivå.

202305250840l







New Nordic Herbal School har blivit en traditionell händelse för detaljhandelns utbildning.

På nationell nivå hanterar New Nordic sin verksamhet genom dotterbolag eller genom välrenommerade natio- nella distributörer. Planering och rapportering sker både på landsnivå och på varumärkesnivå.

New Nordic är övertygade om att det kräver ett starkt engagemang på nationell, lokal nivå för att skapa tillväxt och bygga varumärken. Det krävs ett tätt samarbete med detaljhandelskunder, butikspersonal och slutkonsumenter.

New Nordic arbetar med att utveckla en djup konsumentinsikt som bolaget har nytta av under deras produktut- veckling, förpackningsutveckling och kommunikation. Marknadsföringen bygger främst på direkt annonsering och kommunikation till slutkonsumen- ten med tillägg av marknadsförings- program och priskampanjer med återförsäljare. Lokalt i marknaden arrangerar New Nordic information, utbildning och träning för att dela deras kompetens med butiksperso- nal och vårdpersonal och bolaget för dialog med opinionsledare.

I alla nationella försäljningsbolag har New Nordic dessutom etablerat kundcentraler och digital chattjänst för att ge konsumenterna den bästa rådgivning och kundsupportupplevelse. I New Nordics annonsering uppmanar de konsumenten att kontakta deras kundtjänst för ytterligare råd och vägledning.

KOMPETENT TEAM

På New Nordic försöker vi attrahera och behålla de bästa och mest begåvade personerna och utveckla deras personligheter och färdigheter. Vi strävar efter att uppnå en informell, professionell och snabbt agerande internationell arbetsmiljö.



Personal på alla nivåer lär sig att ta ansvar. Vår personal förbinder sig att bedriva verksamhet med högsta integritet. Ledarskap betyder förmågan att ta och genomföra beslut, kunna motivera andra, att planera för framgång och vara beredd att improvisera under förändringar. Ledarskapet sträcker sig också till att vara ledande inom vård och respekt för naturen och de samhällen där våra anställda bor och arbetar och där vi säljer våra produkter.

20230523084402

PRODUKTINNOVATION

Ledningen är djupt involverad i de innovationsprocesser som leds av produktutvecklingsansvarig. New Product Development, NPD, arbetet är en kontinuerlig process med en prioriterad "pipe-line" som granskas kvartalsvis.

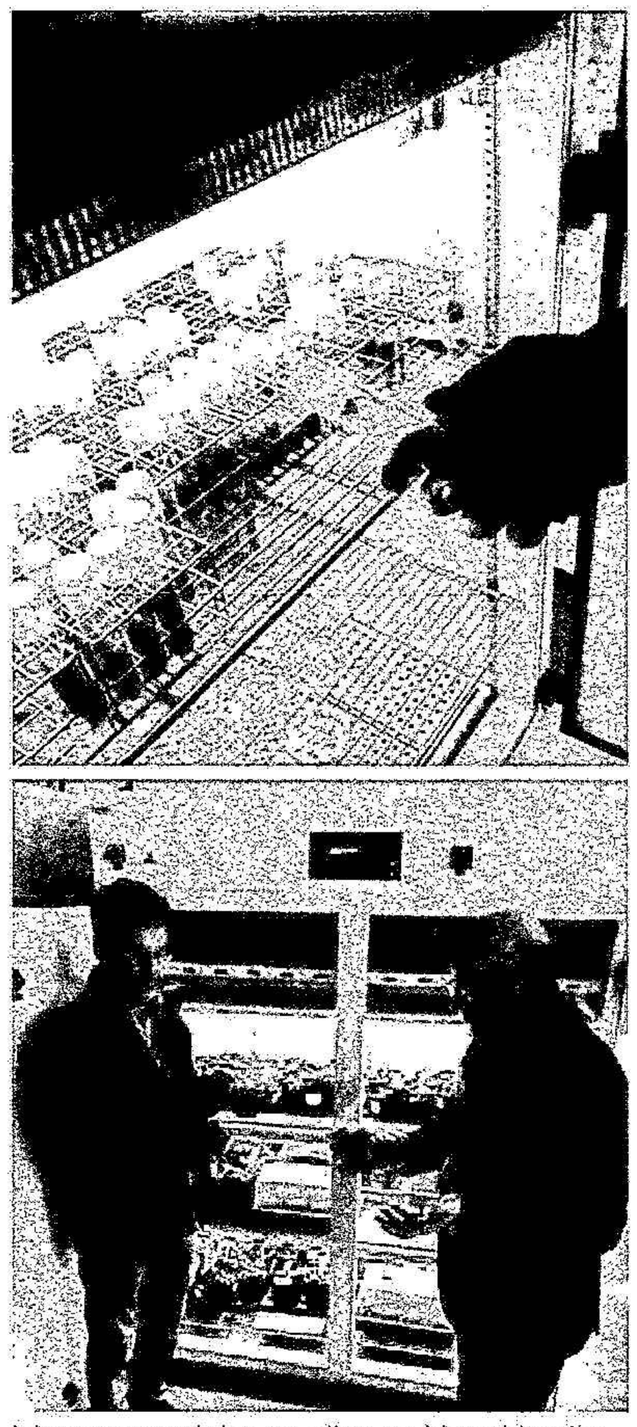
Varje enskilt NPD-projekt bygger på ad hoc-engagemang från världsomspännande specialister, institutioner och konsulter. Ofta görs ett NPD-projekt också i samarbete med råvaruleverantörer. Särskilt när nya processteknologier och nya specifikationer krävs.

Under nästan två decennier har New Nordic utvecklat en av de mest omfattande elektroniska växtdatabaserna i världen, inklusive sällsynt botanisk information samlad från institutioner i flera världsdelar. Inspiration för nya produktidéer kommer i grunden från två vinklar. Den första är nya upptäckter av växtbaserade och biologiska beståndsdelar som kan gynna människors hälsa.

Den andra är konsumentforskning som identifierar nya behov och trender som lägger grunden för nya funktioner och användningsmål för utvecklingen.

New Nordics internationella närvaro och dagliga möten med många kulturer ger en unik inblick i uppåtgående trender och möjligheter. Tillsammans med en kännedom av de senaste upptäckta effekterna av naturliga livsmedelsingredienser ger det bolaget en unik förmåga att reagera mycket snabbt i deras NPD-arbete.

Totalt har vi använt mindre än en procent av våra intäkter på forskning och utveckling av nya produkter under 2022. En del av dessa kostnader har aktiverats och andra har belastat övriga externa kostnader.



Metagenomiska studier av New Nordic växtmaterial.

RÅMATERIAL

New Nordic köper sina råmaterial så nära jordbrukaren eller tillverkaren som möjligt. Bakom kulisserna använder New Nordic många resurser för att hitta de bästa råvarorna. En disciplin som adderar till bolagets know-how. I handeln med råvaror finns en enorm mängd mellanhänder som handlar råvaror. New Nordic försöker köpa direkt från bönder, extraktörer och tillverkare.

Under de senaste två decennierna har New Nordic byggt upp ett förhållande med ett stort antal leverantörer. De förstår bolagets kvalitetskrav och New Nordic förstår de kritiska riskfaktorerna i deras jordbruks- och produktionsprocesser. Det är en viktig fördel. New Nordics relation betyder att bolaget fort får kännedom till nya kvaliteter och råvaruvarianter och förbättringar som är under utveckling.

New Nordic beaktar detta i sin produktutveckling på ett tidigt stadium. Några råmaterial är speciellt utvecklade och tillverkade endast för New Nordic och vid speciella tillfällen säkerställer bolaget odlingen eller insamlingen före säsongen för att säkerställer stabil leverans.

20230525084O3

PRODUKTION

New Nordic fokuserar resurser på innovation och marknadsföring. New Nordic har ett långsiktigt samarbete med flera tillverkare. För nyckelprodukter har New Nordic en policy att ha minst två tillverkare för att säkerställa en stabil leverans. För att säkerställa en konsekvent standardiserad kvalitet, köper New Nordic alla viktiga råvaror själva och bolaget samordnar ett extraordinärt kvalitetsprogram av alla deras råmaterial som används av bolagets tillverkare.

Idag sker nästan all New Nordics tillverkning i Skandinavien. Detta förändras något eftersom bolaget tittar över hela världen efter ny teknik och tillverkning av nya doseringsformer. New Nordic har gjort konkreta undersökningar och analyser av fördelar och nackdelar med att etablera deras egen tillverkning i Skandinavien. Hittills är vår slutsats att fördelningen av resurser och fokus mot fortsatt innovation och marknadsföring är gynnsammare för företaget. Bolaget kommer kontinuerligt att hålla koll på ytterligare utveckling och utvärdera situationen regelbundet.

PÅ NEW NORDIC HANTERAR VI MER ÄN 850 "STOCK KEEPING UNITS"

REGULATORY AFFAIRS

När man inte är direkt involverad i kosttillskottsindustrin är det svårt att förstå hur komplicerad den rättsliga situationen är. Särskilt när man arbetar internationellt och speciellt när man arbetar med örter som är fallet med New Nordic. Det är en regulativ utmaning som bolaget gör sitt bästa för att mästra till perfektion. Vår egen kvalitets- och regleringsavdelning samordnar uppgifterna från bolagets nationella lagstiftningskon- sulter och kvalitetslaboratorier som de arbetar med i alla de länder där bolaget är aktivt.

I grund och botten arbetar New Nordic under tre grupper av olika jurisdiktionsprinciper: EU med övervakning från livsmedelsmyndigheterna, USA med FDA-tillsyn och Kina med övervakning från livsmedels- och hälsovårdsmyndigheter. Däremellan finns det många variationer. Till exempel i Kanada där kosttillskott måste registreras och godkännas under Health Canada före marknadsföring. Även i EU, där European Food Safety Authorities, EFSA, arbetar mot harmonisering, har varje land fortfarande sina särskilda regler och riktlinjer som New Nordic måste följa. En god förståelse för de olika nationella reglerna och de lokala myndigheternas administration av reglerna plus dess ständigt föränderliga situation kan verkligen vara en konkurrensfördel i kosttillskottsindustrin.

I EU:s direktiv om kosttillskott från 2002 – krävs att kosttillskott bevisas vara säkra, både i doser och i renhet. Endast de kosttillskott som har visat sig vara säkra kan säljas i EU utan recept.

Som en kategori av livsmedel kan kosttillskott inte märkas med läkemedelsanprisningar, men kan bära hälsopåståenden och näringspåståenden. 2012 genomfördes European Health Claim Directive EC, EC 1924/2006, som för närvarande har

20230525068404

en betydande inverkan på marknaden. I juni 2013 offentliggjorde Europeiska kommissionen en lista över tillåtna generiska hälsopåståenden, som i stort sett gör alla krav som inte är på denna lista olagliga såvida inte en tillverkare har fått tillstånd att använda ett produktspecifikt, patentskyddat hälsopåstående.

I Förenta staterna definieras ett kosttillskott enligt Dietary Supplement Health and Education Act of 1994[9] (DSHEA), som en produkt som är avsedd att komplettera kosten. Om ett kosttillskott hävdar att bota, mildra eller behandla en sjukdom, skulle det anses vara ett otillåtet nytt läkemedel och i strid med gällande bestämmelser och stadgar.

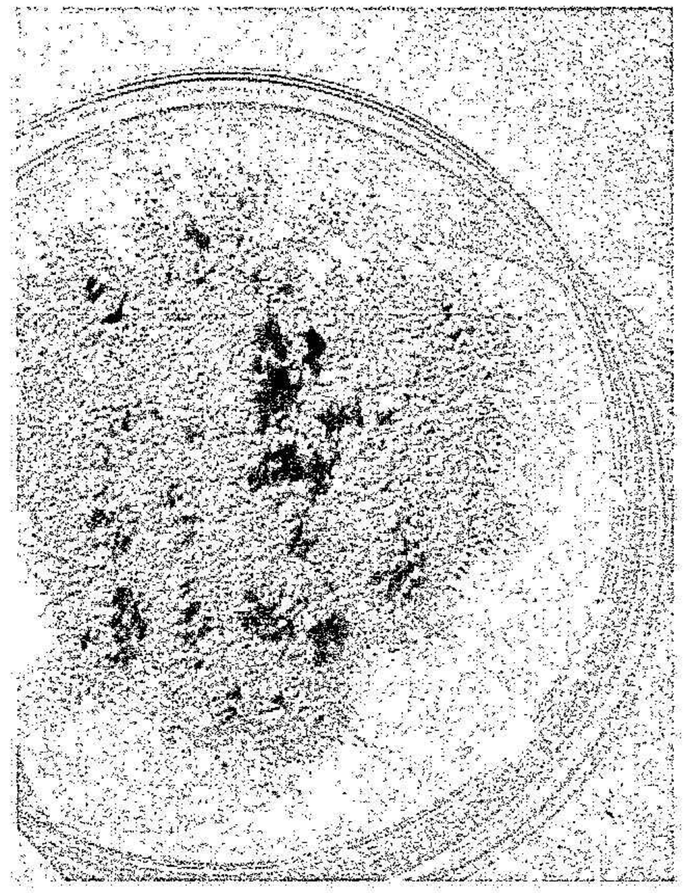
Som FDA anger, i ett svar på denna fråga, får företag som marknadsför kosttillskott framställa struktur/funktionskrav om ett givet tillskott i marknadsföringsmaterialet. Dessa är allmänna krav på att produkten kan stödja kroppens struktur eller funktion. FDA måste noteras om dessa påståenden inom 30 dagar efter den första användningen, och det finns ett krav på att dessa påståenden ska styrkas.

I Kanada är alla naturliga hälsoprodukter (NHP) föremål för Natural Health Products Regulations och måste ha en produktlicens innan de kan säljas. För att få en licens måste sökanden ge detaljerad information om produkten till Health Canada, inklusive: medicinska ingredienser, källa, dos, styrka, icke-medicinska ingredienser och rekommenderad användning. När Health Canada har bedömt en produkt och beslutat att den är säker, effektiv och av hög kvalitet, utfärdar den en produktlicens tillsammans med ett åttasiffrigt naturproduktnummer (NPN).

Australien liknar Kanada, här måste vi ansöka om registrering som terapeutiska varor från The Therapeutic Products Administration (TGA), som är en avdelning vid det australiska hälsomyndigheterna.

För vår Beauty In & Out kommer vi också att arbeta enligt kosmetiska lagar. I USA regleras kosmetikindustrin av den amerikanska livsmedels- och drogadministrationen (FDA), som är en bred tillsynsmyndighet enligt livsmedels-, drog- och kosmetiklagen. Enligt EU-kommissionen är förordning (EG) nr 1223/2009 den viktigaste europeiska lagstiftningen som reglerar färdig kosmetika i EU. Europeiska unionens ramverk för kemiska och kosmetiska förordningar är bindande för alla medlemsstaternas förordningar och verkställs på nationell nivå. Varje land i EU har en behörig myndighet som ansvarar för att upprätthålla efterlevnaden.

För marknadsföring av våra produkter har vi åtagit oss att följa den internationella handelskammarens konsoliderade kod för reklam och marknadsföringskommunikationspraxis och Cosmetics Europe Charter and Guiding Principles om ansvarsfull reklam och marknadskommunikation som de viktigaste globala kosmetikindustrins aktörer följer.





THE POWER *of recognition*

New Nordic måste informera världen om sina fina produkter och hur de är lösningen på individuella behov. Hälsa och skönhetsfrågor är viktiga saker för bolagets konsumenter. New Nordic tar det också allvarligt och deras marknadsföringseffektivitet är avgörande för deras affärsmodell. New Nordic vill behålla marknadsföringskunskapen internt. Därför har bolaget byggt en effektiv in-house kreativ avdelning som kan behärska alla relevanta marknadsföringsdiscipliner.

New Nordic hanterar också allt köp av media internt. Därmed kapar bolaget mellanhänderna och bygger upp en kunskap med en unik fingertoppskänsla av de olika mediernas effektivitet. New Nordics marknadsföring omfattar alla aspekter av modern marknadsföring och varumärkesbyggande.

20230525084406

NEW NORDICS ÖRTEXPERTIS
är grunden för tre verksamheter

ÖRTBAS NATURLIGT | URSPRUNG | SKANDINAVISK
LÖSER SPECIFIKA HÄLSO- OCH SKÖNHETSPROBLEM



HERBAL BLEND
BEAUTY IN & OUT
HUDVÅRD



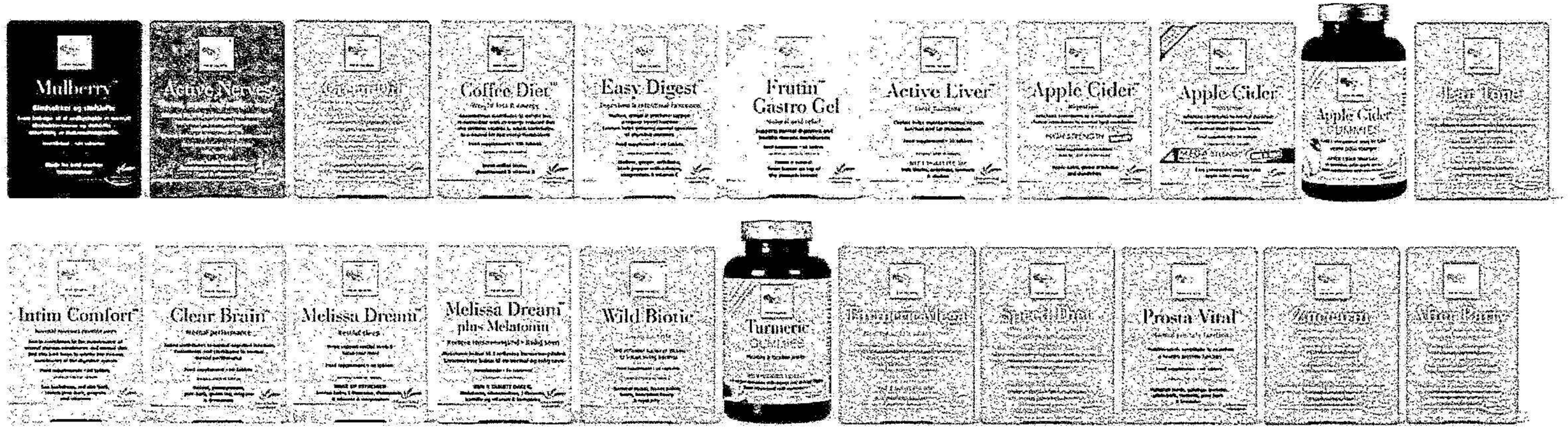
HERBAL BLEND
BEAUTY IN & OUT
HÅRVÅRD



HERBAL BLEND
KOSTTILLSKOTT
FÖR VITALITET

New Nordics produktsortiment riktar sig till mer än 40 olika hälso- och skönhetsbehov. Produkterna kan se olika ut, men alla bär det karakteristiska New Nordic silverträdsmärket. För att uppfylla nationella lagkrav har bolaget mer än 150 olika produktformuleringar. Dessa formuleringar är anpassade för olika språk vilket gör att det totala antalet Stock Keeping Units, SKUs är 850.
New Nordic kategoriserar produkterna i 3 kategorier:
Kosttillskott för vitalitet, Beauty In & Out™ hudvård och Beauty In & Out™ hårvård.

Tillståndsspecifik vitalitet



Kosttillskott för hälsoproblem baserade på kombinationer av örtextrakt, vitaminer, mineraler, fettsyror och probiotika. Blue Berry™, Can Berry™, Mulberry™ och Apple Cider™ har redan firat 20 år på marknaden. Blue Berry™ var den första tabletten i Europa och en av de första tabletterna i världen som innehöll ett luteinrikt extrakt. Mulberry™ var den första produkten i västvärlden som var baserad på vita mullbärsblad. Wild Biotic™ är pionjären inom vilda ekosystemprobiotika från honung och andra råa biprodukter från de franska sjöalperna. De flesta produkter är prisbelönta kosttillskott.

20230523084408

Premium vitaminer



Premium vitaminer och mineraler för högre absorption och effekt i harmoni med din kropp. New Nordic var den första leverantören som lanserade patenterade individuellt riktade multivitaminer. Till exempel för kvinnor, män och seniorer. Idag finns dessa individuellt designade multivitaminer i nästan alla konkurrenskraftiga varumärken. Tillägg för människor som vill ha det bästa.

Trendiga örter



En rad billigare enstaka växtbaserade extrakt rider på vågorna av den nuvarande trenden inom växtbaserade läkemedel.

Beauty In & Out hårvård



Hair Volume™ är en kliniskt testad, prisbelönt tablett för tjockare och vackrare hår. En tablett baserad på ett speciellt annurca äppleextrakt utvecklat och tillverkat av New Nordic. Marknadsledare inom hårtillskott på flera marknader. Nu även tillgänglig i populär gummievariant. New Nordic uppfann Beauty In & Out™-konceptet med hjälp av de välgörande örtextrakten både från insidan genom kosttillskott och från utsidan i kosmetiska hårprodukter.

Beauty In & Out hudvård



Vår 10 år gamla ursprungliga prisbelönta och kliniskt testade Collagen Filler tablett är nu ryggraden i våra kollagen och hyaluronsyra inre skönhetstillskott och vår prisbelönta Beauty In & Out™ Natural Magic kosmetikalinje. På de skandinaviska testmarknaderna strävar New Nordic efter att bli det obestridda valet av naturlig hudvård. Vår utmärkta djuprengörande Beauty In & Out™-rengöringsserie är den fräscha början på någon av New Nordics ansiktskrämer. Beauty In & Out hyaluronsyrafukthöjande sortiment. Naturligt ursprung fritt från doft och eteriska oljor. Vår Beauty In & Out™ Pigment Clear-serie är verkligen enastående för alla som behöver korrigering av mörka fläckar. Pigment Clear Hand Cream är ny i sortimentet. Örtbas och naturligt ursprung med ny funktionell och dermatologiskt testad Herbal Joy™ Firming Lotion och den mest underbara Herbal Joy™ Anti-Ageing Hand Creme. Bekämpa celluliter inifrån och ut på ett effektivt sätt med Beauty In & Out™-metoden!

Kunkeei



Introduktionen av ansiktsvårdssortimentet Kunkeei®, som är av 100 procent naturligt ursprung och baserat på ny probiotisk teknologi, har också varit en investering som har tyngt vårt resultat. Serien har fått ett fantastiskt mottagande med fin nyhetsbevakning. Vi förväntar oss en bra utveckling för serien redan 2023.

20230525085413

INTERNATIONELL *försäljning*



LOKALA MARKNADS-FÖRINGSDOTTERBOLAG OCH FILIALER

- Australien
- Danmark
- Estland
- Finland
- Hong Kong
- Italien
- Kanada
- Kazakstan
- Kina
- Tyskland
- Lettland
- Litauen
- Nederländerna
- Norge
- Polen
- Portugal
- Rumänien
- Slovakien
- Spanien
- Schweiz
- Sverige
- Storbritannien
- Tjeckien
- USA

LÄNDER DÄR NEW NORDIC SKÖTER DEN LOKALA MARKNADSFÖRINGEN FRÅN ETT DOTTERBOLAG UTOMLANDS

- Belgien
- Färöarna
- Georgien
- Grönland
- Liechtenstein
- Luxemburg
- Österrike

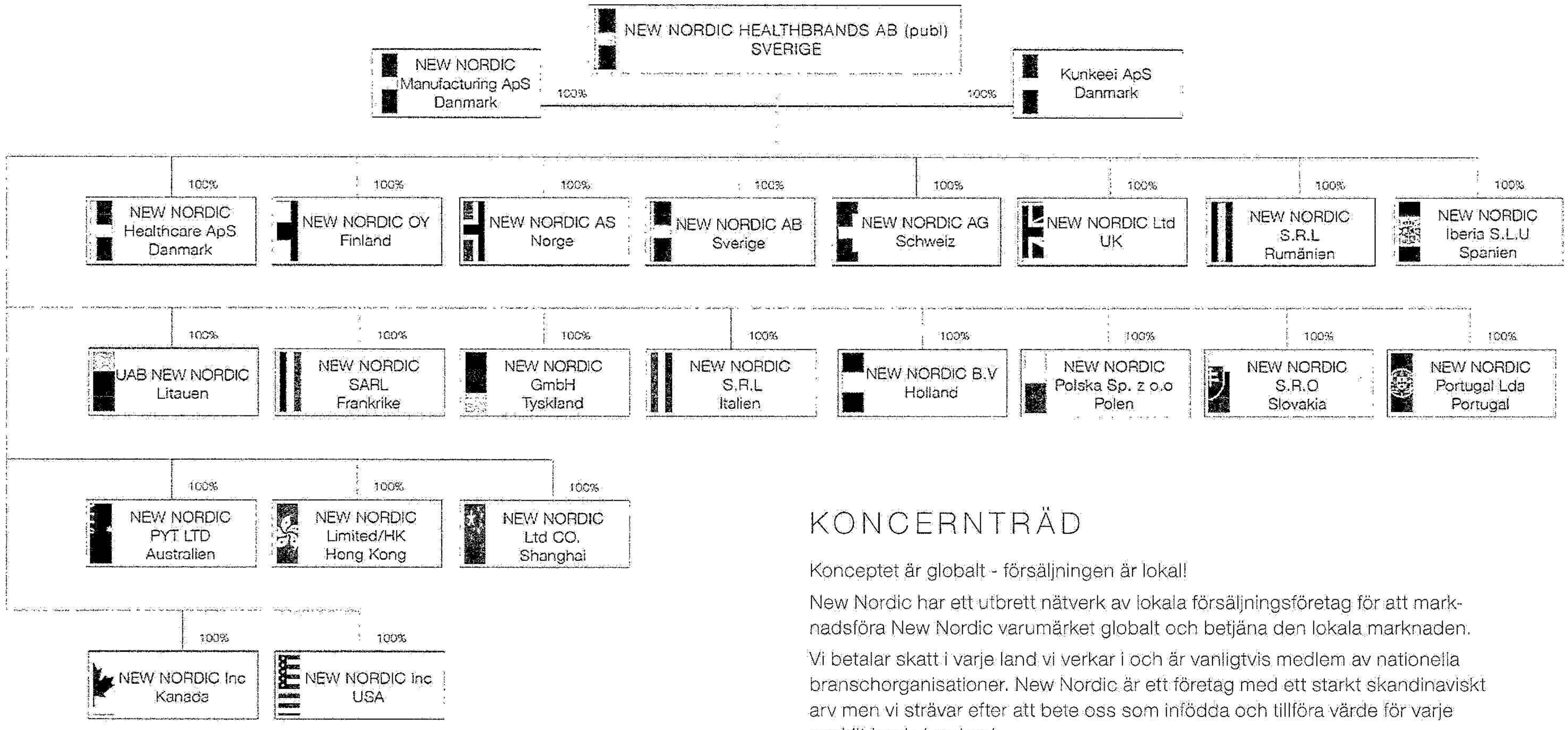
LÄNDER DÄR NEW NORDIC ARBETAR TILLSAMMANS MED DISTRIBUTÖRER SOM SKÖTER DEN LOKALA MARKNADSFÖRINGEN

- Armenien
- Bosnien
- Cypern
- Frankrike *
- Georgien
- Island
- Irland
- Jordanien
- Libanon
- Monaco *
- Taiwan
- Ukraina
- Vietnam

* Tillsammans med distributör i Frankrike

Omsättningen fördelad per geografiskt område omräknat till svenska kronor	2022 MSEK	2022 Procent	2021 MSEK	2021 Procent
Norden	155	32	171	33
Övriga Europa	187	38	200	39
Nordamerika	128	26	125	24
Övriga världen	17	4	19	4

NEW NORDIC HEALTHBRANDS AB (publ)
KONCERNTRÄD AV AKTIVA BOLAG
DECEMBER 2022



KONCERNTRÄD

Konceptet är globalt - försäljningen är lokal!

New Nordic har ett utbrett nätverk av lokala försäljningsföretag för att marknadsföra New Nordic varumärket globalt och betjäna den lokala marknaden.

Vi betalar skatt i varje land vi verkar i och är vanligtvis medlem av nationella branschorganisationer. New Nordic är ett företag med ett starkt skandinaviskt arv men vi strävar efter att bete oss som infödda och tillföra värde för varje enskilt land vi verkar i.

NEW NORDICS *strategi*

UTVECKLA ÖRTBASERADE KOSTTILLSKOTT OCH KOSMETIKA FÖR ATT TILLFREDSSTÄLLA SÄRSKILDA HÄLSO- OCH SKÖNHETSBEHOV OCH MARKNADSFÖRA DESSA UNDER KARAKTERISTISKA VARUMÄRKEN TILL ETT VÄXANDE ANTAL KONSUMENTER ÖVER HELA VÄRLDEN. ALLT MED OMTANKE FÖR MÄNNISKOR OCH NATUR

NEW NORDICS PLAN

New Nordic har en plan för hur vi ska leverera starka resultat i framtiden. Planen omfattar att:

Driva tillväxt internationellt
Bygga marknadsledarskap
Öka lönsamheten

Planen fortsätter att definiera hur New Nordic ska ansluta sina varumärke till konsumenterna och göra dem lojala. Planen bygger på följande steg:

1. erbjuda de mest effektiva produkterna och den bästa produktupplevelsen till rätt pris
2. fortsätta vår höga fokus på marknadsföring
3. engagera bolaget ytterligare med nationella och internationella återförsäljare både online och offline

NEW NORDICS FINANSIELLA STRATEGI

Bolagets finansiella strategi är enkel.

1. Bruttomarginal

New Nordic kommer att sträva efter att bibehålla nivån på bruttomarginalen genom produktinnovationer, förbättrade inköp och ökning av skalfördelar, vilket kommer att hålla nere kostnaderna för varor. Samtidigt kommer bolaget att se till att deras försäljningspriser hålls uppe utan att konsumentens pris/värde förhållande förstörs.

2. Omkostnader ner

Stordriftsfördelar och fokus för att förenkla rutiner kommer att minska bolagets allmänna kostnader. Omkostnaderna kommer att hållas nere med en växande försäljning, vilket kommer att medföra reduktion i kostnadsprocenten. Dessutom uppmanas personalen att spara kostnader där det är möjligt.

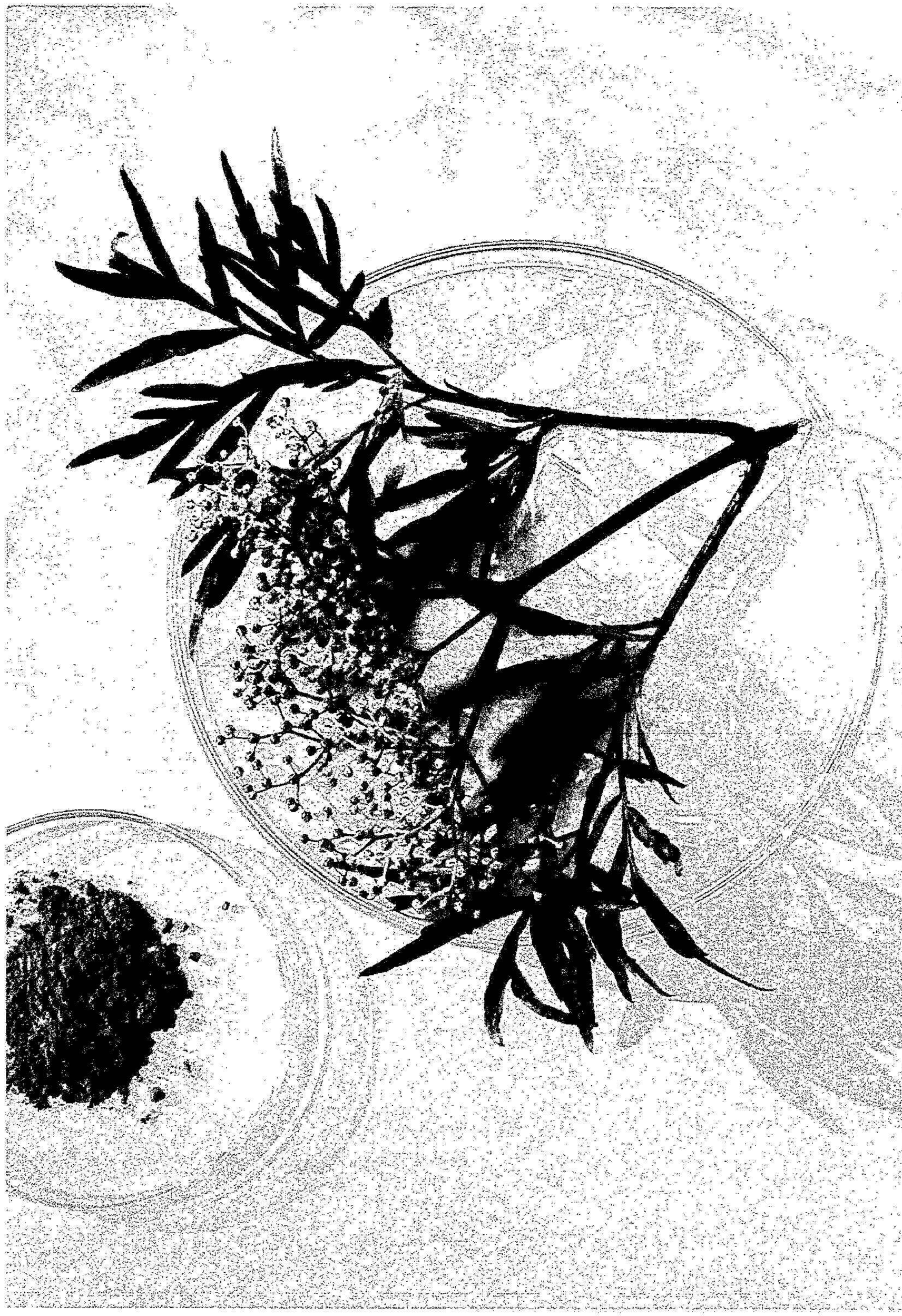
3. Marknadsinvesteringar

New Nordic kommer fortsätta investera den nuvarande procentsatsen av försäljningen i reklam och annan marknadsföring. Det bästa sättet för både företaget och dess detaljhandelspartners är att allokera så stor del av reklamkostnaderna til konsumentreklam och endast en mindre del till priskampanjer i samarbete med våra detaljhandelspartners. Detta ökar varumärkeskännedomen och ökar trafiken i butikerna.

4. Rörelseresultat

En bra kostnadshantering enligt ovanstående kommer att leda till ett ökat rörelseresultat och generera likvida medel för att investera i ytterligare tillväxt.

20230525084416



TILLVÄXTMOTORER

New Nordic förväntar att verksamheten i alla länder ska växa, drivet av innovation och ökad marknadsföring som hanteras med stor disciplin och spetskompetens av våra Country and Area Managers. Vi arbetar alla mot ett gemensamt mål som lägger mervärde till vårt varumärke och gör det till ett verkligt globalt hälso- och skönhetsmärke. Vi har tydliga interna ekonomiska mål att nå.

NEW NORDIC'S NUVARANDE "TILLVÄXTMOTORER"

- Tillväxt i verksamheten i USA
- Tillväxt i verksamheten i Storbritannien
- Tillväxt i verksamheten i Tyskland
- Tillväxt i Beauty In & Out™

20230525084l7

VINNANDE *tillgångar*

- Avancerad forskning och innovation
- NEW NORDIC, ett starkt varumärke
- Tillverkning i Skandinavien
- Platt skandinavisk ledningsmodell
- En stark kultur med ett duktigt och engagerat team
- Kraftfull internationell marknadsföring
- Internationellt distributionsnätverk riktat mot 6 kanaler

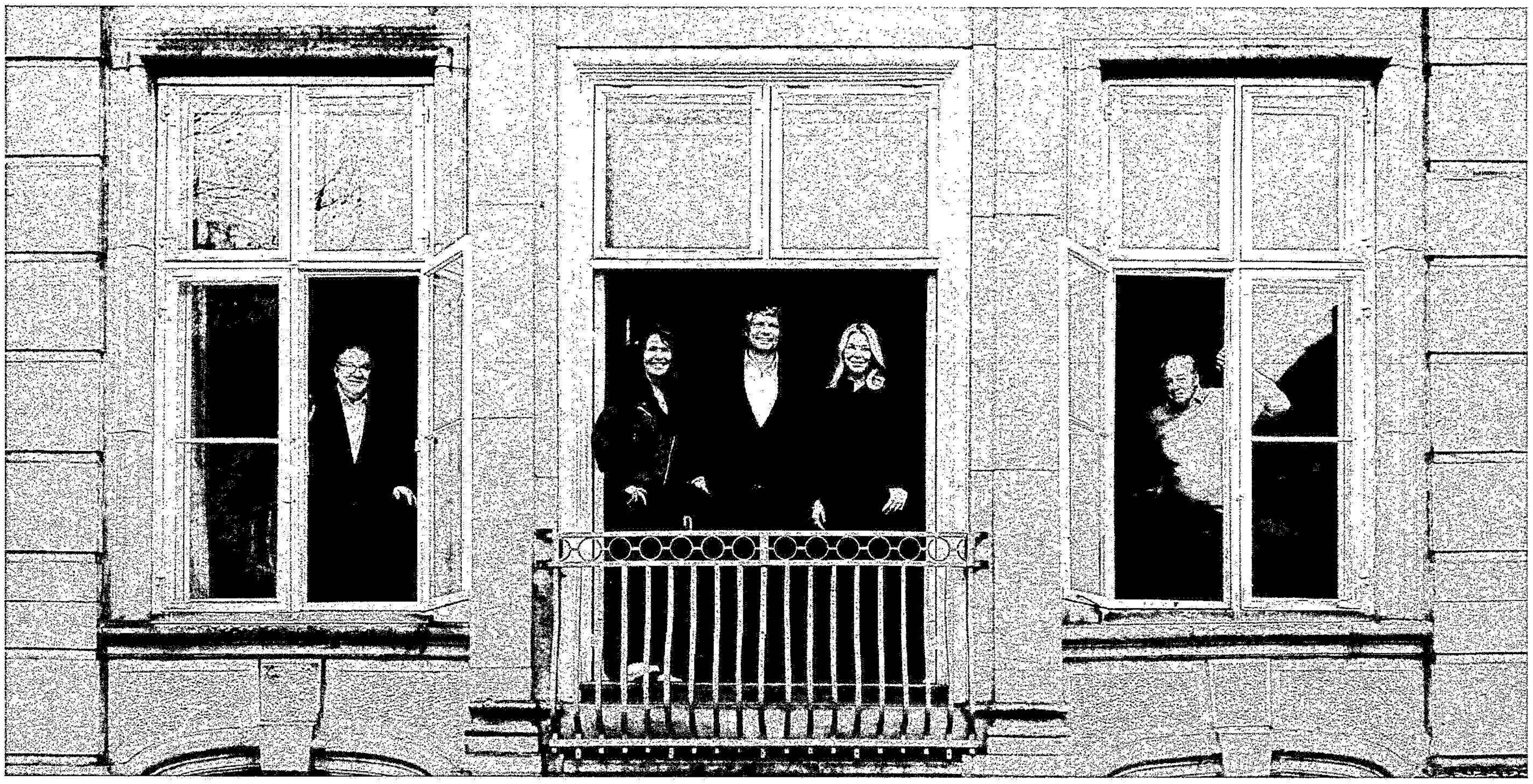
När kulturen är stark kan du lita på att alla gör rätt sak.

Medarbetare kan vara oberoende och autonoma. De kan vara företagande. Med ett företag som har entreprenörsanda, kommer vi att kunna växa och lyckas tillsammans.

Teamets framgång är viktigare än individuell prestation.

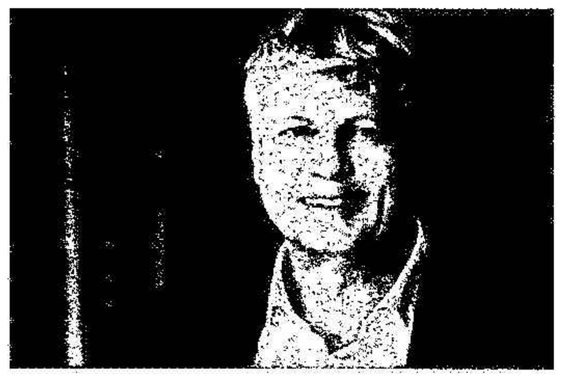
20230525084418

STYRELSEN



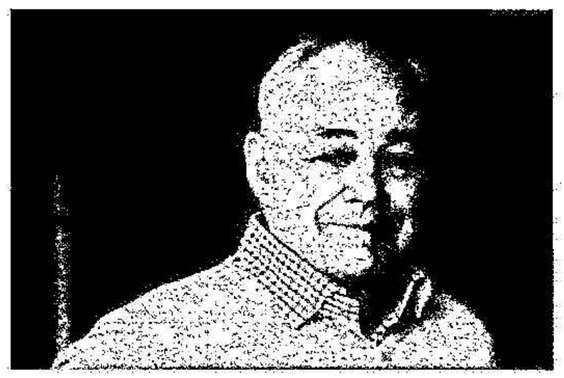
20230523084419

STYRELSE *och revisorer*



KARL KRISTIAN BERGMAN JENSEN
FÖDD 1962

Styrelseledamot sedan 2006 och VD för New Nordic Healthbrands AB. Karl Kristian Bergman Jensen är grundaren och huvudägaren för New Nordic sedan 1990. Innan dess var Karl Kristian Bergman Jensen internationell marknadschef, direktör och styrelseledamot i Chartex International PLC i England, nu känd som The Female Health Company, USA. Innan dess var Jensen internationell marknadschef på Farma Food A/S. Jensen är också ordförande i Vaccinium Holdings ApS, och Dansk Detail ApS Danmark samt Ripamonti Finanz AG, Schweiz. För fullständigt innehav av aktier i New Nordic, se sid 42



LENNART SJÖLUND
FÖDD 1949

Styrelseledamot sedan 2012. Lennart Sjölunds viktigaste sysselsättningar utöver förordnandet som styrelseledamot i New Nordic är som entreprenör i egna företag inom medicinteknik samt som styrelseledamot i Lagercrantz Group AB, Östanbäck Timmerhus AB, Zarismo AB, Quickcool AB, Erysave AB, EL Invest AB, Kinna EL och Tele AB, Fässbergs EL AB och Parkallen Invest AB. Lennart Sjölund har tidigare varit VD för Jolife AB och Jostra AB samt Vice VD för Åkerlund & Rausing.

10.000 aktier som innehas i New Nordic via företag



MARINUS BLÅBJERG SØRENSEN
FÖDD 1951

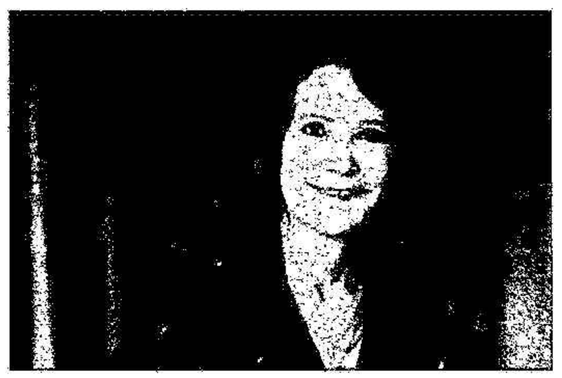
Styrelseordförande sedan 2006, Marinus Blåbjerg Sörensen är grundare och huvudägare i New Nordic. Innan dess var Marinus Blåbjerg Sörensen VD för Danish Natural Foods A/S. Dessförinnan var Marinus Blåbjerg Sörensen Area Manager på Farma Foods A/S, med ansvar för dels den internationella försäljningen och för produktutvecklingen av OTC-läkemedel. Marinus Blåbjerg Sörensen är även styrelseordförande och ägare i Fjord Capital A/S, Blåbjerg-Have ApS och direktör i Dansk Detail ApS Danmark.

För fullständigt innehav av aktier i New Nordic, se sid 42



JESSICA TYREMAN
FÖDD 1969

Styrelseledamot sedan 2006. Jessica Tyremans viktigaste sysselsättningar utöver förordnandet som styrelseledamot i New Nordic är som arbetande styrelseordförande i LÄR i Värmdö AB. Jessica Tyreman är även ordförande i RW Bostad AB. Jessica har under de senaste fem åren avslutat uppdrag som styrelseledamot i NewTeq AB.



KIRSTEN ÆGIDIUS
FÖDD 1966

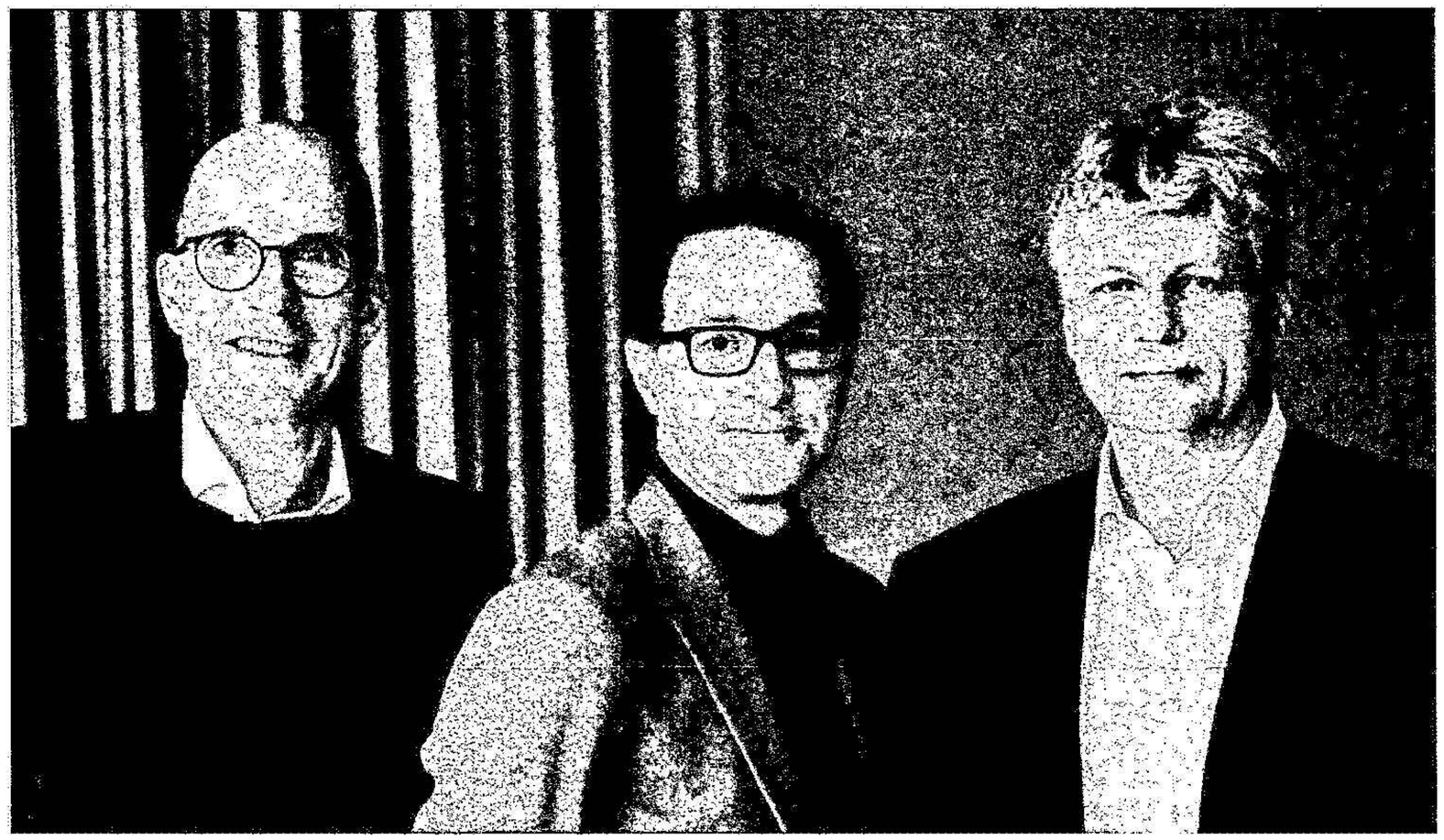
Kisten Ægidius utsågs till femte styrelseledamot i New Nordic Healthbrands AB på årsstämman 2022. Kirsten är VD för Interflora Denmark A/S och i styrelsen för Anora Group A/S. Kirsten har en civilingenjörsexamen från Copenhagen Business School. Kirsten har gedigen internationell erfarenhet från Unilever, Coca-Cola, Carlsberg, Weber BBQ och Hilding Anders AB.

Styrelseledamöternas och ledningsgruppens kontorsadress är New Nordic Healthbrands AB, The Point, Hyllie Boulevard 34, 215 32 Malmö

Revisor
Deloitte AB
Auktoriserad revisor Henrik Ekström, Hjälmaregatan 3, 211 18 Malmö. Deloitte AB, Henrik Ekström, är New Nordics revisor sedan årsstämman 2022. Henrik Ekström är medlem i branschorganisationen för revisorer, "FAR SRS".

20230525084420

LEDNINGSGRUPP



I och med anställningen av Tage Juhl Finninge i oktober 2022 som COO/CCO blev ledningsgruppen komplett. Den består av Tage Juhl Finninge COO/CCO, Ivan Ruscic CFO och Karl Kristian Bergman Jensen VD.



AKTIEN

NEW NORDIC - EN UNIK AKTIE

Kosttillskottsmarknaden förväntas växa med en sammansatt årlig tillväxttakt på nästan 10% globalt. En extraordinär investeringsmöjlighet i sig.

För investerare som vill utnyttja denna växande marknadsmöjlighet genom investeringar i börsnoterade aktier i företag i kosttillskottsindustrin är valet av investeringar mycket begränsat.

De flesta aktörer inom branschen är baserade på direktförsäljning eller också utgör deras kosttillskottsaffär bara en mindre del av deras totala verksamhet.

Nästan alla aktörer, där huvudverksamheten är i kosttillskottsindustrin, ägs av equity-bolag eller också är de privatägda. Endast mycket få kosttillskottsföretag i världen är noterade på en börs och tillgängliga för investerare att köpa in sig i.
Ett av dessa sällsynta företag är New Nordic.

20230525084222

AKTIEINFORMATION

New Nordics aktier listades på First North Growth Market, NASDAQ, Stockholm i januari 2007.
Börs: FN STOCKHOLM
Valuta: SEK
Handelsnamn: NNH
ISIS: SE0001838038
Bloomberg ticker: NNH: SS

ANTAL AKTIER

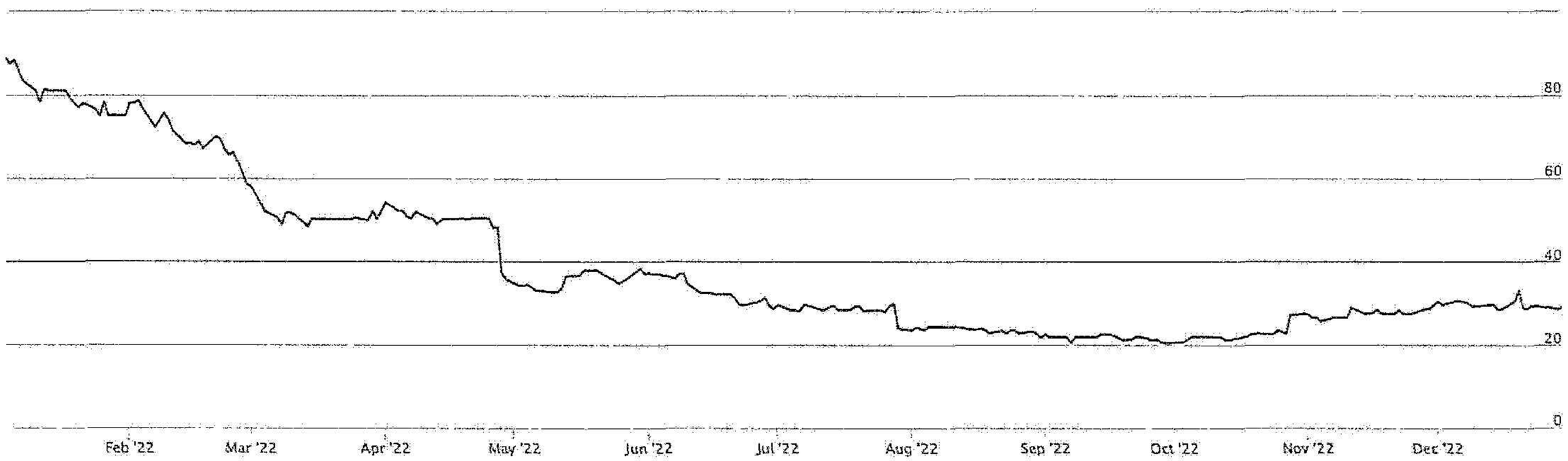
Totalt antal aktier 6.195.200
Aktiekapital 6.195.200 SEK

AKTIENS UTVECKLING

Aktiekursen har minskat med 67,2 procent från 88,40 SEK till 29,00 SEK under 2022.
I förhållande till OMX Stockholm (NASDAQ OMX STOCKHOLM ALL-SHARE SEK) har aktien ökat i kurs med 57.4% i 2022.

BÖRSVÄRDE

Marknadskapital 30. december 2021: 548 mSEK
Marknadskapital 30. december 2022: 180 mSEK



DAGLIGT OMSATT AKTIEKURS FÖR DE NYA NORDISKA HÄLSOVARUMÄRKENA AB-AKTIEN PÅ FIRST NORTH, NASDAQ, STOCKHOLM

20230525085423

AKTIEÄGARE
ägarstruktur

Per den 30 december 2022 var antalet unika aktieägare som innehar aktier till ett värde av minst 500 euro 101 plus 575 icke-offentliga aktieägare, jämfört med 103 unika och 540 icke-offentliga aktieägare.

Det sammanlagda aktieinnehavet i de tio största aktieägarna var 91,2 procent (92,4) av de utestående aktierna och av rösterna. New Nordic Healthbrands AB anlitar Mangold ABs tjänst som likviditetsgarant.

Tabellen återger New Nordics aktieägarregister per 30 december 2022. Uppgifterna i tabellen är baserade på information från Euroclear Sweden AB.

AKTIEÄGARE PER 30 DECEMBER 2022

Aktieägare	Antal aktier	Ägarandel
Fjord Capital APS	2 318 684	37.43 %
UBS Switzerland AG*	1 501 399	24.23 %
Credit Suisse AG, Zurich*	930 354	15.02 %
Six Sis AG, W8IMY	292 466	4.72 %
BFCM P/C CIC Sweden OPCVM LT	201 995	3.26 %
Knock, Christian	114 396	1.85 %
Försakringsaktiebolaget, Avanza Pension	96 176	1.55 %
Lin, Micka Wen Long	84 535	1.36 %
T. J. Finninge Holding ApS	62 226	1.00 %
Lin, Emelie	44 712	0.72 %
Summa 10 största ägare	**5 646 943**	
Summa övriga	**548 257**	
Totalt antal aktier	**6 195 200**	

Marinus Blåbjerg Sørensen och familjemedlemmar äger 100% av Fjord Capital ApS.

*Vaccinium Holding ApS, Danmark äger 2 431 753 aktier (39,29%). Karl Kristian Bergman Jensen äger 62,4% av Vaccinium Holding ApS via bolag, medan Bergman Jensen Family Foundation, Liechtenstein äger 37,6% av Vaccinium Holding ApS.

20230525084424

KALLELSE TILL ÅRSSTÄMMA I NEW NORDIC HEALTHBRANDS AB (PUBL)

Aktieägarna i New Nordic Healthbrands AB (publ) kallas härmed till årsstämma.

PLATS: Quality Hotel View
ADRESS: Hyllie Stationstorg 29, 215 32 Malmö, Sverige
TID: Torsdagen den 27 april 2023 kl. 10.00

ANMÄLAN

Aktieägare som önskar deltaga i årsstämman skall dels vara införd i den av Euroclear Sweden AB förda aktieboken per onsdagen den 19 april 2023. Dels antingen skriftligen anmäla sitt deltagande till bolaget under adress The Point, Hyllie Boulevard 34, 215 32 Malmö, eller via e-mail, ivan@newnordic.se. Anmälan skall vara bolaget tillhanda senast torsdagen den 20 april 2023 kl. 16.00. Anmälan via e-mail skall bekräftas av New Nordic.

Vid anmälan skall uppges namn, personnummer eller organisationsnummer, adress, telefonnummer samt registrerat aktieinnehav. Ombud samt företrädare för juridisk person ombedes att inge behörighetshandlingar före stämman.

Aktieägare som har sina aktier förvaltarregistrerade måste, för att äga rätt att delta i årsstämman, begära att tillfälligt föras in i aktieboken hos Euroclear Sweden AB under eget namn. Sådan registrering måste vara verkställd onsdagen den 19 april 2023. Detta innebär att aktieägare i god tid före denna dag måste meddela sin önskan härom till förvaltaren.

FÖRSLAG TILL DAGORDNING

1. Årsstämman öppnas
2. Val av ordförande vid stämman
3. Upprättande och godkännande av röstlängd
4. Godkännande av dagordning
5. Val av en eller två justeringsmän
6. Prövning av om stämman blivit behörigen sammankallad
7. Anförande av verkställande direktören
8. Framläggande av årsredovisningen, revisionsberättelsen samt koncernredovisningen och koncernrevisionsberättelsen
9. Beslut om fastställande av resultaträkningen, balansräkningen samt koncernresultaträkningen och koncernbalansräkningen
10. Beslut om disposition beträffande bolagets resultat enligt den fastställda balansräkningen
11. Beslut om ansvarsfrihet för styrelseledamöterna och verkställande direktören
12. Fastställande av arvoden åt styrelsen och revisor

13. Val av styrelseledamöter
14. Val av revisor
15. Valberedningens arbete
16. Bemyndigande för styrelsen att fatta beslut om ökning av aktiekapitalet genom nyemission, utgivande av konvertibler och utgivande av teckningsoptioner
17. Bemyndigande för styrelsen eller den styrelsen utser att vidta de formella ändringarna i besluten i punkten 16 som kan komma att visa sig erforderligt i samband med registrering hos Bolagsverket
18. Årsstämman avslutas

BESLUTSFÖRSLAG

Punkten 10 – Förslag till utdelning
Styrelsen föreslår årsstämman att besluta om att inte lämna utdelning för 2022.

Punkterna 12, 13 och 14 – Styrelsearvodet föreslås utgöra oförändrad 585 000 kronor att fördela med 195 000 kronor till styrelsens ordförande, 0 kronor till Karl Kristian Bergman Jensen och med 130 000 kronor vardera till övriga tre styrelseledamöter samt att ersättning till revisor skall utgå med skäligt belopp enligt godkänd räkning.

Styrelsen föreslås bestå av fem ordinarie ledamöter utan suppleanter.
Omval föreslås av ordinarie ledamöterna Jessica Tyreman, Kirsten Ægidius Lennart Sjölund, Marinus Blaabjerg Sörensen samt Karl Kristian Bergman Jensen. Till styrelsens ordförande föreslås Marinus Blaabjerg Sörensen.

Som revisor föreslås omval av Deloitte AB med revisor Henrik Ekström som huvudansvarig revisor.

Punkten 15 - Beslut avseende valberedning
Valberedningen representerade 80 procent av bolagets röster den 31 december 2022. För information om valberedningens sammansättning och dess arbete under året hänvisas till New Nordic Healthrbands AB:s hemsida: www.newnordicinvestor.com.

Det föreslås att årsstämman 2023 fastställer att samma principer som antogs vid föregående årsstämma 2022 gäller även för nästkommande Valberedning.

Punkt 16 – Beslut om bemyndigande
Styrelsen föreslås få bemyndigande att, under tiden fram till nästa årsstämma, vid ett eller flera tillfällen, fatta beslut om nyemission av aktier, eller emission av konvertibla skuldebrev eller emission av teckningsoptioner. Genom beslut med stöd av bemyndigandet skall antalet aktier kunna ökas med sammanlagt högst 1 500 000 st, motsvarande en total höjning av aktiekapitalet med högst 1 500 000 kr. Bemyndigandet skall även innefatta rätt att besluta om nyemission eller emission av konvertibler eller emission av teckningsoptioner med bestämmelse om apport eller kvittningsrätt eller eljest med villkor som avses i 13 kap. 5 § första stycket 6 eller 14 kap. 5 § första stycket 6, eller 15 kap. 5 § första stycket 4 aktiebolagslagen. Emissionerna skall enligt styrelsens beslut kunna ske med avvikelse från aktieägarnas företrädesrätt. Avvikelsen skall kunna möjliggöra kapitalanskaffning i samband med den fortsatta satsningen inom Bolagets verksamhetsområde inkluderat företagsförvärv. Emissionskursen skall fastställas på marknadsmässiga villkor som allmänt tillämpas vid liknande slag av emissioner.

Tillgängliga handlingar
Redovisningshandlingar, revisionsberättelse och styrelsens fullständiga förslag till beslut samt övriga enligt aktiebolagslagen erforderliga handlingar kommer att finnas tillgängliga på bolagets kontor i Malmö från och med den 4 april 2023 och sänds till aktieägare som så begär och uppger sin postadress.

Malmö i mars 2023
Styrelsen
New Nordic Healthbrands AB (publ)

20250325083426

2022

Års- och hållbarhetsredovisning

Nordnet Holding AB (publ)
Org. nr. 556698-0153

20230523084427

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Styrelsen och verkställande direktören för New Nordic Healthbrands AB (publ) avger härmed årsredovisning och koncernredovisning för räkenskapsåret 2022. New Nordic Healthbrands AB är ett publikt aktiebolag med säte i Malmö, Sverige. Huvudkontoret har besöksadress, The Point, Hyllie Boulevard 34 215 32 Malmö. Bolagets aktie är noterad på First North Growth Market, NASDAQ, Stockholm.

VERKSAMHETEN

New Nordic bedriver verksamhet inom kosttillskott, naturläkemedel och kosmetiska produkter som hudvård och hårvård. Försäljningen sker internationellt, antingen genom deras egna 25 nationella försäljnings- och marknadsföringsbolag och filialer eller genom välrenommerade distributörer. New Nordics produkter distribueras huvudsakligen på apotek, i hälsobutiker och via företagets egen webbutik i 43 länder runt om i världen. Koncernstrukturen framgår av not 18.

VÄSENTLIGA HÄNDELSER UNDER RÄKENSKAPSÅRET

Under 2022 fokuserade New Nordic på att implementera sin strategi under fortsatt påverkan av Covid-19-pandemin, Rysslands invasion av Ukraina, hög inflation och höjda räntor.

Företagets sortiment vänder sig i stor utsträckning till äldre som varit försiktiga med att lämna sitt hem för att handla på grund av corona och varit mer försiktiga med sina pengar. Den höga inflationen på cirka 10 procent i EU och 8 procent i USA 2022 påverkade också företagets försäljning. Inflationen påverkar nya nordiska kunders köpkraft negativt. Till detta kommer det faktum att räntan fortsätter att stiga och belastar konsumenternas ekonomi ytterligare. Den nya nordiska kunden är vanligtvis över 50 och produkterna är premium prissatta. År 2022 kände New Nordic konsumenternas ovilja att spendera pengar och de upplevde en förändring i försäljningen av förpackningar som gick från stora ekonomiförpackningar till mindre månadsförpackningar.

Omsättningen minskade med 5 procent till 488 miljoner kronor. Försäljningen minskade i de geografiska områdena; Norden, övriga Europa och Asien/Australien, medan den ökade i Nordamerika. Bolaget startade inte försäljning i nya länder under året. Den geografiska omsättningen fördelade sig med 32 procent av försäljningen i Norden, 38 procent i övriga Europa, 26 procent i Nordamerika och 3 procent i Asien/Australien.

Bruttomarginalen minskade till 65,3 procent från 68,0 procent. Nedgången förklaras av förändrad produktmix, främst i USA och Kanada men även av ökade kampanjrabatter på flertalet marknader. Under året har kostnaderna ökat och New Nordic har också ökat priserna. Företaget minskade marknadsföringskostnaderna under 2022. Antalet anställda var sammantaget stabilt med bara en anställd mindre än 2021. Kostnaden för personal ökade med åtta procent och övriga externa kostnader inklusive marknadsföring minskade med en procent. Den svenska kronan sjönk i värde mot både USD och EUR 2022.

EBITDA-marginalen var negativ och uppgick till -3,1 Mkr. Bolaget har ett lågt bokfört värde på materiella och immateriella tillgångar och har relativt små skulder vilket ger låga avskrivningar och räntor. Rörelseresultatet uppgick till -4,7 miljoner SEK. Bolagets resultat efter skatt uppgick till -2,8 miljoner kronor. Avkastningen på eget kapital var negativ. Vinst per aktie efter skatt uppgick till -0,46 SEK. Omsättningen i moderbolaget minskade med 26,9 procent och uppgick till 155 miljoner kronor. Moderbolagets resultat efter skatt uppgick till -4,8 Mkr. Moderbolagets egna kapital uppgick vid årets slut till 76,1 miljoner kronor.

20230525084428

ÄGARFÖRHÅLLANDE

Antalet aktier i New Nordic Healthbrands AB (publ) uppgick vid årsskiftet till 6 195 200 aktier. Bolaget har inga egna aktier. Bolagsordningen innehåller inga begränsningar i överlåtbarheten av aktierna. Ägare med mer än 10 % av bolagets aktiekapital per den 31 december 2022: Vaccinium Holding ApS, Danmark, 39,10 %. Karl Kristian Bergman Jensen äger 62,4% av Vaccinium Holding ApS, medan Bergman Jensen Family Foundation, Liechtenstein ger 37,6%. Fjord Capital ApS, Danmark 37,43%. Marinus Blåbjerg Sørensen och familjemedlemmar äger tillsammans 100 % av Fjord Capital ApS.

FÖRSÄLJNING OCH-MARKNADSFÖRING

New Nordic hade vid årsskiftet egna säljbolag och filialer i Australien, Kanada, Tjeckien, Kina, Danmark, Estland, Finland, Frankrike, Tyskland, Nederländerna, Hongkong, Italien, Kazakstan, Lettland, Litauen, Norge, Polen, Portugal, Rumänien, Slovakien, Spanien, Sverige, Schweiz, Storbritannien och USA. Försäljningsbolagen i Estland, Lettland och Kazakstan är filialer till UAB New Nordic i Litauen. Dessutom kontrollerar och finansierar New Nordic marknadsföring i Österrike, Belgien, Färöarna, Georgien, Grönland, Liechtenstein, Luxemburg och delvis i Frankrike. Dessutom har företaget distributörer i Armenien, Irland, Island, Jordanien, Libanon, Taiwan och Vietnam.

MARKNADSFÖRING

New Nordic marknadsför sitt varumärke mestadels till slutkonsumenter men även till professionella yrkesarbetare främst inom hälsa och skönhet. Inom marknadsföring används alla relevanta medier i kombination, (Vecko- och dagspressannonsering, tv, radio, utomhusreklam, butiksmaterial och elektronisk annonsering på sociala medier).

FINANSIELL STÄLLNING

Vid årets slut hade New Nordic 10,7 miljoner i kassa och en solvens på 44,7%. Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -15,5 Mkr, från investeringsverksamheten -2,6 Mkr och från finansieringsverksamheten 16,6 Mkr. Kassaflödet påverkades positivt av minskningen av varulagret med 6,3 Mkr och ökningen av kortfristiga skulder som främst berodde på ökade checkräkningskrediter. De kortfristiga fordringarna ökade med 16,6 miljoner SEK, varav en betydande del kom från god försäljning i december 2022 i Kanada.

ORGANISATION

Vid årets slut hade bolaget 71 anställda inklusive ledningen (70), varav 16 män (13) och 55 kvinnor (59). Det finns 22 (24) nationaliteter anställda inom koncernen.

PRODUKTUTVECKLING

New Nordics produktutveckling omfattar litteraturforskning, råvaruforskning, biotillgänglighetsstudier, analyser,

FLERÅRSÖVERSIKT NYCKELTAL

Koncernen	**2022**	**2021**	**2020**	**2019**	**2018**
Nettoomsättning	487.501	514.845	450.064	452.613	393.708
Resultat efter finansiella poster	-5.166	27.956	23.293	36.068	34.119
Balansomslutning	251.673	238.351	191.491	197.187	162.647
Soliditet	44.7%	50.5%	54.7%	51.7%	49.3%
Antalet anställda vid periodens slut	71	72	60	55	51

Moderbolaget	**2022**	**2021**	**2020**	**2019**	**2018**
Nettoomsättning	155.011	212.091	166.157	170.086	148.586
Resultat efter finansiella poster	-15.416	14.355	24.145	17.715	17.077
Balansomslutning	161.122	156.972	134.256	120.911	107.764
Soliditet	47.2%	60.6%	69.0%	65.9%	69.1%
Antalet anställda vid periodens slut	4	4	4	3	3

20230523084429

kliniska studier, marknadsundersökningar, design och förpackningsutveckling samt registrering av produkter på nya marknader. Under året investerade koncernen mindre än 1 procent av försäljningen i forskning och produktutveckling. Utgifter för produktutveckling hänförliga till större projekt som uppskattas till mer än 75 000 EUR aktiveras. (se sidan 65, redovisningsprinciper Anläggningstillgångar).

UTSIKTER FÖR 2023

Den höga inflationen och räntehöjningen resulterar i utmanande och turbulenta globala marknadsförhållanden för New Nordic 2023. Bolaget arbetar målmedvetet med att hantera situationen och all verksamhet i bolaget utvärderas och anpassas noggrant. Det råder ingen tvekan om att denna extraordinära situation kan påverka intäkter och resultat negativt 2023, även om New Nordic förväntar sig en ökning av intäkterna och ett positivt resultat under året. New Nordic har tydligt prioriterat produktkategorier och marknader där bolaget kommer att fokusera för att driva tillväxten mest under 2023. Bolaget planerar att all tillväxt ska ske organiskt och planerar inget förvärv under 2023 men kan inte utesluta det. Lanseringar i nya hälsokategorier och skönhetskategorier planeras även för 2023. Företagets nya initiativ under varumärket Kunkeei kommer att fortsätta att kräva investeringar och förluster för detta varumärke under 2023, men mindre än investeringen 2022.

FÖRSLAG TILL RESULTATDISPOSITION

Moderbolaget
Till årsstämmans förfogande står följande medel

Överkursfond	49 847 516 SEK
Balanserat resultat	23 039 239 SEK
Årets resultat	-4 774 226 SEK
Summa	**68 112 529 SEK**

i ny räkning balanseras	68 112 529 SEK
Summa	**68 112 529 SEK**

Denna årsrapport har godkänts av styrelsen den 23 mars 2023. Årsredovisningen ska överlämnas till årsstämman i Malmö den 27 april 2023.

När det gäller moderföretagets och koncernens resultat och finansiella ställning, hänvisar du till följande resultat och balansräkningar, kassaflödesanalyser och upplysningar. Alla belopp uttrycks i tusentals svenska kronor om inte annat anges.

20230525084300

RISKHANTERING

New Nordic är ett företag som är verksamt på ett internationellt plan i en ständigt föränderlig värld, på mycket dynamiska hälso- och skönhetsmarknader med hög tillväxt. För att säkerställa en hållbar utveckling och uppnå sina mål strävar New Nordic efter att förutse och hantera de risker som företaget exponeras för inom dess olika verksamhetsområden. Riskhantering består av att identifiera, bedöma och kontrollera risker som kan påverka företagets operativa verksamhet. På New Nordic är det underförstått att dålig riskhantering kan leda till en försämrad verksamhet.

New Nordics försäljning förväntas växa, och bolaget uppnår ingen tillväxt utan att ta nya risker. Nya aktiviteter av något slag innebär ökade risker, och dessa risker måste hanteras ad hoc på högsta nivå i organisationen, det vill säga i styrelsen och den verkställande ledningen.

New Nordics interna kontrollrutiner, planering och rapportering är de grundläggande verktygen för den interna riskhanteringen. Den interna kontrollen och riskhanteringen hanteras löpande av den verkställande ledningen och ledningsgruppen.

Det finns andra risk- och möjlighetsfaktorer som uppstår i den föränderliga miljö där New Nordic verkar. De externa riskfaktorerna hanteras också löpande. Sådana risker kan inträffa plötsligt, eller så utvecklas de långsamt utan att någon märker av dem. Covid-19 är ett bra exempel på en stor förändring av externa faktorer.

Förändringar i konsumentbeteende så som ökad preferens för veganska produkter och hållbara varumärken är andra exempel. Ändringar i importbeskattning, lagstadgade krav, marknadsföringslagar o.s.v. är ytterligare exempel. Dessa alltmer dynamiska riskfaktorer blir en större och större del av det dagliga arbetet.

För de risker som identifierats och listats nedan gör New Nordic sitt bästa för att hantera dem, och många medarbetare är involverade i denna process. New Nordics medarbetare uppmanas att vara uppmärksamma på och upptäcka dessa risker när de uppstår, samt vidta åtgärder för att omedelbart hantera dem och undvika att de eskalerar till större risker och problem.

Målet med riskhantering är att identifiera, bedöma, prioritera och hantera risker tillsammans med alla berörda och hålla riskanalysen uppdaterad. Syftet är att främja optimal användning av resurser för att minimera och kontrollera effekterna av negativa händelser och maximera förverkligandet av möjligheter.

HUR NEW NORDIC HANTERAR RISKER

För att upptäcka risker och hantera dem, samt mildra konsekvenserna har New Nordic skapat rutiner och fördelat ansvar. Riskerna relaterade till verksamhetens tillväxt och framstegsåtgärder, de risker som hotar företagets befintliga verksamhet och anpassning av affärsmodellen till den föränderliga världen runt New Nordic har identifierats och prioriterats. Kontrollmetoder har införts för att minimera riskernas eventuella påverkan och ansvar har definierats tydligt.

Vissa risker analyseras och kontrolleras dagligen och ingår i regelbunden rapportering. Övriga risker kontrolleras och utvärderas årligen och sammanställs på koncernnivå i syfte att få en övergripande bild av koncernens huvudsakliga risker – och därigenom belysa de planer som finns för att reducera och hantera dessa risker.

Interna risker, som härrör från själva New Nordic-organisationen, är kontrollerbara och bör reducera eller undvikas. Sådana risker är exempelvis medarbetares och chefers obehöriga eller olämpliga åtgärder, samt riskerna med att inte följa rutinmässiga operativa processer. New Nordic försöker att reducera dessa risker genom att

20230525084311

utföra det dagliga arbetet i enlighet med New Nordics finanspolicy och rutiner.

PERSONAL MED EN AKTIV ROLL INOM RISKHANTERINGEN

Styrelsen har det yttersta ansvaret för riskhanteringen. Den säkerställer att effektiva system för riskhantering finns på plats i organisationen. Tillsammans med den verkställande ledningen, bestående av VD, CFO och COO, ansvarar de också för riskhantering i samband med förvärv och nya affärsinitiativ. På dagsbasis ansvarar den verkställande ledningen för att alla New Nordic företag har tillgång till de verktyg och metoder som krävs för att identifiera och utvärdera risker.

Den verkställande ledningen ansvarar för genomförandet av åtgärdsplaner som syftar till att hantera stora risker som ledningen identifierar. Den verkställande ledningen definierar och implementerar utvärderingsmetoder och processer för att hantera vissa större eller storskaliga risker, och de främjar effektiva metoder för förebyggande av förluster och ger råd om risktäckning, överföring och finansiering.

Ledningsgruppen, som består av funktions-, lands- och områdeschefer, ansvarar för de risker som företagen de driver står inför. Områdes- och landschefer står närmare de marknader där riskerna uppstår. Ibland på nationell basis och ibland på grund av regionala eller internationella förändringar i handlares eller slutkonsumenters beteende. Det är viktigt att områdes- och landschefer är uppmärksamma på nya risker och rapporterar och diskuterar dessa risker med den ledningsgruppen.

New Nordic uppmuntrar alla chefer på alla nivåer att skapa en öppen och transparent kultur där varje enskild medarbetare är observant och omedelbart rapporterar nya risker och möjligheter. Detta är en del av den interna utbildningen och företagskulturen.

RISKBEDÖMNINGSCYKELN

Nya affärs- och förvärvsrisker analyseras ad hoc av ledningsteamet och styrelsen vid behov och innan några beslut fattas. Risk kopplad till att bevara den befintliga verksamheten bedöms grundligt av ledningsgruppen kontinuerligt under året, inklusive månadsrapporter, och med en mer grundläggande riskanalys och hantering som görs varje år. Analysen uppdateras med avseende på de viktigaste operativa riskerna – på kort och lång sikt – och även riskerna inom den finansiella rapporteringen. Detta görs i en koncernomfattande riskanalys, baserad på sannolikheten och effekten av varje risk.

Risk för New Nordics affärsmodell från förändringar i världen runt företaget hanteras omedelbart om en betydande risk verkar byggas upp, och diskuteras årligen i samband med ledningens sommarmöte och därefter vid styrelsens oktobermöte.

NÄR EN RISK BLIR VERKLIGHET

Om interna och externa risker, som beskrivs senare, inträffar kommer detta att återspeglas i räkenskaperna och / eller de villkor som ledningen och resten av företaget mäter sig dagligen emot. Sammanfattningsvis kan de viktigaste frågorna som New Nordic måste vara medvetna om prioriteras och listas enligt följande:

Varumärkesattraktivitet: Konsumenterna tycker inte längre att New Nordics varumärke eller produkter är attraktiva eller mer attraktiva än konkurrenternas.

Marknadsföringseffektivitet: New Nordic tappar den höga effektiviteten i sin marknadsföring och förmågan att på ett kostnadseffektivt sätt övertyga kunder att köpa dess produkter.

Minskad bruttomarginal: New Nordics lönsamhet när det gäller bruttomarginalen minskar på grund av att företaget säljer till ett lägre nettopris på grund av att det erbjuder höga rabatter, på grund av stigande kostnadspris eller på grund av att det utvecklar för dyra produkter.

Ineffektiv och kostsam administration: Personal, administration och andra kostnader ökar i procent av försäljningsintäkter och New Nordic blir mindre lönsamt på grund av dessa fasta kostnader.

Försämrat kassaflöde: New Nordics kassaflöde stryps eftersom företaget ger lång kredit, får för kort kredit, har för stort lager, investerar i ett förvärv eller andra icke likvida tillgångar eller betalar ut för mycket. Hög skuld: New Nordic får för mycket skulder i samband med investeringar i tillgångar.

Personal utan passion: New Nordics personal och i synnerhet dess ledning "tröttnar" eller förlorar New

20230525084432

Nordics anda, integritet, kreativitet och entreprenörssinne, eller att New Nordic som företag skapar för mycket hierarki och byråkrati för att kunna drivas effektivt.

För varje punkt har New Nordic definierat vilka personer som är ansvariga för att vara medvetna om att förhållandet inte försämras och från vilka källor de måste samla in informationen för att kunna bedöma den. På detta sätt kan företaget reagera snabbt och effektivt om en eller flera risker blir verklighet.

SÄRSKILT KRING NEW NORDICS VARUMÄRKE

New Nordic är ett mycket omtyckt internationellt hälso- och skönhetsmärke som är djupt rotat i det skandinaviska arvet av integritet, kvalitet och naturlighet. New Nordic-varumärket är hållbart bortom alla cykliska, tekniska eller tillverkningsfördelar, bortom alla patent eller designer som kommer att ta slut och bortom alla lysande chefer som tillfälligt lyfter företaget till extraordinära prestationer. Det är ett anrikt varumärke som har funnits i över 30 år och om det vårdas väl kan det robusta New Nordic-varumärket hålla i generationer.

New Nordic-varumärket byggdes inte upp i all hast med snygga reklamslogans. New Nordic-varumärket har byggts upp under åren genom att erbjuda meningsfullt innehåll till konsumenterna. Företaget fortsätter att tillföra värde till New Nordic-varumärket genom produktinnovation, kvalitet, värderingar och sättet som alla medarbetare bemöter New Nordic-konsumenter och alla människor som medarbetarna dagligen möter i sina arbetsliv, och sättet de kommunicerar.
New Nordic-varumärken finns djupt inne i konsumenternas sinne. Det är en berättelse som sträcker sig över geografiska gränser och kulturer. Ett varumärke som New Nordic, som konsumenter tycker om, litar på och stödjer är den bästa och mest hållbara tillgången som ett företag kan ha, och New Nordic är mycket försiktig för att inte riskera varumärket.

Den verksamhet som kan bedrivas i varumärket New Nordics namn är företagets största möjlighet, och den skada som kan göras på New Nordic-varumärket är företagets största risk. Medarbetare måste ha högsta integritet, rätt attityd och rätt energi för att fortsätta att bygga upp New Nordic-varumärket.

Företagets anseende och dess varumärkesimage kan äventyras när som helst i en globaliserad värld där information sprids snabbt. New Nordic är inte skyddat från oönskade händelser, vare sig det handlar om bruk eller missbruk av en produkt eller förkastligt uppförande från individer. Cirkulationen av skadlig information i media, oavsett om sådan information är sann eller inte, har underlättats genom skapandet av ny teknik och utvecklingen av sociala nätverk, och kan också påverka New Nordics anseende och varumärkesimage. Utvecklingen av samarbete med influencers vars beteenden, handlingar och positioner kanske inte är i linje med New Nordics etiska principer kan påverka New Nordics anseende negativt, med tanke på deras position som opinionsledare för en stor skara prenumeranter och följare.

INFLATION

Den höga inflationen på runt 10 procent i EU och 8 procent i USA 2022 förväntas av många ekonomer sjunka 2023. Inflationen påverkar Nya Nordens kunders köpkraft negativt. Till detta kommer att räntan fortsätter att stiga och belastar låntagarnas ekonomi ytterligare. Konsumenternas förtroende förväntas öka 2023 jämfört med 2022. New Nordics produkter är relativt okänsliga för ekonomin, men samtidigt är New Nordic-kunden vanligtvis över 50 och produkterna är premium prissatta. Under 2022 har vi känt konsumenternas ovilja att spendera pengar och vi har upplevt en förändring i försäljningen av förpackningsstorlekar från stora ekonomiförpackningar till mindre månadsförpackningar. Även om inflationen väntas falla 2023 är det osäkert när konsumenternas köpvilja och förtroende återgår till nivån före inflationen. Det finns en ökad risk förknippad med inflation och stigande räntor.

KRIG I EUROPA

Den ryska invasionen av Ukraina 2022 har påverkat vår verksamhet. Speciellt i den östra delen av Europa och våra exportmarknader runt Ukraina och Ryssland och givetvis i Ukraina där vi har haft en liten rea tidigare. Här påverkas vi direkt av kriget vad gäller transporter och störningar på infrastrukturen. Förståeligt nog är befolkningen i dessa länder oroliga och inflationen är skyhög. Det påverkar vår verksamhet i dessa länder avsevärt och vi förväntar oss att det kommer att fortsätta under 2023 och så länge kriget pågår.

CORONAVIRUS

Som för de flesta har Coronaepidemin resulterat i en

20230525084433

utmanande och turbulent marknadssituation 2020 till 2022 och på senare tid även i relation till coronasituationen och nerstängningar i Kina. Coronapandemin har varit utmanande vad gäller försäljningen av våra produkter men också i samband med att skaffa råvaror. Under pandemin ökade vi vårt lager för att undvika leveransproblem och vi ändrade och utökade antalet leverantörer för att få det bättre. Coronapandemin har medfört utmaningar för vår försäljning och fortsätter att göra det i till exempel Hong Kong, där vi inte ser samma kunder från Kina som vi såg innan Corona. Coronan påverkar i dagsläget inte vår verksamhet på samma sätt som för ett eller två år sedan, men det finns givetvis fortfarande en risk att nya coronavarianter skapas och blossar upp igen. Vi måste fortsätta vara beredda på de risker som kan finnas i samband med Corona.

CYKLISK EKONOMI

Efterfrågan på New Nordics produkter påverkas, liksom de flesta konsumentvaror, av förändringar i den allmänna ekonomiska situationen. Försäljning av produkter för personlig vård anses traditionellt ha en låg känslighet för ekonomiska fluktuationer.

VARUMÄRKE

Företagets rykte och dess varumärkesbild kan komprometteras när som helst i en globaliserad värld där information sprids snabbt. New Nordic är inte säkert för en oönskad händelse, oavsett om det handlar om användning eller missbruk av en produkt eller reprenerbara individuella beteenden. Cirkulation av skadlig information i media, oavsett om sådan information grundas eller inte, har underlättats genom införandet av ny teknik och utvecklingen av sociala nätverk och kan också påverka företagets rykte och varumärkesimage. Utvecklingen av samarbete med påverkare vars beteenden, handlingar och positioner kanske inte är i linje med New Nordics etiska principer kan påverka New Nordics rykte negativt med tanke på deras position som opinionsledare för ett betydande abonnentgemenskap.

PRODUKTKVALITET OCH SÄKERHET

Konsumenternas säkerhet är en absolut prioritering för New Nordic. Säkerhetsanalysen är kärnan i utvecklingen av nya produkter och en förutsättning innan en produkt lanseras på marknaden. Principerna för New Nordics kvalitets- och säkerhetspolitik är:

- Tillfredsställelse av kundernas behov
- Efterlevnad av säkerhetskrav och lagstiftning
- Produktkvalitet och överensstämmelse i hela leveranskedjan

ANSVARSFULL PRODUKTKOMMUNIKATION

New Nordic ger kunderna innovativa produkter vars framgång bygger på deras kvalitet och prestanda. Fördelarna med dessa produkter framhävs i New Nordics kommunikationer. Trots all omsorg som vidtas för att garantera riktigheten och rättvisan i de påståenden som framförs i dessa kommunikationer finns det alltid en möjlighet att de kan ifrågasättas av myndigheter, organisationer eller konsumenter.

SÄSONGSBETONAD PÅVERKAN

I vissa fall och för specifika produkter kan tidpunkten för försäljningen kopplas till klimatförhållanden, till exempel kosmetiska solvårdsprodukter eller dietprodukter. Produkter som efterfrågas av konsumenter som gåvor ser särskilt stark försäljning vid årets slut och under semesterperioder. Detta är fallet för speciella presentförpackningar. En stor störning i någon av dessa faktorer kan påverka New Nordics försäljning.

GEOGRAFISK NÄRVARO OCH EKONOMISK OCH POLITISK MILJÖ

New Nordic har dotterbolag i 21 länder och huvuddelen av försäljningen genereras utanför Skandinavien. Den globala tillväxten på kosmetikmarknaden har lett till att New Nordic utvecklar aktivitetsländer inom zonen "Nya marknader", som representerar en växande del av New Nordics verksamhet. Förutom valutariskerna kan politiska eller ekonomiska störningar i länder där New Nordic genererar en betydande del av sin försäljning påverka sin affärsverksamhet.

DISTRIBUTIONSNÄT

Tack vare sina innovativa och effektiva produkter, omfattande marknadsföring och varumärkespositionering utsätts New Nordic för ständigt tryck från lokala och internationella konkurrenter över hela världen. Konkurrensen är hälsosam: det driver New Nordics team runt om i världen att alltid göra sitt yttersta för att tjäna konsumenternas och det nordiska varumärket. Vinna marknadsandelar, förbättring av lönsamhet och

20230525084434

därmed säkerställa tillväxt är en ständig utmaning i samband med den ökade digitaliseringen av konsumentrelationer, där företag ständigt strävar efter att få de bästa positionerna för sina produkter och lansera de mest attraktiva och effektiva produktsortimenten som erbjuder ett optimalt pris / kvalitetsförhållande.

INNOVATION OCH KONSUMENTFÖRVÄNTNINGAR

Utvecklingen av innovativa produkter och deras anpassning till marknadskraven är en fortlöpande prioritering för New Nordic. Om New Nordic inte upptäcker eller tolkar förändringar i konsumenternas förväntningar, särskilt när det gäller miljöfrågor, och nya trender, särskilt digitala lösningar och anslutna verktyg, kan dess försäljning påverkas.

FÖRVÄRV

Inget förvärv planeras för närvarande. Som en del av bolagets tillväxtstrategi är det dock inte otänkbart att New Nordic kan få tillfälle att göra förvärv av företag eller immateriella rättigheter eller teckna licensavtal. Implementering av denna strategi beror dock på att New Nordic identifierar utvecklingsmöjligheter till en acceptabel kostnad och under acceptabla förhållanden.

Dessa verksamheter kan ha en negativ inverkan på New Nordics resultat om New Nordic inte lyckas integrera de förvärvade företagens aktiviteter och deras personal, produkter och teknik under de förväntade förhållandena och i överensstämmelse med New Nordics standarder, eller om det inte lyckas uppnå de förväntade synergierna eller för att lyckas hantera skulder som inte förväntats när transaktionen slutfördes och för vilken New Nordic har litet eller inget skydd från säljaren.

Inom den normala ramen för sin verksamhet har New Nordic genomfört och kan bedriva bortskaffande för vilka de genomförande villkoren kan påverka dess resultat väsentligt.

PERSONAL

En av nycklarna till New Nordics framgång ligger i personalens talang. New Nordics förmåga att attrahera och behålla kvalificerad personal är avgörande för dess framtida framgång. Om New Nordic inte identifierar, lockar, behåller och utbildar kompetenta medarbetare som uppträder ansvarsfullt, särskilt inom ramen för digital transformation, kan utvecklingen av dess aktiviteter och dess resultat påverkas.

SÄKERHETSRISKER

New Nordics närvaro i 40 länder utsätter den för en mängd olika risker som är inneboende i de miljöer den arbetar i (geopolitiska, ekonomiska och sociala, skadliga handlingar, klimat och naturkatastrofer). De direkta och indirekta konsekvenserna av dessa risker kan påverka New Nordics resurser: nämligen människor och materiella och immateriella tillgångar.

MEDARBETARHÄLSA OCH SÄKERHETSRISKER

Skyddet av anställdas hälsa och säkerhet är en av New Nordics prioriteringar och är en integrerad del av New Nordics mänskliga och sociala relationer. Det är förankrat i utvärderingen och förebyggandet av professionella risker i företaget. Ändå kan risken för olyckor på arbetsplatsen eller arbetssjukdomar inte helt uteslutas. För närvarande har New Nordic inga tillverkningsanläggningar och New Nordic har bara ett lager som drivs av företaget. Resten av personalen arbetar i kontorsmiljöer. Eftersom New Nordic är ett internationellt företag reser många medarbetare regelbundet.

INFORMATIONSSYSTEM

Den dagliga förvaltningen av aktiviteter som inköp, produktionsplanering och distribution, fakturering, rapportering och konsolidering, såväl som internt datautbyte och tillgång beror på att alla tekniska infrastrukturer och IT-applikationer fungerar korrekt.

Som en del av den digitala överföring och till följd av utveckling av informationsteknologier och deras applikationer, som också är faktorer för acceleration och rörlighet, New Nordic's affärsaktiviteter, expertis och mer generellt, dess relationer med alla intressenter i sin sociala och ekonomiska miljö, beror på att kunna fungera i en allt mer virtuell och digital miljö. Fel på eller fel i dessa system eller förlust av data av exogena eller endogena skäl (inklusive intrång, skadliga handlingar etc.) kan ha en betydande inverkan på New Nordics affärsverksamhet.

DATA

Uppgifterna som samlats in och behandlats av New Nordic och dess partners, med en volym som ökar

20230525084435

tillsammans med utvecklingen av digitala aktiviteter, kan användas bedrägligt eller förloras eller försämras.

Dessutom stärks reglerna för skydd av personuppgifter över hela världen. Närmare bestämt föreskriver den europeiska förordningen om allmän dataskydd (GDPR) som trädde i kraft i maj 2018, betydande sanktioner.

Varje intrång i integriteten eller konfidentialiteten, särskilt personuppgifter som behandlas av New Nordic eller dess partners, av exogena eller endogena skäl (inklusive intrång, skadliga handlingar osv.) kan ha en betydande inverkan på rykte och konsumentförtroende och slutligen på New Nordics affärsverksamhet.

INTELLEKTUELLA TILLGÅNGAR: VARUMÄRKE, DESIGN & MODELLER, DOMÄNNAMN

Varumärken, design och modeller och domännamn, och särskilt det stora internationella varumärket New Nordic och det karakteristiska Silvertree Mark, är strategiska immateriella tillgångar för New Nordic, huvudsakligen ägt av New Nordic Healthbrands AB.

Några märken, främst marknadsförda av New Nordic i Sverige, Norge och Kanada, inklusive eye q® och Lyprinol, har licensierats till New Nordic. New Nordic har dock inte någon betydande beroendeförhållande till dessa licenser. Mot bakgrund av det stora antalet länder där våra produkter säljs och de många potentiella tidigare rättigheter som kan förekomma i vart och ett av dessa länder är det omöjligt att utesluta möjligheten att tredje part kan vidta rättsliga åtgärder för att bestrida registreringen och eller användning av nya nordiska immateriella rättigheter.

Denna potentiella risk måste nämnas för att ge en omfattande redogörelse för risken. Sannolikheten för att det inträffar är dock låg.

Varumärken, förpackningar och produkterna själva kan förfalskas av tredje part som olagligt vill göra anspråk på fördelarna med deras rykte och tjäna olagliga vinster från New Nordics arbete och investeringar.

IMMATERIELLA TILLGÅNGAR

Forskning och innovation är de historiska pelarna i New Nordics utveckling. New Nordics forskargrupps engagemang har resulterat i några patent. Förutom att skydda uppfinningarna från New Nordic är målet att kontrollera den fria användningen av en teknik före lanseringen av produkter och tjänster, i en mycket konkurrenskraftig miljö där ett ökande antal patent inlämnas av ett ökande antal olika spelare.

LAGSTIFTNINGSFÖRÄNDRINGAR

Mångfalden i tillämpliga lokala lagar och förordningar och deras ständiga utveckling utsätter New Nordic för en risk för bristande efterlevnad eller ökade efterlevnadskostnader. New Nordic verkar under tre huvudgrupper med olika jurisdiktionsprinciper: EU med sin livsmedelsmyndigheters övervakning, USA med FDA-tillsyn och Kina med sin livsmedels- och hälsomyndighetstillsyn. Däremellan finns det många variationer. Till exempel i Australien och Kanada, där kosttillskott måste registreras och godkännas under Australian Department of Health respektive Health Canada, före marknadsföring. Dessutom kommer vi också att arbeta enligt lagstiftning som reglerar färdiga kosmetikprodukter som det europeiska kosmetikdirektivet. Dessa föreskrifter ändras regelbundet och kan leda till oavsiktlig bristande efterlevnad.

Vissa länder omfattas dessutom av exportbegränsningar, embargo, ekonomiska sanktioner eller andra former av handelsbegränsningar som tas ut av Europeiska unionen, USA och andra länder eller organisationer.

ÖVRIGA JURIDISKA RISKER OCH RÄTTSTVISTER

Under den ordinarie verksamheten kommer New Nordic potentiellt att vara involverad i rättsliga åtgärder och omfattas av skatter, tullar och administrativa revisioner.

PRODUKTION OCH FÖRSÖRJNINGSKEDJAN

Produkter måste göras tillgängliga på marknaden på schemalagda datum för att möta marknad och kundernas krav, för att möjliggöra att nya produktserier refereras av distributörer på en kosmetikmarknad som kräver att företag blir alltmer lyhörda.

New Nordic är beroende av sina externa tillverkare. Ett stort stopp av verksamheten vid en anläggning eller distributionscenter kan därför ha en negativ inverkan på uppnåendet av kommersiella mål.

20230525084436

INKÖP

New Nordics produkter består av råvaror och ingredienser från flera olika leverantörer (råvaror och förpackningsartiklar). New Nordic är beroende av att leveranser från tredje part lever upp till överenskomna krav med avseende på kvantitet, kvalitet och leverans. Felaktiga eller saknade leveranser från leverantörer kan innebära att nya leveranser i sin tur kommer att försenas, vilket på kort sikt kan leda till minskad försäljning. Även om New Nordic alltså inte kan utöva full kontroll över dessa varor, är det koncernens uppfattning att ingen enda leverantör är unik, så en störning i leveranser behöver inte innebära långsiktiga konsekvenser för verksamheten.

MILJÖ

Kosttillskotts- och kosmetikaindustrin har en begränsad miljöriskprofil. New Nordic har inga egna tillverkningsenheter. Precis som med all produktions-, distributions-, forsknings- och allmän administrationsverksamhet är New Nordic dock utsatt för säkerhets- och miljöfrågor: brand, explosion, tekniska brister i anläggningar, informationssystem eller till och med mänskligt fel i driften av befintliga anläggningar. Dessa industriella risker kan leda till mänsklig skada och / eller oavsiktlig förorening (yt- och grundvatten, luft, jord), inom eller utanför New Nordics platser, särskilt om dessa är belägna i bebodda zoner.

Otillräckligt övervägande av dessa effekter relaterade till användningsfasen under design av produkter kan utgöra en risk för försäljning i vissa områden i världen där tillgången till vatten är svårt (vattenstress, kvalitet av dricksvatten, etc.). På liknande sätt kan användning av övervägande plastbehållare utgöra en miljömässig risk till följd av bortskaffande av plastavfall beroende till stor del på tillgängliga insamlings- och behandlingskanaler.

MOTPARTSRISK

New Nordic är exponerad för motpartsrisken från finansinstitut som de använder inom ramen för sin affärsverksamhet. New Nordic anser dock att exponeringen för denna risk är låg.

KUNDRISK

Kundrisk kan vara ett resultat av misslyckande med att samla in fordringar på grund av kontantproblem som kunderna möter eller att kunder inte längre är verksamma.

LIKVIDITETSRISK

New Nordics likviditetsrisk hanteras med det primära målet att säkerställa fortsatt finansiering och optimera de finansiella kostnaderna för skuld.

FINANSIERINGSRISK

New Nordics verksamhet kan i framtiden behöva ytterligare finansiella resurser för att uppnå strategiska mål. Detta kan leda till att ytterligare kapital krävs till New Nordic för att utveckla sin verksamhet på ett lämpligt sätt. New Nordics förmåga att möta framtida kapitalkrav är mycket beroende av framgångsrik försäljning av sina produkter. Det finns ingen garanti för att New Nordic kommer att kunna samla in nödvändigt kapital även om framstegen är positiva. I detta avseende, är den allmänna marknaden för tillgång till kapital mycket betydande.

RÄNTERISK

För kraven för dess utveckling och sin kapitalutgiftspolitik använder New Nordic checkräkningskredit och räntorna kan variera.

VALUTARISK

De flesta av New Nordics produkter marknadsförs och säljs på olika geografiska marknader med försäljning och köp i lokala valutor. New Nordic är naturligtvis exponerade för valutafluktuationer. Fluktuationer mellan dessa valutor kan i framtiden leda till en negativ inverkan på New Nordics resultat och finansiella ställning.

För närvarande säkrar företaget inte denna typ av valutarisk. Fluktuationer mellan de viktigaste valutorna kan påverka New Nordics resultat vid omräkning av finansiella rapporter för dotterbolag till svenska kronor och kan därför göra det svårt att jämföra resultat mellan två räkenskapsår. Dessutom uppstår kommersiella flöden till följd av köp och försäljning av varor, produkter och tjänster mellan dotterbolag i olika länder. Uppköp från dotterbolag sker främst i dotterbolagets valuta. Väsentliga förändringar i den monetära miljön kan påverka New Nordics resultat och eget kapital.

20230525084437

RISK FÖR NEDSKRIVNING AV IMMATERIELLA TILLGÅNGAR

Som anges i avsnittet om juridiska risker är New Nordics varumärken en strategisk tillgång för New Nordic men inga varumärken är för närvarande registrerat till något immateriellt värde och därför kan de inte bli föremål för nedskrivning.

AKTIERISK

New Nordic investerar för närvarande inte sina kontanter i aktier. New Nordic förväntar sig dock att kassaflödet från verksamheten kommer att öka likviditeten och att företaget kan investera i aktier i framtiden. Detta kommer innebära en risk.

RISK FÖR SKATTEREGLERINGAR

På grund av sin globala närvaro omfattas New Nordic av olika skatteregler.

I enlighet med globalt gällande regelverk för internprissättning har New Nordic koncernen policys för att prissätta interna transaktioner. Grunden till internprissättningen är principen om armslängds avstånd vilken NewNordic koncernen tillämpar.

HANDELSRISK

Produktionen av kosttillskott och kosmetika beror på inköp av råvaror vars priser varierar. Dessa råvaror eller komponenter används vid tillverkning av produkter eller i deras förpackning.

En exceptionellt kraftig ökning av priserna på dessa råvaror eller energipriser på världsmarknaden kan ha en direkt effekt på tillverkningskostnaderna för tillskott och / eller kosmetika. Detta kan påverka bruttomarginalen.

20230525084338

KONCERNENS RESULTATRÄKNING

(tSEK)	Not	2022	2021
Rörelsens intäkter			
Nettoomsättning	1	487 501	514 845
		487 501	**514 845**
Rörelsens kostnader			
Handelsvaror		-169 001	-164 797
Övriga externa kostnader	2	-261 331	-264 782
Personalkostnader	3	-60 274	-55 783
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	4	-1 644	-935
		-492 250	**-486 297**
Rörelseresultat	5	**-4 749**	**28 548**
Resultat från finansiella investeringar			
Ränteintäkter och liknande resultatposter	6	1 108	3
Räntekostnader och liknande resultatposter	7	-1 525	-594
		-417	**-591**
Resultat efter finansiella poster		**-5 166**	**27 956**
Skatt på årets resultat	8	2 343	-6 653
Årets resultat		**-2 823**	**21 303**
Hänförligt till moderföretagets aktieägare		-2 823	21 303
Resultat per aktie*	9	-0,46	3,44
Antal aktier		**6 195 200**	**6 195 200**

** Ingen utspädningseffekt*

KONCERNENS BALANSRÄKNING

(tSEK)	Not	2022	2021
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar			
Licenser	10	594	817
Balanserade utvecklingskostnader	10	2 882	2 215
Övriga immateriella tillgångar	10	152	0
		3 628	**3 033**
Materiella anläggningstillgångar			
Maskiner & inventarier	11	3 155	2 238
		3 155	**2 238**
Finansiella anläggningstillgångar			
Uppskjuten skattefordran	12	6 963	4 237
Övriga långfristiga fordringar	13	583	632
		7 547	**4 869**
Summa anläggningstillgångar		**14 330**	**10 140**
Omsättningstillgångar			
Varulager m.m.			
Råvaror och förnödenheter		33 346	32 993
Färdiga varor och handelsvaror		76 812	83 464
		110 158	**116 457**
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		89 005	82 583
Övriga fordringar		18 325	11 234
Förutbetalda kostnader & upplupna intäkter	14	9 153	6 054
		116 482	**99 871**
Kassa och bank		**10 703**	**11 884**
Summa omsättningstillgångar		237 343	228 212
SUMMA TILLGÅNGAR		**251 673**	**238 351**

20230523084339

(tSEK)	Not	2022	2021
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	15		
Aktiekapital		6 195	6 195
Annat eget kapital ink. årets resultat		106 377	114 121
Eget kapital hänf. till moderföretagets aktieägare		**112 572**	**120 316**
Avsättningar			
Uppskjuten skatteskuld	12	0	2 145
		0	**2 145**
Långfristiga skulder			
Övriga skulder		1 649	1 237
		1 649	**1 237**
Kortfristiga skulder			
Checkräkningskredit	16	48 348	24 426
Leverantörsskulder		66 550	65 968
Aktuella skatteskulder		1 656	3 564
Övriga skulder		8 876	7 631
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	17	12 023	13 063
		137 452	**114 653**
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		**251 673**	**238 351**

RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRING I KONCERNENS EGNA KAPITAL

	Aktiekapital	Omräknings -reserv	Balanserade vinstmedel inkl. periodens resultat	Total eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare
Ingående balans eget kapital 1 jan, 2021	**6 195**	**-908**	**99 521**	**104 808**
Periodens resultat	0	0	21 303	21 303
Omräkningsreserv	0	1 426	2 072	3 498
Summa periodens resultat	**0**	**1 426**	**23 375**	**24 801**
Utdelning	0	0	-9 293	-9 293
Summa transaktioner med ägare	0	0	-9 293	-9 293
Utgående balans eget kapital 31 dec, 2021	**6 195**	**518**	**113 603**	**120 316**
Ingående balans eget kapital 1 jan, 2022	**6 195**	**518**	**113 603**	**120 316**
Periodens resultat	0	0	-2 823	-2 823
Omräkningsreserv	0	2 823	0	2 823
Summa periodens resultat	**0**	**2 823**	**-2 823**	**0**
Utdelning	0	0	-7 744	-7 744
Summa transaktioner med ägare	0	0	0	-7 744
Utgående balans eget kapital 31 dec, 2022	**6 195**	**3 341**	**103 036**	**112 572**

20230525084440

KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS

(tSEK)	Not	2022	2021
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN			
Rörelseresultat		-4 749	28 547
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet			
Avskrivningar och nedskrivningar	4	1 644	935
Övriga justeringar		-287	0
		-3 392	**29 482**
Erhållen ränta		5	3
Erlagd ränta		-1 525	-594
Betald inkomstskatt		-7 178	-5 627
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital		**-12 090**	**23 264**
Förändringar i rörelsekapital			
Förändring av varulager		6 299	-35 789
Förändring av fordringar		-10 446	-4 619
Förändring av kortfristiga skulder		786	9 274
Kassaflöde från den löpande verksamheten		**-15 451**	**-7 870**
INVESTERINGSVERKSAMHETEN			
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	10	-1 361	-1 655
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	11	-1 593	1 005
Försäljning inventarier		287	0
Förändring långfristiga fordringar		48	-311
Kassaflöde från investeringsverksamheten		**-2 619**	**-2 971**
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN			
Utdelning		-7 744	-9 293
Förändring långfristiga skulder		412	-1 499
Förändring av checkräkningskredit		23 921	22 863
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		**16 589**	**12 071**
Årets kassaflöde		**-1 481**	**1 230**
Likvida medel vid årets början		**11 884**	**10 404**
Omräkningsdifferens likvida medel		**300**	**250**
Likvida medel vid årets slut		**10 703**	**11 884**

MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING

(tSEK)	Not	2022	2021
Rörelsens intäkter			
Nettoomsättning	1	154 925	212 045
Övriga rörelseintäkter		86	46
		155 011	**212 091**
Rörelsens kostnader			
Handelsvaror		-124 356	-150 739
Övriga externa kostnader	2	-46 383	-41 955
Personalkostnader	3	-6 355	-6 050
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	4	-585	-342
		-177 679	**-199 086**
Rörelseresultat	5	**-22 668**	**13 005**
Resultat från finansiella investeringar			
Resultat från andelar i koncernföretag	6	8 468	1 587
Ränteintäkter och liknande resultatposter	6	32	26
Räntekostnader och liknande resultatposter	7	-1 247	-263
		7 253	**1 350**
Resultat efter finansiella poster		**-15 415**	**14 355**
Bokslutsdispositioner			
Förändring periodiseringsfond		8 200	0
Mottaget koncernbidrag		2 441	0
		10 641	**0**
Skatt på årets resultat	8	0	-2 668
ÅRETS RESULTAT		**-4 774**	**11 687**

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING

(tSEK)	Not	2022	2021
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar			
Varumärke	10	0	0
Licenser	10	594	817
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten	10	2 179	1 591
		2 773	**2 408**
Materiella anläggningstillgångar			
Inventarier	11	1 210	314
		1 210	**314**
Finansiella anläggningstillgångar			
Andelar i koncernföretag	18	30 836	30 836
Fordringar hos koncernföretag	19	4 364	2 935
Övriga långfristiga fordringar	13	351	381
		35 551	**34 152**
Summa anläggningstillgångar		**39 534**	**36 874**
Omsättningstillgångar			
Varulager			
Råvaror och förnödenheter		32 357	32 217
Färdiga varor och handelsvaror		23 911	23 872
		56 268	**56 089**
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		3 843	5 575
Fordringar hos koncernföretag		56 701	55 168
Aktuella skattefordringar		2 895	227
Övriga fordringar		1 202	1 545
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	14	675	1 490
		65 316	**64 005**
Kassa och bank		**4**	**4**
Summa omsättningstillgångar		**121 588**	**120 098**
SUMMA TILLGÅNGAR		**161 122**	**156 972**

(tSEK)	Not	2022	2021
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	15		
Bundet eget kapital			
Aktiekapital		6 195	6 195
Fond för utvecklingsutgifter		1 797	1 061
		7 992	**7 256**
Fritt eget kapital			
Överkursfond		49 848	49 848
Balanserat resultat		23 039	19 832
Årets resultat		-4 774	11 687
		68 113	**81 367**
Summa eget kapital		**76 105**	**88 623**
Obeskattade reserver		**0**	**8 200**
Kortfristiga skulder			
Checkräkningskredit	16	47 474	22 239
Leverantörsskulder		26 399	26 267
Skulder till koncernföretag		8 684	9 408
Aktuella skatteskulder		0	0
Övriga skulder		78	382
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	17	2 382	1 853
		85 017	**60 149**
Summa eget kapital och skulder		**161 122**	**156 972**

RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRING I MODERBOLAGETS EGNA KAPITAL

2021 (tSEK)	Aktiekapital	Fond för utvecklingsutgifter	Överkursfond	Balanserat resultat	Årets resultat	Totalt
Ingående eget kapital 1 jan, 2021	**6 195**	**160**	**49 848**	**4 606**	**25 420**	**86 228**
Föregående års resultat	0	0	0	25 420	-25 420	0
Överföring till fond för utvecklingsutgifter	0	901	0	-901	0	0
Utdelning	0	0	0	-9 293	0	-9 293
Årets resultat	0	0	0	0	11 687	11 687
Utgående eget kapital 31 dec, 2021	**6 195**	**1 061**	**49 848**	**19 832**	**11 687**	**88 623**

2022 (tSEK)						
Ingående eget kapital 1 jan, 2022	**6 195**	**1 061**	**49 848**	**19 832**	**11 687**	**88 623**
Föregående års resultat	0	0	0	11 687	-11 687	0
Överföring till fond för utvecklingsutgifter	0	736	0	-736	0	0
Utdelning	0	0	0	-7 744	0	-7 744
Årets resultat	0	0	0	0	-4 774	-4 774
Utgående eget kapital 31 dec, 2022	**6 195**	**1 797**	**49 848**	**23 039**	**-4 774**	**76 105**

MODERBOLAGETS KASSAFLÖDESANALYS

(tSEK)	Not	2022	2021
Den löpande verksamheten			
Rörelseresultat		-22 668	13 005
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet			
Avskrivningar och nedskrivningar	4	585	342
		-22 083	**13 347**
Utdelning från koncernföretag		8 468	2 008
Erhållen ränta		32	26
Erlagd ränta		-1 247	-263
Betald inkomstskatt		-2 668	-2 278
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital		**-17 498**	**12 840**
Förändringar i rörelsekapital:			
Förändring av varulager		-179	-8 289
Förändring av fordringar		3 798	-17 573
Förändring av kortfristiga skulder		-367	-1 918
Kassaflöde från den löpande verksamheten		**-14 246**	**-14 940**
Investeringsverksamheten			
Förvärv av dotterföretag		0	-156
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	10	-828	-1 036
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	11	-1 018	-314
Kassaflöde från investeringsverksamheten		**-1 846**	**-1 506**
Finansieringsverksamheten			
Utdelning		-7 744	-9 293
Förändring långfristiga fordringar		-1 399	1 714
Förändring av checkräkningskredit		25 235	22 239
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		**16 092**	**14 660**
Årets kassaflöde		**0**	**-1 786**
Likvida medel vid årets början		**4**	**1 790**
Likvida medel vid årets slut		**4**	**4**

20230525085445

REDOVISNINGS- *och värderingsprinciper*

ALLMÄNT

Koncernens och moderbolagets årsredovisning har upprättats enligt årsredovisningslagen (1995:1554) och BFNAR 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning (K3).

KONCERNREDOVISNING

Koncernredovisningen omfattar moderbolaget, dotterföretag i vilket moderbolaget direkt och indirekt äger aktier motsvarande mer än 50 % av rösterna eller har ett bestämmande inflytande.

Koncernredovisningen har upprättats enligt förvärvsmetoden. Det innebär att förvärvade dotterföretags tillgångar och skulder upptagits till marknadsvärde.

Koncernens eget kapital omfattar moderbolagets eget kapital och den del av dotterbolagens eget kapital som tillkommit efter det att dessa bolag förvärvats.

I koncernredovisningen faller koncernföretagens bokslutsdispositioner bort och ingår i det redovisade resultatet efter avdrag för uppskjuten skatt. Detta innebär att koncernföretagens obeskattade reserver i koncernens balansräkning fördelas mellan uppskjuten skatteskuld och eget kapital.

Utöver vad som framgår om bokslutsdispositioner och obeskattade reserver så överensstämmer samtliga i koncernredovisningen tillämpade redovisnings- och värderingsprinciper med de som tillämpas av moderbolaget.

SEGMENTSREDOVISNING

New Nordic bedriver hela sin verksamhet inom en rörelsegren, försäljning av kosttillskott, naturläkemedel och närliggande egenvårdsprodukter. Detta är därmed koncernens enda primära segment. Sekundär indelningsgrund är geografiska områden. Se not 1.

INTÄKTER

New Nordics intäkter är i allt väsentligt försäljning av produkter. Intäkter har upptagits till verkligt värde av vad som erhållits eller kommer att erhållas. Intäktsredovisningen sker i takt med att väsentliga risker och förmåner som är förknippade med företagets varor överförs till köparen.

Räntor: Ränteintäkter redovisas i takt med att de intjänas. Utdelningar: Intäkterna redovisas i resultaträkningen när aktieägarnas rätt att erhålla utbetalningen fastställts.

KLASSIFICERING

Anläggningstillgångar, långfristiga skulder och avsättningar består i allt väsentligt enbart av belopp som förväntas återvinnas eller betalas efter mer än tolv månader räknat från balansdagen. Omsättningstillgångar och kortfristiga skulder består i allt väsentligt enbart av belopp som förväntas återvinnas eller betalas inom tolv månader från balansdagen.

FORDRINGAR, SKULDER OCH AVSÄTTNINGAR

Om inget annat anges värderas kortfristiga fordringar till det lägsta av dess anskaffningsvärde och det belopp varmed de beräknas bli reglerade. Långfristiga fordringar och långfristiga skulder värderas efter det första värderingstillfället till upplupet anskaffningsvärde. Övriga skulder och avsättningar värderas till de belopp varmed de beräknas bli reglerade. Övriga tillgångar redovisas till anskaffningsvärde om inget annat anges.

20230525084446

ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Materiella och immateriella anläggningstillgångar värderas till anskaffningsvärde med avdrag för ackumulerade avskrivningar och eventuella nedskrivningar. Finansiella anläggningstillgångar värderas till det lägsta av anskaffningsvärde och verkligt värde.

Utgifter för produktutveckling, som omfattar litteraturforskning, råvaruforskning, biotillgänglighetsstudier, analyser, kliniska undersökningar, marknadsundersökningar, design- och emballageutveckling, konsumentundersökningar och framtagning av marknadsföringskoncept redovisas som kostnad när de uppstår. Utgifter för produktutveckling som är hänförbara till ett enskilt projekt redovisas som tillgång i balansräkningen (Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten) när det finns skäl att anta att beloppet kommer att kunna återvinnas i framtiden. Det redovisade värdet på Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten, som redovisas som tillgång i balansräkningen, prövas årligen med avseende på eventuellt nedskrivningsbehov så länge tillgången ännu inte tagits i bruk och därefter, då händelser eller förändrade förutsättningar indikerar att det redovisade värdet eventuellt inte kommer att kunna återvinnas. Avskrivningar görs systematiskt över anläggningstillgångarnas förväntade nyttjandeperiod och påbörjas när tillgången är tagen i kommersiellt bruk.

Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten skrivs av under den period då försäljning som sammanhänger med projektet förväntas ske. Varumärken skrivs av under tio år.

AVSKRIVNINGSTIDER

Varumärke 10 år
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten 5 år
Licenser 5 år
Inventarier och bilar 3-7 år

LEASING

Leasingavtal där, i allt väsentligt, alla risker och fördelar som förknippas med ägandet faller på uthyraren klassificeras som operationella leasingavtal. Leasingavgifter avseende operationella leasingavtal redovisas som kostnad i resultaträkningen och fördelas linjärt över avtalets löptid. Finansiella leasingavtal avseende tjänstebilar med mera redovisas som en operationell leasing då de är av oväsentlig karaktär.

VARULAGER

Koncernens varulager har redovisats efter avdrag för internvinster. Varulagret värderas enligt lägsta värdets princip och först in - först ut (FIFO) metoden. Detta innebär att varulagret tas upp till det lägsta av anskaffningsvärdet enligt FIFO- metoden och verkligt värde.

LIKVIDA MEDEL

Likvida medel består av kassamedel samt omedelbart tillgängliga tillgodohavanden hos banker.

SKATT INKLUSIVE UPPSKJUTEN SKATT

Skatter redovisas i resultaträkningen utom då underliggande transaktion redovisas direkt mot eget kapital varvid tillhörande skatteeffekt redovisas i eget kapital.

Aktuell skatt är skatt som ska betalas eller erhållas avseende aktuellt år. Hit hör även justering av aktuell skatt hänförlig till tidigare perioder.

Uppskjuten skatteskuld redovisas i enlighet med balansräkningsmetoden, innebärande att uppskjuten skattesluld beräknas, med nedan angivna undantag, för balansdagens samtliga identifierade, temporära skillnader mellan å ena sidan tillgångarnas eller skuldernas skattemässiga värden och å andra sidan deras redovisade värden.

Temporära skillnader i form av obeskattade reserver redovisas inklusive uppskjuten skatteskuld under rubriken obeskattade reserver. I koncernredovisningen delas obeskattade reserver upp på uppskjuten skatteskuld och eget kapital.

Uppskjutna skattefordringar redovisas för alla avdragsgilla temporära skillnader och outnyttjade underskottsavdrag, i den utsträckning det är sannolikt att framtida skattepliktiga vinster kommer att finnas tillgängliga och mot vilka de temporära skillnaderna eller outnyttjade underskottsavdragen kan komma att utnyttjas.

De uppskjutna skattefordringarnas redovisade värden prövas vid varje balansdag. I de fall man inte med tillräckligt stor säkerhet bedömt att underskotten kan komma att utnyttjas mot kommande vinster inom överblickbar tid, har inte dessa aktiverats.

Uppskjutna skattefordringar och skatteskulder beräknas med hjälp av de skattesatser som förväntas gälla för den period då fordringarna avräknas eller skulderna regleras, baserat på de skattesatser (och den skattelagstiftning) som föreligger eller i praktiken föreligger på balansdagen.

20230523084447

ERSÄTTNINGAR TILL ANSTÄLLDA

De anställdas ersättningar har redovisats med utbetalda löner. Fulla reserveringar har gjorts för intjänad semester, eventuell bonus, sociala avgifter och övriga åtaganden.

PENSIONER

Betalning for pensioner har gjorts enligt olika pensionsplaner enligt normaltgällande regler for respektive land. I Sverige omfattas de anställda av den så kallade ITP-planen och samtliga pensionsplaner är avgiftsbestämda.

FORDRINGAR OCH SKULDER I UTLÄNDSK VALUTA

Fordringar och skulder i utländsk valuta har omräknats till balansdagens kurs. Kursvinster och kursförluster på rörelsens fordringar och skulder tillförs rörelseresultatet. Vinster och förluster på finansiella fordringar och skulder redovisas som finansiella poster.

OMRÄKNING AV UTLÄNDSKA DOTTERFÖRETAG

Omräkning av utländska dotterföretags resultat- och balansräkningar sker enligt dagskursmetoden. Detta innebär att tillgångar och skulder omräknas till balansdagens kurser samt att resultaträkningarna omräknas till genomsnittskurs under räkenskapsåret. Eventuell omräkningsdifferens redovisas direkt mot eget kapital i koncernen.

FINANSIELLA TILLGÅNGAR OCH SKULDER

Finansiella tillgångar och skulder, som redovisas i balansräkningen, omfattar på tillgångssidan likvida medel och fordringar samt på skuldsidan rörelseskulder och låneskulder.

Finansiella tillgångar och skulder redovisas till anskaffningsvärde. En finansiell tillgång eller skuld tas upp i balansräkningen när bolaget blir part till instrumentets avtalsmässiga villkor. Kundfordringar tas upp i balansräkningen när faktura har skickats. Skuld tas upp när motparten har presterat och avtalsenlig skyldighet föreligger att betala, även om faktura ännu inte erhållits.

Eventuella nedskrivningar av kundfordringar redovisas i resultaträkningen. Leverantörsskulder tas upp när faktura erhållits. En finansiell tillgång tas bort från balansräkningen när rättigheterna i avtalet realiserats, förfaller eller bolaget förlorar kontrollen över dem. En finansiell skuld tas bort från balansräkningen när rättigheterna i avtalet fullgörs eller på annat sätt utsläcks. Koncernen har inte använt några finansiella derivat för valutasäkring.

NEDSKRIVNINGAR

När det finns tecken att en anläggningstillgång har minskat väsentligt i värde görs en prövning av det bokförda värdet mot det högsta av bedömt nettoförsäljningsvärde och nyttjandevärde. Om detta värde understiger det bokförda värdet görs en nedskrivning.

Återföring görs om det inte längre finns skäl för nedskrivningen. Nedskrivning och återföring redovisas i resultaträkningen.

UPPSKATTNINGAR OCH BEDÖMNINGAR

Följande av styrelsens bedömningar kan ha väsentlig effekt på redovisade belopp i årsredovisningen: Vid värdering av uppskjutna skattefordringar görs bedömningar baserade på 5-årsprognoser/budgetar efter bästa tillförlitliga uppskattning vid varje given tidspunkt, om framtida skattemässiga överskott för respektive bolag och därmed möjligheterna till att utnyttja förlustavdragen. Längre tidshorisont än 5 år bedöms inte som tillförlitliga. Redovisningen har sin grund i bedömningar och uppskattningar av bolagets ledning och styrelsen.

Lagret består av råvaror, förpackningar och färdiga varor. Nästan alla färdiga varor finns i lager i respektive länder där de säljs. Både råvaror, förpackningar och färdiga varor bedöms månatligen som en del av produktionsplaneringen och de utvärderas regelbundet av ledningen.

Kundfordringar bedöms löpande och de allra flesta kunder är kreditförsäkrade som en del av bolagets policy. Det finns ingen avsättning för förluster på fordringsägare, eftersom kunderna anses vara kreditvärdiga och eftersom historien med dessa kunder under en längre tid har visat att dessa kunder betalar i tid. Om det råder osäkerhet om kreditvärdighet och villighet kräver företaget förskottsbetalning.

20230523508448

NOTER

Alla belopp avser kSEK om inget annat anges

Not 1. Intäkter och koncerninterna inköp och försäljningar

Koncernen bedriver all sin verksamhet inom en rörelsegren, försäljning av kosttillskott, naturläkemedel och närliggande egenvårdsprodukter.

	Koncernen 2022	Koncernen 2021
Extern försäljning	487 501	514 845
Intern försäljning	200 914	282 876
Summa	**688 415**	**797 721**
Eliminering	-200 914	-282 876
Nettoomsättning	**487 501**	**514 845**

Moderbolaget har under året sålt produkter för 16 164 kSEK (19 351 kSEK) till externa kunder och 138 847 kSEK (192 694 kSEK) till interna kunder.

Geografiska områden	Nettoomsättning 2022	Nettoomsättning 2021
Norden	155 038	170 565
Övriga Europa	186 981	200 491
Nordamerika	127 931	125 203
Övriga världen	17 551	18 586
	487 501	**514 845**

Av moderbolagets inköp avser 24,2% (20,0%) inköp från andra koncernföretag.

Not 2. Upplysning om revisors arvode

Arvode och kostnadsersättning	Koncernen 2022	Koncernen 2021	Moderbolag 2022	Moderbolag 2021
Deloitte				
Revisionsuppdrag	380	0	305	0
Revision utanför uppdraget	0	0	0	0
Skatterådgivning	0	0	0	0
Övriga tjänster	0	0	0	0
Ernst & Young				
Revisionsuppdrag	131	679	89	535
Revision utanför uppdraget	0	0	0	0
Skatterådgivning	30	0	30	0
Övriga tjänster	0	40	0	40
RSM Richter Chamberland				
Revisionsuppdrag	406	389	0	0
Revision utanför uppdraget	0	0	0	0
Skatterådgivning	61	0	0	0
Övriga tjänster	0	0	0	0
Total Revisjon DA				
Revisionsuppdrag	65	55	0	0
Revision utanför uppdraget	0	0	0	0
Skatterådgivning	0	0	0	0
Övriga tjänster	0	17	0	0
Harmer Slater				
Revisionsuppdrag	96	77	0	0
Revision utanför uppdraget	0	0	0	0
Skatterådgivning	0	0	0	0
Övriga tjänster	0	0	0	0
Övriga revisorer				
Revisionsuppdrag	292	235	0	0
Revision utanför uppdraget	0	0	0	0
Skatterådgivning	0	0	0	0
Övriga tjänster	0	10	0	0
Totalt	**1 461**	**1 502**	**424**	**575**

Not 3. Personal

Medelantalet anställda	2022 Antal anställda	2022 Varav män	2021 Antal anställda	2021 Varav män
Moderbolaget i Sverige	4	75%	4	75%
Dotterföretag				
Sverige	4	0%	4	0%
Danmark	21	19%	21	10%
Norge	3	0%	4	0%
Finland	1	0%	1	0%
Baltikum	13	31%	11	27%
Tyskland	4	25%	2	50%
Polen	2	50%	2	50%
Rumänien	1	0%	1	0%
Storbritannien	3	0%	3	33%
Kanada och USA	8	25%	9	22%
Hong Kong	0	0%	0	0%
Kina	0	0%	0	0%
Italien	2	50%	2	50%
Spanien	0	0%	0	0%
Holland	1	0%	0	0%
Frankrike	0	0%	0	0%
Schweiz	0	0%	0	0%
Australien	2	0%	2	0%
Totalt dotterföretag	**65**	**20%**	**62**	**15%**
Koncernen totalt	**69**	**23%**	**66**	**19%**

Könsfördelning bland ledande befattningshavare	Koncernen 2022	Koncernen 2021	Moderbolag 2022	Moderbolag 2021
Fördelning mellan kvinnor och män i företagens styrelser:				
Kvinnor	26%	10%	40%	25%
Män	74%	90%	60%	75%
Fördelning mellan kvinnor och män i företagsledningen:				
Kvinnor	37%	14%	0%	33%
Män	63%	86%	100%	67%

20230525084531

Löner och andra ersättningar Löner och andra ersättningar	2022 Löner och andra ersättningar	2022 Sociala kostnader	2021 Löner och andra ersättningar	2021 Sociala kostnader
Moderbolaget	3 941	1 855	3 749	2 129
(varav pensionskostnad)		1 038		1 036
Dotterföretag	44 748	7 252	42 185	6 225
(varav pensionskostnad)		4 510		3 901
Koncernen totalt	**48 689**	**9 107**	**45 934**	**8 354**
(varav pensionskostnad)		5 548		4 937

	2022			2021		
Löner och ersättningar (exkl pensionskostnader) fördelat per land	**VD, styrelse och andra ledande befattningshavare**	**Övriga anställda**	**Totalt**	**VD, styrelse och andra ledande befattningshavare**	**Övriga anställda**	**Totalt**
Sverige						
Moderbolag	2 581	1 360	3 941	2 114	1 635	3 749
Dotterföretag	0	2 657	2 657	0	2 610	2 610
Sverige totalt	**2 581**	**4 017**	**6 598**	**2 114**	**4 245**	**6 359**
Dotterföretag utomlands						
Danmark	1 611	19 588	21 199	897	18 482	19 379
Norge	0	2 035	2 035	0	2 131	2 131
Finland	0	838	838	0	820	820
Baltikum	0	4 411	4 411	0	4 153	4 153
Tyskland	0	1 588	1 588	0	1 436	1 436
Storbritannien	0	1 752	1 752	0	2 102	2 102
Schweiz	0	191	191	0	169	169
Polen	0	1 026	1 026	0	1 001	1 001
Kanada och USA	0	5 257	5 257	0	5 928	5 928
Italien	0	1 507	1 507	0	1 398	1 398
Australien	0	1 301	1 301	0	784	784
Rumanien	0	192	192	0	88	88
Holland	0	794	794	0	187	187
Dotterföretag utomlands totalt	**1 611**	**40 480**	**42 091**	**897**	**38 678**	**39 575**
Total löner och ersättningar	**4 192**	**44 497**	**48 689**	**3 011**	**42 923**	**45 934**

20230525084452

Löner och ersättningar ledande befattningshavare

Koncernen 2022	**Lön**	**Styrelsearvode**	**Pensionskostnad**	**Totalt**
Styrelsens ordförande	0	195	0	195
Styrelseledamöter	0	390	0	390
Verkställande direktör	1 996	0	0	1 996
Koncernen totalt	**1 996**	**585**	**0**	**2 581**

Koncernen 2021	**Lön**	**Styrelsearvode**	**Pensionskostnad**	**Totalt**
Styrelsens ordförande	897	188	100	1 185
Styrelseledamöter	0	250	0	250
Verkställande direktör	1 677	0	0	1 677
Koncernen totalt	**2 574**	**438**	**100**	**3 112**

Moderbolaget 2022	**Lön**	**Styrelsearvode**	**Pensionskostnad**	**Totalt**
Styrelsens ordförande	0	195	0	195
Styrelseledamöter	0	390	0	390
Verkställande direktör	1 996	0	0	1 996
Moderbolaget totalt	**1 996**	**585**	**0**	**2 581**

Moderbolaget 2021	**Lön**	**Styrelsearvode**	**Pensionskostnad**	**Totalt**
Styrelsens ordförande	0	188	0	188
Styrelseledamöter	0	250	0	250
Verkställande direktör	1 677	0	0	1 677
Moderbolaget totalt	**1 677**	**438**	**0**	**2 115**

Koncernens ledande befattningshavare, tillika VD och styrelse, utgörs av totalt 5 st (4 st) personer. Styrelsearvode har under året utgått med 585 kSEK (438 kSEK) fördelat på 195 kSEK (188 kSEK) till styrelsens ordförande och vardera 130 kSEK (125 kSEK) til övriga två ledamöter. Lön till VD i moderbolaget har fakturerats av ett av VD helägt bolag vid namn Ripamonti Finanz AG. Inga (inga) tantiem har utgått till VD eller styrelseledamöter. Med VD har träffats avtal om uppsägningstid på sex månader från bolagets sida och tre månader från VD:s sida.

20230525084533

Not 4. Fördelning avskrivningar

	Koncernen 2022	Koncernen 2021	Moderbolag 2022	Moderbolag 2021
Avskrivningar enligt plan				
Licenser	-223	-199	-223	-199
Balanserade utvecklingsutgifter	-575	-142	-240	-142
Övriga immateriella tillgångar	-22	0	0	0
Inventarier	-824	-593	-122	0
Summa	**-1 644**	**-935**	**-585**	**-342**

Not 5. Operationell leasing

	Koncernen 2022	Koncernen 2021	Moderbolag 2022	Moderbolag 2021
Kostnadsförda leasingavgifter avseende operationella leasingavtal	3 991	3 705	744	110
Framtida minimileaseavgifter avseende ej uppsägningsbara operationella leasingavtal				
Skall betalas inom 1 år	3 437	3 991	715	744
Skall betalas inom 1-5 år	9 925	13 917	1 370	2 115
Skall betalas senare än 5 år	0	0	0	0
Summa	**13 362**	**17 908**	**2 085**	**2 859**

Koncernens samt moderbolagets leasingavtal avser främst lokalhyresavtal samt leasing av bilar.

Not 6. Ränteintäkter och liknande resultatposter

	Koncernen 2022	Koncernen 2021	Moderbolag 2022	Moderbolag 2021
Ränteintäkter	3	3	1	0
Ränteintäkter, dotterföretag	0	0	31	26
Valutakursvinster	1 105	0	0	0
Summa	**1 108**	**3**	**32**	**26**
Resultat från andelar i dotterföretag				
Utdelningar från dotterföretag	0	0	8 468	2 008
Nedskrivning aktier i dotterföretag	0	0	0	-421
Summa	**0**	**0**	**8 468**	**1 587**

Not 7. Räntekostnader och liknande resultatposter

	Koncernen 2022	Koncernen 2021	Moderbolag 2022	Moderbolag 2021
Räntekostnader	-1 525	-592	-1 247	-263
Räntekostnader, dotterföretag	0	0	0	0
Valutakursförluster	0	-2	0	0
Summa	**-1 525**	**-594**	**-1 247**	**-263**

Not 8. Skatt på årets resultat

	Koncernen 2022	Koncernen 2021	Moderbolag 2022	Moderbolag 2021
Aktuell skattekostnad	-1 878	-7 589	0	-2 668
Uppskjuten skatt	4 221	936	0	0
Redovisad skattekostnad	**2 343**	**-6 653**	**0**	**-2 668**

Skillnaden mellan koncernens skattekostnad och skattekostnad baserad på gällande skattesats består av följande komponenter:

	Koncernen 2022	Koncernen 2021	Moderbolag 2022	Moderbolag 2021
Redovisat resultat före skatt	-5 166	27 956	-4 774	14 335
Skatt enligt gällande skattesats	1 064	-5 759	983	-2 953
Skatteeffekt avseende:				
ej avdragsgilla kostnader	-633	-1 006	-208	-125
Ej skattepliktiga intäkter	219	912	1 745	413
Förändring temporära skillnader	1 949	-1 528	0	0
Förändring underskottsavdrag	20	672	-2 520	0
Justering för skattesatser i utländska dotterföretag	94	284	0	0
Övrigt	-370	-228	0	-3
Redovisad skattekostnad	**2 343**	**-6 653**	**0**	**-2 668**

Den gällande skattesatsen i koncernen varierar mellan 3% - 30% och i moderbolaget 20,6%. Det återfinns ej några väsentliga ej aktiverade underskott i något av koncernens bolag.

Not 9. Resultat per aktie

Styrelsen föreslår en aktieutdelning med 0kr per aktie (1,25) för 2021, motsvarande SEK 0 (7 744 000).
Aktiekapitalet uppgår till 6 195 200 aktier à nominellt 1 SEK. Alla aktier har samma rättigheter och lika röstvärde.

	2022	2021
Resultat och utdelning per aktie		
Koncernen		
Resultat som använts vid beräkningen av resultat per aktie	-2 823	21 303
Antal aktier i medeltal, tusental	6 195	6 195
Resultat per aktie*	**-0,46**	**3,44**
Moderbolaget		
Resultat som använts vid beräkningen av resultat per aktie	-4 774	11 687
Antal aktier i medeltal, tusental	6 195	6 195
Resultat per aktie*	**-0,77**	**1,89**

** Det finns inga utspädningseffekter.*

Not 10. Immateriella anläggningstillgångar

Varumärke	Koncernen 2022	Koncernen 2021	Moderbolag 2022	Moderbolag 2021
Ingående ackumulerade anskaffningsvärden	**26 367**	**30 007**	**200**	**470**
Omräkningsdifferens	462	179	0	0
Årets inköp	0	0	0	0
Försäljningar/utrangeringar	0	-3 819	0	-270
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	**26 829**	**26 367**	**200**	**200**
Ingående ackumulerade avskrivningar	**-26 367**	**-30 007**	**-200**	**-470**
Omräkningsdifferens	-462	-179	0	0
Försäljningar/utrangeringar	0	3 819	0	270
Årets avskrivningar	0	0	0	0
Utgående ackumulerade avskrivningar	**-26 829**	**-26 367**	**-200**	**-200**
Utgående planenligt restvärde	**0**	**0**	**0**	**0**

Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten	Koncernen 2022	Koncernen 2021	Moderbolag 2022	Moderbolag 2021
Ingående ackumulerade anskaffningsvärden	**4 050**	**5 181**	**1 860**	**3 615**
Omräkningsdifferens	72	5	0	0
Årets inköp	1 186	1 555	828	936
Försäljningar/utrangeringar	0	-2 691	0	-2 691
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	**5 308**	**4 050**	**2 688**	**1 860**
Ingående ackumulerade avskrivningar	**-1 835**	**-4 384**	**-269**	**-2 818**
Omräkningsdifferens	-16	0	0	0
Försäljningar/utrangeringar	0	2 691	0	2 691
Årets avskrivningar	-575	-142	-240	-142
Utgående ackumulerade avskrivningar	**-2 426**	**-1 835**	**-509**	**-269**
Utgående planenligt restvärde	**2 882**	**2 215**	**2 179**	**1 591**

	Koncernen 2022	Koncernen 2021	Moderbolag 2022	Moderbolag 2021
Licenser				
	998	**949**	**1 049**	**949**
Ingående ackumulerade anskaffningsvärden	27	0	0	0
Omräkningsdifferens	0	100	0	100
Årets inköp	0	-51	0	0
Försäljningar/utrangeringar	**1 025**	**998**	**1 049**	1 049
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden				
Ingående ackumulerade avskrivningar	**-181**	**-32**	**-232**	**-32**
Omräkningsdifferens	-27	0	**0**	0
Försäljningar/utrangeringar	0	51	0	0
Årets avskrivningar	-223	-200	-223	-200
Utgående ackumulerade avskrivningar	**-431**	**-181**	**-455**	**-232**
Utgående planenligt restvärde	**594**	**817**	**594**	**817**

	Koncernen 2022	Koncernen 2021	Moderbolag 2022	Moderbolag 2021
Övriga immateriella tillgångar				
Inledande ackumulerade anskaffningsvärden	**0**	**0**	**0**	**0**
Omräkningsdifferens	-1	0	0	0
Årets inköp	175	0	0	0
Försäljningar/utrangeringar	0	0	0	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	**174**	**0**	**0**	**0**
Ingående ackumulerade avskrivningar	**0**	**0**	**0**	**0**
Omräkningsdifferens	0	0	0	0
Försäljningar/utrangeringar	0	0	0	0
Årets avskrivningar	-22	0	0	0
Utgående ackumulerade avskrivningar	**-22**	0	0	0
Utgående planenligt restvärde	**152**	**0**	**0**	**0**

Not 11. Materiella anläggningstillgångar

	Koncernen 2022	Koncernen 2021	Moderbolag 2022	Moderbolag 2021
Ingående ackumulerade anskaffningsvärden	**7 097**	**6 222**	**774**	**460**
Omräkningsdifferens	481	165	0	0
Årets inköp	1 593	1 005	1 018	314
Försäljningar/utrangeringar	-1 319	-295	-41	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	**7 852**	**7 097**	**1 751**	**774**
Ingående ackumulerade avskrivningar	**-4 859**	**-4 440**	**-460**	**-460**
Omräkningsdifferens	-333	-118	0	0
Försäljningar/utrangeringar	1 319	292	41	0
Årets avskrivningar	-824	-593	-122	0
Utgående ackumulerade avskrivningar	**-4 697**	**-4 859**	-541	**-460**
Utgående planenligt restvärde	**3 155**	**2 238**	**1 210**	**314**

Not 12. Uppskjuten skatt

	Koncernen 2022	Koncernen 2021	Moderbolag 2022	Moderbolag 2021
Uppskjuten skattefordran avseende:				
Underskottsavdrag	3 651	708	0	0
Uppskjuten skatt hänförlig till temporära skillnader	3 312	3 529	0	0
Summa	**6 963**	**4 237**	**0**	**0**
Uppskjuten skatteskuld avseende:				
Obeskattade reserver	0	2 010	0	0
Skattepliktiga temporära skillnader	0	135	0	0
Summa	**0**	**2 145**	**0**	**0**

Not 13. Övriga långfristiga fordringar

	Koncernen 2022	Koncernen 2021	Moderbolag 2022	Moderbolag 2021
Ingående anskaffningsvärde	632	321	381	538
Tillkommande fordringar	0	735	0	267
Amortering, avgående fordringar	-49	-265	-29	-265
Omklassificeringar	0	-159	0	-159
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	**583**	**632**	**352**	**381**
Ingående nedskrivningar	0	0	0	0
Amorteringar, avgående fordringar	0	0	0	0
Återförda nedskrivningar	0	0	0	0
Omklassificeringar	0	0	0	0
Årets nedskrivningar	0	0	0	0
Utgående ackumulerade nedskrivningar	0	0	0	0
Utgående redovisat värde	**583**	**632**	**352**	**381**

Not 14. Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

	Koncernen 2022	Koncernen 2021	Moderbolag 2022	Moderbolag 2021
Förutbetalda hyror	858	804	92	114
Förutbetalda försäkringar	87	91	0	0
Förutbetalda försäljnings- och marknadskostnader	4 210	1 943	373	713
Övrigt	3 997	3 216	209	663
Totalt	**9 153**	**6 054**	**675**	**1 490**

Not 15. Antal aktier

	Kvotvärde 2022	Kvotvärde 2021	Antal 2022	Antal 2021
A-Aktier	1	1	6 195 200	6 195 200
			6 195 200	**6 195 200**

Not 16. Checkräkningskredit

	Koncernen 2022	Koncernen 2021	Moderbolag 2022	Moderbolag 2021
Beviljat belopp	50 881	29 005	50 881	26 130
Utnyttjat belopp	48 348	24 258	47 474	22 239

Not 17. Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter

	Koncernen 2022	Koncernen 2021	Moderbolag 2022	Moderbolag 2021
Semesterlöneskuld och upplupna löner	2 825	2 895	797	636
Sociala avgifter	1 226	1 126	567	200
Upplupna försäljnings- och marknadskostnader	4 445	3 084	0	0
Övriga poster	3 527	5 959	1 018	1 017
Summa	**12 023**	**13 063**	**2 382**	**1 853**

Not 18. Andelar i koncernföretag

	Moderbolag 2022	Moderbolag 2021
Ingående ackumulerade anskaffningsvärden	30 835	31 100
Årets nedskrivningar av aktier i dotterbolag	0	-421
Nystartade bolag under året	0	156
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	**30 835**	**30 835**

	Kapitalandel	Rösträttsandel	Bokfört värde	Årets resultat	Totalt Eget kapital
New Nordic AB	100%	100%	18 202	-27	2 446
New Nordic Manufacturing ApS	100%	100%	7 000	799	5 431
New Nordic Healthcare ApS	100%	100%	300	1 220	5 735
Kunkeei ApS	100%	100%	54	0	60
New Nordic AS	100%	100%	2 800	302	4 083
New Nordic OY	100%	100%	2	112	-7 136
UAB New Nordic	100%	100%	2	508	4 263
New Nordic Deutschland GmbH	100%	100%	2	619	-6 289
New Nordic AG	100%	100%	0	20	261
New Nordic Healthbrands Polska Sp. z.o.o	100%	100%	67	287	2 343
New Nordic Limited	100%	100%	2	-2 824	28 800
New Nordic Inc (Kanada)	100%	100%	1	1 150	11 039
New Nordic US Inc (USA)	100%	100%	0	706	1 173
New Nordic Ltd (Hong Kong)	100%	100%	12	50	127
New Nordic S.R.L.	100%	100%	91	218	2 729
New Nordic S.L.	100%	100%	0	754	0
New Nordic B.V.	100%	100%	167	301	-829
New Nordic SARL	100%	100%	92	390	1 530
New Nordic S.R.O	100%	100%	51	77	147
New Nordic Portugal Lda	100%	100%	51	2	52
New Nordic PTY Ltd	100%	100%	0	55	-195
New Nordic Iberia S.L.U	100%	100%	52	30	136
New Nordic Healthcare S.R.L	100%	100%	1	10	-46
New Nordic Shanghai Ltd Co.	100%	100%	1 886	4	2 151
Summa			**30 835**	**4 763**	**58 011**

20230525508462

Uppgifter om dotterföretagens organisationsnummer och säte

	Org. No.:		Säte
New Nordic AB	556546-0150	Malmö	Sverige
New Nordic Manufacturing ApS	14728708	Roskilde	Danmark
New Nordic Healthcare ApS	15679735	Roskilde	Danmark
New Nordic AS	982754437	Moss	Norge
New Nordic OY	218826046	Espoo	Finland
UAB New Nordic	300065428	Kaunas	Litauen
New Nordic Deutschland GmbH	HAB 97256	Hamburg	Tyskland
New Nordic AG	CHE 323998168	Zug	Schweiz
New Nordic Healthbrands Polska Sp. z.o.o	0000517243	Warszawa	Polen
New Nordic Limited	3142365	West Farleigh, Kent	England
New Nordic Inc	653483-0	Montreal	Kanada
New Nordic US Inc	26-3122812	New Castle, Delaware	USA
New Nordic Ltd	2455046	Hong Kong	Hong Kong
New Nordic S.R.L.	MI-1838101	Milano	Italien
New Nordic S.L.	B64523384	Madrid	Spanien
New Nordic B.V.	817613705	Leiden	Holland
New Nordic SARL	500489794	Paris	Frankrike
New Nordic PTY LTD	ACN 125 151 091	Sydney	Australien
New Nordic Iberia S.L.U	B67402651	Barcelona	Spanien
New Nordic Healthcare S.R.L	42246893	Bukarest	Rumänien
New Nordic Shanghai Ltd. Co.	91310000MA1FRGJT15	Shanghai	Kina
New Nordic S.R.O	53494369	Trnava	Slovakien
New Nordic Portugal Lda	516486594	Lissabon	Portugal
Kunkeei ApS	42902160	Roskilde	Danmark

Not 19. Fodringar hos koncernföretag

	Moderbolag 2022	Moderbolag 2021
Ingående anskaffningsvärde	11 242	12 800
Tillkommande fordringar	1 430	1 766
Amortering, avgående fordringar	0	-3 324
Omklassificeringar	0	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	**12 672**	**11 242**
Ingående nedskrivningar	-8 308	-8 308
Årets nedskrivningar	0	0
Utgående ackumulerade nedskrivningar	**-8 308**	**-8 308**
Utgående redovisat värde	**4 364**	**2 935**

Not 20. Ställda säkerheter

	Koncernen 2022	Koncernen 2021	Moderbolag 2022	Moderbolag 2021
Säkerheter ställda för egna skulder till kreditinstitut				
Företagsinteckningar	52 677	22 129	14 965	13 753
Summa ställda säkerheter	**52 677**	**22 129**	**14 965**	**13 753**

Not 21. Eventualförpliktelser

	Koncernen 2022	Koncernen 2021	Moderbolag 2022	Moderbolag 2021
Borgen koncernföretag, checkkredit	0	0	50 881	27 505
Summa eventualförpliktelser	**0**	**0**	**50 881**	**27 505**

Not 22. Disposition av vinst

Förslag till resultatdisposition	2022	2021
Styrelsen föreslår att till förfogande stående medel		
Överkursfond	49 848	49 848
Balanserat resultat	23 039	19 832
Årets resultat	-4 774	11 687
	68 113	**81 367**
Disponeras så att		
till aktieägare utdelas	0	7 744
i ny räkning överföres	68 113	73 623
	68 113	**81 367**

Not 23. Väsentliga händelser efter räkenskapsårets utgång
Inledningen av 2023 har präglats av fortsatt oro främst i Europa och på de europeiska marknaderna. Oroligheterna bottnar i kriget i Ukraina, höjda räntor, ökad inflation och historiskt höga energikostnader både för företag och privatpersoner. Det är omständigheter vi känner igen från 2022 och har blivit en obehaglig verklighet men också något vi har lärt oss att förhålla oss till och anpassa oss till. New Nordic fortsätter att strategiskt hantera nuvarande omständigheter och med lärdomarna från 2022 ser vi positivt på 2023, även om det ser ut att bli ett utmanande år.

Not 24. Transaktioner med närstående
Nordic Healthcare ApS i Danmark sålde under 2022 för totalt 2 559 kSEK (2 929kSEK) till Dansk Detail ApS, som ägs av Marinus Blåbjerg Sørensen och Karl Kristian Bergman Jensen. Produkterna säljs på samma villkor och priser som de säljs till likasinnade kunder. Dansk Detail ApS driver fyra hälsbutiker (Helsehuset Strædet, Helsehuset Helsingør, Helsehuset Frederiksberg och Køge Helsekost) och en nätbutik under namnet www.helsegrossisten.dk. Förutom vanligt prisavtal finns det inga särskilda marknadsföringsavtal eller liknande mellan företagen.

Koncernintern försäljning har uppgått till 200 914 kSEK (282 876 kSEK) under året och har skett på armslängds avstånd då det är gjort i enlighet med koncernens Transfer Pricing policy.

Moderbolaget har fakturerats 1 996 kSEK (1 667 kSEK) av det av VD helägda bolaget Ripamonti Finanz AG som inte ingår i New Nordic koncernen.

20230525084465

ÅRSREDOVISNING OCH KONCERNREDOVISNING FÖR NEW NORDIC HEALTHBRANDS AB (PUBL)

Styrelsen och verkställande direktören försäkrar att koncernredovisningen respektive årsredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens vägledning 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning (K3) respektive god redovisningssed och ger en rättvisande bild av koncernens och moderbolagets ställning och resultat. Förvaltningsberättelsen för koncernen respektive moderbolaget ger en rättvisande översikt över koncernens och moderbolagets verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som moderbolaget och de bolag som ingår i koncernen står inför.

Marinus Blåbjerg Sørensen
Styrelsens ordförande

Lennart Sjölund
Styrelseledamot

Jessica Tyreman
Styrelseledamot

Kirsten Ægidius
Styrelseledamot

Karl Kristian Bergman Jensen
Verkställande direktör

Årsredovisningen och koncernredovisningen har, som framgår ovan, godkänts för utfärdande av styrelsen den 28 mars 2023. Koncernens resultaträkning, balansräkning samt moderbolagets resultaträkning och balansräkning blir föremål för fastställelse på årsstämman den 27 april 2023.

Vår revisionsberättelse har angivits den 3 april 2023.

Deloitte AB

Henrik Ekström
Auktoriserad revisor

20230525084660

Deloitte.

REVISIONSBERÄTTELSE

Till bolagsstämman i New Nordic Healthbrands AB
organisationsnummer 556698-0453

Rapport om årsredovisningen och koncernredovisningen

Uttalanden

Vi har utfört en revision av årsredovisningen och koncernredovisningen för New Nordic Healthbrands AB för räkenskapsåret 2022-01-01 - 2022-12-31. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår på sidorna 45-84 i detta dokument.

Enligt vår uppfattning har årsredovisningen och koncernredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av moderbolagets och koncernens finansiella ställning per den 31 december 2022 och av dessas finansiella resultat och kassaflöden för året enligt årsredovisningslagen. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker därför att bolagsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och koncernen.

Grund för uttalanden

Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing (ISA) och god revisionssed i Sverige. Vårt ansvar enligt dessa standarder beskrivs närmare i avsnittet *Revisorns ansvar*. Vi är oberoende i förhållande till moderbolaget och koncernen enligt god revisorssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Övriga upplysningar

Revisionen av årsredovisningen för räkenskapsåret 2021-01-01 - 2021-12-31 har utförts av en annan revisor som lämnat en revisionsberättelse daterad 25 mars 2022 med omodifierade uttalanden i Rapport om årsredovisningen.

Annan information än årsredovisningen och koncernredovisningen

Detta dokument innehåller även annan information än årsredovisningen och återfinns på sidorna 1-44. Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för denna andra information.

Vårt uttalande avseende årsredovisningen och koncernredovisningen omfattar inte denna information och vi gör inget uttalande med bestyrkande avseende denna andra information.

I samband med vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen är det vårt ansvar att läsa den information som identifieras ovan och överväga om informationen i väsentlig utsträckning är oförenlig med årsredovisningen och koncernredovisningen. Vid denna genomgång beaktar vi även den kunskap vi i övrigt inhämtat under revisionen samt bedömer om informationen i övrigt verkar innehålla väsentliga felaktigheter.

Om vi, baserat på det arbete som har utförts avseende denna information, drar slutsatsen att den andra informationen innehåller en väsentlig felaktighet, är vi skyldiga att rapportera detta. Vi har inget att rapportera i det avseendet.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att årsredovisningen och koncernredovisningen upprättas och att de ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen. Styrelsen och verkställande direktören ansvarar även för den interna kontroll som de bedömer är nödvändig för att upprätta en årsredovisning och koncernredovisning som inte innehåller några väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag.

Vid upprättandet av årsredovisningen och koncernredovisningen ansvarar styrelsen och verkställande direktören för bedömningen av bolagets och koncernens förmåga att fortsätta verksamheten. De upplyser, när så är tillämpligt, om förhållanden som kan påverka förmågan att fortsätta verksamheten och att använda antagandet om fortsatt drift. Antagandet om fortsatt drift tillämpas dock inte om styrelsen och verkställande direktören avser att likvidera bolaget, upphöra med verksamheten eller inte har något realistiskt alternativ till att göra något av detta.

Revisorns ansvar

Våra mål är att uppnå en rimlig grad av säkerhet om huruvida årsredovisningen och koncernredovisningen som helhet inte innehåller några väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag, och att lämna en revisionsberättelse som innehåller våra uttalanden. Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men är ingen garanti för att en revision som utförs enligt ISA och god revisionssed i Sverige alltid kommer att upptäcka en väsentlig felaktighet om en sådan finns. Felaktigheter kan uppstå på grund av oegentligheter eller misstag och anses vara väsentliga om de enskilt eller tillsammans rimligen kan förväntas påverka de ekonomiska beslut som användare fattar med grund i årsredovisningen och koncernredovisningen.

Som del av en revision enligt ISA använder vi professionellt omdöme och har en professionellt skeptisk inställning under hela revisionen. Dessutom:

identifierar och bedömer vi riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen och koncernredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag, utformar och utför granskningsåtgärder bland annat utifrån dessa risker och inhämtar revisionsbevis som är tillräckliga och ändamålsenliga för att utgöra en grund för våra uttalanden. Risken för att inte upptäcka en väsentlig felaktighet till följd av oegentligheter är

20230525084657

högre än för en väsentlig felaktighet som beror på misstag, eftersom oegentligheter kan innefatta agerande i maskopi, förfalskning, avsiktliga utelämnanden, felaktig information eller åsidosättande av intern kontroll.

- skaffar vi oss en förståelse av den del av bolagets interna kontroll som har betydelse för vår revision för att utforma granskningsåtgärder som är lämpliga med hänsyn till omständigheterna, men inte för att uttala oss om effektiviteten i den interna kontrollen.

- utvärderar vi lämpligheten i de redovisningsprinciper som används och rimligheten i styrelsens och verkställande direktörens uppskattningar i redovisningen och tillhörande upplysningar.

- drar vi en slutsats om lämpligheten i att styrelsen och verkställande direktören använder antagandet om fortsatt drift vid upprättandet av årsredovisningen och koncernredovisningen. Vi drar också en slutsats, med grund i de inhämtade revisionsbevisen, om huruvida det finns någon väsentlig osäkerhetsfaktor som avser sådana händelser eller förhållanden som kan leda till betydande tvivel om bolagets och koncernens förmåga att fortsätta verksamheten. Om vi drar slutsatsen att det finns en väsentlig osäkerhetsfaktor, måste vi i revisionsberättelsen fästa uppmärksamheten på upplysningarna i årsredovisningen och koncernredovisningen om den väsentliga osäkerhetsfaktorn eller, om sådana upplysningar är otillräckliga, modifiera uttalandet om årsredovisningen och koncernredovisningen. Våra slutsatser baseras på de revisionsbevis som inhämtas fram till datumet för revisionsberättelsen. Dock kan framtida händelser eller förhållanden göra att ett bolag och en koncern inte längre kan fortsätta verksamheten.

- utvärderar vi den övergripande presentationen, strukturen och innehållet i årsredovisningen och koncernredovisningen, däribland upplysningarna, och om årsredovisningen och koncernredovisningen återger de underliggande transaktionerna och händelserna på ett sätt som ger en rättvisande bild.

- inhämtar vi tillräckliga och ändamålsenliga revisionsbevis avseende den finansiella informationen för enheterna eller affärsaktiviteterna inom koncernen för att göra ett uttalande avseende koncernredovisningen. Vi ansvarar för styrning, övervakning och utförande av koncernrevisionen. Vi är ensamt ansvariga för våra uttalanden.

Vi måste informera styrelsen om bland annat revisionens planerade omfattning och inriktning samt tidpunkten för den. Vi måste också informera om betydelsefulla iakttagelser under revisionen, däribland de eventuella betydande brister i den interna kontrollen som vi identifierat.

Rapport om andra krav enligt lagar och andra författningar

Uttalanden

Utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen har vi även utfört en revision av styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för New Nordic Healthbrands AB för räkenskapsåret 2022-01-01 - 2022-12-31 samt av förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust.

Vi tillstyrker att bolagsstämman disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Grund för uttalanden

Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige. Vårt ansvar enligt denna beskrivs närmare i avsnittet *Revisorns ansvar*. Vi är oberoende i förhållande till moderbolaget och koncernen enligt god revisorssed i Sverige och har i övrigt fullgjort vårt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust. Vid förslag till utdelning innefattar detta bland annat en bedömning av om utdelningen är försvarlig med hänsyn till de krav som bolagets och koncernens verksamhetsart, omfattning och risker ställer på storleken av moderbolagets och koncernens egna kapital, konsolideringsbehov, likviditet och ställning i övrigt.

Styrelsen ansvarar för bolagets organisation och förvaltningen av bolagets angelägenheter. Detta innefattar bland annat att fortlöpande bedöma bolagets och koncernens ekonomiska situation och att tillse att bolagets organisation är utformad så att bokföringen, medelsförvaltningen och bolagets ekonomiska angelägenheter i övrigt kontrolleras på ett betryggande sätt. Verkställande direktören ska sköta den löpande förvaltningen enligt styrelsens riktlinjer och anvisningar och bland annat vidta de åtgärder som är nödvändiga för att bolagets bokföring ska fullgöras i överensstämmelse med lag och för att medelsförvaltningen ska skötas på ett betryggande sätt.

Revisorns ansvar

Vårt mål beträffande revisionen av förvaltningen, och därmed vårt uttalande om ansvarsfrihet, är att inhämta revisionsbevis för att med en rimlig grad av säkerhet kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören i något väsentligt avseende:

- företagit någon åtgärd eller gjort sig skyldig till någon försummelse som kan föranleda ersättningsskyldighet mot bolaget, eller

- på något annat sätt handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Vårt mål beträffande revisionen av förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust, och därmed vårt uttalande om detta, är att med rimlig grad av säkerhet bedöma om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men ingen garanti för att en revision som utförs enligt god revisionssed i Sverige alltid kommer att upptäcka åtgärder eller försummelser som kan föranleda ersättningsskyldighet mot bolaget, eller att ett förslag till dispositioner av bolagets vinst eller förlust inte är förenligt med aktiebolagslagen.

Deloitte.

Som en del av en revision enligt god revisionssed i Sverige använder vi professionellt omdöme och har en professionellt skeptisk inställning under hela revisionen. Granskningen av förvaltningen och förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust grundar sig främst på revisionen av räkenskaperna. Vilka tillkommande granskningsåtgärder som utförs baseras på vår professionella bedömning med utgångspunkt i risk och väsentlighet. Det innebär att vi fokuserar granskningen på sådana åtgärder, områden och förhållanden som är väsentliga för verksamheten och där avsteg och överträdelser skulle ha särskild betydelse för bolagets situation. Vi går igenom och prövar fattade beslut, beslutsunderlag, vidtagna åtgärder och andra förhållanden som är relevanta för vårt uttalande om ansvarsfrihet. Som underlag för vårt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust har vi granskat om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Malmö 3 / 4 2023

Deloitte AB

Henrik Ekström
Auktoriserad revisor

20230535084658