20240604073332

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 30 april 2024.
Årsstämman beslöt att godkänna styrelsens förslag till resultatdisposition i förvaltningsberättelsen.

Malmö den 3 maj 2024

Karl Kristian Bergman Jensen

2023
ÅRS- OCH KONCERNREDOVISNING

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

NEW NORDIC

2013

AIRBRUSHING

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

20240604073335

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

01 "The big picture"

Naturlig Magi 4
New Nordic i korthet 5
VD kommentarer 7
Utvalda finansiella data 9
Delårsrapporter oreviderade 10
Viktiga händelser under 2023 11

02 Vår verksamhet

New Nordic i kosttillskottsindustrin 16
Distributionskanaler 18
François Gérard utvecklaren 20
New Nordics affärsmodell 21
The power of recognition 27
New Nordics örtexpertis 28
Internationell försäljning 35

03 Strategi

New Nordics strategi 38
New Nordics affärsmodell 39

04 Styrelsen

Styrelse och revisorer 43
Ledningsgrupp 44

05 Aktien

Aktien 46
Aktieägare information 47
Kallelse till årsstämma 2024 49

06 Årsredovisning

Förvaltningsberättelse 52
Riskhantering 55
Koncernens resultaträkning, balansräkning, förändring i eget kapital och kassaflödesanalys 63
Moderbolagets resultaträkning, balansräkning, förändring i eget kapital och kassaflödesanalys 68
Redovisnings- och värderingsprinciper 72
Noter 75
Revisionsberättelse 93

20240504107336

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.

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 2023 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 kosttilliskott, 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

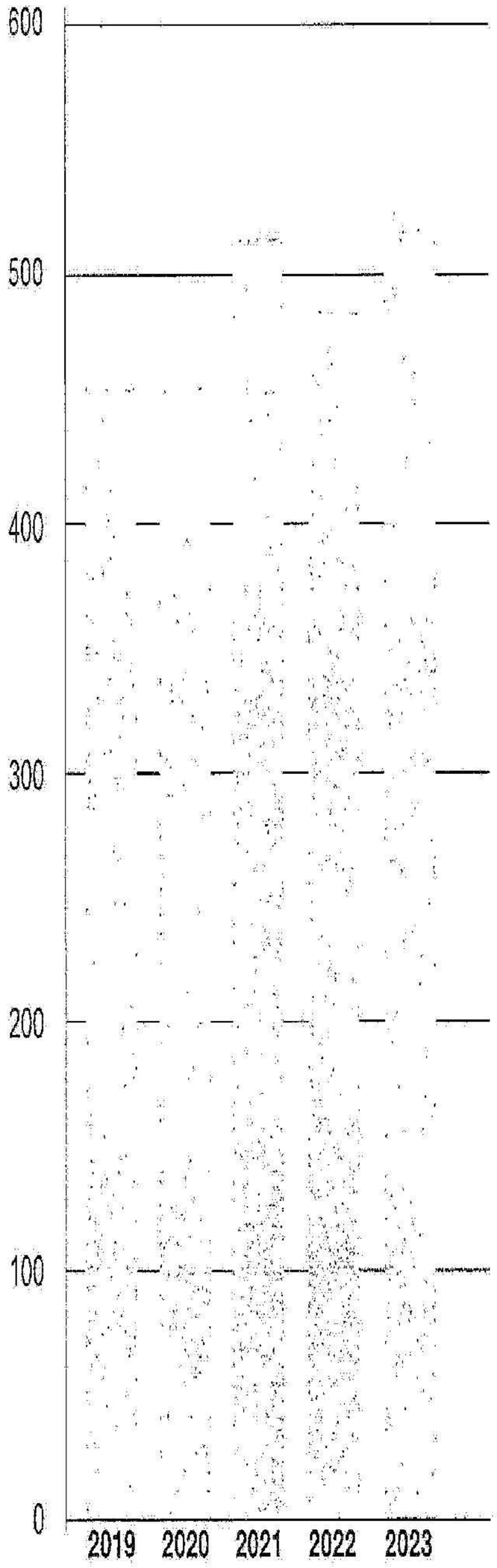
FOKUS PÅ ATT BYGGA ETT GLOBALT HÄLSO- OCH SKÖNHETSMÄRKE

orter. Digital exponering är och kommer fortsatt vara en booster för hälsa och skönhet. Slutligen drivs också New Nordics marknad av ökad penetration av kosttillskott 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 "white spots" 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 44 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 33 år gammalt varumärke med ett starkt skandinaviskt arv djupt förankrat i skandinaviska värden.

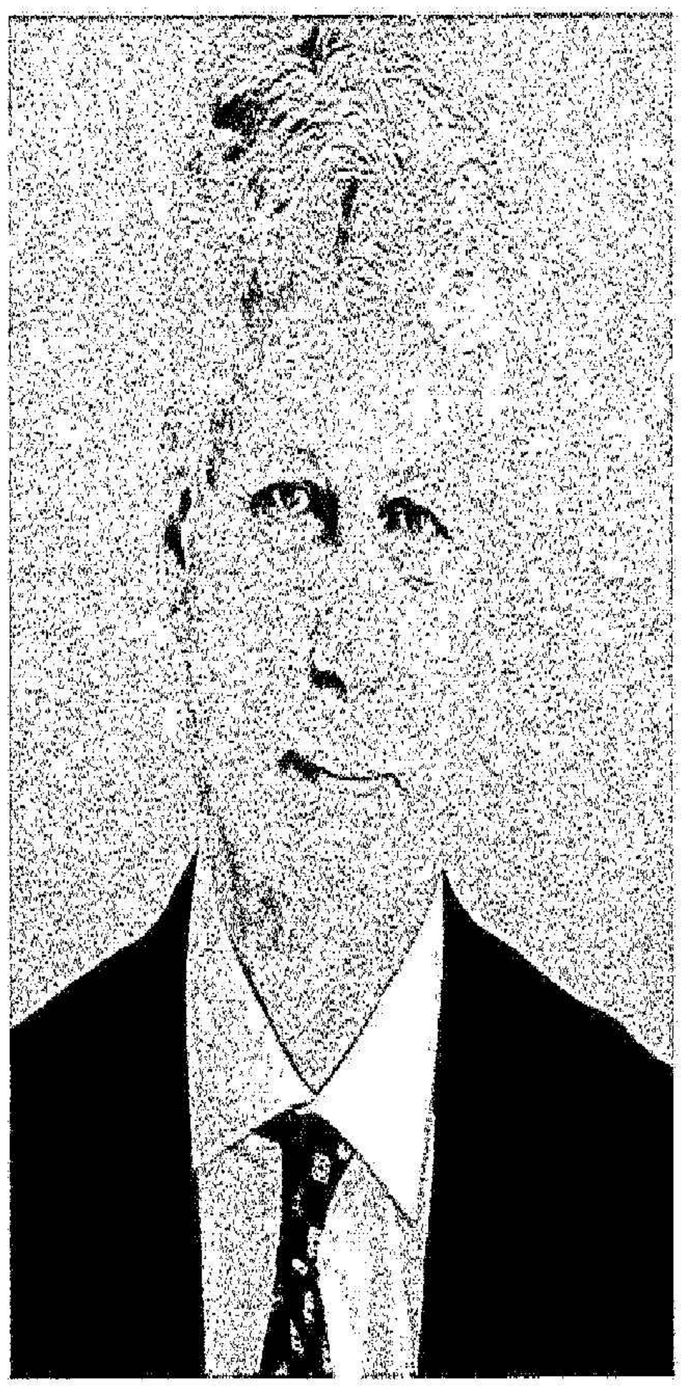


New Nordic koncernintäkter i miljoner kronor 2019-2023

20240604073339

FLER OCH FLER MÄNNISKOR EFTERFRÅGAR NEW NORDICS PRODUKTER

Under 2023 noterade vi rekordhög försäljning men tyvärr resulterade det inte i någon vinst. Vi gjorde förlust i USA samtidigt som vi investeral i nya marknader och våra etablerade vinstgivande marknader har fortsatt varit negativt påverkade av det rådande ekonomiska läget. Framåtriktat stramar vi åt investeringar i våra nya marknader och arbetar för att göra en "turn around" i USA. Samtidigt, genom fortsatt innovation, nya produkter och effektiv marknadsföring är förväntan att vi ska växa ytterligare under 2024 och därtill göra ett positivt resultat.



Karl Kristian Bergman Jensen, CEO

Vi är tillbaka på vår tillväxtkurva och med tillväxt inom alla geografiska områden konsoliderar vi vår verksamhet på de marknader där vi verkar.

Kosttillskott, hudvård och hårvård är alla i en stor långsiktig tillväxttrend. Utsikterna för vår verksamhet är goda. Genom att täcka nästan alla länder i Europa, Nordamerika, Hong Kong, Kina och Australien har vi nu tillgång till mer än en miljard potentiella kunder genom traditionella fysiska återförsäljare, online-återförsäljare och vår egen New Nordic-webbplats och webbshoppar.

Vår grund för framtida tillväxt är utmärkt och våra huvudkontor i Malmö och Roskilde är välstrukturerat för att hantera den globala affärsplattform vi har etablerat.

Våra kunder i alla länder och kulturer attraheras av våra produkter och vår nya produktutveckling och innovation är unik i branschen. Den överlägset dominerande delen av vår verksamhet är fortfarande kosttillskott, men våra skönhetsprodukter växer. Vi har vässat marknadsföringskoncepten för våra kosmetiska linjer och under 2024 kommer vi att lansera våra skönhetsprodukter på alla marknader där det är relevant. Kategorien "Skönhet inifrån" eller "Beaty In & Out™" utvecklas väl.

Vi verkar redan i de mest relevanta försäljningskanalerna, men under 2024 kommer vi även att testmarknadsföra en ny spännande produkt, Vita Gold™ Active Life, och sälja "Direct-To-Consumers, DTC". Det är en ny försäljningskanal för oss som ska bli spännande att utforska.

Förlusten 2023, trots vår ökade försäljning, var en besvikelse. Historiskt sett har vi tjänat pengar i USA men

de senaste två åren har vi haft betydande förluster här. Mediascenen och återförsäljarscenen förändras snabbt. Både handel och marknadsföring går över till digitala plattformar.

Under 2024 har vi lovande lansering av nya produkter baserat på framgångarna för flera produkter som nyligen lanserades i Danmark och Storbritannien. Vår nya produktutveckling har även spännande produkter på gång för både kosttillskott och våra skönhetskategorier.

När vi tittar på hur vi kommer att hantera de länder vi befinner oss i under 2024 planerar vi att sälja mer och öka vinsten på välpresterande marknader. Vi kommer att minska förlusterna på nya marknader som Schweiz, Spanien och Australien genom mer försiktiga investeringar, och vi kommer att göra en "vändning" i USA.

Vårt internationella team brinner mycket för vår verksamhet och gjorde ett fantastiskt jobb 2023. Hela teamet är inriktat på att fortsätta vår tillväxt och konsolidering under 2024.

Vi har alltid fokuserat på att öka värdet på vårt varumärke, vårt företag och vår aktie, 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

UTVALDA FINANSIELLA *data*

(kSEK)	2023	2022	2021	2020	2019
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	16,65	29,0	88,40	56,80	81
Resultat per aktie, SEK*	-1,00	-0,46	3,44	2,87	4,53
Eget kapital per aktie*	17,11	18,17	19,42	16,92	16,45
Utdelning per aktie, SEK*/**	0,00	0,00	1,25	1,50	1,75
Verksamhetens storlek					
Antal anställda vid periodens slut	73	71	72	60	55
Börsvärde 31 december	103 150	179 661	547 656	351 887	501 811
Verksamheten					
Nettoomsättning	533 849	487 501	514 845	450 064	452 613
EBITDA	-1 272	-3 104	29 482	24 594	36 865
Rörelseresultat	-3 165	-4 748	28 548	23 841	36 305
Resultat efter finansiella poster	-5 915	-5 166	27 956	23 293	36 068
Årets resultat efter skatt	-6 194	-2 823	21 303	17 765	28 074
Marginaler					
Bruttomarginal, %	65,2	65,3	68,0	68,7	69,7
EBITDA, %	-0,2	-0,6	5,7	5,5	8,1
Rörelsemarginal, %	-0,6	-1,0	5,5	5,3	8,0
Vinstmarginal efter skatt, %	-1,2	-0,58	4,1	5,2	8,0
Tillväxt					
Nettoomsättningstillväxt, %	9,5	-5,3	14,4	0	15,0
Tillväxt i resultat per aktie,%	-119,4	-113,4	19,9	-36,7	5,8
Data från balansräkningen					
Balansomslutning	249 060	251 673	238 351	191 491	197 187
Eget kapital	106 030	112 572	120 316	104 808	101 917
Aktiekapital	6 195	6 195	6 195	6 195	6 195

(kSEK)	2023	2022	2021	2020	2019
Effektivitet					
Avkastning på sysselsatt kapital, %	-6,6	-4,1	19,6	22,8	31,9
Avkastning på eget kapital, %	-5,8	-2,5	17,7	17,0	27,5
Omsättning per medarbetare	7 415	7 065	7 801	7 827	8 540
Bruttoresultat per medarbetare	4 837	4 616	5 304	5 375	5 954
Resultat per medarbetare efter skatt	-86	-40	296	296	510
Finansiell ställning					
Skuldsättningsgrad, ggr	1,35	1,24	0,98	0,83	0,93
Räntetäckningsgrad, ggr	-1,09	-4,4	48,1	43,4	93,6
Soliditet, %	42,6	44,7	50,5	54,7	51,7
Kassaflöde					
Kassaflöde från den löpande verksamheten	26 934	-15 451	-7 870	19 680	-667
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	-20 506	16 589	12 071	-18 393	-1 249
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-2 968	2 619	2 971	-1 169	-1 743

*Det finns inga utspädningseffekter.

** Styrelsen föreslår ingen utdelning för räkenskapsåret 2023

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.

DELÅRSRAPPORTER *oreviderade*

	2023				2022			
	Q4	Q3	Q2	Q1	Q4	Q3	Q2	Q1
(tSEK)								
Resultaträkningen								
Nettoomsättning	142 550	135 177	129 921	126 262	111 657	121 797	130 712	123 336
Bruttovinst	92 120	90 206	86 365	79 537	69 798	87 090	84 706	82 907
EBITDA	-5 167	3 532	-2 241	2 604	-5 958	7 115	-6 299	2 038
Rörelseresultat	-5 897	3 127	-2 630	2 234	-6 648	6 773	-6 633	1 759
Resultat före skatt	-6 816	2 310	-2 809	1 401	-5 788	5 789	-6 731	1 563
Periodens resultat	-5 717	2 024	-3 087	585	-3 530	7 203	-7 475	980
Marginaler								
Bruttomarginal (%)	64,6%	66,7%	66,5%	63,0%	62,5%	71,5%	64,8%	67,2%
EBITDA-marginal (%)	-3,6%	2,6%	-1,7%	2,1%	-5,3%	5,8%	-4,8%	1,7%
EBIT-marginal(%)	-4,1%	2,3%	-2,0%	1,8%	-6,0%	5,6%	-5,1%	1,4%
Rörelsemarginal (%)	-4,0%	1,5%	-2,4%	0,5%	-3,2%	5,9%	-5,7%	0,8%
Rapport över finansiell ställning								
Tillgångar	249 060	259 839	255 584	239 719	251 673	265 372	249 897	252 129
Eget kapital	106 030	114 238	113 966	113 470	112 572	116 075	108 359	121 983
Rörelsekapital	102 605	119 765	119 493	132 181	137 535	145 820	137 206	131 622
Nettoskuld (+) / Nettokassa (-)	15 011	22 337	21 555	33 466	39 294	40 307	37 342	18 274
Räntebärande skulder	28 824	35 938	38 130	45 012	49 997	51 705	43 387	28 462
Soliditet (%)	42,6%	44,0%	44,6%	47,3%	44,7%	43,7%	43,4%	48,4%
Kassaflöde								
Kassaflöde, löpande verksamhet	8 784	-246	11 602	6 795	2 269	-2 976	-11 537	-3 358
Kassaflöde, investeringsverksamhet	-1 684	-127	-193	-965	-1 305	-215	-39	-1 060
Kassaflöde, finansieringsverksamhet	-6 447	-2 192	-6 882	-4 985	-1 708	8 317	7 181	2 799
Kassaflöde för perioden	653	-2 565	4 527	845	-744	5 126	-4 395	-1 619

VIKTIGA HÄNDELSER *under 2023*

TRENDIGA KOSTTILLSKOTT

Med den växande användningen av sociala medier och nya medier som TikTok dyker konsumenttrender upp med högre och högre frekvens och får genomslag. Lanseringen av Irish™ Sea Moss och Lions Mane™ är bra exempel på där New Nordic reagerade snabbt för att möta dessa nya trendiga krav.

Magic Magnesium™
Magnesiumtillskott har varit populärt i årtionden men nyligen har magnesiummarknaden växt snabbt. Fler och fler människor blir medvetna om fördelarna med magnesium. New Nordic skapade linjen Magic Magnesium. Tre olika magnesiumkällor, magnesiummalat, magnesiumcitrat och magnesiumglycinat. Förutom magnesium innehåller kosttillskotten hög dos av vitamin D, vitamin B-komplex och det "magiska" franska tallbarkextraktet som hjälper mikrocirkulationen.

Hair Volume™ Post Menopause
Under och efter klimakteriet förändras kvinnors hormonbalans och det påverkar hårkvaliteten. Hair Volume™ Post Menopause är en tablett för kvinnor som upplever denna förändring.

Hyaluronic Active™
Collagen Shot™ är en stor framgång i Storbritannien uppbackad av stark marknadsföring kring ambassadören Janette Manrara. Nu lanserade New Nordic Hyaluronic Shot™ med stöd av en annan tv-kändis, Dianne Buswell.

Restless Legs™
Många upplever oroliga ben. Restless Legs™ baserat på nässelextrakt och mineraler är ett utmärkt komplement för benkomfort.

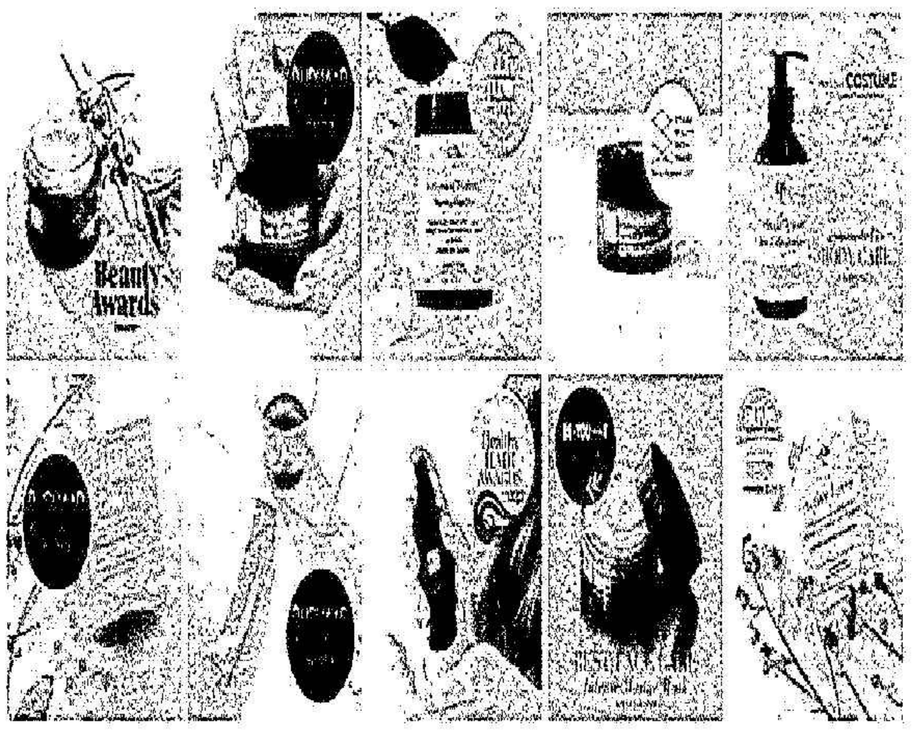
VIKTIGA HÄNDELSER *under 2023*

DEN NYA HEMSIDAN

Under 2023 etablerades en ny hemsida. Mer dynamisk och bekvämare för shoppare. Det inkluderar även en möjlighet att köpa på prenumeration. Den nya webbsidan och butiken rullas ut i mer än 20 länder under första halvåret 2024.

FÖRSÄLJNING TILL KINA

Ett nytt partnerskap etablerades med ett välrenommerat och framgångsrikt kinesiskt företag som kommer att hantera gränsöverskridande försäljning till Kina av New Nordic kosttillskott. Detta partnerskap bör avsevärt öka vår försäljning till Kina under de kommande åren.



AWARDS

Även i år har vi fått många utmärkelser för våra produkter i flera länder. Både för Vitality-produkter och Beauty In & Out-produkter.

SKÖNHET FÖR HÄNDER

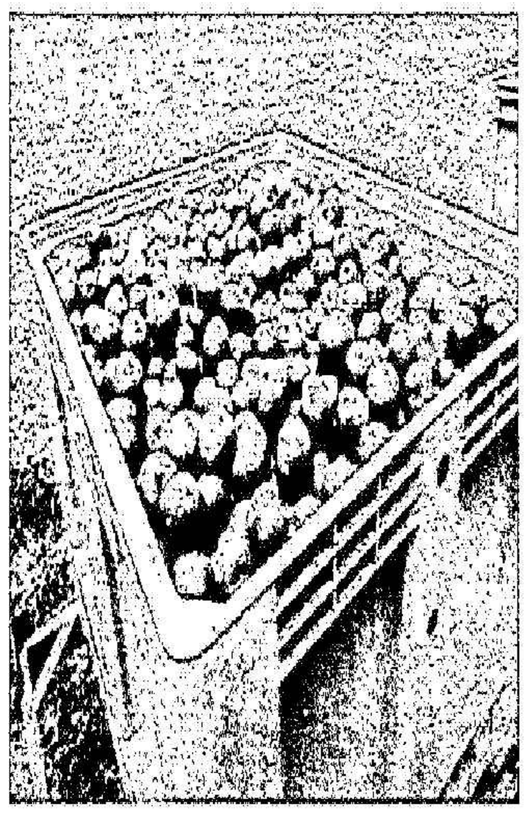
Försäljningen av kosmetiska New Nordic-produkter ökar och två handkrämer och bodylotion tillkom i sortimentet. Pigment Clear™ Hand Cream och Herbal Joy™ Anti-Aging Hand Cream plus Herbal Joy™ Firming Body Lotion. Positionerings- och marknadsföringskoncepten för alla skönhetskoncept vässades baserat på erfarenheterna från de första åren av marknadsföring

VIKTIGA HÄNDELSER *under 2023*

NEW NORDIC MEDICINAL PLANT RESEARCH CENTER

New Nordic etablerade ett forskningscenter för medicinska växter i Geneve som leds av Julien Crovadore. Forskningscentret kommer att arbeta med växtarter, mikrobiologi och utvinnings- och jäsningsteknologier.

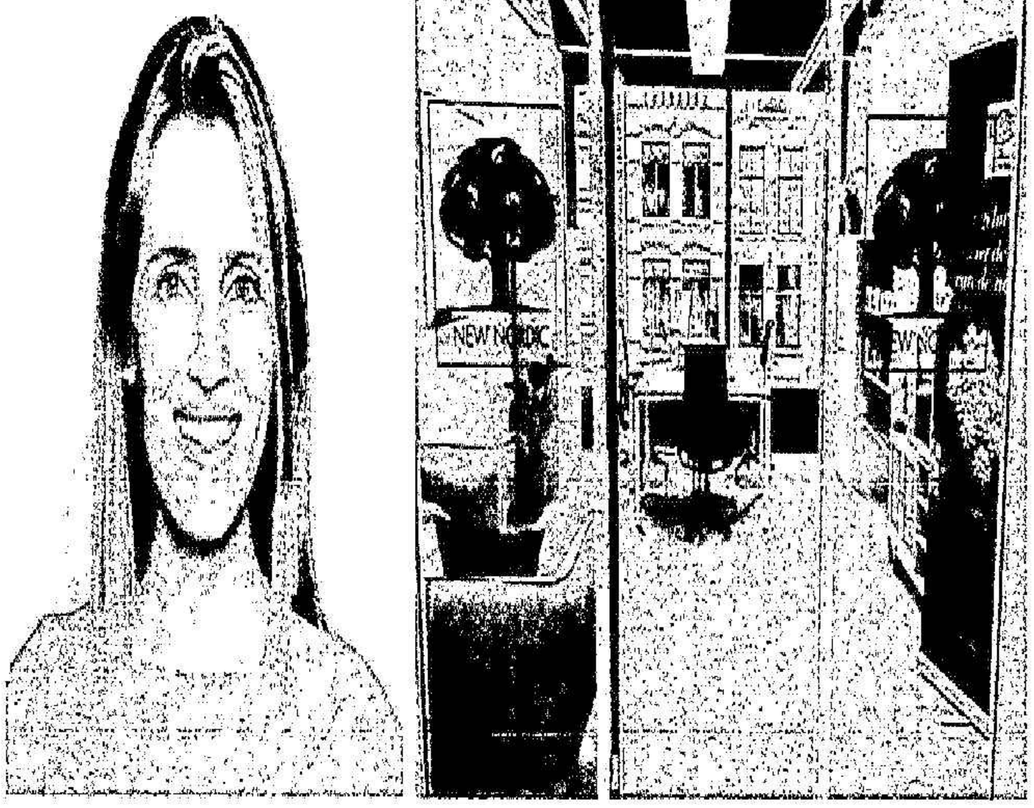
Photos from Balsamo, fermantation trials.



FÖRSTA SKÖRDEN AV RÖDA ÄPPLEN

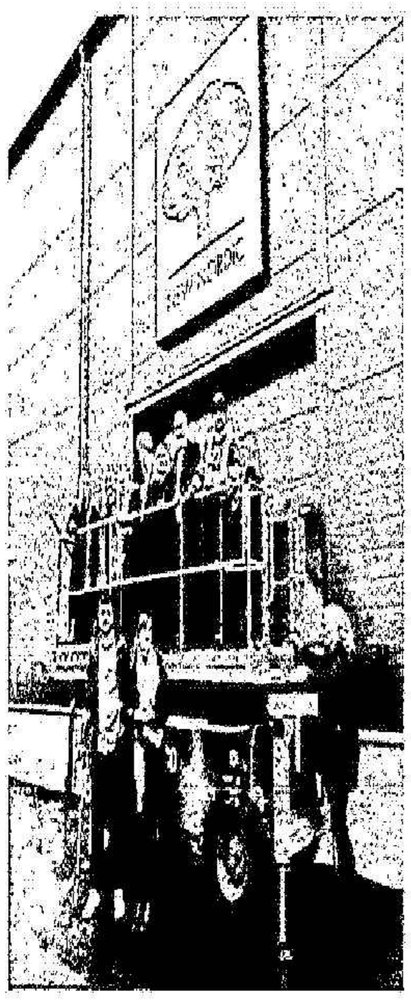
New Nordic har redan långtidsavtal med italienska Annurca Apple-odlare i Italien för äpplen som används i Hair Volume. År 2023 skördade New Nordic de första röda äpplena med bönder i Frankrike. Denna äppelsort har en extraordinär naturlig förening som New Nordic kommer att använda som bas för en ny tablett med ett nytt vitalitets-funktionsanspråk 2024.

VIKTIGA HÄNDELSER *under 2023*



NY LANDSCHEF OCH KONTOR

New Nordic har verkat i Nederländerna i 17 år. 2023 bytte vi landschef och i och med det flyttade vi vårt kontor till centrala Amsterdam. Ny landschef är Birke Human.



EGET LAGER I SVERIGE

New Nordic etablerar egen lageranläggning i Landskrona, Sverige för att hantera den svenska och danska marknaden plus råvaror. Lagret kommer att vara igång under första kvartalet 2024.

2023
VÅR VERKSAMHET

NEW NORDIC *i kosttillskottsindustrin*

Det totala värdet av kosttillskottsmarknaden 2023 uppgick till nästan 1.540 miljarder SEK (160 miljarder USD),. 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.

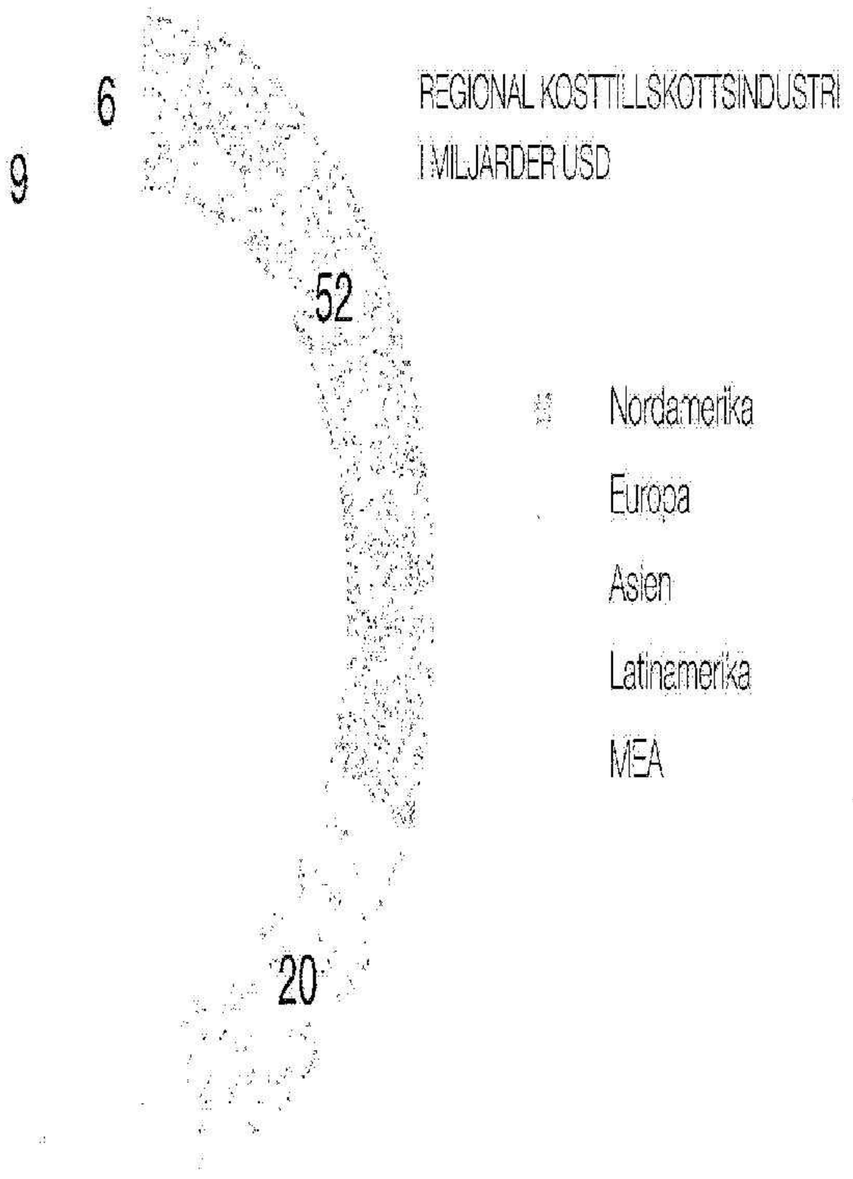
Asien står för nära 50% av det globala marknadsvärdet, Nordamerika representerar cirka 34% och Europa cirka 11%. USA och Kina är de två viktigaste enskilda marknaderna.

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 35% 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.



20240604073349

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 dagligvaruäffärer 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

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 högkvalitativt 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

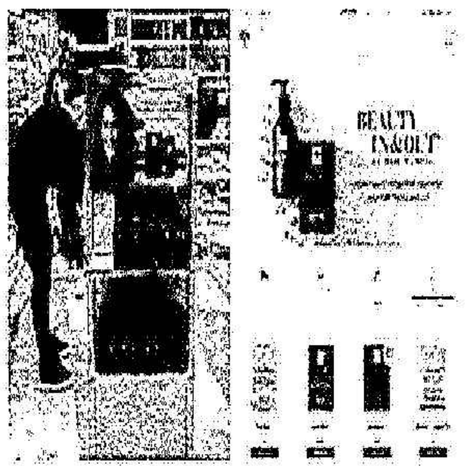
Med hjälp av digital teknik har konsumenterna bättre tillgång till information och val än någonsin tidigare, vilket leder till en förändring av shoppingbeteende och förväntningar. Konsumenterna ser varumärken, inte kanaler, och de vill ha en bekväm och personlig shoppingupplevelse som kombinerar online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

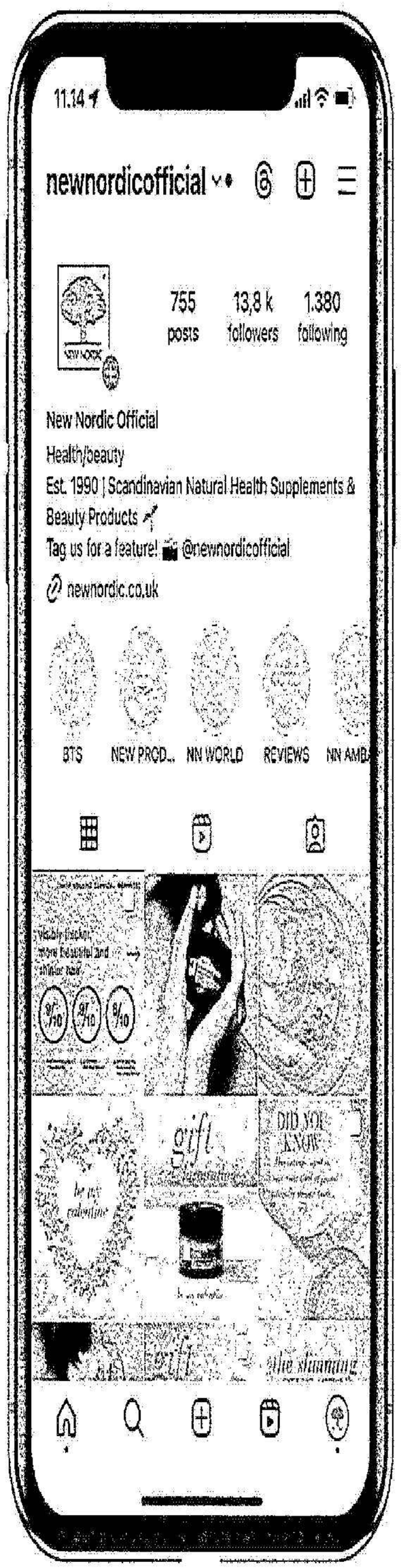
Mass retail Department stores

Trave retail Healthstores



Pharmacies Drugstores E-commerce

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



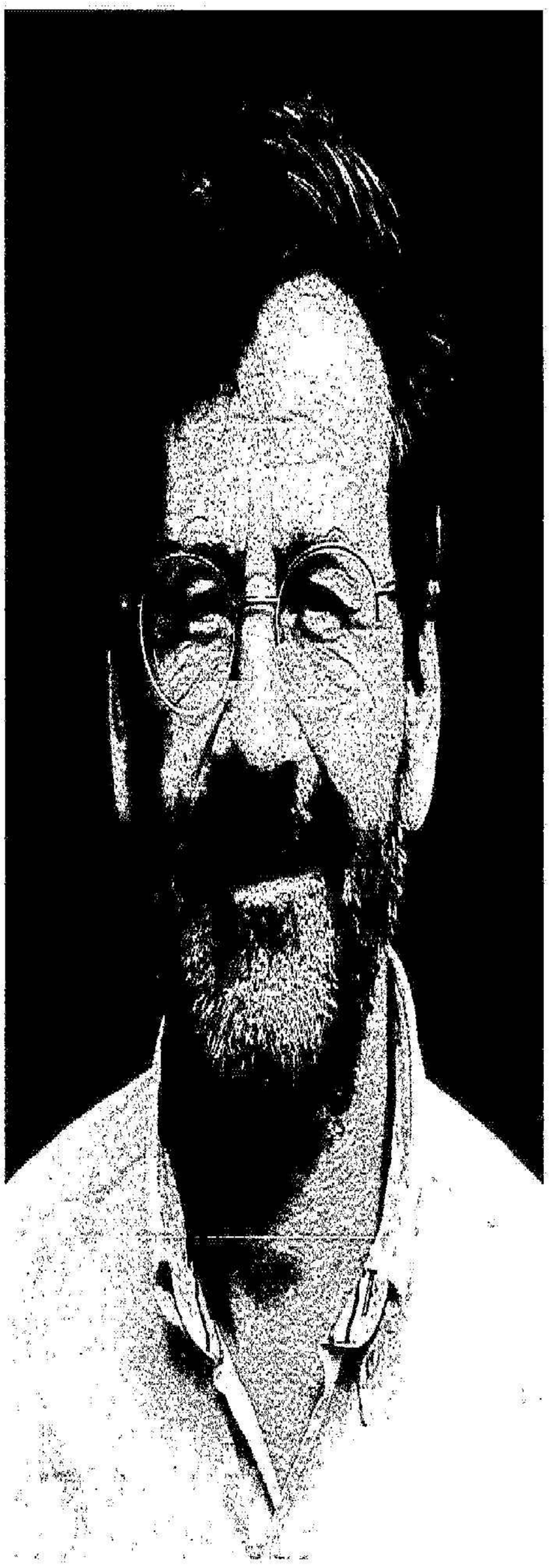
NEW NORDICS DIGITALA RELATION

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.



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".

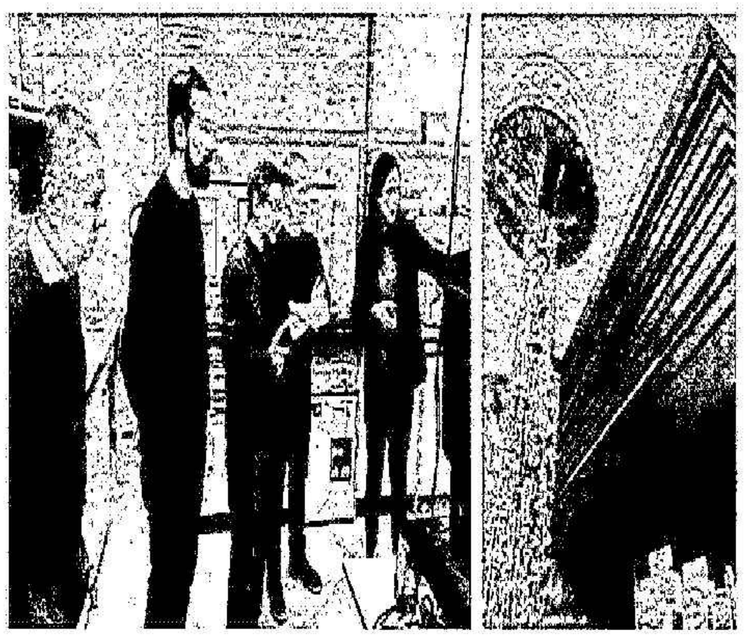
NEW NORDICS *affärsmodell*

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 7,4 (7,1) miljoner kronor per anställd år 2023 är ett bevis på New Nordics effektivitet.

FÖRSÄLJNING PER ANSTÄLLD
SEK 7,4 MILJONER



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 råvaruleverantör så nära originalkällan som möjligt för att kontrollera kvalitet från fält och skog till färdig produkt.

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 råvaruleverantör 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.

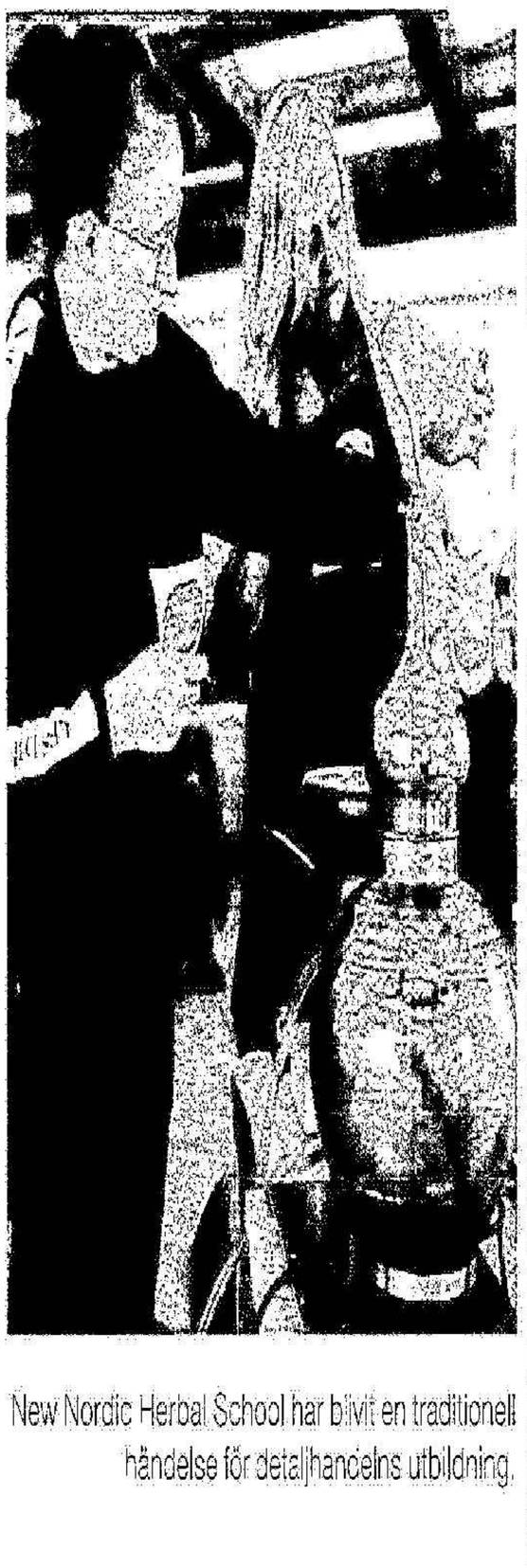
New Nordic strävar efter att varje varumärke alltid ska ha den mest effektiva och användarvänliga produktformule- ringen och presentationen inom sin kategori under förutsättning att pris/ värde förhållandet vänder sig till den breda befolkningen.

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 konkurrenterna inte är villiga att gå för att över- träffa 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.

20240604073555



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 nationella distributörer. Planering och rapportering sker både på landsnivå och på varumärkesnivå.

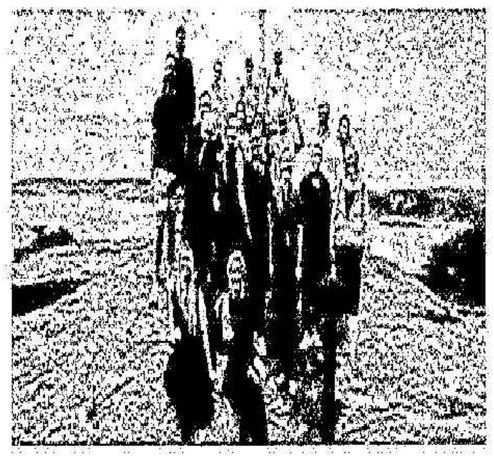
New Nordic är övertygade om att det kräver ett starkt engagemang på nationell, lokal nivå för att skapa tillväxt och bygga varumärken. Det krävs ett tätt samarbete med detaljhandelskunder, butikspersonal och slutkonsumenter.

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 slutkonsumenten med tillägg av marknadsföringsprogram och prismpanjer med återförsäljare. Lokalt i marknaden arrangerar New Nordic information, utbildning och träning för att dela deras kompetens med butikspersonal 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.

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.

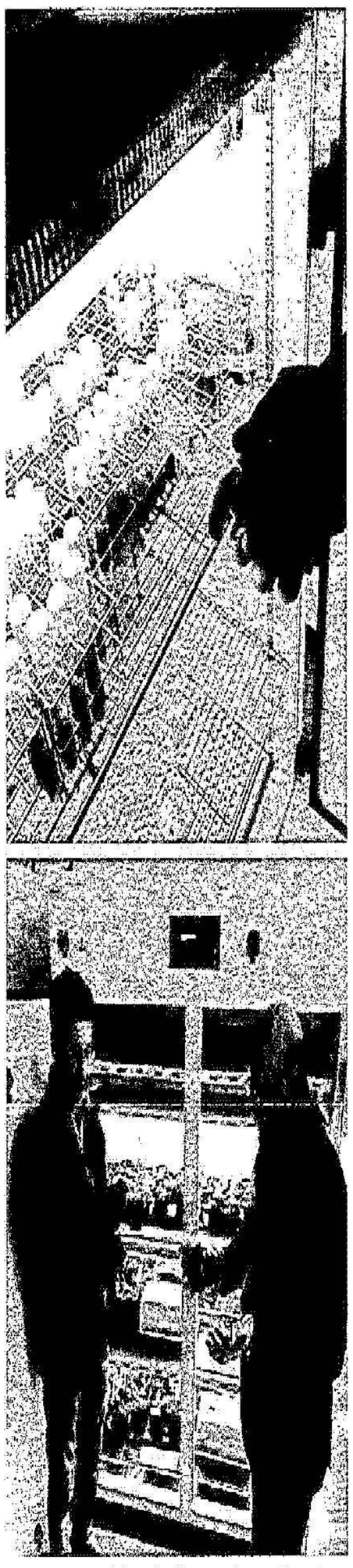
Varje enskilt NPD-projekt bygger på ad hoc-engagemang från världsomspännande specialister, institutioner och konsulter. Ofta görs ett NPD-projekt också i samarbete med råvaruleverantörer. Särskilt när nya processteknologier och nya specifikationer krävs.

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 2023. 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.

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 800 "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 lagstiftningskonsulter 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 kosttilliskott inte märkas med läkemedelsanprisningar, men kan bära hälsopåståenden och näringspåståenden. 2012 genomfördes European Health Claim Directive EC, EC 1924/2006, som för närvarande har

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 påstår att bota, mildra eller behandla en sjukdom, skulle det anses vara ett otillåtet nytt läkemedel och i strid med gällande bestämmelser och stadgar.

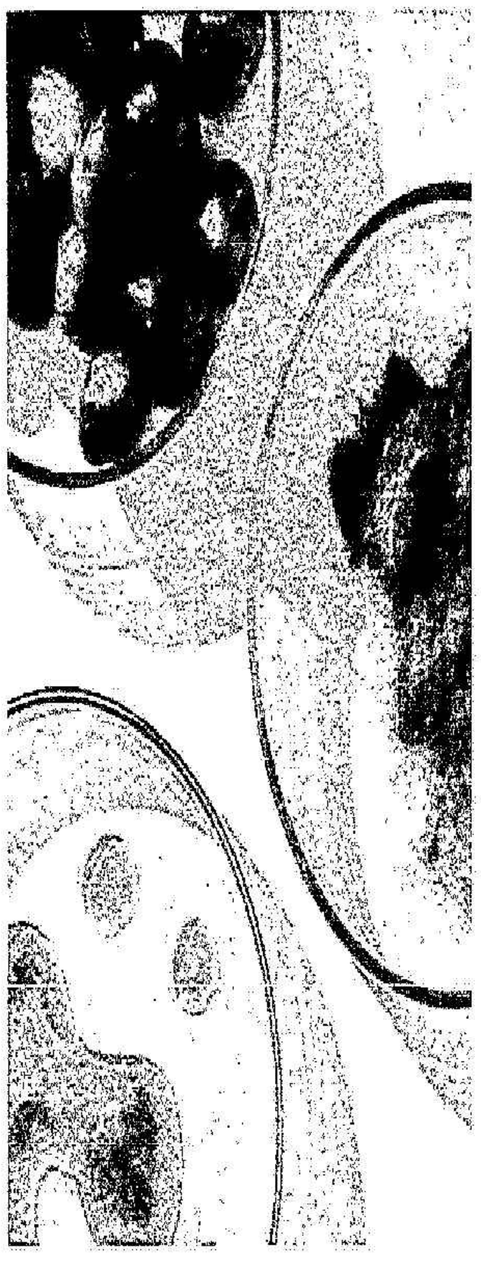
Som FDA anger, i ett svar på denna fråga, får företag som marknadsför kosttillskott framställa struktur/funktionskrav om ett givet tillskott i marknadsföringsmaterialet. Dessa är allmänna krav på att produkten kan stödja kroppens struktur eller funktion. FDA måste noteras om dessa påståenden inom 30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



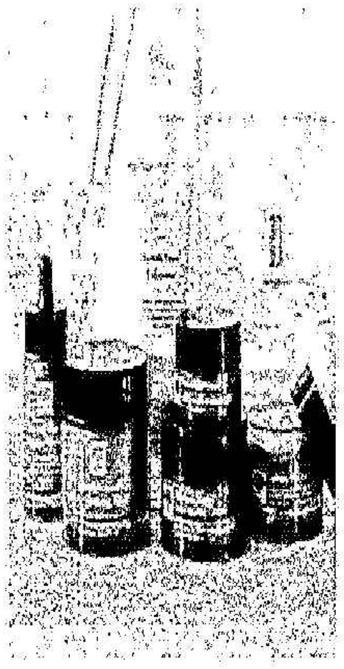
THE POWER *of recognition*

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 medernas effektivitet. New Nordics marknadsföring omfattar alla aspekter av modern marknadsföring och varumärkesbyggande.

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 44 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 155 olika produktformuleringar. Dessa formuleringar är anpassade för olika språk vilket gör att det totala antalet Stock Keeping Units, SKUs är 800.
New Nordic kategoriserar produkterna i 3 kategorier:
Kosttillskott för vitalitet, Beauty In & Out™ hudvård och Beauty In & Out™ hårvård.

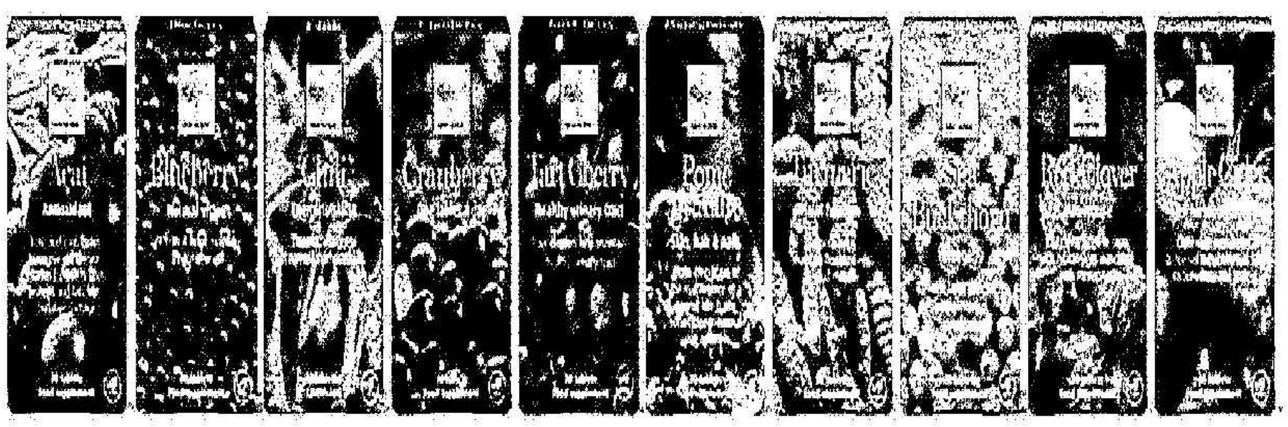
Vitalitet

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.

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



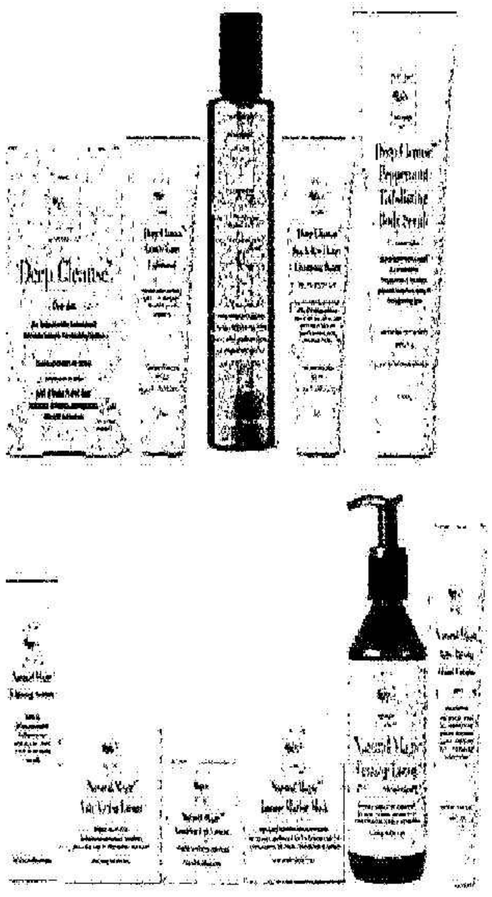
En rad billigare enstaka växtbaserade extrakt rider på vågorna av den nuvarande trenden inom växtbaserade läkemedel.

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.

20240604073365

Beauty In & Out hudvård



EFFEKTIV HUDVÅRD
I HARMONI MED MÄNNISKOR OCH NATUR

Collagen

Effektiva marina koliagentillskott i alla former för att passa alla behov. Collagen Filler™ med kliniska prövningar som visar effekt på rynkor efter 15 dagar.

Deep Cleanse

Rengöring och exfoliering. Naturligt ursprung. Doftfri. Olika nyckelingredienser beroende på rengörande och exfolierande funktion.

Natural Magic

100 procent effektiv. Kraftfull anti-rynk. Extra närande. Naturligt ursprung. Doftfri. Nyckelingredienser: Högkoncentrerade örtsymfonier baserade på Astaxanthin och granatäpple. Tillverkad i Skandinavien.

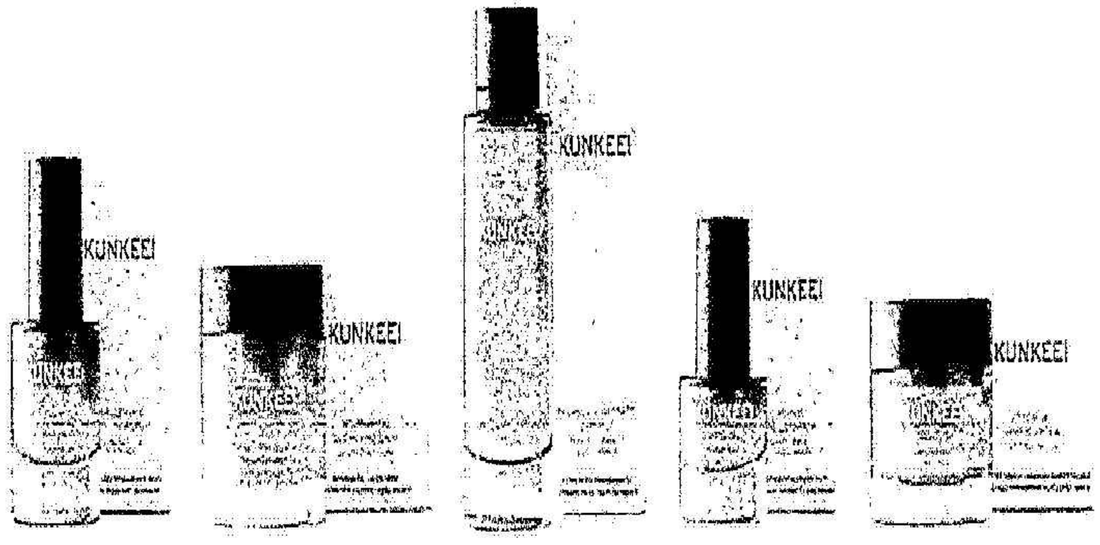
Pigment Clear

Korrigering av mörka fläckar. Naturligt ursprung. Doftfri. Nyckelingredienser: Indisk krusbär, vit mullbär och ros.

Hyaluronic Active

Återfuktande fyllmedel mot rynkor. Ren och perfekt för känslig hud. Naturligt ursprung. Fri från doft och eteriska oljor. Nyckelingrediens: Hyaluronic Acid Complex inspirerat av injektioner med nytt mikrofyllmedel hyaluronsyra.

Kunkeei



Kunkeei®

Teknologi från utvinning av honung från svarta bin med exeptionell antirynk behandling som är 100% naturlig. Fri från doft och eteriska oljor. Nyckelingrediens: Fermenterad honung från svarta bin.

20240604073647

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 distributor i Frankrike

Omsättningen fördelad per geografiskt område omräknat till svenska kronor	2023 MSEK	2023 Procent	2022 MSEK	2022 Procent
Norden	169	32	155	32
Övriga Europa	194	36	187	38
Nordamerika	147	28	128	26
Övriga världen	24	4	17	4

NEW NORDIC HEALTHBRANDS AB (publ)
KONCERNTRÄD AV AKTIVA BOLAG
DECEMBER 2023

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.

STRATEGI

NEW NORDIC STRATEGI | NEW NORDIC SÄTT

TILLVÄXTMOTORER | VINNANDE TILLGÅNGAR

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 bruttomarginaler 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.

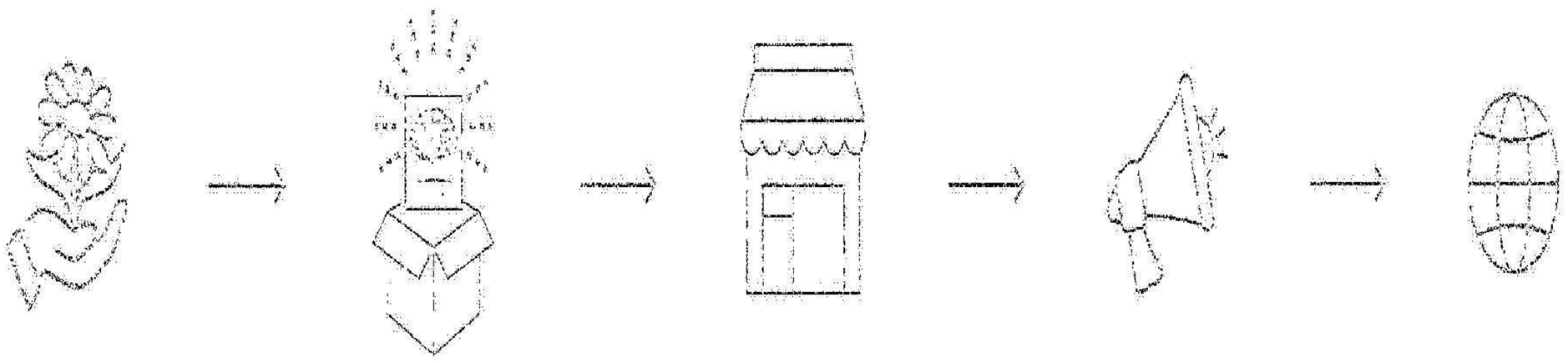
3. Marknadsinvesteringar

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 till 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.

NEW NORDICS *affärsmodell*



PRODUKTER-BJUDANDE

- Erbjuda **effektiva och naturliga lösningar** för hälso-och skönhetsbehov
- Bibehålla ett **kreativt arbetssätt** i vårt innovationsarbete (+ utveckla specifika lokala behov – USA och Asien)
- Upptäcka nya behov vi kan tillfredsställa

ETT VARUMÄRKE

- Ett **globalt varumärke**
- Stärka New Nordics visuella identitet/image som **"A Scandinavian health and beauty house"**

STARK DISTRIBUTION

- **Fokus** på apotek, hälso-och e-handels butiker
- Digital kommunikation och **direktförsäljning** till våra konsumenter
- Uppnå anseende som en **lokal aktör** på respektive marknad

MARKNADSFÖRINGENS MÄSTARE

- Behärska och genomföra **trovärdig** marknadsföring inom alla typer av media
- Berättelser via "Kund Case" och **"vetenskapliga genombrott"**
- Varje produkt marknadsförs som en **individuell** lösning på ett unikt problem

GLOBAL AFFÄR

- Eftersträva nya affärsmöjligheter via expansion på **nya marknader**
- På redan etablerade marknader fördjupa och kapitalisera på den **potential** som finns där

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"

Growth in the business in Canada, UK, Germany, Denmark and China.

Turnaround and growth in USA.

Roll-out of Hair Volume Post Menopause, Magic Magnesium, and Lions Mane in more markets.

Roll-out of Beauty In & Out to more markets.

20240604073733

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

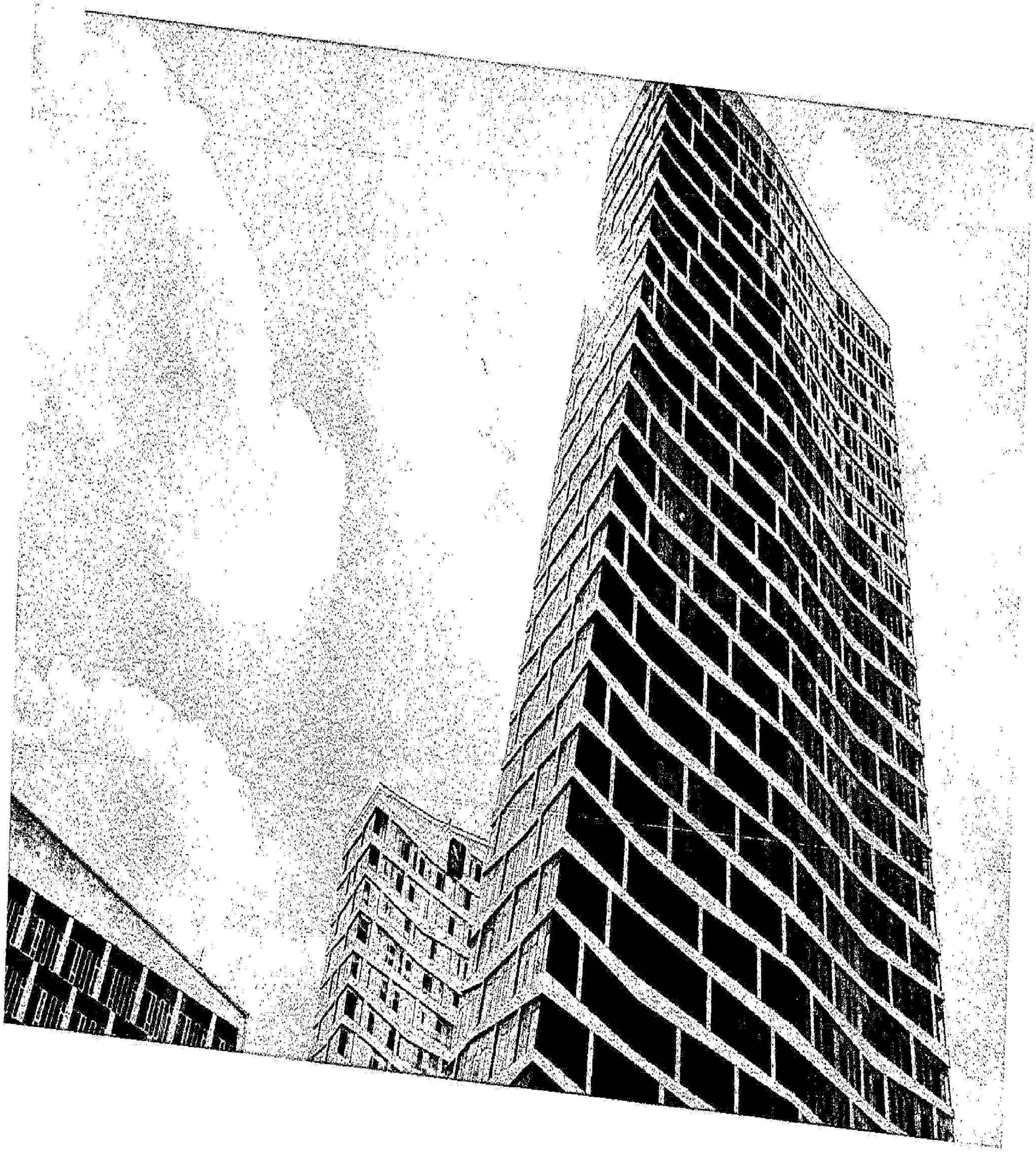
När kulturen är stark kan du lita på att alla gör rätt sak.

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.

20240604073741

STYRELSEN



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 48

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 48

KIRSTEN ÆGIDIUS
FÖDD 1966

Kisten Ægidius utsågs till 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, Hälmaregatan 3, 211 18 Malmö. Deloitte AB, Henrik Ekström, är New Nordics revisor sedan årsstämman 2022. Henrik Ekström är medlem i branschorganisationen för revisorer, FAR.

LEDNINGSGRUPP

Den består av Ivan Ruscic CFO och Karl Kristian Bergman Jensen VD.

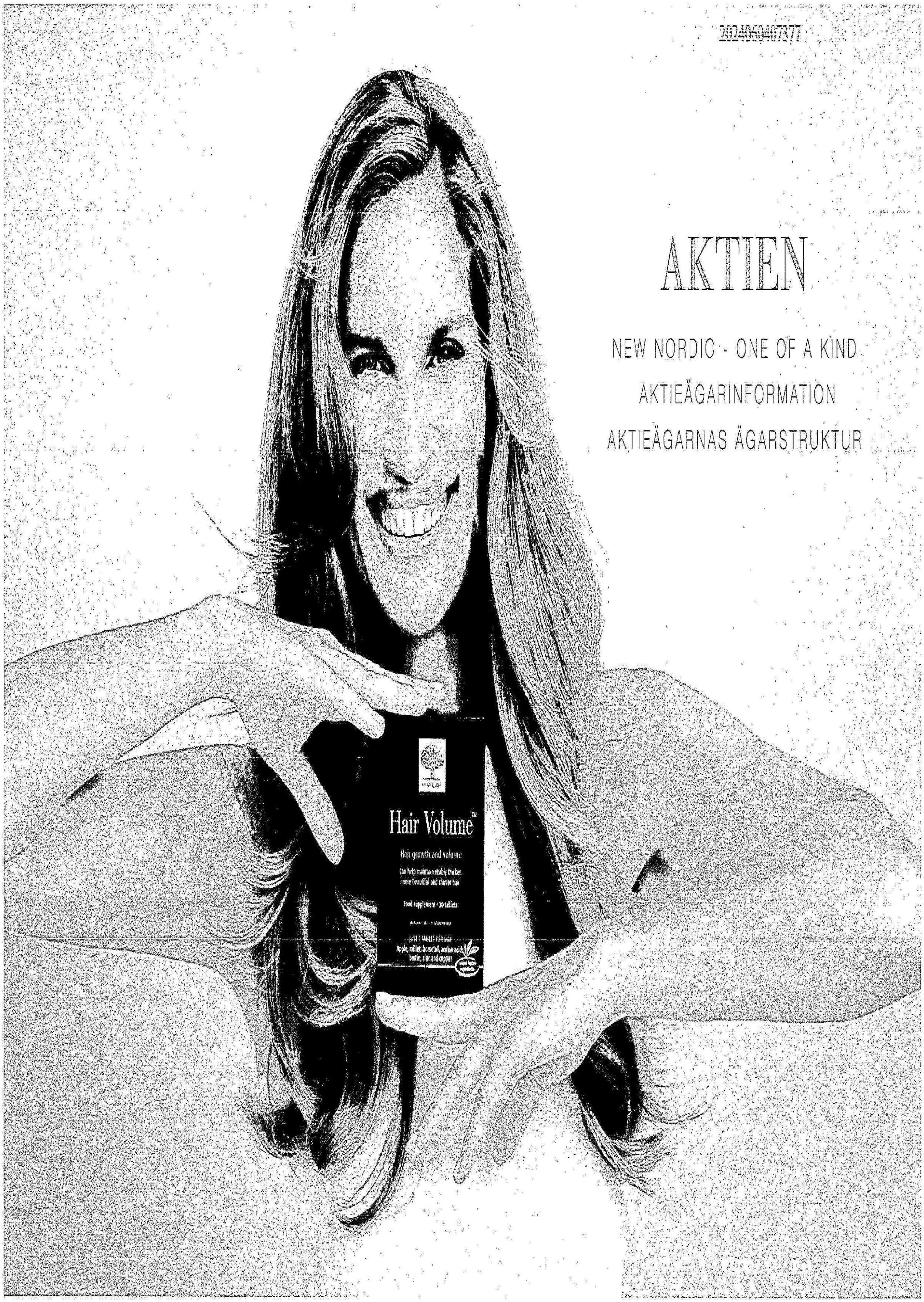
20240506104737377

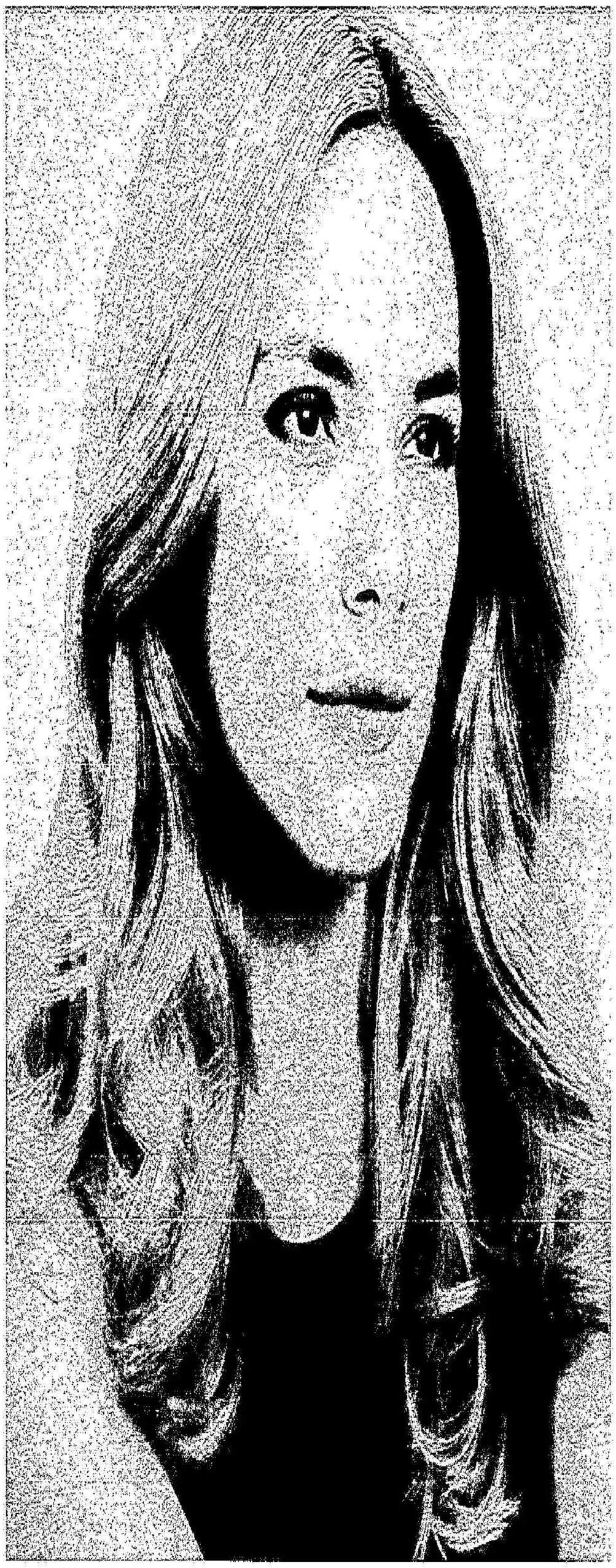
AKTIEN

NEW NORDIC - ONE OF A KIND

AKTIEÄGARINFORMATION

AKTIEÄGARNAS ÄGARSTRUKTUR





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.

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

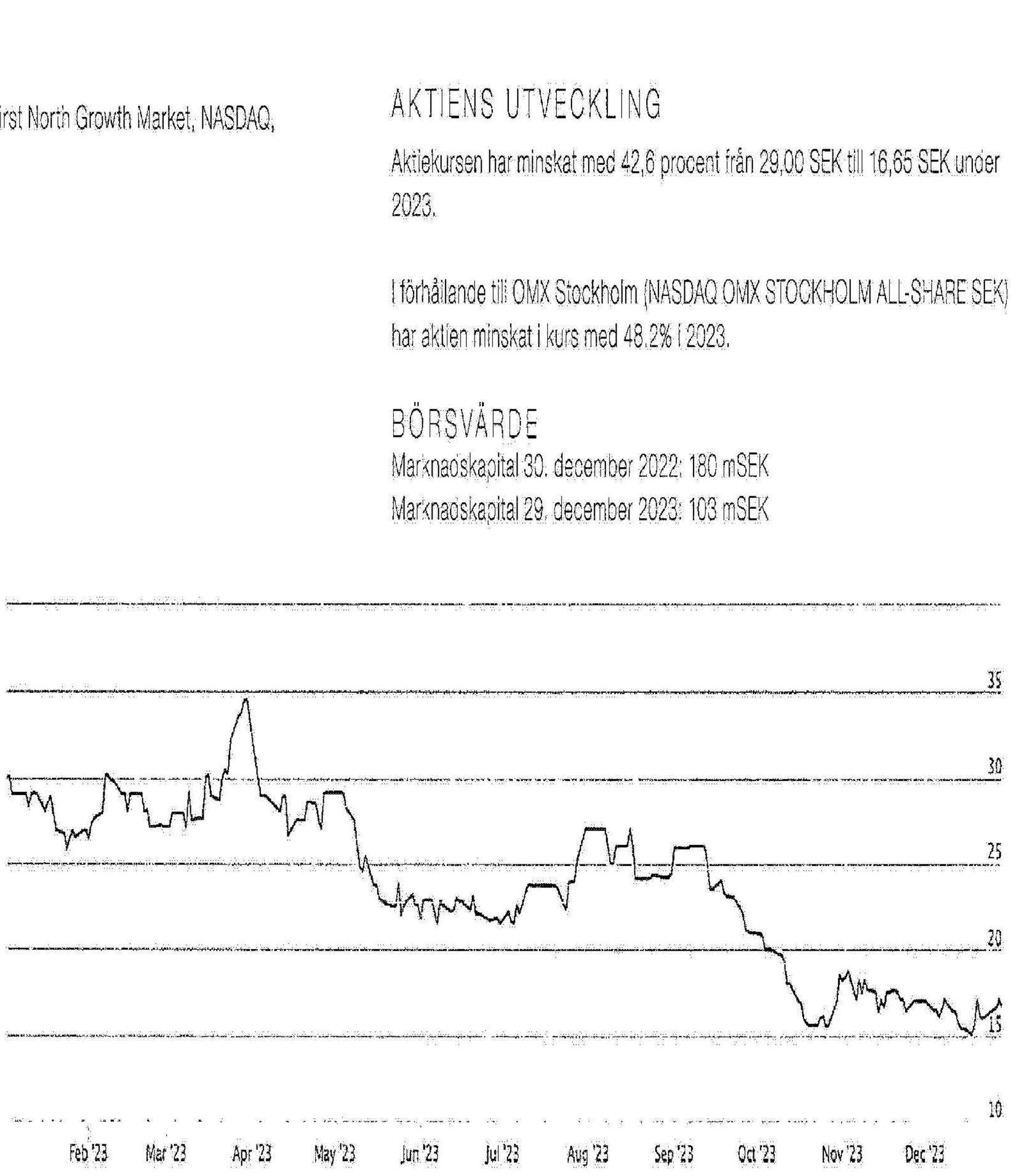
AKTIENS UTVECKLING

Aktiekursen har minskat med 42,6 procent från 29,00 SEK till 16,65 SEK under 2023.

I förhållande till OMX Stockholm (NASDAQ OMX STOCKHOLM ALL-SHARE SEK) har aktien minskat i kurs med 48,2% i 2023.

BÖRSVÄRDE

Marknadskapital 30. december 2022: 180 mSEK
Marknadskapital 29. december 2023: 103 mSEK



DAGLIGT OMSATT AKTIEKURS FÖR DE NEW NORDIC HEALTHBRANDS AB-AKTIEN PÅ FIRST NORTH, NASDAQ, STOCKHOLM

AKTIEÄGARE

ägarstruktur

Per den 29 december 2023 var antalet unika aktieägare som innehar minimum 500 aktier 106. Total antal aktieägare var 570.

Det sammanlagda aktieinnehavet i de tio största aktieägarna var 92,3 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 29 december 2023. Uppgifterna i tabellen är baserade på information från Euroclear Sweden AB.

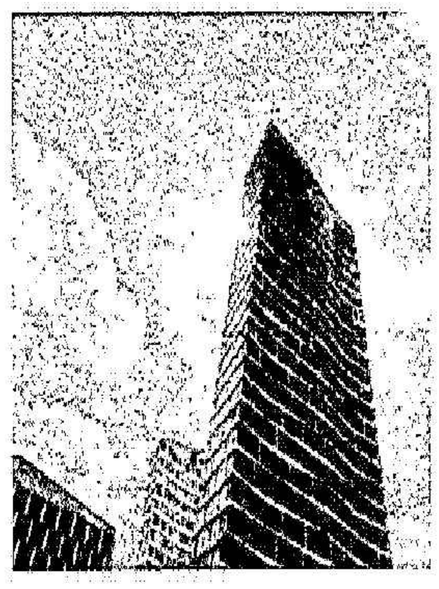
AKTIEÄGARE PER 29 DECEMBER 2023

Aktieägare	Antal aktier	Ägarandel
Fjord Capital APS	2 318 684	37.43 %
UBS Switzerland AG*	1 268 924	20.48 %
Bank Julius Baer & Co Ltd*	965 000	15.58 %
Six Sis AG, W8IMY	292 466	4.72 %
Knock, Christian	205 197	3.31 %
BFCM P/C CIC Sweden OPCVM LT	201 995	3.26 %
Andersson Löfstrom John	167 434	2.70 %
Försakringsaktiebolaget, Avanza Pension	133 700	2.16 %
T. J. Finninge Holding ApS	117 342	1.89 %
Nordnet Pensionsförsäkring AB	49 590	0.80 %
Summa 10 största ägare	**5 720 332**	92.33 %
Summa övriga	**474 868**	7.67 %
Totalt antal aktier	**6 195 200**	100.00 %

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

*Vaccinium Holding ApS, Danmark äger 2 233 924 aktier (36,06%). 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.

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: Tisdagen den 30 april 2024 kl. 10.00

ANMÄLAN

Aktieägare som önskar deltaga i årsstämman skall dels vara införd i den av Euroclear Sweden AB förda aktieboken per måndagen den 22 april 2024. 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 onsdagen den 24 april 2024 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 måndagen den 22 april 2024. 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 2023.

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 Kirsten Ægidius Lennart Sjölund, Marinus Blaabjerg Sörensen samt Karl Kristian Bergman Jensen. Till styrelsens ordförande föreslås Lennart Sjölund. Nyval av styrelseledamot föreslås Carina Brorman.

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

Punkten 15 - Beslut avseende valberedning
Valberedningen representerade 78 procent av bolagets röster den 31 december 2023. För information om valberedningens sammansättning och dess arbete under året hänvisas till New Nordic Healthbrands AB:s hemsida: www.newnordicinvestor.com.

Det föreslås att årsstämman 2024 fastställer att samma principer som antogs vid föregående årsstämma 2023 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 9 april 2024 och sänds till aktieägare som så begär och uppger sin postadress.

Malmö i mars 2024
Styrelsen
New Nordic Healthbrands AB (publ)

2023
ÅRS- OCH KONCERNREDOVISNING

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

FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

Styrelsen och verkställande direktören för New Nordic Healthbrands AB (publ) avger härmed årsredovisning och koncernredovisning för räkenskapsåret 2023. 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 egna 24 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 44 länder runt om i världen. Koncernstrukturen framgår av not 18.

VÄSENTLIGA HÄNDELSER UNDER RÄKENSKAPSÅRET

Under 2023 fokuserade New Nordic fortsatt på att navigera i en orolig omvärld genom att hålla en stadig kurs och fortsätta att implementera den strategi som givit oss historiska framgångar med god tillväxt och goda resultat. Det visade sig framgångsrikt då vi såg tillväxt i försäljningen under 2023 även om resultatet inte var tillfredsställande är det en positiv signal att kunderna fortsatt är intresserade av våra produkter trots den oroliga omvärlden med inflation och flertalet platser med oroligheter och krig. Under året har koncernens COO/CMO lämnat efter knappt ett år på posten vilket gjort att övriga personer har fått ta ett större ansvar under senare delen av året och en ledningsgrupp bestående av CEO och CFO består vid utgången av 2023.

Omsättningen ökade med 9,5 procent till 534 miljoner kronor. Försäljningen ökade i samtliga geografiska områden med den största ökningen i Nordamerika. Bolaget startade inte försäljning i nya länder under året. Den geografiska omsättningen fördelade sig med 32 procent av försäljningen i Norden, 36 procent i övriga Europa, 28 procent i Nordamerika och 4 procent i Asien/Australien.

Bruttomarginalen var i nivå med föregående år och landade på 65,2 procent 2023 mot 65,3 procent 2022. Den oförändrade marginalen förklaras av liknande produktmix och liknande kampanjrabatter på flertalet marknader. Under året har kostnaderna ökat och New Nordic har också ökat priserna. Företaget minskade marknadsföringskostnaderna under 2022 men ökade dem igen 2023 av strategiska orsaker. Antalet anställda var sammantaget stabilt med ett par fler anställda än 2023. Kostnaden för personal ökade med sexton procent och övriga externa kostnader inklusive marknadsföring ökade med sju procent. Den svenska kronan var relativt stabil mot för koncernen andra viktiga valutor som EUR, GBP och USD.

EBITDA-marginalen var negativ och uppgick till -0,2%. 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 -3,2 miljoner SEK. Bolagets resultat efter skatt uppgick till -6,2 miljoner kronor. Avkastningen på eget kapital var negativ. Vinst per aktie efter skatt uppgick till -1,00 SEK. Omsättningen i moderbolaget ökade till 197 miljoner kronor. Moderbolagets resultat efter skatt uppgick till -12,2 Mkr. Moderbolagets egna kapital uppgick vid årets slut till 63,9 miljoner kronor.

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 2023: Vaccinium Holding ApS, Danmark, 36,06%. 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 i Australien, Kanada, Kina, Danmark, Finland, Frankrike, Tyskland, Nederländerna, Hongkong, Italien, Litauen, Norge, Polen, Portugal, Rumänien, Slovakien, Spanien, Sverige, Schweiz, Storbritannien och USA. Försäljningen i Estland, Lettland och Kazakstan sker via 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 13,8 miljoner i kassa och en solvens på 42,6%. Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -26,9 Mkr och årets kassaflöde uppgick till 3,5 Mkr. Kassaflödet påverkades positivt av minskningen av varulagret med 4,9 Mkr och ökningen av kortfristiga skulder som främst berodde på ökade leverantörsskulder. De kortfristiga fordringarna minskade marginellt.

ORGANISATION

Vid årets slut hade bolaget 73 anställda inklusive ledningen (71), varav 21 män (16) och 52 kvinnor (55). Det finns 22 (22) nationaliteter anställda inom koncernen.

FORSKNING & UTVECKLING

New Nordics forskning & utveckling omfattar litteraturforskning, råvaruforskning, biotillgänglighetsstudier, analyser, 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.

FLERÅRSÖVERSIKT NYCKELTAL

Koncernen	**2023**	**2022**	**2021**	**2020**	**2019**
Nettoomsättning	533 849	487 501	514 845	450 064	452 613
Resultat efter finansiella poster	-5 915	-5 166	27 956	23 293	36 068
Balansomslutning	249 060	251 673	238 351	191 491	197 187
Soliditet	42,6%	44,7%	50,5%	54,7%	51,7%
Antalet anställda vid periodens slut	73	71	72	60	55

Moderbolaget	**2023**	**2022**	**2021**	**2020**	**2019**
Nettoomsättning	197 279	155 011	212 091	166 157	170 086
Resultat efter finansiella poster	-13 309	-15 416	14 355	24 145	17 715
Balansomslutning	153 504	161 122	156 972	134 256	120 911
Soliditet	41,6	47,2%	60,6%	69,0%	65,9%
Antalet anställda vid periodens slut	4	4	4	4	3

UTSIKTER FÖR 2024

Inflationen faller och det förväntas också att räntorna faller under 2024. Vi räknar dock med att många av New Nordics kunders köpkraft påverkas negativt. 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 2024, 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 2024. Bolaget planerar att all tillväxt ska ske organiskt och planerar inget förvärv under 2024 men kan inte utesluta det. Lanseringar i nya hälsokategorier och skönhetskategorier planeras även för 2024.

FÖRSLAG TILL RESULTATDISPOSITION

Moderbolaget
Till årsstämmans förfogande står följande medel

Överkursfond	49 847 516 SEK
Balanserat resultat	17 726 433 SEK
Årets resultat	-12 195 021 SEK
Summa	**55 378 928 SEK**

I ny räkning balanseras	55 378 928 SEK
Summa	**55 378 928 SEK**

Denna årsrapport har godkänts av styrelsen den 27 mars 2024. Årsredovisningen ska överlämnas till årsstämman i Malmö den 30 april 2024.

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.

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 gör New Nordic sitt yttersta 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 utföra det dagliga arbetet i enlighet med New Nordics finanspolicy och rutiner.

20240404073838

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 vid slutet av året, bestående av VD och CFO, 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 möter 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 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

EU-kommissionen räknar med att inflationen sjunker från 6,3 procent 2023 till 3,0 procent 2024. I USA förväntar sig Feds experter en inflation på 2,4 procent för helåret 2024. Även om inflationen väntas falla 2024 är det osäkert när konsumenternas köpvilja och förtroende återgår till nivån före inflationen.

KRIG I EUROPA

Kriget i Ukraina utlöste en massiv chock för den globala ekonomin, särskilt för energi- och livsmedelsmarknaderna, vilket pressade utbudet och pressade upp priserna till oöverträffade nivåer. Jämfört med andra ekonomiska regioner har euroområdet varit särskilt sårbart för de ekonomiska konsekvenserna av Rysslands invasion av Ukraina. Det pågående kriget mellan Israel och Hamas kan påverka de europeiska ekonomierna via lägre regional handel, stramare finansiella villkor, högre energipriser och lägre konsumentförtroende. Oron växer att konflikterna kan eskalera och resultera i ett massivt inflytande på den globala ekonomin. Det påverkar bolaget verksamhet och New Nordic förväntar att det kommer att fortsätta under 2024 och så länge kriget pågår.

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 kompromitteras 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 repre- nerbara 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.

20240620073901

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 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 prooukter 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 DERAS SÄKERHET

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 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.

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 forisatt 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 kapitalutgifts-politik 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 meilan de viktigaste valutor-na 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.

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 immaterielit 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 global: gällande regelverk för intern-prissättning har New Nordic koncernen policys för att prissätta interna transaktioner. Grunden till intempris-sättningen 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 produk-ter 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.

20240604073944

KONCERNENS FINANSIELLA RAPPORTER

KONCERNENS RESULTATRÄKNING
KONCERNENS BALANSRÄKNING
RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRING I KONCERNENS EGET KAPITAL
KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS

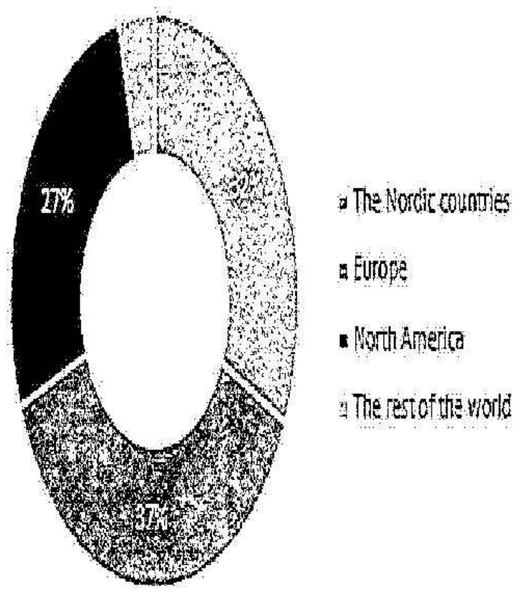
20240604073045

KONCERNENS RESULTATRÄKNING

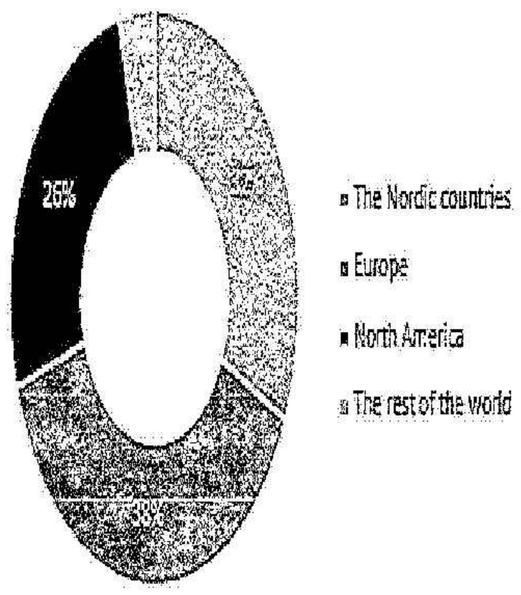
(tSEK)	Not	2023	2022
Rörelsens intäkter			
Nettoomsättning	1	533 849	487 501
		533 849	**487 501**
Rörelsens kostnader			
Handelsvaror		-185 620	-169 001
Övriga externa kostnader	2	-279 473	-261 331
Personalkostnader	3	-70 029	-60 274
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	4	-1 893	-1 644
		-537 014	**-492 250**
Rörelseresultat	5	**-3 165**	**-4 749**
Resultat från finansiella investeringar			
Ränteintäkter och liknande resultatposter	6	76	1 108
Räntekostnader och liknande resultatposter	7	-2 826	-1 525
		-2 749	**-417**
Resultat efter finansiella poster		**-5 915**	**-5 166**
Skatt på årets resultat	8	-280	2 343
Årets resultat		**-6 194**	**-2 823**
Hänförligt till moderföretagets aktieägare		-6 194	-2 823
Resultat per aktie*	9	-1,00	-0,46
Antal aktier		**6 195 200**	**6 195 200**

** Ingen utspädningseffekt*

INTÄKTER PER OMRÅDE 2023



INTÄKTER PER OMRÅDE 2022



20240604073906

KONCERNENS BALANSRÄKNING

(tSEK)	Not	2023	2022
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar			
Licensavtal	10	371	594
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten	10	3 067	2 882
Övriga immateriella tillgångar	10	128	152
		3 567	**3 628**
Materiella anläggningstillgångar			
Maskiner & inventarier	11	4 389	3 155
		4 389	**3 155**
Finansiella anläggningstillgångar			
Uppskjuten skattefordran	12	10 232	6 963
Andra långfristiga fordringar	13	914	583
		11 147	**7 547**
Summa anläggningstillgångar		**19 103**	**14 330**
Omsättningstillgångar			
Varulager m.m.			
Råvaror och förnödenheter		35 720	33 346
Färdiga varor och handelsvaror		69 391	76 812
		105 111	**110 158**
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		85 689	89 005
Övriga fordringar		16 204	18 325
Förutbetalda kostnader & upplupna intäkter	14	9 141	9 153
		111 033	**116 482**
Kassa och bank		**13 813**	**10 703**
Summa omsättningstillgångar		229 957	237 343
SUMMA TILLGÅNGAR		249 060	251 673

(tSEK)	Not	2023	2022
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	15		
Aktiekapital		6 195	6 195
Annat eget kapital ink. årets resultat		99 835	106 377
Eget kapital hänf. till moderföretagets aktieägare		**106 030**	**112 572**
Avsättningar			
Uppskjutna skatteskulder	12	667	0
		667	**0**
Långfristiga skulder			
Övriga skulder		2 184	1 649
		2 184	**1 649**
Kortfristiga skulder			
Checkräkningskredit	16	26 641	48 348
Leverantörsskulder		86 442	66 550
Aktuella skatteskulder		2 009	1 656
Förskott från kund		1 825	0
Övriga skulder		9 726	8 876
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	17	13 538	12 023
		140 180	**137 452**
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		**249 060**	**251 673**

RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRING I KONCERNENS EGNA KAPITAL

	Aktiekapital	Omräknings -reserv	Balanserade vinstmedel inkl. årets resultat	Total eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare
Ingående balans eget kapital 1 jan, 2022	**6 195**	**518**	**113 603**	**120 316**
Årets 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**
Ingående balans eget kapital 1 jan, 2023	**6 195**	**3 341**	**103 036**	**112 572**
Årets resultat	0	0	-6 194	-6 194
Omräkningsreserv	0	-348	0	-348
Summa periodens resultat	**0**	**-348**	**-6 194**	**-6 542**
Summa transaktioner med ägare	0	0	0	0
Utgående balans eget kapital 31 dec, 2023	**6 195**	**2 993**	**96 842**	**106 030**

20240604073938

KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS

(tSEK)	Not	2023	2022
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN			
Rörelseresultat		-3 165	-4 749
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet			
Avskrivningar och nedskrivningar	4	1 893	1 644
Övriga justeringar		349	-287
Erhållen ränta		76	5
Erlagd ränta		-2 826	-1 525
Betald inkomstskatt		21	-7 178
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital		**-3 651**	**-12 090**
Förändringar i rörelsekapital			
Förändring av varulager		4 914	6 299
Förändring av fordringar		2 755	-10 446
Förändring av kortfristiga skulder		24 010	786
Kassaflöde från den löpande verksamheten		**28 027**	**-15 451**
INVESTERINGSVERKSAMHETEN			
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	10	-922	-1 361
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	11	-2 144	-1 593
Försäljning inventarier		0	287
Förändring andra långfristiga fordringar		-331	48
Kassaflöde från investeringsverksamheten		**-3 396**	**-2 619**
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN			
Utdelning		0	-7 744
Förändring övriga långfristiga skulder		535	412
Upptagna kortfristiga lån		0	23 921
Amortering kortfristiga lån		-21 707	0
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		**-21 171**	**16 589**
Årets kassaflöde		**3 460**	**-1 481**
Likvida medel vid årets början		**10 703**	**11 884**
Omräkningsdifferens likvida medel		**-349**	**300**
Likvida medel vid årets slut		**13 813**	**10 703**

MODERBOLAGETS
FINANSIELLA RAPPORTER

MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING
MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING
REDOVISNING AV FÖRÄNDRING I MODERBOLAGETS EGET KAPITAL
MODERBOLAGETS KASSAFLÖDESANALYS

NEW NORDIC

Lion's Mane™
Active Brain

Mental performance and memory

Iodine contributes to normal cognitive functions such as memory and attention
Pantothenic acid contributes to normal mental performance

MANUFACTURED IN SWEDEN

JUST ONE TABLET PER DAY
Lion's mane mushroom, pine bark, long pepper, B vitamins & iodine

Food supplement • 30 tablets

with natural ingredients

MODERBOLAGETS RESULTATRÄKNING

(tSEK)	Not	2023	2022
Rörelsens intäkter			
Nettoomsättning	1	197 243	154 925
Övriga rörelseintäkter		36	86
		197 279	**155 011**
Rörelsens kostnader			
Handelsvaror		-156 265	-124 356
Övriga externa kostnader	2	-54 818	-46 383
Personalkostnader	3	-6 629	-6 355
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	4	-709	-585
		-218 421	**-177 679**
Rörelseresultat	5	**-21 142**	**-22 668**
Resultat från finansiella investeringar			
Resultat från andelar i koncernföretag	6	9 835	8 468
Ränteintäkter och liknande resultatposter	6	108	32
Räntekostnader och liknande resultatposter	7	-2 110	-1 247
		7 833	**7 253**
Resultat efter finansiella poster		**-13 309**	**-15 415**
Bokslutsdispositioner			
Förändring periodiseringsfond		0	8 200
Mottaget koncernbidrag		1 114	2 441
		1 114	**10 641**
Skatt på årets resultat	8	0	0
ÅRETS RESULTAT		**-12 195**	**-4 774**

MODERBOLAGETS BALANSRÄKNING

(tSEK)	Not	2023	2022
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar			
Varumärke	10	0	0
Licensavtal	10	371	594
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten	10	2 718	2 179
		3 089	**2 773**
Materiella anläggningstillgångar			
Inventarier	11	2 204	1 210
		2 204	**1 210**
Finansiella anläggningstillgångar			
Andelar i koncernföretag	18	30 836	30 836
Fordringar hos koncernföretag	19	2 425	4 364
Andra långfristiga fordringar	13	654	351
		33 915	**35 551**
Summa anläggningstillgångar		**39 208**	**39 534**
Omsättningstillgångar			
Varulager			
Råvaror och förnödenheter		35 718	32 357
Färdiga varor och handelsvaror		24 954	23 911
		60 672	**56 268**
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		2 974	3 843
Fordringar hos koncernföretag		47 022	56 701
Aktuella skattefordringar		250	2 895
Övriga fordringar		2 246	1 202
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	14	1 128	675
		53 620	**65 316**
Kassa och bank		4	4
Summa omsättningstillgångar		114 296	121 588
SUMMA TILLGÅNGAR		153 504	161 122

(tSEK)	Not	2023	2022
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	15		
Bundet eget kapital			
Aktiekapital		6 195	6 195
Fond för utvecklingsutgifter		2 335	1 797
		8 530	**7 992**
Fritt eget kapital			
Överkursfond		49 848	49 848
Balanserat resultat		17 726	23 039
Årets resultat		-12 195	-4 774
		55 379	**68 113**
Summa eget kapital		**63 909**	**76 105**
Kortfristiga skulder			
Checkräkningskredit	16	24 665	47 474
Leverantörsskulder		40 878	26 399
Skulder till koncernföretag		20 064	8 684
Förskott från kund		1 825	0
Övriga skulder		75	78
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	17	2 088	2 382
		89 595	**85 017**
Summa eget kapital och skulder		**153 504**	**161 122**

RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRING I MODERBOLAGETS EGNA KAPITAL

2022 (tSEK)	Aktiekapital	Fond för utvecklingsutgifter	Överkursfond	Balanserat resultat	Årets resultat	Totalt
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**

2023 (tSEK)						
Ingående eget kapital 1 jan, 2023	**6 195**	**1 797**	**49 848**	**23 040**	**-4 774**	**76 105**
Föregående års resultat	0	0	0	-4 774	4 774	0
Överföring till fond för utvecklingsutgifter	0	538	0	-539	0	0
Årets resultat	0	0	0	0	-12 195	-12 195
Utgående eget kapital 31 dec, 2023	**6 195**	**2 334**	**49 848**	**17 727**	**-12 195**	**63 909**

MODERBOLAGETS KASSAFLÖDESANALYS

(tSEK)	Not	2023	2022
Den löpande verksamheten			
Rörelseresultat		-21 142	-22 668
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet			
Avskrivningar och nedskrivningar	4	709	585
		-20 433	**-22 083**
Erhållen ränta		108	32
Erlagd ränta		-2 110	-1 247
Betald inkomstskatt		2 645	-2 668
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital		**-19 790**	**-25 966**
Förändringar i rörelsekapital:			
Förändring av varulager		-4 403	-179
Förändring av kortfristiga fordringar		9 052	1 357
Förändring av kortfristiga skulder		27 386	-367
Kassaflöde från den löpande verksamheten		**12 245**	**-25 155**
Investeringsverksamheten			
Förvärv av dotterföretag		0	0
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar		-849	-828
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	10	-1 170	-1 018
Kassaflöde från investeringsverksamheten	11	**-2 019**	**-1 846**
Finansieringsverksamheten			
Utdelning till aktieägare		0	-7 744
Utdelning från dotterbolag		9 835	8 468
Mottagna koncernbidrag		1 114	2 441
Förändring långfristiga fordringar		1 635	-1 399
Förändring av checkräkningskredit		-22 810	25 235
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		**-10 226**	**27 001**
Årets kassaflöde		**0**	**0**
Likvida medel vid årets början		**4**	**4**
Likvida medel vid årets slut		**4**	**4**

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.

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.

Koncerninterna fordringar och skulder, intäkter och kostnader samt orealiserade vinster eller förluster som uppkommer vid transaktioner mellan koncernföretag, elimineras i sin helhet.

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.

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.

Ränta: 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.

ANLÄGGNINGS-TILLGÅNGAR

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 3-8 år

LEASING

Leasingavtal där, i allt väsentligt, alla risker och förmåner 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.

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 för pensioner har gjorts enligt olika pensionsplaner enligt normaltgällande regler för 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.

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.

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 för att identifiera inkuras och storlek på inkuransreserv.

Kundfordringar bedöms löpande och vid behov görs adekvata reserveringar som bygger på betalningshistorik, åldersstruktur samt kundtyp. Om det råder osäkerhet om kreditvärdighet och betalningsvillighet krävs kunden på förskottsbetalning.

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 produkter i form av kosttillskott, skönhetsprodukter och närliggande produkter. Försäljningen sker inom fyra geografiska områden.

Geografiska områden	Nettoomsättning 2023	Nettoomsättning 2022
Norden	168 643	155 038
Övriga Europa	194 490	186 981
Nordamerika	146 705	127 931
Övriga världen	24 011	17 551
	533 849	**487 501**

Moderbolaget har under året sålt produkter för 22 136 kSEK (16 164 kSEK) till externa kunder och 175 143 kSEK (138 847 kSEK) till interna kunder. Av moderbolagets inköp avser 27,0% (24,2%) inköp från andra koncernföretag.

Not 2. Upplysning om revisors arvode

Arvode och kostnadsersättning	Koncernen 2023	Koncernen 2022	Moderbolag 2023	Moderbolag 2022
Deloitte				
Revisionsuppdrag	469	380	392	305
Revision utöver revisionsuppdraget	0	0	0	0
Skatterådgivning	0	0	0	0
Övriga tjänster	0	0	0	0
Ernst & Young				
Revisionsuppdrag	47	131	0	89
Revision utöver revisionsuppdraget	0	0	0	0
Skatterådgivning	0	30	0	30
Övriga tjänster	0	0	0	0
RSM Richter Chamberland				
Revisionsuppdrag	482	406	0	0
Revision utöver revisionsuppdraget	0	0	0	0
Skatterådgivning	68	61	0	0
Övriga tjänster	84	0	0	0
Övriga revisorer*				
Revisionsuppdrag	532	292	0	0
Revision utöver revisionsuppdraget	0	0	0	0
Skatterådgivning	0	0	0	0
Övriga tjänster	0	0	0	0
Totalt	**1 682**	**1 461**	**392**	**424**

** Övriga revisorer avser främst Harmer & Slater i England.*

Med revisionsuppdrag avses revisorns ersättning för den lagstadgade revisionen. Arvodet innefattar granskningen av årsredovisningen och bokföringen, styrelsens och den verkställande direktörens förvaltning samt arvode för revisionsrådgivning som lämnats i samband med revisionsuppdraget. Revision utöver revisionsuppdraget avser övriga kvalitetssäkringstjänster.

Not 3. Personal

Medelantalet anställda	2023 Antal anställda	2023 Varav män	2022 Antal anställda	2022 Varav män
Moderbolaget i Sverige	4	75%	4	75%
Dotterföretag				
Sverige	4	0%	4	0%
Danmark	24	21%	21	19%
Norge	4	25%	3	0%
Finland	1	0%	1	0%
Baltikum	12	33%	13	31%
Tyskland	3	67%	4	25%
Polen	2	50%	2	50%
Rumänien	1	0%	1	0%
Storbritannien	3	0%	3	0%
Kanada och USA	7	43%	8	25%
Hong Kong	0	0%	0	0%
Kina	0	0%	0	0%
Italien	2	50%	2	50%
Spanien	0	0%	0	0%
Holland	2	0%	1	0%
Frankrike	0	0%	0	0%
Schweiz	0	0%	0	0%
Australien	2	0%	2	0%
Totalt dotterföretag	**67**	**25%**	**65**	**20%**
Koncernen totalt	**71**	**28%**	**69**	**23%**

Könsfördelning bland ledande befattningshavare	Koncernen 2023	Koncernen 2022	Moderbolag 2023	Moderbolag 2022
Fördelning mellan kvinnor och män i företagens styrelser:				
Kvinnor	27%	26%	25%	40%
Män	73%	74%	75%	60%
Fördelning mellan kvinnor och män i företagsledningen:				
Kvinnor	37%	37%	0%	0%
Män	63%	63%	100%	100%

Löner och andra ersättningar	2023 Löner och andra ersättningar	2023 Sociala kostnader	2022 Löner och andra ersättningar	2022 Sociala kostnader
Löner och andra ersättningar				
Moderbolaget	4 795	1 813	3 941	1 855
(varav pensionskostnad)		1 002		1 038
Dotterföretag	53 994	7 587	44 748	7 252
(varav pensionskostnad)		4 963		4 510
Koncernen totalt	**58 780**	**9 400**	**48 689**	**9 107**
(varav pensionskostnad)		5 965		5 548

	2023			2022		
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	2 744	2 051	4 795	2 581	1 360	3 941
Dotterföretag	0	2 746	2 746	0	2 657	2 657
Sverige totalt	**2 744**	**4 797**	**7 541**	**2 581**	**4 017**	**6 598**
Dotterföretag utomlands						
Danmark	1 987	26 139	28 126	1 611	19 588	21 199
Norge	0	2 130	2 130	0	2 035	2 035
Finland	0	1 032	1 032	0	838	838
Baltikum	0	4 480	4 480	0	4 411	4 411
Tyskland	0	1 798	1 798	0	1 588	1 588
Storbritannien	0	2 000	2 000	0	1 752	1 752
Schweiz	0	368	368	0	191	191
Polen	0	1 278	1 278	0	1 026	1 026
Kanada och USA	0	5 607	5 607	0	5 257	5 257
Italien	0	1 712	1 712	0	1 507	1 507
Australien	0	1 314	1 314	0	1 301	1 301
Rumanien	0	220	220	0	192	192
Holland	0	1 184	1 184	0	794	794
Dotterföretag utomlands totalt	**1 987**	**49 261**	**51 248**	**1 611**	**40 480**	**42 091**
Total löner och ersättningar	**4 731**	**54 058**	**58 789**	**4 192**	**44 497**	**48 689**

Löner och ersättningar ledande befattningshavare

Koncernen 2023	Lön	Styrelsearvode	Pensionskostnad	Totalt
Styrelsens ordförande	0	195	0	195
Styrelseledamöter	0	260	0	260
Verkställande direktör	2 289	0	0	2 289
Koncernen totalt	**2 289**	**455**	**0**	**2 744**

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**

Moderbolaget 2023	Lön	Styrelsearvode	Pensionskostnad	Totalt
Styrelsens ordförande	0	195	0	195
Styrelseledamöter	0	260	0	260
Verkställande direktör	2 289	0	0	2 289
Moderbolaget totalt	**2 289**	**455**	**0**	**2 744**

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**

Koncernens ledande befattningshavare, tillika VD och styrelse, utgörs av totalt 4 st (5 st) personer. Styrelsearvode har under året utgått med 455 kSEK (585kSEK) fördelat på 195 kSEK (195 kSEK) till styrelsens ordförande och vardera 130 kSEK (130 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.

20240604074712

Not 4. Fördelning avskrivningar

	Koncernen 2023	Koncernen 2022	Moderbolag 2023	Moderbolag 2022
Avskrivningar enligt plan				
Licenser	-223	-223	-223	-223
Balanserade utvecklingsutgifter	-672	-575	-310	-240
Övriga immateriella tillgångar	-89	-22	0	0
Inventarier	-910	-824	-176	-122
Summa	**-1 893**	**-1 644**	**-709**	**-585**

Not 5. Operationell leasing

	Koncernen 2023	Koncernen 2022	Moderbolag 2023	Moderbolag 2022
Kostnadsförda leasingavgifter avseende operationella leasingavtal	4 300	3 991	1 039	744
Framtida minimileaseavgifter avseende ej uppsägningsbara operationella leasingavtal				
Skall betalas inom 1 år	5 318	3 437	2 012	715
Skall betalas inom 1-5 år	16 707	9 925	9 380	1 370
Skall betalas senare än 5 år	3 560	0	3 560	0
Summa	**25 585**	**13 362**	**14 952**	**2 085**

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

Not 6. Ränteintäkter och liknande resultatposter

	Koncernen 2023	Koncernen 2022	Moderbolag 2023	Moderbolag 2022
Ränteintäkter	76	3	50	1
Ränteintäkter, dotterföretag	0	0	58	31
Valutakursvinster	0	1 105	0	0
Summa	**76**	**1 108**	**108**	**32**
Resultat från andelar i dotterföretag				
Utdelningar från dotterföretag	0	0	9 835	8 468
Summa	**0**	**0**	**9 835**	**8 468**

Not 7. Räntekostnader och liknande resultatposter

	Koncernen 2023	Koncernen 2022	Moderbolag 2023	Moderbolag 2022
Räntekostnader	-2 256	-1 525	-2 110	-1 247
Valutakursförluster	-270	0	0	0
Summa	**-2 826**	**-1 525**	**-2 110**	**-1 247**

Not 8. Skatt på årets resultat

	Koncernen 2023	Koncernen 2022	Moderbolag 2023	Moderbolag 2022
Aktuell skattekostnad	-3 977	-1 878	0	0
Uppskjuten skatt	3 697	4 221	0	0
Redovisad skattekostnad	**-280**	**2 343**	**0**	**0**

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

	Koncernen 2023	Koncernen 2022	Moderbolag 2023	Moderbolag 2022
Redovisat resultat före skatt	-5 915	-5 166	-12 195	-4 774
Skatt enligt gällande skattesats 20,6 % (20,6%	1 218	1 064	2 512	983
Skatteeffekt avseende:				
ej avdragsgilla kostnader	-1 093	-633	-362	-208
Ej skattepliktiga intäkter	764	219	2 036	1 745
Förändring temporära skillnader	372	1 949	0	0
Förändring underskottsavdrag	-143	20	-4 186	-2 520
Justering för skattesatser i utländska dotterföretag	-516	94		0
Övrigt	-883	-370	0	0
Redovisad skattekostnad	**-280**	**2 343**	**0**	**0**

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.

20240904074141

Not 9. Resultat per aktie

Styrelsen föreslår en aktieutdelning med 0kr per aktie (0kr) för 2023, motsvarande 0kr (0kr).
Aktiekapitalet uppgår till 6 195 200 aktier à nominellt 1 SEK. Alla aktier har samma rättigheter och lika röstvärde.

	2023	2022
Resultat och utdelning per aktie		
Koncernen		
Resultat som använts vid beräkningen av resultat per aktie	-6 194	-2 823
Antal aktier i medeltal, tusental	6 195	6 195
Resultat per aktie*	**-1,00**	**-0,46**
Moderbolaget		
Resultat som använts vid beräkningen av resultat per aktie	-12 195	-4 774
Antal aktier i medeltal, tusental	6 195	6 195
Resultat per aktie*	**-1,97**	**-0,77**

* *Det finns inga utspädningseffekter.*

Not 10. Immateriella anläggningstillgångar

	Koncernen 2023	Koncernen 2022	Moderbolag 2023	Moderbolag 2022
Varumärke				
Ingående ackumulerade anskaffningsvärden	**26 829**	**26 367**	**200**	**200**
Omräkningsdifferens	-55	462	0	0
Årets inköp	0	0	0	0
Försäljningar/utrangeringar	0	0	0	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	**26 774**	**26 829**	**200**	**200**
Ingående ackumulerade avskrivningar	**-26 829**	**-26 367**	**-200**	**-200**
Omräkningsdifferens	55	-462	0	0
Försäljningar/utrangeringar	0	0	0	0
Årets avskrivningar	0	0	0	0
Utgående ackumulerade avskrivningar	**-26 774**	**-26 829**	**-200**	**-200**
Utgående planenligt restvärde	**0**	**0**	**0**	**0**

	Koncernen 2023	Koncernen 2022	Moderbolag 2023	Moderbolag 2022
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten				
Ingående ackumulerade anskaffningsvärden	**5 308**	**4 050**	**2 688**	**1 860**
Omräkningsdifferens	-12	72	0	0
Årets inköp	856	1 186	849	828
Försäljningar/utrangeringar	-727	0	0	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	**5 425**	**5 308**	**3 537**	**2 688**
Ingående ackumulerade avskrivningar	**-2 426**	**-1 835**	**-509**	**-269**
Omräkningsdifferens	13	-16	0	0
Försäljningar/utrangeringar	727	0	0	0
Årets avskrivningar	-672	-575	-310	-240
Utgående ackumulerade avskrivningar	**-2 358**	**-2 426**	**-819**	**-509**
Utgående planenligt restvärde	**3 067**	**2 882**	**2 718**	**2 179**

	Koncernen 2023	Koncernen 2022	Moderbolag 2023	Moderbolag 2022
Licenser				
Ingående ackumulerade anskaffningsvärden	**1 025**	**998**	**1 049**	**1 049**
Omräkningsdifferens	27	27	0	0
Årets inköp	0	0	0	0
Försäljningar/utrangeringar	0	0	-200	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	**1 052**	**1 025**	**849**	**1 049**
Ingående ackumulerade avskrivningar	**-431**	**-181**	**-455**	**-232**
Omräkningsdifferens	-27	-27	0	0
Försäljningar/utrangeringar	0	0	200	0
Årets avskrivningar	-223	-223	-223	-223
Utgående ackumulerade avskrivningar	**-681**	**-431**	**-478**	**-455**
Utgående planenligt restvärde	**371**	**594**	**371**	**594**

	Koncernen 2023	Koncernen 2022	Moderbolag 2023	Moderbolag 2022
Övriga immateriella tillgångar				
Inledande ackumulerade anskaffningsvärden	**174**	**0**	**0**	**0**
Omräkningsdifferens	-5	-1	0	0
Årets inköp	66	175	0	0
Försäljningar/utrangeringar	0	0	0	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	**235**	**174**	**0**	**0**
Ingående ackumulerade avskrivningar	**-22**	**0**	**0**	**0**
Omräkningsdifferens	4	0	0	0
Försäljningar/utrangeringar	0	0	0	0
Årets avskrivningar	-89	-22	0	0
Utgående ackumulerade avskrivningar	**-107**	**-22**	**0**	**0**
Utgående planenligt restvärde	**128**	**152**	**0**	**0**

20240604074417

Not 11. Materiella anläggningstillgångar

	Koncernen 2023	Koncernen 2022	Moderbolag 2023	Moderbolag 2022
Ingående ackumulerade anskaffningsvärden	**7 852**	**7 097**	**1 751**	**774**
Omräkningsdifferens	-41	481	0	0
Årets inköp	2 144	1 593	1 169	1 018
Försäljningar/utrangeringar	-493	-1 319	-420	-41
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	**9 462**	**7 852**	**2 500**	**1 751**
Ingående ackumulerade avskrivningar	**-4 697**	**-4 859**	**-541**	**-460**
Omräkningsdifferens	41	-333	0	0
Försäljningar/utrangeringar	493	1 319	420	41
Årets avskrivningar	-910	-824	-176	-122
Utgående ackumulerade avskrivningar	**-5 073**	**-4 697**	**-297**	**-541**
Utgående planenligt restvärde	**4 389**	**3 155**	**2 203**	**1 210**

Not 12. Uppskjuten skatt

	Koncernen 2023	Koncernen 2022	Moderbolag 2023	Moderbolag 2022
Uppskjuten skattefordran avseende:				
Underskottsavdrag	6 910	3 651	0	0
Uppskjuten skatt hänförlig till temporära skillnader	3 322	3 312	0	0
Summa	**10 232**	**6 963**	**0**	**0**
Uppskjuten skatteskuld avseende:				
Skattepliktiga temporära skillnader	667	0	0	0
Summa	**667**	**0**	**0**	**0**

Uppskjutna skattefordringar redovisas i den utsträckning det bedöms sannolikt att tillräckliga skattepliktiga överskott kommer att finnas tillgängliga i framtiden. Uppskjutna skattefordringar i Sverige uppgår till 6 705 kSEK (2 520 kSEK), varav bokfört 6 705 kSEK (2 520 kSEK). Av koncernens totala uppskjutna skattefordringar avser 6 705 kSEK (2 520 kSEK) moderbolaget och 205 kSEK (1 131 kSEK) dotterbolag. Utöver de redovisade uppskjutna skattefordringar har koncernen inga ej redovisade uppskjutna skattefordringar avseende skattemässiga förlustavdrag och förlustavdragen har inga förfallotider.

Uppskjutna skattefordringar hänförligt till temporära skillnader avser nästan uteslutande internvinster i koncernens varulager.

20240508074138

Not 13. Andra långfristiga fordringar

	Koncernen 2023	Koncernen 2022	Moderbolag 2023	Moderbolag 2022
Ingående anskaffningsvärde	583	632	352	381
Tillkommande fordringar	459	0	423	0
Amortering, avgående fordringar	-128	-49	-121	-29
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	914	583	654	352
Utgående redovisat värde	914	583	654	352

Not 14. Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter

	Koncernen 2023	Koncernen 2022	Moderbolag 2023	Moderbolag 2022
Förutbetalda hyror	1 274	858	443	92
Förutbetalda försäkringar	34	87	0	0
Förutbetalda försäljnings- och marknadskostnader	3 543	4 210	685	373
Övrigt	4 290	3 997	0	209
Totalt	**9 141**	**9 153**	**1 128**	**675**

Not 15. Antal aktier

	Kvotvärde 2023	Kvotvärde 2022	Antal 2023	Antal 2022
A-Aktier	1	1	6 195 200	6 195 200
			6 195 200	**6 195 200**

Not 16. Checkräkningskredit

	Koncernen 2023	Koncernen 2022	Moderbolag 2023	Moderbolag 2022
Beviljat belopp	31 265	50 881	31 265	50 881
Utnyttjat belopp	26 641	48 348	24 665	47 474

Not 17. Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter

	Koncernen 2023	Koncernen 2022	Moderbolag 2023	Moderbolag 2022
Semesterlöneskuld och upplupna löner	2 579	2 825	555	797
Sociala avgifter	1 200	1 226	496	567
Upplupna försäljnings- och marknadskostnader	4 676	4 445	0	0
Övriga poster	5 083	3 527	1 036	1 018
Summa	**13 538**	**12 023**	**2 087**	**2 382**

Not 18. Andelar i koncernföretag

	Moderbolag 2023	Moderbolag 2022
Ingående ackumulerade anskaffningsvärden	30 835	30 835
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	**30 835**	**30 835**

	Kapitalandel	Rösträttsandel	Bokfört värde	Årets resultat	Totalt Eget kapital
New Nordic AB	100%	100%	18 202	0	2 446
New Nordic Manufacturing ApS	100%	100%	7 000	1 094	6 460
New Nordic Healthcare ApS	100%	100%	300	1 663	7 313
Kunkeel ApS	100%	100%	54	0	60
New Nordic AS	100%	100%	2 800	496	4 300
New Nordic OY	100%	100%	2	124	-6 996
UAB New Nordic	100%	100%	2	589	4 819
New Nordic Deutschland GmbH	100%	100%	2	652	-5 640
New Nordic AG	100%	100%	0	33	311
New Nordic Healthbrands Polska Sp. z.o.o	100%	100%	67	304	2 830
New Nordic Limited	100%	100%	2	6 321	26 463
New Nordic Inc (Kanada)	100%	100%	1	1 443	12 247
New Nordic US Inc (USA)	100%	100%	0	268	1 382
New Nordic Ltd (Hong Kong)	100%	100%	12	179	292
New Nordic S.R.L.	100%	100%	91	204	2 918
New Nordic S.L.	100%	100%	0	0	0
New Nordic B.V.	100%	100%	167	256	-579
New Nordic SARL	100%	100%	92	363	1 044
New Nordic S.R.O	100%	100%	51	71	216
New Nordic Portugal Lda	100%	100%	51	18	69
New Nordic PTY Ltd	100%	100%	0	78	-86
New Nordic Iberia S.L.U	100%	100%	52	44	178
New Nordic Healthcare S.R.L	100%	100%	1	11	-34
New Nordic Shanghai Ltd Co.	100%	100%	1 886	3	2 027
Summa			30 835	14 213	62 040

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. Långfristiga fodringar hos koncernföretag

	Moderbolag 2023	Moderbolag 2022
Ingående anskaffningsvärde	12 672	11 242
Tillkommande fordringar	0	1 430
Amortering, avgående fordringar	-1 939	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	10 733	12 672
Ingående nedskrivningar	-8 308	-8 308
Utgående ackumulerade nedskrivningar	-8 308	-8 308
Utgående redovisat värde	2 425	4 364

Not 20. Ställda säkerheter

	Koncernen 2023	Koncernen 2022	Moderbolag 2023	Moderbolag 2022
Säkerheter ställda för egna skulder till kreditinstitut				
Företagsinteckningar	52 406	52 677	22 332	14 965
Summa ställda säkerheter	**52 406**	**52 677**	**22 332**	**14 965**

Not 21. Eventualförpliktelser

	Koncernen 2023	Koncernen 2022	Moderbolag 2023	Moderbolag 2022
Borgen koncernföretag, checkkredit	0	0	31 265	50 881
Summa eventualförpliktelser	**0**	**0**	**31 265**	**50 881**

Not 22. Disposition av vinst

Förslag till resultatdisposition	2023	2022
Styrelsen föreslår att till förfogande stående medel		
Överkursfond	49 848	49 848
Balanserat resultat	17 726	23 039
Årets resultat	-12 195	-4 774
	55 379	**68 113**
Disponeras så att		
till aktieägare utdelas	0	0
i ny räkning överföres	55 379	68 113
	55 379	**68 113**

Not 23. Väsentliga händelser efter räkenskapsårets utgång

Inga väsentliga händelser har inträffat, som inte beskrivs i någon annan del av denna årsredovisning, sedan årsskiftet och fram tills dess att denna årsredovisning signerats.

Not 24. Transaktioner med närstående

Nordic Healthcare ApS i Danmark sålde under 2023 för totalt 3 692 kSEK (2 559 kSEK) 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 hälsobutiker (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 och alla transaktioner sker på marknadsmässiga villkor.

Koncernintern försäljning har uppgått till 246 041 kSEK (200 914 kSEK) under året och har skett på armslängds avstånd då det är gjort i enlighet med koncernens Transfer Pricing policy. Samtliga koncerninterna transaktioner elimineras i sin helhet.

Moderbolaget har fakturerats 2 289 kSEK (1 996 kSEK) av det av VD helägda bolaget Ripamonti Finanz AG som inte ingår i New Nordic koncernen och avser konsulttjänster och arvodet sker på marknadsmässiga villkor.

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	Lennart Sjölund	Kirsten Ægidius	Karl Kristian Bergman Jensen
Styrelsens ordförande	Styrelseledamot	Styrelseledamot	Verkställande direktör

Årsredovisningen och koncernredovisningen har, som framgår ovan, godkänts för utfärdande av styrelsen den 27 mars 2024. Koncernens resultaträkning, balansräkning samt moderbolagets resultaträkning och balansräkning blir föremål för fastställelse på årsstämman den 30 april 2024.

Vår revisionsberättelse har angivits den 27 mars 2024.

Deloitte AB

Henrik Ekström
Auktoriserad revisor

20240404074125

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 2023-01-01 - 2023-12-31. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår på sidorna 51-91 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 2023 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.

Annan information än årsredovisningen och koncernredovisningen

Detta dokument innehåller även annan information än årsredovisningen och återfinns på sidorna 1-50. 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 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 2023-01-01 - 2023-12-31 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.

20240327074427

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 den 27 mars 2024

Deloitte AB

Henrik Ekström
Auktoriserad revisor