



Borås 20210831

Halvårsrapport EatGood Sweden AB Kvartal 2, 1 april–30 juni 2021

Halvårsrapport, andra kvartalet 2021

Försäljning

Under kvartalet uppgick nettoomsättningen till 2110 kkr(1464 kkr 2020) vilket är en ökning med 44% jämfört med Q2 2020. Försäljningen skedde i huvudsak på den internationella marknaden och till en mindre del på vår svenska hemmamarknad. Det negativa resultatet under kvartalet om -400kkr (466kkr 2020) beror delvis och fortfarande till stor del på utvecklingen av Corona pandemin. Under andra kvartalet 2021 så ser vi en förbättring avseende olika marknader och hur pass mycket mer aktivitet det är jämfört med 2020. Med utleveranser både till USA och Australien återigen under kvartalet så skiljer sig 2021 åt jämfört med 2020 ordentligt mycket i positiv bemärkelse. Affärer har skjutits upp men som förhoppningsvis återupptas efter att läget stabiliserats avseende Corona pandemin och nu även med en Covid-19, Delta variant som gör läget något mer instabilt. Under kvartalet så har säljarbete med kundbesök, demonstrationer av Lightfry, utställning på mässor, besök hos distributörer begränsats till att hållas via telefon eller annan digital media. Planerade mässor är nu i pipeline och marknaden har börjat att återgå till en mer normal marknad och tempot skall lyftas ytterligare. Vi arbetar vidare med nya och befintliga kunder samt återförsäljare på våra huvudmarknader USA, Skandinavien samt den marina marknaden.

Första leveransen av de nya 4-ledade Lightfry enheterna till USA – efterlängttade!



I juni så skickades den första sändningen av 4-ledade Lightfry enheter till USA vilket är den mycket mer gångbara enheten avseende rätt el-konfiguration. Äntligen är modellen som är en mer plug and play enhet tillgänglig på USA marknaden. Vikten av att ha denna Lightfry-enhet som alternativ i produktportföljen går inte att understryka och framhålla tillräckligt. Det är denna enhet som är gångbar på upp till 85% av alla installationer, då i företrädesvis lite äldre byggnader, och den modellen som kommer driva försäljningen. Eatgood har breddat produktportföljen och har här igenom fått en produkt som är mycket mer väl anpassad till efterfrågan i USA. Denna version är också ett väldigt bra komplement för hela Nord-, Central- och Syd-amerika.



Framgångsrik nyemission - mot en starkare position på marknaden

Under kvartal 2 så blev också nyemissionen avslutad med en kraftig överteckning. Bolaget fick in kapital för att kunna satsa mer kraftfullt framåt och har genom nyemissionen skapat förutsättningar långsiktigt och för tillväxt. Nyemissionen tillförde bolaget 12 Msek, med nyttjande av överteckningsoption, och tecknades till 26 Msek (10,2 Msek) vilket motsvarar en överteckningsgrad om 255%. Detta är nya förutsättningar som gör att arbete inletts för att utöka personalstyrkan på sälj och marknadssidan med internationell inriktning.

Högre täckning av USA's delstater med fler MAFSI representanter

Under andra kvartalet har Lightfryusa och HB Specialty fortsatt med framgång att signa nya MAFSI återförsäljare vilket innebär att i utgången av juni så täcker vi c:a 75-80% av USA's delstater vilket innebär att vi har uppnått detta mål avsevärt fortare än vi vågat tro. Detta dessutom under Covid-19 tider vilket är en otrolig vinst och framgång. MAFSI representanterna har också sett fram emot den nya 4-ledade Lightfry-enheten vilket underlättar införsäljning av Lightfry och Air Fry Technology på USA marknaden. Pusselbitarna är på plats, många faktorer som pekar mot och för luftfritering, vilket skall innebära nya framgångar på vår viktigaste marknad, USA.

Insikten utifrån diskussioner med MAFSI-representanter om hur många mer möjliga användare och fler kunder som kan göra installationer av Lightfry-enheter, mer likt plug and play, utan behov av ombyggnation av deras elanläggningar är mycket inspirerande och underlättar i stor utsträckning.

Marknadsföring - Digital marknadsföring, sociala media och mässor

Med flertalet mässor inplanerade under andra halvåret så är en uppstart efter semestermånaderna väl underbyggd för aktiv försäljning. Bearbetning sker löpande av distributörer och tidigare kontakter från alla mässor där vi har deltagit, för bibehållande och underhållande av kontakter. Detta för att bygga långsiktiga relationer, underlätta och möjliggöra framtida kommande affärer, och skapa en fortsatt ökad kännedom om Lightfry generellt som produkt. Särskilt intensiv bearbetning inför HOST mässan kommer att planeras av tidigare och möjliga nya kontakter då det är den största och viktigaste mässan för bolaget och produkten Lightfry.

- Casual Dining show, 23-24 september, London, UK
- The Restaurant Show, 27-29 september, London, UK
- NAC's, 5-8 oktober, Chicago, USA
- HOST, 22-25 Oktober 2021, Milano, Italien



Marknader och utsikter – Det ser ljus ut för Air Fry Technology

Faktorer som talar för Lightfry och luftfritering:

- *Hälsosammare och bättre mat – konsumenter är mer medvetna idag*
- *Ökad risk för allvarlig sjukdom och symptom i kombination av Covid-19 och exempelvis diabetes och övervikt*
- *Konsumentprodukter för luftfritering fortsätter med en kraftfull global expansion*
- *Luftfritering blir allt mer känd som teknik*
- *Fortsatta kraftiga prisuppgångar för vegetabiliska oljor*
- *Risk för ransonering och brist av vegetabiliska oljor i Q4, 2021 pga ökad efterfrågan från andra branscher, bl.a petroleum industrin*
- *Ekonomiska incitament till att använda luftfritering, mer kostnadseffektivt*

Många olika faktorer på marknaden pekar mot luftfritering som nästa stora produkt för den kommersiella restaurang-marknaden efter induktionshällen. Sedan tidigare på marknaden globalt, så fortsätter luftfriteringsprodukter för konsument att booma och det ligger helt rätt i tiden i trender som hälsosammare och bättre mat. Detta är en dragkraft som är väldigt positiv och gör vårt arbete lättare och skapar intresse hos potentiella kunder – mycket värdefullt som påtryckare för kommersiell luftfritering. I Covid-19 tider så lyfts också risken med underliggande sjukdomar som diabetes och övervikt vilket ökar risken för allvarliga komplikationer vid insjuknande i Covid-19. Efterfrågan på vegetabiliska oljor ökar också kraftigt då fordonsindustrin och petroleum industrin jobbar för hållbarhet och miljövänligare fordon vilket innebär att petroleumindustrin blir en allt större aktör av vegetabiliska oljor. Vegetabiliska oljor i detta avseende används till fossilfri diesel och detta kommer att spela stor roll både för stigande priser på en global marknad men även en överhängande risk för brist av vegetabiliska oljor redan i år, Q4 2021. Vi är övertygade om att USA är och kommer vara den lysande stjärnan avseende marknader och potentialen är mycket stor. Vi lägger i princip all energi där avseende aktiviteter och planering av aktiviteter för att omvandla dessa till försäljning och installationer. Övriga marknader stöttar vi tills vidare med försäljningsaktiviteter nationellt via återförsäljare och internationellt via distributörer vilket är vår huvudstrategi för att kunna agera på flera marknader på ett mer kraftfullt sätt. Vår utveckling i USA är även viktig som drivkraft och inspirationskälla för övriga marknader som vill vara med på tåget, se vidare www.lightfryusa.com.



FRYING WITHOUT OIL



Ekonomi - Balans och resultaträkning i sammandrag, kvartal2, perioden 1 april– 30 juni 2021 i KKR

Resultaträkning i sammandrag	Q2 2021	Q2 2020
S:a Rörelseintäkter och lagerförändring, KKR	2 110	1 464
S:a Rörelsens kostnader inkl råvaror mm	-2 399	-1 831
Rörelseresultat före avskrivningar	-289	-367
Avskrivningar	-57	-52
Rörelseresultat efter avskrivningar	-346	-419
S:a Övriga rörelsekostnader	0	0
Rörelseresultat före finansiella intäkter och kostnader	-346	-419
S:a finansiella intäkter och kostnader	- 54	-47
Resultat efter finansiella kostnader och intäkter	- 400	- 466

Balansräkning i sammandrag samt med nyckeltal per 20210630 ,KKR

	Q2 2021	Q2 2020	Helår 2020
Anläggningstillgångar	308	453	429
Lager	7 155	8 076	7 872
Fordringar	1 277	578	502
Kassa bank	9 155	50	55
S:a tillgångar	17 895	9 157	8 858
Eget kapital	13 632	4 713	3 311
Krediter bank	1 454	2 751	3 065
Kortfristiga skulder	2 809	1 693	2 482
S:a Skulder och eget kapital	17 895	9 157	8 858
Soliditet	76%	51%	37%

FRYING WITHOUT OIL



Resultaträkning i sammandrag jan - jun,	2021	2020
S:a Rörelseintäkter och lagerförändring, KKR	2 764	2 200
S:a Rörelsens kostnader inkl råvaror mm	-3 632	-3 286
Rörelseresultat före avskrivningar	-868	-1 086
Avskrivningar	-110	-105
Rörelseresultat efter avskrivningar	-978	-1 191
S:a Övriga rörelsekostnader	0	-48
Rörelseresultat före finansiella intäkter och kostnader	-978	-1 239
S:a finansiella intäkter och kostnader	-102	-97
Resultat efter finansiella kostnader och intäkter	-1 080	-1 336

Ställning per 20210630 avseende:

Likvida medel	9 155 KKR
Antal utestående aktier	17 951 209
Resultat per aktie(jan – juni)	-0,06 kr

FRYING WITHOUT OIL



KASSAFLÖDESANALYS

	<u>Not</u>	<u>1 halvår 2021</u>	<u>1 halvår 2020</u>
Den löpande verksamheten			
Resultat efter finansiella poster	-	1 080 067	- 1 335 649
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet, m m		86 000	105 000
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	-	994 067	- 1 230 649
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital			
Ökning (-)/Minskning (+) av varulager		717 404	810 584
Ökning (-)/Minskning (+) av rörelsefordringar	-	774 758	- 258 632
Ökning (+)/Minskning (-) av rörelseskulder		272 729	- 99 699
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-	778 692	- 778 396
Investeringsverksamheten			
Avyttring materiella anläggningstillgångar		35 000	-
Kassaflöde från investeringsverksamheten		35 000	-
Finansieringsverksamheten			
Nyemission		11 401 649	-
Återbetalda aktieägartillskott		-	-
Upptagna lån			830 282
Amortering av lån	-	1 557 333	- 51 786
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		9 844 316	778 496
Periodens kassaflöde		9 100 624	100
Likvida medel vid periodens början		54 949	50 000
Likvida medel vid periodens slut		9 155 573	50 100



Kommande informationstillfällen

Publiceringsdatum för kommande ekonomisk information:

30 november 2021 Kvartalsrapport Q3 2021

Styrelsen och verkställande direktören försäkrar att kvartalsrapporten/delårsrapporten ger en rättvisande översikt av företagets verksamhet, ställning och resultat.

Borås den 31 augusti 2021
EatGood Sweden AB

Henrik Önnermark, VD

Denna kvartals/delårsrapport har inte varit föremål för granskning av bolagets revisor.