



Borås 20221129

## **Kvartalsrapport EatGood Sweden AB**

Kvartal 3, 1 juli- 30 september 2022

### **Försäljning**

Under kvartalet uppgick rörelseintäkterna till 980 kkr (508 kkr 2021). Försäljningen skedde i huvudsak på export med en mindre del till den svenska marknaden. Det negativa resultatet under kvartalet om -1.514kkr (-1.141 kkr) beror huvudsakligen till största delen avseende kostnader för utökad bemanning i kombination med fördröjd och med en mer kraftfull försäljninguppgång. Ventless huven i USA har äntligen blivit tillgänglig för marknaden och försäljningen av den med Lightfry-enhet har taktat upp under kvartalet i USA. Under tredje kvartalet 2022 så ser vi en förbättring avseende olika marknader och hur pass mycket mer aktivitet det är rent generellt. Vi har genomfört inplanerade mässor under tredje kvartalet i Storbritannien under Q3 hösten 2022 med bra respons och intresse från marknaden och med fler kommande mässor under Q4 samt under Q1 2023 med i första hand den viktiga NAFEM mässan i Orlando Florida vilka alla skall bidra till att försäljningen ökar. Invasionen av Ukraina påverkar fortfarande och särskilt då producerande bolag som känner av detta bl.a genom längre leveranstider och stigande priser på komponenter och råvaror. Det är tacksamt för bolaget och produkten Lightfry att marknaden för Lightfry inte enbart finns i Europa som påverkas mest av kriget i Ukraina utan har marknader som är mer på gång och i ett mer positivt läge. Vi arbetar vidare med nya och befintliga kunder samt återförsäljare på våra huvudmarknader USA, Kanada, Storbritannien, Skandinavien samt den marina marknaden.

### **Godkänd CSA-certifiering för Kanada anpassad Lightfry-enhet**

Kanada som marknad, med 40 miljoner invånare, vet vi har intresse för Lightfry från flertalet olika aktörer på marknaden. Kanada har en god ekonomi och är intressant för Lightfry som produkt. Arbetet har fortlöpande pågått för att hitta rätt samarbetspartner för att kunna göra ett riktigt inbrott på marknaden i Kanada för att få upp försäljningsvolymerna. Att kroka arm med en riktigt bra distributör som har rätt kontakter på marknaden med servicetekniker blir lättare allt eftersom Lightfry och luftfritering tar kliv framåt som en väldigt intressant produkt och processteknik på den globala marknaden. Rätt samarbetspartner innebär att de har direktkontakt med slutkunder och brukare av Lightfry-enheten samt att de har egen servicepersonal. När detta är på plats kan vi räkna med volymer i större skala. Det är viktigt att ha rätt folk och representanter som talar för produkten Lightfry och som har ett starkt förtroende på marknaden och hos kunderna.



### **USA - MAFSI representanter, 4-ledad Lightfry LF12U-4 och godkänd ventless huv**

Nu skall USA marknaden sparkas igång. Vi har många MAFSI återförsäljare, vi har den 4-ledade Lightfry-enheten redo och godkänd samt den sista pusselbiten för en kraftfull försäljningsökning är den nu godkända ventless-huven. Nu finns det inga hinder längre för en tillväxt försäljningsmässigt! Den 1-3 februari går NAFEM-mässan av stapeln i Orlando och det är den största mässan för restaurangmaskiner i USA och hela Nordamerika. Detta är en mässa i princip uteslutande för maskintillverkande företag inom restaurangbranschen. Detta är första gången Eatgood är med på denna NAFEM-mässan i USA och där vi antligen kan visa upp hela rangen av de tre viktiga pusselbitarna tillsammans. Inbjudna MAFSI-reps dvs våra återförsäljare, 4-ledade Lightfry-enheter på plats samt ventless huv som det sista komplementet. Vi vet utifrån diskussioner med våra MAFSI reps hur viktig den 4-ledade Lightfry-enheten är tillsammans med ventless huven, så vi kan lugnt säga att de har varit efterlängtdade! Scenen är riggad för ett rejält genombrott för Air Fry Technology på den stora och viktiga Nordamerika marknaden. 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 all införsäljning. Dessa produkter gemensamt är ett väldigt bra komplement för hela Nord-, Central- och Syd-amerika. Ytterligare ett stort plus är att restaurangutrustning med ventless-lösning är det som säljer mest på marknaden i USA.

### **Marknadsföring - sociala media och mässor**

Med ytterligare ett flertal mässor inplanerade under det kommande året 2023 så är vi väl positionerade och med en underbyggd nivå av aktivitet för att skapa försäljning långsiktigt. 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 och kommande affärer, och skapa en fortsatt ökad kännedom om Lightfry generellt som produkt.

### **Genomförda mässor Q3 2022**

Cuisinequip har genomfört två mässor under september i London, UK och får en riktigt bra respons och intresse från mässan. Detta resulterade i många offerter, ytterligare inbokade demonstrationer i deras showroom samt en del inkommande order. Gemensamt med våra distributörer bygger vi upp momentum på ett antal nyckelmarknader med fokus på att få igång försäljningen ordentligt på en betydligt högre nivå.

- Casual Dining, 14-15 september 2022, Excel London
- The Big Hospitality, 26-28 september 2022, Olympia, London





### Kommande mässor 2022/2023

- NACS show, 2-4 oktober, Las Vegas, USA
- NAFEM, 1-3 februari 2023, Orlando, USA – Food Equipment Manufacturers
- Catex, 21-23 februari 2023, Dublin Ireland
- Casual Dining, 27-28 september 2023, Excel, London
- The Restaurant Show, 2-4 oktober 2023, Olympia, London
- HOST, 13-17 Oktober 2023, Milano, Italien

### Marknader och utsikter – Det ser ljusst ut för Air Fry Technology

#### Faktorer som talar för Lightfry och luftfritering:

- *Fortsatta kraftiga prisuppgångar för vegetabiliska oljor*
- *Elpriser stiger kraftigt i stora delar av världen*
- *Ekonomiska incitament till att använda luftfritering på plats, mer kostnadseffektivt*
- *Hälsosammare och bättre mat – konsumenter är mer medvetna idag*
- *Ökad risk för allvarlig sjukdom och symtom 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*
- *Risk för ransonering och brist av vegetabiliska oljor*
- *Bättre arbetsmiljö och säkerhet för personalen*

Många olika faktorer på marknaden pekar mot luftfritering som nästa stora produkt för den kommersiella restaurangmarknaden efter induktionsspisen. Sedan tidigare på marknaden globalt, så fortsätter luftfriteringsprodukter för konsument att booma och det ligger helt rätt i tiden med trender som hälsosammare och bättre mat. 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 inblandning för en mer fossilfri diesel, den så kallade reduktionsplikten, och detta kommer att spela stor roll för stigande priser på en global marknad. Vi lägger stor del av vårt fokus på USA-marknaden avseende aktiviteter och planering av aktiviteter för att omvandla dessa till försäljning och installationer. Andra marknader som visar positiva tecken på ökad aktivitet är Australien, Sydafrika, Storbritannien och Kanada. Övriga marknader stöttar vi tills vidare med försäljningsaktiviteter nationellt i Sverige via återförsäljare och internationellt via distributörer. Vår utveckling i USA, men även i Kanada inom kort, är viktig som drivkraft och inspirationskälla för övriga marknader som vill vara med på tåget, se vidare [www.lightfryusa.com](http://www.lightfryusa.com).

**FRYING WITHOUT OIL**



**Ekonomi - resulträkning i sammandrag kvartal 3, perioden 1 juli– 30 september 2022 i KKR**

<b>Resulträkning i sammandrag kvartal 3, 2022</b>	<b>Q3 2022</b>	<b>Q3 2021</b>
<b>S:a Rörelseintäkter och lagerförändring, KKR</b>	<b>992</b>	<b>508</b>
<b>S:a Rörelsens kostnader inkl råvaror mm</b>	<b>- 2 466</b>	<b>-1 565</b>
<b>Rörelseresultat före avskrivningar</b>	<b>-1 474</b>	<b>-1 057</b>
<b>Avskrivningar</b>	<b>-22</b>	<b>-60</b>
<b>Rörelseresultat efter avskrivningar</b>	<b>- 1 496</b>	<b>-1 117</b>
<b>Kursförluster</b>	<b>- 0</b>	<b>- 0</b>
<b>S:a Övriga rörelsekostnader</b>	<b>-0</b>	<b>- 0</b>
<b>Rörelseresultat före finansiella intäkter och kostnader</b>	<b>- 1 496</b>	<b>- 1 117</b>
<b>S:a finansiella intäkter och kostnader</b>	<b>-18</b>	<b>-24</b>
<b>Resultat efter finansiella kostnader och intäkter</b>	<b>- 1 514</b>	<b>-1 141</b>

<b>Resulträkning i sammandrag jan - sep,</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>
<b>S:a Rörelseintäkter och lagerförändring, KKR</b>	<b>4 350</b>	<b>3 118</b>
<b>S:a Rörelsens kostnader inkl råvaror mm</b>	<b>-7 492</b>	<b>-5 043</b>
<b>Rörelseresultat före avskrivningar</b>	<b>-3 142</b>	<b>-1 925</b>
<b>Avskrivningar</b>	<b>-62</b>	<b>- 170</b>
<b>Rörelseresultat efter avskrivningar</b>	<b>- 3 204</b>	<b>-2 095</b>
<b>Kursförluster</b>	<b>- 3</b>	<b>- 0</b>
<b>S:a Övriga rörelsekostnader</b>	<b>- 0</b>	<b>- 0</b>
<b>Rörelseresultat före finansiella intäkter och kostnader</b>	<b>-3 207</b>	<b>-2 095</b>
<b>S:a finansiella intäkter och kostnader</b>	<b>-49</b>	<b>- 126</b>
<b>Resultat efter finansiella kostnader och intäkter</b>	<b>-3 256</b>	<b>-2 221</b>



**FRYING WITHOUT OIL**



**Balansräkning i sammandrag samt med nyckeltal kvartal 3 , 2022, KKR**

	<b>Q3 2022</b>	<b>Q3 2021</b>
<b>Anläggningstillgångar</b>	<b>256</b>	<b>248</b>
<b>Lager</b>	<b>7 173</b>	<b>7 699</b>
<b>Fordringar</b>	<b>1 528</b>	<b>727</b>
<b>Kassa bank</b>	<b>3 773</b>	<b>7 582</b>
<b>S:a tillgångar</b>	<b>12 730</b>	<b>16 256</b>
<b>Eget kapital</b>	<b>10 250</b>	<b>12 491</b>
<b>Krediter bank</b>	<b>472</b>	<b>1 010</b>
<b>Kortfristiga skulder</b>	<b>2 008</b>	<b>2 755</b>
<b>S:a Skulder och eget kapital</b>	<b>12 730</b>	<b>16 256</b>
<b>Soliditet</b>	<b>81%</b>	<b>77%</b>

**Ställning per 20220930 avseende:**

<b>Likvida medel</b>	<b>3 773 kkr</b>
<b>Antal utestående aktier</b>	<b>19 471 077</b>
<b>Resultat per aktie(jan –sept)</b>	<b>-0,17 kr</b>



**FRYING WITHOUT OIL**



## EatGood Sweden AB

### KASSAFLÖDESANALYS

	<u>Not</u>	<u>3 kvartal 2022</u>	<u>3 kvartal 2021</u>
<b>Den löpande verksamheten</b>			
Resultat efter finansiella poster	-	3 255 440	- 2 221 431
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet, m m		61 800	147 000
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital</b>	-	<b>3 193 640</b>	- <b>2 074 431</b>
<b>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</b>			
Ökning (-)/Minskning (+) av varulager		1 194 093	172 965
Ökning (-)/Minskning (+) av rörelsefordringar	-	510 127	- 224 862
Ökning (+)/Minskning (-) av rörelseskulder	-	1 197 860	- 345 209
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	-	<b>3 707 534</b>	- <b>2 471 537</b>
<b>Investeringsverksamheten</b>			
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-	117 856	-
Avyttring materiella anläggningstillgångar		-	34 000
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>	-	<b>117 856</b>	<b>34 000</b>
<b>Finansieringsverksamheten</b>			
Nyemission		2 604 066	11 401 649
Upptagna lån		-	-
Amortering av lån	-	324 133	- 1 437 451
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>		<b>2 279 933</b>	<b>9 964 198</b>
<b>Periodens kassaflöde</b>	-	<b>1 545 457</b>	<b>7 526 661</b>
<b>Likvida medel vid periodens början</b>		<b>5 318 769</b>	<b>54 949</b>
<b>Likvida medel vid periodens slut</b>		<b>3 773 312</b>	<b>7 581 610</b>

Google Eatgood or Lightfry to find out more.

Eatgood Sweden AB / Källbäckerydsgatan 6 / 507 42 Borås / Sweden  
Phone +46 33 10 11 80 / www.eatgood.se / info@eatgood.se

**EatGood**<sup>TM</sup>



**FRYING WITHOUT OIL**

## Kommande informationstillfällen

### Publiceringsdatum för kommande ekonomisk information:

7 februari 2023

Kvartalsrapport Q4, bokslutskommuniké 2022

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

Borås den 29 november 2022

EatGood Sweden AB

Henrik Önnermark, VD

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