



FRYING WITHOUT OIL

Borås 20250826

Halvårsrapport, EatGood Sweden AB

Kvartal 2, 1 april – 30 juni 2025

Halvårsrapport, andra kvartalet 2025

Nettoomsättning: 527 (589) TKR

Rörelseresultat: -1 267 (-1 420) TKR

Väsentliga händelser under andra kvartalet 2025

- **Order från Strängnäs**
Order på en Lightfry-enhet till en bad- och sportanläggning i Strängnäs.
- **Repeat-order från Dixie Burger (Danmark)**
Order på två Lightfry-enheter från Dixie Burger till Roskilde festivalen.
- **Ramavtal med WhitCo Ltd (Storbritannien)**
Bolaget tecknar ett treårigt ramavtal med den brittiska storköksleverantören WhitCo Ltd. Avtalet omfattar en minimivolym på 225 Lightfry-enheter under perioden.
- **Order i Saudiarabien**
Order på en Lightfry-enhet med ventless-huv från ett saudiskt konglomerat inom café- och restaurangsegmentet.
- **Genomförd nyemission**
Den 27 maj avslutades bolagets företrädesemission som tecknades till cirka 80 procent. EatGood tillfördes därmed 3,9 MSEK i likvida medel före emissionskostnader om 0,4 MSEK.
- **Leverans till USA**
Installation av Lightfry till en restaurangkedja i Alabama med fokus på BBQ och kycklingvingar.
- **Order i Bulgarien**
Distributören Ecohimprom Ltd lade under kvartalet sin första order av Lightfry-enheter, vilket etablerar EatGood på den bulgariska marknaden.



FRYING WITHOUT OIL



Finansiell utveckling

Nettoomsättningen uppgick under kvartalet till 527 TKR (589), något lägre än motsvarande period föregående år. Rörelseresultatet förbättrades dock till -1 267 TKR (-1 420). Försäljningen under kvartalet fördelades på flera olika länder, bland annat i Norden, Storbritannien, Mellanöstern, Nordamerika och Östeuropa. Detta understryker att intresset för Lightfry är globalt och inte begränsat till en enskild marknad. Restaurangbranschen är dock fortsatt pressad, vilket gör att beslutsprocesser drar ut på tiden och påverkar försäljningstakten.

Den företrädesemission som avslutades den 27 maj tecknades till cirka 80 procent och tillförde bolaget 3,9 MSEK före emissionskostnader. Emissionen ger oss ett visst handlingsutrymme att fortsätta expansionen. Bolaget hade vid utgången av andra kvartalet ett färdigvaru- och komponentlager motsvarande cirka 7,1 MSEK. Detta ger oss en stark position inför hösten då vi snabbt kan möta nya order och bygga vidare på den försäljningspipeline som är under utveckling. Lagret är betalt och utgör därför en tillgång som kan omvandlas till likviditet i takt med att orderingången ökar. Sammantaget gör detta att EatGood står väl rustat att skala upp när fler affärer realiserar.

VD:s första hela kvartal

Mitt första hela kvartal som VD har i hög grad fokuserat på att etablera nya kontakter och stärka bolagets närvaro på den svenska marknaden. Under perioden har jag presenterat EatGood och Lightfry för en bredd av aktörer inom restaurang, service och offentlig verksamhet. En del av detta arbete har riktats mot säsongsbetonade verksamheter såsom nöjesparker, sommaranläggningar och andra besöksintensiva miljöer, där intresset för flexibla och driftsäkra lösningar är tydligt. Utöver detta har dialoger förts med både större och mindre restaurangkedjor, bad- och sportanläggningar samt servicepartners inom storkök. Genom dessa kontakter har vi kunnat öka kännedomen om Lightfry som ett modernt och kostnadseffektivt alternativ till traditionella fritöser. Arbetet har redan resulterat i flera inbokade demonstrationer inför hösten, vilket ger oss goda möjligheter till potentiella affärer framåt. Den svenska marknaden utvecklas därmed till ett viktigt komplement till vår internationella expansion.

Kommersiella framsteg

Kvartalet har präglats av viktiga affärer och partnerskap. I Sverige erhöll bolaget en order på en Lightfry-enhet till en bad- och sportanläggning i Strängnäs, vilket visar att Lightfry är attraktiv även för kommunala och offentliga miljöer där hälsa, säkerhet och enkel drift är viktiga faktorer. I Danmark lade Dixie Burger i maj en repeat-order på två enheter efter framgångsrik användning på Roskildefestivalen, där tusentals gäster serverades mat tillagad i Lightfry, ett kvitto på nöjda kunder



FRYING WITHOUT OIL

och en etablering av Lightfry som en central del i deras verksamhet. I Storbritannien tecknade bolaget ett ramavtal med vår partner WhitCo avseende leveranser av EatGood Swedens Lightfry-utrustning. Avtalets leveranser omfattar en minimivolym på 225 enheter under avtalstiden, under en 3-års period till och med januari 2028, och är ett villkor för att WhitCo Ltd skall upprätthålla exklusiviteten som distributör i Storbritannien. WhitCo är en stark partner som aktivt marknadsför Lightfry i sitt koncept *"The WhitCo Way"*, och avtalet ger oss långsiktig volympotential på den brittiska marknaden. Under kvartalet erhöll bolaget även en order i Saudiarabien från ett konglomerat verksamt inom café- och restaurangsegmentet. Ordern omfattar en Lightfry med ventless-huv, vilket gör installationen enkel även i miljöer där traditionella fritöser är svåra att använda, och markerar ett viktigt första steg på en ny marknad med stor potential. Därtill mottog vi vår första order från distributören Ecohimprom Ltd i Bulgarien, vilket utgör startskottet för vår etablering på den bulgariska marknaden och visar styrkan i vår distributörsstrategi. I juni genomfördes en installation i USA hos en restaurangkedja i Alabama med fokus på BBQ och kycklingvingar. Installationen stärker våra referenser i Nordamerika och bidrar till den långsiktiga etableringen, i en marknad där intresset för hälsosammare mat och ny teknik växer.

Nordamerika och TFI

I Nordamerika arbetar vi både med att bygga referenser i USA och med att aktivera samarbetet med vår partner TFI i Kanada. Under kvartalet har vi haft fortsatt dialog med TFI kring bearbetningen av den kanadensiska marknaden. Samarbetet är en del av vår långsiktiga strategi för Nordamerika. Marknaden i Nordamerika påverkas av rådande tullar, vilket gör att både USA-försäljning och samarbetet med TFI i Kanada utvecklas i långsammare takt än önskat.

Synlighet och referenser

Bolaget har även fått möjlighet att visa upp Lightfry i praktiken. På Borås Arena serverades tusentals besökare pommes frites tillagade i Lightfry under IF Elfsborgs hemmamatch mot Djurgården. Evenemanget bekräftade både användarvänlighet och skalbarhet i storskaliga miljöer.

Marknadstrender

Konsumentmarknaden för airfryer har fortsatt att växa globalt och skapar en draghjälp även för vår professionella lösning. Hälsoperspektiv, höga kostnader för olja och energi samt ökade hållbarhetskrav gör att allt fler aktörer ifrågasätter traditionella oljefritöser. Lightfry erbjuder ett attraktivt alternativ som kombinerar hälsosammare matlagning med energieffektivitet, enklare drift och bättre arbetsmiljö.

Bolaget ser också ett växande behov kopplat till fastighetsägare och hyresvärdar som inte längre vill investera i dyra ventilationslösningar för restauranglokaler. Detta skapar en möjlighet för Lightfry,

Google Eatgood or Lightfry to find out more.
Eatgood Sweden AB / Källbäcksgatan 6 / 507 42 Borås / Sweden
Phone +46 33 10 11 80 / www.eatgood.se / info@eatgood.se

EatGood™



FRYING WITHOUT OIL

där vår ventless-lösning gör det möjligt för restauratörer att etablera sig i lokaler som annars hade stått tomma eller krävt stora investeringar. Genom möten med konsulter och blivande agenter bekräftas att detta är en tydlig trend och ett område där Lightfry kan spela en viktig roll.

Framåtblick

Framåt ser vi med tillförsikt på bolagets samarbete med WhitCo, som i början av september lyfter fram Lightfry på mässan Glee den 16-18 September under konceptet "The WhitCo Way". EatGood kommer även själva att delta på kommande mässor under hösten 2025 för att stärka varumärket, bygga vidare på internationella kontakter och skapa nya affärsmöjligheter.

Hösten ser mycket spännande ut för EatGood. Bolaget har flera planerade demonstrationer och möten med både potentiella kunder och större operatörer. Vår bedömning är att dessa aktiviteter kan lägga grunden för ytterligare referenser och framtida affärer.

Marknadsföring - Digital marknadsföring, sociala media och mässor

För att bibehålla och underhålla relationer med aktiva distributörer sker löpande bearbetning av tidigare kontakter från alla mässor där bolaget har deltagit. Detta för att bygga långsiktiga relationer, underlätta och möjliggöra framtida kommande affärer samt skapa en fortsatt ökad kännedom om Lightfry generellt som produkt. Varje mässa Lightfry deltar på ökar kännedomen om luftfritering och produkten Lightfry självt, vilket skapar försäljningsmöjligheter. I takt med ökande olje- och energipriser märker vi att internetsökningar för lösningar på dessa problem leder potentiella kunder till Lightfry och vår landningssida Lightfry.com.

Kommande mässor 2025

- **Glee , NEC** 16-18 September 2025 Birmingham Storbritannien
- **HOST, FieraRho**, 17-21 Oktober 2025, Milano, Italien

Marknader och utsikter –Air Fry Technology och Lightfry ska vara med när marknaden vänder

Faktorer som talar för Lightfry och luftfritering:

- *Ingen olja används i process och tillagning. Fortsatt höga priser för vegetabiliska oljor*
- *Elpriser stiger kraftigt i stora delar av världen*
- *Hälsosammare och bättre mat – konsumenter är mer medvetna idag*
- *Ökad risk för allvarlig sjukdom exempelvis diabetes och övervikt*
- *Konsumentprodukter för luftfritering fortsätter med en kraftfull global expansion*
- *Luftfritering blir allt mer känd som teknik*
- *Minskad risk för skadestånd pga brännskador från oljefritöser*

FRYING WITHOUT OIL



Många olika faktorer på marknaden pekar för airfryers som nästa stora produkt för den kommersiella restaurangmarknaden efter induktionsspisen. Trenden mot mer hälsosam och bättre mat fortsätter att driva en kraftigt ökad försäljning av airfryers för hemmabruk. Utvecklingen underlättar vårt marknadsarbete och skapar ett ökat intresse för bolagets teknologi bland potentiella kunder – en mycket värdefull drivkraft för kommersiell airfrying.

Bolaget har fortsatt också en positiv syn på våra möjligheter på de viktiga marknaderna i Sverige, USA, Kanada och Storbritannien samt den marina marknaden som alla erbjuder en mycket stor potential för Lightfry. Framåt fokuserar vi i princip allt vårt marknadsarbete på dessa marknader. Alla övriga marknader stöttar vi tills vidare med försäljningsaktiviteter nationellt i Sverige via återförsäljare och internationellt via distributörer vilket är vår huvudstrategi för att kunna agera kraftfullt på flera marknader parallellt. Vår utveckling i Sverige, USA, Kanada och även nu i Storbritannien är centrala som drivkraft och inspirationskälla för övriga marknader.

Ekonomi - Balans och resultaträkning i sammandrag, kvartal 2, perioden 1 april– 30 juni 2025 i KKR

Resultaträkning i sammandrag	Q2 2025	Q2 2024
S:a Rörelseintäkter och lagerförändring, KKR	536	589
<u>S:a Rörelsens kostnader inkl råvaror mm</u>	<u>-1 731</u>	<u>-1 924</u>
Rörelseresultat före avskrivningar	-1 195	- 1 335
<u>Avskrivningar</u>	<u>5</u>	<u>-23</u>
Rörelseresultat efter avskrivningar	-1 190	-1 358
<u>S:a Övriga rörelsekostnader</u>	<u>-23</u>	<u>-37</u>
Rörelseresultat före finansiella intäkter och kostnader	-1 213	- 1 395
<u>S:a finansiella intäkter och kostnader</u>	<u>-54</u>	<u>- 25</u>
Resultat efter finansiella kostnader och intäkter	-1 267	- 1 420

FRYING WITHOUT OIL



Balansräkning i sammandrag samt med nyckeltal per 20250630 ,KKR

	Q2 2025	20241231
Anläggningstillgångar	92	110
Lager	7 178	7 938
Fordringar	622	357
Kassa bank	1 183	2
S:a tillgångar	9 075	8 407
Eget kapital	5 004	3 757
Krediter bank	129	32
Kortfristiga skulder	3 942	4 618
S:a Skulder och eget kapital	9 075	8 407
Soliditet	55%	45%

Resultaträkning i sammandrag jan - jun,	2025	2024
S:a Rörelseintäkter och lagerförändring, KKR	1 376	1 592
<u>S:a Rörelsens kostnader inkl råvaror mm</u>	<u>-3 470</u>	<u>-3 725</u>
Rörelseresultat före avskrivningar	-2 094	- 2 133
<u>Avskrivningar</u>	<u>-18</u>	<u>-45</u>
Rörelseresultat efter avskrivningar	-2 112	- 2 178
<u>S:a Övriga rörelsekostnader</u>	<u>-44</u>	<u>-39</u>
Rörelseresultat före finansiella intäkter och kostnader	-2 156	- 2 217
<u>S:a finansiella intäkter och kostnader</u>	<u>-100</u>	<u>-30</u>
Resultat efter finansiella kostnader och intäkter	-2 256	-2 247

FRYING WITHOUT OIL



KASSAFLÖDESANALYS

2 kvartal 2025

2 kvartal 2024

Den löpande verksamheten

Resultat efter finansiella poster	- 2 256 125	- 2 246 892
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet, m m	18 000	45 000
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	- 2 238 125	- 2 201 892

Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital

Ökning (-)/Minskning (+) av varulager	759 277	- 918 773
Ökning (-)/Minskning (+) av rörelsefordringar	- 263 821	50 832
Ökning (+)/Minskning (-) av rörelseskulder	- 479 290	636 292
Kassaflöde från den löpande verksamheten	- 2 221 959	- 2 433 541

Investeringsverksamheten

Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-	-
Avyttring av materiella anläggningstillgångar		
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-	-

Finansieringsverksamheten

Nyemission	3 503 167	-
Återbetalda aktieägartillskott	-	-

FRYING WITHOUT OIL



Upptagna lån	65 000	1 791 868
Amortering av lån	- 165 146	- 223 970
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	3 403 021	1 567 898
 Periodens kassaflöde	 1 181 062	 - 865 643
 Likvida medel vid periodens början	 1 565	 865 643
 Likvida medel vid periodens slut	 1 182 627	 -

Ställning per 20250630 avseende:

Likvida medel	1 183TKR
Antal utestående aktier	27 333 829
Resultat per aktie(jan – juni)	-0,08 kr

Kommande informationstillfällen

Publiceringsdatum för kommande ekonomisk information:

25 November 2025 Kvartalsrapport Q3 2025

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

Borås den 26 Augusti 2025

Google Eatgood or Lightfry to find out more.
Eatgood Sweden AB / Källbäckstrydsgatan 6 / 507 42 Borås / Sweden
Phone +46 33 10 11 80 / www.eatgood.se / info@eatgood.se

EatGood™



FRYING WITHOUT OIL



EatGood Sweden AB

Josef Ibrahim, VD

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

Google Eatgood or Lightfry to find out more.
Eatgood Sweden AB / Källbäckstrydsgatan 6 / 507 42 Borås / Sweden
Phone +46 33 10 11 80 / www.eatgood.se / info@eatgood.se

EatGood™