

# ellen

## FÖRETRÄDESEMISSION AV AKTIER ELLEN AKTIEBOLAG (PUBL)

TECKNINGSPERIOD 11 APRIL – 25 APRIL 2023

TEASER



Denna folder är en informationsbroschyr och är endast ett kort utdrag från det Informationsmemorandum som upprättats med anledning av företrädesemissionen. Informationsmemorandumet finns tillgängligt på Ellen AB:s hemsida, <https://ellen.se/> och kan även beställas kostnadsfritt från Ellen AB, via telefon 08-412 10 00 eller per e-post [info@ellen.se](mailto:info@ellen.se). Informationsmemorandumet innehåller bland annat en presentation av Ellen, företrädesemissionen och de risker som är förenade med investering i Ellen och deltagande i nyemissionen. Informationsbroschyren är inte avsedd att ersätta Informationsmemorandumet som grund för beslut att teckna aktier i Ellen och utgör ingen rekommendation att teckna aktier i Ellen. Investerares som avser eller överväger att investera i Ellen uppmanas därför att läsa informationsmemorandumet i sin helhet.

# VD HAR ORDET

Vi summerar ett intensivt, utmanande och händelserikt 2022 där Ellen via flertalet målinriktade aktiviteter stärkt sin position på intinvårdsmarkanden och skapat ett bra fundament för att möjliggöra att driva lönsam tillväxt.

Med ett starkt avslut för andra halvåret 2022 och en försäljningstillväxt om 47,5 procent levererar Ellen en försäljningstillväxt för helåret 2022 om 27,1 procent samt ett förbättrat rörelseresultatet med 17,1 procent. Detta trots en turbulent omvärld som påverkar alla led i vår affär.

2022 har inneburit stora utmaningar med bland annat extrema kostnadsökningar. Det har påverkat Ellens bruttomarginal negativt, vilket vi agerat på med prishöjningar mot marknaden för att säkerställa bättre marginaler framåt.

Ellens fokusmarknader Frankrike/Belgien, Tyskland samt Norden står för 85 procent av totala omsättningen 2022. Samtliga marknader visar på en fin tillväxt trots att vi har haft utmaningar med produktionen och långa ledtider som inneburit försenade leveranser och out of stock-situationer i framförallt Tyskland och Frankrike/Belgien.

När vi stänger året kan vi konstatera att Ellens enskilt största marknad Frankrike/Belgien levererar en tillväxt på 24 procent, Tyskland tre procent och Norden 41 procent. Starka resultat i en turbulent tid.

**LANSERING OCH IMPLEMENTERING AV NY VARUMÄRKESSTRATEGI OCH NYA PRODUKTER**  
En lyckad lansering och implementering av Ellens nya varumärkesidentitet och förpackningsdesign samt lansering av tre nya uppgraderade veganska intinvårdsprodukter där vi adderat prebiotika har resulterat i utökad distribution via flertalet apotekskedjor i Sverige och Norge både i fysisk butik samt online. Även i Tyskland, där vi påbörjat lanseringen och implementeringen av den nya designen, har vi lyckats utöka distributionen i fysiska butiker samt online hos till exempel Rossmann. Här pågår ett fortsatt arbete att fasa ut den gamla designen för att successivt gå över till den nya via samtliga våra återförsäljare inom kort. Nästa steg blir att lansera och implementera den nya varumärkesidentiteten på fler relevanta marknader.



Den nya designen har mottagits väl av marknaden och konsumenterna och har bland annat genererat tre prestigefyllda designpriser som bidragit till ökad synlighet, stor uppmärksamhet och ökat engagemang för Ellen. Vår ambition var att skapa ett modernt och enhetligt varumärke med en design som reflekterar Ellens innovativa, naturliga, pH-balanserade och högkvalitativa intinvårdsprodukter. En design som sticker ut och produkter du gärna skyltar med i ditt badrum.

Att vinna en Red Dot för Ellens förpackningsdesign i en av världens största designävlingar, guld i Svenska Designpriset samt nyligen även vinna 50-wattaren i kategorin "strategisk design" är ett fint kvitto på en lyckad implementering av Ellens nya varumärkesidentitet och förpackningsdesign. Detta kommer möjliggöra fortsatta framgångar med sikte att skapa fler affärsmöjligheter för framtiden.

Under året har vi uppdaterat vår hemsida och vår kommunikation i våra digitala kanaler i linje med vår nya varumärkesidentitet. Utöver det har vi intensifierat våra mediainvesteringar och genomfört lyckade 360 graders aktiveringar som stöttat lanseringen och har stärkt Ellen och vår produktportfölj.

#### FRAMTIDSUTSIKTER

Vi har under 2022 gjort ett antal riktade insatser för att möta de olika utmaningarna vi stått och fortsatt står inför.

Från januari 2023 till dagen för publicering av denna information ser vi en positiv effekt baserat på de åtgärder som vidtagits under 2022. Vi ser en fortsatt försäljningstillväxt samt förbättrad bruttomarginal. Vi ser dock tendenser i marknaden där konsumenten rent generellt väljer att konsumera lågprisalternativ, oavsett produktkategori, vilket kan påverka försäljningen av Ellens högkvalitativa premiumprisade produkter. Jag är fortsatt ödmjuk inför ett oroligt världsmarknadsläge som påverkar både gemene man och bolag i stort. Det är svårt att idag se vilka konsekvenserna blir framåt.

Vårt främsta fokus är att driva lönsam försäljningstillväxt och uppnå ett positivt kassaflöde i närtid. Detta via ett antal strategiskt viktiga områden som;

- Utökad distribution och tillgänglighet av Ellens produktportfölj i butik samt online. Vi lanserade bland annat en egen webbshop i Sverige i mars 2023 samt fokuserar på att accelerera vår försäljning via Amazon och andra relevanta kanaler online. Vi ser också en stor potential till utökad distribution i Norden samt på den internationella marknaden med initialt fokus på stora marknader.
- Fortsatt arbete runt harmoniseringen av Ellens varumärke för lansering och implementering på fler marknader.
- Marknadsinvesteringar för att stärka känndomen om Ellen och Ellens produktportfölj där fortsatt utveckling av Ellens Intinvårdsskola ingår.
- Utöver det har vi en ambition att lansera nya relevanta intinvårdsprodukter för att ytterligare bredda och stärka Ellens produktportfölj.

I den takt vi fortsätter att växa finns ett behov av att se över vår organisation för att säkerställa rätt bemanning och rätt kompetens. Vi är ett dedikerat och engagerat team och jag är stolt över den insats och det resultat vi tillsammans levererat under 2022. Vi har en stark plan på plats för att fortsätta Ellens tillväxtresa.

Sammantaget är vi väl positionerade och befinner oss på en bra plats för att fortsätta etablera Ellen som en relevant aktör inom intinvårdsprodukter på befintliga och nya marknader. Jag ser mycket fram emot att driva och leda detta arbete tillsammans med teamet.

För att möjliggöra en fortsatt tillväxtresa har Ellens styrelse och ledningsgrupp beslutat att nytt kapital krävs för att fortsätta den positiva utvecklingen av bolaget. Genom företrädesemissionen möjliggörs satsningar enligt Ellens affärsplan och strategiska fokusområden.

Avslutningsvis vill jag, tillsammans med Ellens ledning och styrelse, välkomna både befintliga och nya aktieägare att teckna aktier i den förestående nyemissionen, och därmed vara med på en fortsatt spännande resa med Ellen.

#### Charlotta Nilsson

Verkställande direktör  
Ellen AB

# ÖVERSIKTLIG VERKSAMHETS BESKRIVNING

## KORT OM ELLEN

Ellen är ett svenskt Fem-Techbolag vars huvudsakliga inriktning är utveckling och försäljning av innovativa, naturliga och högkvalitativa intinvårdsprodukter. Produkterna bygger på forskning och produktutveckling med mångårig kunskap inom probiotika och kvinnlig intimhälsa.

År 2002 lanserade Ellen den första tampongen med probiotika i världen, produkter som, enligt Bolagets kännedom, fortfarande efter 20 år inte har någon motsvarighet. Ellens probiotiska produkter är svenska innovationer som är utvecklade i samarbete med gynekologer och biokemister.

Produktportföljen har utvecklats genom åren och består idag av flertalet intinvårdsprodukter som kompletterar varandra väl och som bidrar till att upprätthålla ett balanserat pH-värde i underlivet genom livets alla faser.

Produkterna säljs och marknadsförs genom ett internationellt nätverk av distributörer samt i egen regi.

Idag finns Ellen representerad på cirka 20 olika marknader. Försäljningskanalerna varierar beroende på marknad, men sker främst via apotekskedjor eller utvalda detaljhandelskedjor samt online. Frankrike är Ellens enskilt största marknad, följt av Tyskland samt Sverige.

## ELLENS AFFÄRSIDÉ

”Som svenskt FemTech-bolag tillhandahålla innovativa och naturliga premiumprodukter för pH-balanserad intimhälsa”

## ELLENS VARUMÄRKESLÖFTE (VISION)

” ELLEN, UNDERLIVETS BÄSTA VÄN”

”Vi möjliggör en balanserad intimhälsa genom livets alla faser. I symbios med kroppen och dess naturliga ämnen hjälper vi till att få ett balanserat pH-värde i underlivet – hela livet”





## MARKNADSPOTENTIAL

Intimvårdsprodukter för kvinnor står 2022 för cirka 17 % av den globala hudvårdsmarknaden.

Fokus på kvinnlig hälsa och inte minst intimhälsa ökar. En viktig frågeställning som lyfts högre upp på den politiska agendan där vi ser ökade insatser och investeringar. Vi har under ett antal år sett att trender inom hälsa och välmående fortsätter att accelerera. Vi ser en mer öppen attityd och ökad medvetenhet där man är mer mån om att ta hand om sin egen hälsa via egenvård och egenvårdsprodukter.

Kvinnor anser att intimhälsa är mycket viktig för deras välbefinnande. 9 av 10 konsumenter anser att intimhälsoprodukter bör vara skonsamma och pH-balanserade och man efterfrågar naturliga, skonsamma och oparfymrerade produkter för det känsliga intimområdet.

Enligt en studie kan undermålig intimhälsa orsaka en mängd olika problem som till exempel urinvägsinfektioner,

svampinfektioner och till och med reproduktionsproblem. Dessa medicinska problem kan påverka en kvinnas känslomässiga och mentala välbefinnande såväl som hennes fysiska hälsa. Generellt ökad medvetenhet runt intimhälsa är en annan bidragande faktor till att intimvårdsprodukter för kvinnor vuxit de senaste åren.

Den globala marknaden för intimvårdsprodukter för kvinnor värderas 2022 till cirka 27,7 miljarder USD och beräknas vara värd 38,4 miljarder USD år 2030. En växande medvetenhet om personlig hygien, ökad makt och självständighet för kvinnor, ökad disponibel inkomst per capita och ökande kvinnobefolkning är viktiga faktorer som driver den globala försäljningsökningen av kvinnors intimvårdsprodukter

Källa : <https://www.futuremarketinsights.com/reports/women-intimate-care-market>, <https://www.acumenresearchandconsulting.com/feminine-hygiene-products-market> samt Silver insightsstudie från 2017.

## STRATEGI

Det finns ett generellt ökat intresse runt intimhälsa där trender och marknadsundersökningar påvisar en fortsatt hög marknadstillväxt för kommande år. Ellens produktportfölj möter efterfrågan på naturliga, skonsamma och pH-balanserade produkter för underlivet.

Ellens övergripande fokus är att driva lönsam tillväxt med målsättning att i närtid uppnå positivt kassaflöde.

Detta kommer ske via ett antal **strategiskt viktiga områden enligt nedan.**

**Utökad distribution och tillgänglighet av Ellens produktportfölj:** Utökad distribution med fokus på de strategiskt viktiga marknaderna Sverige inklusive övriga Norden, Tyskland samt Frankrike/Belgien som står för knappt 85 procent av Ellens totala omsättning 2022.

Lansering av en egen webb-shop i Sverige under februari månad kommer att öka tillgängligheten för Ellens produktportfölj. Utöver detta utvärderas potential för ytterligare internationell expansion på relevanta marknader både gällande online samt i fysiska butiker. Samtidigt kommer Ellen se över och utvärdera övriga befintliga marknader för att säkerställa lönsamhet framåt.

**Harmonisering av Ellens varumärke:** Med fokus att bygga ett starkt varumärke för framtiden. I Norden samt i Tyskland har Ellen under 2022 lanserat och implementerat en ny uppgraderad varumärkesplattform och en ny design som speglar Ellens högkvalitativa produktportfölj. Detta har öppnat upp många nya dörrar för Ellen som bland annat inneburit ny utökad distribution. Den nya designen har väckt stor uppmärksamhet och Ellen har vunnit presigefyllda

priser för den nya designen. Ellen planerar att fortsätta arbetet med lansering och implementering av den nya identiteten på fler marknader under 2023.

**Markandsinvesteringar för att stärka kännedomen :** Stärka kännedomen om Ellen och Ellens produktportfölj via ökade, relevanta och målgruppsinriktade marknadsinvesteringar samt aktivering via Ellens återförsäljare. Ellen avser markant öka satsningarna online och i de digitala kanalerna. Utökad distribution kräver utökade investeringar och är viktiga för att stötta kännedomen om Ellen och Ellens högkvalitativa produkter.

**Ellens Intimvårdsskola – en del av marknads-satsningarna :** 78% av kvinnorna anser att det inte finns tillräckligt med information om intimhälsa och man vet inte vad som är normalt eller vad man kan förvänta sig genom livets olika faser. Intimhälsa är fortsatt ett tabubelagt ämne. Det vill Ellen ändra på.

För att sprida kunskap, bryta tabun och avdramatisera ämnet lanserades i november 2019 Ellens intimvårdsskola. Via Ellens Intimvårdsskola sprids kunskap och information. Här inspirerar och uppmuntrar Ellen kvinnor och flickor att ta hand om sitt underliv och sin intimhälsa. Ett viktigt arbete som kommer utvecklas vidare.

**Produktutveckling :** Ellens affärsidé är att "som svenkt Fem Tech-bolag tillhandahålla innovativa och naturliga premiumprodukter för pH-balanserad intimhälsa". Under 2022 har Ellen lanserat tre uppgraderade veganska intimvårdsprodukter där prebiotika adderats. Ellens fokus är att erbjuda ett bredare, mer relevant och attraktivt sortiment inom intimhälsa för framtiden. Ambitionen är att noga identifiera och lansera nya och relevanta produkter och därigenom erbjuda en bred och attraktiv produktportfölj som kan hjälpa kvinnor att nå ett balanserat pH-värde i underlivet – under hela livet.



## MOTIV TILL ERBJUDANDET

Ellens övergripande fokus är att driva tillväxt med målsättning att i närtid nå lönsamhet för Bolaget. Under 2022 har Bolaget bland annat implementerat en ny affärsstrategi, lanserat en ny varumärkesidentitet och uppgraderade produkter i Norden och Tyskland. Ellen levererar en försäljningstillväxt om 27,2 procent och en minskad förlust för 2022, detta trots utmanande tider.

För att möjliggöra en fortsatt tillväxtresa gör Ellens styrelse och ledningsgrupp bedömningen att nytt kapital krävs för att fortsätta arbetet enligt Ellens affärsplan. Genom Företrädesemissionen möjliggörs satsningar enligt Ellens affärsplan inom ett antal strategiskt viktiga områden, såsom utökad distribution och tillgänglighet av Ellens produktportfölj, en nyligen lanserad webb-shop i Sverige för ökad tillgänglighet av Ellens produktportfölj, harmonisering av Ellens varumärke på fler marknader, markandsinvesteringar för att stärka känneteckningen och produktutveckling. Ca 1,6 MSEK av emissionslikviden ska användas till amortering av ett kortfristigt bryggån.

”

DEN NYA DESIGNEN HAR MOTTAGITS VÄL AV MARKNADEN OCH KONSUMENTERNA OCH HAR BLAND ANNAT GENERERAT TRE PRESTIGEFYLLEDA DESIGNPRISER SOM BIDRAGIT TILL ÖKAD SYNLIGHET, STOR UPPMÄRKSAMHET OCH ÖKAT ENGAGEMANG FÖR ELLEN. ”

## SAMMANFATTNING AV ERBJUDANDET

Teckningskurs:	1 SEK/aktie
Antal erbjudna aktier:	6 647 119 aktier
Emissionsbelopp:	6,65 MSEK
Teckningsförbindelser:	
Teckningsperiod:	11-25 april 2023
Handel med teckningsrätter:	11-20 april 2023
Offentliggörande av utfall:	Omkring 28 april 2023

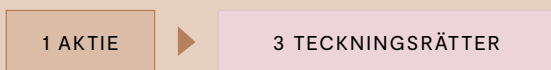
### Övrig information

Ticker:	ELN
ISIN-kod:	SE0014730347
LEI-kod:	SE0014730347

# SÅ HÄR GÖR DU FÖR ATT TECKNA AKTIER

## 1. DU TILLDELAS TECKNINGSRÄTTER

För varje aktie du innehar på avstämningsdagen den 6 april 2023 erhåller du tre (3) teckningsrätter.



## 2. SÅ HÄR UTNYTTJAR DU DINATECKNINGSRÄTTER

Två (2) teckningsrätter berättigar till teckning av en (1) ny aktie för 1,00 SEK per aktie



### FÖR DIG SOM HAR VP-KONTO

Om du har dina aktier i Ellen på ett VP-konto framgår antalet teckningsrätter som du har erhållit på den förtryckta emissionsredovisningen från Eurocler.

1. Om du utnyttjar samtliga teckningsrätter ska den förtryckta emissionsredovisningen från Euroclear användas.

2. Om du har köpt, sålt eller av annan anledning vill utnyttja ett annat antal teckningsrätter ska du fylla i och skicka in "Särskild anmälningsedel" som kan erhållas från Emminova AB via telefon, e-post eller på [www.ellen.se](http://www.ellen.se).

### FÖR DIG SOM HAR DEPÅ HOS BANK/FÖRVALTARE

Om du har dina aktier i Ellen på en depå hos en bank eller annan förvaltare får du information från din förvaltare om antalet teckningsrätter som du har erhållit

För att teckna aktier, följ instruktioner från din förvaltare.

### SÅ HÄR TECKNAR DU AKTIER UTAN FÖRETRÄDESRÄTT

#### FÖR DIG SOM HAR VP-KONTO

Fyll i Anmälningsedel för teckning av aktier utan stöd av företrädesrätt som finns på [www.ellen.se](http://www.ellen.se).

1. Anmälningssedeln ska vara Emminova tillhanda senast den 25 april 2023.

2. Om du blir tilldelad aktier får du en avräkningsnota som ska betalas enligt anvisningar på denna.

#### FÖR DIG SOM HAR DEPÅ HOS BANK/FÖRVALTARE

Teckning och betalning ska ske genom respektive bank/förvaltare.

För att teckna aktier, följ instruktioner från din förvaltare.



