

ADDLIFE I KORTHET

En ledande aktör inom Life Science

AddLife är ett svensknoterat medicinteknikbolag verksamt på den europeiska marknaden. AddLife äger och förvärvar bolag inom nischade segment vars erbjudande vänder sig till aktörer inom främst hälso- och sjukvårdssektorn, från forskning till vård.



Koncernens entreprenörsdrivna dotterbolag erbjuder högkvalitativa, kostnadseffektiva lösningar och produkter till både privat och offentlig sektor. Produktportföljen består dels av egentillverkade produkter och dels av produkter som är tillverkade av andra producenter. Tjänsteportföljen innehåller bland annat rådgivning, service och utbildning på samtliga marknader där dotterbolagen är verksamma. På dessa sätt skapar AddLife mervärde för kunder i hela Europa och bygger koncernens långsiktiga tillväxt. AddLife är idag närvarande i drygt 25 länder, huvudsakligen i Norden och övriga Europa.

VISION

Att förbättra människors liv genom att vara en ledande och värdeskapande aktör inom Life Science

AFFÄRSIDÉ

AddLife adderar mervärde till sina kunder verksamma inom hälso- och sjukvårdssektorn, från forskning till vård. Detta görs genom att erbjuda högkvalitativa, kostnadseffektiva lösningar av tjänster och produkter till både privat och offentlig sektor i Europa

KÄRNVÄRDEN

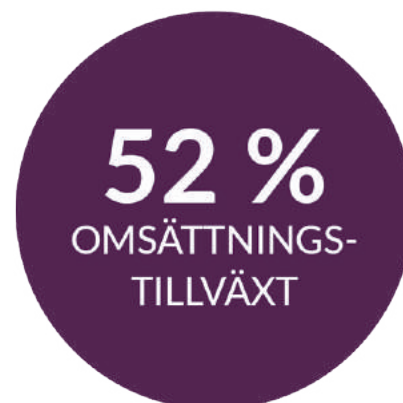
AddLifes framgång bygger på en välförankrad företagskultur i hela koncernen. Starka värderingar är ledstjärnor i samtliga medarbetares vardag, oavsett marknad. Koncernens kärnvärden som styr AddLifes entreprenöriella affärsmodell är enkelhet, engagemang, ansvarstagande och nytänkande



ÅRET I KORTHET

AddLife 2020

Covid-19-pandemin som drabbade världen under 2020 medförde en kraftig efterfrågan inom diagnostik och medicinteknik. Omsättningen ökade med 52 procent, varav den organiska tillväxten uppgick till 38 procent. Under året genomförde vi sex förvärv med en sammanlagd årsomsättning om ca 650 MSEK.



5 273

NETTOOMSÄTTNING
MSEK

802

EBITA
MSEK

950

OPERATIVT KASSAFLÖDE
MSEK

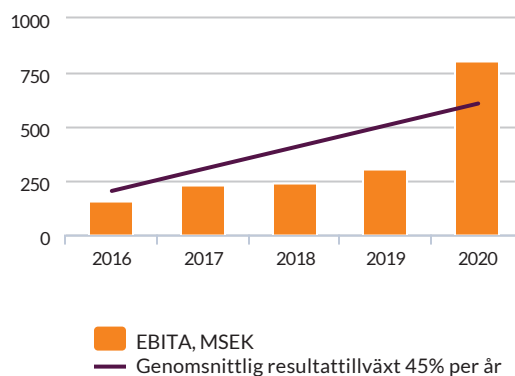
Den kraftigt ökade försäljningen i kombination med fortsatt god kostnadskontroll medförde en positiv resultateffekt där EBITA ökade med 163 procent jämfört med 2019. Resultatet har genererat ett starkt positivt operativt kassaflöde vilket möjliggör ytterligare investeringar i förvärv och utveckling för framtida tillväxt.

ADDLIFE NETTOOMSÄTTNING PER MARKNAD 2020



- Sverige (20%)
- Finland (13%)
- Danmark (16%)
- Norge (16%)
- Övriga Europa (31%)
- Övriga (4%)

RESULTATTILLVÄXT EBITA



Affärsläget på samtliga marknader påverkades av covid-19-pandemin. Bolagen inom Labtech har levererat stora mängder av instrument och covid-19-tester. Inom Medtech var efterfrågan på personlig skyddsutrustning hög under andra och tredje kvartalet.



LABTECH

3 212

NETTOOMSÄTTNING
MSEK



MEDTECH

2 061

NETTOOMSÄTTNING
MSEK

VD-ORD

Utmanande, men resultatmässigt fantastiskt år för AddLife

Vi har lämnat ett utmanande, men också ett resultatmässigt fantastiskt år för AddLife. Jag är stolt och full av beundran och vill inleda med att tacka mina medarbetare som gjort en enastående insats för att hjälpa våra kunder att hantera de enorma utmaningar som pandemin medfört. Genom ett stort engagemang, nytänkande och ansvarstagande har vi följt vår vision om att förbättra människors liv.

Pandemin genomsyrade samhället och förändrade vår vardag. Vi fick nya sätt att arbeta, umgås, och nya, tidigare helt otänkbara, restriktioner att förhålla oss till. Vi har ännu inte sett de långtgående effekterna, men jag är övertygad om att pandemin förstärkt ett antal trender som långsiktigt är bra för vår affär. Restriktionerna accelererade digitaliseringen och vi har fått en bred användning av digitala hjälpmedel och kommunikationskanaler. Ökad användning av digitala verktyg inom sjuk- och äldreomsorg, givet den demografiska utvecklingen, är ett måste om samhället ska kunna erbjuda en effektiv och bra vård för alla. Vi ser också att diagnostik kommer utnyttjas alltmer för att ta rätt medicinska beslut i vården. Slutligen har pandemin visat betydelsen av hållbara försörjningskedjor från leverantör till patient.

Jag är övertygad om att vår framgång beror på vår affärsmodell som fungerar även i en tid av kris. Vår decentraliserade organisation med entreprenörskrivna dotterbolag, som fokuserar på kundens behov, har trots stora utmaningar utvecklat affären och hittat nya vägar för att få fram produkter och lösningar med bibehållen kvalitet. Deras insatser för att hjälpa kunderna har gjort avtryck och med fördjupade kundrelationer öppnas nya affärsmöjligheter.

Våra dotterbolag inom diagnostik och medicinteknik hade en extrem efterfrågan och tillväxt under 2020. Samtidigt hade dotterbolagen med inriktning på elektiv avancerad kirurgi, hemsjukvård eller forskning en mer utmanande marknad. Operationer har skjutits på framtiden, medicinska forskningsprojekt utan koppling till covid-19 har prioriterats ner och isoleringen av äldre har försvårat utprovningar och installationer av hjälpmedel. De medicinska behoven finns dock kvar och pandemin har skapat en omfattande vårdskuld i alla länder. Covid-19-pandemin har synliggjort bristerna i äldreomsorgen och vi ser ett växande intresse för digitala vårdtjänster i hemmen.

Exceptionell omsättning och resultat tillväxt

Omsättningen steg med 1,8 miljarder kronor motsvarande en tillväxt på 52 procent varav 38 procent var organisk. Justerat för covid-19-relaterad försäljning växte vi organiskt med 6 procent vilket är i nivå med vår historiskt genomsnittliga organiska tillväxt.

Omsättningsökningen drevs främst av efterfrågan på personlig skyddsutrustning och covid-19-relaterad diagnostik där diagnostikbolagen sålde både instrument och reagenser. Den ökade försäljningen av instrument innebär att vi har fått en större installerad bas som har kapacitet att hantera en rad olika tester, vilket öppnar för ökad försäljning av reagenser under många år framåt.



Årets EBITA växte med 163 procent och EBITA-marginalen ökade till 15,8 procent från 8,8 procent 2019. Resultattillväxten var främst en effekt av kraftigt ökade volymer i kombination med god kostnads kontroll. Vi räknar med fortsatt hög efterfrågan från sjukvården både avseende diagnostik och ökat antal operationer för att arbeta i kapp vårdskulden, om än på en lägre nivå än 2020.

Ökade förvärvsmöjligheter

Vår strategi, att växa både organiskt och genom förvärv, ligger fast. Under året genomförde vi sex förvärv som tillförde en omsättning på 650 miljoner kronor. Årets förvärv bidrog både till att utveckla vår position i Centraleuropa genom två förvärv inom avancerad kirurgi samt att stärka vår position inom hemvård genom två förvärv i Norden. Vi genomförde också ett större förvärv i januari då vi tog över Euroclone som är en stark leverantör till cell- och molekylärbioforskningen i Italien.

Förvärvet av Biomedica 2018 och insteget på Europamarknaden har visat sig öppna många nya affärs- och förvärvsmöjligheter. Vi söker aktivt förvärv både i Norden och övriga Europa inom segment där vi redan är närvarande samt bolag i nya nischer som kompletterar vår befintliga affär. Vi fäster stor vikt vid att lära känna bolagen, förstå den lokala affären och dess utvecklingsmöjligheter samt att säkerställa att vi har liknande värderingar och hållbarhetsmål.

Vår vision, att förbättra människors liv, går hand i hand med att bedriva en långsiktigt hållbar verksamhet. Vi har alla ett stort ansvar och hållbarhet är för AddLife en naturligt integrerad del i affärsnyttan. Vi tar vårt ansvar genom hela leveranskedjan som arbetsgivare, producent och distributör samt marknadsaktör. Miljöutmaningarna för vår industri finns främst inom transporter samt sjukvårdens stora förbrukning av engångsprodukter i plast. Vi driver därför ett frakt- och logistikprojekt för att effektivisera transporter och minska utsläppen och arbetar samtidigt aktivt med våra leverantörer för att hitta alternativa material där så är möjligt.

När detta VD-ord skrivs är vi fortfarande mitt uppe i pandemin, men de pågående vaccinationerna inger visst hopp och jag tror att vi alla längtar efter en snabb återgång till mer normala förhållanden. Jag är övertygad om att AddLife är rätt positionerat för fortsatt värdeskapande och hållbar tillväxt.

Kristina Willgård

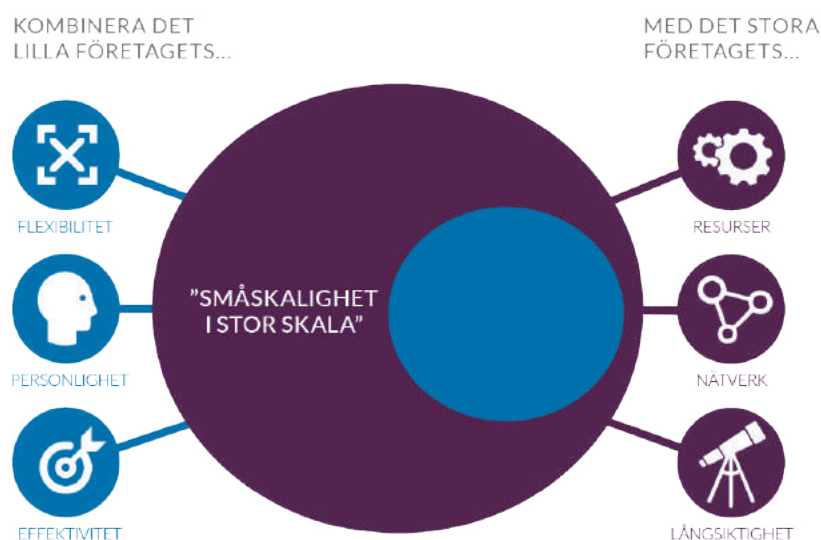
VD och koncernchef

AFFÄRSMODELL

Långsiktig lönsam tillväxt

AddLife utvecklar och förvärvar lönsamma, marknadsledande nischbolag inom Life Science. Vårt mål är att uppnå en långsiktig lönsam tillväxt och hållbar utveckling.

AddLife förenar det stora bolagets styrka med entreprenörens engagemang och affärsmannaskap. Moderbolaget agerar som aktiv ägare med fokus på att varje dotterbolag utvecklas och ökar sin lönsamhet. Dotterbolagen ansvarar för sin egen affärsverksamhet inom ramen för de krav som koncernen ställer på tillväxt, lönsamhet och hållbar utveckling.



Kombinationen av det stora bolagets styrka med entreprenörens engagemang och affärsmannaskap är en viktig framgångsfaktor för AddLife-koncernen

En helhet som fungerar

Vi kombinerar dotterbolagens fördelar som flexibilitet, personlighet och effektivitet med AddLifes samlade resurser, nätverk och industriella kompetens. AddLife är en aktiv ägare som prioriterar affärsutveckling tillsammans med bolagen. På så sätt kan koncernen optimeras för långsiktig hållbar tillväxt och lönsamhet. Vår decentraliserade bolagsstruktur medför dessutom att vi inte blir beroende av enskilda kunder och leverantörer.

Marknadsledande inom utvalda nischer

Life Science-marknaden är stor och relativt fragmenterad och AddLife har totalt sett små marknadsandelar. Vi verkar inom ett flertal attraktiva nischer inom olika produktsegment och har etablerat en stabil och växande försäljning inom dessa. Idag är vi marknadsledare i ett flertal specifika nischområden i olika geografier inom biomedicinsk forskning och laboratorieanalys, diagnostik, till exempel blodgasanalys, medicinteknik, såsom öron-näsa-hals samt välfärdsteknologi.

Kundkontakten sker i våra operativa dotterbolag

AddLife som bolag har inga egna kundrelationer, utan alla kundkontakter och affärsförbindelser med kunder sker i våra operativa dotterbolag. Våra kunder finns både i privat och offentlig sektor; framförallt sjukhus, hemvård, laboratorier inom sjukvård, forskning, universitet, högskolor samt läkemedels- och livsmedelsindustrin. Majoriteten finns inom den offentliga sektorn där försäljning sker genom offentlig upphandling.

SMÅSKALIGHET I STOR SKALA

AddLifes organisation är decentraliserad och entreprenörsdriven. Varje dotterbolag ansvarar för den egna affärsverksamheten inom ramen för koncernens krav på tillväxt, lönsamhet och hållbar utveckling. Samtidigt har de tillgång till AddLifes samlade resurser, nätverk och industriella kompetens genom moderbolaget och erfarenhetsutbyte med andra bolag i koncernen. Moderbolaget säkerställer finansiell stabilitet, resurser och verktyg som gör det enklare och effektivare för dotterbolagen att bedriva sin verksamhet. Moderbolaget driver också affärsskolan, AddLife Academy, som har en viktig sammanhållande funktion, som tillhandahåller kurser för samtliga medarbetare. Kombinationen av det stora bolagets styrka med entreprenörens engagemang och affärsmannaskap är en viktig framgångsfaktor för AddLife-koncernen.

AddLifes DNA



FINANSIELLA MÅL

Långsiktiga finansiella mål

Resultattillväxt 15% och hög lönsamhet fördubblar resultatet

Målet är att resultatet EBITA, långsiktigt ska växa med 15 procent per år. En tillväxt på 15 procent per år innebär att vi fördubblar bolagets resultat på fem år. Tillväxten skall genereras både organiskt och via förvärv. Förvärven finansieras till stor del med egna medel via vår höga lönsamhet, R/RK 45 procent.



Målet är att fördubbla AddLifes resultat på fem år och genom hög lönsamhet finansiera tillväxten med egna medel

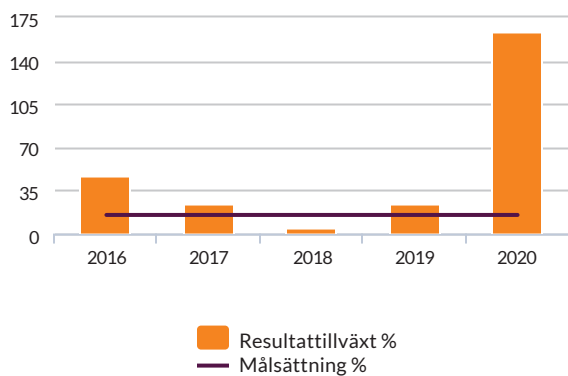
Kristina Willgård

VD och koncernchef

Resultattillväxt EBITA 15 %

Resultattillväxten (EBITA) ska långsiktigt uppgå till 15 procent per år.

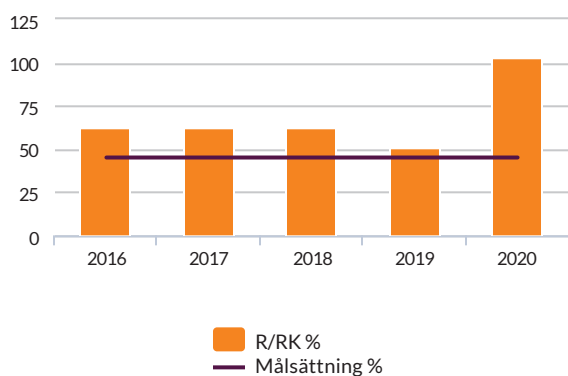
RESULTATTILLVÄXT



Lönsamhet 45 %

Lönsamheten ska överstiga 45 procent, dvs relationen mellan rörelseresultat (EBITA) och rörelsekapital (R/RK).

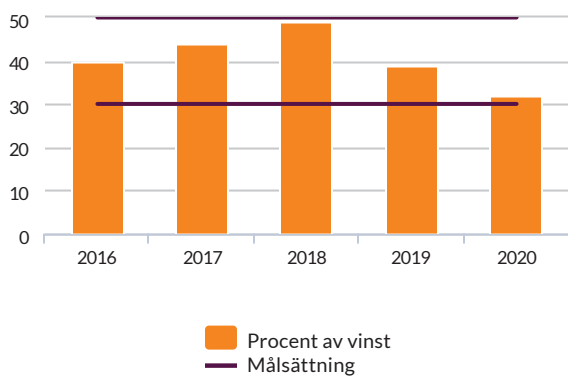
R/RK



Utdelningspolicy 30-50 %

AddLifes utdelningspolicy innebär en målsättning om en utdelning motsvarande 30–50 procent av koncernens genomsnittliga resultat efter skatt. Hänsyn tas till investeringsbehov och andra faktorer som bolagets styrelse anser vara av betydelse.

UTDELNING



STRATEGI

AddLifes strategi för hållbar tillväxt

AddLifes strategi bygger på tre grundprinciper som utgör ramverket för alla våra aktiviteter. Strategierna hjälper oss att fatta de rätta besluten för att uppnå de högt uppsatta finansiella målen.

1. Marknadsledande positioner

Att vara marknadsledare i utvalda nischer är viktigt för att AddLife ska uppnå stabil resultattillväxt och uthållig lönsamhet. För att nå detta ska våra dotterbolag

- Vara värdeskapande och bygga positioner i utvalda nischer
- Vara kvalificerade leverantörer och rådgivare till våra kunder inom utvalda områden
- Bygga försäljning på nära relation till kunder, tillverkare och leverantörer



2. Operativ rörlighet

Operativ rörlighet är ett agilt arbetssätt som ger AddLife möjlighet att skapa bättre förutsättningar för affärs- och lönsamhetsutveckling

- Våra dotterbolag ska vara flexibla och snabbroliga för att kunna tillvarata nya affärsmöjligheter
- AddLife utvecklar verksamheten genom aktivt ägande och styrelsearbete

3. Förvärv

Förvärv är viktigt för att uppnå AddLifes finansiella mål; långsiktig resultattillväxt

- Vi letar kontinuerligt efter nya Life Science-bolag där det finns förutsättningar att ta ledande nischpositioner
- Vi har en framgångsrik förvärvsprocess för integrering och utveckling
- Vi förvärvar bolag för att behålla och vidareutveckla dem långsiktigt

MARKNAD

Life Science-marknaden

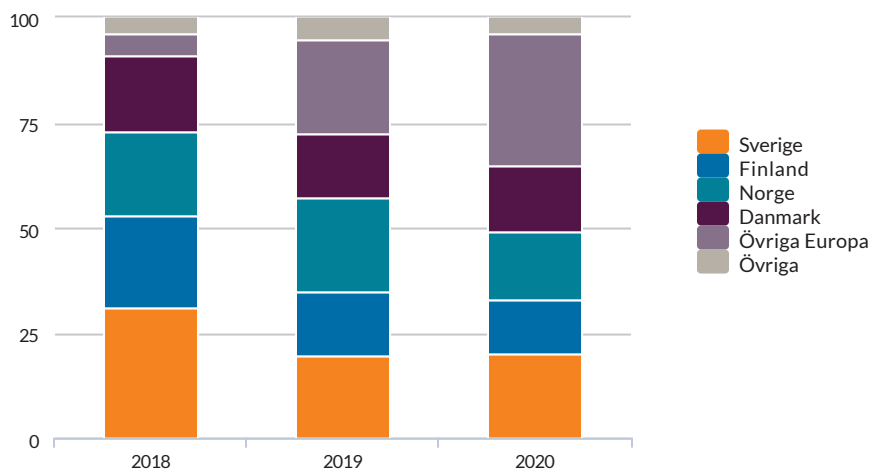
Efterfrågan på Life Science-marknaden fortsätter att utvecklas positivt och bedöms att vara fortsatt hög. Tillväxten beror på den demografiska utvecklingen med en ökande och åldrande befolkning samt teknisk utveckling som möjliggör nya behandlingsmetoder, skräddarsydd medicinering och diagnostik samt nya digitala lösningar.



Covid-19-pandemin har påverkat hela marknaden under 2020. Efterfrågan från framförallt sjukvården och diagnostiklaboratorierna har varit genomgående mycket hög under året. Fokus har varit att vårda patienter för covid-19 så sjukhusen har omprioriterat sin verksamhet och betydligt färre operationer har genomförts. Detta medför omfattande vårdköer på våra marknader. Efterhand som befolkningen blir vaccinerade så kommer sjukvården återigen omfördela resurser, för att successivt minska vårdköerna.

AddLife har under de senaste åren utvecklats från en nordisk till en europeisk aktör. Av AddLifes omsättning 2020 stod Norden för 65 procent, och resten av världen för 35 procent, jämfört med 2018 då motsvarande var 91 procent respektive 9 procent.

NETTOOMSÄTTNING PER MARKNAD 2018-2020



Marknadsstruktur

Enligt Medtech Europé, The European Medical Technology Industry in figures 2020, uppgår den europeiska medtech-marknaden till ca 120 miljarder euro och har totalt sett växt drygt 4 procent per år de senaste 10 åren. Marknaden är fragmenterad och av Europas ca 32 000 medicinteknikbolag är 95 procent små och medelstora bolag varav majoriteten har färre än 50 anställda. Stora internationella aktörer och mindre nischade bolag säljer oftast produkterna under egna varumärken och kontrollerar hela kedjan från tillverkning till distribution.

På marknaden finns också oberoende distributörer som liksom AddLife erbjuder produkter från både stora internationella bolag och mindre bolag utan egna försäljningskanaler.

I Europa spenderas i genomsnitt ca 10 procent av BNP per land på hälso- och sjukvård, varav ca 7,5 procent avser medicintekniska produkter. Gemensamt för AddLifes marknader är att vård och akademisk forskning till övervägande del finansieras med offentliga medel. Det innebär att en stor del av affärerna görs genom offentliga upphandlingar. På många marknader blir de offentliga upphandlingarna större i omfång, ofta med långa kontraktstider. För mindre aktörer kan detta vara ett hot, men samtidigt skapas nya möjligheter. Idag finns också en trend från prisbaserad utvärdering till modeller där hållbarhet, kvalitet på service och support får ökad betydelse för kunden.

Ökade produkt- och marknadskrav

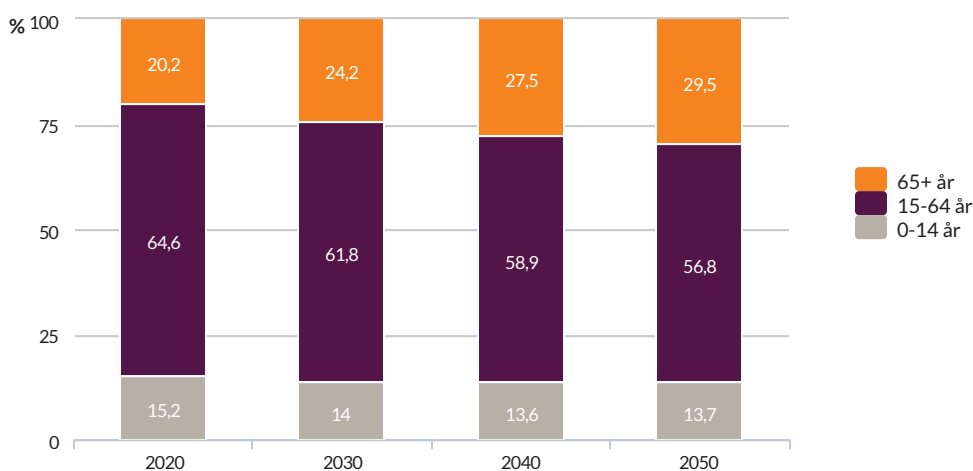
På marknaden finns ett antal inträdesbarriärer så som höga krav på produktsäkerhet, regelefterlevnad och övervakning. I Europa regleras medicintekniska produkter av EU-direktiv och förordningar. Innan produkterna får marknadsföras i Europa måste de CE-certifieras.

Nya EU-förordningar införs 2021 för medicintekniska produkter, MDR och 2022 för *in vitro* diagnostik-produkter, IVDR. För vissa produkter kan detta kräva förnyad prövning av CE-certifieringen, vilket kan vara både dyrt och betungande för små aktörer med begränsade resurser och få större globala aktörer att välja bort mindre och lokala marknader.

Ökande, åldrande befolkning

Trots att befolkningstillväxten i Europa förväntats avta de närmsta tio åren, och fram till 2050 minska med knappt 1%, kommer antalet äldre, över 65 år, att fortsätta öka. Andelen personer över 65 år i Europa förväntas år 2050 uppgå till ca 29 procent, mot dagens ca 20 procent av befolkningen. I Norden förväntas befolkningsökningen uppgå till 9 procent fram till år 2050 och andel över 65 uppgår då till 25%. En av anledningarna till ökad livslängd är att många håller sig friska i hög ålder. Samtidigt ökar dock andelen multi- och kroniskt sjuka. Sammantaget förväntas en större och äldre befolkning medföra att behovet av vård och omsorg ökar.

BEFOLKNINGSSTRUKTUR I DE EUROPEISKA LÄNDERNA (EU-27)



Källa: Eurostat 2020

En effekt av det ökade behovet av äldreomsorg är att området hemvård växer när vårdgivare effektiviserar verksamheten. Hemvård kan omfatta till exempel sjukvård, diagnostik och behandling i hemmet samt olika hjälpmedel, bostadsanpassning och övervakning. För patienten ger hemvård möjlighet att bo kvar hemma under längre tid, vilket förväntas ge högre livskvalitet för individen.

Digitalisering möjliggör nya applikations- och affärsmöjligheter

På marknaden finns en tydlig digitaliseringstrend med till exempel uppkopplad patientövervakning, uppkopplade laboratorieinstrument, webbaserade analystjänster och utveckling av nya digitala lösningar. Digitaliseringen möjliggör också nya sätt att samla, dela och analysera data, drivet av utvecklingen inom informations- och kommunikationsteknik samt tillgängligheten av smarta telefoner, surfplattor och bärbara datorer. Det innebär även att patienter kan ges möjlighet att själva få en roll i behandlingen, och därigenom utveckla en djupare förståelse för sitt tillstånd och aktuella behandlingar. Digitaliseringen påverkar också kundernas sätt att köpa och tillgodogöra sig tjänster. Köprelaterad service och tjänster som utbildning, användarstöd och produktunderhåll ökar därmed i betydelse.

Växande användningsområde för diagnostik

Diagnostikmarknaden växer inom flera områden tack vare teknikutveckling som gjort testmetoderna både billigare och enklare att använda. Under covid-19-pandemin har vi sett ett stort intresse för blodgasanalys och tester för covid-19. Ett annat exempel är de individuella tester som identifierar en viss genetisk markör för att avgöra vilken medicin som blir mest verksamt för en cancerpatient. Vi ser även behov av avancerad DNA-analys där utvecklingen går mot rutinmässig användning i stor skala vid bland annat olika typer av cancer. Ytterligare ett exempel är det ökade behovet av snabbtester på grund av en alltmer utbredd antibiotikaresistens. Inom klinisk kemi råder stark prispress på standardiserade tester vid centrallaboratorier. Omvänt sker en decentralisering av mer patientnära analyser, som ofta görs på en sjukhusavdelning eller vårdcentral. Denna decentralisering förväntas fortsätta inom en rad nischer där behovet av snabba testresultat är avgörande för vidare behandling av patienten.

AFFÄRSOMRÅDE

Affärsområde Labtech

Affärsområdet Labtech erbjuder produkter, lösningar och tjänster inom bland annat diagnostik, biomedicinsk forskning och laboratorieanalys. Kunderna är till exempel sjukhus, forskningslaboratorier, läkemedelsföretag och aktörer inom livsmedelsindustrin, huvudsakligen i Norden och övriga Europa.



Dotterbolagen inom affärsområdet Labtech har väl uppbyggda lokala försäljnings- och serviceorganisationer för att kunna arbeta nära kund och leverantör. Bolagen har starka marknadspositioner och högkvalificerad personal. Produkterna som erbjuds används för att diagnostisera sjukdomar eller bedriva forskning och består av utrustning, förbrukningsartiklar och reagens. Vi erbjuder även utbildning och teknisk service för att säkerställa att utrustningen används effektivt. Av affärsområdets försäljning består till 90 procent av produkter från ledande tillverkare och 10 procent av egna varumärken. Offentlig upphandling motsvarade ca 75% procent av nettoomsättningen under 2020.

LABTECH NETTOOMSÄTTNING
PER MARKNAD

LABTECH I SIFFROR

Nettoomsättning: 3 212 MSEK

EBITA: 565 MSEK

Medarbetare: 601

Andel av nettoomsättning: 61 %

Utveckling och marknad under 2020

Tillväxten inom affärsområdet Labtech har till övervägande del varit drivet av covid-19-pandemin, då andra behandlingar har minskats till ett minimum på sjukhusen. Under året har omfattande covid-19-testning bedrivits på samtliga marknader och våra diagnostikbolag har kunnat erbjuda både instrument och stora volymer certifierade tester från flera olika tillverkare. Vi har framförallt sålt PCR-tester, vilka används för att påvisa pågående infektion. För våra bolag har det varit en konkurrensfördel att kunna erbjuda lösningar från flera leverantörer för att därmed säkra kundernas tillgång till produkter.

Sjukhusens intensivvårdsavdelningar, IVA, har i samband med behandling av covid-19-patienter haft mycket hög förbrukning av olika tester för att få information kring patientens status. Vårt produktområde Blodgasanalys, som ger viktig information om patientens lungfunktion, hade under första halvåret hög tillväxt både på nya instrument men framförallt på reagensförbrukning. Under sommaren behandlades färre covid-19-patienter på IVA men under hösten uppkom en andra våg och efterfrågan ökade återigen.

Många kunder har under pandemin frångått normala inköpsrutiner och istället gjort inköp via direktupphandling för att få snabb access till produkter. Den omfattande instrumentförsäljningen till diagnostiklaboratorierna under året bidrar till en större installerad bas, vilket i sin tur öppnar för ökad försäljning av reagenser under många år framöver.

Efterfrågan var stark inom forskningsbolagen under årets första månader, fram till utbrottet av covid-19, då marknadsläget förändrades radikalt. Initialt minskade aktiviteten hos de akademiska kunderna och i flera länder stängdes universiteten till följd av restriktioner men under andra halvan av året upplevde vi en återhämtning. Många forskarteam som jobbar med olika covid-relaterade projekt har av både privata och statliga aktörer fått ökade anslag till sin forskning, vilket drivit efterfrågan på flera av våra produkter. Trots stort fokus på virusforskning så ser vi även en positiv försäljningsutveckling inom andra forskningsområden och till läkemedelsbolagen. Däremot har försäljningen varit svagare till veterinär- och livsmedelskunder. Även försäljningen av våra avancerade instrument inom materialanalys till akademiska kunder i Kina och USA har under året varit relativt svag.

Attraktiv samarbetspartner

AddLife och affärsområdet Labtech fortsätter att attrahera förvärvskandidater och ledande nischleverantörer. Affärsområdets tillgång på högkompetent personal och ett brett distributionsnät över Europa är vad många aktörer söker i en attraktiv samarbetspartner. Friheten som distributör gör att bolagen kan agera snabbt i en föränderlig marknad och man har möjlighet att erbjuda kunderna skraddarsyddna lösningar.

I januari 2020 förvärvades italienska Euroclone med förväntad årsomsättning om 280 MSEK till affärsområdet. Både integrationen av bolaget och dess utveckling har gått bra, trots att möjligheten till fysiska möten varit starkt begränsad under större delen av året.

LABTECHS STYRKOR

- Engagerade medarbetare med hög utbildningsnivå och mångårig erfarenhet inom respektive segment
- Högkvalitativa produkter, hög servicegrad, löpande utbildningsmöjligheter och rådgivning erbjuds kunderna
- Långsiktiga samarbeten med ledande leverantörer och exklusiv distributionsrätt på AddLifes marknader
- Stark organisation för teknisk service med lokal förankring

LABTECHS PRODUKTSEGMENT

- Hematologi
- Patologi
- Patientnära diagnostik
- Cellbiologi
- Genetik
- Mikrobiologi
- Virologi
- Molekylärbiologi
- Klinisk kemi
- Immunologi
- Förbrukningsartiklar
- Analysinstrument



AFFÄRSOMRÅDE

Affärsområde Medtech

Inom affärsområdet Medtech erbjuder dotterbolagen medicintekniska produkter och tjänster inom medicinteknik, samt hjälpmedel inom hemvård. Medtechs erbjudande vänder sig främst till offentligt finansierad sjukvård, hemvård och omsorg. Affärsområdet är verksamt i huvudsakligen i Norden och övriga Europa samt i begränsad omfattning i Australien.



Dotterbolagen inom affärsområdet Medtech verkar genom lokal kännedom och närvaro med koncernens globala räckvidd. Dagens hälso- och sjukvård är nationella angelägenheter som ingår i globala och gemensamma utmaningar. Det gör att produkt- och tjänstebehovet är i stort sett likvärdigt oavsett marknad. Bolagen erbjuder ett brett utbud av egna produkter, produkter från andra leverantörer samt en tjänsteportfölj bestående av utbildning, support och service. Produktsortimentet spänner från enklare förbrukningsmaterial till avancerade instrument för kirurgiska ingrepp samt välfärdsteknologi, badrumslösningar och olika hjälpmedel för fallprevention i hemmen. Sammantaget kräver produktutbudet en gedigen medicinsk kunskap för att vägleda kunderna rätt. Försäljningen sker till 90 procent genom offentliga upphandlingar.

MEDTECH NETTOOMSÄTTNING PER MARKNAD



MEDTECH I SIFFROR

Nettoomsättning: 2 061 MSEK

EBITA: 253 MSEK

Medarbetare: 497

Andel av nettoomsättning: 39%

Utveckling och marknad under 2020

Året har präglats av covid-19-pandemin där sjukvården, i samtliga länder, har efterfrågat extraordinära kvantiteter medicintekniska produkter, framför allt skyddsutrustning. Båda våra dotterbolag Mediplast och Biomedica har under året erhållit extra beställningar, utanför ramavtal, avseende skyddsutrustning till sjukvården. Tack vare långsiktiga, starka leverantörsrelationer har vi kunnat erbjuda leveranser både enligt befintliga avtal och extra beställningar. I tillägg har vi identifierat nya leverantörer i Asien där vår egen kvalitetsprocess säkerställt att produkterna uppfyller de regulatoriska kraven och håller den kvalitet som sjukvården förväntar sig. Det exceptionella läge som uppstod inom sjukvården i flera länder under pandemin, med utmaningar kring säkra leveranskedjor, produktkvalitet och beredskapslager har medfört fördjupade och givande diskussioner med flera av våra större kunder angående utmaningar och behov framåt inför framtida samarbete.

Försäljningen av produkter till elektiv kirurgi har varit betydligt lägre än normalt på samtliga marknader vilket har medfört att andelen egna produkter är ovanligt låg. Eftersom sjukhusen har lagt alla resurser på covid-19-relaterad intensiv- och akutvård har vårddköerna ökat markant. Det kommer ta lång tid för de flesta länder att hantera den uppkomna vårdskulden.

Trenden avseende behovet av ökad och säker vård i hemmet är fortsatt stark. Dock har flera av våra bolag inom hemvård sett förseningar i projekt, då fysiska möten och installationer hos kunder, varit begränsade under pandemin. Framför allt har bostadsanpassningar påverkats negativt medan större byggprojekt, i stort sett, har fortsatt som planerat.

I maj 2021 träder nya MDR i kraft, vilket innebär högre krav på såväl distributörer som tillverkare av produkter. Detta leder till mer omfattande krav på riskbedömning, produktsäkerhet och dokumentation samt övervakning av tillgängligt sortiment.

Under året har produktägarskapet avseende produktportföljen från Wellspect, som förvärvades under 2019, blivit registrerad och sortimentet är nu godkänt för försäljning med vårt CE-märke. Under 2020 har fem förvärv genomförts till affärsområdet, som totalt förväntas bidra med en sammanlagd årsomsättning om ca 375 MSEK.

MEDTECHS STYRKOR

- Brett produktsortiment bestående av såväl egenutvecklade produkter som produkter från andra världsledande tillverkare
- Välmeriterade medarbetare med lång medicinsk erfarenhet, lokal kännedom, hög servicegrad samt produktutvecklare inom välfärdsteknologi
- Stor flexibilitet kring kundanpassade lösningar liksom spetskompetenser inom offentliga upphandlingar
- Pan-europeiskt distributions- och servicenät för såväl egna som andra leverantörers produkter och tjänster

MEDTECHS PRODUKTSEGMENT

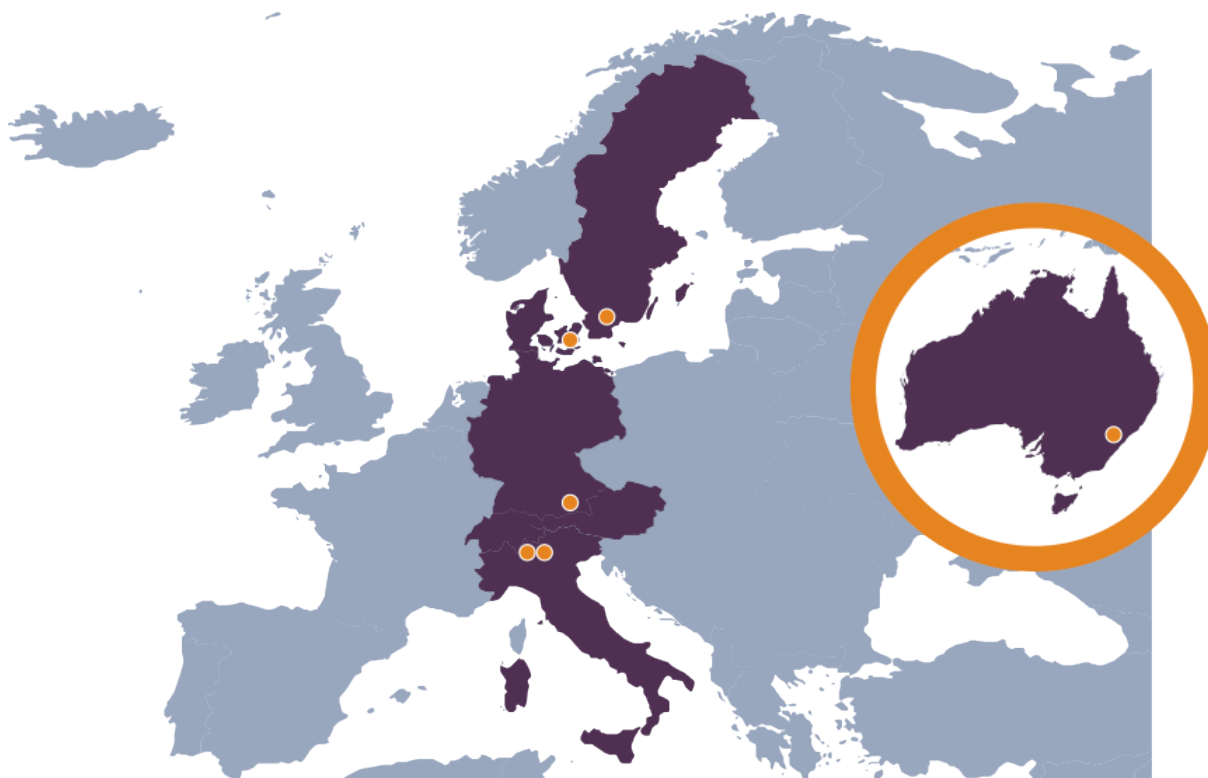
- Öron, näsa och hals
- Respiration
- Intensivvård
- Kirurgi
- Sårvård
- Enteral nutrition
- Fallprevention
- Välfärdsteknologi
- Badrumshjälpmedel
- Hjälpmedel för handikappade barn



FÖRVÄRV

Förvärv 2020

Framtida tillväxten i AddLife förväntas delvis uppnås genom företagsförvärv vilket är en viktig del i AddLifes affärsmodell. Vi söker ständigt efter intressanta bolag att förvärva och vidareutveckla långsiktigt. AddLife är en aktiv ägare och ett attraktivt alternativ för de som vill sälja sitt bolag.



Vi letar ständigt efter nya, intressanta bolag som kan förstärka befintlig verksamhet inom våra affärsområden. Nya bolag tillför närvaro på nya marknader, kompletterar produkt- och tjänsteutbud samt kanske allra viktigast, tillför kompetenta medarbetare med en stark känsla för affärsmannaskap och sin verksamhet. AddLife har genom åren förvärvat många bolag och vi har tagit fram en tydlig och framgångsrik process för integrering och utveckling av uppköpta bolag. Vi tillför finansiell stabilitet, resurser och verktyg som gör det enklare och effektivare att driva och utveckla verksamheten.

Vi söker lönsamma bolag med tillväxtpotential, högt kunskaps- och teknikinnehåll och utvecklade leverantörsrelationer eller starka egna varumärken i utvalda nischer. Bolagen drivs oftast vidare under egna varumärken, men integreras i AddLifes företagskultur och modell för finansiell styrning. AddLife vidareutvecklar bolagen genom aktivt ägande för en hållbar tillväxt. Utgångspunkten i vår företagskultur är ett värderingsstyrt ledarskap med stor frihet, hög grad av självbestämmande och eget ansvar. Inom koncernen arbetar vi aktivt med olika samarbeten och nätverk som ger möjlighet att dela erfarenheter mellan bolagen. Vår affärsskola, AddLife Academy, erbjuder alla medarbetare olika former av kompetensutveckling.

Årets förvärv

Under 2020 genomförde AddLife sex förvärv som beräknas tillföra en sammanlagd årsomsättning om ca 650 MSEK och 197 medarbetare.

Euroclone

I november 2019 tecknades avtal om förvärv av det italienska bolaget Euroclone S.p.A till affärsområdet Labtech. Euroclone marknadsför och säljer en bred portfölj både av marknadsledande varumärken samt egna varumärken inom cell- och molekylärbiologi. Euroclone innehar distributionsrättigheter i Italien för några av AddLifes redan befintliga leverantörer i Norden, vilket gör att AddLifes position på den europeiska marknaden ytterligare stärks. Därutöver har bolaget en mindre verksamhet med nischade produkter inom Medtech. Bolagets slutkunder utgörs av de främsta sjukhuslaboratorierna, forskningscentra, privata kliniker samt industriella centra i Italien. Bolaget omsätter ca 280 MSEK och har 58 anställda. Förvärvet slutfördes i början av januari 2020.

TechniPro PulmoMed

I september förvärvades det australiensiska bolaget TechniPro PulmoMed Pty Limited. Technipro PulmoMed marknadsför och säljer huvudsakligen produkter från en ledande leverantör av produkter för vård av patienter med kroniska luftvägssjukdomar som nebulisatorer och andningshjälpmedel. Denna agentur distribueras redan av AddLife på den nordiska marknaden. Bolaget omsätter ca 13 MSEK och har 5 anställda och kommer att integreras med Mediplast Australia Pty Ltd under 2021.

Ropox

Den 1 oktober förvärvades det danska bolaget Ropox A/S. Bolaget utvecklar, designar och producerar behovsanpassade kök, badrumsinredningar och hjälpmedel för äldre och personer med särskilda behov. Produkterna är välkända för hög kvalitet, flexibilitet och innovativ design. Försäljningen sker med egen personal i Danmark och England. Försäljning till övriga nordiska och europeiska marknader sker via distribution. Förvärvet innebär ett insteg inom segmentet hemvård i Danmark och utgör ett utmärkt komplement till befintliga nordiska verksamheter inom hemvård i affärsområdet Medtech. Ropox omsätter ca 95 MSEK och har 73 anställda.

DACH Medical Group

I oktober förvärvade AddLife DACH Medical Group Holding AG, vilket är en koncern med verksamhet i Österrike, Schweiz och Tyskland inom produktområdet avancerad kirurgi. DACH marknadsför och säljer både egna varumärken och produkter från ledande leverantörer inom avancerad kirurgi såsom laparoskopi, endoskopi, urologi, thorax och gynekologi. Produkterna säljs till kunder både inom offentligt och privat finansierad vård. Bolaget utgör ett bra komplement till redan befintliga verksamheter inom avancerad kirurgi inom AddLife. DACH bedriver verksamhet med egen säljkår i alla tre länder och verksamheten har 23 medarbetare och omsätter ca 145 MSEK.

Zafe Care Systems

I oktober förvärvades det svenska bolaget Zafe Care Systems AB. Zafe Care Systems implementerar välfärdsteknik i äldreomsorgens verksamheter, särskilt boende och ordinärt boende, tillsammans med LSS gruppboendestäder samt hjälpmedelscentraler. Välfärdstekniken bidrar till ökad trygghet och livskvalitet för den enskilde individen samtidigt som det förbättrar och effektiviserar vård- och omsorgsarbetet. Bolaget, som är en väletablerad leverantör av välfärdsteknik till mer än 200 av Sveriges kommuner, har 21 medarbetare och omsätter ca 35 MSEK.

Biomedica Italia

I september tecknade AddLife avtal om att förvärva det italienska bolaget SIAD Healthcare s.p.a. och tillträdet ägde rum den 1 december. SIAD Healthcare marknadsför och säljer produkter från ledande leverantörer inom avancerad kirurgi såsom neurokirurgi, ryggkirurgi, plastikkirurgi, interventionell radiologi samt även produkter för avancerad sårvård. Verksamheten har 17 anställda och omsätter ca 80 MSEK. I samband med förvärvet har verksamheten överförs till ett nybildat bolag vid namn Biomedica Italia s.r.l.

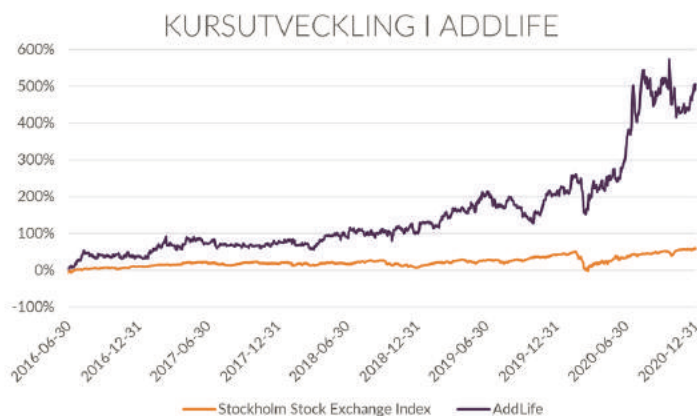
2020	Land	Tidpunkt	Nettoomsättning, MSEK	Antal anställda	Affärsområde
Euroclone S.p.A.	Italien	Januari	280	58	Labtech
TechniPro PulmoMed Pty Ltd	Australien	September	13	5	Medtech
Ropox A/S	Danmark	Oktober	95	73	Medtech
Dach Medical Group Holding AG	Österrike	Oktober	145	23	Medtech
Zafe Care Systems AB	Sverige	Oktober	35	21	Medtech
Biomedica Italia s.r.l.	Italien	December	80	17	Medtech
			648	197	



AKTIEN

AddLifes aktie

AddLife noterades på Nasdaq Stockholm, Nordic Mid Cap-listan, den 16 mars 2016. Bolagets börsvärde den 31 december 2020 var 16 488 MSEK (8 273). Antalet aktieägare uppgick per 31 december till 7 501 (4 331).



Kursutveckling och omsättning

AddLife ökade under räkenskapsåret i värde med 99 procent. Stockholmsbörsens index OMX Stockholm förändrades under motsvarande period med 13 procent. Högsta betalkurs under året var 160,00 SEK och noterades den 23 oktober 2020. Den lägsta noteringen var 59,75 SEK och noterades den 18 mars 2020. Sista betalkurs före räkenskapsårets utgång var 144,00 SEK. Under räkenskapsåret från 1 januari till 31 december 2020 omsattes 20,0 miljoner aktier (22,2) till ett sammanlagt värde av ca 2 256,9 MSEK (1 439,4). Nedbrutet per handelsdag omsattes i genomsnitt 79 467 AddLife-aktier (89 137) till ett genomsnittligt värde av ca 9,0 MSEK (5,8). Genomsnittligt antal avslut per dag uppgår till 528 stycken (147).

Utdelningspolicy

Styrelsen i AddLife har målsättningen att föreslå en utdelning motsvarande 30-50 procent av resultatet efter skatt. Vid fastställande av utdelningar tas hänsyn till investeringsbehov och andra faktorer som bolagets styrelse anser vara av betydelse.

ÄGARSTRUKTUR



- Svenska institutioner och fonder (37,9%)
- Utländska investerare (46,6%)
- Svenska fysiska personer (15,5%)

Aktieägare	Andel i procent av	
	kapital	röster
Roosgruppen AB	8,08	18,37
Tom Hedelius	1,83	13,26
Verdipapirfond Odin	9,64	7,07
SEB Fonder	8,76	6,43
Swedbank Fonder	7,68	5,63
NTC Fidelity Funds Northern Trust	7,47	5,48
State Street Bank & Trust Company	6,90	5,06
J.P. Morgan Chase & Co	3,99	2,93
Sandrew AB	2,45	1,79
Lannebo Fonder	2,14	1,57
Totalt 10 största ägarna	58,94	67,59

AKTIEN

Fyra anledningar att äga aktier i AddLife

1. Attraktiv icke-cyklisk tillväxtmarknad

Marknaden för medicinteknik är relativt okänslig för konjunktursvängningar. Den kännetecknas av en stabil tillväxt som huvudsakligen drivs av befolkningsutveckling med en åldrande befolkning, vilket ökar efterfrågan på AddLifes produkter inom såväl sjukvården som forskningssidan. Historiskt sett har den årliga marknadstillväxten där vi är verksamma varit 2-4 procent.



2. Kassaflöde finansierar tillväxt

AddLife växer med lönsamhet och våra dotterbolag har en stark kassagenererande förmåga. Det skapar utrymme för direktavkastning samt finansiella muskler att förvärva och investera.

- 1 Attraktiv icke-cyklisk tillväxtmarknad
- 2 Kassaflöde finansierar tillväxt
- 3 Tydlig strategi för att skapa ytterligare tillväxt
- 4 Stark marknadsposition och långa avtal

3. En tydlig strategi för att skapa ytterligare tillväxt

AddLife har betydande förvärvserfarenhet med en etablerad process för att identifiera och genomföra framgångsrika förvärv. Syftet är att de förvärvade bolagen ska fortsätta att utvecklas utifrån sina egna styrkor, med en finansiellt stark och marknadskunnig ägare som stöd. Förvärven är en integrerad del för att bidra till resultatstillväxt enligt bolagets finansiella mål.

4. Stark marknadsposition och långa avtal

AddLifes dotterbolag har starka försäljningsorganisationer med högt tekniskt kunnande och långvariga, goda relationer till kunderna. Vår breda produktportfölj skapar stordriftsfördelar och värde för koncernen.