

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 närvarande i drygt 25 länder i Europa.

AddLife i korthet

- Är verksam på den europeiska Life Science-marknaden
- Utvecklar och förvärvar lönsamma, marknadsledande nischföretag med erbjudanden riktade främst till sjukvården, från forskning till vård
- Har en entreprenörsdriven organisationsmodell med dotterbolag som verkar som självständiga företag
- Dotterbolagen är uppdelade i två affärsområden, Labtech och Medtech
- AddLife-aktien är noterad på NASDAQ Stockholm, Nordic Large Cap-listan

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 kärnvärden är: Enkelhet – Ansvarstagande – Engagemang – Nyttänkande. AddLifes framgång bygger på en välförankrad företagskultur. Koncernens kärnvärden styr AddLifes entreprenöriella affärsmodell.



ÅRET I KORTHET

AddLife 2021

2021 var ett framgångsrikt år för AddLife, med sju förvärv och exceptionell omsättning och vinst. Förvärven förväntas tillföra en sammanlagd årsomsättning om cirka 3 300 MSEK. Covid-19-pandemin har under året haft fortsatt väsentlig påverkan på Life Science marknaden och affärsläget för våra bolag. Omsättningen ökade med 52 procent, varav den organiska tillväxten uppgick till 11 procent.



7 993

NETTOOMSÄTTNING
MSEK

1 273

EBITA
MSEK

1 010

OPERATIVT KASSAFLÖDE
MSEK

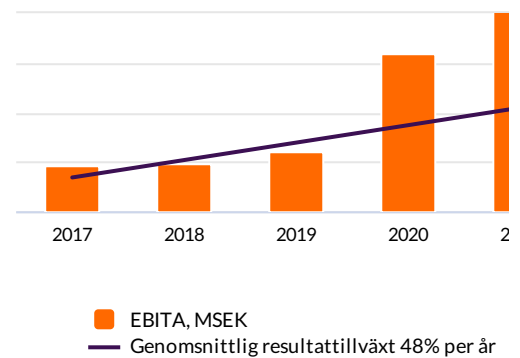
Den kraftigt ökade försäljningen i kombination med fortsatt god kostnadskontroll medförde en positiv resultateffekt där EBITA ökade med 59 procent jämfört med 2020. Resultatet har genererat ett starkt positivt operativt kassaflöde vilket möjliggör ytterligare investeringar i förvärv och utveckling för framtida tillväxt.

ADDLIFE NETTOOMSÄTTNING PER MARKNAD 2021



- Sverige (14%)
- Danmark (14%)
- Norge (13%)
- Finland (8%)
- Storbritannien (8%)
- Irland (7%)
- Italien (7%)
- Tyskland (6%)
- Österrike (4%)
- Schweiz (4%)
- Övriga Europa (12%)
- Övriga världen (3%)

RESULTATTILLVÄXT EBITA



Affärsläget på samtliga marknader påverkades av covid-19-pandemin. Bolagen inom Labtech har levererat stora mängder av covid-19-tester. Omsättningsökningen inom Medtech är framförallt driven av förvärv då vi haft en begränsad försäljning av covid-19-relaterade produkter inom affärsområdet.



LABTECH

4 373

NETTOOMSÄTTNING
MSEK



MEDTECH

3 625

NETTOOMSÄTTNING
MSEK

VD-ORD

Rustade för fortsatt lönsam tillväxt

2021 var ett intensivt år för AddLife, med sju förvärv och exceptionell omsättning och vinst. Covid-19-pandemin har fortsatt haft en betydande inverkan på Life Science-marknaden och affärsituationen.

Hur ser du på det gångna året?

Det var ett framgångsrikt år för AddLife. Tillväxten var exceptionell och vår expansion genom strategiska förvärv kommer att skapa mervärde för koncernen framöver. Den starka försäljningstillväxten härrörde delvis från covid-19-relaterad försäljning, men även från våra förvärv. Omsättningen ökade med 52 procent till nästan 8 miljarder SEK, vilket bidrog till att EBITA ökade med 59 procent. Vårt kassaflöde på över 1 miljard SEK ger oss utrymme att fortsätta investera i förvärv och driva organisk tillväxt. Våra bolag har gjort ett fantastiskt arbete med att generera affärer och anpassa sig efter våra kunders skiftande behov.

Labtech-verksamheten uppvisade en stark tillväxt, vilket till stor del berodde på den omfattande försäljningen av covid-19-relaterade produkter under det första halvåret, men också på ökad efterfrågan inom andra segment. Tack vare våra nya förvärv hade vi även en stark tillväxt inom Medtech. Sammanlagt genomförde vi sju förvärv som ger ett tillskott på mer än 3,2 miljarder SEK till vår årliga omsättning, och som bidrar till att etablera oss inom Life Science i Europa. Fyra av årets förvärv avsåg bolag utanför Norden.

Kommer den europeiska expansionen att fortsätta under 2022 och framåt?

Sedan börsintroduktionen 2016 har AddLife utvecklats från en koncern med 24 nordiska bolag med en sammanlagd omsättning på 1,9 miljarder SEK till en koncern med 80 bolag verksamma på ett flertal europeiska marknader och med en sammanlagd omsättning på 8 miljarder SEK. Omsättningsmässigt är våra europeiska verksamheter nu större än de nordiska, vilket skapar många nya möjligheter för oss. Vi ser potential för ytterligare expansion inom utvalda nischer, både i Norden och på europeisk nivå.

Hur ser du på integrationen av nya förvärv i AddLife-kulturen?

Vår utgångspunkt när vi beslutar oss för ett förvärv är att bolaget ska passa in i vår kultur, och de bolag vi förvärv utvärderar oss på samma sätt. Ibland har de fler erbjudanden att välja mellan, men valet faller på oss eftersom det finns ett överlapp mellan våra kulturer och eftersom de ser oss som en långsiktig ägare som kan ge dem utökade resurser och som kan påskynda deras utveckling. De inser att vi bygger affärer och inte bara förvaltar investeringar. De vet hur vår affärsmodell fungerar: det vi åstadkommer, det åstadkommer vi tillsammans.

Samarbete är en central del av kulturen på AddLife jämte vår entreprenörsanda och decentraliserade organisation. Det kommer alltid att finnas vissa skillnader mellan till exempel ett finskt och ett spanskt bolag, men det viktiga är att vi har samma grundfilosofi, som bygger på nyfikenhet och vilja att arbeta tillsammans. De bolag vi förvärv delar de här värderingarna med oss. Vi talar samma språk.

Vilka övergripande förväntningar har du på 2022?

Vi har medvetet återinvesterat en del av våra intäkter från covid-19-relaterad försäljning i förvärv, vilket ger oss goda förutsättningar att fortsätta leverera tillväxt under de kommande åren. Vi har hela tiden vetat att vår covid-19-baserade försäljning kommer att minska när pandemin är över och att tillväxt ska genereras inom andra områden.



Vi förväntar oss att pandemin kommer att klinga av betydligt från 2022 och framåt och vi är väl förberedda för att tillväxten i stället kommer att komma från andra produktsegment än covid-19. Det finns en stor uppdämd efterfrågan inom vår kärnverksamhet, bland annat på grund av långa väntelistor för elektiva operationer. Vi ser också fram emot de möjligheter som våra senaste förvärv innebär i form av tillgång till större marknader, en bredare kundbas och fler segment. Förutom att stärka vår möjlighet att sälja våra produkter på nya marknader kommer nytillskotten att innebära ett utökat samarbete inom vårt interna nätverk. Dessutom har vi skapat en ännu starkare plattform för att kunna addera fler bolag till koncernen och skapa värde som en nischaktör inom europeisk Life Science.

Du betonar ofta vilken viktig roll medarbetarna har i AddLifes framgångar. Hur nöjd är du med organisationen som den ser ut idag?

AddLife har en väletablerad företagskultur med engagerade medarbetare som gör ett fantastiskt jobb varje dag. AddLife Academy spelar en viktig roll i att utveckla vår kultur och engagera och utbilda våra medarbetare. Vi är en personorienterad organisation som vill uppmuntra och engagera talanger. Att expandera internationellt och bygga upp vår plattform på flera olika marknader har naturligtvis varit utmanande, men vi har lyckats tack vare hög kompetens och styrkan i vår organisation.

Det gläder mig också att vi har fortsatt uppvisa en stark lönsamhet under en period av snabb tillväxt. Vi pratar mycket om behovet av att vara framgångsrika i vår dagliga verksamhet för att säkerställa att vi genererar det kassaflöde vi behöver för att kunna fortsätta expandera. AddLifes utveckling sedan 2016 är ett bevis på att vår decentraliserade affärsmodell med entreprenöriellt affärsmannaskap verkligen fungerar.



Vi har aldrig varit så starka, både på marknaden och som organisation, som vi är idag. Jag är övertygad om att AddLife är väl positionerat för framtida värdeskapande och hållbar tillväxt.

I början av 2022 meddelade du att du kommer att avgå som VD. Vad fick dig att fatta det beslutet efter ett så framgångsrikt år?

Jag har haft förmånen att få leda AddLifes resa från en avknoppning från Addtech 2016 till att bli ett Large Cap-bolag på Nasdaq Stockholm och ett ledande europeiskt Life Science-bolag inom utvalda nischer. Jag är stolt över att ha varit VD i koncernen och att ha fått arbeta med alla fantastiska kollegor under dessa år. Det är ett krävande uppdrag och på ett personligt plan känns det rätt att kliva åt sidan nu. Jag ville lämna en välfungerande koncern efter mig när jag slutade, vilket är vad AddLife är idag. Vi har en stabil plattform, en stark ledningsgrupp och en mängd fantastiska bolag med spännande framtidsutsikter, talangfulla chefer och medarbetare.

Vi har aldrig varit så starka, både på marknaden och som organisation, som vi är idag. I slutändan handlar Life Science om människor och om att göra livet bättre för andra. Det har varit ett privilegium att ha fått den möjligheten med AddLife. Jag är övertygad om att AddLife är väl positionerat för framtida värdeskapande och hållbar tillväxt.

När detta VD-ord skrivs pågår kriget i Ukraina efter Rysslands invasion. AddLife har donerat medicinteknisk utrustning till Ukraina, till ett värde av ca 7 MSEK, för akut- och intensivvård. Jag vill särskilt tacka våra engagerade medarbetare som möjliggjort detta initiativ. Jag känner mig återigen stolt och ödmjuk över att AddLife på olika sätt kan bidra till att förbättra människors liv.



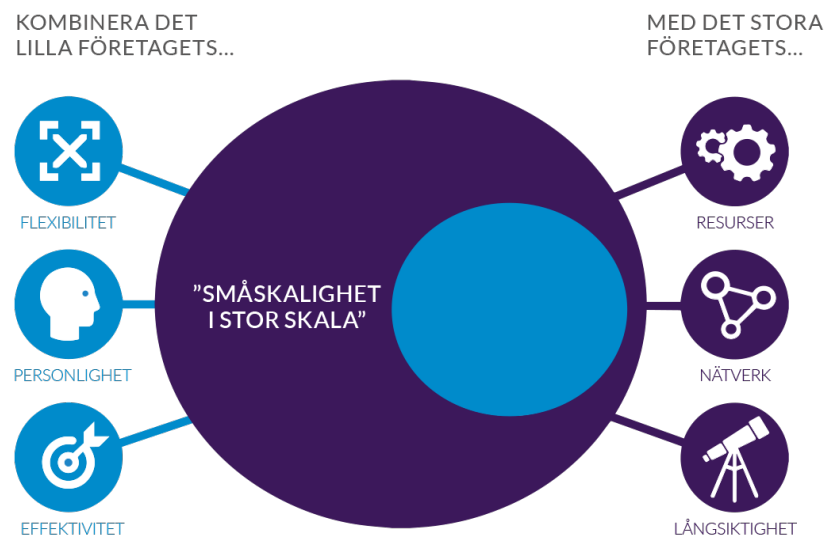
Kristina Willgård

VD och koncernchef

Långsiktig lönsam tillväxt

AddLife utvecklar och förvärvar lönsamma, marknadsledande bolag inom utvalda nischer i 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 flexibilitet, personlighet och effektivitet med AddLifes samlade resurser, nätverk och 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 i Europa. 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 kirurgi samt välfärdsteknologi.

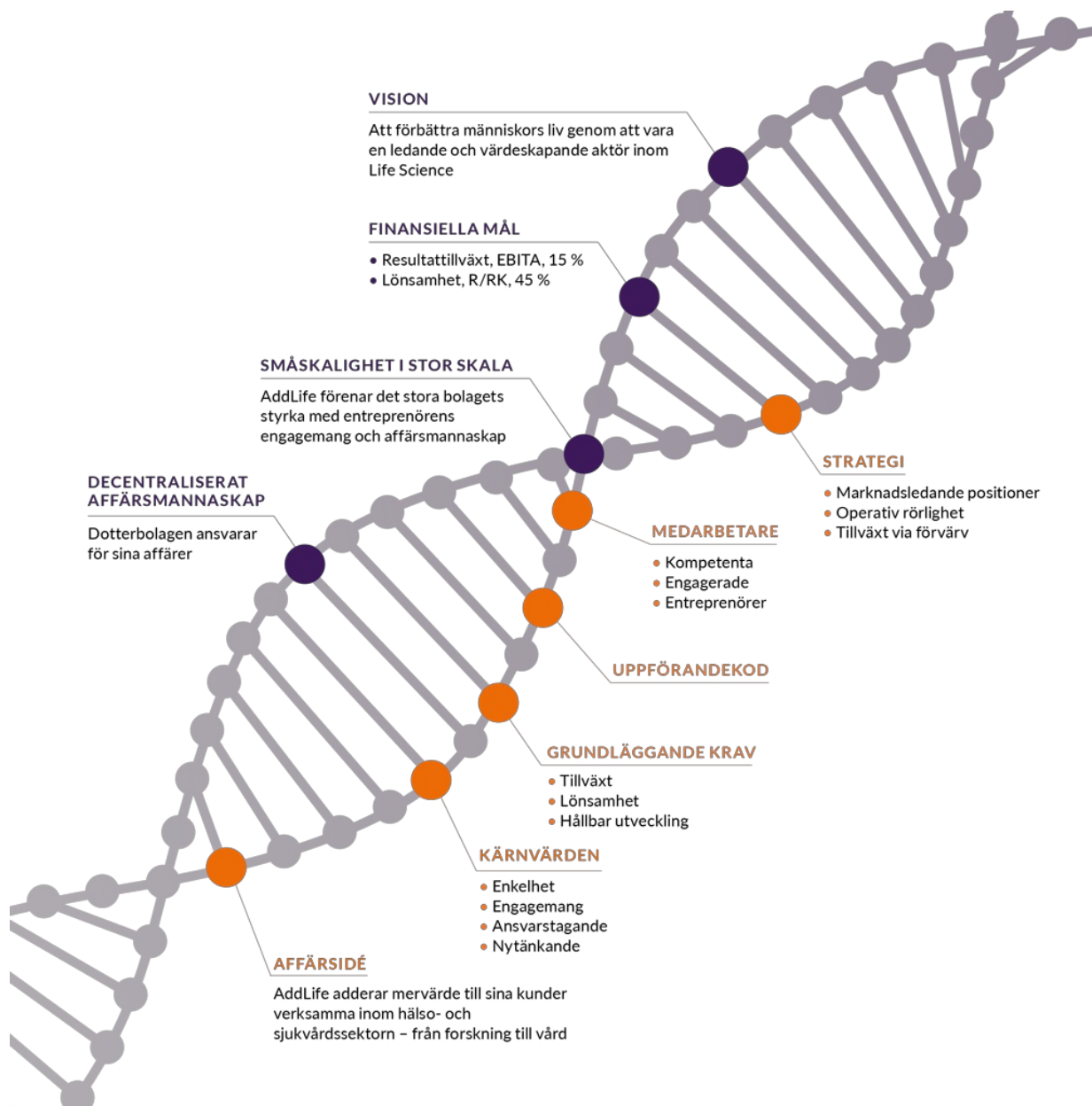
Kundkontakten sker i våra operativa dotterbolag

Alla kontakter och affärsrelationer med kunder sker i våra operativa dotterbolag, inte genom AddLife. 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 kompetens genom moderbolaget. Moderbolaget säkerställer finansiell stabilitet, resurser och verktyg som gör det enklare och effektivare för dotterbolagen att bedriva sin verksamhet. Moderbolaget driver affärsskolan, AddLife Academy med en viktig sammanhållande funktion och 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



Uppnå hållbar tillväxt

Vi på AddLife bygger vårt strategiska tillvägagångssätt på tre grundläggande åtgärder som utgör en plattform för vår verksamhet. Strategin hjälper oss att fatta rätt beslut för att säkerställa att vi bedriver en hållbar verksamhet och uppnår våra ambitiösa finansiella mål.

1. Vara marknadsledande

För att uppnå en stabil vinsttillväxt och hållbar lönsamhet är det viktigt att vara marknadsledande inom utvalda nischer. För att uppnå detta mål strävar våra verksamheter efter att:

- skapa värde och bygga upp positioner inom utvalda nischer
- vara kvalificerade leverantörer och rådgivare till våra kunder inom utvalda områden
- bygga upp försäljningen genom nära relationer med kunder, tillverkare och leverantörer, samt genom att leverera marknadsledande produkter



- 1 Marknadsledande positioner
- 2 Operativ rörlighet
- 3 Förvärv

2. Arbeta agilt och mobilt

Operativ rörlighet är ett agilt tillvägagångssätt som gör det möjligt för AddLife att skapa bättre förutsättningar för verksamhets- och lönsamhetstillväxt. För att uppnå detta mål:

- agerar våra dotterbolag snabbt och flexibelt för att ta vara på nya affärsmöjligheter
- är vi aktiva ägare och utvecklar våra dotterbolag och verksamheten som helhet

3. Växa genom förvärv

Förvärv är viktiga för att vi ska uppnå våra finansiella mål för långsiktig resultatstillväxt. För att uppnå detta mål:

- söker vi kontinuerligt efter nya Life Science-bolag som har förutsättningar att inta ledande positioner inom utvalda nischer
- har vi en framgångsrik förvärvsprocess för integration och utveckling
- förvärvar vi bolag för att vidareutveckla dem på lång sikt

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.



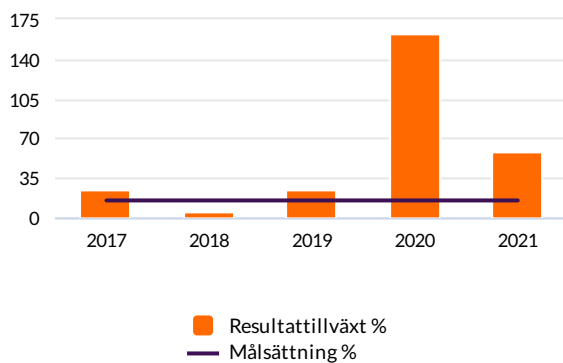
Målet är att fördubbla AddLifes resultat på fem år och genom hög lönsamhet finansiera tillväxten med egna medel

Kristina Willgård
VD och koncernchef

Resultattillväxt EBITA 15 procent

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

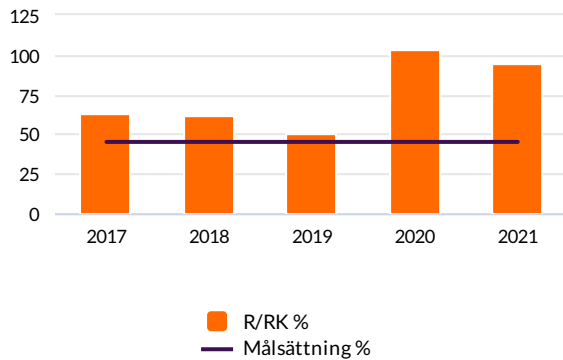
RESULTATTILLVÄXT



Lönsamhet 45 procent

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

R/RK

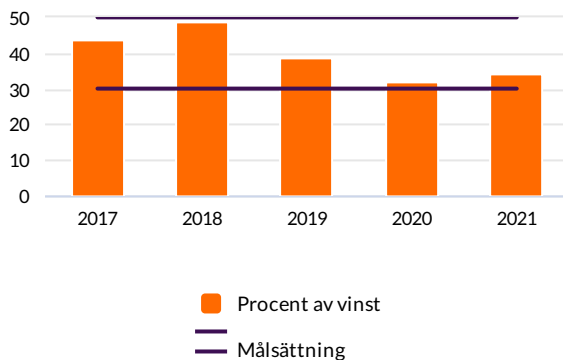


95 %
R/RK 2021

Utdelningspolicy 30-50 procent

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



2,00
SEK/AKTIE
2021

MARKNAD

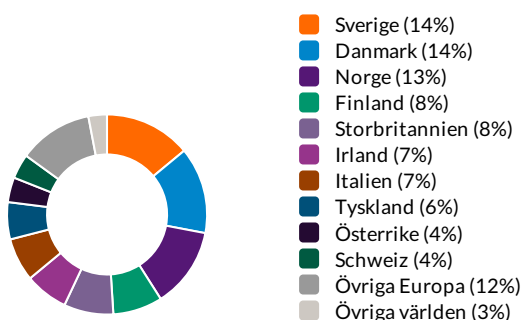
Ledande aktör på den europeiska Life Science marknaden

Under de senaste åren har AddLife, genom flera strategiska förvärv, utvecklats från en nordisk till en europeisk koncern.

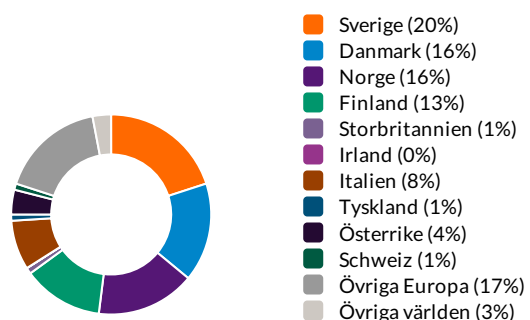


Den europeiska expansionen stärker både nya och befintliga leverantörsrelationer samt skapar ett större internt nätverk med ökade möjligheter att sälja både våra egna och andras produkter på nya marknader. Försäljningen på marknaderna utanför Norden utgjorde under 2021 51 procent av nettoomsättningen att jämföra med 35 procent föregående år.

FÖRSÄLJNING PER LAND 2021

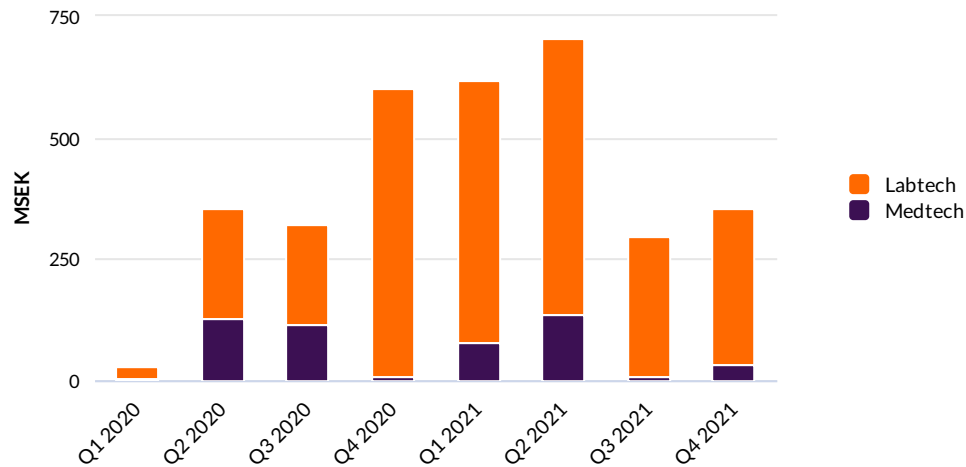


FÖRSÄLJNING PER LAND 2020



Intresset för diagnostik och virusforskning har ökat under covid-19-pandemin. Detta har speglats i ökad omsättning inom affärsområdet Labtech medan affärsområdet Medtech har haft begränsad positiv effekt av pandemirelaterad försäljning. Medtech har påverkats av inställda operationer samt haft utmaningar med utprovning och installation av produkter inom hemvård.

COVID-19 RELATERAD OMSÄTTNING



AddLife har under hela covid-19-pandemin levererat stora volymer av produkter till hälso- och sjukvården för behandlingar av covid-19. Omsättningen sedan första kvartalet 2021 har varierat utifrån smittspridningen och restriktioner i våra samhällen.

Marknadsöversikt

Enligt Medtech Europe [1], uppgår den europeiska medtech-marknaden till cirka 140 miljarder euro och har totalt växt drygt 2 procent per år de senaste 10 åren. Marknaden är fragmenterad och av Europas cirka 33 000 medicinteknikbolag är 95 procent små och medelstora bolag. Stora internationella aktörer och mindre nischade bolag säljer oftast produkter under egna varumärken och kontrollerar hela kedjan från tillverkning till distribution. På marknaden finns också distributörer som, liksom AddLife, erbjuder produkter från flera tillverkare.

I Europa spenderas i genomsnitt 11 procent av BNP per land på hälso- och sjukvård. Knappt 8 procent av de totala kostnaderna för hälso- och sjukvård spenderas på medicintekniska produkter. Gemensamt för AddLifes marknader är såväl vård som akademisk forskning till övervägande del finansieras med offentliga medel. Det innebär att en stor del av affärerna görs genom upphandling. 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.

Pandemin påverkar sektorn och industrin på lång sikt

Hälso- och sjukvården i Europa domineras av statliga vårdgivare i en reglerad sektor som ibland kan uppfattas som konservativ. Under pandemin har sektorn behövt ställa om och agera med kort framförhållning för att tillgodose det förändrade vårdbehovet.

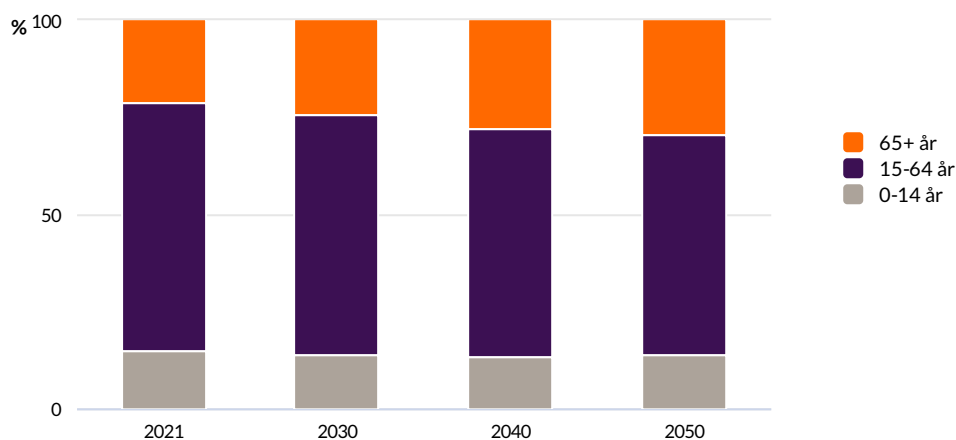
Det ökade fokuset på vården har medfört fler och större finansieringsinitiativ och ökade hälsobudgetar i de flesta länder och även från EU. Många av dessa satsningar har riktats mot pandemirelaterade områden som vaccinationsprogram eller utökade möjligheter att kunna covid-19-testa befolkningen. Även andra områden omfattas, såsom ökad digitalisering samt initiativ för att minska värdköerna.

Under 2021 har värdköerna fortsatt öka, framför allt inom elektiv kirurgi. Från politiskt håll har flera länder i Europa initierat finansiellt stöd för att öka antal operationer, även om återhämtningen av värdskulden ser olika ut och kommer ta olika lång tid. Till exempel stod cirka sex miljoner patienter i kö för elektiv sjukvård hos NHS i England i november 2021. Av dessa, hade 300 000 patienter redan väntat i över ett år, jämfört med en kö på 1 600 innan pandemin. England har beslutat att investera åtta miljarder pund under de kommande tre åren för att öka kapaciteten och minska köerna [2].

Ökande, åldrande befolkning

Trots att befolkningsstillväxten i Europa förväntats avta de närmsta tio åren, och fram till 2050 minska med knappt 1 procent, kommer antalet äldre, över 65 år, fortsätta öka. Andelen personer över 65 år i Europa förväntas år 2050 uppgå till cirka 29 procent, mot dagens cirka 20 procent av befolkningen. I Norden förväntas befolkningsökningen uppgå till 9 procent fram till år 2050 och andelen över 65 uppgår då till 25 procent. 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, vilket kommer att bli en utmaning i de flesta länder.

BEFOLKNINGSSTRUKTUR I DE EUROPEISKA LÄNDERNA (EU-27)



Källa: Eurostat 2021 [3]

En effekt av det ökade behovet av äldrevård 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. Detta ger patienten möjlighet att bo kvar hemma under längre tid, vilket förväntas ge högre livskvalitet för individen.

Digitalisering möjliggör nya affärsmöjligheter

Det finns en tydlig digitaliseringstrend på marknaden som har accelererat under pandemin. Exempel på dessa är uppkopplad patientövervakning, uppkopplade laboratorieinstrument och webbaserade analystjänster. Digitaliseringen möjliggör nya sätt att samla, dela och analysera data, drivet av utvecklingen inom informations- och kommunikationsteknik samt tillgängligheten av smarta telefoner, surfplattor och bärbara datorer.

Patientcentrerad vård möjliggörs av digitala verktyg vilket innebär att patienten själv får en aktiv roll i behandlingen, och därigenom utvecklar en djupare förståelse för sitt sjukdomstillstånd och aktuella behandlingar.

Digitaliseringen påverkar också vårdgivarnas 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. Ett intressant område är de individuella tester som identifierar en viss genetisk markör för att avgöra vilken medicin som blir mest verksamt för en till exempel en cancerpatient, så kallad personaliserad medicin. 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. Diagnostik kommer på sikt också möjliggöras genom hemmonitorering där patienten själv tar vissa tester som delas digitalt med vårdgivaren.

Produkt- och marknadskrav

På marknaden finns ett antal inträdesbarriärer såsom offentliga upphandlingskrav, 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 för medicintekniska produkter, MDR, infördes 2021. För *In Vitro*-diagnostikprodukter kommer förordningen, IVDR, införas stegvis under 2022. För vissa produkter kan detta kräva förnyad prövning av CE-certifiering, vilket kan vara både dyrt och betungande för små aktörer med begränsade resurser och leda till att större globala aktörer väljer bort mindre, lokala marknader.

Inom Norden sker ökat fokus på hållbarhet inom sektorn. Till skillnad från många andra marknader hänvisar upphandlingar ofta till en uppförandekod. Kunderna kräver av leverantörerna att de följer internationella deklARATIONER och lagstiftningar inom bland annat mänskliga rättigheter, barnarbete eller korruption. Mer detaljerade hållbarhetskriterier som påverkar bedömning av produkter i upphandlingar sker fortfarande enbart sporadiskt men kraven förväntas öka över tid.

[1] Medtech Europe, The European Medical Technology Industry in figures 2021

<https://www.medtecheurope.org/resource-library/medtech-europes-facts-and-figures-2021/>

[2] NHS waiting-list backlog will take years to clear

<https://www.bbc.com/news/health-60305502>

[3] Eurostat

<https://ec.europa.eu/eurostat>

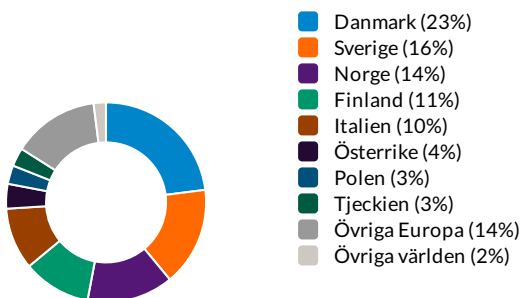
Affärsområde Labtech

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 Labtech har ett nära samarbete med kunder och leverantörer genom välutvecklade lokala försäljnings- och serviceorganisationer. Bolagen har starka marknadspositioner och högkvalificerad personal. Inom affärsområdet erbjuder vi produkter och lösningar, inklusive utrustning, förbrukningsvaror och reagenser, som används för att diagnostisera sjukdomar och bedriva forskning. Vi tillhandahåller också utbildning och teknisk service för att underlätta effektiv användning av utrustningen. Som distributör har vi möjlighet att snabbt reagera på en föränderlig marknad och leverera kundanpassade lösningar. Cirka 75 procent av försäljningen kom från offentliga upphandlingar under 2021.

LABTECH NETTOOMSÄTTNING PER MARKNAD



LABTECH I SIFFROR

Nettoomsättning: 4 373 MSEK

EBITA: 977 MSEK

Anställda: 765

Andel av nettoomsättning: 55%

Marknadsutveckling 2021

Tillväxten inom affärsområdet Labtech var hög under 2021, främst tack vare omfattande försäljning av covid-19-produkter samt ökad efterfrågan på övriga varor.

Under pandemins tredje våg ökade smittspridningen, vilket drev upp försäljningen och intäkterna för affärsområdet Labtech. Testverksamheten pågick i alla länder och våra diagnostikbolag sålde stora volymer PCR-tester för covid. Bolagens förmåga att erbjuda lösningar från flera olika leverantörer för att säkerställa kundernas tillgång till produkter

blev en konkurrensfördel. Smittspridningen minskade kraftigt runt om i Europa i slutet av andra kvartalet när vaccinationsgraden ökade, vilket ledde till en gradvis minskning av försäljningen av covid-19-relaterade produkter.

En fjärde pandemivåg på hösten innebar att testning i stor skala återkom i Norden, och diagnostikbolagen i Labtech började på nytt sälja stora volymer PCR-tester. Efterfrågan på våra produkter var stor, särskilt på vår patientvänliga PCR-plattform som ger svar inom 20 minuter. Bland kunderna fanns offentliga och privata aktörer inom en rad olika branscher, bland annat offshore och flygplatser. Däremot minskade omsättningen i Central- och Östeuropa på grund av lägre testvolymer och sänkta priser på covidtester. Den framtida försäljningen av testerna är helt beroende av hur pandemin utvecklas när det gäller nya mutationer och de olika regeringarnas krav på provtagning. Trots de utmaningar som uppstår på grund av det stora fokuset på covid, så noterade Labtech-bolagen även en ökad försäljning av andra tester på den installerade basen av molekylära och mikrobiologiska instrument. Försäljningen av reagenser för blodgasanalys var fortsatt hög under hela året.

Labtechs forskningsbolag rapporterade ökad försäljning, med en ökad efterfrågan på laboratoriereagenser som används för cellterapi och cancerimmunologi. Fokus på virusforskning och gensekvensering av nya covid-19-mutationer ökade intäkterna. Försäljningen av avancerade instrument av eget märke gick bra, särskilt i Europa, USA och Asien utanför Kina. De allmänna restriktioner som infördes under den fjärde pandemivågen tvingade dock forskningslaboratorier att stänga i flera länder och fick ett antal kunder att skjuta upp planerade inköp.

I september 2021 blev Benelux-baserade Bio-Connect Group en del av affärsområdet Labtech. Förvärvet stärker vår närvaro i nordvästra Europa och skapar ökade samarbetsmöjligheter med andra Labtech-bolag.

LABTECHS STYRKOR

- Engagerade medarbetare med hög utbildningsnivå med många års erfarenhet inom sitt segment
- Produkter, service, utbildningsprogram och rådgivningstjänster av hög kvalitet
- Långsiktigt samarbete med ledande leverantörer och exklusiva distributionsättigheter
- Välutvecklad teknisk serviceorganisation med lokal förankring

LABTECHS PRODUKTSEGMENT

- | | |
|--------------------------------|------------------------|
| ● Hematologi | ● Virologi |
| ● Patologi | ● Molekylärbiologi |
| ● Patientnära diagnostik (POC) | ● Klinisk kemi |
| ● Cellbiologi | ● Immunologi |
| ● Genetik | ● Förbrukningsartiklar |
| ● Mikrobiologi | ● Analysinstrument |



AFFÄRSOMRÅDE

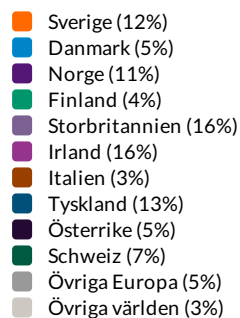
Affärsområde Medtech

Inom affärsområdet Medtech erbjuder dotterbolagen produkter och tjänster inom medicinteknik, samt hjälpmedel inom hemvård. Medtechs erbjudande vänder sig främst till offentligt finansierad sjukvård, hemvård och omsorg i Europa.



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

MEDTECH NETTOOMSÄTTNING PER MARKNAD



MEDTECH I SIFFROR

Nettoomsättning: 3 625 MSEK

EBITA: 310 MSEK

Medarbetare: 1 030

Andel av nettoomsättning: 45%

Marknadsutveckling 2021

Affärsläget för våra Medtech bolag har under året präglats av pandemin. Sjukvården har under större delen av 2021 varit inriktad på att behandla covid-19-patienter och den elektiva kirurgin har fått stå tillbaka. I takt med att restriktionerna på våra marknader minskats, har vi sett en ökad aktivitet, vilken i slutet på året avtog igen i samband med den fjärde vågen. Den organiska tillväxten, exklusive covid-19-relaterade produkter, uppgick till 2 procent under året.

Försäljningen av medicinteknisk utrustning var relativt stabil under året, men med stor skillnad mellan olika

produktsegment. Försäljningen av personlig skyddsutrustning har normaliserats under året då sjukhusen till stor del har haft lager för att klara sina egna behov. Aktiviteten inom elektiv kirurgi har generellt varit låg under hela året på samtliga marknader men våra bolag har istället ökat försäljningen av andra typer av medicintekniska produkter. Samtidigt har flera bolag arbetat aktivt för att öka marginalerna både genom prishöjningar för att kompensera för ökade råvaru- och fraktkostnader samt genom att avsluta mindre lönsamma leverantörsavtal.

I början av året såg våra hemvårdsbolag utmaningar med begränsad möjlighet till utprovningar och installationer av olika hjälpmedel. Under andra kvartalet öppnade kunderna upp och försäljningen ökade. Intresset i marknaden för både våra digitala lösningar och övriga hjälpmedel är stort, men som resultat av återkommande restriktioner under fjärde kvartalet sjönk investeringstakten igen.

Som en följd av pandemin har sjukvården i Europa stora utmaningar med långa vårdköer samt en ökande och åldrande befolkning, vilket kommer att kräva omfattande investeringar i sjuk- och hälsovård på sikt.

Under 2021 har sex förvärv genomförts inom affärsområdet; AddVision (tidigare Vision Ophthalmology Group), Healthcare 21 Group (HC21), Fischer Medical, Camanio, Telia Health Monitoring och MBA Incorporated.

De största förvärven inom segmentet under 2021 var Healthcare 21, AddVision och MBA Incorporated. Dessa förvärv har gett oss en väsentlig tillväxt i Europa som öppnar nya och större marknader, som till exempel Storbritannien, med fler kunder och nya produktsegment bl.a. oftalmologi, ögonkirurgi. Under året har försäljningen på marknaderna utanför Norden utgjort nästan 70 procent av nettoomsättningen att jämföra med knappt 20 procent föregående år. Expansionen stärker både befintliga och nya leverantörsrelationer samt skapar ett större internt nätverk med ökade möjligheter att sälja våra egna produkter på nya marknader.

MEDTECHS STYRKOR

- Medarbetare med lång medicinsk erfarenhet, lokal kännedom, hög servicegrad samt produktutvecklare inom välfärdsteknologi
- Brett sortiment bestående av såväl egenutvecklade produkter som produkter från andra tillverkare
- Stor flexibilitet kring kundanpassade lösningar liksom spetskompetens inom offentliga upphandlingar
- Europeiskt distributions- och servicenätverk för såväl egna som andra leverantörers produkter och tjänster

MEDTECHS PRODUKTSEGMENT

- Intensivvård
- Endoskopi
- Interventionell radiologi
- Kirurgi
- Oftalmologi
- Ortopedi
- Respiration
- Sårvård
- Välfärdsteknologi
- Hjälpmedel för kök och badrum
- Hjälpmedel för funktionsnedsatta barn



FÖRVÄRV

Förvärv 2021

Tillväxt i AddLife uppnås delvis genom företagsförvärv vilket är en viktig del i AddLifes strategi. 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 vår befintliga verksamhet och som vill utvecklas tillsammans med oss. Nya bolag tillför närvaro på nya marknader, kompletterar befintligt 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 en framgångsrik process för integrering och utveckling av uppköpta bolag. Vi tillför finansiell stabilitet, resurser och verktyg som gör det enklare och effektivare att driva verksamheten.

Vi söker lönsamma bolag med tillväxtpotential, högt kunskaps- och teknikinnehåll och väletablerade leverantörsrelationer eller starka egna varumärken inom utvalda nischer. Bolagen drivs oftast vidare under egna varumärken, men integreras i AddLifes företagskultur och modell för finansiell styrning. Bolagen vidareutvecklas genom ett aktivt och engagerat 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 samarbetar vi aktivt i nätverk som ger möjlighet att dela erfarenheter mellan bolagen. Vår affärsskola, AddLife Academy, erbjuder alla medarbetare olika former av kompetensutveckling.

Årets förvärv

Under 2021 genomförde AddLife sju förvärv, varav två tillträdde efter räkenskapsårets utgång. Förvärven beräknas tillföra en sammanlagd årsomsättning om cirka 3 300 MSEK och cirka 1 000 medarbetare.

AddVision Group

I april förvärvades samtliga aktier i AddVision Group, tidigare Vision Ophthalmology Group, en ledande europeisk distributör och tillverkare av produkter och tjänster inom oftalmologi, ögonkirurgi, med verksamhet i Schweiz, Tyskland, Storbritannien och Polen. Förvärvet är strategiskt viktigt och tillför ett nytt terapeutiskt område till AddLifes produktportfölj. Oftalmologi är en attraktiv, global tillväxtmarknad som drivs av teknikutveckling samt en ökande, åldrande befolkning med kroniska sjukdomar. Bolaget omsätter cirka 700 MSEK och har cirka 190 medarbetare. Bolaget ingår i affärsområdet Medtech.

Healthcare 21 Group

Förvärvet av Healthcare 21 Group, HC21, i april, var en strategisk milstolpe som etablerade AddLife på Irland och i Storbritannien. HC21 är en ledande, oberoende distributör som erbjuder högkvalitativa produkter och adderar värde genom klinisk kompetens och service till både offentliga och privata kunder. Förvärvet är i linje med AddLifes strategi att expandera i relevanta nischer i Europa. Med HC21 får vi tillgång till en attraktiv kundbas inom kliniska segment där vi har hög kompetens. HC21 har verksamhet inom 15 terapeutiska segment, där 50 procent av omsättningen avser produkter för akutsjukvård, primär- och hemsjukvård, diagnostik, operation samt service. Koncernen har långa leverantörsrelationer med tillverkare av välrenommerade varumärken, där 95 procent av avtalen är exklusiva. Företagskulturen i HC21 liknar AddLife med stark entreprenörsanda och ett decentraliserat, kundnära ansvar för affären, i kombination med gemensamma, strategiska funktioner så som ekonomi och support. HC21 omsätter cirka 1 700 MSEK och har 450 medarbetare. Gruppen ingår i affärsområdet Medtech.

Bio-Connect Group

I september förvärvades samtliga aktier i Bio-Connect Group, verksamt i Benelux. Bio-Connect marknadsför och säljer en bred portfölj av ledande varumärken från främst forskningsinriktade leverantörer inom Life Science, diagnostik, läkemedel och veterinär. Därutöver är bolaget en fullserviceleverantör till nyckelkunder av nischade produkter för forskning samt reagens för diagnostik. Kunderna är främst universitets- och sjukhuslaboratorier samt såväl privat som offentligt finansierad forskning. Bio-Connect omsätter cirka 140 MSEK och har 31 medarbetare i Nederländerna och Belgien. Bolaget ingår i affärsområdet Labtech.

Fischer Medical

I november förvärvades samtliga aktier i danska Fischer Medical som är specialiserade på avancerad kirurgi och representerar välrenommerade leverantörer från hela världen. Bolaget är distributör av instrument och implantat för ortopedisk kirurgi och gynekologi. Med sitt servicefokus och höga produktkompetens passar de naturligt in i AddLife. Fischer Medical omsätter cirka 60 MSEK och har 12 medarbetare. Verksamheten bedrivs med egen säljkår i Danmark och Sverige och har även försäljning i Norge och Finland. Bolaget ingår i affärsområdet Medtech.

Camanio

I december förvärvades samtliga aktier i Camanio, en svensk leverantör av digitala vård- och omsorgstjänster, som fokuserar på individcentrerad vård i hemmet. Camanio utvecklar och driver en innovativ digital vårdplattform med tillhörande tjänster. Plattformen kopplar samman patienten, anhöriga och vårdpersonal utifrån individens behov. Förvärvet markerar ett viktigt utvecklingssteg för AddLife inom digitaliserade tjänster. Bolaget omsatte cirka 13 MSEK år 2020 och har 18 medarbetare. Bolaget ingår i affärsområdet Medtech.

MBA Incorporado

I december tecknades avtal om att förvärva samtliga aktier i MBA, en ledande spansk aktör inom ortopedi och akutt kirurgi. Förvärvet av MBA stärker AddLifes position inom avancerad kirurgi och är i linje med strategin om att expandera i relevanta nischer i Europa. MBA erbjuder högkvalitativa produkter och adderar värde för kunden genom hög klinisk kompetens och service till både offentliga och privata kunder. Bolaget har verksamhet i Spanien, Portugal och Italien. MBA har en stark position hos regionala och lokala sjukhus där service och support är en konkurrensfördel. Företagskulturen i MBA präglas av entreprenörsanda och stort kundfokus. MBA omsätter cirka 670 MSEK och har 285 medarbetare. Förvärvet slutfördes i januari 2022. Bolaget ingår i affärsområdet Medtech.

Telia Health Monitoring

I december tecknades avtal om att förvärva verksamheten från Telia Health Monitoring som utvecklar och levererar en digital plattform för egenmonitorering av patienter med kroniska sjukdomar. Förvärvet förstärker AddLifes strategi att vara en drivande aktör i utvecklingen av digital vård och omsorg. Verksamheten, som omsätter 4 MSEK, och dess sju anställda kommer att integreras in i Camanio. Tillträde skedde 1 mars 2022. Bolaget ingår i affärsområdet Medtech.

Förvärv	Land	Tidpunkt	Nettoomsättning, MSEK*	Antal anställda*	Affärsområde
AddVision (Vision Ophthalmology Group GmbH)	Tyskland	April	700	190	Medtech
Healthcare 21 Group	Irland	April	1 700	450	Medtech
Bio-Connect Group	Nederländerna	September	140	31	Labtech
Fischer Medical ApS	Danmark	November	60	12	Medtech
Camanio AB	Sverige	December	13	18	Medtech
			2 613	701	

Förvärv med tillträde efter räkenskapsårets slut	Land	Tidpunkt	Nettoomsättning, MSEK*	Antal anställda*	Affärsområde
MBA Incorporado S.L	Spanien	Januari	670	285	Medtech
Verksamhet från Telia Health Monitoring	Sverige	Mars	4	7	Medtech
			674	292	

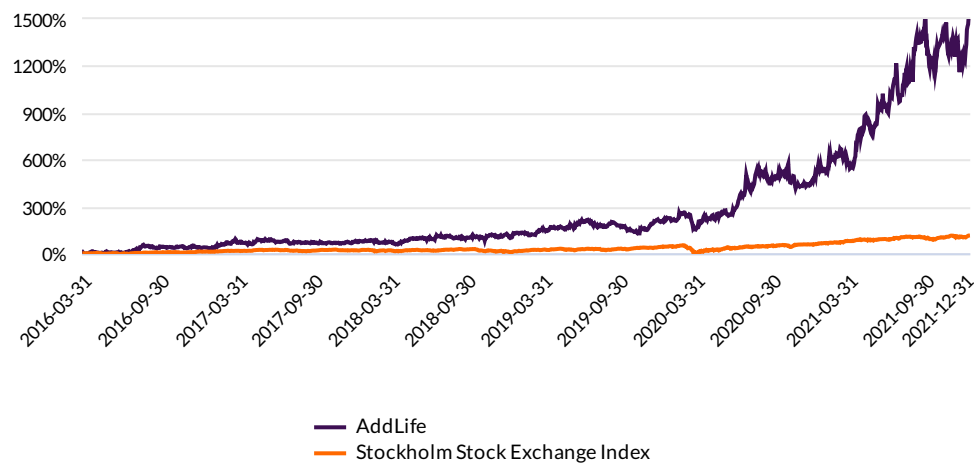
*Avser situationen på helårsbasis vid förvärvstidpunkten.

AKTIEN

AddLifes aktie

AddLife noterades på Nasdaq Stockholm, Nordic Mid Cap-listan, den 16 mars 2016. Bolagets börsvärde den 31 december 2021 var 46 703 MSEK (16 488). Från den 3 januari 2022 har AddLifes aktie flyttats till Large Cap-segmentet. Antalet aktieägare uppgick per 31 december till 13 879 (7 501).

KURSUUTVECKLING I ADDLIFE



Kursutveckling och omsättning

AddLife ökade under räkenskapsåret i värde med 183 procent. Stockholmsbörsens index OMX Stockholm förändrades under motsvarande period med 14 procent. Högsta betalkurs under året var 390,00 SEK och noterades den 17 september 2021. Den lägsta noteringen var 146,20 SEK och noterades den 2 januari 2021. Sista betalkurs före räkenskapsårets utgång var 381,40 SEK. Under räkenskapsåret från 1 januari till 31 december 2021 omsattes 57,9 miljoner aktier (20,0) till ett sammanlagt värde av ca 15 633,3 MSEK (2 256,9). Nedbrutet per handelsdag omsattes i genomsnitt 229 050 AddLife-aktier (79 467) till ett genomsnittligt värde av ca 61,8 MSEK (9,0). Genomsnittligt antal avslut per dag uppgår till 1 616 stycken (528).

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 styrelsen anser vara av betydelse.

ÄGARSTRUKTUR



- Svenska institutioner och fonder (43,8%)
- Utländska investerare (42,4%)
- Svenska fysiska personer (13,9%)

Aktieägare	Andel i procent av	
	kapital	röster
Roosgruppen AB	3,99	14,84
Tom Hedelius	1,71	12,62
SEB Fonder	8,98	6,70
State Street Bank & Trust Company	8,48	6,33
Swedbank Fonder	7,05	5,27
Verdipapirfond Odin	5,58	4,16
Handelsbanken fonder	5,03	3,75
BNY Mellon NA (Former Mellon)	4,49	3,36
NTC Fidelity Funds Northern Trust	4,39	3,28
AMF - Försäkring och Fonder	3,67	2,74
Totalt 10 största ägarna	53,37	63,05

AKTIEN

Fyra anledningar att äga aktier i AddLife

1. Attraktiv icke-cyklisk tillväxtmarknad

Laboratorie- och medicinteknikmarknaden är relativt okänslig för konjunktursvängningar. Tillväxten tenderar att vara stabil och drivs främst av befolkningstillväxt och en åldrande befolkning. Dessa trender ökar efterfrågan på AddLifes produkter för sjukvård och forskning. Historiskt har marknaderna där vi är verksamma vuxit med 2-4 procent årligen.



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

2. Kassaflöde finansierar tillväxt

AddLifes tillväxt är lönsam. Våra dotterbolag är starkt kassagenererande, vilket skapar utrymme för direktavkastning som ger finansiella möjligheter till förvärv och investeringar.

3. En tydlig strategi för att skapa ytterligare tillväxt

AddLife har stor erfarenhet av förvärv med en etablerad process för att identifiera kandidater och genomföra framgångsrika transaktioner. Syftet är att förvärvade bolag ska fortsätta utvecklas utifrån sina styrkor med stöd av en finansiellt stark ägare, med gedigen förståelse för marknaden. Förvärven blir integrerade i koncernen och bidrar till vinsttillväxt enligt relevanta finansiella mål.

4. Stark marknadsposition och långa avtal

AddLifes dotterbolag har väletablerade säljorganisationer med hög teknisk kompetens och långvariga kundrelationer. Vår breda produktportfölj skapar stordriftsfördelar och värde för koncernen.