

# ZINZINO AB

## PRESSMEDDELANDE



Organisationsnr. 556733-1045

Att: Nyhetschefen

Göteborg 2016-08-26

### Delårsrapport för 1 januari – 30 juni 2016 Zinzino AB (publ)

## Ökad bruttovinst och accelererad expansion

”I juli lanserades Zinzino i 19 nya länder i Europa. Därmed finns vi nu i samtliga EU-länder och i totalt 33 länder i världen. Det ger oss en potentiell marknad på närmare 1 miljard människor. Under det andra kvartalet har vi lanserat nya produkter och investerat i en framtid som vi starkt tror på. Vi vidhåller våra ambitiösa mål om tillväxt på minst 20 procent under de kommande 3 åren och förbättrat resultat varje år.”

*Dag Bergheim Pettersen, VD, Zinzino AB*

### ANDRA KVARTALET, Q2 2016, (jämfört med samma period föregående år, 2015)

- Totala intäkter uppgick till 109,1 (112,2) mSEK vilket motsvarade en försäljningsminskning på 3% (+41%).
- Zinzino Health ökade med 4% till 74,5 (71,6) mSEK vilket motsvarade 68% (64%) av de totala intäkterna för kvartalet. Zinzino Coffee uppgick till 15,3 (20,9) mSEK vilket motsvarar 14% (18%) av de totala intäkterna och en försäljningsminskning på 27%. Faun Pharma och övriga intäkter uppgick till 19,2 (19,7) mSEK, vilket motsvarar 18% (18%) av de totala intäkterna.
- Bruttovinsten uppgick till 35,8 (33,8) mSEK och bruttovinstmarginalen uppgick till 32,8% (30,1%).
- EBITDA uppgick till 4,6 (7,8) mSEK och rörelsemarginalen före avskrivning uppgick till 4,2% (6,9%).
- Resultat före skatt uppgick till 2,3 (5,2) mSEK.
- Nettoresultat per aktie efter skatt (vid full utspädning) uppgick till 0,03 (0,12) SEK.
- Årsstämman fastställde utdelning om 0,25 (0,25) SEK per aktie och totalt utdelades 7,8 (7,7) mSEK till aktieägarna.

### ACKUMULERAT JANUARI - JUNI 2016, (jämfört med samma period föregående år, 2015)

- Totala intäkter uppgick till 221,7 (221,2) mSEK vilket motsvarade en försäljningstillväxt på 0% (+43%).
- Zinzino Health ökade med 10% till 151,1 (137,6) mSEK vilket motsvarade 68% (62%) av de totala intäkterna. Zinzino Coffee uppgick till 30,8 (42,4) mSEK vilket motsvarade 14% (19%) av de totala intäkterna och en omsättningsminskning på 27%. Faun Pharma och övriga intäkter uppgick 39,8 (41,2) mSEK vilket motsvarade resterande 18% (19%) av de totala intäkterna.
- Bruttovinsten uppgick till 76,8 (70,6) mSEK och bruttovinstmarginalen uppgick till 34,7% (31,9%).
- EBITDA uppgick till 12,8 (16,7) mSEK och rörelsemarginalen före avskrivning uppgick till 5,8% (7,5%).
- Resultat före skatt uppgick till 8,0 (11,7) mSEK.
- Nettoresultat per aktie efter skatt (vid full utspädning) uppgick till 0,15 (0,28) SEK.
- Likvida medel uppgick på rapportdagen till 24,0 (38,6) mSEK.

## VÄSENTLIGA HÄNDELSE UNDER OCH EFTER ANDRA KVARTALET 2016

- Genom en ny exportsatsning öppnade Zinzino under början av juli upp för försäljning i resterande, tidigare ej etablerade länder inom EU. Bland de nya marknaderna återfinns Storbritannien, Frankrike, Italien och Spanien. Etableringsmodellen är enkel och snabbt uppskalningsbar vid ökade volymer, vilket gör den mycket kostnadseffektiv.
- Inom produktsegmentet Zinzino Health lanserade Zinzino i slutet av andra kvartalet BalanceOil AquaX. Den är en vidareutveckling av Zinzinos BalanceOil där det unika emulgeringsmedlet Aquacelle adderats. Zinzino har genom sitt forskningsbolag BioActive Foods utvecklat produkten som produceras i Zinzinos egen produktionsanläggning, Faun Pharma. Det har medfört att produktutvecklingen varit mycket snabbt och kostnadseffektiv samt att produktionskostnaderna kan hållas låga.
- Årsstämman fastställde utdelning till aktieägarna den 20 maj. Här beslutades det om en aktieutdelning på 0,25 SEK per aktie till aktieägarna. Sittande styrelse omvaldes för ytterligare ett år.
- Zinzinos dotterbolag Faun Pharma AS tecknade under andra kvartalet ett leverantörsavtal med Proteinfabriken. Faun Pharma tar över all produktion för Proteinfabriken, vilket innebär en ökning av produktionen med 500-600 ton per år. Avtalet är tecknat på tre år, med ett förväntat värde på över 30 mNOK i ökad omsättning under perioden. Under sommaren påbörjades produktionen och den beräknas uppgå till 20 mNOK för resterande del av 2016, vilket är betydligt mer än förväntat.
- Interna effektiviseringar reducerar kostnader och minskar leveranstider. Under andra kvartalet har Zinzino arbetat vidare med effektiviseringen av verksamheten. Byte av samarbetspartner gällande fakturering, påminnelser och inkasso samt vidareutveckling av affärssystemet förväntas medföra kostnadsbesparingar på cirka 1 mSEK per år.
- Lansering av Zinzino Skin Serum – ett nytt segment i Zinzinos produktutbud. Zinzino Skin Serum är den första produkten inom det nya produktsegmentet Skin Care och lanseras initialt på den amerikanska marknaden i augusti. Lansering på övriga marknader beräknas ske under hösten. Zinzino Skin Serum är framtaget av bolagets egna forskare och reducerar rynkor och fina linjer som vanligen förknippas med åldrande.

## KOMMENTAR FRÅN DAG BERGHEIM PETTERSEN, vd:

### Vi expanderar verksamheten till hela EU-området

I juli lanserades Zinzino i 19 nya länder i Europa. Därmed finns vi nu i samtliga EU-länder och i totalt 33 länder i världen. Det ger oss en potentiell marknad på närmare 1 miljard människor. Under det andra kvartalet har vi lanserat nya produkter och investerat i en framtid som vi starkt tror på. Vi vidhåller våra ambitiösa mål om tillväxt på minst 20 procent under de kommande 3 åren och förbättrat resultat varje år.

### Andra kvartalet

Under andra kvartalet så har vi fullföljt flera strategiska projekt och investeringar. Vi nådde en stor milstolpe i och med lanseringen av 19 nya marknader i EU. Vi lanserade en ny framtidsinriktad webbshop med ny design. Vi har inom segmentet Health lanserat en ny produkt – AquaX – en BalanceOil som kan blandas med vatten. Vi har lanserat nya prisstrukturer och lagt ner mer tid och resurser på design, layout och marketing. Alla de här förbättringarna är viktiga för att stärka vårt varumärke och skapa långsiktig tillväxt. Vi känner att vi nu har lagt grunden för kommande år genom nödvändiga investeringar för att nå våra mål.

Vi ligger i linje med vår budget för året och är relativt nöjda med kvartalet trots att vi ännu inte har tillväxt jämfört med fjolåret. Inom Health så hade vi en tillväxt på 4 procent under kvartalet, men en minskning

inom Coffee på 27 procent. Vi har lägre marginaler på kaffe och har därmed budgeterat en minskning med ett fortsatt ökat fokus på produkterna med högre marginaler inom Health. Vi tror på tillväxt nästa halvår och har fokus på förbättrade marginaler.

Vi har förbättrat vår bruttomarginal till 32,8 procent, vilket är 2,7 procentenheter bättre än mot andra kvartalet 2015. Bättre marginaler är ett bevis på att vi gör rätt när vi väljer att investera i vår verksamhet, öppnar nya marknader, fortsätter att utveckla egna produkter och fokuserar på människorna i Zinzino.

### **Nytt IT-system**

Som tidigare kommunicerat så har vi under de senaste 12 månaderna gjort stora investeringar i ett nytt IT-system som skall klara av den tillväxt och den geografiska expansion som vi planerar. Det är också ett IT-system som kan stötta oss i vårt ambitiösa mål med en miljon kunder år 2020 och som ger oss lägre kostnader under de närmaste åren. Vi har haft utmaningar med att implementera systemet vilket är huvudorsaken till att vi har haft en fördröjning av tillväxten. Vi är nu trygga i vårt IT-system och ser att arbetet har blivit effektivare, bättre och enklare – något som gör oss optimistiska inför de kommande åren.

### **Expansionsplan**

Som tidigare nämnts, så har vi ökat takten på vår geografiska expansion och öppnat hela 19 nya marknader. De nya marknaderna har startats upp på ett effektivt sätt och vi är nu närvarande i hela 33 länder med närmare 1 miljard människor. Vi kommer att använda de kommande 2 åren att bearbeta dessa marknader samtidigt som vi planerar att ta nästa steg.

Vi ser nu att USA börjat att ge resultat efter 4 års hårt arbete med marknadsbearbetning. Jag tror att USA kommer att vara vår största marknad inom 2-4 år och kommer att vara särskilt tongivande för vårt företag. USA är världens största marknad inom direktförsäljning och vi har en mycket kundfokuserad modell som är attraktiv för Partners.

Tyskland etablerades under första kvartalet och är Europas största marknad för direktförsäljning. Det är en köpstark marknad, med fokus på hälsa, som vi naturligtvis har stora förväntningar på och vi ser redan positiva resultat av vår närvaro.

### **Produktutveckling**

De senaste 18 månaderna har vi arbetat aktivt med vår produktutveckling och tack vare det har vi kunnat lansera flera nya produkter. Nu ökar vi takten ytterligare och kommer att lansera flera starka produktkoncept under 2016. Jag ser produktutveckling som en av de avgörande framgångsfaktorerna för oss och är därför stolt över att vi, tack vare egen forskning och fabrik, alltid kan ligga steget före.

Nya produkter gör oss till ett attraktivt företag för våra kunder och distributörer. Jag kan med glädje meddela att vi i augusti lanserade ett egenutvecklat Skin Serum och även BalanceOil AquaX som vi förväntar oss ska ge oss många nya kunder och attrahera nya Partners. Skin Serum har en enormt stor marknadspotential och jag tror att det kommer bli ett stort segment för oss under de kommande åren. BalanceOil AquaX blir en spetsprodukt inom vårt största produktsegment Health.

### **Ambitiösa mål**

Vi har en fortsatt stor tilltro till våra ambitiösa mål på minst 20 procent tillväxt under de tre närmsta åren och förbättrat resultat för varje år.

Vi har en vision att inspirera till förändring i livet för våra kunder och Partners. Detta kommer vi göra genom att vara det mest kundvänliga direktförsäljningsföretaget i världen. För att bekräfta det har vi tidigare även kommunicerat det genom målet att ha en miljon kunder år 2020

We aspire to inspire!

*Dag Bergheim Pettersen, vd, Zinzino AB*

**För fullständig rapport se bifogad pdf.**

**INFORMATION OM FÖRETAGET:** Zinzino grundades under namnet Zinzino Holding under hösten 2007. Under 2009 förvärvades bolaget, dels genom en apportemission under våren, dels genom en riktad nyemission, 93% av aktiekapitalet och 97% av rösterna i Zinzino Nordic AB. Zinzino Nordic är ett säljbolag som använder fristående distributörer som marknadsför och säljer produkter via kommission genom så kallad direktförsäljning.

**NÄSTA RAPPORTTILLFÄLLE:** Delårsrapport Q3 2016 publiceras 2016-11-15

**För mer information vänligen kontakta:**

Dag Bergheim Pettersen, CEO Zinzino, tfn +47(0) 93 22 57 00

Bilder för fri publicering kontakta: Anders Ekhammar, tfn +46 (0) 707 462 579

Certified Adviser: Erik Penser Bank

[www.zinzino.se](http://www.zinzino.se)

Denna information är sådan som Zinzino AB (publ) är skyldig att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades genom ovanstående kontaktpersons försorg för offentliggörande den 26 augusti 2016.

---

**Zinzino AB** (publ), som är noterat på OMX First North; är ett direktförsäljningsföretag inom hälsa. Bolaget marknadsför och säljer produkter inom två produktlinjer; Zinzino Health (står för cirka 70 procent av omsättningen), som fokuserar på långsiktig hälsa, och Zinzino Coffee, bestående av espressomaskiner med tillbehör. Zinzino är representerat i hela EU, Norge, Island samt USA och Kanada. Zinzino erbjuder produkter där kvalitet, miljö, hälsa och en känsla av vardagslyx står i centrum. Bolagets värderingar präglas av hög kvalitet, närhet till kunden och fokus på aktiv produktutveckling. Zinzino äger det norska kunskapsföretaget BioActive Foods AS och forsknings- och produktionsenheten Faun Pharma AS, som bland annat producerar alla produkter inom Zinzino Health för koncernen och samtliga proteinprodukter för Proteinfabriken. Sedan år 2005 är Zinzino generalagent för det fransk-belgiska kaffehuset Rombouts & Malongo. Zinzino beräknas omsätta cirka 500 miljoner kronor under 2016 och har cirka 100 anställda i koncernen med huvudkontor i Göteborg, en fabrik i Oslo och kontor i Helsingfors, Oslo, Riga och Jupiter (Florida).