

## Delårsrapport för tredje kvartalet 2020

### Svagt kvartal men behovet av infektionsprevention större än någonsin

#### Tredje kvartalet (juli-september 2020)

- Intäkterna uppgick till 34,1 (67,2) MSEK, en minskning med 49% (justerat för valuta -46%) till följd av Covid-19 effekter på både licens- och BIP-intäkter, samt att inga nya licensintäkter genererades i kvartalet medan föregående år innehöll 29,4 MSEK i intäkter från Zimmer Biomet.
- EBITDA uppgick till -3,1 (36,5) MSEK med en EBITDA-marginal på -9% (54%).
- Rörelseresultatet uppgick till -14,3 (25,9) MSEK.
- Periodens resultat uppgick till -16,1 (23,7) MSEK. Resultat per aktie uppgick till -0,48 (0,71) kr.
- Kassaflöde från löpande verksamheten för kvartalet uppgick till -3,3 (23,9) MSEK motsvarande -0,10 (0,72) kr per aktie.

#### Perioden (januari-september 2020)

- Intäkterna uppgick till 130,5 (134,1) MSEK och minskade med 3% (justerat för valuta -1%).
- EBITDA uppgick till 21,8 (49,4) MSEK med en EBITDA-marginal på 17% (37%).
- Rörelseresultatet uppgick till -11,2 (17,8) MSEK.
- Periodens resultat uppgick till -27,6 (14,7) MSEK, varav -10,9 MSEK är en IFRS relaterad justering av kvittningsemissionen. Resultat per aktie uppgick till -0,82 (0,44) kr.
- Kassaflöde från löpande verksamheten uppgick till -3,2 (17,1) MSEK motsvarande -0,10 (0,51) kr per aktie.

#### Väsentliga händelser under tredje kvartalet

- Interimsgodkännande av ETT i Kanada.
- Petra Kaur Ljungman rekryterades till rollen som Chief Marketing and Communications Officer och tillträder i januari 2021.

#### Väsentliga händelser efter tredje kvartalets utgång

- Bactiguard behåller tydlig tillväxtstrategi och uppdaterar finansiella mål.

#### Covid-19 effekter

- Under tredje kvartalet har Covid-19 haft en tydlig negativ påverkan på vår verksamhet. Licensintäkterna från BD och försäljningen av BIP produkter påverkades negativt av minskad ordinarie sjukvård och uppskjutna operationer. Sjukvården har gradvis börjat öppnas upp i flertalet regioner för att hantera den vårdskuld som bildats, bland annat i USA. I ljuset av den andra infektionsvåg vi nu ser är utvecklingen i närtid svårbedömd. Samtidigt är vi övertygade om att vår breda portfölj av produkter för infektionsprevention och de proaktiva åtgärder vi vidtar kommer att överbrygga denna tillfälliga nedgång.

**VD kommenterar tredje kvartalet**

## **Svagt kvartal men behovet av infektionsprevention större än någonsin**

Tredje kvartalet var det svagaste på flera år för Bactiguard och som VD är jag inte nöjd. Det finns yttre faktorer som påverkat utvecklingen. Covid-19 har lett till minskad ordinarie sjukvård och uppskjutna operationer, vilket påverkat både oss och våra licenspartners eftersom efterfrågan på förbrukningsartiklar varit mycket låg. Samtidigt accelererar den globala vårdskulden och behovet av infektionsprevention är större än någonsin. Bactiguards produkter räddar liv och vi kan definitivt bättre än vad tredje kvartalet visar. Vi hade behövt ställa om betydligt snabbare och därför förändrar vi nu vår försäljningsstrategi och säljorganisationen kommer under en övergångsperiod att rapportera direkt till mig.

### **Licensaffärer**

Licensintäkterna från Becton, Dickinson & Company (BD) har varit stabila under många år, men BD's försäljning är inte heller immun mot Covid-19. Det har resulterat i lägre licensintäkter för Bactiguard. Baserat på den starkare orderingång vi sett från BD i slutet av tredje och början av fjärde kvartalet bedömer vi att intäkterna kommer att återgå till mer normala nivåer under fjärde kvartalet.

Samarbetet med Zimmer Biomet fortsätter med hög intensitet och det är mycket glädjande. I dagsläget fokuserar vi på att nyttja det snabbspår till den europeiska marknaden som öppnades när det nya europeiska regelverket (MDR) som skulle träda i kraft i maj i år sköts upp ett år. Det innebär att vi kan nyttja det CE-märke för ortopediska traumaimplantat vi redan har för att nå den europeiska marknaden i början av nästa år. Processen med att registrera implantaten på den amerikanska marknaden pågår parallellt, men ligger tidsmässigt lite efter Europa.

Vi är övertygade om styrkan i Bactiguards teknologi för olika typer av medicinska applikationer, både för kortare bruk och långtidsanvändning. Vi har fler intressanta licensprojekt på gång och ser nya, spännande affärsmöjligheter. Strategin att etablera en eller två, nya licensaffärer per år ligger fast, med fokus på ortopediska och dentala implantat och olika typer av produkter för blodbanan – t ex dialyskatetrar. Vaskulära stentar är ett annat intressant område och det pågår redan djurstudier på Karolinska Institutet. Syftet med studierna är att belägga att Bactiguards teknologi inte bara reducerar risken för infektioner, utan även förebygger trombosbildning och därmed minskar behovet av läkemedel. Även om de kommersiella förhandlingarna i nu pågående projekt går lite långsammare än vanligt på grund av budgetrestriktioner till följd av Covid-19 är vi övertygade om att de projekt och studier vi nu bedriver kommer att bana väg för nya licensaffärer.

### **BIP-portföljen**

Försäljningen av BIP-produkter ökade något under kvartalet, men inte alls i linje med våra ambitioner. Konsumtionen av förbrukningsartiklar i vården har varit mycket låg i samtliga regioner, en konsekvens av att fokus legat på att behandla covid-19 patienter och övrig sjukvård gått på sparlåga.

Media rapporterar om att antalet planerade ingrepp i USA minskat med sextio till åttio procent och i Stockholm rapporteras om en halvering. Samtidigt har tjugofem procent färre cancerfall diagnostiserats i stockholmsregionen och det innebär inte att vi blivit friskare, utan att vi skjuter en accelererande vårdskuld framför oss.

Många länder fortsätter att tillämpa långtgående restriktioner och det försvårar accessen till sjukhusen och det dagliga försäljningsarbetet. Att fysiska möten inte går att genomföra på samma sätt som vanligt innebär att vi och våra distributörer måste utveckla vår digitala närvaro



och kommunikation i snabbare takt. Ett exempel på nya möjligheter är att den indiska regeringen etablerat en e-handelsplattform för medicintekniska produkter. Vi har redan registrerat Bactiguards centrala venkatetrar och väntar nu på att även urinvägskatetrarna och endotrakealtuberna ska bli listade och mer tillgängliga för vården. Ett annat exempel är att vi bedriver utbildning av sjukvårdspersonal och deltar i paneldiskussioner med key opinion leaders digitalt för att stärka varumärket.

Den globala uttrullningen av Hydrocyn aqua pågår för fullt, men upphandlingsregler och lokala regelverk gör att det tar lite tid innan försäljningen tar fart på allvar. Styrkan i Hydrocyn är att den är bevisat effektiv mot det virus som ger Covid-19 och mot de flesta bakterier, virus och svampar som leder till infektioner. Samtidigt är den vävnadsvänlig och bidrar till snabbare läkning av sår, vilket gör den användbar för allmän sårvård, dental-, baby- och djurvård, för att nämna några exempel. Hydrocyn svider inte och är heller inte brandfarlig, vilket gör den överlägsen alkoholbaserade alternativ.

Försäljningen måste accelerera snabbare och vi behöver utbilda marknaden om fördelarna med våra produkter. För att leda det arbetet i Norden har vi rekryterat en ny försäljningschef. Hans uppdrag är att bearbeta vårdgivare, apotekskedjor, företags- och konsumentmarknaden. Vi har också rekryterat en försäljningschef för Sydostasien och tecknat distributionsavtal för Hydrocyn på flera marknader i Mellanöstern och i Indien, där registreringsarbetet nu pågår.

Vi ökar trycket i vår egen försäljningsorganisation för att göra Bactiguard mer synligt och tongivande. Våra produkter ska bli det självklara valet för infektionsprevention och etableras som vårdstandard. För att stärka vår kommunikation och marknadsföring utökar vi ledningen med Petra Kaur Ljungman, som med framgång utvecklat flera bolags varumärkes- och digitala strategier. Samtidigt har vi påbörjat rekryteringen av en ny global försäljningschef och anpassar de regionala säljteamen efter lokala förutsättningar. Under tiden rekryteringen pågår har jag tillfälligt tagit över ansvaret för att leda försäljningsorganisationen.

### **Behovet av infektionsprevention ökar**

Covid-19 påverkar oss alla och vi ser nu en andra våg av smittspridning i samhället, vilket gör utvecklingen i närtid svårbedömd. Men det som blir alltmer tydligt är att behovet av infektionsprevention aldrig varit större. Även om nuläget är tufft har pandemin gjort Bactiguard än mer relevant.

Vårt jobb är att övertyga marknaden om att Bactiguards teknologi och produkter kan bidra till att minska riskerna för infektioner och allvarliga komplikationer, förkorta vårdtider och bromsa trenden med en växande vårdskuld. Vi fokuserar på aktiviteter som ökar kännedomen om vårt varumärke, accelererar försäljningen och reducerar kostnaderna. Vi tillför nya krafter i ledningen, stärker vår försäljningsorganisation, drar nytta av vår globala kapacitet och utvecklar vår digitala närvaro.

Som VD för Bactiguard skyggar jag inte för utmaningarna i det läge vi nu befinner oss, men jag har svårt att se en bättre affärsidé än infektionsprevention i dessa tider. Vi är övertygade om styrkan i Bactiguards teknologi för olika typer av medicinska applikationer, både för kortare bruk och långtidsanvändning.

Därför upprepar vi våra långsiktiga finansiella mål om en genomsnittlig årlig tillväxt på 20% och en EBITDA marginal på minst 30 procent för den kommande femårsperioden.

Cecilia Edström, VD



Delårsrapporten för Bactiguard Holding AB (publ) för perioden juli – september 2020 finns nu tillgänglig som PDF på [www.bactiguard.com](http://www.bactiguard.com).

Denna information är sådan information som Bactiguard Holding AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom nedanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande 2020-11-05, kl. 08.00.

**För ytterligare information vänligen kontakta:**

Gabriella Björknert Caracciolo, CFO och vice VD, mobil: +46 72 141 62 49

En audiocast på engelska för investerare, analytiker och media kommer att hållas idag klockan 11.00 där VD Cecilia Edström och CFO Gabriella Björknert Caracciolo presenterar och kommenterar delårsrapporten samt svarar på frågor.

Rapporten och presentationsmaterial för audiocasten kommer att finnas tillgängliga på Bactiguards hemsida [www.bactiguard.com/sv/investerare/rapporter-och-presentationer](http://www.bactiguard.com/sv/investerare/rapporter-och-presentationer)

**För att delta i audiocasten, vänligen använd denna länk:**

<https://tv.streamfabriken.com/bactiguard-q3-2020>

**För att enbart delta via telefonkonferens, ring:**

SE: +46850558351 UK: +443333009035 US: +18335268398

**Om Bactiguard**

Bactiguard är ett svenskt medicinteknikbolag vars uppdrag är att rädda liv. Det gör vi genom att utveckla och tillhandahålla infektionsförebyggande lösningar som minskar risken för vårdrelaterade infektioner och reducerar användningen av antibiotika. På så sätt sparar vi avsevärda kostnader för sjukvården och samhället.

Bactiguards teknologi förhindrar att bakterier fäster och bildar biofilm på medicintekniska produkter. Bactiguard erbjuder teknologin via licensavtal och den egna produktportföljen BIP (Bactiguard Infection Protection). Urinkatetrar med Bactiguards ytskikt är marknadsledande i USA och Japan genom licenspartnern BD. Bactiguards egen produktportfölj av urinkatetrar, endotrakealtuber och centrala venkatetrar förebygger vanligt förekommande infektioner i urin-, blod- och luftvägarna.

Bactiguard är inne i en stark expansionsfas på marknaderna i Europa, Kina, Indien och Mellanöstern och genom att etablera licensaffärer inom nya terapiområden. Nyligen fullföljdes förvärvet av malaysiska Vigilenz, en tillverkare och leverantör av medicintekniska produkter och förbruknings-artiklar, främst inom sårvård och infektionsprevention.

Bactiguard har efter förvärvet cirka 180 anställda runt om i världen. Huvudkontoret och en av tre produktionsanläggningar ligger i Stockholm, de andra två i Malaysia.

Bactiguard är noterat på Nasdaq Stockholm.

Läs mer om hur Bactiguard räddar liv på [www.bactiguard.com](http://www.bactiguard.com)