

Skriftlig sammanfattning av Q&A-sessionen från bolagspresentationen den 26 september 2024

Den 26 september höll Invent Medics VD, Anna Lindström, en bolagspresentation via Zoom, som avslutades med en Q&A-session. Nedan följer en sammanfattning av de frågor och svar som ställdes. Själva presentationen spelades inte in.

Q&A sessionen

Kan du berätta vilka utmaningar era konkurrenter har i och med det nya regelverket och er fördel kopplat till godkänd CE-märkning i enlighet med MDR.

EU införde för något år sedan ett nytt direktiv för CE-märkning av medicintekniska produkter, MDR (Medical Device Regulation). Nya produkter måste uppfylla MDR-kraven, medan äldre produkter, som redan är etablerade på marknaden, har fått en övergångsperiod för att säkerställa att de uppfyller alla krav enligt MDR. Det vi ser idag är att nya produkter har svårt att nå upp till kvalitetskraven enligt MDR och därmed inte etablerar sig på den europeiska marknaden. Samtidigt kan redan befintliga produkter sakna de studier som krävs för att bli godkända enligt de nya reglerna, och många företag behöver därför finansiera nya studier, vilket är kostsamt. Detta har lett till att vissa företag har valt att lämna Europa. Vi ser också att vår MDR-certifiering underlättar när vi tecknar avtal med både regioner och distributörer, då vi kan erbjuda en långsiktig leverantör med fortsatt marknadsgodkännande.

Du nämnde positiva kassaflöden, vad driver mest den tillväxten och hur komfortabla är ni att ni uppnår detta?

Alla våra affärer är avgörande för att driva tillväxten, och därför har vi bland annat justerat vårt fokus för FlowCup till att prioritera lönsamhet. För att uppnå försäljningstillväxt krävs många olika insatser, och vi arbetar varje dag för detta genom att träffa kunder, utbilda och skapa nya kontakter. På så sätt ser vi det som möjligt att behålla vårt mål om att nå kassaflödespositivitet i slutet av året.

Vad är status med Uricap Female och vad är förväntningarna på denna produkt?

UriCap Female introducerades i Sverige under våren 2024, och vi förväntar oss att se försäljning under de kommande månaderna. För att introducera produkten har vi valt att rikta oss till utvalda kliniker och regioner, samtidigt som den kommer att göras tillgänglig för köp av privatpersoner via hjälpmedelsbutiker. Eftersom produkten är helt ny på den svenska marknaden krävs omfattande utbildning för att skapa trygghet vid användandet både för patienter och vårdpersonal. Vi har hittills sett ett mycket stort intresse för produkten.

Vid emissionen i september 2023, med en emissionsvolym på cirka 5 MSEK, angavs att 40 % av kapitalet skulle användas för att utöka produktutbudet inom FlowCup. Vad har ni gjort för dessa 2 MSEK? På vilket sätt har produktutbudet utökats, och hur har detta påverkat ordervärdet? I den nuvarande nyemissionen verkar ni ha backat på målen för FlowCup – stämmer det?

Emissionen i september förra året blev inte fulltecknad. Efter emissionskostnader fanns det cirka 1 miljon SEK att tilldela FlowCup. Vi har använt dessa medel till att utveckla en ny modell av menstrosa som är svalare och har högre uppsugningsförmåga, samt att lansera ett tvättmedel specifikt för menstrosor. Likviden har främst använts för produktutveckling, marknadsföring och lagerhantering.

Vi har dock märkt att lönsamheten inom e-handeln har påverkats negativt av ökade kostnader för marknadsföring och logistik, vilket har lett till att vi drastiskt har minskat våra annonserings- och e-handelskostnader. Detta framgår även i vår Q2-rapport, där försäljningen har minskat men lönsamheten har ökat. Glädjande nog har försäljningsökningen av Efemia Bladder Support så gott som helt kompenserat för det försäljningstapp vi sett inom e-handeln.

Vid emissionen i september 2023 angavs att 20 % av kapitalet, cirka 1 MSEK, skulle användas till förvävsstrategin. Vad har hänt med dessa 1 MSEK, och vilket förvärv har genomförts?

Emissionen i september förra året blev inte fulltecknad. Efter emissionskostnader fanns det cirka 500 000 kr avsatta för att arbeta med uppköpsstrategin. Processen att hitta och inleda samarbeten med andra bolag är tidskrävande, och det krävs att båda parter är överens. Det tar också tid att utvärdera produkter, bland annat att säkerställa att de har marknadsgodkännande, följer det regulatoriska regelverket, fungerar som förväntat, och att det finns en efterfrågan på marknaden. Dessa aktiviteter kräver främst min tid som VD, men även andra i bolaget är involverade. Vi har fört dialoger med flera företag, vilket hittills har resulterat i att vi har tagit in UriCap Female och tecknat en avsiktsförklaring (LOI) med MeCovers.

Kan du berätta hur Flowcup affärerna ser ut och varför ni har lyckats så bra med NGO-er och denna typ av affär när många andra misslyckats.

Vi samarbetar med lokala partners som är närvarande på plats. De distribuerar inte bara menstrosorna utan utbildar också tjejer och killar om menstruell och sexuell hälsa. Detta har lett till många framgångsrika projekt och återkommande initiativ, då projekten har mottagits mycket väl. Våra samarbetspartners arbetar ibland med olika FN-organ, vilket gör att fokus ligger på hela projektet snarare än på oss som företag, då vi endast är en del av helheten. Vi har också valt att inte ge bort koppar utan att i stället sälja dem till betalande kunder, och därmed fokuserar vi på projekt som är finansierade och som följer upp resultatet.

Vad är status i Tyskland. Det verkar inte lossna där, varför?

Vi är öppna med att försäljningen i Tyskland inte går som planerat. Vi vet att behovet finns där, vilket vi ser i vår försäljning på Amazon och den feedback vi får från kunderna, men vi har ännu inte hittat rätt ingång till världen. Vi har stött på liknande utmaningar tidigare i Storbritannien. Vem som hjälper kvinnan varierar mellan olika länder, och vi arbetar för att få en tydlig bild av situationen i Tyskland. I Sverige ser vi exempelvis att det fungerar olika i de 21 regioner vi har, och det kan mycket väl vara en liknande situation i Tysklands 16 förbundsstater.

På vilket sätt förväntar ni er att MeCovers ska bidra till en positiv effekt på den totala verksamheten, med tanke på att deras siffror idag är i det närmaste obefintliga?

MeCovers har en större försäljning än vad som framgår av deras senaste siffror. De har haft en återförsäljare för Norden som har haft ett större lager, vilket gör att försäljningen syns hos dem men inte direkt hos MeCovers. Dessutom har MeCovers inte haft en egen säljorganisation. De har letat efter någon som kan ta hand om produkten, som redan har etablerade kontakter med vården och en organisation med kunniga personer inom kvalitet, logistik och marknadsföring. Vi kommer att ta över försäljningen och lagerhållningen, vilket ger oss en mer direkt insyn i siffrorna. Återförsäljaren är mycket positiv till produkten, men har insett att de kunder som köper produkten inte är deras primära kunder och önskar därför avsluta avtalet. Vi ser att MeCovers kunder är desamma som våra, vilket gör det till en bra matchning för oss.

Ligger den tidigare målsättningen om positivt kassaflöde vid slutet av 2024 kvar, och gäller fortfarande omsättningsmålet på 50 MSEK för 2025/2026 som ni tidigare har vidhållit?

Ja, målet att vi ska ha kassaflödespositiva månader i slutet av året kvarstår. Men det är ett jobb att göra för att komma dit. Vi arbetar dessutom samtidigt aktivt med att nå omsättningsmålet på 50 MSEK för 2025/2026. Det kommer dock att krävas fler produkter genom samarbeten eller förvärv för att nå detta mål.

Pengarna från emissionen, hur långt räknar du att det kommer att räcka? Stämmer det att detta kan vara sista gången ni gör en emission?

Vi räknar med att likviden från emissionen ska räcka till dess att vi blir helt kassaflödespositiva och vi hoppas därmed att vi inte kommer att behöva göra fler emissioner för att täcka förluster.

Vad har pengarna från lånet på 2 MSEK som upptogs i februari 2024 och den riktade emissionen på 1,5 MSEK i maj 2024 använts till, och hur har dessa medel bidragit till omsättningsökning och kassaflödespåverkan?

När det gäller emissionerna är de alltid förknippade med kostnader och en del av likviden går till att täcka dessa. Den resterande delen av medlen samt lånen har använts för att driva verksamheten framåt inom våra tre huvudområden: Efemia Bladder Support, FlowCups samarbeten med NGO och förvärv.

De senaste pressmeddelandena följer samma linje som våra huvudområden och inkluderar:

- Invent Medic erhåller ännu en betydande order på FlowCup-menskoppar från The Cova Project.
- Invent Medic tecknar avtal för distribution av Efemia Bladder Support i Nya Zeeland.
- Invent Medic tecknar en avsiktsförklaring avseende förvärv av ett svenskt företag inom området kvinnohälsa.
- Q2-rapporten visar en försäljningstillväxt på över 40 % för Efemia Bladder Support under första halvåret 2024.