

AddLife upprepar sina finansiella mål och identifierar prioriterade tillväxtsegment

Med början kl. 8.30 (CEST) i dag håller AddLife en kapitalmarknadsdag.

Evenemanget kan följas via denna länk: <http://tv.streamfabriken.com/addlife-capital-markets-day-2023>

Under kapitalmarknadsdagen kommer AddLife att presentera sin affärsmodell, det rådande affärsläget och prioriteringarna för verksamheten. En genomgång av finanser och balansräkning kommer att hållas, vilken även inkluderar ambitioner och åtgärder för att minska skuldsättningen. Två av koncernens bolag kommer också att presenteras, följt av en genomgång av strategin. Strategin bygger på AddLifes etablerade affärsmodell, kultur och strategiska riktning, med nya strategiska initiativ baserade på aktuella marknadstrender samt koncernens ökade storlek och stärkta position.

Verksamhetens nuvarande position, marknadsutvecklingen och utsikterna gör att AddLife kan upprepa sina finansiella mål:

- Resultattillväxten (mätt i EBITA) ska långsiktigt uppgå till 15 procent per år
- Lönsamheten ska överstiga 45 procent, mätt som relationen mellan rörelseresultat och rörelsekapital (R/RK)
- 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.

AddLife har en decentraliserad affärsmodell med delegerat ansvar, vilket ger bolagen och deras ledningsgrupper stort självbestämmande. I linje med detta kommer följande presentationer från två bolag inom koncernen:

- Karin Fischer och Mattias Bengtsson kommer att presentera Biolin, som varit en del av AddLife sedan 2016 och som levererar avancerade produkter och lösningar inom surface science.
- Carlos Pinto kommer att presentera MBA, som varit en del av AddLife sedan 2022 och som levererar ett brett utbud av produkter inom kirurgi, anestesi och andra relaterade produkter. Bolaget är även marknadsledande med sin servicenivå och avancerade tjänster.

AddLife har en väl beprövad affärsmodell och en stark kultur och dess strategiska riktning grundar sig även fortsatt på marknadsledande positioner, operativ rörlighet och förvärv. Genom att vidareutveckla strategin och lansera sex specifika strategiska initiativ kommer AddLifes bolag att kunna dra nytta av koncernens ökade storlek och ta tillvara marknadsmöjligheter. De strategiska initiativen är följande: Europeisk marknadstäckning, digitala lösningar, värde- och produktivetsförsäljning, tjänsteerbjudande, egna produkter och förvärv inom utvalda segment.

- Europeisk marknadstäckning: AddLife kommer att ytterligare stärka verksamheten och utöka produktportföljen genom att utnyttja sin unika och nyligen utvidgade europeiska marknadstäckning, något som gör AddLife-bolagen ännu mer attraktiva för sina partners.
- Digitala lösningar: AddLife kommer att utöka sitt erbjudande inom digitala lösningar enskilt eller i kombination med andra produkter och tjänster i portföljen, samt använda digitala lösningar för att förbättra affärsverksamhetens effektivitet.
- Värde- och produktivetsförsäljning: AddLife strävar efter att identifiera fler produkt- och tjänsteerbjudanden som kan hjälpa vårdgivare att skapa mer effektiva processer och utföra fler ingrepp med tillgänglig personal, och på så sätt även bidra till att förkorta väntetider samt väntetiden för patienterna.
- Tjänsteerbjudande: AddLife strävar efter att öka tjänsteutbudet för att stärka kundrelationerna, samt öka sin differentiering och förmåga att sätta priser.

- Egna produkter: AddLife ska tillvarata möjligheterna att sälja och marknadsföra befintliga och nya egna produkter genom interna marknadskanaler.
- Förvärv inom utvalda segment: Koncernen fortsätter att aktivt leta efter förvärvskandidater inom utvalda segment och geografier, företrädesvis mindre och medelstora tilläggsförvärv eller fristående förvärv med attraktiva marginaler.

För perioden 2021–2025 förväntas Medtech-marknaden ha en genomsnittlig årlig tillväxttakt (CAGR) på 5 procent, enligt statistik från Medtech Europe och AddLifes analyser. Motsvarande siffra för Labtech, där marknaden för in-vitro diagnostik kan vara vägledande, är 2–3 procent.

Koncernen har också identifierat och kommer att presentera prioriterade tillväxtsegment i alla sina affärsenheter. Segmenten omfattar bland annat mikrobiologi inom affärsenheten Diagnostics, avancerade instrument för laboratorieanalys inom affärsenheten Biomedical & Research, ortopedisk kirurgi inom affärsenheten Hospital samt välfärdsteknologi inom affärsenheten Homecare. De prioriterade segmenten har en högre tillväxt än den genomsnittliga marknaden och en attraktiv lönsamhetsprofil.

AddLifes VD Fredrik Dalborg kommenterar strategin så här: *"Utgångspunkten för vår strategi är vår etablerade och beprövade vision, affärsmodell och strategiska riktning. I och med vår ökade storlek och stärkta närvaro i Europa har vi ytterligare möjligheter att expandera vår verksamhet. Vi kommer att utnyttja dessa möjligheter med våra nya strategiska initiativ. Vi har också identifierat prioriterade segment som kommer att öka vår tillväxt och ytterligare förbättra vår lönsamhet."*

Fredrik Dalborg fortsätter: *"AddLifes tillväxtplan fungerar. Tillväxten under covid följdes av en betydande förvärvad tillväxt och nu ser vi en stark organisk tillväxt baserad på väl valda marknadspositioner som gynnas av marknadstrender. Samtidigt vidtar vi åtgärder för att förbättra vårt resultat i enlighet med våra prioriteringar: bibehålla och öka vinsten, organisk tillväxt, kassaflöde och förvärv. Detta kommer att bidra till att vår ambition att minska skuldsättningen."*

Översikt över dagordningen för kapitalmarknadsdagen

- AddLifes affärsmodell – Fredrik Dalborg, VD AddLife
- Finansiell information – Christina Rubenhag, CFO AddLife
- Lönsamhetsutveckling – Peter Simonsbacka, CCO AddLife
- Fallstudie: Biolin Scientific – Karin Fischer VD Biolin Scientific, Mattias Bengtsson Affärsenhetschef Biomedical & Research, AddLife
- Paneldiskussion: AddLife som ägare
- Fallstudie: MBA – Carlos Pinto, VD MBA
- Strategi och sammanfattning – Fredrik Dalborg, VD AddLife

Dessutom kommer frågestunder arrangeras och möjlighet ges att titta på produkter och interagera med AddLifes teammedlemmar.

För ytterligare information kontakta

Fredrik Dalborg, CEO, fredrik.dalborg@add.life, +46 70 516 09 01
Christina Rubenhag, CFO, christina.rubenhag@add.life, +46 70 546 72 22
www.add.life

AddLife är en europeisk oberoende aktör inom Life Science som erbjuder högkvalitativa produkter, tjänster och rådgivning till både privat och offentlig sektor. AddLife har cirka 2 300 anställda i ett 85-tal operativa dotterbolag som drivs under egna varumärken. Koncernen omsätter cirka 9 miljarder SEK. AddLife aktien är noterad på NASDAQ Stockholm.

Denna information är sådan information som AddLife AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 15 september 2023 kl. 08:15 CET.