

Danderyd den 21 februari 2011

BOKSLUTSKOMMUNIKÉ för Ellen AB (publ)
Org.nr 556419-2663

ÖKADE INTÄKTER MED 88 % OCH FORTSATT TILLVÄXT FÖRVÄNTAS

2010 i sammandrag

- Ellens intäkter från försäljning och royalty steg med drygt 88 % till 14 843 (7 872) KSEK, varav 3 752 (1 800) KSEK under fjärde kvartalet
- Rörelseresultatet förbättrades ytterligare och uppgick till - 7 546 (-9 740) KSEK, varav - 2 479 (-2 357) KSEK under det fjärde kvartalet
- Resultatet per aktie uppgick till - 0,16 (-0,30) SEK, varav -0,05 (-0,07) SEK under det fjärde kvartalet
- Bruttomarginalen för helåret steg till 39 (36) % och blev 35 (43) % under det fjärde kvartalet
- Försäljningen till Ellen Vertriebs i Tyskland har fördubblats under året
- Tyska apotekareförbundet utsåg Ellens probiotiska tampong till årets produkt 2010 i kategorin tamponger
- I Frankrike har IPRAD dubblerat sin försäljning av Ellens probiotiska produkt under 2010
- Ellen AB har under 2010 tecknat avtal i Ryssland, Ukraina, Australien, Nya Zeeland, Tjeckien och Slovakien
- Patent har erhållits i Kanada avseende bolagets produktionsprocess och patentet gäller till 2021.
- Polen har godkänt patentansökan avseende Ellens mjölksyrabakterier med patentskydd till 2022. Patentet är godkänt i 20 länder bl. a. i USA, Europa, Kina och Japan
- En nyemission med företrädesrätt genomfördes i inledningen av året. Emissionen blev kraftigt övertecknad och tillförde Ellen AB 23,6 MSEK före emissionskostnader

HÄNDELSER EFTER RAPPORTTIDENS UTGÅNG:

- Ellens probiotiska produkt certifieras av ledande gynekologer i Tjeckien vilket innebär att symbolen, "Rekommenderad av Czech Association of Gynaecologists", kommer att finnas på produkten samt på allt marknadsföringsmaterial

FÖR YTTERLIGARE INFORMATION:

Frågor om Ellen AB kan ställas till VD Monica Wallter på telefon 08-412 10 00 eller via epost mw@ellenab.com.

VD KOMMENTAR

Nu börjar satsningarna i Europa ta fart! Ellen AB har högt ställda förväntningar på tillväxt och att så snart som möjligt kunna visa ett positivt rörelseresultat. Vi fortsätter att fokusera på att teckna nya avtal på viktiga marknader i Europa samt att stödja Ellen Asia och vår distributör i Kina. Jag kan konstatera att vi under 2010 lyckats teckna tre nya avtal som gäller sex länder och uppnått en nästan dubblad försäljning. Vi har, som alla bolag som säljer i Euro, fått en negativ valutaeffekt trots att vi gör inköpen i Euro.



En tysk marknadskampanj med TV reklam startades under sommaren och annonseringen kommer att öka i takt med att distributionen breddas till ytterligare drugstores och fler apotek. Listningen på drugstores är en tidskrävande process men kommer att innebära att stora ordervolymer kan beställas när produkten blir listad på fler kedjor. Försäljningen till vår tyska distributör dubblades under 2010.

Försäljningsutvecklingen i Frankrike under året har varit mycket positiv och försäljningen har ökat med ca 100 %, Betydande reklaminvesteringar har gjorts under 2010 och marknadsföringen fortsätter under 2011 med annonsering och PR.

Hälsoministeriet i Kinas stora satsning på utbildning inom vaginal hälsa är nu inne på andra året och ungefär 40 000 av gynekologerna har deltagit i utbildningen. Vår distributör, Zhonglian Pharmaceuticals, medverkar med produktinformation om Ellens probiotiska produkt.

De nya marknaderna där vi tecknat avtal under de senaste två åren fokuserar på marknadsföring till gynekologer och till sjukvården och kommer successivt att öka marknadsaktiviteterna direkt till kvinnor med underlivsproblem. Vi noterar att Ellens probiotika får ett mycket bra mottagande av gynekologerna och det är glädjande att produkten i Tjeckien får en symbol med att produkten där är rekommenderad av gynekologernas nationella råd.

Ellen arbetar kontinuerligt med att förbättra bruttomarginalen och stärka bolagets rörelseresultat. Under 2010 ökade bruttomarginalen till 39 procent, jämfört med 36 procent under föregående år. Vi ser att ytterligare skalfördelar kommer att finnas med ökande volymer. Bolagets fokus är att stödja våra befintliga marknader till ökad omsättning, teckna fler avtal samt ha noggrann kostnadsmedvetenhet så att Ellen kan börja visa positivt kassaflöde inom en snar framtid.

MARKNADSUTVECKLING

Ellens probiotiska tamponger kan förebygga och lindra obalans i underlivets mikroflora, som kan leda till obehag som sveda och illaluktande flytningar. Obalans i underlivets mikroflora kan obehandlad i förlängningen även leda till infektioner som kan ge infertilitet och förtida börd.

Ellen har sålt miljontals probiotiska tamponger och inget fall med negativa biverkningar är rapporterat. Ellen AB har lanserat en ny förpackning som ger Ellens produkt en hållbarhet på 18 månader vilket öppnar nya möjligheter för distributionskontrakt i varmare och fuktigare länder.

Ellens produkt med den aktiva substansen LN[®] (LactoNaturel[®]) är inom EU registrerad som medicinteknisk produkt.

Intresset för probiotika ökar starkt i världen. Idén med probiotiska produkter, d.v.s. att tillföra de lactobaciller vi inte längre på ett naturligt sätt får i oss via födan, blir alltmer accepterad och det finns idag många framgångsrika probiotiska produkter.

Marknaden för probiotiska kosttillskott växer med cirka 10 % per år och probiotiska livsmedel har liknade tillväxttal. Probiotika för vaginal hälsa är ett område som har vuxit på senare år då olika probiotiska produkter för vaginalt bruk, bl.a. har ellen[®] lanserats i Europa. Ett normalt pH-värde är ett tecken på att underlivets bakterieflora är i balans.

Försäljningen till tyska marknaden har fördubblats under året. Ellens tyske distributör Ellen Vertriebs ingick ett treårigt s.k. Media for Revenue-avtal med TV kanalen P7S1, som innebär att annonsplats erbjuds mot en del av intäkterna från försäljningen av ellen[®]. P7S1 valde att investera i ellen[®] i stor konkurrens med andra produkter. Satsningen värderas till minst 100 miljoner kronor

I Tyskland och Österrike utökas distributionen till flera drugstorekedjor, Budnikowsky, Müller, Rossmann samt EDEKA Minden. I dagsläget finns ellen[®] i ca 3 000 butiker samt på landets apotek.

I Frankrike har IPRAD ökat sina marknadsinvesteringar och dubblat sin försäljning av Ellens probiotiska produkt under 2010. Produkten finns att tillgå på landets 25 000 apotek. Lanseringen i Frankrike har genomförts mycket framgångsrikt och IPRAD har under tre år utbildat opinionsbildare, apotekspersonal, gynekologer och läkare.

Nu sprids det probiotiska budskapet vidare till intresserade kvinnor som vill förbättra sin underlivshälsa. IPRAD marknadsför ett antal hygien- och hälsoprodukter för vaginal hälsa under varumärket Saforelle; ett mycket etablerat och välkänt märke i Frankrike.

Ökade marknadsinvesteringar kommer att göras i Frankrike och Tyskland under 2011 vilket kommer att generera större orders från våra distributörer i dessa länder i takt med att distribution och marknadsaktiviteter ökas. Generellt varierar orderflödet över kvartalen, vilket beror på distributörernas försäljningsframgångar och deras lagernivåer. Variationerna i ordervolym sett till enskilda kvartal kan därför vara stora på olika geografiska marknader.

På den skandinaviska marknaden, beräknat på antalet sålda ellen®-tamponger, har produkten den bästa penetrationen av befintliga marknader där produkten har introducerats. Här har Ellen ett konkret och realistiskt mått på hur volympotentialen kan utvecklas i övriga marknader. Med en likartad försäljning per kvinna skulle bolaget med nuvarande avtal och marknader ha en potentiell intäkt om minst 150 MSEK.

Mot bakgrund av den potentiella marknaden, utöver målet att öka försäljningen på befintliga marknader i Europa, letar Ellen givetvis efter nya samarbetspartners. Detta sker främst i Europa men även i andra delar av världen där probiotika har en hög acceptans.

Övriga distributörer marknadsför ellen® till gynekologer och till sjukvården för att etablera produkten. Under 2011 kommer marknadsinsatserna mot kvinnor att initieras i några fler marknader.

I december 2009 träffade Ellen Asia Ltd avtal med det kinesiska företaget Beijing Zhonglian Pharmaceutical avseende distribution av Ellens probiotiska tamponger. Zhonglian är en del av Sinopharm Group koncernen, som är ett av Kinas största farmaceutiska företag, med en årlig omsättning runt 20 miljarder kronor. Hälsoministeriet i Kina har nyligen startat en omfattande utbildning inom området Vaginal Hälsa där 120 000 gynekologer kommer att utbildas under tre år! Förhoppningsvis kommer det i västvärlden att startas liknande utbildningar.

INTÄKTER FRÅN VARUFÖRSÄLJNING OCH ROYALTY

Ellens intäkter från försäljning och royalty uppgick till 14 843 (7 872) KSEK och intäkterna under fjärde kvartalet till 3 752 (1 800) KSEK. Intäkterna ökade med 88% jämfört med 2009 och under fjärde kvartalet dubblerades intäkterna jämfört med samma kvartal 2009. Den starka försäljningsökningen speglar försäljningsframgångar i Europa, främst i Frankrike och Tyskland.

RESULTAT

Resultatet för 2010 förbättrades och blev -7 546 (-9 740) och för det fjärde kvartalet -2 479 (-2 357) KSEK
Årets resultat per aktie blev - 0,16 (-0,30) SEK

INVESTERINGAR OCH KASSAFLÖDE

Investeringar har gjorts med 433 (758) KSEK.
Kassaflödet var sammanlagt 4 975 (1 025) KSEK.

FORSKNING & UTVECKLING

Forskningen kring probiotika har under de senaste åren intensifierats och mångdubbelt fler studier har publiceras med positiva resultat. Acceptansen för probiotika hos allmänhet och läkarkår har stärkts betydligt även beroende på att de stora livsmedelsbolagen och probiotikabolag marknadsför produkter med produktspecifika hälsobudskap. Bolagets forskning avseende den patenterade teknologiplattformen, LN® (LactoNaturel®), följer plan.

Ellen har flera patenterade bakteriestammar att använda i sina produkter. Konkurrerande produkter innehåller endast en eller två bakteriestammar. Ellen AB har bakteriestammar i LN, LactoNaturel®, vilket ökar chansen att en eller flera av dem passar just den kvinna som använder produkten.

En större klinisk studie har slutförts på Karolinska Institutet och Danderyds Sjukhus med positiva resultat för Ellens probiotika, LactoNaturel®. Studien är publicerad i den vetenskapliga tidskriften *Microbes and Infection*.

En undersökning med 657 tyska kvinnor visar att nästan en fjärdedel har så svår bakteriell obalans (høgt pH-värde) i underlivet att de är i behov av antibiotika mot bakteriell vaginos. Ytterligare en femtedel har ett förhöjt pH-värde vilket innebär att dessa kvinnor också har rubbning i sin bakterieflora.

En studie som gjorts i USA visar liknande resultat då 22,7 % av kvinnorna i åldern 14–49 år upplever att de har problem med sin vaginala hälsa.

Ellen har nya produkter i sen utvecklingsfas. Bolaget är övertygat om produkternas marknadspotential.

MARKNADSFÖRINGSSTRATEGI

Probiotika är fortfarande inte ett etablerat alternativ för kvinnor med underlivsbesvär. Våra distributörer inleder marknadsarbetet med att informera gynekologer, läkare och sjuksköterskor om hur Ellens probiotiska tampong

kan ge hjälp vid vaginal obalans. Denna fas tar normalt 6-12 månader och efterföljs av aktiviteter med information till apotek eller liknande försäljningskanaler innan marknadsföring mot målgruppen kvinnor inleds. Detta innebär att det tar 1-2 år innan större försäljningsvolymerna efterfrågas på våra marknader.

PATENT

Bolaget arbetar strategiskt och kontinuerligt med sitt immaterialrättsliga skydd över världen. Bolaget erhöll nyligen ett nytt patent för bolagets produktionsprocess i Kanada. Dock har patentmyndigheten i Europa meddelat att Ellens första patentfamilj hindrar vår andra patentfamilj avseende produktionsprocessen avseende nyhet och uppfinningshöjd, ett beslut som Ellen AB kommer att överklaga. Patentskyddet kommer därmed att kvarstå med sitt ursprungliga skydd i avvaktan på beslut i högsta instans på EPO.

Ellen har totalt vid utgången av 2010 erhållit 48 godkända landpatent.

PRODUKTION

Bruttomarginalen var under fjärde kvartalet 35 % (43 %) och för helåret 2010 uppgick denna till 39 % (36 %). En ökad kostnadsmedvetenhet och insatser för att förbättra bolagets bruttomarginal är kontinuerliga mål. Bolaget arbetar målmedvetet med att optimera och förbättra sin leverantörs- och produktionsstrategi.

Bolaget har med ökande volymer och förbättrad produktionsprocess väsentligen stärkt sin bruttomarginal under de senaste åren. Sedan 2007 har bruttomarginalen fördubblats till nära 40 %. Vi förutser ytterligare skalfördelar med ökande försäljningsvolymerna.

Ett omfattande kvalitetssystem har implementerats. Vår produktleverantör är certifierade för ISO 9001:2008 och tillsammans med Ellens specifika rutiner uppfyller produktionen kraven från det medicintekniska direktivet och följer standarden ISO 13 485:2003.

FRAMTIDSUTSIKTER

Ellen får kontinuerligt förfrågningar från företag som vill marknadsföra vår patenterade probiotika. Vi har under det senaste året sett ett accelererande intresse från både mindre som större aktörer som ser probiotika som en naturlig och innovativ förstärkning av deras produktportfölj. Marknaden för probiotika är väl utvecklad i Europa och i Asien och intresset ökar nu även på den amerikanska marknaden.

Under 2011 avser Ellen att:

- Supportera våra nuvarande distributörer på existerande marknader
- Stödja expansionen i Kina
- Teckna ytterligare distributionsavtal för väsentliga marknader
- Bibehålla och stärka patentportföljen
- Utveckla ytterligare bärare av LN[®] - substansen.

ANSTÄLLDA

Vid periodens slut var fem personer anställda. Ett flertal konsulter med specifik kompetens har deltagit i olika utvecklings- och forskningsprojekt.

AKTIEINFORMATION

Totalt utestående antal aktier vid periodens utgång uppgick till 50 076 379 aktier.

Emissionen som genomfördes under april 2009 blev övertecknad. Detta innebär att aktiekapitalet ökade med 975 513,80 SEK genom emission av 9 755 138 aktier. Aktien är listad på First North sedan augusti 2007 och handel sker med kortnamn ELN. Bolagets Certified Adviser är Thenberg & Kinde Fondkommission AB.

RISKFaktorER

Det går inte att garantera att Ellen AB kommer att utveckla produkter som kan patenteras, att beviljade patent kommer att kunna vidmakthållas, att framtida upptäckter kommer att leda till patent eller att beviljade patent kommer att utgöra tillräckligt skydd för Ellens rättigheter.

Bolaget kan även i framtiden komma att behöva vända sig till kapitalmarknaden för kapitalanskaffning.

REDOVISNINGSPRINCIPER

Redovisningsprinciperna i denna rapport är oförändrade jämfört med Ellen AB:s senaste årsredovisning. Denna rapport har inte varit föremål för granskning av Ellen AB:s revisor.

KOMMANDE RAPPORTTILLFÄLLEN 2010

Årsstämma sker den 14 april 2011. Årsredovisningen kommer att finnas tillgänglig den 7 mars på www.ellenab.com

Rapport för första kvartalet lämnas den 14 april 2011
Rapport för andra kvartalet lämnas den 23 augusti 2011
Rapport för tredje kvartalet lämnas den 10 november 2011
Bokslutskommuniké för 2011 lämnas den 21 februari 2012

Rapporterna finns tillgängliga på www.ellenab.com och på företaget vid rapporttillfället. Frågor om Ellen AB kan ställas till VD Monica Wallter på telefon 08-412 10 00 eller via mail mw@ellenab.com.

Danderyd den 21 februari 2011

**Monica Wallter
Verkställande Direktör**

////////////////////////////////////
Bioteknikföretaget Ellen AB erbjuder patenterade produkter med probiotika för att förbättra kvinnors vaginala hälsa. I stort sett alla kvinnor upplever bakteriell obalans någon eller flera gånger i livet. Bakteriell obalans orsakas av en försvagad mjölksyrabakterieflora. Tampongen ELLEN[®] innehåller LN[®] (Lacto Naturel), som består av humana mjölksyrabakterier. Dessa utgör en naturlig del av friska kvinnors försvar mot infektioner. År 2002 lanserade Ellen AB, som första företag i världen, tamponger med mjölksyrabakterier i Norden. Nu pågår en internationell lansering och utveckling av nya produkter baserade på samma teknologi. Bolaget är noterat på First North. www.ellenab.com

RESULTATRÄKNINGAR

	2010	2009	2010	2009
	Helår	Helår	Kvartal	Kvartal
KSEK	jan-dec	jan-dec	okt-dec	okt-dec
Rörelsens intäkter				
Nettoomsättning	14 843	7 872	3 752	1 800
Övriga intäkter	1 099	503	-	328
Summa rörelseintäkter	15 942	8 375	3 752	2 128
Rörelsens kostnader				
Produktionskostnader och distributionskostnader	-9 087	-5 044	-2 425	-1 020
Övriga externa kostnader	-7 759	-7 865	-1 953	-2 378
Personalkostnader	-4 184	-3 321	-1 216	-685
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-1 529	-1 629	-382	-420
Övriga rörelsekostnader	-828	-	-106	-
Summa rörelsekostnader	-23 387	-17 859	-6 082	-4 503
Rörelseresultat	-7 445	-9 484	-2 330	-2 375
Resultat från finansiella investeringar				
Ränteintäkter	128	6	80	1
Räntekostnader	-29	-116	-	-37
Övriga finansiella intäkter	-	-	-	54
Övriga finansiella kostnader	-200	-146	-229	-
Summa finansiella poster	-101	-256	-149	18
Resultat efter finansiella poster	-7 546	-9 740	-2 479	-2 357
PERIODENS RESULTAT	-7 546	-9 740	-2 479	-2 357
Resultat per aktie före och efter utspädning, SEK	-0,16	-0,30	-0,05	-0,07

BALANSRÄKNINGAR

KSEK

TILLGÅNGAR

Anläggningstillgångar

Immateriella anläggningstillgångar	3 125	4 178
Materiella anläggningstillgångar	278	322
Finansiella anläggningstillgångar	51	51
Summa anläggningstillgångar	3 454	4 551

Omsättningstillgångar

Varulager	3 559	4 027
Kundfordringar	6 558	1 761
Fordringar hos koncernbolag	2 608	611
Övriga fordringar	338	438
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	578	763
Kassa och bank	7 451	2 476
Summa omsättningstillgångar	21 092	10 076

SUMMA TILLGÅNGAR

24 546 **14 627**

EGET KAPITAL OCH SKULDER

Eget kapital

Avsättningar 55 28

Kortfristiga skulder

Förskott från kunder	994	1 109
Leverantörsskulder	2 071	1 947
Övriga skulder	298	2 184
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	744	1 125
Summa kortfristiga skulder	4 107	6 365

SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER

24 546 **14 627**

FÖRÄNDRING EGET KAPITAL

KSEK

Förändring i eget kapital

	2010	2009
	jan-dec	jan-dec
Eget kapital vid periodens ingång	8 234	8 510
Nyemission	23 607	10 731
Nyemissionskostnader	-3 911	-1 267
Periodens resultat	-7 546	-9 740
Eget kapital vid periodens utgång	20 384	8 234

KASSAFLÖDESANALYS

KSEK	2010	2009	2010	2009
	Helår	Helår	Kvartal	Kvartal
	jan-dec	jan-dec	okt-dec	okt-dec
Periodens resultat	-7 546	-9 740	-2 479	-2 357
Justeringar för poster som ej ingår i kassaflödet:				
Justeringar för poster som ej ingår i kassaflödet:	1 529	1 629	382	420
Förändringar i avsättningar	27	-7	20	13
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapitalet	-5 990	-8 118	-2 077	-1 924
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapitalet				
Ökning/minskning av varulager	468	-11	576	100
Ökning/minskning av fordringar	-6 509	-1 097	-1 253	947
Ökning/minskning av kortfristiga skulder	-2 257	1 545	918	212
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-14 288	-7 681	-1 836	-665
Kassaflöde från investeringsverksamheten				
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-105	-82	-	-35
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-328	-666	-328	-90
Förvärv av finansiella anläggningstillgångar	-	-10	-	-10
Kassaflöde från finansieringsverksamheten				
Nyemission	19 696	9 464	-	-
Årets kassaflöde	4 975	1 025	-2 164	800
Likvida medel vid periodens ingång (Not 1)	2 476	1 451	9 615	3 276
Likvida medel vid periodens slut (Not 1)	7 451	2 476	7 451	2 476

Not 1 Likvida medel uppgörs av kassa och bank samt kortfristiga likvida placeringar vilka har en löptid understigande tre månader.

NYCKELTAL

KSEK	2010	2009	2010	2009
	Helår jan-dec	Helår jan-dec	Kvartal okt-dec	Kvartal okt-dec
Resultat				
Rörelsens intäkter	15 942	8 375	3 752	2 128
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	-5 916	-7 855	-1 948	-1 955
Rörelseresultat	-7 445	-9 484	-2 330	-2 375
Resultat efter finansiella poster	-7 546	-9 740	-2 479	-2 357
Balansräkningar				
Eget kapital	20 384	8 234	20 384	8 234
Balansomslutning	24 546	14 627	24 546	14 627
Investeringar	433	758	328	135
Soliditet, %	83,0%	56,3%	83,0%	56,3%
Genomsnittligt antal aktier före och efter utspädning	48 166 423	32 481 492	48 166 423	32 481 492
Antal aktier vid periodens slut före och efter utspädning	50 076 376	35 768 840	50 076 376	35 768 840
Eget kapital per aktie, kr	0,40	0,23	0,40	0,23

Definition av nyckeltal:

Soliditet	Justerat eget kapital dividerat med balansomslutningen
Resultat/aktie före utspädning	Resultat efter skatt dividerat med vägt genomsnittligt antal aktier under året
Resultat/aktie efter utspädning	Resultat efter skatt dividerat med vägt genomsnittligt antal aktier under året, justerat för effekter av utspädning
Eget kapital per aktie	Eget kapital dividerat med antal aktier vid årets slut