



Borås 2023-02-07

Bokslutskommuniké EatGood Sweden AB

1 jan – 31 december 2022

Viktiga händelser under året 2022

- Marknadsutveckling - vegetabiliska oljor och el på fortsatt höga nivåer
- Godkänd certifiering Kanada med Lightfry LF12C
- Framförhandlat bolagets största ramorder och avtal på motsvarande 38,5 Msek till Kanada för åren 2023-2025
- Uppföljningsorder från USA distributör på LF12U-4, 4-ledade Lightfry
- Ventless huv tillgänglig för beställning och leverans på Nordamerika marknaden
- Australian Navy och Australien
- Ny intressant marknad öppnar upp sig i Sydafrika
- Nya silikonlisten från Italiensk leverantör implementerad i produktionen
- Konsumentmarknaden för luftfritöser, fortsatt stark tillväxt
- Widab växer snabbt som återförsäljare på den svenska marknaden med fullservice
- Cuisine Equip gör framsteg på den Brittiska marknaden
- Anställt produktionstekniker och operativ chef med 3D och stor CAD erfarenhet från restaurangindustrin.
- Påbörjat arbetet med certifiering för Lightfry till kryssningsfartyg

VD'n har ordet

Försäljning under året uppgick till 5,92 Msek (3,84 Msek 2021) +54%. Försäljningen ökar och intresset ökar ännu snabbare för Lightfry och luftfritering vilket är väldigt positivt. Hållbarhet, hälsa, energieffektivitet är egenskaper som attraherar och än mer så idag med tanke på energipriser som rusar tillika så priser avseende vegetabilisk olja. Diskussioner om restaurangkök som använder utrustning som drivs av gas ser ut som att de kommer att förbjudas och fasas ut på vissa marknader bland annat i USA pga av negativ klimatpåverkan. Beslut som dessa spelar in positivt för bolaget och Lightfry-försäljning då det är väldigt hett med luftfritering, framför allt på konsumentsidan men vi ser nu också en spridning in i den kommersiella världen, restaurangindustrin. Under året har många viktiga händelser skett och bland de riktigt viktiga vara att få till ett avtal med en vass aktör på den Kanadensiska marknaden som jag anser att TFI är och i samband med det bolagets största ramorder om 38,5 Msek över en treårsperiod. Med kontakter och tentakler in på alla världens största och mest kända kedjor och franchisekoncept så ser det väldigt spännande ut att arbeta nära och tätt ihop med



TFI. Dörrar som kan öppnas upp via TFI kan har väldigt stor inverkan positivt på bolagets fortsatta utveckling. Ytterligare positivt är att på USA marknaden så är den mycket viktiga ventless huven tillgänglig för beställning och leverans och som fullständigt öppnar marknaden för många kunder med möjliga installationer. Ett fortsatt tryck på konsumentmarknaden för luftfritöser samt den största planerade närvaron globalt på mässor runt om i världen under 2023, vilket är på en nivå vi aldrig haft på Eatgood tidigare med produkten Lightfry, känns det som att vi har positionerat oss väl för det nya året. Nu satsar vi in i 2023 med en rivstart och med den viktigaste mässan för restaurangutrustning i Nord Amerika, The NAFEM Show den 1-3 februari, och med den mest välfyllda orderboken någonsin så skapar detta ett stort självförtroende för oss. Air Fry Technology – "Air is the new oil" ligger så otroligt rätt i tiden och vi ska se till att dra nytta av detta och ta rejäl plats på marknaden. Vi är mer än redo för marknaden med ett välfyllt lager, en ökad efterfrågan på vår fantastiska produkt Lightfry, i ett bolag med god ekonomi, bra orderstock, mycket i pipeline och en intensiv mässkalender som kommer att fyllas på än mer framöver under år 2023.

Marknadsutveckling - vegetabiliska oljor och el på fortsatt höga nivåer

Lightfry har väldigt många fördelar med luftfriteringsteknik t.ex ingen kostnad för olja, låg elförbrukning, ingen risk för oljebränder, låg risk för personskador, hälsosammare mat, lättare att hålla rent i lokaler osv. Alla Lightfry's fördelar är fantastiska men kan vi dessutom addera till stigande vegetabiliska oljepriser och höjda energipriser så är dessa två faktorer de två enskilt kraftigaste "drivers" som vi har haft som vind i seglen för att verkligen lyfta Lightfry och Air Fry Technology som ett alternativ att investera i långsiktigt. Ju dyrare det blir att driva en restaurang desto större blir incitamentet att se över driften och hur man driver verksamheten och som restauratör finner man nya vägar och lösningar. Det är uppenbart så då vi får mycket mer inspel och förfrågningar om Lightfry från alla olika marknader. Vi själva har tyckt länge att produkten är helt rätt i tiden men nu säger även kunder och besökare på mässor detta till oss – det är stort och betyder mycket!

Godkänd certifiering Kanada med Lightfry LF12C

Under andra kvartalet 2021 drog bolaget igång certifieringsarbetet med Intertek för en ny godkänd modell av Lightfry avsedd för den Kanadensiska marknaden. Även denna certifiering blev långdragen. precis som för USA Lightfry-enheten, och tog upp emot 18 månader. Bolaget har haft som ambition att få till certifieringen av Kanada då marknaden är intressant med sina 40 miljoner invånare. Bolaget har länge känt till och vetat om intresset från den Kanadensiska marknaden. Diskussioner har förts ända sedan slutet av 2021 med den blivande distributören TFI avseende deras önskmål om att få in Lightfry i sin produktportfölj. Och visst ledde slutgiltigt certifiering till något riktigt stort!



Framförhandlat bolagets största ramorder och avtal på motsvarande 38,5 Msek till Kanada för åren 2023-2025

I slutet av december så undertecknades Eatgoods hittills största ramorder samtidigt som distributörs-avtalet med TFI i Kanada, vår nya distributör, på motsvarande 38,5 Msek som sträcker sig över åren 2023-2025. Detta är det hittills viktigaste steget för Eatgood som bolag och för produkten Lightfry. TFI är ett bolag idag med alla resurser in house som behövs för att vara en premiumdistributör med säljteam, 60 anställda service tekniker som tar hand om installation, service, support mm. TFI har alltid fullt fokus på sina kunder och deras utrustning då de i dagsläget inklusive Lightfry endast har tre produktlinjer. Utöver Lightfry så har de premium-produkter som Taylor, Henny Penny och Franke. Premiumprodukter som används av världens största restaurangkedjor och franchisekoncept. Att ha Lightfry i TFI's showroom är ett viktigt steg i att få ut budskapet om Lightfry till de stora aktörerna via de rätta kanalerna, i detta fall TFI. Alla kunder som kommer in får information även nu om Lightfry med demonstration vilket är en nyckel för framgång. Ibland är det väldigt svårt att få till en demonstration med stora potentiella kunder. Men med TFI som nyckel och språkrör ut på marknaden så öppnar vi upp fantastiska möjligheter till framgång inte bara i Kanada utan detta kan också självklart spilla över till marknaden i USA och resten av världen.

Uppföljningsorder från vår USA distributör

Ytterligare uppföljningsorder från USA kom äntligen under 2022 med en repeatorder avseende Lightfry med den nya elkonfigurationen, LF12U-4 vilket innebär en elanslutning utan neutral. Med flertalet mässor genomförda under året och med fler och fler återförsäljare inklusive MAFSI represententerna så positioneras Lightfry allt starkare på marknaden. Att få tillgång till alla återförsäljare och deras säljteam och utbilda dem tar tid. Efter det sker demonstrationer för kunder och processen är igång. Vad vi gjort på USA marknaden är att fylla tratten full och nu är det dags att skörda framgångar med ordrar på Lightfry enheter. Med flertalet viktiga mässor under 2023 som t.ex NAFEM Show 1-3 februari samt mässor för enbart sjukhus- och utbildning-industrin så har vi ytterligare en approach mot en stor del av marknaden som kan bli riktigt intressant för bolaget. LF12U-4 är den produkt som passar in hos det stora antalet möjliga potentiella kunder då detta är den elkonfiguration som är den vanligaste i USA. Men på sjukhus och skolor vilka i många fall är byggda efter 1995 så är även vår 5-ledade Lightfry enhet gångbar vilket är riktigt bra

Ventless huv tillgänglig för beställning och leverans för Nord Amerika- marknaden

I Q4 2022 blev så äntligen en ventless huv tillgänglig till Lightfry för beställning och leverans. Efter godkänd certifiering så skulle också produktionsanläggningen inspekteras och godkännas vilket



kändes som att det tog allt för lång tid! Ventless är det segment som växer snabbast och det viktigaste vapnet att ha som funktion till sin maskinutrustning för att kunna ta order. Ventless innebär att man kan använda en maskinutrustning t.ex Lightfry utan att behöva koppla in den till extern ventilation. Stora godkända ventilationsanläggningar är väldigt kostsamma varför många drar sig för att investera i annan utrustning än utrustning som är godkänd som ventless. Detta är stort, särskilt om man vill in på C-stores, convenience stores, typ Seven-11 och bensinmackar. C-stores t.ex kommer inte installera en godkänd ventilationsanläggning utan väljer ventless utrustning. Lightfry med ventless-lösning vilket nu är en tillgänglig produkt kommer sätta fart på försäljningen och innebära ett stort lyft med helt ny och förbättrad position samt generera en ökad orderingång.

Australian Navy och Australien

För att sälja på den öppna marknaden så behövs det även här i Australien en certifiering som heter Watermark. Denna certifieringsprocess har påbörjats och vi hoppas att kunna avsluta den under 2023 för att kunna ta större steg vidare in på den Australiensiska och Nya Zeeländska marknaden. Vid tidigare försäljning till Australian Navy så går deras anläggningar under andra regelverk vilket gjort att vi har kunnat leverera Lightfry dit utan godkänd certifiering.

Ny intressant marknad öppnar upp sig i Sydafrika

Med bolagen Voyabex och AirFry SA och det stora intresset från den Sydafrikanska marknaden kan det utveckla sig till något riktigt bra. Vi har två helt olika bolag varav det ena bolaget, Voyabex, är en långvarig aktör på marknaden med en väl etablerad kundkrets redan, vilket är riktigt spännande. Däribland finns det kedjor som har mer än 300 outlets och som växer snabbt i Afrika som kontinent. Air Fry SA är ett nystartat bolag med ägare som kommer från restaurangbranschen med gott om kontakter. Detta Air Fry SA team är mycket aktiva på marknaden och bearbetar den kraftfullt med demonstrationer men parallellt med det så är de väldigt aktiva på sociala media. Potential och utvecklings möjligheter ser väldigt bra och intressanta ut och är dessutom en inkörsport till hela kontinenten Afrika.

Ny silikonlist med optimerad prestanda implementerad i produktionen

Silikonlister till ugnar är för alla producenter något av en utmaning, men för totalupplevelsen i användningen av utrustning så är det en viktig detalj. Äntligen under Q3 kom den nya listan som vi omgående kunde lyfta in i skarp produktion. Den nya silikonlistan har mycket bättre funktion avseende täthet, hållbarhet och skarvar är jämna vilket innebär ett stort steg framåt och ger en ännu bättre upplevelse för kunder och användare. Vi kan säga att vi är inne i en fas med slutgiltigt finlir i jakten på perfektion gällande Lightfry.



Luftfritöser på konsumentmarknaden, fortsatt stark tillväxt

Draghjälpen från konsumentens sida avseende air fryers är svårt att sätta värde på men för Lightfry's del och kommande försäljningsframgångar så är den utvecklingen en stor bidragande orsak. Nu märker vi av att luftfriteringstrenden från konsumenthåll mer och mer trycker på marknaden även mot luftfritering på den kommersiella sidan, restaurangindustrin. De senaste 7-8 åren så har marknaden fullständigt exploderat för Luftfritöser till konsument. Luftfritering har blivit mycket populärt och uppskattat. Tack vare denna trend och utveckling så behöver vi inte förklara att det går att fritera med luft utan idag är det en självklarhet. Konsumentmarknaden leder allt som oftast utvecklingen kring ny innovativ teknik på marknader och vi är redo för detta teknikskifte på den kommersiella marknaden, med andra ord konvertering till luftfritering fullt ut.

Widab växer snabbt som återförsäljare på den svenska marknaden med fullservice

WIDAB är en relativt ny aktör på marknaden men som på kort tid har tagit stor plats på marknaden, i hela Sverige, genom att ha fullservice med allt från design, försäljning, service, reparation osv. Ett ungt gott gäng som går hem hos fler och fler som uppskattar enkelheten och helheten med att ha en fullserviceleverantör. Se www.widab.se. Sent 2022 fick vi leverera ut en Lightfry enhet som gick till Volvo anläggningen i Torslanda. Förhoppningsvis så blir det många fler som följer.

Cuisinequip i Storbritannien gör framsteg på den Brittiska marknaden

Cuisinequip är en ny distributör sedan 2021 för Storbritannien som i huvudsak säljer till sitt nät av ett 80-tal återförsäljare. Under 2022 så har de konstaterat att Lightfry röner det största intresset utan jämförelse av produkterna i deras produktportfölj. Ytterligare kraftfull marknadsaktivitet är inplanerad på följande mässor under 2023:

- Catex, Dublin – 21 - 23 februari, 2023 monter B19
- ScotHot, Glasgow – 8 - 9 mars, 2023 monter 530
- HRC (Hotel, Restaurant & Catering), Excel London – 20 - 22 mars, 2023 monter H3329
- HCA (Hospital Caterers Association), Birmingham – 20 to 21 april 2023 monter M2
- Casual Dining – Excel, London – 27 - 28 september, 2023 monter CD210
- The Restaurant Show – Olympia, London – 2 - 4 oktober, 2023 monter GH31

Cuisinequips återförsäljare har i sin tur kundkontakterna samt sköter försäljning till slutanvändaren, samt de har hand om service och reparation för bästa upplägg gentemot kunderna. Cuisinequip är väl etablerade på den Brittiska marknaden och har ett bra kontaktnät på marknaden samt en hög marknadsnärvaro. Med ett sådant upplägg når vi många kunder och får bra spridning av Lightfry på en intressant Brittisk marknad där det rör på sig framåt med bra fart och på bred front.



Anställt operativ chef och produktionstekniker med stor erfarenhet från restaurang-industrin

I juni 2022 så började Anders Magnusson sin nya position hos Eatgood som operativ chef och produktionstekniker. Anders har lång erfarenhet från just restaurangindustrin avseende produktion och produktutveckling i CAD-miljö och 3D. Med ökade volymer och mycket kontakter med olika leverantörer bl.a av komponenter från tunnplåtsleverantörer och svetsning av dito komponenter så är det en välkommen kompetens in i bolaget för framtida ambitioner om ökad produktion. Redan under Anders första halvår så har vi kunnat öka antalet underleverantörer för att kunna konkurrensutsätta befintliga leverantörer likväl som för att bygga upp en redundans av leverantörer för att undvika leveransproblem i framtiden. Olika underleverantörer har olika maskinparkar, med olika styrkor och möjligheter, med olika hög grad av automatisering vilket är intressant för Lightfry som produkt i förlängningen.

Marinmarknaden, påbörjat arbetet med certifiering av Lightfry till kryssningsfartyg

För att kunna leverera Lightfry-enheter till fartyg som anlöper hamnar i USA måste restaurang-utrustning vara godkänd av USPH (United States Public Health). Krav på möjlighet till rengöring, inga skarpa kanter eller bockade hörnen etc i ugnsutrymmet är saker som måste vara godkända. Efter genomgång av Lightfry så vet vi vad som behöver göras avseende förändringar för att bli godkända. Målsättningen är att bli godkända senast under Q2 så vi kan börja leverera till kryssningsfartygen som är ett ytterligare ett intressant segment av marknaden. Off shore verksamhet som oljeplatt-formar och oljeborrningsfartyg är ytterligare ett nichat segment som passar Lightfry väldigt väl. Försäljning till marina marknaden och installationer på bland annat färjor och fartyg är en intressant marknad då varje fartyg behöver anpassade enheter beroende på elsystem ombord avseende volt och hertz. Vi hanterar alla förekommande elsystem och konfigurationer och kan testköra alla i skarpt läge i vår produktions- och testanläggning i Borås. Komplexiteten i branschen gör också att priser på marina produkter ligger högre vilket bidrar till en högre marginal. Vi ser att Lightfry kan göra en extremt stor skillnad inom marinmarknaden då vi bidrar till att eliminera risken för brand och arbetsmiljöproblem relaterad till oljefritöser bland annat. En ytterligare bidragande faktor till vårt intresse inom marinmarknaden är behovet av bättre och hälsosammare mat både för passagerare och personalen.

Försäljning 5,92Msek, +54%

Försäljning uppgick totalt för helåret till 5,92 Msek (3,84 Msek 2021) +54% och under 4:e kvartalet 2022 till 1571kkr(766kkr Q4 2021) +105%. Försäljningen skedde till största del, under 2022, på export och i huvudsak till USA och Kanada. Största marknaderna under året var USA och Kanada som stod för 65% av försäljningen. Resultatet för 2022 landade på -4,24 Msek (-3,68 Msek 2021). Ökade kostnader för ökad marknadsaktivitet samt ny personal har drivit upp det negativa resultatet under



året i kombination med ökade råvaru och materialkostnader och en allmän generell höjning avseende i princip alla kostnader.

Kostnads och likviditets-påverkande aktiviteter

Under 2022 har bolaget anställt en ny operativ chef samt lanserat vår nya hemsida www.lightfry.com. Utöver detta så har det blivit mer marknadsaktiviteter och resekostnader 2022 jämfört med 2021. För att positionera sig för ökad produktion för bl.a enheter till Kanada så har inköp gjorts i förberedande syfte. Bolaget har i utgången av 2022 en likviditet på c:a 2 Msek samt kundfordringar på 1,6Msek samt en orderstock baserat på ramordern till Kanada, över en treårsperiod, på totalt c:a 38,5Msek.

Utsikter och aktiviteter 2023

Bästa läget hittills för Lightfry avseende försäljning och generellt marknadsläge - välfyllt lager ger möjlighet till leveranser

Med ett maxat mässår för Lightfry som produkt på flera tunga marknader som USA, Kanada och Storbritannien så ser förutsättningarna mycket goda ut inför 2023. Detta i kombination med en orderstock om 38,5 Msek ger ju gott självförtroende och möjlighet till långsiktighet. Som bolag och produkt så anser jag att vi går från klarhet till klarhet även om så från en låg nivå. Vi är redo för större volymer och ser stor potential till detta från många håll, marknader, branscher och segment.

Under 2022 så har många olika producenter haft svårigheter med att få tag på komponenter för att kunna producera och leverera. Eatgood har alltid haft ett större lager för produktion vilket varit ett lyckokast då vi inte ännu upplevt någon brist som påverkat produktion och våra leveransmöjligheter. Därmed inte sagt att det inte finns några utmaningar. Det gäller att ha framförhållning och att vara ute i god tid. Lagret som vi har haft och den mängd som funnits har inneburit att vi har kunnat beställa hem komponenter i tid innan befintligt lager tagit slut. Eatgood med Lightfry är lite av ett unikum av leverantörer som fortfarande kan leverera med normala ledtider om 2-6 arbetsveckor jämfört med ledtider på både 6 och 12 månader.

Skandinavien

Det börjar bubbla lite i både Norge, Sverige och Danmark vilket är kul då det är mer av vår hemmarknad geografiskt. Skandinavien är en prioriterad marknad och även här har det stigande vegetabiliska oljepriserna en effekt tillsammans med höjda energipriser. Sverige börjar ta fart på en ny spelplan med kraftfullt förändrade förutsättningar för oljefritering. Vi ser gärna att försäljningen tar fart ordentligt här i vårt närområde och att vi därigenom har möjligheten att lära oss väldigt mycket om kunder och deras behov och beteenden på nära håll utan mellanhänder. All den erfarenhet som vi bygger upp i relationen med slutanvändare i avseende på behov av service,



support, tjänster, utbildning, uppföljning etcetera har vi möjligheten att ta oss med ut globalt som tydliga framgångsexempel och lärdomar.

Övrig marknad

Vi arbetar även på andra marknader med väl utvalda projekt, men vi är mycket selektiva, för att bli effektiva. Vi bygger vidare med försäljningsaktiviteter nationellt via återförsäljare och internationellt via distributörer vilket är vår huvudstrategi för att kunna agera på flera marknader, på ett mer kraftfullt sätt, och för att få utväxling och en större genomslagskraft. Fokus på vår egen aktivitet med insatser avseende sälj och marknadsaktiviteter är att vi följer intäkter, intresse och försäljningsframgångar och lägger därför till övervägande del resurserna på USA och Kanada under 2023. Parallellt vill jag fortsatt lyfta Australien, Storbritannien, Chile och Mexico som intressanta marknader med stor potential samt väldigt kvalificerade och aktiva distributörer.

Potential och positionering & Intensifierad mässnärvaro inför 2023

Vi ser fram emot att mässor kan hålla öppet 2023, som vanligt, och att vi kan ställa ut med våra distributörer eller i egen regi. Med hög marknadsnärvaro skapar bolaget brus och uppmärksamhet. EatGood fortsätter på så sätt att bygga upp ett nätverk, stärker varumärket, och kännedom om produkten Lightfry vilket är starten på säljprocessen. Eatgood med Lightfry är bara i sin linda och nosar på en fantastisk global försäljnings och marknadspotential. Nu har vi under 2022 fortsatt att bygga upp och positionerat bolaget på bästa möjliga sätt inför ett framgångsrikt 2023 med goda försäljningssiffror i jakten mot i ett första steg att gå break even och vidare till att bli ett bolag som växer med lönsamhet.

Följande viktiga mässor är inbokade för marknadsbearbetning och försäljning av Lightfry-ugnen tillsammans med EatGood's distributörer under 2023:

1 – 3 februari, 2023

**NAFEM – Food Equipment Manufacturers.
Orlando, USA**

7 – 8 mars, 2023

Convenience Carwacs show – Mississauga, Canada

22 mars, 2023

Gordon Food Service tradeshow, Toronto, Canada

27 – 29 mars, 2023

Together we care – Long term care and retirement convention Toronto, Canada



FRYING WITHOUT OIL



10 – 12 april, 2023

- **Restaurants Canada show – Toronto, Canada**

19 april, 2023

Gordon Food Service tradeshow, Quebec, Canada

3 maj, 2023

Gordon Food Service tradeshow, Montreal, Canada

10 maj, 2023

Gordon Food Service tradeshow, Halifax, Canada

20 september, 2023

Gordon Food Service tradeshow, Vancouver, Canada

27 september, 2023

Gordon Food Service tradeshow, Winnipeg, Canada

4 oktober, 2023

Gordon Food Service tradeshow, Edmonton, Canada

13 – 17 oktober, 2023

HOST, Milano, Italy

18 oktober, 2023

Gordon Food Service tradeshow, Calgary, Canada

Följ uppdaterad mässförteckning löpande på www.lightfry.com

Google Eatgood or Lightfry to find out more.

Eatgood Sweden AB / Källbäckstrydgatan 6 / 507 42 Borås / Sweden
Phone +46 33 10 11 80 / www.eatgood.se / info@eatgood.se

EatGood™

FRYING WITHOUT OIL



**Ekonomi, balans och resultaträkning i sammandrag kvartal 4 och helåret 2022,
1 januari –31 december 2022 i KKR**

Resultaträkning	Q4 2022	Q4 2021	Helår 2022	Helår 2021
S:a Rörelseintäkter och lagerförändring	1 571	766	5 921	3 844
S:a Rörelsens kostnader inkl råvaror mm	-2 500	-2 162	--9 992	-7 165
Rörelseresultat före avskrivningar	-929	-1 396	-4 071	-3 321
Avskrivningar	-30	-53	-91	-224
Rörelseresultat efter avskrivningar	-959	-1 499	-4 162	-3 545
Övriga rörelsekostnader	-25	0	-28	- 0
Rörelseresultat före finansiella intäkter och kostnader	-984	-1 499	-4 190	-3 545
S:a finansiella intäkter och kostnader	-6	-14	-55	-139
Resultat efter finansiella kostnader	-990	- 1 463	-4 245	-3 684



FRYING WITHOUT OIL



Balansräkning i sammandrag samt med nyckeltal helår 20221231, KKR

	20221231	20211231
Anläggningstillgångar	250	194
Lager	7 953	8 488
Fordringar	1 684	823
Kassa bank	2 078	5 320
S:a tillgångar	11 965	14 825
Eget kapital	9 260	11 028
Krediter bank	364	796
Kortfristiga skulder	2 341	3 001
S:a Skulder och eget kapital	11 965	14 825
Soliditet	77%	74%

Ställning per 20221231 avseende:

Likvida medel	2 078 kkr
Antal utestående aktier	19 471 077
Resultat per aktie	-0,22kr (jan – dec)

Styrelsen kommer att föreslå årsstämman att ingen utdelning lämnas för 2022

FRYING WITHOUT OIL



EatGood Sweden AB

KASSAFLÖDESANALYS

	<u>Not</u>	<u>2022</u>	<u>2021</u>
Den löpande verksamheten			
Resultat före skatt	-	4 245 797	- 3 810 495
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet, m m		91 324	194 648
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	-	4 154 473	- 3 615 847
Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital			
Ökning (-)/Minskning (+) av varulager		414 322	- 494 621
Ökning (-)/Minskning (+) av rörelsefordringar	-	898 099	- 283 598
Ökning (+)/Minskning (-) av rörelseskulder	-	633 114	491 427
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-	5 271 364	- 3 902 639
Investeringsverksamheten			
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-	140 953	-
Avyttring av materiella anläggningstillgångar		-	34 000
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-	140 953	34 000
Finansieringsverksamheten			
Nyemission		2 604 067	11 401 649
Återbetalda aktieägartillskott		-	-
Resultat terminskontrakt		-	-
Upptagna lån		-	-
Minskning checkräkningskredit		-	-
Amortering av lån	-	432 293	- 2 269 190
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		2 171 774	9 132 459
Periodens kassaflöde	-	3 240 543	5 263 820
Likvida medel vid periodens början		5 318 769	54 949
Likvida medel vid periodens slut		2 078 226	5 318 769



Kommande informationstillfällen

Publiceringsdatum för kommande ekonomisk information:

4 maj 2023	Årsredovisning för 2022 kommer finnas som nerladdningsbar pdf-fil på Eatgoods hemsida
15 juni 2023	Bolagsstämma på Eatgood kl. 14.00, Källbäckstrydsgatan 6 i Borås
30 maj 2023	Kvartalsrapport Q1 2023

Styrelsen och verkställande direktören försäkrar att kvartalsrapporten och bokslutskommunikén ger en rättvisande översikt av företagets verksamhet, ställning och resultat.

Borås den 7 februari 2023
EatGood Sweden AB

Henrik Önnermark, VD

Denna bokslutskommuniké har inte varit föremål för granskning av bolagets revisor.