

FORSKNING: Probiotikan gav god effekt på magsårsbakterien sid 8

PRODUKTER: Semper + BioGaia = succé sid 20



MARKNAD: Miljoner anledningar att le sid 22



BioGaia®

● Information från BioGaia om året som gått

Försäljningen
upp 33 procent:
**Det går
bra!** sidan 3



ÅRSREDOVISNING 2011 sidan 37-65



4



24



16

ÅRETS ÅRSSTÄMMA

Årets årsstämma hålls den 8 maj klockan 16.00 i Ingenjörshuset City-konferensen, Malmskillnadsgatan 46 i Stockholm. De aktieägare som vill ha ett ärende behandlat på årsstämman måste anmäla det senast 26 mars 2012 till styrelsens ordförande, BioGaia AB, Box 3242, 103 64 Stockholm, alternativt med e-post: mr@biogaia.se.

4 VD HAR ORDET

- 4 Detta är BioGaia
- 5 Finansiella mål
Vision
Affärsidé
Strategi
Affärsmodell

6 FORSKNING

- 6 92 kliniska studier
- 7 En resa genom evolutionen med *Lactobacillus reuteri*
- 8 Positiva resultat med *Lactobacillus reuteri* Gastrus
- 9 Forskningsbank med 50 stammar
- 10 God hjälp mot dålig andedräkt

11 PRODUKTER & MARKNAD

- 12 Östra Europa växer snabbt
- 13 Hallå där, Friederike Skott
- 14 Mycket på gång i Asien
- 16 Hallå där, Jennifer Cherry
- 17 Storsatsning i USA
- 17 Australien siktar mot toppen
- 17 195 beviljade patent
- 18 Nya marknader i Latinamerika
- 19 Egna varumärket ökar
- 20 Svensk framgångsduo
- 22 Miljoner anledningar att le
- 25 Produkter
- 26 Från order till leverans
- 28 Risker

30 ORGANISATION

- 29 Enkät: Gör du något kul på fritiden?
- 30 Så här jobbar vi

32 HÅLLBARHET & ETIK

- 32 Hur ser engagemanget ut, Peter Rothschild?
- 34 En hälsning från Filippinerna

37 FINANSIELL INFORMATION OCH NOTER

- 39 Förvaltningsberättelse
- 44 Koncernen
- 46 Moderbolaget
- 48 Noter med redovisningsprinciper och bokslutskommentarer
- 59 Styrelsens underskrift
- 60 Fem år i sammandrag
- 61 Revisionsberättelse
- 62 Bolagsstyrningsrapport
- 64 BioGaia-aktien
- 66 Styrelse
- 67 Ledning

6



34

Finansiell information och noter



37

PRODUKTION

Projektledning: Eva Nelson, produktchef och projektledare BioGaia och Cattis Grant, skribent och projektledare Grant Information.
Formgivning: Helena Åberg, Tidning & Form, www.tidningochform.se samt Chatarina Andersson, marknadsassistent, BioGaia (sifferdelen)
Foto: Anette Andersson och Eva Lie samt Barnmissionen på Filippinerna
Illustrationer: Lasse Widlund
Tryck: Danagård Litho 2012

RESULTAT
OMSÄTTNINGEN uppgick till 315,0 (236,0) miljoner kronor, en ökning med 79,0 miljoner kronor (33 procent).

RÖRELSERESULTATET uppgick till 103,2 (56,3) miljoner kronor, en förbättring med 46,9 miljoner kronor (83 procent).

VINST EFTER SKATT uppgick till 79,5 (47,2) miljoner kronor, en förbättring med 32,3 miljoner kronor (68 procent).

KLINISKA STUDIER

Resultat från två studier avseende *Helicobacter pylori*-infektion

NYA AVTAL MED

- Cube Pharmaceuticals – Vätskeersättningsprodukt (ORS) i Grekland
- Fleet Laboratories – Maghälsotabletter i USA
- Galenica – Droppar och maghälsotabletter i Marocko
- United Laboratories – Maghälsotabletter på Filippinerna
- Victus – Droppar och maghälsotabletter i Venezuela och Puerto Rico

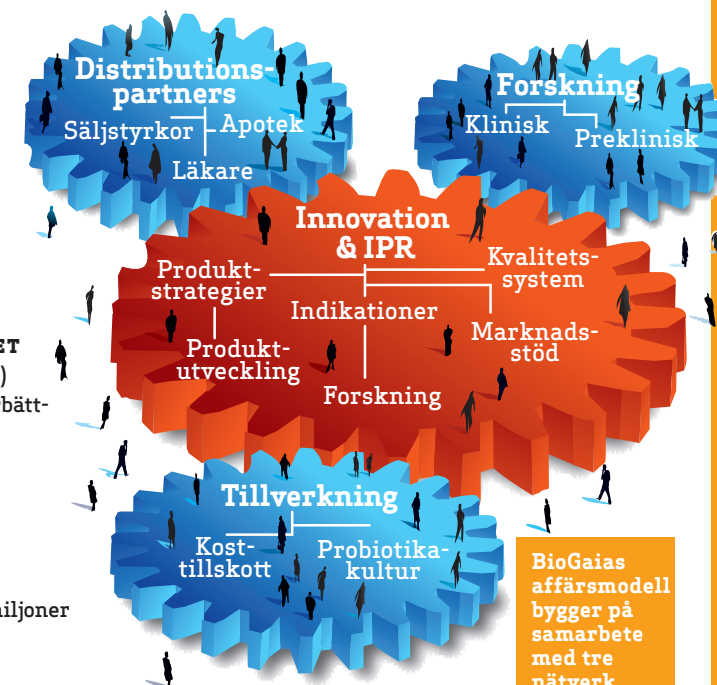
LANSERING AV

DROPPAR i Dominikanska republiken, Guatemala, Lettland, Litauen och Ungern. Droppar med vitamin D i Finland, Italien och Sverige

MAGHÄLSOTABLETTER i Dominikanska republiken och Guatemala

NYCKELTAL

Nyckeltal	2011	2010	2009	2008	2007
Nettoomsättning, Mkr	315,0	236,0	203,5	145,2	106,6
Vinst före skatt, Mkr	108,9	69,7	53,1	24,0	10,7
Vinst efter skatt, Mkr	79,5	47,2	36,0	36,1	19,7
Omsättningstillväxt, %	33	16	40	36	23
Rörelsemarginal, %	33	24	23	18	8
Soliditet, %	82	82	90	86	86
Medeltalet anställda	61	45	43	39	37



MAGHÄLSOTABLETTER MED NY SMAK i Grekland, Spanien och Sverige

MUNHÄLSOTABLETTER i Bulgarien och Slovakien

VÄTSKEERSÄTTNINGSPRODUKT i Finland och Ukraina

MODERSMÖLKSERSÄTTNING med *Lactobacillus reuteri* Protectis i Algeriet, Bahrain, Filippinerna, Förenade Arabemiraten, Iran, Indonesien, Jordanien, Kuwait, Libanon, Malaysia, Pakistan, Qatar, Saudiarabien och Vietnam.

ÖVRIGA HÄNDELSER

BESLUT OM INVESTERING i ny produktionsanläggning i BioGaias 50-procentägda bolag TwoPac

VIKTIGA HÄNDELSER EFTER RÄKENSKAPSÅRETS UTGÅNG
 BioGaia utökar samarbetet med Nestlé.

BIOGAIA PÅ 30 SEKUNDER



1990 Peter Rothschild och Jan Anwall förvärvar rättigheterna till den probiotiska användningen av *Lactobacillus reuteri* och bildar bolaget BioGaia Biologics. Duon förvärvar också laboratorieverksamheten i Raleigh, USA. Fokus är att försöka minska behovet av antibiotika i djurfoder. Humanhälsa och så kallad functional food blir snart intressant. Första varumärket för BioGaias produkter är BRA-fil och BRA-mjolk.

1994 ICA förvärvar BRA-varumärket och konceptet.

1996 Notering på IM, Innovationsmarknaden.

1997 Fermenteringsanläggningen MultiFerm i Lund förvärvas och blir BioGaia Fermentation AB. Syftet är att öka kunskapen om jäsnings-, fermenteringsprocessen, och hur man kan förbättra bakteriekulturernas hållbarhet.

1998 Notering på O-listan, nuvarande OMX Nasdaq.

2001 Prispress och svårforcerade regelverk leder till att satsningen på djurfoder överges. Fokus blir nu i första hand probiotiska kosttillskott för människor.

2002 BioGaia Fermentation AB säljs med vinst. Moderbolaget har förvärvat den nödvändiga kunskapen och kan också behålla delar av personalen i en produktions- och utvecklingsverksamhet som blir nuvarande BioGaia Lund. TwoPac AB (hälftenägt) i Eslöv bildas tillsammans med några entreprenörer för att utveckla konceptet med reuteripreparerade sugrör.

2006 Första året som verksamheten går med vinst.

2008 CapAble bildas. Ansvarar för utvecklingen av reuteripreparerade kapsyler.

2009 Omsättningen över 200 miljoner kronor.

2010 BioGaia firar 20 år som framgångsrikt probiotikaföretag.

2011 Omsättningen över 300 miljoner kronor. BioGaias hälftenägda dotterbolag TwoPac bygger ny produktionsanläggning i Eslöv för att klara de ökade volymerna.

Stor framgång för vår affärsmodell

Året som gick uppvisade en försäljningstillväxt på mer än 30 procent, vilket också är det ungefärliga snittet för de senaste fem åren. Vi har en god tillväxt av alla våra färdiga produkter och även av försäljning av probiotikakultur till Nestlé. Väldigt glädjande är att vår försäljning i Japan har ökat med hela 270 procent och även att försäljningsutvecklingen i USA har vänt till det positiva i och med att vår distributionspartner Everidis har lanserat droppar hos den största apotekskedjan i USA. I samband med detta inledde Everidis en marknadsföringskampanj. Dessutom stödjer vi Everidis med PR-insatser, vilka bland annat har resulterat i att våra produkter visats i ett stort antal morgonprogram i tv. Under 2012 kommer vi fortsätta att fokusera på den amerikanska marknaden.

BIOGAIA-VARUMÄRKETS betydelse växer och vi har i undersökningar fått bekräftat att barnläkare känner igen vårt varumärke. Varumärkesbyggandet är en oerhört viktig del av BioGaias strategi – kanske ännu viktigare än det goda patentskydd vi redan har – och ger oss stora fördelar vid marknadsföringen av nya produkter. Under 2011 såldes drygt 40 procent av våra konsumentfärdiga produkter under det egna varumärket. Inkluderar man även produkter med en kombination av partners eget och BioGaias varumärke, så kallade "co-brandade" produkter, är varumärket nu över 50 procent.

Nestlé är nu vår största kund. Modersmjölksersättningar med Reuteri är lanserade i drygt 30 länder och ytterligare länder tillkommer. Samarbetet är mycket tillfredsställande och utvecklande för BioGaia, vilket har manifesterats i det avtal vi gjorde den 15 februari 2012. Avtalet innebär att Nestlé köper ut patenträttigheterna för modersmjölksområdet och att vi utvecklar samarbetet även inom andra områden.

Under året har vi inlett arbetet med att återlansera våra munhälsoprodukter. Avtalet med Sunstar, som från början i stort sett var globalt, har förhandlats om och omfattar nu endast länder där de lyckats väl. I några östeuropeiska länder har vi



Foto: Anette Andersson

DETTA ÄR BIOGAIA

BioGaia utvecklar, marknadsför och säljer probiotiska produkter med dokumenterade hälsoeffekter. Sortimentet är huvudsakligen baserat på olika stammar av mjölksyrabakterien *Lactobacillus reuteri* i kombination med unika förpackningslösningar som gör det möjligt att skapa produkter med lång hållbarhet.

gett vår partner Ewopharma marknadsföringsrättigheterna även till munhälsoprodukterna och vår japanska partner Nippon Access har börjat sälja munhälsotabletterna genom tandläarkliniker i Japan. Trots de stora problem som uppstod i samband med jordbävningen i mars har försäljningen i stort sett gått enligt plan. Jag är övertygad om att potentialen för munhälsoprodukterna är stor och vi arbetar vidare för att etablera vår huvudsakliga affärsmodell även inom detta område.

I länder utanför Europa krävs ofta en registrering av produkterna och det är en av de faktorer som hindrar en ännu snabbare expansion. Vi har därför ytterligare utökat vår avdelning som tar hand om registrering och kvalitetsarbete.

När det gäller de nya EFSA-reglerna sköts införandet ytterligare ett år framåt, till juli 2012, men vi anser fortfarande att dessa regler inte kommer att få någon effekt på försäljningen eftersom vår marknadsföring i första hand sker till sjukvårdspersonal och inte till slutkonsument. De flesta hälsopåståenden som funnits på våra förpackningar är borttagna sedan mer än ett år tillbaka.

UNDER HÖSTEN FICK VI resultaten från de första studierna som gjorts med vår nya produkt BioGaia Gastrus, på patienter med *Helicobacter pylori*-infektion. Den ena studien var mycket positiv medan vår andra inte visade någon effekt. Naturligtvis är det beklagligt att inte båda studierna blev lyckade, men med tanke på tidigare studier vi gjort inom området och de diskussioner vi fört med våra partners och läkare, har vi beslutat oss för att lansera Gastrus under 2012. I och med att *Helicobacter pylori* är ett stort problem i Asien, Latinamerika och Östeuropa och existerande behandlingar ger resistensproblem, har vi höga förväntningar på denna produkt.

Som framgår av resultaträkningen ökade rörelseresultatet kraftigt och snabbare än försäljningen, trots ökande satsningar på forskning, utveckling och marknadsföring. Förklaringen ligger i BioGaias

” Vi har beslutat oss för att lansera BioGaia Gastrus under 2012 och har höga förväntningar på denna produkt.

affärsmodell, vilken innebär att vi använder oss av tre nätverk. Ett nätverk av forskare som arbetar på uppdrag av oss, ett nätverk som tillverkar och förpackar våra produkter och ett nätverk av partners som marknadsför och säljer dessa.

MAN KAN KANSKE FÖRLEDAS att tro att BioGaia är ett så kallat virtuellt företag, men det är inte alls fal-

let. BioGaia styr nätverken och behåller några kärnområden som vi aldrig släpper till någon annan. BioGaias kärnkompetens ligger bland annat i att välja vilka kliniska prövningar som ska genomföras och kontrollera att dessa genomförs enligt de högt ställda kvalitetskraven.

Vidare tar BioGaia fram produkter och förpackningslösningar, ofta i samarbete med leverantörerna, och produkterna skyddas av de patent som vi kontrollerar. Utöver detta arbetar vi med att stödja våra partners i deras marknadsföring till främst läkare, men också via internet och genom vissa PR-aktiviteter. Det är genom att fokusera på dessa kärnkompetenser och använda oss av de tre nätverken som vi kontinuerligt lyckas ta fram och sälja nya kreativa produkter på en global marknad. Affärsmodellen är också förklarande till att vi lyckats växa med omkring 30 procent de senaste åren, allt medan de fasta kostnaderna bara ökat omkring 10 till 15 procent under motsvarande period.

Fokus under 2012 ligger fortfarande på USA och Japan samt munhälsoprodukterna, men även registreringsarbetet i Kina kommer att vara centralt. När det gäller nya produkter ska vi introducera BioGaia Gastrus på några viktiga marknader. För övrigt kommer vi att arbeta vidare målmedvetet för att ta fram nya förpackningslösningar som kan lanseras under året.

Sammantaget gör det att jag ser fram emot 2012 med tillförsikt.

FAKTA OM OSS

Finansiella mål

BioGaias mål är att skapa en stark värdeökning och god avkastning för aktieägarna. Detta ska ske genom en ökad satsning på det egna varumärket, ökad omsättning från existerande och nya kunder och produkter samt en kontrollerad kostnadsutveckling. Det finansiella målet är en uthållig rörelsemarginal (rörelseresultat i förhållande till omsättning) på minst 30 procent under fortsatt stark tillväxt med ökade investeringar i forskning, produktutveckling och varumärkesuppbyggnad. Policyn är att utdelning till aktieägarna ska uppgå till 30 procent av vinsten efter skatt.

Vision

BioGaia vill förbättra hälsan hos människor över hela världen genom att erbjuda förstklassiga probiotiska produkter.

Affärsidé

BioGaia utvecklar, marknadsför och säljer väldokumenterade probiotiska produkter i form av innovativa och tilltalande kosttillskott och livsmedel över hela världen.

Strategi

BioGaias strategi baseras på tre väsentliga fundament:

- genomförandet av kliniska prövningar
- utvecklingen av nya, innovativa produkter och förpackningslösningar
- kraftfullt marknadsstöd till partners.

Företagets produkter ska i största möjliga mån säljas under eget varumärke.

Affärsmodell

Affärsmodellen innebär att bolaget säljer sina produkter via distributionspartners över hela världen. Dessa företag har säljare som besöker läkare och annan sjukvårdspersonal. Genom att informera om publicerade resultat från högkvalitativa, kliniska prövningar skapar säljarna intresse och förtroende hos läkarna som sedan rekommenderar produkterna till sina patienter. Produkterna säljs huvudsakligen på apotek och liknande försäljningsställen.

Lactobacillus reuteri är en av världens mest studerade probiotika, framför allt vad gäller små barn. Hittills har 92 kliniska studier med BioGaia's mänskliga stammar av *Lactobacillus reuteri* utförts på drygt 7 700 individer i alla åldrar. Resultaten är publicerade i 55 artiklar i vetenskapliga tidskrifter (februari 2012).

92 kliniska studier

Merparten av de kliniska prövningar som görs med BioGaia's produkter är randomiserade, dubbelblinda och placebo-kontrollerade, det vill säga helt jämförbara med läkemedelsstudier avseende den forskningsmässiga kvaliteten. Samtliga studier måste dessutom godkännas av lokal etikprövningsnämnd innan de får starta.

Forskningen med BioGaia's produkter

ska generera välkontrollerade och vetenskapligt underbyggda publikationer. BioGaia stödjer därför aktivt publicering av resultaten i väl ansedda vetenskapliga tidskrifter.

EN FJÄRDEDEL AV STUDIERNÄ är initierade av BioGaia, för att undersöka säkerhet och hälsofördelar inom ett visst område, och följs av BioGaia's prövningsledare. Intresset för forskning kring *Lactobacillus reuteri* är

dock stort och ytterligare en fjärdedel av studierna är initierade och genomförs av helt oberoende forskare. Förutom att BioGaia vill se forskarens curriculum vitae, studieupplägg samt kräver etiskt godkännande för studierna (dessa krav gäller för alla studier), har BioGaia ingen insyn i eller inflytande på dessa studier.

Omkring hälften av alla studier initieras och drivs av någon av BioGaia's partners.

STUDIER HAR UTFÖRTS PÅ

- Spädbarnskolik och maghälsa hos barn
- Antibiotikaassocierad diarré (AAD)
- Akut diarré
- Gingivit (inflammation i tandköttet)
- Paradontit (tandlossningssjukdom)
- Allmänhälsa
- *Helicobacter pylori*-infektion (magsårsbakterien)

Foto: Eva Lie



Som forskande probiotikaföretag ligger BioGaia i framkant när det gäller vetenskapligt underbyggda forskningsstudier. Företagets *Lactobacillus reuteri* DSM 17938 är en av världens mest studerade probiotika. Här Magdalena Delikat Kulinski som arbetar på laboratoriet i Lund.

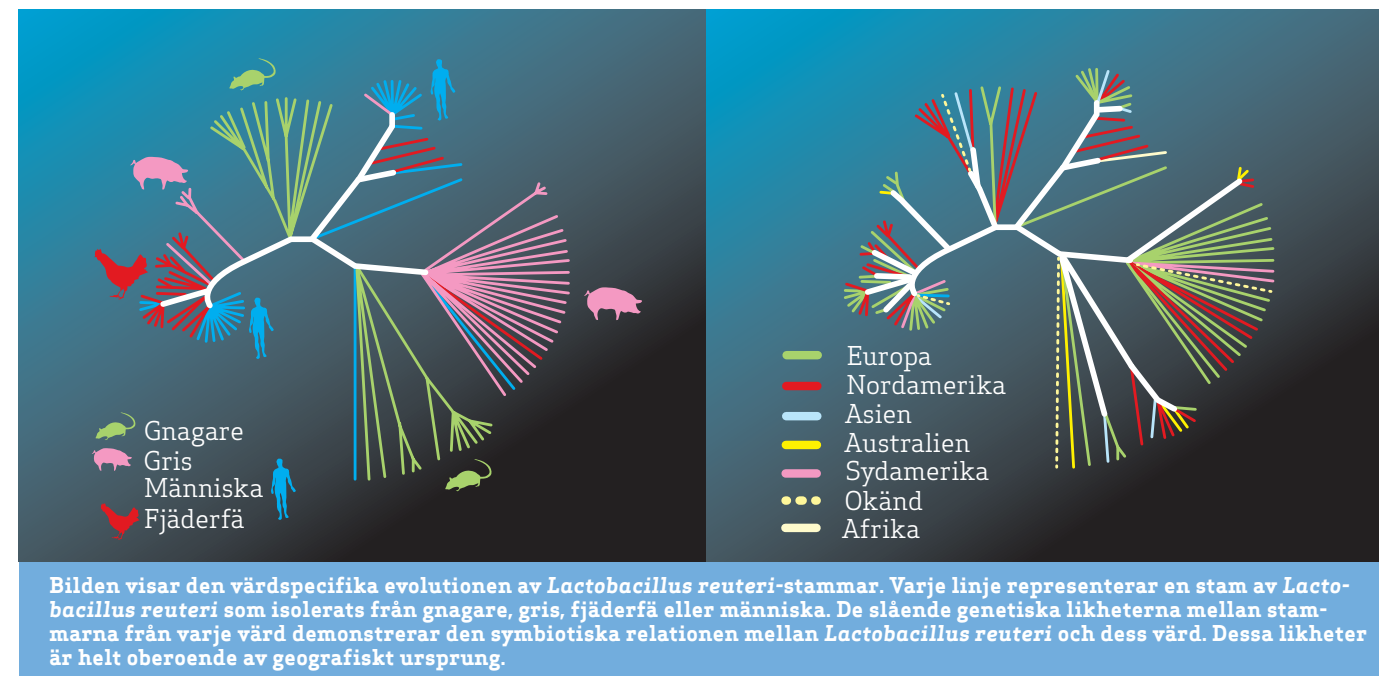


Illustration: Lasse Widlund

En resa genom evolutionen med *Lactobacillus reuteri*

En grupp forskare med Jens Walter i spetsen har undersökt *Lactobacillus reuteri* ur ett evolutionsperspektiv och funnit unika symbioser. Här ger han en kort beskrivning av sin forskning.

FÖR ATT BIDRA TILL förståelsen för hur mikroorganismerna i magtarmkanalen hos ryggradsdjur utvecklats tillsammans med sina värdar har vi publicerat ett flertal artiklar. Dessa presenterar fylogenetiska studier på *Lactobacillus reuteri* (studiet av evolutionära släktskap mellan grupper av organismer, till exempel arter) samt resultat från experimentella studier.

Genom att använda en kombination av experiment på sterila möss (som fötts utan sin normala uppsättning av mikroorganismer) med så kallad populationsgenetik och studier av generna ur evolutionärt perspektiv, kartlade vi de utvecklingsmässiga och ekologiska strategierna hos *Lactobacillus reuteri*. Därmed kunde vi visa

att hos ryggradsdjur har *Lactobacillus reuteri* etablerat en mycket specialiserad symbios med sin värd.

Populationsgenetik avslöjade att *Lactobacillus reuteri*-stammar kan delas in i artspecifika "grupper" (fylogenetiska kluster) baserat på vilken typ av värd som de ursprungligen kommer ifrån (Oh *et al.*, 2010). Detta evolutionsmönster tyder på en långvarig anknytning mellan *Lactobacillus reuteri* och vissa grupper av ryggradsdjur. Flera experiment med sterila möss har visat att *Lactobacillus reuteri*-stammar har värdspecifika egenskaper (Frese *et al.*, 2011), vilket är ytterligare bevis för en gemensam evolutionshistoria. Dessa fynd är viktiga eftersom vi därmed, med *Lactobacillus reuteri* som det allra första exemplet, kan visa en värdspecifik anpassning hos en icke sjukdomsframkallande medlem av tarmfloran hos ryggradsdjur. Gruppens arbete har också visat mönster av artspecifika "grenar" och karaktäristiska egenskaper hos *Lactobacillus reuteri* som visar på en stabil relation med respektive värd under evolutionens gång. Teoretiskt sett innebär en sådan relation en större

möjlighet att kunna utveckla ömsesidig positiv samverkan mellan bakterie och värd, än om relationen varit mer tillfällig (Walter *et al.*, 2011).

Jens Walter

bitr professor vid Institutionen för livsmedelsteknik, University of Nebraska, Lincoln

Fullständig referenslista finns på www.biogaia.se

VAD ÄR PROBIOTIKA?

Probiotika betyder "för liv", i motsats till antibiotika som betyder "mot liv". WHO/FAO (2001) definierar probiotika som levande mikroorganismer som, när de ges i lämplig mängd, ger hälsoeffekter. Detta innebär att endast de levande laktobaciller och bifidobakterier som visat effekter på hälsan i kliniska prövningar får kallas probiotika. Produkten i fråga måste dessutom innehålla samma bakteriestam samt den dos som testats.

Probiotikan gav effekt på rotavirus

I EN DOKTORSÄVHANDLING framlagd vid Baylor College of Medicine i Houston, Texas, presenterades resultat av en studie på nyfödda möss, en djurmodell av akut maginfektion orsakad av rotavirus. I denna visades att de båda *Lactobacillus reuteri*-stammar som testades (varav den ena var *Lactobacillus reuteri* Protectis) minskade diarrén. Verkningsmekanismerna tycks vara att probiotikan ökade produktionen av antikroppar mot rotavirus.

Tillförseln av probiotika bidrog även till att bibehålla en varierad sammansättning av tarmfloran trots diarréinsjuknandet.

Studien kan förklara den redan dokumenterade effekten av *Lactobacillus reuteri* DSM 17938 vid diarré orsakad av rotavirus.

Alla barn drabbas av diarré

ROTAIVIRUS ÄR EN MYCKET VANLIG orsak till akut diarré hos små barn i hela världen. Vid fem års ålder beräknas alla barn, oavsett hemland, ha haft en rotavirusinfektion.

I USA ligger rotavirus bakom 45 procent av alla fall av akut diarré hos barn. Så kallad antibiotikaassocierad diarré, det vill säga diarré som biverkan vid antibiotikaintag, förekommer hos upp till 25 procent av alla som tar antibiotika. Risken att drabbas ökar vid till exempel intag av flera olika typer av antibiotika under lång tid, vid mag-tarmoperationer och för personer som är intagna på sjukhus under lång tid.

**FORSKNINGS-
NYTT**



Positiva resultat med *Lactobacillus reuteri* Gastrus

TVÅ OBEROENDE, randomiserade, dubbelblinda och placebo-kontrollerade kliniska studier genomfördes för att fastställa effekterna av *Lactobacillus reuteri* Gastrus vid behandling av *Helicobacter pylori*-infektion hos patienter med milda symptom. Den första studien genomfördes i Italien och den andra i Mexiko. Båda studierna inkluderade 100 patienter varav 50 fick *Lactobacillus reuteri* Gastrus före, under och efter standardbehandling (så kallad trippelterapi) och 50 fick placebo. Den italienska studien visade signifikant minskning av *Helicobacter pylori*-nivåer och symptom vid behandling med

Lactobacillus reuteri Gastrus före standardbehandling. Vidare blev tre av 50 individer i Gastrus-gruppen helt av med sin infektion under denna period, jämfört med en av 50 i placebo-gruppen. Även under den period då patienterna fick standardterapi förbättrades symptomen signifikant i gruppen som fick probiotika jämfört med dem som fick placebo.

I den mexikanska studien observerades ingen signifikant minskning av *Helicobacter pylori*-nivåer eller symptom vid tillägg av probiotika före standardbehandling. Däremot, precis som i den italienska studien, blev tre av 50 individer i

gruppen som fick *Lactobacillus reuteri* Gastrus helt av med sin infektion, jämfört med noll individer i placebogruppen.

Helicobacter pylori-infektion – en av världens mest spridda

Totalt är minst hälften av jordens befolkning smittad men förekomsten varierar, från över 80 procent av alla vuxna i utvecklingsregioner, såsom Asien och Latinamerika, till mellan 20 och 50 procent i industriländerna. Majoriteten av alla smittade är dock omedvetna om infektionen och bara omkring 20 procent har symtom.

Kolikbebisar

KOLIK FÖREKOMMER hos upp till 26 procent av alla spädbarn i västvärlden. Det definieras som otröstligt skrikande, främst på kvällen, under minst tre timmar per dag, minst tre dagar i veckan, under minst en vecka hos ett i övrigt friskt barn.

BioGaia högprioriterar forskning om kolik.

SENASTE NYTT!!!

Den 21 februari 2012 offentliggjordes resultatet från en dubbelblind, placebo-kontrollerad studie med 494 barn genomförd i Indonesien. Studien visade att tillägg av *Lactobacillus reuteri* Protectis signifikant minskade förekomsten av diarré. Effekten var särskilt god hos barn med lägre näringsstatus. *Lactobacillus casei* 431, som också testades i studien, gav ingen effekt.

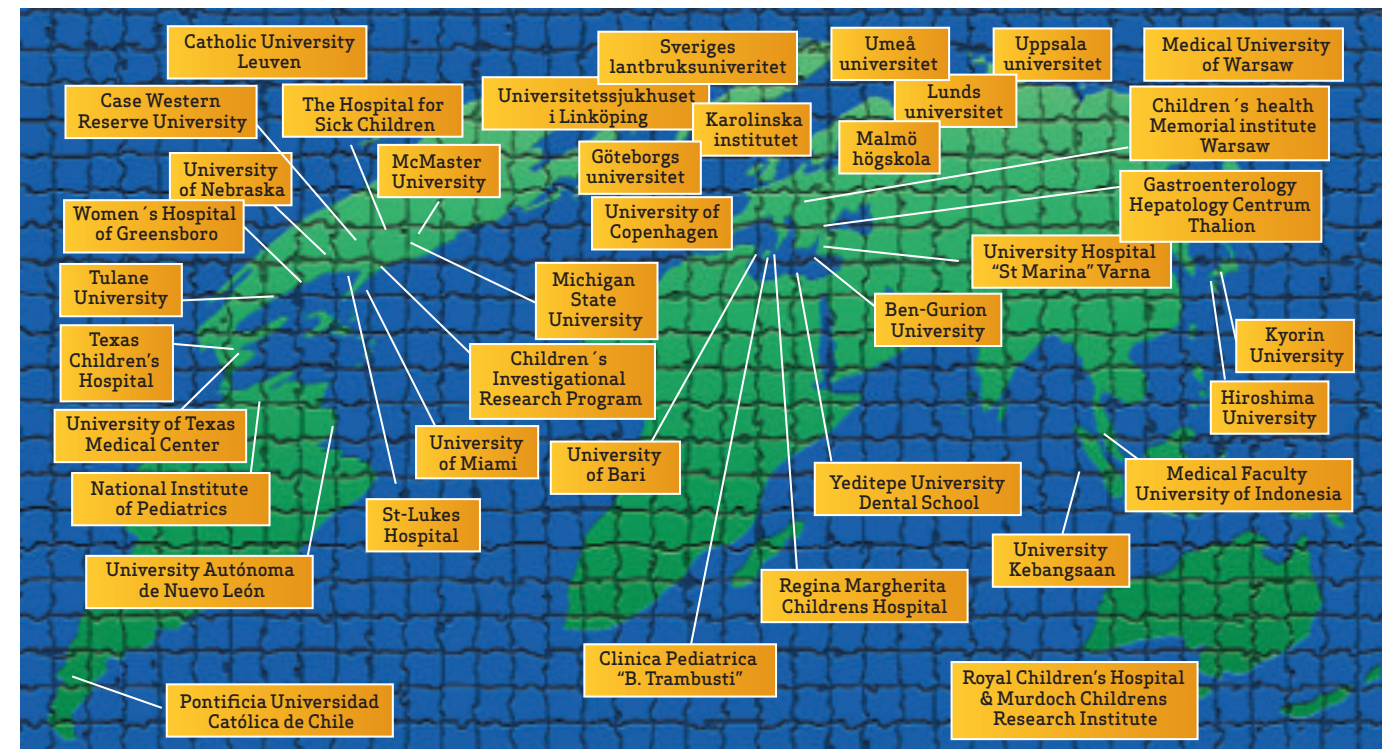


Illustration: Lasse Widlund

Minskade biverkningar av antibiotika

DIARRÉ SOM BIVERKAN av antibiotika, så kallad antibiotikaassocierad diarré, förekommer hos upp till 25 procent av alla som tar antibiotika. För sjukhusvårdade leder detta till längre sjukhusvistelse, ökade vårdkostnader och också ökad dödlighet. På medicinkliniken vid universitetssjukhuset i Cleveland genomfördes en studie för att undersöka om *Lactobacillus reuteri* Protectis kunde förhindra denna typ av diarré hos inlagda vuxna patienter. Tidigare studier har visat att *Lactobacillus reuteri* Protectis kan minska akut diarré hos barn.

I den randomiserade, dubbelblinda och placebo-kontrollerade pilotstudien inkluderades 31 sjukhusvårdade patienter som fick antibiotika. Under fyra veckor fick hälften av dem tillägg av magtabletter med *Lactobacillus reuteri* Protectis två gånger per dag, medan den andra hälften fick motsvarande placebo-tabletter. Resultatet visade att förekomsten av diarré var signifikant lägre i gruppen som fått probiotika jämfört med placebo-gruppen, 7,7 procent jämfört med 50 procent. Studien presenterades 2009 och publicerades 2011.

Samarbetspartners över hela världen

BioGaia samarbetar med specialister på omkring 40 forskningsinstitutioner och kliniker i ett unikt globalt forskningsnätverk.

Forskningsbank med 50 stammar

I BIOGAIAS forskningsbank finns omkring 50 stammar av *Lactobacillus reuteri* som kan delas in i två grupper: Stammar med immunstimulerande egenskaper, exempelvis *Lactobacillus reuteri* DSM 17938 (*Lactobacillus reuteri* Protectis), för maghälsa och immunförsvar kopplat till magtarm. Stammar med antiinflammatoriska egenskaper: exempelvis *Lactobacillus reuteri* ATCC PTA 5289, som i kombination med *Lactobacillus reuteri* DSM 17938 kallas *Lactobacillus reuteri* Prodentis och används för munhälsa, och *Lactobacillus reuteri* ATCC PTA 6475, som i kombination med *Lactobacillus reuteri* DSM 17938 kallas *Lactobacillus reuteri* Gastrus (för kontroll av *Helicobacter pylori*-infektion).

Hopp hos för tidigt födda barn

VÄVNADSDÖD i magtarmkanalen, nekrotiserande tjocktarmsinflammation, NEC, är den vanligaste magtarmrelaterade orsaken till död och sjukdom hos för tidigt födda spädbarn. Förklaringen ligger i att tarmfloran hos dessa barn inte är fullt utvecklad och risken att även skadliga bakterier etablerar sig är därför stor.

Då *Lactobacillus reuteri* hämmar tarminfektioner och modulerar immunsystemet ville en grupp forskare vid universitetet i Houston, Texas, undersöka dess effekter på NEC. Studien gjordes på

nyfödda råttor och visade positiva effekter på flera parametrar för såväl *Lactobacillus reuteri* Protectis som ytterligare en stam av *Lactobacillus reuteri*.

Resultatet stödjer därmed teorin att *Lactobacillus reuteri* kan utgöra ett värdefullt behandlingsalternativ för att förhindra NEC. Under 2012 väntas resultat från världens hittills största probiotika-studie på för tidigt födda barn, drygt 700 inkluderade barn. Dessutom pågår ytterligare studier med *Lactobacillus reuteri* Protectis på för tidigt födda.



» FORSKNING- NYTT

God hjälp mot dålig andedräkt

HALITOSIS (dålig andedräkt) beräknas vara den tredje vanligaste anledningen till tandläkarbesök, efter karies och tandlossning. I en randomiserad, dubbelblind och placebo-kontrollerad studie fick 25 personer med självrapporterad dålig andedräkt tugga ett tuggummi innehållande antingen *Lactobacillus reuteri* Prodentis eller placebo på morgonen och kvällen under 14 dagar. Efter behandlingstiden var andedräkten signifikant bättre hos de patienter som fått aktiv behandling jämfört med de som fått placebo.

Studien genomfördes vid odontologiska fakulteten vid Köpenhamns universitet och är den första som utvärderar *Lactobacillus reuteri* Prodentis effekt vid dålig andedräkt. Ett tiotal andra studier har visat goda resultat avseende kariesreduktion och paradontala sjukdomar som tandköttsinflammation (gingivit) och tandlossning (paradontit).

Små barn med tröga magar

FÖREKOMSTEN AV FÖRSTOPPNING bland barn varierar mellan sju och 30 procent, beroende på land. 40 procent utvecklar symptom redan under första levnadsåret och problemen kvarstår ofta under lång tid. Många barn med förstoppning har problem även som tonåringar och vuxna.

4 engagemang på internationella läkarkongresser

Under 2011 arrangerade BioGaia vetenskapliga symposier på

- Consensus in Pediatrics and Child Health (CIP), Paris, Frankrike
- European Society for Paediatric Gastroenterology, Hepatology and Nutrition (ESPGHAN), Sorrento, Italien
- Iberoamerican Society of Neonatology (SIBEN), Santiago, Chile
- Latin American Society of Paediatric Gastroenterology, Hepatology and Nutrition (LASPGHAN), Dominikanska republiken



Ett prioriterat område för BioGaia är maghälsa hos barn, såsom förstoppning och diarré.

Foto: Anette Andersson

OLIKA SÄTT ATT VÄXA

FÖRPACKNINGSLÖSNINGAR – hur konsumenten får i sig probiotikan, till exempel droppar, tabletter och sugrör.

BREDDA UTBUDET AV EGNA PRODUKTER – nya smaker på maghälsotabletter,

droppar med vitamin D, munhälso-droppar, vätskeersättning.

HELT NYA PRODUKTER – nya stammar och stamkombinationer, nya användningsområden.



BioGaia – ett globalt varumärke

Årets fokus har varit att få fart på försäljningen i USA samt att strukturera om i partnernetverket för munhälsoprodukterna.



Sant&falskt om probiotika

» **D**å BioGaias största marknad, Europa, är acceptansen och förståelsen för probiotika förhållandevis hög, både hos konsument och sjukvårdspersonal, även om det finns stora skillnader mellan olika länder. Mest etablerat är probiotika i Finland, Italien och ett antal östeuropeiska länder. Dessa marknader räknas som mogna probiotikamarknader och probiotika ordineras och används regelbundet.

Östra Europa växer snabbt

I UKRAINA FINNS omkring 80 olika probiotiska preparat. Delta Medical lanserade BioGaias droppar 2008, magtabletterna året efter och vätskeersättningen 2011 och hade i oktober i år en marknadsandel på sex och en halv procent, vilket motsvarar en femteplats på marknaden. Till skillnad från BioGaias produkter är de fyra större produkterna alla registrerade som läkemedel. Marknadsföringen följer BioGaias affärsmodell och riktar sig främst till läkare och annan sjukvårdspersonal och bland dem är Delta Medical mycket väl ansett. Många konkurrenter har dock reklamkampanjer riktade till allmänheten och Delta Medical planerar därför

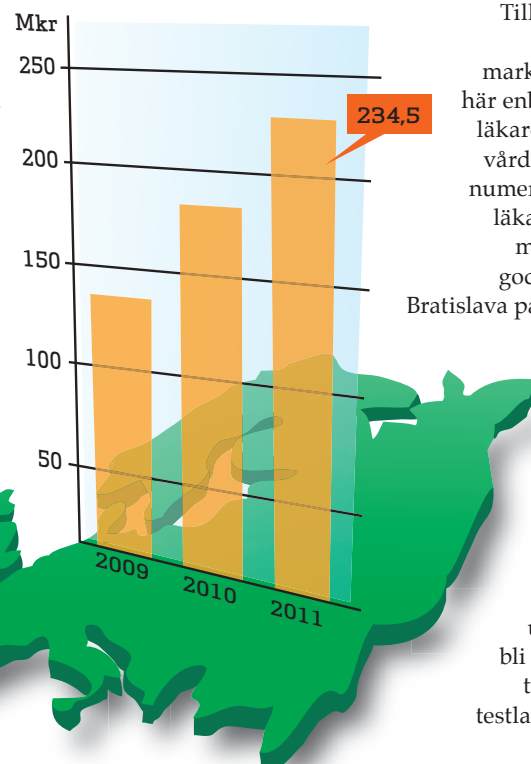
att utöka sin marknadsföring för att också de ska nå konsumenterna direkt.

Den totala försäljningen av BioGaias produkter i Ukraina ökade med 38 procent under 2011 jämfört med 2010. Magtabletterna stod för den största ökningen, 48 procent, medan försäljningen av dropparna ökade med 28 procent detta år jämfört med förra. Under nästa år kommer Delta Medical att lansera BioGaia ProDentis och maghälsotabletterna med jordgubbssmak.

PARTNERN EWOPHARMA har genom sina dotterbolag framgångsrikt etablerat BioGaias produkter under BioGaia-varumärket i ett antal länder i östra Europa. I Bulgarien har man på bara tre år blivit marknadsledande bland probiotiska kosttillskott. Framgångsfaktorn här har varit att kombinera marknadsföring riktad till sjukvårdspersonal, med reklamkampanjer och annan information till allmänheten. Man har byggt upp ett nära samarbete med opinionsledare inom läkarkåren och

Försäljningen i Europa

Försäljningen i Europa står för 74 procent av BioGaias försäljning och ökade med 28 procent 2011.



"Alla laktobaciller är lika nyttiga!"
Alla laktobaciller är inte bevisat nyttiga. För att kallas probiotisk måste en bakteries positiva hälsoeffekter ha påvisats i korrekt genomförda studier på människor.

andra läkare, till exempel pågår för närvarande två kliniska studier med BioGaias produkter i Varna.

Utmaningen är de många nya konkurrenter som har börjat sprida budskap liknande de som Ewopharma har i sin marknadsföring. En annan utmaning är att etablera BioGaia ProDentis på munhälsomarknaden (se sidan 23). Ett intressant faktum är att Ewopharma Bulgarien lyckats väl med att etablera magtabletterna, försäljningen av dessa är ungefär lika stor som droppförsäljningen, vilket inte är fallet i de flesta andra länder.

Trots hård konkurrens bland de omkring 20 probiotiska kosttillskotten på den slovakiska marknaden har Ewopharma lyckats bli marknadsledare med BioGaias droppar och magtablett.

Till skillnad från Bulgarien är marknadsföringen här enbart riktad till läkare, annan sjukvårdspersonal och numera också tandläkare, med vilka man byggt upp goda kontakter. I Bratislava pågår en studie med BioGaias nya produkt för behandling av *Helicobacter pylori*-infektion och Slovakien planerar under 2012 att bli ett av de första länderna att testlansera BioGaia Gastrus.

I Polen har Ewopharma sålt droppar och tablett sedan 2007. Här finns nära 200 probiotiska produkter men genom fokus på marknadsföring av den vetenskapliga dokumentationen till läkarkåren har man lyckats etablera sig som det tolfte största probiotiska varumärket. Under 2012 planerar man att lansera både droppar med vitamin D, vätskeersättning och munhälsotabletter.

I PORTUGAL lanserade Ferring dropparna under BioGaias varumärke för fem år sedan. I dag är man nummer två av ett tiotal konkurrerande produkter och trots en krympande ekonomi i landet växer produkten något. Ferrings försäljning i Portugal motsvarar dessutom en av BioGaias tio främsta marknader, beräknad som försäljning per capita. Under 2012 planerar man att lansera magtabletterna. Marknadsföringen har hittills enbart varit riktad till läkare och annan sjukvårdspersonal men i höstas påbörjades även en satsning mot konsument, med radio- och tv-reklam och sociala medier.

I FRANKRIKE är fem av de drygt 40 konkurrenterna registrerade som läkemedel, dock inte BioGaias droppar och tablett. De säljs under BioGaia-varumärket av Laboratoires Bioethic och har sedan lanseringen i slutet av 2009 vuxit till att bli bland de tio största probiotiska produkterna. Försäljningen fortsätter att öka, med 79 procent under 2011 jämfört med året innan, och potentialen i Frankrike är fortfarande stor. Största produkt är dropparna, som under året stod för ungefär 74 procent av försäljningen. Liksom i många andra länder är Bioethics marknadsföring riktad till läkare och apotekare och en stor del av försäljningen sker på rekommendation.

BIOGAIAS MÅLSÄTTNING är att vara en av de tre största aktörerna inom probiotiska kosttillskott på varje marknad där företagets produkter finns. Av de 26 länder i Europa där BioGaias färdiga produkter säljs i dag har detta mål nåtts i drygt en tredjedel av dem, varav förstaplatserna innehas i Bulgarien, Slovakien och Finland.

Hallå där, doktor Friederike Skott

Manager International Product Management, Ewopharmas huvudkontor, Schweiz



Friederike Skott representerar Ewopharma, en av BioGaias viktigaste partners i Östeuropa.

Varför är probiotika generellt mer välkänt i östra Europa än i Västeuropa?

– Delvis tror jag faktiskt det beror på att Ewopharma gjort ett bra jobb. I Bulgarien finns också en lång tradition av yoghurt och probiotika. På 1960-talet upptäcktes *Lactobacillus bulgaricus* och denna lactobacill är fortfarande allmänt känd och något som bulgarerna är stolta över. Under kommunisttiden flögs till exempel hela flygplan fulla med denna probiotika till Japan. Vad gäller de andra länderna finns mig veterligen inte någon liknande tradition. Vår strategi skiljer sig från land till land, men en sak är i alla fall säker och det är att vi har ett starkt fokus på BioGaias produkter och investerar kraftigt – och det ger resultat.

Vilka är framgångsfaktorerna för BioGaias produkter på Ewopharmas marknader?

– Nyckelfaktorerna har varit att vi tydligt identifierat den omfattande dokumentationen med kärnpro-

dukterna och viljan hos BioGaia att fortsätta investera i kliniska studier. BioGaias kontinuerliga närvaro vid internationella kongresser har också stor betydelse för produkternas goda anseende bland opinionsledare.

Berätta om framtiden!

– Planerna för 2012 är mycket optimistiska och ambitiösa. På några av de befintliga marknaderna, till exempel Polen, planerar vi att genomföra stora annonskampanjer mot konsument samtidigt som vi utökar säljstyrkan som marknadsför produkterna till sjukvårdspersonal. I slutet av 2011 lanserades tablett och droppar i Lettland och Litauen och vi hoppas att försäljningen ska ta fart under nästa år. I våra etablerade länder blir det flera lanseringar nästa år, i Polen till exempel kommer både droppar med vitamin D, vätskeersättning och munhälsotabletter att lanseras. Munhälsotabletterna lanseras även i Serbien, Slovenien och Kroatien.

🗨️: Eva Nelson, produktchef och projektledare BioGaia

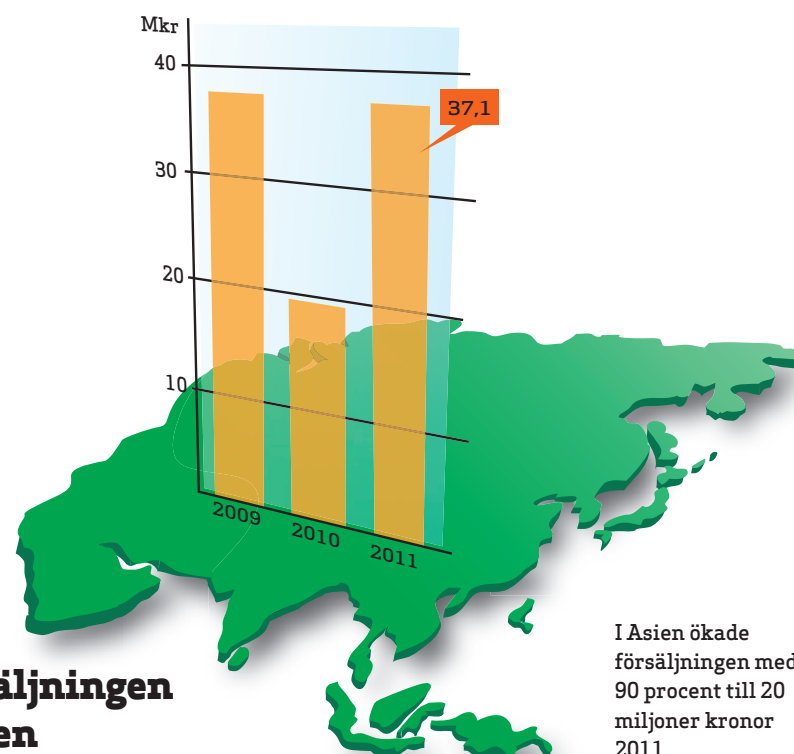
» Mycket på gång i Asien

ENBART MARKNADEN för probiotiska kosttillskott omsätter omkring 750 miljoner kronor årligen i Kina och potentialen för BioGaias produkter är betydande. I mitten av 2010 tecknade BioGaia avtal med kinesiska Asia United (China) Medical Co, Ltd, för försäljning av dropparna. Sedan dess har man tillsammans arbetat med att hitta lokala distributionspartners samt förbereda för testlansering.

De första åren kommer dropparna enbart att säljas på apotek men efter hand kan andra distributionskanaler bli aktuella. Dropparna kommer att marknadsföras som livsmedel och säljas under BioGaias varumärke på samma sätt som på de flesta andra av BioGaias marknader, genom marknadsföring till läkare och annan sjukvårdspersonal. Asia United har framför allt koleravacciner och tillväxthormon i sin produktportfölj och har därmed upparbetade kontakter med barnläkare och annan sjukvårdspersonal.

I Singapore har försäljningen ökat med drygt 120 procent de senaste tre åren (dock från en låg nivå) och dropparna, som säljs under BioGaias varumärke, beräknas nu vara en av de tre största probiotikaprodukterna. Hittills har nästan all försäljning skett direkt via läkare. Partnern Age D'Or når i stort sett alla barnläkare i landet och uppskattar att omkring 85 procent av dem rekommenderar dropparna. I dag säljs en flaska för vartannat nyfött barn och tillväxtpotentialen bedöms vara fortsatt god.

Trots en låg medelinkomstnivå hos Indonesiens 230 miljoner invånare är



Försäljningen i Asien

I Asien ökade försäljningen med 90 procent till 20 miljoner kronor 2011.

känndomen om probiotika förhållandevis spridd och potentialen beräknas därför som stor. I dag säljer Kalbe magtablettarna under varumärket Rillus, som är landets fjärde bäst säljande probiotiska kosttillskott. Marknadsföringen riktar sig framför allt till specialtläkare och tablettarna säljs huvudsakligen som probiotisk diarréprodukt och för allmän maghälsa. Nästa år lanseras även dropparna, men av en annan partner, Interbat. De kommer att säljas under varumärket Interlac, som förutom produktnamnet har BioGaias

övriga varumärkesattribut. Interbats marknadsföring kommer att rikta sig främst till barnläkare och då 60 procent av probiotikamarknaden beräknas ligga inom barnsegmentet är förväntningarna höga.

Sant&falskt om probiotika

”En kur med probiotika räcker för att de nyttiga bakterierna ska etablera sig i min mag-tarmkanal!”

Nej, oftast inte. Även om *Lactobacillus reuteri* naturligt hör hemma i människans mag-tarmkanal har studier visat att de normalt inte stannar kvar mer än en till två veckor efter avslutad kur.

14 miljarder

Beräknat utifrån IMS Health's säljdata och BioGaias egna skattningar uppgår världsmarknaden för probiotiska kosttillskott till mellan 13 och 14 miljarder kronor i konsumentledet.



◀ Fatima Barakat på produktutvecklingsavdelningen i Lund och Louise Gydmer på kvalitetsavdelningen i Stockholm.
▶ Elin av Klinteberg arbetar med registrering och kvalitetsarbete på kontoret i Stockholm.
▼ Salme Portinson och Karin Diderot arbetar med kliniska prövningar på forskningsavdelningen i Lund.



Med bara 50 anställda (samt ytterligare 14 i hälftenägda TwoPac) och försäljning i fler än 60 länder innebär det många internationella kontakter för medarbetarna.

▶ Christoffer Lundqvist, produktutvecklare, Lund.

▼ Cristián Contreras R-T, regionansvarig för bland annat Latinamerika, baserad i Stockholm.



Människorna...



Hallå där, Jennifer Cherry,

vd, Everidis Health Sciences, USA, som marknadsför BioGaias produkter på den amerikanska marknaden

Historiskt sett har attityden mot probiotika varit mycket negativ i USA, både bland läkare och allmänhet. Börjar man se ett trendbrott nu?

– Everidis har tagit stora kliv framåt på den amerikanska marknaden. När vi startade var kunskapen och acceptansen bland barnläkare mycket låg. Många läkare var helt emot tanken på att inta bakterier för att främja hälsan. I dag har antalet doktorer som rekommenderar probiotika ökat, dels på grund av antalet kliniska studier som publicerats i amerikanska medicinska tidskrifter och dels på grund av den ökade utbildningen som både akademiska kretsar och industrin, däribland Everidis, bidrar med.

Vad tror du om framtiden?

– Att lansera dropparna som kan förvaras i rumstemperatur är en stor investering för Everidis. Vi tror att synergien med ökade marknadsinsatser tillsammans med bekvämligheten och tillgängligheten med de nya dropparna kommer att bidra till avsevärd försäljningsökning i USA.

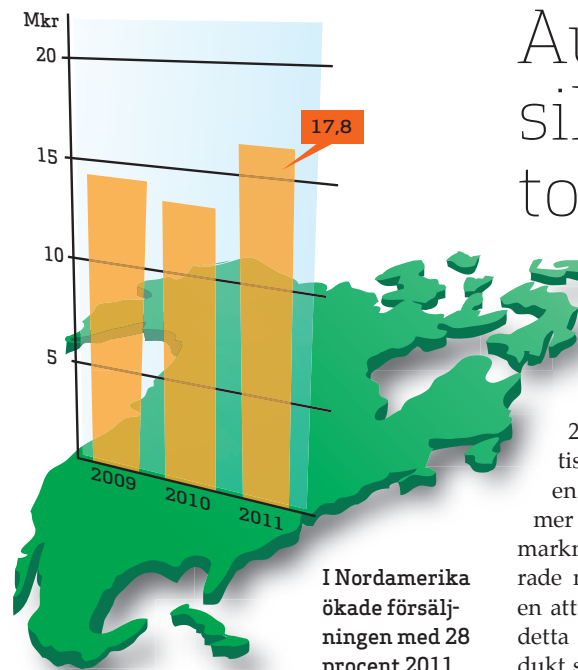
INTERVJU: Eva Nelson,
produktchef och projektledare BioGaia



Storsatsning i USA

UNDER ÅRET HAR EVERIDIS lyckats sälja BioGaias nya droppar, som klarar förvaring i rumstemperatur, till USAs största apotekskedja Walgreens'. Walgreens' blev i augusti först i världen med att lansera de nya dropparna som nu kan stå synligt på hyllan i apoteken, i stället för som förut, och som fortfarande är fallet i de allra flesta länder, i ett kylskåp bakom disken. Under hösten har både Walgreens' och Everidis genomfört informations- och annonskampanjer riktade till såväl sjukvårdspersonal som konsumenter. Hittills har förväntningarna infriats och försäljningen ökar kontinuerligt.

Utöver denna satsning har BioGaia under året tecknat ett exklusivt distributionsavtal med Fleet Laboratories, ett av USAs största företag för receptfria läkemedel. Fleet kommer att sälja magtabletterna med jordgubbssmak under sitt eget varumärke Pedia-Lax (med produktnamnet Probiotic Yums) och konkurrerar därför inte med produkterna som säljs genom Everidis.



I Nordamerika ökade försäljningen med 28 procent 2011.

Försäljningen i USA och Kanada

Australien siktar mot toppen

BIOGAIAS PARTNER BLACKMORES är det överlägset största och mest kända varumärket inom segmenten naturläkemedel och kosttillskott i Australien, med en marknadsandel på 20 procent. Inom segmentet probiotiska kosttillskott dominerar däremot en konkurrent och Blackmores är nummer två med omkring åtta procent av marknaden. När man i slutet av 2010 lanserade maghälsotabletten var målsättningen att på sikt nå förstaplatsen även inom detta segment. Marknadsledarens produkt säljs bara på apotek och försäljningen av probiotiska kosttillskott har därför i stort sett enbart skett genom denna kanal. Under det gångna året har Blackmores dock haft framgång med sin strategi att försöka öka försäljningen även via livsmedelsbutiker (70 procents tillväxt),

195 BEVILJADE PATENT

Frågor om patent- och varumärkesrättigheter är av central betydelse för BioGaia. I dag talar man om Intellectual Property Rights, IPR, vilket inkluderar patent, varumärken, upphovsrätter och andra rättigheter. En tumregel är att ett godkänt patent gäller cirka 20 år. BioGaias affärsmodell bygger på att företaget fungerar som ett nav i det nätverk av forskare och licenstagare som tillsammans bidrar till att utveckla kunskapen och användningen av företagets probiotiska stammar och teknologier. Fördelarna med att arbeta med fristående forskare är dels att forskningsklimatet blir mycket kreativt och dels att BioGaia kan knyta kontakter med de främsta specialisterna inom respektive område. Den eventuella nackdelen är det omfattande och ständigt pågående arbetet med patent och kontrakt med olika forskare.

Det finns inga världspatent, utan BioGaia söker och håller patent i de länder där det är affärsmässigt relevant och där

det finns ett fungerande patentsystem. Att söka patent är ett omfattande arbete som kräver mycket dokumentation. BioGaia sköter grunden till patenteringsprocessen och använder sedan ombud i respektive land där patent söks för kontakter med landets patentmyndigheter. Eftersom BioGaia ligger i framkant när det gäller ny kunskap inom probiotikaområdet har nya specifika stammar och indikationer/användningsområden kunnat patenteras. Även nya förpackningslösningar, som BioGaia utvecklar

Varumärken i 47 länder samt EU (både ® och ™) 46 internet-domäner

195 beviljade patent tillhörande 27 patentfamiljer

för att göra produkterna mer användarvänliga, skyddas.

UNDER 2011 BESLUTADES att addera produktnamn till de olika produkterna. I takt med att fler produkter lanseras finns ett behov av att bättre differentiera dem från varandra samtidigt som varumärket BioGaia ska stärkas ytterligare. Tidigare hette alla produkter BioGaia i kombination med förpackningslösningen, till exempel BioGaia probiotiska tuggtabletter. Med det nya systemet har alla produkter som baseras på stammen *Lactobacillus reuteri* Protectis fått produktnamnet ProTectis. Således heter magtabletterna numera BioGaia ProTectis, med tillägget "tabletter" för att förtydliga att det är tabletterna det handlar om och inte droppar, som i stället har tillägget "droppar". Produkter baserade på *Lactobacillus reuteri* ProDentis heter BioGaia ProDentis, med tillägget "tabletter" respektive "droppar".



bland annat genom att man lyckats få distribution via Australiens största livsmedelskedja Woolworths. Man har även vänt sin negativa apoteksförsäljning till drygt 18 procents tillväxt. Framgångsfaktorerna har främst varit lyckade marknadsföringskampanjer riktade till allmänheten, som ökat medvetenheten och kunskapen om probiotika, samt ett internetbaserat utbildningsprogram för apotekare.

Under 2012 kommer dropparna att lanseras i Australien under BioGaias eget varumärke och med marknadsföring till främst barnläkare.

Nya marknader i Latinamerika

I **LATINAMERIKA** har BioGaia gått från försäljning på två marknader för två år sedan till i dag fem länder – Mexiko, Guatemala, Brasilien, Peru och Chile. Expansionen fortsätter och under 2012 planeras lanseringar i ytterligare fyra länder.

BioGaias största försäljning i Latin-

Och så det där med ...

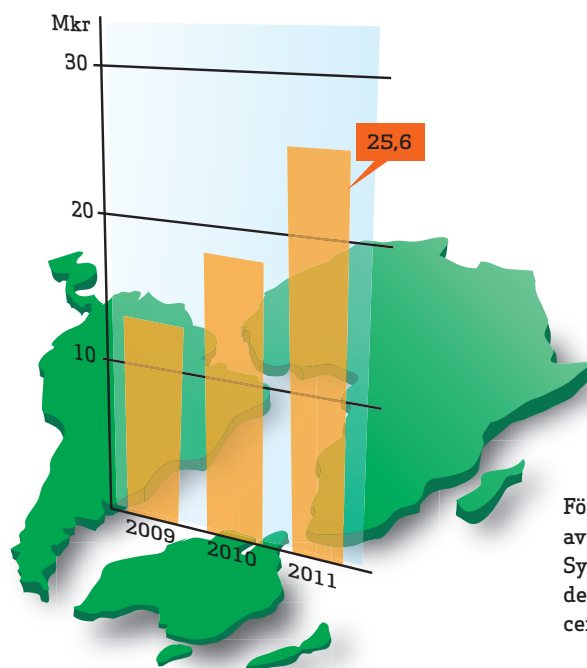
...KONKURRENTER

TILL BIOGAIAS KONKURRENTER räknas forskande probiotikaföretag med produkter inom kosttillskottsbranschen. Som exempel kan nämnas det finska företaget Valio som licensierar sin väldokumenterade *Lactobacillus rhamnosus* GG över hela världen. De stora livsmedelsföretagen som tillsätter probiotika i främst yoghurt och andra mjölkbaserade produkter konkurrerar däremot inte direkt med BioGaia.

Ett annat sätt att se på konkurrens är

att utgå från de mest väldokumenterade probiotiska bakteriestammarna i litteraturen. Av de tio främsta stammarna tillhör BioGaias *Lactobacillus reuteri* Protectis de tre främsta.

Komplexiteten gör det svårt att mäta vem som är världsledande inom probiotika. Klart är dock att hur man än definierar marknaden och vilka marknader man än talar om så är BioGaia ett av de ledande probiotikaföretagen i världen.



Försäljningen i Sydamerika, Afrika och Australien

Försäljningen i "övriga världen" avser framför allt Sydafrika, Sydamerika och Australien och denna region ökade med 37 procent 2011.

amerika sker i Chile. Här har partnern Recalcine lyckats öka från en marknadsandel på tio procent förra året till hela 20 procent i år, trots att antalet konkurrenter samtidigt blivit fler. Framför allt tar man andelar från marknadsledaren. Inom barnsegmentet blev BioGaias droppar marknadsledare i augusti i år med en marknadsandel på 36 procent.

Totalt står nu BioGaias produkter för den näst största försäljningen av de tio probiotiska preparaten i landet. Samarbetet med Recalcine är välfungerande och dynamiskt. Tillsammans med BioGaia arrangerade man i år bland annat ett väl-

besökt symposium på läkarkongressen Ibero American Society of Neonatology (SIBEN) i oktober.

I Peru har Recalcine (vars dotterbolag här heter Farminustria) på bara ett år lyckats nå en tredjeplats räknat i försäljning av probiotiska produkter och nio procents marknadsandel. Trots drygt dussinet konkurrenter fortsätter försäljningen av både droppar och tabletter att öka. I såväl Peru som Chile riktar sig marknadsföringen enbart till läkare och annan sjukvårdspersonal och bland dessa har Recalcine byggt upp ett stort förtroende för BioGaias produkter.

Omnämnd i pressen ...



Dagens Industri
12 januari 2012

Egna varumärket ökar

SEDAN 2006 HAR BIOGAIA sitt eget konsumentvarumärke och strategin är att successivt öka försäljningen under detta varumärke, som i dag uppgår till 43 procent av försäljningen av konsumentfärdiga produkter (inklusive produkter med en kombination av partners eget och BioGaias varumärke, så kallad co-branding, är siffran 50 procent). Detta är en ökning med 30 procent jämfört med för två år sedan. Målsättningen för 2014 är att 60 procent av försäljningen ska ske under eget varumärke.

BioGaia.

Den största försäljningstillväxten för färdiga produkter kommer från marknader där BioGaias varumärke används. Det beror på att den största tillväxten normalt sker under andra och tredje året efter lansering och det är här de flesta marknader med BioGaia-varumärket befinner sig. Länder där BioGaias partners säljer under annat varumärke har funnits längre på

marknaden och har därför en flackare tillväxtkurva. Ett av undantagen är Italien – BioGaias största marknad – där försäljningstillväxten under året varit fortsatt stark, trots åtta år på marknaden och hård konkurrens från de övriga omkring 400 probiotikaprodukterna.

Sant&falskt om probiotika

"Bakterierna i BioGaias probiotiska produkter är döda!"
Nej, tvärtom. *Lactobacillus reuteri*-bakterierna i droppar och tabletter är frystorkade och har, så att säga, gått i ide. När de kommer i kontakt med fukt och näring, som finns i överskott i saliven och mag-tarmkanalen, vaknar de till liv och börjar förbruka näring, föröka sig och utöva sin probiotiska effekt. I mejeriprodukter är bakterierna levande och aktiva redan när de tillsätts produkten och därför har dessa produkter betydligt kortare hållbarhet än probiotika i annan form, exempelvis tabletter.



Direkt till konsument

NÅGRA AV BIOGAIAS PARTNERS, såsom Verman i Finland, Akacia i Sydafrika och Ewopharma i Bulgarien, har med framgång lyckats kommunicera det probiotiska budskapet direkt till konsument. Ytterligare några partners bedömer nu att deras marknader är mogna för denna typ av kommunikation och planerar annonskampanjer riktade till slutkund under nästa år. Även om de flesta partners fortsätter enligt BioGaias

huvudsakliga affärsmodell, med marknadsföring riktad till läkare och annan sjukvårdspersonal, ger dessa erfarenheter viktiga lärdomar för den fortsatta marknadsföringen av BioGaias produkter. Oavsett målgrupp positioneras dock alltid BioGaias produkter som högkvalitativa och väldokumenterade probiotiska kosttillskott. Med tanke på den relativt stora okunskapen om probiotika, bland både sjukvårdspersonal och allmänhet, är utmaningen fortsatt att öka kunskapen om probiotika, till exempel det faktum att olika probiotiska stammar har olika egenskaper och därmed olika hälsofrämjande effekter.

FOKUS PÅ FÄRDIGA PRODUKTER

I dag utgör de färdiga produkterna knappt 70 procent av verksamheten och det är också här som företags fokus ligger. Den huvudsakliga marknaden definieras därför som "probiotiska kosttillskott som säljs på apotek och liknande försäljningsställen". Färdiga produkter säljs i drygt 50 länder och totalt finns BioGaia i över 60 länder.

Semper och BioGaia har sedan flera år tillbaka ett framgångsrikt samarbete. I år har produktportföljen utökats från probiotiska magdroppar och vällingprodukter till att också inkludera magtabletter och droppar med vitamin D. Här berättar Sempers vd Witte van Cappellen om den positiva utvecklingen och om framtida satsningar.

BioGaia+ Semper = Svensk framgångsduo

Semper Magdroppar har funnits på den svenska marknaden sedan 2007 och i dag säljs i genomsnitt en flaska per nyfödd. Vilka är framgångsfaktorerna?

– Förklaringen ligger i fokus på målgruppen och en bra produkt som fyller ett behov på marknaden. Den huvudsakliga målgruppen har hela tiden varit sjuksköterskor på landets barnvårdscentraler. När magdropparna lanserades fick dessa sköterskor en effektiv och väldokumenterad produkt som kunde lösa

deras barnpatienters problem med kolik. Någon sådan fanns inte tidigare. Detta, i kombination med Sempers starka varumärke, gjorde att dropparna mottogs väl. Vi har även goda kontakter med barnläkare och sedan något år tillbaka vänder vi oss också till apotekspersonal med information. Dessutom har vi breddat vårt budskap kring magdropparna till att förklara att de även fungerar vid till exempel diarré. Jag tror därför att magdropparna har potential att växa ytterligare i framtiden.

Hur har ni försökt undvika konkurrens med de vanliga dropparna sedan magdroppar med d-vitamin lanserades i september i år?

– De vanliga magdropparna ses fortfarande framför allt som problemlösare under en kortare period. D-vitaminsdropparna är positionerade som en daglig, praktisk lösning för de barn som utöver den rekommenderade d-vitaminsdosen som

alla spädbarn får också behöver magdroppar. Vi behöver dock bli ännu tydligare med att kommunicera skillnaderna mellan produkterna.

Hur har försäljningen av de båda droppprodukterna utvecklats under hösten?

– Det är alldeles för tidigt att säga. Vi håller på med införsäljning till apoteksked-

affärsområdet Nutrition. Att utöka detta med BioGaias magtabletter är en naturlig utveckling av ett redan framgångsrikt segment. Magdropparna kan ges från födseln och när barnet är tre år kan det nu i stället få en tablett med samma innehåll. Magtablettarna stärker och breddar också Sempers profil mot värden.

Hur har Semper Magtabletter mottagits på marknaden och vilka förväntningar har du på produkten?

– Produkten har precis lanserats och finns än så länge bara hos ett par apotekskedjor. Mottagandet på apoteken har överlag varit positivt, men vi märker att hälsofördelarna med magtablettarna är något mer komplicerade att förklara jämfört med droppar och vätskeersättning med probiotika. Vad gäller marknadsföringen riktad till värden ger magtablettarna Semper möjlighet att vända sig till läkare på barnmottagningar eftersom dessa handhar barn från tre års ålder, vilket är den nedre åldersgränsen för magtablettarna. Sjuksköterskor på barnvårdscentraler, som tidigare varit vår huvudsakliga målgrupp, träffar främst nyfödda och barn upp till treårsåldern.

Avslutningsvis, varför valde Semper att samarbeta med BioGaia¹, hur har företagen utvecklats tillsammans och hur ser du på ert fortsatta samarbete?

– 2006 sökte BioGaia en stark partner på den svenska marknaden för sina probiotiska droppar och såg Semper som en utmärkt kandidat. Semper å sin sida fick genom BioGaias magdroppar möjlighet att etablera sig med en ny och innovativ produkt i en för oss ny kanal, apoteken. Dessutom stärktes vårt förtroende hos värden genom den kliniska dokumentation som BioGaia bidrog med. Under åren har samarbetet både fördjupats och utökats med fler produkter och då Semper ser apotekskanalen som gynnsam och förtroendebyggande för hela portföljen är jag mycket optimistisk inför framtiden. Tillsammans med BioGaia har vi målsättningen att dels utveckla fler produkter inom probiotikasegmentet och dels etablera oss på fler marknader.

INTERVJU: Eva Nelson,
produktchef och projektledare BioGaia

¹ Semper och BioGaia startade ett samarbete med näringsdrycken Addera, med ett sugrör med *Lactobacillus reuteri* Protectis, redan 2002. Produkten såldes på den svenska marknaden mellan åren 2002 och 2005.

– Alla våra probiotiska produkter ingår i affärsområdet Nutrition. Att utöka detta med BioGaias magtabletter är en naturlig utveckling av ett redan framgångsrikt segment, säger Sempers vd Witte van Cappellen.

Foto: Anette Andersson



Sammantaget ser framtiden ljus ut för BioGaias munhälsoprodukter och det finns miljoner anledningar för patienter, tandläkare och BioGaias aktieägare att le ännu mer, säger Robert Lindström, affärsutvecklingschef, munhälsa.

MILJONER anledningar att le när BioGaia nysatsar på munhälsa

Nya möjligheter till distribution, mer vetenskaplig dokumentation och fler produkter gör att BioGaia ser stor tillväxtpotential inom affärsområdet munhälsa.

BioGaias satsning på probiotika för munhälsa inleddes 2006 när man tecknade ett exklusivt, globalt distributionsavtal med Sunstar, som är ett av de ledande munhälsoföretagen i världen med varumärken som GUM och Butler. Åren därefter lanserades BioGaias munhälsoprodukter under varumärket GUM PerioBalance i Sverige, Tyskland, Frankrike, Italien och Spanien. Lanseringarna levde inte upp till förväntningarna och det visade sig krävas mycket mer än en bra produkt för att nå fram till tandläkare och konsumenter. De senaste åren har det

dock skett ett paradigmskifte i synen på tandlossningssjukdom. Från att tidigare framför allt fokuserat på symptom är det fler och fler tandläkare som numera inser vikten av att behandla förebyggande. Ett liknande skifte skedde i behandlingen av karies när fluor introducerades.

Marknaden domineras i dag av antimikrobiella produkter, som munsköljmedel och antibiotika, men med ökad medvetenhet om vikten av balans i munfloran och problemen förknippade med utbredd antibiotikaanvändning så ser framtiden lovande ut för BioGaias naturliga munhälsoprodukter.

EN OMSTRUKTURERING av distributionsrättigheterna för munhälsoprodukterna under 2011 skapade förutsättningar för BioGaia att kunna sälja under det egna varumärket i ett stort antal länder. Arbetet pågår nu med att hitta partners som redan har munhälsoprodukter i sin portfölj och som vill utöka sitt sor-

timent till att också inkludera BioGaias produkter, alternativt hitta partners som vill nyetablera sig inom området. Sunstar fortsätter distribuera munhälsoprodukterna i Sverige, Danmark, Italien, Spanien, Portugal och USA och kommer under nästa år dessutom att lansera i Kanada. I USA lanserade Sunstar GUM PerioBalance under 2011 på två av de tre största apotekskedjorna.

AFFÄRSMODELLEN FÖR försäljning av munhälsoprodukterna bygger på professionell rekommendation och är således densamma som för bolagets övriga produkter. Vetenskapliga studier, genomförda i nära samarbete med tandläkarhögskolor där forskare och opinionsledare verkar, är en viktig framgångsfaktor. Däremot finns i stort sett ingen marknadsföring till konsumenter. Sunstar Spanien satsade till exempel i ett tidigt skede på att etablera BioGaias munhälsotablett hos tandläkare genom att arrangera symposier och göra vetenskapliga studier, vilket resulterat i ett starkt stöd från tandläkarkåren och goda försäljningssiffror.

UNDER 2011 LANSERADE Ewopharma munhälsotabletten med BioGaias egna varumärke ProDentis i Bulgarien och Slovakien. I Slovakien riktar sig marknadsföringen främst till tandläkare och mottagandet har varit mycket positivt. BioGaia ProDentis är först på marknaden vilket innebär att det kommer att krävas både tid och resurser för att etablera produkten.

Ewopharma i Bulgarien lanserade BioGaia ProDentis under våren och valde en bredare marknadsföring som riktar sig

VARFÖR PROBIOTIKA FÖR MUNHÄLSA?

Inflammation i tandkötet (gingivit) är mycket vanligt och förekommer hos mer än hälften av den vuxna befolkningen. Gingivit orsakas av plackbakterier och de första tecknen på sjukdomen är irriterat, svullet och blödande tandkött. Hos en tredjedel har inflammationen utvecklats till tandlossningssjukdom (paradontit), som i många fall kan leda till förlust av tänder.

Lactobacillus reuteri Prodentis har i ett flertal randomiserade, dubbelblinda och placebo-kontrollerade kliniska studier visats kunna minska blödning och inflammation i tandkötet, reducera plack och skadliga bakterier i munhålan och återställa en hälsosam bakterieflora i munnen. Det finns också kliniska bevis för minskning av fickdjup och fästnivåer, två av de viktigaste parametrarna för att utvärdera graden av tandlossningssjukdom. Inga biverkningar eller negativa effekter har upptäckts.





till tandläkare, allmän- och barnläkare, apotekare samt konsument. Mottagandet hos tandläkarna, som är den huvudsakliga målgruppen, är mycket positivt. Bland konsumenter är kunskapen om munvård fortfarande låg och inte heller hos tandläkarna finns en etablerad strategi för förebyggande munhälsa. Då priset för BioGaia ProDentis är förhållandevis högt har lanseringen därför gått ganska trögt. Ewopharma Bulgarien har dock goda förhoppningar om ökad försäljning i takt med att produkten etableras på marknaden. Än så länge finns ingen probiotisk konkurrent, men däremot två produkter som marknadsförs för samma munhälsoproblem som ProDentis.

I DE FLESTA LÄNDER säljs BioGaia ProDentis muntabletter främst på apotek och liknande försäljningsställen och produkten är avsedd för daglig munhälsövård. BioGaia ProDentis droppar är en ny professionell produkt att användas av tandläkaren på kliniken. Dropparna ges där som komplement till traditionell, mekanisk tandrengöring.

I början av året lanserade BioGaia Japan, först i världen, munhälsodropparna genom distributionspartnern Nippon



Länder som lanserat munhälsoprodukterna

Access. Dropparna marknadsförs till tandläkare runt om i Japan med god försäljningsutveckling.

UNDER 2012 FÖRVÄNTAS EWOPHARMA lansera ProDentis i flera länder i Östeuropa. Utöver expansion med befintliga partners hoppas BioGaia sluta avtal för ett antal nya marknader. Man kommer också att satsa på att etablera varumärket BioGaia ProDentis bland tandläkare genom att delta på internationella tandläkarkongresser – en strategi som varit mycket lyckosam för magprodukterna. Premiären sker på Europerio 7, en internationell tandläkarkongress som går av stapeln i Wien i juni 2012.

Illustration: Lasse Widlund



BIOGAIA PRODENTIS tabletter består av två probiotiska stammar, *Lactobacillus reuteri* DSM 17938 och *Lactobacillus reuteri* ATCC PTA 5289. En tablett innehåller 200 miljoner Colony Forming Units (CFU) levande bakterier. Den rekommenderade dagsdosen är en till två tabletter. Tabletterna har mints smak. BioGaia ProDentis lanserades 2005, som världens första probiotika för munhälsa.

BIOGAIA PRODENTIS droppar har exakt samma innehåll som tabletterna. Dagsdosen är fem till tio droppar med mints smak.

Produkter

TABLETTER. BioGaia ProTectis maghälsotablett (barn och vuxna) och BioGaia ProDentis munhälsotablett.

DROPPAR. BioGaia ProTectis droppar och BioGaia ProTectis droppar med vitamin D, båda framtagna främst för spädbarn, samt BioGaia ProDentis munhälsodroppar.

VÄTSKEERSÄTTNING (ORS). BioGaia ProTectis vätskeersättning med zink.

INSATSPRODUKTER. Bakteriekultur av *Lactobacillus reuteri* Protectis används som ingrediens i modersmjölksersättning, välling, yoghurt och andra mejeriprodukter.

SKRUVKORK. LifeTop Cap är en skruvkork i vilken ömtåliga ingredienser, som *Lactobacillus reuteri* Protectis, förvaras i en folie i korken tills drycken konsumeras.

SUGRÖR. LifeTop Straw är ett sugrör innehållande probiotika vilket fästs på sidan av en dryckesförpackning. Ingrediensen, exempelvis *Lactobacillus reuteri* Protectis, lösgörs vid konsumtion av drycken.

Sant&falskt om probiotika

"Vuxna måste ta en högre dos än barn av *Lactobacillus reuteri*-produkter för att de ska göra nytta!"
Nej, *Lactobacillus reuteri* är en levande organism som utnyttjar det utrymme som står till dess förfogande. I en större mag-tarmkanal finns det mer näring och bättre plats för bakterien att kolonisera och växa till.

Illustration: Lasse Widlund

BIOGAIA VÄRLDSLEDANDE MED UNIKA PRODUKTER

2000 Lansering av världens första probiotiska tuggtablett

2001 Den första probiotiska modersmjölksersättningen introduceras

2002 Lansering av det första probiotiska sugröret

2004 Världens första probiotiska droppar för spädbarn lanseras

2005 Lansering av de första probiotiska munhälsoprodukterna för vuxna

2008 Drygt 50 studier har utförts på fler än 4 000 individer. Globalt avtal med Nestlé Nutrition för modersmjölksersättning. BioGaias produkter säljs i fler än 40 länder

2009 Lansering av den första probiotiska vätskeersättningen (ORS) med zink

2010 Tre miljarder doser sålda globalt. BioGaias produkter säljs i fler än 60 länder

2011 Lansering av munhälsodroppar, droppar med vitamin D och magtablett med jordgubbs smak. Även droppar som kan förvaras i rumstemperatur lanseras. 92 kliniska studier med BioGaias mänskliga stammar av *Lactobacillus reuteri* har utförts på drygt 7 700 individer i alla åldrar. Resultaten är publicerade i 55 artiklar i vetenskapliga tidskrifter

Från order till leverans

Illustration: Lasse Widlund



Inkommande produktbeställningar tas emot av BioGaia i Lund ► placeras hos underleverantörer i Sverige och andra länder i Europa som tillverkar själva produkten ► samt de leverantörer som tillverkar förpackningarna utifrån kundernas specifikationer, bland annat produkttexter på deras respektive språk. ► När produkterna är färdiga skickas ett prov till Lund för analys. ►

Innan kunden får sina varor görs en kvalitetskontroll av provet, bland annat att rätt mängd bakterier finns i en dos. Det ska garantera att det vid den allra sista förbrukningsdagen finns rätt mängd levande bakterier kvar. ► Referensprover sparas också i kylskåp under de rekommenderade förhållandena under produktens hållbarhetstid. ► Från order till leverans tar det som längst 90 dagar.



Eva Åkerblom, biomedicinsk analytiker, Lund, förbereder analys av reuterhalten på laboratoriet i Lund.

Foto: Eva Lie



Magdalena Delikat Kulinski på laboratoriet i Lund märker upp agarplattor som *Lactobacillus reuteri* kan växa på.

Foto: Eva Lie

Risk Exponering

BioGaias partners



BioGaia säljer inte direkt till slutkonsument utan produkterna säljs till företag (partners) som säljer produkterna vidare. Det innebär att BioGaia är beroende av att dessa partners satsar de resurser som krävs för marknadsföring och försäljning. För att man i större utsträckning själv ska kunna påverka detta lanserade BioGaia sitt eget varumärke 2006. I dag säljer ett antal av BioGaias partners helt eller delvis under varumärket BioGaia och produkter med BioGaia-varumärket finns till försäljning i 38 länder. BioGaia ger också ett starkt marknadsstöd till sina partners i form av till exempel utbildning, information om nya kliniska studier, föreläsare vid symposier och marknads- och PR-stöd.

Forskning och utveckling

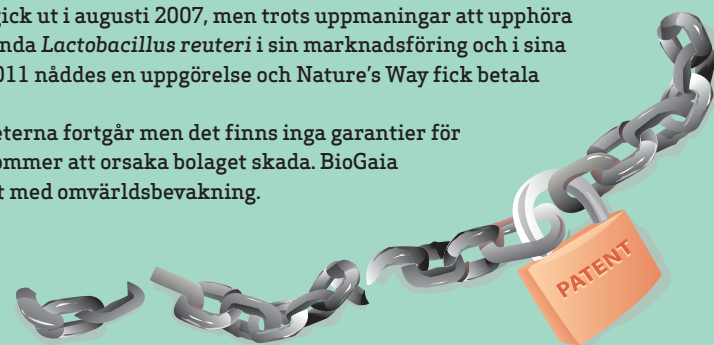


BioGaia satsar mycket på forskning, kliniska studier och produktutveckling med målet att få fram bevisat hälsosamma produkter. Även om man utför förstudier finns det alltid risk för att projekt helt eller delvis misslyckas eller att färdiga produkter inte uppskattas av potentiella kunder. Det finns också en viss risk att de studier som BioGaia inte har kontroll över inte utförs enligt BioGaias högt ställda krav. Å andra sidan uppfattas externa studier som mer objektiva och bidrar även till att hålla nere forskningskostnaderna.

Immateriella rättigheter

Till grund för BioGaias verksamhet finns ett stort antal immateriella rättigheter såsom patent, varumärken, namn på stammar och internetdomäner. Företaget arbetar kontinuerligt med att stärka de immateriella rättigheterna genom att skydda användningen av bolagets produkter. Det finns alltid risk för intrång på immateriella rättigheter. BioGaia lämnade under 2010 in en stämningsansökan i USA mot en av bolagets tidigare licenstagare, Nature's Way. Avtalet med Nature's Way gick ut i augusti 2007, men trots uppmaningar att upphöra fortsatte företaget att använda *Lactobacillus reuteri* i sin marknadsföring och i sina produkter. Under hösten 2011 nåddes en uppgörelse och Nature's Way fick betala skadestånd till BioGaia.

Bevakningen av rättigheterna fortgår men det finns inga garantier för att framtida intrång inte kommer att orsaka bolaget skada. BioGaia arbetar också kontinuerligt med omvärldsbevakning.



Personal

BioGaias verksamhet är helt beroende av personalens kunskap och de anställda är därmed företagets viktigaste resurs. För att attrahera och behålla kunnig och motiverad personal strävar BioGaia efter att skapa en kultur där varje medarbetare ges möjlighet att utvecklas, påverka sin egen arbetssituation och hålla en god balans mellan arbete och fritid för att undvika stress. Dessutom finns ett incitamentsprogram som gäller all personal i moderbolaget och helägda dotterbolag.



Risk Exponering

Regelverket

BioGaias produkter säljs i dag i ett 60-tal länder över hela världen. Länderna har olika regelverk vilket innebär olika lång tid mellan avtal och lansering av produkt. I de flesta länder registreras produkterna som kosttillskott och på vissa marknader, som Turkiet, Kanada, Hongkong och Peru, som en kategori av läkemedel.

Det finns alltid en risk att regelverken ändras på de olika marknaderna vilket gör att försäljningen kan påverkas negativt, åtminstone under en period.

Inom EU regleras användningen av närings- och hälsopåständer för livsmedel av European Food Safety Authority (EFSA). EFSA-reglerna är till för livsmedel som marknadsförs till konsumenter med olika påståenden om förebyggande hälsoeffekter, till exempel att ett lägre intag av kolesterol minskar risken för hjärt- och kärlsjukdomar eller ett livsmedels förmåga att förbättra immunförsvaret. När det gäller BioGaias produkter rekommenderas dessa oftast till patienter av läkare eller annan sjukvårdspersonal för att patienten i fråga är i mer eller mindre akut behov av produktens probiotiska effekt. För de flesta av BioGaias produkter är således EFSA-reglerna inte tillämpliga. Eftersom produkterna huvudsakligen rekommenderas av sjukvårdspersonal finns i de flesta länder heller inget behov av att göra allmänna hälsopåständer i marknadsföringsmaterial, som är fallet om man marknadsför en yoghurt eller dryck direkt till konsument.

Blir det aktuellt med annan typ av marknadsföring av framtida produkter kommer BioGaia att ansöka om godkännande av hälsopåständer hos EFSA. I dag görs en bedömning tillsammans med partners om möjligheten att registrera produkterna inom regelverk som "Food for Special Medical Purposes", i Sverige kallat "SärNär", naturläkemedel eller andra registreringsklasser beroende på vilken typ av produkt det är fråga om och vilket land det gäller.

Produktansvarsförsäkring



Att ha en produktansvarsförsäkring är ett krav från partners (som skydd mot skada av tredje man). BioGaias produktansvarsförsäkring ger ett skydd upp till 60 miljoner kronor per skadetillfälle och maximalt till 120 miljoner kronor per år. Försäkringen gäller över hela världen.

För finansiella risker: Se förvaltningsberättelsen.

Gör du något kul på fritiden?

Alla medarbetare ska ges möjlighet att påverka sin arbetssituation för att kunna skapa en god balans mellan arbete och fritid och därmed undvika stress. Därför frågade vi några anställda:

1. Hinner du med någon fritid?
2. Vad har du för fritidsintresse?



Chatarina Andersson, marknadsassistent, Stockholm

1. Ja!
2. Umgås och upptäcka nya saker med familjen såsom musikfestivaler och för mig okända oaser runt och i Stockholm. Umgås och må bra med vänner och hålla liv i "Syjuntan" som startade 1979. Försöker träna regelbundet och gå långa promenader.

BIOGAIA ANSER ATT

- ett jämställt företag är ett bättre företag
- ett jämställt företag är ett roligare företag att arbeta i
- ett jämställt företag är ett mer lönsamt företag.

Gör du något kul på fritiden?

1. Hinner du med någon fritid?
2. Vad har du för fritidsintresse?



Linda Hedlund, controller, Stockholm

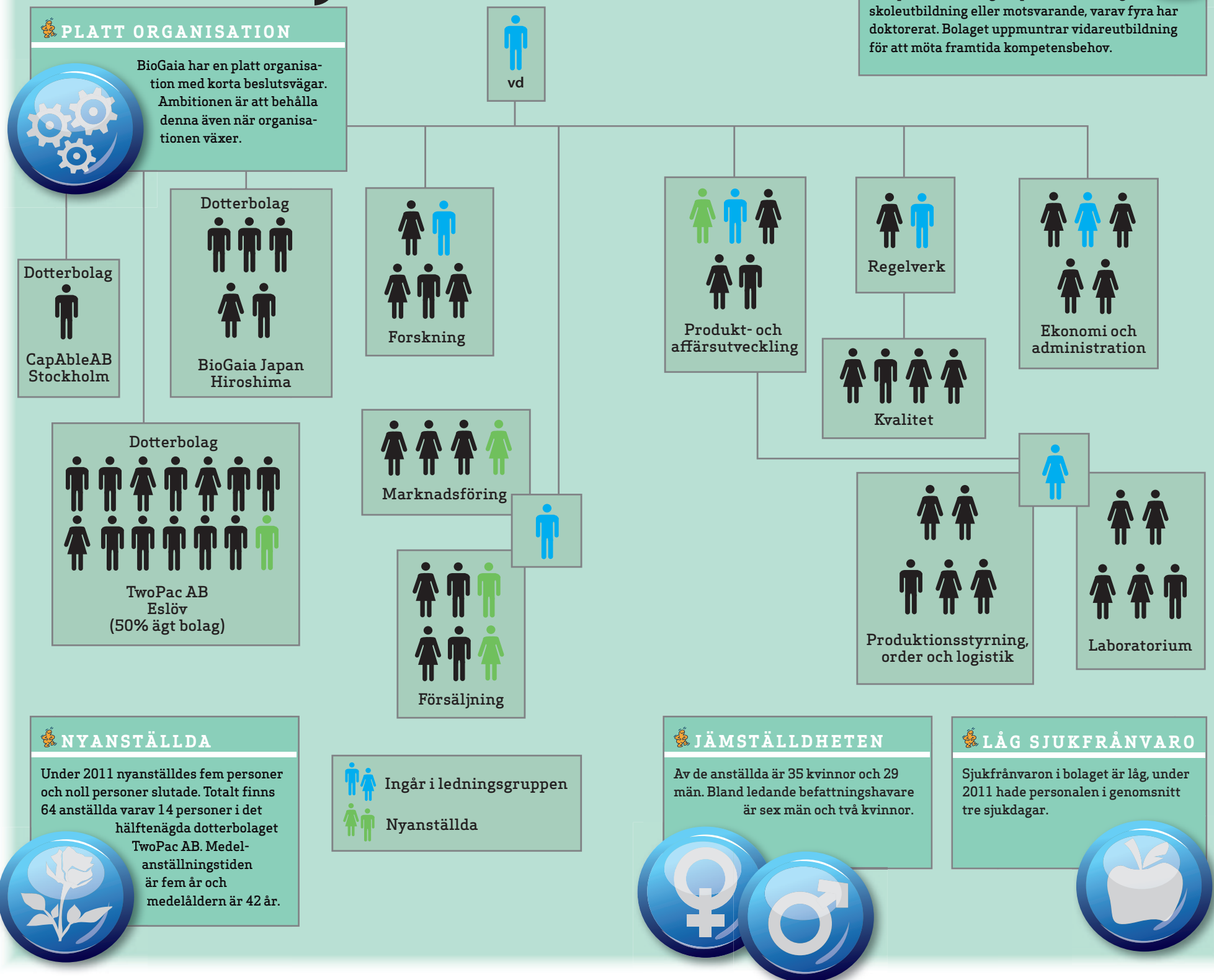
1. Absolut. Det är viktigt att hinna med fritiden för att få balans i livet!
2. Jag åker gärna längdskidor på vintern och plockar bär och svamp tillsammans med familjen på sommaren. Jag har barn i förskoleåldern och spenderar mycket tid med dem. Jag gillar också att spela golf.



Christoffer Lundqvist, produktutvecklare, Lund

1. Javisst hinner jag med lite fritid.
2. På min fritid vill jag helst vara med min familj och mina tre döttrar. Tyvärr blir det inte så mycket motionerande som jag skulle önska, men jag springer regelbundet varje vecka. Jag har dessutom alltid en bok på gång.

Så här jobbar vi



Anders Dahlqvist, IT-ansvarig, Lund

1. Jag hinner med en del fritid.
2. Jag läser mycket böcker, spelar en del dator- och tv-spel och tycker även om att vara ute i naturen och fiska eller plocka svamp när det finns möjlighet. Jag har alltid en massa småprojekt liggande som jag pillar med då och då, som att bygga och programmera små robotar, lära mig spela gitarr eller lära mig ett programmeringsspråk.



Eva Åkerblom, biomedicinsk analytiker, Lund

1. Jag hinner med fritid. Har ibland lite för många projekt på gång.
2. Jag har ett speciellt intresse som blivit något jag ägnar del av min fritid åt: Traditionell Kinesisk Medicin (TCM) med olika behandlingssätt, som akupunktur och örtmedicin. Det jag tycker om med TCM är dess grundfilosofi, att se både helheten och det unika i varje individ, och utifrån det erbjuda individuell behandling. Det känns bra att kombinera jobbet på BioGaia med detta eftersom man i båda fallen strävar efter att förbättra människors hälsa på ett naturligt sätt.

Hur ser engagemanget ut, vd Peter Rothschild?

I era årsredovisningar brukar det stå att: "BioGaia bidrar till en positiv utveckling genom sitt engagemang för hållbarhet och biologi". Vad är det för engagemang?

– För mig är det en stark drivkraft att bidra till att antibiotikaanvändningen kan minskas. Redan för 20 år sedan såg vi att förbrukningen var oroväckande hög. Nu sitter vi här med stora globala problem vad gäller antibiotikaresistens.

På vilket sätt utgör BioGaias probiotiska produkter ett alternativ till antibiotika?

– För oss är det särskilt angeläget att bidra till att barn slipper bli sjuka och inte behöver använda så mycket antibiotika. En studie har tidigare visat att barn som fick *Lactobacillus reuteri* Protectis som tillägg i vällingen vistades betydligt mer på dagis, hade färre läkarbesök och använde mindre antibiotika. Även en studie på för tidigt födda barn visade ett minskat användande av antibiotika när vår probiotika gavs. Vi bidrar alltså med ett skonsamt alternativ som inte har några biverkningar eller negativa effekter på människa och natur.

Finns det någon mer del i den positiva utvecklingen?

– Utan tvivel den stora välgörande effekt våra produkter har när det gäller barn med kolik och för tidigt födda barn. Det är en extra rolig bonus för alla som jobbar här med de många tacksamma breven från föräldrar som äntligen kan sova på nätterna och känna sig lugna för sina barns skull.

Ni säljer även er probiotiska kultur som ingrediens i andra producenters produkter. Hur kan ni då försäkra er om att er produkt inte förekommer tillsammans med andra, ohälsosamma ingredienser?

– Den frågan dyker upp ibland. Det kan röra sig om en viss typ av fett till exempel som vi inte anser vara bra. Ytterst är det jag som beslutar och jag avstyrker alltid om det gått så långt att vi ens tvekar. Vår probiotika får aldrig förknippas med ohälsosamma produkter eller negativa effekter.

Foto: Anette Andersson



Ni har gjort en livscykelanalys av era förpackningar som ett led i miljöarbetet. Ni har dock en global försäljning och personal som reser över hela världen för att träffa kunder och medverka på olika läkarkongresser. Hur kompenserar ni för transporter av produkter och personal?

– Jag anser att man måste bidra med mer än att bara slentrianmässigt kryssa i rutan för miljökompensation vid flygresor till exempel. Vi diskuterar för närvarande om vi ska köpa in och plantera skog någonstans där det behövs för att verkligen dra vårt strå till stacken.

Sedan 2007 skänker BioGaia pengar till Skandinaviska Barnmissionen på Filippinerna, under 2011 totalt 250 000 kronor. Varför har ni valt att stödja just den verksamheten?

– En av våra anställda tipsade mig om Barnmissionens arbete inför att jag skulle resa till Filippinerna. Jag besökte dem och blev alldeles tagen av verksamheten. Här kan jag se hur våra pengar verkligen bidrar till att göra skillnad för barn, ungdomar och unga vuxna som missionen tar hand om och utbildar. Jag besöker numera Barnmissionen på Filippinerna regelbundet för att följa upp hur våra pengar används. För mig är det viktigt att BioGaia framför allt stöttar en verksamhet för barn. Vår största finansiella intäkt kommer från våra barnprodukter och vi bör ge något tillbaka av det.

I olika sammanhang beskriver ni ambitionen att vara ett jämställt företag. Hur tänker du komma tillrätta med obalansen i företagsledningen där det sitter sex män och bara två kvinnor?

– De som sitter i ledningsgruppen har

”

Jag anser att man måste bidra med mer än att bara slentrianmässigt kryssa i rutan för miljökompensation vid flygresor.

funnits med länge i företaget. Den speglar en historisk kärngrupp. Nu jobbar vi mycket med återväxten. När vi nu till exempel ska tillsätta en ny marknadschef är målsättningen att den tjänsten ska innehas av en kvinna. Så vi jobbar målmedvetet med att utjämna könsskillnaderna som varit.

Till sist. Ser du något etiskt dilemma med att vara den största aktieägaren tillika vd i dina kontakter med styrelsen?

– För det första vill jag inflika att en tidigare undersökning visat att ägarledda företag traditionellt haft en mycket bra lönsamhet. Sen anser jag det vara av avgörande betydelse att man respekterar styrelsens arbete och beslut. Om man vill ha en styrelse som är bra för företaget är förutsättningen att den kan arbeta med hög integritet.

Intervju: Cattis Grant,

skribent och projektledare Grant Information

BIOGAIAS MILJÖKOLL

Under 2009 gavs ett uppdrag till IVL Svenska Miljöinstitutet som bestod i att beräkna och jämföra bolagets olika förpackningars miljöpåverkan. De miljöaspekter som ingick i studien var klimatförändring, försurning, övergödning och bildning av marknära ozon. Även primär energiförbrukning beräknades.

Tabletter

Vid en jämförelse mellan de två förpackningstyperna burk och aluminiumblister och också mellan olika förpackningsstorlekar (10 respektive 30 tabletter) är resultaten följande:

- Burk förbrukar mer primär energi och orsakar större klimatpåverkan jämfört med blisterförpackning i förpackningar om 30 tabletter.
- Det är ur alla miljöaspekter bättre att använda 30 än 10-pack av blisterförpackning
- Blisterförpackning med 30 tabletter är betydligt bättre än motsvarande antal tabletter i burk.

Droppar

Dropparna påverkar miljön lika mycket per dos som tablettorna vad gäller övergödning och marknära ozon. I övriga miljö kategorier är droppar bättre än tabletter, till exempel är klimatpåverkan 20 procent lägre per dos. Om ytterförpackningen av kartong samt bipacksedel tas bort minskar naturligtvis miljöpåverkan ytterligare. Störst skillnad är det i kategorierna övergödning och användning av primärenergi, där avsaknad av ytterförpackning och bipacksedel minskar miljöpåverkan med 30–40 procent.

Sant&falskt om probiotika

”Ju fler olika probiotiska bakterier en produkt innehåller, desto bättre!”

Nej, inte nödvändigtvis. Även om olika bakterier har olika effekt och lever i olika delar av mag-tarmkanalen, kan det i stället vara så att de faktiskt konkurrerar med varandra. Endast kliniska studier med exakt den sammansättningen av olika bakterier som produkten innehåller kan visa om de fungerar ihop.



En hälsning från Filippinerna



► Lilla Andrea är mycket sjuk och hennes mamma Elena orolig när de söker vård i februari 2011.
◄ Nu ler Andrea igen. I december 2011 deltar hon, mamma Elena och lillebror på julfesten.
▲ Redan i oktober har Andrea krytat på sig. Här är hon med "nurse Carol" från Skandinaviska Barnmissionen.

Varje år ger BioGaia bidrag till Skandinaviska Barnmissionen på Filippinerna som tar hand om undernärda barn, driver förskola och utbildar ungdomar och unga vuxna. Här kommer en hälsning från Filippinerna där Birgitta Dahl, verksamhetsansvarig tillsammans med Thore Dahl, berättar om fyraåriga Andrea.



Andrea i februari 2011

» Andrea är fyra år gammal. När jag ser på henne där hon ligger helt orkeslös och utmärglad i sin mammas famn kan jag inte fatta att hon är så gammal. Jo, hennes längd skvallrar om hennes ålder. Men för övrigt är hon en skugga av en fyraåring. Blicken är livlös, armar och ben hänger kraftlösa utmed kroppen, hon har feber och gråter med jämna mellanrum. Hur kan ett barn hamna i en sådan situation? Jag frågar ut mamma Elena och får ett långt svar på det filippinska språket tagalog som en av missionens anställda översätter åt mig.

Andrea blev sjuk redan i november. Hon hade diarré och feber, hostade ständigt och var svag. Ett besök på den statliga kliniken innebar ingen lindring trots förskrivningen av antibiotika. Tiden gick och lilla Andrea blev bara sämre och sämre. Pengar till att söka mer sjukhusvård fanns inte, inte ens respengar för att ta sig till det enorma statliga sjukhuset inne i Manila där de fattiga kan få gratis hjälp.

Mamma Elena är 25 år gammal och bor med sin sambo i ett skjul nära en flod i Rodriguez, strax utanför Manila. De har fyra barn, sex, fyra och två år samt en liten bebis på sju månader. Den lille är knubbig och ser ut att må bra. Jag frågar om Elena ger honom bröstmjölk. Det gör hon och det förklarar den lilles välmående. Elena och hennes man arbetar som sopsorterares, "scavengers". På min fråga om hur mycket de kan få ihop på en dag nämner hon olika belopp, motsvarande mellan 14 och 25 svenska kronor. Skjulet de bor i ligger en bra bit ifrån Barnmissionens klinik i Erap City, men Nurse Riza, vår energiska sköterska på kliniken, har varit i Elenas område på husbesök och är välkänd där. När lilla Andrea inte blev bättre utan bara sämre för varje dag tog därför mamma Elena henne till vår Mother and Child Health Care Clinic. Det är en lång väg att gå men de kämpade sig fram och omedelbart vid ankomsten remitterades Andrea till vår undernäringssklinik.

När jag tittar in i isoleringsrummet där

alla nykomlingar hamnar får jag reda på att Andrea antagligen har barn tuberkulos. Eftersom mamman klagade över hosta misstänker vi att även hon har fullt utvecklad tuberkulos. Detta är en uppenbar fara för hela familjen.

Andrea i december 2011

Andrea har nu varit hemma hos sin familj ett bra tag efter rehabilitering och behandling på undernäringssklinik. Hon strålar av hälsa, mamma Elena går fortfarande på behandling för sin tuberkulos men ser friskare ut än på länge.

Berättelsen om Andrea är bara ett av många exempel på hur vi kan hjälpa människor genom vårt arbete. Vi på Barnmissionen är oerhört glada och tacksamma att få finnas mitt i detta, att vi kan vara en strimma av ljus och hopp i mörkret.

BioGaia ska därför ha ett stort och varmt tack för stödet till vår verksamhet.

Text&foto: **Birgitta Dahl**,

Skandinaviska Barnmissionen på Filippinerna

BARNMISSIONENS YRKESSKOLA

Barnmissionens yrkesskola vid den stora soptippen i Quezon City, Manila, har sedan starten 2007 utbildat 741 elever. Av dessa har över en tredjedel fått arbete. De kurser som gett flest jobb är kosmetolog- och svetsarkurserna, men även reparation av mobiltelefoner är en lyckad kurs. Filippinerna är ett av världens mest mobiltäta land. Med den filippinska befolkningen utspridd på 7 100 öar har mobilen blivit det primära sättet att kommunicera på. Eleverna på yrkesskolan, som består av kortkurser på mellan tre och fem månader, får vid examen ett intyg från det statliga Technical Education and Skills Development Agency, TESDA, eftersom Barnmissionens skola är godkänd av dem. Detta ger dem större möjlighet att få de jobb de behöver för att försörja sina familjer.



På yrkesskolan nära soptippen Smokey Valley utanför Manila finns både sykurs och kursen "Reparation av mindre elapparater och mobiltelefoner".

3 FOKUS-OMRÅDEN

Barnmissionen har tre fokusområden i och runt Manila

- **UTBILDNING**
förskolor, skol-sponsorprogram och yrkesskola
- **BARNOMSORG**
undernäringssklinik, mamma-barnklinik och tandvård
- **KRISTEN BARN-VERKSAMHET**



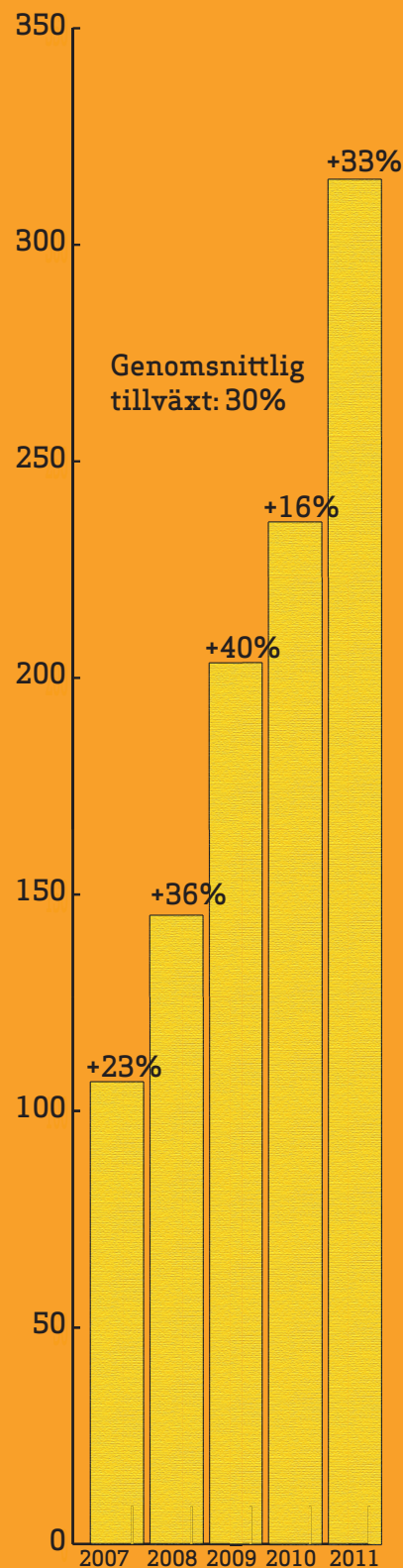
Finansiell information och noter

Vilken resa
vi gör – och vi är
troligen bara i
början!

Margareta Hagman,
vice vd, finans- och
ekonomichef



FÖRSÄLJNINGSGENOMSNITTLIG UTVECKLINGEN 2007-2011 (MKR)



Innehåll

39 FÖRVALTNINGSBERÄTTELSE

BioGaia
 Viktiga händelser under 2011
 Viktiga händelser efter räkenskapsårets utgång
 Finansiell utveckling 2011
 Miljöinformation
 Affärsrisker och osäkerhetsfaktorer
 Finansiell riskhantering
 Personal
 Förväntningar avseende den framtida utvecklingen
 Styrelsens förslag till årsstämman avseende ersättning och andra anställningsvillkor för ledande befattningshavare
 Senaste beslutade riktlinjer gällande ersättning och andra anställningsvillkor för ledande befattningshavare
 Bolagsstyrning
 Förslag till vinstdisposition

44 KONCERNEN

Rapport över totalresultat
 Rapport över kassaflöden
 Rapport över finansiell ställning
 Rapport över finansiell ställning

46 MODERBOLAGET

Resultaträkningar
 Kassaflödesanalyser
 Balansräkningar
 Balansräkningar

48 NOTER MED REDOVISNINGSPRINCIPER OCH BOKSLUTSKOMMENTARER

59 Styrelsens underskrift
 60 Fem år i sammandrag
 61 Revisionsberättelse
 62 Bolagsstyrningsrapport
 64 BioGaia-aktien
 66 Styrelse
 67 Ledning

Förvaltningsberättelse

Siffror inom parentes avser föregående år

Styrelsen och Verkställande direktören för BioGaia AB (publ.) organisationsnummer 556380-8723, får härmed avge årsredovisning och koncernredovisning för räkenskapsåret 2011.

De finansiella rapporterna godkändes för utfärdande den 21 februari 2012 av moderbolagets styrelse.

BioGaia

Företaget

BioGaia är ett hälsoföretag som utvecklar, marknadsför och säljer probiotiska produkter med dokumenterade positiva hälsoeffekter. Sortimentet är huvudsakligen baserat på olika stammar av mjölksyrabakterien *Lactobacillus reuteri* i kombination med unika förpackningslösningar, som gör det möjligt att skapa probiotiska produkter med lång hållbarhet.

Moderbolaget BioGaia ABs B-aktie är noterad på Nasdaq OMX Nordiska börs i Stockholm, listan för medelstora bolag. Förflyttning från listan för mindre bolag till medelstora bolag skedde den 1 januari 2012.

BioGaia har 64 anställda varav 20 i Stockholm, 21 i Lund, 14 i Eslöv, två i Raleigh, USA, fem i Hiroshima, Japan och två i Shanghai, Kina.

Affärsmodell

Intäkterna kommer huvudsakligen från försäljning av konsumentfärdiga produkter (maghålsotabletter, droppar, vätskeersättningsprodukt [ORS] och munhålsotabletter) till distributörer men även från försäljning av insatsprodukter såsom reuterikultur, sugrör och kapsyler.

Produkterna säljs genom nutritions-, livsmedels-, hälsokost- och läkemedelsföretag i ett 60-tal länder. BioGaia har patentskydd på användningen av *Lactobacillus reuteri* och vissa förpackningslösningar på alla väsentliga marknader.

Varumärket BioGaia

I början av 2006 lanserade BioGaia sitt eget konsumentvarumärke. I dagsläget säljer ett antal distributionspartners färdiga produkter under varumärket BioGaia på ett stort antal marknader. Det är en väsentlig del av BioGaias strategi att en allt större del av försäljningen ska ske under eget varumärke.

En del av BioGaias distributörer säljer konsumentfärdiga produkter under eget varumärke. På dessa produkter finns varumärket BioGaia med på konsumentförpackningen eftersom företaget både är tillverkare och licensgivare.

BioGaias licensstagare tillsätter reuterikultur till sina produkter och säljer dessa under eget varumärke. På dessa produkter finns oftast varumärket BioGaia med på konsumentförpackningen som licensgivare/patentinnehavare.

Forskning och kliniska studier

Lactobacillus reuteri är en av världens mest studerade probiotika, framför allt vad gäller studier på små barn. Hitintills har 92 kliniska studier med BioGaias mänskliga stammar av *Lactobacillus reuteri* utförts på cirka 7 700 individer i alla åldrar. Resultaten är publicerade i 55 artiklar i vetenskapliga tidskrifter.

Studier har utförts på:

- Spädbarnskolik och maghälsa hos barn
- Antibiotikaassocierad diarré
- Akut diarré
- Gingivit (inflammation i tandköttet)
- Paradontit (tandlossningsjukdom)
- Allmänhälsa
- *Helicobacter pylori* (magsårsbakterien).

Viktiga händelser under 2011

Avtal med Cube Pharmaceuticals

I början av 2011 tecknade BioGaia avtal med Cube Pharmaceuticals avseende exklusiva rättigheter att distribuera BioGaias nya vätskeersättningsprodukt under BioGaias varumärke i Grekland. Lanseringen har försenats och planeras nu till första kvartalet 2012.

Avtal för Marocko

BioGaia tecknade i början av augusti avtal med det marockanska läkemedelsföretaget Galenica SA. Avtalet ger företaget exklusiva rättigheter att sälja droppar och maghålsotabletter under BioGaias varumärke i Marocko. Lanseringen har försenats något och planeras till andra kvartalet 2012.

Avtal avseende försäljning av tabletter i USA

I augusti tecknade BioGaia avtal med Fleet Laboratories som ger företaget exklusiva rättigheter att sälja BioGaias maghålsotablett med jordgubbssmak i USA och dess territorier (förutom Puerto Rico). Fleet kommer att lansera maghålsotabletterna under sitt varumärke Pedia-Lax. Lansering beräknas till första kvartalet 2012. En viss försäljning till Fleet skedde redan under 2011.

Försäljningsavtal

Lanseringar under 2011

Partner/licenstagare	Produkt	Land
Blackmores	Återlansering av maghålsotabletter	Australien och Nya Zeeland
BG Distribution	Droppar	Ungern
Delta Medical	Vätskeersättningsprodukt (ORS)	Ukraina
Ewopharma	Munhålsotabletter	Slovakien och Bulgarien
Ewopharma	Droppar	Lettland och Litauen
Ferring	Maghålsotabletter och droppar	Guatemala
Ferring	Maghålsotabletter (ny smak)	Grekland
Laboratorios Casen-Fleet	Maghålsotabletter (ny smak)	Spanien
Nestlé	Modersmjölkersättning med <i>Lactobacillus reuteri</i> Protectis	Algeriet, Bahrain, Filippinerna, Förenade Arabemiraten, Iran, Indonesien, Jordanien, Kuwait, Libanon, Malaysia, Pakistan, Qatar, Saudiarabien och Vietnam
Noos och Italcimici	Droppar med vitamin D	Italien
Semper	Maghålsotabletter med jordgubbssmak och droppar med vitamin D	Sverige
Sued	Droppar och maghålsotabletter	Dominikanska republiken
Verman	Vätskeersättningsprodukt (ORS) och droppar med vitamin D	Finland

Koncernen

Rapport över totalresultat

Belopp i tkr	Not	2011	2010
Nettoomsättning	2, 3	314 992	236 033
Kostnad för sålda varor		-98 727	-77 150
Bruttoresultat	2	216 265	158 883
Försäljningskostnader	4	-66 079	-61 336
Administrationskostnader	4, 5	-13 014	-9 849
Forsknings- och utvecklingskostnader	4, 14	-34 317	-29 386
Övriga rörelseintäkter	6	304	-
Övriga rörelsekostnader	7	-	-3 242
Andelar i intresseföretags resultat	8	-	1 200
Rörelseresultat	9	103 159	56 270
Finansiella intäkter	10	5 792	13 517
Finansiella kostnader	11	-84	-100
Finansnetto		5 708	13 417
Vinst före skatt		108 867	69 687
Skatt	12	-29 345	-22 519
ÅRETS VINST		79 522	47 168
Övrigt totalresultat			
Omräkningsdifferenser vid omräkning av utländska verksamheter		712	-15
Årets totalresultat		80 234	47 153
Årets vinst hänförligt till: Moderbolagets aktieägare		76 369	47 250
Innehav utan bestämmande inflytande	13	3 153	-82
		79 522	47 168
Årets totalresultat hänförligt till: Moderbolagets aktieägare		77 081	47 235
Innehav utan bestämmande inflytande		3 153	-82
		80 234	47 153

Resultat per aktie

Vinst per aktie före utspädning, kronor	4,42	2,74
Vinst per aktie efter utspädning, kronor	4,42	2,74
Antal aktier, tusental	17 271	17 271
Genomsnittligt antal aktier, tusental	17 271	17 230
Antal utestående optioner, tusental	-	-
Antal optioner som ger utspädningseffekt, tusental	-	-
Antal aktier efter utspädning, tusental	17 271	17 271

Rapport över kassaflöden

Belopp i tkr	Not	2011	2010
Den löpande verksamheten			
Rörelseresultat		103 159	56 270
<i>Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet</i>			
Avskrivningar		5 425	2 836
Realisationsresultat vid avyttring av anläggningstillgångar		1 340	22
Andel i intresseföretags resultat		-	-1 200
Övriga ej likviditetspåverkande poster		58	964
		109 982	58 892
Betald skatt		-35 768	-
Realiserade valutaterminer		-164	6 144
Erhållen ränta		3 269	1 091
Erlagd ränta		-80	-96
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital		77 239	66 031
<i>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</i>			
Varulager		-5 928	-779
Kortfristiga fordringar		-13 057	-5 870
Leverantörsskulder		7 788	1 629
Kortfristiga räntefria rörelseskulder		6 750	7 954
Kassaflöde från den löpande verksamheten		72 792	68 965
Investeringsverksamheten			
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar ¹⁴		-	-
Förvärv av materiella anläggningstillgångar ¹⁵		-16 179	-640
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	15	-	107
Förvärv av finansiella tillgångar	16	2 612	-
Nettoförändring långfristiga fordringar		-	11
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-13 567	-522
Finansieringsverksamheten			
Nyemission teckningsoptioner		-	4 863
Utdelning		-34 542	-25 811
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-34 542	-20 948
ÅRETS KASSAFLÖDE		24 683	47 495
LIKVIDA MEDEL VID ÅRETS BÖRJAN		146 903	100 327
Kursdifferens i likvida medel		-52	-919
LIKVIDA MEDEL VID ÅRETS SLUT		171 534	146 903

Rapport över finansiell ställning

Belopp i tkr	Not	2011-12-31	2010-12-31
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	14	264	1 173
Materiella anläggningstillgångar	15	24 158	4 216
Andelar i intresseföretag	16	-	10 641
Fordringar på intresseföretag	17, 20, 23, 29	-	4 400
Depositioner		18	18
Summa anläggningstillgångar		24 440	20 448
Omsättningstillgångar			
Varulager	18	21 528	14 028
Kundfordringar	19, 23	49 112	33 574
Övriga fordringar	21	7 044	9 442
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	22	6 094	3 347
Kortfristiga placeringar	23	80	80
Likvida medel	23	171 534	146 903
Summa omsättningstillgångar		255 392	207 374
SUMMA TILLGÅNGAR		279 832	227 822

Rapport över förändringar i Eget kapital

Belopp i tkr	Aktiekapital	Övrigt tillskjutet kapital	Omräknings-reserv	Balanserat resultat inkl. årets resultat	Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare		Innehav utan bestämmande inflytande	Totalt eget kapital
					hänförligt till moderbolagets aktieägare	hänförligt till moderbolagets aktieägare		
Ingående eget kapital 2010-01-01	17 208	77 701	947	65 428	161 284	-166	161 118	
Nyemission teckningsoptioner	63			4 800	4 863		4 863	
Utdelning				-25 811	-25 811		-25 811	
Summa transaktioner med ägare	63	0	0	-21 011	-20 948	0	-20 948	
2010 års resultat				47 250	47 250	-82	47 168	
Övrigt totalresultat								
Omräkningsdifferenser vid omräkning av utländska verksamheter			-15		-15		-15	
Årets totalresultat	0	0	-15	47 250	47 235	-82	47 153	
Förändring innehav utan bestämmande inflytande				-346	-346	346	0	
Utgående eget kapital 2010-12-31	17 271	77 701	932	91 321	187 225	98	187 323	
Omklassificering av tidigare nyemission		4 800		-4 800	0		0	
Utdelning				-34 542	-34 542		-34 542	
Summa transaktioner med ägare	0	4 800	0	-39 342	-34 542	0	-34 542	
2011 års resultat				76 369	76 369	3 153	79 522	
Övrigt totalresultat								
Omräkningsdifferenser vid omräkning av utländska verksamheter			712		712		712	
Årets totalresultat	0	0	712	76 369	77 081	3 153	80 234	
Förändring av koncernstruktur						-2 660	-2 660	
Utgående eget kapital 2011-12-31	17 271	82 501	1 644	128 348	229 764	591	230 355	

Rapport över finansiell ställning

Belopp i tkr	Not	2011-12-31	2010-12-31
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	24		
Aktiekapital		17 271	17 271
Övrigt tillskjutet kapital		82 501	77 701
Reserver		1 644	932
Balanserat resultat		51 979	44 071
Årets resultat hänförligt till moderbolagets aktieägare		76 369	47 250
Summa eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare		229 764	187 225
Innehav utan bestämmande inflytande	13, 16	591	98
Summa innehav utan bestämmande inflytande		591	98
Totalt eget kapital		230 355	187 323
Långfristiga skulder			
Avsättning för uppskjuten skatt		185	-
Summa långfristiga skulder		185	-
Kortfristiga skulder			
Förskott från kunder	23	2 960	1 054
Leverantörsskulder	23	17 769	9 373
Skuld till intresseföretag	20, 23	-	1 029
Aktuella skatteskulder		12 102	18 184
Övriga skulder	25	1 296	696
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	26	15 165	10 163
Summa kortfristiga skulder		49 292	40 499
Summa skulder		49 477	40 499
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		279 832	227 822

Ställda säkerheter och eventalförpliktelser för koncernen

27

Moderbolaget

Resultaträkningar	Not	2011	2010
Belopp i tkr			
Nettoomsättning	2, 3	306 182	233 988
Kostnad för sålda varor		-106 868	-76 698
Bruttoresultat	2	199 314	157 290
Försäljningskostnader	4	-49 406	-42 355
Administrationskostnader	4, 5	-11 607	-9 743
Forsknings- och utvecklingskostnader	4, 14	-34 283	-29 497
Övriga rörelseintäkter	6	304	-
Övriga rörelsekostnader	7	-	-3 242
Rörelseresultat	9	104 322	72 453
<i>Resultat från finansiella investeringar</i>			
Resultat från andelar i intresseföretag	8, 16	-	1 200
Nedskrivning av långfristig fordran på koncernföretag	17	-10 453	-16 928
Ränteintäkter och liknande resultatposter	10	8 469	14 760
Räntekostnader och liknande resultatposter	11	-78	-95
Finansnetto		-2 062	-1 063
Resultat före skatt		102 260	71 390
Skatt på årets resultat	12	-29 781	-23 038
ÅRETS VINST		72 479	48 352

Kassaflödesanalyser	Not	2011	2010
Belopp i tkr			
Den löpande verksamheten		104 322	72 453
Rörelseresultat		104 322	72 453
<i>Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet</i>			
Avskrivningar		2 096	2 369
Realisationsresultat vid avyttring av anläggningstillgångar		-	4
Övriga ej likviditetspåverkande poster		51	964
Summa		106 469	75 790
Betald skatt		-35 769	-
Realiserade valutaterminer		-164	6 144
Erhållen ränta		3 660	1 083
Summa		-78	-95
Erlagd ränta		-78	-95
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapital		74 118	82 922
<i>Kassaflöde från förändringar i rörelsekapital</i>			
Varulager		-5 522	-785
Kortfristiga fordringar		-12 926	-6 070
Leverantörsskulder		6 208	701
Kortfristiga räntefria rörelseskulder		9 554	7 385
Kassaflöde från den löpande verksamheten		71 432	84 153
Investeringsverksamheten			
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	14	-	-
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	15	-221	-446
Försäljning av materiella anläggningstillgångar	15	-	5
Förvärv av finansiella tillgångar	16	-50	-3 000
Utbetalt lån till dotterföretag	17	-15 542	-14 339
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-15 813	-17 780
Finansieringsverksamheten			
Nyemission teckningsoptioner		-	4 863
Utdelning		-34 542	-25 811
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		-34 542	-20 948
ÅRETS KASSAFLÖDE		21 077	45 425
LIKVIDA MEDEL VID ÅRETS BÖRJAN		140 840	96 379
Kursdifferens i likvida medel		-52	-964
LIKVIDA MEDEL VID ÅRETS SLUT		161 865	140 840

Balansräkningar	Not	2011-12-31	2010-12-31
Belopp i tkr			
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>	14		
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten		264	1 173
Summa immateriella anläggningstillgångar		264	1 173
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>	15		
Produktionsmaskiner		218	303
Inventarier och datorer		1 850	2 731
Summa materiella anläggningstillgångar		2 068	3 034
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Andelar i koncernföretag	16	21 160	10 469
Andelar i intresseföretag	16, 29	-	10 641
Fordringar på koncernföretag	17, 29	16 513	1 022
Fordringar på intresseföretag	17, 20, 23, 29	-	4 400
Summa finansiella tillgångar		37 673	26 532
Summa anläggningstillgångar		40 005	30 739
Omsättningstillgångar			
Varulager	18	18 665	13 143
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar	19	42 872	31 600
Övriga fordringar	21	6 479	8 657
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	22	5 547	2 950
Summa kortfristiga fordringar		54 898	43 207
Kortfristiga placeringar	23	80	80
Kassa och bank		161 865	140 840
Summa omsättningstillgångar		235 508	197 270
SUMMA TILLGÅNGAR		275 513	228 009

Eget kapitalrapport

Belopp i tkr	Aktiekapital	Reservfond	Balanserat resultat inkl. årets resultat	Summa eget kapital
Ingående eget kapital 2010-01-01	17 208	77 700	58 785	153 693
Nyemission, teckningsoptioner	63		4 800	4 863
Lämnat koncernbidrag			-6 058	-6 058
Skatt på lämnat koncernbidrag			1 593	1 593
Utdelning			-25 811	-25 811
2010 års resultat			48 352	48 352
Utgående eget kapital 2010-12-31	17 271	77 700	81 661	176 632
Lämnat koncernbidrag			-2 460	-2 460
Skatt på lämnat koncernbidrag			647	647
Utdelning			-34 542	-34 542
2011 års resultat			72 479	72 479
Utgående eget kapital 2011-12-31	17 271	77 700	117 785	212 756

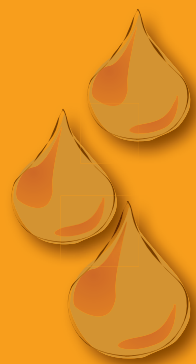
Balansräkningar	Not	2011-12-31	2010-12-31
Belopp i tkr			
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital	24		
<i>Bundet eget kapital</i>			
Aktiekapital		17 271	17 271
Reservfond		77 700	77 700
Summa		94 971	94 971
<i>Fritt eget kapital</i>			
Balanserat resultat		45 306	33 309
Årets resultat		72 479	48 352
Summa		117 785	81 661
Summa eget kapital		212 756	176 632
Skulder			
<i>Kortfristiga skulder</i>			
Förskott från kunder		2 960	1 054
Leverantörsskulder		14 295	8 086
Skulder till intresseföretag	20	-	1 029
Skulder till koncernföretag	20	19 404	12 793
Aktuella skatteskulder		12 056	18 176
Övriga skulder	25	779	667
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	26	13 263	9 572
Summa kortfristiga skulder		62 757	51 377
Summa skulder		62 757	51 377
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		275 513	228 009
Ställda säkerheter och ansvarsförbindelser för moderbolaget			
Företagsinteckningar	27	2 000	2 000
Ansvarsförbindelser		Inga	Inga

Noter med redovisningsprinciper och bokslutskommentarer

Belopp i tkr om inget annat anges. Siffror inom parentes avser föregående år.

Innehåll

	Sida
Not 1 Redovisningsprinciper	49
Not 2 Rapportering för segment	51
Not 3 Intäkter	51
Not 4 Anställda och personalkostnader, ersättning till ledande befattningshavare	51
Not 5 Revisorernas arvode	52
Not 6 Övriga rörelseintäkter	52
Not 7 Övriga rörelsekostnader	52
Not 8 Andelar i intresseföretags resultat	52
Not 9 Rörelsens kostnader fördelade per kostnadsslag	52
Not 10 Finansiella intäkter	53
Not 11 Finansiella kostnader	53
Not 12 Skatt på årets resultat	53
Not 13 Innehav utan bestämmande inflytande	53
Not 14 Immateriella anläggningstillgångar	53
Not 15 Materiella anläggningstillgångar	54
Not 16 Finansiella anläggningstillgångar	55
Not 17 Långfristiga fordringar på dotterföretag och intresseföretag	55
Not 18 Varulager	56
Not 19 Kundfordringar	56
Not 20 Transaktioner med närstående	56
Not 21 Övriga fordringar	57
Not 22 Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	57
Not 23 Finansiella tillgångar och skulder	57
Not 24 Eget kapital	57
Not 25 Övriga skulder	58
Not 26 Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	58
Not 27 Ställda säkerheter och Eventualförpliktelser/ Ansvarförbindelser	58
Not 28 Policy för finansiell riskhantering	58
Not 29 Viktiga uppskattningar och bedömningar för redovisningsändamål	58



Not 1 Redovisningsprinciper

Överensstämmelse med normgivning och lag

Koncernredovisningen har upprättats i enlighet med de International Financial Reporting Standards (IFRS) utgivna av International Accounting Standards Board. Vidare har Årsredovisningslagen samt Rådet för finansiell rapporterings rekommendation RFR 1 Kompletterande redovisningsregler för koncerner tillämpats.

Moderbolaget tillämpar Årsredovisningslagen samt Rådet för Finansiell rapporterings Rekommendation RFR 2 Redovisning för juridiska personer, dvs samma redovisningsprinciper som koncernen utom i de fall moderbolagets tillämpning av ÅRL begränsar möjligheterna att tillämpa IFRS i moderbolaget.

Standards, tolkningsuttalanden samt ändringar som tillämpas fr.o.m. 1 januari 2011

Per 1 januari 2011 har följande nya standarder och tolkningsuttalande trätt i kraft:

- IAS 32 Finansiella instrument: Klassificering - Klassificering av teckningsrätter – ändringar
- IFRS 1 Första gången IFRS tillämpas – ändringar
- IFRIC 14 Förskottsbetalning av ett lägsta fonderingskrav – ändringar
- IAS 24 Upplysningar om närstående – omarbetad
- IFRIC 19 Utsläckning av finansiella skulder med egetkapitalinstrument – tolkningsuttalande
- Årliga förbättringar

Ändrade IFRS-standarder samt tolkningsuttalanden från IFRIC har inte haft någon väsentlig effekt på koncernens resultat, finansiella ställning eller upplysningar.

Standarder och tolkningar som ännu inte trätt i kraft utan förutsätter godkännande av EU har ännu inte genomlysts av BioGaia.

Grund för rapporternas upprättande

De finansiella rapporterna är upprättade enligt anskaffningsvärdemetoden om inte annat anges.

Anläggningstillgångar, långfristiga skulder och avsättningar består i allt väsentligt enbart av belopp som förväntas återvinnas eller betalas efter mer än 12 månader räknat från balansdagen. Omsättningstillgångar och kortfristiga skulder består i allt väsentligt enbart av belopp som förväntas återvinnas eller betalas inom 12 månader från balansdagen.

Att upprätta rapporter i överensstämmelse med IFRS kräver användning av en del viktiga redovisningsmässiga uppskattningar. Vidare krävs att ledningen gör vissa bedömningar vid tillämpningen av företagets redovisningsprinciper. De områden som innefattar en hög grad av bedömning, som är komplexa eller sådana områden där antaganden och uppskattningar är av väsentlig betydelse för koncernredovisningen anges i not 29.

Koncernredovisningsprinciper

I koncernredovisningen ingår de företag över vilka moderbolaget har bestämmande inflytande. Bestämmande inflytande innebär att direkt eller indirekt ha rätt att utforma ett företags finansiella och operativa strategier i syfte att erhålla ekonomiska fördelar.

Koncernredovisningen har upprättats med tillämpning av förvärvsmetoden. Metoden innebär att förvärv av ett dotterföretag betraktas som en transaktion där koncernen indirekt förvärvat dotterföretagets tillgångar och övertar dess skulder och eventualförpliktelser. Det koncernmässiga anskaffningsvärdet fastställs genom en förvärvsanalys i anslutning till förvärvet. Anskaffningsvärdet för dotterföretagsaktierna (överförd ersättning) respektive rörelsen utgörs av de verkliga värdena per överlåtelsesdagen för tillgångar, uppkomna eller övertagna skulder och emitterade egetkapitalinstrument som lämnats som vederlag i utbyte mot de förvärvade netto-tillgångarna. Transaktionskostnader som uppstår i samband med ett förvärv kostnadsförs direkt. I de fall delförvärv innebär att bestämmande inflytande erhålls i det förvärvade företaget ("kontrollförvärv") så omvärderas tidigare ägd andel i företaget till verkligt värde. Resultatet av omvärdering redovisas i Rapport över totalresultatet. Vid förvärv av innehav utan bestämmande inflytande finns två alternativ för redovisning av goodwill, full goodwill eller partiell goodwill. Val av metod sker för respektive förvärv. Förvärv som sker efter att bestämmande inflytande erhållits eller vid avyttring när bestämmande inflytande kvarstår betraktas som en ägartransaktion och redovisas mot eget kapital.

Dotterföretag tas in i koncernredovisningen från och med förvärvstidpunkten till det datum då det bestämmande inflytandet upphör. Koncerninterna fordringar och skulder, intäkter eller kostnader och orealiserade vinster eller förluster som uppkommer från koncerninterna transaktioner mellan koncernföretag, elimineras i sin helhet vid upprättandet av koncernredovisningen.

Omräkning av utländsk valuta

Funktionell valuta
Funktionell valuta är valutan i de primära ekonomiska miljöer där de i koncernen ingående bolagen bedriver sin verksamhet.

Transaktioner

Transaktioner i utländsk valuta omräknas till den funktionella valutan till den valutakurs som föreligger vid transaktionstidpunkten. Monetära tillgångar och skulder i utländsk valuta räknas om till den funktionella valutan till balansdagens kurs. Valutakursdifferenser som uppstår vid omräkningarna redovisas i resultatet. Icke-monetära tillgångar och skulder redovisas till historiska anskaffningsvärden och omräknas till valutakurs vid transaktionstillfället. Icke-monetära tillgångar och skulder som redovisas till verkliga värden omräknas till den funktionella valutan till den kurs som råder vid tidpunkten för värdering till verkligt värde.

Värdeförändringar avseende rörelserelaterade fordringar och skulder redovisas i rörelseresultatet medan värdeförändringar avseende finansiella fordringar och skulder redovisas i finansnettot.

Utländska verksamheters finansiella rapportering
Tillgångar och skulder i utländska koncernbolag omräknas från respektive koncernbolags funktionella valuta till koncernens rapporteringsvaluta, svenska kronor, till balansdagens kurs. Intäkter och kostnader i en utlandsverksamhet omräknas till svenska kronor till genomsnittskurs, vilket utgör en approximation av kurserna vid respektive transaktionstidpunkt. En genomsnittskurs tas fram kvartalsvis. Omräkningsdifferenser som uppstår vid valutaomräkning av utländska koncernbolags verksamheter redovisas i övrigt totalresultat.

Nettoinvesteringar i koncernbolag

Fordringar på en utlandsverksamhet, för vilken reglering inte är planerad eller troligen inte kommer att ske inom överskådlig framtid, är i praktiken en del av företagets nettoinvesteringar i den självständiga utlandsverksamheten. Omräkningsdifferenser som uppstår i samband med omräkning av långfristiga lån i utländsk valuta som utgör nettoinvestering redovisas direkt mot övrigt totalresultat som en omräkningsreserv.

Intresseföretag

Intresseföretag är de företag där koncernen har ett betydande men inte bestämmande inflytande. Aktieinnehav i intresseföretaget redovisas enligt kapitalandelsmetoden, vilket innebär att aktierna redovisas till anskaffningsvärde vid anskaffningstillfället och därefter justeras med bolagets andel av förändringar i intresseföretagets nettotillgångar.

Rapportering för segment

Koncernen har den 1 januari 2009 implementerat IFRS 8 Rörelsesegment. Koncernledningen har analyserat koncernens interna rapportering och fastställt att koncernens verksamhet styrs och utvärderas baserat på följande segment:

- Konsumentfärdiga produkter: Försäljning av maghälsotabletter, droppar och munhälsa produkter mm
- Insatsprodukter: Försäljning av kulturer som ingrediens i en licenstillverkarens produkt, tex modersmjölkersättning, välling och mejeriprodukter, royaltyintäkter för användandet av *Lactobacillus reuteri* samt försäljning av LifeTop Straw och LifeTop Cap
- Övriga produkter: Animal Health mm

Intäktsredovisning

BioGaias intäkter består huvudsakligen av försäljning av konsumentfärdiga produkter (maghälsotabletter, droppar och munhälsa-produkter) till distributörer. Intäkterna består även av försäljning av insatsprodukter för användandet av *Lactobacillus reuteri* i licenstagares produkter (tex välling och mejeriprodukter), till viss del royalty intäkter för användandet av *Lactobacillus reuteri* i licenstagares produkter samt försäljning av leveranssystem såsom sugrör och kapsyler.

Intäkt vid försäljning av varor redovisas när beloppet kan mätas på ett tillförlitligt sätt, det är sannolikt att framtida ekonomiska fördelar kommer att tillfalla företaget och kriterier har uppfyllts för leverans i enlighet med försäljnings- och fraktvillkor.

Forts. not 4

arbetsgivarens sjukförsäkring och försäkringskassan en ersättning totalt på ca 65-87% efter 3 månaders karenstid (beroende på lönenivå).

Ersättning till ledande befattningshavare

Till styrelsens ordförande och ledamöter utgår arvode enligt årsstämans beslut. Styrelsen har tillsatt ett ersättningsutskott bestående av styrelseordförande David Dangoor och styrelseledamoten Stefan Elving. Ersättningsutskottet skall bereda frågor om ersättning och andra anställningsvillkor för ledande befattningshavare. Principer för ersättning till ledande befattningshavare fastställs på årsstämman. Ersättningsutskottets uppgift är att upprätta förslag i enlighet med dessa principer. Styrelseledamoten Jan Annwall var vice vd t.o.m. 1/4 2010 och arbetar därefter som konsult åt BioGaia i begränsad omfattning.

Ersättning till vd och andra ledande befattningshavare som är anställda i bolaget utgörs av grundlön samt övriga förmåner. Med andra ledande befattningshavare avses de 7 personer som tillsammans med vd utgör koncernledningen. En ledande befattningshavare arbetar som konsult sedan 2003.

Vid uppsägning från bolagets sida föreligger rätten till lön under en uppsägningstid om 18 månader för vd och sex månader för vice vd:ar. Övriga ledande befattningshavare har vid uppsägning från bolagets sida en uppsägningstid enligt lagen om anställningsskydd dock minst 3 månader. För vd gjordes en extra pensionsbetalning under 2011 om 750 tkr. Dessutom betalas sjukförsäkring för vd innebärande en ersättning om cirka 75% av lönen i sjukersättning efter tre månader. För övrigt har vd samma förmåner som övriga anställda.

Inga avtal om avgångsvederlag finns vare sig för vd eller övriga ledande befattningshavare.

Ersättningar och övriga förmåner under året

	Styrelse-arvode	Grundlön	Rörlig ersättning	Pensionsförsäkring inkl sjukförsäkring	Övrig ersättning	Summa
Styrelsens ordförande						
David Dangoor	300					300
Styrelseledamot Jan Annwall	150				296	446
Styrelseledamot Stefan Elving	150					150
Styrelseledamot Thomas Flinck	150					150
Styrelseledamot Inger Holmström	150					150
Styrelseledamot Jörgen Thorball	150					150
Styrelseledamot Paula Zeilon	150					150
VD Peter Rothschild		1 639	136	1 161		2 936
Andra ledande befattningshavare (7 personer)	5 383	601	954	2 384		9 322
	1 200	7 022	737	2 115	2 680	13 754

Kommentarer till tabellen

Övrig ersättning till annan ledande befattningshavare avser konsultarvode till en före detta anställd som from 2003 arbetar som konsult åt företaget och är med i ledningsgruppen.

BioGaias incitamentsprogram för personalen

I juni 2007 genomfördes det optionsprogram som beslutats på årsstämman samma år. Detta optionsprogram avslutades 2010. I och med att detta optionsprogram nu är avslutat har BioGaia inga pågående optionsprogram.

Fördelning mellan antal kvinnor och män	2011 Kvinnor	2010 Kvinnor	2011 Män	2010 Män
Styrelseledamöter	2	2	5	5
Ledning inklusive vd	2	2	6	6

Not 5 Revisorernas arvode

	Koncernen 2011	2010	Moderbolaget 2011	2010
Grant Thornton Sweden AB				
Revisionsuppdrag	431	488	346	485
Revision utöver revisionsuppdrag	120	120	120	120
Skatt	25	31	15	31
Andra tjänster	34	14	34	13

Cherry, Bekaert & Holland, L.L.P.

Revisionsuppdrag	41	67	-	-
Andra tjänster	100	123	-	-

Nakashima Accounting Firm

Revisionsuppdrag	18	17	-	-
Andra tjänster	-	-	-	-

Med revisionsuppdrag avses revisors arbete för den lagstadgade revisionen och med revisionsverksamhet olika typer av kvalitetssäkringstjänster.

Övriga tjänster är sådant som inte ingår i revisionsuppdrag, revisionsverksamhet eller skatterådgivning.

Not 6 Övriga rörelseintäkter

	Koncernen 2011	2010	Moderbolaget 2011	2010
Kursvinster på fordringar och skulder av rörelsekaraktär, netto	304	-	304	-
	304	-	304	-

Not 7 Övriga rörelsekostnader

	Koncernen 2011	2010	Moderbolaget 2011	2010
Kursförluster på fordringar och skulder av rörelsekaraktär, netto	-	3 242	-	3 242
	-	3 242	-	3 242

Not 8 Andelar i intresseföretags resultat

	2011	2010
Andel av TwoPac ABs resultat	-	1 200

Se även information i not 16.

Not 9 Rörelsens kostnader fördelade per kostnadslag

	Koncernen 2011	2010	Moderbolaget 2011	2010
Kostnader för varor	98 727	78 111	106 868	77 594
Personalkostnader	50 529	39 887	35 727	32 032
Avskrivningar	5 425	2 836	2 096	2 369
Övriga rörelsekostnader	57 456	61 090	57 473	50 436
	212 137	181 924	202 164	162 431

I rörelsens kostnader ingår leasingavgifter med 192 (177) tkr. Det sammanlagda beloppet av framtida minimileaseavgifter förfaller enligt följande:

Inom ett år: 130

Inom två till fem år: 154

Koncernens framtida betalningsåtaganden vad gäller hyror uppgår till 7,8 miljoner kronor varav 7,0 miljoner kronor avser moderbolaget. Koncernens hyror förfaller till betalning med 3,8 miljoner kronor inom ett år och 4,0 miljoner kronor inom två till fem år.

Not 10 Finansiella intäkter

	Koncernen 2011	2010	Moderbolaget 2011	2010
Ränteintäkter	3 270	1 091	5 947	2 334
Valutakursvinst terminer	2 522	12 426	2 522	12 426
	5 792	13 517	8 469	14 760

Moderbolaget och koncernen har per 31 december 2011 utestående valutaterminer i euro på 13,3 miljoner (13,9) euro till en genomsnittskurs på 9,30 varav 8,9 miljoner euro förfaller under 2012 och 4,4 miljoner euro 2013. Den realiserade kursvinsten/kursförlusten redovisas som en finansiell intäkt/kostnad.

Not 11 Finansiella kostnader

	Koncernen 2011	2010	Moderbolaget 2011	2010
Övriga finansiella kostnader	84	100	78	95
	84	100	78	95

Not 12 Skatt på årets resultat

	Koncernen 2011	2010	Moderbolaget 2011	2010
Aktuell skatt	-29 160	-18 419	-29 134	-18 395
Skatt på lämnat koncernbidrag	-	-	-647	-1 593
Uppskjuten skatt	-185	-4 100	-	-3 050
	-29 345	-22 519	-29 781	-23 038

Uppskjuten skattekostnad/skatteintäkt

	Koncernen 2011	2010	Moderbolaget 2011	2010
Uppskjuten skattekostnad hänförlig till utnyttjande av tidigare aktiverade underskottsavdrag	-	-4 101	-	-3 049
Uppskjuten skatteintäkt hänförlig till under året aktiverat skattevärde i underskottsavdrag	-185	-	-	-
Uppskjuten skatt avseende temporära skillnader	-	1	-	-1
	-185	-4 100	-	-3 050

Skillnaden mellan nominell skatt och faktisk skattekostnad

	Koncernen 2011	2010	Moderbolaget 2011	2010
Redovisat resultat före skatt	108 867	69 687	102 260	71 390
Nominell skatt 26,3%	-28 632	-18 328	-26 894	-18 776
Skatteeffekt av ej aktiverade underskottsavdrag	-2 050	-4 382	-	-
Skatteeffekt av övrigt ej avdragsgillt eller skattepliktigt	-237	191	-2 887	-4 261
Skatteeffekt på koncernjusteringar	1 574	4	-	-
Skatteeffekt på temporära skillnader	-	-4	-	-1
	-29 345	-22 519	-29 781	-23 038

Koncernens underskottsavdrag uppgår till totalt 61,9 (54,1) miljoner kronor per den 31 december 2011. Underskott om 0 (0) tkr är hänförliga till de svenska bolagen.

Uppskjuten skatt har ej redovisats för underskottsavdrag uppgående till 61,9 (54,1) miljoner kronor. Dessa underskott är hänförliga till det japanska dotterbolaget och förfallotidpunkten för dessa är för 3 101 tkr räkenskapsåret 2013, för 11 907 tkr 2014, för 11 093 tkr 2015, 12 699 tkr 2016, 15 259 tkr 2017 och för 7 814 tkr 2018.

Not 13 Innehav utan bestämmande inflytande

	2011	2010
Vid årets början	98	-166
Andel av erhållet koncernbidrag	-	346
Förändring av koncernstruktur	-2 660	-
Innehav utan bestämmande inflytandes andel av årets resultat	3 153	-82
Vid årets slut	591	98

Innehav utan bestämmande inflytande avser dels 9,9% av dotterbolaget CapAble AB som ägs av dess vd, dels 50% av dotterbolaget TwoPac AB som ägs av TwoPacs ledning.

Forts. not 23

Not 24 Eget kapital

Aktiekapitalet i BioGaia AB består av 740 668 A-aktier med 10 rösträtter per aktie och 16 530 294 B-aktier med en rösträtt per aktie. A- och B-aktier medför samma rätt till andel i bolagets tillgångar och vinst. Kvotvärde för både A- och B-aktie är 1 krona per aktie. Samtliga aktier är fullt betalda och inga aktier är reserverade för överlåtelse. Inga aktier innehas av bolaget själv eller dess dotterföretag.

Övrigt tillskjutet kapital utgörs inbetalningar gjorda av aktieägare utöver kvotvärdet.

Omräkningsreserv uppstår vid omräkning av utländska nettotillgångar enligt förvärvsmetoden.

Balanserat resultat är övrigt eget kapital. Moderbolagets utdelning 2011 var 34,5 miljoner kronor och motsvarade 2,00 kronor per aktie. Styrelsen och verkställande direktören föreslår att bolaget 2012 lämnar en ordinarie utdelning på 1,26 kronor per aktie samt en extra utdelning på 2,74 kronor vilket ger en total utdelning på 4,00 kronor per aktie. Detta motsvarar en utdelning på totalt 69,1 miljoner kronor.

Innehav utan bestämmande inflytande utgör 9,9% av dotterföretaget CapAbles eget kapital, samt 50% av dotterföretaget TwoPac AB.

BioGaiakoncernens egna kapital består av summan av eget kapital hänförlig till BioGaia ABs aktieägare och eget kapital hänförlig till minoritetsägare. Vid årsskiftet uppgick koncernens kapital till 230,3 (187,3) miljoner kronor och eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare uppgick till 229,8 (187,2) miljoner kronor.

Utdelningspolicy

Bolagets policy är att utdelning till aktieägarna skall uppgå till 30% av vinsten efter skatt.

Nyckeltal avseende eget kapital

	2011	2010
Antal aktier per den 31/12, tusental	17 271	17 271
Genomsnittligt antal aktier, tusental	17 271	17 230
Antal utestående optioner, tusental	–	–
Antal utestående optioner som ger utspädnings effekt, tusental	–	–
Antal utestående aktier inklusive utestående optioner som ger utspädnings effekt, tusental	17 271	17 271
Resultat per aktie, kr	4,42	2,74
Resultat per aktie efter utspädning, kr	4,42	2,74
Eget kapital per aktie före utspädning, kr	13,30	10,84
Eget kapital per aktie efter utspädning, kr	13,30	10,84
Avkastning eget kapital, %	37	27
Börskurs bokslutsdagen, kr	163	96,00
Utdelning per aktie, kr	4,00 ¹⁾	2,00

¹⁾ Föreslagen men ej beslutad utdelning. Styrelsen och verkställande direktören föreslår att bolaget lämnar en ordinarie utdelning på 1,26 kronor samt en extra utdelning på 2,74 kronor vilket ger en total utdelning på 4,00 kronor/aktie.

Not 25 Övriga skulder

	Koncernen 2011	2010	Moderbolaget 2011	2010
Personalskatt	880	696	779	667
Övriga kortfristiga skulder	416	–	–	–
	1 296	696	779	667

Not 26 Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter

	Koncernen 2011	2010	Moderbolaget 2011	2010
Semesterlöneskuld	3 985	3 699	3 364	3 315
Upplupna sociala avgifter	859	648	709	625
Övriga upplupna kostnader	10 321	5 814	9 190	5 432
	15 165	10 161	13 263	9 572

Not 27 Ställda säkerheter och Eventualförpliktelser/Ansvarförbindelser

	Koncernen 2011	2010	Moderbolaget 2011	2010
Ställda säkerheter				
Företagsinteckningar	2 000	2 000	2 000	2 000
Spärrat konto för nyanläggning TwoPac AB	3 874	–	–	–
Ansvarförbindelser	Inga	Inga	Inga	Inga

Not 28 Policy för finansiell riskhantering

Det övergripande målet för koncernens finansfunktion är att tillhandahålla en kostnadseffektiv finansiering av koncernens verksamhet och koncernbolag samt att tillhandahålla en säker medelförvaltning med marknadsmissig avkastning på placerade medel. Det övergripande målet för den finansiella riskhanteringen är att minimera riskerna för negativ påverkan på koncernens resultat. Härav följer att koncernens finansiella investeringar ska ske med en låg riskprofil.

Nedan beskrivs koncernens bedömda riskexponering med åtföljande riskhantering:

Valutarisker

BioGaia har intäkter i framförallt EUR (ca 80% av omsättningen) och kostnader i framförallt SEK, EUR, JPY och USD. Under 2011 hade bolaget ett kassaflödesöverskott på cirka 17,6 (14,0) miljoner EUR, ett kassaflödesunderskott på 65,2 (170,0) miljoner JPY och ett kassaflödesunderskott på 0,3 (0,6) miljoner USD. Med den ökade omsättningen ökar valutariskerna varför bolaget har gjort terminssäkringar i EUR. Bolagets styrelse har utfärdat en policy som innebär en terminssäkring av cirka 50-60% av kassaflödet 12 månader framåt och cirka 10-40% 13-24 månader framåt för att sprida risken för fluktuationer i valutan. Bolaget har per den 31 december 2011 valutaterminer på 13,3 miljoner EUR till en genomsnittskurs på 9,30 varav 8,9 miljoner EUR förfaller 2012 och 4,4 miljoner 2013. För mer information se not 10 och 21. Med en starkare krona jämfört med euron kommer BioGaias omsättning och resultat minska men genom lönsamma terminsaffärer samt att även försöka styra om en del kostnader till euro försöker bolaget minimera resultatminskningen. BioGaia försöker även att styra om en del intäkter från euro till andra valutor, främst SEK.

Ränterisker

Koncernen har inga lån och därmed inga ränterisker. Överlikviditet placeras i bank eller i räntepapper med hög rating, vilket bolaget bedömer som riskfri placering.

Kreditrisker

BioGaias kreditrisker är knutna till kundfordringar och för moderbolaget även lån till dotterföretag. Vid teckning av avtal med nya kunder sker alltid en utvärdering av kundens ekonomiska ställning. Bolaget har rutiner för att kräva in förfallna fordringar och vid behov görs ytterligare utvärdering om kundens ekonomiska ställning för att minimera riskerna. Lånet från moderbolaget till dotterföretaget CapAble AB har använts till köp av maskin för tillverkning av Lifetop Cap. Bolaget bedömer att det inte finns någon kreditrisk för lånet. Lånet från moderbolaget till dotterföretaget TwoPac AB har huvudsakligen använts för att bygga en ny tillverkningsanläggning i Eslöv. Bolaget bedömer att det inte finns någon kreditrisk för lånet.

Forts. not 28

Likviditetsrisker

Överlikviditet placeras i bank eller i räntepapper med hög rating.

Kassaflödesrisker

BioGaia hade under 2011 ett positivt kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital på 77,2 (66,0) miljoner kronor. Efter rörelsekapitalförändringar uppgick kassaflödet till 72,8 (69,0) miljoner kronor. Det totala kassaflödet uppgick till 24,7 (47,5) miljoner kronor. Efter-som likvida medel per 31 december 2011 uppgår till 171,5 (146,9) miljoner kronor och kassaflödet är positivt är något kapitaltillskott inte aktuellt.

Prisrisker

BioGaia köper de flesta av sina varor på en internationell marknad med flera alternativa leverantörer vilket minimerar bolagets prisrisk.

Not 29 Viktiga uppskattningar och bedömningar för redovisningsändamål

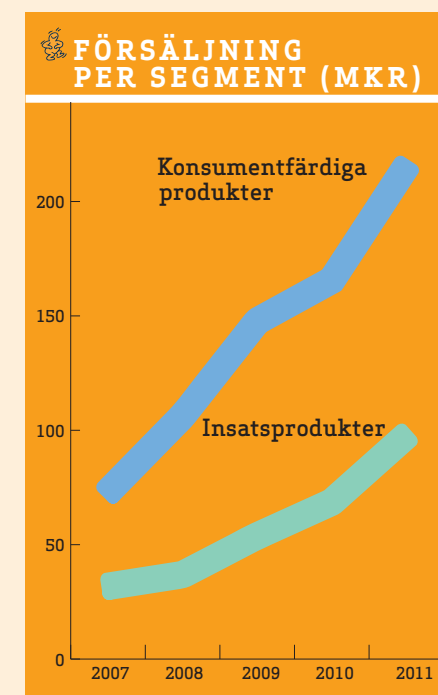
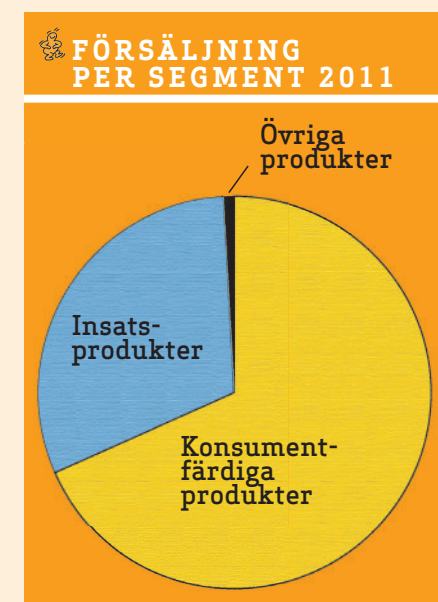
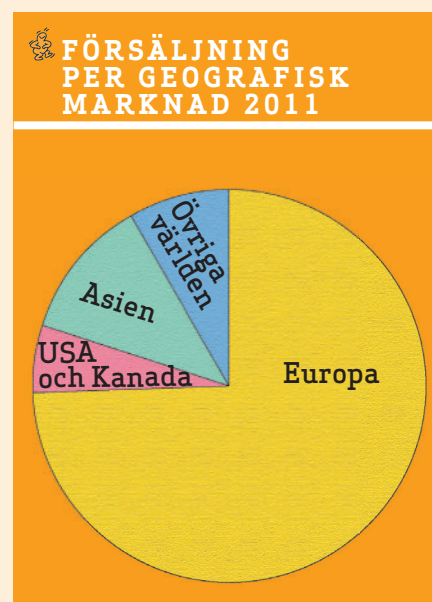
Vissa källor till osäkerhet i redovisningsmässiga uppskattningar och bedömningar beskrivs nedan.

BioGaias satsning i Japan

Det japanska dotterbolaget har visat förluster sedan starten 2006. Den tidigare valda affärsmodellen visade sig inte vara framgångsrik och under 2010 beslutades att byta affärsmodell i Japan till den som används på övriga marknader. Under 2011 har därför förlusten i det japanska bolaget minskat och rörelseresultatet, uppgår till -3,9 (-14,8) miljoner kronor. Per balansdagen finns tillgångar avseende det japanska bolaget upptagna till 8,7 (5,6) miljoner kronor. Bolaget bedömer att bolaget kommer att visa god lönsamhet i framtiden och det inte finns något nedskrivningsbehov av dessa tillgångar.

Andelar i koncernföretag

CapAble som till 90,1 % ägs av BioGaia AB startades i november 2008 för att låta tillverka och sälja den patenterade LifeTop Cap kapsylen. Andelar i dotterbolaget CapAble uppgår i moderbolaget sammanlagt till 6,9 miljoner kronor. CapAble har sedan starten 2008 visat förlust. Resultat före skatt uppgår 2011 till -2,5 miljoner kronor. BioGaia har gett villkorade aktieägartillskott till CapAble om totalt 6 miljoner kronor under 2009 och 2010. BioGaia bedömer att CapAble kommer att visa lönsamhet inom kommande år, vilket gör att något nedskrivningsbehov inte föreligger på balansdagen.

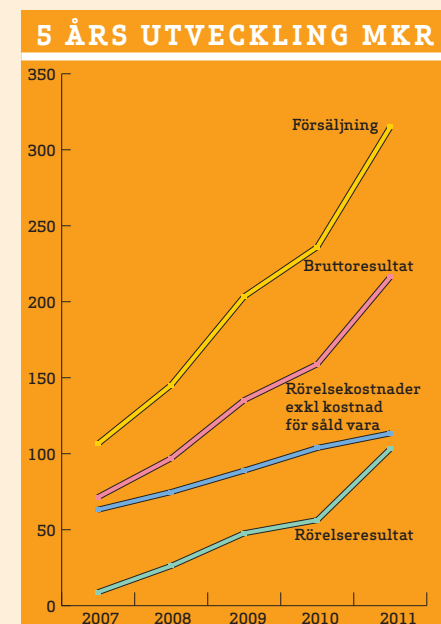


Fem år i sammandrag

Nyckeltal	2011	2010	2009	2008	2007
Nettoomsättning, Mkr	315,0	236,0	203,5	145,2	106,6
Rörelseresultat, Mkr	103,2	56,3	47,7	25,8	8,9
Resultat före skatt, Mkr	108,9	69,7	53,1	24,0	10,7
Resultat efter skatt, Mkr	79,5	47,2	36,0	36,1	19,7
Resultat efter skatt hänförlig till moderbolagets aktieägare, Mkr	76,4	47,3	36,3	36,1	19,7
Tillväxt, %	33	16	40	36	23
Rörelsemarginal, %	33	24	23	18	8
Vinstmarginal, %	35	30	26	17	10
Balanslikviditet, ggr	5,2	5,1	8,2	5,1	5,1
Soliditet, %	82	82	90	86	86
Sysselsatt kapital, Mkr	230,5	187,3	161,1	132,4	94,9
Avkastning sysselsatt kapital, %	52	40	36	25	13
Avkastning eget kapital, %	37	27	25	32	23
Medelantalet anställda	61	45	43	39	37
Aktiedata					
Antal aktier per den 31/12, tusental ¹⁾	17 271	17 271	17 208	17 208	17 208
Genomsnittligt antal aktier, tusental	17 271	17 230	17 208	17 208	17 208
Antal utestående optioner, tusental	–	–	129	129	129
Antal utestående optioner som ger utspädningseffekt, tusental	–	–	129	–	–
Antal utestående aktier inklusive utestående optioner som ger utspädningseffekt, tusental	17 271	17 271	17 337	17 208	17 208
Vinst per akte före utspädning, kr	4,42	2,74	2,11	2,10	1,14
Vinst per aktie efter utspädning, kr	4,42	2,74	2,09	2,10	1,14
Eget kapital per aktie, kr	13,30	10,84	9,37	7,69	5,52
Eget kapital per aktie efter utspädning, kr	13,30	10,84	9,30	7,69	5,52
Börskurs bokslutsdagen, kr	163,00	96,00	80,00	33,10	27,80
Utdelning per aktie, kr	4,00 ²⁾	2,00	1,50	0,40	–

¹⁾ Aktiekapitalet består av 740 668 A-aktier och 16 530 294 B-aktier. Kvotvärdet uppgår till 1 krona.

²⁾ Föreslagen men ej beslutad utdelning.



Definitioner

Avkastning på eget kapital

Vinst hänförlig till moderbolagets aktieägare i förhållande till genomsnittligt eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare.

Avkastning sysselsatt kapital

Resultat före finansnetto plus finansiella intäkter i förhållande till genomsnittligt sysselsatt kapital.

Balanslikviditet

Totala omsättningstillgångar i förhållande till kortfristiga skulder.

Eget kapital per aktie före utspädning

Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare i förhållande till antalet akter.

Eget kapital per aktie efter utspädning

Eget kapital hänförligt till moderbolagets aktieägare i förhållande till antal aktier plus antal utestående optioner som ger utspädningseffekt.

Vinst per aktie före utspädning

Resultat efter skatt hänförligt till moderbolagets aktieägare i förhållande till antal aktier.

Vinst per aktie efter utspädning

Resultat efter skatt hänförligt till moderbolagets aktieägare i förhållande till antal aktier plus antal utestående optioner som ger utspädningseffekt.

Rörelsemarginal

Rörelsens resultat i förhållande till omsättningen.

Soliditet

Eget kapital i förhållande till totalt kapital.

Sysselsatt kapital

Balansomslutning minus icke räntebärande skulder.

Tillväxt

Årets omsättning minus föregående års omsättning i förhållande till föregående års omsättning.

Vinstmarginal

Vinst före skatt i förhållande till omsättning.

Revisionsberättelse

Till årsstämman i BioGaia AB (publ), org. nr 556380-8723

Rapport om årsredovisningen och koncernredovisningen

Vi har reviderat årsredovisningen och koncernredovisningen för BioGaia AB för år 2011. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår i den tryckta versionen av detta dokument på sidorna 38-60.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar för årsredovisningen och koncernredovisningen

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta en årsredovisning som ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen och en koncernredovisning som ger en rättvisande bild enligt internationella redovisningsstandarder IFRS, såsom de antagits av EU, och årsredovisningslagen, och för den interna kontroll som styrelsen och verkställande direktören bedömer är nödvändig för att upprätta en årsredovisning och koncernredovisning som inte innehåller väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel.

Revisorns ansvar

Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen och koncernredovisningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige. Dessa standarder kräver att vi följer yrkesetiska krav samt planerar och utför revisionen för att uppnå rimlig säkerhet att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter.

En revision innefattar att genom olika åtgärder inhämta revisionsbevis om belopp och annan information i årsredovisningen och koncernredovisningen. Revisorn väljer vilka åtgärder som ska utföras, bland annat genom att bedöma riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen och koncernredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel. Vid denna riskbedömning beaktar revisorn de delar av den interna kontrollen som är relevanta för hur bolaget upprättar årsredovisningen och koncernredovisningen för att ge en rättvisande bild i syfte att utforma granskningsåtgärder som är ändamålsenliga med hänsyn till omständigheterna, men inte i syfte att göra ett uttalande om effektiviteten i bolagets interna kontroll. En revision innefattar också en utvärdering av ändamålsenligheten i de redovisningsprinciper som har använts och av rimligheten i styrelsens och verkställande direktörens uppskattningar i redovisningen, liksom en utvärdering av den övergripande presentationen i årsredovisningen och koncernredovisningen.

Vi anser att de revisionsbevis vi har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Uttalanden

Enligt vår uppfattning har årsredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av moderbolagets finansiella ställning per den 31 december 2011 och av dess finansiella resultat och kassaflöden för året enligt årsredovisningslagen, och koncernredovisningen har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av koncernens finansiella ställning per den 31 december 2011 och av dess resultat och kassaflöden enligt internationella redovisningsstandarder, såsom de antagits av EU, och årsredovisningslagen. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker därför att årsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och för koncernen.

Rapport om andra krav enligt lagar och andra författningar

Utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen har vi även reviderat förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för BioGaia AB för år 2011.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust, och det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för förvaltningen enligt aktiebolagslagen.

Revisorns ansvar

Vårt ansvar är att med rimlig säkerhet uttala oss om förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst och om förvaltningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige.

Som underlag för vårt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande bolagets vinst har vi granskat styrelsens motiverade yttrande samt ett urval av underlagen för detta för att kunna bedöma om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen och bolagsordningen.

Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningskyldig mot bolaget. Vi har även granskat om någon styrelseledamot eller verk-

ställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Vi anser att de revisionsbevis vi inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

Uttalanden

Vi tillstyrker att årsstämman disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Stockholm den 21 februari 2012
Grant Thornton Sweden AB

Lena Möllerström Nording
Auktoriserad revisor

BioGaia-aktien

Siffror inom parentes avser föregående år

Börshandel

BioGaia ABs B-aktie noteras sedan maj 1998 på OMX Nordiska börs i Stockholm. Per den 1 januari 2012 flyttades aktierna från listan för mindre bolag till listan för medelstora bolag. Under 2011 omsattes aktier till ett värde av cirka 872 (524) miljoner kronor vilket motsvarar cirka 6,3 (5,8) miljoner aktier.

Antalet aktieägare var 6 752 (6 985) den 31 december 2011.

Antalet aktier i BioGaia AB uppgår till 740 668 A-aktier och 16 530 294 B-aktier.

Kursutveckling

Aktiekursen steg från 96,00 till 163,00 under 2011. Årets högsta slutkurs var 174,00 kronor och årets lägsta var 94,50 kronor. Börsvärde per den 31 december 2011 var cirka 2 815 (1 660) miljoner kronor.

Utdelningspolicy

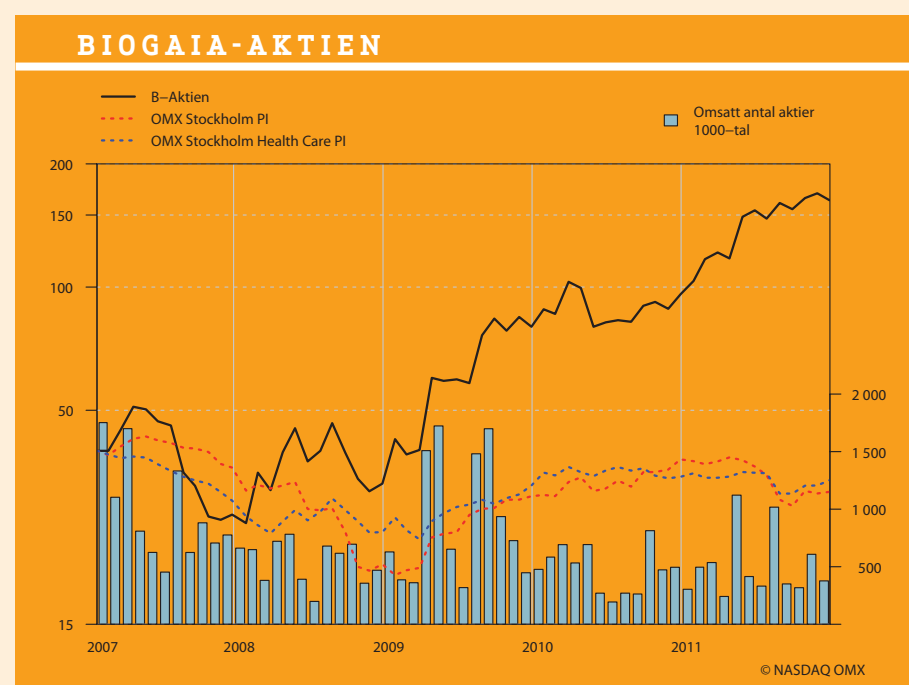
Polycyn är att utdelning till aktieägarna ska uppgå till 30% av vinsten efter skatt.

Incitamentsprogram

BioGaia har inga pågående optionsprogram.

Aktiefördelning

Antal värdepapper	Totalt antal ägare	
	2010-12-31	2011-12-31
1-500	5 221	5 245
501-1 000	927	781
1 001-5 000	621	525
5 001-10 000	86	72
10 001-15 000	24	21
15 001-20 000	18	13
20 001-	88	95
Totalt antal ägare:	6 985	6 752



BioGaias största aktieägare den 31 december 2011 (källa: Euroclear Sweden AB)

	A-aktier tusental	B-aktier tusental	Aktiekapital tkr	Antal röster tusental	Kapital procent	Röster procent
Annwall & Rothschild Inv. AB	741	1 259	2 000	8 666	11,6	36,2
Sebastian Jahreskog		1 061	1 061	1 061	6,1	4,4
David Dangoor (inkl bolag)		569	569	569	3,3	2,4
SIX SIS AG		569	569	569	3,3	2,4
Futuris		530	530	530	3,1	2,2
Pictet & CIE		519	519	519	3,0	2,1
Livförsäkringsaktiebolaget Skandia		477	477	477	2,8	2,0
Swedbank Robur fonder		416	416	416	2,4	1,7
Handelsbanken fonder		406	406	406	2,4	1,7
AMF Försäkring och Fonder		388	388	388	2,3	1,6
Skandinaviska Enskilda Banken S.A., NQI		387	387	387	2,2	1,6
Banque Carnegie Luxembourg SA		309	309	309	1,8	1,3
Försäkringsaktiebolaget Avanza Pension		303	303	303	1,8	1,3
Credit Agricole Suisse SA		300	300	300	1,7	1,3
Caroline Hamilton		299	299	299	1,7	1,3
Fidelity Nordic Fund		285	285	285	1,7	1,2
Hanvad Invest Aktiebolag		268	268	268	1,6	1,1
Lars Thunberg		214	214	214	1,2	0,9
Tanglin Asset Management AB		178	178	178	1,0	0,7
Subfund Ruffer European FD		165	165	165	1,0	0,7
Sten Irwe		158	158	158	0,9	0,7
Incore bank AG		152	152	152	0,9	0,6
Lärerstandens Brandförsäkring GE		130	130	130	0,8	0,5
Goldman Sachs International		127	127	127	0,7	0,5
Nordnet pensionsföräkring AB		125	125	125	0,7	0,5
Övriga		6 936	6 936	6 936	40,1	29,0
Totalt	741	16 530	17 271	23 937	100,0	100,0

Förändringar av aktiekapitalet från bolagets bildande

År	Transaktion	Ökning av antal aktier	Ökning av aktiekapital, kr	Totalt aktie- kapital, kr	Totalt antal A-aktier	Totalt antal B-aktier	Kvot- värde, kr	Emissions likvid, kr
1990	Bolagsbildning			150 000		30 000	5,00	-
1991	Nyemission	12 857	64 285	214 285		42 857	5,00	4 500 000
1993	Nyemission	12 554	62 770	277 055		55 411	5,00	4 394 341
1995	Nyemission	2 303	11 515	288 570		57 714	5,00	806 009
1996	Fondemission/Split	60 541 986	5 771 400	6 059 970	4 740 278	55 859 422	0,10	-
1996	Nyemission	18 200 000	1 820 000	7 897 970	4 740 278	74 059 422	0,10	15 320 000
1997	Nyemission							
	Banco Fonder	2 608 696	260 870	8 140 840	4 740 278	76 668 118	0,10	5 760 000
1997	Nyemission							
	BioGaia Fermentation	4 400 000	440 000	8 580 840	4 740 278	81 068 118	0,10	7 469 000
1997	Nyemission	21 452 099	2 145 210	10 726 050	5 925 347	101 335 148	0,10	38 597 265*
1998	Nyemission	5	1		5 925 350	101 335 150	0,10	20
1998	Sammanläggning				592 535	10 133 515	1,00	-
1998	Nyemission (introduktion Stockholmsbörsen)	2 681 512	2 681 512	13 407 562	740 668	12 666 894	1,00	57 934 131*
2000	Nyemission november	3 275 000	3 275 000	16 682 562	740 668	15 941 894	1,00	73 031 886*
2000	Nyemission december	425 000	425 000	17 107 562	740 668	16 366 894	1,00	11 505 294*
2004	Nyemission Industrifonden	100 000	100 000	17 207 562	740 668	16 466 894	1,00	100 000
2010	Nyemission optionsprogram	63 400	63 400	17 270 962	740 668	16 530 294	1,00	4 862 780

* Exklusive omkostnader

BioGaias styrelse

Foto: Anette Andersson



David Dangoor
född 1949.
Styrelseordförande. Invald i styrelsen 2003.
Civilekonom. Marknadsförings- och PR-konsult.
Vd Innoventive Partners LLC. Tidigare vice vd och marknadschef Philip Morris USA och Philip Morris International.
Övriga styrelseuppdrag: Bland annat Lifetime Brands, Inc., New York, City Ballet Inc., School of Creative Leadership, Berlin University och Svensk-Amerikanska Handelskammaren (SACC NY, ordförande 1997–2001).
Innehar 518 918 B-aktier samt 50 000 B-aktier via privat bolag.



Inger Holmström
född 1948.
Invald i styrelsen 2007.
Fil Mag i språk och examinerad journalist. Kommunikations- och relationsdirektör Paf. Tidigare kommunikationsdirektör vid Coop Norden, Posten samt Vattenfall.
Övriga styrelseuppdrag: Star Management AB.
Innehar 500 B-aktier.



Jörgen Thorball
född 1962.
Invald i styrelsen 2008.
Läkare. Managing Partner XOventure GmbH. Tidigare internationella ledande befattningar i bland annat Novozymes, BioGaia, Aventis och Pharmacia.
Övriga styrelseuppdrag: ViroGates A/S, YourGlobalEye Aps och Immudex A/S.
Innehar 0 aktier.



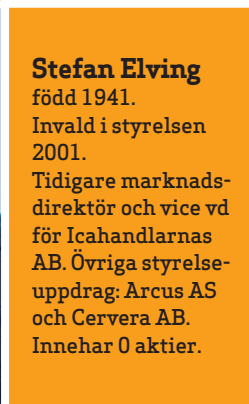
Jan Annwall
född 1950.
Invald i styrelsen 1990.
Civilekonom. Tidigare vice vd och finanschef i BioGaia AB. Grundare och huvudaktieägare av BioGaia AB.
Innehar via Annwall & Rothschild Investment AB 370 334 A-aktier och 629 666 B-aktier.



Thomas Flinck
född 1948.
Invald i styrelsen 1996.
Civilekonom. Vd och delägare i Centrecourt AB.
Övriga styrelseuppdrag: Bland annat Centrecourt AB och Briggen Tre Kronor AB.
Innehar 57 B-aktier.



Paula Zeilon
född 1962.
Invald i styrelsen 2003.
Civilingenjör. Delägare i Conlega affärskonsultbolag. Vd i Life Science Foresight Institute. Tidigare marknadschef Amersham Biosciences AB.
Övriga styrelseuppdrag: Hansa Medical AB.
Innehar 0 aktier.



Stefan Elving
född 1941.
Invald i styrelsen 2001.
Tidigare marknadsdirektör och vice vd för Icahandlarnas AB.
Övriga styrelseuppdrag: Arcus AS och Cervera AB.
Innehar 0 aktier.



BioGaias ledningsgrupp



Peter Rothschild
född 1950, civilekonom.
Verkställande direktör, grundare och huvudaktieägare. Har styrelseuppdrag i Looft Industries AB och Moberg Derma AB.
Innehar via Annwall & Rothschild Investment AB 370 334 A-aktier och 629 666 B-aktier samt 50 000 B-aktier privat.



Jonas Weimer
född 1971, civilekonom.
Marknads- och försäljningschef. Arbetat i bolaget sedan 1998 och i nuvarande position sedan 2008.
Innehar 8 000 B-aktier.



Margareta Hagman
född 1966, civilekonom.
Vice vd och finans- och ekonomichef. Arbetat i bolaget sedan 1996 och i nuvarande position sedan 2010.
Innehar 9 000 B-aktier.



Eamonn Connolly
född 1957, fil Dr.
Forskningschef. Arbetat i bolaget sedan 2000 och i nuvarande position sedan 2002.
Innehar 0 aktier.



Kristina Silverio
född 1964, civilingenjör.
Produktions- och logistikchef. Arbetat i bolaget sedan 2003 och i nuvarande position sedan 2005.
Innehar 0 aktier.



Urban Strindlöv
Född 1964, maskiningenjör.
Vice vd och produkt- och affärsutvecklingschef. Arbetat i bolaget sedan 2004 och i nuvarande position sedan 2010.
Innehar 0 aktier.



Björn Lindman
född 1946, fil Dr.
Chef kvalitetssäkring och regulatory affairs. Arbetat i bolaget sedan 1999 och i nuvarande position sedan 2002.
Innehar 0 aktier.



Bo Möllstam
född 1952, civilekonom.
Chef IPR. Arbetat i bolaget sedan 1990, sedan 2003 som konsult.
Innehar 70 000 B-aktier.

BioGaia®

Clinically Proven Probiotics



Årsredovisningen distribueras till samtliga aktieägare. Bokslutskommuniké, årsredovisning och kvartalsrapporter publiceras även på engelska. All ekonomisk information publiceras på www.biogaia.se och kan beställas från BioGaias huvudkontor.

2012 års årsstämma hålls tisdagen den 8 maj klockan 16:00 i Citykonferensen Ingenjörshuset, Malmskillnadsgatan 46 i Stockholm.

Huvudkontor BioGaia AB

Kungsbroplan 3A
Box 3242
103 64 Stockholm
Tel 08 555 293 00
Fax: 08 555 293 01
E-post: info@biogaia.se
www.biogaia.se

BioGaia AB

Stora Södergatan 47
Box 966
220 09 Lund
Tel: 046 311 900
Fax: 046 311 901

BioGaia Biologics Inc.

6213 - D Angus Drive
Raleigh, NC 27 617 USA
Tel: +1 919 782 33 12
Fax: +1 919 783 69 40

BioGaia Japan Inc

3-17 Komachi, Naka-Ku
730-0041 Hiroshima
City Japan
Tel: +81 82 244 5021
Fax: +81 82 244 5022

Press

Peter Rothschild
pr@biogaia.se

Investor Relations

Margareta Hagman
mh@biogaia.se