



INBJUDAN TILL TECKNING AV UNITS I PEPTONIC m e d i c a l

Marknadsföringsbroschyr

Detta är en sammanfattning och introduktion till det fullständiga prospekt som upprättats av styrelsen för PEPTONIC medical AB ("Peptonic" eller "Bolaget") och ger inte en komplett bild av Peptonic eller erbjudandet. Broschyren utgör inte ett prospekt som har godkänts och registrerats av Finansinspektionen. Vi ber er vänligen att bekanta er med det prospekt som relaterar till erbjudandet före någon form av investeringsbeslut fattas. Prospektet finns tillgängligt på Peptonics hemsida (www.peptonicmedical.se) och Mangold Fondkommission AB:s hemsida (www.mangold.se). Finansinspektionens godkännande av prospektet ska inte uppfattas som ett godkännande av Peptonics värdepapper. De värdepapper som omfattas av erbjudandet riktar sig inte till personer med hemvist i Storbritannien, USA, Kanada, Ryssland, Japan, Australien, Hong Kong, Nya Zeeland, Sydafrika, Sydkorea, Schweiz, Singapore eller i någon annan jurisdiktion där deltagande skulle kräva prospekt, registrering eller andra åtgärder än de som följer svensk rätt. Broschyren får följaktligen inte distribueras i eller till något land eller någon jurisdiktion där distribution eller erbjudandet kräver sådana åtgärder eller strider mot reglerna i sådant land respektive sådan jurisdiktion.

MANGOLD

PEPTONIC medical AB

Kort om Peptonic

Peptonic grundades 2009 och är ett svenskt innovativt biomedicinskt företag som bedriver forskning, utveckling och försäljning av medicintekniska behandlingar och livsstilsprodukter inom området kvinnohälsa. Peptonic har delat in sin verksamhet i två affärsområden, "Medical Consumer" och "Lifestyle Consumer". Inom Peptonics primära affärsområde "Medical Consumer" bedrivs försäljning av kliniskt bevisade produkter för intim egenvård under varumärket VagiVital. Peptonics affärsområde "Lifestyle Consumer" utgörs av livsstilsprodukter som primärt inriktar sig på hållbara menstruationsprodukter och säljs under varumärket Lunette. Peptonic möjliggör för kvinnor att leva det liv de önskar genom att erbjuda innovativa, kliniskt bevisade, högkvalitativa och tillgängliga intymvårdsprodukter och tjänster som bidrar till att förbättra kvinnors intimhälsa.

Strategi

Peptonics fokus på kliniskt bevisad egenvård enligt konceptet "diagnostisera-behandla-förebygga" möter en stark samhällstrend, vilket avspeglas i ökad försäljning och en växande orderbok. Peptonic har en bred produktportfölj som konsekvent utvidgas för att Bolaget ska vara den mest relevanta helhetsleverantören för kvinnlig intimhälsa. Trots den ökade efterfrågan på egenvårdsprodukter finns en avsaknad av kliniskt bevisade egenvårdsprodukter, vilket är något som Peptonic erbjuder och menar kommer ersätta många av dagens kostsamma och omfattande behandlingar.

Försäljning

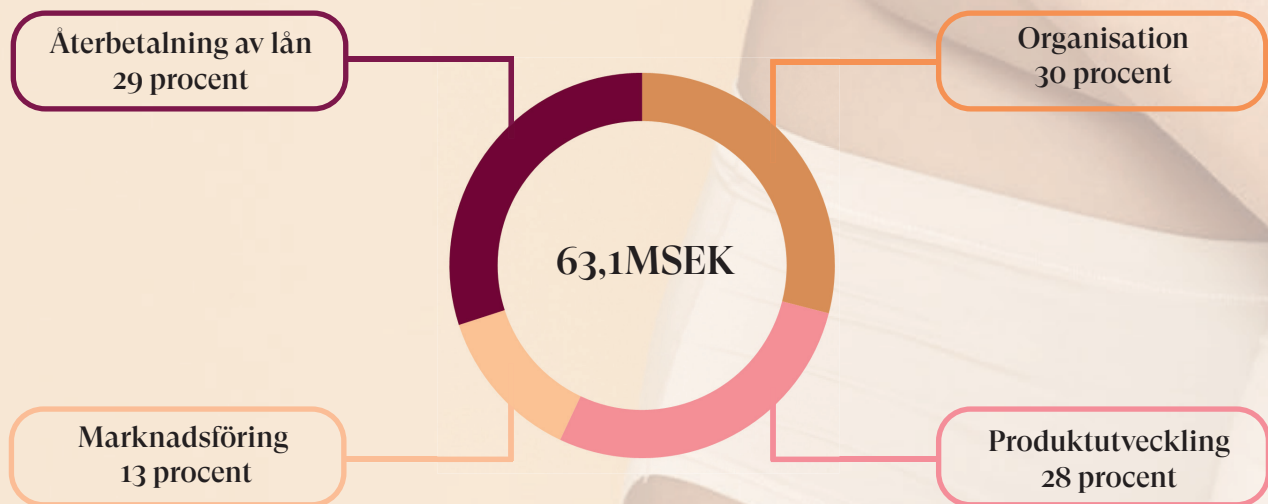
I USA har Peptonic genom dotterbolaget CommonSense lyckats säkra viktiga OEM-kontrakt med butikskedjor som Walgreens, CVS och medtechbolaget Exeltis. Under året har Bolaget även framgångsrikt lanserat VagiVital AL samt VagiVital VS och utöver varumärkets hemsida finns produkterna tillgängliga på svenska apotek. Peptonic befinner sig i en expansionsfas och under årets tre första kvartal uppgick försäljningen till 33,5 MSEK vilket motsvarar en tillväxt om 25 procent jämfört med samma period föregående år. 2022 har även inneburit ett trendbrott för Peptonic då Bolagets försäljningstillväxt kombinerats med förbättrat resultat och stärkta marginaler. Marginalförbättringen förväntas fortsätta, bland annat ska Bolaget omförhandla försäljningskontrakt som löper ut under första kvartalet 2023 vilket kommer förbättra Bolagets marginaler ytterligare.



Erbjudandet

För att snabbare nå lönsamhet reser nu Peptonic kapital och ger sina aktieägare möjligheten att delta genom den föreliggande företrädesemissionen. Likviden från emissionen kommer stärka Peptonics balansräkning genom att kraftigt reducera utestående lån, bidra till att bredda bolgets produktportfölj ytterligare, stärka Bolagets organisation och marknadsföra dess produkter.

Med nettolikviden från företrädesemissionen om cirka 63,1 MSEK avser Bolaget att finansiera följande aktiviteter:



Villkor för erbjudandet

Emissionslikvid	Vid full teckning i företrädesemissionen tillförs Peptonic cirka 68,0 MSEK före emissionskostnader och ytterligare 89,9 MSEK vid full teckning av samtliga teckningsoptioner
Villkor	För varje aktie som ägdes per avstämningsdagen, 11 januari 2023, erhöll innehavaren en (1) uniträtt. En (1) uniträtt ger rätt att teckna en (1) unit
Unit	Består av fyra (4) aktier, en (1) teckningsoption av serie TO2, en (1) teckningsoption av serie TO3 och en (1) teckningsoption av serie TO4
Teckningskurs	0,28 SEK per unit motsvarande 0,07 SEK per aktie. Teckningsoptionerna erhålls vederlagsfritt
Säkerställandegrad	Företrädesemissionen omfattas till cirka 67,5 procent av teckningsförbindelser och garantiåtaganden
Handel med teckningsrätter	13 januari 2023 - 24 januari 2023
Teckningsperiod	13 januari 2023 27 januari 2023 (notera att vissa förvaltare stänger teckning vid ett tidigare datum)
Teckningsoptioner av serie TO2, TO3 och TO4	Varje teckningsoption ger rätt att teckna en (1) ny aktie i Bolaget. Teckningskursen vid teckning av aktier med stöd av teckningsoptionerna av serie TO2, TO3 och TO4 uppgår till 70 procent av den volymvägda genomsnittskursen för Bolagets aktie under perioden 10 dagar före respektive teckningsperiod

Medical Consumer

Peptonic har med anledning av den ökande efterfrågan på egenvårdsprodukter bildat affärsområdet Medical Consumer där avsikten är att bygga en heltäckande kliniskt bevisad produktportfölj som möjliggör för kvinnor att diagnostisera, behandla och förebygga vaginala hälsoproblem.

VagiVital VS – Självtest för att diagnostisera vaginala infektioner

VagiVital VS kan med 92 procentig precision diagnostisera symptom av bakteriell vaginos och vaginala svampinfektioner. Testet genomförs på vaginal vätska och indikerar svaret inom 30 sekunder.

VagiVital AL – Självtest för att detektera fostervattenläckage

VagiVital AL är ett kliniskt bevisat självtest med 97 procentig precision som skiljer fostervattenläckage från urinläckage. Självtestet utgörs av en binda med en patenterad biofilm på dess yta där ett resultatet indikeras genom färgskiftning 15 minuter efter att bindan blivit fuktig.

VagiVital AktivGel – behandling mot vaginal atrofi

VagiVital AktivGel är en kliniskt bevisad hormonfri gel för behandling mot symptom kopplade till vaginal atrofi så som smärta vid samlag, sveda, klåda och torrhet. Produkten är ett alternativ för kvinnor som inte bör eller vill använda hormonbaserade läkemedel.

VagiVital Moisturizing V Cleanser – Återfuktande gel

VagiVital Moisturizing Cleanser är baserad på VagiVital AktivGel i kombination med botanisk olja. Produkten möjliggör rengöring av både vatten- och oljelösliga orenheter samtidigt som den återfuktar.

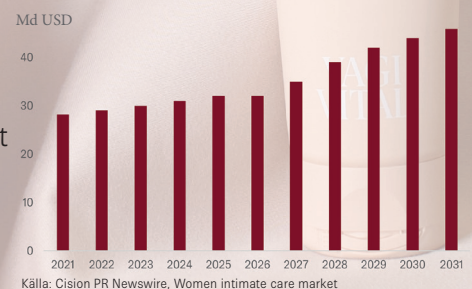


Strategi

Strategin för Medical Consumer är att fokusera på färre marknader där den svenska marknaden ska utgöra en lönsam referensmarknad och vara en bas för framtida internationell expansion. Internationellt ska Bolaget ingå fler partneravtal för snabbare expansion och lönsamhet. Partneravtal ska främst avse försäljning av Peptonics egna varumärke VagiVital med viss flexibilitet för särskilda licensavtal för att öka medvetenheten om VagiVital och fördelarna med produkterna som säljs under varumärket. Produktportföljen ska löpande breddas inom konceptet "diagnostisera-behandla-förebygga".

Marknad

Den globala egenvårdsmarknaden för intimvård prognostiseras växa med en årlig genomsnittlig tillväxttakt om cirka 5 procent till och med 2028 då marknaden väntas vara värd cirka 45,8 Md USD. Övergripande trender inom hälsa och välbefinnande växer kraftigt och egenvård har blivit alltmer synonymt med välbefinnande och är en redan stor marknad som växer. Faktum är att nästan åtta av tio amerikaner aktivt utövar egenvård, och en tredjedel av konsumenterna har ökat användningen av egenvårdsprodukter under det senaste året.



Lifestyle Consumer

Bolagets affärsområde Lifestyle Consumer inkluderar livsstilsvarumärket Lunette som är en pionjär inom hållbara menslösningar med målet att förändra samtalen om mens. Nyligen har Lunette expanderat till ett mer hållbart varumärke för intimt välbefinnande där kärnaffären fortsatt är hållbara menstruationsprodukter.

Lunette Menskopp

Lunette menskopp är ett menstruationsskydd i form av en klockformad kopp tillverkad av medicinskt silikon som är godkänd för intim användning. Menskoppen erbjuder bra läckageskydd, stör inte koppens normala funktion, är mer kostnadseffektiv och ett mer miljövänligt alternativ jämfört med tamponger och bindor.

Lunette Tygbindor

Lunette tygbindor lämpar sig för användning under menstruation, lindrig inkontinens eller som tilläggsskydd tillsammans med Lunettes menskopp. Tygbindorna är skonsamma mot huden, återanvändbara och tillverkas av tre olika Öko-Tex-certifierade tyger.

Lunette Menstrosor

Lunette menstrosor är ett ny tillskott till Lunettes produktportfölj och kan suga upp lika mycket som en menskopp eller tre konventionella bindor. Menstrosan är miljövänlig, skonsam för kroppen och tillverkad i Öko-Tex-certifierade tyger.

Lunettes övriga produkter

Utöver menskoppar och tygbindor erbjuder Lunette ett utbud av andra produkter inom intim hälsa. Exempelvis Lunette Intimate Cleanser, Lunette Intimate Wipes, Lunette Moodsmooth Remedy olja, Lunette Lube och Lunette Condoms samt tilläggsprodukter relaterade till Lunette Menskoppar.

Strategi

Strategin för Lifestyle Consumer är att erbjuda mensprodukter producerade i miljövänliga material. Försäljningen av Lunettes produkter koncentreras till färre marknader för att vara effektivare och mer konkurrenskraftiga på fokusmarknaderna och därigenom snabbare nå lönsamhet. Affärsområdets primära marknader är Finland, Sverige och Australien

Marknad

Marknaden för kvinnlig intimhälsa förväntas växa med en årligt genomsnittlig tillväxttakt om cirka 7,0 procent till och med 2031 och då uppgå till cirka 54 Md USD. Marknadstrenden stärks av en ökande miljömedvetenhet och ett ökat ansvarstagande hos konsumenter och företag. Bolaget bedömer att marknaden är segmenterad och att antalet strategiska förvärv sannolikt kommer att öka i takt stigande efterfrågan detta för att stärka marknadspositionen för kliniskt bevisade hygienprodukter.



Investment case

Kliniskt bevisade produkter

Peptonic erbjuder kliniskt bevisade produkter för intim egenvård i en marknad där flera produkter för intim egenvård saknar klinisk bevisning. Bolaget breddar kontinuerligt sin produktportfölj för kliniskt bevisad intimvård inom konceptet "diagnostisera-behandla-förebygga". Bolaget siktar på att bli en ledande heltäckande leverantör av produkter och tjänster för kvinnlig intimbälsa som också kan bidra till att bryta det sociala stigma kring kvinnlig intimbälsa.

Betydande marknad med tydliga tillväxttrender

Den globala marknaden för självtester växer årligen med i genomsnitt 5,5 procent drivet av globala marknadstrender som bland annat ökad acceptans och tillförlitlighet till självtester. Därtill har tillgängligheten på självtester ökat parallellt med att e-handeln för självtester och relaterade produkter kraftigt vuxit de senaste åren, vilket är något som Bolaget avser att ta vara på.

Lång erfarenhet och stor potential

Under 13 år har Bolaget arbetat med att möjliggöra för kvinnor att leva ett liv med god intimbälsa. Bolaget har byggt upp en diversifierad produktportfölj som säljs i väletablerade kanaler på flertalet marknader. Bolaget arbetar med att expandera sitt varumärke internationellt genom samarbeten med lokala distributörer i syfte att snabbare nå lönsamhet på flera marknader.

Växande försäljning

Bolagets nya strategi möter en stark samhällstrend som avspeglas i växande försäljning. För de tre första kvartalen 2022 uppgick försäljningen till 33,5 MSEK, vilket är en ökning om 25 procent jämfört med samma period föregående år. Bolagets vaginala självtest har en positiv utveckling hos internationella licenspartners i USA samt Europa. Vidare har Peptonic även en positiv försäljningsutveckling för VagiVital på den svenska marknaden.

Milstolpar den kommande tiden

- Teckna ytterligare distributörsavtal för befintligt sortiment
- Ökad distribution av befintligt sortiment digitalt och fysiskt i svenska apotek
- Kommersialisering av patent för behandling av vestibulit
- Breddning av produktportföljen med behandling mot bakteriell vaginos samt självtest och behandling mot urinvägsinfektion

Länkar

Peptonics hemsida:	(klicka här)
Intervju med VD, Erik Sundquist:	(klicka här)
EU-Tillväxtprospekt:	(klicka här)
Bolagspresentation Peptonic:	(klicka här)
Peptonics emissionssida:	(klicka här)
Teckna units via Mangold:	(klicka här)
Teckna units via Avanza:	(klicka här)
Teckna units via Nordnet:	(klicka här)



Verkställande direktören har ordet

Bästa aktieägare,

Peptonic har under flera år uppvisat en försäljningstillväxt och så även under 2022. Därtill har vi under föregående år uppnått ett förbättrat resultat i kombination med ökad försäljningstillväxt, vilket är ett positivt trendbrott som visar att Bolaget är på väg i rätt riktning. Peptonics förbättrade marginaler är ett resultat av ett strategiskt beslut under föregående år om att dela upp Bolagets affärsområden i medicintekniska produkter under affärsområdet Medical Consumer och livsstilsprodukter under affärsområdet Lifestyle Consumer.

Medical Consumer utgör Bolagets huvudfokus och vi har under fjolåret sett en fortsatt positiv försäljningstillväxt av Bolagets vaginala självtester i USA och Europa. För affärsområdet Lifestyle Consumer har strategin att fokusera på färre marknader redan resulterat i förbättrade marginaler.

Medical Consumer – nya produkter tas emot väl

Under pandemin har Peptonic uppmärksammat en växande global trend att människor vill ta ett ökat ansvar för sin egen hälsa med kliniskt bevisade egenvårdsprodukter. Peptonic har en unik produktportfölj som möter den växande efterfrågan på kliniskt bevisade egenvårdsprodukter och möjliggör för kvinnor att diagnostisera, behandla och förebygga vaginala hälsoproblem.

Vi har under föregående år presenterat Peptonics patenterade självtest VagiVital AL, för upptäckt av fostervattensläckage, vid svenska gynekologers årskonferens SFOG. Då det på marknaden inte finns några motsvarande produkter i kombination med produktens kliniska bevisning mottogs VagiVital AL mycket väl. Vilket resulterat i att barnmorskor och gynekologer i Sverige från och med hösten 2022 utbildas i användning och funktionaliteten av VagiVital AL. Produkten har även fått internationellt genomslag och intresset VagiVital AL från internationella partners är stort. Nya distributionsavtal har tecknats med German Medical Supplies för Förenade Arabemiraten och InVivo Pharma för Georgien. Därtill har Bolaget förnyat och förbättrat avtalet med Primalabs gällande distribution i Italien, Frankrike, Polen, Ungern och Rumänien.

VagiVital VS, Peptonics patenterade självtest för vaginala infektioner, har även det lanserats i Sverige och tagits emot väl av marknaden. Produkten är nu listad till försäljning i samtliga apotekskedjors digitala butiker och antalet distributionskanaler förväntas fortsätta öka under 2023.

Lifestyle Consumer – Nytt fokus förbättrar resultatet

Kärnaffären för affärsområdet Lifestyle Consumer är försäljning av hållbara mensprodukter under varumärket Lunette. Peptonic har under föregående år kraftigt reducerat kostnadsmassan och fokuserat på färre marknader, vilket är en del av Bolagets nya strategisatsning. Avsikten har varit att bli mer konkurrenskraftig på utvalda marknader och snabbare nå lönsamhet för affärsområdet. Strategin har redan givit effekt och under andra halvåret 2022 har resultatet för affärsområdet markant förbättrats.

Det helägda dotterbolaget Lune Group Oy Ltd har under föregående år tecknat ett avtal för att bli leverantör till FN:s hygienkit, vilket vi ser som en tydlig och värdefull verifiering av Bolagets varumärke Lunette. Lune Group Oy Ltd har mottagit de första beställningarna från FN gällande leveranser av menskoppar till Ecuador och Madagaskar.

Utveckling av produktportfölj

Utvecklingsarbetet att bredda produktportföljen enligt konceptet diagnostisera-behandla-förebygga fortlöper. En studie av vår gel mot svampinfektioner pågår vid Karolinska Institutet och förväntas vara klar under 2023. Vi har även informerat marknaden om att patentsökningarna för gelen mot vaginala svampinfektioner, en intimtvätt och Bolagets ursprungliga gel för behandling mot vestibulit, passerat internationell granskning. Arbetet med strategin för hur produkterna ska kommersialiseras på bästa sätt pågår och parallellt utvärderas olika möjligheter att licensiera in ytterligare produkter.

Ny strategi och fokus ger fortsatt positiv utveckling framåt

Tack vare Peptonics tydliga profil, attraktionskraften hos våra kliniskt bevisade egenvårdsprodukter och med flera nya innovativa produkter på ingång räknar vi med fortsatt ökad distribution för Peptonic, både genom svenska apotek och nya avtal med internationella partners.

För att fortsatt växa på vår hemmamarknad, utveckla produktportföljen samt driva distributörsförsäljning i partnerskap behöver Peptonic en kapitalinjektion. I den kommande företrädesemissionen ligger merparten av investeringen i produktportfölj- och organisationsutveckling som ska resultera i fortsatt försäljningstillväxt och förbättrade marginaler. Vår målsättning är att kapitalinjektionen från erbjudandet i sin helhet ska bidra till att Peptonic når lönsamhet.

Vi välkomnar varmt både befintliga och nya aktieägare att teckna units i den förestående emissionen och ta del av en spännande resa tillsammans med oss på Peptonic.



Erik Sundquist
VD - Peptonic Medical AB