



Inbjudan till teckning av aktier
i New Nordic Healthbrands AB (publ)

Innehållsförteckning

5	Sammanfattning
12	Risikfaktorer
13	Inbjudan till teckning av aktier i New Nordic Healthbrands AB (publ)
14	Bakgrund och motiv
16	Villkor och anvisningar
19	VD har ordet
20	Marknadsöversikt
24	Verksamhet
45	Utvald finansiell information
50	Kommentarer till den utvalda finansiella informationen
53	Finansiella prognoser
54	Kompletterande information
57	Styrelse, ledningsgrupp och revisorer
63	Skattefrågor i Sverige
66	Aktiekapitalets utveckling och ägarstruktur
68	Bolagsordning och övriga uppgifter
70	Delårsrapport 1 januari – 30 september 2006
77	Proformaredovisning
80	Revisorernas rapporter
83	Adresser

Bilaga

Årsredovisning för New Nordic International A/S år 2005

VIKTIG INFORMATION

I detta prospekt används definitionen "New Nordic" och "Bolaget" som beteckning för New Nordic Healthbrands AB (publ) (organisationsnummer 556698-0453) inklusive, i förekommande fall, dotterbolag. Prospektet har godkänts av och registrerats hos Finansinspektionen i enlighet med bestämmelserna i 2 kap 25 och 26 § lagen (1991:980) om handel med finansiella instrument samt Kommissionens Förordning (EG) nr 809/2004. Godkännandet och registreringen innebär inte att Finansinspektionen garanterar att sakuppgifterna i prospektet är riktiga eller fullständiga. De nyemitterade aktierna har inte registrerats och kommer inte att registreras i enlighet med United States Securities Act från 1933 ("Securities Act"), enligt sin senaste lydelse, och inte heller enligt någon motsvarande lag i någon enskild stat i Amerikas Förenade Stater (USA), Kanada, Japan eller Australien, och får därför inte utbjudas till försäljning eller försäljas i USA, Kanada, Japan eller Australien eller till personer med hemvist där eller för sådan persons räkning utan att undantag från registreringskrav föreligger.

För detta prospekt gäller svensk rätt. Tvist rörande innehållet i detta prospekt eller därmed sammanhängande rättsförhållanden skall avgöras av svensk domstol exklusivt.

Detta prospekt innehåller framtidsinriktad information som inbegriper antaganden rörande framtida marknadsförhållanden, verksamhet och resultat. Framtidsinriktad information är alltid förenad med osäkerhet eftersom samtliga antaganden baseras på nuvarande marknadsförhållanden och förutsättningar. Även om det är styrelsens för New Nordic bedömning att framtidsinriktad information i detta prospekt är baserad på rimliga överväganden, kan faktisk utveckling, händelser och resultat komma att väsentligen avvika från förväntningarna. Se vidare i kapitlet "Riskfaktorer".

Datum för publicering av finansiell information från New Nordic

Bokslutskommuniké 2006: 28 februari 2007

Delårsrapport januari-mars 2007: maj 2007

Delårsrapport januari-juni 2007: augusti 2007

Handlingar tillgängliga för inspektion

Handlingar såsom bolagsordning, årsredovisningar för New Nordic International A/S för de senaste två räkenskapsåren, koncernredovisning för 2005 proforma, delårsrapport för perioden 1 januari – 30 september 2006, revisorsutlåtanden samt övrig finansiell information som ingår i detta prospekt finns att uppvisa hos New Nordic på adressen Södra Förstadsgatan 3 i Malmö, Sverige.



Sammanfattning

Den följande sammanfattningen innehåller inte nödvändigtvis all information som kan vara av betydelse för att fatta ett investeringsbeslut i samband med den föreliggande nyemissionen i New Nordic. Potentiella investerare bör noggrant läsa hela dokumentet, inklusive kapitlet "Riskfaktorer", innan de beslutar sig för att investera i den föreliggande nyemissionen i New Nordic. Om en investerare väcker talan hänförligt till uppgifterna i prospektet vid domstol, kan investeraren bli tvungen att svara för kostnaderna för översättning av prospektet. En person får göras ansvarig för uppgifter i sammanfattningen eller en översättning av denna endast om sammanfattningen är vilseledande, felaktig eller oförenlig med de andra delarna av prospektet.

Bakgrund

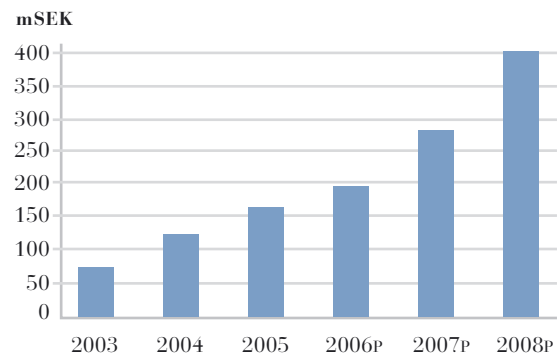
New Nordic är verksamt inom egenvårdsområdet och grundades 1992. Tillväxten från första årets omsättning på knappt 1 mSEK till en omsättning i dag på ca 195 mSEK är skapad genom organisk tillväxt och utan nämnvärda banklån.

New Nordic är ett snabbt växande och lönsamt bolag som utvecklar och marknadsför kosttillskott och naturläkemedel, såsom exempelvis vitaminer, mineraler och örtextrakt, på den internationella marknaden. Samtliga av New Nordics produkter är baserade på vetenskaplig dokumentation. New Nordic har ökat omsättningen 14 år i rad och är sedan år 2002 klassat som ett så kallat gasellbolag. Många av Bolagets varumärken är kategoriledare på flera europeiska marknader och Bolaget är på god väg att nå en paneuropeisk status.

Runt om i världen inser fler och fler människor att kosttillskott och naturläkemedel kan hjälpa till att förlänga vitaliteten och förbättra livskvaliteten. New Nordic strävar efter att utveckla väl sammansatta produkter som kan bidra till ett längre, aktivare och mer välmående liv. New Nordic har som målsättning att samtliga produkter som levereras ska hålla en hög kvalitet, vilket gör att Bolagets logotype "Silverträdet" ses som en kvalitetsstämpel.

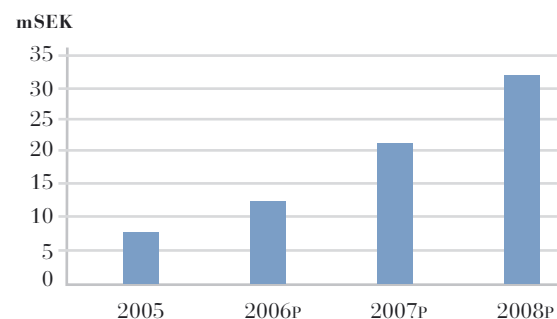
New Nordics fokus på forskning och utveckling har bidragit till att positionera New Nordic som en ledande innovatör inom egenvårdsbranschen. Bolaget kan uppvisa en genomsnittlig årlig försäljningstillväxt på nästan 40% under de senaste fem åren, parat med en

Försäljningsutveckling 2003-2005, inklusive 2006-2008 prognos



New Nordics kärnverksamhet består i att utveckla och marknadsföra högkvalitativa naturliga egenvårdsprodukter för en äldrande population kombinerat med systematisk marknadsföring samt global expansionsstrategi. Betydande investeringar i varumärken har resulterat i god försäljningstillväxt och marknadsandel.

Utveckling rörelseresultat före avskrivningar 2005, inklusive 2006-2008 prognos



stabil lönsamhet. Produkterna är helägda vilket ger Bolaget höga bruttomarginaler. Bolaget räknar med att nå en omsättning på 195 mSEK år 2006 med ett rörelseresultat före avskrivningar om 12,4 mSEK.

År 2000 valde New Nordic att fokusera på internationell marknadsföring och etablerade en affärsmodell för snabb expansion i Europa. Som resultat utökades New Nordics marknad från Skandinavien till ytterligare 16 länder i Nord- och Östeuropa samt Kanada och Kina. Utöver de egna säljbolagens representation i dessa länder, så har New Nordic regelbunden export till Japan, USA, Australien och Nya Zeeland.

New Nordic har därmed fullständig kontroll över marknadsföringen av dess produkter i totalt 19 länder och gör dagligen affärer med mer än 25.000 försäljningsställen, såsom apotek, drugstores, hälso-butiker och supermarkets som når mer än 350 miljoner potentiella kunder. Detta har gjort New Nordic till ett av de snabbast växande bolagen inom egenvårdsmarknaden i Europa. Under 2007-2008 ska New Nordic etablera verksamhet i ytterligare cirka 12 länder. Under 2011 har New Nordic som målsättning att Bolagets produkter ska säljas och marknadsföras i över 40 länder.

Tillväxten har skett med en växande marknadsandel i en växande marknad. Med andra ord växer inte bara New Nordics del av marknaden, marknaden i sig själv växer också, i takt med att fler och fler konsumenter köper egenvårdsprodukter.

Bolagets organisation består av 41 anställda i Sverige, Danmark, Norge, Finland, Litauen, England, Tyskland, Kanada, Kina och Turkiet.

New Nordic prognostiserar en årlig tillväxt på över 40%, varav den organiska tillväxten förväntas uppgå till drygt 30% under de kommande två åren, vilket innebär att Bolaget skall nå en omsättning på drygt 400 mSEK år 2008. Målsättningen är att under året 2011 uppnå en omsättning överstigande 1.000 mSEK.

Bolaget ägs, efter den föreliggande Nyemissionen, till drygt 80% av de två grundarna Karl Kristian Jensen (VD) och Marinus Blåbjerg Sørensen (styrelseordförande), via bolaget Fjord Capital A/S. De resterande 10 procenten ägs i huvudsak av de svenska aktiefonderna Gustavia Sverige, Länsförsäkringar småbolag, Banco småbolag, Öhman Sverige samt Öhman varumärkesfond.

Marknaden för kosttillskott och naturläkemedel

Den genomsnittliga konsumtionen per invånare i Nordamerika och Japan uppskattas vara 70% högre än motsvarande i Europa, vilket indikerar en outnyttjad potential i Europa.

Både den globala och den europeiska marknaden är i tillväxt. Den europeiska marknaden har växt med ungefär 50% under de senaste 10 åren och estimeras att fortsätta att växa med 4-5% årligen under de närmaste 5 åren (*Källa: Frost & Sullivan, 2005*).

Efter Nordamerika så är Europa den största egenvårdsmarknaden. De dominerande länderna i Europa är Tyskland, Italien, Storbritannien och Frankrike som tillsammans står för 67% av den totala konsumtionen i Europa. Att hälsan förbättras och att riskerna för kroniska sjukdomar reduceras är nyckelfaktorerna som

	Marknad i konsumentpriser	Marknad i leverantörspriser	Invånare i miljoner	Årlig förbrukning per capita
Hela världen	475 mdr SEK	190 mdr SEK	6 525	73 SEK
Nordamerika	157 mdr SEK	63 mdr SEK	290	541 SEK
Europa	115 mdr SEK	46 mdr SEK	355	324 SEK
Japan	68 mdr SEK	27 mdr SEK	126	540 SEK

Den globala marknaden för kosttillskott estimeras enligt Nutrition Business Journal, 2006, till 475 miljarder kronor i konsumentpriser, eller 190 miljarder kronor i leverantörernas försäljningspriser. (*Källa: Nutrition Business Journal och New Nordic, 2006*)

har drivit på tillväxten av egenvårdsmarknaden. I Storbritannien, Sverige och Danmark konsumeras kosttillskott främst i syfte att öka det generella välmåendet, medan fransmäns och tyskars konsumtion mer kännetecknas av viljan att bota specifika symptom. I Spanien har tillväxten varit lägre än i många andra EU-länder. Man beräknar att endast 7% av Spaniens vuxna befolkning konsumerar vitamin- och mineral-kosttillskott, vilket kan jämföras med att 43% av tyskarna konsumerar kosttillskott. De nya, samt kommande, EU länderna från Öst- och Centraleuropa uppvisar positiva tillväxtsiffror, avseende konsumtion av kosttillskott, på mer än 10% per år. (Källa: Frost & Sullivan, 2005).

I Europa ligger flera länder före Norden. I Sverige konsumerar knappt var fjärde person dagligen kosttillskott som vitaminer och mineraler medan mer än var tredje engelsman varje dag konsumerar motsvarande produkter.

I de skandinaviska länderna, där New Nordic är verksamt, uppgår Bolagets försäljning per invånare till över 5 SEK och denna siffra ligger i en stigande trend. Bolagets omsättningsmål på 1.000 mSEK år 2011 skulle motsvara en försäljning per invånare på under 1 SEK i de länder där New Nordic planerar att etablera sig.

Utvecklingen av New Nordic Healthbrands Gruppen

New Nordic har hållit en hög takt i etableringar av nya marknader samt lanseringar av nya produkter. Det framgår också att denna utveckling kommer att fortsätta.

Bolaget har upprepade gånger lyckats driva utvecklingen och vara nyskapande genom användandet av nya ingredienser, teknologier eller marknadsföringskoncept. New Nordic går sina egna vägar och skapar nya trender. Exempelvis var New Nordic det första bolaget som lanserade utrensande tableter, började sälja individanpassade multivitaminserier samt introducerade lutein som beståndsdel i en produkt avsedd att förbättra ögats funktion.

New Nordic har flera nya produkter som kommer att introduceras under de kommande åren. Portföljen av nya produkter utvärderas och schemaläggs var tredje månad.

En av de viktigaste parametrarna New Nordic utvärderar då beslut skall fattas om huruvida en ny produkt ska utvecklas eller ej, är om produkten har potential att bli en av de två mest sålda produkterna inom respektive produktkategori. Bolaget har ej för avsikt att lansera produkter som inte kan bli bland de marknadsledande.

New Nordics internationella produktportfölj består idag av 15 varumärken varav åtta redan har paneuropeisk status med stor tillväxtpotential. Ytterligare sju varumärken, med internationell potential, ska lanseras inom kort. Fokus på innovation och marknadsföring har gett resultat och gjort New Nordic marknadsledande inom flera marknadssegment. Från att enbart ha produkter för ökad vitalitet så utvecklar och expanderar New Nordic nu sin portfölj bl.a. med örtjuicer samt produkter för hud.

Varumärken

- 1992** Frutin
- 1994** Milk Mineral
- 1997** Multivitamin
- 2000** BioDrain
- 2002** Apple Cider, Blue Berry
- 2003** Cranberry, Mulberry
- 2004** Green Oil, Dida
- 2005** Brains, Tone
- 2006** Nordic Male, Vitaberry
Dermyn
- 2007** Christian Bergman of Sweden
Daily Detox

Marknader

- 1992** Danmark
- 1997** Sverige
- 2000** Norge
- 2002** Storbritannien, Tyskland
- 2003** Litauen, Lettland, Österrrike
- 2004** Polen, Estland, Irland
- 2005** Tjeckien, Slovakien
- 2006** Kina, Finland,
Vitryssland, Kanada,
Bulgarien, Rumänien
- 2007** Ryssland, Turkiet,
Holland

Konkurrensfördelar

HISTORISKT HÖG FÖRSÄLJNINGSTAKT: New Nordic har under perioden 2001 till 2006 haft en årlig genomsnittlig försäljningstillväxt på nästan 40%.

FRAMGÅNGSRIK OCH BEVISAD AFFÄRSMODELL: New Nordics affärsmodell innebär en kontrollerad och skalbar tillväxt med goda marginaler. Affärsmodellen är unik jämfört med konkurrenterna i branschen. Medan merparten av konkurrenterna endast är verksamma på sina respektive hemmamarknader alternativt med ett fåtal internationellt gångbara produkter försöker nå expansion genom agenter i utlandet, så styr New Nordic helt i egen regi marknadsföringen av Bolagets egna varumärken i ett stort antal länder. På så sätt har New Nordic på kort tid skapat en internationell plattform där nya produkter relativt snabbt kan distribueras ut till över 25.000 försäljningsställen.

FÖRSÄLJNINGSTILLVÄXT KONTRA LÖNSAMHET: New Nordic har en bra lönsamhet, trots att Bolaget sedan starten har prioriterat tillväxt och geografisk expansion högre än kortsiktigt höga marginaler.

MARKNAD I MEGA-TREND: Egenvårdsmarknaden ligger i en stabil och stigande megatrend. Den kraftiga ökningen av välfärdssjukdomar, i kombination med de ökande sjukvårdskostnaderna för staten, tvingar konsumenten att ta ökat ansvar för sin egen hälsa.

MARKNADSPOTENTIAL: Både på existerande marknader och på de marknader som väntar på en introduktion finns stor potential.

EFFEKTIV OCH SMAL ORGANISATION: Varje lokalt dotterbolag drivs av två till tre personer som framför allt ska fokusera på försäljning och PR, medan huvudkontoret ansvarar för forskning, produktutveckling, mediainköp och utveckling av marknadsföringsstrategier.

PRODUKTUTVECKLING: Produktutvecklingens viktigaste aspekter är att produkterna ska vara innovativa, ligga rätt i tiden, och att de har en seriös vetenskaplig dokumentation.

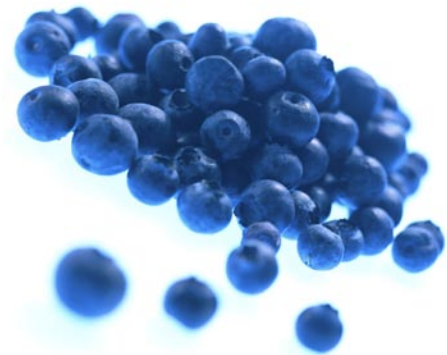
EKOLOGISKT TÄNKANDE: New Nordic har inlett ett program som fått namnet "from seed to heart". Under detta program lokaliserar New Nordic bra områden runtom i världen för odling av örter för användning i New Nordics produkter. Avtal skrivs med lokala bönder, vilket ger Bolaget en möjlighet att styra och kvalitetssäkra att örterna är framtagna enligt ekologiska principer.

KÄRNKOMPETENS: New Nordic besitter hög kompetens inom kosttillskott som ökar vitaliteten. Kompetensen expanderas nu till skönhetsprodukter, huvudsakligen i form av hudvårdsprodukter, samt functional foods i form av hälsodrycker.

EXPANSION: New Nordic har lyckats med etableringen av dotterbolag med egen säljorganisation i 10 utvalda länder som dessutom uppnått lönsamhet på relativt kort tid. Bolaget har idag representation via dotterbolag, filialer eller övrig säljrepresentation i totalt 19 länder och skall under de närmaste två åren etableras i ytterligare cirka 12 länder.

KOSTNADSKONTROLL: Huvudkontoret har byggt upp en kontrollfunktion som månatligen följer upp och styr samtliga säljbolag i syfte att säkerställa lönsamheten i både de enskilda försäljningsbolagen och i de enskilda varumärkena i varje land.

ORGANISATIONEN: New Nordic leds av de två grundarna och huvudägarna i samråd med verksamhetens ekonomichef samt dotterbolagscheferna. Båda huvudägarna är marknadsekonomer som har bred och lång erfarenhet av egenvårdsmarknaden. Båda ser sitt engagemang som långsiktigt.



Styrelse och ledande befattningshavare

Namn	Född	Position
Marinus Blåbjerg Sørensen	1951	Styrelseordförande och grundare
Jessica Stael von Holstein	1969	Styrelseledamot
Carola Ahlström Määttä	1961	Styrelseledamot
Göran Lundqvist	1941	Styrelseledamot
Karl Kristian Jensen	1962	Styrelseledamot, verkställande direktör och grundare
Michael Nordeborg	1958	Ekonomichef

Villkor i sammandrag

Anmälningssperiod:	8 december – 21 december 2006
Teckningskurs:	56 kronor per aktie
Likviddag:	3 januari 2007
Beräknad första dag för handel på First North:	23 januari 2007

Bakgrund och motiv

Utöver den organiska tillväxten avser New Nordic implementera en förvärvsstrategi som går ut på att överta bolag som antingen har starka varumärken som snabbt kan införlivas i New Nordics internationella struktur och få direkt tillgång till de 25.000 försäljningsställen som utgör New Nordics kundbas, eller förvärva lokala bolag som har en position på sin marknad som kan påskynda New Nordics etablering i just det landet.

Det kapital som anskaffas i samband med upptagandet till handel på First North ska dels säkra den höga organiska tillväxten under de kommande åren, samt möjliggöra strategiska förvärv. Den föreliggande nyemissionen uppgår till högst 30 mSEK, vilket kommer att ge de nya ägarna cirka 8,7% av Bolaget.

Villkor i sammandrag

Anmälan om teckning av aktier skall ske på anmälningssedel enligt fastställt formulär och avse en eller flera handelsposter om vardera 200 aktier. Anmälningssedel skall under perioden 8 - 21 december 2006 inges till:

Mangold Fondkommission AB ("Mangold")
Ärende: New Nordic
Box 19546
104 32 Stockholm
Besöksadress: Engelbrektsplan 2
Telefon: 08-503 015 50
Telefax: 08-503 015 51

Anmälan skall vara Mangold tillhanda senast kl. 12.00 den 21 december 2006. Prospekt och anmälningssedel kan erhållas från ovanstående adress alternativt via Internet, www.newnordic.com.

Kunder till Nordnet Bank AB ("Nordnet") kan anmäla sig genom att teckna aktier direkt över Internet. Ytterligare information kan erhållas på www.nordnet.se. Anmälningar direkt över Internet skall vara Nordnet tillhanda senast den 20 december 2006.

Anmälan är bindande. Ofullständig eller felaktigt ifylld anmälningssedel kan komma att lämnas utan avseende. Endast en anmälningssedel per tecknare kommer att beaktas. Inga tillägg eller ändringar får göras i den på anmälningssedeln förtryckta texten.

Risikfaktorer

Allt företagande och ägande av aktier är förenat med risktagande och i detta fall utgör New Nordic inget undantag. Ett antal faktorer utanför Bolagets kontroll kan påverka dess resultat och finansiella ställning, liksom många faktorer vars effekter Bolaget kan påverka genom sitt agerande. Utöver informationen i detta perspektiv bör därför varje investerare göra sin egen bedömning av varje riskfaktor och dess betydelse för Bolagets framtida utveckling. Den nedanstående redovisningen av riskfaktorer gör ej anspråk på fullständighet, ej heller är riskerna rangordnade efter grad av betydelse.

Konjunktur

Efterfrågan på New Nordics produkter påverkas, liksom de flesta konsumentvaror, av förändringar i det allmänna konjunkturläget. Försäljningen av egenvårdsprodukter anses av tradition ha en låg konjunkturkänslighet.

Leverantörer och legotillverkare

New Nordics produkter består av råvaror och substanser från flera olika leverantörer och legotillverkare. För att New Nordics distributörer skall kunna sälja och leverera New Nordics produkter är Bolaget beroende av att leveranser från tredje man lever upp till överenskomna krav vad gäller t ex mängd, kvalitet och leveranstid. Felaktiga eller uteblivna leveranser från leverantörer och legotillverkare kan innebära att New Nordics leveranser i sin tur försenas, vilket i det korta perspektivet kan innebära minskad försäljning. Även om New Nordic således ej kan utöva full kontroll över dessa varor är det Bolagets bedömning att ingen enskild leverantör eller legotillverkare är unik varför ett avbrott i leveranser ej behöver innebära långsiktiga konsekvenser för verksamheten.

Kvalificerade medarbetare

Bolagets förmåga att attrahera och behålla kvalificerad personal är av avgörande betydelse för dess framtida framgångar. Om nyckelpersoner lämnar New Nordic

kan det, åtminstone kortsiktigt, få en negativ inverkan på verksamheten. Även om ledningen anser att Bolaget kommer att kunna såväl attrahera som behålla kvalificerad personal, kan det inte garanteras att detta kommer att kunna ske på tillfredsställande villkor gentemot den konkurrens som finns från andra bolag i branschen eller närstående branscher.

Myndigheter och tillstånd

New Nordics produkter omfattas till stor del direkt eller indirekt av lagstiftning om läkemedel eller livsmedel. Förändringar i lagstiftningen för läkemedel eller myndighetsbeslut avseende kosttillskott/naturläkemedel kan få betydelse för New Nordics möjlighet att marknadsföra eller sälja vissa produkter eller produktkategorier.

Förvärv

En del av New Nordics strategi är att arbeta aktivt med att förvärva bolag, rörelser samt olika immateriella rättigheter. Med denna strategi finns risker för felbedömningar vid förvärvstillfället samt potentiella risker då de nya verksamheterna ska integreras i den befintliga rörelsen.

Finansiering

New Nordics verksamhet kan framöver komma att behöva tillskott av finansiella resurser för att uppnå strategiska mål. Detta kan medföra att ytterligare ägarkapital kan komma att krävas för att New Nordic skall kunna utvecklas på bästa sätt. Bolagets möjlighet att tillgodose framtida kapitalbehov är i hög grad beroende av försäljningsframgångar för sina produkter. Det finns ingen garanti för att New Nordic kommer att kunna anskaffa nödvändigt kapital även om utvecklingen i sig är positiv. Härvid är även det allmänna marknadsläget för tillförsel av riskkapital av stor betydelse.

Valutarisker

Merparten av New Nordics produkter marknadsförs och säljs på olika geografiska marknader med fakturering och inköp i lokala valutor. Fluktuationer mellan dessa valutor kan i framtiden komma att innebära negativ påverkan på New Nordics resultat och finansiella ställning. För närvarande valutasäkras inte denna typ av valutarisk, då Bolaget ej bedömer den vara tillräckligt väsentlig.

Aktiemarknadsrisk

En potentiell investerare i New Nordic bör iakttaga att en investering i New Nordic är förknippad med risk och att det inte finns några garantier för att aktiekursen kommer att ha en positiv utveckling. Även om Bolagets verksamhet utvecklas positivt finns det en risk att en investerare vid avyttringstillfället gör en realisationsförlust.

Aktieförsäljningar från nuvarande aktieägare

De större aktieägarna i New Nordic har förbundit sig att under en period av 24 månader från att New Nordics aktie upptas till handel på First North inte avyttra aktier i Bolaget. Se även kapitel Aktiekapitalets utveckling och ägarstruktur. Efter utgången av denna inlåsningsperiod står det aktieägarna fritt att sälja sina aktier i New Nordic. Aktiekursen i New Nordic kan sjunka som ett resultat av sådana avyttringar eller uppfattningen att sådana avyttringar planeras. Sådana avyttringar kan även göra det svårt för New Nordic att emittera aktier i framtiden vid den tidpunkt och till det pris som Bolaget bedömer lämpligt.

Likviditetsbrist i New Nordics aktie

Det är inte möjligt att förutse hur investerarnas intresse för New Nordic leder till en aktiv handel i aktien eller hur handeln i aktien kommer utvecklas framöver. En begränsad handel, det vill säga låg likviditet i aktien, kan innebära att det kan vara svårt att sälja större poster aktier inom en snäv tidsperiod, utan att priset på aktien påverkas negativt.





Inbjudan till teckning av aktier i New Nordic Healthbrands AB (publ)

Styrelsen för New Nordic har, i syfte att underlätta Bolagets fortsatta utveckling och tillväxt, beslutat att genomföra en ägarspridning genom en nyemission. Vidare har New Nordics styrelse ansökt om upptagande till handel av Bolagets aktier på First North.

Vid extrastämman i New Nordic den 20 oktober 2006 bemyndigades styrelsen att fatta beslut om nyemission med avvikelse från aktieägarnas företrädesrätt. Med stöd av detta bemyndigande har styrelsen den 6 december 2006 fattat beslut om att genomföra en ökning av aktiekapitalet med högst 536.000 kronor genom nyemission av högst 536.000 aktier ("Nyemissionen"), vilket motsvarar högst cirka 8,7% av rösterna och aktiekapitalet i New Nordic. Efter Nyemissionen kommer aktiekapitalet att öka till högst 6.195.200 kronor och antalet aktier kommer att öka till högst 6.195.200 aktier.

Teckningskursen har fastställts till 56 kr. Givet att Nyemissionen tecknas fullt ut kommer New Nordic att tillföras 30 mSEK före avdrag för emissionskostnader vilka beräknas uppgå till 2,9 mSEK.

Första dag för handel på First North förväntas vara den 23 januari 2007. Beslut om tilldelning av aktier fattas av styrelsen för New Nordic, varvid målet kommer att vara att uppnå en bred spridning av aktierna för att möjliggöra en regelbunden och likvid handel.

Härmed inbjuds, i enlighet med villkoren i detta prospekt, allmänheten, institutionella investerare i Sverige och utlandet, med de undantag som anges på omslagets insida i detta prospekt, att teckna nya aktier i New Nordic.

Malmö den 6 december 2006

New Nordic Healthbrands AB (publ)

Styrelsen

Bakgrund och motiv

Marknaden för kosttillskott ligger i en positiv tillväxt-trend globalt sett, men är särskilt stark i de nya kraftigt växande regionerna såsom Östeuropa, Asien och Sydamerika. Intill nyligen skilde sig lagstiftningen för registreringar och marknadsföring av kosttillskott åt relativt kraftigt mellan de europeiska länderna. Det har lett till många lokala produktbolag men få pan-europeiska bolag och få internationella varumärken. Med ett nytt EU-direktiv för kosttillskott som trädde i kraft 2005 så harmoniserades lagstiftningen i Europa och de nya reglerna tillämpas i hög grad även av övriga marknader. Därför är möjligheterna idag stora att konsolidera bolag och varumärken på ett internationellt sätt.

New Nordic är en snabbt växande och lönsam leverantör av kosttillskott och naturläkemedel på den internationella marknaden. Bolaget utvecklar och marknadsför produkter som kan inspirera människor att leva ett sundare liv och uppnå större livskvalitet långt upp i åldrarna. New Nordics produkter har en bra position och är marknadsledande inom sina respektive segment i flera länder. Bolagets förmåga att utveckla nya och innovativa produkter har lett till att New Nordic är ett av branschens snabbast växande bolag. Produkterna är egenutvecklade vilket innebär höga bruttomarginaler, vilket i sin tur innebär ökade satsningar på marknadsföring för att uppnå bra resultat.

New Nordics strategi är att kontinuerligt etablera sig i nya länder och utnyttja det faktum att branschen är fragmenterad med många små och nationella bolag.

New Nordic har redan starkt fotfäste i Norden, Baltikum, Polen och England och har dessutom etablerat sig i en rad andra länder, däribland Kanada och Kina. Sammanlagt har Bolaget verksamhet i 19 länder.

Bolagets affärsmodell och strategi har visat sig fungera väl när det gäller att etablera sig snabbt i nya länder till en kontrollerad risk. Vid merparten av etableringarna har dotterbolagen uppnått lönsamhet redan inom 24 månader efter etablering. New Nordics likviditet och ekonomiska position är sund, men noteringen och den därtill hörande Nyemissionen kommer att medföra att Bolaget kan accelerera den organiska tillväxten och globaliseringen ytterligare. New Nordic anser att upptagande till handel på First North kommer att ytterligare förbättra förutsättningarna att under 2011 ha verksamhet i 40 länder och en omsättning över 1.000 mSEK, vilket är målsättningen.

Bolagets huvudstrategi är att baserat på befintlig affärsmodell och marknadsföringsstrategi växa organiskt. Genom upptagande till handel på First North kommer dessutom tillväxt genom förvärv att förenklas. Den ökande internationaliseringen kommer sannolikt innebära att mindre bolag med enbart lokal verksamhet kan riskeras att slås ut, vilket kan innebära förvärvsmöjligheter för mer etablerade och finansiellt starka bolag.

Om potentiella förvärvsmöjligheter blir aktuella vill New Nordic kunna agera snabbt. Det kan vara bolag som antingen har starka varumärken som kan

införlivas i New Nordics internationella struktur och därmed få direkt tillgång till den internationella marknaden, eller bolag som har en bra position på sin lokala marknad och därmed kan öka verksamhetens etableringshastighet i just det landet.

Mot denna bakgrund gör New Nordics styrelse bedömningen att tiden är lämplig för upptagande till handel på First North. New Nordics fortsatta utveckling bedöms även påverkas positivt av en marknadsnotering då det innebär ökad uppmärksamhet från kunder, leverantörer, media och kapitalmarknad.

Mot denna bakgrund har New Nordics styrelse beslutat genomföra en nyemission om högst 30 mSEK utan företrädesrätt för befintliga aktieägare. Kapitalet skall i huvudsak användas till att finansiera dels den organiska tillväxten främst på tillväxtmarknader som Kina och Östeuropa, och dels till förvärv. Vidare är det styrelsens bedömning att nuvarande likvida medel samt medel från den kommande nyemissionen kombinerat med den positiva resultatprognosen gör att Bolagets likvida medel sammantaget bedöms vara tillräckliga för att finansiera verksamheten under åtminstone de nästkommande tolv månaderna.

Styrelsens försäkran

I övrigt hänvisas till redogörelsen i detta prospekt som har upprättats med anledning av den föreliggande nyemissionen. Styrelsen för New Nordic är ansvarig för innehållet i prospektet. Härmed försäkras att styrelsen vidtagit alla rimliga försiktighetsåtgärder för att säkerställa att uppgifterna i prospektet, såvitt styrelsen känner till, överensstämmer med faktiska förhållanden och att ingenting är utelämnat som skulle kunna påverka prospektets innebörd.

Malmö den 6 december 2006
New Nordic Healthbrands AB (publ)
Styrelsen

Villkor och anvisningar

Teckningskurs

Teckningskurs är 56 SEK per aktie.
Courtage utgår ej.

Anmälningssperiod

Anmälan om att teckna aktier skall ske under perioden från och med den 8 december 2006 till och med den 21 december 2006. Styrelsen i New Nordic kan besluta att förlänga anmälningssperioden.

Anmälan

Anmälan om att teckna aktier skall ske på anmälningssedel enligt fastställt formulär och avse en eller flera handelsposter om vardera 200 aktier. Anmälningssedel skall under perioden 8 december 2006 – 21 december 2006 insändas eller lämnas till:

Mangold Fondkommission AB
Ärende: New Nordic
Box 19546
104 32 Stockholm
Besöksadress: Engelbrektsplan 2
Telefon: 08-503 015 50
Telefax: 08-503 015 51

Anmälan skall vara Mangold tillhanda senast kl. 12.00 den 21 december 2006.

Prospekt och anmälningssedel kan erhållas från ovanstående adress alternativt via www.newnordic.com.

Kunder till Nordnet Bank AB ("Nordnet") kan anmäla sig genom att teckna aktier direkt över Internet. Ytterligare information kan erhållas på www.nordnet.se. Anmälningar direkt över Internet skall vara Nordnet tillhanda senast den 20 december 2006.

Anmälan är bindande. Ofullständig eller felaktigt ifylld anmälningssedel kan komma att lämnas utan avseende. Endast en anmälningssedel per tecknare kommer att beaktas. I det fall fler än en anmälningssedel insändes kommer den senast inkomna att beaktas. Inga tillägg eller ändringar får göras i den på anmälningssedeln förtryckta texten.

Tilldelning av aktier

Tilldelning av aktier beslutas av styrelsen för New Nordic inom ramen för Nyemissionens högsta belopp. Syftet är primärt att uppnå erforderlig spridning av ägandet bland allmänheten för att möjliggöra en regelbunden och likvid handel med Bolagets aktie. Tilldelningen är inte beroende av när under anmälningssperioden anmälan inges. I händelse av överteckning kan tilldelning komma att ske med lägre antal aktier än anmälan avser eller helt utebli.

Anmälningar från affärskontakter, personal och andra till New Nordic närstående parter samt från kunder till Nordnet kan komma att särskilt beaktas.

Tilldelning kan komma att ske till anställd hos Nordnet dock utan att sådan prioriteras. Tilldelning sker i så fall i enlighet med Svenska Fondhandlareförbundets regler och Finansinspektionens föreskrifter.

Besked om tilldelning

Resultatet av Nyemissionen kommer att offentliggöras genom en pressrelease omkring den 28 december 2006. När tilldelningen av aktier fastställts, utsänds avräkningsnotor utvisande tilldelning av aktier i New Nordic till dem som erhållit tilldelning. Detta beräknas ske omkring den 28 december 2006. Ingen handel kommer att inledas innan detta har meddelats. De som inte tilldelats aktier kommer ej erhålla någon information.

Betalning

Full betalning för tilldelade aktier skall erläggas kontant enligt anvisningar på utsänd avräkningsnota, med beräknad likviddag den 3 januari 2007. Om full betalning inte erläggs i tid kan aktierna komma att tilldelas annan eller säljas. Skulle försäljningspriset vid sådan överlåtelse vara lägre än teckningskursen enligt nyemissionen kan mellanskillnaden komma att utkrävas av den som först erhöll tilldelning i Nyemissionen.

Erhållande av aktier

Sedan betalning för tilldelade aktier erlagts och nyemissionen registrerats hos Bolagsverket utsänds en VP-avi som visar att aktierna finns tillgängliga på tecknarens VP-konto. Detta beräknas ske omkring den 17 januari 2007. De som på anmälningssedeln angivit depå hos bank eller annan förvaltare erhåller information och avisering enligt respektive förvaltares rutiner.

Rätt till utdelning

De emitterade aktierna enligt detta prospekt medför rätt till del i New Nordics vinst från och med verksamhetsåret 2006. Eventuell utdelning för verksamhetsåret 2006 fastställs vid årsstämman 2007 och ombesörjs av VPC eller förvaltarregistrerade innehav i enlighet med respektive förvaltares rutiner. Så länge New Nordic binder kapital i den fortsatta expansionen förväntas dock ingen utdelning ske.

Upptagande till handel på First North

New Nordic har träffat ett avtal med Mangold Fondkommission AB, Certified Adviser på First North, om att Bolaget skall bli föremål för handel på First North. First North är en alternativ marknadsplats som drivs av Stockholmsbörsen AB. Bolag vars aktier handlas

på First North är inte skyldiga att följa samma regler som börsnoterade bolag, utan ett mindre omfattande regelverk anpassat till företrädesvis mindre bolag och tillväxtbolag. En placering i ett bolag vars aktier handlas på First North kan därför vara mer riskfylld än en placering i ett börsnoterat bolag. Alla bolag vars aktier handlas på First North har en Certified Adviser som övervakar att bolaget lever upp till First Norths regelverk för informationsgivning till marknaden och investerare. Certified Adviser granskar bolag vars aktier skall tas upp till handel på First North. Stockholmsbörsen AB godkänner ansökan om upptagande till sådan handel. Första handelsdag beräknas bli den 23 januari 2007.

Villkor för fullföljande

Fullföljandet av Nyemissionen förutsätter att New Nordics ansökan om upptagande till handel på First North godkänns av Stockholmsbörsen AB.

Fullföljandet av Nyemissionen förutsätter även att inga omständigheter uppstår som kan medföra att tidpunkten för att genomföra Nyemissionen bedöms som olämplig. Sådana omständigheter kan till exempel vara att intresset för att delta i Nyemissionen bedöms av styrelsen för New Nordic som otillräckligt eller av ekonomisk, finansiell eller politisk omständighet av sådan art att styrelsen bedömer det olämpligt fullfölja nyemissionen. Nyemissionen kan sålunda helt eller delvis återkallas. Meddelande härom avses i sådant fall offentliggöras så snart som möjligt genom pressmeddelande. Bolaget har ej möjlighet att dra tillbaka Nyemissionen efter det att handeln med värdepaperna inletts.



VD har ordet

Marinus Blåbjerg och jag grundade New Nordic år 1992. Vi startade verksamheten med ett startkapital på 100.000 SEK. Tillväxten från första årets omsättning på knappt 1 mSEK till en omsättning i dag på ca 195 mSEK är skapad genom organisk tillväxt och utan nämnvärda banklån.

Vår verksamhet är baserad på produkter vi själva utvecklar från grunden. Det ger oss ägarskap och kontroll över något av det som ligger oss varmt om hjärtat – det vill säga att bygga upp starka internationella varumärken som ingen kan ta ifrån oss. Samtidigt ger det oss möjlighet till en god bruttomarginal som ju är plattformen för en sund ekonomi.

Vi lyssnar på våra kunder, använder sunt förnuft och går våra egna vägar när vi utvecklar produkter. Vi är inte opportunistiska men strävar efter att nå de bästa lösningarna som oftast är mycket innovativa och baserade på den senaste teknologin. Det är en storfredsställelse att vi, tillsammans med våra duktiga medarbetare, är kapabla att utveckla produkter som är marknadsledande och som folk över hela världen har lust att använda dagligen.

Vi marknadsför redan våra produkter i 19 länder. Vi gör dagligen affärer med över 25.000 hälsobutiker, supermarkets och farmacieer inom respekterade kedjor såsom Boots, Superdrug, Matas, Naturapoteket och Life. Vi annonserar i dags- och veckopress samt TV och når fler än 350 miljoner konsumenter i de 19 länderna och har genom de senaste fem åren investerat mer än 200 miljoner kronor på att bygga upp våra varumärken och etablera New Nordic som en garanti för kvalitet och ökad vitalitet.

När vi går in i ett nytt land försöker vi initialt hålla en hård central styrning i syfte att minimera riskerna. Ofta har vi klarat att uppnå break-even redan under det första verksamhetsåret. Normalt sett har vi efter en 5-årsperiod uppnått en stark position, en god image och en bra lönsamhet. Då vår etableringsmodell har visat sig lyckosam har vi under de senaste åren hållit en hög etableringstakt, vilket vi även kommer att göra fortsättningsvis.

Trots att vår fokus har legat på kraftig tillväxt så har vi även förmått uppnå goda resultat på sista raden. Om vi skulle konsolidera och bara satsa på de länder där vi funnits i flera år så hade vinstnivån legat betyd-

ligt högre. Varje nyetablering kostar pengar men med vår framgångsrika nyetableringsmodell så bygger vi långsiktigt. Vi tror på det vi gör, vi har lyckats väl i de flesta nya länder vi erövrat och vi ser att hälsotrenden förstärks för varje dag som går. Detta sammantaget gör att vi med stor entusiasm kommer att fortsätta göra intåg i allt fler länder runt om i världen. New Nordic ska ha en kontrollerad tillväxt där vi planlägger förnuftig intjäning med hög tillväxt.

Ju mer internationella vi blir, desto tydligare blir det att vår affärsidé håller och desto mer blodad tand har vi fått för att globalisera oss och skapa en position på världsmarknaden. Hälsomarknaden ligger i en fantastisk tillväxt både vad gäller västvärldens konsumenter men också bland de miljarder av nya potentiella konsumenter som kommer i kölvattnet av de hastigt växande ekonomierna i länder som Ryssland, Indien, Sydkorea, Kina och Brasilien.

Orsaken till att vi nu genomför en emission är att vi vill stärka oss ytterligare rent finansiellt så att vi kan accelerera vår globalisering. Vi tror vi kan skapa en unik global position i en av de få industrier, som ännu inte är internationellt konsoliderad utan istället präglad av många nationella och regionala aktörer. Vi har inte stött på något bolag som kan den internationella marknaden lika bra som vi gör, så vi är övertygade om att vi har de bästa förutsättningar för att lyckas bättre än våra konkurrenter.

Det är nu vi ska utnyttja vårt momentum och vår enastående möjlighet. En god finansiell situation möjliggör även uppköp av bolag som antingen har starka varumärken som kan införlivas i vår internationella struktur och därmed få direkt tillgång till de 25.000 försäljningsställen som utgör vår kundbas idag, eller bolag som har en bra position på sin lokala marknad och därmed kan öka vår etableringshastighet i just det landet.

Vår överordnade plan är klar och framträdande, men vår detaljerade strategi är vår affärshemlighet. Vi hoppas, att du har lust att investera i New Nordic och vara med på vår vidare färd ut i världen.

Karl Kristian Jensen
Verkställande direktör

Marknadsöversikt

Den genomsnittliga konsumtionen per invånare i Nordamerika och Japan uppskattas vara 70 procent högre än motsvarande i Europa, vilket indikerar en outnyttjad potential i Europa.

Både den globala och den europeiska marknaden är i tillväxt. Den europeiska marknaden har växt med ungefär 50% under de senaste 10 åren och estimeras att fortsätta att växa med 4-5% årligen under de närmaste 5 åren (Källa: Frost & Sullivan, 2005).

Efter Nordamerika så är Europa den största egenvårdsmarknaden. De dominerande länderna i Europa är Tyskland, Italien, Storbritannien och Frankrike som tillsammans står för 67% av den totala konsumtionen i Europa. Att hälsan förbättras och att riskerna för kroniska sjukdomar reduceras är nyckelfaktorerna som har drivit på tillväxten. I Storbritannien, Sverige och Danmark konsumeras kosttillskott främst i syfte att öka det generella välmåendet, medan fransmän och tyskars konsumtion mer kännetecknas av viljan att bota specifika symptom. I Spanien har tillväxten varit lägre än i många andra EU-länder. Man beräknar att endast 7% av Spaniens vuxna befolkning konsumerar vitamin- och mineralkosttillskott, vilket kan jämföras med att 43% av tyskarna konsumerar kosttillskott. De nya, samt kommande, EU-länderna från Öst- och Centraleuropa uppvisar tillväxtsiffror, avseende konsumtion av kosttillskott, på mer än 10% per år (Källa: Frost & Sullivan, 2005).

Nordamerika

Marknad i konsumentpriser: 157 mdr SEK

Marknad i leverantörspriser: 63 mdr SEK

Invånare i antal miljoner: 290

Årlig förbrukning per capita: 541 SEK



Europa

Marknad i konsumentpriser: 115 mdr SEK

Marknad i leverantörpriser: 46 mdr SEK

Invånare i antal miljoner: 355

Årlig förbrukning per capita: 324 SEK

Japan

Marknad i konsumentpriser: 68 mdr SEK

Marknad i leverantörpriser: 27 mdr SEK

Invånare i antal miljoner: 126

Årlig förbrukning per capita: 540 SEK

Den globala marknaden för kosttillskott estimeras enligt Nutrition Business Journal till 475 mdr SEK i konsumentpriser, eller 190 mdr SEK i leverantörernas försäljningspriser. (Källa: Nutrition Business Journal och New Nordic, 2006)

Hela världen

Marknad i konsumentpriser: 475 mdr SEK

Marknad i leverantörpriser: 190 mdr SEK

Invånare i antal miljoner: 6525

Årlig förbrukning per capita: 73 SEK

En åldrande population, en underdimensionerad sjukvårdsapparat samt en ökad vilja att ta mer eget ansvar för sin hälsa har drivit på försäljningen av kosttillskott och naturläkemedel i Europa och resten av världen. Konsumenterna har upptäckt att hälsorisker kan minskas genom intag av kosttillskott. Detta har lett till ett kraftigt ökat intresse och förståelse för egenvårdsprodukter och dess effekter.

USA är inte sällan pionjär vad gäller nya trender på konsumentvarumarknaden, med konsumenterna i resten av världen som efterföljare.

Fakta om den amerikanska egenvårdsmarknaden

- Redan 1988 använde 46% av amerikanerna alternativ/komplementärmedicin.
- Samma år gjorde amerikanerna 692 miljoner besök hos alternativ/komplementär-läkare, jämfört med 386 miljoner besök hos vanliga läkare.
- Antalet läkare med inriktning mot alternativ-/komplementär-läkemedel i USA beräknas öka med 88% fram till 2010, mot en ökning av vanliga läkare med 16%.
- Över 50% av all TV-reklam i USA handlar om hälsa och skönhet.
- Betydligt fler läkemedel och egenvårdsprodukter köps direkt av konsumenten än vad som skrivs ut av läkare.
- Konsumtionen av egenvård i USA ligger betydligt högre per capita än i Norden.

(Källa: Prosana)

Även i Europa ligger flera länder före Norden; förbrukningen av naturläkemedel per capita är 3 gånger större i Frankrike och fyra gånger större i Tyskland än i

Sverige. I Sverige konsumerar knappt var fjärde person dagligen kosttillskott som vitaminer och mineraler medan mer än var tredje engelsman varje dag konsumerar motsvarande produkter.

The Economist ställde i januari 2005 frågan "vilka branscher har störst tillväxtpotential under de närmaste tre åren?" till VD:ar på ett antal multinationella koncerner; majoriteten, 76%, svarade egenvård/hälsa, läkemedel och bioteknik.

Sverige ligger efter många länder i västvärlden, men intresset för egenvård ökar.

Enligt en enkät som genomfördes år 2000 av Stockholms läns landsting så uppgav 49% av alla stockholmare att de använde alternativ medicin. Cirka 77% tyckte det var viktigt med ökad samverkan mellan traditionell och alternativ medicin.

Kosttillskott och naturläkemedel är tillgängliga i många olika distributionskanaler såsom apotek, pharmacier, hälsofackhandeln, Internet och dagligvaruhandeln. Produkterna säljs i olika former såsom tabletter, kapslar, brustabletter samt i flytande form. Beroende på val av aktiva ingredienser så är vissa produkter avsedda att tillföra kroppen livsviktiga näringsämnen som man riskerar att inte få i sig via den vanliga kosten, medan andra produktes syfte är att behandla en speciell sjukdom.

Strukturen på den europeiska kosttillskottsmarknaden har förändrats under de senaste åren. Från att läkemedelsbolag och apotek historiskt har dominerat marknaden, så har kosttillskotten under de senaste åren marknadsförts och sålts mot konsumentmarknaden främst via säljkanaler såsom hälso- och livsmedelsbutiker. I takt med att produktbolagen satsar på att öka acceptansen samt synligheten av produkterna så

är distributionsstrukturen för kosttillskott på väg att förändras ytterligare. Etablerade distributionskanaler, såsom apotek och hälsobutiker, kompletteras med nya icke-traditionella kanaler, såsom massmarknadskanaler som supermarket och servicehandeln. Koncept med mindre egenvårdsavdelningar, som börjar introduceras av vissa supermarketkedjor kommer att hjälpa produktbolagen att relativt enkelt nå nya konsumenter.

(Källa: Frost & Sullivan)

Vidare är den europeiska kosttillskottsmarknaden väldigt fragmenterad. Antalet produktbolag är fler än 500, varav endast de absolut största har egna försäljningsbolag utanför sin hemmamarknad i Europa. Aktörer med säljbolag på flera kontinenter är ännu färre *(Källa: Frost & Sullivan, 2005)*.

Möjligheterna för den europeiska egenvårdsmarknaden är många. Den mest uppenbara är konsumenternas ökade förtroende och förståelse för produkternas ingredienser och substansers positiva effekter.

Verksamhet

New Nordic är en snabbt växande och lönsam leverantör av kosttillskott och naturläkemedel på den internationella marknaden. Många av Bolagets varumärken är kategoriledare på flera europeiska marknader och Bolaget är på god väg att nå en paneuropeisk status.

Runt om i världen inser fler och fler människor att kosttillskott och naturläkemedel kan hjälpa till att förlänga vitaliteten och förbättra livskvaliteten. New Nordic strävar efter att utveckla väl sammansatta produkter som kan bidra till ett längre, aktivare och mer välmående liv. New Nordic har som målsättning att samtliga produkter som levereras ska hålla en hög kvalitet, vilket gör att Bolagets logo "Silverträdet" ses som en kvalitetsstämpel.

New Nordics fokus på forskning och utveckling har bidragit till att positionera New Nordic som en ledande innovatör inom egenvårdsbranschen. Bolaget kan uppvisa en genomsnittlig årlig tillväxt på nästan 40% under de senaste fem åren, och räknar med att nå en omsättning på 195 mSEK år 2006, med ett rörelseresultat på 12,4 mSEK före avskrivningar.

Tillväxten har skett med en växande marknadsandel i en växande marknad. Med andra ord växer inte bara New Nordics del av marknaden, marknaden i sig själv växer också, i takt med att fler och fler konsumenter köper egenvårdsprodukter.

New Nordics verksamhet är uppbyggd genom framgångsrik marknadsföring vilket skapat etablerade varumärken som säljs via apotek, drugstores, hälso-fackhandeln och i några länder även via så kallade supermarkets.

New Nordic har samarbete med ledande återförsäljarkedjor såsom Boots, Tesco, Europharmacy, Life, Naturapoteket och Matas, samt med tusentals oberoende handlare som säljer New Nordics produkter i sina butiker.

New Nordics historia går tillbaka till början av 1990-talet då det första innovativa genombrottet inom egenvårdsprodukter (Frutin®) skapade plattformen för New Nordics framgång. Efter flera års forskning och testmarknadsföring introducerade New Nordic sitt

första skraddarsydda kosttillskott år 1997. Sedan dess har många produkter blivit lanserade i syfte att förbättra livskvaliteten samt att skjuta upp åldersrelaterade besvär.

Bland produkterna kan nämnas BioDrain®, Dida™, Blue Berry™, Tone™ och Zuccarin™ – som alla har mycket goda marknadspositioner inom sina respektive kategorier.

År 2000 valde New Nordic att fokusera på internationell marknadsföring och etablerade en affärsmodell för snabb expansion i Europa. Som resultat utökades New Nordics marknad från Skandinavien till 16 länder i Nord- och Östeuropa samt Kanada och Kina. Utöver de egna säljbolagen i dessa länder, så har New Nordic regelbunden export till Japan, USA, Australien och Nya Zeeland.

New Nordic har därmed fullständig kontroll över marknadsföringen av sina produkter i 19 länder, via mer än 25.000 försäljningsställen, vilket representerar mer än 350 miljoner potentiella kunder. Detta har gjort New Nordic till ett av de snabbast växande bolagen inom egenvårdsmarknaden i Europa. Under 2007 - 2008 ska New Nordic etablera verksamhet i ytterligare 12 länder.



Vision, mål och strategi

New Nordics vision är att utveckla produkter som kan inspirera folk över hela världen till att leva ett sundare liv och att öka vitaliteten.

Det är Bolagets mål att vara den mest konkurrenskraftiga aktören inom hälsobranschen. Det skall ske med följande strategier:

- 1 ha det bästa teamet i branschen,
- 2 fortsätta utveckla nya produkter med internationell höjd och med potential till att bli bland de två mest sålda produkterna inom respektive produktsegment,
- 3 Bolagets framgångsprodukter introduceras globalt,
- 4 dotterbolagen i varje land strävar efter att uppnå en position bland de tio viktigaste leverantörerna i branschen
- 5 bolaget utvecklar sitt produkt- och kompetensområde och ger sig in på närbesläktade produktområden såsom nutracosmetics och functional foods.

Därutöver har New Nordic en förvärvsstrategi som går ut på att antingen överta bolag som har starka varumärken som snabbt kan införlivas i New Nordics internationella struktur och då få direkt tillgång till de 25.000 försäljningsställen som utgör New Nordics kundbas, eller att förvärva lokala bolag som har en position på sin marknad som kan påskynda New Nordics etablering i just det landet.

Målsättningar

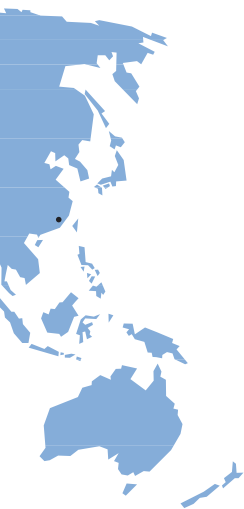
New Nordics målsättningar är att under år 2011:

- uppnå en nettoomsättning överstigande 1.000 mSEK.
- ha en bruttomarginal på lägst 68% och en rörelsemarginal före avskrivningar på lägst 8,5%.
- ha försäljning och marknadsföring av New Nordics produkter i över 40 länder.

Det bästa teamet

Bolaget fokuserar på innovation och marknadsföring. Det är inom dessa områden vi bygger vårt know-how och expertis. Det är därför viktigt för New Nordic att alla medarbetare hela tiden utvecklar sin kompetens.

New Nordic har i dag ett team av medarbetare med höga utbildnings- och meritförteckningsnivåer. Pragmatiska personligheter som har kreativa egenskaper, pionjäranda och internationell orientering. Alla i teamet har en passion för New Nordics verksamhet och målsättningar. Det är Bolagets filosofi att medarbetarna ska erbjudas utvecklingsmöjligheter. Alla jobbfunktioner i New Nordic är operationella med klara ansvarsområden och målsättningar.



New Nordics geografiska närvaro

- Dotterbolag ● Representation

De bästa produkterna

Bolaget utforskar regelbundet nya ingredienser och finner nya användningsområden för existerande substanser. New Nordic arbetar endast med substanser med bevisad klinisk effekt, och har en nära kontakt med experter och forskare inom botanik, medicin och näringsvetenskap runt om i världen.

New Nordic fokuserar på systematisk interaktion mellan produktforskning och marknadsundersökningar. Det hjälper Bolaget att transformera teknologiska fördelar till marknadsmöjligheter – och vice versa – på kort tid. Med andra ord uppnå tidsmonopol för innovativa produkter med hög efterfrågan.

Bolaget har upprepade gånger lyckats driva utvecklingen och vara nyskapande genom användandet av nya ingredienser, teknologier eller marknadsföringskoncept. Exempelvis var New Nordic det första bolaget som lanserade utrensande tabletter, började sälja individanpassade multivitaminserier samt introducerade lutein som beståndsdel i en produkt avsedd att förbättra ögats funktion.

New Nordic har flera nya produkter i pipeline som kommer att introduceras under de kommande åren. Portföljen av nya produkter utvärderas och schemaläggs var tredje månad.

En av de viktigaste parametrarna New Nordic utvärderar då beslut skall fattas om huruvida en ny produkt ska utvecklas eller ej, är om produkten har potential att bli en av de två mest sålda produkterna inom respektive produktkategori. Bolaget har ej för avsikt att lansera produkter som inte kan bli bland de marknadsledande.

Global lansering

När New Nordic har framgång med en produkt i ett eller flera länder så kan försäljningen relativt snabbt accelereras genom spridning till fler av de marknader som New Nordic verkar på. Via dotterbolagen kan New Nordic i princip sprida försäljningen av en framgångsrik produkt till samtliga länder och deras 25.000 försäljningsställen på mindre än 12 månader.

Marknadsföringsstrategierna för nya produkter utvecklas med internationellt fokus. Centralt skapas en global plattform som sedan anpassas lokalt. Utöver skicklighet inom produktutvecklingen så är expertisen inom marknadsföring väldigt essentiell för New Nordic.

Marknadsföringsteamerna från hela världen samlas flera gånger per år för att planlägga produktlanseringar och kampanjer för befintliga produkter.

New Nordic tar själva hand om kommunikationen mot konsumenterna genom riktad annonsering mot målgruppen, understödd av attraktiv paketering. Detta, i kombination med den växande kraften i igenkännandet av, och förtroendet för, New Nordics produkter i fler och fler länder ligger bakom en stor del av Bolagets tillväxt.

När en ny produkt/nytt varumärke ska lanseras i ett nytt land så är det alltid uppbackat av (1) forskningsrapporter, (2) pressreleaser, (3) informationsblad dels mot konsument och dels mot återförsäljare, (4) presentationer till handeln, (5) sales promotion material såsom affischer, skyltar, displayer etc. och (6) substantiellt annonsstöd.

Det substantiella annonsstödet är centralt i New Nordics marknadsföringsstrategi när det gäller att bygga upp ett varumärke. Förutom att bygga upp en efterfrågan hos konsumenter så byggs ett långsiktigt förtroende hos återförsäljarna upp.

Kreativa internationella annonslösningar och kostnadseffektiva lokala mediainköp är nyckelfaktorer för verksamhetsutvecklingen. Bolaget har samarbeten med stora lokala mediagrupper såsom Burda i Tyskland och Allers i Norden. För att få bra rabatter samordnar New Nordic sina reklaminköp på central nivå. De lokala kontoren får bygga upp relationer med journalister i syfte att skapa PR-förutsättningar.

Topp-10 leverantör

När New Nordic går in i ett nytt land görs det långsiktigt. Kontinuerlig bearbetning av återförsäljarna, deltagande i kedjekampanjer och utbildning av butikspersonal är viktiga faktorer för framgång.

Hälsofackhandeln blir mer och mer professionell. Därför är det New Nordics strategi att uppnå en position bland de 10 viktigaste leverantörerna på respektive marknad. Det ger en bättre förhandlingsposition och ett bättre inflytande hos återförsäljaren. New Nordic önskar ha ett tätt och professionellt samarbete med såväl butikskedjorna som med de enskilda butikerna. Efter några år på respektive marknad vet återförsäljarledet att New Nordic bygger upp sina varumärken och satsar hårt på marknadsföring genom

annonsering, kundkampanjer samt aktiviteter i butikerna. New Nordic försöker vara en utvecklande partner som ställer krav, men som också själv levererar och bidrar till tillväxt för butikerna.

Det är New Nordics klara uppfattning att trenden mot allt större och professionella butikskedjor kommer innebära mindre utrymme för små produktleverantörer framöver. Därför är det viktigt att nå en topp-10 position med ledande och starka varumärken. I England är New Nordic till exempel bland topp-5 av leverantörerna till den största hälsobutikskedjan Holland & Barrett.

Utökad produktsortiment - nya områden

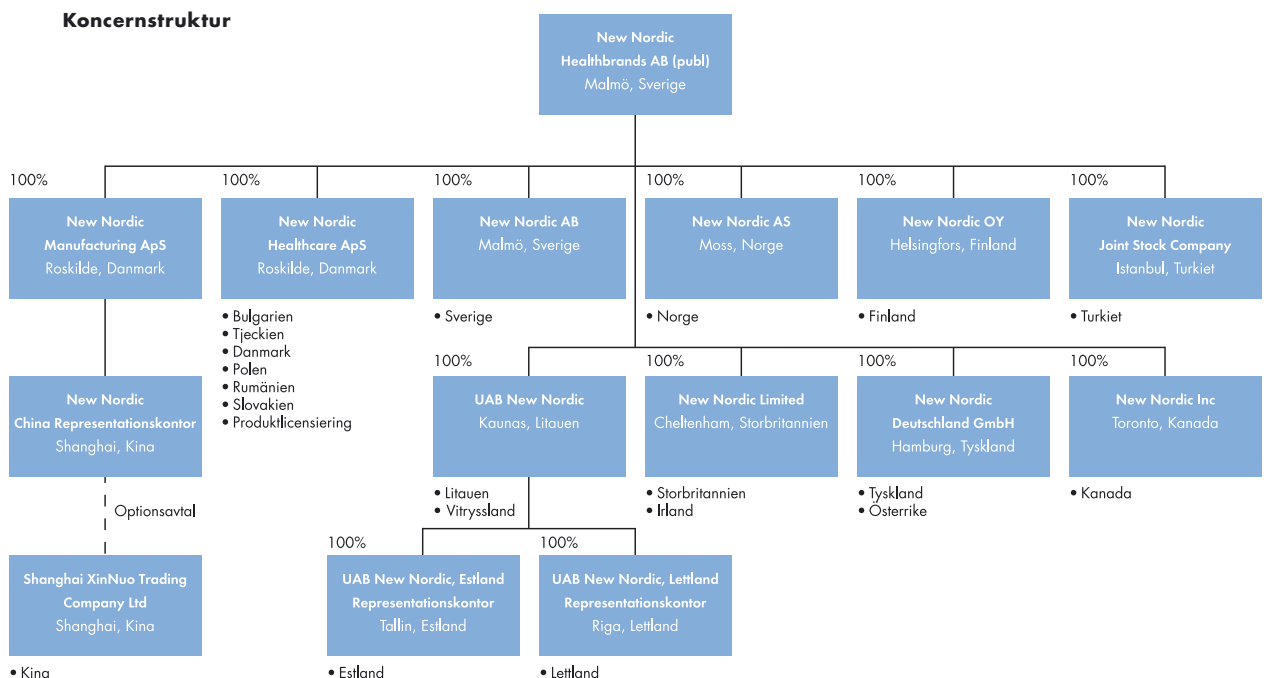
New Nordics fokus har historiskt alltid legat på utveckling och marknadsföring av kosttillskott. Bolagets största styrkor finns inom användning av vitaminer, mineraler, örtextrakt och fettsyror. Som ett led i att expandera kompetensområdet har New Nordic nu inlett samarbete med ledande bolag inom närbesläktade verksamheter såsom nutracosmetis och functional food. Nya produktområden, i kombination med New Nordics bevisligen lyckade marknadsföringsstrategi, kan relativt snabbt etableras i de länder bolaget är verksamt i och på så sätt kapitalisera på de uppbyggda distributionskanaler som redan existerar.

De första produkterna, som är ett resultat av dessa strategiska samarbeten, skall lanseras i början av 2007. Främst handlar det om världens första utrensande och färdigblandade dryck; Daily Detox samt om hudproduktserien Christian Bergman, – en ny, naturlig, nutracosmetisk serie bestående av hudvårdskapslar samt ansiktsserum utvecklat och testat på Karolinska Institutet i Solna.

Koncernstruktur/verksamhetsområden

New Nordic gruppen är organiserade under New Nordic Healthbrands AB, med säte i Malmö. New Nordic Manufacturing ApS, med ansvar för forskning och utveckling, tillverkning, kvalitetskontroll, inköp och logistik är beläget i Roskilde 35 km väster om Köpenhamn, vilket innebär att Bolaget har sina rötter i det så kallade "Medicon Valley".

Samtliga säljbolag är strukturerade som dotterbolag till New Nordic Healthbrands AB med undantag för det kinesiska säljkontoret som är en filial under New Nordic Manufacturing ApS, på grund av aktuell kinesisk lagstiftning vad gäller nystartade bolag. New Nordic planerar att även det kinesiska kontoret ska bli en egen legal enhet under New Nordic Healthbrands AB så fort myndigheterna ger sitt godkännande. Sannolikt sker det under de kommande 18 månaderna.



PRODUKTER

New Nordic har en rigorös kvalitetskontroll på allt ifrån odlingarna där råvarorna tas fram, till förpackningen och också utbildning av försäljningspersonal. Bolaget utforskar ideligen nya ingredienser, samt finner nya användningsområden för existerande sådana. Detta arbete har lett till en lång rad högkvalitativa naturprodukter som alla har en sak gemensamt: New Nordics logotype Silverträdet.

Produkterna appellerar till en internationell publik eftersom de har en hög innovativ nivå. Bolagets försäljning är spridd på många av New Nordics produkter vilket minskar bolagsrisken om minskad efterfrågan eller ökad konkurrens skulle uppstå på vissa specifika segment .

På nästföljande sidor beskrivs några av New Nordics produkter. Några är redan storsäljare medan andra är nylanserade. I beskrivningen ingår även Frutin®, vilket var den första produkten som lanserades 1992.

Produktutveckling

Bolaget utforskar regelbundet nya ingredienser och finner nya användningsområden för existerande substanser. New Nordic arbetar endast med substanser med bevisad klinisk effekt, och har en nära kontakt med experter och forskare inom botanik, medicin och nutrition runt om i världen.

New Nordic fokuserar på systematisk interaktion mellan produktforskning och marknadsundersökningar. Det hjälper Bolaget att transformera teknologiska fördelar till marknadsmöjligheter – och vice versa – på kort tid. Med andra ord uppnå tidsförspårning för innovativa produkter med hög efterfrågan.

New Nordic har flera nya produkter som kommer att introduceras under de kommande två åren. Portföljen av nya produkter utvärderas och schemaläggs var tredje månad.

Positionering och uppbyggande av varumärken står högt upp på prioriteringslistan för New Nordic. Bolaget använder därför några av de bästa rådgivarna på området för att ge assistans under hela varumärkesprocessens utveckling.



PRODUKTER

Produkter som ger vitalitet och motverkar ålderstecken

New Nordic erbjuder ett produktsortiment som är utvecklat för att öka den form av vitalitet som gör det möjligt att leva ett aktivt liv längre.

Blue Berry™

Bra för ögat.

Högt koncentrerad blåbärstablett med högt innehåll av naturligt lutein som är bra för den gula fläcken och som kan hjälpa till att bibehålla ögats vitalitet. Med ny teknologi kombineras de bioaktiva extrakterna från blåbär, med ögontröst och vindruvs-kärneextrakt som hjälper till att skydda mot fria radikaler.

Tone™

Bra för örat.

Den första tablett i världen som ökar örats vitalitet genom att tillföra de mineraler som folk med nersatt hörsel ofta saknar. Mineralerna är förstärkta med bioaktiva örtextrakt som är bra för mikrocirkulationen i örats inre organ.

Vitaberry™

Få livsgnistan tillbaka.

Blåbär har i århundraden i Sverige ansetts vara något av det nyttigaste man kan få i sig. Efter att ha studerat de vitaliserande effekterna blåbär ger sig på kropp och sinne så skapade New Nordic en produkt som ska motverka åldersrelaterade problem: Vitaberry, som innehåller naturliga substanser, antioxidanter och vitaminer som krävs för att upprätthålla ett bra immunsystem och få en långvarig hälsa. De naturliga antioxidanterna är kända för att skydda kroppen mot de fria radikalernas skadegörelse. Fria radikaler orsakar reaktioner i cellerna och anses vara ansvariga för åldringsprocessen.

Brains™

Bra för koncentrationen, korttidsminnet och sömnen.

New Nordic har utvecklat en ny kapsel, som med den senaste teknologin har förstärkt extrakt från rosenrot, citronmeliss och blåbär med dha och epa olja som är viktiga näringsämnen för hjärnans funktion. En riktigt god "smart" kapsel, som medverkar till en god sömn och som gör att man vaknar upp och känner sig utvilad och redo för dagens strapatser samtidigt som den tillför de näringsämnen som är viktiga för hjärnans funktion och korttidsminnet.



Green oil™

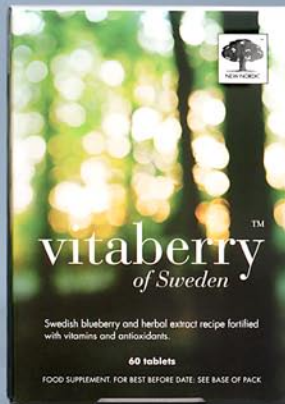
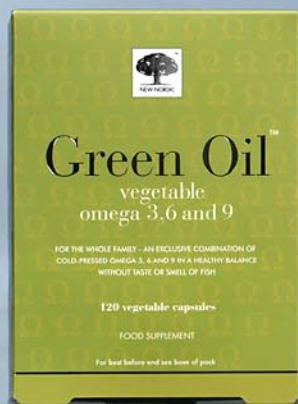
Bra för hjärtat.

Vegetabilisk omega 3, 6 och 9. New Nordic har använt den senaste kapsuleringsteknologin, som gör det möjligt att ha vegetabiliska oljor i en vegetabilisk kapsel. Kombinationen av Omega 3, 6 och 9 är bra för hjärtat och kolesterolnivån. De använda vegetabiliska fiskolja är smakneutrala vilket innebär att man slipper lukt och smak av fisk som annars är vanligt i Omega 3 oljor. New Nordic har valt kallpressad jungfruolja från linfrö, raps och jättenattljus. Små nätta kapslar som är lätta att svälja.

Frutin®

Hjälper sur mage.

Baserad på en unik sammansättning av fruktfiber och dolomitkalk. Frutin bildar ett skyddande skumlock i magens övre del, så att syra inte kan tränga upp i matstrupen. Frutin är en helt naturlig produkt som inte ger några biverkningar för matsmältningen och verkar syra-neutraliserande. Fibrerna medverkar till att magens syra inte tränger igenom skumlagret.



PRODUKTER



Produkter för figur och balans

Runt om i världen så inser fler och fler människor att om de inte börjar se efter sin kropp så kommer de inte kunna ha det aktiva och friska liv de eftersträvar. Vägen mot vitalitet är mer än att undvika sjukdom. Känslan av harmoni och tillfredsställelse genom inre styrka och balans tar lyckan med livet till en ny nivå. En del av den känslan kommer från maten vi äter och från tillskott av naturliga örter, rötter, bär etc, som det tagit många generationer och kulturer att få kunskap om.

New Nordic lyssnar och lär från lokala kulturer i världens alla hörn. Sedan förfinar, analyserar och testar New Nordic substanserna under kliniska och kontrollerade former. Detta noggranna och försiktiga tillvägagångssätt har resulterat i en lång rad av produkter som har varit till gagn för välbefinnandet hos miljon-tals människor.

Biodrain®

Den skandinaviska reningskuren som stramar upp och ger vitalitet. Kompletta utrensande örttablett. Kombinerar traditionellt använda örter med de senaste vetenskapliga rönen som stödjer din kropps egna naturliga inre processer för utrensning och rening. Flavonoider, prebiotika och patenterade bio-aktiva glykoproteiner från frukt. Fördelarna med biodrain är många: bekväma och lättsvälta tabletter. Total funktion – fungerar i harmoni med kroppens egna reningsorgan. Stramar upp och renar kroppen, reglerar vätskeansamlingar och kan kickstarta viktreducering. En utrensning ger förnyad energi. Ingen fasta är nödvändig.

Dida™

När det känns som magen "jäser"!

Unik allt-i-ett phytoterapeutisk sammansättning som hjälper till att bibehålla en sund mikrobiota i kroppen – samt ger en känsla av ökat välmående och energi. Obalans i tarmfloran påverkar hela kroppen, bakterier och mikroorganismer får lättare fäste och påverkar hälsotillståndet. Dida är en örtprodukt som motverkar uppkördhet, uppblåsthet och att magen känns "jäst". Hjälper till att bibehålla en sund svampbiologisk balans.

Zuccarin®

För ett stabilare sockervärde!

Hjälper till att bibehålla en stabil sockernivå efter måltiderna, nedsätter också förmågan att omvandla socker och stärkelse till glukos samt minskar obehag och uppkördhet efter en måltid. Innehåller naturligt extrakt av japanskt mullbärsblad. Mullbärssextraktet innehåller ämnet dnj, som är ett naturligt ämne som finns i mullbärsträdets blad. Dnj minskar omvandlingen av socker och stärkelse till glukos, vilket betyder att sockret och stärkelsen inte upptas så lätt i blodet. Dnj kan därför medverka till att bevara en stabil sockerbalans och kan hindra upptaget av kalorier.

Äppelcider 600

Höghkoncentrerad äppelcidervinäger-tablett.

Höghkoncentrerad bio-tillgänglig äppelcidervinäger tablett, som traditionellt har använts i samband med kalorikontrollerad diet som hjälp till viktminskning. Den är kombinerad med maskros som kan hjälpa till att bibehålla en normal kroppsvätskebalans samt med kronärtskocksextrakt som kan hjälpa till att nedbryta fett. Äppelcidervinäger är säkert och har använts framgångsrikt i årtionden. Ger 600 mg höghkoncentrerad äppelcidervinäger per tablett.

PRODUKTER

Produkter för kvinnor

Åtta av tio kvinnor är intresserade av hälsa och näring. Kvinnor över 40 år är de största konsumenterna av kosttillskott. Nedan beskrivs ett urval av New Nordics produkter för kvinnor:

Cranberry™

För att bibehålla sunda urinvägar. Phytoterapeutisk sammansättning som kombinerar de välkända egenskaperna hos tranbär tillsammans med Zea majs och timjan. Zea majs har visat sig ha väldigt positiv effekt på slemhinnorna i urinvägarna och timjan är välkänd som en desinficerande ört.

Multivitamin för kvinnor

Extra stark multivitamin- och mineraltablett. En komplett daglig multivitamin- och mineraltablett med extra hög halt av specifika ämnen. Hjälper till att hålla huden sund och ger näring till hår och naglar. Ett stressigt liv och missade måltider kan få en kropp ur balans. Om man vill ha en heltäckande och högklassig, istället för en medelmåttig multivitamin, så är New Nordics produkt ett självklart val. Det är en komplett sammansättning med högklassig näring för den fertila kvinnans speciella behov. Förstärkt med höga halter av patenterat kalcium, 10 mcg vitamin D och vitamin B samt folsyra.

Multivitamin för kvinnor 55+

Extra stark multivitamin och mineraltablett. Komplet daglig multivitamin- och mineraltablett för att tillgodose kvinnans behov efter 55. Efter klimakteriet har kvinnor ett speciellt behov av kalcium och vitamin D. För att skydda cellerna mot fria radikaler bör man se om sitt behov av höga halter med antioxidanter. Detta är det mest kraftfulla tillskottet i New Nordics multivitaminserie. Den inkluderar en hälsosam blandning av antioxidanter från vitaminer, mineraler och spårämnen. Alla vitaminer och mineraler ingår i en och samma tablett. Extra mycket kalcium – behövs för nervsystemet, muskulaturen och blodets leveringsförmåga. Ger tillsammans med magnesium hårdhet och styrka till skelettet. Extra mycket magnesium behövs för nervsystemet och muskulaturen. Extra B-vitaminer behövs för att tarm-slemhinnor, hår, hud och naglar ska fungera normalt.





PRODUKTER

Produkter för män

Fler och fler män blir intresserade av egenvård. New Nordic introducerar den första vitalitetsserie utvecklat speciellt för män. Två av seriens produkter är beskriven nedanför:

Nordic Male™ – Performance

Mycket mera man.

New Nordic har skapat en unik turbo-laddare till männens inre motor; ett vitaminpiller som ger män extra energi, oavsett om det gäller på jobbet eller på fritiden. Män har helt andra behov av vitaminer än kvinnor, och det råder nu nordic male performance – ett nytt kosttillskott för män – bot på. Vitaminpillret är energiförstärkande, bygger upp muskler, stärker hår och immunförsvar. Nordic male performance innehåller därutöver ett nytt bioaktivt växtextrakt, som stöttar kroppens egna utrensingsprocesser. Performance vänder sig till aktiva män i alla åldrar och är en komplett multivitamin- och multimineraltablett. Den innehåller alla de vitaminer och mineraler som är rekommenderat att dagligen intagas för män.

Nordic Male™ – Heart

Tänk på ditt hjärta.

Utöver nordic male performance består serien nordic male också av kosttillskottet heart, som liksom performance är avsett för män i alla åldrar. Här ligger fokus speciellt på hjärta och kärl – bland annat med de naturliga Omega 3 fettsyrorna och den särskilda biopulse som är sammansatt av sunda extrakt från tomat, vitlök och galangarot.



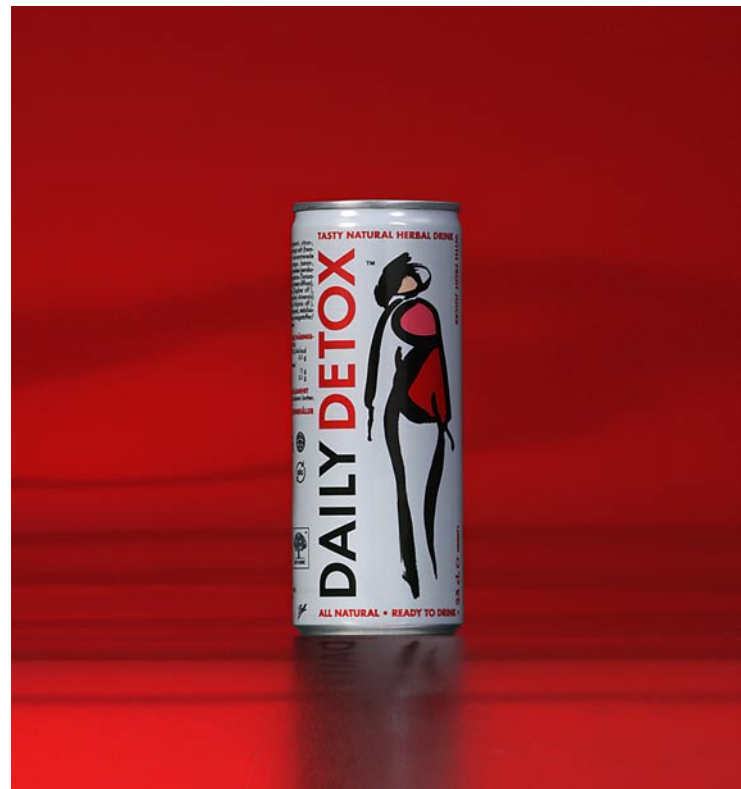
Funktionell dryck

Marknaden för funktionella drycker växer explosionsartat runt om i världen. New Nordics expertis inom örtextrakt och rening av kroppen var upprinnelsen till Daily Detox. Drycken är ett exempel på hur verksamheten har utvidgat sin kärnkompetens genom, i detta fall, samarbete med Europas främsta juiceproducenter.

Daily Detox™

Passion for healthy living.

Just nu är detox – eller utrensning – ett "hett" ord på alla livsstilsintresserades läppar, eftersom det kan vara räddningen från de trista konsekvenser som ett osunt intag av dryck och mat leder till. Men ofta krävs det en hel del för att rensa sig, eftersom det innebär en total omläggning av kostvanor. Den bilden kan den nya Daily Detox-drycken nu ändra. Drycken är den första utrensningsdrycken, som inte behöver späs ut eller tillredas, den är drickbar. Juicen innehåller en botanisk komposition av följande örtextrakt: maskros, damiana, ingefära, schisandra och galanga, som tillsammans rensar ut, understödjer förbränning och ger energi. Samtidigt innehåller Daily Detox bland annat apelsin, mango och papaya, som med sina goda egenskaper ger drycken en uppfriskande och god smak.



PRODUKTER

Produkter för skönhet

New Nordic har år 2006 övertagit försäljnings- och marknadsföringsrättigheterna i ett antal länder för Dermyn® – ett ansiktsserum testat av svenska läkare på den dermatologiska avdelningen på Karolinska Institutet. Dessutom har New Nordic i Frankrike utvecklat en serie av kosttillskott med kosmetisk funktion. Marknaden för så kallade ”nutracosmetics” är i sin begynnelse och spås god tillväxttakt under de närmaste fem åren. Produkterna kommer att marknadsföras under New Nordics varumärke – Christian Bergman of Sweden.

Efter lång forskning och utveckling lanserar nu New Nordic en ny hudkapsel med effekt redan inom tre månaders användande. Hudvårdskapseln är utvecklad med hjälp av ny teknologi, som arbetar efter principen om dynamisk skönhet, där fokus ligger på att optimera stoftskiftet i hudcellerna. Christian Bergman kapslarna går djupare in än andra kosmetiska krämer. Nya hudceller dör och föds varje dag, och genom Christian Bergman kapslarna kan man förse cellerna med livgivande ingredienser. Det kan betyda att det inom loppet av några månader uppstår synbara resultat.

Dermyn®

Naturlig ansiktslyftning.

Dermyn innehåller det patentsökta komplexet Tricutan® som behandlar hudens samtliga lager. Dermyn ökar hudens spänst, motverkar slapp och hängig hud och ger huden en ungdomligare utstrålning. Huden återfår sitt unga spänstiga utseende genom en naturlig ansiktslyftning. Kliniska tester visar mätbart resultat redan 45 minuter efter applicering på 8 av 10 personer. Dermyn blev vald till 2006 års hudvårdsprodukt i Norge samt på andra plats i Sverige av den samlade hälsofackhandeln.

Satin System™

Spänst.

Hjälper till att upprätthålla och stärka spänsten, elasticiteten och lyster i huden. Produkten kombinerar bioaktiva polyfenoler från vildhallon med blodtopp och gurkmeja plus vitamin C som spelar en viktig roll i formandet av kollagen. Receptet är förstärkt med Collanol™ – en optimerad komposition av specifika oljor som är essentiella för bevarandet av hudens fuktighet, balans och smidighet.

Deep Dew™

Mjukhet.

Hjälper till att bygga upp huden till en fräsch, sammetslik mjukhet och lyster. Produkten kombinerar bioaktiva polyfenoler från blåbär, malva, vindruvskärnor och vitamin C, som spelar en viktig roll i formandet av kollagen, med vitamin E som skyddar hudens lipidskikt. Receptet är förstärkt med Collanol™ – en optimerad komposition av specifika oljor som är essentiella för bevarandet av hudens fuktighet, balans och smidighet.

Perfect Tan™

Bronze.

Hjälper till att förbereda huden för ultraviolett (UV) strålning, och intensifierar den naturliga solbrännan, stärker ljusskyddet på cellnivå. Perfect tan kombinerar bioaktiva karotenoider från lycopen och astaxanthin plus vitamin C, som är en antioxidant och spelar en viktig roll i formandet av kollagen, med vitamin E som skyddar hudens lipider. Receptet är förstärkt med Collanol™ – en optimerad komposition av specifika oljor som är essentiella för bevarandet av hudens fuktighet, balans och smidighet.





Försäljning och marknadsföring

De flesta av New Nordics produkter har potential att säljas i alla kulturer världen över.

New Nordic har startat försäljning i 19 länder. New Nordic startar oftast upp i ett nytt land genom att etablera dotterbolag med lokalt anställd personal som ska fokusera på att etablera distribution och stå för den lokala marknadsföringen. Uppstarten i det nya landet styrs av någon av Bolagets tre Area Managers samt New Nordics anställda jurist Susanne Wibrand och de två aktiva grundarna Marinus Blåbjerg och Karl Kristian Jensen.

Bolaget försöker alltid minimera risken vid nyetableringar. Lagerföringen är outsourcad och logistikfunktionen i Roskilde i Danmark koordinerar försäljningsbudget, produktion, transport och lagerstyrning i samtliga länder. För de kunder som så önskar kan New Nordic använda EDI – Electronic Data Interchange order.

Sedan utveckling och tester är genomförda, och innan den nya produkten ska lanseras internationellt, så gör New Nordic normalt sett en testlansering i ett eller flera länder i syfte att utvärdera utfallet och sedan finjustera marknadsföringskonceptet.

New Nordic har totalt handel med över 25.000 försäljningsställen, vilka inkluderar apotek, drugstores, hälsobutiker, servicehandel och supermarkets. Bolagets produkter och marknadsföring vänder sig främst till butikskedjor och den breda konsumentpubliken. New Nordic har samarbete med många viktiga kedjor såsom exempelvis Boots (UK), Superdrug (UK), Tesco (UK), Holland & Barrett (UK), GNC (UK och Kanada), Europharmacy (Baltikum), Camelia (Baltikum), Loblaws (Kanada), Jean Coutu (Kanada), Matas (Danmark), Dansk Supermarked (Danmark), COOP (Danmark), Life (Sverige och Norge) och Watsons (Kina).

Försäljningen sker via egna säljare eller hyrd säljkår

Innebörden av New Nordics varumärke kommuniceras till omvärlden först och främst genom varje anställds uppträdande. New Nordics samstämmiga beteende, kommunikation och grafiska identitet hjälper till att skapa en klar och distinkt varumärkesprofil – en som ger ett klart löfte om den vitalitet som varje produkt med New Nordics Silverträdslogo kommer att leverera.

New Nordic har redan investerat mer än 200 miljoner på att bygga upp varumärken och har därmed skapat en kontinuerlig efterfrågan efter Bolagets produkter. Marknadsföringen vänder sig till både läkare, sköterskor, alternativläkare, butikspersonal och konsumenter.

New Nordic använder de flesta typer av media, men annonserar huvudsakligen i veckopress. Många nya marknadsföringsregler har kommit i kölvattnet av nya EU-direktiv inom egenvårdsområdet. New Nordics personal drar stor fördel av erfarenhetsutbytet om regel- tolkningar mellan de olika dotterbolagen.

PR är en viktig marknadsföringsaktivitet. Det är de enskilda dotterbolagens ansvar att skapa goda pressrelationer och förse pressen med material. Särskilt i Sverige har New Nordic uppnått mycket goda resultat inom PR, där Bolaget under 2006 vid flera tillfällen direkt eller indirekt omnämnts på löpsedlar och i artiklar i Kvällsposten och Expressen.



Marknadsplanering

Som en del av New Nordics marknadsplaneringsstruktur ingår att marknadsföringspersonalen för samtliga dotterbolag träffas varje halvår. Detta gör att Bolaget kan reagera snabbt på ändrade marknadsbehov och konkurrenssituationer. Strukturen på mötena är som följer: 1) nya produktlanseringar + samtliga existerande produkter på marknaden, 2) marknadsplan, 3) media-plan och aktiviteter.

Utvecklingen i marknadsplanen kontrolleras och följs upp för varje varumärke i varje land varje månad. Det gör att Bolaget kan agera snabbt om något går bättre eller sämre än förväntat.

Produktion

För att kunna fokusera på forskning och marknadsföring har New Nordic outsourcat tillverkningen av Bolagets produkter. Tillverkningen sker i fabriker som är statligt godkända i Sverige och Danmark. Produkterna är tillverkade enligt Good Manufacturing Practice (GMP). Tillverkarna är kontraktstillverkare, vilket innebär att de inte har några egna produkter eller andra tjänster mot branschen än att tillverka andra företags produkter. New Nordic äger sina egna recept och varumärken. De detaljerade produktionsmanualerna och specifikationerna måste vara undertecknade av New Nordic innan en ny produkt börjar tillverkas. Samma procedur gäller om förändringar i en produkt görs. New Nordic står i daglig kontakt med tillverkarna. Bolaget har totalt inflytande i val av råvaruleverantörer, formler och kvalitetskontroll. New Nordic är en så pass stor kund att man även har stort inflytande över fabrikenas produktionsplaner och prioriteringar.

Fabrikerna är:

- Legosan AB i Kumla, Sverige.
- Propharma AS i Græsted, Danmark.
- Viminco AS i Skælskør, Danmark.

From seed to heart

New Nordic har inlett ett program som fått namnet "from seed to heart". Under detta program lokaliserar New Nordic bra ställen i världen för odling av örter för användning i New Nordics produkter. Avtal skrivs med lokala bönder, vilket ger Bolaget en möjlighet att styra och kvalitetssäkra att örterna är framtagna enligt ekologiska principer.

Slutkunden

Köparen av New Nordics produkter finns i alla åldrar. Den typiska kunden kan dock delas upp i två primärmålgrupper beroende på vilken produkt det handlar om.

Den åldrande gruppen, på 50+, som önskar hålla sig vital och aktiv under lång tid. Denna grupp använder produkter som kan motverka och försena åldersrelaterade krämpor, och som är alternativ till kemisk medicin. Den inköpsansvariga är normalt sett en kvinna. Åtta av tio kvinnor i åldersgruppen 50+ är intresserade av sundhet och näringslära. Den nya generationen av äldre har större disponibel inkomst att spendera på denna typ av produkter. Målgruppen av äldre människor växer, idag är 20% av befolkningen i Europa över 60 år. År 2050 räknar FN med att 37% av befolkningen är över 60 år.

Den andra gruppen är de mellan 30 och 50 år. De är i stigande grad fokuserade på sin hälsa och sitt utseende. Här är det också kvinnor, som till största delen är inköpsansvariga, även om fler och fler män nu också börjar ta initiativ till köp. Nio av tio kvinnor inom denna åldersgrupp är intresserade av hälsa och näringslära, och åtta av tio är intresserade av skönhet och hudvård. Vid varje given tid är 40% av kvinnorna på bantnings- eller utrensningskur. Andelen högutbildade är överrepresenterade i gruppen som köper kosttillskott och naturläkemedel.

Priset på kosttillskott är inte avgörande när den genomsnittlige europeiske konsumenten fattar sitt

inköpsbeslut. Hälsotrenden har bidragit till att öka konsumenternas intresse och kunskap. Förutom för de generiska produkterna så är konsumenterna idag villiga att betala extra för de produkter som man upplever kommer att förbättra hälsan. (Källa: Frost & Sullivan).

Konkurrenter

Den europeiska egenvårdsmarknaden är fragmenterad med fler än 500 aktörer i olika led på utbudssidan. De fyra största produktbolagen har en gemensam marknadsandel på mindre än 10%. Förutom multinationella läkemedelsbolag som marknadsför vissa segment, framför allt multivitaminer, inom kosttillskott, så existerar endast ett fåtal bolag med egen försäljning som täcker den europeiska marknaden. De flesta bolag har endast verksamhet på sin egen hemmarknad och exporterar på sin höjd till en eller två andra länder. Exempel på bolag som, liksom New Nordic, har en bred produktportfölj som marknadsför i ett stort antal europeiska länder är:

- Laboratoires Arkopharma SA, Frankrike
- Vogel / Bioforce AG, Schweiz
- Salus Natur-Arzneimittel GmbH & Co KG, Tyskland
- Ferrosan AS, Danmark
- Pharma Nord AS, Danmark
- Vitabiotics Ltd, England
- MCM Klosterfrau Vertriebs GmbH, Tyskland
- NBTY Inc., USA
- Orkla ASA, Norge

Sedan finns givetvis konkurrens från alla lokala bolag. I Sverige är exempelvis Bringwell (noterat på First North) och Wilh. Sonessons (noterat på Stockholmsbörsen) produktbolag MaxMedica konkurrenter till New Nordics svenska dotterbolag.

I tillägg till konventionella konkurrenter så ser man, liksom i livsmedelsbranschen, en växande konkurrens från återförsäljarnas egna varumärken.

Så kallad multilevel marketing (MLM), har också tagit en signifikant marknadsandel i Europa. De största bolagen är Amway Corporation, Nu Skin Enterprises Inc. och Herbalife Ltd.

Regelverk

Lagar och regler kommer att spela en stor roll när egenvårdsmarknaden fortsätter formas i Europa. Food Supplement Directive och The Traditional Herbal Medicinal Products Directive blev en lag i EU år 2005, och gäller även för dem som exporterar till Europa. De två direktiven kommer sannolikt ha påverkan på hela värdekedjan, som inkluderar produktbolag, fabriker, grossister, återförsäljare och konsumenter. Direktiven sätter dels maximigränser för olika ingredienser, men kommer även att förenkla registreringsprocessen för nya kosttillskott.

I efterdyningarna av det växande intresset för egenvårdsprodukter har EU även introducerat ett regelverk för att motverka missledande påståenden i marknadsföringen. Produktbolagens möjlighet att kommunicera i sin marknadsföring begränsas. I USA har egenvårdsprodukters positiva effekter för hälsan varit kända länge och kosttillskott och naturläkemedel har en mer utbredd acceptans inom sjukvården. Därför tillåter den amerikanska myndigheten Food & Drug Administration (FDA) mer påståenden och argumentation i marknadsföringen.

New Nordic följer noga utvecklingen kring regelverken och är beredd att snabbt ställa om och göra produktmodifieringar och ändra annonstexter om regelverken förändras. Genom sina styrelseposter i branschorganisationerna i både Danmark och Norge håller sig New Nordic informerade om aktuell lagstiftning. Genom bägge branschorganisationerna samt på eget initiativ, så utbyter New Nordic information och synpunkter med den europeiska branschorganisationen EHPM i Bryssel.

Utvald finansiell information

Den nedanstående finansiella informationen är ett sammandrag av de översiktligt granskade koncernräkenskaperna för perioden januari-september 2006, samt ett sammandrag av de koncernräkenskaper proforma för räkenskapsåret 2005 som finns återgivna i detta prospekt. Proformaredovisningen har granskats av Bolagets revisor och baseras på reviderade räkenskaper för räkenskapsåret 2005 för bolaget New Nordic International A/S.

New Nordic Healthbrands AB (publ) registrerades hos Bolagsverket den 3 februari 2006. Den 6 februari 2006 förvärvade New Nordic Healthbrands AB (publ) från New Nordic International A/S hela eller delar av New Nordic International A/S dotterbolag. Förvärvet genomfördes via en apportemission.

Redovisningen avseende delårsrapporten för perioden januari-september 2006 samt räkenskaperna proforma för 2005 är upprättade enligt svenska redovisningsprinciper. Jämförelsetal för perioden 2001-2004 är framtagna av det danska bolagets ekonomiafdelning i syfte att indikera koncernens utveckling över tiden. Jämförelsetalen har framtagits efter lokala principer och har inte varit föremål för revisorernas granskning och revision. Den utvalda finansiella informationen som återges i tabellerna nedan bör läsas i anslutning till avsnittet Kommentarer till den utvalda finansiella informationen, New Nordics delårsrapport samt proformaredovisningen.

RESULTATRÄKNINGAR

(kSEK)	1 januari - 30 september 2006	1 januari - 31 december 2005 proforma
Rörelsens intäkter		
Nettoomsättning	143 865	163 132
Rörelsens intäkter	143 865	163 132
Rörelsens kostnader		
Kostnad sålda varor	-39 454	-54 850
Personalkostnader	-12 780	-12 480
Övriga externa kostnader	-81 418	-88 005
Jämförelsestörande poster	-1 379	0
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	8 834	7 797
Avskrivningar	-1 622	-855
Rörelseresultat (EBIT)	7 212	6 942
Finansiella intäkter och kostnader		
Finansiella poster	-266	-975
Resultat efter finansiella poster	6 946	5 967
Skatt	-4 187	-2 806
Minoritetsintressen	-791	-505
Periodens resultat	1 968	2 656

BALANSRÄKNINGAR

(kSEK)	30 september 2006	31 december 2005 proforma
Tillgångar		
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR		
Immateriella anläggningstillgångar	15 579	8 144
Materiella anläggningstillgångar	3 895	3 683
Finansiella anläggningstillgångar	1 972	123
Summa anläggningstillgångar	21 446	11 950
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR		
Varulager	26 863	22 631
Kundfordringar	15 522	14 766
Övriga kortfristiga fordringar	6 520	3 444
Likvida medel	13 536	6 067
Summa omsättningstillgångar	62 441	46 908
SUMMA TILLGÅNGAR	83 887	58 858
Eget kapital och skulder		
EGET KAPITAL		
Bundet eget kapital	5 659	5 000
Fritt eget kapital	23 633	7 188
Summa eget kapital	29 292	12 188
Minoritetsintresse	0	984
AVSÄTTNINGAR		
Avsättningar för skatter	2 675	3 302
LÅNGFRISTIGA SKULDER		
Långfristiga skulder	542	548
KORTFRISTIGA SKULDER		
Skulder till kreditinstitut	9 236	6 768
Leverantörsskulder	30 350	28 589
Övriga skulder	11 792	6 479
Summa skulder	54 595	45 686
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	83 887	58 858

KASSAFLÖDESANALYS, PROFORMA 2005 – DELÅRSRAPPORT 30/9 -06

(kSEK)	1 januari - 30 september 2006
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN	
Rörelseresultat	7 212
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet:	
Avskrivningar och nedskrivningar	1 622
Övriga justeringar	-478
	8 356
Erhållen ränta	79
Erlagd ränta	-346
Betald inkomstskatt	-3 771
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	4 318
Förändringar i rörelsekapital:	
Ökning/minskning av varulager	-4 232
Ökning/minskning av fordringar	-3 832
Förändring av kortfristiga skulder	8 836
Kassaflöde från den löpande verksamheten	5 090

(kSEK)	1 januari - 30 september 2006
INVESTERINGSVERKSAMHETEN	
Förvärv av dotterbolag	-1 203
Förvärv immateriella anläggningstillgångar	-8 339
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-930
Förändring finansiella tillgångar	-1 849
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-12 320
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN	
Förändring långfristiga skulder	-6
Nyemission	15 125
Lämnad utdelning	-420
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	14 699
Förändring av likvida medel	7 469
Likvida medel vid årets början	6 067
Likvida medel vid årets slut	13 536

Definitioner av nyckeltal

Bruttoresultat: New Nordics bruttoresultat är Bolagets nettoomsättning med avdrag för kostnader till New Nordics leverantörer.

Soliditet: Eget kapital i procent av balansslutningen.

Skuldsättningsgrad: Kvoten mellan samtliga skulder och eget kapital vid periodens utgång.

Räntetäckningsgrad: Resultat efter finansnetto plus finansiella kostnader dividerat med finansiella kostnader.

Avkastning på eget kapital: Resultat efter skatt i procent av eget kapital vid periodens slut.

Sysselsatt kapital: Balansslutningen minskad med icke räntebärande avsättning och skulder.

Avkastning på sysselsatt kapital: Resultat efter finansnetto plus finansiella kostnader dividerat med sysselsatt kapital.

Investeringar: Investeringar i materiella och immateriella anläggningstillgångar

Bruttomarginal: Bruttoresultatet i procent av nettoomsättningen.

EBITDA-marginal: Rörelseresultat före av- och nedskrivningar i procent av nettoomsättningen.

Rörelsemarginal: Rörelseresultat efter av- och nedskrivningar i procent av nettoomsättningen.

Vinstmarginal: Resultat efter finansiella poster i procent av nettoomsättningen.

Nettoomsättning per anställd: Nettoomsättning dividerat på genomsnittligt antal anställda.

Bruttoresultat per anställd: Bruttoresultat dividerat på genomsnittligt antal anställda.

Resultat per anställd: Resultat efter finansiella poster dividerat på genomsnittligt antal anställda.

Genomsnittligt antal aktier: Ett vägt genomsnitt av antalet utestående aktier under perioden.

Resultat per aktie: Resultat efter skatt dividerat med genomsnittligt antal aktier.

Eget kapital per aktie: Eget kapital per aktie dividerat med antal aktier vid periodens slut.

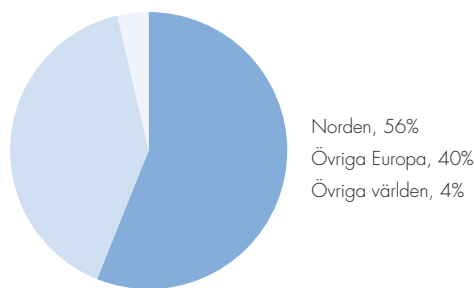
NYCKELTAL

(kSEK)	jan-sept 2006	Proforma 2005	2004	2003	2002	2001
Nettoomsättning	143 865	163 132	126 848	72 940	47 249	26 500
Bruttoresultat	104 411	108 282	80 730	44 701	24 473	11 760
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	8 834	7 797				
Rörelseresultat	7 212	6 942				
Resultat efter finansiella poster	6 946	5 967				
Balansomslutning	83 887	58 858				
Avkastning på sysselsatt kapital, %	24,9	34,1				
Avkastning på eget kapital, %	12,6	25,9				
Eget kapital	29 292	12 188				
Soliditet, %	34,9	20,7				
Skuldsättningsgrad	1,9	3,8				
Räntetäckningsgrad, ggr	21,1	6,8				
Investeringar	9 269	n.a.				
Kassaflöde från den löpande verksamheten	5 090	n.a.				
Bruttomarginal, %	72,6	66,4	63,6	61,3	51,8	44,4
EBITDA, %	6,1	4,8				
Rörelsemarginal, %	5,0	4,3				
Vinstmarginal, %	4,8	3,7				
Antal anställda, medeltal	35	24				
Antal anställda, periodens slut	41	24				
Nettoomsättning per anställd	4 110	6 797				
Bruttoresultat per anställd	2 983	4 512				
Resultat per anställd	198	249				
Genomsnittligt antal aktier under året	5 659 200	n.a.				
Antal aktier vid periodens slut	5 659 200	n.a.				
EBITDA per aktie	1,56					
Resultat per aktie, kr	0,35	n.a.				
Eget kapital per aktie, kr	5,18	n.a.				
Utdelning per aktie, kr	0	0				

Kommentarer till den utvalda finansiella informationen

Nettoomsättning

New Nordics nettoomsättning för perioden 1 januari - 30 september 2006 uppgick till 143,9 mSEK med följande geografiska fördelning:



Nettoomsättning fördelade på geografisk marknad per 30 september 2006

Geografisk marknad	Belopp (kSEK)
Norden	80 674
Övriga Europa	57 977
Övriga världen	5 214

New Nordics nettoomsättningstillväxt har sedan starten och fram till och med 2005 skett helt organiskt. Under perioden 1 januari - 30 september 2006 utgör förvärvad tillväxt drygt 6.000 kSEK.

Kostnader och rörelseresultat

Rörelsens kostnader för perioden 1 januari - 30 september 2006 uppgick till sammanlagt 136.653 kSEK, vilket resulterade i ett rörelseresultat om 7.212 kSEK. Av de totala rörelsekostnaderna utgjordes 81.418 kSEK av övriga externa kostnader, 39.454 kSEK av varulager, 12.780 kSEK av personalkostnader och 1.622 kSEK av avskrivningar. Av de övriga externa kostnaderna utgjordes 67.944 kSEK av marknadsföringskostnader. Den jämförelsestörande posten om 1.379 kSEK avser en engångskostnad till följd av förtida uppsägning av ett distributionsavtal på den Baltiska marknaden.

Avskrivningar

Avskrivningar på inventarier sker enligt plan med 20% per år. Varumärken och rättigheter skrivs av med 10% per år. Under perioden 1 januari - 30 september 2006 uppgick avskrivningarna till 1.622 kSEK, vilka i huvudsak utgörs av avskrivningar på varumärkena Dermyn® och BioDrain®.

Finansiella poster

Dotterbolagens finansiella intäkter och kostnader är små i förhållande till balansomslutning och nettoomsättning. De finansiella intäkterna består till övervägande delen av valutakursvinster. Dessutom har dotterbolagen mindre ränteintäkter från bankkonton.

Tillgångar

Anläggningstillgångarna per 30 september 2006 uppgick till 21.446 kSEK, varav 15.579 kSEK i huvudsak utgjordes av immateriella tillgångar i form av varumärkena BioDrain® och Dermyn® samt aktiverade utvecklingskostnader hänförliga till produkt- och marknadsutveckling. Omsättningstillgångarna uppgick till 62.441 kSEK, varav 26.863 kSEK utgjordes av varulager, 15.522 kSEK av kundfordringar, 13.536 kSEK av likvida medel.

Investeringar

Investeringar i immateriella rättigheter under perioden januari till september 2006 avser varumärket Dermyn® med säljrättigheter i Sverige, Finland och Baltikum, vilket uppgick till 5.700 kSEK. Därtill kommer investeringar i forskning och utveckling, produktregistreringar, uppstartskostnader på nya marknader och emballageutveckling, vilka uppgår till 2.639 kSEK. Investeringar i materiella anläggningstillgångar avser främst apporterade dotterbolags investeringar i produktionsverktyg för förpackningar som summerar till 930 kSEK.

New Nordic investerar kontinuerligt i nya marknader och nya produkter.

Under kvartal fyra beräknar New Nordic påbörja försäljning på följande nya marknadsplatser; Turkiet, Vitryssland och Ryssland.

Nya produkter som lanseras under kvartal fyra, i första hand på den danska marknaden, är Daily Detox, hudvårdsserien Christian Bergman och vitaminer för män i den nya produktserien Nordic Male.

Framtida investeringar, med en förstärkt kapitalbas i och med Nyemissionen, kommer dessutom att omfatta förvärv av varumärken och/eller andra närstående bolag.

Rörelsekapital

Enligt New Nordics uppfattning är det befintliga rörelsekapitalet i Bolaget tillräckligt för att finansiera den löpande verksamheten.

Skatt

Det är styrelsens uppfattning att Bolagets skattekostnader de kommande åren kommer uppgå till cirka 25%. Bolaget har ett skattemässigt underskott om drygt 3,8 mSEK i Litauen och England som beräknas kunna utnyttjas till viss del under fjärde kvartalet 2006, varav resterande del bedöms utnyttjas under 2007.

Kassaflöde

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick under perioden 1 januari till 30 september 2006 till 5.090 kSEK. Kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till 14.699 kSEK, varav 15.125 kSEK avsåg kontant nyemission som registrerades i mars 2006. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till totalt -12.320 kSEK, varav 8.339 kSEK är förvärv av immateriella tillgångar.

Eget kapital och nettoskuldsättning

(kSEK)	30 september 2006
Summa kortfristiga skulder	51 378
Mot garanti eller borgen	0
Mot säkerhet	0
Utän garanti/borgen eller säkerhet	51 378
Summa långfristiga skulder	542
Mot garanti eller borgen	0
Mot säkerhet	0
Utän garanti/borgen eller säkerhet	542
Eget kapital	29 292
Aktiekapital	5 659
Reservfond	0
Fria reserver	23 633

Nettoskuldsättning

Nedanstående tabell visar Bolagets nettoskuldsättning per 30 september 2006.

(kSEK)	30 september 2006
(A) Kassa	13 536
(B) Andra likvida medel	0
(C) Kortfristiga finansiella placeringar	0
(D) Summa Likviditet (A)+(B)+(C)	13 536
(E) Kortfristiga finansiella fordringar	22 042
(F) Kortfristiga banklån	9 236
(G) Kortfristig del av långfristiga skulder	0
(H) Andra kortfristiga skulder	42 142
(I) Kortfristiga skulder (F)+(G)+(H)	51 378
(J) Netto kortfristig skuldsättning (I)-(E)-(D)	15 800
(K) Långfristiga banklån	542
(L) Utestående obligationslån	0
(M) Andra långfristiga skulder	0
(N) Långfristig finansiell nettoskuldsättning (K)+(L)+(M)	542
(O) Finansiell nettoskuldsättning (J)+(N)	16 342

Tendenser

New Nordics omsättningsökning för räkenskapsåret 2006 förväntas uppgå till över 30 mSEK jämfört med föregående räkenskapsår. Till följd av den ökade försäljningstillväxten under året har Bolagets varulager under perioden 1 januari 2006 till 30 september 2006 ökat med drygt 4,2 mSEK och tendensen är oförändrad under fjärde kvartalet 2006. New Nordic ser även ökande genomsnittliga försäljningspriser på Bolagets produkter tack vare lanseringar av nya produkter under det innevarande räkenskapsåret. Vidare har fjärde kvartalet 2006 hitintills indikerat fortsatt god tillväxt på nettoomsättning och resultat jämfört med året

innan. Resultatet har dock belastats av en engångskostnad om 1,379 kSEK under kvartal tre till följd av förtida uppsägning av ett distributionsavtal på den Baltiska marknaden.

Säsongsvariationer

För egenvårdsbranschen i allmänhet fluktuerar försäljningsutvecklingen över året beroende på ett antal faktorer. Förkylningsperioder och semesterperioder är två faktorer som påverkar försäljningen i betydande grad. Normalt sett är de bästa försäljningsperioderna höst och vår, medan den sämsta perioden är under sommarmånaderna.

Finansiella prognoser

Prognos för fjärde kvartalet 2006 samt helåret 2006

Prognosen avseende nettoomsättning för fjärde kvartalet uppgår till 51 mSEK, vilket är baserat på New Nordics tillväxt under samma period historiskt. Rörelseresultatet före avskrivningar (EBITDA) för perioden förväntas uppgå till knappt 3,6 mSEK.

Som konsekvens uppgår Bolagets prognos för nettoomsättningen för räkenskapsåret 2006 till cirka 195 mSEK, motsvarande en försäljningstillväxt om cirka 20% jämfört med föregående räkenskapsår. EBITDA under räkenskapsåret 2006 prognostiseras uppgå till 12,4 mSEK.

Prognos för räkenskapsåren 2007 och 2008

New Nordic prognostiserar att den sammanlagda nettoomsättningen under 2007 kommer öka till cirka 284 mSEK jämfört med föregående räkenskapsår. Detta innebär en procentuell ökning med drygt 45%. EBITDA under samma period prognostiseras uppgå till cirka 21 mSEK, vilket motsvarar en EBITDA-marginal om cirka 7,3%.

Under 2008 är prognosen att Bolagets nettoomsättning skall uppgå till cirka 400 mSEK, vilket är en ökning med drygt 40% jämfört med föregående räkenskapsår. EBITDA för perioden prognostiseras uppgå till 32 mSEK, motsvarande en EBITDA-marginal om 8%.

Organisk tillväxt på befintliga marknader

New Nordic förväntar sig uppvisa en organisk tillväxt på befintliga marknader på 20% per år för räkenskapsåren 2007 och 2008. Därtill planerar New Nordic tre nya produktlanseringar per år på befintliga marknader. För räkenskapsåret 2007 är de tre produkterna Nordic Male, Daily Detox samt Christian Bergman-serien redan planerade för lansering. New Nordic uppskattar att nya produkter kommer bidra till en ökning av nettoomsättningen på mellan 10-25% per land, beroende på storlek och mognad på marknaden samt konkurrenssituation i respektive land. På marknader som New Nordic nyligen etablerat sig på kommer försäljningstillväxten generellt sett vara högre jämfört med de marknader New Nordic varit etablerade på en längre tid. De nyetablerade marknaderna såsom

Kanada och Finland förväntas ha en försäljningstillväxt på minst 100% under räkenskapsåret 2007 jämfört med föregående räkenskapsår. New Nordic prognostiserar en sammanlagd organisk ökning av nettoomsättningen under räkenskapsåren 2007 och 2008 på 39 mSEK respektive 57 mSEK.

Organisk tillväxt på nya marknader

Under år 2007 kommer Bolaget etablera sig med egen organisation i sex nya länder och ytterligare sex länder är planerade för år 2008. Två av dessa, Turkiet och Holland, är redan under etablering och kommer under första kvartalet 2007 bidra till Bolagets nettoomsättning.

New Nordic förväntar sig att tillväxten på nya marknader kommer bidra till nettoomsättningen med 30 mSEK för 2007 och 40 mSEK för 2008.

Förvärv av varumärken och bolag

En del av Bolagets strategi är att förvärva varumärken eller bolag på både befintliga marknader eller nya marknader där New Nordic planerar att etablera sig. Det är Bolagets prognos att förvärv av varumärken och bolag kommer addera ytterligare 20 mSEK för räkenskapsåret 2007 och ytterligare 20 mSEK för räkenskapsåret 2008.

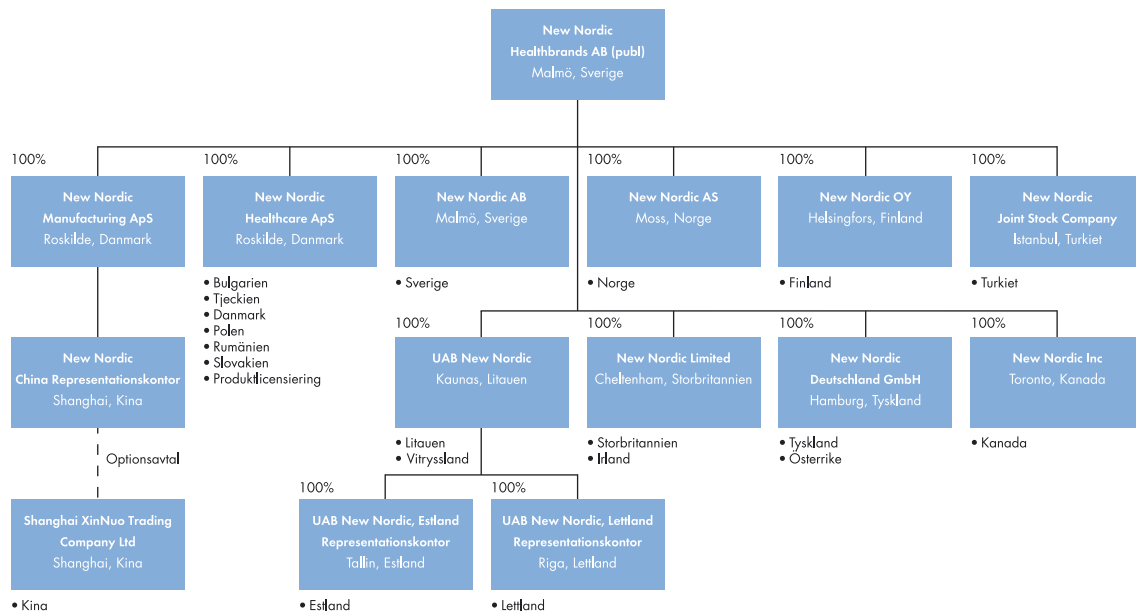
Bruttomarginal

New Nordic prognostiserar en bruttomarginal översstigande 70% för räkenskapsåren 2007 och 2008.

Faktorer bolaget inte kan påverka

I den framställda prognosen finns ett antal faktorer som Bolaget inte kan påverka. Prognoserna för de kommande två räkenskapsåren förutsätter att inga dramatiska förändringar varken i konjunktur eller konkurrensbild sker. Vidare är New Nordics förmåga att fullt ut påverka när i tiden ett förvärv av varumärken eller bolag kommer att äga rum begränsad och beroende av flera faktorer såsom till exempel olika beslutsfattare involverade vid försäljningen av varumärket eller bolaget, konkurrerande budgivare och stabilt aktie-marknadsklimat.

Kompletterande information



Legal struktur

Ovan framgår dels New Nordics samtliga dotterbolag, och dels i vilka länder New Nordic bedriver sin verksamhet samt New Nordics ägarandel av röster och kapital för respektive dotterbolag.

Transaktioner med närstående

Dansk Detail I/S är ett intressebolag som ägs av Karl Kristian Jensen och Marinus Blåbjerg Sörensen. Enligt låneavtal daterat 20 december 2005 upptog Dansk Detail I/S ett lån om 364.662,10 DKK, motsvarande cirka 452 kSEK, från New Nordic Manufacturing ApS samt ett lån om 930.068,42 DKK, motsvarande cirka 1.153 kSEK, från New Nordic Healthcare ApS. Lånen löpte med en årlig ränta om 6%. Lånen återbetalades i sin helhet den 6 december 2006.

New Nordic har i övrigt inte lämnat lån, garantier eller borgensförbindelser till eller till förmån för

styrelseledamöter, ledande befattningshavare eller revisorer i Bolaget. Vidare har ingen av styrelseledamöterna, de ledande befattningshavarna eller revisorerna innevarande, föregående eller tidigare räkenskapsår haft någon direkt eller indirekt delaktighet i affärstransaktioner med Bolaget, vilka varit ovanliga till sin karaktär eller vad avser villkoren.

Väsentliga avtal

De avtal som är av väsentlig betydelse för New Nordics verksamhet framgår i nedanstående beskrivning.

AVTAL MED LEGOTILLVERKARE AV DE PRODUKTER SOM MARKNADSFÖRS OCH SÄLJS INOM KONCERNEN

New Nordic använder sig av de tre legotillverkarna: Legosan AB i Sverige, Propharma A/S i Danmark samt Vimenco A/S i Danmark. Avtalet med Vimico A/S i Dan-

mark är under avveckling, men har inte sagts upp än. De produkter som omfattas av avtalet med Vimico A/S i Danmark utgör en mycket liten del av New Nordics omsättning. Övriga legotillverkare tillverkar och levererar mot order från New Nordic Manufacturing ApS. Bolaget är inte beroende av någon av legotillverkarna, vilka enkelt kan bytas ut utan att New Nordics försäljning och resultat påverkas i någon betydande omfattning.

AVTAL MED LEVERANTÖRER

Det finns två väsentliga leverantörer av askar, vilka är Empaka Kartonnage A/S i Danmark samt Regrafas i Litauen. Dessa bolag tillverkar och levererar emballage mot order från New Nordic Manufacturing ApS. Askarna sänds direkt till ovan angivna legotillverkare, som förpackar produkterna. Bolaget är inte beroende av någon av leverantörerna, vilka enkelt kan bytas ut utan att New Nordics försäljning och resultat påverkas i någon betydande omfattning.

Återförsäljare

New Nordics kunder består i huvudsak av återförsäljare på olika geografiska marknader. Bolagets tio viktigaste kunder är:

Kund	Land
Matas A/S	Danmark
Life Europe Holding AB	Sverige
Boots the Chemist PLC	Storbritannien
ORFE SA	Polen
Holland & Barrett Retail Ltd.	Storbritannien
Sentervirke AS/	
Life Scandinavia AS	Norge
UAB Eurofarmacijos vaistinës	Litauen
Sunkost Kjede AS	Norge
Tesco Stores Ltd.	Storbritannien
Dansk Supermarked AS	Danmark

Försäkringsfrågor

New Nordics nuvarande globala produktansvar är täckt via Codan Forsikring A/S, Danmark, för en kostnad av cirka 4 mSEK per år. Det är styrelsens uppfattning att Bolagets produktförsäkring samt försäkringskydd i övrigt i rimlig omfattning ska täcka de risker som kan vara förknippade med verksamheten.

Tvister

New Nordic International A/S och New Nordic Manufacturing ApS har den 31 mars 2006 tillsammans stämt Scott & Charters (Canada) Inc. som bedriver verksamhet under namnet Nordic Selfcare Institute ("NSI") med anledning av kontraktsbrott mot mellan parterna ingånget återförsäljaravtal. New Nordic International A/S och New Nordic Manufacturing ApS kräver bl.a. skadestånd om 215.000 CAD, vilket motsvarar cirka 1,39 mSEK. Dessutom kräver New Nordic att levererade produkter, som ännu inte sålts skall återlämnas till New Nordic International A/S och New Nordic Manufacturing ApS samt att NSI skall åläggas att avge redovisning över antalet sålda produkter med angivande av datum för försäljningen, den ersättning NSI erhållit för sålda produkter samt antalet produkter som finns kvar hos NSI.

Bolaget är inte part i och har inte kännedom om något rättsligt förfarande som har eller kan förväntas få väsentlig ekonomisk betydelse för Bolaget eller dess verksamhet.

Immateriella tillgångar

New Nordic har registrerat och upprätthållit varumärkena Frutin, Biofirm, Biodrain och Biopectin på de geografiska marknader Bolaget bedömer varumärkesregistreringarna har ett strategiskt värde.



STYRELSE

Styrelseledamöternas och ledningsgruppens kontorsadress är New Nordic, Södra Förstadsgatan 3C, 211 43 Malmö

1 Marinus Blåbjerg Sörensen, född 1951

Styrelseordförande sedan 2006, samt VD för New Nordic Manufacturing ApS. Marinus Blåbjerg Sörensen är grundare och huvudägare i New Nordic sedan 1992. Innan dess var Marinus Blåbjerg Sörensen VD för Danish Natural Foods A/S, med fokus på att implementera en internationell tillväxtstrategi. Dessförinnan var Marinus Blåbjerg Sörensen chef på Farma Foods A/S, med ansvar för dels den internationella försäljningen och för produktutvecklingen av OTC-läkemedel. Marinus Blåbjerg Sörensen är även styrelseordförande och ägare i Blåbjerg-Have ApS.

Aktieinnehav i New Nordic: 4.975.000, via bolag.¹⁾

2 Karl Kristian Jensen, född 1962

Styrelseledamot sedan 2006, samt VD för New Nordic Healthbrands AB. Karl Kristian Jensen är grundare och huvudägare i New Nordic sedan 1992.

Dessförinnan var Karl Kristian Jensen Internationell Marknadschef och styrelseledamot i Chartex International PLC i England, med ansvar för att etablera en internationell marknadsorganisation och sätta upp internationell distribution och marknadskoncept för varumärket Femidom®. Innan dess var Karl Kristian Jensen Internationell Marknadschef i Farma Food A/S. Karl Kristian Jensen är även styrelseordförande i Vaccinium Holdings ApS samt Ripamonti Finanz AG. *Aktieinnehav i New Nordic: 4.975.000, via bolag.²⁾*

¹⁾ *Tillsammans med Karl Kristian Jensen via Fjord Capital A/S.*

²⁾ *Tillsammans med Marinus Blåbjerg Sörensen via Fjord Capital A/S.*

3 Jessica Stael von Holstein, född 1969

Styrelseledamot sedan 2006. Jessica Stael von Holsteins viktigaste sysselsättningar utöver förordnandet som styrelseledamot i New Nordic är som arbetande styrelseordförande i LÄR i Värmdö AB. Jessica Stael von Holstein är även styrelseledamot i New Science AB (publ) och Ryce Holding AB. Jessica har under de senaste fem åren avslutat uppdrag som styrelseledamot i NewTeq AB.

Aktieinnehav i New Nordic: 0.

4 Carola Ahlström Määttä, född 1961

Styrelseledamot sedan 2006. Carola Ahlström Määttäs viktigaste sysselsättningar utöver förordnandet som styrelseledamot i New Nordic är som VD för Ogilvy Group Sweden AB. Carola Ahlström Määttä är även styrelseledamot i WPP Sweden. Carola Ahlström Määttä har under de senaste fem åren avslutat uppdrag som styrelseordförande och styrelseledamot i Cabomba Communication AB; styrelseledamot i Gerilla AB, Carola Määttä AB, Priscilla AB, Pretty Green AB, BC Com AB, Loveboat AB, Moov – mot oändligheten och vidare AB samt som styrelsesuppleant i Daily Planet AB och Rektorsakademien i Sverige AB.

Aktieinnehav i New Nordic: 0.

5 Göran Lundqvist, född 1941

Styrelseledamot sedan 2006. Göran Lundqvist var VD för The Absolut Company (Absolut Vodka) under åren 1994-2002. Göran Lundqvists viktigaste sysselsättningar utöver förordnandet som styrelseledamot i New Nordic är egen konsultverksamhet via det helägda bolaget Varuverket AB samt som Senior Advisor till riskkapitalbolaget EQT. Göran Lundqvist är styrelseledamot i Duni AB och Siljan Wood Products AB. Göran Lundqvist har under de senaste fem åren avslutat uppdrag som styrelseordförande i Parks & Resorts Scandinavia AB samt styrelseledamot i Findus AB, United Care Scandinavia AB och Vaasan & Vaasan OY. *Aktieinnehav i New Nordic: 0.*

LEDNINGSGRUPP

Ledningsgruppen i New Nordic består av följande personer:

1 Karl Kristian Jensen, född 1962

VD och koncernchef för New Nordic. Se sidan 57.

2 Marinus Blåbjerg Sørensen, född 1951

VD för New Nordic Manufacturing ApS. Se sidan 57.

3 Michael Nordeborg, född 1958

Ekonomichef sedan 2006. Michael Nordeborg kommer senast från en befattning som ekonomichef hos AB Filip Holm. Dessförinnan arbetade Michael Nordeborg som egen företagare och var bland annat ansvarig för bokslut i Skåne Gripen och ansvarig för koncernbokslut för Etchtech Sweden AB och Xicon-koncernen. Dessförinnan var Michael Nordeborg ekonomichef för byggföretaget AB Christian Andersson. Michael Nordeborg har under de senaste fem åren avslutat uppdrag som styrelsesuppleant i Ebbe Nordeborg Marketing AB. Michael är civilekonom från Lunds Universitet 1982.
Aktieinnehav i New Nordic: 0.



ÖVRIGA LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Susanne Wibrand

Juridisk chef samt ansvarig för regulatory affairs. Ålder 64. Susanne var marknadschef på Il Fornaio A/S. Innan dess var hon Personalchef samt ansvarig för den juridiska enheten på Chartex International PLC, England. Hon hade samma position på Farma Food A/S och dessförinnan var hon ansvarig för den legala enheten på Superfos A/S med ansvar för internationella avtal och förvärv. Anställdes av New Nordic år 2002.

Francois Gerard

Ansvarig för forskning och utveckling. Ålder 45. Francois har arbetat som R&D konsult för Christian Dior med ansvar för att finna och testa nya växter för kosmetiska produkter. Före det arbetade han som expert för Cadbury Schweppes, England. Tidigare i sin karriär har Francois ansvarat för flera uppdrag i Latinamerika, Afrika, Indien och Sri Lanka. Francois har arbetat hos New Nordic sedan 2002.

Heidi Johansen

Personalchef. Ålder 29. Heidi tog sin examen på Slagelse Handelsskola 2002. Anställdes av New Nordic år 2003.

Morten Olsen

Logistikansvarig. Ålder 33. Morten var tidigare försäljnings- och logistikansvarig på Accelor A/S, med ansvar för försäljning, planering och logistik. Innan dess var han logistikchef för ECO Scandinavia A/S. Anställdes av New Nordic år 2004.

Jannie Rex

Ansvarig för kvalitetskontroll. Ålder 39. Jannie har arbetat som forskare på Laboratory for Molecular Gerontology and Dermatology på Rigshospitalet i Köpenhamn. Anställdes av New Nordic år 2000.

Therese W. Folvik

VD för det norska dotterbolaget. Ålder 34. Therese var tidigare Marknadschef på Nutrimed AS, Norge, och innan dess arbetade hon på Naturkost Rui AS. Anställdes av New Nordic år 2001.

Tauras Masanauskas

VD Baltikum. Ålder 46. Tauras arbetade tidigare som Marknadschef på Getz Medical Co. Inc. med totalt ansvar för Hälso- och skönhetssektionens försäljning i Baltikum. Tidigare var han forskare på statssjukhuset i Kaunas, Litauen. Anställdes av New Nordic år 2004.

Ben Butler

VD England. Ålder 36. Ben arbetade tidigare som ansvarig för försäljning dels i England och dels internationellt för Bodywise, England. Innan dess var han National Account Manager för Cauldron Foods Limited, England. Anställdes av New Nordic år 2004.

Wan Chen

VD Kina. Ålder 36. Wan arbetade tidigare för läkemedelsbolaget Unisono, med ansvar för försäljning, marknadsföring och produkt-registreringar. Innan dess arbetade han på Roche Pharmaceutical. Wan tog examen på China Pharmaceutical University år 1992. Anställdes av New Nordic år 2005.

Michaela Prah

Country Manager för Tyskland. Ålder 39. Michaela arbetade senast som exportchef för Erfurt & Sohn, Tyskland, med ansvar för alla säljaktiviteter för att bryta in på nya marknader i Europa och utveckla Kina. Förutom sin ekonomiexamen på Hamburg Universitet så har Michaela en examen inom Hälsa och Nutrition. Anställdes av New Nordic år 2005.

Lena Nielsen

Country Manager för Danmark. Ålder 31. Lena arbetade tidigare som internationell marknadschef på Sanacare ApS med marknadsförings- och exportansvar. Dessförinnan var hon marknadschef för TD Consult ApS, DK. Anställdes av New Nordic år 2003.

Minki Suominen

Country Manager för Finland. Ålder 32. Minki var senast Europeisk produktchef för MLM-företaget Nu Skin Enterprises Inc, Nederländerna, med ansvar för produktutveckling samt produktlanseringar i samtliga europeiska länder. Hon arbetade dessförinnan som produktkonsult på Kraft Freia Marabou Finland och Coca-Cola Finland OY. Anställdes av New Nordic år 2005.

Christina Johansson

Country Manager för Sverige. Ålder 44. Christina var senast Marknadschef och medlem av ledningsgruppen för IT företaget IXX IT-partner AB med ansvar för strategier, planering, budget, kommunikation och marknadsföringsaktiviteter. Innan dess var Christina lärare inom marknadsföring och kommunikation. Christina har tagit examen i marknadskommunikation på Växjö Universitet och senare i affärsutveckling på Blekinge Högskola. Christina har även en tandköterskeexamen från Malmö. Anställdes av New Nordic 2006.

Hakan Karatal

Country Manager för Turkiet. Ålder 34. Hakan var senast Business Unit Manager för Procter & Gamble, med ansvar för Wella Professional Division I Turkiet. Innan dess var Hakan kategorichef för Clagon och Vanish i Reckitt Benckiser. Hakan tog sin B.S. in Business & Hotel Administration på Southern New Hampshire Universitetet i Manchester, USA år 1998. Anställdes av New Nordic år 2005.

Övrig information

Ingen av ovan nämnda styrelseledamöter och/eller ledande befattningshavare har dömts i bedrägerirelaterade mål under de senaste fem åren; varit inblandade i konkurs, likvidation eller konkursförvaltning i egen-skap av styrelseledamot eller ledande befattningshavare; varit utsatt för officiella anklagelser och/eller sanktioner från myndigheter samt förbjudits av domstol att ingå som medlem i ett bolags styrelse eller ledningsgrupp eller på ett annat sätt idka näringsverksamhet under de senaste fem åren. Ingen av ovan nämnda styrelseledamöter och/eller ledande befattningshavare har några familjerelationer till varandra. Det föreligger inga intressekonflikter mellan styrelseledamöternas och/eller ledande befattningshavarnas plikter gentemot New Nordic och deras privata intressen och/eller andra plikter utöver det som framgår i prospektet.

Styrelsens arbetsformer

New Nordics styrelse består för närvarande av fem medlemmar, inklusive ordföranden. Bolagets styrelse har inga suppleanter. De nuvarande ledamöterna av Bolagets styrelse har valts in på extra bolagsstämmor den 6 och 15 februari 2006 samt den 20 oktober 2006. Styrelseledamöternas förordnande löper fram till och med nästa årsstämma. Styrelsens arbetsordning reglerar ansvarsfördelningen mellan styrelsen, ordföranden och verkställande direktören. Vidare regleras hur ärenden förbereds och hur rapportering skall ske. Enligt arbetsordningen skall styrelsen sammanträda minst fyra gånger per år. Under innevarande räkenskapsår har styrelsen hittills sammanträtt två gånger. Det förekommer inte avtal mellan Bolaget och någon styrelseledamot eller ledande befattningshavare som ger denne rätt till någon förmån efter det att uppdraget avslutats.

Bolag med ett marknadsvärde överstigande tre miljarder SEK som är noterade på Stockholmsbörsen måste tillämpa Svensk kod för bolagsstyrning. Eftersom New Nordics marknadsvärde understiger tre miljarder

SEK och inte är noterat på Stockholmsbörsen är New Nordic därmed inte skyldig att följa denna. New Nordic avser dock att tillämpa koden för bolagsstyrning om det blir tillämpligt.

Styrelse- och revisionskommittéer

Det finns inga styrelsekommittéer eller revisionskommittéer i Bolaget. Styrelsen avser inte att tillsätta några kommittéer den närmaste framtiden. Bolagets storlek gör att dessa frågor bäst hanteras inom ramen för det vanliga styrelsearbetet.

Revisorer

ERNST & YOUNG AB

Auktoriserad revisor Stefan Langåker (född 1963)

Auktoriserad revisor Göran Neckmar (född 1956)

Torggatan 2, 211 40 Malmö

Stefan Langåker är New Nordics revisor sedan den extra bolagsstämman 6 februari 2006. Göran Neckmar är revisor i New Nordic sedan den extra bolagsstämman 20 oktober 2006. Stefan Langåker och Göran Neckmar är båda medlemmar i Föreningen Auktoriserade Revisorer ("FAR").

Ersättningar till styrelsen och verkställande direktören

STYRELSEN

För innevarande räkenskapsår utgår arvode till styrelseledamöterna med upp till 250.000 SEK att fördelas mellan ledamöterna efter styrelsens beslut.

VERKSTÄLLANDE DIREKTÖREN

Till verkställande direktör utgår lön om 93.000 SEK per månad. Därutöver har verkställande direktör rätt till mobiltelefon, bredbandsuppkoppling samt 25 dagars semester per år. För anställningen gäller en uppsägningstid om tre månader om uppsägning sker från den anställdes sida. Om uppsägningen sker från Bolagets sida uppgår uppsägningstiden till sex månader.

Skattefrågor i Sverige

Det följande är en sammanfattning av de skattekonsekvenser som enligt nu gällande svensk skattelagstiftning kan uppkomma med anledning av att äga aktier i New Nordic eller med anledning av Nyemissionen i Bolaget. Sammanfattningen vänder sig till aktieägare och innehavare av interimaktier som är obegränsat skattskyldiga i Sverige, om inte annat sägs. Den är inte avsedd att uttömmande behandla alla skattefrågor som kan uppkomma i sammanhanget, utan avser endast att ge allmän information. Den skattemässiga bedömningen av varje enskild aktieägare eller innehavare beror delvis på respektive aktieägarers eller innehavares specifika situation. Sammanfattningen behandlar exempelvis inte de speciella regler som gäller för s.k. kvalificerade aktier i fåmansföretag eller delägarrätter som ägs av handelsbolag eller kommanditbolag eller sådana juridiska personer vars innehav av delägarrätter räknas som lagertillgångar i en näringsverksamhet. Särskilda skattekonsekvenser som inte är beskrivna kan uppkomma också för andra kategorier av aktieägare eller innehavare, såsom exempelvis investmentföretag, investeringsfonder och personer som inte är obegränsat skattskyldiga i Sverige. Varje aktieägare och innehavare rekommenderas att inhämta råd från skatteexpertis avseende de skattekonsekvenser som kan uppkomma till följd av att äga aktier eller interimaktier, en interimaktie är att jämställa med en delägarrätt och det som nedan sägs om aktier gäller även för interimaktier, i New Nordic eller med anledning av Nyemissionen, exempelvis till följd av att utländska regler, skatteavtal eller andra speciella regler är tillämpliga. Bolaget har endast en legal skyldighet att innehålla preliminärskatt såvitt gäller utdelning till fysiska personer som är obegränsat skattskyldiga i Sverige. I det aktuella fallet åligger det VPC att ombesörja detta.

Beskattning vid avyttring av aktier

FYSISKA PERSONER

Vid försäljning av aktier beskattas fysiska personer och dödsbon för hela den uppkomna kapitalvinsten i inkomstslaget kapital. Skatt tas ut med 30 procent av kapitalvinsten. Kapitalvinst respektive kapitalförlust beräknas som skillnaden mellan försäljningsersättningen (efter avdrag för eventuella försäljningsutgifter) och de avyttrade aktiernas omkostnadsbelopp (anskaffningsutgift). Eventuellt uppskovsbelopp på de sålda aktierna från tidigare andelsbyten skall normalt återföras till beskattning vid en avyttring. Vid vinstberäkningen används genomsnittsmetoden. Enligt denna skall omkostnadsbeloppet för en aktie utgöras av det genomsnittliga omkostnadsbeloppet för aktier av samma slag och sort. Därvid gäller att interimaktier inte anses vara av samma slag och sort som de befintliga aktierna förrän beslutet om nyemission registrerats. Som ett alternativ till genomsnittsmetoden kan i fråga om marknadsnoterade aktier, såsom aktier i New Nordic, den s. k. schablonregeln användas. Denna regel innebär att omkostnadsbeloppet får beräknas till 20 procent av försäljningsersättningen efter avdrag för försäljningsutgifter. Avdrag för kapitalförlust medges med 70 procent av förlusten mot kapitalinkomster. Kapitalförlust vid försäljning av marknadsnoterade aktier kan dock kvittas i sin helhet mot kapitalvinster på aktier under samma år. Sådan kvittning kan även ske fullt ut mot kapitalvinster på andra delägarrätter än aktier med undantag för andelar i investeringsfonder som innehåller endast svenska fordringsrätter (svenska räntefonder). Uppkommer underskott i inkomstslaget kapital medges reduktion av skatten på inkomst av tjänst och näringsverksamhet samt fastighetsskatt. Sådan skattereduktion medges med 30 procent för underskott som uppgår till högst 100.000 SEK och med 21 procent för underskott därutöver. Underskott kan inte sparas till ett senare beskattningsår.

JURIDISKA PERSONER

Aktiebolag och andra juridiska personer, utom dödsbon, beskattas i normala fall för alla inkomster inklusive kapitalinkomster i inkomstslaget näringsverksamhet efter en skattesats om 28 procent. För beräkning av kapitalvinst respektive kapitalförlust, se ovan under rubriken "Fysiska personer". Eventuellt uppskovsbelopp på de sålda aktierna från tidigare andelsbyten skall normalt återföras till beskattning vid en avyttring. Avdrag för kapitalförluster på aktier eller andra delägarätter medges bara mot kapitalvinster på delägarätter. Sådana kapitalförluster kan även, om vissa villkor är uppfyllda, kvittas mot kapitalvinster på aktier och andra delägarätter som uppkommit i bolag inom samma koncern, under förutsättning att koncernbidragsrätt föreligger och att bolagen vid samma års taxering begär att avdrag skall medges mot den andra juridiska personens kapitalvinster. Kapitalförluster som inte har kunnat utnyttjas ett visst beskattningsår får sparas och dras av mot kapitalvinster på aktier och andra delägarätter under efterföljande beskattningsår utan begränsning i tiden. För aktiebolag och ekonomiska föreningar är dock kapitalvinster på s. k. näringsbetingade andelar skattefria och kapitalförluster på sådana andelar ej avdragsgilla. Onoterade andelar anses alltid näringsbetingade. Noterade andelar anses näringsbetingade under förutsättning att andelsinnehavet motsvarar minst 10 procent av rösterna eller innehavet betingas av rörelse. Skattefrihet för kapitalvinst på noterade andelar förutsätter dessutom att andelarna inte avyttras inom ett år från det att andelarna blivit näringsbetingade hos innehavaren. I gengäld är kapitalförluster på noterade näringsbetingade andelar som innehafts kortare tid än ett år avdragsgilla. Sådana förluster är dock föremål för de

avdragsbegränsningar som beskrivits i föregående stycke. Om andelar av samma slag och sort anskaffats vid olika tidpunkter, anses en senare anskaffad andel ha avyttrats före en tidigare anskaffad andel vid beräkning av ettårsvillkoret. Om innehavet omfattar såväl andelar som inte uppfyller kravet på innehavstid som andelar som uppfyller detta krav anses andelarna inte vara av samma slag och sort vid beräkning enligt genomsnittsmetoden.

Beskattning av utdelning

För fysiska personer och dödsbon är skattesatsen som gäller för mottagen utdelning 30 procent. För juridiska personer, utom dödsbon, är skattesatsen 28 procent. För vissa juridiska personer, t.ex. ideella föreningar, gäller särskilda regler. För aktiebolag och ekonomiska föreningar är utdelning på näringsbetingat innehav skattefritt (för definition av näringsbetingad andel, se ovan under rubriken Beskattning vid avyttring av aktier, Juridiska personer). Skattefrihet för utdelning på noterade andelar förutsätter dessutom att andelarna innehafts under en sammanhängande tid om minst ett år från det att andelarna blivit näringsbetingade hos innehavaren. Kravet på innehavstid måste inte vara uppfyllt vid utdelningstillfället. Om andelarna avyttras innan kravet på innehavstid är uppfyllt kan dock lämnad utdelning komma att tas upp till beskattning under ett senare beskattningsår.

Förmögenhetsbeskattning

Aktie som är marknadsnoterad men inte inregistrerad vid börs är befriad från förmögenhetsskatt. Aktierna i New Nordic kommer att handlas på First North och skall således inte räknas med i underlaget vid beräkningen av förmögenhetsskatt.

Utländska aktieägare

Fysiska personer som inte är bosatta, stadigvarande vistas i Sverige samt som inte tidigare varit bosatta här och har s.k. väsentlig anknytning hit, beskattas normalt inte i Sverige vid försäljning av svenska aktier eller teckningsrätter. Enligt en särskild regel kan emellertid en fysisk person som är bosatt utanför Sverige ändå bli beskattad i Sverige vid försäljning av svenska aktier, om personen under det kalenderår då försäljningen sker eller vid något tillfälle under de tio närmast föregående kalenderåren varit bosatt i Sverige eller stadigvarande vistats här. Tillämpligheten av denna regel är dock i många fall begränsad genom skatteavtal som Sverige har ingått med andra länder för undvikande av dubbelbeskattning. Utländska juridiska personer är normalt inte skattskyldiga för kapitalvinst på svenska aktier, eller teckningsrätter annat än om vinsten är hänförlig till ett s. k. fast driftställe i Sverige. Ifall fast driftställe föreligger gäller dock reglerna avseende skattefri utdelning och kapitalvinst samt ej avdragsgill kapitalförlust med vissa begränsningar. För aktieägare som inte är skatterättsligt hemmahörande i Sverige utgår normalt svensk kupongskatt på all utdelning från svenska aktiebolag med 30 procent. Denna skattesats är dock i allmänhet reducerad genom skatteavtal som Sverige har ingått med andra länder för undvikande av dubbelbeskattning. Avdraget för kupongskatt verkställs normalt av VPC eller, beträffande förvaltarregistrerade aktier, av förvaltaren. För aktieägare som är juridiska personer med hemvist inom EU utgår normalt inte svensk kupongskatt om aktieägaren innehar 20 procent eller mer av kapitalet i det utdelande bolaget. Per den 1 januari 2007 träder dock ny lagstiftning i kraft innebärande att andelskravet för att det inte skall utgå

kupongskatt för juridisk person hemmahörande i EU sänks från 20 procent till 15 procent. Följaktligen räcker det med innehav om högst 15 procent för att undgå kupongskatt. Svensk kupongskatt utgår inte heller på utdelning till utländska bolag på näringsbetingade andelar, om det utländska bolaget motsvarar ett svenskt aktiebolag som kan ta emot utdelning skattefritt och utdelningen under motsvarande förhållanden hade varit skattefri för ett svenskt bolag. Som förutsättning gäller vidare att beskattningen av det utländska Bolaget är likartad den beskattning som gäller för svenska aktiebolag, alternativt att det utländska Bolaget omfattas av ett skatteavtal som Sverige ingått med landet i fråga och Bolaget har hemvist där enligt avtalet. Som näringsbetingade andelar anses i detta avseende onoterade andelar samt noterade andelar om innehavet motsvarar minst 10 procent av rösterna i bolaget. För noterade andelar gäller att de måste ha innehavts under en sammanhängande tid om minst ett år vid utdelningstillfället.

Anställda i New Nordic

Förmånsbeskattning för anställda, inklusive styrelseledamöter och styrelsesuppleanter, som tilldelas aktier genom Nyemissionen kan komma att uppstå. Sådan beskattning skall inte ske om erbjudandet även riktats till sådana personer som inte är anställda eller aktieägare i Bolaget eller i samma koncern som Bolaget och de anställda förvärvat aktier i bolaget på samma villkor som gällt för övriga, om de anställda och aktieägarna inte förvärvat mer än 20 procent av de utbudna aktierna och en anställd inte förvärvat aktier för mer än 30.000 SEK.

Aktiekapitalets utveckling och ägarstruktur

Aktiekapitalet i New Nordic uppgår före den föreliggande Nyemissionen, till 5.659.200 SEK, fördelat på 5.659.200 aktier. Enligt den nuvarande bolagsordningen kan aktieantalet i New Nordic uppgå till maximalt 20.000.000 aktier. Varje aktie medför lika rätt till andel i New Nordics tillgångar och resultat, samt berättigar till en röst. Aktierna är upprättade enligt den svenska aktiebolagslagen och denominerade i svenska

kronor. Alla aktier har lika rätt till utdelning samt till eventuellt överskott vid en eventuell likvidation.

Aktiekapitalets utveckling

Aktiekapitalets utveckling från Bolagets bildande 3 februari 2006 till och med Nyemissionen visas nedan. Den föreliggande Nyemissionen framgår i kursiv stil.

År	Transaktion	Ökning av antal aktier/aktiekapital	Totalt antal aktier/aktiekapital	Kvotvärde	Emissionskurs
2006	Bolagets bildande	100.000	100 000	1	
2006	Apportemission	4 900 000	5 000 000	1	2,92
2006	Kontant nyemission	659 200	5 659 200	1	24,27
2006	<i>Föreliggande nyemission</i>	<i>536 000</i>	<i>6 195 200</i>	<i>1</i>	<i>56</i>

Aktieägarstruktur

I tabellen nedan återges Bolagets aktieägare samt dess totala ägarandel, såväl privat som via bolag, vid det tillfälle Bolaget anslöt aktien till VPC, vilket skedde

omkring den 12 oktober 2006. Tabellen visar ägarandelar före den föreliggande Nyemissionen samt efter Nyemissionen.

Aktieägare	Ägarstruktur före Nyemissionen		Ägarstruktur efter Nyemissionen	
	Antal aktier	Andel av kapital/röster, %	Antal aktier	Andel av kapital/röster, %
Fjord Capital A/S*	4 975 000	87,9	4 975 000	80,3
Länsförsäkringar Småbolagsfond	247 200	4,4	247 200	4,0
Banco Småbolagsfond	164 800	2,9	164 800	2,7
Gustavia	123 600	2,2	123 600	2,0
Öhman Sverigefond	82 400	1,5	82 400	1,3
Öhman Varumärkesfond	20 600	0,3	20 600	0,3
Övriga	45 600	0,8	45 600	0,7
Nya aktieägare			536 000	8,7
SUMMA	5 659 200	100,0	6 195 200	100,0

* Fjord Capital A/S ägs till 50% av Karl Kristian Jensen via bolag och till 50% av Marinus Blåbjerg Sørensen via bolag och familj.

Större aktieägare

Utöver medlemmar med insynsställning i New Nordics styrelse och/eller ledning, finns såvitt Bolaget känner till, ingen större aktieägare vars aktieinnehav är anmälningspliktigt enligt justeringsavtalet med Bolagets sponsor på First North samt tillämplig svensk lagstiftning. Ingen av Bolagets större aktieägare har aktier med olika röstvärde.

Utfästelse avseende försäljning av aktier

Fjord Capital A/S har förbundit sig att under en period av 24 månader från och med första handelsdagen inte avyttra aktier i New Nordic. I syfte att uppnå en ökad institutionell ägarstruktur ingår i utfästelsen att Fjord Capital A/S har rätt att vid maximalt två tillfällen sälja eller på annat sätt avyttra aktier i Bolaget, under förutsättning att så sker till en på den svenska marknaden erkänd institutionell ägare. Sådan avyttring skall ej ske över marknaden.

Utspädningseffekter

För de aktieägare som avstår teckna i den föreliggande Nyemissionen uppstår en utspädningseffekt om totalt 536.000 nyemitterade aktier alternativt cirka 8,7% av aktiekapitalet i New Nordic.

Handel på First North

Bolaget har ingått avtal med Mangold Fondkommission AB om att Bolagets aktier skall bli föremål för handel på First North. Första handelsdag beräknas bli omkring den 23 januari 2007. En handelspost har föreslagits till 200 aktier. New Nordic-aktiens ISIN-kod är SE0001838038.

Underlag för teckningskurs

Värderingen som ligger till grund för teckningskursen i Nyemissionen bygger på en jämförande värdering mellan New Nordic och liknande noterade bolag.

Styrelsens uppfattning är att teckningskursen innebär en skälig och marknadsmässig prissättning av Bolagets aktie i samband med upptagandet till handel på First North.

Bemyndigande

På extra bolagsstämman den 20 oktober 2006 fattades beslut att under tiden intill nästa årsstämma bemyndiga styrelsen att, i den mån det kan ske utan ändring av bolagsordningen, vid ett eller flera tillfällen fatta beslut om nyemission av aktier med eller utan avvikelser från aktieägarnas företrädesrätt, för att erbjudas institutionella placerare och allmänheten i Sverige, samt i förekommande fall ägare av företag som Bolaget avser att förvärva.

Skälet till bemyndigandet är att ge styrelsen möjlighet att, utan att behöva kalla till extra bolagsstämma, dels genomföra företagsförvärv med betalning i form av nyemitterade aktier i Bolaget, dels med kort varsel genomföra kapitalanskaffning till Bolaget.

Aktieägaravtal

Det finns såvitt styrelsen känner till inga aktieägaravtal i Bolaget.

Utdelningspolitik

Så länge New Nordic binder kapital i den fortsatta expansionen förväntas ingen utdelning ske.

Övrig information

Bolagets aktie är ej föremål för erbjudande som lämnats till följd av budplikt, inlösenrätt eller lösningskyldighet. Bolagets aktie har ej heller varit föremål för offentligt uppköpserbjudande under det innevarande eller det föregående räkenskapsåret.

Bolagsordning och övriga uppgifter

- § 1 Bolagets firma är New Nordic Healthbrands AB (publ), organisationsnummer 556698-0453
- § 2 Styrelsen skall ha sitt säte i Malmö kommun, Skåne län. Bolagsstämma skall kunna äga rum i Malmö eller Stockholm.
- § 3 Bolaget skall bedriva forskning, utveckling och handel med kosttillskott och läkemedel, samt därmed förenlig verksamhet.
- § 4 Bolagets aktier skall vara registrerade i ett avstämningsregister enligt lagen (1998:1479) om kontoföring av finansiella instrument. .
- § 5 Aktiekapitalet skall utgöra lägst 5.000.000 kronor och högst 20.000.000 kronor
- § 6 Antalet aktier skall vara lägst 5.000.000 och högst 20.000.000 stycken.
- § 7 Styrelsen skall bestå av lägst tre och högst tio ledamöter, med högst 10 suppleanter.
- § 8 En till två revisorer med eller utan revisors-suppleanter, alternativt ett registrerat revisionsbolag väljs på ordinarie bolagsstämma för tiden intill slutet av den ordinarie bolagsstämma som hålls under det fjärde räkenskapsåret efter revisorsvalet.
- § 9 Kallelse till bolagsstämma skall ske genom annonsering i Post- och Inrikes Tidningar samt i Svenska Dagbladet. Övriga meddelanden till aktieägarna skall också ske genom annonsering enligt ovan eller genom brev med posten.
- § 10 Bolagets räkenskapsår skall vara kalenderår.
- § 11 Årsstämma hålls årligen inom sex månader efter räkenskapsårets utgång. På årsstämman skall följande ärenden förekomma: .
1. Val av ordförande vid stämman.
 2. Upprättande och godkännande av röstlängd.
 3. Godkännande av dagordning.
 4. Val av en eller två protokolljusterare.
 5. Prövning av om stämman blivit behörigen sammankallad.
 6. Föredragning av framlagd årsredovisning och revisionsberättelse samt, i förekommande fall, koncernredovisning och koncernrevisionsberättelse.
7. Beslut
- a) om fastställande av resultaträkning och balansräkning samt i förekommande fall koncernresultaträkning och koncernbalansräkning.
 - b) om dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust enligt den fastställda balansräkningen.
 - c) om ansvarsfrihet åt styrelseledamöter och verkställande direktör när sådan förekommer.

8. Fastställande av antalet styrelseledamöter och suppleanter och, i förekommande fall, antalet revisorer och revisorssuppleanter.
9. Fastställande av styrelse- och revisionsarvoden.
10. Val av styrelse och, i förekommande fall, revisorer samt eventuella revisorssuppleanter.
11. Annat ärende, som ankommer på stämman enligt aktiebolagslagen eller bolagsordningen.

§ 12 För att få delta i bolagsstämma skall aktieägare anmäla sig hos bolaget senast den dag som anges i kallelsen till stämman, före kl. 16.00. Denna dag får inte vara söndag, allmän helgdag, lördag, midsommarafton, julafton eller nyårsafton och inte infalla tidigare än femte vardagen före stämman.

Övriga uppgifter

New Nordic har organisationsnummer 556698-0453. Bolaget registrerades vid Bolagsverket den 3 februari 2006 och har bedrivit verksamhet sedan dess. Stiftare till Bolaget var M&C Aktiebolagsstiftaren AB. Bolagets associationsform regleras av aktiebolagslagen (2005:551). New Nordic bildades och har sin hemvist i Sverige. New Nordics gällande bolagsordning antogs vid extrastämma den 15 februari 2006. Bolagets aktie är ansluten till VPC AB, box 7822, 103 97 Stockholm.

Delårsrapport

1 januari - 30 september 2006

Nettoomsättning	143,9 mSEK
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	8,8 mSEK
Rörelseresultat	7,2 mSEK
Vinst per aktie	0,35 SEK
Vinst per aktie EBITDA	1,56 SEK

Kommentar från verkställande direktören

Detta är New Nordic Healthbrands AB första år som koncernbolag. Efter årsskiftet blev den nya koncernstrukturen genomförd för att förbereda bolaget för att upptas till handel på First North i Stockholm.

Genom apportemission har New Nordic Healthbrands AB förvärvat samtliga dotterbolag från New Nordic International A/S i Danmark, som nu är huvudägare under det nya namnet Fjord Capital A/S. Dessutom har en nyemission genomförts i februari, där aktier tecknades av en sluten krets av svenska institutionella investerare.

Styrelsen i New Nordic har utökats till totalt fem personer. Det är glädjande att tre nya kompetenta styrelseledamöter har accepterat sina poster och vi ser fram emot ett framgångsrikt samarbete. De nya styrelseledamöterna är: Göran Lundqvist, VD och ägare till konsultverksamheten Varuverket AB och Senior Advisor till riskkapitalbolaget EQT. Göran Lundqvist var VD för The Absolut Company under åren 1994-2002; Carola Ahlström Määttä, VD för Ogilvy Group Sweden AB; Jessica Stael von Holstein, styrelsesordförande i LÄR i Värmdö samt styrelseledamot i New Science AB (publ) och Ryce Holding AB.

Under perioden har antalet medarbetare expanderat från 22 till 41 personer. Bland de nya medarbetarna återfinns bland annat koncernens nya ekonomichef, Michael Nordeborg, som även kommer ingå i ledningsgruppen framöver. Michael kommer senast från en position som finanschef i Filip Holm AB. För att fortsätta marknadsexpansionen på nya geografiska om-

råden har New Nordic anställt tre nya Area Managers, som har ansvaret för etableringen i ett antal nya länder under de kommande åren. Dessutom har Jan Petersen anställts som Country Manager i Kanada.

Det första halvåret etablerade vi dotterbolaget i Toronto, Kanada. Före sommaren startade New Nordic distribution och marknadsföring i Kanada och Finland. Båda marknaderna har fått en mycket bra start med god omsättning och uppnådd break-even redan vid utgången av september. I september har New Nordic även levererat de första varorna till Bulgarien, Rumänien och Kina samt motagit produktregistreringar i Vitryssland, där även avtal ingåtts med en lokal säljkår. Innan slutet av innevarande räkenskapsår förväntas distribution och marknadsföring på samtliga dessa fyra marknader ha inletts.

I Baltikum har avtalet med säljbolaget Berren AG sagts upp till en utgift om knappt 1,4 mSEK. Engångsutgiften påverkar rörelseresultatet negativt under perioden, men kommer sparas in under de kommande 1-2 åren samtidigt som det ger New Nordic friheten att etablera sin egen säljorganisation som kan ge New Nordics produkter full fokus. Som resultat anställdes i september sju personer i Estland, Lettland och Litauen samtidigt som representationskontor öppnades i Tallin och Riga. Dessa åtgärder sammantaget förväntas stärka New Nordics position i Baltikum ytterligare.

New Nordic har under perioden förvärvat försäljnings- och varumärkesrättigheterna till ansiktskrämen Dermyn® i Sverige, Finland, Estland, Lettland, Litauen och Vitryssland. Efter förvärvet har Dermyn haft en mycket god försäljningsutveckling i Sverige och innan årets utgång ska lanseringar ha gjorts i Finland, Estland, Lettland och Litauen.

Omsättningsutvecklingen under årets första nio månader har varit tillfredställande. Särskilt med hänsyn tagen till de resurser som nedlagts på omstrukturering av koncernen och förberedande inför bolagets handel på First North.

Dessutom har året präglats av många nyanställningar och förberedelser inför etablering på nya geografiska marknader. Resultatet har under perioden påverkats av engångsutgifter hänförliga till uppsägning av distributionsavtalet med Berren AG i Baltikum samt ökade utgifter vid etablering på nya marknader och produktutveckling.

Det skall noteras att bolaget lyckats bibehålla ett gott resultat trots att verksamheten i Tyskland under perioden haft ett underskott på nästan 3 mSEK. Bruttomarginalen under perioden om 72% är tillfredsställande. Därtill är skatten under perioden relativt hög. I gengäld planeras de skattemässiga underskott som finns i verksamheterna i Tyskland och England att utnyttjas under resterande del av 2006 samt under 2007.

Generellt sett är det en positiv utveckling i dotterbolagen och på de enskilda marknaderna. I synnerhet har de etablerade skandinaviska marknaderna en särskilt god utveckling. I Baltikum har omstruktureringar, ändringar av momsstatus på produkterna och försök med TV-reklam påverkat intjäningen negativt.

I England inleddes perioden med förlust på grund av dåligt planerade marknadsföringskampanjer. Trenden har dock vänt och i andra delen av perioden har bolaget visat överskott och med en god utveckling hos de större kedjorna samt i hälsobutikerna. I Polen har resultatet av marknadsföringsaktiviteterna uppgått till omkring break-even under perioden. Bolaget har en bra marknadsposition i Polen och utvecklingen ser lovande ut med nya produktansättningar planerade under 2007. I Tyskland har New Nordic investerat i såväl marknadsföring som utökad organisation. Marknadsföringssatsningarna i Tyskland har inte levt upp till förväntningarna, varför försäljningen varit otillfredsställande med ett större underskott än budgeterat som resultat. Bolaget har nya planer för Tyskland kombinerat med kostnadseffektivare marknadsföringsaktiviteter. Tyskland förväntas ge underskott även

under 2007, men det skall reduceras väsentligt. Under 2008 planeras Tyskland uppvisa ett positivt resultat. Etableringen i Kanada och Finland har gått över all förväntan och de båda bolagen förväntas gå med ett mindre överskott redan under innevarande räkenskapsår. Dessutom pågår förberedelser för marknads-etableringar i Kina, Vitryssland, Rumänien och Bulgarien.

Upplysningar lämnas av:

Karl Kristian Jensen VD

New Nordic Healthbrands AB

Södra Förstadsgatan 3

SE-211 55 Malmö

Organisationsnummer: 556698-0453

Telefon: 040 236414

Telefax: 040 239522

kk@newnordic.com

www.newnordic.com

RESULTATRÄKNING, DELÅRSRAPPORT

(kSEK)	1 januari - 30 september 2006
Nettoomsättning	143 865
Kostnad sålda varor	-39 454
Bruttoresultat	104 411
Personalkostnader	-12 780
Övriga externa kostnader	-81 418
Jämförelsestörande poster	-1 379
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	8 834
Avskrivningar	-1 622
Rörelseresultat (EBIT)	7 212
Räntor och övriga finansiella poster	-266
Resultat efter finansiella poster	6 946
Periodens skatt	-4 187
Minoritetsintressens resultatandel	-791
Periodens resultat	1 968
Aktier	5 659 200
Resultat per aktie	SEK 0,35
Resultat per aktie EBITDA	SEK 1,56

BALANSRÄKNING, DELÅRSRAPPORT

(kSEK)	30 september 2006	(kSEK)	30 september 2006
Tillgångar		Eget kapital och skulder	
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR		EGET KAPITAL	29 292
Immateriella anläggningstillgångar	15 579	Avsättningar för skatter	2 675
Materiella anläggningstillgångar	3 895	Långfristiga skulder – räntebärande	542
Finansiella anläggningstillgångar	1 972	Kortfristiga skulder – räntebärande	9 876
Summa anläggningstillgångar	21 446	Kortfristiga skulder – icke räntebärande	41 502
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR		Summa kortfristiga skulder	51 378
Varulager	26 863	SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	83 887
Kortfristiga fordringar	22 042		
Kassa och bank	13 536		
Summa omsättningstillgångar	62 441		
SUMMA TILLGÅNGAR	83 887		

FÖRÄNDRING I EGET KAPITAL

(kSEK) 1 januari - 30 september 2006	Aktiekapital	Fritt eget kapital	Summa eget kapital
Ingående balans	100	0	100
Periodens resultat		1 968	1 968
Apportemission	4 900	9 408	14 308
Nyemission	659	15 341	16 000
Emissionskostnader	0	-875	-875
Omräkningsdifferens	0	-23	-23
Eliminering koncernvinst	0	-2 185	-2 185
Utgående balans	5 659	23 634	29 293

KASSAFLÖDESANALYS, DELÅRSRAPPORT

(kSEK)	1 januari - 30 september 2006
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN	
Rörelseresultat	7 212
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet:	
Avskrivningar och nedskrivningar	1 622
Övriga justeringar	-478
	8 356
Erhållen ränta	79
Erlagd ränta	-346
Betald inkomstskatt	-3 771
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital	4 318
Förändringar i rörelsekapital:	
Ökning/minskning av varulager	-26 864
varav övertagna i apportemission	22 631
Ökning/minskning av fordringar	-22 042
varav övertagna i apportemission	18 210
Förändring av kortfristiga skulder	47 693
varav övertagna i apportemission	-38 857
Kassaflöde från den löpande verksamheten	5 090

(kSEK)	1 januari - 30 september 2006
INVESTERINGSVERKSAMHETEN	
Förvärv av dotterbolag	-1 203
Förvärv immateriella anläggningstillgångar	-16 483
varav övertagna i apportemission	8 144
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-4 613
varav övertagna i apportemission	3 683
Förändring långsiktiga fordringar	-1 972
varav övertagna i apportemission	123
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-12 320
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN	
Förändring långfristiga skulder	542
varav övertagna i apportemission	-548
Nyemission	15 125
Lämnad utdelning	-420
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	14 699
Förändring av likvida medel	7 469
Likvida medel övertagna i apportemission	6 067
Likvida medel vid årets slut	13 536

Året ackumulerat 2006

(kSEK)	1 januari - 30 september 2006
Nettoomsättning	143 865
Rörelseresultat före avskrivningar (EBITDA)	8 834
Rörelseresultat (EBIT)	7 212
Resultat efter finansiella poster	6 946

Nettoomsättningen under årets första 3 kvartal är tillfredsställande. Bruttomarginalen ligger över 72% och är således ytterst tillfredsställande.

Investeringar i marknadsföring, förberedelser för en fortsatt geografisk expansiv strategi samt förberedelser för att uppta bolagets aktie till handel på First North har påverkat lönsamheten. EBITDA ligger på drygt 6% av omsättningen och är lägre än den långsiktiga målsättningen men ändå tillfredsställande sett i ljuset av den kraftiga expansionen och att EBITDA påverkas negativt av en extraordinär engångskostnad på 1.379 kSEK (jämförelsestörande poster) som erlagts till Berren AG för att säga upp ett säljkontrakt i Baltikum. Lönsamheten har dessutom påverkats negativt till följd av ett underskott i verksamheten i Tyskland på knappt 3 mSEK. Bolagets låga avskrivningsbehov medförde att rörelseresultatet uppgick till 7.212 kSEK.

Investeringar, inkl. förvärvat genom apportemission

(kSEK)	1 januari - 30 september 2006
Immateriella tillgångar	16 483
Materiella tillgångar	4 612
Förvärv av företag, netto	1 203

Investeringarna i immateriella tillgångar avser främst varumärket BioDrain® (7.854 kSEK) och förvärv av säljrättigheterna till Dermyn® (5.700 kSEK) i Sverige, Finland och Baltikum. Rättigheterna inkluderar rättigheterna till varumärket Dermyn. Därtill kommer investeringar i forskning och utveckling, produktregistreringar, uppstartskostnader på nya marknader och emballageutveckling (2.639 kSEK). Övriga investeringar i immateriella rättigheter uppgår till 290 kSEK. Investeringar i materiella anläggningstillgångar avser främst apportionerade dotterbolags investeringar i inventarier samt produktionsverktyg och inventarier. Av totalt investerat 4.612 kSEK, avser 3.683 kSEK apportionerade materiella tillgångar.

Finansiell ställning och likviditet

(kSEK)	30 september 2006
Likvida medel	13 536
Soliditet, %	34,9
Eget kapital	29 292
Räntebärande avsättningar/skulder	10 418
Finansiell nettoskuldssättning	16 342
Finansiella anläggningstillgångar	1 972
Likvida medel	13 536

Eget kapital och verksamhetens finansiella situation under perioden påverkades av

- apporten av aktier i dotterbolag New Nordic Manufacturing ApS Danmark, New Nordic Healthcare ApS Danmark, New Nordic AB Sverige, New Nordic AS Norge, New Nordic Limited UK, New Nordic Deutschland GmbH Tyskland, UAB New Nordic Litauen och New Nordic OY Finland samt apport av varumärket BioDrain® till moderbolaget till ett samlat apportvärde på 14.308 kSEK,
- nyemission där Länsförsäkringar Småbolagsfond, Banco Småbolagsfond, Gustavia, Öhman Sverige-fond, Öhman Varumärkes fond samt andra investerare tecknade totalt 16 mSEK,
- periodens resultat på 1.968 kSEK,
- emissionskostnader på 875 kSEK

Medarbetare

(Antal)	2006
Totalt genomsnittligt antal under perioden	35

Moderbolaget

Moderbolagets nettoomsättning var 1.040 kSEK under årets nio första månader. Under årets sista kvartal kommer dotterbolagen att betala en så kallad management fee relaterad till det enskilda bolagets nettoomsättning.

Väsentliga händelser efter perioden

New Nordic har inlett försäljning i Kina, Rumänien och Bulgarien. Styrelsebeslut om att uppta New Nordic till handel på First North före årsskiftet 2006/2007 har tagits.

Utsikter 2006

Koncernens förväntningar till resultatet för 2006 estimeras till 195 mSEK. EBITDA för 2006 förväntas att hamna på ungefär 12,4 mSEK efter negativ påverkan av extraordinär jämförelsestörande post om 1.379 kSEK som erlagts till Berren AG för att säga upp kontrakt i Baltikum. Rörelseresultatet (EBIT) förväntas att hamna på ungefär 10,3 mSEK. New Nordic har en god finansiell situation för fortsatt tillväxt.

Transaktioner med närstående

Det har inte förekommit några väsentliga transaktioner med närstående under perioden.

Redovisningsprinciper

Delårsrapporten har upprättats i enlighet med Årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd. Uppgifter från tidigare år har inte upplysts då de enskilda bolagen inte tidigare var strukturerade som en koncern och uppgifterna är därför inte jämförbara eller relevanta.

Kommande rapporttillfällen

Bokslutskommuniké 2006	28 februari 2007
Delårsrapport januari-mars 2007	Maj 2007
Delårsrapport januari-juni 2007	Augusti 2007

För ytterligare information kontakta:

Karl Kristian Jensen, VD, kk@newnordic.com

Malmö den 15 november 2006

New Nordic Healthbrands AB

Styrelsen

Proformaredovisning

Det bör observeras att proformaredovisningen är till sin natur avsedd att informera och belysa fakta genom att beskriva en hypotetisk situation och beskriver således inte Bolagets faktiska finansiella ställning vid den aktuella tidpunkten eller resultatet för den aktuella perioden.

New Nordic Healthbrands AB registrerades hos Bolagsverket den 3 februari 2006 och har därmed en begränsad verksamhetshistoria. Den 6 februari 2006 förvärfvar New Nordic Healthbrands AB, Sverige, hela eller delar av bolagen; New Nordic Manufacturing Aps, Danmark, (100%), New Nordic Healthcare Aps, Danmark, (100%), New Nordic AB, Sverige, (85%), New Nordic AS, Norge, (85%), UAB New Nordic, Litauen, (100%), Pharmabrand Ltd, England, (100%), New Nordic Deutschland GmbH (100%), samt New Nordic Oy, Finland, (100%). Samtliga bolag förvärfvas från New Nordic International A/S, Danmark, genom en apportemission. De ovan angivna procenttalen inom parenteser avser andel av röster och kapital efter genomfört förvärf.

Syftet med proformaredovisningen

Proformaredovisningen har upprättats endast i syfte att informera om hur det förvärf som genomfördes den 6 februari 2006 av koncernen, hade påverkat koncernens balans- och resultaträkningar för perioden 1 januari 2005 till 31 december 2005 för det fall förvärfvet hade skett 1 januari 2005.

Upprättandet av proformaredovisningen

Utgångspunkt för proformaredovisningen är New Nordic Healthbrands AB resultat och finansiella ställning 2005, samt New Nordic International A/S reviderade resultat- och balansräkningar för räkenskapsåret 2005. New Nordic Healthbrands AB bedrev ingen verksamhet under året varför räkenskaperna inte har granskats av revisor. Redovisningen är baserad på samma redovisningsprinciper som Bolaget tillämpat i tidigare delårsrapport vilka har varit Årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd. Den upprättade proformaredovisningen visar koncernens resultat med New Nordic Healthbrands AB som moderbolag för räkenskapsåret 2005 som det hade utfallit om följande bolag hade varit dotterbolag per den 31 december 2005 med respektive ägarandelar angivet inom parenteser;

New Nordic Manufacturing Aps, Danmark, (100%), New Nordic Healthcare Aps, Danmark, (100%), New Nordic AB, Sverige, (85%), New Nordic AS, Norge, (85%), UAB New Nordic, Litauen, (100%), Pharmabrand Ltd, England, (100%), New Nordic Deutschland GmbH (100%), samt New Nordic Oy, Finland, (100%).

Kommentarer till Proformaredovisningen

PROFORMA RESULTATRÄKNING

New Nordic Manufacturing Aps, Danmark är det största bolaget i koncernen med ansvar för all produktion och har en omsättning på 71,7 mSEK. En del av denna försäljningsverksamhet, framförallt till östeuropeiska stater och danska marknaden, kommer under 2006 att tas över av New Nordic Healthcare Aps, Danmark som är nystartat vid bokslutstillfället inte bedriver någon verksamhet.

New Nordic AB, Sverige representerar en omsättning på 13,8 mSEK; New Nordic AS, Norge, 18,2 mSEK; UAB New Nordic, Litauen, 20,2 mSEK; Pharmabrand Ltd, England, 35,6 mSEK; New Nordic Deutschland GmbH 3,6 mSEK samt New Nordic Oy, Finland som är nystartat och utan omsättning 2005. Rörelsekostnaderna uppgår till 156,2 mSEK där det största beloppet finns under posten Övriga externa kostnader, 88 mSEK, vilken utgörs till största delen av investeringar i marknadsföring och mediautrymme. Rörelseresultatet proforma 2005 uppgår till 6.942 kSEK.

I proformaredovisningen har ingen avskrivning på varumärket Biodrain gjorts, till skillnad mot delårsrapporten 1 januari - 30 september 2006, där avskrivningar på Biodrain gjorts med 589 kSEK.

PROFORMA BALANSRÄKNING

Vid koncernbildningen värderades varumärket Biodrain till 7.854 kSEK vilket ökade de immateriella anläggningstillgångarna till 8.144 kSEK. Totalt uppgick anläggningstillgångarna till 9.751 kSEK och omsättningstillgångarna till 46.908 kSEK.

Dotterbolagen apporteras till värde 14.308 kSEK med aktiekapital 5.000 kSEK och överkursfond på 9.308 kSEK. Fria reserver elimineras med balanserad vinst i dotterbolagen på -7.999 kSEK varav 1.650 kSEK avser obeskattade reserver i New Nordic AB, minoritetens andel av fria reserver -397 kSEK samt en omräkningsdifferens på 8 kSEK, vilket summerar elimineringen till -8.338 kSEK.

Minoritetsintresse ökar med 252 kSEK för New Nordic AB och 216 kSEK för New Nordic AS, sammanlagt 468 kSEK. Långfristiga skulder ökar med 2.744 kSEK för latent skatter.

PROFORMA RESULTATRÄKNING

(kSEK)	1 januari - 31 december 2005 proforma			
Rörelsens intäkter	New Nordic Healthbrands AB	Dotterbolag	Eliminering	Koncern
Nettoomsättning	0	163 132	0	163 132
Övriga intäkter		0	0	0
Rörelsens intäkter	0	163 132	0	163 132
Rörelsens kostnader				
Kostnad såld vara	0	-54 850	0	-54 850
Personalkostnader	0	-12 480	0	-12 480
Övriga externa kostnader	0	-88 005	0	-88 005
Avskrivningar	0	-855	0	-855
Jämförelsestörande poster	0	0	0	0
Rörelseresultat	0	6 942	0	6 942
Finansiella intäkter och kostnader				
Minoritetsintressen		-505		-505
Finansiella poster	0	-975	0	-975
Resultat efter finansiella poster	0	5 462	0	5 462
Skatt	0	-2 806	0	-2 806
Periodens resultat	0	2 656	0	2 656

PROFORMA BALANSRÄKNING

(kSEK)	31 december 2005 proforma			
Tillgångar	New Nordic Healthbrands AB	Dotterbolag	Eliminering	Koncern
ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR				
Immateriella anläggningstillgångar	0	290	7 854	8 144
Materiella anläggningstillgångar	0	3 683	0	3 683
Finansiella anläggningstillgångar	0	123	0	123
Summa anläggningstillgångar	0	4 096	7 854	11 950
OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR				
Varulager	0	22 631	0	22 631
Kundfordringar	0	14 766	0	14 766
Övriga kortfristiga fordringar	0	3 285	0	3 285
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	0	159	0	159
Likvida medel	100	6 067	-100	6 067
Summa omsättningstillgångar	100	46 908	-100	46 908
SUMMA TILLGÅNGAR	100	51 004	7 754	58 858
Eget kapital och skulder				
EGET KAPITAL				
Aktiekapital	100	1 258	3 642	5 000
Reservfond	0	20	-20	0
Fritt eget kapital				
Överkursfond	0	0	9 308	9 308
Fria reserver	0	3 612	-8 388	-4 776
Årets resultat	0	2 656	0	2 656
Summa fritt eget kapital	0	6 268	920	7 188
SUMMA EGET KAPITAL	100	7 546	4 542	12 188
Minoritetsintresse	0	516	468	984
AVSÄTTNINGAR				
Avsättningar för skatter	0	558	2 744	3 302
LÅNGFRISTIGA SKULDER				
Skulder till kreditinstitut	0	548	0	548
KORTFRISTIGA SKULDER				
Skulder till kreditinstitut	0	6 768	0	6 768
Leverantörsskulder	0	28 589	0	28 589
Övriga skulder	0	6 479	0	6 479
Summa skulder	0	42 942	2 744	45 686
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	100	51 004	7 754	58 858

Revisorernas rapporter

REVISIONSRAPPORT AVSEENDE DELÅRSRAPPORT

Revisors rapport över översiktlig granskning delårsrapport upprättad i enlighet med 9 Kap årsredovisningslagen. (1995:1554)

*Till styrelsen i New Nordic Healthbrands AB (publ)
Org. 556698-0453*

Inledning

Vi har utfört en översiktlig granskning av den i prospektet redovisade delårsrapporten för perioden 2006-01-01–2006-09-30. Det är styrelsen som har ansvaret för att upprätta och presentera denna delårsrapport i enlighet med årsredovisningslagen. Vårt ansvar är att uttala en slutsats om denna delårsrapport grundad på vår översiktliga granskning.

Den översiktliga granskningens inriktning och omfattning

Vi har utfört vår översiktliga granskning i enlighet med Standard för översiktlig granskning *SÖG 2410 Översiktlig granskning av finansiell delårsinformation* utförd av företagets valda revisor som är utgiven av

FAR SRS. En översiktlig granskning består av att göra förfrågningar, i första hand till personer som är ansvariga för finansiella frågor och redovisningsfrågor, att utföra analytisk granskning och att vidta andra översiktliga granskningsåtgärder. En översiktlig granskning har en annan inriktning och en betydligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt Revisionsstandard i Sverige RS och god revisionsstandard i övrigt har. De granskningsåtgärder som vidtas vid en översiktlig granskning gör det inte möjligt för oss att skaffa oss en sådan säkerhet att vi blir medvetna om alla viktiga omständigheter som skulle kunna ha blivit identifierade om en revision utförts. Den uttalade slutsatsen grundad på en översiktlig granskning har därför inte den säkerhet som en uttalad slutsats grundad på en revision har.

Slutsats

Grundat på vår översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledning att anse att delårsrapporten, inte i allt väsentligt, är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

Malmö den 6 december 2006

Ernst & Young AB
Stefan Langåker
Auktoriserad revisor

Ernst & Young AB
Göran Neckmar
Auktoriserad revisor

REVISORS RAPPORT AVSEENDE PROGNOSEN

*Till styrelsen i New Nordic Healthbrands AB (publ)
Org. 556698-0453*

Vi har granskat hur den prognos som framgår på sidan 53 i New Nordic Healthbrands AB:s prospektet per den 6 december 2006 har upprättats.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsens och verkställande direktörens ansvar att upprätta prognosen och fastställa de väsentliga antaganden som prognosen är baserad på i enlighet med kraven i prospektförordningen 809/2004/EG.

Revisorns ansvar

Det är vårt ansvar att lämna ett uttalande i enlighet med prospektförordningen 809/2004/EG, bilaga I punkt 13.3. Vi har ingen skyldighet att lämna och lämnar inte heller något uttalande avseende möjligheten för New Nordic Healthbrands AB att uppnå prognosen eller de antaganden som ligger till grund för upprättandet av prognosen. Vi tar inte något ansvar för sådan finansiell information som använts i sammanställningen av prognosen.

Utfört arbete

Vi har utfört vårt arbete i enlighet med FAR SRS:s förslag till *RevR 5 Granskning av prospekt*. Vårt arbete har innefattat att bedöma styrelsens och verkställande direktörens tillvägagångssätt och tillämpade redovisningsprinciper vid upprättandet av prognosen jämfört med de som tillämpas av bolaget.

Vi har planerat och utfört vårt arbete för att få den information och de förklaringar vi bedömt nödvändiga för att med hög men inte absolut säkerhet försäkra oss om att prognosen har upprättats i enlighet med de förutsättningar som anges på sidan 53.

Då prognosen och dess antaganden hänför sig till framtiden och därför kan påverkas av oförutsägbara händelser, kan vi inte uttala oss om att det verkliga resultatet kommer att överensstämma med vad som redovisats i prognosen. Avvikelserna kan visa sig bli väsentliga.

Uttalande

Vi anser att prognosen har upprättats enligt de förutsättningar som anges på sidan 53 och i enlighet med de redovisningsprinciper som tillämpas av bolaget.

Malmö den 6 december 2006

Ernst & Young AB
Stefan Langåker
Auktoriserad revisor

Ernst & Young AB
Göran Neckmar
Auktoriserad revisor

REVISIONSRAPPORT AVSEENDE PROFORMAREDOVISNING

*Till styrelsen i New Nordic Healthbrands AB (publ)
Org. 556698-0453*

Vi har granskat den proformaredovisning som framgår på sidorna 77-79 i prospektet daterat den 6 december 2006.

Proformaredovisningen har upprättats endast i syfte att informera om hur ett förvärv, motsvarande förvärvet som gjordes per 2006-02-06, av koncernen per 2005-01-01 skulle kunnat påverka koncernbalansräkningen för New Nordic Healthbrands AB för perioden 2005-01-01–2005-12-31.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsens och verkställande direktörens ansvar att upprätta en proformaredovisning i enlighet med kraven i prospektförordningen 809/2004/EG.

Revisorns ansvar

Det är vårt ansvar att lämna ett uttalande enligt bilaga II punkt 7 i prospektförordningen 809/2004/EG. Vi har ingen skyldighet att lämna något annat uttalande om proformaredovisningen eller någon av dess beståndsdelar. Vi tar inte något ansvar för sådan finansiell information som använts i sammanställningen av proformaredovisningen utöver det ansvar som vi har för de revisorsrapporter avseende historisk finansiell information som vi lämnat tidigare.

Malmö den 6 december 2006

Ernst & Young AB
Stefan Langåker
Auktoriserad revisor

Utfört arbete

Vi har utfört vårt arbete i enlighet med FAR SRS:s förslag till *RevR 5 Granskning av prospekt*. Vårt arbete har huvudsakligen bestått i att jämföra den icke justerade finansiella informationen med den historiska information som finns, bedöma dokumentationen till proformajusteringarna och diskutera proformaredovisningen med företagsledningen. I vårt arbete har inte ingått att granska den underliggande finansiella informationen.

Vi har planerat och utfört vårt arbete för att få den information och de förklaringar vi bedömt nödvändiga för att med hög men inte absolut säkerhet försäkra oss om att proformaredovisningen har upprättats enligt de förutsättningar som anges på sidorna 77-79

Då proformaredovisningen utgör en hypotetisk situation och därför inte beskriver företagets verkliga resultat och finansiella ställning, kan vi inte uttala oss om att det verkliga resultatet och ställningen skulle ha överensstämt med vad som angivits i proformaredovisningen. Avvikelserna kan visa sig vara väsentliga.

Uttalande

Vi anser att proformaredovisningen har upprättats enligt de förutsättningar som anges på sidorna 77-79 och i enlighet med de redovisningsprinciper som tillämpas av bolaget.

Ernst & Young AB
Göran Neckmar
Auktoriserad revisor

Adresser

Huvudkontor/Moderbolag

New Nordic Healthbrands AB

Södra Förstadsgatan 3 C
SE-211 43 Malmö
Sverige
www.newnordic.com
Tel. 040-23 95 20
Fax. 040-23 95 22

Dotterbolag

New Nordic AB

Södra Förstadsgatan 3 C
SE-211 43 Malmö
Sverige

New Nordic AS

Fossen 20, 3 etg
Postbox 413
N-1530 Moss
Norge

New Nordic Limited

Smiths Hill Barn
Smiths Hill
West Farleigh
Kent ME15 0PG
Storbritannien

Besöksadress:

Unit A1, Aerotech Business Park
Bamfurlong Lane
Staverton, Glu. GL51 6ST
Storbritannien

UAB New Nordic

K. Donelaicio 62
3000 Kaunas
Litauen

New Nordic OY

Stella Business Park
Lars Sonckin kaari 10
F-02600 Espoo
Finland

New Nordic Deutschland GmbH

Schauenberger Strasse 35
D-20095 Hamburg
Tyskland

New Nordic Vitamin

ve Sağlık Ürünleri Sanayi ve Ticaret AS

Tepecik Yolu Devran Apartmanı No:1/12
Etiler, İstanbul
Turkiet

New Nordic Manufacturing ApS

Ny Østergade 11
DK-4000 Roskilde
Danmark

New Nordic Healthcare ApS

Ny Østergade 11
DK-4000 Roskilde
Danmark

New Nordic Inc.

2 Bloor Street West
Suite 2120
Toronto
Ontario M4W 3E2
Kanada

Besöksadress:

Execu-Centre Montreal
1200 McGill College Avenue
Suite 1100
Montreal
Quebec H3B 4G7
Kanada



New Nordic Healthbrands AB

Södra Förstadsgatan 3 C • SE-211 43 Malmö • Sverige

Telefon: +46 40 23 95 20 • Fax: +46 40 23 95 22

www.newnordic.com



New Nordic International A/S
under navneændring til Fjord Capital A/S

Årsrapport 2005

Indholdsfortegnelse

- 4** Oplysninger om selskabet
- 5** Ledelsens regnskabspåtegning
- 6** Revisionspåtegning
- 7** Ledelsesberetning

Årsregnskab

- 8** Anvendt regnskabspraksis
- 12** Resultatopgørelse
- 14** Balance
- 16** Egenkapitalopgørelse
- 17** Pengestrømsopgørelse
- 18** Noter



Oplysninger om selskabet

New Nordic International A/S

Ny Østergade 11

4000 Roskilde

www.newnordic.com

info@newnordic.com

Telefon: 46 32 33 44

Telefax: 46 32 24 11

Bestyrelse

Marinus Blaabjerg Sørensen, formand

Karl Kristian Jensen

Alice Have Sørensen

Direktion

Karl Kristian Jensen

Aktionærer med mere end 5% af aktiekapitalen eller 5% af stemmerne

Marinus Blaabjerg Sørensen

Karl Kristian Jensen ApS

Tilknyttede virksomheder

New Nordic Manufacturing ApS, Ny Østergade 11,
4000 Roskilde, ejerandel 100%

New Nordic Healthcare ApS, Ny Østergade 11, 4000
Roskilde, ejerandel 100%

Pharmabrands Ltd., Smiths Hill Barn, West Farleigh,
Kent, ME 15 OPG, ejerandel 100%

New Nordic AS, 1511 Moss, ejerandel 85%

New Nordic AB, Södra Förstadsgatan 3C, 211 43
Malmö, ejerandel 90%

New Nordic Deutschland GmbH, Schauenburgerstrasse
35, 20095 Hamburg, ejerandel 100%

UAB New Nordic, ejerandel 100%

New Nordic OY, Lars Sonckin kaari 16, 02600 Espoo,
Kotipaikka Espoo, ejerandel 100%

Revision

Ernst & Young Statsautoriseret Revisionsaktie-
selskab

Bankforbindelse

BG Bank A/S

Ledelsens regnskabspåtegning

Direktionen og bestyrelsen har aflagt årsrapport for New Nordic International A/S for 2005. Årsrapporten er behandlet og vedtaget dags dato.

Årsrapporten er aflagt i henhold til årsregnskabsloven.

Vi anser den valgte regnskabspraksis for hensigtsmæssig og de udøvede regnskabsmæssige skøn for forsvarlige, ligesom årsrapporten efter vores opfattelse indeholder de oplysninger, der er relevante for at bedømme koncernens og moderselskabets økonomiske forhold. Det er derfor vores opfattelse, at årsrapporten giver et retvisende billede af koncernens og moderselskabets aktiver og passiver, den finansielle stilling samt af resultatet af koncernens og moderselskabets aktiviteter for regnskabsåret 2005.

Årsrapporten indstilles til generalforsamlingens godkendelse.

Roskilde, den 30. maj 2006

Direktionen:
Karl Kristian Jensen

Bestyrelsen:

Marinus Blaabjerg Sørensen
formand

Karl Kristian Jensen

Alice Have Sørensen

Revisionspåtegning

Til aktionærerne i New Nordic International A/S

Vi har revideret årsrapporten for New Nordic International A/S for regnskabsåret 1. januar - 31. december 2005, der aflægges efter årsregnskabsloven.

Selskabets ledelse har ansvaret for årsrapporten. Vores ansvar er på grundlag af vores revision at udtrykke en konklusion om årsrapporten.

Den udførte revision

Vi har udført vores revision i overensstemmelse med danske revisionsstandarder. Disse standarder kræver, at vi tilrettelægger og udfører revisionen med henblik på at opnå høj grad af sikkerhed for, at årsrapporten ikke indeholder væsentlig fejlinformation. Revisionen omfatter stikprøvevis undersøgelse af information, der understøtter de i årsrapporten anførte beløb og oplysninger. Revisionen omfatter endvidere stillingtagen til den af ledelsen anvendte regnskabspraksis og til de væsentlige skøn, som ledelsen har udøvet, samt vurdering af den samlede præsentation af årsrapporten. Det er vores opfattelse, at den udførte revision giver et tilstrækkeligt grundlag for vores konklusion.

Revisionen har ikke givet anledning til forbehold.

Konklusion

Det er vores opfattelse, at årsrapporten giver et retvisende billede af koncernens og moderselskabets aktiver, passiver og finansielle stilling pr. 31. december 2005 samt af resultatet af koncernens og moderselskabets aktiviteter for regnskabsåret 1. januar - 31. december 2005 i overensstemmelse med årsregnskabsloven.

Roskilde, den 30. maj 2006

Ernst & Young

Statsautoriseret Revisionsaktieselskab

Palle Sundstrøm

statsautoriseret revisor

Ledelsesberetning

Præsentation af virksomheden

Koncernen driver forretning indenfor farmaceutisk industri samt fødevarerindustrien.

Koncernen består af moderselskabet New Nordic International A/S, et dansk produktions- og distributions-selskab, New Nordic Manufacturing ApS samt en række udenlandske salgsselskaber.

Udviklingen i økonomiske aktiviteter og forhold

Koncernens resultatopgørelse for 2005 udviser et overskud på kr. 2.017.182, og koncernens balance pr. 31. december 2005 udviser en egenkapital på kr. 7.108.334.

Årets resultat ligger under det forventede niveau, hvilket skyldes visse lagernedskrivninger samt nedskrivning af to større debitorer.

Forsknings- og udviklingsaktiviteter

Udviklingsomkostningerne er øget i løbet af regnskabsåret, og der er taget initiativ til en yderligere væsentlig forøgelse i indeværende regnskabsår. Udviklingsomkostningerne udgiftsføres løbende.

Filialer og selskaber i udlandet

Der er i årets løb etableret et datterselskab i Finland samt et repræsentationskontor i Shanghai i Kina.

Videnressourcer

Da udvikling af kosttilskud baseret på urteekstrakter udgør en vigtig del af selskabets forretningsgrundlag, har selskabet styrket videnressourcerne indenfor plan-teekstrakter både med hensyn til dyrkning og forståelse af virkningen af disse ekstrakter.

Indvirkning på det eksterne miljø

I udviklingsfasen tages der mest muligt hensyn til det eksterne miljø.

Begivenheder efter balancedagen

Som led i en omstrukturering af koncernen, har selskabet efter balancedagen etableret et svensk datterselskab, New Nordic Healthbrands AB, der efterfølgende pr. 15. februar 2006 har erhvervet samtlige nærværende selskabs kapitalinteresser.

Herudover er der efter regnskabsårets afslutning ikke indtruffet begivenheder, der væsentligt vil kunne påvirke vurderingen af selskabets finansielle stilling.

Forventet udvikling

Der forventes et højere resultat, da der forventes fremgang i koncernen.

Anvendt regnskabspraksis

Årsrapporten for New Nordic International A/S er aflagt i overensstemmelse med årsregnskabslovens bestemmelser for mellemstore klasse C virksomheder.

Ændring i anvendt regnskabspraksis

Selskabet har ikke tidligere udarbejdet koncernregnskab og dets kapitalinteresser har hidtil være optaget til anskaffelsessummen. Fra indeværende regnskabsår har selskabet valgt at optage kapitalinteresser efter equity-princippet samt at udarbejde koncernregnskab. Som følge heraf er anvendt regnskabspraksis ændret på følgende områder:

- Der udarbejdes koncernregnskab.
- Kapitalinteresser i datterselskaber optages til en forholdsmæssig andel af indre værdi i moderselskabets regnskab. Ændringen af regnskabsprincip har medført en regulering af egenkapitalen primo 2004

på kr. 114.000. Sammenligningstallene for 2004 er tilrettet det nye regnskabsprincip. Den samlede korrektion af egenkapitalen pr. 1/1 2005 udgør kr. 4.790.994.

- Regnskabspraksis i de danske datterselskaber er ændret således, at udskudt skat optages i balancen. Dette har medført en regulering af egenkapitalen pr. 1/1 2005 i et datterselskab på kr. 149.026.
- Som konsekvens af tvungen national sambeskatning skal selskabet fra 2005 sambeskattes med dets danske datterselskaber. Den danske selskabsskat fordeles mellem overskud og underskudsgivende danske selskaber i forhold til disses skattepligtige indkomst (fuld fordeling).

Ændringerne har følgende indvirkning på resultat, aktiver, forpligtelser og egenkapital for 2005 (2004).

	Resultat		Aktiver		Forpligtelser		Egenkapital	
	2005	(2004)	2005	(2004)	2005	(2004)	2005	(2004)
Før ændring af anvendt regnskabspraksis	-175.084	-16	1.978.322	559	797.072	1.786	272.415	447
Indregning af resultat af datterselskaber	2.192.266	4.642	5.927.084	3.832	0	0	6.835.919	4.822
Indregning af tilgodehavende udbytte	0	0	0	2.664	0	0	0	0
Nettoeffekt	2.192.266	4.642	5.927.084	6.496	0	0	6.835.919	4.822
Efter ændring af anvendt regnskabspraksis	2.017.182	4.626	7.905.406	7.055	797.072	1.786	7.108.334	5.269

Bortset herfra er anvendt regnskabspraksis uændret i forhold til sidste år.

Rapporteringsvaluta

Årsrapporten er aflagt i danske kroner.

Konsolidering

Koncernregnskabet omfatter moderselskabet New Nordic International A/S og virksomheder, hvori moderselskabet direkte eller indirekte besidder mere end 50% af stemmerettighederne eller på anden måde har en bestemmende indflydelse.

Dattervirksomhedernes regnskaber er udarbejdet efter den samme regnskabspraksis, som er benyttet i moderselskabet. Koncernregnskabet udarbejdes ved at sammendrage regnskaberne for moderselskabet og dattervirksomhederne ved sammenlægning af regnskabsposter med ensartet indhold.

Koncerninterne indtægter, udgifter, tab, avancer samt mellemværender elimineres.

Moderselskabets og dattervirksomheders kapitalandele i dattervirksomheder udlignes med den forholdsmæssige andel af dattervirksomhedernes regnskabsmæssige indre værdi.

Nyerhvervede og afhændede koncernvirksomheder medtages i koncernresultatopgørelsen for ejerperioden. Sammenligningstillene korrigeres ikke for frasolgte eller nyerhvervede virksomheder.

Ved køb af nye virksomheder anvendes overtagelsesmetoden. Anskaffelsessummen opgøres til det kontante vederlag og/eller kursværdien af egne aktier erlagt som betaling med tillæg af direkte henførbare omkostninger. Betingede betalinger indregnes med det beløb, der forventes betalt. Identificerbare aktiver og forpligtelser i de overtagne virksomheder optages til handelsværdien på anskaffelsestidspunktet. En resterende forskel mellem anskaffelsessummen og koncernens andel af nettoværdien af de identificerbare aktiver og forpligtelser er goodwill eller negativ goodwill. I opgørelsen indregnes omstruktureringshensættelser

relateret til den overtagne virksomhed, såfremt omstruktureringen er besluttet og offentliggjort på overtagelsestidspunktet.

Minoritetsinteresser

Minoritetsinteressers andel i koncernvirksomhedens resultat og egenkapital er udskilt og opført særskilt i koncernregnskabet.

Valutaomregning

Transaktioner i fremmed valuta omregnes til danske kroner efter transaktionsdagens kurs.

Monetære aktiver og forpligtelser i fremmed valuta omregnes til danske kroner efter balancedagens valutakurser. Realiserede og urealiserede valutakursgevinster og tab indgår i resultatopgørelsen under finansielle poster.

Udenlandske datterselskaber

Selvstændige udenlandske enheder omregnes efter følgende principper:

- Resultatopgørelse og balance omregnes til kursen på balancedagen.
- Den kursdifference, der opstår ved omregning af egenkapitalen ved regnskabsårets begyndelse til kursen ved årets udgang samt valutakursreguleringen af resultatopgørelsen fra transaktionsdagens kurs til kursen på balancedagen, indregnes direkte på egenkapitalen.

Ved afhændelse af en selvstændig udenlandsk dattervirksomhed indregnes den akkumulerede kursregulering i resultatopgørelsen sammen med gevinsten eller tabet.

RESULTATOPGØRELSEN

Bruttotab

Posterne nettoomsætning til og med andre eksterne omkostninger er af konkurrencemæssige årsager og med henvisning til årsregnskabslovens § 32 sammen-
draget til en post benævnt bruttofortjeneste.

Af- og nedskrivninger

Af- og nedskrivninger omfatter af- og nedskrivninger på immaterielle og materielle anlægsaktiver. Anlægsaktiverne afskrives lineært på grundlag af kostprisen baseret på nedenstående vurdering af brugstiderne.

De immaterielle anlægsaktiver afskrives lineært over den forventede brugstid, baseret på følgende vurdering af brugstiderne:

	Brugstid
Erhvervede rettigheder	10 år

De materielle anlægsaktiver afskrives lineært over de enkelte aktivers forventede brugstid, baseret på følgende vurdering af brugstiderne:

	Brugstid
Produktionsanlæg og maskiner	5-10 år
Andre anlæg, driftsmateriel og inventar	3-5 år

Kunst afskrives ikke.

Fortjeneste eller tab ved afhændelse af anlægsaktiver indregnes i resultatopgørelsen under afskrivninger.

Anskaffelser under kr. 11.000 afskrives fuldt ud i anskaffelsesåret, dog aktiveres produktionsudstyr uanset kostpris, da disse anskaffelser betragtes som en samlet investering.

Indtægter af kapitalandele i dattervirksomheder

Disse omfatter den forholdsmæssige andel af resultatet før skat efter regulering af intern avance/tab og fradrag af afskrivning på koncerngoodwill. Andel i dattervirksomheders skat indregnes under skat af årets resultat.

Finansielle poster

Finansielle indtægter og omkostninger indregnes i resultatopgørelsen med de beløb, der vedrører regnskabsåret. Finansielle poster omfatter renteindtægter og -omkostninger, deklarerede aktieudbytter, realiserede og urealiserede kursgevinster og -tab vedrørende værdipapirer og transaktioner i fremmed valuta samt til-
læg og godtgørelse under acontoskatteordningen m.v.

Skat

Skat af årets resultat omfatter aktuel skat af årets forventede skattepligtige indkomst, årets regulering af udskudt skat med fradrag af den del af årets skat, der vedrører egenkapitalbevægelser.

Aktuel og udskudt skat vedrørende egenkapitalbevægelser indregnes direkte i egenkapitalen.

Moderselskabet og de 100% ejede danske datterselskaber er sambeskattede. Den danske selskabsskat fordeles mellem overskuds- og underskudsgivende danske selskaber i forhold til disses skattepligtige indkomst.

BALANCEN

Immaterielle anlægsaktiver

Immaterielle anlægsaktiver omfatter goodwill, softwarelicenser og andre erhvervede rettigheder.

Immaterielle anlægsaktiver måles til kostpris med fradrag af akkumulerede af- og nedskrivninger.

Materielle anlægsaktiver

Materielle anlægsaktiver omfatter produktionsanlæg og maskiner samt andre anlæg, driftsmateriel og inventar. Materielle anlægsaktiver måles til kostpris med fradrag af akkumulerede af- og nedskrivninger.

Finansielle anlægsaktiver

Kapitalandele i dattervirksomheder måles efter den indre værdis metode til den forholdsmæssigt ejede andel af virksomhedernes egenkapital med tillæg af koncerngoodwill og fradrag for koncerninterne avancer og negativ goodwill. Virksomheder med negativ egenkapital måles til 0. Den til den negative værdi svarende forholdsmæssige andel modregnes i eventuelle tilgodehavender. For så vidt angår dattervirksomheder ind-

regnes beløb herudover under posten hensatte forpligtelser. For så vidt angår associerede virksomheder indregnes der en hensat forpligtelse i det omfang, virksomheden har forpligtet sig til at dække den associerede virksomheds tab eller hæfter for den associerede virksomheds forpligtelser.

Andre tilgodehavender under finansielle anlægsaktiver består af depositum.

Varebeholdninger

Varebeholdninger måles til kostpris på grundlag af FIFO-princippet eller til nettorealisationseværdi, hvis denne er lavere.

Tilgodehavender

Tilgodehavender måles til amortiseret kostpris, der sædvanligvis svarer til nominel værdi. Værdien reduceres med nedskrivninger til imødegåelse af forventede tab.

Periodeafgrænsningsposter

Periodeafgrænsningsposter indregnet under aktiver omfatter forudbetalte omkostninger vedrørende efterfølgende regnskabsår.

Værdipapirer og kapitalandele

Børsnoterede værdipapirer måles til kursværdien på balancedagen. Andre værdipapirer måles til anslået dagsværdi.

Selskabsskat

Aktuelle skatteforpligtelser indregnes i balancen som beregnet skat af årets forventede skattepligtige indkomst, reguleret for skat af tidligere års skattepligtige indkomster samt betalte acontoskatter.

Hensættelse til udskudt skat beregnes med 28% af alle midlertidige forskelle mellem regnskabsmæssige og skattemæssige værdier bortset fra midlertidige forskelle, som opstår på anskaffelsestidspunktet for aktiver og forpligtelser, og som hverken påvirker resultat eller den skattepligtige indkomst.

Udskudt skat vedrørende kapitalinteresser i dattervirksomheder og associerede virksomheder oplyses alene i noterne, idet kapitalandelene forventes besiddet ud over 3 år, hvorefter skatten bortfalder.

Udskudte skatteaktiver indregnes med den værdi, som de forventes at blive udnyttet med, enten ved udlikning i skat af fremtidig indtjening eller ved modregning i udskudte skatteforpligtelser.

Finansielle gældsforpligtelser

Finansielle gældsforpligtelser indregnes ved låneoptagelse til det modtagne provenu efter fradrag af afholdte transaktionsomkostninger. Rentebærende gæld måles efterfølgende til amortiseret kostpris opgjort på basis af den effektive rente på lånoptagelsestidspunktet. Anden gæld måles efterfølgende til amortiseret kostpris svarende til den nominelle restgæld.

Pengestrømsopgørelsen

Pengestrømsopgørelsen viser virksomhedens pengestrømme for året, årets forskydning i likvider samt selskabets likvider ved årets begyndelse og slutning.

Pengestrømme fra driftsaktivitet præsenteres indirekte og opgøres som årets resultat reguleret for ikke-kontante driftsposter, ændring i driftskapitalen, betalte finansielle og ekstraordinære poster samt betalte selskabsskatter.

Pengestrømme fra investeringsaktivitet omfatter betalinger i forbindelse med køb og salg af anlægsaktiver samt værdipapirer henført til investeringsaktivitet.

Pengestrømme fra finansieringsaktivitet omfatter udbyttebetalinger til aktionærer, kapitalforhøjelser og nedsættelser samt optagelse af lån og afdrag på rentebærende gæld.

Resultatopgørelse

1. januar - 31. december	Note	Koncern 2005 kr.	2004 t.kr.	Moderselskab 2005 kr.	2004 t.kr.
Bruttofortjeneste (Bruttotab)		16.268.137	15.362	-100.627	-1
Personaleomkostninger	1	10.075.265	6.720	0	0
Af- og nedskrivninger af immaterielle og materielle anlægsaktiver	2	739.841	536	50.000	0
Resultat før finansielle poster		5.453.031	8.106	-150.627	-1
Indtægter af kapitalandele i tilknyttede virksomheder	7	0	0	4.342.088	6.986
Andre finansielle indtægter		42.279	52	4.219	46
Andre finansielle omkostninger	3	932.371	551	106.725	61
Resultat før skat		4.562.939	7.607	4.088.955	6.970
Skat af årets resultat	4	2.188.008	2.523	2.071.773	2.344
Resultat efter skat		2.374.931	5.084	2.017.182	4.626
Minoritetsinteressers resultatandel		357.749	458	0	0
ÅRETS RESULTAT		2.017.182	4.626	2.017.182	4.626

Resultatdisponering	Koncern		Moderselskab	
Det disponible beløb udgør:	2005	2004	2005	2004
	kr.	t.kr.	kr.	t.kr.
Overført fra tidligere år	2.620.789	-53	2.620.789	-53
Årets bevægelser på overført resultat, jf. egenkapitalopgørelsen	37.610	114	37.610	114
Årets resultat	2.017.182	4.626	2.017.182	4.626
Til disposition	4.675.581	4.687	4.675.581	4.687
Foreslås af bestyrelsen disponeret således:				
Nettopskrivning efter indre værdis metode	2.192.266	2.066	2.192.266	2.066
Overført resultat	2.483.315	2.621	2.483.315	2.621
Disponeret	4.675.581	4.687	4.675.581	4.687

Balance

pr. 31. december	Note	Koncern 2005 kr.	2004 t.kr.	Moderselskab 2005 kr.	2004 t.kr.
AKTIVER					
Anlægsaktiver					
Koncessioner, patenter, licenser, varemærker		229.117	333	0	0
Goodwill		450.000	500	450.000	500
Immaterielle anlægsaktiver	5	679.117	833	450.000	500
Produktionsanlæg og maskiner		1.481.440	1.465	0	0
Andre anlæg, driftsmateriel og inventar		1.430.317	900	0	0
Materielle anlægsaktiver	6	2.911.757	2.365	0	0
Kapitalandele i tilknyttede virksomheder	7	0	0	10.614.292	4.768
Andre værdipapirer og kapitalandele		0	478	0	0
Andre tilgodehavender		97.027	98	0	0
Finansielle anlægsaktiver		97.027	576	10.614.292	4.768
Anlægsaktiver i alt		3.687.901	3.774	11.064.292	5.268
Omsætningsaktiver					
Varebeholdninger		17.888.199	11.657	0	0
Tilgodehavender fra salg og tjenesteydelser		11.671.051	15.985	0	0
Tilgodehavender hos tilknyttede virksomheder		0	0	1.346.844	0
Tilgodehavende selskabsskat		0	0	82.263	0
Andre tilgodehavender		2.406.006	1.688	53.625	54
Udskudt skatteaktiv		0	0	441.128	193
Tilgodehavende udbytte		0	0	0	2.664
Tilgodehavender hos virksomhedsdeltagere og ledelse		243.767	340	0	0
Periodeafgrænsningsposter		125.171	709	0	0
Tilgodehavender		14.445.995	18.722	1.923.860	2.911
Likvide beholdninger		4.843.059	2.667	45.590	5
Omsætningsaktiver i alt		37.177.253	33.046	1.969.450	2.916
AKTIVER I ALT		40.865.154	36.820	13.033.742	8.184

pr. 31. december	Note	Koncern 2005 kr.	2004 t.kr.	Moderselskab 2005 kr.	2004 t.kr.
PASSIVER					
Egenkapital					
Aktiekapital	8	500.000	500	500.000	500
Nettoopskrivning efter indre værdis metode		4.125.019	2.148	4.125.019	2.148
Overført resultat		2.483.315	2.621	2.483.315	2.621
Egenkapital i alt		7.108.334	5.269	7.108.334	5.269
Minoritetsinteresser	9	626.141	252	0	0
Hensatte forpligtelser					
Hensættelser til udskudt skat	10	261.654	215	0	0
Negative kapitalandele i tilknyttede virksomheder	7	0	0	5.128.336	1.129
Hensatte forpligtelser i alt		261.654	215	5.128.336	1.129
Gældsforpligtelser					
Andre kreditinstitutter	11	434.239	200	0	0
Langfristede gældsforpligtelser		434.239	200	0	0
Andre kreditinstitutter		5.349.505	3.651	0	0
Leverandører af varer og tjenesteydelser		22.597.116	22.822	0	0
Gæld til tilknyttede virksomheder		0	0	607.314	1.585
Selskabsskat		2.272.251	2.019	0	0
Anden gæld		2.215.914	2.091	189.758	201
Udbytte for regnskabsåret		0	301	0	0
Kortfristede gældsforpligtelser		32.434.786	30.884	797.072	1.786
Gældsforpligtelser i alt		32.869.025	31.084	797.072	1.786
PASSIVER I ALT		40.865.154	36.820	13.033.742	8.184
Sikkerhedsstillelser	12				
Andre økonomiske forpligtelser	13				
Nærtstående parter	14				

Egenkapitalopgørelse

Koncern	Aktie kapital	Nettoopskrivning efter indre værdis metode	Overført resultat	I alt
Egenkapital pr. 1/1 2005	500.000	2.147.704	2.620.789	5.268.493
Korrektion af primo		-149.026		-149.026
Korrigeret egenkapital pr. 1/1 2005	500.000	1.998.678	2.620.789	5.119.467
Valutakursregulering		-65.925	37.610	-28.315
Overført i året		2.192.266	-175.084	2.017.182
Egenkapital pr. 31/12 2005	500.000	4.125.019	2.483.315	7.108.334

Pengestrømsopgørelse

	Note	Koncern 2005 t.kr.	Moderselskab 2005 t.kr.
Årets resultat		2.017	2.017
Reguleringer	15	4.176	-2.117
Ændring i driftskapital	16	-2.055	329
Pengestrømme fra driftsaktiviteten før finansielle poster		4.138	229
Renteindbetalinger		42	4
Renteudbetalinger		-932	-107
Betaling af selskabsskat		-1.984	-4
Pengestrømme fra driftsaktiviteten		1.264	122
Salg af immaterielle anlægsaktiver		60	0
Køb af materielle anlægsaktiver		-1.177	0
Køb af finansielle anlægsaktiver		-81	-81
Salg af finansielle anlægsaktiver		478	0
Pengestrømme fra investeringsaktiviteten		-720	-81
Aktionærerne			
Udbetalt udbytte		-301	0
Fremmedfinansiering			
Etablering af langfristede gældsforpligtelser		234	0
Træk på kortfristede bankkreditter		1.699	0
Pengestrømme fra finansieringsaktiviteten		1.632	0
ÅRETS PENGESTRØM		2.176	41
Likvide beholdninger			
Likvide beholdninger pr. 1/1 2005		2.667	5
Årets pengestrøm		2.176	41
Likvide beholdninger pr. 31/12 2005		4.843	46

Noter

Note 1. Personalemkostninger	Koncern 2005 kr.	2004 t.kr.	Moderselskab 2005 kr.	2004 t.kr.
Personalemkostninger er opgjort således:				
Lønninger og gager	8.555.087	6.054	0	0
Pensionsomkostninger	333.766	179	0	0
Andre omkostninger til social sikring	752.696	175	0	0
Andre personalemkostninger	433.716	312	0	0
	10.075.265	6.720	0	0
Gennemsnitligt antal medarbejdere	24	17	0	0
Note 2. Af- og nedskrivninger af immaterielle og materielle anlægsaktiver	Koncern 2005 kr.	2004 t.kr.	Moderselskab 2005 kr.	2004 t.kr.
Koncessioner, patenter, licenser, varemærker	50.578	65	0	0
Goodwill	50.000	0	50.000	0
Produktionsanlæg og maskiner	301.850	270	0	0
Andre anlæg, driftsmateriel og inventar	337.413	201	0	0
	739.841	536	50.000	0
Note 3. Andre finansielle omkostninger	Koncern 2005 kr.	2004 t.kr.	Moderselskab 2005 kr.	2004 t.kr.
Renteomkostninger, tilknyttede virksomheder	0	0	46.860	61
Renteomkostninger, valutakurstab og lignende omkostninger	932.371	551	59.865	0
	932.371	551	106.725	61

Note 4. Skat af årets resultat

	Koncern 2005 kr.	2004 t.kr.	Moderselskab 2005 kr.	2004 t.kr.
Beregnet selskabsskat, ekskl. finansieringstillæg	2.430.159	2.013	0	0
Ændring i afsat udskudt skat	-90.287	225	-248.400	-163
Modtaget/betalt skatterefusion sambeskattede selskaber	0	0	-78.049	0
Skat vedrørende andel af resultat i tilknyttede virksomheder	0	0	2.398.222	2.507
	2.339.872	2.238	2.071.773	2.344
Regulering vedrørende tidligere år	-151.864	285	0	0
	2.188.008	2.523	2.071.773	2.344

Note 5. Immaterielle anlægsaktiver

Koncern	Rettigheder, patenter, licenser m.v.	Goodwill	I alt
Kostpris			
Saldo pr. 1/1 2005	1.110.939	500.000	1.610.939
Tilgang i årets løb	13.086	0	13.086
Afgang i årets løb	68.487	0	68.487
Kostpris pr. 31/12 2005	1.055.538	500.000	1.555.538
Af- og nedskrivninger			
Saldo pr. 1/1 2005	775.843	0	775.843
Årets afskrivninger	50.578	50.000	100.578
Af- og nedskrivninger pr. 31/12 2005	826.421	50.000	876.421
Regnskabsmæssig værdi pr. 31/12 2005	229.117	450.000	679.117

Note 6. Materielle anlægsaktiver

Koncern	Produktionsanlæg og maskiner	Andre anlæg, driftsmateriel og inventar	I alt
Kostpris			
Saldo pr. 1/1 2005	2.700.211	1.704.753	4.404.964
Tilgang i årets løb	318.290	859.815	1.178.105
Afgang i årets løb	0	0	0
Kostpris pr. 31/12 2005	3.018.501	2.564.568	5.583.069
Af- og nedskrivninger			
Saldo pr. 1/1 2005	1.235.211	796.838	2.032.049
Årets afskrivninger	301.850	337.413	639.263
Af- og nedskrivninger pr. 31/12 2005	1.537.061	1.134.251	2.671.312
Regnskabsmæssig værdi pr. 31/12 2005	1.481.440	1.430.317	2.911.757

Note 7. Finansielle anlægsaktiver

Kapitalandele i tilknyttede virksomheder.

A: New Nordic Manufacturing ApS

D: New Nordic AS

G: UAB New Nordic

B: New Nordic Healthcare ApS

E: New Nordic AB

H: New Nordic OY

C: Pharmabrandts Ltd

F: New Nordic Deutschland GmbH

I: I alt

Moderselskab	A	B	C	D	E	F	G	H	I
Kostpris									
Saldo pr. 1/1 2005	85.886	99.747	10.494	1.121.184	72.639	186.108	107.710	0	1.683.768
Valutakursregulering	0	0	393	39.763	-2.677	560	-316	-113	37.610
Køb af virksomheder	0	0	0	0	0	0	0	80.687	80.687
Kostpris pr. 31/12 2005	85.886	99.747	10.887	1.160.947	69.962	186.668	107.394	80.574	1.802.065
Reguleringer									
Reguleringer pr. 1/1 2005	1.953.749	192.385	-701.875	-317.908	1.170.303	-129.202	-212.449	-27	1.954.976
Valutakursregulering	0	0	-7.916	-5.398	-43.124	513	0	0	-65.925
Regulering vedrørende ændring af regnskabspraksis	-149.026	0	0	0	0	0	0	0	-149.026
Andel af årets resultat	4.094.722	-1.539	-383.012	714.940	1.539.921	-3.360.309	-629.035	-31.822	1.943.866
Reguleringer pr. 31/12 2005	5.899.445	190.846	-1.102.803	391.634	2.667.100	-3.488.998	-841.484	-31.849	3.683.891
Regnskabs mæssig værdi pr. 31/12 2005	5.985.331	290.593	-1.091.916	1.552.581	2.737.062	-3.302.330	-734.090	48.725	5.485.956
Andel af årets resultat kan specificeres således:									
Andel af årets resultat før skat	5.674.582	-63.166	54.672	1.155.370	2.165.476	-3.552.937	-172.916	-31.849	5.229.232
Forskydning intern avance	0	0	-437.684	-106.497	0	113.129	-456.119	27	-887.144
	5.674.582	-63.166	-383.012	1.048.873	2.165.476	-3.439.808	-629.035	-31.822	4.342.088
Andel af skat af ordinært resultat	1.579.860	-61.627	0	333.933	625.555	-79.499	0	0	2.398.222
	4.094.722	-1.539	-383.012	714.940	1.539.921	-3.360.309	-629.035	-31.822	1.943.866
Negativ værdi opført under hensatte forpligtelser	0	0	1.091.916	0	0	3.302.330	734.090	0	5.128.336

Note 8. Aktiekapital

Moderselskabets aktiekapital kr. 500.000 sammensættes således:

pr. 31. december	2005 kr.	2004 t.kr.
500 aktier a kr. 1.000	500.000	500
	500.000	500

Moderselskabets aktiekapital har uændret været kr. 500.000 de sidste 5 år.

Note 9. Minoritetsinteresser

pr. 31. december	Koncern 2005 kr.	2004 t.kr.	Moderselskab 2005 kr.	2004 t.kr.
Saldo pr. 1/1 2005	252.174	0	0	0
Ændring af anvendt regnskabspraksis	0	-206	0	0
Afhændelse af egne aktier til minoritetsaktionær	16.218	0	0	0
Andel af årets resultat	357.749	458	0	0
Saldo pr. 31/12 2005	626.141	252	0	0

Note 10. Hensættelser til udskudt skat

pr. 31. december	Koncern 2005 kr.	2004 t.kr.	Moderselskab 2005 kr.	2004 t.kr.
Hensættelser til udskudt skat pr. 1/1 2005	215.683	20	0	0
Valutakursregulering	-12.768	0	0	0
Ændring af regnskabspraksis	149.026	-30	0	0
Årets hensættelse	-90.287	225	0	0
	261.654	215	0	0

Ved opgørelsen af udskudt skat er såvel i år som sidste år anvendt en skatteprocent på 28%.

Skat på realisation af aktiver, ud over det i regnskabet afsatte beløb

Kapitalandele i tilknyttede virksomheder	0	0	110.000	265
--	---	---	---------	-----

Note 11. Langfristede gældsforpligtelser

Koncern

Opdeling af visse gældsposter mellem lang og kortfristede gældsforpligtelser kan specificeres således:

	Forfalder mellem 1 og 5 år	Forfalder ud over 5 år
Andre kreditinstitutter	434.239	0
	434.239	0

Note 12. Sikkerhedsstillelser

Til sikkerhed for gæld er der afgivet sikkerhed i følgende aktiver:

	Koncern 2005 t.kr.	Moderselskab 2005 t.kr.
Kreditinstitutter kr. 413.004		
Varedebitorer	592.356	0
	592.356	0
Skyldig selskabsskat kr. 377.110		
Likvide beholdninger	53.000	0

Note 13. Andre økonomiske forpligtelser

Forpligtelser ifølge leasingkontrakter vedrørende biler og edb-anlæg udgør	194.000	0
Driftsmidler anskaffet med ejendomsforbehold	261.500	0

Note 14. Nærtstående parter

Nærtstående parter med bestemmende indflydelse omfatter hovedaktionærerne Karl Kristian Jensen gennem hans holdingselskab Karl Kristian Jensen ApS og Marinus Blaabjerg Sørensen, som følge af hans aktiebesiddelse.

I koncernen er der udbetalt sædvanlig direktionsgage. Udbetalingen er sket på markedsmæssige vilkår.

Datterselskabet New Nordic Manufacturing ApS sælger en del af sine varer gennem koncernforbundne selskaber. Salget til koncernforbundne selskaber udgør ca. 40% af den samlede omsætning i dette selskab. Salget sker på markedsmæssige vilkår.

New Nordic International A/S har afgivet selvskyldnerkaution til sikkerhed for New Nordic Manufacturing ApS' bankgæld.

Note 15. Reguleringer, pengestrømsopgørelsen

	Koncern 2005 t.kr.	Moderselskab 2005 t.kr.
Afskrivninger	740	50
Indtægter af kapitalandele	0	-4.342
Finansielle indtægter	-42	-4
Finansielle omkostninger	932	107
Skat af årets resultat	2.188	2.072
Minoritetsinteressers resultatandel	358	0
Reguleringer i alt	4.176	-2.117

Note 16. Ændring i driftskapital, pengestrømsopgørelsen

	Koncern 2005 t.kr.	Moderselskab 2005 t.kr.
Forskydninger i tilgodehavender	4.276	1.318
Forskydninger i varebeholdninger	-6.231	0
Forskydninger i gæld til leverandører	-225	0
Forskydninger i anden gæld	125	- 989
Ændring i driftskapital i alt	-2.055	329

Ernst & Young
Statsautoriseret Revisionsaktieselskab
Ro's Torv 53
4000 Roskilde
Tlf.: +45 46 33 30 30
Fax: +45 46 33 30 00
E mail: ey.roskilde@dk.ey.com



New Nordic International A/S

Ny Østergade 11 • DK-4000 Roskilde • Telefon: +45 46 32 33 44
info@newnordic.com • www.newnordic.com