

Spritchefen har lyft Biogaia ur kursrasen

”Man kan inte leda ett företag med ett kvartalstänk”

Efter Absolut Vodka, Harvarduniversitetet och Barncancerfonden är Isabelle Ducelliers nya uppdrag att fortsätta Biogaias tillväxtresa.

Men efter en spektakulär börscomeback sätter den senaste kvartalsrapporten ett frågetecken för kosttillskottsbolagets framtid.

Blåslagen, ivrigt gestikulerande och med fransk brytning pratar Isabelle Ducellier i en rasande takt när Di träffar henne på Biogaias huvudkontor vid Kungsbrogatan i centrala Stockholm.

”Hästarna i hästpolo är bara muskler. Det går fort och ibland för fort för den som håller i klubban”, förklarar hon.

Isabelle Ducellier är fransyskan som kom till Sverige för snart elva år sedan, efter dåvarande arbetsgivaren och spritjätten Pernod Ricards köp av statliga Vin & Sprit. Från början en ”mardröm” för en chef skolad i det franska hierarkiska utbildningssystemet har landet nu blivit hemma.

”Mitt uppdrag var att slå ihop bolagen till ett och jag hade tänkt stanna i tre-fem år. Men så träffade jag en trevlig viking och förstod att det skulle bli Sverige på livstid”, säger hon.

Det var den 19 november i fjol som Isabelle Ducellier lämnade Barncancerfonden efter bara ett år som generalsekreterare för att återgå till näringslivet som vd för Biogaia, börsbolaget som utvecklar och säljer probiotiska produkter, det vill säga kosttillskott med levande bakterier som påstås vara gynnsamma för hälsan.

Ett inte helt självklart val, enligt henne själv.

”Jag hade verkligen dåligt samvete. Jag hade tänkt stanna i två tre år på Barncancerfonden och för mig var det ett sätt att ge tillbaka. Jag kunde inte donera miljontals kronor men jag kunde ge av min tid och försöka ta fonden till nästa steg”, säger hon.

Det dåliga samvetet har sin förklaring. När Isabelle Ducellier lämnade Pernod Ricard efter 24 år på bolaget reste hon till Boston för att gå en MBA på prestigeeuniversitetet Harvard. Samma vecka hon återvände till Sverige diagnostiserades hennes 15-åriga son med skelett-cancer.

”Jag förstod att det skulle bli en lång och tung kamp och ville ha fullt fokus på mitt barn. I stället för att leta ett nytt jobb checkade vi in på Astrid Lindgrens barnsjukhus i ett år.”

Under den isolerade tiden på sjukhuset kom Isabelle Ducellier i kontakt med Barncancerfonden, som bland annat kom dit och lagade mat åt de sjuka barnen.

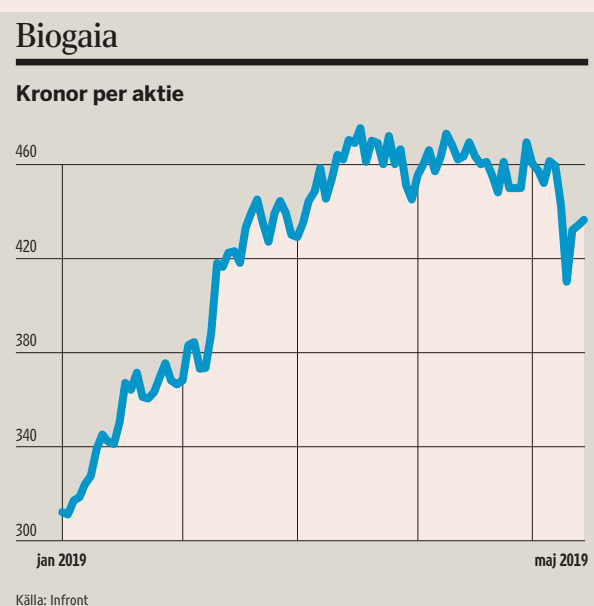
”Efter min sons sjukdom var det helt självklart för mig att på något sätt jobba med hälso- och sjukvård och när Barncancerfonden började leta efter en ny generalsekreterare ringde jag själv upp rekryterarna.”

Trots det valde alltså Isabelle Ducellier att återvända till näringslivet efter bara ett år.

”Jag hade börjat i Biogaias styrelse när den förra vd:n slutade. När jag fick frågan om att ta över insåg jag att det var mitt drömjobb och i min ålder måste man ta de chanserna.”

Isabelle Ducellier tog över som vd mitt under Biogaias värsta kursras någonsin. Från toppnoteringen den 5 september till tillträdesdagen hade aktien rasat med 28 procent. Vid årsskiftet var fallet uppe i en tredjedel av börsvärdet på toppen. Under samma period föll börsens breda index med 14 procent.

”Det höll mig faktiskt inte vaken om nätterna. Aktiekurser går upp och ned och man kan inte leda ett företag med ett kvartalstänk. Dessutom var jag upptagen av att resa och träffa alla våra partner och forskare runt om i världen för att bilda mig en egen uppfattning av var bolaget



DRAMATISK START. ”Det höll mig faktiskt inte vaken om nätterna. Aktiekurser går upp och ned”, säger Isabelle Ducellier om Biogaias hittills värsta kursras.

FOTO: AMANDA LINDGREN

”När jag fick frågan om att ta över insåg jag att det var mitt drömjobb och i min ålder måste man ta de chanserna.”

ISABELLE DUCELLIER, VD FÖR BIOGAIA

Di Fakta

Isabelle Ducellier

- Sedan november 2018 vd för probiotikabolaget Biogaia, som i fjol omsatte 742 Mkr och gjorde en vinst på 214 Mkr.
- Ålder: 50.
- Familj: Gift, tre barn och tre bonusbarn.
- Bor: Drottningholm.
- Utbildning: Master i marknadsföring, MBA.
- Karriär: 24 år inom Pernod Ricard bland annat som Sverigechef, McKinsey, Generalsekreterare för Barncancerfonden.

get står”, säger Isabelle Ducellier.

Sedan dess har aktiemarknaden svängt. Med en uppgång på 45 procent under börsrallyt fram till och med april har aktien varit en av de stora vinnarna på börsen i år.

Enligt aktieanalytiker Di har talat med berodde höst-raset främst på att licensintäkterna från livsmedelsjätten Nestlé bedöms minska med 40 Mkr under 2019 på grund av ett omförhandlat avtal.

Intäktsstappet blev också tydligt den 7 maj, några dagar efter att Isabelle Ducelliers yngste son fyllde 18 år, då Biogaia rapporterade för första kvartalet. Tillväxten på 9 procent räckte inte för att tillfredsställa aktiemarknaden som har vant sig med nivåer kring 20-procentstreck. Aktien skickades ned med 3,7 procent.

Isabelle Ducellier är dock övertygad om att den dämpade tillväxttakt är tillfällig och pekar i rapporten på att försäljningen av egna produkter ökade med 19 procent i kvartalet.

”Det är klart att 40 Mkr på ett år är mycket för ett bolag som Biogaia och licensaffären har varit viktig för oss historiskt. Men strategin framåt är att fokusera på vårt eget varumärke och där är jag övertygad om att vi kan fortsätta växa snabbare än marknaden”, säger Isabelle Ducellier.

Marknadsanalyser visar att probiotikamarknaden växer med tvåsiffriga tal de kommande tio åren. Ett antal faktorer förklarar marknadstillväxten, enligt Biogaia-vd:n. Ökad medelinkomst i tillväxtländer, hälsotrenden, och antibiotikaresistens är några av dem.

”Hela världen söker efter alternativ till antibiotika. Samtidigt har människor börjat förstå att det finns fler bakterier än celler i kroppen. Det är självklart att de är viktiga för att undvika sjukdom”, säger hon.

Förutom ett ökat fokus på produkter under det egna varumärket vill Isabelle Ducellier diversifiera bolagets intäktskällor. I dag står barnprodukterna för 80 procent

av omsättningen, där magdroppar för spädbarn är storsäljaren. Bolaget fokuserar nu på att öka intjänningen från vuxenportföljen som ökade med 54 procent i första kvartalet.

”Vi vill sprida riskerna i allt vi gör. På våra stora marknader ser demografiutvecklingen ut som den gör, allt fler äldre och lågt barnafödande”, säger hon.

Även geografiskt vill man bli mindre tunga i Europa. I dag utgör världsdelen 60 procent av omsättningen medan marknaden är som störst i Nordamerika och växer snabbast i Asien.

Samtidigt ska bolaget bli mer konsumentinriktat. Biogaia har länge förlitat sig på att marknadsföra sina produkter till sjukvårdspersonal som rekommenderar dem för konsumenterna.

”På våra största marknader är läkarna och barnmorskorna våra bästa ambassadörer, men i USA och Kina säljer vi redan mest online och det går mer och mer mot att konsumenten vill styra över sin hälsa själv”, säger Isabelle Ducellier.

Bolagets huvudstrategi och främsta säljargument är dock fortsatt kliniska studier som nu uppgår till fler än 200, enligt Isabelle Ducellier.

”Vi lanserar aldrig en produkt utan en klinisk studie som visar vilken effekt den har och det måste vi fortsätta investera i”, säger hon.

Främsta utmaningen ser Isabelle Ducellier i det regulatoriska landskapet. Probiotika klassas som ett kosttillskott, men Biogaia-vd:n skulle hellre se att det hade en egen kategori med tydliga krav på kliniska studier.

”Vi har åtta metaanalyser som visar att våra droppar hjälper spädbarn med kolik, men får inte skriva det på förpackningen. Jag förstår inte hur det ska hjälpa konsumenten”, säger hon.





SPRIDER RISKERNA. Förutom ett ökat fokus på produkter under det egna varumärket vill Isabelle Ducellier diversifiera intäktskällorna och öka intjäningen från vuxenportföljen. FOTO: AMANDA LINDGREN