

17 november 2017, Bräcke

EasyFill AB (publ.)

Marknadsinformation i form av nyhetsbrev november 2017

Intensivt år 2017

Som initierade i EasyFill vet skall vi släppa Q3 rapporten den 30/11 och nu släpper vi ett nyhetsbrev, skälet är att vi skall vara på två träffar nästa vecka, dels med Partner Fondkommission och dels med Aktietorget, utan att släppt detta nyhetsbrev är vi förhindrade att prata om delar av det som står i detta nyhetsbrev.

Några av bolaget aktieägare har kontaktat oss på EasyFill där man tycker av vi informerar för lite vilket jag förstår till 100%. Under årens lopp har jag skrivit saker som att nu är vi på gång, framtiden är vår o.s.v. och fått mycket elaka mail och telefonsamtal när resultaten inte kommer veckan efter.

Av ovanstående skäl beslutade ledningen i företaget att vara sparsam med extern kommunikation, att inte släppa PM om alla individuella ordrar som kommer in, om de inte är av strategiskt, eller signifikant värde.

Jag får brev då och då att jag är en drummel (hårdare ord än det också) och liknande som borde bytas ut snarast men jag kan meddela att det inte är aktuellt att jag skall sluta som VD ännu (om jag nu får bestämma det själv utan att få sparken eller att jag tvingas sluta av sjukdom eller annat skäl).

Jag brinner för EasyFill och dess utveckling och ännu upplever jag att bolaget behöver en ledare av min typ fram tills vi är det framgångsrika bolag jag har gång på gång sagt att vi kommer att bli. I bolaget har vi en ledningsgrupp bestående av mig, Jens Nisu (marknadschef), James Gray (ekonomichef), Henning Bergsagel (tekniskchef) och med dessa har jag kontinuerliga möten där beslut tas. Jag är således ingen ensamvarg som kör över alla andra, jag är en lagspelare som tror på att ensam är man svag tillsammans är man stark.

Som alla vet så gjorde företaget en apportemission i april där vi inkluderade Ebeco Koncernen i EasyFill Koncernen. Att slå samman två kulturer är inte det enklaste jobbet jag haft så trots att jag tyckte att jag förberett och tänkt igenom det mesta har inte allt gått som på räls, så en hel del tid har gått åt till processer.

Nu fungerar allt till 80% i den nya sammanslagna koncernen, 100% får ju inte allt fungera för då behövs man ju inte och företaget stoppar i utveckling.

Vad händer då i den nya koncernen?

All produktutveckling och en hel del tillverkning av stål är nu i Slovakien. Vi kommer att behålla viss del av tillverkning hos underleverantören i Sverige så att vi har backup när så behövs. Ingen tillverkare vill ju bara ha tillverkning av små serier så viss del kommer vi fortsätta med i Sverige, med ökade volymer så kommer ökning komma i vår egen fabrik i Slovakien men också hos underleverantören i Sverige.

Huvudskälet till att EasyFill slog sig samman med Ebeco var att man hade fabrik och tillverkning av butiksinredning och kunder som vi var intresserade av, på köpet fick vi också en släpvagnagnsfabrik där bolaget har egenutvecklade släpvagnar som man tillverkar och säljer i 18 länder i Europa, de stora marknaderna är i Norge och Slovakien. Mer information om verksamheten gällande släpvagnar senare i detta brev.

Profilmaterial såsom hemsidor, visitkort o.s.v. kommer vi nu att rätta upp så att de blir lika i hela koncernen. Planer finns på att anlita en web/PR byrå för kontinuitet och ett mer modernt uttryck på samtliga siter.

EasyFill – Clever store shelves

EasyFill har under många år varit ett innovationsbolag som fokuserat resurserna på att utveckla och patentera de smarta hyllösningar vi nu har i sortimentet. Ska man vara krass har fokus inte legat på försäljning förrän de senaste två åren och den försäljning som ändå skett kom genom gamla relationer och kontakter.

De senaste två åren har den uttalade strategin varit att öka närvaron på marknaden främst via partners och inte genom egen försäljningsorganisation. Andelen kontaktytor mot marknaden har ökat väsentligt genom de återförsäljarparters som, till största delen, tillkommit under 2016–2017 samt nya avtal med OEM tillverkare av kylar och kylskåp. Som alla vet som bedrivit någon form av affärsverksamhet är inte resan spikrak utan det finns hinder på vägen och oväntade omvägar som måste tas när vägen stängts. Några av de avtal som skrivits under 2016 och 2017 har inte gett frukt utan endast kostat tid och resurser men har av olika anledningar varit värda en investering med tanke på potentiell utväxling på sikt.

EasyFills hylldivision är ännu inget självspelande piano men med en stabil bas att stå på i form av bred marknadstäckning tack vare våra partners och egna företag samt joint venture, samt de patent vi har, har antalet marknadstester och kundprojekt mångdubblats det senaste året.

Kunder som ICA, Hemköp, Coop, Aldi, Edeka, Rewe, Lidl, Walmart, Carrefour, HEB, Woolworths, Auchan, Spar, Coca-Cola, PepsiCo, Carlsberg, Spendrups etc. skulle aldrig överväga att implementera EasyFills produkter om man inte såg fördelarna, dock måste man inse att det är stora, förhållandevis trögrörliga, företag vi på EasyFill agerar mot och det finns fleråriga leverantör/kund-förhållanden som kan behöva brytas upp för att våra lösningar ska ens få en chans att visas upp.

I ett pressmeddelande tidigare i år informerade vi att tecknat avtal med en stor aktör på butiksmarknaden. Företaget är svenska HL Display och dom har ca 100st säljare som vardera gör ca tre butiksbesök dagligen. I dessa säljares produktportfölj finns nu således EasyFills nuvarande och framtida produktsortiment. Naturligtvis kommer marknaden inte att explodera över en natt men med ca 300st kundbesök dagligen där EasyFill nämns ökar våra möjligheter till försäljning oerhört mycket (bolaget styrelseordförande Richard Bagge har förbjudit mig använda förstärkningsord såsom fantastiskt, oerhört bra, enormt o.s.v. men i detta fall anser jag det är befogat.)

Att bygga upp en försäljningsorganisation internationellt är en tuff uppgift eftersom du måste finna de rätta människorna med det rätta drivet men utan tvekan har EasyFill med Steve English i Sydafrika, Oliver Eischeid i Tyskland och Marco Company funnit väldigt bra personer med en glöd för våra produkter men med två personer i Sydafrika, två personer i Tyskland tar det tid att nå marknadsandelar. I EasyFill America är det annorlunda då Marco Company har säljare runt om i landet som säljer deras och EasyFills produkter. I USA har vi nu varit i ca 1,5 år och nu är vi närmare och närmare de stora ordrar jag längtar efter. Utöver våra egna företag har vi också återförsäljare i flera länder och som alla förstår blev de inte jätte entusiastiska när vi presenterade avtalet med HL men vi har lagt tid på att få dessa återförsäljare att förstå att med HL på banan kommer EasyFills produkter bli etablerade snabbare och att det finns plats för dem också och detta förstår de flesta samarbetspartners vi har, några måste vi säkert jobba med ytterligare men målsättningen är att få alla att förstå att marknaden är så gigantisk så det finns plats för både dom och HL

I ett inledande sked protesterade vår VD i Tyskland Oliver Eischeid mot HL avtalet eftersom han har långtgående diskussioner på gång hos flera av de stora butikskedjorna bla Rewe och Edeka. Han har fått in



ColdFront till Shell i Tyskland samt till några andra bensinstationskedjor samt en hel del andra affärer, nu upplever Oliver att HL kommer till en krattad manège och snor affärerna av honom, till viss del har Oliver rätt men vi har nu fått Oliver att förstå att han skall se HL som en resurs och inte som ett bekymmer. Oliver är väldigt duktig och han och HL kommer i de tysktalande länderna tillsammans göra succé.

När jag nu skriver om Tyskland så måste jag nämna ColdFront som är vårt svar på kyldiskar där vi på marknader både i Europa och USA har flera testinstallationer gjorda och kunder som är lyriska.

Under 2018 är följande tre områden toppprioriterade:

- Återförsäljare: Våra återförsäljarparters har det väletablerade kontaktnät mot butiksledet som vi behöver och med koncernens samlade kunskap och support är möjligheterna till snabbare expansion mycket goda.
- Öka försäljningen till OEM tillverkare av kylar och kylskåp. Detta ska ske genom Push/Pull taktik; tydlig Push mot våra avtalspartners samt starkare närvaro hos varumärken för att ge Pull-effekt. EasyFill har dedikerat resurser för att åstadkomma detta
- Vi kommer naturligtvis att ge all tänkbar support till alla våra återförsäljare runt om i världen men utan tvekan kommer HL Display med ca 300 kundbesök dagligen visas sig i våra siffror framåt.
- Ge all tänkbar support till EasyFill America, 330 miljoner människor i USA med ett gemensamt språk samt vårt 50% ägda företag tillsammans med Marco Company är väldigt bra förutsättningar.
 - o För att göra det enkelt för mig själv klistrat jag in texten från ett mail jag fick från Aaron Bennett EasyFill America 1/11

Below is additional details across a few of the bigger opportunities we have working up right now:

Central Market / H-E-B

- **MaxLoad coolers** - They are interested in 3 MaxLoad coolers to test in an upcoming store with potential for more. We have a follow up meeting tomorrow to discuss options for this & getting a PO.
- **RotoShelf for Multideck Cases** - This the local test for RotoShelf within a Hussmann multideck we coordinated just over 2 months ago. We did their initial test application for a 60-day trial & are invoicing them this week for the work.
- They said the system has dramatically improved their labor spent on stocking the case & their sales increased by about \$10,000 USD over their standard sales amount on this case since installing the system. They said during the trial period it has already paid for the system which is great news!

Upcoming Opportunities We Are Working Through:

- **SwingOut** – they have an immediate application for 4-6 SwingOut units, but need the adjusted size Henning & your team is working on to pull this off. They would install today if we had something to give. They are interested in comparing options on this SwingOut as a near complete replacement for their Madix style shelving units & at minimum cover multiple sections in their store
- **RotoShelf** – upcoming test coming up in the next 2-3 months for a dairy installation in their store

Our buyer at Central Market is helping pitch the product to the larger company he's under, H-E-B, & trying to set us up a meeting to meet with them in the coming couple weeks where he will support us on the system.

We have a meeting with them tomorrow to review through a presentation that we would potentially give in the weeks ahead.

Additional Large Volume Quotes (quoted within the last 2-3 weeks)

- **Walmart** – interested in retrofitting & making OEM option for RotoShelf to fit within a new style Zero Zone case. Based on geometry of case it might require a special 80cm shelf mold to be considered. Quote was based on 250(+) doors initially

- *Microsoft – I had a call with our buyers at Microsoft during NACS to discuss a potential upcoming rollout across 500 locations (1000 coolers) for RotoShelf. I presented more info on MaxLoad as well. They are getting me details on the case models in their locations for us to start next steps of a rollout option.*
- *Imbera – quoted 2 separate single door beverage counters at volume of 50 – 250 units. We have prototype units installed & being tested at their headquarters in Mexico now. I have a follow up call scheduled for tomorrow with our Mexico sales team to discuss next steps in this project*
- *Minus Forty –prototype unit is being tested now on a single door beverage cooler. Potential upcoming orders for 50-250 units. They are getting interest from their customer now on this & will feedback info in the next 2-3 months for next steps.*

They are highly interested in TopSlider & integration into their cases!!

Hopefully more good news to come on these customers & upcoming business!

Ett axplock av pågående projekt:

- *Marknadstest av RotoShelf med TopSlider för dryck tillsammans med stort dryckesvarumärke.*
- *Marknadstest av TopSlider för eftermontering i Roll-in kylar för Norge.*
- *Utvärdering av RotoShelf MD 1250/2 för kyldiskar hos de fyra största tyska butikskedjorna*
- *Samtliga ÅF utom en har beställt EasyFill produkter till sina Showroom och hos de mer etablerade ÅF sker installationer löpande butik för butik*
- *Hos en av de nyare ÅF diskuteras en större utrullning till ca 800 butiker under en 2 års period.*
- *ICA Sverige och EasyFill har, som tidigare nämnts, ett gemensamt utvecklingsprojekt och ett delresultat har varit att SwingOut Ambient för barnmat visat sig ha en återbetalningstid på omkring 12 månader baserat på arbetstidsbesparing. Detta trots att tidsvinsten vid plockning inte är så stor på denna typ av vara då de traditionellt ställs direkt på hyllan i 6, 8 och 12 pack och med SwingOut plockas på hyllan en och en. Man noterar också en försäljningsökning med ca 15 % under de två månader som hyllorna testats. Noterbart är att EasyFill arbetar hårt med en uppdaterad version av SwingOut Ambient som ska vara billigare att producera och ha ett lägre kundpris än nuvarande version. Trots kort återbetalningstid och flertalet påtagliga fördelar är investeringskostnaden ett hinder för stora volymer.*
- *ColdFront med SwingOut som hyllsystem har börjat få fäste i bla Tyskland och för närvarande arbetas det med åtta olika projekt. Två inledande installationer har gjorts i en Shell och en Avia bensinstation*

”... For a healthier planet”

I mars i år lanserade vi initiativet ”... for a healthier planet”. Detta för att rikta lampan mot matsvinn i butiker. Bara i svenska butiker slängs det ca 110 000 tom mat årligen och reduktion av matsvinn är en av de största utmaningar som livsmedelsbranschen har att möta idag då hotande lagstiftning annars kommer att införas.

Tanken med vårt initiativ är att det bland annat ska fungera som en medial motor för att via att det, tack vare våra produkter, finns en lösning för butikerna att reducera svinnet på produkter med förhållandevis korta bäst-före-datum.

Vi kommer att arbeta vidare med detta initiativ och det ligger rätt i tiden då livsmedelskedjorna faktiskt behöver adressera problemet och flera redan tagit ställning för en minskning av matsvinn. Det måste dock drivas på rätt sätt för att ge tyngd och kraft och då kan EasyFill inte vara avsändaren.



För den som vill höra mer från bolaget finns möjlighet på tisdag den 21 november, då CMO Jens Nisu deltar i en Financial hearing på Grev Turegatan 30 i Stockholm.

Information om eventet samt anmälan via denna länk:

<https://financialhearings.com/event/10552>

Presentationen kommer att livesändas via webben på denna länk:

www.easyfill.se/activities

eller direkt via:

<https://tv.streamfabriken.com/2017-11-21-easyfill>

Ebeco

Coop Bygg i Norge säljer i år ca 1000st släpvagnar runt om i hela Norge, samtidigt har vi också egen försäljning via nätet för den norska marknaden, på det sättet säljer Rune, som vår man i Norge, heter ca 900st släpvagnar i år.

Med Coop Byggmarknad i Norge förhandlar vi just nu om en större order för 2018, en förhandling som i stort är klar men vi har ännu inte signerat ett avtal. Så här går det till:

Kunden går in på www.tillhengerfabrikken.no och tittar på olika släpvagnar och några skickar frågor och den person som svarar sitter i Slovakien.

När sedan kunden vill se på olika släpvagnar i verkligheten så åker man till vår utställning/leveransplats som ligger mellan Oslo och Gardemoens flygplats. Släpvagnarna som Rune säljer kommer med lastbil från fabriken i Slovakien ungefär en gång i veckan och släpvagnarna är då till 90% hopskruvade. Att de inte är 100% hopskruvade beror på att de skall fraktas på lastbil från fabriken i Slovakien och för att minska transportkostnaderna.

Att kunna hyra lokaler i området mellan Oslo och Gardemoen är inte enkelt. Utan tvekan är detta område ett av de mest attraktiva i Norge och av den anledningen hyrs ett område under tak samt viss markyta utan tak och på detta område skruvas släpvagnarna samman och visas utomhus året runt.

I Oslo-området har vi två konkurrenter som säljer släpvagnar direkt från fabrik (tillverkade någonstans i Europa). Rune låter meddela att många av de människor som kommer och tittar också åker till de andra två leverantörerna och han säger att uppskattningsvis 80% av de som varit hos honom kommer tillbaka och handlar. En av de viktigaste sakerna som sker vid leverans är försäljning av tillbehör till släpvagnen (stödben, kapell, kåpa osv.). Denna extraförsäljning är viktig eftersom marginalen är väldigt bra. Vid leverans finns ett litet kontor där papper skrivs på och släpvagnen överläts till köparen.

Norge är idag det enda land där våra släpvagnar säljs enligt ovan, men kan vi sälja ca 900 släpvagnar i Norge så bör vi kunna sälja motsvarande i andra länder också och vi har nu beslutat oss starta upp den typen av försäljning runt om i Europa med start i Sverige.

Vi har hyrt ett lager och försäljningsplats i Sollentuna ca 2,5 km från kontoret. Detta kommer att vara utlämningsställe för vagnar som sålts via internet men kommer även att fungera för direktförsäljning, verksamheten kommer fungera på samma sätt som hos Rune i Norge. Inflyttning sker de 1 mars 2018.

Sedan kan det bli Göteborg, Helsingfors, Köln, Milano osv. Om vi anser det passa när vi finner en lokal så kommer vi att utvärdera den etableringen. Det svåra är att finna lokalen men också en Rune på varje ställe.

Utöver dylik försäljning kommer vi parallellt stärka närvaron hos befintliga återförsäljare (just nu några få) samt aktivt finna nya.

Det som kan konstateras är att bolagets släpvagnar håller väldigt hög kvalitet men att försäljningsorganisationen i princip är obefintlig. Bolaget har nu beslutat att anställa en försäljningschef med bas i Stockholm (på vårt kontor i Sollentuna) och vi är just nu mitt inne i en rekrytering och jag räknar med att vi anställer en person inom de närmaste veckorna. Som sin närmaste chef kommer denne att ha Henning Bergsagel som är grundare av Ebeco.

Som nämns ovan har vi hyrt en lokal i Sollentuna från den 1 mars 2017 där det kommer att finnas till att börja med en man som skall färdigställa släpvagnarna för leverans samt sälja på samma sätt som Rune gör. Denna rekrytering startar vi med omgående så om du som läser känner att detta vill jag göra så skicka ett mail till mig eller om du vet någon som skulle passa så tipsa denne om jobbet.

Vi gör nu om bolagsstrukturen i Ebeco samt startar några dotterbolag för att renodla verksamheten:

Släpvagnarna kommer säljas under varumärket **ScanTrailer** (Skandinaviska släpvagnar) ett av skälet till namnet är att skandinaviska bolag har hög status ute i Europa. I Sverige har vi redan startat ScanTrailer AB, det norska bolaget Ebeco A/S byter namn till ScanTrailer A/S och vi startar upp ett bolag i Slovakien med namnet ScanTrailer SRO.

Som jag skriver ovan säljer vår man Rune i Oslo ensam ca 900 släpvagnar årligen och när det går sälja på det sättet i Norge så bör vi med en försäljningschef på divisionen släpvagnar kunna sälja många på samma sätt runt om i världen när vi nu får en försäljningschef som kommer ha en enda uppgift och det är att få denna division att rulla.

Att vi genomförde apportemissionen med Ebeco koncernen var för att få en större utvecklingsavdelning och en fabrik för tillverkning av våra patenterade produkter, RotoShelf, SwingOut, ColdFront osv. När vi köpte företaget var jag ganska säker på att släpvagnsdelen skulle vi sälja så snart vi fick igång verksamheten med våra patenterade produkter men nu har jag ändrat mig. Det säljs oerhört mycket släpvagnar årligen i Europa (och världen) men vi börjar med marknader nära oss. Vi har en komplett range av färdiga produkter som tillverkas i egen fabrik i Slovakien. I fabriken kan vi utan att investera något nämnvärt (om det inte är för att rationalisera) tillverka flera 100% mer släpvagnar årligen än vi gör idag. I Slovakien har vi idag ca 3000 kvm markyta, vi har en lokal på 1000 kvm (lager) som kan för en relativt billig investering byggas om till fabrik och vi har ytterligare 15 000 kvm mark där. I köpet ingick 49% av det fastighetsbolag som äger all mark i Nizna inklusive alla fabriksbyggnader.

För att belägga vad jag skriver ovan kommer här lite siffror som visar hur stor marknaden är, nedanstående siffror är teoretiska och skall bara ses som en beräkningsgrund. Alla vet att det i vissa länder säljs mer och i vissa mindre med släpvagnar. Enda skälet jag har med detta är för att visa potentialen.

5 200 000	Antal invånare i Norge
44 000	Antal sålda släpvagnar i Norge 2016
2 000	EasyFills försäljning 2017
4,55%	EasyFills marknadsandel i Norge
0,0085	Antal släpvagnar sålda per invånare i Norge
743 000 000	Antalet invånare i Europa. OBS Europa inte bara EU
6 286 923	Antalet sålda släpvagnar i Europa (teoretiskt) utifrån Norges siffror
285 769,23	EasyFills marknadsandel i Europa beräknat med Norges siffror
7 000	Uppskattat snittpris per släpvagn
2 000 384 615	EasyFills marknadspotential i pengar årligen i Europa
323 000 000	Antalet invånare i USA
2 733 077	Antalet sålda släpvagnar i USA (teoretiskt) utifrån Norges siffror
124 230,77	EasyFills marknadsandel i USA beräknat med Norges siffror
869 615 385	EasyFills marknadspotential i pengar årligen i USA

Vän av ordning kan nu säga att det tar tid att nå 4,5% marknadsandel vilket är rätt men utan målsättningar vet jag att vi inte når någonstans och om vi bara får 1% marknadsandel så är detta då en strålande affär i alla fall.

Pengar

Just nu är bolagets likviditet relativt god, dock är vi medvetna om att om allt som vi berättar om i ovanstående går i lås så kommer vi att behöva mer kapital, Det vi nu gör är att kontakta våra finansiärer, vår bank, Norrlandsfonden och Almi och se om dessa varför sig eller tillsammans är öppna för att finansiera bolagets växt. Vi har också kontaktat Exportkreditnämnden för att sondera möjligheterna till någon typ av finansiering.

Redovisning

Vi har också fått förfrågan från en aktieägare hur vi redovisar EasyFill America och EasyFill Sydafrika i vår resultatrapport och då är det så här: Vi konsoliderar inte dessa bolag (inte heller fastighetsbolaget i Slovakien) utan dessa försäljningsbolag redovisas som delägda (50%) bolag i årsredovisningen. Dock kommer vi regelbundet redovisa deras omsättning. Eventuellt utbetald royalty från deras försäljning kommer att redovisas som finansiell intäkt i koncernen. Däremot så kommer vi att om det händer något positivt eller negativt i dessa bolag att med text redovisa detta i våra kvartalsrapporter.

Kommentar

Som ni ser är detta nyhetsbrev skrivit i jag form men det betyder inte att det bara är jag som skrivit utan jag har haft enormt stor hjälp av Jens Nisu.



För mer information kontakta:

Håkan Sjölander

CEO

+46 70 59 444 69

hakan.sjolander@easyfill.se

Jens Nisu

Marketing Director

+46 70 660 58 82

jens.nisu@easyfill.se

www.easyfill.se

Kort om EasyFill

EasyFill är ett innovationsdrivet bolag med huvudfokus på utveckling av produkter som förenklar hanteringen av varor i butiker och restauranger samt utveckling och produktion av släpvagnar. De butikslösningar som utvecklas patenteras och lanseras med världen som marknad i huvudsak tillsammans med samarbetspartners.

EasyFill har huvudkontor i Bräcke i Jämtland samt fabrik, utveckling och produktion i Nizna, Slovakien.

EasyFill är sedan maj 2007 listat på Aktietorget.