

Bräcke 2020-01-24

EasyFill AB (publ), 556653–2924,

Nyhetsbrev januari 2020

Så var 2019 till ända och året kan sammanfattas ekonomiskt och det kommer att ske i vår bokslutskommuniké som vi kommer publicera den 28 februari 2020. Här följer en uppdatering av status i bolaget.

Vi har tidigare skrivit att vi haft stora förhoppningar om en mycket positiv utveckling för bolaget och vi har även skrivit att mängden kunder som köper EasyFills produkter ökar i stor utsträckning.

Frågan är nu om ovanstående stämmer.

Inför detta nyhetsbrev har vi fått flera frågor från våra aktieägare där sammanfattningen från alla dessa är;
- Varför lyfter inte försäljningen i EasyFill och vad går bra respektive mindre bra och vad gör ni för att förändra?

Som jag skrivit tidigare har EasyFill massor av kunder på gång, massor av löpande tester och flera kunder som handlar löpande. Till sist handlar det ändå om bolaget tjänar pengar eller ej så att stapla upp kund efter kund runt om i världen känns med facit i hand som fel sätt att kommunicera så i detta nyhetsbrev vill jag försöka ge er inblick i EasyFill och vilken känsla vi som jobbar på EasyFill har.

EasyFill har tre verksamhetsområden:

- (Ebeco) Släpvagnar från företagets fabrik i Slovakien
- (Enjoy) Försäljning av kylskåp på den svenska marknaden
- EasyFills patenterade system för varuexponering; RotoShelf och TurnLoader.

Ebeco och Enjoy har båda haft att bra 2019 med bra omsättning och plusresultat.

Enjoy har en något lägre budget för 2020 men med fortsatt plusresultat.

Ebecos omsättning 2020 kommer att öka med ca 20% och det baserar vi på tidigare utskickade pressmeddelanden när det gäller färdigförhandlade avtal med Pongratz och Mobiheat gällande försäljning av släpvagnar. Omsättningen kommer att öka samtidigt som plusresultatet kommer att växa ytterligare.

EasyFill divisionen har även 2019 gått med minusresultat vilket är trist och för alla inblandade väldigt jobbigt, åtgärder görs ständigt för att öka försäljningen och minska kostnaderna.

De stora kostnaderna i EasyFill är lönekostnader, marknadsföringskostnader samt utvecklingskostnader och alla dessa har vi totalfokus på men utan kostnader får vi ingen försäljning.



Varför köpte EasyFill Ebeco och varför ökade då bolagets kostnader?

Under 2016 konstaterade ledningen i EasyFill att det lyft i försäljningen vill alla upplevde var på gång med EasyFills patenterade produkter inte kom så snabbt som vi önskade. Vi uppfattade att vi måste bredda vår portfölj av produkter eftersom alla produkter vi hade vände sig mer eller mindre mot dryck. Marknaden för dryck är mycket stor men begränsad och produkternas fördelar är större för andra typer av varor och att vi därför behövde bredda oss mot produkter anpassade för matvaror av olika slag.

I mars 2017 köpte EasyFill Ebeco i Slovakien och flyttade all utveckling och tillverkning från Sverige till Ebecos fabrik i Slovakien. Huvudskälet till att Ebeco förvärvades var att bolaget hade lång erfarenhet av utveckling och tillverkning av butiksinredning samt att man hade en egen fabrik för plåttillverkning i Nizna. 2017 blev sedan ett år där mycket tid gick åt till att slå samman bolagen.

I köpet av Ebeco ingick en släpvagnsdivision med egenutvecklade släpvagnar som omsatte ca 25 miljoner med ett litet minusresultat men vi fick klar information om att produkterna inte behövdes utvecklas ytterligare i någon större utsträckning utan nu var det försäljning som gällde.

2018 och 2019

Ebeco visade 2019 att den information vi fick 2017 vid sammangåendet stämde och man har nu således vänt minussiffror till plussiffror.

I Slovakien har EasyFill nu en fabrik som utvecklar och tillverkar släpvagnar, utvecklar och tillverkar EasyFills patenterade hyllsystem vilket i sig innebär att koncernen har, förutom totalkontroll på våra egna produkter, också en fabrik som har ett väsentligt ekonomiskt värde.

Omgående när sammanslagningen startade såg vi alla fördelarna med att bli ett företag när det gällde tillverkning och utveckling, ett arbete som under 2018 och 2019 givit koncernen en bred och ett bra sortiment av produkter.

RotoShelf i läskedrycksskåp ökar ständigt och försäljningen ökar sakta men säkert. EasyFill säljer på två sätt till tillverkare av läskedrycksskåp:

- Kunden köper plastyllor och tillverkar RotoShelf ramen själv mot en licensavgift.
- Kunden köper en komplett RotoShelf

I båda fallen säljer såldes EasyFill till tillverkaren som i sin tur säljer vidare till kunder runt om i världen. Vart och till vilka kunder kan inte EasyFill kontrollera och den enda gång vi kan få veta det är om kunden informerar oss vilket händer då och då.

Den senaste informationen vi muntligt fått från en av våra kunder är att man sålt 1000st 90 cm kylskåp med RotoShelf till Pepsi i Tyskland och att leveranserna sker våren 2020.



Att Pepsi i Tyskland köper 1000 kylskåp med RotoShelf är för EasyFill inga jättepengar men tveklös är det strategiskt viktigt eftersom Pepsi är en global aktör och en lyckad satsning i Tyskland kommer ge försäljning på fler marknader.

RotoShelf är en produkt för i första hand läsk där ökad försäljning och minskad påfyllningstid är vad kunden får. I Sverige är det få butiker som inte har RotoShelf för läsk och då är det RotoShelf både i läskedryckskylskåp och i kyldiskar, men tveklöst är det så att de flesta finns i läskedryckskylskåp.

Det är lätt att tro att när en produkt är utvecklad så är det bara att sälja men innan en produkt kan säljas måste produkten utvärderas av butiker i x antal månader samtidigt som all tänkbar dokumentation måste tas fram. Utan installationsmanualer, artikelnummer, säljmaterial o.s.v. är klara kan bara marknadstester göras.

Under 2018 och 2019 har vi gjort väldiga framsteg vad gäller utveckling av produkter och tveklöst är framtagningen av TurnLoader den absolut viktigaste. Detta har kostat stora summor och varit komplicerat då de vikter som det handlar om sätter stor press på själva kyldisken. Omfattande tester och otaliga prototyper har passerat genom utvecklingsavdelningen men i TurnLoader har vi nu produkt som vänder sig mot de flesta varugrupperna i en matvarubutik där vi minskar matsvinnet, ökar försäljningen och minskar arbetstiden med att fylla hyllorna med produkter.

Vi har skrivit tidigare skrivit att "nu har vi produkterna och det är bara att sälja", men med facit i hand har vi behövt vidareutveckla produkterna för att få ner produktionskostnader, förenkla montering och generellt förbättra funktionerna. Detta har kostat både pengar och resurser, kostnader som varit tunga men tvungna att tas i förväg, innan någon egentlig volym nåtts. Detta har självklart tyngt resultatet. Nu kan jag dock en gång för alla säga att produkterna är klara och det bemötande och feedback vi nu får från marknaden talar alla sitt tydliga språk – vi kommer att lyckas. Produkterna löser verkliga problem hos butikerna och de är uppskattade av de som arbetar med dem. Ett tydligt exempel på detta är den rapport som ICA handlaren Bernt Welander lämnat efter en tre månaders utvärdering där han lovordar TurnLoader och varmt rekommenderar den till sina kollegor. Vi kan efter Bernts, och Malin och Stefan Petterssons (ICA Supermarket Bräcke) rapporter se att fler och fler ICA handlare vänder sig till oss och våra partners för att få veta mer och utrusta sina butiker med EasyFills produkter. Vi har flertalet spännande projekt på gång med ICA och installationer sker löpande till individuella handlare.

Trots att koncernen fortsatte att förlora pengar 2019 kan man se det som att bolaget investerat i framtiden. Känslan vi som jobbar med detta dagligen har, är att vi är på god väg att vända den negativa trenden och en indikation på detta är avstämningen av orderstocken som görs varje vecka och som stadigt vänder uppåt.

Vi har också våra partners som gör ett idogt arbete. Mycket sker i det tysta i deras regi och vi vill framhålla HL-display som tagit emot EasyFills produkter och som gör stora insatser för att sprida dom till sina kunder. En organisation i HL:s storlek arbetar strukturerat och organiserat i allt man gör och man ska inte sticka under stol med att det i vissa fall funnits en viss irritation när EasyFill genomfört ändringar på produkter som vi ansett vara nödvändiga medan de då fått problem med versioner, material och information till sina säljare och i förlängningen sina kunder. När vi nu i princip kan



avsluta utveckling kommer våra kostnader för utveckling att minska och samtidigt blir bolaget en "enklare" samarbetspartner att arbeta med.

När det gäller OEM tillverkarna runt om i världen (företag som tillverkar kyldiskar) sätter vi ett stort framtida hopp till dem då de årligen genererar stora volymer och har väl etablerade relationer med världens ledande butikskedjor. Hittills har vi bara i undantagsfall nått igenom med tillverkarna och det har alltid kommit som en konsekvens på efterfrågan från butikerna. Ett tecken på att detta är på väg att förändras är den forecast som vi pressmeddelade om i mitten av vecka 4 2020. Forecast 2020: mellan 720–840 och forecast 2021: 1450 enheter. Vi har, efter detta PM, fått väldigt tydliga indikationer på att detta kommer att bli verklighet och vi jobbar hårt med att förverkliga det. Dessutom är vi hoppfulla gällande tidigare nämnda partners så vi är optimistiska och det känns verkligen som att vi är på rätt väg. Om det ger ett positivt resultat 2020 återstår att se men vi ska i alla fall göra vårt allra yttersta för att det ska bli så.

Branschmässan EuroShop i Düsseldorf (16–20 februari) närmar sig med stormsteg och hela organisationen jobbar stenhårt med alla detaljer som ska finnas på plats innan mässan drar igång och hur den ska genomföras och hur den ska följas upp. Bolaget satsar stora resurser och den ska betala av sig, det är bara så, och det ska börja visa sig kort efter mässan avslutats. På denna mäsas har EasyFill en stor egen monter med alla våra produkter och i år lägger vi stort fokus på TurnLoader Ambient (hyllor för kolonialvaror i butik) som vi under det senaste året jobbat hårt med för att få en produkt som kan konkurrera med vanliga butikshyllor. Utöver vår egen monter har vi produkter hos ytterligare 11 företag och jag tror att det är få andra företag som har så mycket närvaro på mässan. Tio av de 11 företag som har våra produkter i sina montrar är flera av dem multinationella tillverkare av kyldiskar som säljs internationellt.

Till slut vill jag nämna att EasyFill kommer att avsluta/förändra samarbetet med Marco Company i USA och ta nya tag med andra aktörer. Detta kan låta dramatiskt men så är inte fallet. Marco Company har dessvärre inte fokuserat tillräckligt på EasyFills produkter för att lyckas på marknaden och att samarbetet nu förändras eller rent av avslutas ger möjlighet till en fräsch nystart och vi driver vidare de pågående projekten i egen regi för att leverera det som utlovats potentiella kunder.

Vi tycker att vi gör rätt saker och har rätt strategi och rätt partners och vi tror stenhårt på att volymerna kommer att komma och lönsamheten följer med den. Alltså ser vi fram emot ett spännande 2020 fyllt av utmaningar, hårt arbete och slutligen framgångar värda att fira när vi gör bokslut om ca 12 månader.

Samtliga pressmeddelanden och nyhetsbrev som bolaget publicerar finns på vår egen hemsida, klicka på länken nedan och du kan läsa all information vi publicerat sedan 2007.

Läs om testen på Ica Maxi i Barkaby, se vad Malin på Ica i Bräcke tycker om EasyFills produkter, läs vårt senaste pressmeddelande gällande forecast från Carrier, läs om Arneg satsning i Korea och mycket mer.

<https://www.easyfillcorporate.com/press/>



Håkan Sjölander
VD EasyFill AB

Bräcke 2020-01-24