



adverty®



INFORMATIONSMEMORANDUM ADVERTY AB (PUBL)

INFÖR UPPTAGANDE AV AKTIER TILL HANDEL PÅ
NGM NORDIC MTF

MANGOLD

VIKTIG INFORMATION TILL INVESTERARE

ALLMÄNT

Detta informationsmemorandum ("Memorandumet") har upprättats med anledning av Adverty AB (publ):s ("Adverty" eller "Bolaget"), organisationsnummer 559100-5250, ansökan om upptagande till handel av Bolagets aktier på NGM Nordic MTF ("NGM"). Med "Mangold" avses Mangold Fondkommission AB, org.nr 556585-1267. Med "Erbjudandet" avses erbjudandet till allmänheten i Sverige och institutionella investerare i Sverige och internationellt att teckna aktier i Adverty i den spridningsemission som genomfördes i oktober 2018 inför noteringen av Bolagets aktie på NGM. Memorandumet utgör inte ett prospekt och har således inte upprättats i enlighet med till exempel bestämmelserna i lagen (1991:980) om handel med finansiella instrument, Europaparlamentets och Rådets direktiv 2003/71/EG och EU-kommissionens förordning (EG) nr 809/2004. Memorandumet har inte heller godkänts av eller registrerats hos Finansinspektionen i enlighet med bestämmelserna i 2 kap. 25 och 26 §§ lagen (1991:980) om handel med finansiella instrument. De siffror som redovisas i Memorandumet har, i vissa fall, avrundats och därför summerar tabellerna i Memorandumet nödvändigtvis inte korrekt. Samtliga finansiella siffror är i svenska kronor ("SEK") om inget annat anges och "MSEK" indikerar miljoner SEK och "KSEK" indikerar tusen SEK. "EUR" indikerar euro och "USD" indikerar amerikanska dollar.

En investering i aktier är förenad med vissa risker (se avsnittet "Riskfaktorer"). Innan en investerare fattar ett investeringsbeslut måste denne förlita sig på en självständig och noggrann bedömning av Adverty och detta Memorandum, inklusive föreliggande sakförhållanden och risker. Inför ett investeringsbeslut bör potentiella investerare anlita sina egna professionella rådgivare samt noga utvärdera och överväga investeringsbeslutet.

BRANSCH- OCH MARKNADSINFORMATION

Detta Memorandum innehåller statistik, prognoser, data och annan information avseende marknader, marknadsstorlek, marknadspositioner och annan branschdata avseende Bolagets verksamhet och bransch. Såvitt Bolaget känner till och kunnat förvissa sig om genom jämförelse med annan av tredje man offentliggjord information har informationen som härrör från tredje man återgivits på ett korrekt sätt och inga uppgifter, vars utelämnande skulle göra den återgivna informationen vilseledande eller felaktig, har utelämnats. Marknadspublicationer och marknadsrapporter anger regelmässigt att informationen däri härrör från källor som bedöms vara tillförlitliga, men att informationens korrekthet och fullständighet inte kan garanteras. Bolaget har inte på egen hand verifierat, och kan därför inte garantera korrektheten i, eller fullständigheten av, den marknadsinformation som finns i detta Memorandum och som har hämtats eller härrör från externa publikationer eller rapporter. Marknadsdata och statistik kan vara framåtblickande, föremål för osäkerhet, kan komma att tolkas subjektivt och reflekterar inte nödvändigtvis faktiska eller framtida marknadsförhållanden. Sådan information och statistik är baserad på marknadsundersökningar, vilka i sin tur är baserade på urval och subjektiva tolkningar och bedömningar, däribland bedömningar om vilken typ av produkter och transaktioner som borde omfattas av den relevanta marknaden, både av de som utför undersökningarna och respondenterna. Följaktligen bör potentiella investerare vara uppmärksamma på att marknadsinformationen samt de prognoser och uppskattningar av marknadsinformation som återfinns i detta Memorandum inte nödvändigtvis utgör tillförlitliga indikatorer på Bolagets framtida resultat.

FRAMTIDSIKRIKTADE UTTALANDEN

Detta Memorandum innehåller vissa framtidsinriktade uttalanden och antaganden om framtida marknadsförhållanden, verksamhet och resultat. Sådana uttalanden, varav vissa kan identifieras genom användandet av framtidsinriktad terminologi såsom "syftar till", "uppskattar", "antar", "tror", "fortsätter", "kan komma att", "förvänta", "förutse", "avse", "kan", "skulle kunna", "planera", "potentiell", "förutse", "reflekterar", "ska" eller "skulle" eller, i varje enskilt fall, dess negationer, eller liknande uttryck, eller genom diskussioner om strategi, planer eller avsikter, innefattar ett antal risker och osäkerheter. Andra sådana uttalanden identifieras utifrån det aktuella sammanhanget. Sådana framtidsinriktade uttalanden är oundvikligen beroende av antaganden, information eller metoder som kan vara felaktiga eller bristfälliga och kan komma att visa sig vara ogenomförbara. Framtidsinriktade uttalanden avser bland annat framtida finansiell avkastning, vinst, kostnader och synergi, såväl som planer och förväntningar på Bolagets verksamhet och ledning, framtida tillväxt och lönsamhet och allmän ekonomisk och regulatorisk omgivning samt andra omständigheter som kan påverka Bolaget. De framtidsinriktade uttalandena återfinns på flera platser i detta Memorandum och innefattar bland annat uttalanden beträffande Bolagets avsikter, mål, uppfattning eller nuvarande förväntningar gällande bland annat rörelseresultat, finansiell ställning och resultat, likviditet, rörelsekapital, kassaflöden, påverkan av föreskrifter, allmänna ekonomiska trender, den konkurrensutsatta omgivningen i vilken Bolaget bedriver verksamhet, framtidsutsikter, tillväxt, strategier och den marknad på vilken Bolaget bedriver verksamhet. Framtidsinriktade uttalanden innefattar till sin natur risker och osäkerheter eftersom de har samband med händelser, och är beroende av omständigheter, som kanske eller kanske inte inträffar i framtiden. Även om Bolaget tror att de förväntningar som antyds genom dessa framtidsinriktade uttalanden är rimliga avser samtliga framtidsinriktade uttalanden omständigheter som är föremål för risk och osäkerhet. Bolaget uppmärksammar läsare på att framtidsinriktade uttalanden inte utgör garantier för framtida resultat, att de baseras på ett flertal antaganden och att Bolagets verksamhet, resultat och finansiella ställning, och utvecklingen på Bolagets geografiska marknader och i den bransch som Bolaget bedriver verksamhet inom, kan avvika väsentligt från, och vara sämre än, det som gjorts gällande i eller antytts av de framtidsinriktade uttalandena som återfinns i detta Memorandum.

Läsare bör inte utan vidare förlita sig på sådana framtidsinriktade uttalanden, vilka endast avser förhållanden per datumet för detta Memorandum. För en mer utförlig redogörelse om de faktorer som kan påverka Bolagets framtida resultat och den marknad på vilken Bolaget bedriver verksamhet uppmannas potentiella investerare att läsa detta Memorandum, inklusive avsnittet "Riskfaktorer", "Marknadsöversikt", "Verksamhetsbeskrivning" och "Kommentarer till den utvalda finansiella informationen". Mot bakgrund av dessa risker, osäkerheter och antaganden är det möjligt att de framtidsinriktade händelser som beskrivs i detta Memorandum inte kommer att inträffa. Utöver vad som kan krävas av tillämplig lag friskriver sig Bolaget uttryckligen från samtliga skyldigheter eller åtaganden att uppdatera de framtidsinriktade uttalandena som återfinns i dokumentet för att reflektera förändringar i dess förväntningar, eller förändring av händelser, förhållanden eller omständigheter på vilka sådana uttalanden är baserade. Samtliga efterföljande skriftliga och muntliga framtidsinriktade uttalanden som hänför sig till Bolaget, eller personer som företräder Bolaget, görs helt med förbehåll för de osäkerhetsfaktorer som omnäms ovan och som återfinns på andra ställen i detta Memorandum, inklusive de som återfinns under avsnittet "Riskfaktorer".

NGM NORDIC MTF

Nordic MTF är en multilateral handelsplattform för notering och handel i aktier och aktierelaterade värdepapper tillhörande Nordic Growth Market NGM AB. En multilateral handelsplattform (en MTF, Multilateral Trading Facility) är en handelsplattform i enlighet med MiFID (Markets in Financial Instruments Directive). En investerare bör ha i åtanke att aktier och aktierelaterade värdepapper som är listade på Nordic MTF inte är börsnoterade och att bolaget därför inte omfattas av samma regelverk till skydd för aktieägare som börsnoterade bolag.

På Nordic MTF gäller således inte lagen (2006:451) om offentliga uppköpserbjudanden på aktiemarknaden, eller Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 1606/2002 av den 19 juli 2002 om tillämpning av internationella redovisningsstandarder (IFRS). Det är också möjligt att under vissa förutsättningar notera aktier eller aktierelaterade värdepapper på en MTF utan att prospektskyldighet föreligger enligt lag (1991:980) om handel med finansiella instrument. På Nordic MTF gäller inte heller Svensk kod för bolagsstyrning. Däremot gäller Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 596/2014 av den 16 april 2014 om marknadsmissbruk samt kollegiet för svensk bolagsstyrnings "Takeoverregler för vissa handelsplattformar".

Handeln på Nordic MTF sker i Nordic Growth Markets egenutvecklade handelssystem, Elasticia, vilket innebär att samtliga Nordic Growth Markets medlemmar kan handla i aktierna. Information om handeln, marknadsdata, distribueras i realtid till bland annat Bloomberg, Thomson Reuters, Infront och ledande internetportaler med finansiell inriktning. Realitidsmarknadsdata finns också tillgänglig utan kostnad på www.ngm.se.

På Nordic MTF ansvarar Nordic Growth Market NGM AB, en av Sveriges två börser med tillstånd från Finansinspektionen, för övervakningen av såväl de listade bolagens informationsgivning som handeln i bolagens aktier.

TILLÄMPLIG LAGSTIFTNING

Svensk rätt är exklusivt tillämplig på Memorandumet inklusive till Memorandumet hörande handlingar. Tvist med anledning av innehållet i Memorandumet eller därmed sammanhängande rättsförhållanden ska avgöras av svensk domstol exklusivt.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Risikfaktorer	4	Kommentarer till den finansiella utvecklingen	28
Adverty i korthet	8	Kapitalisering, skuldsättning och annan finansiell information	29
Bakgrund och motiv	9	Aktiekapital och ägarförhållanden	31
Verkställande direktören har ordet	10	Styrelse, ledande befattningshavare och revisor	34
Marknadsöversikt	12	Bolagsstyrning	40
Verksamhetsbeskrivning	16	Bolagsordning	42
Patent	22	Legala frågor och kompletterande information	43
Milstolpar och historik	23	Vissa skattefrågor i Sverige	46
Finansiell information i sammandrag	24	Adresser	48

ÖVRIGT

Föremål för upptagande till handel är Adverty AB (publ)

Kortnamn (ticker): ADVT MTF

ISIN-kod: SE0011724889

FINANSIELL KALENDER

Delårsrapport för perioden 1 januari till 30 september 2018: 16 november 2018

Bokslutskommuniké för perioden 1 januari till 31 december 2018: 15 februari 2019

Årsredovisning 2018: 24 april 2019

Årsstämma 2019: 15 maj 2019

RISKFAKTORER

En investering i Adverty AB (publ) är förenad med risker. Dessa risker skulle kunna ha en väsentlig negativ inverkan på Bolagets framtida verksamhet, ekonomiska ställning och lönsamhet. De kan också medföra att aktierna i Bolaget förlorar hela eller delar av sitt värde och att aktieägarna i Bolaget därmed förlorar hela eller delar av sin investering. Vissa riskfaktorer ligger helt eller delvis utanför Bolagets kontroll. Riskfaktorerna är inte rangordnade efter sannolikhet, betydelse eller potentiell påverkan på Bolagets framtida verksamhet, ekonomiska ställning och lönsamhet. Beskrivningen av riskfaktorer är inte fullständig utan innehåller endast exempel på sådana riskfaktorer som kan få betydelse för Bolagets framtida verksamhet, ekonomiska ställning och lönsamhet och som en investerare bör beakta tillsammans med övrig information i Memorandumet. Följaktligen skulle ytterligare riskfaktorer som för närvarande inte är kända eller som för tillfället inte anses vara betydande också kunna påverka Bolagets framtida verksamhet, ekonomiska ställning och lönsamhet. Investerare uppmanas därför att göra sin egen bedömning av nedan angivna och andra potentiella riskfaktorer betydelse för Bolagets framtida verksamhet, ekonomiska ställning och lönsamhet samt att göra en allmän affärsanalys.

Memorandumet innehåller framtidsinriktade uttalanden som kan påverkas av framtida händelser, risker och osäkerheter. Bolagets faktiska resultat kan skilja sig väsentligt från de resultat som förväntades i de framtidsinriktade uttalandena på grund av många faktorer, däribland men inte begränsat till de risker som beskrivs nedan och i andra delar av Memorandumet.

VERKSAMHETS- OCH BRANSCHRELATERADE RISKER

RISK MED AFFÄRSMODELLEN

Adverty har en affärsmodell som bygger på samarbete med externa aktörer och affärspartners. Risken med modellen är att Bolagets erbjudanden inte finner acceptans i tillräcklig utsträckning. Det finns även en risk att Bolagets färdiga tjänster inte mottas väl av samarbetspartners och det kan få negativa effekter på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

MARKNADSACCEPTANS

Bolagets produkt måste accepteras av annonsörer och förläggare och marknaden måste vara mogen för att ta till sig de nya produkter som Bolaget har utvecklat. Det finns en risk att tillfredsställande efterfrågan på Advertys produkter inte uppnås. I takt med att Bolagets marknad växer och antalet aktörer ökar, finns också en risk att alternativa tjänster utvecklas och att priset på jämförbara tjänster sjunker. Det ovanstående kan inverka negativt på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

BEROENDE AV NYCKELPERSONER OCH KVALIFICERAD PERSONAL

Bolaget är beroende av kvalificerad personal i olika befattningar. Förmågan att behålla nuvarande personal liksom möjligheten att rekrytera ny personal är avgörande för Bolagets framtida utveckling. Det finns en risk att Adverty inte kommer att kunna behålla eller rekrytera personer som har eller skulle kunna ha betydelse för Bolaget. Om nyckelpersoner lämnar Adverty eller om Bolaget inte kan attrahera kvalificerad personal kan detta inverka negativt på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

KONKURRENTER

Bolaget verkar på en konkurrensutsatt men omogen marknad och vissa av Bolagets konkurrenter kan snabbt få större resurser än Bolaget och det finns därför en risk att dessa konkurrenter kan komma att reagera snabbare på nya

och specifika kundbehov i jämförelse med Adverty eller i övrigt komma att öka sina marknadsandelar. Därutöver kan stora etablerade teknikföretag med mycket breda kontaktnät och ett etablerat rykte dra nytta av skalfördelar, och det finns därför en risk att de kan erbjuda konsumenterna en mycket avancerad teknik och snabbare överlämningar än vad övriga aktörer på marknaden kan. Därför kommer en stor marknadsandel vara kritisk för Adverty, vilket är en risk för Adverty som verkar i en ny och snabbväxande marknad. Om Bolaget utsätts för ökad konkurrens eller förlorar marknadsandelar kan detta få negativ inverkan på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

LÅNGSIKTIG FINANSIERING OCH KAPITALBEHOV

Adverty kommer även framöver vidareutveckla befintlig mjukvara vilket kommer medföra betydande kostnader. Såväl storleken som tidpunkten för eventuella framtida kapitalbehov beror på ett antal faktorer, däribland framgång med produktutveckling, genererade intäkter samt samarbetsavtal. Det finns en risk att Bolaget kommer söka möjligheter till finansiering, inklusive lånefinansiering. Det finns en risk att nytt kapital inte kan anskaffas när behov uppstår, att det inte kan anskaffas på för Bolaget fördelaktiga villkor eller att sådant anskaffat kapital inte skulle vara tillräckligt för att finansiera verksamheten enligt Bolagets utsatta plan, vilket kan medföra negativa effekter på Bolagets utveckling och investeringsmöjligheter. Adverty är således beroende av att kapital framöver kan anskaffas i den utsträckning som erfordras. Eventuella förseningar i produktutveckling kan komma att innebära att kassaflöde genereras senare än planerat. För det fall Bolaget inte lyckas med kapitalanskaffningar när behov uppstår finns det risk för tillfälligt utvecklingsstopp eller att Bolaget tvingas bedriva verksamheten i lägre takt än önskat vilket kan leda till försenade eller uteblivna intäkter. Det finns även risk för att Adverty blir tvunget att väsentligt inskränka Bolagets planerade aktiviteter eller ytterst avbryta verksamheten. Det ovanstående kan

inverka negativt på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

FRAMTIDA PRODUKTUTVECKLING

Idag arbetar Adverty med att utveckla sin plattform och sina algoritmer. Marknaden för Bolagets teknik präglas av en hög teknisk förändringstakt. Det finns en risk för att konkurrerande bolag är snabbare i produktutvecklingen, utvecklar ny teknologi eller lanserar produkter till bättre pris och/eller högre prestanda än Bolaget. Det föreligger även en risk för att Adverty misslyckas med att utveckla sina produkter i avsedd takt, eller att tekniska landvinningar gör att Bolagets nuvarande och planerade produkter förlorar sitt kommersiella värde, vilket skulle kunna få väsentlig negativ inverkan på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

IMMATERIELLA RÄTTIGHETER, KNOW-HOW OCH PATENT

Advertys fyra pågående patentansökningar, BrainImpression™ (uppdelad i två), SceneContext™ och AR Platform™, det vill säga patent som är i innovationsfas och som är skyddade under ansökningsperioden men som inte fått slutgiltigt godkännande ännu, kan för Bolaget utgöra en stor risk. Advertys framgång kan påverkas av Bolagets förmåga att erhålla och upprätthålla immaterialrättsligt skydd, främst patenten, för de immateriella rättigheter som är hänförliga till Bolagets nuvarande och potentiella produkter. Förutsättningarna för att erhålla patent för uppfinningar inom Bolagets verksamhetsområde är svårbedömda och innefattar komplexa juridiska och tekniska bedömningar. Det finns en risk för att Bolaget inte erhåller patent för sina produkter eller sin teknologi. Patent har vidare en begränsad livslängd. Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat kan även påverkas av Bolagets förmåga att hindra andra från att använda Bolagets immateriella rättigheter, innovationer och skyddade information.

Det finns en risk att Adverty utvecklar produkter som inte kan patentskyddas, att inlämnade patentansökningar inte beviljas eller att beviljade patent inte är tillräckliga för att skydda Advertys rättigheter. Det finns även en risk att beviljade patent inte ger ett fullgott kommersiellt skydd för Bolagets produkter och för att konkurrenter kan kringgå Bolagets patentskydd. Det finns även en risk för att tredje parter gör intrång i patent som innehas av Bolaget. Om Bolaget tvingas föra rättsliga processer för att få fastslaget vem som har bättre rätt till visst patent kan det medföra betydande kostnader och tidsåtgång, och det finns risk för att Bolaget förlorar sådana processer, vilket skulle kunna medföra att skyddet för någon eller flera av Bolagets produkter inte kan upprätthållas eller att Bolaget åläggs att betala betydande skadestånd, vilket skulle påverka Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat negativt.

Det finns en risk att beviljade patent inte ger ett långsiktigt skydd om invändningar eller andra ogiltighetsanspråk mot utfärdade patent görs efter att de beviljats. Konsekvensen av sådana processer kan vara att beviljade patent

begränsas, exempelvis genom att deras omfattning minskas eller att patentet ogiltigförklaras, vilket kan komma att påverka Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat negativt.

Bolaget är även beroende av know-how och företagshemligheter och strävar efter att skydda sådan information, bland annat genom sekretessavtal med anställda, konsulter och samarbetspartners. Eftersom Bolaget inte kan skydda sig för obehörig spridning av information, medför det en risk för att Bolagets konkurrenter får del av och kan utnyttja Bolagets know-how. Vidare kan spridandet av företagshemligheter påverka Bolagets möjligheter att erhålla patent till uppfinningar och därmed negativt påverka Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

FÖRÄNDRINGAR I BRANSCHEN

Bolagets bransch kännetecknas av att vara i en tidig fas av utvecklingen med kraftig förändring framöver. Framtida framgång är därför i hög grad beroende av Bolagets förmåga att anpassa sig till yttre faktorer, dess förmåga att diversifiera produktportföljen och utveckla nya och konkurrenskraftiga produkter och system som tillgodoser efterfrågan på marknaden. Om Bolaget inte kan säkerställa konkurrenskraften för sina produkter och system kan det medföra en negativ påverkan på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

PRISSÄTTNING AV PRODUKTER OCH SYSTEM

I händelse av en allmän nedgång i priser eller en allmän nedgång i efterfrågan finns det risk att detta påverkar Advertys vinstmöjligheter negativt. Det finns därmed en risk att prissättningen för Bolagets produkter kan bli lägre än Bolaget förväntar sig. Sådana prisnedgångar kan ha negativa konsekvenser för Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

KORT UPSÄGNINGSTID MOT ANNONSÖRER OCH UTGIVARE

Då uppsägningstid av avtal mellan Bolaget och dess annonsörer och utgivare är kort (från omedelbart till ett par dagar) finns det en risk att Bolagets utgivare och annonsörer säger upp löpande avtal med kort notis. Detta kan utgöra en risk för Bolaget då Bolaget med kort notis kan förlora viktiga avtal med sina annonsörer och utgivare som Bolaget annars hade kunnat generera intäkter från. Detta skulle kunna ha negativa konsekvenser för Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

ALLMÄN OPINION OCH REGLERINGAR

Adverty verkar i en ung bransch som ännu inte etablerat sig ordentligt. Oron kring de negativa konsekvenserna av användningen av virtuell verklighet i olika former har ökat de senaste åren. Att använda virtuell verklighet via en anordning gör användaren mindre uppmärksam och kan utgöra fara för andra människor i omgivningen. Hur anordningar som är kompatibla med virtuell verklighet påverkar hälsan är fortfarande en gråzon och lite forskning har gjorts på området. För närvarande är branschen i avsaknad av regleringar för till exempel stan-

dardiseringar eller användning av VR och AR, men kan utgöra en risk för Bolaget i framtiden och kan ha negativa konsekvenser för Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

POLITISKA RISKER

Advertys verksamhet leds och samordnas i Sverige men försäljning kommer bedrivas både nationellt och internationellt. Risker kan uppkomma genom förändringar i lagstiftning, beskattning, tullar och avgifter, växelkurser och andra villkor som gäller för företag som är verksamma på internationella marknader. Även myndighetsbeslut kan få genomslagskraft på Bolagets verksamhet. Bolaget kommer även att påverkas av faktorer förknippade med politisk och ekonomisk osäkerhet i dessa länder. De ovan nämnda faktorerna kan ha negativa konsekvenser för Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

VALUTARISK

Bolaget är ett svenskt aktiebolag vars resultat och finansiella ställning redovisas i SEK. En betydande del av Bolagets framtida tillverkning och marknad kan komma att finnas utomlands samt inköp och försäljning kan komma att ske i andra valutor. Sådan försäljning och sådana inköp skulle innebära att Adverty exponeras för valutasvängningar. Bolagets verksamhet, resultat och finansiella ställning kan således påverkas negativt av valutafluktuationer. Det ovanstående kan inverka negativt på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

TEKNOLOGI- OCH PRODUKTIONSRISKER

Advertys utveckling är till stor del beroende av Bolagets förmåga att leda och anpassa sig efter teknologiutvecklingen på marknaden. Om Bolaget inte snabbt och kostnadseffektivt kan anpassa sig till teknologiutvecklingen kan Adverty tappa konkurrenskraft och marknadsandelar, vilket framöver kan få en negativ inverkan på Bolagets verksamhet, resultat och finansiella ställning. Bolagets produkt är inte kommersialiserad än och skulle marknaden förändras på grund av nya tekniska hårdvaror skulle Advertys mjukvara potentiellt inte nå kommersiell framgång. En sådan situation skulle inverka negativt på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

SKATTERELATERADE RISKER

Bolaget har ambitionen att bedriva försäljning på flera marknader utanför Sverige. Skattelagstiftningen i varje enskilt land kan komma att ändras över tid, vilket kan inverka negativt på Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

RISKER RELATERADE TILL AKTIERNA

AKTIEKURSENS UTVECKLING

Det finns en risk för att aktiekursen inte kommer att ha en positiv utveckling och det föreligger därför en risk att en investerare i Bolaget inte får tillbaka, helt eller delvis, det investerade kapitalet. Aktiemarknaden kan generellt gå ner av olika orsaker såsom räntehöjningar, politiska utspel, valutakursförändringar och sämre kon-

junktorella förutsättningar, vilka Bolaget saknar möjlighet att påverka. Aktiemarknaden präglas även till stor del av psykologiska faktorer. Bolagets aktie kan påverkas på samma sätt som alla andra aktier av dessa faktorer, vilka till sin natur många gånger kan vara problematiska för aktieägare att förutse och skydda sig mot. Det finns också risk för att Bolagets aktiekurs i framtiden kan komma fluktuera kraftigt, bland annat till följd av den allmänna konjunkturen och förändringar i kapitalmarknadens intresse för Bolaget. Därutöver kan aktiemarknaden i allmänhet reagera med extrema kurs- och volymfluktuationer som inte alltid är relaterade till eller proportionerliga i förhållande till det operativa utfallet hos enskilda bolag.

RISKER MED NOTERINGEN

Aktierna i Bolaget avses att upptas till handel på NGM. Bolaget kan avnoteras från marknadsplatsen vilket skulle medföra att Bolagets aktier inte kommer att kunna handlas på en aktiv marknad, vilket skulle kunna medföra betydande svårigheter att avyttra enskilda aktieposter och även i övrigt medföra en negativ påverkan på värdet av Bolagets aktier. NGM är en alternativ marknadsplats och har därför inte samma juridiska status som en reglerad marknad. Bolag vars aktier handlas på NGM regleras av ett mindre omfattande regelverk anpassat för tillväxtbolag och är inte föremål för alla de juridiska krav som uppställs för handel på en reglerad marknad. En investering i ett bolag vars aktier handlas på NGM är ofta mer riskfylld än en investering i ett bolag vars aktier handlas på en reglerad marknad.

ÖKADE KOSTNADER TILL FÖLJD AV NOTERINGEN PÅ NGM

Före noteringen på NGM har Adverty inte haft något direkt ansvar vad gäller finansiell rapportering eller krav gällande informationsgivning. Efter noteringen på NGM kommer Adverty att belastas av kostnader som Bolaget inte direkt svarat för tidigare, till exempel vad gäller kostnader för extern finansiell rapportering och informationsgivning. Dessa kostnader kan komma att påverka Advertys verksamhet, finansiella ställning och resultat negativt jämfört med historiskt redovisade kostnader vilket i sin tur kan påverka aktiekursen negativt.

UTSPÄDNING I SAMBAND MED FRAMTIDA EMISSIONER

Bolaget kan i framtiden komma att besluta om nyemission av ytterligare aktier eller emission av aktierelaterade eller konvertibla värdepapper för att anskaffa ytterligare kapital till finansieringen av sin verksamhet. Nyemissioner kan även komma att riktas till andra investerare än de befintliga aktieägarna. Alla sådana ytterligare nyemissioner riskerar att minska det proportionella ägandet och röstandelen för innehavare av aktier i Bolaget samt vinsten per aktie. Om nyemissioner måste genomföras till låg teckningskurs, exempelvis vid ogynnsamma marknadsförhållanden, eller uppgår till stora belopp, kan sådana utspädningseffekter komma att bli betydande. Nyemissioner kan även komma att ske till ett rabatterat pris jämfört

med aktiekursen för Bolagets aktie, vilket riskerar att medföra en negativ effekt på aktiekursutvecklingen.

LIKVIDITETSRIK

Det är inte möjligt att förutse det framtida intresset för Bolagets aktie på aktiemarknaden. Även om Bolagets aktier blir föremål för handel kan graden av likviditet i handeln i Bolagets aktier variera och därmed inte alltid vara tillfredsställande. Om en aktiv och likvid handel inte utvecklas kan det få en negativ effekt på aktiernas marknadspris och innebära svårigheter att sälja större poster inom en kortare tidsperiod utan att medföra en betydande negativ påverkan på aktiekursen.

FRAMTIDA FÖRSÄLJNING AV AKTIER

Kursen för Bolagets aktier kan sjunka om det sker omfattande försäljning av aktier i Bolaget, särskilt om sådan försäljning genomförs av aktieägande styrelseledamöter, ledande befattningshavare eller större aktieägare, eller när ett större antal aktier säljs under viss tid. Sådan försäljning av aktier, liksom en uppfattning på aktiemarknaden om att sådan försäljning kommer att ske, kan medföra en negativ inverkan på Bolagets aktiekurs.

UTDELNING

Eventuella framtida utdelningar, och storleken på sådana, är beroende av bland annat Bolagets framtida resultat, finansiella ställning, rörelsekapitalbehov och likviditet. Eventuell utdelning beslutas av bolagsstämman efter förslag från styrelsen. Det finns en risk att Bolaget i framtiden inte kommer att lämna aktieutdelning.

ADVERTY I KORTHET

Adverty har utvecklat en plattform för automatiserade annonser för Virtual Reality ("VR"), Augmented reality ("AR") och mobiltelefoner. Med hjälp av plattformen kan företag marknadsföra sig genom reklam i VR och AR på ett sätt där reklamen integreras med den omgivning användaren ser. Adverty kan mäta hur mycket en person exponeras för en viss annons genom att mäta vart användarens blick är riktad. På så sätt kan Advertys teknik avgöra om användaren har sett en annons och faktiskt uppmärksammat den, eller om den bara passerat i periferin. Det innebär att marknadsförare endast betalar för den faktiska exponeringen, något som är banbrytande inom industrin.

Tekniken Adverty utvecklat gör att företag kan marknadsföra sig i den kontext som ger maximal effekt genom att anpassa annonsen till den miljö som användaren utsätts för. Med en djup förståelse för i vilket sammanhang och vilken omgivning reklamen visas kan Adverty erbjuda användare relevant reklam och på så sätt öka exponeringen och intresset för företags annonser. De tre områdena VR, AR och mobilt ger Advertys plattform en bredd och ett utbud som attraherar aktörer från stora delar av den digitala medie- och underhållningsindustrin.



PRINT



OOH



TV



VR & AR

VIRTUAL REALITY

Plattformen för immersiv varumärkesannonsering är tillgänglig i virtuella miljöer liknande de i traditionell Out-Of-Home, men med ytterligare stöd för 360-video annonsering, 3D-produktplacering och interaktiva varumärkesvärldar som annonsformat.

Med förbättrad VR teknologi till lägre priser inom kommande år räknar Adverty med goda framtidsutsikter och hög försäljning när VR når massmarknad, vilket Bolaget bedömer vara år 2020.

AUGMENTED REALITY

Den unika plattformen för förstärkt varumärkes- och prestationsannonsering i mobilen, med stöd för Apple ARKit och Google ARCore, möjliggör sömlösa virtuella annonser i verkliga världen.

Med över 600 miljoner kompatibla mobiltelefoner och surfplattor i början av 2019 vill Adverty leda detta nya sätt att monetisera AR-appar och driva varumärken till AR-miljöer. ¹⁾

MOBILE

Plattformen för sömlös in-game annonsering för mobilen flyttar annonsen från de traditionella ytorna i spelets menyer rakt in i spelets händelser, där användaren spenderar mestadelen av sin tid.

Byggt som ett premiumnätverk med höga krav på utgivarens spelkvalitet, variation i spelkategorier och spelarräckvidd, lanseras denna plattform med annonsytor som enligt Bolaget har potential att nå miljoner dagliga aktiva användare inom en snart framtid.



¹⁾ <https://techcrunch.com/2017/10/07/why-arkit-will-make-more-money-than-arcore-or-camera-effects-for-now>

BAKGRUND OCH MOTIV

Adverty utvecklar en immersiv plattform för automatiserade annonser i Virtual Reality ("VR"), Augmented Reality ("AR") och mobiltelefoner. Med hjälp av plattformen kan företag marknadsföra sig genom nytänkande och icke-påträngande reklam i VR och AR på ett sätt där annonsen integreras med den omgivning användaren upplever. Adverty kan fånga upp hur mycket en person exponeras för en viss annons genom att mäta vart användarens blick är riktad. På så sätt kan Advertys teknik avgöra om konsumenten har sett annonsen och faktiskt uppmärksammat den, eller om annonsen bara passerat i periferin. Det innebär att marknadsförare endast betalar för den faktiska exponeringen, något som är banbrytande inom industrin.

Tekniken Adverty utvecklar gör att företag kan marknadsföra sig i den kontext som ger maximal effekt genom att anpassa annonsen till den miljö som användaren utsätts för. Med en djup förståelse för i vilket sammanhang och vilken omgivning reklamen visas kan Adverty erbjuda användare relevant reklam och på så sätt öka exponeringen och intresset för annonsörens varumärke. De tre områdena VR, AR och mobilt ger Advertys plattform en bredd och ett utbud som attraherar aktörer från stora delar av den digitala medie- och underhållningsindustrin.

Advertys plattform och unika teknik är något som sedan start har varit under kraftig utveckling och Bolaget vill nu expandera för att kunna lansera och marknadsföra sin plattform brett på marknader runtom i världen. De steg som Bolaget tagit för att kommersialisera sin produkt har bland annat varit via ett antal samarbeten med företag som Microsoft, The Coca-Cola Company och Rovio Entertainment, skaparna av Angry Birds. Olika samarbeten har inneburit allt från tester av Advertys mjukvara i syfte att utveckla produkten, till att integrera Advertys plattform i olika spel och applikationer och Bolaget planerar nu att ta nästa steg i tillväxtfasen. Det innebär att Bolaget är i behov av kapital för att genomföra sin planerade expansion för att kommersialisera nya och befintliga samarbeten som Bolaget har upprättat, samt fortsätta att utveckla sin teknik mot nya spännande VR- och AR produkter som Magic Leap One och kommande Oculus Quest. Bolaget går därför vidare genom att bredda ägandet och ansöka om notering av Bolagets aktier på NGM. Styrelsens bedömning är att Bolaget genom en notering på NGM kommer kunna ta nästa steg och vidareutveckla tekniken och plattformen samt utöka försäljning, marknadsföring och affärsutveckling genom att nå ut till den globala marknaden. Advertys ambition är att bli världsledande inom VR- och AR-annonsering genom tre viktiga strategiska mål.

- Att bygga banbrytande teknik för annonsering i dessa medier som ritar om kartan för hur digital annonsering definieras.
- Att jobba nära branschorgan för att sätta standarder inom VR- och AR-annonsering, samt
- Att ingå avtal med både annonsörer och utgivare för att tidigt erövra marknadsandelar.

När VR och AR når massmarknad vill Advertys teknik ses som det självklara alternativet för annonsörer och utgivare. Notering av Bolagets aktier på NGM är ett konkret steg för att uppnå dessa mål.

Under oktober 2018 genomförde Adverty en spridningsemission med ambitionen att notera Bolagets aktie på lämplig marknadsplats. Spridningsemissionen tecknades till cirka 40 procent varpå Bolaget beslöt att undersöka möjligheten att anskaffa kapital genom ett konvertibellån. Styrelsen beslöt dock att inte fortsätta med detta alternativ under pågående noteringsprocess utan istället beslutade styrelsen att genomföra en riktad nyemission till Mangold Fondkommission AB om cirka 2,4 MSEK för att säkerställa bolagets kapitalbehov för nästkommande 12 månader. Bolaget inledde initialt en noteringsprocess hos Nasdaq First North ("First North"). Denna noteringsprocess blev tidsmässigt utdragen varvid Bolaget inledde dialog med Nordic Growth Market NGM ("NGM") för att undersöka om det fanns mer tidseffektiva alternativ, med hänsyn till den uppkomna situationen. NGM visade stort engagemang i att skapa en skyndsam noteringsprocess, till fördel för samtliga aktieägare. Valet av marknadsplats ska endast ses ur en tidseffektivitetsaspekt där styrelsens målsättning är, och har varit, att säkerställa att Bolagets aktier tas upp till handel utan dröjsmål.

Styrelsen för Adverty AB är ansvarig för den information som lämnas i Memorandumet, som har upprättats med anledning av ansökan om upptagande till handel med Bolagets aktier på NGM. Härmed försäkras att alla rimliga försiktighetsåtgärder har vidtagits för att säkerställa att uppgifterna i Memorandumet, såvitt styrelsen vet, överensstämmer med faktiska förhållanden och att inga uppgifter har utelämnats som skulle kunna påverka den bild av Adverty som skapas genom Memorandumet.

Stockholm den 26 november 2018

Adverty AB (publ)

Styrelsen

VERKSTÄLLANDE DIREKTÖREN HAR ORDET



NIKLAS BAKOS
VERKSTÄLLANDE DIREKTÖR

Få gånger under en människas livstid får den vara med om att världen berikas med ett nytt kommunikationsmedium. Från skrift till tryck tog tusentals år och därefter ytterligare hundratals år innan vi började läsa tidningar. 1900-talets början bjöd på radion och ett par decennier senare fick vi uppleva TV:n. I modern tid har även persondatorn gått från enkel miniräknare i personbilsstorlek till högteknologiskt geni i nagelstorlek vilken snart är smartare än människan inom alla tänkbara områden och problemlösningar. Med internet och mobiltelefoni har datorn även skapat noder för kommunikation mellan världens alla platser ner till millimeterprecision och en dator är inte längre associerad med en skärm och tangentbord utan sitter idag i vartenda tänkbara föremål, vare sig det är en cykel eller en brödrost.

I all media som tillkommit vår planet, vare sig det är via print, radio, TV, dator, mobiltelefon eller surfplatta, har dessa alltid fyllts med reklam och annonser på ett eller annat sätt, främst som ett led i att kunna erbjuda konsumenten gratis konsumtion av diverse tjänster mot exponering av varumärkens budskap.

Olika media har givetvis haft sina fördelar och nackdelar ur ett kommunikationsperspektiv och detta återspeglas även hur annonsering där tagit sin form. En radioreklam riktas utmärkt mot exempelvis bilförare inom ett specifikt geografiskt område men saknar ett visuellt budskap. En utomhusreklamspelare fångar ögat med sin otroliga storlek men är oftast helt statisk. En TV-reklam förmedlar både rörlig bild och ljud men garanterar varken sändningskvalitet eller

konsumentnärvaro. Reklam på internet, vare sig det är på datorn eller i mobiltelefonen upplevs oftast som störande, mestadels på grund av att den lilla skärmen egentligen inte har plats för både innehåll och reklam samtidigt.

Vi är i skrivande stund på väg in i ett helt nytt teknikskifte, där vi människor får tillgång till ny media via Virtual Reality-headsets (VR), mobil Augmented Reality (AR) och snart också smarta glasögon och Mixed Reality-teknik (MR).

Det har länge pratats om begreppet "skärmar" inom media och kommunikation, där TV:n först ut ersattes av datorn, vilken sedan ersattes av mobiltelefonen. Den kommande skärmen finns i VR/AR/MR och förutspås kunna ersätta alla tidigare skärmar med betydligt bättre upplevelse, teknik och prestanda.

Denna nya skärm är egentligen byggd för att vara dina egna ögon och kan antingen förflytta dig till en helt virtuell värld eller placera virtuella föremål och scener i din riktiga värld med en fotorealism som får dig svårt att urskilja vad som är fysiskt verkligt eller digitalt påklippt i synfältet.

I detta nya medium kommer reklam och annonser också att finnas, precis som det gjort historiskt sett i all media, och det är den tekniken vi bygger på Adverty.

Vi är tidigt ute, men det var även Google när datorn och internet kom.

Möjligheterna med annonsering i Virtual, Augmented och Mixed Reality är nästintill oändliga. Tidigare media har varit begränsad i både ljud,

bild och storlek samtidigt som skalbarhet och mätbarhet varit svårt, om inte omöjligt.

En konsument med ett Virtual Reality-headset eller som använder ett par smarta glasögon befinner sig i en helt ny och unik position där ögats synfält bestämmer de fysiska gränserna och datorns kraft de visuella upplevelserna.

På Adverty har vi grundat ett nytt och unikt sätt att annonsera i dessa upplevelser. Med ett så stort spelrum som Virtual och Augmented Reality ger oss, behöver reklam inte längre vara påträngande. Det är slut med reklamavbrott och blinkande annonser mellan textraderna på internet. Med Virtual och Augmented Reality har vi möjlighet att förstå var, när samt hur konsumenten gör och ser saker. På Adverty mäter vi just detta på ett unikt sätt, vilket vi även är i process att få patent på.

Vi har i annonseringssynpunkt skapat vad vi tycker är ett riktigt win-win-win scenario. Annonssören har möjlighet att exponera sitt varumärke i en immersiv värld där reklamen består av bild, ljud, rörelse, tredimensionell produkt-placering eller interaktiva scener, helt utan fysiska begränsningar där egentligen bara fantasin sätter gränserna. Utgivaren monetiserar sina skapelser med annonser som mer liknar en skraddarsydd upplevelse i den upplevelse som redan erbjuds konsumenten och konsumenten i fråga exponeras för icke påträngande annonser som aktiveras endast om tycke finnes mellan annons och konsument.

Vi har spenderat över två år med att definiera och bygga vår VR- och AR-annonsplattform, vilken nu är i sin första kommersiella fas. Vi har kommit långt kort tid vilket också fått vår bransch att tidigt se oss som en ledande aktör inom VR- och AR-annonseringsteknik, men vi har mycket kvar att göra.

Ny teknisk funktionalitet kommer löpande att adderas till plattformen och utvecklingen av denna kommer självklart aldrig att upphöra. Virtual Reality är fortfarande ett nytt begrepp och det kommer att ta ett par år till innan användarvolymer kommer upp i nivå med spelkonsoller som Playstation och Xbox. Mobilt Augmented Reality stöds i skrivande stund av både Apple och Google vilket gör att över 400 miljoner mo-

biltelefoner och surfplattor idag kan projicera ut virtuella föremål realistiskt i kamerabilden. Om tre till fyra år räknar man med att tre miljarder mobiltelefoner klarar detta.¹⁾

Medan vi på Adverty kontinuerligt bygger vår annonseringsplattform och teknik för VR och AR samtidigt som denna typ av media går mot massmarknad, kommer vi i höst också att lansera en variant av befintlig AR-plattform för traditionella mobilspel, för att snabbare nå ut till en befintlig, stor marknad med vårt unika annonskoncept. Eftersom vi erbjuder sömlöst integrerade annonser i ett icke påträngande format konkurrerar vi inte med de tiotusentals mobila annonsplattformar som i årtal funnits därute.

Vi är dock inte bara ett teknikbolag. Värdet i Adverty, utöver den teknik vi bygger, ligger i förmågan att skapa annonsytor genom tredjepartsapplikationer och spel. En utgivare tjänar pengar genom att visa en annons levererad av vår plattform i sin produkt och vi bygger värde i att äga dessa annonsytor i flera typer av produkter, som i sin tur används av miljontals konsumenter runtom i världen. Då vi är tidigt ute med det vi gör i VR/AR/MR har vi också en mycket god chans till att bli en ledande aktör, där inte bara teknik utan också annonsinventarievolymer korar vinnaren.

Den rymdraket vi på Adverty valde att bygga för att nå platser och upplevelser människan aldrig tidigare skådat har precis skjutits upp i luften och vi har en lång väg kvar innan vi kan sätta de standarder som krävs för att förstå vägen fram till vårt mål.

Vi är redan en bra bit på väg och väl i mål har vi en helt ny framtid inom media att skåda, där ni tillsammans med oss varit med och skapat nästa generations reklam och annonsering. Långt, långt ifrån den vi är vana vid att se idag.

Varmt välkomna att följa med oss på denna resa och bli en del av Adverty.

NIKLAS BAKOS
VERKSTÄLLANDE DIREKTÖR

¹⁾ <https://artillery.co/2017/10/12/arcore-arkit-4-25-billion-devices-by-2020/>

MARKNADSÖVERSIKT

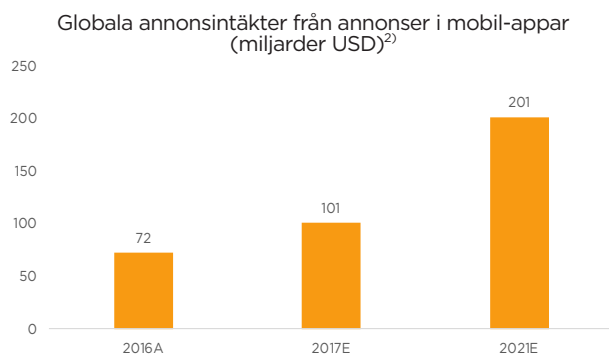
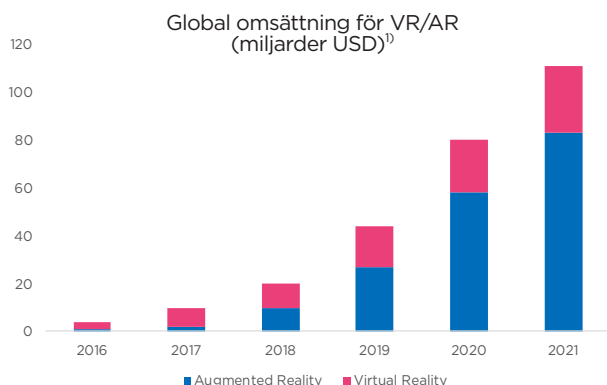
MARKNADSÖVERSIKT

Virtuell verklighet är en relativt ny teknik och ett samlingsnamn för datogenererade skenvärldar i vilka användaren upplever sig vara och agera. Likaså är förstärkt verklighet ett nytt fenomen där virtuella objekt placeras och interagerar med användarens riktiga omgivning, antingen genom mobilkameran eller smarta glasögon. Virtuella och förstärkt verklighet innefattar de tre kategorierna Virtual Reality ("VR"), Augmented Reality ("AR") och Mixed Reality ("MR"). De olika versionerna av virtuell och förstärkt verklighet använder sig av olika metoder för att interagera med användaren i skenvärlden eller för att placera virtuella objekt i användarens verkliga värld. Virtuella verklighet tar sig i uttryck bland annat genom mobiltelefoner, surfplattor och Head-Mounted Displays ("HMD") där HMD är den anordning som användaren inom VR fäster framför sig och på så vis omsluts av en virtuell värld.

Produkter inom virtuell verklighet är dock ett allt mer förekommande fenomen och marknadsstorleken år 2021 förväntas uppgå till 108 miljarder USD. Vad som för tillfället begränsar den kraftigt accelererande förväntade tillväxten är höga produktionskostnader för hårdvara och brist på den tekniska expertis det krävs för att utveckla den avancerade mjukvaran virtuell verklighet kräver.¹⁾

Numera integreras förstärkt verklighet i mobil och surfplatta i allt större utsträckning. Genom att aktivera enhetens kamera kan virtuella föremål interagera med verkligheten som kameran fångar. I praktiken kan det innebära att reklam eller väghänvisningar kan dyka upp på skärmen när användaren iaktar verkligheten genom till exempel mobilkameran. Ett annat användningsområde för den virtuella verkligheten i mobilt format är för mobilspel. Det gör spelupplevelsen mer interaktiv och immersiv, och har hittills varit mycket framgångsrikt, exempel på detta är mobilspelet Pokemon Go som använder sig av AR.²⁾

Advertys unika teknik tillämpas inom alla ovanstående områden men tekniken kan även appliceras i traditionella mobilapplikationer och spel. Advertys teknik möjliggör att interaktiv reklam anpassar sig till spelets omgivning. Detta innebär att Adverty inte bara är exponerad mot VR och AR trenden utan även mot den traditionella mobil- och applikationmarknaden. År 2021 förväntas annonseringsutgifter från annonser i mobil-appar uppgå till 201 miljarder USD.³⁾



1) <https://www.digi-capital.com/news/2017/01/after-mixed-year-mobile-ar-to-drive-108-billion-vr-ar-market-by-2021/>
 2) <https://www.digi-capital.com/news/2017/05/the-mobile-ar-platform-war/#.W0zCO9IzaUk>
 3) <https://www.statista.com/statistics/241245/gross-app-spending/>

MARKNADSSEGMENT

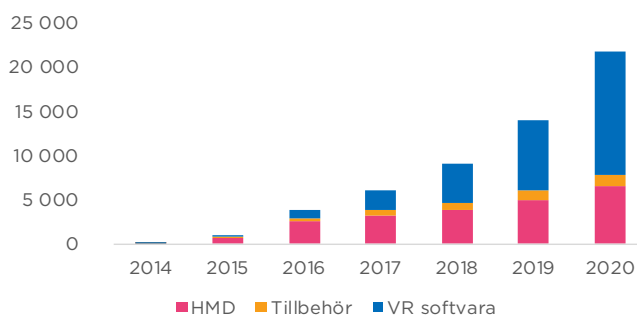
VR

VR innebär att användaren använder sig av en HMD för att omsluta hela sitt synfält. I masken fästs en skärm som replikerar miljöer som får användaren att med synen uppfatta sig vara i den datorsimulerade virtuella miljön istället för i det faktiska rummet användaren befinner sig i.



Marknaden för VR fördelas vanligtvis i segmenten hård- respektive mjukvara. Hårdvara innefattar de fysiska produkterna användaren använder sig av för att virtuellt transportera sig till andra miljöer. Undersegmentet hårdvara förgrenar sig vidare där tillbehör och HMD skiljs åt. Mjukvara innefattar istället de program och applikationer som skapar och visar den virtuella miljön på skärmarna i HMD eller mobilskärmar. I dagsläget står hårdvarusegmentet för majoriteten av omsättningen globalt men förhållandet väntas skifta inom de kommande två åren eftersom mjukvarusegmentet istället prognosticeras vara det dominerande segmentet. I takt med att hårdvaruförsäljningen ökar förväntas skalfördelar minska priserna på hårdvara vilket beräknas leda till en relativt mindre marknadsandel för detta segment jämfört med mjukvarusegmentet som istället bedöms växa snabbt till följd av ökad kompetens och en expansiv teknisk utveckling.

Global VR omsättning per segment 2014-2020 (MUSD)¹⁾



MR OCH AR



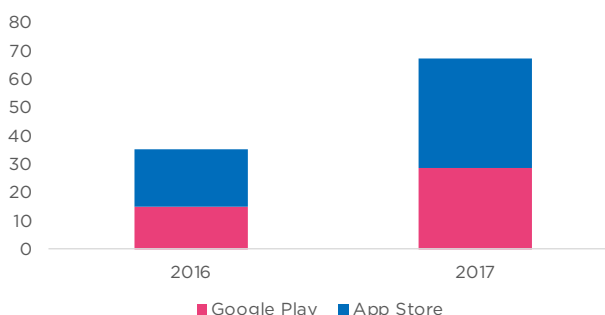
MR är en mer avancerad version av AR och innebär att den virtuella verkligheten inte endast förs samman, utan också samspelar och anpassar sig till den verkliga miljön. Virtuella erbjudanden och figurer är anpassade till ljussättningen, olika föremål och annat i omgivningen. I dagsläget skiljs det sällan på MR och AR, eftersom MR ses som en teknisk förlängning och förbättring av AR. Advertys teknik och plattform för annonsering är framtagen för VR och AR och är fullt kompatibel med Mixed Reality (MR). Adverty ligger idag i framkant av utveckling inom annonseringsteknik för dessa nya medium och är med och för utvecklingen framåt.

MOBILE



Under år 2017 spenderades 58,6 miljarder USD på applikationer och spel. Av detta stod mobilspelen för 48,3 miljarder USD, vilket innebär 82% av all omsättning.²⁾ Adverty avser signera kontrakt med applikation- och spelutvecklare, som i dagsläget inte har VR- eller AR/MR-kompatibla spel. Således är marknaden för applikationer och mobilspel ett attraktivt segment för Adverty.

Global omsättning för mobil-appar (i miljarder USD)³⁾

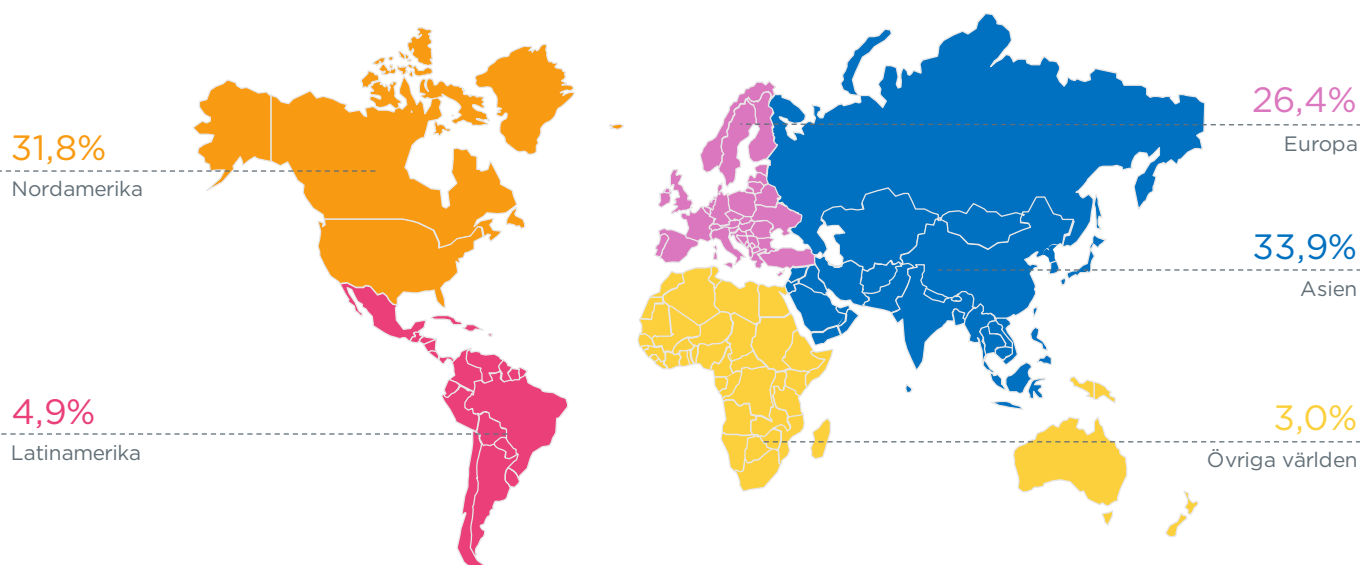


1) <https://www.statista.com/statistics/609097/virtual-reality-market-revenue-worldwide-by-segment/>

2) <https://sensortower.com/blog/app-revenue-and-downloads-2017>

3) <https://www.digi-capital.com/news/2017/01/after-mixed-year-mobile-ar-to-drive-108-billion-vr-ar-market-by-2021/>

Global omsättningsfördelning för VR-mjukvara och service 2017¹⁾



GLOBAL TILLVÄXT OCH FÖRDELNING

Enligt grafen ovan är Asien och Nordamerika de största konsumenterna av VR, tätt följda av Europa. Den marknaden som vuxit mest det senaste året är Nordamerika där merparten av Advertys konkurrenter befinner sig. Dock agerar Adverty i en global marknad utan geografiska gränser och barriärer.¹⁾

MARKNADSSTORLEK OCH FRAMTIDSUTSIKTER

Framgent beräknas både AR-marknaden och VR-marknaden att växa. År 2016 uppgick den globala AR-marknaden till 1,2 miljarder USD och VR-marknaden till 2,7 miljarder USD. År 2021 prognosticeras den totala marknaden för AR och VR tillsammans vara värd 108 miljarder USD, av vilket AR beräknas stå för drygt 80 miljarder USD.²⁾

Liksom omsättningen beräknas även kundbasen växa för AR- och VR marknaden. År 2016 fanns färre än 10 miljoner VR/AR-enheter globalt. Merparten av dessa var VR-enheter och nästan alla var förstagångsenheter, det vill säga den första VR/AR-enheten som ägaren till den hade haft tillgång till. År 2021 beräknas antalet AR/VR-disponibla enheter vara över 600 miljoner och, likt hur de flesta mobiltelefoner som köps idag, inhandlas i syfte att ersätta en annan mobiltelefon. Följaktligen beräknas den stora majoriteten av sålda VR/AR-enheter år 2021 utgöras av enheter som köps som substitut till äldre VR/AR-enheter. Enligt samma prognos beräknas smarta glasögon bli mer förekommande, men ändå utgöra mindre än 5 procent av VR- och AR-enheterna i bruk år 2021.²⁾

TRENDER

EFTERFRÅGAN ÖKAR

Enligt Bolaget anses de förväntade ökningarna i efterfrågan för AR inom retail, e-commerce och sjukvårdssektorn samt en expansiv mobilmarknad vara huvudsakliga drivkrafter bakom AR-utvecklingen. VR-används i rehabiliteringssyften inom vården och inom retailbranschen är ett bra exempel att kunder som shoppar online kan testa kläder genom att kläderna projiceras på en live bild av kunden. En ständigt växande användning av VR i dator- och tv-spel samt i andra former av underhållning, tillsammans med att teknologiska framsteg pressar ner priserna, är drivkrafter för VR-marknaden, enligt Bolaget.

360° VR VIDEO

360° VR video är en video där användaren sätter på sig till exempel ett VR-headset och kan vända sig varvet runt och på så sätt se en video som omsluter användaren på alla sidor. 360° video genererade under 2017 högre engagemang än vanlig video och innehåll. Världsledande aktörer som NASA, Microsoft och framför allt Youtube har ökat sitt användande av 360° video. I framtiden är en ökad användning av detta videoformat att vänta.³⁾

MOBILA APPLIKTIONER OCH AR

En trend inom mobilapplikationer är Augmented Reality (mobilt AR). Det innebär att genom kameran på mobilen kan fiktiva figurer, föremål och annonser dyka upp i det som visas genom kameran. Ett tidigt och tekniskt sett enkelt exempel på hur AR integreras i applikationer är "Pokemon GO", ett spel med 1,2 miljarder dollar i omsättning och 752 miljoner nedladdningar. Denna trend anammas av ledande utvecklare och fortune 500 företag som Microsoft och Samsung.⁴⁾

1) <https://vrscout.com/news/global-vr-hardware-revenue-forecast/>

2) <https://www.digi-capital.com/news/2017/01/after-mixed-year-mobile-ar-to-drive-108-billion-vr-ar-market-by-2021/#.W028jdzaUm>

3) <https://www.omnivirt.com/blog/360-video-vr-performance-statistics/>

4) <https://venturebeat.com/2017/06/30/pokemon-go-passes-1-2-billion-in-revenue-and-752-million-downloads/>

MARKNADSFÖRING MED HJÄLP AV VR OCH AR

VR och AR anses av bolag vara innovativa och nytekniska fenomen som därmed använder plattformarna i marknadsföringssyfte. Detta exemplifieras med hjälp av bilföretag som använder VR i sin marknadsföring genom att låta kunder "testköra" bilen med VR-glasögon och flertalet FMCG-baserade företag som använder mobil-AR för att förlänga produktinformationen och förstärka produktupplevelsen genom mobilkameran. Här är Adverty med och driver utvecklingen. I takt med att användningen av VR och AR växer kommer annonsering i dessa medier att få en mycket större roll, enligt Bolaget. Marknadsföring är en naturlig del av den virtuella och förstärkta verklighetens framfart, på samma sätt som den var för radion, TV:n, persondatorn och mobiltelefonen, när dessa släpptes.

VR & AR UTVECKLARE ÖKAR

Det är Bolagets bedömning att en växande industri lett till att antalet utvecklare inom VR och AR ökar i snabb takt. Det finns en korrelation mellan en industri som växer och ökad kompetens inom industrin. Enligt Bolaget förväntas industrin för AR växa mycket och kompetensen och talangen inom branschen likaså. Både VR- och AR-programmering är en ökande trend och något som många utvecklare idag vill lära sig eftersom det kan betraktas som nästa stora fenomen. Fördelen för utvecklarna är att både VR och AR är nära besläktat med hur mobilspel och mobilappar utvecklas.

ÖKAD TILLGÄNGLIGHET OCH LÄGRE KOSTNADER

Det är Bolagets bedömning att en ökad tillgänglighet och lägre produktionskostnader är att förvänta för VR-produkter. Hårdvaruprodukter inom VR har blivit förekommande produkter inom teknikbranschen och kostnaderna har sjunkit markant på senare år. När VR-utvecklingen avancerar förväntas priserna på VR-produkter sjunka, samt utbudet och efterfrågan att öka. Samtidigt går teknikutvecklingen framåt i en enorm fart och redan under 2019 kommer mobila VR-headsets utan krav på inkopplad mobiltelefon (standalone VR) att vara lika avancerad som stationär VR var 2016, vilket då krävde en dator för tiotusentals kronor.¹⁾

JÄMFÖRBARA ALTERNATIV

Trots att teknikjättar som Facebook och Apple har investerat i VR- och AR-marknaden, utgörs Bolagets direkta konkurrenter på marknaden för VR- och AR-marknadsföring av nybildade mindre bolag som inte är publika. Några av dessa är Immersv, Vertebrae, Admix, Anzu och Omnivirt. Enligt Adverty skiljer sig Bolagets produkt från konkurrenters på ett antal sätt och Bolaget är den enda aktören på marknaden som kan erbjuda en annonslösning som endast tar betalt för en äkta impression, det vill säga en garanti att slutanvändaren faktiskt sett och uppfattat annonsen. Adverty är ensamma med att ha ansökt om VR/AR-patent på denna funktion och algoritmen är en av få som överhuvudtaget kan erbjuda en fullt integrerad plattform som annonsörer och utvecklare kan använda för att följa sina annonskampanjer eller hur appar monetiseras via annonser.

VR får användaren att uppfatta sig vara på en virtuell plats istället för i verkligheten, medan AR istället fungerar omvänt. AR för in virtuella objekt i verkliga världen där användaren använder sig av skärmar eller smarta glasögon för att uppleva allt från användarens synfält.

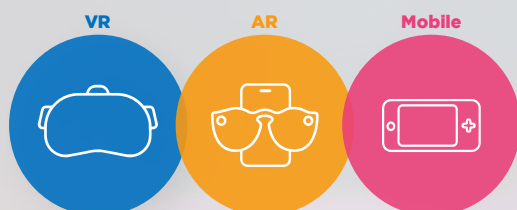
Även marknaden för AR är uppdelad till hård- och mjukvara. Hårdvara tar sig för tillfället i uttryck av mobiler och surfplattor, dock har majoriteten av de stora aktörerna på området, så som Google, Microsoft och Magic Leap, börjat utveckla AR-glasögon. Detta är, enligt Bolaget, en av orsakerna till att nuvarande experter och analytiker förutspår en kraftigare utveckling av AR segmentet än av VR segmentet. Mycket pekar på att framtiden kommer innebära att virtuell verklighet och verklig värld förs samman. Exempel på detta skulle vara att erbjudanden i butiken dyker upp i användarens AR-glasögon när ingången passeras eller att nyhetsflödet och notiser finns tillgängliga i ögonvrån genom smarta glasögon.

Ett exempel på hårdvarubased teknik som kan komma att stå till Advertys fördel byggs av bolaget Tobii, vilka har utvecklat en teknik och hårdvara som kan läsa av användarens pupill och på så sätt förstå vart exakt användaren tittar, så kallad eye-tracking. Advertys mjukvarubaserad teknik läser å andra sidan av användarens hela synfält och skapar en förståelse kring hur och när föremål uppfattas av användaren. När eye-trackingteknik blir en standard i VR-headsets och smarta glasögon kan Adverty dra nytta av sådan hårdvara och även skapa en förståelse för vad användaren tittar på inom själva annonsytan, när denna hamnar mitt i användarens synfält.

¹⁾ <https://venturebeat.com/2018/01/28/5-things-to-expect-from-vr-headsets-in-2019/>

VERKSAMHETSBEKRIVNING

Den Immersiva Annonspattformen



Adverty har utvecklat en plattform för automatiserade annonser för Virtual Reality ("VR"), Augmented reality ("AR") och mobiltelefoner. VR och AR är versioner av alternativ verklighet vilket innebär att datateknik replikerar en digital miljö och simulerar användarens fysiska närvaro och miljö för att möjliggöra användarinteraktion. VR innebär att användaren sätter på sig en VR-mask och omsluter hela sitt synfält i en virtuell värld. AR fungerar omvänt där det istället förs in ett virtuellt objekt i verkliga världen och ska uppleva allt från användarens synfält, till exempel genom smarta glasögon. Mobiltelefoner och surfplattors applikationer integrerar AR i allt högre takt. Genom att aktivera enhetens kamera kan virtuella föremål interagera med verkligheten som kameran fångar. I praktiken kan det innebära att reklam eller väghänvisningar kan dyka upp på skärmen när användaren iaktar verkligheten genom till exempel mobilkameran.

Med plattformen som Adverty har utvecklat kan företag marknadsföra sig genom reklam i VR och AR på ett sätt där reklamen integreras med den omgivning användaren ser. Adverty kan mäta hur mycket en person exponeras för en viss annons genom att mäta vart användarens synfält är riktat. På så sätt kan Advertys teknik avgöra om användaren verkligen har annonsen i sitt synfält och faktiskt uppmärksammat den, eller om den bara passerat i periferin. Detta bygger på en teknik som samlar information kring vart användaren ser och hur människor uppfattar seendet utifrån olika grader i dess synfält. På så sätt erbjuds företag precis data över den utsträckning deras reklam blir uppmärksammat, vilket leder till att företag endast betalar för den faktiska exponeringen.

Tekniken erbjuder även möjligheten för företag att marknadsföra sig i den kontext som ger maximal effekt genom att anpassa reklamen till den miljö som användaren utsätts för. Med en djup förståelse för i vilket sammanhang och vilken omgivning reklamen visas kan Adverty erbjuda användare relevant reklam och på så sätt öka exponeringen och intresset för företags annonser. Adverty möjliggör inte bara att företag betalar för den faktiska exponeringen utan hjälper även företag att nå kunder i rätt kontext och på så sätt uppnå högre exponering.

AFFÄRSIDÉ

Advertys affärsidé är att skapa, driva och leda utvecklingen av automatiserad, sömlöst integrerad och icke påträngande annonsering i ny media skapat genom virtuell och förstärkt verklighet.

STRATEGI

Adverty vill bli världsledande inom VR och AR annonsering genom tre viktiga strategiska mål. Att bygga banbrytande teknik för annonsering i dessa nya medium som ritar om kartan för hur digital annonsering definieras. Att jobba nära branschorgan för att sätta standarder inom VR och AR annonsering samt att ingå avtal med både annonsörer och utgivare för att tidigt erövra marknadsandelar. När VR och AR når massmarknad vill Advertys teknik ses som det självklara alternativet för annonsörer och utgivare.

AFFÄRSMODELL

Adverty avser revolutionera digital marknadsföring genom att förändra hur bolag förhåller sig till reklam inom virtuell och förstärkt verklighet. VR och AR är växande teknik som Adverty vill använda för att förändra reklamindustrin både genom att erbjuda annonsörer ett nytt digitalt, immersivt och interaktivt media samt ett sätt att endast ta betalt för den exponering som faktiskt tas upp av användaren. Adverty har utvecklat en interaktiv plattform som möjliggör varumärkesreklam i virtuell och förstärkt verklighet (VR/AR) riktad mot konsumenten. Unika algoritmer, baserade på vetenskapen om den mänskliga synen, gör att konsumenten kan interagera med en annons i den virtuella eller förstärkta verkligheten, på rätt plats och vid rätt tidpunkt.

Spel och program inom VR och AR marknaden är till stor del kostnadsfria för konsumenten där endast en liten bråkdel av slutkonsumenterna betalar för den underhållning de förtär. Adverty ger en möjlighet för utvecklarna att kapitalisera på spelen och de applikationer de skapat, genom att tjäna pengar via en enkelt integrerad app-plugin som visar sömlös och icke störande reklam i deras upplevelser. Plattformen möjliggör att identifiera de mest relevanta annonserna från annonsörer baserade på innehållet i respektive spel och program.

MÅLSÄTTNING OCH VISION

Advertys vision är att ändra definitionen av annonsering för nästa stora digitala fenomen, virtuell och förstärkt verklighet. Adverty vill bli den globalt ledande aktören inom digital marknadsföring för dessa nya medier genom en banbrytande teknik som gör det möjligt för kunder att endast betala för det som användaren verkligen ser, för den verkliga exponeringen. Inom en tioårsperiod tror Bolaget att mobiltelefonen i många avseenden kommer att vara utbytt mot smarta glasögon, vilka använder Mixed Reality-teknik för att projicera grafik i form av spel och applikationer ut i användarens synfält på ett oerhört realistiskt sätt, och där vill Adverty finnas med marknadens främsta plattform för smart, icke påträngande annonsering.

OPERATIONELLA MÅL

ADVERTYS STYRELSE HAR SATT UPP FÖLJANDE OPERATIONELLA MÅL GÄLLANDE FÖRSÄLJNING OCH MARKNADSFÖRING:

- Fortlöpande underteckna avtal med ledande aktörer inom marknadsföring.
- Löpande identifiera och teckna avtal med topp-15 DSP (demand-side platform) partners för programmatisk annonshandel.
- Fortlöpande identifiera och teckna avtal med CPI/CPA, (cost per install/action) marknadsförare globalt. Det vill säga marknadsförare som betalar för nedladdningar eller registreringar i olika former.
- Öka priset för annonsering i VR och AR under de kommande 18 månaderna.
- Arbeta med medie- och den digitala reklambranschen för att ta fram samt sätta standarder för VR & AR annonsering.
- Bygga en bred kundbas med allt från högt ansedd marknadsförare som stora varumärken och ledande globala spelförläggare, ner till mindre annonsörer och kvalitets indie-studios och utvecklare.









ADVERTYS STYRELSE HAR SATT UPP FÖLJANDE OPERATIONELLA MÅL GÄLLANDE R&D (FORSKNING OCH UTVECKLING):

- Fortsatt utveckling av Bolagets VR-, AR- och Mobilplattform, samt finslipa Bolagets marknadsföringsmetod i plattformen och ta fram nya, viktiga funktioner i instrumentpanelen.
- Utveckla och lansera nästa generations 3D annonsering för framtidens digitala värld.
- Upprätta nyckelpositioner inom Bolagets tech-avdelning i Stockholm samt bygga processer och team som kan hantera och driva en självständig SaaS (Software as a Service) annonsplattform för global användning.
- Identifiera nya projekt och fullborda ett antal påbörjade program med bl.a. SL, Microsoft och EU H2020.
- Aktivt initiera studentprojekt inom Artificiell Intelligens ("AI"), Machine Learning ("ML"), Image Processing ("IP") och Image Recognition ("IR").
- Integrera plattformen med viktiga annonsplattformar via API för automatiserad handel av annonser.
- Utveckla och lansera beta-versionen av Bolagets egna huvudburna AR plattform (Mixed Reality och smarta glasögon).

PRESS OCH PUBLIKA FRAMTRÄDANDEN

Adverty har varit omnämnt i många stora tidningar som Forbes, DI Digital och MarTech. Den unika tekniken som Adverty har utvecklat är banbrytande inom VR och AR industrin och har attraherat många aktörer inom branschen. Adverty är själva aktiva genom att delta på mässor och tillställningar genom att presentera sin affärsidé och teknik. Bolaget har många kommande presentationer och mässor, bl.a. Mobile World Congress, GameDev, E3, AWE Augmented World Expo, ATS, Casula Connect och Gamescom, men även många fler. Nedan listas omnämningen som Adverty fått i press och media samt större presentationer som Bolaget gjort på mässor och evenemang.

Press













	
	
	
	

Industri





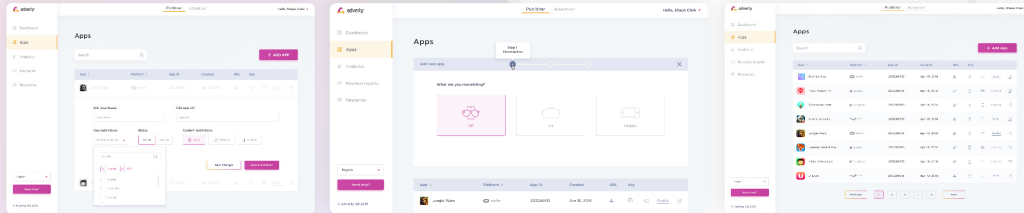

Talks

PRODUKTER OCH TEKNIK

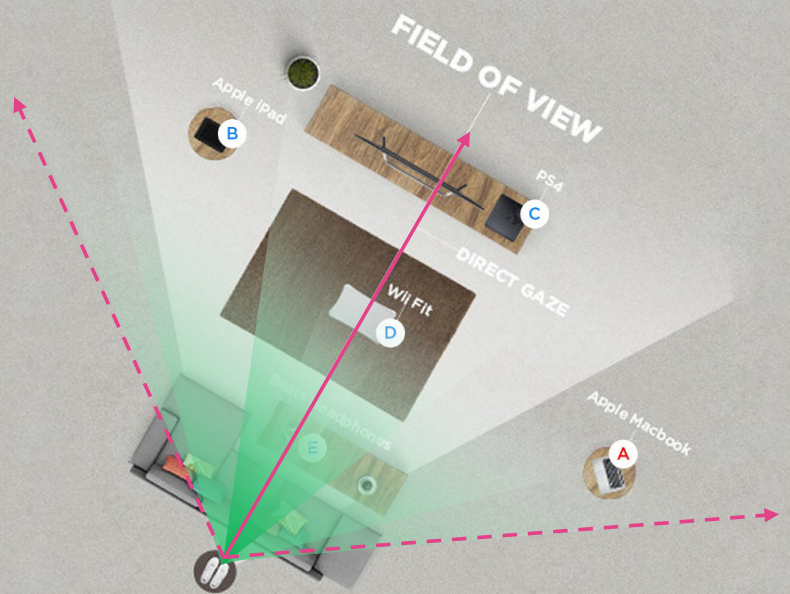
DEN IMMERSIVA ANNONSPLATTFORMEN

Adverty har utvecklat en digital, immersiv annonsplattform för VR, AR och vanliga mobilspel och applikationer som erbjuder annonsörer och utgivare möjligheten att följa statistik och hantera sina kampanjer eller produkter i realtid. Plattformen använder sig av ett webbaserat gränssnitt där Advertys kunder kan följa hur annonser mottas av användare i olika spel och applikationer samt följa olika parametrar som beskriver kampanjens eller annonsytors olika prestationer. Eftersom Advertys annonsteknik är djupt integrerad i spel- eller applikationsupplevelsen registreras enorma mängder värdefull data baserat på användarens beteenden i dessa upplevelser, något som inte alls går att mäta inom traditionell annonsteknik på webb eller mobil. Med denna data kan Adverty bland annat förstå var användaren befann sig när denna såg annonsytan, hur länge man tittade på den samt hur många gånger användaren valde att återvända sin blick mot annonsen. Kampanjdata som är ovärderlig för en annonsör.



BRAINIMPRESSION™

BrainImpression™ är en algoritm som läser av vart användarens synfält är riktat för att dokumentera hur länge, hur ofta och från vilken vinkel en användare ser sponsrat innehåll. Algoritmen läser av hela synfältet och kan på så sätt uppfatta värdet av alla intryck som ögat utsätts för. Data som algoritmen genererar ger underlag för annonsörer att förstå hur mycket, hur ofta samt var i synfältet kunder uppfattar en reklam och kan därför ta betalt först när någon med absolut säkerhet har sett och tagit till sig en annons. Algoritmen är avancerad och tar hänsyn till ljussättningen i rummet, föremåls opacitet samt ifall det står föremål i vägen mellan användaren och själva annonsen.



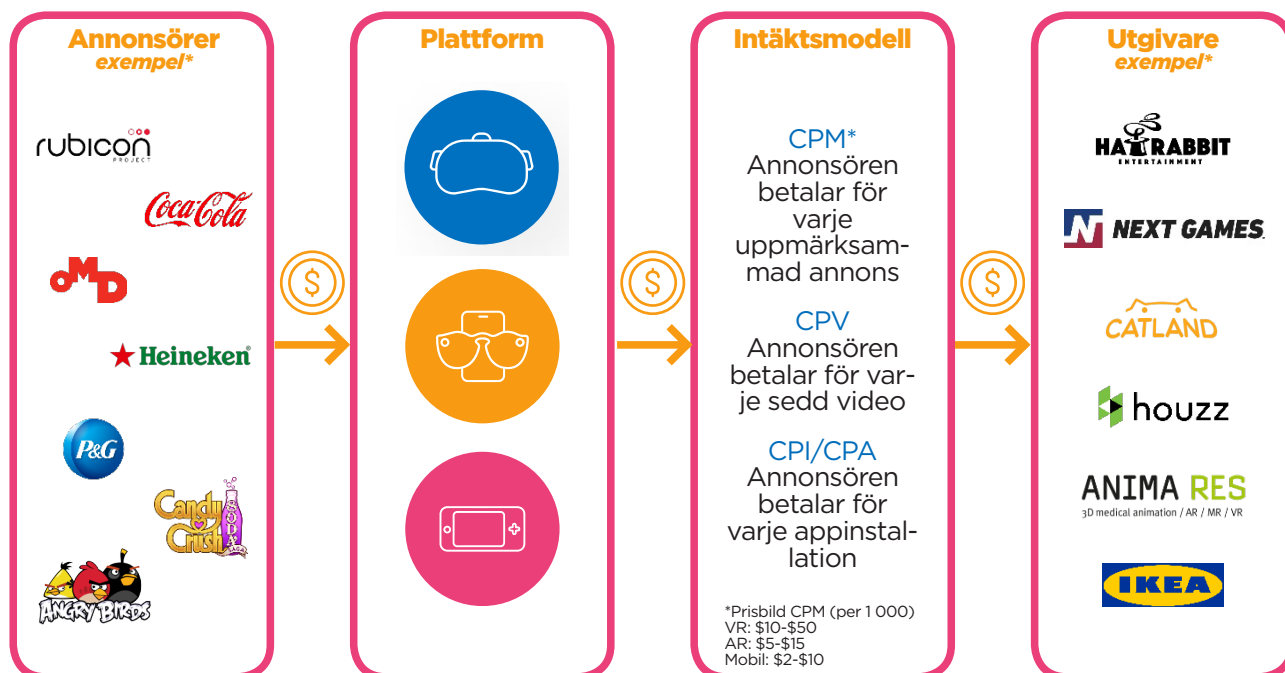
SCENECONTEXT™

SceneContext™ riktar reklamen till användaren vid rätt tid och plats. Algoritmen är utvecklad för att känna av under vilka omständigheter som en användare potentiellt exponeras för en viss reklam och kan välja att visa en viss reklam på en utvald plats till en viss typ av användare. Med detta uppnår Adverty högre exponering och mera relevanta annonser.



INTÄKTSMODELL

Advertys intäktmodell är strukturerad så att Bolaget kommer att dela sina intäkter med sina utgivare, det vill säga de spel- och applikationsutvecklare för VR, AR och mobilt, vilka möjliggör annonsytor i sina upplevelser genom Advertys annonsteknik, på ett sätt som är individuellt för varje avtal men som normalt är mellan 20 och 50 procent till Adverty och resterande del till utgivaren. Intäkterna i sin tur kommer att vara från annonsörer, vilka vanligtvis är varumärken, deras mediebyråer eller appförläggare- och utvecklare som vill annonsera sina egna produkter i plattformen. Annonsörer kommer antingen skriva avtal direkt med Adverty eller använda sig av automatiserade handelsplatser, som till exempel Rubicon Project, BidSwitch eller Adform (vilka är exempel på SSP- och DSP-plattformar). I det fall en SSP eller DSP används förväntas Advertys del av intäkten vara ungefär densamma som för utgivare. Adverty är en av få plattformar med annonsytor i VR och AR som har avtal med dessa bolag. Beroende på annonsens format kommer kampanjen betalas antingen när användaren ser den, när en användare installerat en app eller när användaren förts vidare till annonsörens webbplats. Därav är den teknik Adverty utvecklat gällande förstärkelsen av när en annons blivit uppmärksammas viktig.

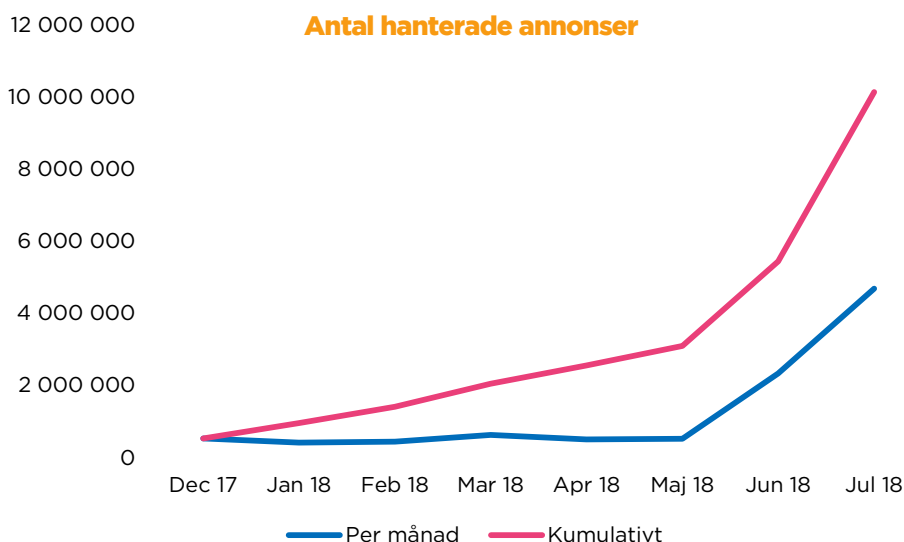


*Detta är exempel på annonsörer och utgivare som finns på marknaden (alltså ej Bolagets nuvarande kunder/partners).

PLATTFORMENS ANVÄNDANDE

När en användare befinner sig i en upplevelse (VR/AR/Mobilt) där en annons finns skickas en annonsförfrågan till Bolagets plattform och en annons levereras. Detta kallas en "hanterad" annons. Om användaren sedan uppfattar annonsen triggas Bolagets BrainImpression-teknik och Bolaget får en uppmärksammas annons. Det är denna uppfattade annons som Adverty sedan tar betalt för.

Sedan december 2017 har Adverty varit igång med sin plattform. Under denna tid har över 10,1 miljoner annonser hanterats varav 1,5 miljoner annonser har blivit uppmärksammas av användaren. Detta skulle enligt rådande prisbild leda till intäkter om cirka 15 000 till 75 000 USD, men Adverty har än så länge inte tagit betalt, i syfte att ta denna möjligheten till att marknadsföra Bolaget samt för att testa plattformen innan den går live, vilket den förväntas göra under Q1 2019.



ORGANISATION

Advertlys organisation består av en ledningsgrupp om fem personer; VD, CFO, Chief Revenue Officer ("CRO"), Chief Technical Officer Client ("CTO Client") och Chief Technical Officer Server ("CTO Server"). Utöver detta har Bolaget en person som är ansvarig för forskning och utveckling, en som ansvarar för försäljning och en som ansvarar för affärsutveckling, alla baserade i Sverige. I Ukraina har Bolaget nio personer som jobbar med Bolagets servrar och tekniska utveckling. Sju personer är anställda i Bolaget (VD, CFO, CTO Client, CTO Server, forskning och utveckling, försäljning, affärsutveckling) och tio personer är anställda på konsultbasis (nio konsulter i Ukraina samt CRO).

KUNDER

Advertlys kunder kan delas upp i två segment: annonsörer och utgivare. Annonsörer är företag som vill marknadsföra sig via en extern kanal genom att köpa annonsutrymme. På andra sidan finns utgivarna som råder över sin egen kanal och vill sälja annonsytor till annonsörer. Exempel på utgivare är applikationsutvecklare och spelutvecklare.

Mellan annonsörer och utgivare sker ett annonsutbyte och då används ofta DSP (demand-side platform) respektive SSP (supply-side platform). DSP är en plattform som erbjuder annonsörer möjlighet att köpa annonsutrymme, och SSP är å andra sidan en plattform som utgivare använder för att automatisera försäljningen av annonsytor. Advertlys plattform erbjuder ovan nämnda funktioner för både annonsörer och utgivare. Annonsörer och utgivare står på varsin sida av utbytet av annonsutrymme och annonser och är båda viktiga kunder för Advertly.

I annonsörsegmentet hos Advertly finns bland annat bolag som GiG, Zepto Labs, Rovio Entertainment, William Hill, Wooga och Coca-cola. Det vill säga företag som vill marknadsföra sig genom AR- och VR-kanaler. För företag som idag marknadsför sig genom digitala kanaler, utomhusannonser, TV, email-annonser och liknande, blir det ett naturligt steg att marknadsföra sig även i den virtuella världen.

Advertly har samarbeten med ett antal företag i utgivarsegmentet. Idag har Advertly påskrivna avtal med ett 20-tal utgivare. Bland dessa finns bland annat företag som Bica Studios, Virtual Amigos, Hatrabbitt samt Kiloo.

Gällande DSP och SSP har Advertly avtal med Rubicon, Adform, BidSwitch och Taptica. En DSP, 'Demand Side Platform', eller en SSP, 'Supply Side Platform', är plattformar som förmedlar annonsytor mellan annonsörer och utgivare. Här kan Advertly hjälpa till att skapa annonsytor som sedan förmedlas via SSP och DSP.

Advertly har också inlett samarbete med Stockholms Lokaltrafik om att utveckla en prototyp för en Mixed Reality-applikation för reseguidning. Idén är att ta fram ett generellt ramverk för navigering i lokaltrafik i realtid med hjälp av AR genom till exempel telefon och smarta glasögon. Denna lösning gör att reklamen kan visas när användare vistas i trafiken och använder sig av

en anordning som stöder AR-teknik. Detta är exempel på initiativ som Advertly för tillfället driver tillsammans med andra företag som tror på en framtid där virtuell verklighet blir mer och mer integrerad i människors vardag.

KONKURRENTER

Advertly konkurrerar med andra digitala och virtuella marknadsföringslösningar. Enligt Advertly skiljer sig deras produkt från konkurrenters på ett antal sätt. Advertly är en av få aktörer på marknaden som kan erbjuda Context-Based Targeting i AR och VR, vilket innebär att annonser i realtid kan anpassas till sammanhanget de visas i. Advertly är ensamma med att ha ansökt om VR/AR patent på sin algoritm och är en av få som överhuvudtaget kan erbjuda en fullt integrerad plattform som företag kan använda för att följa med kampanjen.

Nedan följer en lista på Advertlys största konkurrenter samt en kort beskrivning av dessa:

Vertebrae (US) - erbjuder en programmatisk VR annonseringsplattform med 360 video, 2D och 3D annonser. Beta versionen har precis lanserats.

Immersv (US) - erbjuder en VR annonseringsplattform med 360 video annonser.

ADVR (US) - erbjuder en plattform för varumärkt innehåll inom VR applikationer.

Startapp (US) - ett mobilt ad tech bolag med 360 video annonser för "carboard" spel på Google Play.

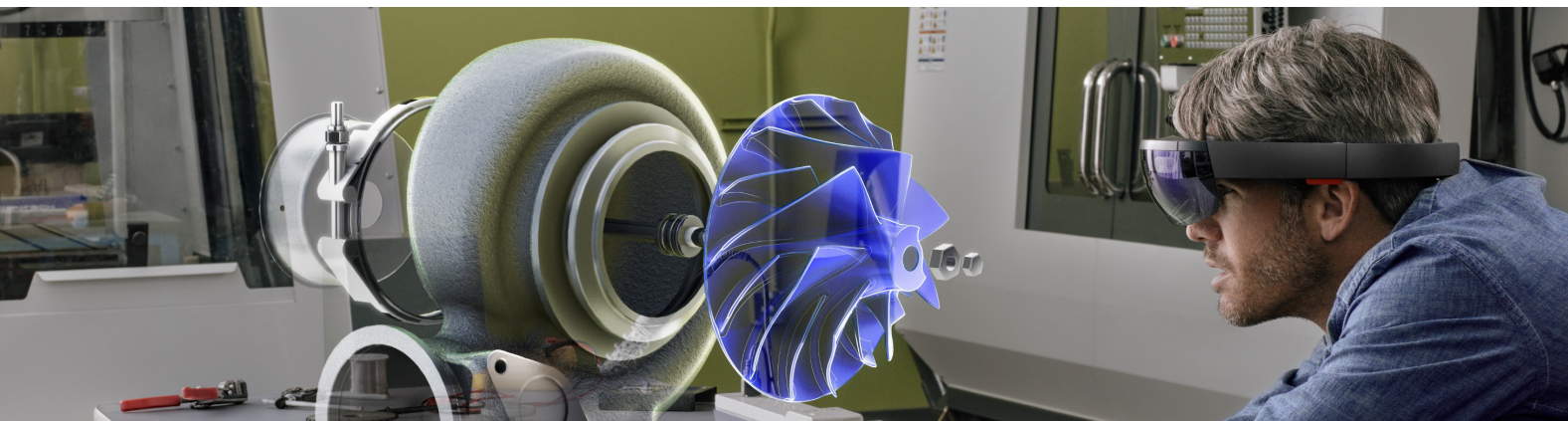
Admix.in (tidigare AdVir) (UK) - erbjuder en programmatisk VR annonseringsplattform med varumärketsplacering. En privat beta version har lanserats.

HTC (Taiwan) - erbjuder en tekniskt begränsad annonseringsservice genom en internt utvecklad portal, Viveport. Den används av utvecklare samt annonsörer och endast i Kina.

Enligt MarTechToday¹⁾ har ingen av konkurrenterna en lika avancerad men samtidigt användarvänlig plattform som Advertly.²⁾

Google, Facebook, Apple och Magic Leap med flera kan också potentiellt ses som konkurrenter, men har i dagsläget inte delgivit marknaden med officiell information om sina engagemang inom VR/AR/MR.

1) <https://martechtoday.com/advertly-launches-first-programmatic-platform-for-ar-vr-in-app-ads-213614>
2) <https://www.clearvoice.com/blog/how-to-share-your-brand-message-on-ar-vr/>



Vår metod är ett **Win-Win-Win koncept** för alla involverade parter, utformat för **nästa stora trend**

Annonsörer

- + Enhetlig plattform för annonsörer inom VR, AR och Mobil
- + Immersiv, förstärkt och högkvalitativ
- + Annonseringsformat med allt från traditionella skärmar till 360-video och nästa generations tredimensionella annonser
- + Annonsen uppmärksammas garanterat
- + Kontextbaserade annonser

Användare

- + Sömlöst placerade annonser för en behaglig upplevelse
- + Annonser som är anpassade till det kontext de visas i
- + Möjlighet att ytterligare undersöka annonser och ladda ner innehåll
- + Inga pop-up annonser
- + Immersiv & förstärkt annonsupplevelse med nya sätt att integrera med varumärken

Utgivare

- + Erbjuder ytterligare möjlighet till intäkter
- + Icke störande och sömlösa annonser med hög kvalitet
- + Superenkelt utvecklingsverktyg för att anpassa och modifiera annonsytor
- + Möjlighet att monetisera på annonser under spelets gång
- + Högre antal uppfattade annonser än i mobil och på webben ¹⁾

PATENT

Adverty har per dagen för Memorandumets publicering inga godkända patent, emellertid avser Bolaget att säkra rätten till sina uppfinningar och har således flertalet pågående patentansökningar under granskning av patentmyndigheter. Bolaget är beroende av patentskydd för sina uppfinningar då patent hindrar andra aktörer att göra samma sak som Bolaget erbjuder. Följande tabell presenterar en översikt över Bolagets patentansökningar.

Uppfinning	Referensnummer	Ansökningsdatum	Geografiskt område	Status
AR Platform™	180005SE	2018-03-09	Sverige	Granskas ¹⁾
BrainImpression A™	PCT/EP2018/058052	2018-03-29	PCT	Granskas ²⁾
BrainImpression B™	PCT/EP2018/058053	2018-03-29	PCT	Granskas ²⁾
SceneContext™	PCT/EP2018/058058	2018-03-29	PCT	Granskas ²⁾

1) Ansökan är gjord. Ingen återkoppling än så länge. 2) Ansökningarna är gjorda och befinner sig i fas 2 efter att Bolaget lämnat in komplettering gällande uppfinningshöjd i september 2018.

En ansökan genom The Internatioanl Patent System ("PCT") till Europeiska patentverket ("EPO") innebär att EPO gör en initial bedömning av uppfinningens nyhet, uppfinningshöjd och industriella tillämpbarhet. En godkänd PCT-ansökan leder i sig inte till ett patent. Efter godkänd PCT-ansökan måste Bolaget välja vilka länder där Bolaget vill gå vidare och söka patent. Det finns ungefär 150 medlemsländer där Bolaget kan ansöka om patent med en grund i en godkänd bedömning gjord av Bolagets PCT-ansökan. Exakt vilka länder som är aktuella är ännu inte bestämt.

För att patent ska beviljas krävs att uppfinningen är ny, har uppfinningshöjd och att den är industriellt tillämpbar. Att en uppfinning har uppfinningshöjd innebär att den skiljer sig väsentligt från tidigare känd teknik och inte ligga nära till hands för den som är kunnig inom uppfinningens teknikområde.

BESKRIVNING AV UPPFINNINGARNA

BRAINIMPRESSION™

Patentansökningar gällande uppfinningen BrainImpression™ omfattar de metoder som används för att mäta var användaren riktar sin blick under användandet av AR och VR. Metoden använder sig av en algoritm för att mäta huruvida en användare har observerat ett specifikt virtuellt objekt skapad i dessa tredimensionella miljöer eller om objektet förbisetts.

SCENECONTEXT™

SceneContext riktar reklamen till användaren vid rätt tid, plats och kontext. Algoritmen är utvecklad för att känna av under vilka omständigheter som en användare potentiellt exponeras för en viss reklam och kan välja att visa en viss reklam på en utvald plats till en viss typ av kund.

AR PLATFORM™

Patentansökan gällande uppfinningen AR Platform™ hänför sig till datargenererad förstärkt verklighet, i synnerhet metoder för att föra in reklam och annonser i mobilt AR.

KOMMENTARER

BrainImpression och SceneContext lämnades in till Patent och Registreringsverket (PRV) i mars 2017, återkopplingen var att båda uppfyllde kravet på uppfinningshöjd. Adverty beslöt då att inte gå vidare med processen i Sverige för att istället ansöka internationellt via PCT. BrainImpression delades vid det tillfället upp i två olika patentansökningar för att bredda Bolagets skyddsomfång. Den initiala feedback som lämnats gällande Bolagets PCT-ansökan visar att alla ansökningar uppfyller kravet på nyhet och inget konkurrerande hittas gällande 'Prior Art'. Bolaget ska komplettera sina ansökningar senast i januari 2019 gällande en förklaring om varför BrainImpression uppfyller kravet på uppfinningshöjd. Kravet om uppfinningshöjd uppfylldes tidigare via PRV, enligt ovan. Anledningen till att PCT-ansökan lett till förfrågan om en komplettering gällande uppfinningshöjd är, enligt Bolagets patentbyrå, skillnader gällande hur EPO definierar och använder "tekniska" respektive "icke-tekniska" särdrag. Det är patentbyråns uppfattning att det på ett enkelt sätt kan argumenteras för uppfinningshöjd för båda ansökningarna genom mindre justeringar i vissa delar av patentbeskrivningen.

Gällande ansökan 180005SE har Bolaget ännu inte mottagit besked från något patentverk men Bolaget ser ingen anledning till att uppfinningen inte ska uppfylla kraven på patenterbarhet. Bolaget avser att under det kommande året lämna in en internationell ansökan som begär prioritet från 180005SE.

MILSTOLPAR OCH HISTORIK

HISTORIK

2016

Juni

- Idéen kring Adverty formas, där grundaren Niklas Bakos och finansiella medgrundaren Niclas Kjellgren inser det kommande behovet kring marknadsföring och annonsering inom de nya medierna Virtual Reality och Mixed Reality (smarta glasögon) samt möjligheten att förbättra befintlig annonseringsteknik för dessa framtida plattformar.

Oktober

- En tidig plattformsprototyp färdigbyggs och presenteras för riskkapitalister inom Norden, Europa och USA.

December

- Projektet presenteras för första gången publikt som en topp-100 startup på tech/investerarmässan SLUSH i Helsingfors inför tusentals åskådare.

2017

Februari

- Aktiebolaget grundas.

Mars

- Bolaget övertar immaterialrätt och inventarier från tidigare juridisk utvecklingsenhet för Adverty. Bolaget registrerar patentansökningar för relevant teknologi, BrainImpression samt SceneContext.

April

- Bolaget genomför en nyemission om totalt 5 MSEK.
- Bolaget anställer en produktchef i Stockholm på heltid.
- Bolaget ingår ett ramavtal med ett konsultbolag i Ukraina för utveckling av backend-komponenter och startar hela utvecklingen av Bolagets VR-plattform och serverstruktur, det vill säga hjärtat som driver Bolagets alla plattformar.

Juli

- Bolaget blir antaget till inkubatorn Nordic VR Startups Oy (NVS), som ägs av Nordisk Film (Egmont) samt den japanska spelförläggaren Gumi Inc.
- Bolaget uppfyller kraven för Almis innovationslån om 300 TSEK som ska användas till utveckling av Mixed Reality teknik i plattformen.

Oktober

- Bolaget släpper en betaversion av annonsplattformen för Virtual Reality. Första samarbetspartnern, Coca-Cola i USA, skriver på samarbetsavtal för mjuklansering av plattformen med en julkampanj i december.
- Bolaget genomför en riktad nyemission till Nordic VR Startups om totalt 75 000 EUR.

December

- Bolaget utannonserar sin andra produkt, en annonsplattform för Augmented Reality (AR), med planerat släpp i slutet av januari 2018.
- Bolaget tillsätter en ny styrelse bestående av Niclas Kjellgren (ordförande), Niklas Bakos (ledamot), Pontus Dahlström (ledamot) och Harri Manninen (ledamot).

2018

Januari

- Bolaget skriver avtal med Stockholm Läns Landsting för utveckling av Mixed Reality ramverk.
- Bolaget skriver avtal med Rubicon Project, en världsledande aktör inom programmatisk handel av digitala annonser, och blir deras första inventarie för VR- och AR annonser.

Februari

- Bolaget bygger färdigt den första fasen av AR-plattformen för kommersiellt bruk.
- Bolaget byter namn till Adverty AB. Registrering genomförs den 29 maj 2018.

Mars

- Bolaget lanserar sin första kommersiella annonskampanj i VR-plattformen tillsammans med Rovio Entertainment.
- Bolaget utannonserar att VR samt AR-plattformarna är fullt programmatiskt kompatibla enligt IAB's standarder och det öppna formatet OpenRTB2.3+ och blir därmed först i världen att kommersiellt handla annonser programmatiskt i VR och AR.
- Bolaget registrerar patentansökning för sin mobila Augmented Reality-plattform samt tre PCT-ansökningar för BrainImpression och SceneContext.
- Bolaget ingår samarbete med Microsoft, en världsledande hårdvarutillverkare inom Mixed Reality.

Maj

- Bolaget lanserar sin första kommersiella annonskampanj i AR-plattformen tillsammans med Machine Zone, en världsledande aktör inom mobil, som annonsör.
- Bolaget genomför en nyemission om totalt 5,5 MSEK.

Juni

- Bolaget anställer en teknikchef för plattformarnas serverstruktur i Stockholm på heltid och gör tidigare produktchef till teknikchef för plattformarnas klientdel.
- Bolaget godkänns och beviljas EUR 50 000 i forskningsstöd från EUs Horizon2020 fas-1 program.

September

- Bolaget genomförde en fondemission under för att öka aktiekapitalet till 500 000 SEK och på så sätt göra Bolaget publikt.

FINANSIELL INFORMATION I SAMMANDRAG

Den finansiella informationen som redovisas nedan har hämtats från Advertys reviderade årsredovisning för räkenskapsåret 2017, vilken har upprättats med tillämpning av årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd BFNAR 2016:10 Årsredovisning och koncernredovisning (K2), samt delårsrapporten för första halvåret 2018, vilken har upprättats med tillämpning av årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd BFNAR 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning (K3). Byte av redovisningsprincip från K2 till K3 har ingen effekt på årsredovisningen för 2017, varför siffrorna är helt jämförbara nedan. Förutom vad som uttryckligen anges häri, har ingen finansiell information i detta Memorandum reviderats eller granskats av Bolagets revisor. Följande information bör läsas tillsammans med avsnittet ”Kommenterar till den finansiella utvecklingen” och Advertys reviderade årsredovisning och den översiktligt granskade delårsrapporten för perioden 1 januari 2018 till 30 september 2018.

RESULTATRÄKNING

KSEK	Översiktligt granskad 2018-01-01 - 2018-09-30	Översiktligt granskad 2017-02-14 - 2017-09-30	Reviderad 2017-02-14 - 2017-12-31
Intäkter			
Nettoomsättning	46	0	0
Övriga rörelseintäkter	195	7	1
Summa intäkter	241	7	1
Rörelsens kostnader			
Råvaror och förnödenheter	-2 405	-604	-1 319
Övriga externa kostnader	-1 906	-824	-1 280
Personalkostnader	-2 474	-747	-1 315
Avskrivningar av immateriella anläggningstillgångar	-43	0	0
Övriga rörelsekostnader	-54	-1	0
Summa kostnader	-6 882	-2 176	-3 914
Rörelseresultat	-6 641	-2 169	-3 913
Resultat från finansiella poster			
Övriga ränteintäkter och liknande resultatposter	185	0	0
Räntekostnader och liknande resultatposter	-10	-4	-2
Summa finansiella poster	0	4	0
Resultat efter finansiella poster	175	0	-2
Resultat före skatt	-6 466	-2 169	-3 915
Resultat	-6 466	-2 169	-3 915

BALANSRÄKNING - TILLGÅNGAR

KSEK	Översiktligt granskad	Översiktligt granskad	Reviderad
	2018-09-30	2017-09-30	2017-12-31
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar	1 870	0	0
Materiella anläggningstillgångar	0	0	0
Finansiella anläggningstillgångar	0	0	0
Summa anläggningstillgångar	1 870	0	0
Omsättningstillgångar			
Varulager	0	0	0
Övriga kortfristiga tillgångar	560	138	197
Likvida medel	237	3 579	2 345
Summa omsättningstillgångar	797	3 717	2 542
Summa tillgångar	2 667	3 717	2 542

BALANSRÄKNING - EGET KAPITAL OCH SKULDER

KSEK	Översiktligt granskad	Översiktligt granskad	Reviderad
	2018-09-30	2017-09-30	2017-12-31
Eget kapital			
Bundet eget kapital			
Aktiekapital	500	69	72
Fond för utvecklingsutgifter	1 315	0	0
Fritt eget kapital			
Överkursfond	10 800	4 981	5 728
Balanserad vinst eller förlust	-5 231	0	0
Årets resultat	-6 467	-2 169	-3 915
Summa eget kapital	917	2 881	1 885
Skulder			
Långfristiga skulder			
Långfristig skuld till kreditinstitut	294	213	213
Summa långfristiga skulder	294	213	213
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder	270	140	44
Övriga skulder	228	483	140
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	958	0	260
Summa kortfristiga skulder	1 456	623	444
Summa eget kapital och skulder	2 667	3 717	2 542

KASSAFLÖDESANALYS

KSEK	Översiktligt granskad	Översiktligt granskad	Reviderad
	2018-01-01 - 2018-09-30	2017-02-14 - 2017-09-30	2017-02-14 - 2017-12-31
Den löpande verksamheten			
Rörelseresultat	-6 641	-2 169	-3 913
Avskrivningar	43	0	0
Erhållen ränta	185	0	0
Erlagd ränta	-10	-4	-2
Valutakursförändringar	0	4	0
Erlagd skattekostnad	0	0	0
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital	-6 423	-2 169	-3 915
Kassaflöde från förändring av rörelsekapitalet			
Ökning (-) / minskning (+) av rörelsefordringar	-365	-138	-197
Ökning (+) / minskning (-) av rörelseskulder	1 012	623	444
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-5 776	-1 684	-3 668
Investeringsverksamheten			
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-1 913	0	0
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	0	0	0
Förvärv av finansiella anläggningstillgångar	0	0	0
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-1 913	0	0
Finansieringsverksamheten			
Förändring långfristiga lån	81	213	213
Nyemissioner	5 500	5 050	5 800
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	5 581	5 263	6 013
Periodens kassaflöde	-2 108	3 579	2 345
Likvida medel vid periodens början	2 345	0	0
Likvida medel vid periodens slut	237	3 579	2 345

NYCKELTAL

	Översiktligt granskad	Översiktligt granskad	Reviderad
	2018-01-01 -2018-09-30	2017-02-14 - 2017-09-30	2017-02-14 - 2017-12-31
Nettoomsättning, KSEK	46	0	0
Rörelseresultat, KSEK	-6 641	-2 169	-3 913
Soliditet (%)	34	78	74
Kassalikviditet (%)	55	597	573
Antal aktier vid periodens slut	10 639 951	1 440 748	1 440 748
Resultat per aktie, SEK	-0,62	-1,51	-2,72
Eget kapital per aktie, SEK	0,09	2,00	1,31
Utdelning per aktie, SEK	0	0	0
Antalet anställda vid periodens slut	6	2	4

DEFINITIONER AV NYCKELTAL

SOLIDITET

Eget kapital i procent av balansomslutningen. Bolaget anser att nyckeltalet är relevant då det över tid ger en bild av hur stor del av finansieringen som kommer från eget kapital respektive extern finansiering.

KASSALIKVIDITET

Omsättningstillgångar exklusive varulager i procent av Bolagets kortfristiga skulder. Bolaget finner nyckeltalet relevant då det anger Bolagets betalningsförmåga på kort sikt.

RESULTAT PER AKTIE

Periodens resultat i relation till antal aktier vid periodens utgång efter utspädning. Bolaget anser att nyckeltalet är relevant då det visar Bolagets resultat hänförligt Bolagets aktieägare uppdelat per aktie.

EGET KAPITAL PER AKTIE

Eget kapital i relation till antal aktier vid periodens utgång efter utspädning. Bolaget anser att nyckeltalet är relevant då det visar hur mycket eget kapital det finns per aktie.

RÖRELSERESULTATET

Bolagets intäkter minus Bolagets kostnader som är hänförliga till aktiviteter relaterade till Bolagets försäljning samt minus avskrivningar.

KOMMENTARER TILL DEN FINANSIELLA UTVECKLINGEN

JÄMFÖRELSE 1 JANUARI TILL 30 SEPTEMBER 2018 OCH 1 JANUARI TILL 30 SEPTEMBER 2017

Eftersom Bolagets räkenskaper börjat den 14 februari 2017 är det första halvåret för 2017 kortare än jämförelseperioden, första halvåret 2018. Med "jämförelseperioden 2017" nedan menas 14 februari 2017 till 30 september 2017.

RESULTATRÄKNING

Nettoomsättning

Nettoomsättningen för perioden 2018 uppgick till 46 KSEK, jämfört med 0 KSEK för jämförelseperioden 2017. Eftersom Bolaget inte varit live med sin plattform har de heller inte någon särskild nettoomsättning. Det lilla beloppet som finns är hänförligt till en valutadifferens på Bolagets konton.

Rörelsens kostnader

Rörelsens kostnader för perioden 2018 uppgick till 6 882 KSEK, jämfört med 2 176 KSEK för jämförelseperioden 2017. Ökningen av kostnader beror främst på ökade personalomkostnader till följd av fler anställda samt ökade kostnader för råvaror och kontorsmaterial relaterade till utveckling av Bolagets mjukvara.

Rörelseresultat

Rörelseresultatet uppgick under perioden 2018 till -6 641 KSEK vilket är en ökning av förlusten från -2 169 KSEK under jämförelseperioden 2017. Försämringen av rörelseresultatet beror på de ovan nämnda ökade kostnaderna.

Finansnetto

Finansnetto under perioden 2018 uppgick till 175 KSEK jämfört med 0 KSEK för jämförelseperioden 2017. Ökningen beror primärt på ökade ränteintäkter samt intäkter från utställda optioner.

Resultat efter skatt

Resultat efter skatt för perioden 2018 uppgick till -6 466 KSEK, jämfört med -2 169 KSEK för jämförelseperioden 2017. Skillnaden är hänförlig till de ökade kostnaderna 2018.

BALANSRÄKNING

Anläggningstillgångar

Per 30 september 2017 uppgick anläggningstillgångarna till 0 KSEK. Per den 30 september 2018 uppgick anläggningstillgångarna till 1 870 KSEK. Anläggningstillgångarna består av immateriella anläggningstillgångar i form av patentansökningar och licenser om hela summan.

Omsättningstillgångar

Mellan perioden 30 september 2017 och 30 september 2018 har omsättningstillgångarna minskat från 3 717 KSEK till 797 KSEK. Likvida medel minskade från 3 579 KSEK till 237 KSEK.

Skulder

Skulderna i Adverty uppgick sammanlagt till 1 750 KSEK per den 30 september 2018, en ökning från 836 KSEK per den 30 september 2017. Ökningen beror på högre leverantörss-

kulder och övriga skulder. Samtidigt har övriga skulder till kreditinstitut och upplupna kostnader och förutbetalda intäkter ökar.

Eget kapital

Bolagets eget kapital uppgick till 917 KSEK per den 30 september 2018, en minskning från 2 881 KSEK per den 30 september 2017. Förändringen beror på ett minskat resultat för perioden samt en ökning av överkursfonden.

KASSAFLÖDESANALYS

Kassaflöde från den löpande verksamheten

Kassaflöde från den löpande verksamheten under perioden 2018 uppgick till -5 776 KSEK jämfört med -1 684 KSEK för jämförelseperioden 2017. En bidragande orsak till det negativa kassaflödet från den löpande verksamheten är framförallt Bolagets ökade kostnader för personal och kontorsmaterial.

Kassaflöde från investeringsverksamheten

Kassaflöde från investeringsverksamheten under perioden 2018 uppgick till -1 913 KSEK jämfört med 0 KSEK för jämförelseperioden 2017. Det minskade kassaflödet beror främst på investeringar i immateriella rättigheter.

Kassaflöde från finansieringsverksamheten

Kassaflöde från finansieringsverksamheten under perioden 2018 uppgick till 5 581 KSEK jämfört med 5 263 KSEK för jämförelseperioden 2017. Ökningen beror främst på att den nyemission som Bolaget genomförde under första halvåret 2018 var större än den nyemission Bolaget gjorde första halvåret 2017.

KAPITALISERING, SKULDSÄTTNING OCH ANNAN FINANSIELL INFORMATION

Tabellerna i detta avsnitt redovisar Bolagets kapitalisering och skuldsättning per den 30 september 2018. Se avsnitt "Aktiekapital och ägarförhållanden" för ytterligare information angående Bolagets aktiekapital och aktier. Tabellerna i detta avsnitt bör läsas tillsammans med avsnittet "Kommentarer till den finansiella utvecklingen".

KAPITALISERING

I tabellen nedan sammanfattas Advertys kapitalstruktur per den 30 september 2018. Därtill har eget kapital ökat med cirka 8,1 MSEK, motsvarande emissionslikviden från Erbjudandet efter emissionskostnader. Dessutom har eget kapital ökat med cirka 2,4 MSEK till följd av en riktad emission i Bolaget, vilket inkluderats i tabellen nedan.

SEK	2018-09-30
KORTFRISTIGA SKULDER	
Räntebärande kortfristiga skulder	0
Mot borgen	0
Mot säkerhet	0
Blancokrediter	0
Summa kortfristiga skulder	0
LÅNGFRISTIGA SKULDER	
Räntebärande långfristiga skulder	0
Mot borgen	0
Mot säkerhet	293 750
Blancokrediter	0
Summa långfristiga skulder (exklusive kortfristig del av långfristiga skulder)	293 750
EGET KAPITAL	
Aktiekapital	569 847
Övrigt tillskjutet kapital	22 614 918
Balanserade medel	-11 697 632
Total kapitalisering	11 487 133

NETTOSKULDSÄTTNING

Advertys nettoskuldsättning per 30 september 2018 presenteras i tabellen nedan. Tabellen omfattar endast räntebärande skulder. Därefter har Bolagets likvida medel ökat med cirka 8,1 MSEK motsvarande emissionslikviden exkluderat emissionskostnader samt cirka 2,4 MSEK genom en riktad emission, vilket inkluderats i tabellen nedan.

SEK	2018-09-30
(A) Kassa	237 094
(B) Likvida medel	10 500 000
(C) Lätt realiserbara värdepapper	0
(D) Likviditet (A)+(B)+(C)	10 737 094
(E) Kortfristiga fordringar	560 319
(F) Kortfristiga banklån	0
(G) Kortfristiga del av långfristiga skulder	0
(H) Andra kortfristiga skulder	1 456 336
(I) Kortfristiga skulder (F)+(G)+(H)	1 456 336
(J) Netto kortfristiga skulder (I)-(E)-(D)	-9 841 077
(K) Långfristiga banklån	293 750
(L) Emitterade obligationer	0
(M) Andra långfristiga lån	0
(N) Långfristig skuldsättning (K)+(L)+(M)	293 750
(O) Nettoskuldsättning (J)+(N)	-9 547 327

KREDITER OCH SÄKERHETER

Per datumet för Memorandumets avgivande hade Bolaget företagsinteckningar till Almi Företagspartner AB om 300 000 SEK, vilka ställts mot det långfristiga lånet Bolaget tagit om 300 000 SEK. Lånet från Almi ingicks under augusti 2017 och löper i 60 månader, amorteringsfritt. Bolaget betalar en ränta om cirka 4-8 procent, där räntesatsen ökas inom detta intervall under lånets löptid. Adverty får i och med detta lån inte utan Almis medgivande överlåta eller belåna sina kundfordringar eller sitt varulager. I övrigt finns det inga kovenanter för lånet.

RÖRELSEKAPITALFÖRKLARING

Per datumet för Memorandumets avgivande har Bolaget tillräckligt rörelsekapital för de nästkommande tolv (12) månaderna. Bolagets totala rörelsekapitalbehov för de nästkommande tolv (12) månaderna uppskattas av styrelsen uppgå till cirka 10,5 MSEK. Likvida medel uppgick per datumet för Memorandumets angivande till cirka 10,5 MSEK.

KAPITALRESURSER

INVESTERINGAR

Hitintills har Bolaget investerat 360 KSEK i immateriella anläggningstillgångar som består av de fyra patenten; BrainImpression™ (två stycken), SceneContext™ och AR Platform™.

PÅGÅENDE OCH FRAMTIDA INVESTERINGAR

Adverty har inte gjort några åtaganden om pågående eller framtida investeringar av väsentlig betydelse, utöver investeringar i de patentansökningar som presenterats i avsnittet "Patent".

IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Bolagets immateriella anläggningstillgångar består främst av patentansökningar och varumärke. Immateriella anläggningstillgångar uppgick per den 30 juni 2018 till 339 063 SEK.

MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Bolaget hade per den 30 juni 2018 inga materiella anläggningstillgångar.

VÄSENTLIGA TENDENSER

Utöver vad som anges i avsnittet "Riskfaktorer" känner Bolaget inte till några tendenser, osäkerhetsfaktorer, potentiella skulder eller andra krav, åtaganden eller händelser som skulle komma att ha en väsentlig inverkan på Bolagets affärsverksamhet.

Bolaget känner inte heller till några offentliga, ekonomiska, skattepolitiska, penningpolitiska eller andra åtgärder som, direkt eller indirekt, väsentligt påverkar eller skulle kunna påverka Bolagets verksamhet.

Bolaget ser ett ökat intresse för Bolagets produkter hos befintliga kunder, med en växande kundlista. Bolaget ser också en positiv trend gällande de pilotprojekt Bolaget har hos potentiella kunder.

VÄSENTLIGA HÄNDELSER UNDER PERIODEN

FÖR DEN HISTORISKA FINANSIELLA INFORMATIONEN

Bolaget har genomfört två nyemissioner under 2017 och en nyemission under 2018. I april 2017 genomförde Bolaget en nyemission om 5,0 MSEK före emissionskostnader. I november samma år genomfördes en riktad nyemission till Nordic XR Startups om totalt 75 000 EUR före emissionskostnader. Bolaget har under maj 2018 genomfört en nyemission om 5,5 MSEK, även denna före emissionskostnader. Bolaget har även i april 2018 påbörjat försäljningsaktiviteterna.

VÄSENTLIGA HÄNDELSER EFTER DEN 30 SEPTEMBER 2018

Bolaget genomförde i oktober en spridningsemision som inbringade cirka 8,1 MSEK från cirka 260 tecknare till en pre-money värdering om cirka 79,8 MSEK.

Bolaget kvittade i november 2018 en skuld till Mangold Fondkommission AB om cirka 650 KSEK, motsvarande 86 334 aktier. Kvittningen gjordes i övrigt till samma villkor som i Erbjudandet.

Bolaget gjorde under november en riktad emission till Mangold Fondkommission AB om cirka 2,4 MSEK, motsvarande 325 001 aktier. Emissionen gjordes i övrigt till samma villkor som i Erbjudandet.

AKTIEKAPITAL OCH ÄGARFÖRHÅLLANDEN

AKTIEKAPITALET

Enligt Bolagets bolagsordning ska aktiekapitalet vara lägst 500 000 SEK och högst 2 000 000 SEK och antalet aktier vara lägst 10 000 000 och högst 40 000 000. Per dagen för Memorandumet uppgår aktiekapitalet i Bolaget till 569 846,84 SEK fördelat på totalt 12 126 285 aktier. Varje aktie har ett kvotvärde om cirka 0,047 SEK. Aktierna i Bolaget är av samma aktieslag och är utfärdade i enlighet med svensk rätt och är denominerade i svenska kronor (SEK). Samtliga emitterade aktier är fullt betalda och fritt överlåtbara.

AKTIEKAPITALET'S UTVECKLING

År	Händelse	Kvotvärde (SEK)	Ökning av aktier	Ökning av aktiekapital (SEK)	Totalt antal aktier	Totalt aktiekapital (SEK)
2017 ¹⁾	Nybildning	0,050	1 000 000	50 000,00	1 000 000	50 000,00
2017 ²⁾	Nyemission	0,050	384 615	19 230,75	1 384 615	69 230,75
2017 ³⁾	Nyemission	0,050	56 133	2 806,65	1 440 748	72 037,40
2018 ⁴⁾	Nyemission	0,050	79 245	3 962,25	1 519 993	75 999,65
2018 ⁵⁾	Fondemission	0,329	0	424 000,35	1 519 993	500 000,00
2018 ⁶⁾	Split (7:1)	0,047	9 119 958	0	10 639 951	500 000,00
2018 ⁷⁾	Nyemission	0,047	1 074 999	50 517,10	11 714 950	550 517,10
2018 ⁸⁾	Kvittning	0,047	86 334	4 057,06	11 801 284	554 574,16
2018 ⁹⁾	Riktad emission	0,047	325 001	15 272,67	12 126 285	569 846,84

1) Nybildning av Bolaget. 2) Kapitalanskaffning (teckningskurs 1,86 SEK*). 3) Kapitalanskaffning (teckningskurs 1,91 SEK*). 4) Kapitalanskaffning (teckningskurs 9,91 SEK*). 5) Fondemission för ökning av aktiekapital och förändring av kvotvärde på aktier. 6) Aktiesplit för att öka antalet aktier. 7) Kapitalanskaffning (teckningskurs 7,50 SEK). 8) Kvittning mot aktier (teckningskurs 7,50 SEK). 9) Riktad emission (teckningskurs 7,50 SEK).

*Teckningskursen har justerats för den split som skedde under 2018.

VISSA RÄTTIGHETER FÖRENADE MED AKTIERNA

Aktierna i Adverty har utgivits i enlighet med aktiebolagslagen (2005:551) och de rättigheter som är förenade med aktier som är emitterade av Bolaget, inklusive de rättigheter som följs av bolagsordningen, kan endast ändras i enlighet med de förfaranden som anges i denna lag.

Bolagets aktier är inte föremål för erbjudande som lämnats till följd av budplikt, inlösenrätt eller lösningskyldighet. Inget offentligt uppköpserbjudande har lämnats avseende Bolagets aktier under innevarande eller föregående räkenskapsår.

RÖSTRÄTT

Varje aktie i Bolaget berättigar innehavaren till en röst på bolagsstämma och varje aktieägare har rätt att rösta för samtliga aktier som aktieägaren innehar i Bolaget.

RÄTT TILL UTDELNING OCH BEHÅLLNING VID LIKVIDATION

Samtliga aktier i Bolaget ger lika rätt till utdelning samt till Bolagets tillgångar och eventuella överskott i händelse av likvidation. Beslut om vinstutdelning fattas av bolagsstämman och utbetalning ombesörjs av Euroclear. Rätt till utdelning tillkommer den som är registrerad som aktieägare i den av Euroclear förda aktieboken på den avstämningsdag för utdelning som beslutas av bolagsstämman. Utdelning utbetalas normalt som ett kontant belopp per aktie genom Euroclears försorg. Om aktieägare inte kan nås genom Euroclear, kvarstår aktieägarens fordran på Bolaget avseende utdelningsbeloppet och sådan fordran är föremål för en tioårig preskriptionstid. Vid preskription tillfaller utdelningsbeloppet Bolaget.

Bolaget tillämpar inte några restriktioner eller särskilda förfaranden vad avser kontant utdelning till aktieägare bosatta utanför Sverige. Med undantag för eventuella begränsningar som följer av bank- och clearingsystem sker utbetalning på samma sätt som för aktieägare bosatta i Sverige. För aktieägare som inte är skatterättsligt hemmahörande i Sverige utgår dock normalt svensk kupongskatt.

UTDELNINGSPOLICY

Adverty har sedan bildandet inte lämnat någon utdelning till Bolagets aktieägare. Adverty är ett tillväxtbolag och Bolagets kassaflöde ska under de kommande åren användas för att finansiera fortsatt utveckling och expansion varför någon utdelning inte förväntas lämnas.

CENTRAL VÄRDEPAPPERSFÖRVARING

Aktierna i Adverty är registrerade i ett avstämningsregister enligt lagen (1998:1479) om kontoföring av finansiella instrument. Detta register förs av Euroclear Sweden AB, Box 191, 101 23 Stockholm.

BEMYNDIGANDE

Vid bolagsstämman den 3 september 2018 beslutade stämman att bemyndiga styrelsen att, vid ett eller flera tillfällen, under tiden fram till nästkommande årsstämma, med eller utan företrädesrätt för aktieägarna, besluta om nyemission av aktier, teckningsoptioner och konvertibla skuldebrev upp till och med gränsen för bolagsordningen. Betalning ska kunna ske kontant, genom apport, genom kvittning eller eljest förenas med villkor.

AKTIEÄGARAVTAL

Per dagen för Memorandumet finns ett aktieägaravtal mellan ett flertal personer. Detta aktieägaravtal upphör emellertid att gälla i samband med noteringen på NGM. Såvitt Bolaget känner till existerar därutöver inga aktieägaravtal eller liknande överenskommelser mellan aktieägarna i Bolaget som syftar till att skapa ett gemensamt inflytande över Bolaget, eller som kan resultera i en förändring i kontrollen över Bolaget.

SPRIDNINGSEMISSION INFÖR NOTERING

Inför noteringen av Bolagets akier genomförde Bolaget en nyemission av aktier riktad till allmänheten i syfte att möta spridningskravet. Erbjudandet tecknades till cirka 40 procent och tillförde Bolaget cirka 260 nya aktieägare.

AKTIERELATERADE INCITAMENTSPROGRAM OCH TECKNINGSOPTIONER

Bolaget har inga utestående aktierelaterade incitamentsprogram vid Memorandumets avgivande.

På extra bolagsstämman den 29 december 2017 beslutades att emittera 73 800 teckningsoptioner till Bolagets rådgivare Pierre Mårtensson (ej anställd i Bolaget) till en teckningskurs om 2,50 SEK per teckningsoption. Pierre Mårtensson tecknade samtliga teckningsoptioner. Varje teckningsoption medför en rätt att teckna en ny aktie i Bolaget under perioden 31 december 2020 till och med 20 januari 2021 till en teckningskurs om 13,36 SEK per nytecknad aktie. Till följd av besluten på extra bolagsstämman den 3 september 2018 om fondemission och uppdelning av Bolagets aktier har villkoren avseende teckningsoptionerna räknats om, varvid 1 teckningsoption berättigar till nyteckning av 7 aktier till en teckningskurs om 1,91 SEK per aktie. Om teckningsoptionerna utnyttjas fullt ut för nyteckning av aktier kommer 516 600 nya aktier att emitteras och Bolagets aktiekapital kommer att öka med cirka 24 276,43 SEK, motsvarande en utspädning om cirka 4,1 procent.

KOVERTIBLER OCH SKULDEBREV

Per datumet för Memorandumets avgivande har Bolaget inga utställda konvertibler eller skuldebrev. Bolaget tillhandal håller inga skuldebrev eller konvertibler.

MENTOR

Bolagets Mentor är Mangold Fondkommission. Avtalet med Mangold är löpande med en månads ömsesidig uppsägningstid. Mangold äger 697 147 aktier i Bolaget per datumet för Memorandumets avgivande.

LIKVIDITETSGARANT

Bolaget har ett ingått avtal med Mangold enligt vilket Mangold kommer att agera likviditetsgarant i Bolagets aktie avseende handeln på NGM. Åtagandet innebär huvudsakligen att likviditetsgaranten åtar sig att när så är möjligt ställa kurser på både köp- och säljorder, med verkan att differensen mellan köp- och säljkurs inte överstiger en viss förutbestämd nivå. Avtalet innebär att Mangold skall ställa kurser om minst 5 000 kronor på köp- respektive säljsidan med en maximal så kallad spread om högst sex (6) procent. Syftet med avtalet är således att främja likviditeten i Bolagets aktie. Avtalet är löpande med en månads ömsesidig uppsägningstid.

NGM NORDIC MTF

Bolagets aktier handlas på Nordic MTF under kortnamnet ADVT. Handeln i bolagets aktier kan följas i realtid på www.ngm.se.

Nordic MTF är en multilateral handelsplattform för notering och handel i aktier och aktierelaterade värdepapper tillhörande Nordic Growth Market NGM AB. En multilateral handelsplattform (en MTF, Multilateral Trading Facility) är en handelsplattform i enlighet med MiFID (Markets in Financial Instruments Directive). En investerare bör ha i åtanke att aktier och aktierelaterade värdepapper som är listade på Nordic MTF inte är börsnoterade och att bolaget därför inte omfattas av samma regelverk till skydd för aktieägare som börsnoterade bolag.

På Nordic MTF gäller således inte lagen (2006:451) om offentliga uppköpserbjudanden på aktiemarknaden, eller Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 1606/2002 av den 19 juli

2002 om tillämpning av internationella redovisningsstandarder (IFRS). Det är också möjligt att under vissa förutsättningar notera aktier eller aktierelaterade värdepapper på en MTF utan att prospektskyldighet föreligger enligt lag (1991:980) om handel med finansiella instrument. På Nordic MTF gäller inte heller Svensk kod för bolagsstyrning. Däremot gäller Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 596/2014 av den 16 april 2014 om marknadsmissbruk samt kollegiet för svensk bolagsstyrning "Takeoverregler för vissa handelsplattformar".

Handeln på Nordic MTF sker i Nordic Growth Markets egenutvecklade handelssystem, Elasticia, vilket innebär att samtliga Nordic Growth Markets medlemmar kan handla i aktierna. Information om handeln, marknadsdata, distribueras i realtid till bland annat Bloomberg, Thomson Reuters, Infront och ledande internetportaler med finansiell inriktning. Realtidsmarknadsdata finns också tillgänglig utan kostnad på www.ngm.se.

På Nordic MTF ansvarar Nordic Growth Market NGM AB, en av Sveriges två börser med tillstånd från Finansinspektionen, för övervakningen av såväl de listade bolagens informationsgivning som handeln i bolagens aktier.

ÄGARSTRUKTUR PER DATUMET FÖR MEMORANDUMETS AVGIVANDE

Namn	Antal aktier	Ägarandel, kapital och röster
Recibir Invest AB (Niclas Kjellgren)	3 373 697	27,82%
Niklas Bakos	3 142 401	25,91%
Louer Invest AB (Pontus Dahlström)	1 046 239	8,63%
Mangold Fondkommission AB	697 147	5,75%
Nordic XR Startups Oy	392 931	3,24%
Phil Townend	285 061	2,35%
Jonas Örtegren	284 275	2,34%
Dabber AB	229 040	1,89%
Mikael Arvhammar	178 864	1,48%
Joakim Öhrner	171 780	1,42%
<i>Övriga aktieägare (cirka 290)</i>	<i>2 324 850</i>	<i>19,17%</i>
Totalt	12 126 285	100,00%

LOCK UP AVTAL

Recibir Invest AB (Niclas Kjellgren), Niklas Bakos, Louer Invest AB (Pontus Dahlström), Nordic XR Startups OY, Phil Townend, Mark Ollila, Dabber AB och Propagate OY har förbundit sig att inte utan Mangolds skriftliga medgivande avyttra de aktier som de innehade i Bolaget före Erbjudandet under en period om 12 månader från första dagen för handel av Bolagets aktier på NGM. Utöver detta har Recibir Invest AB (Niclas Kjellgren), Niklas Bakos, Louer Invest AB (Pontus Dahlström) ingått lock up för de aktier de tecknade i Erbjudandet. Sammanlagt omfattas 8 492 968 aktier av detta åtagande, vilket motsvarar cirka 70 procent av antalet utestående aktier efter att Erbjudandet registrerats hos Bolagsverket.

STYRELSE, LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE OCH REVISOR

STYRELSE

Bolagets styrelse utgörs vid datumet för Memorandumet av ordföranden Henrik Sundewall och styrelseledamöterna Niklas Bakos, Niklas Kjellgren samt Harri Manninen.

NAMN	BEFATTNING	FÖDELSEÅR	OBEROENDE I FÖRHÅLLANDE TILL	
			BOLAGET OCH BOLAGSLEDNINGEN	BOLAGETS STÖRRE AKTIEÄGARE
Henrik Sundewall	Ordförande	1969	Ja	Ja
Niklas Kjellgren	Ledamot	1978	Ja	Nej
Niklas Bakos	Ledamot och VD	1978	Nej	Nej
Harri Manninen	Ledamot	1979	Ja	Ja



HENRIK SUNDEWALL, STYRELSEORDFÖRANDE

Född: 1969

Styrelseordförande sedan: 2018

Aktieäggande i Bolaget: Henrik innehar inga aktier i Bolaget.

Biografi:

Henrik har lång erfarenhet av näringslivet genom ledande positioner inom bolag som ICL/Fujitsu och Kinnevik/Modern Times Group MTG. Henrik har vidare erfarenhet från noterade bolag som innefattar roller som VD såväl som styrelseordförande och besitter lång erfarenhet av styrelsearbete och allmän bolagsdrift.

Övriga nuvarande uppdrag	Befattning	Tillträdde
Mockfjärdshus AB	Styrelseledamot	2017
JVM Group AB	Styrelseordförande	2017
TBS Group AB	Styrelseordförande	2017
Eyeonid Group AB (publ)	Styrelseordförande	2016
Foap AB	Styrelseordförande	2014
Avslutade uppdrag de senaste fem åren	Befattning	Period
Abelco Investment Group AB (publ)	Styrelseledamot	2016-2018
Vinfabriken Sverige AB	Styrelseledamot	2016-2017
Cefour International AB	Styrelseledamot	2016-2017
Umida Group AB (publ)	VD & Styrelseledamot	2015-2017
Dilamino AB	Styrelseledamot	2008-2014
Forth & Mypitch Group AB	Styrelseledamot	2011-2013
Swilkenbridge Group AB	VD	2009-2013
Abelco Investment Group AB (publ)	VD	2016-2018



NIKLAS BAKOS, STYRELSELEDAMOT OCH VD

Född: 1978

Styrelseledamot och VD sedan: 2017

Aktieäggande i Bolaget: Niklas innehar privat 3 142 401 aktier i Bolaget.

Biografi:

Niklas har en examen på masternivå inom mediateknik från Linköpings universitet. Han har tidigare arbetat inom spelindustrin för stora förläggare som Glu Mobile och Namco Bandai och är rådgivare åt flertalet mobilspelutvecklare som Apple-prisbelönta About Fun och svenska Corncrow Games.

Övriga nuvarande uppdrag	Befattning	Tillträdde
Inga övriga pågående uppdrag	-	-
Avslutade uppdrag de senaste fem åren	Befattning	Period
Inga avslutade uppdrag	-	-



HARRI MANNINEN, STYRELSELEDAMOT

Född: 1979

Ledamot sedan: 2017

Aktieäggande i Bolaget: Harris arbetsgivare Nordic XR Startups Oy äger 392 931 aktier i Bolaget.

Biografi:

Harri har en examen på kandidatnivå inom nationalekonomi med inriktning mot entreprenörskap och tidiga kapitalanskaffningar från Helsingfors handelshögskola (Aalto) i Finland. Han har 15 års erfarenhet inom spelindustrin. Han var medgrundare av Rocket Pack (Finland) som blev uppköpt av Walt Disney där han även jobbat tre år som direktör för Disney Interactive. Efter sitt uppdrag på Walt Disney har Harri varit ängelinvesterare i en handfull bolag. Utöver tidigare uppdrag har Harri även varit medgrundare och rådgivare till Matchmade (Shark Punch) som är en ledande influencer marknadsföringsplattform för spel. Idag jobbar han som direktör för Nordic XR Startups, en investerare och accelererare av VR/AR bolag.

Övriga nuvarande uppdrag	Befattning	Tillträdde
Bastvik Capital Oy	Partner och styrelseledamot	2018
Play Ventures Pte.Ltd.	Styrelseledamot	2018
Nordic XR Startups Oy	Styrelseledamot	2017
Olivera Capital Oy	Partner	2014
Avslutade uppdrag de senaste fem åren	Befattning	Period
Shark Punch	Styrelsemedlem och VD	2014-2016
Marski Capital	Partner	2011-2013



NICLAS KJELLGREN, STYRELSELEDAMOT

Född: 1978

Styrelseledamot sedan: 2017

Aktieägande i Bolaget: Niclas innehar 3 373 697 aktier i Bolaget genom Bolaget Recibir Invest AB. Niclas var första investeraren i Adverty och benämns därmed finansiell medgrundare (och har sedan deltagit i löpande emissioner). Niclas innehar en styrelsepost i Adverty och är, med undantag från uppgifter förknippade med nyss nämnda post, ej aktiv i den dagliga/operativa delen av verksamheten.

Biografi:

Niclas har påbörjade men ej avslutade studier från KTH Stockholm elektroteknik, med inriktning elektromagnetisk vågfältsutbredning. Han har startat och framgångsrikt drivit flertalet konsultbolag i Kista med kunder som Ericsson, Nokia etc inom området mobilnät med inriktning RF-teknik. Numera aktiv inom fastighetsutveckling. Niclas agerar också i egenskap av ängelinvesterare med primärt fokus på medtech, maskininlärning samt AR/VR. Lång erfarenhet av styrelsearbete och allmän bolagsdrift.

Övriga nuvarande uppdrag	Befattning	Tillträdde
Fastighetsaktiebolaget Caracol (publ)	Styrelseledamot	2017
Sensa Bues AB	Styrelseledamot	2017
Caracol Holding AB	Styrelseledamot	2017
Videncia AB	Styrelseledamot	2017
Sensic AB	Styrelseledamot	2017
Bostadsaktiebolaget Ekeby Holding	Styrelseledamot	2017
Valhalla Kommersiella AB	Styrelseledamot	2017
Fastighets AB Rentor	Styrelseledamot	2017
Recibir Invest AB	Styrelseledamot	2016
MBRT Invest kommanditbolag	Komplementär	2015
MBRT Consulting AB	Styrelseledamot	2009
Erwator Kommanditbolag	Komplementär	2006
Avslutade uppdrag de senaste fem åren	Befattning	Period
Occom Loket AB	Styrelseledamot	2013-2014
Occom Utby AB	Styrelseledamot	2013-2014
Occom förvaltning AB	Styrelseledamot	2012-2014
Occom Lättviktaren AB	Styrelseledamot	2011-2014
Occom Sofielund AB	Styrelseledamot	2011-2014
Skånska Vårdfastigheter AB	Styrelseordförande	2011-2014
APTS Rudhög AB	Styrelseledamot	2010-2014
Valhalla Kommersiella AB	Styrelseledamot	2010-2014
Occom Granen AB	Styrelseledamot	2013-2013
Fastighets AB Gamla Huddingevägen	Styrelseledamot	2012-2013
Lidingö Projektutveckling AB	Styrelseledamot	2010-2013

Utöver ovan har Niclas Kjellgren ägarintresse i följande bolag (ägande genom koncern fastighetsaktiebolaget Caracol (publ)): Occom Ärlan AB, Sködingevägen Bostäder Kommanditbolag, Bostadsaktiebolaget Ekeby, Flyginfarten Säby Holding AB, Loket Hägersten Projekt AB, Lidingö Bowling och Sportsbar AB, BostadsAB Ekeby 2.

LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

NIKLAS BAKOS, STYRELSELEDAMOT OCH VD

Se information under "Styrelse".



PONTUS DAHLSTRÖM, CFO

Född: 1970

Anställd sedan: 2018

Aktieägande i Bolaget: Louer Invest AB innehar 1 046 239 aktier i Bolaget. Louer Invest AB ägs av Pontus med familj.

Biografi:

Pontus har en civilekonomexamen från Stockholms universitet inom företagsekonomi. Han har tidigare startat och drivit flera start-ups och arbetat med större företag som Spotify och FundedByMe som han även var CFO för. Är rådgivare till Smsgrupp i Stockholm AB.

Övriga nuvarande uppdrag	Befattning	Tillträdde
Intellego Technologies AB	Styrelseledamot	2017
Louer Invest AB	Styrelseledamot	2015
Sleipner Förvaltningsbolag AB	Styrelseledamot	2000
Avslutade uppdrag de senaste fem åren	Befattning	Period
Adverty AB	Styrelseledamot	2018-2018
FundedByMe AB (publ)	Styrelseledamot	2012-2016
Boom Watch Co AB	Styrelseledamot	2017-2017
Nesting House AB	Styrelseledamot	2015-2016
LNC Global Mobile AB	Styrelseledamot	2014-2015



ADAM HEMMING, CRO

Född: 1976

Anställd sedan: Adam är inte anställd hos Bolaget utan arbetar som konsult åt Bolaget i London.

Aktieägande i Bolaget: Adam innehar 157 500 aktier i Bolaget.

Biografi:

Innehar en kandidatexamen inom företagsekonomi med inriktning mot ekonomisk historia från University of Manchester i Storbritannien. Han har mångårig erfarenhet från försäljning inom mediabranschen med ledande roller från bland annat ZenithOptimedia och Aegis Media.

Övriga nuvarande uppdrag	Befattning	Tillträdde
Inga övriga pågående uppdrag		
Avslutade uppdrag de senaste fem åren	Befattning	Period
ZenithOptimedia	CEO, Managing Director	2009-2015



EMILIO LANDO, CTO CLIENT

Född: 1993

Anställd sedan: 2017

Aktieägande i Bolaget: Emilio innehar inga aktier i Bolaget.

Biografi:

Emilio har en civilingenjörsexamen på masternivå från Kungliga Tekniska Högskolan inom Datateknik med specialisering inom HCI (Human and Computer Interaction). Han har tidigare varit med och startat WHEELCHVR, ett bolag som försökte motverka åksjuka i VR, samt drivit projekt där en VR upplevelse förstärks med adderad teknik i form av kroppstracking.

Övriga nuvarande uppdrag	Befattning	Tillträdde
Inga övriga pågående uppdrag	-	-
Avslutade uppdrag de senaste fem åren	Befattning	Period
Inga avslutade uppdrag	-	-



JOHAN BERGEBØ, CTO SERVER

Född: 1988

Anställd sedan: 2018

Aktieägande i Bolaget: Johan innehar inga aktier i Bolaget.

Biografi:

Har påbörjade men inte slutförda studier inom IT och robotik från Kungliga Tekniska Högskolan samt Chalmers Tekniska Högskola. Han har jobbat sju år totalt inom Fintech branschen varav fyra år i ledande roller och tre inom riskanalys och mjukvaruutveckling. Han har bland annat jobbat för Klarna.

Övriga nuvarande uppdrag	Befattning	Tillträdde
Inga övriga pågående uppdrag	-	-
Avslutade uppdrag de senaste fem åren	Befattning	Period
Inga avslutade uppdrag	-	-

REVISOR

Bolagets revisor är R3 Revisionsbyrå KB, vilket de varit även under hela perioden som den finansiella informationen avser. Fredrik Lundberg är auktoriserad revisor och medlem i FAR (branschorganisationen för auktoriserade revisorer). Revisorns kontorsadress är R3 Revisionsbyrå Riddargatan 30, 114 57, Stockholm.

Bolagets revisor informeras löpande om Bolagets verksamhet bland annat genom regelbundna möten med bolagsledningen, utskickat styrelsematerial samt protokoll. Revisorn lämnar löpande synpunkter och rekommendationer till Bolagets styrelse och ledning.

ÖVRIGA UPPLYSNINGAR AVSEENDE STYRELSE OCH LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Inga av ovanstående styrelseledamöter eller ledande befattningshavare har något familjeband till annan styrelseledamot eller ledande befattningshavare. Det föreligger inga intressekonflikter eller potentiella intressekonflikter mellan styrelseledamöternas och ledande befattningshavarnas åtaganden gentemot Bolagets samt deras privata intressen och/eller andra åtaganden.

Ingen styrelseledamot eller ledande befattningshavare har under de senaste fem åren dömts i bedrägerirelaterat mål. Ingen styrelseledamot eller ledande befattningshavare varit inblandad i någon konkurs, konkursförvaltning eller likvidation under de senaste fem åren.

Ingen av Bolagets styrelseledamöter eller ledande befattningshavare har under de senaste fem åren varit föremål för anklagelser eller sanktioner av i lag eller förordning bemyndigade myndigheter eller förbjudits av domstol att ingå som medlem av en emittents förvaltnings-, lednings- eller kontrollorgan eller från att ha ledande eller övergripande funktioner hos en emittent.

Det har, såvitt styrelsen känner till, inte förekommit särskilda överenskommelser med större aktieägare, kunder, leverantörer eller andra parter, enligt vilka styrelseledamöter, ledande befattningshavare eller revisorn har valts in eller tillsatts.

Samtliga styrelseledamöter och ledande befattningshavare kan nås via Bolagets huvudkontor på adress Adverty AB, Rosterigränd 16, 117 61, Stockholm.

BOLAGSSTYRNING

Adverty är ett svenskt publikt aktiebolag och regleras av svensk lagstiftning, främst aktiebolagslagen (2005:551) och årsredovisningslagen (1995:1554) samt interna regler och föreskrifter. Bolaget har ansökt om upptagande till handel på NGM, om ansökan beviljas, kommer Bolaget även tillämpa NGMs regelverk.

Svensk kod för bolagsstyrning ("Koden") anger en högre norm för god bolagsstyrning än aktiebolagslagens minimikrav och ska tillämpas av bolag vars aktier är upptagna till handel på en reglerad marknad i Sverige. Koden behöver i dagsläget inte tillämpas av bolag vars aktier är upptagna till handel på en så kallad multilateral trading facility, som NGM, och är således inte bindande för Bolaget. Bolagets styrelse har för närvarande inte heller för avsikt att tillämpa Koden.

BOLAGSSTÄMMA

Aktieägarnas rätt att besluta i Bolagets angelägenheter utövas vid bolagsstämma. Bolagsstämman beslutar bland annat om ändring av bolagsordningen, fastställande av resultat- och balansräkningar, disposition av Bolagets vinst eller förlust, ansvarsfrihet för styrelseledamöterna och verkställande direktören, val av styrelseledamöter och revisorer samt om ersättning till styrelseledamöter och revisorer.

Årsstämma ska hållas inom sex månader från räkenskapsårets utgång. Utöver årsstämman kan det kallas till extra bolagsstämma.

Bolagsstämma ska hållas i Stockholm. Kallelse sker genom annonsering i Post- och Inrikes Tidningar och genom att kallelsen hålls tillgänglig på Bolagets webbplats. Att kallelse har skett ska samtidigt annonseras i Svenska Dagbladet.

Rätt att delta i bolagsstämma har den aktieägare som dels är införd i den av Euroclear förda aktieboken fem vardagar (lördag inkluderat) före stämman, dels anmäler sig till Bolaget senast den dag som anges i kallelsen till stämman. Sistnämnda dag får inte vara söndag, annan allmän helgdag, lördag, midsommarafton, julafton eller nyårsafton och inte infalla tidigare än femte vardagen före stämman. Aktieägare kan närvara vid bolagsstämma personligen eller genom ombud och kan även biträdas av högst två personer.

Aktieägare som önskar få ett ärende behandlat på bolagsstämma måste skicka en skriftlig begäran härom till Bolagets styrelse. En sådan begäran måste normalt vara styrelsen tillhanda senast sju veckor före bolagsstämman.

STYRELSEN

Styrelsen ansvarar för Bolagets organisation och förvaltningen av Bolagets angelägenheter. Styrelsen ska fortlöpande bedöma Bolagets ekonomiska situation samt tillse att Bolagets organisation är utformad så att bokföringen, medelsförvaltningen och Bolagets ekonomiska förhållanden i övrigt kontrolleras på ett betryg-

gande sätt. I styrelsens ansvar ingår exempelvis att fastställa mål och strategi, säkerställa rutiner och system för utvärdering av fastställda mål samt utvärdera den operativa ledningen. Det är vidare styrelsens ansvar att säkerställa att korrekt information ges till Bolagets intressenter, att Bolaget följer lagar och regler samt att Bolaget tar fram och implementerar interna riktlinjer. Styrelsen utser även Bolagets verkställande direktör och fastställer lön och annan ersättning till denne.

Styrelseledamöterna väljs normalt av årsstämman för tiden intill dess att nästa årsstämma hållits. Enligt Bolagets bolagsordning ska styrelsen bestå av lägst en och högst tio ledamöter med högst tio suppleanter. För närvarande består styrelsen av fem styrelseledamöter utan suppleanter. Styrelseledamöterna presenteras närmare i avsnittet "Styrelse, ledande befattningshavare och revisor".

Styrelsens ordförande har till uppgift att leda styrelsens arbete samt att tillse att styrelsens arbete bedrivs effektivt och att styrelsen fullgör sina åligganden.

Styrelsen följer en skriftlig arbetsordning som ses över årligen och fastställs på det konstituerande styrelsesammanträdet. Arbetsordningen reglerar bland annat styrelsens arbetsformer, arbetsuppgifter, beslutsordning inom Bolaget, styrelsens mötesordning och ordförandens arbetsuppgifter. I samband med det konstituerande styrelsesammanträdet fastställer styrelsen även en instruktion för den verkställande direktören, vilken reglerar arbetsfördelningen mellan styrelsen och verkställande direktören samt innefattar en instruktion avseende ekonomisk rapportering. Styrelsen sammanträder regelbundet utifrån en årlig fastställd plan. Utöver ordinarie styrelsesammanträden hålls extra styrelsesammanträden vid behov. Vid sidan av styrelsesammanträdena har styrelsens ordförande och verkställande direktören en löpande dialog rörande förvaltningen av Bolaget.

Styrelsen har, baserat på dess storlek och sammansättning, bedömt att ersättningsutskottet och revisionsutskottets uppgifter bäst utförs av styrelsen i sin helhet och har därför beslutat att inte tillsätta några särskilda kommittéer.

VERKSTÄLLANDE DIREKTÖR OCH ÖVRIGA LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Verkställande direktören är underordnad styrelsen och ansvarar för Bolagets löpande förvaltning och den dagliga driften.

Styrelsen har antagit en instruktion för den verkställande direktören som klargör den verkställande direktörens ansvar och befogenheter. Verkställande direktören ansvarar även för att ta fram rapporter och beslutsunderlag inför styrelsesammanträden och är föredragande av materialet vid styrelsesammanträden. Verkställande direktören ska vidare löpande hålla styrelsen informerad om verksamhetens gång

och säkerställa att styrelsen erhåller tillräcklig information för fortlöpande kunna bedöma Bolagets finansiella ställning.

Den verkställande direktören och övriga ledande befattningshavare presenteras i avsnittet "Styrelse, ledande befattningshavare och revisor".

ERSÄTTNING TILL STYRELSELEDAMÖTER, VERKSTÄLLANDE DIREKTÖR OCH ANDRA LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

ERSÄTTNING TILL STYRELSELEDAMÖTER

Till styrelsens ordförande och ledamöter utgår arvode enligt bolagsstämmans beslut. På årsstämman 2018 beslutades att inget arvode ska utgå till styrelsens ledamöter. Bolaget har inte ingått avtal med någon styrelseledamot som ger denne någon rätt till förmåner efter det att uppdraget avslutats. Ingen ersättning utgick till styrelsens ledamöter under 2017.

ERSÄTTNING TILL VERKSTÄLLANDE DIREKTÖR OCH LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Ersättning till den verkställande direktören och övriga ledande befattningshavare utgörs av grundlön, rörlig ersättning och pension. VD har rätt till en grundlön om 50 000 SEK per månad, som är föremål för årlig revision. VD har en ömsesidig uppsägningstid om sex månader. För övriga ledande befattningshavare gäller en ömsesidig uppsägningstid om mellan en och två månader. Ett antal av de ledande befattningshavarna är anlitade som konsulter av Bolaget, bland annat utförs Advertys ekonomifunktion på konsultbasis av Ekonomibolaget i Sverige AB. Konsultavtalen löper normalt tills vidare med en ömsesidig möjlighet för parterna att säga upp avtalen med omedelbar verkan eller med beaktande av en månads uppsägningstid (enligt avtalet med Ekonomibolaget i Sverige AB gäller dock en ömsesidig uppsägningstid om tre månader).

I tabellen nedan redovisas den ersättning som utgick till de ledande befattningshavarna för räkenskapsåret 2017.

Namn/titel (SEK)	Lön och övriga ersättningar	Pension*	Övriga förmåner	Summa
2017				
Niklas Bakos, VD	450 000	0	0	450 000
Övriga ledande befattningshavare **	446 250	0	0	446 250
Totalt, SEK	896 250	0	0	896 250

* Bolaget har inga avsatta eller upplupna belopp för pensioner eller liknande förmåner efter avträddande av tjänst.

** 2 personer under 2017

INTERN KONTROLL

Styrelsen ansvarar för att Bolaget har god intern kontroll. Styrelsen ska se till att Bolaget har formaliserade rutiner som säkerställer att fastlagda principer för finansiell rapportering och intern kontroll efterlevs samt att Bolagets finansiella rapportering är upprättad i överensstämmelse med lag, tillämpliga redovisningsstandarder och, efter noteringen av Bolagets aktier

på NGM, övriga krav på listade bolag. Bolaget har en enkel juridisk och operativ struktur där styrelsen kontinuerligt följer upp Bolagets interna kontroll i samband med extern och intern finansiell rapportering. Styrelsen har mot bakgrund av detta valt att inte inrätta en särskild funktion för intern kontroll.

REVISION

Revisorer väljs normalt av årsstämman för tiden intill dess att nästa årsstämma hållits. Enligt Bolagets bolagsordning ska Bolaget ha en revisor med eller utan revisorsuppleant. Bolagets revisor presenteras närmare i avsnittet "Styrelse, ledande befattningshavare och revisor".

Revisorn granskar årsredovisningen och bokföringen samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning. Efter varje räkenskapsår ska revisorn lämna en revisionsberättelse till årsstämman. Bolagets revisor rapporterar varje år till styrelsen sina iakttagelser från granskningen och sina bedömningar av Bolagets interna kontroll.

INSIDER- OCH INFORMATIONSPOLICY

Adverty har upprättat en policy i syfte att informera anställda och andra berörda inom Bolaget om tillämpliga regler och föreskrifter för Bolagets informationsgivning och de särskilda krav som gäller för personer aktiva inom ett listat bolag, exempelvis vad avser insiderinformation.

BOLAGSORDNING

§ 1 FIRMA

Bolagets firma är Adverty AB (publ).

§ 2 STYRELSENS SÄTE

Styrelsen har sitt säte i Stockholms kommun.

§ 3 VERKSAMHET

Bolaget ska bedriva utveckling och drift av annonslösningar för Virtual Reality och Augmented Reality samt därmed förenlig verksamhet.

§ 4 AKTIEKAPITAL

Aktiekapitalet ska vara lägst 500 000 och högst 2 000 000 kronor.

§ 5 ANTAL AKTIER

Antal aktier ska vara lägst 10 000 000 och högst 40 000 000.

§ 6 STYRELSE

Styrelsen ska bestå av lägst 3 och högst 10 ledamöter med lägst 0 och högst 10 suppleanter.

§ 7 REVISORER

För granskning av aktiebolagets årsredovisning jämte räkenskaperna samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning utses 1 revisor med eller utan revisorssuppleant.

§ 8 KALLELSE

Kallelse till bolagsstämma skall ske genom annonsering i Post- och Inrikes Tidningar och på bolagets webbplats. Att kallelse skett skall annonseras i Svenska Dagbladet.

§ 9 ÄRENDEN PÅ ÅRSSTÄMMA

På årsstämman ska följande ärenden behandlas.

1. Val av ordförande vid stämman
2. Upprättande och godkännande av röstlängd
3. Val av en eller två justeringsmän
4. Prövning av om stämman blivit behörigen sammankallad
5. Godkännande av dagordning
6. Framläggande av årsredovisningen och, när det krävs, revisionsberättelsen
7. Beslut om
 - Fastställande av resultaträkningen och balansräkningen
 - Dispositioner gällande aktiebolagets vinst eller förlust enligt den fastställda balansräkningen
 - Ansvarsfrihet av styrelseledamöter och verkställande direktören
8. Fastställande av arvoden till styrelsen och i vissa fall revisorerna
9. Val till styrelsen och i förekommande fall av revisorer
10. Annat ärende, som ska tas upp på bolagsstämman enligt aktiebolagslagen (2005:551) eller bolagsordningen.

§ 10 RÄKENSKAPSÅR

Räkenskapsår är 1 januari – 31 december.

§ 11 AVSTÄMNINGSFÖRBEHÅLL

Den aktieägare eller förvaltare som på avstämningsdagen är införd i aktieboken och antecknad i ett avstämningsregister, enligt 4 kap. lagen (1998:1479) om värdepapperscentraler och kontoföring av finansiella instrument eller den som är antecknad på avstämningskonto enligt 4 kap. 18 § första stycket 6-8 nämnda lag, ska antas vara behörig att utöva de rättigheter som framgår av 4 kap. 39 § aktiebolagslagen (2005:551).

LEGALA FRÅGOR OCH KOMPLETTERANDE INFORMATION

ALLMÄN BOLAGSINFORMATION

Adverty AB (publ), organisationsnummer 559100-5250, är ett svenskt publikt aktiebolag, som bildades den 13 februari 2017 och registrerades hos Bolagsverket den 14 februari 2017. Bolaget regleras av, och verksamheten bedrivs i enlighet med, aktiebolagslagen (2005:551). Nuvarande firma (tillika handelsbeteckning) registrerades den 29 maj 2018. Bolaget har sitt säte i Stockholms kommun.

VÄSENTLIGA AVTAL

Nedan följer en sammanfattning av väsentliga avtal som Bolaget ingått sedan Bolagets bildades samt andra avtal som Bolaget ingått och som innehåller rättigheter eller förpliktelser som är av väsentlig betydelse för Bolaget (i båda fallen med undantag för avtal som ingåtts i den löpande affärsverksamheten).

ÖVERLÅTELSEAVTAL AVSEENDE IMMATERIELLA RÄTTIGHETER M.M.

Bolaget ingick i mars 2017 ett avtal med Erwator KB (i vilket styrelseledamoten Niclas Kjellgren är komplementär) om överlåtelse av vissa immateriella rättigheter, bestående av bland annat programkod, algoritmer samt firma och varumärke, och utrustning, bestående av datorutrustning och programlicenser. Överlåtelsen skedde vederlagsfritt då de båda grundarna Niklas Bakos och Niclas Kjellgren började arbeta på patent innan Adverty AB hade skapats, varpå de använde Erwator KB under tiden.

AVTAL MED KILOO

Adverty ingick den 28 augusti 2018 ett avtal med Kilo A/S, enligt vilket Bolaget ska tillhandahålla annonser åt Kiloos applikation Subway Surfer. Avtalet är villkorat av att Bolaget senast den 31 oktober 2018 uppfyller vissa krav avseende annonserna som levereras i form av att dessa avser rätt typ av kampanjer. Med anledning av detta har Adverty nu skickat in en uppföljningsanalys för att visa på att ovan nämnda krav är uppfyllda och väntar nu på återkoppling. Enligt avtalet gör Kilo ensam bedömningen huruvida dessa villkor är uppfyllda och om så inte är fallet har Kilo rätt att frånfalla avtalet i sin helhet. Uppfyller Adverty kraven löper avtalet initialt med en period om tolv månader från dagen då Bolagets tekniska lösning har implementerats i Subway Surfer-applikationen, med en ömsesidig uppsägningstid om trettio dagar. Vid utgången av den initiala löptiden förlängs avtalet automatiskt med ett år åt gången, med en ömsesidig uppsägningstid om tio dagar. Ersättningen baseras på annonsintäkterna och fördelas enligt en viss procentsats mellan Adverty och Kilo. Avtalet innehåller även sedvanliga bestämmelser avseende sekretess och immateriella rättigheter. Avtalet står under dansk lagstiftning.

AVTAL MED N-IX

Bolaget ingick i april 2017 ett ramavtal med ett N-iX Nordic AB som är ett konsultbolag med konsulter i Ukraina avseende utveckling av backend-komponenter (servrar och teknisk utveckling). Avtalet är utformat så att Bolaget

beställer konsulttjänster för ett specifikt uppdrag. Varje sådan beställning kan avslutas av Adverty med beaktande av 30 dagars uppsägningstid. Ramavtalet innehåller bestämmelser om immateriella rättigheter, varigenom samtliga immateriella rättigheter som utvecklas och/eller skapas av den anlitade konsulten automatiskt tillfaller Adverty. Vidare innehåller avtalet sedvanliga sekretessbestämmelser.

KONSULTAVTAL MED EKONOMIBOLAGET AVSEENDE ADVERTYS EKONOMIFUNKTION

Bolaget har ingått ett avtal med Ekonomibolaget i Sverige AB avseende tillhandahållande av ekonomitjänster. Avtalet löpte initialt till den 30 april 2018, varefter det har förlängts med tolv månader. Om avtalet inte sägs upp minst tre månader före utgången av avtalsperioden förlängs det automatiskt med ytterligare tolv månader. Ersättning till Ekonomibolaget utgår typiskt sett per nerlagd timme. Avtalet innehåller sedvanliga bestämmelser om sekretess.

ALLMÄNT OM AVTAL INOM DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN

Bolaget har ingått ett antal avtal inom ramen för den löpande affärsverksamheten. För det fall Bolaget skulle förlora de mest betydande avtalen kan det, på kort sikt, få påverkan på Bolagets omsättning och resultat. Det är dock Bolagets uppfattning att inget enskilt avtal inom den löpande verksamheten är av avgörande betydelse för Advertys löpande verksamhet.

Bolagets kundsegment är indelade i två kategorier: annonsörer och utgivare (advertisers och publishers).

Bolagets avtal med annonsörer reglerar huvudsakligen tredje parts rätt att ta del av Bolagets annonsplattform. Dessa avtal har karaktären av ramavtal och separata beställningar görs för respektive enskilt projekt. Det innebär att dessa avtal är öppna i det avseende att om en annonsör nyttjar Bolagets annonsplattform genom att göra beställningar under ett pågående projekt för sin annons får Bolaget betalt. De enskilda projekten kan normalt sägas upp med beaktande av en uppsägningstid om 48 timmar, vilket är normalt i branschen. Bolagets mest betydande annonsörsavtal är ingångna med Rovio Entertainment Ltd, som avser Bolagets första avtal för VR annonsering, Machine Zone, Inc., som avser Bolagets första avtal för AR-plattformen, Mavrix Services Ltd (GiG), som avser casino (t ex Rizk), WHG (International) Ltd (William Hill), som avser betting, Wooga GmbH, som avser mobilspel, samt ZeptoLab UK Ltd, som avser mobilspel. Budget avseende dessa annonsörsavtal uppgår enligt avtalen till ett samlat belopp om 114 000 USD. Således kan Adverty placera annonser till ett värde om 114 000 USD, givet att Bolaget har annonsytan. Därför är budgeten inte estimerad utan står till Advertys förfogande och utgör potentiella intäkter för Bolaget. Det faktum att en budget står till Advertys förfogande utgör dock ingen garanti för att Bolaget kommer ha möjlighet att placera annonser motsvarande budgetens värde. En rad faktorer kan påverka Bolagets möjlighet att

placera annonser (och i förlängningen påverka möjligheten att omsätta den budget som står till förfogande), såsom annonsörens möjlighet att med mycket kort varsel avbryta en kampanj, vilket kan ske till följd av exempelvis att annonsören tycker att räckvidden är för liten, att annonserna hamnar på fel ställen eller att kampanjdatan inte uppfyller det som avtalats, eller att Adverty misslyckas att bygga ut dess egen möjlighet att visa annonserna någonstans, eller att den volym annonser som har avtalats är större än det inventariet av annonsytor som Bolaget tillhandahåller genom tredjepartsapplikationer. Detta är dock branschspecifika faktorer som inte drabbar Adverty hårdare än andra konkurrenter.

Enligt Advertys avtal med utgivare ska Bolaget tillhandahålla utgivaren tillgång till Bolagets annonsplattform och utgivaren ska ge Bolaget en icke exklusiv rätt att erbjuda och sälja annonser genom utgivarens applikationer. Dessa avtal löper normalt tills vidare med en ömsesidig möjlighet för båda parter att säga upp avtalen med omedelbar verkan, vilket är normalt i branschen. Advertys mest betydande utgivaravtal är ingånget med Hatrabbitt AB och avser Hatrabbitt ABs första VR-spel som heter Merry Snowball.

Mer information om Bolagets verksamhet återfinns i avsnittet "Verksamhetsbeskrivning".

RÄTTSLIGA FÖRFARANDEN OCH SKILJEFÖRFARANDEN

Bolaget har under de senaste tolv månaderna inte varit part i några rättsliga förfaranden eller skiljeförfaranden (inklusive ännu icke avgjorda ärenden eller sådana som Bolaget bedömer kan uppkomma), som nyligen haft eller skulle kunna få betydande effekter på Advertys finansiella ställning eller lönsamhet. Det kan dock inte uteslutas att Bolaget kan bli inblandat i sådana förfaranden och att de kan få effekter på Bolagets finansiella ställning och lönsamhet.

Bolaget mottog i september 2017 ett varningsbrev (så kallat cease and desist) från amerikanska ADVR där Bolaget begärdes att upphöra med användandet av "ADVRTY". Bolaget ingick i december 2017 ett avtal varigenom man åtog sig att upphöra med användandet. Till följd av detta ändrade även Bolaget firman till Adverty AB. Ärendet är således avslutat.

PATENT OCH ANDRA IMMATERIELLA RÄTTIGHETER

Bolaget arbetar aktivt med att skydda resultatet av sitt tekniska utvecklingsarbete. Detta sker huvudsakligen genom patent och patentansökningar. Adverty har ett flertal pågående patentansökningar. Dessa patentansökningar är i innovationsfas och är tillfälligt skyddade under ansökningsprocessen, men har inte erhållit slutgiltigt godkännande ännu. För mer information om Bolagets patent, se avsnittet "Patent".

Bolaget har varumärket ADVERTY registrerat i EU och USA samt pågående ansökningar i ett antal andra jurisdiktioner utanför Europa. Därutöver har Bolaget ett antal domännamn registrerade, bland annat "www.adverty.com". Vidare skyddar Bolaget resultatet av sitt utvecklingsarbete genom skydd för Bolagets före-

tagshemligheter och know-how, det sker bland annat genom sekretessåtaganden i anställningsavtal och i avtal med anlitande konsulter.

För information om risker relaterade till Advertys immateriella rättigheter, se avsnittet "Riskfaktorer - Immateriella rättigheter, know-how och patent".

PERSONUPPGIFTER

Bolagets hanterar i viss utsträckning personuppgifter. Gällande personuppgiftslagstiftning uppställer ett antal krav på företag som behandlar personuppgifter, bland annat att grundläggande principer för personuppgiftsbehandling efterlevs. De individer vars personuppgifter behandlas ska också informeras om behandlingen. EU:s dataskyddsförordning (EU) 2016/679 trädde i kraft den 25 maj 2018 och har skärpt kraven för behandling av personuppgifter. Bolaget har utsett ett externt personuppgiftsbiträde och kommer tillsammans med denne tillse att de personuppgifter som samlas in och behandlas sker i enlighet med relevanta bestämmelser.

FÖRSÄKRINGAR

Bolaget har en sedvanlig företagsförsäkring omfattande bland annat egendomsförsäkring, avbrottsförsäkring, allmän ansvarsförsäkring, datakonsultansvarsförsäkring och rättsskydds-försäkring. Bolaget bedömer att försäkringarna är tillräckliga för de risker som Bolagets verksamhet normalt är befattad med.

TRANSAKTIONER MED NÄRSTÅENDE

Nedan redogörs för närståendetransaktioner som Bolaget varit inblandade i sedan dess bildande. Utöver dessa har Bolaget inte varit part i några närståendetransaktioner. Samtliga transaktioner har enligt Advertys uppfattning ingåtts på marknadsmässiga villkor.

Bolaget förvärvade i mars 2017 immateriella rättigheter och utrustning från styrelseledamoten Niclas Kjellgren. Överlåtelsen skedde vederlagsfritt. För mer information, se "Väsentliga avtal - Överlåtelseavtal avseende immateriella rättigheter".

Vidare är ett antal av Advertys ledande befattningshavare anlitade på konsultbasis, varigenom de erhåller en månadsbaserad fast ersättning.

För information om ersättning till Bolagets ledande befattningshavare, se avsnittet "Bolagsstyrning - Ersättning och anställningsvillkor".

TILLGÄNGLIGA HANDLINGAR

Följande handlingar finns tillgängliga i elektronisk form på Bolagets webbplats, www.adverty.com. Kopior av samtliga handlingar hålls också tillgängliga på Bolagets huvudkontor, Rosterigränd 16, 117 61, i Stockholm, under Memorandumets giltighetstid (ordinarie kontorstid på vardagar):

- Bolagets bolagsordning.
- Bolagets reviderade årsredovisning för räkenskapsåret 2017 (inklusive revisionsberättelse).
- Bolagets översiktligt granskade delårsrap-

port för perioden januari – september 2018 (inklusive granskningsrapporten).

- Memorandumet.

HANDLINGAR INFÖRLIVADE GENOM HÄN- VISNING

Bolagets årsredovisning för räkenskapsåret 2017 (omfattar perioden 14 februari 2017 – 31 december 2017) i sin helhet och delårsrapport för perioden januari – september 2018 i sin helhet införlivas genom hänvisning och utgör en del av Memorandumet samt ska läsas som en del därav.

Årsredovisningen för räkenskapsåret 2017 är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen och BFNAR 2016:10 Årsredovisning och koncernredovisning (K2). Årsredovisningen för 2017 har reviderats av Bolagets revisor och revisionsberättelsen är fogad till årsredovisningen. Delårsrapporten för perioden januari – september 2018 har inte reviderats men är översiktligt granskad av Bolagets revisor och granskningsrapporten är fogad till delårsrapporten. Förutom dessa dokument har ingen information i Memorandumet granskats eller reviderats av Bolagets revisor.

Handlingar införlivade genom hänvisning finns tillgängliga på Bolagets webbplats, www.adverty.com.

VISSA SKATTEFRÅGOR I SVERIGE

Nedan följer en sammanfattning av vissa svenska skatteregler som kan komma att aktualiseras för investerare. Sammanfattningen baseras på nu gällande lagstiftning och vänder sig till aktieägare som är obegränsat skattskyldiga i Sverige, om inget annat anges.

Avsikten är att aktierna i Bolaget ska listas på NGM. NGM utgör inte en reglerad marknad enligt vad som avses i inkomstskattelagen (1999:1229). För att aktier som inte är noterade på en reglerad marknad ska anses marknadsnoterade i inkomstskattelagens mening krävs att aktierna är föremål för kontinuerlig allmänt tillgänglig notering på grundval av marknadsmissig omsättning. Skatteverket har i ett ställningstagande bl.a. uttalat att omsättning normalt ska förekomma en gång var tionde dag samt att noteringarna hålls tillgängliga intill sjätte året efter noteringsåret.

Sammanfattningen är inte avsedd att vara uttömmande och ska endast ses som en generell information. Den skattemässiga hanteringen hos varje enskild aktieägare beror på dennes specifika situation. Varje enskild aktieägare i Bolaget rekommenderas därför att inhämta råd från skatterådgivare avseende de skattekonsekvenser som kan uppkomma i varje enskilt fall, inklusive tillämpligheten och effekten av utländska regler och skatteavtal.

Sammanfattningen behandlar inte situationer där aktierna innehas av handelsbolag eller som lagertillgång i näringsverksamhet. Vidare behandlas inte aktieinnehav via ett så kallat investeringssparkonto eller via kapitalförsäkring. Sådana innehav omfattas av särskilda regler om schablonbeskattning. Inte heller behandlas de särskilda regler som gäller för så kallade kvalificerade andelar i fåmansbolag eller vid innehav via värdepappersfonder och specialfonder. Särskilda skattekonsekvenser kan uppkomma också för andra kategorier av aktieägare, såsom investmentföretag, stiftelser och ideella föreningar samt personer och företag som inte är obegränsat skattskyldiga i Sverige. Dessa skattekonsekvenser hanteras inte inom ramen för denna sammanfattning.

FYSISKA PERSONER

KAPITALVINSTBESKATTNING

För fysiska personer och dödsbon beskattas avkastning, såsom utdelning och kapitalvinst, på aktier i inkomstslaget kapital. Skattesatsen i inkomstslaget kapital är 30 procent.

Kapitalvinst respektive kapitalförlust beräknas normalt som skillnaden mellan försäljningsersättningen, efter avdrag för försäljningsutgifter, och omkostnadsbeloppet. Omkostnadsbeloppet för samtliga aktier av samma slag och sort beräknas gemensamt med tillämpning av genomsnittsmetoden. För marknadsnoterade aktier får omkostnadsbeloppet alternativt bestämmas genom schablonmetoden. Omkostnadsbeloppet bestäms då till

20 procent av försäljningsersättningen efter avdrag för försäljningsutgifter.

Kapitalvinst på marknadsnoterade aktier beskattas med 30 procent medan kapitalvinst på onoterade aktier tas upp till fem sjättedelar i inkomstslaget kapital, vilket ger en effektiv beskattning om 25 procent.

Kapitalförluster vid avyttring av marknadsnoterade aktier är fullt avdragsgilla mot skattepliktiga kapitalvinster samma beskattningsår på andra marknadsnoterade aktier eller delägarätter utom andelar i sådana marknadsnoterade värdepappersfonder och specialfonder som endast innehåller fordringsrätter (räntefonder). Kapitalförluster vid avyttring av onoterade aktier ska dras av med fem sjättedelar mot kapitalvinster samma beskattningsår på sådana tillgångar.

Till den del avdrag inte kan göras enligt ovan får kapitalförluster på marknadsnoterade aktier dras av med 70 procent och kapitalförluster på onoterade aktier dras av med fem sjättedelar av 70 procent mot andra inkomster av kapital.

Uppkommer underskott i inkomstslaget kapital medges skattereduktion mot kommunal och statlig inkomstskatt samt mot statlig fastighetsskatt och kommunal fastighetsavgift. Skattereduktion medges med 30 procent av den del av underskottet som inte överstiger 100 000 kr och med 21 procent av resterande del. Underskott kan inte sparas till senare beskattningsår.

SKATT PÅ UTDELNING

Utdelning på marknadsnoterade aktier beskattas med 30 procent medan utdelning på onoterade aktier tas upp till fem sjättedelar i inkomstslaget kapital, vilket ger en effektiv beskattning om 25 procent. För fysiska personer som är obegränsat skattskyldiga i Sverige innehålls normalt preliminär skatt på utdelningar med 30 procent av Euroclear eller, för förvaltarregistrerade aktieinnehav, av förvaltaren.

AKTIEBOLAG

SKATT PÅ KAPITALVINSTER OCH UTDELNING

Onoterade aktier

Onoterade aktier som innehas som kapitaltillgångar av svenska aktiebolag beskattas enligt reglerna om näringsbetingade andelar, vilket innebär att kapitalvinst och utdelning på sådana aktier typiskt sett är skattefria medan nedskrivningar och kapitalförluster inte är avdragsgilla. Om onoterade aktier upphör att vara näringsbetingade (till exempel i samband med marknadsnotering) får innehavaren som utgångspunkt tillgodogöra sig marknadsvärdet vid denna tidpunkt som skattemässigt anskaffningsvärde.

Marknadsnoterade aktier

Reglerna om näringsbetingade andelar kan tillämpas på marknadsnoterade aktier om innehavaren äger 10 procent eller mer av röstetal-

et för samtliga aktier eller i undantagsfall om innehavet betingas av innehavarens rörelse. För att utdelning och kapitalvinst på marknadsnoterade aktier ska undantas beskattning krävs även att aktierna varit näringsbetingade för innehavaren under en sammanhängande tid om ett år. Detta krav kan uppfyllas retroaktivt vid utdelning.

Kapitalvinst och utdelning på aktier som inte anses näringsbetingade beskattas i inkomstslaget näringsverksamhet med 22 procent. Beräkning av kapitalvinst respektive kapitalförlust sker på samma sätt som för fysiska personer enligt vad som anges ovan.

Avdragsgilla kapitalförluster får endast dras av mot skattepliktiga kapitalvinster på aktier eller andra deläggarrätter, s.k. aktiefällan. En kapitalförlust kan även, under vissa förutsättningar, kvittas mot kapitalvinster i bolag inom samma koncern om koncernbidragsrätt föreligger mellan bolagen. Kapitalförlust som inte har kunnat utnyttjas ett visst år får sparas och dras av mot kapitalvinster på aktier och andra deläggarrätter under efterföljande beskattningsår utan begränsning i tiden.

AKTIEÄGARE SOM ÄR BEGRÄNSAT SKATTSKYLDIGA I SVERIGE

UTDELNING

För aktieägare som är begränsat skattskyldiga i Sverige och som erhåller utdelning på aktier i ett svenskt aktiebolag uttas normalt svensk kupongskatt. Skattesatsen är 30 procent. Skattesatsen är dock i allmänhet reducerad genom skatteavtal mellan Sverige och andra länder för undvikande internationell dubbelbeskattning. Precis som för obegränsat skattskyldiga juridiska personer gäller särskilda regler för utdelning till ett utländskt bolag på andel som anses näringsbetingad. Undantag från kupongskatt gäller vidare för aktieägare inom EU som är juridiska personer och som uppfyller kraven i det s.k. moder-/dotterbolagsdirektivet förutsatt att innehavet uppgår till minst tio procent av andelskapitalet i det utdelande Bolaget.

Kupongskatten innehålls vid utdelningstillfället av Euroclear eller, för förvaltarregistrerade aktieinnehav, av förvaltaren. I de fall kupongskatt om 30 procent innehålls vid utbetalning till en person som har rätt att beskattas enligt en lägre skattesats eller kupongskatt annars innehållits med för stort belopp, kan återbetalning begäras skriftligen hos Skatteverket före utgången av det femte kalenderåret efter utdelningstillfället.

KAPITALVINSTBESKATTNING

Aktieägare som är begränsat skattskyldiga i Sverige och som inte bedriver verksamhet från fast driftsställe i Sverige beskattas normalt inte i Sverige för kapitalvinster vid avyttring av aktier och andra deläggarrätter. Sådana aktieägare kan dock bli föremål för beskattning i det land där de har sin skatterättsliga hemvist.

Enligt en särskild regel kan dock fysiska personer som är begränsat skattskyldiga i Sverige bli föremål för svensk beskattning vid avyttring av aktier och andra deläggarrätter om de vid något

tillfälle under det kalenderår då avyttringen sker eller vid något tillfälle under de tio närmast föregående kalenderåren varit bosatta i Sverige eller stadigvarande vistats i Sverige. Tillämpligheten av denna regel är dock i flera fall begränsad genom skatteavtal mellan Sverige och andra länder för undvikande av internationell dubbelbeskattning.

ADRESSER

BOLAGET

Adverty AB (publ)
Rosterigränd 16
117 61 Stockholm
Hemsida: www.adverty.com
E-post: info@adverty.com

FINANSIELL RÅDGIVARE OCH MENTOR

Mangold Fondkommission AB
Engelbrektsplan 2
114 34 Stockholm
Tel: +46 8 5030 1550
Hemsida: www.mangold.se
E-post: info@mangold.se

LEGAL RÅDGIVARE

Hamilton Advokatbyrå KB
Hamngatan 27
111 47 Stockholm
Tel: +46 8 505 501 00
Hemsida: www.hamilton.se
E-post: info@hamilton.se

REVISOR

R3 Revisionsbyrå KB
Riddargatan 20
114 57 Stockholm
Tel: +46 8 555 108 57
Hemsida: www.r3.se
E-post: revision@r3.se

KONTOFÖRANDE INSTITUT

Euroclear Sweden AB
Box 191
101 23 Stockholm
Telefon: +46 84 029 000
Hemsida: www.euroclear.com



adverty®