



26 maj 2015, Brücke

EasyFill AB (publ.) – kvartalsrapport 1 2015.

Omsättningen i EasyFill AB (publ), org nr 556653-2924, uppgick till 6 602 tsek (6 149 tsek) under kvartal 1. En omsättningsökning med ca 453 tsek under perioden. Bolaget visar ett resultat före skatt på - 866 tsek (- 244) vilket enkelt förklaras med säsongsvariationer.

Nyckeltal i koncernen, TSEK

Period: Kvartal 1, 2015 (Kvartal 1, 2014) TSEK

Omsättning: 6 602 (6 149)

Rörelseresultat efter avskrivningar: - 655 (- 27)

Resultat efter finansiella poster: - 866 (- 244)

Rörelsemarginal: - 9,95 (- 0,43)

Antal aktier: 48 609 379 (48 609 379)

Resultat per aktie, kr: - 0,018 (-0,001)

Soliditet: 52,73 (46,23)

Redovisning av resultat och kommentarer.

Enjoy Sales AB (helägt dotterbolag för försäljning av kylar på den svenska marknaden)

Eftersom Enjoy Sales jobbar med årsbudgetar från våra kunder där kvartal 1 är väntans kvartal inför högsäsong i kvartal 2 och 3, således byggs lager upp kvartal 1 för att klara av att leverera enligt dessa budgetar. För Enjoy Sales har kvartal 1 2015 i princip samma siffror som motsvarande kvartal 1 2014 vilket visar att Enjoy Sales enskilt kommer att gå med ca 3 miljoner i vinst 2015 om inget oförutsett sker.

Ett av flera skäl till Enjoys Sales framgångar är att många butiker helt enkelt inte accepterar att det ställs ut kylskåp för läsk utan RotoShelf vilket även gynnar Enjoy Sales AB som leverantör av kylar till bla Spendrups, Carlsberg, Willys o.s.v. Dock är viktigt att veta att Enjoy Sales konkurrenter på den Svenska marknaden också har tillgång till RotoShelf men med många års erfarenhet på marknaden för läskedryckskylskåp och släktskapet till EasyFill har Enjoy Sales klara fördelar.

EasyFill AB (moderbolag i koncernen med produktansvar för RotoShelf)

Under Q1 2015 har bolagets bearbetning av världsmarknaden fortsatt. Flertalet nya marknadstester har initieras, förfrågningar från olika tillverkare runt om i världen som fått påstötning från sina kunder, produktägarna i princip varje vecka. Detta är mycket positiva



signaler vilket tyder på att marknaden mognar och att bolagets mödosamma marknadsbearbetning sakta men säkert ger frukt. Antalet nya partners och potentiella samarbetspartners ökar stadigt och bolaget upplever en tilltagande mängd och på bolagets utvecklingsavdelning är det utan tvekan högtryck.

Som tidigare konstaterats tar det ganska lång tid från en första kontakt till konkreta beslut och tester. Utvärderingar görs av varje butikskedja då ingen litar på andras resultat. Under sista tiden har EasyFill skickat produkter för utvärdering till flertalet platser runt jorden, bla Australien/Nya Zeeland, USA, Sydafrika och mellanöstern så finns det anledning att tro att även försäljningssiffrorna kommer att öka markant under senare delar av året.

Mycket av grundarbetet runt marknadsbearbetning är lagt och processer och rutiner är etablerade samt att bolagets portfölj av underleverantörer är väl förankrade vilket gör att bolaget står väl rustat för en betydande andel leveranser.

Finansiella kommentarer:

Förståligt är att man som aktieägare kan reagera på ett något högre minusresultat kvartal 1 2015 än detsamma kvartal 1 2014 men detta har bara med marknadsvängningar och säsongsvariationer att göra. Som kommentar kan nämnas att koncernen i april har ett enskilt plusresultat på ca 500 000 sek.

Antal aktier:

Pga. förseningar i hanteringen i efterspelet efter den nyemission som gjordes dec-14/jan-15, är antalet aktier samma för Q1 2015 som tidigare år. Detta då registreringen av nya aktier inte var slutför i utgången av Q1. Emissionen som sådan blev mycket lyckad då den övertecknades och gav bolaget ett tillskott om 9,7 mkr (innan emissionskostnader). Detta kapital används för att nyanställningar, utveckling, marknadsbearbetning samt som rörelsekapital.

Försäljning:

Tidigare har bolagets fokus legat på att få tillverkare av läskedryckskylskåp och öppna kylskåp för kylvaror att bli intresserade och att hitta produkter där RotoShelf kan användas, denna del av marknadsföringen har gett framgång och minskas nu succesivt eftersom bolaget nu bedömer att de flesta tillverkare av dylika produkter i världen känner till RotoShelf. Bearbetningen av marknaden övergår nu succesivt till en mer direkt dylik där målet är att få brukarna av företagens produkter att inse och värdera nyttan av RotoShelfs alla fördelar Under Q1 2015 har således flertalet produktägare och butikskedjor bearbetats och frukten av detta beräknas kunna skördas under den närmaste framtiden, i år och kommande.

Status hyllor och tillbehör:

Bolaget upplever att man nu har en uppsättning av olika hylltyper för att kunna tillgodose de allra flesta behov från marknaden. Trots detta kan det hända att ytterligare investeringar kan komma att tas, men då handlar det uteslutande om verktyg för nya produkter. Färdiga produkter:

Stor hylla för dryck, 90

Liten hylla för dryck, 60



Stor universalhylla, 90
Universalhylla 620 x 550 mm
Avdelare, frontstoppar och rullbanor till universalhyllor

Samtliga verktyg för tillverkning av plasthyllor, avdelare och rullbanor för den Europeiska kommer att stå hos underleverantörer i Skandinavien för att säkerställa produktionskvalitet och närhet till huvudmarknaderna. I takt med att andra världsdelar tillkommer beräknar bolaget att tillverkning också kommer att ske på dessa marknader men för tillfället fraktas allt från Skandinavien oavsett marknad.

Kunder och status på pågående projekt

Sverige

Under de senaste månaderna har bolaget således tagit ytterligare steg för att på egen hand bearbeta den svenska butiksmarknaden. Detta är ett led i den strategiförändring som skedde i slutet Q3 2014. Att med egna säljare bearbeta marknaden är av naturliga skäl tidskrävande men ger samtidigt ovärderlig direkt feedback. Bolaget har investerat i en mindre lastbil som professionellt designats med dekor på utsidan och inretts med RotoShelf och SwingOut Ambient produkter inne i skåpdelen. Marknadsbearbetning kommer att ske med bokningar för demonstrationer som sedan kommer att ske direkt utanför butiken, bensinstationen, huvudkontoret för läskedryckstillverkaren o.s.v. På det sättet behöver inte stressade butikägare åka till våra kontor för att se RotoShelf i läskedryckskylskåp, öppna kylmöbler eller SwingOut Ambient (bolagets butikshylla).

Bolagets återförsäljare i Norge använder detta koncept och succén är stor med många tecknade ordrar nu och framåt.

Konceptet med rullande utställning testas nu i Skandinavien och om det visar samma succé i Sverige som i Norge kommer detta att bli en del av våra krav när vi etablerar återförsäljare för begagnad marknaden runt om i världen.

Samtidigt fortsätter samarbetet med tillverkarna och det finns nu fler etablerade samarbeten än någonsin tidigare. Det finns även tydliga indikationer på att det nu etableras ett visst tryck på tillverkarna att erbjuda bolagets lösningar främst från varuproducenternas håll, bla en amerikansk dryckesjätte med röd och vit logga.

Återförsäljarnätverk i världen:

Runt om i världen etableras nu återförsäljare där Norge och Sydafrika kommit längst både i form av försäljning och i genererat intresse från marknaden.

I Sydafrika har bolagets återförsäljare inlett test i en av de största butikskedjorna i landet samtidigt som samarbete med de viktigaste tillverkarna är etablerat. I juni är det en butiksmässa i Kapstaden där återförsäljaren ställer ut. EasyFills VD Håkan Sjölander kommer att åka till mässan för att ytterligare förstärka samarbetet med återförsäljaren.

I Norge har bolagets återförsäljare, M&F systemer, installerat RotoShelf bla hos Meny-kedjan, Bunnpris och Coop Norge och samtliga aktörer från kedjeägarna, enskilda butikägare och butikspersonalen uttrycker sin beundran över RotoShelf. M&F Systemer använder Facebook som ett av sina marknadskanaler och där kan man om intresse finns följa deras framgångar med RotoShelf etableringar.



Håkan Sjölander och Nils Wallgren båda från EasyFill var förra veckan på besök i Norge hos M&F Systemer och en del i programmet var butiksbesök där de själva på plats fick uppleva framgångarna.

Under Q2 kommer återförsäljaren D'held i Belgien att installera den första RotoShelf i en Delheize butik. Del av Belgiens största livsmedelsbutikskedja.

Dessa tre återförsäljare är de som kommit längst med introduktionen av EasyFills produkter på marknaden, dock sker förhandlingar med ett flertal andra och målet om att ha 15-20 återförsäljare i världen i utgången av 2015 står kvar då det lägger grunden för bolagets expansion och generering av stora volymer av bolagets produkter. Det ger också ingångar till butikskedjor världen över som då kan kravställa tillverkarledet vid nyförsäljning av kylskåp och kylar.

Tillverkare:

För nyförsäljning av RotoShelf Multi för läskedryckskylskåp och öppna kylmöbler samarbetar bolaget med fyra bolag i Nordamerika, 11st i Europa, ett bolag i vardera i Australien, Sydamerika respektive Asien.

Under det gångna kvartalet har ett flertal prototyper skickats ut bland annat till Hussmann och Arneg i USA, Skope i Nya Zeeland/Australien, Everest i Dubai, och AHT i Österrike/Tyskland. Hussman i USA kommer att installera RotoShelf i en stor kyl (jättestor) under nästa vecka varefter tester kommer att utföras.

Klimasan i Turkiet har etablerat egen produktion av ståldelar (köper plasthyllorna av EasyFill) och säljer löpande EasyFills produkter till bryggerier/dryckesföretag runt om i Europa.

Turkiska Ugur som bolaget förde diskussioner med för ca ett år sedan, och tillverkade två prototyper till, har nu kommit tillbaka med en förfrågan med ett kundcase där det handlar om RotoShelf med universalhyllor och justerbara avdelare då det ska stå flertalet produkter av olika storlek i samma kyl.

Frigoglass håller just på med att starta tillverkning av ståldelarna till RotoShelf på deras fabrik utanför Moskva.

Butikskedjor:

Samtliga Svenska livsmedelskedjor har kontaktats och initiala möten har genomförts och tester i olika omfattning diskuterats.

Förutom de svenska livsmedelskedjorna har bolaget som tidigare informerats kommit överens om att genomföra ett pilottest av butiksinredningen SwingOut med Carrefour världens näst största butikskedja som har sin bas i Paris. Både Carrefour och bolagets förhoppning var att testerna skulle påbörjas i slutet av Q1. Detta är försenat av olika anledningar men avsikten är nu att ha installationerna på plats i butik innan sommarsemestrarna.

Även Sveriges största livsmedelskedja ser med intresse på SwingOut som koncept och diskussioner pågår i vilken omfattning ett test ska genomföras.



Systembolaget har också visat intresse och då det planeras en större revision av butikskonceptet finns det ett genuint intresse att finna förbättrande, effektiviserande lösningar.

Många fler affärer och etableringar är på gång och nyheter kommer att presenteras i kommande pressmeddelanden.

Produktägare

Bolaget lägger en anseelig del tid och resurser på produktägare (läsk och mat) för att i förlängningen generera tryck på butiker och tillverkare från fler än ett håll. På dryckessidan har ett flertal tester genomförts med gott resultat. Då inköpscyklerna löper med ett år i taget med inköpsperioder i Q3 Q4 är det dock svårt att i dagsläget uppskatta vad det verkliga utfallet i antal beställda hyllor blir då ordrar på hyllor till RotoShelf inte kommer direkt till EasyFill utan går via tillverkarna.

På den svenska marknaden har bolaget bokat in alternativt genomfört inledande möten med de främsta mejeriproducenterna för att promota konceptet, produkterna och de medföljande fördelarna. Responsen har varit översvallande god.

Framåt:

Stor prioritering ligger på att underhålla och utvidga återförsäljarnätverket samt fortsätta att bearbeta butikskedjor och brukare för att få tryck genom hela kedjan.

Som meddelats i separat pressmeddelande kommer bolaget att starta EasyFill GmbH i Köln med uppstart 1 augusti 2015, anställning av ytterligare nyckelresurs i bolaget på den viktiga tyska marknaden är en viktig milstolpe för bolaget och en avstamp mot de verkliga höjderna. I den tyska marknaden finns i storleksordningen ca 40 000 livsmedelsbutiker och med den samlade kompetensen i bolaget och den nyanställdes personens erfarenheter och kunskap finns alla förutsättningar till en betydande försäljningsökning totalt sett.

Kommentar från VD:

Om jag vetat när jag startade EasyFill 2005 att det skulle ta så lång tid och kosta så mycket pengar att nå målet med RotoShelf så hade jag tänkt många gånger innan jag startat. Jag har gång på gång sagt att EasyFill kommer att bli ett världsföretag och med alla positiva signaler från marknader runt om i världen vet jag nu att målet är nära. Jag, min familj och delägare i våra företag har gått in med 25-30 miljoner själva i EasyFill utöver det har vi genomfört ett antal nyemissioner. Jag har jobbat vissa år helt utan lön och är idag den som är en av de sämst betalda i företagsledningen. Men med facit i hand är jag glad att jag startade EasyFill och jag är stolt att se att marknad efter marknad läggs in i familjen RotoShelf.

Sömlösa nätter och dålig likviditet har varit en del av min vardag men också otroligt mycket skratt och glädje har funnits i princip dagligen. EasyFill växer med nya kontor, nya återförsäljare och nya arbetskamrater vilket förstärker glädjen ytterligare.

Jag är så lyckligt lottad i mitt liv så jag ser aldrig bakåt eftersom det som varit har varit, det är bara framåt som går att förändra. Naturligtvis skall man ta vara på historien och lära sig av den men den skall inte gräva ner sig i den.



Vi har investerat i en mindre lastbil som dekorerats med EasyFill design, och inne i bilen kommer vi att visa alla våra produkter vilket innebär att bilen blir en rullande utställning. Nils vår säljare kommer att boka besök och åka från butik till butik och visa sortimentet. Om detta fungerar i Sverige så kommer det att bli vårt koncept i land efter land. Här säljer således EasyFill direkt själva till återförsäljare eller som i Sverige direkt till slutanvändare. Vi kommer att erbjuda de som så önskar ett "prova på paket" med 90 dagars betalningstid på fakturan. Om man sedan inte vill behålla dessa produkter så monterar vi tillbaka de gamla produkterna och krediterar fakturan, om man däremot vill behålla så betalar man fakturan. Vi har gjort detta några gånger och hittills har inte en enda retur behövts göras.

Vår återförsäljare MF Systemer i Norge jobbar redan på detta sätt och succén är enorm, jag var förra veckan på besök hos dem i Tönsberg (Norges äldsta stad) och besökte några butiker dom levererat till och fick uppleva den enorma positivitet våra produkter ger.

Ovanstående är till befintlig marknad via återförsäljare, men till nyproduktion kommer försäljningen och marknadsföringen ske på traditionellt sätt där installationer sker direkt på olika tillverkares fabriker.

Bolaget behöver ytterligare säljresurser framförallt i Sverige, vi sökte tidigare i år och fick ett 60tal ansökningar, många var bra men ingen hade den profil bolaget sökte så om du som läser känner att detta är något för mig eller känner någon som passar in i följande profil så kontakta oss:

Erfarenhet av försäljning av tekniska varor och utrustning till butik (gärna butiksinredning eller kylmöbler)

Tekniskt intresserad så att hjälp till installation kan ske i testbutiker.

Placeringsort Sollentuna

Till Bräcke söker vi ytterligare Cad-ritare med tekniskt intresse där placeringsorten är Bräcke.

Håkan Sjölander
VD
EasyFill AB

Denna rapport är inte granskad av företagens revisor

Nästa rapportdatum: 2015-08-28 Delårsrapport

För mer information kontakta:

Håkan Sjölander
CEO
+46 70 59 444 69
hakan.sjolander@easyfill.se

Jens Nisu
Marketing Director
+46 70 660 58 82
jens.nisu@easyfill.se



www.easyfill.se

Kort om EasyFill

EasyFill AB (publ) är ett skandinaviskt utvecklingsbolag där huvudfokus är utveckling av produkter som förenklar hanteringen av varor i butiker och restauranger. De produkter som utvecklas skall patenteras och lanseras med världen som marknad tillsammans med samarbetspartners.

EasyFill har sin bas i Bräcke i Jämtland där utveckling, försäljning och administration sker. EasyFill AB är från den 22 maj 2007 listat på Aktietorget.



RESULTATRÄKNING	Koncernen		Moderbolaget	
	2015-01-01 2015-03-31	2014-01-01 2014-03-31	2015-01-01 2015-03-31	2014-01-01 2014-03-31
Belopp i KSEK				
Nettoomsättning	6 046	5 613	416	617
Övriga rörelseintäkter	556	536		13
	6 602	6 149	416	630
Rörelsens kostnader				
Handelsvaror	-4 912	-4 535	-513	-586
Personalkostnader	-972	-488	-548	-135
Övriga rörelsekostnader	-1 373	-1 153	-728	-778
Avskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar.	0	0	0	0
Rörelseresultat	-655	-27	-1 373	-869
Resultat från finansiella poster				
Finansiella kostnader	-154	-122		-55
Ränteintäkter och liknande resultatposter				
Räntekostnader och liknande resultatposter	-57	-95	-38	
Resultat efter finansiella poster	-866	-244	-1 411	-924
Extraordinära poster				
Resultat före skatt	-866	-244	-1 411	-924
Skatt på årets resultat				
Dispositioner				
Årets resultat	-866	-244	-1 411	-924



BALANSRÄKNING	Koncernen		Moderbolaget	
Belopp i SEK	2015-03-31	2014-03-31	2015-03-31	2014-03-31
TILLGÅNGAR				
Anläggningstillgångar				
Immateriella anläggningstillgångar				
Immateriella anläggningstillgångar	23 352	20 127	23 352	20 127
	23 352	20 127	23 352	20 127
Materialla anläggningstillgångar				
Inventarier, verktyg och installationer	2 325	1 719	2 325	1 719
	2 325	1 719	2 325	1 719
Finansiella anläggningstillgångar				
Finansiella anläggningstillgångar	900	900	950	950
	900	900	950	950
Summa anläggningstillgångar	26 577	22 746	26 627	22 796
Omsättningstillgångar				
Varulager mm				
Färdiga varor och varor på väg	8 887	7 562	1 075	340
Kortfristiga fordringar	7 891	6 281	8 317	5 861
Kassa o bank	1 694	2 383	1 035	1 948
Summa omsättningstillgångar	18 472	16 226	10 427	8 149
SUMMA TILLGÅNGAR	45 049	38 972	37 054	30 945



BALANSRÄKNING	Koncernen		Moderbolaget	
Belopp i SEK	2015-03-31	2014-03-31	2015-03-31	2014-03-31
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital				
Aktiekapital	4 861	4 861	4 861	4 861
Pågående nyemission	9 926		9 926	
Bundna reserver				
Fritt eget kapital	8 969	13 158	9 885	12 293
Summa eget kapital	23 756	18 019	24 672	17 154
Minoritetsintressen	0	0		
Långfristiga skulder	2 670	5 747	2 670	5 747
Konvertibel lån	2 516	2 720	2 516	2 720
	5 186	8 467	5 186	8 467
Kortfristiga skulder	16 107	12 487	7 196	5 324
	16 107	12 487	7 196	5 324
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	45 049	38 973	37 054	30 945

Nyckeltal i koncernen	2015-03-31	2014-03-31
Omsättning, KSEK	6 602	6 149
Rörelseresultat, KSEK	-655	-27
Resultat före skatt, KSEK	-866	-243
Rörelsemarginal %	-9,92	-0,43
Antal utestående aktier vid periodens slut	48 609 379	48 609 379
Resultat per aktie, kr	-0,018	-0,001
Soliditet %	52,73	46,23