



Förvaltningsberättelse

Styrelsen och verkställande direktören för EasyFill AB (Publ) 556653-2924 avger härmed årsredovisning för 2014.

Bolaget startade med nuvarande huvudägare och nuvarande inriktning den 1 januari 2005 med säte i Bräcke i Jämtland, Sverige.

Bolaget äger till 100 % Enjoy Sales AB som även det bedriver verksamhet i Bräcke. Av den anledningen är förvaltningsberättelsen i EasyFill AB och Enjoy Sales AB identiska förutom de ekonomiska talen. Det 100 % igt ägda Enjoy Sales A/S i bedriver verksamhet i Fredrikstad i Norge.

Allmänt om verksamheten

Verksamhet, historik och marknad

Verksamheten har sitt ursprung i det norska bolaget Norcool som bildades i slutet av 70-talet. Norcool kom att bli en av Europas största tillverkare av kylskåp med varumärkesdekor. I slutet av 90-talet såldes Norcool till den grekiska kylskåpstillverkaren Frigoglass som senare avyttrade en del av inkråmet till några av de tidigare medarbetarna på Norcool.

I samband med förvärvet, som leddes av bland annat Håkan Sjölander, tidigare verkställande direktör på Norcool, bildades Enjoy Group AB, sedermera EasyFill AB (publ) och Enjoy Sales AB.

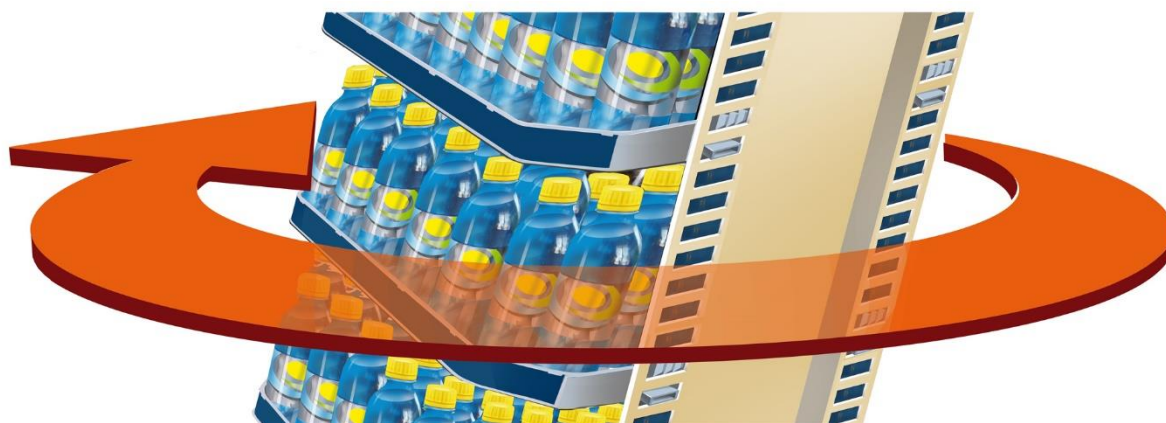
EasyFills kärnverksamhet är idag att utveckla och marknadsföra patenterade inredningslösningar för kylar, kommersiella kylskåp och butiksinredning (snurrhyllor) som medför att butikspersonalen snabbare och enklare kan fylla på varor.

Enjoy Sales importerar och säljer läskedryckskylskåp på den svenska marknaden tillverkade av i första hand av Frigoglass, en av de största kylskåpstillverkarna i världen.

EasyFills affärsidé

Genom egenutvecklade och patenterade lösningar erbjuds kunder smarta lösningar för effektiv påfyllning av varor och därigenom sänks kundens personalkostnader, svinn minimeras och impulsköp ökas. Bolagets produkter riktar sig mot detaljhandeln och främst handel med livsmedel på en global marknad.

Eftersom EasyFill inte har egen produktion i någon större omfattning är det kapital som bolaget binder lågt i jämförelse med andra företag där tillverkning sker, i kombination med låga kostnader och produkter med hög marginal är bolagets framtid ljus.



Enjoy Sales affärsidé

Enjoy Sales affärsidé är att marknadsföra och sälja läskedrycksskylskåp med varumärkestryck, marknaden skall i första hand vara Sverige.

Omsättningen i koncernen ökade från 24 088 till 35 057 TSEK, en omsättningsökning på 11 miljoner (45,5 %). Resultatet efter finansiella poster ökade från -3 787 till -1 203 TSEK vilket är en resultatförbättring med 2 584 TSEK Observera att i kortfristiga skulder ligger det 3 500 TSEK som är ett kortfristigt likviditetslån från Inlandsinnovation. Det lånet omvandlas till emissionsintäkt under februari 2015.

När bolaget presenterade bokslutskommunikén för 2013 skrevs följande:

Trots minusresultat helåret 2013 är företagsledningen och styrelsen övertygade om att 2014 kommer att bli ett spännande år där alla förutsättningar finns för ett genombrott på marknaden.

Omsättningsökningen och resultatförbättringen 2014 kan i första hand hänvisas till dotterbolaget Enjoy Sales framgång när det gäller leveranser av läskedrycksskylskåp på den svenska marknaden.

Genombrottet som bolagets ledning och styrelse väntade sig skulle komma 2014 när det gäller RotoShelf produkter på den internationella marknaden kom inte i den utsträckning som förväntades 2014 men bolagets ledning och styrelse kopierar sättningen när det gäller 2015.

Trots minusresultat helåret 2014 är företagsledningen och styrelsen övertygade om att 2015 kommer att bli ett spännande år där alla förutsättningar finns för ett genombrott på marknaden.

Väsentliga händelser 2014

Enjoy Sales AB

2014 var försäljningsmässigt ett av de bästa åren i företaget och ca 5000st läskedrycksskylskåp levererades ut på marknaden med god lönsamhet.

EasyFill AB

EuroShop

I början av februari 2014 ställde EasyFill ut på EuroShop, en stor mässa i Düsseldorf för

leverantörer till dagligvaruhandel. Ur bolagets perspektiv var mässan en rungande succé där intresset för bolagets produkter var minst sagt påtagligt och där och då beslutades att utöka organisationen med minst en säljare för att kunna ta hand om den mängd kontakter som knöts under de fem dagar som mässan pågick. Då bolaget inte ställde ut i bryggeridelen av mässan, var det andra kategorier av kunder som besökte bolagets monter än vad som varit fallet vid tidigare mässor då huvuddelen av besökarna varit bryggerier och kylskåpstillverkare. Nu var flertalet av besökarna från butiksledet och i stort sätt hela världen var representerad.

Anpassning av affärsmodell - återförsäljare

Utifrån EuroShop-mässan drogs slutsatsen att det finns en andrahandsmarknad mot butiker och butikskedjor som bör bearbetas lika intensivt som nyförsäljning. Denna insikt gjorde att bolaget efter mässan, utifrån de kontakter som skapats, valde att starta upp ett "nätverk" av återförsäljare för att penetrera marknaden för eftermontering. Under 2014 har bolaget signat avtal med sju återförsäljare i spridda delar av världen, bla Australien, Sydafrika, Benelux och de nordiska länderna. De första leveranserna av sampels och testordrar genomfördes under andra halvan av 2014.

Kunder och prospekt

2014 har varit ett år av relationsbyggande och bolaget har enträget bearbetat kontakter från mässorna i Tyskland samt tagit tag i närmarknaden (Norden) med potentiella kunder som vi inte tidigare haft kontakt med. Genom anställning av en säljare baserad på kontoret i Sollentuna har vi kunnat följa upp våra prospekt och kunder på ett bra sätt och samtidigt kunna öka bearbetningen av de befintliga kontakterna.

Under året har det pågått diskussioner, tester och utvärderingar i olika stadier i nästan alla världsdelar; Europa, USA, Sydamerika, Afrika, Asien och Australien.

Utvecklingsavdelningen har haft fullt upp med prototypkonstruktioner och CAD-ritning. Ytterst positivt är att alla cad ritning vad gäller ståldetaljer nu görs av egenanställd personal.

Patent

Under 2014 har bolaget beviljats ytterligare patent. Bland annat för RotoShelf Mono på två viktiga marknader; USA och Ryssland.

Företrädesemission jan/feb 2015

Under hösten 2014 konstaterade styrelsen för EasyFill att pga. högre lagernivåer än budgeterat blev bolagets likviditet ansträngd och därför beslutades att EasyFill skulle genomföra en företrädesemission. Bolaget hade kunnat avstå från emission, men beslutade att satsa istället för att hålla igen. Teckningsperioden var 26/1 – 6/2 2015 och emissionen övertecknades vilket gav ett kapitaltillskott före emissionskostnader om 9,7 MSEK till en emissionskurs av 2 kr per aktie.

Produkter

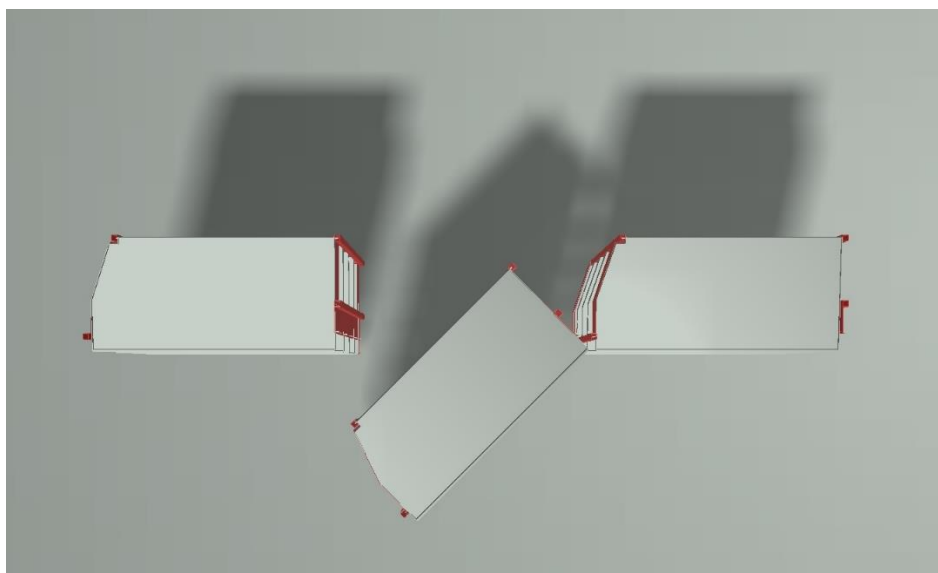
Bolagets RotoShelf Multi får anses vara i den fasen av livscykeln där de tidiga brukarna (early adopters) nåtts och en viss grad av etablering på marknaden uppnåtts och fler och fler bryggerier, butiker och produktägare upptäcker produktens förträfflighet. Marknadstester och utvärderingar är både pågående och planerade och när dessa är klara kommer bolaget att ha starka referenskunder att hänvisa till vilket ger ringar på vattnet och följd effekter i form av orders och ytterligare nya kunder.

SwingOut (butikshyllor i torr miljö) är i början av livscykeln och ett första omfattande pilotprojekt i samarbete med världens näst största butikskedja är planerat och väntas genomföras under första halvan av 2015. Testet ska genomföras i två butiker i utkanten av Paris och EasyFill kommer att utrusta totalt 26 sektioner med SwingOut-lösningen. Även RotoShelf Multi i kylrum kommer att utvärderas av butikskedjan. Om detta test faller väl ut står en helt ny marknad blottad framför bolagets fötter och då produkterna är skyddade av starka patent står bolaget inför en potentiell tillväxt som ser spännande ut.

Ytterligare tillämpningar av SwingOut konceptet utvecklas där bolaget tittar på en lösning

för installation i kyldiskar. Fördelen mot RotoShelf Multi är att den upplevda kapacitetsförlusten är mindre samt att denna tillämpning av SwingOut även passar i grundare kylar där RotoShelf Multi inte passar men där det finns ett behov av effektivare påfyllningslösningar; exempelvis i servicehandeln (convenience stores).

Bolaget kan även, tack vare de mångsidiga plasthyllorna, erbjuda fasta lutande hyllor till exempelvis kylrum för mejerivaror. Kombinationen av glidyta, flexibla avdelare och rullbanor är svårslagen och tack vare att hyllorna tillverkas i plast blir även priset attraktivt.



Återförsäljare

Bolaget arbetar vidare med att etablera ett utspritt nät av återförsäljare runt om i världen, i utgången av 2014 var det sju bolag som signat avtal med EasyFill. Målet för 2015 är att ha omkring 20 när året är slut. Stor del av den utveckling som just nu pågår drivs fram av de återförsäljare som bolaget har idag. Därför drar ledningen slutsatsen att detta är ett framgångsrikt spår att följa och stora resurser kläggs på att uppfylla de önskemål som kommer in.

Vikten av att etablera detta nätverk kan inte underskattas då det lägger grunden för bolagets expansion och generering av stora volymer av bolagets plasthyllor. Det ger också ingångar till butikskedjor världen över som då kan kravställa tillverkarledet vid nyförsäljning av kylskåp och kylar.

Tillverkare

Tillverkarledet driver inte utvecklingen på samma sätt som tidigare, mycket tack vare det fokusskifte som bolaget genomförde under andra halvan av 2014, då det beslutades att lägga mer kraft och resurser på butiks- och produktägarledet i stället för på tillverkarna. Detta medför dock inte att kontakterna med tillverkarna avtagit. EasyFill har kontakt och relation med flertalet av de viktigaste aktörerna i respektive sektor och även fortsättningsvis är tillverkarledet delvis avgörande för att nå ut med produkterna på marknaden.

Bolaget har ett flertal intressanta projekt som har sitt ursprung i intresse från tillverkare, bland annat i USA, Australien och mellanöstern finns exempel på utveckling som initierats via tillverkare.

Under januari fick bolaget en order på plasthyllor till en nyttillkommen kund med ursprung i Danmark men med verksamhet i stora delar av världen. Ordern kommer att levereras i slutet av mars där EasyFill levererar hyllorna och avdelarna men där tillverkaren av kylan levererar kylan komplett med ramverket för hyllorna.

Det är även noterbart att den enskilt största marknaden för RotoShelf Multi installerad i läskedrycksskylskåp för ett av världens största läskedrycksföretag i dag är Frankrike. Denna utveckling är helt och hållet en följd av ett försäljningsarbete som tillverkaren av kylan gjort och där kunden insett värdet som RotoShelf Multi tillför.

Butikskedjor

Fokus under 2015 ligger på att vidareutveckla relationerna med de större kedjorna på bolagets hemmamarknad, Norden.

EasyFill har tidigt i januari offererat Sveriges största butikskedja ett flertal olika lösningar och då handlarna själva är beslutsfattare kommer bolaget att genomföra en "Roadshow" under försommaren för att ytterligare visa på de unika fördelar som erbjuds. EasyFill kommer under våren 2015 att göra en installation i en större butik i en Stockholmsförort. Denna butik kommer att användas som referens för övriga kedjan och bolaget får tillgång till datainsamling och utvärderingsresultat.

I bolagets budget för 2015 är endast en mindre del på butiksledet. Detta beror på att det tar tid från visat intresse, via test, till beslut och inköp.



Produktägare

Brukarna av bolagets produkter är inte de samma som bolaget de facto säljer till. Icke desto mindre är de kanske den viktigaste kategorin att bearbeta då det är de som drar nytta av produktens fördelar och som kan utöva påtryckning på tillverkarledet. Av denna anledning är informationsspridning till denna kundkategori mycket viktig och detta är av högsta prioritet under 2015.

Flertalet marknadstest och utvärderingar är initierade under 2014 och det finns ett märkbart ökat intresse för bolagets produkter från januari 2014 jämfört med 2015. Även från, förhållandevis, lågkostnadsländer är intresset stort vilket visar att det premium som brukarna får betala för de funktioner och fördelar som produkterna ger inte är avskräckande.

Marknad

EasyFill kommer att utöka synligheten på marknaden genom att genomföra olika typer av event riktade mot beslutsfattare i dagligvaruhandeln. Dels kommer en rullande minimässa att genomföras, och dels kommer bolaget att anordna inspirationsseminarier för att belysa rådande trender och presentera bolagets vision om hur man bör tänka för att möta dem.

Bolagets hemsida fick en ansiktslyftning i mitten av 2013 och under våren 2015 är det dags för en grundligare översyn. Bättre bilder och filmer, bättre och tydligare produktsidor och fler produktkategorier står på agendan.

Nyanställning

I bokslutskommunikén för 2014 som publicerades i februari 2015 informerades att bolaget var i färd med att rekrytera en säljare med placering i Stockholm och målsättningen var att densamme skulle påbörja anställningen i början av april 2015. Anställningen är gjord men papper är inte signerade ännu, innan påskrift finns kan inte ytterligare information ske.

Ett Axplock av affärer på gång som grundlagts 2014 och tidigare.

Frigoglass

Tillverkaren Frigoglass har utvecklat en nya range av kylskåp, initialt för Coca Cola. I samband med utvecklingen av kylarna har EasyFill fått en förfrågan om att anpassa en RotoShelf Multi för en av modellerna.

Som huvudleverantör till Enjoy Sales är Frigoglass en av de primära leverantörerna av RotoShelf Multi då Enjoys kunder i stor utsträckning väljer kylskåp med RotoShelf Multi, bla Celsius, Spendrups och Axfood.

2014 köpte Hartwall i Finland ett antal Frigoglass S800 med RotoShelf Multi för test och utvärdering. Hartwall är mycket grundliga vid dylika tester men dialogen är väldigt positiv. De har lagt en preliminär order om ett större antal kylar till Frigoglass för leverans under H1 2015 och fått bekräftat att de vid behov kan ändra till kylskåp med RotoShelf Multi.

Klimasan

Coca Cola har under 2014 fortsatt inköpen av RotoShelf Multi med plåthyllor av Klimasan. Under andra halvan av 2014 (lågsäsong) såldes närmare 800 RotoShelf av den gamla varianten. Avtalet om försäljning av den gamla RotoShelf med plåthyllor är uppsagt och Klimasan kommer att implementera RotoShelf Multi med plåthyllor i två kylskåpsmodeller under 2015.

Everest

Säljer i många länder i östra Europa och mellanöstern. Har visat upp ett kylskåp med RotoShelf Multi för nyckelkunder i samband med en mäsas i Dubai i början av februari. Kylen är en befintlig modell som de på kort tid anpassat för att kunna installera RotoShelf Multi. De har beställt plåthyllor för ett antal sampels som ska placeras ut i butik för utvärdering med kunderna. Alla plåtdelar till ramar tillverkas i Dubai.

Carrefour

Bolaget har haft ett flertal möten och besökt butiker där omfattande marknadstest av RotoShelf SwingOut och RotoShelf Multi ska äga rum. Just nu pågår finslipning av utvecklingen av SwingOut-lösningen och målsättningen var att samtliga sektioner skulle vara utplacerade i slutet av mars 2015. Carrefour har skjutit på testen något men testen har högsta prioritet kommer att ske så snart alla pusselbitar är på plats. Carrefour har ca 8000 butiker i Europa och totalt ca 14000.

Hussmann

EasyFill har utvecklat en RotoShelf Multi för en av Hussmanns bästsäljande kyl/frysmodeller. I februari/mars 2015 skedde den första provleveransen till USA. Hussmann kommer att genomföra tester och utvärdera lösningen internt för att kunna godkänna installation i deras kyl. Hussmann har en egen organisation för eftermontering i befintliga kylar och kan således sälja lösningen i nya kylar och i befintliga ute på marknaden.

Sydafrika

EasyFill har utvecklat RotoShelf Multi för kyldiskar (två olika tillverkare) i samarbete

med bolagets återförsäljare i Sydafrika. De första skarpa installation för test/utvärdering i butik i SA är gjorda och kunderna är stora butikskedjor såsom Woolworths, SPAR och Checkers.

Norge

Återförsäljaren M&F Systemer har sålt in RotoShelf Multi i flera olika varianter till butikskedjan Meny. Installationen görs i kylrum, och i konventionell kyldisk. Den första installationerna gjordes i mitten av jan i Meny Sandefjord och sedan har det rullat på snabbt i flera butiker runt om i landet. M&F har i en släpvagn installerat RotoShelf Multi i en Frigoglass S800-kyl man åker runt och besöker butiker och visar produkten och intresset är enormt.

Molson Coors

Bryggerijätten Molson Coors filial i Kroatien har beställt ett antal RotoShelf Multi installation i två olika kylmodeller från Frigoglass. Leverans beräknas ske i månadsskiftet februari/mars och därefter följer en utvärderingsperiod.

Australien

Testinstallationer har skett hos kylskåpstillverkare Skope och utvärdering sker under sommaren 2015.



Insynspersoners innehav 2014-12-31

	A	B	Summa
Håkan och Tobias Sjölander via Inesco Holding AB	245 017	2 240 556	2 485 573
Urban Sjöberg via Jour Invest AB	105 570	950 130	1 055 700
John Andersen	103 185	928 665	1 031 850
Håkan och Tobias Sjölander via Loxysoft Holding AB	1 420 594	12 969 525	14 390 119
Jens Nisu	14 204	23 385	37 589



Richard Bagge	-	1 237 000	1 237 000
Anders Lidén via Lidén i Loo AB	-	118 934	118 934

*John Andersen har enligt beslut på bolagsstämman för 2010, 2 500 000 teckningsoptioner i bolagets aktie B med lösendatum 30 juni 2016 till en lösenkurs av 3,0 SEK

** Richard Bagge har konvertibellån på 423 515 SEK med lösendatum 30 juni 2016 till en lösenkurs av 3,0 SEK per B aktie

VD Kommentar

”Det är lätt att i rapport efter rapport skriva allt om fantastiska kunder och affärer på gång men tillslut orkar inte ens jag som skriver läsa vad jag skrivit.

EasyFill har jättemånga affärer på gång och vi som jobbar i bolaget tror på framtiden, för varje månad tar vi ett steg framåt - kanske inte ett jättestort steg varje gång men trots allt kommer vi närmare vårt mål.

I EasyFill jobbar många duktiga människor där ingen har fantasilöner och alla skulle, utan undantag, få ett nytt arbete om man så önskade. Att vi jobbar på EasyFill är för att vi är säkra på att vi kommer att nå vårt mål och det är att bolagets produkter skall finnas i stora delar av världen och att vi som jobbar i företaget och bolagets aktieägare alla skall få uppleva känslan av att få säga till de som tvivlat, VAD VAR DET JAG SA ”. säger VD Håkan Sjölander

Aktien

Under 2014 handlades EasyFill AB:s (publ) B-aktie till en kurs om lägst 1,85 kronor per aktie (17/12) och högst 4,34 kronor per aktie (25/9).