

MEMORANDUM ZETADISPLAY AB (publ) SEPTEMBER 2016

Inbjudan till teckning av units



LAST METER MARKETING®

ZetaDisplay®



INNEHÅLL

Bakgrund och motiv	3
Koncernchef Leif Liljebrunn Frågor & svar	4
Inbjudan till teckning av units	6
Preferensaktien i korthet	7
Finansiell översikt	8
Villkor och anvisningar	9
Förvärvet av ProntoTV	12
Last Meter Marketing	14
Verksamhetsbeskrivning	18
Risikfaktorer	28
Styrelse	30
Ledning och aktieägare	31

INFORMATION

Detta informationsmemorandum är framtaget med anledning av företrädesemissionen av units i ZetaDisplay AB (publ) och skall ses som ett komplement till material såsom årsredovisning, kvartalsrapporter, pressreleaser och hemsidan, och inte som ensamt beslutsunderlag för intressenter till emissionen.

Det här gör ZetaDisplay!

ZetaDisplay är en ledande leverantör av Digital Signage till större kedjor inom detalj- och servicehandelsbranschen. Bolaget befinner sig i en expansiv fas.

1 VÅRT ERBJUDANDE

ZetaDisplay erbjuder en komplett medieplattform för Digital Signage som omfattar mjukvara, tjänster samt digitala system. I helhetslösningen ingår även analys, rådgivning och projektledning samt att svara för installation av digitala bildskärmar och kommunikationsutrustning på plats hos kund. Ytterst handlar vårt erbjudande om att skapa värden för kunderna genom möjligheterna för dem att kommunicera effektivt i butik med hjälp av digitala medier.

2 VÅRA KUNDER

Våra kunder är i första hand större detalj- och servicehandelsföretag. Flera av kunderna finns på mer än en marknad och för att möta deras krav är ZetaDisplay verksamt på flera marknader i Europa.

3 FÖRDELAR FÖR VÅRA KUNDER

- Ökad försäljning både av utvalda varor och totalt i butik genom att kunden stannar längre
- Ökad genomslagskraft för reklamkampanjer
- Digital Signage ger direkt mätbara effekter av exponeringen
- Förbättrad upplevelse för konsumenten genom intressant information och erbjudanden
- Ökad kontroll över kommunikationen i butikerna
- Möjlighet att skapa intäkter från försäljning av annonsutrymme till varumärkesinnehavare
- Möjlighet att förstärka butikens och kedjans profil och varumärke

4 VÅRA INTÄKTER

ZetaDisplay levererar en komplett medieplattform där helheten är värd mer än delarna. Våra intäkter genereras över tiden genom av en kombination av programvara & licenser, tjänster och digitala system inom ramen för en långsiktig relation med varje kund.

VISSA DEFINITIONER Med "ZetaDisplay" avses i detta informationsmemorandum ZetaDisplay AB (publ), org. nr 556603-4434, samt även i förekommande fall dess dotterbolag och koncernbolag. Med "Erik Penser Bank" avses Erik Penser Bank AB, org. nr 556031-2570. Med "Euroclear Sweden" avses Euroclear Sweden AB, org. nr 556112-8074. Med "First North" avses Nasdaq First North. Hänvisning till "SEK" avser svenska kronor. Med "T" avses tusen och med "M" avses miljoner.

VIKTIG INFORMATION Detta informationsmemorandum ("Memorandumet") har upprättats med anledning av erbjudandet att teckna units i ZetaDisplay. Erbjudandet omfattar högst 106 332 units. Företrädesemissionen innebär att högst 106 332 preferensaktier och högst 106 332 teckningsoptioner av serie 2016/2019, envar berättigande till teckning av en stamaktie, emitterades. Memorandumet är inte ett prospekt och har inte registrerats av Finansinspektionen eller annan myndighet. Erbjudandet att förvärva units i enlighet med villkoren i Memorandumet riktar sig inte till personer vars deltagande i företrädesemissionen kräver ytterligare prospekt, registreringsåtgärder eller andra åtgärder än de som följer av svensk rätt. Memorandumet och andra till erbjudandet hänförliga handlingar får inte distribueras i något land där sådan distribution eller erbjudandet kräver ytterligare åtgärder än de som anges i föregående mening eller strider mot regler i sådant land. Varken unit-rätter, betalda tecknade units (BTU), preferensaktier eller teckningsoptioner av serie 2016/2019 har registrerats eller kommer att registreras i enlighet med United States Securities Act från 1933 i gällande lydelse, eller enligt tillämplig lag i Australien, Hongkong, Japan, Kanada, Nya Zeeland, Schweiz, Singapur eller Sydafrika och får därmed inte erbjudas eller överlåtas, direkt eller indirekt, till person med hemvist i något av dessa länder. Anmälan om förvärv av units i strid med ovanstående kan komma att anses vara ogiltig och lämnas utan avseende. Vissa siffror i Memorandumet har rundats av. Detta medför att vissa tabeller inte summerar korrekt. Förutom om så uttryckligen anges har ingen information i Memorandumet granskats eller reviderats av ZetaDisplays revisor. Tvist rörande, eller med anledning av innehållet i Memorandumet eller därmed sammanhängande rättsförhållanden ska avgöras exklusivt enligt svensk lag och av svensk domstol varvid Stockholms tingsrätt ska utgöra första instans. Memorandumet innehåller framtidsinriktad information som inbegriper antaganden rörande framtida marknadsförhållanden, verksamhet och finansiell utveckling. Framtidsinriktad information är alltid förenad med osäkerhet eftersom samtliga antaganden baseras på nuvarande marknadsförhållanden och förutsättningar. Även om det är ZetaDisplays styrelses bedömning att framtidsinriktad information i Memorandumet är baserad på rimliga överväganden, kan faktisk utveckling, enskilda händelser och finansiell utveckling komma att väsentligen avvika från förväntningarna.

VILLKOR I SAMMANDRAG

Emissionsbelopp

10,6 MSEK

Företrädesrätt till teckning

Företrädesemissionen genomförs genom utgivande av units, där varje unit består av en (1) preferensaktie samt en (1) teckningsoption av serie 2016/2019, envar berättigande till teckning av en stamaktie. Teckning kan endast ske av hela units, innebärande att preferensaktier eller teckningsoptioner inte kan tecknas var för sig. Den som på avstämningsdagen den 7 september 2016 är registrerad som stamaktieägare i ZetaDisplay äger rätt att med företräde teckna units i företrädesemissionen. Innehav av en (1) stamaktie på avstämningsdagen berättigar till en (1) uniträtt. Hundrafemton (115) uniträtter

berättigar till teckning av en (1) unit.

Härutöver erbjuds aktieägare och andra investerare att utan företrädesrätt anmäla intresse för teckning av units.

Teckningskurs

Teckningskursen per unit uppgår till 100 SEK

Handel med uniträtter

Handel med uniträtter sker på First North under perioden 12–23 september 2016

ISIN-koder

Stamaktie	ZETA SE 0001105511
Preferensaktie	ZETA PR SE0008966048
Uniträtt	ZETA UR SE0008966147
Betald tecknad unit (BTU)	ZETA BTU SE0008966154
Teckningsoption	ZETA TO1 SE0008966279

2016/2019

Den 22 augusti 2016 offentliggjorde ZetaDisplay att bolaget ingått avtal att förvärva Pronto TV AS i Norge.

PRONTO-TV ÄR NORGES STÖRSTA OCH LEDANDE leverantör av Digital Signage med mer än femton års erfarenhet i branschen och med ett tjugotal anställda. Bolaget har en stark position inom detaljhandel samt en ledande position inom digital kommunikation i publika miljöer där bolaget har gjort omfattande installationer till bla Flytoget i Norge. ProntoTV har en stabil verksamhet med kompetent personal och deras tekniska lösning är utvecklad med stort fokus på stabilitet och skalbarhet

Under 2015 omsatte ProntoTV ca 50,7 MNOK med ett positivt EBITDA-resultat på 11,6 MNOK och ett rörelseresultat på 8,6 MNOK.

Köpeskillingen uppgår till 75 MNOK på skuldfri basis, jämte en resultatkompensation till säljaren för perioden mellan den dag per vilken nettoskuldssättning fastställdes och tillträdesdagen uppgående till cirka 12 MNOK. Vidare utgår en huvudsakligen resultatbaserad tilläggsköpeskillning som kan uppgå till maximalt 25 MNOK och som betalas ut under början av 2018.

ZetaDisplay finansierar förvärvet genom en riktad emission av units om 50 MSEK, till en begränsad krets institutionella och privata investerare, tillsammans med lånefinansiering uppgående till 30 MSEK, tillsammans cirka 80 MSEK. ZetaDisplay kommer att erlägga 8 MSEK av köpeskillingen i form av stamaktier i ZetaDisplay. Härtill genomför bolaget den företrädesemission av units uppgående till ca 10 MSEK som beskrivs i detta Memorandum.

Förvärvet av ProntoTV ligger i linje med ZetaDisplays tillväxtplan att framgent ha en stark tillväxt med lönsamhet. Med ProntoTVs starka ställning inom digital kommunikation i publika miljöer och transportsektorn breddar bolaget också sitt erbjudande med nya vertikaler vilka kommer att erbjudas till kunder på fler marknader i Europa. Genom förvärvet skapar ZetaDisplay en koncern som fortsätter sin tillväxtresa med målet att bli en lönsam ledande leverantör i Europa inom Digital Signage.

KONCERNCHEF LEIF LILJEBRUNN

Frågor och svar

Intervjuad av Markus Augustsson
Head of Equity Research / Jarl Securities



Varför förvärvar ni ProntoTV?

Vi har sedan en längre tid tillbaka haft en nära och bra relation med ProntoTV. De har visat förmåga att växa med god lönsamhet. De har även en attraktiv befintlig kundbas. Deras kompetenser kompletterar våra och tillsammans kan vi erbjuda det absolut starkaste helhetserbjudandet. Genom förvärvet blir vi den största leverantören på den norska marknaden och det skapar fördelar på flera plan. Dels ser vi allt fler kunder som söker starkare internationella leverantörer. Dels finns synergieffekter som kan reducera kostnaderna. Dessutom kan affären göras till goda villkor vilket är en trygghet för oss, liksom för aktieägarna. Vidare är grundarna till ProntoTV kvar i verksamheten och blir ägare i ZetaDisplay med cirka 7 procent.

Varför valde ProntoTV att sälja till er?

ProntoTV är starka på den inhemska marknaden och deras avsikt är att fortsätta växa genom att expandera till nya marknader. Branschen konsolideras och den goda relationen har varit ömsesidig. Bolagets ägare bedömde helt enkelt oss som den mest lämpade partnern för att utveckla deras verksamhet både i och utanför Norge. E-handel och konsumenternas ändrade köpbeteende styr efterfrågan mot lösningar som är integrerade med andra applikationer, så kallad Multi Kanal Kommunikation. För att möta efterfrågan krävs ytterligare fokus på programvaruutveckling och forskning. Inom detta område är vi starka och kan bidra med god kompetens samt nya kundlösningar.

Varför finansieras köpet med preferensaktier?

När vi förvärvade Marketmedia fick vi frågan varför vi lånefinansierade förvärvet. Vid tillfället var aktien för lågt värderad för nyemission. Förvärvet gjordes för

snart 1,5 år sedan och finansieringsmöjligheterna ser annorlunda ut i dag. Då var möjligheten för ett rörelsedrivande bolag som oss att emittera preferensaktier mindre goda, men har nu förbättrats avsevärt. Preferensaktier bokförs som eget kapital vilket höjer soliditeten, jämfört med om vi skulle genomföra förvärvet med 100 procent lån. En god soliditet gör oss mer flexibla inför framtiden. Samtidigt vill vi skapa aktieägarvärde. Som ägare av preferensaktier har du företräde till utdelning. Stamaktieägarna har det inte, men blir heller inte utspädda och kan därför ta del av potentiell värdeökning i bolaget på lika villkor som före förvärvet.

Är inte detta ett dyrt sätt att finansiera ett förvärv?

Preferensaktien emitteras till 100 kronor och ger en kvartalsvis utdelning om 2,25 kronor, det vill säga en årlig avkastning om 9 procent. Kostnaden är marknadsmässig men naturligtvis hade det från ett kassaflödesperspektiv varit billigare för bolaget att ge ut stamaktier. Men som jag tidigare nämnt så vill vi skapa aktieägarvärde och vi tycker det är för tidigt med en emission av stamaktier. Kan vi likt förvärvet av Marketmedia finansiera köpet, utan för hög utspädning av stamaktier, skapar vi ökat aktieägarvärde för stamaktieaktieägarna.

Men varför skall man då köpa preferensaktier som ni nu ger ut?

En preferensaktie liknas vid ett obligationslån. Du har alltså företräde till kassaflöde framför stamaktieägarna. De som tecknar preferensaktier ser det oftast som ett alternativ till att få ränta på banken, att kunna få en bra avkastning på sitt kapital. Att köpa preferensaktier utesluter givetvis inte att man även kan handla den vanliga stamaktien på börsen. Samtidigt har bolaget möjlighet att under vissa förutsättningar köpa tillbaka preferensaktierna.

- ZetaDisplay är experter på Last Meter Marketing – budskap som utlöser det slutliga köpbeslutet.
- Med hjälp av digitala displayer och digital kommunikation, hjälper vi våra kunder att kommunicera med konsumenterna i köpögonblicket.
- Och vi hjälper våra kunder att bygga starkare relationer med konsumenterna.
- Detta resulterar i ökad försäljning och bättre marginaler för våra kunder, och bättre tillgång till rätt produkter för konsumenterna.

Varför ger ni ut en teckningsoption att teckna en stamaktie till de som tecknar preferensaktier?

Vi ville ”krydda” erbjudandet. Preferensaktieägare har företräde till utdelning och med teckningsoptionen får ägaren också möjlighet att ta del av bolagets potentiella värdeökning. Detta om aktiens värde överstiger det förutbestämda värde som stamaktien kan tecknas till. Vid ett fullt utnyttjande av teckningsoptionerna blir utspädningen av stamaktier mindre än fem procent. Erbjudandet har varit attraktivt och lyckosamt. Den första delen av emissionen av preferensaktier om 50 miljoner kronor som var riktad till en mindre grupp investerare fulltecknades på kort tid.

Varför går ni nu ut med ett andra paket av preferensaktier på ca 10 miljoner kronor?

Det var viktigt för oss att säkra finansieringen av förvärvet under förvärvsprocessen. Därför skapade vi ett paket på 50 miljoner kronor i preferensaktier till en mindre grupp investerare samt 30 miljoner kronor i lånefinansiering. Nu vill vi ge samma erbjudande till befintligare aktieägare. De skall nu få möjligheten att kunna teckna sig till samma villkor.

Kommer ni att göra fler förvärv inom kort?

Att vara nummer 1 eller 2 på de marknader vi vill verka på har stora fördelar. Vi vill dessutom fortsätta vara ett bolag med lönsam tillväxt. Detta kommer ske genom organisk tillväxt i kombination med förvärv. Vi har med våra två senaste förvärv visat på en modell för lyckad integration för att få till synergier mellan verksamheterna vi köper och våra lokala verksamheter. När vi tittar på potentiella förvärvskandidater tittar vi på lönsamma bolag inom digital kommunikation. Till en början i Norden men framöver möjligen även ner mot övriga Europa.

Ni släppte er Q2-rapport alldeles nyligen, kan du kommentera den?

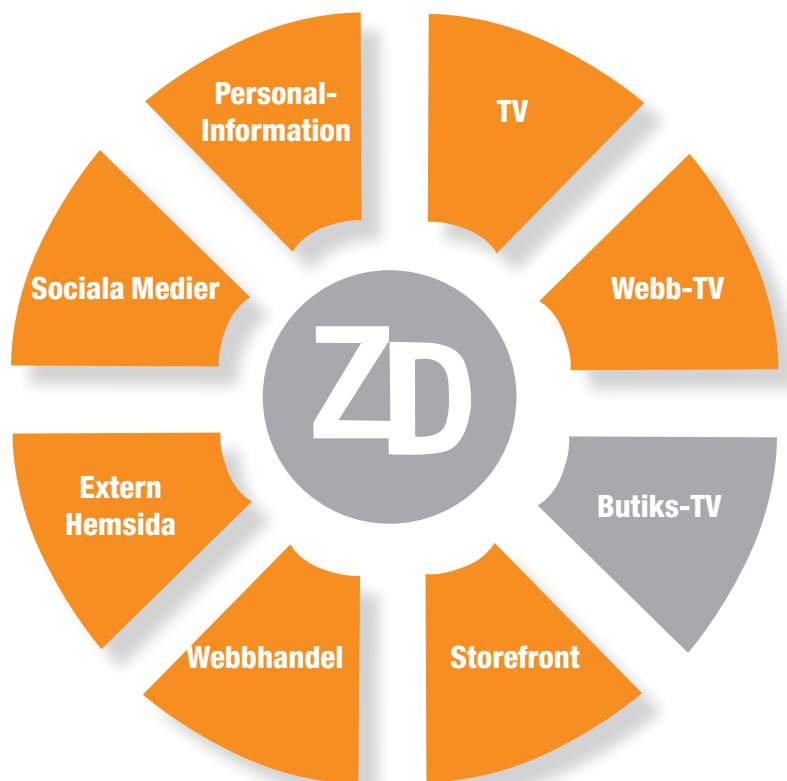
Vi hade en organisk tillväxt under andra kvartalet på 16 procent vilket är i linje med förväntningarna. Marginalen var lägre än föregående år, men ändå över 50 procent. Det kan alltid slå mellan kvartalen, inte minst vad gäller marginalen, och det beror på hur uttrullningarna infaller. Så fort licensintäkterna börjar faktureras i de nya projekten så påverkar det marginalen positivt. Det första halvåret gick enligt plan och vi har många spännande kundprojekt för andra halvan av året.

Hur ser bolaget ZetaDisplay ut år 2019?

Vi är en lönsam marknadsledare i Norden och vi har påbörjat vår resa ut i Europa där vi genomfört ett första förvärv. Några prognoser kan jag inte gå ut med men det kan bli aktuellt att framöver bli mer öppen med guidning till marknaden.

Multi Kanal Kommunikation

En stor del av marknaden för Last Meter Marketing utgörs av digitala bildskärmar, men utvecklingen går mot att kommunikationen med kunderna sker i flera digitala kanaler parallellt. Det kan handla om kompletta lösningar som integrerar budskapen med sociala medier, webbplatser, och appar för smarta mobiltelefoner och surfplattor. Vi har under lång tid utvecklat erfarenhet kring konceptutveckling för detaljhandeln i en rad länder och olika branscher, men även i att ta fram den kommunikativa profilen och kreativa innehållsproduktionen för kunden. Genom att kontinuerligt utöka funktionaliteten i bolagets applikationer stärker och breddar vi vårt erbjudande.



Inbjudan till teckning av units

Extra bolagsstämma i ZetaDisplay den 21 mars 2016 beslöt genom bolagsordningsändring att införa det nya aktieslaget preferensaktier. Preferensaktierna ska medföra företrädesrätt framför stamaktierna till en årlig utdelning om 9 SEK med kvartalsvisa utbetalningar. Utdelning förutsätter bl.a. beslut av bolagsstämma samt att Bolaget har utdelningsbara medel. Preferensaktierna medför i övrigt inte någon rätt till utdelning. Vidare kan preferensaktierna, efter beslut på bolagsstämma, lösas in, helt eller delvis, till förutbestämda villkor.

Den 16 maj 2016 beslöt årsstämman i ZetaDisplay att bemyndiga styrelsen för Bolaget att besluta om nyemission, med innebörden att inte mer än sammanlagt mer än 6 000 000 aktier ges ut, eller, vid emission av konvertibler eller teckningsoptioner, tillkommer efter konvertering eller utnyttjande.

Inom ramen för det lämnade bemyndigandet hade styrelsen således möjlighet att, före årsstämman 2017, besluta om emission av ytterligare aktier, konvertibler eller teckningsoptioner. Den 19 augusti 2016 beslutade styrelsen om nyemission av 500 000 units, med avvikelse från aktieägarnas företrädesrätt, vilken tillförde Bolaget 50 MSEK. Emissionen innebar att 500 000 preferensaktier och 500 000 teckningsoptioner, envar berättigande till teckning av en stamaktie, emitterades. Emissionen tecknades av en begränsad krets institutionella och privata investerare. Skälet till avvikelsen från aktieägarnas företrädesrätt var att införskaffa kapital för genomförandet av förvärvet av Pronto TV.

Följaktligen beslutade styrelsen för ZetaDisplay den 24 augusti 2016 om en företrädesemission av units. Emissionen innebär att högst 106 332 preferensaktier och högst 106 332 teckningsoptioner, envar berättigande till teckning av en stamaktie, emitteras. Företrädesrätt att teckna units har de som på avstämningsdagen den 7 september 2016 är aktieägare. Varje aktie i Bolaget berättigar till en (1) uniträtt. Hundrafemton (115) uniträtter berättigar till teckning av en (1) unit. Teckningskursen per unit uppgår till 100 SEK. Av teckningskursen per unit utgör teckningskursen per preferensaktie 100 SEK. Teckningsoptionerna emitteras följaktligen vederlagsfritt. Varje teckningsoption kommer att kunna utnyttjas för teckning av en stamaktie under september 2018 eller september 2019 till kursen 12 SEK per stamaktie. Anmälan om teckning av units inom ramen för företrädesemissionen ska ske under perioden 12 - 27 september 2016. Vid full teckning ger företrädesemissionen Bolaget ett tillskott på cirka 10,6 MSEK före emissionskostnader.

Genom företrädesemissionen ökar aktiekapitalet med högst 106 332 SEK genom emission av högst 106 332 preferensaktier. Vidare emitteras högst 106 332 teckningsoptioner, envar berättigande till teckning av en stamaktie, till följd varav ZetaDisplays aktiekapital kan komma att öka med ytterligare högst 106 332 SEK och antalet aktier kan komma att öka med ytterligare högst 106 332 aktier. Antal aktier innan företrädesemissionen, den riktade emissionen av units, som närmare redogörs för ovan och den riktade emissionen av stamaktier¹⁾ uppgår till 12 228 250 aktier.

Aktieägare som väljer att inte delta i företrädesemissionen kommer att få sin ägarandel utspädd med högst 106 332 nya preferensaktier, motsvarande högst cirka 0,8 procent av kapitalet och högst cirka 0,1 procent av rösterna. Med utspädning avses här den andel de nya aktierna utgör av det totala antalet aktier vid full teckning efter att samtliga nya aktier i företrädesemissionen, den riktade emissionen av stamaktier samt den riktade emissionen av units, har registrerats. Om även samtliga teckningsoptioner utnyttjas för teckning av stamaktier, kommer aktieägare som väljer att inte delta i företrädesemissionen att få sin ägarandel utspädd med ytterligare högst 106 332 nya stamaktier, motsvarande högst cirka 0,8 procent av kapitalet och högst cirka 0,8 procent av rösterna.

I samband med företrädesemissionen har ZetaDisplay erhållit teckningsförbindelser från ett antal av bolagets större aktieägare, inklusive Anders Pettersson, Anders Moberg, Mats Leander, AMF Småbolagsfond, om totalt ca 2,65 MSEK, motsvarande ca 25 procent av emissionen. Därutöver har ZetaDisplay ingått avtal om emissionsgarantier med Anders Pettersson och Anders Moberg om totalt ca 5,3 MSEK, motsvarande 50 procent av emissionen, som kan tas i anspråk vid bristande teckning²⁾. Bolaget har därmed erhållit teckningsförbindelser och garantiåtaganden om totalt ca 7,95 MSEK, motsvarande ca 75 procent av emissionen.

Härmed inbjuds aktieägare och allmänheten att teckna units i enlighet med villkoren i detta Memorandum.

Malmö den 5 september 2016

ZetaDisplay AB (publ)

Styrelsen

⁽¹⁾ Den 24 augusti 2016 beslutade styrelsen för ZetaDisplay om riktad emission av 1 000 000 stamaktier till Pronto Holding AS, säljaren av Pronto TV.

⁽²⁾ ZetaDisplay ska för dessa garantiåtaganden erlagga ersättning om totalt ca 265 000 kronor motsvarande 5% av garanterat belopp.

Preferensaktien i korthet

Villkor i sammandrag för ZetaDisplays preferensaktier

Nedan följer översiktliga villkor för ZetaDisplays nya preferensaktie. För fullständiga villkor se ZetaDisplays bolagsordning som bl.a. finns tillgänglig på ZetaDisplays hemsida www.zetadisplay.com.

Teckningskurs: 100 SEK

Utdelning: 9 SEK, med kvartalsvis utdelning om 2 SEK och 25 öre. Preferensaktierna medför i övrigt inte någon rätt till utdelning. De nyemitterade preferensaktierna inom ramen för företrädesemissionen berättigar till utdelning första gången på den av stämningssdag som infaller den 15 december 2016. Utdelning förutsätter stämmobeslut.

Direktavkastning: 9 %

Rösträtt: Varje preferensaktie berättigar till en tiondels röst.

Utebliven utdelning: Om ingen utdelning lämnats till preferensaktieägare, eller om årlig utdelning understigande 9 SEK per preferensaktie lämnats under ett eller flera år, medför preferensaktierna rätt att av följande års utdelningsbara medel också erhålla Innestående Belopp, som det definieras nedan (innefattande på Uppräkningsbelopp, som det definieras nedan), innan utdelning på stamaktierna sker. Preferensaktierna medför i övrigt inte någon rätt till utdelning. Vid varje enskilt kvartal läggs skillnaden mellan 2,25 SEK och eventuell lägre utbetald utdelning per preferensaktie, till "Innestående Belopp". För det fall utdelning på preferensaktie sker enligt beslut vid annan bolagsstämma än årsstämman dras utdelat belopp per preferensaktie från Innestående Belopp. Innestående Belopp ska räknas upp med en faktor motsvarande en årlig räntesats om tolv procent ("Uppräkningsbeloppet"), varvid uppräknings ska ske med början från den kvartalsvisa tidpunkt då utbetalning av utdelningen skett och baseras på skillnaden mellan 2,25 SEK och den vid samma kvartalsvisa tidpunkt utbetalade lägre utdelningen per preferensaktie. För det fall denna beräkning sker vid en annan tidpunkt än vid ett helt årtal räknat från dag då tillägg respektive avdrag har skett från Innestående Belopp, ska uppräknings av belopp som lagts till eller dragits ifrån ske med ett belopp motsvarande uppräkningsfaktorn multiplicerad med den kvotdel av året som har förflutit. Upplupet Uppräkningsbelopp läggs till Innestående Belopp och ingår därefter i beräkningen av Uppräkningsbeloppet.

Inlösen: Inlösen sker efter beslut av bolagsstämma och som utgångspunkt pro rata i förhållande till det antal preferensaktier som varje preferensaktieägare äger. Innehavare av till inlösen bestämd preferensaktie är skyldig att mottaga lösen för aktien med ett belopp beräknat som summan av ett Basbelopp (såsom definierat i ZetaDisplays bolagsordning) plus Innestående Belopp (innefattande Uppräkningsbelopp till och med lösenbeloppets förfallodag).

Bolagets upplösning: Upplöses ZetaDisplay medför varje preferensaktie rätt att ur ZetaDisplays tillgångar erhålla ett belopp motsvarande summan av ett Grundbelopp (såsom definierat i ZetaDisplays bolagsordning) plus Innestående Belopp (innefattande Uppräkningsbelopp till och med lösenbeloppets förfallodag), jämnt fördelat på varje preferensaktie, innan utskiftning sker till stamaktieägarna. Preferensaktie medför i övrigt inte någon rätt till skiftesandel.

Notering: Bolagets preferensaktier förväntas tas upp till handel på Nasdaq First North.

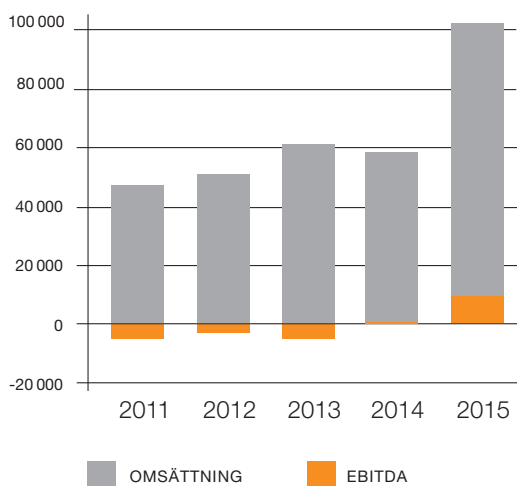
<i>Planerade avstämningsdagar för utbetalning av utdelning 2016/2017*)</i>	15 december 2016: 2,25 SEK	15 juni 2017: 2,25 SEK	15 december 2017: 2,25 SEK
	15 mars 2017: 2,25 SEK	15 september 2017: 2,25 SEK	

*) Utdelning förutsätter bl.a. beslut av bolagsstämma samt att Bolaget har utdelningsbara medel. ZetaDisplay avser kalla till extra bolagsstämma för beslut om utdelning med avstämningsdag 15 december 2016 och avstämningsdag 15 mars 2017 i god tid innan den planerade utdelningen med avstämningsdag 15 december 2016. Förslag om beslut om utdelning avseende övriga avstämningsdagar som redogörs för ovan kommer att framläggas till årsstämman 2017.

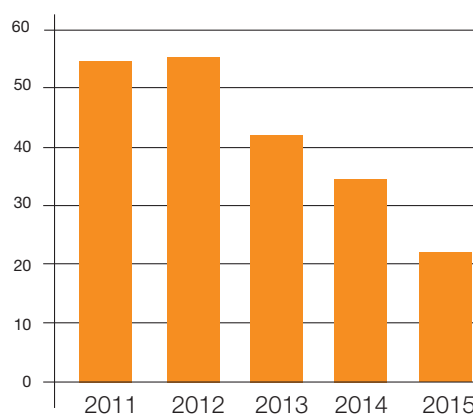
Finansiell översikt

8

OMSÄTTNING OCH EBITDA, TSEK



SOLIDITET, %



RESULTATPOSTER (TSEK)	6 MÅN	6 MÅN	12 MÅN	12 MÅN
	2016-01-01 - 2016-06-30	2015-01-01 - 2015-06-30	2015-01-01 - 2015-12-31	2014-01-01 - 2014-12-31
Nettoomsättning	53 615	49 412	103 428	58 516
Omsättningstillväxt	9%	109%	77%	-4%
Bruttomarginal	52%	56%	53%	59%
EBITDA	3 902	4 070	9 074	482
Rörelseresultat	1 319	1 558	4 719	-3 400
Årets resultat	174	634	1 834	-3 696
BALANSPOSTER				
Balansomslutning	81 215	71 129	89 803	52 218
Anläggningstillgångar	34 305	34 876	34 850	16 542
Omsättningstillgångar	46 910	36 253	54 953	35 676
Bundet eget kapital	27 906	29 806	29 806	29 806
Fritt eget kapital	-8 068	-11 689	-10 475	-12 283
Avsättningar	426	251	419	274
Långfristiga skulder	20 837	25 088	22 963	3 525
Korfristiga skulder	40 114	27 673	47 090	30 896
KASSAFLÖDESPOSTER (TSEK)				
Kassaflöde från den löpande verksamheten	1 111	448	2 775	1 636
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-1 278	-19 450	-20 774	-3 353
Årets kassaflöde	-4 610	445	7 138	-862
Likvida medel vid årets början	12 505	5 367	5 367	6 229
Likvida medel vid årets slut	7 895	5 812	12 505	5 367
Beviljad outnyttjad chekkredit	3 000	3 000	3 000	3 000

För den senaste finansiella informationen se halvårsrapporten för 2016 på bolagets hemsida www.zetadisplay.se/investor. Där finns även årsredovisningar, pressmeddelanden samt uppdragsanalys från Aktiespararna.

Företrädesemission

Företrädesemissionen genomförs genom utgivande av units, där varje unit består av en (1) preferensaktie samt en (1) teckningsoption av serie 2016/2019, envar berättigande till teckning av en stamaktie.

Teckning kan endast ske av hela units, innebärande att preferensaktier eller teckningsoptioner inte kan tecknas var för sig.

Företrädesrätt till teckning

Den som på avstämningsdagen den 7 september 2016 är registrerad som stamaktieägare i ZetaDisplay äger rätt att med företräde teckna units i företrädesemissionen. Innehav av en (1) stamaktie på avstämningsdagen berättigar till en (1) uniträtt. Hundrafemton (115) uniträtter berättigar till teckning av en (1) unit. Härutöver erbjuds aktieägare och andra investerare att utan företrädesrätt anmäla intresse för teckning av units.

Teckningskurs

Teckningskursen per unit uppgår till 100 SEK. Courtaget utgår inte.

Avstämningsdag

Avstämningsdag hos Euroclear Sweden för fastställande av vem som är berättigad att erhålla uniträtter är den 7 september 2016. Sista dag för handel med ZetaDisplays stamaktie med rätt att erhålla uniträtter är den 5 september 2016. Stamaktien handlas exklusive rätt att erhålla uniträtter från och med den 6 september 2016.

Uniträtter

Rätten att teckna aktier utövas med stöd av uniträtter. För varje stamaktie i ZetaDisplay som innehas på avstämningsdagen den 7 september 2016 erhålls en (1) uniträtt. Hundrafemton (115) uniträtter berättigar till teckning av en (1) unit.

Handel med uniträtter

Handel med uniträtter sker på Nasdaq First North under perioden 12-23 september 2016. Bank eller värdepappersinstitut handlägger förmedling av köp eller försäljning av uniträtter. Den som önskar köpa eller sälja uniträtter ska därför vända sig till sin bank eller värdepappersinstitut. Vid sådan handel utgår normalt courtaget enligt tillämpliga villkor för värdepappershandel.

Teckningstid

Anmälan om teckning av units genom utnyttjande av uniträtter ska ske genom samtidig kontant betalning under perioden 12-27 september 2016.

Observera att ej utnyttjade uniträtter blir ogiltiga efter teckningstidens utgång och förlorar därmed sitt värde. Outnyttjade uniträtter kommer att avregistreras från respektive aktieägares VP-konto utan avisering från Euroclear Sweden.

För att förhindra förlust av värdet på uniträtterna måste de antingen utnyttjas för teckning av aktier senast den 27 september 2016 eller säljas senast den 23 september 2016.

Styrelsen för ZetaDisplay äger rätt att förlänga den tid under vilken anmälan om teckning och betalning kan ske. En eventuell förlängning av teckningstiden offentliggörs genom pressmeddelande på ZetaDisplays hemsida senast den 27 september 2016.

Information till direktregistrerade stamaktieägare

De stamaktieägare som på avstämningsdagen är registrerade i den av Euroclear Sweden för ZetaDisplays räkning förda aktieboken erhåller förtryckt emissionsredovisning med bifogad inbetalningsavi.

Av den förtryckta emissionsredovisningen framgår bland annat antalet erhållna uniträtter.

Den som är upptagen i den i anslutning till aktieboken särskilt förda förteckningen över panthavare m fl erhåller inte någon emissionsredovisning utan underrättas separat.

Någon separat VP-avi som redovisar registreringen av uniträtter på aktieägares VP-konto kommer inte att skickas ut.

Information till förvaltarregistrerade aktieägare

De stamaktieägare som på avstämningsdagen är förvaltarregistrerade hos bank eller värdepappersinstitut erhåller ingen emissionsredovisning från Euroclear Sweden. Teckning och betalning ska avseende förvaltarregistrerade stamaktieägare ske i enlighet med anvisningar från respektive bank eller värdepappersinstitut.

Teckning och betalning med stöd av uniträtter

Anmälan om teckning av units med stöd av uniträtter ska ske genom samtidig kontant betalning. Observera att det kan ta upp till tre bankdagar för betalningen att nå mottagarkontot. Anmälningsedel som sänds med post bör därför avsändas i god tid före sista teckningsdagen. För sent inkommen betalning på belopp som understiger 100 SEK återbetalas endast på begäran. Teckning och betalning ska ske i enlighet med något av nedanstående alternativ:

i) Förtryckt inbetalningsavi från Euroclear Sweden

I det fall samtliga på avstämningsdagen erhållna uniträtter utnyttjas för teckning av units ska den förtryckta inbetalnings-

Villkor och anvisningar

avin från Euroclear Sweden användas som underlag för anmälan om teckning genom betalning. Den särskilda anmälnings-sedeln ska därmed inte användas. Inga tillägg eller ändringar får göras i den på inbetalningsavin förtryckta texten. Anmälan är bindande.

ii) Särskild anmälningsedel

I det fall uniträtter förvärvas eller avyttras eller om stamaktieägaren av andra skäl avser att utnyttja ett annat antal uniträtter än vad som framgår av den förtryckta inbetalningsavin från Euroclear Sweden ska särskild anmälningsedel användas. Anmälan om teckning genom betalning ska ske i enlighet med de instruktioner som anges på den särskilda anmälnings-sedel. Den förtryckta inbetalningsavin från Euroclear Sweden ska därmed inte användas. Särskild anmälningsedel kan beställas från Erik Penser Bank via telefon och e-post eller laddas ned från hemsidan, www.penser.se.

Särskild anmälningsedel ska vara Erik Penser Bank tillhanda senast kl 17.00 den 27 september 2016. Endast en anmälnings-sedel per person eller firma kommer att beaktas. I det fall fler än en anmälnings-sedel insändes kommer enbart den sist inkomna att beaktas. Ofullständig eller felaktigt ifyllt särskild anmälningsedel kan komma att lämnas utan avseende. Anmälan är bindande.

Ifyllt särskild anmälningsedel skickas eller lämnas till:

*Erik Penser Bank
Emissioner/ZetaDisplay
Box 7405
103 91 Stockholm*

Besöksadress Apelbergsgatan 27
Telefon 08-463 80 00
E-post emission@penser.se
Hemsida www.penser.se

Teckning utan stöd av uniträtter

För det fall samtliga units inte tecknas med stöd av uniträtter enligt ovan ska styrelsen fatta beslut om tilldelning av units tecknade utan stöd av uniträtter. Tilldelning utan företrädesrätt ska

■ i första hand till dem som även tecknat units med stöd av uniträtt, pro rata i förhållande till hur många units som tecknats med stöd av uniträtter, dock att tecknare som med tillämpning av denna tilldelnings-princip skulle ha tilldelats färre än fem (5) units efter lottning ska tilldelas antingen 5 units eller inga units,

■ i andra hand till andra som tecknat units utan företrädesrätt, pro rata i förhållande till hur många units som tecknats, dock att tecknare som med tillämpning av denna tilldelningsprincip skulle ha tilldelats färre än 5 units efter lottning ska tilldelas antingen fem (5) aktier eller inga units, och

■ i tredje hand till eventuella emissions-garanter i enlighet med respektive garants garantiåtagande.

Anmälningsedel för teckning av units utan stöd av uniträtter

Anmälan om teckning av units utan stöd av uniträtter ska ske under samma tids-period som anmälan om teckning av units med stöd av uniträtter, det vill säga under perioden 12-27 september 2016.

Intresseanmälan att teckna units utan stöd av uniträtter ska göras på anmälningsedel som ifylls, undertecknas och därefter skickas eller lämnas till Erik Penser Bank

med adress enligt ovan. Anmälningsedel kan beställas från Erik Penser Bank via telefon och e-post eller laddas ned från hemsidan, www.penser.se. Anmälnings-sedel ska vara Erik Penser Bank tillhanda senast kl 17.00 den 27 september 2016. Endast en anmälningsedel per person eller firma kommer att beaktas. För det fall fler än en anmälningsedel insändes kommer enbart den sist inkomna att beaktas. Ofullständig eller felaktigt ifyllt anmälningsedel kan komma att lämnas utan avseende. Anmälan är bindande.

Besked om eventuell tilldelning lämnas genom utskick av avräkningsnota vilken ska betalas i enlighet med anvisningarna på denna. Meddelande utgår endast till dem som erhållit tilldelning.

Depåkunder hos förvaltare måste anmäla sig för teckning i enlighet med instruktioner från respektive bank eller värdepappers-institut.

Utländska aktieägare

Stamaktieägare som är bosatta utanför Sverige och som önskar delta i företrädes-emissionen ska sända den förtryckta inbetalningsavin, i det fall samtliga erhållna uniträtter utnyttjas, eller särskild anmälningsedel, om ett annat antal uniträtter utnyttjas, tillsammans med betalning till adress enligt ovan. Betalning ska erläggas till Erik Penser Bank bank-konto i SEB med följande kontouppgifter:

Bank: *SEB (Skandinaviska Enskilda Banken AB), SE-106 40 Stockholm*

Bankkonto: *5565-10 180 69*

IBAN-nummer:
SE 70 5000 0000 0556 5101 8069

Bic-kod/SWIFT: *ESSESESS*

Observera att till följd av restriktioner i värdepapperslagstiftningen i USA, Australien, Hongkong, Japan, Kanada, Nya Zeeland, Schweiz, Singapore och Sydafrika riktas inget erbjudande att teckna units till aktieägare eller andra med registrerad adress i något av dessa länder. Vidare riktas inget erbjudande att teckna units till aktieägare eller andra med registrerad adress i något land vars lagstiftning kräver prospekt, registreringsåtgärder eller andra åtgärder för deltagande i erbjudandet än de som följer av svensk rätt.

Aktieägare med registrerad adress i något av ovanstående länder uppmanas att kontakta Erik Penser Bank för att erhålla likvid från försäljning av erhållna unit-rätter, efter avdrag för försäljningskostnader, som dessa innehavare annars hade varit berättigade till. Utbetalning kommer inte att ske om nettobeloppet understiger 200 SEK.

Betald tecknad unit (BTU)

Teckning genom betalning registreras hos Euroclear Sweden så snart detta kan ske, vilket normalt innebär upp till tre bankdagar efter betalning. Därefter erhåller tecknaren en VP-avi med bekräftelse att inbokning av betalda tecknade units (BTU) har skett på tecknarens VP-konto. Stamaktieägare som har sitt innehav förvaltarregistrerat via depå hos bank eller värdepappersinstitut erhåller information från respektive förvaltare. BTU kommer ej noteras eller vara föremål för organiserad handel.

Leverans av preferensaktier och teckningsoptioner

Betalda tecknade units (BTU) kommer att ersättas av preferensaktier och tecknings-

optioner så snart nyemissionen har registrerats av Bolagsverket. Efter denna registrering kommer BTU att bokas ut från respektive VP-konto och ersättas av preferensaktier och teckningsoptioner utan särskild avisering. Sådan ombokning beräknas ske under vecka 42, 2016. Emitterade preferensaktier och teckningsoptioner planeras att tas upp till handel på Nasdaq First North i samband med att nyemissionen registreras av Bolagsverket.

Rätt till utdelning

Preferensaktierna berättigar till utdelning första gången på den avstämningsdag som infaller den 15 december 2016.

Övrig information

Styrelsen äger inte rätt att avbryta, återkalla eller tillfälligt dra in erbjudandet att teckna units i ZetaDisplay i enlighet med villkoren i detta Memorandum.

Styrelsen äger rätt att förlänga den period under vilken anmälan, teckning och betalning kan ske. Sådan eventuell förlängning offentliggörs genom pressmeddelande.

Offentliggörande av nyemissionens utfall Utfallet i Företrädesemissionen kommer att offentliggöras genom pressmeddelande, vilket beräknas ske omkring en vecka efter teckningstidens utgång.

Villkor för teckningsoptionerna i sammandrag

Varje (1) unit som tecknas i företrädesemissionen inkluderar en (1) teckningsoption av serie 2016/2019. En (1) teckningsoption berättigar till teckning av en (1) nyemitterad stamaktie till teckningskurs 12 SEK.

Teckning av stamaktier med nyttjande av optionsrätt ska kunna ske under september 2018 samt under september 2019. Teckningsoptioner som inte nyttjas senast den 30 september 2019 förfaller värdelösa.

Teckningsoptioner nyttjas genom att korrekt ifylld och undertecknad anmälningsedel sänds till anvisat emissionsinstitut, samtidigt som betalning sker enligt den instruktion som anges på anmälningsedeln. Observera att om teckningsoptionerna är förvaltarregistrerade ska anmälan om teckning samt betalning ske genom och i enlighet med instruktioner från aktuell förvaltare.

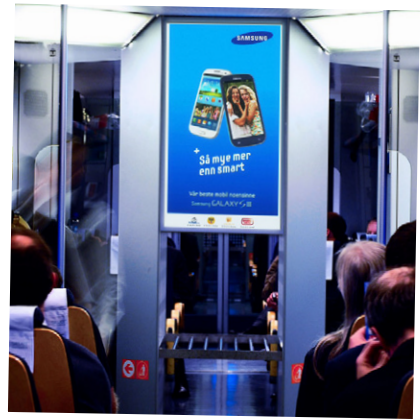
Interimsaktier avseende stamaktier tecknade med stöd av teckningsoptioner kommer att levereras till tecknarens VP-konto så snart detta kan ske, vilket normalt innebär några bankdagar efter att anmälan om nyttjande av teckningsoptioner har kommit emissionsinstitutet tillhanda. Interimsaktier omvandlas sedan till aktier efter genomförd registrering hos Bolagsverket.

Såväl teckningskurs som det antal aktier som varje teckningsoption berättigar till teckning av är föremål för sedvanliga omräkningsvillkor. Dessa innebär i korthet att innehavare av teckningsoptioner ska kompenseras för vissa åtgärder från ZetaDisplays sida, t ex fondemission, nyemission med företrädesrätt för aktieägarna och inlösen av aktier. Vidare kan under vissa förhållanden, t ex vid fusion eller likvidation, en tidigare sista dag för nyttjande av teckningsoptioner komma att fastställas.

Fullständiga villkor för teckningsoptionerna, "Villkor för ZetaDisplay AB (publ) teckningsoptioner 2016/2019" finns tillgängliga på ZetaDiplays hemsida www.zetadisplay.com.



Synsam



Flytoget

Förvärvet av ProntoTV

ZetaDisplay förvärvar ProntoTV AS i Norge och fortsätter sin resa mot en ledande europeisk leverantör av Digital Signage samt genomför riktad emission om 50 MSEK

Sammanfattning

- ZetaDisplay har den 22 augusti 2016 ingått avtal om förvärv av ProntoTV AS som är den största leverantören av Digital Signage i Norge.
- Under 2015 omsatte ProntoTV ca 50,7 MNOK med ett positivt EBITDA-resultat på 11,6 MNOK och ett rörelseresultat på 8,6 MNOK.
- Köpeskillingen uppgår till 75 MNOK på skuldfri basis, jämte en resultatkompensation till säljaren för perioden mellan den dag per vilken nettoskuldssättning fastställdes och tillträdesdagen uppgående till cirka 12 MNOK. Vidare utgår en huvudsakligen resultatbaserad tilläggsköpeskilling som kan uppgå till maximalt 25 MNOK och som betalas ut under början av 2018.
- Förvärvet finansieras genom en riktad emission av units om 50 MSEK tillsammans med lånefinansiering uppgående till 30 MSEK, tillsammans cirka 80 MSEK. ZetaDisplay kommer att erlägga 8 MSEK av köpeskillingen i form av stamaktier i ZetaDisplay.

Förvärvet av ProntoTV är ytterligare ett steg i ZetaDisplays strävan att etablera sig som en ledande leverantör av Digital Signage på den europeiska marknaden. Tillsammans med ZetaDisplays befintliga verksamhet i Norge kommer den sammanslagna verksamheten att ha en än mer ledande ställning med en mycket stark kundbas. ProntoTVs kundbas omfattar bland annat Reitan Gruppen, Sparebank1, JCDecaux, Avinor, Posten Norge, Vita och Boots Apotek. Genom förvärvet kommer ZetaDisplay att väsentligt öka sin tillväxt och fortsatt vara en aktiv aktör inom konsolideringen av sin bransch.

Bakgrund till förvärvet av ProntoTV

ZetaDisplay är idag en ledande leverantör till större kedjor inom detaljhandels- och servicebranschen. Bolaget har fler än 50 anställda och har försäljningskontor i Sverige, Danmark, Norge, Finland, Estland och Holland. ZetaDisplay har en stor installerad kundbas på en europeisk marknad och bland bolagets kunder finns Mercedes-Benz, Volkswagen, PostNord,



Hvilepuls



Sparebank 1

EuroCash, Stockmann, HEMA, Hesburger, Kesko, Alko, Vianor, MIO med flere.

ProntoTV er Norges største og ledende leverantør av Digital Signage med mer en femton års erfaring i bransjen og med ett tjugotal ansatte. Bolaget har en sterk position inom detaljhandel samt en ledande position inom digital kommunikation i publika miljøer där bolaget har gjort omfattande installationer till bland annat Flytoget i Norge. ProntoTV har en stabil verksamhet med kompetent personal och deras tekniska lösning är utvecklad med stort fokus på stabilitet och skalbarhet.

Under 2015 omsatte ProntoTV ca 50,7 MNOK med ett positivt EBITDA-resultat på 11,6 MNOK och ett rörelseresultat på 8,6 MNOK.

–Förvärvet av ProntoTV ligger i linje med ZetaDisplays tillväxtplan att framgent ha en stark tillväxt med lönsamhet. Med ProntoTVs starka ställning inom digital kommunikation i publika miljøer och transportsektorn breddar vi också vårt erbjudande med nya vertikaler vilka vi kommer att erbjuda till kunder på fler marknader i Europa. Genom förvärvet skapar ZetaDisplay en koncern som fortsätter sin tillväxtresa med målet att bli en lönsam ledande leverantör i Europa inom Digital Signage, säger Leif Liljebrunn, CEO på ZetaDisplay.

– ProntoTV har under mer en femton år byggt upp en stark position på den norska marknaden med ett starkt erbjudande till en bred kundbas. Det ligger både i ProntoTVs och våra kunders bästa intresse att konsolidera två starka företag med unika erbjudanden för att utvecklas till en ännu starkare fullserviceleverantör med internationell närvaro. Tillsammans med ZetaDisplay blir detta verklighet och vi kan erbjuda kompletta lösningar

i teknikens framkant till befintliga och nya kunder, säger Ola Sæverås, Partner i ProntoTV.

ZetaDisplay-koncernen inklusive ProntoTV

I det fall ProntoTV hade konsoliderats proforma den 1 januari 2015 hade den nya koncernen under räkenskapsåret 2015 omsatt ca 154 MSEK med ett positivt EBITDA-resultat på ca 20 MSEK, baserat på en växelkurs där 1 NOK motsvarar 1 SEK.

MSEK	2015
Försäljning	154
Bruttoresultat	82
EBITDA	20
Tillväxt	16,2
Bruttomarginal i %	53,8%

Genomförandet av förvärvet av ProntoTV

Förvärvet av ProntoTV sker genom att ZetaDisplay förvärvar samtliga aktier i ProntoTV mot en fast köpeskilling uppgående till 75 MNOK på skuldfri basis, jämte en resultatkompensation till säljaren för perioden mellan den dag per vilken nettoskuldssättning fastställdes och tillträdesdagen uppgående till cirka 12 MNOK. Vidare utgår en huvudsakligen resultatbaserad tilläggsköpeskilling som kan uppgå till maximalt 25 MNOK och som betalas ut under början av 2018. Betalning av den fasta köpeskillingen kommer att erläggas vid tillträde till aktierna, vilket beräknas ske under september 2016. Tillträdet är dock villkorat av att ZetaDisplay erhåller finansiering av förvärvet.

Utmaningar i detaljhandeln skapar möjligheter för ZetaDisplay!

Insikten om att konsumenten fattar sina köpbeslut på väg fram till butikshyllan bildar grunden för ZetaDisplays erbjudande.

Vi kallar det Last Meter Marketing.



HANDELN HAR I ALLA TIDER använt sig av skyltar, skyltställ och andra säljhjälpmiddel i butiken. Men med digitala bildskärmar och andra nya kanaler kan vi skapa en helt ny interaktivitet med kunden just där han eller hon är som mest mottaglig, i butiken. Vi tror helt enkelt att butiken är den bästa kanalen för kommunikation med konsumenten!

En stor del av marknaden för digital butiks-kommunikation utgörs av digitala bildskärmar, men utvecklingen går mot att kommunikationen med kunderna sker i flera digitala kanaler. Det kan handla om kompletta lösningar som integrerar budskapen med sociala medier, webbplatser, och appar för



smarta mobiltelefoner och surfplattor. Utvecklingen går också mot integration med butikskedjans Back Office system för automatisk prisuppdatering och byte av budskap på de digitala bildskärmarna.

Följa med kunden in i butik

Varumärkesleverantörerna har idag svårt att få ut sina budskap om bland annat nyheter. Det gäller både för kedjans egna produkter och de externa varumärkesleverantörernas erbjudanden. De försvinner bland all annan skyltning i butiken.

De största investeringarna görs utanför butik trots att beslutet om vilken produkt kunden skall köpa sker i butiken. För att uppnå maximal effekt av marknadsbudgeten blir det därför viktigare att kommunicera med kunden i samband med köptillfället.

I framtiden kommer butikerna att ha fler bildskärmar där man följer kunden från parkeringsplatsen, in i butiken och via mindre bildskärmar ända fram till hyllorna med den aktuella varan. Många varumärkesleverantörer väntas vara med och driva denna utveckling för att dra nytta av möjligheten att anpassa budskapen till kunderna utifrån den miljö kunden befinner sig i just då budskapet når fram och kunden är mottaglig för påverkan, det vill säga i butiken. Det är detta som är den helt överskuggande fördelen med Last Meter Marketing!

Snabbt att ändra

Denna typ av utvecklad digital butikskommunikation erbjuder många fördelar. Det går snabbt att ändra kunderbjudandena för att återspegla tillgängligheten på olika varor, tiden på dygnet eller väderleken. Och det går att skapa en mix av inspiration och information som inte bara riktar uppmärksamheten mot en specifik produkt, utan också får kunderna att stanna längre i butiken.



Den digitala butikskommunikationen kan också förstärkas genom integration med andra kanaler för förmedlandet av aktuella erbjudanden och annan information till kundernas mobiltelefoner. Det handlar också om integration med andra digitala system i butikerna såsom affärssystem, digitala streckkoder, kösystem och så vidare.

Kommunikation i flera kanaler

Helhetslösningar för Last Meter Marketing med integration med andra digitala kanaler adresserar också den stora utmaning för handeln som ligger i konsumenternas förändrade köpvanor och sätt att söka information.

Att handla på internet öppnar nya möjligheter för kunden. Och det är snabbt, enkelt och smidigt. Lägg därtill att kunderna söker mer värde för pengarna och spenderar mer tid online för att förbereda sina inköp samtidigt som sociala medier blir viktigare för köpprocessen.

Men detta kommer knappast att leda till att butikerna försvinner. Tvärtom visar erfarenheten att de konsument som handlar i flera kanaler är mer lojala och handlar för större belopp än andra. Dessutom redovisar de detaljhandelsaktörer som också erbjuder kunden e-handel ökad total försäljning.

Vad som kan väntas är i stället att vinnarna inom handeln blir de som lyckas kombinera sätten att sälja i båda kanalerna och samtidigt kan skapa en enhetlig upplevelse för konsumenterna, oavsett kanal. Det innebär att gränsen mellan e-handel och butik kommer att flyta samman och att nya krav ställs på hur man sköter sin kundkommunikation. Både de enskilda butikerna och kedjorna behöver lära sig att kommunicera med kunderna i flera kanaler parallellt och dessutom ge kunderna en enhetlig bild av kedjan, oavsett var man möter dem. Detta är det andra viktiga begreppet i ZetaDisplays erbjudande till handeln nu och framöver: Multi Kanal Kommunikation.

Multi Kanal Kommunikation

För oss på ZetaDisplay är det kommunikationen med kunden som är den springande punkten, inte tekniken i sig. Vi vill på olika sätt underlätta för våra kunder att kommunicera med konsumenten i många

kanaler och hitta den rätta mixen eller modellen för dem att på ett så framgångsrikt sätt som möjligt kunna följa det förändrade köpbeteendet.

Vi har stor erfarenhet av att ta fram lösningar för digital Multi Kanal Kommunikation för detaljhandeln i en rad olika länder och av att installera koncept samt hjälpa kunderna att ta fram innehåll för kommunikation i och utanför butik.

Våra koncept fungerar i en lång rad branscher, alltifrån försäljning av livsmedel och drycker till resor, fastigheter och mycket mera. För att möta våra kunders skiftande behov och kraven i olika branscher erbjuder vi komplett stöd inom följande två områden:

Produktion, Design och Kommunikationsstrategi

■ Vi har kunskap om var och hur budskap bör presenteras för att ge största möjliga effekt. Denna kunskap bygger på mer än 10 års erfarenhet och nära samarbete med ledande branschexperter. Vi är med och vägleder kunden hur den digitala kommunikationen skall skötas, hur man designar sin butik med digital kommunikation, och hur man tar fram ett effektivt innehåll som ger resultat.

Digital Signage

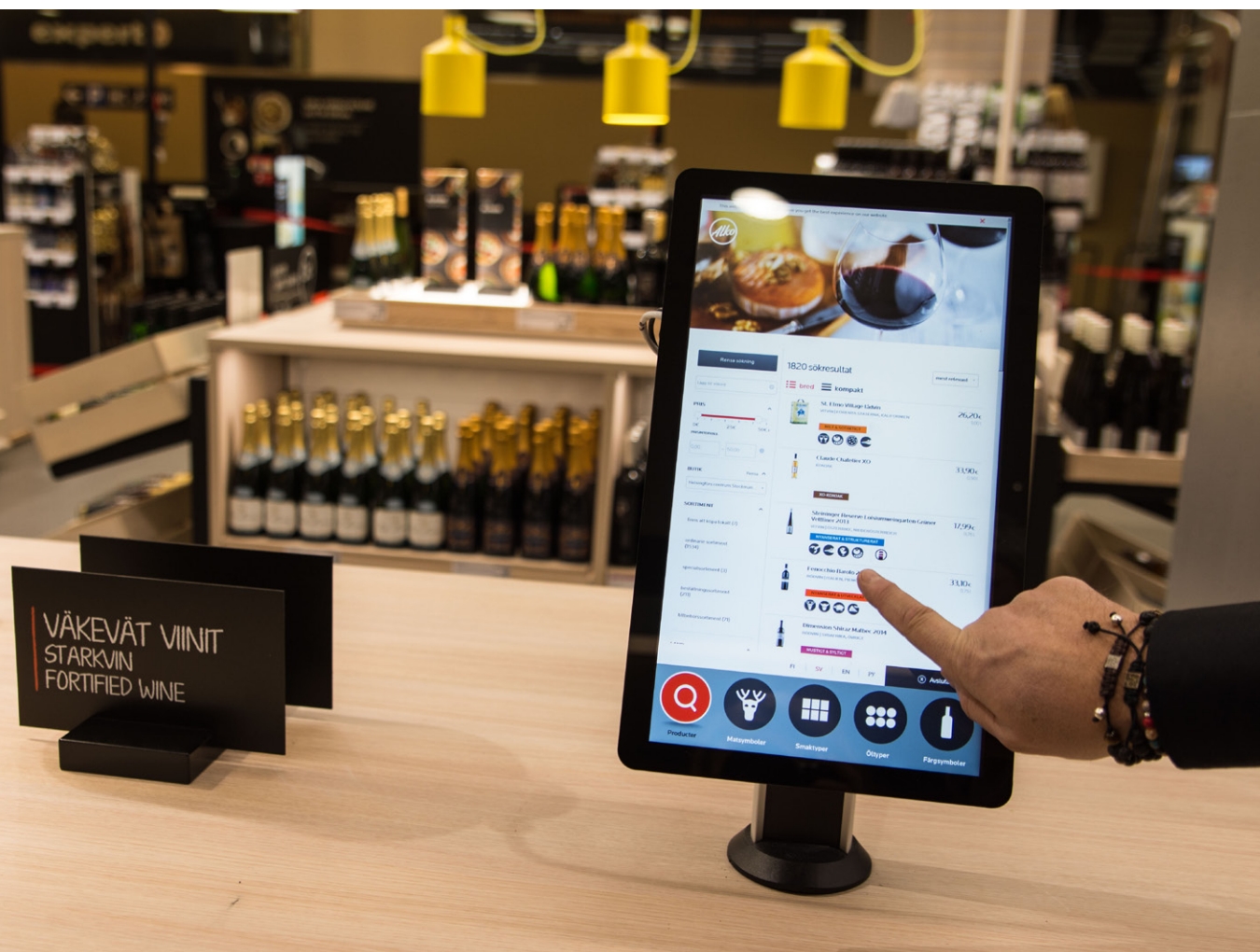
■ Vår plattform, som är en av marknadens mest avancerade och byggd för framtidssäkrad investering, omfattar digitala bildskärmar, mediaspelare och all den mjukvara med drift i molnet som bildar basen för den valda lösningen. Det är upp till kunden att välja nivå och mängd på de tjänster som de väljer att få levererat. Plattformen är en standardlösning som mycket enkelt kan tas i bruk av den enkla användaren, upp till den multinationella kunden med hög grad av funktionalitet och trygghet i leveransen.

Mätbara resultat

ZetaDisplay genomför återkommande tester och utvärderingar av olika lösningar tillsammans med såväl forskare som våra kunder, vilka kan påvisa märkbart ökad försäljning och nöjdare konsumenter i en mycket lång rad av fall. En stor detaljhandelskedja rapporterar således efter omfattande tester att man



”Vi tror helt enkelt att butiken är den bästa kanalen för kommunikation med konsumenten.”



17

har nått en generell försäljningsökning i sina butiker på 8-10 % och en ökad kundnöjdhet till följd av vår Last Meter Marketing-lösning. Kunderna uppskattar vad de ser och är även mer uppmärksamma på skärmarna och budskapen nästa gång de kommer in affären.

I kundundersökningar berättar kunderna att de inte uppfattar kommunikationen som reklam utan som just relevant kommunikation, erbjudanden, information och tips och råd som de gärna tar till sig.

Butiken som marknadsplats

Vi älskar den fysiska butiken och tror på dess framtid. Även om butikens roll kommer att vara annorlunda så

kommer den vara den viktigaste faktorn för framgång i detaljhandeln. Handels utvecklingsråd skriver i sin rapport "Butiken som marknadsplats":

"Kunskap om butiken, konsumenten och butikens personal, har blivit allt viktigare, både med avseende på konsumenternas beteende och attityder, men även beträffande personalens kompetens och arbetsmiljö. För handeln är det därför angeläget att mer utförligt och sammanhängande studera butiken som marknadsplats. Den fundamentala mötesarena där konsumenterna interagerar med varorna, personalen, varumärkena, etcetera – hela näringsens dynamiska kärna."

Verksamhetsbeskrivning

Digital Signage är en ny bransch och ZetaDisplay vill bli den ledande och drivande helhetsleverantören på marknaden.

Affärsidé, vision och mål

Affärsidé

ZetaDisplays affärsidé är att som helhetsleverantör tillhandahålla programvara och tjänster för Digital Signage som skall skapa ökad försäljning för detalj- och servicehandeln samt positiva upplevelser för dess kunder.

Vision

ZetaDisplays vision är att genom Bolagets erbjudande skapa långsiktigt värde för kunden.

Övergripande mål

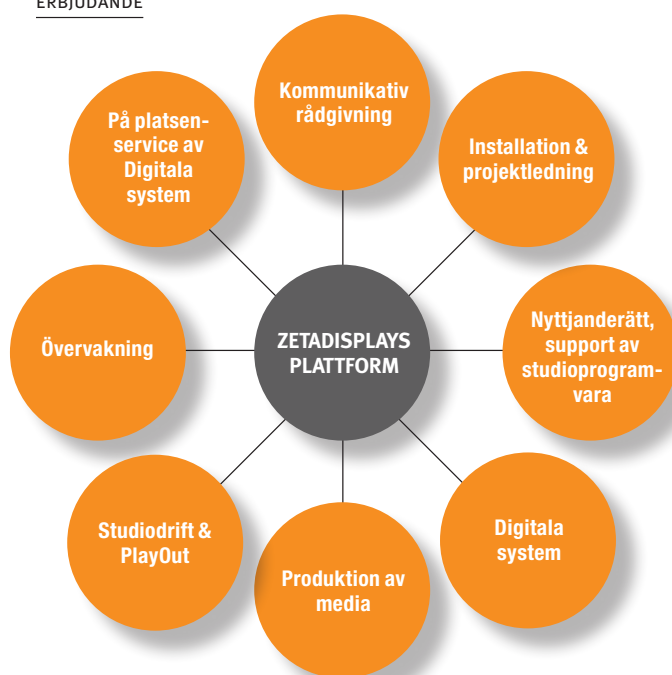
ZetaDisplays övergripande mål är att vara förstahandsvalet när medelstora och stora företag inom detalj- och servicehandeln väljer leverantörer av Digital Signage.

- Bolaget skall erbjuda programvara och stödjande tjänster som effektiviserar butikskommunikationen samt bidrar till affärsnytta och långsiktig utveckling hos detalj- och servicehandeln.
- Bolaget skall över tiden bygga en installerad bas av Digital Signage på vilken licenser och tjänster skapar löpande intäkter.
- Bolaget skall verka för att långsiktigt utveckla den installerade basen av Digital Signage genom att bredda erbjudandet, men även för att skapa långsiktiga relationer och därmed växa med kunderna.
- Bolagets tjänster och programvara ska ge kunderna rik funktionalitet och hög flexibilitet som underlättar anpassningen till deras befintliga och framtida behov.
- Bolaget skall arbeta konsekvent och långsiktigt med målsättningen att bli en ledande leverantör i Europa.

LAST METER MARKETING®

Digital Signage handlar om att nå ut med rätt budskap till rätt kunder vid rätt tillfälle. Allt fler börjar inse betydelsen av att påverka kunden just där han eller hon fattar sitt beslut att köpa – det vill säga i butiken. Med dagens stora mediebrus innebär Digital Signage ett effektivt sätt för detalj- och servicehandeln att exponera sina budskap på plats där produkten finns och kunderna tar sina köpbeslut. Detta kallar ZetaDisplay för Last Meter Marketing®, vilket är ett registrerat varumärke för Bolaget.

ERBJUDANDE





ZetaDisplays erbjudande

ZetaDisplay har utvecklat en medieplattform för den växande marknaden för Digital Signage. Bolagets erbjudande skapar förutsättningar för långvariga relationer med kunderna och kontinuerliga intäkter för ZetaDisplay.

Ytterst handlar Bolagets erbjudande om att skapa värden för kunderna genom möjligheterna för dem att öka sina intäkter, stärka sin profil och sitt varumärke samt utveckla kundlojalitet och kundnöjdhet i konsumentledet. Kommunikationen med slutkunderna är avgörande och ZetaDisplay skall ses som ett mjukvaruföretag som tillhandahåller kvalificerad kunskap och

tjänster om hur företag kan kommunicera effektivt i butik med hjälp av digitala medier.

Bolagets medieplattform gör det möjligt för kunder att hantera butikskommunikationen från en central plats och erbjuder nyckelfärdiga lösningar för Digital Signage. Programvaran underlättar anpassad distribution med nätverksadministration, skapande av spellistor och schemaläggning samt databasintegration.

ZetaDisplay erbjuder en rad tjänster för att stödja programvaran inklusive kreativ utveckling, projektledning, installation, innehållsproduktion och drift. Den webbaserade programvaran driftas i molnet via Internet.

StudioPortalen styr från en central plats kommunikationen ut till butikerna. Genom den sköts planering och framtagning av filmer utifrån gjorda kampanjer.



Med sitt erbjudande tar ZetaDisplay ansvar för utformning och installation av ett nätverk av digitala bildskärmar och mediaspelare hos kunden, producerar löpande innehåll samt styr och övervakar systemet på distans. Detta innebär att butikskedjan eller varumärkesleverantören får ut sina budskap effektivt till sina kunder i butikerna samtidigt som butikspersonalen slipper att lägga tid på att hantera och uppdatera bildskärmarna.

ZetaFunction

ZetaDisplay erbjuder även en finansieringslösning för Digital Signage till sina kunder kallad ZetaFunction. Den innebär att kunderna kan träffa avtal om en komplett lösning för Digital Signage där alla kostnader samlas på en och samma månatliga faktura. Kunden

ZETADISPLAYS ERBJUDANDE & INTÄKTSGENERERING

	ERBJUDANDE	INTÄKTSGENERERING
Programvara & Licenser	Erbjudandet omfattas av nyttjanderätt och support av egenutvecklad studioprogramvara som används för produktion och distribution av budskap till kundens installerade bas av bildskärmar i butik.	Licensintäkter erläggs löpande av kunderna för rätten att utnyttja ZetaDisplays mjukvara samt för support av studioprogramvara.
Tjänster KOMMUNIKATIV RÅDGIVNING	Kommunikativ rådgivning som inkluderar behovsanalys och tester för uppbyggnad och installation av systemet.	Kundsamarbetet inleds med kommunikativ rådgivning inklusive behovsanalys och tester. Intäkterna från denna fas inkluderas i installationskostnaden i efterföljande utrustning. I förvaltningsfasen anlitas däremot Bolaget som specialist och debiterar för löpande konsulttjänster för den kommunikativa rådgivningen.
INNEHÅLLS-PRODUKTION OCH BROADCASTING	Produktion av media och/eller tillhandahållande av mjukvara för produktion av budskap och tillhörande broadcasting. Med hjälp av egen organisation och underleverantörer tar ZetaDisplay fram det innehåll som kunden önskar på sina bildskärmar. Det kan vara allt från små korta reklamfilmer till längre komplexa informationsfilmer. Beroende på syftet med budskapet väljer Bolaget bäst passande teknik.	Löpande intäkter genereras av den innehållsproduktion som ZetaDisplay ansvarar för genom egen organisation och underleverantörer. Om kunden använder Bolagets verktyg för kostnadseffektiv innehållsproduktion (Spoteditor), så erhåller Bolaget intäkter för mallproduktion; dessa mallar använder kunden i sin tur för volymproduktion av bildskärmsbudskap. Bolaget tar löpande betalt för den broadcasting som önskas.
STUDIODRIFT, ÖVERVAKNING, SERVICE SAMT UNDERHÅLL	Samordning mellan kedja, enskild butik och varumärkesleverantörer så att budskap kommer in till studieprogramvaran och att rätt budskap sen kommer ut till rätt plats vid rätt tillfälle. I paketet ligger också att drifva lösningen i Molnet med övervakning, service och underhåll.	ZetaDisplay tar löpande betalt för Studiodrift, övervakning, service och underhåll.
Digitala system BILDSKÄRMAR, MEDIASPELARE, SMARTPHONES, OCH TABLET PC	Kundinstallationerna består av ett nätverk av bildskärmar, mediaspelare, smartphones och Tablet PC som kombineras för kundens specifika behov. Den grundläggande plattformen är samma för alla branscher, men kan utformas för att möta varierande krav och behov hos kunderna.	Samarbetet med kunderna omfattar oftast en inledande fas med kommunikativ rådgivning inkl. behovsanalys och tester. De åtföljande installationerna avser normalt hela system för flera butiker i samma kedja, varvid ordervärdet främst beror på antalet butiker och hur omfattande installationen är per butik.

Kommunikation med
Smartphone / iPhone
Tablet PC / iPad



Kommunikationen mellan mediaspelare i butik sker vanligtvis via Wlan. Detta skapar en flexibel lösning utan onödig kabeldragning.

behöver endast betala för användningen under en viss tid och har full kontroll över alla utgifter som är kopplade till funktionen. ZetaFunction erbjuder en lösning där kunden inte behöver belasta sin likviditet förrän installation och drifttagning är färdigställd. Kunden behöver inte investera i teknik utan betalar bara för funktionen. Det är också möjligt att säsongsanpassa månadsavgiften för att bättre harmonisera med kundens intäktsflöden.

Branschlösningar

ZetaDisplay utgår från kundens unika behov och utvecklar en anpassad lösning med hjälp av Bolagets medieplattform för Digital Signage. Skillnaderna mellan olika branscher ligger i de budskap som visas, på vilken typ av digitala system som används, och var de placeras i kundens miljö. Placering och innehåll är direkt avgörande för vilken nytta man skapar för butikskedjan. Idag har Bolaget utvecklat koncept för ett antal olika branscher, där ZetaDisplay bevisligen skapat långsiktig effekt med Digital Signage. Koncepten har tagits fram genom egen forskning och erfarenhet. De branschlösningar Bolaget lanserar omfattar bland annat:

- Dagligvaruhandeln
- Klädhandeln
- Bank och Finans
- Offentlig sektor
- Bilhandeln
- Sporhandeln
- Fast Food och restaurang
- Intern kommunikation
- Spelbranschen
- Servicehandel
- Bank

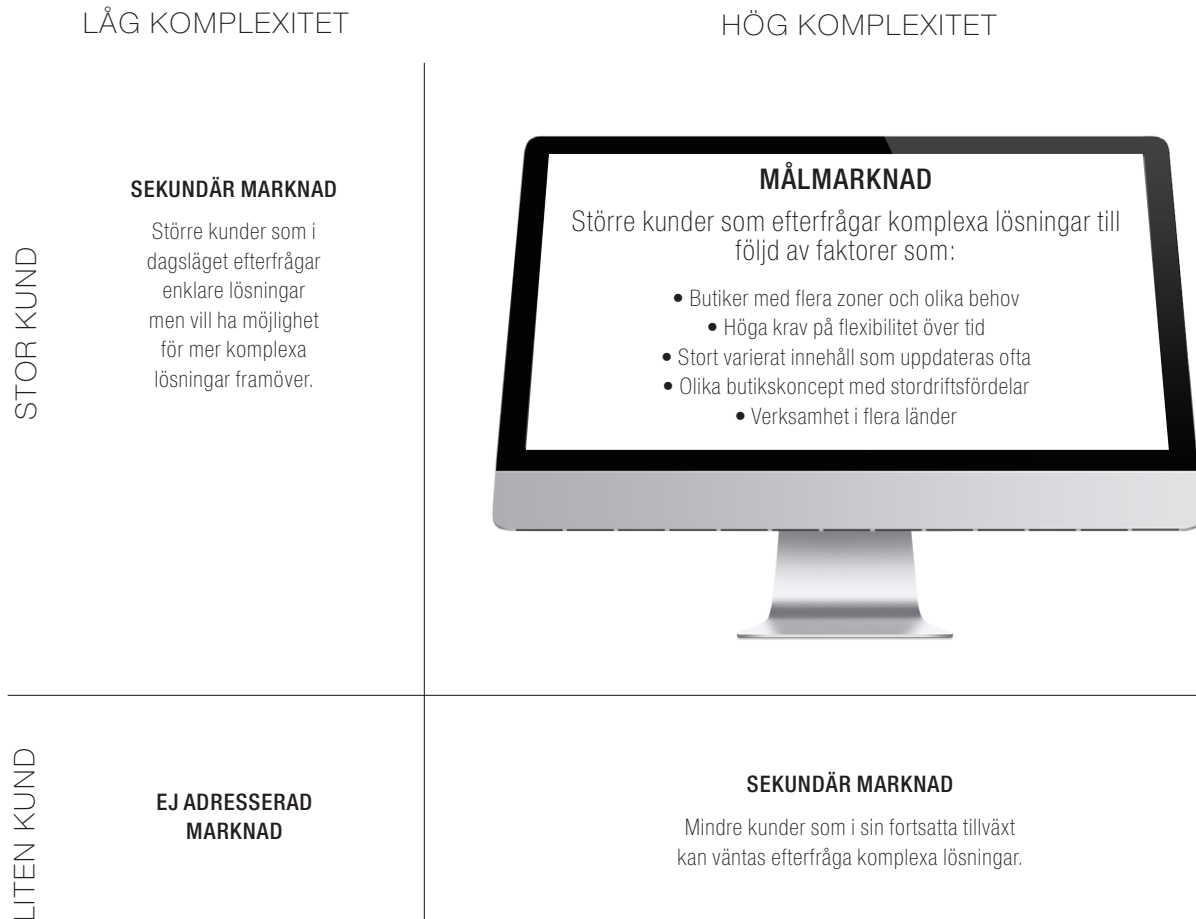
Medieplattform

ZetaDisplays medieplattform omfattar programvara, licenser, tjänster och digitala system. Lösningen innehåller en webbportal (StudioPortal), som nås i molnet via Internet och från vilken man styr kommunikationen ut till butikerna. Från denna gemensamma plats täcker Bolaget sina marknader.

Butiken har en ingång genom en mediaspelare som kommunicerar via bredband eller 3G och sedan distribuerar de filmer som skall spelas på respektive mediaspelare. Kommunikation mellan mediaspelare i butik sker vanligtvis via 5 GHz Wlan.

Detta skapar en lösning utan onödig kabeldragning som går att komplettera med flyttbara lösningar, digitala

VILKA KUNDER SIKTAR VI IN OSS PÅ?



bildskärmar, Smartphones och Tablet PC. På ett enkelt och kostnadseffektivt sätt kan man komplettera med fler mediaspelare och bildskärmar och på så sätt expandera lösningen i takt med växande behov.

Varje mediaspelare och bildskärm övervakas och kontrolleras av StudioPortalen. Skulle av någon anledning en bildskärm bli svart eller sluta fungera rapporteras detta automatiskt till Bolagets supportavdelning. Fel kan vara strömavbrott, fel på bildskärm eller mediaspelare. Det är av största vikt att detta sköts på ett professionellt sätt så att svarta bildskärmar kan elimineras helt och i Bolagets erbjudande ingår garantier för tillgängligheten. Genom StudioPortalen sköts planering och framtagning av filmer utifrån framtagna kampanjer. Olika användare (central / handlare / reklamavdelning) kan ges olika behörigheter att styra StudioPortalen. Det kan vara att kedjan på central nivå vill ha en övergripande kontroll av vad som visas, eller att den enskilde handlaren via StudioPortalen vill byta budskap

för en lokal aktivitet på en av sina egna bildskärmar.

ZetaDisplay erbjuder för kundens räkning att hantera StudioPortalen samt att hjälpa kunden med att sköta kontakterna med dess varumärkesleverantörer och reklambyråer. I ZetaDisplays erbjudande ingår att Bolaget tar ett totalansvar för kundens investering i Digital Signage.

På sikt avser ZetaDisplay även implementera programvara, licenser och tjänster, på andra digitala system än de som Bolaget själv har installerat.

Attrahera större företag

ZetaDisplay inriktar sig mot större detalj- och servicehandelsföretag. Avsikten är att positionera Bolaget som den mest kompetenta helhetsleverantör på de marknader som Bolaget är etablerad på.

Huvudsakligen fokuserar ZetaDisplay på större kunder som efterfrågar lösningar med hög komplexitet. Kunder med dessa typer av behov är särskilt intressanta

”Huvudsakligen fokuserar ZetaDisplay på större kunder som efterfrågar lösningar med hög komplexitet.”

för ZetaDisplay genom att de enskilda projekten blir större och kundrelationerna nära och långvariga. Samtidigt minskar konkurrensen då många andra leverantörer saknar kompetens och resurser att genomföra stora projekt.

Med komplexa lösningar menas lösningar med stort och varierande innehåll som uppdateras ofta samt lösningar där olika digitala bildskärmar och innehåll används i flera delar av butiken. Behovet för sådana lösningar är vanligast bland större detalj- och servicehandelskedjor vars kommunikation präglas av följande förhållanden:

- Behöver kommunicera effektivt med sina kunder över stora geografiska områden
- Arbetar i flera länder på olika språk
- Butikerna är indelade i flera zoner med olika behov av bildskärmar och innehåll
- Butiksprofilerna och produkterna är föränderliga, vilket ställer höga krav på flexibilitet över tid
- Stort, varierande innehåll som uppdateras ofta
- Företagen arbetar med flera olika butiksprofiler och kan uppnå stordriftsfördelar genom att arbeta med en gemensam lösning
- Behöver kommunicera internt med den egna personalen i ett stort antal butiker och försäljningsställen

För att bygga volym på sikt är det ZetaDisplays ambition att bredda erbjudandet. Det handlar då om större kunder som i dagsläget efterfrågar enklare lösningar, men vill ha flexibilitet för att kunna införa mer komplexa lösningar framöver. Vidare handlar det om mindre kunder som under sin fortsatta tillväxt förväntas efterfråga mer komplexa lösningar.

Bolaget skall verka för att långsiktigt utveckla sin installerade bas av Digital Signage för att skapa långsiktiga relationer och växa tillsammans med kunderna. Bolagets tjänster och programvara ska ge kunderna rik funktionalitet och hög flexibilitet som underlättar anpassningen till deras befintliga och framtida behov.



Affärsmodell och intäktsgenerering

Tjänster innebär högre marginal

Att leverera en komplett medieplattform till kund innehållande programvara, licenser, tjänster och digitala system ger ett högre ordervärde och högre marginal. Samtidigt skapas en mer långsiktig relation till kunden. Helheten är mer värd än summan av delarna. Detta förväntas över tiden leda till ett generellt högre täckningsbidrag.

Genom att sälja en komplett lösning måste Bolaget också fokusera mot målgruppens specifika krav vilket i sin tur bör leda till en högre lojalitet från kund. På sikt avser ZetaDisplay även implementera programvara, licenser och tjänster, på andra digitala system än de som Bolaget själv har installerat.

De första kontakterna med en ny kund omfattar som regel kommunikativ rådgivning inklusive behovsanalys och tester. Denna fas följs sedan av installation, anpassning eller komplettering av hårdvara samt därefter fortlopande licens-, tjänste- och hårdvaruintäkter från kunden.

Installerad bas ger ökande intäkter

Över tiden bygger ZetaDisplay en installerad bas hos kunden på vilken licenser och tjänster skapar löpande intäkter så länge kunden använder medieplattformen. Livslängden för en installation kan variera på mellan 4 till 5 år. Givet ett lyckat utfall är det sannolikt att kunden

väljer att efterhand utöka installationen per butik – det är därför sannolikt att ZetaDisplay erhåller tilläggsbeställningar efter en tid och att omfattningen på installationen och därmed de löpande intäkterna successivt ökar. Tilläggsbeställningarna kan då avse såväl licenser och tjänster som digitala system.

Som en konsekvens kommer med tiden det ackumulerade värdet av de licenser och tjänster som ZetaDisplay levererar till en enskild kund väsentligt överstiga värdet av de digitala systemen (hårdvaran) som tillhandahålls för samma kund. Detta är särskilt betydelsefullt då marginalerna på programvara är högre än på hårdvara.

Exemplet nedan illustrerar schematiskt intäkterna från ett nytt kundprojekt för en butikskedja med 50-talet butiker och hur dessa kan fördela sig över de första tre åren av projektet. Den sammanlagda intäkten över de fyra åren uppgår till storleksordning 32 MSEK med tyngdpunkten lagd på utrullningsfasen år ett och två.

Organisation för fortsatt expansion

ZetaDisplays organisation är byggd för fortsatt expansion så att skalfördelar skall kunna uppnås efter hand som koncernen växer. Dotterbolagen i varje land är upp-

byggda på likartat sätt och utgör affärsområden med en affärsområdesansvarig. Affärsområdet har ansvar för försäljningsteam, projektteam samt medieteam. I varje land sker bearbetning av marknaden, försäljning, medieproduktion, projektledning och first-line-support för underhåll av kunderna.

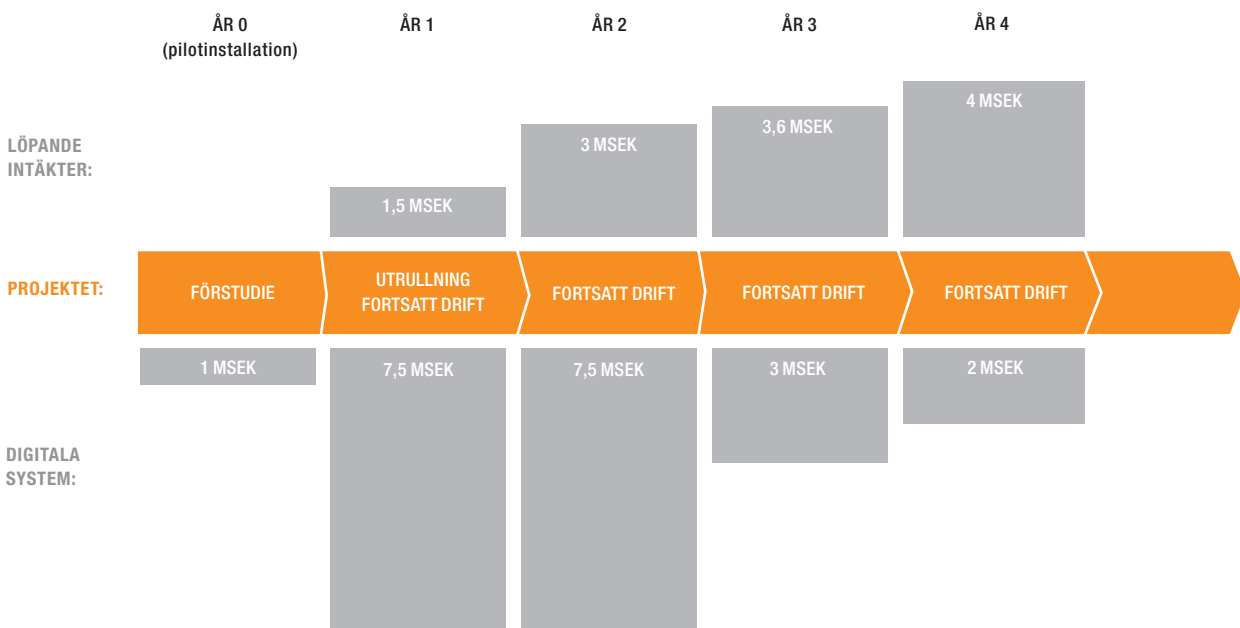
Moderbolaget tillhandahåller ett antal stödfunktioner för de olika affärsområdena. I dessa ingår programvaruutveckling, koordinering av försäljning, inköp och utleverans, service och support, samt ekonomi. Att ha dessa funktioner i moderbolaget ger stordriftsfördelar. I respektive land finns emellertid de funktioner som krävs lokalt. Modellen innebär en skalbar och effektiv organisation som tillåter tillväxt genom att tillsätta ytterligare affärsområden med funktioner som de andra affärsområdena.

Installation och på-platsen-service avseende digitala system genomförs av partners på samtliga lokala marknader. Detta upplägg begränsar Bolagets fasta kostnader och bidrar till flexibilitet och skalbarhet.

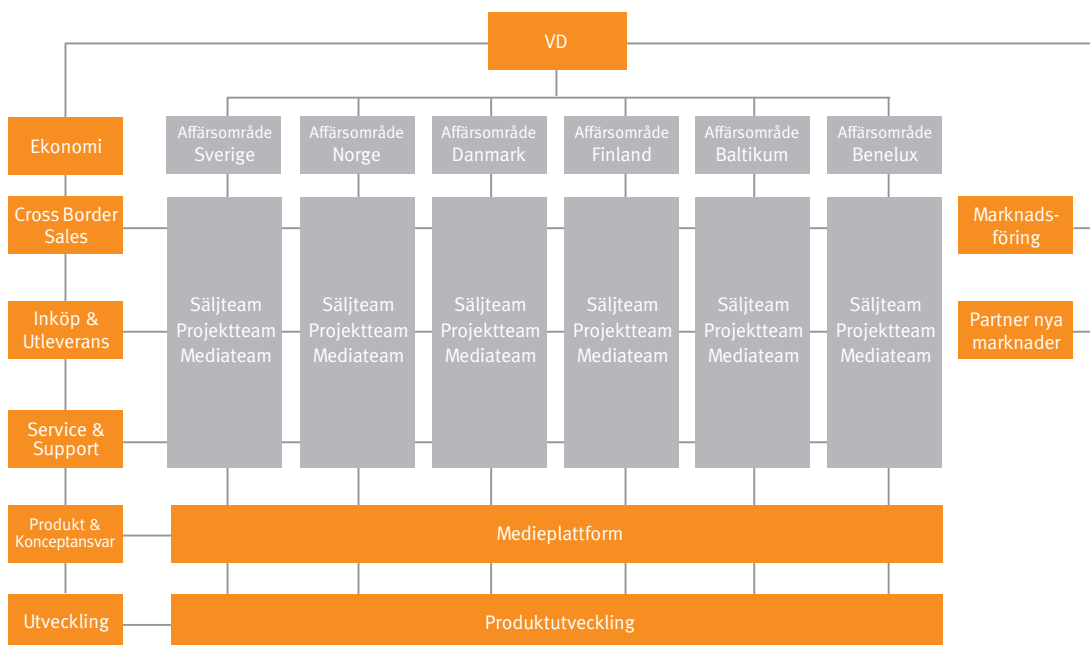
Utveckling av produkter och tjänster

ZetaDisplay arbetar kontinuerligt med programvaru- och produktutveckling avseende sitt erbjudande inom

KUNDEEMPEL Hur intäkterna kan fördelas över tiden för en butikskedja med ett 50-tal butiker.



KONCERNENS ORGANISATION



Digital Signage. Syftet är att utveckla Bolagets medieplattform för att långsiktigt säkra ZetaDisplays position på marknaden.

Utvecklingen omfattar såväl programvara och licens som tjänster och digitala system, allt med fokus på att öka kundnyttan och kostnadseffektiviteten.

Som framgår nedan har ZetaDisplays produktutveckling resulterat i flera unika egenskaper hos Bolagets medieplattform.

Trådlös kommunikation

ZetaDisplay har utvecklat Bolagets tekniska medieplattform för att kunna kommunicera trådlöst i miljöer med 3G och Wlan. Bolaget bedömer den trådlösa kommunikationen som mycket intressant och levererar idag produkter med denna lösning. För-delen med trådlös kommunikation är att den tekniska medieplattformen får en större flexibilitet vilket stärker positionen gentemot vissa av Bolagets målgrupper.

IT-säkerhet och trygghet

Att arbeta med trådlös kommunikation ställer också stora krav på säkerhet och trygghet för kunden. Inom detta område har Bolaget utvecklat unik funktionalitet och kompetens för att skapa säkra och trygga system. Arbetet med denna utveckling genomfördes initialt

tillsammans med insyn och övervakning från stora organisationers IT- och säkerhetsavdelningar, men har efterhand utvecklats vidare med hjälp av både interna och externa resurser.

Automatisering och säker drift

En av grundstenarna i Digital Signage är att byta budskapet ofta och kommunicera med olika budskap beroende på var en bildskärm är placerad. En kedja med ett 100-tal butiker kan typiskt producera upp till 25 000 filmer per år. För att detta skall vara möjligt, utan att begränsas av bredbandskapaciteten, har Bolaget en egenutvecklad teknik för en automatiserad och driftsäker hantering av både innehållsproduktion och distribution av film.

Utveckling av ljuddesign och musik

ZetaDisplay lägger även kraft på att utveckla ljuddesign som en del i sin medieplattform. Ljudet är en viktig del i uppmärksamhetsvärdet och kunskapen om dess effekter kan skapa högre kundnytta framförallt inom fashion. Med hjälp av smalstrålande högtalare kan ljudet "riktas" till önskad plats. Målet är att uppnå ett ljud som på ett positivt sätt uppmärksammas av kunden inom en begränsad yta samtidigt som ljudet inte stör personal som dagligen arbetar i miljön.

”Efterhand som marknaden mognar blir Digital Signage en naturlig del av marknadskommunikationen.”



Framtida utveckling

Marknaden för Digital Signage väntas fortsätta att växa i takt med att butiks- och servicehandeln satsar en ökande andel av marknadsföringsbudgetarna på digital kommunikation i butiken. Efterhand som marknaden mognar blir Digital Signage en naturlig del av marknadskommunikationen. Detta innebär också att kunderna ställer ökade krav på att leverantörerna kan tillhandahålla helhetslösningar, i många fall på de geografiska marknader som kunder har butiker, vilket väl överensstämmer med ZetaDisplay strategi och erbjudande.

Mot denna bakgrund räknar ZetaDisplay med tillväxt framöver och att andelen programvarulicenser och tjänster av försäljningen ska öka och bidra till högre marginaler, då programvara och tjänster typiskt uppvisar högre bruttomarginaler än hårdvara. Till detta kommer effekten av att skalfördelar och andra lönsamhetsfrämjande faktorer förväntas på några års sikt bidra till en etablering av bruttomarginalen på en hög nivå.

Fler användningsområden

På senare år har prisbilden på framför allt bildskärmar blivit allt mer attraktiv. Därmed blir skillnaden i kostnad mellan traditionell skyltning såsom ljusskyltar, löpsedlar och stortavlor allt mindre vilket gör att allt fler kunder överger dessa lösningar till förmån för Digital Signage.

På längre sikt förväntas ytterligare faktorer driva ZetaDisplays omsättning och lönsamhet. Det handlar om att allt fler användningsområden kommer utvecklas i takt med att Digital Signage får starkare fotfäste inom detalj- och servicehandeln. Det kan gälla en ökad användning av Digital Signage för intern information inom butiks- och servicehandeln där mediet kan underlätta den löpande informationen där man har många spridda butiksenheter och relativt få anställda på varje enhet.

Användningen väntas också öka i andra publika miljöer och på platser med stor genomströmning av människor såsom köpcentra, hotell och flygplatser.

Förvärv

ZetaDisplay kommer framöver fortsätta att utvärdera intressanta företag inom Digital Signage eller närliggande verksamheter. Genom förvärvet av Marketmedia under



februari 2015 och nu förvärvet av ProntoTV september 2016 så tar bolaget en aktiv del i kommande konsolidering av branschen.

Fortsatt utveckling av Digital Signage

Utvecklingen på området är snabb och på sikt väntas Digital Signage användas för kommunikation i och kring butik samt i andra publika miljöer på flera sätt än bara via digitala bildskärmar. Det kan handla om att utnyttja flera typer av digital kommunikation var för sig eller i kombination för att kommunicera kunderbjudanden och annan information i anslutning till butik och i publika miljöer.

Digital Signage kan integreras med sociala medier och webbplatser, och appar för smarta mobiltelefoner och surfplattor vilka skapar interaktivitet med kunden. Utvecklingen går också mot att integrera lösningen med butikskedjans kassasystem för automatisk prisuppdatering och automatiskt byte av budskap på de digitala bildskärmarna.

För att upprätthålla ZetaDisplays framträdande roll som leverantör driver Bolaget tillsammans med befintliga kunder för närvarande projekt inom kommunikation via mobiltelefoner och automatiserade prisuppdateringar samt mindre skärmar för hyllkanter.

Riskfaktorer

Ett antal riskfaktorer kan ha negativ inverkan på verksamheten i ZetaDisplay. Det är därför av stor vikt att beakta relevanta risker vid sidan av ZetaDisplays tillväxtmöjligheter.

Andra risker är förenade med de värdepapper som genom Memorandumet erbjuds till försäljning. Nedan beskrivs riskfaktorer utan inbördes ordning och utan anspråk på att vara heltäckande. Alla riskfaktorer kan av naturliga skäl inte beskrivas utan här återges de risker som är specifika för ZetaDisplay eller branschen. En samlad bedömning måste även innefatta övrig information i Memorandumet samt en allmän omvärldsbedömning.

Bolagsspecifika risker

För risker relaterade till ZetaDisplays verksamhet hänvisas till sidorna 29-31 i bolagets årsredovisning för räkenskapsåret 2015.

Värdepappersrelaterade risker

Preferensaktiernas och teckningsoptionernas kursutveckling

Värdepappershandel är alltid förknippat med risk och risktagande. Eftersom en investering i aktier och teckningsoptioner både kan stiga och sjunka i värde är det inte säkert att en investerare kan komma att få till-baka hela eller ens delar av investerat kapital. Därtill bör noteras att prissättningen av preferensaktier och teckningsoptioner är beroende av faktorer som ZetaDisplay inte råder över, bland annat aktie-marknadens förväntningar och utveckling samt den ekonomiska utvecklingen i allmänhet. Investeringar i ZetaDisplays aktier och teckningsoptioner bör därför föregås av en noggrann analys av bolaget, dess konkurrenter och omvärld samt generell information om branschen. En investering i aktier eller teckningsoptioner bör aldrig ses som ett snabbt sätt att generera avkastning utan snarare som en investering som genomförs på lång sikt med kapital som kan undvaras.

Noteringskrav

ZetaDisplay har för avsikt att ansöka om upptagande till handel av bolagets preferensaktier och teckningsoptioner på Nasdaq First North. På den marknadsplatsen handlas redan bolagets stamaktier. Nasdaq First North har ett regelverk innehållandes bland annat bestämmelser om att det ska finnas förutsättningar för tillräcklig tillgång och efterfrågan på ett bolags värdepapper i syfte att nå en fungerande prissättningsmekanism. Bestämmelserna innebär bland annat att det krävs ett tillräckligt antal ägare av värdepapperen, så kallade spridningskrav. Om spridningskraven eller något annat noteringskrav inte är uppfyllda kan ansökan om notering av preferensaktierna och teckningsoptionerna komma att avslås. Bolagets värdepapper kan komma att avnoteras för det fall ZetaDisplay inte framgent lever upp till noteringskraven. Om detta sker försämras aktieägarnas möjlighet att avyttra de aktuella värdepapperen.

Marknadsplats

First North är ingen reglerad marknad utan en handelsplattform som inte omfattas av lika omfattande regelverk som en reglerad marknad. Som en följd av skillnader i de olika regelverkens omfattning, är en placering i värdepapper som handlas på en handelsplattform mer riskfylld än en placering i värdepapper som handlas på en reglerad marknad.

Likviditetsrisk

Preferensaktien och teckningsoptionen är nya instrument som inte tidigare är upptagna till handel på någon marknadsplats. Det finns en risk att det kommer att vara låg likviditet i preferensaktien eller teckningsoptionen, vilket kan medföra svårigheter att avyttra dem vid för innehavaren önskad tidpunkt eller till prisnivåer som skulle råda om likviditeten var god.

Marknadskursrisk

Marknadskursen för preferensaktierna och teckningsoptionerna kan bli föremål för fluktuationer till följd av en förändrad uppfattning på kapitalmarknaden avseende preferensaktierna eller teckningsoptionerna, på grund av olika omständigheter och händelser såsom ändringar i tillämpliga lagar och andra regler som påverkar ZetaDisplays verksamhet, eller förändringar i bolagets resultat och affärsutveckling. Aktiemarknader kan från tid till annan uppvisa betydande fluktuationer avseende pris och volym som inte behöver vara relaterade till bolagets verksamhet eller framtidsutsikter. Därutöver kan bolagets resultat och framtidsutsikter från tid till annan komma att vara lägre än förväntningarna från kapitalmarknader, analytiker eller investerare. Någon eller några av dessa faktorer kan resultera i att aktiekursen för preferensaktierna faller till en nivå som understiger teckningskursen eller att aktiekursen för stamaktien under den tid då teckningsoptionerna kan utnyttjas för teckning av stamaktier understiger priset för att nyttja teckningsoptionerna. Om detta inträffar avseende teckningsoptionerna blir teckningsoptionerna värdelösa.

Utnyttjandeperiod för teckningsoptioner

Teckningsoptionerna ger investerarna en rätt att utnyttja dem för teckning under vissa perioder. Den första perioden infaller under september 2018 och den som inte utnyttjar dem för teckning av stamaktier i bolaget då kan i stället utnyttja dem under september 2019. Teckningsoptioner som av någon anledning inte utnyttjas under varken september 2018 eller september 2019 förfaller värdelösa.

Utdelning på preferensaktierna

Enligt ZetaDisplays bolagsordning medför preferensaktierna förtur till utdelning för preferensaktieägarna före eventuell utdelning till stamaktieägarna. Framtida utdelningar och storleken på sådana utdelningar är bland annat beroende av ZetaDisplays framtida verksamhet, framtidsutsikter, resultat, finansiella ställning, utdelningsbara medel, kassaflöde, rörelsekapitalbehov samt generella finansiella och legala restriktioner. Vidare måste bolagsstämman i ZetaDisplay besluta om

att bolaget ska lämna utdelning. Det finns många risker som kan komma att påverka ZetaDisplays verksamhet negativt och det kan inte garanteras att ZetaDisplay kommer kunna prestera resultat som möjliggör utdelning på preferensaktierna i framtiden. Vidare kan det inte heller garanteras att ZetaDisplays bolagsstämman beslutar om utdelning.

Påverkan från större aktieägare

Dagens större aktieägare i ZetaDisplay förväntas kvarstå som större aktieägare efter erbjudandet att teckna units i bolaget och därmed förfoga över betydande aktieposter i bolaget. Således kan dessa större aktieägare komma att påverka bolaget avseende bland annat sådana angelägenheter som är föremål för omröstning på bolagsstämman. Det kan inte uteslutas att dessa större aktieägares intressen därvid kan komma att skilja sig från övriga aktieägares intressen. Om någon större aktieägare bestämmer sig för att avyttra sitt innehav kan det komma att påverka aktiekursen för preferensaktien negativt.

Erbjudande av aktier i framtiden

ZetaDisplay kan i framtiden komma att besluta att emittera ytterligare aktier eller andra värdepapper. En framtida emission av aktier eller andra värdepapper kan påverka aktiekursen och de utdelningsbara medel som finns tillgängliga för samtliga aktieklasser negativt.

Ej säkerställda teckningsförbindelser och emissionsgarantier

ZetaDisplay har avtalat om teckningsförbindelser och emissionsgarantier med ett antal olika parter, innebärande att cirka 75 procent av emissionen omfattas av teckningsförbindelser eller emissionsgarantier. Teckningsåtagandena och emissionsgarantierna har dock inte säkerställts via förhandstransaktion, bankgaranti eller liknande. Det finns således en risk att dessa åtaganden inte fullföljs, vilket skulle påverka emissionsutfallet och därmed ZetaDisplays finansiella ställning negativt.

Styrelse

ZetaDisplays styrelse består av sex ledamöter, varav Mats Johansson är ordförande, vilka redovisas nedan. Övriga uppdrag inkluderar ej eventuella uppdrag i dotterbolag i ZetaDisplay-koncernen.

Mats Johansson född 1961

Styrelseledamot sedan 2000 och ordförande sedan 2013. En av ZetaDisplays grundare. Arbetande styrelseordförande i ZetaDisplay. VD i ZetaDisplay 2003-01-01 tom 2009-06-30. Grundare av MultiQ 1990. VD i MultiQ 1990-1997. Övriga uppdrag: Styrelseordförande i Iconovo AB. Styrelseledamot i Zenit Design Group AB och i KlaraBo AB. Aktieinnehav i ZetaDisplay: 2 030 775 aktier.

Anders Moberg född 1950

Styrelseledamot sedan 2009. Koncernchef i retailföretaget MAF Group i Dubai 2007-2008. Koncernchef Royal Ahold i Holland 2003-2007. Divisionschef Home Depot i USA 1999-2002. Tidigare ett antal år på IKEA varav som koncernchef 1986-1999. Övriga uppdrag: Styrelseledamot i Ahlstrom Corp., Byggmax Group AB, Hema BV, ITAB Shop Concept AB, Rezidor Hotel Group AB, Amor GMBH, Bergendahl & Son AB och Suomen Lahikauppa Oy. Aktieinnehav i ZetaDisplay: 750 000 aktier.

Anders Pettersson född 1959

Styrelseledamot sedan 2014. Tidigare koncernchef i Hilding Anders AB, Capital Safety Group och Thule AB. Även förflutet i Gunnebo AB, Trelleborg AB och Arle Capital Partners. Övriga uppdrag: Styrelseordförande i Hilding Anders AB, Alite International AB och Brink International AB. Styrelseledamot i Hempel A/S, Victoria Park AB och Pure Power technologies Inc. Aktieinnehav i ZetaDisplay: 933 298 aktier

Ingrid Jonasson Blank född 1962

Styrelseledamot sedan 2010. Verksam inom ICA-koncernen under åren 1986 - 2010, senast som vice VD i ICA Sverige AB med ansvar för marknadsfunktionen. Övriga uppdrag: Styrelseledamot i Bilia AB, Fiskars Oyj, Ambea Vård & Omsorg AB,, Orkla ASA, Matas A/S, Royal Unibrew A/S, Musti ja Mirri Group Oy, B, Martin&Servera AB och Matse Holding AB. Aktieinnehav i ZetaDisplay: 100 000 aktier

Mats Leander född 1960

Styrelseledamot sedan 2010. Founding Partner i Sterling Equity Partners S.A., Luxemburg. Övriga uppdrag: Vice Chairman i VistaJet Ltd, Director i UDC Retail Fund III, Chairman Covenant Capital Ltd, Senior Adviser SEP S.A. Aktieinnehav i ZetaDisplay: 760 500 aktier.

Martin Gullberg född 1963

Styrelseledamot sedan 2003. En av ZetaDisplays grundare. Affärsutvecklare i ZetaDisplay 2003-2016. Grundare av MultiQ 1990. Vice VD samt Affärsutvecklare i MultiQ 1990-2003. Övriga uppdrag: Vice styrelseordförande i Skurups Sparbank, Styrelseledamot i Aktiebolaget Wolkes Punsch. Aktieinnehav i ZetaDisplay: 1 178 712 aktier.

Revisor

Vid årsstämman 2016 valdes Deloitte som revisor, med Per Arne Pettersson som huvudansvarig revisor, för tiden intill årsstämman 2017.

Ledning

ZetaDisplays ledning består av sex personer, med Leif Liljebrunn som verkställande direktör och koncernchef, vilka redovisas nedan. Redovisade aktieinnehav är inklusive närstående och privata bolag.

Leif Liljebrunn född 1960

Verkställande direktör och koncernchef sedan 2009-07-01 samt VD ZetaDisplay Danmark A/S sedan oktober 2011. Leif var under 10 år med och byggde upp programvaruföretaget XOR i rollen som vice VD och försäljningschef. Under 2004 blev XOR sålt till den börsnoterade norska koncernen Visma. Leif har under åren 2004 t o m 2006 verkat inom Visma-koncernen som försäljningschef och vice VD i Visma Software AB.

Övriga uppdrag: Ägare av och styrelseledamot i Balzac Invest AB. Styrelseledamot i Business Driven Development Sweden AB och Tailtrade AB.

Aktieinnehav i ZetaDisplay: 238 600 aktier.

Teckningsoptioner: 300 000

Oscar Arp född 1979

Tillträder som vice VD ZetaDisplay AB (publ) i december 2016. Kommer senast från Däckia där Oscar varit Affärsområdes- chef. Innan dess har Oscar jobbat som Försäljningschef på Swereco Group. Karriären inleddes på Thule där Oscar jobbade 7 år. De första åren som Affärsutvecklare, sedan som Controller och de sista två åren som Produktchef.

Övriga uppdrag: -

Aktieinnehav i ZetaDisplay: 0 aktier

Teckningsoptioner: 50 000

Paula Hjertberg född 1968

CFO sedan hösten 2015. Paula har alltsedan 2000 innehaft tjänster som ekonomichef och medverkat i ledningsgrupper. Banan som ekonomichef inleddes i Nestlé Sverige AB och i nästan 11 år har Paula haft motsvarande tjänst i Visma Software AB. Paula har stor erfarenhet från mjukvaru- och tjänstesektorn. Paula har byggt upp och skapat effektiva och kvalitativa ekonomifunktioner med verksamheten i fokus.

Övriga uppdrag: -

Aktieinnehav i ZetaDisplay: 0 aktier

Teckningsoptioner: 10 000

Joakim Hansson född 1965

VD ZetaDisplay Sverige AB sedan 2010 och sedan verksamheten i ZetaDisplay Sverige AB införlivades i ZetaDisplay AB (publ) per 1 juni 2014 affärsområdeschef Sverige.

Övriga uppdrag: -

Aktieinnehav i ZetaDisplay: 0 aktier.

Teckningsoptioner: 20 000

Jens Helin född 1964

VD ZetaDisplay Finland Oy sedan 2007.

Övriga uppdrag: Ägare av Shelter Financial Management Oü och Popcom Oü.

Aktieinnehav i ZetaDisplay: 0 aktier.

Teckningsoptioner: 50 000

Stein Rognerud född 1960

VD ZetaDisplay Norge AS sedan 2008 samt operativ chef ZetaDisplay Danmark A/S sedan januari 2012.

Övriga uppdrag: -

Aktieinnehav i ZetaDisplay: 17.880 aktier.

Teckningsoptioner: 20 000

Ägarstruktur

Nedan anges ZetaDisplays största aktieägare per senaste kvartalslut enligt uppgift från bland annat Euroclear, samt annan information som tillkommit bolaget.

Aktieägare	Antal aktier	Andel kapital och röster i %
Mats Johansson	2 030 775	16,6
Martin Gullberg	1 178 712	9,6
Anders Pettersson genom bolag	933 298	7,6
Mats Leander genom bolag	760 500	6,2
Anders Moberg	750 000	6,1
AMF fonder	600 000	4,9
Bernt Larsson	544 023	4,5
Salvatore Grimaldi genom bolag	350 000	2,9
Leif Liljebrunn med familj	238 600	2,0
Mikael Hägg	200 000	1,6
Övriga aktieägare	4 642 342	38,0
Summa	12.228.250	100,0



ZetaDisplay AB (publ)

Höjdrodergatan 21
212 39 Malmö
Sweden

E-mail: info@zetadisplay.com

Tel: +46 40-28 68 30

Emissionsinstitut

Erik Penser Bank
Box 7405
103 91 Stockholm
Apelbergstagatan 27

Telefon: +46 8 463 80 00

E-post: info@penser.se

Hemsida: www.penser.se

Revisor

Deloitte AB
Hjälmaregatan 3
Box 386
201 23 Malmö

Legal rådgivare

Fredersen Advokatbyrå AB
Turning Torso
211 15 Malmö

Telefon: +46 40 – 10 97 90

E-post: info@fredersen.se

Hemsida: www.fredersen.se

Central värdepappersförvaltare

Euroclear Sweden AB
Box 191
101 23 Stockholm
Klarabergsviadukten 63

Telefon: +46 8 402 90 00

Hemsida: www.euroclear.com



ZetaDisplay[®]