



MEMORANDUM

EMISSION september 2013

Inbjudan till teckning av aktier i VPULP (The Virtual Pulp Company AB (publ))
Upprättat i samband med nyemission och inför listning på Aktietorget



Monier Roof
Duroll Ultra - Underlagstak för Våtinge taktagel



Milwaukee
Katalog 2011-12



Habo
Fönster 2012



Habo
Dörrhandtag och tillbehör 2012



Miele
Den exklusiva inbyggda serien FIRE 2012



Lejma
Spirella - Fashion for Bathrooms 2012-2013



Habo
Dörr och port 2012



Pergo
Original laminate 2012



OSRAM
Luminare Program 2012



Produkt katalog
Electrolux Ovak



Gira
Strömbrytare att inreda med 2012



BOA
Br. Andren Femplywood 2012



Electrolux
Småapparater



Habo
Kök och bad 2012



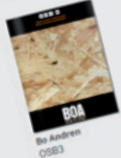
Tverrtek
Köksfärdlar - Collection 2012



BOA
Br. Andren BOA Bord



Produkt katalog
Electrolux KÖK



BOA
Br. Andren OSB3



Fischer
Snabbguide Fischer infästning 2012



Skytåle
Cresto Fallsvidsystem 2012



BOA
Br. Andren Träbräddar



Habo
Läs och säkerhet 2012



Husqvarna
Maskin & trädgård 2012



Fischer
Fix & Fix den flytande plömben 2012



Fresco
Mysare Mjöl

Erbjudande att teckna aktier i VPULP

The Virtual Pulp Company AB (Publ)

VPULP har två färdiga produkter, InStore och AdBar och den tredje, InGrid lanseras senare i höst. Två större avtal har redan tecknats, ett för InStore (Fredells Byggvaruhus i Stockholm) och ett för AdBar (Riksidrottsförbundet).

InStore är ett system som VPULP installerar i butiker, utställningshallar eller på allmänna ytor. Det innehåller dels dataskärmar, där besökaren söker efter information, bläddrar i kataloger och annat digitaliserat material, dels ett system (mjukvara) för att publicera information i digitalt bläddringsbart format, både i butiksskärmar och på hemsidor och andra digitala kanaler. InStore ersätter tryckta kataloger och produktblad och innebär stora besparingar, ekonomiskt och miljömässigt, för både leverantörer och återförsäljare.

InStore lanserades 2012.

AdBar är en mjukvara, som integreras på en hemsida, där en expanderbar mindre yta kan innehålla större annonser eller annan information. Genom AdBaren får publicisten tillgång till nya annonsytor och kan sälja större annonsformat, samtidigt som den besökare som inte vill se en stor annons slipper det. AdBar skapar ökade möjligheter för publicister att ytterligare öka sin lönsamhet. AdBar lanserades våren 2013.

InGrid är en annan mjukvara som delar in en given yta (t.ex. en dataskärm eller en hemsida) i ett givet antal mindre ytor (en Grid), där varje yta enskilt kan utgöra en informationsplats samtidigt som flera ytor tillsammans också kan göra det. Mjukvaran möjliggör självbetjäning, dvs. någon som vill annonsera på en yta, stor eller liten, kan själv lägga in annonsen. (En jämförelse kan vara Google:s system för att lägga in egna sökord och radannonser). Publicisten väljer själv var på hemsidan InGrid skall placeras. Genom InGrid skapas möjligheter för publicister att på ett enkelt sätt också införa mindre annonser på Internet, t.ex. radannonser och så kallade eftertextannonser. Detta är en produkt som helt saknas på marknaden idag. InGrid lanseras hösten 2013.

I augusti 2013 har redan InStore produkten ett 40-tal kunder såsom Miele AB, Pergo Golv, Alloc AS, Junckers mfl. AdBaren som annonsverktyg används redan av ett 20-tal kunder bl.a. av Folksam, Toyota Sverige AB och Asics. Den största kunden har hittills köpt annonser för 100 000 kronor i AdBaren, enbart under 2013.



Fördelarna med företagets produkter är många men bland andra;

- Miljömässiga genom att företag på sikt inte längre behöver trycka kataloger som inte aktivt används och fler annonsörer kan annonsera digitalt. Bara vikten av en 64-sidig katalog, tryckt på 100 grams papper i 15 000 exemplar, som skall transporteras ut, är 3 ton.
- Kostnadsbesparingar för katalogutgivaren genom avsevärt minskade tryckkostnader och för publicister genom att annonsörer styrs över till självbetjäning. En katalog om 36 sidor i 15 000 exemplar kostar cirka 50 000 kronor. Trycks den bara i 5 000 exemplar kostar den ändå drygt 20 000 kronor. En 64-sidig katalog i 15 000 exemplar på 100 grams papper kostar cirka 120 000 kronor limhäftad. (Tryckpriserna är framtagna via www.printinmind.se, där offerter kan erhållas momentant)
- Distributionsmässiga för leverantörer och återförsäljare. En leverantör kan idag ha över 1000 återförsäljare. Distributionen av tryckt information tar tid, är kostsam och miljöpåverkande. Dessutom tar det tid att trycka de större katalogerna, vilket gör att ledtiderna från beslut till färdig katalog är mycket långa. Många kataloger riskerar också att aldrig ens ha möjlighet att nå ut till presumtiva kunder/mottagare. Förutom rena transportproblem från leverantören till återförsäljaren innebär kataloghanteringen hos återförsäljaren merarbete och resursåtgång, där leveransen av kataloger från leverantören ska packas upp, lagerhanteras, exponeras mot kund och därefter ska återförsäljaren kontinuerligt säkerställa att relevant kvantitet alltid finns tillgänglig gentemot besökarna. Med VPULPs system kan leverantörer styra distributionen ned på individnivå om man så önskar.
- Ändringsmöjligheterna i realtid för katalogutgivarna. Detta är idag ett stort problem inte minst för de leverantörer som enligt lag måste förse konsumenten med information om t.ex. miljöpåverkande faktorer eller lagliga krav på produkten. (T.ex. vid våtrumsbyggnation). Leverantörerna har idag ingen kontroll över vilken information konsumenten får av detaljhandeln, eftersom man inte vet vilken katalog, eller vilket produktblad som lämnas ut. Med VPULP:s system kan all information ändras av leverantören i mer eller mindre realtid.
- Möjligheten för konsumenterna att på ett enda ställe hitta en stor mängd aktuella kataloger.
- Genom InGrid skapas en möjlighet att införa eftertextannonser i digitala medier samtidigt som produkten ger publicister möjlighet att styra många annonser mot en viss kategori. Eftertextannonser har hittills inte funnits hos de traditionella publicisterna i deras digitala tidningar, främst eftersom hanteringskostnaderna varit för höga. Genom "InGrid" och produktens självbetjäning, skapas nya publicerings- och intäktsmöjligheter.

Affärsplan och ekonomisk målsättning

Den affärsplan som bolaget utarbetat innebär en mycket hög tillväxt. Bolagets produkter är idag både exklusiva i meningen att de produktmässigt ligger i framkant av utvecklingen och tekniskt är avancerade och "state of the art". Styrelsen har bedömt att det nu gäller att ta marknadsandelar innan alltför kvalificerade konkurrenter dyker upp. Under de första två åren skall en koncentration främst ske på den svenska marknaden. Därefter får styrelsen göra en ny bedömning hur satsningen skall utsträckas till andra länder. Målsättningen som presenteras nedan innebär en uppbyggnad av organisationen fram till och med 2014 och att verksamheten från 2015 också expanderar utomlands. Åren därefter kommer intäkterna att öka i betydande omfattning, medan organisationen, och därmed kostnaderna, inte alls beräknas växa i motsvarande grad. Resultatet beräknas därför öka betydligt. Målet är att bolaget år 2020 skall omsätta mer än 200 miljoner och ha ett resultat på 50 miljoner kronor. För att målet skall nås räcker det med att bolaget enbart tar cirka 2,5 % av marknaden i Sverige för bolagets produkter.

Ekonomisk målsättning

Nedanstående målsättning för de olika åren bygger på att emissionsbeloppet om 4 miljoner nås samt att bolaget erhåller lånefinansiering på ungefär motsvarande belopp. Ett lån om 500 000 kronor har redan (Juni 2013) beviljats av ALMI Företagspartner. Omsättningsökningen bygger på en stark utveckling av försäljningsresurserna. Om det emissionsbelopp respektive lån som erhålles blir lägre, kommer också budgeten att anpassas därefter och ökningstakten av både intäkter och kostnader att bli lägre. Som exempel kan nämnas den stora ökningen av kostnaderna 2014. Den avser i allt väsentligt försäljningspersonal och därmed relaterade kostnader.

KKR

	2013	2014	2015
Nettoomsättning	1 528	8 500	28 000
Kostnader	- 2 763	-9 762	-22 528
Rörelseresultat (EBIDTA)	- 1 235	-1 262	+ 5 472
Avskrivningar	- 395	- 516	- 516
Finansiellt netto	- 18	- 48	- 60
Resultat efter finansnetto	-1 648	-1 826	+ 4 896

Erbjudandet i sammandrag

Teckningstid:	Den 21 augusti till och med den 13 september 2013
Teckningskurs:	4,70 kronor per aktie
Teckningspost:	Minsta teckningspost 1000 aktier
Antal aktier i erbjudandet:	850 000
Emissionsbelopp:	3 995 000 kronor
Teckningsförbindelse:	211 700 aktier av ovanstående genom kvittning av Adtoma AB motsvarande 994 990 kronor
Värdering:	10 105 000 kronor före emissionen

Bakgrund och motiv

Bolagsstämman i VPULP beslöt den 25 april 2013 att bemyndiga styrelsen för bolaget att utge 1 (en) miljon nya aktier samt rätt att notera bolaget. Därefter har 150 000 av aktierna emitterats i en riktad emission. Styrelsen i VPULP har den 14 maj beslutat att ansöka om att bolaget noteras på AktieTorget så snart det är möjligt efter det att den planerade emissionen har avslutats. Listningen av bolaget är en del i ett led att bredda bolagets möjligheter till framtida expansion och finansiering. Att lista bolaget bedöms av styrelsen också som en möjlighet att öka intresset för bolaget och därigenom öka möjligheterna på marknaden. Genom en listad aktie ökar också möjligheterna att betala eventuella förvärv, helt eller delvis, med nyemitterade aktier. Samtidigt kan en listning ge ökad trygghet för framtida kunder genom den genomlysning av bolaget som automatiskt och kontinuerligt sker tack vare listningen.

Den pågående nyemissionen genomförs i syfte att finansiera den expansion, främst på försäljningssidan, som behövs för att bolaget skall kunna ta de marknadsandelar som är nödvändiga, inom en kort tid. Samtidigt med emissionen förhandlar bolaget om att uppta lån på ungefär samma belopp som emissionen. Oavsett en eventuell upplåning skall dock emissionen täcka åtminstone de närmaste 12 månadernas kapitalbehov. I den expansiva ekonomiska målsättning som presenteras i memorandumet har dock lånen inräknats. Erhåller bolaget inte dessa lån kommer expansionstakten, och därmed kostnadsmassan, att minska. Bolaget kommer därför ändå att ha kapital för mer än 12 månader framåt. Den likviditet bolaget tillförs genom emissionen är tre miljoner kronor, samtidigt som en miljon kronor i kostnader omvandlas till aktier. Emissionskostnaden bedöms uppgå till cirka 250 000 kronor.

Den likviditet emissionen genererar skall främst användas till att snabbt öka försäljningen inom två segment i Sverige; byggvaruhandeln med InStore produkten och publicister på Internet med InGrid och AdBar produkterna. Därefter skall andra branscher bearbetas med InStore produkten. När leverantörer väl är anslutna till InStore, är det knappast troligt att det finns plats för ytterligare en liknande produkt i samma bransch.

Produkterna InGrid och AdBar är i princip färdiga att rullas ut också utomlands. Här kommer bolaget aktivt att söka återförsäljare/agenter/distributörer på flera marknader.

Styrelsens försäkran

Memorandumet har upprättats av styrelsen för VPULP AB med anledning av nyemission och upptagande till handel på AktieTorget. Styrelsen, som ansvarar för detta memorandum har vidtagit rimliga åtgärder för att säkerställa att den information som lämnas enligt dess uppfattning överensstämmer med fakta och att ingenting utelämnats som med sannolikhet kan påverka bedömningen av bolaget.

Styrelsen

The Virtual Pulp Company AB (publ)

Bolagets revisor har inte granskat information som lämnas i föreliggande memorandum.

Innehåll

Viktig information och definitioner	8
Sammanfattning	9
Villkor och anvisningar	12
VD har ordet	15
VPULP i omvärlden	16
Marknaden	18
Bolagets verksamhet	21
Produkter	21
Kunder och presumtiva kunder	22
Teknik	23
Intäktssmodeller	23
Hinder	24
Möjligheter	24
Riskfaktorer	25
Konkurrenter	25
Styrelsen och ledamöternas övriga uppdrag	27
Utvald finansiell information	31
Kommentarer till den finansiella informationen	33
Aktien och ägarförhållanden	35
Övriga upplysningar	36
Bolagets verksamhet	38
Information om de aktier som erbjuds	39
Risker	41
Bolagsordning	43
Skatteaspekter i Sverige	45
Adress och kontaktuppgifter	47

Viktig information och definitioner

Med "VPULP" eller "Bolaget" avses i detta memorandum företaget The Virtual Pulp Company AB (publ), Org.nr: 556708-5104, såvida inte annat framgår av sammanhanget (exempelvis styrelsen, aktierna och aktieägarna i Bolaget, avser Bolaget VPULP AB:s styrelse, aktier respektive aktieägare).

Med publicist menas förlag, tidning eller annan som publicerar information på Internet i form av sammanställt material på hemsidor, bloggar eller liknande. (Exempelvis tidningen Expressens nättidning, TV4:s hemsidor på Internet, Blocket.se etc.)

Med produkten InStore menas det system som VPULP installerar i butiker, utställningshallar eller på allmänna ytor. Det innehåller dels dataskärmar, där besökaren söker efter information, bläddrar i kataloger och annat digitaliserat material, dels ett system (mjukvara) för att publicera information i digitalt bläddringsbart format, både i butiksskärmar och på hemsidor och andra digitala kanaler.

Med produkten AdBar menas den mjukvara, som integreras på en hemsida, där en expanderbar mindre yta kan innehålla större annonser eller annan information. Genom AdBaren kan publicisten sälja större annonsformat, samtidigt som den besökare som inte vill se en stor annons slipper det.

Med produkten InGrid menas den mjukvara som delar in en given yta (T.ex. en dataskärm eller en hemsida) i ett givet antal mindre ytor (En Grid), där varje yta enskilt kan utgöra en informationsplats samtidigt som flera ytor tillsammans också kan göra det. Mjukvaran möjliggör självbetjäning, dvs. någon som vill annonsera på en yta, stor eller liten, kan själv lägga in annonsen. (En jämförelse kan vara Google:s system för att lägga in egna sökord och radannonser). Publicisten väljer själv var på hemsidan InGrid skall placeras. Genom InGrid skapas möjligheter för publicister att också införa mindre annonser på Internet, t.ex. radannonser och så kallade eftertextannonser.

Aktierna i VPULP planeras att upptas till handel vid AktieTorget under oktober månad 2013. Handelsposten omfattar en (1) aktie. AktieTorget har sedan den 1 november 2007 Finansinspektionens tillstånd för värdepappersrörelse för drift av handelsplattform. AktieTorget står därmed under Finansinspektionens tillsyn. AktieTorget tillhandahåller ett effektivt aktiehandelssystem (INET Nordic), tillgängligt för banker och fondkommissionärer anslutna till Nasdaq OMX Stockholm. Det innebär att den som vill köpa och sälja aktier som är listade på AktieTorget använder sin vanliga bank eller fondkommissionär. Handel i bolagets aktier kan följas på internetadressen www.aktieTorget.se samt hos de flesta internetmäklare och på hemsidor med finansiell information. Aktiekurser finns även att följa på Text-TV och i dagstidningar.

Erbjudandet riktar sig inte till sådana personer vars deltagande förutsätter ytterligare memorandum, registrerings- eller andra åtgärder än de som följer av svensk rätt. Memorandum får inte distribueras i något land där distribution eller erbjudandet kräver åtgärd enligt föregående mening eller strider mot regler i sådant land. Anmälan om teckning av aktier i strid med ovanstående kan komma att anses vara ogiltig.

Dokumentet innehåller uttalanden och antaganden om marknadsförhållanden, verksamhet, samt val av strategier och de effekter sådana val kan ha på efterfrågan på Bolagets tjänster. Dessa uttalanden återfinns i flera avsnitt (bland annat "Bolagets Verksamhet" och "Omvärldsbeskrivning") och inkluderar uttalanden rörande VPULPs nuvarande avsikter, bedömningar och förväntningar. Orden "anser", "förväntar", "planerar" eller liknande uttryck indikerar vissa av dessa uttalanden och antaganden. Andra sådana uttalanden kan identifieras utifrån sammanhanget.

Faktiska händelser och förhållanden kan komma att skilja sig från vad som framgår av dessa uttalanden och antaganden till följd av risker och andra faktorer som VPULPs verksamhet påverkas av. Sådana faktorer återfinns bland annat under avsnittet "Riskfaktorer". Memorandumet innehåller flera hänvisningar till information och marknadsstatistik framställda av tredje part. I memorandumet har intagits siffror och marknadsdata hämtade från publikationer av olika bolag etc. Adresser till uppgiftslämnarnas hemsidor, och i fallen att dessa är svenska, även postadresser finner man vid respektive uppgift. Ingen av dessa parter har några väsentliga intressen i VPULP. Informationen från dessa som ingår i memorandumet har återgivits korrekt och såvitt VPULP kan känna till genom jämförelse med annan information som offentliggjorts av berörd tredje part, har inga uppgifter utelämnats på ett sätt som skulle göra den återgivna informationen felaktig eller missvisande.

Under styrelseledamöter redovisas bl.a. deras tidigare bolagsengagemang. Det avser engagemang de senaste fem åren.

Uttalanden om framtiden

Uttalanden om framtiden och övriga framtida förhållanden i detta memorandum återspeglar styrelsens nuvarande syn avseende framtida händelser och finansiell utveckling. Framåtriktade uttalanden uttrycker endast de bedömningar och antaganden som styrelsen gör vid tidpunkten för memorandumet. Dessa uttalanden är väl genomarbetade men läsaren uppmärksammas på att dessa, såsom alla framtidsbedömningar, är förenade med osäkerhet.

Undantag från prospektskyldighet

Detta memorandum har inte granskats och godkänts av Finansinspektionen. Memorandum avseende nyemission är undantaget från prospektskyldighet enligt lagen "Lag om handel med finansiella instrument - Undantag avseende erbjudandet till allmänheten". Grunden för undantaget är att det sammanlagda värdet av erbjudandet av finansiella instrument understiger 2,5 miljoner euro under en tolv månadersperiod.

Stockholm den 14 maj 2013

The Virtual Pulp Company AB (publ)
Styrelsen

Sammanfattning

Affärsidé

Bolagets affärsidé är att hjälpa företag att digitalt marknadsföra sig och sina produkter. Ett koncept är att digitalisera och presentera företags realtidsuppdaterade produktinnehåll via digitala kanaler, samt hjälpa konsumenter och andra kunder att digitalt få tillgång till kataloger på ett miljövänligt och enkelt sätt i relevanta miljöer. Ett annat koncept handlar om att förenkla hanteringen, och därmed också försäljningen, av standardiserade och självbetjänade annonsformat på webbsajter så att denna funktion kan hanteras även av mindre publicister/medieaktörer.

VPULP

Bolaget arbetar genom egendesignad teknik och i samarbete med återförsäljare, mediebolag och organisationer. Genom InStoreprodukten ersätts papperskataloger i butik med digitalt bläddringsbara kataloger i skärmar i butiker. Genom produkterna AdBar och InGrid ökar publicisters möjligheter att bli lönsamma i digitala medier. VPULP underlättar också för konsumenter att enkelt och snabbt hitta relevant information via olika digitala medier och på plats i butiker. Bolagets lösningar innebär mycket stora miljö- och kostnadsbesparingar för samtliga inblandade parter, samtidigt som de löser leverantörers problem med att kunna uppdatera produktinformation i realtid.

Företagsledningen

Företagsledningen består av verkställande direktören Henrik Lohk.

Revisor

Revisor i Bolaget är Jonas Mårtensson, KPMG AB, S:t Olofsgatan 11 A, 753 21 Uppsala.

Revisorssuppleant är Lars Eklöf, också KPMG AB i Uppsala.

Bolagets hemvist, juridiska form, organisation m.m.

VPULP har sitt säte och huvudkontor i Stockholm. Bolaget har idag 1 fast anställd medarbetare (designer/ utvecklare), samt ett antal deltidsanställda konsulter/expertter inom olika områden. Bolagets VD, tillika en av grundarna av bolaget, har under det senaste året arbetat på deltid i bolaget. Ett antal specialister och främst säljare kommer att rekryteras till bolaget så snart emissionen är genomförd. Dock kommer organisationen medvetet hållas liten så länge bolaget inte är lönsamt. Viktiga funktioner kan mycket väl lösas genom avtal med konsulter som knyts till bolaget för deltidssatser. En framtida organisationsuppbyggnad kommer främst att bestå av försäljnings- och marknadspersonal.

Styrelse

VPULP har sitt säte och huvudkontor i Stockholm. Bolaget har idag 1 fast anställd medarbetare (designer/ utvecklare), samt ett antal deltidsanställda konsulter/expertter inom olika områden. Bolagets VD, tillika en av grundarna av bolaget, har under det senaste året arbetat på deltid i bolaget. Ett antal specialister och främst säljare kommer att rekryteras till bolaget så snart emissionen är genomförd. Dock kommer organisationen medvetet hållas liten så länge bolaget inte är lönsamt. Viktiga funktioner kan mycket väl lösas genom avtal med konsulter som knyts till bolaget för deltidssatser. En framtida organisationsuppbyggnad kommer främst att bestå av försäljnings- och marknadspersonal.



Ulf Andersen

Styrelseordförande, född 1966. Aktieinnehav i VPULP: 0 aktier.

Ulf är partner och advokat på Advokatfirman Fylgia i Stockholm. Efter tingstjänstgöring började Ulf sin advokatbana 1994 med de huvudsakliga rättsområdena allmän affärsjuridik, obeståndsrätt, arbetsrätt och processer. Han är utbildad vid Uppsala universitet där han blev jur.kand. 1992. Han har också studerat vid University of Minnesota Law School.



Henrik Lohk

VD och styrelseledamot, född 1967.

Aktieinnehav i VPULP: 672 000 aktier privat och genom bolag som Lohk äger 44,5 procent av, 400 000 aktier.

Henrik var tidigare försäljningschef på Adtoma AB som han var med och startade tillsammans med Ingemar Johnsson. Tidigare grundare och VD på iMHO (senare LeanOps) som han sålde 2010. Innan dess var Henrik anställd på den svenska delen av DoubleClick, först som mediasäljare och senare som försäljningschef för DoubleClicks tekniska avdelning i Skandinavien och Östeuropa. Henrik har jobbat i över 16 år inom digitala medier.



Eva Åhlfeldt Brådhe

Styrelseledamot, född 1963,
Aktieinnehav i VPULP: 0 aktier.

Eva har arbetat inom media under hela sitt yrkesverksamma liv. Hon började med att sälja eftertextannonser på Dagens Nyheter för att redan 1996 börja sälja på Digitala Medier på Aftonbladet, där hon sedan blev försäljningsdirektör. Hon var en av dem som byggde upp Aftonbladets Nya Medier och avdelningen hade under hennes tid 100 anställda. Därefter gick hon 2006 till Svenska Dagbladet som affärsutvecklare. Sedan 2007 arbetar Eva genom egna bolag. Eva har också under en period suttit i styrelsen för det börsnoterade bolaget Tradedoubler.



Johan Klaesson

Styrelseledamot, född 1968,
Aktieinnehav i VPULP: 0 aktier.

Johan har en Bachelor of Science från California State University i USA, med marketing som huvudämne. Han har mer än 17 års operationell erfarenhet från olika seniora roller på ledningsnivå i företag inom Internet, telekom och mjukvaruutveckling. Åren 2009 och 2010 var han VD för Admeta AB och ledde deras europeiska expansion. Johan har varit styrelseledamot i Relevant Traffic, ett Kinnevikföretag samt ordförande i OculusAI Technology AB. Genom åren, och tack vare att han arbetat i företag såsom Admeta, Meetic, Tiscali och MTG har Johan byggt upp ett stort och inflytelserikt internationellt nätverk bland investeringsbolag och affärsänglar, likväl som hos publicister, annonsörer och teknikföretag inom digital annonsering. Johan är idag Partner i Opera Capital Partners.



Mats Rönne

Styrelseledamot, född 1960,
Aktieinnehav i VPULP: 0 aktier.

Mats har en examen i Management Sciences från London School of Economics. Efter sin utbildning har han arbetat med marknadsföring, media och varumärken i olika seniora nationella och internationella befattningar som både uppdragsgivare och konsult. Han har varit VD på olika reklam- och mediebyråer, samt arbetat som marknadsföringschef på AffärsFörlaget inom Bonnier-koncernen. Mats var under tiden 2004 till 2009 styrelseledamot i Sveriges Annonsörer, varav de två sista åren som ordförande. Mats är också ledamot av Reklamombudsmannens Opinionsnämnd.



Ingemar Johnsson

Utvecklingschef och styrelsesuppleant, född 1967.

Aktieinnehav i VPULP: 672 000 aktier privat och genom bolag som Johnsson äger 44,5 procent av, 400 000 aktier. Ingemar är också grundare av och tidigare VD för Adtoma AB. Innan han startade Adtoma startade han och drev Click2, den officiella representanten för DoubleClick (Nu del av Google) i Sydafrika. Innan dess drev han 360-Interactive som var den ledande digitala annonsbyrå i Sydafrika.

Den 1:a augusti kompletterades sedan styrelsen med ytterligare en ledamot:



Ingvar Skeberg

Styrelseledamot, född 1958.

Aktieinnehav i VPULP: 75 000 aktier genom bolag.

Ingvar har mer än 20 års erfarenhet från ledande befattningar inom bank och försäkring. Marknadsdirektör på Swedbank samt VVD/COO på AMF Pension. Sedan 2009 driver han konsultföretaget Clearly Strategi & Kommunikation AB. Ingvar är en av Sveriges mest meriterade och belönade reklamköpare med många år som ordförande för Sveriges Annonserer. Ingvar är också ordförande för stiftelsen Reklamombudsmannen.

Styrelsens nuvarande och tidigare uppdrag finns redovisade på sidan 27.

Villkor och anvisningar

Företrädesrätt till teckning

Aktierna emitteras med företrädesrätt för Adtoma AB att teckna 211 700 aktier genom att 994 990 kronor av en licensavgift om 1 miljon till Adtoma för en evig licens för en annonshanteringsmotor omvandlas till aktier, men utan företrädesrätt till existerande aktieägare och riktas till allmänheten.

Emissionskurs

De nya aktierna emitteras till en kurs om 4,70 kronor per aktie. Det tillkommer inget courtage på beloppet. Emissionskursen är fastställd av styrelsen och baserar sig på inkomna teckningsförbindelser i kombination med en bedömning utifrån Bolagets affärsmässiga potential och framtidsutsikter.

Antal aktier i erbjudandet

Erbjudandet omfattar högst 850 000 aktier, samtliga med samma rösträtt, en (1) röst per aktie och samma rätt till Bolagets vinst. Vid fullteckning kommer antalet aktier i Bolaget att öka från nuvarande 2 150 000 till 3 000 000 aktier. Utspädningen för aktieägare som inte deltar i emissionen kommer att bli 28,3 %, beräknat som antalet nya aktier dividerat med det totala antalet aktier efter fulltecknad nyemission.

Teckningstid

Teckning av nya aktier skall ske på nedan angivet sätt under perioden 21 augusti 2013 till och med den 13 september 2013, med rätt för styrelsen att förlänga teckningstiden.

Betalning och leverans av aktier

Betalning skall ske enligt instruktion från Aktieinvest FK AB efter besked om tilldelning. Efter genomförd emission kommer aktierna att registreras hos Bolagsverket, vilket beräknas ske under september 2013, varefter leverans av aktier till berörda tecknare kommer att ske. Euroclear sänder ut en VP-avi med specificering av antalet aktier som registrerats på mottagarens VP-konto. Avisering till investerare vars innehav är förvaltarregistrerat kommer att ske i enlighet med anvisningar från respektive förvaltare. Några betalda tecknade aktier, s.k. BTA, kommer inte att utges.

Teckningspost

Aktier tecknas i poster om 1 000 aktier.

Anmälningssedel

Anmälningssedel finns tillgänglig för nedladdning på AktieTorgets hemsida, www.aktietorget.se och på Bolagets hemsida www.vpulp.se samt på Aktieinvest FK AB's hemsida www.aktieinvest.se. I de fall depån är kopplad till en kapitalförsäkring eller ett investerarsparkonto, vänligen kontakta din förvaltare för teckning av aktier.

Anmälan insändes till:

Aktieinvest FK AB

Emittentservice

SE-113 89 Stockholm

Fax: 08-506 517 01

E-post: emittentservice@aktieinvest.se

Anmälningssedel måste vara Aktieinvest tillhanda senast klockan 17:00 den 13 september 2013.

Anmälan är bindande

Endast en anmälningssedel per person kommer att beaktas och i det fall fler än en anmälningssedel insändes kommer enbart den senaste att registreras. Ofullständig eller felaktigt ifylld anmälningssedel kan komma att lämnas utan avseende. Inga tillägg eller ändringar får göras i den tryckta texten på anmälningssedeln.

Tilldelning

Det finns ingen övre gräns för hur många aktier en enskild tecknare kan anmäla sig för, inom gränserna för nyemissionen. Styrelsen för VPULP beslutar om tilldelning. Vid eventuell övertäckning fördelas aktierna enligt styrelsens beslut. Besked om tilldelning sker via post utskickad avräkningsnota, till adress som angivits på anmälningssedeln. De som ej erhållit tilldelning får inget meddelande.

Betalning

Full betalning för tilldelade aktier skall erläggas kontant enligt anvisningar på utsänd avräkningsnota, samt vara Aktieinvest tillhanda senast fem bankdagar efter utsändandet av avräkningsnota. Om betalning

inte sker i tid kan aktierna komma att överlåtas till annan part. Om betalning från en sådan försäljning understiger teckningskursen enligt erbjudandet kan mellanskillnaden komma att utkrävas av den person som ursprungligen tilldelades aktierna.

Erhållandet av aktier

När emissionen är registrerad hos Bolagsverket bokas aktierna ut på angivet VP/depåkonto. Registrering hos Bolagsverket beräknas ske under vecka 40 2013.

Handel på AktieTorget

VPULP har godkänts av AktieTorgets styrelse för upptagande till handel på AktieTorget, under förutsättning att spridningskravet för aktien är uppfyllt och minimibeloppet i emissionen har emitterats. I samband med listningen kommer resultatet av emissionen att offentliggöras via ett pressmeddelande. Första handelsdag beräknas bli den 7 oktober 2013. Handelsbeteckningen kommer att vara VPUL. ISIN-kod för aktien är SE0005364403.

Skattefrågor

Gällande skattefrågor kring erbjudandet i detta memorandum hänvisas till avsnittet "Skattefrågor" på sidan 45.

Offentliggörande av resultat

Styrelsen kommer genom pressmeddelande att offentliggöra resultatet av emissionen efter det att beslut om tilldelning skett.

Rätt till utdelning

Alla aktier har lika rätt till utdelning. De nya aktierna berättigar till utdelning fr.o.m. avstämningsdagen för den utdelning som beslutas närmast efter den aktuella nyemissionens registrering. Utbetalning av eventuell utdelning ombesörjs av Euroclear Sweden AB eller, avseende förvaltarregistrerade innehav, i enlighet med respektive förvaltares rutiner. Om aktieägare inte kan nås kvarstår aktieägarens fordran på Bolaget avseende utdelningsbelopp och begränsas endast genom regler om preskription. Det föreligger inga

restriktioner för utdelning eller särskilda förfaranden för aktieägare bosatta utanför Sverige och utbetalning sker via Euroclear (eller motsvarande) på samma sätt som för aktieägare bosatta i Sverige. För aktieägare som inte är skatterättsligt hemmahörande i Sverige utgår dock normal svensk kupongskatt.

Villkor för genomförandet av emissionen

Lägsta emissionsbelopp för genomförande av emissionen är 3 000 000 kr, varav 1 000 000 kr tecknas av Adtoma AB som betalning för den licens som omnämns i memorandumet.

Övrig information

Aktierna i VPULP är inte föremål för erbjudande som lämnats till följd av budplikt, inlösenrätt eller lösningsskyldighet. Det har inte förekommit något offentligt uppköpserbjudande under innevarande eller föregående räkenskapsår. Alla aktier berättigar till samma andel av Bolagets vinst och eventuell utdelning, även vid likvidation. Alla aktier har samma röstvärde, en (1) röst per aktie. Aktieägarnas rättigheter avseende vinstutdelning, rösträtt, företrädesrätt vid nyteckning av aktie med mera styrs av Bolagets bolagsordning vilken finns återgiven i sin helhet på sidan 43 i detta memorandum.



Ett exempel på InGrid, där ett större antal annonser får plats på en expanderbar yta.

VD har ordet

"VPULP har utmejslat ett affärsområde där bolagets tekniska kompetens parats med ett konceptuellt tänkande som är unikt. Ledningen för bolaget har en mycket lång erfarenhet av den digitala mediebranschen och olika tekniska lösningar för att både samla in och presentera information och data. Detta har vi utnyttjat i uppbyggnaden av The Virtual Pulp Company. Namnet alluderar på den virtuella pappersmassan som vi arbetar för att ersätta den traditionella pappersmassan med.

Sedan 2006 ser vi en tydlig konsolideringstrend inom mediebranschen, som genom åren ökat efterfrågan på produkter som kan publicera och distribuera grafiska material oberoende av teknisk plattform. Att genom "Instore" konceptet få förtroendet att hantera kunders produktmaterial i (till en början) PDF för att därifrån ta det vidare till kundernas interna Web och till media har visat sig fördelaktigt. Att i dessa publiceringsprocesser utnyttja det stöd vi byggt för dynamisk prissättning och prioritering (baserat på tillgång och efterfrågan) är likaledes i linje med marknadens förväntningar idag. Vi räknar med att se en kraftig ökning i ovan beskrivna segment de närmaste åren varför vi nu ökar takten i att lansera våra produkter och ta marknadsandelar. För närvarande finns inga direkta konkurrenter till bolagets produkter och detta tillfälle vill vi utnyttja.

Nyemissionen görs med syfte att säkerställa behovet av rörelsekapital för att aggressivt öka försäljningen av bolagets produkter och för att säkerställa att bolaget för all framtid har tillgång till den teknik som utvecklats för VPULPs produkter. Styrelsen anser att det föreligger en unik möjlighet för bolaget att snabbt etablera sig till en början främst på den svenska marknaden. Detta för att kunna dra fördelar av de erfarenheter detta ger, för att sedan satsa på en snabb internationell expansion. Nyemissionen förväntas tillföra bolaget 2,8 miljoner kronor i kontanter, efter emissionskostnader, samt täcka huvuddelen av kostnaderna för tekniken för produkterna AdBar och InGrid genom att Adtoma AB, som utvecklat produkterna, tecknar sig för aktier för 1 miljon som betalning för en evig licens av en mjukvara som sköter VPULPs system. I samband med emissionen avser bolaget ansöka om lån om belopp som uppgår till maximalt emissionsbeloppet.

VPULP:s produkter har mottagits mycket positivt på marknaden och jag ser stora möjligheter att bygga ett framgångsrikt företag med InStore, AdBar och InGrid som grund. Välkomna att vara med på vår resa genom att investera i VPULP.



Henrik Lohk
VD

VPULP i omvärlden

Världen förändras

Internet definierades och började byggas upp i början av 1990-talet på forskningsstationen CERN i Schweiz. Det är bara cirka 20 år sedan.

Tillkomsten av Internet har förändrat vår värld ordentligt i många olika former; betallösningar, meddelandebefordringar, informationsspridning och till och med politiskt. Nu håller vi på att ta nästa steg. Ett steg där alla personer mer eller mindre hela tiden, på ett eller annat sätt, är uppkopplade, oberoende av tid och plats. Mobiler och portabla datorer har drivit denna våg och nu kommer ännu fler produkter; klockor, armband, glasögon och alla möjliga typer av digitala produkter i t.ex. bilar, skor, vågar, kylskåp, osv. Denna förändring är inte bara av teknisk natur utan har en förvånansvärt stor påverkan på samhället och individers beteende. Den har även medfört stora, snabba och ofta omvälvande (eller fenomenala) förändringar i affärsvärlden.

Amazon är ett exempel, från början en virtuell bokhandel, numera en av världens största grossister – ett bolag som inte fanns mer än 15 år sedan.

E-Bay (Tradera i Sverige), Hemnet, Byt-bil och liknande tjänster har tagit över eftertextannonsering – och de är till stor del skyldiga till den nedgång i annonsering som de stora traditionella tidningarna upplevt de senaste åren.

Google som grundades 1998, och alltså inte är äldre än 15 år, är världens största mediebolag som får de stora sekelgamla medieförlagen som Hearst, News Ltd, Bertelsmann, Bonnier, och Schibsteds att verka som mindre företag. Nu använder fler än 1 miljard människor Googles tjänster varje dag och de genererar vinstmarginaler på 25% från en omsättning på 200 miljarder kronor om året och har ett uppskattat bolagsvärde på 2 000 miljarder kr (Schibsted har i jämförelse en bolagsvärdering på 30 miljarder kronor, 1.5% av Googles värde).

Facebook har även de nu över 1 miljard användare. Bolaget grundades som ett slutet projekt på ett universitet för 9 år sedan men det var inte mer än 6 år sedan den blev öppet för allmänheten. Facebook har till stor del påskyndat en förändring i socialt beteende hos individer men de och andra bolag så som LinkedIn och inte minst Google, har haft och fortsätter att ha en mycket stark och negativ påverkan på många andra företag, inte minst bolag inom media runt om världen, genom att de kan erbjuda annonsörer att köpa riktade annonser till en mycket specifik målgrupp – centralt, lätt och i stor skala.

Förändring hos Individens köp- och beslutprocess.

Individens beteendemönster när det kommer till beslut om inköp och val av produkter och tjänster har gått igenom många olika steg genom tiderna. Massmedia och de annonsmeddelanden som de bringade med sig under 60-talet hade stor påverkan på individens beslutsprocesser och ofta var det den produkt som kunde annonsera mest som fick störst marknadsandel.

Från sekelskiftet har detta börjat att förändras. Med tillgång till mer information har individer börjat söka information, inte bara från leverantörer utan även från andra individer via recensioner, bloggar osv. Det är idag inte ovanligt att potentiella kunder är mer införstådda och kunniga om en produkt än butikspersonal. Kunder vill ha mycket mer produktinformation.

Dagens konsument vill inte bli "sålda till". De vill bli "informerade." De vill skaffa sig kunskap innan, men även vid köptillfället. Vi har alltså gått från en situation där vi fick kunskap via försäljare, affischer och annonser till en värld där vi har tillgång till ett överflöd av information och själva kan och vill bilda oss en egen uppfattning, ofta byggd på många informationskällor.

Förändringar inom media, annonsförsäljning och marknadsföring

TV och tryckta medier var de stora medierna under 1960 - 1990-talen men nu har internetanvändning och digital annonsering gått om båda dessa i de flesta västerländska länderna. Onlineannonsering har ökat till omkring 25% av den totala mediekakan men det är inte orimligt att den inom en snar framtid överstiger 50%. Med den ökade penetrationen av portabel Internet kommer denna trend att fortsätta. Gränserna mellan online och mobilannonsering kommer att suddas ut. Hemsidor och annonser anpassas till de olika applikationerna.

Online annonsering består idag av olika segment.

I huvudsak:

- Betald sökannonsering
- "Display" (Banner) annonsering
- "Classified" (Eftertext)

Nya kategorier som kan läggas till listan är:

- Video (ibland är det otydliga avgränsningar mellan video och banner)
- Mobil (ibland är det otydliga avgränsningar också mellan mobil och banner)
- "Native" annonsering (betalda artiklar eller annonsering som är inbäddad i ett innehållsflöde)

Under Internets tillväxt i slutet av 1990-talet representerades medierna ofta av externa säljbolag eller annonsnätverk, men dessa uppdrag togs i många fall tillbaka under 2000-talet då medierna skapade egna organisationer för sälj av internetannonser. Med den exponentiella tillväxten av internetmedier och utbudet av annonsplaceringar har åter nätverk börjat få fotfäste – dock nu via systembaserade annonsbörser.

Hos dessa börser kan mediabyråer (och större annonsörer) centralt köpa annonser från hundra- eller till och med tusentals medier.

Online annonsering i Sverige

Rapporten "Svensk reklammarknad 2012" från IRM (Institutet för Reklam och Mediestatistik) visar att under 2012 ökade Internetannonseringen med 18,9 procent jämfört med 2011. Totalt investerades 7,7 miljarder i annonsering på Internet i Sverige under 2012.

De totala medieinvesteringarna uppgick till knappt 32 miljarder. Det betyder att annonseringen på Internet står för nästan en fjärdedel av all annonsering (24,1 procent). 2011 svarade Internetannonseringen för en femtedel (20,2 procent) av de totala medieinvesteringarna. (www.irm-media.se)

Online annonsering – USA (~40% av den globala marknaden)

Intäkterna från internetannonseringen i USA uppgick till 36,6 miljarder USD för helåret. Intäkterna för helåret ökade med 15 % jämfört med 2011. Källa: ("IAB internet advertising revenue report' 2012" (IAB står för Interactive Advertising Bureau, www.iab.net))

De viktigaste trenderna inom digital annonsering är för närvarande:

1. Global marknad. Stora internationella medier tar sig in på de lokala marknaderna.
2. "Responsiv" – dvs. innehåll måste kunna visas i alla olika apparater.
3. Konsumenterna vill köpa, inte bli sålda till.
4. Annonsörer vill ha mindre risk, mer transparens och kontroll (resultatbaserade priser och bokningsflöden med självbetjäning).
5. Annonsörer vill ha mindre administration (Programmatiskt / systembaserat bokningsflöde)

Hur passar VPULP in i den nya annonsvärlden?

1. Konsumenterna vill komma åt bra produktinformation. Före och vid köptillfället.

- VPULP skapar genom InGrid-moduler där konsumenterna lätt kan ta del av djupgående och värdefull produktinformation i form av bilder, text, video och kataloger. Allt anpassas "per automatik" till alla olika apparater.

- VPULP skapar via InStore en smidig miljö för konsumenter att visuellt bläddra och söka upp produktinformation från ett stort lager av produktinformation.
- VPULP skapar ett system för att distribuera dessa produktinformationsmoduler på annonsörens egna hemsidor, till återförsäljares hemsidor och butiker men även ut på VPULP och till ett bredare medienätverk.

2. Annonsörer vill få nya "leads", kunder och sälja fler produkter.

- VPULP skapar en modul för produktinformation, som är såväl enkel som billig att producera, flexibel och effektiv.
- VPULP skapar ett centralt bokningsflöde för administration av produktpresentationer för internt bruk såväl som distribuerad till återförsäljare och medienätverk.
- VPULP skapar en miljö där annonsörers investeringsrisk minimeras med fokus på resultat och transparens.
- VPULP skapar en miljö där annonsörer kan köpa annonser antingen via en säljkår, via självbetjäning eller programmatiskt från lager- eller Content Management System.

3. Butiker vill kunna ge bättre information till kunder, före och vid köptillfället för att öka försäljning och att bygga upp en kundrelation som kan användas som en framtida marknadsföringskanal

Marknaden

Marknaden för företagets produkter måste anses som mycket stor och växande, samtidigt som den är svår att i detalj beräkna. Bara för Sverige och produkten InStore kan följande räkneexempel ge en vägledning om potentialen: Varje katalog beräknas omsätta minst 2 000 kronor/år plus öppningskostnader på Internet. För att bara ta ett exempel har idag en större leverantör inom byggbranschen i Sverige 170 egna kataloger som de trycker upp. Större byggvaruhandlare har flera hundra leverantörer. Detsamma gäller branscher som sportaffärer och bitillbehör, dvs. "sällanköpskategorier" med stort produktutbud inom många underkategorier och ett stort antal leverantörer. Dessa tre egenskaper

- VPULP skapar en informationsportal, via InStore, både på butikens onlinemiljö och i butik via skärmar och kundernas mobila datorer.
- VPULP skapar en miljö där butiker kan ta emot intresseanmälningar och bygga upp CRM listor för senare kunddialog.

4. Medier vill ha ökade intäkter men lägre kostnad och mindre administration.

- VPULP skapar nya intäktsmöjligheter som inte konkurrerar med eller tar från tidigare intäkter.
- VPULP skapar en miljö där medier kan maximera sin befintliga säljkår, både för distribution av annonser på egna medier men även över ett bredare distributionsnätverk.
- VPULP tar bort dyra administrativa processer.

5. VPULP har förutsättningarna att skapa en miljö som är skalbar både inom en region men även internationellt. Visionen är att göra den tekniska plattformen så användarvänlig så att minimal support ska krävas och att både annonsörer och medier ska kunna ansluta sig själva via VPULPs webbplats. De trender och förutsättningar som förekommer i Sverige är mycket lika de i andra länder och utrullning geografiskt ska till en större del kunna ske via webb och marknadsföring och bör i de flesta fall inte kräva en lokal etablering.

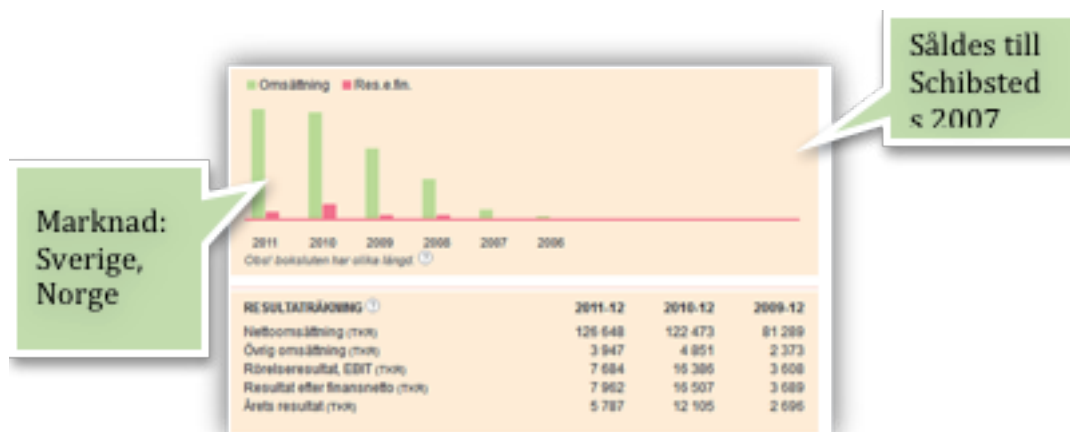
ökar behovet av informationsmaterial som stöder såväl konsumentens beslutsunderlag som butikspersonalens möjligheter att ge korrekta och relevanta råd till kunderna. VPULPs prismodell bygger på att utgivarna av katalogerna betalar ett pris per presenterad katalog samt ett budpris (Liknande Google Adwords prismodell) per öppnad katalog på Internet. Dessutom finns tilläggspriser för speciell exponering mm. Återförsäljaren/Butiken betalar för de digitala skärmarna.

För AdBaren och "InGrid" är marknaden ännu större. Enbart i Sverige finns ett drygt 100-tal digitala hemsidor som varje vecka besöks av fler än 100 000

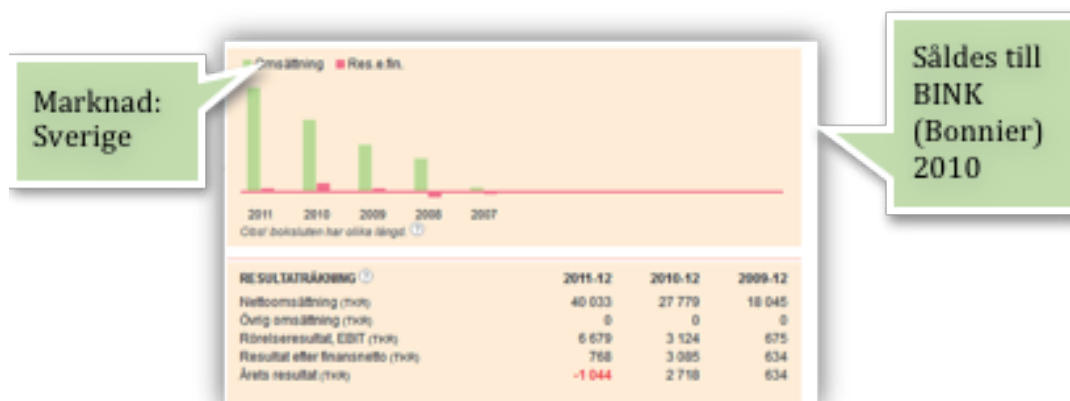
unika besökare. (Aktuella besökssiffror vecka för vecka kan erhållas via KIA-index, <http://www.annons.se/kia-index>) Alla dessa är potentiella kunder som skulle tjäna på att använda AdBaren och "InGrid". Dessa produkter prissätts antingen genom att publicisten betalar en procentandel av de intäkter de erhåller alternativt betalar en kostnad per visad sida, så kallad CPM (Cost per Mille), kostnad per 1000 annonsvisningar. Beräknar man marknaden efter den senare kostnadsmodellen är enbart de 100 största publicisterna värda mer än 100 miljoner om året för AdBaren. Och det gäller bara i Sverige som är en liten marknad. Den totala annonsmarknaden på Internet i Sverige var, som tidigare nämnts, 2012 värd 7,7 miljarder kronor. VPULPs målsättning är att ta 2,5 % av denna marknad fram till år 2020, vilket motsvarar ett värde på cirka 200 miljoner kronor.

Som en jämförelse med andra bolag, i samma marknad och med näraliggande liknande erfarenheter, kan man visa på utvecklingen för Webtraffic och Tailsweep i Sverige och Tradedoubler i Europa. Webtraffic och Tailsweep arbetar främst med annonsnätverk och deras produkter kan närmast jämföras med delar av de möjligheter AdBaren och InGrid erbjuder. VPULPs produkter har dock ytterligare funktioner varför en jämförelse inte är helt rättvisande. Tradedoubler startade tidigt med en möjlighet inte minst för mindre publicister att få intäkter via annonser som Tradedoubler sålt in i nätverk. Alla tre företagen arbetar främst i det billigare digitala annonssegmentet, varför deras produkter bygger mer på volym än höga priser. VPULPs produkter går att använda för båda annonssegmenten. De tre bolagens utveckling ser ut som följer:

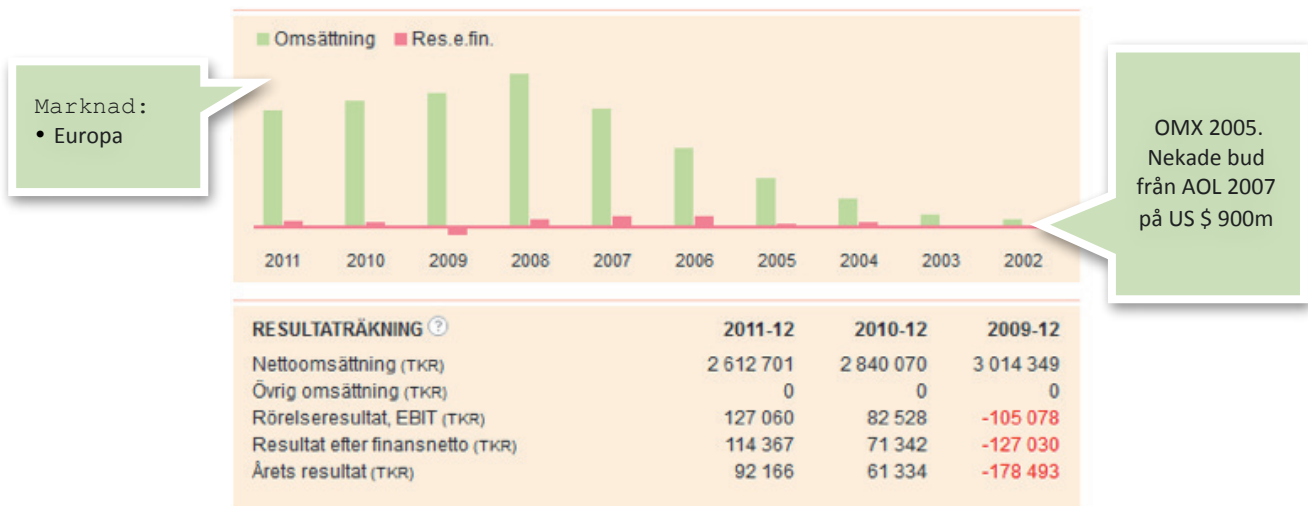
Webtraffic



Tailsweep



Tradedubler



Bolagets verksamhet

VPULP startade verksamheten 2006. Då var huvudfokus att hjälpa publicister att få ökade annonsintäkter genom att erbjuda annonsörer större annonser i bläddringsbara tidskrifter i digitala medier. Samarbeten testades bl.a. med Bonnier Tidskrifter och andra förlag. Utmaningarna fanns dels i tekniken (Detta var före IPad:en och de svepbara skärmarna), dels i ovanan hos publicisternas säljare att sälja andra annonser i en digital utgåva av tidskriften, än de som sålts i den tryckta, eller att ta extra betalt för den digitala versionen av annonsen. Projektet lades sedermera på is, och verksamheten blev vilande, men den teknik som utvecklats för projektet fanns kvar i bolaget.

2011 genomförde VPULP ett utvecklingsprojekt tillsammans med Expressen och Electrolux, där bläddringsbara kataloger lades upp på Expressens hemsidor. Projektet blev en framgång och katalogerna sågs av 2,5 miljoner besökare på sidorna under 1 månad. 2 756 av Electrolux kataloger lästes under samma tid via Expressens hemsidor. Projektet ledde sedan till att produkten InStore utvecklades och som första bransch att införa produkten i valdes byggbranschen. Våren 2012 slöts ett samarbetsavtal med Fredells Byggvaruhus i Stockholm (Norra Europas största Byggvaruhus) och bolaget beslöt att satsa på att bygga upp verksamheten och att utveckla några andra produkter.

Produkter

VPULP InStore/Web är ett system för att publicera kataloger, produktblad och annan information digitalt och bläddringsbart. Publiceringen sker på skärmar i butiker och utställningshallar samt på leverantörers och återförsäljares hemsidor liksom på VPULPs hemsida. Ett första projekt är att tillsammans med ett byggvaruhus (Fredells i Stockholm) ersätta papperskataloger med digitala bläddringsbara kataloger från samtliga återförsäljare. Detta sker genom skärmar som placerats i Fredells butik i Sickla. Konceptet bygger på att VPULP använder egendesignad teknik som utvecklats av Adtoma AB för VPULP, tillsammans med känd teknik för digitalisering av kataloger mm. InStore har bl.a. i media beskrivits här:

<http://www.idg.se/2.1085/1.467144/fredells-bygger-bort-broschyrstallet>

AdBar:

är en annan produkt där ett samarbete inletts med Riksidrottsförbundet, där VPULP ansvarar för all annonsering på Riksidrottsförbundets hem- och mobilsidor www.idrottonline.se. AdBar kan närmast beskrivas som en "footer", dvs en mindre remsa som

läggs in på kundens hemsida. När datormusen förs över AdBar expanderar den (Upp till hela skärmen om man så önskar) och annonsörens budskap framträder. Även här används egenutvecklad teknik, som bl.a. innebär att annonser expanderas när man drar musen över t.ex. en logotype. På det viset vinner man fördelarna av större annonsformat samtidigt som annonsytorna initialt hålls små. Även här räknar bolaget med flera större samarbeten i närtid. Intäkterna för VPULP utgår i form av provision på annonsintäkterna. De är upp till 67 % av intäkten för de fall VPULP också säljer annonserna.

InGrid:

är den produkt (annonsväxel /exchange) som gifter ihop InStore & AdBar. Det är en teknik för att publicera många mindre annonser på en given yta (en grid), där annonserna läggs in genom självbetjäning och/eller VPULPs och publicisternas säljare. Detta skapar t.ex. möjligheter för publicister och andra att lägga in så kallade eftertextannonser på sina hemsidor till en låg kostnad för kunden, men där kvantiteten ändå gör "InGrid" mycket lönsam samtidigt som det skapar en ny intäktskälla för

publicister. "InGrid" skapar också möjligheter för mindre företag att annonsera digitalt genom så kallad självbetjäning, där publicisten inte behöver någon handpåläggning vad gäller annonsen. Även denna produkt finns beskriven i media på:

<http://www.dagensmedia.se/nyheter/dig/article3266499.ece>

Kunder och presumtiva kunder

Bland nuvarande kunder finns både stora och små bolag och en organisation: Riksidrottsförbundet. Fredells Byggvaruhus är en kund liksom flera av dess leverantörer såsom MieleAB, Pergo Golv, Alloc AS, Junckers mfl. AdBaren som annonsverktyg används bl.a. av Folksam, Toyota Sverige AB, Asics m.fl. (Se www.idrottonline.se)

Så här säger Per Redzer, försäljningschef på Weber (Saint Gobain) om VPULPs lösning InStore:

Visst är direkta miljö- och kostnadsbesparingar för tryck, logistik och hantering välkommet, men den viktigaste lösningen för oss genom VPULPs system är lösningen på det hela tiden ökande kraven på oss att informera marknaden med relevant och uppdaterat innehåll. Med VPULP ges vi möjligheten att i realtid publicera vårt material så att det alltid är aktuellt och anpassat till respektive utlämningsplats där användaren hämtar vår information. Detta kan jämföras med dagens metoder där vi rent fysiskt distribuerar trycksaker till alla 1000 tals utlämningsplatser som finns för våra produkter bara i Sverige. Nuvarande metoder lämnar en del att önska bl.a. då vår information till marknaden begripligt nog blir bristfällig.

(I skriftlig kommunikation med Bolaget)

Så här säger Mikael Arvered på Fredells Byggvaruhus i Sickla om dagens system:

Det handlar om många ton som transporteras ut och in i det här huset. Det händer att företag måste dra tillbaka kampanjer och produkter och det är otroligt dyrt att dra tillbaka alla trycksaker och ersätta dem med nya.

(Se artikel i Computer Sweden, www.idg.se/2.1085/1.467144/fredells-bygger-bort-broschyrstallet)

Diskussioner förs också med flera andra större aktörer inom olika branscher för att utvidga produkten InStore till flera bygghandlare och andra branscher. Vidare har bolaget och dess företrädare långvariga kontakter med de större medieföretagen inte bara i Sverige utan också i många andra länder. AdBar och InGrid kommer under de närmaste åren att aktivt lanseras mot större medieföretag.

Teknik

InStore tekniken har utvecklats under några år av VPULP och hela kostnaden för denna utveckling är bokförd som utvecklingskostnader i VPULPs balansräkning. InStore består av både ett system och en mjukvara. Mjukvaran är komplex och innehåller komponenter som CRM, spårbarhet, integration med e-postsystem, möjligheter att styra publiceringar etc.

Teknikerna för de övriga två, AdBar och "InGrid" av VPULPs produkter är utvecklade av Adtoma AB på uppdrag av VPULP och efter specifikationer av VPULP. VPULP erhåller också, i en överenskommelse med Adtoma, en livslång OEM-licens på de delar av produkterna som innebär att man utnyttjar Adtomas teknik för att leverera annonser och tidskrifter digitalt. Källkoden för denna del är också deponerad som säkerhet vid eventuella förändringar i Adtomas

struktur. Genom detta arrangemang garanteras VPULP tillgång för all framtid av den egna tekniken. Den "annonsmotor" som Bolaget köper av Adtoma i licensform, skulle likaväl ha kunnat köpas av andra bolag, men genom köpet från Adtoma garanteras att Bolaget får de anpassningar som krävs för VPULPs produkter. Som betalning sker en kvittning mot aktier motsvarande ett belopp om 1 miljon för OEM-licensen, vidare en kontantbetalning om 500 000 kronor för kommande utvecklingsarbete som VPULP beställt. Dessa båda poster motsvarar den totala kostnaden för utvecklingen av systemet och produkterna i en användbar version. Totalt ligger utvecklingskostnaderna, inklusive de nämnda ersättningarna till Adtoma, på 3 378 847 kronor svenska kronor för de tre produkterna.

Intäktssmodeller

VPULPs produkter säljs enligt några olika intäktssmodeller, anpassade efter respektive produkt och för att både kunna generera höga intäkter och kunna vara lättsålda. I korthet ser de ut sålunda:

InStore

För InStore används några olika intäktssmodeller. En är gentemot butiker och utställningshallar, där butiken betalar för skärmarna samt för konvertering av butikens hemsida så att VPULPs system för bläddringsbar och spårbar teknik kan användas också där. En annan riktar sig mot de leverantörer som vill ansluta sig till VPULPs system. De betalar en årlig avgift per katalog eller grupp av kataloger. Den är för närvarande mellan 3 900 och 15 900 kronor beroende på antal kataloger. Den genomsnittliga kostnaden för varje katalog beräknas till 2 000 kronor. För detta får de katalogerna publicerade på de butikers skärmar och hemsidor som de är leverantörer till, samt på sin egen hemsida och på VPULPs hemsida. Utöver detta finns ett pris, där de kan ange hur mycket de vill betala per öppnad katalog. Ju högre pris de är beredda att betala, desto

högre upp på publiceringslistan hamnar de. Ansluter de sig till det senare priset publiceras också deras katalog på VPULPs samarbetspartners sidor, i de nätverk VPULP bygger upp. Det kan vara tidningars hemsidor etc. Leverantörerna kan också betala extra för att göra reklam i butikernas skärmar.

AdBar och InGrid

AdBar är i grund och botten en annonsprodukt som ger publicister ytterligare en annonsyta. Intäktssmodellen är i huvudsak provisionsbaserad. För tekniken tar VPULP upp till 34 % av intäkterna och om VPULP också säljer annonserna tillkommer upp till 33 % ytterligare. Publicisten är alltid garanterad 33%. För kunder som använder annonshanteringssystem som AdBar kan integreras med, kan också en prissättning enligt CPM eller CPC-modellen användas. Det betyder att VPULP tar betalt beroende på hur många gånger annonser visas (CPM-modell) eller hur många gånger besökare klickar på en annons (CPC-modell).

Hinder

VPULP har efter bästa förmåga skyddat produkterna genom att hemlighålla strategiskt viktiga och för produkterna nödvändiga matematiska algoritmer samt genom att förbereda varumärkesskydd på de enligt Bolaget strategiskt viktiga marknaderna. Man kan emellertid inte utesluta framtida konkurrens från väletablerade och finansiellt starka globala aktörer med betydligt större resurser och större förmåga att snabbt nå marknaden. Om Bolaget inte kan konkurrera effektivt med dessa aktörer kan framtida intäkter påverkas negativt genom att andra tar stora marknadsandelar.

Möjligheter

Marknaden för företagets produkter är egentligen hur stor som helst. Samtliga VPULPs produkter är innovativa och skapar stora möjligheter till att tillföra kunder nya intäktsmöjligheter och besparingar. Bara i Sverige står reklaminvesteringarna på Internet för drygt 12 % av samtliga reklaminvesteringar och det motsvarar cirka 8 000 miljoner kronor 2012 (Se t.ex. <http://irm-media.se/reklamkakan.aspx>) VPULPs produkter AdBar och InGrid riktar sig mot denna marknad. 2011 uppskattas de internationella reklaminvesteringarna ha uppgått till 344 miljarder euro. (http://www.irm-media.se/internationella_reklammarknader_2011.aspx) I den ekonomiska målsättning som bolaget presenterat beräknas VPULP omsätta 200 miljoner kronor 2020. Det motsvarar enbart 2,5 % av de svenska reklamsatsningarna 2012 på Internet. Möjligheterna att överträffa denna målsättning måste bedömas som mycket stora, inte minst när en utrullning har skett internationellt.

Konservativa synsätt hos branscher och dess företrädare är ofta ett hinder för ny teknik och nya lösningar. Det kan innebära att lanseringen av VPULPs produkter tar längre tid än beräknats. Många digitala publicister har idag stora problem. Det är både en möjlighet och ett hinder för nya produkter. Nya kostnader för VPULPs produkter kan innebära att publicister och andra tvekar att införa dem.

System som InStore har egentligen bara plats för en leverantör på en marknad eller i en bransch. Detta därför att informationsutgivare knappast vill bekosta deltagande i flera parallella system. Det innebär att den som först tar marknaden har mycket stora konkurrensfördelar. VPULP har idag, vad Bolaget vet, det enda systemet av sitt slag på marknaden. Några långsiktiga prognoser för detta marknadssegment är svårt att göra, men många av leverantörerna inom t.ex. byggbranschen är internationella och med stöd av dem är möjligheterna stora.

Som nämnts under avsnittet hinder ovan har många digitala publicister problem med lönsamheten. Det skapar möjligheter för nya produkter som kan hjälpa publicisterna att öka lönsamheten, vilket VPULPs produkter gör. Därför finns stora möjligheter att snabbt få produkter som AdBar och InGrid introducerade på marknaden.

Risikfaktorer

VPULPs verksamhet, liksom allt företagande, är förenat med risk. Ett antal faktorer utanför Bolagets kontroll kan påverka dess resultat och finansiella ställning liksom ett flertal faktorer vars effekter Bolaget däremot kan påverka genom sitt agerande. Nedanstående riskfaktorer bedöms vara de som kan komma att få störst inverkan på Bolagets framtida utveckling. Riskerna gör ej anspråk på fullständighet, ej heller är riskerna rangordnade efter grad av betydelse.

- Att försäljningsinsatserna inte leder till avsett resultat. Denna risk handlar både om att produkterna inte tas emot på förväntat sätt av marknaden samt att införsäljningen tar betydligt längre tid än förväntat.
- Att Bolaget drabbats av negativa myndighetsbeslut. I VPULPs produkters fall rör det sig förmodligen främst om lagstiftning beträffande spårbarhet på Internet. Beslut som begränsar användningen av så kallade cookies kan innebära att delar av produkterna behöver modifieras.
- Att nyckelperson lämnar Bolaget.
- Att konkurrenter utvecklar bättre metoder och/ eller att konkurrenter med större finansiella muskler dumpar priserna och därför konkurrerar ut bolagets produkter.
- Att kunderna är för konservativa för att pröva Bolagets metod.
- Att Bolagets likvida medel inte räcker för att fullfölja satsningen.
- Att kapitalmarknadens förtroende för Bolaget blir för lågt för att ytterligare tillräckligt expensionskapital skall kunna anskaffas.
- Att Bolaget aktiekurs i framtiden kan komma att fluktuera kraftigt, bland annat till följd av förändringar i kapitalmarknadens intresse i Bolaget.

Konkurrenter

Det finns idag inga direkta konkurrenter till Bolagets produkt InStore. Det som finns på marknaden är program för att framställa digitala kataloger, tidningar etc. och andra program för att göra dem bläddringsbara. InStore består av både en teknik och ett modulsystem, där den underliggande motorn för att publicera och kanalisera informationen är svår för andra att kopiera.

För produkterna AdBar och InGrid finns konkurrenter som gör näraliggande saker. AdBaren är ett system för att publicera annonser eller bläddringsbara kataloger i digitala kanaler på ett nytt sätt. Konkurrenter som också publicerar annonser mm i digitala kanaler är bl.a. DoubleClick som ägs av Google, Adtech som ägs av WPP, världens största mediabyrå, samt Emmediate, en dansk leverantör av digitala annonserhanteringssystem, för att nämna några. Andra konkurrenter är de annonsnätverk som tidigare nämnts såsom Webtraffic, Tailsweep och

Tradedobler, även om deras produkter skiljer sig på avgörande sätt från AdBar och InGrid. VPULPs produkter kan också integreras med samtliga andra digitala annonserhanteringssystem. Ingen av konkurrenterna har alltså idag någon produkt som är identisk med eller liknar AdBar.

InGrid fyller ett tomrum i marknaden i och med att produkten ger de digitala publicisterna möjlighet att nå eftertextmarknaden. Det innebär bl.a. att man kan konkurrera med företag som svenska Blocket. Liknande företag finns världen över. Genom InGrid kan de traditionella tidningarna återta en marknad digitalt som de hittills missat genom att tekniken saknats för självbetjäning av annonsinläggning i de traditionella publicerings- och annonserhanteringssystemen. För närvarande finns alltså ingen direkt konkurrent till InGrid annat än specialbyggda system för olika specifika hemsidor.

IdrottOnline[®] Klubb

Hem Nyheter ▾ Nyhetsbrev Om IdrottOnline ▾ Skaffa IdrottOnline Utveckling ▾ Utbildning ▾ Manualer Support ▾ Kalender

IdrottOnline ger dig mer tid för Idrott

Medlemsregistret är nu igång!
2013-05-22
Vi har nu korrigerat dagens störningar i medlemsregistret och det fungerar igen.
[Läs mer...](#)

Nyhetsbrev
2013-05-20
Vill du få reda på vad som händer här på IdrottOnline? Senaste nyheter inför kommande uppdatering, beskrivning av funktioner och mycket annat. Registrera dig som mottagare av vårt nyhetsbrev!
[Läs mer...](#)

Nya funktioner finns nu i IdrottOnline
2013-05-15
Under natten har uppdatering av IdrottOnline klubb och förbund ägt rum. Inga kända funktionsfel finns att rapportera däremot kan det ta upp till 5 minuter innan Medlemsregisterfliken öppnas. Vi arbetar med att lösa detta omgående!
[Läs mer...](#)

Sök förening
Klicka på "avancerad sök" för att söka på fler parametrar t.ex. en specifik idrott.
Förening:
Sök [Avancerad sök](#)

Support
08-699 61 50
helpdesk@rf.se
Telefontid
Torsdag 12:00-16:00

Support
SVEA
Klicka här!
[-J SMSgrupp](#)
Klicka här!

Exempelföreningar
Få inspiration och tips på hur ni kan utforma er IdrottOnlinesida!

IdrottOnline
...ett kostnadsfritt medlemsregister och hemsida
...funktion att skicka SMS-inom grupper
...en gemensam mötesplats

IDROTTSAVTAL **Wilson** SJ **TOYOTA** SCANDIC FÖRENINGSKASSAN ANNONSERA **AD BAR**

AdBar finns idag implementerad längst ner på Svenska Riksidrottsförbundets alla sidor på www.idrottonline.se

När man för musen över AdBar expanderar annonser och information uppåt och täcker hela skärmen.

Styrelsen och ledamöternas övriga uppdrag

Ulf Andersen

Aktuella Uppdrag

Org. nummer	Företag	Funktion	Tillträde
556708-5104	The Virtual Pulp Company AB	Styrelseordförande	2013-04-25
556672-4984	Ulf Andersen Förvaltnings AB	Styrelseledamot	2004-12-15
556740-6839	Pima Holding AB	Ordförande	2011-02-01

556882-5367	Pima Bemanning & Rekrytering I Stockholm AB	Ordförande	2012-04-17
-------------	---	------------	------------

556871-5485	ByronBandstigen Executive Search AB	Suppleant	2011-12-07
-------------	-------------------------------------	-----------	------------

969633-9994	Advokatfirman Fylgia KB	Prokurist	2007-11-19
-------------	-------------------------	-----------	------------

Tidigare bolagsengagemang

			Tillträde-utträde
556583-0386	LM Law Advokatbyrå AB	Styrelseledamot	2005-03-31 – 2008-03-26
556767-1580	Co-work IT International AB	Styrelseledamot	2009-11-25 – 2012-08-28

Ulf arbetar bl.a. som konkursförvaltare och likvidator vilket innebär att han formellt sett suttit i ett antal bolagsstyrelser i dessa funktioner. Dessa redovisas emellertid inte här.

Delägarskap på minst 10 % i andra bolag under de senaste 5 åren; Ulf Andersen Förvaltning AB, 100 %.

Henrik Lohk

Orgnummer	Företag	Funktion	Tillträde
556708-5104	The Virtual Pulp Company AB	Styrelseledamot VD	2006-10-09
556871-5485	Byron Bandstigen Executive Search AB	Suppleant	2011-12-13
556663-4597	Adtoma AB	Styrelseledamot, VD	2004-10-13 Styrelsesuppleant, och ledamot sedan 2007-01-31 VD sedan 2012-10-16
556738-2550	Signia Creative Intelligence AB	Styrelseledamot VD	Suppl.2010-12-23, VD och ledamot 2012-10-08
CH-170.4.006.364-3	Eastern Archipelago GmbH	Styrelseledamot Ordf.	2006-05-01
CH-170.4.010.782-4	The Virtual Pulp Group GmbH	Styrelseledamot	2010-10-06
Tidigare bolagsengagemang			Tillträde-utträde
556754-8549	Adtail AB	Styrelseledamot	2010-11-15--2011-07-04
556760-8277	Martin Mikkelsen AB	Styrelseledamot	2009-02-19 – 2011-02-09
556651-6307	LeanOps AB (iMHO AB)	Ordförande	2004-06-17--2011-08-08
969624-4525	IMHO HB	Bolagsman	1996-02-28 – 1997-03-13 samt 2002-06-05 – 2003 -04-30

Delägarskap på minst 10 % i andra bolag under de senaste 5 åren; Leanops AB 75 procent som mest, sedan 2010 0 %, Eastern Archipelago GmbH, 44,5 %.

Eva Åhlfeldt Brådhe

Aktuella Uppdrag

Org. Nummer	Företag	Funktion	Tillträde
556708-5104	The Virtual Pulp Company AB	Styrelseledamot	2013-04-25
556073-0979	Via-Valv Aktiebolag	Styrelseledamot	2008-02-27
556855-9792	MediaBoost Sverige AB	Styrelseledamot	2011-10-19
556855-9792	MediaBoost Sverige AB	Ordförande	2012-02-28 – 2013-03-04
556890-6233	Prästängan 32 Förvaltning AB	Styrelsesuppleant	2012-06-13

Tidigare bolagsengagemang

			Tillträde/Utträde
556494-9708	Säkra Kort AB	Styrelsesuppleant	1994-09-30 – 1999-05-18
556575-7423	TradeDoubler AB	Styrelseledamot	2009-05-29 – 2009-11-26
556773-3570	The Borneo Family AB	Styrelseledamot	2010-04-27 – 2011-12-13
556848-8299	Annonskraft Holding AB	Styrelseledamot	2011-05-20 – 2011-10-03

Delägarskap på minst 10 % i andra bolag under de senaste 5 åren; Via Valv AB 100 procent, MediaBoost AB 42,51 procent samt Annonskraft Holding AB 26,1 procent.

Johan Klaesson

Aktuella Uppdrag

Org. Nummer	Företag	Funktion	Tillträde
556708-5104	The Virtual Pulp Company AB	Styrelseledamot	2013-04-25
19720715-4860001	Mormor Margit	Prokurist	2010-08-28

Tidigare

bolagsengagemang

			Tillträde/Utträde
556618-1987	Relevant Traffic Europe	Styrelseledamot	2012-07-16 – 2013-01-21
556632-2904	Admeta AB	Extern VD	2009-02-18 – 2010-11-29
556753-0588	Oculusai Technologies AB	Styrelseledamot	2008-12-09 – 2012-05-30
556753-0588	Oculusai Technologies AB	Styrelseordförande	2011-04-21 – 2012-05-30
769605-3995	Brf Montebello 1938	Styrelsesuppleant	2003-12-02 – 2004-04-20

Mats Rönne

Aktuella Uppdrag

Org. Nummer	Företag	Funktion	Tillträde
556708-5104	The Virtual Pulp Company AB	Styrelseledamot	2013-04-25
556738-9860	Forth & MyPitch Group AB	Styrelseledamot	2009-02-03
556610-0870	OffPist Management AB	Styrelsesuppleant	2001-07-03
769621-2849	Brf Fjällfoten Åre	Styrelseordförande	2012-05-29
916606-4684	Word Champions HB	Bolagsman	

Tidigare

bolagsengagemang

			Tillträde/utträde
556683-3579	Keybroker Group AB	Styrelseledamot	2009-08-18 till 2010-07-07
716414-8327	Brf Tegehöjden 1	Styrelseordförande	2004-10-02 till 2010-05-27
556100-4234	Sveriges Annonörer AB	Styrelseledamot	2004 till 2009-12-31
556100-4234	Sveriges Annonörer AB	Styrelseordförande	2008-04-24 till 2009-12-31
556429-5532	Kampfast AB	Styrelseledamot	2000-08-23 – 2002-09-27
	Art Collector Porcelain i		
556462-4665	Stockholm AB	Styrelseledamot	1994-08-29 – 2002-12-12

Ingvar Skeberg

Aktuella Uppdrag

Org. Nummer	Företag	Funktion	Tillträde
556708-5104	The Virtual Pulp Company AB	Styrelseledamot	2013-04-25
556788-0264	Clearly Strategi & Kommunikation AB	VD/Ordförande	2009-09-01
802426-1029	Stiftelsen Reklamombudsmannen	Ordförande	2011
Tidigare bolagsengagemang			Tillträde/utträde
502033-2259	AMF Fondförsäkring AB	Styrelseledamot	1998 - 2000
556585-5318	Flexoffice AB	Styrelseordförande	2002 - 2003
556100-4234	Sveriges Annonörer AB	Styrelseordförande	2002 - 2008
556887-3912	iASK AB	Styrelseordförande	2012 - 2013

Delägarskap på minst 10 % i andra bolag under de senaste 5 åren; 100 % Clearly Strategi & Kommunikation AB.

Ingemar Johnsson

Aktuella Uppdrag

Org. nummer	Företag	Funktion	Tillträde
556708-5104	The Virtual Pulp Company AB	Suppleant	2006-10-09 Ordförande och VD, sedan 2012-06-19 suppleant
556663-4597	Adtoma AB	Styrelseordförande	2004-10-13 – 2007-01-31 suppleant, från 2007-01-31 – 2009-03-12 VD och styrelseledamot, från 2012-10-16 Ordförande och styrelseledamot.
556738-2550	Signia Creative Intelligence AB	Styrelseordförande	2008-10-17 – 2010-12-23 Ordförande, Från 2012-10-08 ledamot och ordförande.
CH-170.4.006.364-3	Eastern Archipelago GmbH	Styrelseledamot	2006-05-01
CH-170.4.010.782-4	The Virtual Pulp Group GmbH	Styrelseledamot	2010-10-06
ABN 48 154 617 204	Adtoma Pacific Pty Ltd	VD	2010-06-07
ACN 144 608 284	The Virtual Pulp Company Pty Ltd	VD	2010-06-07
ABN 66 144 895 303	Revelator Pty Ltd	Styrelseledamot	2010-06-07

Delägarskap på minst 10 % i andra bolag under de senaste 5 åren; Eastern Archipelago GmbH, 44,5 %. Revelator Pty Ltd, Melbourne 100 %.

Styrelsens arbetsformer

VPULP är ett svenskt aktiebolag och har att tillämpa svensk aktiebolagslag samt efter listning av Bolagets aktie gällande anslutningsavtal på AktieTorget. Samtidigt skall bolaget följa de bestämmelser som finns angivna i bolagets bolagsordning. Styrelsen i VPULP följer i sitt arbete en fastställd arbetsordning, som är föremål för årlig översyn, och bland annat reglerar arbetsfördelningen mellan styrelsen och verkställande direktören, verkställande direktörens arbetsuppgifter och rapporteringsskyldigheter, samt fastställer instruktioner för den ekonomiska rapporteringen. Styrelsen skall sammanträda minst fyra gånger årligen.

Kommittéer för revision och ersättningsfrågor

Mot bakgrund av bolagets storlek och verksamhetens omfattning har styrelsen inte inrättat några kommittéer utan bedömt att detta bör beslutas av styrelsen i sin helhet och att detta kan ske utan olägenhet. Bolagets revisor rapporterar således till hela styrelsen om iakttagelser från granskningen samt bedömning av bolagets interna kontroll.

Fallskärm, lock-up m.m.

Ingen styrelseledamot eller ledande befattningshavare har något avtal med bolaget om ersättning efter respektive uppdrags upphörande. Henrik Lohk och Ingemar Johnsson har förbundit sig att maximalt avyttra personligt och genom bolag innehavda aktier uppgående till 10 %, inom en period omfattande tolv månader från första dag för listning av Bolagets aktie.

Ekonomifunktionen

Bolaget har i nuläget ingen anställd CFO på grund av kostnadsoptimering. Bolaget har därför lagt ut ekonomifunktionen avseende bokföring och ekonomirapportering i VPULP till Arena Ekonomi AB, organisationsnummer: 556682-1905, Götgatan 60, 118 26 Stockholm.

Kontaktuppgifter

Samtliga styrelseledamöter och befattningshavare nås genom Bolagets adress.

Revisor

Bolagets revisor är Auktoriserad revisor Jonas Mårtensson, KPMG AB, född 1969. Adress; St. Olofsgatan 11, 753 21 Uppsala. Revisorssuppleant är Lars Eklöf, också KPMG AB, Uppsala.

Utvald finansiell information

Den finansiella informationen som återges nedan är hämtad ur årsredovisningarna för åren 2009, 2010, 2011 och 2012. Samtliga årsredovisningar är reviderade och fastställda på årsstämmor. Kassaflödesanalyserna är gjorda i efterhand, utifrån den information som lämnats i årsredovisningarna. Den finansiella informationen är en del av memorandumet som helhet och ska således läsas tillsammans med övrig information i memorandumet.

Resultaträkning

RESULTATRÄKNING SEK	2013-06-30 6 månader	2012	2011	2010
Rörelsens intäkter m.m.				
Nettoomsättning	241 651	448 570	97 239	0
	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	241 651	448 570	97 239	0
Rörelsens kostnader				
Övriga externa kostnader	-322 572	-180 208	-186 216	-17 463
Personalkostnader	-84 923	-156 951	-35 141	0
Avskrivningar av materiella anläggningstillgångar	-192 283	-3 839	0	0
	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	-599 778	-340 998	-221 357	-17 463
Rörelseresultat	-358 127	107 572	-124 118	-15 453
Resultat från finansiella poster				
Ränteintäkter		0	1	0
Räntekostnader och liknande resultatposter	-151	-75 130	-65 521	-60 810
	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	-151	-75 130	-65 520	-60 810
Resultat efter finansiella poster	-358 278	32 442	-189 638	-78 273
Årets resultat	-358 278	32 442	-189 638	-78 273

Balansräkning

BALANSRÄKNING	2013-06-30	2012	2011	2010
TILLGÅNGAR	6 månader			
Anläggningstillgångar				
Immateriella anläggningstillgångar				
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten	1 722 277	1 878 847	1 878 847	1 878 847
	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	1 690 962	1 878 847	1 878 847	1 878 847
Materiella anläggningstillgångar				
Inventarier, verktyg och installationer	35 785	40 184	0	0
	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	35 785	40 184	0	0
Summa anläggningstillgångar	1 726 747	1 919 031	1 878 847	1 878 847
Omsättningstillgångar				
Kortfristiga fordringar				
Kundfordringar	207 295	188 546	14 335	0
Övriga fordringar	25 096	21 594	28 016	5 118
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		5 144	2 550	0
	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	232 391	215 284	44 901	5 118
Kassa och bank	6 913	12 208	55 395	13 028
Summa omsättningstillgångar	239 304	227 492	100 296	18 146
SUMMA TILLGÅNGAR	1 966 052	2 146 523	1 979 143	1 896 993
EGET KAPITAL OCH SKULDER				
Eget kapital				
Bundet eget kapital				
Aktiekapital	100 000	80 000	80 000	800 000
Ej registrerat aktiekapital		20 000	0	0
	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	100 000	100 000	80 000	800 000
Fritt eget kapital				
Balanserad vinst eller förlust	262 166	229 724	419 362	-222 365
Överkursfond	1 580 000	1 580 000		
Årets resultat	- 358 279	32 442	-189 638	-78 273
	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	1 483 887	1 842 166	229 724	-300 638
Summa eget kapital	1 583 887	1 942 166	309 724	499 362
Långfristiga skulder				
Skulder till koncernföretag	53 266	26 966	1 387 186	1 296 958
Summa långfristiga skulder	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	53 266	26 966	1 387 186	1 296 958
Kortfristiga skulder				
Leverantörsskulder	269 370	127 224	242 121	83 673
Övriga skulder	41 160	20 425	22 052	2 000
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	18 368	29 742	18 060	15 000
Summa kortfristiga skulder	<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	328 898	177 391	282 233	100 673
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	2 324 331	2 146 523	1 979 143	1 896 993

Kassaflödesanalys

	2013-06-30 6 månader	2012	2011	2010
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-165 996	-238944	-47861	-78273
Kassaflöde från investeringsverksamheten	134 400	-44023	0	0
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	26 301	239780	90228	80765
Periodens kassaflöde	-5 295	-43187	42367	2492
Likvida medel vid periodens början	12 208	55395	13028	10536
Likvida medel vid periodens slut	6 913	12208	55395	13028

Nyckeltal

	2013-06-30 6 månader	2012	2011	2010
Avkastning på eget kapital, %	-22,6	2,88	-46,88	-14,54
Avkastning på totalt kapital, %	-18,2	5,21	-6,4	-0,92
Soliditet, %	80,6	90,47	15,64	26,32
Likvida medel	7	12000	55000	13000
Kassalikviditet, %	72,8	128,24	35,53	18,02
Balansomslutning	1 966 052	2146523	1979143	1896993
Utdelning, kr/aktie	0	0	0	0
Antal anställda (medel under året)	0,5	0,5	1	0

Kommentarer till den finansiella informationen

Intäkter

VPULP har varit ett utvecklingsföretag, vars verksamhet hitintills nästan uteslutande varit inriktad mot att utveckla produkter. Den blygsamma försäljning som förekommit har huvudsakligen bestått i att bolaget genererat vissa intäkter i samband med olika tester av sina koncept och lösningar. Den ökade nettoomsättningen under 2012, som fortsatt under 2013, beror främst på intäkter från InStore produkten. De framtida intäkterna beräknas komma från försäljning av alla tre produkterna.

Kostnader

Kostnaderna har alltid huvudsakligen utgjorts av konsultkostnader för utförda konsulttjänster i samband med utvecklingen av hård- och mjukvara, samt vissa försäljningsinsatser. De ökade kostnaderna under 2012 förklaras av ökade

försäljningsinsatser. Under de närmaste åren antas kostnaderna huvudsakligen relateras till omkostnader för försäljningsinsatser, mjukvaruutveckling samt av kostnader för driften av bolaget.

Rörelseresultatet

VPULP har under några år haft en begränsad verksamhet medan ägare och ledning utvecklat affärskonceptet. Därför har det varit mycket begränsade intäkter och följaktligen har resultatet varit negativt eller svagt positivt under de gångna åren. Från hösten 2011 har verksamheten börjat byggas upp och 2012 slöts 2 större avtal, ett med Fredells och ett med Riksidrottsförbundet. De ökade intäkterna under senare delen av 2012 är en effekt av dessa avtal. Bolaget prognostiserar ökade förluster under de närmaste åren, med tanke på att ökade satsningar i en rad försäljningsaktiviteter planeras.

Avkastningen på eget och totalt kapital

Avkastningen på eget såväl som på totalt kapital har varit negativt under samtliga redovisade år, utom 2012 då verksamheten började utvecklas även försäljningsmässigt.

Investeringar och anläggningstillgångar

Bolagets investeringar består av balanserade utvecklingsutgifter och några datorer. Under 2012 uppgick de ackumulerade utvecklingskostnaderna till 1 878 847 kronor, samt inventarier etc. till 40 184 kronor. Under 2012 har inga nya utvecklingsutgifter balanserats. Utvecklingsutgifter som har balanserats under åren 2006-2011 avser huvudsakligen kostnader för konsulter vid framtagning av prototyper och genomförda prövningar av metod och teknik samt utveckling av InStore produkten. Utvecklingsutgifterna skrivs av enligt plan med 20% per år med början 2013. Under 2013 beräknas ytterligare utvecklingskostnader tillkomma om 1 000 000 kronor för licensen från Adtoma AB samt 500 000 kronor för utvecklingen av AdBar och InGrid. Totala bokförda värdet vid utgången av 2013 beräknas till 3 378 847 kronor.

Omsättningstillgångar

Omsättningstillgångarna uppgick i bokslutet 2010 till 18 tusen kronor. Ett år senare uppgick de till 100 tusen kronor för att 2012 vara 277 tusen kronor. Förklaringen till ökningen av omsättningstillgångarna är huvudsakligen att kundfordringarna ökat med 188 tusen kronor.

Eget kapital

Det egna kapitalet uppgick på balansdagen den 31 december 2010 till 499 tusen kronor. På balansdagen, den 31 december 2011, hade det egna kapitalet minskat till 310 tusen kronor. Minskningen under dessa år berodde i huvudsak på att bolaget då låg vilande. Det egna kapitalet ökade per den sista december 2012 till 1 942 tusen kronor, dels genom ett positivt resultat om 32 tusen kronor, dels genom en apportemission där lån om 1 600 tusen kronor från ett ägarna närstående bolag omvandlades till aktier genom en kvittningsemission. Kursen vid

den emissionen var 4 kronor per aktie. Per den 30 juni 2013 uppgår det egna kapitalet till 1 584 tusen kronor.

Utdelningar

Någon utdelning till aktieägarna har aldrig gjorts från bolaget.

Skulder

På balansdagen den 31 december 2010 uppgick de sammanlagda skulderna till 1 397 tusen kronor, varav 1 300 tusen kronor utgjorde långfristiga skulder. Ökningar av leverantörsskulder, samt räntor på det långfristiga lånet, medförde att de sammanlagda skulderna ökade till 1 700 tusen kronor på balansdagen 2011. På balansdagen den 31 december 2012 uppgick de sammanlagda skulderna till 204 tusen kronor, varav 27 tusen kronor var långfristiga skulder. Minskningen av de sammanlagda skulderna, beror i all huvudsak på att ett långfristigt lån om 1 600 tusen kronor omvandlats till aktier i Bolaget.

Kassaflöde

Under 2010 uppgick kassaflödet till 2 tusen kronor. Likvida medel vid årets slut uppgick till 13 tusen kronor. 2011 var årets kassaflöde +42 tusen kronor. Likvida medel vid årets slut uppgick till 13 tusen kronor. Kassaflödet från den löpande verksamheten var under 2012 -239 tusen kronor. Kassaflödet från investeringsverksamheten uppgick till -44 tusen kronor och kassaflödet från finansieringsverksamheten uppgick till +240 tusen kronor. Årets kassaflöde uppgick till -43 tusen kronor. Likvida medel vid årets slut uppgick till 55 tusen kronor.

Antal anställda medarbetare

Under 2012 anställdes en säljare och en programmerare/informationstekniker på deltid. Informationsteknikern arbetar på en tidsbestämd 30 % tjänst. Hennes uppgifter avser främst utveckling och design av InStore produkten. För närvarande arbetar säljare enbart på provision. VD tar för närvarande inte ut någon lön ur bolaget.

Förändringen av Bolagets finansiella ställning efter senast lämnad redovisning

Efter balansdagen den 31 december 2012 har följande inträffat; På en extra bolagsstämma den 25 april 2013 beslutades om uppdelning av aktien så att en tidigare aktie blev 200 nya aktier. Det gjordes samtidigt en fondemission med 500 000 kr för att öka aktiekapitalet till 600 000 kr så att Bolaget skulle kunna registreras som ett publikt bolag. Samtidigt valdes en ny styrelse för Bolaget. I juli gjordes sedan en riktad emission till Christer Elmehagen och Clearly F.L. Strategi & Kommunikation AB. Dessa köpte 75 000 aktier vardera till en kurs av 3,33 kronor per aktie. I juli beviljade också ALMI Företagspartner ett lån till

bolaget om 500 000 kronor. Lånet skall amorteras under fyra år. I övrigt har Bolagets finansiella situation eller ställning på marknaden inte förändrats i någon avsevärd omfattning.

Handlingar införlivade genom hänvisning

Till memorandumet har införlivats genom hänvisning till att de finns tillgängliga på Bolagets hemsida följande dokument: De fyra senaste årens årsredovisningar jämte revisionsberättelser samt stiftelseurkund. Någon ytterligare historisk finansiell information av väsentlig betydelse har inte identifierats. Samtliga handlingar finns tillgängliga på www.vpulp.se/ir

Aktien och ägarförhållanden

Aktier & aktiekapital

Aktiekapitalet i VPULP uppgår före föreliggande emission till 645 000 kronor fördelat på 2 150 000 fullt inbetalda aktier. Samtliga aktier är stamaktier och vardera med ett kvotvärde om 0,30 kr. Bolagets bolagsordning föreskriver att aktiekapitalet skall vara lägst 600 000 kronor och högst 2 400 000 kronor, motsvarande lägst 2 000 000 aktier och högst 8 000 000 aktier. Aktiekapitalet är bestämt i svenska kronor. Samtliga aktier ger lika rätt till andel i Bolagets tillgångar, vinst och eventuellt överskott vid likvidation. Samtliga aktier ger lika rätt till utdelning och samma rösträtt.

Aktiekapitalets utveckling

Datum	Händelser	Förändring antal aktier	Antal aktier	Förändring aktiekapital	Aktiekapital
2006-08-16	Uppstart och registrering hos Bolagsverket		1 000	100 000	100 000
2007-01-24	Nyemission	7 000	8 000	700 000	800 000
2011-12-14	Minskning aktiekapital		8 000	-720 000	80 000
2012-12-31	Nyemission	2 000	10 000	20 000	100 000
2013-04-25	Split (200:1)	1 990 000	2 000 000	0	100 000
2013-04-25	Fondemission	0	0	500 000	600 000
2013-08-01	Nyemission	150 000	2 150 000	45 000	645 000

Ägarförhållande per 1 augusti 2013

Nedanstående tabell visar aktieägandet efter den nyemission bolaget genomförde den 1 augusti.

Ägare	Antal aktier	% av kapital	% av röster
Ingemar Johnsson	672 000	31,25%	31,25%
Henrik Lohk	672 000	31,25%	31,25%
Eastern Archipelago GmbH(Kontrolleras av Henrik Lohk och Ingemar Johnsson)	400 000	18,6%	18,6%
World Wide Link Sweden AB	176 080	8,2%	8,2%
Christer Elmehagen	75 000	3,5%	3,5%
Clearly F.L. Strategi & Kommunikation AB	75 000	3,5%	3,5%
Johan Isaksson	79 920	3,7%	3,7%
Totalt	2 150 000	100%	100%

Ägarförhållanden efter full teckning i emissionen

Tabellen nedan redogör för ägarförhållandena i VPULP efter genomförd nyemission, under förutsättning att emissionen blivit fullt tecknad.

Ägare	Antal aktier	% av kapital	% av röster
Ingemar Johnsson	672 000	22,4%	22,4%
Henrik Lohk	672 000	22,4%	22,4%
Eastern Archipelago GmbH (Kontrolleras av Henrik Lohk och Ingemar Johnsson)	400 000	13,3%	13,3%
World Wide Link Sweden AB	176 080	5,9%	5,9%
Johan Isaksson	79 920	2,7%	2,7%
Adtoma AB (Kontrolleras av Henrik Lohk och Ingemar Johnsson)	211 700	7,0%	7,0%
Christer Elmehagen	75 000	2,5%	2,5%
Clearly F.L. Strategi & Kommunikation AB	75 000	2,5%	2,5%
Nya ägare	638 300	21,3%	21,3%
Totalt	3 000 000	100%	100%

Övriga upplysningar

Bolagsfakta

Bolagets firma är The Virtual Pulp Company AB (Publikt), organisationsnummer 556708-5104. Bolaget har sitt säte i Stockholm. Bolagets besöksadress är Narvavägen 7, 114 60 Stockholm.

Handlingar som hålls tillgängliga för inspektion Årsredovisningar, bolagsordning och annan information har ingetts till Bolagsverket i enlighet med svenska regler och förordningar. Dessa handlingar kan beställas via Bolagsverkets hemsida (www.bolagsverket.se) VPULPs bolagsordning, samtliga

rapporter som hänvisas till i detta memorandum, samt stiftelseurkund finns tillgängliga på VPULPs hemsida. (www.vpulp.se)

Väsentliga avtal

VPULP har tecknat ett avtal med Adtoma AB om utveckling av de tekniska plattformarna AdBar och InGrid. Genom avtalet erhåller VPULP de exklusiva rättigheterna till produkterna. Samtidigt har VPULP och Adtoma tecknat ett licensavtal, där VPULP har erhållit en livslång OEM-licens för Adtomas system

Fusion, för integration av VPULPs egna produkter i systemet. Tidigare har VPULP använt Adtomas Fusion för distribution av kataloger mm, enligt en så kallad ASP-lösning, där Adtoma driftat och administrerat VPULPs användning. VPULP har då betalt löpande beroende på antalet visningar på olika hemsidor.

Denna ASP-modell blir dock dyr när antalet visningar blir många och därför genomförs köpet av licensen. Den ger också VPULP möjlighet att utveckla egna produkter med Fusion som motor. Den totala licens- och utvecklingskostnaden för detta är 1,5 miljoner kronor, varav 1 miljon kronor avser OEM-licensen och 0,5 miljoner kronor utvecklingskostnader. Summan betalas dels genom att Adtoma AB förbundit sig att teckna aktier i nyemissionen för nästan 1 miljon kronor, som betalning för licensen, dels genom att VPULP erlägger resterande kontant efterhand. Till ovanstående tillkommer en supportavgift om kronor 12 500 kronor per månad. Henrik Lohk och Ingemar Johnsson är huvudägare i Adtoma med knappt 90 % av andelarna i moderbolaget i koncernen som äger Adtoma (Eastern Archipelago GmbH).

Uppgifter om eventuell dom i bedrägerirelaterat mål Ingen medlem av Bolagets förvaltnings-, lednings- och eller kontrollorgan har enligt uppgifter i lag och förordning bemyndigande myndigheter(däribland godkända yrkessammanslutningar) erhållit anklagelser, sanktioner eller erhållit förbud av domstol att ingå som medlem av emittents- förvaltnings-, lednings eller kontrollorgan eller från att ha ledande eller övergripande funktioner hos emittent under åtminstone de senaste fem åren.

Twister

Bolaget har inte varit part i några rättsliga förfaranden eller skiljeförfaranden (inklusive ännu icke avgjorda ärenden eller sådana som Bolaget är medveten om kan uppkomma) under de senaste tolv månaderna, och som nyligen haft eller skulle kunna få betydande effekter på Bolagets finansiella ställning eller lönsamhet.

Konkurser och likvidationer

Inga styrelseledamöter och eller ledande befattningshavare har under de senaste fem

åren varit verksamma som styrelseledamot eller i ledande ställning i bolag som försatts i konkurs eller varit föremål för likvidation. (Se dock not under ordföranden advokat Ulf Andersen)

Intressekonflikter

Grundarna av bolaget (Henrik Lohk och Ingemar Johnsson) har tidigare grundat bl.a. mjukvaruföretaget Adtoma AB vilket de också äger till 89 % genom ett moderbolag. Adtoma har utvecklat ett avancerat digitalt annonserhanteringssystem som också innehåller CRM och andra komponenter. Systemet används idag av ledande publicister i flera länder. Som exempel kan nämnas Stampenkoncernen (med tidningar såsom VLT, Göteborgsposten, Gävle Dagblad m.fl.), TV4, Kanal 5, SF i Sverige, Netavisen i Norge, Walla i Israel och några tidningar i Australien. Genom den överenskommelse som beskrivits i detta memorandum, där VPULP får en livslång licens till den teknik Adtoma utvecklat åt VPULP, samtidigt som betalningen för licensen sker genom att Adtoma erhåller aktier i VPULP, har VPULPs teknikbehov garanterats och belastningen på VPULPs likviditet har begränsats. Styrelsen menar att det därför inte föreligger några intressekonflikter mellan Bolaget visavi medlemmar av förvaltnings-, lednings- och kontrollorgan eller visavi andra personer i ledande befattningar förutom de som beskrivits under väsentliga avtal.

För övrigt har Bolaget har inte några särskilda överenskommelser med övriga aktieägare, kunder, leverantörer eller andra parter om inval till styrelsen eller tillsättande av ledande befattningshavare. Ingen styrelseledamot eller ledande befattningshavare har något annat ekonomiskt intresse av det förestående erbjudandet än vad som redovisats ovan. Det förekommer inga avtal mellan Bolaget och någon styrelseledamot eller ledande befattningshavare som ger denne rätt till någon förmån efter det att uppdraget avslutats.

Information från tredje man

Den information i memorandumet som är inhämtad från tredje man är så vitt Bolaget kan känna till och försäkra sig om genom jämförelse med annan

information som offentliggjorts av berörd tredje man. Inga uppgifter har utelämnats på ett sätt som skulle göra den återgivna informationen felaktig eller missvisande.

Ersättning till styrelse och ledande befattningshavare

Årsstämman 2013 har beslutat att ersättning till styrelsen ska utgå med 120 000 kronor. Dessa fördelas med 45 000 på ordföranden och 25 000 på övriga ledamöter förutom Henrik Lohk, Ingemar Johnsson och Ingvar Skeberg som inte erhåller något styrelsearvode. Ingen ersättning har utgått till ledande befattningshavare under 2011 och 2012.

Konvertibler och optioner

Det finns inga utgivna konvertibler eller optioner i bolaget.

Utbetalade och uppskjutna ersättningar och naturaförmåner från Bolaget

Inga ersättningar har betalats ut och inga naturaförmåner har förekommit under de redovisade åren. Inga uppskjutna ersättningar och naturaförmåner förekommer, utöver det ovan beskrivna avtalet mellan bolaget och Adtoma AB.

Avsatta eller upplupna belopp hos Bolaget för pensioner och andra ersättningar

Bolaget har ännu inte avsatt några belopp för pensioner eller andra ersättningar efter avslutad tjänst.

Transaktioner med närstående

Inga transaktioner, förutom med Adtoma AB (Se under Väsentliga avtal på sidan 36), har förekommit med närstående och inga avtal om framtida transaktioner med närstående förekommer heller.

Bolagets verksamhet

VPULP startade verksamheten 2006. Då var huvudfokus att hjälpa publicister att få ökade annonsintäkter genom att erbjuda annonsörer större annonser i bläddringsbara tidskrifter i digitala medier. Samarbeten testades bl.a. med Bonnier Tidskrifter och andra förlag. Utmaningarna fanns dels i tekniken (Detta var före iPad:en och de svepbara skärmarna), dels i ovanan hos publicisternas säljare att sälja andra annonser i en digital utgåva av tidskriften, än de som sålts i den tryckta, eller att ta extra betalt för den digitala versionen av annonsen. Projektet lades sedermera på is, och verksamheten blev vilande, men den teknik som utvecklats för projektet fanns kvar i bolaget.

2011 genomförde VPULP ett utvecklingsprojekt tillsammans med Expressen och Electrolux, där bläddringsbara kataloger lades upp på Expressens hemsidor. Projektet blev en framgång och katalogerna sågs av 2,5 miljoner besökare på sidorna under 1 månad. 2 756 av Electrolux kataloger lästes under samma tid via Expressens hemsidor. Projektet ledde sedan till att produkten InStore utvecklades och som första bransch att införa produkten i valdes byggbranschen. Våren 2012 slöts ett samarbetsavtal med Fredells Byggvaruhus i Stockholm (Norra Europas största Byggvaruhus) och bolaget beslöt att satsa på att bygga upp verksamheten och att utveckla några andra produkter.

Information om de aktier som erbjuds

Aktiekapitalet i VPULP uppgår före nyemissionen till 645 000 kronor, fördelat på 2 150 000 aktier. Efter genomförd nyemission av 850 000 aktier kommer aktiekapitalet att uppgå till 900 000 kronor. Bolaget kommer då att ha 3 000 000 aktier. Enligt den nuvarande bolagsordningen kan antalet aktier i Bolaget uppgå till maximalt 8 000 000 aktier. Alla aktier i Bolaget berättigar till vardera en röst. Samtliga aktier har lika rätt till utdelning och del i Bolagets vinst och andel i tillgångar vid en likvidation. Aktieägare i Bolaget har företrädesrätt vid emission, i proportion och slag, till befintligt innehav. Aktierna är upprättade enligt svensk rätt och denominerade i svenska kronor.

Aktiebok

Bolagets aktiebok kontoförs från den 10 augusti 2013 av Euroclear Sweden AB, Box 7822, 103 97 STOCKHOLM, (fd VPC), som registrerar aktierna på den person som innehar aktierna.

Handelsbeteckning

Handelsbeteckningen för Bolagets aktie kommer att vara VPUL. ISIN-kod för aktien är SE0005364403.

Utdelning

Alla aktier har lika rätt till utdelning. De nya aktierna medför rätt till utdelning från och med räkenskapsåret 2013. Eventuell utdelning beslutas av ordinarie årsstämma och betalas därefter ut. Utbetalning av utdelning ombesörjs av Euroclear Sweden AB. Avdrag för preliminär skatt ombesörjs normalt av Euroclear eller, beträffande förvaltarregistrerade aktier, av förvaltaren. Rätt till eventuell tilldelning tillfaller den som vid fastställd avstämningsdag har rätt till deltagande i bolagsstämman, dvs var registrerad som ägare i den av Euroclear förda aktieboken. Aktieägare har rätt till andel i överskott vid en eventuell likvidation i förhållande till det antal aktier som innehavaren äger i det fall någon aktieägare inte kan nås genom Euroclear kvarstår dennes fordran på utdelningsbeloppet mot Bolaget och begränsas endast genom regler om preskription. Vid preskription tillfaller utdelningsbeloppet Bolaget. Det föreligger inga restriktioner för utdelning eller

särskilda förfaranden för aktieägare bosatta utanför Sverige och utbetalning sker via Euroclear på samma sätt som för aktieägare bosatta i Sverige. För aktieägare som inte är skatterättsligt hemmahörande i Sverige utgår dock normal svensk kupongskatt (se sida 46, Skatteaspekter i Sverige).

Utspädningseffekter

Samtliga aktier som erbjuds i erbjudandet ingår i den nyemission som Bolaget genomför. Det sker därmed ingen försäljning av befintliga aktier. För befintliga aktieägare som inte tecknar sig i föreliggande emission uppstår en utspädningseffekt om totalt 850 000 nyemitterade aktier, vilket motsvarar cirka 28 procent av aktierna i VPULP om emissionen fulltecknas. Det finns inga ytterligare bemyndiganden eller åtaganden utöver föreliggande nyemission från bolagsstämma som påverkar antalet aktier i Bolaget.

Övrig information om aktierna

Bolagets aktier kan fritt överlåtas på annan part. Aktierna är ej föremål för erbjudande som lämnats till följd av budplikt, inlösenrätt eller lösningsskyldighet. Bolagets aktie har ej heller varit föremål för offentligt uppköpserbjudande under det innevarande eller föregående räkenskapsåret. För att ändra aktieägarnas rätt i Bolaget krävs ett bolagsstämmobeslut med kvalificerad majoritet.

Värdering av aktierna

Värderingen som ligger till grund för emissionskursen i erbjudandet bygger på nedlagda investeringar gjorda av Bolaget samt styrelsens bedömning av marknadspotential och förväntad avkastning. Bedömningen grundar sig på den förväntade framtida försäljningsnivån och de ekonomiska budgetar som ligger till grund för den planerade expansionen av verksamheten. Styrelsen gör den samlade bedömningen att teckningskursen 4,70 kronor utgör en skälig värdering av Bolaget utifrån dagens marknadssituation. Värderingen av Bolaget är 10 miljoner 105 tusen kronor före emissionen.

Lock-Upavtal

I samråd med AktieTorget har Bolaget slutit avtal med de två grundarna till Bolaget, vilket innebär att dessa förbinder sig att inte sälja mer än 10 procent av sina respektive direkta innehav, eller innehav via bolag, av aktier i VPULP de närmaste 12 månaderna efter listning av aktien på AktieTorget.

Teckningsförbindelser

Det föreligger teckningsförbindelser om 994 990 kronor, vilka har tecknats av Adtoma AB i utbyte mot den licensavgift VPULP skall betala till Adtoma AB.

Likviditetsgarant

VPULP har inget avtal med någon part om att garantera likviditeten i handeln med aktien.

Rätt till förlängning av teckningstiden samt emissionens fullföljande

Styrelsen förbehåller sig rätten att förlänga teckningstiden och flytta fram likviddagen samt, att under alla omständigheter, fatta beslut att inte fullfölja emissionen. Beslut att förlänga teckningstiden kan senast fattas den 11 september, 2013.

Villkor för fullföljandet

Erbjudandet är villkorat av att inga omständigheter uppstår som kan medföra att tidpunkten för att genomföra erbjudandet bedöms som olämplig. Sådana omständigheter kan till exempel vara av ekonomisk, finansiell eller politisk art, liksom att intresset för att delta i erbjudandet av Styrelsen för VPULP bedöms som otillräckligt. Erbjudandet kan sålunda helt eller delvis återkallas. Beslut om att inte fullfölja emissionen kan senast fattas före det att avräkningsnotor skall sändas ut.

Risker

Produktansvar

Marknadsföring och försäljning av produkter som VPULP utvecklat är alltid förenade med risker att kunder blir missnöjda med resultatet efter en installation. Det kan inte uteslutas att kunder på något sätt ställer anspråk på ersättning från företag som säljer sådana produkter. För att minska riskexponeringen mot eventuella framtida krav på ersättning har VPULP tecknat en försäkring som täcker skadeståndskrav på upp till 10 000 000 kronor. Trots detta kan inga garantier lämnas för att försäkringsskyddet är tillräckligt för att täcka eventuella framtida ekonomiska krav på Bolaget.

Teknik

VPULPs egenutvecklade teknikplattform är förhållandevis ny och kan komma att innehålla ännu okända programfel och felaktig prestanda, vilket kan skada verksamheten. Vidare kan användning av ny internet-, nätverks-, eller telekommunikationsteknik eller andra tekniska förändringar kräva avsevärda investeringar för att förändra och anpassa produkter, tjänster och VPULPs infrastruktur.

Immaterialrättsliga frågor

Värdet av Bolaget är till en del beroende av förmågan att erhålla och försvara utvecklade produkter och deras immateriella rättigheter. För att reducera risken har Bolaget god tillgång till expertis inom det immaterialrättsliga området.

Konkurrenter

VPULP har efter bästa förmåga skyddat produkterna genom att hemlighålla strategiskt viktiga och för produkterna nödvändiga matematiska algoritmer samt genom att förbereda varumärkesskydd på de enligt Bolaget strategiskt viktiga marknaderna. Framtida konkurrens kan komma från väletablerade globala aktörer med betydligt större resurser och större förmåga att snabbt nå marknaden. Om Bolaget inte kan konkurrera effektivt med dessa aktörer kan framtida intäkter påverkas negativt.

Beroende av nyckelpersoner

VPULP är beroende av två nyckelpersoner. Vidare beror Bolagets framtida utveckling delvis på förmågan att attrahera och behålla kvalificerad ledning samt personal för produktutveckling och marknadsföring. Ett bortfall av någon nyckelperson skulle på kort sikt kunna leda till negativa konsekvenser för Bolagets finansiella ställning och dess resultat.

Kunder

Det är ett välkänt faktum att det tar lång tid att förändra invanda arbetssätt. Även om nya metoder stöds av starka bevis kan det dröja innan beslutsfattarna är beredda att avsätta tid för att informera sig om dem. Publicisterna arbetar dessutom med snäva budgetramar och ansträngd ekonomi, vilket ytterligare försvårar för de aktörer i marknaden som vill ta till sig nya produkter och för den som vill sälja nya produkter till dessa aktörer. Svårigheterna medför att marknadsintroduktionen av Bolagets produkter kan komma att ta längre tid än beräknat.

Investeringar i tidigt skede

Bolaget har investerat kompetens och kapital i det tidiga skedet av projektets utveckling och kommer att fortsätta göra detta i kommersialiseringssfasen. Marknadspotentialen är stor men Bolaget befinner sig i en tidig fas av kommersialisering, vilket innebär att risknivån är hög och att det inte finns någon garanti för att uppnå ekonomisk framgång. Reducering av risken eftersträvas genom att tillämpa en försiktig, och enligt Bolagets bedömning, kostnadseffektiv marknadsintroduktion. Inte förrän ett lyckat resultat har uppnåtts i ett av de strategiskt viktiga steg som beskrivs i detta memorandum, kommer Bolaget att genomföra investeringar i nästföljande steg. Exempelvis kommer inte en kostnadskrävande lansering utomlands att påbörjas förrän ledande företag i Sverige har visat sig beredda att ställa sig bakom produkterna och införa dem.

Framtida kapitalbehov

VPULP kommer att dimensioneras för att utvecklas med begränsade kapitalinsatser och är idag en liten organisation som har bedrivit främst utvecklings- och marknadsföringsarbete i samarbete med externa utvecklare och marknadsförare. Bolaget har goda erfarenheter av att driva utvecklingsarbete på detta sätt. Bolagsledningen bedömer möjligheterna att nå de uppställda målen som beskrivs i föreliggande memorandum som goda. Därmed räknar Bolaget med att förtroendet för VPULP och dess produkter kommer att stärkas avsevärt, vilket även bör leda till att VPULP blir ett mer attraktivt investeringsalternativ för marknaden. Även om Bolaget lyckas uppnå samtliga uppställda målsättningar kan en negativ utveckling av kapitalmarknaden leda till att intresset för att investera i bolag som VPULP minskar, vilket kan komma att försvåra den fortsatta utvecklingen. Det föreligger en risk att Bolaget kan komma att bli beroende av tillgång till expensionskapital när försäljningsverksamheten på den internationella marknaden ökar. Om Bolaget inte kan generera tillräckligt med kapital för att bedriva sin verksamhet och inte skulle äga tillgång till löpande finansiering på rimliga villkor skulle detta påverka Bolagets ställning mycket negativt.

Förbrukning av likvida medel

Den planerade nyemissionen genomförs i syfte att tillföra medel för att finansiera den planerade marknadsintroduktionen. Styrelsen har kommit till insikt om att det krävs avsevärd långsiktighet och uthållighet för att nå ett marknadsgenombrott. Den strategi styrelsen lagt fast syftar till att med relativt små ekonomiska resurser nå viktiga framgångar. Därför kommer Bolagets förbrukning av likvida medel i stor utsträckning anpassas efter utfallet. Om den framtida försäljningen och lönsamheten utvecklas snabbare än planerat kommer den fortsatta satsningen öka i relation till utvecklingen. Även om VPULP når målsättningarna som beskrivs i detta

memorandum, kan det inte uteslutas att Bolaget i framtiden måste söka ytterligare externt kapital. Det finns emellertid ingen garanti för att nytt kapital med säkerhet kan anskaffas eller att det kan anskaffas på godtagbara villkor för Bolaget och dess aktieägare.

Bolagets aktiekurs

En investering i aktier i VPULP är, liksom investeringar i alla aktier, förenad med risk och det finns inte några garantier för att börskursen för VPULP kommer att utvecklas positivt. VPULPs aktiekurs kan i framtiden komma att fluktuera kraftigt, bland annat till följd av kvartalsmässiga resultatvariationer, den allmänna konjunkturen samt förändringar i kapitalmarknadens intresse för Bolaget. Detta innebär att även om VPULPs verksamhet utvecklas positivt finns det en risk att en investerare vid avyttringstillfället drabbas av en kapitalförlust.

Bolagsordning

Bolagsordning (556708-5104)
2013-04-25

- § 1 Firma
Bolagets firma är The Virtual Pulp Company AB (publ.).
- § 2 Styrelsens säte
Styrelsen har sitt säte i Stockholms kommun.
- § 3 Verksamhet
Bolaget skall driva och utveckla en teknisk plattform och affärsmodell för och driva en tjänst som baseras på köp av rättigheter att digitalt publicera annonsfinansierade, redaktionella digitala publikationer såsom kataloger, tidningar, tidskrifter och tidningsbilagor. Tjänsten skall erbjuda annonsörer möjligheten att effektivisera sin marknadsföring samt erbjuda förlag och kommersiella digitala medier möjligheten att öka sina intäkter baserat på dynamiska annonser i kombination med trafikgenerering till de digitala publikationerna, jämte därmed förenlig verksamhet.
- § 4 Aktiekapital
Aktiekapitalet utgör lägst 600 000 kronor och högst 2 400 000 kronor.
- § 5 Aktieantal
Antalet aktier i bolaget skall vara lägst 2 000 000 och högst 8 000 000.
- § 6 Styrelse och revisorer
Styrelsen består av 3-10 ledamöter med högst 10 suppleanter. Den väljes årligen på årsstämman för tiden intill dess nästa årsstämma har hållits.
- § 7 Revisorer
Bolaget ska välja 1-2 revisorer med eller utan revisorssuppleanter. Dessa väljes på årsstämman för tiden intill dess nästa årsstämma har hållits.
- § 8 Kallelse
Kallelse till bolagsstämma ska ske genom kungörelse i Post- och Inrikes Tidningar och genom att kallelsen hålls tillgänglig på bolagets hemsida på Internet. Samtidigt som kallelse sker, skall bolaget genom kungörelse i Dagens Industri upplysa om att kallelse har skett.
- § 9 Årsstämma
Årsstämma hålles årligen inom 6 månader efter räkenskapsårets utgång.
Vid årsstämman skall följande ärenden förekomma;
- 1) Val av ordförande vid stämman;
 - 2) Upprättande och godkännande av röstlängd;
 - 3) Val av en eller två justeringsmän;
 - 4) Prövning av om stämman blivit behörigen sammankallad;
 - 5) Godkännande av förslag till dagordning;
 - 6) Föredragning av framlagd årsredovisning och revisionsberättelse samt i förekommande fall koncernredovisning och koncernrevisionsberättelse;
 - 7) Beslut
 - a) om fastställande av resultaträkning och balansräkning samt i förekommande fall koncernresultaträkning och koncernbalansräkning
 - b) om dispositioner beträffande vinst eller förlust enligt den fastställda balansräkningen
 - c) om ansvarsfrihet åt styrelseledamöter och verkställande direktör när sådan förekommer;

- 8) Fastställande av styrelse- och revisionsarvoden;
- 9) Val av
 - a) styrelse och eventuella styrelsesuppleanter;
 - b) revisorer och eventuella revisorssuppleanter, när så skall ske.
- 10) Annat ärende, som ankommer på stämman enligt aktiebolagslagen eller bolagsordningen.
Vid bolagsstämma må envar röstberättigad rösta för hela antalet av honom företrädda aktier, utan begränsning i röstetalet.

§ 10 Räkenskapsår
Bolagets räkenskapsår skall vara 1 januari – 31 december.

§ 11 Deltagande på stämman
För att få delta på bolagsstämma ska aktieägare anmäla sig samt antalet biträden hos bolaget före klockan 16.00 senast den dag som anges i kallelsen till stämman. Denna dag får ej vara söndag, annan allmän helgdag, lördag, midsommarafton, julafton eller nyårsafton och inte infalla tidigare än femte vardagen före stämman. Ombud behöver ej anmäla antalet biträden. Antalet biträden får högst vara två.

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

Denna bolagsordning har antagits vid årsstämman den 25 april 2013

Skatteaspekter i Sverige

Inledning

Följande sammanfattning av skattekonsekvenser för investerare, som är eller blir aktieägare i VPULP genom denna nyemission, är baserad på aktuell lagstiftning och är endast avsedd som allmän information. Den skattemässiga behandlingen av varje enskild aktieägare beror delvis på dennes egen situation. Särskilda skattekonsekvenser, som ej finns beskrivna i det följande, kan bli aktuella för vissa kategorier av skattskyldiga, inklusive personer ej bosatta i Sverige. Framställningen omfattar bland annat inte de fall där aktie innehas som omsättningstillgång eller innehas av handelsbolag.

Utdelning

Mottagen utdelning är i sin helhet skattepliktig för fysiska personer och dödsbon. Beskattning sker i inkomstslaget kapital. Skattesatsen är för närvarande 30 procent. För juridiska personers innehav av så kallade kapitalplaceringsaktier gäller att hela utdelningen utgör skattepliktig inkomst av näringsverksamhet. Skattesatsen är för närvarande 26,3 procent. För svenska aktiebolag och ekonomiska föreningar föreligger skattefri utdelning på så kallade näringsbetingade aktier. Noterade andelar anses näringsbetingade under förutsättning att andelsinnehavet motsvarar minst 10 procent av rösterna eller att innehavet betingas av rörelsen. Skattefrihet för utdelning på noterade aktier förutsätter att aktierna inte avyttras inom ett år från det att aktierna blev näringsbetingade för innehavaren. Kravet på innehavstid måste inte vara uppfyllt vid utdelningstillfället.

Försäljning av aktier

Genomsnittsmetoden – Vid avyttring av aktier i Bolaget skall genomsnittsmetoden användas oavsett om säljaren är en fysisk eller en juridisk person. Enligt denna metod skall anskaffningsvärdet för en aktie utgöras av den genomsnittliga anskaffningskostnaden för aktier av samma slag och sort beräknat på grundval av faktiska anskaffningskostnader och hänsyn taget till inträffade förändringar (såsom split eller fondemission) avseende innehavet. Som ett alternativ till genomsnittsmetoden kan ifråga om marknadsnoterade aktier den s.k. schablonregeln användas. Denna regel innebär att omkostnadsbeloppet får beräknas till 20 procent av försäljningspriset efter avdrag.

Privatpersoner – Vid försäljning av aktier beskattas fysiska personer och dödsbon för kapitalvinsten i inkomstslaget kapital. Skattesatsen är för närvarande 30 procent. Kapitalförlust på aktier är samma år avdragsgill mot vinst på andra aktier eller mot andra marknadsnoterade delägarätter (med undantag för andelar i investeringsfonder som innehåller endast svenska fordringsrätter). Till den del förlusten inte är fullt ut avdragsgill enligt ovan är den avdragsgill med 70 procent mot andra kapitalinkomster. Om det uppkommer ett underskott i inkomstslaget kapital, medges reduktion av skatten på inkomst av tjänst och näringsverksamhet samt fastighetsskatt med 30 procent för underskott som uppgår till högst 100 000 kronor och med 21 procent för underskott därutöver. Underskott kan inte sparas till senare beskattningsår.

Juridiska personer – Juridiska personer utom dödsbon beskattas för kapitalvinster i inkomstslaget näringsverksamhet för närvarande till skattesatsen 28 procent. Vinsten beräknas dock enligt vanliga regler. Kapitalförluster på aktier, som innehas som kapitalplacering, får endast kvittas mot kapitalvinster på aktier och aktierelaterade instrument. Om vissa villkor är uppfyllda kan förlust även kvittas mot kapitalvinster på aktier och aktierelaterade instrument som uppkommit i bolag inom samma koncern, under förutsättning att koncernbidragsrätt föreligger. En inte utnyttjad förlust får utnyttjas mot kapitalvinst på aktier eller aktierelaterade instrument utan begränsning framåt i tiden.

För näringsbetingat innehav av noterade aktier gäller för närvarande att ingen avdragsrätt föreligger för förluster samtidigt som vinster ej är skattepliktiga

under förutsättning att aktierna inte avyttras inom ett år från det att andelarna blivit näringsbetingade hos innehavaren.

Fåmansaktiebolag – För fåmansaktiebolag gäller särskilda regler. Dessa berör dock endast sådana aktieägare eller närstående denne, som är verksamma i Bolaget i betydande omfattning. Beskrivningen av memorandumet avser endast fall där ägaren är passiv, och dessa särskilda regler behandlas därför inte närmare här.

Arvs- och gåvobeskattning

Arvs- och gåvobeskattningen är sedan 17 december 2004 slopad, varpå ingen arvs- eller gåvobeskattning utgår vid förvärv av aktier genom arv eller gåva.

Kupongskatt

För aktieägare bosatta i utlandet, som erhåller utdelning från Sverige, innehålls normalt kupongskatt. Skattesatsen är för närvarande 30 procent, som i allmänhet reduceras genom tillämpligt dubbelbeskattningsavtal. För utländskt bolag som innehaft näringsbetingad aktie i minst ett år kan dock utdelningen vara skattefri om skattefrihet hade förelegat om det utländska Bolaget hade varit ett svenskt företag. I Sverige är det normalt Euroclear, som svarar för att kupongskatt innehålls. I de fall aktier är förvaltarregistrerade, svarar förvaltaren för kupongskatteavdraget.

Adress och kontaktuppgifter

The Virtual Pulp Company AB

Narvavägen 7

114 60 Stockholm

Tel: 08-55 11 99 11

VD Henrik Lohk

henrik@vpulp.se

Telefon 070-431 48 14

Hemsida: www.VPULP.se

e-postadress: info@vpulp.se