



Inbjudan till teckning av aktier i Standard Ekologiskt Sweden AB

Teckningsperiod 12 februari – 28 februari 2018



VIKTIG INFORMATION TILL INVESTERARE

Styrelsen ansvarar för detta dokument och har vidtagit rimliga åtgärder för att säkerställa att den information som lämnas är korrekt, fullständig och att ingenting utelämnats som kan påverka bedömningen av Bolaget.

MOTIV

Detta memorandum har upprättats av styrelsen i Standard Ekologiskt SWEDEN AB (publ) med anledning av en förestående nyemission.

DEFINITIONER

I detta memorandum gäller följande definitioner om inget annat anges:

'Standard Ekologiskt' eller Bolaget avser 'Standard Ekologiskt SWEDEN AB (publ)' med organisationsnummer 556827-3949.

UPPRÄTTANDE AV MEMORANDUM

Bolagets erbjudande omfattas inte av Finansinspektionens prospektkrav och har inte granskats och godkänts av Finansinspektionen. Memorandumet är inte ett prospekt i enlighet med prospektdirektivet (2003/71/EG) och memorandumet har inte registrerats i enlighet med lagen (1991:980) om handel med finansiella instrument.

INFORMATION FRÅN TREDJE PART

Standard Ekologiskt SWEDEN AB (publ) har inte kontrollerat siffror, marknadsdata eller annan information som tredje part har använt, varför styrelsen i Standard

Ekologiskt inte påtar sig något ansvar för riktigheten för sådan i Memorandumet intagen information, och sådan information bör läsas med detta i åtanke. Ingen tredje part enligt ovan har, såvitt styrelsen känner till, väsentliga intressen i Standard Ekologiskt. Informationen som ingår i Memorandumet har återgivits korrekt, och såvitt styrelsen i Standard Ekologiskt känner till har inga uppgifter utelämnats på ett sätt som skulle göra den återgivna informationen felaktig eller missvisande. Viss finansiell information i Memorandumet har avrundats, varför vissa tabeller eventuellt ej summerar korrekt.

UTTALANDE OM FRAMTIDEN

Informationsmemorandumet innehåller uttalanden av framåtriktad karaktär som återspeglar styrelsens nuvarande syn avseende framtida händelser och finansiell utveckling. Sådana framtidsinriktade uttalanden förekommer främst i avsnitten Vd-ord, verksamhetsbeskrivning och målsättning och prognos. Även om Bolaget anser att de förväntningar som återspeglas i framåtriktade uttalanden är rimliga, kan inga garantier lämnas att dessa förväntningar kommer att infrias. Framåtriktade uttalanden uttrycker endast Bolagets bedömningar och antaganden vid tidpunkten för memorandumet. Läsaren uppmanas att ta del av den samlade informationen i memorandumet och samtidigt ha i åtanke att framtida resultat, utveckling eller framgång kan skilja sig väsentligt från Bolagets förväntningar. Bolaget gör inga utfästelser att offentligt uppdatera eller revidera framåtriktade uttalanden till följd av ny information, framtida händelser eller annat utöver vad som krävs enligt lag.

RISKFaktorER

En investering i aktier eller aktierelaterade värdepapper är alltid förenat med risk. Ett antal faktorer utanför Bolagets kontroll, liksom ett flertal faktorer vars effekter Bolaget kan påverka genom eget agerande, kan komma att få en negativ påverkan på Bolagets verksamhet, resultat och finansiella ställning, vilket kan medföra att värdet på Bolagets aktier minskar och att en aktieägare kan förlora hela eller delar av sitt investerade kapital. Vid en bedömning av Standard Ekologiskt framtida utveckling är det därför av vikt att vid sidan om möjligheter till positiv utveckling även beakta riskerna i Bolagets verksamhet. Samtliga riskfaktorer kan av naturliga skäl inte beskrivas i detta avsnitt, varför en samlad utvärdering även måste innefatta övrig information i detta memorandum samt en allmän omvärldsbedömning.

FINANSIERINGSBEHOV OCH RÖRELSEKAPITAL

Bolaget har än så länge kostnader som överstiger dess intäkter. Standard Ekologiskt kan således, beroende på när det når ett positivt kassaflöde, även i framtiden komma att behöva söka nytt externt kapital. Storleken såväl som tidpunkten för Bolagets framtida kapitalbehov beror på ett antal faktorer, bland annat framgång i försäljning och utvecklingen av Standard Ekologiskt lösningar, samt tillgängligheten av olika finansieringslösningar. Det finns en risk att nytt kapital inte kan anskaffas när behov uppstår för Bolaget eller att kapital inte kan anskaffas på för Bolaget acceptabla villkor. Detta kan få negativa konsekvenser för Bolagets verksamhet, finansiella ställning och resultat.

KONKURRENS

Barnmatsmarknaden är idag konkurrensutsatt av flera väletablerade varumärket som Semper eller Nestle. På marknaden idag säljs till största del hårt processad mat med hållbarhet upp till två år. Standard Ekologiskt inriktar sig idag på färsk och ekologisk barnmat, vilket är en ny inriktning på marknaden. Det finns således en risk för Standard Ekologiskt att andra bolag också börjar producera färsk, ekologisk svensk barnmat när de ser en ökande efterfrågan. På färdigmatmarknaden konkurrerar

Bolaget med en bredare kategori av bolag som tillverkar till exempel snabbmat eller annan färdigmat som säljs i livsmedelsbutiker. Det finns också där en risk att den typen av bolag öppnar upp sin verksamhet för ekologisk mat vilket skulle kunna konkurrera med Bolaget i framtiden.

KONSUMENTBETEENDE

Dagens livsmedelsproducenter på bland annat barnmatsmarknaden har sålt barnmat i flera år och är inarbetade varumärken hos kunderna. Det finns således en utmaning att ändra konsumenternas köpbeteende till att istället handla färsk ekologisk barnmat samt sallader, smörgåsar och wraps.

PRODUKTION AV LIVSMEDEL

Livsmedelsproduktion är omgärdad av särskilda lagar, regelverk och tillståndsplikter. Vidare kan Bolagets produkter slå fel med avseende på såväl kvalitet som kvantitet. Det föreligger således risker att Bolagets omsättning och resultat kan påverkas av såväl legala som biologiska hinder.

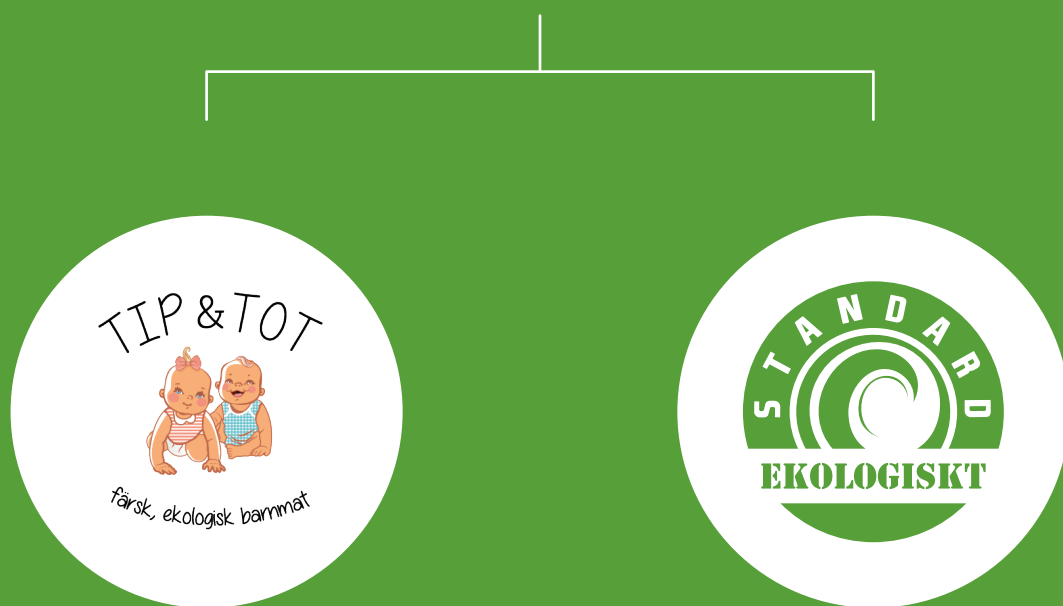
PERSONER I LEDANDE STÄLLNING OCH MEDARBETARE

Standard Ekologisks verksamhet är i hög utsträckning beroende av ett antal nyckelpersoner, såväl Bolagets VD som styrelseledamöter. Om en eller flera nyckelpersoner väljer att lämna Standard Ekologiskt och Bolaget inte lyckas ersätta den eller dessa personer, skulle det kunna påverka verksamheten, den finansiella ställning och resultat negativt.

LIKVIDITETSRIK I VÄRDEPAPPRET

Bolagets värdepapper är inte föremål för organiserad handel. Det finns således en risk för investerare att de inte har möjlighet förändra sitt aktieinnehav vid önskat tillfälle.

Standard Ekologiskt är en matproducent som ska tillgodose den starkt växande efterfrågan av naturlig ekologisk mat till barn och vuxna. Bolaget producerar mat som är färsk, ekologisk och KRAV-märkt samt gjord på närodlade råvaror. Bolaget i dess nuvarande form startades 2017 och har idag cirka 200 aktieägare. Maten produceras i bolagets anläggning i Halmstad under två varumärken:



Under varumärket Tip & Tot finns färsk ekologisk och KRAV-märkt barnmat samt näringsrika och sockerfria drycker för barn.

Under varumärket Standard Ekologiskt har bolaget ett sortiment av färsk färdigmat och dryck. Det består av ekologiska sallader, smörgåsar, wraps, buljong samt näringsrika och sockerfria drycker.



”Att vi nu tar in ytterligare kapital är för att snabbt kunna starta produktion och försäljning av de nya dryckerna utan att minska takten med vår barnmat.”

Vd har ordet

Sedan mitt tillträde och bolagets nystart för ett år sedan har vi kommit längre än någon kunde ana. Under 2017 blev vår fabrik godkänd för ekologisk och KRAV-märkt produktion av barnmat. Dessutom har vi åtta produkter på marknaden och försäljning till butiker som tillhör de stora matkedjorna Ica, Coop och Hemköp. Under hösten genomförde vi en mycket lyckad crowdfunding-kampanj som tillförde bolaget 2,4 MSEK samt cirka 200 nya aktieägare.

Kapitalet vi erhöll har börjat användas till ökade försäljnings- och marknadsföringsinsatser och inom kort kommer ett flertal samarbeten och kampanjer att vara igång. Sedan crowdfunding-kampanjen i oktober har vi också sett ett synnerligen ökat intresse för våra produkter.

Under kampanjen sålde butikerna slut på våra varor snabbare än någonsin. Enbart den första månaden efter kampanjen ökade vår orderingång med över 600 procent och en mängd butiker hörde av sig till oss för att få in våra varor.

Vi har nyligen utvecklat en produktserie under varumärket Standard Ekologiskt som består av sallader, smörgåsar, wraps och dryck. Dessa ekologiska varor kommer vi inom en snar framtid börja sälja på en marknad i Sverige som vi uppskattar omsätter 1,5 miljarder. Att vi ökar vårt utbud med fler produkter ger oss en rad skalfördelar som effektivare distribution, sänkta kostnader samt bättre kontakt med butikerna och deras beslutsfattare.

Den stora satsningen under nuvarande år – förutom vår befintliga barnmat – är våra nyutvecklade ekologiska och nyttiga drycker. Dryckerna är framtagna för att passa barn och vuxna och kommer att lanseras inom kort.

Idén till en nyttig, god och sockerfri dryck kom under förra året när bolagets grundare gav sin treåriga son en klassisk pärondryck på kvällen men sockret och energin i drycken höll honom vaken i flera timmar. Därför vill vi nu erbjuda kostmedvetna föräldrar ett nyttigt alternativ till sina barn.

Att vi nu tar in ytterligare kapital är för att snabbt kunna starta produktion och försäljning av de nya dryckerna utan att minska takten med vår barnmat. Kapitalet från emissionen kommer att användas dels till investeringar i en maskin för att producera och buteljera dryckerna, men framför allt till försäljnings- och marknadsaktiviteter samt för att fortsätta bygga och stärka våra varumärken.

Att vi har en egen fabrik som är skuldfri – och inte outsourcar mat- och dryckesproduktionen – är en grundbult i vår tillväxtstrategi för att säkra hög och god kvalitet. Att ha en egen fabrik är något som gör oss unika, vår korta tid för produktionsutveckling och omställning för butiksorder ger oss hög flexibilitet. Att vi dessutom inte behöver dela vinster med någon annan fabrik såsom många av våra konkurrenter ger oss ytterligare en fördel.

Inom kort startar vi ett samarbete med Ekologiska säljbolaget som med sin säljstyrka på 26 personer kommer att hjälpa oss i vår flygande start.

Vi ser mycket ljust på framtiden och kan med din hjälp ta betydande marknadsandelar inom ekologisk mat och dryck i Sverige. Därför erbjuder vi dig nu att investera i vårt unika bolag så att vi kan erbjuda det självklara valet av ekologiska produkter för barn och vuxna.

Halmstad i februari 2018

Peter In de Betou, Tf VD

Bakgrund och motiv

Standard Ekologiskt har sedan 2017 arbetat för att utveckla och etablera ett livsmedelsföretag med inriktning på ekologisk mat till kostmedvetna kunder.

Bolaget producerar idag mat som är färsk, ekologisk, KRAV-märkt och består endast av svenska ingredienser. Maten produceras i en egen fabrik i Halmstad med för närvarande sju anställda. Den färska maten distribueras från fabriken i Halmstad till Sveriges storstadsområden. Produkterna säljs i utvalda butiker hos livsmedelskedjor som ICA, Coop och Hemköp.

Idag bedrivs verksamheten under två olika varumärken och den största delen av bedrivs under varumärket Tip & Tot där Bolaget under 2017 började producera färsk ekologisk mat till barn. Under varumärket Tip & Tot produceras idag åtta olika ekologiska rätter till barn från fem månader och uppåt. Barnmaten är fri från mjölkprotein, gluten, laktos, tillsatt socker och andra tillsatser och tillagad från grunden på svenska råvaror utan konserveringsmedel vilket ger en hållbarhet i kylt utrymme på 25 dagar.

Under hösten 2017 har Bolaget utvecklat en ekologisk dryck för barn som kommer att lanseras i första kvartalet 2018 under varumärket Tip & Tot. Drycken är framtagen för att ge ett alternativ på en marknad full av barndrycker med socker i. Idén kom då bolagets grundares treåriga son fått en dryck på kvällen som på grund av sockret och energin höll honom vaken i flera timmar efter sovtid. Denna nya produkt ger ett alternativ på en stor barndrycksmarknad då den varken innehåller fruktsocker eller tillsatt socker vilket vi tror tas emot bra av medvetna föräldrar.

Två smaker lanseras initialt, en med jordgubb/kiwi- och en med banansmak.

Bolagets har under sitt andra varumärke, Standard Ekologiskt, tagit fram ekologiska sallader, smörgåsar, wraps, buljonger och drycker för vuxna som också börjar säljas under första kvartalet 2018. Genom att utöka utbudet av ekologisk mat och dryck för både barn och vuxna ger det en mängd distributions fördelar.

Bolaget har tidigare under hösten 2017 genomfört en crowdfundingkampanj via FundedByMe och tagit in cirka 2,4 MSEK efter emissionskostnader. De pengarna är avsatta för att sälj- och marknadsföringsaktiviteter för barnmaten och Tip & Tot's varumärke samt för mindre investeringar i fabriken.

Standard Ekologiskt Sweden AB ser en avsaknad av ekologiska och sockerfria drycker för barn på en i övrigt stor barndrycksmarknad. Med anledning av detta tar bolaget nu in ytterligare kapital för att snabbt kunna producera och sälja bolagets drycker.

Emissionslikviden kommer främst att användas för lansering och marknadsföring av barndryckerna samt produkterna under varumärket Standard Ekologiskt. För tillverkning av den ekologiska drycken vid fabriken i Halmstad krävs nya maskiner för produktion och buteljering varav en mindre del av emissionslikviden kommer att användas.



Erbjudandet i sammandrag

Emissionsvolym	5 976 000 kr
Övertilldelningsoption	1 992 000 kr
Teckningskurs	1 245 kr
Värdering pre-money	Cirka 33,4 MSEK
Teckning	Minsta teckning 4 aktier (4 980 kr)

Sex skäl att investera i Standard Ekologiskt

1

Nya unika produkter

De nyligen framtagna ekologiska och socker-fria dryckerna för barn är en unik produkt som lanseras i Sverige. Med hållbarhet på minst nio månader möjliggör den även export.

2

Bredare produktsortiment

Utöver barnmaten och drycken så har även nya produkter tagits fram i ett ytterligare varumärke. Färska ekologiska sallader, wraps och smörgåsar levereras till butiker med barnmaten vilket effektiviserar distributionen.

3

Utökad målgrupp

Genom att erbjuda färsk och ekologisk mat även för vuxna utökar bolaget målgruppen mångdubbelt samt utnyttjar kapaciteten i fabriken som redan nu klarar av att producera för 150 MSEK per år.

4

Effektiv försäljning

Samarbetet med Ekologiska säljbolaget ger direkt ett säljteam på 26 personer som kommer att sälja produkter från båda våra varumärken till butiker.



5

Kraftigt växande intresse

Intresset för ekologisk barnmat växer kraftigt, något vi märkte under vår crowdfunding-kampanj. Månaden efter ökade ordergången med 600 procent.

6

Unikt bolag

Tack vare den egna fabriken har bolaget total flexibilitet för leveranser och ökade ordergångar. Det ger även en snabb produktutveckling och vinsterna behålls i bolaget till skillnad från flera konkurrenter som hyr in tillverkningen.





Verksamhetsbeskrivning

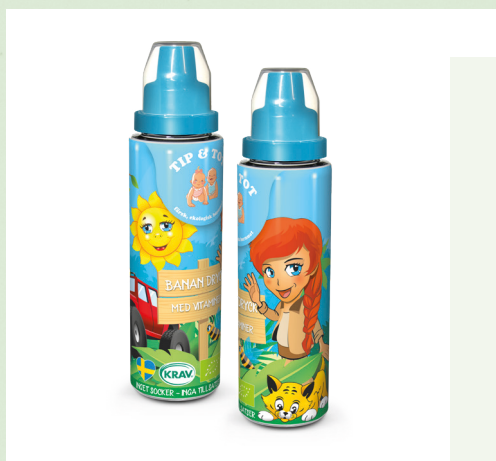
Standard Ekologiskt är en livsmedelsproducent som skall tillgodose den starkt växande efterfrågan av naturliga ekologiska produkter.

Bolaget producerar idag färsk ekologisk mat under två olika varumärken. Maten produceras i Bolagets egna fabrik i Halmstad och distribueras sedan till storstadsområdena. Fabriken är godkänd enligt Livsmedelsverkets regler och högsta krav med KRAV- och ekologiskt certifikat. Fabriken har idag en kapacitet att producera varor upp till ett värde av 150 MSEK per år efter de investeringar som gjorts under hösten 2017.

Produkterna säljs idag i Stockholm, Göteborg och Malmö med omnejd till dagligvaruhandeln till kunder som ICA, Coop och Hemköp. Bolagets färska, ekologiska och KRAV-märkta produkter har mottagits positivt av både föräldrar och i livsmedelsbranschen. Bolagets tro är att merparten av konsumenterna efterfrågar ekologisk och färsk mat och har identifierat en stark efterfrågan av marknaden.

Barnmat

Bolagets största varumärke Tip & Tot erbjuder unik barnmat och är först i Sverige att lanseras i storskalig produktion. Maten som produceras i Halmstad är färsk, KRAV-märkt och ekologisk, gjord på svenska råvaror. Alla produkter är i linje med livsmedelsverkets höga krav på barnmat och är certifierade enligt ekologiskt och KRAV-organisationens märkning. Den färska maten produceras av närodlade ekologiska råvaror och lagas traditionellt, vilket innebär att maten kokas för att sedan varmfyllas i förpackningen som sedan snabbt kyls ned. Det ger i barnmatens fall en hållbarhet på 25 dagar. Försäljningen sker idag i ca 50 butiker.



Barndryck

Under hösten 2017 har Bolaget utvecklat ekologiska och sockerfria drycker för barn som kommer att lanseras i första kvartalet 2018 under varumärket Tip & Tot. Bolaget har till följd av den brist på hälsosamma drycker som finns på marknaden tagit fram ett alternativ till de traditionella barndryckerna med högt innehåll av socker. Initialt lanseras två drycker, med smakerna jordgubb/kiwi respektive banan. Senare också en hälsodryck bestående av grönsaker med högt näringsvärde och rikligt med vitaminer som dricks till vardags eller tillför barnet extra näring vid till exempel sjukdom.

Recepten är godkända av Livsmedelsverket och avtal har skrivits för att transportera lokalt källvatten från en brunn närliggande barnmatsfabriken.

Färdigmat och dryck

Under det andra varumärket, Standard Ekologiskt, har Bolaget utvecklat ett sortiment inom flera produktkategorier. Detta innefattar ekologiska sallader, smörgåsar och wraps med endast svenska råvaror samt ekologisk dryck. Försäljningen av produkterna för vuxna går under varumärket Standard Ekologiskt och samtliga produkter och dess innehåll är närproducerade, ekologiska och KRAV-märkta. Småskalig försäljning har tagits emot väl och storskalig produktion och försäljning börjar under det första kvartalet 2018.



Buljong

Bolaget tillverkar även en buljong som kan användas i matlagning eller drickas direkt som näringstillskott. Tack vare buljongens rika näringsinnehåll kan den användas som ett kosttillskott för äldre eller personer som har svårt att få i sig tillräckligt mycket näring. Buljongen som även den är ekologiskt och KRAV-märkt finns som oxbuljong och kycklingbuljong. Sedan i maj 2017 säljs buljongen i butiker i Stockholm, Göteborg och Malmö med omnejd och omsättningen för 2018 beräknas till knappt 3 MSEK.

Strategi

Bolaget kommer att producera och leverera året om från den egenägda fabriken i Halmstad. Bolagets största tillgång är den skuldfria och fullt certifierade produktionsanläggningen som möjliggör produktion av ekologiska varor inom flera segment samt den kompetens bolaget besitter inom tillverkning av färska, ekologiska och KRAV-märkta produkter.

Bolaget har inledningsvis under 2017 etablerat varumärket Tip & Tot på barnmat-smarknaden och har försäljning i butiker hos ICA, Coop och Hemköp. Barnmaten tillverkas på det gamla hederliga sättet, från grunden, i riktiga grytor på rätt temperatur. På det sättet behålls näringen och smaken och man behöver inte fylla upp produkten med vatten istället för mat. Konkurrenten i Sverige inom detta segment är begränsad till ett fåtal större bolag samtidigt som efterfrågan är stor. Sammantaget gör det att det finns goda förutsättningar att både bedriva lönsam produktion och öka marknadsandelen. Liknande förutsättningar råder även i övriga nordiska länder. Under 2018 kommer Bolaget också att börja bearbeta den danska marknaden till följd av en starkt visad efterfrågan på ekologisk barnmat.

Bolaget identifierade under hösten 2017 en avsaknad på ekologiska och sockerfria drycker till barn. Detta ledde till utvecklingen av de ekologiska dryckerna samt hälso-drycken för barn som lanseras inom kort.

För att ta tillvara på hela bolagets expertis vad gäller produktion av färska, ekologisk och KRAV-märkt mat och dryck har bolaget under varumärket Standard Ekologiskt börjat producera färdigmat och buljonger enligt dessa premisser.



”Barnmaten tillverkas på det gamla hederliga sättet, från grunden, i riktiga grytor på rätt temperatur.”

Försäljningen i Sverige sker idag via livsmedelsbutiker och stormarknader som ICA, Coop och Hemköp. Bolaget ser i framtiden också på möjligheter att sälja sina produkter via matbutiker med hemkörning eller försäljning av matkassar på Internet. Nyligen tecknades avtal med Mathem.se som börjar sälja bolagets produkter under mars månad. Med välkända kunder i ryggen kan bolaget ta verksamheten vidare för att bredda sitt produktutbud och träffa nya avtal om försäljning. Den höga kvaliteten på de ekologiska närodlade råvarorna i kombination med en skuldfri fabrik i Halmstad skapar goda förutsättningar för en god vinstmarginal på produkterna.

Standard Ekologisks mål är att bli Sveriges ledande producent inom segmentet färska barnmat och färdigmat samt ekologisk barndryck. I ett första steg innebär detta att finnas med i sortimentet på alla stora butiker i Sveriges storstäder under året 2018 och vidare över hela Sverige genom centralavtal. Genom avtal och goda relationer med livsmedelsbutiker och handlare ser bolaget goda förutsättningar att i framtiden öka sitt sortiment av produkter i butikerna.

Nytt samarbete

Standard Ekologiskt kommer inom kort att inleda ett samarbete med ett svenskt säljbolag av ekologiska produkter. De har idag 26 aktiva säljare som jobbar med att sälja in ekologisk mat till dagligvaruhandeln. Säljbolaget kommer att via detta samarbete arbeta för att sälja in varumärkena Tip & Tot och Standard Ekologiskt produkter till nya kunder och på ytterligare marknader. Samarbetet innebär

att Standard Ekologiskt kan fokusera på produktion och produktutveckling, samtidigt som säljarbetet till nya livsmedelskedjor och försäljare sköts av samarbetspartnern. Samarbetet innebär även fördelar för distributionen där Bolaget nu får möjlighet att transportera ut sina varor till butikerna tillsammans med andra producenter. Det innebär stora kostnadsfördelar och utökade logistiknätverk.

Konkurrens

Inom marknaden för barndryck är de största konkurrerande produkterna MER och Festis med den tidigare klassiska söta barndrycken. Utöver det finns det mindre producenter som bland annat HiPP som tillverkar barndryck med en mer organisk inriktning. Bolagets konkurrensfördel mot den nuvarande marknaden är att bolagets drycker håller en hög standard säkerhetsställd i den egna fabriken i Halmstad. De är helt ekologiska, KRAV-märkta och utan tillsatt socker eller sötningsmedel till skillnad från de flesta produkter på marknaden idag. Enligt livsmedelsverkets rekommendationer bör man i den mån det går undvika att ge barn i låg ålder socker [1]. Bolagets dryck är istället sötad av naturliga produkter som sötpotatis eller fibersirap, naturliga varor som ger en söt smak men samtidigt är mer hälsosam för barnets kropp och tänder. Även vårdguiden är kritisk till att barn skall konsumera socker, både för deras hälsa och tandvård [2].

På marknaden för färdigmat finns ett större urval konkurrenter. Om man tittar på de som producerar färdigmat i Sverige med liknande inriktning återfinns Wrapssons, Picadeli, Green Hill och Urban Deli. Bolaget ser att utvecklingen på marknaden för

ekologisk färdigmat har stått still under en längre period och kommer differentiera sig genom att använda ekologiska och svenska råvaror.

På den svenska barnmatsmarknaden idag är de två största producenterna av traditionell barnmat Semper och Nestlé. De tillverkar processad och konserverad barnmat i olika delar av Europa med en hållbarhet på upp till 24 månader som de sedan kör till Sverige. Genom att satsa på högkvalitativa produkter ser Bolaget en konkurrensfördel mot de nuvarande producenterna då efterfrågan på ekologiska produkter växer starkt i alla segment. Det finns ytterligare två mindre konkurrenter på marknaden som går mot mer organisk barnmat, de är HiPP och Swedish Lovemade. Konkurrenternas barnmat jämfört med Standard Ekologiskt, är värmesteriliserad och konserverad vilket innebär att de tappar näringsämnen och smak. Producenterna på marknaden har insett vikten av en hälsosammare kost till barn och går mer emot om en organisk inriktning, men enligt Bolagets vetenskap endast dem som tillverkar färsk ekologisk barnmat som säljs direkt i kyldisken.

[1] Rapporten "Livsmedelsverket råd om mat för barn 0–5 år" Livsmedelsverkets, nr 22 2011

[2] Artikeln "Bra mat och dryck för barns tänder" Vårdguiden (1177), 2016

Styrelse



Kristina Brunander, född 1983

Innehav: 24 500 aktier

Grundare och styrelseordförande
Fd elithästhopsryttare som skolat
om sig och utvecklat barnmatsmärket
Tip & Tot.



Peter In de Betou, född 1981

Innehav: 260 aktier

Tf VD tillika styrelseledamot
15 års erfarenhet från matindustrin
Tidigare försäljningschef på
Scandinavian Organics.



Dan Nygren, född 1976

Innehav: 0 aktier

Styrelseledamot
Erfarenhet av att driva marknadsutveckling
samt försäljning av nya produkter i
Norden för bolag som Compuware AB,
Blackboard och CA Technologies.

Revisor

Andreas Nyberg, Ernst and Young

Marknad

Ekologiska marknaden

Under 2016 omsatte den ekologiska livsmedelsmarknaden i Sverige 25,4 miljarder kronor. Det innebar en ökning på 18 procent eller 3,8 miljarder kronor jämfört med 2015 enligt Ekoweb, som är en oberoende servicetjänst med inriktning på ekologisk mat [3]. Andelen försäljning av ekologiska livsmedel på den totala marknaden 2016 uppgår till 8,7 procent. Ännu en stark växande trend är onlineförsäljning utav livsmedel som nu uppgår till två procent av den totala livsmedelshandeln. De svenska bolagen Mathem.se och Mat.se rapporterar under 2016 att andelen ekologiska varor som säljs uppgår till 25 respektive 16 procent av den totala försäljningen.

Kravmärkning

KRAV-certifiering innebär att produkten, dess innehåll och tillverkningsprocessen har granskats med krav på hälsa, socialt ansvar, djuromsorg och klimatpåverkan. KRAV är den största certifiering i Sverige för ekologisk mat. Andelen KRAV märkta produkter som säljs på den svenska livsmedelsmarknaden uppgår till 6 procent [4].

Ekologisk dryck

Bolaget vill med sina nya drycker slå sig in på en marknad där juice och saft idag dominerar. Den traditionella marknaden för juice, frukt- och grönsaksdryck omsatte under 2016, 6,6 miljarder kr i Sverige enligt SCB [5].



Bolaget kan ej presentera statistik på hur stor marknaden för ekologisk och sockerfri dryck är då den marknaden till skillnad från andra ekologiska livsmedel inte hängt med i den ekologiska utvecklingen. Marknaden för ekologisk sockerfri dryck är således en i sig, ny marknad. Bolaget bedömer att marknaden i framtiden kommer växa i linje med övriga ekologiska livsmedel.

Barnmatsmarknaden

Marknaden för barnmat i Sverige för 2016 uppskattades till cirka 1,4 miljarder enligt KRAV:s marknadsrapport [4].

Det innefattar bland annat färdigrätter på burk och puréer. Barnmaten som säljs i Sverige produceras till största del runt om i Europa, ursprunget på ingredienserna framgår sällan på produkterna enligt en undersökning gjord av SVT plus [6]. Produkterna kräver ofta ingen kylning utan förvaras i rumstemperatur och säljs bland andra torrvaror i livsmedelsbutiken. Barnmaten har idag ofta lång hållbarhetstid och håller i upp till 24 månader från förpackningsdag.

På Irland finns företaget Pip & Pear, som också producerar ekologisk och färsk barnmat. På 1,5 år har de startat upp en verksamhet från grunden och nått en omsättning på 140 miljoner och de blev sedermera utsedda till årets livsmedelsbolag på Irland. I Storbritannien finns det liknande barnmatsföretaget Little Dish också med en organisk inriktning. Bolaget ökade sin försäljning med omkring 40 procent per år innan de blev uppköpta av ett amerikanskt investmentbolag för 17 miljoner pund under hösten 2017. Det brittiska bolaget tillverkade likt Standard Ekologiskt kyld ekologisk barnmat.

Färdigmatsmarknaden

Alternativen för ekologisk färdigmat i Sverige är få eller saknas helt, skriver Ekoweb i en sammanställning från 2015 [7]. Bolaget bedömer att intresset och efterfrågan på marknaden tagit fart under de senaste åren och att detta nya segment kommer att ta marknadsandelar av den traditionella snabbmatsmarknaden. Detta till följd av att fler i samhället i allt högre grad strävar efter en mer hälsosam och kostmedveten livsstil.

[3] Rapporten "Ekologisk livsmedelsmarknad 2017" Ekoweb.nu, 2017

[4] Rapporten "Marknadsrapport 2016" KRAV-märkt, 2016

[5] Rapporten "Livsmedelsförsäljningsstatistik 2016" SCB, 2017

[6] Undersökningen "Oklart ursprung på kött i barnmat" SVT Plus, 2016

[7] Rapporten "Ekologisk livsmedelsmarknad 2015" Ekoweb.nu, 2015



Målsättning och prognos

Standard Ekologisks mål är sedan tidigare att bli Sveriges ledande producent inom segmentet färsk ekologisk barnmat. Med produktutvecklingen under föregående år utökas målen nu även att bli den ledande producenten inom ekologisk och sockerfri dryck för barn.

Genom att dessutom erbjuda ekologisk färdigmat och dryck för vuxna utökas produktionen och distributionskostnaderna sänks vilket i sin tur höjer marginalerna för hela verksamheten.

Under 2018 vill Bolaget finnas i sortimentet på alla stora butiker i Sveriges storstäder, och vidare över hela Sverige genom centralavtal. Utöver att vara den ledande producenten inom färsk ekologisk mat är uppnå en marknadsandel om minst 10 % av den totala barnmatsmarknaden i Sverige inom en treårsperiod. Under 2018 kommer Bolaget också att börja bearbeta den danska marknaden till följd av en starkt visad efterfrågan på ekologisk barnmat.

Pågående förhandlingar

- Bolaget har idag förhandlingar om tillverkning av färdigmat för ett annat stort bolags räkning. Detta skulle leda till att större delen av produktionskapaciteten utnyttjas och därmed bidrar till sänkta produktions- och overheadkostnader.
- Samarbetsavtal angående ytterligare en försäljningskanal av bolagets barnmat och dryck är också under förhandling och kommer med stor sannolikhet kunna presenteras inom kort.
- Bolaget har långtgående samtal med en dansk tillverkare av ekologiska snacks för barn. Målet är att inom kort inleda försäljning av deras produkter i Sverige under varumärket Tip&Tot. De kommer i sin tur sälja Tip&Tots barnmat i Danmark.
- Ett testprojekt har även gjorts på Ica Maxi Toftanäs där en egen kyl köptes in stripad med Tip & Tots varumärke. Produkterna sålde snabbt slut och Bolaget ämnar nu använda en liten del av emissionslikviden till inköp av ytterligare kylar med samma koncept för fler butiker under 2018.

Finansiell prognos

Efter 2017 års investeringar i verksamhet och produktutveckling samt försäljning till ett 50-tal butiker har Bolaget proof of concept. Bolagets lyckade crowdfunding säkerställer en kraftig expansion av barnmatsförsäljning. Till följd av Bolagets ytterligare expansionsplaner uppskattas omsättningen 2018 att kraftigt öka gentemot 2017 och nå ett positivt resultat. Försäljningen av smörgåsar, sallader och wraps förväntas ha positiv vinstpåverkan redan från start. Bolagets mål är att år 2021 ha en omsättning på minst 200 MSEK med en vinstmarginal över 10 procent.

Uppnått under 2017

- Utvecklat tre nya barnmatsrätter och utökat Tip & Tots sortiment till åtta rätter
- Inlett försäljning av Tip & Tots barnmat i cirka 50 butiker under kedjorna ICA, Coop och Hemköp
- Försäljning av buljong startade i maj, har i slutet av 2017 en omsättningstakt på knappt 1 MSEK per år
- Utvecklat nytt sortiment av ekologiska drycker, smörgåsar, sallader m.m. som når marknaden under första kvartalet 2018

Uppnått under 2018

- Tecknat samarbetsavtal med Mathem.se som under mars månad börjar sälja bolagets produkter
- Tecknat avtal med Coop som möjliggör försäljning i deras butiker i södra Sverige

Målsättning 2018

- Lansering av ekologisk och sockerfri barndryck
- Lansering av ekologisk färdigmat och dryck
- Försäljning i minst 250 butiker
- Färdigställa och lansera hälsodryck för barn
- Försäljning i ytterligare en onlinebutik
- Inleda bearbetning av två nya marknader
- Försäljning hos minst två hotell-/kafékedjor
- Förbereda för upphandlingar på kommun- och landstingsnivå

Målsättning 2019

- Försäljning till samtliga dagligvaruhandelskedjor i Sverige
- Avtal med minst två bensinstationskedjor, Reitan (7/11 & Pressbyrån) eller Convini (Mat på jobbet)
- Vi skall vara det självklara valet inom färsk ekologisk färdigmat till butiker i Sverige

Exit

- År 2021 när bolaget uppnått de angivna finansiella målen så ser ledningen en potential att sälja bolaget till större aktör alternativt lista bolaget på en mindre handelsplats.



Finansiell översikt

RESULTATRÄKNING

Belopp i Tkr	2017-01-01 – 2017-12-31	2016-01-01 – 2016-12-31
Nettoomsättning	862	420
Förändring av varulager samt pågående arbeten för annans räkning	-17	227
	845	647
Rörelsens kostnader		
Råvaror och förnödenheter	-311	-29
Övriga externa kostnader	-1 253	-551
Personalkostnader	-790	-61
Av/nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-200	-3
Rörelseresultat	-1 709	3
Resultat från finansiella poster		
Räntekostnader och liknande resultatposter	-23	-11
Resultat efter finansiella poster	-1 732	-8
Bokslutsdispositioner	142	-
Resultat före skatt	-1 590	-8
Årets resultat	-1 590	-12

BALANSRÄKNING

Belopp i Tkr	2017-12-31	2016-12-31
TILLGÅNGAR		
Anläggningstillgångar		
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>		
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten och liknande arbeten	896	-
Koncessioner, patent, licenser, varumärken samt likn rättigheter	45	-
	941	-
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>		
Inventarier, verktyg och installationer	2 974	113
	2 974	113
Summa anläggningstillgångar	3 915	113

BALANSRÄKNING (FORTSÄTTNING)

Belopp i Tkr	2017-12-31	2016-12-31
Omsättningstillgångar		
Varulager mm		
Råvaror och förnödenheter	474	332
Förskott till leverantörer	-	17
	474	349
Kortfristiga fordringar		
Kundfordringar	219	125
Övriga fordringar	136	7
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	8	-1
	363	131
Kassa och bank	369	29
Summa omsättningstillgångar	1 206	509
Summa tillgångar	5 121	622
EGET KAPITAL OCH SKULDER		
Eget kapital		
Bundet eget kapital		
Aktiekapital	54	50
	54	50
Fritt eget kapital		
Överkursfond	2 264	-
Balanserad vinst eller förlust	20	32
Årets resultat	-1 590	-12
	694	20
Summa eget kapital	748	70
Långfristiga skulder		
Övriga långfristiga skulder	-	153
	-	153
Kortfristiga skulder		
Leverantörsskulder	233	358
Övriga kortfristiga skulder*	4 140	41
	4 373	399
Summa eget kapital och skulder	5 121	622

Finansiella kommentarer

Bolagets finansiella utveckling förklaras av den starka expansion- och utvecklingsfas som bolaget befunnit sig i, vilket initialt inneburit stora kostnader. De kostnader som har tagits är dels för utveckling och certifiering av det nya produktutbudet samt införskaffning av nya maskiner för ökad produktionskapacitet.

*Övriga kortfristiga skulder innehåller en skuld till aktieägare om 2 758 TSEK vilket är en redovisningsteknisk post hänförligt till emissionen som gjordes under hösten 2017.

Emissionen

Erbjudandet

Det totala erbjudandet i nyemissionen uppgår till 4800 aktier vilket motsvarar 5 976 000 kr, utöver detta finns en övertilldelningsoption om 1600 aktier vilket motsvarar 1 992 000 kr. Vid fullt utnyttjande tillförs Bolaget 7 968 000 kr före emissionskostnader. Teckningskursen i erbjudandet är 1245 kr.

Emissionsvolym	5 976 000 kr
Övertilldelningsoption	1 992 000 kr
Teckningskurs	1 245 kr
Värdering pre-money	Cirka 33,4 MSEK
Teckning	Minsta teckning 4 aktier (4 980 kr)

Före emissionen uppgår det totala antalet aktier i Bolaget till 26 821, värderingen pre-money uppgår till cirka 33,4 MSEK och post-money 39,4 MSEK exklusive övertilldelningsoptionen. Minsta teckning för att delta i erbjudandet är 4 aktier vilket motsvarar en investering på 4980 kr. Eminova fondkommission är emissionsinstitut.

Teckningsperiod

Teckningsperioden pågår från och med 12 februari 2018 – 28 februari 2018.

Så tecknar man aktier

Använd bifogad teckningssedel och följ angivna instruktioner eller teckna digitalt via www.eminova.se

Aktieslag och rätt till utdelning

Samtliga aktier som emitteras i denna emission är av aktieslag B och har lika rätt till utdelning som A-aktier men 1/10 rösträtt.



Kaptena – Kapitalförsäkring för onoterade aktier

För investeringar över 100 000 kr finns möjligheten att använda Kaptenas kapitalförsäkring för onoterade värdepapper. Likt en ISK är vinster, utdelningar och ränteintäkter skattefria och istället betalas en årlig avkastningsskatt på värdet, men i grunden är det en kapitalförsäkring från Danica Pension. På grund av minimiavgiften (4 - 7 tkr per år beroende på hur många investerare som väljer Kaptena) rekommenderas ej denna ägarform

för investeringar under 100 000 kr. Är du intresserad av att äga aktier i Standard Ekologiskt via Kaptenas försäkring så teckna aktierna via Eminova enligt ovan. När emissionen är avslutad så kontakta Kaptena för att starta upp en försäkring hos dem och flytta över aktierna.

För mer information, vänligen besök www.kaptena.se eller maila på info@kaptena.se

Kontaktinformation

Har du frågor gällande emissionen eller bolaget, vänligen kontakta Peter In de Betou på telefon 070-233 96 27.

Adress:
Standard Ekologiskt SWEDEN AB
Kvarndalsvägen 2
302 41 Halmstad

Organisationsnummer: 556827-3949
Telefon: 070-233 96 27
Webbplats: standardekologiskt.se
E-post: info@tipandtot.se

