

Inbjudan till teckning av aktier i

PROCAST MEDIA AB (publ)

556557-5965

INFORMATIONSMEMORANDUM

Innehållsförteckning

Inbjudan att teckna aktier	3
Erbjudandet i korthet	3
VD:s kommentar	4
Procast Medias verksamhet	5
Marknaden	6
Framtidsutsikter	6
Ekonomisk översikt	7
Styrelse & Företagsledning	7
Aktiekapital & ägarförhållanden	8
Risikfaktorer	9
Villkor & anvisningar	10
Bolagsordning	11

Bolagsaspekter

Procast Media grundades och registrerades hos Bolagsverket den 28 februari 2005. Bolaget är ett publikt aktiebolag och bedriver verksamhet under denna associationsform, vilken regleras av aktiebolagslagen. Bolaget skall enligt bolagsordningen bedriva verksamhet genom att försälja och driva multimediasystem samt därmed förenlig verksamhet.

Bolaget är vid tidpunkten för detta informationsmemorandums framtagande inte inblandat i någon rättslig tvist eller något skiljeförfarande. Med ett bemyndigande från årsstämman den 20 mars 2009 har styrelsen beslutat om en nyemission av högst 3 000 000 aktier med avvikelse från befintliga aktieägares företrädesrätt. Emissionen innebär att aktiekapitalet kommer att öka från nuvarande 560 000 kr till högst 860 000 kr. Alla aktier i bolaget har samma rätt i bolagets tillgångar och vinst och samma röstvärde.

Viktig information:

Informationen i detta memorandum är konfidentiell och enbart ägnad för den person till vilken det tillsänts. Detta memorandum får inte distribueras till allmänheten.

Memorandumet är inte ett prospekt och har inte registrerats av Finansinspektionen eller av annan myndighet. Erbjudandet riktar sig inte till personer vars deltagande förutsätter ytterligare memorandum, registreringar eller andra åtgärder än de som följer av svensk rätt. Det åligger en var att iakttta sådana restriktioner.

Memorandumet får inte distribueras till annat land där distribution eller inbjudan kräver angivna åtgärder eller strider mot lag i sådant land.

För detta memorandum gäller svensk lag. Tvist med anledning av detta memorandum eller därmed sammanhängande rättsförhållanden skall avgöras av svensk domstol exklusivt.

Detta memorandum innehåller framtidsinriktad information som inbegriper antaganden rörande framtida marknadsförhållanden, verksamhet och resultat. Framtidsinriktad information är alltid förenad med osäkerhet eftersom samtliga antaganden baseras på nuvarande marknadsförhållanden och förutsättningar. Även om det är styrelsen för Procast Media AB:s bedömning att framtidsinriktad information i detta memorandum är baserad på rimliga överväganden, kan faktisk utveckling, händelser och resultat komma att väsentligen avvika från förväntningarna. Se vidare i kapitlet "Riskfaktorer".

I detta memorandum används definitionerna ("Procast Media") och ("Bolaget") som beteckning för Procast Media AB (organisationsnummer 556557-5965).

Förkortningar som används i dokumentet: SEK = Svenska kronor, TSEK = Tusentals svenska kronor, MSEK = Miljontal svenska kronor.

Inbjudan till teckning av aktier i Procast Media AB

Investerare inbjudes härmed att teckna aktier i Procast Media AB (publ) i enlighet med villkoren i detta informationsmemorandum. Syftet med den aktuella kapitalanskaffningen är att finansiera den tillväxtstrategi som Bolagets styrelse fastslagit. Tillväxtstrategin bygger dels på en etablering i nya branscher, utöver tandvården, nu främst inom hälsovården och dels på en etablering i Norden, nu främst på den norska tandvårdsmarknaden.

Expansionen kommer att ske dels med egen personal och dels genom franchisetagare.

Baserat på beslut från årsstämman den 20 mars 2009 har styrelsen i Bolaget beslutat att öka aktiekapitalet med högst 300 000 kr, genom nyteckning av högst 3 000 000 aktier, envar med ett kvotvärde om 0,10 kr. Emissionen görs med avvikelse från befintliga aktieägares företrädesrätt och riktar sig till allmänheten.

Teckningskursen är 3,00 kr vilket innebär att Bolaget vid fulltecknad emission tillförs 9 000 000 kr. Anledningen till avvikelser från företrädesrätten är att bredda ägandet inför en framtida börsnotering.

Värderingen som ligger till grund för emissionskursen i erbjudandet bygger på värdering vid tidigare genomförda emissioner samt diskussioner med olika av varandra oberoende potentiella investerare och företrädare för aktiemarknaden.

Teckningsgraden kommer att offentliggöras senast under vecka 20. Styrelsen kommer att bestämma hur fördelningen av tecknade aktier skall ske till dem som anmält intresse att förvärva aktier. Vid övertäckning kan tilldelning komma att ske med ett lägre antal aktier än vad som anmälningarna avser eller i vissa fall helt utebli. Samtliga nyemitterade aktier äger lika rätt till andel i Bolagets tillgångar och vinst.

Varje nyemitterad aktie berättigar till 1 röst och medför rätt till utdelning för räkenskapsåret 2009. Euroclear Sweden AB (VPC) kommer att ombesörja eventuell utdelning. Aktier kan fritt överlåtas och förvärvas, hembudsskyldigheter eller lösningsrätt föreligger ej.

Totalt före emissionen finns 5 600 000 aktier. Vid händelse av fullt tecknande av emissionen skulle antalet aktier öka med 3 000 000 aktier till 8 600 000. Detta motsvarar en utspädning på 54 %.

Nacka, i mars 2009

Procast Media AB (publ)

Styrelsen

Erbjudandet i korthet

- För att kunna utveckla Procast Media har styrelsen, med bemyndigande från årsstämman, beslutat om nyemission av högst 3 000 000 aktier i Procast Media.
- Emissionskursen är satt till 3 SEK per aktie.
- Aktierna tecknas i poster om 2 000 st. En post motsvarar således 6 000 SEK och antalet poster uppgår till högst 1 500 st.
- Totala emissionsbeloppet uppgår till högst 9 MSEK.
- Emissionen beräknas vara registrerad hos Bolagsverket den 1 juni 2009 men då emissionen sker löpande kan detta ske tidigare.
- Teckningstid 23 mars till 29 april 2009.
- Aktierna i Procast Media är registrerade hos Euroclear Sweden AB (VPC).

VD:s kommentar

Bakgrund

Vår idé är att ta tillvara de möjligheter som modern IT- och telekomteknik erbjuder när det gäller att kostnadseffektivt både producera och distribuera rörligt media till ett stort antal kunder.

Procast Media har sedan starten 2005 haft en organisk och snabb tillväxt från en omsättning på 2 Mkr per år till 42 Mkr under vårt senaste verksamhetsår. Vårt erbjudande till marknaden har mottagits positivt och vi ser med tillförsikt på expansion mot nya branscher och nya geografiska marknader.

Bolaget har under det gångna året genomfört större investeringar i produktutveckling för att kostnadseffektivt kunna både övervaka och effektuera medieleveranser till våra kunder.

Genom den undersökning vi genomförde under januari 2009 vet vi att 97 % av besökarna hos våra kunder uppmärksammar våra mediekana-ler. Varannan kommer spontant ihåg annonse-rad produkt och var tredje minns spontant vilket varumärke som annonserades. Detta är mycket höga uppmärksamhetsvärden vilket stärker vår produkt som attraktivt annonsmedium för rörlig reklam.

Syfte med kapitalanskaffningen

Syftet med denna nyemission är dels att sprida ägandet inför en kommande börsintroduktion och dels ge bolaget handlingsutrymme för fort-satt snabb expansion. Under det kommande året skall vi vidareutveckla vår mediekanal DENTVISION för den svenska tandvårdsmark-naden och etablera kanalen MedTV som riktar sig till den svenska hälso- och sjukvårdsmark-naden. Samtidigt lanserar vi DENTVISION på den norska tandvårdsmarknaden.

En investering i Procast Media är en investering i ett etablerat bolag med en god tillväxt förenat med en positiv resultatutveckling.

Välkommen att följa med på vår resa!

Anders Erneholm

Verkställande direktör
Procast Media AB



Procast Medias verksamhet

Procast Media säljer annonsutrymme och reklamplatser på digitala skärmar placerade i väntrum och behandlingsrum inom tand- och hälsovården. Inom konceptet erbjuds även klinikerna, hos vilka skärmarna sitter, informationsutrymme i kanalen. Procast Media har idag två väntrumskanaler, DENTVISION för tandvården och MedTV för hälso- och sjukvården. Förutom försäljning av annonsutrymme bedriver bolaget också försäljning av skärmar och system till nämnda kanaler.

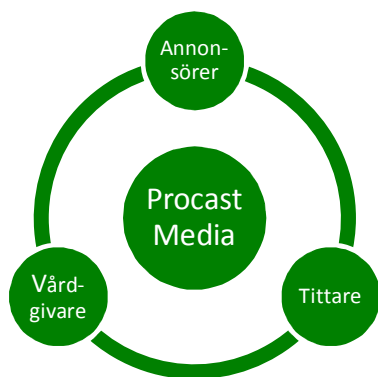
Inom mediavärlden faller verksamheten under en kategori som på engelska kallas Digital Out Of Home media (DOOH) eller som det också kallas, Digital Signage.

Till skillnad från övriga DOOH-media, som oftast finns på publika platser som köpcentrum, flygplatser eller i butiker, bygger Procast Medias idé på att fånga tittaren under en i sammanhanget lång tid, i en situation där uppmärksamheten är mycket hög. Därför har vi valt väntrum som primär arena, där tittaren sitter ned i lugn och ro och kan se kanalen utan störande moment. Konceptet medför ett högt annonsvärde per tittare och ökar nytta och genomslag för annonsörerna.

En förutsättning för verksamheten är den nytta som kanalerna ger både vårdbesökare och vårdgivare. Vårdgivarna får möjlighet att på ett attraktivt sätt nå patienter med viktig information i kanalen samtidigt som patienterna tar del av uppskattad underhållning och information under väntetiden.

Således vilar företagets verksamhet på ett samspel mellan vårdgivare, besökare och annonsörer, som alla kan dra nytta av varandra via Procast Medias DOOH-kanaler.

Ytterligare en del i verksamheten är produktion av reklamfilm. Procast Media har full kapacitet att producera reklamfilmer åt de annonsörer som har behov av det.



DENTVISION

DENTVISION är Procast Medias största kanal och finns i tandvårdens väntrum och behandlingsrum. Sedan starten 2005 har expansions-takten varit hög och idag har kanalen 1100 installerade skärmar över hela landet på knappt 700 platser.

Konceptet följer Procast Medias idé om att fånga tittaren under längre tid och samtidigt ha en hög uppmärksamhet. Detta blir extra tydligt på 40 % av DENTVISIONS tandvårdskliniker som även har monitorer i taket i behandlingsrummen. Patienterna tittar på monitorerna under pågående behandling, något som är högt uppskattat av såväl patienter som tandläkare.

Upplägget innebär att DENTVISION har bland det högsta uppmärksamhetsvärde som någonsin uppmätts för ett DOOH-media. 97 % av besökarna uppmärksammade DENTVISIONS skärmar, enligt en undersökning gjord i januari 2009 av undersökningsföretaget GfK. Detta är också ett mycket viktigt mått för annonsörerna när de väljer media för sin annonsering.

Inom varumärket DENTVISION ryms också en webb-TV kanal som enbart riktar sig till professionen. Kanalen, som bär namnet DENTVISION Pro, når över 6000 verksamma inom tandvården och är tillgänglig utan kostnad för alla kliniker som har DENTVISION i väntrummen. Vidare tillkommer ett hundratal prenumeranter som betalar en månatlig prenumerationsavgift.

I kanalen sänds tandvårdsnyheter, reportage, debatter, intervjuer, utbildningar m.m., allt egenproducerat av Procast Media.

DENTVISION Pro innebär att Procast Media stärker de redan mycket goda relationerna med tandvården, vilket ger en god grund för vidare försäljning av DENTVISION i väntrummen. Vidare är det ett attraktivt annonsutrymme för de företag som säljer produkter till tandvården.

MEDTV

I januari 2009 lanserades MedTV som en Out Of Home kanal för väntrummen inom hälso- och sjukvården. Upplägget är i grunden detsamma som DENTVISIONS och kanalen drar fördel av att kunna utnyttja redan uppbyggda strukturer och rutiner för finansiering, installation, drift, underhåll, systemförsäljning och reklamförsäljning.

Marknaden

Media

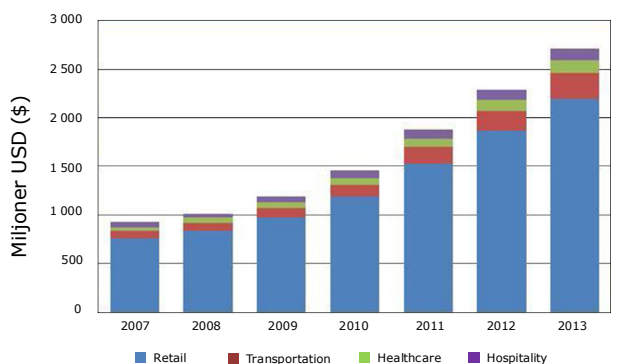
Digital Out Of Home (DOOH) är ett av de snabbast växande mediesegmenten globalt sett, med två-siffriga tillväxtsiffror på årsbasis.

De tekniska möjligheterna erbjuder annonsörerna en flexibilitet, kreativitet och mätbarhet som de mer klassiska medietyperna har svårt att konkurrera med. Detta har annonsköpare och mediebyråer uppmärksammat och numera är DOOH-media självklara alternativ när medieplaner fastställs. De flesta mediebyråer har numera specialister som enbart arbetar med DOOH-media och de stora byråerna har dotterföretag som enbart är specialiserade just på DOOH.

För den svenska annonsmarknaden som helhet bedömer IRM (Institutet för Reklam- och Medie-statistik) att medieinvesteringarna minskar med 5 % under 2009 jämfört med året innan. Detta skall dock ställas i relation till de historiskt kraftiga ökningarna av medieinvesteringar på mellan 6-10% per år som präglade marknaden under åren 2004-2008.

Segmentet DOOH spås, tillsammans med Internet, att vara det media som ökar mest under de kommande åren. Vidare bedöms DOOH, till skillnad från de övriga klassiska medietyperna (t.ex. TV, radio och print) öka sin del av mediekakan även under rådande lågkonjunktur.

DOOH Annonsintäkter Globalt



Källa: NSR

Vården

Den privata tandvården i Sverige beräknas innefatta drygt 2000 väntrum med tillhörande behandlingsrum. DENTVISION finns idag i över 600 av dessa privata väntrum och marknadsandelen ökar stadigt.

Folktandvården inbegriper uppskattningsvis drygt 1000 väntrum i Sverige. Procast Media tecknade i höstas avtal med Folktandvården Stockholm om att installera DENTVISION i samtliga av deras 100 kliniker. Till dessa kommer ett dussin enskilda Folktandvårdskliniker ute i landet där DENTVISION finns redan idag.

Framtidsutsikter

Den typ av media som Procast Media driver är en del av det mediesegment som spås öka mest de kommande åren. Annonsköparna har nu tagit till sig alla de möjligheter som tekniken inom DOOH ger och lägger allt större del av sina medieinvesteringar på Digital Out Of Home. Och tack vare ett högt ROI (Return On Investment) för annonsörerna står sig segmentet väl även under lågkonjunktur.

Vidare visar Procast Medias kanaler exceptionella siffror gällande uppmärksamhetsvärde och attityd till mediet vilket ger en god grund för utveckling av såväl försäljning av nya system som annonsförsäljning.

För de företag som säljer konsumentprodukter inom tandvård och hälsa erbjuder både DENTVISION och MedTV en särskilt välpositionerad annonsyta. För dessa annonsörer är det av stort värde att synas i professionella vårdssammanhang och de utgör således en stabil bas för de båda kanalernas annonsintäkter.

Vad gäller systemförsäljningen har vi nu en så stor marknadsandel inom svensk tandvård att det skulle vara mycket svårt för en konkurrent att slå sig in. Vidare kan vi glädja oss åt avtalet som vi slöt hösten 2008 med Folktandvården i Stockholms län där deras samtliga 100 klinker ingår. Det utgör en bra referens i säljdialogen med övriga landsting och öppnar upp en stor och viktig del av marknaden.

Systemförsäljningen för MedTV inleddes i januari 2009 och har mottagits mycket positivt. Där drar vi nytta av redan goda relationer med vårdaktörer på en marknad som är stor och i sammanhanget oexploaterad.

Ekonomisk översikt

	Pro forma 2010	Pro forma 2009	Utfall 2008	Utfall 2007	Utfall 2006	Utfall 2005
Resultaträkning i sammandrag (tkr)						
Omsättning	100 000	60 000	41 999	22 067	5 251	1 998
Rörelsens kostnader	-95 800	-58 500	-41 460	-21 588	-5 105	-2 085
Rörelseresultat	4 200	1 500	539	479	146	-87
Finansiella poster	-100	-100	-98	-16	-8	1
Resultat efter finansiella poster	4 100	1 400	441	463	138	-86
Bokslutsdispositioner	-1 116	-364	-127	-127	-29	45
Skatt	-984	-336	-106	-103	-24	0
Årets resultat	2 000	700	208	233	85	-41
Balansräkning i sammandrag (tkr)						
Balansomslutning	24 300	20 000	13 172	10 209	2 091	678
Anläggningstillgångar	200	4 200	5 396	348	1 240	500
Omsättningstillgångar	24 100	15 700	7 776	9 861	851	178
Bundet eget kapital	960	960	560	243	173	120
Fritt eget kapital	16 440	14 380	4 109	3 020	1 457	-41
Obeskattade reserver	1 800	660	283	156	29	0
Långfristiga skulder	0	0	100	292	0	0
Kortfristiga skulder	5 100	3 900	8 120	6 790	432	599

Styrelse & Företagsledning

Styrelse

Richard Bernström

Styrelseledamot sedan 2005
Styrelsens ordförande
Saltsjöbaden, född 1943
Innehav i Procast Media 1 921 920 aktier

Björn Gunnström

Styrelseledamot sedan 2006
Täby, född 1953
Innehav i Procast Media 1 022 140 aktier

Stefan Gunbrant

Styrelseledamot sedan 2006
Täby, född 1964
Innehav i Procast Media 280 640 aktier

Rolf Nilsson

Styrelseledamot sedan 2007
Täby, född 1951
Innehav i Procast Media 720 800 aktier

Rolf Bornstein

Styrelseledamot sedan 2008
Stockholm, född 1953
Innehav i Procast Media 102 740 aktier

Företagsledning

Anders Erneholm

VD
Innehav i Procast Media AB 316 970 aktier

Timo Trolin

vVD/Programchef
Innehav i Procast Media AB 316 970 aktier

Tuva Bojstedt

Marknadschef
Innehav i Procast Media AB 52 400 aktier

John Bernström

Försäljningschef
Innehav i Procast Media AB 3 500 aktier

Susanne Hellström

Ekonomichef
Innehav i Procast Media AB, 2 000 aktier

Aktiekapital och ägarförhållanden

Aktiekapitalet i Procast Media AB uppgår till 560 000 kronor fördelat på 5 600 000 aktier.

Aktiekapitalets utveckling

År	Händelse	Förändring av antalet aktier	Totalt antal aktier	Totalt aktiekapital
2005	Verksamheten startades	1 000	1 000	100 000
2006	Split 1:100	99 000	100 000	100 000
2006	Nyemission	33 333	133 333	133 333
2006	Nyemission	40 000	173 333	173 333
2007	Nyemission	70 000	243 333	243 333
2008	Fondemission	256 667	500 000	500 000
2008	Split 1:10	4 500 000	5 000 000	500 000
2008	Nyemission	600 000	5 600 000	560 000
2009	Nyemission (förestående)	3 000 000	8 600 000	860 000

Ägarstruktur före föreliggande emission

Ägare	Aktier	Ägarandel
Richard Bernström gm bolag	1 921 920	34,3
Björn Gunnström gm bolag	1 022 140	18,3
Rolf Nilsson gm bolag	720 800	12,9
Anders Erneholm gm bolag	316 970	5,7
Timo Trolin gm bolag	316 970	5,7
Stefan Gunbrant gm bolag	280 640	5,0
Rolf Bornstein gm bolag	135 432	2,4
Övriga aktieägare	885 128	15,8
	5 600 000	

Ägarstruktur efter föreliggande emission

Ägare	Aktier	Ägarandel
Richard Bernström gm bolag	1 921 920	22,3
Björn Gunnström gm bolag	1 022 140	11,9
Rolf Nilsson gm bolag	720 800	8,4
Anders Erneholm gm bolag	316 970	3,7
Timo Trolin gm bolag	316 970	3,7
Stefan Gunbrant gm bolag	280 640	3,3
Rolf Bornstein gm bolag	135 432	1,6
Övriga aktieägare	885 128	10,3
Nya ägare	3 000 000	34,9
	8 600 000	

Riskfaktorer

En investering i aktier är förenat med risktagande. Det finns ett antal faktorer som påverkar och kan komma att påverka verksamheten i Procast Media. Vid en bedömning av Bolagets framtida utveckling är det således centralt att inte bara fästa vikt vid de möjligheter till framtida vinster en positiv resultatutveckling kan ge utan också beakta de risker investeringen medför. Nedan beskrivs utan inbördes rangordning de riskfaktorer som bedöms ha väsentlig betydelse för Bolagets framtida utveckling. Ytterligare risker som för närvarande inte är kända för Bolaget eller som idag uppfattas som oväsentliga kan få betydande inverkan på Bolagets verksamhet och finansiella ställning eller resultat. Alla riskfaktorer kan av naturliga skäl inte beskrivas utan en samlad utvärdering måste även innefatta övrig information i informationsmemorandumet samt en allmän omvärldsbedömning. Aktieägare i Bolaget löper risk att förlora hela eller delar av sitt investerade kapital.

Intjäningsförmåga och framtida kapitalbehov

Det kan inte uteslutas att Procast media i framtiden måste söka nytt externt kapital och det finns i ett sådant fall inte garantier för att ett nytt kapital kan anskaffas med säkerhet eller att det kan anskaffas till fördelaktiga villkor för befintliga aktieägare. Om ytterligare externt kapital måste anskaffas via aktieemission riskerar befintliga aktieägare att bli utspädda. Alternativt kan Bolaget förutom aktieemission även öka sin skuldsättning via lån för att anskaffa finansiering. Ett misslyckande i att generera vinster i tillräcklig omfattning eller ett misslyckande med att lösa uppkomna finansieringsbehov kan substantiellt påverka Bolagets verksamhet och kan även leda till företagsrekonstruktion, konkurs eller annan avveckling av Bolaget.

Förmåga att hantera tillväxt

Verksamheten skall växa i framtiden genom organisk tillväxt och via förvärv. I takt med att personalen och verksamheten växer, behöver Procast Media försäkra sig om att det hela tiden

har effektiva planerings- och ledningsprocesser för att kunna genomföra affärsplanen på en marknad som är under snabb utveckling. För att hantera tillväxten krävs investeringar och allokeringar av värdefulla ledningsresurser. Om Procast media inte hanterar tillväxt på ett effektivt sätt kan detta påverka resultatet negativt.

Beroendet av nyckelpersoner och medarbetare

Bolaget är beroende av befintliga medarbetare samt att kunna rekrytera och behålla nyckelpersoner. Om Procast Media inte lyckas rekrytera och behålla kvalificerad personal kan det bli svårt att fullfölja Procast Medias affärsstrategi.

Konkurrens

Procast Media agerar på en konkurrensutsatt marknad och möter konkurrensen från flera olika håll och från flera olika typer av aktörer. Det kan inte uteslutas att en ökad konkurrens skulle kunna leda till reducerade tillväxtmöjligheter och sämre lönsamhet för Procast Media.

Konjunkturutveckling

Liksom övrig handel och industri påverkas Procast medias försäljning av det allmänna konjunkturläget. En mer gynnsam konjunktur får ett positivt genomslag på kunders ekonomi och köpkraft och därigenom deras investeringar. En svagare konjunktur tenderar att uppvisa en motsatt effekt.

Leverantörer

Procast Media säljer och levererar produkter och tjänster där ett mindre antal leverantörer levererar produkter och tjänster. En försvagad position för någon av Bolagets leverantörer kan leda till att Procast media inte lyckas förhandla fram lönsamma leverantörsavtal vilket kan påverka lönsamheten negativt.



Villkor & anvisningar

Erbjudandet i sammandrag

Emissionsbelopp:	9 000 000 kr
Kurs:	3,00 kr
Antal emitterade aktier	3 000 000
Aktiepost:	2 000 aktier
Antal poster:	1 500 st
Teckningstid:	23 mars – 29 april 2009

Teckningskurs

Teckningskursen är 3,00 kr per aktie

Rätt till teckning

Emissionen riktar sig till allmänheten

Teckningspost

De nyemitterade aktierna tecknas i poster om 2 000 aktier, motsvarande 6 000 kr per post.

Teckningstid

Anmälan om teckning av aktier skall göras under perioden 23 mars – 29 april 2009.

Anmälan

Anmälan om teckning av aktier skall avse en eller flera teckningsposter om 2 000 aktier. Observera att endast en anmälningssedel per tecknare kommer att beaktas och i det fall det insänds fler än en kommer endast den senaste registreras. Anmälan skall ske på "Anmälan om köp av aktier i Procast Media" som bifogas informationsmemorandumet. Anmälningssedlar kan även rekvireras från Bolaget enligt uppgifterna nedan.

Anmälan insändes till:

Aktieinvest FK AB
Emittentservice
113 89 Stockholm
Fax:08-506 517 01

Anmälningssedeln måste vara Aktieinvest AB tillhanda senast klockan 17:00 den 29 april 2009. Anmälan är bindande. Endast en anmälningssedel per person kommer att beaktas. Ofullständig eller felaktigt ifyllt anmälningssedel kan komma att lämnas utan avseende. Inga tillägg eller ändringar får göras i den tryckta texten på anmälningssedeln.

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 om att inte fullfölja emissionen kan senast fattas före det att avräkningsnotor skall sändas ut.

Tilldelning

Beslut om tilldelning av aktier fattas av styrelsen i Procast Media AB.

Besked om tilldelning

När fördelning av aktier fastställts, sänds avräkningsnotor ut till dem som erhållit tilldelning. Detta beräknas ske senast den 5 maj 2009. I händelse av överteckning kommer styrelsen att bestämma hur tilldelning skall ske samt hur aktierna skall fördelas. Vid överteckning kan tilldelning komma att ske med ett lägre antal aktier än vad som anmälningarna avser eller i vissa fall helt utebli. De som ej tilldelats aktier erhåller 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, vilket beräknas vara den 13 maj 2009.

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.

Erhållande av aktierna

Aktierna kommer att levereras när emissionen är registrerad hos Bolagsverket, vilket beräknas ske under juni månad 2009.

Utdelning

De nya aktierna medför rätt till utdelning från och med verksamhetsåret 2009. Vid eventuell utdelning sker utbetalning via Euroclear Sweden AB (VPC).

Bolagsordning

§ 1 FIRMA

Bolagets firma är Procast Media (publ.)

§ 2 STYRELSENS SÄTE

Styrelsen har sitt säte i Stockholms kommun, Stockholms län.

§ 3 VERKSAMHET

Bolaget skall bedriva verksamhet genom att försälja och driva multimediasystem samt därmed förenlig verksamhet.

§ 4 AKTIEKAPITAL

Aktiekapitalet utgör lägst 500 000 kronor och högst 2 000 000 kronor.

§ 5 AKTIEANTAL

Antalet aktier skall vara lägst 5 000 000 stycken och högst 20 000 000 stycken aktier.

§ 6 AKTIESLAG

Aktierna skall kunna utges i en serie. En aktie medför en (1) röst.

§ 7 STYRELSE OCH REVISORER

Styrelsen skall bestå av lägst tre och högst tio ledamöter med högst tio suppleanter. Ledamöter och suppleanter väljs årligen på årsstämma för tiden intill slutet av nästa årsstämma.

En till två revisorer, med eller utan revisors-suppleant eller ett registrerat revisionsbolag skall väljas till revisor på årsstämma. Uppdraget som revisor gäller till slutet av den årsstämma som hålls under det fjärde räkenskapsåret efter revisionsavtalet.

§ 8 KALLELSE TILL BOLAGSSTÄMMA

Kallelse till årsstämma samt till extra bolagsstämma där fråga om ändring av bolagsordningen kommer att behandlas skall utfärdas tidigast sex och senast fyra veckor före stämman. Kallelse till annan extra bolagsstämma skall utfärdas tidigast sex och senast två veckor före stämman.

Kallelse till bolagsstämma skall ske genom annonsering i Post- och Inrikes Tidningar samt i Svenska Dagbladet.

§ 9 RÖSTRÄTT OCH ANMÄLAN OM SAMT RÄTT TILL DELTAGANDE I BOLAGSSTÄMMA

Vid bolagsstämman får varje röstberättigad rösta för fulla antalet av vederbörande ägda och företrädda aktier utan begränsning i röstetalet. Rösträtt vid stämman har de som vid stämmotillfället är införda bolagsstäm-moaktieboken fem vardagar före stämman samt via fax, brev eller e-post i förväg har anmält sig till stämman senast kl 12.00 den dag som anges i kallelsen till stämman. Sistnämnda dag får inte vara söndag, annan allmän helgdag, lördag, midsommarafton, julafton eller nyårsafton och inte infalla tidigare än femte vardagen före stämman.

§ 10 FULLMAKTSINSAMLING

Styrelsen får samla in fullmakter på bolagets bekostnad enligt det förfarande som anges i 7 kap 4§ andra stycket Aktiebolagslagen (2005:551).

§ 11 ÅRSSTÄMMA

Årsstämma hålls årligen inom sex månader efter räkenskapsårets utgång.

§ 12 AVSTÄMNINGSFÖRBEHÅLL

Bolagets aktier skall vara registrerade i ett avstämningsregister enligt lagen (1998:1479) om kontoföring av finansiella instrument.

§ 13 RÄKENSKAPSÅR

Räkenskapsår är 0101 - 1231.

PROCAST MEDIA AB
Hästholmsvägen 32
131 30 Nacka, Stockholm
Tel: 08-586 158 00
Fax: 08-714 78 99

www.procast.se
info@procast.se