



adoperator

EMISSIONSMEMORANDUM



INFÖR LISTNING PÅ AKTIETORGET



Sammanfattning



Bakgrund

Adoperator har sedan starten 2007 utvecklat en teknisk plattform som distribuerar och optimerar annonser i digitala kanaler. Adoperators nätverk och teknik gör att annonsörer kan nå nischade målgrupper genom digitala annonskanaler och därmed maximera avkastning på investerat kapital.

Verksamheten

Adoperator arbetar med att förädla och paketera internettrafik samt förmedla denna målgruppsanpassad till annonsörer. Genom noggrann segmentering och analys av webbplatserna i nätverket kan Adoperator maximera effekten av annonseringen samtidigt som webbplatsen får bra betalt för sin trafik. Adoperators egenutvecklade teknikplattform gör att annonserna optimeras så att de endast visas på de webbplatser, och på sikt, i den annonskanal som ger bäst resultat. Teknikplattformen tillsammans med nätverkets bredd gör att Adoperator kan erbjuda annonsören tillgång till trafik från besökare som befinner sig på ett stort antal nischade webbplatser som var för sig har låg trafik. Genom att kombinera trafiken från flera webbplatser med nischat innehåll kan Adoperator erbjuda annonsören intressanta målgrupper samtidigt som webbplatser, vilka annars varit för små, får intäkter från sin trafik. Teknikplattformen är förberedd för att kunna addera nya annonskanaler såsom webb-TV, mobilannonsering, sociala nätverk och nya kanaler som dyker upp i takt med att Internet utvecklas. Detta innebär att Adoperator kan optimera kundens annonskampanj både mot specifika webbplatser och olika annonskanaler för att på så vis kunna öka effektiviteten av kampanjen.

Bakgrund till erbjudandet

Marknaden för internetannonsering är under stark tillväxt. År 2009 omsatte denna marknad cirka 5 miljarder kronor vilket är en svag ökning samtidigt som den totala mediemarknaden har krympt i sviterna av finanskrisen. Institutet för reklam- och mediestatistik (IRM) räknar med att marknaden kommer att växa ytterligare 8 procent under 2010. Trots att marknaden växer har flera av de stora aktörerna

problem och förlorar pengar eller drar sig ur den svenska marknaden. Detta gör att det öppnas stora möjligheter för en mindre aktör att ta stora marknadsandelar i det vakuum som skapas i marknaden. Mot bakgrund av denna utveckling har styrelsen beslutat att lista Adoperator på Aktietorget och i samband med detta genomföra en nyemission på 4 000 000 kronor.

Framtid

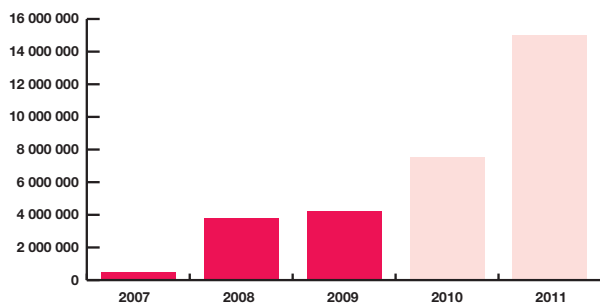
Med emissionslikviden planerar Adoperator att öka säljstyrkan med ytterligare ett antal säljare för att säkerställa närvaro på marknaden samt att genomföra eventuella förvärv som komplement till organisk tillväxt. Eftersom Adoperator äger all teknik kan affären växa kraftigt till låga kostnader. Adoperator målsättning är att fördubbla omsättningen mellan 2010 och 2011. På tre års sikt är målbilden att Adoperator ska vara etablerade på tre marknader och omsätta 30 miljoner kronor (se sida 21).

Adoperators styrkor

- Fungerande affärsmodell
- Egenutvecklad skalbar modulbaserad teknisk plattform
- Unikt marknadsläge
- Erfaren ledning och styrelse

Sammanfattning

Årlig omsättning och finansiella mål



Erbjudandet i korthet:

Emissionsbelopp: Minst 2 000 000 och högst 4 000 000 kronor

Teckningskurs: 25 kronor

Handelspost: 200 aktier

Antal emitterade aktier: Minst 80 000 och högst 160 000 Aktier

Teckningsperiod: 2010-04-01 till och med 2010-04-30

Handelsplats: Aktietorget

Värdering (Pre-money): 12 500 000 kronor



Innehåll



Historik / Bakgrund	09
Adoperator	10
Marknad och konkurrenter	12
VD har ordet	14
Villkor och anvisningar	16
Riskfaktorer	18
Finansiell information	20
Aktiekapital och ägarförhållanden	23
Ledande befattningshavare	25
Bolagsordning	27
Skattefrågor	28
Legala aspekter och övriga upplysningar	30



Historik/ Bakgrund

Adoperator grundades 2007 på den snabbt växande online-annonsmarknaden där behovet av en förenklad handelsplats för annonsering identifierats. Detta annonssegment hade vuxit snabbt och blivit mer omständigt och vetenskapligt än vad som behövdes. Adoperator utvecklades för att bli det enkla och effektiva sättet att annonsera.

Adoperator har byggt en teknikplattform som möjliggör för webbplatser (publicister) att tjäna pengar utan arbetsinsats eller risk. Som webbplats i Adoperators nätverk ökar dessutom intäkterna eftersom publicistens webbplats tillsammans med andra webbplatser med samma målgrupp utgör en attraktiv plattform för annonsörer. Teknikplattformen är utvecklad för att säkerställa att rätt annonser visas på rätt webbplatser och i rätt annonskanal. Detta bidrar till att öka effekten av annonsen samtidigt som publicisten tjänar mer pengar och på sin webbplats.

Våren 2007 påbörjades arbetet med att bygga den tekniska plattformen. Hösten 2007, i samband med att plattformen kvalitetssäkrats för lansering, tog Adoperator fram en etableringsplan. Denna delades upp i tre steg. Första steget var marknadspenetration där Adoperator etablerade kontakt med ledande annonsörer och publicister. Detta arbete pågick under större delen av 2007 och 2008. Under denna period genomfördes flera lyckade annonskampanjer med bland andra Inkclub, Jamba och Coop. I steg ett utvecklades plattformen för att hantera bloggar, banner- och textannonser. Steg två i etableringsprocessen inleddes under 2009 då bolaget gick in i en ny fas där arbete lades ner på förbättring av den tekniska plattformen samt utveckling av nya annonslösningar enligt de behov som identifierats genom marknadspenetrationen. Exempel på nya annonslösningar är geotargeting, tids- och frekvensstyrning samt att plattformen förbereddes för att hantera webb-TV och mobilannonser. Genom cirka 500 testkampanjer säkerställde Adoperator att tekniken fungerade. Nu står Adoperator inför det sista steget i etableringsplanen - expansion. Genom ett grundligt arbete de senaste åren står Adoperator väl rustat för att ta del av marknadens tillväxt samt de möjligheter som dyker upp i lågkonjunktursens spår.

Milstolpar

April 2007

Arbetet med den tekniska plattformen påbörjas på allvar och grunden till Adoperator byggs.

November 2007

Positivt kassaflöde på månadsbasis uppnås.

December 2007

Adoperators annonsnätverk passerar 1 miljon unika besökare per vecka.

November 2008

En publicistansvarig rekryteras till Adoperator i syfte att stärka upp nätverket.

Februari 2009

Adoperators annonsnätverk passerar 2 miljoner unika besökare per vecka

Oktober 2009

Björn Öström rekryteras som VD för Adopetaror. Ny affärsplan och strategi arbetas fram för bolaget.

November 2009

Charlie Hansson, VD och grundare till Chas Visual Management, rekryteras till styrelsen som extern styrelseledamot.

December 2009

Mats Almgren, VD för Canal Digital, rekryteras som styrelseordförande.

Januari 2010

Adoperators annonsnätverk passerar 2,5 miljoner unika besökare per vecka.

Januari 2010

Positivt EBIT på månadsbasis.

Adoperator



Verksamhet

Adoperator har utvecklat en plattform för distribution av digitala annonser. Detta innebär att webbplatser gör sitt annonsutrymme tillgängligt för Adoperator som segmenterar detta och säljer det vidare till annonsörer. Annonsören kan välja annonskanal (text mobil eller webb-TV), specifika webbplatser eller att annonsera i en eller flera av nätverkets vertikaler. Vertikalerna fungerar som mindre nätverk i nätverket. Ett exempel på en sådan vertikal är Mångkulturellt där Adoperator erbjuder online-annonsering mot ett flertal olika svenska invandrargrupper. Inom denna vertikal kan annonsörerna välja om de vill nå mottagaren via banners, nyhetsbrev, e-postutskick och på sikt mobil eller webb-TV. Det är genom att framgångsrikt kategorisera trafiken som Adoperator kan erbjuda målgruppsstyrd trafik. Kategorisering sammankopplas sedan med teknik för att ytterligare finslipa målgrupperna. Beroende på annonseringsform och räckvidd kan annonsören välja mellan att betala per klick (CPC), per visning (CPM) eller fast pris per tidsenhet.

Teknisk plattform

April 2007 inledde Adoperator arbetet med att utveckla sin tekniska plattform. Plattformen är modulbaserad för att säkerställa att nya annonskanaler enkelt kan läggas till. I första skedet byggdes plattformen för att hantera bloggar, banners och textannonser. Plattformen är förberedd för integrering av webb-TV, mobilannonsering och en nyhetsbrevsmodul. Det är enkelt att integrera nya annonsmedier i takt med att nätet utvecklas.

Teknikplattformen innehåller ett kontosystem där annonsörer och publicister enkelt kan köpa och sälja annonser samt att följa dessa i realtid via ett statistikverktyg. Med statistikverktyget går det att följa de visningar, klick och köp som varje annons genererar. Vidare innehåller plattformen ett billingsystem som hanterar alltifrån enkla korttransaktioner till avancerade faktureringsrutiner för både nationella och internationella betalningar.

Grunden i plattformen är ett antal egenutvecklade optimeringsalgoritmer som säkerställer att varje besökare på webbplatser i Adoperators nätverk exponeras för relevanta erbjudanden. Optimeringen sker bland annat genom behavioral targeting och geotargeting. Behavioral targeting bygger på att besökarna kategoriseras efter deras beteende. Geotargeting bygger på att annonsörerna kan välja att endast visa annonser för besökare som kommer från ett visst geografiskt område. Detta gör att internetannonseringen på allvar kan ta upp kampen om lokal marknadsföring. Andra sätt att styra annonser kan vara utifrån innehållet i till exempel de artiklar som finns på en webbplats. På sikt räknar Adoperator att utveckla optimeringsalgoritmerna så att annonserna även optimeras mellan olika mediekategorier. Detta innebär att systemet inte bara känner av på vilka webbplatser en annons fungerar bra utan även tar hänsyn till om annonsen ska visas i en mobil, blogg eller på webb-TV. Adoperator har totalt investerat över 2 miljoner kronor för att utveckla teknikplattformen. Sedan starten har plattformen testats i över 500 kampanjer och levererat närmare 3 miljoner klick och visat annonser för 200 miljoner besökare.

Affärsidé

Adoperator grupperar internettrafik, segmenterar denna utifrån målgrupper och ger därigenom annonsörerna maximal annonsexponering mot vald målgrupp.

Strategi

Adoperators affärsstrategi är att identifiera publicister med besökare som efterfrågas av annonsörerna. Genom att koppla samman publicister med liknande besökare kan dessa få del av större mediebudgetar som annars varit förbehållna de större webbplatserna och mediehusen. Detta skapar även möjligheten för annonsörerna att få tillgång till större målgrupper vilket ger dem bättre effekt på sina kampanjer. Utöver detta kan Adoperator genom en avancerad teknisk plattform maximera effektivitet och avkastning av dessa kampanjer.

Adoperator

Vision

Adoperators vision är att bli en av Europas ledande handelsplatser för annonser på Internet. Vi maximerar våra kunders marknadsföringsinvesteringar genom analys och teknik i världsklass.

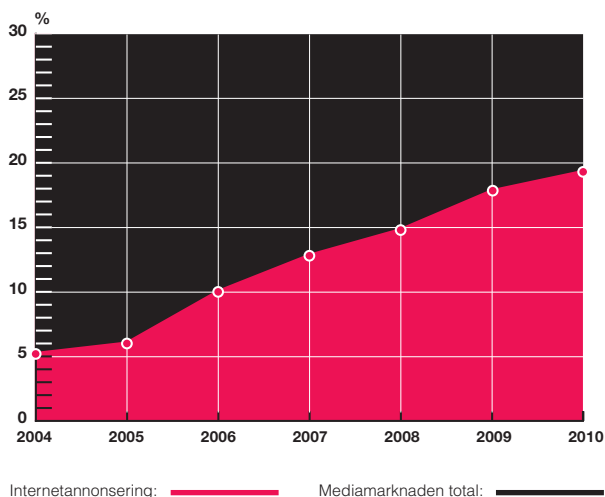


Marknad och konkurrenter

Mediemarknaden

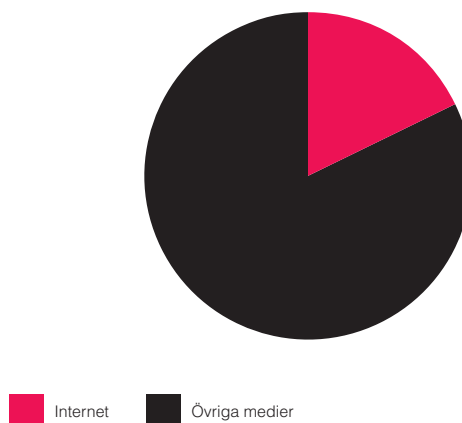
Marknaden för annonsmedier i Sverige utgörs av en rad olika medier bland andra TV, dagspress, utomhusreklam och Internet. 2008 uppgick de totala annonsinvesteringarna till 32 miljarder kronor. Av dessa lades 4,8 miljarder på Internet. Mellan 2007 och 2008 växte internetannonseringen med 20 procent samtidigt som marknaden som helhet endast växte 1,5 procent. Internet har under de senaste 5 åren vuxit kraftigt i förhållande till övriga annonskanaler. Under 2008 passerade internetannonseringen för första gången TV-reklam räknat i omsättning för kvartal 3 och 4.

Under 2009 tappade den totala marknaden cirka 12,8 procent mot 2008. Internetannonseringen ökade med cirka 4 procent under denna period. IRM prognostiserar en nolltillväxt för den totala marknaden mellan 2009 och 2010. Internetannonseringen förväntas under samma period växa med 8 procent. Internetannonseringen utgör i dagsläget endast 17,5 procent av de totala medieinvesteringarna.



Internetannonseringens del av den totala annonsmarknaden 2004-2010.
Källa: IRM

Mediemarknaden 2009

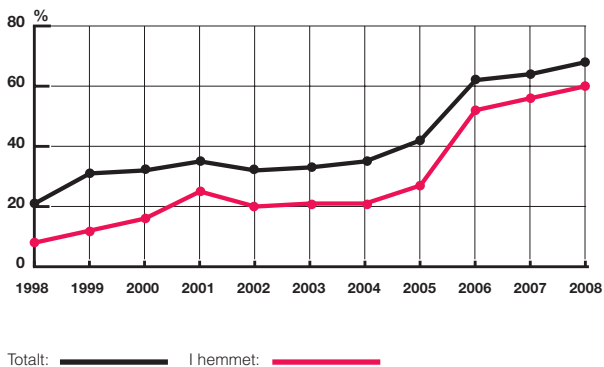


Internetannonseringens del av de totala annonsinvesteringarna i Sverige 2009.
Källa: IRM

Marknad och konkurrenser

Internetkonsumtionen

Internetkonsumtionen växer kraftigt och andelen av befolkningen som dagligen nyttjar Internet är snart uppe i 80 procent.



Utvecklingen av Internetanvändning i Sverige, totalt och i hemmet.
Källa: Nordicom

Den tid som varje person dagligen spenderar på Internet har ökat med cirka 30 procent de senaste åren (Nordicom). Mönstret är tydligt, användandet av Internet kommer att fortsätta de kommande åren.

Konkurrenser

Publicister

Adoperators huvudkonkurrenser om publicisterna är främst andra annonsnätverk. Traditionellt arbetar många nätverk med så kallad affiliateverksamhet där publicisten endast får betalt för den försäljning annonseringen genererar. Denna modell har under senare år haft allt svårare att locka publicister på grund av osäkerheten i dessa intäkter, samt att nätverken saknar transparens, det vill säga att publicisten inte ges möjlighet att se fördelningen av intäkten mellan nätverk och publicist. Andra typer av annonsnätverk är vertikala nätverk som arbetar med ett fåtal nischade webbplatser och nätverk som arbetar med att

sälja överblivet annonsutrymme på de största webbplatserna. De senare har vuxit fram mot bakgrund av att publicisterna kräver stabilare intäkter från sitt annonsutrymme. Utmaningen för dessa nätverk är att de ofta konkurrerar med publicistens egna säljstyrka och på så vis missar mycket av de annonspengar som tillfaller publicisten direkt. En annan typ av företag som konkurrerar om publicisterna är säljbolag som går in och agerar som publicistens egna säljavdelning. Det är ingen som i dagsläget har tagit Adoperators nisch av att matcha mindre webbplatser med liknande målgrupper och sälja dessa som kopior av större populära webbplatser.

Annonsörer

Om annonspengarna konkurrerar Adoperator givetvis med de övriga annonsnätverken men även med enskilda publicister och deras annonsbolag. Även de stora mediebolagen är aktiva och säljer själva annonser på egna webbplatser samt i kombination med sina övriga mediekanaler. TV-bolagen har allt mer aktivt börja driva sin annonsering mellan TV och Internet. I takt med att internetannonseringen tar pengar från traditionella medier tvingas många traditionella medier hitta vägar att söka sig till Internet. Adoperators fördel på annonsmarknaden är möjligheten att kunna erbjuda samma målgrupper som de stora etablerade webbplatserna fast till betydligt lägre pris.



VD har ordet



Framväxten av internetannonsering har under det senaste decenniet revolutionerat möjligheten att utvärdera och mäta marknadsföringsaktiviteter. Möjligheten att i realtid följa vilka insatser som leder till enskilda resultat har gjort att allt större del av bolagens marknadsbudgetar placeras online. År 2008 var första året då det investerades mer annonspengar på Internet än i TV. Detta är en trend som håller i sig och det finns ett tydligt mönster där stora delar av annonspengarna flyttas från övriga medier till Internet. Det är nog tydligt för de flesta att internetmediet kommer att fortsätta växa beaktat hur stor del av tiden som varje svensk spenderar framför Internet jämfört med övriga medier. Ett annat spännande mönster är att traditionella medier växer samman med Internet. Exempel på detta är att tidningar, radio och TV numera finns tillgängliga på Internet. Detta innebär enorma möjligheter för Adoperator.

Av tradition har annonsörerna valt att lägga merparten av online-marknadsföringen på ett fåtal webbplatser med hög trafik. Den vanligaste vägen att söka nischade målgrupper har varit att helt enkelt köpa annonsplats på webbplatser inom en speciell inriktning (t ex sport eller mode). Detta har gjort att de största webbplatserna får en oproportionerligt stor del av annonspengarna ställt i relation till deras trafik. En förklaring till detta kan vara att det underlättar för annonsören att köpa distributionen från en eller ett fåtal säljare. Det är helt enkelt en för stor uppgift att leta sig fram bland alla webbplatser på Internet och förhandla priser med var och en. Detta är bakgrunden till framväxten av annonsnätverk.

Annonsnätverk

Många nätverk är för stora och har dålig transparens vilket gör att annonsörerna har svårt att överblicka vad de köper. Detta har gjort att många annonsörer varit restriktiva med denna typ av annonsering. Av denna anledning finns det stor efterfrågan bland annonsörer på mindre och mer nischade annonsnätverk. Ett exempel på ett sådant nätverk är Adoperators Mångkulturella nätverk bestående av cirka 20 webbplatser. Dessa ger annonsören möjlighet att nå volym i en specifik målgrupp som annars varit för

fragmenterad för att komma åt separat. Detta gör det enklare för webbplatsen att få intäkter via annonser som de tidigare varit för små för att komma åt själva. En annan fördel med att annonsera på olika webbplatser är möjligheten att optimera annonsen mellan de olika webbplatserna. Detta gör att annonsören får bättre effekt av sin kampanj jämfört med vad de fått om de bara annonserade på ett ställe.

Eftersom marknaden har en vana av att köpa annonser från nischade och vältrafikerade webbplatser har Adoperator valt att bygga vertikaler med detta beteende som utgångspunkt. Genom att paketera en grupp webbplatser inom en specifik nisch kan annonsören erbjudas samma målgrupp som de stora webbplatserna fast till en lägre kostnad och möjlighet till bättre optimering. Detta underlättar för annonsören som erbjuds en lösning de är vana vid, samtidigt som de får möjlighet att nå besökare som de annars inte hade kommit i kontakt med. Detta koncept kallar vi för "Copy number 1". När vi bygger dessa nischer tittar vi på den marknadsledande webbplatsen inom varje segment och kopierar dennes trafik. Ett exempel på en sådan vertikal är Adoperators sportnätverk. En annan fördel med de nischade nätverken är möjligheten att göra subsegmentringar på de enskilda webbplatserna. En annonsör i sportnätverket kan till exempel välja att annonsera mot motorsportsidor eller till och med mot en enskild speedwaysida. Vi kallar detta "target perfekt". Detta gör att vi även kan erbjuda annonsplatser till mindre nischade annonsörer som annars inte har råd att annonsera på de stora och breda webbplatserna.

Utmaningen vid annonsering på Internet ligger i att kunna erbjuda annonsören hög trafik i rätt målgrupper. På senare tid går det att hitta många exempel på webbplatser som har förlorat mycket trafik på kort tid. Ett exempel är Lunarstorm som på bara några år gått från över 1 miljon unika besökare/vecka till strax över etthundratusen (KIA-index). Detta visar på hur snabbt beteendemönster kan skifta på Internet. Den flyktiga trafiken är ytterligare ett argument för nätverksannonsering då risken för trafik tapp sprids mellan en stor mängd webbplatser. Detta säkerställer en

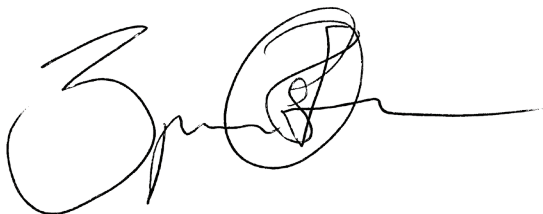
VD har ordet

jämn trafik oberoende av internetbesökarnas nycker. Det finns många fina exempel på framgångsrika företag som lyckats mycket bra under internetannonseringens framväxt men flera av dessa har blivit för stora och trögrörliga för att hänga med i den snabba utvecklingen när internetbeteendet skiftar och nya krav ställs på kreativa annonslösningar. Tiden är förbi när det gick att enkelt gå till bygga generella nätverk som endast betalade publicisten när någon köpte annonsörens produkt. Vi ser en utveckling där de stora publicisterna blir allt starkare och där det ställs högre krav på oss som nätverk att inte bara leverera höga intäkter utan även relevant annonsering. Även annonsköparna blir allt mer intresserade av att köpa trafik i relevanta målgrupper.

Ovan har vi identifierat en rad olika vägar för att kunna erbjuda annonsörerna dessa målgrupper. Detta, tillsammans med Adoperators unika möjligheter att optimera annonser mellan enskilda webbplatser och annonskanaler, gör att Adoperator står väl rustade för att erbjuda annonsörerna perfekta målgrupper. Lägger man även till upparbetade kontakter med annonsörerna och en dedikerad säljkår råder det inget tvivel om att vi har alla förutsättningar för att ta stora marknadsandelar under många år framöver.

Björn Öström

VD



Villkor och anvisningar

Vid årsstämman 25 februari 2010 beslutades att genomföra en nyemission av aktier utan företrädesrätt för Adoperators (Bolagets) befintliga aktieägare. Nedan anges villkor och anvisningar för erbjudandet.

Erbjudandet

Allmänheten erbjuds att teckna aktier i Adoperator AB om sammanlagt minst 80 000 och högst 160 000 aktier. Vid fulltecknad emission ökar Bolagets aktiekapital med 160 000 kronor.

Teckningskurs

Teckningskursen är 25,00 kronor per aktie. Courtage utgår ej.

Teckningspost

Aktierna tecknas i poster om 200 aktier.

Företrädesrätt

Emissionen genomförs utan företräde för befintliga aktieägare.

Teckningstid

Anmälan om teckning kan göras mellan 1 och 30 april. Styrelsen förbehåller sig rätten att förlänga den tid under vilken anmälan kan ske.

Anmälan

Anmälningssedel finns att hämta på www.adoperator.se och www.aqurat.se samt kan beställas från Aqurat Fondkommission enligt nedan. Anmälningssedeln skall vara emissionsinstitutet tillhanda på nedanstående adress senast kl. 17.00 den 30 april 2010.

Korrekt ifylld anmälningssedel skickas per post eller fax

Till: Adoperator AB

c/o Aqurat Fondkommission AB

Box 702

182 17 Danderyd

Fax: 08-544 987 59

Mail: info@aqurat.se (inskannad anmälningssedel är giltig)

Tel: 08-544 987 55

Endast en anmälan per person kommer att beaktas. Om fler än en anmälningssedel skickas in kommer endast den senast inkomna att beaktas. Ofullständig eller felaktigt ifylld anmälningssedel kan komma att lämnas utan avseende. Inga tillägg eller ändringar får göras i den på anmälningssedeln förtryckta texten. Observera att anmälan är bindande.

Tilldelning

Tilldelning av aktier beslutas av styrelsen för Adoperator AB. Vid tilldelning kommer styrelsen att eftersträva att Aktietorget spridningskrav uppnås, att Bolaget får en bred ägarbas och att förutsättningarna för en god likviditet i aktien erhålls. I händelse av överteckning kan tilldelning komma att ske med ett lägre antal aktier än anmälan avser eller helt utebli. Tilldelning är inte beroende av när under teckningstiden teckningssedeln lämnas.

Besked om tilldelning

Så snart tilldelning fastställts skickas avräkningsnota till dem som har erhållit tilldelning. Utskick av avräkningsnota beräknas ske den 15 maj 2010. De som inte erhåller tilldelning får inget meddelande därom.

Betalning

Full betalning för tilldelade aktier skall erläggas kontant enligt uppgift på utsänd avräkningsnota. Aqurat drar inga pengar från depå eller annat likvidkonto. Om full betalning inte erläggs vid rätt tid kan tilldelade aktier komma att överlåtas till annan eller säljas. Skulle försäljningspriset

Villkor och anvisningar

vid en sådan överlåtelse vara lägre än teckningskursen i denna emission kan den som först erhöill tilldelning av aktierna komma att få erlagga mellanskillnaden.

Erhållande av aktier

Adoperator AB:s aktier har inför detta erbjudande anslutits till Euroclear AB:s kontobaserade värdepapperssystem. När betalning har erlagts och registrerats kommer aktierna att levereras till det VP-konto eller den depå som angetts på anmälningssedeln. Därefter kommer Euroclear att ut-sända en avi som bekräftelse på att inbokningen av aktierna har skett på köparens VP-konto. För de som på anmälningssedeln angivit depå hos bank eller annan förvaltare sker leveransen av aktier till respektive förvaltare och inbokning av aktier på depån sker då enligt förvaltarens egna rutiner.

Rätt till utdelning

Samtliga aktier i Adoperator AB har lika rätt till utdelning. De nya aktierna medför rätt till vinstutdelning från och med innevarande räkenskapsår. Adoperator avser att inte ge någon utdelning under de kommande åren. Detta beslut kan omprövas om marknadens tillväxtpotentialer avtar eller om bolagets anses vara överkapitaliserat.

Den som på fastställd avstämningsdag är införd i den av EUROCLEAR förda aktieboken skall anses behörig att mottaga utdelning och vid fondemission ny aktie som tillkommer aktieägare samt att utöva aktieägarens företrädesrätt att delta i företrädesemission. I det fall aktieägare inte kan nås genom EUROCLEAR (eller motsvarande) 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 (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 fullföljandet

Styrelsen i Adoperator AB förbehåller sig rätten att helt eller delvis återkalla erbjudandet i de fall omständigheter uppstår som gör att tidpunkten för nyemissionen bedöms som olämplig. Omständigheter kan till exempel vara av ekonomisk, finansiell eller politisk art samt om emissionsbeloppet inte uppgår till minst 50 procent av emissionslikviden eller om Bolaget efter nyemissionen inte uppnått Aktietorgetts krav för ägarspridning.

Offentliggörande av utfallet

Snarast möjligt efter avslutad teckningstid preliminärt omkring den 15 maj 2010 kommer Bolaget att offentliggöra utfallet i emissionen. Offentliggörandet kommer att ske genom pressmeddelande och finnas tillgängligt på Bolagets hemsida.

Handel i aktien

Adoperator AB:s aktie är vid tidpunkten för detta erbjudande inte upptagen till handel. Bolaget har ansökt hos Aktietorget om att listas under maj månad 2010.

Aktietorget

Aktietorget är ett värdepappersinstitut och har Finansinspektionens tillstånd att driva handel med värdepapper. Aktier listade på Aktietorget handlas på samma sätt som aktier på Stockholmsbörsen och övriga NasdaqOMX. Genom avtal med NasdaqOMX Stockholmsbörsen använder Aktietorget fondbörsens handelssystem. Handeln sker via en bank eller fondkommissionär, via bankkontor, mäklare eller via ett internetkonto. Kursinformation sprids via tidningar, SVT Text-tv, på Internet och genom informationstjänstleverantörer som SIX, Reuters och Ecovision. Alla företag hos Aktietorget är EUROCLEAR-anslutna.

Riskfaktorer

Att investera i Adoperators aktier innebär risk. Potentiella investerare bör överväga bland annat de riskfaktorer som anges i detta emissionsmemorandum innan ett investeringsbeslut fattas. Riskerna som beskrivs nedan är inte uttömmande och andra risker som inte diskuteras här kan också komma att negativt påverka Bolaget och värde på dess aktie. Om någon av följande risker materialiseras kan Bolagets verksamhet, finansiella situation och resultat påverkas i väsentligt och negativt avseende.

Ett överlämnande av detta emissionsmemorandum skall inte under några förhållanden anses innebära någon uttrycklig eller underförstådd utfästelse om att informationen här är komplett eller korrekt gällande någon tidpunkt efter datumet för dess utfärdande eller att Bolagets verksamhet eller förhållanden i övrigt är oförändrade därefter.

En investering i Bolagets aktier är endast lämplig för investerare som förstår vilka riskfaktorer som är förknippade med den här typen av investering och som har råd att förlora hela eller delar av investeringen.

Alla framåtsyftande uttalanden i detta emissionsmemorandum baseras på den information som är tillgänglig för Bolaget per dagen för utfärdandet av detsamma och Bolaget påtar sig inte någon skyldighet att uppdatera sådana framåtsyftande uttalanden. Investerare uppmärksammas på att framåtsyftande uttalanden inte innebär någon garanti för framtida resultat, prestationer eller åstadkommanden och är behäftade med risker och osäkerheter samt att de faktiska resultaten kan skilja sig markant från de som omnämns i de framåtsyftande uttalandena, beroende på en rad olika faktorer. Faktorer som kan orsaka eller bidra till sådana skillnader innefattar, men är inte begränsade till, de faktorer som beskrivs nedan och på andra ställen i detta emissionsmemorandum.

Nedan beskrivs riskfaktorer utan inbördes ordning och utan anspråk på att vara heltäckande. Samtliga riskfaktorer kan av naturliga skäl inte beskrivas.

Marknadstillväxt

Bolaget planerar att expandera kraftigt under de kommande åren dels genom att öka marknadsandelarna i Sverige och dels genom att etablera sig på nya marknader. En etablering på nya marknader kan medföra problem och risker som är svåra att förutse. Vidare kan etableringar av olika anledningar försenas och därigenom medföra intäktsbortfall. En snabb tillväxt kan även innefatta att Bolaget gör förvärv av andra företag. Uteblivna synergieffekter eller mindre lyckosamma integreringsarbeten kan påverka såväl Bolagets verksamhet som resultat negativt. Snabb tillväxt kan medföra problem på det organisatoriska planet, dels genom svårigheter gällande rekrytering av rätt personal och dels genom svårigheter att vid snabb expansion framgångsrikt integrera personal i organisationen.

Finansieringsbehov och kapital

Bolagets snabba expansion och offensiva marknadssatsningar innebär ökade kostnader för Bolaget. En försening av marknadsgenombrott på nya marknader kan innebära resultatförsämringar för Bolaget. Det kan inte uteslutas att Bolaget i framtiden behöver anskaffa ytterligare kapital. Bolaget kan inte heller garantera att eventuellt ytterligare kapital kan anskaffas.

Nyckelpersoner och medarbetare

Adoperators nyckelpersoner har stor kompetens inom Bolagets verksamhetsområde. Förlust av en eller flera nyckelpersoner kan medföra negativa konsekvenser för Bolagets verksamhet och resultat.

Konkurrenter

En del av Bolagets konkurrenter är multinationella företag med stora finansiella resurser. En omfattande satsning och produktutveckling från en konkurrent kan medföra risker i form av försämrad försäljning.

Riskfaktorer

Konjunkturutveckling

Externa faktorer såsom tillgång och efterfrågan och låg- och högkonjunkturer kan ha inverkan på rörelsekostnader, försäljningspriser och bolagsvärdering. Bolagets framtida intäkter och aktievärdering kan bli påverkade av dessa faktorer, vilka står utanför Bolagets kontroll.

Teknisk plattform

Adoperators 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 telekomteknik eller andra tekniska förändringar kräva avsevärda investeringar för att förändra och anpassa produkter, tjänster och Adoperators infrastruktur.

Klickbedrägerier

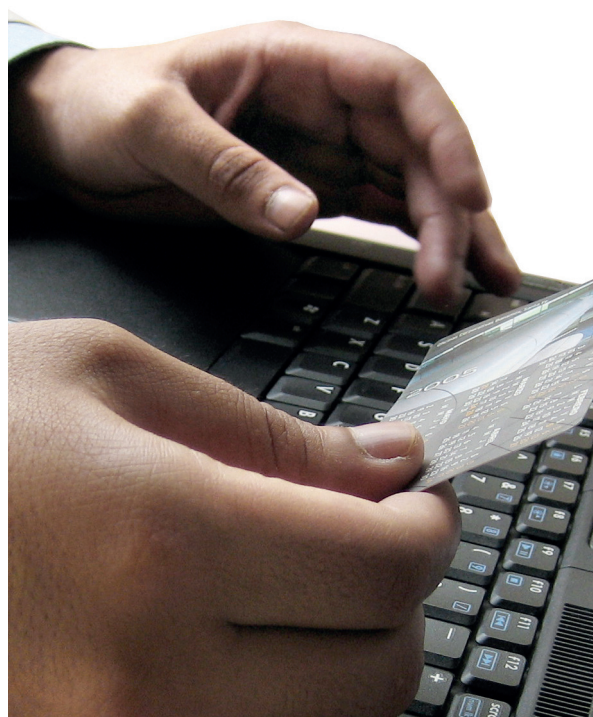
Adoperator är exponerad för risken av bedrägliga klick från aktörer som försöker öka annonsintäkterna till Adoperators publicister. Detta kan medföra att Adoperator blir skyldig att återbetala medel som annonsören betalat till Adoperator. Klickbedrägeri inträffar när en person klickar, eller automatiserad programvara används för att klicka, på annonser i syfte att skapa högre ersättning till en publicist. Adoperator har utvecklade system för att förhindra denna typ av bedrägeri. Skulle detta ske utan att detta registreras av Adoperators säkerhetssystem föreligger en risk för att Adoperator blir återbetalningsskyldig samt att Adoperators varumärke skadas.

Kreditrisker

Adoperator säljer produkter och tjänster till annonsörer genom avtal som saknar realsäkerhet eller annan säkerhet och löper därför risken att annonsören inte kan betala förfallna belopp. I de flesta fall är Adoperators avtal med publicister villkorad med att annonsören betalar vilket begränsar denna risk.

Handel på Aktietorget

Bolagets aktie avses att listas på Aktietorget. Under perioder då en aktiv och likvid handel inte uppnås eller blir varaktig kan det uppstå svårigheter för aktieägare att sälja sina aktier. Det finns också en risk att marknadskursen över tiden avsevärt kan skilja sig från kursen i detta erbjudande.



Finansiell information

Resultat och omsättning

Sedan starten har bolagets intäkter vuxit enligt plan. Eftersom bolaget startades sista halvåret 2007 redovisas denna period tillsammans med 2008. Siffrorna för 2008 visar således en period om 18 månader. Bryter man upp detta på kalenderår uppgick Adoperators omsättning 2007 till 0,5 miljoner kronor och 3,8 miljoner för 2008. Detta ger en tillväxt 2008 på 100 procent halvårsvis mot 2007. Adoperator redovisade ett underskott på 0,4 miljoner kronor för perioden (2007/2008, 2008 nedan), större delen av detta underskott härrör från 2007. Underskottet låg i linje med budget för perioden. 2009 gjordes investeringar i plattformen samtidigt som finanskrisen ledde till att försäljningen blev lägre än beräknat vilket drog ner tillväxten. Omsättningen för 2009 landade på 4,2 miljoner kronor (+11 procent mot kalenderåret 2008). Under året har bolaget gjort betydande investeringar i teknikplattformen (1,5 miljoner). För 2009 redovisar bolaget en förlust på 0,8 miljoner kronor.



Resultat och balansräkning

Resultaträkning (tKr)	2009	2008*
Intäkter		
Nettoomsättning	3 974	4 388
Övriga rörelseintäkter	211	0
Summa intäkter	4 185	4 388
Kostnader		
Råvaror och förnödenheter	891	1 940
Övriga externa kostnader	3 082	856
Personalkostnader	745	1 875
Avskrivningar	152	157
Summa kostnader	4 870	4 828
Rörelseresultat	-685	-441
Finansnetto	86	4
Årets resultat	-771	-444

Balansräkning (tKr)	2009	2008
Immateriella anläggningstillgångar	1 900	542
Materiella anläggningstillgångar	48	54
Finansiella anläggningstillgångar		
Summa anläggningstillgångar	1 948	596
Kortfristiga fordringar	1 178	1 580
Kassa och bank	70	43
Summa omsättningstillgångar	1 280	1 623
Summa tillgångar	3 228	2 219
Eget kapital och skulder		
Eget kapital	531	239
Långfristiga skulder	1 079	94
Kortfristiga skulder	1 618	1 886
Summa eget kapital och skulder	3 228	2 219

* Siffrorna avser 18 månader 2007-06 till och med 2008-12-31

Finansiell information

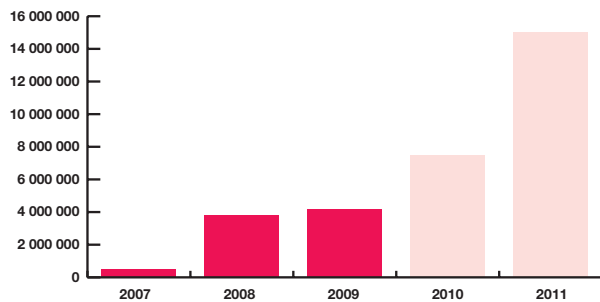
Prognos

Med hjälp av de investeringar som gjorts i tekniken samt en förbättrad annonsmarknad räknar Adoperator med att öka omsättningen för 2010 till 7,5 miljoner kronor. Detta kommer att uppnås genom ökad försäljning av befintlig organisation samt ytterligare rekryteringar. En förutsättning för att öka säljavdelningen är att minsta belopp i emissionen fulltecknas. Under 2011 beräknas tillväxten ökas såväl organsikt som genom förvärv och väntas landa på 15 miljoner. Under 2011 planerar bolaget att bygga upp minst 5 nya vertikaler och skaffa exklusiva säljrättigheter till minst 5 premiumwebbplatser. Detta tillsammans med ökad närvaro hos de största annonsörerna ger Adoperator tillgång till större mediebudgetar. Detta tillsammans med eventuella förvärv under 2011 leder till att bolagets tillväxtprognos kan uppnås. En annan förutsättning är att bolagets marknadsvärde inte faller under emissionsnivån.

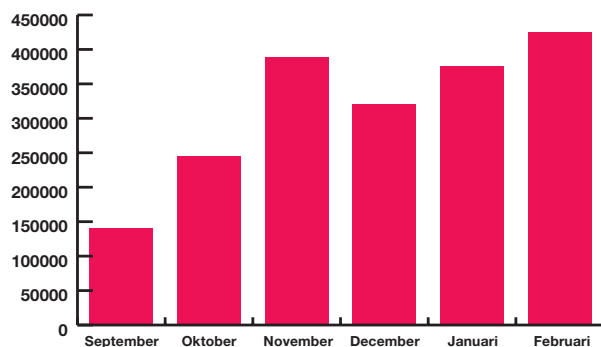
Tendens

Sedan ny ledning rekryterades till Adoperator hösten 2009 har bolaget visat en stadig intäktsökning månad för månad. Under december 2009 uppvisade bolaget ett positivt EBITDA (resultat före avskrivningar). Bolaget har positivt resultat (EBIT) för januari och februari 2010. Detta ligger i linje med bolagets förväntningar och prognoser.

Årlig omsättning och finansiella mål



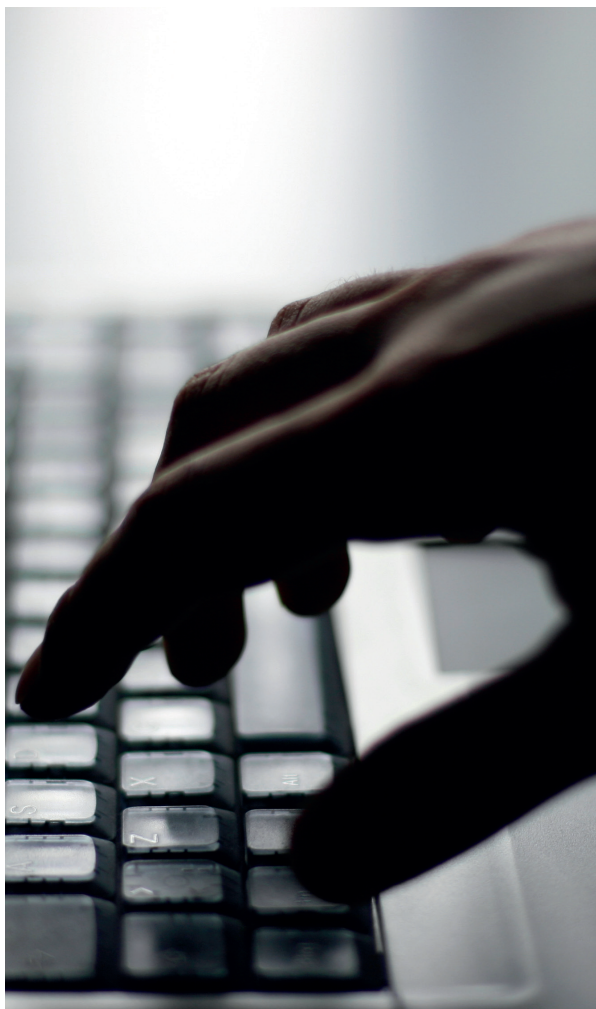
Adoperators omsättning september 2009 t.o.m. februari 2010



Finansiella nyckeltal

Kassaflöde 2007/ 2008 och 2009

Hög tillväxt och investeringar i teknikutveckling under Adoperators första verksamhetsår har påverkat bolagets kassaflöde. Finansieringsbehovet för att uppnå prognostiserad tillväxt kommer att uppnås om minimibeloppet för emissionen fulltecknas. Emissionslikviden kommer att stärka bolagets finansiella ställning samt trygga kapitalbehovet under en tillväxtfas. En del av emissionslikviden kan även komma att användas till att minska bolagets skuldsättning samt eventuella förvärv.



	2009	2008
Den löpande verksamheten		
Rörelseresultat före finansiella poster	-684 390	-440 512
Avskrivningar	152 376	156 513
Kontant återbetalning från Alecta eller likvid vid avyttring		
Övriga ej likviditetspåverkande poster		
	-532 014	-283 999
Erhållen ränta	861	219
Erhållna utdelningar		
Erlagd ränta	-87 343	-2 984
Betald inkomstskatt	73 293	
	-545 203	-286 764
Ökning/minskning varulager		
Ökning/minskning kundfordringar	392 616	-1 571 113
Ökning/minskning övriga kortfristiga fordringar	-22 798	-8 627
Ökning/minskning leverantörsskulder	345 118	71 012
Ökning/minskning övriga kortfristiga rörelseskulder	-686 294	1 815 193
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-516 561	19 701
Investeringsverksamheten		
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-1 493 300	-677 880
Sålda immateriella anläggningstillgångar		
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-11 150	-74 580
Sålda materiella anläggningstillgångar		
Investeringar i dotterbolag		
Sålda dotterbolag		
Placeringar i övriga finansiella anläggningstillgångar		
Avyttring/amorteringar av övriga finansiella anläggningstillgångar		
Ökning/minskning kortfristiga finansiella placeringar	-20	-20
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-1 504 470	752 480
Finansieringsverksamheten		
Nyemission	675 206	682 923
Apportemission, annan apportegendom (just. manuellt)		
Upptagna lån	984 790	93 700
Amortering av skuld		-1 026
Ökning/minskning kortfristiga finansiella skulder	388 197	
Erhållet/lämnat koncernbidrag		
Utbetald utdelning		
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	2 048 193	775 597
Årets kassaflöde	27 162	42 818
Likvida medel vid årets början	42 838	
Kursdifferens i likvida medel		20
Annan ökning/minskning av bokförda värdet		
Likvida medel vid årets slut	70 000	42 838

Aktiekapital och ägarförhållanden

Bolagets aktier

Aktiekapitalet ska vara lägst 500 000 kronor och högst 2 000 000 kronor. Antalet aktier ska vara lägst 500 000 stycken och högst 2 000 000 stycken. Registrerat aktiekapital är 500 000 kronor och det totala antalet aktier uppgår till 50 000 stycken. Varje aktie ger rätt till en röst i Bolaget, samtliga aktier är av samma aktieslag. Bolagets aktiebok förs av Euroclear Sweden AB (tidigare VPC AB), Box 7822, 103 97 Stockholm. Aktieägare i Bolaget erhåller inga fysiska aktiebrev. Samtliga transaktioner med Bolagets aktier sker på elektronisk väg genom behöriga banker och värdepappersförvaltare. Aktier som nyemitteras kommer att registreras på person i elektroniskt format.

Emissionsinstitut och kontoförande institut:

Aqurat Fondkommission AB med adress
Box 702
182 17 Danderyd.

Aktiens ISIN-kod är [SE0003239607](#)

Aktiens tickerkod hos Aktietorget är ADOP

Ägarförteckning innan nyemission

Ägare	Antal Aktier	Andel
JCE Capital, Ltd, gm John-Christian Eriksson	321 100	64,2 %
John-Christian Eriksson	18 500	3,7 %
Jonas Johansson	84 500	16,9 %
A Frisell Sales Consulting AB, gm Andreas von Berens	19 000	3,8 %
IARU, Institutet för Affärsjuridisk Rådgivning i Uppsala AB, gm Torbjörn Koivisto	9 400	1,9 %
Tommy Wallberg	5 500	1,1 %
Lena Tehrani	4 600	0,9 %
Sabine Andersdotter	37 400	7,5 %
Total	500 000	100 %

Aktiekapital och ägarförhållanden

Ägarförteckning efter genomförd nyemission

Ägare	Antal Aktier	Andel
JCE Capital, Ltd, gm John-Christian Eriksson	321 100	48,65 %
John-Christian Eriksson	18 500	2,8 %
Jonas Johansson	84 500	12,8 %
A Frisell Sales Consulting AB, gm Andreas von Berens	19 000	2,88 %
IARU, Institutet för Affärsjuridisk Rådgivning i Uppsala AB, gm Torbjörn Koivisto	9 400	1,42 %
Tommy Wallberg	5 500	0,83 %
Lena Tehrani	4 600	0,7 %
Sabine Andersdotter	37 400	5,67 %
Aktier som emitteras*	160 000	24,24 %
Total	660 000	100 %

* Nyemitterade aktier i samband med erbjudandet i detta memorandum under förutsättning av fulltecknad nyemission.

"Lock-up" avtal

Adoperators befintliga aktieägare ser sitt aktieinnehav som en långsiktig placering och har undertecknat ett s.k. lock-up avtal. Dessa ägare förbinder sig att behålla åtminstone 80 procent av sina respektive andelar i Bolaget i minst tolv månader framåt i tiden räknat, från första handelsdag på Aktietorget.

Utan hinder av ovanstående får dock aktier avyttras enligt villkoren i ett offentligt erbjudande om köp av aktier, avyttring ske av tilldelade emissionsrätter och inlösenrätter samt avyttring ske i syfte att främja organiserad ägarspridning. Om det finns synnerliga skäl, får Aktietorget medge ytterligare undantag.

Aktiekapitalets utveckling

År	Händelse	Kvotvärde	Förändring antalet aktier	Förändring aktiekapital	Totalt antal aktier	Totalt aktiekapital
2007	Bolagsbildning	100	1 000	100 000	1 000	100 000
2007	Nyemission	100	732	73 200	1 732	173 000
2008	Nyemission	100	36	3 600	1 768	176 800
2009	Nyemission	100	597	59 700	2 365	236 500
2010	Fondemission	100	2 635	263 500	5 000	500 000
2010	Aktieuppdelning 100:1	1	495 000	-	500 000	500 000
2010	Nyemission*	1	160 000	160 000	660 000	660 000

*Under förutsättning att den emission som beskrivs i detta memorandum fulltecknas

Ledande befattningshavare

Styrelse

Mats Almgren

(Födelseår 1964), Styrelseordförande
Ordförande sedan december 2009

Mats är VD för Canal Digital Sverige och har varit VD på NEC Scandinavia samt försäljnings- och marknadsdirektör på TDC Song Sverige.

Bolagsengagemang senaste 5 åren

- Telenor Vision International AB, Extern VD (2008-)
- Canal Digital Sverige Aktiebolag, Extern VD, Delgivningsbar person (2008-)
- Seth's Antenn & Teleteknik Aktiebolag, Styrelseledamot (2008-)
- Seth's Kabel-TV Byggarna i Lunden Aktiebolag, Styrelseledamot (2008-)
- Seth's Bredbandig IT communication in Sweden AB, Styrelseledamot (2008-)
- NEC Scandianvia, VD (2005-2008)
- NEC OY, Styrelseledamot (2005-2008)

Aktieinnehav Adoperator: 0 aktier

John-Christian Eriksson

(Födelseår 1981), Styrelseledamot
Ledamot sedan bolagets bildande

Serieentreprenör som grundat och sålt flera snabbt växande företag inom internetmarknadsföring. Erfarenhet av att bygga, driva och utveckla säljdrivna bolag inom internetmarknadsföring.

Bolagsengagemang senaste 5 åren

- Net Pilots, Styrelseordförande (2006-2009)
- Cellip AB, Styrelseledamot (2007-)
- Adonline AB, Styrelseledamot (2008 -)
- JCE Property AB, Styrelseordförande (2007-)
- JCE Capital Ltd., VD (2007-)

- JCE Human Resource AB, Styrelseordförande (2007-)
- Relation & Brand AB Publ, Styrelseledamot (2008-2009)
- Altus AB, Grundare och VD (2004-2006)
- Altus Sales AB, (2005-2006)
- Sail Development Öland HB, (2000 -)
- Brand+Net AB, (2007-2008)

Delägarskap över 5 procent senaste fem åren

- Net Pilots, (2006-2009, Sålt till Relation & Brand Publ)
- Cellip AB, (2007-)
- Adonline AB, (2008 -)
- JCE Property AB, (2007-)
- JCE Capital Ltd., (2007-)
- JCE Human resource AB, (2007-)
- Relation & Brand AB Publ., (2008-)
- Altus AB, (2004-2006, sålt till Guava A/S noterat på OMX First North Köpenhamn)
- Altus Sales AB, (2005-2006)
- Sail Development Öland HB, (2000 -)
- Brand+Net AB, (2007-2008)

Aktieinnehav Adoperator:

321 100 aktier via JCE Capital och 18 500 aktier privat

John-Christian har under 2009 erhållit en ersättning från bolaget på 150 000 kronor för sitt arbete som VD under perioden 2009-01-01 till och med 2009-09-30 (16 700 kronor/ månad).

Charlie Hansson

(Födelseår 1980), Styrelseledamot
Ledamot sedan november 2009

Charlie är Civilingenjör från KTH, grundare och vd för Chas Visual Management med 30 anställda. Charlie är politiskt engagerad och 2009 valdes han till årets entreprenör.

Bolagsengagemang senaste 5 åren

- Chas visual management AB, Grundare och VD

Ledande befattningshavare

Delägarskap över 5 procent senaste fem åren

- Chas visual management AB, (2007-)

Aktieinnehav Adoperator: 0 aktier

Björn Öström

(Födelseår 1977), Styrelseledamot och VD
Anställd i bolaget oktober 2009

Björn kommer närmast från mobilannonseringsbolaget Addmob som han grundade 2006. Björn har bred erfarenhet av media och försäljning och har tidigare arbetat på bland annat MTG och Nordea. Björn är Jur. Kand. och Civilekonom från Stockholms universitet.

Bolagsengagemang senaste 5 åren

- Addmob, Grundare och VD (2006-2009)

Delägarskap över 5 procent senaste fem åren

- Addmob, (2006 - 2009)

Innehav i Adoperator: 0 aktier

Björn har under 2009 erhållit en ersättning från bolaget på totalt 98 000 kronor avseende kvartal 4. Björn har en fast lön från bolaget samt en rörlig ersättning på 2 procent av bolagets omsättning kvartalsvis.

Styrelse och ledning kan nås via Adoperators huvudkontor:

Telefon: 08-614 32 00

Adress: Adoperator AB
Box 240 32
104 50 Stockholm

Ersättning till styrelse och ledning

Det finns inga pensionsavsättningar eller övriga åtaganden gentemot styrelse och ledning. Det finns heller inga åtaganden såsom avgångsvederlag eller liknande.

Transaktioner med närstående

John-Christian Eriksson huvudägare i Adoperator (gm JCE Capital), äger 100 procent i JCE Human Resources (HR), JCE Property och är huvudägare i Adonline. Adoperator köper idag in ekonomi- och administrationstjänster från JCE Human Resource (JCE HR) och JCE Property är Adoperators hyresvärd. Under 2009 har Adoperator köpt in löpande bokföring och tekniskt stöd från JCE HR för 400 kronor/ timme. I beloppet som fakturerats från JCE HR ingår även ersättning till VD perioden januari till september. Adoperator har en skuld till JCE Capital som avser ett lån på 500 000 kronor. Villkor för detta lån är: ränta på 8 procent och återbetalning kan tidigast ske om bolaget uppnått ett positivt resultat och bolagets disponibla finansiella medel tillåter detta. Adonline arbetar med medierådgivning och förmedlar från tid till annan annonskampanjer åt Adoperator.

Företag	Transaktioner 2009	Närstående
JCE HR	Nettoköp av konsulttjänster - 608 940 kr	John-Christian Eriksson
JCE Capital	Lån till bolaget på 500 000 kr	John-Christian Eriksson
JCE Property	Lokalhyra - 66 500 kr	John-Christian Eriksson
Adonline	Nettoförsäljning av annonser +111 799 kr	John-Christian Eriksson

Bolagsordning

§ 1 Firma

Bolagets firma är Adoperator AB. Bolaget är publikt (publ).

§ 2 Styrelsens säte

Styrelsen skall ha sitt säte i Stockholms kommun.

§ 3 Verksamhet

Bolaget skall utveckla och försälja tjänster avseende marknadsföring och reklam på Internet samt därmed jämförlig verksamhet.

§ 4 Aktiekapital

Aktiekapitalet skall vara lägst 500 000 kr och högst 2 000 000 kr.

§ 5 Antal aktier

Antalet aktier skall vara lägst 500 000 stycken och högst 2 000 000 stycken.

§ 6 Styrelse

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

§ 7 Revisor

För granskning av bolagets årsredovisning och bokföring samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning utses en till två revisorer (eller registrerade revisionsbolag) med högst lika många revisorssuppleanter.

§ 8 Kallelse

Bolagsstämma skall hållas i Stockholm.

Kallelse till bolagsstämma skall ske genom annonsering i Post- och Inrikes Tidningar och SvD.

Kallelse till årsstämma samt kallelse till extra bolagsstämma, där frågor om ändring av bolagsordningen kommer att behandlas skall utfärdas tidigast sex (6) veckor och senast fyra (4) veckor före stämman. Kallelse till annan

extra bolagsstämma skall utfärdas tidigast sex (6) veckor och senast två (2) veckor före stämman.

För att få delta i bolagsstämman skall aktieägare anmäla sig hos bolaget senast kl. 15.00 den dag som har angivits i kallelsen till stämman. Denna dag får inte vara söndag, annan allmän helgdag, lördag, midsommarafton, julafton eller nyårsafton och inte infalla tidigare än femte vardagen före stämman.

§ 9 Bolagsstämma

Årsstämma skall hållas årligen inom sex månader efter räkenskapsårets utgång.

På årsstämma skall följande ärenden förekomma.

1. Val av ordförande på 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 dagordningen.
6. Framläggande av årsredovisning och revisionsberättelse.
7. Beslut
 - a, om fastställelse av resultaträkning och balansräkning,
 - b, om dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust enligt den fastställda balansräkningen,
 - c, om ansvarsfrihet åt styrelseledamöter och verkställande direktören.
8. Fastställande av styrelse- och revisionsarvode.
9. Val av styrelse och revisorer samt eventuella suppleanter.
10. Annat ärende, som ankommer på stämman enligt Aktiebolagslagen eller bolagsordningen.

§ 10 Räkenskapsår

Bolagets räkenskapsår skall vara kalenderår.

§ 11 Fullmaktsinsamling

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

§ 12 Avstämningsförbehåll

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

Skattefrågor



Inledning

Följande sammanfattning av skattekonsekvenser för investerare, som är eller blir aktieägare i Adoperator 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 omsättnings-tillgång 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 kapitalplaceringssaktier 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 Adoperator 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 så kallade 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 26,3 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.

Skattefrågor

Fåmansaktiebolag

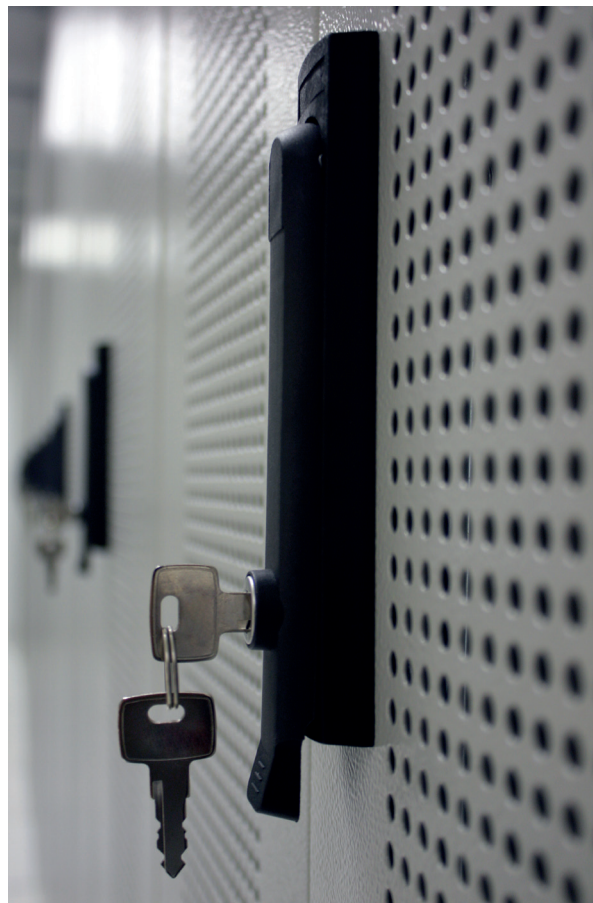
För fåmansaktiebolag gäller särskilda regler. Dessa berör dock endast sådana aktieägare eller närstående till denne som är verksamma i bolaget i betydande omfattning. Beskrivningen av prospektet avser endast fall där ägaren är passiv och dessa särskilda regler behandlas därför inte närmare här.

Arvs- och gåvobeskattnig

Arvs- och gåvobeskattningen är sedan 17 december 2004 slopad, varpå ingen arvs- eller gåvobeskattnig 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 kupongskatteavdrag.



Legala aspekter och övriga upplysningar

Bolaget

Adoperator AB

Organisationsnummer: 556733-9410

Huvudkontor: Drottninggatan 108

Adress: Adoperator AB, BOX 240 32, 104 50 Stockholm

Telefonnummer: 08-614 32 00

www.adoperator.com

Revisor

Peter Garpenhag, Auktoriserad revisor, Pricewaterhouse
Coopers AB Box 1253, 141 26 HUDDINGE

Gällande rätt och juridisk form

Bolaget har sitt säte i Stockholms kommun. Gällande lagstiftning är svensk rätt och Bolagets juridiska form styrs av aktiebolagslagen. Emittenten registrerades 2007-07-03. Bolaget är ett publikt aktiebolag.

Spridning av memorandumet

Erbjudandet riktar sig inte till personer vars deltagande förutsätter ytterligare memorandum, registrering eller andra åtgärder än vad som följer av svensk rätt. Memorandumet får inte distribueras i Amerikas Förenta Stater, Kanada eller något annat land där distributionen eller erbjudandet kräver åtgärder enligt ovan eller strider emot regler i ett sådant land.

Memorandumets tillgänglighet

Memorandumet hålls tillgängligt på Adoperators kontor samt www.adoperator.com och www.aktietorget.se.

Personal

Bolaget har för respektive arbetsmarknad sedvanliga villkor med sin personal avseende anställning.

Intressekonflikter

Det föreligger inga intressekonflikter hos personer i sty-

relsen mellan deras skyldigheter gentemot bolaget och deras privata eller andra utomstående intressen.

Personalens bonussystem

Adoperator har inga bonussystem för sin personal.

Optionsrätter

I dag finns inga optioner utställda av bolaget.

Bemyndigad apportemission

Bolagsstämman har bemyndigat styrelsen att ställa ut aktier vid varje tillfälle (motsvarande högst 30 procent av antalet utestående aktier) genom apportemission för att möjliggöra förvärv och sammangående med andra bolag.

Försäkringsskydd

Bolaget har erforderlig företagsförsäkring som uppdateras regelbundet med hänsyn taget till förändringar i behovet och verksamhetens åtaganden.

Lokaler, fastigheter och byggnader

Bolagets verksamhet bedrivs i hyrda lokaler under sedvanliga hyreskontrakt på de orter där Adoperator har verksamheter.

Väsentliga avtal

Bolaget har ingått avtal som med hänsyn till Bolagets verksamhet är av normal karaktär.

Rättsliga förfaranden

Under de senaste 12 månaderna finns inga kända tvister, inte heller har Bolagets styrelse kännedom om några kommande tvistemål av betydelse. Bolaget är inte part i någon rättslig process eller skiljeförfarande som har haft eller

Legala aspekter och övriga upplysningar

kan antas få en icke oväsentlig ekonomisk betydelse för Bolaget. Bolaget har inte informerats om anspråk som kan leda till att Bolaget blir part i sådan process eller förfarande.

Anläggningstillgångar

I Bolaget finns inga väsentliga materiella anläggnings- eller leasingtillgångar, ej heller planeras några anskaffningar av sådana.

Miljö

Bolaget bedömer att verksamheten inte har någon icke kontrollerbar miljöpåverkan.

Emissionskostnader

Kostnaderna för förestående emission uppskattas till cirka 350 000 kr.

Handlingar som hålls tillgängliga för inspektion

Alla rapporter, brev och andra handlingar som till någon del ingår i eller hänvisas till i detta Memorandum kan på begäran inspekteras hos Bolaget, på adress angiven i Memorandumet. Offentliggjord information finns att tillgå i elektronisk form på Bolagets hemsida www.adoperator.com. Finansiell information om Bolaget kan även beställas direkt av Bolaget.

Aktieägares rättigheter

Aktieägares rättigheter avseende vinstutdelning, rösträtt, företrädesrätt vid nyteckning av aktier m.m. styrs dels av Bolagets bolagsordning samt av gällande svensk Aktiebolagslag. I Sverige gäller från och med den 1 januari 2006 en ny Aktiebolagslag.

Det finns inga aktieägaravtal eller liknande som reglerar befintliga aktieägares inbördes förhållanden.

Likvidation

Aktieägare har rätt till överskott vid eventuell likvidation. Samtliga aktier äger lika rätt till andel i Bolagets tillgångar vid likvidation.

Revisorsgranskning

Detta memorandum har ej varit föremål för granskning av Bolagets revisor.

Styrelsens försäkran

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.

Ingen av styrelsens ledamöter eller ledande befattningshavare har någonsin varit inblandad i konkurs, försatts i tvångslikvidation eller satts under konkursförvaltning.

Ingen av styrelsens ledamöter eller ledande befattningshavare har eller har haft näringsförbud eller har i övrigt anklagats av myndigheter. Ingen av dessa personer har åtalats för bedrägerirelaterade mål eller dylikt.

Införlivade dokument avseende fullständig historisk finansiell information

Fullständig historisk finansiell information införlivas via hänvisning. Bolagets årsredovisningar har upprättats i enlighet med Årsredovisningslagen och Bokföringsnämndens allmänna råd. Införlivade dokument skall läsas som en del av memorandumet. Via hänvisning införlivade dokument finns tillgängliga på Bolagets kontor och hemsida www.adoperator.com. Införlivas via hänvisning: Årsredovisning Adoperator AB, 2007/2008
Årsredovisning Adoperator AB, 2009

Finansinspektionens granskning

Detta dokument har inte granskats eller godkänts av Finansinspektionen.

adoperator



Adoperator AB
Besöksadress: Drottninggatan 108
113 60 Stockholm
www.adoperator.com