



Emission av units inför planerad notering av aktierna och teckningsoptionerna i D&Company Nordic AB (publ) på Nasdaq First North i Stockholm

VIKTIG INFORMATION

Följande sammanfattning är inte ett erbjudande utan ska ses som en introduktion till D&Company AB (publ):s prospekt och innehåller inte nödvändigtvis all information för ett investeringsbeslut. Varje beslut att investera i D&Company bör grunda sig på en bedömning av innehållet i prospektet i dess helhet, vilket efter godkännande, kommer finnas tillgängligt på www.dcompanynordic.com. D&Company Nordic AB (publ) (org. nr. 556992-7683).

D & C O M P A N Y

Nyemissionen i sammandrag

Teckningstid

31 oktober 2018 – 15 november 2018.

Teckningspost

500 units. Varje unit består av två aktier och en teckningsoption av serie TO 1 2019.

Teckningskurs

13 SEK per unit, vilket motsvarar 6,50 SEK per aktie.

Teckningsoptionerna emitteras vederlagsfritt. Courtage utgår ej.

Teckningskurs och teckningstid för teckningsoption av serie TO 1 2019

En teckningsoption av serie TO 1 2019 berättigar till teckning av en ny aktie under perioden 12 april 2019 – 29 april 2019 för ett lösenpris motsvarande sjuttio (70) procent av den genomsnittliga volymvägda kursen för aktien enligt First Norths officiella kursstatistik under den period på tio handelsdagar som slutar två bankdagar innan utnyttjandeperioden börjar, dock att lösenpriset inte ska understiga aktiekursen i Nyemissionen eller överstiga 150 procent av aktiekursen i Nyemissionen.

Emissionsvolym

Högst 1 600 000 units, vilket innebär högst 3 200 000 aktier och högst 1 600 000 teckningsoptioner av serie TO 1 2019. D&Company tillförs (före avdrag för emissionskostnader) 20,8 MSEK vid full teckning i Nyemissionen och ytterligare lägst 10,4 MSEK och högst 15,6 MSEK vid fullt nyttjande av teckningsoptionerna.

Antal aktier innan Nyemissionen

8 848 850 stycken.

Värdering

Cirka 57,5 MSEK (före Nyemissionen).

Marknadsplats

Bolaget avser att ansöka om upptagande av Bolagets aktier och teckningsoptioner till handel på First North. Förutsatt marknadsplatsens godkännande beräknas första dag för handel för Bolagets aktie och teckningsoption på First North bli den 11 december 2018.

Teckningsåtaganden

D&Company har erhållit teckningsåtaganden om totalt 11 455 235 SEK, vilket motsvarar cirka 55 procent av den initiala emissionslikviden. Bolagets huvudägare UTN Holding AB och Falvir AB tecknar tillsammans för cirka 6 MSEK. Teckningsåtagandena är inte säkerställda. Teckningsåtagarna är garanterade full tilldelning i Nyemissionen.

Övertilldelningsemissionen i sammandrag

Övertilldelningsemissionen kan tillföra Bolaget som mest ytterligare högst 256 410 units, innebärande högst 512 820 aktier och högst 256 410 teckningsoptioner av serie TO 1 2019. Teckningskurs och teckningstid för teckning av units med anledning av övertilldelningsemissionen är desamma som i Nyemissionen. Den initiala emissionslikviden är 3,3 MSEK och vid fullt nyttjande av teckningsoptioner tillförs D&Company ytterligare lägst 1,7 MSEK och högst 2,5 MSEK före avdrag för emissionskostnader.

Varför du ska investera i D&Company

- Grundare, ledningsgrupp och nyckelpersoner inom Bolaget har många års erfarenhet från såväl optiker branschen samt digitala plattformar.
- D&Company är etablerade i fyra nordiska länder och England.
- D&Company har en beprövad go-to-market-modell för införsäljning och kundkonvertering.
- Ökad omsättning. Från 1,1 MSEK under räkenskapsåret 2014/2015 till 37,2 MSEK under räkenskapsåret 2016/2017.
- D&Company arbetar inom två affärsområden. Dels en produkt del och dels en digital lösning (IDUN).
- D&Companys produkt del tillverkar, marknadsför och säljer en varumärkesportfölj av glasögon från det egna varumärket Norr, samt även licensförsäljning av Tiger of Sweden, Efva Attling och Blåkläder till optiker över hela Norden.
- Den digitala lösningen (IDUN) har fler än 20 kunder som redan använder och betalar för systemet. Dessa kontrakt finns för tillfället i Norden samt med en pilotkund i England.
- D&Company drar nytta av att digitaliseringen inom optiker branschen är svagt utvecklad i Europa och har därför utvecklat en lösning som innefattar leverantörer, optiker och slutkonsumenter vilket Bolaget är ensamma om på marknaden.
- Det finns stor marknadspotential för den abonnemangsbaserade digitala plattformen, IDUN, med estimerade nordiska marknaden som uppgår till cirka 200 MSEK och den brittiska till cirka 500 MSEK i årlig återkommande omsättning.
- Bolagets huvudägare UTN Holding AB och Falvir AB tecknar tillsammans för cirka 6 MSEK.

VD-ord

På D&Company har vi åstadkommit mycket på den korta tid vi har funnits. 2017 blev vårt genombrottsår internationellt, och vi har avtal gällande IDUN i fyra nordiska länder samt fått vår första installation i England. Försäljningen av glasögon har varit mycket lyckad. Kort sagt: rekord avseende orderingång och omsättning. Och 2018 har inletts på samma sätt – med bra orderstock och ett stort intresse för våra produkter och tjänster, även i Europa.

Digitala lösningar har helt förändrat hur vi utträttat bankärenden, shoppat våra kläder och mycket annat. Nu när det är optikerbranschens tur att digitaliseras, är det vi på D&Company som är först ut och driver utvecklingen. Vi är den enda leverantören i Norden och Europa som har utvecklat en digital plattform, skräddarsydd för optiker som sammankopplar mellan leverantör, optiker och slutkonsument – IDUN. Den position D&Company har idag är resultatet av hårt och målmedvetet arbete.

Vi har investerat och arbetat hårt för att skapa lösningar som på ett konkret sätt ökar produktivitet och effektivitet hos optikern. Men det är bara början. Vi kommer att fortsätta utveckla tjänsterna inom IDUN och lägga till nya funktioner och finesser som hjälper optikerna att bli mer lönsamma. Ett exempel på denna ambition är våra samarbeten med FittingBox och Kaching.

Vi är otroligt glada för att optiker över hela Norden har tagit emot IDUN så väl. Vi kan konstatera att samtliga kedjor och köpgrupperingar samt många fristående butiker har fått en grundlig demonstration och intresset hur de kan använda systemet är stort. Man är speciellt intresserad av vår nya mobilapp där kunden kan beställa kontaktlinser – i form av en prenumeration eller via ett avbetalningsköp – direkt från sin egen optiker, med en större bekvämlighet än vad som erbjuds på nätet idag.

IDUNs framgångar hittills är ett kvitto på att vi lever upp till dessa krav. Vi är övertygade om potentialen till en lösning som gör att optikerns verksamhet kan erbjuda en snabbare, säkrare och bättre kundupplevelse.

Trots en snabb och positiv utveckling är det viktigt att konstatera att vi fortfarande befinner oss i en tidig fas, med mycket kvar att göra. Vi har använt Sitedirect och Ninetech som utvecklare av IDUN, två företag med mycket stor erfarenhet av utveckling av digitala plattformar och e-handelslösningar. Vi har gjort stora investeringar, men det har blivit bra och varit en förutsättning för att vi ska lyckas.

Glasögonen fortsätter att vara en av de hetaste modeaccessoarerna, oavsett om kunderna har synfel eller bara vill bära bågarna utan styrka – för att det är snyggt. Mode och trender är i ständig förändring och det är med det i åtanke vi har skapat den mix av varumärken vi representerar.

Den kommande börsnoteringen blir en viktig milstolpe för Bolaget. Förutom att vi får en bredare ägarbas, så kommer börsnoteringen att öka kännedomen om D&Company, vilket troligen kommer att vara positivt vid expansion på befintliga och nya marknader. Valet att notera Bolaget har vi tagit utifrån insikten att snabb tillväxt kräver kapital. Vi har en stark tro på att vår produktportfölj, innehållande digitala och bågprodukter, är tillräckligt attraktiv för att möjliggöra en sådan tillväxt.

Att leda ett företag som är så kompetent och villigt till förändring för att ständigt ligga i framkant är fantastiskt! Jag vaknar varje morgon med massor av energi och glädje över att vara med och skapa resultat tillsammans med alla medarbetare. Ett stort tack till er som varje dag bidrar till att skapa optikerbranschens framtid!

Ralph Dahlin

VD D&Company Nordic AB (publ)



D & C COMPANY

"Digitala lösningar har helt förändrat hur vi uträttar bankärenden, shoppar våra kläder och mycket annat. Nu när det är optikerbranschens tur att digitaliseras, är det vi på D&Company som är först ut och driver utvecklingen."

Ralph Dahlin
VD D&Company Nordic AB
(publ)

"Vi är otroligt glada för att optiker över hela Norden har tagit emot IDUN så väl. Vi kan konstatera att samtliga kedjor och köpgrupperingar samt många fristående butiker har fått en grundlig demonstration och intresset hur de kan använda systemet är stort."



Bakgrund och motiv

Bakgrund

D&Company startades 2014 av ett antal personer som under lång tid arbetat och samlat kunskap och insikt om både optikbranschen och försäljning och marknadsföring via Internet. Optikerna var då i det närmaste helt utan digitalt stöd i sin marknadsföring, försäljning och kundvård. Behoven har funnits men inga initiativ har tagits och branschen har sett en stor del av kontaktlinsförsäljningen försvinna till rena e-handlare. Tron att "glasögon inte går att sälja via Internet" har varit rådande och det är kanske först nu när marknaderna i USA och Kina visar en mycket snabb tillväxt av just glasögon som branschen har insett att digitalisering är ett måste.

D&Companys affärsidé blev därför att erbjuda optikbranschen en komplett digital plattform – som alla behöver men ingen har kraft och resurs att utveckla på egen hand. En plattform – ett digitalt "ekosystem" – som hjälper varje optiker/butik att

- synas och verka i dagens digitala tidsålder,
- sköta kundvården optimalt – med påminnelser, kallelser, etcetera,
- möjliggöra för optikern att på ett personligt sätt kommunicera med nästa generation kunder (som varken känner för att ringa och boka en undersökning eller att besöka en butik),
- utveckla – och äga – sin egen digitala butik, samt
- förenkla, och utveckla, kontakterna med leverantörerna.

I noteringen söker Bolaget kapital för att fortsätta utvecklingen av IDUN, att öka expansionstakten i implementation och försäljning med målet att på sikt addera fler marknader i Europa. Det finns många skäl att investera i detta snabbväxande bolag som hjälper optiker att öka sin konkurrenskraft i en alltmer digitaliserad värld. Här är fem av de mest uppenbara skälen:

- D&Company har under de senaste åren, under utvecklingen och uppbyggandet av Bolaget, haft en nära kommunikation och dialog med branschaktörer har behov och användning för. Det finns flera bolag som erbjuder e-handelstjänster till optikbranschen men Bolaget har en uppfattning att det utmärker sig i att utveckla en plattform som är specialanpassad för optikbranschen som dessutom innefattar leverantörerna. D&Company är tidigt ute på marknaden för digitalisering av optikerbranschen. IDUN är redan etablerat i Norden med ett 20-tal installationer samt avtal med köpgrupperingar och leverantörer vilket ger en bra grund för vidarebearbetning och installationer av nya kunder. Bolaget har nyligen skrivit avtal med dess första kund i England.
- Marknadspotentialen för IDUN kan anses vara stor tack vare att digitaliseringsgraden i branschen i Norden och Europa är låg men marknaderna i USA och Kina har betydligt högre andel av försäljningen online. I och med att marknaderna är liknande bör det kunna antas

att en snabb tillväxt i digitaliseringen snart sker även här. IDUN är en abonnemangslösning och kräver inget omfattande arbete av kunden för att komma igång. Genom att mätbarheten i den digitala världen är hög så går det relativt lätt att påvisa de positiva effekterna av att agera digitalt och möta kunderna på de sätt som dessa önskar. D&Company estimerar potentialen för digitaliseringstjänster som IDUN enligt följande:

- den nordiska marknaden 200 MSEK i årlig återkommande omsättning,
- den brittiska marknaden 500 MSEK i årlig återkommande omsättning, och
- övriga europeiska marknader 2 500 – 3 500 MSEK per år.

(Räkneexemplet är baserat på uppskattning om en årlig budget för digitala verktyg, webbsidor och marknadsföringstjänster om 31 000 – 68 000 SEK/år eller cirka 0,8 - 1,0 % av en genomsnittlig butiks omsättning).

- Affärsområdet som omfattar glasögonbågar designar, tillverkar och säljer dessa produkter till optiker, apotek, travel-retail m.fl. Detta sker under det egna varumärket Norr samt välrenommerade varumärken som Tiger of Sweden, Efva Attling och Blåkläder. Därtill har D&Company distributionssätten gällande glasögon för varumärkena Levi's, Disney och Reebok. Designen och utvecklingen av bågarna sker i Sverige med egen personal och konsultande designers. Tillverkning sker sedan i ett flertal olika fabriker i Sydostasien, framförallt i Kina. D&Companys produktansvariga har mer än 15 års erfarenhet av produktutveckling och framtagning av bågar och mångåriga relationer till de tillverkande företagen.
- Bolaget har en beprövad "go-to-market-modell" för införsäljning och kundkonvertering genom de långa och goda relationer medarbetarna har med branschen. Omsättningen uppgick till 37,2 MSEK under räkenskapsåret 2016/2017. Affärsområdet som arbetar med glasögonbågar har som mål att nå positivt resultat under budgetåret 2018/19. D&Company har visat att Bolaget kan driva tillväxt och bygga såväl kundrelationer som en effektiv organisation. Från räkenskapsåret 2015/2016 till 2016/2017 ökade försäljningen med 335 %.
- I mars 2018 ingick Bolaget ett samarbetsavtal med världens största leverantör inom optikbranschen – Essilor ser stor potential i IDUN och de möjligheter plattformen ger dem och optikerna att på ett bättre sätt lyfta fram Essilors produkter. Samarbetet innebär att Essilor delfinansierar optikerns månadsavgift för IDUN. Detta kommer att erbjudas Essilors viktigaste och sälja sina glas digitalt. Totalt kommer över 650 av Essilors kunder få erbjudande att prova IDUN.

Motiv

Motivet till Nyemissionen uppgående till cirka 20,8 MSEK före emissionskostnader, är primärt att finansiera Bolagets fortsatta utveckling av IDUN samt löpande kostnader för verksamheten.

Användning av initial emissionslikvid från Nyemissionen

Fulltecknas Nyemissionen tillförs Bolaget 20,8 MSEK – före emissionskostnader. Planen för nettolikviden, som uppgår till 18,2 MSEK efter avdrag för emissionskostnader om totalt cirka 2,6 MSEK, är att den fördelas i prioriteringsordning och omfattning enligt nedan:

1. Prioriteringsområde 1 - cirka 70 procent – inkluderas i rörelsekapitalbehovet

- Dels betalning av källkoden, dels utveckling av utökat stöd i IDUN för prenumeration på produkter såsom kontaktlinser, glasögon och tillbehör.
- Utökad funktionalitet i lojalitetsappen för enkel prenumerationshandling, större produktutbud och förbättrad kommunikation.

- Utveckling av "glaskonfigurator" som möjliggör digitala köp av kompletta glasögon.
- Integration till journalsystem, såsom Headsights och OptiKIT, för förbättrad möjlighet för optikern/kedjan att aktivera hela sin kunddatabas.
- Implementation i de butiker som ligger i kö för IDUN.
- Återbetalningar av lån uppgående till 5,2 MSEK.

2. Prioriteringsområde 2 - cirka 20 procent – inkluderas delvis i rörelsekapitalbehovet

- Integration av "virtual-try-on"-funktioner.
- Lands- och språkanpassningar för nya marknader inkluderande utveckling av personal/organisation.

3. Prioriteringsområde 3 - cirka 10 procent – inkluderas ej i rörelsekapitalbehovet

- Fallstudie och inledande integrationsanalys avseende potentiellt samarbete med 700 optikbutiker i Frankrike, Italien och Tyskland.

Verksamhet

Bolagets verksamhet är fördelat på två affärsområden

- Den egenutvecklade och utmärkande molnbaserade plattformen IDUN som hjälper optiker, köpgrupperingar och kedjor att skapa få en effektiv digital närvaro som adresserar samtliga deras konsumenter.
- Ett produktbolag som tillverkar, marknadsför och säljer en stark varumärkesportfölj av glasögon från det egna varumärket Norr samt licensförsäljning av Tiger of Sweden, Efva Attling och Blåkläder till optiker över hela Norden. Bolaget har även distributionsrättigheter för Levi's och Disney i Norden.

En av framgångsfaktorerna såhär långt har varit kombinationen och synergierna mellan Bolagets två affärsområden. Produktdelen, med sin försäljning av egna och välkända varumärken, har gett Bolaget möjlighet till säljmöten med över 1 200 butiker och optiker. Väl på plats har säljpersonalen kunnat demonstrera nyttan, effekten och möjligheterna med IDUN.

Marknad

Optikerbranschen i Norden, inklusive Baltikum omfattar ca 3 500 optikerbutiker varav cirka 1 000 av dessa finns i Sverige. I Sverige, Norge och Danmark är omkring hälften av optikerbutikerna anslutna till kapitalkedjor, såsom Synsam, Synoptik, Specsavers, Smarteyes mfl. och hälften av butikerna är fristående, varav en majoritet av de fristående är anslutna till någon inköpsorganisation. Finland har en högre andel kedjeanslutna optiker än övriga Norden. En svensk optikerbutik omsätter i genomsnitt 6,5 MSEK, och har cirka 5 000 kunder i sitt kundregister. I Europa finns det totalt ca 94 000 optikerbutiker.

Digitaliseringen av optikbranschen

Optikbranschen i Sverige, Norden och Europa har inte genomgått den digitalisering som många andra branscher har gjort. Generellt är digitaliseringsgraden bland optikerna väldigt låg. Den digitalisering som skett gällande optik har nästan uteslutande skett av rena e-handlare, som inte har någon optiker eller traditionell butik kopplad till sin verksamhet. Exempel på denna typ av aktörer är Lensway, Yourlenses och Lenson. Den traditionella optikbutiken har, sedan framväxten av dessa rena e-handlare runt millennieskiftet och framåt, tappat drygt 400 000 SEK av omsättningen till dessa. Den övervägande delen av denna omsättningsförlust består av kontaktlinser, där ca 34 % av värdet och ca 48 %, av antalet kontaktlinser numer säljs online, via rena e-handlare. Härigenom visas att optikkunden gärna köper produkter online.

Internationellt sett säljs numer även en betydande del optiska glasögon online. I Kina växte andelen glasögonköp från 6 till 16 % av omsättningen mellan 2016 och 2017, i USA var motsvarande siffror en ökning från 12 till 14 % och i Europa skedde en tillväxt från 3 till 5 %. Även gällande andra produkter såsom läsglasögon och kontaktlinsvätska sker för närvarande en snabb tillväxt i onlinesegmentet.

Om Norden når en försäljning av glasögon, via rena e-handlare, i nivå med Kina och USA så kommer den genomsnittliga optikern att förlora ytterligare cirka 500 000 SEK i omsättning per år vilket generellt sett motsvarar årsvinsten för en optikbutik.

D & C O M P A N Y

D&Company Nordic AB (publ)

Pentavägen 5 B, 187 39 Täby, www.dcompanynordic.com