

## NYEMISSION

# NET TRADING GROUP NTG AB

6 MARS – 20 MARS 2017

GRÄNSHANDEL PÅ NÄTET – FÖR ATT ALLA GILLAR PRISVÄRT GODIS



## VARFÖR INVESTERA I NTG?

**700 % i omsättningsökning** från 1,6 MSEK till 11,2 MSEK på 1 år – NTG har under 2016 fått ett stort marknadsgenombrott.

**Tillväxten under inledningen av 2017** har fortsatt öka kraftigt där januari och februaris omsättningsmål överträffades med nästan 30 %.

**First-mover advantage** – NTG är det naturliga och primära valet för norrmän som vill handla FMCG (Fast Moving Consumer Goods) online från Sverige tack vare sin tidiga och lyckade marknadsetablering.

**Snabbt växande e-handel** med stora mål – Tillväxten är en av de viktigaste faktorerna inom e-handel och att vara störst på en oexploaterad marknad såsom den NTG verkar på ger en stor fördel gentemot konkurrenter.

**Bolagets finansiella mål** är att NTG 2019 ska omsätta 100 MSEK med en bruttomarginal på 45 %.

**Hög skalbarhet** i NTGs affärsmodell som kallas Dropshipping - NTG äger hemsidan och kunden.

**Lager och logistik outsourcas** vilket ger låga overheadkostnader samt stora och förenklade tillväxtpotentialer.

**Positiva kassaflödeseffekter** – Varje köp betalas direkt på hemsidan av kunden samtidigt som NTGs fördelaktiga kredittdider gentemot leverantörer gör att NTG aldrig ligger ute med pengar för inköp och orders.

**Stor uppmärksamhet i media** – Under 2016 och inledningen av 2017 har NTG gjort Tv-reklam samt fått flera artiklar och reportage publicerade om sig i några av Norges största nyhetssajter och mediekanaler (Aftenposten, VG.no, m.fl).

**Uppmärksamheten** i media har lett till att NTG nu samarbetar med Orkla, som är en av Nordens ledande producenter inom FMCG, och därigenom får tillgång till att sälja hela Orklas sortiment av konfektyr. NTG har även under 2017 tecknat avtal med Norges största varumärke inom choklad, Freia.

## ERBJUDANDET I SAMMANDRAG

Erbjudandet riktar sig till befintliga aktieägare, allmänheten och professionella investerare.

Teckningstid	6 mars 2017 – 20 mars 2017
Teckningskurs	4,8 SEK per aktie. Courtage utgår ej
Teckningspost	1 000 aktier (4 800 SEK)
Befintliga aktier innan erbjudandet, st.	9 700 000
Nyemitterade aktier, st.	3 125 000
Värdering pre-money	Ca 46,5 MSEK
Emissionsbelopp	15 MSEK
Garanti och teckningsförbindelser	12 MSEK varav 3 MSEK i teckningsförbindelser och 9 MSEK garantier
Handel i aktien	NTG har ansökt om notering på NGM Nordic MTF

## KORT OM NTG

NTG AB har etablerat en e-commerce-plattform för försäljning av FMCG (Fast Moving Consumer Goods) så som: konfektyr, godis, läsk, snacks, vitaminer, hälsokost och andra relaterade produkter. Bolaget är ett svenskt Aktiebolag och fokuserar på den nordiska marknaden i allmänhet och den norska marknaden i synnerhet. Bolagets målsättning är att snabbt bli den primära leverantören av FMCG till den norska marknaden. De varor som huvudsakligen säljs ligger under den nya norska moms- och tullgränsen på 350 NOK (tidigare 200 NOK) per köp som infördes 1 januari 2015. Det innebär att det inte är någon moms eller tull på orders under 350 NOK. Företagets målsättning är att marknaden ser NTG/max-konceptet som den e-Commerceaktör som "säljer varor till ½ priset"! I maj 2015 lanserade NTG en portfölj av godis- och konfektyrprodukter under den registrerade domänen www.maxgodis.se.

NTG har outsourcat lager, packning och leveranser till ERT Godis AB i Växjö vilket gör att modellen är väldigt skalbar. NTG har också registrerat www.maxshopping.se som kan vara en portal för många varukategorier och fungera som en livsmedelsbutik online för FMCG. Genom samarbetet med ERT Godis kan NTG erbjuda ett av marknadens bredaste sortiment av FMCG.

### BAKGRUND OCH KAPITALANVÄNDNING

I affärsplanen från maj 2016 bestämdes att NTG skulle ta nästa steg i expansionsplanen. Bolagets tidigare marknadsatsning och strategi har visat sig ge tydliga resultat och återbetalning per investerad krona i marknadsföring är starkt positiv. Detta i kombination med att NTG kan

ses som pionjär på en oexploaterad marknad gör att momentum ligger för bolaget att göra en kraftig marknadsatsning och etablera sig ytterligare som marknadsledare inom e-handel av FMCG till den nordiska marknaden.

Kostnaderna för hemsida, infrastruktur, uppbyggnad av lager- och logistiklösning är till största del redan tagna. Kapitalet som tillförs Bolaget kommer därför främst användas till att öka offensiven i marknadsföringen då tillväxt är Bolagets främsta mål. Viss del av kapitalet kommer därför även gå till att utöka teamet på marknad och säljsidan, samt till lansering av nya produktkategorier. Mot bakgrund av detta söker Bolaget ta in 15 MSEK från befintliga aktieägare, allmänheten och professionella investerare.

Vägen framåt är tydlig ur ett marknadsperspektiv där försättningsarna för dessa satsningar kräver ett ökat behov av rörelsekapital. Kapitalet från föreliggande erbjudande kommer att fördelas på:

Ökad marknadsatsning	8 MSEK
Förstärkning av organisation med fokus på sälj och marknad	2 MSEK
Lansering av nya webbutiks-koncept	2 MSEK

### AFFÄRSIDÉ

Affärsidén är att erbjuda den nordiska marknaden en effektiv, billig och säker metod att handla FMCG såsom konfektyr, godis, läsk, snacks, vitaminer, hälsokost och andra relaterade produkter med hög kvalitet över nätet.



## VD MORTEN HANSSON HAR ORDET

**Net Trading Group NTG AB (NTG)** etablerades i december 2014 genom etableringen av domänen maxgodis.se. Bakgrunden till bolagets idé var att den norska regeringen höjde gränsen för moms- och tullfri handel från utlandet från 200 till 350 SEK/köp.

**Gränshandlarna i Sverige**, dit norrmännen vallfärdar har vuxit betydligt de senaste åren, och de tre stora shoppingcentrumen i Strömstad, Charlottenberg och Töcksfors hade under 2015 en omsättning på 6,9 miljarder SEK från 12,4 miljoner besökare. Samtidigt är det över 3,5 miljoner norrmän som inte har en naturlig tillgänglighet till dessa köpcentrum då avstånden är för stora. Detta gäller bland annat hela Sørlandet, Stavanger och Bergenregionen.

Godismarknaden i Norge, som är en stor del av den totala FMCG-marknaden, hade en omsättning på 11 miljarder SEK 2015. NTG valde att inleda med godis som primärprodukt vid uppstarten i maj 2015. Samtidigt ingicks ett avtal med godisgrossisten ERT Godis i Växjö som är en av Sveriges största godisgrossister. ERT Godis tar hand om alla beställningar, packar och skickar varorna till kunder i Norge och Sverige. NTG som företag har primärt en enda uppgift, att sälja godis på nätet till norska och svenska privatpersoner. Tack vare den möjlighet norrmän har fått genom NTGs erbjudande att kunna gränshandla från sof-fan, har NTG nått en stor framgång under sin korta historik.

**Sedan lanseringen** och testperioden av e-handelsplattformen i maj 2015 så kunde böckerna stängas på en omsättning om 1,6 MSEK. Sedan dess har betydande arbete lagts ner på att förbättra användarupplevelsen, förbättra lager- och logistikhantering samt marknadsföring. Mot bakgrund av detta erhöll NTG ett genombrott under 2016 där omsättningen ökade med ca 700 % till ca 11,2 MSEK.

### VISION

NTGs vision är att vara störst på e-handel av FMCG i Norden.

### AFFÄRSMODELL

NTG tillämpar en affärsmodell som kallas DropShipping. DropShipping är en helhetslösning där affären inte håller sina produkter i eget lager utan i stället outsourcar lager, packning och leverans. När en produkt säljs genom maxgodis.se så köper därefter NTG produkten från ERT Godis som i sin tur skickar produkten direkt till kund. Detta innebär att NTG aldrig ser den fysiska produkten som skickas till kunden. Fördelarna med den här affärsmodellen är många. Bolaget behöver inte binda upp kapital i lager och bygger således ingen särskild balansräkning. Det blir också ett positivt kassaflöde då kunden köper varorna och betalar direkt till NTG medan NTG har längre kredittid till sin fulfillment-aktör (ERT Godis). NTG äger hemsidan och kunderna, resten outsourcas vilket innebär att NTG nästan uteslutande kan fokusera på att driva trafik till hemsidan och omvandla trafiken till konvertering. Detta gör affärsmodellen oerhört skalbar och det är styrelsens bedömning att det inte behövs mer än ca 10 anställda för att kunna nå en omsättning på 100 MSEK.

**År 2017 har inletts** med stor uppmärksamhet i media, dels genom omnämmande i Norges största morgonradioprogram i NRK P3 under bästa sändningstid men även genom Norges största nättidning Aftenposten där ett reportage med rubriken: "Morten Hanssons godtebutikk får matgiganten Orkla "til å reagere" publicerades. NTGs fina tillväxt har fortsatt under årets inledning där flera dagar i januari har varit rekorddagar historiskt, och styrelsen har satt upp ett omsättningsmål om 38 miljoner för 2017 och 100 miljoner för 2019.

**Förutsättningen för att kunna nå** dessa mål är att ha tillräckligt med kapital för att öka Bolagets marknadsföring genom Tv-reklam, annonsering på sociala medier och övrig kanaler. Därför genomför nu NTG en nyemission på 15 MSEK som ska gå till att öka tillväxten genom ökade marknadsinsatser.

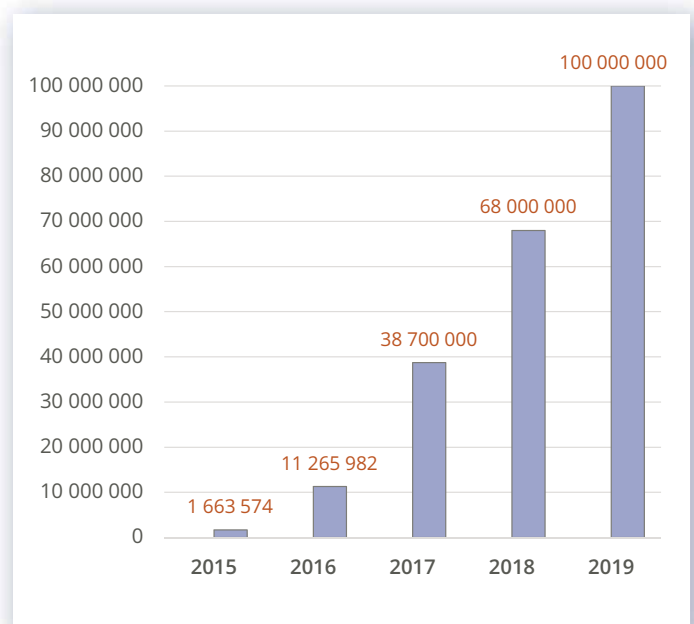
**NTGs resa mot att ta 1 %** av godismarknaden i Norge 2019 och nå 100 MSEK i omsättning har bara börjat. Jag som VD är övertygad om att det momentum NTG befinner sig i nu samt timingen gentemot marknaden och konkurrenter så tror jag att vi kan etablera oss som den ledande aktören inom gränshandel online mellan Sverige och Norge.

**Välkommen som aktieägare** i en av de snabbast växande e-handlarna!

*Morten Hansson*  
VD NTG AB



### OMSÄTTNINGSMÅL



## STRATEGI

NTG har en utpräglad tillväxtstrategi och fokuserar på att växa organiskt och ta marknadsandelar inom segmentet FMCG på nätet. Bolaget är idag endast verksamt inom Sverige och Norge. Bolaget planerar inte för, men utesluter inte heller, strategiska förvärv. Bolaget växer organiskt i en snabb takt vilket understöds av en genomgripande marknadstrend där konsumenter flyttar sina köp från fysiska butiker mot e-handel där NTG idag är väl positionerade för de kunder som väljer att handla på nätet. NTG förvaltar dessa kunder genom ett väletablerat varumärke, attraktivt pris- och serviceerbjudande och ett brett sortiment av produkter från välkända varumärken samt private label. NTG har idag en högst skalbar affärsmodell som möjliggör en fortsatt kostnadseffektiv tillväxt. NTG har ända sedan starten levt på knappa resurser som har format en mycket kostnadsmedveten och väl anpassad organisation. Bolaget strävar ständigt efter lönsamhetsförbättringar och att

finna sätt att uppnå en mer kostnadseffektiv tillväxt. Det hör till sakens natur att ett e-handelsbolag inledningsvis behöver investera betydande belopp, men även tid, i att bl.a. utveckla IT- och logistiksystem, marknadsföring och organisation. Bolaget har idag byggt upp en solid plattform att stå på vilket möjliggör en ständigt förbättrad lönsamhet i takt med att omsättningen ökar. Därtill arbetar bolaget kontinuerligt med att förbättra inköpsvillkor mot leverantörer för att uppnå ökade bruttomarginaler och förbättrade kassaflöden. NTG kompletterar sin breda varumärkesportfölj med egna varumärken, s.k. private labels, och erbjuder den kostnadsmedvetne konsumenten produkter av hög kvalitet till en attraktiv prisnivå. Genom etablerade samarbeten med godisproducenter och logistikleverantörer kan NTG leverera högkvalitativa produkter till förmånliga priser och hålla goda bruttomarginaler trots låga prispunkter mot konsument.

### Roadshow

Stad	Tid	Plats
Kalmar	21 feb 18.30	Jenny Nyströmskolan
Stockholm	6 mars från 09.00	Operaterassen, Karl XII torg
Göteborg	8 mars 17.30	Radisson Blu, Drottningtorget
Lund	15 mars från 09.00	Elite Hotel Ideon, Scheelevägen 27

## VARUMÄRKEN OCH PRODUKTER

Idag erbjuder NTG ett brett produktsortiment inom FMCG med över 650 produkter. Som en jämförelse hade bolaget vid första handelsdagen i maj 2015 ca 150 produkter. NTG erbjuder idag flera välkända varumärken inom godissegmentet såsom M&M's, Marabou, Malaco, Kinder, Fazer och många fler. På senare tid har även försäljningen av snacks och läskedrycker ökat kraftigt och står i dagsläget för ca 20 % av omsättningen. Inom snacks och läskedrycker erbjuder NTG varumärken såsom exempelvis Pringles, OLW, Del Monte, Doritos, Coca Cola, Capri Sun, Pepsi och Red Bull bara för att nämna ett fåtal.



### Organisation

NTG har sedan starten 2015 drivits med ett stort kostnadsmedvetande. Den dagliga verksamheten drivs idag av de två grundarna och huvudägarna Morten Hansson och Petter Sørli. Övrigt arbete som krävs för att driva hemsidan såsom systemunderhåll, tilläggsfunktioner i back-end och front-end samt övrig marknadsföring hyrs in på konsultbasis.

**Morten Hansson** – VD. Grundare & tidigare CEO för Easy Park AS. Tidigare Sales Director på IBM.

**Petter Sørli** – Marknadsföring. Grundare & tidigare styrelsemedlem i Easy Park AS & CreditSafe AS. Tidigare Sales Director i Kinnevikbolaget (MTG) Oslo Kinoreklame AS. Grundare & styrelsemedlem i Motivator AS (MC).

### Styrelse

**Thommy Nilsson** - Styrelseordförande

**Morten Hansson** - Styrelseledamot

**Petter Sørli** - Styrelseledamot

**Jan Bengtsson** - Styrelseledamot