

*The Future of **In-Game & Metaverse Advertising***



Adverty i korthet

Det svenska adtech-bolaget Adverty har lanserat världens första programmatiska plattform för automatiserade, sömlösa annonser i spel.

Plattformen baseras på patentsökt teknik vilken bland annat bygger på studier kring ögat, dess synfält och uppfattningsförmåga. Annonspattformen finns tillgänglig på några av världens största handelsplatser för automatiserad handel av digitala annonser och Adverty lanserades på den kommersiella marknaden i slutet av 2020.

Verksamheten bedrivs från eget kontor i Stockholm och teknisk utveckling sker även från Ukraina. Försäljning och affärsutveckling sker även i England, Spanien och USA.



197 %

Försäljningstillväxt 2021

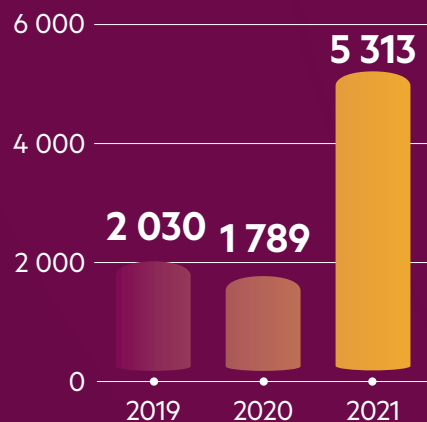
5 313 KSEK

Summa intäkter 2021

-0,97 SEK

Resultat per aktie 2021

Intäktsutveckling 2019–2021, KSEK



INNEHÅLLSFÖRTECKNING

VD har ordet	3
Året i korthet	4
Väsentliga händelser under året	5
Spel är den största underhållningen	6
Vi stärker varumärken	8
Bolagsstyrning	13
Förvaltningsberättelse	15
Finansiella rapporter och noter	16
Revisionsberättelse	21
Aktien och ägare	23
Information och kontaktuppgifter	24

Adverty stärker sin position och varvar upp

Relationer mellan människa och varumärke skapar affärer. Vi på Adverty vill vara en del i att bygga dessa relationer och vi gör detta genom att vara experter på att utveckla format och erbjudanden som skapar känslor och aktiviteter. Spel i olika varianter och på olika plattformar har sedan länge skapat engagemang och står för en stor del av den tid vi ägnar åt underhållning. Spel omsätter redan mer än de andra underhållningskategorierna musik & film tillsammans. Till detta kommer att tillväxttakten i spel är högre än övriga kategorier. Våra lösningar för annonsering i spel ger resultat för att vi förstår hela kedjan av upplevelsen, från hur ögat läser en annons till vad som leder fram till ett köpbeslut.

Under 2021 visade Advertys affärsmodell och medarbetare sin styrka. Bolagets höga kreativa nivå, dess tekniska kunnande samt nyfikenhet på alla nya möjligheter gav ett bra slut på året.

Under 2021 visade Advertys affärsmodell och medarbetare sin styrka. Bolagets höga kreativa nivå, vårt tekniska kunnande samt nyfikenhet på alla nya möjligheter gav ett bra slut på året. De totala intäkterna uppgick till 5,3 miljoner, en uppgång om 197 procent jämfört med 2020. Med ökande försäljning och trygg finansiell bas ska Adverty ta ytterligare marknadsandelar och varva upp vår närvaro hos spelutvecklare, publicister och annonsörer.

Adverty sammanför varumärken och människor genom sin revolutionerande och patenterade annonseringsteknik byggd för spel. Vi har idag en mycket stark marknadsposition som möjliggör fortsatt global expansion och utveckling inom annonsering med fokus på framförallt mobilspel men även Virtual Reality (VR) och Augmented Reality (AR). Och vi arbetar ständigt med att förädla och effektivisera vår plattform. Utöver en världsledande teknik och kompetenta medarbetare har Adverty kunder och samarbetspartners i världsklass som lägger grunden för fortsatt tillväxt.

Under 2021 har vi tredubblat teamet som arbetar mot spelutvecklare, vilket har resulterat i nya avtal med ett flertal större publicister och mångdubblat vår globala räckvidd. Utöver detta har

Adverty ingått samarbete med två mycket viktiga säljorganisationer med stark lokal närvaro hos mediebyråer och direktkunder i bland annat Asien och Latinamerika. Vi har fortsatt utvecklas programmatiskt och påbörjat samarbetet med viktiga SSP:er (Supply Side Plattform), vilket ytterligare stärker Advertys skalbarhet och affärsmodell. Sammantaget resulterade detta i en stark försäljningstillväxt under andra hälften av 2021.

En viktig händelse under tredje kvartalet 2021 var att Adverty etablerade egen närvaro i Istanbul för att effektivt kunna arbeta i en av världens hetaste marknader inom gaming. Turkiet är en spännande hubb för både engagerade spelare och spelutvecklare, och vi kunde snabbt aktivera vår första mediebyråkampanj i Turkiet samt skriva avtal med ett av världens största byrånätverk i regionen. Målet är att ytterligare fördjupa och stärka närvaron i USA och Europa samt täcka in bland annat Afrika, Latinamerika, Stilla Havs-regionen tillsammans med starka partners.

Mitt uppdrag som ny VD är nu att öka takten med fokus på internationell expansion för att uppnå både försäljningstillväxt och framtida lönsamhet. Jag har varit nära Adverty i mer än fyra år i min roll som styrelseledamot och med min bakgrund i mediebolag med global förankring ser jag goda förutsättningar att fortsätta att stärka Advertys marknadsposition. Vi ska göra detta genom att fokusera på tillväxtmarknader parallellt med att vi är med och definierar annonsteknik-standarder för det kommande Metaverse.

Advertys tre viktiga patent är nycklar till de kommande standarder som branschen nu definierar för in-game-annonsering. Det är glädjande att se att arbetet med standarder verkar gå i precis den riktning som bygger på vår teknik. Vår multipatenterade annons-teknologi täcker nu alla skärmar som används i traditionella spel och Metaverse – från mobiltelefoner, surfplattor, datorskärmar och TV-apparater till nästa generations enheter för VR/AR.

Min bedömning är att Adverty är en aktör som har visat sin kompetens och engagemang sedan start. Vi har skapat tilltro till våra lösningar och samarbetspartners. Förtroendet för Adverty visar sig bland annat i antalet annonsförfrågningar i vårt nätverk. Här genereras över 130 miljoner förfrågningar per dag och vi siktar



Mitt uppdrag som ny VD är nu att öka takten med fokus på internationell expansion för att uppnå både försäljningstillväxt och framtida lönsamhet.

på att den siffran ska passera en miljard före utgången av 2022. Andra viktiga målsättningar under året är att stärka försäljning och organisation, bland annat för den amerikanska marknaden där Adverty ska ha egen personal.

Vi har kommit en bra bit i vårt arbete för notering på Nasdaq First North. Vi ser ett tydligt behov att skapa ett förtroende på aktiemarknaden som står mer i paritet med de höga förväntningar som vi själva har. Detta, tillsammans med faktorer som rådande marknads läge, är enligt vår uppfattning viktiga förutsättningar för genomförande av listbyte.

Slutligen, det fruktansvärda kriget i Ukraina är en förelösa på så många plan. Flera av Advertys totalt 25 medarbetare och inhyrda konsulter har sin bas i västra Ukraina och de fortsätter att arbeta utifrån sina förutsättningar. Vi har daglig kontakt med våra kollegor och bidrar på alla sätt vi kan för att underlätta för dem och deras familjer i deras vardag.

Stockholm i april 2022

Jonas Söderqvist
Verkställande direktör

ÅRET I KORTHET

Året i korthet

Verksamhetsåret 2021 avslutades med kraftig försäljningstillväxt. Fjärde kvartalet blev det starkaste kvartal någonsin, med 3,0 MSEK i totala intäkter och en försäljningstillväxt om 202 procent jämfört med årets tredje kvartal.

5 313 KSEK

Totala intäkter under året

-0,97 SEK

Årets resultat per aktie

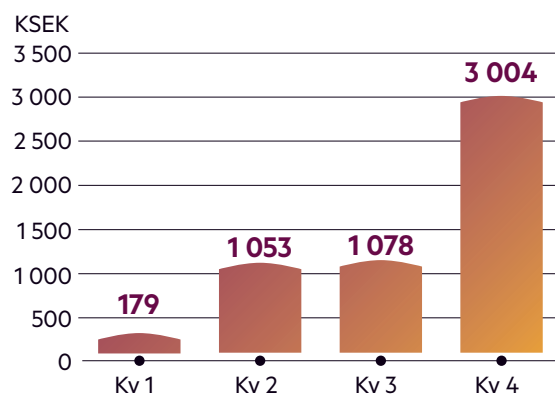
-22 040 KSEK

Årets resultat

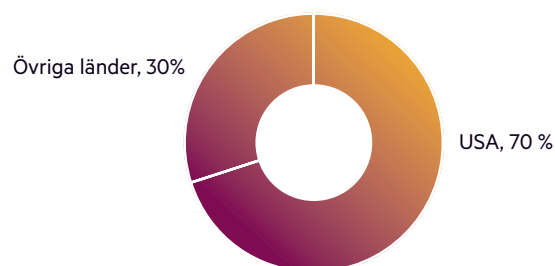
25

Antalet medarbetare

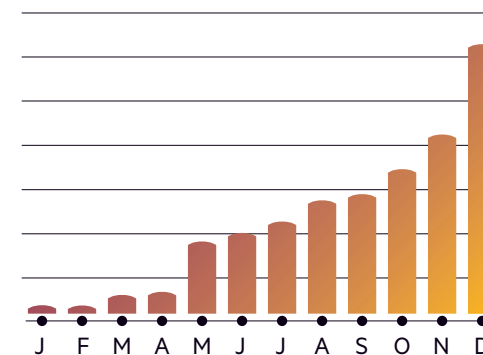
Försäljning per kvartal 2021



Försäljning per marknad juli–december 2021



Annonsvisningar per månad 2021



Väsentliga händelser under året



Januari–mars 2021

- Bolaget och mobilspelsutvecklaren Gold Town Games inleder strategiskt partnerskap
- Bolaget tillförs cirka 10 MSEK till följd av nyttjade teckningsoptioner av serie 2020/2021
- Bolaget tilldelas TAG:s certifieringsmärkning för varumärkssäkerhet efter validering av ABC
- Styrelsen beslutar om ändring av villkoren för teckningsoptioner av serie 2020/2021
- Bolaget går in i nästa fas av sin tillväxtresa och globala expansion – grundaren Niklas Bakos riktar fokus på produktstrategi medan Tobias Knutsson befordras till VD
- Bolaget och Verizon Media tillkännager ny affär som ger ett stort antal varumärken och målgrupper tillgång till Advertys innovativa annonsformat inom spel
- Bolaget fortsätter sin snabba expansion med utnämning av finanschef
- Bolaget erhåller ett andra patent i USA för sin view-ability-teknik för in-game-annonser

- Adverty lanserar In-Play™- och In-Menu™-annonser i Magic Finger 3D och World Hockey Manager 2021
- Mamboo Games lanserar sömlös In-Play™-annonsering i samarbete med Adverty
- Adverty meddelar utfall av teckning i incitamentsprogram 2021/2024

Juli–september 2021

- Bolaget etablerar lokal närvaro i Turkiet, där Istanbul växer fram som den hetaste nya hubben för spel och teknik i Europa
- Franska hyper-casual-utgivaren TapNation integrerar Bolagets in-game-annonsering i flertalet spel
- Bolaget ingår samarbete med Azerion för att ytterligare stärka den programmatiska räckvidden för in-game-annonsering

Oktober–december 2021

- Adverty genomför företrädesemission
- Adverty ingår samarbete med Adsmovil för att accelerera försäljningstillväxten i Latinamerika
- Adverty inleder samarbete med Livewire för att accelerera försäljningstillväxten i Asien och Stillahavsområdet
- Adverty ingår partnerskap med Smart för bredare tillgång till sömlösa in-game-annonser
- Adverty vinnare i Techarenan Challenge 2021
- Adverty får ett tredje patent i USA för BrainImpression™, som tar tekniken för annonsvisningsbarhet till mobilspel, TV-skärmar och det växande metaverse



April–juni 2021

- Adverty inleder exklusivt partnerskap med den nederländska hyper casual-utgivaren Lucky Kat Studios
- Adverty tillkännager nytt samarbete med Oracle Moat för förbättrade mätningar inom in-gameannonseringsplattformen
- Adverty och InMobi lanserar in-game-annonsering för globala varumärken och mediebyråer
- Adverty tillkännager partnerskap med hyper-casual-utgivaren Playducky

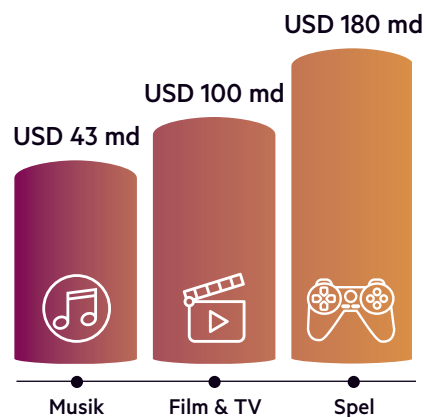
Spel är den största underhållningen

Adverty är verksamma på en marknad som huvudsakligen innefattar annonsering på den globala och digitala spelmarknaden. Marknaden består av mobilspel, PC- och konsolspel samt spel inom Virtual Reality/Augmented Reality (VR/AR).

Den genomsnittliga årliga tillväxten mellan 2021 och 2025 för samtliga av dessa plattformar inom in-gaming-annonsering beräknas uppgå till cirka 16 procent¹. Den globala marknaden för enbart in-game-annonsering beräknas ha en tillväxttakt som uppgår till över 20 procent fram till år 2027. In-game-annonser använder typiska IAB-annonsmaterial för att möjliggöra reklamkomponenter i en

De flesta väljer spel för underhållning

Annonsinvesteringarna i spel är större än musik och film och tv tillsammans.



Källa: Statista, Forbes, 2021.

realtidsreklam-kampanj inom videospel. Marknadsförare kan därmed få sina varumärken synliga inuti interaktiva spel.

Ökad efterfrågan på mobilspel samt ökad räckvidd förväntas driva marknadstillväxten. In-gaming-annonserna är icke-påträngande och förhöjer därmed upplevelsen för användaren samtidigt som annonserna kan generera extra intäkter för spelutvecklarna².

Skärmar

In-game-annonsering är förekommande i mobilspel, PC- och konsolspel samt VR/AR. Tillväxten för respektive plattform skiljer sig åt, annonsering i mobilspel är det segment där marknadstillväxten beräknas vara störst under de kommande åren.

Mobil

Under år 2020 uppgick de globala annonsinvesteringarna via mobilspel till cirka 33 miljarder US-dollar. Detta utgör mer än hälften av de totala annonsintäkterna inom spelmarknaden. År 2025 beräknas annonsinvesteringarna via mobilspel uppgå till drygt 131 miljarder US-dollar³. Mobilspel återfinns på olika plattformar såsom Apple IOS, Sun Java och Google Android⁴.

PC- och konsolspel

Andelen spelare som väljer PC- och konsolspel är högt i de flesta regioner. Användandet av framför allt datorer förväntas stödja spel med hög grafisk upplösning, vilket utgör en grund till att detta segment kommer att hålla sig på jämna intäktsgenererande nivåer

framgent⁵. Av den totala intäktsgenereringen inom den globala spelmarknaden förväntas PC-spel utgöra 20 procent medan marknaden för konsolspel förväntas utgöra 28 procent⁶.

VR/AR

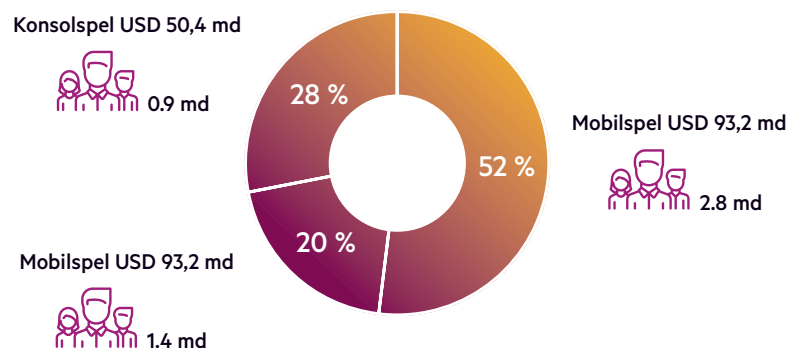
Virtuell verklighet (VR) är ett samlingsnamn för datogenerade skenvärldar i vilka användaren upplever sig vara och agera i. Förstärkt verklighet (AR) är ett fenomen där virtuella objekt placeras och interagerar med användarens riktiga omgivning, antingen genom mobilkameran, surfplattor eller smarta glasögon. Marknadsstorleken för VR samt AR förväntas uppgå till totalt cirka 31 miljarder US-dollar under 2021, och vid år 2024 till 300 miljarder US-dollar⁷.

- 1 Technavio, In-Game Advertising Market to grow by USD 3.54 billion during 2021–2025. Augusti 2021.
- 2 Market Publishers, Global In-Game Advertising Market Size Study, by Ad Type, Game Type and Regional Forecasts 2021–2027. Maj 2021.
- 3 Statista, Mobile gaming advertising spending worldwide from 2020 to 2025. Oct 2021.
- 4 Data Intelligence, Global In-Game Advertising Market is segmented by Ad Type, Game Type and by Region – outlook 2021–2028. 2019.
- 5 Businesswire, In-Game Advertising Market Trends and Forecast 2020–2025. Juli 2020.
- 6 Newzoo, Global Games Market to Generate USD 175.8 Billion in 2021. Maj 2021.
- 7 Statista, Augmented (AR), virtual reality (VR) and mixed reality (MR) market size worldwide from 2021–2024. November 2021.

VÅR OMVÄRLD

Nå tre miljarder användare, varav hälften är kvinnor

Annonsinvesteringar samt användare inom respektive kategori.



Källa: Newzoo, 2022.

Annonsstrategier och mätbarhet

Annonseringsteknologier (adtech) innefattar de mjukvaror och verktyg som varumärken använder som strategi för att hantera sina digitala reklamaktiviteter, inklusive in-game-annonsering. Det finns många olika typer av annonsstrategier inom in-game-annonsering som spelutvecklare kan använda för att öka sina intäkter. Exempel på dessa är premierade videoannonser, offer-wall-annonser samt mellansideannonser. Annonserna som presterar bäst och levererar högst effektiv kostnad per tusen intryck (eCPM) är de som är direktintegrerade i spelen och kompletterar spelökonomien, det vill säga annonser som är delar av spelet. Genom detta blir annonserna en del av spelupplevelsen och kan hjälpa till att förbättra applikationens engagemang⁸.

Utöver eCPM finns det andra mått som kan utvärdera annonsernas effektivitet. I samband med marknadsföring av varumärken pratar man främst om räckvidd, visningar och engagemang. Denna

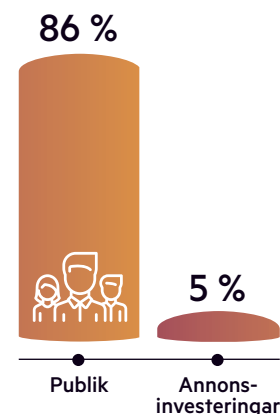
uppdelning har gjorts i syfte att skilja på hur många individer som har sett annonsen kontra hur många som har utfört en aktivitet till följd av annonsen.

För att fördjupa denna analys kan annonsören använda sig av data från synbarhetsteknologi i form av eyetracking, sensor teknologi som kan läsa av användarens närvaro och i realtid se vart personen tittar. Marknaden för eyetracking-data förväntas uppgå till 1 miljard US-dollar år 2025, från drygt 400 miljoner US-dollar år 2020⁹. En av de mest använda synbarhetsteknologierna är värme-kartor (heatmaps)¹⁰. Denna typ av teknologi möjliggör att annonsörer kan betala enbart för de annonser som användaren inuti ett spel eller applikation faktiskt ser.

Utmaningar

Fler användare utnyttjar funktionen för annonsblockering, vilket utgör en utmaning för digitala annonser generellt. Sömlösa annon-

Stor potential för utveckla varumärken i spelmiljöer



Av varumärkens marknadsföringsbudget för digitala medier används cirka 95 procent för sociala medier. Investeringarna sjunker till följd av oro för varumärkets integritet i dessa kanaler.

Annonsörer tittar i ökande grad på spel och metaverser för att hitta sin nya mediemix.

Annonsinvesteringar i spel- och metavers-miljöer kommer att öka kraftigt under de kommande fem åren. Spelpubliken utgör redan 86 procent av räckvidden i sociala medier (3 miljarder jämfört med 3,5 miljarder), vilket möjliggör en sömlös och varumärkessäker, kontextuell metod för varumärken att nå sin publik.

Spel och Metaverse kommer att bli den viktigaste mediekanalen för alla varumärken under innevarande decennium.

Källa: OMD.

ser i spel är ytterligare en utmaning för den marknad som Adverty är verksamma inom. Annonserna inuti spelen måste förbli läsbara och trovärdiga i en mängd olika dimensioner och perspektiv. För att uppnå detta krävs spelutvecklare som förses med ett förstklassigt mjukvaruutvecklingspaket (software development kit, SDK) som byggs med både spelutveckling och annonsteknologi i åtanke. Detta är avgörande eftersom annonsen ska vara integrerad i en spelmotor som reagerar i realtid¹¹.

⁸ IronSource, In-game advertising and ads in games. 2021.

⁹ Markets and Markets, Eye Tracking Market with COVID-19 impact Analysis by Offering, Tracking Type, Application, Vertical and Geography. 2021.

¹⁰ Imotions, 10 Most Used Eye Tracking Metrics and Terms. 2020.

¹¹ Forbes, In-Game Advertising's Challenge: Preserve The Gaming Experience, Power AD Quality. Juni 2021.

Vi stärker varumärken

Adverty hjälper producenter och säljare att förmedla sina budskap, så att deras potentiella kunder också uppfattar det avsändande företaget på det sätt de vill uppfattas i kanaler där kunden är aktiv och som uppskattas av kunden.



Adverty sammanför varumärken och människor genom sin revolutionerande och patenterade annonseringsteknik byggd för spel. Bolagets plattform låter kreatörer och utvecklare monetarisera den fullständiga spelupplevelsen med icke-påträngande, lättintegrerade, sömlösa In-Play™ och In-Menu™ annonser.

Idag har vi en mängd medier, tryckta, ljud, bild och digitala som kombinerar olika tekniker. Olika medier har sina fördelar och nackdelar ur ett kommunikationsperspektiv. Genom historien har annonsering i ett medium varit viktig för att finansiera produktion och spridning av innehållet. Reklam har anpassats till användarens situation och förutsättningar, exempelvis radioreklam kan riktas mot exempelvis bilförare inom ett specifikt geografiskt område men saknar ett visuellt budskap. TV-reklam förmedlar både rörlig bild och ljud men garanterar varken sändningskvalitet eller att någon sitter framför skärmen. Reklam i dator eller i mobil ökar sannolikheten att det finns konsumentnärovar men användaren blir ofta irriterad då reklamen stör eller tar omotiverat utrymme på en liten skärm.

De ansvariga för en tidning, radio- eller tv-kanal drivs av det redaktionella innehållet eller idén om en optimal spelupplevelse där reklam helst inte ska synas eller ta plats. Många annonsörer är medvetna om vilka risker det finns att annonser skapar negativa känslor och lägger tid och pengar på förstudier och mätningar. För dessa medvetna annonsörer är Adverty en partner som kan svara på detaljerade frågor om hur annonsen ska placeras optimalt för att ge bästa reaktion och avkastning på gjord investering.

Vår vision

Advertys vision är att ändra definitionen av annonsering för nästa stora digitala fenomen, virtuell och förstärkt verklighet (VR och AR).

När VR och AR når massmarknad vill Adverty att bolagets teknik ses som det självklara alternativet för annonsörer och utgivare.

Vår affärsidé

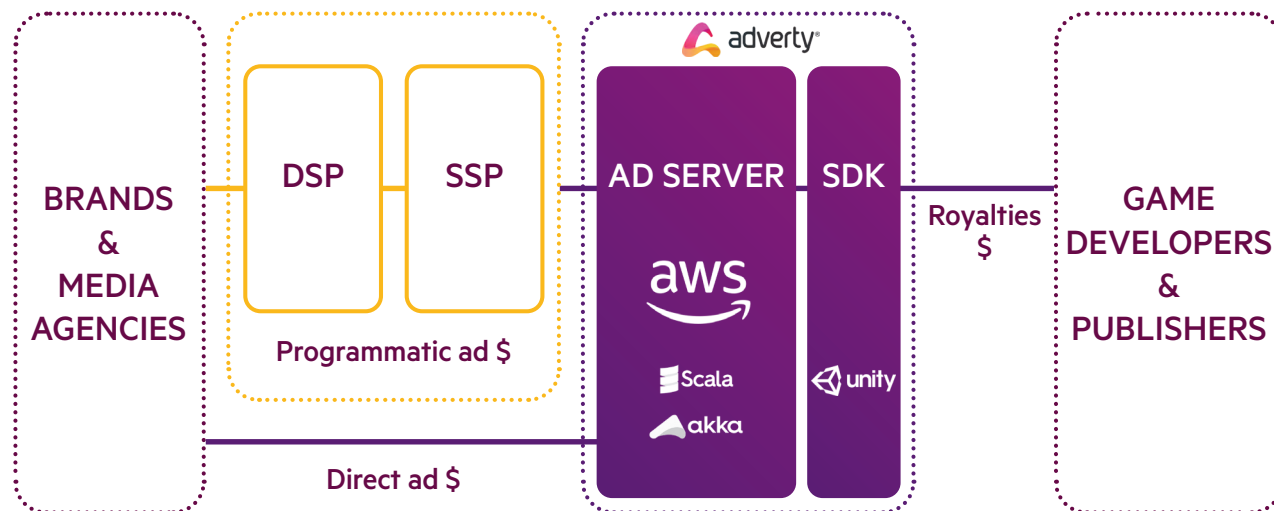
Advertys affärsidé är att genom sin plattform driva och leda utvecklingen av automatiserad, sömlöst integrerad och icke-påträngande annonsering i spel, främst inom mobil, men även inom VR/AR (virtuell och förstärkt verklighet).

Vår strategi

Adverty strävar efter att vara den globalt ledande aktören inom sömlös digital marknadsföring inuti spel och applikationer genom att:

- bygga banbrytande teknik för annonsering i dessa nya medier som ritar om kartan för hur digital annonsering definieras
- jobba nära branschorgan för att sätta standarder inom VR- och AR-annonsering, samt
- ingå avtal med annonsörer, mediebyråer och utgivare för att erövrade marknadsandelar.

VI STÄRKER VARUMÄRKEN



Vår affärsmodell stärker varumärken

Adverts affärsmodell innebär att vi erbjuder alla parter den bästa lösningen för att stärka deras varumärken och samtidigt skapa affärer. Vi vill använda den växande VR- och AR-tekniken för att förändra reklamindustrin både genom att erbjuda annonsörer ett nytt digitalt, immersivt och interaktivt media samt ett sätt att endast ta betalt för den exponering som faktiskt tas upp av användaren.

Intäktsmodellen grundar sig i att dela annonsintäkter med utgivare av spel och applikationer. Beroende på typ av kampanj genereras intäkten vid en visning, klick eller annat engagemang såsom en nedladdning. I befintliga kundavtal ligger Adverts andel mellan 20 och 50 procent av den totala annonsintäkten. Bolag erhåller hela intäkten innan delning sker, vilket leder till

ökad omsättning och starkare kassaflöde. På annonsörsidan arbetar Adverts, direkt eller via mediebyråer, med globala varumärken och med programmatiska handelsplatser.

Vårt mjukvaruutvecklingspaket (SDK)

För att göra det smidigt och enkelt för utvecklare och användare i arbetet med annonsering fokuserar Adverts på att behålla sitt mjukvaruutvecklingspaket så litet som möjligt. Adverts testprestanda med ASA Digital visar en försumbar prestandapåverkan på applikationer. Vidare fokuserar Adverts på att förenkla placeringen av annonser i spel och applikationer, bland annat genom att erbjuda färdiga mallar som samtidigt tillåter annonsörer att bygga sina egna annonsplatshållare och välja om dessa ska vara klickbara eller icke-klickbara.

* med fler än 1 000 inloggningar per månad under 2021.

3 868 %

Ökningen av antalet visningar under 2021

239 %

Ökning av Fillrate

155 %

Ökning av antalet utvecklare/publicister*

VI STÄRKER VARUMÄRKEN

Vår programmatiska plattform

Adverty har utvecklat en plattform för automatiserade annonser som kan publiceras i spel eller andra program som använder Virtual Reality ("VR") eller Augmented Reality ("AR") i kanaler som datorer samt mobiltelefoner.

Advertys programmatiska plattform är världens första automatiserade och sömlösa annonser i spel. Bolagets plattform baseras på egenutvecklad och patenterad teknik, vilken bland annat bygger på studier kring ögat, dess synfält och uppfattningsförmåga. Med denna teknik kan Adverty mäta hur mycket en person exponeras för en viss annons genom att hur och var användaren fokuserar sin blick. Därmed kan Advertys teknik avgöra om användaren har sett en annons och faktiskt uppmärksammat den, eller om den bara passerat i periferin.

Advertys plattform möjliggör varumärkesreklam i virtuell och förstärkt verklighet (VR/AR) riktad mot konsumenten. Unika

algoritmer, baserade på vetenskapen om den mänskliga synen, gör att användaren kan interagera med en annons i den virtuella eller förstärka verkligheten, på rätt plats och vid rätt tidpunkt.

Advertys annonsplattform finns tillgänglig på några av världens största handelsplatser för automatiserad handel av digitala annonser. Anledningen för en annonsör eller mediebyrå att välja Adverty och bolagets teknik är att annonsören kan marknadsföra sig i den kontext som ger maximal effekt. Detta sker genom att annonsen på olika sätt anpassas till den miljö användaren valt. Med en djup förståelse för i vet sammanhang och vilken omgivning reklamen visas kan Adverty erbjuda användaren relevant innehåll och på så sätt öka exponeringen och intresset för annonser. De tre områden VR, AR och mobil ger Advertys plattform en bredd och ett utbud som attraherar aktörer från stora delar av den digitala medie- och underhållningsindustrin.

Vår teknik – In-Game Viewability Technology

Faktiskt sedda annonser, visningsbarhet eller viewability, är det viktigaste måttet i varumärkesreklam. Som marknadsledande aktör har Adverty tre amerikanska patent för mäta visningar och verifiera att annonsen sågs av användaren i spelet. Vår teknik för annonsvisningsbarhet verifierar att annonsen faktiskt ses i spelet genom att ta beräkna storlek, position, rotation, betraktnings- och lutningsvinklar för annonsen, eventuella störande objekt, ljusförhållanden och skärmtiden.

BrainImpression™ (patent 8 december 2020)

tekniken för annonsvisningsbarhet till VR- och AR-enheter

ColorImpression™ (patent 30 mars 2021)

Enhetsoberoende beräkningsmetod för BrainImpression algoritmen

BrainImpression™ (patent 3 november 2021)

teknik för annonsvisningsbarhet för alla spelplattformar som

mobilspele, TV-skärmar och det växande metaverse

VIRTUELL VERKLIGHET (Virtuell Reality – VR)

Advertys plattform för immersiv varumärkesannonser är tillgänglig i virtuella miljöer liknande de i traditionell utomhusreklam (Out-Of-Home), men med ytterligare stöd för 360-videoannonsering. 3D-produktplacering och interaktiva varumärkesvärldar som annonsformat.



FÖRSTÄRKT VERKLIGHET (Augmented Reality – AR)

Den unika plattformen för förstärkt varumärkes- och prestationsannonsering i mobilen, med stöd för Apple ARKit och Google ARCore möjliggör sömlösa virtuella annonser i verkliga världen.



MOBILTELEFONER (Mobile)

Plattformen för sömlös in-game-annonsering för mobilen flyttar annonsen från de traditionella ytorna i spelets menyer rakt in i spelets händelser, där användaren spenderar mesta delen av sin tid.



Kunder och programmatiska handelsplatser

Adverty samarbetar med annonsörer, antingen direkt med varumärken eller genom mediebyråer samt på den programmatiska plattformen. Utgivarna råder över sin egen kanal och säljer annonser för att öka intjäningen på sin produkt. Utgivarna är sedan vanligt applikations- och spelutvecklare.

Mellan annonsörer och utgivare sker ett annonsutbyte och då används sedan vanligt DSP (demand-side platform) respektive SSP (supply-side platform). DSP är en plattform som erbjuder annonsörer möjlighet att köpa annonsutrymme och SSP är en plattform som utgivare använder för att automatisera försäljningen av annonsytor, dvs programmatiska handelsplatser. För att öka försäljningen har Adverty ingått avtal med SSP:erna Yahoo, Azerion, Smart, PubMatic, Smaato och InMobi. Advertys plattform erbjuder funktioner för såväl annonsörer som utgivare. Annonsörer och utgivare står på varsin sida av utbytet av annonser och -utrymme.

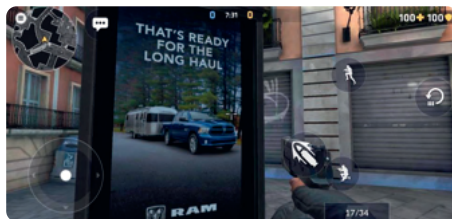
Advertys plattform är integrerad med Unity, den programvara som majoriteten av spelen konstrueras i. In-game-lösningen fungerar i både enkla och komplexa applikationer, i mobilspele eller inom VR/AR. Under 2021 har Adverty tecknat avtal med Gold Town Games som avser att använda Advertys verktyg för sömlösa In-Play™ samt In-Menu™-annonser i spelet World Hockey Manager.

Våra lösningar

In-Play™ – View-to-Action

Denna form av annonser är den ursprungliga idén avseende varumärkesannonsering. Den faktiska skillnaden mellan In-Menu™-annonser är att In-Play™-annonser inte visas i själva menyn till spelet, utan enbart visas under spelets gång.

- Naturlig placering och samtidigt diskret varumärkesreklam (utan klick)
- Lämplig och hög synlighet för varumärket, exponering under hela spelets gång
- Miljöer som skyddar och stärker varumärket
- Multipatenterad verifierad synlighet i spelet
- Från visning till handling



In-Menu™ – Click-to-Action

Adverty har uppfunnit och lanserat ett nytt format för varumärkesannonsering. In-Menu™ möjliggör kontextuella relevanta IAB-banner-annonser på menyskränor mellan spel. Den interaktiva karaktären hos In-Menu™-annonser kombinerar diskret varumärkesannonsering med en uppmaning, vilket gör att annonsörer kan leverera varumärkesbudskap och valfria åtgärder, inklusive direkta köpvägar.

- Klickbar varumärkesreklam i spelet
- Utformad för att vara en naturlig del av spelets menyupplevelse, inga irriterande placeringar
- Multipatenterad verifierad synlighet i spelet
- Brand-säkra miljöer utan annons-blockerare
- Från visning till handling



VI STÄRKER VARUMÄRKEN

Var kan du se våra lösningar?

Våra partners spelutvecklare/publicister i urval:



Styrelse



JOACHIM ROOS Styrelseordförande

Född: 1960
Styrelseledamot sedan: 2019
Ägande i Adverty AB*: 30 800 aktier

Joachim har närmare 30 års erfarenhet av ledande befattningar och entreprenörskap i tekniktunga startupbolag inom datorsystem, mikroelektronik, operatörsnätverk, TV, broadcast och videostreaming. Joachim har lång erfarenhet av internationell kapitalanskaffning, tidvis under krävande makroekonomiska omständigheter. Senast medgrundade Joachim streamingbolaget Edgeware. Joachim var VD för bolaget under 13 års tid genom alla faser från tidig idé och riskkapitalfinansiering till en internationell verksamhet med en omsättning på dryga 250 miljoner och en framgångsrik börsintroduktion på Stockholmsbörsens huvudlista. Joachim har en licentiatexamen i datorteknik med inriktning på datorsystem och mikroelektronik från Lunds Tekniska Högskola. Han har också en magisterexamen i datalogi (M.Sc. Computer Science) från samma högskola.



NIKLAS BAKOS Styrelseledamot och Strategichef

Född: 1978
Styrelseledamot sedan: 2017
Ägande i Adverty AB*: 2 600 000 aktier

Niklas började att forma sin vision kring sömlös annonsering sent 2015 och grundade Adverty kort därefter. Med närmare två decenniers erfarenhet inom mobilspelsbranschen och mobil adtech, har han jobbat på olika startup-bolag och ledande aktörer inom branschen, såsom GluMobile, NamcoBandai och StartApp. Niklas har en civilingenjörsexamen i Medieteknik från Linköpings Universitet.



NICLAS KJELLGREN Styrelseledamot

Född: 1978
Styrelseledamot sedan: 2017
Ägande i Adverty AB*: 3 552 697 aktier

Niclas har en studiebakgrund från KTH Stockholm elektroteknik, med inriktning elektromagnetisk vågfältsutbredning. Han har startat och framgångsrikt drivit flertalet konsultbolag i Kista med kunder som Ericsson, Nokia etcinom området mobilnät med inriktning RF-teknik. Numera aktiv inom fastighetsutveckling. Niclas investerar också kontinuerligt i startupsmed primärt fokus på medtech, maskininlärning samt AR/VR. Lång erfarenhet av styrelsearbete och allmän bolagsdrift och är för närvarande invald i femton svenska bolagsstyrelser.



JONAS SÖDERQVIST Styrelseledamot

Född: 1968
Styrelseledamot sedan: 2020
Ägande i Adverty AB*: 6 000 aktier

Jonas har jobbat inom media i mer än 20 år och har under de senaste 15 åren suttit på ledande positioner. MTG (Nent), Smartclip, SpecificMedia, YuMe, Mediakompaniet, Sellbranch, MTV och PubMatic är några av de bolag som Jonas har arbetat med. Inom dessa bolag har han arbetat med allt från print till linjär-TV, radio, utomhusannonsering och digital media. De senaste fyra åren har Jonas arbetat med programmatisk handel och ser en mycket ljus framtid inom detta område. I och med detta har han även varit medlem i IAB Programmatic Task Force de senaste två åren.

* Innehavet inkluderar eget och närståendes innehav, privat eller via bolag, per 31 december 2021.

Ledning



JONAS SÖDERQVIST VD

Född: 1968
Anställd sedan: 2020
Ägande i Advertly AB*: 6 000 aktier

Jonas har jobbat inom media i mer än 20 år och har under de senaste 15 åren suttit på ledande positioner. MTG (Nent), Smartclip, SpecificMedia, YuMe, Media-kompaniet, Sellbranch, MTV och PubMatic är några av de bolag som Jonas har arbetat med. Inom dessa bolag har han arbetat med allt från print till linjär-TV, radio, utomhusannonsering och digital media. De senaste fyra åren har Jonas arbetat med programmatisk handel och ser en mycket ljus framtid inom detta område. I och med detta har han även varit medlem i IAB Programmatic Task Force de senaste två åren.



NIKLAS BAKOS Strategichef

Född: 1978
Anställd sedan: 2017
Ägande i Advertly AB*: 2 600 000 aktier

Niklas började att forma sin vision kring sömlös annonsering sent 2015 och grundade Advertly kort därefter. Med närmare två decenniers erfarenhet inom mobilspelsbranschen och mobil adtech, har han jobbat på olika startup-bolag och ledande aktörer inom branschen, såsom GluMobile, NamcoBandai och StartApp. Niklas har en civilingenjörsexamen i Medieteknik från Linköpings Universitet.



ANDERS RÖSSEL Finanschef

Född: 1973
Anställd sedan: 2021
Ägande i Advertly AB*: 3 000 aktier och 140 000 teckningsoptioner

Anders Rössel har gedigen erfarenhet inom ekonomi och finans. Senast kommer Anders från rollen som svensk CFO för ett multinationellt bolag inom försäkringsbranschen. Dessförinnan arbetade han som Head of Business Control på en utav de större igaming-koncernerna – Cherry, där han även jobbade med M&A och Investor Relations. Anders har en civilekonomexamen från Lunds universitet. Han har en entreprenöriell ådra, är passionerad för Start-ups och har själv startat ett framgångsrikt bolag.



CALLE STÉNSON Teknikchef

Född: 1993
Anställd sedan: 2022
Ägande i Advertly AB*: 140 000 teckningsoptioner

Calle började på Advertly under bolagets initiala fas i slutet av 2016 och har varit en viktig del i utvecklingen av Advertlys revolutionerande annonsplattform och patentportfölj, genom att leda i både SDK-teamet och olika FoU-aktiviteter sedan 2017. Han trivs i tekniska djupdykningar samt att tänja på gränserna för vad som är tekniskt möjligt.



THORBJÖRN WARIN Affärsutvecklingschef

Född: 1979
Anställd sedan: 2021
Ägande i Advertly AB*: 8 000 aktier och 140 000 teckningsoptioner

Thorbjörn Warin har över 15 års internationell erfarenhet från alla sidor av mobilspelsbranschen. Han har varit verksam både inom spelföretag såväl som inom adtech-branschen och har skaffat sig mångårig erfarenhet från snabbväxande start-ups inom digitala tillväxtområden. Ursprungligen från Stockholm men boende utomlands sedan 2006. Bor och verkar i Helsingfors.

REVISOR

Advertlys revisor är Fredrik Lundberg på R3 Revisionsbyrå KB. Fredrik Lundberg är auktoriserad revisor och medlem i FAR (branschorganisationen för auktoriserade revisorer). Revisorns kontorsadress är R3 Revisionsbyrå, Riddargatan 30, 114 57 Stockholm.

* Innehavet inkluderar eget och närståendes innehav, privat eller via bolag, per 31 december 2021.

Förvaltningsberättelse

Styrelsen och verkställande direktören för Adverty AB (publ) avger följande årsredovisning för räkenskapsåret 2021.

Årsredovisningen är upprättad i svenska kronor, SEK. Om inte annat särskilt anges, redovisas alla belopp tusentals svenska kronor (KSEK). Uppgifter inom parentes avser föregående år om inte annat anges.

Information om verksamheten

Bolaget bedriver utveckling och drift av annonslösningar för mobilspel. Bolaget har utvecklat en revolutionerande display-annonseringsteknik byggd för spel. Den tekniska plattformen låter utvecklare kunna nyttja icke-påträngande annonser.

Företaget har sitt säte i Stockholm.

Väsentliga händelser under räkenskapsåret

- Bolaget och mobilspelsutvecklaren Gold Town Games inleder strategiskt partnerskap
- Bolaget tillförs cirka 10 MSEK till följd av nyttjade tekningsoptioner av serie 2020/2021
- Bolaget tilldelas TAG:s certifieringsmärkning för varumärkes-säkerhet efter validering av ABC
- Styrelsen beslutar om ändring av villkoren för tekningsoptioner av serie 2020/2021
- Bolaget går in i nästa fas av sin tillväxtresa och globala expansion – grundaren Niklas Bakos riktar fokus på produktstrategi medan Tobias Knutsson befordras till VD
- Bolaget och Verizon Media tillkännager ny affär som ger ett stort antal varumärken och målgrupper tillgång till Advertys innovativa annonsformat inom spel
- Bolaget fortsätter sin snabba expansion med utnämning av finanschef
- Bolaget erhåller ett andra patent i USA för sin viewability-teknik för in-game-annonser
- Adverty inleder exklusivt partnerskap med den nederländska hyper casual-utgivaren Lucky Kat Studios

- Adverty tillkännager nytt samarbete med Oracle Moat för förbättrade mätningar inom in-gameannonseringsplattformen
- Adverty och InMobi lanserar in-game-annonsering för globala varumärken och mediebyråer
- Adverty tillkännager partnerskap med hyper-casual-utgivaren Playduky
- Adverty lanserar In-Play™- och In-Menu™-annonser i Magic Finger 3D och World Hockey Manager 2021
- Mamboo Games lanserar sömlös In-Play™-annonsering i samarbete med Adverty
- Adverty meddelar utfall av teckning i incitamentsprogram 2021/2024
- Bolaget etablerar lokal närvaro i Turkiet, där Istanbul växer fram som den hetaste nya hubben för spel och teknik i Europa
- Franska hyper-casual-utgivaren TapNation integrerar Bolagets in-game-annonseringsteknik i flertalet spel
- Bolaget ingår samarbete med Azerion för att ytterligare stärka den programmatiska räckvidden för in-game-annonsering
- Adverty genomför företrädesemission
- Adverty ingår samarbete med Adsmovil för att accelerera försäljningstillväxten i Latinamerika

- Adverty inleder samarbete med Livewire för att accelerera försäljningstillväxten i Asien och Stillahavsområdet
- Adverty ingår partnerskap med Smart för bredare tillgång till sömlösa in-game-annonser
- Adverty vinnare i Techarenan Challenge 2021
- Adverty får ett tredje patent i USA för BrainImpression™, som tar tekniken för annonsvisningsbarhet till mobilspel, TV-skärmar och det växande metaverse.

Förslag till vinstdisposition

Styrelsen föreslår att till förfogande stående vinstmedel (kronor):

Ansamlad förlust	10 402 164
Överkursfond	9 709 123
Årets förlust	-22 040 424
	-1 929 137

Disponeras så att i ny räkning överföres -1 929 137

Företagets resultat och ställning i övrigt framgår av efterföljande resultat- och balansräkning samt kassaflödesanalys med noter.

Flerårsöversikt

KSEK	2021	2020	2019	2018
Nettoomsättning	4 769	689	187	46
Eget kapital	18 035	30 260	-1 503	7 711
Resultat efter finansiella poster	-22 040	-15 093	-12 198	-8 363
Avkastning på eget kapital, %	-122,2	-49,9	811,5	-108,5
Balansomslutning	28 454	32 144	9 504	9 950
Soliditet, %	63,4	94,1	-15,8	77,5
Antal anställda	8	9	7	5

Finansiella rapporter

Resultaträkning			
KSEK	Not 1	2021	2020
Nettoomsättning		4 769	689
Aktiverat arbete för egen räkning		0	901
Övriga rörelseintäkter		544	199
		5 313	1 789
Rörelsens kostnader			
Råvaror och förnödenheter		-8 187	-3 147
Övriga externa kostnader		-8 118	-5 060
Personalkostnader	2	-10 565	-8 369
Avskrivningar och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningkostnader		-212	-184
Övriga rörelsekostnader		-261	-102
		-27 343	-16 863
Rörelseresultat		-22 030	-15 074
Resultat från finansiella poster			
Ränteintäkter och liknande resultatposter		0	0
Räntekostnader och liknande resultatposter		-10	-19
		-10	-19
Resultat efter finansiella poster		-22 040	-15 093
Resultat före skatt		0	0
Årets resultat		-22 040	-15 093

Balansräkning			
KSEK	Not	31 dec 2021	31 dec 2020
TILLGÅNGAR	1		
Anläggningstillgångar			
Immateriella anläggningstillgångar			
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten och liknande arbeten	3	18 900	13 116
Koncessioner, patent, licenser, varumärken samt liknande rättigheter	4	432	600
		19 332	13 716
Materiella anläggningstillgångar			
Inventarier, verktyg och installationer	5	38	18
		38	18
Finansiella anläggningstillgångar			
Andra långfristiga fordringar	6	0	75
		0	75
Summa anläggningstillgångar		19 370	13 809
Omsättningstillgångar			
Kortfristiga fordringar			
Kundfordringar		2 353	89
Övriga fordringar		492	328
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter		1 058	459
		3 903	876
Kassa och bank		5 181	17 458
Summa omsättningstillgångar		9 084	18 334
SUMMA TILLGÅNGAR		28 454	32 143

Balansräkning			
KSEK	Not	31 dec 2021	31 dec 2020
EGET KAPITAL OCH SKULDER	1		
Eget kapital	7		
Bundet eget kapital			
Aktiekapital		1 064	958
Fond för utvecklingsutgifter		18 900	13 116
		19 964	14 074
Fritt eget kapital			
Fri överkursfond		9 079	49 451
Balanserad vinst eller förlust		10 402	-18 172
Årets resultat		-22 040	-15 093
		-1 929	16 186
Summa eget kapital		18 035	30 260
Långfristiga skulder			
Skulder till kreditinstitut		0	162
Övriga skulder		457	0
Summa långfristiga skulder		457	162
Kortfristiga skulder			
Leverantörsskulder		1 832	586
Aktuella skatteskulder		56	0
Övriga skulder		5 338	378
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter		2 736	757
Summa kortfristiga skulder		9 962	1 721
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER		28 454	32 143

Kassaflödesanalys			
KSEK	Not	2021	2020
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN			
Resultat efter finansiella poster		-22 030	-15 093
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet		212	184
Betald skatt		56	0
Betald ränta		10	0
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital		-21 772	-14 909
Kassaflöde från förändring av rörelsekapitalet			
Förändring av kundfordringar		-2 263	-90
Förändring av kortfristiga fordringar		-765	87
Förändring av leverantörsskulder		1 245	-923
Förändring av kortfristiga skulder		6 941	-93
Kassaflöde från den löpande verksamheten		-16 614	-15 928
INVESTERINGSVERKSAMHETEN			
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	3, 4	-5 819	-5 895
Förvärv materiella anläggningstillgångar		-30	0
Förändring finansiella anläggningstillgångar	6	75	0
Kassaflöde från investeringsverksamheten		-5 774	-5 895
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN			
Nyemission		9 816	46 855
Upptagna lån		295	-8 107
Kassaflöde från finansieringsverksamheten		10 111	38 748
Årets kassaflöde		-12 277	16 925
Likvida medel vid årets början		17 458	533
Likvida medel vid årets slut		5 181	17 458

Förändring eget kapital						
KSEK	Aktie- kapital	Utvecklings- fond	Överkurs- fond	Balanserat resultat	Årets resultat	Totalt
2021						
Belopp vid årets ingång	958	13 116	49 451	-18 172	-15 093	30 260
Nyemission	106		9 709			9 815
Disposition enligt beslut av årets stämma			-49 451	34 359	15 093	0
Aktiverade kostnader		5 784		-5 784		0
Årets resultat					-22 040	-22 040
Belopp vid årets utgång	1 064	18 900	9 709	10 403	-22 040	18 035

Noter

Not 1 Redovisnings- och värderingsprinciper

Allmänna upplysningar

Årsredovisningen är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen och BFNAR 2012:1 Årsredovisning och koncernredovisning (K3).

Fordringar och skulder i utländsk valuta har värderats till balansdagens kurs. Kursvinster och kursförluster på rörelsefordringar och rörelseskulder redovisas i rörelseresultatet medan kursvinster och kursförluster på finansiella fordringar och skulder redovisas som finansiella poster.

Redovisningsprinciperna är oförändrade jämfört med föregående år.

Intäktsredovisning

Intäkter har tagits upp till verkligt värde av vad som erhållits eller kommer att erhållas och redovisas i den omfattning det är sannolikt att de ekonomiska fördelarna kommer att tillgodogöras bolaget och intäkterna kan beräknas på ett tillförlitligt sätt.

Immateriella tillgångar

Företaget redovisar internt utarbetade immateriella anläggningstillgångar enligt aktiveringsmodellen. Det innebär att samtliga utgifter som avser framtagandet av en internt utarbetad immateriell anläggningstillgång aktiveras och skrivs av under tillgångens beräknade nyttjandeperiod, under förutsättningarna att kriterierna i BFNAR 2012:1 är uppfyllda.

Anläggningstillgångar

Immateriella och materiella anläggningstillgångar redovisas till anskaffningsvärde minskat med ackumulerade avskrivningar enligt plan och eventuella nedskrivningar.

Avskrivning sker linjärt över den förväntade nyttjandeperioden med hänsyn till väsentligt restvärde. Följande avskrivningsprocent tillämpas:

Immateriella anläggningstillgångar

Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten	20 %
Koncessioner, patent och licenser	20 %

Materiella anläggningstillgångar

Inventarier, verktyg och installationer	20 %
---	------

Kassaflödesanalys

Kassaflödesanalysen upprättas enligt indirekt metod. Det redovisade kassaflödet omfattar endast transaktioner som medfört in- eller utbetalningar.

Som likvida medel klassificerar företaget, förutom kassamedel, disponibla tillgodohavanden hos banker och andra kreditinstitut samt kortfristiga likvida placeringar som är noterade på en marknadsplats och har en kortare löptid än tre månader från anskaffningstidpunkten. Förändringar i spärrade medel redovisas i investeringsverksamheten.

Nyckeltalsdefinitioner

Nettoomsättning

Rörelsens huvudintäkter, fakturerade kostnader, sidointäkter samt intäktskorrigeringar.

Eget kapital

Företagets nettotillgångar, dvs skillnaden mellan tillgångar och skulder.

Resultat efter finansiella poster

Resultat efter finansiella intäkter och kostnader men före bokslutsdispositioner och skatter.

Avkastning på eget kap. (%)

Resultat efter finansiella poster i procent av justerat eget kapital (eget kapital och obeskattade reserver med avdrag för uppskjuten skatt).

Balansomslutning

Företagets samlade tillgångar.

Soliditet (%)

Justerat eget kapital (eget kapital och obeskattade reserver med avdrag för uppskjuten skatt) i procent av balansomslutning.

Antal anställda

Medelantal anställda under räkenskapsåret.

Not 2 Medeltalet anställda

	2021	2020
Medeltalet anställda	8	9

FINANSIELLA RAPPORTER

Not 3 Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten och liknande arbeten

KSEK	31 dec 2021	31 dec 2020
Ingående anskaffningsvärden	13 116	7 340
Inköp	5 784	5 776
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	18 900	13 116
UTGÅENDE REDOVISAT VÄRDE	18 900	13 116

Not 4 Koncessioner, patent, licenser, varumärken samt liknande rättigheter

KSEK	31 dec 2021	31 dec 2020
Ingående anskaffningsvärden	992	873
Inköp	34	119
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	1 026	992
Ingående avskrivningar	-392	-214
Årets avskrivningar	-202	-178
Utgående ackumulerade avskrivningar	-594	-392
UTGÅENDE REDOVISAT VÄRDE	432	600

Not 5 Inventarier, verktyg och installationer

KSEK	31 dec 2021	31 dec 2020
Ingående anskaffningsvärden	28	28
Inköp	30	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	58	28
Ingående avskrivningar	-10	-4
Årets avskrivningar	-10	-6
Utgående ackumulerade avskrivningar	-20	-10
UTGÅENDE REDOVISAT VÄRDE	38	18

Not 6 Andra långfristiga fordringar

KSEK	31 dec 2021	31 dec 2020
Ingående anskaffningsvärden	75	75
Avgående fordringar	-75	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	0	75
UTGÅENDE REDOVISAT VÄRDE	0	75

Not 7 Antal aktier och kvotvärde

	Antal aktier	Kvotvärde
Antal A-aktier	22 641 771	0,047
	22 641 771	

Not 8 Ställda säkerheter

KSEK	31 dec 2021	31 dec 2020
Företagsinteckning	300	300
	300	300

Not 9 Väsentliga händelser efter räkenskapsårets slut

- Adverty ingår exklusivt partnerskap med Super League Gaming för In-Play-annonsering i Roblox
- Jonas Söderqvist utses till ny VD i Adverty
- Adverty lanserar In-Play™-annonseringsteknik i första stora racingspelet från Wolves Interactive
- Adverty utser Calle Sténson som Chief Technology Officer
- Adverty lanserar två nya mobilspel genom partnerskap med Blayze Games

Stockholm 6 april, 2022

Joachim Roos
Ordförande

Niclas Kjellgren
Styrelseledamot

Niklas Bakos
Styrelseledamot

Jonas Söderqvist
Styrelseledamot och
verkställande direktör

Min revisionsberättelse har lämnats 6 april 2022

Fredrik Lundberg
Auktoriserad revisor

Revisionsberättelse

Till bolagsstämman i Adverty AB (publ)
Org.nr. 559100-5250

Rapport om årsredovisningen

Uttalanden

Jag har utfört en revision av årsredovisningen för Adverty AB (publ) för år 2021. Bolagets årsredovisning ingår på sidorna 15–20 i detta dokument.

Enligt min uppfattning har årsredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av Adverty AB (publ)s finansiella ställning per den 31 december 2021 och av dess finansiella resultat och kassaflöde för året enligt årsredovisningslagen. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningens övriga delar.

Jag tillstyrker därför att bolagsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen.

Grund för uttalanden

Jag har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing (ISA) och god revisionssed i Sverige. Mitt ansvar enligt dessa standarder beskrivs närmare i avsnittet ”Revisorns ansvar”. Jag är oberoende i förhållande till Adverty AB (publ) enligt god revisors-sed i Sverige och har i övrigt fullgjort mitt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Jag anser att de revisionsbevis jag har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för mina uttalanden.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att årsredovisningen upprättas och att den ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen. Styrelsen och verkställande direktören ansvarar även för den interna kontroll som de bedömer är nödvändig för att upprätta en årsredovisning som inte innehåller några väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag.

Vid upprättandet av årsredovisningen ansvarar styrelsen och verkställande direktören för bedömningen av bolagets förmåga

att fortsätta verksamheten. De upplyser, när så är tillämpligt, om förhållanden som kan påverka förmågan att fortsätta verksamheten och att använda antagandet om fortsatt drift. Antagandet om fortsatt drift tillämpas dock inte om styrelsen och verkställande direktören avser att likvidera bolaget, upphöra med verksamheten eller inte har något realistiskt alternativ till att göra något av detta.

Revisorns ansvar

Mina mål är att uppnå en rimlig grad av säkerhet om huruvida årsredovisningen som helhet inte innehåller några väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag, och att lämna en revisionsberättelse som innehåller mina uttalanden. Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men är ingen garanti för att en revision som utförs enligt ISA och god revisionssed i Sverige alltid kommer att upptäcka en väsentlig felaktighet om en sådan finns. Felaktigheter kan uppstå på grund av oegentligheter eller misstag och anses vara väsentliga om de enskilt eller tillsammans rimligen kan förväntas påverka de ekonomiska beslut som användare fattar med grund i årsredovisningen.

Som del av en revision enligt ISA använder jag professionellt omdöme och har en professionellt skeptisk inställning under hela revisionen. Dessutom:

- identifierar och bedömer jag riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller misstag, utformar och utför granskningsåtgärder bland annat utifrån dessa risker och inhämtar revisionsbevis som är tillräckliga och ändamålsenliga för att utgöra en grund för mina uttalanden. Risken för att inte upptäcka en väsentlig felaktighet till följd av oegentligheter är högre än för en väsentlig felaktighet som beror på misstag, eftersom oegentligheter kan innefatta agerande i maskopi, förfalskning, avsiktliga utelämnanden, felaktig information eller åsidosättande av intern kontroll.

- skaffar jag mig en förståelse av den del av bolagets interna kontroll som har betydelse för min revision för att utforma granskningsåtgärder som är lämpliga med hänsyn till omständigheterna, men inte för att uttala mig om effektiviteten i den interna kontrollen.
- utvärderar jag lämpligheten i de redovisningsprinciper som används och rimligheten i styrelsens och verkställande direktörens uppskattningar i redovisningen och tillhörande upplysningar.
- drar jag en slutsats om lämpligheten i att styrelsen och verkställande direktören använder antagandet om fortsatt drift vid upprättandet av årsredovisningen. Jag drar också en slutsats, med grund i de inhämtade revisionsbevisen, om huruvida det finns någon väsentlig osäkerhetsfaktor som avser sådana händelser eller förhållanden som kan leda till betydande tvivel om bolagets förmåga att fortsätta verksamheten. Om jag drar slutsatsen att det finns en väsentlig osäkerhetsfaktor, måste jag i revisionsberättelsen fästa uppmärksamheten på upplysningarna i årsredovisningen om den väsentliga osäkerhetsfaktorn eller, om sådana upplysningar är otillräckliga, modifiera uttalandet om årsredovisningen. Mina slutsatser baseras på de revisionsbevis som inhämtas fram till datumet för revisionsberättelsen. Dock kan framtida händelser eller förhållanden göra att ett bolag inte längre kan fortsätta verksamheten.
- utvärderar jag den övergripande presentationen, strukturen och innehållet i årsredovisningen, däribland upplysningarna, och om årsredovisningen återger de underliggande transaktionerna och händelserna på ett sätt som ger en rättvisande bild.

Jag måste informera styrelsen om bland annat revisionens planerade omfattning och inriktning samt tidpunkten för den. Jag måste också informera om betydelsefulla iakttagelser under revisionen, däribland de eventuella betydande brister i den interna kontrollen som jag identifierat.

Rapport om andra krav enligt lagar och andra författningar Uttalanden

Utöver min revision av årsredovisningen har jag även utfört en revision av styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för Adverty AB (publ) för år 2021 samt av förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust.

Jag tillstyrker att bolagsstämman behandlar förlusten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Grund för uttalanden

Jag har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige. Mitt ansvar enligt denna beskrivs närmare i avsnittet "Revisorns ansvar". Jag är oberoende i förhållande till Adverty AB (publ) enligt god revisorssed i Sverige och har i övrigt fullgjort mitt yrkesetiska ansvar enligt dessa krav.

Jag anser att de revisionsbevis jag har inhämtat är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för mina uttalanden.

Styrelsens och verkställande direktörens ansvar

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust. Vid förslag till utdelning innefattar detta bland annat en bedömning av om utdelningen är försvarlig med hänsyn till de krav som bolagets verksamhetsart, omfattning och risker ställer på storleken av bolagets egna kapital, konsolideringsbehov, likviditet och ställning i övrigt.

Styrelsen ansvarar för bolagets organisation och förvaltningen av bolagets angelägenheter. Detta innefattar bland annat att fortlöpande bedöma bolagets ekonomiska situation och att tillse att bolagets organisation är utformad så att bokföringen, medelsförvaltningen och bolagets ekonomiska angelägenheter i övrigt kontrolleras på ett tryggsamt sätt. Verkställande direktören ska sköta den löpande förvaltningen enligt styrelsens riktlinjer och anvisningar och bland annat vidta de åtgärder som är nödvändiga för att bolagets bokföring ska fullgöras i överensstämmelse med lag och för att medelsförvaltningen ska skötas på ett tryggsamt sätt.

Revisorns ansvar

Mitt mål beträffande revisionen av förvaltningen, och därmed mitt uttalande om ansvarsfrihet, är att inhämta revisionsbevis för att med en rimlig grad av säkerhet kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören i något väsentligt avseende:

- företagit någon åtgärd eller gjort sig skyldig till någon försumelse som kan föranleda ersättningsskyldighet mot bolaget, eller
- på något annat sätt handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Mitt mål beträffande revisionen av förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust, och därmed mitt uttalande om detta, är att med rimlig grad av säkerhet bedöma om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Rimlig säkerhet är en hög grad av säkerhet, men ingen garanti för att en revision som utförs enligt god revisionssed i Sverige alltid kommer att upptäcka åtgärder eller försummelser som kan föranleda ersättningsskyldighet mot bolaget, eller att ett förslag till dispositioner av bolagets vinst eller förlust inte är förenligt med aktiebolagslagen.

Som en del av en revision enligt god revisionssed i Sverige använder jag professionellt omdöme och har en professionellt skeptisk inställning under hela revisionen. Granskningen av förvaltningen och förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust grundar sig främst på revisionen av räkenskaperna. Vilka tillkommande granskningsåtgärder som utförs baseras på min professionella bedömning med utgångspunkt i risk och väsentlighet. Det innebär att jag fokuserar granskningen på sådana åtgärder, områden och förhållanden som är väsentliga för verksamheten och där avsteg och överträdelser skulle ha särskild betydelse för bolagets situation. Jag går igenom och prövar fattade beslut, beslutsunderlag, vidtagna åtgärder och andra förhållanden som är relevanta för mitt uttalande om ansvarsfrihet. Som underlag för mitt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust har jag granskat om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen.

Stockholm den 6 april 2022

Fredrik Lundberg
Auktoriserad revisor

Aktien och ägare

Information om marknadsplats

Nordic SME är en multilateral handelsplattform för listning och handel i aktier och aktierelaterade värdepapper tillhörande Nordic GrowthMarket NGM AB. En multilateral handelsplattform är en handelsplattform i enlighet med MiFID II (Markets in Financial Instruments Directive).

En investerare bör ha i åtanke att aktier och aktierelaterade värdepapper som är listade på Nordic SME inte är börsnoterade och att bolaget därför inte omfattas av samma regelverk till skydd för aktieägare som börsnoterade bolag.

Utdelning

Eventuella framtida utdelning, och storleken på sådana, är beroende av bland annat Advertys resultat, finansiella ställning, rörelsekapitalbehov och likviditet. Advertys styrelse avser föreslå årsstämman att ingen aktieutdelning för verksamhetsåret 2021 lämnas.

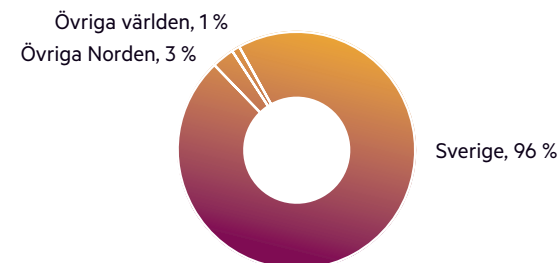
Marknadsplats	Nordic Growth Market
Namn	Advertys
Symbol	ADTV
ISIN	SE0011724889
Marknadssegment	Nordic SME Sweden
Sektor och bransch	Kommunikation och Media
Antal aktier	22 641 771
Börsvärde,	
31 december 2021	102,0 MSEK
Första handelsdag	29 november 2018
Följ aktiekusen på NGM	https://www.ngm.se/marknaden/vardepapper?symbol=ADVT

Företrädesemission 2022

En nyemission med företrädesrätt för befintliga aktieägare genomfördes i januari 2022 i syfte att finansiera Advertys fortsatta tillväxt- och expansionsplaner.

Emissionen innebär att två befintliga aktier gav rätt att teckna en nyemitterad aktie till en teckningskurs om 4,25 SEK per aktie. Genom företrädesemission tillfördes Advertys cirka 39,0 MSEK, före emissionskostnader. Emissionen resulterade i en ökning av antalet aktier till 31 811 688 aktier, och en ökning av aktiekapitalet till 1 494 917,05 SEK.

Ägare per land, antal 4 100



Ägarlista per 31 december 2021

Namn	Antal aktier	Andel av kapitalet, %	Andel röster, %
Niclas Kjellgren	3 552 697	15,7	15,7
Niklas Bakos	2 270 000	10,0	10,0
Avanza Pension	1 730 811	7,6	7,6
Pontus Dahlström med familj	800 000	3,5	3,5
Nordnet Pensionsförsäkring	397 136	1,8	1,8
Johan Fagerström	360 000	1,6	1,6
Marie Arrestam	330 000	1,5	1,5
Mats Kullstedt	311 795	1,4	1,4
Bruno Barcella	205 750	0,9	0,9
Håkan Åberg	200 000	0,9	0,9
Totalt 10 största ägarna	10 158 189	44,9	44,9
Övriga	12 483 582	55,1	55,1
Totalt antal aktier	22 641 771	100,0	100,0

Information och kontaktuppgifter

Kommande rapporttillfällen

Adverty lämnar återkommande ekonomisk information enligt följande plan:

11 maj 2022 _____ Delårsrapport januari–mars 2022

9 juni 2022 _____ Årsstämma

17 augusti 2022 ____ Delårsrapport januari–juni 2022

15 november 2022 __ Delårsrapport januari–september 2022

16 februari 2023 ____ Bokslutskommuniké januari–december 2022

För ytterligare information vänligen kontakta:

Anders Rössel, Finanschef

Telefon: 070-876 00 20

E-post: anders.rossel@adverty.com

Jonas Söderqvist, VD

Telefon: 073-342 425

E-post: jonas.soderqvist@adverty.com

Med "Adverty" eller "Bolaget" avses Adverty AB (publ), org. nr. 559100-5250. Adress: Magnus Ladulåsgratan 3, 118 63 Stockholm. LEI-kod: 8945001E8D5S-S1505R66. De siffror som redovisas i denna årsredovisning har, i vissa fall, avrundats och därför summerar inte nödvändigtvis tabellerna exakt. Samtliga siffror är i svenska kronor ("SEK") om inte annat anges. Med "KSEK" avses tusen SEK, med "MSEK" avser miljoner SEK och med "MdSEK" avses miljarder SEK.

Information i årsredovisningen som rör framtida förhållanden, såsom uttalanden och antaganden avseende Bolagets framtida utveckling och marknadsförutsättningar, baseras på aktuella förhållanden vid tidpunkten för offentliggörandet. Framåtriktad information återspeglar Bolagets aktuella syn och förväntningar på framtida händelser samt finansiell och operativ utveckling och är alltid förenad med osäkerheter eftersom den avser och är beroende av omständigheter utanför Bolagets kontroll. Någon försäkran att bedömningar som görs i årsredovisningen avseende framtida förhållanden kommer att realiseras lämnas därför inte, varken uttryckligen eller underförstått. ©2022 Adverty AB.

