

Polygiene AB (publ.)

# Delårsrapport 1 januari–31 mars 2017



[polygiene.com/ir](http://polygiene.com/ir)



**Polygiene®**  
STAY FRESH

# Innehåll

Finansiell utveckling i korthet	3
VD har ordet	5
Verksamheten	7
Partners	9
Finansiell utveckling	10
Resultaträkning	11
Balansräkning	12
Förändringar i eget kapital	13
Kassaflödesanalys	13
Finansiell utveckling i sammandrag	14
Aktiekapital, aktien och ägarförhållanden	15
Redovisningsprinciper	16
Risker och osäkerhetsfaktorer	16
Definitioner	16
Finansiell kalender	17



# Finansiell utveckling i korthet

Nyckeltal	jan-mar 2017	jan-mar 2016	Rullande 12 mån	helår 2016
Nettoomsättning, Mkr	17,4	13,4	65,5	61,6
Rörelseresultat EBIT, Mkr	-3,1	-1,3	-5,1	-3,4
Resultat efter skatt, Mkr	-3,1	-1,3	-4,9	-3,2
Resultatmarginal EBIT, %	-17,6	-10,0	-7,8	-5,5
Resultatmarginal efter skatt, %	-17,6	-10,0	-7,5	-5,1
Resultat per aktie, kr	-0,15	-0,08	-0,24	-0,16
Kassaflöde, Mkr	0,7	-3,1	-3,7	-7,5

Nettoomsättningen för första kvartalet ökade jämfört med motsvarande kvartal föregående år med 30 procent (24 procent rensat för valutaeffekter). För rullande 12 månader uppgick nettoomsättningen till 65,5 (58,1) Mkr.

Rörelseresultatet för kvartalet blev -3,1 (-1,3) Mkr och har påverkats av planenligt ökade marknadssatsningar och resursförstärkningar samt kostnader relaterade till

listningen på Nasdaq First North. Kostnaderna för PR- och marknadsaktiviteter under första kvartalet uppgick till -6,9 (-4,1) Mkr, personalkostnaderna uppgick till -3,2 (-2,2) Mkr och administrativa kostnader inklusive löpande kostnader för listning på Nasdaq First North uppgick till -2,1 (-1,2) Mkr. Kassaflödet för första kvartalet uppgick till 0,7 (-3,1) Mkr.

## Viktiga händelser under kvartalet (januari–mars)

### *Polygiene och RYU Apparel i partnerskap för odörfria kläder för urbana idrottsutövare*

RYU (Respect Your Universe) är ett urbant sportklädesmärke med bas i Vancouver, Kanada som utvecklar, marknadsför och distribuerar kläder, väskor och accessoarer inom träning, fitness och prestation. RYU har nu valt att inkludera Polygiene i deras nya Vapor kollektion för män och kvinnor. Kläderna är Polygiene-behandlade och ger kunderna nytta av odörkontroll samt bidrar till en bättre miljö genom Wear More. Wash Less®.

### *Sitka lanserar Polygiene-behandlade jaktkläder för kvinnor*

Sitka Gear, Idaho, USA har sedan lång tid producerat högkvalitativa jaktkläder för män. Under våren 2017 är det premiär för en kollektion med Polygienebehandlade och speciellt designade jaktkläder för kvinnor. Sitka Gear är erkända för sitt engagemang kring djurliv och sitt arbete med att ständigt försöka förbättra sina användares jaktupplevelse.

### *Polygiene i strategiskt samarbete med japanska Goldwin och THE NORTH FACE*

Tokyobaserade Goldwin innehar och utvecklar ett flertal premiumvarumärken inom sport och fritid, däribland välkända THE NORTH FACE. Goldwin producerar och säljer produkter på den japanska och sydkoreanska marknaden. Första produktlanseringen gäller fem olika strumpmodeller med Polygiennes luktkontrollteknologi som ingår i THE NORTH FACE vår och sommarkollektion 2017.

### *Polygiene i strategisk allians med 8H, Kinas ledande e-handelsföretag inom madrasser och sängkläder*

Polygiene samarbetar nu med 8H för att introducera Polygiennes teknik för odörkontroll i 8H:s expansiva produkt-sortiment. Polygiennes luktkontrollteknologi som eliminerar oönskade dofter och håller materialet i sängkläderna fräscht och doftfritt kommer att ingå i hela 8H:s produktsortiment för latexmadrasser, latexkuddar samt i utvalda 8H soffor, sängklädesset och vadderade bäddmadrasser.

## Viktiga händelser efter periodens slut

### ***Polygiene utökar samarbetet med kinesiska ZSH***

Polygiene utökar nu sitt strategiska samarbete med den kinesiska handduksstillverkaren, ZSH. ZSH tillverkar och säljer högkvalitativa och prisvärda handdukar till Kinas framväxande medelklass, som under de senaste åren upplevt en explosiv tillväxt. Försäljningen sker uteslutande via en betydande närvaro på landets stora portaler för online shopping.

### ***Polygiene introducerar odörkontroll till ellesse i samarbete med japanska sportklädesgiganten Goldwin***

Polygiene och Tokyo-baserade sportklädestillverkaren Goldwin har utökat sitt samarbete och nu ingår också det italienska varumärket ellesse i Japan. I ellesses 2017-års vår- och sommarkollektion med tenniskläder har 34 nya produkter Polygienes permanenta luktkontroll. Det motsvarar ungefär 15 procent av den totala kollektionen. Goldwin innehar varumärkesrättigheterna för ellesse i Japan.

### ***Ny CFO i Polygiene***

Ulrika Björk har utsetts till ny Chief Financial Officer (CFO) i Polygiene AB. Ulrika kommer närmast från rollen som CFO för Hemmakväll som är en svensk videobutikskedja som i sina 102 butiker i 75 städer tillhandahåller köp- och hyrfilmer och kioskprodukter såsom godis med en omsättning på ca 700 MSEK. Dessförinnan har Ulrika bland annat haft

befattningar inom IKEA och Kemira koncernen. Ulrika tillträder tjänsten 10 maj 2017.

Nuvarande CFO, Jan Bertilsson, har efter att ha spelat en central roll vid listningsprocessen av Polygiene under 2016 samt vid uppbyggnaden av mer strukturerade uppföljnings- och rapporteringsprocesser, beslutat sig för att gå vidare till nya utmaningar utanför Bolaget. Jan Bertilsson kommer att lämna Polygiene under maj månad efter överlämning till Ulrika Björk.

### ***Valberedningens förslag inför årsstämman 2017***

Polygienes valberedning har utgjorts av Fredrik Sjödin, representerande Per Morin, Lars Axelsson, representerande Charles Tooby, Richard Tooby, representerande Richard Tooby, samt styrelsens ordförande Lennart Holm. Valberedningens ordförande har varit Fredrik Sjödin.

### ***Valberedningen förslag till val av styrelse:***

Valberedningen föreslår att årsstämman beslutar om omval av Lennart Holm, Mats Georgson, Richard Tooby, Jonas Wollin och Jonas Sjögren som ordinarie ledamöter samt nyval av Daniel Oelker som ordinarie ledamot. Mikael Bluhme har avböjt omval. Lennart Holm har meddelat att han avböjer omval som styrelseordförande. Till styrelseordförande föreslås därför nyval av Richard Tooby.



## VD har ordet

# Fortsatt stark tillväxt under första kvartalet

Vårt första kvartal för året, med en stark omsättnings-tillväxt, visar att våra offensiva satsningar ger resultat. Nettoomsättningen för kvartalet blev 17,4 Mkr vilket innebär en ökning på 30 procent jämfört med motsvarande kvartal föregående år (rensat för valutaeffekter är ökningen 24 procent).

Den starka efterfrågan från såväl befintliga som nya brand partners fortsatte under årets första kvartal. Vårt kontinuerliga arbete med att bearbeta både befintliga och nya potentiella kunder har resulterat i utökade kollektioner med Polygiene-behandlade kläder på marknaden och ett antal nya spännande samarbeten med nya brand partners.

Under kvartalet har vi fortsatt att investera i lokala PR- och marknadsaktiviteterna på våra viktigaste marknader i USA, Europa och Asien. Detta för att säkra fortsatt tillväxt och bygga varumärket Polygiene ännu starkare inom våra fokuserade segment.

Vår utökade satsning på marknadsaktiviteter kommer att fortsätta under innevarande år. Bland annat planerar vi att förstärka vår försäljningsorganisation i USA. Den lokala närvaron med marknads- och försäljningsresurser är en viktig komponent i syfte att säkra en fortsatt stark tillväxttakt.

### Sports & Outdoor

Vårt största segment Sports & Outdoor fortsätter att växa på ett mycket bra sätt. Ett nytt samarbete med det urbana sportklädesmärket RYU (Respect Your Universe) har inletts. RYU är ett kanadensiskt varumärke som utvecklar, marknadsför och distribuerar kläder, väskor och accessoarer inom träning fitness och prestation. Med sin nya kollektion, Vapor, lanserar nu RYU Polygiene-behandlade sportkläder för både kvinnor och män. Med Polygiene-behandlingen får RYU en funktionalitet som ytterligare höjer nivån på sina designade produkter. Samtidigt bidrar funktionen till en bättre miljö vilket är en viktig faktor för RYU.

Sitka Gear, ett amerikanskt företag som ingår i Gore-koncernen, har nått försäljningsframgångar med sina herrjaktkläder med optimal odörkontroll. Nu lanserar man en motsvarande kollektion speciellt designad för kvinnor. Vi är glada över att kunna medverka till en utökning av Sitkas



utbud av jaktkläder och är övertygade om att Sitkas premium kamouflage tillsammans med luktkontroll från Polygiene kommer att ge jaktkläder av högsta kvalitet.

Vi har också inlett ett strategiskt samarbete med det japanska företaget Goldwin som innehar varumärkesrättigheterna för The North Face i Japan och Sydkorea. Den första produktlanseringen gäller fem olika strumpmodeller som ingår i The North Face vår- och sommarkollektion 2017. De Polygiene-behandlade strumporna kommer att säljas i Goldwins webbshop samt via Goldwin/The North Face-butiker och varuhus i Japan.

### Lifestyle

Inom segmentet Lifestyle finns det flera intressanta delsegment. Bland annat kan man se att *Athleisure*, en branschglidning mellan Athletic och Leisure, nu har blivit en etablerad trend vilket ökar användningsområdena för sport- och fritidskläder. Vi jobbar med flera varumärken i detta delsegment, tex Athleta och Mondetta och kan iaktaga en positiv

utveckling hos båda. Vi arbetar aktivt för att Polygiene skall etableras som en naturlig funktionalitet i plagg som är avsedda för "From the gym to the street" som Athleta uttrycker det.

*Travel* kan ses som ett liknande delsegment och här har vi vuxit med brands som Toad&Co, QOR, Pack Towel, Lifeventure etc. Vi ser att denna typ av kläder också blir allt vanligare hos de traditionella sportvarumärkena varför vi ser en spännande framtid framför oss i detta segment.

Även med de mer traditionella Lifestyle-produkterna som underkläder och strumpor ser vi en fortsatt tillväxt. Bland annat tillsammans med Wacoal i Japan som är det största och ledande varumärket för damunderkläder på den japanska marknaden, men även har en omfattande export till Asien, Europa och USA.

#### Foot wear

Inom detta segment har vi sedan tidigare samarbete med varumärken som Converse Japan, SOLE och ASTRAL. Det pågår tester med flera ledande varumärken men det kan konstateras att utvecklingscyklerna är långa och materialtesterna omfattande så en etablering inom detta segment tar något längre tid. Vår erfarenhet och det faktum att vi kan behandla alla delar av skon som textil lining, skum och gjutna sulor ger oss en klar fördel gentemot våra konkurrenter. Intresset från konsumenterna och varumärken för behandlade skor är mycket stort varför vi ser segmentet som ett stort och viktigt utvecklingsområde för oss framöver.

#### Home textiles

Vi fortsätter att utveckla detta segment och ser en stor potential framförallt i Asien. Under kvartalet inledde vi en strategisk allians med 8H, Kinas ledande e-handelsföretag inom madrasser och sängkläder. Polygiennes luftkontrollteknologi kommer att ingå i stora delar av 8H:s produktsortiment för madrasser, kuddar och sängkläder. Vi ser en bra möjlighet att utveckla en lönsam affär genom 8H:s starka marknadsposition och den snabbt växande e-handeln i Kina.

Vidare har vi, genom ett aktivt arbete i USA under våren tillsammans med Business Sweden och våra agenter, goda förhoppningar om en inbrytning även på denna marknad.

#### Work wear

Inom segmentet Work wear fortsätter vi att utveckla våra befintliga samarbeten samtidigt som vi bearbetar nya potentiella kunder. Segmentet är klart intressant med många stora aktörer som har stora personalkategorier som skall förses med uniformer och arbetskläder.

#### Protective & Other

Detta segment utgörs främst av golv, plast- och färglösningar och visar fortsatt tillväxt i takt med övriga affärer. Antalet kunder är begränsat men de dominerar i sina respektive segment. Vi ser också att Polygiene tjänar som en bra dörröppnare för våra partners på nya marknader, främst i Asien och Sydamerika. Härigenom öppnar vi självklart upp för varumärket Polygiene även på dessa marknader.

#### Summering och utsikter framöver

- En mycket bra start på året med en omsättningstillväxt på 30% för kvartalet
- Flera nya spännande varumärken och utökade samarbeten under kvartalet
- Resurs- och marknadssatsningar som gjorts under 2016 och som fortsätter 2017 syftar till att ta oss till en årlig tillväxttakt över 30 procent framöver. Lönsamheten förväntas också stiga under de närmaste åren mot det utsatta målet, då kostnaderna inte förväntas öka i samma takt som försäljningen.

Sammantaget står vi mycket väl rustade inför fortsättningen av ett spännande 2017 med stora möjligheter i våra marknader. Jag är övertygad om att detta kommer att resultera i en fortsatt god tillväxt och ett ännu starkare varumärke (Polygiene) vid årets slut.

Christian von Uthmann, Vd

# Verksamheten

Polygiene har utvecklat och erbjuder produkter och behandlingsmetoder som innebär att en permanent odörbehandling säkerställs från första användning och under hela plaggets livslängd.

Världens produktion av textil, till bland annat sport-, livs- och funktionskläder, skor, accessoarer, skydd och hemtextilier, utgörs till en växande andel av syntetiska material, särskilt polyester\*. Textilmaterial baserade på fiber av polyester har många fördelar i form av goda och flexibla egenskaper samt kostnads- och resurseffektivitet. Dessutom kan polyester och andra syntetfibrer återvinnas.

En välkänd nackdel med polyesterbaserade textilmaterial är dock att de utgör en utmärkt bas för odörgivande bakterietillväxt. Polygiene erbjuder en effektiv och miljövänlig lösning som håller kläder, skor, skydd (till exempel hjälmar och knäskydd) och andra plagg och artiklar fria från odör. Det finns några principiellt olika angreppssätt för att undvika problemet:

- Tvätta mer.
- Reducera förutsättningarna för bakterietillväxt genom att välja ett material där bakterierna inte växer lika fort, till exempel ull.
- Kapsla in eller absorbera odören som uppstår.
- Behandla materialet med en lösning som reducerar bakterietillväxten.

Polygenes metod bygger på den sistnämnda, alltså att behandla materialet för att hämma bakterietillväxt. Till stor utsträckning baseras Polygenes lösningar på naturligt förekommande silversalt, som tillverkas av återvunnet silver. Silversalt hämmar bakterietillväxt på ett effektivt sätt

och därmed minskar odören och behovet av att tvätta så ofta. Lösningarna kan appliceras på såväl tråd som tyg och är så effektiva att det räcker med små mängder för att åstadkomma en funktionalitet som varar hela plaggets livslängd.

## Affärsmodell och erbjudande

Polygiene vänder sig huvudsakligen till tillverkare av ledande premiumklädmärken och deras kunder och arbetar aktivt med hela värdekedjan från utveckling och tillverkning hos underleverantörer till marknadsföring, distribution och aktiv kundsupport.

Polygiene levererar för närvarande produkter och lösningar till mer än 140 ledande klädmärken och bearbetar marknaden kontinuerligt.

Som ett resultat av Polygienebehandling av till exempel kläder kan de bäras längre utan att de blir ofräscha. Det medför mindre tvätt och längre livslängd på plaggen, vilket bidrar till en positiv miljöeffekt.

Erbjudandet består av textil- eller materialbehandling, funktionslösningar, kunskap och aktiv support rörande lukt-kontroll och Polygenes STAY FRESH-koncept. Affärsmodellen baseras inte bara på försäljning av funktionaliteten till kunderna, utan i erbjudandet ligger även en helhetslösning som innefattar ett kommunikations- och informationspaket till butiker och konsumenter, utbildning av kundens säljare, kontinuerlig kundsupport, hantering av hårdvaran i form av applikation av själva preparatet hos respektive kunds textilleverantör, all administration runt detta samt kvalitetskontroll och uppföljning.

**2/3** 2/3 AV MILJÖPÅVERKAN ORSAKAD AV KLÄDER BEROR PÅ KONSUMENTANVÄNDNING



Polygiene utvecklas i nära samarbete med bolagets partners och nya samarbeten inom flera segment och geografiska marknader etableras kontinuerligt. Stora resurser investeras i utbildning av kundernas medarbetare och i marknadsföring i syfte att kontinuerligt öka värdet i varumärket samt de varumärken som använder Polygiene i sina produkter. Genom detta arbete hjälper Polygiene både varumärken och återförsäljare med marknadsföring och med att förmedla ett tydligt kundvärde till konsumenterna.

### Marknad och konkurrenter

Polygiene är i dag marknadsledande inom segmentet lukt-kontroll, sett såväl från en teknisk synvinkel som ur ett varumärkesperspektiv. Bolaget är verksamt på en global bas och samarbetar framför allt med premiumvarumärken inom fem olika segment.

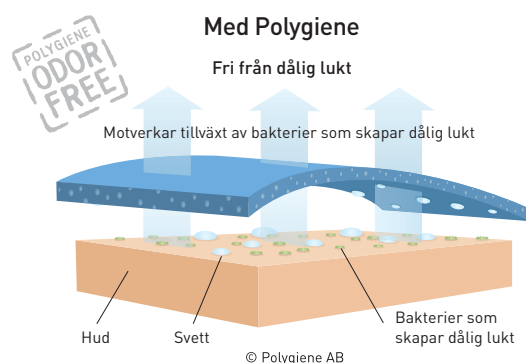
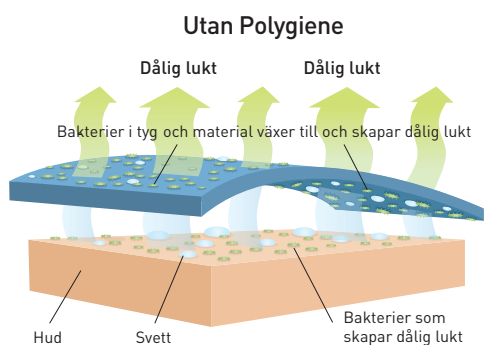
- *Sport & Outdoor* (sportkläder, skydd, friluftsliv, jakt, fiske med mera)
- *Livsstil & Arbetskläder* (skjortor, blusar, byxor, kostymer, underkläder, strumpor, skor med mera)
- *Hemtextilier* (handdukar, lakan, örngott, madrasser, kuddar med mera)
- *Footwear* (skor och inläggssulor)
- *Annat* (färg, golv, sanitet med mera)

De mest framgångsrika kategoriledarna, "ingredient brands", inom textilbranschen (till exempel Gore-tex och Lycra) kännetecknas av en tydlig funktionalitet. De löser ett upplevt och

tydligt konsumentbehov, vilket resulterar i ett signifikant kundvärde. Detta kundvärde kan kommuniceras genom "co-branding" på ett enkelt och konsekvent sätt i marknadsföringen av den konsumentprodukt där funktionen applicerats, exempelvis skor eller jackor med Gore-texmembran. Polygiene erbjuder ett helhetskoncept, baserat på noggranna tester längs hela värdekedjan och en kvalitetssäkring av alla olika applikationer. Bolaget är global kategoriledare inom Sport & Outdoor och har intagit en fördelaktig position i syfte att utöka sitt kategoriledarskap till fler segment.

Nya segment som nu aktivt bearbetas är kläder (både mode-, sport- och arbetskläder), skor, hemtextilier med mera. För ett flertal applikationsområden har man endast i begränsad utsträckning påbörjat en marknadsbearbetning och penetrationsgraden är ännu låg. Bedömningen är därför att potentialen inom dessa nytillkomna segment förväntas vara betydande.

Utvecklingen drivs på av flera samverkande faktorer såsom en allt större och köpstarkare medelklass samt en underliggande hälsotrend som växer i princip i hela världen. En annan faktor som i ökande grad påverkar efterfrågan är en önskan bland konsumenter att vara klimat- och resurs-smarta. Klädesplagg behandlade med Polygiene kan användas betydligt längre och tvättas mindre ofta än obehandlade plagg. Därigenom minskar miljöbelastningen från tillverkning och tvätt av textilier och man sparar såväl vatten som energi. Till detta kommer att man som konsument sparar tid genom att inte behöva tvätta lika ofta.

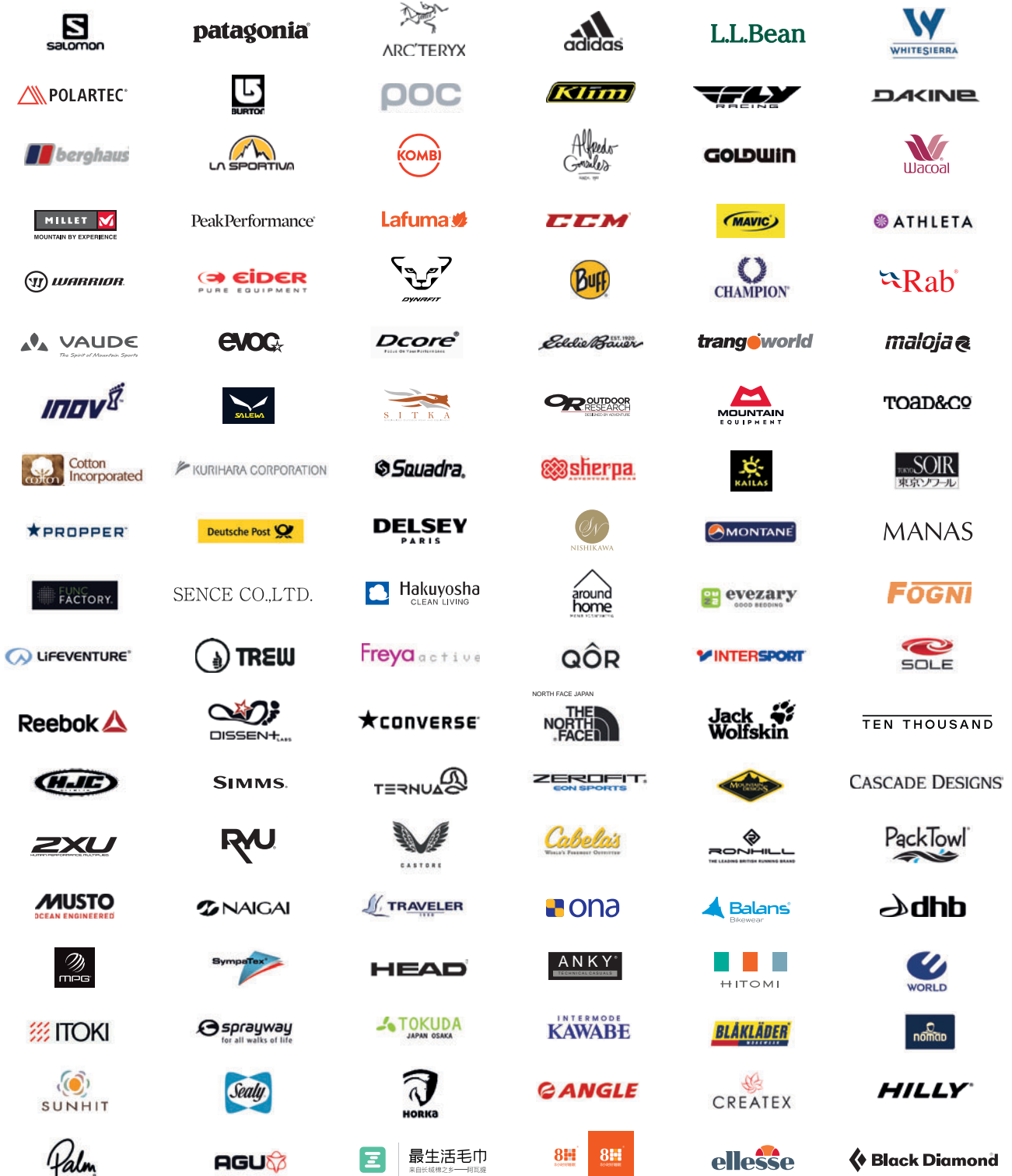




# Partners

## Ett urval av Polygiene partners

Genom sitt unika erbjudande och sin konsekventa arbetsmetodik har Polygiene fortlöpande byggt luktkontrollmarknaden och samtidigt vunnit marknadsandelar, och är i dag är den ledande luktkontrollleverantören till premiumvarumärken. Polygiene har för närvarande mer än 140 varumärken som partners.



# Finansiell utveckling

## Nettomsättning och resultat

### Nettoomsättning

Bolagets nettoomsättning för årets första kvartal uppgick till 17,4 (13,4) Mkr vilket motsvarar en tillväxt på 30 procent jämfört med motsvarande kvartal föregående år (rensat för valutaeffekter 24 procent). Ökningen har skett på samtliga geografiska marknader och kommer från såväl befintliga som nya kunder. Övriga rörelseintäkter uppgick till 0,2 (0,8) Mkr och består av positiva valutakursdifferenser.

### Kostnader

Kostnaderna för första kvartalet uppgick till -20,5 (-14,8) Mkr. Varukostnaderna uppgick till -6,9 (-5,4) Mkr och är direkt relaterade till omsättningsökningen. Övriga externa kostnader för kvartalet uppgick till -9,3 (-6,5) Mkr. Dessa kostnader består av:

- PR- och marknadssatsningar -6,9 (-4,1) Mkr
- Administrativa kostnader inklusive löpande kostnader för listning på Nasdaq First North -2,1 (-1,2) Mkr
- Utvecklingskostnader -0,3 (-0,3) Mkr
- Engångskostnader för listning på Nasdaq First North 0,0 (-0,9) Mkr

Under 2016 gjordes ett antal nyckelrekryteringar vilket ökat personalkostnaderna jämfört med föregående år. För kvartalet uppgick personalkostnaderna till -3,2 (-2,2) Mkr. Övriga rörelsekostnader uppgick till -1,2 (-1,5) Mkr och består av negativa valutakursdifferenser och kostnadsförd utländsk källskatt, sk withholding tax.

### Resultat

Kvartalets rörelseresultat EBIT uppgick till -3,1 (-1,3) Mkr vilket motsvarar en rörelsemarginal på -17,6 (-10,0) procent. Resultat efter skatt uppgick till -3,1 (-1,3) Mkr.

## Finansiell ställning

### Finansiella anläggningstillgångar

De finansiella anläggningstillgångarna uppgick vid periodens utgång till 5,5 (5,3) Mkr och avser en uppskjuten skattefordran för de skattemässiga underskott som uppstått under tidigare år. Det totala skattemässiga underskottet uppgick vid periodens utgång till 25,1 Mkr.

### Eget kapital

Eget kapital uppgick vid periodens slut till 38,2 (39,5) Mkr. Soliditeten per 2017-03-31 var 71,9 (80,1) procent.

### Kassaflöde och likviditet

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 0,7 (-3,1) Mkr för årets första kvartal. Kassaflödet för kvartalet har påverkats positivt av inbetalningar av kundfordringar och negativt av periodens negativa resultat.

Bolagets likvida medel uppgick vid kvartalets utgång till 20,8 (24,4) Mkr.

### Personal

Bolagets operativa organisation vid kvartalets utgång bestod av 18 personer, varav 14 är anställda och 4 är kontrakterade konsulter.

# Resultaträkning

Resultaträkning i sammandrag, Tkr	jan-mar 2017	jan-mar 2016	Rullande 12 mån	Helår 2016
<b>Rörelsens intäkter</b>				
Nettoomsättning	17 393	13 427	65 524	61 557
Övriga rörelseintäkter	189	799	2 963	3 574
	<b>17 582</b>	<b>14 226</b>	<b>68 487</b>	<b>65 131</b>
<b>Rörelsens kostnader</b>				
Handelsvaror	-6 916	-5 375	-27 590	-26 049
Övriga externa kostnader	-9 297	-6 505	-31 104	-28 313
Personalkostnader	-3 203	-2 204	-11 505	-10 505
Övriga rörelsekostnader	-1 225	-1 480	-3 401	-3 656
	<b>-20 641</b>	<b>-15 564</b>	<b>-73 600</b>	<b>-68 523</b>
<b>Rörelseresultat</b>	<b>-3 059</b>	<b>-1 338</b>	<b>-5 113</b>	<b>-3 392</b>
<b>Finansiella intäkter och kostnader</b>				
Ränteintäkter	0	0	0	0
Räntekostnader	-2	0	-7	-5
	<b>-2</b>	<b>0</b>	<b>-7</b>	<b>-5</b>
<b>Resultat före skatt</b>	<b>-3 061</b>	<b>-1 338</b>	<b>-5 120</b>	<b>-3 397</b>
Skatt	0	0	233	233
<b>Resultat efter skatt</b>	<b>-3 061</b>	<b>-1 338</b>	<b>-4 887</b>	<b>-3 164</b>
Resultat efter skatt per aktie, kr	-0,15	-0,08	-0,24	-0,16
Resultat efter skatt per aktie efter utspädning, kr	-0,15	-0,08	-0,24	-0,16

# Balansräkning

Balansräkning i sammandrag, Tkr	2017-03-31	2016-03-31	2016-12-31
<b>Tillgångar</b>			
<b>Anläggningstillgångar</b>			
Immateriella anläggningstillgångar	0	0	0
Materiella anläggningstillgångar	0	0	0
Finansiella anläggningstillgångar	5 537	5 304	5 537
<b>Summa anläggningstillgångar</b>	<b>5 537</b>	<b>5 304</b>	<b>5 537</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>			
Varulager	215	203	218
Kundfordringar	25 187	16 218	29 927
Övriga omsättningstillgångar	1 433	3 184	1 613
Likvida medel	20 767	24 437	20 023
<b>Summa omsättningstillgångar</b>	<b>47 602</b>	<b>44 042</b>	<b>51 781</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	<b>53 139</b>	<b>49 346</b>	<b>57 318</b>
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
<b>Eget kapital</b>	<b>38 232</b>	<b>39 519</b>	<b>41 293</b>
<b>Skulder</b>			
Leverantörsskulder	9 320	6 246	9 139
Övriga kortfristiga skulder	5 587	3 581	6 886
<b>Summa skulder</b>	<b>14 907</b>	<b>9 827</b>	<b>16 025</b>
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>	<b>53 139</b>	<b>49 346</b>	<b>57 318</b>

## Förändring i eget kapital

<b>Förändringar i eget kapital, Tkr</b>	<b>jan-mar 2017</b>	<b>jan-mar 2016</b>	<b>Helår 2016</b>
Eget kapital vid periodens ingång	41 293	40 843	40 843
Nyemissioner och teckningsrätter	0	14	3 614
Emissionskostnader	0	0	0
Periodens resultat	-3 061	-1 338	-3 164
<b>Eget kapital vid periodens utgång</b>	<b>38 232</b>	<b>39 519</b>	<b>41 293</b>

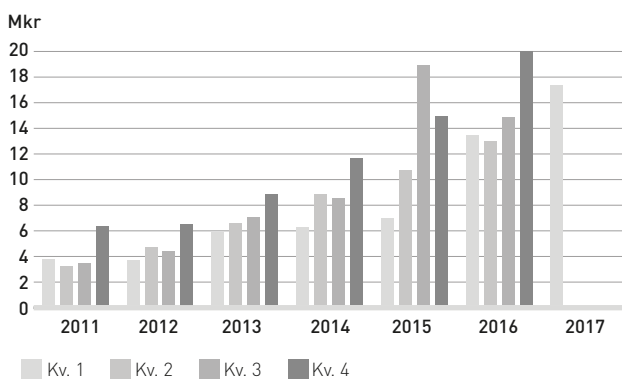
## Kassaflödesanalys

<b>Kassaflödesanalys i sammandrag, Tkr</b>	<b>jan-mar 2017</b>	<b>jan-mar 2016</b>	<b>Helår 2016</b>
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital	-3 061	-1 338	-3 397
Förändring av rörelsekapital	3 805	-1 784	-7 739
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>744</b>	<b>-3 122</b>	<b>-11 136</b>
Kassaflöde från investeringsverksamheten	0	0	0
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	0	14	3 614
<b>Periodens kassaflöde</b>	<b>744</b>	<b>-3 108</b>	<b>-7 522</b>
Likvida medel vid periodens ingång	20 023	27 545	27 545
<b>Likvida medel vid periodens utgång</b>	<b>20 767</b>	<b>24 437</b>	<b>20 023</b>

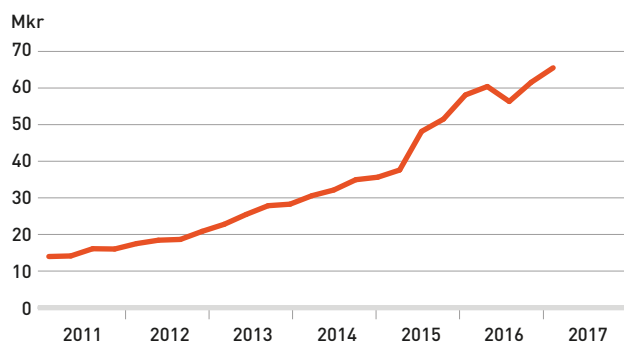
## Finansiell utveckling i sammandrag

Flerårsöversikt	jan-mar 2017	jan-mar 2016	jan-mar 2015	helår 2016	helår 2015	helår 2014
Nettoomsättning, Tkr	17 393	13 427	6 823	61 557	51 511	34 957
Omsättningstillväxt, %	29,5	96,8	11,1	19,5	47,4	25,7
Rörelseresultat EBIT, Tkr	-3 059	-1 338	36	-3 392	5 599	3 675
Resultat efter skatt, tkr	-3 061	-1 338	37	-3 164	9 171	5 443
Resultatmarginal EBIT, %	-17,6	-10,0	0,5	-5,5	10,9	10,5
Resultatmarginal efter skatt, %	-17,6	-10,0	0,5	-5,5	17,8	15,6
Kassaflöde, Tkr	744	-3 108	-638	-7 522	21 471	2 155
Eget kapital, Tkr	38 232	39 519	9 388	41 293	40 843	9 351
Soliditet, %	71,9	80,1	64,4	72,0	80,9	57,8
Antal aktier vid periodens utgång, tusental	20 516	19 316	16 316	20 516	19 316	16 316
Genomsnittligt antal aktier vid periodens utgång, tusental	20 016	17 316	16 316	19 716	16 566	16 316
Resultat per aktie, kr	-0,15	-0,08	0,00	-0,16	0,55	0,33
Kassaflöde per aktie, kr	0,04	-0,18	-0,04	-0,37	1,30	0,13
Eget kapital per aktie, kr	1,86	2,05	0,58	2,01	2,11	0,57
Börskurs vid periodens utgång, kr	13,55	12,20	-	12,50	-	-

### Nettoomsättning per kvartal



### Nettoomsättning rullande 12 månader



# Aktiekapital, aktien och ägarförhållanden

## Aktiekapital

Bolagets aktiekapital uppgår till 2 051 600 kr fördelat på 20 516 000 utestående aktier. Bolaget har endast ett aktieslag och samtliga aktier har lika rätt till utdelning. Aktiernas kvotvärde är 0,10 kr.

Under 2015 gav bolaget ut 250 000 teckningsoptioner till personal och styrelseordföranden vilka berättigar till teckning av lika många aktier. Teckningsoptionerna kan utnyttjas under perioden 1–31 december 2018 och har en lösenkurs om 15,00 kronor per aktie.

För mer information om aktiekapitalets utveckling hänvisas till bolagets årsredovisning 2016.

## Aktien

Aktien i Polygiene AB (publ.) är noterad på Nasdaq First North, Stockholm, sedan 14 mars 2016.

Under första kvartalet omsattes totalt 1 982 968 aktier vilket motsvarar ett genomsnitt om 30 984 aktier per handelsdag. Börskursen vid periodens utgång var 13,55 kr, vilket motsvarar ett börsvärde om 278 Mkr. Den högsta respektive lägsta kursen under perioden var 13,90 kr och 11,30 kr.

## Ägarförhållanden

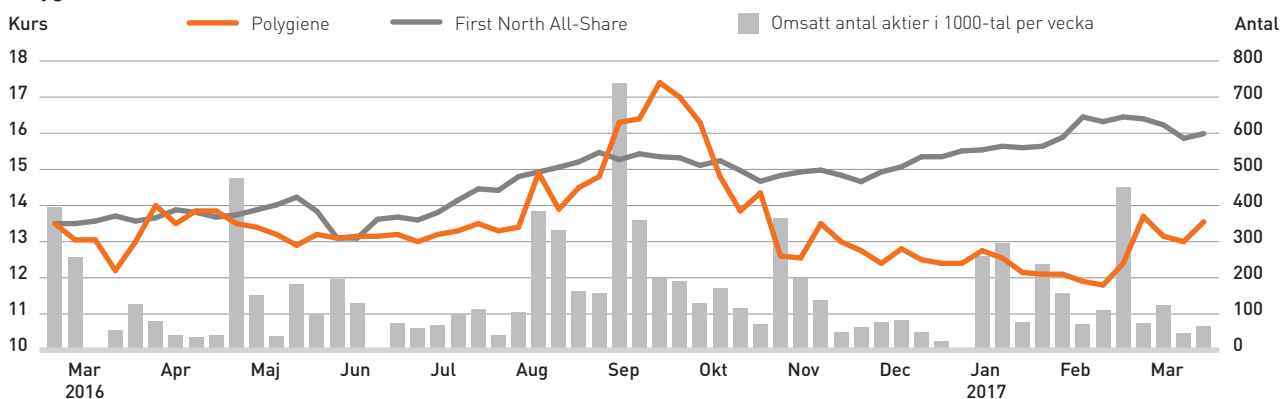
Antalet aktieägare vid periodens utgång var 795 (240).

Tabellen nedan visar de 10 största aktieägarna per 31 mars 2017.

Aktieägare	Aktier	Procent
JP Morgan Bank Luxembourg	2 282 637	11,1%
Richard Tooby*	2 065 800	10,1%
Erik A i Malmö AB	1 348 800	6,6%
Clearstream Banking S.A. Luxembourg	1 038 694	5,1%
JPM Chase NA UK	940 000	4,6%
Christian von Uthmann*	898 978	4,4%
Jonas Wollin*	813 500	4,0%
Lennart Holm*	800 220	3,9%
Mats Georgson*	707 000	3,4%
Peter Sjösten*	603 000	2,9%
Övriga	9 017 371	44,0%
<b>Summa</b>	<b>20 516 000</b>	<b>100,0%</b>

\* Avser eget samt närstående fysiska och juridiska personers innehav.  
Källa: Uppgifter från Euroclear samt uppgifter kända för bolaget.

## Polygiene 2016-03-14–2017-03-31





## Redovisningsprinciper

Delårsrapporten har upprättats i enlighet med Årsredovisningslagen (1995:1554) och BFNAR 2012:1, Årsredovisning och koncernredovisning (K3). De redovisningsprinciper som tillämpas överensstämmer med de redovisningsprinciper som användes vid upprättandet av Årsredovisningen 2016.

Belopp är uttryckt i tkr (tusentals svenska kronor) där ej annat anges. Siffror inom parentes avser motsvarande period föregående år.

Denna rapport har ej granskats av bolagets revisorer.

## Risker och osäkerhetsfaktorer

Bolagets verksamhet påverkas av ett antal faktorer, vilka kan innebära en risk för bolagets verksamhet och resultat. För mer information hänvisas till bolagets årsredovisning 2016.

## Definitioner

**Rörelseresultat EBIT:** Resultat för räntor och skatt.

**Resultatmarginal EBIT:** Periodens resultat före räntor och skatt i procent av periodens nettoomsättning.

**Resultatmarginal efter skatt:** Periodens resultat efter skatt i procent av periodens nettoomsättning.

**Resultat per aktie:** Periodens resultat efter skatt dividerat med genomsnitt av antalet aktier.

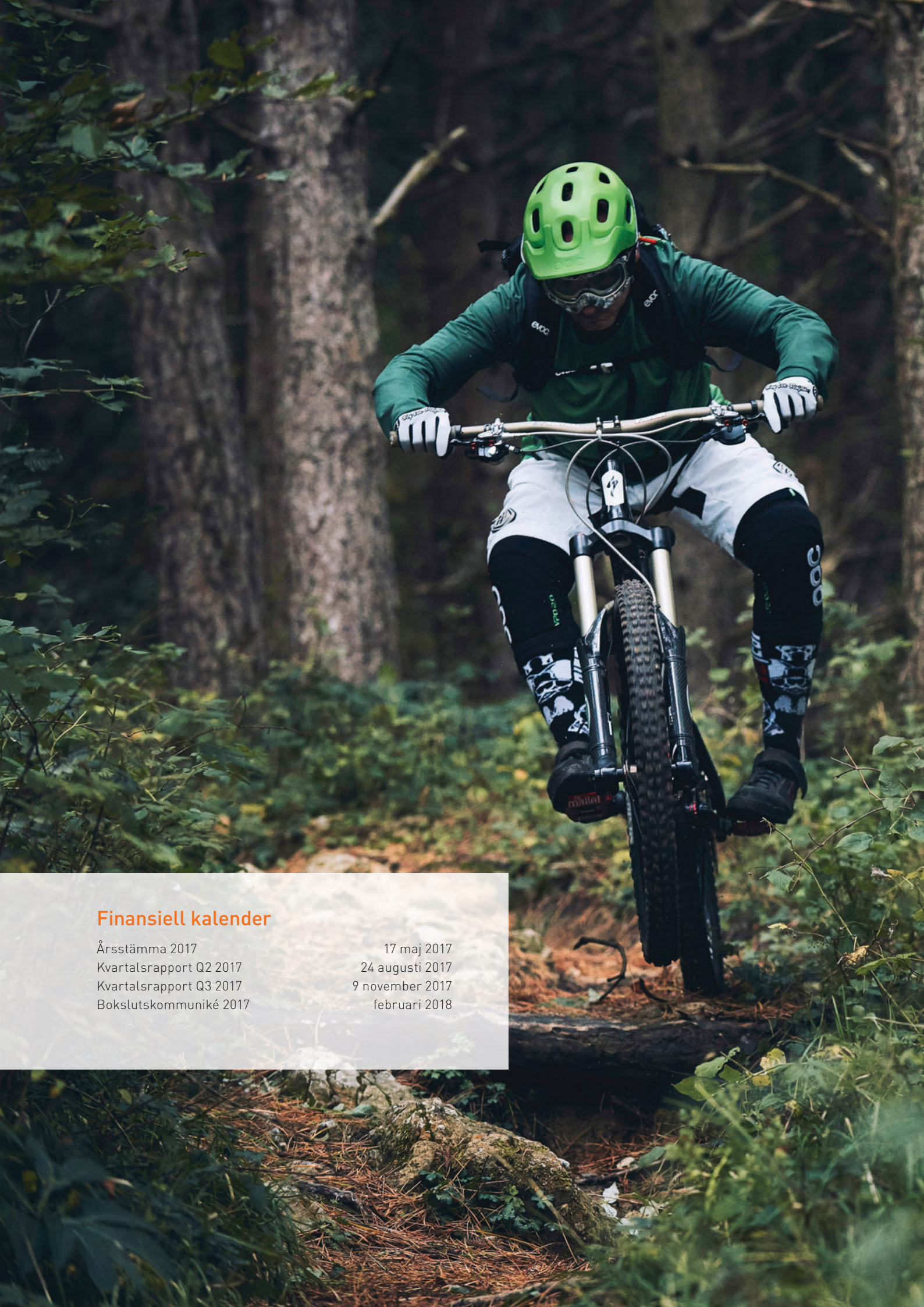
**Soliditet:** Eget kapital i förhållande till total balansomslutning.

**Genomsnittligt antal aktier:** Genomsnittligt antal aktier för den senaste 12 månadersperioden.

**Eget kapital per aktie:** Eget kapital per aktie dividerat med antal aktier vid periodens utgång.

**Kassaflöde per aktie:** Periodens kassaflöde dividerat med genomsnittligt antal aktier.





## Finansiell kalender

Årsstämma 2017

17 maj 2017

Kvartalsrapport Q2 2017

24 augusti 2017

Kvartalsrapport Q3 2017

9 november 2017

Bokslutskommuniké 2017

februari 2018

## Kontaktuppgifter, adresser

Frågor kring rapporten:

Christian von Uthmann, CEO

Tel: +46 (0) 70 319 77 21

E-post: cvu@polygiene.com

Jan Bertilsson, CFO

Tel: +46 (0) 72 558 26 69

E-post: jbb@polygiene.com

Polygiene AB, Stadiongatan 65, 217 62 Malmö

Tel: +46 (0) 40 26 22 22

Denna information är sådan information som Polygiene AB (publ.) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 10 maj 2017 kl. 08.00 CET.

### Om Polygiene

Polygiene är världsledande leverantör av luktkontroll och Stay Fresh-lösningar för kläder, sportutrustning, mode och andra material med målet att användare ska känna sig fräscha. Företagets skandinaviska ursprung borgar för kvaliteten och det miljömässigt hållbara i dess produkter och tjänster. Ett hundratal internationella premiumvarumärken har valt att använda Polygiene Odor Control Technology i sina produkter. Bolaget grundades 2006 och är listat på Nasdaq First North i Stockholm. Remium Nordic AB är bolagets Certified Adviser.



**Polygiene®**  
STAY FRESH