

Polygiene AB (publ.)

# Delårsrapport 1 januari–30 juni 2016



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



**Polygiene®**  
STAY FRESH





# Innehåll

Finansiell utveckling i korthet	3
VD har ordet	4
Verksamheten	6
Finansiell utveckling	8
Resultaträkning	9
Balansräkning	10
Förändringar i eget kapital	11
Kassaflödesanalys	11
Finansiell utveckling i sammandrag	12
Aktiekapital, aktien och ägarförhållanden	13
Redovisningsprinciper	14
Risker och osäkerhetsfaktorer	14
Definitioner	14
Finansiell kalender	15



# Finansiell utveckling i korthet

Nyckeltal	apr–jun 2016	apr–juni 2015	jan–jun 2016	jan–jun 2015	Rullande 12 mån	Helår 2015
Nettoomsättning, Mkr	13,0	10,7	26,4	17,5	60,4	51,5
Rörelseresultat EBIT, Mkr	-2,3	0,6	-3,6	0,7	1,3	5,6
Resultat efter skatt, Mkr	-2,3	0,6	-3,6	0,7	4,9	9,2
Resultatmarginal EBIT, %	-17,6	5,8	-13,7	3,7	7,3	10,9
Resultatmarginal efter skatt, %	-17,6	5,8	-13,7	3,7	8,1	17,8
Resultat per aktie, kr	-0,13	0,04	-0,20	0,04	0,27	0,55
Kassaflöde, Mkr	-0,8	-1,1	-3,9	-1,7	19,3	21,5

Nettoomsättningen för andra kvartalet ökade med 21 procent. RenSAT för valutaeffekter var ökningen 24 procent. För årets sex första månader ökade nettoomsättningen med 51 procent i svenska kronor och 52 procent renSAT för valutaeffekter.

Resultatet för kvartalet har påverkats av planenligt ökade marknadssatsningar och resursförstärkningar samt kost-

nader relaterade till listningen på Nasdaq First North. Kostnaderna för PR- och marknadsaktiviteter under andra kvartalet ökade med 2,4 Mkr jämfört med motsvarande period föregående år. För årets sex första månader ökade dessa kostnader med 4,3 Mkr.

## Viktiga händelser under kvartalet (april–juni)

### In i nytt segment

Polygiene tar ett första steg in i segmentet skyddsutrustning och uniformskläder tillsammans med amerikanska Propper som annonserar att man nu levererar en ny kollektion av underställ med hög prestanda för användare med extremt höga krav såsom militär och räddningspersonal.

### Nytt samarbete inom Footwear

Converse Footwear Co., Ltd. (Japan) är det första varumärket inom skor som introducerar Polygiene Odor Control Technology och dess fördelar till japanska konsumenter. Detta sker med Converses banbrytande vår/sommar 2016-kollektion "the Whiteplus collection". Partnerskapet med Converse Footwear (Japan) ger Polygiene ett fotfäste i en ny marknad, där luktfria skor har en stor potential bland luktmäta konsumenter.

### Polygiene i partnerskap med HJC, global tillverkare av motorcykelhjälm

HJC, den världsledande koreanska tillverkaren av motorcykelhjälm introducerar hjälm med luktkontroll i ett samarbete med Polygiene. Lagom till vår/sommar säsongen 2016 kommer Polygiene att finnas i alla versioner av RPHA 11, en av företagets mest avancerade modeller.

Samarbetet med HJC ger Polygiene en stark närvaro i det snabbväxande segmentet motorcykelhjälm. HJC, som är ett respekterat varumärke känt för sin innovationsstyrka, är den största aktören på USA-marknaden, och har även en stark närvaro i Europa.

### Polygiene och White Sierra i partnerskap för att leverera odörfria kläder till "outdoor" marknaden

White Sierra är ett amerikanskt familjeägt företag som gör kläder till hela familjen för alla typer av utomhusaktiviteter såsom skidåkning, vinteraktiviteter, vandring, fiske och familjeaktiviteter. White Sierra kommer introducera fördelarna med "Polygiene Odor Control Technology" till sina kunder i både deras "Trail" och "Travel" kollektioner med början våren 2017.

### Ny styrelseledamot

Jonas Sjögren, tidigare vd för Discovery Networks Sweden, valdes in som ny ordinarie styrelseledamot i Polygiene AB (publ) vid Årsstämman den 11 maj 2016.

### Viktiga händelser efter periodens slut

#### Teckningsoptioner

Under 2014 gav Polygiene AB ut 6 000 teckningsoptioner till personal och styrelse som, efter omräkning till följd av den split som genomfördes hösten 2015, berättigade till teckning av totalt 1 200 000 aktier till en teckningskurs om 3 kronor per aktie. Den 19/7 2016 har samtliga teckningsoptioner i detta optionsprogram utnyttjats för teckning av aktier. Efter registreringen av de nya aktierna ökar antalet aktier i Polygiene AB från 19 316 000 till 20 516 000 samt ökar aktiekapitalet från 1 931 600 kronor till 2 051 600 kronor.

## VD har ordet

# Fortsatt tillväxt samt strategiska marknadssatsningar

Vi kan blicka tillbaka på ytterligare ett starkt kvartal där vår nettoomsättning ökat till 13,0 Mkr vilket motsvarar drygt 21 procents tillväxt (24 procent rensat för valutaeffekter). Det innebär att vi har haft ett mycket starkt första halvår med en ökning av vår nettoomsättning med 51 procent (52 procent rensat för valutaeffekter) jämfört med motsvarande period föregående år. Nettoomsättningen blev 26,4 Mkr för årets första halvår.

Resultatmässigt uppvisade vi ett negativt resultat för kvartalet beroende på ökade marknadssatsningar och resursförstärkningar inom organisationen, samt kostnader relaterade till listningen på Nasdaq First North som gjordes i mitten av mars. Detta är helt enligt plan och vi ser detta som investeringar och viktiga framgångsfaktorer i processen att bygga vårt varumärke hela vägen genom butik till konsument. Detta kommer öka vår tillväxttakt ytterligare.

Marknadssatsningarna utgörs främst av ökade lokala PR- och marknadsaktiviteter på våra viktigaste marknader i USA, Europa och Asien. Aktiviteterna sker både i samarbete med våra brand partners direkt mot butiker, konsumenter och opinionsbildare såsom skribenter och journalister, och mot industrin på mässor och utställningar världen över. Vi ser tydligt vikten och resultatet av dessa lokala aktiviteter och kommer fortsatt att expandera detta område.

Under andra kvartalet såg vi fortsatt stark efterfrågan från både befintliga kunder och nya brand partners. Vi inledde ett antal spännande samarbeten med nya brand partners samtidigt som vi bearbetat många nya potentiella partners. Det finns ett stort intresse för Polygiene och funktionaliteten odörkontroll i marknaden. Mer detaljer per segment nedan.

### Sports & Outdoor

Detta är vårt största segment och det uppvisar fortsatt stark efterfråga från befintliga och nya brand partners. Det är glädjande att se att tex. Adidas utökar sin co-branding med Polygiene och Adidas har nu börjat introducerat Polygiene hang-tags på sina plagg i butiker.

Vidare har vi bearbetat nya potentiella brand partners och flera har under kvartalet resulterat i partnerskap. Det gäller bland annat White Sierra, ett starkt amerikanskt varumärke



inom kläder till outdoor marknaden, som kommer med kollektioner av kläder med Polygiene teknologi med start våren 2017, och den världsledande koreanska tillverkaren av motorcykelhjälm – HJC. De introducerar hjälm med Polygiene till årets vår/sommarsäsong.

Dessutom har relativt nya partners såsom Cascade, Eddie Bauer, Mondetta och Toad&Co utökat sin användning av Polygiene. Detta betyder att vi når en bredare Outdoor marknad samtidigt som vi nu också når det viktiga consumer travel segmentet. Vi har också sett framgångar inom angränsande segment såsom Jakt&Fiske genom våra partnerskap med SITKA and SIMMS.

### Lifestyle

Lifestyle är ett mycket intressant segment för Polygiene och vi ser ett starkt intresse från befintliga och nya potentiella brand partners att introducera Polygienes funktionalitet i sina plagg. Mycket drivet av den branchglidning, "Athleisure", som sker mellan Sport och Lifestyle.

Vi har investerat mycket i segmentet, både i termer av marknadsundersökningar för att bättre förstå konsumenternas drivkrafter, önskemål och relevanta budskap, och i olika mässor för att marknadsföra och göra Polygiene och vår funktionalitet och konsumentbehovet mer känt inom industrin.

Vårt mål är att ta ett tydligt ledarskap inom Lifestyle, på samma sätt som i Sport & Outdoor, och vi är övertygade om att vårt arbete kommer bära frukt. Många intressanta projekt har startats med brand partners och tillverkare och vi hoppas se positiva resultat redan under vintern.

### Footwear

Skor och sulor är högintressant för Polygiene. Konsumentnyttan är uppenbar och segmentet är stort.

Under kvartalet har vi ingått partnerskap med Converse Japan som introducerat Polygiene i en ny skokollektion. Detta är ett första viktigt steg in i skosektorn – en sektor med en mycket stor potential. Baserat på våra framgångar med Converse Japan och ASTRAL i USA ser vi ett starkt ökande intresse i segmentet. Exempelvis kommer SOLE att börja Polygienebehandla alla sina innersulor mot tidigare endast ett begränsat sortiment.

Vidare är det flera välkända globala varumärken som vi nu påbörjat intressanta tester och projekt med. Vi tror att detta kommer bli ett mycket intressant segment i framtiden för Polygiene, men vi har respekt för ledtiderna i utveckling och tester, vilket kräver tålamod. Vår förmåga att behandla både tyg-, skum- och plastdelarna i skor ger oss en klar teknisk fördel gentemot konkurrenterna samtidigt som vi kan leverera en "consistent marketing story" över hela kundens sortiment - kläder, skor och utrustning.

### Home textiles

Det är fortsatt starkt intresse från befintliga brand partners och detta segment är mer stabilt och inte så säsongsdrivet. Baserat på våra framgångar i Japan ser vi goda tillväxtpotentialer med nya potentiella partners i både Kina och Sydkorea.

### Protective & Other

Vi upplever fortsatt bra tillväxt med våra befintliga partners inom segmentet. Vår största kund fortsätter att växa med oss och de öppnar upp nya marknader i Sydamerika och Asien. Denna kund är marknadsledande inom hygieniska golv mot framförallt matvaruindustrin.

I Asien har Polygiene startat projekt inom möbler för publika miljöer och hälsovård, vilket är en bra kombination baserat på våra framgångar inom Home textiles i regionen.

Dessa nya samarbeten och de satsningar som jag beskrivit är bara några exempel på områden där Polygienes teknologi kan användas och det visar på en stor bredd och potential för bolaget. Vi kommer att fortsätta utöka samarbetet med såväl nya som befintliga brand partners inom flera produktområden och marknader, och i takt med det också fortsätta förstärka organisationen med resurser och kompetens så att vi kan ta tillvara de tillväxtpotentialer som finns på både kort och lång sikt. Jag ser fram mot en mycket spännande höst och de satsningar vi dragit igång.

Christian von Uthmann, Vd

# Verksamheten

## Lukt i kläder – hur uppstår det och vad kan man göra åt det?

”Stinky polyester” är ett välkänt fenomen som uppstår när bakterier växer till på textilier. Det finns några principiellt olika angreppssätt för att undvika problemet:

- Tvätta mer, men även efter tvätt kan plagg lukta så det löser inte hela problemet.
- Reducera förutsättningarna för bakterietillväxt genom att välja ett material där bakterierna inte växer lika fort, till exempel ull.
- Behandla materialet med en lösning som reducerar bakterietillväxten på ett hud- och miljövänligt sätt, som Polygiene.
- Kapsla in odören som uppstår.

Polygiene jobbar med de bästa lösningarna givet applikation och användarsegment. Bolagets lösningar kan appliceras på såväl tråd som tyg. Polygienes lösningar är så effektiva att det räcker med små mängder och dessutom varar funktionaliteten hela plaggets livslängd.

Till stor utsträckning baseras Bolagets 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.

## Polygienes textil- och applikationskunnande

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

En av Polygienes styrkor är vårt unika textil- och applikationskunnande vilket innebär att vi kan erbjuda den bästa lösningen givet tillverkning och användningsområde.

## Hur står sig Polygiene mot konkurrenter?

Polygiene är i dag marknadsledande inom segmentet lukt-kontroll, sett såväl från en teknisk synvinkel som ur ett varumärkesperspektiv. Bolaget har tagit på sig uppgiften att bygga upp och utveckla kategorin lukt-kontroll/Polygiene Stay Fresh® i textilmaterial inom en rad segment. Polygiene är global kategoriledare inom Sport & Outdoor och har intagit en fördelaktig position i syfte att utöka sitt kategoriledarskap till fler segment.

Bolaget har visat att man kan leverera en trygg helhetslösning till de kläd- och varumärken som innehåller Polygiene, något som ingen konkurrent har förmått att kopiera. Det finns visserligen andra kemikalieleverantörer som rent tekniskt kan leverera ett fungerande preparat, men det är hittills ingen konkurrent som har lyckats bygga upp ett helhetskoncept. Upplägget bygger på noggranna tester längs hela värdekedjan och en kvalitetssäkring av alla olika applikationer. Inom segmentet lukt-kontroll anses Polygiene av sina partners, såväl upp- och nedströms, som marknadsledande både ur ett tekniskt och ”co-brand” perspektiv.

Vidare är Polygiene hudsäkert att använda – behandlade plagg ger inte upphov till någon hudirritation och påverkar inte hudens egen bakterieflora. Det finns ingen konkurrent i branschen som byggt ett ”co-brand” inom odörkontroll, som Polygiene. Unikt är också det konsekventa och systematiska upplägg som Polygiene använder i syfte att erbjuda sina

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



Källa: Studie gjord 2006 av Cambridge University 2006, benämnd ”Well dressed?”.

kunder ett värdehöjande "co-branding". 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. Polygiene erbjuder varumärkena trygghet och mervärde.

### Marknadspotential

Världens produktion av textil, till bland annat sport-, livsstils- 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 och detta gäller även om de är Polygienebehandlade. En välkänd nackdel med polyesterbaserade textilmaterial är dock att de utgör en utmärkt bas för odörgivande bakterietillväxt. "Stinky polyester" är ett välkänt begrepp och 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.

Polygiene är i dag verksamt på en global bas inom premiumvarumärkessegmentet, och uppvisade en försäljning för 2015 på drygt 50 Mkr fördelat inom fyra olika segment där Sport & Outdoor dominerar:

- *Sport & Outdoor* (sportkläder, skydd, friluftsliv, jakt, fiske med mera): cirka 30 Mkr
- *Livsstil* (skjortor, blusar, byxor, kostymer, underkläder, strumpor, skor med mera): cirka 5 Mkr
- *Hemtextilier* (handdukar, lakan, örngott, madrasser, kuddar med mera): cirka 10 Mkr
- *Annat* (färg, golv, sanitet med mera): cirka 5 Mkr

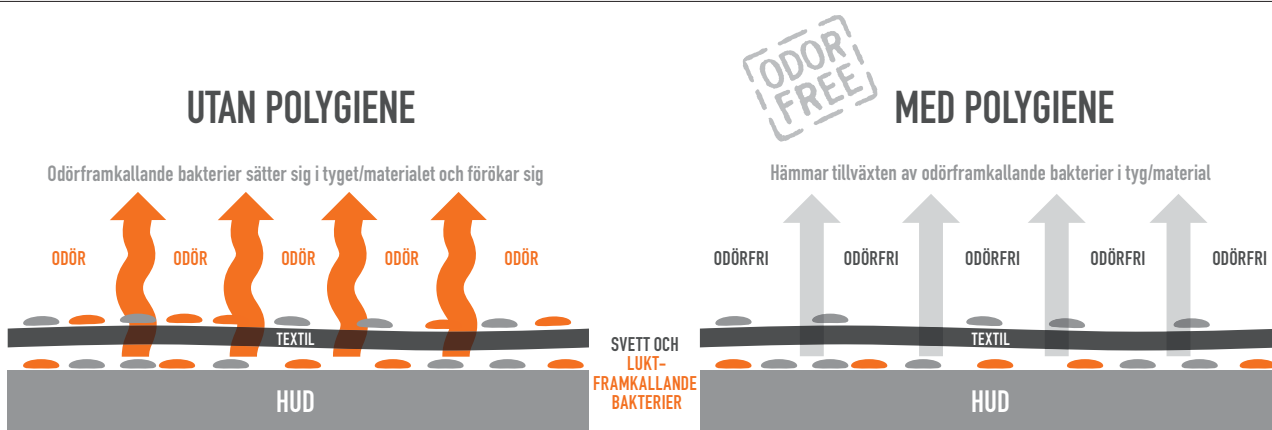
Över 15 miljoner meter tyg behandlades med Polygiene-produkt under 2015. Sett till den bedömda och relevanta marknadspotentialen enligt Bolagets egen bedömning, utgör detta betydligt mindre än fem procent av den globala långsiktiga försäljningspotentialen för Bolaget.

### Primära tillväxtmotorer under de närmaste 3–5 åren

- Ökad penetrationsgrad hos nuvarande partners – komma in på fler linjer/produkter. Det bedöms finnas goda tillväxtpotentialer hos existerande kunder.
- Fortsatt tillväxt inom Sport & Outdoor – nya varumärken/kunder ibland annat USA och Asien.
- Expanding inom Livsstil (bland annat kostymer, dräkter, skjortor, blusar, byxor, strumpor, underkläder och skor) och erövra marknadsledarskap.
- Expanding inom Hemtextilier, speciellt i Asien, och erövra marknadsledarskap.
- Generell tillväxt i Asien (bland annat Sydkorea, Japan och Kina) inom samtliga segment.

En tydlig trend som kan skönjas är att de olika segmenten, exempelvis Sport och Livsstil, alltmer flyter samman och överlappar varandra – inte minst sportkläder har i ökande grad blivit mode. Detta är en utveckling som är till fördel för Polygiene.

\* <http://www.textileworld.com/textile-world/fiber-world/2015/02/man-made-fibers-continue-to-grow/>



# Finansiell utveckling

## Nettoomsättning och resultat

### Nettoomsättning

Bolagets nettoomsättning för årets andra kvartal uppgick till 13,0 (10,7) Mkr vilket motsvarar en ökning med 21 procent. Renstat för valutaeffekter är tillväxten under andra kvartalet 24 procent. För årets första sex månader ökade nettoomsättningen med 51 procent och uppgick till 26,4 (17,5) Mkr. Renstat för valutaeffekter är tillväxten under årets sex första månader 52 procent. Ökningen har skett på samtliga geografiska marknader och kommer främst från befintliga kunder.

### Kostnader

Kostnaderna för andra kvartalet uppgick till -17,0 (-10,2) Mkr, fördelat på varuinköp -5,8 (-4,2) Mkr, övriga externa kostnader -7,5 (-3,5) Mkr, personalkostnader -2,4 (-1,9) Mkr och övriga rörelsekostnader -1,3 (-0,6) Mkr. För årets sex första månader uppgick kostnaderna till 32,6 (17,6) Mkr, fördelat på varuinköp -11,2 (-6,7) Mkr, övriga externa kostnader -14,0 (-6,5) Mkr, personalkostnader -4,6 (-3,7) Mkr och övriga rörelsekostnader -2,8 (-0,8) Mkr.

Ökning av kostnaden för varuinköp för såväl kvartalet som för årets första sex månader är helt relaterade till den ökade nettoomsättningen. I ökningen av övriga externa kostnader ingår främst kostnader för ökade satsningar i form av PR- och marknadsaktiviteter. Ökningen av dessa kostnader uppgår till 2,4 Mkr för andra kvartalet och 4,3 Mkr för årets sex första månader. Vidare ingår nya löpande kostnader relaterade till listningen på Nasdaq First North. Under första kvartalet togs dessutom engångskostnader för listningen om totalt 0,9 Mkr. Ökningen av personalkostnader kommer från anställning av ny personal som gjordes i första kvartalet. Övriga rörelsekostnader består till största delen av negativa valutakursdifferenser.

### Resultat

Kvartalets rörelseresultat EBIT uppgick till -2,3 (0,6) Mkr och resultat efter skatt till -2,3 (0,6) Mkr. Rörelseresultatet EBIT för årets sex första månader uppgick till -3,6 (0,7) Mkr och resultatet efter skatt till -3,6 (0,7) Mkr. Resultatet för årets sex första månader har belastats med engångskostnader avseende listningen på Nasdaq First North med -0,9 Mkr.

## Finansiell ställning

### Finansiella anläggningstillgångar

De finansiella anläggningstillgångarna uppgick vid periodens utgång till 5,3 (1,8) Mkr och avser en uppskjuten skattefordran för de skattemässiga underskott som uppstått under tidigare år. Det totala skattemässiga underskottet uppgick vid periodens utgång till 24,1 Mkr.

### Eget kapital

Eget kapital uppgick vid periodens slut till 37,2 (10,0) Mkr. Soliditeten per 2016-06-30 var 79,2 (57,5) procent.

### Kassaflöde och likviditet

Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -0,8 (-1,1) Mkr för årets andra kvartal. För årets sex första månader var kassaflödet från den löpande verksamheten -3,9 (-1,7) Mkr. Det negativa kassaflödet kommer från periodens negativa resultat och ökningen av kundfordringar, som är en följd av den kraftiga omsättningsökningen.

Bolagets likvida medel uppgick vid kvartalets utgång till 23,6 (4,4) Mkr.

### Personal

Bolagets operativa organisation vid kvartalets utgång bestod av 13 personer, varav 9 är anställda och 4 är kontrakterade konsulter.



# Resultaträkning

Resultaträkning i sammandrag, Tkr	apr–jun 2016	apr–juni 2015	jan–jun 2016	jan–jun 2015	Rullande 12 mån	Helår 2015
<b>Rörelsens intäkter</b>						
Nettoomsättning	13 014	10 716	26 441	17 539	60 412	51 511
Övriga rörelseintäkter	1 689	92	2 488	759	3 216	1 487
	<b>14 703</b>	<b>10 808</b>	<b>28 929</b>	<b>18 298</b>	<b>63 628</b>	<b>52 998</b>
<b>Rörelsens kostnader</b>						
Handelsvaror	-5 814	-4 158	-11 189	-6 730	-26 442	-21 981
Övriga externa kostnader	-7 453	-3 484	-13 958	-6 474	-23 241	-15 758
Personalkostnader	-2 409	-1 940	-4 613	-3 671	-8 570	-7 627
Övriga rörelsekostnader	-1 312	-608	-2 791	-769	-4 055	-2 033
	<b>-16 988</b>	<b>-10 189</b>	<b>-32 552</b>	<b>-17 644</b>	<b>-62 308</b>	<b>-47 399</b>
<b>Rörelseresultat</b>	<b>-2 285</b>	<b>619</b>	<b>-3 623</b>	<b>655</b>	<b>1 320</b>	<b>5 599</b>
<b>Finansiella intäkter och kostnader</b>						
Ränteintäkter	0	0	0	1	41	42
Räntekostnader	-1	0	-1	0	0	0
	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>-1</b>	<b>1</b>	<b>41</b>	<b>42</b>
<b>Resultat före skatt</b>	<b>-2 286</b>	<b>619</b>	<b>-3 624</b>	<b>656</b>	<b>1 361</b>	<b>5 641</b>
Skatt	0	0	0	0	3 530	3 530
<b>Resultat efter skatt</b>	<b>-2 286</b>	<b>619</b>	<b>-3 624</b>	<b>656</b>	<b>4 891</b>	<b>9 171</b>
Resultat efter skatt per aktie	-0,13	0,04	-0,20	0,04	0,27	0,55
Resultat efter skatt per aktie efter utspädning	-0,13	0,04	-0,20	0,04	0,25	0,52

# Balansräkning

Balansräkning i sammandrag, Tkr	2016-06-30	2015-06-30	2015-12-31
<b>Tillgångar</b>			
<b>Anläggningstillgångar</b>			
Immateriella anläggningstillgångar	0	0	0
Materiella anläggningstillgångar	0	0	0
Finansiella anläggningstillgångar	5 304	1 774	5 304
<b>Summa anläggningstillgångar</b>	<b>5 304</b>	<b>1 774</b>	<b>5 304</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>			
Varulager	312	123	225
Kundfordringar	15 722	9 655	13 968
Övriga omsättningstillgångar	2 035	1 485	3 426
Likvida medel	23 631	4 376	27 545
<b>Summa omsättningstillgångar</b>	<b>41 700</b>	<b>15 639</b>	<b>45 164</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>	<b>47 004</b>	<b>17 414</b>	<b>50 468</b>
<b>EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>			
<b>Eget kapital</b>	<b>37 233</b>	<b>10 007</b>	<b>40 843</b>
<b>Skulder</b>			
Leverantörsskulder	6 315	4 592	5 242
Övriga kortfristiga skulder	3 456	2 814	4 383
<b>Summa skulder</b>	<b>9 771</b>	<b>7 406</b>	<b>9 625</b>
<b>SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER</b>	<b>47 004</b>	<b>17 414</b>	<b>50 468</b>



## Förändring i eget kapital

Förändringar i eget kapital, Tkr	apr-jun 2016	apr-jun 2015	jan-jun 2016	jan-jun 2015	Helår 2015
Eget kapital vid periodens ingång	39 519	9 388	40 843	9 351	9 351
Nyemissioner och teckningsrätter	0	0	14	0	22 500
Emissionskostnader	0	0	0	0	-179
Periodens resultat	-2 286	619	-3 624	656	9 171
<b>Eget kapital vid periodens utgång</b>	<b>37 233</b>	<b>10 007</b>	<b>37 233</b>	<b>10 007</b>	<b>40 843</b>

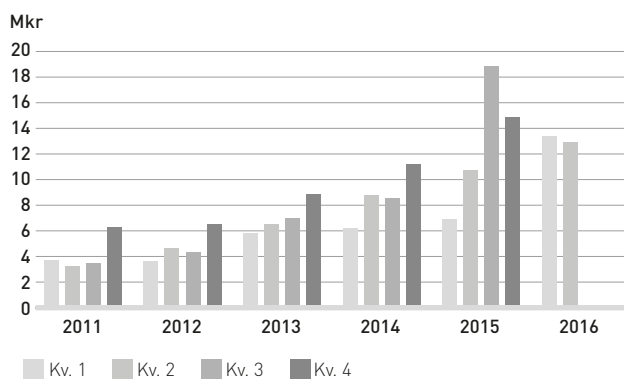
## Kassaflödesanalys

Kassaflödesanalys i sammandrag, Tkr	apr-jun 2016	apr-jun 2015	jan-jun 2016	jan-jun 2015	Helår 2015
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändring av rörelsekapital	-2 286	619	-3 624	656	5 641
Förändring av rörelsekapital	1 480	-1 678	-304	-2 353	-6 490
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>-806</b>	<b>-1 059</b>	<b>-3 928</b>	<b>-1 697</b>	<b>-849</b>
Kassaflöde från investeringsverksamheten	0	0	0	0	0
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	0	0	14	0	22 321
<b>Periodens kassaflöde</b>	<b>-806</b>	<b>-1 059</b>	<b>-3 914</b>	<b>-1 697</b>	<b>21 472</b>
Likvida medel vid periodens ingång	24 437	5 435	27 545	6 073	6 073
<b>Likvida medel vid periodens utgång</b>	<b>23 631</b>	<b>4 376</b>	<b>23 631</b>	<b>4 376</b>	<b>27 545</b>

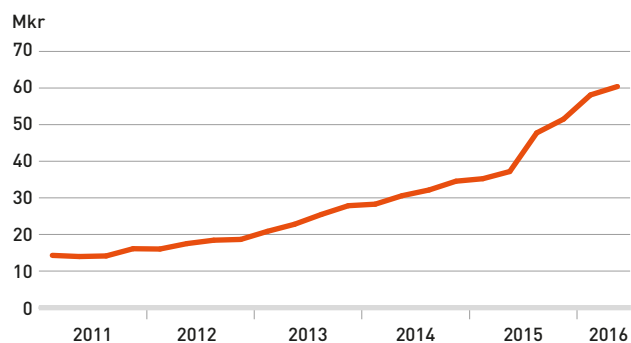
## Finansiell utveckling i sammandrag

Flerårsöversikt	apr–jun 2016	apr–jun 2015	jan–jun 2016	jan–jun 2015	Helår 2015	Helår 2014
Nettoomsättning, Tkr	13 014	10 716	26 441	17 539	51 511	34 957
Omsättningstillväxt, %	21,4	22,4	50,8	17,7	47,4	25,7
Rörelseresultat EBIT, Tkr	-2 285	619	-3 623	655	5 599	3 675
Resultat efter skatt, Tkr	-2 286	619	-3 624	656	9 171	5 443
Resultatmarginal EBIT, %	-17,6	5,8	-13,7	3,7	10,9	10,5
Resultatmarginal efter skatt, %	-17,6	5,8	-13,7	3,7	17,8	15,6
Kassaflöde, Tkr	-806	-1 059	-3 914	-1 697	21 471	2 155
Eget kapital, Tkr	37 233	10 007	37 233	10 007	40 843	9 351
Soliditet, %	79,2	57,5	79,2	57,5	80,9	57,8
Antal aktier vid periodens utgång, tusental	19 316	16 316	19 316	16 316	19 316	16 316
Genomsnittligt antal aktier vid periodens utgång, tusental	18 066	16 316	18 066	16 316	16 566	16 316
Resultat per aktie, kr	-0,13	0,04	-0,20	0,04	0,55	0,33
Kassaflöde per aktie, kr	-0,04	-0,06	-0,22	-0,10	1,30	0,13
Eget kapital per aktie, kr	1,93	0,61	1,93	0,61	2,11	0,57
Börskurs vid periodens utgång, kr	13,15	—	13,15	—	—	—

### Nettoomsättning per kvartal



### Nettoomsättning rullande 12 månader





# Aktiekapital, aktien och ägarförhållanden

## Aktiekapital

Bolagets aktiekapital uppgår till 1 931 600 kr fördelat på 19 316 000 utestående aktier. Bolaget har endast ett aktieslag och samtliga aktier har lika rätt till utdelning. Aktiernas kvotvärde är 0,10 kr.

Under 2014 gav bolaget ut 1 200 000 teckningsoptioner till personal och styrelse vilka berättigar till teckning av lika många aktier. Teckningsoptionerna kan utnyttjas under perioden 1 april–1 augusti 2016 och har en lösenkurs om 3,00 kronor per aktie. Samtliga teckningsoptioner har utnyttjats efter andra kvartalets utgång.

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 2015.

## Aktien

Aktien i Polygiene AB (publ.) noterades på Nasdaq First North, Stockholm, den 14 mars 2016.

Under andra kvartalet omsattes totalt 1 666 880 aktier vilket motsvarar ett genomsnitt om 26 885 aktier per handelsdag. Börskursen vid periodens utgång var 13,15 kr, vilket motsvarar ett börsvärde om 254 Mkr. Den högsta respektive lägsta kursen under perioden var 14,15 kr och 12,00 kr.

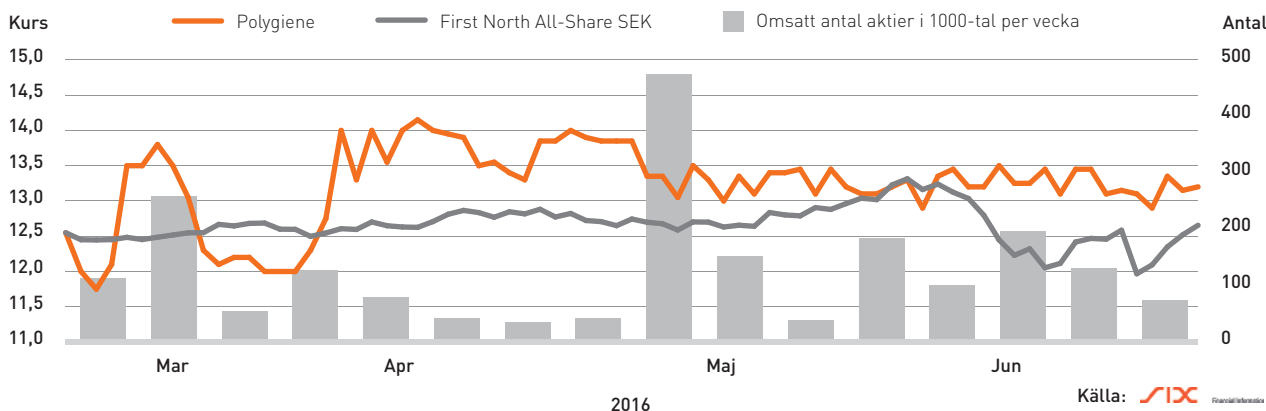
## Ägarförhållanden

Antalet aktieägare vid periodens utgång var 438. Tabellen nedan visar de 10 största aktieägarna per 30 juni 2016.

Aktieägare	Aktier	Procent
JP Morgan Bank Luxembourg	2 960 061	15,3%
Richard Tooby*	1 918 000	9,9%
Nomura Securities Co Ltd Japan	1 500 000	7,8%
Erik A i Malmö AB	1 348 800	7,0%
Clearstream Banking S.A. Luxembourg	1 302 249	6,7%
Jonas Wollin*	783 500	4,1%
Lennart Holm*	770 220	4,0%
Roosgruppen AB	747 819	3,9%
Mats Georgson*	677 000	3,5%
Jan-Erik Rosenberg	604 600	3,1%
Övriga	6 703 751	34,7%
<b>Summa</b>	<b>19 316 000</b>	<b>100,0%</b>

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

## Polygiene 2016-03-14–2016-07-01





## 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 2015.

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 2015.

## 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 ett vägt genomsnitt av antalet aktier

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

**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

Kvartalsrapport Q3 2016  
Bokslutskommuniké 2016

10 november 2016  
februari 2017

## 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: jb@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 25 augusti 2016 kl. 12.00 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