

DELÅRSRAPPORT

MAJ – JULI 2013
by JAYS



**"EN SVAG INLEDNING PÅ VERKSAMHETSÅRET
I VÄNTAN PÅ NYA PRODUKTSERIEN"**

DELÅRSRAPPORT

MAJ – JULI 2013

KVARTALET I KORTHET

- Intäkterna minskade med 60 % (59 % i lokal valuta) och uppgick till 8,4 MSEK (21,0)
- Rörelseresultat (EBITA) uppgick till -1,1 MSEK (3,0)
- Resultat efter skatt uppgick till -1,1 MSEK (2,6)
- Bruttomarginalen uppgick till 42 % (43 %)

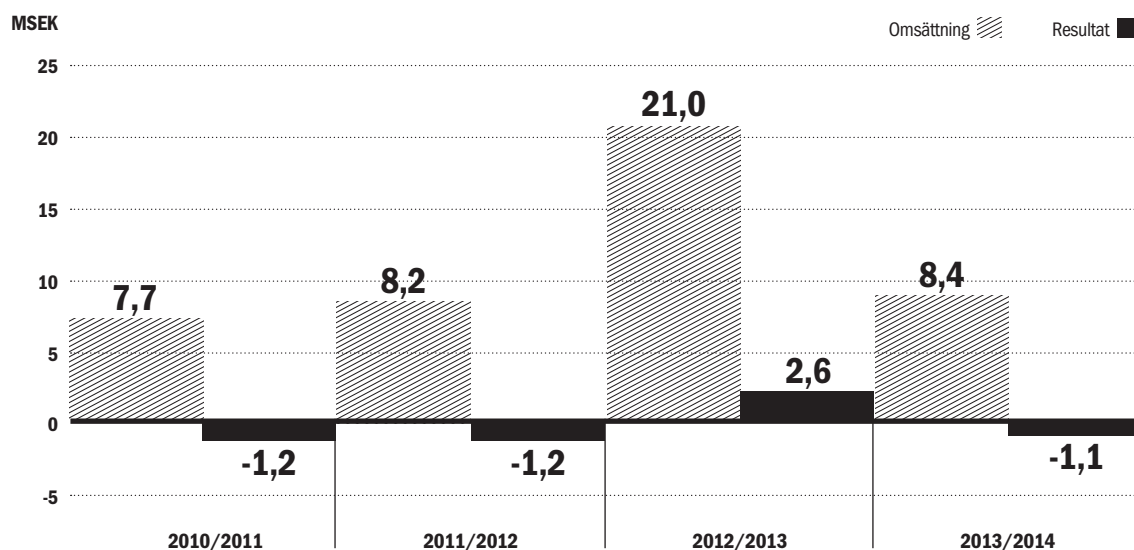
HÄNDELSE UNDER PERIODEN

- Jays lanserar nya produktserien a-JAYS Five med ett nytt koncept; Världens första hörlur i tre versioner för iOS, Windows och Android
- Jays expanderar i Norden och Baltikum med 20:20 Mobile

HÄNDELSE EFTER PERIODENS UTGÅNG

- Jays styrelse kallar till årsstämma och presenterar ett förslag om ett nytt teckningsoptionsprogram för Jays personal

OMSÄTTNINGS- OCH RESULTATUTVECKLING PERIODEN MAJ-JULI (3 Mån)



VD-ORD

ETT STARKT AVSLUT PÅ 2012/2013 I KOMBINATION MED FÖRSENADE PRODUKTER SKAPADE EN SVAG INLEDNING PÅ DET NYA ÅRET

Jag har haft glädjen att summera mycket positiva kvartal under en längre tid nu. Så sent som i förra veckan släpptes vår årsredovisning för 2012/2013 som summerade ett framgångsår med stark utveckling både vad gäller omsättning och resultat. Det avser vi att fortsätta med och vi befinner oss nu mitt i processen att befästa en stark position som ska fungera väl på lång sikt. Det är viktigt att komma ihåg när vi idag summerar ett första kvartal som ligger långt ifrån de nivåer vi vant oss vid.

Att försäljningen blev låg för kvartalet var väntat eftersom distributörer i framför allt Norden och Asien tog på sig stora lager i april. En ytterligare förklaring till den totalt sett låga försäljningen, som landade på 8,4 MSEK för kvartalet, är att distributörerna varit återhållsamma med ordrar i väntan på den nya produktserien a-JAYS Five för att kunna satsa offensivt på denna lansering. Den nya produktserien som kommer med 3 nya modeller, i svart samt vitt, särskilt anpassade för iOS, Windows respektive Android, säljs som ett helt nytt koncept – iWA. Jays distributörer förväntas lagerhålla hela det nya sortimentet vilket innebär en kapitalbindning som för vissa initialt kan medföra en nedprioritering av befintligt sortiment.

De nya produkterna förväntades att kunna levereras ut under september men på grund av förseningar i fabrik har leveranserna blivit framskjutna och förväntas nu ske under senare delen av andra kvartalet. Endast en mindre mängd enheter av vissa modeller har kunnat levereras ut under september. För Jays är det naturligtvis högsta prioritet att säkerställa maximal upprampning av produktionen för att kunna möta efterfrågan på de nya produkterna inför julhandeln, och arbetet med detta pågår just nu intensivt. Men det kommer aldrig att ske på bekostnad av kvalitet. Vi vet att vi ställer extremt höga krav på vår produktion, och det är inget vi kommer att ändra på.

"ETT STARKT AVSLUT PÅ 2012/2013 I KOMBINATION MED FÖRSENADE PRODUKTER SKAPADE EN SVAG INLEDNING PÅ NYA ÅRET"

AKTIVT INFÖRSÄLJNINGS- OCH PR-ARBETE AV EFTERLÄNGTAD PRODUKTSERIE

Parallellt fortsätter ett aktivt införsäljningsarbete av den nya serien med omfattande resor på befintliga och nya marknader. Vi möter dagligen distributörer som är mycket positiva till vårt iWA-koncept, som förutom hög ljudkvalitet signerad Jays, erbjuder en tydlighet och enkelhet som efterfrågas av både konsumenter och retail.

Vi påbörjade redan tidigt arbetet med att bygga förväntningarna inför vår nya produktserie och vår publik har välkomnat vårt initiativ att erbjuda en musikälskande och gränsöverskridande målgrupp möjligheten att njuta av mobilt ljud i en fullfunktionshörlur oavsett operativsystem. I och med detta är vi på väg att ta en allt starkare position som utvecklingsbolag, på samma sida som en allt mer krävande publik.

Vi fortsätter också ett aktivt byggande av vårt varumärke med medveten och effektiv exponering i för oss rätt sammanhang och kanaler, och inte minst genom frekvent kontakt med våra vänner och användare i sociala media.

Kort sagt, arbetet pågår för fullt med att skapa en långsiktig plattform för Jays fortsatta resa och efter en blygsam start på verksamhetsåret ser vi nu fram emot att kunna växla upp ordentligt under kommande kvartal.



Rune Torbjörnsen
VD



OM JAYS

AFFÄRSIDÉ

Jays ska under eget varumärke utveckla, designa och marknadsföra hörlurar och musikrelaterade produkter på den internationella marknaden för användning tillsammans med mobiltelefoner, surfplattor och mediaspelare.

VISION

Vår vision är att Jays med innovativ produktutveckling och en välbeprövad affärsmodell ska vara ett globalt respekterat varumärke som representerar tidlösa, funktionella och kvalitativa musikprodukter för en målgrupp som medvetet söker en bättre musikupplevelse.

STRATEGI

Jays strategi bottnar i en stark vilja att erbjuda användare av portabelt ljud avsevärt bättre alternativ än vad som idag finns tillgängligt. Ett hängivet utvecklingsteam med gedigen erfarenhet och kompetens arbetar kontinuerligt på att med design och teknologi skapa så bra ljud som möjligt i väl genomtänkta, användarvänliga kvalitetsprodukter med ett högt mervärde. Alla har rätt till bra ljud och bra produkter. Vi brinner för att kunna erbjuda detta genom varje produkt och prispunkt vi tillhandahåller.

Vi gör detta för att vi genuint bryr oss och vill göra bättre. I en industri som alltmer går mot masskonsumtion vill vi skapa hållbarhet och bättre, långsiktiga alternativ. I en snabbt växande och föränderlig marknad är vi med en liten effektiv organisation anpassningsbara med ett fast fokus och stark målmedvetenhet att leverera våra kärnvärden och det vi tror på.

Vi är ett ungt företag men har kommit långt på kort tid. Vi jobbar långsiktigt och strategiskt. Genom innovativ produktutveckling, kreativ marknadskommunikation samt driven, kompetent, internationell distribution har vi ökat medvetenheten om vårt varumärke, ökat vår försäljning och utökat våra marknader. Genom organisk expansion och vår affärsmodell att utveckla våra egna produkter och sälja dessa genom externa distributörer med goda marginaler i alla led fortsätter vi skapa goda förutsättningar för hög flexibilitet, kraftig tillväxt och god lönsamhet.

PRODUKTUTVECKLING & PRODUKTER

Jays produkter skapas, utvecklas och designas från idé till färdig produkt av ett hängivet in-house team i Stockholm, med stor erfarenhet av, och kärlek till, musik och bärbart ljud.

Jays har sedan starten 2007 valt att fokusera mest på det största och mest lönsamma produktområdet inom hörlurar, sk "In-ear" och har trots få år på marknaden ett brett sortiment av produkter baserat på olika teknologier och funktioner riktade mot olika målgrupper.

Allt började med Jays high-end modeller d-JAYS, som var den första konsumentfokuserade hörluren med exklusiva balanserade armaturhögtalare som normalt bara används av artister, och q-JAYS som var världens minsta in-ear hörlur med två armaturer på var sida och blev något av en branschreferens och gav Jays en kredibilitet som utvecklingsbolag.

I sortimentet ingår även utanpåliggande hörlurar, som v-JAYS, de ultralätta hörlurarna som levererar ett stort ljud trots det lilla formatet.

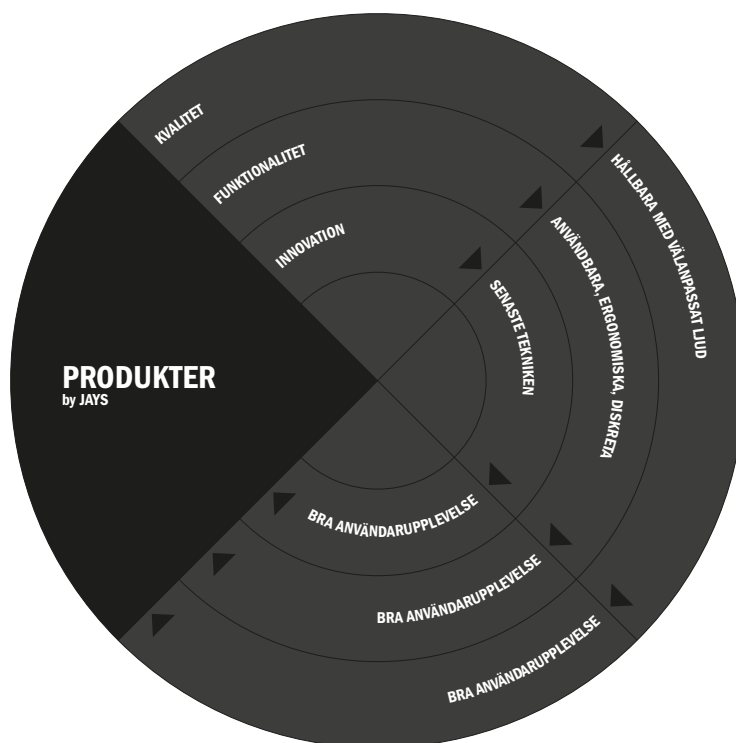
På senare år har Jays rönt stor framgång med serien a-JAYS som karaktäriseras av sin platta trasselfria kabel, som Jays var den första europeiska tillverkaren att lansera, för in-earlurar. Smartphonekompatibla modellerna som a-JAYS One+ för Android samt a-JAYS Four för iPhone har med sina användarvänliga remotes* blivit hyllade av såväl konsumenter som recensenter för dess perfekta balans mellan kvalitet, funktion och pris, och är idag några av de bäst sålade produkterna i Jays sortiment.

Serien t-JAYS fokuserar på funktioner och levererar ännu bättre ljudkvalitet för den kräsne användaren. Den uppskattas även mycket för sin ergonomi och passform.

Det senaste året har Jays utvecklat sin produktportfölj till att även omfatta applikationer, sk. appar. Android-appen JAYS Headset Control ger hörluren a-JAYS One+ fler funktioner för individuell styrning och har blivit väl mottagen av marknaden samt varit bland de mest nedladdade apparna inom sin kategori. Under hösten 2012 släpptes appen JAYS Curves för iPhone som tar ljudet i t-JAYS Four iPhone till en ny nivå med hjälp av digital signalhantering och fick efter bara ett par veckor på marknaden toppbetyg bland användarna.

Samtliga av Jays produkter har erhållit topplaceringar i produkttester internationellt. Omdömen om våra produkter kan läsas på www.jays.se/products/awards-and-reviews

I maj 2013 lanserades Jays nya produktserie a-JAYS Five med ett helt nytt koncept; Världens första hörlur i tre versioner för iOS, Windows och Android. Produkterna levereras ut under andra kvartalet 2013.



"JAYS STRATEGI BOTTNAR I EN STARK VILJA ATT ERBJUDA ANVÄNDARE AV PORTABELT LJUD AVSEVÄRT BÄTTRE ALTERNATIV ÄN VAD SOM IDAG FINNS TILLGÄNGLIGT"

TILLVERKNING

Jays har sedan start valt att lägga ut tillverkningen av sina produkter på kontraktstillverkare i Asien. Jays har lyckats väl med att attrahera etablerade och respekterade kontraktstillverkare, vilka möter Jays höga krav på kvalitet och konstruktion.

DISTRIBUTION OCH FÖRSÄLJNING

Jays samarbetar med en rad dedikerade distributörer globalt och våra produkter finns idag representerade i över 25 länder. Spannet de verkar inom sträcker sig från on-line detaljister till multinationella aktörer, elektronikkedjor och specialister. Bolagets fokus är att bli en del av ordinarie sortiment på ett större antal elektronik- och telekomkedjor samt att arbeta med långsiktiga aktörer som verkligen kan representera varumärket på sin marknad, med hängivna säljare och som är villiga att bli varumärket JAYS ansikte utåt. För att stödja distributörerna erbjuder vi högsta servicegrad, aktiv säljtränning, marknadssupport/material, en stark närvaro online samt hög aktivitet i sociala medier.

ORGANISATION

Jays verksamhet drivs från kontoret på Södermalm i Stockholm, av ett effektivt och hängivet team. Här bedrivs produktutveckling, ledning och administration samt försäljning av en grupp på totalt 10 personer.

Organisationen består även av 2 personer som arbetar heltid på konsultbasis inom PR och försäljning.

Jays företagskultur kännetecknas av en stark teamkänsla och stolthet över det vi skapar. Organisationen bygger i grunden på ett antal individer som arbetat tätt tillsammans under många år och kan verksamheten utan och innan. Denna kärntrupp på sex personer har, med ett brinnande engagemang och mycket hög kompetens inom sitt respektive område, varit ovärderliga för Jays utveckling och framgångar.

Under verksamhetsåret 2012/2013 har personalstyrkan förstärkts med 3 medarbetare inom försäljning, logistik och grafisk formgivning och i juni 2013 utökades teamet med ytterligare en erfaren produktutvecklare.

Vi avser att fortsatt driva Jays med en liten effektiv organisation. Detta möjliggörs genom effektiva arbetssätt internt samt genom professionella samarbetspartners inom tillverkning, distribution och logistik. Att behålla den "lilla" känslan i takt med att bolaget växer är en viktig framgångsfaktor för Jays.

*Knappkontroll för styrning

JAYS AFFÄRSMODELL

Jays utvecklar, formger och marknadsför hörlurar med tillbehör i en attraktiv skandinavisk design i kombination med svårslagen ljudkvalitet och användarvänlighet.

Passionen för ljud och musik är en av våra drivkrafter. Genom att leverera kvalitet, funktion och mervärde till våra användare skapar vi även mervärde för Jays och våra aktieägare.

JAYS PRODUKTER

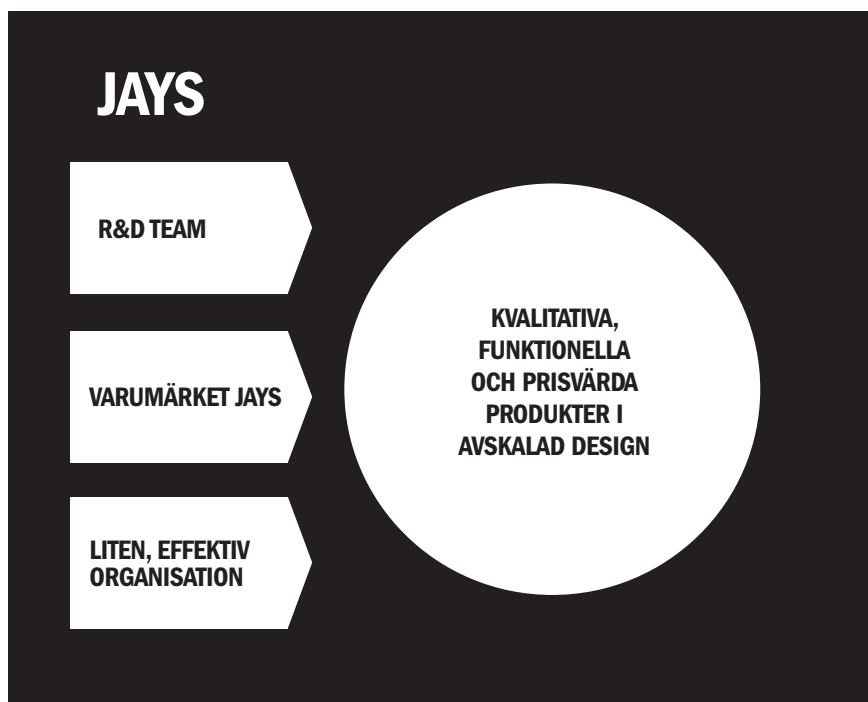
Jays har sedan starten 2007 valt att fokusera mest på det största och lönsammaste produktområdet inom hörlurar, så kallade "In-ear", och har trots ett fåtal år på marknaden en av de mest kvalitativa, funktionella och prisvärda produktportföljerna inom portabelt ljud tillgänglig idag. Samtliga Jays produkter har erhållit topplaceringar i produkttester internationellt och vunnit anhängare bland både konsumenter och kritiker. Vår nyckel till framgång är rätt val av teknologi, akustisk precision tillsammans med effektiv ljudisolering, rigoröst detalj- och kvalitetstänk samt genomarbetad ergonomisk formgivning i avskalad skandinavisk design. Jays äger den know-how och de immateriella rättigheter som är kopplade till produkterna.

R&D TEAM MED UNIK KOMPETENS OCH TRÄFFSÄKERHET

Jays produkter skapas, utvecklas och designas från idé till färdig produkt av ett hängivet in-house-team i Stockholm, med stor erfarenhet av, och kärlek till, musik och bärbart ljud. Vår innovativa produktutveckling utgör kärnan i verksamheten och är central för bibehållen konkurrenskraft i en bransch med höga krav och snabb förändringstakt.

VARUMÄRKET JAYS

JAYS är ett innovativt, kreativt och väletablerat varumärke med hjärtat i musiken. För många av våra användare är musiken en livsstil och varumärket tillför ett mervärde till produkterna då det indikerar att användaren förstår och prioriterar riktigt bra ljud.



LITEN EFFEKTIV ORGANISATION MED ERFAREN LEDNING

Jays består av ett litet, drivet team av dedikerade personer som är verkligt passionerade för bolagets produkter. Precis som med allt annat vi gör ligger det en tanke bakom vår storlek. Som en liten organisation är vi flexibla och kan fatta de snabba beslut som krävs i en snabbt föränderlig bransch. I spetsen av teamet finns en ledning med gedigen erfarenhet från tillväxtbolag vilket också är en stor tillgång för bolagets strategiska arbete.

KREATIV MARKNADSFÖRING

Jays arbetar aktivt med strategisk och kreativ marknadskommunikation för att öka medvetenheten om varumärket. För att stödja distributörerna erbjuder vi hög servicegrad, marknadssupport och marknadsföringsmaterial samt en stark närvaro on-line med hög aktivitet i sociala medier.

VI ÄR SJÄLVA ANVÄNDARE

Jays medarbetare är själva användare och våra produktutvecklare, som också har musikbakgrund, bedriver en kontinuerlig omvärldsbevakning för att kartlägga och identifiera trender och teknikinnovationer. Jays mål är alltid att skapa produkter som är bättre än de produkter marknaden redan erbjuder och överträffa våra kunders höga förväntningar.

KREATIV MARKNADSFÖRING**TILLVERKNING****DISTRIBUTION****ANVÄNDARE****TILLVERKNING**

Jays har sedan starten valt att lägga ut tillverkningen av sina produkter på kontraktstillverkare i Asien. Vi väljer våra samarbetspartners med omsorg och har lyckats väl med att attrahera etablerade kontraktstillverkare som möter våra höga krav på kvalitet, pris och konstruktion.

DISTRIBUTION

Jays samarbetar med en rad dedikerade distributörer globalt och våra produkter finns idag representerade i över 25 länder. Spannet de verkar inom sträcker sig från online-detaljister till multinationella aktörer, elektronik- och telekomkedjor samt specialister.

Distributörerna köper in produkter, ansvarar för lager, leveransfakturer och löpande uppföljning gentemot återförsäljare. Detta arbetssätt innebär lägre försäljningskostnader samt att Jays minimerar lagerrisk och kreditrisk mot återförsäljare.

ANVÄNDARE

Jays kunder består av musikälskare i alla åldrar med höga krav på kvalitet och design. De söker ständigt efter någonting som är lite bättre och förväntar sig att vi ska leverera detta.

MARKNAD

Smartphones har lämnat ett fundamentalt och världsomspännande avtryck i dagens samhälle. Det har i grunden förändrat hur människor kommunicerar, producerar och konsumerar information. Under de senaste två åren producerades 90 % av världens totala datainformation i hela mänsklighetens historia. Under 2011 överskred försäljningen av smartphones försäljningen för stationära och bärbara datorer genom att nå närmare 490 miljoner levererade enheter och som sedan under 2012 ökade till 700 miljoner enheter. Med för närvarande 1 miljard smartphoneanvändare, utav världens totalt 6 miljarder mobilabonnenter, finns det anledning att anta att utvecklingen under överskådlig tid inte kommer mattas av. Detta öppnar upp enorma möjligheter för ett bolag som Jays.

MARKNAD

Vi har på senare tid sett förändringar i konsumtionsmönster som har satt flera branscher i svängning. Bland annat har marknaden för portabelt ljud, som en konsekvens därav, påverkats mycket positivt. Aldrig förr har det konsumerats så mycket musik som idag. Tydligast märks det inom segmentet professionellt ljud och hörlurar prissatta över 100 USD, där försäljningen fördubblades under 2011 – långt över snittet för marknaden totalt. Ett segment där aktörer i branschen på kort sikt kunnat skapa industriella värden räknat i miljarder, men också ett segment med alltmer utbildade och krävande konsumenter. Det är ljudkvalitet, funktionalitet och högt prisvärde som dagens konsumenter efterfrågar och varumärken som kan representera dessa värden. JAYS är ett globalt varumärke förankrat i kvalitet, funktion och prisvärde katalyserat av ett allmänomfattande och fundamentalt fenomen - en förändring i hur människor använder, värderar och konsumerar ljudprodukter. Inom ramen för portabelt ljud och de kärnvärden som JAYS representerar, anser vi att potentialen för fortsatt tillväxt och industriellt inflytande nästintill enorm.

HÖRLURSMARKNADEN

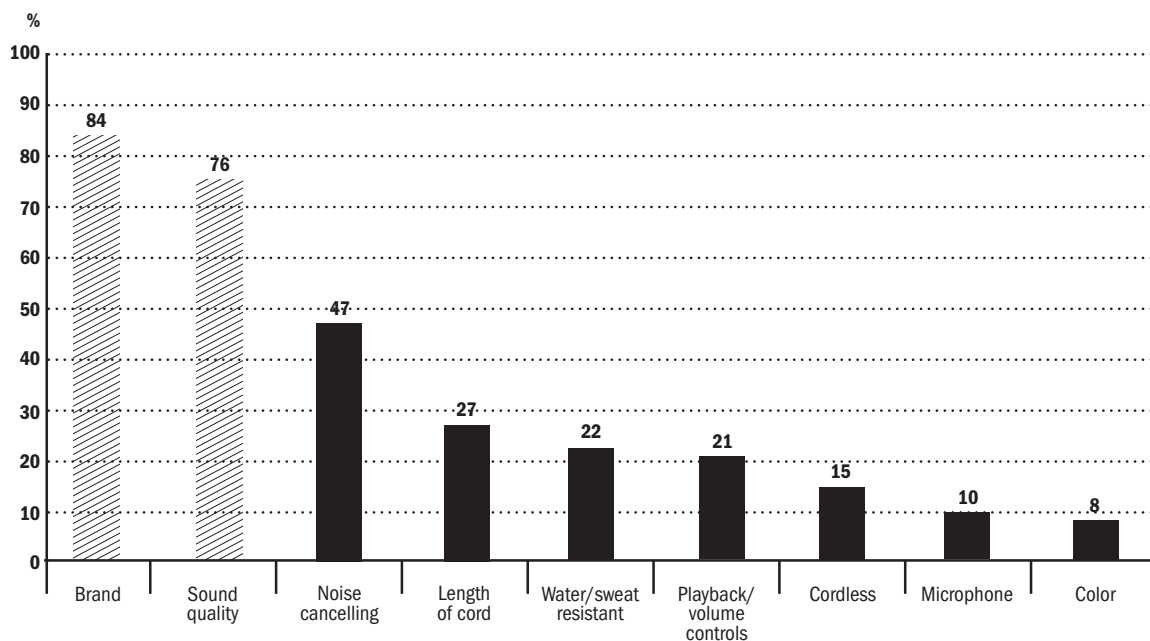
Den totala hörlursmarknaden uppskattas till 40 miljarder SEK fördelat på 260 miljoner enheter. En siffra som förväntas öka med ytterligare 70 miljoner enheter till 2016. Jays segment utgörs av hörlurar över 25 USD, vilket motsvarar cirka 40 % av den totala marknaden – ett segment som de senaste åren har sett en markant ökning mot den totala försäljningen.

JAYS MARKNAD

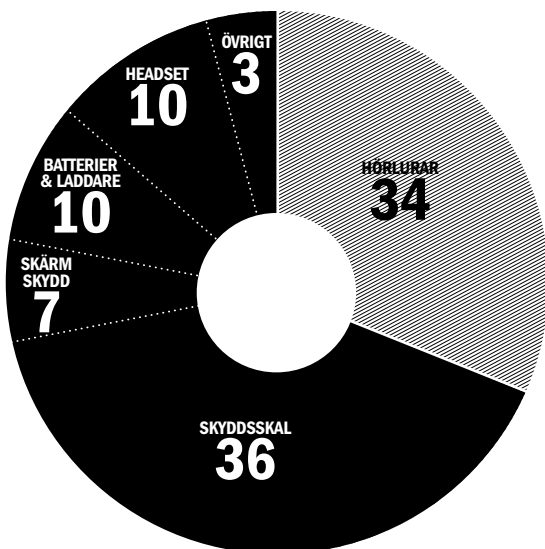
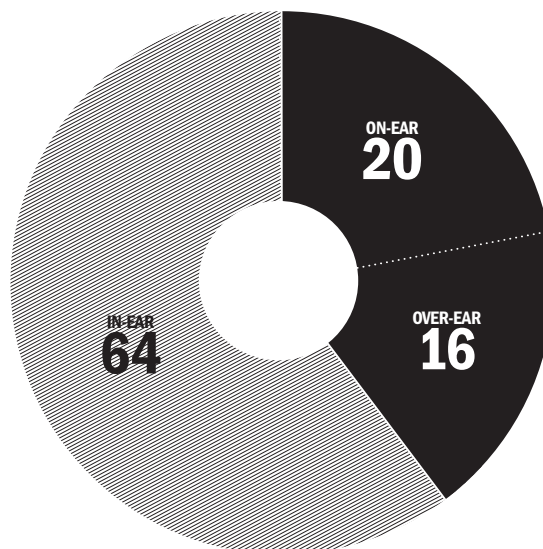
Jays har idag sin starkaste position i Norden och Asien, vilka båda är marknader med hög smartphone-penetration. Med rätt distribution ser vi även en stor potential i USA. Generellt kan sägas att varumärket Jays har en framträdande position i urbana marknader med hög acceptans för ny teknologi och mobila trender.

Jays marknad är global och utgörs av en tilltagande demografi av köpstarka konsumenter som föredrar varumärken med kvalitativa kärnvärden framför överprissatta och överexponerade "logo brands".

VIKTIGASTE FAKTORERNA VID KÖP AV PREMIUMHÖRLURAR



MARKNADEN FÖR MOBILTELEFONBILLBEHÖR (%)

HÖRLURAR - GLOBAL FÖRSÄLJNING PER KATEGORI (%)
(228 miljoner enheter)

Källa: Futuresource Consulting Ltd

Den centrala gruppen är köpmedvetna individer som inte blint följer trender utan skapar nya genom att vara först med det senaste, som uppskattar god design, hög kvalitet och innovativa produkter.

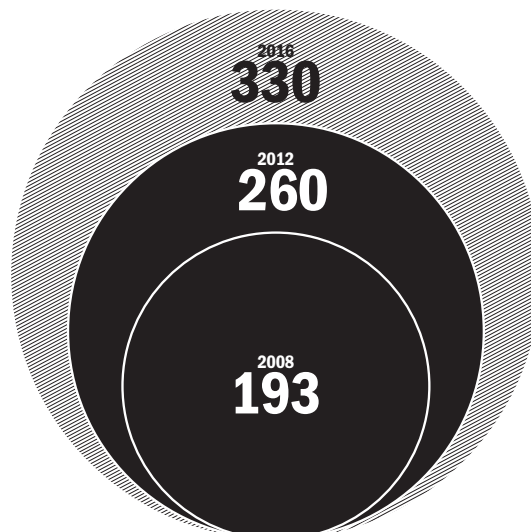
Jays produkter vänder sig till individer som söker funktionella, snygga och kvalitativa ljudprodukter för bästa möjliga musikupplevelse oavsett geografisk tillhörighet, ålder eller livsstil.

KONKURRENS

Varumärket JAYS primära kundgrupp består av musikälskande, designmedvetna människor i rörelse. De vill kombinera bra ljud och funktionalitet med god design och ergonomi. I takt med att marknadens mognadsgrad ökar vad gäller kvalitet i ljud och design måste Jays erbjudande även fortsatt kännetecknas av en produktportfölj som ger fortsatt maximalt kundvärde.

Marknaden för Mobile Music utvecklas snabbt. Många av de varumärken som för 3-5 år sedan ansågs vara marknadsledande (Sennheiser, Koss, AKG) får idag kämpa för att synas, samtidigt som nya aktörer (JAYS, Beats by Dr. Dre, Harman Kardon, SOL REPUBLIC) till stor del tagit över utrymmet både i retail och media. Tendensen är vidare att hörlurar inte längre primärt uppfattas som ett tillbehör till musikspelaren utan som en egen identitetsbärare, vilket också gör att prispunkterna tillåts höjas förutsatt att produkten levererar vad gäller framför allt funktionalitet och design.

Varumärken som etableras och växer på marknaden kännetecknas generellt av en tydligt identifierad kundgrupp i kombination med en snabb organisation och förmågan att över tid fortsätta utveckla för sin kundgrupp relevanta produkter. Ett exempel på detta är Beats by Dr. Dre som sedan lansering 2008 tagit över 50% av den amerikanska marknaden för premium headphones och nu rör sig mot andra produktkategorier såsom portabla högtalare, automotive, etc.

HÖRLURSMARKNADENS TILLVÄXT
(Antal miljoner enheter)

KOMMENTARER

TILL FINANSIELL INFORMATION

MAJ-JULI 2013

INTÄKTER

Intäkterna under kvartalet minskade med 60 % mot föregående år, från 21 MSEK till 8,4 MSEK. Försäljningen var väntat lägre än normalt under kvartalet då distributörer i framför allt Norden tog på sig stora lager i april vilket till stor del täckte behovet för maj-juni. Sommarmånaderna brukar även generellt generera en sämre försäljning, med undantag för föregående år då det första kvartalet var ovanligt starkt.

En ytterligare förklaring till den låga försäljningen är att distributörerna har varit återhållsamma med ordrar i väntan på de nya produktserien a-JAYS Five, för att kunna satsa offensivt på lanseringen av denna. Den nya produktserien består av 3 nya modeller, i svart och vitt, särskilt anpassade för iOS, Android respektive Windows, och säljs som ett helt nytt koncept – iWA. Jays distributörer förväntas lagrhålla hela det nya sortimentet med 6 artiklar vilket innebär en kapitalbindning som för vissa initialt kan medföra en nedprioritering av befintligt sortiment.

De nya produkterna förväntades komma ut på marknaden under sommaren men pga förseningar i fabrik har utleveranserna blivit framskjutna och de större volymerna förväntas levereras ut först i senare delen av andra kvartalet.

FÖRSÄLJNING PER MARKNAD

Försäljningen under kvartalet minskade på samtliga marknader utom i Europa som ökade med 11 % mot föregående år. Ökningen förklaras av en mycket positiv utveckling på den franska marknaden, där vår distributör Xtrium gör ett imponerande arbete. Den europeiska marknaden stod för hela 54 % av kvartalets försäljning, jämfört med 19 % föregående år. Av kvartalets övriga försäljning stod Norden, Asien och USA för lika delar, ca 15 % vardera. Detta tydliggör de svängningar och säsongvariationer som är karaktäristiska för Jays marknad. Denna fördelning ska dock ses som extraordinär och kommande kvartal förväntas fördelningen ligga mer i linje med tidigare kvartal.

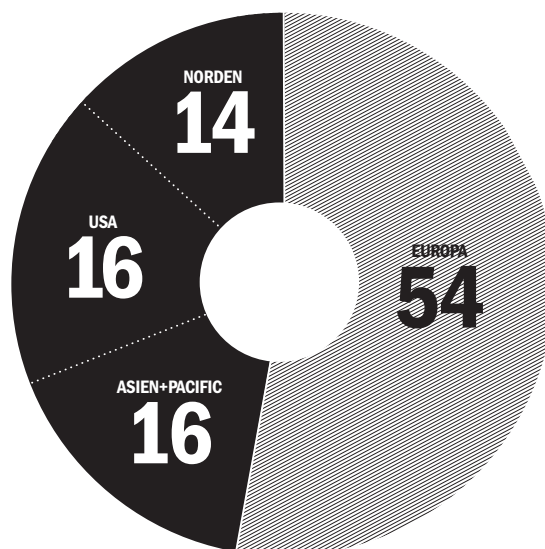
Den nordiska marknaden minskade mest under kvartalet vilket förklaras av de stora inköp som gjordes i april månad. Sett ur ett längre perspektiv är Norden fortfarande Jays största marknad och det nya avtal med 20:20 som tecknades i juni månad förväntas generera en ökad försäljning inte bara på befintliga marknader som Sverige och Norge utan även i Finland och Baltikum.

Ett aktivt införsäljningsarbete för det nya sortimentet med omfattande resor på en rad nya marknader förväntas resultera i tillväxt i framför allt Asien under innevarande år. Även på den amerikanska ser vi stora möjligheter i takt med en breddad distribution.

Bolagets intäkter faktureras i valutorna SEK, USD, GBP samt EUR. I lokal valuta uppgick försäljningsminskningen till 59 % för kvartalet.

OMSÄTTNING PER REGION (%)

Maj-juli 2013



KOSTNADER

De totala rörelsekostnaderna för kvartalet uppgick till 9,5 MSEK, vilket motsvarar en minskning om 8,6 MSEK jämfört med föregående års nivå på 18,1 MSEK. Minskningen avser minskade varuinköp med 7,2 MSEK, minskade externa kostnader om totalt 0,9 MSEK samt ökade personalkostnader med 0,2 MSEK då antalet anställda ökat under året. Vidare var valutakursförlusterna 0,7 MSEK lägre än föregående år.

Totalt har Bolaget påverkats av negativa valutakursförändringar med -0,1 MSEK under kvartalet. Valutakursförändringar avseende kundfordringar och leverantörsskulder redovisas bland övriga rörelseintäkter samt under övriga rörelsekostnader och uppgick till -0,1 MSEK. Valutakursförändringar av finansiell karaktär redovisas bland finansiella poster och uppgick till 40 TSEK för perioden.

MARGINALER

Bruttomarginalen för kvartalet uppgick till 42 %. Den goda marginalen förklaras av att det varit relativt lite marknadsföringsbidrag och rabatter under perioden. Vidare har nivån för lagerjusteringar och varuprover varit låg då den nya produktserien inte levererats ut ännu.

AVSKRIVNINGAR

Bolagets totala avskrivningar för kvartalet uppgick till 0,3 MSEK (0,3 MSEK), där hälften avsåg balanserade utvecklingskostnader och hälften avsåg verktyg och inventarier.

ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR

Bolagets anläggningstillgångar består av balanserade utgifter för utvecklingsarbeten avseende nya produkter, inventarier, tillverkningsverktyg, finansiella tillgångar samt övriga långfristiga fordringar. Finansiella tillgångar avser aktier i vilande dotterbolaget Jays R&D AB och deposition till hyresvärd samt Tullverket.

Avskrivningar på anläggningstillgångar, både materiella och immateriella, görs enligt plan med 20 % per år.

Anläggningstillgångarna uppgick till 6,5 MSEK per 31 juli 2013 (5,2 MSEK).

Ökningen med 1,3 MSEK mot föregående år avser ökade investeringar i utvecklingsarbeten med 0,9 MSEK samt tillverkningsverktyg om 0,6 MSEK. Vidare har deposition till Tullverket genom återbetalning minskat med 0,2 MSEK.

OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR

Bolagets omsättningstillgångar innefattar varulager, kundfordringar, övriga fordringar, upplupna intäkter och förutbetalda kostnader samt likvida medel.

Omsättningstillgångarna uppgick till 47,8 MSEK per 31 juli 2013 (38,6). Ökningen om 9,2 MSEK mot föregående år avser ökat lager om 8,9 MSEK, ökade kundfordringar med 0,4 MSEK samt minskade likvida medel om 4,0 MSEK. Vidare har övriga fordringar ökat med 2,5 MSEK avseende momsfordran avseende momsfordran samt förutbetalda kostnader minskat med 0,2 MSEK.

EGET KAPITAL

Det egna kapitalet uppgick till 32,7 MSEK (24,5) och soliditeten till 69 % (63%) per 31 juli 2013.

Det egna kapitalet har under kvartalet minskat med 1,1 MSEK avseende periodens förlust.

SKULDER

De kortfristiga skulderna utgörs av leverantörsskulder, checkkredit, fakturakredit, upplupna kostnader samt ALMI-lån.

Per 31 juli 2013 uppgick de kortfristiga skulderna till 15,0 MSEK (14,1 MSEK), dvs en ökning med 0,9 MSEK jämfört med föregående år. Skillnaden avser minskade leverantörsskulder med 1,9 MSEK, minskning av lån till ALMI med 0,3 samt minskade upplupna kostnader/förutbetalda intäkter med 0,4 MSEK. Samtidigt har nyttjandet av bolagets krediter ökat; checkkrediten med 1,3 MSEK och fakturakrediten med 2,2 MSEK. Ett ökat nyttjande av bolagets krediter har varit nödvändigt för betalning till Bolagets huvudleverantör avseende gjorda varuinköp.

Bolaget hade per 31 juli 2013 lån till ALMI på totalt 0,02 MSEK (0,4 MSEK). Lånet har amorterats med 0,1 MSEK under kvartalet. Lånet har under september 2013 återbetalats i sin helhet.

Bolaget hade per 31 april 2013 en beviljad checkkredit om 1,55 MSEK (1,75), varav nyttjat belopp uppgick till 1,3 MSEK (0) samt en beviljad fakturakredit på 16,0 MSEK (8,0 MSEK), varav nyttjat belopp uppgick till 2,1 MSEK (0,4).

KASSAFLÖDE

Det totala kassaflödet uppgick till -0,7 MSEK för kvartalet. Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -1,1 MSEK vilket förklaras av att leverantörsfakturor betalats avseende vårens varuinköp samtidigt som försäljningen varit låg under perioden. Som en effekt därav har checkkrediten nyttjats, med totalt 1,3 MSEK per 31 juli 2013.

Kassaflödet för investeringsverksamheten uppgick till totalt -0,9 MSEK, avseende nedlagd tid för produktutveckling (0,4 MSEK) samt tillverkningsverktyg (-0,5 MSEK).

Bolaget befinner sig alltså i en kapitalkrävande fas och räknar med en fortsatt expansion vilket ställer krav på bl.a. lagerfinansiering. Bolaget har idag fördelaktiga lån från huvudleverantörer i kombination med befintliga krediter på 17,5 MSEK att tillgå vid behov. Men då merparten av bolagets krediter utgörs av en fakturakredit vilken förutsätter belåning av kundfakturor så är bolaget beroende av en positiv försäljningsutveckling för sin fortsatta finansiering.

INVESTERINGAR

Under kvartalet investerades 0,5 MSEK i produktutvecklingsarbete och 0,4 MSEK i inventarier och tillverkningsverktyg.

PERSONAL

Antalet anställda per 31 juli 2013 var 10 personer, varav 8 män och 2 kvinnor. Organisationen består även av två medarbetare på konsultbasis, inom PR och försäljning.

Under perioden har teamet förstärkts med ytterligare en produktdesigner. Vidare har en säljare på konsultbasis avslutat sitt uppdrag.

Efter periodens utgång har Bolaget påbörjat rekryteringen av ytterligare två personer till bolagets globala försäljningsteam.

INCITAMENTSPROGRAM

Inför årsstämman som kommer att hållas den 9 oktober 2013 har Jays styrelse lagt fram ett förslag om ett nytt teckningsoptionsprogram för Jays personal med syfte att intresset för bolagets utveckling – liksom bolagets aktiekursutveckling – förstärks och att fortsatt företagslojalitet under kommande år stimuleras.

Förslaget innebär i korthet att bolagsstämman ska besluta om en riktad emission av högst 360 000 teckningsoptioner med rätt till nyteckning av 360 000 aktier i bolaget. Fullt utnyttjande av samtliga teckningsoptioner skulle innebära en utspädning om 4,9 %. För mer information om det föreslagna incitamentsprogrammet hänvisas till de fullständiga villkor som finns publicerade på Jays hemsida: <http://ir.jays.se/annual-general-meeting.cfm>

REDOVISNINGS- OCH VÄRDERINGSPRINCIPER

Delårsrapporten har upprättats i enlighet med Årsredovisningslagens krav och Bokföringsnämndens kompletterande normgivning BFNAR 2007:1.

Intäkter har upptagits enligt principen att risken för varorna skall ha övergått till köparen.

Forordningar har upptagits till de belopp varmed de beräknas inflyta. Varulager har värderats till det lägsta av anskaffningsvärde och nettoförsäljningsvärde där inget annat angivits. Periodisering av inkomster och utgifter har skett enligt god redovisningssed.

Bolagets redovisningsprinciper är oförändrade i förhållande till vad som framgår av årsredovisningen 2012/2013.

Företaget är moderföretag men med hänvisning till undantagsreglerna i Årsredovisningslagen 7 kap. 3 § upprättas ingen koncernredovisning.

TRANSAKTIONER MED NÄRSTÅENDE

Bolaget har inga betydande transaktioner, skulder eller fordringar gentemot närstående.

SKATT

Bolagets skattemässiga underskott för taxering 2012 har fastställts till 33 499 122 kr. Bolagets skattemässiga underskott för taxering 2014 bedöms uppgå till 25 570 330 kr.

JAYS AKTIE

Sedan den 19 december 2011 handlas JAYS aktie på NASDAQ OMX First North.

REVISOR

Alexander Hagberg, auktoriserad revisor, Ernst & Young AB.

Denna delårsrapport har inte varit föremål för granskning av bolagets revisor.

BOLAGETS VERKSAMHET OCH RISKER

Styrelsen och verkställande direktören försäkrar att delårsrapporten ger en rättvisande översikt av företagets verksamhet, ställning och resultat samt beskriver de väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som företaget står inför.

Vid bedömning av Bolagets framtida utveckling är det av vikt att vid sidan av potentiell resultattillväxt även beakta riskfaktorer. Jays verksamhet påverkas av ett flertal risker som kan ge effekt på Bolagets resultat och finansiella ställning i varierande grad. För en beskrivning av bolagets risker hänvisas till Bolagets årsredovisning för 2012/2013.

ÅRSSTÄMMA

Årsstämma kommer att hållas onsdagen den 9 oktober 2013 kl. 16.00. Se kallelse samt styrelsens förslag på:
<http://ir.jays.se/annual-general-meeting.cfm>

KOMMANDE RAPPORTER

17 december 2013 Delårsrapport Maj – Oktober 2013

Stockholm den 27 september 2013

JAYS AB (publ)

På styrelsens uppdrag



Rune Torbjörnsen
VD



RESULTATRÄKNING

SEK	Maj-Juli 2013 3 mån	Maj-Juli 2012 3 mån	Maj 2012 - April 2013 12 mån
Rörelsens intäkter			
Nettoomsättning	7 987 076	20 140 543	81 086 894
Aktiverat arbete för egen räkning	293 995	251 959	1 278 928
Valutakursvinster	119 318	642 272	1 528 303
Övriga rörelseintäkter	3 162	-	36 870
Summa intäkter	8 403 551	21 034 774	83 930 995
Rörelsens kostnader			
Handelsvaror	-4 878 522	-12 055 632	-50 021 541
Övriga externa kostnader	-2 015 091	-2 868 083	-13 025 437
Personalkostnader	-2 140 471	-1 940 344	-8 363 615
Avskrivningar och av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-309 768	-300 092	-1 128 395
Valutakursförluster	-202 961	-904 839	-1 012 874
Summa rörelsens kostnader	-9 546 813	-18 068 990	-73 551 862
Rörelseresultat	-1 143 262	2 965 784	10 379 133
Finansiella poster			
Resultat från andelar i koncernföretag	-	-	-
Nedskrivning aktier dotterbolag	-	-	-
Ränteintäkter och liknande resultatposter	-	432	12 648
Valutakursvinster	44 474	14 614	218 390
Räntekostnader	-13 136	-22 179	-46 945
Valutakursförluster	399	-320 428	-1 429 808
Summa finansiella poster	31 737	-327 561	-1 245 715
Resultat efter finansiella poster	-1 111 525	2 638 223	9 133 418
Skatt*	-	-	-
PERIODENS RESULTAT	-1 111 525	2 638 223	9 133 418

* Ingen skatt utgår då bolaget kan nyttja skattemässiga underskott för kvittning, se avsnitt skatt sid 11

BALANSRÄKNING

SEK	2013-07-31	2012-07-31
TILLGÅNGAR		
Anläggningstillgångar		
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>		
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten och liknande arbeten	3 786 064	2 904 034
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>		
Inventarier och verktyg	2 403 329	1 776 740
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>		
Andelar i koncernföretag	39 333	39 333
Andra långfristiga fordringar	293 530	473 530
	332 863	512 863
Summa anläggningstillgångar	6 522 256	5 193 637
Omsättningstillgångar		
<i>Varulager m m</i>		
Färdiga varor och handelsvaror	20 813 784	11 938 029
<i>Kortfristiga fordringar</i>		
Kundfordringar	16 022 888	15 605 662
Skattefordringar	269 854	
Övriga fordringar	3 364 109	891 972
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	375 565	556 299
	20 032 416	17 053 933
Kassa och bank	401 785	4 423 021
Summa omsättningstillgångar	41 247 985	33 414 983
SUMMA TILLGÅNGAR	47 770 241	38 608 620

SEK	2013-07-31	2012-07-31
EGET KAPITAL OCH SKULDER		
Eget kapital		
<i>Bundet eget kapital</i>		
Aktiekapital	1 090 318	1 048 859
	1 090 318	1 048 859
<i>Fritt eget kapital</i>		
Överkursfond	26 676 201	23 840 039
Balanserat resultat	6 078 113	-3 059 124
Periodens resultat	-1 111 525	2 638 223
	31 642 789	23 419 138
Summa eget kapital	32 733 107	24 467 997
Skulder		
<i>Långfristiga skulder</i>		
Skulder till kreditinstitut	-	40 000
<i>Kortfristiga skulder</i>		
Checkräkningskredit	1 344 788	-
Skulder till kreditinstitut	20 000	367 500
Förskott från kunder	-	120 000
Leverantörsskulder	10 326 172	12 266 848
Skulder till koncernföretag	46 929	43 742
Övriga skulder	2 640 893	416 108
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	658 352	886 425
	15 037 134	14 100 623
Summa skulder	15 037 134	14 140 623
SUMMA SKULDER OCH EGET KAPITAL	47 770 241	38 608 620

KASSAFLÖDESANALYS

SEK	Maj-Juli 2013 3 mån	Maj-Juli 2012 3 mån	Maj 2012- April 2013 12 mån
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN			
Resultat före skatt	-1 111 525	2 638 223	9 133 418
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet	309 768	300 093	1 128 395
Betald skatt	73 039	-	
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapitalet	-728 718	2 938 316	10 261 813
Förändringar i rörelsekapitalet:			
Förändring av varulager	3 142 845	606 594	-11 412 005
Förändring av kortfr fordringar	4 056 297	5 240 427	-1 867 393
Förändring av kortfr skulder	-7 547 528	-4 575 385	3 033 867
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-1 077 104	4 209 952	16 282
INVESTERINGSVERKSAMHETEN			
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-395 058	-282 422	-1 320 682
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-504 383	-60 785	-769 774
Investeringar i finansiella anläggningstillgångar	-	-	180 000
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-899 441	-343 207	-1 910 456
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN			
Nyemission	-	-3 819	2 877 621
Förändring av checkräkningskredit	1 344 788	-	-
Amortering av lån	-20 000	-	-490 000
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	1 324 788	-3 819	2 387 621
PERIODENS KASSAFLÖDE	-651 757	3 862 926	493 447
Likvida medel periodens början	1 053 542	560 095	560 095
LIKVIDA MEDEL VID PERIODENS SLUT	401 785	4 423 021	1 053 542

FÖRÄNDRING EGET KAPITAL

SEK	Aktiekapital	Överkursfond	Balanserat resultat	Föregående års resultat	Periodens resultat	Summa eget kapital
Belopp per 2013-05-01	1 090 318	26 676 201	-3 055 305	9 133 418		33 844 632
Periodens resultat					-1 111 525	-1 111 525
Belopp per 2013-07-31	1 090 318	26 676 201	-3 055 305	9 133 418	-1 111 525	32 733 107

AKTIEKAPITALET UTVECKLING

År	Månad	Händelse	Förändring antal aktier	Totalt antal aktier	Ökning av aktie- kapital (kr)	Kvotv. (kr)	Totalt aktiekapi- tal (kr)
2011	Januari	Nyemission	283 334	3 190 134	113 333,60	0,40	1 276 053,60
2011	Januari	Konvertibel inlösen	112 338	3 302 472	44 935,00	0,40	1 320 988,60
2011	Februari	Konvertibel inlösen	66 503	3 368 975	26 601,20	0,40	1 347 589,80
2011	Februari	Konvertibel inlösen	75 092	3 444 067	30 036,80	0,40	1 377 626,60
2011	April	Konvertibel inlösen	25 072	3 469 139	10 029,00	0,40	1 387 655,60
2011	Juni	Minskning aktiekapital		3 469 139	-871 045,55	0,15	516 610,05
2011	September	Konvertibel inlösen	50 000	3 519 139	7 445,80	0,15	524 055,85
2011	Oktober	Nyemission	2 346 092	5 865 231	349 379,82	0,15	873 435,66
2012	Februari	Teckning genom TO 2	77 880	5 943 111	11 597,89	0,15	885 033,55
2012	Mars	Teckning genom TO 1	23 200	5 966 311	3 454,89	0,15	888 488,44
2012	Mars	Teckning genom TO 2	277 195	6 243 506	41 279,20	0,15	929 767,64
2012	April	Teckning genom TO 2	799 713	7 043 219	119 091,30	0,15	1 048 858,96
2012	Oktober	Teckning genom TO 1	255 200	7 298 419	38 003,76	0,15	1 086 862,72
2012	December	Teckning genom TO 1	23 200	7 321 619	3 454,89	0,15	1 090 317,61

AKTIEÄGARE

Aktieägare	Antal aktier	% andel
Försäkringsbolaget Avanza pension	805 379	11,0%
Axxonen Holding AB (tidigare Aprima Holding AB)	765 770	10,5%
ABN Amro Bank	723 340	9,9%
Anette Rasch	457 824	6,3%
Guntis Brands	291 848	4,0%
Svenska Handelsbanken SA	266 541	3,6%
Nordnet Pensionsförsäkring AB	226 190	3,1%
Six Sis AG	229 059	3,1%
Rune Torbjörnson	225 000	3,1%
Creandum II General Partner Limited	151 031	2,1%
Övriga aktieägare	3 179 669	43,4%
Total	7 321 619	100,0%

Uppgifterna baseras på aktiebok per 2013-06-28, förd av Euroclear Sweden AB.

INSYNSPERSONERS AKTIEINNEHAV

Namn	Befattning	Aktier	
Rune Torbjörnson	CEO	225 000	(204 000)
Lisa Forsberg	CFO	52 950	(12 500)
Peter Cedmer	Chief Technology Officer	54 000	(32 000)
Daniel Andersson	Chief Designer	26 200	(16 000)
Stefan Åstrand	Chief of Business Development	46 000	(61 999)
Urban Kindhult	Chief of Opportunities (PR)	8 728	(8 728)
Hannah Lundberg	Accounting	19 999	(10 000)
Markus Klasson*	Styrelseledamot	765 770	(765 770)
Peter Lumholdt *	Styrelseledamot	87 998	(87 998)
Fredrik Vojbacke*	Styrelseledamot	10 343	(10 343)
Jakob Johansson*	Styrelseledamot	0	(895 753)
Alexander Hagberg	Revisor	0	(0)

Uppgifterna avser innehav per 2013-07-31

* Genom bolag

FINANSIELLA NYCKELTAL

	Maj-Juli 2013 3 mån	Maj-Juli 2012 3 mån
Bruttomarginal	42%	43%
Rörelsemarginal (EBITDA)	Neg.	14%
Soliditet, %	69%	63%
Nettoskultsättningsgrad, %	10%	Neg.
Avkastning på eget kapital	Neg.	11%
	2013-07-31	2012-07-31
DATA PER AKTIE		
Antal aktier vid periodens slut	7 321 619	7 043 219
Antal aktier i snitt under perioden	7 321 619	7 043 219
Resultat per aktie, kr	Neg.	0,37
Eget kapital per aktie, kr	4,47	3,47
Utdelning per aktie, kr	-	-

DEFINITIONER AV NYCKELTAL OCH BEGREPP

MARGINALER

Bruttomarginal, % - Bruttoresultat i förhållande till nettoomsättning.
Rörelsemarginal, % - Rörelseresultat i förhållande till nettoomsättning.

KAPITALSTRUKTUR

Soliditet, % - Eget kapital vid periodens utgång i förhållande till balansomslutningen.

NETTOSKULTSÄTTNINGSGRAD, %

Räntebärande skulder vid periodens utgång minus likvida medel i förhållande till eget kapital vid periodens slut.

AVKASTNING PÅ EGET KAPITAL

Nettoresultat i procent av justerat eget kapital.
Justerat eget kapital - eget kapital plus obeskattade reserver med avdrag för uppskjuten skatteskuld.

AVKASTNING PÅ TOTALT KAPITAL

Rörelseresultat plus finansiella intäkter i procent av balansomslutningen.

ANTAL AKTIER VID PERIODENS SLUT

Antal utestående aktier vid periodens slut.

ANTAL AKTIER I SNITT UNDER PERIODEN

Summan av antal aktier för respektive dag under perioden delat med periodens antal dagar.

RESULTAT PER AKTIE, KR

Resultat efter skatt dividerat med antalet aktier i snitt.

EGET KAPITAL PER AKTIE, KR

Eget kapital dividerat med antalet aktier i snitt.

UTDELNING PER AKTIE, KR

Total utdelning under perioden dividerat med antalet aktier i snitt.

VERKSAMHETSÅR

Med verksamhetsår avses Bolagets verksamhetsår som löper från maj till och med april.

KVARTAL

Kvartal är angivna med hänsyn till Bolagets verksamhetsår, ej kalenderår. Följande månader avses för respektive kvartal:

Q1	Maj - Juli
Q2	Augusti - Oktober
Q3	November - Januari
Q4	Februari - April

