

DELÅRSRAPPORT

MAJ 2012 – JANUARI 2013
by JAYS



”TREDJE KVARTALET HAR SKAPAT GODA FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR KOMMANDE PRODUKTLANSERINGAR”

NOVEMBER 2012- JANUARI 2013

SAMT 9 MÅNADSPERIODEN MAJ 2012 - JANUARI 2013

NOV 2012 - JAN 2013 (3 MÅN)

- Intäkterna ökade med 15 % (14 % i lokal valuta) och uppgick till 21,1 MSEK (18,4)
- Rörelseresultat (EBITA) uppgick till 1,7 MSEK (0,3)
- Resultat efter skatt uppgick till 1,7 MSEK (0,1)
- Bruttomarginalen uppgick till 40 % (37 %)

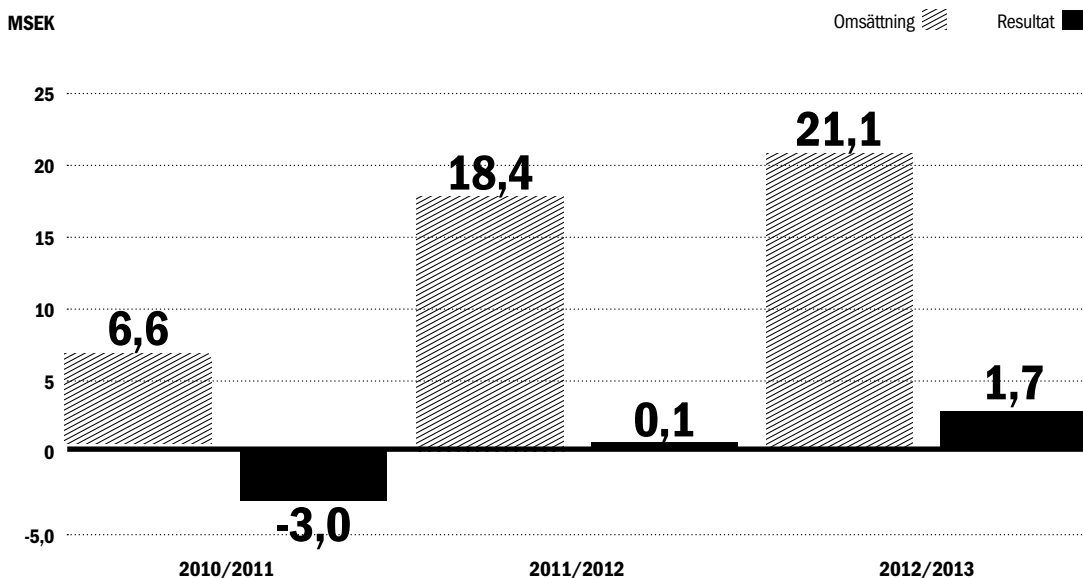
HÄNDELSER UNDER TREDJE KVARTALET

- Jays sluter avtal med den australiensiska distributören Powermove
- Jays sluter avtal med ledande distributör inom high-end audio, Sounders, på den italienska marknaden
- Jays stärker sin position i Taiwan, tillsammans med telekomdistributören E-Sentra
- Jays sluter avtal med Carphone Warehouse för Storbritannien

MAJ 2012 - JAN 2013 (9 MÅN)

- Intäkterna ökade med 74 % (76 % i lokal valuta) och uppgick till 67,0 MSEK (38,4)
- Rörelseresultat (EBITA) uppgick till 9,4 MSEK (- 0,5)
- Resultat efter skatt uppgick till 8,1 MSEK (- 1,4)
- Bruttomarginalen uppgick till 41 % (38 %)

OMSÄTTINGS- OCH RESULTATUTVECKLING
NOV 2012 - JAN 2013 (3 MÅN)



VD-ORD

Kvartalet som gått har varit av en uppbyggande karaktär med fokus på att utveckla vår strategiska plattform, säkerställa ökad exponering av vårt befintliga sortiment samt skapa bästa möjliga förutsättningar för våra kommande produktanseringar. Vi har under perioden sett nya scener välkomna vårt varumärke och märker ett starkt ökat intresse för vårt bolag i internationella sammanhang. Inte minst var detta tydligt under CES-mässan i Las Vegas i januari, som var mycket givande för Jays del. Vi har nu, bland annat, inlett diskussioner gällande en starkare expansion på den viktiga tyska marknaden.


Intäkterna har under verksamhetsårets första 9 månader ökat med 74 % mot föregående år, medan kvartalet ökade med mer blygsamma 15 %. Detta har delvis sin förklaring i att merparten av julförsäljningen för 2012 kom redan i kvartal två medan julförsäljningen för föregående år kom under det tredje kvartalet. Detta visar på en ökad benägenhet hos distributörer och återförsäljare att lagerföra och tidigt planera in Jays produkter i sina julkampanjer, då varumärket blivit mer etablerat samt att man nu har goda genomförsäljningsnivåer att basera sina inköp på. Vidare var försäljningen tredje kvartalet 2011/2012 ett mycket starkt kvartal till följd av att två nya modeller släpptes och levererades ut under perioden. Asien utgjorde då hela 55 % av försäljningen vilket förklaras av att en betydande andel av tredje kvartalets försäljning föregående år avsåg en större leverans till Samsung på den sydkoreanska marknaden. Under innevarande år utgjorde Asien 38 % av kvartalets försäljning vilket ligger mer i linje med fördelningen för övriga kvartal.

Den nordiska marknaden är fortsatt Jays största marknad och denna har under kvartalet ökat med 129 % mot föregående år. Under kvartalet som gått har vi också lämnat marknadsbidrag på andra strategiskt viktiga marknader, där det varit nödvändigt att säkra vår position. Ett exempel på detta är den positiva utveckling vi nu kan se i vårt samarbete med Carphone Warehouse i Storbritannien.

Genom ett envist PR-arbete har vi kunnat se en mycket god spridning och exponering av vårt varumärke både på hemmamarknaden och internationellt. Vi har även i år sponsrat Grammis och sett till att Sveriges musikelit fått ta del av riktigt bra ljud och vi glädjer oss åt att nyligen ha passerat 100 000 fans på Facebook.

Vi är nu i slutfasen av en intensiv produktutvecklingsprocess med syfte att nå hela vägen till vår växande skara av användare, och vi känner oss oerhört nöjda över resultatet. Vi fortsätter nu arbetet med att kvalitetssäkra och planera för dessa produkters lansering för att på bästa sätt möta publiken under sommaren 2013. Parallellt pågår utvecklingen av ytterligare spännande projekt.

Vi är övertygade om att innevarande år har mycket att bjuda!



Rune Torbjörnsen
VD

**"VI ÄR NU I SLUTFASEN
AV EN INTENSIV PRODUKT-
UTVECKLINGSPROCESS
OCH VI KÄNNER OSS
OERHÖRT NÖJDA ÖVER
RESULTATET"**



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.

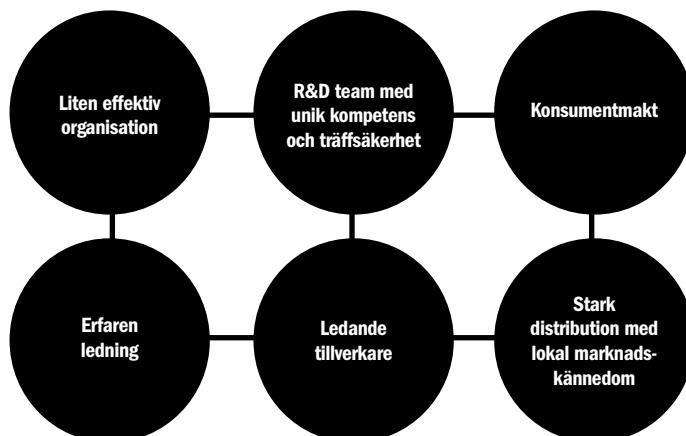
Jays har sedan starten 2007 valt att fokusera mest på det största och mest lönsamma produktområdet inom hörlurar, sk "In-ear" och har trots få år på marknaden ett brett sortiment av produkter baserat på olika teknologier och funktioner riktade mot olika målgrupper.

Allt började med Jays high-end modeller d-JAYS, som var den första konsumentfokuserade hörluren med exklusiva balanserade armar-turhögaltalare som normalt bara används av artister, och q-JAYS som var världens minsta in-ear hörlur med två armar 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 karakteriseras 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 såljade produkterna i Jays sortiment.

FRAMGÅNGSAKTÖRER





“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”

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

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 FÖRSÄLNING

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 säljträning, marknadsupport/material, en stark närvaro online samt hög aktivitet i sociala medier.

ORGANISATION

Jays består av ett litet sammansvetsat team som brinner för Bolagets produkter. Bolaget har idag 9 anställda i Sverige. Vidare består organisationen av 3 medarbetare på konsultbasis, varav 2 i Europa och 1 i Asien. Funktionerna ekonomi/administration, produktutveckling, försäljning och PR planeras och bedrivs från kontoret i Stockholm. Produktionen sker i Asien och samordnas från kontoret i Stockholm. Jays samarbetar med en internationell lagerpartner som har lager i både Hong Kong och Sverige. Bolaget avser att fortsätta driva verksamheten med en liten effektiv organisation.

**Knappkontroll för styrning*

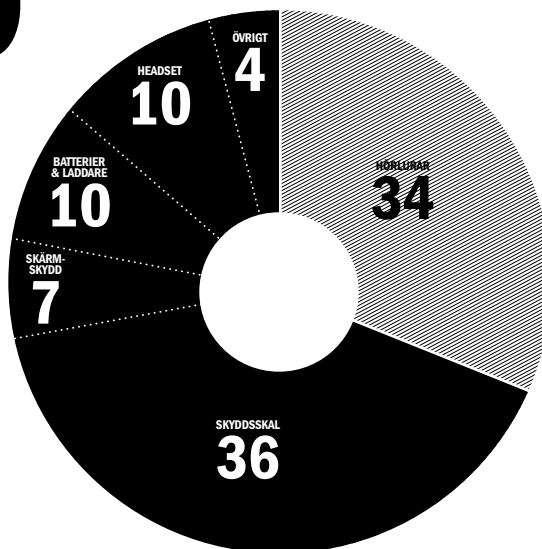
MARKNAD

MARKNAD

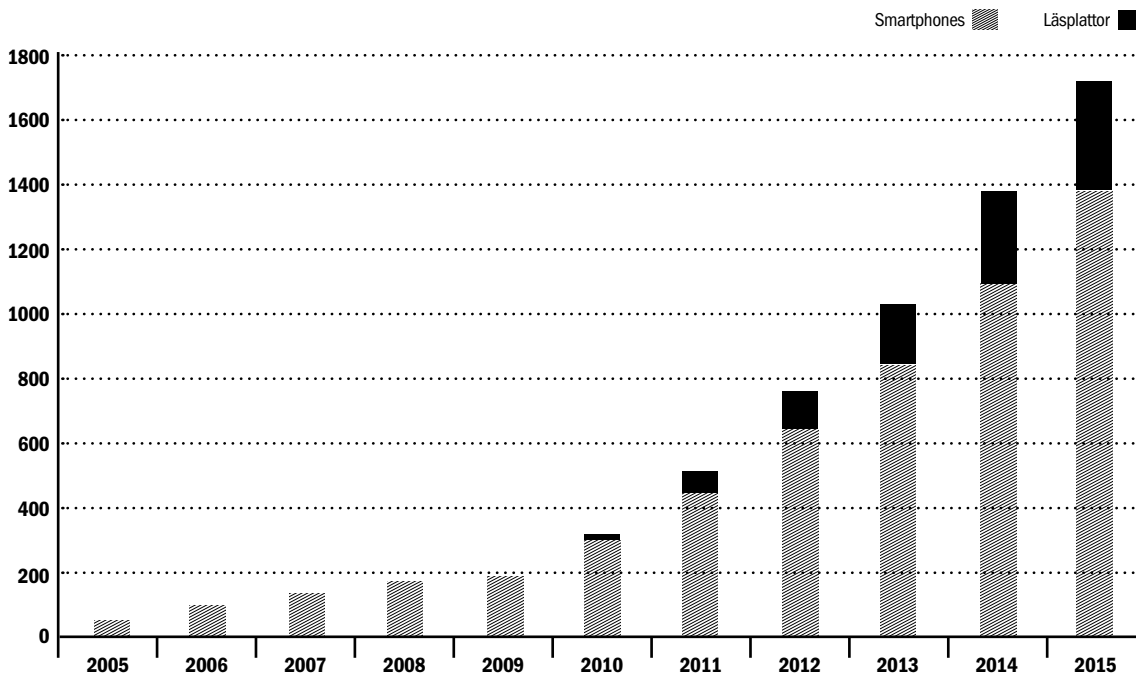
Marknaden för hörlurar är starkt förknippad med försäljningen av smartphones och surfplattor. Det är estimerat att över 700 miljoner smartphones och surfplattor skeppades under 2012¹ för att sedan öka till över en miljard 2013. Av världens 6 miljarder mobilabonnenter har 4 miljarder fortfarande inte tagit steget från mobiltelefon till smartphone¹. Det är Bolagets uppfattning att denna marknad förväntas växa i jämn hög takt över en väsentlig tidshorisont och att den största tillväxten förespås i Asien och framför allt i Kina som idag utgör världens största marknad för smartphones².

Det finns en större demografi än någonsin som är villig att spendera pengar på ljudrelaterade produkter³. Det ökade behovet av portabla ljudprodukter hör samman med en tilltagande musikkonsumtion i dessa produktkategorier. Dagens konsumenter söker en bättre portabel ljudupplevelse och för de bolag som lyckas förena kvaliteten med en attraktiv prispunkt finns potential att nå ut till en mycket stor publik musikkonsumenter³.

MARKNADEN FÖR MOBILTELEFONBILLBEHÖR (%)



ANTAL MILJONER ENHETER LEVERERADE GLOBALT



Källa: Katy Huberty, Ehud Gelblum, Morgan Stanley Research. September 2012.

HÖRLURSMARKNADEN

Den totala hörlursmarknaden uppskattas uppgå till 40 miljarder SEK⁴ 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 försäljningen⁴.

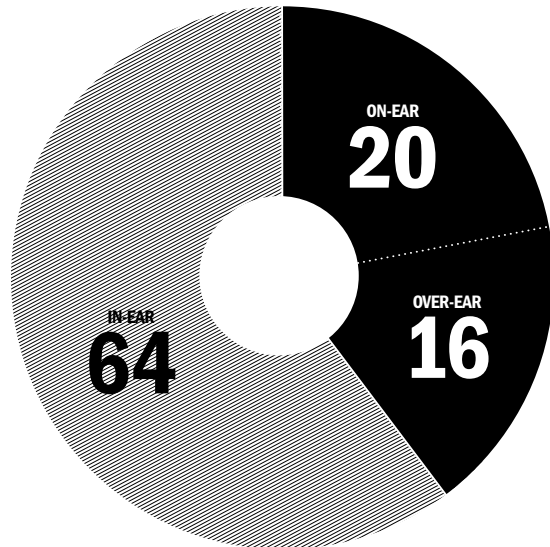
JAYS MARKNAD

Jays har idag starkast position i Norden och Asien, vilka båda är marknader med hög smartphone-penetration.

Generellt kan sägas att 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 köpkraftiga konsumenter som föredrar varumärken med kvalitativa kärnvärden framför överprissatta och överexponerade "logo brands"⁴. Det är köpmedvetna individer som inte blindt följer trender utan skapar nya genom att vara först med det senaste, som uppskattar god design, hög kvalitet och innovativa produkter.

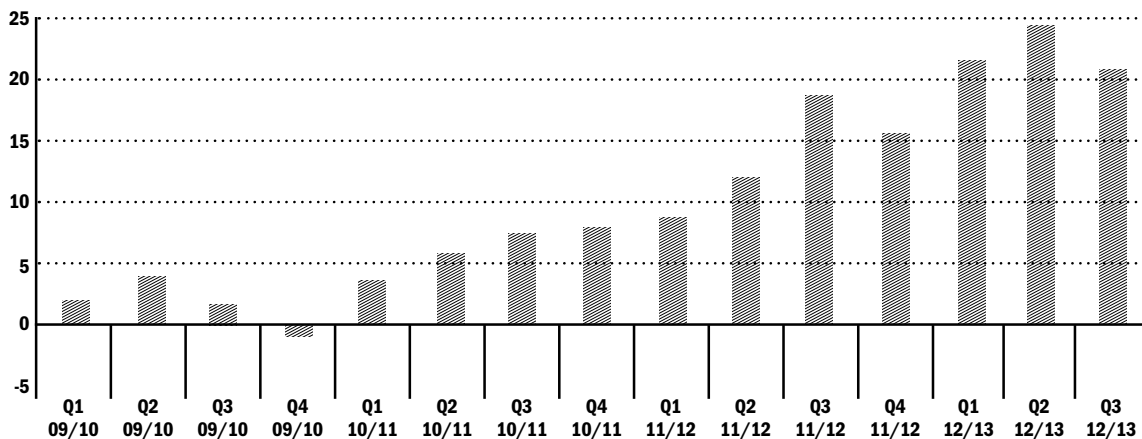
Jays vänder sig till individer som söker funktionella, snygga och kvalitativa ljudprodukter till sin mobil för bästa möjliga musikupplevelse oavsett geografisk tillhörighet, ålder eller livsstil.

HÖRLURAR - GLOBAL FÖRSÄLJNING PER KATEGORI ⁽³⁾
(228 miljoner enheter)



Källa: Futuresource Consulting Ltd

VARIATIONER MELLAN KVARTAL
(Intäkter, MSEK)



KÄLLOR

1. Morgan Stanley Research
2. International Data Corporation
3. Consumer Electronics Association
4. Bain's & Co "Luxury Goods Worldwide Market Study"

KOMMENTARER

TILL FINANSIELL INFORMATION NOVEMBER 2012 – JANUARI 2013

SAMT 9 MÅNADERSPERIODEN MAJ 2012 – JANUARI 2013

INTÄKTER

Intäkterna under kvartalet ökade med 15 % mot föregående år, från 18,4 MSEK till 21,1 MSEK. Ökningen är relativt låg jämfört med tidigare kvartal vilket förklaras av att tredje kvartalet föregående år var ett ovanligt starkt kvartal. Detta beror delvis på att merparten av julförsäljningen det året kom ganska sent, under november och december, medan årets julförsäljning kom redan under september och oktober, dvs under andra kvartalet. Att beställningarna tidigare lagts visat på en ökad benägenhet hos distributörer och återförsäljare att lagerföra och tidigt planera in Jays produkter i julkampanjer. Detta är en effekt av att varumärket blivit alltmer etablerat och att man har goda genomförsäljningsnivåer att basera inköpen på.

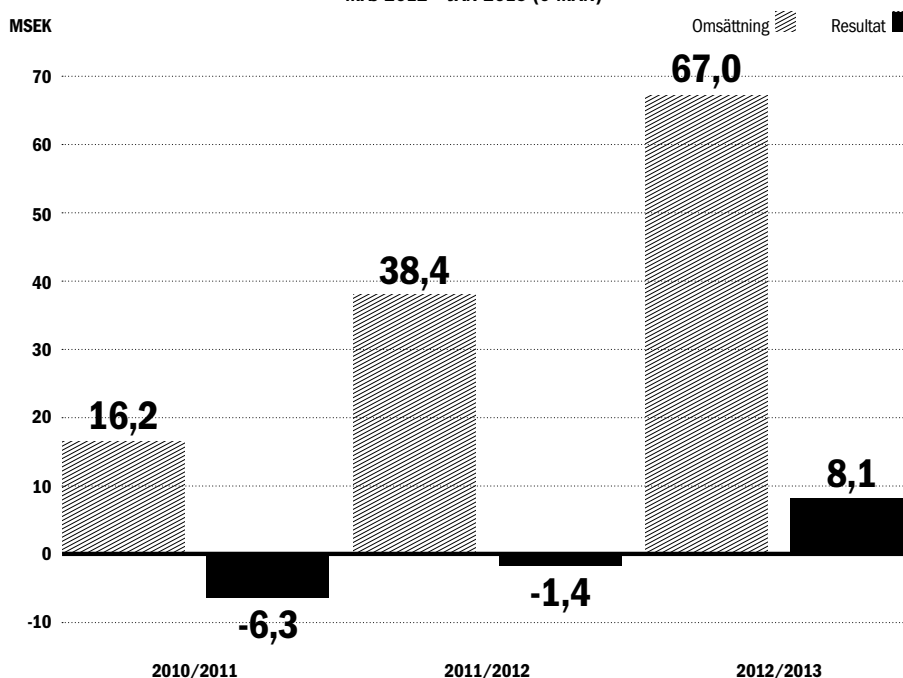
Givet de stora leveranserna som gick ut under oktober månad så blev november och december relativt svaga försäljningsmässigt. Januari blev däremot en mycket stark månad och stod för 50 % av kvartalets intäkter. Variationer mellan kvartal är generellt sett vanligt förekommande i den bransch Jays verkar i, vilket också tidigare år visat.

För 9 månadersperioden maj 2012 – januari 2013 uppgick intäkterna till 67,0 MSEK, en ökning med 74 % mot föregående års nivå på 38,4 MSEK.

Produktserien a-JAYS stod för merparten av försäljningen, där remoteprodukterna a-JAYS Four och a-JAYS One + var de enskilt bäst säljande produkterna under både tredje kvartalet och 9-månadersperioden.

I lokal valuta uppgick försäljningstillväxten med 14 % för kvartalet och 76 % för 9-månaders perioden. Försäljningen har påverkats negativt under kvartalet till följd av den stärkta kronan. 60 % av kvartalets intäkter fakturerades i utländsk valuta (USD, GBP, EUR), vilka samtliga sjunkit i värde i förhållande till kronan. Samtidigt har bolaget gjort valutavinster avseende leverantörsskulder för varuinköp i USD. Dessa redovisas under övriga rörelseintäkter och uppgick till totalt 0,8 MSEK (0,4) för kvartalet och 1,7 MSEK (0,5) för 9-månaders perioden.

OMSÄTTINGS- OCH RESULTATUTVECKLING
MAJ 2012 – JAN 2013 (9 MÅN)



Försäljning per marknad

Norden är alltså Jays största marknad och utgjorde 40 % av kvartalets totala intäkter, vilket motsvarar en ökning med 129 % mot föregående år. Den totala försäljningen i Norden uppgick till 30 MSEK för 9 månaders perioden, vilket är en ökning med närmare 200 % i jämförelse med föregående år. Framgången i Norden korrelerar med god genomförsäljning i Sverige men även i Norge där Jays sortiment nu finns representerat hos betydande telekomkedjor. Vidare har Bolaget under perioden anställt en Key Account Manager för den nordiska marknaden med stor erfarenhet från återförsäljarledet och som förutom att arbeta aktivt med kundkampanjer och exponering i butik också kommer att fokusera på att säkra distributörssamarbeten för övriga Norden där Jays produkter idag inte finns representerade.

Den asiatiska marknaden är Jays nästa största marknad och denna utgjorde 32 % av kvartalets intäkter. Det är en minskning med 36 % jämfört med föregående år då Asien stod för 55 % av intäkterna. Huvudförklaringen till detta är att en väsentlig del av försäljningen under kvartal tre föregående år avsåg en större leverans till Bolagets dåvarande distributör i Sydkorea, avseende bland annat en större kvantitet v-JAYS till Samsung. Med vår nya distributör i Sydkorea, SK Networks, ser vi jämnare försäljningsnivåer men som tidigare nämnts har implementeringen tagit längre tid än väntat och vi har tappat försäljning under övergångsfasen. Men vi ser nu en god genomförsäljning i SK Networks High End-butiker, som är de mest relevanta för Jays produkter. Vi bedömer dock att det kommer att ta ännu en tid innan vi uppnår önskvärd marknadspenetration och därmed ökade volymer i Sydkorea på bred front. Ser man till övriga marknader i Asien så låg försäljningen under kvartalet i linje med föregående år, trots att det då var ett mycket starkt kvartal eftersom distributörerna köpte på sig lager av de nylanserade produkterna t-JAYS Four och a-JAYS One+. Singapur är fortsatt Jays starkaste marknad i Asien. Dock väntar vi oss inte någon större tillväxt på en så pass penetrerad marknad med enbart bnfintligt sortiment, men ser en betydande tillväxtpotential under kommande verksamhetsår när Jays nya produkter lanserats. Andra marknader där vi ser stor tillväxt framöver är Australien och Taiwan, där vi nu bygger en långsiktig plattform för distribution.

Kvartalet visade en god utveckling på den europeiska marknaden som ökade med 37 % mot föregående år och stod för 24 % av periodens försäljning. Vi har under kvartalet tecknat avtal med en ny distributör för den italienska marknaden, Sounders Ltd, som har stor erfarenhet av att bygga större varumärken. Positionen stärks ytterligare på den starka tillväxtmarknaden Östeuropa, inte minst i Polen, genom vårt samarbete med Horn Distribution.

Försäljningen på den amerikanska marknaden minskade under kvartalet med 27 % mot föregående år och utgjorde 4 % av kvartalets försäljning. För 9 månadersperioden ökade dock försäljningen med 38 % och utgjorde en andel om 8 %. Vi har under perioden bl.a. genomfört kampanjer med Airport Wireless där vi har en mycket god genomförsäljning. Jays sortiment har även lanserats i butikskedjorna Go Hastings, Radioshack och Urban Outfitters som alla är viktiga ur varumärkessynpunkt men inte förväntas generera några större volymer i närtid.

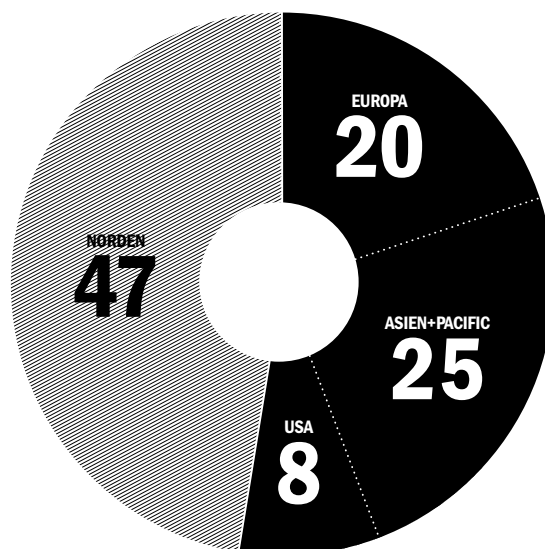
KOSTNADER

Totala rörelsekostnader för perioden maj 2012 - januari 2013 uppgick till 57,6 MSEK, vilket är 18,7 MSEK mer än föregående års nivå på 38,9 MSEK. Ökningen är i huvudsak hänförlig till ökade varuinköp med 16,1 MSEK. Vidare har övriga externa kostnader, så som försäljnings- och marknadsföringskostnader ökat med 1,7 MSEK samt personalkostnaderna med 1,2 MSEK. Bolagets rörelserelaterade valutakursförluster har minskat med 0,3 MSEK mot föregående år.

De totala rörelsekostnaderna för kvartalet uppgick till 19,3 MSEK, vilket motsvarar en ökning om 1,2 MSEK jämfört med föregående års nivå på 18,1 MSEK. Ökningen avser ökade varuinköp med 1,0 MSEK, minskade externa kostnader om totalt 0,4 MSEK samt ökade personalkostnader med 0,6 MSEK. Vidare har de rörelserelaterade valutakursförändringarna minskat med 0,1 MSEK.

OMSÄTTNING PER REGION (%)

maj 2012 - januari 2013 (9 mån)



VALUTAEFFEKTER

Bolaget är exponerat för valutarisker på grund av ogynnsamma valutakursförändringar. Jays största exponering är i valutan USD. Bolaget har dock påverkats marginellt av valutakursförändringar då samtliga inköp sker i USD. I dagsläget finns inga planer på att använda sig av terminsäkring/hedging då bedömningen är att man givet fortsatt stor andel fakturering i USD inte vinner på detta.

Valutakursförändringar avseende kundfordringar och leverantörsskulder uppgick till 0,2 MSEK för kvartalet och redovisas bland övriga rörelseintäkter med 0,8 MSEK (0,4) samt under övriga rörelsekostnader med -0,6 MSEK (0,5). Valutakursförändringar av finansiell karaktär redovisas under finansiella poster och uppgick för kvartalet till -0,1 MSEK (-0,3).

För 9-månaders perioden uppgick de totala valutakursförändringarna till -0,4 MSEK där +1,0 MSEK var av rörelsekaraktär och -1,4 MSEK var av finansiell karaktär.

MARGINALER

Bruttomarginalen uppgick till 41 % för 9-månadersperioden, en förbättring med 3 procentenheter mot föregående års nivå på 38 %. För kvartalet uppgick marginalen till 40 %, att jämföra med 37 % samma kvartal föregående år. Merparten av periodens försäljning avser marknader med inarbetade distributörer med större orderkvantiteter vilket effektiviserar flödena och bidrar till en god marginal.

Marginalerna har också påverkats positivt under kvartalet av sänkta hemtagningskostnader till följd av att lagerflödena optimeras och att större volymer tas hem på båt istället för med flyg/blandfrakt. Detta innebär ökade lagernivåer, men genererar förutom sänkta hemtagningskostnader även sänkta kostnader för både frakter till kund samt lagerhyra.

Vidare har bruttomarginalen för kvartalet förbättrats av valutakursvinster om +0,8 MSEK, vilket är 0,4 MSEK mer än föregående år.

Nettomarginalen för tredje kvartalet uppgick till 8 % och för 9-månaders perioden till 12 %. Att nettomarginalen för kvartalet är lägre än föregående kvartal beror bl.a. på att Bolaget lämnat en del marknadsbidrag och stöttat distributörer med säljkampanjer på strategiskt viktiga marknader där det varit viktigt att säkra Jays

exponering, såsom exempelvis hos Carphone Warehouse i UK. Vidare har kostnader för mässor, resor och övriga PR-kostnader varit högre under tredje kvartalet, då detta generellt är ett mer kostsamt kvartal med julkampanjer, den årliga CES-mässan i Las Vegas m.m.

Personalkostnaderna har också ökat då två nyanställda som började i september-oktober arbetat hela perioden. Vidare tillträdde en ny Key Account Manager under januari månad.

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. Avskrivningarna för 9-månadersperioden uppgick till 0,9 MSEK (0,9).

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 samt deposition till hyresvärd och Tullverket.

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

Anläggningstillgångarna uppgick till 5,3 MSEK per 31 januari 2013 (5,1 MSEK). Ökningen med 0,2 MSEK mot föregående år avser ökade investeringar i utvecklingsarbeten med 0,8 MSEK samt nedskrivning av tillverkningsverktyg om 0,6 MSEK.

OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR

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

Omsättningstillgångarna uppgick till 44,9 MSEK per 31 januari 2013 (28,9 MSEK). Ökningen om 16,1 MSEK mot föregående år avser ökat lager om 10,0 MSEK, ökade kundfordringar med 7,0 MSEK samt minskade likvida medel om 2,4 MSEK. Vidare har övriga fordringar ökat med 1,6 MSEK avseende fordran skattekonto och förutbetalda kostnader minskat med 0,1 MSEK. Lagrets värde uppgick per 31 januari till 22,4 MSEK. Kundfordringarna uppgick till 17,2 MSEK, där majoriteten fakturerats under januari månad.

EGET KAPITAL

Det egna kapitalet uppgick till 32,8 MSEK (10,1) och soliditeten till 65 % (30%) per 31 januari 2013.

Det egna kapitalet har under tredje kvartalet ökat med 1,9 MSEK. Ökningen avser periodens vinst om 1,7 MSEK samt nyemission om 0,2 MSEK genom nyttjande av teckningsoptioner av serie 2010/2012 (T01). Totalt nyttjades 20 000 teckningsoptioner, av Jays personal, för teckning av 23 300 nya aktier till kursen 10,35, under december månad. Teckningsoptionsprogrammet som löpte ut per 2012-12-30 tecknades därmed till 100 %. Nyemissionen har efter registrering hos Bolagsverket ökat aktiekapitalet med 3 455 kr.

SKULDER

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

Per 31 januari 2013 uppgick de kortfristiga skulderna till 17,4 MSEK (23,8 MSEK), dvs en minskning med 6,4 MSEK jämfört med föregående år. Skillnaden avser minskat nyttjande av checkkredit med 0,3 MSEK, minskat nyttjande av fakturakredit med 4,0 MSEK, minskade lån till aktieägare om 0,5 MSEK samt återbetalning av lån till ALMI med 0,4 MSEK. Vidare har leverantörsskulderna minskat med 0,7 MSEK, förskott från kunder ökat med 0,1 MSEK och upplupna kostnader minskat med 0,6 MSEK.

Bolaget hade per 31 januari 2013 lån till ALMI på totalt 162 TSEK (653), varav 122 TSEK klassificeras som kortfristigt lån och 40 TSEK som långfristigt. Lånet har amorterats med 122 TSEK under kvartalet.

Bolaget hade per 31 januari 2013 en beviljad checkkredit om 1,55 MSEK samt en beviljad fakturakredit på 8,0 MSEK, båda hos Swedbank. Checkkredit limiten har tidigare minskas med 0,1 MSEK per kvartal, men kommer från januari 2013 att ligga kvar på nivån 1,55 MSEK.

Per 31 januari 2013 var både checkkrediten och fakturakrediten outnyttjad.

KASSAFLÖDE

Det totala kassaflödet uppgick till 1,0 MSEK för 9-månadersperioden maj 2012 - januari 2013, respektive -3,8 MSEK för kvartalet. Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till -0,6 MSEK för 9-månadersperioden och -3,6 för kvartalet, vilket är ett resultat av ökade leverantörsbetalningar för lagerupbyggnad och ökade säkerhetslager för att kunna möta efterfrågan på Bolagets produkter. Vidare fakturerades en stor del av kvartalets försäljning i slutet av perioden samt att en av våra större distributörer beviljats förlängda betalningsvillkor på utestående fordringar, vilket också försämrade kassaflödet för perioden. Det är dock en tillfällig support och inte en generell förlängning av kundens betalningsvillkor.

Kassaflödet för investeringsverksamheten uppgick till -1,0 MSEK för 9-månadersperioden respektive -0,3 för kvartalet, avseende nedlagd tid för produktutveckling samt nedskrivning av verktyg.

Bolaget har generösa betalningsvillkor från huvudleverantörer samt en befintlig fakturakreditlösning att tillgå vid behov. Bolaget har god kontroll och effektiv indrivning av sina kundfordringar men ser ett ökat behov av längre betalningsvillkor till större distributörer, framför allt på den asiatiska marknaden. Något som vi bedömer är rimligt givet att man nu kräver ett större åtagande från distributörernas sida. Jays betalningsvillkor ligger normalt mellan 30-45 dagar, men vid behov accepteras även längre betalningsvillkor.

Bolaget har god likviditet och baserat på likviditetsprognosen för kommande verksamhetsår bedöms Bolaget ha tillräckliga resurser att hantera en lagerfinansiering som en stark expansion medför.

INVESTERINGAR

Under tredje kvartalet investerades 0,3 MSEK i produktutvecklingsarbete och 0,1 MSEK i inventarier och verktyg. Under perioden maj 2012 - januari 2013 investerades 0,9 MSEK i produktutvecklingsarbete och 0,3 MSEK i verktyg.

PERSONAL

Bolaget har anställt en Key Account Manager för den nordiska marknaden som tillträdde i januari 2013.

Antalet anställda vid periodens slut var 9 personer, varav 7 män och 2 kvinnor. Vidare består organisationen av tre medarbetare på konsultbasis inom PR och försäljning.

Bolaget har under kvartalet påbörjat rekryteringen av ännu en produktutvecklare för tillräde omgående, samt planerar att förstärka utvecklingsteamet med ytterligare en person under hösten 2013.

DEFINITIONER AV NYCKELTAL**Marginaler**

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

Kapitalstruktur

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

Nettoskulsättningsgrad, %

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

DATA PER AKTIE**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.

JAYS AKTIE

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

REVISOR

Alexander Hagberg, auktoriserad revisor, Ernst & Young AB.

KOMMANDE RAPPORTER

28 juni 2013 - Bokslutskommuniké maj 2012 - april 2013

Stockolm den 27 mars 2013

JAYS AB (publ)

På styrelsens uppdrag



Rune Torbjörnsen
VD

RESULTATRÄKNING

(SEK)	Nov 2012 - Jan 2013 3 mån	Nov 2011 - Jan 2012 3 mån	Maj 2012 - Jan 2013 9 mån	Maj 2011 - Jan 2012 9 mån	Maj 2011 - Apr 2012 12 mån
Rörelsens intäkter					
Nettoomsättning	19 991 532	17 824 531	64 360 060	37 181 811	51 984 847
Aktiverat arbete för egen räkning	323 215	240 473	899 265	709 611	971 329
Övriga rörelseintäkter	771 364	354 866	1 692 522	502 149	598 076
Summa intäkter	21 086 111	18 419 870	66 951 847	38 393 571	53 554 252
Rörelsens kostnader					
Handelsvaror	-12 637 996	-11 658 986	-39 729 440	-23 666 189	-32 519 539
Övriga externa kostnader	-3 613 208	-4 034 916	-10 406 770	-8 655 852	-11 913 395
Personalkostnader	-2 244 784	-1 691 261	-5 830 477	-4 626 439	-6 632 397
Avskrivningar och nedskrivningar av materiella och immateriella anläggningstillgångar	-276 113	-292 353	-850 279	-853 165	-1 419 402
Övriga rörelsekostnader	-565 075	-450 926	-747 877	-1 075 305	-1 196 893
Summa rörelsens kostnader	-19 337 176	-18 128 442	-57 564 843	-38 876 950	-53 681 627
Rörelseresultat	1 748 935	291 428	9 387 004	-483 379	-127 375
Finansiella poster					
Resultat från andelar i koncernföretag	-	-	-	-	-
Ränteintäkter och liknande resultatposter	20 945	156 023	194 475	367 466	600 221
Räntekostnader	-8 379	-115 302	-44 073	-704 829	-867 124
Valutakursförluster	-63 453	-273 981	-1 409 046	-604 567	-810 349
Summa finansiella poster	-50 887	-233 260	-1 258 644	-941 930	-1 077 252
Resultat efter finansiella poster	1 698 048	58 168	8 128 360	-1 425 309	-1 204 627
Skatt*	-	-	-	-	-
PERIODENS RESULTAT	1 698 048	58 168	8 128 360	-1 425 309	-1 204 627

*Ingen skatt utgår då Bolaget kan nyttja skattemässiga underskottsavdrag för kvittning, se avsnitt skatt sidan 11.

PERIODENS RESULTAT

1 698 048

BALANSRÄKNING

SEK	2013-01-31	2012-01-31	2012-04-30
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>			
Balanserade utgifter för utvecklingsarbeten och liknande arbeten	3 281 104	2 509 210	2 753 189
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>			
Inventarier, verktyg och installationer	1 537 607	2 114 572	1 884 470
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>			
Andelar i koncernföretag	39 334	39 334	39 334
Andra långfristiga fordringar	473 530	473 530	473 530
	512 864	512 864	512 864
Summa anläggningstillgångar	5 331 575	5 136 646	5 150 523
Omsättningstillgångar			
<i>Varulager m m</i>			
Färdiga varor och handelsvaror	22 383 278	12 347 344	12 544 623
<i>Kortfristiga fordringar</i>			
Kundfordringar	17 232 755	10 281 261	11 407 882
Övriga fordringar	3 470 610	1 881 536	2 476 037
Tecknat, ej inbet aktiekapital	-	-	7 997 130
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	286 252	341 882	413 311
	20 989 617	12 504 679	22 294 360
Kassa och bank	1 564 273	4 009 360	560 095
Summa omsättningstillgångar	44 937 168	28 861 383	35 399 078
SUMMA TILLGÅNGAR	50 268 743	33 998 029	40 549 601

KASSA OCH BANK PER 2013-01-31

1 564 273

SEK	2013-01-31	2012-01-31	2012-04-30
EGET KAPITAL OCH SKULDER			
Eget kapital			
Bundet eget kapital			
Aktiekapital	1 090 318	873 436	929 768
Ej registrerat aktiekapital	-	-	7 997 130
	1 090 318	873 436	8 926 898
Fritt eget kapital			
Överkursfond	26 680 020	10 383 630	15 962 000
Balanserat resultat	-3 059 124	242 539	-1 850 678
Periodens resultat	8 128 360	-1 425 309	-1 204 627
	31 749 256	9 200 860	12 906 695
Summa eget kapital	32 839 574	10 074 296	21 833 593
Skulder			
Långfristiga skulder			
Skulder till kreditinstitut	40 000	162 500	40 000
Kortfristiga skulder			
Checkräkningskredit	-	325 240	-
Skulder till kreditinstitut	122 500	490 000	490 000
Förskott från kunder	120 000	-	-
Leverantörsskulder	16 126 733	16 829 141	12 931 259
Skulder till koncernföretag	43 742	44 992	43 742
Övriga skulder	414 785	4 943 726	3 956 770
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter	561 409	1 128 134	1 254 237
	17 389 169	23 761 233	18 676 008
Summa skulder	17 429 169	23 923 733	18 716 008
SUMMA SKULDER OCH EGET KAPITAL	50 268 743	33 998 029	40 549 601

SOLIDITET

65 %

FÖRÄNDRING EGET KAPITAL

SEK	Aktiekapital	Överkursfond	Emissionskostnader	Balanserat resultat	Balanserat resultat	Summa eget kapital
Belopp per 2012-11-01	1 086 863	26 443 355	-3 819	-3 055 305	6 430 312	30 901 406
Registrerad emission avs. teckning gm TO1	3 455	236 665				240 120
Periodens resultat					1 698 048	1 698 048
Belopp per 2013-01-31	1 090 318	26 680 020	-3 819	-3 055 305	8 128 360	32 839 574

AKTIEKAPITALET'S UTVECKLING

År	Månad	Händelse	Förändring av antal aktier	Totalt antal aktier	Ökning av aktiekapital (kr)	Kvotv. (kr)	Totalt aktiekapital (kr)
2006	Januari	Bolagsbildning	-	1 000		100,00	100 000,00
2006	September	Nyemission	75	1 075	7 500,00	100,00	107 500,00
2007	September	Nyemission	520	1 595	52 000,00	100,00	159 500,00
2008	Juni	Nyemission	264	1 859	26 400,00	100,00	185 900,00
2008	November	Nyemission	786	2 645	78 600,00	100,00	264 500,00
2009	Augusti	Fondemission	262	2 907	26 200,00	100,00	290 700,00
2009	September	Nyemission	360	3 267	36 000,00	100,00	326 700,00
2010	Januari	Split 400:1	1 303 533	1 306 800		0,25	326 700,00
2010	Mars	Fondemission		1 306 800	196 020,00	0,40	522 720,00
2010	April	Nyemission	1 600 000	2 906 800	640 000,00	0,40	1 162 720,00
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

KASSAFLÖDESANALYS

	Nov 2012 - Jan 2013 3 mån	Nov 2011 - Jan 2012 3 mån	Maj 2012 - Jan 2013 9 mån	Maj 2011 - Jan 2012 9 mån	Maj 2011 - Apr 2012 12 mån
DEN LÖPANDE VERKSAMHETEN					
Resultat före skatt	1 698 048	58 168	8 128 360	-1 425 309	-1 204 627
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet	276 113	289 785	850 279	850 597	1 416 834
Betald skatt	-	-	-	-	-
Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar i rörelsekapitalet	1 974 161	347 953	8 978 639	-574 712	212 207
Förändringar i rörelsekapitalet:					
Förändring av varulager	-4 757 472	-5 926 997	-9 838 655	-6 130 707	-6 327 986
Förändring av kortfr fordringar	2 474 791	11 223 585	1 304 743	-5 693 567	-15 483 248
Förändring av kortfr skulder	-3 300 705	103 675	-1 041 839	10 109 819	5 349 834
Kassaflöde från den löpande verksamheten	-3 609 225	5 748 216	-597 112	-2 289 167	-16 249 193
INVESTERINGSVERKSAMHETEN					
Investeringar i immateriella anläggningstillgångar	-323 215	-350 108	-929 728	-1 266 149	-1 661 750
Investeringar i materiella anläggningstillgångar	-	-209 846	-101 603	-651 203	-835 716
Investeringar i finansiella anläggningstillgångar	-	-	-	-400 000	-400 000
Kassaflöde från investeringsverksamheten	-323 215	-559 954	-1 031 331	-2 317 352	-2 897 466
FINANSIERINGSVERKSAMHETEN					
Nyemission	240 120	-1 076 423	2 877 621	10 740 456	22 279 071
Förändring av checkräkningskredit	-	-466 602	-	-1 911 925	-2 237 165
Amortering av lån	-122 500	-122 500	-245 000	-367 500	-490 000
Kassaflöde från finansieringsverksamheten	117 620	-1 665 525	2 632 621	8 461 031	19 551 906
PERIODENS KASSAFLÖDE	-3 814 820	3 522 737	1 004 178	3 854 512	405 247
Likvida medel periodens början	5 379 093	486 623	560 095	154 848	154 848
LIKVIDA MEDEL VID PERIODENS SLUT	1 564 273	4 009 360	1 564 273	4 009 360	560 095

FINANSIELLA NYCKELTAL

	Nov 2012 - Jan 2013 3 mån	Nov 2011 - Jan 2012 3 mån	Maj 2012 - Jan 2013 9 mån	Maj 2011 - Jan 2012 9 mån	Maj 2011 - Apr 2012 12 mån
SEK					
Bruttomarginal	40%	37%	41%	38%	39%
Rörelsemarginal	8%	2%	14%	Neg.	19%
Soliditet, %	65%	30%	65%	30%	54%
Nettoskuldsättningsgrad, %	-5%	10%	-5%	10%	17%
Avkastning på eget kapital	5%	1%	25%	Neg.	Neg.
DATA PER AKTIE					
Antal aktier vid periodens slut	7 321 619	5 865 231	7 321 619	5 865 231	6 243 506
Antal aktier i snitt under perioden	7 306 236	5 865 231	7 145 686	4 542 397	4 491 342
Resultat per aktie, kr	0,23	1%	1,14	Neg.	Neg.
Eget kapital per aktie, kr	4,49	1,72	3,19	2,22	4,86
Utdelning per aktie, kr	0	0	0	0	0

AKTIEÄGARE

Aktieägare	Antal aktier	% andel
Six Sis AG	1 210 712	16,6%
Aprima Holding AB	765 738	10,5%
Försäkringsbolaget Avanza pension	733 566	10,1%
ABN Amro Bank	723 340	9,9%
Svenska Handelsbanken SA	427 068	5,9%
Rune Torbjörnsen	250 000	3,4%
Nordnet Pensionsförsäkring AB	215 425	3,0%
UBS AG	166 996	2,3%
Creandum II General Partner Limited	151 031	2,1%
Creandum II KB	105 312	1,4%
Övriga aktieägare	2 549 231	34,9%
TOTAL	7 298 419	100,0%

Uppgifterna baseras på aktiebok per 2012-12-28, förd av Euroclear Sweden AB.



JAYS®

Jays AB (publ)
Org. nr 556697-4365
Åsögatan 121
116 24 Stockholm
08-12 20 19 00
www.jays.se