



**LAST METER MARKETING®**



## INNEHÅLL

Året i sammandrag	3
VD har ordet	4
Last Meter Marketing	7
Verksamhetsbeskrivning	10
Aktien, aktiekapital och ägarstruktur	22
Styrelse och ledning	24
Förvaltningsberättelse	26
Händelser under året	32
Händelser efter årets utgång	42
Räkenskaper	44
Noter	50
Revisionsberättelse	67

## KALENDARIUM

Rapport kvartal 1	12 maj 2014
Rapport kvartal 2	27 aug 2014
Rapport kvartal 3	14 nov 2014
Bokslutskommuniké	19 feb 2015

## ÅRSSTÄMMA

Ordinarie årsstämma hålls måndagen den 12 maj 2014 kl 18.00 i bolagets lokaler, Höjdrodergatan 21 i Malmö. Styrelsen kommer att föreslå att ingen utdelning lämnas.

# Det här gör ZetaDisplay!

*ZetaDisplay är en ledande leverantör av Digital Signage till större kedjor inom detalj- och servicehandelsbranschen. Bolaget befinner sig i en expansiv fas.*

## 1 VÅRT ERBJUDANDE

ZetaDisplay erbjuder en komplett medieplattform för Digital Signage som omfattar mjukvara, tjänster samt digitala system. I helhetslösningen ingår även analys, rådgivning och projektledning samt att svara för installation av digitala bildskärmar och kommunikationsutrustning på plats hos kund. Ytterst handlar vårt erbjudande om att skapa värden för kunderna genom möjligheterna för dem att kommunicera effektivt i butik med hjälp av digitala medier.

## 2 VÅRA KUNDER

Våra kunder är i första hand större detalj- och servicehandelsföretag. Flera av kunderna finns på mer än en marknad och för att möta deras krav är ZetaDisplay verksamt i samtliga nordiska länder och under expansion på ytterligare marknader.

## 3 FÖRDELAR FÖR VÅRA KUNDER

- Ökad försäljning både av utvalda varor och totalt i butik genom att kunden stannar längre
- Ökad genomslagskraft för reklamkampanjer
- Digital Signage ger direkt mätbara effekter av exponeringen
- Förbättrad upplevelse för konsumenten genom intressant information och erbjudanden
- Ökad kontroll över kommunikationen i butikerna
- Möjlighet att skapa intäkter från försäljning av annonsutrymme till varumärkesinnehavare
- Möjlighet att förstärka butikens och kedjans profil och varumärke

## 4 VÅRA INTÄKTER

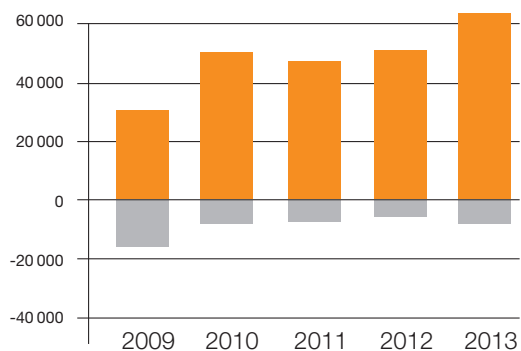
ZetaDisplay levererar en komplett medieplattform där helheten är värd mer än delarna. Våra intäkter genereras över tiden genom försäljning av en kombination av programvara & licenser, tjänster och digitala system inom ramen för en långsiktig relation med varje kund.

- God tillväxt under helåret 2013
- Omsättningen uppgick till 60,9 (52,8) MSEK
- Resultatet efter skatt uppgick till -8,6 (-2,6) MSEK
- Resultatet per aktie uppgick till -0,70 (-0,21) SEK
- ICA MAXI får ICA Butiks-TV
- Expanderar i Europa
- Styrelsen föreslår att ingen utdelning lämnas

## VIKTIGA HÄNDELSE EFTER VERKSAMHETSÅRETS SLUT

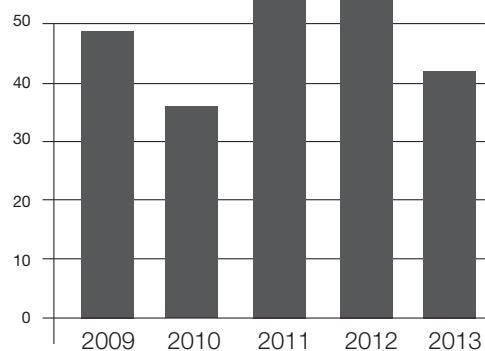
- Levererar interaktiv Digital Signage till Thule
- Satsning på Android – nästa generations OS för Digital Signage
- Tecknar avtal med Avecrea i Finland

OMSÄTTNING OCH RÖRELSERESULTAT, TSEK



■ OMSÄTTNING    
 ■ RÖRELSERESULTAT

SOLIDITET, %



**DETTA ÄR DIGITAL SIGNAGE** ZetaDisplay definierar Digital Signage som system för reklam, profilering och butikskommunikation som förmedlar ljud, bild och film i anslutning till butik och i offentlig miljö. Ett svenskt namn för Digital Signage är digital butikskommunikation. Lösningar baserade på digitala bildskärmar är en stor del av marknaden, men utvecklingen går mot att utnyttja fler digitala kanaler för att kommunicera kunderbudanden och annan information. Det handlar om lösningar, som integreras med sociala medier och webbplatser, och appar för smarta mobiltelefoner och surfplattor vilka skapar interaktivitet med kunden. Utvecklingen går också mot att integrera lösningar med butikskedjans kassasystem för automatisk prisuppdatering och automatiskt byte av budskap på de digitala bildskärmarna.

## ”Fortsatt tillväxt under helåret 2013”

- ZetaDisplay är experter på Last Meter Marketing – budskap som utlöser det slutliga köpbeslutet.
- Med hjälp av digitala displayer och digital kommunikation, hjälper vi våra kunder att kommunicera med konsumenterna i köpögonblicket.
- Och vi hjälper våra kunder att bygga starkare relationer med konsumenterna.
- Detta resulterar i ökad försäljning och bättre marginaler för våra kunder, och bättre tillgång till rätt produkter för konsumenterna.

EN STOR DEL AV MARKNADEN för Last Meter Marketing utgörs av digitala bildskärmar, men utvecklingen går mot att kommunikationen med kunderna sker i flera digitala kanaler parallellt. Det kan handla om kompletta lösningar som integrerar budskapen med sociala medier, webbplatser, och appar för smarta mobiltelefoner och surfplattor.

Vi har under lång tid utvecklat erfarenhet kring konceptutveckling för detaljhandeln i en rad länder och olika branscher, men även i att ta fram den kommunikativa profilen och kreativa innehållsproduktionen för kunden.

### Årets utveckling

Vår målsättning är att nå tillväxt och under 2013 nådde bolaget en omsättning på 60,9 (52,8) MSEK, vilket är en omsättningsökning på 17 %.

Under den senaste femårsperioden har ZetaDisplay mer än fördubblat omsättningen. Vi ser en fortsatt stark tillväxt i marknaden. Den digitala kommunikationen är numera en naturlig del i de nya butikskoncept som detaljhandeln utvecklar för framtiden.

Bruttomarginalen blev lägre än förra året och hamnade på 52,5% (55,2). Det förklaras huvudsakligen av att andelen digitala system var relativt hög i det första kvartalet. Vi har under året valt att investera i nya marknader i Baltikum och Benelux samt dedikerat nya säljresurser för internationella kunder i Europa. Detta belastar resultatet med ca 2 MSEK och i viss mån även marginalen, då vi varit aggressiva för att hitta nyckelkunder på nya marknader.

Även om det är en allmän marginalnedgång och prissänkning för hårdvara på marknaden och att bruttomarginalen påverkas av detta under året, så är den långsiktiga trenden fortsatt positiv till följd av ökad andel tjänster i försäljningen.

I dag har vi verksamhet i sex länder i Europa och fokus är nu att få ut maximalt av denna investering. Utöver detta skall vi även öka vårt fokus på lönsamhet och kostnadskontroll i bolaget.

Under året gjordes ett antal installationer som ger löpande intäkter av licenser och tjänster i genomsnitt

fyra år framåt. Under den senaste 12-månadersperioden ökade licensintäkterna med 50 % (44 %).

Att många kunder ännu inte gjort sin investering skapar en intressant och expansiv marknad för oss.

Den goda tillströmningen av förfrågningar från nya kunder har fortsatt samtidigt som vi får fler och fler förfrågningar från kunder som redan påbörjat sin investering tillsammans med andra leverantörer. Nu vill dessa kunder ta nästa steg och bredda sin satsning. Då söker man allt oftare efter andra leverantörer, som bättre kan stödja dem i sin relativt stora investering. Här kommer vi in som den långsiktiga och trygga totalleverantören, med erfarenhet och kompetens.

Införsäljningsprojekten är dock fortfarande långa och resurskrävande. Många i kundens organisation är involverade och det förlänger säljprocessen. Men samtidigt stärker det våra konkurrensfördelar ytterligare som en långsiktig och internationell totalleverantör.

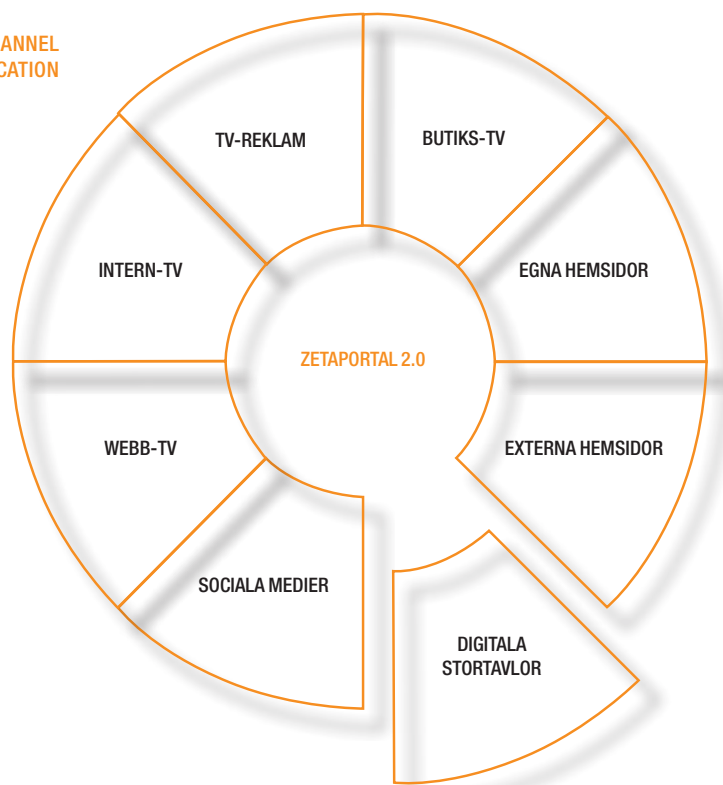
### Ökat fokus på kreativ konceptutveckling och bredda erbjudandet

Med 10 år av erfarenhet och forskning inom konsumentbeteende som bas, hjälper vi kunderna med den digitala medieproduktionen i allt högre grad.

Vi vill gentemot kunderna tydliggöra vår höga kompetens och erfarenhet, och dessutom inom ZetaDisplay få ytterligare fokus på medieproduktion och kreativ konceptutveckling. Därför valde vi att samla alla dessa kompetenser i ett och samma affärsområde – ZetaStudio – med ett fokus på digital kommunikation inom detaljhandeln. Resultatet har varit mycket positivt och uppskattat av både nya och befintliga kunder. Med stöd av företagets tekniska lösningar, bestående av mjukvara och digitala system, hjälper vi kunderna med den digitala innehållsproduktionen både framgångsrikt och på ett kostnadseffektivt sätt för kunden.

Genom att kontinuerligt utöka funktionaliteten i bolagets applikationer stärker och breddar vi vårt erbjudande. Ett sådant exempel är Facebook-integration och tjänsten ZetaPlay, som lanserades under året. Med hjälp av denna funktion blir det enklare för

## OMNI CHANNEL COMMUNICATION



butikerna att närma sig sina kunder oavsett var de befinner sig. Vi ser en stor trend i omvärlden där man oavsett säljkanal vill anpassa budskapet snabbt och enkelt.

### Viktiga händelser

Årets Nordiska ZetaDagen 2013 genomfördes i april på Grand Hotel i Stockholm. Temat var Multi Channel Communication och Last Meter Marketing, men vi tog också upp en för dagen het frågeställning – Att gränsen mellan e-handel och butik måste flyta samman och att nya krav ställs på hur man sköter sin kundkommunikation. I programmet deltog bland många andra Jens Nordfält med lång erfarenhet inom forskning i detaljhandel och Sofie Löwenhielm som är Retail Industry Manager på Google.

Under året fördjupade vi vårt samarbete med den stora nederländska detaljhandelskedjan HEMA-gruppen. Vi beslutade i samband med detta att öppna ett eget kontor i Holland. Under cirka två år har HEMA testat och utvärderat olika leverantörer av digital butikskommunikation i samtliga sina butikskoncept och slutligen valt ZetaDisplay som samarbetspartner. Detta är vårt första avtal med en kund som inte driver verksamhet i något nordiskt land och det var därför en viktig milstolpe i ZetaDisplays utveckling.

Marknaden i Benelux omsätter lika mycket som den nordiska marknaden och detta inom ett betydligt mindre geografiskt område. ZetaDisplay är det första nordiska bolaget som etablerar sig och genomför en större uttrullning i området. Genom etableringen

öppnar sig en betydande europeisk tillväxtpotential för ZetaDisplay under de närmsta åren.

### Utsikter 2014

Under det senaste året har vårt erbjudande utvecklats till en av marknadens starkaste medieplattformar för Digital Signage och Last Meter Marketing. Vårt övergripande mål är alltid att vara förstahandsvalet när medelstora och stora företag inom detalj- och servicehandeln väljer en strategisk samarbetspartner.

Mot denna bakgrund räknar ZetaDisplay med tillväxt framöver och att andelen programvarulicenser och tjänster av försäljningen ska öka och bidra till högre marginaler och även lönsamhet.

ZetaDisplays mål för 2014 är att öka antalet kunder och försäljningen på den nordiska marknaden, samt på de marknader vi valt att etablera oss på. Vi vidareutvecklar den installerade basen genom att kontinuerligt bredda erbjudandet.

Det finns möjligheter till konsolidering i branschen kring digital signage och närliggande verksamhet. Vi får löpande propåer om potentiella förvärv inom vårt område och på de marknader vi vill verka.

Jag vill tacka våra kunder som ger ZetaDisplay förtroendet att vara er partner. Kundens krav på ZetaDisplay är grunden för bolagets utveckling. Jag vill också rikta ett stort tack till alla medarbetare, aktieägare, styrelsemedlemmar och andra som bidrar till företagets utveckling och lovande framtid.

Leif Liljebrunn  
Koncernchef och VD





## Vi tror på butiken!

*Insikten om att konsumenten fattar sina köpbeslut på väg fram till butikshyllan bildar grunden för ZetaDisplays erbjudande. Vi kallar det Last Meter Marketing.*

HANDELN HAR I ALLA TIDER använt sig av skyltar, skyltställ och andra säljhjälpmiddel i butiken. Men med digitala bildskärmar och andra nya kanaler kan vi skapa en helt ny interaktivitet med kunden just där han eller hon är som mest mottaglig, i butiken. Vi tror helt enkelt att butiken är den bästa kanalen för kommunikation med konsumenten!

En stor del av marknaden för digital butikskommunikation utgörs av digitala bildskärmar, men utvecklingen går mot att kommunikationen med kunderna sker i flera digitala kanaler. Det kan handla om kompletta lösningar som integrerar budskapen med sociala medier, webbplatser, och appar för smarta mobiltelefoner och surfplattor. Utvecklingen går också mot integration med butikskedjans Back Office system för automatisk prisuppdatering och byte av budskap på de digitala bildskärmarna.

### Följa med kunden in i butik

Varumärkesleverantörerna har idag svårt att få ut sina budskap om bland annat nyheter. Det gäller både för kedjans egna produkter och de externa varumärkesleverantörernas erbjudanden. De försvinner bland all annan skyltning i butiken.

De största investeringarna görs utanför butik trots att beslutet om vilken produkt kunden skall köpa sker i butiken. För att uppnå maximal effekt av marknadsbudgeten blir det därför viktigare att kommunicera med kunden i samband med köptillfället.

I framtiden kommer butikerna att ha fler bildskärmar där man följer kunden från parkeringsplatsen, in i butiken och via mindre bildskärmar ända

fram till hyllorna med den aktuella varan. Många varumärkesleverantörer väntas vara med och driva denna utveckling för att dra nytta av möjligheten att anpassa budskapen till kunderna utifrån den miljö kunden befinner sig i just då budskapet når fram och kunden är mottaglig för påverkan, det vill säga i butiken. Det är detta som är den helt överskuggande fördelen med Last Meter Marketing!

### Snabbt att ändra

Denna typ av utvecklad digital butikskommunikation erbjuder många fördelar. Det går snabbt att ändra kunderbidandena för att återspegla tillgängligheten på olika varor, tiden på dygnet eller väderleken. Och det går att skapa en mix av inspiration och information som inte bara riktar uppmärksamheten mot en specifik produkt, utan också får kunderna att stanna längre i butiken.

Den digitala butikskommunikationen kan också förstärkas genom integration med andra kanaler för förmedlandet av aktuella erbjudanden och annan information till kundernas mobiltelefoner. Det handlar också om integration med andra digitala system i butikerna såsom affärssystem, digitala streckkoder, kösystem och så vidare.

### Kommunikation i flera kanaler

Helhetslösningar för Last Meter Marketing med integration med andra digitala kanaler adresserar också den stora utmaning för handeln som ligger i konsumenternas förändrade köpvanor och sätt att söka information. Ett slående exempel är e-handeln

som exempelvis ökade med hela 14 procent i Sverige under 2012, vilket innebär en total omsättning för e-handeln på 31,6 miljarder kronor i landet.

Att handla på internet öppnar nya möjligheter för kunden. Och det är snabbt, enkelt och smidigt. Lägg därtill att kunderna söker mer värde för pengarna och spenderar mer tid online för att förbereda sina inköp samtidigt som sociala medier blir viktigare för köpprocessen.

Men detta kommer knappast att leda till att butikerna försvinner. Tvärtom visar erfarenheten att de konsumenter som handlar i flera kanaler är mer lojala och handlar för större belopp än andra. Dessutom redovisar de detaljhandelsaktörer som också erbjuder kunden e-handel ökad total försäljning.

Vad som kan väntas är i stället att vinnarna inom handeln blir de som lyckas kombinera sätten att sälja i båda kanalerna och samtidigt kan skapa en enhetlig upplevelse för konsumenterna, oavsett kanal. Det innebär att gränsen mellan e-handel och butik kommer att flyta samman och att nya krav ställs på hur man sköter sin kundkommunikation. Både de enskilda butikerna och kedjorna behöver lära sig att kommunicera med kunderna i flera kanaler parallellt och dessutom ge kunderna en enhetlig bild av kedjan, oavsett var man möter dem. Detta är det andra viktiga begreppet i ZetaDisplays erbjudande till handeln nu och framöver: Multi Channel Communication.

## Multi Channel Communication

För oss på ZetaDisplay är det viktiga ordet i sammanhanget ”Communication”, kommunikationen med kunden, inte tekniken i sig. Vi vill på olika sätt underlätta för våra kunder att kommunicera med konsumenten i många kanaler och hitta den rätta mixen eller modellen för dem att på ett så framgångsrikt sätt som möjligt kunna följa det förändrade köpbeteendet.

Vi har stor erfarenhet av att ta fram lösningar för digital multikanalkommunikation för detaljhandeln i en rad olika länder och av att installera koncept samt hjälpa kunderna att ta fram innehåll för kommunikation i och utanför butik.

Våra koncept fungerar i en lång rad branscher, alltifrån försäljning av livsmedel och drycker till resor, fastigheter och mycket mera. För att möta våra kunders skiftande behov och kraven i olika branscher erbjuder vi komplett stöd inom följande fyra områden:

## ZetaSolutions

■ Kommunikationen och tekniken kan anpassas till behoven hos olika slags användare. Man kan välja att direkt ta full kontroll över alla delar av sin kommunikation eller börja med en enklare lösning som utökas i takt med att resultaten ökar. Den digitala tekniken kan också användas för att kommunicera med de egna medarbetarna och hålla dem uppdaterade om aktuella kampanjer och annat nytt.

## ZetaStudio

■ Vi erbjuder kompletta lösningar som omfattar allt ifrån behovsanalys till systemuppbyggnad och löpande drift på det sätt och i den omfattning som passar varje kund bäst. Vi är också med och vägleder kunden hur den digitala kommunikationen skall skötas, hur man designar sin butik med digital kommunikation, och hur han tar fram ett effektivt innehåll som ger resultat.

## ZetaPlattform

■ Vår plattform, som är en av marknadens mest avancerade och byggd för framtidssäkrad investering, omfattar digitala bildskärmar, mediaspelare och all den mjukvara med drift i molnet som bildar basen för den valda lösningen. Det är upp till kunden att välja nivå och mängd på de tjänster som de väljer att få levererat. Plattformen är en standardlösning som mycket enkelt kan tas i bruk av den enkla användaren, upp till den multinationella kunden med hög grad av funktionalitet och trygghet i leveransen.

## ZetaKnowledge

■ Kunskap om var och hur budskap bör presenteras för att ge största möjliga effekt. Denna kunskap bygger på mer än 10 års erfarenhet och nära samarbete med ledande branscheexperter.

## Mätbara resultat

ZetaDisplay genomför återkommande tester och utvärderingar av olika lösningar tillsammans med såväl forskare som våra kunder, vilka kan påvisa märkbart ökad försäljning och nöjdare konsumenter i en mycket lång rad av fall.





## ”Vi tror helt enkelt att butiken är den bästa kanalen för kommunikation med konsumenten.”



En stor detaljhandelskedja rapporterar således efter omfattande tester att man har nått en generell försäljningsökning i sina butiker på 8-10 % och en ökad kundnöjdhet till följd av vår Last Meter Marketing-lösning. Kunderna uppskattar vad de ser och är även mer uppmärksamma på skärmarna och budskapen nästa gång de kommer in affären.

I kundundersökningar berättar kunderna att de inte uppfattar kommunikationen som reklam utan som just relevant kommunikation, erbjudanden, information och tips och råd som de gärna tar till sig.

### **Butiken som marknadsplats**

Vi älskar den fysiska butiken och tror på dess framtid. Även om butikens roll kommer att vara annorlunda så

kommer den vara den viktigaste faktorn för framgång i detaljhandeln. Handels utvecklingsråd skriver i sin rapport ”Butiken som marknadsplats”.

*Kunskap om butiken, konsumenten och butikens personal, har blivit allt viktigare, både med avseende på konsumenternas beteende och attityder, men även beträffande personalens kompetens och arbetsmiljö. För handeln är det därför angeläget att mer utförligt och sammanhängande studera butiken som marknadsplats. Den fundamentala mötesarena där konsumenterna interagerar med varorna, personalen, varumärkena, etcetera – hela näringens dynamiska kärna.*

*Digital Signage är en ny bransch och ZetaDisplay vill bli den ledande och drivande helhetsleverantören på marknaden.*

## Affärsidé, vision och mål

### Affärsidé

ZetaDisplays affärsidé är att som helhetsleverantör tillhandahålla programvara och tjänster för Digital Signage som skall skapa ökad försäljning för detalj- och servicehandeln samt positiva upplevelser för dess kunder.

### Vision

ZetaDisplays vision är att genom Bolagets erbjudande skapa långsiktigt värde för kunden.

### Övergripande mål

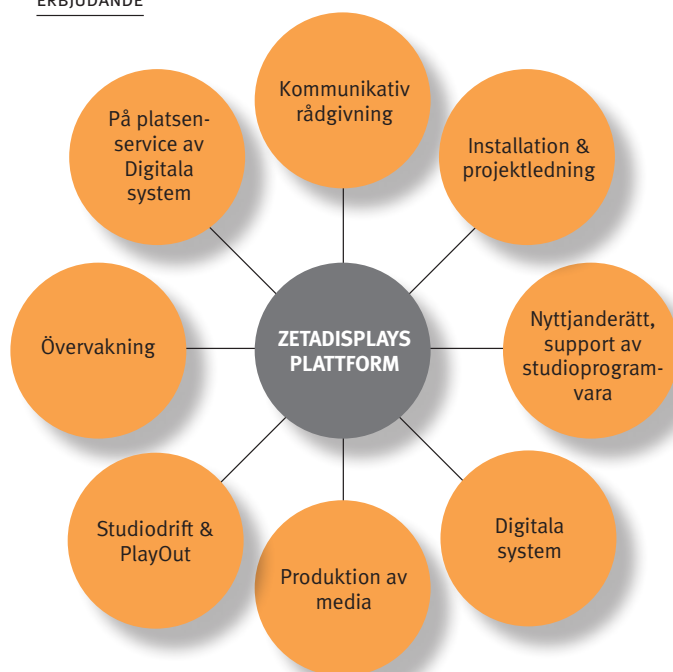
ZetaDisplays övergripande mål är att vara förstahandsvalet när medelstora och stora företag inom detalj- och servicehandeln väljer leverantörer av Digital Signage.

- Bolaget skall erbjuda programvara och stödjande tjänster som effektiviserar butikskommunikationen samt bidrar till affärsnytta och långsiktig utveckling hos detalj- och servicehandeln.
- Bolaget skall över tiden bygga en installerad bas av Digital Signage på vilken licenser och tjänster skapar löpande intäkter.
- Bolaget skall verka för att långsiktigt utveckla den installerade basen av Digital Signage genom att bredda erbjudandet, men även för att skapa långsiktiga relationer och därmed växa med kunderna.
- Bolagets tjänster och programvara ska ge kunderna rik funktionalitet och hög flexibilitet som underlättar anpassningen till deras befintliga och framtida behov.
- Bolaget skall arbeta konsekvent och långsiktigt med målsättningen att bli en ledande leverantör i Europa.

## LAST METER MARKETING®

Digital Signage handlar om att nå ut med rätt budskap till rätt kunder vid rätt tillfälle. Allt fler börjar inse betydelsen av att påverka kunden just där han eller hon fattar sitt beslut att köpa – det vill säga i butiken. Med dagens stora mediebrus innebär Digital Signage ett effektivt sätt för detalj- och servicehandeln att exponera sina budskap på plats där produkten finns och kunderna tar sina köpbeslut. Detta kallar ZetaDisplay för Last Meter Marketing®, vilket är ett registrerat varumärke för Bolaget.

## ERBJUDANDE





### ZetaDisplays erbjudande

ZetaDisplay har utvecklat en medieplattform för den växande marknaden för Digital Signage. Bolagets erbjudande skapar förutsättningar för långvariga relationer med kunderna och kontinuerliga intäkter för ZetaDisplay.

Ytterst handlar Bolagets erbjudande om att skapa värden för kunderna genom möjligheterna för dem att öka sina intäkter, stärka sin profil och sitt varumärke samt utveckla kundlojalitet och kundnöjdhet i konsumentledet. Kommunikationen med slutkunderna är avgörande och ZetaDisplay skall ses som ett mjukvaruföretag som tillhandahåller kvalificerad kunskap och tjänster om hur företag kan kommunicera effektivt i butik med hjälp av digitala medier.

Bolagets medieplattform gör det möjligt för kunder att hantera butikskommunikationen från en central

plats och erbjuder nyckelfärdiga lösningar för Digital Signage. Programvaran underlättar anpassad distribution med nätverksadministration, skapande av spellistor och schemaläggning samt databasintegration.

ZetaDisplay erbjuder en rad tjänster för att stödja programvaran inklusive kreativ utveckling, projektledning, installation, innehållsproduktion och drift. Den webbaserade programvaran driftas i molnet via Internet.

**Cloud  
Computing**

StudioPortalen styr från en central plats kommunikationen ut till butikerna. Genom den sköts planering och framtagning av filmer utifrån gjorda kampanjer.

Med sitt erbjudande tar ZetaDisplay ansvar för utformning och installation av ett nätverk av digitala bildskärmar och mediaspelare hos kunden, producerar löpande innehåll samt styr och övervakar systemet på distans. Detta innebär att butikskedjan eller varumärkesleverantören får ut sina budskap effektivt till sina kunder i butikerna samtidigt som butikspersonalen slipper att lägga tid på att hantera och uppdatera bildskärmarna.

## ZetaFunction

ZetaDisplay erbjuder även en finansieringslösning för Digital Signage till sina kunder kallad ZetaFunction. Den innebär att kunderna kan träffa avtal om en komplett lösning för Digital Signage där alla kostnader samlas på en och samma månatliga faktura. Kunden behöver endast betala för användningen under en viss tid och har full kontroll över alla utgifter som är kopplade till funktionen. ZetaFunction erbjuder en lösning där



### ZETADISPLAYS ERBJUDANDE & INTÄKTSGENERERING

	ERBJUDANDE	INTÄKTSGENERERING
<b>Programvara &amp; Licenser</b>	Erbjudandet omfattas av nyttjanderätt och support av egenutvecklad studioprogramvara som används för produktion och distribution av budskap till kundens installerade bas av bildskärmar i butik.	Licensintäkter erläggs löpande av kunderna för rätten att utnyttja ZetaDisplays mjukvara samt för support av studioprogramvara.
<b>Tjänster</b> KOMMUNIKATIV RÅDGIVNING	Kommunikativ rådgivning som inkluderar behovsanalys och tester för uppbyggnad och installation av systemet.	Kundsamarbetet inleds med kommunikativ rådgivning inklusive behovsanalys och tester. Intäkterna från denna fas inkluderar i installationskostnaden i efterföljande utrustning. I förvaltningsfasen anlitas däremot Bolaget som specialist och debiterar för löpande konsulttjänster för den kommunikativa rådgivningen.
<b>INNEHÅLLS-PRODUKTION OCH BROADCASTING</b>	Produktion av media och/eller tillhandahållande av mjukvara för produktion av budskap och tillhörande broadcasting. Med hjälp av egen organisation och underleverantörer tar ZetaDisplay fram det innehåll som kunden önskar på sina bildskärmar. Det kan vara allt från små korta reklamfilmer till längre komplexa informationsfilmer. Beroende på syftet med budskapet väljer Bolaget bäst passande teknik.	Löpande intäkter genereras av den innehållsproduktion som ZetaDisplay ansvarar för genom egen organisation och underleverantörer. Om kunden använder Bolagets verktyg för kostnadseffektiv innehållsproduktion (Spoteditor), så erhåller Bolaget intäkter för mallproduktion; dessa mallar använder kunden i sin tur för volymproduktion av bildskärmsbudskap. Bolaget tar löpande betalt för den broadcasting som önskas.
<b>STUDIODRIFT, ÖVERVAKNING, SERVICE SAMT UNDERHÅLL</b>	Samordning mellan kedja, enskild butik och varumärkesleverantörer så att budskap kommer in till studieprogramvaran och att rätt budskap sen kommer ut till rätt plats vid rätt tillfälle. I paketet ligger också att drifta lösningen i Molnet med övervakning, service och underhåll.	ZetaDisplay tar löpande betalt för Studiodrift, övervakning, service och underhåll.
<b>Digitala system</b> BILDSKÄRMAR, MEDIASPELARE, SMARTPHONES, OCH TABLET PC	Kundinstallationerna består av ett nätverk av bildskärmar, mediaspelare, Smartphones och Tablet PC som kombineras för kundens specifika behov. Den grundläggande plattformen är samma för alla branscher, men kan utformas för att möta varierande krav och behov hos kunderna.	Samarbetet med kunderna omfattar oftast en inledande fas med kommunikativ rådgivning inkl. behovsanalys och tester. De åtföljande installationerna avser normalt hela system för flera butiker i samma kedja, varvid ordervärdet främst beror på antalet butiker och hur omfattande installationen är per butik.

Kommunikationen mellan mediaspelare i butik sker vanligtvis via Wlan. Detta skapar en flexibel lösning utan onödig kabeldragning.

Kommunikation med Smartphone / iPhone

Kommunikation med Tablet PC / iPad



kunden inte behöver belasta sin likviditet förrän installation och drifttagning är färdigställd. Kunden behöver inte investera i teknik utan betalar bara för funktionen. Det är också möjligt att säsonganpassa månadsavgiften för att bättre harmonisera med kundens intäktsflöden.

### Branschlösningar

ZetaDisplay utgår från kundens unika behov och utvecklar en anpassad lösning med hjälp av Bolagets medieplattform för Digital Signage. Skillnaderna mellan olika branscher ligger i de budskap som visas, på vilken typ av digitala system som används, och var de placeras i kundens miljö. Placering och innehåll är direkt avgörande för vilken nytta man skapar för butikskedjan. Idag har Bolaget utvecklat koncept för ett antal olika branscher,

där ZetaDisplay bevisligen skapat långsiktig effekt med Digital Signage. Koncepten har tagits fram genom egen forskning och erfarenhet. De branschlösningar Bolaget lanserat omfattar bland annat:

- Dagligvaruhandeln
- Klädhandeln
- Bygghandeln
- Leksakshandeln
- Bilhandeln
- Sportheastandeln
- TV-handeln
- Zoologisk handel
- Restaurang
- Servicehandel
- Bank

### Medieplattform

ZetaDisplays medieplattform omfattar programvara, licenser, tjänster och digitala system. Lösningen innehåller en webbportal (StudioPortal), som nås i molnet via Internet och från vilken man styr kommunikationen ut till butikerna. Från denna gemensamma plats täcker Bolaget sina marknader.

Butiken har en ingång genom en mediaspelare som kommunicerar via bredband eller 3G och sedan distribuerar de filmer som skall spelas på respektive mediaspelare. Kommunikation mellan mediaspelare i butik sker vanligtvis via 5 GHz Wlan.

Detta skapar en lösning utan onödig kabeldragning som går att komplettera med flyttbara lösningar, digitala

Branscher och kunder med unika behov och värderingar – Proof Of Concept



Service, Support, PlayOut, Övervakning och Mediaproduktion



Mjukvara och digitala system för Digital Signage





bildskärmar, Smart phones och Tablet PC. På ett enkelt och kostnadseffektivt sätt kan man komplettera med fler mediaspelare och bildskärmar och på så sätt expandera lösningen i takt med växande behov.

Varje mediaspelare och bildskärm övervakas och kontrolleras av StudioPortalen. Skulle av någon anledning en bildskärm bli svart eller sluta fungera rapporteras detta automatiskt till Bolagets supportavdelning. Fel kan vara strömavbrott, fel på bildskärm eller mediaspelare. Det är av största vikt att detta sköts på ett professionellt sätt så att svarta bildskärmar kan elimineras helt och i Bolagets erbjudande ingår garantier för tillgängligheten. Genom StudioPortalen sköts planering och framtagning av filmer utifrån framtagna kampanjer. Olika användare (central / handlare / reklamavdelning) kan ges olika behörigheter att styra StudioPortalen. Det kan vara att kedjan på central nivå vill ha en övergripande kontroll av vad som visas, eller att den enskilde handlaren via StudioPortalen vill byta budskap för en lokal

aktivitet på en av sina egna bildskärmar.

ZetaDisplay erbjuder för kundens räkning att hantera StudioPortalen samt att hjälpa kunden med att sköta kontakterna med dess varumärkesleverantörer och reklambyråer. I ZetaDisplays erbjudande ingår att Bolaget tar ett totalansvar för kundens investering i Digital Signage.

På sikt avser ZetaDisplay även implementera programvara, licenser och tjänster, på andra digitala system än de som Bolaget själv har installerat.

### Attrahera större företag

ZetaDisplay inriktar sig mot större detalj- och servicehandelsföretag. Avsikten är att positionera Bolaget som Nordens mest kompetenta helhetsleverantör av Digital Signage.

Huvudsakligen fokuserar ZetaDisplay på större kunder som efterfrågar lösningar med hög komplexitet. Kunder med dessa typer av behov är särskilt intressanta

# ”Huvudsakligen fokuserar ZetaDisplay på större kunder som efterfrågar lösningar med hög komplexitet.”

för ZetaDisplay genom att de enskilda projekten blir större och kundrelationerna nära och långvariga. Samtidigt minskar konkurrensen då många andra leverantörer saknar kompetens och resurser att genomföra stora projekt.

Med komplexa lösningar menas lösningar med stort och varierande innehåll som uppdateras ofta samt lösningar där olika digitala bildskärmar och innehåll används i flera delar av butiken. Behovet för sådana lösningar är vanligast bland större detalj- och servicehandelskedjor vars kommunikation präglas av följande förhållanden:

- Behöver kommunicera effektivt med sina kunder över stora geografiska områden
- Arbetar i flera länder på olika språk
- Butikerna är indelade i flera zoner med olika behov av bildskärmar och innehåll
- Butiksprofilerna och produkterna är föränderliga, vilket ställer höga krav på flexibilitet över tid
- Stort, varierande innehåll som uppdateras ofta
- Företagen arbetar med flera olika butiksprofiler och kan uppnå stordriftsfördelar genom att arbeta med en gemensam lösning
- Behöver kommunicera internt med den egna personalen i ett stort antal butiker och försäljningsställen

För att bygga volym på sikt är det ZetaDisplays ambition att bredda erbjudandet. Det handlar då om större kunder som i dagsläget efterfrågar enklare lösningar, men vill ha flexibilitet för att kunna införa mer komplexa lösningar framöver. Vidare handlar det om mindre kunder som under sin fortsatta tillväxt förväntas efterfråga mer komplexa lösningar.

Bolaget skall verka för att långsiktigt utveckla sin installerade bas av Digital Signage för att skapa långsiktiga relationer och växa tillsammans med kunderna. Bolagets tjänster och programvara ska ge kunderna rik funktionalitet och hög flexibilitet som underlättar anpassningen till deras befintliga och framtida behov.



## Affärsmodell och intäktsgenerering

### *Tjänster innebär högre marginal*

Att leverera en komplett medieplattform till kund innehållande programvara, licenser, tjänster och digitala system ger ett högre ordervärde och högre marginal. Samtidigt skapas en mer långsiktig relation till kunden. Helheten är mer värd än summan av delarna. Detta förväntas över tiden leda till ett generellt högre täckningsbidrag.

Genom att sälja en komplett lösning måste Bolaget också fokusera mot målgruppens specifika krav vilket i sin tur bör leda till en högre lojalitet från kund. På sikt avser ZetaDisplay även implementera programvara, licenser och tjänster, på andra digitala system än de som Bolaget själv har installerat.

De första kontakterna med en ny kund omfattar som regel kommunikativ rådgivning inklusive behovsanalys och tester. Denna fas följs sedan av installation, anpassning eller komplettering av hårdvara samt därefter fortlöpande licens-, tjänste- och hårdvaruintäkter från kunden.

### *Installerad bas ger ökande intäkter*

Över tiden bygger ZetaDisplay en installerad bas hos kunden på vilken licenser och tjänster skapar löpande intäkter så länge kunden använder medieplattformen. Livslängden för en installation kan variera på mellan 4 till 5 år. Givet ett lyckat utfall är det sannolikt att kunden väljer att efterhand utöka installationen per butik – det är

därför sannolikt att ZetaDisplay erhåller tilläggsbeställningar efter en tid och att omfattningen på installationen och därmed de löpande intäkterna successivt ökar. Tilläggsbeställningarna kan då avse såväl licenser och tjänster som digitala system.

Som en konsekvens kommer med tiden det ackumulerade värdet av de licenser och tjänster som ZetaDisplay levererar till en enskild kund väsentligt överstiga värdet av de digitala systemen (hårdvaran) som tillhandahålls för samma kund. Detta är särskilt betydelsefullt då marginalerna på programvara är högre än på hårdvara.

Exemplet nedan illustrerar schematiskt intäkterna från ett nytt kundprojekt för en butikskedja med 50-talet butiker och hur dessa kan fördela sig över de första tre åren av projektet. Den sammanlagda intäkten över de fyra åren uppgår till storleksordning 32 MSEK med tyngdpunkten lagd på utrullningsfasen år ett och två.

## Organisation för fortsatt expansion

ZetaDisplays organisation är byggd för fortsatt expansion så att skalfördelar skall kunna uppnås efter hand som koncernen växer. Dotterbolagen i varje land är uppbyggda på likartat sätt och utgör affärsområden med en

affärsområdesansvarig. Affärsområdet har ansvar för försäljningsteam, projektteam samt medieteam. I varje land sker bearbetning av marknaden, försäljning, medieproduktion, projektledning och first-line-support för underhåll av kunderna.

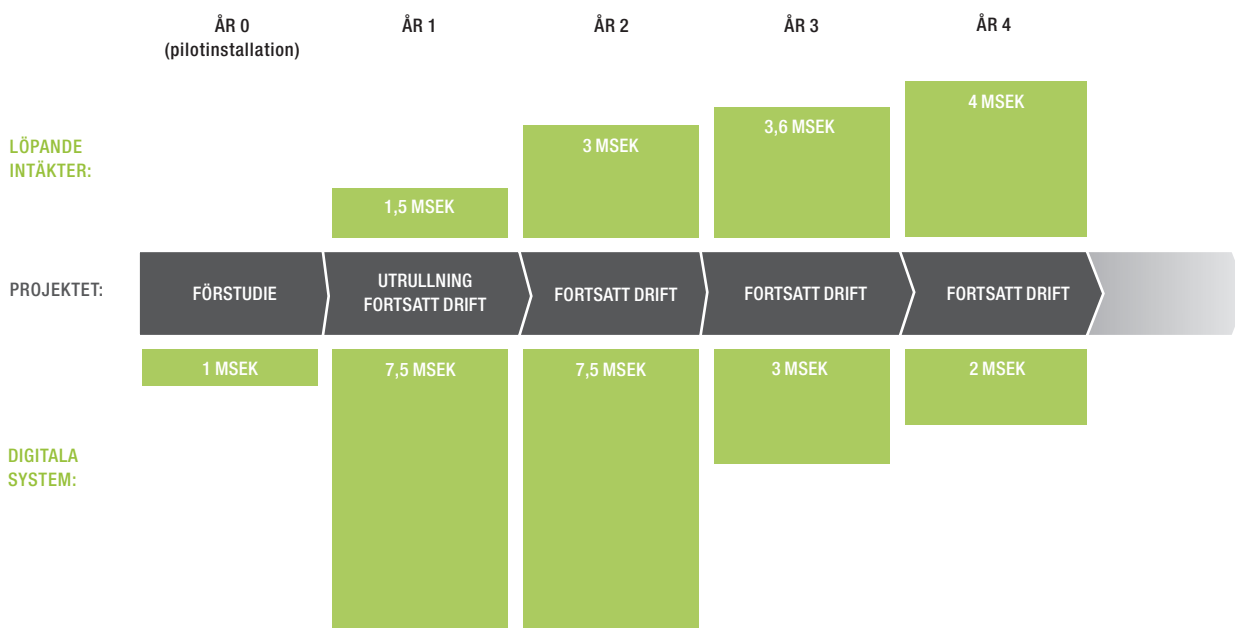
Moderbolaget tillhandahåller ett antal stödfunktioner för de olika affärsområdena. I dessa ingår programvaruutveckling, koordinering av försäljning, inköp och utleverans, service och support, samt ekonomi. Att ha dessa funktioner i moderbolaget ger stordriftsfördelar. I respektive land finns emellertid de funktioner som krävs lokalt. Modellen innebär en skalbar och effektiv organisation som tillåter tillväxt genom att tillsätta ytterligare affärsområden med funktioner som de andra affärsområdena.

Installation och på-platsen-service avseende digitala system är utlagd på partners på samtliga lokala marknader. Detta upplägg begränsar Bolagets fasta kostnader och bidrar till flexibilitet och skalbarhet.

## Utveckling av produkter och tjänster

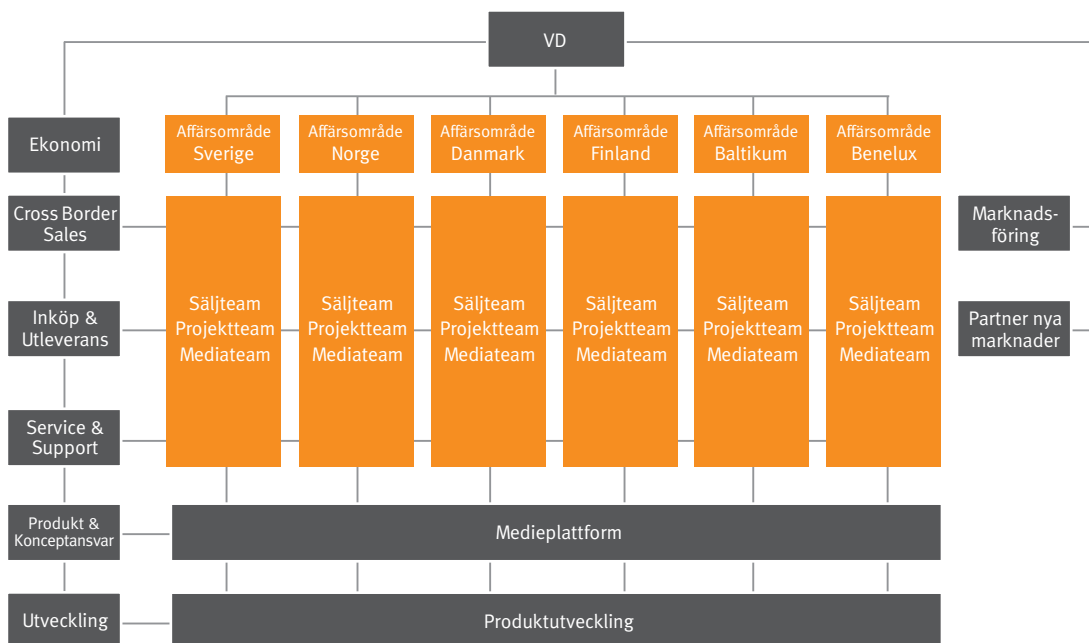
ZetaDisplay arbetar kontinuerligt med programvaru- och produktutveckling avseende sitt erbjudande inom

### KUNDEXEMPEL Hur intäkterna kan fördelas över tiden för en butikskedja med ett 50-tal butiker.





## KONCERNENS ORGANISATION



Digital Signage. Syftet är att utveckla Bolagets medieplattform för att långsiktigt säkra ZetaDisplays position på marknaden.

Utvecklingen omfattar såväl programvara och licens som tjänster och digitala system, allt med fokus på att öka kundnyttan och kostnadseffektiviteten.

Som framgår nedan har ZetaDisplays produktutveckling resulterat i flera unika egenskaper hos Bolagets medieplattform.

### *Trådlös kommunikation*

ZetaDisplay har utvecklat Bolagets tekniska medieplattform för att kunna kommunicera trådlöst i miljön med 3G och Wlan. Bolaget bedömer den trådlösa kommunikationen som mycket intressant och levererar idag produkter med denna lösning. För-delen med trådlös kommunikation är att den tekniska medieplattformen får en större flexibilitet vilket stärker positionen gentemot vissa av Bolagets målgrupper.

### *IT-säkerhet och trygghet*

Att arbeta med trådlös kommunikation ställer också stora krav på säkerhet och trygghet för kunden. Inom detta område har Bolaget utvecklat unik funktionalitet och kompetens för att skapa säkra och trygga system. Arbetet med denna utveckling genomfördes initialt

tillsammans med insyn och övervakning från stora organisationers IT- och säkerhetsavdelningar, men har efterhand utvecklats vidare med hjälp av både interna och externa resurser.

### *Automatisering och säker drift*

En av grundstenarna i Digital Signage är att byta budskapet ofta och kommunicera med olika budskap beroende på var en bildskärm är placerad. En kedja med ett 100-tal butiker kan typiskt producera upp till 25 000 filmer per år. För att detta skall vara möjligt, utan att begränsas av bredbandskapaciteten, har Bolaget en egenutvecklad teknik för en automatiserad och driftsäker hantering av både innehållsproduktion och distribution av film.

### *Utveckling av ljuddesign och musik*

ZetaDisplay lägger även kraft på att utveckla ljuddesign som en del i sin medieplattform. Ljudet är en viktig del i uppmärksamhetsvärdet och kunskapen om dess effekter kan skapa högre kundnytta framförallt inom fashion. Med hjälp av smalstrålande högtalare kan ljudet ”riktas” till önskad plats. Målet är att uppnå ett ljud som på ett positivt sätt uppmärksammas av kunden inom en begränsad yta samtidigt som ljudet inte stör personal som dagligen arbetar i miljön.

## Framtida utveckling

Marknaden för Digital Signage väntas fortsätta att växa snabbt i takt med att butiks- och servicehandeln satsar en ökande andel av marknadsföringsbudgetarna på digital kommunikation i butiken. Efterhand som marknaden mognar blir Digital Signage en naturlig del av marknadskommunikationen. Detta innebär också att kunderna ställer ökade krav på att leverantörerna kan tillhandahålla helhetslösningar, i många fall på hela den nordiska marknaden, vilket väl överensstämmer med ZetaDisplay strategi och erbjudande.

Mot denna bakgrund räknar ZetaDisplay med hög tillväxt framöver och att andelen programvarulicenser och tjänster av försäljningen ska öka och bidra till högre marginaler, då programvara och tjänster typiskt uppvisar högre bruttomarginaler än hårdvara. Till detta kommer effekten av att skalfördelar och andra lönsamhetsfrämjande faktorer förväntas på några års sikt bidra till en etablering av bruttomarginalen på en hög nivå.

## Fler användningsområden

På senare år har prisbilden på framför allt bildskärmar blivit allt mer attraktiv. Därmed blir skillnaden i kostnad mellan traditionell skyltning såsom ljusskyltar, löpsedlar och stortavlor så liten att allt fler kunder överger dessa lösningar till förmån för Digital Signage.

På längre sikt förväntas ytterligare faktorer driva ZetaDisplays omsättning och lönsamhet. Det handlar om att allt fler användningsområden kommer utvecklas i takt med att Digital Signage får starkare fotfäste inom detalj- och servicehandeln. Det kan gälla en ökad användning av Digital Signage för intern information inom butiks- och servicehandeln där mediet kan underlätta den löpande informationen där man har många spridda butiksenheter och relativt få anställda på varje enhet.

Användningen väntas också öka i andra publika miljöer och på platser med stor genomströmning av människor såsom köpcentra, hotell och flygplatser.

## Förvärv

ZetaDisplay kommer framöver att löpande utvärdera förvärv av företag inom Digital Signage. Bolaget ser att det finns möjligheter för konsolidering i branschen och eventuella förvärv kan vara en del i denna utveckling.



## Fortsatt utveckling av Digital Signage

Utvecklingen på området är snabb och på sikt väntas Digital Signage användas för kommunikation i och kring butik samt i andra publika miljöer på flera sätt än bara via digitala bildskärmar. Det kan handla om att utnyttja flera typer av digital kommunikation var för sig eller i kombination för att kommunicera kunderbjudanden och annan information i anslutning till butik och i publika miljöer.

Digital Signage kan integreras med sociala medier och webbplatser, och appar för smarta mobiltelefoner och surfplattor vilka skapar interaktivitet med kunden. Utvecklingen går också mot att integrera lösningen med butikskedjans kassasystem för automatisk prisuppdatering och automatiskt byte av budskap på de digitala bildskärmarna.

För att upprätthålla ZetaDisplays framträdande roll som leverantör driver Bolaget tillsammans med befintliga kunder för närvarande projekt inom kommunikation via mobiltelefoner och automatiserade prisuppdateringar samt mindre skärmar för hyllkanter.

# DIGITAL BUTIKSKOMMUNIKATION IDAG OCH IMORGON



Utvecklingen på området är snabb, och på sikt väntas Digital Signage användas för kommunikation i och kring butik samt i andra publika miljöer på flera sätt än bara via digitala bildskärmar.

Det kan handla om att integrera med sociala medier och webbplatser, och appar för smarta mobiltelefoner och surfplattor vilka skapar interaktivitet med kunden. Det handlar också om integration med andra digitala system i butikerna såsom affärssystem, digitala streckkoder, kösystem och så vidare.

För att upprätthålla ZetaDisplays framträdande roll som leverantör driver Bolaget tillsammans med befintliga kunder för närvarande en rad projekt inom bland annat kommunikation via mobiltelefoner och automatiserade prisuppdateringar samt mindre bildskärmar för hyllkanter.

Nedan följer en kortfattad redogörelse för några av de många nya tillämpningar som håller på att utvecklas av ZetaDisplay eller som kan väntas uppträda på den framtida marknaden för Digital Signage och annan digital butikskommunikation.



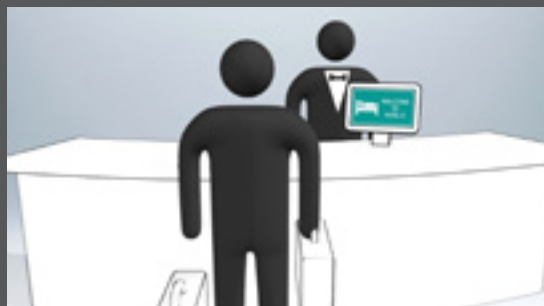
## Följa med kunden in i butik

Varumärkesleverantörerna har idag svårt att få ut sina budskap om bland annat nyheter. De försvinner bland all annan skyltning i butiken. De största investeringarna görs utanför butik trots att beslutet om vilken produkt kunden skall köpa sker i butiken. För att uppnå maximal effekt av marknadsbudgeten blir det därför viktigare att kommunicera med kunden i samband med köptillfället. I framtiden kommer butikerna att ha fler bildskärmar där man följer kunden från parkeringsplatsen, in i butiken och via mindre bildskärmar ända fram till hyllorna med den aktuella varan. Många varumärkesleverantörer – som ser värdet att kommunicera med kunden ända fram till hyllan – väntas vara med och driva denna utveckling.



## Byta budskap ofta

För att skapa högre värde i medieplattformen, så är det viktigt att byta innehållet på bildskärmarna så frekvent som möjligt. Bolaget har därför utvecklat olika verktyg som gör det möjligt att för kunderna att själv byta innehållet. I framtiden kommer det också vara möjligt att arbeta med händelsestyrd förändring av budskapen på bildskärmarna i butikerna. Detta kan ske genom så kallad headtracking som identifierar vem som tittar på bildskärmen och därefter byter budskap för att visa ett relevant erbjudande.



## Säljhjälpmedel

Utvecklingen av Ipad och liknande produkter sker snabbt och innebär att man nu kan få spelare, pekskärm och trådlös kommunikation i en och samma produkt. Dessa nya verktyg kan enkelt integreras med Bolagets medieplattform och användas i butiken. De kan då placeras på fasta platser i butiken eller rörligt exempelvis genom att monteras på kundvagnar. Där kan de fungera som extra säljresurser genom att kunden ensam eller med hjälp av säljare kan söka mer information om produkter i sortimentet.



## Kommunicera med mobiltelefon

Med hjälp av en QR-kod (tvådimensionell streckkod) i filmer som visas i butiken kan ytterligare ett sätt att kommunicera utvecklas. Genom att låta en kund som önskar mer information om en produkt skanna av bilden med QR-koden i sin Smartphone öppnas en grafisk länk till en hemsida eller annan plats för mer information. Där kan kunden ta del av erbjudanden eller annan information som han/hon kan ha nytta av i butiken.

## ”I framtiden kommer det också vara möjligt att arbeta med händelsestyrd förändring av budskapen på bildskärmarna i butikerna.”



### Använda konsumentens tid effektivt

För att minimera väntetid för kunder som har tagit en kölapp på en viss avdelning eller kundcenter kan bildskärmar runt om i butiken visa vilka kö-nummer som expedieras på samtliga bildskärmar i hela butiken. Istället för att vänta vid kö-automaten så rör sig kunden i lugn och ro och kan handla i andra säljzoner under tiden.

### Integrera och automatisera affärsdata, bild- och filmbank, lagerstatus etc

Efterhand som användandet av Digital Signage ökar, så växer också intresset för att integrera medieplattformen med kundens olika affärs- och informationssystem. Man kan då bl.a. automatiskt uppdatera priser på erbjudanden på bildskärmarna när affärssystemen uppdateras. När lagernivån på en produkt som visas på en bildskärm tar slut kan budskapet bytas till en alternativ produkt. Även integrationer till bild- och filmbanker kan skapa värde genom att ge ständig tillgång till uppdaterat material vid skapandet av innehåll på bildskärmarna.

### Kommunikation baserad på RFID

I framtiden väntas RFID-taggar (Radio Frequency IDentification) på produkter bli vanligare. Det handlar om ett chip som med hjälp av integrerad antenn kan kommunicera trådlöst. Med hjälp av speciella läsare, kopplade till bildskärmarna och deras mediaspelare, kan ett unikt budskap spelas upp när kunden tar eller håller upp en produkt som är försedd med en RFID-tag. Det kan röra sig om mer information om produkten eller kompletterande erbjudanden kopplade till produkten.



### Beslutsstöd och mätning av resultat

Digital Signage är unikt i jämförelse med flertalet av alla andra mediekanaler som TV, radio och tidningar genom att man direkt kan mäta försäljningen i butiken när budskap visas. Med hjälp av kompletterande information från headtracking och medieplattformen kan man också se effekten av olika budskap. Dessutom kan man se vilken typ av kund som tar sina köpbeslut. Genom att kombinera denna information med andra verktyg för beslutsstöd kan man skapa information om mediets och budskapens effekter som är unika i jämförelse med andra mediekanaler.

### Lokal styrning av budskap

Det är också möjligt att placera en QR-kod på varje bildskärm som en identifikation på var den är placerad i butiken. Detta kan underlätta för personalen att på plats byta innehåll på bildskärmen. En butiksmedarbetare kan då med sin Smartphone automatiskt logga in på medie-systemet och få åtkomst till verktyg för att byta informationen eller exempelvis ändra priset på en produkt.

## Aktier och aktiekapital

ZetaDisplays aktier har emitterats enligt svensk lag och är registrerade hos Euroclear i elektronisk form, med ISIN-kod SE0001105511. Euroclear för även Bolagets aktiebok.

Enligt ZetaDisplays bolagsordning skall Bolagets aktiekapital uppgå till lägst 5 000 000 SEK och högst 20 000 000 SEK och antalet aktier skall uppgå till lägst 5 000 000 och högst 20 000 000. Bolaget har endast ett aktieslag.

Antalet utestående aktier uppgår till 12 228 250, motsvarande ett aktiekapital om 12 228 250 SEK. Aktiernas kvotvärde är 1 SEK. Samtliga aktier har lika rätt till utdelning och överskott vid likvidation och berättigar till en (1) röst vid ZetaDisplays bolagsstämma. Förändringar av aktieägarnas rättigheter förutsätter ändring av bolagsordningen i enlighet med gällande lagstiftning. Aktieägare har företrädesrätt till teckning av nya aktier i samband med nyemission i Bolaget i enlighet med aktiebolagslagen (2005:551) såtillvida ej annat föreskrivs i emissionsbeslutet.

Bolaget har inget innehav av egna aktier. ZetaDisplay-aktien är inte och har inte varit föremål för ett offentligt uppköpserbjudande eller dylikt erbjudande

## Ägarstruktur

Antalet aktieägare var vid årets slut 370 (363). Nedan anges ZetaDisplays största aktieägare per 31 december 2013 enligt uppgift från bland annat Euroclear.

Aktieägare	Antal aktier	Andel kapital och röster i %
Mats Johansson	1.830.775	15,0
Martin Gullberg	1.378.712	11,3
Erik Penser Bank/Klientkonto	1.200.000	9,8
Mikael Öberg med bolag	837.313	6,8
AMF fonder	600.000	4,9
Sterling Equity Partner	510.500	4,2
Anders Moberg	437.500	3,6
Salvatore Grimaldi genom bolag	350.000	2,9
Alfred Berg fonder	236.000	1,9
Ninalpha AB	220.542	1,8
Leif Liljebrunn med familj	206.600	1,7
Övriga aktieägare	4.420.308	36,1
<b>Summa</b>	<b>12.228.250</b>	<b>100,0</b>

## Aktiekapitalets förändring

Tabellen till höger visar förändringen av aktiekapitalet och antal aktier i ZetaDisplay sedan Bolagets bildande 2000.

## Emissionsbemyndigande

Vid årsstämman 2013 bemyndigades styrelsen att under tiden fram till nästa årsstämma, vid ett eller flera tillfällen, fatta beslut om nyemission av aktier, konvertibler och/eller teckningsoptioner. Styrelsen skall därvid äga rätt att besluta om avvikelse från aktieägarnas företrädesrätt liksom om bestämmelse enligt 13 kap 5 § punkten 6 aktiebolagslagen. Skälet för avvikelsen är att kunna bredda Bolagets ägandekrets eller införskaffa kapital för genomförande av företagsförvärv och Bolagets finansiering. Vid beslut om nyemission skall teckningskursen för de nya aktierna, konvertiblerna och/eller teckningsoptionerna fastställas till marknadsmässig kurs vid tidpunkten för varje emissionsbeslut. Styrelsen skall dock inte kunna fatta beslut som innebär att sammanlagt mer än 6 000 000 aktier tillkommer.

## Utestående teckningsoptioner

Verkställande direktören Leif Liljebrunn har tecknat 375.000 teckningsoptioner av serie 2011/2014 och 125.000 teckningsoptioner av serie 2011/2015.

Teckningsoptioner av serie 2011/2014 emitterades till 0,19 SEK per option, motsvarande ett beräknat marknadsvärde för teckningsoptionerna (optionspremie) med tillämpning av Black & Scholes-modellen per 7 december 2011. Leif Liljebrunn ska äga rätt att för varje teckningsoption av serie 2011/2014 teckna en (1) ny aktie i bolaget under perioden från och med 21 december 2014 till och med den 31 december 2014, till en teckningskurs uppgående till 12 SEK per aktie. Ökningen av bolagets aktiekapital kommer vid full nyteckning med stöd av samtliga optionsrätter att bli 375.000 SEK motsvarande en utspädning om cirka 3 procent mot befintligt aktiekapital.

Teckningsoptioner av serie 2011/2015 emitterades till 0,32 SEK per option, motsvarande ett beräknat marknadsvärde för teckningsoptionerna (optionspremie) med tillämpning av Black & Scholes-modellen per 7 december 2011. Leif Liljebrunn ska äga rätt att för varje teckningsoption av serie 2011/2015 teckna en (1) ny aktie i bolaget under perioden från och med 21 december 2015 till och med den 31 december 2015, till en teckningskurs uppgående till 12 SEK per aktie. Ökningen av bolagets aktiekapital kommer vid full nyteckning med stöd av samtliga optionsrätter att bli 125.000 SEK motsvarande en utspädning om cirka 1 procent mot befintligt aktiekapital.

År	Händelse	Antal aktier		Aktiekapital SEK		Kvotvärde SEK
		Förändring	Summa	Förändring	Totalt	
2000	Bildande	1 000	1 000	100 000	100 000	100,00
2003	Nyemission	1 200	2 200	120 000	220 000	100,00
2003	Split 2000:1	4 397 800	4 400 000	0	220 000	0,05
2003	Nyemission	800 000	5 200 000	40 000	260 000	0,05
2003	Nyemission	80 000	5 280 000	4 000	264 000	0,05
2003	Fondemission	0	5 280 000	264 000	528 000	0,10
2004	Nyemission	500 000	5 780 000	50 000	578 000	0,10
2004	Kvittningsemission	179 000	5 959 000	17 900	595 900	0,10
2005	Nyemission	318 500	6 277 500	31 850	627 750	0,10
2005	Nyemission	1 417 000	7 694 500	141 700	769 450	0,10
2005	Fondemission	0	7 694 500	6 925 050	7 694 500	1,00
2005	Nyemission	1 400 000	9 094 500	1 400 000	9 094 500	1,00
2009	Nyemission	500 000	9 524 500	500 000	9 524 500	1,00
2010	Nyemission	70 000	9 594 500	70 000	9 594 500	1,00
2010	Nyemission	133 750	9 728 250	133 750	9 728 250	1,00
2011	Nyemission	2 500 000	12 228 250	2 500 000	12 228 250	1,00

## Utdelning och övrig information

ZetaDisplay har hittills inte lämnat någon utdelning. Bolaget avser lämna utdelning så snart detta kan ske med hänsyn till Bolagets resultat och finansiella ställning, men har inte lagt fast någon utdelningspolicy.

Beslut om vinstutdelning i svenska aktiebolag fattas av bolagsstämman. Utdelning får endast ske med ett sådant belopp att det efter utdelningen finns full täckning för Bolagets bundna egna kapital och endast om utdelningen framstår som försvarlig med hänsyn till de krav som verksamhetens art, omfattning och risker ställer på storleken av det egna kapitalet samt ZetaDisplays konsolideringsbehov, likviditet och ställning i övrigt (den så kallade försiktighetsregeln). Som huvudregel får aktieägarna inte besluta om utdelning av ett större belopp än styrelsen föreslagit eller godkänt.

Utdelning utbetalas normalt till aktieägare som ett kontant belopp per aktie genom Euroclear. Rätt till utdelning tillkommer den som på den av bolagsstämman fastställda avstämningsdagen är registrerad som innehavare av aktier i den av Euroclear förda aktieboken. Om aktieägare inte kan nå genom Euroclear kvarstår aktieägarens fordran på Bolaget avseende utdelningsbeloppet och begränsas i tiden endast genom regler om tioårig preskription. Vid preskription tillfaller utdelningsbeloppet Bolaget. Varken aktiebolagslagen eller Bolagets bolagsordning innehåller några restriktioner avseende rätt till utdelning till aktieägare utanför Sverige. Utöver eventuella begränsningar som följer av bank eller clearingsystem i

berörda jurisdiktioner, sker utbetalning till sådana aktieägare på samma sätt som till övriga aktieägare med hemvist i Sverige.

## Handelsplats

ZetaDisplays aktie handlas på NASDAQ OMX First North Premier Stockholm sedan 4 april 2011. Bolagets aktie handlas under kortnamnet ZETA. Sista betalkurs 30 december 2013 var 4,50 SEK. Den högsta noteringen, 6,20 SEK, nåddes den 29 april 2013 och årets lägsta notering, 2,96 SEK, gjordes 15 februari 2013. Snittkurs för aktien under 2013 uppgick till 4,86 SEK. Bolagets börsvärde per den 31 december 2013 uppgick till 55,0 MSEK.

## Likviditetsgarant

Fr o m 2012-12-18 t o m 2014-03-07 var Pareto Öhman AB likviditetsgarant för ZetaDisplay-aktien i syfte att förbättra likviditeten och minska skillnaden mellan köp- och säljkurs för aktien. Innan dess var Erik Penser Bankaktiebolag likviditetsgarant. Enligt villkoren i avtalet åtar sig Pareto Öhman AB att, i enlighet med de riktlinjer som utfärdats av First North Premier, ställa köp- och säljkurser för ett belopp motsvarande minst 20 000 SEK vardera för ZetaDisplay-aktien. Likviditetsgarantin säkerställer att skillnaden mellan köp- och säljkurs för Bolagets aktie inte överstiger 4 procent.

*ZetaDisplays styrelse består av fem ledamöter, varav Mats Johansson är ordförande, vilka redovisas nedan. Redovisade aktieinnehav per 2013-12-31 är inklusive närstående och privata bolag. Övriga uppdrag inkluderar ej eventuella uppdrag i dotterbolag i ZetaDisplay-koncernen.*

## **Mats Johansson** född 1961

Styrelseledamot sedan 2000 och ordförande sedan 2013. En av ZetaDisplays grundare. Executive Director of the Board i ZetaDisplay. VD i ZetaDisplay 2003-01-01 tom 2009-06-30. Grundare av MultiQ 1990. VD i MultiQ 1990-1997.

*Övriga uppdrag:* Styrelseordförande i Iconovo AB. Styrelseledamot i Bastec AB och Zenit Design Group AB. Styrelsesuppleant i Quest Technology Ventures AB.

*Aktieinnehav i ZetaDisplay:* 1 830 775 aktier.

## **Anders Moberg** född 1950

Styrelseledamot sedan 2009. Koncernchef i retailföretaget MAF Group i Dubai 2007-2008. Koncernchef Royal Ahold i Holland 2003-2007. Divisionschef Home Depot i USA 1999-2002. Tidigare ett antal år på IKEA varav som koncernchef 1986-1999.

*Övriga uppdrag:* Styrelseordförande i Clas Ohlson AB samt OBH Nordica AB. Styrelseledamot i Ahlstrom Corp., Byggmax Group AB, Hema BV, ITAB Shop Concept AB, Rezidor Hotel Group AB, Amor GMBH, Bergendahl & Son AB och Suomen Lahikauppa Oy.

*Aktieinnehav i ZetaDisplay:* 437 500 aktier.

## **Ingrid Jonasson Blank** född 1962

Styrelseledamot sedan 2010. Verksam inom ICA-koncernen under åren 1986 - 2010, senast som vice VD i ICA Sverige AB med ansvar för marknadsfunktionen.

*Övriga uppdrag:* Styrelseledamot i Bilvia AB, Fiskars Oyj, Ambea Vård & Omsorg AB, Orkla ASA, Matas A/S, Royal Unibrew A/S, Musti ja Mirri Group Oy, Scandinavian Studios AB, Travel Support&Services AB och Norm AB.

*Aktieinnehav i ZetaDisplay:* 50 000 aktier

## **Mats Leander** född 1960

Styrelseledamot sedan 2010. Executive Director i Sterling Equity Partner, Luxemburg.

*Övriga uppdrag:* Vice Chairman i VistaJet Ltd. Director i UDC Retail Fund II. Senior Adviser i Sterling Equity Partners SA.

*Aktieinnehav i ZetaDisplay:* 510 500 aktier.

## **Martin Gullberg** född 1963

Styrelseledamot sedan 2003. En av ZetaDisplays grundare. Key Account Manager och affärsutvecklare i ZetaDisplay sedan 2003. Grundare av MultiQ 1990. Vice VD samt Key Account Manager i MultiQ 1990-2003.

*Övriga uppdrag:* Huvudman i Skurups Sparbank.

*Aktieinnehav i ZetaDisplay:* 1 378 712 aktier.

## **Revisor**

Vid årsstämman 2013 valdes Ernst & Young AB som revisor, med Thomas Anvelid som huvudansvarig revisor, för tiden intill årsstämman 2014. Dessförinnan har Thomas Anvelid, auktoriserad revisor verksam hos Ernst & Young AB, varit direktvald som revisor sedan 2000. Thomas Anvelid är född 1957, auktoriserad revisor sedan 1987 och medlem i Far.



*ZetaDisplays ledning består av fem personer, med Leif Liljebrunn som verkställande direktör och koncernchef, vilka redovisas nedan. Redovisade aktieinnehav per 2013-12-31 är inklusive närstående och privata bolag.*

**Leif Liljebrunn** född 1960

Verkställande direktör och koncernchef sedan 2009-07-01 samt VD ZetaDisplay Danmark A/S sedan oktober 2011. Leif var under 10 år med och byggde upp programvaruföretaget XOR i rollen som vice VD och försäljningschef. Under 2004 blev XOR sålt till den börsnoterade norska koncernen Visma. Leif har under åren 2004 t o m 2006 verkat inom Visma-koncernen som försäljningschef i Visma Software AB.

*Övriga uppdrag:* Ägare av och styrelseledamot i Balzac Invest AB. Styrelseledamot i Business Driven Development Sweden AB och Tailtrade AB.

*Aktieinnehav i ZetaDisplay:* 206 600 aktier.

*Teckningsoptioner i ZetaDisplay:* 500 000 st.

**Peter Rudbert** född 1972

Ekonomichef sedan 2008. Peter har under 8 år i rollen som ekonomiansvarig samt ekonomichef varit med att bygga upp ekonomifunktionen i Teknik i Media AB (TIM) som levererar IT-lösningar för mediaproducerande företag. Under 2002 blev Teknik i Media sålt till den i Sverige börsnoterade nordiska koncernen Adera som sedermera blev Addnode och där Peter var verksam till och med augusti 2008.

*Övriga uppdrag:* –

*Aktieinnehav i ZetaDisplay:* 0 aktier

**Joakim Hansson** född 1965

VD ZetaDisplay Sverige AB sedan 2010.

*Övriga uppdrag:* –

*Aktieinnehav i ZetaDisplay:* 0 aktier.

**Jens Helin** född 1964

VD ZetaDisplay Finland Oy sedan 2007.

*Övriga uppdrag:* Ägare av Baltasar Consulting Oü, Shelter Management Oü och Popcom Oü.

*Aktieinnehav i ZetaDisplay:* 0 aktier.

**Stein Rognerud** född 1960

VD ZetaDisplay Norge AS sedan 2008 samt operativ chef ZetaDisplay Danmark A/S sedan januari 2012.

*Övriga uppdrag:* Styrelseordförande i Dekon IT A/S och styrelsemedlem i Dekon Holding A/S.

*Aktieinnehav i ZetaDisplay:* 17.880 aktier.



*Denna årsredovisning och koncernredovisning har den 24 april 2014 godkänts av styrelsen för publicering och kommer att föreläggas årsstämman den 12 maj 2014 för fastställande.*

Styrelsen och verkställande direktören får härmed avge årsredovisning jämte koncernredovisning för räkenskapsåret 2013. Bolaget utgör moderbolag till de helägda dotterbolagen ZetaDisplay Sverige AB org nr 556642-5871, ZetaDisplay Finland Oy org nr 2131512-4, ZetaDisplay Danmark A/S cvr nr 29 22 63 42, ZetaDisplay Norge AS org nr 992 340 460 och ZetaDisplay Baltics Oü org nr 12435080.

#### ZetaDisplay i korthet

ZetaDisplay är en ledande leverantör av Digital Signage som omfattar digitalisering av butikskommunikationen inom detalj- och servicehandeln. Företaget befinner sig i en expansiv fas och har positionerat sig på marknaden genom att kunna påvisa märkbart ökad försäljning och ökad butikskommunikation för sina kunder med hjälp av bolagets medieplattform för Digital Signage. ZetaDisplay har utvecklat en

komplett lösning för Digital Signage som omfattar programvara, licenser, tjänster och digitala system. Lösningen innehåller en webbportal, som nås i molnet via Internet och från vilken man styr kommunikationen ut till butikerna. Till kunderna hör bland annat ICA, Hema, Euromaster, Team Sportia, Volkswagen Group, Audi, Ringo, Garant Sko, Extra Leker, Legekæden, Royal Canin, Vianor, KotiPizza, Alko och RAY Gold Dust. Huvudkontoret finns i Malmö och försäljningskontor i Danmark, Norge, Finland, Estland och Holland.

#### ZetaDisplay bygger organisation för en global försäljning

Detaljhandeln utvecklas alltmer i riktning mot centrala samarbetsavtal. Kunderna vill bygga sina varumärken på samma sätt på flera marknader. ZetaDisplay bearbetar därmed det allt starkare

#### RESULTAT OCH STÄLLNING – KONCERNEN (TSEK)

	2013	2012	2011	2010	2009
Nettoomsättning	60.889	51.957	43.020	49.532	29.822
Rörelseresultat	-8.112	-5.910	-7.932	-8.896	-17.777
Resultat efter finansiella poster	-8.534	-2.263	-8.635	-10.552	-18.408
Resultat efter skatt	-8.562	-2.558	-8.638	-10.552	-18.408
Likvida medel	6.229	11.551	7.311	1.642	9.394
Investering i anläggningstillgångar exkl förvärv	4.431	2.361	2.188	1.791	2.884
Balansomslutning	49.970	55.044	60.782	53.613	56.601
Soliditet, % (eget kapital i % av balansomslutning)	42	54	53	36	49
Medelantal anställda	38	36	35	34	35

marknadssegmentet med kunder som är globala i sin försäljning. På så sätt behöver de bara en leverantör av Digital Signage för att täcka hela sin marknad. Samtidigt kan ZetaDisplay kraftfullt genom sin närvaro i respektive land också bearbeta kunder som agerar lokalt. ZetaDisplay erbjuder programvara, licenser, kommunikativ rådgivning, innehållsproduktion, broadcasting, studiodrift, övervakning, service & underhåll och digitala system bestående av bland annat bildskärmar och mediaspelare. ZetaDisplay levererar ett totalkoncept som syftar till att kunden ska uppnå goda och mätbara resultat.

### Verksamheten 2013

Under det gångna året har ZetaDisplay fortsatt att positionera sig som en ledande leverantör av Digital Signage i Europa. Leveranser har utförts till både nya och befintliga kunder. Försäljning av tjänster ökar stadigt. Stora resurser har satsats på att bearbeta

marknaden, samt att bygga organisation i de länder där vi är representerade.

ZetaDisplay vet av erfarenhet att tiden till avslut med ny kund beräknats till 12-24 månader. Då marknaden för Digital Signage har mognat är det bolagets förhoppning att tiden i säljprocessen för nykund skall minska framöver. ZetaDisplay ser en fortsatt god tillströmning av förfrågningar från nya kunder och har under perioden väsentligt ökat sin bas av nya kundprojekt.

Nettoomsättningen för helåret uppgick till 60,9 (52,0) MSEK, vilket är en ökning med 17 % i jämförelse med förra året. Rörelseresultatet uppgick till -8,1 (-5,9) MSEK. Resultat efter finansiella poster uppgick till -8,5 (-2,3) MSEK. Förra året påverkades positivt av försäljningen av koncernens fastighet i december 2012 med 4,9 MSEK. Resultatet efter skatt uppgick till -8,6 (-2,6) MSEK.



## Nyemission

På årsstämman 2013 erhöll styrelsen ett bemyndigande att under tiden fram till nästa årsstämma vid ett eller flera tillfällen fatta beslut om nyemission av aktier, konvertibler och/eller teckningsoptioner som innebär att högst 6.000.000 aktier tillkommer.

## Tillväxtfinansiering av ALMI Företagspartner

Bolaget beviljades tillväxtfinansiering av ALMI Företagspartner AB med 5 MSEK under 2009. Under 2013 har 833 TSEK av lånet återbetalats och per 2013-12-31 återstod 625 TSEK. I november 2012 beviljades bolaget tillväxtfinansiering av ALMI Företagspartner AB med 3,5 MSEK. Beloppet betalades ut i januari 2013. Kapitalet skall ytterligare stärka bolagets finansiella ställning och användas för tillväxt utanför Norden med fokus på Holland. Detta lån är amorteringsfritt i 1 år och har således inte amorterats under 2013.

## Framtida förvärv

Bolaget kommer framöver att löpande föra diskussioner om att förvärva företag verksamt inom Digital Signage på

de marknader som ZetaDisplay vill verka. Bolagets strategi är att växa bland annat genom förvärv. ZetaDisplay ser att det finns möjlighet till konsolidering i branschen kring Digital Signage och framtida förvärv kan komma att vara en del i denna riktning.

## Förvaltning av kapital

Bolagets definition av kapital är att det utgörs av eget kapital och inlånat kapital. Bolaget har en kassa på 6,2 (11,6) MSEK som är placerat på banktillgodohavande. Då bolagets verksamhet är under uppbyggnadsskede kommer inga utdelningar att göras till aktieägarna. Ingen förändring har skett i koncernens kapitalhantering under året. Varken moderbolaget eller något av dotterbolagen står under externa kapitalkrav.

## Riskhantering

Ett antal faktorer utanför ZetaDisplays kontroll kan påverka dess resultat och finansiella ställning. Företagets styrelse och ledning arbetar aktivt för att minimera dessa risker. Nedanstående redovisning av riskfaktorer gör inte anspråk på fullständighet, riskerna är inte heller





rangordnade efter grad av betydelse. För ytterligare information om risker avseende finansiella instrument hänvisas till not 32.

#### *Personal*

ZetaDisplays förmåga att uppnå utsatta mål är till viss del beroende av förmågan att behålla, utveckla samt rekrytera kvalificerade medarbetare med specifik kompetens. Förlusten av ett betydande antal av dessa personer skulle kunna påverka Bolagets verksamhet och förutsättningarna för fortsatt tillväxt och lönsamhet negativt. Det finns även nyckelpersoner bland ledande befattningshavare och i styrelsen som medverkat till bildandet av ZetaDisplay och som är större aktieägare i Bolaget. Konkurrensen om kompetenta medarbetare är hög och kan komma att öka ytterligare i framtiden.

#### *Marknad*

ZetaDisplay är i ett uppbyggnadsskede vad gäller försäljning, marknad, organisation och teknisk utveckling. Risk föreligger att uppbyggnaden av marknaden tar väsentligt längre tid än vad ZetaDisplay har förutspått

#### *Kundberoende*

ZetaDisplay har genom det ökade antalet kunder minskat Bolagets beroende av en enskild kund. Fortfarande har dock Bolaget relativt få kunder varför varje enskild kunds agerande kortsiktigt kan få märkbara konsekvenser för Bolaget. Exempel på sådana händelser är till exempel senareläggning eller annullering av en order som kortsiktigt skulle kunna påverka Bolaget negativt. Bolaget har dock en lång relation med de största kunderna som samtliga i sitt agerande visat långsiktighet och stabilitet.

#### *Beroende av leverantörer*

ZetaDisplay är beroende av att leveranser från underleverantörer fungerar på avtalat sätt. Förseningar i leveranser kan medföra betydande kostnader för Bolaget. Den goodwillskada som uppkommer kan vara större än den ekonomiska skadan vilket kan leda till konsekvenser för Bolagets framtida samarbeten. Bolaget söker i möjligaste mån att hitta parallella leverantörer för att lindra konsekvenserna av en leverantörs bortfall.





## *Konkurrenter*

När fler och nya konkurrenter kommer kan dessa ha betydligt större finansiella och industriella resurser till förfogande än ZetaDisplay. Det kan inte uteslutas att en ökad konkurrens kan leda till minskade intäkter, lägre marknadsandelar och sämre lönsamhet för Bolaget.

## *Kundnytta och kvalitet*

ZetaDisplay kommer vara beroende av att Bolagets kunder upplever att kvalitet och kundnytta är hög. Värdet av kundnyttan måste överstiga det pris som kunden betalar.

## *Intäktsmodell*

I ZetaDisplays intäktsmodell är det Bolagets avsikt att arbeta med ett högt täckningsbidrag. I det fall konkurrensen från fler och nya aktörer ökar kan priskonkurrens uppkomma vilket oftast leder till lägre pris. Genom att fokusera på att skapa ett högre förädlingsvärde mot kund förväntas detta ge möjlighet att kunna ta ut ett högre pris/täckningsgrad.

## *Ansvar för fel och brister i produkter*

ZetaDisplay lägger stor vikt vid att hålla hög kvalitet på

Bolagets produkter och produktutveckling i syfte att förebygga risker för fel och brister. Detta är dock ingen garanti för att Bolagets produkter är fria från fel och brister och i övrigt uppfyller relevanta krav. Förekomsten av mer väsentliga fel och brister i Bolagets produkter kan komma att föranleda påföljd enligt gällande kundavtal eller på andra grunder, vilket kan komma att påverka ZetaDisplays verksamhet, resultat och finansiella ställning negativt.

## *Konjunktur*

ZetaDisplays utveckling är beroende av faktorer utanför Bolagets kontroll, såsom den allmänna konjunkturen, marknadsförutsättningar för Bolagets kunder och förekomsten av nya konkurrerande produkter. Dessa faktorer kommer att påverka Bolagets framtida resultat både positivt och negativt.

## *Valutarisker*

ZetaDisplay gör sina inköp i svensk och utländsk valuta (USD och EUR) och säljer i huvudsak i svenska, danska och norska kronor samt EUR. En förändring av någon av dessa valutakurser har inverkan på Bolagets resultat och finansiella ställning.

### Förvärv

ZetaDisplay utvärderar löpande möjliga förvärv med potential att ha en positiv inverkan på Bolagets utveckling. Sådana förvärv innebär risker av flera slag. Exempel på sådana risker är oförmåga att införliva den förvärvade organisationen med Bolagets nuvarande organisation, felaktig värdering av det förvärvade bolagets tillgångar och åtaganden, bristande ledningsresurser, språkliga och kulturella kommunikationsproblem eller missbedömning av det förvärvade bolagets ställning på marknaden. Skulle någon av dessa risker realiseras kan de medföra negativa effekter på Bolagets verksamhet, resultat och finansiella ställning.

### Framtida kapitalbehov

ZetaDisplay kan framöver komma att behöva nytt kapital för att Bolaget skall kunna anpassa verksamheten till marknadens förutsättningar. Detta kan medföra att ytterligare ägarkapital kan komma att krävas för att ZetaDisplay skall kunna utvecklas på bästa sätt. Bolagets möjlighet att tillgodose framtida kapitalbehov är i hög grad beroende på hur verksamheten utvecklas. Det finns ingen garanti för att ZetaDisplay kommer att kunna anskaffa nödvändigt kapital även om verksamheten utvecklas positivt. Härvid är även det allmänna marknadsläget för tillförsel av riskkapital av stor betydelse.

### Listning av bolagets aktie

Bolagets aktie är sedan den 4 april 2011 listad på NASDAQ OMX First North Premier.

### Framtidsutsikter

ZetaDisplays mål under 2014 är att öka antalet kunder och att öka försäljningen på de marknader där bolaget har verksamhet. Vid periodens utgång har ZetaDisplay 41 (37) anställda. Bolagets strategi och målsättning ligger fast. ZetaDisplay arbetar målmedvetet vidare för en fortsatt positiv utveckling och expansion.

### Styrelsens arbete

Styrelsens ledamöter väljs årligen av årsstämman för tiden intill dess nästa årsstämma hållits. Nomineringsarbetet sker av de större aktieägarna tillsammans med styrelsens ordförande. Styrelsen består av fem ordinarie ledamöter valda av årsstämman. Under verksamhetsåret har 6 protokollförda styrelsemöten hållits. Styrelsens arbete följer en

årlig plan tillägnad att säkerställa styrelsens behov av information. Styrelsen har även fastställt en skriftlig arbetsordning och utfärdat instruktioner för verkställande direktören samt en skriftlig arbetsfördelning mellan styrelse och verkställande direktören. ZetaDisplays ordinarie revisor rapporterar varje år till styrelsen resultatet av sin granskning.

### Årsstämma

Årsstämma hålls måndagen den 12 maj 2014 kl 18.00 i företagens lokaler, Höjdrodergatan 21 i Malmö. Styrelsen kommer att föreslå att ingen utdelning lämnas.

### Förslag till vinstdisposition

Till årsstämmans förfogande står följande medel:

Balanserat resultat	1.014.773,33 SEK
Överkursfond	11.838.969,37 SEK
Årets förlust	-9.317.236,18 SEK
<hr/>	
Summa	3.536.506,52 SEK

Styrelsen föreslår att vinstmedel disponeras så att 3.536.506,52 SEK överförs i ny räkning.

Beträffande koncernens och moderbolagets resultat och ställning i övrigt hänvisas till efterföljande resultat- och balansräkningar samt tillhörande noter.





## HÄNDELSER UNDER ÅRET



### Förlänger samarbetet med Volkswagen Group

ZetaDisplay och Volkswagen Group Sverige (VGS) hade sedan tidigare ett samarbete som innebar att ZetaDisplay är en komplett helhetsleverantör avseende Digital Signage lösningar till bilhallar, showrooms, mässor och event.

I samarbetet ingår projektledning, installation, innehållsproduktion, distribution av film och media samt drift och support av ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage. ZetaDisplay har nu tecknat ett utökat och förlängt avtal med Volkswagen Group. Volkswagen Group Sverige är ett helägt dotterbolag till Europas största bilproducent Volkswagen AG. Gruppen marknadsför bilar av märkena Volkswagen personbilar och transportbilar, Audi, Porsche, Seat och Skoda i mer än 200 bilanläggningar i Sverige. Volkswagen Group önskar fortsätta att modernisera och förbättra sin kommunikation i showrooms och event genom digital kommunikation uppbyggd kring olika zoner vilka täcker de olika områden som en bilanläggning har för att betjäna sina kunder. ZetaDisplay är glada att få fortsatt förtroende att installera sin medieplattform med tillhörande tjänster till Volkswagen Group. Avtalet ses som en bekräftelse på att kunden är nöjd med ZetaDisplays erbjudande och inte minst de effekter som man kan uppnå med bolagets koncept för Digital Signage.



### Tecknar avtal med Lantmännen-koncernen

ZetaDisplay har tecknat ett ramavtal med Lantmännen som avser hela deras koncern avseende ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage och Internkommunikation. Lantmännen kommer tillhandahålla en lösning för samtliga sina verksamheter. Avtalet innebär en lösning där Lantmännen snabbt kan nå ut med både lokal och central kommunikation till sina anställda, främst till dem som befinner sig i produk-

tionsmiljö. Lantmännen är en av Nordens största koncerner inom livsmedel, maskin, energi och lantbruk. Koncernen ägs av 33 500 svenska lantbrukare, har fler än 10 000 anställda, är verksam i 22 länder och omsätter 36,5 miljarder kronor. Lantmännen är glada att ha fått ett avtal gällande digitala informations-skärmar på plats. Syftet för dem är att nå ut med viktig information snabbt till framförallt medarbetare inom produktionen som inte har tillgång till en egen arbetsdator. Lantmännen ser skärmarna som ett bra komplement till intranät, medarbetartidning och sina ledare.



### ICA MAXI får ICA Butiks-TV från ZetaDisplay

ZetaDisplay har fortsatt att nå framgång med sin försäljning till ICA. Nu senast genom att ICA utökar sin satsning på Butiks-TV och installerar ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage till alla 75 butiker inom ICA Maxi i Sverige. ICA Butiks-TV är en kanal där ICA-butik och ICA snabbt kan nå ut med både lokal och central butikskommunikation till sina kunder. ICA Sverige AB har cirka 1400 handlarägda butiker i Sverige. Sedan 2008 har ZetaDisplay installerat och driftstartat över 350 ICA-butiker med ICA Butiks-TV. Genom att ZetaDisplay byter ut den tekniska lösning som enskilda ICA Maxi-handlare tidigare investerat i kommer ZetaDisplay att leverera sin medieplattform för Digital Signage till samtliga profiler inom ICA Sverige AB. Dessa profiler är ICA Maxi, ICA Supermarket, ICA Kvantum, ICA Nära samt ICA To Go. ZetaDisplay levererar härutöver också sin medieplattform till apotekskedjan CURA som ägs av ICA.



### Tecknar avtal med TUIfly Nordic

ZetaDisplay har tecknat ett avtal avseende digital internkommunikation med TUIfly Nordic. ZetaDisplays medieplattform och digitala system kommer att installeras på TUIflys besättningsbaser och kontor i Norden. TUIfly Nordic är Sveriges näst största flygbolag och flyger för Fritidsreseggruppen i Norden och har drygt 600 anställda. TUIfly Nordic ingår i världens största charterflygbolags-



grupp, TUI Airlines. Att använda digital kommunikation för att nå ut till sin personal ser TUIfly som det mest effektiva sättet att säkerställa att alla anställda har tillgång till vital information och har en klar bild av vad som händer inom bolaget. Den lösning som ZetaDisplay implementerar blir ett utmärkt komplement till deras intranät och övriga informationskanaler som de använder sig av idag. TUIfly är en organisation som är spridd över Norden och vid deras val av leverantör var det av stor vikt att hitta en partner som kan leverera en komplett kommunikationslösning i samtliga nordiska länder. ZetaDisplay ser avtalet med TUIfly Nordic som ett kvitto på att bolagets kunder ser värdet av att använda sig av en partner för digital kommunikation som är internationellt verksam.

### Nordiska ZetaDagen Stockholm 2013



E-handel blir allt vanligare och utgör en viktig del av detaljhandeln. Att handla på internet öppnar nya möjligheter för kunden. Och det är snabbt, enkelt och smidigt. Kunderna söker mer värde för pengarna och spenderar mer tid online för att förbereda sina inköp samtidigt som sociala medier blir viktigare för köpprocessen. Detta innebär att gränsen mellan e-handel och butik måste flyta samman och att nya krav ställs

på hur man sköter sin kundkommunikation. Av denna anledning fokuserade Nordiska ZetaDagen detta år på Multi Channel Communication och Last Meter Marketing. I programmet deltog bland många andra Jens Nordfält med lång erfarenhet inom forskning i detaljhandel och Sofie Löwenhielm som är Retail Industry Manager på Google. Dagen avslutades med en paneldebatt. Nordiska ZetaDagen anordnas för femte året och liksom tidigare år deltog ett stort antal representanter från detaljhandeln, mediebyråer och större varumärkesleverantörer.



### Tecknar avtal med Asko i Finland

ZetaDisplay har påbörjat ett samarbete med finska Asko avseende leverans av ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage. ZetaDisplay kommer att leverera en komplett lösning innehållande digitala system, programvara och innehållsproduktion samt andra tjänster kopplat till detta. Målet är att stärka Askos Last Meter Marketing och kundkommunikation genom ZetaDisplays medieplattform. Asko, som ingår i Kesko Group, är en av de ledande och mest välkända möbelkedjorna i Finland. Företaget har en lång bakgrund inom möbelindustrin sedan 1918. Asko erbjuder ett



brett utbud av möbler och inredning i kombination med aktiv och pålitlig service. ZetaDisplay är glada att ha tecknat avtal med ännu en betydande kund, denna gång i Finland. Det är en bekräftelse för bolagets erbjudande och för sin pan-nordiska satsning där ZetaDisplay levererar till sina kunder från egna lokala kontor i hela Norden.



#### Lanserar unik kunskapsbank på webben

Sedan tidigare har ZetaDisplay tagit en roll som drivande och normgivande inom digital butikskommunikation, också kallat Digital Signage. Detta har skett med initiativ som det årligen återkommande eventet Nordiska ZetaDagen, nyhetsmagasinet ZetaNews samt det av bolaget finansierade forskningsrådet ZetaDisplay Retail Academy. För att befästa denna roll och fortsätta leda utvecklingen har ZetaDisplay lanserat en helt ny kunskapsbank på sin webbsajt. Där kan kunder, media och andra intressenter i branschen ta del av intressant kunskap om hur man med hjälp av digital multi-kanalkommunikation kan skapa värde för både kunder, konsumenter och personal. Bolaget kommer här att löpande presentera den mest spännande utvecklingen inom området från världens olika hörn. Ambitionen är att över tiden skapa

en unik kunskapsbank som driver utvecklingen i branschen framåt. Lanseringen skedde i samband med att Nordiska ZetaDagen 2013 gick av stapeln på Grand Hotel i Stockholm för sitt 5:e år.

#### Ökar försäljningen med upp till 100 % av fast-food i Finland



ZetaDisplay har sedan tidigare ingått ett samarbete om installation av sin medieplattform för Digital Signage till R-Menus kunder i Finland. Konceptet omfattar ett digitalt omfattande meny-system med verktyg för innehållsproduktion. R-Menu är en snabbt växande finsk franchisekedja inom fast-food vars patenterade koncept används av över 650 kunder runt om i Finland. ZetaDisplay har installerat 30 enheter sedan tidigare och uppskattar att ytterligare 100-120 enheter kommer att installeras under 2013. R-Menus kunder har välkomnat det nya systemet mycket positivt. Systemet förenklar materialproduktion och leverans och gör att de kan leverera aktuella kampanjer mer effektivt. Deras kunder har också rapporterat en ökning av försäljningen på upp till 100 % efter att det digitala meny-systemet har implementerats. ZetaDisplay ser detta som mycket positiv information då avkastning på investeringen (ROI) är



samtalsämnet för alla som överväger att investera i Digital Signage. Det understryker också vikten av att använda digital kommunikation när den ökande försäljningen kan dokumenteras som i detta fall, vilket också backas upp av ett stort antal studier.



### Tillväxtresan fortsätter och expanderar i Europa

ZetaDisplay, ett av de ledande företagen inom digital multikanal-kommunikation i butik, expanderar och öppnar försäljningskontor i Benelux och Baltikum. 2011 hamnade ZetaDisplay på Deloitte Fast 500 som ett av Europas snabbast växande teknikföretag. Under 2012 ökade koncernen sin omsättning med drygt 20 %. Sedan tidigare har ZetaDisplay varit verksamt på de nordiska marknaderna med etablering av egna försäljningskontor. Målet med detta har varit att arbeta med pan-nordiska kunder där ZetaDisplay gjort avtal att leverera sin medieplattform för multikommunikation till kunder i samtliga länder i Norden. ZetaDisplay har beslutat att ta steget ut i Europa genom att starta egna försäljningskontor i Holland och Estland för att befintliga kunder på dessa och närliggande marknader. I Holland har ZetaDisplay under en längre tid genomfört en större pilotinstallation med det holländska detaljhandelsföretaget HEMA. Detta har utmynnat i ett samarbete där ZetaDisplay nu installerar sin medieplattform till HEMA.

HEMA har över 600 butiker med cirka 10 000 anställda och säljer nästan uteslutande varor under eget varumärke. ZetaDisplay har genomfört tester i HEMA's olika butikskoncept som sträcker sig från varuhus, high-traffic-stores, fastfood, kosmetikabutiker och restauranger. HEMA har sammanlagt cirka 500 enheter i Holland och ett hundratal enheter fördelat på Belgien, Luxemburg, Frankrike samt Tyskland. Installationer har påbörjats i Holland.

ZetaDisplay har haft framgångar i Norden med sin satsning på pan-nordiska kunder. Det finns nu ett tidsfönster för ZetaDisplay att på allvar etablera sig på nya marknader och bolaget ser en stor tillväxtpotential i Europa de närmaste åren. Genom sin närvaro i Benelux får bolaget en möjlighet att följa nya och befintliga kunder ut i Europa. Samarbete med HEMA är ett exempel på detta samtidigt som det är en stark referens till andra kunder. Med närvaro i Baltikum uppfyller ZetaDisplay önskemål från befintliga kunder som vill ha bolagets hjälp där samtidigt som det öppnas ett fönster mot den ryska marknaden.

### Vianor får ny plattform för Digital Signage



ZetaDisplay har levererat ett omfattande Digital Signage nätverk tillsammans med sin medieplattform för innehållsproduktion till den internationella kedjan Vianor. Målet är att stärka Vianors Last Meter Marketing och kundkommunikation genom ZetaDisplay medieplattform. Till en början

har ZetaDisplay levererat den nya plattformen till Vianor-butiker i Finland, Sverige och Norge, totalt nästan 300 butiker. Vianor ägs av Nokian Tyres och är den största däckkedjan i Norden. Företaget har mer än 1077 butiker i 26 länder såsom Finland, Sverige, Norge, Ryssland, Ukraina, Kazakstan, Estland, Lettland, Schweiz och USA. Vianor har som avsikt att utöka antalet försäljningsställen ytterligare under 2013. ZetaDisplay ser detta som en bekräftelse för sitt erbjudande och för sin satsning på internationella kunder där bolaget levererar från våra egna lokala kontor i olika länder och med internationella partners.

### Levererar medieplattform till MaxiMat



ZetaDisplay Norge har tecknat ett samarbetsavtal med handelskedjan MaxiMat för utrullning av bolagets medieplattform för Digital Signage. MaxiMat består av 4 hypermarketbutiker belägna i Nordby, Svinesund, Charlottenberg och Töcksfors. ZetaDisplay har hittills levererat sin medieplattform till 7 olika zoner i två av butikerna. MaxiMat är en betydande aktör vad gäller gränshandeln mellan Norge och Sverige och satsar på att sälja stora volymer samtidigt som man vill skapa köppplevelser för sina kunder. ZetaDisplays medieplattform skapar värden för kunderna och ger MaxiMat möjlighet att på ett bättre och enklare sätt informera om sina produkter och erbjudanden.

### Levererar medieplattform till heminredningskedja i Norge



ZetaDisplay Norge har tecknat ett samarbetsavtal med heminredningskedjan Hansen & Dysvik för utrullning av bolagets medieplattform för Digital Signage. Hansen & Dysvik består av ca 45, både helägda och franchiseägda, butiker i Norge. ZetaDisplay kommer i ett första skede att leverera till 7 butiker. Hansen & Dysvik är en framgångsrik butikskedja som sedan start har fokuserat på att sälja hög kvalitet till låga priser. Installation kommer att ske under hösten.

### ZetaDisplay Benelux gör prestigefull installation i Paris



ZetaDisplay fortsätter att nå framgång med försäljning av sin medieplattform för Digital Signage. Nu senast genom att göra en prestigefull installation i Paris till en stor detaljhandelskedjas expansion av kosmetikabutiker i Frankrike. Den första installationen kommer att ske på deras flaggskeppsbutik på Champs Elysées i Paris.

ZetaDisplay har sedan tidigare påbörjat samarbetet med kunden som innebär att ZetaDisplay är en helhetsleverantör avseende Digital Signage lösningar till kedjans butiker. I samarbetet ingår projektledning, installation, innehållsproduktion, samt drift och support av





ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage. ZetaDisplay ser installationen som en bekräftelse på att kunden är nöjd med bolagets erbjudande och de effekter som man kan uppnå och ser det samtidigt som en bekräftelse för att bolagets satsning på nya marknader i Europa börjar ge frukt.



### Tecknar avtal med Jönköpings kommun

ZetaDisplay och Jönköpings kommun har tecknat ett samarbetsavtal avseende ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage och publik kommunikation. Avtalet innebär en lösning där Jönköpings kommun snabbt kan förmedla både lokal och central kommunikation till sina invånare och dess besökare. Jönköpings kommun samarbetar också med Jönköping City som bidrar med innehåll samt såld reklamtid. Syftet är att på ett kostnadseffektivt och snabbt sätt nå ut med relevant information där ZetaDisplays medieplattform fungerar som ett komplement till befintlig och traditionell kommunikation. ZetaDisplay levererar sin medieplattform avseende tjänster såsom programvara, innehållsproduktion, och digitala storbildsskärmar. ZetaDisplay ser en trend där betydelsen av att snabbt kunna byta budskapet i sin kommunikation är starkt ökande och detta växer inte minst inom publik miljö med digitala storbildsskärmar såsom i fallet med Jönköpings kommun.

### Intern-TV till Semler Gruppen i Danmark



ZetaDisplay Danmark har tecknat samarbetsavtal med Semler Gruppen i Danmark för leverans av sin medieplattform avseende Digital Signage. I samarbetet ingår projektledning, installation, innehållsproduktion, digitala system samt drift och support av ZetaDisplays medieplattform. Semler Gruppen är importör av Volkswagen, Audi, SEAT, SKODA och Porsche. Semler Gruppen är moderbolag för ett antal verksamheter, bland annat Semler Retail, som har 18 auktoriserade bilhallar som säljer och sköter service på Semler Gruppens olika bilmärken.

Semler Gruppen skall använda ZetaDisplays medieplattform som sin Intern-TV kanal och kommunicera till koncernens medarbetare på dess huvudkontor i Bröndby och i företagets 18 bilhallar, totalt har 26 enheter levererats.

### Last Meter Marketing till NetOnNets lagershopar



ZetaDisplay och NetOnNet har tecknat avtal avseende ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage och Last Meter Marketing. Avtalet innebär en lösning där NetOnNet snabbt kan nå ut med lokal och central kommunikation. NetOnNet har haft högst ställda krav på tekniken och ZetaDisplay har i denna lösning tagit fram en unik visning med 3D för deras konsumenter. ZetaDisplay ser positivt på kunder med nya och höga krav då detta driver ZetaDisplays





utveckling framåt vilka sedan kan applicera till befintliga och nya kunder på en svensk och europeisk marknad. NetOnNet är en ledande leverantör av hemelektronik via e-Handel och 14 lagershopar i Sverige där merparten av dessa kommer att tillhandahålla denna lösning.

### Först med att lansera automatisk Facebook-integration inom retail



ZetaDisplay lanserar marknadens första automatiska Facebook-integration för butiken. ZetaPlay, som den nya tjänsten heter, möjliggör en snabb och flexibel kundkommunikation i alla kanaler samtidigt. För många inom retail är det en utmaning att nå sin kundkrets genom Facebook eftersom det förutsätter ett aktivt engagemang i form av regelbundna uppdateringar, vilka kan vara tidskrävande. En genomgång av 5,7 miljoner kommersiella Facebooksidor som Recommend.ly genomförde 2012 visar att hela 70 % av företagssidorna är inaktiva samt att besökare engagerar sig allt mindre i sidorna.

Med Facebook-integration och tjänsten ZetaPlay blir det enklare för en handlare att närma sig sina kunder oavsett var de befinner sig, i butiken eller utanför, på jobbet eller hemma. ZetaDisplay ser en stor trend i omvärlden där man

oavsett säljkanal vill anpassa budskapet snabbt och enkelt. Med ZetaPlay vill bolaget underlätta vardagen för både handlare och central att anpassa budskapen oavsett i vilken kanal man vill föra en dialog. ZetaPlay är en tjänst och ett publiceringsverktyg för omni- och multi-kanalkommunikation. Det är en helt ny molntjänst för att publicera tillfälliga lokala specialerbjudanden och andra kundbudskap dels i digitala butikskyltar men också på butikens hemsida, Facebook och i webbannonser i den lokala tidningens webbupplaga. Med ZetaPlay laddar användaren upp ett innehåll som sedan publiceras i alla inkopplade kanaler enligt en tidinställning eller direkt via mobilen.

### Tecknar avtal med Mercedes-Benz



Mercedes-Benz

ZetaDisplay har tecknat samarbetsavtal med Mercedes-Benz i Sverige för leverans av sin medieplattform avseende Last Meter Marketing och Digital Signage. I samarbetet ingår projektledning, installation, innehållsproduktion, digitala system samt drift och support av ZetaDisplays medieplattform. Mercedes-Benz Sverige AB är den officiella importören av Mercedes-Benz i Sverige. Nybilsförsäljning av Mercedes-Benz sker genom ett nätverk av egna samt





auktoriserade, självständiga återförsäljare som även har ett väl utbyggt nätverk av auktoriserade serviceverkstäder. Mercedes-Benz har sitt huvudkontor i Öresundsregionen och ingår i den globala bilkoncernen Daimler med huvudkontor i Stuttgart, Tyskland.

Mercedes-Benz skall använda ZetaDisplays medieplattform som en kommunikationsplattform i 37 auktoriserade bilhallar. Mercedes-Benz arbetar aktivt och målinriktat med att ge kunden en unik upplevelse både vid bilköpet och vid efterföljande servicebesök och ser en stor nytta att göra detta med digital kommunikation med hjälp av ZetaDisplays medieplattform. ZetaDisplay ser samarbetet som en framgång för bolagets satsning att erbjuda sina kunder en lokal närvaro samtidigt som man täcker många länder i Europa.

### Tecknar avtal med ny butikskedja i Norge

**buddy**

ZetaDisplay har tecknat ett samarbetsavtal med Zoo-kedjan Buddy i Norge för utrullning av bolagets medieplattform för Last Meter Marketing och Digital Signage. Buddy-kedjan består av 30 butiker runt om i Norge. Initialt skall det levereras fem olika zoner i butikerna och leveranser är påbörjade.

Buddy är en innovativ och högt ansedd Zoo-kedja i Norge som har som mål att skapa glädje för sina kunder och deras husdjur. Buddy har ett stort fokus på att underlätta för kunderna att finna rätt produkter och erbjudanden i deras butiker samtidigt som man vill ge goda råd och tips om att välja varor som gör skillnad för sina kunder.

## HÄNDELSER EFTER ÅRETS UTGÅNG

### ZetaDisplay levererar interaktiv Digital Signage till Thule

Thule gör en satsning på interaktiva pekskärmar för installation hos sina återförsäljare för att bättre kommunicera med sina kunder. Thule får på detta vis central kontroll på produktinformation och erbjudanden och kan på ett effektivt sätt driva försäljningen hos sina återförsäljare i deras butiker. Detta ger Thule en global kontroll och styrning av sin kundkommunikation. Installationer har genomförts i Frankrike, Tyskland och Österrike.

Thule-gruppen är världsledande på produkter och varumärken som gör det enkelt för människor att transportera sin utrustning tryggt, säkert och med stil. ZetaDisplay och Thule har sedan tidigare ett samarbete där ZetaDisplay levererar sin medieplattform för Last Meter Marketing och Digital Signage till Thules konceptbutik i Berlin.

### Satsning på Android – nästa generations OS för Digital Signage

ZetaDisplay gör en omfattande och fokuserad satsning på operativsystemet Android för sin nästa generation av medieplattform för Last Meter Marketing och Digital Signage.

För att möta såväl dagens som morgondagens krav på en flexibel och framtidssäkrad medieplattform för Digital Signage genomför ZetaDisplay en omfattande satsning på Android. Genom att välja Android som operativsystem kommer ZetaDisplay och dess kunder att ha en mycket stor flexibilitet och valfrihet för att bygga en modern kommunikationskanal. Med Android som bas får ZetaDisplay helt nya möjligheter att erbjuda smartare lösningar inom interaktivitet som tar bolaget och dess kunder till nya höjder. Med Android får ZetaDisplays kunder också en mer standardiserad medieplattform som är öppen och lättare att integrera med Androidbaserade produkter.

### ZetaDisplay levererar Last Meter Marketing till butikskedja i Finland

ZetaDisplay Finland har ett samarbete avseende leverans av Digital Signage till Musti & Mirri som är den största djurbutikskedjan i Finland och i Norden. Musti & Mirri har över 100 butiker i Finland. Installation har utförts i 10 butiker. ZetaDisplay kommer att leverera en komplett lösning innehållande digitala system bestående av en skärmlösning

i 3 zoner, molnbaserad programvara i form av ZetaPortal, innehållsproduktion samt andra tjänster kopplat till detta. Målet är att öka graden av ”Point of Purchase” (POP) och att förbättra kundkommunikationen med ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage. Musti & Mirri grundades 1988 i Tammerfors och är i dag den största djurbutikskedjan i Finland med över 100 butiker. Kedjan arbetar också med en franchisemodell och mer än hälften av butikerna är idag franchisebaserade. Samtliga av kedjans butiker har samma sortiment och varumärken.

### Avecra i Finland tecknar avtal med ZetaDisplay

**AVECRA**  
TRAIN & STATION CATERING

ZetaDisplay Finland har tecknat avtal med Avecra i Finland avseende ZetaDisplays medieplattform för Digital Signage. Målet är att med ZetaDisplays molnbaserade medieplattform ZetaPortal förbättra sin kommunikation med sina kunder. Avecra Oy är ett restaurang- och cateringföretag som ägs av VR-koncernen och Rail Gourmet Group. Avecra erbjuder sina tjänster för restauranger, kiosker och caféer på de finska tågen och dess järnvägsstationer. Avecra har 400 anställda som varje dag betjänar fler än 160 tåg och 17 restauranger.

### Nordens ledande lekbutik tecknar avtal

ZetaDisplay har tecknat ett samarbetsavtal med Nordens ledande nätbutik för barnfamiljen – Lekmer.se – avseende utrullning av bolagets medieplattform för Last Meter Marketing och Digital Signage. Butiken utrustas med digitala storbildsskärmar och onlinestationer som ger kunden en multikanal-upplevelse. Lekmer.se öppnade sin butik i Barkarby den 12 april. Lekmer.se:s butik i Barkarby är Stockholms största barn- och babybutik med 1200 kvadratmeter. Sortimentet blir allt från leksaker till barnkläder, barnvagnar, bilbarnstolar och inredning till barnrummet. Lekmer.se ingår i börsnoterade CDON Group.

### ZetaDisplay levererar Digital Signage till butikskedja i Finland

ZetaDisplay har tecknat ett samarbetsavtal med en ny kund i Finland avseende utrullning av bolagets medieplattform för Last Meter Marketing och Digital. Kunden är en stor aktör inom näthandel. För att öka sin närvaro på marknaden har bolaget också egna butiker samt att man har ett koncept för shop-in-shop lösningar till externa butikskedjor. Installation kommer initialt att ske i 73 butiker i Finland.





## RESULTATRÄKNINGAR (TSEK)

		KONCERNEN		MODERBOLAGET	
		2013	2012	2013	2012
Nettoomsättning	(not 2, 8)	60.889	51.957	29.966	25.817
Övriga rörelseintäkter		0	809	-	-
<b>Summa intäkter</b>		<b>60.889</b>	<b>52.766</b>	<b>29.966</b>	<b>25.817</b>
Handelsvaror	(not 8)	-28.937	-23.262	-16.209	-15.715
Övriga externa kostnader	(not 3, 8, 9, 10)	-14.844	-11.764	-8.120	-5.639
Personalkostnader	(not 4, 5, 6, 7)	-22.100	-20.793	-8.024	-7.931
Avskrivningar		-3.120	-2.857	-2.977	-2.388
<b>Rörelseresultat</b>		<b>-8.112</b>	<b>-5.910</b>	<b>-5.364</b>	<b>-5.856</b>
Resultat från andelar i koncernföretag	(not 11, 33)	0	4.938	-5.218	4.741
Ränteintäkter och liknande resultatposter	(not 12)	147	19	131	52
Räntekostnader och liknande resultatposter	(not 13)	-569	-1.310	-471	-243
<b>Resultat efter finansiella poster</b>		<b>-8.534</b>	<b>-2.263</b>	<b>-10.922</b>	<b>-1.306</b>
<i>Bokslutsdispositioner</i>					
Erhållet koncernbidrag		-	-	1.605	2.420
Skatt på årets resultat	(not 14)	-28	-295	0	0
<b>Årets resultat</b>		<b>-8.562</b>	<b>-2.558</b>	<b>-9.317</b>	<b>1.114</b>
Hänförligt till moderbolagets aktieägare		-8.562	-2.558	-	-
Resultat per aktie, SEK		-0,70	-0,21	-0,76	0,09
Resultat per aktie efter full utspädning, SEK		-0,70	-0,21	-0,76	0,09
Genomsnittligt antal aktier		12.228.250	12.228.250	12.228.250	12.228.250

## RAPPORT ÖVER TOTALRESULTAT (TSEK)

	KONCERNEN	
	2013	2012
<b>Årets resultat</b>	<b>-8.562</b>	<b>-2.558</b>
<i>Övrigt totalresultat</i>		
Poster som senare kan komma att omklassificeras till resultaträkningen		
- Omräkningsdifferens	-66	-59
<i>Summa övrigt totalresultat</i>	-66	-59
<b>Årets totalresultat</b>	<b>-8.628</b>	<b>-2.617</b>
Hänförligt till moderbolagets aktieägare	-8.628	-2.617
<i>Årets resultat avseende moderbolaget överensstämmer med totalresultatet.</i>		

## BALANSRÄKNINGAR (TSEK)

TILLGÅNGAR	KONCERNEN		MODERBOLAGET		
	2013-12-31	2012-12-31	2013-12-31	2012-12-31	
<b>Anläggningstillgångar</b>					
<i>Immateriella anläggningstillgångar</i>					
Balanserade utgifter för utvecklingsarbete	(not 10, 15)	5.870	5.660	5.870	5.660
Patent, varumärke och hemsida	(not 16)	701	98	701	98
Goodwill	(not 17)	6.890	6.890	-	-
<i>Materiella anläggningstillgångar</i>					
Byggnader och mark	(not 18)	0	0	-	-
Inventarier	(not 19)	746	549	375	183
Förbättringsutgifter annans fastighet	(not 20)	300	0	300	0
<i>Finansiella anläggningstillgångar</i>					
Andelar i koncernföretag	(not 21)	-	-	24.772	26.662
Fordringar hos koncernföretag		-	-	0	0
Uppskjuten skattefordran	(not 14)	1.589	1.589	1.300	1.300
<b>SUMMA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR</b>		<b>16.096</b>	<b>14.786</b>	<b>33.318</b>	<b>33.903</b>
<b>Omsättningstillgångar</b>					
<i>Varulager</i>					
Råvaror och förnödenheter		919	1.146	919	1.146
Färdiga varor	(not 22)	5.050	4.843	3.427	2.982
<b>SUMMA VARULAGER</b>		<b>5.969</b>	<b>5.989</b>	<b>4.346</b>	<b>4.128</b>
<i>Kortfristiga fordringar</i>					
Kundfordringar		14.383	9.876	151	98
Skattefordringar		213	96	90	103
Fordringar hos koncernföretag		-	-	3.789	2.583
Övriga fordringar		606	2.425	137	2.229
Förutbetalda kostnader och upplupna intäkter	(not 23)	6.474	10.321	878	1.149
<b>SUMMA KORTFRISTIGA FORDRINGAR</b>		<b>21.676</b>	<b>22.718</b>	<b>5.045</b>	<b>6.162</b>
Likvida medel		6.229	11.551	2.922	7.260
<b>SUMMA OMSÄTTNINGSTILLGÅNGAR</b>		<b>33.874</b>	<b>40.258</b>	<b>12.313</b>	<b>17.550</b>
<b>SUMMA TILLGÅNGAR</b>		<b><u>49.970</u></b>	<b><u>55.044</u></b>	<b><u>45.631</u></b>	<b><u>51.453</u></b>

## BALANSRÄKNINGAR (TSEK)

EGET KAPITAL OCH SKULDER	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013-12-31	2012-12-31	2013-12-31	2012-12-31
<b>Eget kapital</b>				
Eget kapital hänförbart till moderföretagets aktieägare			BUNDET EGET KAPITAL	
Aktiekapital (not 24)	12.228	12.228	12.228	12.228
Övrigt tillskjutet kapital	79.810	79.810	-	-
Reservfond	-	-	17.578	17.578
Reserver	5	71	-	-
			FRITT EGET KAPITAL	
Överkursfond	-	-	11.839	11.839
Balanserat resultat	-62.302	-59.744	1.015	-99
Årets resultat	-8.562	-2.558	-9.317	1.114
SUMMA EGET KAPITAL	21.179	29.807	33.343	42.660
<b>Avsättningar</b>				
Uppskjuten skatteskuld (not 14)	0	0	0	0
Övriga avsättningar (not 26)	256	336	256	336
SUMMA AVSÄTTNINGAR	256	336	256	336
<b>Långfristiga skulder</b>				
<i>Räntebärande skulder</i>				
Skuld till kreditinstitut (not 25)	2.844	625	2.844	625
SUMMA LÅNGFRISTIGA SKULDER	2.844	625	2.844	625
<b>Kortfristiga skulder</b>				
<i>Räntebärande skulder</i>				
Skuld till kreditinstitut (not 25)	7.281	833	1.281	833
<i>Icke räntebärande skulder</i>				
Leverantörsskulder	6.854	9.097	4.621	3.770
Övriga skulder	2.321	2.064	514	604
Upplupna kostnader och förutbetalda intäkter (not 27)	9.235	12.282	2.772	2.625
SUMMA KORTFRISTIGA SKULDER	25.691	24.276	9.188	7.832
SUMMA EGET KAPITAL OCH SKULDER	<u>49.970</u>	<u>55.044</u>	<u>45.631</u>	<u>51.453</u>
STÄLLDA SÄKERHETER (not 28)	10.500	10.500	10.000	10.000
EVENTUALFÖRPLIKTELSE (not 29)	5.159	5.159	5.159	5.159
ANSVARSFÖRBINDELSER (not 29)	-	-	6.000	0
Aktier – utestående vid periodens utgång	12.228.250	12.228.250	12.228.250	12.228.250
Eget kapital per aktie	1,73	2,44	2,73	3,49

## RAPPORT ÖVER FÖRÄNDRING I EGET KAPITAL (TSEK)

KONCERNEN	AKTIE-KAPITAL	ÖVRIGT TILLSKJUTET KAPITAL	RESERVER	ANSAMLAD FÖRLUST	SUMMA EGET KAPITAL
<b>Ingående balans 2012-01-01</b>	<b>12 228</b>	<b>79 810</b>	<b>4 042</b>	<b>-63 656</b>	<b>32 424</b>
<b>Förändringar i Eget kapital 2012-01-01 - 2012-12-31</b>					
Årets resultat				-2 558	-2 558
Övrigt totalresultat			-59		-59
Totalresultat			-59	-2 558	-2 617
Avskr byggnad mot omvärd.reserv			-40	40	0
Avyttring Flygstaben Fastighets AB mot omvärderingsreserv			-3 872	3 872	0
<b>Utgående balans 2012-12-31</b>	<b>12 228</b>	<b>79 810</b>	<b>71</b>	<b>-62 302</b>	<b>29 807</b>
<b>Förändringar i Eget kapital 2013-01-01 - 2013-12-31</b>					
Årets resultat				-8 562	-8 562
Övrigt totalresultat			-66		-66
Totalresultat			-66	-8 562	-8 628
<b>Utgående balans 2013-12-31</b>	<b>12 228</b>	<b>79 810</b>	<b>5</b>	<b>-70 864</b>	<b>21 179</b>

	2013	2012
Akkumulerad omräkningsreserv vid årets början	71	138
Årets förändring omräkningsreserv	-66	-67
Akkumulerad omräkningsreserv vid årets slut	5	71
	2013	2012
Akkumulerad omvärderingsreserv vid årets början	0	3.904
Årets förändring omvärderingsreserv	-0	-3.904
Akkumulerad omvärderingsreserv vid årets slut	0	0

MODERBOLAGET	AKTIE-KAPITAL	RESERV-FOND	ÖVERKURS-FOND	ANSAMLAD FÖRLUST	SUMMA
<b>Eget kapital 120101</b>	<b>12 228</b>	<b>17 578</b>	<b>19 438</b>	<b>-7 698</b>	<b>41 546</b>
Årets resultat				1 114	1 114
lanspråktagande av överkursfond			-7 599	7 599	0
<b>Eget kapital 121231</b>	<b>12 228</b>	<b>17 578</b>	<b>11 839</b>	<b>1 015</b>	<b>42 660</b>
Årets resultat				-9 317	-9 317
<b>Eget kapital 131231</b>	<b>12 228</b>	<b>17 578</b>	<b>11 839</b>	<b>-8 302</b>	<b>33 343</b>



## RAPPORT ÖVER KASSAFLÖDE (TSEK)

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
<i>Den löpande verksamheten</i>				
Resultat efter finansiella poster	-8.534	-2.263	-10.922	-1.306
Justering för av- och nedskrivningar	3.120	2.857	8.195	6.476
Realisationsresultat avyttring dotterföretag (not 33)	0	-4.938	0	-8.829
Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet	-145	-1.321	-80	-143
Betald inkomstskatt	-145	1.112	13	-6
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten före förändringar av rörelsekapital</b>	<b>-5.704</b>	<b>-4.553</b>	<b>-2.794</b>	<b>-3.808</b>
<i>Förändringar av rörelsekapital</i>				
Varulager	20	-2.184	-218	514
Kundfordringar	-4.507	-4.895	-53	-19
Övriga rörelsefordringar	3.437	-413	-1 072	-241
Icke räntebärande skulder	-5.033	13.982	908	2.137
Summa förändringar av rörelsekapital	-6.083	6.490	-435	2.391
<b>Kassaflöde från den löpande verksamheten</b>	<b>-11.787</b>	<b>1.937</b>	<b>-3.229</b>	<b>-1.417</b>
<i>Investeringsverksamheten</i>				
Förvärv av dotterföretag (not 33)	0	-831	0	-837
Avyttring av dotterföretag (not 33)	2.229	6.379	2.229	8.289
Nyemission dotterföretag	-	-	-3.328	-4.088
Förvärv av immateriella anläggningstillgångar	-3.615	-2.131	-3.615	-2.130
Förvärv av materiella anläggningstillgångar	-816	-230	-667	-30
<b>Kassaflöde från investeringsverksamheten</b>	<b>-2.202</b>	<b>3.187</b>	<b>-5.381</b>	<b>1.204</b>
<i>Finansieringsverksamheten</i>				
Upptagna lån	9.500	0	3.500	0
Amortering av skuld	-833	-884	-833	-625
Erhållna/lämnade koncernbidrag	-	-	1.605	2.420
<b>Kassaflöde från finansieringsverksamheten</b>	<b>8.667</b>	<b>-884</b>	<b>4.272</b>	<b>1.795</b>
<b>Årets kassaflöde</b>	<b>-5.322</b>	<b>4.240</b>	<b>-4.338</b>	<b>1.582</b>
<b>Likvida medel vid årets början</b>	<b>11.551</b>	<b>7.311</b>	<b>7.260</b>	<b>5.678</b>
<b>Likvida medel vid årets slut</b>	<b>6.229</b>	<b>11.551</b>	<b>2.922</b>	<b>7.260</b>
<b>Justeringar för poster som inte ingår i kassaflödet ovan består av:</b>				
Avsättning	-80	-1.262	-80	-143
Valutakursdifferens	-65	-59	-	-
<b>Summa</b>	<b>-145</b>	<b>-1.321</b>	<b>-80</b>	<b>-143</b>

## NOT 1 – REDOVISNINGS- OCH VÄRDERINGSPRINCIPER

Koncernredovisningen är upprättad i enlighet med International Financial Reporting Standards (IFRS/IAS), såsom de godkänts av EU-kommissionen. Eftersom moderbolaget är ett bolag inom EU tillämpas bara av EU godkända IFRS.

Därutöver har Rådet för finansiell rapporterings Rekommendation RFR 1 Kompletterande redovisningsregler för koncerner respektive Rådet för finansiell rapporterings Uttalanden samt Årsredovisningslagen tillämpats.

Moderbolagets årsredovisning är upprättad i enlighet med Rådet för finansiell rapporterings Rekommendation RFR 2 Redovisning för juridiska personer och Årsredovisningslagen.

Tillämpade redovisningsprinciper är oförändrade i jämförelse med föregående år med de undantag som framgår nedan.

#### Nya och ändrade redovisningsprinciper 2013

Koncernen har under året infört följande nya och ändrade IFRS från och med 1 januari 2013

- Ändringar i IFRS 7 Finansiella instrument: Upplysningar. Introducerar nya upplysningskrav avseende kvittning av finansiella tillgångar och finansiella skulder.
- IFRS 13 Värdering till verkligt värde. Innehåller enhetliga regler för beräkning av verkliga värden där andra standarder kräver redovisning till eller upplysningar om tillgångars och skulders verkliga värden. Syftet med standarden är att säkerställa att värderingar till verkligt värde blir mer konsekventa och mindre komplexa genom att standarden tillhandahåller en exakt definition och en gemensam källa i IFRS avseende verkligt värdevärderingar och tillhörande upplysningar.
- Ändringar i IAS 1 Utformning av finansiella rapporter. Presentation av övrigt totalresultat förändras så att poster som kan komma att omklassificeras till resultatet redovisas separat från poster som aldrig kommer omklassificeras.
- Ändringar i IAS 19 Ersättningar till anställda. Innebär framför allt betydande förändringar med avseende på redovisning av förmånsbestämda pensionsplaner. Korridorometoden och möjligheten att omedelbart redovisa aktuariella vinster och förluster i årets resultat har tagits bort. Vidare ska räntesatsen som tillämpas när pensionskulden beräknas även användas när pensionstillgångars avkastning beräknas. Samtliga omvärderingar ska redovisas i övrigt totalresultat (ingen omklassificering), dvs. aktuariella vinster och förluster och skillnad mellan verklig och beräknad avkastning på pensionstillgångar.
- Årliga förbättringar av IFRS 2009-2011. Smärre ändringar och förtydliganden av fem standarder.

Av ovanstående nya eller ändrade standards har ZetaDisplay behövt anpassa sin rapportering för IAS 1, presentation av övrigt totalresultat. Tillämpningen av dessa standarder och tolkningar har inte haft någon effekt på koncernens finansiella resultat eller ställning.

#### Nya redovisningsprinciper för koncernen som ska tillämpas från 1 januari 2014 eller därefter

Nedanstående förändringar och uppdateringar har beslutats av IASB och skall börja tillämpas 1 januari 2014 eller därefter om inte annat tillämpningsdatum har antagits av EU.

- IFRS 9 Finansiella instrument. IFRS 9 avser att ersätta IAS 39 och till dags datum har delprojekt om redovisning och värdering av finansiella tillgångar respektive finansiella skulder publicerats. EU har ännu inte godkänt standarden och det finns i dagsläget ingen information avseende när ett godkännande kan förväntas.
- IFRS 10 Koncernredovisningar redogör för när kontroll föreligger och således när ett företag ska inkluderas i koncernredovisningen. Standarden ger vägledning för att bedöma när kontroll föreligger.
- IFRS 11 Samarbetsarrangemang identifierar två typer av joint arrangements; joint operation, där delägarna har rättigheter och åtaganden till tillgångar och skulder, samt joint venture, där delägarna

har rättigheter till nettotillgångarna. Vid joint operation ska delägarna redovisa sina respektive tillgångar, skulder, intäkter och kostnader. Vid joint venture ska kapitalandelsmetoden tillämpas.

- IFRS 12 Upplysningar om andelar i andra företag. Innehåller upplysningskrav för dotterföretag, joint arrangements, intresseföretag och "structured entities" som inte är konsoliderade.
- IAS 27 Separata finansiella rapporter. Redovisning och upplysningar i juridisk person av dotterbolag, "joint arrangements", intressebolag och "unconsolidated structured entities".
- IAS 28 Investeringar i Intresseföretag och joint ventures beskriver tillämpningen av kapitalandelsmetoden både vad avser redovisning av intressebolag och joint ventures.
- Ändringar i IAS 32 Finansiella instrument: Klassificering. Infogar ett förtydligande i avsnittet "Vägledning vid tillämpning" avseende kvittning av finansiella tillgångar och finansiella skulder.
- Ändring i IAS 36 "Upplysningar om återvinningsvärde för icke-finansiella tillgångar". Innebär kortfattat att ytterligare upplysningar skall lämnas om verkligt värde när återvinningsvärdet på en nedskrivna tillgång baseras på verkligt värde minus försäljningskostnader.
- Ändring i IAS 39 "Novation av derivat och fortlöpande tillämpning av säkringsredovisning". Introducerar en lättnad vid säkringsredovisning genom att tillåta att säkringsredovisning får fortsätta även när ett derivat, som är designat som säkringsinstrument, överförs till en central motpart om vissa villkor är uppfyllda, däribland att det krävs enligt lag eller andra regleringar, exempelvis EMIR. Ändringen omfattar inte transaktioner då derivat frivilligt överförs till central motpart.
- IFRIC 21 Levies. Tolkningen tydliggör när en skuld för "levies" ska redovisas. "Levies" är avgifter/skatter som statliga eller motsvarande organ påför företag i enlighet med lagar/ förordningar med undantag för inkomstskatter, straff och böter.

ZetaDisplay arbetar för närvarande med att utvärdera de potentiella effekterna av ovanstående beslutade men icke implementerade nya standards och förändrade standards, men i nuläget bedöms inga påverka ZetaDisplays redovisning eller finansiella rapporter.

#### Grunder för upprättande av redovisningen

Koncernredovisningen baseras på historiska anskaffningsvärden, med undantag av finansiella instrument som värderas till verkligt värde samt byggnader och mark som redovisas till verkligt värde genom omvärderingsmetoden.

#### Grunder för konsolidering

I koncernredovisningen ingår moderbolaget ZetaDisplay AB (publ) och de företag i vilka moderbolaget, direkt eller indirekt, innehar mer än 50% av rösterna eller ett bestämmande inflytande. Koncernredovisningen har upprättats enligt förvärvsmetoden. Förvärvsmetoden innebär att dotterbolagets tillgångar och skulder samt eventalförpliktelser värderas till verkligt värde vid förvärvet. Skillnaden mellan det verkliga värdet av förvärvade identifierbara tillgångar, skulder och eventalförpliktelser och anskaffningsvärdet för aktierna utgör goodwill.

Förvärvade bolag ingår i koncernredovisningen från och med förvärvsdagen. Sålida bolag ingår till och med försäljningsdagen.

#### Omräkning av valuta

##### Funktionell valuta och rapportvaluta

Poster som ingår i de finansiella rapporterna för de olika enheterna i koncernen är värderade i den valuta som används i den ekonomiska miljö där respektive företag huvudsakligen är verksam (funktionell valuta). I koncernredovisningen används svenska kronor (SEK), som är moderföretagets funktionella valuta och rapportvaluta.

### Transaktioner och balansposter

Transaktioner i utländsk valuta omräknas vid den initiala redovisningen till den funktionella valutan enligt de valutakurser som gäller på transaktionsdagen. Vid bokslut omräknas tillgångar och skulder i utländsk valuta till balansdagens kurs. Orealiserade vinster och förluster på omsättningstillgångar och icke räntebärande skulder i utländsk valuta har redovisats i rörelseresultatet och ingår under övriga rörelseintäkter respektive övriga rörelsekostnader.

### Koncernföretag

Resultat och finansiell ställning för alla koncernföretag som har en annan funktionell valuta än rapportvalutan, omräknas till koncernens rapportvaluta enligt följande:

- Tillgångar och skulder för var och en av balansräkningarna omräknas till balansdagskurs
- Intäkter och kostnader för var och en av resultaträkningarna omräknas till genomsnittlig valutakurs
- De förändringar som uppkommit i koncernens egna kapital på grund av skillnaderna i balansdagskurserna mellan åren förs till totalresultatet

### Kritiska redovisningsfrågor och osäkerhet i uppskattningar

Vid upprättandet av ZetaDisplays koncernredovisning har styrelsen och verkställande direktören, utöver gjorda uppskattningar, gjort ett antal bedömningar av kritiska redovisningsfrågor som har stor betydelse för redovisade belopp. Detta gäller följande områden:

#### *Värdering av goodwill*

Vid bedömningen om det finns ett nedskrivningsbehov görs antaganden om framtida kassaflöden, diskonteringsränta, tillväxt och lönsamhet för den kassagenererande enheten till vilken goodwillen hänförs.

#### *Uppskjutna skatt avseende förlustavdrag*

Vid värdering av uppskjutna skattefordringar görs bedömningar om framtida skattemässiga överskott för respektive bolag och därmed möjligheterna att utnyttja förlustavdragen. I not 14 finns storleken på förlustavdragen beskrivna.

### Kostnader för utveckling

Utgifter för utveckling aktiveras i den mån dessa förväntas ge framtida ekonomiska fördelar. Ett antal kriterier ska vara uppfyllda för att ett utvecklingsprojekt ska aktiveras, bland annat att kostnaderna går att mäta, att det finns en marknad för projektet samt möjligheten att slutföra projektet.

### Varulager

Varulager har värderats till det lägsta av anskaffningsvärdet och det verkliga värdet på balansdagen.

### Värdering och klassificering av finansiella instrument

En finansiell tillgång eller skuld tas upp i balansräkningen när bolaget blir part enligt instrumentets avtalsmässiga villkor. Kundfordringar tas upp i balansräkningen när faktura skickas. Skuld tas upp när motparten har presterat och avtalsenlig skyldighet föreligger att betala. Leverantörsskulder tas upp när faktura mottagits. En finansiell tillgång tas bort från balansräkningen när rättigheterna i avtalet realiserar, förfaller eller bolaget förlorar kontrollen över dem. En finansiell skuld tas bort från balansräkningen när förpliktelsen i avtalet fullgörs eller på annat sätt utsläcks. Förvärv och avyttring av finansiella tillgångar redovisas på affärsdagen, som utgör den dag då bolaget förbinder sig att förvärva eller avyttra tillgången. I enlighet med IAS 39 klassificeras finansiella tillgångar och skulder i olika kategorier, beroende på avsikten med förvärvet. Företagsledningen bestämmer klassificering vid ursprunglig anskaffningstidpunkt. Därefter redovisas och värderas de finansiella tillgångarna i enlighet med de principer som gäller för respektive kategori. Kategorierna är följande:

#### *Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde via resultaträkningen*

Finansiella tillgångar som innehas för handel. I denna kategori hamnar finansiella tillgångar som förvärfvas i syfte att säljas på kort sikt, exempelvis räntebärande värdepapper, aktier och derivat. För närvarande har inte koncernen något i denna kategori.

#### *Lånefordringar och kundfordringar*

I denna kategori hamnar finansiella tillgångar som inte utgör derivat, med fasta betalningar eller med betalningar som går att fastställa, och som inte är noterade på en aktiv marknad. I denna kategori hamnar för koncernens del likvida medel (dvs kassamedel samt omedelbart tillgängliga tillgodohavanden hos banker), kundfordringar och övriga fordringar (exklusive derivat). Merparten av koncernens finansiella tillgångar hamnar i denna kategori, vilket innebär att de värderas till upplupet anskaffningsvärde. Karaktären på dessa tillgångar är sådan att skillnaden mellan upplupet anskaffningsvärde och anskaffningsvärde är noll. Kundfordringar redovisas till det belopp som förväntas inflyta och bedöms individuellt. Kundfordringars förväntade löptid är kort, varför värdet redovisas till nominellt belopp utan diskontering.

#### *Finansiella tillgångar som kan säljas*

I denna kategori hamnar finansiella tillgångar som inte klassificerats i någon annan kategori. Dessa tillgångar värderas löpande till verkligt värde med värdeförändring mot totalresultatet. Vid den tidpunkt placeringarna bokas bort från balansräkningen omförs tidigare redovisad vinst eller förlust i totalresultatet till resultaträkningen. Inga tillgångar av detta slag finns i koncernens balansräkning på balansdagen.

#### *Finansiella skulder värderade till verkligt värde via resultaträkningen*

Finansiella skulder som innehas för handel och derivat värderas löpande till verkligt värde med värdeförändringar redovisade i resultaträkningen, enligt beskrivning under Finansiella tillgångar värderade till verkligt värde via resultaträkningen.

#### *Övriga finansiella skulder*

Finansiella skulder som inte innehas för handel värderas till upplupet anskaffningsvärde, och i denna kategori hamnar leverantörsskulder, låneskulder och övriga skulder.

### Fordringar

Fordringar har efter individuell värdering upptagits till de belopp varmed de beräknas inflyta.

### Intäktsredovisning

Intäktslagen i ZetaDisplay är av två slag; försäljning av produkter samt utförande av tjänsteuppdrag. Tjänsteuppdragen består av medieproduktion, programlicenser, service, reparationer, garantiåtagande m fl tjänster inom Digital Signage. Intäkter av produktförsäljning redovisas när huvudsakligen alla risker och rättigheter som är förknippade med rättigheten övergått till köparen, vilket normalt inträffar när produkterna levereras. Intäkter av tjänsteuppdrag sker i takt med att uppdragen utförs. Ränteintäkter redovisas i takt med att de intjänas och utdelningar redovisas i resultaträkningen när aktieägarnas rätt att erhålla utbetalning fastställts.

För utförande av väsentliga leveranser av installationer tillämpas successiv vinstavräkning i koncernredovisningen. Detta innebär att den inkomst som är hänförlig till uppdraget redovisas som intäkt baserad på färdigställandegraden per balansdagen. Förutsättningarna för att successiv vinstavräkning skall kunna tillämpas är att intäkter, kostnader och färdigställandegrad kan beräknas på ett tillförlitligt sätt. Färdigställandegraden har fastställts genom bedömning av utfört arbete ställt i relation till uppskattat totalt arbete. Intäkterna hänförliga till den successiva vinstavräkningen redovisas såsom upplupen intäkt.

Hysesintäkter för tidigare dotterföretaget Flygstaben Fastighets AB har i koncernen redovisats som övriga intäkter.

**Ersättning till anställda**

De anställdas ersättningar redovisas med utbetalda löner. Full reservering görs för olika åtaganden som outtagen semester och sociala avgifter.

**Garantier**

Beräknade kostnader för produktgarantier belastar rörelsens kostnader i samband med att produkterna säljs och redovisas som en avsättning i balansräkningen. Garantitiden uppgår till mellan 2-4 år.

**Redovisning av inkomstskatter**

Redovisning i resultaträkningen görs av all skatt som beräknas löpa på redovisat resultat. Skatterna har beräknats efter varje lands skatteregler och redovisas i posten Skatt på årets resultat. Redovisade inkomstskatter innefattar skatt som ska betalas avseende aktuellt år, justeringar avseende tidigare års aktuella skatt samt förändringar i uppskjuten skatt. Uppskjuten skatt utgörs av förändring av uppskjuten skattefordran avseende skattemässiga underskottsavdrag och redovisas endast i den utsträckning det är sannolikt att avdragen kan avräknas mot överskott vid framtida beskattning. Koncernens sammanlagda underskott uppgår till 88,3 (81,8) MSEK. Efter en enskild bedömning av varje bolags historiska resultatutveckling, möjlighet att använda förlustavdragen samt framtidsplaner har en uppskjuten skattefordran på 1,6 MSEK bokats upp.

**Nedskrivningar**

När det finns indikationer på att en tillgång har minskat i värde fastställs dess återvinningsvärde, vilket är det högsta värdet av nettoförsäljningsvärdet och nyttjandevärdet. Nyttjandevärdet nuvärdesberäknas med utgångspunkt från uppskattade framtida betalningar som tillgången väntas ge upphov till under nyttjandeperioden. Om återvinningsvärdet understiger det bokförda värdet görs en nedskrivning av tillgången till återvinningsvärdet. Återföring görs om det inte längre finns skäl för nedskrivningen. Nedskrivningar och återföringar redovisas i resultaträkningen. För goodwill görs minst en årlig avstämning av framtida förväntade resultat- och kassaflödesutveckling. Vid behov görs nedskrivning av goodwill.

**Avskrivningar**

Avskrivningar enligt plan baseras på tillgångens anskaffningsvärde respektive omvärderat anskaffningsvärde för byggnad, samt nyttjandeperioden.

Inventarier	20-25%
Förbättringsutgifter annans fastighet	Skrivs av på återstående tid hyreskontrakt
Balanserade utgifter för utvecklingsarbete och hemsida	20%
Patent och varumärke	20%
Byggnader	1%

**Leasingavtal**

Leasingavtal klassificeras i koncernredovisningen antingen som finansiell eller operationell leasing. Finansiell leasing föreligger då de ekonomiska riskerna och förmånerna som är förknippat med ägandet och i allt väsentligt är överförda till leasingtagaren. I annat fall är det fråga om operationell leasing. Finansiella leasingavtal avseende tjänstebilar, och dylikt redovisas som operationell leasing eftersom de inte uppgår till materiella belopp. I övrigt finns det inte andra finansiella leasingavtal. I operationell leasing ingår lokalhyror. Under 2012 tecknade ZetaDisplay AB (publ) och ZetaDisplay Sverige AB 10-åriga kontorshyresavtal med Flygstaben Fastighets AB.

**Koncernbidrag och aktieägartillskott**

Koncernbidrag som moderföretaget erhåller från dotterföretag redovisas som finansiell intäkt. Koncernbidrag som moderföretaget lämnar till dotterföretag redovisas antingen som andelar i dotterföretag, dvs i likhet med aktieägartillskott, eller som kostnad pga sambandet mellan redovisning och beskattning. Bolaget har valt att tillämpa det senare alternativet.

**Likvida medel**

Likvida medel utgörs av kassa och bank. Någon annan likviditet (kortfristiga placeringar) finns inte. ZetaDisplay har således inga finansiella placeringar som ska beräknas till verkligt värde.

**Kassaflödesanalys**

Kassaflödesanalys upprättas enligt indirekt metod. Det redo-visade kassaflödet omfattar endast transaktioner som medför in- och utbetalningar. Som likvida medel klassificeras kassa- och banktillgodohavanden.

**Rapportering av segment**

Koncernen är operativt organiserad i ett segment, bildskärmslösningar.

**Avsättningar**

Med avsättningar avses de skulder som är ovissa med avseende på belopp eller tidpunkt då de kommer att regleras. De redovisas då det finns ett åtagande som en följd av en inträffad händelse, en tillförlitlig uppskattning kan göras av beloppet samt att det är troligt att ett utflöde av resurser kommer att krävas. I balansräkningen redovisas garantiåtaganden som en avsättning.

**Pensioner**

Inom koncernen finns det i dagsläget pensionsplaner för samtliga anställda i ZetaDisplay AB (publ), ZetaDisplay Sverige AB, ZetaDisplay Danmark A/S och ZetaDisplay Norge AS. Pensionsplanerna är avgiftsbestämda då de beräknas utifrån en viss procentsats av månadslönen.

**Goodwill**

Goodwill utgörs av det belopp varmed anskaffningsvärdet överstiger det verkliga värdet på koncernens andel av det förvärvade dotterföretagets identifierbara nettotillgångar vid förvärvstillfället. Goodwill på förvärv av dotterföretag redovisas som immateriella tillgångar. Goodwill som redovisas separat prövas minst årligen för att identifiera eventuellt nedskrivningsbehov, genom att beräkna nyttjandevärdet för de kassagenererande enheter (KGE) på vilka goodwill fördelats. Fördelningen görs på de KGE som förväntas bli gynnade av det rörelseförvärv som gett upphov till goodwillposten. Ett nedskrivningsbehov föreligger när nyttjandevärdet avseende viss KGE understiger redovisat värde. En nedskrivning redovisas då i resultaträkningen.

**Övriga immateriella anläggningstillgångar**

Övriga immateriella tillgångar utgörs av patent och varumärken samt balanserade utgifter för utvecklingsarbeten och hemsida. De redovisas i balansräkningen till anskaffningsvärde med avdrag för ackumulerade avskrivningar och i förekommande fall nedskrivningar. Utgift för utveckling av nya produkter och programvara aktiveras endast om det bedöms som sannolikt att sådana utgifter kommer att leda till framtida ekonomiska fördelar för företaget. I annat fall kostnadsförs utgiften löpande när den uppstår.

**Materiella anläggningstillgångar**

Anläggningstillgångar, förutom byggnader och mark, redovisas i balansräkningen till anskaffningsvärde med avdrag för ackumulerade avskrivningar och i förekommande fall nedskrivningar. Reparationer och underhåll på materiella anläggningstillgångar kostnadsförs löpande. Byggnader och mark redovisas till verkligt värde efter avdrag för ackumulerade avskrivningar och justering pga omvärdering.

*Alla belopp i noterna som följer anges i TSEK.*

## NOT 2 – SEGMENTINFORMATION

### Information om rapporterbara segment

Koncernen är operativt organiserad i ett segment, bildskärmlösningar. Då ZetaDisplay endast har ett rapporterbart segment överensstämmer nettoomsättning och rörelseresultat för segmentet med motsvarande uppgifter i resultaträkningen.

### Information om geografiska områden

Nedan presenteras koncernens intäkter från externa kunder och anläggningstillgångar fördelat på geografiska områden. Anläggningstillgångar består av materiella anläggningstillgångar.

	INTÄKTER FRÅN EXTERNA KUNDER		ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR	
	2013	2012	2013	2012
Sverige	44.157	37.417	876	361
Danmark	1.437	1.510	6	19
Norge	5.821	5.520	29	12
Finland	8.652	7.442	135	157
Övriga länder	822	877	-	-
Summa	60.889	52.766	1.046	549

	NETTOOMSÄTTNINGENS FÖRDELNING MODERBOLAGET	
	2013	2012
Sverige	25.130	20.963
Danmark	406	228
Norge	1.982	2.515
Finland	2.291	2.111
Övriga länder	157	0
Summa	29.966	25.817

### Information om större kunder

Intäkter från koncernens kunder som var och en svarar för mer än 10 % av omsättningen uppgår till 11,2 Msek (8,9 Msek, en kund), dvs det är en kund som uppfyller denna gräns.

## NOT 3 – LEASINGAVTAL

Hysesavtal av operationell natur har ingåtts enligt följande:

KONCERNEN	2013		2012	
	INVENTARIER	LOKALER	INVENTARIER	LOKALER
Erlagt under året	558	2.218	541	1.214
Avgifter som förfaller				
år 2014 (2013)	554	2.033	490	2.141
år 2015-2018 (2014-2017)	419	6.022	618	5.579
år 2019 eller senare (2018 eller senare)	0	5.955	0	7.372

MODERBOLAGET	2013		2012	
	INVENTARIER	LOKALER	INVENTARIER	LOKALER
Erlagt under året	195	744	152	191
Avgifter som förfaller				
år 2014 (2013)	228	759	127	744
år 2015-2018 (2014-2017)	177	3.189	195	3.127
år 2019 eller senare (2018 eller senare)	0	3.450	0	4.271

NOT 4 – MEDELANTAL ANSTÄLLDA

MODERBOLAGET	2013		2012	
	ANTAL	MÄN %	ANTAL	MÄN %
Sverige	15	80%	15	80%
DOTTERFÖRETAG	ANTAL	MÄN %	ANTAL	MÄN %
Sverige	12	83%	11	91%
Danmark	1	0%	1	100%
Norge	3	100%	2	100%
Finland	7	100%	7	100%
Summa koncern totalt	38	84%	36	89%

NOT 5 – KÖNSFÖRDELNING LEDNING

	2013		2012	
	ANTAL	KVINNOR %	ANTAL	KVINNOR %
Styrelse moderbolag	5	20%	7	14%
Styrelse koncern	8	13%	10	10%
Övriga ledande befattningshavare, moderbolag	2	0%	2	0%
Övriga ledande befattningshavare, koncern	3	0%	3	0%

Flertalet av styrelseledamöterna sitter med i styrelsen i flera av bolagen. I siffran för styrelse koncern har de dock bara tagits med en gång.

NOT 6 – LÖNER, ANDRA ERSÄTTNINGAR OCH SOCIALA KOSTNADER

	2013		2012	
	LÖNER & ANDRA ERSÄTTNINGAR	SOCIALA KOSTNADER	LÖNER & ANDRA ERSÄTTNINGAR	SOCIALA KOSTNADER
Moderbolaget	5.573	1.841	5.665	1.855
Dotterföretag	10.876	2.586	9.964	2.338
Koncernen totalt	16.449	4.427	15.629	4.193

Koncernen och moderbolaget har inte några utestående pensionsförpliktelser varken 2013-12-31 eller 2012-12-31. Dotterföretaget i Sverige har betalt 147 (132) tsek i tjänstepension varav 21 (21) tsek till VD:n. Dotterföretaget i Danmark har betalt 72 (82) tsek i tjänstepension varav 0 (0) tsek till VD:n då bolagets VD fått tjänstepension från annat bolag i koncernen. Dotterföretaget i Norge har betalt 82 (90) tsek i tjänstepension varav 41 (41) tsek till VD:n. Moderbolaget har betalt 341 (340) tsek i tjänstepension varav 144 (144) tsek till VD:n. Några ytterligare pensionskostnader har ej funnits i koncernen.

LÖNER OCH ANDRA ERSÄTTNINGAR FÖRDELADE PER LAND OCH MELLAN STYRELSELEDAMÖTER M FL OCH ANDRA ANSTÄLLDA

	2013		2012	
	STYRELSE OCH VD	ÖVRIGA ANSTÄLLDA	STYRELSE OCH VD	ÖVRIGA ANSTÄLLDA
Moderbolaget	1.687	3.886	1.701	3.964
Dotterföretag i Sverige	744	4.807	746	3.969
Dotterföretag i Danmark	0	857	0	776
Dotterföretag i Norge	1.027	1.088	1.025	1.062
Dotterföretag i Finland	0	2.353	0	2.387
Koncernen totalt	3.458	12.991	3.472	12.158

NOT 7 – ERSÄTTNINGAR TILL LEDANDE BEFATTNINGSHAVARE

Till styrelsen och ordförande utgår arvode enligt bolagsstämmans beslut. För 2013 utgår arvode till styrelseledamöten Ingrid Jonasson Blank med 100 TSEK. Till övriga styrelsen utgår inget arvode under 2013. Ersättning har istället utgått inom ramen för anställning och uppdrag. Arbetande styrelseordförande, Mats Johansson, har erhållit lön med 667 (652) TSEK. Därutöver har han tjänstepension motsvarande 2 % av månadslönen och tillgång till tjänstebil.

forts

## NOT 7 – (FORTSÄTTNING)

Verkställande direktören, Leif Liljebrunn, har erhållit lön med 990 (989) TSEK. Därutöver har han tjänstepension motsvarande 15 % av månadslönen och tillgång till tjänstebil.

F.d. styrelseledamoten Mikael Öberg, tillika arbetande som CFO i bolaget tom 2008-07-31 och därefter som senior adviser, har fått ett arvode på 53 (295) TSEK, vilket är till marknadsmässiga villkor. Skuld per 2013-12-31 uppgick till 0 TSEK.

F.d. styrelseordförande Rolf Eriksson har i egenskap som bolagets advokat fått ett arvode på 72 (160) TSEK, vilket är till marknadsmässiga villkor. Skuld per 2013-12-31 uppgick till 72 TSEK.

Mellan bolaget och den verkställande direktören gäller en ömsesidig uppsägning om 6 månader. Något avgångsvederlag utgår ej.

Bonus, avgångsvederlag eller aktierelaterade kompensationer finns ej i bolaget förutom ett teckningsoptionsprogram till verkställande direktören Leif Liljebrunn. Leif har tecknat 375.000 teckningsoptioner av serie 2011/2014 och 125.000 teckningsoptioner av serie 2011/2015.

Teckningsoptioner av serie 2011/2014 emitterades till 0,19 SEK per option, motsvarande ett beräknat marknadsvärde för teckningsoptionerna (optionspremie) med tillämpning av Black & Scholes-modellen per 7 december 2011. Leif ska äga rätt att för varje teckningsoption av serie 2011/2014 teckna en (1) ny aktie i bolaget under perioden från och med 21 december 2014 till och med den 31 december 2014, till en teckningskurs uppgående till 12 SEK per aktie. Ökningen av bolagets aktiekapital kommer vid full nyteckning med stöd av samtliga optionsrätter att bli 375.000 SEK motsvarande en utspädning om cirka 3 procent mot befintligt aktiekapital.

Teckningsoptioner av serie 2011/2015 emitterades till 0,32 SEK per option, motsvarande ett beräknat marknadsvärde för teckningsoptionerna (optionspremie) med tillämpning av Black & Scholes-modellen per 7 december 2011. Leif ska äga rätt att för varje teckningsoption av serie 2011/2015 teckna en (1) ny aktie i bolaget under perioden från och med 21 december 2015 till och med den 31 december 2015, till en teckningskurs uppgående till 12 SEK per aktie. Ökningen av bolagets aktiekapital kommer vid full nyteckning med stöd av samtliga optionsrätter att bli 125.000 SEK motsvarande en utspädning om cirka 1 procent mot befintligt aktiekapital.

### *Transaktioner med närstående*

ZetaDisplay har inga övriga transaktioner med aktieägare eller styrelseledamöter.

## NOT 8 – INKÖP OCH FÖRSÄLJNING INOM KONCERNEN

Av moderbolagets totala intäkter och kostnader har 99 (100) % av intäkterna och 4 (4) % av kostnaderna kommit från andra företag inom koncernen.

## NOT 9 – ARVODE OCH ERSÄTTNINGAR TILL BOLAGETS REVISORER

I 2013 års rörelseresultat ingår följande arvoden och ersättningar till koncernens revisorer, Ernst & Young för moderbolaget och ZetaDisplay Sverige AB, Grant Thornton för ZetaDisplay Finland Oy, Chr Mortensen Revisionsfirma för ZetaDisplay Danmark A/S och statsautoriserad revisor John Asle Johnsen för ZetaDisplay Norge AS.

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
<i>Revisionsuppdraget</i>				
Ernst & Young	254	431	219	396
Chr Mortensen Revisionsfirma	46	47	-	-
Statsautoriserad revisor John Asle Johnsen	44	41	-	-
Grant Thornton	23	22	-	-
<i>Revisionsverksamhet utöver revisionsuppdraget</i>				
Ernst & Young, granskning av delårsrapport jan-sept	50	50	50	50
<i>Skatterådgivning</i>	0	0	0	0
<i>Övriga tjänster</i>	0	0	0	0

NOT 10 – UTVECKLINGSKOSTNADER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Kostnadsförda utvecklingsarbeten	96	123	96	123
Årets avskrivningar av aktiverade utvecklingsarbeten	2.611	2.269	2.611	2.157
	2.707	2.392	2.707	2.280

NOT 11 – RESULTAT FRÅN ANDELAR I KONCERNFÖRETAG

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Försäljning av Flygstaben Fastighets AB	-	4.938	-	8.829
Nedskrivning kapitallån ZetaDisplay Finland Oy	-	-	-834	0
Nedskrivning aktier ZetaDisplay Danmark A/S	-	-	-3.100	-1.757
Nedskrivning aktier ZetaDisplay Norge AS	-	-	-1.284	-2.331
	-	4.938	-5.218	4.741

NOT 12 – RÄNTEINTÄKTER OCH LIKANDE RESULTATPOSTER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Räntor	147	19	131	52

NOT 13 – RÄNTEKOSTNADER OCH LIKANDE RESULTATPOSTER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Räntor	-370	-671	-344	-179
Valutakursförluster	-85	-18	-85	-14
Övriga finansiella kostnader	-114	-621	-42	-50
	-569	-1.310	-471	-243



NOT 14 – SKATT PÅ ÅRETS RESULTAT

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Aktuell skatt för året	-28	-20	0	0
Uppskjuten skatt	-0	-275	0	0
Summa skatt på årets resultat	-28	-295	0	0

Skillnaden mellan redovisad skattekostnad och skattekostnad baserad på gällande skattesats består av följande komponenter:

Redovisat resultat före skatt	-8.534	-2.263	-9.317	1.114
Skatt enligt gällande skattesats	1.877	595	2.050	-293
Skatteeffekt av ej avdragsgilla kostnader	-49	-1.129	-1.173	-1.106
Skatteeffekt av kostnader som ej dragits av	0	0	0	0
Skatteeffekt av ej skattepliktiga intäkter	0	2.322	0	2.322
Skatteeffekt av ej beaktade underskottsavdrag	-1.722	-2.080	-877	-923
Effekter av utländska skattesatser	-134	-3	-	-
Redovisad skattekostnad	-28	-295	0	0

Den genomsnittliga skattesatsen är i koncernen 23,1 (27,0) % och i moderbolaget 22,0 (26,3) %.

Koncernens totala underskottsavdrag uppgår till 88,3 (81,8) MSEK och kan utnyttjas utan tidsbegränsning. Efter en enskild bedömning av varje bolags historiska resultatutveckling, möjlighet att använda förlustavdragen samt framtidsplaner har en uppskjuten skattefordran bokats upp enligt nedan.

Uppskjuten skattefordran avseende:

Avdragsgilla temporära skillnader	0	0	0	0
Underskottsavdrag	1.589	1.589	1.300	1.300

NOT 15 – IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR – BALANSERADE UTGIFTER FÖR UTVECKLINGARBETE

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Ingående anskaffningsvärde	11.720	10.396	11.720	9.590
Försäljning och utrangering	-3.796	-802	-3.796	0
Valutakursdifferens	0	-4	0	0
Inköp	2.821	2.130	2.821	2.130
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	10.745	11.720	10.745	11.720
Ingående avskrivningar	-6.060	-4.593	-6.060	-3.903
Försäljning och utrangering	3.796	802	3.796	0
Årets avskrivningar	-2.611	-2.269	-2.611	-2.157
Utgående ackumulerade avskrivningar	-4.875	-6.060	-4.875	-6.060
Utgående planenligt restvärde	5.870	5.660	5.870	5.660

I balanserade utgifter för utvecklingsarbete ingår huvudsakligen utgifter för framtagande av bolagets produktkoncept. Årets inköp 2013 avser internt upparbetade tillgångar. Värdeinsparningen för dessa påbörjas i samband med att inköpen aktiveras. Tidigare års inköp avser till största delen internt upparbetade tillgångar.

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Ingående anskaffningsvärde	1.199	1.199	1.199	1.199
Inköp	794	0	794	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	1.993	1.199	1.993	1.199
Ingående avskrivningar	-1.101	-1.018	-1.101	-1.018
Årets avskrivningar	-191	-83	-191	-83
Utgående ackumulerade avskrivningar	-1.292	-1.101	-1.292	-1.101
Utgående planenligt restvärde	701	98	701	98

## NOT 17 – IMMATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR – GOODWILL

Minst en gång om året görs en prövning av om det föreligger något nedskrivningsbehov av goodwill genom att beräkna nyttjandevärdet för de kassagenererande enheterna på vilken goodwill fördelats. Nyttjandevärdet för goodwill fås fram genom att reducera det totala nettokassaflödet med operativt värde med en prognosperiod på 5 (5) år samt ett terminalvärde. Kassaflödet för det första året baseras på av styrelsen fastställd budget. För perioden därefter har prognostiserade kassaflöden hänförliga till denna verksamhet nuvärdesberäknats med en diskonteringsränta (WACC, Weighted Average Cost of Capital). De diskonteringsräntor som används återspeglar den marknadsränta, risk och skattesats som gäller för branschen och aktuell marknad.

Nedskrivningsprövningarna avseende ZetaDisplay Sverige AB, ZetaDisplay Danmark A/S, ZetaDisplay Norge AS och ZetaDisplay Finland Oy som är gjorda per 2013-12-31 är baserade på en WACC på 14,5 (13,6) % och en högre tillväxttakt 2014-2016 (2013-2015) då marknaden växer för att därefter plana ut till en tillväxttakt på 2,5 (3) %. Nedskrivningsprövningarna har inte medfört några nedskrivningar under 2012 och 2013. En känslighetsanalys har gjorts för att bedöma om någon rimlig och möjlig ogynnsam förändring i antaganden skulle kunna leda till nedskrivningsbehov. Analysen fokuserade på en höjning av diskonteringsräntan med 2 procentenheter och visade inte på något nedskrivningsbehov.

Goodwill fördelas på koncernens kassagenererande enheter identifierade till att vara dotterbolagen, 698 (698) tsek avser ZetaDisplay Sverige AB, 596 (596) tsek avser ZetaDisplay Danmark A/S, 30 (30) tsek avser ZetaDisplay Norge AS och 5.567 (5.567) tsek avser ZetaDisplay Finland Oy.

Tillkommande goodwill i 2012 års balansräkning är hänförlig till framtida synergieffekter och humankapital i det under 2008 förvärvade bolaget ZetaDisplay Finland Oy.

	KONCERNEN	
	2013	2012
Ingående anskaffningsvärde	6.890	6.054
Ökning genom tilläggsköpeskillning	0	836
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	6.890	6.890

## NOT 18 – MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR – BYGGNADER OCH MARK

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
<i>Omvärderat avskrivet anskaffningsvärde</i>				
Ingående balans	0	19.657	-	-
Årets planmässiga avskrivningar före omvärdering	0	-117	-	-
Årets planmässiga avskrivningar mot omvärderingsreserv	0	-54	-	-
Försäljning Flygstaben Fastighets AB	0	-19.486	-	-
Utgående balans	0	0	-	-

	KONCERNEN	
	2013	2012
Ingående värde omvärderingsreserven	0	5.297
Försäljning Flygstaben Fastighets AB	-	-5.243
Förändring under året	-	-54
Utgående värde	0	0

Omvärderingsreserven redovisas i rapporten över förändring i eget kapital för koncernen netto efter skatt.

NOT 19 – MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR – INVENTARIER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Ingående anskaffningsvärde	1.955	2.154	972	942
Försäljningar/utrangeringar	0	-429	0	0
Inköp	494	230	345	30
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	2.449	1.955	1.317	972
Ingående avskrivningar	-1.406	-1.466	-789	-641
Försäljningar/utrangeringar	0	394	0	0
Årets avskrivningar	-297	-334	-153	-148
Utgående ackumulerade avskrivningar	-1.703	-1.406	-942	-789
Utgående planenligt restvärde	746	549	375	183

NOT 20 – MATERIELLA ANLÄGGNINGSTILLGÅNGAR – FÖRBÄTTRINGSUTGIFTER ANNANS FASTIGHET

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Ingående anskaffningsvärde	0	0	0	0
Försäljningar/utrangeringar	0	0	0	0
Inköp	322	0	322	0
Utgående ackumulerade anskaffningsvärden	322	0	322	0
Ingående avskrivningar	0	0	0	0
Försäljningar/utrangeringar	0	0	0	0
Årets avskrivningar	-22	0	-22	0
Utgående ackumulerade avskrivningar	-22	0	-22	0
Utgående planenligt restvärde	300	0	300	0

NOT 21 – ANDELAR I KONCERNFÖRETAG

	ORGANISATIONS- NUMMER	SÄTE	KAPITAL- OCH RÖSTRÄTTSANDEL, %	BOKFÖRT VÄRDE	
				131231	121231
ZetaDisplay Sverige AB	556642-5871	Malmö	100	1.330	1.330
ZetaDisplay Norge AS	992 340 460	Oslo	100	9.248	9.248
ZetaDisplay Finland Oy	2131512-4	Helsingfors	100	6.205	6.205
ZetaDisplay Danmark A/S	CVR 29226342	Köpenhamn	100	7.969	9.879
ZetaDisplay Baltics Oü	12435080	Tallinn	100	21	0
				24.773	26.662
Ingående bokfört värde i dotterbolag				26.662	25.925
Försäljning Flygstaben Fastighets AB				-	-100
Uppstart ZetaDisplay Baltics Oü				21	-
Nyemission ZetaDisplay Norge AS				1.284	2.331
Nedskrivning aktier ZetaDisplay Norge AS				-1.284	-2.331
Tilläggsköpeskilling ZetaDisplay Finland Oy				0	837
Nyemission ZetaDisplay Danmark A/S				1.190	1.757
Nedskrivning aktier ZetaDisplay Danmark A/S				-3.100	-1.757
Utgående bokfört värde				24.773	26.662

NOT 22 – NEDSKRIVNING FÄRDIGA VAROR

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Värde innan nedskrivning	5.741	5.669	3.909	3.545
Nedskrivning	-691	-826	-482	-563
	5.050	4.843	3.427	2.982

NOT 23 – FÖRUTBETALDA KOSTNADER OCH UPPLUPNA INTÄKTER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Upplupna intäkter	1.116	794	319	55
Intäkter hänförliga till successiv vinstavräkning	3.680	5.016	0	0
Övriga förutbetalda kostnader	1.678	4.511	559	1.094
	6.474	10.321	878	1.149

NOT 24 – AKTIEKAPITAL

Aktiekapitalet uppgår till 12.228.250 (12.228.250) SEK fördelat på 12.228.250 (12.228.250) aktier. Kvotvärdet per aktie är 1 SEK. Samtliga aktier medför lika ekonomiska rättigheter och har lika röstvärde.

ZetaDisplay AB (publ) innehar 0 (0) st egna aktier. Specifikation över förändringar i eget kapital återfinns på sid 48.

NOT 25 – RÄNTEBÄRANDE SKULDER – SKULD TILL KREDITINSTITUT

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Förfallotidpunkt inom 1 år från balansdagen	7.281	833	1.281	833
Förfallotidpunkt 1-5 år från balansdagen	2.844	625	2.844	625
Förfallotidpunkt senare än 5 år från balansdagen	0	0	0	0
	10.125	1.458	4.125	1.458

Av koncernens räntebärande skulder som förfaller inom 1 år från balansdagen består 6,0 MSEK av factoring.

NOT 26 – ÖVRIGA AVSÄTTNINGAR

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Ingående värde	336	479	336	479
Nettoavsättning för produktgaranti	-80	-143	-80	-143
Utgående värde	256	336	256	336
varav långfristiga	66	110	66	110

För att täcka upp för kommande garantikostnader tar bolaget betalt i form av garantiintäkter, antingen initialt i samband med försäljningen av hårdvaran eller löpande under avtalets tid. Verkliga kostnader för garanti har under året uppgått till 1.078 (1.100) TSEK varav 449 (252) TSEK matchas av löpande intäkter. Det är bara i moderbolaget som avsättningar bokas upp.

NOT 27 – UPPLUPNA KOSTNADER OCH FÖRUTBETALDA INTÄKTER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Förutbetalda intäkter	4.145	7.459	243	268
Upplupna personalkostnader	3.641	3.253	1.674	1.575
Övriga upplupna kostnader	1.449	1.571	855	782
	9.235	12.282	2.772	2.625

NOT 28 – STÄLLDA SÄKERHETER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Företagsinteckning avseende skulder till kreditinstitut	5.000	5.000	5.000	5.000
Företagsinteckning avseende checkräkningskredit	5.500	5.500	5.000	5.000
	10.500	10.500	10.000	10.000

Koncernen har per 31 december 2013 en checkräkningskredit på 3,0 MSEK och en factoringkredit på 6,0 MSEK.

NOT 29 – EVENTUALFÖRPLIKTELSE OCH ANSVARSFÖRBINDELSER

	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
Hyresgarantier till Flygstaben Fastighets AB	5.159	5.159	5.159	5.159
Borgensåtagande för dotterbolag	-	-	6.000	0

NOT 30 – VERKLIGT VÄRDE AV FINANSIELLA INSTRUMENT

KONCERNEN	131231		121231	
	REDOVISAT VÄRDE	VERKLIGT VÄRDE	REDOVISAT VÄRDE	VERKLIGT VÄRDE
Kundfordringar	14.383	14.383	9.876	9.876
Övriga fordringar	606	606	2.425	2.425
Likvida medel	6.229	6.229	11.551	11.551
<b>Tillgångar</b>	<b>21.218</b>	<b>21.218</b>	<b>23.852</b>	<b>23.852</b>
Skuld till kreditinstitut	10.125	10.125	1.458	1.458
Leverantörsskulder	6.854	6.854	9.097	9.097
Övriga skulder	2.321	2.321	2.064	2.064
<b>Skulder</b>	<b>19.300</b>	<b>19.300</b>	<b>12.619</b>	<b>12.619</b>

MODERBOLAGET	131231		121231	
	REDOVISAT VÄRDE	VERKLIGT VÄRDE	REDOVISAT VÄRDE	VERKLIGT VÄRDE
Kundfordringar	151	151	98	98
Övriga fordringar	137	137	2.229	2.229
Likvida medel	2.922	2.922	7.260	7.260
<b>Tillgångar</b>	<b>3.210</b>	<b>3.210</b>	<b>9.587</b>	<b>9.587</b>
Skuld till kreditinstitut	4.125	4.125	1.458	1.458
Leverantörsskulder	4.621	4.621	3.770	3.770
Övriga skulder	514	514	604	604
<b>Skulder</b>	<b>9.260</b>	<b>9.260</b>	<b>5.832</b>	<b>5.832</b>

Kundfordringar och Övriga fordringar klassificeras som "Kund- och lånefordringar". Likvida medel klassificeras som "Tillgångar som kan säljas". Skuld till kreditinstitut, Leverantörsskulder och Övriga skulder klassificeras som "Övriga finansiella skulder".

**KONCERNEN**

TILLGÅNGAR 131231	UTAN LÖPTID	< 3 MÅN	3-12 MÅN	1-5 ÅR	> 5 ÅR	TOTALT
Immat. anl.tillgångar	12.817	39	116	489	-	13.461
Mat. anl.tillgångar	1.046	-	-	-	-	1.046
Fin.anl.tillgångar	-	-	-	1.589	-	1.589
Varulager	-	3.969	2.000	-	-	5.969
Kundfordringar	-	14.383	-	-	-	14.383
Skattefordringar	-	213	-	-	-	213
Övriga fordringar	-	-	606	-	-	606
Interimsfordringar	-	2.845	1.176	2.453	-	6.474
Likvida medel	6.229	-	-	-	-	6.229
<b>Tillgångar</b>	<b>20.092</b>	<b>21.449</b>	<b>3.898</b>	<b>4.531</b>	<b>0</b>	<b>49.970</b>

SKULDER 131231	UTAN LÖPTID	< 3 MÅN	3-12 MÅN	1-5 ÅR	> 5 ÅR	TOTALT
Skuld till kreditinstitut	-	-	-	2.844	-	2.844
Skuld till kreditinstitut	-	6.208	1.073	-	-	7.281
Leverantörsskulder	-	6.854	-	-	-	6.854
Övriga skulder	-	2.321	-	-	-	2.321
Interimsskulder	-	9.235	-	-	-	9.235
Avsättningar för garantier	-	57	133	66	-	256
<b>Skulder</b>	<b>-</b>	<b>24.675</b>	<b>1.206</b>	<b>2.910</b>	<b>-</b>	<b>28.791</b>

TILLGÅNGAR 121231	UTAN LÖPTID	< 3 MÅN	3-12 MÅN	1-5 ÅR	> 5 ÅR	TOTALT
Immat. anl.tillgångar	12.648	-	-	-	-	12.648
Mat. anl.tillgångar	549	-	-	-	-	549
Fin.anl.tillgångar	-	-	-	1.589	-	1.589
Varulager	-	3.989	2.000	-	-	5.989
Kundfordringar	-	9.876	-	-	-	9.876
Övriga fordringar	-	521	2.000	-	-	2.521
Interimsfordringar	-	4.821	4.500	1.000	-	10.321
Likvida medel	11.551	-	-	-	-	11.551
<b>Tillgångar</b>	<b>24.748</b>	<b>19.207</b>	<b>8.500</b>	<b>2.589</b>	<b>0</b>	<b>55.044</b>

SKULDER 121231	UTAN LÖPTID	< 3 MÅN	3-12 MÅN	1-5 ÅR	> 5 ÅR	TOTALT
Skuld till kreditinstitut	-	-	-	625	-	625
Skuld till kreditinstitut	-	208	625	-	-	833
Leverantörsskulder	-	9.097	-	-	-	9.097
Övriga skulder	-	2.064	-	-	-	2.064
Interimsskulder	-	12.282	-	-	-	12.282
Avsättningar för garantier	-	70	156	110	-	336
<b>Skulder</b>	<b>-</b>	<b>23.721</b>	<b>781</b>	<b>735</b>	<b>-</b>	<b>25.237</b>

## MODERBOLAGET

TILLGÅNGAR 131231	UTAN LÖPTID	< 3 MÅN	3-12 MÅN	1-5 ÅR	> 5 ÅR	TOTALT
Immat. anl.tillgångar	5.927	39	116	489	-	6.571
Mat. anl.tillgångar	675	-	-	-	-	675
Fin.anl.tillgångar	24.772	-	-	1.300	-	26.072
Varulager	-	2.346	2.000	-	-	4.346
Kundfordringar	-	151	-	-	-	151
Skattefordringar	-	90	-	-	-	90
Fordringar hos koncernföretag	-	2.289	1.500	-	-	3.789
Övriga fordringar	-	-	137	-	-	137
Interimsfordringar	-	750	128	-	-	878
Likvida medel	2.922	-	-	-	-	2.922
<b>Tillgångar</b>	<b>34.296</b>	<b>5.665</b>	<b>3.881</b>	<b>1.789</b>	<b>-</b>	<b>45.631</b>

SKULDER 131231	UTAN LÖPTID	< 3 MÅN	3-12 MÅN	1-5 ÅR	> 5 ÅR	TOTALT
Skuld till kreditinstitut	-	-	-	2.844	-	2.844
Skuld till kreditinstitut	-	208	1.073	-	-	1.281
Leverantörsskulder	-	4.621	-	-	-	4.621
Övriga skulder	-	514	-	-	-	514
Interimsskulder	-	2.772	-	-	-	2.772
Avsättningar för garantier	-	57	133	66	-	256
<b>Skulder</b>	<b>-</b>	<b>8.172</b>	<b>1.206</b>	<b>2.910</b>	<b>-</b>	<b>12.288</b>

TILLGÅNGAR 121231	UTAN LÖPTID	< 3 MÅN	3-12 MÅN	1-5 ÅR	> 5 ÅR	TOTALT
Immat. anl.tillgångar	5.758	-	-	-	-	5.758
Mat. anl.tillgångar	183	-	-	-	-	183
Fin.anl.tillgångar	26.662	-	-	1.300	-	27.962
Varulager	-	2.128	2.000	-	-	4.128
Kundfordringar	-	98	-	-	-	98
Skattefordringar	-	103	-	-	-	103
Fordringar hos koncernföretag	-	1.583	1.000	-	-	2.583
Övriga fordringar	-	-	2.229	-	-	2.229
Interimsfordringar	-	849	300	-	-	1.149
Likvida medel	7.260	-	-	-	-	7.260
<b>Tillgångar</b>	<b>39.863</b>	<b>4.761</b>	<b>5.529</b>	<b>1.300</b>	<b>-</b>	<b>51.453</b>

SKULDER 121231	UTAN LÖPTID	< 3 MÅN	3-12 MÅN	1-5 ÅR	> 5 ÅR	TOTALT
Skuld till kreditinstitut	-	-	-	625	-	625
Skuld till kreditinstitut	-	208	625	-	-	833
Leverantörsskulder	-	3.770	-	-	-	3.770
Övriga skulder	-	604	-	-	-	604
Interimsskulder	-	2.625	-	-	-	2.625
Avsättningar för garantier	-	70	156	110	-	336
<b>Skulder</b>	<b>-</b>	<b>7.277</b>	<b>781</b>	<b>735</b>	<b>-</b>	<b>8.793</b>

**Valutakursrisk:** koncernens resultat påverkas av valutakursförändringar då största delen av hårdvaruinköpen sker i EUR och USD och försäljningen sker i SEK, DKK, NOK och EUR. För att minimera valutarisken terminssäkrar bolaget löpande sina kända nettoflöden i respektive utländsk valuta samt samtliga stora kundprojekt där så är möjligt. Under 2013 har inga väsentliga terminssäkringar skett. Resultatet påverkas också av valutakursförändringar när de utländska dotterbolagen omräknas till svenska kronor. Vidare påverkas koncernens totalresultat när tillgångar och skulder i de utländska dotterbolagen räknas om till svenska kronor.

**Nettotillgångar i utländsk valuta**

	131231		121231	
	VÄRDE I ANNAN VALUTA	BOKFÖRT VÄRDE (TSEK)	VÄRDE I ANNAN VALUTA	BOKFÖRT VÄRDE (TSEK)
USD	0	0	0	0
DKK	-55	-65	89	103
NOK	657	703	1.138	1.331
EUR	-50	-443	43	371
<b>Totalt</b>		<b>195</b>		<b>1.805</b>

**Påverkan på koncernens rörelseintäkter/rörelsekostnader av 1 % förändring av valutakursen på följande valutor (2013)**

	RÖRELSE-KOSTNADER	RÖRELSE-INTÄKTER	RÖRELSE-RESULTAT
USD	34	0	-34
DKK	27	15	-12
NOK	69	57	-12
EUR	184	98	-86

Ovanstående tabell visar negativ nettoeffekt av stigande USD-, EUR-, DKK- och NOK-kurs.

**Marknadsrisk:** Verksamheten påverkas av fluktuationer i marknadspriset på ingående komponenter, vilka till viss del styrs av den totala tillgången på världsmarknaden, och i vissa fall kan innebära att det finns en tillfällig brist.

**Likviditetsrisk:** Koncernen har per 2013-12-31 likvida medel uppgående till 6,2 MSEK. Utöver likvida medel finns en checkkredit med limit på 3,0 MSEK (utnyttjad med 0 MSEK per 131231) samt en factoringkredit med limit på 6,0 MSEK (utnyttjad med 6,0 MSEK per 131231).

**Kassaflödesrisk:** Kassaflödet är ojämnt beroende på när de stora projekten faktureras.

**Kreditrisk:** Koncernen handlar endast med kreditvärdiga motparter. Alla kunder som erhåller kredit måste genomgå kreditprövning. Avsättningar för osäkra kundfordringar har gjorts med 23 (35) TSEK under 2013. En hel del av kunderna köper koncernens produkter på leasing eller genom funktionshyra, vilket innebär att koncernen får in likviditet fortare än om kunderna fakturerats direkt.

**Koncentration av koncernens kreditrisk per bokslutsdagen**

	131231			121231		
	BELOPP	ANTAL KUNDER	% AV TOTALA ANTALET KUNDER	BELOPP	ANTAL KUNDER	% AV TOTALA ANTALET KUNDER
Exponering < 500 TSEK	11.947	196	99,5	9.033	247	99,6
Exponering 500-1.000 TSEK	0	0	0	843	1	0,4
Exponering 1.001-10.000 TSEK	2.436	1	0,5	0	0	0
Exponering > 10.000 TSEK	0	0	0	0	0	0
<b>Totalt</b>	<b>14.383</b>	<b>197</b>	<b>100</b>	<b>9.876</b>	<b>248</b>	<b>100</b>

**Åldersanalys på koncernens kundfordringar**

	131231	121231
Ej förfallna	12.828	8.174
Förfall < 30 dagar	1.335	1.262
Förfall 30-90 dagar	112	255
Förfall > 90 dagar	108	185
<b>Totalt</b>	<b>14.383</b>	<b>9.876</b>



NOT 33 – FÖRVÄRV OCH AVYTTRING AV DOTTERFÖRETAG

Sammanställning förvärv av dotterföretag - kassaflödesposter	KONCERNEN		MODERBOLAGET	
	2013	2012	2013	2012
ZetaDisplay Finland Oy	0	837	0	837

**Avyttring av dotterföretag**

ZetaDisplay AB (publ) sålde sitt dotterföretag Flygstaben Fastighets AB per 2012-12-18. Detta bolag äger i sin tur fastigheten Flygbasen 2 i Malmö. Köpeskillingen för aktierna uppgick till 8,9 MSEK, baserat på ett fastighetsvärde på 23 MSEK. ZetaDisplay AB (publ) tillfördes drygt 10,5 MSEK i likviditet i affären varav 6,7 MSEK av köpeskillingen samt en fordran på 1,6 MSEK som ZetaDisplay AB (publ) hade på Flygstaben Fastighets AB betalades i december 2012. Resterande del av köpeskillingen på 2,2 MSEK betalades ut med 0,2 MSEK under kvartal 2 2013 och 2,0 MSEK under kvartal 3 2013. Realisationsvinsten uppgick till 8,8 MSEK i moderbolaget och 4,9 MSEK i koncernen.

NOT 34 – TVISTER OCH KONFLIKTER

ZetaDisplay AB (publ) är inte part i någon tvist, rättegång eller skiljeförfarande som skulle kunna påverka bolagets ekonomiska ställning i någon väsentlig grad.

ZetaDisplay AB (publ) är ett svenskt, publikt aktiebolag med säte i Malmö kommun, Skåne län. Företagets kontor finns i Malmö och har adress: Höjrodergatan 21, SE-212 39 Malmö

Undertecknade försäkrar att koncern- och årsredovisningen har upprättats i enlighet med internationella redovisningsstandarder IFRS, sådana de antagits av EU, respektive god redovisningssed och ger en rättvisande bild av koncernens och moderbolagets ställning och resultat, samt att förvaltningsberättelsen ger en rättvisande översikt över utvecklingen av koncernens och moderbolagets verksamhet, ställning och resultat samt beskriver väsentliga risker och osäkerhetsfaktorer som moderbolaget och de företag som ingår i koncernen står inför.

Malmö 2014-04-24

*Leif Liljebrunn*  
verkställande direktör

*Mats Johansson*  
styrelseordförande

*Anders Moberg*  
styrelseledamot

*Martin Gullberg*  
styrelseledamot

*Mats Leander*  
styrelseledamot

*Ingrid Jonasson Blank*  
styrelseledamot

Vår revisionsberättelse har lämnats den 24 april 2014.

Ernst & Young AB

*Thomas Anvelid*  
Auktoriserad revisor

TILL ÅRSSTÄMMAN I ZETADISPLAY AB (PUBL)

Org nr 556603-4434

## Rapport om årsredovisningen och koncernredovisningen

Vi har reviderat årsredovisningen och koncernredovisningen för ZetaDisplay AB (publ) för år 2013. Bolagets årsredovisning och koncernredovisning ingår i den tryckta versionen av detta dokument på sidorna 26-66.

*Styrelsens och verkställande direktörens ansvar för årsredovisningen och koncernredovisningen*

Det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för att upprätta en årsredovisning som ger en rättvisande bild enligt årsredovisningslagen och koncernredovisning som ger en rättvisande bild enligt International Financial Reporting Standards, såsom de antagits av EU, och årsredovisningslagen, och för den interna kontroll som styrelsen och verkställande direktören bedömer är nödvändig för att upprätta en årsredovisning och koncernredovisning som inte innehåller väsentliga felaktigheter, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel.

*Revisorns ansvar*

Vårt ansvar är att uttala oss om årsredovisningen och koncernredovisningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige. Dessa standarder kräver att vi följer yrkesetiska krav samt planerar och utför revisionen för att uppnå rimlig säkerhet så att årsredovisningen och koncernredovisningen inte innehåller väsentliga felaktigheter.

En revision innefattar att genom olika åtgärder inhämta revisionsbevis om belopp och annan information i årsredovisningen och koncernredovisningen. Revisorn väljer vilka åtgärder som ska utföras, bland annat genom att bedöma riskerna för väsentliga felaktigheter i årsredovisningen och koncernredovisningen, vare sig dessa beror på oegentligheter eller på fel. Vid denna riskbedömning beaktar revisorn de delar av den interna kontrollen som är relevanta för hur bolaget upprättar årsredovisningen och koncernredovisningen för att ge en rättvisande bild i syfte att utforma granskningsåtgärder som är ändamålsenliga med hänsyn till omständigheterna, men inte i syfte att göra ett uttalande om effektiviteten i bolagets interna kontroll. En revision innefattar också en utvärdering av ändamålsenligheten i de redovisningsprinciper som har använts och av rimligheten i styrelsens och verkställande direktörens uppskattningar i redovisningen, liksom en utvärdering av den övergripande presentationen i årsredovisningen och koncernredovisningen.

Vi anser att de revisionsbevis som inhämtats är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

*Uttalanden*

Enligt vår uppfattning har årsredovisningen upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av moderbolagets finansiella ställning per den 31 december 2013 och av dess finansiella resultat och kassaflöden för året enligt årsredovisningslagen och koncernredovisningen

har upprättats i enlighet med årsredovisningslagen och ger en i alla väsentliga avseenden rättvisande bild av koncernens finansiella ställning per den 31 december 2013 och av dess finansiella resultat och kassaflöden för året enligt International Financial Reporting Standards, såsom de antagits av EU, och årsredovisningslagen. Förvaltningsberättelsen är förenlig med årsredovisningslagen och koncernredovisningens övriga delar.

Vi tillstyrker därför att årsstämman fastställer resultaträkningen och balansräkningen för moderbolaget och för koncernen.

## Rapport om andra krav enligt lagar och andra författningar

Utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen har vi även reviderat förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust samt styrelsens och verkställande direktörens förvaltning för ZetaDisplay AB (publ) för år 2013.

*Styrelsens och verkställande direktörens ansvar*

Det är styrelsen som har ansvaret för förslaget till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust, och det är styrelsen och verkställande direktören som har ansvaret för förvaltningen enligt aktiebolagslagen.

*Revisorns ansvar*

Vårt ansvar är att med rimlig säkerhet uttala oss om förslaget till dispositioner av bolagets vinst eller förlust och om förvaltningen på grundval av vår revision. Vi har utfört revisionen enligt god revisionssed i Sverige.

Som underlag för vårt uttalande om styrelsens förslag till dispositioner beträffande bolagets vinst eller förlust har vi granskat om förslaget är förenligt med aktiebolagslagen. Som underlag för vårt uttalande om ansvarsfrihet har vi utöver vår revision av årsredovisningen och koncernredovisningen granskat väsentliga beslut, åtgärder och förhållanden i bolaget för att kunna bedöma om någon styrelseledamot eller verkställande direktören är ersättningskyldig mot bolaget. Vi har även granskat om någon styrelseledamot eller verkställande direktören på annat sätt har handlat i strid med aktiebolagslagen, årsredovisningslagen eller bolagsordningen.

Vi anser att de revisionsbevis som inhämtats är tillräckliga och ändamålsenliga som grund för våra uttalanden.

*Uttalanden*

Vi tillstyrker att årsstämman disponerar vinsten enligt förslaget i förvaltningsberättelsen och beviljar styrelsens ledamöter och verkställande direktören ansvarsfrihet för räkenskapsåret.

Malmö den 24 april 2014

Ernst & Young AB

*Thomas Anvelid*

AUKTORISERAD REVISOR



#### ZetaDisplay AB (publ)

Höjrodergatan 21  
212 39 Malmö  
Sweden

E-mail: [info@zetadisplay.com](mailto:info@zetadisplay.com)  
Tel: +46 40-28 68 30

#### ZetaDisplay Sweden

Gustavslundsvägen 143  
167 51 Bromma  
Sweden

E-mail: [sweden@zetadisplay.com](mailto:sweden@zetadisplay.com)  
Tel: +46 8-24 63 30

#### ZetaDisplay Denmark

Hersegade 20  
4000 Roskilde  
Denmark

E-mail: [denmark@zetadisplay.com](mailto:denmark@zetadisplay.com)  
Tel: +45 53-53 65 66

#### ZetaDisplay Norway

Nesbruveien 75  
1394 Nesbru  
Norway

E-mail: [norway@zetadisplay.com](mailto:norway@zetadisplay.com)  
Tel: +47 91-62 61 06

#### ZetaDisplay Finland

Karvaamokuja 3  
FI-00380 Helsinki  
Finland

E-mail: [finland@zetadisplay.com](mailto:finland@zetadisplay.com)  
Tel: +358 40-575 08 88

#### ZetaDisplay Benelux

Bezuidenhoutseweg 1  
2594 AB, Den Haag  
The Netherlands

E-mail: [benelux@zetadisplay.com](mailto:benelux@zetadisplay.com)  
Tel: +31 634 662 763

#### ZetaDisplay Baltikum

Uus Sadama 21  
10120 Tallinn  
Estonia

E-mail: [baltics@zetadisplay.com](mailto:baltics@zetadisplay.com)  
Tel: +372 5022023



**Zeta**Display®