



TracTechnology

Öppnar livsmedelskedjor och
möjliggör hållbarare affärer

Innehåll

Problem och lösning	2
Marknadens storlek	2
Go-to-market strategy	3
Omvärldsanalys	3
Tjänsten	4
Traction – fäste i marknaden	5
Affärsmodell	5
Finansiell prognos	5
Risker och möjligheter	6
Rest kapital och användning av medel	8
Erbjudande till investerare	8
Andra aktieägare	8
Viktig information till aktieägare	9
Hur tecknar man sig utan teckningsrätter	9
Teamet	10
VD har ordet	11



Problem och lösning

Livsmedelskedjan består av flera led av aktörer från produktion till konsumtion. I slutändan kontrollerar stora aktörer vad som exponeras för konsumenterna och hur. Det är en stor utmaning för nya och växande producenter att synas med sitt erbjudande. För konsumenter är de många leden ett stort hinder för transparens och hållbara val. De många leden mellan producent och konsument fördyrar varan för konsument och påverkar lönsamheten negativt för producenten.

TracTechnology förändrar detta genom att erbjuda en plattform som gör livsmedelskedjan transparent och sökbar.

Vi synliggör producenter för konsumenten och underlättar medvetna val utan att göra påslag på priset. Vår vision är att skapa öppna och hållbara värdekedjor.

Vi ger producenter synlighet och konsumenter kraft att göra hållbara val genom mer kunskap om matens ursprung. TracTechnology bygger den ledande söklplattformen för lokal mat och dryck.

TracTechnologys lösning:

Ökad försäljning för
producenter genom
ökad synlighet

Enkel att använda och
låg kostnad

Lätt för konsumenter att
välja hållbart

Marknadens storlek

Idag:

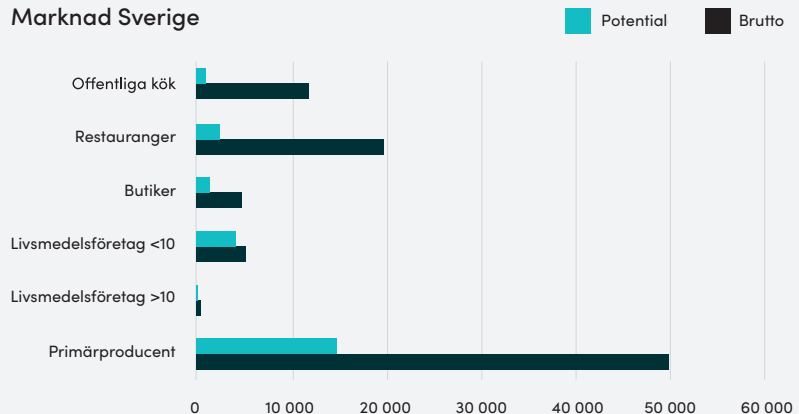
Dagligvaruhandel, gårdsbutiker, restauranger, livsmedelsföretag, primärproducenter, offentliga kök och livsmedelsindustrier i Sverige.

Om 3-5 år:

Liknande kunder i Danmark, Norge, Finland. Större livsmedelsföretag – produktutveckling med mer avancerade tekniska tjänster behövs.

Målsättningen är att konvertera >30% av företagen i ovan kategorier till betalande kunder.

Marknad Sverige



Go-to-market strategy

TracTechnology arbetar intensivt med att rekrytera väl utvalda ambassadörer för plattformen. Ambassadörer som har hållbarhet som en del av sin affärsidé, breda nätverk och driver på för att få hela sin värdekedja att visa spårbarhet. Pilotkunderna kan ge oss stöd i försäljningen, verifiera nyttan och hjälpa till att finjustera värdeerbjudandet.

TracTechnology har attraherat ett starkt team av konsulter med breda kontaktnät inom den svenska livsmedelsbranschen som kan stötta i urval av rätt ambassadörer. Exempel på utvalda ambassadörer är matbutiker med stort sortiment av närproducerade varor eller restauranger som byggt sitt varumärke på ekologisk och närodlad mat.

Strategiska samarbeten kommer att kombineras med digital och tryckt annonsering i branschmedia för utvalda kundsegment, samt PR och sociala medier. Deltagande på lämpliga mötesplatser för branschen används för att aktivera nätverk och väcka uppmärksamhet för tjänsten. Digitala möten och demovisningar av tjänster kompletterar för att öka konverteringsgraden.

Varumärket kommer att ses över och anpassas för internationell expansion.

2025: Automatiserad och digitaliserad marknadsbearbetning baseras på kontaktinformation till potentiella kunder redan upplagda i tjänsten. Det sista steget i att bli en betalande användare underlättas med stöd i lösningar kopplade till artificiell intelligens (AI). Till exempel kommer nätverket till en nyrekryterad kund att kontaktas när den har fått en ny koppling till en butik eller restaurang. Vi kommer att bygga en digitaliserad betalningslösning under 2025 så att alla steg i försäljningsarbetet på sikt kan digitaliseras.

2026-2027: Expansion till nordiska länder. Här krävs översättning av tjänsten, marknadsföringsmaterial och betalningslösningar. I dagsläget planerar vi för AI-lösningar för detta. Det finns en naturlig potential att nyttja våra svenska kunders kontaktnät och följa deras värdekedjor och kontakter in i till övriga nordiska länder.

till mognadsgrad och engagemang från både konsumenter och företag. Vi ser fortfarande överkapitaliserade och väl fonderade alternativ som inte kommer i mål. Våra konkurrenter arbetar mot några få stora kunder och säljer avancerade och dyra lösningar.

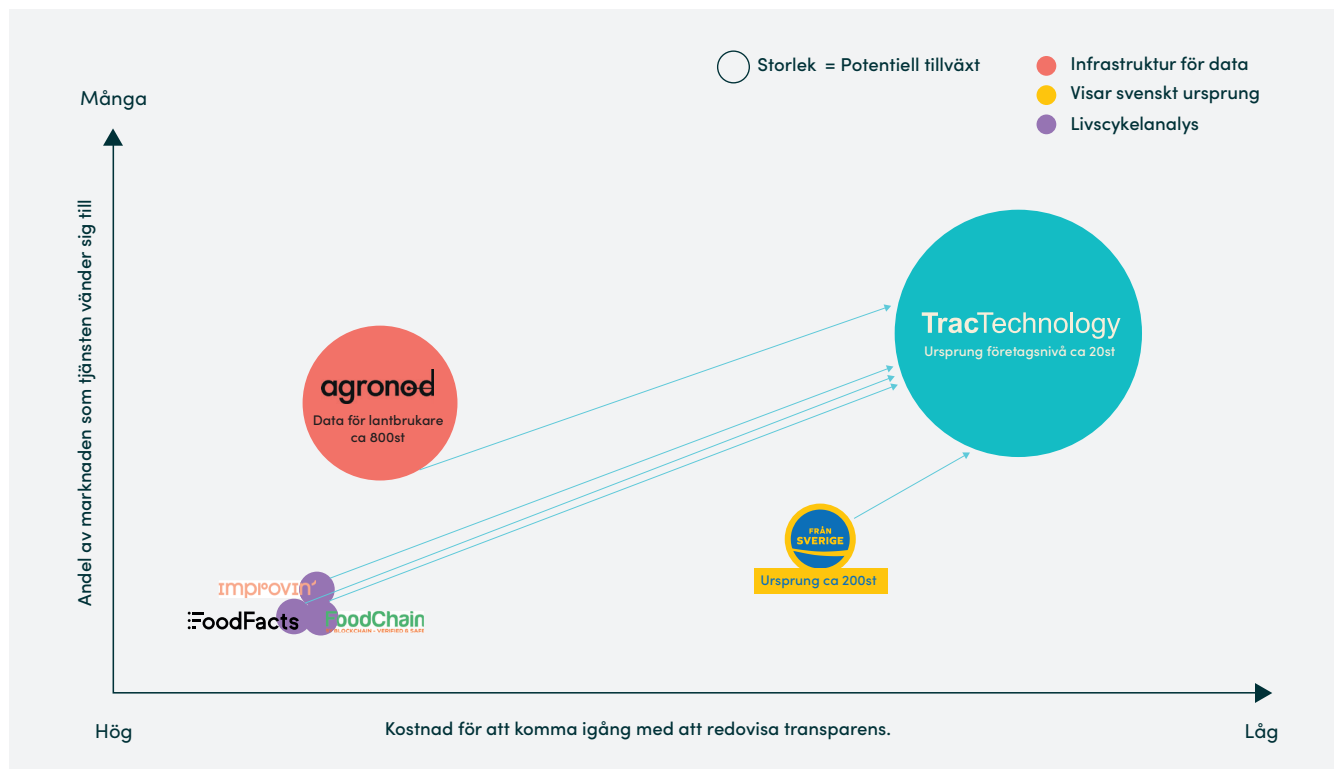
TracTechnology har därför, baserat på sina erfarenheter från blockchain, omvärderat val av teknik och utvecklat plattformen TracTechnology. En plattform som är enkel att etablera och till en låg kostnad gör livsmedelskedjorna transparenta och sökbara. Plattformen kommer att möjliggöra en stor kundbas som i förlängningen gör det enklare att addera mer avancerade tjänster i takt med marknaden och i samarbete med kunderna.

Vi ser också flera samarbetsmöjligheter med närliggande företag som Agronod, FoodFacts, Svensk märkning AB/Från Sverige och Sigill Kvalitetssystem. Vi kan addera ytterligare en nivå på transparens till deras affär och i framtiden erbjuda konsumenterna ytterligare värdeskapande information.

Omvärldsanalys

För att lösa spårbarhetsutmaningen har många aktörer, inklusive vi själva, försökt ta alldeles för stora grepp i förhållande

Omvärldsanalys



Tjänsten

Plattformen TracTechnology

Plattformen är molnbaserad och kräver inte någon it-integration i kundens miljö. Den är idag, oss veterligen, det enda alternativet som ger livsmedelskedjan möjlighet att söka leverantörer samtidigt som den ger livsmedelskedjan transparens. Den är byggd med tanke på den stora marknaden av primärproducenter, restauranger och matbutiker som finns på den svenska och internationella marknaden och ska hjälpa dem att både leva upp till legala krav på ursprungsmärkning och spårbarhet samt hjälpa de som gör hållbara val i sin verksamhet att visa det.

Konsumenten efterfrågar transparens

Öppenhet och ursprung har blivit en allt viktigare, fråga, som drivs av en vilja att göra mer klimatsmarta val, där lokal produktion med korta transporter är en drivkraft. Konsumenten vill ha möjlighet att ta aktiva beslut om vad de stoppar i munnen

En tydlig konsumenttrend är ökad efterfrågan på varumärken som ger en känsla av äkthet och öppenhet. Detta är extra viktigt för att locka förstagångsköpare, enligt Forbes.¹

Även politiskt drivs frågan om ursprung. Svenska regeringen driver på krav på ursprungsmärkning av kött på restaurang redan i år.² Flera initiativ är på gång inom EU, t.ex. det så kallade "Frukostdirektivet" som ställer krav på ursprung för vissa råvaror.³

Trenden har lett till att märkningen från Sverige har fått stort genomslag på den svenska marknaden. Även våra grannländer ser liknande utveckling.⁴

81% av konsumenter anser att transparens är viktigt eller mycket viktigt, när de handlar mat, enligt Nielsen IQ.⁵

Konsumenten efterfrågar insyn, korrekt och lättillgänglig information, men ofta räcker det att företaget ger en känsla av öppenhet och att de vågar visa upp var maten kommer ifrån, för att konsumenten ska få ökat förtroende.

Internationell expansion

Sökplattformen TracTechnology expanderar till marknader utanför Sverige genom att följa våra kunders internationella värdekedjor. Behovet av att visa upp vilka hållbara val man som butik, restaurang eller livsmedelsföretag har gjort, är inte unikt för Sverige. Här finns en möjlighet att följa värdekedjorna hos våra etablerade kunder in till nya marknader.

Eftersom vår målsättning är att använda oss av nätverksförsäljning (nå nya kunder via våra kunder) och att digitalisera hela anslutningsprocessen kommer en internationell expansion kunna ske organiskt och utan uppstart av lokala bolag och anställning av lokal personal.

Bolaget kommer först att fokusera på etableringen på den svenska marknaden för att lansera en sömlös kundresa och säkerställa kvaliteten på tjänsten.

Framtida teknisk innovation

Med TracTechnologys breda förankring på marknaden, med den sökbara plattformen, är vi väl positionerade för att utveckla fler och mer avancerade tjänster tillsammans med våra kunder. Till exempel kommer TracTechnology att vara positionerade att lösa utmaningarna med **digitala produktpass** om och när det blir aktuellt för livsmedelsbranschen.

En framtida möjlighet är att stötta större livsmedelsindustrier vid **återkallelser** av produkter. Utmaningar vid kontaminering av livsmedelsprodukter, som till exempel salmonellasmitta i äggproduktion, leder till oprecisa återtag av stora volymer vid misstänkt smitta. I förlängningen kan TracTechnology underlätta för livsmedelsföretagen genom unika QR koder på varje förpackning och kopplingar till hela kedjan via den redan etablerade sökpattformen. Tjänsten har då stor potential att underlätta arbetet, minska tidsåtgång, kostnader och matsvinn.



"Det finns enormt många fina producenter och gårdsbutiker där ute. Närvaror gör det lätt för konsumenten att förstå varifrån maten kommer. På ett oerhört prisvärt sätt"

Gustav Dellback, CEO & Founder för den digitala grossisten Dellback

Fotnoter:

¹<https://www.forbes.com/sites/katevitasek/2024/04/03/4-of-the-biggest-benefits-of-transparency-when-dealing-with-first-time-customers/?sh=2875a55b1480>

²<https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2024/04/restauranger-ska-informera-konsumenter-om-kottets-ursprungsland>

³<https://www.consilium.europa.eu/sv/press/press-releases/2024/04/29/council-adopts-revised-breakfast-directives-to-strengthen-marketing-standards-and-improve-consumer-information>

⁴<https://branschinfo-kott.se/aktuellt/foodtrends>

⁵<https://nielseniq.com/global/en/insights/report/2022/transparency-in-an-evolving-omnichannel-world>

Traction – fäste i marknaden

Plattformen växer kontinuerligt genom noga utvalda kunder som agerar som ambassadörer och har hjälpt oss både med de sista stegen i utvecklingen av tjänsten och i marknadsföringen. Tjänsten är kostnadsfri idag, men konverteras successivt till betalande kunder från september 2024.

Affärsmodell

För att göra det enkelt och skalbart har TracTechnology valt att marknadsföra sig som en prenumerationstjänst som startar med en freemium-tanke. Vi laddar plattformen med namn och adresser till relevanta företag vilket gör att när någon i kedjan väljer att visa sina val så finns leverantörerna redan med.

För att bli upplyst och klickbar behöver leverantören ansluta sig till en låg månadsavgift. Tilläggstjänster finns i premiumpaket av olika storlekar. Tröskeln för att prenumerera ska vara låg och utan bindningstid.

Livsmedelsproducenter betalar 99 kr i månaden och restaurang och handel 250 kr per månad. I den finansiella prognosen har ett genomsnittspris tillämpats om 148 kronor.

Finansiell prognos

Företagets plattform har hög skalbarhet med små intäkter per användare och månad vilket förutsätter ett stort antal användare för att nå lönsamhet. Tack vare en resurseffektiv organisation och att stora utvecklingskostnader redan tagits kan break-even nås redan vid **7.609 användare i slutet av 2026**.

Intäkter

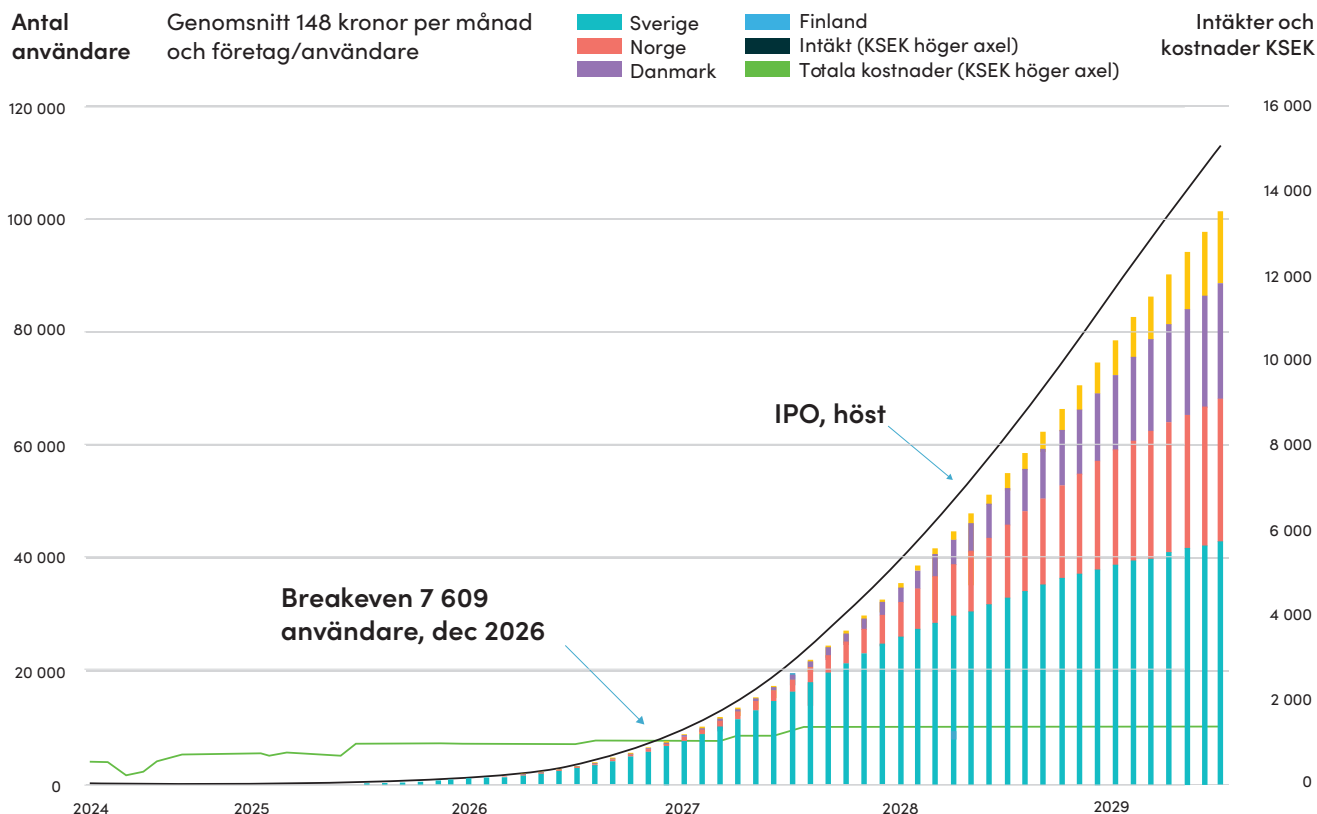
För amassadörskunder rabatteras licenskostnaden fram till en i kontraktet angiven tidpunkt när tjänsten börjar faktureras. De första kontrakten börjar faktureras från september 2024. I prognosen är det antaget att intäkterna börjar öka i mars 2025. Under 2024 och i början av 2025 är tillväxten beroende av hög grad fysisk försäljningsaktivitet och stor omsorg vid onboarding av kunder för att grunda för hög kundnöjdhet.

Under 2025 kommer digital försäljning och onboarding att få ökad betydelse och stötts med digital marknadsföring. Det grundar för att antalet användare under 2026 ökar kraftigt.

Kostnader

Företagets kostnader utgörs huvudsakligen av personal. Idag är VD den enda anställda personalen och övriga tjänster bygger på konsultlösningar. Ersättningar till konsulter innehåller i de flesta fall en kombination av monetär ersättning och betalning i aktier. Avsikten är att konsultlösningar kommer att ersättas med anställda medarbetare på strategiska poster. Företagets totala kostnader kommer successivt att öka med inriktning på marknadsföring, försäljning och utveckling.

Antal användare, totala intäkter, kostnader och breakeven



Det positiva kassaflödet från början av 2027 öppnar för strategiska satsningar på nya marknader och tjänster.



"Jag jobbar mycket med lokala varor och har tidigare efterlyst hjälpmedel för att kunna berätta mer om de lokala produkter jag har. Det kan jag göra nu med hjälp av Närvaror – en enkel och smidig prenumerationstjänst för bara 250 kr i månaden.

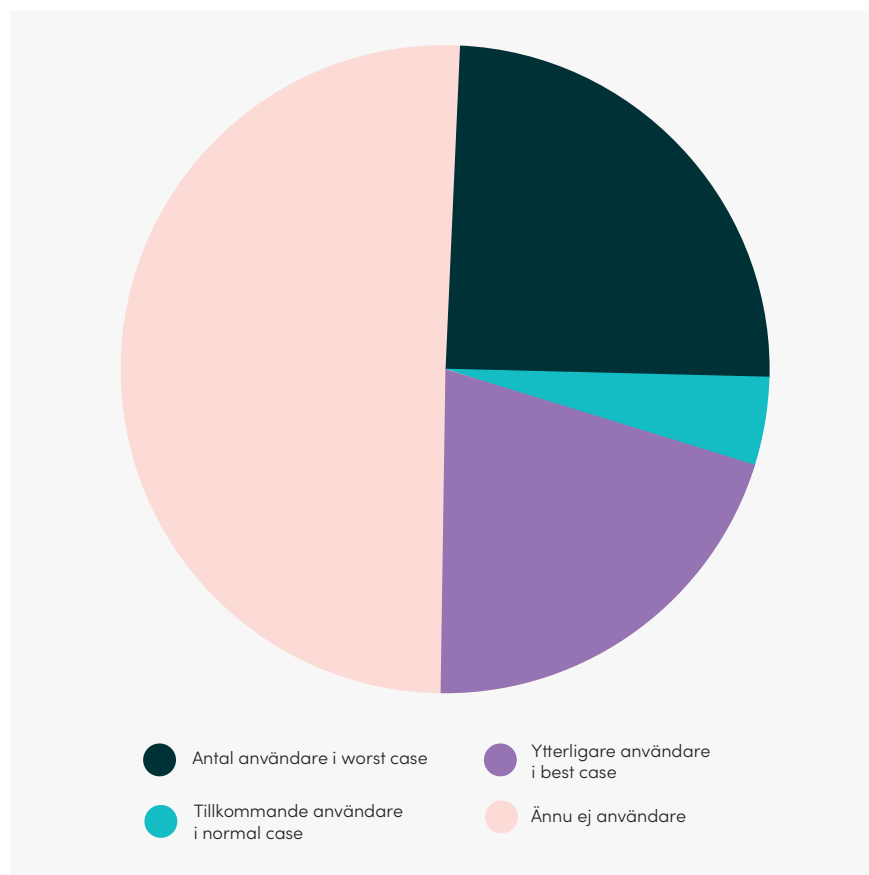
Mattias Liljegren, VD och ägare till ICA Götes Allköp i Brösarp

Risker och möjligheter

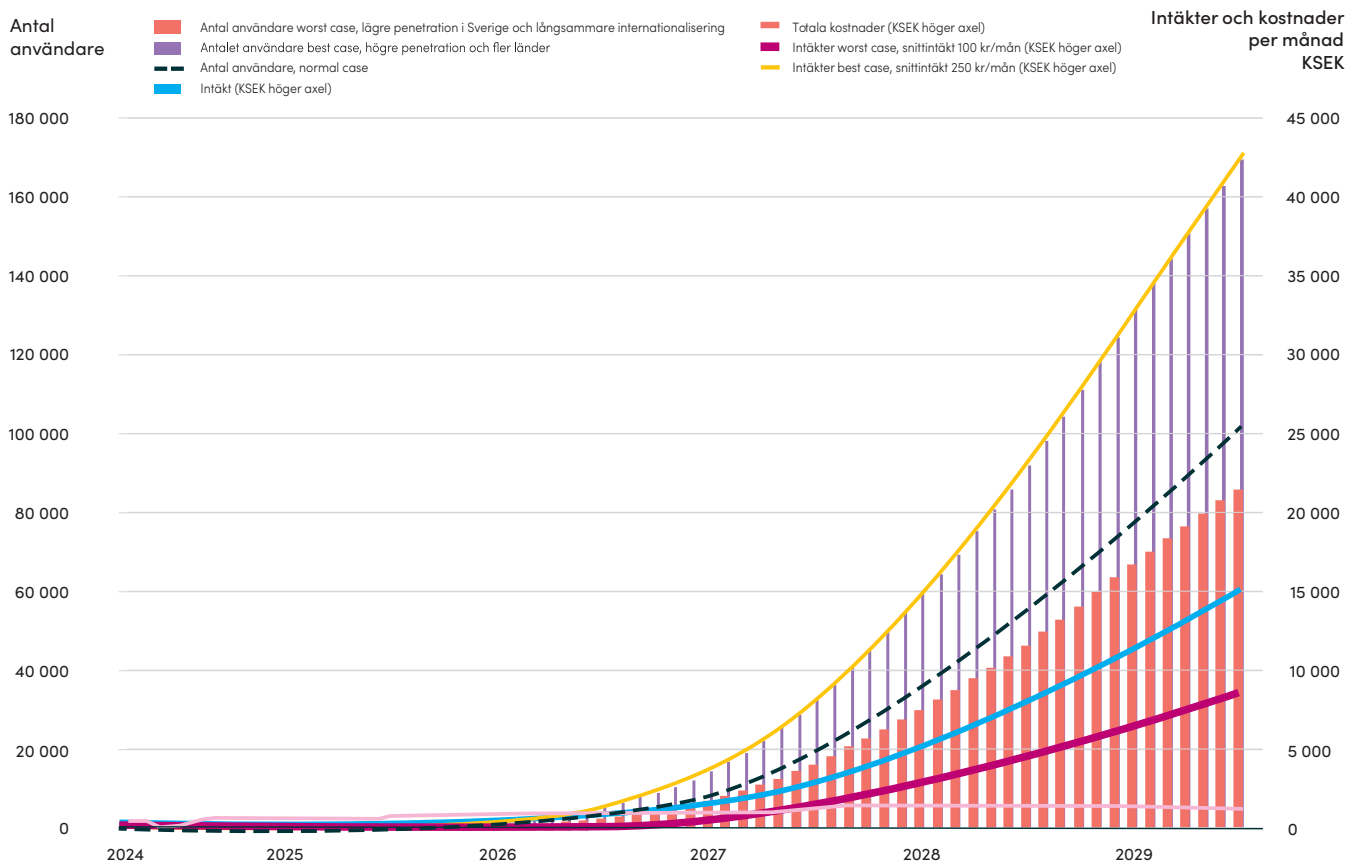
Den största risken för bolaget i dagsläget är förseningar i utrullning av tjänsten. Mycket kraft läggs därför på onboarding av kunder. Det är också viktigt att tekniken för att kunna automatisera och digitalisera onboarding kommer på plats under 2025 för att kunna skala upp försäljningen. I ett "worst case" räknar vi med lägre utrullningstakt och ett lägre genomsnittspris, vilket förskjuter break even med ca 6 månader och ca 3 Mkr i kapitalbehov. Rest kapital bedöms kunna finansiera worst case.

Bedömningen är att potentialen är betydligt större än "normal case". Ett "best case"-scenario har nästan inga gränser uppåt, och bygger på en snabbare penetration av marknaden och att kunders värdekedjor öppnar utländska marknader i snabbare takt. Även ett högre genomsnittsköp har antagits baserat på att nya mer avancerade tekniska tjänster kunnat rullas ut.

Marknadspenetration på den nordiska marknaden juli 2028



I grafen redovisas utvecklingen för tre olika scenarios, Best case, Normal case och Worst case.



"Med hjälp av QR-koden blir det tydligt för våra kunder att se ursprunget för maten vi erbjuder i våra matkassar. Lokala produkter ökar i värde med denna lösning och en eventuell merkostnad på grund av småskaligheten blir mer förståelig för konsumenten."

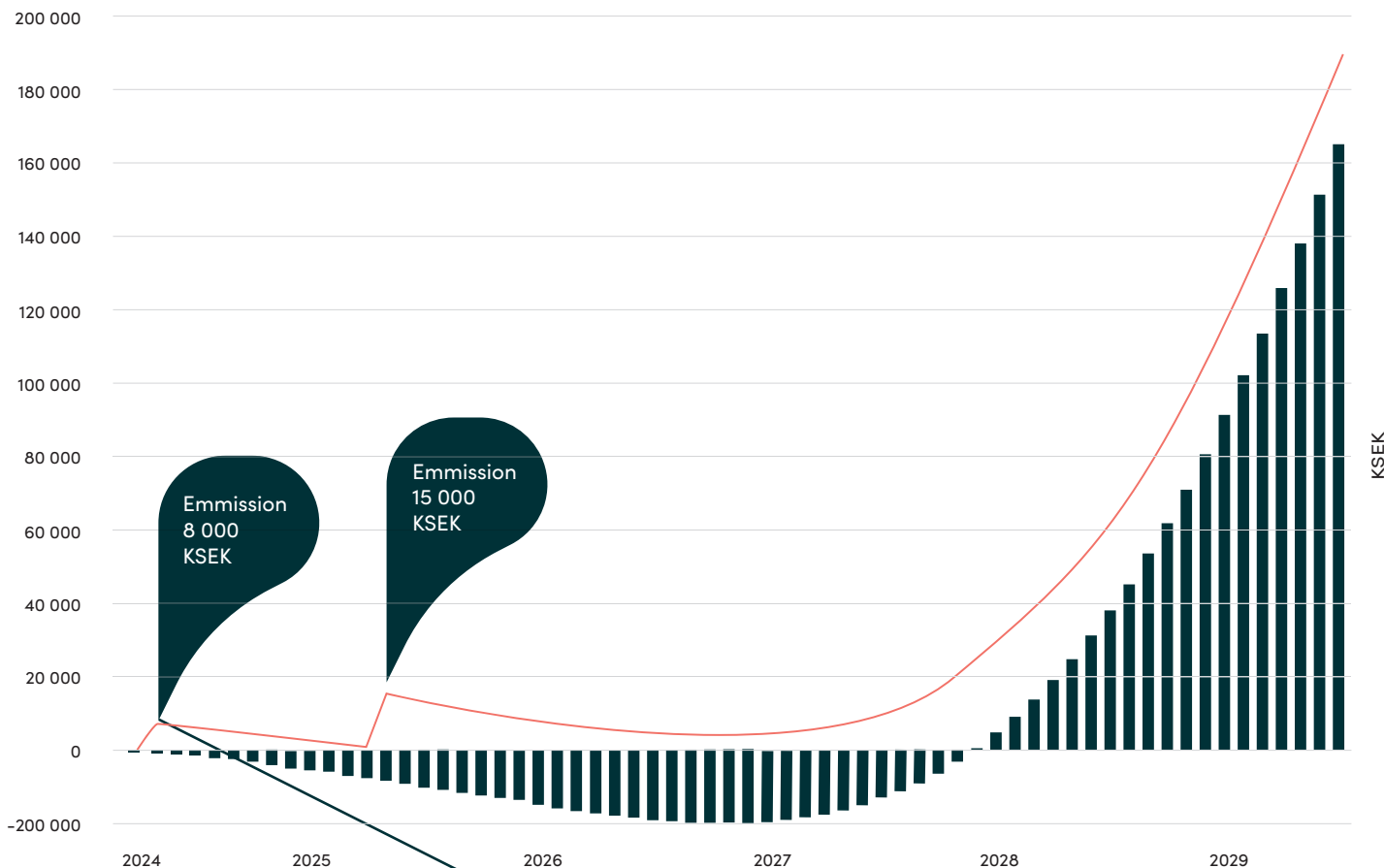
*Magnus Paulsson,
VD på matkasseföretaget
Mat & Ro*

Rest kapital och användning av medel

Trac Technology reser 23 MSEK fördelat på två emissioner om 8 MSEK 2024 och 15 MSEK våren 2025. **I den första emissionen garanterar huvudägaren 3 MSEK.**

Finansiell prognos april 2024 till juli 2029

— Ack kassaflöde ink emission
■ Ack kassaflöde



Digital onboarding och betalningslösning

För att skapa en sömlös kundresa krävs digitalisering och utveckling med stöd av AI.

Automatiserad försäljning

För att skala upp verksamheten effektivt krävs automatisering av försäljningen inne i plattformen.

Snabb marknadsexpansion med omfattande marknadsföring

Säkerställa en snabb etablering i den svenska livsmedelsbranschen genom omfattande marknadsföringsinsatser.

Erbjudande till investerare

Avstämningsdag	30/5
Teckningstid	3-17/6 2024
Pris	30 öre/aktie
Volym max	26 502 841
Villkor	1:8

Teckningssedel och fullständiga villkor finns på www.tractechnology.se

Andra aktieägare

TracTechnology AB är publikt och har ca 1.000 aktieägare fördelat på 212.022.728 aktier. Huvudägarna kontrollerar tillsammans med personalen 113.746.369 aktier eller ca 54%. Därutöver finns optioner på ytterligare 18.850.915 aktier för huvudägarkretsen och personalen.

Viktig information till aktieägare

Möjlighet att teckna aktier utan teckningsrätter

Till alla nuvarande och potentiella aktieägare,

Det går utmärkt att teckna sig för nya aktier utan att inneha teckningsrätter. Detta gäller för både nuvarande aktieägare och nya investerare som är intresserade av att delta i vår pågående nyemission.

Förtur för befintliga aktieägare

Befintliga aktieägare har förtur att teckna nya aktier innan de erbjuds till övriga investerare. Detta innebär att som befintlig aktieägare har du möjlighet att teckna fler aktier än dina tilldelade teckningsrätter.

Hur tecknar man sig utan teckningsrätter?

För att teckna aktier utan teckningsrätter, vänligen följ dessa steg:

- Fyll i Anmälningssedeln som finns på www.tractechnology.se
En anmälningssedel för teckning utan teckningsrätter finns på www.tractechnology.se
- Skicka In Anmälningssedeln: Anmälningssedeln måste vara Eminova tillhanda senast 2024-06-17.
Den kan skickas per post till Eminova Fondkommission AB, Biblioteksgatan 3, 3tr, 111 46 Stockholm eller via e-post till info@eminova.se
Anmälan via BankId går bra att göra här: <https://eminova.se/uppdrag/tractechnology2024/>
Länk finns även på www.tractechnology.se
- Betalning: Besked om tilldelning av aktier lämnas genom översändande av en avräkningsnota. Betalning ska erläggas till bankgiro enligt instruktion på avräkningsnotan och dras aldrig från angivet VP-konto eller depå.

Vi hoppas att ni finner denna möjlighet intressant och ser fram emot ert deltagande i vår nyemission. Om ni har några frågor eller behöver ytterligare information, tveka inte att kontakta Niclas på 073 422 26 90 eller niclas.lindgren@tractechnology.se

"TracTechnologys plattform visar tydligt var våra råvaror kommer ifrån och vi lyfter med stolthet de lokala småproducenterna runt om oss.

Lokala råvaror har nog varit en framgångsfaktor för oss, det gör oss lite unika"

*Katrine & Stefan
Ägare Hvita Hjorten, Läckö Slott*



Teamet

Bolaget har knutit till sig specialkompetens genom att anlita kunniga och välförankrade konsulter. Det ger stor flexibilitet i fokus och arbetstid. Roller kommer att bemannas in-house i takt med att bolaget växer. I nuläget är CEO heltidsanställd och nästa position som ska rekryteras är en CTO. Ersättningar till nyckelpersoner utgör en kombination av kontanter och optionsprogram.



Niclas Lindgren
CEO ledamot

100% april 2021–

Mångårig erfarenhet av att driva och utveckla lönsamhet i ett flertal livsmedelsindustrier, vilket ger unika förmågor att se och förstå sambandet mellan den mindre livsmedelsframställarens behov och utmaningar. Min erfarenhet av att driva lönsam livsmedelsindustri har lärt mig att lösningar måste vara enkla och kostnadseffektiva.



Annica Hansson Borg
QES

50% februari 2022– Konsult

Konsult inom livsmedelssäkerhet med flerårig erfarenhet av kvalitetsledning, miljö- och hållbarhetsstrategiarbete samt livsmedelskunskap inom dagligvaruhandel och kommun. "Annicas förmåga att alltid jobba med trovärdighet och livsmedelsersfarenhet är en viktig framgångsfaktor när vi jobbar mot större kunder."



Eddie Freij
COO ledamot

25% april 2021–

Mångårig erfarenhet av bolagsbyggande och affärsutveckling inom digitala tjänster och investeringar. Affärsmannaskap är en röd tråd som löpt genom karriären, med en förmåga att omvandla lösningar till affärsnytta. Eddie är en serieentreprenör med flera utmärkelser. Bland annat DI-Gasell tre år i rad och Superföretag.



Anthony Mulot
CTO

25% april 2021–

Erfaren produktägare anställd av Softwerk inom mjukvaruutveckling med bakgrund inom försäljning och affärsutveckling. Anthonys förmåga att konvertera verkliga behov från kunder till en digital lösning är unik. För plattformsutvecklingen leder Anthony ett team på 1-3 personer som har anpassats efter den agila utvecklingen. "Det är viktigt att TracTechnology jobbar långsiktigt med en stabil plattform som vi tillsammans med våra kunder kan justera och vidareutveckla. Fokus på användarvänlighet och en låg tröskel för att konvertera nya kunder är alltid i centrum."



Andreas Karlsson
CD

25% maj 2022 Konsult

Med sitt delägda prisbelönade företag ADDI levererar Andreas professionellt designmaterial. Med fokus på syfte och mål tar Andreas fram marknadsmaterial som skapar en tydlig och enkel bild av TracTechnologys mission.



Josefin Kilberg
CCD

25% maj 2024 Konsult

Hållbarhetskommunikatör och kommunikationsstrateg med en agronomexamen i bakfickan. Brinner för att skapa förändring inom de stora miljöutmaningarna i matproduktionen. 15+ erfarenhet som kommunikationsansvarig inom livsmedelsbranschen närmast från Svenskt Sigill.



Patrik Rehn

feb 2024–

Affärscoach och matsystemagent. Med en bakgrund som revisor, CFO och olika ledarroller inom tjänstesektorn har Patrik en bred palett av erfarenheter att luta sig mot i rollen som nyvald styrelseordförande. "Framtiden innehåller stora möjligheter för den som kan adressera hållbarhetsutmaningar genom att förbättra hur livsmedelskedjan fungerar och det gör TracTechnology."



Ulrika Bromander
Advisor ledamot

maj 2021 Konsult

Affärsrådgivare med specialitet nykundsbearbetning och skalbar försäljning. Med mångårig erfarenhet av försäljning av IT och molnbaserade lösningar, bland annat från IBM, över ett decennium som VD för systemintegratörer och nu verksam som försäljningsansvarig tillverkande industri på Capgemini Engineering, har Ulrika en bred erfarenhet av digital transformation, paketering och nya affärsmodeller.



VD har ordet

"TracTechnology har tidigare investerat 120,5 miljoner kr i blockchain eller blockkedjeteknik och känner oss väldigt övertygade om att det inte är lösningen på spårbarhetsutmaningen. Min erfarenhet från SME-företag i livsmedelsbranschen säger mig att kunderna saknar resurser och kunskap. Vi kan bara motivera dem genom att erbjuda riktigt låga trösklar för att ansluta sig. Lösningen måste vara enkel och kostnadseffektiv för att ta kunden ombord. För att den ska fungera så måste den vara tillgänglig för **alla**.

Lösningen vi har skapat i TracTechnologys plattform är oerhört skalbar och förutsatt

att vår prognos och skattning av marknaden håller, så genererar bolaget ett stort positivt kassaflöde, baserat på enbart den svenska marknaden, i mars 2027. Ett kassaflöde vi kan använda till att investera i marknad och plattformen utan att behöva ta in mer kapital.

I våra prognoser kommer bolaget om 4 år att ha ett värde på 404 miljoner kr. Men jag ser en uppsjö av ytterligare affärsmöjligheter som vi kan koppla på i form av utökade eller nya tjänster. Dessa har vi inte räknat med i den här kalkylen. Vi kommer dessutom att ha tillgång till väsentliga mängder strukturerade data som bygger värde i bolaget. Vi håvar upp och tillgängliggör data från livsmedelsbranschens "datahav" vilket ger oss en stor potential.

Transparens är bra för alla – för konsument, producent, handlare och restaurang. Inte alla efterfrågar fullständig transparens idag, men i en snar framtid kommer det att vara en självklarhet. Lika självklart som vi idag enkelt jämför priser på produkter kommer vi att efterfråga information om varors ursprung.

Frågan är vem som löser den utmaningen först. Vi tror att det är den som gör det enkelt och till låg kostnad. Vi tror att det är TracTechnology."

Vi tackar för förtroendet att vi i den första emissionen fått en garanti på upp till 3 MSEK av huvudägaren!

Välkommen!

TracTechnology

Kontaktinformation

TracTechnology AB

CEO
Niclas Lindgren

niclas.lindgren@tractechnology.se

Tel +46734222690

Drag 120
39594 Rockneby

Teckningssedel och
fullständiga villkor finns på
www.tractechnology.se