



INBJUDAN TILL TECKNING AV AKTIER I VEG OF LUND AB (PUBL) INFÖR LISTNING PÅ NASDAQ FIRST NORTH GROWTH MARKET SWEDEN JANUARI 2020

VARNING!

Finansinspektionen godkände prospektet den 8 januari 2020. Prospektet är giltigt i 12 månader från datumet för godkännandet. Skyldigheten att tillhandahålla tillägg till prospektet i fall av nya omständigheter av betydelse, sakfel eller väsentliga felaktigheter kommer inte vara tillämpligt efter utgången av prospektets giltighetstid.

Viktig information om Nasdaq First North Growth Market Sweden

Nasdaq First North Growth Market Sweden är en registrerad SME growth market, i enlighet med direktivet om marknader för finansiella instrument (EU 2014/65) som implementerats i den nationella lagstiftningen i Danmark, Finland och Sverige, driven av en börs inom Nasdaq-koncernen. Emittenter på Nasdaq First North Growth Market är inte föremål för samma regler som ställs på emittenter som är noterade på den reglerade huvudmarknaden enligt definition i EU-lagstiftning (som implementerats i nationell rätt). De är istället föremål för mindre omfattande regleringar som är anpassade för mindre tillväxtbolag. En investering i ett bolag som handlas på Nasdaq First North Growth Market kan därför vara mer riskfylld än en investering i en emittent på huvudmarknaden. Samtliga emittenter vars aktier handlas på Nasdaq First North Growth Market har en Certified Adviser som övervakar att reglerna efterlevs.

Respektive Nasdaqbörs godkänner ansökan om notering. Eminova Fondkommission AB är utsedd till Certified Adviser för Veg of Lund AB (publ) vid kommande listning på Nasdaq First North Growth Market, förutsatt att kraven för listning uppfylls.



VD HAR ORDET

Bäste investerare,

Veg of Lund AB står på en gedigen grund byggd på forskning såväl som kommersiell expertis. Ursprunget är visionen och kunnandet hos Eva Tornberg, vid Lunds universitet. Hennes mål var att skapa smakrika och nyttiga vegetabiliska produkter som svarar mot konsumenternas allt tydligare efterfrågan på hälsoinriktade och klimatsmarta val av måltider. Det framgångsrika arbetet har resulterat i en kombination av svenska välkända jordbruksprodukter, potatis och rapsolja, som Veg of Lund förädlat till smakrika och mättande produkter. Bolaget äger patentet och vår erfarna bolagsledning har genomfört en lyckad lansering av den första kommersiella produkten, My Foodie® by Veg of Lund, som säljs via de ledande butikskedjorna ICA, Urban Deli och Paradiset. Vi står nu redo med lansering av flera olika produktkategorier som efterfrågas av köpstarka konsumenter i Europa, Nordamerika och Asien.

Intresset för växtbaserad mat är en genomgripande kraft och passar in i trenden av miljö- och hälsoinriktade konsumtionsval.

Veg of Lunds produkter har tagits fram med hållbarhet som ledstjärna i alla delar av produktionskedjan, från de lokala leverantörerna av det gröna på odlingsfälten, via resurseffektiv produktion av smakrika och unika produkter, fram till konsumenterna som i allt högre utsträckning efterfrågar vegetabiliska alternativ till mjölkbaserade produkter. Och vi vet att marknaden uppskattar oss, förra året utsåg deltagare från den internationella livsmedelsindustrin de mest innovativa

produkterna och vår produkt, My Foodie®, vann i klassen "Best convenience food". Med basen av potatis och rapsolja uppfyller våra produkter kraven att vara näringsrika och allergifria i kombination med att vara fria från gluten, laktos, soja/havre och annat som helt enkelt inte behövs för att utgöra ett gott vegetabiliskt mellanmål.

Jag är övertygad om att vi endast är i början av en kraftig tillväxt i produktkategorier som kompletterar eller ersätter animaliska livsmedel. Vi har sett – och ser fortsatt – stora satsningar inom kategorier som mejeriprodukter, vegetariska burgare och kebabrätter. Veg of Lund är redo för en internationell expansion med produkter baserade på nyttiga och intressanta råvaror inom etablerade produktkategorier.

Utöver dessa har vi en bra portfölj med nya produkter som kan utvecklas utifrån vårt patent och marknads behov. Inledningsvis avser vi att ta marknadsandelar inom våra prioriterade kategorier i Skandinavien, Storbritannien och USA. Vi ser även stora möjligheter att nå ett stort antal konsumenter i Indien, Kina och Australien.

Styrelsen har beslutat att genom Erbjudandet anskaffa erforderligt rörelsekapital i syfte att snabbt etablera Veg of Lund på de viktiga tillväxtmarknaderna Skandinavien, Storbritannien och USA. Med investeringar i Bolagets organisation samt marknads- och säljaktiviteter ser vi goda möjligheter att, parallellt i flera länder, snabbt och kostnadseffektivt etablera varumärket Veg of Lund och våra produkter. Veg of Lund erbjuder ett nytt och starkt alternativ inom produktkategorier som alltmer efterfrågas

av ledande butikskedjor och storhushåll för att möta konsumenternas tydliga önskemål om nyttiga och smakrika livsmedel som tillverkas med respekt för miljö och ursprung.

Vi har för avsikt att notera Veg of Lund AB:s aktie på Nasdaq First North under årets första kvartal och arbetar nu med att förbereda Bolaget för de regelverk som gäller på denna marknadsplats. Varmt välkommen att teckna aktier i Veg of Lund och ta del av vår tillväxtresa.

Thomas Olander,
VD och medgrundare

**JAG ÄR ÖVERTYGAD
OM ATT VI ENDAST
ÄR I BÖRJAN AV EN
KRAFTIG TILLVÄXT I
PRODUKTKATEGORIER
SOM KOMPLETTERAR
ELLER ERSÄTTER
ANIMALISKA LIVSMEDEL.**



Thomas Olander
VD och medgrundare

ERBJUDANDET I SAMMANDRAG

Teckning av aktier

Teckning av aktier kan ske via Eminova Fondkommission AB och Nordnet Bank AB. Teckning kan även ske via respektive förvaltare.

Pris

11,0 SEK per aktie. Minsta teckning ska uppgå till 500 aktier motsvarande 5 500 SEK.

Anmälningstid

13 - 27 januari 2020

Emissionsvolym

30,0 MSEK

Beräknad likviddag

4 februari 2020

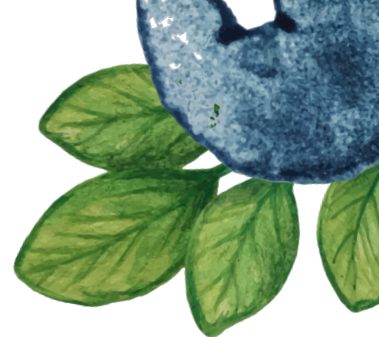
Beräknad första handelsdag i Veg of Lunds aktie

10 februari 2020

Teckningsåtagande

Veg of Lund har erhållit teckningsåtaganden avseende nyemissionen på cirka 21 MSEK, motsvarande cirka 70 procent av erbjudandet. Bland de största teckningsåtagarna finns Leif GW Persson via sitt bolag Arastoupour & Persson Investment AB, Christer Fähræus via sitt bolag Fårö Capital och LMK.

BAKGRUND OCH MOTIV VERKSAMHETS BESKRIVNING



BAKGRUND

Den globala marknaden för vegetabiliska mejeriproduktsalternativ uppskattas av analysgruppen Grand View Research att genomsnittligen växa med 16,7 procent årligen fram till år 2025 och då uppgå till ett marknadsvärde om cirka 41 MdUSD. Veg of Lund bedömer att Bolagets produkter ligger rätt i tiden för att fånga upp denna efterfrågan. Veg of Lunds styrelse och ledning bedömer att Bolaget är väl positionerat för att etablera sig som en aktör på marknaden för växtbaserade livsmedel med huvudsaklig grund i dess smakneutrala produkt.

MOTIV

Efter en lyckad proof-of-concept-fas i lanseringen av Veg of Lunds första produkt My Foodie® siktar Bolaget framöver på att expandera sin geografiska närvaro och produktportfölj. I förstahand kommer Bolaget fokusera på lanseringen av Bolagets framtagna växtbaserade mjölkalternativ. Nästa steg i processen är att utveckla varumärke och kommersialisera produkten. Veg of Lunds mål är att lansera mjölkalternativet under det andra halvåret av 2020. Bolagets finansieringsbehov hänför sig i huvudsak inte till produktutvecklingen av det vegetabiliska mjölkalternativet, utan till sälj och marknadsföringsaktiviteter i kommersialiseringsfasen.

Veg of Lunds mål på kort sikt är att lansera sin växtbaserade mjölk och lansera sitt varumärke på samtliga huvudmarknader; Skandinavien, Storbritannien och USA. Strategin för att uppnå ovanstående mål innefattar genomförandet av Erbjudandet. Nästa steg i Bolagets utveckling kommer främst riktas in sig på att (1) kommersialisera produkter samt att (2) bygga upp organisationen, med fokus på marknadsföring och sälj, och utöka produktionen.

Vid full teckning av Erbjudandet kommer Bolaget att tillföras en nettolikvid om cirka 25,1 MSEK. Bolaget har erhållit teckningsåtaganden om totalt cirka 21 MSEK, motsvarande 70 procent av Erbjudandet.

VERKSAMHETS BESKRIVNING

Affärsmodell

Veg of Lunds affärsmodell består av att erbjuda konsumenter innovativa livsmedel med konkurrenskraftiga mervärden utifrån forskning och teknisk innovation. Bolagets livsmedel säljs via återförsäljare av olika typer.

Utveckling, sälj och marknadsföring av produkterna sker genom Veg of Lund AB medan tillverkningen kommer att ske hos underleverantörer, nuvarande hos Trensoms Food AB i Tingsryd. Veg of Lunds nuvarande produkter säljs i dagligvaruhandeln hos ICA, Paradiset och Urban Deli och på storhushållsmarknaden, nuvarande hos Martin & Servera sam om Out of Home. Bolaget har som målsättning att försäljning även ska ske till sjukhus, äldreboenden, skolor, caféer och personalrestauranger eftersom de bedöms vara intressanta marknader. Bolagets mejerialternativprodukter testas även för att kunna användas i baristamiljö. I syfte att bearbeta marknader utomlands har Bolaget startat dotterbolagen Veg of Lund UK Limited och Veg of Lund USA Incorporated. Bolaget har som finansiellt mål att uppnå ett positivt rörelseresultat år 2023 och samma år omsätta drygt 300 MSEK.

PRODUKTER, FORSKNING OCH UTVECKLING

Samtliga av Veg of Lunds existerande produkter och produkter under utveckling baseras på Bolagets patenterade emulsion och utvecklas sedan enligt affärsstrategin.

Bolaget har utvecklat två emulsioner vilka båda är patentansökta. Den första är i produktion och under löpande utveckling och finjustering. Den andra emulsionen är i fabriksfas denna höst och bedöms vara klar under våren 2020. Det kan inte uteslutas att ytterligare emulsioner utvecklas av Bolagets Innovationsansvariga, Professor Emerita Eva Tornberg.

Veg of Lund har för närvarande produkter i olika utvecklingsstadier inom fyra livsmedelssegment; mejerialternativ, mellanmål, matlagning och mervärdesmat. I nedanstående figur illustreras i vilka utvecklingsstadier Bolagets produkter befinner sig i.



MARKNADENS DRIVKRAFTER OCH TRENDER

Köttkonsumtion och växtbaserade dieter

Under 2018 minskade svenskarnas köttkonsumtion för andra året i rad från att ha varit som högst på 30 år under 2016. Minskningen var av sådan storlek att konsumtionen inte hade varit lägre sedan 2007. Trots minskningen är svenskarnas köttkonsumtion fortfarande hög jämfört med andra delar av världen och det finns således fortfarande utrymme för den att minska.

Den växtbaserade trenden har upplevt den kraftigaste tillväxten bland unga. Idag beräknas 17 procent av milleniumgenerationen, personer födda mellan tidigt 80-tal och mitten på 90-talet, vara flexitarianer och 9 procent vara vegetarianer, vilket motsvarar en ökning om 14 procent respektive 8 procent jämfört med samma åldersgrupp för 20 år sedan.

Hälsomedvetenhet

Tillväxten drivs även av en ökad hälsomedvetenhet och att cirka 15 procent av Sveriges befolkning lider av någon slags överkänslighet mot mat. Även konsumenternas uppfattning av olika produkter har en inverkan på marknadens utveckling. I en rapport från McKinsey uppger 35 procent av konsumenter att de vill äta hälsosammare idag än vad de gjorde för ett år sedan, därav eftersöker allt fler konsumenter hälsosamma alternativ i sina dieter.

Därtill framgår det att konsumenter uppfattar både fett och protein från växtbaserade produkter som hälsosammare än motsvarande näringsämnen från animaliska produkter.

Miljömedvetenhet

En ökad efterfrågan på växtbaserade livsmedel kan delvis förklaras med en ökad vilja bland konsumenter att leva mer hållbart. Exempelvis uppger 79 procent av svenska konsumenter att de vill göra mer för att leva hållbart, enligt en undersökning av Kantar-sifo. I en studie från Oxford universitet framgår det att utsläppen från produktionen av ett glas komjölk är tre gånger högre än utsläppen från produktionen av samtliga alternativa mjölkdrycker.

Sex av tio svenska konsumenter idag uppger att de strävar efter att äta ekologiskt. Mellan år 2016 och 2017 ökade försäljningen av ekologiska livsmedel i Sverige med 18 procent till ett totalt värde om cirka 25,4 miljarder.

AKTIEÄGARE

ÄGARSTRUKTUR

Nedan återges Bolagets aktiebok per datumet för Prospektets utgivande i sammandrag. I Bolaget finns ett aktieslag. Per detta datum uppgår antalet aktieägare till 83 stycken. Det finns såvitt Bolaget känner till inget direkt eller indirekt ägande som leder till kontroll av Bolaget per dagen för Prospektets utgivande.

Ägare	Aktier	Andel
Reosurf AB*	1 305 000	16,7 %
Thomas Olander Consultancy AB**	1 250 000	15,9 %
LU Holding	795 500	10,2 %
Confidera Syd Aktiebolag***	648 341	8,3 %
Torbjörn Malmsjö	609 375	7,8 %
Fårö Capital	398 000	5,1 %
Anders Färnqvist	300 000	3,8 %
Thomas Holmgren	250 000	3,2 %
Kenneth Eriksson	200 000	2,6 %
Svarta Tornet Invest AB****	140 000	1,8 %
Övriga aktieägare	2 693 784	24,6 %
Totalt	7 840 000	100,0 %

* Eva Tornberg är styrelseledamot, verkställande direktör och aktieägare.

** Thomas Olander är styrelseledamot och aktieägare.

***Anders Hättmark är styrelseledamot, verkställande direktör och aktieägare.

**** Torbjörn Malmsjö är aktieägare.

ADRESSER

BOLAGET

Veg of Lund AB (publ)
Södra Vallgatan 5,
211 40 Malmö
Telefon: 070-935 98 63
(www.vegoflund.se)

FINANSIELL RÅDGIVARE

Eminova Partners AB
Biblioteksgatan 3, 3 tr
111 46 Stockholm
Telefon: 08-684 211 20
(www.eminovapartners.se)

RETAIL DISTRIBUTION

Nordnet Bank AB
Box 30099
104 25 Stockholm
(www.nordnet.se)

EMISSIONSINSTITUT

Eminova Fondkommission AB
Biblioteksgatan 3, 3 tr.
111 46 Stockholm
Telefon: 08-684 211 00
(www.eminova.se)

LEGALA RÅDGIVARE

Fredersen Advokatbyrå AB
Turning Torso
211 15 Malmö
Telefon: 040-10 97 90
(www.fredersen.se)

REVISOR

Deloitte AB
Hjälmarégatan 3
Box 386
201 23 Malmö
Telefon: 075-246 41 00

KONTOFÖRANDE INSTITUT

Euroclear Sweden AB
Klarabergsviadukten 63
Box 191
101 23 Stockholm
Telefon: 08-402 90 00

