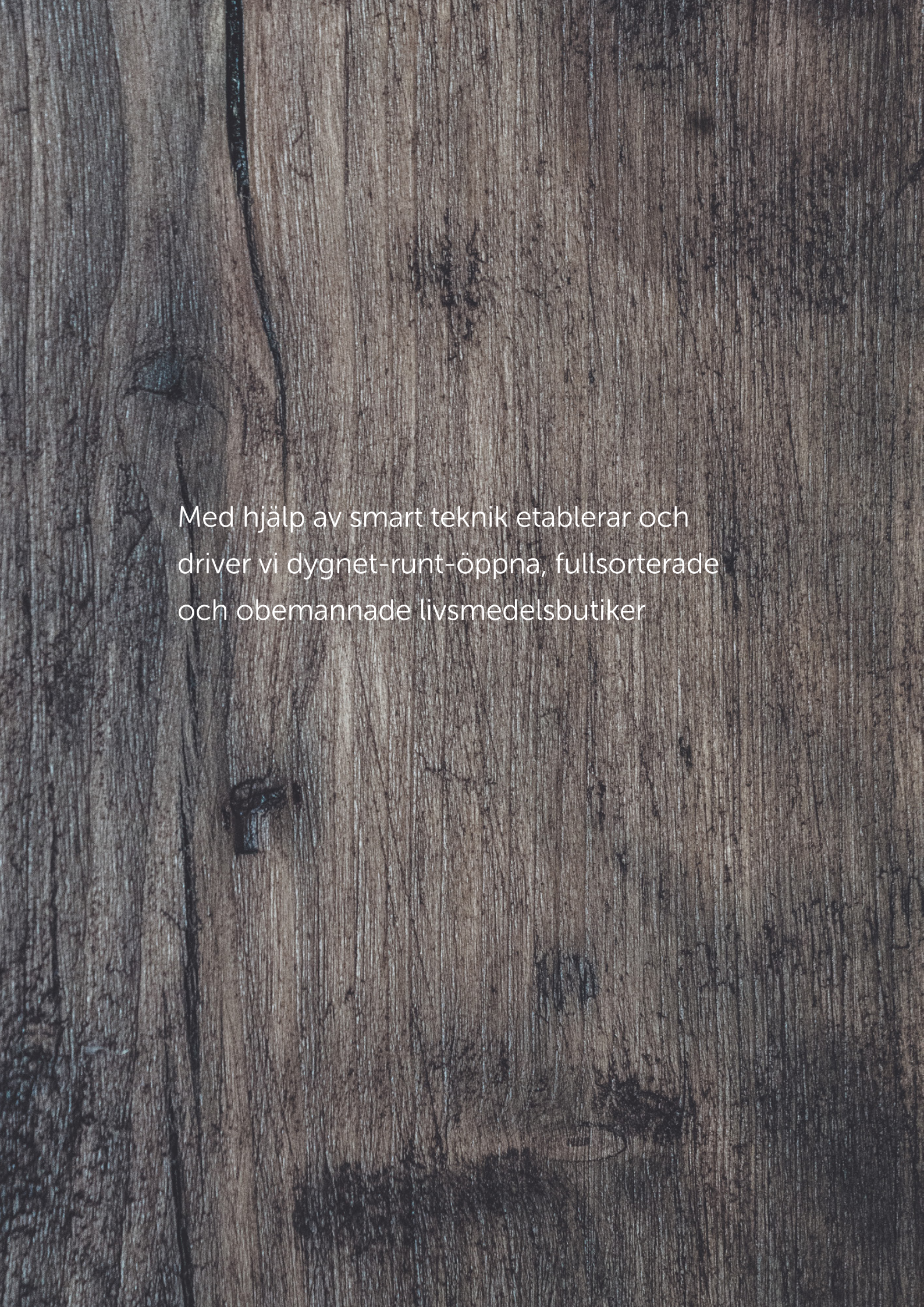
LIFVS

- En helt öppen affär


Med hjälp av smart teknik etablerar och
driver vi dygnet-runt-öppna, fullsorterade
och obemannade livsmedelsbutiker

LIFVS

INNEHÅLL


| | |
|---|---|
| Sammanfattning | 3 |
| Koncept | 4 |
| Målgrupp | 6 |
| Etablering | 8 |
| Teknik & Säkerhet | 10 |
| Marknadsföring & Kommunikation | 12 |
| Team | 13 |
| Tillväxt & Framtid | 14 |
| En pionjär inom food tech | 16 |
| Lifvs i media | 18 |

FRIGGS
Ost
bilar bilar
KINDS
RIESEN
ÖNOS
Nesquik

# Sammanfattning

- Lifvs är Europas första kedja med obemannade livsmedels-butiker
- Lifvs bygger på innovativa tekniska lösningar både i butik och i övriga delar av verksamheten
- Över 500 unika varor per butik - tillräckligt för att tillgodose i stort sett alla kunders matbehov
- Dygnet runt öppna butiker med initial placering där avstånd till närmaste butik är relativt långt
- Inpassage, scanning och betalning via app
- Helt standardiserade butiker – från färdigt bygglov till öppen butik på en vecka
- En butiksansvarig per kluster om 4–6 butiker
- All kunddata finns tillgänglig – obegränsade möjligheter till relevant och skräddarsydd kommunikation med våra kunder
- Lifvs är grönt, lokalt och tryggt
- Stora möjligheter att expandera konceptet. Bland annat kring teknik, erbjudanden och geografisk spridning
- Mål 2020: 100 butiker i Sverige och påbörjad internationell expansion

# Koncept

Livsmedelsbranschen är i förändring – allt från sättet vi handlar på till logistiklösningar till konsumentkommunikation påverkas av tekniska möjligheter och ändrade behov. Det tar Lifvs fasta på – vi driver food tech utvecklingen i branschen.

Lifvs idé är att driva små, smarta och obemannade matbutiker. Initialt kommer de etableras i samhällen med lite längre till närmsta butik och på sikt kommer Lifvs även att finnas på mer centrala platser. Genom att erbjuda ett brett sortiment om cirka 500 varor blir Lifvs butiker ett utmärkt alternativ både för den som behöver fylla skafferiet inför veckans måltider och för den som bara behöver komplettera med lite mjölk.

Att kliva in i en Lifvsbutik ger en positiv känsla. Fräsch inredning, lite musik i bakgrunden, bra ljusinsläpp – Lifvs ska vara enkelt, snabbt och hemtrevligt.

### ALLTID ÖPPET

Butikerna är automatiserade och öppna dygnet runt. Man öppnar dörren, handlar, betalar och går ut – allt med hjälp av appen. Men även om butikerna är obemannade kommer vi då och då, inte minst genom samarbeten med lokala föreningar, att ha någon på plats i butiken för att hjälpa till och svara på frågor. Och man kommer såklart alltid kunna få hjälp via skärmarna i butiken samt i appen.

### MITT I BYN

Varje butik är endast 22–45 kvm så den kräver inte mycket yta. Placeringen görs så att så många som möjligt på orten kan nå den snabbt och enkelt.

### DRIVS I KLUSTER

Verksamheten drivs i kluster om 4–6 butiker, med en butiksansvarig per kluster. De klusteransvariga kommer i de flesta fall att vara personer med stor erfarenhet av butiksdrift. Den klusteransvarige besöker varje butik ungefär en gång per dag för att se till att allt finns och fungerar. Hen ansvarar för miljön i och omkring butiken, säkrar att kampanjer fungerar och erbjuder manuell assistans, inte minst vid butiksöppning. Hen analyserar även löpande, i samråd med huvudkontoret, kundernas köpbeteende för att optimera butiken.

Ett centralt färsklager delas på 1–2 kluster och 3–5 kluster delar på ett koloniallager. Dessa lager ligger i direkt anslutning till en av butikerna. Dit levererar våra leverantörer och därifrån hämtar butiksansvarig varorna och kör ut till respektive butik, utifrån hur vårt system i realtid uppdaterar behoven per butik.

### FULLT SORTIMENT

En Lifvsbutik är en fullsortimentsbutik som erbjuder åtminstone ett varumärke per produktgrupp. Samtliga produkter kommer att ha streckkod så inga varor behöver vägas. Lifvs kommer inte att sälja produkter med åldersgräns.

Sortimentet är initialt identiskt överallt, men över tid kommer olika sortiment och koncept att testas och analyseras – vi kommer hela tiden att sträva efter att kunderna ska kunna handla all sin mat här. På sikt kommer vi även att erbjuda betydligt fler varor ur beställningssortiment, för avhämtning i butik.

*Butikerna är automatiserade, obemannade och öppna dygnet runt.*

Butikssystemet registrerar i realtid vad som säljs och vad som behöver fyllas på.

## Standardbutik

- 33 m2
- 650 olika varor
- Modulbyggd på plats; står på plintar

## Mobil butik

- 25 m2
- 500 olika varor
- Skräddarsydd flyttbar container

### VARKEN DYRT ELLER BILLIGT

Lifvs priser är i linje med andra livsmedelsbutiker. Vi ska varken priskonkurrera eller uppfattas som dyra.

### MILJÖN I FOKUS

Att miljön är i fokus är en självklarhet för oss. Förutom ett sortiment som är ekologiskt präglat och ofta odlat och producerat i Norden har vi även miljövänliga och energisnåla butiker, transporter och kyllösningar.

### LOKALT KRETSLOPP

Vi vill skapa ett samspel med våra kunder och kommer, genom att skänka en del av varje butiks omsättning, att stötta det lokala föreningslivet.

Lifvs kommer även att skänka varor med god kvalitet, som närmar sig utgångsdatum, till lokalt äldreboende, flyktingförläggning eller skola.

# Målgrupp

På ett sätt kan man säga att Lifvs kunder är lite bekväma, lite tekniska, mycket kvalitetsmedvetna och att de har en smartphone. På ett annat sätt kan man säga att Lifvs kunder är alla som ska handla sin middag. Lifvs ändrar inte behovet, vi bara ökar tillgängligheten och flyttar lösningen närmare hemmet.

### TIDSSPARAREN

Uppskattar inte mycket folk och långa köer. Att handla ska gå fort – även att hämta det man glömt längst in i butiken.

### PROMENERAREN

Vill slippa ta bilen och heller inte kånka från bussen.

### SUPPORTERN

Gillar att stötta det lokala – oavsett om det handlar om föreningen eller butiken.

### SPONTANAREN

Handlar lite varje dag för att täcka det korta behovet.

Målet är att alla handlar majoriteten av sin mat i sin Lifvsbutik – och för att nå dit kommer vi kontinuerligt att utveckla konceptet, till exempel med matkasseavhämtning.

# Etablering

## Först en positiv start, sedan expansion

Nyckeln till bra etablering är goda kommunrelationer och en smidig logistiklösning. För att enkelt kontinuerligt utveckla och optimera konceptet kommer vissa testkluster att etableras nära Stockholm. Den första butiken öppnade i mars 2019 och mottagandet bland de boende var, till och med utifrån våra egna högt ställda förväntningar, överraskande gott.

Hösten 2018 gjorde Lifvs ett utskick till Sveriges samtliga kommuner. Resultatet var att 130 av dem visade intresse för att ha minst en Lifvsbutik. 60 av dessa började omedelbart att försöka hitta lämpliga platser för butiker i sin kommun.

Varje testetablering har medvetna karaktäristiska delar att testa, såsom storlek på upptagningsområde, typ av bebyggelse eller närhet till andra butiker. Över tid kommer fler tester av konceptet att genomföras, såsom olika sortiment och pris, mobila enheter (t.ex. säsongsbutiker) samt närproducerat för enskilda butiker eller kluster.

### KONKURRENTER

Vi konkurrerar främst med bensinstationer och lokala handlare. Gentemot dem är vår fördel sortiment och pris. I de fall vi konkurrerar med större livsmedelsbutiker är vår fördel att det går snabbt att handla samt att vi har generösa öppettider.

Vi är helt övertygade om att obemannade butiker och serviceinrättningar kommer att komma i allt högre utsträckning – i både USA och Kina finns redan aktörer som testar motsvarande koncept. Genom att vara första kedjan i Europa med obemannade livsmedelsbutiker har Lifvs en fantastisk möjlighet att bli en av de dominerande marknadsaktörerna.

> Tack vare ett väldigt genomtänkt produktionskoncept kan vi öppna en Lifvsbutik inom en vecka efter att platsen är godkänd av kommun och markägare.

## Lifvs - mer än bara ett skal

**App**

Smartphone app
UX / UI
Backend
Integrationer x 6
Säkerhet
Betalningsfunktion

**Etablering**

Kommunkontakt
Bygglov
Planritning
Arrendeavtal
Livsmedelshantering
Markentreprenad
Elframdragning
Avfallshantering
Städ
Driftansvarig
Lagerhantering
Marknadsföring

**Manér**

Hemsida
CMS
Social Media
Print
DR
PR

# Smidig logistiklösning

Kund tar varor → System uppdaterar lager i butik → System flaggar för beställning → Beställning → Utkörning till butik → Ny vara på hylla

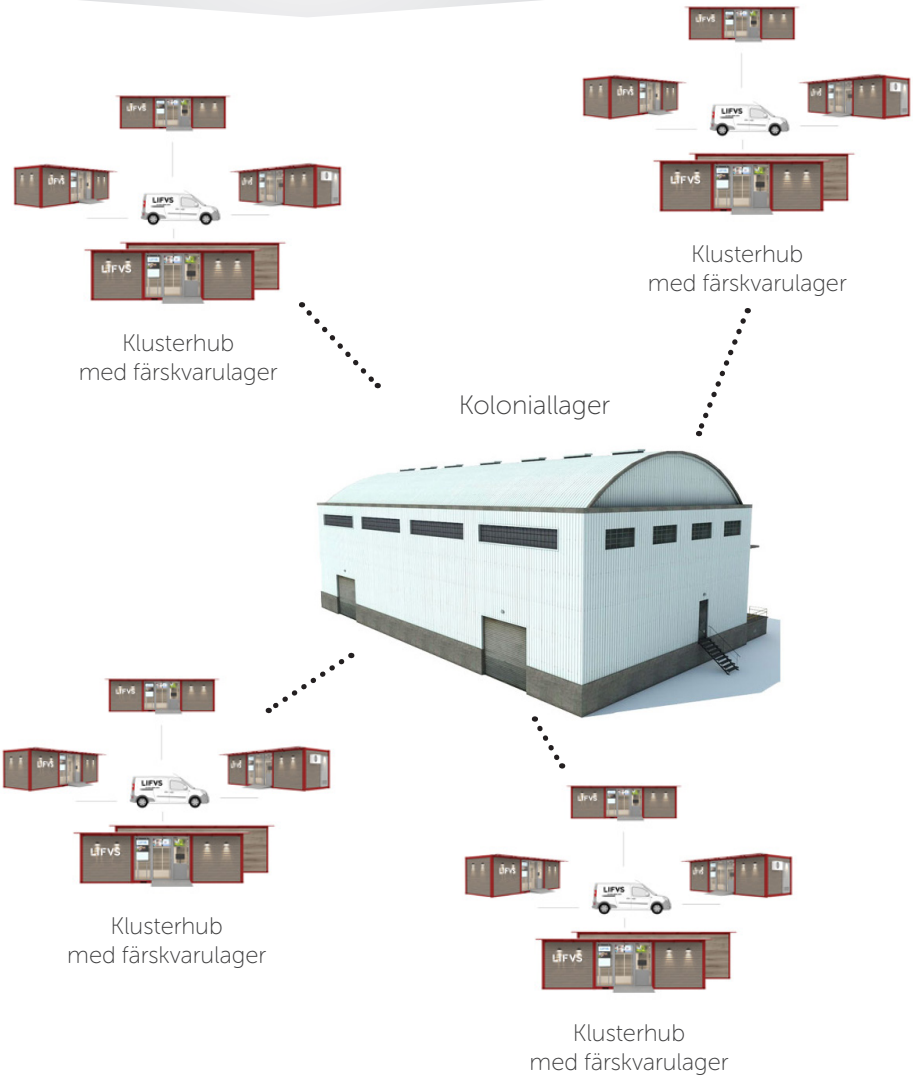
- Grönt – beställning behövs ej
- Gul – beställning vid nästa tillfälle
- Röd – beställning behövs för att ej sälja slut

Initialt manuell beställning
- automatiskt på sikt

Butiksansvarig ställer upp

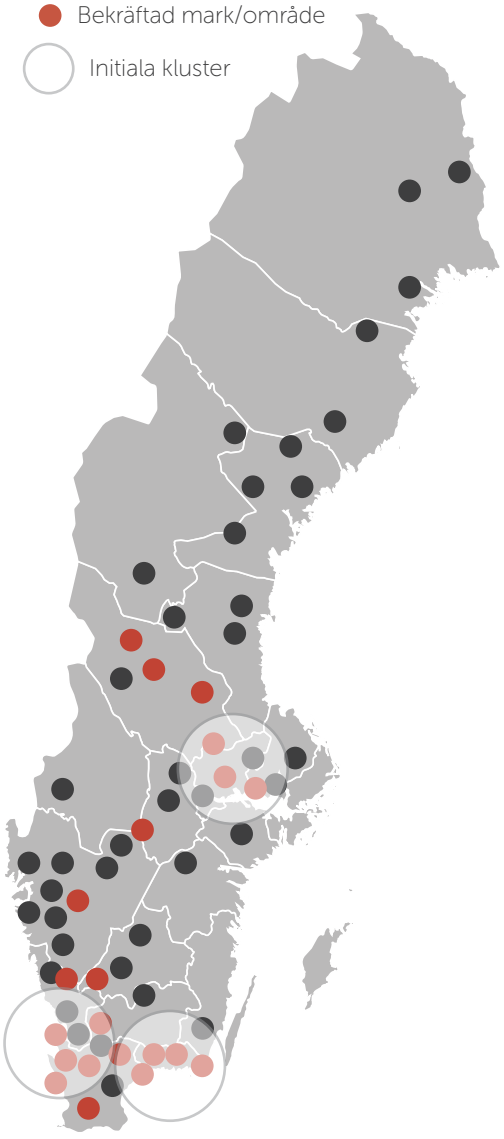
- Utkörning 1–2 gånger per dag
- Logistikpartner kör som regel till semicentrala lager, där butiksansvarig hämtar och kör till butik.

Lifvs beställer varor direkt från leverantör som levererar till våra färskvarulager samt centrala koloniallager. Varje kluster har ett färskvarulager som underhåller hela klustret med fyra-fem leveranser per vecka. Koloniallagret underhåller flera kluster med en till två leveranser per vecka.




## Preliminär expansionsplan

- Mark/område finns på förslag
- Bekräftad mark/område
- Initiala kluster

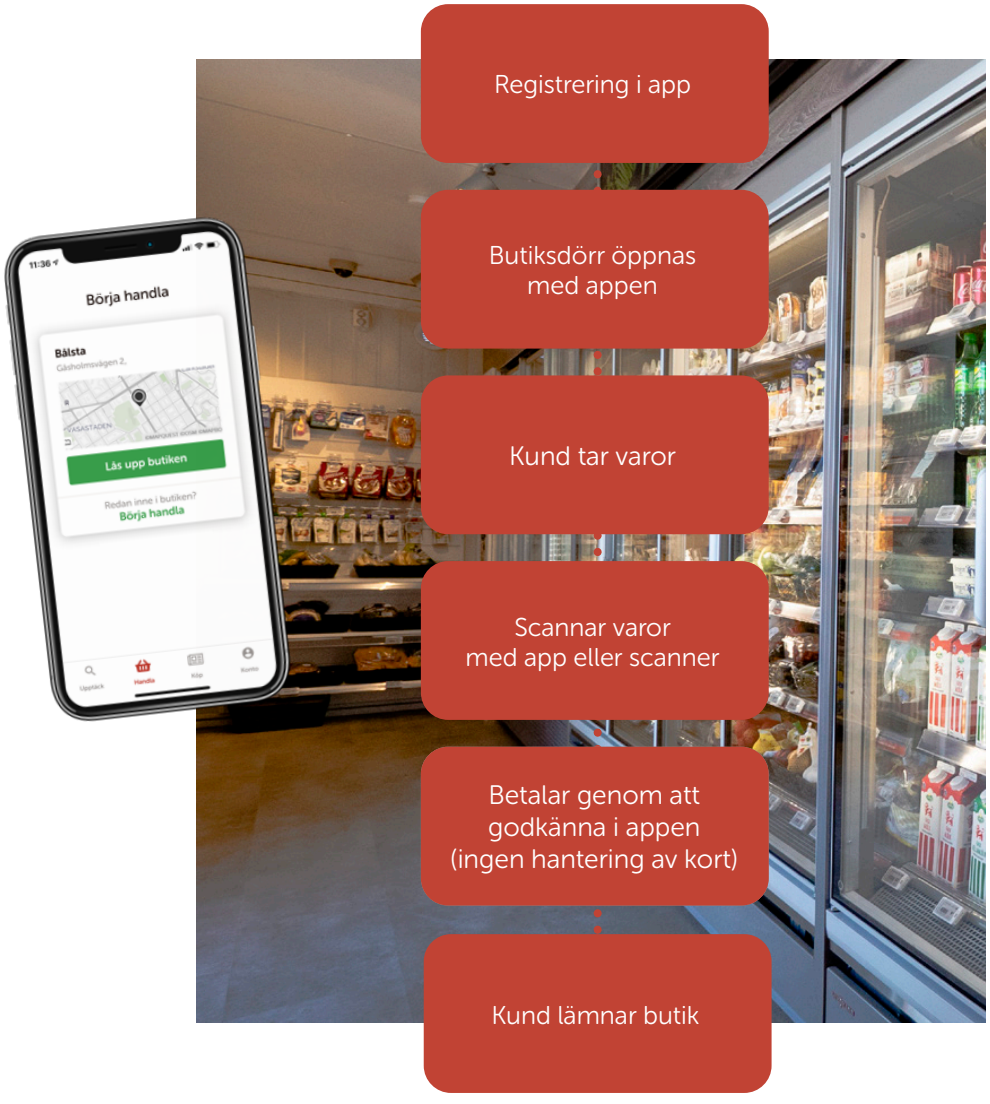


# Teknik & Säkerhet

Lifvs säljer mat, men mer än något annat är vi food tech, dvs vi använder teknik för att optimera både kundens upplevelse och verksamheten i övrigt. Det innebär att hela konceptet, från inköp och logistik, via kommunikation och erbjudanden till själva köpupplevelsen i butik drivs med hjälp av state-of-the-art tekniska lösningar. Vårt koncept och vår teknik i kombination gör att vi sannolikt kan agera snabbare, smartare och mer kundtillvänt än någon annan i branschen.

Vår teknik är egenutvecklad och Lifvs äger all relevant IP. På sikt har vi möjlighet att sälja vår tekniska lösning separat till andra aktörer, till exempel inom övrig handel.

## Så här fungerar det



## Trygghet

Lifvs samarbetar givetvis med de främsta i branschen kring data- och betalsäkerhet; därutöver har vi ett omfattande säkerhetstänk i butikerna, vilket inkluderar:

- Kameraövervakning
- Headcount
- Brandlarm
- Dörrlarm
- Larm vid elavbrott
- Offline-lagring vid avbrott i telefontäckning

Varje butik har flera kameror som är online, med lagring i molnet, och rörelseaktiverade dygnet runt. Vi har även möjlighet att förstärka säkerheten ytterligare, om vi märker att det finns behov för det.

## Lifvs grundfilosofi är tillit

Lifvs butiker är obemannade eftersom vi tror gott om människan, men samtidigt är butikerna utrustade med teknik som gör det väldigt svårt att obemärkt stjäla, eftersom en tjuv lätt både kan upptäckas och identifieras. Att Lifvs dessutom etableras där behoven av service är som störst, fungerar som en motkraft i sig. Då konceptet gynnar alla i grannskapet, är det många som kommer att bidra med ett par vakande ögon.

# Marknadsföring & Kommunikation

Lifvs driver sin marknadsföring och kommunikation med bas i tekniken och all kunddata som kommer med den.

## Fokus på PR & DM

### VID BUTIKSLANSERING

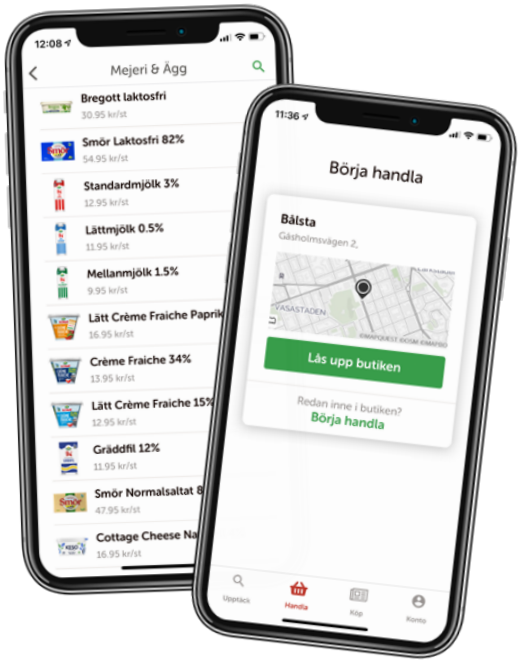
- DM i närmaste upptagningsområdet
- PR i framför allt lokalpress och -nyheter
- Annonsering i digitala och sociala kanaler
- SEO, Adwords etc
- Sociala medier
- Lokala föreningsinsatser

### LÖPANDE

- DM i egen app och med e-post
- DM i närmaste upptagningsområdet
- SEO, Adwords etc
- Samarbeten influencers
- Bredare PR
- Sociala medier

## Kunddata

I och med att all kunddata finns tillgänglig så har vi i det närmaste obegränsade möjligheter till skräddarsydd kommunikation. I takt med att vi får in mer data om shoppingmönster och preferenser kommer kommunikationen förfinas.



# Team

## Entreprenörerna bakom Lifvs

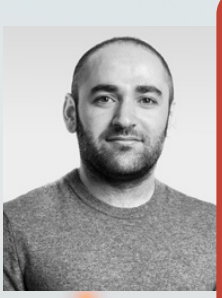
Vi som grundat Lifvs är entreprenörer med många års erfarenhet inom konsumentnära företagande, försäljning, digitalisering, teknik och affärsutveckling.

### BEA GARCIA, VD

- Försäljning, media, marknadsföring
- Grundare av två digitala mediebolag; Starcorp & Blindspot. Tidigare inom Compaq, Jajja & AdCity media

### DANIEL LUNDH, COO

- Försäljning, digitalisering, tech
- Grundare av Aidbox, Svenska Krögare och National Golf Course Restaurant Association



### AWAT SULEIMANPOOR, CTO

- Fullstackutvecklare och systemarkitekt
- Utvecklat system inom säker inloggning, kommunikation, funktionalitet för lokalisering av enhet, låsning/upplåsning av en enhet samt databasstruktur
- Tidigare inom Telia, Ericsson, Mr Green, Blocket

# Tillväxt & Framtid

Fyra delar i Lifvs koncept gör att det är extremt mycket mer skalbart än något annat koncept på marknaden:

- Tekniken är egenutvecklad state-of-the-art – byggd för expansion
- Butiksproduktionen är extremt slimmad – en vecka från godkänd plats till butiksöppning
- Butikerna är standardiserade – gör det enkelt att duplicera
- Genom klusterupplägget expanderar vi inte en utan flera butiker i taget

### NÅGRA HÄVSTÄNGER FÖR YTTERLIGARE TILLVÄXT

- Öka snittorder och försäljning per dag och butik; idag är antagandet om butiksomsättning linjärt
- Driva kundtillströmning genom samarbete med det lokala föreningslivet
- Skapa gemenskapskänsla bland Lifvs kunder, både online och offline, genom till exempel event, gamification och recepttävlingar

### NÅGRA STRATEGIER FÖR EXPANSION

- Fördjupa konceptet tex genom större butiker, platsanpassat sortiment, ökad digitalisering och automatisering
- Bredda konceptet bland annat genom matkassar, alternativa leveranssätt och färdig lunchmat
- Utveckla ett standardiserat franchiseupplägg, både för svensk och internationell expansion

## Några andra nyckeltal

**Estimerad omsättning per månad och butik**: 300.000 SEK exkl. moms (räknar 5 månader från butiksöppning att nå det)

**Löpande driftkostnad/butik**: ~25.000 SEK per månad (räknat 5 butiker per klusteransvarig)

| | 2019 | 2020 | 2021 |
|---|---|---|---|
| Antal butiker | 20 | 100 | 300 |
| Omsättning | 11,3 m | 164 m | 578 m |
| Operativt resultat | -10,7 m | 1,9 m | 42,1 m |

## 2021

- 300 butiker i Sverige
- Teknik 4.0
- Fortsatt internationell expansion

## 2020

- Fortsatta butiksexpansion
- Lansera franchise
- Påbörja breddning av koncept
- Teknik 3.0
- Påbörja internationell expansion

## H2 2019

- Expandera antal kluster och butiker
- Genomföra större emission
- Verifiera koncept genom A och B tester
- Teknik 2.0

## Q2 2019

- Lansera fler butiker
- Analysera olika typplatser
- Anställa kommunikation, logistik och etableringsansvariga

## Q1 2019

- Lansera 1 testbutik
- Analysera sortiment, teknik och kommunikation

# En pionjär inom food tech

## Lifvs drivs mindre som en livsmedelskedja och mer som ett tech-bolag.

Överallt utanför storstadsregionerna lägger matbutiker ner. Till och med i mellanstora samhällen eller förorter saknas ofta helt en butik. De butiker som byggs blir större men ligger längre bort. Det är lätt att förstå de negativa effekterna i ett samhälle när en butik försvinner. Men det är helt enkelt för dyrt att driva butiker i små upptagningsområden.

*Lifvs blir Sveriges första matkedja med obemannade butiker.*

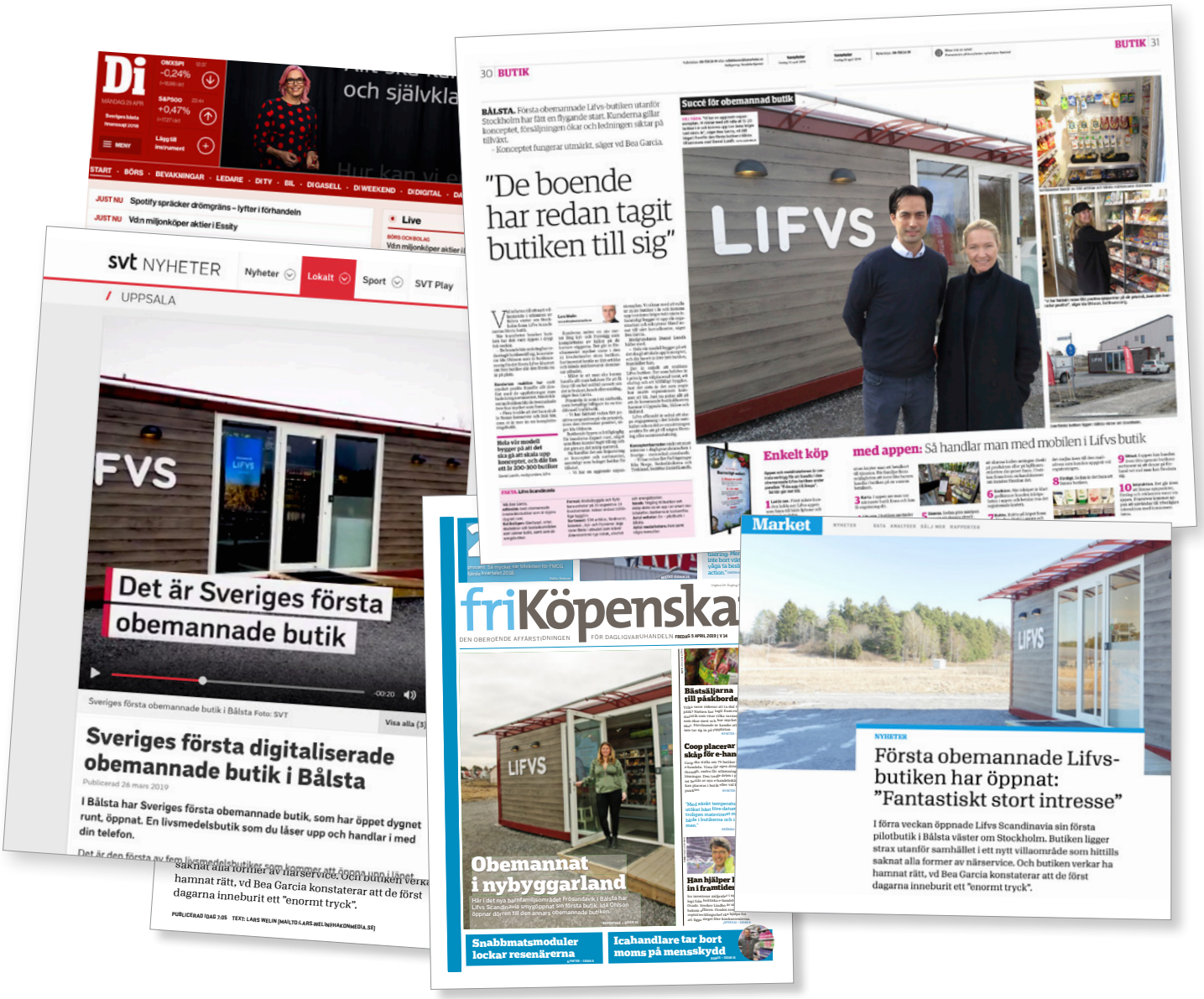
Fram till nu. Lifvs blir Sveriges första matkedja med obemannade butiker – och därmed tar man bort en enorm del av kostnadsbasen för en vanlig butik. Tack var det kan en Lifvsbutik drivas med lönsamhet på ställen andra aktörer bara kan drömma om. Lifvs kommer därmed att bli ett väldigt bra komplement på Sveriges matkarta.

Lifvs drivs mindre som en livsmedelskedja och mer som ett tech-bolag. Det innebär två saker:

1. Lifvs fokus kommer hela tiden att vara att ligga i framkant vad gäller teknik, för att konstant effektivisera, automatisera och förbättra sin affär. Detta både kring logistik och distribution och kring service och kommunikation med sina kunder. Den möjlighet Lifvs har att skräddarsy och ge relevanta erbjudanden och förslag till sina kunder ger enorma fördelar gentemot andra aktörer på marknaden.
2. Affärsmodellen är inte begränsad till varken mat eller Sverige. Det är lätt att med Lifvs upplägg både visualisera en internationell expansion och en expansion av erbjudanden, allt från matkassehämtning till paketutlämning till licensiering av IP.

Lifvs har redan fått mycket uppmärksamhet; kommuner står på kö för att få sina butiker. När väl konceptet har finjusterats vad gäller design, sortiment och placering kommer expansionen att gå väldigt fort. Vi ser början på en resa där vi redan inom ett år gör en nyemission då vi eventuellt tar in en industriell partner som delägare i bolaget. Givet prognoserna kring tillväxt bör vi redan då se en mycket bra faktor på värderingen.

# Lifvs i media




icanyheter svt Dagens industri friKöpenskap VECKANS I. Market Convenience Stores Sweden

## DISCLAIMER

Broschyren utgör inte ett prospekt och har således inte upprättats i enlighet med till exempel bestämmelserna i lagen (1991:980) om handel med finansiella instrument, Europaparlamentets och Rådets direktiv 2003/71/EG och EU-kommissionens förordning (EG) nr 809/2004. Informationen i denna broschyr utgör inte ett erbjudande att förvärva, teckna eller på annat sätt handla med aktier i Lifvs Scandinavia AB. Broschyren har således inte registrerats hos Finansinspektionen i enlighet med bestämmelserna i 2 kap. 25 och 26 §§ lagen om handel med finansiella instrument. Informationen i denna broschyr får inte offentliggöras, publiceras eller distribueras, direkt eller indirekt, inom eller till USA (innefattande dess territorier och provinser, varje stat i USA samt District of Columbia) ("USA"), Kanada, Australien, Japan, Hongkong, Schweiz, Nya Zeeland, Singapore, Sydafrika eller någon annan jurisdiktion där sådan åtgärd skulle vara olaglig, föremål för legala restriktioner eller kräva andra åtgärder än de som följer av svensk rätt. Åtgärder i strid med denna anvisning kan utgöra brott mot tillämplig värdepapperslagstiftning. Inga aktier eller andra värdepapper i Lifvs Scandinavia AB har registrerats, och inga aktier eller andra värdepapper kommer att registreras, enligt den vid var tid gällande United States Securities Act från 1933 ("Securities Act") eller värdepapperslagstiftningen i någon delstat eller annan jurisdiktion i USA och får inte erbjudas, säljas eller på annat sätt överföras, direkt eller indirekt, i eller till USA, förutom i enlighet med ett tillämpligt undantag från, eller i en transaktion som inte omfattas av, registreringskraven i Securities Act och i enlighet med värdepapperslagstiftningen i relevant delstat eller annan jurisdiktion i USA. Ingen åtgärd har vidtagits och åtgärder kommer inte att vidtas för att tillåta ett erbjudande till allmänheten i några andra jurisdiktioner än Sverige. Framåtriktade uttalanden uttrycker endast Bolagets bedömningar och antaganden. Läsaren uppmanas att ta del av den samlade informationen och samtidigt ha i åtanke att framtida resultat, utveckling eller framgång kan skilja sig väsentligt från Bolagets förväntningar. Bolaget gör inga utfästelser att offentligt uppdatera eller revidera framåtriktade uttalanden till följd av ny information, framtida händelser eller annat utöver vad som krävs enligt lag. Med reservation för felskrivningar.

LIFVS

www.lifvs.se | info@lifvs.se