

DELÅRSRAPPORT JANUARI - SEPTEMBER 2017

- » Koncernens omsättning uppgick till 14 (0) KSEK under tredje kvartalet och 138 (18) KSEK för hela perioden.
- » Koncernens resultat efter finansiella poster uppgick till -2 150 (-1 836) KSEK för tredje kvartalet och till -8 920 (-5 802) KSEK för hela perioden.
- » Lånefinansiering om 2 MSEK från bolagets största ägare.
- » Produktionsstart för ny säsong av Aim2Fame.

HÄNDELSER EFTER PERIODENS UTGÅNG

- » Distributionssamarbete med MTG för Aim2Fame.
- » Distributionssamarbete med kanal FJORTON för Aim2Fame.
- » Mobiloperatören My Beat går in som sponsor för Aim2Fame.
- » Avgående styrelseledamot.
- » Ny affärsstrategi att göra konceptet skalbart och lönsamt genom samarbeten med globala och lokala affärspartners.
- » Kapitalbehov för att säkerställa finansieringen av genomförandet av bolagets nya strategi. Olika finansieringslösningar utvärderas.

VIKTIGA HÄNDELSER JULI-SEPTEMBER

Lånefinansiering

I augusti 2017 har en överenskommelse kommit till stånd med Bolaget största ägare JPJ Jessen Invest om en kortfristig lånefinansiering om 2 MSEK. Lånet är på marknadsmässiga villkor. Anledningen är att estimerade intäkter från artistverksamheten inte har infriats under 2017.

Produktionsstart av årets Aim2Fame

Nexar och globala samarbetspartnern, Secuoya Group, har sedan sommaren framgångsrikt arbetat med att producera en ny säsong av den första globala talangtävlingen Aim2Fame.

Totalt kom det in 1 100 tävlingsbidrag från personer, representerande 37 olika länder, spridda i Europa, Asien, Afrika, USA och Latinamerika. Kvaliteten på bidragen var mycket hög, vilket gjort arbetet med att välja ut vinnande deltagare både intressant och utmanande. Åtta finalister från England, Belgien, Italien, Chile, Singapore, Spanien, Mexiko och Ryssland, blev uttagna och fick åka till Madrid för att delta i Fame Academy och inspelningen av de olika episoderna. En av deltagarna utvaldes genom ett "Social pass", vilket innebar det bidrag som fick flest röster på Aim2Fames digitala plattform. Övriga sju deltagare har valts ut av en välrenommerad jury, bestående av Jason Woods sångcoach, som arbetat med bl a Beyonce och Michael Jackson, Chris Grant koreograf till bl a Beyonce och arbetat med Michael Jackson, Jono Hart koreograf och Creative Director till bl a Jason Derulo och Lolah Brown sångcoach till bl a Rihanna. Dessa coacher har även aktivt deltagit i ledning och produktion av de olika episoderna.

Avsikten med tävlingen Aim2Fame är att den kommer att produceras och sändas globalt återkommande under vår och höst varje år fr o m 2018, då nya talanger upptäcks och ges möjlighet till vidare utveckling som artister under professionell ledning.

VIKTIGA HÄNDELSER EFTER PERIODENS UTGÅNG

Distributionssamarbete med MTG

Nexar har inlett ett distributionssamarbete med Viafree som är MTGs streamingtjänst för reklamfinansierat innehåll. Tisdagen den 31 oktober började sändningarna av Aim2Fame på Viafree.

Programmen är 15 minuter långa och totalt 12 episoder av Aim2Fame kommer att sändas. Under sex veckor får vi följa talangerna som i konkurrens med 1 100 andra bidrag från 37 länder har tagit sig till inspelningen av Aim2Fame. Under två månader har de tränat och tävlat för att ta sig till finalen som sänds den 8 december.

Distributionssamarbete med kanal FJORTON

Nexar inleder samarbete med Kanal FJORTON om att distribuera Aim2fame i deras linjära tv-kanal. Programmen blir 30 minuter långa och består av två episoder av Aim2Fame. Under sex veckor på fredagar kan man följa talangerna som i konkurrens med 1 100 andra bidrag från 37 länder har tagit sig till inspelningen av Aim2Fame.

Mobiloperatören My Beat går in som sponsor för Aim2Fame

Tack vare en bra distribution och marknadsföring har Nexar lyckats knyta till sig mobiloperatören My Beat, som nu går in som sponsor för Aim2Fame på den svenska marknaden.

Samarbetet med My Beat kommer bland annat innebära att bolagen gör gemensamma kampanjer som skall driva tittare till Aim2Fame och kunder till My Beat.

Avgående styrelseledamot

Styrelseledamoten Konrad Ziobro har meddelat han har för avsikt att avgå från styrelsen av personliga skäl, vid månadskiftet november/december 2017.

Då bolaget för närvarande inte har någon utsedd valberedning, kommer representanter från bolagets större ägare, att fram till nästa årsstämma verka för att kunna föreslå nya styrelseledamöter med varierande erfarenheter och även arbeta i riktning mot en mer balanserad könsfördelning i styrelsen. Inför kommande årsstämma kommer även styrelsen att föreslå att en valberedning utses.

Förändrad strategi

Nexar har utvecklat konceptet Aim2Fame. Det är ett unikt koncept, det första i sitt slag, där man kombinerar en global talangtävling med artistutveckling. Under kvartalet har vi förändrat affärsstrategin med målsättningen att göra konceptet lättare skalbart och därigenom snabbare nå lönsamhet.

Framgångsfaktorer för att lyckas är att skapa höga tittarvolymmer och strategiska samarbeten. Vi går ifrån att produktion och distribution av Aim2Fame skall ske med egen personal, samt att vi skall lansera och utveckla artisterna på egen hand. Istället skall vi samarbeta med välrenommerade företag i branschen, vilket ger en mer kostnadseffektiv, flexibel och skalbar verksamhet.

Huvuddelarna i den nya strategin är:

1. Produktion

Produktion av högkvalitativa program är en grundförutsättning för att lyckas få Aim2Fame skalbart och lönsamt. Nyckeln till detta är strategiska partnerskap med större aktörer som har både kunskap och kapacitet. I senaste säsongen av Aim2Fame, där vi producerat 12 episoder har vi säkerställt detta genom ett partnerskap med Secuoya, som är ett av Spaniens största produktionsbolag.

2. Distribution

En stor del av Aim2Fames framgång ligger i att skapa tittarvolymmer och intäktsströmmar. Vägen till högre tittarvolymmer sker genom strategiska samarbeten med distributions- och mediepartners. Nyligen har Aim2Fame börjat sändas via MTG/ViaFree och Kanal FJORTON i Sverige samt Viewin och Hitsbook i framförallt Spanien och Latinamerika, samt via YouTube och egen webb. Samtal förs idag med flera andra stora aktörer om att distribuera Aim2Fame i deras mediekkanaler.

3. Artistutveckling

Genom strategiska samarbeten med skivbolag skapas kostnadseffektiva processer och bra förutsättningar att lansera artister. Skivbolagen har både kunskapen och resurserna för utveckling och marknadsföring av de artister som kommer fram genom Aim2Fame. För närvarande pågår förhandlingar om artistkontrakt för flera av de talanger som var med i finalomgången av årets Aim2Fame.

4. Försäljning

För att ha bättre möjligheter att nå strategiska samarbeten med globala varumärken avseende sponsring av Aim2Fame och/eller produktplacering finns idag pågående och planerade diskussioner med olika globala mediebolag. Även fristående konsulter kommer att engageras av Nexar. En grundförutsättning för att lyckas skapa intäktsströmmar är att vi har en kvalitativ produktion och en tillräckligt stor distribution.

Kapitalbehov

För att på bästa sätt kunna genomföra bolagets nya strategi och göra de investeringar som behövs, behöver bolaget säkerställa den långsiktiga finansieringen. Bolaget utvärderar därför i dagsläget olika alternativa finansieringslösningar för beslut någon gång de kommande veckorna.

För mer information, besök www.nexargroup.se, eller kontakta:

Mats Johansson, VD, telefon +46 707 14 74 54, e-post: mats.johansson@nexargroup.se

Stefan Mattsson, CFO, telefon +46 707 77 60 02, epost: stefan.mattsson@nexargroup.se

Om Nexar

Nexars affärsidé är att producera och marknadsföra talangtävlingar kombinerat med utveckling och management av artister. Det egenutvecklade konceptet, Aim2Fame[®] är den första webbaserade talangtävlingen med tillhörande "reality show" i kombination med kontraktering av nya talanger. Tävlingen, som är öppen för bidrag från hela världen syftar till att varje år hitta de bästa talangerna med förutsättningar att kunna bli en världsstjärna. Dessa talanger kontrakteras av Nexar och ges därmed goda förutsättningar att utvecklas under många år.