

## Hearing med Magnus Söderberg, vd C Security den 16 juni 2014 kl 10:00-10:40.

**Magnus:** Hej och välkomna till denna hearing. För att kunna ställa frågor måste ni vara inloggade som deltagare.

**Bistro:** Vem/vilka är det som har utvecklat produkten? (2014-06-16 08:36:11)

**Magnus:** Det var ett samarbete mellan Chalmers, Volvo Technology Transfer AB och Carlstedt Research & Technology AB. De startade ett företag som heter Pilotfish som utvecklade det som skulle komma att bli C-pod produkten. C-pod kom ut på marknaden 2006 för första gången. (2014-06-16 10:05)

**Moderator:** Kan du berätta om ert företag C Security Systems och om er produkt C-pod? (2014-06-16 10:05:30)

**Magnus:** Vi säljer en tekniktjänst som är applicerbar på alla båtar i hela världen. C Security Systems är ett marint säkerhetsföretag som tillverkar, utvecklar och säljer larm- och övervakningssystemet C-Pod för den globala båtmarknaden. Företaget startades för tre år sedan i samband med förvärvet av den färdigutvecklade produkten C-pod. Affärsmodellen består av en engångsförsäljning av produkter och återkommande årliga abonnemang. I dags läget är intäkterna fördelade ca 50/50 på produkter och tjänster. (2014-06-16 10:06)

**Moderator:** Vilka är era konkurrenter på marknaden med liknande teknik? (2014-06-16 10:06:43)

**Magnus:** Det finns ett flertal konkurrenter lokalt i länderna. En god uppfattning i Sverige får man genom att gå in på ett av de större försäkringsbolagen och se vilka söksystem de rekommenderar. Globalt finns det främst två, Garmin med sin produkt GTU 10 och Spot med sin produkt SPOT HUG. De skiljer sig dock från C-pod då GTU 10 endast är ett söksystem och därmed inte kan larma för inbrott, hög vattennivå, brand, etc. och SPOT HUG är ett 100% satellitbaserat system vilket gör att kommunikationen är betydligt dyrare för slutkonsument. (2014-06-16 10:07)

**Bistro:** Kan man få sänkt försäkringspremie om man har C-pod installerad? (2014-06-16 08:38:20)

**Magnus:** Ja det kan man få. I Sverige erbjuder de största försäkringsbolagen mellan 10-15% reduktion på försäkringspremien om ägaren har installerat C-pod. Utomlands skiljer det mellan länderna men ofta reducerar de självriskan kraftigt. (2014-06-16 10:09)

**Moderator:** Hur fördelar sig försäljningen på olika länder i dagsläget? (2014-06-16 10:07:00)

**Magnus:** Av den totala försäljningen står Norden för ungefär 52 procent, Frankrike 10 och Västindien och Nordamerika för 7 procent. Vår tillväxt ser vi främst i Sydeuropa där Frankrike kommer att vara loket. (2014-06-16 10:16)

**Jimmie:** Hej, har ni fått något besked från försäkringsbolaget April i Frankrike angående hur många som valt en försäkring där C-pod är obligatorisk? Om inte, vet ni närmare när besked/indikation kommer? (2014-06-16 10:08:45)

**Magnus:** Aprils samtliga båtförsäkrings- kunder har varit tvungna att välja om sina försäkringar. I Frankrike är två stora försäkringsfönster d.v.s. när kunder ser över sina försäkringar i januari respektive augusti. Exakt när April skall ha resultatet klart är inte sagt förutom att de kommer att börja lägga över kunder under 2014 till de nya försäkringarna. (2014-06-16 10:20)

**Bistro:** Säljer ni till privatpersoner eller företag? (2014-06-16 08:37:36)

**Magnus:** Vi säljer till båda men har ett starkare fokus på företag. Vi arbetar för att få ett så stort och starkt distributörsnätverk som möjligt. I dagsläget har vi 21 distributörer som täcker 27 länder i 3 världsdelar. Vårt senaste tillskott är vår Australienska distributör som lade en order på ca 0,4 MSEK, vilket var större än väntat. Australien och Nya Zeeland blir strategiskt viktiga då de kan jämna ut vår försäljning som är säsongbetonad. Tillsammans med våra distributörer arbetar vi mot att C-pod skall erbjudas så nära båtköpet som möjligt, helst skall det redan sitta i båten när den kommer från fabriken. På grund av detta fokuserar vi mycket på båtillverkare och försäkringsbolag vilket har gett mycket positivt resultat. Vi är också representerade i stora butikskedjor i många länder, i Sverige hittar du oss hos SeaSea till exempel. Att sälja via tillbehörsbutiker kräver mer i form av marknadsföring, säljmaterial i butikerna samt utbildning av säljare vilket kräver mycket mer resurser både i tid och pengar. Denna kanal är viktigt då det gäller att synas och att göra produkten tillgänglig. Förutom de kanaler jag redan nämnt har vi en webshop också. (2014-06-16 10:21)

**Jack16:** Hur ser bolaget ut om 5 år? (2014-06-16 10:10:59)

**Magnus:** Om 5 år är vi en säkerhetsstandard för båtar i främst Europa men vårt fäste i Ryssland och Nordamerika inkl. Canada är mycket gott. Denna position har vi uppnått genom samarbeten med stora försäkringsföretag. Vi har även gått in mot nya segment t.ex. husvagnar/husbilar, entreprenadmaskiner, etc. (2014-06-16 10:26)

**Moderator:** Vad skiljer c-pod från andra söksystem och larm? (2014-06-16 10:06:06)

**Magnus:** Vår system är serverbaserat vilket innebär att all kommunikation mellan användaren och C-pod-enheten sker via en server. Detta möjliggör att C-Pod kan erbjuda en ökad säkerhet och många finesser som den är ensam om på marknaden. Bland annat så övervakar vår tekniska plattform alla enheter dygnet runt alla dagar om

året. Om en enhet inte kan kommunicera d.v.s. inte kan skicka larm på grund av en störsändare eller att en GSM mast har gått ner skickar vårt system en varning till användaren att båten inte är övervakad. Vårt system skickar också återkommande larm till dess att användaren stänger av det. Detta för att användaren aldrig skall missa ett larm. Förutom att vara ensam om en del tekniska lösningar är vi relativt ensam om att satsa helhjärtat på service. Våra kunder når oss alla vardagar året runt. (2014-06-16 10:27)

**Eric:** Vilken blir er nästa stora strategi som gynnar expanderingen? (2014-06-16 10:20:23)

**Magnus:** Vi kommer att fortsätta satsa på försäkringsbolag där vi ser vår absolut största tillväxt på 2-3 års sikt. Efter det kan vi titta på eventuell konsolidering av branschen då den är fragmenterad idag. Självklart öppnar sig många stora marknader om vi väljer att gå in på ytterligare segment som husvagnar/husbilar, entreprenadmaskiner, etc. Men vi är måna om att vara fokuserade och inte ta oss vatten över huvudet. (2014-06-16 10:32)

**Moderator:** Är ni med på båtmässor? Vilka avser ni vara med på under året? (2014-06-16 10:26:25)

**Magnus:** Vi är med på båtmässor. I år kan ni träffa oss på båtmässan i Cannes, Salon Nautique i Paris, Moskvas båtmässa, METS i Holland och antagligen allt för sjön i STHLM för att nämna några. (2014-06-16 10:34)

**Moderator:** När förväntar ni er att företaget uppnår positivt kassaflöde och hur förväntar ni er att växa de närmaste åren? (2014-06-16 10:07:11)

**Magnus:** Vi räknar med att ha ett positivt kassaflöde i år. Idag har vi ca 500 betalande kunder och vi är kassaflödespositiva när vi når ca 1400. Vi förväntar oss växa fort detta och nästa år främst genom att vårt system blir ett krav hos stora Europeiska försäkringsbolag. Vi sitter i förhandlingar med tre försäkringsbolag och är i mål med ett. Det vi är klara med heter April och är ett av Frankrikes största. De erbjuder kunder två olika typer av båtförsäkringar och vi är obligatorisk i en av dessa. Deras befintliga 16000 försäkringstagare kommer att behöva välja om sin båtförsäkring och det räcker med att 6% väljer den vi ingår i för att vi skall nå vårt mål 2014, men vi tror det blir fler. Utöver vårt samarbete med Buster där de fabriksinstallerar stora delar av vårt system, har vi nyligen ett flertal marinor, fiskeflottor och båttillverkare valt att samarbeta med oss. Vi har som mål att växa med 80% årligen fram till 2017 och jag känner mig vid gott mod att vi kommer att uppfylla detta. (2014-06-16 10:36)

**Moderator:** Vad har du för bakgrund Magnus? (2014-06-16 10:18:44)

**Magnus:** Jag har en civ. ing och fil. kand i företagsekonomi från Lund Universitet. Arbetat några år på ABB i Zurich och Karlskrona med projekt och produktionseffektivisering samt på Carlsberg Sverige inom affärsutveckling. (2014-06-16 10:40)

**Moderator:** Passar C-pod till alla typer av båtar? (2014-06-16 10:18:33)

**Magnus:** C-pod var designad för båtar runt 7m men idag är det mer försäkringsvärdet som avgör. En båt som kostar 300 TSEK och uppåt är målgrupp för C-pod. (2014-06-16 10:44)

**Moderator:** Varför man skall investera via er emission? (2014-06-16 10:07:22)

**Magnus:** Vi är ett skuldfritt bolag där emissionspengarna behövs för att möta efterfrågan och för att öka försäljningen. Framtiden ser ljus ut i och med att vi kommer att kunna dra nytta av stora försäkringsbolags försäljningsorganisationer. Vi har en världsprodukt och tjänst där båtar bara är början, produkten är perfekt för husvagnar, entreprenadmaskiner, snöskotrar jag alla typer av rörliga fordon. Vår produkt och tjänst är skalbar vilket innebär att våra fasta kostnader ökar marginellt vid större volymer. Dessutom innebär vår affärsmodell att vi får återkommande intäkter och vi har breakeven inom räckhåll. (2014-06-16 10:45)

**Magnus:** Tack för att ni har varit med på hearingen och ni är välkomna att kontakta mig om ni har ytterligare frågor. Mitt telefonnummer är 0734 44 46 39 och E-mail: [magnus.soderberg@c-pod.com](mailto:magnus.soderberg@c-pod.com)

