



Årsstämma

VD presentation, Katarina Nielsen

Stockholm 31 maj 2018

Agenda

- Umida Groups resa och strategiska riktning
- 2017 – ett konsolideringssår
- 2018 – prioriteringar och viktiga händelser



VI ÄR PÅ EN
SPÄNNANDE RESA

A person wearing a dark beanie and a dark sweater is seen from behind, looking out at a large, rugged mountain peak. The scene is set in a natural environment with a tall evergreen tree on the left. The lighting is soft, suggesting a hazy or overcast day.

RESAN FRAM TILS IDAG

CEFOUR WINE & BEVERAGE AB

- Etablerades 2008
- Unik förpackningslösning - färdigpackade vinglas för arenor, festivaler och events
- 2015: Ny styrelse och ledning
- 2015-2016: Turn around, rekonstruktion, effektivisering





Q1 2016 FÖRVÄRV AV L.O. SMITH

- Egen produktportfölj
- Lego-produktion för Svedka m.fl.
- Modern produktionsanläggning
- Egen produktutveckling och labb

Q3 2016

BYTE AV NAMN TILL GÖTENE VIN & SPRITFABRIK AB

- Säljer varumärket L.O. Smith till Pernod Ricard för 1 M€
- Byter namn till Götene Vin & Spritfabrik AB
- Eko-certifiering av fabriken



Q3 2016 FÖRVÄRV AV VINFABRIKEN

- Egen produktportfölj med glögg, blanddryck, mjöd mm.
- Importprodukter (Biostilla)
- Egen produktutveckling och blending



VÄGEN FRAMÅT



VÅR POSITION

Vara den innovativa och
snabbväxande utmanaren
på dryckesmarknaden

VÅR LEDSTJÄRNA

Vi skapar hållbara
smakupplevelser

KONKURRENSMEDEL

- Innovativa
- Snabbfotade och flexibla
- Miljö- och kvalitetsmedvetna
- Kundfokuserade



MÅLBILD 2020

Nettoomsättning

Bruttomarginal

Vinstmarginal (EBITDA)

2016

74 MSEK

26%*

Negativ

2020

300 MSEK

45%

10%

STRATEGIER FÖR ATT SKAPA LÖNSAM TILLVÄXT

1

Utveckla och
växa vår egen
produktportfölj

2

Expandera och driva
stark tillväxt genom
smarta
säljsamarbeten

3

Agera och
positionera oss som
en attraktiv
legoproduktions-
partner

4

Aktiv förvärvsstrategi
för att skapa tillväxt
och synergier

2017

Ett konsolideringsår –
integration och utveckling

Integration, organisation och kostnadsbesparingar

- Integration av förvärven från 2016 (Vinfabriken Sverige AB och Götene Vin & Spritfabrik AB)
- Namnbyte från Cefour Wine & Beverage AB till Umida Group AB.
- Flytt av glaslinjen från Åhus till Götene och nedstängning av verksamheten i Åhus.
- Omstrukturering och neddragning av personal i Götene Vin & Spritfabrik med 20%.
- Arbete med företagskultur och organisationseffektivitet.
- Rekrytering av ny kompetens
 - Katarina Nielsen ny VD från 1 feb
 - Helena Dalfors CFO från mars



Innovation och utveckling av produktportföljen

- Utökat och stärkt bolagets produktportfölj genom lansering av flera nya produkter.
- Umida vann 4 upphandlingar på Systembolaget
 - Vinfabrikens Äppelglögg 75 cl
 - Vinfabrikens Äppelglögg med calvados 50 cl
 - Casana Tonic ready-to-drink
 - Vinfabrikens ekosnaps med 25% alkoholhalt
- Re-lansering av Blombergs matlagningssortiment, med flera nya ekologiska produkter och innovationen reducerat matlagningsvin.
- Nya smaker lanserades under Shot 4.4 varumärket: Mint, Ginamon och Viol/lakrits.



Nya strategiska säljsamarbeten

- Umidas strategi är att expandera och driva stark tillväxt genom säljsamarbeten och under 2017 etablerades flera samarbetsavtal med nya partners.
- I mars tecknades ett avtal med Solera Beverage group. Soleras bolag Multibev fick i uppdrag att sälja Shot 4.4 och GR8 gentemot Systembolaget och på Horeca-marknaden. Bolaget Five Eyes säljer Shot 4.4 på Travel retail marknaden.
- Ett samarbetsavtal med Conaxess Trade AB etablerades gällande försäljning av Blombergs matlagningssortiment och Monte Flor gentemot storköksmarknaden. Samt av Vinfabrikens alkoholfria glöggssortiment på dagligvaruhandeln.
- Umidas partner Bear Smyth Ltd i Storbritannien tecknade ett ramavtal med catering företaget Compass group i Storbritannien och Irland om försäljning av de färdigfyllda vinglasen.



Utveckling av legoproduktionsaffären

- Fasat ut Constellation Brands affären med stora volymer och låga marginaler, och skaffat nya legoupdrag med bättre marginalstruktur.
- Götene Vin & Spritfabrik har utvecklat ett starkt erbjudande gentemot legoproduktionskunder med en modern, flexibel och eko-certifierad anläggning.
- Flera nya kunder under 2017: Råvo, Galatea, Hernö Gin, Brands For Fans.

Spendrups
GRUNDAT ÅR 1897




Galatea



Stärkt finansiell styrning och finansiering

- Förstärkt budgetering, prognostisering, uppföljning etc.
- Konsolidering av koncernbolagens olika affärssystem.
- Stärkt intern kontroll, policies och rutiner.
- En riktad nyemission till Abelco Investment Group AB. Total emissionslikvid 6 MSEK.

Förvärv av Brands For Fans

- Ett ledande svenskt företag på en global arena - "Connecting brands with fans".
- Utveckling, marknadsföring och försäljning av alkoholdrycker producerade tillsammans med välkända band och artister.
- Samarbete med kända artister som Ghost, Hammerfall, In Flames, Jonas Åkerlund, Motörhead, Mustasch, Plura, Rammstein, Slayer, Status Quo och Sweden Rock Festival.
- 31 dec 2017 förvärvades 100% av aktierna i Brands For Fans Sweden AB, genom nyemittering av B-aktier i Umida Group AB motsvarande 3.000 KSEK och genom kontant betalning om 558 KSEK (reglerad 2018).
- Förvärvet innebär synergier inom flera områden tex produktutveckling, produktion, logistik samt affärsmöjligheter i nya kanaler och marknader.

BRANDS **FOR** **FANS**





2017 - ett konsolideringsår

- Ny affärsmodell med förändrad portföljmix – fokus på att växa bolagets egna produktportfölj med bättre marginaler och att stärka Umidas långsiktiga lönsamhet.
- Resultat i korthet:
 - Minskad intäkter som ett resultat av utfasningen av Constellation Brands. 43 MSEK (74 MSEK, varav 7,7 MSEK intäkt av engångskaraktär)
 - Stärkt bruttomarginal, till 50% från 33%
 - Tillväxt av den egna produktportföljen +14%
 - Vinst fjärde kvartalet
 - Negativt helårsresultat -12,2 MSEK men en förbättring jämfört med 2016 (+2,7 MSEK exkl engångspost).
- Strukturerat bolaget för framtida expansion, tillväxt och lönsamhet

2018

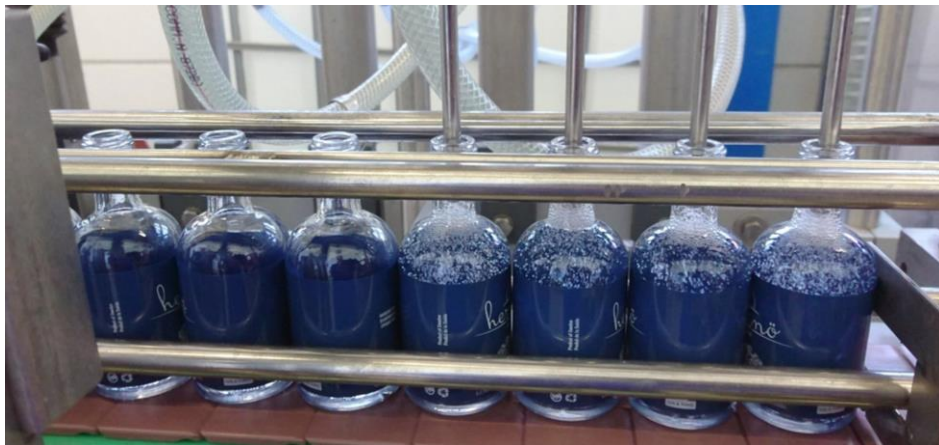
Strategiska prioriteringar och
viktiga händelser

Strategiska prioriteringar 2018

- Utveckla, växa och investera i Umidas varumärkesportfölj.
- Etablera och utveckla säljsamarbeten för att driva försäljningstillväxt.
- Integrera Brands For Fans i Umida och expandera Brands For Fans portfölj nationellt och internationellt.
- Skaffa nya legoproduktionsuppdrag med lönsamhet.
- Stärka Umida med ny kompetens och bygga engagerad och effektiv organisation.
- Effektivisera och förbättra produktionen i GVSF.
- Identifiera och genomföra förvärv som generar långsiktig lönsam tillväxt.

Förstärkt organisation & investering i produktion

- Rekrytering av Filip Lundquist som ny Head of Sales & marketing.
- Rekrytering av Olof Langbeck som Manager Supply chain & Lego-production.
- Anskaffning av ny produktionslinje för miniatyrflaskor, vilket innebär ett stärkt erbjudande gentemot legokunder.



Nya affärer och samarbeten

- Tecknat avtal med Menigo om försäljning av Monte Flor vin i 10 liters BIB från 1 april 2018. Försäljningsvärde 2,4 MSEK under 12 månaders period.
- Lanserat Casana Tonic i Finland på K-group (den näste störste aktören inom dagligvaruhandeln i Finland).
- Etablerat samarbetsavtal med ny partner Bornicon & Salming i Finland.



Brands For Fans – innovation och expansion

- Lanserat Sweden Rock 18 Single Malt Rök i mars. Sålde slut på 1 månad.
- Sweden Rock Holy spirit som lanserades i december 2017 får listning i ordinarie sortiment på Systembolaget från 1 juni.
- Lanserat In Flames "Signature Craft Gin Tea & Bergamot". Sålde slut på 1 månad.
- Aktiverat Plura Torpets akvavit inför påskhelgen.
- Utvecklat långsiktig global plan för varumärket Motörhead.



Marknadsföring och investering i Umidas varumärken

- Relansering av Shot 4.4 till LACKS! den 1 mars på Systembolaget. Nytt namn och ny förpackningsdesign för att skapa attraktivt erbjudande och tydligare profil. Marknadsaktivering och kommunikation i sociala medier samt på konsumentmässor.
- Marknadsföring av Casana Tonic ready-to-drink 4,5% i framför allt sociala medier för att skapa kännedom och driva försäljning inför högsäsongen.
- Lansering Vinfabriken's ekosnaps med lägre alkoholhalt (25%) på Systembolaget den 1 mars (offertvinst). Marknadsföring inför påskhelgen.



Nya offertvinster på monopolen

- Umida har vunnit två upphandlingar på finska monopolet Alko, en ekologisk rödvinsglögg och en ekologisk vitvinsglögg under nya varumärket G glögi. Uppskattad nettoomsättning upp till 3 MSEK. Lansering 1 oktober
- Vinfabriken har vunnit ännu en upphandling av glögg på Systembolaget. Den ny produkten Vinfabriken's Blåbärsglögg beräknas bidra med ca 0,7 MSEK i nettoomsättning. Lansering 1 november.



Summering

- Vi investerar i och bygger våra egna varumärken för att stärka marginaler och lönsamhet.
- Vi utvecklar och etablerar nya säljsamarbeten för att driva försäljningstillväxt.
- Vi stärker organisationen med rätt resurser och kompetens.
- Vi effektiviserar och stärker vår produktionsanläggning i Götene.
- Vi integrerar Brands For Fans i Umida och utvecklar planer för expansion.
- Vi arbetar aktivt med bolagets förvärvsagenda.

