

## **Umida: VD-brev juni 2017**

Välkommen till ett VD-brev som precis som vädret den senaste tiden präglas av högtryck. Denna gång tänker jag särskilt fokusera på vårt sälj- och marknadsarbete som just nu skördar stora framgångar.

### Säljsamarbeten

Vår strategi är att etablera samarbeten med starka säljpartners och genom deras säljkårer få maximal hävstång på försäljningen av hela vår produktportfölj. Vi är mycket glada över det samarbete som har inletts med Solera Beverage Group på den svenska marknaden samt på Travel Retail marknaden. Soleras bolag Multibev är igång med att sälja och aktivera Shot 4.4 och GR8 på hotell- och restaurangmarknaden (HoReCa). Försäljningen av Shot 4.4 på Viking Line och Scandlines genom Soleras andra bolag Five Eyes har också kommit igång starkt och där volymerna är större än vad vi vågade hoppas på. Vi har en pågående kampanj på Viking Line för smakerna Hallon-lakrits, Viol-lakrits och Ginamon. Även Scandlines sommarkampanj är igång med bl a sampling-aktiviteter av hela sortimentet i taxfree-butikerna.

Som kommunicerades i förra veckan har vi etablerat ett nytt stort samarbete med en ny säljpartner – Conaxess Trade. Conaxess är ett ledande säljbolag på den svenska marknaden och har även verksamhet på flera utländska marknader. Genom Conaxess får vi en stark bearbetning av dagligvaruhandeln, där de besöker över 1 600 butiker varje år. Conaxess kommer, som ni redan läst, att sälja vårt matlagnings Sortiment med matlagningsvin, oljor, vinäger etc. gentemot storköksmarknaden. Conaxess bearbetar både den privata och den offentliga sektorn och vi kommer därmed få en avsevärt större bredd i säljarbetet. Vi uppskattar den samlade nettoomsättningen för våra storköksprodukter för den svenska marknaden till ca 100 MKR under den 5-åriga avtalstiden. Utöver detta kommer Conaxess även sälja vårt alkoholfria glögg Sortiment från Vinfabriken gentemot dagligvaruhandeln och servicehandeln. Vi är väldigt nöjda med det nya upplägget som ger oss en fantastisk kundbearbetning, säljkraft och närvaro i marknaden. Samarbetet startar den 1 juli och vi är i full gång med förberedelser, sälj- och marknadsplanering.

Vår partner i England Bear Smyth Limited, för försäljning av förfyllda vinglas, har slutit ett väldigt viktigt och flerårigt ramavtal med Compass Group för Storbritannien och Irland. Det är en milstolpe i deras säljarbete och det nya ramavtalet ger oss möjlighet att växa med nya slutkunder och öka vår försäljning i Storbritannien och Irland. Compass Group är ett ledande internationellt cateringföretag med 50 000 anställda i England på fler än 7 000 platser. Vi kommer fortsatt att ha huvudfokus på arenor och events som är en central del av Compass Groups affär och det ger oss möjlighet till tillväxt både för våra förfyllda vinglas och på sikt för vårt övriga produktbudande.

### Innovation

Innovation och produktutveckling är som jag har nämnt tidigare en central del i vår affärsstrategi. Vi har för avsikt att bygga vår egen produktportfölj starkare genom att utveckla nya produkter och smaker, med fokus på hållbarhet och smakupplevelser.

Under den senaste månaden har vi vunnit tre offertförfrågningar från Systembolaget i Sverige, vilket är ett bevis på vår förmåga att utveckla produkter av hög kvalitet. Vi kommer lansera två glöggprodukter på Systembolaget i december, en starkvinsglögg smaksatt med calvados och en äppelglögg. Det är också väldigt roligt att vi i hög konkurrens har vunnit upphandlingen av en ekologisk blanddryck med tonic-smak, i burkförpackning. Det blir ett jättebra tillskott i vår portfölj och vi håller nu på att förbereda för den lanseringen.

De nya smakerna under varumärket Shot 4.4 finns nu att beställa i Systembolagets beställningssortiment. Genom samarbetet med Solera har produkterna börjat säljas mot hotell och restaurangmarknaden (HoReCa) och har fått ett bra första gensvar. Den nya GR8-smakerna kommer finnas i Systembolagets beställningssortiment från början av juli. Blomberg-sortimentet har utökats med 12 nya produkter som har sålts in mot storköksmarknaden under våren och nu pågår ett kampanjprogram under maj till augusti hos samtliga stora grossister. De nya Blomberg produkterna har också fått ett positivt mottagande av kunderna.

#### Legoproduktions-uppdrag

Vi har flera pågående diskussioner om produktionsuppdrag för externa partners/kunder. Vi har nyligen kommit överens med Galatea om att producera julsaps och ett par till produkter i vår anläggning i Götene. Vi har som ambition att kunna sluta fler överenskommelser under den närmsta tiden med ledande aktörer på framförallt den Nordiska marknaden.

Vi har även färdigställt produktionen av ekologiska Österlensnapsar som nu finns tillgängliga på Systembolaget, lagom till midsommar. Om det inte varit förbjudet att uppmana till alkoholkonsumtion så hade jag tipsat om att provsmaka.

#### Försäljningsutveckling

Jag vill avslutningsvis passa på att berätta lite om hur försäljningsutvecklingen ser ut för våra varumärken. Överlag har vi en positiv utveckling för vår egen produktportfölj jämfört med föregående år. Som kommunicerats tidigare minskar lego-produktionen signifikant, beroende på lägre volymer till Constellation Brands. Detta ligger i linje med vår strategi att fokusera på lönsamma affärer och uppdrag med tillväxtpotentialer. Egna varumärken levererar högre marginaler i förhållande till den legoproduktion bolaget historiskt ägnat sig mest åt.

Shot 4.4 har en stark försäljningsutveckling och har ökat jämfört med föregående år. Vår ekologiska gin Biostilla fortsätter att öka på Systembolaget även om konkurrensen på ginmarknaden hårdnar med nya produkter och konkurrenter. Det är också glädjande att se att försäljningen av Blomberg började öka under maj månad och vi räknar med att kampanjprogrammet under sommaren och det nya Conaxess-samarbetet ska ge en ökad orderingång. GR8 är ett tillskott i portföljen jämfört med 2016, men även cider/blanddrycksmarknaden är en mycket tuff marknad med många starka konkurrenter och många nylanseringar.

Sammanfattningsvis har vårt hårda arbete på många fronter nu börjat ge önskat resultat och som tidigare kommunicerats kommer bolaget att nå lönsamhet från Q4 i år. Vi har därmed skapat en stabil plattform för vår vidare resa mot att bli en ledande och lönsam aktör på dryckesmarkanden.

Tack för din tid att läsa detta VD-brev. Det var spännande med min första bolagsstämma i denna roll förra veckan. Det känns som att intresset för bolaget stadigt ökar och jag uppskattar de många frågor jag får via mejl och besvarar dem i mån av tid. Jag avslutar traditionsenligt med att tacka för ert förtroende för mig och för bolagets övriga ledning och styrelse. Trevlig midsommar!

Stockholm 21 juni 2017

Katarina Nielsen  
Verkställande direktör