

Umida: VD-brev augusti 2017

Sedan förra VD-brevet i juni har det varit sommar och semestertider, men trots detta har vi haft mycket på gång och det finns många saker att berätta om.

Under sommaren har flera av våra varumärken och produkter marknadsförts och bl a har vi haft ett starkt kampanjprogram i Travel Retail-kanalen. Vi har under sommaren aktiverat Shot 4.4 Hallon-Lakrits i kassalinjen på Viking Lines fartyg M/S Cinderella och M/S Rosella, och synts i kampanjblad för dessa två fartyg. På Scandlines har vi samplat Shot 4.4 till ett tusental konsumenter under den senaste månaden. Shot 4.4 har också kommunicerats i sociala medier som Facebook i syfte att skapa kännedom om både varumärket och om de nya smakerna.

Flytten av produktionslinjen för våra förfyllda vinglas "Selected by Blass" från Åhus till Götene har gått mycket bra. Under maj/juni färdigställde vi lokalerna i Götene för att ta emot produktionslinjen, vilken därefter flyttades från Åhus till Götene i slutet av juni. Under sommaren har vi installerat linjen och gjort provkörningar. Den senaste veckan har vi kört första skarpa produktionen av kundorders till Storbritannien, vilket känns väldigt roligt. Vi ser med tillförsikt på utvecklingen av försäljningen på den brittiska marknaden som ett resultat av avtalet med Compass Group. Signalerna från vår partner Bear Smyth Ltd är positiva och de första stora beställningarna har nu kommit in för utleverans under de kommande veckorna. Arenaverksamheten i England har sitt högtryck från september till maj med fotbollsmatcher, konserter och andra kulturarrangemang. Med en framgångsrik flytt av produktionslinjen bakom oss kommer vi kunna realisera betydande kostnadsbesparingar under kommande år.

Jag har under sommaren fått några frågor om avtalet med Constellation Brands. Som jag och bolaget har kommunicerat tidigare så har vi dragit ned på lego-produktionen av Svedka för Constellation Brands, eftersom våra marginaler varit otillräckliga. Som en konsekvens valde vi att inte förlänga nuvarande avtal efter 30 juni. Vi har dock fortfarande en god relation med Constellation Brands och har möjlighet att enas om nya produktionsuppdrag, givet att det är intressant för båda parter.

Som ett led i vårt offensiva marknads- och säljarbete kommer vi att förstärka vår säljorganisation ytterligare. I juli anställde vi en ny Key Account Manager som kommer arbeta gentemot våra två viktiga säljpartners Solera och Conaxess Trade. Hon heter Marie Åslund och har bakgrund från branschen och sälj- och marknadsroller på bl a Diageo, Solera-bolaget Five Eyes samt Inflight. Marie börjar på Umida Group i början av oktober och hon är varmt välkommen. Jag ser verkligen fram emot att kunna öka vår bearbetning av marknaden ännu mer, inte minst eftersom vi nu kraftsamlar rejält inför hösten och arbetar med ett starkt försäljnings- och marknadsföringsprogram för att driva lönsam tillväxt. Om vi riktar blickarna framåt så har vi stora förväntningar på både våra nya samarbeten och våra kommande produktlanseringar.

Conaxess Trade har från juli tagit över försäljningen av Blomberg-sortimentet gentemot storköksmarknaden och ska också sälja vårt alkoholfria glöggssortiment inom dagligvaruhandeln. Vi deltog nyligen på Conaxess Trades sälj kick-off och presenterade våra produkter och planerna för hösten. Vi hade hjälp av "fredagskocken" Mattias Larsson och sommeliern Niclas Tuomela som berättade om våra produkter, gav tips och inspiration och en hel del bra säljargument. Vi fick ett mycket bra mottagande från säljkåren och de är riktigt motiverade att sälja våra produkter.

Vi har också stort fokus på att utveckla vårt samarbete med Solera vidare. Tillsammans med Solera lägger vi nu planer för höstens marknadsaktiviteter och kundbearbetning för Shot 4.4 och GR8. Vi kommer under hösten även att fortsätta att diskutera och planera för samarbetsmöjligheter i övriga Norden. Både möjlig lego-produktion av Soleras produkter i Götene-anläggningen och försäljning och distribution av produkter i vår portfölj i Finland och Norge.

Vi kommer inom kort sätta igång lego-produktion för Galatea, som vi slöt avtal med innan sommaren. Det handlar om produktion av julsaps, punsch, bitter och en tequila produkt. Vidare så är det snart dags att producera glögg för Spring wines – ett annat nytt lego-produktionsuppdrag. Under september planeras också ny produktion av Råvo för vår partner MNM spirits för den amerikanska marknaden. Denna gång i 1,75 liters-flaska.

Som jag har nämnt tidigare så vann vi före sommaren tre offerter på Systembolaget, vilka ska lanseras i höst. Vi jobbar nu för högtryck med att förbereda dessa. Vi kommer lansera två glögg-produkter under varumärket Vinfabriken på Systembolaget den 1 november. En starkvinsglögg spetsad med calvados i 50 cl-flaska, och vår omtyckta äppelglögg på 75 cl-flaska. Den 1 december lanseras vår nya blanddrycksprodukt, en ekologisk tonic på 33 cl burk. Systembolagets försäljning av drinktillbehör växer och tonic är "hett", vilket gör att tror mycket på den här produkten. Vi har under sommaren jobbat intensivt med att utveckla varumärke, namn och förpackningsdesign för den nya produkten. I nästa steg kommer vi förbereda produktionen och material för lanseringsstöd etc.

Personligen känner jag mig väldigt peppad inför en spännande höst och att få driva igenom flera nya lanseringar och att fortsätta att utveckla säljsamarbeten och nya affärer.

Tack för din tid att läsa detta VD-brev och tack för ert förtroende för mig och för bolagets övriga ledning och styrelse.

Stockholm 21 augusti 2017

Katarina Nielsen
Verkställande direktör