

Umida: VD-brev december 2017

Välkomna till årets sista VD-brev - denna gång med många nyheter och med lite extra information om vår lego-produktionsaffär. Veckans nyhet om att vi slutfört förvärvet av Brands For Fans Sweden AB kommunicerades i ett separat pressmeddelande samt naturligtvis i den tidigare kommunikationen i samband med vårt "letter of intent". Just nu är jag väldigt glad över att få välkomna teamet till Umida och ser verkligen fram emot att få återkomma med mer info om vad denna affär bär med sig för framtida möjligheter - men det blir i ett kommande VD-brev, nu går vi in på de högaktuella nyheterna.

Mitt i decembermörkret har vi lanserat vår senaste innovation som väcker associationer till sommartider. Casana Tonic finns på Systembolagets hyllor från och med den 1 december. Det är en ekologisk ready-to-drink med tonic smak, i 4,5% alkoholhalt och 33 cl burk. Casana Tonic har en uppfriskande smak, med toner av grapefrukt och citrus. Den är läskande och passar bl.a. bra till fördrinken eller mingelfesten. Vi har släppt en press release och lanserat en hemsida för produkten (casanadrinks.se) som ett första steg i lanseringsplanen. Det kommer vi följa upp med ett aktivitetsprogram under 2018 för att marknadsföra Casana Tonic när högsäsongen startar under våren.

Under den senaste perioden har huvudfokus dock legat på vårt glöggsortiment. Vi har glädjande nog fått väldigt mycket goda omdömen och höga betyg i tidningarnas glögg-tester. Exempelvis utnämnde Allt om Mat Vinfabrikens Äppelglögg spetsad med calvados till "Fyndglögg - Bäst i test". Även Expressen gav produkten högsta betyg – 5 getingar. Det är mycket roligt att vi får så positiva omdömen och det är ett bevis på vår förmåga att skapa produkter av högsta kvalitet och med omtyckt smak. Vi har i år tre glögg-produkter i Systembolagets sortiment, vi bedriver försäljning mot dagligvaruhandeln i Sverige, samt har viss försäljning till Finland och Tyskland. Det innebär att vi kommer öka vår totala glöggförsäljning i jämförelse med tidigare år.

I detta VD-brev tänkte jag som sagt också passa på att berätta lite mer om vår lego-produktionsaffär. Vår strategi är att agera och positionera oss som en attraktiv legoproduktionspartner. Vi har en modern, flexibel och eko-certifierad produktionsanläggning i Götene och vår ambition är att växa genom utökade och nya uppdrag. Jag har tidigare berättat att det finns ett stort intresse för vårt erbjudande och vi har fått in flera nya kunder under året tex Galatea och Hernö Gin, samt utökat legoproduktions-uppdraget för Spendrups. Dessutom har vi har flera pågående diskussioner om nya uppdrag. De senaste kundtillskotten är Bergslagens destilleri, där vi har fått i uppdrag att producera Bergslagens Gin. Palmer Spirits AS har anlitat oss gällande produktion av vodka och gin för den norska marknaden. Vi har under den senaste månaden producerat Åre Bitter för Galatea och Holy Spirit för Sweden Rock genom Brands For Fans. Håll utkik efter de här spännande produkterna!

En viktig ambition under det här året har varit att bygga en stark organisation med rätt kompetens och resurser. För att utveckla och växa bolagets varumärkesportfölj och för att öka tempot i vårt säljarbete har jag stärkt upp sälj- och marknadssteamet genom ett par nyckelrekryteringar. I oktober började Marie Åslund som Key Account Manager med ansvar för våra strategiska säljpartners Solera och Conaxess Trade. Jag har också rekryterat Filip Lundquist som ny Head of Sales & Marketing, han börjar i slutet av januari. Det innebär att vi kommer ha ett mycket kompetent och motiverat team som ska driva tillväxt av Umidas produktportfölj under 2018 och framåt.

Bolaget har höga tillväxtambitioner och en del av tillväxtstrategin är en aktiv förvärvsagenda. Vi vill växa som dryckeskoncern genom att förvärva bolag som kompletterar vår verksamhet, som har en stark affärsidé och framtidspotential, och där vi kan finna samordningsfördelar och synergieffekter. Brands For Fans är precis ett sådant bolag. Efter att ha tecknat ett LOI har en due diligence process genomförts och nu har ett aktieöverlåtelseavtal skrivits under. Det känns väldigt roligt att få in Brands For Fans i Umida-familjen och jag ser fram emot att arbeta nära dem för att utveckla affären ytterligare under 2018.

Året börjar närma sig sitt slut och det har varit ett händelserikt 2017. Vi har etablerat strategiska sällsamarbeten, utvecklat produktportföljen och lanserat flera nya produkter. Vi har dessutom fasat ut olönsamma affärer, flyttat produktion från Åhus till Götene i syfte att realisera kostnadsbesparingar, stärkt den finansiella styrningen i bolaget samt byggt organisationen och rekryterat in nyckelkompetens. 2017 har som jag tidigare nämnt varit ett omställningsår för Umida där vi arbetat hårt, och vi har nu skapat en solid plattform för framtida tillväxt i bolaget, något som jag vill passa på att speciellt tacka alla medarbetare och samarbetspartners för.

Jag vill avsluta med att tacka för året som gått och för visat förtroende för mig, övriga ledningen och styrelse, samt önska en god jul och gott nytt år!

Stockholm 22 december 2017

Katarina Nielsen
Verkställande direktör