

Umida: VD-brev januari 2018

Gott Nytt År och välkommen till första VD-brevet för 2018.

Efter lite juledighet var det kul att kick-starta det nya året genom att få in förvärvet Brands For Fans och deras team i Umida-koncernen. Dagen innan nyårsafton stängde vi de sista delarna i affären och sedan den 31 december är Brands For Fans en del av vår verksamhet. Brands For Fans är ett unikt och mycket starkt koncept som bygger på att utveckla och lansera alkoholhaltiga drycker tillsammans med välkända artister och band. Vi vänder oss direkt till deras trogna fans, vilket är en suveränt effektiv marknadsföringsstrategi. Genom att inkludera Brands For Fans i Umida kommer vi kunna addera Umidas kunnande inom bl a produktutveckling och produktion för att hjälpa Brands For Fans att komma ut i nya kanaler och på nya marknader. Det känns mycket roligt att få in Yvonne Wener och Sari H Wilholm i bolaget med deras unika kompetens och nätverk. Brands For Fans har en stark och ambitiös plan för 2018 som vi nu ska hjälpas åt att utveckla och genomföra. Vi är redan igång med integrationsarbetet samt utveckling av nya produkter och nya projekt.

Det känns spännande med ett nytt år och jag ser fram emot att få skörda frukterna av det jobb som gjordes under 2017, då vi fokuserat på att skapa en solid plattform för framtida tillväxt. Huvudfokus för 2018 kommer vara på tillväxt. Vi ska utveckla och växa vår egen produktportfölj. Vi ska skapa full utväxling på våra strategiska sällsamarbeten och etablera nya. Vi ska utveckla vår lego-produktions affär genom att agera som en professionell partner. Vi ska integrera Brands For Fans i Umida och skapa nya affärsmöjligheter. Och vi ska även fortsätta vår aktiva förvärvsstrategi för att ta ytterligare steg i vår utveckling.

Det kommer även fortsatt att vara viktigt att bygga vår organisation med rätt kompetenser och resurser. Som jag tidigare har meddelat är Filip Lundquist ny Head of Sales & Marketing från och med 26 januari. Filip kommer senast från en roll på Treasury Wine Estates och före det från L'Oréal. Han har en bred bakgrund, både nationellt och internationellt, med erfarenhet från alla säljkanaler (Horeca, Systembolaget samt dagligvaruhandeln), samarbeten med distributörer samt från marknadsföringsområdet.

En annan viktig rekrytering och en glad nyhet är att vi har knutit Olof Langbeck till oss. Olof började på Umida den 22 januari som Manager Supply Chain & Lego Production. Olofs uppgift blir att utveckla bolagets lego-produktionsaffär och att stärka vår Supply Chain funktion i anläggningen i Götene. Olof kommer närmast från en roll som VD på Malmköpings Nya Spritbolag där han var ansvarig för ett stort antal lego-produktionskunder. Olof har gedigen och lång erfarenhet från branschen och ett stort kontaktnät. Han har bl a varit på Vin & Sprit i 19 år, på Spendrups samt även inom läkemedelsindustrin på Pfizer. Olofs expertområden är produktion, logistik, IT och affärssystem, planering och processtyrning.

Under november och december var det fullt säljfokus på glöggsortimentet. Vi kan nu så här i efterhand konstatera att 2017 blev ett mycket bra år för Vinfabrikens glögg. Produkterna fick mycket fina recensioner i konsumentpress och det var åtskilliga tester där Vinfabrikens produkter fick högsta betyg och blev "bäst i test". Försäljningseffekterna av detta blev mycket goda och vi fördubblade vår totala försäljning av glögg jämfört med 2016, också drivet av de

två vunna nya listningarna på Systembolaget som gjorde att vi totalt hade tre artiklar i ordinarie sortiment. Två av våra produkter sålde så bra att vi redan vet att vi kommer att få behålla hyllplatserna i sortimentet även under glöggsäsongen 2018. Vår senaste produktnyhet Casana, en ready-to-drink med tonic-smak och en alkoholhalt på 4,5%, lanserades den 1 december på Systembolaget. Casana har haft en bra säljstart även om det inte är högsäsong och vi hoppas att allt fler konsumenter ska upptäcka produkten när våren och högsäsongen kommer.

I januari har vi haft stort fokus på vår produkt Shot 4.4. Vi har lanserat en ny bred marknadsföringskampanj med annonsering i sociala medier och andra digitala kanaler, i syfte att skapa uppmärksamhet och intresse för vår nyckelprodukt Hallon/Lakrits. Konkurrensen på shot-marknaden ökar från nya spelare och då behöver vi växla upp för att säkra vår position och för att driva försäljning i den växande kategorin.

Sista januariveckan hade vi besök av vår samarbetspartner i England, Bear Smith Ltd, för att gå igenom planerna för året för de färdigfyllda vinglasen och för att diskutera nya framtida möjligheter - ett både inspirerande och energifyllt arbetsmöte där det finns många goda idéer för året som kommer.

Jag vill avsluta med att tacka för visat förtroende för mig, övriga ledningen och styrelse, samt tacka för uppmärksamheten och intresset för detta VD-brev.

Stockholm, 30 januari 2018

Katarina Nielsen
Verkställande direktör