

Umida: VD-brev mars 2018

I mitt förra VD-brev nämnde jag kort att det händer mycket i det nyförvärvade bolaget Brands For Fans, som är en del av Umida Group sedan 31 december 2017. Jag tänker denna gång berätta mer om Brands For Fans som bolag och om de mest aktuella lanseringarna och marknadsaktiviteterna i deras produkt- och varumärkesportfölj. Dessutom ge en kort uppdatering om en viktig affär och nytt samarbete med Menigo, vilket kommunicerades tidigare i veckan.

Brands For Fans är ett spännande företag med ett unikt erbjudande. Det är ett ledande svenskt bolag på en global arena med affärsidén att via livsstilsprodukter stärka relationen mellan band och artister och deras fans. Brands For Fans utvecklar, marknadsför och säljer alkoholdrycker i samarbete med artister. En musikgenre med extra hängivna och engagerade fans över hela världen är rock och exempel på samarbeten inkluderar band som t.ex. Ghost, Hammerfall, In Flames, Motörhead, Mustasch, Rammstein, Slayer och Status Quo. Exempel på andra samarbeten är Plura och Sweden Rock Festival, en av de största och mest framgångsrika festivalerna på den nordiska marknaden. Tillsammans med artisterna utvecklar Brands For Fans koncept och produkter som följer varumärke och identitet, samt tillför något i relationen med fansen. Ibland är det produkter i begränsad upplaga och av mycket exklusiv karaktär, men oftast produkter där ambitionen är att skapa långsiktiga framgångar. Kännetecknande för samtliga samarbeten är att produktkvaliteten är helt central, utan den finns inte trovärdigheten och existensberättigandet.

Jag är mycket nöjd över att fått in Brands For Fans i Umida Group då bolaget kompletterar Umidas verksamhet på ett perfekt sätt. Umida kan erbjuda Brands For Fans support med produktutveckling, inköp och produktion för att underlätta utveckling och produktion av nya produkter. Det finns även synergieffekter på sälj- och marknadssidan samt i internationella kund- och partnerrelationer. Efter det första kvartalet i den nya konstellationen är det nya Umida Group inklusive Brands For Fans igång och utarbetar planer och aktiviteter för att expandera ytterligare. Vi ser att det finns goda tillväxtpotentialer för Brands For Fans på såväl på hemmamarknad som på export, och att potentialen i affärsidén är stor.

Brands For Fans har en bred portfölj av produkter och jag vill här berätta mer om några av de senaste lanseringarna. Brands For Fans har sedan flera år ett samarbete med Sweden Rock Festival som är Skandinavien största hårdrocksfestival. Varje år lockas besökare från fler än 50 länder till Sölvesborg, där de bjuds på över 80 konserter med några av de ledande hårdrocksbandsen från hela världen. I december lanserades The Holy Spirit of Sweden Rock Solera 15 XO Premium Rhum på marknaden och fick ett mycket positivt mottagande. Tack vare den omedelbart höga efterfrågan kommer den från 1 juni att bli del av det ordinarie sortimentet på Systembolaget. För fjärde året i rad presenterar Sweden Rock Festival, i samarbete med Mackmyra Svensk Whiskey AB och Brands For Fans, dessutom en årsspecifik limiterad utgåva skraddarsydd för både hårdrockssälskare och whiskykonässörer - Sweden Rock 18 Single Malt Rök. De tidigare lanseringarna i denna konstellation har blivit mycket uppskattade så förhoppningarna är höga även på årets lansering.

Ett annat viktigt samarbete är det med Motörhead, ett ikoniskt band och oerhört starkt varumärke. Tillsammans med Motörhead har Brands For Fans utvecklat en bred portfölj av produkter med bl.a. whisky, vodka och öl i sortimentet. Motörhead är ett varumärke med en mycket stor bas av fans över hela världen och vi ser stor potential att växa i nya kanaler och på nya marknader. Nyligen har vi gjort en inbrytning på den kanadensiska marknaden och fått Motörhead Bastards Lager, Motörhead Vodka och Motörhead Whisky listade på de

kanadensiska monopolen SAQ (Quebec) och NSLC (Nova Scotia). Utöver det ser vi stora möjligheter att växa i bl.a. Finland och Tyskland där vi har ett flertal planerade aktiviteter.

Jag skulle också vilja lyfta fram Hammerfall och deras Champagne, ett innovativt och nyskapande produktkoncept. Hammerfall är det första hårdrocksbandet som gjort sin egen Champagne. Den är framtagen och producerad i samarbete med det svensk-franska champagnehuset Hatt et Söner. Champagnen är en premier cru årgång 2008, vilket enligt experterna är en fantastisk årgång, och av absolut högsta kvalitet. Till priset 529 kr är detta liksom många andra av produkterna i Brands For Fans portfölj en nischprodukt, men det var under den senaste försäljningsperioden den näst mest sålda Champagnen i sitt pris- och butikssegment!

Just nu arbetar teamet med att bygga vidare på en viktig lansering från i höstas, då Brand For Fans etablerade ett samarbete med artisten och matprofilen Plura Jonsson. Före jul lanserades såväl en glögg som en akvavit, där båda produkterna produceras i vår anläggning i Götene. Nu inför påsk genomförs en aktivering för Plura Torpets Akvavit i Pluras egna kanaler, till exempel Instagram och Facebook. Dessutom har vi gått ut med ett pressmeddelande till journalister, vinskribenter och bloggare, med ambitionen att Pluras akvavit skall vara det självklara valet inför påsk samt kommande midsommar.

Jag vill avslutningsvis passa på att berätta om några nya affärer inom Umida Group. Vi har som tidigare kommunicerats slutit ett avtal med Menigo om försäljning av vårt varumärke Monte Flor vin i 10 liters bag-in-box, till ett värde på 2,4 MSEK för perioden 1 april 2018 till 31 mars 2019. Detta gör att vi stärker vår ställning hos en av våra viktigare kunder och att vi stärker positionen för Monte Flor som vinvarumärke. För vår nya produkt Casana Tonic ready-to-drink med 4,5% alkoholhalt har vi fått en listning på S-group i Finland. Sedan avregleringen vid årsskiftet av produkter med lägre alkoholhalt har en mycket hög andel av försäljningen skiftat från Alko till dagligvaruhandeln, något som gör den här första affären spännande. Vi kommer göra en test-lansering och se hur vi kan utveckla Casana på den finska marknaden. Dessutom levererar i veckan vår första leverans av färdigfyllda vinglas till en ny kund på den tyska marknaden.

I förra veckan hade jag förmånen att träffa ett antal befintliga och nya potentiella aktieägare under en investerarträff i Göteborg som arrangerades av Case Fonder. Jag presenterade Umida Group och bolagets strategier, planer och produktportfölj. Det var mycket inspirerande att få berätta om Umida, besvara intressanta frågor och prata om företagets verksamhet och väg framåt.

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

Stockholm, 28 mars 2018

Katarina Nielsen
Verkställande direktör