

Umida: VD-brev juni 2018

Umidas ambition är att skapa långsiktig lönsam tillväxt och en helt central del i tillväxtstrategin är att utveckla bolagets produktportfölj. Det gör vi genom innovation och genom att investera i och bygga våra varumärken. Jag vill i detta VD brev berätta mer om det viktiga marknads- och säljarbetet och hur vi har ökat trycket på marknaden.

Innovation står högt upp på bolagets agenda och vi jobbar intensivt och målmedvetet med produkt- och smakutveckling. Det arbetet ger resultat och vi har varit mycket framgångsrika i att vinna upphandlingar på monopolen. Under maj och juni har Umida vunnit totalt 5 upphandlingar. Vi har fått in två nya glöggar under det nya varumärket G-glögi på det finska monopolet ALKO, en ekologisk rödvinsglög och en ekologisk vitvinsglög i 75 cl flaska som lanseras 1 oktober. Vi har också vunnit en upphandling på Systembolaget med Vinfabrikens blåbärsglög i 75 cl flaska som lanseras 1 november. En produkt som vi tror kommer falla konsumenterna i smaken och som vi har stora förhoppningar på. Det innebär att Vinfabriken kommer ha tre glöggprodukter i fast sortiment på Systembolaget under glöggsäsongen 2018, den nya blåbärsglögen samt de tidigare framgångsrika äppelglög i stor och liten flaska. Utöver det har Vinfabriken för första gången vunnit en upphandling på Vinmonopolet i Norge med en rödvinsglög i PET flaska. Så under glöggsäsongen 2018 kommer Umida ha produkter listade på samtliga monopolen i Norden.

Vidare har vi tillsammans med vår säljpartner Conaxess Trade jobbat intensivt med införsäljningen av alkoholfri glögg gentemot de centrala kunderna på dagligvaruhandeln. Vi har ett attraktivt erbjudande med Vinfabrikens alkoholfria ekologiska glöggsortiment och en ny alkoholfri glögg framtagen tillsammans med Plura genom Brands For Fans. Vi har lyckats få centrala listningar på Coop och Bergendahls och kommer därmed få en bra täckning på marknaden. Ica butikerna kommer att bearbetas lokalt liksom föregående säsong. Det är kanske lite märkligt att prata om glögg så här i sommartider, men det är en prioriterad kategori för Umida och vi laddar för expansion och tillväxt under glöggsäsongen i fjärde kvartalet.

Det är också väldigt roligt att även Umidas dotterbolag Brands For Fans har vunnit en upphandling på Systembolaget med Motörhead rom. Upphandlingen vanns i sedvanlig blindprovning och i konkurrens med 53 andra produkter. Det är ytterligare ett bevis på vår förmåga att utveckla produkter av allra högsta kvalitet. Motörhead rom blir ett starkt tillskott i portföljen med goda förutsättningar även på exportmarknaderna. Vi ser att det finns stor potential att växa Motörhead som varumärke genom nya produkter och på nya marknader, och vi arbetar med en plan för att expandera varumärket.

Brands For Fans har även nyligen lanserat Thåströms Spanska Brandy på Systembolaget. Det är andra upplagan av denna produkt och en uppföljare till 2015 års framgångsrika lansering. Produkten är en högkvalitativ brandy från Jerez i södra Spanien som säljs i begränsad upplaga på Systembolaget.

Under 2018 har vi ökat investeringarna i våra prioriterade varumärken för att skapa starka och attraktiva varumärken och driva försäljning. Vi har stöttat relanseringen av Shot 4.4 till Lacks! genom kommunikation i sociala medier och varit närvarande på konsumentmässor, med ett positivt mottagande bland konsumenterna. Casana, vår ekologiska ready-to-drink 4,5% med tonicsmak, har annonserats i digitala kanaler och via events inför sommarens högsäsong. Inför midsommarhelgen gjorde vi en ny PR-aktivitet för Vinfabrikens ekosnaps med lägre alkoholhalt som gav bra uppmärksamhet i press. Plura Torpets akvavit aktiverades också inför midsommarhelgen i digitala kanaler genom både film och annonser.



Slutligen vill jag även berätta om ett nytt legoupdrag. Vi har fått i uppdrag av Pernod Ricard att producera ekologiskt rött och vitt vin i 10 liters bag-in-box för försäljning gentemot restaurangmarknaden. Genom det nya samarbetet med Pernod Ricard utökar vi vår affär inom vin, vilket är i linje med bolagets tillväxtstrategi på vin-sidan.

Jag vill avsluta med att önska en trevlig sommar och tacka för visat förtroende för mig, övriga ledningen och styrelse, samt tacka för uppmärksamhet och intresse för detta VD-brev.

Stockholm 28 juni 2018

Katarina Nielsen
Verkställande direktör