

Umida: VD-brev januari 2019

Detta blir mitt sista VD-brev och det är med lite blandade känslor jag idag lämnar min roll som VD i Umida Group. Det har varit en mycket intensiv och spännande resa och jag känner fortfarande stort engagemang för bolaget och dess framtid. Jag har dock kommit fram till att nu när mitt två-årskontrakt löper ut så är det dags för mig att gå vidare för att ägna mig åt uppdrag utanför bolaget som lockar. Jag vill i detta VD-brev passa på att blicka bakåt på mina två år som ansvarig för Umida Group, men även rikta blickarna framåt och berätta lite mer om planerna för 2019.

Jag utsågs till VD för Umida Group den 1 februari 2017 och tog över ledarskapet från Henrik Sundewall som hade gjort ett fantastiskt arbete med dåvarande Cefour och bl.a. påbörjat bolagets ambitiösa förvärvresa. Som ny VD började jag med att staka ut en tydlig framtida riktning för bolaget med vision, strategier och affärsplan som kommunicerades i mars 2017. Sedan fortsatte det viktiga arbetet med att integrera de förvärvade bolagen Vinfabriken och Götene Vin & Spritfabrik. En milstolpe i det arbetet var konsolideringen av produktionen till Götene. Under sommaren 2017 flyttades produktionslinjen för de färdigfyllda glasen från Åhus till Götene och fabriken i Åhus stängdes ned, och vi kunde genom detta realisera synergier och kostnadsbesparingar. Jag gjorde även en översyn av organisationen, vilket resulterade i en neddragning av personal i produktion. Men också identifiering av vilka resurser och kompetenser bolaget var i behov av för den ambitiösa framtida tillväxtresan. Sedan dess har nyckelkompetens rekryterats in till bolaget och bolaget har idag en stark, engagerad och kompetent ledning.

En annan viktig del av affärsplanen var att förbättra portföljmixen och öka fokuset på egna varumärken med god marginalstruktur. Det stora lego-produktionsuppdraget för Constellation brands med låga marginaler avvecklades succesivt under 2017 och vi ökade istället fokuset på att utveckla en egen produktportfölj och på innovation. Flera nya produkter lanserades under 2017, bl.a. Casana Tonic, som var en av Umidas många offertvinster på Systembolaget. Vi etablerade även flera nya säljarbeten för att stärka bolagets säljkraft, bl.a. samarbetet med Conaxess Trade som startade i augusti 2017.

Vid årsskiftet 2017/2018 förvärvades Brands For Fans, ett bolag med en unik, stark affärsidé och stor internationell potential. Under 2018 har vi sedan arbetat med att integrera Brands For Fans i bolagsgruppen och dra nytta av Umidas kompetens inom bl.a. produktutveckling, produktion och inköp för Brands For Fans portföljen. Men framför allt har vi haft fokus på att utveckla och växa Brands For Fans affären. En global tillväxtplan för Motörhead togs fram och vi utökade produktportföljen med nya produkter, en ny Motörhead vodka och Motörhead Premium Dark Rom. Motörhead romen, som var en offertvinst på Systembolaget, lanserades i december och har kraftigt överträffat förväntningarna, vilket visar på den stora potentialen i Motörhead varumärket. Flera nya Motörhead produkter finns också i pipe-line för lansering på internationella marknader, och de presenterades igår kväll på ett mycket lyckat globalt lanseringsevenemang med exportpartners, kunder och journalister.

Under 2018 genomförde vi även en storsatsning på glögg med en utökad produktportfölj och stärkt säljbearbetning, vilket resulterat i en försäljningstillväxt av glögg på +50%. Innovation är ett prioriterat område för Umida och under 2018 vann vi hela 8 upphandlingar på monopolen i Norden, vilket jag är mycket stolt över. I augusti etablerade vi även ett nytt legoproduktions-samarbete med det internationella bolaget Ceder's Drinks Ltd gällande en serie alkoholfria ginprodukter. CEDER'S har varit ett omfattande produktionsuppdrag under hösten och förväntas växa betydligt under kommande år. Det har därmed varit högtryck i

produktion under andra halvåret och ett imponerande arbete har genomförts för att producera en stor volym glögg och för att börja producera alkoholfria produkter i vår anläggning i Götene.

Umida är på en tillväxtresa och för att finansiera den resan genomförde vi under november en företrädesemission. Genom denna fick bolaget ett kapitaltillskott på 15,2 MSEK efter emissionskostnader, som ska användas för att fortsätta bygga varumärkesportföljen, investeringar i fabriken, förvärv och för att betala tillbaka bryggglån.

Umida är idag ett helt annat bolag än när jag började för två år sedan. Bolaget har genomgått en transformation och har nu en ny attraktiv portfölj av varumärken med Brands For Fans i centrum och en stark plattform för framtida lönsam tillväxt.

Jag vill även rikta blickarna framåt och nämna några ord om planen för 2019. Målet är att generera lönsamhet under 2019, genom kraftig organisk tillväxt, förvärv och genom att stärka marginalerna ytterligare. Vi har definierat några viktiga fokusområden för Umida under 2019 för att leverera på målsättningarna.

- Driva kraftig tillväxt av Brands For Fans – med global expansion av Motörhead och Scorpions i fokus
- Etablera nya strategiska sällsamarbeten för att växa kraftfullt på exportmarknader
- Driva pro-aktivt innovationsarbete och genomföra framgångsrika lanseringar
- Växa inom vin genom egna varumärken, legoproduktionsuppdrag och förvärv
- Utveckla och effektivisera i produktion för att bättre kunna hantera vin, alkoholfritt och växande volymer
- Genomföra förvärv som kompletterar Umidas verksamhet, genererar tillväxt och lönsamhet
- Fortsätta stärka organisationen med rätt struktur, resurser, kompetens, processer och gemensam kultur

Det har varit en intensiv tid som VD för Umida och jag vill tacka för det hårda arbete som medarbetare, ledning och styrelse har lagt ned och för vad vi tillsammans har åstadkommit. Jag vill önska er alla lycka till med den offensiva resa Umida är på.

Jag vill även tacka alla aktieägare för visat förtroende och för ert engagemang i Umida. Jag har uppskattat de kontakter vi har haft och de frågor, synpunkter och idéer jag har fått under min tid som VD. Tack för den tid som varit och lycka till!

Stockholm 31 januari 2019

Katarina Nielsen
Verkställande direktör