

Umida: VD-brev september 2019

Efter en sommar av intensivt arbete har hösten börjat i samma höga tempo för Umida. Vi har tagit ytterligare stora och strategiskt viktiga steg i den turn-around av bolaget som inleddes i våras och som skall vara helt genomförd under senhösten.

Dels har vi efter beslutet om avveckling av vår produktionsanläggning i Götene slutit avtal med tre nya produktionspartners efter en noggrann och omfattande utvärderingsprocess. Målsättningen har varit att upphandla nya produktionspartners för hela vårt produktsortiment med en säkerställd kombination av hög kvalitet och attraktiv kostnad per produkt. Dessutom har det varit viktigt att möjliggöra en flexibel "fit for purpose" lösning där Umida kan minska den kapitalbindning vi tidigare haft genom tidiga inköp av råvaror och insatsmaterial med relativt lång tid till försäljning.

De avtal vi nu slutit med AB No 1 Brands, Herrljunga Cider AB samt Bouquet AB avser produktion av bolagets spritprodukter, portföljen av glöggprodukter samt matlagningssortimentet och är på villkor vi är nöjda med. Då vi tillsammans med våra partners kunnat samordna inköp av både råvaror och insatsmaterial har vi kunnat pressa en hel del priser, vilket lett till att vi även med de nya avtalen kan behålla i stort sett samma bruttomarginal per produkt som tidigare. Samtidigt förbättrar vi som en följd av flexibiliteten i produktionen vårt kassaflöde avsevärt.

Det andra viktiga steget är en framgångsrik avyttring av samtliga inventarier i Götene Vin & Spritfabrik. Försäljningen inbringar totalt 10,5 MSEK brutto, vilket är i linje med inventariernas marknadsvärde. Avyttringen medför en resultateffekt av engångskaraktär på totalt 3,1 MSEK under det tredje kvartalet samt frigör kapital. Det faktum att det är NO.1 Brands (Markbolaget Sverige AB), en av våra nya strategiska produktionspartners, som förvärvar inventarierna och samtidigt anställer vår kvalitetschef från Götene-fabriken gör oss extra trygga i att de kommer att kunna producera våra produkter med samma höga kvalitet som tidigare. Övertagande av utrustningen och start av produktionen hos NO.1 Brands sker successivt under hösten.

NO.1 Brands har de senaste åren byggt upp en toppmodern spritfabrik i Vänersborg som producerar samtliga produkter till bolagets omfattande försäljning i bl a Tyskland. Med den produktionsutrustning de nu förvärvar från oss kommer de att kunna fortsätta sin framgångsrika utveckling och öka sin kapacitet för produktutveckling ytterligare. Bolaget ägs och drivs av två erkänt duktiga och kapitalstarka entreprenörer som har höga ambitioner med NO.1 Brands.

Kvar på vår lista av större turn-around-åtgärder är försäljningen av vår fastighet i Götene. Vi har under våren/sommaren tecknat två nya långa hyresavtal med en extern hyresgäst om ytterligare totalt ca 2 800 m². Detta medför att vi fortsätter att successivt krympa våra egna lokalytor, och med fler hyresgäster i fastigheten ökar även attraktionen för en ny fastighetsägare. Vår plan är att helt lämna lokalerna i Götene under 2020, men exakt tidpunkt och villkoren för vår avflyttning är en del av den förhandling som nu sker med potentiella köpare av fastigheten. Min ambition är fortfarande att avyttra fastigheten under det innevarande tredje kvartalet.

Allra viktigast när vi blickar framåt för bolaget är dock den löpande försäljningen. Vårt fokus på att växa Brand For Fans-portföljen både i Sverige och på exportsidan är fortsatt prioriterat. Vår storsäljande och prisvinnande Motörhead Premium Dark Rum fortsätter att skörda framgångar, senast genom en viktig offertvinst hos alkoholmonopolet i Finland.

Även andra produkter i portföljen växer enligt plan och utöver redan lanserade produkter är innovationstempot högt - fler nyheter är att vänta inom kort.

Vi har som mål att under resterande del av 2019 etablera Brand For Fans produkter på tre nya marknader. Detta kommer inte att ge några märkbara volymer under innevarande år men det successiva etableringsarbetet vi nu gör skall ge framgångar under 2020 och framåt.

I övrigt kan nämnas att vi har en stabil försäljning av vårt matlagningssortiment där vår nya partner AB Tage Lindblom gör ett mycket bra arbete. Vi börjar även få in större orders på glögg inför den kommande säsongen, både från svenska och nordiska kunder och vi arbetar parallellt med att säkra listningar inför en kommande lansering av vårt alkoholfria vin, Le Petite Beret, både i dagligvaruhandeln såväl som på Systembolaget. Mer om det längre fram.

Jag avslutar detta VD-brev med att bjuda alla aktieägare med vänner att komma och träffa oss live på Stockholm Beer & Whisky Festival 2019. De två långhelgerna 26-28 september samt 3-5 oktober kommer vi att finnas på plats i två montrar, varav en är dedikerad för Motörhead-portföljen. Kom och prova våra produkter och träffa våra duktiga medarbetare - väl mött!

Stockholm 11 september 2019

Mats Jämterud
Tf VD