

Pressmeddelande

Stockholm 2020-10-13

UMIDA: Uppdatering kring Brands For Fans samarbete med KISS

Umida Group AB (publ) meddelande den 13 augusti att bolaget ingått ett avtal med det legendariska rockbandet KISS. Bolaget meddelade även planerna på att lansera två romprodukter under hösten 2020. Samarbetet har fått stor uppmärksamhet varvid bolaget här lämnar mer detaljerade uppgifter kring avtalets innebörd samt dess framtida potential. Samarbetet beräknas generera ca 5 MSEK i nettoomsättning redan under det fjärde kvartalet 2020.

Umida Group ingick den 13 augusti ett avtal om att skapa och sälja två romprodukter inom premiumsegmentet tillsammans med KISS. Avtalet är flerårigt samt med möjlighet till förlängning. Planen med det nya samarbetet är att bygga en portfölj av produkter likt det Brand For Fans gjort med tidigare samarbeten. Avtalet ger Umida rätten att sälja de nya produkterna på alla marknader inom Europa samt i Japan och Australien. Detta innefattar alla Umidas nuvarande exportkunder exkluderat monopolen i Kanada. Inom avtalet finns en möjlighet att addera fler territorier. Planen är att de två första produkterna ska finnas tillgängliga för KISS-fans under slutet av 2020 eller under början av 2021. Rådande affärsklimat påverkat av den globala pandemin gör att länderna kommer att lansera produkterna vid olika tidpunkter.

Inom ramen för samarbetet har Brands For Fans och KISS utvecklat två högkvalitativa romprodukter. Båda produkterna är mångårigt lagrad mörk rom. Produkterna kommer att skilja sig åt i både karaktär, alkoholstyrka samt förpackningsstorlek. Utvecklingen av produkterna har gått enligt plan och försäljningen av den första produkten kommer att starta redan under oktober månad. Försäljningen av den andra produkten kommer att starta under november månad. Umida estimerar att försäljningen från de två första produkterna kommer att generera ca 5 MSEK i nettoomsättning under det fjärde kvartalet 2020. Vid den initiala lanseringsfasen kommer fokus att läggas på de nordiska monopolen och Systembolaget i synnerhet för att säkerställa en kommersiell framgång på hemmamarknaden. Försäljningspotentialen för samarbetet med KISS är stor då KISS är det band som har flest följare av alla band i Brands For Fans-portföljen samt att KISS är det band som genom historien sålt mest merchandise. Denna bakgrund gör att den långsiktiga finansiella målsättningen är att KISS ska bli ett av de största varumärkena inom Brands For Fans-portföljen samt troligen den historiskt största kommersiella framgången.

"Tiden går fort och lanseringarna närmar sig med stormsteg. Vi tar med oss alla våra erfarenheter från tidigare samarbeten och lanseringar in i samarbetet med KISS. Vår blender har tillsammans med bandet igen överträffat våra förväntningar när det kommer till kvalitet på vätskan. Vårt marknadsteam har med stor detaljrikedom och känsla för bandet utvecklat etiketter som verkligen kommer att tilltala fansen. Det är inte långt borta nu innan fansen får tillgång till den visuella upplevelsen såväl som själva smakupplevelsen. Vi ser på dessa kommande två lanseringar som starten på ett långsiktigt samarbete med KISS som vi tror kommer leva upp till våra högt ställda förväntningar under många år framöver. Jag med teamet känner att detta kommer att ta oss till nästa nivå. Vi har redan sett att det lilla som vi och KISS själva publicerat i sina kanaler har skapat stor uppmärksamhet. Nuvarande situation ute i Europa där smittspridningen av Covid-19 ökar påverkar självklart vår försäljning på kort sikt. Detta gör att vi kommer att lägga mer fokus på Norden i början av lanseringen och invänta rätt



läge på de olika marknaderna. Det positiva med rådande pandemi är att det finns ett uppdämt behov från fansen att upptäcka nya saker när turnéer, konserter och events ställts in. Vi hoppas att detta ska ge extra fart till lanseringarna." säger Filip Lundquist, VD för Umida Group AB (publ).

För ytterligare information, kontakta:

Filip Lundquist, VD, Umida Group AB (publ)

Telefon: +46 (0)769 42 41 21

Denna information är sådan information som Umida Group AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades, genom ovanstående kontaktpersons försorg, för offentliggörande den 13 oktober 2020.