

Pressmeddelande

Stockholm 2020-11-30

UMIDA: Försäljningen av KISS Rum Kollektion överträffar finansiella målsättningarna för Q4

Umida Group AB (publ) och dotterbolaget Brands For Fans har på mindre än sex veckor sålt 34.000 buteljer av de nyligen lanserade KISS Black Diamond Premium Dark Rum och KISS Detroit Rock Rum. Umida har tidigare kommunicerat ett mål på 5 MSEK i nettoförsäljning för KISS-produkterna under det fjärde kvartalet, ett mål som nu överträffats en månad i förtid. Målet för nettoförsäljningen under fjärde kvartalet höjs nu till 7 MSEK.

Umida Group AB (publ) introducerade den 20 oktober KISS Black Diamond Premium Dark Rum, den första produkten i samarbetet med KISS, det ikoniska amerikanska rockbandet. Den nya produkten lanserades genom Systembolagets beställningssortiment och på premiärdagen kraschade Systembolagets hemsida. Efter en månad hade produkten nått 10 000 konsumentbeställningar och genom den höga efterfrågan kvalificerat sig för försäljning i nära 300 butiker, vilket gör det till den Systembolagets snabbast säljande spritlanseringen de senaste åren.

När produkt nummer två i samarbetet, KISS Detroit Rock Rum, den 17 november släpptes till försäljning så köade de trogna fansen utanför de drygt 200 butikerna. Mottagandet för den något dyrare romen var snudd på lika varmt som för KISS Black Diamond och den begränsade upplagan på 12 000 buteljer har strykande åtgång.

I lanseringsfasen av samarbetet med KISS var fullt fokus varit på den svenska marknaden och det är också där som majoriteten av volymen har sålts. Under andra halvan av november började Umidas kunder i Europa lagerföra och sälja båda produkterna. Succélanseringen på den svenska marknaden har skapat stor optimism hos Umidas exportkunder. En första våg av exportorder tillsammans med det höga trycket i Sverige gör att Umidas försäljningsmål för KISS-produkterna för det fjärde kvartalet redan har överträffats, 6 veckor efter säljstart.

"Vi lanserade första KISS romen i slutet av oktober och visste att det skulle bli utmanade men inte omöjligt att nå 5 MSEK under de drygt två månader som var kvar av det fjärde kvartalet. Styrkan i KISS-varumärket i kombination med kvaliteten på våra två rom-produkter har snabbt visat sig uppskattas både av den stora skaran KISS-fans och andra intresserade konsumenter. Den starka lanseringen i Sverige ger också goda utsikter för försäljningen på Systembolaget under 2021 och 2022. Vi vet redan nu att KISS Black Diamond kommer att ta en plats i det fasta sortimentet från september 2021. Frågan som återstår är vilken garanterad distribution som KISS Black Diamond lyckas nå när utvärderingen stänger den sista februari. Det känns roligt att så snabbt kunna berätta att vi överträffat försäljningsmålen, inte minst eftersom det ger oss extra resurser att kunna skruva upp volymen ytterligare både i Sverige och ute i Europa. Som KISS själva uttrycker det, 'I Love It Loud'" säger Filip Lundquist, VD på Umida Group AB (publ)

För ytterligare information, kontakta:

Filip Lundquist, VD, Umida Group AB (publ), Telefon: +46 (0)76 942 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 30 november 2020.