

Inbjudan till teckning av aktier i Umida Group AB

Informationsbroschyr avseende
företrädesemission 14 – 30 november 2018



Umida Group är en företagsgrupp inom dryckesbranschen som producerar, marknadsför och säljer vin, sprit, blanddryck, glögg och andra alkoholhaltiga drycker samt flytande livsmedel. Umida Group är ett innovativt, kvalitets- och miljömedvetet dryckesföretag med visionen att skapa hållbara smakupplevelser.

GCF | Göteborg
Corporate
Finance

Informationsträff: Stockholm, Sheraton Hotel, 26 november kl 12.00 anmälan via aktiespararna.se

VIKTIG INFORMATION: Hänvisning till upprättat memorandum med anledning av föreliggande Erbjudande om teckning av aktier i Umida Group AB ("Umida" eller "Bolaget"). Föreliggande material är en introduktion till Umida och Erbjudandet om teckning av aktier vilket offentliggjorts. Detta är ingen komplett sammanfattning av det memorandum som upprättats med anledning av Erbjudandet. Exempelvis innehåller denna introduktion inte någon beskrivning av de risker som Umida bedömer vara väsentliga att utvärdera i samband med en investering i Bolagets aktier. Dessa risker och annan information vilken är betydelsefull för en komplett utvärdering av Erbjudandet och av en investering i Umida, finns återgivna i memorandumet. Innan ett investeringsbeslut tas, bör memorandumet studeras i detalj. Memorandumet finns tillgängligt för nedladdning på www.umidagroup.com och www.gcf.se.



VD Katarina Nielsen har ordet

Umida Group är en unik dryckeskoncern med en egen produktionsanläggning, som under de två senaste åren har vuxit genom flera framgångsrika förvärv. Vår vision är att skapa hållbara smakupplevelser. Det innebär att vi lägger stort fokus på innovation och produktutveckling med smakupplevelser, produktkvalitet, ekologi och hållbara förpackningar. Vi skall konkurrera genom att vara innovativa, snabbfotade, flexibla och kundfokuserade. Bolaget genomgår en offensiv transformation med fortsatt stark tillväxt i fokus och är idag ett helt annat bolag än för bara ett par år sedan.

Tillväxtstrategi

Målet är att fortsätta att växa i snabb takt och att nå en omsättning på 300 MSEK år 2020 med en rörelsemarginal om 10%. Tillväxten är planerad att komma från en kombination av fortsatt stark organisk tillväxt samt genom förvärv. Vår strategi för att skapa lönsam tillväxt omfattar bl.a.

- Aktiv förvärvsstrategi för att skapa tillväxt och synergier
- Utveckla och växa Umidas egen produktportfölj
- Ta en position på den stora volymmarknaden för vin där vi ännu inte är närvarande
- Expandera och driva stark tillväxt genom strategiska sällsamarbeten och expansion på internationella marknader
- Agera och positionera Umida som en attraktiv legoproduktionspartner

Bolaget har genomgått en större transformation de senaste två åren och är nu riggat för tillväxt med mycket goda förutsättningar att växa med stora delar av vår egen portfölj, både i Norden men även internationellt. Framförallt har varumärket Motörhead, som vi har licens på att tillverka, stor internationell potential. En tydlig plan för utökning av Motörheadportföljen med en internationell expansion i fokus är framtagen och arbetas nu med att verkställas där Norden, Tyskland, Benelux och Kanada är prioriterade marknader. Ett annat attraktivt tillväxtområde är vin där vi har ambitiösa planer på att växa genom en kombination av egna varumärken, legoproduktionsuppdrag och förvärv. Vi har en stor möjlighet i att utnyttja den moderna eko-certifierade produktionsanläggning vi äger i Götene även för vinproduktion, eftersom det enbart finns 3-4 aktörer med egen produktion på den nordiska marknaden. För att ta oss dit planeras investeringar i produktionsutrustning och i vinhantering i syfte att stärka vårt erbjudande. Vidare har vi som ambition att utveckla en egen vinportfölj och även att växa med alkoholfria produkter, i syfte att driva lönsam tillväxt och jämna ut de säsongvariationer vi nu har i bolaget.

En aktiv förvärvsagenda är en central del av Umidas tillväxtstrategi och vi letar ständigt efter intressanta förvärvskandidater som kan komplettera vår nuvarande verksamhet. Ambitionen är att genomföra 1-2 förvärv inom de närmsta halvåret och att fr o m 2019 leverera ett positivt rörelseresultat. Jag hoppas att du vill vara med på vår tillväxtresa.



Katarina Nielsen
VD

Umida Groups utveckling

Historik och utveckling

Umida är en koncern som under de två senaste åren har vuxit genom flera framgångsrika förvärv. 2016 förvärvade Bolaget L.O. Smith AB, som senare döptes om till Götene Vin & Spritfabrik AB. Genom det förvärvet tillfördes Bolaget en modern och flexibel produktionsanläggning och en egen produktportfölj samt en stor välplanerad industrifastighet. Under andra halvåret 2016 förvärvades även Vinfabriken Sverige AB, som hade bl.a. ett attraktivt glöggssortiment och blanddryck i sin portfölj. Dessutom fanns i verksamheten hög kompetens inom produktutveckling och blending, vilket är helt centralt för Umidas innovationsarbete och för att kunna vinna upphandlingar på Systembolaget, vilket Bolaget visat sig varit mycket framgångsrika med. I början av 2017 bytte Bolaget namn från Cefour Wine & Beverage AB till Umida Group AB för att signalera en ny verksamhetsinriktning. I slutet av 2017 förvärvades Brands For Fans Sweden AB, som har en stark, unik affärsidé med stor tillväxtpotential. Brands For Fans utvecklar, marknadsför och säljer alkoholprodukter tillsammans med välkända band och artister på en internationell marknad.

Nuvarande situation

Umida Group genomgår en offensiv transformation och är idag ett helt annat Bolag än för bara ett par år sedan. För två år sedan bestod verksamheten enbart av försäljning av förfyllda vinglas i engångsförpackningar och idag har Bolaget växt till en företagsgrupp inom dryckesbranschen med ett attraktivt erbjudande och en bred portfölj av bland annat vin, sprit, glögg, blanddryck och matlagningsprodukter. Bolaget har under dessa två år investerat stort i nya förvärv, ny produktionsutrustning, en helägd fabrik/fastighet, tagit stora omställningskostnader av engångskaraktär, investerat i att bygga upp egna varumärken och anställt en ny senior ledning. Umida har skapat en stark plattform för tillväxt genom att realisera synergier, konsolidera produktion till Götene, stärka den finansiella styrningen och genom effektivisering av organisationen och rekrytering av nyckelkompetens.

Bolaget har även skapat en förbättrad portföljmix genom utfasningen av ett stort legouppdrag för Constellation Brands (följde med i förvärvet av L.O. Smith) som gav volym men i stort sett utan marginal, samt genom ett starkt fokus på egna varumärken med god marginalstruktur. Detta har stärkt Umidas bruttomarginal som idag uppgår till ca 40% i genomsnitt. Bolaget har även fokuserat på att vinna upphandlingar hos de nordiska monopolerna och har under 2018 vunnit hela 8 upphandlingar.

Under 2018 har Bolaget även ökat investeringarna i marknadsföring för att bygga Bolagets varumärken och distribution samt driva försäljning. Umida arbetar målmedvetet och intensivt med att fortsätta utveckla Bolaget och med att skapa tillväxt och långsiktig hållbar lönsamhet. Umidas nuvarande portföljstruktur innebär en hög säsongvariation då en stor del av försäljningen sker under sista kvartalet. Bolaget behöver därför utveckla och komplettera portföljen för att balansera försäljningen under året vilket skall ske genom en kombination av fler förvärv samt ett inesteg på den stora nordiska vinmarknaden. I övrigt är den fastighet som Bolaget äger och verkar i nu via ett nytt hyresavtal med en extern hyresgäst fullt uthyrd. Fastigheten planeras att säljas vilket kommer förbättra Bolagets finansiella ställning.

Umidas marknadsposition

Umidas hemvist är Sverige och det är också koncernens huvudmarknad. 80 procent av Bolagets försäljning under 2017 kan hänföras till den svenska marknaden. I Sverige är målsättningen att växa i samtliga säljkanaler. Den enskilt största kanalen/kunden i Sverige är Systembolaget där Umida har flera produkter listade och arbetar aktivt med att vinna nya offerter och listningar. Umida säljer även gentemot Hotell- och restaurangmarknaden, dagligvaruhandeln och travel retail. För att driva effektiv tillväxt i samtliga kanaler har strategiska sällsamarbeten etablerats.

Under 2017 etablerade Umida två sällsamarbeten för den svenska marknaden i syfte att stärka bearbetning av säljkanaler och kunder. Dels med Solera Beverage Group som säljer vår shotserie Lacks! på travel retail marknaden, dels med Conaxess Trade som säljer Blombergs matlagningsprodukter och Monte Flor vin gentemot storköksmarknaden. Conaxess Trade säljer även Vinfabrikens alkoholfria glöggssortiment gentemot dagligvaruhandeln.

Umida har ambitionen att växa på exportmarknaderna med utvalda produkter och varumärken. I Finland har Bolaget etablerat två nya sällsamarbeten under 2018. Bornicon & Salming säljer vår glögg samt blanddrycken Casana på den finska marknaden, och partnern Cask säljer Brands For Fans portföljen med fokus på Motörhead. I Norge har Umida även etablerat ett samarbete med Palmer group, som säljer glögg gentemot Vinmonopolet. Umida har än så länge bara skrapat på ytan gällande de nordiska marknaderna utanför Sverige och tillväxtpotentialen är stor.



Umida har även försäljning på flera marknader i Europa, bland annat i Tyskland och Storbritannien där ambitionen är att växa befintliga produkter kraftfullt samt lansera nya produkter. Storbritannien är Umidas huvudmarknad för de färdigfyllda vinglasen. Där har Bolagets partner Bear Smyth Ltd under 2017 tecknat ett ramavtal med Compass Group för Storbritannien och Irland, vilket skapar möjligheter att öka kundbasen och försäljningen. Bolagets förfyllda glas finns sedan tidigare bl a på Wembley Stadium i London och Hydro Arena i Glasgow. I Brands For Fans portföljen ser styrelsen stora möjligheter att växa på exportmarknader, då huvuddelen av försäljningen idag går mot den svenska marknaden och många av varumärkena har en stor krets fans internationellt.

Umidas försäljning är ojämnt fördelat över året framför allt på grund av att kvartal fyra och julen är högsäsong för alkoholprodukter. Dessutom är glögg en av Bolagets större produktkategorier som har sin försäljningsperiod under årets sista kvartal. Bolagets nyligen lanserade produkter, den internationella försäljningen av blanddrycker och Brands For Fans portföljen samt en kommande satsning på vin kommer jämna ut dessa säsongsvariationer.



Varför investera i Umida Group?

- Umidas turn-around är genomförd och man har nu lagt en solid grund för lönsam tillväxt
- Skalbarhet - Bolagets omsättning kan ökas kraftigt utan större investeringar
- Umida har som mål att omsätta 300 MSEK med en rörelsemarginal på 10 % år 2020
- Med en pre money-värdering på ca 25 MSEK finns det stor uppsida i Bolaget
- Umida kommer att genomföra en internationell expansionsresa med starka varumärken och hög innovationskraft som grund

Erbjudandet i sammandrag

Teckningsperiod	14 – 30 november 2018
Emissionsbelopp vid full teckning	21 389 753 SEK. Vid övertecknad emission kan Bolaget ta in ytterligare 3 999 600 SEK
Villkor för teckning med företräde	Varje sex (6) innehavda aktier berättigar till teckning av fem (5) nya aktier
Antal nya aktier vid full teckning	9 722 615 aktier. Vid övertecknad emission finns utrymme att emittera ytterligare 1 818 000 aktier
Teckningskurs	2,20 SEK. Courtage utgår ej
Antal befintliga B-aktier	11 667 138 st
Bolagsvärde före emission	25 667 703,6 SEK
Avstämningsdag	12 november 2018
Handel i aktien	Aktien är noterad på Spotlight Stock Market under kortnamn UMIDA B
Garanti	15 000 000 SEK motsvarande 70,13% av Nyemissionen
Teckningsförbindelser	4 000 000 SEK motsvarande 18,70% av Nyemissionen

Bakgrund och motiv till emissionen

Ambitionen är att växa i snabb takt genom en kombination av organisk tillväxt och förvärv för att skapa god och hållbar lönsamhet i Bolaget. För att finansiera denna tillväxtresa behöver Bolaget kapitaltillskott och genomför därför nu en företrädesemission. Bolaget planerar förvärv av 1-2 bolag inom dryckesbranschen med starka varumärken där synergier kan realiseras och tillväxten ökas. Umida har också som strategi att växa inom vin och alkoholfritt och planerar att investera i produktion för att stärka Bolagets erbjudande inom dessa segment. I planen ligger en investering i stärkt hantering av vin samt i en modern automatisk bag-in-box produktionslinje. En del av emissionslikviden kommer användas för fortsatt investering i varumärkesbyggandet för att fortsätta driva tillväxt i Umidas egen produktportfölj där bruttomarginalen är hög.

Kapitalanvändning	MSEK
Rörelsekapital	7
Förvärv (kombination av kontanter och aktier)	5,5
Investering i en ny produktionslinje för Bag-in-Box	5
Emissionskostnader	3,9
Summa	21,4

Framtidsutsikter

Umida har under de senaste två åren flerdubblat sin omsättning, framför allt genom förvärv, samt fasat ut olönsam legoproduktion till förmån för produktion av egna varumärken med höga bruttomarginaler. Målet är att fortsätta växa i snabb takt och att nå en omsättning på 300 MSEK år 2020. Byggstenarna för att nå dit är att fortsätta växa Umidas portfölj organiskt med ca 20 % per år och att expandera Motörhead-varumärket med nya produkter och genom internationell expansion. Vidare ska Bolaget växa genom att gå in på vinmarknaden via lego-uppdrag och egna produkter, samt växa genom nya förvärv. Ambitionen är också att stärka lönsamheten och nå en rörelsemarginal på 10% över en konjunkturcykel.