

Pressmeddelande

Stockholm 2019-05-03

UMIDA: Lanserar det hyllade alkoholfria vinvarumärket Le Petit Béret i Skandinavien

Umida Group AB (publ) lanserar tillsammans med entreprenören och tidigare fotbollsprofilen Magnus Hedman det franska vinvarumärket Le Petit Béret på de skandinaviska marknaderna. Le Petit Béret har snabbt nått internationell ryktbarhet som ett premiumalternativ till vanligt kvalitetsvin. Umida har höga ambitioner med det nya samarbetet och siktar på att ta en betydande andel av det snabbt växande segmentet för alkoholfria drycker. Försäljningspotentialen estimeras till c:a 18-20 MSEK på årsbasis efter full lansering.

Umida Group AB (publ) har tidigare kommunicerat sina ambitioner att växa inom vinproduktion och vinimport. Inom kort lanseras det första större importsamarbetet där Umida tillsammans med Magnus Hedman skall etablera det franska varumärket Le Petit Bérets portfölj av premiumviner utan alkohol i Sverige och Skandinavien. Umida har nu tecknat ett exklusivt samarbetsavtal där bolaget har ett flerårigt import- och distributionsavtal.

"Det är glädjande att i hård konkurrens med flera väletablerade vinimportörer fått förtroendet att lansera ett välrenommerat varumärke och den fantastiska produktportfölj som Le Petit Béret representerar. Vi är väldigt imponerade av den höga produktkvaliteten och den extremt tydliga filosofin bakom varumärket och konceptutvecklingen från företagets start. Umidas vision är att skapa hållbara smakupplevelser och Le Petit Béret passar perfekt in i vår profil att vara innovativa, kvalitets- och miljömedvetna." säger Mats Jämterud, tf VD för Umida Group AB (publ).

"Det är hög tid att även svenska konsumenter erbjuds riktigt bra alkoholfria alternativ till sina måltider. Vi har mycket höga ambitioner och jag är säker på att vi kommer att göra ett stort avtryck i segmentet för alkoholfria drycker. Jag har själv letat bra alternativ till vin under lång tid och att nu tillsammans med Umida få vara med och sälja det bästa alternativet på marknaden känns fantastiskt inspirerande." säger Magnus Hedman.

Varumärket Le Petit Béret grundades 2012 i Languedoc Roussillon i Frankrike och har vunnit ett mycket högt anseende som ett av de mest innovativa företagen inom mat och dryck. Företagets produkter har beskrivits som en revolution inom vinvärlden och en av Frankrikes högst ansedda sommelierer, Dominique Laporte, är delägare och aktiv i produktutvecklingen. Le Petit Bérets viner har 0,0% alkoholhalt, är inte jästa och därefter avalkoholiserade, utan är skapade från början med avsikten att vara helt alkoholfria - en helt unik produktionsmetod. Vinerna är ekologiska, producerade helt utan bekämpningsmedel och sulfiter, samt så kallat 'vegan friendly'. Dessutom har de en sockernivå som är långt under många andra alkoholfria produkter - upp till fem gånger lägre sockerhalt än vad juice har. Le Petit Béret har efter att ha tagit den franska hemmamarknaden med storm haft en snabb tillväxt och internationell uttullning.

"Le Petit Béret blir det första varumärket i Sverige med en stor och bred produktportfölj. Totalt kommer vi att erbjuda 10 olika produkter inom samtliga relevanta produktsegment - rosé, vitt, rött, sött vin och mousserande. Vi går nu ut och bearbetar kunder som Systembolaget, samtliga grossister samt dagligvaruhandeln direkt. Baserat på den mycket höga produktkvaliteten och de tydliga produktfördelarna räknar vi med att ta en betydande andel av marknaden för alkoholfritt de kommande åren. Beräknad omsättning på årsbasis estimerar vi till ca 18-20 MSEK." säger Filip Lundquist, Head of Sales & Marketing på Umida Group AB (publ).

Marknaden för alkoholfritt vin är på c:a 1,3 miljoner liter och omsätter c:a 70 MSEK på Systembolaget. Majoriteten av försäljningen sker via Systembolaget och tillväxten är över 10 procent per år i både värde och volym. I dagsläget finns endast 31 alkoholfria produkter i Systembolagets fasta sortiment, (att jämföras med totalt över 4 000 artiklar inom rött vin), och Systembolaget letar efter nya bra alkoholfria viner som kan stärka erbjudandet till konsumenterna. Inom dagligvaruhandeln är kategorin för alkoholfria viner ännu i sin linda och med brist på bra och tydliga produkter. Den totala försäljningen är mindre än på Systembolaget men tillväxten är snabb.

Just produktkvaliteten på Le Petit Bérets viner har överraskat många som tidigare dömt ut alkoholfria viners möjlighet att kunna konkurrera med traditionella viner, där alkoholen anses vara en central smakbärare. Ett exempel på vinernas kvalitet är att Le Petit Bérets mousserande Moscat-vin som första alkoholfria vin någonsin placerade sig Topp 100 i den stora blindprovningen av "vanliga" viner på den prestigefyllda vinmässan ProWein 2019.

De första produkterna från Le Petit Bérets produktportfölj kommer att lanseras under juni månad. Planen är därefter en gradvis uppbyggnad under hösten 2019 till en bredare marknadsnärvaro under helår 2020.

För ytterligare information, kontakta:

Mats Jämterud, tf VD, Umida Group AB (publ)

Telefon: +46 (0)70-663 72 72

Magnus Hedman, VD, Béret Scandinavia AB

Telefon: +46 (0)70-092 70 20

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 3 maj 2019.