

Svensk Vodka i Motala AB

Bokslutskommuniké för Januari – December 1999

Året i korthet

- Ökad nettoomsättningen under 1999 med 45% till 9,7 MSEK.
- Positivt rörelseresultat kvartal 3 och 4.
- Utlandssatsningen börjar ge resultat.
- Ny försäljningsorganisation i England.
- Förväntad fortsatt hög försäljningstillväxt under år 2000.
- Resultatet uppgick till -4,0 MSEK, inkl extraordinär kostnad om -1,7 MSEK.

Försäljning och resultat

Under 1999 ökade försäljningen med 47% jämfört med 1998 och uppgick till 9,7 MSEK. Trots denna positiva utveckling blir 1999 års resultat negativt. Förklaringen är de organisatoriska problemen i Storbritannien, vilka ledde till omstrukturering av verksamheten där i sin första form, samt att den budgeterade försäljningen hos detaljister i London därmed är försenad. Engångskostnad och resultatbortfall för omstrukturering medförde ett bortfall på 1,8 MSEK.

Kostnaderna är nu tagna och vi förväntar oss att England kommer att ge ett mycket gott resultat under år 2000.

Försäljningen, exklusive England, översteg budget med 20%. 1999 års resultat belastas av en extraordinär kostnad för börsnoteringen om 1,7 MSEK. 1999 års resultat uppgår till -4,0 MSEK. I England har vi skrivit kontrakt med en importör och sex distributörer som har väl inarbetade säljorganisationer. Tom 10 februari i år har vi sålt mer än vi sålde under hela 1999, vilket visar att efterfrågan är stor.

Marknader

Sverige

På den svenska marknaden ökar vi vår marknadsandel för fjärde året i rad trots att den svenska legala totalförsäljningen minskar under samma period.

Vi har under året ökat våra försäljningsinsatser mot barer och restauranger avsevärt. Under år 2000 kommer vi att satsa mer på IT-relaterat varumärkesbyggande. Hemsidan på www.svenskvodka.se – kommer att göras mer konsumentinriktad, med varumärket Svensk Vodka i centrum. Planerna går ut på att livsstilsorientera marknadskommunikationen på hemsidan kombinerat med annonsering på besökartäta portaler på Internet.

Målet för 2000 är att försäljningen ska öka med minst 50 % på den svenska marknaden jämfört med 1999.

EU

Vår satsning i Storbritannien är strategiskt mycket viktig, där steg 1 avslutades vid årsskiftet. Steg 1 innebar en satsning för att finnas med i sortimentet hos ett antal av de bästa barerna och restaurangerna.

Steg 2 innebär att koncentrationen nu flyttas från försäljning till referenskunder mot att sälja till barkedjor och utvalda butikskedjor. För fortsättningen har vi tecknat ett importavtal med en fristående importör med egen säljkår. Det innebär att vi kunnat göra oss av med alla kostnader som var nödvändiga för etableringen.

Att vi valt att satsa så hårt på England är att London är en av de allra viktigaste referensmarknaderna. Många aktörer i världen, som visar intresse för vår vodka, har läst om och sett vårt varumärke i internationell drinkpress, vilken till stor del är Londonbaserad.

Pressens positiva omdömen tillsammans med det faktum att vi redan är etablerade i London ger de nya distributörerna en utmärkt bas för vidare marknadsbearbetning. Vi kommer att tjäna pengar i England under år 2000.

I flera EU-länder räknar vi med att vara etablerade före utgången av kvartal tre i år. Konkreta förhandlingar pågår med representanter för Tyskland, Frankrike, Beneluxländerna, Spanien och Italien.

USA

Den gigantiska vodkamarknaden i USA ska under året vidarebearbetas. Under 1999 har initiala kontakter tagits med personer i import- och distributionsbranschen. Det kommer att produceras en liters flaska som är klar i mars, för USA och taxfree-marknaden. Därefter kommer arbetet att intensifieras med att finna lämplig samarbetspartner.

Framtidsutsikter

Med bakgrund av det ökade intresset internationellt, samt en volymökning på de marknader där vi redan är verksamma, gör att vi under år 2000 kommer att kunna hålla den höga tillväxttakt vi tidigare prognostiserat om minst 50% per år. Vinstmålet för år 2000 budgeterats till 4,0 MSEK med befintlig organisation.

Vi kan redan konstatera, jämfört med vår ursprungliga ”roll-out-plan”, att vi går betydligt snabbare fram. Den ursprungliga planen sträckte sig fram till och med år 2005 för att få önskad täckning i den vodkadrickande delen av världen. Detta mål bedömer vi kommer att vara uppnått redan vid utgången av år 2003.

Produktgrupper

Sprittillverkning och försäljning

Vår nya produkt, vodkan ”Svensk”, som lanserades i april saknar motsvarighet vad gäller försäljning sedan Absolut introducerades på den svenska marknaden. När vi började vår verksamhet 1995 var systembolagets försäljning av vodka 14,4 miljoner liter. Under 1999 var den 8,8 miljoner liter. Vår marknadsandel idag utgör ca 2% i segmentet vodka.

När etableringskostnaderna för Storbritannien, samt kostnader för börsnoteringen tagna, ser vi fram emot ett positivt resultat för år 2000. Det fortsatta etablerandet i Europa kan göras till förhållandevis låga kostnader och vi räknar med ett snabbt resultat på försäljningen här.

Resultatet av satsningen på varumärkesbyggande på Internet ser vi med tillförsikt fram emot, och hoppas kunna överföra denna strategi på övriga marknader.

Ledningen är fast besluten att fortsätta växa genom etablering på nya marknader i snabb takt, samt att öka försäljningen på redan befintliga marknader. Det tidigare uppsatta tillväxtmålet, minst 50% per år, står fast liksom ett prognostiserat resultat om 4,0 MSEK för år 2000.

Spritdestruktion

Denna verksamhet kan vi själva inte påverka. Vi är utlämnade till den takt som domstolarnas domar vinner laga kraft, vilken varken Tullverket eller vi kan påskynda. Det märktes en klar minskning under det andra halvåret avseende mängden sprit vi destruerade, samtidigt som Tullverkets lager av beslag är överfulla.

Krydd- och smagivarettillverkning

De sprit och vinbaserade smagivarna vi tillverkar åt Bush Boake Allen samt spritdestruktion genererade en omsättning på 2,4 MSEK.

För krydd- och smagivarettillverkningen har vi inte heller möjlighet att påverka verksamhetens omfattning, då vi endast är tillverkare. Värt att notera är att kundens marknad ökar kontinuerligt, vilket genererar ökade volymer för oss.

Nedanstående siffror och underlag har översiktligt granskats av bolagets revisor. Några jämförelsetal lämnas inte då det inte är relevant att jämföra verksamheten för ett år sedan med dagens eftersom verksamhetens omfattning, både vad gäller antal verksamhetsgrenar och antal produkter, har vuxit.

Resultaträkning 990101-991231, MSEK

Försäljning	37,1
Varav alkoholskatt	-27,4
Direkta kostnader	-4,0
Personalkostnader	-3,4
Övriga kostnader	-3,5
Extraordinär kostnad	-1,7
Avskrivningar	-0,9
Finansiella kostnader	-0,2

Årets resultat	-4,0
-----------------------	-------------

Resultatet belastas av extraordinära kostnader om 1,7 MSEK

Balansräkning 19991231, MSEK

Omsättningstillgångar	15,8
Anläggningstillgångar	4,9
Summa tillgångar	20,7

Kortfristiga skulder	7,2
Långfristiga skulder	0,0
Eget kapital	17,5
Årets resultat	- 4,0

Summa skulder och eget kapital	20,7
---------------------------------------	-------------

Finansieringsanalys 990101-991231, MSEK

Tillförda medel

Från årets verksamhet tillförda medel	-3,0
Nyemission	13,2

Använda medel

Investeringar i maskiner och inventarier	-0,9
Balansering av marknadskostnader	-0,4
Minskning av långfristiga skulder	-1,8

Förändring av rörelsekapital	7,1
-------------------------------------	------------

Specifikation av rörelsekapitalförändring

Ökning av varulager	1,5
Ökning av kortfristiga fordringar	7,6
Ökning av kortfristiga skulder	-3,0
Ökning av likvida medel	1,0

Summa rörelsekapital	7,1
-----------------------------	------------

Nyckeltal

Antal aktier 991231	1.588.200 st.
Resultat per aktie	-2,52 SEK
Räntabilitet totalt kapital (%)	neg.
Räntabilitet eget kapital (%)	neg.
Soliditet (%)	65
Skuldsättningsgrad (ggr)	0,5
Kassalikviditet (ggr)	1,54

Föreslagen utdelning per aktie	0,00 SEK
--------------------------------	----------

Tidpunkter för ekonomisk information

- Ordinarie bolagsstämma hålles 2000-04-07, Motala.
- Årsredovisningen kommer att finnas tillgänglig på bolagets kontor från och med den 20 mars.
- Delårsrapport för första kvartalet publiceras den 28 april.
- Halvårsrapport för första halvåret publiceras den 11 augusti.
- Delårsrapport t.o.m. kvartal tre publiceras den 6 november.

Motala 2000-02-11

Svensk Vodka AB
Styrelsen

Adresser och kontaktuppgifter

Svensk Vodka i Motala AB (publ)
Box 115
591 22 Motala
Besöksadress: Industrigatan 6
Organisationsnummer: 556424-4563

Telefon: 0141-23 36 90
Telefax: 0141-23 36 91
E-post: info@svenskvodka.se
Hemsida: <http://www.svenskvodka.se>

Ytterligare information

För ytterligare information, kontakta:

Mikael Andersson, verkställande direktör
Michael Lindberg, vice verkställande direktör