

Pressmeddelande

Stockholm 2018-05-15

UMIDA: Lanserar varumärket Casana Tonic i Finland

Umida Group AB (publ) har efter en framgångsrik lansering av varumärket Casana Tonic i Sverige nu också introducerat Casana på den finska marknaden. Sedan lanseringen i Sverige under december 2017 har den ekologiska produkten Casana Tonic med 4,5 % alkoholhalt sålt totalt mer än 50 000 liter. Marknadsföringsinvesteringarna i produkten ökar nu ytterligare inför högsäsongen för blanddrycker.

Sedan den 1 januari 2018 kan finländska konsumenter handla starköl och alkoholisk med alkoholhalt upp till 5,5 procent i livsmedelsbutiker, pressbyråer och bensinstationer. Trots en höjd alkoholskatt har försäljningen av öl och "long drinks", det finska namnet för alkoholisk och andra alkoholhaltiga cider- och blanddrycker, ökat kraftigt. Under april lanserades Umidas ekologiska produkt Casana Tonic hos den näst största aktören K-gruppens detaljhandelskedjor med ett mycket lyckat resultat. Lanseringen har redan resulterat i en andra större order från K-gruppen liksom intresse från flera andra dagligvarukedjor. Dessutom kommer Casana Tonic att bli tillgänglig i det finska monopolet Alkos beställningssortiment från juni månad.

"Det är glädjande att vår strategi att öka investeringarna i våra egna varumärken och satsa på internationell export av högkvalitativa produkter gett snabba resultat i fallet Casana. Den finska marknaden är mycket intressant givet den höga konsumtionen av blanddrycker. Det positiva mottagandet av Casanas ekologiska tonic gör att vi tror att varumärket kan ta en stark position även på denna marknad och vi har som ambition att lansera fler av våra egna varumärken på den finska marknaden." säger Katarina Nielsen, VD för Umida Group AB (publ).

I Sverige har Casana Tonic sedan lanseringen i december 2017 sålt nära 50 000 liter på Systembolaget. Enligt Systembolagets försäljningsstatistik är blanddrycker ett av de snabbast växande segmenten med en tillväxt på hela 9% under de senaste 12 månaderna. Försäljningen av blanddrycker har en stark korrelation med fint väder och sol, något som märkts i ökad försäljning från mitten av april och framåt.

"Inför högsäsongen för blanddrycker ökar vi våra marknadsinvesteringar och kommer att vara ännu mer synliga med varumärket Casana. Vår bedömning är att intresset för en ekologisk högkvalitativ tonic-dryck i praktiskt burkformat kommer att vara stort och baserat på den positiva feedback som produkten fått är vi förhoppningsfulla och hoppas på en riktigt fin sommar." säger Filip Lundquist, Försäljningschef på Umida Group AB (publ.).

För ytterligare information, kontakta:

Katarina Nielsen, VD, Umida Group AB (publ.), Telefon: +46 (0)70 759 08 90

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 15 maj 2018.