



Markedspositionen i Italien styrkes betydeligt med købet af Freedea Lemonsoda forretningen fra Gruppo Campari

Oktober 4, 2017

Selskabsmeddelelse nr. 50/2017 — 4. oktober 2017

Royal Unibrews markedsposition styrkes betydeligt i Italien med købet af Freedea Lemonsoda forretningen fra Gruppo Campari

- Med købet af Freedea Lemonsoda fordobles antallet af must-stock produkter i den italienske forretning
- Købet giver skalafordele i Royal Unibrews samlede supply- og værdikæde
- Adgang til kategorien for ikke alkoholiske produkter i Italien
- Købet ventes allerede i 2018 at styrke Royal Unibrews indtjening pr. aktie (EPS)
- Købspris baseret på Enterprise Value på DKK 0,6 mia. finansieres ved bankgæld
- Overtagelsen forventes gennemført inden udgangen af 2017

Royal Unibrew A/S har i dag indgået aftale med Gruppo Campari om at købe carve-out selskabet, Terme di Crodo, der ejer ikoniske varemærker som Freedea Lemonsoda, Freedea Oransoda, Freedea Pelmosoda, Crodo Lisiel og Crodo Chinotto samt produktionsfaciliteter i Crodo i det nordvestlige Italien nær Lago Maggiore. Selskabet har ikke medarbejdere relateret til eksternt logistik og kommercielle aktiviteter. Disse aktiviteter vil fremadrettet blive udført af Royal Unibrews italienske distributionsselskab, Ceres S.p.A., eller i samarbejde med eksterne partnere.

Købsprisen på DKK 0,6 mia. er baseret på en Enterprise Value på DKK 0,6 mia., og virksomheden overtages gældfri og uden forpligtelser. Værdiansættelsen af Terme di Crodo er sket baseret på de multipler, som gælder for førende, nationale drikkevarepositioner.

Købet er et led i Royal Unibrews strategi om at være en fokuseret og stærk regional drikkevarevirksomhed med markedsledende positioner inden for øl, malt- og læskedrikke i Norden og Baltikum, suppleret af stærke positioner på f.eks. det italienske super-premium marked og de internationale markeder for maldrikke.

Med købet forventer Royal Unibrew at øge forretningsomfanget i Italien signifikant svarende til DKK 245 mio. i nettoomsætning, mens volumen forventes mere end fordoblet. Købet forventes endvidere at styrke den eksisterende kommercielle platform i alle afsætningskanaler, og da route-to-market stort set er den samme som for Royal Unibrews eksisterende øl-forretning i Italien, forventes der at kunne opnå operationel synergi til gavn for såvel den eksisterende produktportefølje som den opkøbte.

"Vores commitment til det italienske marked cementeres og positionen udbygges med dagens opkøb. Vi har med Ceres Strong Ale ét must-stock produkt, og nu tilføjer vi nummer to til porteføljen med Freedea Lemonsoda. Freedea Lemonsoda er nummer et i det italienske marked for citrus baserede læskedrikprodukter og næsten lige så bredt distribueret som Ceres Strong Ale. Blandt andet derfor ser vi den nye forretning som et godt match. Med vores store multi-beverage erfaring tror vi på, at der er mulighed for at skabe yderligere vækst i den tilkøbte forretning," siger CEO Hans Savonije, Royal Unibrew.

Omsætning (DKK mio.)	245
EBITDA (DKK mio.)	45
EBIT (DKK mio.)	35
EBITDA-margin (%)	18,4%
EBIT-margin (%)	14,3%
Medarbejdere	73

Profil af Terme di Crodo

Carve-out selskabet, Terme di Crodo, ejer varemærker som Freedea Lemonsoda, Freedea Oransoda, Freedea Pelmosoda, Crodo Lisiel og Crodo Chinotto samt produktionsfaciliteter i Crodo i det nordvestlige Italien nær Lago Maggiore. Ca. 2/3 af nettoomsætningen udgøres af Freedea Lemonsoda, mens Freedea Oransoda er det næststærkeste brand i porteføljen. Distributionen af produkterne til On-trade kanalen sker via distributører eller cash&carry-kunder, der i mange tilfælde også er kunder hos Royal Unibrews distributionsselskab, Ceres S.p.A., mens afsætningen til Off-trade kanalen sker direkte til kunderne. Distributionsgraden af Freedea Lemonsoda i On-trade er ca. 55 %, mens den i Off-trade er over 95 %, og stærkest i den organiserede del af handlen.

Produktionsfaciliteten i Crodo er moderne og indeholder kapacitet inden for dåser, glasflasker og PET, og senest i 2016 er der installeret en ny dåsekolonne.

Selskabet har ansat ca. 73 medarbejdere.

Co-pack aftale med Gruppo Campari

Royal Unibrew og Gruppo Campari har parallelt aftalt at opretholde produktionen af udvalgte Campari produkter på fabrikken i Crodo i en årrække.

Finansielle målsætninger og kapitalstruktur

Royal Unibrew forventer, at købet vil skabe værdi for Royal Unibrews aktionærer ved at styrke den samlede italienske forretning og ved optimering af koncernens samlede drift. Købet ventes på den baggrund at øge Royal Unibrews resultat og indtjening pr. aktie med virkning allerede fra 2018.

Royal Unibrews finansielle målsætning om, at EBIT-marginen på mellemlang sigt skal ligge omkring 16 %, er uændret. Beregnet ud fra et proforma opgjort koncernregnskab for den tilkøbte forretning ville Royal Unibrew i 2016 have haft en EBIT-margin på 15,7 %, mod realiseret 15,8 %.

Målsætningerne for Royal Unibrews kapitalstruktur og udlodning er ligeledes uændrede:

- Egenkapitalandelen skal mindst udgøre 30 %.
- Den netto rentebærende gæld må højst udgøre 2,5 gange EBITDA.
- Der betales et ordinært udbytte på 40-60 % af årets resultat.
- Kapitalstrukturen kan yderligere tilpasses igennem aktietilbagekøb og nuværende program forsætter uændret.

Gennemførelsen af transaktionen

Købet af Terme di Crodo forventes at være tilendebragt inden udgangen af 2017.

Med venlig hilsen

Royal Unibrew A/S

Hans Savonije

President & CEO

Yderligere oplysninger vedr. denne meddelelse:

CEO Hans Savonije, tlf. (+45) 22 20 80 17

CFO Lars Jensen, tlf. (+45) 29 23 00 44

www.royalunibrew.com

Vitale & Co. har ageret som strategisk rådgiver og Carnelutti Law Firm som juridisk rådgiver.

Royal Unibrew er en ledende regional drikkevarevirksomhed på en række markeder — primært i Nordeuropa, Italien samt på de internationale markeder for maldrikke. Vi producerer, markedsfører, sælger og distribuerer kvalitetsdrikkevarer, og vi har fokus på brandede produkter inden for øl, malt- og læskedrikke samt cider og long drinks.

Vores hovedmarkeder er Danmark, Finland, Italien og Tyskland samt Letland, Litauen og Estland. Hertil kommer de internationale markeder, der omfatter en række etablerede markeder i Americas-regionen og større byer i Europa og Nordamerika samt emerging markets i eksempelvis Afrika.

På alle vores multi-beverage markeder tilbyder vi kunderne stærke og lokalt forankrede brands. Baseret på løbende udvikling og innovation er det vores mål at imødekomme kundernes efterspørgsel efter kvalitetsdrikkevarer.

Udover vores egne brands udbyder vi licensbaserede internationale brands fra PepsiCo og Heineken-koncernen.