

HALVÅRSRAPPORT 2024

1 januari-30 juni



FINANSIELLA NYCKELTAL, TSEK	2024	2023
Nettoomsättning	10 473	11 912
Förändring nettoomsättning	-12%	+32%
Försäljning egna varumärken	7 374	6 120
Försäljning Agitator Bulk & Contract	3 099	5 792
Rörelseresultat	-2 246	825
Rörelsemarginal	Neg	7%

ÖVRIGA NYCKELTAL	2024	2023
Destillering (liter ren alkohol)	79 499	60 068
Antal anställda 30/6	11	10
Antal nya exportmarknader	3	0
Antal produktlanseringar	3	3
Antal sålda flaskor egna varumärken	53 707	42 760

NYA OCH NYGAMLA PRODUKTER



Nylansering

Nylansering

Nytt namn och ny etikett

Nytt namn och ny etikett

Ökad försäljning av egna varumärken, trots mycket pressad marknadssituation i hela Europa.

Åtgärdsprogram för att öka intäkterna och minska kostnaderna.

DET FÖRSTA HALVÅRET 2024 I KORTHET

OMVÄRLD

Köpkraften är låg inom EU efter flera år av inflation och höga räntor. Det resulterar i mycket låg konsumtion. Den låga konsumtionen pressar alla konsumentvaror och naturligtvis även whisky. Under det första halvåret 2024 minskade, till exempel, den skotska whiskyexporten till EU med 30% i volym jämfört med samma period 2023.

Dåliga tider innebär också att whiskyköparna väljer säkra alternativ när man unnar sig whisky. Nya varumärken väljs bort. Det gör marknads lanseringar på nya marknader svåra.

Förhoppningen är att lägre inflation och sjunkande räntor gör att konsumtionen stiger.

FÖRSÄLJNING

Exporten av egna varumärken påverkades under perioden negativt av marknadssituationen i EU. I Sverige ökade försäljning, främst genom flera lyckade nylanseringar.

Totalt ökade försäljningen av egna varumärken med 20% i värde och 26% i volym. Agitator behåller platsen som den bäst säljande svenska whiskyn på Systembolaget.

Försäljningen inom Agitator Bulk & Contract (ABC) hölls fortsatt tillbaka av en pressad lagersituation men också av marknadssituationen.

RÖRELSERESULTAT

Det negativa rörelseresultatet är främst en effekt av stora marknadssatsningar på exportförsäljning som inte har gett resultat på grund av omvärldsfaktorerna beskrivna ovan. Höga marknadskostnader har inte resulterat i förväntad försäljning.

ÅTGÄRDSPROGRAM

Agitator har under det tredje kvartalet lanserat ett åtgärdsprogram för att öka intäkterna och sänka kostnaderna.

Åtgärdena för att öka intäkterna handlar, till exempel, om att utvärdera och byta distributionskanaler, förändra produktmixen och utveckla förpackningarna.

Åtgärdena för att sänka kostnaderna syftar dels till att anpassa marknads- och administrationskostnaderna så att de möjliggör vinst även vid en lägre försäljningsnivå. De syftar också till att öka effektiviteten och sänka kostnaderna, främst inom produktionen. Bland annat sänker vi kostnaden för flaskor genom nya leverantörer och modeller. Åtgärdena ger oss bättre förutsättningar när marknaden vänder.

Den tröga försäljningen av egna varumärken gör att vi har större volymer att sälja inom ABC. Där satsar vi nu på nya typer av kunder, nya produkter och tjänster och nya marknader.

HÄNDELSER EFTER PERIODEN

Agitator Whiskymakare lanserade i september den första svensktillverkade rommen i större skala. Den går under namnet Agitator Chestnut Reserve Rum. De första veckornas försäljning ligger i linje med våra högt ställda förväntningar.

Arbetet med att vidareutveckla våra distributionskanaler har börjat ge resultat, bland annat i form av leveranser till prenumerationstjänster och gränshandel.

Även nysatsningen inom ABC har resulterat i ökade intäkter under det tredje kvartalet.