



2022

ALMENNT HLUTAFJÁRÚTBOÐ OG SKRÁNING Á AÐALMARKAÐ NASDAQ ICELAND

FYRIRVARI



Fjárfestakynning þessi (hér eftir „**fjárfestakynningin**“) er unnin af Kviku banka hf. (hér eftir „**Kvika**“) fyrir skráningu Ölgerðarinnar Egils Skallagrímssonar hf. (hér eftir „**Ölgerðin**“ eða „**félagið**“) og er eingöngu ætluð til upplýsinga í tengslum við hlutafjárútböð félagsins (hér eftir „**útboðið**“). Allar upplýsingar sem birtar eru í fjárfestakynningunni eru samkvæmt bestu vitund Kviku á hverjum tíma. Kvika ábyrgist á engan hátt að upplýsingar sem birtar eru í fjárfestakynningunni, hvort sem þær koma frá Kviku, Ölgerðinni eða þriðja aðila, séu réttar eða tæmandi og hafa Kvika og Ölgerðin ekki sannreynt kynninguna sérstaklega.

Upplýsingar sem birtar eru í kynningunni skulu ekki á nokkurn hátt skoðast sem tilboð eða ráðleggingar um kaup eða sölu verðbréfa félagsins eða aðrar fjárfestingaákvörðanir. Fjárfestar sem hyggjast taka þátt í útboðinu skuldbinda sig til að lesa samantekt, útgefandalýsingu og verðbréfalýsingu (hér eftir sameiginlega „**lýsingin**“) sem útbúin er af Ölgerðinni og staðfest af Fjármálaeftirliti Seðlabanka Íslands, ásamt öðrum lykilupplýsingum útgefnum af félaginu. Skal ákvörðun um kaup á hlutabréfum því aðeins byggja á upplýsingum í lýsingu eða öðrum lykilupplýsingum frá Ölgerðinni. Bera viðtakendur einir ábyrgð á þeim fjárfestingaákvörðunum sem teknar eru á grundvelli upplýsinga sem birtar eru í fjárfestakynningu þessari. Hvorki Kvika né Ölgerðin bera í nokkrum tilvikum ábyrgð á tjóni sem kann að hljóta af upplýsingum sem birtar eru í fjárfestakynningunni né tjóni sem rekja má beint eða óbeint til notkunar þeirra.

Upplýsingar í fjárfestakynningunni skulu ekki skoðaðar sem ráðgjöf af neinu tagi, svo sem, en ekki einskorðað við, viðskipta- eða fjármálaráðgjöf, lögfræðiráðgjöf, skattaráðgjöf eða tæknileg ráðgjöf. Viðtakandi samþykkir með móttöku fjárfestakynningarinnar að hann einn ber ábyrgð á að framkvæma eigin rannsókn og greiningu á félaginu og viðeigandi mörkuðum, ásamt því að mynda sér sjálfstæða skoðun á þeim upplýsingum sem snerta framtíðar afkomu félagsins, ásamt núverandi og framtíðar fjárhagsstöðu þess. Ákvörðun um áskrift eða kaup á hlutabréfum í Ölgerðinni byggir því eingöngu á skoðun viðtakanda á félaginu.

Kvika vekur athygli á að hvers konar yfirlýsingar sem vísa til áætlaðrar framtíðarafkomu eru lýsingar á framtíðarhorfum og háðar ýmsum óvissu- og áhættuþáttum. Þannig getur árangur, framtíðarþróun félagsins og raunveruleg útkoma orðið frábrugðin því sem lýst er í fjárfestakynningunni, svo sem ef áhættuþættir raungerast. Því er varað við því að reiða sig í of miklu mæli á framtíðarhorfum og áætlanir og skulu þær aldrei skoðast sem loforð um árangur. Hvorki Kvika né Ölgerðin bera með nokkrum hætti ábyrgð á að hvers konar áætlanir eða spár muni rætast. Kvika er ekki skuldbundinn til að uppfæra fjárfestakynninguna, veita frekari upplýsingar eða leiðrétta villur sem kunna að koma í ljós.

Uppgjör Ölgerðarinnar fyrir fjárhagsárið sem lauk hinn 28. febrúar 2022 (tímabilið 1. mars 2021-28. febrúar 2022) er samkvæmt alþjóðlegum reikningsskilastöðlum IFRS og er það fyrsta árið sem félagið gerir upp samkvæmt IFRS. Samanburður við fyrra ár, fjárhagsárið sem lauk hinn 28. febrúar 2020 var uppfært í ársreikning síðastliðins fjárhagsárs til að endurspeglar þá breytingu. Eldri fjárhagsupplýsingar í fjárfestakynningunni eru samkvæmt íslenskum ársreikningalögum.

Kvika á höfundarrétt að kynningunni og framsetningu upplýsinga í henni, nema annað sé sérstaklega tekið fram eða leiða megir af eðli máls. Útboðið verður opið hlutafjárútböð og lýsingin verður eingöngu gefin út á Íslandi og í samræmi við íslensk lög. Um fjárfestakynningu þessa gilda íslensk lög. Rísi ágreiningur vegna fjárfestakynningarinnar skal málið rekið fyrir Héraðsdómi Reykjavíkur.



Egils Malt 100 ára
Smelltu hér fyrir myndband

LEIÐANDI FYRIRTÆKI Á DRYKKJAR- OG MATVÆLAMARKAÐI



Stærsta

drykkjarvöru fyrirtæki landsins



Næst stærsta

matvæla fyrirtæki landsins

Stærsti

áfengisframleiðandi landsins

Eitt öflugasta

markaðs fyrirtæki landsins



32 ma.kr.

vörsala 2021



1,7 ma.kr.

hagnaður 2021

3,6 ma.kr.

undirliggjandi EBITDA 2021 ¹

11,4%

undirliggjandi EBITDA% 2021 ¹

8,4 ma.kr.

NIBD 2021

2,6x

NIBD/EBITDA 2021

7,7 ma.kr.

bókfært eigið fé 2021

32%

eiginfjárlutfall 2021



Drykkjarvörumarkaðurinn hefur vaxið talsvert í virði undanfarin ár og hefur Ölgerðin náð aukinni markaðshlutdeild á lykilmörkuðum sínum



Ölgerðin er vaxtarfyrirtæki með rúmlega 12% árlegan meðalvöxt í vörsölu og 13% í EBITDA frá 2002



Fjölbreytilegur rekstur sem samanstendur af mörgum af leiðandi vörumerkjum landsins



Markviss áhersla á vöruþróun og eigin vörumerki hefur skilað aukinni verðmætasköpun og mætir breyttum þörfum neytenda



Vel tímasettar fjárfestingar í búnaði og eigin húsnæði styðja við sveigjanleika og vaxtarmöguleika



Áframhaldandi áhersla á vöruþróun, sjálfvirkni og sókn á nýja markaði ásamt möguleikum til útflutnings skapa innri vaxtataækifæri til framtíðar



Ölgerðin skipar stóran sess í þjóðarsál Íslendinga. Skráning á markað skapar grundvöll fyrir hagstæðari fjármögnun, breitt eignarhald almennings og styður við frekari innri og ytri vöxt

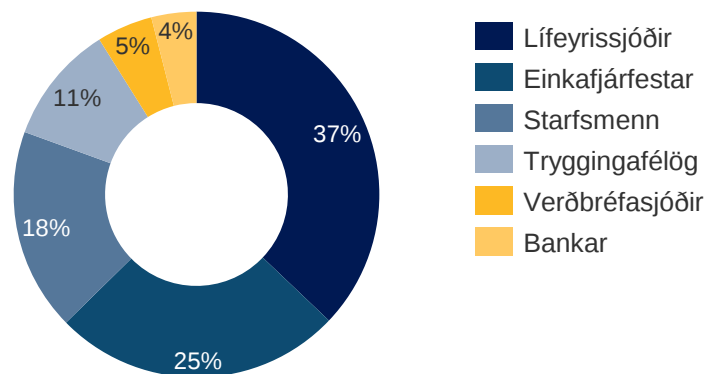
Fjárhagsár Ölgerðarinnar nær frá mars – febrúar

1) EBITDA samkvæmt ársreikning er 3,3 ma.kr.

ÖFLUGUR HÓPUR FJÁRFESTA STYÐUR VIÐ VEGFERÐINA

Nafn	Hluti %
Horn III slhf.	25,1%
Akur fjárfestingar slhf.	18,2%
OA eignarhaldsfélag hf. ¹	16,1%
Sindrandi ehf.	14,1%
Reir ehf.	5,8%
Sjóvá-Almennar tryggingar hf.	5,1%
Vátryggingafélag Íslands hf.	2,5%
Landsbréf - Úrvalsbréf hf.	2,2%
ISA ehf.	2,0%
EGG ehf.	2,0%
Landsbréf – Öndvegisbréf hs.	1,5%
Lykilstarfsmenn	1,2%
Vörður tryggingar hf.	1,0%
Íslenski lífeyrissjóðurinn – Lífsbraut 1	0,8%
Ölgerðin Egill Skallagríms hf.	0,6%
Íslenski lífeyrissjóðurinn – Lífsbraut 2	0,5%
Íslenski lífeyrissjóðurinn – Samtrygging	0,4%
Lífeyrissjóður bankamanna Aldurdeild	0,3%
Íslenski lífeyrissjóðurinn – Lífsbraut 3	0,3%
Aðrir	0,3%
Samtals	100%

Tegund hluthafa Ölgerðarinnar ²



Öflugur og fjölbreytilegur hópur fjárfesta

- Vegferð Ölgerðarinnar er vel studd af einka- og stofnanafjárfestum en stjórnendur og starfsmenn eru einnig í hluthafahóp félagsins
- Í tilefni skráningar og vegna mikils álags í tengslum við COVID-19 mun Ölgerðin ráðstafa um 17 milljón hlutum (0,6% af útistandandi hlutum) til starfsmanna. Úthlutun fer eftir starfsaldri og er að hámarki 500 þúsund krónur á hvern starfsmann
- Sé horft í gegnum eignarhald Horns og Akurs þá eru lífeyrissjóðir stærstu hluthafar félagsins með um 37% hlut, einkafjárfestar og starfsmenn fylgja þar á eftir með annars vegar 25% og hins vegar 18% hlut

Almennt hlutafjárboð

- Áformað dagana 23. – 27. maí 2022 og í kjölfar útboðsins er ráðgert að hluti félagsins verði teknir til viðskipta á Aðalmarkaði Nasdaq Iceland þann 9. júní 2022
- Allir núverandi hluthafar munu selja hlutfallslega jafnt í útboðinu (30%) að undanskildum lykilstarfsmönnum sem ekki munu selja í útboðinu
- Miðað er við að 29,5% af hlutafé sé selt, sem jafngildir 827.299.496 hlutum
- Hluti fimm stærstu hluthafa og lykilstarfsmanna munu lúta söluhömlum (e. *lock-up*). Helmingur bréfa þeirra losna undan söluhömlum eftir 3 mánuði og öll bréfin verða laus eftir 6 mánuði frá skráningu

1) OA eignarhaldsfélag hf. er í eigu Andra Þórs Guðmundssonar forstjóra Ölgerðarinnar og Októ Einarssonar stjórnarformanns
2) Eignarhald Ölgerðarinnar sé horft í gegnum eignarhald tveggja stærstu hluthafa Ölgerðarinnar Horn III slhf. og Akur fjárfestingar slhf.

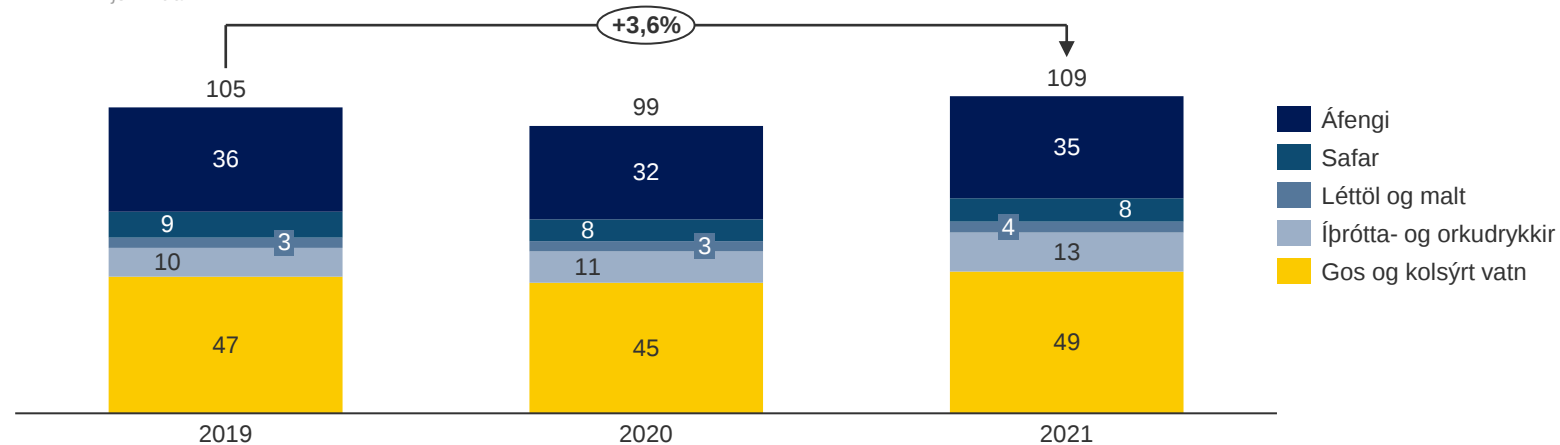
VIRÐI HEFUR VAXIÐ UMFRAM MAGN Á DRYKKJARVÖRUMARKAÐI

Magn

Drykkjarvörumarkaðurinn dróst saman á árinu 2020 samhliða fækkun ferðamanna og samkomutakmörkunum en markaðurinn tók við sér á árinu 2021 og var magnaukning um 3,6% frá 2019

Þróun drykkjarvörumarkaðarins

milljónir lítra

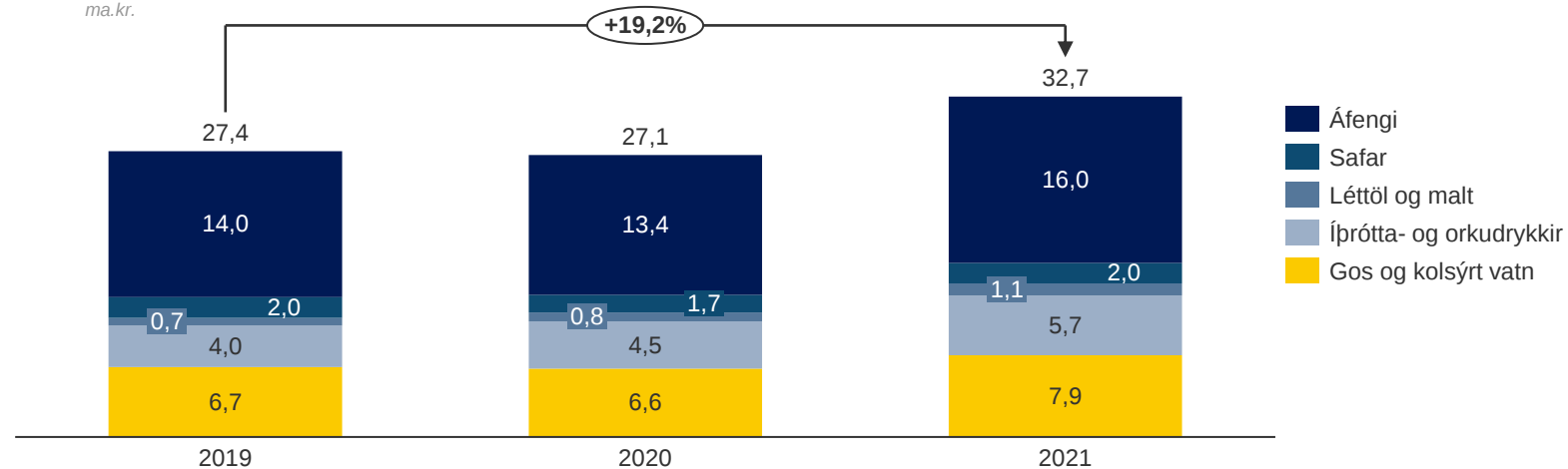


Virði

Virði hefur aukist frá 2019 samhliða tilfærslu í smærri hentugri einingar og áherslu á Premium vörur sem leitt hefur til meira framboðs af gæðameiri nýjungunum í flokkum líkt og léttöli og orkudrykkjum

Þróun drykkjarvörumarkaðarins

ma.kr.



VÖXTUR DRIFINN ÁFRAM AF MARKVISSRI STEFNUMÓTUN

Smærri einingar

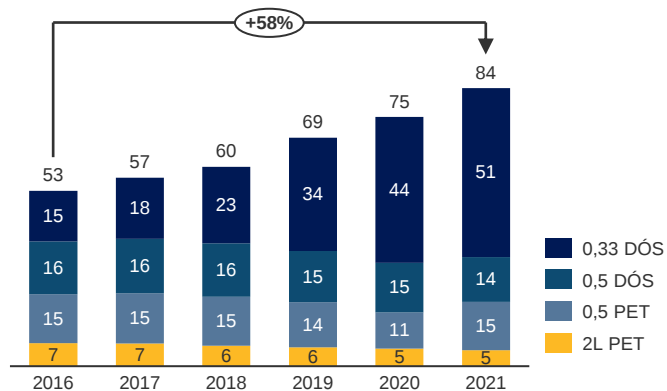
Neysluvenjur hafa verið að færast í átt að smærri og hentugri skammtaeiningum og hefur sala 33cl dósa farið úr 15 milljón eininga árið 2016 í 51 milljón árið 2021

Smærri einingar (e. *single serve*) var 45% af seldum lítrum árið 2016 en árið 2021 hafði hlutfallið hækkað í 64%

Með tilkomu nýrrar framleiðslulínu er félagið enn betur í stakk búið til að sinna áframhaldandi aukinni eftirspurn

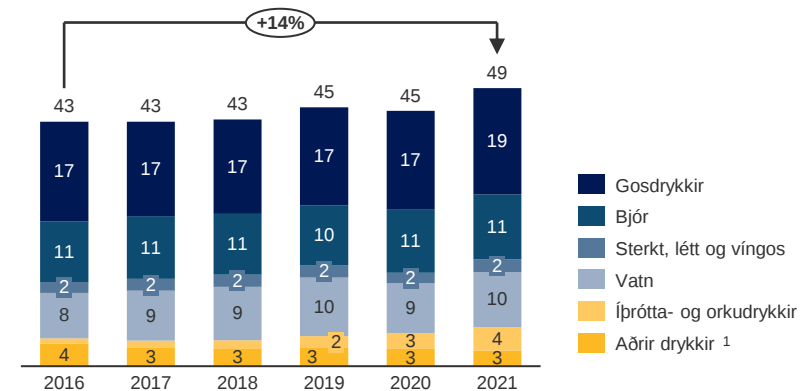
Seldar einingar

í milljónum



Seldir lítrar

í milljónum



Premium vörur

Premium vörur halda áfram að vaxa í hlutdeild

Aukin eftirspurn eftir fjölbreyttum vörum sem eru gjarnan handgerðar eða framleiddar í litlum lotum úr hágæða íslenskum hráefnum

Markaður fyrir koffíndrykki hefur skapað ný tækifæri og vaxið hraðar en aðrir hlutar markaðarins



Aukið virði

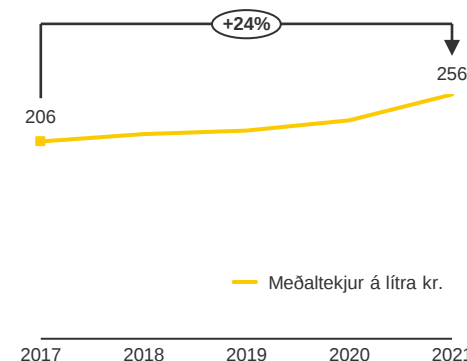
Smærri einingar skila almennt hærri tekjum og framlegð á hvern lítra en stærri skammtaeiningarnar

Meðaltekjur á hvern lítra hafa aukist um 24% á milli árána 2017 og 2021

Samkvæmt Nielsen sölutölum þá er útsöluvirði smærri eininga 142% herra en stærri eininga (e. *multi serve*)

Meðaltekjur á lítra

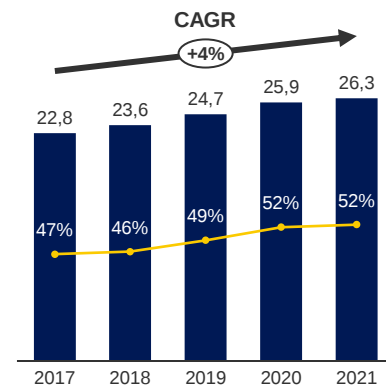
í kr.



ÖLGERÐIN HEFUR STERKA MARKAÐSHLUTDEILD Á LYKILMÖRKUÐUM

Gosdrykkjamarkaður

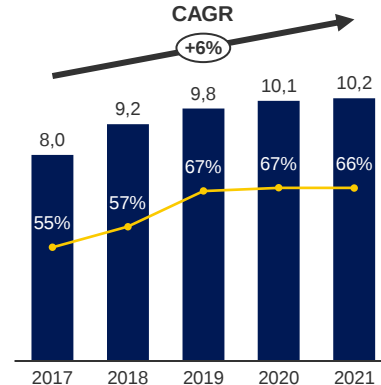
Milljónir lítra, % markaðshlutdeild



- Pepsi Max er með leiðandi stöðu á gosdrykkjamarkaði
- Sterk staða sykurlausra drykkja hefur ýtt undir aukna hlutdeild með vörumerkjunum Pepsi Max, Appelsín án sykurs og 7up Free
- Aukin afkastageta með nýjum framleiðslusal styður við áframhaldandi vöxt

Kolsýrt vatn

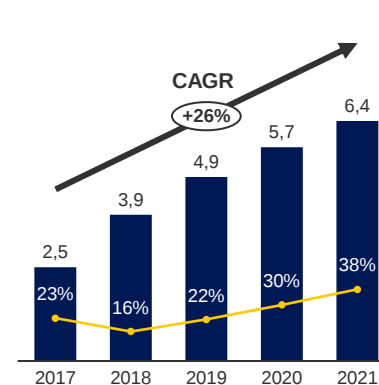
Milljónir lítra, % markaðshlutdeild



- Kristall er með leiðandi stöðu á markaði fyrir kolsýrt vatn
- Breyttar neysluvenjur og áhersla á hollari valkosti ýtir undir frekari vöxt á þessum markaði
- Vaxandi hlutdeild Egils Sódavatns í kjölfar vel heppnaðrar vörubróunar og umbúðabreytinga

Koffíndrykkjamarkaður

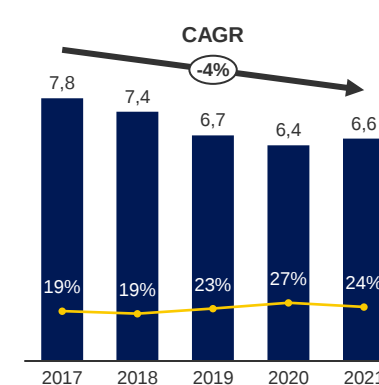
Milljónir lítra, % markaðshlutdeild



- Ölgerðin er leiðandi aðili á koffíndrykkjamarkaði
- Markaður fyrir orku- og lífsstílsdrykki hefur vaxið umtalsvert á síðastliðnum árum, árlegur meðalvöxtur er um 26% síðan árið 2017
- Sterk markaðsstaða með spennandi flóru vörumerkja sem hvert um sig gegnir ólíku hlutverki og höfðar til mismunandi markhópa

Safamarkaður

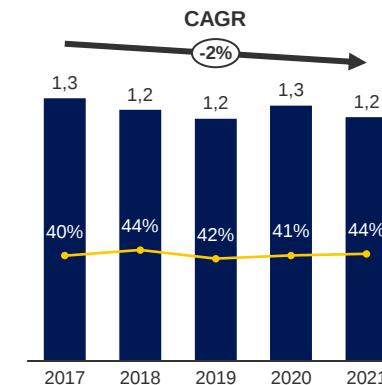
Milljónir lítra, % markaðshlutdeild



- Floridana, vörumerki í eigu Ölgerðarinnar, er leiðandi á safamarkaði og er í dag eini safinn sem framleiddur er á Íslandi
- Markaður fyrir ávaxtasafa hefur dregist saman en sýndi batamerki á síðasta ári

Kaffimarkaður

Milljónir kg, % markaðshlutdeild

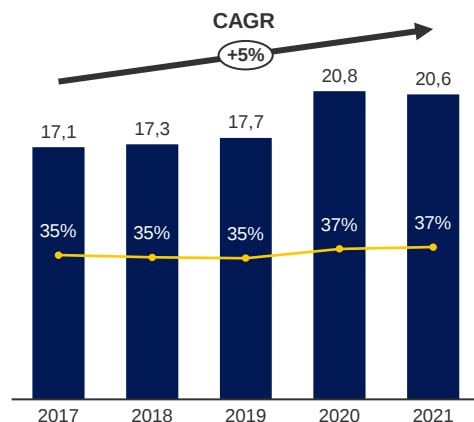


- Ölgerðin er leiðandi aðili á kaffimarkaði með breiða flóru af sterkum vörumerkjum
- Magn hefur dregist lítillega saman en virði aukist vegna aukinnar eftirspurnar á kaffihylkjum og kaffibaunum

ÖLGERÐIN HEFUR STERKA MARKAÐSHLUTDEILD Á LYKILMÖRKUÐUM

Bjórmarkaður

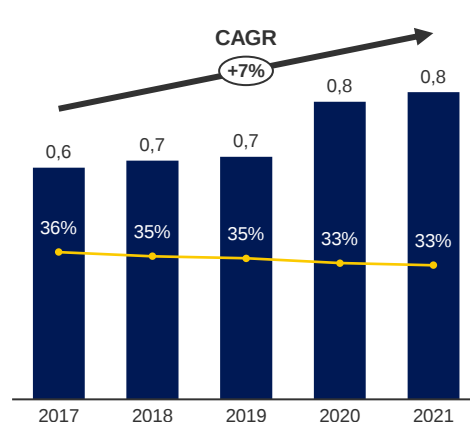
Milljónir lítra, % markaðshlutdeild ÁTVR



- Ölgerðin er leiðandi á bjórmarkaði
- Sala lítra í ÁTVR dróst lítillega saman á árinu 2021, en hlutdeild Ölgerðarinnar hélst svipuð
- Lite bjórar eru sífellt stærri hluti af sölu, árið 2017 var hlutfallið 7% af heildarsölu en er 16% það sem af er ári
- Gull Lite er nú söluhæsti bjórinn í ÁTVR

Sterkvínsmarkaður

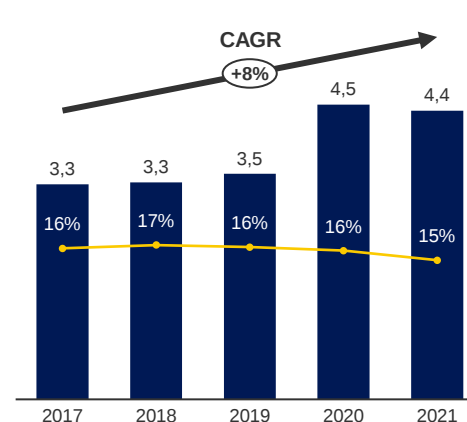
Milljónir lítra, % markaðshlutdeild ÁTVR



- Ölgerðin er leiðandi á markaði fyrir sterkt áfengi og með háa hlutdeild í öllum flokkum sterks áfengis
- Aukning í sölu seldra lítra frá 2019 skýrist að miklu leyti af sölu sem var áður í Fríhöfn
- Hlutdeildarminnkun skýrist af samdrætti í sölu á ódýrari vodka og gin tegundum

Léttvínsmarkaður

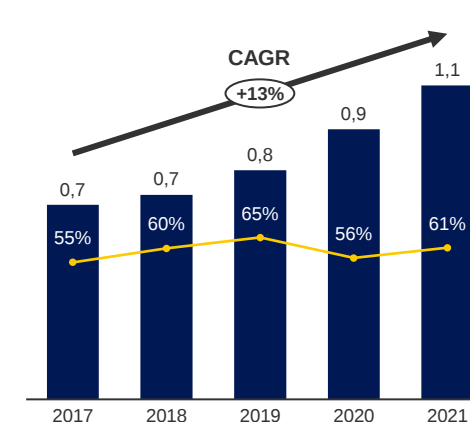
Milljónir lítra, % markaðshlutdeild ÁTVR



- Ölgerðin er meðal stærstu léttvíns innflytjenda landsins
- Aukning frá 2019 skýrist að miklu leyti af sölu sem var áður í Fríhöfn en salan dróst svo lítillega saman árið 2021
- Gert er ráð fyrir að aukin ferðalög erlendis muni draga frekar úr sölu í ÁTVR og færast aftur í Fríhöfn

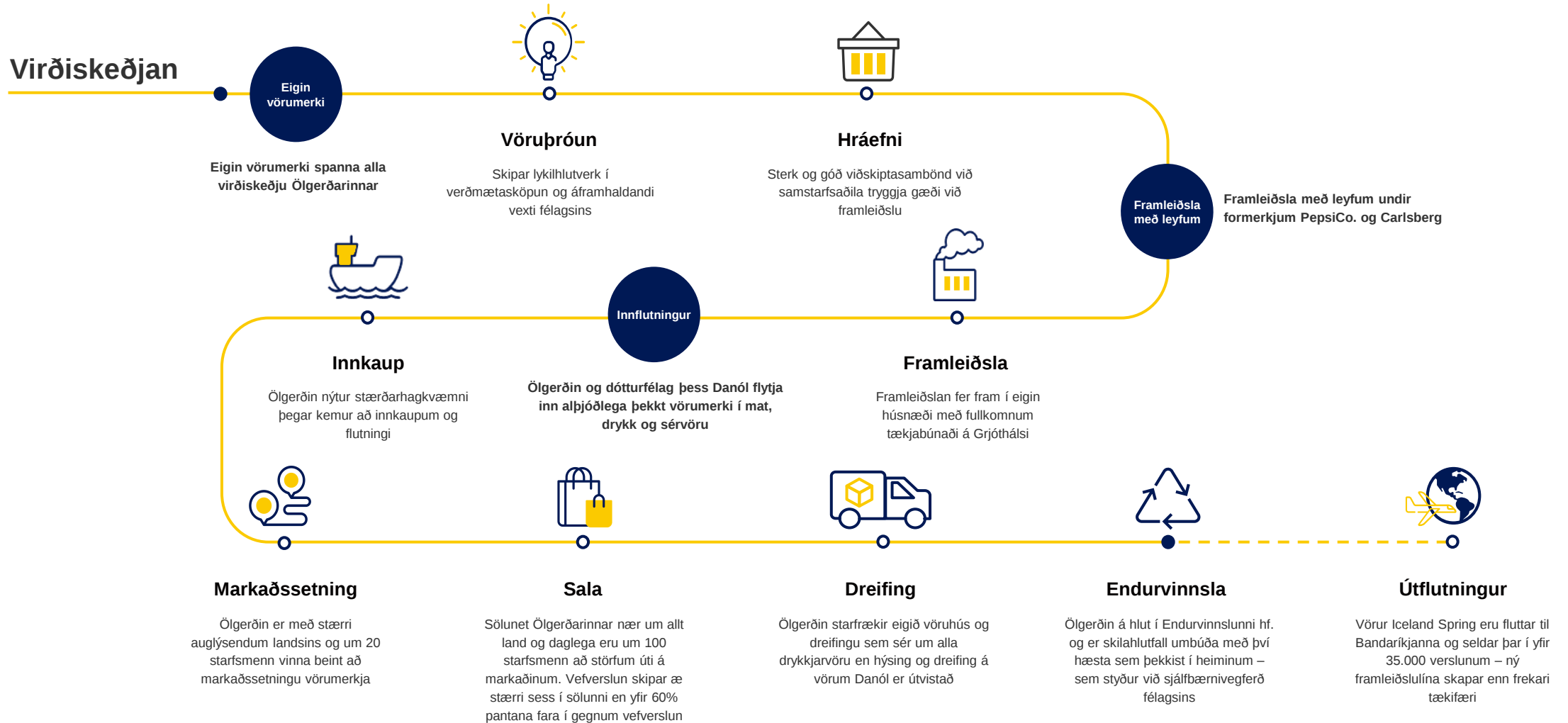
Víngosmarkaður

Milljónir lítra, % markaðshlutdeild ÁTVR



- Ölgerðin er leiðandi á víngosmarkaði
- Víngosmarkaður hefur vaxið umtalsvert síðustu ár og er árlegur meðalvöxtur um 13% frá árinu 2017
- Öflug vörubröun hefur skilað Ölgerðinni sterkri hlutdeild
- BARA, sykurlaus og kolvetnislaus áfengur drykkur Ölgerðarinnar er söluhæsta vörumerkið í víngosi

STERK STAÐA INNAN VIRÐISKEÐJU LYKILL AÐ ÁRANGRI



MÖRG AF ÞEKKTUSTU VÖRUMERKJUM ÍSLANDS

Framleiðsla eigin vörumerkja



Framleiðsla með sérleyfum



Innflutningur



46%
af framlegð

31%
af vörusölu

17%
af framlegð

13%
af vörusölu

37%
af framlegð

56%
af vörusölu

MARKVISS ÁHERSLA Á EIGIN VÖRUMERKI HEFUR AUKIÐ VERÐMÆTASKÖPUN

Síðan 1913

Ölgerðin er elsti drykkjarvöruframleiðandi landsins og á mörg af elstu og þekktustu vörumerkjum landsins á sínu sviði

Áhersla á eigin vörumerki

Markviss áhersla hefur verið lögð á eigin vörumerki í gegnum árin sem hefur skilað Ölgerðinni gríðarlega miklum árangri og sérstöðu á markaði

Verðmæt vörupróun

Þrjú af verðmætustu vörumerkjum Ölgerðarinnar árið 2021 voru ekki til 10 árum áður: COLLAB, Gull Lite og Boli

Íslensk framleiðsla

Ölgerðin trúir á framtíð íslenskrar framleiðslu á drykkjarvöru sem er umhverfisvænni kostur en innlend framleiðsla losar 5 sinnum minna af kolefnum en innfluttar vörur vegna flutninga

10 verðmætustu vörumerki eigin framleiðslu

Í stafrófsröð

Appelsín
Floridana
Gull
Kristall
Malt
Pepsi
Pepsi Max
Plús
Tuborg Classic
Tuborg Grøn

2012

Appelsín
Boli
Borg brugghús
COLLAB
Gull
Gull Lite
Kristall
Pepsi
Pepsi Max
Tuborg Classic

2021

Dæmi um eigin vörumerki



Maltöl

Það má segja að maltöl sé samofið þjóðarsál Íslendinga enda hefur það verið á boðstólum frá því 1913 og er því elsta varan sem Ölgerðin framleiðir



Egils Appelsín

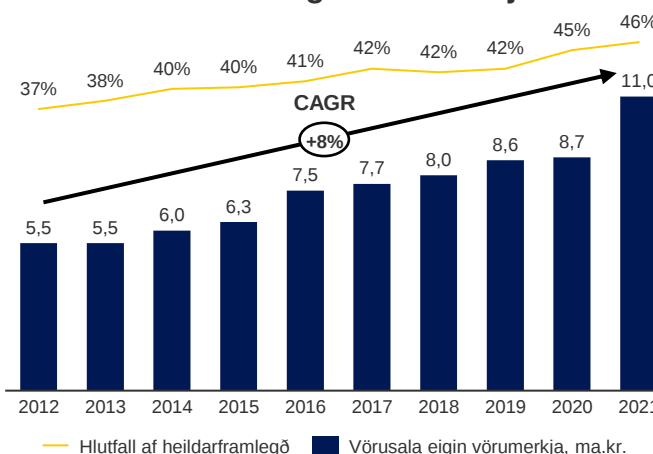
Egils Appelsín hefur verið ómissandi þáttur af hátíðar- og hamingjustundum þjóðarinnar frá 1955 og hefur sykurlaus útgáfa einnig notið mikilla vinsælda



Kristall

Kom fyrst á markað árið 1994 og hefur alla tíð borið höfuð og herðar yfir keppinauta. Neytendur kjósa í vaxandi mæli hollari valkosti

Vörusala eigin vörumerkja



VÖRUÞRÓUN OG NÝSKÖPUN ER SAMOFIN MENNINGU ÖLGERÐARINNAR

Vöruþróun

Ölgerðin leitast stöðugt við að bæta og auka núverandi vöruúrval með öflugri vöruþróun og nýsköpun

Hágæða drykkjarvörur

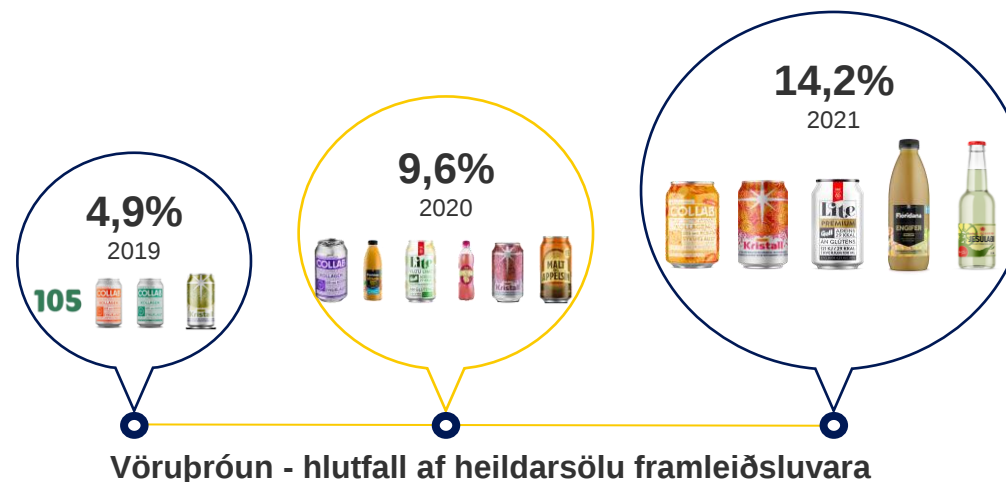
Stefna Ölgerðarinnar í vöruþróun er að framleiða hágæða drykkjarvörur sem mæta þörfum neytenda með hagkvæmni og sjálfbærni í fyrirrúmi

Hollari valkostir

Mikil áhersla lögð á hollari valkosti bæði í vöruþróun og markaðsefni í takt við breyttar neytendabætur

Lykilmarkmið

Eitt af lykilmarkmiðum Ölgerðarinnar er að nýjar vörur nemi 5% af vörusölu félagsins ¹



Dæmi um vel heppnaða vöruþróun



COLLAB
Kom á markað árið 2019 og hefur slegið í gegn. Annar stærsti koffindrykkurinn á Íslandi og jafnframt að verða með stærri vörumerkjum Ölgerðarinnar



Brío
Á örskömmum tíma er Brío áfengislaus orðið verðmætasta vörumerkið í flokki NO&LO. ² Byltingakennd framleiðsluaðferð býr til nýjan leikvang með nýrri vöruflóru



Gull Lite
Gull Lite er nú mest seldi bjórinn í ÁTVR, magnið hefur þrefaldast á 5 árum. Framlenging á vörumerkinu hefur verið farsæl. Yuzu, Sumar, Jóla og Premium Lite bjórar hafa litið dagsins ljós undanfarin ár



BARA
Sett á markað 2020 og er stærsta vörumerkið í vínngosi. BARA er áfengur drykkur án sykurs og kolvetna og passar því vel við aukna áherslu á heilsusamlegri lífsstíl

1) Vara er skilgreind sem ný vara í tvö ár eftir að framleiðsla hefst
2) NO&LO merkir No & Low alcohol eða léttöl og áfengislausir drykkir

FRAMLEIÐSLA MEÐ SÉRLEYFUM Á HEIMSPÉKKTUM VÖRUMERKJUM

Heimspékt vörumerki

Ölgerðin hefur leyfi til þess að framleiða og selja vörur undir þekktum vörumerkjum frá Carlsberg Group og PepsiCo

Pepsi Max

Á síðastliðnum árum hefur Pepsi Max verið ein mest vaxandi drykkjarvara Ölgerðarinnar og er í dag mest seldi gosdrykkur landsins

Breyttar neysluvenjur neytenda sem velja í ríkara mæli sykurlausa drykki hafa að hluta til drifið áfram þennan vöxt

Meðal þekktustu vörumerkja landsins



Pepsi Max

Pepsi Max er vel þekktur drykkur meðal landsmanna og stærsti gosdrykkur landsins. Pepsi Max er jafnframt annað verðmætasta vörumerki Ölgerðarinnar



Tuborg Julebryg

Tuborg Julebryg hefur verið mest seldi jólabjórinn um árabíl og fagna margir Íslendingar komu hans á ári hverju á svokölluðum J-Degi

Vörusala

Árlegur meðalvöxtur í vörusölu hefur verið um 6% frá árinu 2012 en árið 2016 tók Ölgerðin við framleiðslu á Carlsberg

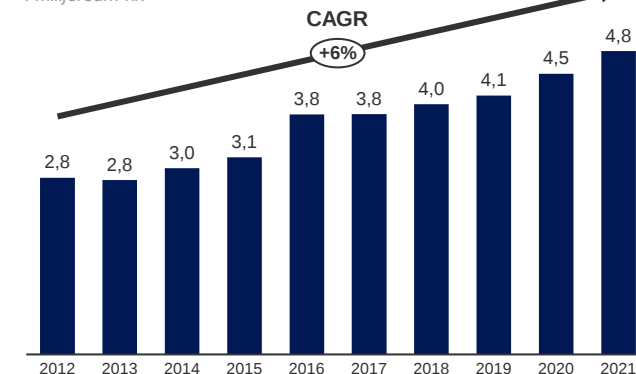
Tuborg og Carlsberg

Tuborg og Carlsberg eru á meðal stærstu alþjóðlegu bjórtegunda landsins.

Markaðshlutdeild þeirra árið 2021 var um 16% í verslunum ÁTVR

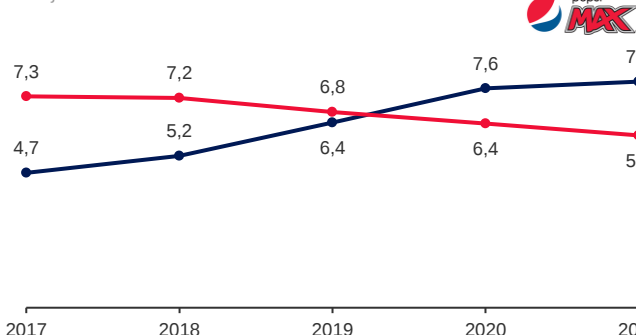
Vörusala framleiðslu með sérleyfi

Í milljörðum kr.



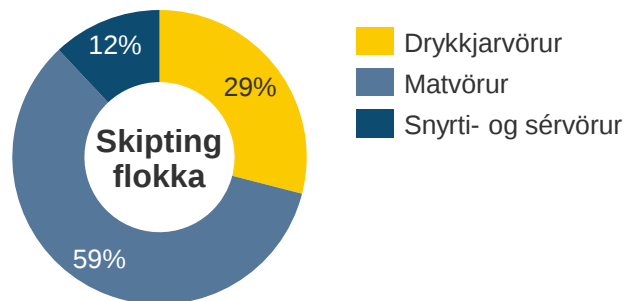
Pepsi Max er stærsti gosdrykkur landsins

Milljónir lítra



INNFLUTNINGUR / ANNAÐ STÆRSTA MATVÆLAFYRIRTÆKI LANDSINS

Þrír flokkar innfluttrar vöru



Danól

Danól er skipt upp í þrjár einingar sem hver um sig sér um sitt afmarkaða svið sem skiptast í matvöru, stórelldhús- og kaffikerfi og snyrti- og sérvöru

Danól, dótturfyrirtæki Ölgerðarinnar, tók yfir hluta viðskiptasambanda Ásbjarnar Ólafssonar (AÓ) frá 1. september 2021 og jókst vörusala í kjölfarið. Á meðal þekktara vörumerkja AÓ má nefna Sonax bílavörur, Anamma veganmat, Felix tómatsósu, Leksands hrökkbrauð o.fl.

Stórelldhúsmarkaður tók vel við sér í kjölfar afnáms opinberra sóttvarnaraðgerða vegna COVID-19

Skipting birgja

14 vörumerkjastjórar skipta á milli sín um 130 birgjum og 250 vörumerkjum

Um 35% af birgjum standa fyrir 80% af veltu og um 30% af vörumerkjum standa fyrir 80% af veltu

Dreifð tekjuskipting

Sala á innfluttum vörum dreifist á öll tekjusvið en vægi Danól er mest, með um það bil 60% af vörusölu

Söluverð innfluttra vara breytist með gegnsæjum hætti í takt við gengisþróun

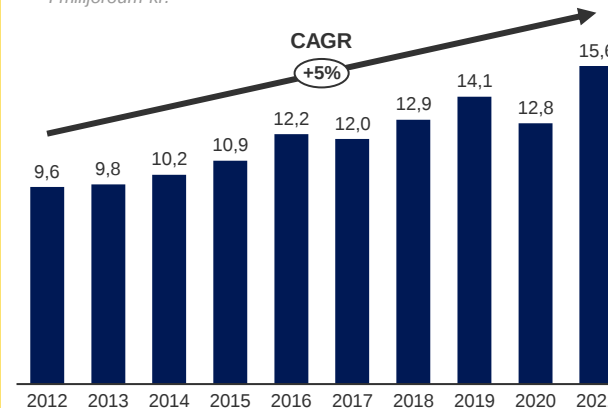
Innflutningur skapar stærðarhagkvæmni í rekstri samstæðunnar og dregur úr sveiflum

Alþjóðlega þekkt vörumerki



Vörusala innflutningsvara

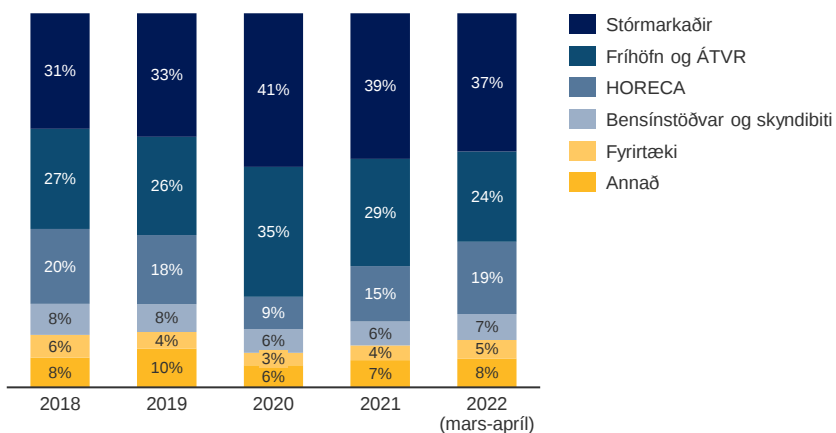
í milljörðum kr.



GÓÐ TEKJUDREIFING TRYGGIR DREIFÐA ÁHÆTTU

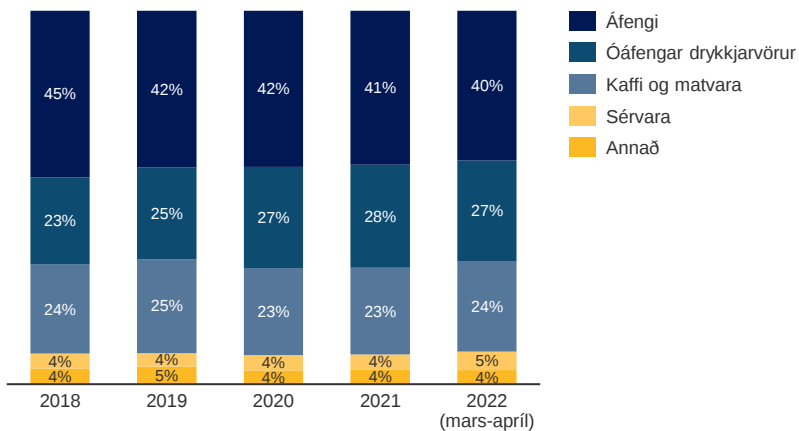
Lykilmarkaðir

Hlutfall af vörusölu



Vöruflokkar

Hlutfall af vörusölu



Viðskiptavinir

Ölgerðin er einn stærsti söluaðili landsins til stórmarkaða og HORECA ¹ og sá stærsti til ÁTVR en um 37% af vörusölu fyrstu tvo mánuði fjárhagsársins 2022 má rekja til viðskipta stórmarkaða

Viðskiptavinir félagsins eru yfir 3.000 og býður félagið upp á yfir 8.000 vörunúmer

Fjölbreytt vöruúrval

Ölgerðin býður upp á fjölbreytt vöruúrval þar sem áhersla er lögð á sölu drykkjarvara, matvara og annarra snyrti- og sérvara til viðskiptavina

Ölgerðin selur eingöngu vörunúmeri sem eru eða hafa möguleika á því að vera fremst í sínum flokki

Áhrif COVID-19

Áhrif COVID-19 faraldursins voru einna helst breyttar neysluvenjur neytenda sem leiddu til þess að vörusala færðist á milli lykilmarkaða

Vörusala til HORECA hefur farið vaxandi samhliða dvínandi áhrifum faraldursins og nálgast brátt fyrra horf

Áhættudreifing

Góð tekjudreifing er á milli vöruflokkanna og lykilmarkaða sem bæði dreifir áhættu og virkar sem sveiflujafnari í rekstri félagsins

Eigin framleiðsla ásamt innflutningi virkar sem innbyggð gengisvörn fyrir félagið

1) HORECA stendur fyrir hótél, veitingastaði, kaffihús og bari (e. Hotel, Restaurant and Cafe)

ICELAND SPRING SÖLU- OG MARKAÐSFYRIRTÆKI Í BANDARÍKJUNUM

Iceland Spring

Ölgerðin á 40% hlut í Iceland Spring, sölu- og markaðsfyrirtæki með starfsemi í Bandaríkjunum, en félagið selur vatn undir vörumerkinu Iceland Spring ásamt eigin vörumerkjum viðskiptavina

Ölgerðin sér um framleiðslu á vörum félagsins og hefur tekjur í formi tappagjalds sem voru rúmlega 200 m.kr. árið 2021

Iceland Spring á eigin borholu í Heiðmörk og framleiðslubúnað



Afkastageta

Afkastageta er fullnýtt á árinu 2022 og eru fjárfestingar fyrirhugaðar

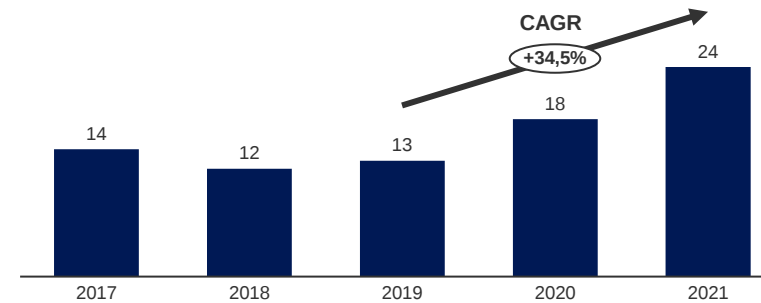


24 milljón einingar fluttar út 2021

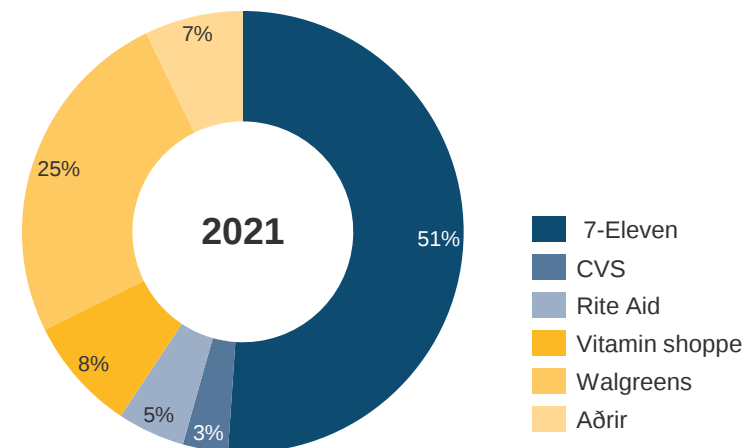


2.000 gámar (20ft.) sem jafngildir um 9 gámum hvern virkan dag ársins

Framleiddar einingar



Hlutfall sölu eftir viðskiptavinum

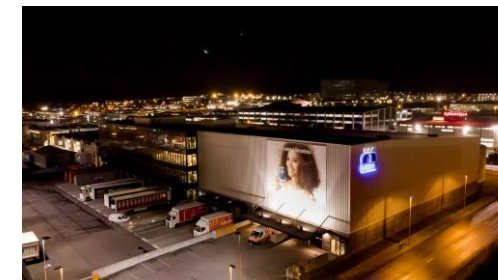
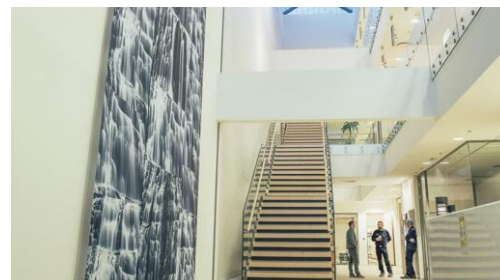


Private Label

Iceland Spring er með „private label“ samninga við stóra smásala í Bandaríkjunum, þar á meðal 7-Eleven, CVS, Walgreens og Rite Aid



HÖFUÐSTÖÐVAR HALDA UTAN UM STARFSEMINA Á EINUM STAÐ



Höfuðstöðvar Grjóthálsi 7-11

- Byggingarnar eru í eigu dótturfélags Ölgerðarinnar, G7-11 ehf.
- Húsnæðið samanstendur af fjórum samtengdum byggingum sem hýsa skrifstofur, framleiðslu, ölsuðu, vöruhús og kæliými
- Fasteignin telur samtals um 22.000 m²
- Fasteignamat árið 2022 er áætlað um 4,6 ma.kr. og brunabótamat 8,6 ma.kr.¹

Skrifstofa og móttaka

- Um 3.800 m²
- Hýsir skrifstofur starfsmanna og móttöku fyrir viðskiptavinum

Framleiðslusalir

- Um 9.200 m²
- Þrír framleiðslusalir

Vöruhús

- Um 8.750 m²
- Vöruhúsið í heild sinni er frílager sem gerir félaginu kleift að afgangið allt á einum stað
- Hýsir 13.000 vörubretti, þar af 1.500 í kæli

Yfirlit byggingar

Staðsetning	Starfsemi	Birt stærð m ²	Byggingarár	Fasteignanr.
Grjótháls 7	Ölsuðuhús	2.505	1997	F2044164
Grjótháls 9	Framleiðsla	5.088	1981	
Grjótháls 9	Framleiðsla	1.650	2021	
Grjótháls 11	Skrifstofur og lager	12.515	2009	

1) Fasteignaskrá. Fasteignamat og Brunabótamat 2022 er byggt á gögnum frá Þjóðskrá að viðbættum forsendum um að nýr framleiðslusalur Brák sé á sama fasteignamati og brunabótamati og húsið í heild á m². Danól er í leiguhúsnæði að Fosshálsi 25 og er vöruhúsnæði þeirra úthýst

HÁPRÓUÐ OG VEL FJÁRFEST FRAMLEIÐSLUAÐSTAÐA Á GRJÓTHÁLSI



Gler & Dósir

Framleiðsla á 33cl og 50cl dósum ásamt glerflöskum

Afköst 12-15.000 einingar á klst.

Fyrirhuguð er endurnýjun á þessum sal á yfirstandandi ári



Brák / Dósir

Afköst 45.000 einingar á klst.

Mikill sveigjanleiki í stærð og ytri umbúðum



PET / Plast

Framleiðsla á 2L, 1L, 0,5L og 0,33L einingum

Afköst 8-13.000 einingar á klst

50% endurunnið plast (rPET) í öllum einingum



Iceland Spring

Yfir 2.000 gámar árið 2021

24 milljónir eininga

Þörf á að auka afkastagetu til að anna eftirspurn



Kútar

Um 400 viðskiptavinir nota bjórkúta frá Ölgerðinni

Um 20.000 kútar í umferð. Línan var tvöfölduð fyrir 5 árum



Safar

Framleiðsla á ferskum söfum í 1L og 0,33L umbúðum

Geymsluþol 6 vikur

Eini íslenski safaframleiðandinn



Borg Brugghús

Aðstaða til tilraunabriggunar (120L) ásamt handverksölsuð og átöppun á 44cl dósum

Ölgerðin notar yfir 100 tonn á ári til að proska bjór



Ölsuða

Yfir 14 milljónir lítra bruggaðir á ári

Næg afkastageta til staðar og möguleikar til stækkunar

BRÁK FRAMLEIÐSLUSALUR EYKUR AFKASTAGETU Í DÓSAFRAMLEIÐSLU

Ný dósarlína

Brák er ný fullkomin dósarlína í nýrri viðbyggingu við Grjótháls 9 sem tekin var í notkun í upphafi árs 2022



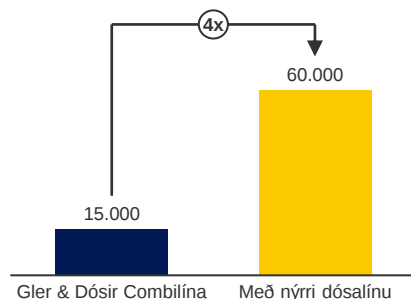
Smelltu hér fyrir myndband af framleiðsluhúsnæði Brák

Aukin afkastageta

Stóraukin afkastageta og rekstraröryggi með tveimur dósasölum sem losar um vaxtarhömlur Ölgerðarinnar næstu árin

Afkastageta í dósafframleiðslu

Einingar á klst.



Sveigjanleiki

Aukinn sveigjanleiki í framleiðslu og vöruþróun með tilliti til nýrra umbúða og bestun pakkninga, auk svigrúms til nýsköpunar

Hagkvæmni

Hámarkshagkvæmni í hönnun út frá framleiðslufæði til að besta og hámarka framleiðni

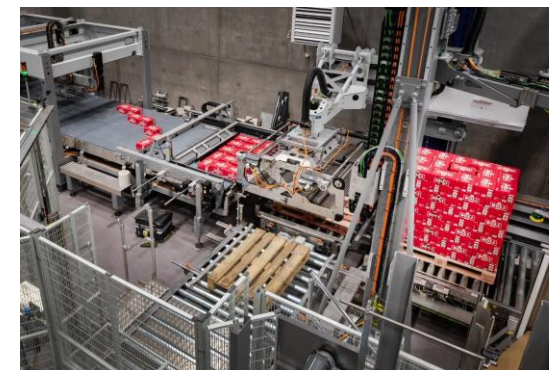


Sjálfvirkni og innri vöxtur

Auknir möguleikar fyrir Ölgerðina m.a. í útflutning á eigin vörumerkjum og í fjárfestingum í sjálfvirkni til og frá vöruhúsi

Umhverfisvæn

Sjálfbærni og umhverfissjónarmið höfð að leiðarljósi við val á efnum í Brák. Framleiðslan er algjörlega plastlaus og mun því Ölgerðin spara fleiri tonn af plasti á ári og verða umhverfisvænni en áður



KRAFTURINN FELST Í MENNINGU ÖLGERÐARINNAR

Gildi



Jákvæðni

Jákvæðni fyrir breytingum

Sterk liðsheild og allir leggja sitt af mörkum til að ná markmiðum fyrirtækisins



Áreiðanleiki

Mikið traust hjá viðskiptavinum og birgjum

Gæði vöru og þjónustu eru fyrsta flokks



Hagkvæmni

Stöðugar umbætur í ferlum og rekstri

Alltaf leitað hagkvæmustu leiða í innkaupum, fjárfestingum og rekstri



Framsækni

Alltaf feti framár í þjónustu, nýjungum og vöruvali

Fljót að taka ákvarðanir og láta hlutina gerast

Þor til að taka áhættur, gera mistök og læra af þeim



Stefnur & lykilmarkmið

Roadmap 2024

Ölgerðin leggur áherslu á að stækka með markvissum hætti, auka hagkvæmni í rekstri og skapa eftirsóttan vinnustað. Það er meðal annars gert með öflugri vöruþróun og ytri vexti



Ölgerðin trúir því að fjórir þættir skili félaginu hröðustum árangri – vöxtur, fjölbreytileiki, stafræn þróun og sjálfbærni

Lykilmarkmið

>75%



Ánægja
viðskiptavina

>5%



Tekjur frá
nýjum vörum

>85%



Ánægja
starfsmanna

>10%



EBITDA
framlegð

STAFRÆN ÞRÓUN TIL SAMKEPPNISFORSKOTS

Ein stærsta vefverslun landsins

Rúmlega helmingur allra pantana fer í gegnum vefverslun sem hefur um 2.000 viðskiptavinum hjá Ölgerðinni og 900 hjá Danól

Aukin framleiðni

Vefverslun Ölgerðarinnar hefur verið hluti af umbótaverkefnum söludeilda en sparnaðurinn snýr fyrst og fremst að því að spara tíma. Sá tími sem fór áður í að taka pantanir fer í að sinna viðskiptavinum og hans þörfum enn frekar



Stafræn markaðssetning

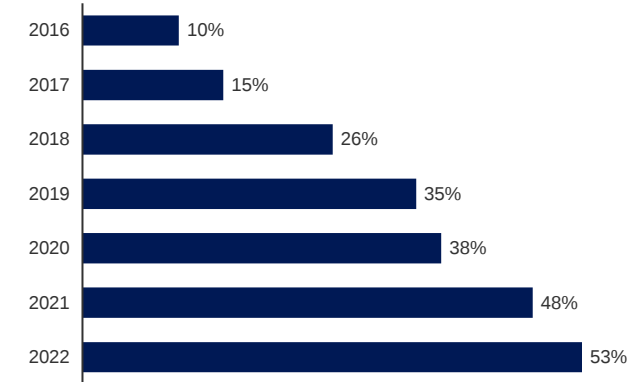
Ölgerðin er einn stærsti auglýsandi landsins en innan félagsins ríkir mikil þekking og reynsla á sviði stafrænnar markaðssetningar

Stafrænt vinnuafi

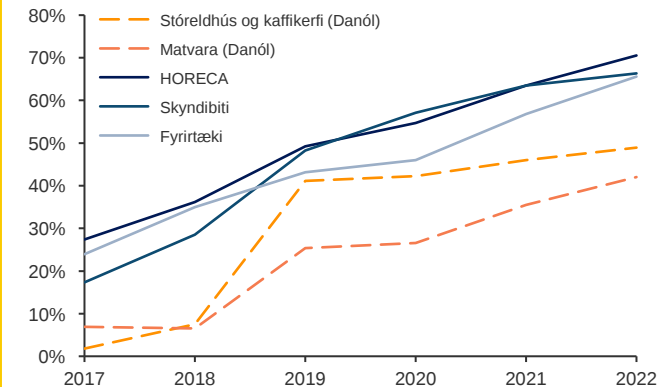
Ölgerðin nýtir sér stafrænt vinnuafi með RPA (*Robotic Process Automation*) sem eykur hagkvæmni í rekstri, lágmarkar villuhættur og mannleg mistök, er rekstrarlega hagkvæmt og einfalt í uppsetningu

Starfsmaður losnar við tímafrek og endurtekin verkefni sem skapar meiri tíma til að sinna öðrum verkefnum

Hlutfall pantana í gegnum vefverslun



Hlutfall pantana í vefverslun eftir viðskiptavinum



MARKVISS SJÁLFBÆRNIVINNA

ESG markmið & árangur



Kolefnishlutlaus

Ölgerðin stefnir á 100% kolefnishlutleysi 2040

65% náð ¹



Rafknúnir bílar

Allir bílar knúnir af umhverfisvænum orkugjöfum 2025

25% náð



Flokkað sorp

99% af sorpi flokkað 2030

86% náð



Fjölbreytileiki

Aldrei hærra hlutfall en 60% af einu kyni í stjórnunarstöðum

33/67%



Losunarkræfni tekna

Losunarkræfni tekna 63% minna árið 2030 ¹

60% náð ¹



Endurnýjanleg orka

100% endurnýjanleg orka í starfsemi 2030

87% náð

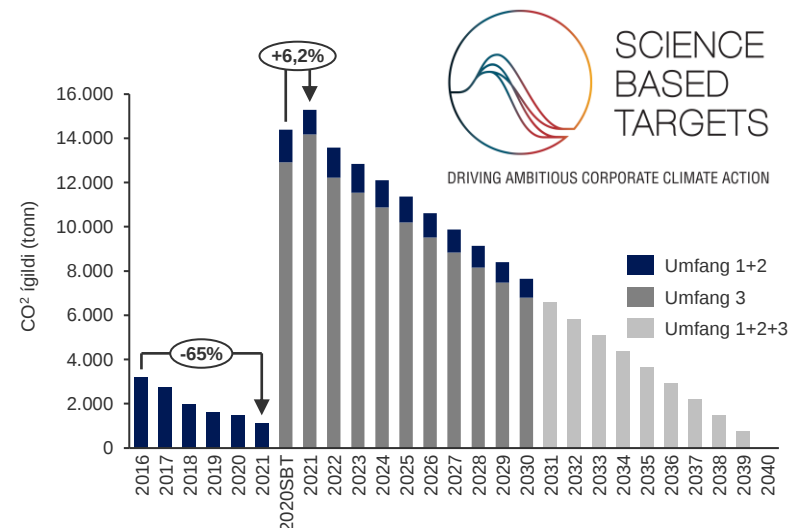


Science Based Targets

Ölgerðin var meðal fyrstu fyrirtækja á Íslandi til að ná utan um og setja sér markmið með vísindalegum samþykktum hætti (e. *Science Based Targets*) og miðar að því að halda hlýnun jarðar innan við 1,5°C

Þetta þýðir að Ölgerðin ætlar að draga úr losun frá rekstri um 42% til viðbótar (umfang 1 og 2) og mæla og minnka umfang 3 frá árinu 2020. Nánari upplýsingar er að finna á [heimasíðu Ölgerðarinnar](#)

Ölgerðin kolefnishlutlaus árið 2040



Ölgerðin hlaut nýlega 84 stig (flokkur B1) í UFS sjálfbærnimati frá Reitun

VÖRUPRÓUN FER Í TAKT VIÐ AUKNA VITUNDARVAKNINGU OG ÞRÓUN



Aukin hollusta

Vörupróun beint að sykurminni og sykurlausum drykkjum



Minni skammtar

Kraftur settur í þróun á minni neyslueiningum



Áfengislausir valkostir

Stóraukin vörugæði áfengislausra bjóra hefur leitt til vaxandi eftirspurnar eftir þessum vörum



Grænni vörur

Vaxandi eftirspurn eftir heilnæmum vörum án dýraafurða



Umhverfisvitund

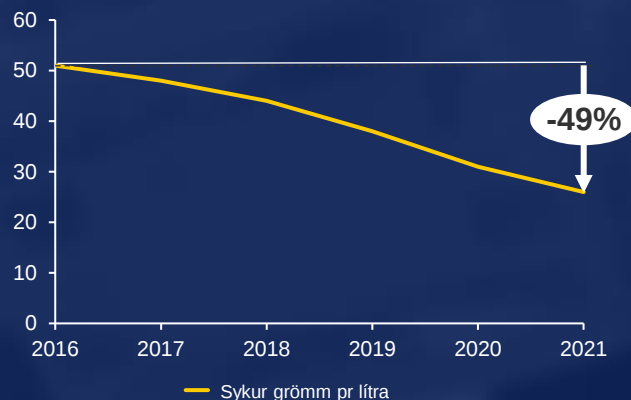
Aukin neytendakrafa um að fá að vita um uppruna framleiðsluvara og umhverfisleg áhrif þeirra



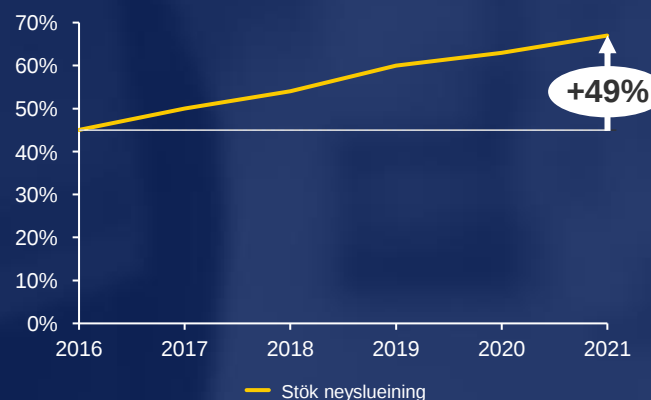
Lifum lengur

Aukin heilsumeðvitund með hækkandi lífaldri

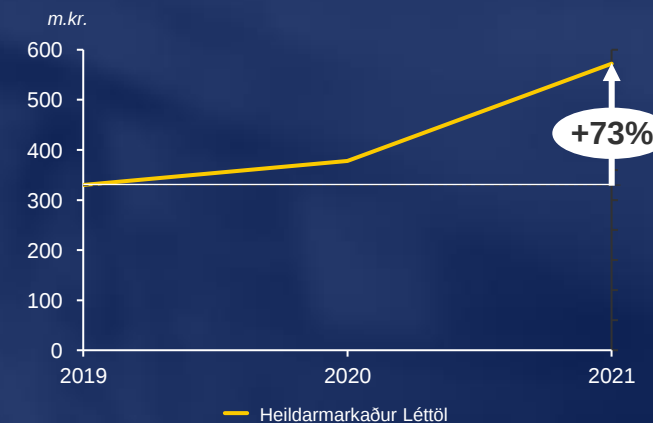
Sykurmagn í hverjum framleiddum lítra



Hlutfall smærri skammta



Léttölsmarkaður er að vaxa í virði



ÁRATUGA REYNSLA INNAN FRAMKVÆMDASTJÓRNAR



Framkvæmdastjórn frá vinstri:

Valur Ásberg Valsson Áfengir drykkir Egils, Margrét Arnardóttir Framleiðslu- og Tæknisvið, Guðmundur Pétur Ólafsson Óáfengir drykkir Egils, María Jóna Samúelsdóttir Danól, Jón Þorsteinn Oddleifsson Fjármála- og Mannauðssvið, Gunnar B. Sigurgeirsson Aðstoðarforstjóri, Andri Þór Guðmundsson Forstjóri, Gunnlaugur Einar Briem Vörustjórnunarsvið, Óli Rúnar Jónsson Markaðssvið

REYNSLUMIKLIR STARFSMENN SEM BÚA YFIR SÉRÞEKKINGU OG HÆFNI

Mannauður Ölgerðarinnar er ein helsta auðlind félagsins og undirstaða árangurs og velgengni



Áfengir drykkir



Óáfengir drykkir



Vörustjórnunarsvið



Vöruþróun, gæði og öryggismál



Stafræn þróun



Þjónustudeild



Framkvæmdastjórn Danól



Matvörudeild Danól



Stóreldhúsdeild Danól



Snyrti- og sérvörudeild Danól

LYKILVERKEFNI OG TÆKIFÆRI TIL ÁFRAMHALDANDI VAXTAR



Vöruþróun

- Öflug vöruþróun og nýsköpun er hluti af menningu Ölgerðarinnar
- Skrefi framár í vöruvali og spennandi nýjungar í pípunum sem styður við markmið um að 5% af vörusölu komi frá nýjum vörum
- Ný framleiðslutæki skapa aukna möguleika í þróun og framleiðslu nýrra vara



Pakkningar

- Nýr framleiðslusalur Brák skapar möguleika á nýjum pakkningum sem Ölgerðin hefur áður ekki getað framleitt
- Aukið framboð pakkninga og valmöguleikar geta leitt til betri tekjustýringar og sterkari stöðu á markaði
- Aukinn sveigjanleiki mun skapa félaginu frekara samkeppnisforskot



Sjálfvirkni

- Ölgerðin leitar sífellt tækifæra til þess að auka við sjálfvirknivæðingu í rekstri sem leiðir til aukinnar hagræðingar og skilvirkni
- Aukin sjálfvirknivæðing í framleiðslu og vöruhúsi getur dregið úr rekstrar-kostnaði, bætt framleiðni og aukið hagkvæmni í rekstri



Nýir markaðir og ytri vöxtur

- Ölgerðin hefur svigrúm til að stækka með kaupum á fyrirtækjum í skyldum rekstri en sögulega séð hefur félagið keypt mörg smærri fyrirtæki og sameinað með góðum árangri
- Aukin eftirspurn eftir jurtaafurðum býr til ný tækifæri



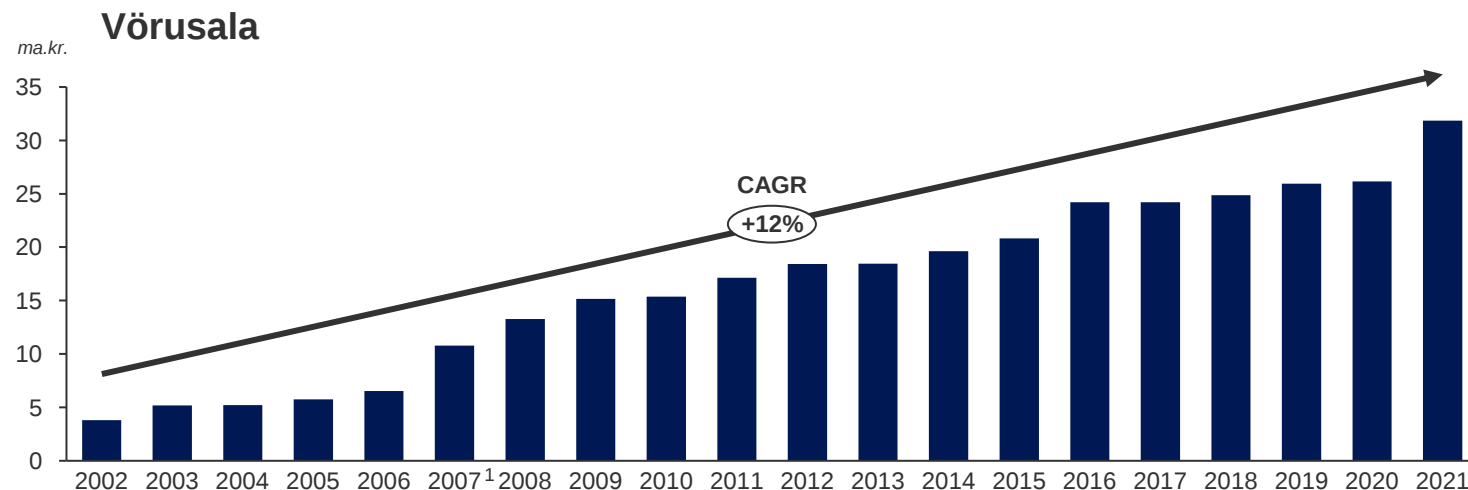
Útflutningur

- Stóraukin afkastageta skapar sveigjanleika og möguleika til að geta sinnt útflutningi
- Aðgangur að erlendum viðskiptasamböndum Iceland Spring skapar möguleika til útflutnings eigin vara og vörumerkja

FJÁRHAGUR

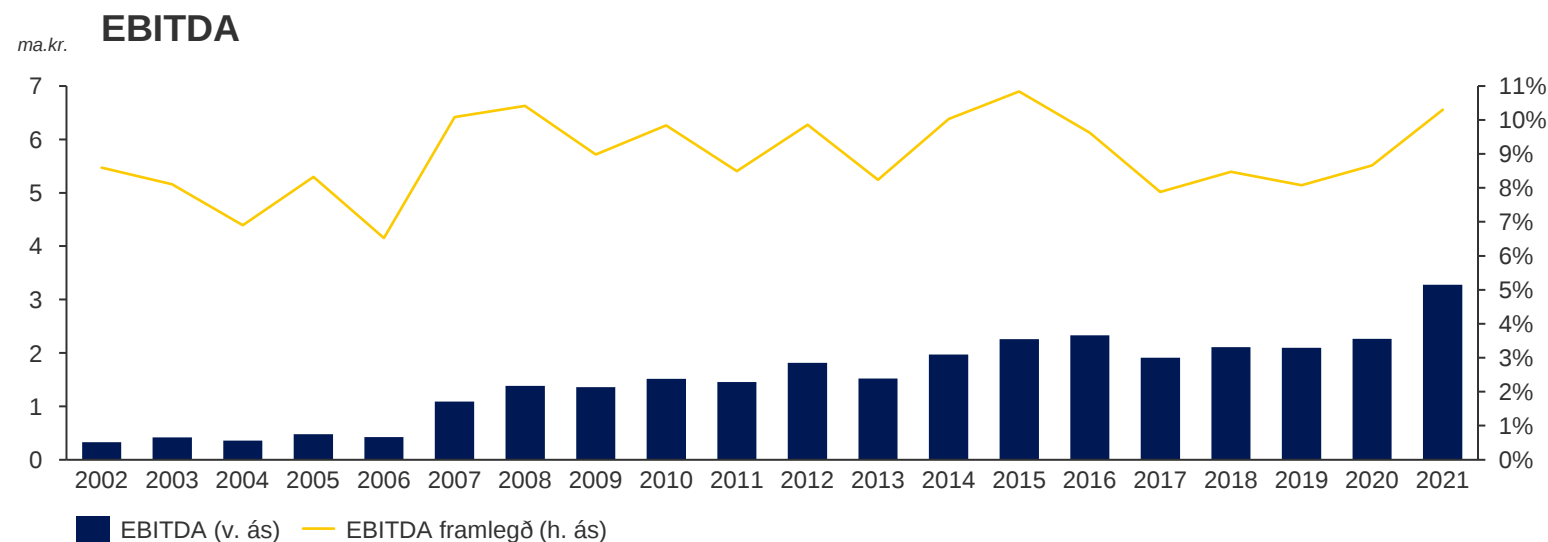


ÁRLEGUR MEÐALVÖXTUR UM 12% SÍÐUSTU 20 ÁR



12% árlegur meðalvöxtur í vörusölu frá 2002

Ölgerðin er vaxtarfyrirtæki og hefur verið með sterkan innri og ytri vöxt yfir síðastliðin tuttugu ár



13% árlegur meðalvöxtur í EBITDA frá 2002 ²

Góður vöxtur í EBITDA frá árinu 2002 með innri og ytri vexti. Danól ásamt yfir 30 öðrum heildsölufyrirtækjum hafa sameinast rekstri Ölgerðarinnar og þannig skapað aukna hagkvæmni til hagsbóta fyrir hluthafa og viðskiptavini

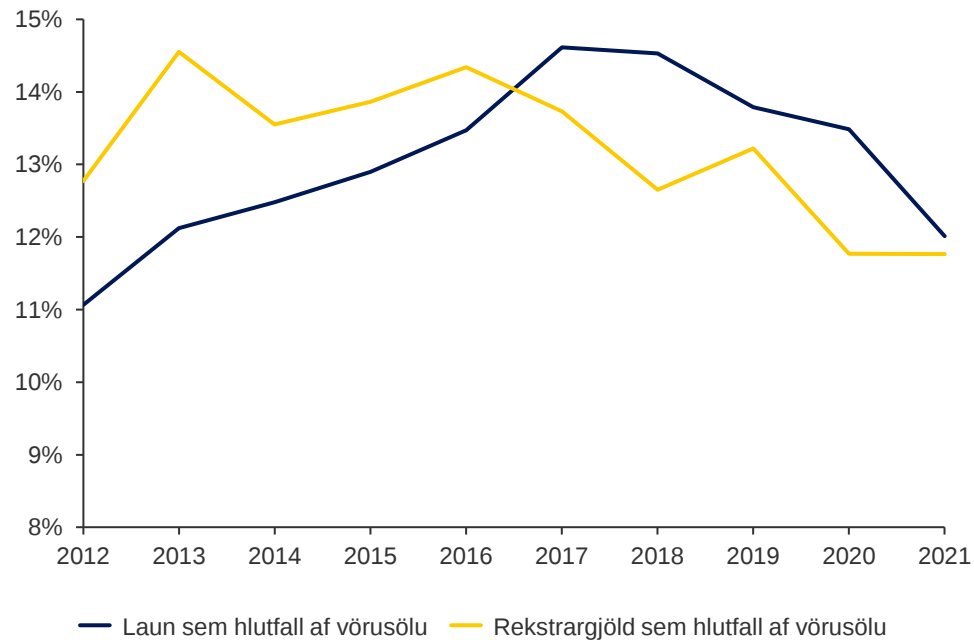
1) Danól verður hluti af samstæðu árið 2007

2) Árin 2011-2017 var fasteign félagsins seld út, EBITDA leigufélagsins G7-11 (áður Kolefni) hefur verið bætt við fyrir þau ár til að sýna sambærilegan samanburð yfir öll tuttugu árin. Að meðaltali er þetta um 300 m.kr., fyrir utan 2011 131 þ.kr. og 2017 113 m.kr., en fasteignin er að hluta til inn í samstæðu Ölgerðarinnar það árið. Árið 2005 eru einskiptistekjur vegna sölu fastafjármuna um 500 m.kr. teknar út.

VEL HEFUR GENGIÐ AÐ STÝRA REKSTRARKOSTNAÐI OG AUKA FRAMLEIÐNI

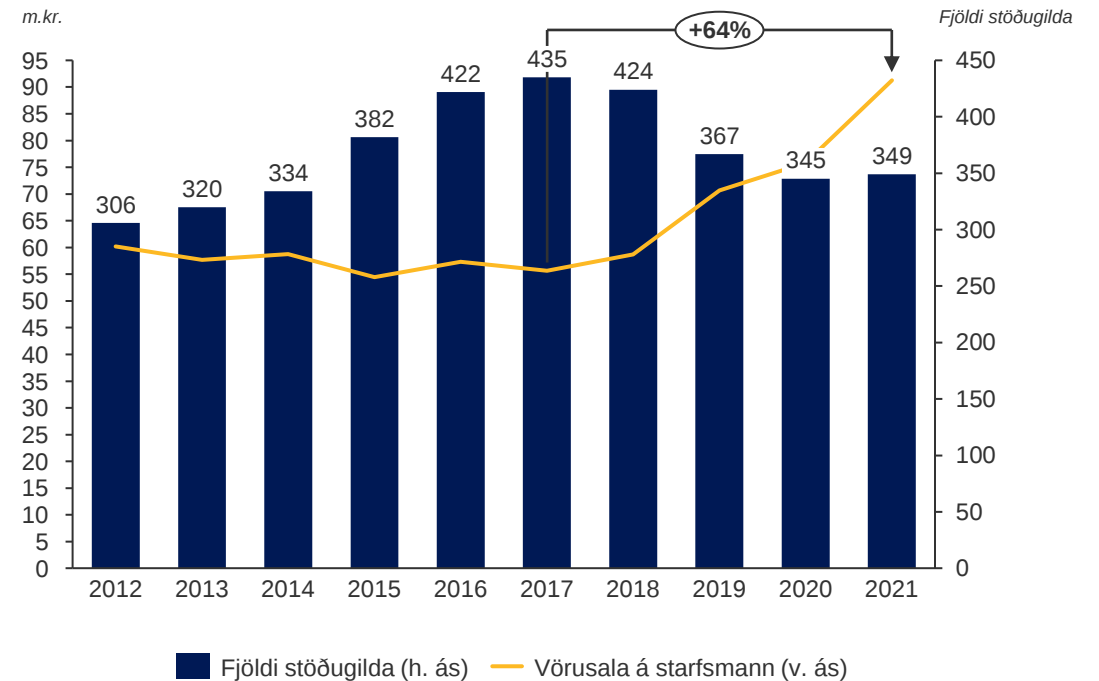
Laun og rekstrargjöld

- Árið 2019 var umfangsmiklum skipulagsbreytingum hrint í framkvæmd með það að leiðarljósi að ná fram aukinni hagræðingu í rekstri og bættri þjónustu við viðskiptavin
- Þrjú tekjusvið mynduð, hvert með skýran fókus og rekstrarábyrgð. Mikil hagræðing í sölu- og markaðskostnaði í kjölfar þess
- Losað um vaxtarhömlur með að útvista hluta af vöruhúsa- og dreifingarstarfsemi



Vörusala á starfsmann

- Með aukinni útvistun og hagræðingu m.a. með stafrænni þróun hefur tekist að fækka stöðugildum og auka framleiðni
- Vörusala á starfsmann hefur aukist um 64% á 5 árum – úr 56 m.kr í 91 m.kr.

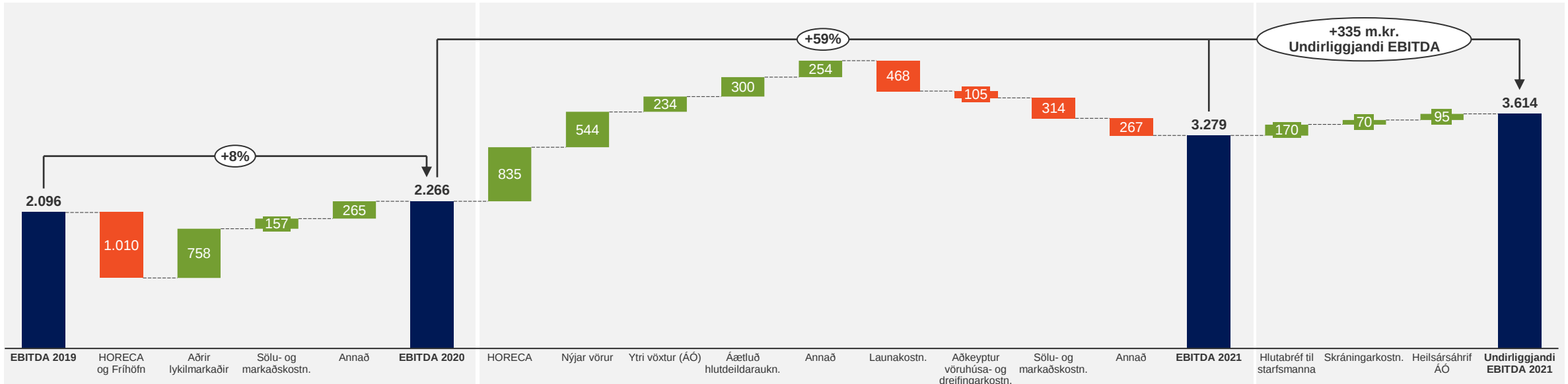


UNDIRLIGGJANDI 2021 EBITDA 3,6 MA.KR.

Samdráttur í HORECA og Fríhöfn en vöxtur á öðrum lykilörkuðum

HORECA nær sér og nýjar vörur skila góðri framlegð, viðskiptasambönd keypt af ÁÓ

Undirliggjandi rekstur 2021



- Framlegð í HORECA og Fríhöfn dregst umtalsvert saman vegna áhrifa COVID-19, samhlíða því dragast saman önnur umsvif í rekstri
- Aðrir lykilmarkaðir taka við slaka – sala til ÁTVR jókst til að mynda um 29% á milli ára
- Sölu- og markaðskostnaður dregst saman vegna minni umsvifa í HORECA

- Vöxtur í HORECA vegna aukinnar ferðamennsku
- Nýjar vörur undir eigin vörumerkjum skila góðri framlegð
- Hluti viðskiptasambanda Ásbjörns Ólafssonar (ÁÓ) keypt um mitt ár
- Áætluð hlutdeildaraukning í drykkjarvöru og innflutningi skilar um 300 m.kr.

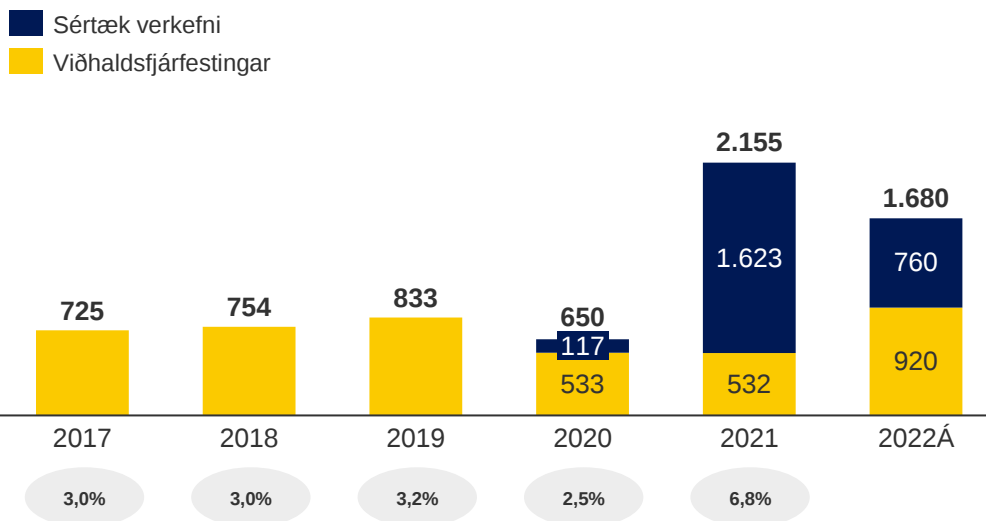
- Launakostnaður hækkar milli ára vegna launahækkana en áhrifin þó töluvert minni vegna útivistunar starfa árið 2019. Hluti af launakostnaði er 170 m.kr. einskiptiskostnaður vegna hlutabréfa til starfsmanna
- Aðkeyptur vöruhúsa og dreifingarkostnaður auk sölu- og markaðskostnaðar HORECA eykst vegna aukinna umsvifa

- Hlutabréf til starfsmanna og kostnaður tengdur skráningu félagsins í Kauphöll er um 240 m.kr.
- Heilsársáhrif af kaupum á viðskiptasamböndum ÁÓ skila svo um 95 m.kr.
- **Undirliggjandi EBITDA 2021 því rúmir 3,6 ma.kr.**

FJÁRFESTINGAR OG VELTUFÉ

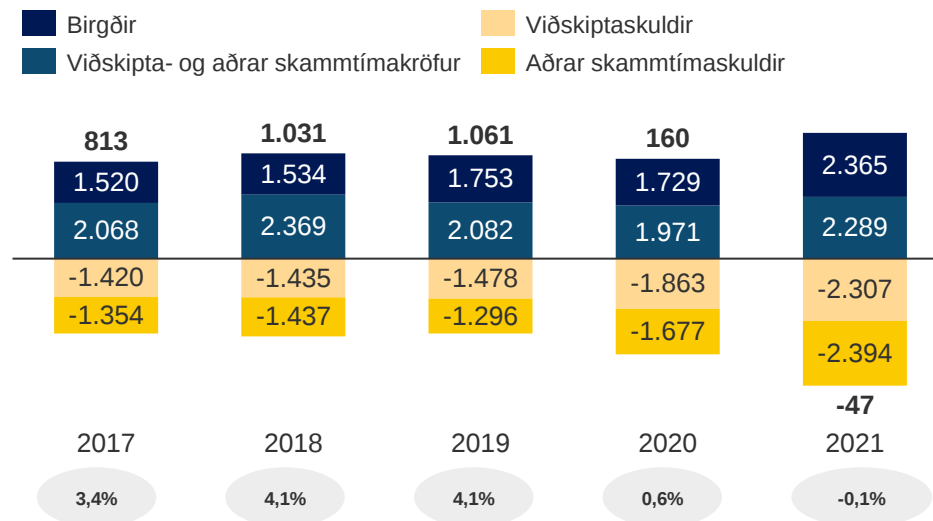
Fjárfestingar í rekstrarfjármunum

- Töluvert hefur verið fjárfest síðastliðin ár í nýju húsnæði og nýrri framleiðslulínu ásamt umbótum á núverandi framleiðslusal. Í heildina er gert ráð fyrir að verkefnið muni kosta 2.500 m.kr. og klárast á yfirstandandi ári
- Á næsta ári er einnig gert ráð fyrir að ráðast í fjárfestingar í upplýsingatæknikerfum til að efla enn frekar tæknistoðir félagsins
- Félagið verður því vel í stakk búið til að mæta vexti komandi ára með tilliti til framleiðslugetu og upplýsingatæknikerfa
- Viðhaldsfjárfestingar snúa einna helst að öku- og framleiðslutækjum, upplýsingatækni, tækjum á markaði og fasteignum. Til framtíðar gera stjórnendur ráð fyrir að afskriftir verði svipaðar og reglubundnar viðhaldsfjárfestingar



Hreint veltufé

- Síðustu ár hefur hreint veltufé verið um 3-5% af vörusölu félagsins en aukin áhersla á stýringu veltufjármuna hefur leitt til lægra hlutfalls síðustu tvö ár
- Aðstæður í ytra umhverfinu hafa gert birgðastýringu innfluttra vara flóknari, en veltuhraði framleiðsluvara hefur hækkað mikið sl. 3 ár
- Birgðaaukning þegar komin inn vegna kaupa á viðskiptasamböndum Ásbjörns Ólafssonar í lok síðasta fjárhagsárs, en tekjur einungis hluti af rekstrinum í sex mánuði
- Í lok síðasta fjárhagsárs voru aðrar skuldir nokkuð háar m.a. vegna ógreidds kaupverðs til Ásbjörns Ólafssonar ehf. og viðskiptaskuldir vegna vangreiddra tolla frá árunum 2019 og 2020



REKSTUR FRAMAR VÆNTINGUM Á 2M 2022

25% vöxtur í vörusölu á milli ára yfir sama tímabil

- Vörusala fyrstu tvo mánuði fjárhagsársins er 25% yfir fyrra ári og yfir væntingum stjórnenda
- Aukin umsvif í HORECA, stórmörkuðum og bensínstöðvum sem má einna helst rekja til afnáms samkomutakmarkana hafa skilað aukinni vörusölu

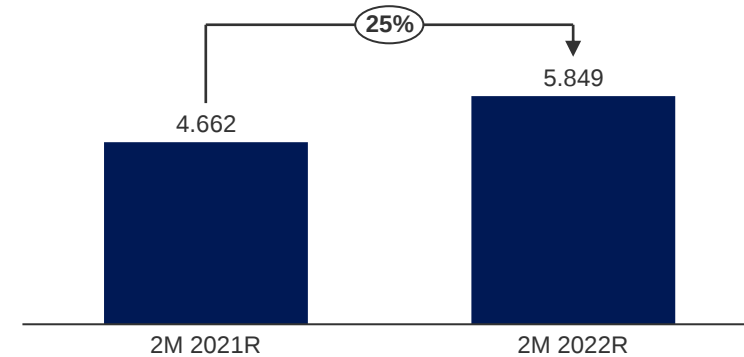
Laun og rekstrarkostnaður hækkar frá fyrra ári

- Rekstrarkostnaður hækkar umtalsvert frá fyrra ári í takt við aukin umsvif í rekstri
- Kjarasamningsbundnar launahækkanir og launaskrið hækka laun- og launatengd gjöld á milli ára
- Fjölgun starfsfólks, sérstaklega vegna kaupa á viðskiptasamböndum af Ásbirni Ólafssyni ehf. og aukinna umsvifa í vöruhúsi leiða jafnframt til hærri launakostnaðar milli ára

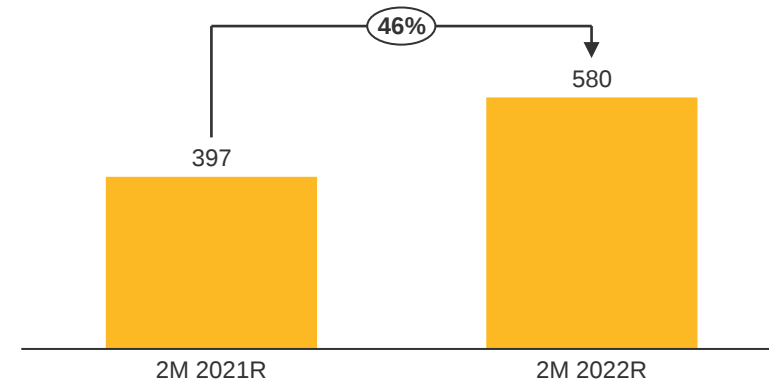
Framlegðarbatí

- Áframhaldandi framlegðarbatí það sem er af ári með auknum umsvifum í HORECA
- Rekstrarhagnaður (EBITDA) fyrstu 2 mánuði fjárhagsársins er 46% hærri en á sama tíma í fyrra

Vörusala 2M 2022



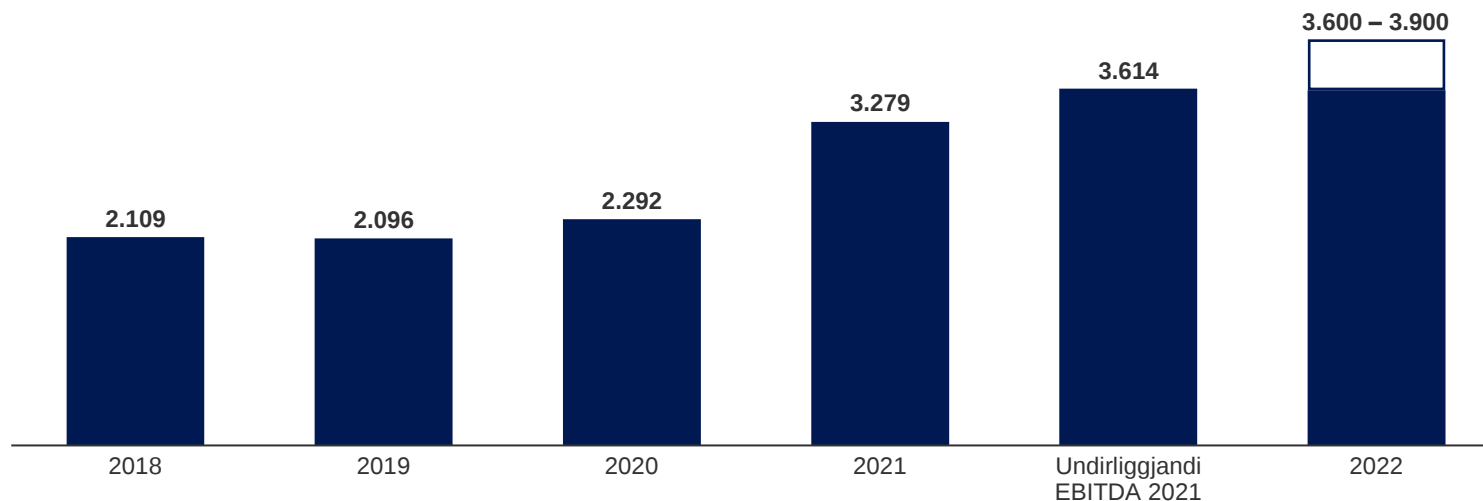
EBITDA 2M 2022



ÁÆTLUÐ EBITDA 2022 Á BILINU 3.600 – 3.900 M.KR.

Forsendur áætlunar

- Gert ráð fyrir áframhaldandi vexti í HORECA, stórmörkuðum og bensínstöðvum sem má einna helst rekja til afnáms samkomutakmarkana og aukinnar hlutdeildar Ölgerðarinnar á síðasta ári
- Gert er ráð fyrir samdrætti í ÁTVR vegna afnáms fyrrnefndra samkomutakmarkanna
- Heilsársáhrif af kaupum viðskiptasambanda Ásbjörns Ólafssonar ehf. koma að fullu inn á árinu
- Gert er ráð fyrir að launa- og rekstrarkostnaður hækki til að mynda vegna verðbólgu
- Fjölgun stöðugilda um 7,6% milli ára vegna Ásbjörns Ólafssonar og auknum umsvifum í vöruhúsi
- Sölu- og markaðskostnaður hækkar milli ára vegna aukinna umsvifa
- EBITDA áætlun ársins 2022 áætluð 3.600 - 3.900 m.kr sem er á bilinu 0-8% hækkun frá undirliggjandi EBITDA 2021
- Óvissa um komu ferðamanna til Íslands og ferðalög Íslendinga munu hafa mest áhrif á afkomu á ársins



Félagið hefur markmið um að vörusala ársins 2026 verði á bilinu 43 - 46 ma.kr. og með EBITDA framlegð yfir 10,0%

HLUTAFJÁRÚTBOÐ



ÁÆTLAÐAR TÍMASETNINGAR HLUTAFJÁRÚTBOÐS OG SKRÁNINGAR

Maí							Júní						
SUN	MÁN	ÞRI	MIÐ	FIM	FÖS	LAU	SUN	MÁN	ÞRI	MIÐ	FIM	FÖS	LAU
1	2	3	4	5	6	7				1	2	3	4
8	9	10	11	12	13	14	5	6 ²	7	8	9	10	11
15	16	17	18	19	20	21	12	13	14	15	16	17	18
22	23	24	25	26 ¹	27	28	19	20	21	22	23	24	25
29	30	31					26	27	28	29	30		

23. – 27. maí

Áskriftartímabilið hefst kl 10:00 mánudaginn 23.maí og því lýkur kl. 16:00 föstudaginn 27.maí 2022

30. maí

Úthlutun birt og innheimtukröfur stofnaðar

3. júní

Gjalddagi og eindagi

7. – 8. júní

Afhending hluta

9. júní

Áætlaður fyrsti viðskiptadagur – allir hlutir í Ölgerðinni teknir til viðskipta á Aðalmarkaði Nasdaq Iceland

SKILMÁLAR FYRIRHUGAÐS HLUTAFJÁRÚTBOÐS



	Tilboðsbók A	Tilboðsbók B
Tilboðsverð	Fast verð 8,9 kr. á hlut	Tilboð skulu gerð á eða yfir lágmarksverði 8,9 kr. á hlut. Salan fer fram á föstu verði, sem ákvarðast jafnt og það lægsta af samþykktum tilboðum
Stærð útboðs um 7,5 ma.kr.	330.919.798 hlutir (40% af útboði)	496.379.698 hlutir (60% af útboði)
Stærð áskrifta	Áskriftir að kaupverði 100 þ.kr. – 20 m.kr.	Áskriftir að kaupverði yfir 20 m.kr. Tilboð ekki yfir stærð útboðs
Reglur varðandi úthlutun	Áskriftir verða skertar hlutfallslega, þó þannig að leitast verður við að skerða ekki áskriftir undir 1.000.000 kr. ¹	Komi til umframáskrifta er meginreglan sú að áskriftir verða metnar á grundvelli verðs. Við ákvörðun verðs verður þó horft til markmiða útboðsins, þ.e. að auka fjölbreytni í hluthafahóp, aukins seljanleika hlutabréfanna, virka verðmyndun, heilbrigð viðskipti á eftirmarkaði og annarra langtímasjónarmiða félagsins. Ef skerðing út frá verði nægir ekki til þess að jafngilda fjölda boðinna hluta verða áskriftir skornar niður hlutfallslega. Þó verður horft til tímanlegra skila á tilboðum. Þannig munu áskriftir sem berast á fyrsta og öðrum degi útboðsins vera skornar niður um ¾ á við áskriftir sem koma inn síðar
Aðrar upplýsingar	Hlutir fimm stærstu hluthafa og lykilstarfsmanna munu lúta söluhömlum (e. <i>lock-up</i>) í 6 mánuði frá skráningu (fyrsta degi viðskipta á Aðalmarkaði Nasdaq Iceland). Í kjölfar skráningar mun helmingur hluta þeirra losna undan söluhömlum eftir 3 mánuði og allir hlutir verða lausir eftir 6 mánuði Fyrirtækjaráðgjöf og markaðsviðskipti Kviku banka hf. hafa umsjón með því ferli að fá hluti félagsins tekna til viðskipta á Aðalmarkað Nasdaq Iceland hf. auk umsjónar með almennu útboði á hlutabréfum í Ölgerðinni. Aðstoð vegna útboðsins og frekari upplýsingar má nálgast hjá Kviku banka í gegnum netfangið olgerdin@kvika.is eða í síma 515-2080 / 540-3200	

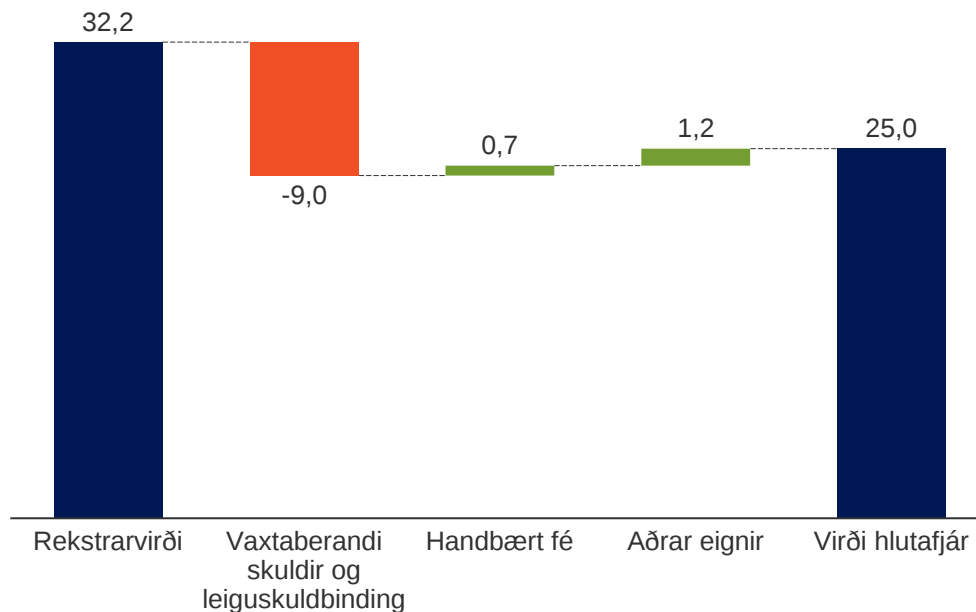
VIRÐI ALLS HLUTAFJÁR UM 25 MA.KR. Á LÁGMARKSGENGINU 8,9 KR.

Lágmarksgengi 8,9 kr. á hlut

- Rekstrarvirði er um 32,2 ma.kr. og virði hlutafjár um 25 ma.kr. miðað við lágmarksgengi 8,9 kr. á hlut
- Aðrar eignir samanstanda af bókfærðu virði á 40% eignarhlut í Iceland Spring ehf. (455 m.kr.) og 20% í Endurvinnslan hf. (282 m.kr.). Því til viðbótar eru skuldabréf í eigu félagsins á bókfærðu virði 417 m.kr.

Virði hlutafjár

ma.kr.



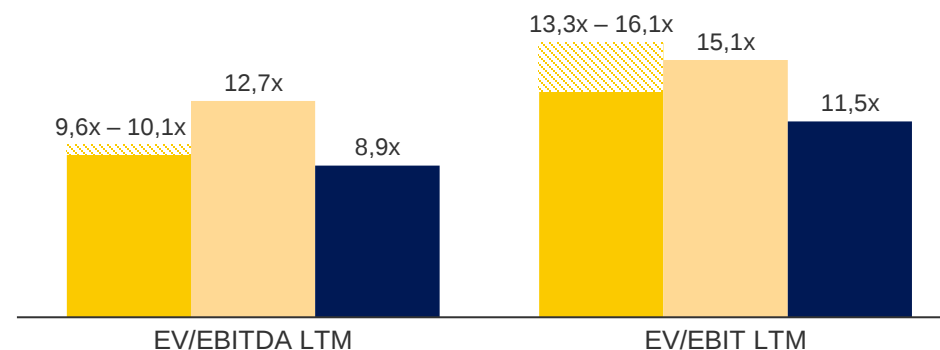
Margfaldarar

- Miðað við lágmarksgengi 8,9 kr. á hlut þá er EV/EBITDA á áætlaða EBITDA 2022 (3.600 – 3.900) á bilinu 8,3x – 8,9x
- Út frá undirliggjandi EBITDA 2021 er samsvarandi EV/EBITDA 8,9x og undirliggjandi EBIT 2021 EV/EBIT 11,5x ¹
- Engin innlend sambærileg félög eru skráð á markað, en einnig er birtur samanburður við erlend sambærileg félög

EV/EBITDA og EV/EBIT margfaldarar

Miðgildi erlendra samanburðarféлага og bil fyrir Haga og Festi

- Innlend smásölufyrirtæki
- Erlend samanburðarfélög
- Ölgerðin (miðað við lágmarksgengi 8,9 kr. á hlut)



VIÐAUKI



1913–1957



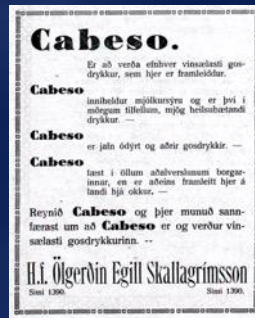
1913

Ölgærðin Egill Skallagrímsson stofnuð af Tómasi Tómassyni



1926

Kristján X kemur til landsins og heimsækir Ölgærðina sem verður konunglegt Ölgærðarhús



1935

Mysupróteindrykkurinn Cabeso auglýstur sem íþróttadrykkur og sagður stæla vöðvana



1940

Ölgærðin fær sérstakt leyfi til að framleiða bjór fyrir herinn. Bjórinn hlaut nafnið Polar Ale og síðar Polar Beer



1945

Framleiðsla hefst á Canada Dry og Spur Cola



1955

Egils Appelsín verður til



1957

Framleiðsla hefst á Mix hjá Sana á Akureyri, Sana var síðar keypt af Sanitas

1958–2000



1958

Tappagjald sett á flöskur



1979

Framkvæmdir hefjast við nýjar höfuðstöðvar og fullkomna verksmiðju Ölgjörðarinnar á Grjóthálsi



1985

Nýr átöppunarsalur Ölgjörðarinnar tekinn í notkun á Grjóthálsi



1989

Sala á áfengum bjór heimiluð á ný eftir 74 ára bann



1992

Ölgjörðin kaupir Gosan, gosdrykkjarhluta Sanitas og þar með hefst samstarf Ölgjörðarinnar við PepsiCo



Kristall

1994

Framleiðsla hefst á Kristal sem í dag er stærsta vörumerki Ölgjörðarinnar



2000

Fjölskylda Tómasar Tómassonar selur Ölgjörðina, nýtt ölsuðuhús tekið í notkun

2002–2022



2002

Ölgerðin valin
markaðsfyrirtæki
ársins



2008

Ölgerðin og Danól
sameinast undir
nafni Ölgerðarinnar
og verður eitt af
stærri matvæla-
fyrirtækjum landsins



2009

Ölgerðin flytur í
nýjar höfuðstöðvar
á Grjóthálsi



2010

Borg Brugghús
verður til



2013

Ölgerðin fagnar
aldarafmæli. Indra
Nooyi þáverandi
forstjóri PepsiCo.
kemur í heimsókn af
því tilefni



2013

Jafnlaunavottun



2016

Framleiðsla hefst á
Carlsberg hjá
Ölgerðinni



2021

Danól tekur yfir
söludeild
neytendavara og
stóreldhúsdeild
matvara Ásbjarnar
Ólafssonar ehf.

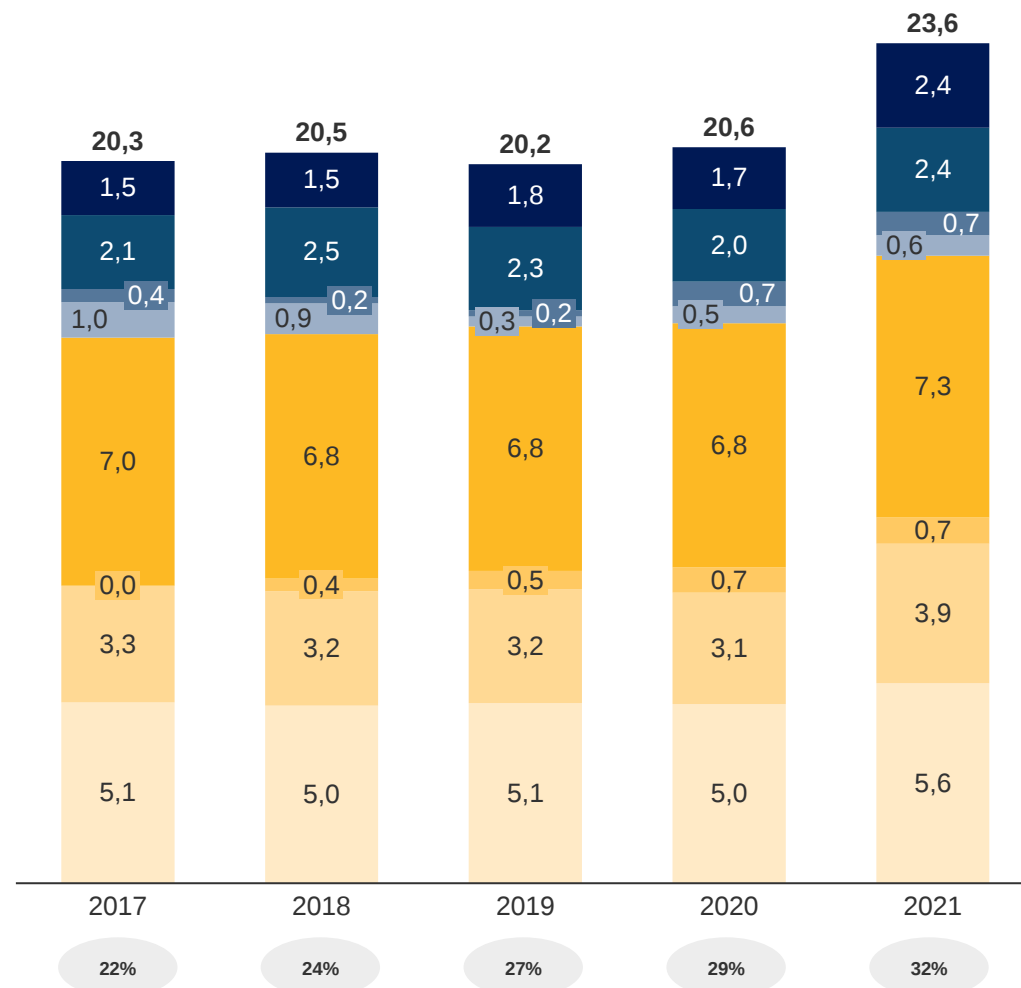


2022

Ný viðbygging við
Grjótháls tekin í
notkun

SAMSTÆÐAN ER VEL BÚIN FASTEIGNUM OG FRAMLEIÐSLUTÆKJUM

Eignir

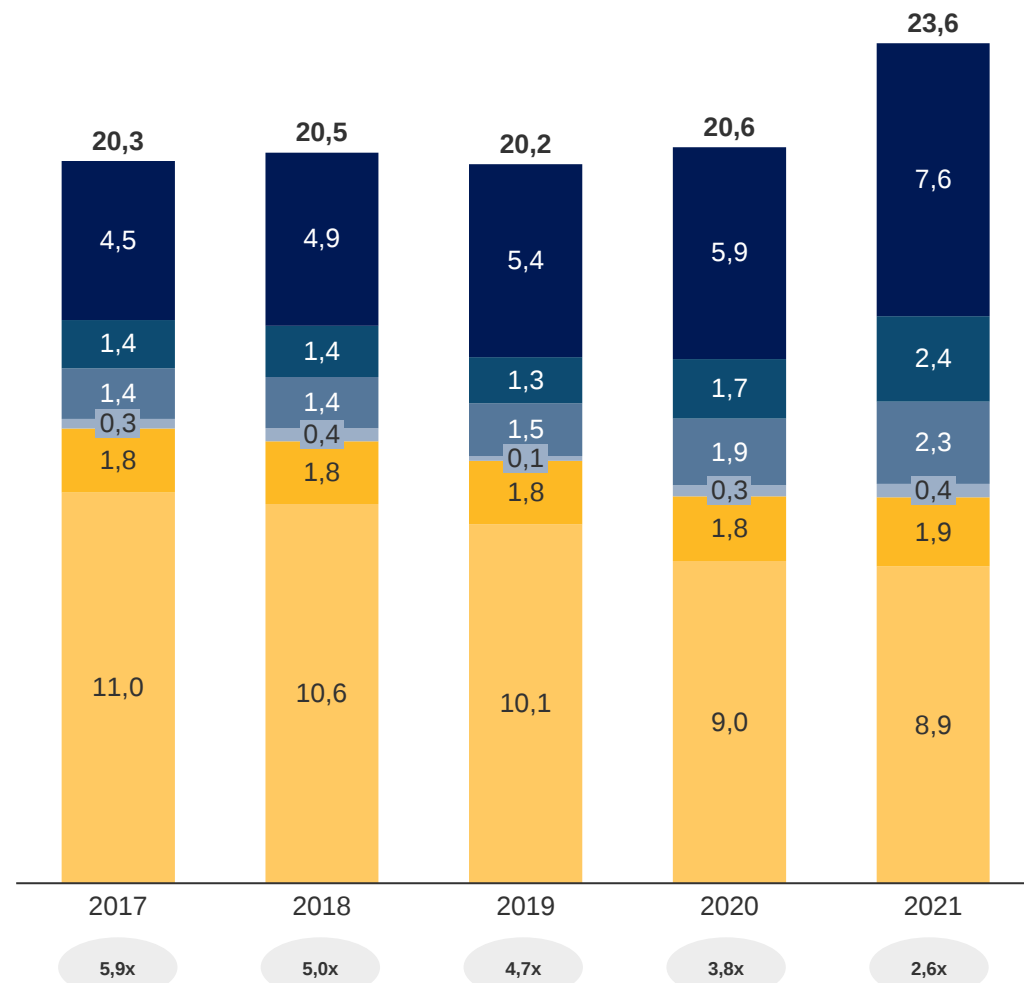


- Félagið er eigandi höfuðstöðva sinna að Grjóthálsi 7-11 og hýsir sú fasteign einnig framleiðslu og vöruhús Ölgerðarinnar
- Eignarhlutir í hlutdeildarfélagum samanstendur af 40% eignarhlut í Iceland Spring ehf. og 20% eignarhlut í Endurvinnslan hf.
- Óefnislegar eignir skiptast annars vegar í vörumerki Ölgerðarinnar (um 90%) og viðskiptasambönd (um 10%)
- Aðrir liðir samstanda einna helst af skuldabréfum í eigu félagsins og húsaleiguréttindum
- Viðskipta- og skammtímakröfur og birgðir hækka töluvert milli ára vegna aukinna umsvifa og kaupum á viðskiptasamböndum af Ásbirni Ólafssyni

- Birgðir
- Viðskipta- og skammtímakröfur
- Handbært fé
- Annað
- Vörumerki og viðskiptasambönd
- Eignarhlutir í hlutdeildarfélagum
- Varanlegir rekstrarfjármunir
- Fasteignir

EIGIÐ FÉ HEFUR AUKIST Á SÍÐASTLIÐNUM ÁRUM

Eigið fé og skuldir



- Vaxtaberandi skuldir í lok tímabils 2021-22 námu 8,9 ma.kr. og tilheyra þar af rúmlega 1/3 fasteignafélaginu G7-11 og 2/3 Ölgerðinni og Danól
- Í tilfelli Ölgerðarinnar er það vegna fjármögnunar á framleiðslutækjum og rekstri en í tilfelli Danól er um að ræða bíla- og tækjafjármögnun
- Eigið fé Ölgerðarinnar hefur aukist stöðugt samhliða heilbrigðum rekstri og var það um 5,4 milljarðar við lok 2019, um 5,9 milljarðar við lok fjárhagsársins 2020 og 7,6 milljarðar við lok 2021
- Viðskiptaskuldir vaxa töluvert milli ára og skýrist það af auknum umsvifum auk ógreiddrar skuld við Skattinn væntanlegum kaupum af hlutabréfum fyrir starfsfólk tengt skráningunni og ógreiddu kaupverði vegna viðskiptanna við Ásbjörn Ólafsson ehf.
- Húsaleiguskuldbinding bættist við fjárhagsárið 2020 (167 m.kr) og var í 163 m.kr í lok 2021, sem skýrist af upptöku IFRS reikningsskilastaðla

- Eigið fé
- Aðrar skammtímakröfur
- Viðskiptaskuldir
- Annað
- Tekjuskattsskuldbinding
- Vaxtaberandi skuldir

SAMANBURÐARFÉLÖG



General				Revenue		EBITDA			EBIT	EV/EBITDA		EV/EBIT	
Company	Category	Country	Market Cap (USD m.)	Est. growth +1 year	Est. growth +2 year	LTM EBITDA %	Est. growth +1 year	Est. growth +2 year	LTM EBIT %	LTM	2022	LTM	2022
Royal Unibrew	Brewery, Pepsi Bottler and own trademarks	DK	3.889	28,0%	18,0%	21,9%	13,7%	12,2%	17,7%	15,4x	13,7x	18,9x	17,2x
Britvic	Pepsi bottler and own trademarks	UK	2.724	9,4%	6,8%	15,1%	16,6%	12,0%	11,4%	12,7x	10,5x	17,5x	14,0x
The Coca-Cola Company	Own trademarks	US	279.653	8,5%	6,7%	33,2%	8,6%	7,9%	29,7%	20,8x	23,0x	23,5x	25,9x
National Beverage Corp.	Own trademarks	US	4.353	6,6%	6,2%	20,8%	-5,2%	0,2%	19,2%	17,9x	18,9x	20,5x	20,5x
PepsiCo	Own trademarks	US	235.609	3,8%	3,9%	18,0%	7,0%	7,4%	14,9%	17,7x	17,8x	22,4x	22,3x
Diageo	Alcohol own trademarks	UK	103.979	15,2%	11,4%	33,0%	19,6%	14,3%	30,7%	19,8x	19,8x	21,5x	22,0x
Orkla	Food own trademarks	NO	7.631	7,7%	4,1%	14,9%	5,4%	3,4%	12,1%	10,1x	10,3x	12,8x	14,1x
Nestlé	Food own trademarks	CH	336.402	7,2%	6,0%	19,9%	5,5%	5,9%	17,0%	13,8x	18,9x	15,7x	23,3x
Unilever	Food own trademarks	UK	115.181	9,3%	6,4%	20,5%	-3,2%	2,2%	18,4%	12,3x	12,5x	14,2x	14,9x
Mondelez International	Food own trademarks	US	90.896	3,9%	3,9%	20,8%	2,0%	4,2%	17,1%	14,9x	18,2x	20,1x	22,3x
The Boston Beer Company	Brewery and own trademarks	US	4.228	9,0%	8,5%	3,0%	289,6%	122,1%	-0,9%	62,0x	13,7x	n/a	19,1x
Olvi Oyj	Brewery and own trademarks	FI	664	-7,8%	-1,4%	17,5%	-51,7%	-5,0%	12,1%	7,2x	14,7x	10,6x	13,1x
Molson Coors Beverage Co.	Brewery and own trademarks	US	12.067	4,3%	2,8%	22,2%	1,1%	3,0%	15,2%	8,0x	9,3x	12,1x	14,6x
Anheuser-Busch InBev	Brewery and own trademarks	BE	107.870	8,3%	6,5%	32,5%	4,6%	5,2%	25,8%	10,8x	9,4x	13,9x	12,4x
Heineken Holding	Brewery and own trademarks	NL	21.910	-5,1%	-0,2%	20,6%	-0,6%	4,1%	13,8%	9,1x	8,6x	13,9x	11,8x
Carlsberg	Brewery and bottler	DK	18.167	2,3%	3,7%	21,6%	-1,3%	1,2%	15,6%	10,3x	10,2x	14,5x	14,5x
Coca-Cola FEMSA	Bottler	MX	11.487	9,9%	7,8%	18,0%	6,2%	6,7%	13,8%	7,4x	6,9x	9,9x	9,8x
Coca-Cola Europacific Partners	Bottler	UK	22.392	10,4%	6,7%	15,2%	9,7%	8,0%	11,5%	15,0x	11,3x	21,1x	16,3x
Coca-Cola HBC	Bottler	CH	7.560	5,5%	4,7%	15,0%	-7,0%	0,7%	11,2%	7,4x	7,8x	10,4x	12,0x
Total	Median			7,7%	6,2%	20,5%	5,4%	5,2%	15,2%	12,7x	12,5x	15,1x	14,9x
Total	Mean			7,2%	5,9%	20,2%	16,9%	11,4%	16,1%	15,4x	13,4x	16,3x	16,9x

- Félög með eigin vörumerki eru gjarnan á hærri margföldurum samanborið við þá sem framleiða fyrir vörumerkjaeigendur (bottler)
- Dæmi um félag sem er í mjög svipaðri starfsemi og Ölgerðin er Royal Unibrew í Danmörku: Brugghús, Pepsi Bottler og heldur á eigin vörumerkjum. Þess til viðbótar starfar Ölgerðin í innflutning
 - Royal Unibrew keypti nýlega norska félagið Hansa Borg Bryggerier á EV/EBITDA 16,0x. Kjarnastarfsemi félagsins er brugghús en bjóða einnig upp á kolsýrt vatn og gosdrykki, safu og sterkt áfengi