



ARCTIC BLUE BEVERAGES

TEASER

Informationen i denna teaser ska endast ses som en introduktion till Arctic Blue Beverages AB, org.nr 559361-7078 ("Arctic Blue Beverages"). Broschyren innehåller inte fullständigt underlag för ett investeringsbeslut och utgör inte ett prospekt i enlighet med Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/1129 av den 14 juni 2017. Investerare rekommenderas att läsa prospektet, som finns tillgängligt på Arctic Blue Beverages webbplats, www.arcticbluebeverages.com. Varken Teasern, Prospektet eller anmälningssedlarna får inte distribueras i något land där distributionen eller ett eventuellt erbjudande kräver åtgärd enligt ovan eller strider mot reglerna i sådant land.

eminova
PARTNERS


Nordnet



INTRODUKTION TILL BOLAGET

Arctic Blue Beverages grundades år 2017 i Finland. Bolagets drycker är inspirerade av den nordiska naturen och dess renhet.

Affärsmodell:

Arctic Blue Beverages affärsmodell går ut på att tillverka och sälja craft beverages – hantverksgin, havrelikäör och andra ginbaserade produkter – både via traditionella distributionskanaler och e-handel. Bolaget vill differentiera sina produkter från andra på marknaden genom hög kvalitet, god smak och tilltalande design. Inom fem år avser Bolaget att sälja mer via e-handeln än traditionella distributionskanaler.

Övergripande målsättning:

Att bli den ledande nordiska dryckestillverkaren inom craft beverages.

Produktöversikt

Nedanstående tabell visar ett urval av Arctic Blue Beverages produkter per 19.4.2022.

	Produkt	Lansering	Priser/Utmärkelser
	Arctic Blue Gin	Produkten är lanserad	• World Spirit Awards 2018 Double Gold • World Spirit Awards 2018 Spirit of the Year • International Wine & Spirit Competition 2018 Gold Outstanding (design and artwork) • International Wine & Spirit Competition Hong Kong 2018 Gold • San Francisco World Spirits competition 2019 Silver (Gin)
	Arctic Blue Navy Strength Gin	Produkten är lanserad	• San Francisco World Spirits competition 2019 Double gold • San Francisco World Spirits competition 2019 Best in Show (unaged white spirits category)
	Arctic Blue Oat Liqueur	Produkten är lanserad	• International Wine & Spirit Competition 2021 Bronze (cream / cream alternative based) • San Francisco World Spirits Competition 2022 Silver (other liqueurs)



	Produkt	Lansering	Priser/Utmärkelser
	Arctic Blue Tonic	Produkten är lanserad	
	Arctic Blue Gin Rose	Produkten är lanserad	• San Francisco World Spirits Competition 2022 Double gold (flavoured gin)
	Hang Oat – "Ready To Drink"	Produkten är lanserad	
	Arctic Blue LEGACY	Planerad under 2022	• International Wine & Spirit Competition 2021 Gold (cask finish) • San Francisco World Spirits Competition 2022 Double gold (barrel aged gin)
	Arctic Blue Dark Oat Liqueur	Planerad under 2022	
	Arctic Blue Long Drinks – "Ready To Drink"	Planerad sent 2022/ tidigt 2023	



Marknadsföring

En rad olika marknadsföringsstrategier används för att behålla och utöka Bolagets marknadsandelar på hemmamarknaden Finland och globalt. Trots att Bolaget är en mindre aktör på ginmarknaden har det lyckats få gott om exponering tack vare sin marknadsföring. Ett exempel på detta är när en mediakampanj år 2019 gav upphov till omnämnanden i flertalet tidningar globalt och enligt Bolaget ett genomslag på cirka 233 miljoner visningar. Kampanjen gick ut på att Arctic Blue Beverages under en dag drev en pop-up bar på Nordpolen, vilket passade Bolagets naturinriktade och Norden-inriktade varumärke. Den sortens förtjänade mediapublicitet (earned media) som kampanjen fick spela en nyckelroll i Bolagets marknadsföringsstrategi, globalt som lokalt.

Geografiska marknader

De marknader som Bolagets produkter finns på idag är Finland, Norge, Danmark, Sverige, Tyskland, Estland, Schweiz, Spanien, Frankrike, Storbritannien, Japan, Australien, Singapore, Hong Kong, Thailand, Malaysia, Taiwan och Filippinerna. Bolaget avser att fortsätta expandera inom nytilträdna marknader såsom Tyskland och Australien. 2024 har Bolaget målet att göra marknadsinträde i USA. Geografisk expansion är en mycket viktig del av Bolagets tillväxtstrategi.

Produktutveckling

Bolaget fokuserar på att prioritera innovation, studera trender och flitigt investera i experimentering. På så vis blir det möjligt att ta fram nya drycker som tack vare sina attribut kan tilldelas internationella priser och utmärkelser. Arctic Blue Beverages har som mål att expandera sin produktportfölj genom att lansera dryckesprodukter till nya prisklasser och inom nya kategorier. På så vis kan Bolaget nå ut till fler konsumenter och fler konsumentkategorier, öka varumärkesexponeringen och således öka försäljningen. En annan viktig aspekt med Bolagets produktutveckling är att vara först eller bland de första med att kommersialisera nya, gärna hållbara, produkter. Ett exempel på detta är Arctic Blue Oat Liqueur – världens första ginbaserade havrelikör – som fungerar som ett alternativ till mjölkbaseade likörer.

Målsättningar

Under 2022 har och kommer ett antal produkter att lanseras med primär fokus på detaljhandeln. Ready-to-drink-produkter med lägre alkoholhalt har redan utvecklats av Bolaget och inkluderar alkoholhaltiga havrebaserade drycker och färdigblandade long drinks på burk. Försäljningen av Hang Oat, Bolagets alkoholhaltiga havrebaserade drycker, har redan initierats med start i hemmamarknaden Finland.

Oatly är ett varumärke som revolutionerat och drivit på havredrycksmarknaden. Arctic Blue Beverages tar inspiration av detta och anser att Bolagets havrebaserade produktlinje Hang Oat kommer spela en viktig roll som en plattform för framtida tillväxt. Bolaget bedömer mjölkfria produkter och "ready-to-drink"-produkter som intressanta dryckestrender. Den globalt starka tillväxten i försäljningen av gin är till fördel för Arctic Blue Beverages. En stor del av tillväxten kommer från Asien-Oceanien och nya sätt att distribuera alkohol på. Bolaget avser att anpassa sina produkter, marknadsföring samt distributions- och försäljningsstrategi utefter trenderna på marknaden. Strategin idag inkluderar en stark fokus på Asien-Oceanien och e-handeln. Specifikt på de asiatiska marknaderna kommer Bolaget att lansera produkten Arctic Blue LEGACY som ska konkurrera inom det övre skiktet av premiumsegmentet.

Fortsättningsvis kommer Bolaget under de kommande åren att utöka sina nuvarande produktlinjer inom gin och tonic. Mindre utgåvor såsom säsongsutgåvor kommer att lanseras regelbundet. I vissa fall kommer säsongsutgåvorna erbjudas enbart till Arctic Blue Beverages online club, vilket är en exklusiv onlineklubb som Bolaget planerar att starta under den senare delen av 2022. En grundförutsättning för att klubben startas är att Bolaget möter regulatoriska krav. Att kunna ta fram olika produkter och marknadsföra sig i linje med de olika marknadernas regulatoriska krav är en av Bolagets viktigaste utmaningar och mål.

Arctic Blue Beverages planerar även att bygga ett eget, mindre destilleri för produktutveckling med tillhörande besökscenter i Finland som ska komma att kallas "home of the brand".



MOTIV FÖR ERBJUDANDET

Under de senaste åren har Arctic Blue Beverages utvecklat och kommersialiserat en produktportfölj som tilldelats flertalet priser av internationella dryckestävlingar. Målsättningen för Arctic Blue Beverages är att lansera Bolagets produkter globalt. Bolaget anser att dess expansion till nya marknader hittills har skett med framgång och att man har lyckats med att bygga anse- ning varumärkeskännedom. Motivet för Erbjudandet är att skapa förutsättningar för Arctic Blue Beverages expansion, vilken ska ske både på nuvarande geografiska marknader samt nya geografiska marknader.

Bolagets styrelse avser att fullfölja ansökan om upptagande av Bolagets aktier på Nasdaq First North Growth Market där första handelsdag uppskattas till den 12 maj 2022. En notering på Nasdaq First North Growth Market ger vidare Bolaget en bredare aktieägarbas och möjliggör en ökad tillgång till den svenska kapitalmarknaden – samt är den handelsplats som Arctic Blue Beverages bedömer passa framtida ambitioner att växa internationellt med Norden som huvudsaklig bas.

Emissionslikviden avses i huvudsak att användas enligt följande procentuella fördelning:

Användningsområde	Andel av nettolikvid (%)
Inträde och expansion på nya marknader • Utveckling av marknadsstrategier • Genomförande av marknadsaktiviteter	70,0
Produktutveckling • Byggandet av ett eget mindre destilleri (labb för produktutveckling) med tillhörande besökscenter i Finland • Marknadsanalys, konsumentstudier, utveckling och tillverkning av nya produkter	30,0
Summa	100,0

Eventuell nettolikvid från inlösen av teckningsoptionerna av serie TO1 och TO2 inom ramen för Erbjudandet kommer att användas enligt den prioritetsordning som följer nedan:

Användningsområde	Andel av nettolikvid (%)
Expansion inom befintliga marknader • Genomförande och förstärkning av marknadsaktiviteter	80,0
Produktutveckling • Marknadsanalys, konsumentstudier, utveckling och tillverkning av nya produkter	20,0
Summa	100,0



ERBJUDANDET I SAMMANDRAG

Units:

En (1) unit innehåller tre (3) aktier och två (2) vederlagsfria teckningsoptioner av serie TO1 och två (2) vederlagsfria teckningsoptioner av serie TO2

Pris:

Pris per unit har fastställts till 15 SEK, motsvarande 5 SEK per aktie

Värdering:

57,6 MSEK pre-money

Teckning av units:

Teckning sker via Nordnet, Avanza eller Eminova Fondkommission.

Courtage:

Courtage utgår ej.

Erbjudandevolym:

Erbjudandet omfattar 1 866 666 units, d.v.s. 5 599 998 nyemitterade aktier, motsvarande cirka 28 MSEK

Teckningsperiod:

20 april – 4 maj 2022

Minsta teckning:

350 units, motsvarande 5 250 SEK

Teckningsåtaganden:

60 procent av Erbjudandet, motsvarande 16,8 MSEK omfattas av teckningsåtaganden

Lock-up:

Styrelse och ledning har ingått lock-up om 100 procent av aktieinnehavet under en period om 12 månader.

Resterande aktieägare har ingått lock-up om 100 procent av deras aktieinnehav i Bolaget före Erbjudandet under en period om 12 månader.

Bedömd första dag för handel på Nasdaq First North Growth Market: 12 Maj.

Nedan visas Bolagets aktieägare med minst fem procent av aktierna och rösterna före Erbjudandet.

Aktieägare	Antal aktier och röster	Procent av kapital och röster
Heino Group Oy ¹	1 822 200	15,81
Grizzly Hill Capital Ab ²	1 822 200	15,81
Moonshine Brothers & Co Oy ³	1 519 050	13,18
Ilari Schouwvliedger ⁴	775 500	6,73
Kimmo Koivikko	717 600	6,22
Dos Reyes Oy	642 600	5,57
Övriga	4 219 650	36,68
Totalt	11 518 800	100

¹ Kontrollerat av Petri Heino, styrelseledamot

² Kontrollerat av Gustaf Björnberg, styrelseledamot

³ Tuomas Kukkonen, styrelseledamot, är delägare

⁴ Ilari Schouwvliedger är styrelseledamot

KONTAKT

Arctic Blue Beverages AB

Aleksanterinkatu 19, 00100 Helsingfors, Finland
+358 44 531 3950
www.arcticbluebeverages.com

Eminova Partners AB

Biblioteksgatan 3, 3 tr 111 46 Stockholm
www.eminovapartners.se



**EXPERIENCE THE HARMONY
OF ARCTIC NATURE**

[ARCTICBLUEBEVERAGES.COM](https://arcticbluebeverages.com)