



V

VIRTUOUS VODKA

Investeringsmemorandum
Mars 2026

WE ARE THE WORLD'S BEST SWEDISH VODKA
WE INSPIRE BETTER DRINKING EXPERIENCES

VÄGEN MOT LÖNSAMHET - STRATEGI 2030

Projekt Strategi 2030 som startade januari 2025 är i full gång. Under årets 11 första månader har följande genomförts:

Kapital

Sammanlagt har Virtuous genom nyemissioner samt kvittningsemissioner under juni-augusti tillförts ca 2.7 msek i helt nytt kapital. En andel skulder har kvittats till aktier och en del av det resta kapitalet har använts till att betala av förfallna skulder till medarbetare samt skatteskuld gällande Frankrike. Leverantörsreskontran är rensad från förfallna skulder.

Den av extra stämman beslutade nyemissionen blev tecknad till 95% under augusti-september.

Kommersiellt

H1 2025:

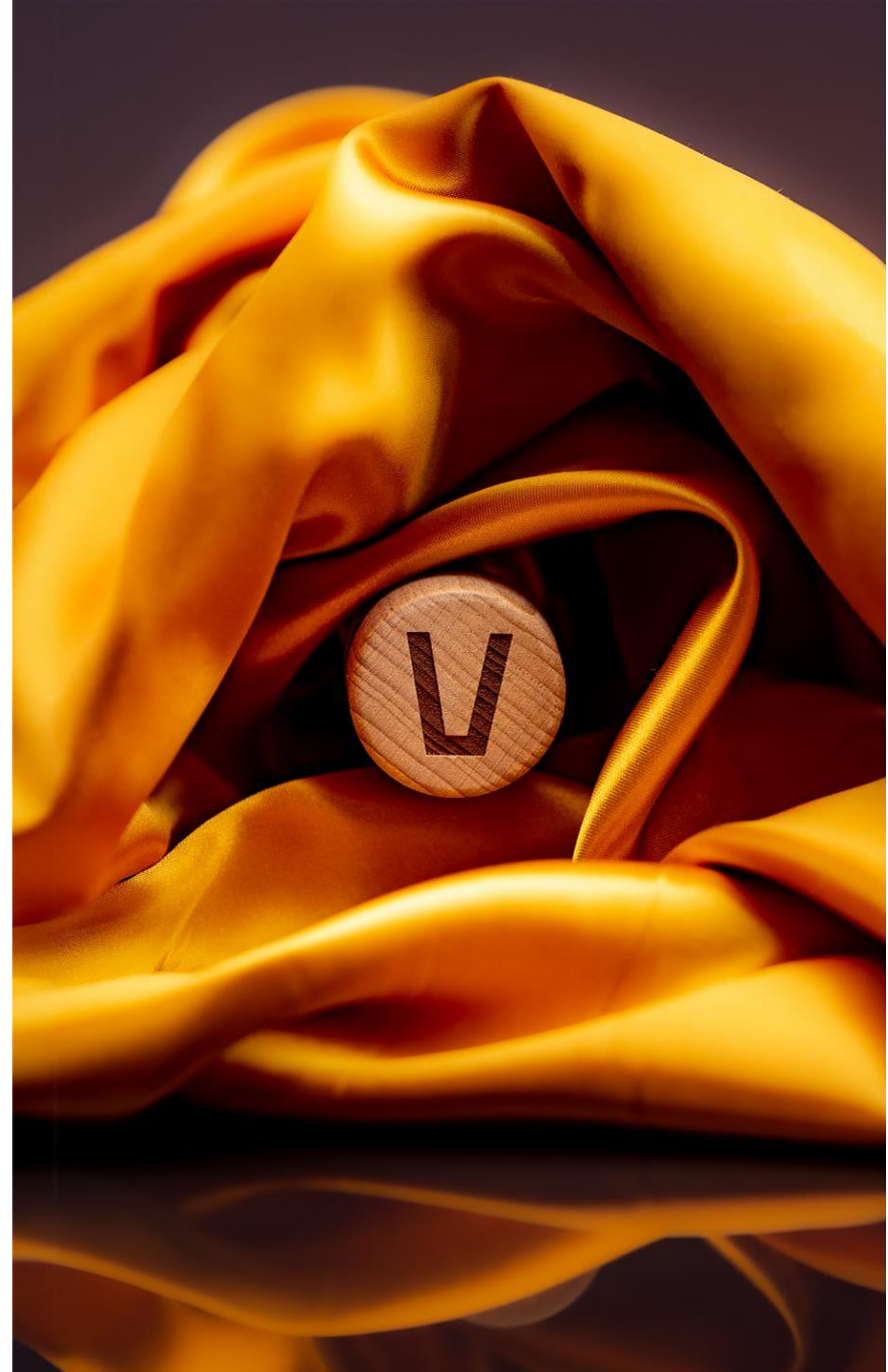
Upprensning av organisation och framtagning av Strategi 2030. Påbörjat uppdatering av varumärket till Vi. Första export-ordern till USA samt förhandlingar i ytterligare intressanta exportmarknader. Egen produktionsanläggning på plats i Åkers Styckebruk.

Framtid 2026 och framåt:

Etablering i 20+ marknader fram till 2030, egen produktionsanläggning, tydlig närvaro i utvalda nyckelstäder både i Sverige och utlandet. Vi är vodka-varumärket som omges av uppköps-rykten.

Kapitalbehov:

8 MSEK fram till december 2026 då positivt kassaflöde förväntas uppnås. Vissa kapitalinsatser kan behövas efter december 2026 för att accelerera tillväxt.



2025 - ÅRET SOM GÅTT



Generellt

Året startades med en ny ledning och har präglats av en del upprensning men också framåtblickande planering och strategiarbete. Etablering av distribution i Sverige har tagit längre tid än förväntat men Virtuous börjar få en del återkommande kunder. Även förhandlingar med exportmarknader har tagit längre tid men även där ser vi nu en positiv utveckling.

Strategi

Strategi 2030 inklusive aktiviteter och milstolpar utvecklad och implementering påbörjad.

Svensk distributör

Den tidigare distributören i Sverige gick i konkurs vilket innebar att samtliga listningar hos Systembolaget samt grossister upphörde. Nu är listningar på Systembolaget samt två av tre större grossister, Menigo & Svensk Cater, på plats. Återstår att lösa listning på MartinServera.

Skulder och utgifter

Bolaget har genom emissioner/kvittningar rensat leverantörsreskontran samt löst en skatteskuld i Frankrike. Utöver det har utgifter för det operationella sänkts från ca 650 tsek till ca 420 tsek per månad.

Organisationen

Organisationen har uppdaterats och fokuserats mer på försäljning/marknadsföring och består i nuläget av: VD, CFO, Administratör, Sälj- & Ambassadörstjänst Sverige, KAM Export samt Strategi- & Brand manager.

Produktionsanläggning

Fungerande och eko-certifierad macererings- och buteljeringsanläggning står redo i Åkers Styckebruk med kvalitetsansvarig på plats. Småskaligt med kontroll i varje steg. Kapacitet räcker för att leverera Strategi 2030.

Export

Avtal med importör/distributör i USA på plats. Fas 1 är lansering i tre stater följt av utrullning successivt i upp till 30 stater. Samma bolag har även distribution i Frankrike, Dubai, Mexiko och Indien där diskussioner förs om samarbeten. Distributör i UK uppsagd pga olönsamt kontrakt.

Varumärke

Uppdaterad varumärkesplattform inklusive nytt namn och utseende på flaskan på plats. Lanseringsplan med utrullning planerad till april 2026.

STRATEGI 2030

Strategiskt mål

Etablera varumärket som ett lönsamt, internationellt premiumvarumärke – med stark förankring i svenskt ursprung, design och hantverk

Från → Till

Från:

- Svagt odefinierat varumärke
- Oklar produktionskedja
- Bristande kvalitet och story telling
- Lokal närvaro med låg kännedom

Till:

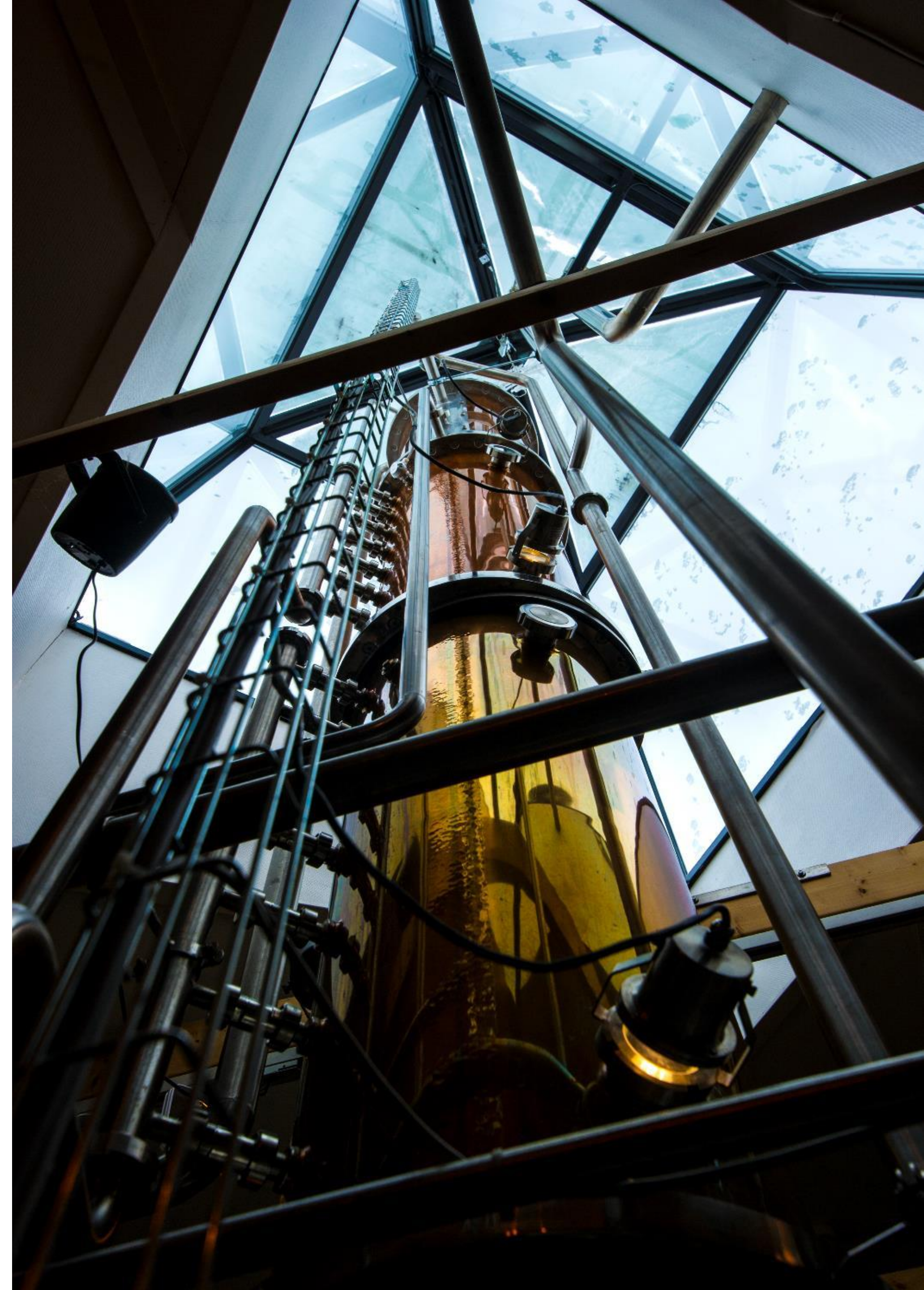
- Tydlig premiumpositionering
- Egen produktionsanläggning & brand home
- Kvalitetssäkring & smakprofil
- 20 marknader, stark exportprofil
- End game: Exit 2030

Syfte, Vision & Mission

Vi skapar svensk högkvalitativ vodka. Vi är stolta över att göra varje sip ren och äkta, att skapa en upplevelse som är mycket mer än bara en drink.

Vi är Vi, världens bästa svenska vodka.

Vi inspirerar till bättre dryckesupplevelser.



AFFÄRSMODELL & INTJÄNING

Affärsmodell

Vi förädlar, smaksätter och förpackar svensk ekologisk super-premium-vodka i Åkers Styckebruk.

Vodkan säljs genom grossister och via direkt distribution i Sverige och via incoterms ExWorks till importörer på exportmarknader.

Försäljningskanaler i de flesta marknader är två:

- On-trade. Dvs barer och restauranger
 - Off-trade. Butiker där man köper alkohol för konsumtion på annan plats
- Produkter marknadsförs vanligtvis via on-trade och i sociala medier för att sedan sälja i större volymer i off-trade.

Intjäning

Målsättningen är att ha >40% bruttomarginal

Marknadsinvesteringar ska ligga runt 10% av omsättning men kan i uppstartfas uppgå till mer, upp till 50%



MÅLSÄTTNINGAR, MILSTOLPAR & NYCKELINITIATIV



Övergripande målsättningar

- Skapa ett tydligt och differentierat premiumvarumärke i vodkakategorin
- Bygga ett hållbart distributions- och produktionsekosystem
- Bli kassaflödespositiva senast Q4 2026

| ÅR | MILSTOLPAR | NYCKELAKTIVITETER PER ÅR |
|------|--|---|
| 2025 | Strategi 2030 färdig Produktionsanläggning etablerad | Uppstädning av bolaget Förberedelse för lansering av ny varumärkesplattform Avtalssignering med distributörer på fokusmarknader, främst USA |
| 2026 | Uppdaterat varumärke och förpackning lanserat >6 export-marknader Positivt kassaflöde kvartal 4 | Varumärkesaktiveringar i Sverige och på utvalda exportmarknader Fortsatt kostnadskontroll Inled samarbete med Svensk distributör |
| 2027 | Närvaro i >20 marknader. Lönsamhet årsvis. | Rekrytera exportchef Stärkt marknadsförings- och PR-arbete i utvalda marknader |
| 2028 | Stärkt position i prioriterade marknader Stabil export Effektiv försäljning och portföljutveckling | Utvecklad varumärkes investering/aktivering på exportmarknader |
| 2029 | Etablerad premiumaktör internationellt Intressant bolag för uppköp | Ökad IR-kommunikation |
| 2030 | Exit | |

MÖJLIGHETER

Den globala vodkamarknaden

- Volym: 3,5-4 miljarder liter per år
- Omsättning: ca 45-50 miljarder US dollar per år
- Premiumsegmentets värdeandel: 25-35%, volymandel: 10-15%
- Tillväxten är ca 2-4% per år där premium växer snabbare

Vodkamarknaden i USA & Europa

- Volym – USA: ca 800 m liter. Europa: 1,5 mdr liter
- Omsättning – USA: ca 15 mdr USD. Europa: 14 mdr US
- Premiumandel – USA: ca 45%. Europa: ca 25%

Absolut & Grey Goose

- Volym – Absolut: ca 100m liter. Grey Goose: ca 30m liter
- Omsättning – Absolut: ca 2,5 mdr USD. Grey Goose: ca 1,2 mdr USD

Citat från distributör i USA & barchef i Sverige

- "Incredibly smooth. One of the best vodkas I have ever tasted". – Kevin Vincent. Grundare och VD för Helen Spiritueux
- "Fantastisk vodka som är otroligt lätt att skapa spännande cocktails med." – Johan Dinter. Barchef Trattorian Stockholm.

Prisbelönt vodka – bland annat dessa utmärkelser:

IWSC 2023 – Vodka Trophy – Rye

IWSC 2023 – Spirit Gold Outstanding – Rye

IWSC 2023 – 99 poäng – Rye

IWSC 2024 – Gold Medal – Rye

IWSC 2024 – Bronze Medal – Chili

IWSC 2024 – Bronze Medal – Ginger

San Francisco World Spirits Competition 2024 – Gold Medal, 90 poäng – Rye

IWSC 2025 – Gold Medal – Chili

IWSC 2025 – Silver medal – Rye

IWSC 2025 – Bronze medal – Ginger

Summering

- Det krävs en väldigt liten andel av den totala vodkamarknaden för att uppnå stor volym
- Vi har en otroligt bra produkt som bartenders och importörerna älskar



KONKURRENTER

| | VIRTUOUS VODKA | PREMIUM (ex Absolut, Chase) | SUPER PREMIUM / CRAFT (ex Belvedere, Grey goose) |
|---------------------|---|--|---|
| Ingredienser | 100% ekologisk råg, inga tillsatser, äkta frukter och örter | Mestadels konventionella spannmål, vissa ekologiska påståenden | Högkvalitativa spannmål, ibland ekologiskt |
| Smakprofil | Karaktär från rågen, smakrik | Ren, neutral, minimala smaker | Ren med subtil komplexitet |
| Produktion | Small batch, naturlig macerering | Industri-skala, smaker från essenser | Small batch eller hybrid-produktion, smaker från essenser |
| Hållbarhet | Ekologiskt, förnybar energi, minimera koldioxid-avtryck | En del CSR-initiativ | En del CSR-initiativ, ofta marknadsföringsinriktat |
| Utmärkelser | Flertal priser varje år på IWSC, ex IWSC Guld 2023 Vodka Trophy, 99/100 poäng | Vinner priser då och då | Flertal priser på olika tävlingar |
| Pris | Högre – ca 400 kr | Lägre – ca 300 kr | Högt – ca 500 kr |
| USP | Hantverk, Ekologisk, Genuina smaker och karaktär. Diskret lyx | Billigt | Lyxigt, Exklusivt |

AKTIVITETER FÖR ATT NÅ POSITIVT KASSAFLÖDE Q4 2026



| NYCKETAKTIVITETER 2026 | STATUS / Implementering |
|---|--|
| Lansering av nytt varumärke , namn och flaskutseende i Sverige och utomlands | Implementera lanseringsplanen. Se slide "Lanseringsplan Vi" |
| Skapa en stark och lönsam hemmamarknad | Inledningsvis i egen regi (försäljning och distribution) för att på sikt nå ett samarbete med en distributör. Säkerställa listning hos grossist MartinServera utöver Menigo och Svensk Cater Öka antalet distributionspunkter i större städer, framförallt Stockholm & Göteborg Öka närvaro i cocktail-menyer och fler caviar/vodka-serveringar i matmenyer Anställt resurs som säljare och ambassadör för den svenska marknaden |
| Starta distribution i >6 exportmarknader | Viktigt att hitta rätt samarbetspartner per marknad. Djupgående förståelse från importören om vad varumärket vill uppnå. Vi föredrar att hitta partners som vill växa tillsammans med Virtuous. Det vill säga hellre en större fisk i en mindre damm än en liten fisk i en stor damm. Kontrakterat resurs för att säkerställa implementering och utrullning i USA, Sydamerika, samt etablera samarbete i Frankrike, Dubai och eventuellt Indien. Påbörja rekrytering av ambassadör för export-marknader. |
| Effektivisera produktionen | Producera samtliga produkter på egen produktionsanläggning -> lägre personalkostnader, mindre svinn och mindre transportkostnader |

KORT PRESENTATION AV NY SAMARBETSPARTNER I USA – HELEN BMG

V
VIRTUOUS
VODKA

Bolaget

Helen BMG är i grunden ett Tequila-bolag som fokuserar på distribution av autentisk, hantverksmässig tequila i premium- och superpremium segmenten.

Deras flaggskepp är Don Cruz Platinum som i versionerna Plata och Anejo samt Redondel Diamante, Silver, Reposado och Anejo Cristallino.

De säljer och marknadsför dessa tequilas främst i USA men också i andra länder såsom Frankrike, Dubai och Indien där Virtuous också för diskussioner om samarbete.

Virtuous Vodka kommer passa utmärkt in i portföljen.

Distributörer i USA

Helen BMG har en rad distributionspartners i respektive stat. I urval följande:

Florida – Park Street

New York City – RNDC

Texas – Mission Valley

Michigan – Imperial

Georgia - UDI

Övrigt

Helen BMG har också en del partnerskap för marknadsföring såsom;

PGA golf

World Cup – Fotboll i Miami

Robb Report



FINANSIELL PLAN 2025-2030



Case including direct sales marketing (discounted bottles) and cost of trp (Index)

| | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 |
|---------------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|
| No of bottles | 6 860 | 83 670 | 128 697 | 186 611 | 251 924 | 327 502 |
| Sales | 735 | 7 696 | 12 053 | 18 054 | 25 153 | 33 566 |
| Gross Profit | 309 | 3 566 | 5 260 | 8 048 | 11 332 | 15 193 |
| GP % | 42% | 46% | 44% | 45% | 45% | 45% |
| Costs | 5 594 | 5 412 | 6 153 | 7 625 | 8 497 | 10 430 |
| Depreciations | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| EBIT | -5 385 | -1 946 | -993 | 323 | 2 735 | 4 663 |

Huvudsakliga antaganden

- Antal exportmarknader (totalt under året): 2026: 10, 2027: 17, 2028: 24, 2029: 26, 2030: 30
- Årlig prishöjning med 3-5%
- Kostnadsökningar med 4-6% per år

KAPITALBEHOV fram till kassaflödespositivitet

Investeringar & Nödvändiga utgifter att finansiera tills försäljningen har kommit igång

| | |
|---|------------------|
| 1 Marknadsföring ny flaska | 10 50 000 |
| 2 Färdigställande av produktion | 300 000 |
| 3 Inköp av dry/wet goods för nya produkter | 8 50 000 |
| 4 Produktionskostnader 2 batcher | 400 000 |
| 5 Driftskostnader såsom löner, hyra, försäkring mm 12 mån | 5 400 000 |
| TOTALT | 8 000 000 |

Kommentarer

1. Finansiering av kommunikation och marknadsföring vid lansering av nya Vi-flaskan
2. Kostnader för exempelvis kalibrering av maskiner, brandskyddsåtgärder och dylikt i produktionslokalen
3. Inköp av material till produktion av nya flaskan inklusive smaker
4. Inkluderar provkörning av maskiner samt första produktionen i Åkers Styckebruk
5. Hyra av produktionslokal, lager, avgifter samt löner och ersättning till personal tills försäljningen kommer upp på förväntad nivå och eget kassaflödet tar över finansieringen

UPPDATERAD VARUMÄRKESPLATTFORM

Från Virtuous till Vi VODKA

Ett namn som är enkelt och tydligt, är ett svenskt ord som går att uttala på de flesta språk och betyder dessutom gemenskap.

Logotypen behålls men uppdateras och blir dessutom namnet Vi

Kärnvärden: Kvalitet, naturligt, äkta, hantverk, nordisk själ, gemenskap

Positionering: Svensk premiumvodka, inspirera till att alltid välja bättre

Tonalitet: Stilren, ärlig, varm, tillgänglig och diskret lyx

Målgrupp: 30+, urbana, kvalitetsmedvetna

Namnet Vi bibehåller historien från Virtuous med öppenhet och miljömedvetenhet men skapar en känsla av gemenskap och blickar framåt. Ett varumärke byggt på gemenskap och sammanhållning.

Världens bästa svenska vodka.



Vi

VISUELL IDENTITET



Vi VODKA

ORGANIC RYE VODKA



ORGANIC RYE

CRAFTED IN SWEDEN

Folie

Stärker premium-känsla och kommunicerar Vi-vodka.

Tryckt Vi-logga på flaskan

Tydligt uttryck och även det stärker premium-uttrycket.

Etiketten

Mindre etikett med tydligt budskap; Vodka, rye och Sverige

SAMTLIGA VARIANTER



LANSERINGSPLAN – Vi VODKA



Jan–April 2026 – Förberedelse

Vi lägger grunden för en stark lansering genom att producera de första Vi Vodka-flaskorna, lansera varumärket internt och säkerställa att all kommunikation är färdigställd och enhetlig.

Maj 2026 – Förlansering

Förväntan byggs upp! Vi väcker nyfikenhet genom engagerande teasers i sociala medier, exklusiva provningar och personliga pressbriefingar.

Juni-Aug 2026 – Lansering

Vi tar steget ut i rampljuset. Lanseringen firas med ett minnesvärt press-event, social-media-kampanj, pressmeddelande, lansering av vår nya webbplats och start av försäljningen.

Sept-Dec 2026 – Etablering

Vi stärker närvaron på marknaden genom on-trade-listningar, inspirerande pop-up-upplevelser och fördjupande digital storytelling som bygger relationer och varumärkeskärlek.

Kanalprioritering

Sociala medier

On-trade (barer/restauranger)

Press & PR



EXITSTRATEGI



Målsättning

Inför år 2030 är att bygga ett starkt varumärke med en lönsam försäljning i 20+ exportmarknader för att skapa uppköps-intressenter inom alkoholbranschen i första hand och private equity i andra hand.

Värdering

Två svenska alkoholbolag som benchmark:
High Coast Distillery AB: Börsvärde ca 220-240 msek
Hernö Gin AB: Börsvärde ca 145-160 msek

En snittmultipel för tillväxtbolag på OMX är 20-40x -> ett värde på 100-200msek år 2030 enligt budget (vinst ca 5msek)



TEAM & GOVERNANCE



Nuvarande organisation

- Nuvarande organisation är skalbar och kan utvidgas från nuvarande motsvarande 3 heltid -> 6 heltid på kort tid.

Plan för organisationen 2026

- Delar av organisationen kommer att utvidgas under 2026, framförallt säljresurser
- Öka närvaro i Sveriges Horeca som även kan fungera som supporterande ambassadör utomlands
- Anställa en exportansvarig

EMISSIONSVILLKOR



Styrelsen i Virtuous Spirits AB har beslutat, med stöd av det bemyndigande som erhöles på den extra bolagsstämma som hölls 2025-10-14, om en nyemission med företräde för bolagets befintliga aktieägare. Bolaget har idag ett aktiekapital på 4 615 480,98 kr fördelat på 139 770 810 stycken aktier, vilket innebär ett avrundat kvotvärde på 0,0330218 kr per aktie. Vidare så har styrelsen, med stöd av nämnda bemyndigande, även beslutat om kvittningsemission vilken kommer att medföra en ökning av det totala antalet aktier med 6 650 000 stycken samt en ökning av aktiekapitalet med 219 519,84 kr. Emissionen kommer att registreras hos Bolagsverket inom kort.

Omfattning av emissionen

Bolaget ska genomföra en företrädesemission om högst 4 miljoner kronor (4 000 000 SEK). Teckningskursen för emissionen fastställs till 0,08 SEK per aktie.

Teckningstid

Teckning av aktier ska ske under perioden 2025-12-10 till 2026-03-25.

Antal nya aktier samt ökning av aktiekapital samt överkursfond

Antalet nya aktier i denna är minst 50 000 000 samt max 62 500 000 stycken vilket innebär en ökning av aktiekapitalet om minst 1 660 900 SEK samt max 2 076 125 SEK innebärande att till överkursfonden förs 2 339 100 SEK under förutsättning att aktiekapitalet ökar med 1 660 900 SEK samt 1 923 875 SEK under förutsättning att aktiekapitalet ökar med 2 076 125 SEK

Mandat att tilldela ej tecknade aktier

Styrelsen ges mandat att erbjuda och tilldela eventuella ej tecknade aktier till investerare utanför den befintliga ägarkretsen, för att optimera bolagets finansiering och attraktionskraft på marknaden.

Övrigt

Styrelsen har fullmakt att vidta de åtgärder som krävs för att genomföra emissionen och anpassa de praktiska delarna av erbjudandet.

Styrelsen anser att en företrädesemission är en lämplig metod för att stärka bolagets kapitalbas och möjliggöra fortsatt tillväxt.

Informationen kring emissionen kommer att kommuniceras tydligt till aktieägarna.

Beslut fattat på styrelsemöte 2025-12-08

