

Nikotintyggummifirma opsluger konkurrent og ruster sig til kamp mod giganter

AF ANDREAS ANTONI LUNDOffentliggjort22.11.16kl. 13:20

Alkalon har fusioneret med en britisk rival for at få adgang til det lukrative nordamerikanske marked. Her skal Glostrup-virksomheden dog bokse om markedsandele med supersværvægterne.

Efter fusionsforhandlinger, der varede i over et år, opkøbte danske Alkalon en del af britiske Revolymer 31. oktober.

Oven på fusionen med Revolymer, der ligesom Alkalon udvikler og sælger nikotintyggummi, har Alkalon fået adgang til det nordamerikanske marked. Alkalon er i forvejen selv aktiv på det nordiske marked, men sælger også i Holland, Schweiz, Irland, Frankrig, Spanien og Sydkorea.

"Revolymet er gået ind i Canada, hvor de har en væsentlig del af private label-markedet. Og de har indgået nogle kommercielle aftaler i USA, som dog ikke er effektueret endnu. Ved at lægge os sammen får vi en styrke, som gør, at vi mere seriøst kan tage konkurrencen op med de store aktører," forklarer Bjarne Carsten Pedersen, som er adm. direktør for Alkalon.

En anden fordel ved fusionen er, at Revolymer har en anden leverandør, som Alkalon forventer at kunne lande en bedre aftale med.

"Vi får åbnet op for det nordamerikanske marked, som vi har meget store planer for at ekspandere på. Og vi får en leverandøraftale, som vi håber på sigt kan give os bedre konkurrencemæssige vilkår," fortæller Bjarne Carsten Pedersen.

Ser en åbning i USA

Udfordringen på den anden side af Atlanten er, at det er et marked, som er domineret af to store aktører, GSK og Perrigo. Her sælger GSK Johnson & Johnsons tyggummi Nicorette som brandversion, mens Perrigo sælger nikotintyggummi som private label.

"Der er nærmest et duopol. Men vi ser en åbning på markedet for private label. I USA er private label stort hos detailkæder som eksempelvis Wal-Mart, som gerne vil have deres eget brand, som de kan tjene lidt flere penge på," fremhæver Bjarne Carsten Pedersen.

Med private label-produkter sælger kæderne under eget navn. Og med fusionen venter Alkalon at overtage omkring halvdelen af private label-markedet i Canada til at starte med og siden hen mulighed for at etablere sig i USA.

Det eneste sted i Europa, hvor private label for alvor har fået fat i markedet for nikotintyggummi, er ifølge ham i England.

På globalt plan er det et stort marked, som Alkalon forsøger at få en større bid af. Der bliver solgt omkring 6000 ton nikotintyggummi om året, mens et tyggummi vejer cirka 1,2 gram.

Markedet vokser stadig trods e-cigaretter

Markedet for nikotintyggummi har eksisteret siden midten 1970'erne og har været i vækst siden. Selv om e-cigaretter de seneste år har gjort indhug i væksten, er det ifølge Bjarne Carsten Pedersen stadig et marked, der vokser.

FRA GLOSTRUP TIL NORDAMERIKA

Alkalon blev stiftet af Bo Tandrup med finansiel støtte af SEED Capital og tre private investorer i 2007. Firmaet har base i Glostrup og et lille udviklingslaboratorium i Vejle.

Selskabet udvikler nikotintyggummi, får det produceret hos eksterne partnere og står for leveringen til forhandlere. 31. oktober fusionerede Alkalon med Revolymer, der var noteret på London Stock Exchange, som til gengæld fik overført en ejerandel på 15 pct., værdiansat til 8,2 mio. kr. i Alkalon. Målet med fusionen er dels at få adgang til det lukrative nordamerikanske marked, dels på sigt at kunne sikre bedre leverandøraftaler. Alkalon har vendt bruttofortjenesten fra et minus på 1,9 mio. kr. i 2014 til et plus på 4 mio. kr. i 2015. På bundlinjen blev det til et underskud på 1,4 mio. kr. i 2015 mod et negativt resultat på 7,6 mio. kr. året før.

Cirka 80 pct. af forbruget af nikotintyggegummi ligger i Nordamerika, Vesteuropa, Australien og Japan. De regioner udgør dog blot samlet omkring 15 pct. af verdens rygere.

"Som en lille spiller - selv om vi har ambitioner - påtager vi os ikke opgaven at åbne de store asiatiske markeder som for eksempel Kina. Det lader vi de store spillere om. Men når det er sket, er vi klar til at følge efter," afslører Bjarne Carsten Pedersen.

Ser man på Alkalons regnskab, er bruttofortjenesten vendt fra et minus på 1,9 mio. kr. i 2014 til et plus på 4 mio. kr. i 2015.

"Årsagen er, at vi har fået flere samarbejdspartnere. Vi står ikke selv for markedsføring, men sidder midt i kæden. Det vil sige, at vi udvikler produkterne, får dem produceret ude og leverer dem til forhandlere," forklarer Bjarne Carsten Pedersen.

Blandt kunderne er Orifarm i Danmark og apoteket AB i Sverige.

Ser man på bundlinjen, operer Alkalon dog fortsat med røde tal. Her blev det til et underskud på 1,4 mio. kr. i 2015 mod et minus på 7,6 mio. kr. året før.

"Vi har en gruppe fornuftige investorer, som tror på vores vækstplaner. Jeg forventer, at vi allerede i 2017 får en positiv bundlinje. Men det, vi fokuserer på, er vækst," understreger Bjarne Carsten Pedersen.

[Krigen mod nikotin-tyggegummi-kæmper er udskudt
Seed Capital med endnu et utilfredsstillende resultat
Alkalon-direktør: Vækst skal føre til salg](#)