

Kraftig ökning av nettoomsättning och rörelseresultat

OKTOBER-DECEMBER 2016 (FJÄRDE KVARTALET)

- Nettoomsättningen uppgick till 521 Mkr (352).
- Rörelseresultat före av- och nedskrivningar, EBITDA, uppgick till 46 Mkr (27), före poster av engångskaraktär.
- Periodens resultat uppgick till 16 Mkr (16), motsvarande ett resultat per aktie före och efter utspädning på 0,39 kr (0,57).
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 58 Mkr (20).
- Midsona tillfördes 402 Mkr, efter avdrag för emissionskostnader, vid nyemission. Nyemissionen övertecknades.

JANUARI-DECEMBER 2016 (HELÅR)

- Nettoomsättningen uppgick till 1744 Mkr (1174).
- Rörelseresultat före av- och nedskrivningar, EBITDA, uppgick till 134 Mkr (87), före poster av engångskaraktär.
- Periodens resultat uppgick till 45 Mkr (66), motsvarande ett resultat per aktie före och efter utspädning på 1,42 kr (2,71).
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 69 Mkr (87).
- Utdelning för 2016 föreslås till 1,10 kr per aktie (1,10), motsvarande 46 911 128 kr (31 274 085).



Om Midsona AB

Midsona har en stark position på den nordiska marknaden med flera egna välkända varumärken inom hälsolivsmedel, egenvård och hygien. Koncernen representerar även ett antal internationellt etablerade varumärken. Produkterna säljs via dagligvaruhandeln, apoteken, hälsofackhandeln samt via postorder och internet. Prioriterade varumärken är: DALBLADS, FRIGGS, HELIOS, KUNG MARKATTA, MIWANA, NATURDIET, TRI TOLONEN och URTEKRAM. Midsona omsatte 1 744 Mkr år 2016. Midsonaaktien (MSON) är noterad på NASDAQ OMX Stockholm, Mindre bolag. Läs mer om Midsona på www.midsona.com



midsona

Pressmeddelande
Malmö den 8 februari 2017

Sid 2

Koncernchefens kommentar:

Den starka hälsotrenden fortsatte under 2016. I och med förvärven av varumärkena Urtekram, Kung Markatta och Helios är Midsona väl positionerat mot den särskilt gynnsamma trenden för ekologiska livsmedel. Midsona avslutar också året starkt. Nettoomsättningen i fjärde kvartalet uppgick till 521 Mkr (352), en ökning med 48 %. Rörelseresultatet före av- och nedskrivningar (EBITDA) blev 46 Mkr (27) före poster av engångskaraktär och var det bästa i koncernens historia.

Stark utveckling för ledande varumärken i prioriterade kategorier

Midsona har under de senaste åren fokuserat verksamheten mot tre huvudsakliga produktkategorier: ekologiskt, hälsolivsmedel och OTC/kosttillskott. Dessa kategorier förväntas vara i tillväxt de närmaste åren och Midsona har ett antal marknadsledande nordiska varumärken inom nyckelsegment. De åtta egna varumärken som koncernen prioriterar uppvisade en tillväxt på 11 % i fjärde kvartalet*. På samma vis hade två av koncernens tre största representerade varumärken tvåsiffrig tillväxt i kvartalet. Samtidigt som vi fokuserat på nämnda kategorier har vi avslutat några försäljningsuppdrag i andra, vilket framförallt haft en negativ påverkan på den organiska tillväxten i Norge. Utvecklingen för koncernens ekologiska varumärken var fortsatt stark. Urtekram presterade allra bäst av dessa. Bland annat började satsningen på export utanför Norden att bära frukt. Vi har erhållit flera nya så kallade listningar som nu resulterat i ökad försäljning under fjärde kvartalet. Friggs var det av de prioriterade varumärkena som hade allra högst tillväxt. Lanseringen av en ny serie med majskakor i Sverige, Finland och Norge är den enskilt viktigaste faktorn, men nya produkter inom hälsoteer och kosttillskott bidrar också till tillväxten.

Synergivinster via integration

En viktig del av Midsonas strategi är att förvärva bolag, integrera dem och därmed realisera synergier. Under hösten har arbetet med integrationen av förvärvade Internatural med varumärkena Kung Markatta och Helios varit intensivt. Vi kommer under 2017 att få successivt synergigenomslag och står fast vid vår utfästelse att realisera minst 25 Mkr i administrativa synergier. Ytterligare minst 10 Mkr skall realiserars genom gemensamma inköp, flytt av produktion av delar av Kung Markattas och Helios sortimentet till egen fabrik samt samordnad logistik. Vi har tidigare sagt att dessa synergier skall börja synas i resultatet under 2018 men vi ser nu att vissa av synergierna kommer att kunna realiserars redan under slutet av 2017.

Förbättrat kassaflöde från den löpande verksamheten

Kassaflödet från den löpande verksamheten är en viktig indikator på Midsonas framsteg. Förutom lönsamhetsförbättrande åtgärder arbetar vi kontinuerligt med att optimera rörelsekapitalet. Det är också värt att notera att faktiskt betald skatt är väsentligt lägre än redovisad då Midsona kan utnyttja underskottsavdrag i Sverige och Norge. Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick i det fjärde kvartalet till goda 58 Mkr (20).



naturdiet



Miwana

Om Midsona AB

Midsona har en stark position på den nordiska marknaden med flera egna välkända varumärken inom hälsolivsmedel, egenvård och hygien. Koncernen representerar även ett antal internationellt etablerade varumärken. Produkterna säljs via dagligvaruhandeln, apoteken, hälsosackhandeln samt via postorder och internet. Prioriterade varumärken är: DALBLADS, FRIGGS, HELIOS, KUNG MARKATTA, MIWANA, NATURDIET, TRI TOLONEN och URTEKRAM. Midsona omsatte 1 744 Mkr år 2016. Midsonaaktien (MSON) är noterad på NASDAQ OMX Stockholm, Mindre bolag. Läs mer om Midsona på www.midsona.com

Styrelsen kommer att föreslå en oförändrad utdelning på 1.10 kr (1.10) per aktie för 2016. Det innebär en ökning av den totala utdelningen till 47 Mkr (31) då antalet aktier ökat under året.

Prioriteringar för 2017

Huvudfokus under 2017 kommer att ligga på att fortsätta skapa tillväxt för våra varumärken genom innovation, marknadsföring och effektiv säljbearbetning. Midsona ser fortsatta tillväxtpotentialer i Norden via förvärv. Vi kommer också att utöka vår europeiska exportsatsning för Urtekram. Förvärvsmöjligheter utanför Norden skall analyseras på djupet. Vi har under 2016 närmat oss vår vision att bli ledande inom hälsa och välbefinnande i Norden och avser att ta ytterligare steg under 2017 samtidigt som vi parallellt börjar förbereda för en europeisk expansion. Midsona förväntar sig att omsättningen och resultatet före av- och nedskrivningar (EBITDA) kommer att öka under 2017

Peter Åsberg, VD och koncernchef

**Förvärvade varumärken, Kung Markatta och Helios, jämförs i fjärde kvartalet mot försäljningen samma period föregående år trots att Midsona då inte ägde varumärkena.*

För mer information vänligen kontakta VD och koncernchef Peter Åsberg, +46 (0)730 26 16 32, eller CFO Lennart Svensson, +46(0)767 74 33 04.

Informationen i denna bokslutskommuniké är sådan som Midsona AB (publ) är skyldigt att offentliggöra enligt lagen om värdepappersmarknaden och EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades för offentliggörande genom Lennart Svenssons försorg den 8 februari 2017 kl 8 CET.



Om Midsona AB

Midsona har en stark position på den nordiska marknaden med flera egna välkända varumärken inom hälsolivsmedel, egenvård och hygien. Koncernen representerar även ett antal internationellt etablerade varumärken. Produkterna säljs via dagligvaruhandeln, apoteken, hälsosackhandeln samt via postorder och internet. Prioriterade varumärken är: DALBLADS, FRIGGS, HELIOS, KUNG MARKATTA, MIWANA, NATURDIET, TRI TOLONEN och URTEKRAM. Midsona omsatte 1 744 Mkr år 2016. Midsonaaktien (MSON) är noterad på NASDAQ OMX Stockholm, Mindre bolag. Läs mer om Midsona på www.midsona.com