

## HALVÅRSRAPPORT JANUARI-JUNI 2017

# Fortsatt resultatförbättring och starkt operativt kassaflöde

### APRIL-JUNI 2017 (ANDRA KVARTALET)

- Nettoomsättningen uppgick till 488 Mkr (351).
- Rörelseresultat före av- och nedskrivningar, EBITDA, uppgick till 34 Mkr (22), motsvarande en marginal på 7,0 procent (6,3).
- Periodens resultat uppgick till 15 Mkr (11), motsvarande ett resultat per aktie på 0,35 kr (0,39) före och efter utspädning.
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 34 Mkr (-22).
- Den 15 maj lämnade Midsona AB (publ) ett offentligt uppköpserbjudande till aktieägarna i Bringwell AB (publ) att överlåta samtliga aktier i Bringwell (publ) till Midsona.

### JANUARI-JUNI 2017 (SEX MÅNADER)

- Nettoomsättningen uppgick till 1 015 Mkr (701).
- Rörelseresultat före av- och nedskrivningar, EBITDA, uppgick till 79 Mkr (45), motsvarande en marginal på 7,8 procent (6,4).
- Periodens resultat uppgick till 39 Mkr (22), motsvarande ett resultat per aktie på 0,90 kr (0,77) före och efter utspädning.
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 66 Mkr (-2).

### VIKTIG HÄNDELSE EFTER RAPPORTPERIODENS UTGÅNG

- Midsona förvärvade 98,2 procent av aktierna i Bringwell AB (publ), ett företag med en ledande position inom egenvårdsprodukter och OTC-läkemedel på den nordiska marknaden.



#### Om Midsona AB

Midsona har en stark position på den nordiska marknaden med flera egna välkända varumärken inom hälsolivsmiddel, 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](http://www.midsona.com)

## Koncernchefens kommentar

### Fortsatt förbättrad försäljning och resultat

Midsonas försäljning andra kvartalet ökade med 39 procent och uppgick till 488 Mkr (351). Rörelseresultatet före av- och nedskrivningar (EBITDA) ökade med 53 procent till 34 Mkr (22). EBITDA-marginalen ökade därmed till 7,0 procent (6,3). Förbättringen var i huvudsak resultatet av förvärv och därtill hörande långsiktigt förändringsarbete.

### Delvis utmanade förutsättningar under andra kvartalet

Även om försäljningen och resultaten visade god tillväxt var förutsättningarna i kvartalet delvis utmanande. Påsken är traditionellt en svag period för hälsoprodukter och 2017 utgjorde inget undantag. Påsken inföll i april i år och i mars i fjol. Kvartalet startade sålunda svagt och våra åtta prioriterade varumärken växte därmed med modesta 2 procent i kvartalet\*. Den historiskt starka euron gentemot den svenska och norska kronan har haft signifikant negativ påverkan på koncernens bruttomarginal. Skulle nuvarande valutakursrelationer bestå är ambitionen att prisjustera för att helt eller delvis kompensera för den negativa effekten.

### Investeringar i varumärken och nya marknader

Investeringar i varumärken var på en något högre nivå än normalt. Främst gjordes större investeringar i de ekologiska varumärkena, Kung Markatta och Urtekram, för att långsiktigt stärka dem. I takt med att marknaden för ekologiska produkter vuxit har också konkurrensen ökat, både från andra varumärkesleverantörer och handelns egna varumärken. Vi har valt att öka investeringarna för att försvara varumärkenas marknadspositioner samt kommer fortsatt att lansera nya innovativa produkter.

Att växa exporten av varumärket Urtekram utanför Norden har hög prioritet. Tidigare har fokus framförallt legat på kroppsvårdsprodukterna, men under andra kvartalet lanserades Urtekrams livsmedelssortiment brett i Portugals största detaljhandelskedja. Totalt saluför kedjan nu cirka 180 artiklar från Urtekram. Lanseringen får betraktas som ett genombrott och betydande investeringar har gjorts för att skapa framgång. Ambitionen är att över tiden etablera Urtekrams livsmedelssortiment hos fler europeiska dagligvaruhandelskedjor.

### Publikt bud på Bringwell

Midsona har under en längre tid följt Bringwells utveckling och har tidigt identifierat styrkan dessa båda bolag kan skapa genom att slå sig samman. Efter Midsonas framgångsrika expansion de senaste åren är förvärvet ett logiskt steg för att ytterligare utöka vår närvaro i Norden, främst i segmentet kosttillskott/OTC. Bringwell har ett antal starka egna varumärken såsom Eskimo-3, Mivitotal och Kan Jang. Därtill representerar de bland annat ProbiMage och Membrasin. Midsona ser goda möjligheter att utveckla Bringwells starka varumärken. Budet har accepterats av 98,2 procent och vi har därför påkallat



#### 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](http://www.midsona.com)



midsona

**Pressmeddelande**

Malmö den 21 juli 2017

Sid 3 av 3

tvångsinlösen av resterande aktier i Bringwell. Vår avsikt är att integrera Bringwell i Midsonas verksamhet. Förvärvet väntas realisera kostnadssynergier från effektivisering inom försäljning, marknadsföring och administration. Vi ser även möjligheter till tillväxtsynergier genom ökad försäljning till följd av att bolagen har kompletterande produkter och försäljningskanaler. Synergierna uppskattas till 50-60 miljoner kronor på årsbasis och de förväntas vara fullt realiserade vid utgången av 2018.

### **Prioriteringar under 2017**

Grunden för Midsonas verksamhet är våra prioriterade varumärken samt ett antal strategiska försäljningsuppdrag. Huvudfokus under 2017 kommer att ligga på att fortsatt utveckla dessa genom produktinnovation, konsumentmarknadsföring och effektiv säljbearbetning i den nordiska hemmamarknaden samt på nya exportmarknader. Midsona har under en period på två år gjort tre större förvärv: Urtekram, Internatural och Bringwell. Dessa har väsentligt stärkt bolaget men innebär också en ökad komplexitet i verksamheten. Under resten av året avser vi att lägga stort fokus på integration och samordning för att på så vis kunna stärka vår effektivitet och konkurrenskraft. Midsona förväntar sig en ökad omsättning och rörelseresultat före av- och nedskrivningar (EBITDA) under 2017.

Peter Åsberg, VD och koncernchef

\*Förvärvade varumärken, Kung Markatta och Helios, jämförs i andra 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

*Denna information är sådan information som Midsona AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades genom Lennart Svenssons försorg för offentliggörande den 21 juli 2017 kl 08.00 CET.*



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, 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](http://www.midsona.com)