

## DELÅRSRAPPORT JANAURI-SEPTEMBER 2017

# Förbättrad EBITDA och stigande marginaler

### JULI-SEPTEMBER 2017 (TREDJE KVARTALET)

- Nettoomsättningen uppgick till 579 Mkr (522).
- Rörelseresultat före av- och nedskrivningar, EBITDA, uppgick till 52 Mkr (42), före poster av engångskaraktär, motsvarande en marginal på 9,0 procent (8,0).
- Periodens resultat uppgick till 11 Mkr (7), motsvarande ett resultat per aktie på 0,25 kr (0,25) före och efter utspädning.
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 32 Mkr (13).
- Midsona tillträdde förvärvet av Bringwell AB (publ) den 4 juli, ett företag med en ledande position i norden inom egenvårdsprodukter och OTC-läkemedel.

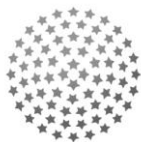
### JANUARI-SEPTEMBER 2017 (NIO MÅNADER)

- Nettoomsättningen uppgick till 1 594 Mkr (1 223).
- Rörelseresultat före av- och nedskrivningar, EBITDA, uppgick till 131 Mkr (88), före poster av engångskaraktär, motsvarande en marginal på 8,2 procent (7,2).
- Periodens resultat uppgick till 50 Mkr (29), motsvarande ett resultat per aktie på 1,15 kr (1,02) före och efter utspädning.
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 98 Mkr (11).



#### 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)



midsona

**Pressmeddelande**  
Malmö den 20 oktober 2017

Sid 2

## Koncernchefens kommentar

### Fortsatt förbättrad försäljning och resultat

Midsonas försäljning tredje kvartalet ökade med 11 procent och uppgick till 579 Mkr (522). Det underliggande operativa resultatet, mätt som EBITDA före engångsposter, blev 52 Mkr (42) och är det bästa någonsin i koncernens historia. EBITDA-marginalen ökade till 9,0 procent (8,0). Marginalförbättringen är huvudsakligen ett resultat av koncernens långsiktiga förändringsarbete.

### Förvärvet av Bringwell strategiskt viktigt

Midsona tillträdde förvärvet av Bringwell i början av det tredje kvartalet. Det är strategiskt viktigt då det väsentligt förstärker företagets position i segmentet för egenvårdsprodukter. 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. Integrationen av Bringwell i Midsonas verksamhet påbörjades under det tredje kvartalet. Redan i det tredje kvartalet har integrationen kommit långt och alla relaterade omstruktureringskostnader är tagna. Förvärvet väntas som tidigare meddelats realisera kostnadssynergier från effektivisering inom försäljning, marknadsföring och administration. Synergierna uppskattas till 50-60 miljoner kronor på årsbasis och de förväntas vara fullt realiserade vid utgången av 2018. Det finns även möjligheter till tillväxtsynergier genom ökad försäljning till följd av att bolagen har kompletterande produkter och försäljningskanaler.

### Konsolidering av den nordiska marknaden via förvärv

Midsona har som vision att bli ledande i Norden inom hälsa och välbefinnande. När visionen lanserades byggde den på insikten att marknaden var fragmenterad och med få starka varumärken. Midsona har under de senaste åren förvärvat ett till två bolag per år i Norden och därmed aktivt deltagit i konsolideringen av marknaden. Förvärven har integrerats i Midsona och betydande synergier har därmed kunnat realiseras. Förvärvade varumärken har förädlats och lanserats i nya kanaler och på nya geografiska marknader. Midsona är idag ledande inom hälsa och välbefinnande i Norden. Vi ser fortsatta möjligheter till tilläggsförvärv, men huvudfokus i Norden kommer framöver att ligga på att skapa organisk tillväxt för våra prioriterade varumärken. Dessutom ska kostnadseffektiviteten successivt förbättras genom långsiktigt förändringsarbete.

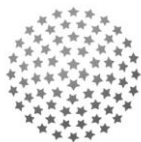
### Blicken mot Europa

I och med att vi skapat en marknadsledande plattform i Norden är det nu naturligt att lyfta blicken mot Europa. Under våren har vi gjort en analys av marknaden för hälsa och välbefinnande i Europa. Vi har kunnat konstatera att den är fragmenterad på samma vis som den nordiska då vi startade vår förvärvsresa. Företrädesvis består marknaden av



#### 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)



midsona

**Pressmeddelande**  
Malmö den 20 oktober 2017

Sid 3

privatägda bolag med positioner i någon eller några nischer. Vi har identifierat ett antal intressanta objekt och kommer nu att börja undersöka möjligheterna till förvärv.

### **Fortsatta möjligheter till försäljningstillväxt och resultatförbättring**

Den starka utvecklingen till trots är bedömningen att det finns möjligheter till fortsatt försäljningsökning och resultatförbättring genom att accelerera tillväxten för våra varumärken, fortsatt långsiktigt förändringsarbete, integrera förvärvade Bringwell samt fler förvärv. Vi har nått vår vision att bli ledande inom hälsa och välbefinnande i Norden. Det har varit en framgångsrik resa som kontinuerligt skapat aktieägarvärde. Det är nu naturligt att höja ambitionsnivån. Vi förbereder för nya förvärv utanför Norden med visionen att på sikt bli ett av de ledande bolagen inom hälsa och välbefinnande i Europa.

Peter Åsberg, VD och koncernchef

*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. Informationen lämnades genom Lennart Svenssons försorg för offentliggörande den 20 oktober 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, 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)