

BOKSLUTSKOMMUNIKÉ 2017

Ökad omsättning och väsentligt förbättrade marginaler

OKTOBER-DECEMBER 2017 (FJÄRDE KVARTALET)

- Nettoomsättningen uppgick till 579 Mkr (521).
- Rörelseresultat före av- och nedskrivningar, EBITDA, uppgick till 59 Mkr (46), före poster av engångskaraktär, motsvarande en marginal på 10,2 procent (8,8).
- Periodens resultat uppgick till 34 Mkr (16), motsvarande ett resultat per aktie på 0,75 kr (0,39) före utspädning och 0,74 kr (0,39) efter utspädning.
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 54 Mkr (58).
- Midsona ingick ett avtal med HRA Pharma, om att representera några av bolagets varumärken i Norden. Avtalet beräknas generera en nettoomsättning om drygt 100 Mkr på årsbasis

JANUARI-DECEMBER 2017 (HELÅR)

- Nettoomsättningen uppgick till 2 173 Mkr (1 744).
- Rörelseresultat före av- och nedskrivningar, EBITDA, uppgick till 190 Mkr (134), före poster av engångskaraktär, motsvarande en marginal på 8,7 procent (7,7).
- Periodens resultat uppgick till 84 Mkr (45), motsvarande ett resultat per aktie på 1,91 kr (1,42) före utspädning och 1,89 kr (1,42) efter utspädning.
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 152 Mkr (69).
- Utdelning för 2017 föreslås till 1,25 kr per aktie (1,10), motsvarande 57 510 080 kr (46 911 128).



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 2 173 Mkr år 2017. Midsonaaktien (MSON) är noterad på NASDAQ OMX Stockholm, Mid Cap. Läs mer om Midsona på www.midsona.com

Koncernchefens kommentar

Ökad omsättning och väsentligt förbättrade marginaler

2017 blev ännu ett år med god försäljnings- och resultatutveckling. Både vårt absoluta resultat och våra marginaler steg väsentligt. I fjärde kvartalet levererade Midsona för första gången en tvåsiffrig EBITDA-marginal, före poster av engångskaraktär, på 10,2% (8,8). Nettoomsättningen i fjärde kvartalet uppgick till 579 Mkr (521) och EBITDA blev 59 Mkr (46), före poster av engångskaraktär.

Effektiv förvärvsmodell

Midsona inledde för 6-7 år sedan en nordisk förvärvsresa. Successivt har vi etablerat en ledande position inom hälsa och välbefinnande i Norden. Vi har förfinat förvärvs- och integrationsmodellen och har nu en strukturerad modell för hur vi genomför våra förvärv, vilka bolag vi förvärvar och hur vi integrerar dem. Förvärvet av Bringwell är ett bra exempel. Midsona tillträdde i början av tredje kvartalet och integrationen påbörjades omedelbart. Redan under hösten bidrog realiserade synergier positivt till resultatet. Integrationen förväntas vara fullt genomförd första halvåret 2018 och bedömningen är fortsatt att synergier på 50-60 Mkr på årsbasis kan realiseras.

Nordisk plattform

Midsona har en effektiv organisation baserad på en bred nordisk plattform. Vi har framgångsrikt lanserat egna varumärken såsom Friggs i Norden, men också vunnit nordiska distributionsuppdrag. I december 2017 tecknade vi ett viktigt avtal med HRA Pharma, ett franskt snabbväxande konsumenthälsobolag, om att representera några av deras varumärken i Norden, varav Compeed® är det enskilt största. Produkterna passar väl in i vårt sortiment och etablerar oss i kategorin fotvård, där vi tidigare inte haft närvaro. Avtalet beräknas bidra med drygt 100 Mkr till Midsonas försäljning på årsbasis med en lönsamhet väl i linje med övriga portföljen. Midsona tar över försäljningen av Compeed® under februari 2018 och ytterligare ett varumärke med planerad försäljningsstart under det andra kvartalet.

Blicken mot Europa

Under 2017 reviderade vi vår vision att "vara ledande i Norden" till att "vara en av de ledande i Europa" inom hälsa och välbefinnande. Utgångspunkten för vår europeiska satsning är att mycket talar för att utvecklingen som skett i Norden även kommer att ske i övriga Europa. Norden har en hög konsumtion av hälsosamma och ekologiska produkter och kurvorna börjar allt tydligare att peka uppåt även i övriga Europa. Den nordiska marknaden för hälsa och välbefinnande var fragmenterad med många mindre och medelstora familjebolag för 6-7 år sedan. Det finns stora strukturella likheter mellan västra Europa idag och Norden då.

Fokus på hållbarhet

För Midsona är hållbarhet viktigt på ett naturligt sätt. Urtekram blev 2017 utsett till Danmarks mest hållbara varumärke och Kung Markatta blev nia i Sverige i undersökningen "Sustainable Brand Index". Som ansvarstagande företag arbetar vi med frågorna i stort, men framför allt arbetar vi med dem till vardags. Ekologi, hälsa och hållbarhet är en central del av vårt erbjudande, som vi levererar genom våra produkter och under 2018 ska vi tydliggöra vilka hållbarhetsmål vi har och hur vi ska arbeta för att nå dem.



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 2 173 Mkr år 2017. Midsonaaktien (MSON) är noterad på NASDAQ OMX Stockholm, Mid Cap. Läs mer om Midsona på www.midsona.com

Förbättrat kassaflöde och förslag på höjd utdelning

Kassaflödet från den löpande verksamheten är en viktig indikator på våra framsteg och mer än fördubblades till 152 Mkr (69) under 2017. Vi har sålunda börjat skapa manöverutrymme för nya expansiva förvärv. Starka kassaflöden är också en förutsättning för en generös utdelningspolitik. Styrelsen föreslår att utdelningen höjs till 1,25 kr (1,10) per aktie för 2017.

Prioriteringar för 2018

Huvudfokus under 2018 kommer att vara att optimera vår nordiska plattform och därmed skapa bästa förutsättningar för tillväxt för våra varumärken. Parallellt skall integrationen av Bringwell slutföras så att de kommunicerade synergierna kan realiseras fullt ut. Midsona utesluter inte fler förvärv i Norden men framförallt kommer förvärvsfokus att ligga på västra Europa utanför Norden. Midsona förväntar sig att omsättningen och EBITDA kommer att öka under 2018.

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 och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades genom Lennart Svenssons försorg för offentliggörande den 9 februari 2018 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 2 173 Mkr år 2017. Midsonaaktien (MSON) är noterad på NASDAQ OMX Stockholm, Mid Cap. Läs mer om Midsona på www.midsona.com