

Delårsrapport januari-mars 2018

Stark försäljningstillväxt och väsentligt förbättrad EBITDA

JANUARI-MARS 2018 (FÖRSTA KVARTALET)

- Nettoomsättningen uppgick till 610 Mkr (521).
- EBITDA uppgick till 57 Mkr (45), motsvarande en marginal på 9,3 procent (8,6).
- Periodens resultat uppgick till 39 Mkr (24), motsvarande ett resultat per aktie på 0,85 kr (0,56) före utspädning och 0,84 kr (0,56) efter utspädning.
- Fritt kassaflöde uppgick till -4 Mkr (30).
- OMX Nasdaq Stockholm beslutade om att flytta Midsona från Small Cap till Mid Cap, vilket trädde i kraft den 1 januari 2018.

Koncernchefens kommentar

Organisk och förvärvsdriven tillväxt

Midsonas försäljning ökade med 17 procent till 610 Mkr i första kvartalet till följd av tillväxt inom alla fyra geografiska affärsområden. Tillväxten var både förvärvsdriven



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, ESKIMO-3, FRIGGS, HELIOS, KUNG MARKATTA, MIWANA, NATURDIET 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

och organisk. Den valutajusterade organiska tillväxten var 3 procent. EBITDA ökade med 27 procent till 57 Mkr (45). EBITDA-marginalen ökade till 9,3 procent (8,6). Periodens resultat blev 39 Mkr (24).

God utveckling trots delvis utmanande förutsättningar

Även om försäljningen och resultatet visade god tillväxt var förutsättningarna i kvartalet delvis utmanande. Påsken är traditionellt en svag period för hälsoprodukter och 2018 utgjorde inget undantag. Påsken inföll i mars i år och i april i fjol. Kvartalet avslutades sålunda svagt. Den historiskt starka euron gentemot den svenska kronan har haft signifikant negativ påverkan på koncernens bruttomarginal. Ambitionen är nu att prisjustera för att helt eller delvis kompensera för den negativa valutaeffekten. Kassaflödet var också temporärt svagt framför allt till följd av planerad lageruppbyggnad i samband med systembyte i Danmark och övertagande av HRA Pharma-portföljen i slutet av kvartalet.

Organisk tillväxt för varumärkesportföljen

Midsona har under de senaste åren valt att väsentligt fokusera varumärkesportföljen med ambitionen att bygga marknadsledande varumärken i tre huvudsakliga produktkategorier: ekologiskt, hälsolivsmedel och egenvård. Fokuseringen har varit nödvändig och kommer att fortgå då en allt för komplex varumärkesportfölj påverkar lönsamheten negativt. De senaste åren vi haft en svag eller till och med negativ organisk tillväxt i takt med att vi rensat ut icke-presterande produkter och varumärken. Desto mer glädjande är det därför att kunna uppvisa organisk tillväxt igen. Koncernens egenvårdsprodukter utvecklades överlag väldigt positivt och mot slutet av kvartalet började också HRA Pharma-avtalet med licensrättigheten till Compeed i Norden att ge effekt. Hälsolivsmedel med Friggs i spetsen hade också en stark utveckling. Däremot syntes en tydlig avmattning i tillväxten för koncernens ekologiska produkter.



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, ESKIMO-3, FRIGGS, HELIOS, KUNG MARKATTA, MIWANA, NATURDIET 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

Prioriteringar för resten av 2018

Grunden för Midsonas verksamhet är våra prioriterade varumärken samt ett antal strategiska försäljningsuppdrag i Norden. Huvudfokus under 2018 kommer att vara att fortsatt utveckla dessa genom produktinnovation, konsumentmarknadsföring och effektiv säljbearbetning. Parallellt skall integrationen av förvärvade Bringwell slutföras så att de utlovade synergier kan realiseras fullt ut. Midsona utesluter inte fler förvärv i Norden, men framför allt 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. Informationen lämnades genom Lennart Svenssons försorg för offentliggörande den 25 april 2018 kl 08:00 CET.



naturdiet

DALBLADS **ESKIMO-3**
Sports Nutrition



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, ESKIMO-3, FRIGGS, HELIOS, KUNG MARKATTA, MIWANA, NATURDIET 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