

Delårsrapport januari-september 2015

Stark försäljningsutveckling driven av förvärvade Urtekram

JULI-SEPTEMBER 2015 (TREDJE KVARTALET)

- Nettoomsättningen uppgick till 367 Mkr (228).
- EBITDA uppgick till 31 Mkr (25), före poster av engångskaraktär
- Rörelseresultatet, EBIT, uppgick till 25 Mkr (22), före poster av engångskaraktär.
- Engångsposter belastade rörelseresultatet med 14 Mkr (-).
- Periodens resultat uppgick till 39 Mkr (18).
- Resultat per aktie före och efter utspädning uppgick till 1,63 kr (0,79).
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 30 Mkr (23).

JANUARI-SEPTEMBER 2015 (NIO MÅNADER)

- Nettoomsättningen uppgick till 822 Mkr (692).
- EBITDA uppgick till 60 Mkr (57), före poster av engångskaraktär.
- Rörelseresultatet, EBIT, uppgick till 47 Mkr (47), före poster av engångskaraktär.
- Engångsposter belastade rörelseresultatet med 22 Mkr (-3).
- Periodens resultat uppgick till 50 Mkr (38).
- Resultat per aktie före och efter utspädning uppgick till 2,16 kr (1,67).
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 67 Mkr (41).



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. Våra prioriterade varumärken: DALBLADS, FRIGGS, MIWANA, MYGGA, NATURDIET, SUPERNATURE, TRI TOLONEN och URTEKRAM. Midsona omsatte 920 Mkr år 2014. Midsona-aktien (MSON) är noterad på NASDAQ OMX Stockholm, Mindre bolag. Läs mer om Midsona på www.midsona.com

För mer information vänligen kontakta:
VD och koncernchef Peter Åsberg, +46
(0)730 26 16 32.

Koncernchefens kommentar

Vid starten av tredje kvartalet tillträdde Midsona förvärvet av Urtekram. Det är strategiskt viktigt då det etablerar oss i det växande segmentet för ekologiska livsmedel. Samtidigt får vi en plattform i Danmark och har därmed en stark närvaro i samtliga nordiska marknader.

För att behålla affärsfokus under integrationen har vi under kvartalet lagt mycket energi på att skapa trygghet, framåtblick och engagemang i organisationen. Det är därför med särskild glädje och stolthet jag kan konstatera att försäljningen ökar med 61 % i kvartalet, betydligt mer än de 47 % som förvärvet bidrar med proforma.

Det underliggande operativa resultatet, mätt som EBITDA före engångsposter, är det bästa i Midsonas historia trots att vi än så länge inte realiserat några kostnadssynergier från förvärvet. Vi räknar med att få viss synergieffekt i fjärde kvartalet 2015 och i stort sett full effekt under första kvartalet 2016 och ligger därmed före vår tidplan. Kostnadssynergier var tidigare uppskattade till cirka 15 Mkr på årsbasis, men revideras nu upp till cirka 20 Mkr. Engångskostnader om 8 Mkr för omstruktureringen samt förvärvsrelaterade kostnader om 6 Mkr belastar resultatet i tredje kvartalet.

Många av våra prioriterade varumärken såsom Friggs, Mygga och Miwana hade en positiv utveckling i kvartalet. Dock, i slutet av kvartalet publicerade Livsmedelsverket en rapport angående möjlig förekomst av oorganisk arsenik i ris och risprodukter. EU utformar för närvarande en ny lagstiftning avseende gränsvärden för innehåll av oorganisk arsenik i risprodukter. De riskakor som Midsona saluför ligger under EUs föreslagna gränsvärden. På grund av publiciteten kring Livsmedelsverkets rapport har försäljningen av Midsonas riskakor påverkats negativt. Vi vidtar nu ett flertal åtgärder för att motverka ett förväntat försäljningstapp. Bland annat lanserar Friggs i oktober ett antal nya majsbaserade produkter.

Under fjärde kvartalet kommer integrationen av Urtekram att fortsätta. Identifierade kostnadssynergier skall realiseras samtidigt som det är vår ambition att ha en fortsatt hög tillväxt. Urtekram är väl positionerat på marknaden för ekologiska livsmedel som för tillfället växer kraftigt i alla nordiska länder och särskilt stark är den i Sverige. Vi ser därför goda möjligheter till en fortsatt stark tillväxt. Därmed skall vi ta fortsatta steg mot vår vision att bli ledande inom hälsa och välbefinnande i Norden.

Peter Åsberg, VD och koncernchef

Informationen i detta pressmeddelande är sådan som Midsona AB skall offentliggöra enligt lagen om värdepappersmarknaden och/eller lagen om handel med finansiella instrument. Informationen lämnades för offentliggörande den 23 oktober 2015 kl 08.00.



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. Våra prioriterade varumärken: DALBLADS, FRIGGS, MIWANA, MYGGA, NATURDIET, SUPERNATURE, TRI TOLONEN och URTEKRAM. Midsona omsatte 920 Mkr år 2014. Midsona-aktien (MSON) är noterad på NASDAQ OMX Stockholm, Mindre bolag. Läs mer om Midsona på www.midsona.com

För mer information vänligen kontakta:
VD och koncernchef Peter Åsberg, +46
(0)730 26 16 32.