

## DELÅRSRAPPORT JANUARI-MARS 2016

# Stark försäljningstillväxt och förbättrat resultat

### JANUARI-MARS 2016 (FÖRSTA KVARTALET)

- Nettoomsättningen uppgick till 350 Mkr (232).
- Rörelseresultat före av- och nedskrivningar, EBITDA, uppgick till 23 Mkr (5). Poster av engångskaraktär ingick i jämförelseperioden med -10 Mkr.
- Periodens resultat uppgick till 11 Mkr (-1).
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 20 Mkr (14).
- Ulrika Palm tillträdde som chef för affärsområde Sverige och ingår som medlem i koncernledningen.

### Koncernchefens kommentar

#### Midsona uppvisar stark tillväxt

Midsonas försäljning första kvartalet ökade med 51 % och uppgick till 350 Mkr (232). Rörelseresultat före av- och nedskrivningar (EBITDA) uppgick till 23 Mkr (5). Resultatet motsvarande kvartal föregående år påverkades av engångskostnader om totalt 10 Mkr relaterade till stängningen av Dalblads produktionsanläggning i Stenkullen.



#### 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 1 174 Mkr år 2015. Midsona-aktien (MSON) är noterad på NASDAQ OMX Stockholm, Mindre bolag. Läs mer om Midsona på [www.midsona.com](http://www.midsona.com)

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

### **Ekologiska produkter driver tillväxten**

I och med förvärvet av Urtekram står ekologiska produkter för cirka 40 % av Midsonas försäljning i kvartalet. Bolaget är sålunda väl positionerat inom både ekologiska livsmedel och kroppsvårdsprodukter. Utvecklingen var stark för Urtekram under det första kvartalet. Världsmarknaden för ekologiska livsmedel ökade med cirka 10 % under 2015. Norden är i flera avseenden ledande inom området. Marknadsandelen för ekologiska livsmedel är 8,3 % i Danmark, vilket är den högsta siffran i världen, tätt följt av Sverige med 7,7 %. I Danmark ökade försäljningen av ekologiska livsmedel preliminärt med 10 % år 2015 och i Sverige var ökningen hela 39 %. Även Norge och Finland uppvisar fina ökningstal men från lägre nivåer.

### **Fortsatt hög lanseringstakt**

Konsumentrelevanta produktlanseringar är viktiga för att skapa organisk tillväxt. Takten har varit fortsatt hög under inledningen av 2016. Särskilt viktig är lanseringen av inte mindre än 12 olika majskakor som komplement till riskakor under varumärket Friggs. Produkterna har fått ett gott mottagande i handeln. Lanseringen av Urtekram utanför hemmamarknaden, Danmark, fortsatte under första kvartalet och framför allt i Sverige har vi ökat försäljningen väsentligt.

### **Starkt kassaflöde minskar skuldsättning**

I och med förvärvet av Urtekram ökade Midsonas skuldsättning. Ambitionen har varit och är att generera starka kassaflöden från den löpande verksamheten för att minska nettoskulden alternativt skapa utrymme för nya förvärv. Kassaflödet från den löpande verksamheten uppgick till 20 Mkr (14) i kvartalet och på rullande 12 månaders basis är kassaflödet 93 Mkr. Kombinationen av starka kassaflöden och förbättrad EBITDA gör att relationen nettoskuld/EBITDA nu uppgår till 2,8 ggr att jämföra med 3,9 ggr föregående kvartal. Då detta nyckeltal med viss eftersläpning påverkar våra räntenivåer kommer vi, allt annat lika, att få lägre finansiella kostnader framöver.

### **Fokus på kund och konsument**

Under första kvartalet slutfördes integrationen av Urtekram. Organisationerna i de olika affärsområdena är nu sammanslagna. De indikerade initiala kostnadsbesparingarna är realiserade och börjar ge full effekt från det andra kvartalet. I och med att integrationsprocessen med ökat internt fokus som följd nu är över, kan vi återigen ha fullt externt fokus mot kund och konsument. Vi har stora möjligheter med vårt enskilt största varumärke, Urtekram. Kombinationen av en växande marknad för ekologiska produkter och Midsonas marknadskraft borgar för fortsatta försäljningsökningar. Vi har också goda



#### **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 1 174 Mkr år 2015. Midsona-aktien (MSON) är noterad på NASDAQ OMX Stockholm, Mindre bolag. Läs mer om Midsona på [www.midsona.com](http://www.midsona.com)

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



tillväxtpotentialer för de flesta av våra prioriterade varumärken. Vi fortsätter resan 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 27 april 2016 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 1 174 Mkr år 2015. Midsona-aktien (MSON) är noterad på NASDAQ OMX Stockholm, Mindre bolag. Läs mer om Midsona på [www.midsona.com](http://www.midsona.com)

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