

DELÅRSRAPPORT JANUARI-MARS 2022

Successiv förbättring i kvartalet med stöd av prisökningar

Januari–mars 2022 (första kvartalet)

- Nettoomsättningen uppgick till 972 Mkr (965).
- EBITDA uppgick till 62 Mkr (92) och EBITDA, före jämförelsestörande poster uppgick till 62 Mkr (94), motsvarande en marginal på 6,4 procent (9,7).
- Rörelseresultat uppgick till 22 Mkr (54) och rörelseresultat, före jämförelsestörande poster uppgick till 22 Mkr (56), motsvarande en marginal på 2,3 procent (5,8).
- Periodens resultat uppgick till 12 Mkr (33), motsvarande ett resultat per aktie på 0,17 kr (0,50) före och efter utspädning.
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till –8 Mkr (–19).
- Det globala miljöinitiativet CDP utsåg Midsona till en Supplier Engagement Leader för sitt engagemang längs hela leverantörskedjan innebärande ett av de bästa företagen globalt när det kommer till klimatförändringsstrategi och ledarskap.
- Prishöjningar implementerades med positiv effekt på bruttomarginalen, vilken förstärktes med 2,2 procentenheter jämfört med föregående kvartal. Ytterligare prishöjningar initierades efter fortsatt stigande priser på insatsvaror, transporter och energi.

Viktig händelse efter rapportperiodens utgång

- Det beslutades om ett omstruktureringsprogram för att stärka konkurrenskraften, där kostnadsbasen ska minskas med 40 Mkr på årsbasis. Omstruktureringskostnader kommer belasta årets resultat 2022.



Om Midsona AB

Midsona utvecklar och marknadsför starka varumärken inom hälsa och välbefinnande med produkter som hjälper människor till ett mer hälsosamt och hållbart liv och till en ökad insikt om råvarans ursprung och transparens kring innehåll. Midsonaaktien (MSON) är noterad på NASDAQ OMX Stockholm, Mid Cap. Läs mer om Midsona på www.midsona.com.

Koncernchefens kommentar

Första kvartalet var fortsatt utmanande och påverkades i stor utsträckning av situationen i Ukraina och ett ökande inflationstryck. Vi genomför nu ett antal åtgärder som gör att vi ser positivt på framtiden.

Omsättningen förbättrades successivt under kvartalet

Initialt sett var försäljningsutvecklingen svag men vände till en god återhämtning i mars, som blev den starkaste försäljningsmånaden sedan oktober 2020. Den positiva trenden har fortsatt i början av april med en fin försäljningsökning jämfört med föregående år. Försäljningen första kvartalet var starkast för våra större varumärken i kategorierna hälsolivsmedel och konsumenthälsoprodukter medan det var fortsatt utmanande för ekologiska produkter, även om försäljningen i kategorin successivt återhämtade sig i perioden.

Överlag utvecklades försäljningen för våra egna varumärken relativt sett bättre än för licensierade varumärken och kontraktstillverkning. Under kvartalet gjorde vi ett antal selektiva marknadsinvesteringar i några av våra egna varumärken som gav god utdelning. Vid en jämförelse mot samma period föregående år är det dock viktigt att komma ihåg att jämförelsetalen är relativt starka eftersom stora delar av Europa var i lockdown.

Under första kvartalet lanserade vi bland annat Friggs majs-kaka Taco med gott konsumentmottagande. Vi ökade också distributionen av växtbaserade köttalternativ på den spanska marknaden. Vi genomförde bland annat våra första leveranser till Mercadona, men vi förväntar oss den största effekten från mitten av april när den nationella uttullningen i dagligvaruhandeln börjar. Under andra kvartalet kommer vi också att genomföra våra första leveranser i ett par nya private label kontrakt i Frankrike. Dessa nya volymer kommer att stärka omsättningen från och med andra kvartalet.

Fortsatta prisökningar på insatsvaror, transporter och energi

Under kvartalet har vi sett fortsatta prisökningar på råvaror, färdigvaror, förpackningsmaterial, transporter och energi, där till exempel gaspriserna för våra produktionsanläggningar i Tyskland stigit markant. Det stigande priset på konstgödsel, som slagit hårt mot matproduktionen världen över, har haft mindre betydelse för Midsona då ungefär hälften av vårt utbud utgörs av ekologiska produkter där kemisk gödning inte används.

De problem vi såg i försörjningskedjan i slutet av förra året har också förvärrats med fortsatta transportproblem och bristsituationer på vissa rå- och insatsvaror. Vi har dock klarat oss bättre nu än i höstas eftersom vi har en bättre beredskap. De åtgärder vi vidtagit för att förbättra leveranskedjan för att få större säkerhet i varuförsörjningen har gett effekt. Volatiliteten i råvarupriser och valutor (framför allt USD och EUR) har dock varit en kontinuerlig utmaning. Sammantaget har vi genom god framförhållning på det stora hela lyckats hålla uppe vår servicegrad.



Om Midsona AB

Midsona utvecklar och marknadsför starka varumärken inom hälsa och välbefinnande med produkter som hjälper människor till ett mer hälsosamt och hållbart liv och till en ökad insikt om råvarans ursprung och transparens kring innehåll. Midsonaaktien (MSON) är noterad på NASDAQ OMX Stockholm, Mid Cap. Läs mer om Midsona på www.midsona.com.

Våra prisökningar började slå igenom, men kommer följas av nya

För att hålla uppe vår bruttomarginal och kompensera för prisökningarna initierade vi redan under fjärde kvartalet prisökningar som började ge effekt under första kvartalet och fick full effekt under mars månad, det vill säga något tidigare än vi initialt räknat med. Kriget mot Ukraina eldade dock ytterligare på kostnadsinflationen och vi initierade därför ytterligare prishöjningar som beräknas få fullt genomslag under tredje kvartalet.

Våra nya prishöjningar har generellt mottagits väl eftersom kostnadsinflationen och dess orsaker är väl kända. På våra nyckelmarknader Danmark och Tyskland tar det dock något längre tid för våra prisökningar att få genomslag eftersom vi har en relativt sett större andel kontraktstillverkning på dessa marknader.

Kostnaderna ska minskas med 40 miljoner kronor

Trots egna prisökningar och generellt god kostnadskontroll har kostnadsinflationen haft en betydande negativ effekt på vårt resultat. För att stärka resultatet initierar vi ett omstruktureringsprogram som bland annat inbegriper strukturella förändringar inklusive personalneddragningar. I möjligaste mån kommer neddragningarna ske genom att kontrakt med inhyrd personal avslutas samt naturlig personalavgång. Ambitionen är att sänka kostnaderna med 40 miljoner kronor på årsbasis. Omstruktureringsprogrammet kommer att medföra omstruktureringskostnader i årets resultat under 2022.

Vi ser framåt med tillförsikt, ett antal åtgärder kommer stärka resultatet

Vi är fullt fokuserade på att stärka vårt resultat. Våra prisökningar har generellt god acceptans och kommer successivt att få genomslag. Vi fortsätter att förstärka vår leveranskedja. Merparten av våra egna varumärken går starkt och vi bedömer att de tar marknadsandelar. Vi stärker vårt ekologiska sortiment och genomför ett kostnadsbesparande åtgärdsprogram. Jag ser framtiden an med tillförsikt, trots nuvarande utmaningar och osäkerheten i omvärlden. Den starka underliggande konsumenttrenden för våra hållbara och växtbaserade produkter fortsätter.

Peter Åsberg
VD och koncernchef

För mer information vänligen kontakta CEO och koncernchef Peter Åsberg, +46 (0)730 26 16 32 eller CFO Max Bokander, +46 (0)708 65 13 64

Denna information är sådan information som Midsona AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning. Informationen lämnades genom Peter Åsbergs och Max Bokanders försorg för offentliggörande den 28 april 2022 kl. 08:00 CEST.



Om Midsona AB

Midsona utvecklar och marknadsför starka varumärken inom hälsa och välbefinnande med produkter som hjälper människor till ett mer hälsosamt och hållbart liv och till en ökad insikt om råvarans ursprung och transparens kring innehåll. Midsonaaktien (MSON) är noterad på NASDAQ OMX Stockholm, Mid Cap. Läs mer om Midsona på www.midsona.com.