

HALVÅRSRAPPORT JANUARI-JUNI 2022

Midsona halvårsrapport januari-juni 2022

God försäljningsutveckling i kvartalet

April–juni 2022 (andra kvartalet)

- Nettoomsättningen uppgick till 956 Mkr (903).
- EBITDA, före jämförelsestörande poster uppgick till 34 Mkr (78), motsvarande en marginal på 3,6 procent (8,6) och EBITDA uppgick till 28 Mkr (89).
- Rörelseresultat, före jämförelsestörande poster uppgick till –7 Mkr (39), motsvarande en marginal på –0,7 procent (4,3) och rörelseresultat uppgick till –13 Mkr (42).
- Periodens resultat uppgick till –20 Mkr (24), motsvarande ett resultat per aktie på –0,28 kr (0,37) före och efter utspädning.
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 54 Mkr (–29).
- Det beslutades om ett omstruktureringsprogram för att stärka konkurrenskraften, där kostnadsbasen ska minskas med 40 Mkr på årsbasis. Omstruktureringskostnader belastade periodens resultat med 6 Mkr.

Januari–juni 2022 (sex månader)

- Nettoomsättningen uppgick till 1 928 Mkr (1 868).
- EBITDA, före jämförelsestörande poster uppgick till 96 Mkr (172), motsvarande en marginal på 5,0 procent (9,2) och EBITDA uppgick till 90 Mkr (181).
- Rörelseresultat, före jämförelsestörande poster uppgick till 15 Mkr (95), motsvarande en marginal på 0,8 procent (5,1) och rörelseresultat uppgick till 9 Mkr (96).



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.

- Periodens resultat uppgick till –8 Mkr (57), motsvarande ett resultat per aktie på –0,11 kr (0,88) före och –0,11 kr (0,87) efter utspädning.
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 46 Mkr (–48).

Koncernchefens kommentar

Andra kvartalet var fortsatt utmanande och präglades av ett ökande inflationstryck. Samtidigt såg vi en god efterfrågan för våra produkter och förutser ett fortsatt stort konsumentintresse för hälsosamma val. För att möta den exceptionella kostnadsinflationen genomför vi ett antal åtgärder med ambitionen att fullt ut kompensera för kostnadsökningarna.

Organisk tillväxt vittnar om god efterfrågan

Försäljningen under kvartalet var 956 Mkr (903), vilket för oss är ett bevis på att konsumenter vill fortsätta att äta hälsosamt och är beredda att betala för det. Vi såg en fortsatt stark utveckling för våra egna konventionella varumärken och våra konsumenthälsovarumärken samtidigt som vår ekologiska försäljning, som var mycket stark under pandemin, utvecklades svagare. Överlag är vår marknadsanalys, vilken delas av oberoende marknadsbedömare, att konsumenter kommer att fortsätta att prioritera hälsosam mat.

Fortsatta prisökningar på alla insatsvaror

Kriget i Ukraina, transportproblem och ofördelaktig valutakursutveckling ledde under första halvåret till bristsituationer och fortsatta dramatiska prisökningar för i stort sett alla insatsvaror. Prisökningarna implementerades enligt plan, men tillkommande kostnadsinflation under andra kvartalet var så pass hög att resultatet för kvartalet, trots ökad försäljning och kostnadsbesparande åtgärder, försämrades jämfört med samma period föregående år.

Egna prisökningar mottas generellt väl

Vi har som ambition att fullt ut kompensera för kostnadsinflationen genom att så snabbt som möjligt föra över kostnadsökningarna i nästa led och har därför aviserat nya prisökningar. Ett antal av dessa har eller kommer att ge effekt redan under juli månad och de kommer att följas av ytterligare prisökningar senare under innevarande kvartal. Våra prishöjningar har generellt mottagits väl eftersom kostnadsinflationen och dess orsaker är väl kända.



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.

Fortsatt kostnadsutveckling svår att förutspå

När det gäller den fortsatta kostnadsutvecklingen för insatsvaror är det svårt att ge en prognos och volatiliteten i både råvarupriser och valutor (framför allt USD och EUR) är en kontinuerlig utmaning. Riktningen för många priser är fortfarande uppåt, men inte lika dramatiskt som tidigare. Prisläget kommer naturligtvis till stor del att bestämmas av utfallet av årets skördar, något vi bevakar noga.

Fullt fokus på kostnadskontroll, initierat program löper enligt plan

För att stärka resultatet initierade vi under inledningen av andra kvartalet ett omstruktureringsprogram med ambitionen att sänka kostnaderna med 40 Mkr på årsbasis. Programmet löper enligt plan och har under kvartalet medfört en minskning av antalet anställda inom administrativa funktioner med 5 procent. Dessutom har vi identifierat och implementerat ytterligare kostnadsbesparingar utöver det aviserade programmet.

Förstärkt leveranskedja och starkt kassaflöde

De åtgärder som genomfördes under första halvåret för att förbättra leveranskedjan i syfte att få större säkerhet i varuförsörjningen gav under kvartalet god effekt. Vi har exempelvis i god tid fått in råvaror för högsäsongen i utleveranser av torkad frukt och nötter inför julhelgen, något som inte var fallet föregående år och medförde extra kostnader för inköp av råvaror på spotmarknaden. Tack vare en förstärkt leveranskedja har vi i år en betydligt bättre planering inför den viktiga julsäsongen. Den goda planeringen medförde dock en ökad kapitalbindning i varulager. Trots det var fritt kassaflöde i kvartalet relativt starkt, 53 Mkr (-35).

Vi ser framåt med tillförsikt

Sammantaget är vi fullt fokuserade på att stärka vårt resultat och gläds över den stabila försäljningen, som är ett gott tecken på att intresset för hälsosam mat fortsatt är högt. Vi ser inga tecken på en minskad efterfrågan på våra produkter. Trots prisökningar gör konsumenterna hållbara val vilket märks i att våra prisökningar generellt sett har god acceptans och får successivt genomslag. Vi ser framtiden an med tillförsikt. Den starka underliggande konsumenttrenden för 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 och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades genom Peter Åsbergs och Max Bokanders försorg för offentliggörande den 20 juli 2022 kl 8:00 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.