

HALVÅRSRAPPORT JANUARI-JUNI 2016

Midsona stärker sin ekologiska profil och uppvisar förbättrat resultat

APRIL-JUNI 2016 (ANDRA KVARTALET)

- Nettoomsättningen uppgick till 351 Mkr (223).
- Rörelseresultat före av- och nedskrivningar, EBITDA, uppgick till 23 Mkr (14), före poster av engångskaraktär.
- Periodens resultat uppgick till 11 Mkr (12), motsvarande ett resultat per aktie före och efter utspädning på 0,39 kr (0,53).
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till -22 Mkr (23).
- Ett nytt finansieringsavtal tecknades med Danske Bank avseende kreditfaciliteter om totalt 425 Mkr.



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

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

JANUARI-JUNI 2016 (SEX MÅNADER)

- Nettoomsättningen uppgick till 701 Mkr (455).
- Rörelseresultat före av- och nedskrivningar, EBITDA, uppgick till 46 Mkr (29), före poster av engångskaraktär.
- Periodens resultat uppgick till 22 Mkr (11), motsvarande ett resultat per aktie före och efter utspädning på 0,77 kr (0,49).
- Kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till -2 Mkr (37).

VIKTIG HÄNDELSE EFTER RAPPORTPERIODENS UTGÅNG

- Midsona förvärvade Internatural AB, ett företag med en ledande position inom ekologiska livsmedel i Sverige och Norge, med bland annat varumärkena Kung Markatta och Helios.

Koncernchefens kommentar

Midsona - marknadsledaren inom ekologiska kolonialprodukter

Försäljningen av ekologiska varor har vuxit starkt såväl i Norden som globalt under de senaste åren. Särskilt stark har trenden varit i Midsonas största marknad, Sverige, där försäljningen av ekologiska produkter ökade med hela 39 % år 2015. Det ekologiska segmentet förväntas vara i fortsatt tillväxt i Norden de närmaste åren. Genom förvärv är nu Midsona marknadsledande inom ekologiska kolonialprodukter i Norden. För drygt ett år sedan förvärvade Midsona danska Urtekram International A/S. Förvärvet var strategiskt viktigt då det breddade produktportföljen med egna varumärken, såsom Urtekram, positionerade mot attraktiva ekologiska tillväxtsegment. Under det senaste året har Urtekram framgångsrikt integrerats i Midsonas verksamhet. I och med förvärvet av Internatural AB (Internatural) i början av juli 2016 med de ledande ekologiska varumärkena Kung Markatta och Helios tar Midsona nästa steg och blir marknadsledande inom ekologiska kolonialprodukter på alla våra huvudmarknader. Kung Markatta är marknadsledare i Sverige, Helios i Norge samt Urtekram i Danmark och Finland. Urtekram



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

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

är också nummer två i den svenska och norska marknaden. Ekologiska produkter står i och med förvärvet för över hälften av Midsonas försäljning.

Förvärvet av Internatural stärker Midsona

Förvärvet av Internatural är bolagets hittills största. I tillägg till de egna varumärkena Kung Markatta och Helios distribuerar man marknadsledare såsom Alpro, Yogi Tea och Green & Black's. Under räkenskapsåret 2015 redovisade Internatural en nettoomsättning på 637 MSEK och EBITDA på 65 MSEK. Under innevarande räkenskapsår förväntar sig Midsona att Internatural uppnår en väsentligt ökad nettoomsättning och en förbättrad EBITDA. Förvärvade Internatural med Kung Markatta och Helios i kombination med Midsonas varumärken såsom Urtekram och Friggs positionerar oss som en ledande nordisk koncern inriktad på växtbaserade produkter med särskilt fokus på ekologiska produkter.

Goda synergimöjligheter

Synergieffekter kommer att uppnås främst inom inköp, logistik och produktion. Ett exempel är att Midsona har en fullskalig anläggning för produktion av ekologiska livsmedelsprodukter i Mariager i Danmark medan Internatural köpt in alla produkter för Kung Markatta och Helios från tredje part. Bedömningen är att en avsevärd andel av dessa produkter kommer att kunna produceras i Mariager med kostnadsbesparingar som följd. Större inköpsvolymerna skall ge bättre förhandlingsmöjligheter och därmed lägre priser. Under de kommande åren förutses synergier realiseras med en årlig effekt på EBITDA med cirka 35 MSEK, varav cirka 25 MSEK förväntas realiseras innan utgången av 2017.

Finansiering via förvärvslån och företrädesemission

Midsona kommer att finansiera förvärvet av Internatural genom en befintlig kreditfacilitet i kombination med ett förvärvslån från Danske Bank. Cirka hälften av det nya förvärvslånet är i form av ett bryggslån och Midsona planerar att göra en företrädesemission av aktier motsvarande upp till 400 MSEK senare under året, i möjlig kombination med alternativa finansieringslösningar, exempelvis ett obligationslån. Företrädesemissionen kommer att möjliggöra för Midsona att upprätthålla sina nyckeltal och samtidigt fullfölja sina tillväxtmål. Midsonas största aktieägare, Stena Adactum AB, har åtagit sig att teckna sin pro rata-andel i emissionen och utfärda en emissionsgaranti för återstående del av emissionen. Midsona återkommer med ytterligare information till aktieägarna så snart som möjligt.



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

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

Fortsatt förbättring av försäljning och resultat

Midsonas försäljning andra kvartalet ökade med 57 % och uppgick till 351 Mkr (223). Rörelseresultat före av- och nedskrivningar (EBITDA) uppgick till 22 Mkr (16). Justerat för engångsposter var resultatet (EBITDA) 23 Mkr (14). Under det andra kvartalet gjordes större investeringar än normalt i säljfrämjande åtgärder, framförallt för varumärkena Friggs och Urtekram i Sverige. För Friggs handlade det om investeringar i det nya sortimentet av majs-kakor. De har fått ett gott konsumentmottagande med snabbt ökande försäljning som följd. Vi investerade också i fortsatt distributionsuppbyggnad för Urtekram i Sverige. Efterfrågan på ekologiska produkter är mycket stor vilket lett till flaskhalsproblem och extra logistikkostnader. Vi vidtar nu åtgärder för att effektivisera logistikkedjan.

Ledande inom hälsa och välbefinnande i Norden

Midsona har genomfört en stor förändringsresa. Från en spretig struktur med en mängd dotterbolag med olika inriktningar, produkter i allt från läkemedel till tvättmedel och närvaro i princip i alla delar av värdekedjan till ett bolag med fokus på starka varumärken inom tillväxtsegment såsom växtbaserade livsmedel och ekologiska produkter. Flera av koncernens varumärken är nu marknadsledande inom sina respektive segment. Ambitionen är att fortsätta växa dessa varumärken, realisera synergierna från förvärvade Internatural men också att förbereda för nya förvärv. Vi närmar oss vår vision att vara ledande inom hälsa och välbefinnande i Norden.

Peter Åsberg, VD och koncernchef

Denna information är sådan information som Midsona AB är skyldigt att offentliggöra enligt EU:s marknadsmissbruksförordning och lagen om värdepappersmarknaden. Informationen lämnades, genom Lennart Svenssons försorg, för offentliggörande den 15 juli 2016 kl. 08.00 CET



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

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