

Bokslutskommuniké för Midsona

Oktober-december 2010 (fjärde kvartalet)

- Nettoomsättning 284 Mkr (300)
- Rörelseresultat 18 Mkr (12)
- Resultat före skatt 15 Mkr (9)
- Periodens resultat 7 Mkr (4)
- Periodens resultat per aktie före och efter utspädning 0,32 kr (0,23)
- Kassaflöde från den löpande verksamheten 20 Mkr (23)

Januari-december 2010 (helår)

- Nettoomsättning 1 134 Mkr (1 354)
- Rörelseresultat 41 Mkr (48) före och -50 Mkr (96) efter poster av engångskaraktär
- Resultat före skatt 27 Mkr (28) före och -64 Mkr (76) efter poster av engångskaraktär
- Periodens resultat -67 Mkr (54)
- Periodens resultat per aktie före och efter utspädning -2,93 kr (3,74)
- Kassaflöde från den löpande verksamheten 27 Mkr (15)

Händelser efter rapportperiodens utgång

- Finska bolaget Oy Bio-Vita AB, med varumärket Tri Tolonen, förvärvades
- Strategiskt distributionsavtal tecknades med Reckitt Benckiser på den finska marknaden

Koncernchefens kommentar

2010 avslutades starkt vilket ledde till ett helårsresultat före skatt och före poster av engångskaraktär på 27 Mkr (28). Det fjärde kvartalet blev årets bästa med ett resultat före skatt på 15 Mkr (9).

I slutet av 2010 bytte vi namn från Midelfart Sonesson till Midsona som en del av koncernens förändringsarbete. Under året lade vi en ny plattform för koncernen med en uppdaterad strategi med tydligare fokus på kärnverksamheten, det vill säga våra starka varumärken inom hälsa och välbefinnande. Fokus har varit på att skapa förutsättningar för tillväxt efter några år av vikande försäljning. Samtidigt utarbetades tydliga och konkreta planer för övriga verksamheter med särskilt fokus på att vända trenden i den förlustbringande hygienrörelsen i Norge.



Om Midsona AB

Midsona har en stark position på den nordiska marknaden med flera egna välkända varumärken inom områdena kost och hälsa, naturläkemedel, förkylning samt hygien. Koncernen representerar även ett antal internationellt etablerade varumärken. Produkterna säljs via dagligvaruhandeln, apoteken, hälsofackhandeln samt via postorder och internet. Våra prioriterade varumärken: Friggs, MaxMedica, Miwana, Mygga, Naturdiet, Tri Tolonen, Triomega och Vitalas. Midsona omsatte 1 354 Mkr år 2009. Midsona-aktien (MSON) är noterad på Stockholmsbörsen, Nordiska listan, Mindre bolag. Läs mer om Midsona på www.midsona.com

Koncernens prioriterade varumärken har fortsatt sin positiva utveckling. Prioriterade varumärken såsom Friggs, Naturdiet, MyggA och MaxMedica har haft en stark försäljningsutveckling. Särskilt stark var tillväxten för Naturdiet. Tillväxten var också god för många av våra större uppdragsgivares varumärken. Direktförsäljningsverksamheten under varumärket Vitalas hade en vikande försäljning men hade en positiv resultattrend och vände från förlust till vinst.

Vi har förbättrat lönsamheten på vår största marknad, Sverige, genom fokus på våra prioriterade varumärken med starka marginaler. Samtidigt har vi fortsatt att reducera våra kostnader för att stärka vår konkurrenskraft. Som en följd av otillfredsställande utveckling i Norge beslöt styrelsen att skriva ned koncerngoodwill med 110 Mkr i andra kvartalet. Ett åtgärdsprogram initierades och resultatet förbättrades under andra halvåret. Effekter av personalneddragningar och omförhandling och avveckling av icke lönsamma kontrakt bidrog till förbättringen. I Finland var utvecklingen stabil.

Vi har fortsatt stärkt vår balansräkning genom avyttringar, genomförd nyemission och strukturerat arbete för att förbättra det operativa kassaflödet. Ökad finansiell styrka ger oss ökad möjlighet att investera i våra varumärken, ingå strategiska allianser och genomföra kompletterande förvärv. I början av 2011 har vi förvärvat Bio-Vita Oy med en årlig omsättning på cirka 57 Mkr samt tecknat distributionsavtal med Reckitt Benckiser rörande representation av hela deras finska OTC-portfölj med estimerad årlig försäljning på knappt 30 Mkr. Dessa avtal stärker vår ställning i Finland väsentligt.

Vi startar 2011 med nytt namn, en strategi fokuserad kring starka varumärken inom hälsa och välbefinnande, finansiell styrka och ökad kritisk massa från vunnit avtal och genomfört förvärv. Vi ser positivt på 2011 och planerar för en ökad försäljning såväl som för ett förbättrat rörelseresultat.

Peter Åsberg, VD och koncernchef

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

En intervju med Peter Åsberg publiceras på vår hemsida www.midsona.com samtidigt med offentliggörandet av bokslutskommunikén den 18 februari 2011 kl 08.00.

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 18 februari 2011 kl 08.00.



Om Midsona AB

Midsona har en stark position på den nordiska marknaden med flera egna välkända varumärken inom områdena kost och hälsa, naturläkemedel, förkylning samt hygien. Koncernen representerar även ett antal internationellt etablerade varumärken. Produkterna säljs via dagligvaruhandeln, apoteken, hälsofackhandeln samt via postorder och internet. Våra prioriterade varumärken: Friggs, MaxMedica, Miwana, MyggA, Naturdiet, Tri Tolonen, Triomega och Vitalas. Midsona omsatte 1 134 Mkr år 2010. Midsona-aktien (MSON) är noterad på Stockholmsbörsen, Nordiska listan, Mindre bolag. Läs mer om Midsona på www.midsona.com