14.02.2018

Alma Media Q4/2017 ja FY/2017

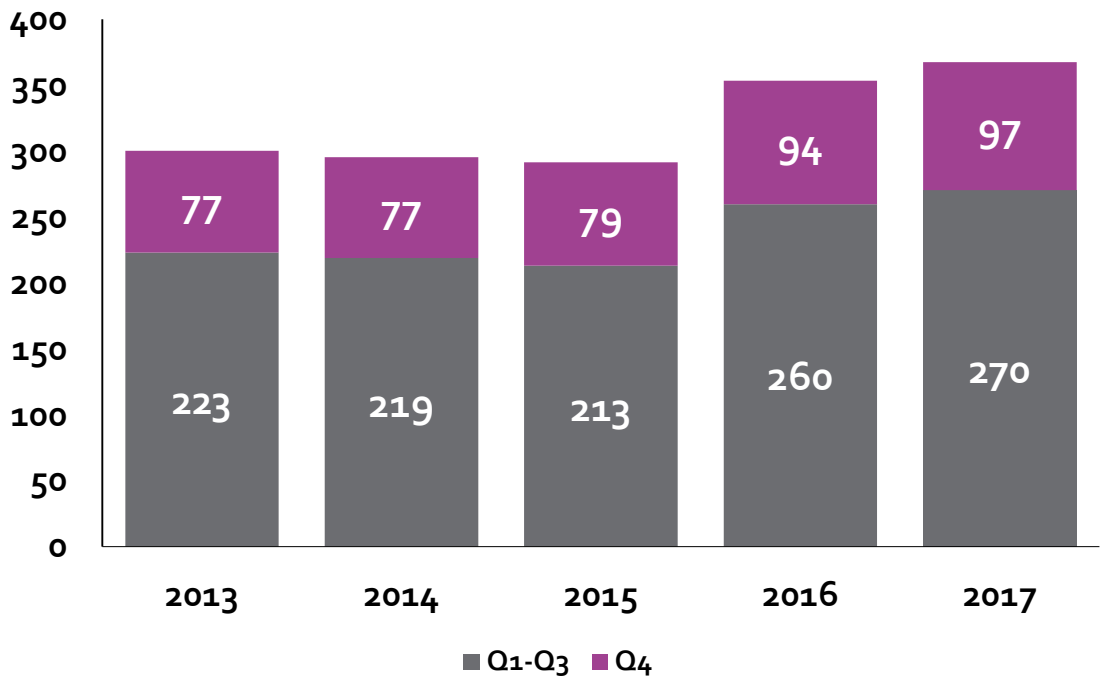
Kai Telanne, toimitusjohtaja

Juha Nuutinen, talous- ja rahoitusjohtaja

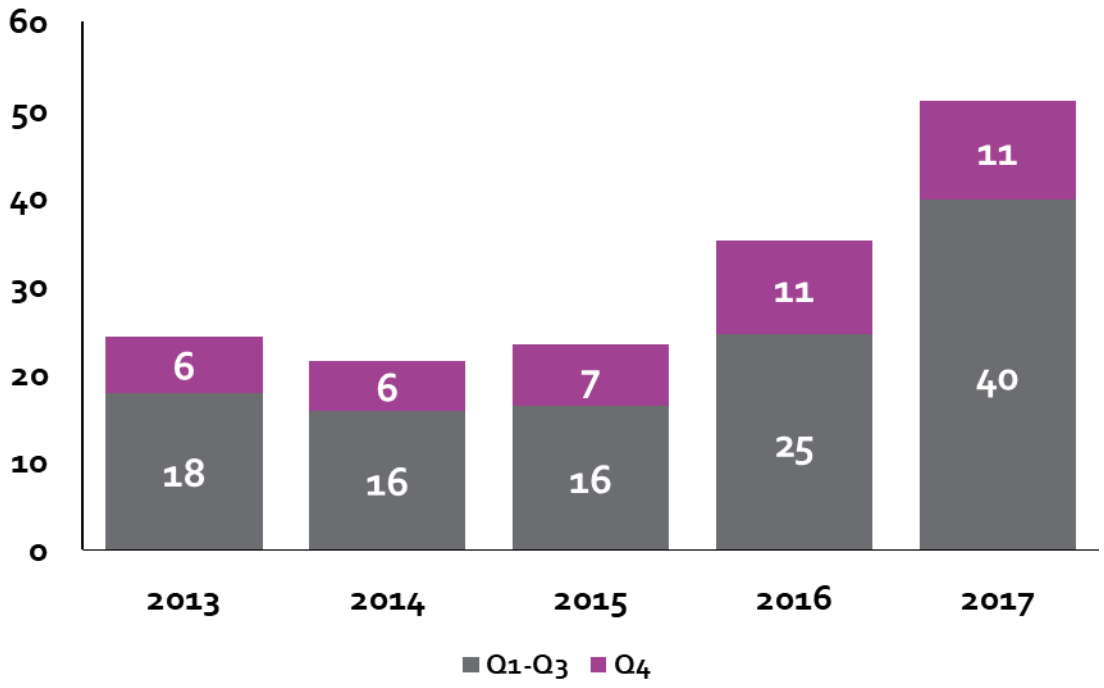
Agenda

Tuloskehityksen pääkohdat
Mainosmarkkinan kehitys
Liiketoiminnan kehitys yksiköittäin
Taloudellinen asema
Strategia ja tulevaisuuden näkymät
Q&A

Liiketoimintamme hyvä kehitys jatkui



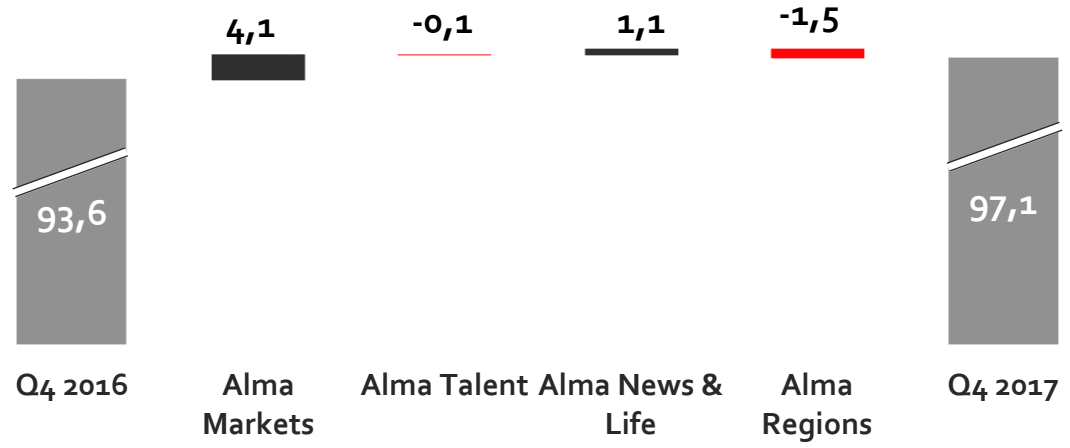
Liikevaihdon kehitys 2013-2017



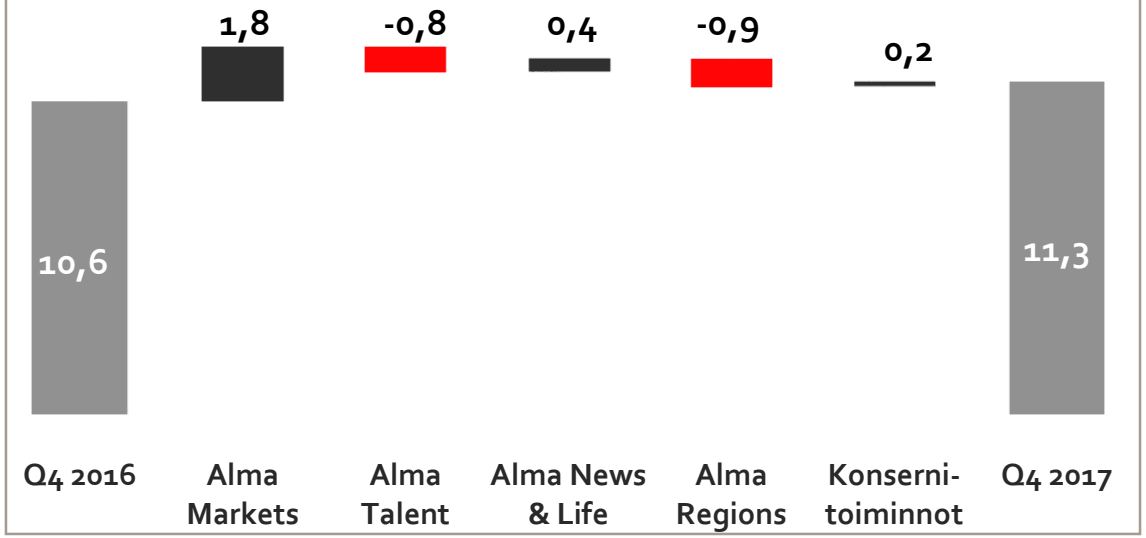
Oikaistun liikevoiton kehitys 2013-2017

Liikevaihto ja oikaistu liikevoitto Q4 ja 2017

Liikevaihto (MEUR) Q4



Oikaistu liikevoitto (MEUR) Q4



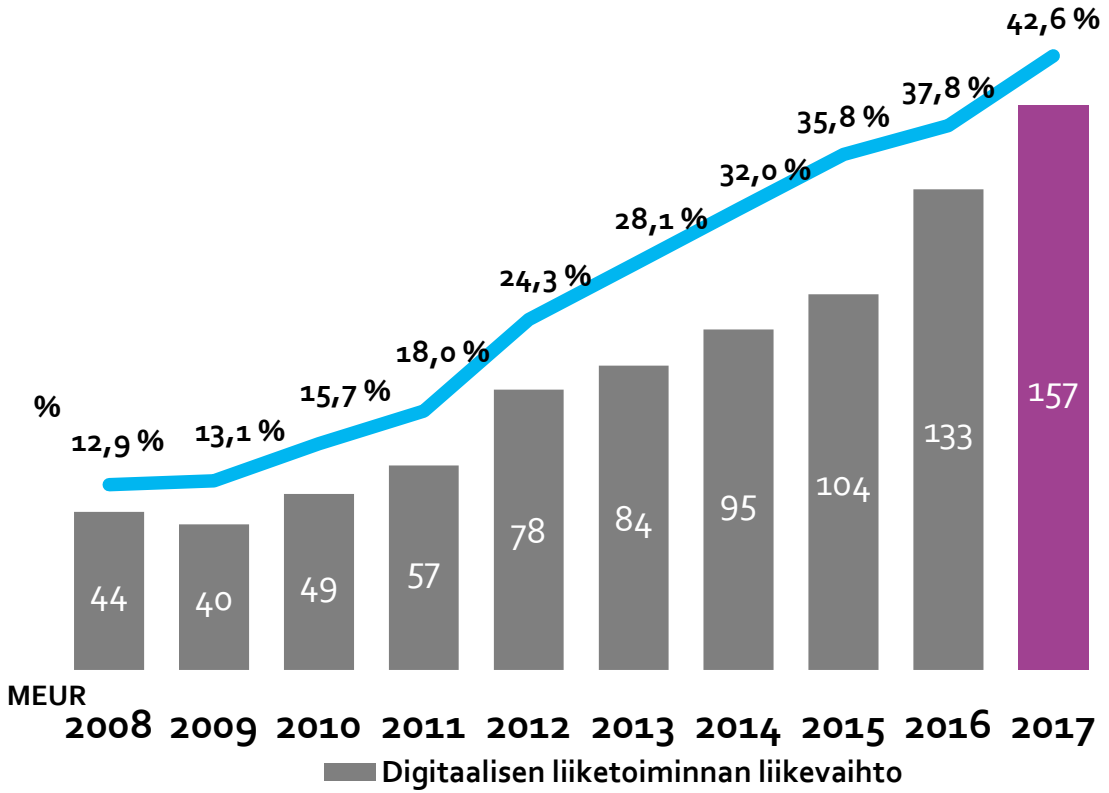
Liikevaihto (MEUR) 2017

Oikaistu liikevoitto (MEUR) 2017

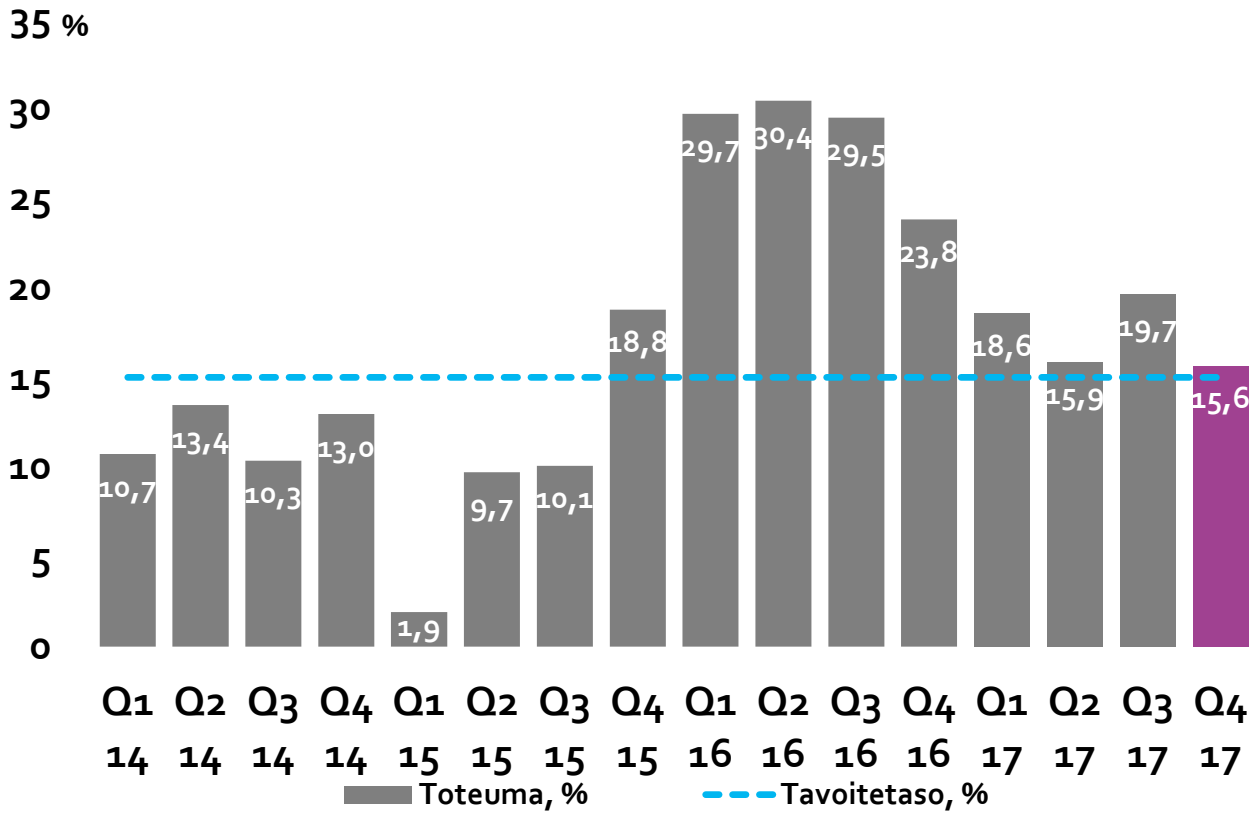
Digitaalista liiketoimintaa jo yli 150 miljoonaa euroa

Q4/2017:lla digitaalisen liiketoiminnan osuus oli 43,3 % konsernin liikevaihdosta.

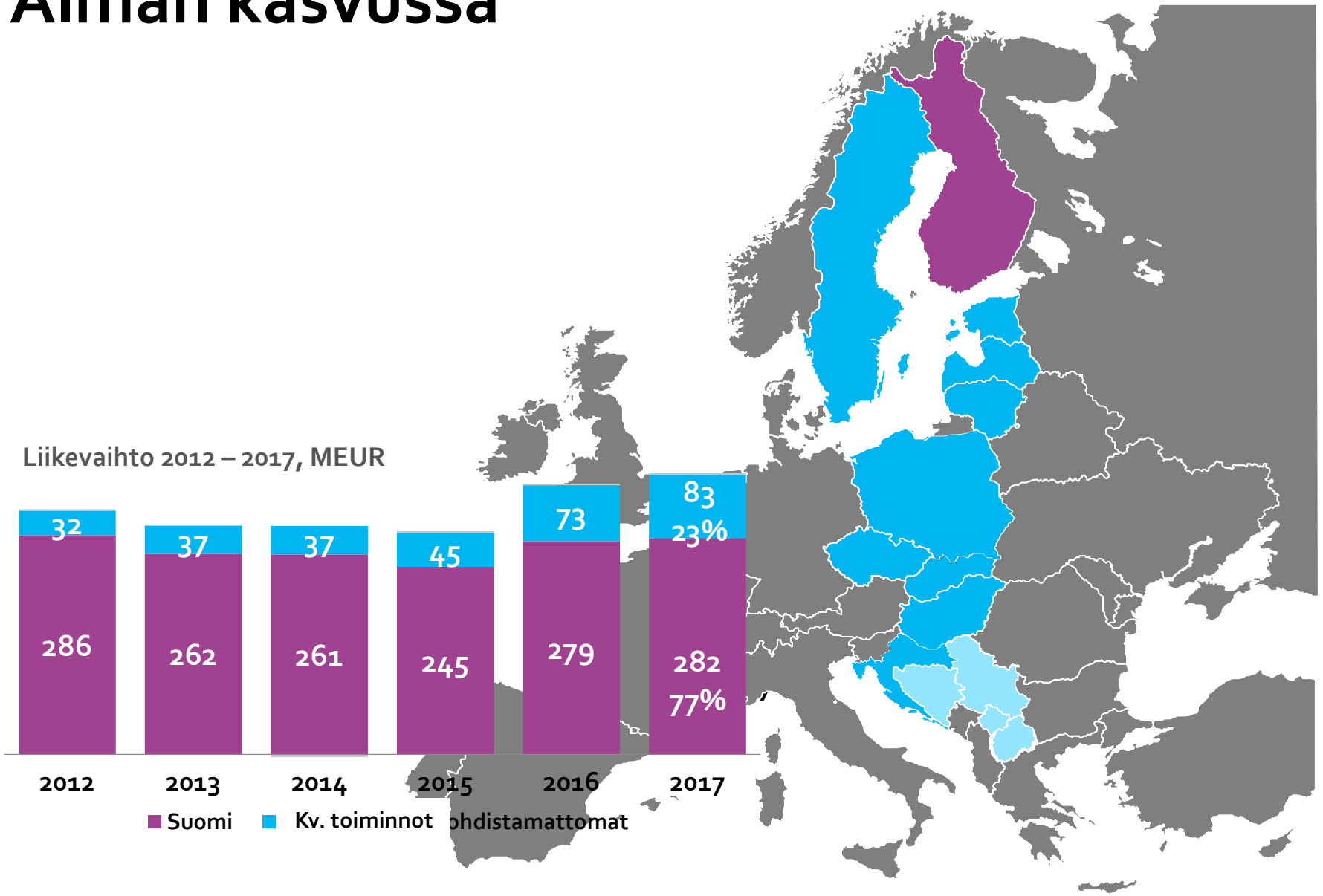
Digitaalisen liiketoiminnan osuus konsernin liikevaihdosta



Digitaalisen liiketoiminnan kasvu

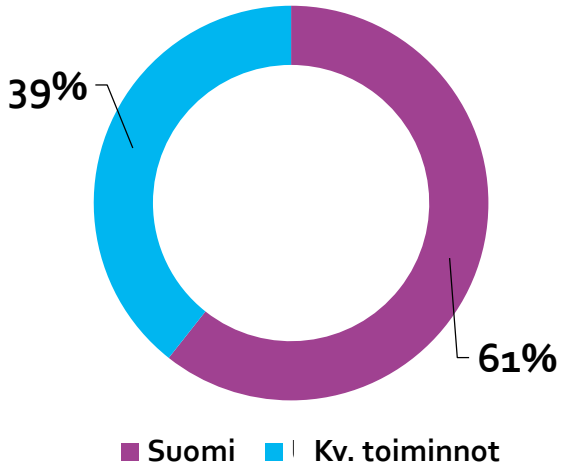


Kansainvälinen liiketoiminta yhä keskeisempi tekijä Alman kasvussa

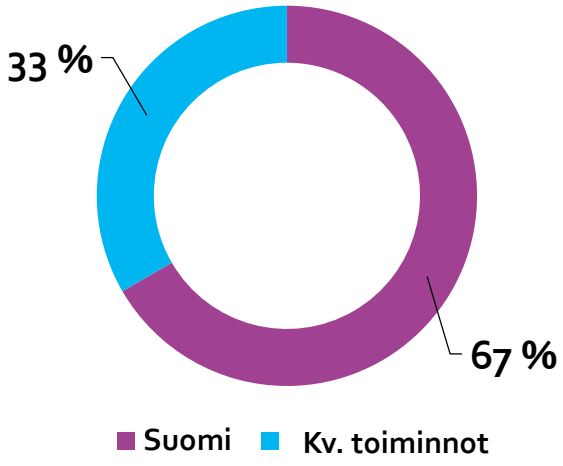


Liikevaihto 2012 – 2017, MEUR

Liikevoitto 2017

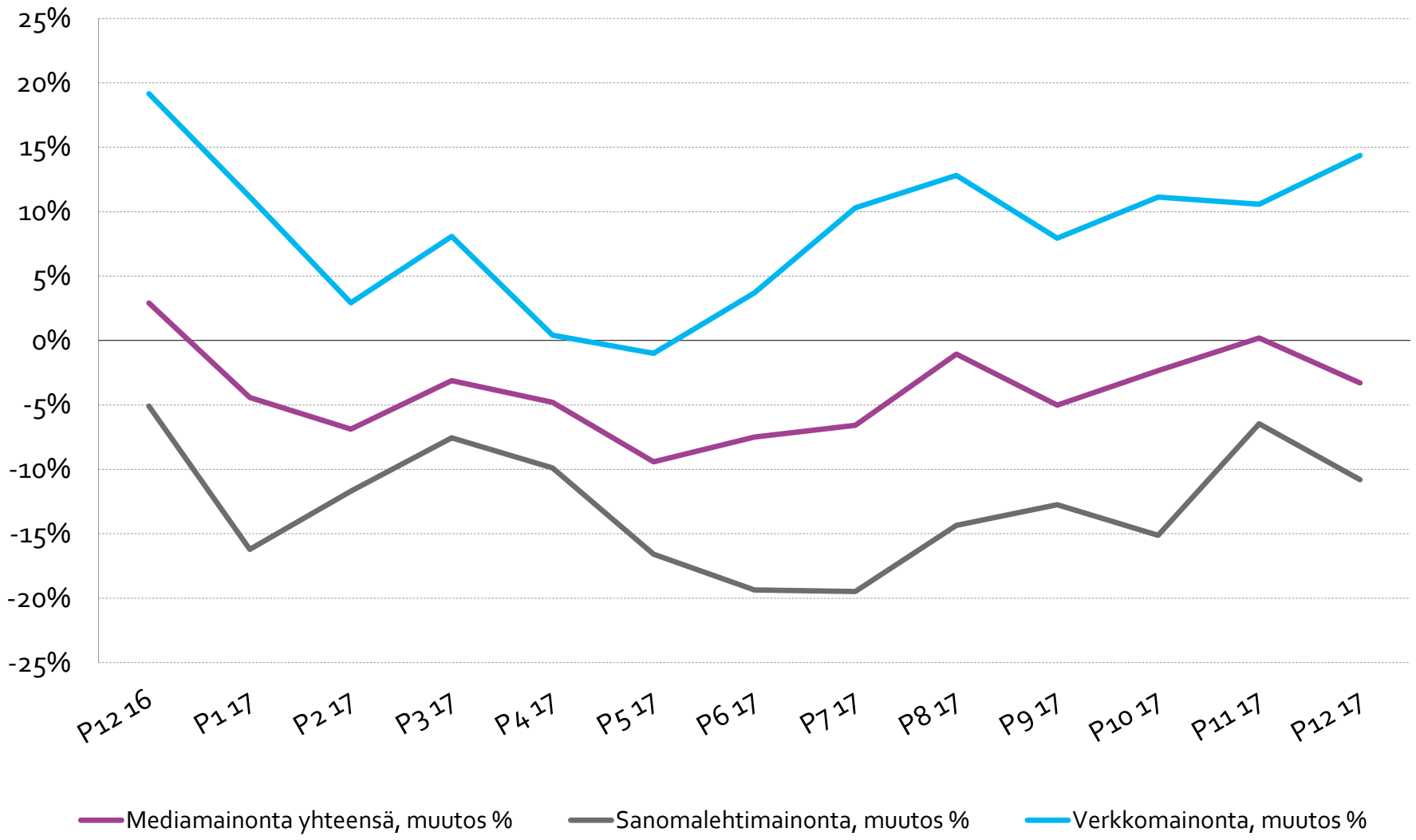


Henkilöstö 2017



MAINONNAN MARKKINAKEHITYS SUOMESSA

Mainosmarkkina jäi miinukselle vuonna 2017

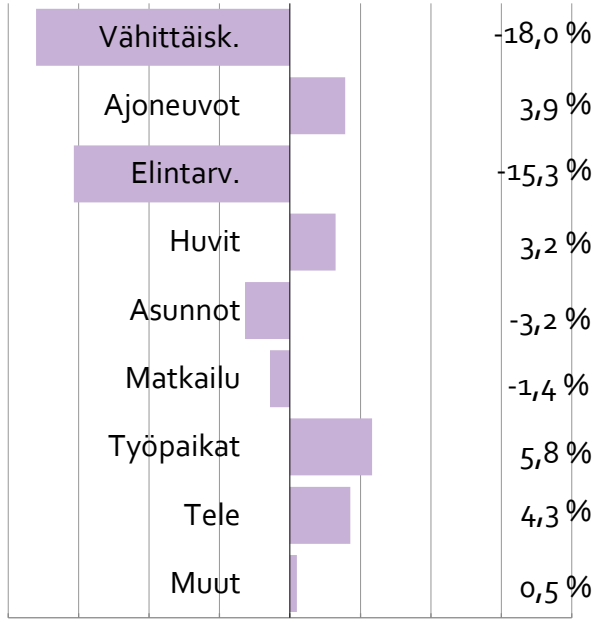


Mediamainonnan kuukausittainen muutos 12/2016–12/2017

Lähde: Kantar TNS

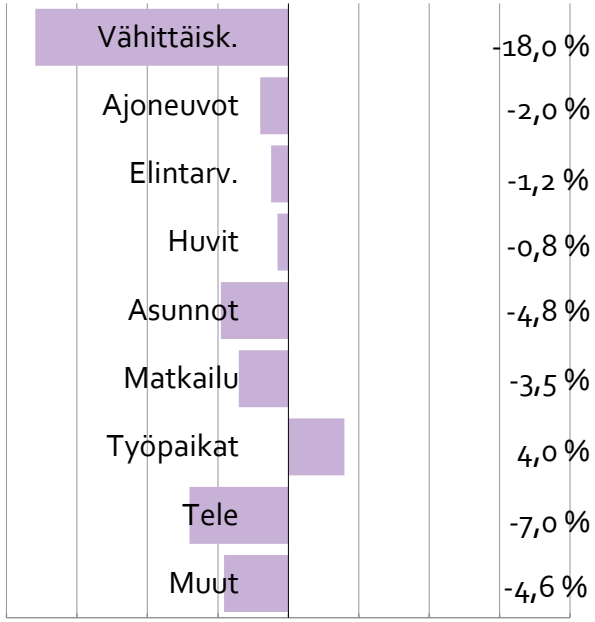
Talouden kasvupyrähdys näkyy työpaikka- ja asuntoilmoittelussa

Q1 2017 vs 2016



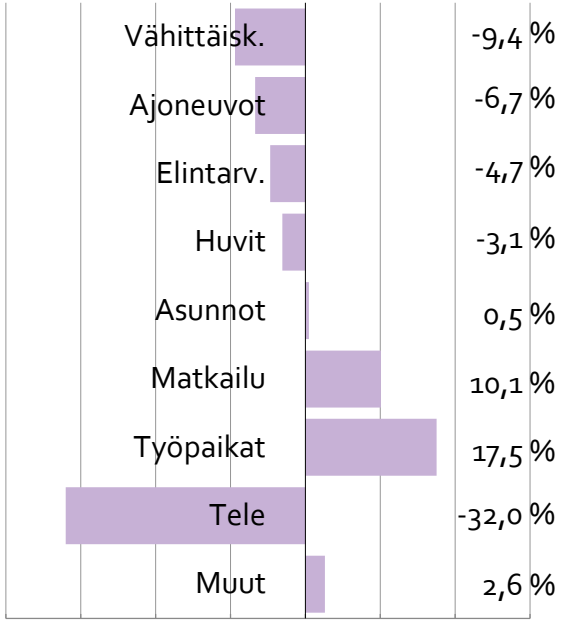
Yhteensä -2,6 %

Q2 2017 vs 2016



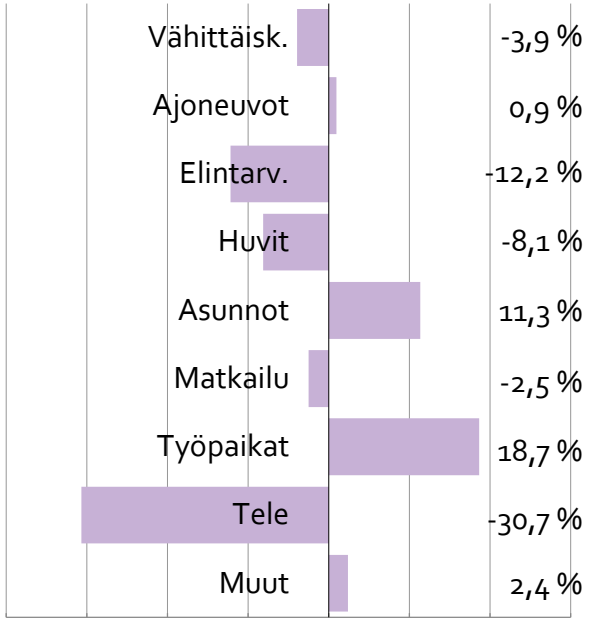
Yhteensä -5,0 %

Q3 2017 vs 2016



Yhteensä -2,2 %

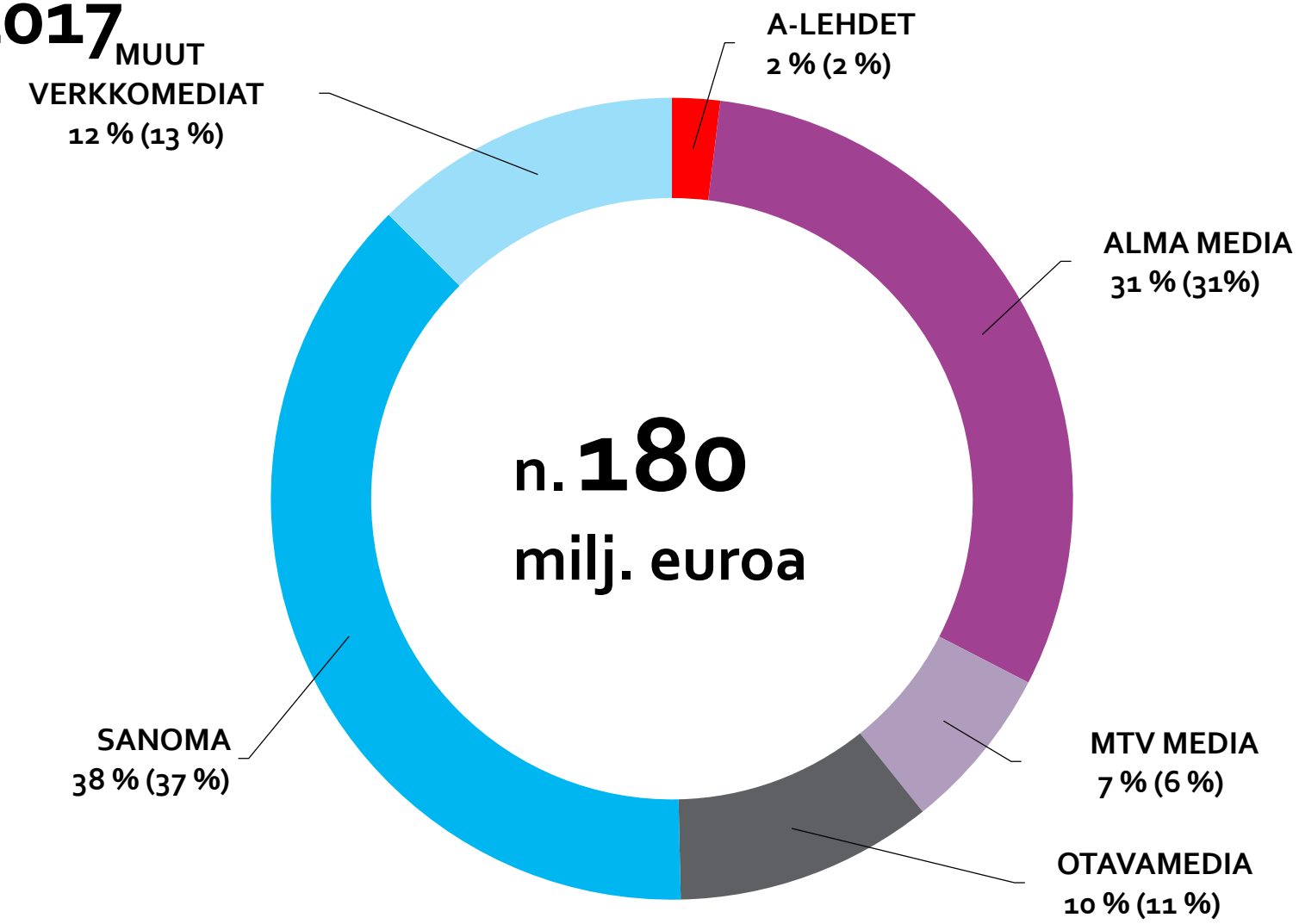
Q4 2017 vs 2016



Yhteensä -1,1 %

Lähde: Kantar TNS

Verkkomainonta Suomessa mediataloittain Q1-Q4/2017



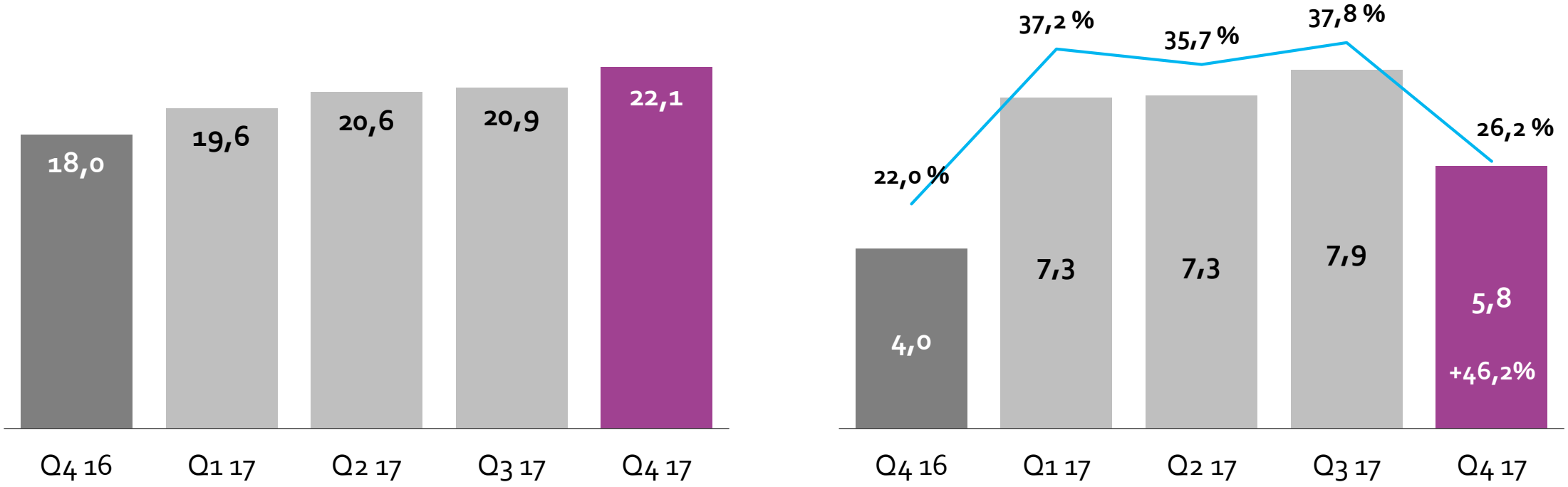
Verkkomainonta mediataloittain FY/2017 (versus Q1-Q3/2017)
Lähde: Kantar TNS

Googlen ja FB:n yhteenlaskettu mainosmyynti Suomessa vuonna 2017 oli 181,5 M€ eli 14,9 % kaikesta mainosmyynnistä.

LIIKETOIMINNAN KEHITYS SEGMENTEITTÄIN

Alma Markets Q4/2017: Kannattava kasvu jatkui

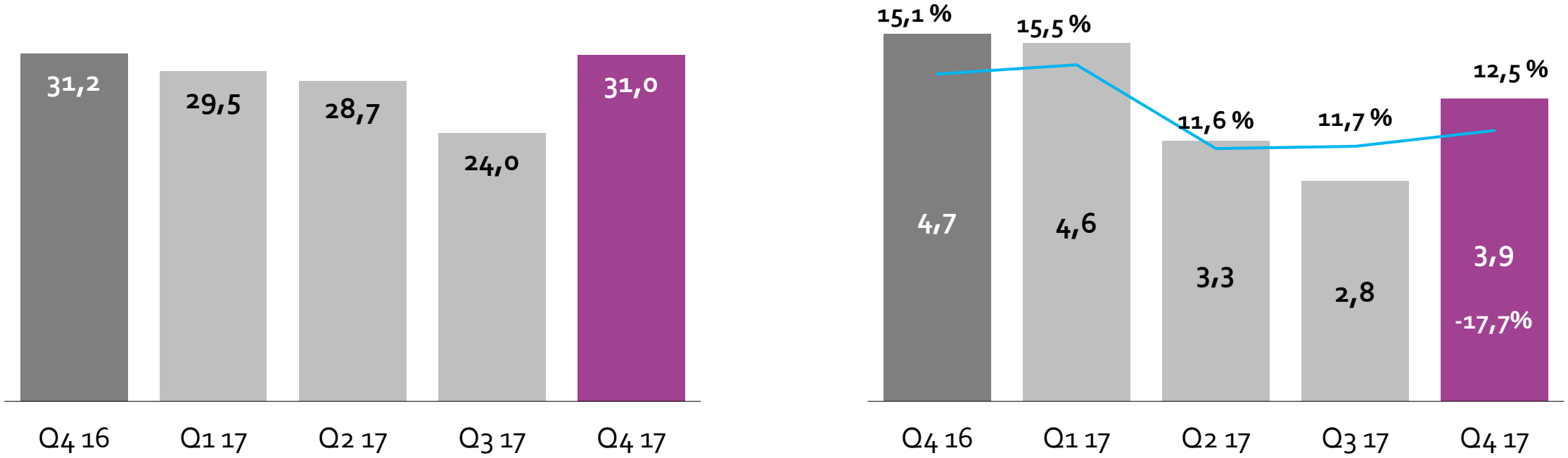
- Rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto +26,2 % ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 79,5 %.
- Kuluja kasvattivat panostukset myyntiin ja markkinointiin sekä verkkopalveluiden, kuten Etuoven uuden verkkopalvelun kehittäminen.



Liikevaihto ja oikaistu liikevoitto, MEUR

Alma Talent Q4/2017: Kulut laskivat kannattavuutta

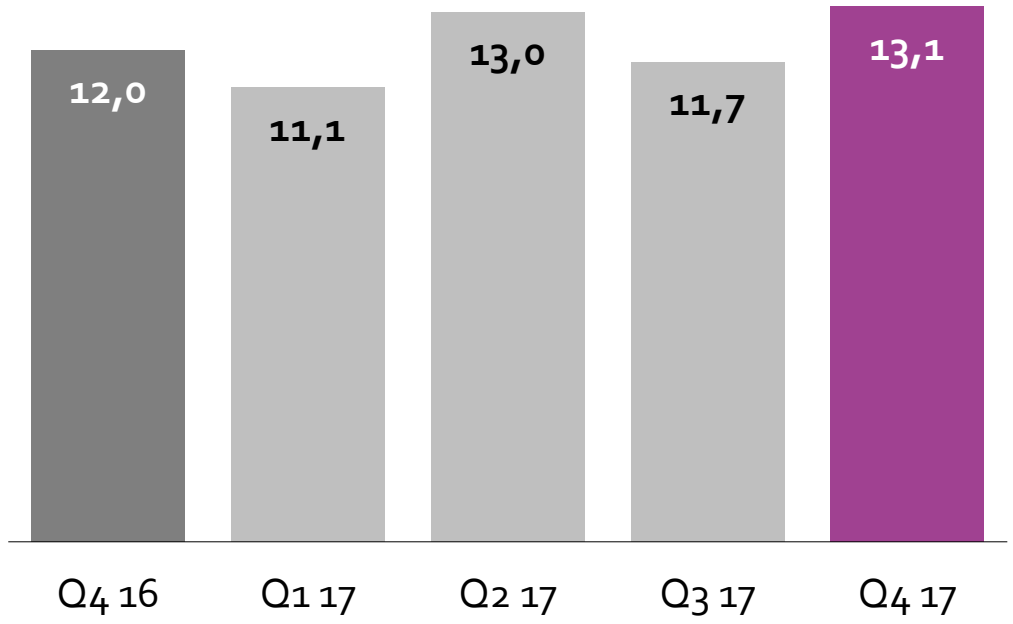
- Sisältöliikevaihto -2,2 % 13,3 milj. euroon. Sisältöliikevaihdon lasku johtui painetun median sisältömyynnin vähenemisestä. Mainosmyynti kasvoi 11,9 % 10,1 milj. euroon. Mainosmyyntiä kasvatti Mediuutisten hankinta 0,5 milj. euroa.
- Kokonaiskulujen kasvu johtui pääosin kirjavaraston arvonalentumisesta ja henkilöstökulujen kasvusta.

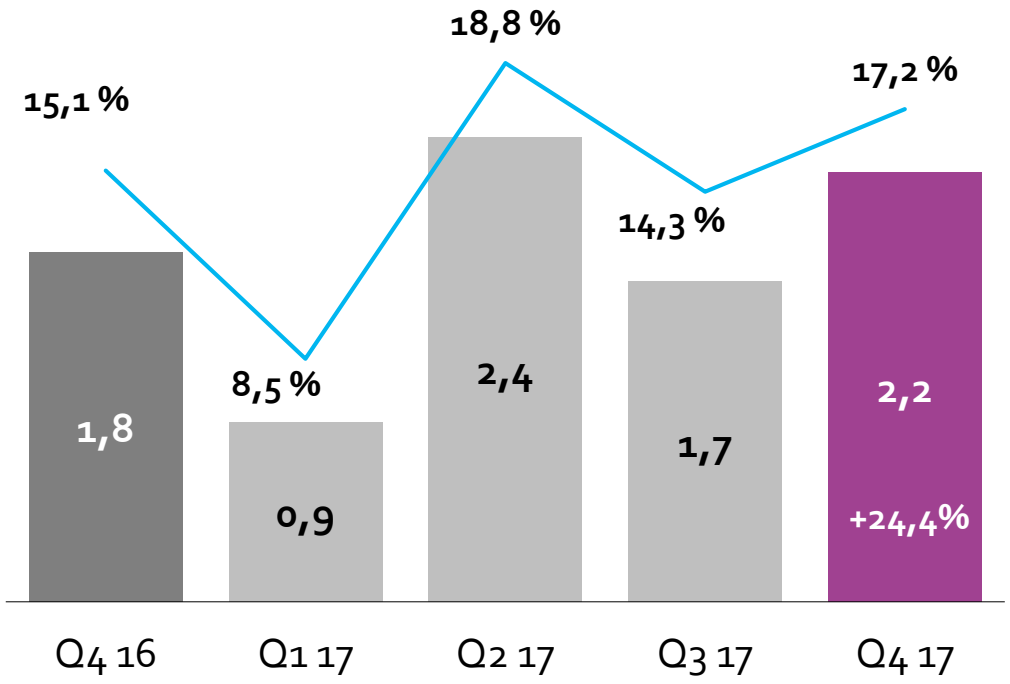


Liikevaihto ja oikaistu liikevoitto, MEUR

Alma News & Life Q4/2017: Digimainonta ennätystasolla

- Mainosmyynti kokonaisuudessaan +23,9 %. Digimainosmyynti +26,7%, myös painetun median mainosmyynti +10,3%
- Sisältöliikevaihto –8,1% johtuen painetun Iltalehden levikin laskusta.

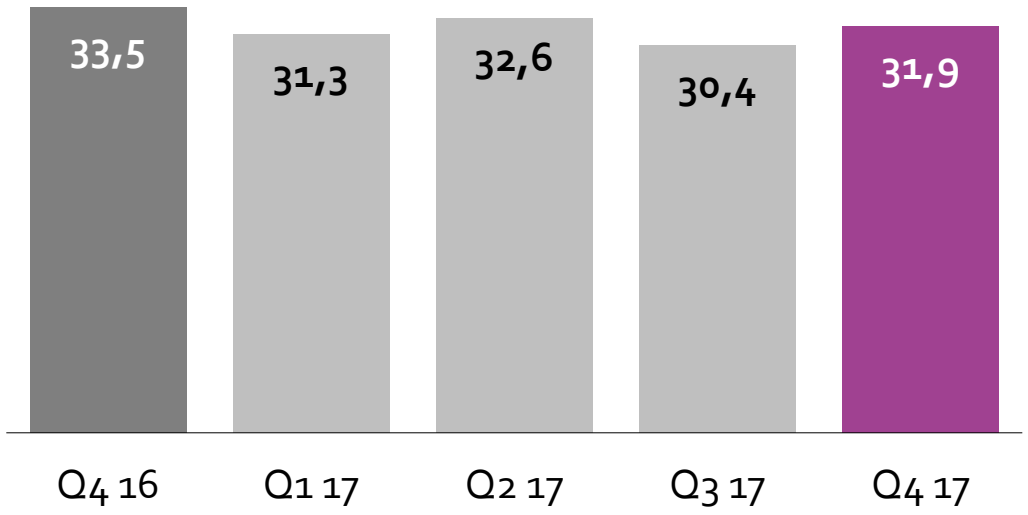


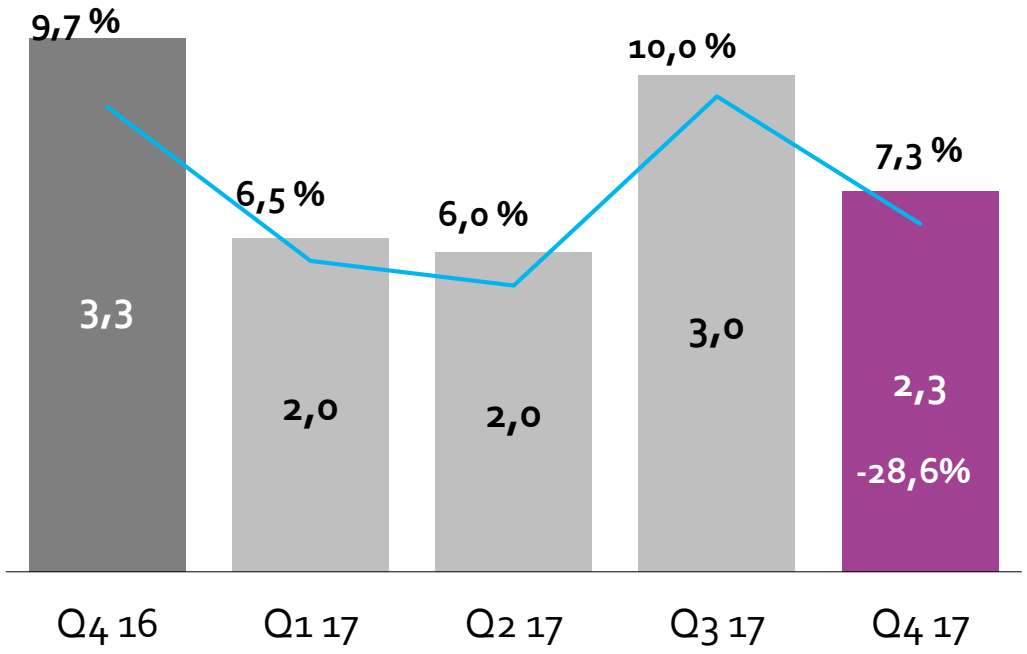


Liikevaihto ja oikaistu liikevoitto, MEUR

Alma Regions Q4/2017: Mainonnan rakennemuutos laski alueellista sanomalehtimainontaa

- Segmentin mainosmyynti -13,8 % vähittäiskaupan mainonnan vähenemisen johdosta. Painetun median mainosmyynti –15,1 %. Segmentin digimainosmyynti kasvoi 4,1 % .
- Sisältöliikevaihto -0,7 % 14,5 milj. euroon. Panostus digitilausten kasvuun on edennyt suunnitelmien mukaisesti.
- Painon ja jakelun ulkoisen myynnin kasvu lisäsi palveluliikevaihtoa +10,0%.



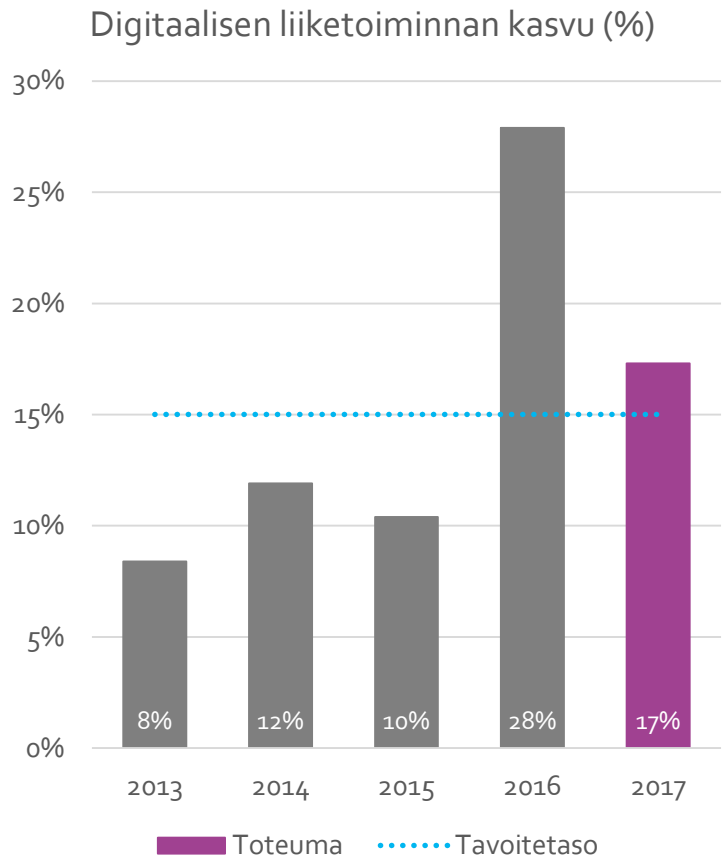


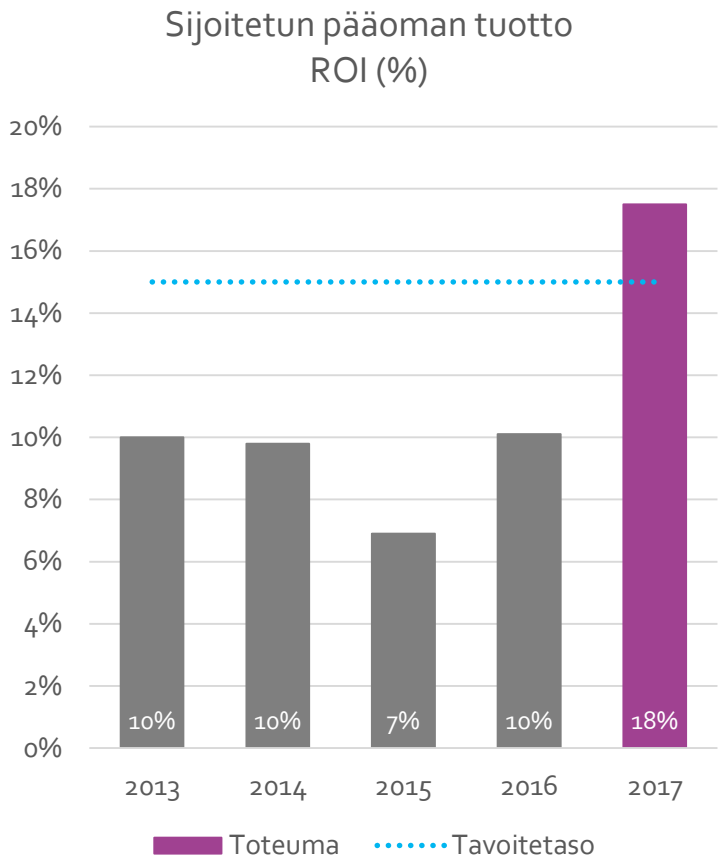
Liikevaihto ja oikaistu liikevoitto, MEUR

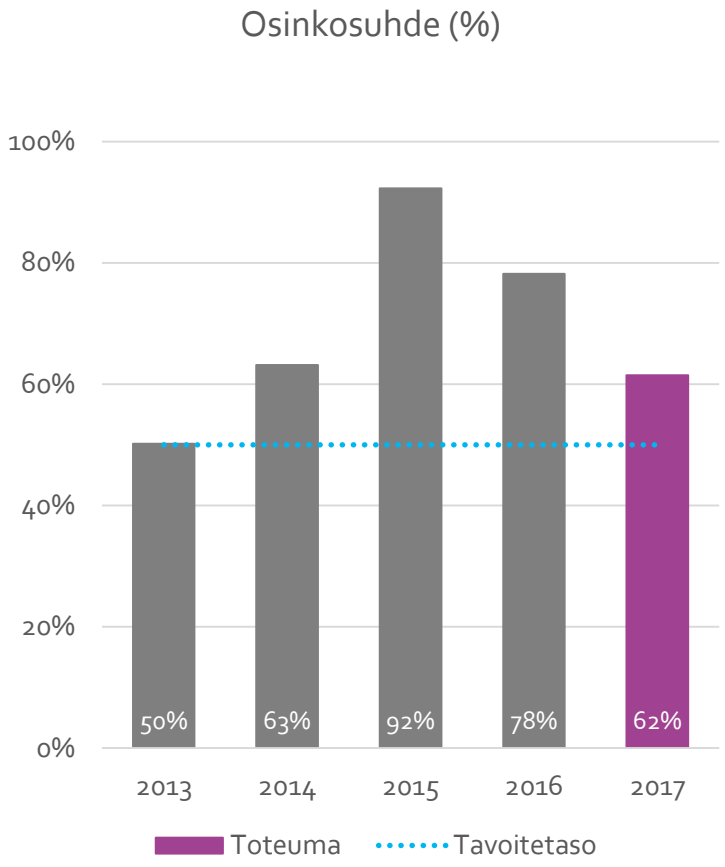
TALOUDELLINEN ASEMA

Juha Nuutinen, talous- ja rahoitusjohtaja

Vuonna 2017 saavutimme pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteemme

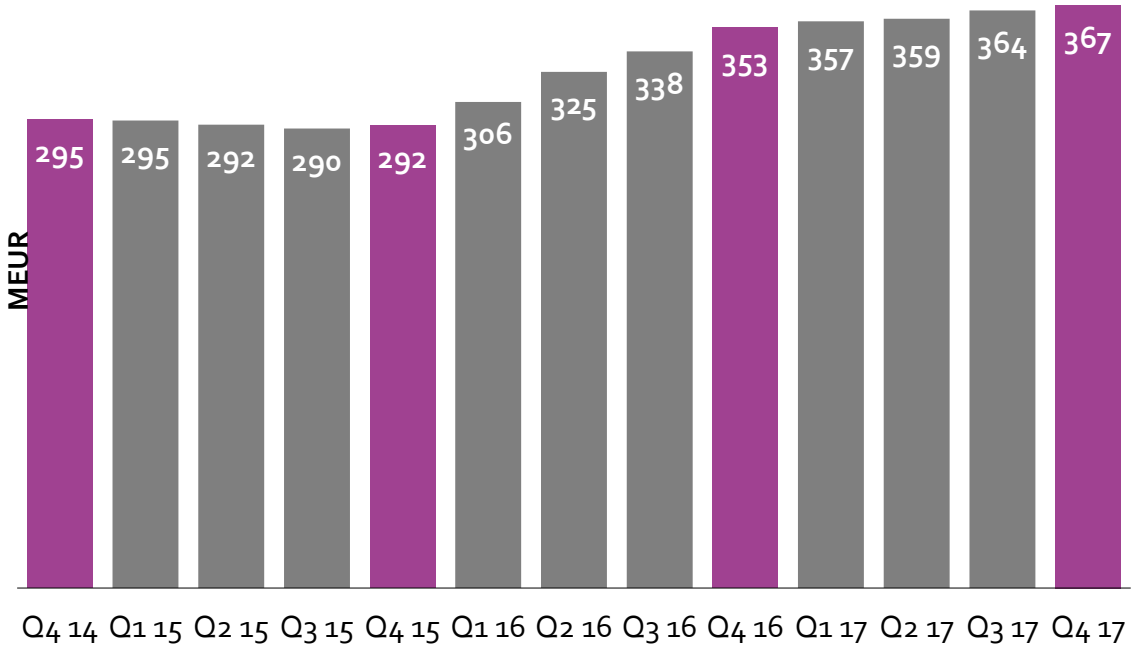




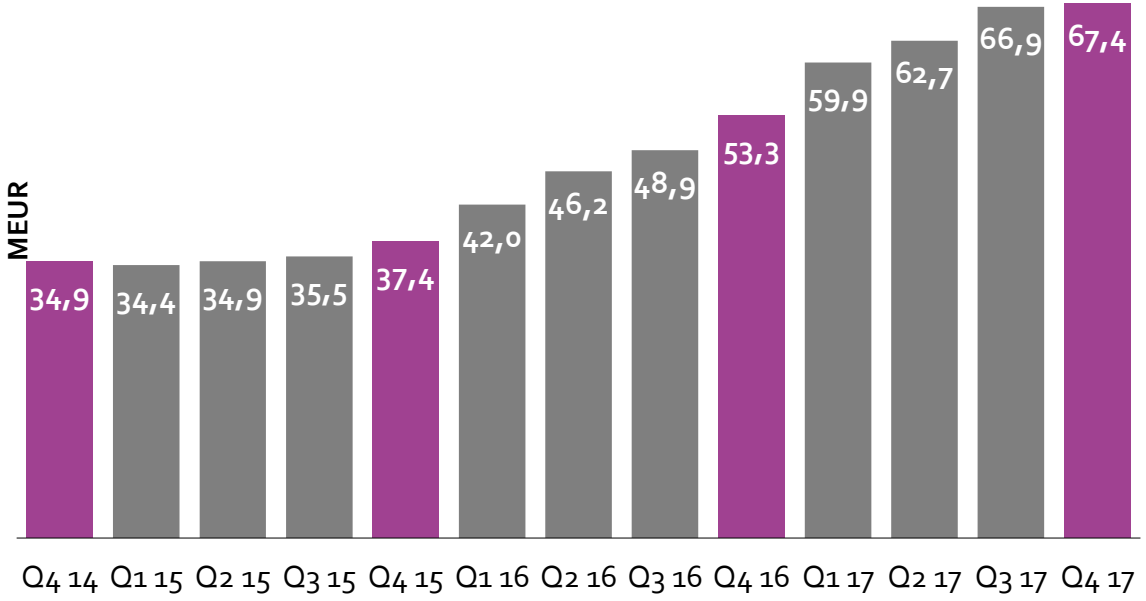


Liikevaihdon ja käyttökatteen kehitys

Liikevaihdon orgaaninen kasvu 3,1 % Q4/2017 ja 3,7 % FY/2017.



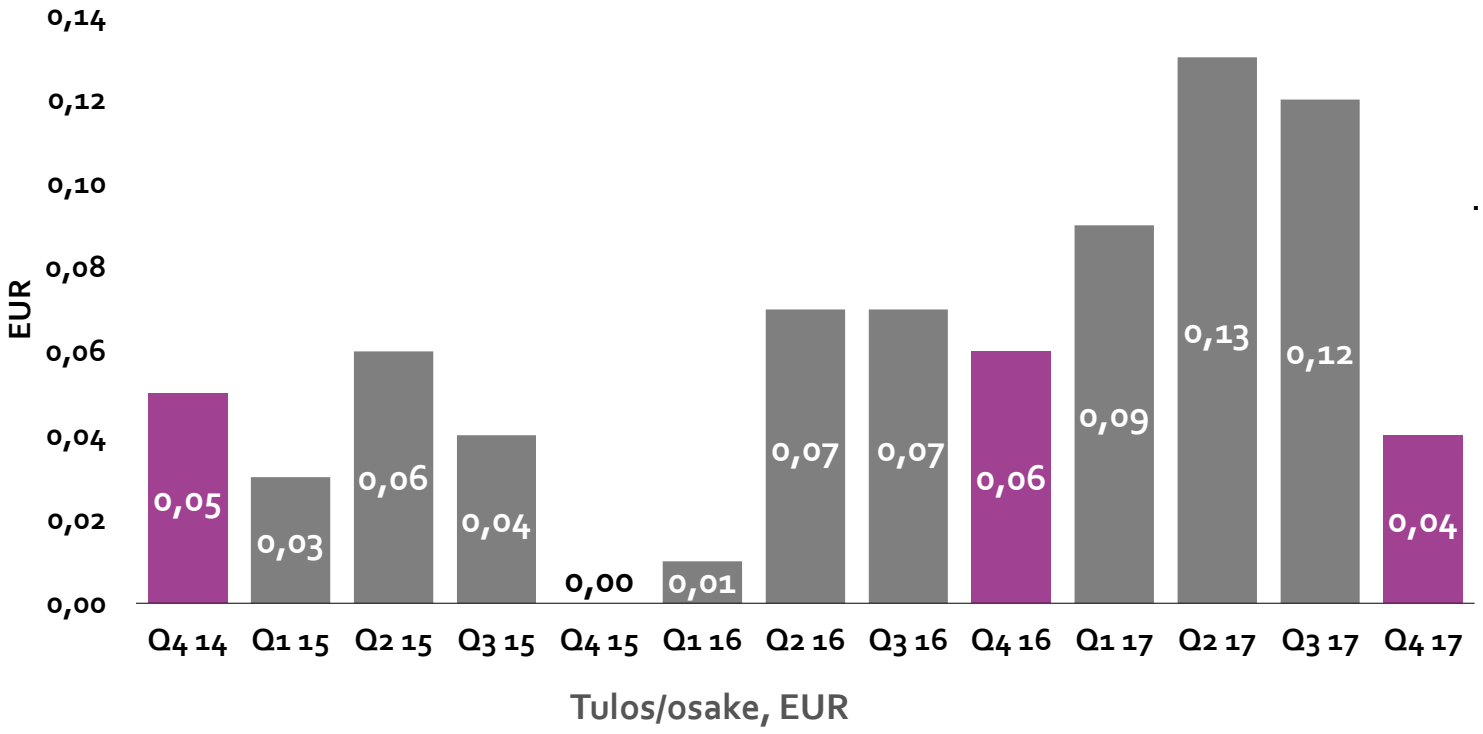
Liikevaihto, rullaava, ed. 12 kk, MEUR



Oikaistu käyttökate, rullaava, ed. 12 kk, MEUR

Tulos/osake

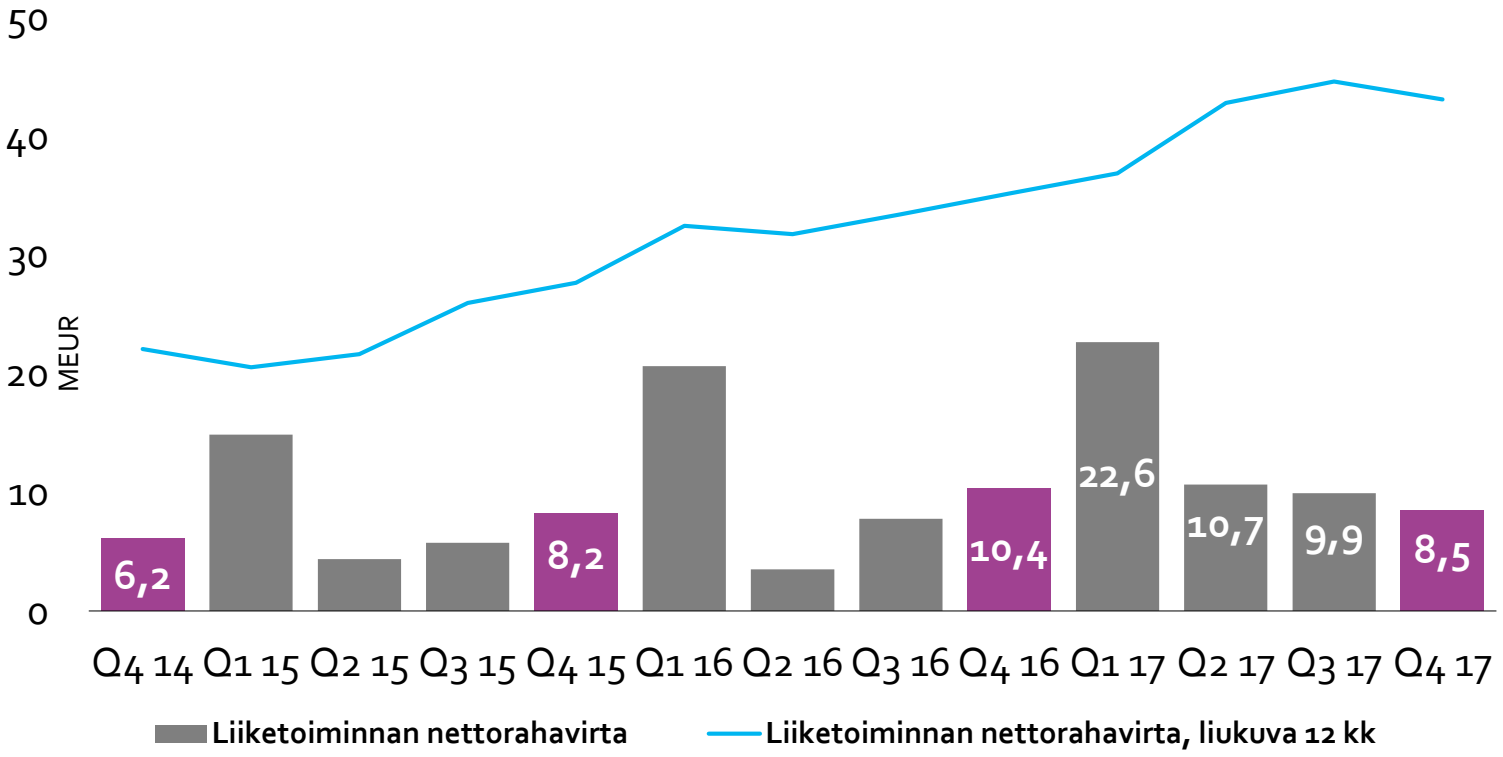
- Q4:lla osakekohtainen tulos 0,04 euroa (0,06 euroa). Oikaistuja eriä -5,4 milj. euroa (Q4/2016: -4,3 milj. euroa).
- Hallituksen osinkoehdotus 0,24 (0,16) euroa/osakkeelta.



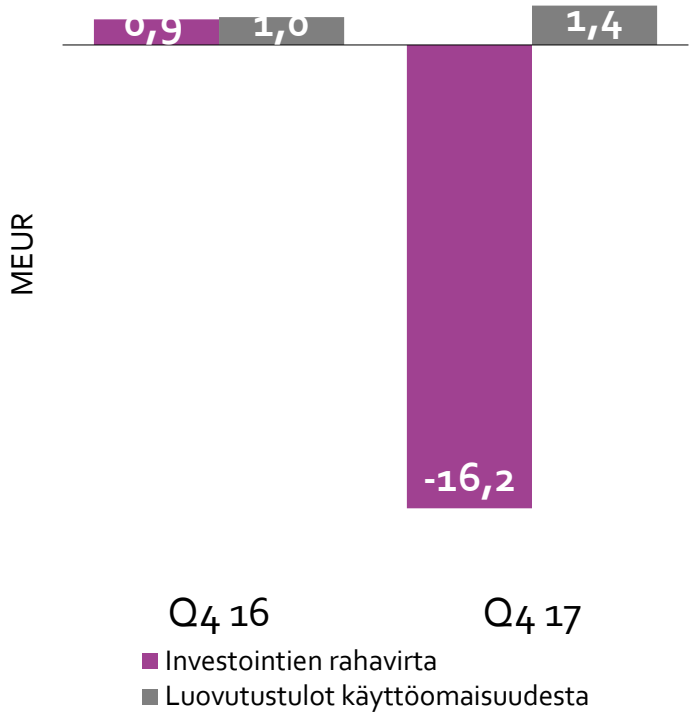
Liiketoiminnan rahavirta ja investoinnit

- Liiketoiminnan rahavirta Q4/2017 oli 8,5 (10,4) milj. euroa, lasku oli seurausta korkeammista maksetuista veroista ja käyttöpääoman tasosta
- Investointien rahavirta Q4/2017 oli -14,7 (0,9) milj. euroa sisältäen mm. Tampereen Patamäenkadun kiinteistön lunastamisen.
- Rahavirta ennen rahoitusta Q4/2017 oli -6,2 (11,3) milj. euroa.

Liiketoiminnan rahavirta, MEUR



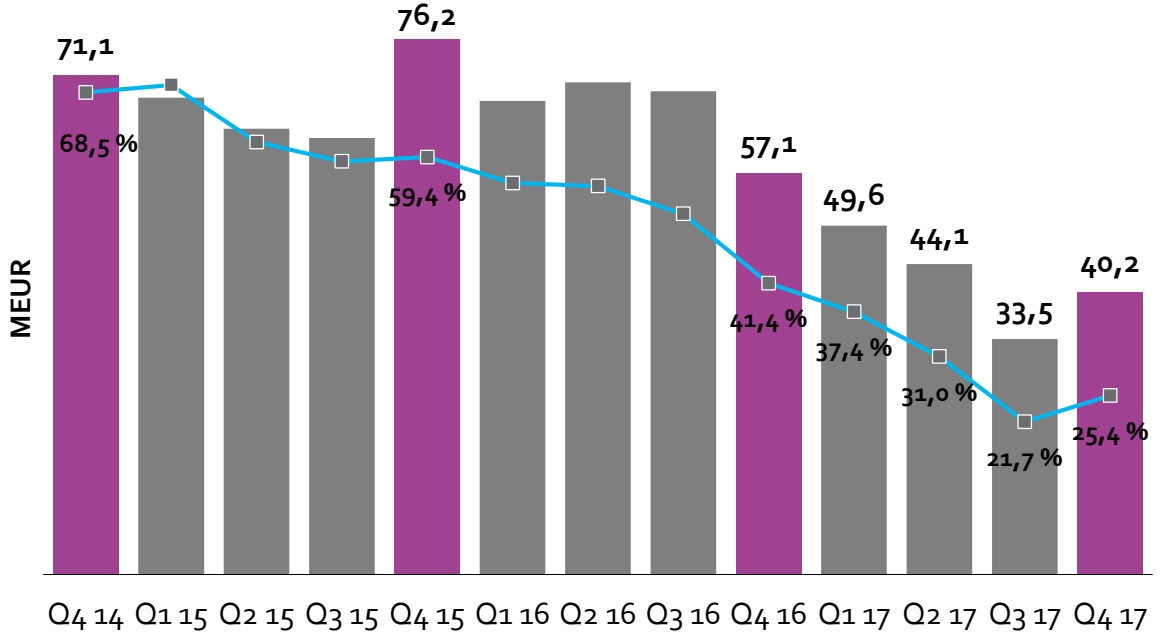
Investointien rahavirta, MEUR



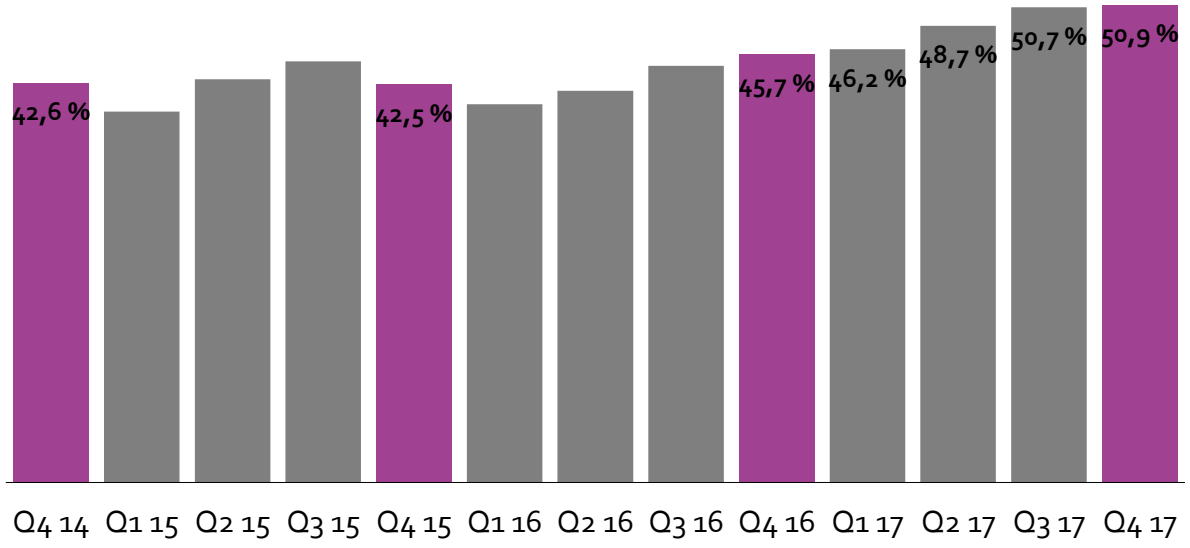
Korolliset velat nousivat investointien seurauksena

- Joulukuun lopussa nettovelkaantuneisuusaste oli 25,4 % ja nettovelka 40,2 milj. euroa.
- Korollisia velkoja oli joulukuun lopussa 61,0 milj. euroa, josta pitkäaikaisia velkoja 56,0 milj. euroa.
- Omavaraisuusaste edelleen parantunut.

Nettovelat, MEUR ja gearing, %
Q4/2014–Q4/2017



Omavaraisuusaste,
Q4/2014–Q4/2017



STRATEGIA JA TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT

Kai Telanne, toimitusjohtaja

STRATEGISET KEHITYSALUEET

Sisällöt

Markkinointi-ratkaisut

Palvelu-liiketoiminta

Voimavarat ja tapa toimia

Kestävää kasvua digitalisaation mahdollisuuksia hyödyntäen.

Sisältömarkkinointi

Markkinointi-ratkaisut

- Sisältömarkkinointi yksi nopeimmin kasvavista markkinoinnin osa-alueista.
- Almassa siihen kuuluvat muun muassa medioiden sisään rakennettavat asiakkaan sisältökokonaisuudet ja mainostajan artikkelit. Natiivi-ratkaisujen rinnalle ovat tulleet videot ja SoMe-kanavat.
- Alma myös kouluttanut asiakkaitaan sisältömarkkinointiin ja laajentanut kaupallisten sisältöjen avustajaverkostoaan.

eCom vauhdittamaan digitilauksia

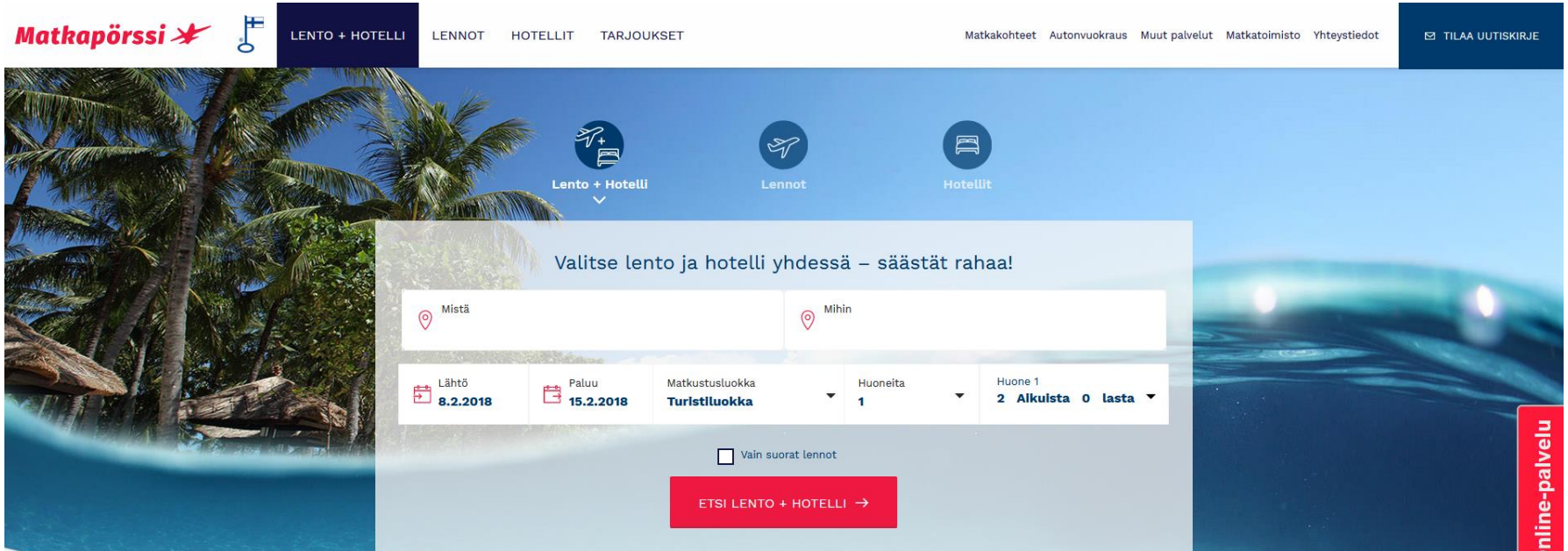
Sisällöt

- Alma on perustanut yhteisen eCom-ryhmän kehittämään digitilausten myyntiä sekä kasvattamaan ja jakamaan osaamista digitaalisten sisältöjen verkkokaupasta.
- eCom-ryhmän avulla digitaalisen asiakaspolun vaiheita johdetaan aktiivisesti lukijauskollisuuden ja tilausalttiuden kehittämiseksi.
- Mahdollistaa myös aiempaa helpommin Alma-tasoisten kampanjoiden ja -toimenpiteiden toteuttamisen.

Matkapörssi uudistui

Palvelu-liiketoiminta

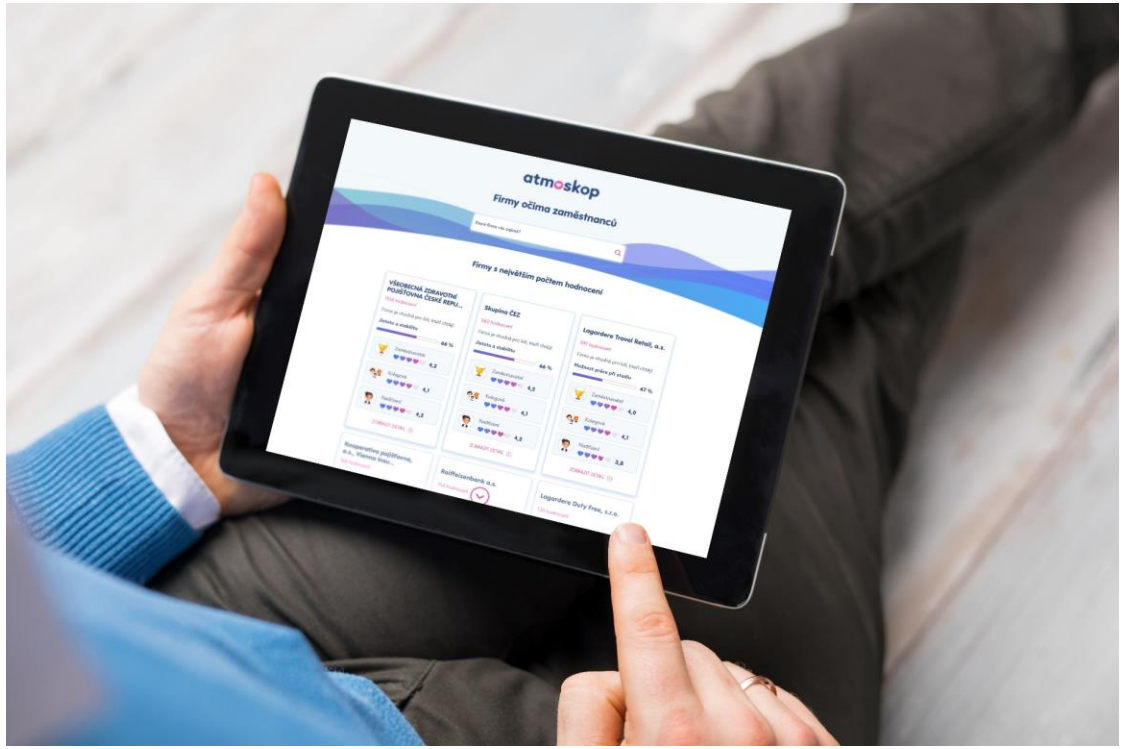
- Matkapörssi-palvelun uusi verkkokauppa avattiin marraskuussa.
- Nettimatkatoimiston varausjärjestelmä mahdollistaa matkapakettien, lentojen ja hotellien ostamisen helposti verkosta käsin päätelaitteesta riippumatta.
- Myös lisäpalveluiden, kuten kuljetusten, istumapaikkojen ja matkavakuutusten, ostaminen voidaan tehdä varauksen yhteydessä.



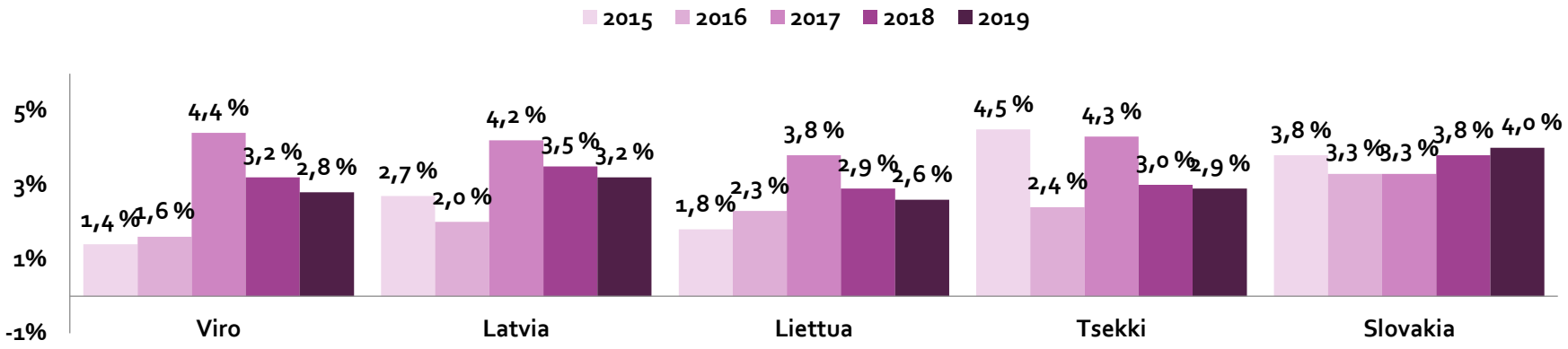
Uusia rekrytoinnin mobiilipalveluja

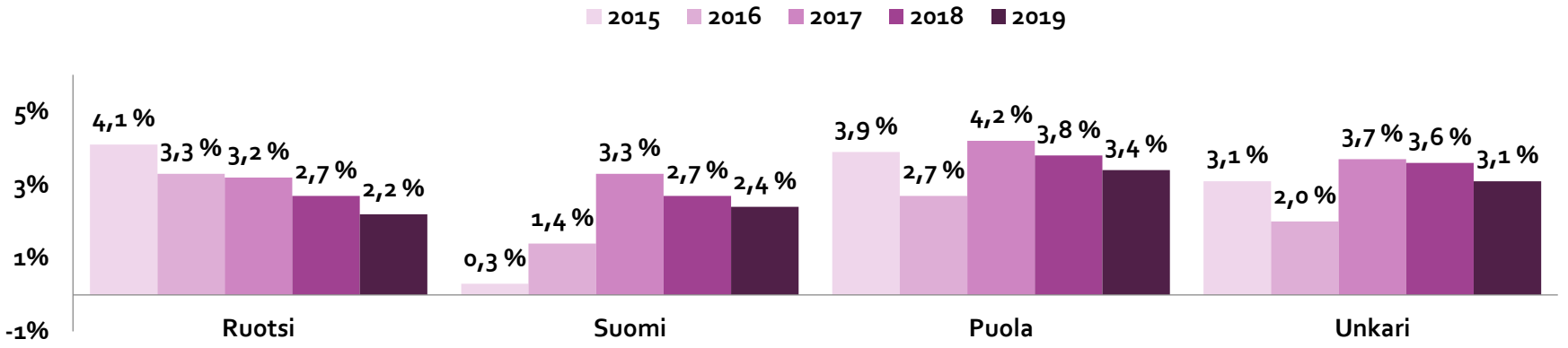
Palvelu-
liiketoiminta

- LMC on laajentanut tuoteportfoliotaan mm. sosiaalista mediaa hyödyntäviin mobiilipalveluihin, kuten kollegoiden suositteluun ja työpaikkailmoitusten helppoon jakamiseen sosiaalisessa mediassa keskittyvään palveluun.
- Katsauskaudella LMC toi markkinoille vastaavan suosittelupalvelun työnantajista, Atmoskopin.
- Palvelussa työntekijät voivat jakaa arvioitaan työnantajista ja yritysten yrityskulttuurista.



BKT-ennusteet Alman toimintamaissa 2015–2019E





Lähde: European Economic Forecast, European Comission Syksy 11/17.

Alma Median toimintaympäristö ja näkymät vuodelle 2018

Toimintaympäristö vuodelle 2018

Suomen kansantalouden arvioidaan kasvavan vahvasti vuonna 2018. Alma Medialle tärkeiden itäisen Keski-Euroopan maiden, kuten Tšekin ja Slovakian kansantalouksien arvioidaan kasvavan 3–4 %. Median rakennemuutos jatkuu vuonna 2018; mainonta ja sisältömyynti verkossa kasvaa, ja painetun median kysyntä laskee.

Näkymät vuodelle 2018

Alma Media arvioi vuoden 2018 liikevaihdon pysyvän edellisvuoden 2017 tasolla ja oikaistun liikevoiton kasvavan vuoden 2017 tasosta. Vuoden 2017 liikevaihto oli 367,3 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 51,1 milj. euroa.

KIITOS!
KYSYMYKSIÄ?

Seuraavat tapahtumat sijoittajakalenterissa

- Tilinpäätös, toimintakertomus, ja Corporate Governance Statement 21.2.2018.
- Vuosikatsaus viikolla 11
- Yhtiökokous 14.3.2018
- Q1/2018: 25.4.2018