ALMA MEDIA Q4 JA 2015

Kai Telanne, toimitusjohtaja
Juha Nuutinen, talous- ja rahoitusjohtaja

12.2.2016

@AlmaMedia_IR

12.2.2016

Agenda

Pääkohdat

Markkinoiden kehitys

Taloudellinen kehitys

Strategia ja tulevaisuuden näkymät

Alma Median vuosi 2015 lyhyesti

Konsernin operatiivinen tulos parani – vaikeasta suhdanteesta huolimatta:

- Vuoden 2015 liikevaihto laski 291,5 milj. euroon divestointien seurauksena.
  - Liikevoitto ilman kertaeriä parani 9,3 % 23,4 milj. euroon.
  - Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti kertaluonteisia eriä -5,7 milj. euroa.
- Digitaalisten tuotteiden ja palvelujen liikevaihdossa ylittyi 100 milj. euron rajapyykki.
- Rahoitusasema vahva, omavaraisuusaste 42,5% ja gearing 59,2%
- Hallituksen voitonjakoehdotus 0,12 euroa/osake

Liiketoimintojen kehitys:

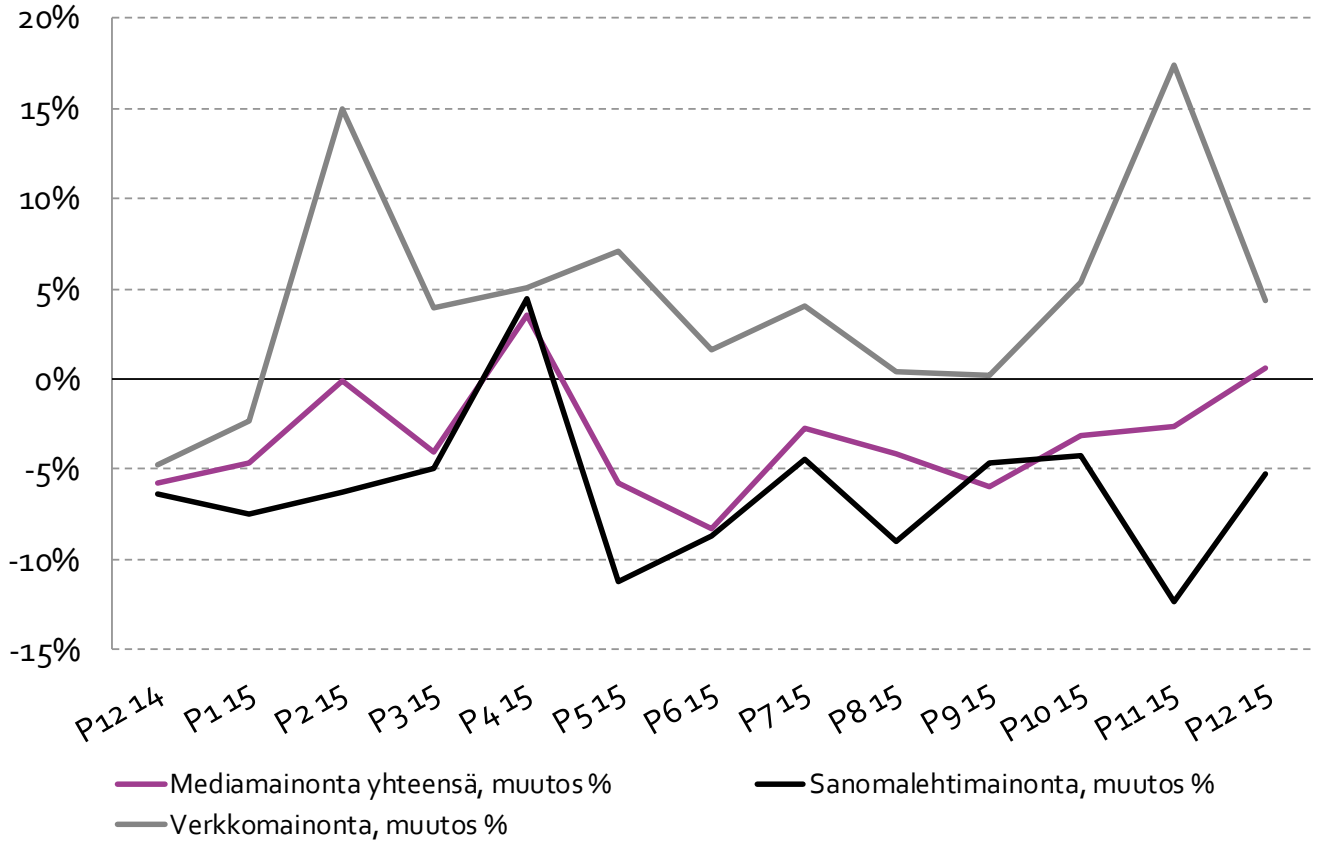
- Digitaalisissa kuluttajapalveluissa liikevaihdon kasvu erinomaisen kannattavaa ulkomaisen rekrytointiliiketoiminnan vetämänä. Suomessa digitaaliset palvelut säilyttivät tulostasonsa.
- Talousmedia ja yrityspalveluissa merkittäviä yritysjärjestelyjä (Talentum, JM Tieto, Alma360). Ensi kertaa Kauppalehden digitaalisten tuotteiden tilaajamäärä printtiä suurempi (53 %).
- IL-Mediassa vaikea vuosi, digimainonnassa loppuvuonna ilahduttava käänne.
- Aluemediassa toiminnan uudelleenjärjestelyt ja tehostaminen jatkuivat, siirtymä vaiheittain kohti maksullisia digitaalisia sisältöjä alkoi.
- Valtakunnallinen mediamyynnin organisaatiomuutos vahvistanut Alman mainosmyynnin kilpailukykyä ja lisännyt markkinaosuutta.

MARKKINAKEHITYS SUOMESSA

@AlmaMedia_IR

2.4.2015

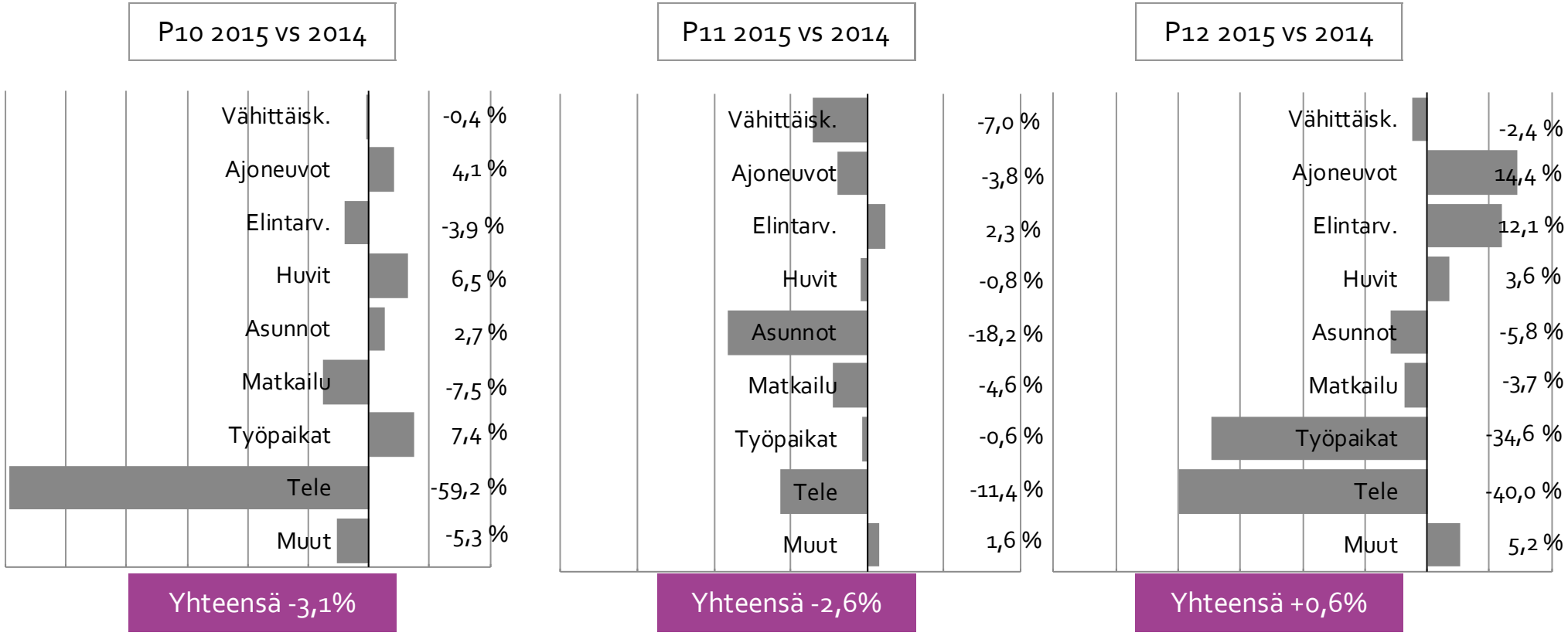
Mediamainonnan muutos 12/2014– 12/2015



Lähde: TNS Media Intelligence

Mainonta joulukuussa plussalla, kasvua ajoneuvo-, elintarvike ja huvimainonnassa

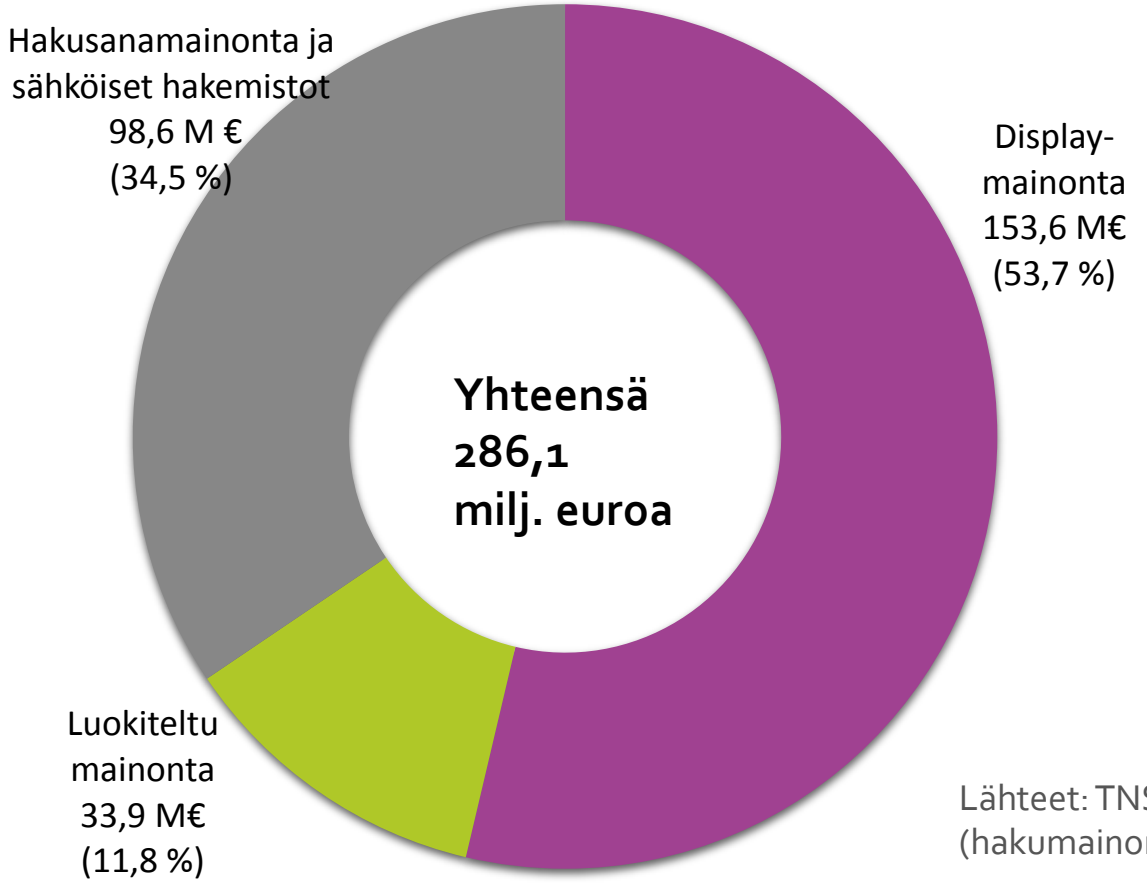
Kokonaismarkkina, muutos edellisvuoteen verrattuna



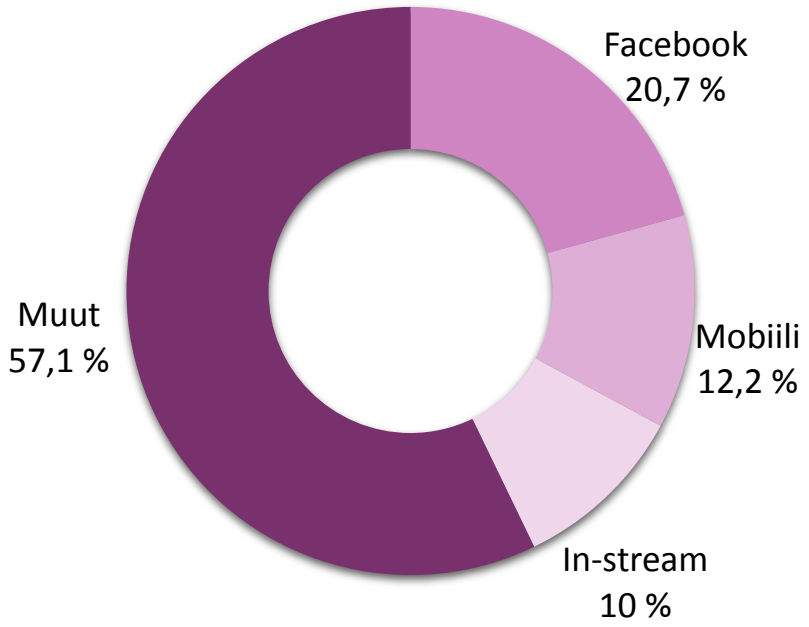
Lähde: TNS Media Intelligence

Digimainonta vakiinnuttanut asemansa toiseksi suurimpana mediamainonnan osa-alueena sanomalehtien jälkeen

Verkkomainonnan panostukset 2015

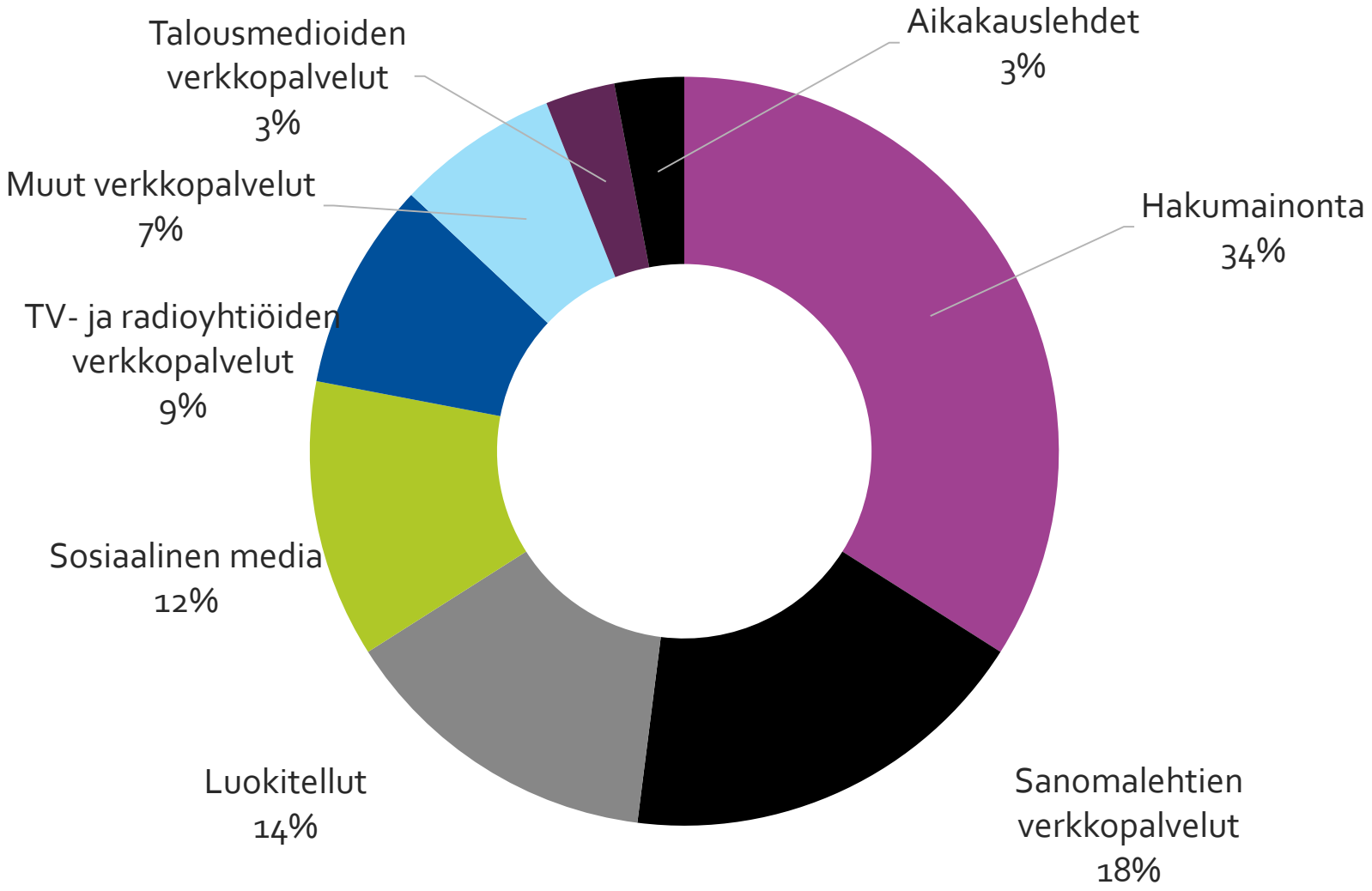


Display-mainonnan jakauma 2015



Lähteet: TNS Ad Intelligence -kuukausiseuranta ja IAB Finlandin kvartaaliseuranta (hakumainonta, hakemistot, Facebook).

Mainospanostukset verkkomediatyypeittäin 2015



Lähteet: TNS Ad Intelligence -kuukausiseuranta ja IAB Finlandin kvartaaliseuranta (hakumainonta, hakemistot, Facebook).

ALMA MEDIAN TULOSKEHITYS

Living Information

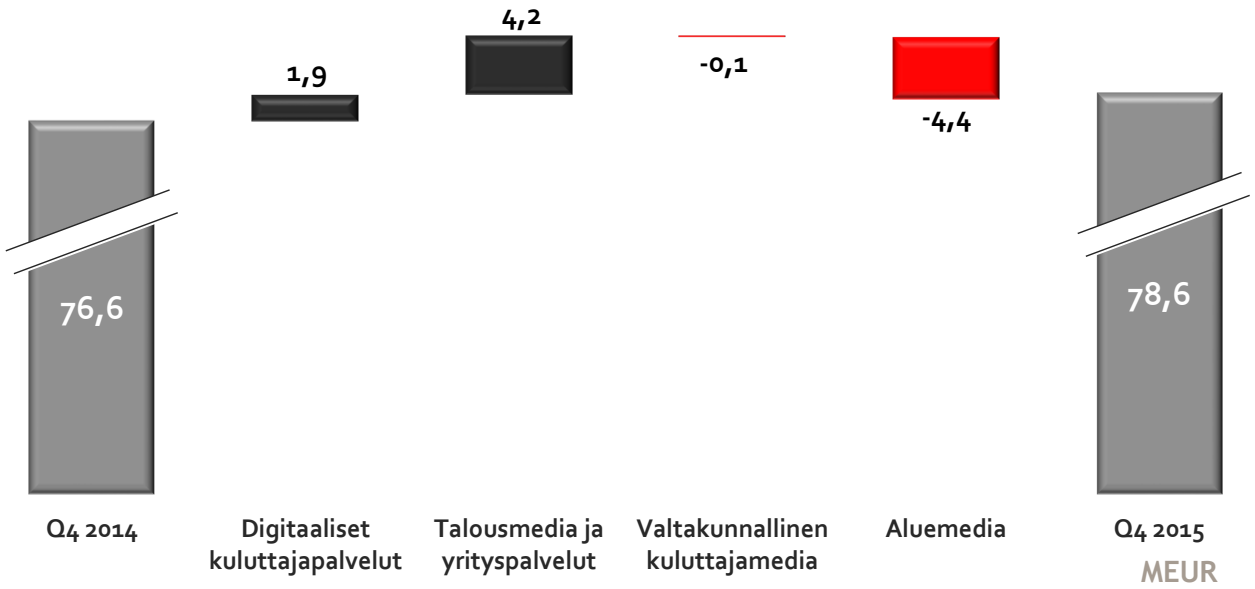
@AlmaMedia_IR

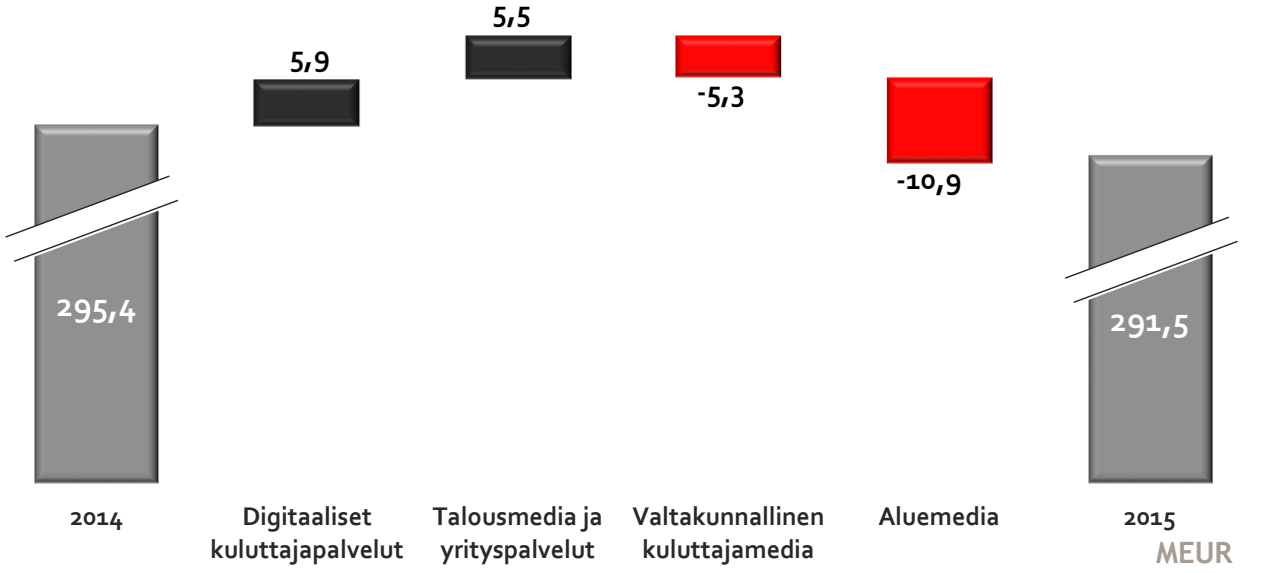
12.2.2016

Liikevaihto laski divestointien seurauksena

- Vuoden 2015 liikevaihto -1,3 % pääasiassa divestointien seurauksena.
    - Talentumin vaikutus liikevaihtoon +5,8 milj. euroa.
    - JM Tiedon vaikutus liikevaihtoon +3,4 milj. euroa.
    - Alma360:n vaikutus liikevaihtoon -3,6 milj. euroa
    - Aluemedian myytyjen lehtien vaikutus liikevaihtoon -9,8 milj. euroa.

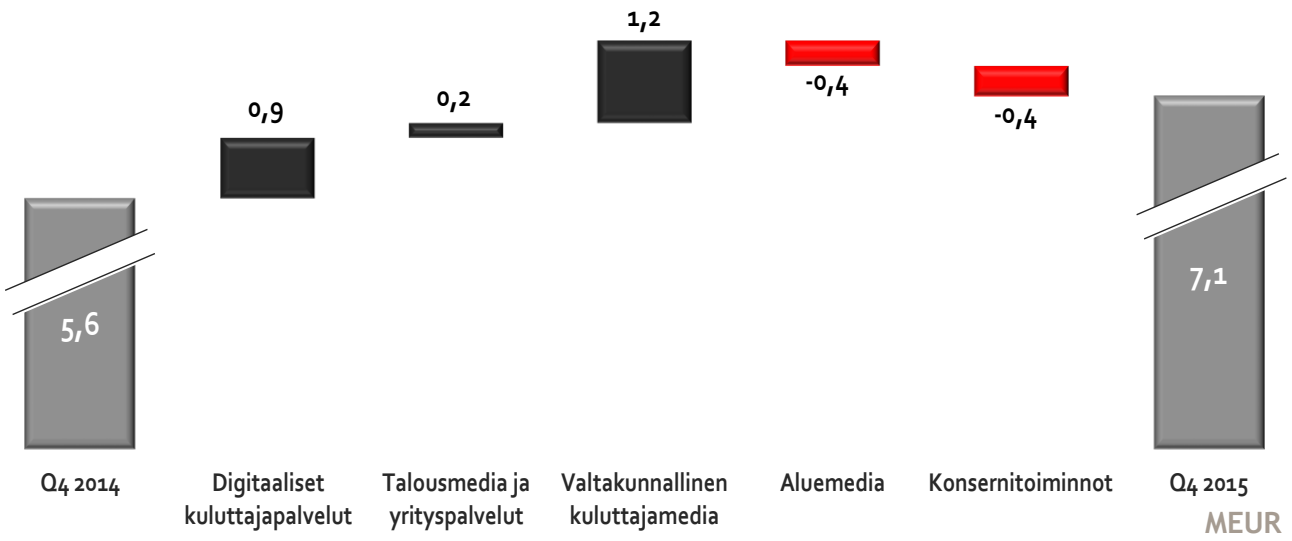
- Valtakunnallisessa kuluttajamediassa ja Aluemediassa mainos- sekä sisältömyynti pienentynyt viime vuosina. Digitaalisten tuotteiden ja palvelujen myynti kasvussa, mutta eivät kompensoi printtimedian laskusta kertyvää tulomenetystä.

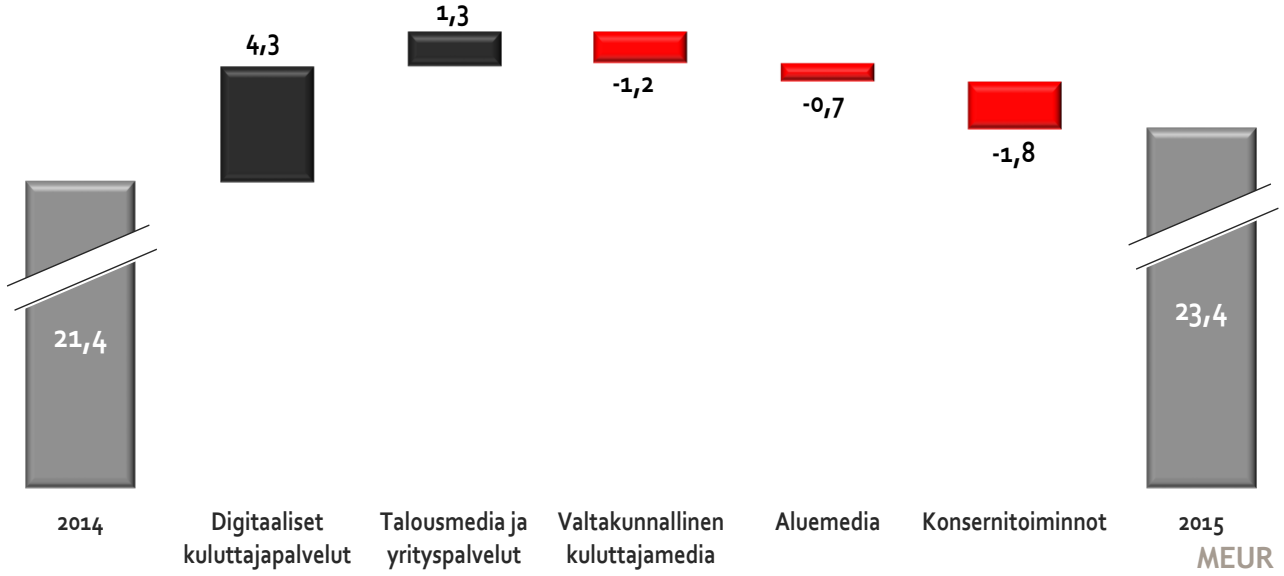




Operatiivinen tulos parani

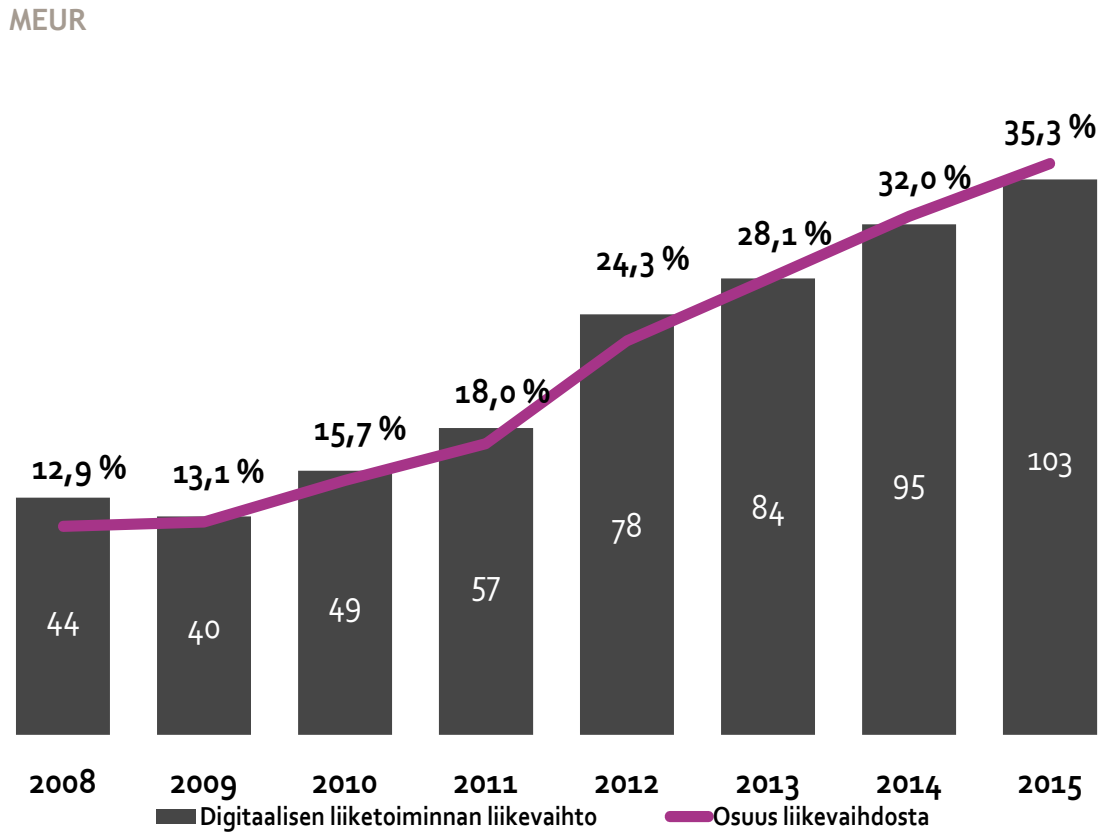
- Liikevoitto vuonna 2015 ilman kertaluonteisia eriä oli 23,4 milj. euroa, 8,0 % (7,2 %) liikevaihdosta.
    - Kokonaiskulut laskivat 0,5 milj. euroa eli 0,2 %, ja olivat 277,4 (277,9) milj. euroa.
    - Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 16,8 (15,7) milj. euroa.

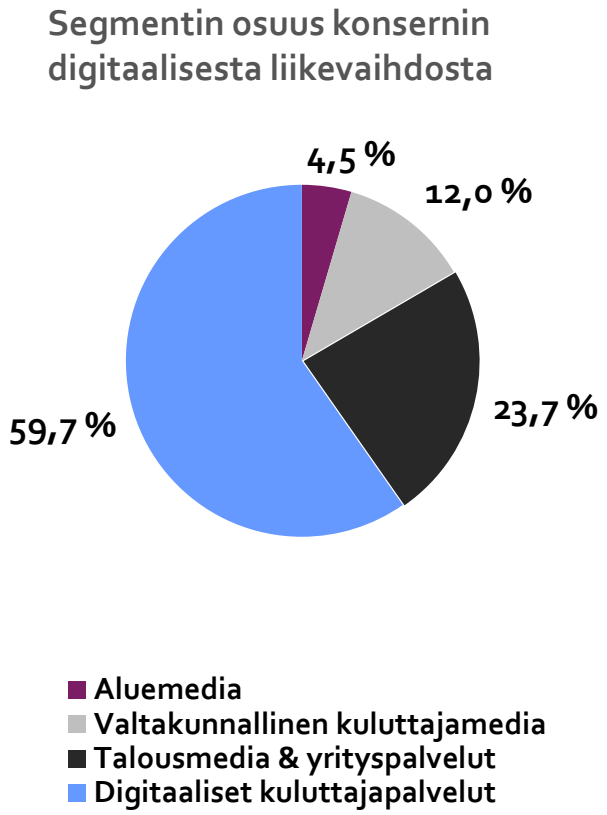




100 miljoonan euron rajapyykki rikki digitaalisten tuotteiden ja palvelujen liikevaihdossa – kasvu kiihtyi Q4:lla

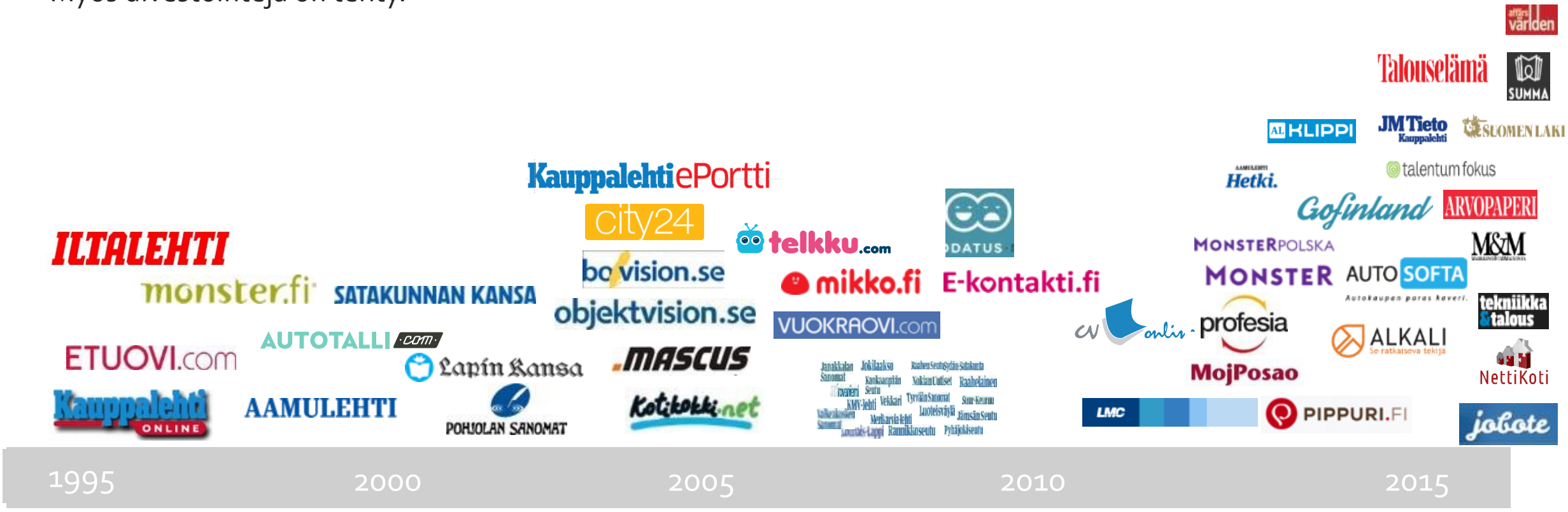
Digitaalisen liiketoiminnan liikevaihto Q4:lla kasvoi 17,7%. Vuonna 2015 kasvua oli 8,7%.





Alman digituoteperhe on kasvanut voimakkaasti 1990-luvun loppupuolelta

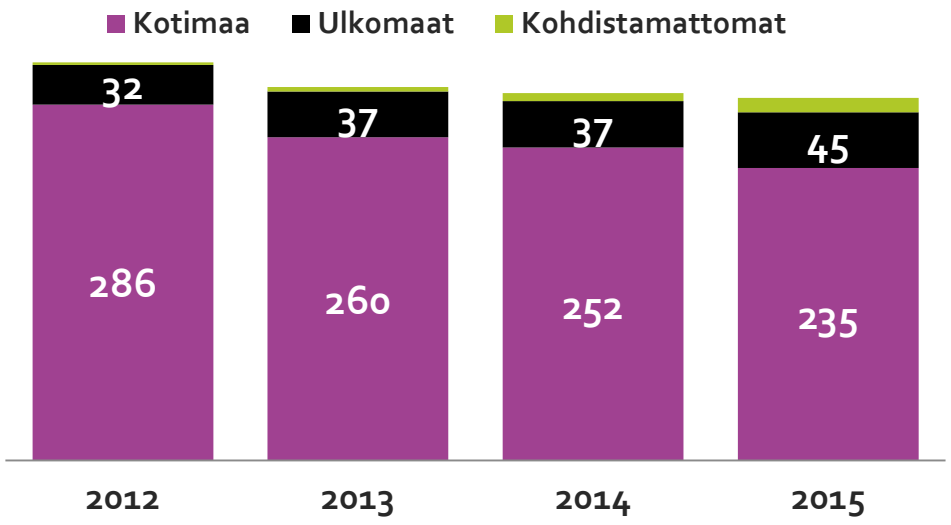
- Medialiiketoiminnan brändit toimivat monikanavaisesti.
- Digitaalisia kuluttaja- ja yrityspalveluja on kehitetty itse ja hankittu yritysostoin.
- Myös divestointeja on tehty.



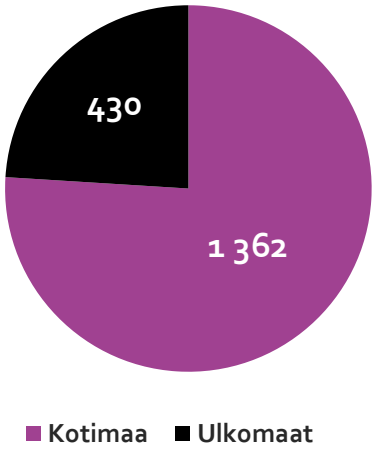
Alman toiminta Suomessa ja kansainvälisesti

- Alman kansainvälinen liiketoiminta kasvussa ja kannattavaa.
- Suurimmat investoinnit kansainväliseen rekrytointiliiketoimintaan vuonna 2012: LMC-, Profesia- ja CV Online -yritysostot yhteensä yli 70 miljoonaa euroa.

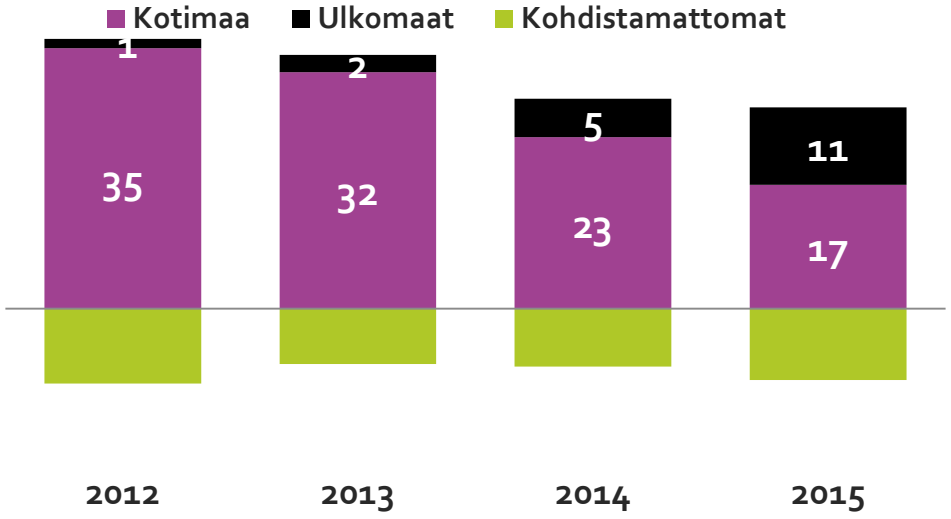
Liikevaihto 2012 - 2015



Henkilöstö 2015



Liikevoitto 2012 - 2015



TALOUDELLINEN KATSAUS

Juha Nuutinen, talous- ja rahoitusjohtaja

@AlmaMedia_IR

Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet

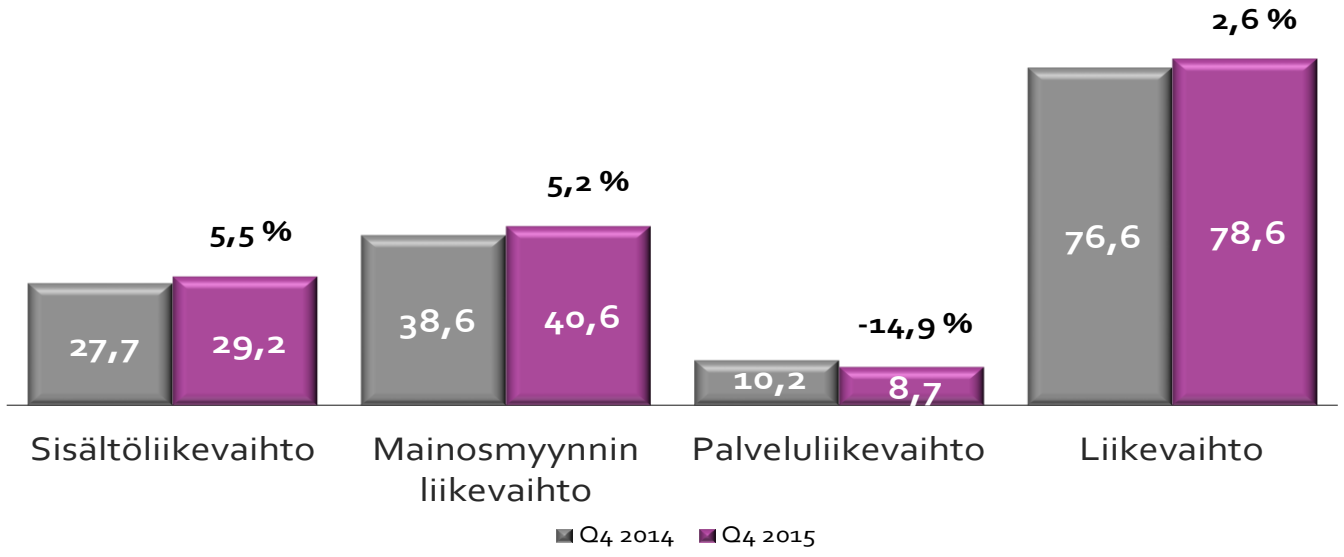
Alma Median taloudelliset tavoitteet	2011	2012	2013	2014	2015	Tavoitetaso
Digitaalisen liiketoiminnan kasvu	16,3 %	36,8 %	8,4 %	11,9 %	8,7 %	> 15 %
Sijoitetun pääoman tuotto ROI, %	26,1 %	13,8 %	10,0%	9,8 %	6,9 %	> 15 %
Osinkosuhde*	103 %	45 %	50 %	63 %	92 %	> 50 %

*Sisältää pääomanpalautuksen osakkeenomistajille.

Liikevaihdon jakauma

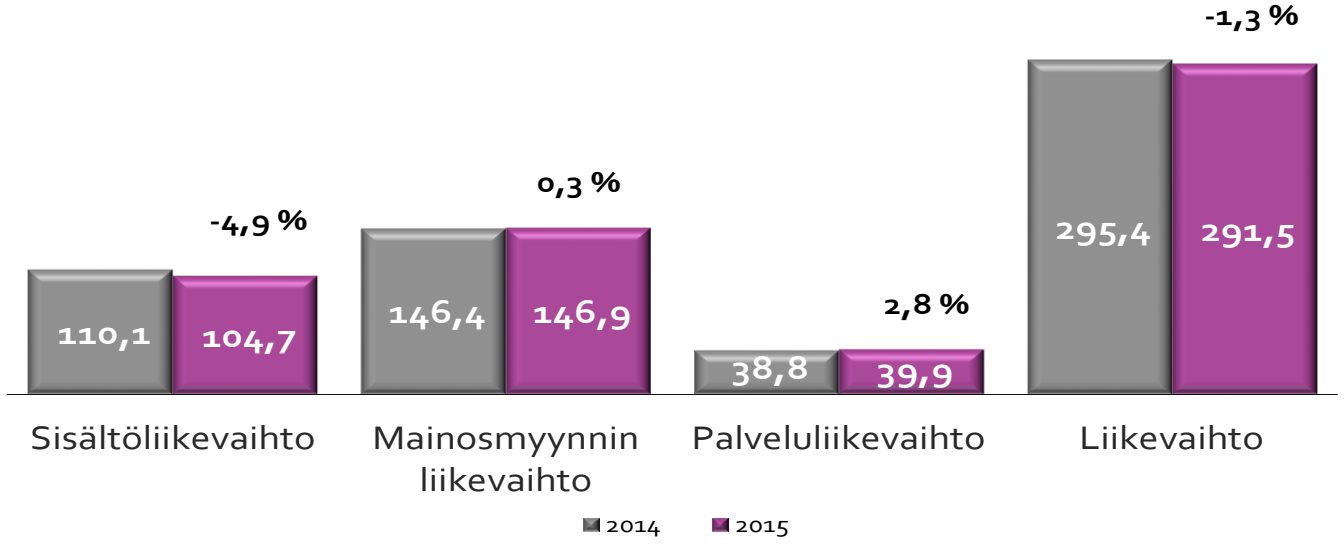
Loka-syyskuu

- Sisältöliikevaihto +5,5 %.
  - Talentumin vaikutus sisältöliikevaihtoon +4,1 milj. euroa.
- Mainosmyynnin liikevaihto +5,2 %
  - Painettujen lehtien mainosmyynti -2,2 %
  - Verkkomainosmyynti +20,7 %
  - Talentumin vaikutus mainosmyynnin liikevaihtoon +1,0 milj. euroa.

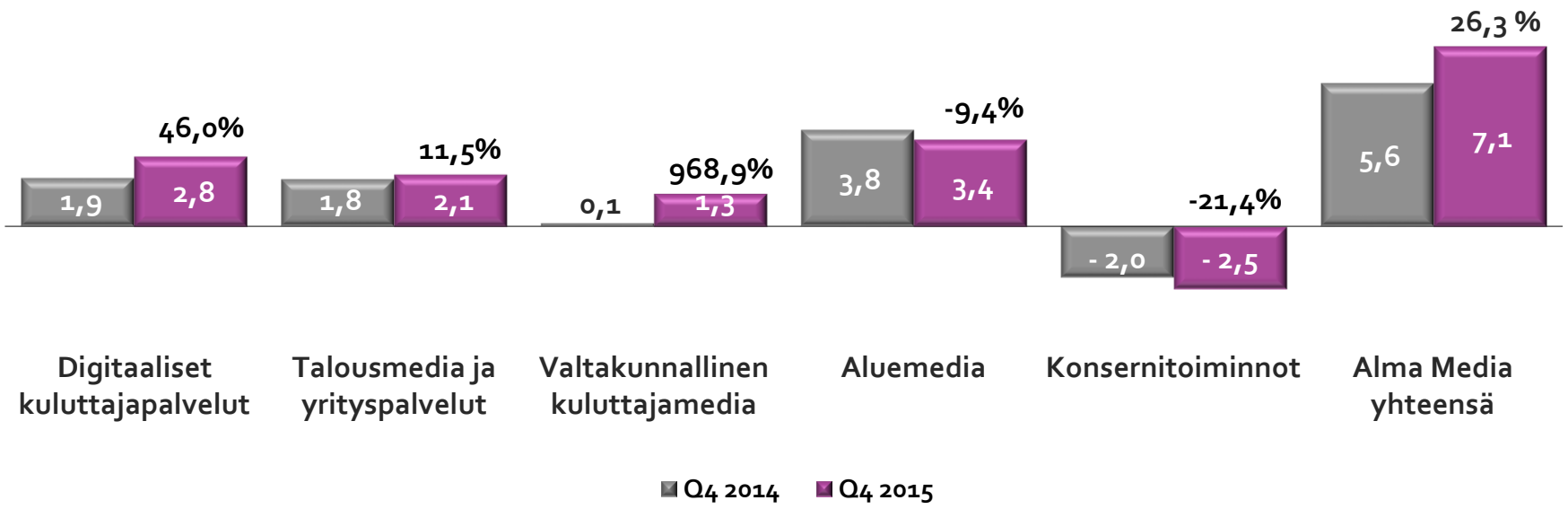


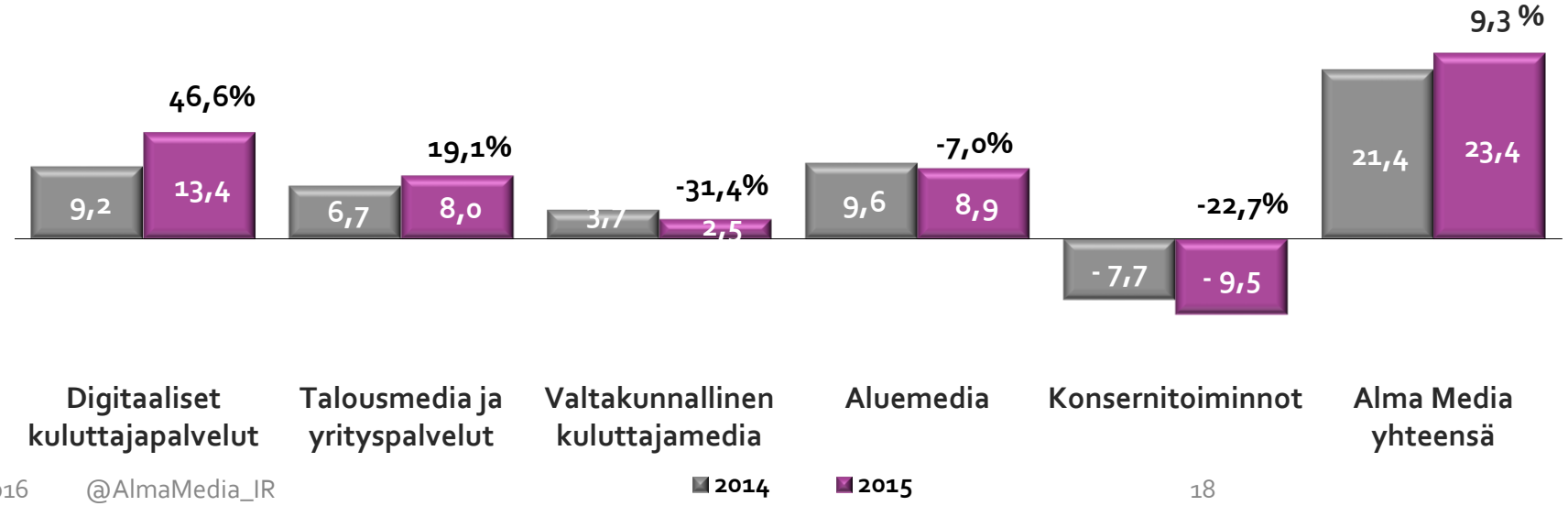
Vuosi 2015

- Sisältöliikevaihto -4,9 % painetun median levikkien laskiessa.
- Mainosmyynnin liikevaihto +0,3 %.
  - Painettujen lehtien mainosmyynti -10,2 %
  - Verkkomainosmyynti +11,0 %



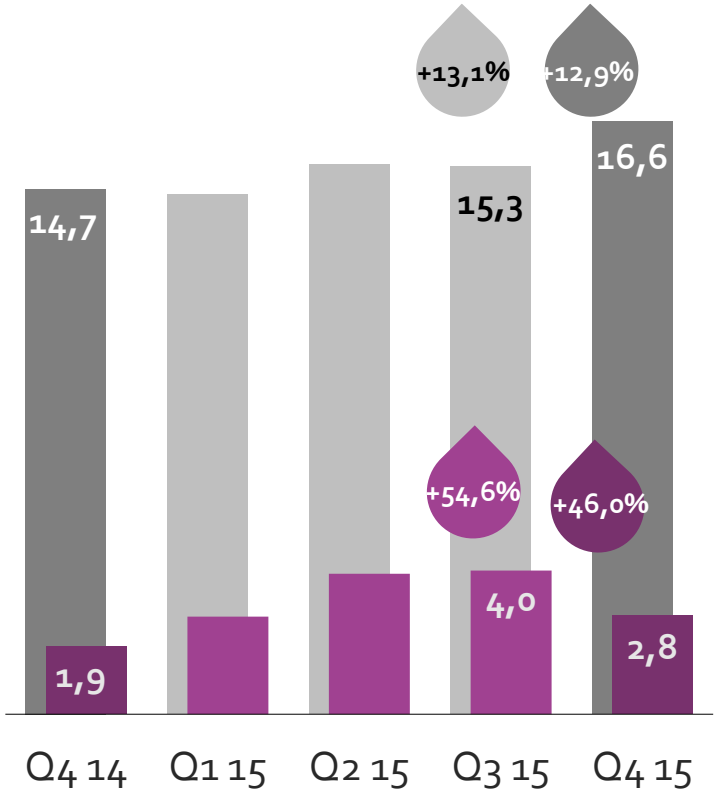
Liikevoiton jakauma

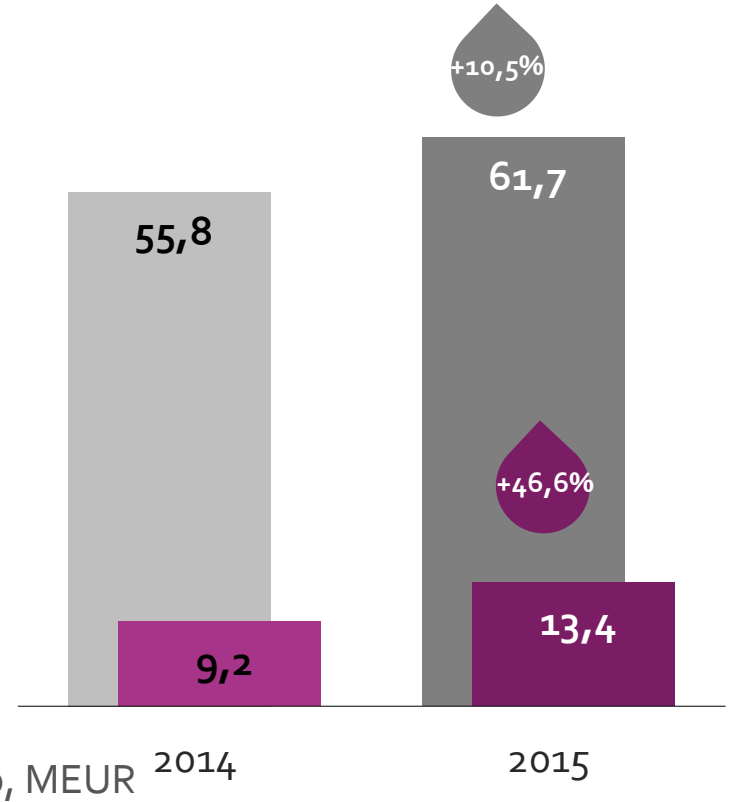




Digitaaliset kuluttajapalvelut 2015: vahvaa kasvua kansainvälisesti

- Rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto +20,5 % ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 73,6 (67,5) % vuonna 2015.
- Suomalaiset markkinapaikat onnistuivat säilyttämään tulostasonsa.
- Liiketoiminta oli hyvin kannattavaa liikevoiton ilman kertaeriä parantuessa 47 % vuodesta 2014.

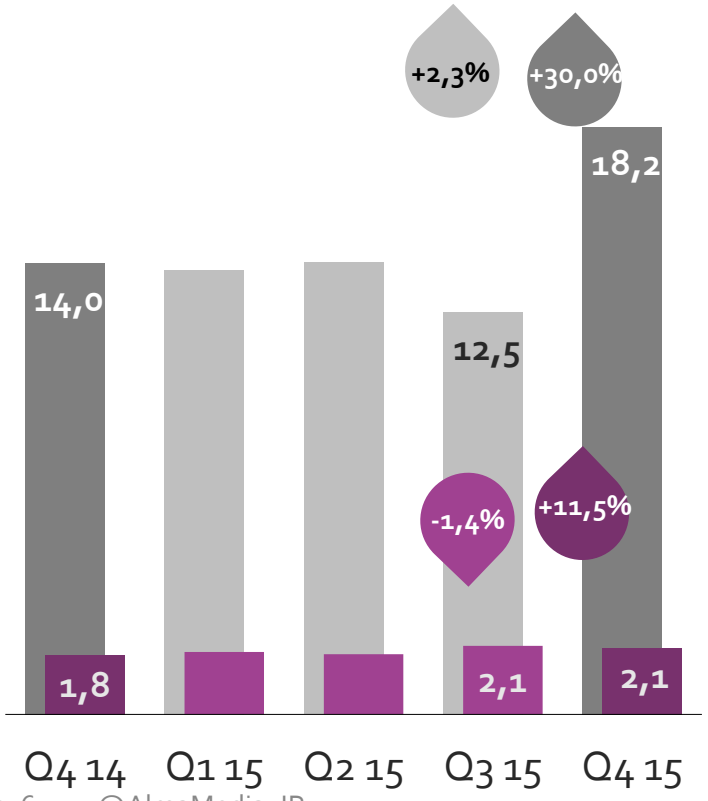


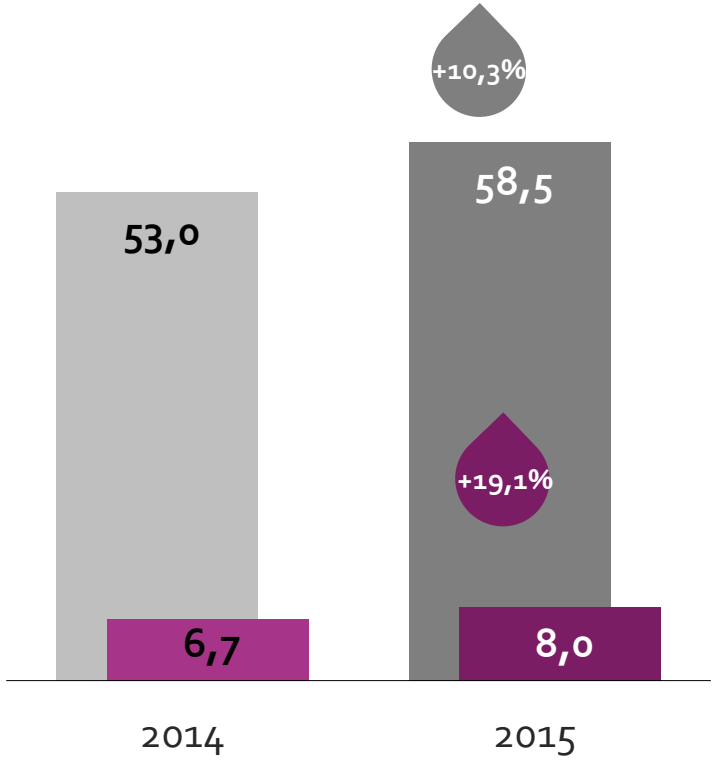


Liikevaihto ja liikevoitto, MEUR
Ilman kertaluonteisia eriä

Talousmedia ja yrityspalvelut 2015: merkittäviä yritysjärjestelyjä

- Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 41,7 % (43,0 %).
- Ensi kertaa Kauppalehden digitaalisten tuotteiden tilaajamäärä printtiä suurempi (53 %).
- Kannattavuus ilman kertaluonteisia eriä parani hyvin. Talentumin vaikutus koko vuoden tulokseen oli vähäinen.

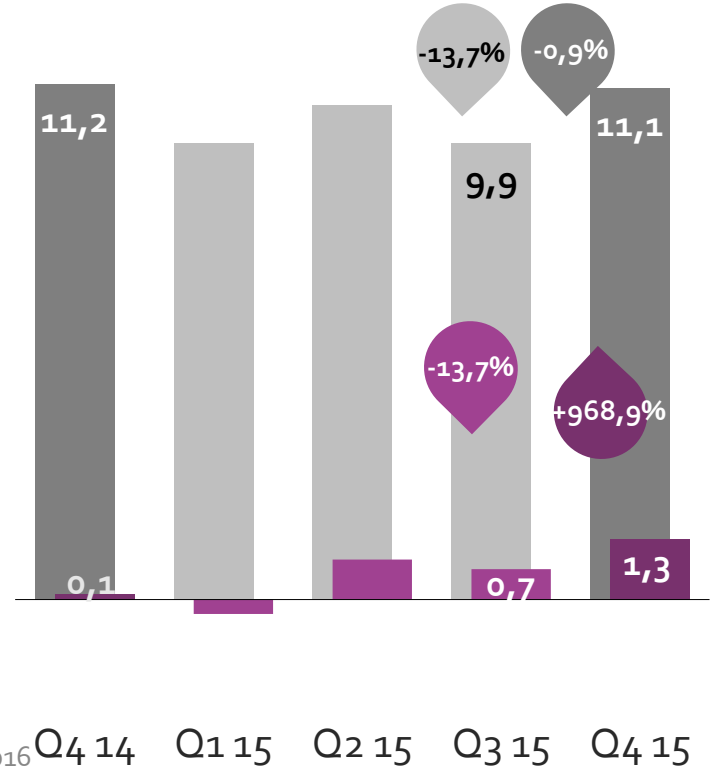


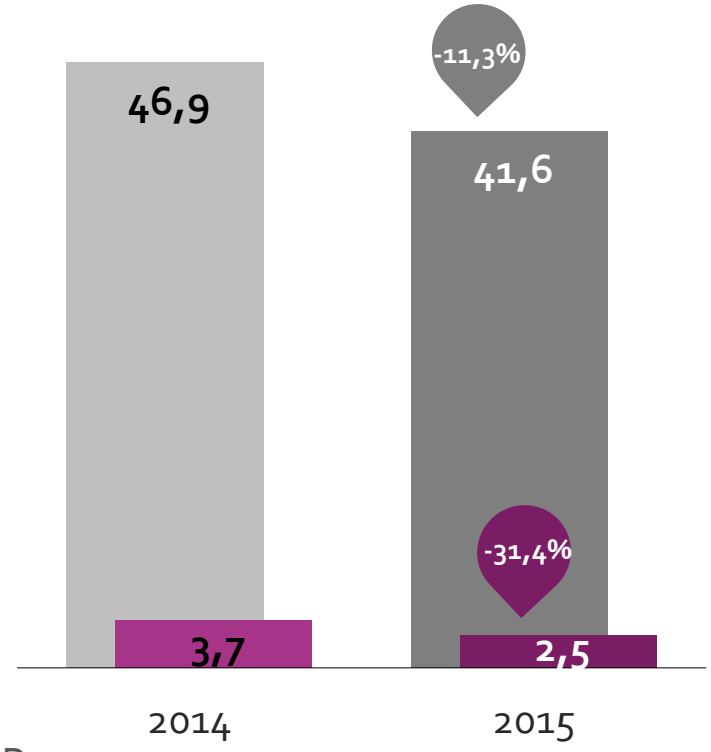


Liikevaihto ja liikevoitto, MEUR
Ilman kertaluonteisia eriä

Valtakunnallinen kuluttajamedia 2015: mobiilimainonnassa hyvä vire loppuvuonna

- Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 29,8 % (27,0%)
- Sisältöliikevaihto -13,2% 24,7 milj. euroon johtuen Iltalehden levikin laskusta
- Mainosmyynti -8,6% ja oli 16,8 milj. euroa: painetun median mainosmyynti -22,6 %, verkkomainosmyynti -2,1%

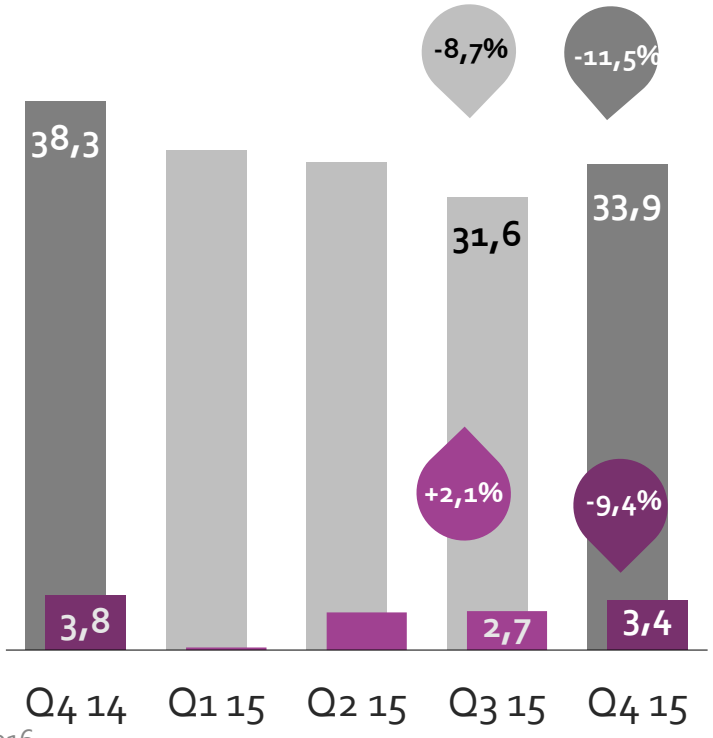


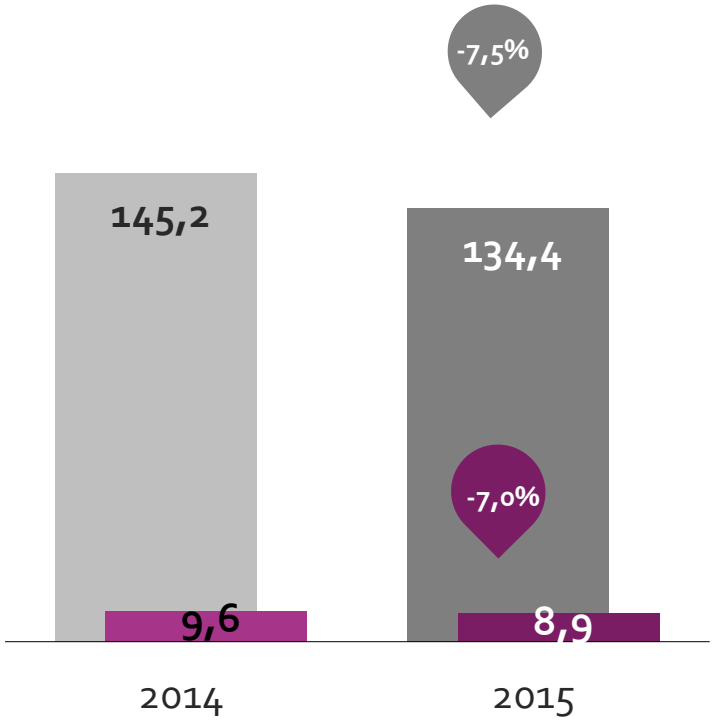


Liikevaihto ja liikevoitto, MEUR
Ilman kertaluonteisia eriä

Aluemedia 2015: rakenneuudistukset jatkuivat

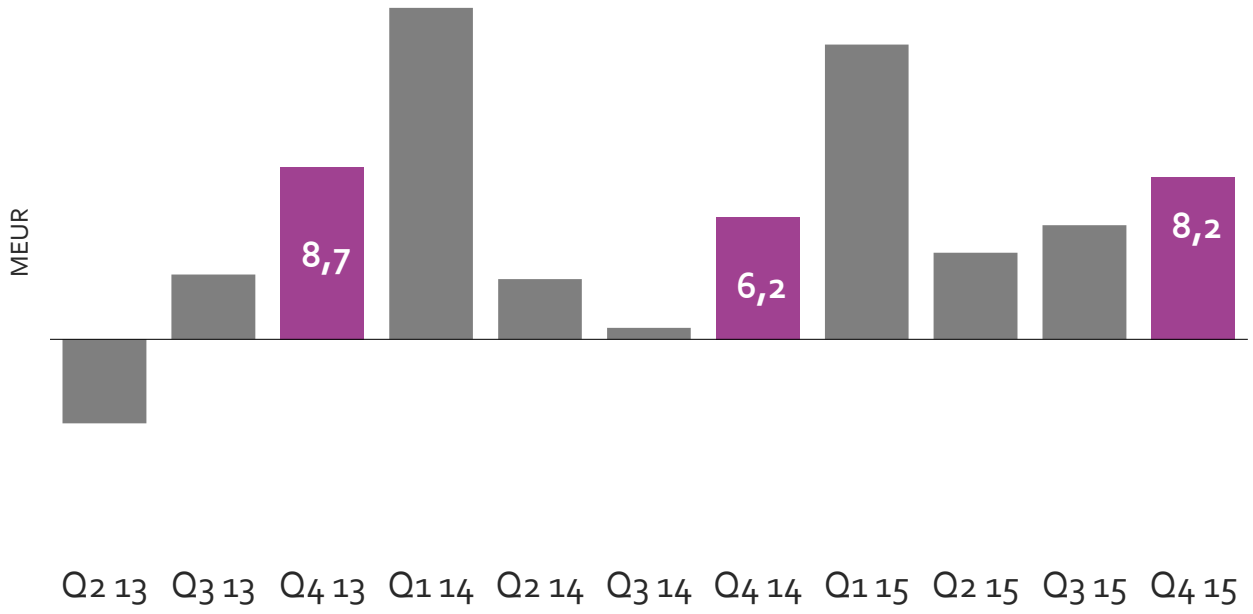
- Verkkoliiketoiminnan osuus liikevaihdosta oli 3,5 % (2,6%).
- Sisältöliikevaihto -8,7 % 59,8 milj. euroon. Mainosmyynti -9,9 % 56,3 milj. euroon: painetun median mainosmyynti -11,1 %, sen sijaan verkkomainosmyynti +23,2 %.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä pysyi 6,6 %:ssa liikevaihdosta. Loppuvuoden rakenneuudistukset laskivat kertaerinä liikevoittoa.



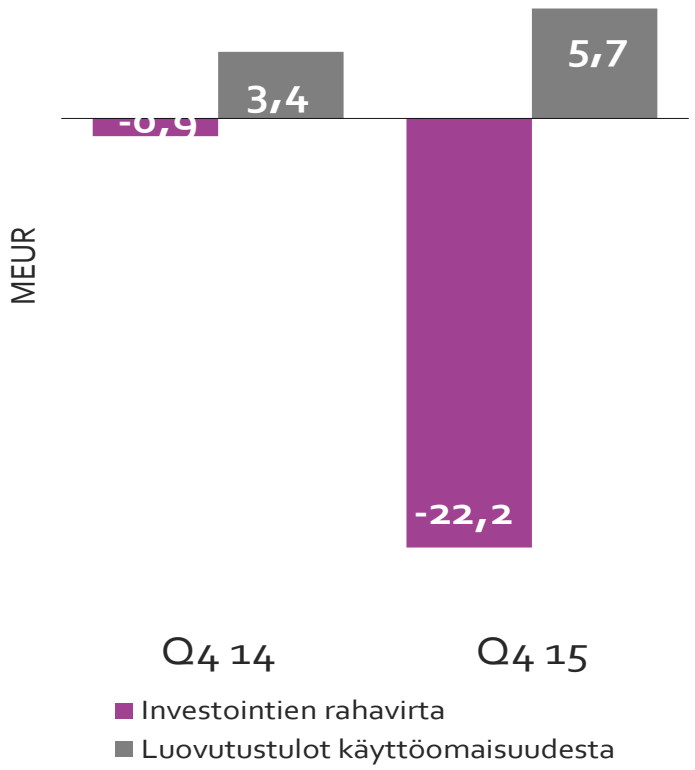


Liikevaihto ja liikevoitto, MEUR
Ilman kertaluonteisia eriä

Liiketoiminnan rahavirta ja investoinnit

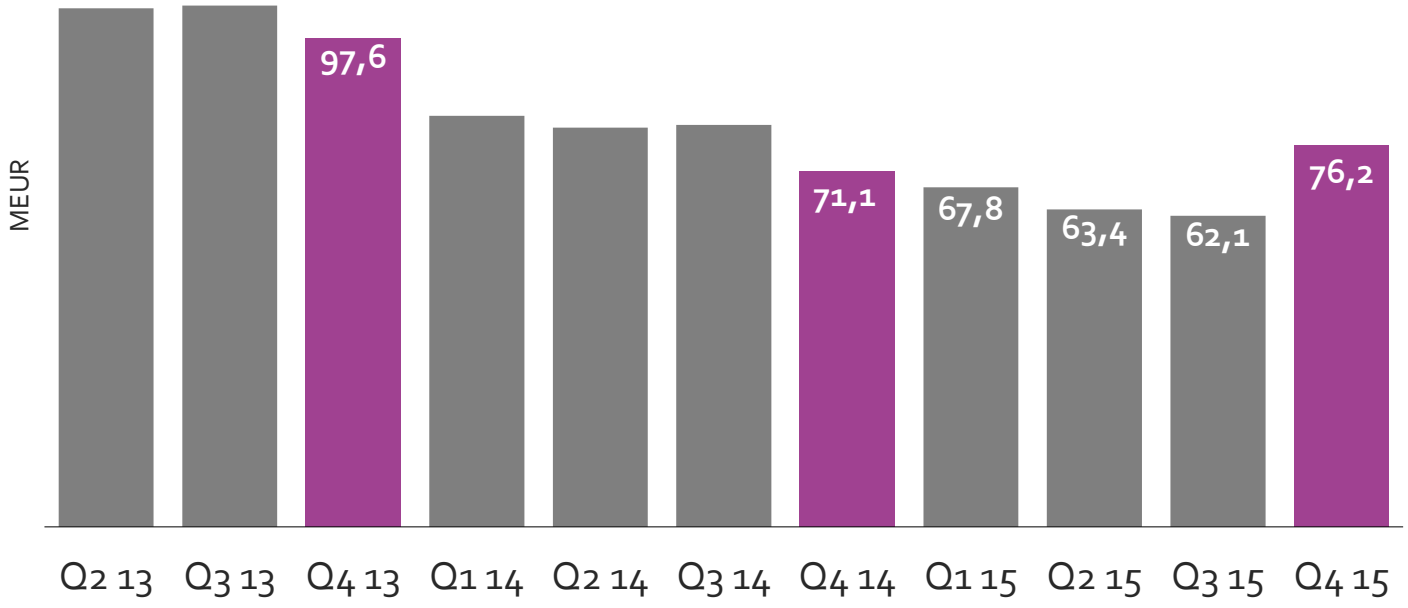


Liiketoiminnan rahavirta



Korolliset velat

Nettovelat Q2/2013-Q4/2015



Nettovelkojen jakauma

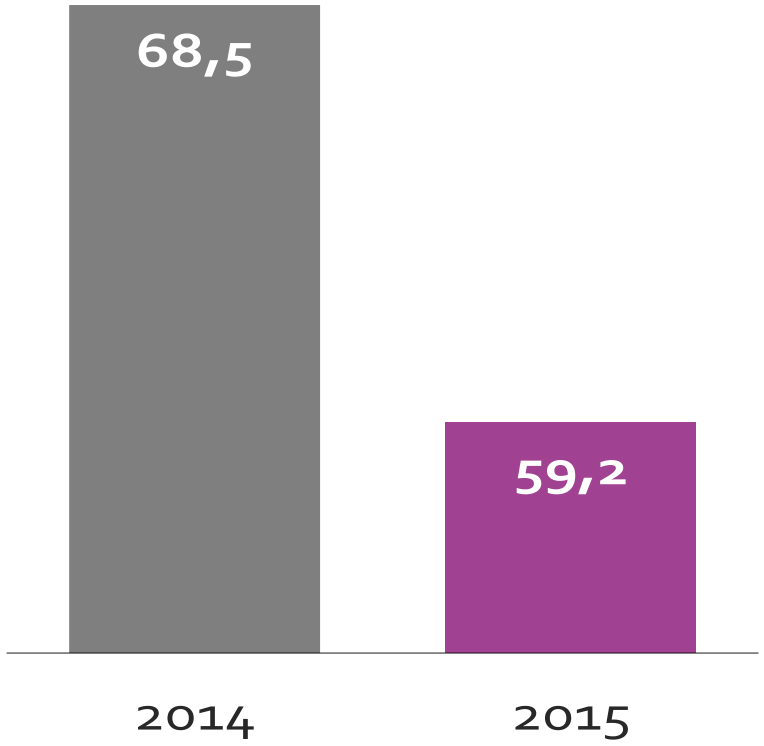
	Q4/2015
Rahoitusleasing	65,0
Rahoituslainat	25,6
Yritystodistukset	0,0
Rahavarat	-14,4
Yhteensä	76,2

Omavaraisuusaste ja nettovelkaantumisaste

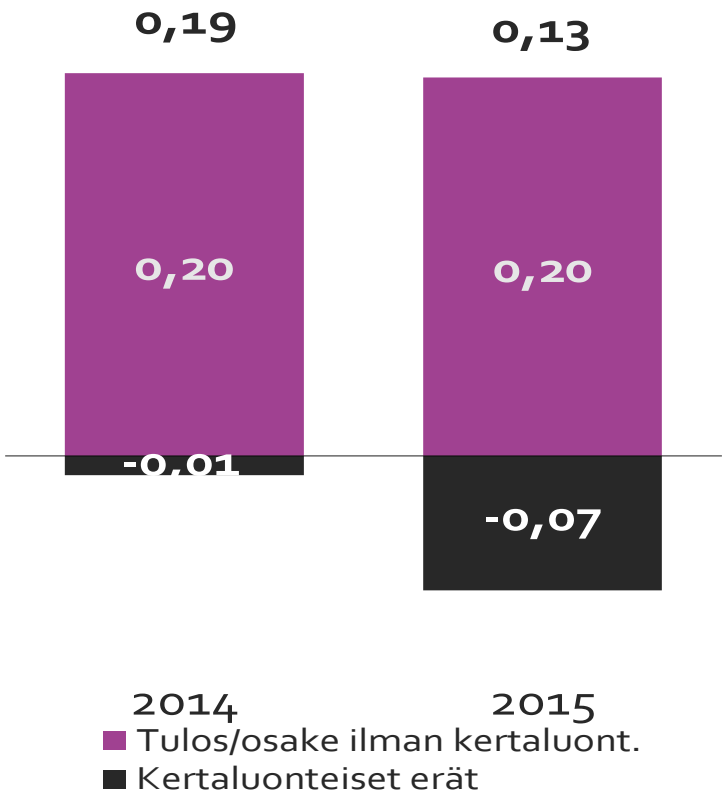
IFRS

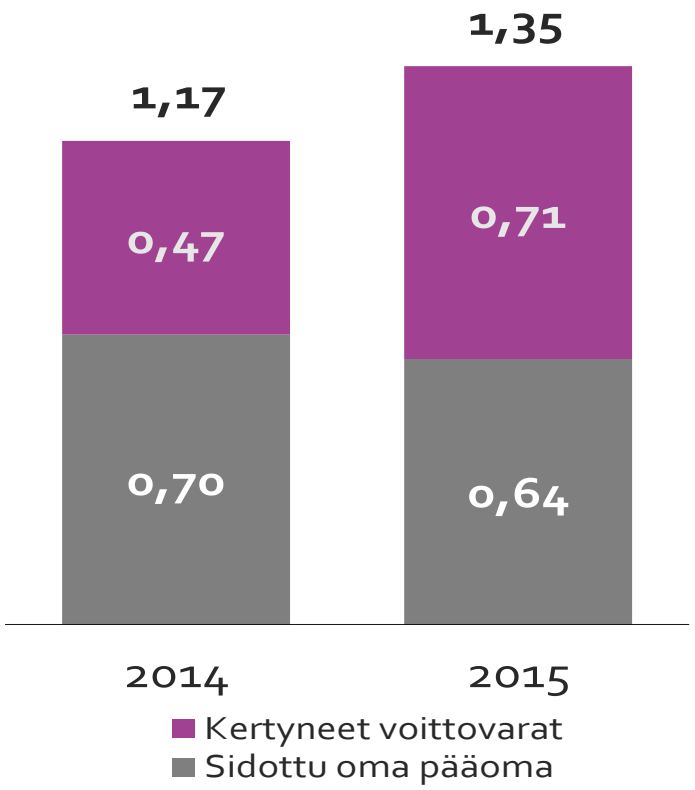
Omavaraisuusaste, %

Nettovelkaantumisaste, %

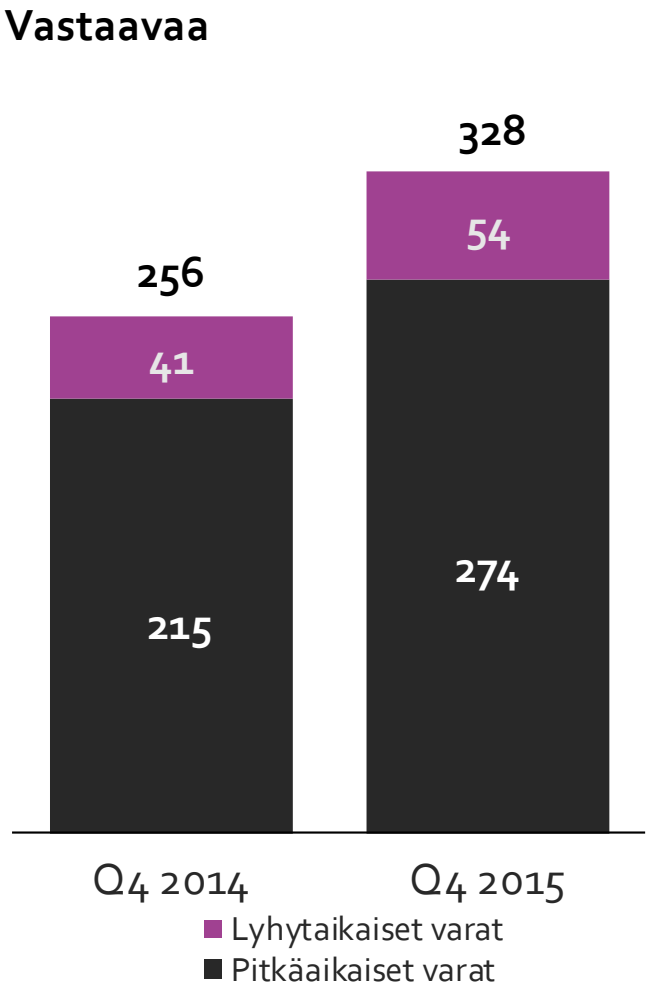


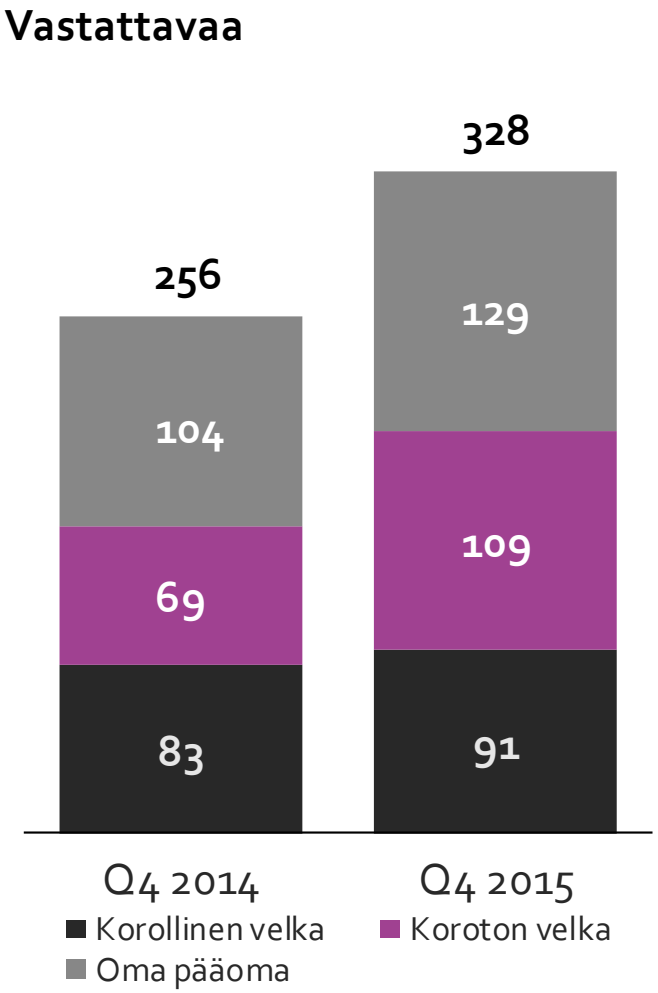
Tulos/osake ja oma pääoma/osake



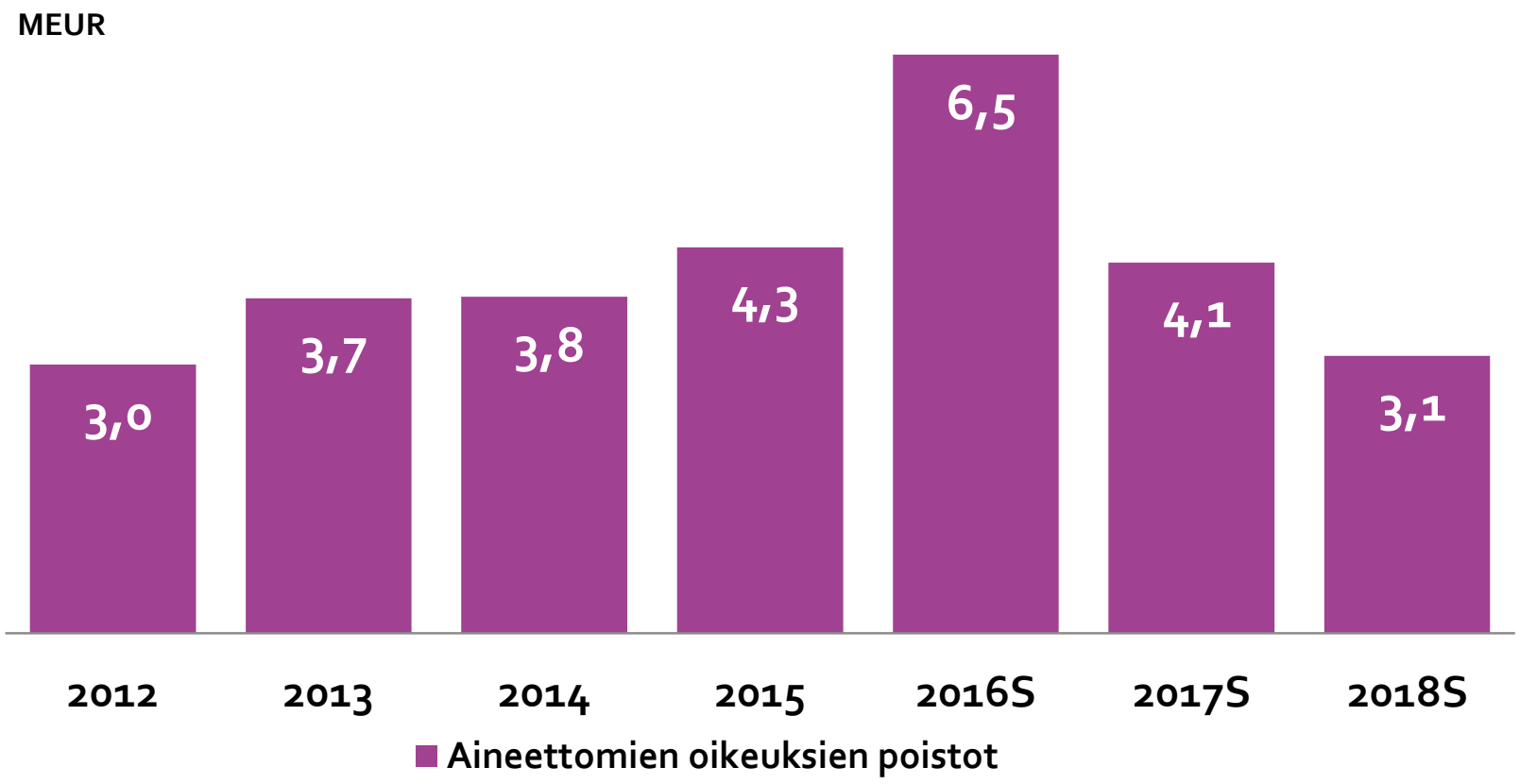


Tase


Vastaavaa
328
256
54
41
274
215
Q4 2014
Q4 2015
Lyhytaikaiset varat
Pitkäaikaiset varat


Vastattavaa
328
256
129
104
109
69
83
91
Q4 2014
Q4 2015
Korollinen velka
Koroton velka
Oma pääoma

Aineettomien oikeuksien poistot - aikataulu



Talentum

Tuloskehitys vuonna 2015

Talentum 2015 lyhyesti

Saavutukset

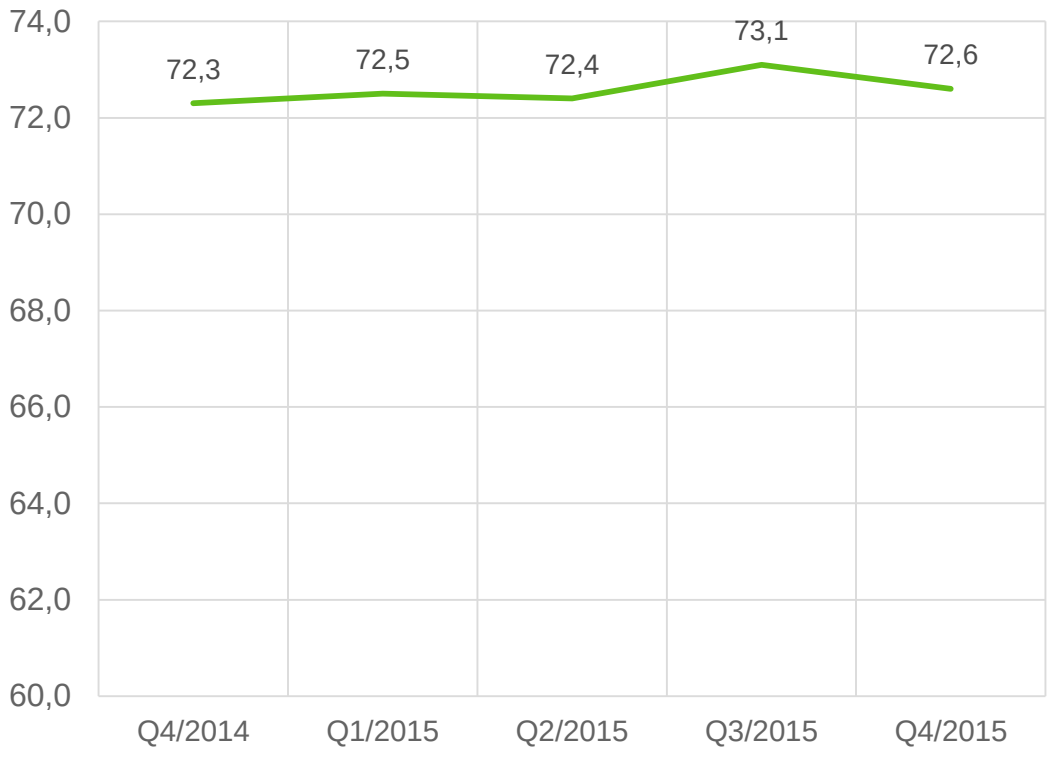
- Positiivinen kehitys konsernin liiketuloksessa ilman kertaluonteisia eriä jatkui
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 5,4 milj. euroa (4,1 milj. euroa)
- Suomen lehtiliiketoiminnan liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä kasvoi selvästi levikkituottojen kasvun ja kustannussäästöjen ansiosta
- Myös Talentum Pro ja Suoramarkkinointi tuottivat erinomaiset tulokset

Haasteet

- Liiketulos ilman kertaluonteisia eriä laski Ruotsin lehtiliiketoiminnassa ja Tapahtumaliiketoiminnassa
- Arvonalennustestauksen seurauksena julkaisuoikeuksiin ja liikearvoon tehtiin 9,9 milj. euron arvonalennus, joka kohdistui Ruotsin lehtiliiketoimintaan
- Ilmoitusmyynti jatkoi laskua sekä Suomen että Ruotsin lehtiliiketoiminnassa

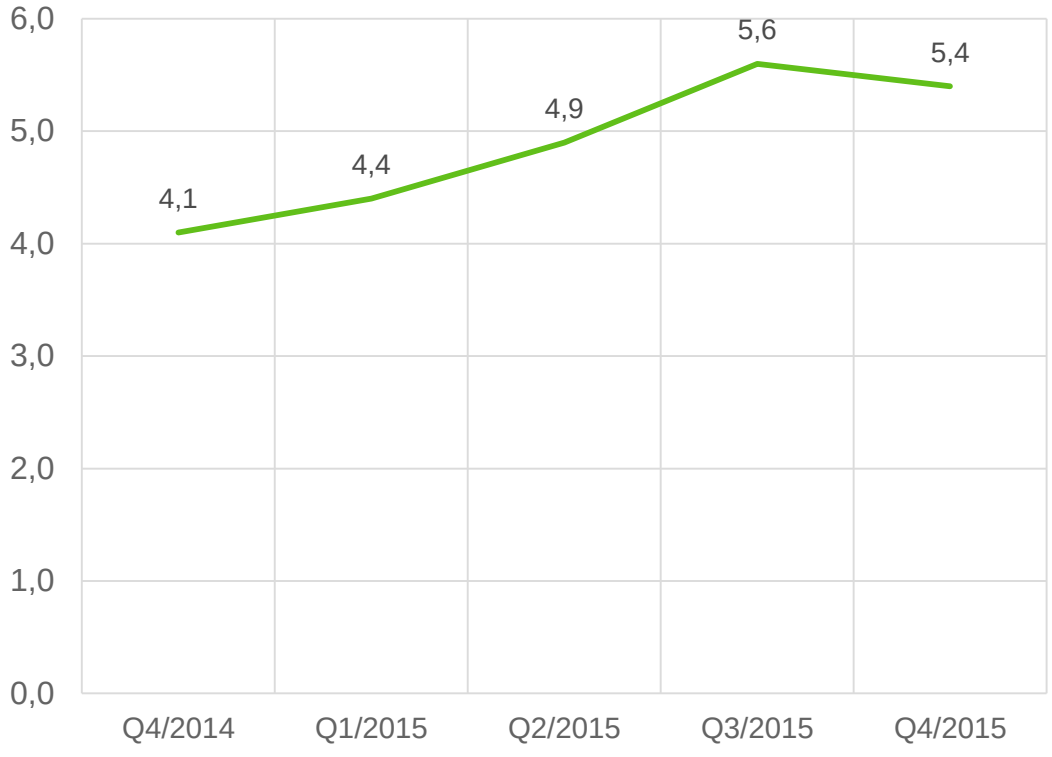
Talentumin taloudellinen kehitys

Liikevaihdon kehitys R12M



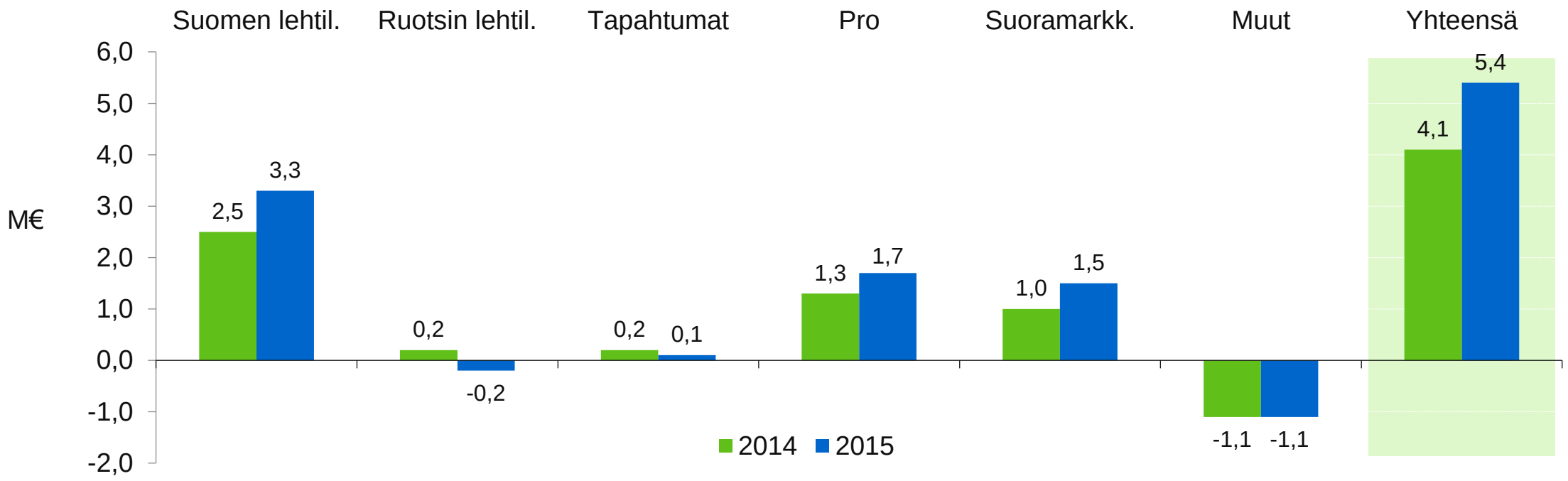
Liikevoiton kehitys R12M

ilman kertaluonteisia eriä



EBIT-kehitys 2015

Ilman kertaluonteisia eriä



STRATEGIA JA TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT

Kai Telanne

@AlmaMedia_IR

Strategiset kehitysalueet

Sisällöt

Markkinointi-ratkaisut

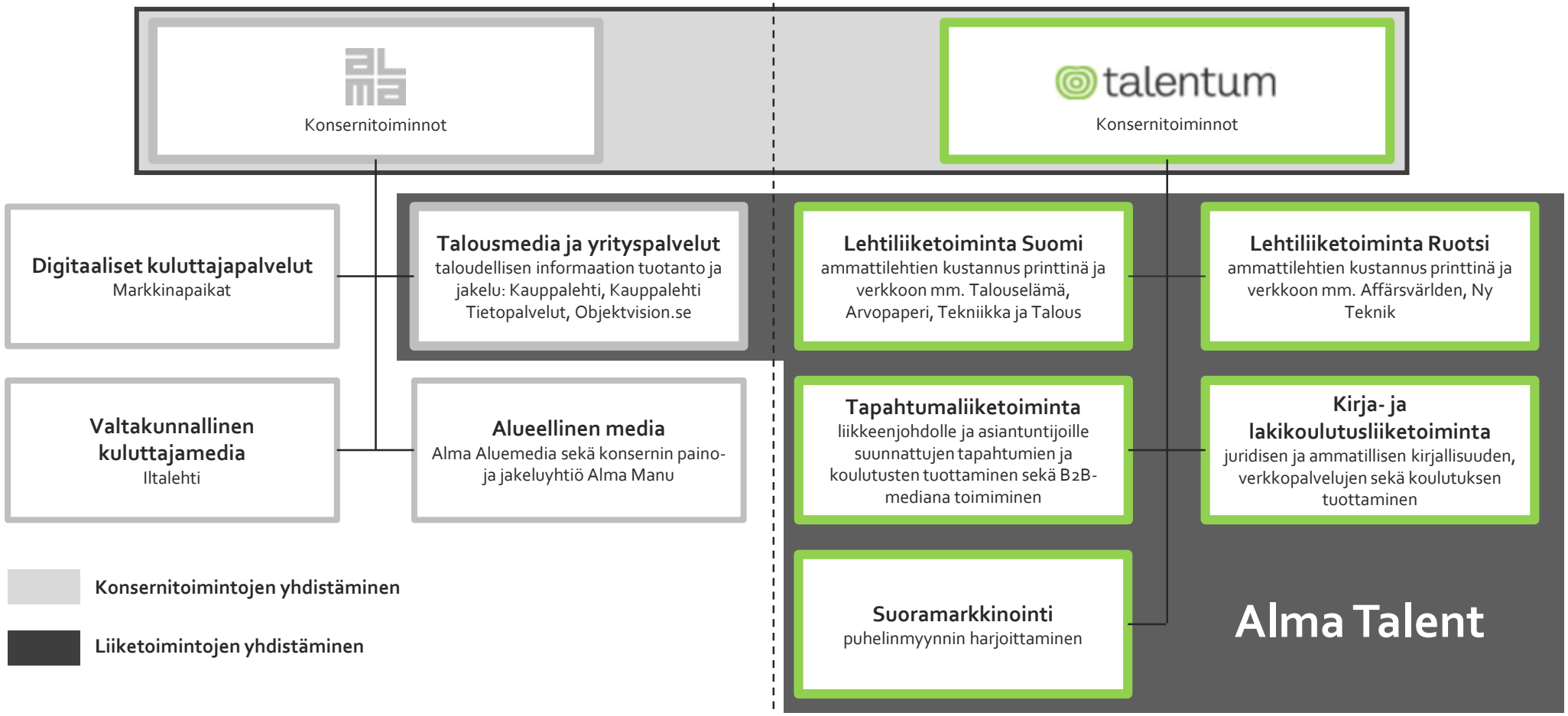
Palveluliike-toiminta

Voimavarat ja tapa toimia

Kestävää kasvua digitalisaation mahdollisuuksia hyödyntäen.

Kauppalehti ja Talentum
ovat nyt yhdessä
Alma Talent.

Talentumin ja Alman integraatio – yhdistyminen toteutetaan kahdella tasolla



Yhdistymisprosessi

- Yhdistymisestä odotettavat vuotuiset kustannussynergiat voivat nousta 4-5 miljoonaan euroon, ja yhdistymisestä aiheutuvat integraatiokustannukset ovat noin 1-2 miljoonaa euroa yhdistymistä seuraavan ensimmäisen toimintavuoden aikana.

- Uuden liiketoiminnon johtoryhmä aloittaa 13.2.:

Juha-Petri Loimovuori (Talentumin toimitusjohtaja ja johtoryhmän vetäjä)

Arno Ahosniemi (toimitukset)
Tuomas Hämäläinen (sisältömyynti)
Tiina Järvilehto (mediamyynti)

Otto Mattsson (Kauppalehti Tietopalvelut)
Tapio Teppo (Talentum Events)
Pia Ruusukivi (digikehitys)
Maria Ampiala (Talentum Pro)

Talentumin delistauksen arvioitu aikataulu

Vaihtotarjouksen toteuttaminen ja vähemmistöosakkaiden lunastusmenettely

17.11. Päätös ostotarjouksen toteuttamisesta ja osakeannista
Lopullinen tulos.

Talentumin ylimääräinen yhtiökokous 15.12.2015

Q1/2016
Välimiesoikeuden nimeäminen 19.1.2016

Q2/2016
Lunastusoikeuden vahvistaminen
Vakuuden määrän vahvistaminen ja maksu
Talentumin delistaus

Marraskuu	Joulukuu	Q1/2016	Q2/2016	Q3/2016

Tarjouksen toteuttamiskaupat
Ilmoitus lunastusmenettelystä

Uskotun miehen määrääminen 14.12.2015
Lunastusmenettely alkoi

Lunastus-menettely – arvioitu kesto Q3/2016

Kestävää kasvua digitalisaation mahdollisuuksia hyödyntäen: palveluliiketoiminnan kasvattaminen

- Alma laajentunut perinteisen median ulkopuolelle erilaisiin järjestelmä- ja asiantuntijapalveluihin:
  - kiinteistövälityksessä asuntovälitysjärjestelmään ja informaatiopalveluihin.
  - rekrytointiliiketoiminnassa HR-konsultointiin ja rekrytointijärjestelmiin.
  - autokaupassa toiminnanohjaus- ja tarjouspyyntöjärjestelmiin.
- Kauppalehti Tietopalvelut, JM Tieto ja Alma Manu ovat tuoneet vakiintuneen liiketoiminnan rinnalle uusia aihioita.

Tulevaisuuden näkymät

- Suomen kansantalouden arvioidaan pysyvän samalla tasolla tai kasvavan vain vähän vuonna 2016. Alma Medialle tärkeiden itäisten Keski-Euroopan maiden, kuten Tsekin ja Slovakian kansantalouksien arvioidaan kasvavan, mutta vähemmän kuin vuonna 2015.

- Kansantalouden kehitys vaikuttaa sekä kulutuskysyntään että mainonnan määrään. Mainonnan rakennemuutos jatkuu vuonna 2016; mainonta verkossa kasvaa, ja painetun median mainonta laskee. Mainonnan kokonaismäärän ei arvioida kasvavan Suomessa vuonna 2016.

- Loppuvuodesta 2015 toteutunut Talentum-yrityskauppa kasvattaa Alma Median liikevaihtoa ja liikevoittoa vuonna 2016. Alma Media arvioi vuoden 2016 liikevaihdon ja liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä kasvavan vuoden 2015 tasosta. Vuoden 2015 liikevaihto oli 291,5 milj. euroa ja liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 23,4 milj. euroa.

KIITOS!

Seuraavat tapahtumat sijoittajakalenterissa:

- Hallituksen toimintakertomus ja tilinpäätös 25.2.2016
- Yhtiökokous 17.3.2016
- Q1-tulos 29.4.2016
- CMD 17.5.2016 /Helsinki