

ALMA MEDIA

Q2/2016

Living
Information

Kai Telanne, toimitusjohtaja

Juha Nuutinen, talous- ja rahoitusjohtaja

22.7.2016



Alma Median Q2/2016 lyhyesti

Hyvää kannattavuuden ja digitaalisen liiketoiminnan kasvua

- Alma Median liikevaihto nousi 25,9 % 92,0 milj. euroon Alma Marketsin ja Alma News & Lifen hyvän myyntikehityksen sekä Talentum-yrityskaupan johdosta.
- Oikaistu liikevoitto parani 45,5 % 9,9 milj. euroon.
- Osakekohtaista tulosta rasitti Alma Talentin Ruotsin liiketoiminnan uudelleenjärjestelykuluista tehty 1,5 milj. euron varaus.
- Verkkoliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 33,8 milj. euroon ja oli konsernin liikevaihdosta 36,7 %.

Liiketoimintojen alkuvuoden hyvä vauhti jatkui Q2:lla

- Alma Markets: erinomaisen kehityksen taustalla sekä ulkomaiset rekrytointipalvelut että kotimaan markkinapaikat.
- Alma Talent: liikevoitto parani integraation kulusynergioiden johdosta. Segmentin uudelleenjärjestelyt Suomessa pääosin toteutettu, jatkuvat Ruotsissa.
- Alma News & Life: digitaalisen mainosmyynnin kasvu jatkui kolmatta kvartaalia. Liikevoitto kaksinkertaistui.
- Alma Regions: digitaalinen sisältö- ja mainosmyynnin kehitys hyvää, mutta ei kuitenkaan vielä riittänyt kattamaan painetun median liikevaihdon laskua.

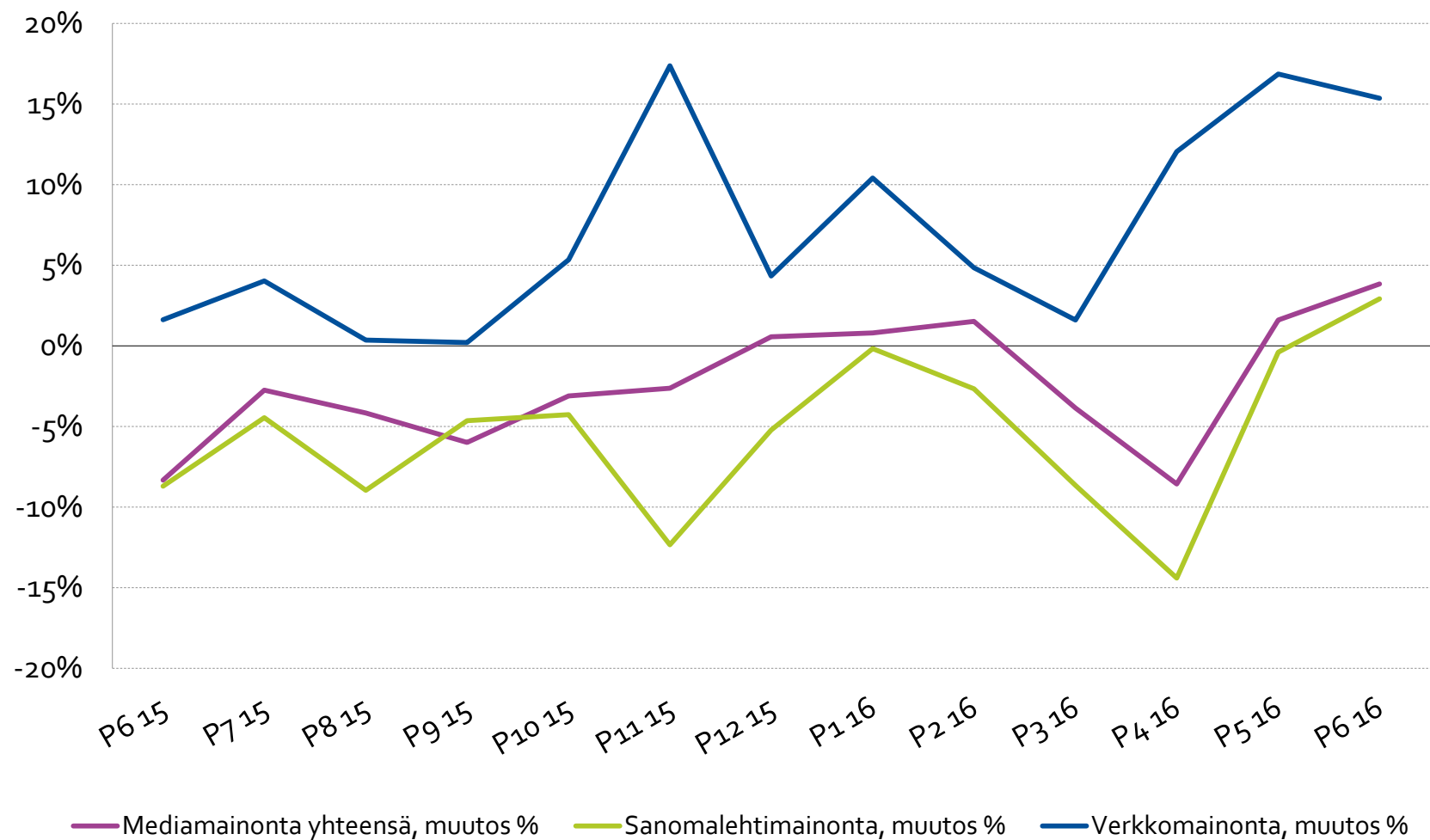
MARKKINAKEHITYS SUOMESSA

Living
Information

@AlmaMedia



Kesäkauden alku toi pientä positiivista nostetta mediamainontaan, verkkomainonta kasvoi 15,4 %

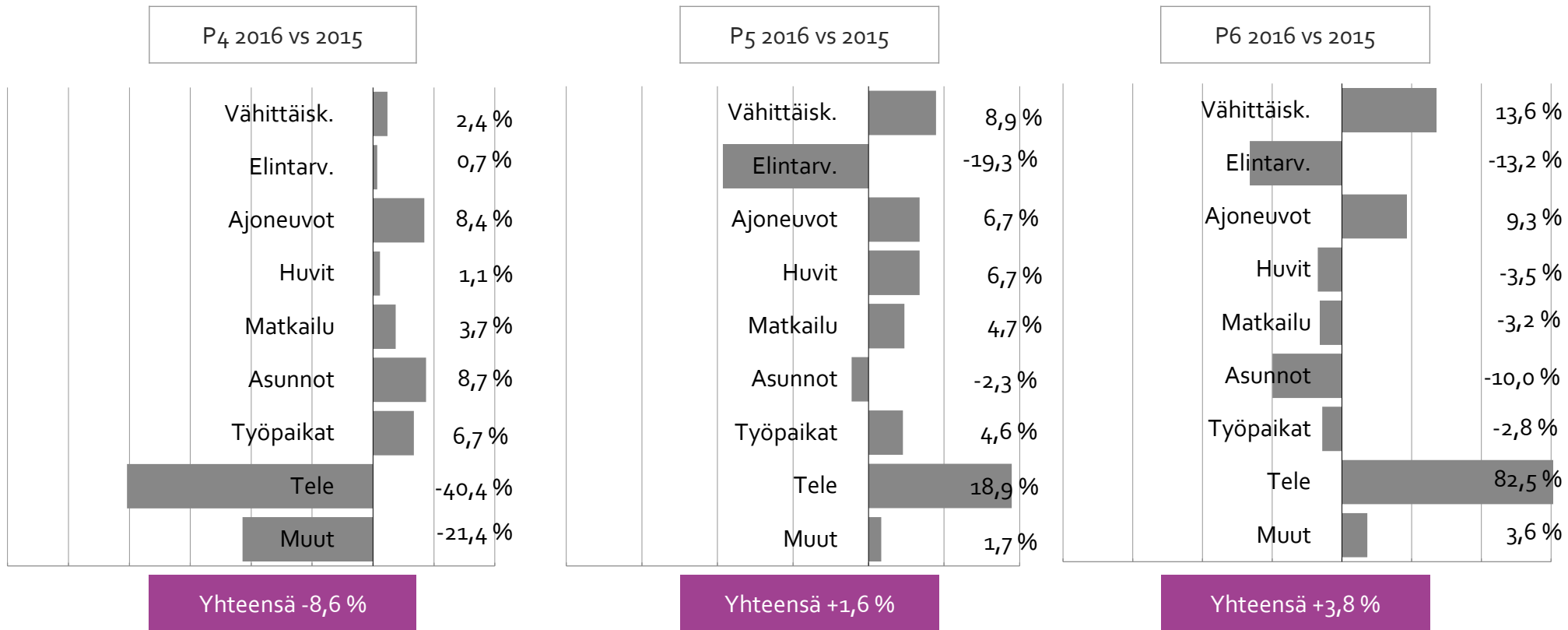


Lähde: TNS Media Intelligence



Mediamainonta kasvussa monilla toimialoilla

Kokonaismarkkina, muutos edellisvuoteen verrattuna



Lähde: TNS Media Intelligence

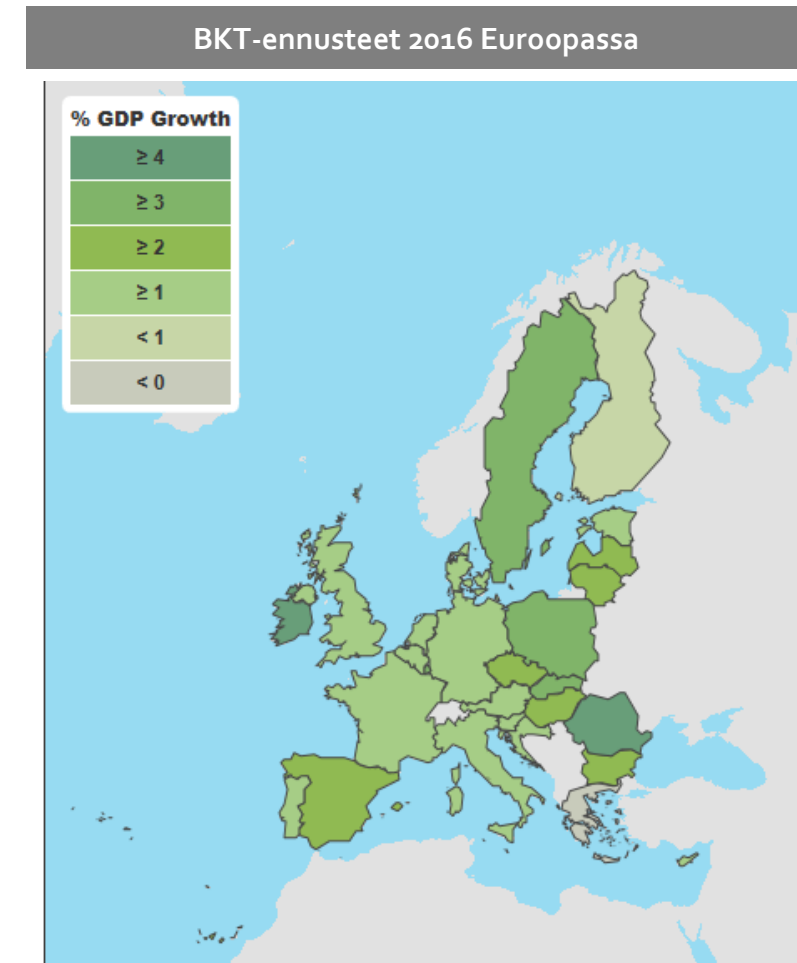
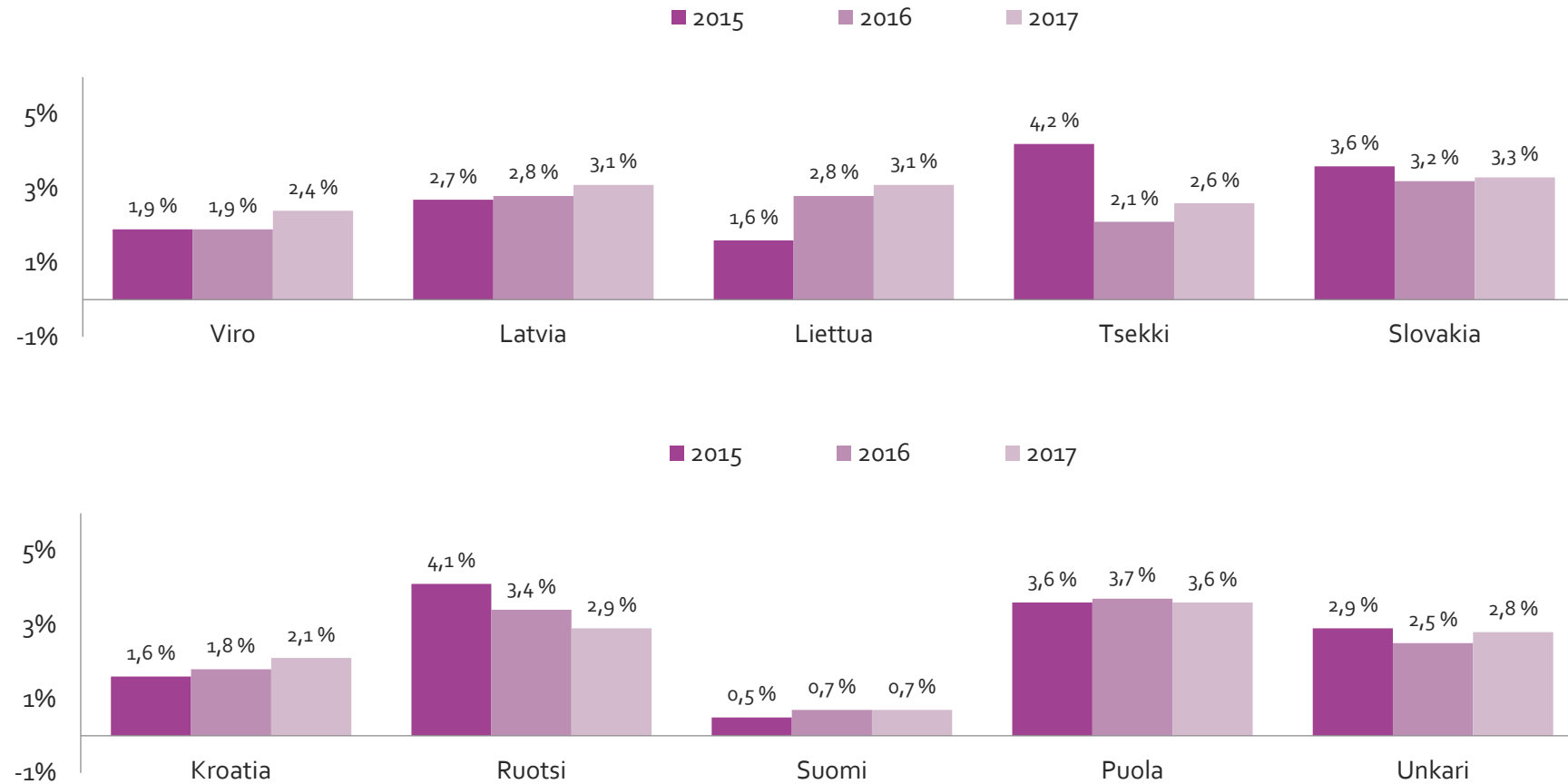


BKT-KEHITYS ALMAN TOIMINTAMAISSA

Living
Information



BKT-kehitys ja -ennusteet Alman toimintamaissa 2015-2017E



Lähde: European Economic Forecast, European Commission
Kevät 05/2016.

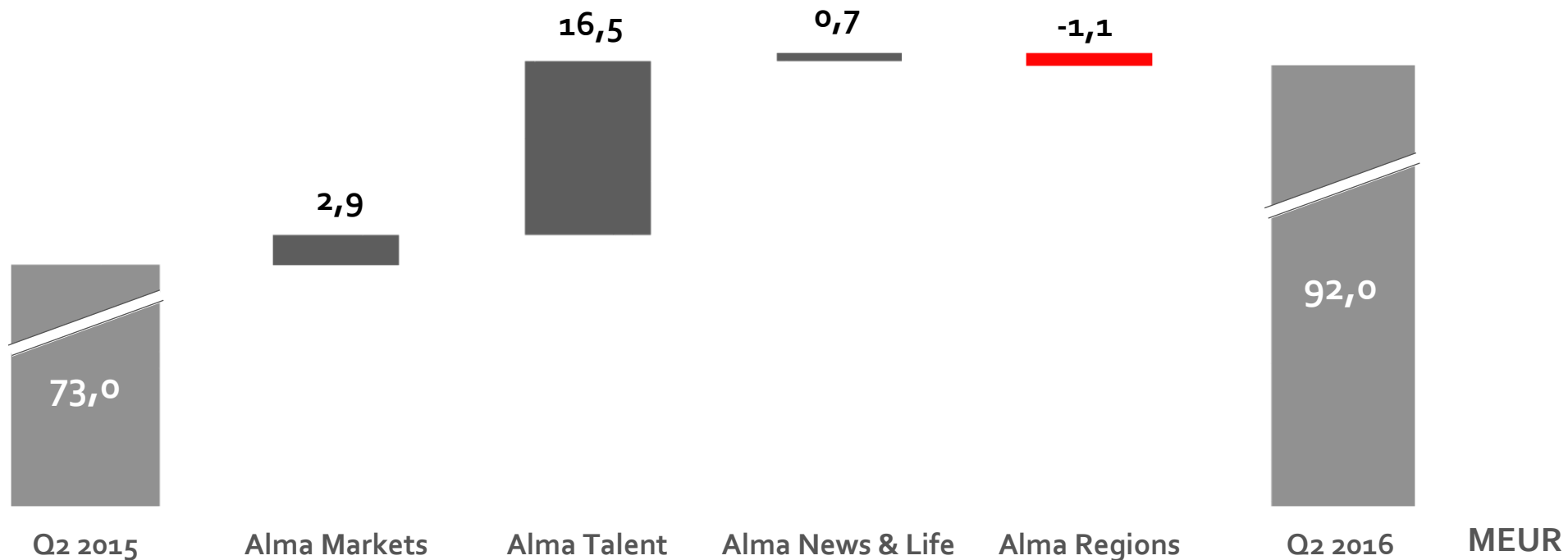
ALMA MEDIAN TULOSKEHITYS

ALMA
LIVING
INFORMATION



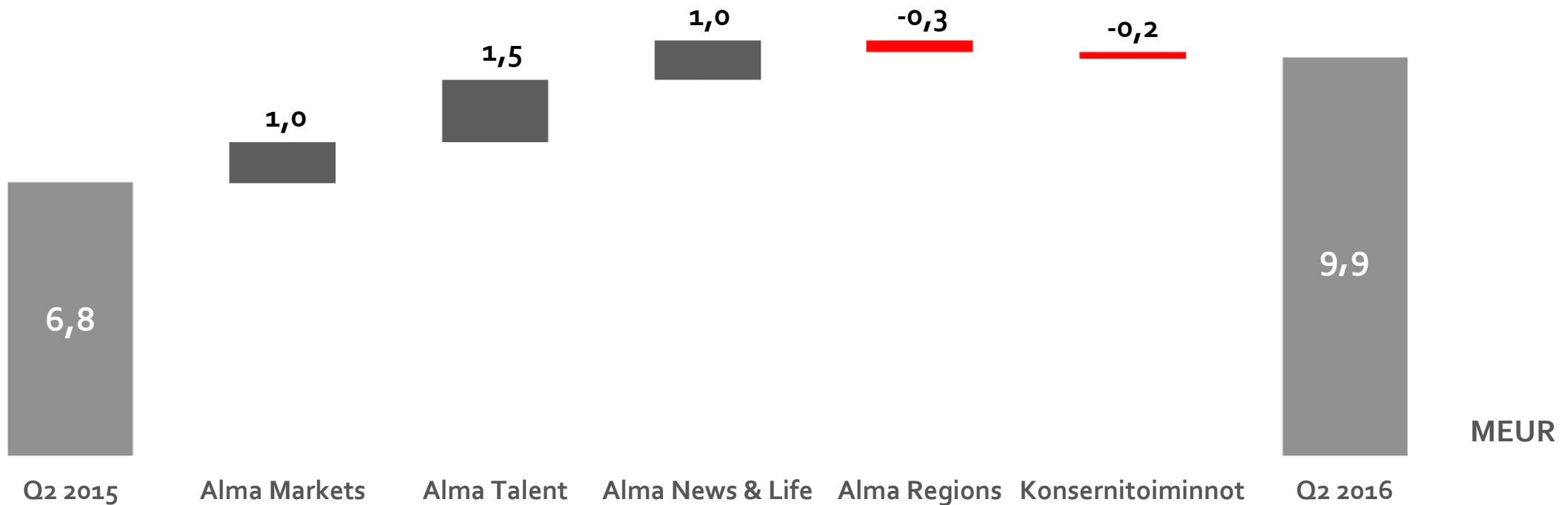
Liikevaihto: alkuvuoden hyvä vauhti jatkui Q2:lla

- Q2 liikevaihto +25,9 % 92,0 milj. euroon. Erityisesti Alma Talentin liikevaihto kasvoi Talentum-kaupan seurauksena.
- Liikevaihto kasvoi myös Alma Marketsin ja Alma News & Lifen hyvä myynnin kehityksen johdosta. Alma Regionsia painoi sekä mainonnan että sisältöliikevaihdon lasku.

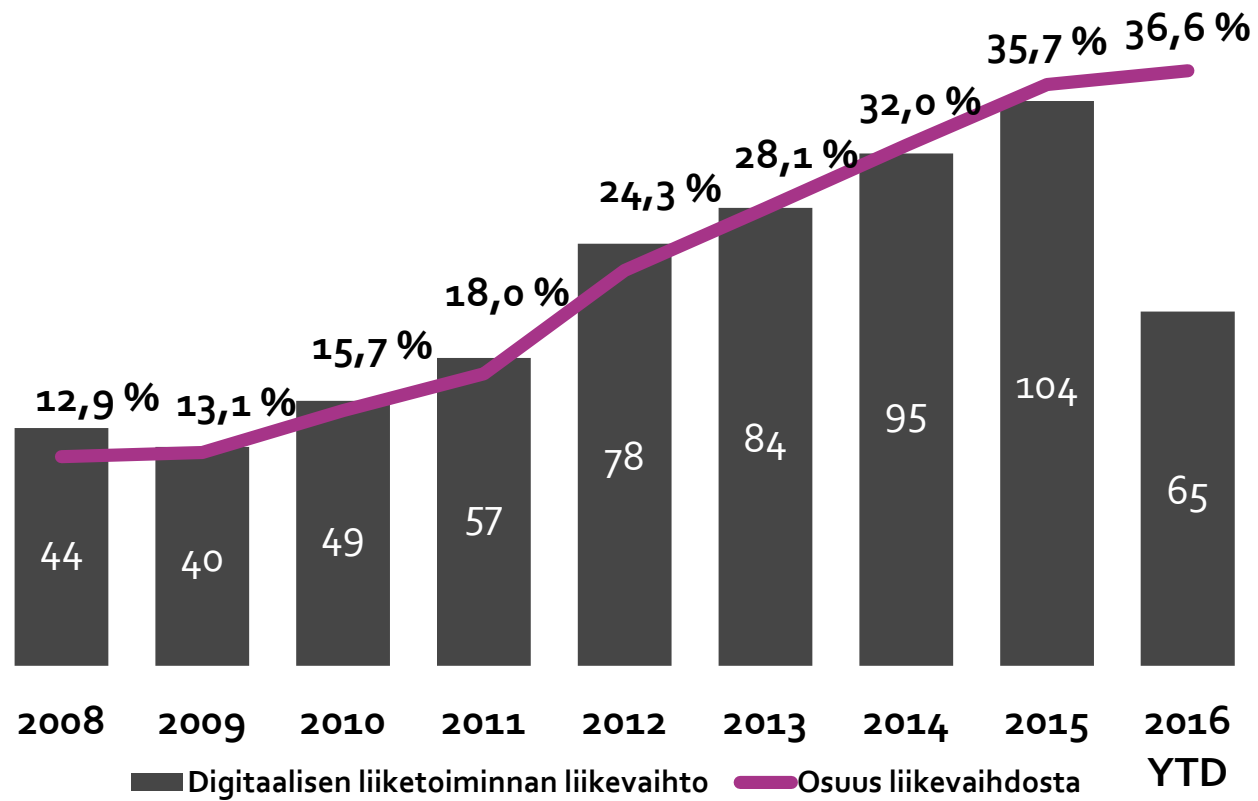


Liikevoitto Q2: hyvää kehitystä kannattavuudessa

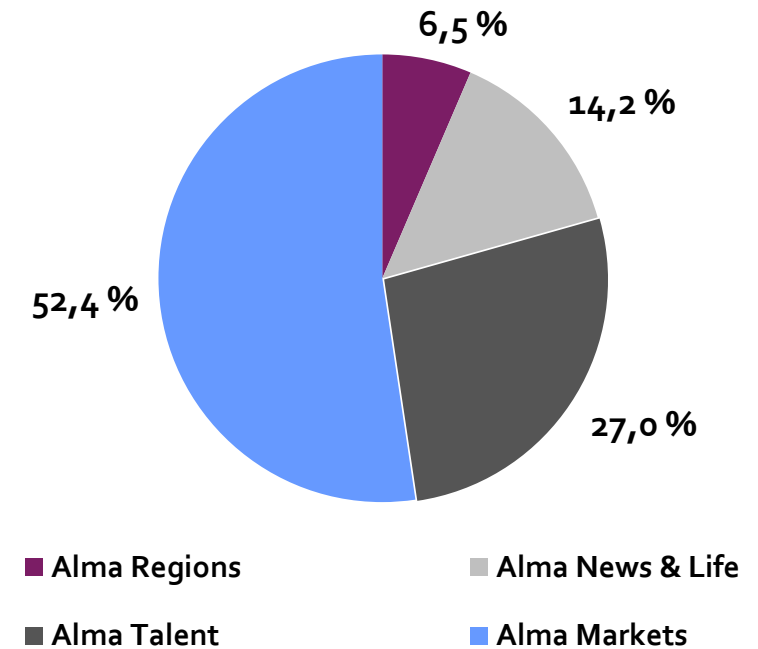
- Oikaistu liikevoitto +45,5% 9,9 milj. euroon. 10,8 % (9,3 %) liikevaihdosta.
- Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä -0,8 (1,3) milj. euroa, liittyvät uudelleenjärjestelyihin sekä vaiheittaisten hankintojen myyntivoittoihin.



Digitaalinen liiketoiminta kasvoi Q2:lla 29,5 %

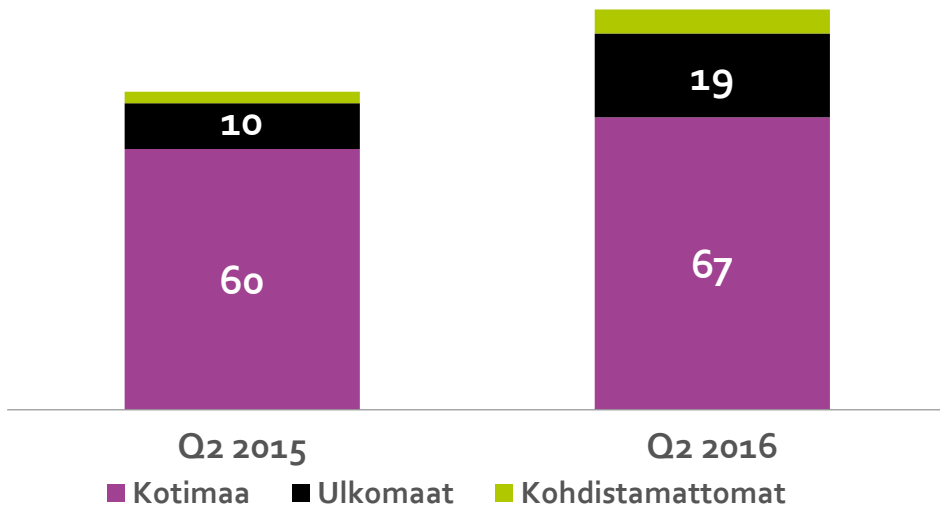


Segmentin osuus konsernin digitaalisesta liikevaihdosta

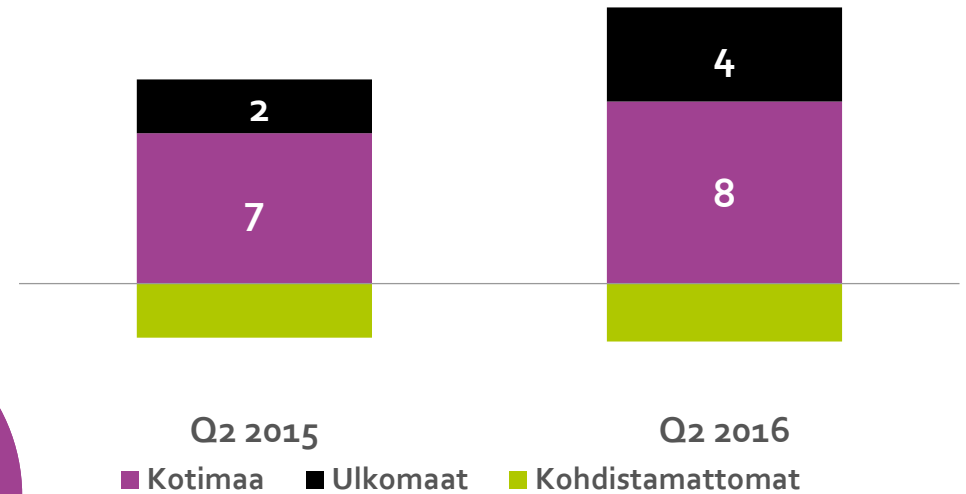


Alman kansainvälisen liiketoiminnan kasvu jatkui

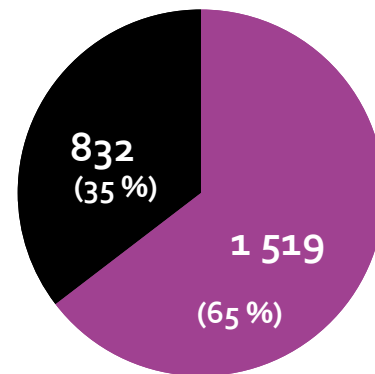
Liikevaihto



Oikaistu liikevoitto



Henkilöstö
Q2/2016



TALOUELLINEN KATSAUS

Juha Nuutinen, talous- ja rahoitusjohtaja

Living
Information

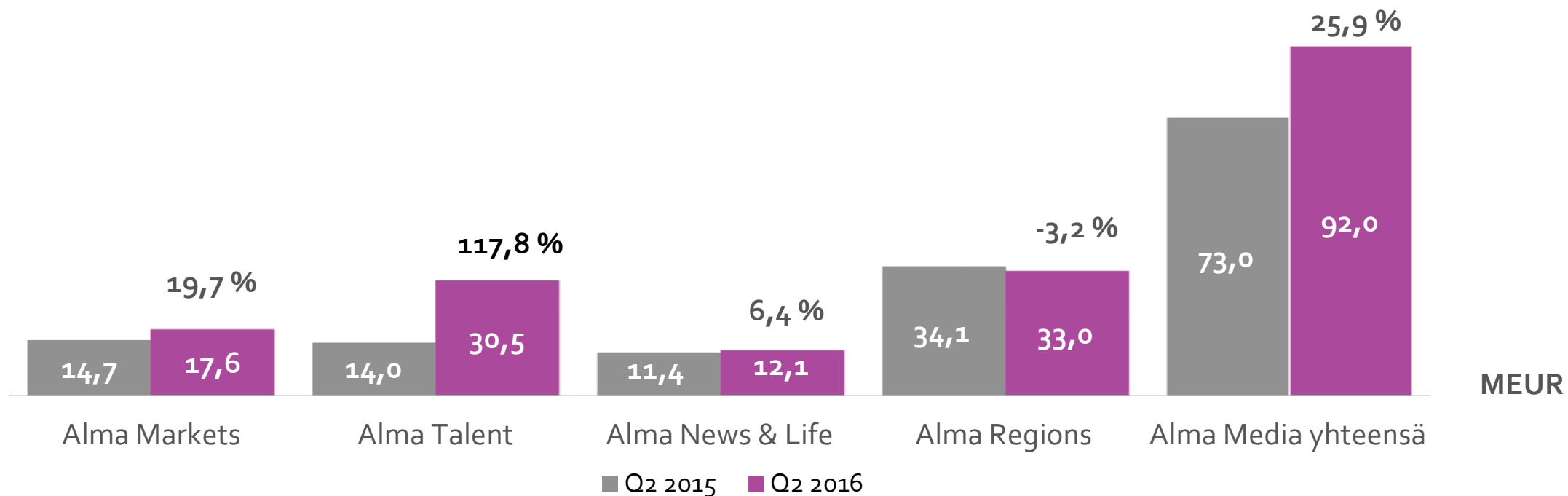
Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet

Alma Median taloudelliset tavoitteet	2012	2013	2014	2015	1-6/2016	Tavoitetaso
Digitaalisen liiketoiminnan kasvu	36,8 %	8,4 %	11,9 %	8,7 %	30,1 %	> 15 %
Sijoitetun pääoman tuotto ROI, %	13,8 %	10,0%	9,8 %	6,9 %	9,3 %	> 15 %
Osinkosuhte*	45 %	50 %	63 %	92 %	n/a	> 50 %

*Sisältää pääomanpalautuksen osakkeenomistajille.

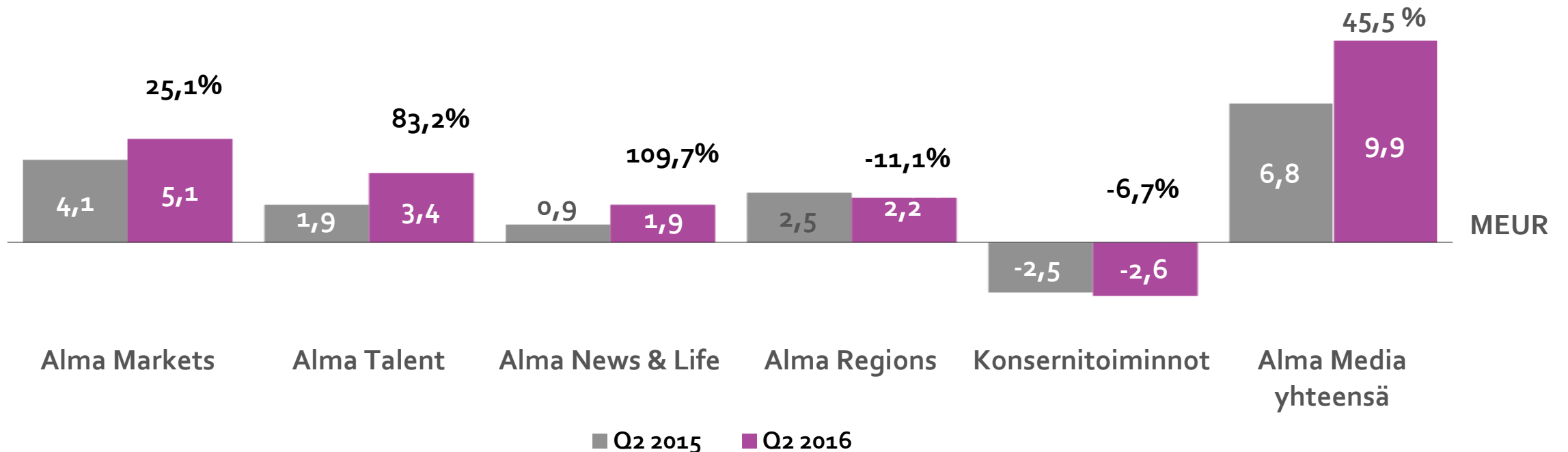
Liikevaihdon jakauma Q2/2016

- Sisältöliikevaihto +34,7 % (+8,4 milj. euroa).
 - Talentumin vaikutus sisältöliikevaihtoon +8,9 milj. euroa.
 - Vertailukelpoinen sisältöliikevaihto laski 1,4 % johtuen painetun median levikkien pienenemisestä.
- Mainosmyynnin liikevaihto +18,8 % (+7,2 milj. euroa).
 - Verkkomainosmyynti +27,5 % (+5,6 milj. euroa).
 - Painettujen lehtien mainosmyynti +9,1 % (+1,6 milj. euroa).
 - Talentumin vaikutus mainosmyynnin kasvuun +4,2 milj. euroa.



Liikevoiton jakauma Q2/2016

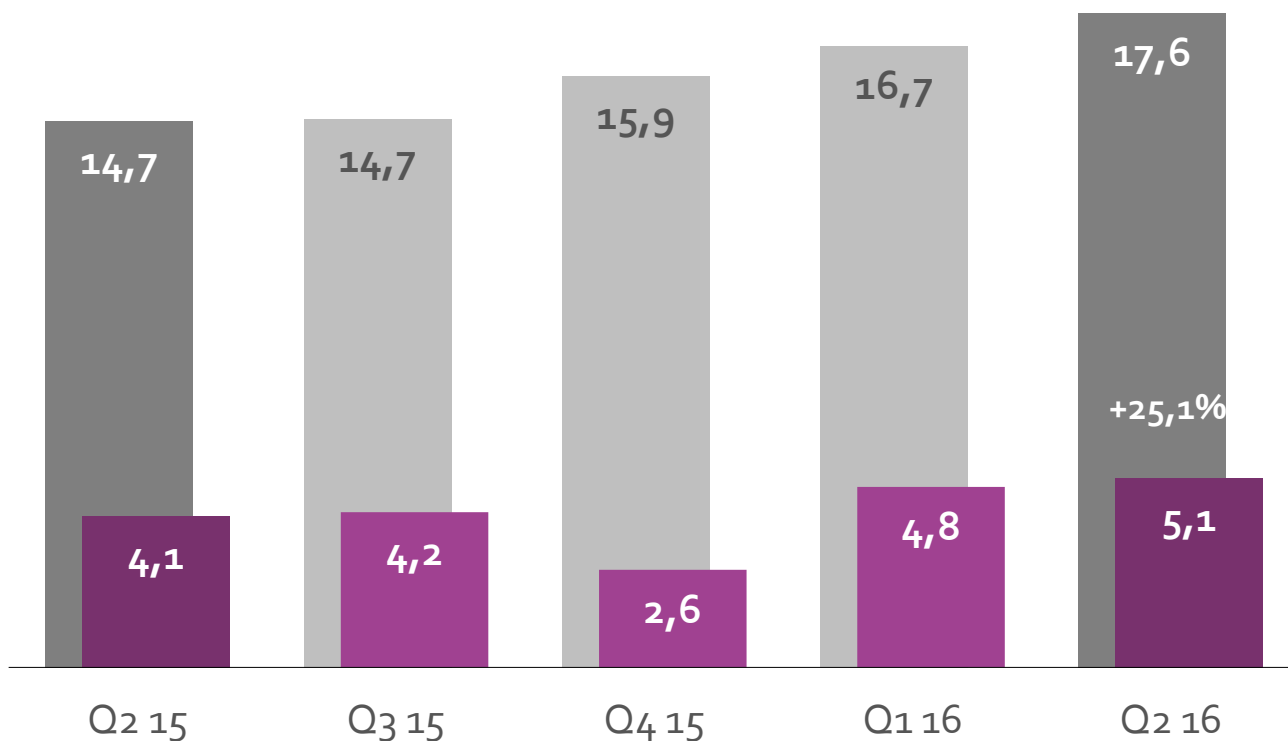
- Oikaistu liikevoitto Q2 oli 9,9 (6,8) milj. euroa, 10,8 % (9,3 %) liikevaihdosta.
- Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä -0,8 (1,3) milj. euroa uudelleenjärjestelyihin liittyen.
- Oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 23,8 % (+15,8 milj. euroa). Yritysjärjestelyiden vaikutus kulujen kasvuun oli 15,4 milj. euroa.



Alma Markets Q2/2016:

Vahva kvartaali ulkomailla ja Suomessa

- Liikevaihto +19,7 % 17,6 milj. euroon. Suomessa liikevaihto kasvoi kaikilla liiketoiminta-alueilla: asumiseen, autoiluun ja rekrytointiin liittyvissä palveluissa. Ulkomaan toiminnoissa vahva kasvu jatkui.
- Kokonaisuudessaan rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto kasvoi +19,2 % ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 76 % Q2/2016.
- Kasvu oli kannattavaa: oikaistu liikevoitto kasvoi +25,1% 5,1 milj. euroon.



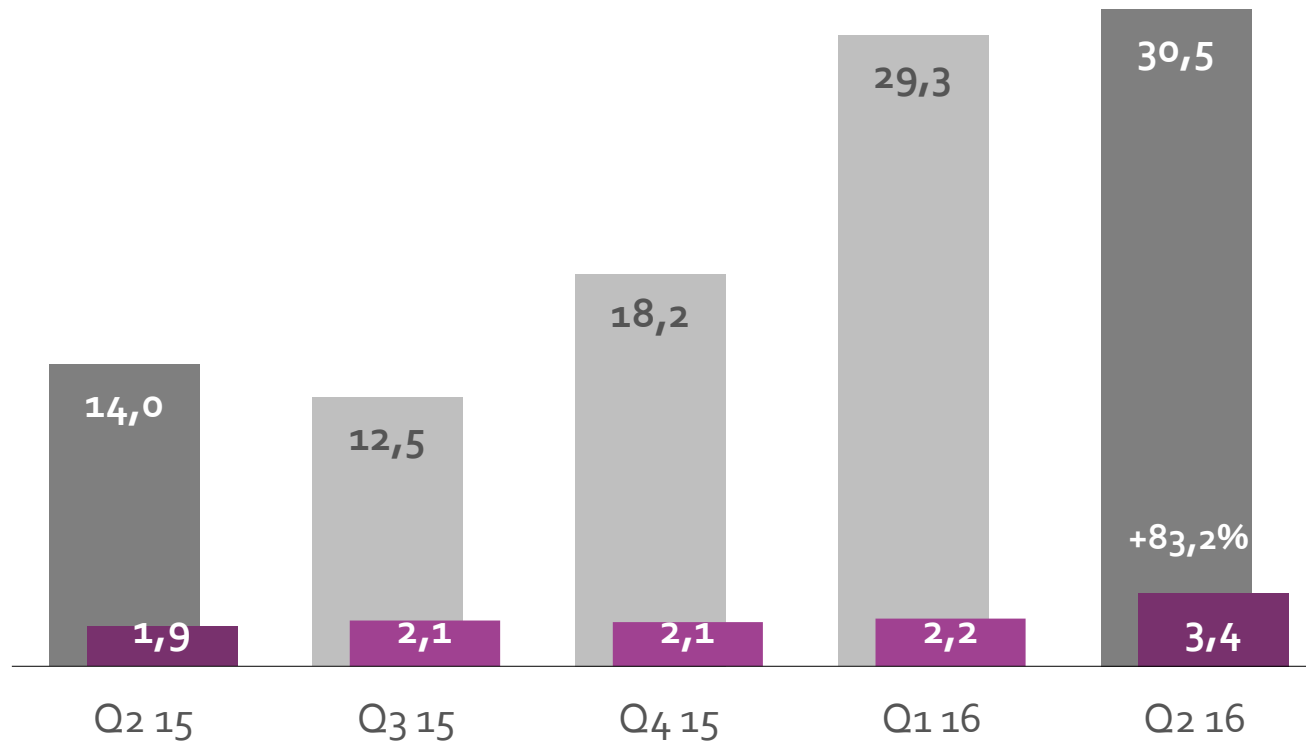
Yrityshankinnat
(Autosofta, NettiKoti, Urakkamaailma)
kasvattivat segmentin liikevaihtoa
0,3 milj. euroa.

Liikevaihto ja oikaistu liikevoitto,
MEUR

Alma Talent Q2/2016:

Integraation kustannussynergiaat paransivat tulosta

- Liikevaihto +117,8 % 30,5 milj. euroon. Oikaistu liikevoitto +83,2% 3,4 milj. euroon.
- Suomen toimintojen uudelleenjärjestelyt pääosin tehty, jatkuvat vielä Ruotsissa. Tapahtumaliiketoiminta Tanskassa lopetettu.
- Q2/2016 kirjatut uudelleenjärjestelykulut olivat 1,5 milj. euroa.



Talentum-liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun 18,6 milj. euroa. Alma360-liiketoiminnan myynnin vaikutus liikevaihdon laskun oli -2,7 milj. euroa.

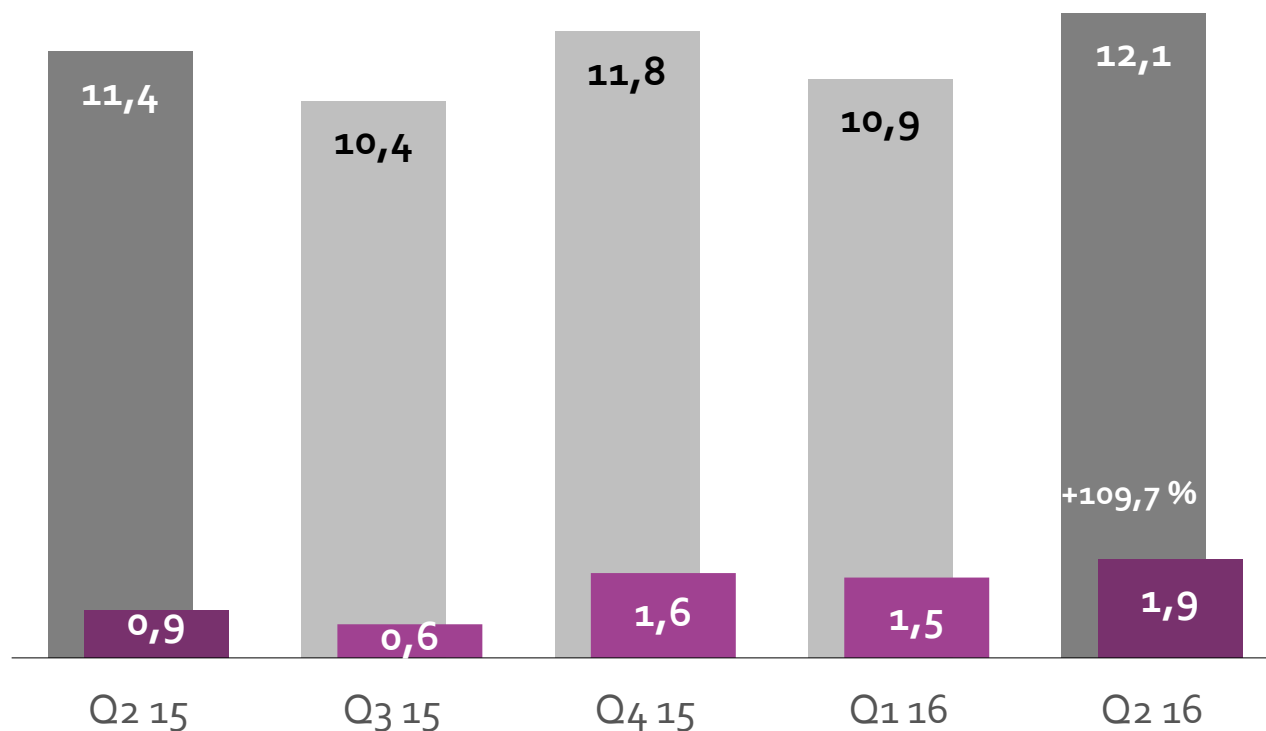
Liikevaihto ja oikaistu liikevoitto, MEUR



Alma News & Life Q2/2016:

Digimainonnassa kolmas perättäinen reilun kasvun kvartaali

- Liikevaihto +6,4 % 12,1 milj. euroon. Tulos kaksinkertaistui: oikaistu liikevoitto +109,7 % 1,9 milj. euroon.
- Digitaalisen liiketoiminnan hyvä kehitys ja laskeva irtonumeromyynti kasvattivat verkkoliiketoiminnan osuutta segmentin liikevaihdosta 41,3 %:iin.
- Mainonnan osuus kasvoi yli puoleen segmentin kokonaisliikevaihdosta.



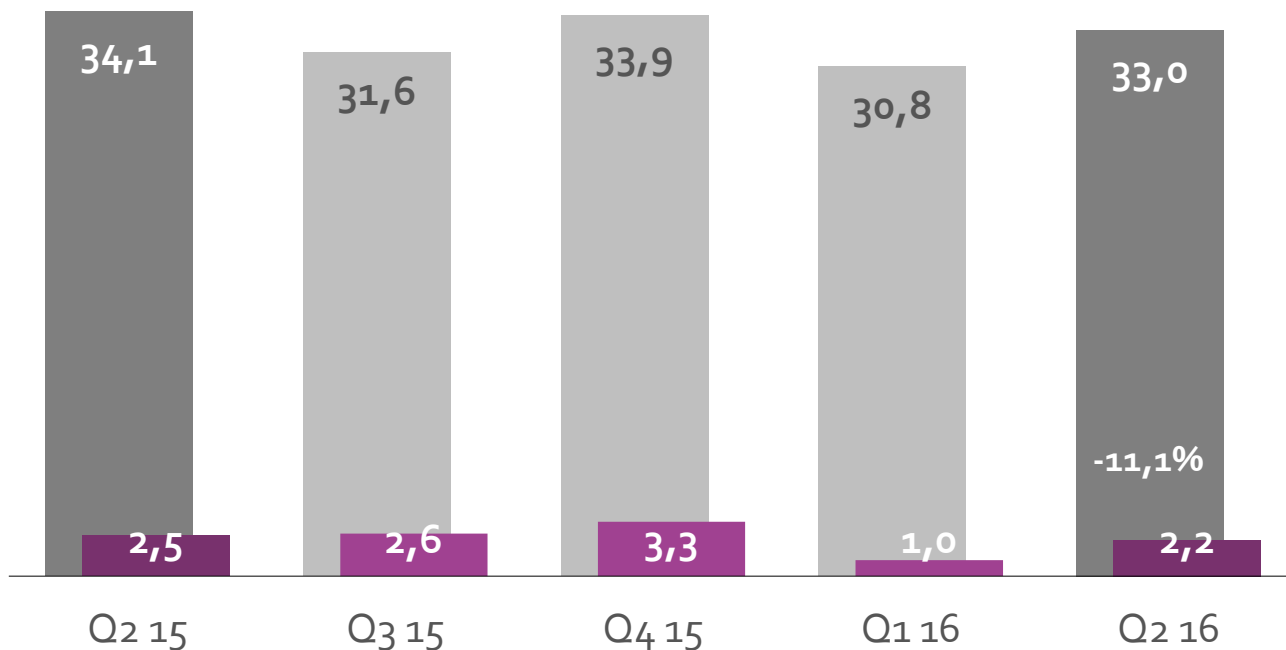
Rantapallo.fi:n hankinnan vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 0,4 milj. euroa

Liikevaihto ja oikaistu liikevoitto, MEUR

Alma Regions Q2/2016:

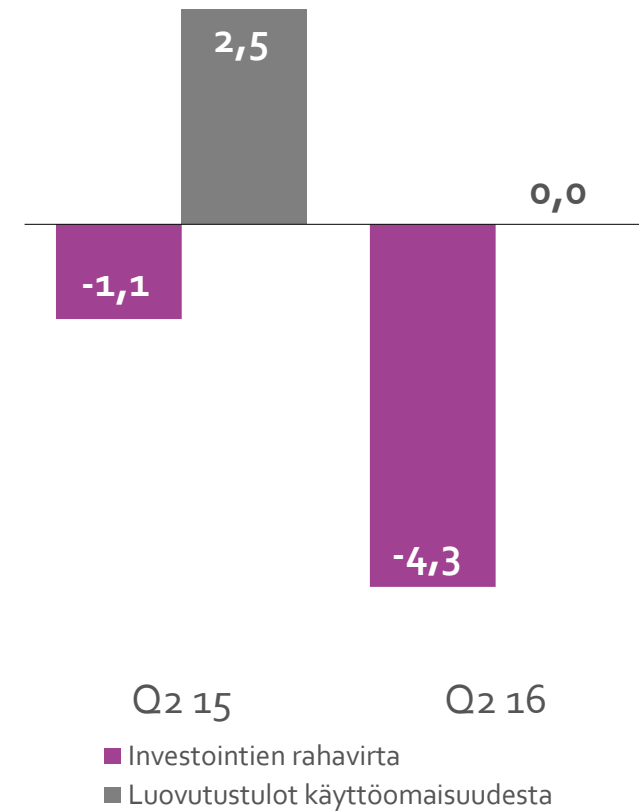
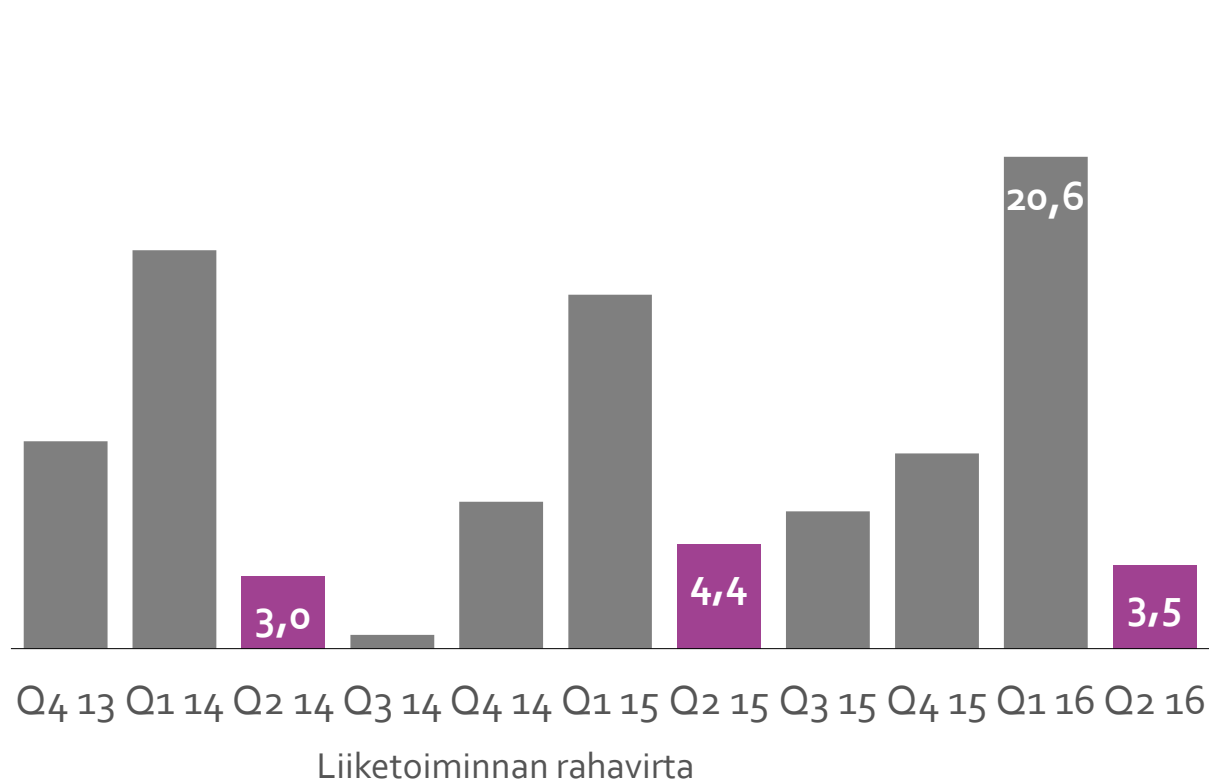
Digitaalisen myynnin hyvä kehitys ei riittänyt, kannattavuus heikkeni hieman

- Liikevaihto -3,2 % 33,0 milj. euroon, oikaistu liikevoitto -11,1 % 2,2 milj. euroon.
- Segmentin digitaalisen sisältö- ja mainosmyynnin kehitys Q2:lla positiivista, mutta ei kuitenkaan vielä riittänyt kattamaan painetun media laskevaa myyntiä.
- Oikaistut kokonaiskulut laskivat 30,8 (31,7) milj. euroon tehostamistoimenpiteiden johdosta.



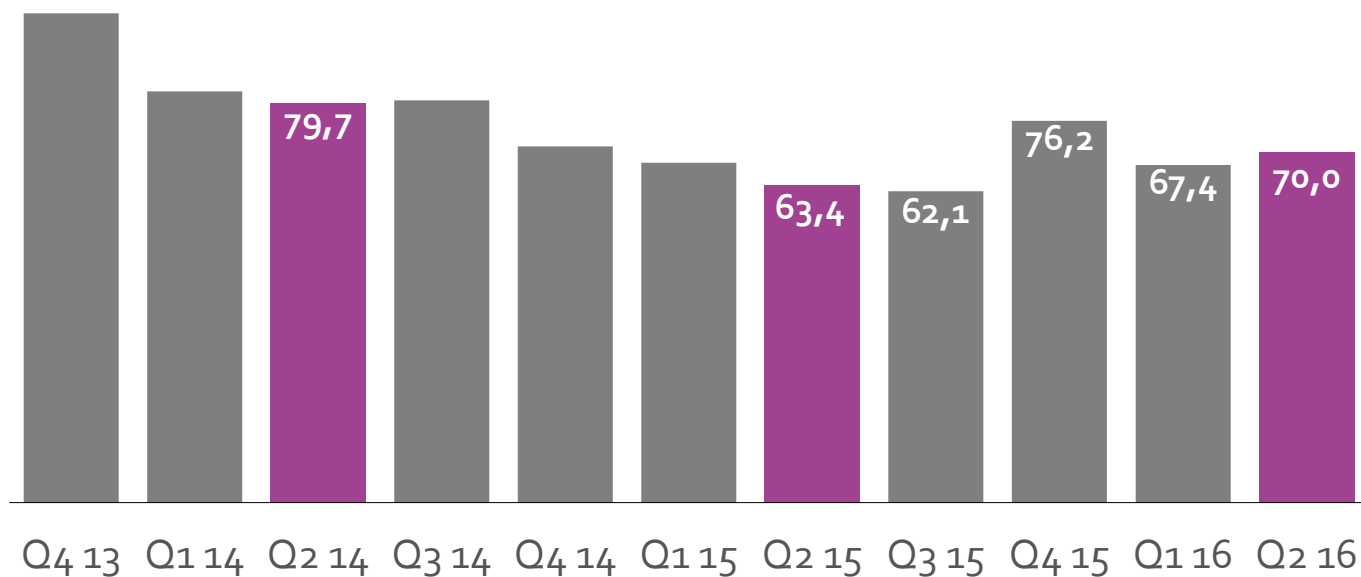
Liikevaihto ja oikaistu liikevoitto, MEUR

Liiketoiminnan rahavirta ja investoinnit



Korolliset velat

Nettovelat Q4/2013-Q2/2016

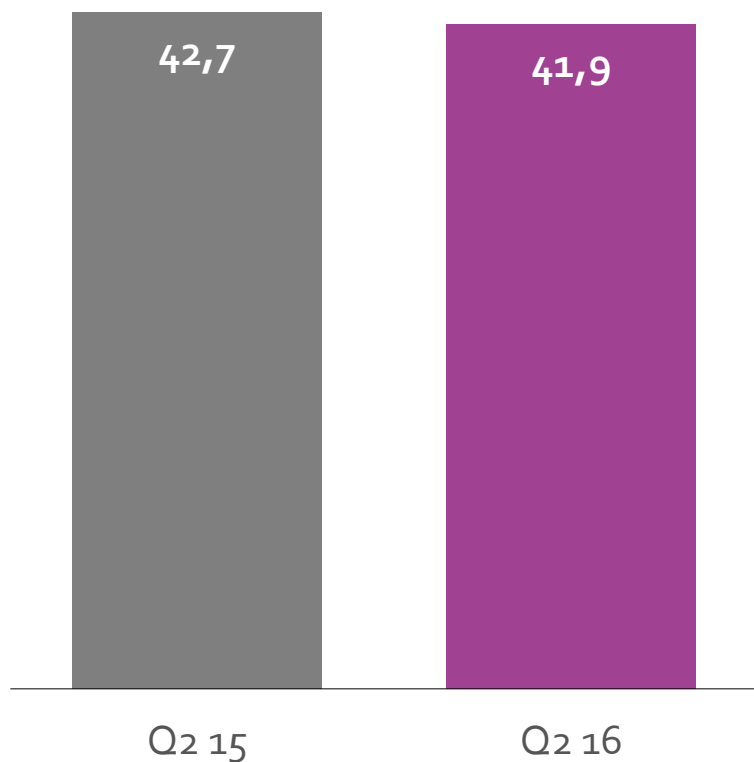


Nettovelkojen jakauma

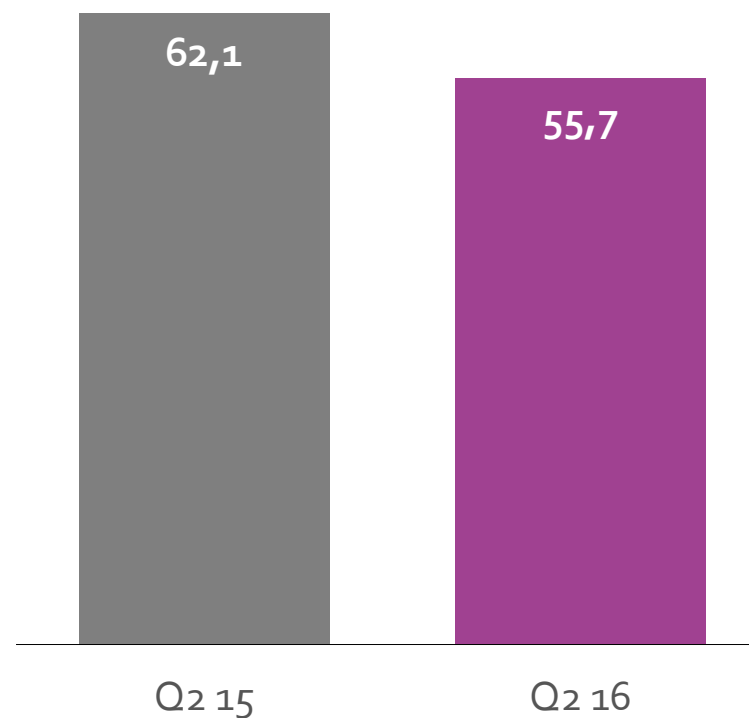
	Q2/2016
Rahoitusleasing	62,5
Rahoituslainat	12,5
Yritystodistukset	13,0
Rahavarat	-18,2
Yhteensä	70,0

Omavaraisuusaste ja velkaantumisaste

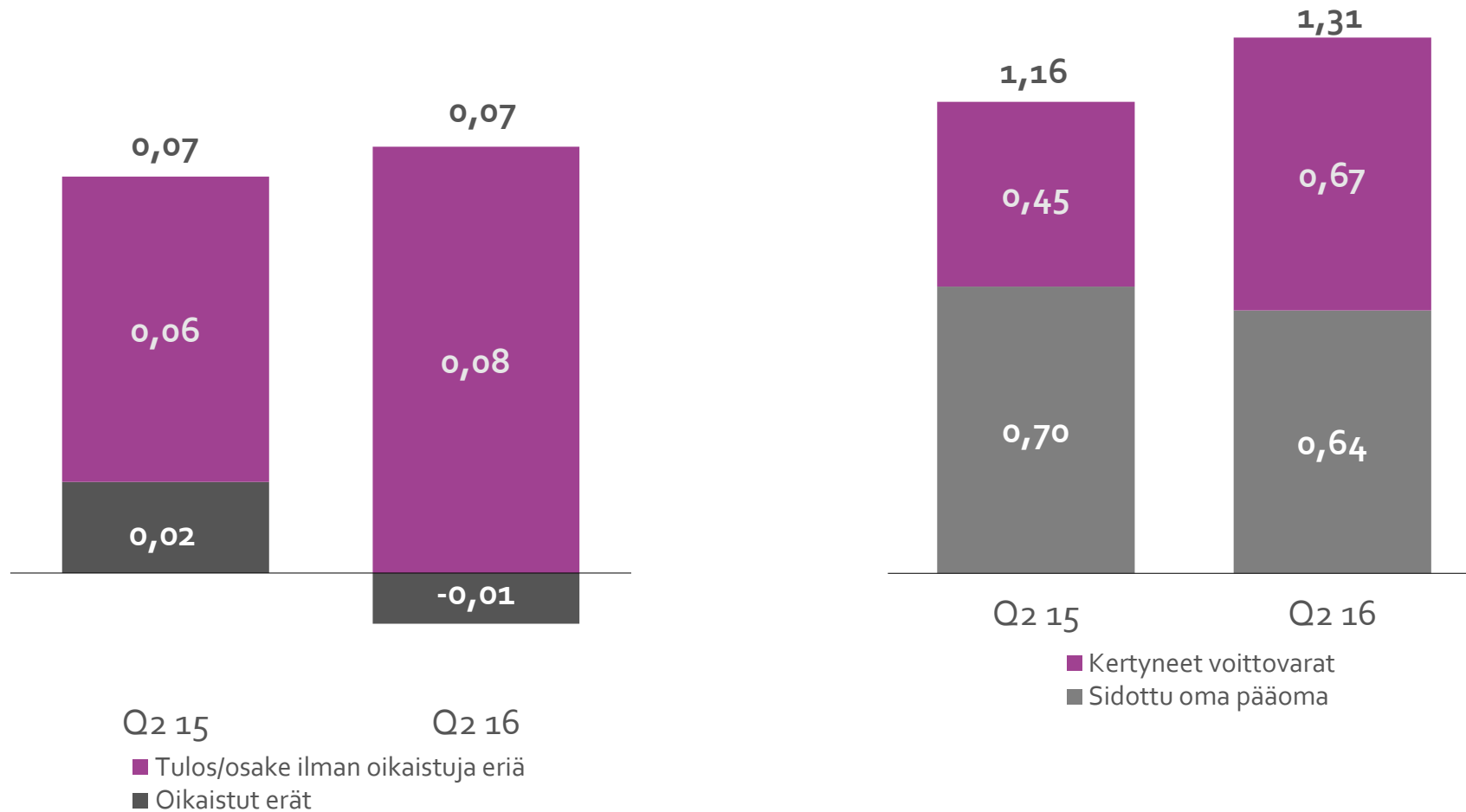
Omavaraisuusaste, %



Velkaantumisaste (gearing), %

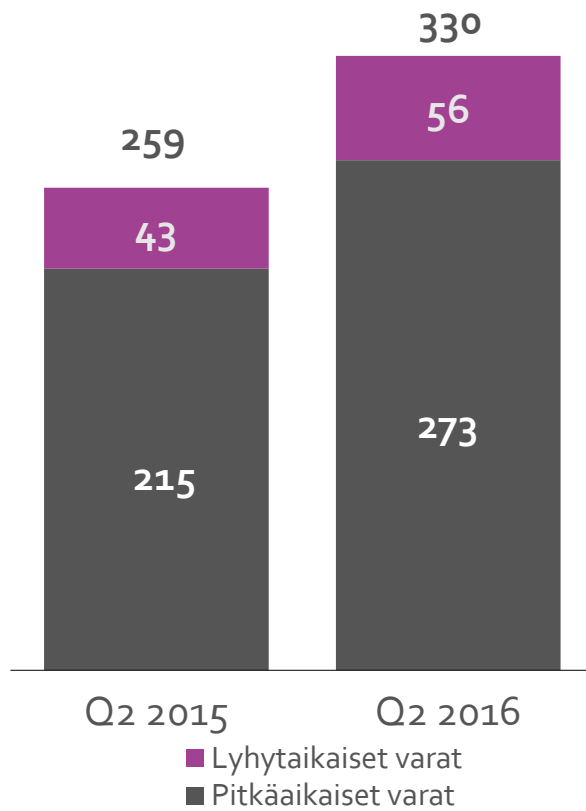


Tulos/osake ja oma pääoma/osake

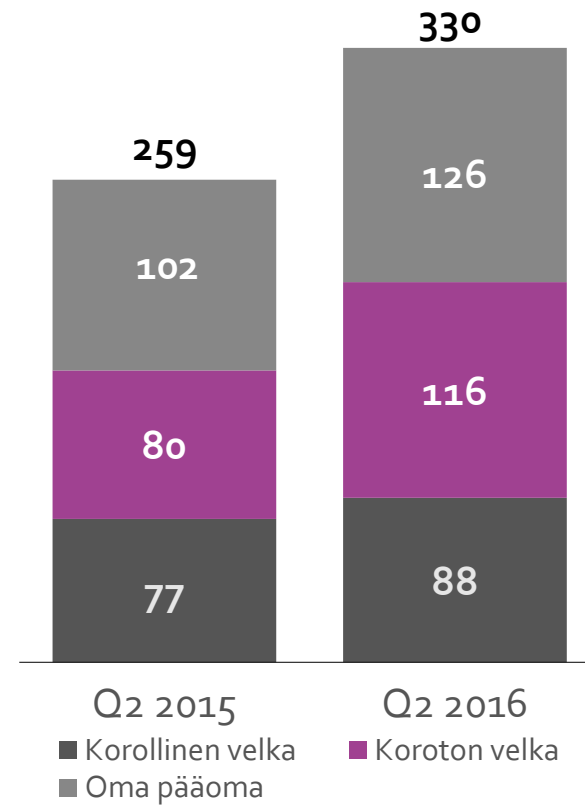


Tase

Vastaavaa



Vastattavaa



STRATEGIA JA TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT

Kai Telanne

Living
Information



Strategiset kehitysalueet

Sisällöt

Markkinointi-
ratkaisut

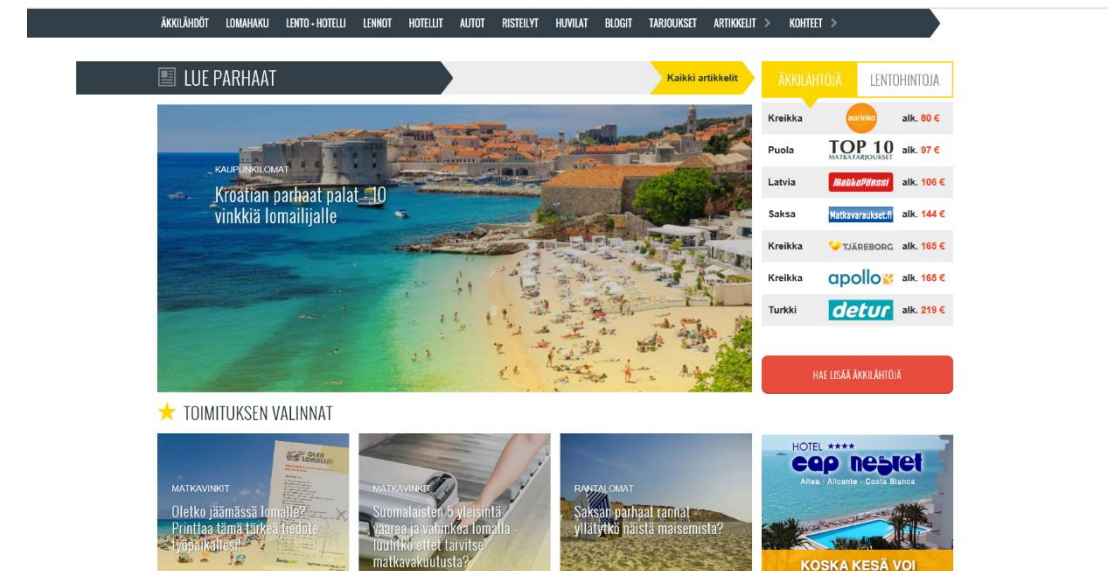
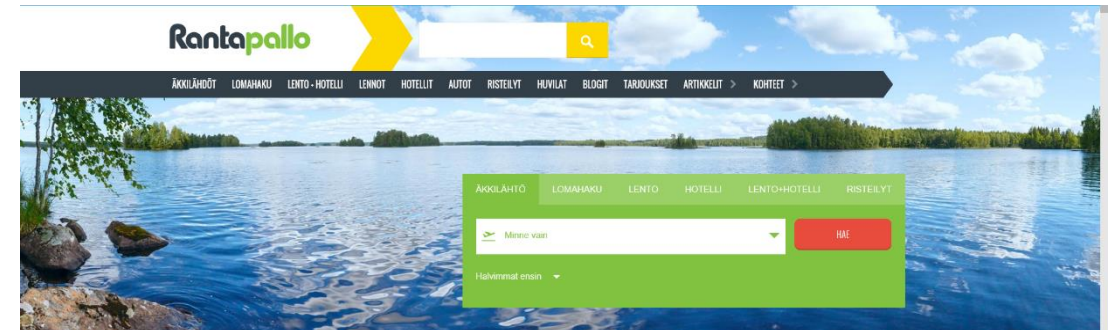
Palveluliike-
toiminta

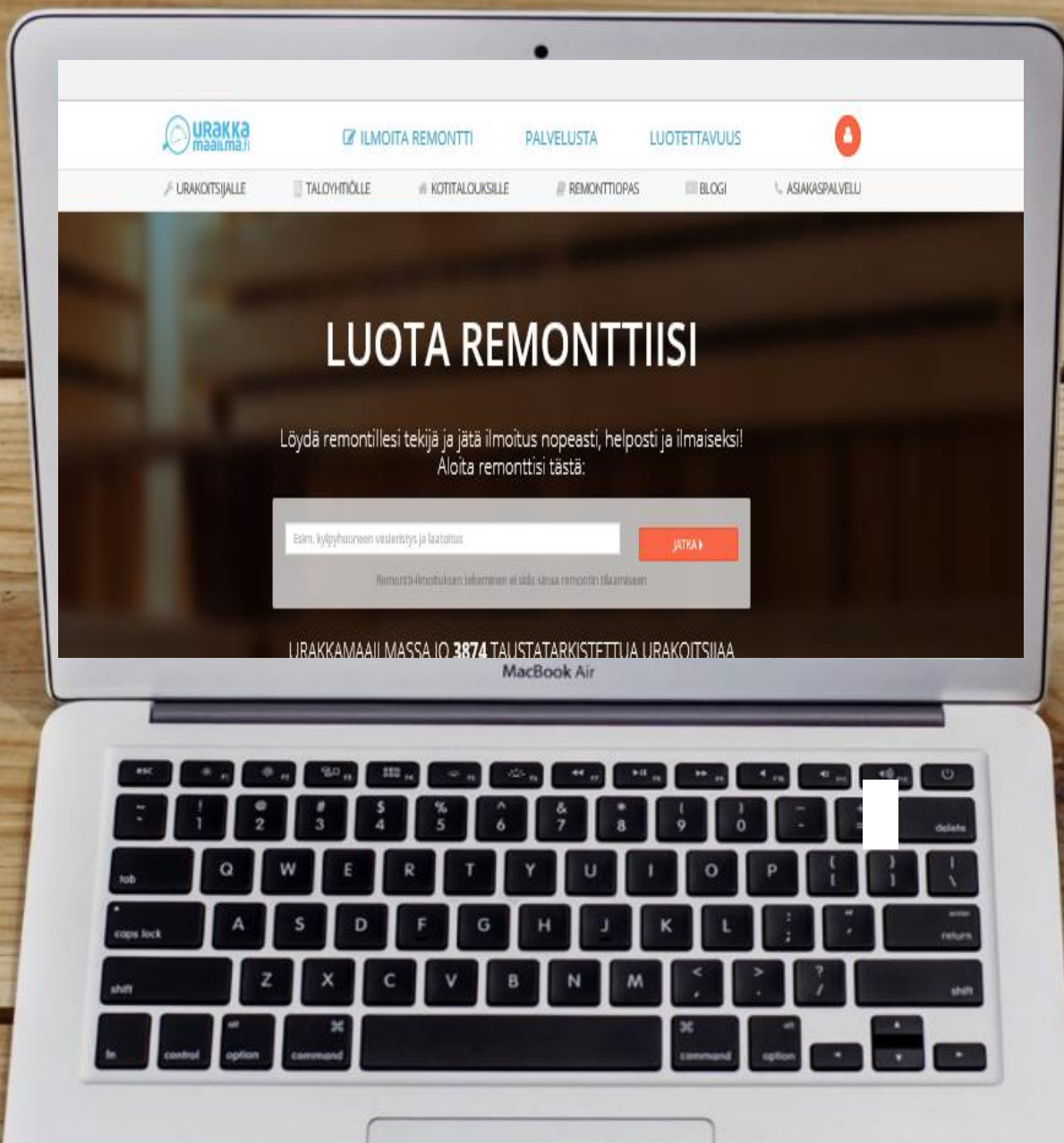
Voimavarat ja
tapa toimia

Kestävää kasvua digitalisaation
mahdollisuuksia hyödyntäen.

Matkailun kuluttajapalvelut laajenevat

- Alma Media osti enemmistöosuuden Suomen laajimmasta pakettimatkojen markkinapaikasta Rantapallo.fi:stä.
- Yhtiöön kuuluu myös verkossa toimiva matkapalvelu Matkapörssi ja B2B-palveluita matkatoimistoille tarjoava LT Lentokeskus.
- Tavoitteena rakentaa kokonaisuus palvelemaan kokonaisvaltaisesti matkanjärjestäjiä ja matkailusta kiinnostunutta suurta yleisöä.
- Synergioita myös Iltalehden lifestyle-toimituksen ja Rantapallo.fi:n tuottamien toimituksellisten sisältöjen välillä.





Alma Mediapartners teki lisäsijoituksen remonti- ja urakatöiden markkinapaikka Urakkamaailma.fi:hin.

Palvelun avulla kuluttajat ja taloyhtiöt löytävät taustatarkistettuja urakoitsijoita arvosteluineen remonti- ja rakennustöihin.



Alma Regionsin Reviiri- digitalisaatiohanke

Hankkeen
kokonaiskustannus
1,4 milj. euroa.

Tavoitteena paikallisen
sisällön palvelu ja
asiakkaiden siirtyminen
digitaalisuuteen.

Paikkatietojen, käyttäjän
kiinnostusten kohteiden ja
lukutottumusten hyödyntäminen.
Asiakkaille optimoitua ja valikoitua
sisältöä.

Tekesin median
innovaatiotuki
0,6 milj. euroa.

Voimavarat ja osaamisen kehittäminen

Uusi 1-to-1 –keskustelumalli

- Alma Media on siirtynyt jatkuvaan ja joustavaan malliin henkilöstön ja esimiesten välillä käytävissä tavoite- ja kehityskeskusteluissa.
- Uusi malli osallistaa työntekijöitä enemmän ja lisää ymmärrystä konsernin ja eri liiketoimintojen strategian toteuttamisesta käytännössä ja jokaisen almalaisen työssä.



Tulevaisuuden näkymät

- Suomen kansantalouden arvioidaan pysyvän samalla tasolla tai kasvavan vain vähän vuonna 2016. Alma Medialle tärkeiden itäisten Keski-Euroopan maiden, kuten Tšekin 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 oikaistun liikevoiton kasvavan vuoden 2015 tasosta. Vuoden 2015 liikevaihto oli 291,5 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 23,4 milj. euroa.



Suomalaisten vähäinen
markkinointi ongelma
kansalliselle
kilpailukyvyillemme.

Markkinointi-investointien merkittävä
kasvattaminen on yksi keino
rakentaa paitsi yritysten,
myös koko Suomen kasvua ja menestystä.

KIITOS!

Seuraavat tapahtumat
sijoittajakalenterissa:

- Q3-tulos 28.10.2016

