

ALMA MEDIA

Q3/2016

Living
Information

Kai Telanne, toimitusjohtaja

Juha Nuutinen, talous- ja rahoitusjohtaja

28.10.2016

Agenda

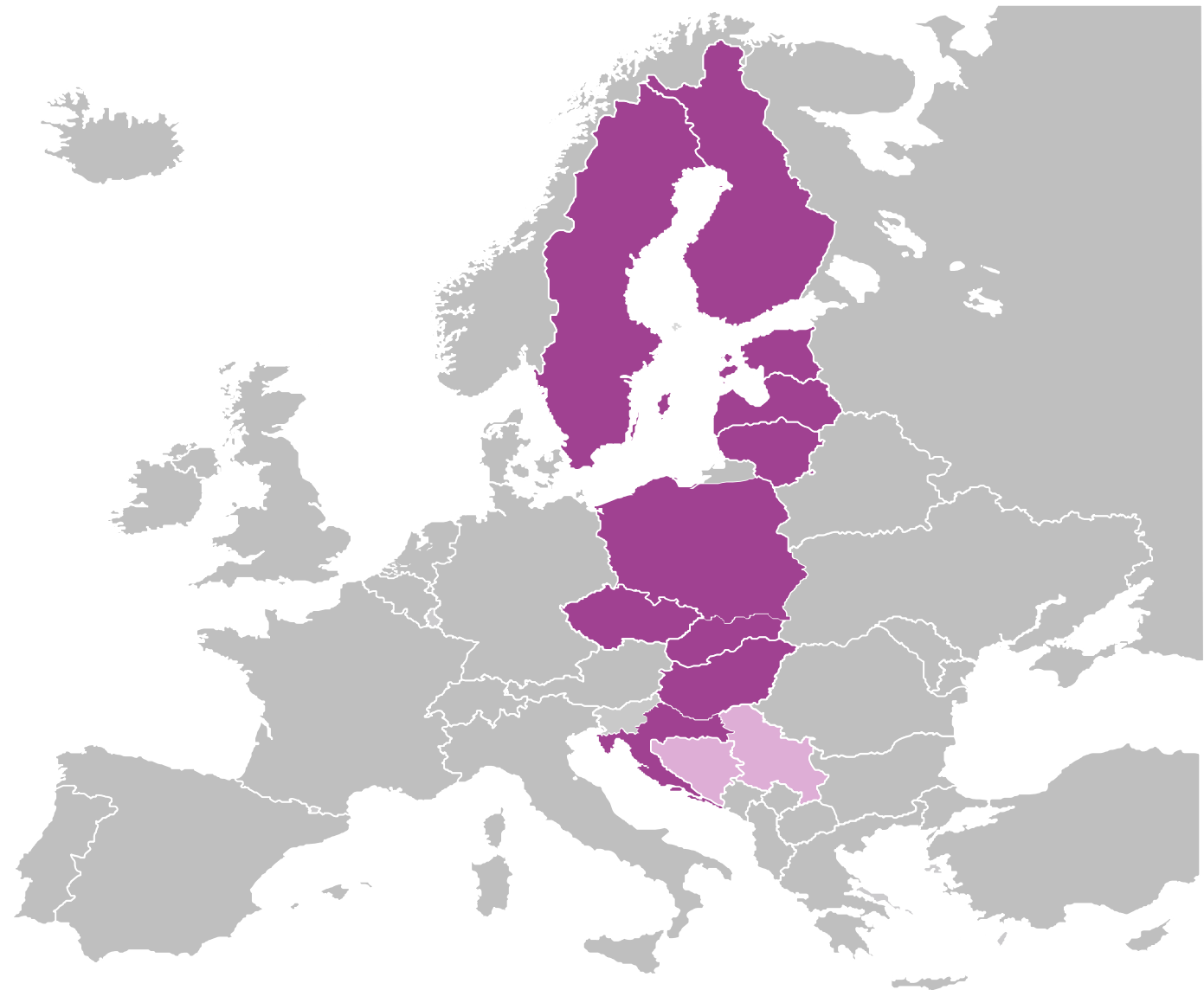
Pääkohdat

Markkinoiden kehitys

Taloudellinen kehitys

Strategia ja tulevaisuuden näkymät

Q&A



Alma Median Q3/2016 lyhyesti

Liiketoiminnan hyvä kehitys jatkui

- Alma Median liikevaihto nousi 18,9 % 80,9 milj. euroon.
- Oikaistu liikevoitto kasvoi 20,1 % 9,1 milj. euroon.
- Verkkoliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 32,3 milj. euroon ja oli 40,0 % konsernin liikevaihdosta.
- Rahoitusasema vahvistui edelleen: omavaraisuusaste 44,1 % ja gearing 51,0 %.

Liiketoiminnoista Alma Marketsilla ja Alma News & Lifella vahvan kasvun kvartaali

- Alma Markets: ulkomaiset rekrytointipalvelut ja kotimaan markkinapaikat vahvassa kasvussa.
- Alma Talent: kannattavuus ennakoidusti vertailukauden tasolla. Integraatio eteni suunnitellusti ja integraation kustannushyödyt odotusten mukaisia.
- Alma News & Life: verkkomainonnan vahva kasvu ja digitaalisen mainonnan ostotavan muutos ohjelmalliseksi tulosparannuksen taustalla.
- Alma Regionsin kvartaali vaikea sekä sisältö- että mainosmyynnissä.

MARKKINAKEHITYS SUOMESSA

ALMA
Media

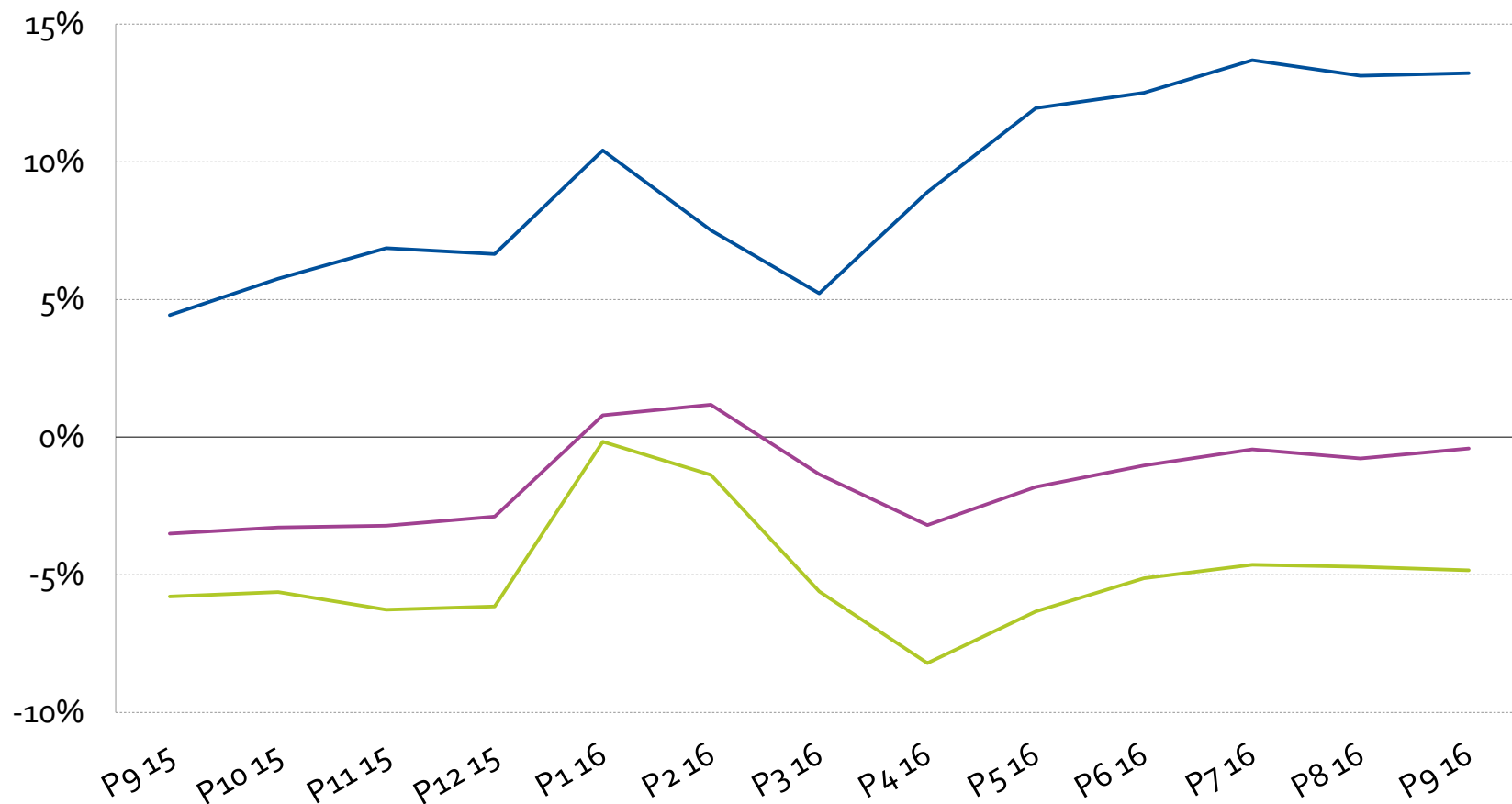
Living
Information

@AlmaMedia_IR



Mainosmarkkinan kokonaiskuva edelleen vaisu

Verkkomainonnassa vahvaa kasvua



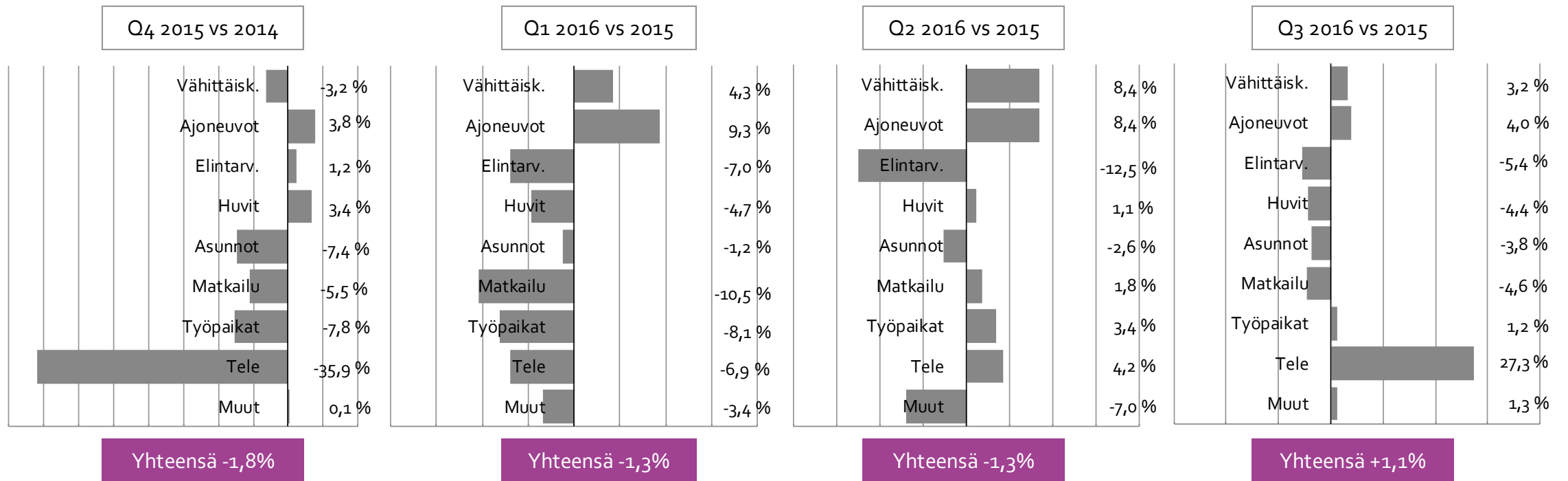
— Mediamainonta yhteensä, muutos % — Sanomalehtimainonta, muutos % — Verkkomainonta, muutos %

Lähde: TNS Ad Intelligence



Mediamainontaansa lisänneet erityisesti teleala, ajoneuvo- ja vähittäiskauppa

Kokonaismarkkina, muutos edellisvuoteen verrattuna



Lähde: TNS Ad Intelligence



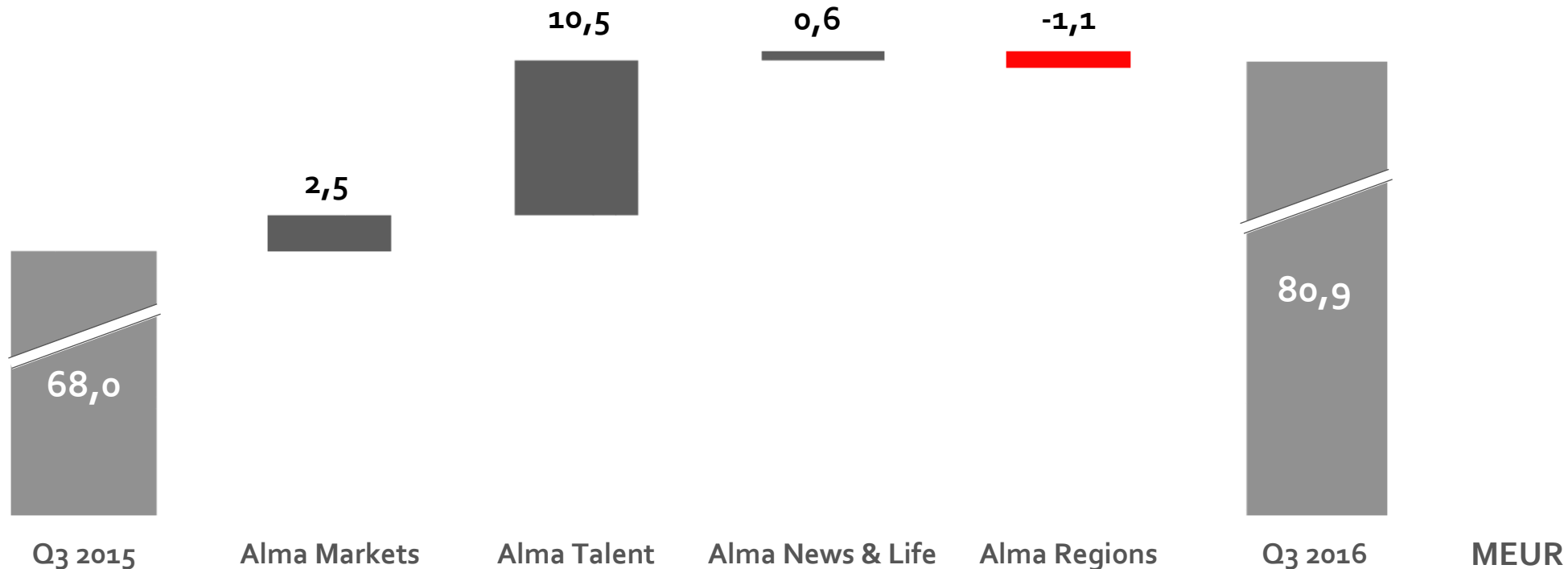
ALMA MEDIAN TULOSKEHITYS

Living
Information

Liikevaihto Q3: Alkuvuoden hyvä kehitys jatkui

- Liikevaihto kasvoi 18,9 % 80,9 milj. euroon, erityisesti Alma Marketsin ja Alma News & Lifen hyvän myynnin kehityksen johdosta. Alma Talentin liikevaihto kasvoi Talentum-kaupan seurauksena. Alma Regionsin kvartaali oli vaikea sekä sisältö- että mainosmyynnille.

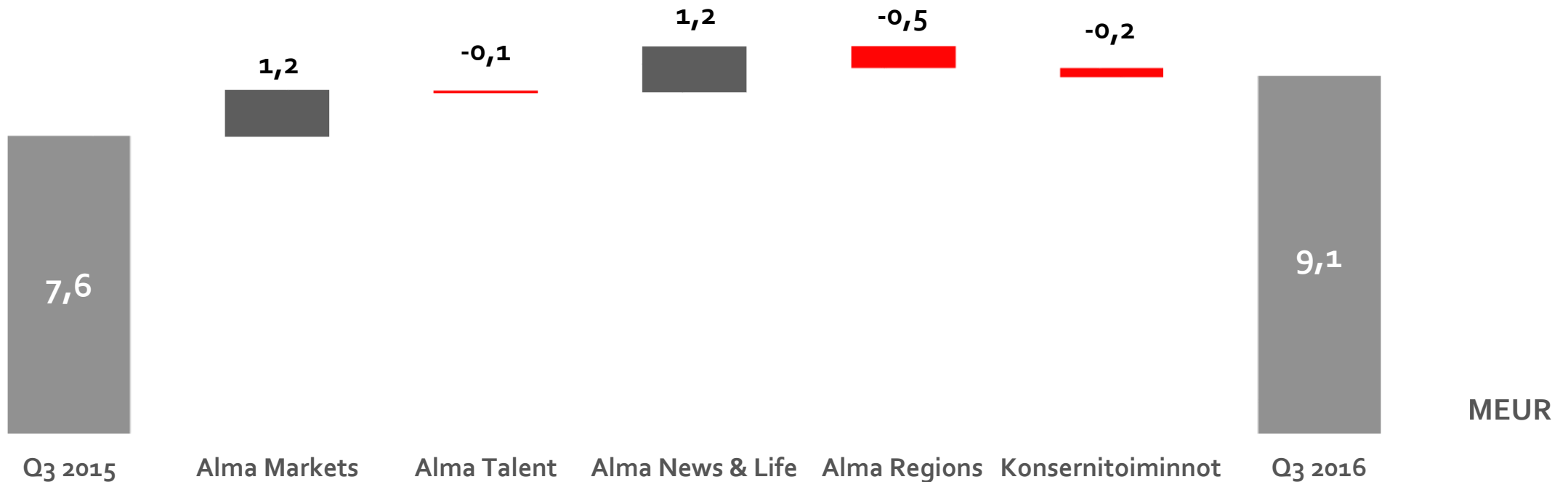
Liikevaihdon muutos Q3/2015 - Q3/2016,
MEUR



Liikevoitto Q3: Operatiivinen tulos parani

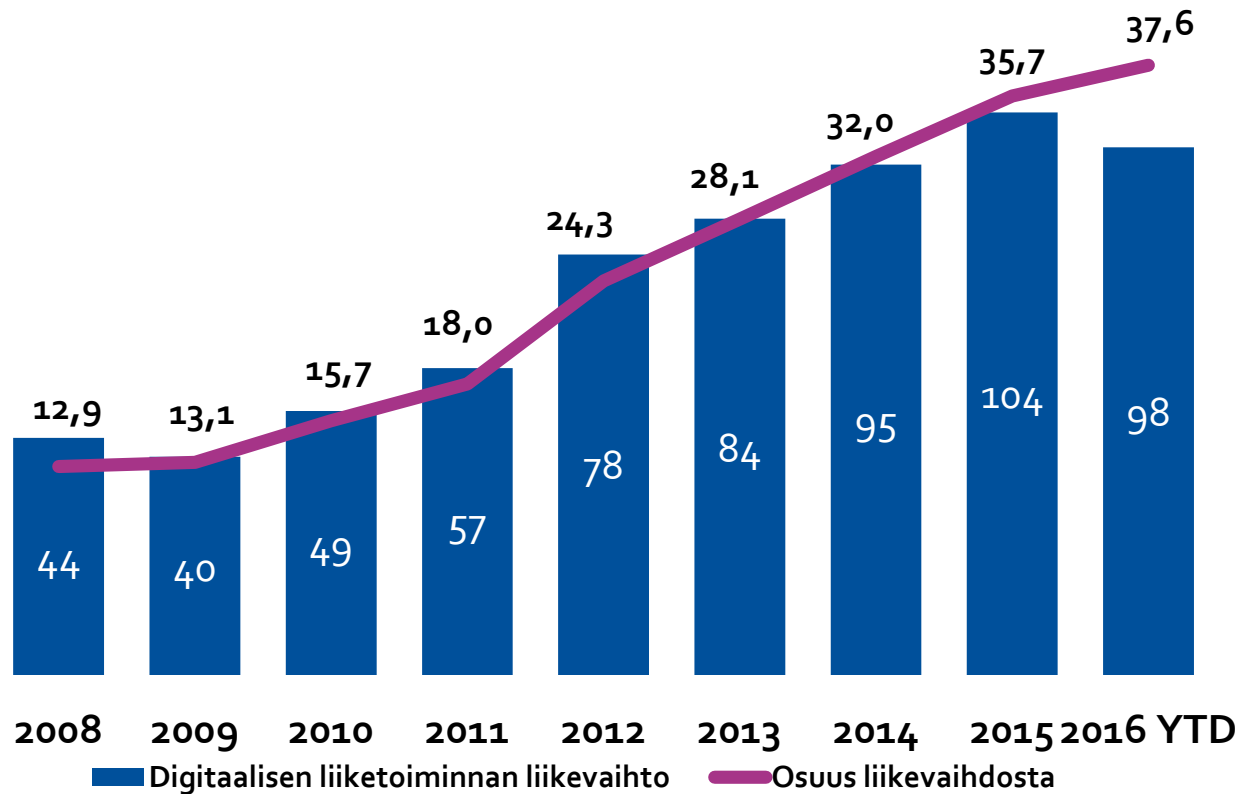
- Oikaistu liikevoitto kasvoi 20,1% 9,1 milj. euroon ja oli 11,2 % (11,1 %) liikevaihdosta. Parantuneen operatiivisen tuloksen taustalla oli Alma Marketsin ja Alma News & Lifen vahva kasvu.
- Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä -0,2 (-1,6) milj. euroa, jotka liittyvät uudelleenjärjestelyihin sekä vaiheittaisten hankintojen myyntivoittoihin.

Oikaistun liikevoiton muutos Q3/2015 - Q3/2016,
MEUR

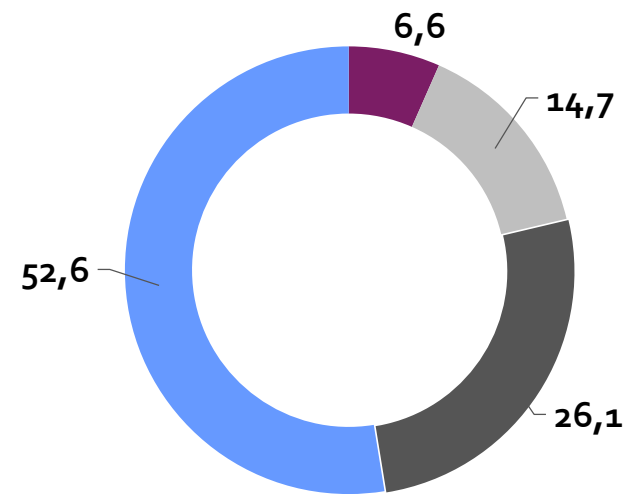


Digitaalinen liiketoiminta kasvoi Q3:lla 31,7 %

Q3:lla osuus 40 % konsernin liikevaihdosta



Segmentin osuus konsernin digitaalisesta liikevaihdosta



Alma Regions

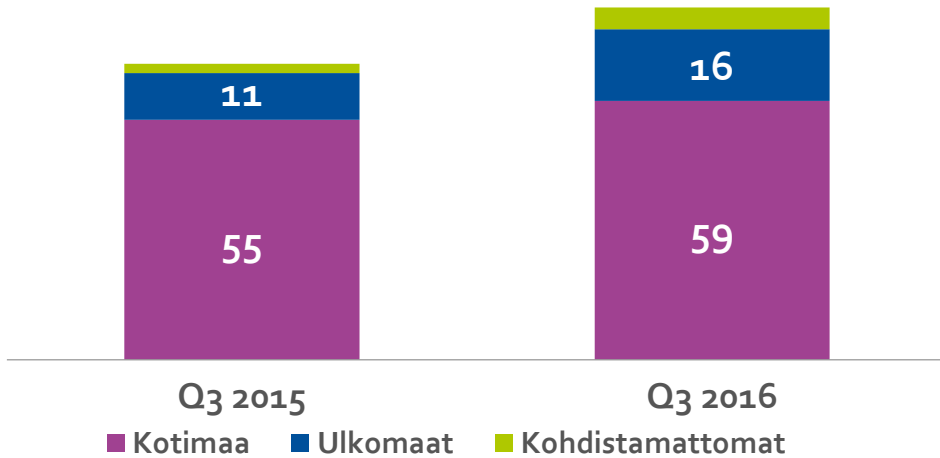
Alma News & Life

Alma Talent

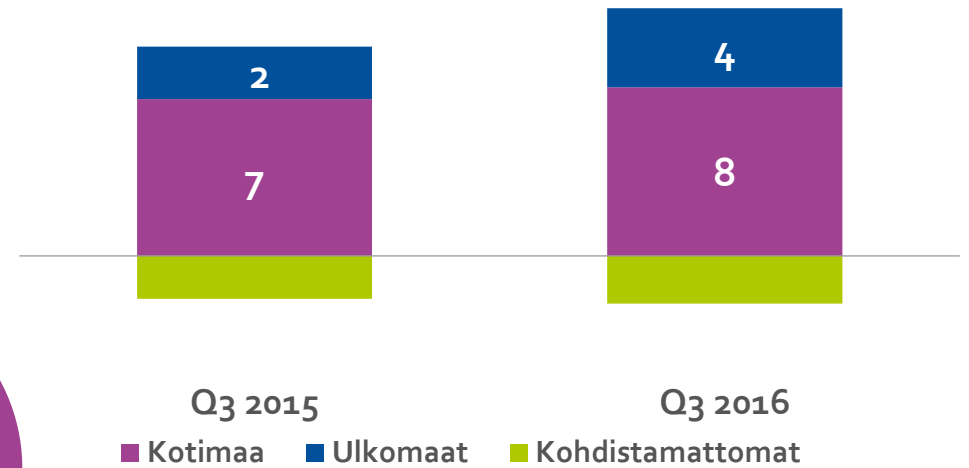
Alma Markets

Alman tuloksesta merkittävä osa kansainvälisestä toiminnasta

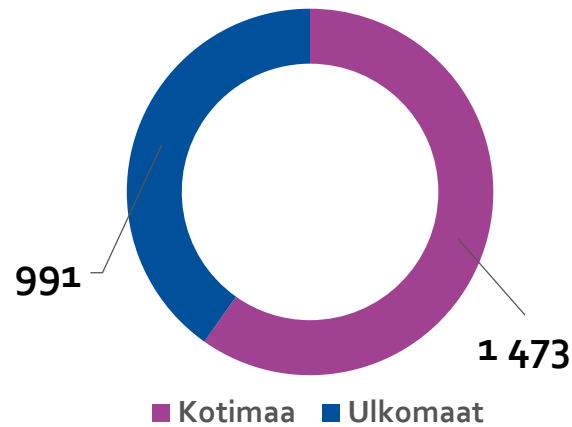
Liikevaihto, MEUR



Oikaistu liikevoitto, MEUR



Henkilöstö



TALOUEDELLINEN KATSAUS

Juha Nuutinen, talous- ja rahoitusjohtaja

Living
Information

Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet

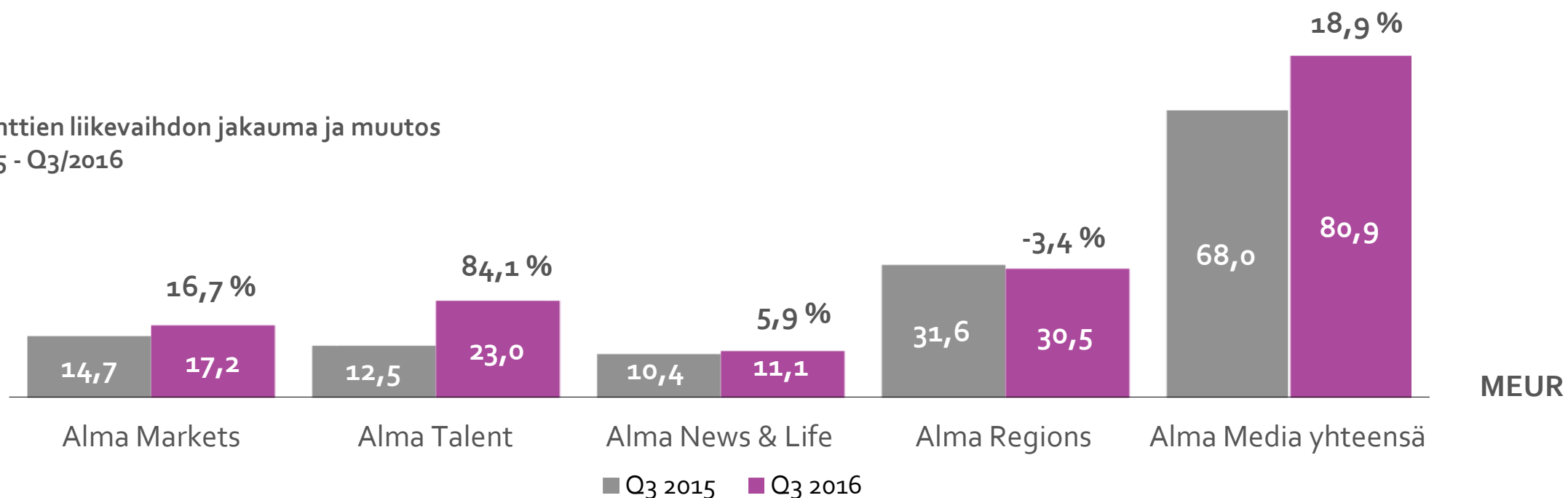
Alma Median taloudelliset tavoitteet	2012	2013	2014	2015	1-9/2016	Tavoitetaso
Digitaalisen liiketoiminnan kasvu	36,8 %	8,4 %	11,9 %	8,7 %	30,6 %	> 15 %
Sijoitetun pääoman tuotto ROI, %	13,8 %	10,0%	9,8 %	6,9 %	10,4 %	> 15 %
Osinkosuhte*	45 %	50 %	63 %	92 %	n/a	> 50 %

* Sisältää pääomanpalautuksen osakkeenomistajille.

Liikevaihdon jakauma Q3/2016

- Sisältöliikevaihto +18,8 % (+4,8 milj. euroa)
 - Vertailukelpoinen sisältöliikevaihto -6,7 % johtuen painetun median levikkien pienenemisestä.
- Mainosmyynnin liikevaihto +15,9 % (+5,4 milj. euroa)
 - Verkkomainosmyynti +23,7 % (+4,6 milj. euroa).
 - Painettujen lehtien mainosmyynti +5,5 % (+0,8 milj. euroa).

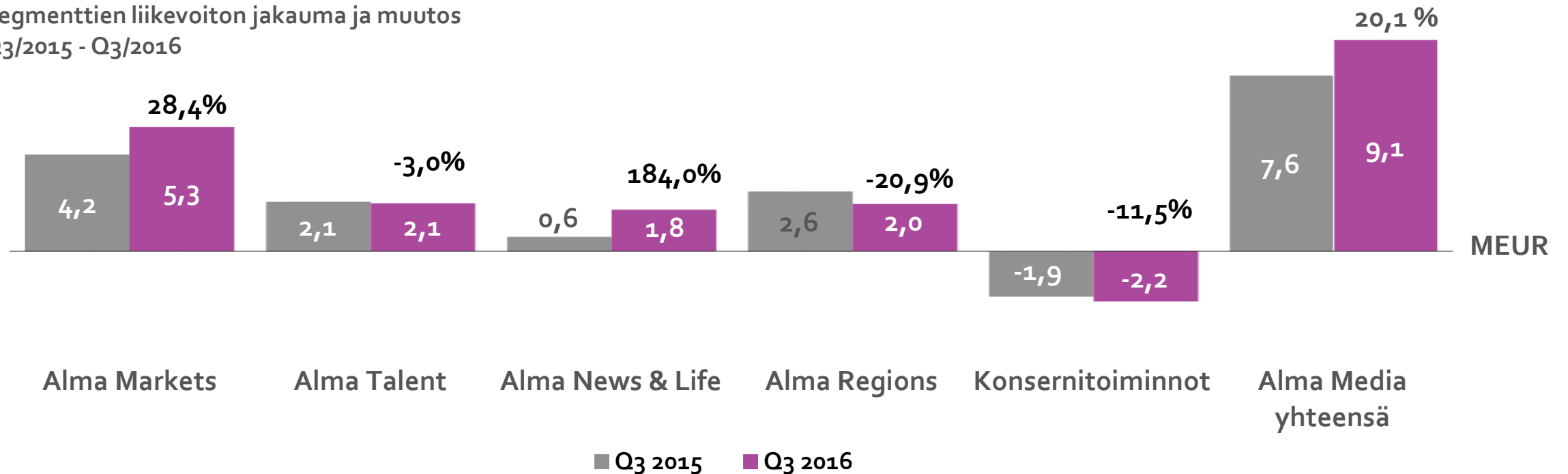
Segmenttien liikevaihdon jakauma ja muutos
Q3/2015 - Q3/2016



Liikevoiton jakauma Q3/2016

- Oikaistu liikevoitto oli 9,1 (7,6) milj. euroa, 11,2 % (11,1 %) liikevaihdosta.
- Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä -0,2 (-1,6) milj. euroa uudelleenjärjestelyihin liittyen.

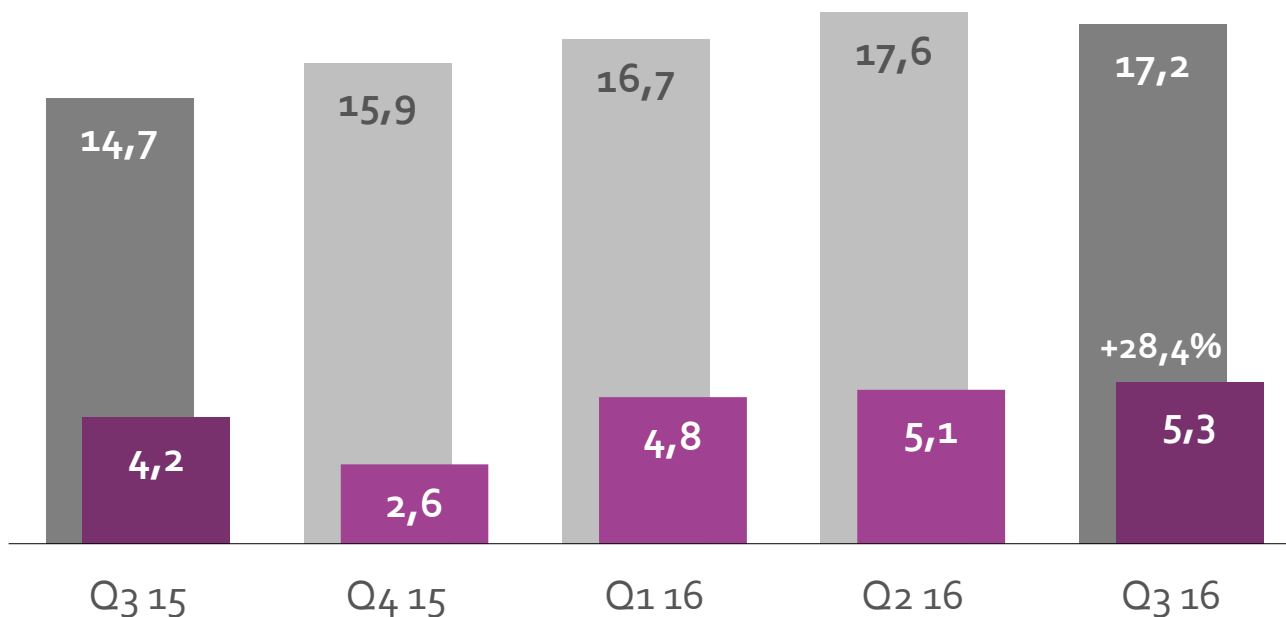
Segmenttien liikevoiton jakauma ja muutos
Q3/2015 - Q3/2016



Alma Markets Q3/2016: Edelleen vahvaa kehitystä

- Liikevaihto 16,7 % 17,2 milj. euroon. Ulkomaan toiminnoissa vahva kasvu jatkui. Suomessa liikevaihto kasvoi kaikilla liiketoiminta-alueilla: asumisessa, autoilussa ja rekrytoinnissa.
- Kokonaisuudessaan rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 15,0 % ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 75,6 %.
- Myös kannattavuus parani. Oikaistu liikevoitto kasvoi 28,4% 5,3 milj. euroon.

Liikevaihto ja oikaistu liikevoitto,
MEUR

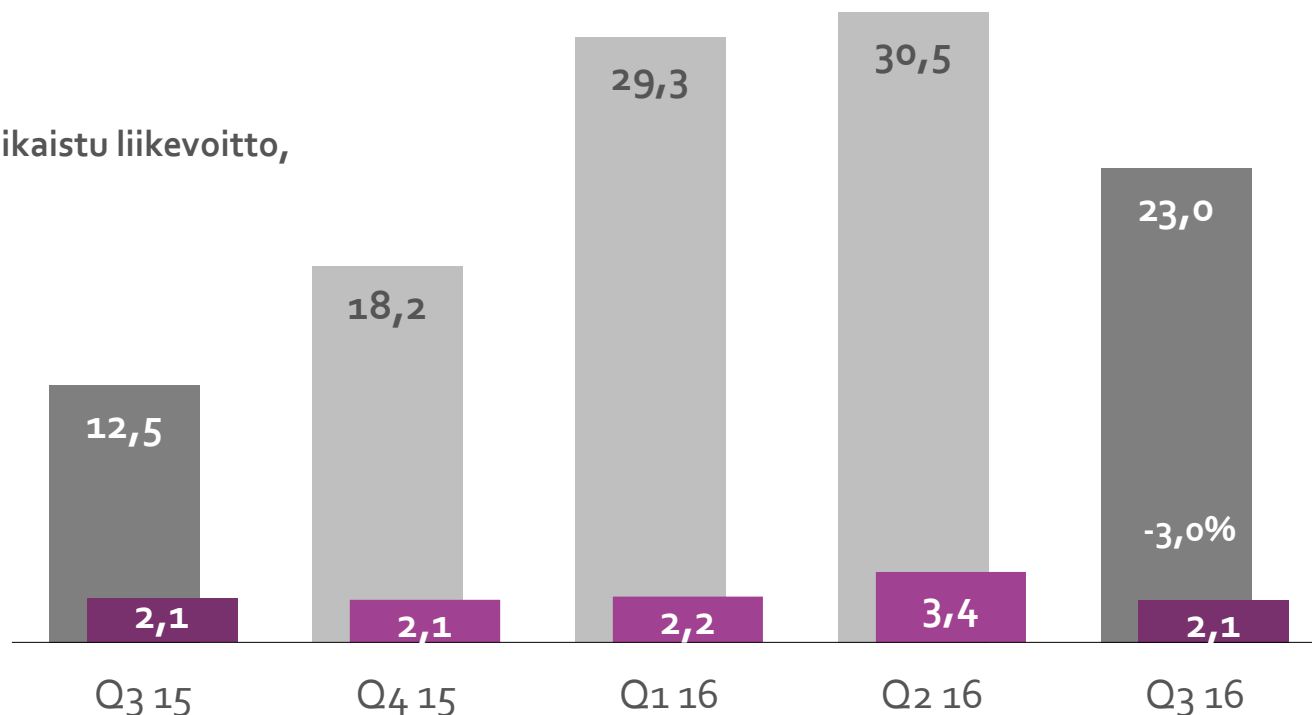


Yrityshankinnat
(Autosofta, NettiKoti, Urakkamaailma)
kasvattivat segmentin liikevaihtoa
0,4 milj. euroa.

Alma Talent Q3/2016: Kannattavuus vertailukauden tasolla

- Liikevaihto kasvoi 84,1 % 23,0 milj. euroon. Vertailukelpoinen liikevaihto laski 6,5 %, erityisesti Ruotsin mainosmyynnistä sekä Events-tapahtumaliiketoiminnasta johtuen.
- Talentum-liiketoimintojen integraatio on edennyt suunnitelmien mukaan ja arvioidut kustannussynergiat saavutettu suunnitellusti.
- Oikaistu liikevoitto laski 3,0 % 2,1 milj. euroon.

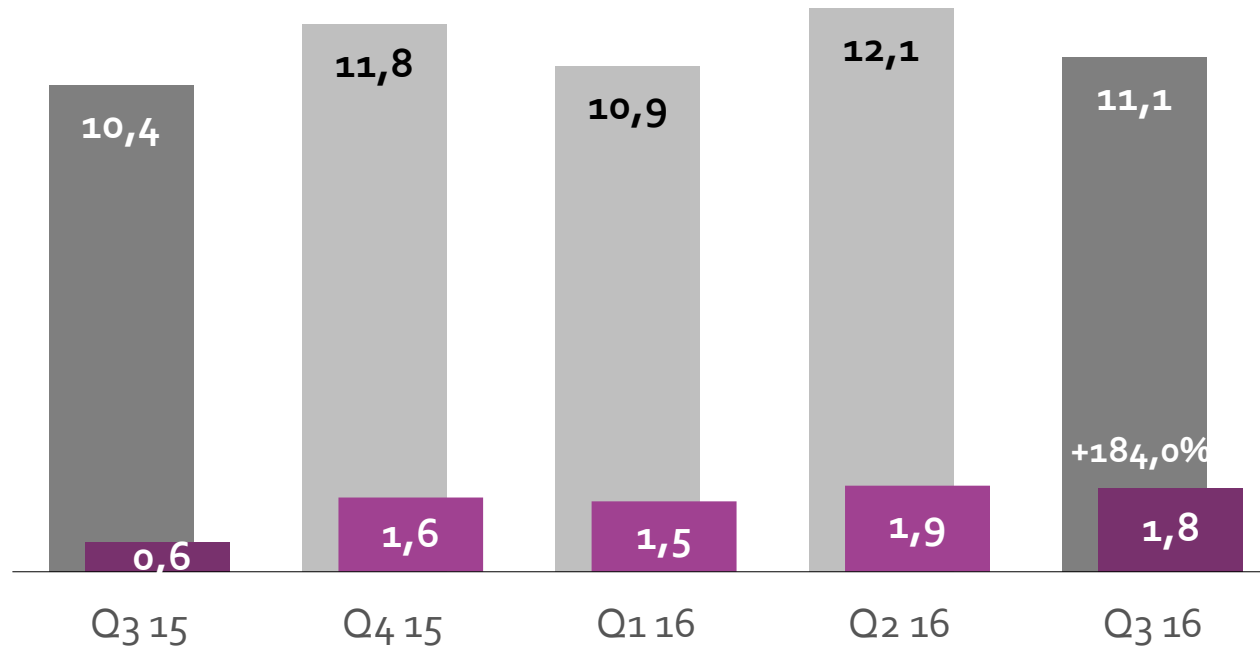
Liikevaihto ja oikaistu liikevoitto,
MEUR



Alma News & Life Q3/2016: Digimainonta kasvattaa tulosta

- Liikevaihto kasvoi 5,9 % 11,1 milj. euroon. Oikaistu liikevoitto kolminkertaistui 1,8 milj. euroon.
- Digitaalisen liiketoiminnan hyvä kehitys ja laskeva irtonumeromyynti kasvattivat verkkoliiketoiminnan osuutta segmentin liikevaihdosta 46,2 %:iin.
- Verkkomainosmyynti kasvoi 39,6 % 4,3 milj. euroon. Kasvua erityisesti ohjelmallisessa ostamisessa, jonka osuus Iltalehden verkkomainosmyynistä oli 34,8 %.

Liikevaihto ja oikaistu liikevoitto, MEUR

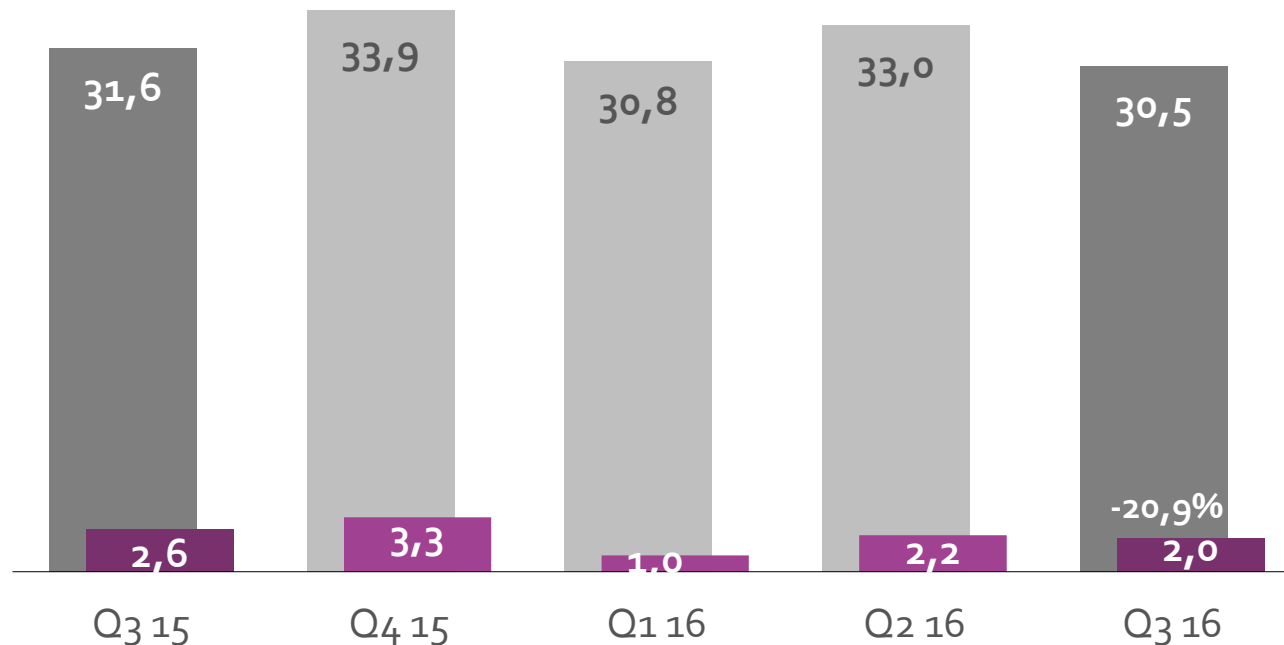


Rantapallo.fi:n hankinnan vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 0,5 milj. euroa

Alma Regions Q3/2016: Haasteellinen kvartaali

- Liikevaihto laski 3,4 % 30,5 milj. euroon, oikaistu liikevoitto laski 20,9 % 2,0 milj. euroon.
- Toimenpiteet, joilla asiakkaiden siirtymistä digitaalisuuteen edistetään, jatkuvat. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 7,3 % (3,3 %).
- Oikaistut kokonaiskulut laskivat 28,6 (29,1) milj. euroon tehostamistoimenpiteiden johdosta.

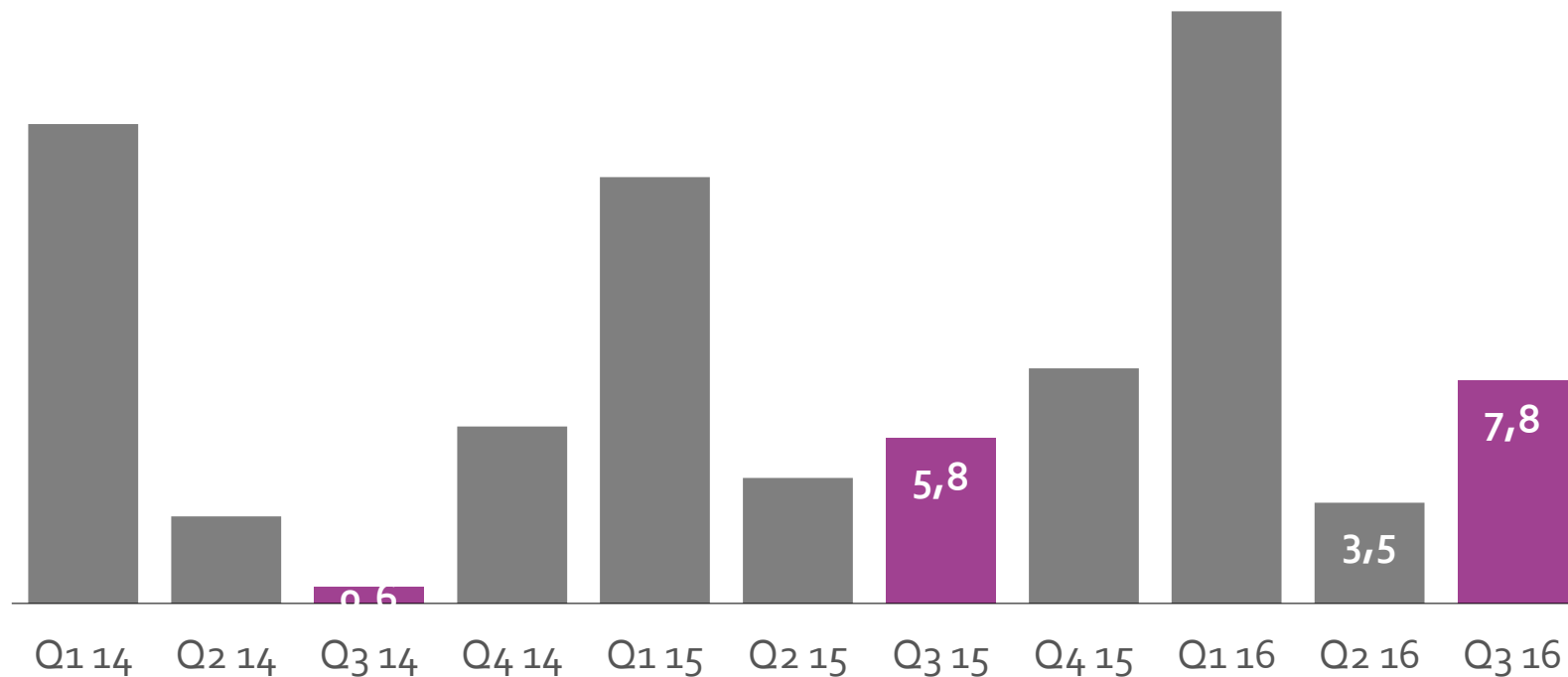
Liikevaihto ja oikaistu liikevoitto, MEUR



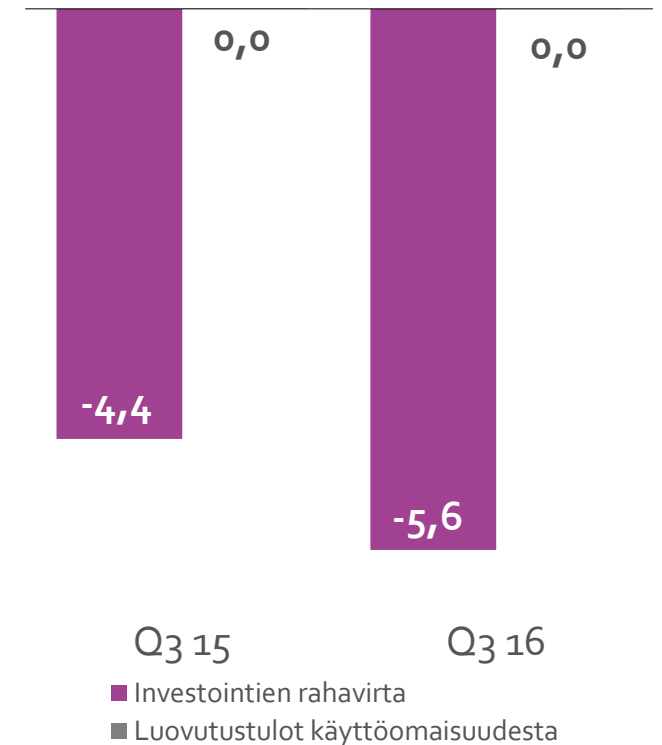
Liiketoiminnan rahavirta ja investoinnit

- Liiketoiminnan rahavirta, 7,8 (5,8) milj. euroa kasvoi tuloksen vahvistumisen myötä.
- Investointien rahavirta oli -5,6 (-4,4) milj. euroa. Ylläpitoinvestointien osuus -1,5 milj. euroa. Yritysostoissa mukana Talentumin vähemmistöosakkeiden lunastus sekä Uuden Suomen liiketoiminnan hankinta.
- Rahavirta ennen rahoitusta oli 2,2 (1,3) milj. euroa.

Liiketoiminnan rahavirta, MEUR



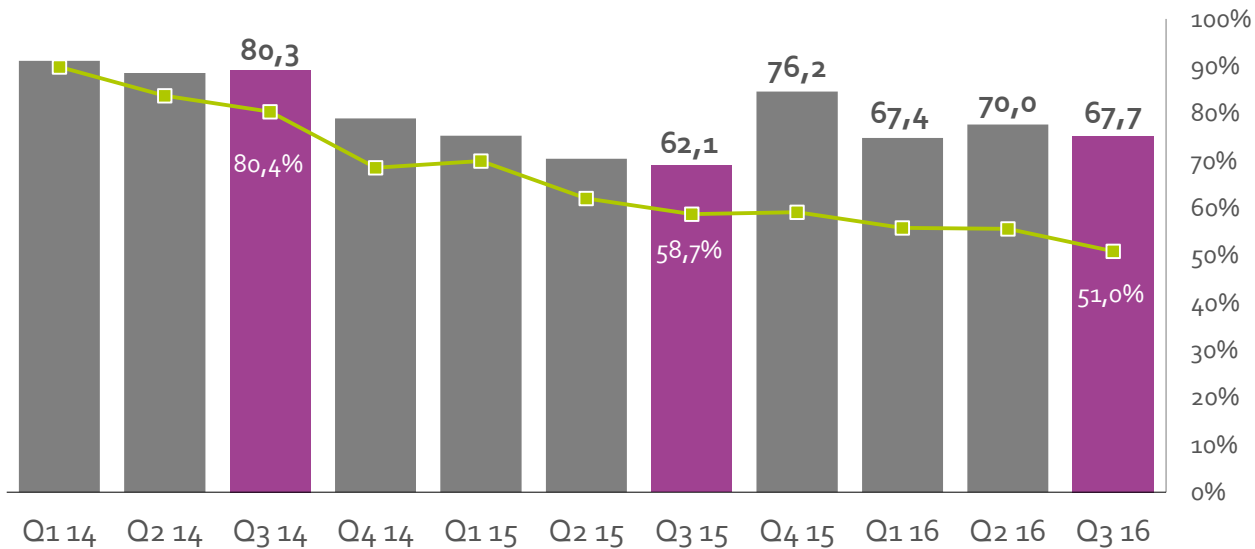
Investointien rahavirta, MEUR



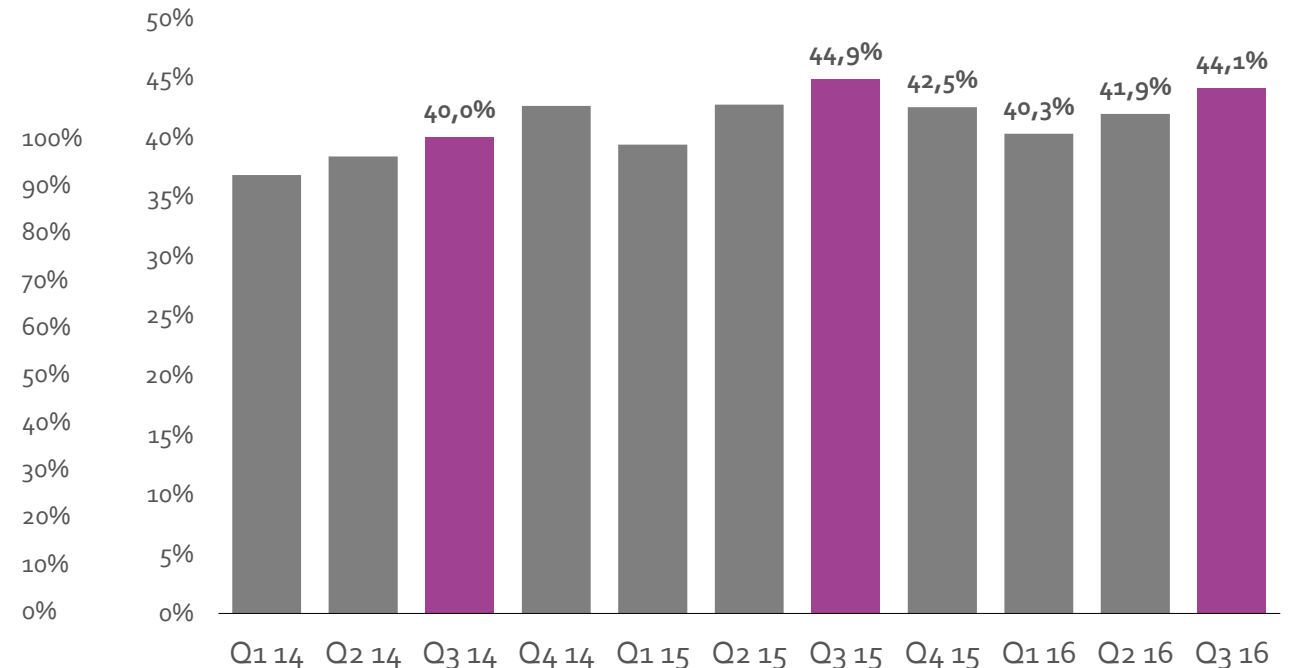
Korolliset velat laskivat- omavaraisuusaste nousi

- Syyskuun lopussa nettovelkaantuneisuusaste oli 51 % ja nettovelka 67,7 milj. euroa.
- Korollisia velkoja oli syyskuun lopussa 89,0 milj. euroa. Korollisista veloista pitkäaikaisten velkojen osuus oli 73,9 milj. euroa.
- Omavaraisuusaste nousi lähes samalle tasolle kuin ennen Talentumin hankintaa.

Nettovelat, MEUR ja gearing, %
Q1/2014-Q3/2016



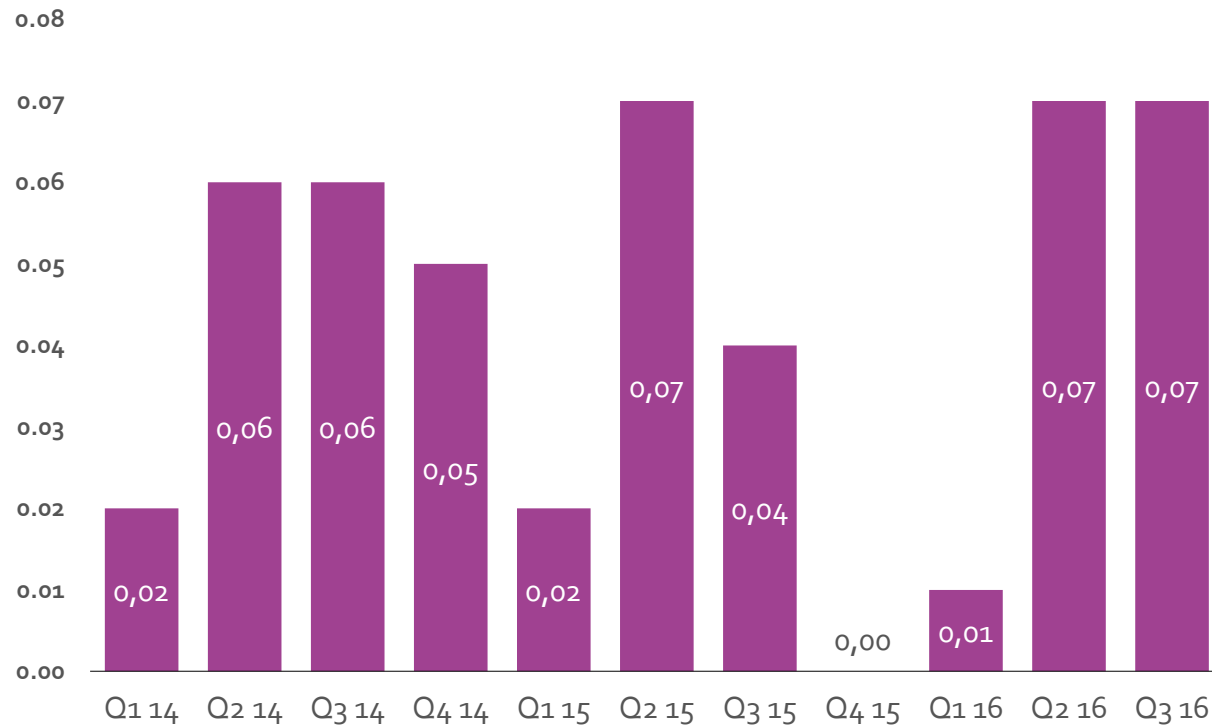
Omavaraisuusaste,
Q1/2014-Q3/2016



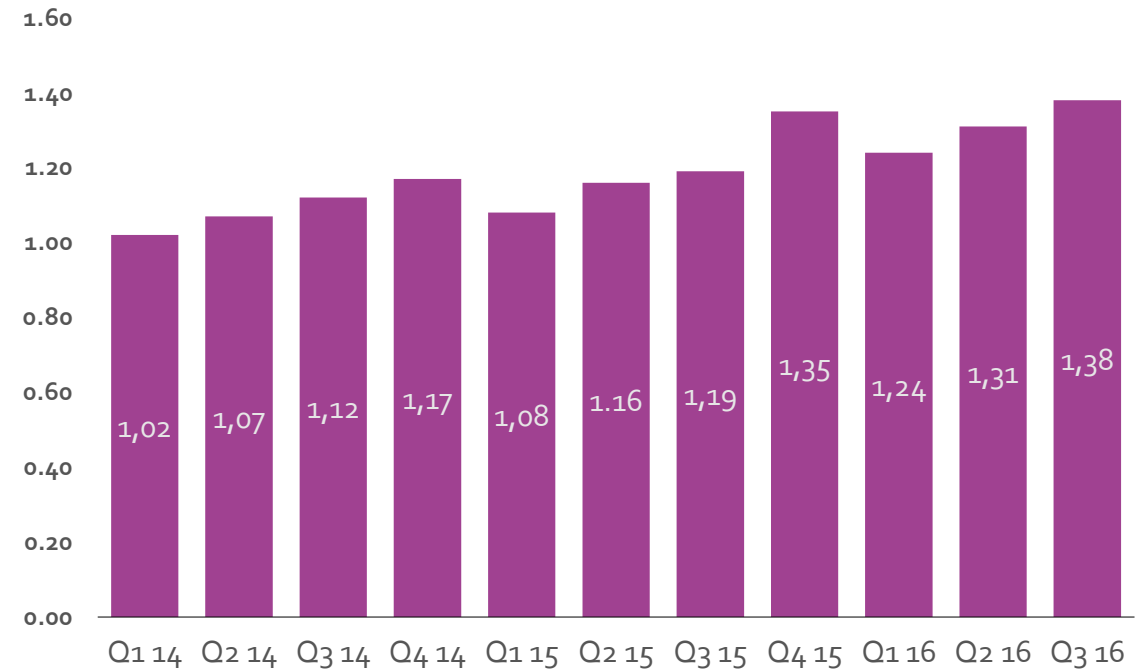
Tulos/osake ja oma pääoma/osake

- Q3:lla osakekohtainen tulos 0,07 euroa (0,04 euroa) kasvoi tulosparannuksen myötä. Lisäksi vertailukaudella oikaistuja eriä -1,6 milj. euroa.

Tulos / osake, EUR



Oma pääoma / osake, EUR



STRATEGIA JA TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT

Kai Telanne



Strategiset kehitysalueet

Sisällöt

Markkinointi-
ratkaisut

Palveluliike-
toiminta

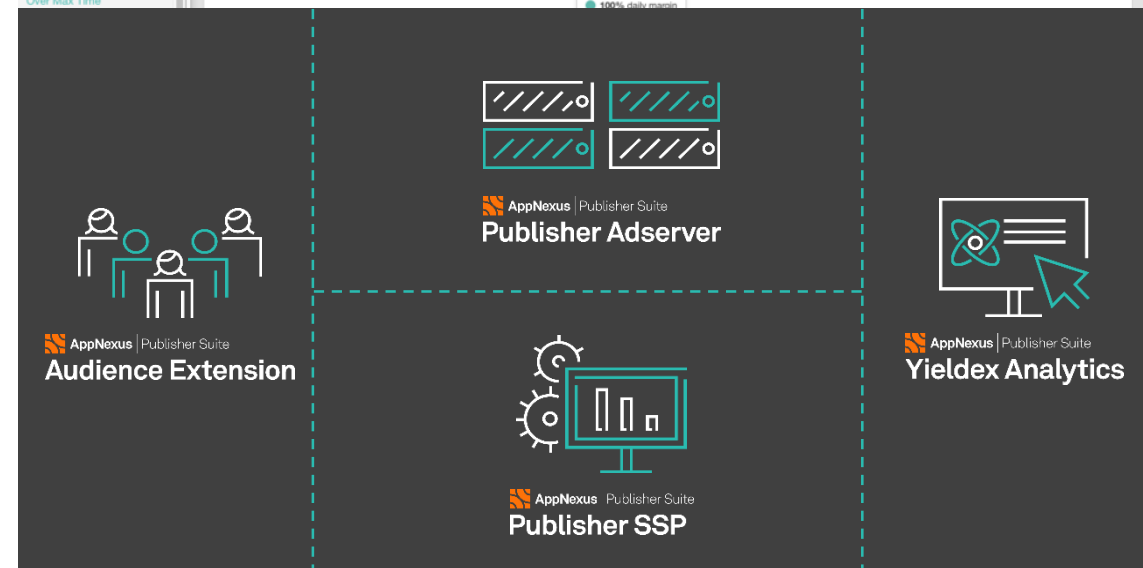
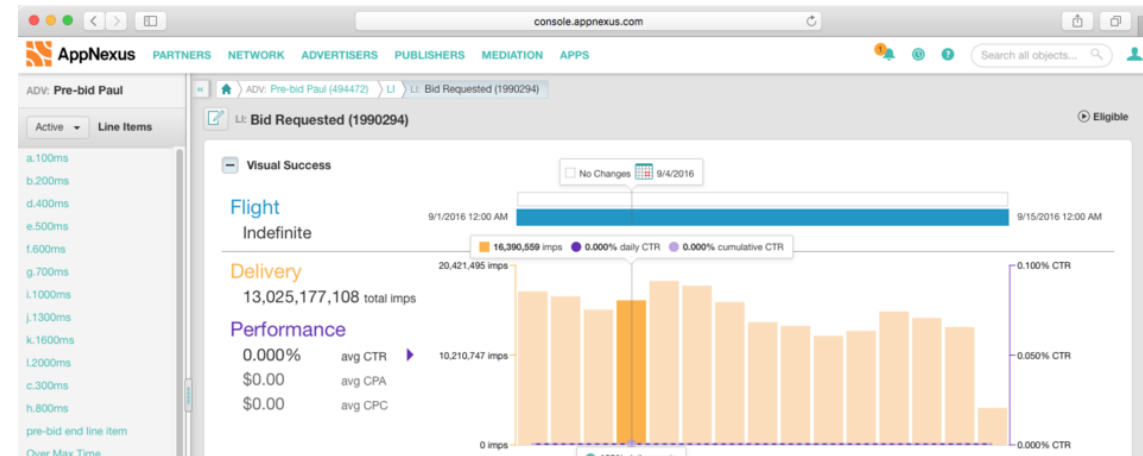
Voimavarat ja
tapa toimia

Kestävää kasvua digitalisaation
mahdollisuuksia hyödyntäen.

Digitaalisen mainonnan jakelujärjestelmä

Markkinointi-
ratkaisut

- Investointi kokonaisvaltaiseen digimainonnan jakelujärjestelmään, yhteistyö AppNexuksen kanssa.
 - Uudistaa ja tehostaa digimainonnan hallinnointia, optimointia, ennustamista, tuottoanalysointia ja ohjelmallisen ostamisen tekemistä.
 - Otetaan käyttöön Alman uutis- ja lifestylemedioiden sekä markkinapaikkojen muodostamassa mediaverkostossa 2016.
 - Alma-verkosto on yksi Suomen suurimmista mediaverkostoista. Alman digiverkosto tavoittaa 68 % 15-74 -vuotiasta*

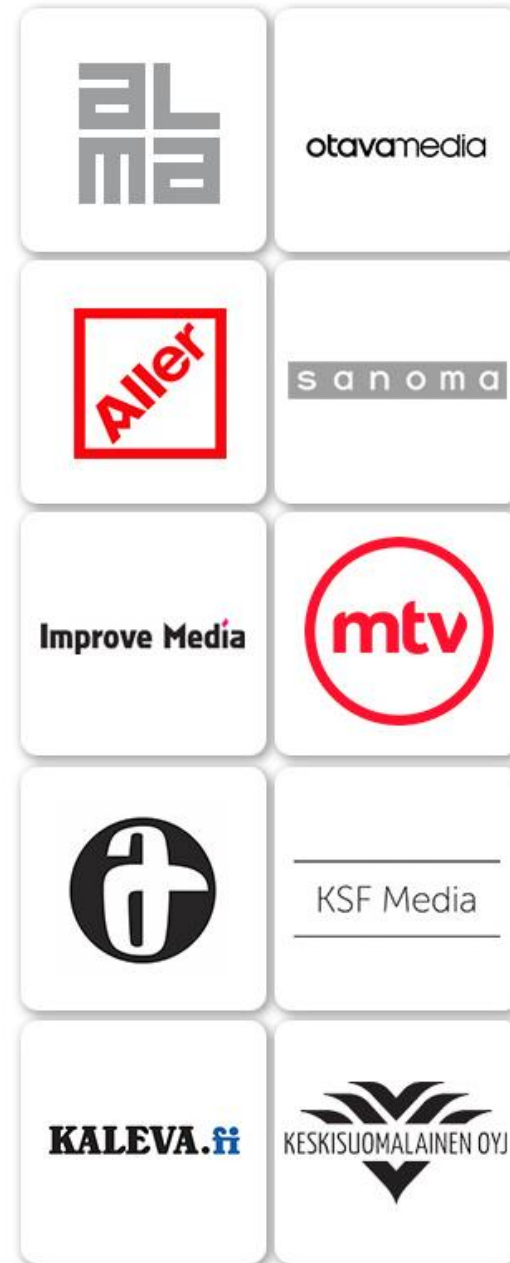


* Lähteet: TNS Metrix, TNS Atlas H1/2016
27.10.2016



Suomalaisten mediayhtiöiden Automated Guaranteed - markkinapaikka

- Alma ja 9 muuta suurinta suomalaista mediayhtiötä lanseerasivat 25.10. yhteisen Automated Guaranteed (takuuinventaarikauppa) –markkinapaikan.
- Mediatoimistot voivat suunnitella ja ostaa digitaalista mainontaa helpommin ja nopeammin.
 - Voivat valita haluamansa mediat ja tuotteet, tarkistaa mainosnäyttöjen saatavuuden, neuvotella hinnat, tehdä mainospaikkavaraukset ja toimittaa aineistot.
 - Kattaa sekä desktop-, mobiili- että videomainonnan tuotteet.



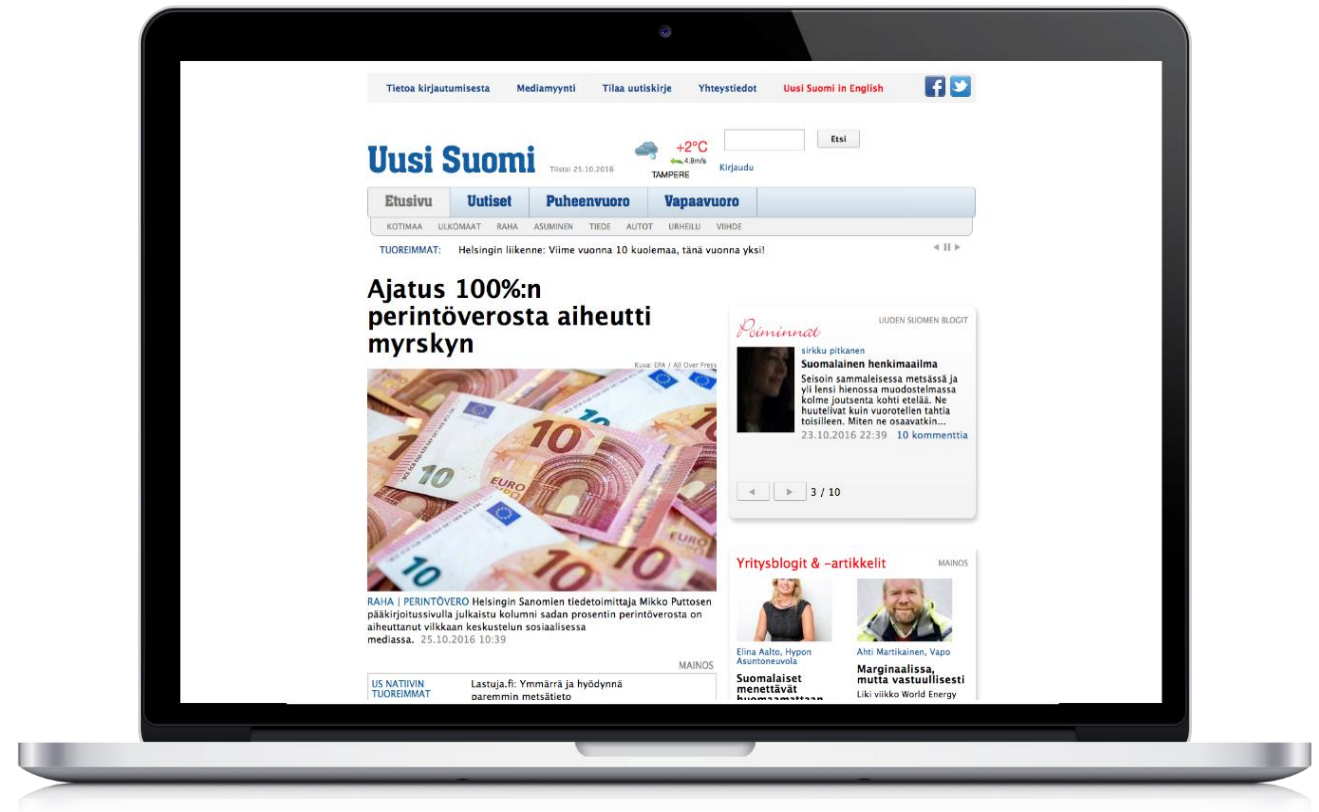
Markkinointi-
ratkaisut



Uusi Suomi palasi Almaan

Sisällöt

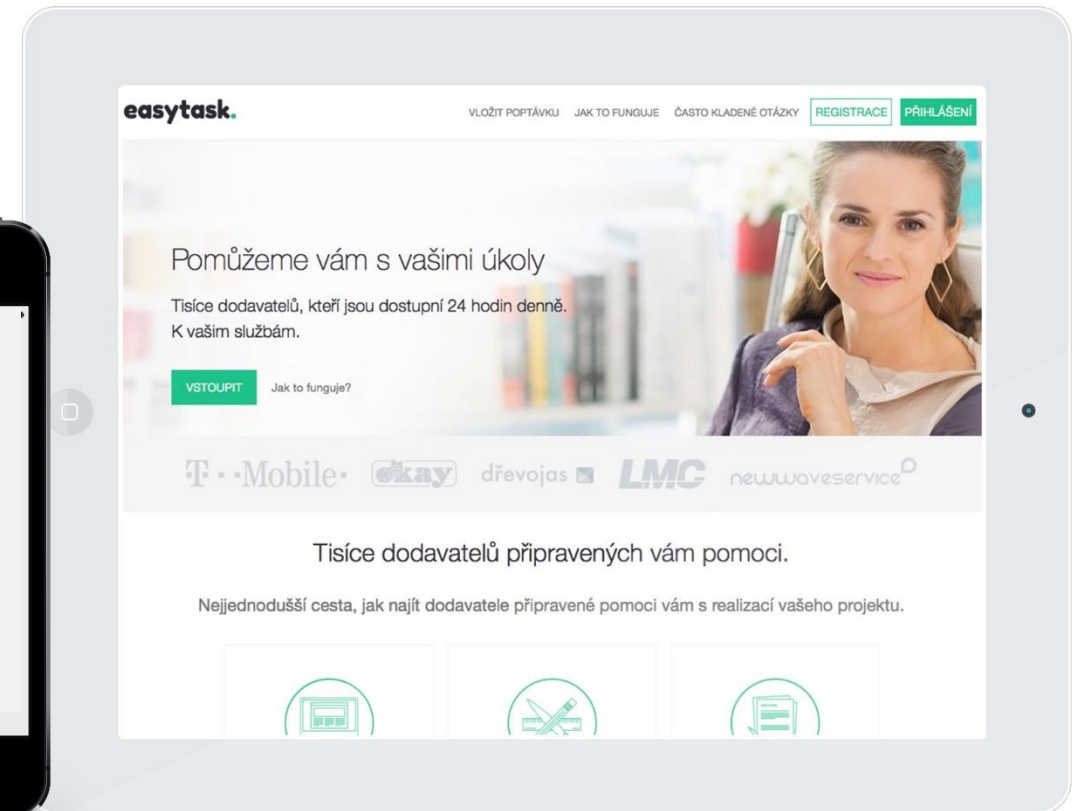
- Yhteiskunnalliseen keskusteluun erikoistuneen digitaalisen uutis- ja blogipalvelu Uuden Suomen liiketoiminnan ostettiin takaisin osaksi Alma Mediaa.
- Uusi Suomi on kävijämäärältään yksi Suomen suurimmista verkkopalveluista. TNS Metrixin mittaama viikko-tavoittavuusluku on tällä hetkellä keskimäärin noin 350 000 henkilöä.
- Uutispalvelun lisäksi Uusi Suomi tarjoaa lukijoidensa käyttöön blogipalvelut Puheenvuoron ja Vapaavuoron.
- Uusi Suomi liitettiin osaksi Alma Talentia.



Lisäpalveluita rekrytointiin

Palveluliike-
toiminta

- Pracezarohem.cz (Work Behind the Corner), Tšekissä lanseerattu maantieteellisesti lähimmät avoimet työpaikat vinkkaava mobiilipalvelu, on otettu hyvin vastaan ja palvelun kävijämäärät ovat kasvaneet nopeasti.
- Lisäksi suosituksi on tullut Easytask.cz -verkkopalvelu, joka välittää tilapäistyövoimaa yrityksille.



IL-TV:llä jo yli 5 miljoonaa käynnistystä per viikko

Tuotetarjoomaan myös mainostuotanto

- Katsauskaudella IL-TV ylsi jo yli viiteen miljoonaan käynnistykseen viikoittain, mikä on merkittävä määrä kansainvälisestikin.
- IL-TV on ollut Suomessa ensimmäisten nettivideopalveluiden joukossa aloittaessaan vuonna 2007.
- IL-TV:ssä on siirrytty ohjelmien ja ohjelmaformaattien lisäksi tuottamaan mainosvideoita ja TV-mainoksia.

Palveluliike-
toiminta



Alma Talentin integraatio etenee suunnitellusti

- Alma Talentin palveluliiketoimintojen nimet harmonisoituvat syksyn aikana.
- Kaikkien liiketoimintojen ilmeet muuttuvat Alma-brändin mukaisiksi.
- Digitaalisiin mediatuotteisiin ja -palveluihin laaditussa strategiassa siirryttiin hankkeiden toteuttamiseen, mm. Kauppalehden pörssipalvelu mobiilissa.
- Alma Talentin ja Monsterin yhteistyö rekrytointi-ilmoittelussa käynnistyi.
- Alma Talentin Ruotsin liiketoiminnoissa uudelleenjärjestelyt jatkuivat.

Voimavarat ja
tapa toimia



Tulevaisuuden näkymät

- Alma Media muutti 14.9.2016 antamassaan tiedotteessa näkymiä vuodelle 2016. Yhtiö ennakoi vuoden 2016 liikevaihdon ja oikaistun liikevoiton kasvavan selvästi vuoden 2015 tasosta. Näkymät vuodelle 2016 ovat 14.9.2016 julkistetun tiedotteen mukaisesti:
- 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.
- Loppuvuodesta 2015 toteutunut Talentum-yrityskauppa kasvattaa Alma Median liikevaihtoa ja liikevoittoa vuonna 2016.
- Alma Media arvioi vuoden 2016 liikevaihdon ja oikaistun liikevoiton kasvavan selvästi vuoden 2015 tasosta. Vuoden 2015 liikevaihto oli 291,5 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 23,4 milj. euroa.

KIITOS!

Seuraavat tapahtumat sijoittajakalenterissa:

- Q4-tulos ja tilinpäätöstiedote vuodelta 2016: 10.2.2017
- Varsinainen yhtiökokous: 22.3.2017.
- Tilinpäätös, toimintakertomus, tilintarkastuskertomus sekä selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä (Corporate Governance Statement) vuodelta 2016: 1.3.2017

