

ALMA MEDIA

Q3/2017

Kai Telanne, toimitusjohtaja
Juha Nuutinen, talous- ja rahoitusjohtaja

Living
Information

Praha, Tšekki

Agenda

Pääkohdat

Markkinoiden kehitys

Liiketoiminnallinen kehitys

Taloudellinen asema

Strategia ja tulevaisuuden näkymät

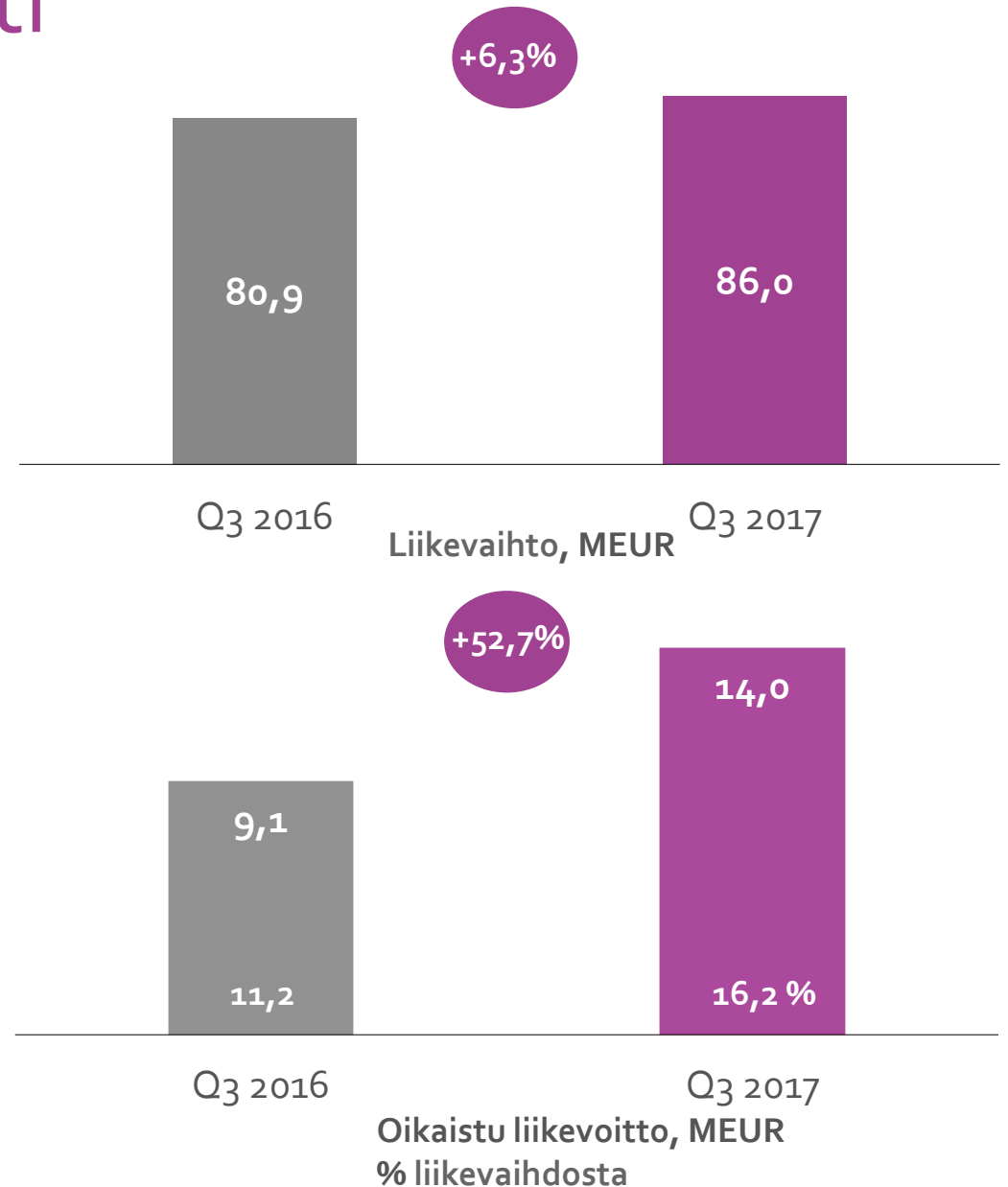
Q&A

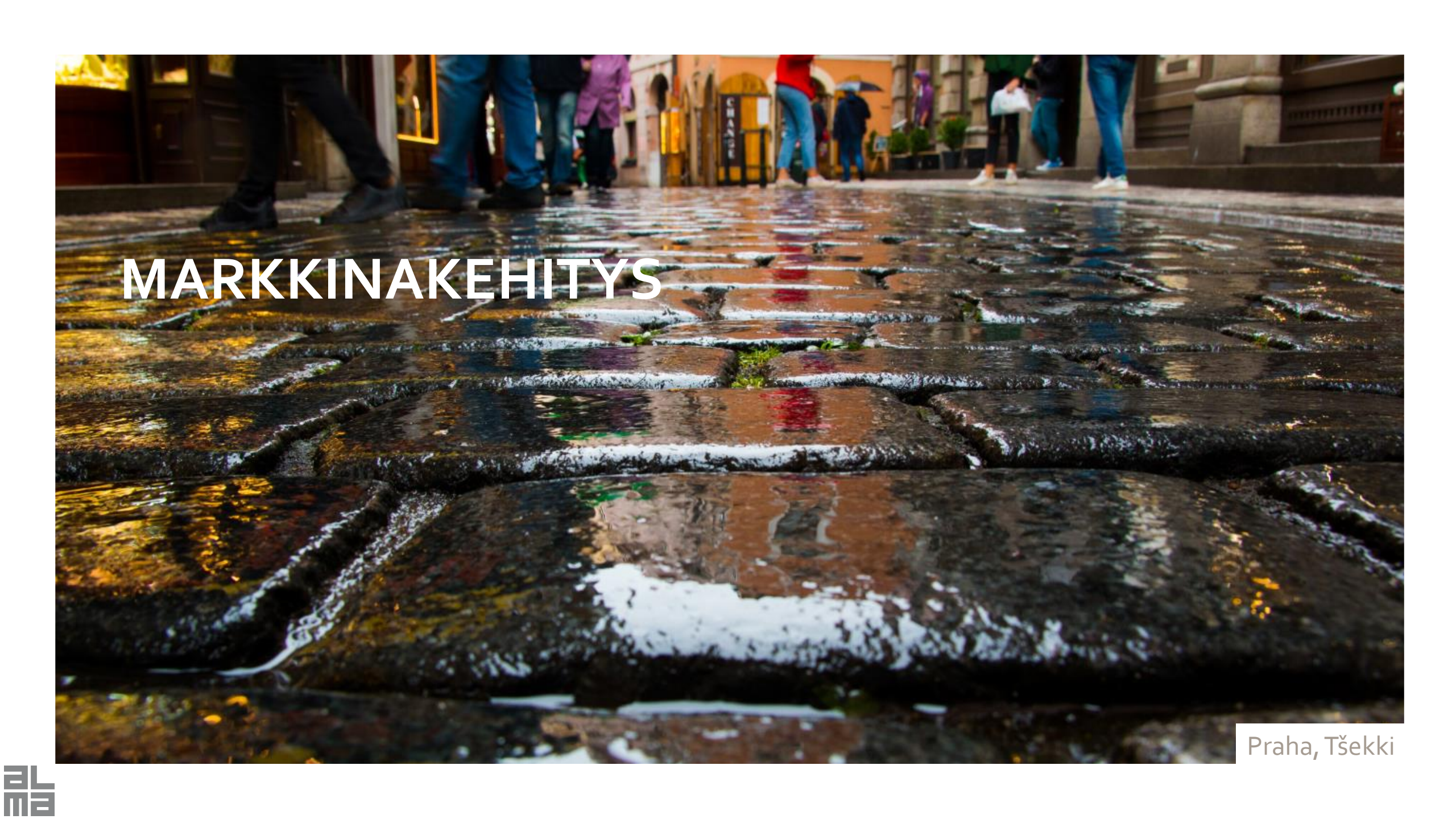


Alma Median Q3/2017 lyhyesti

Kannattavuus vahvassa kasvussa

- Liikevaihto kasvoi 6,3 % 86,0 miljoonaan euroon.
- Oikaistu liikevoitto kasvoi 52,7 % 14,0 miljoonaan euroon.
- Hyvä alkuvuoden kannattavuuskehitys jatkui, taustalla Alma Marketsissa jatkunut erinomainen tuloskehitys sekä kustannussäästöt aiemmin toteutetuista uudelleenjärjestelyistä Alma Talentissa, Alma Regionsissa ja yhteisissä toiminnoissa.



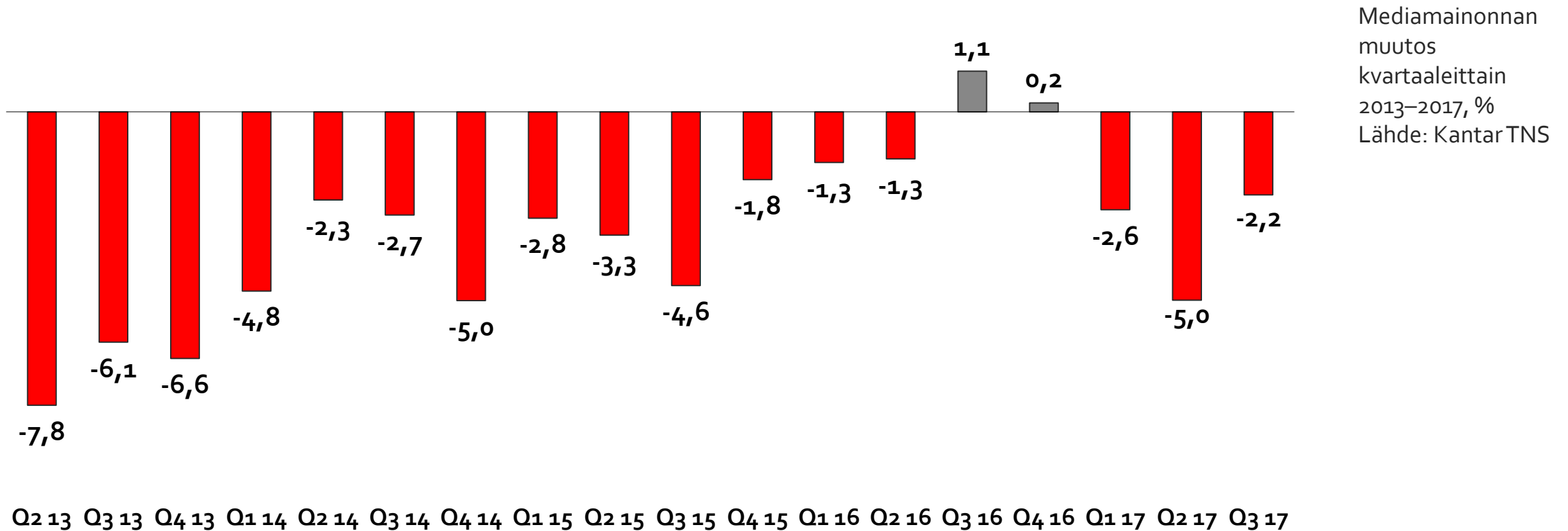


MARKKINAKEHITYS

Praha, Tšekki



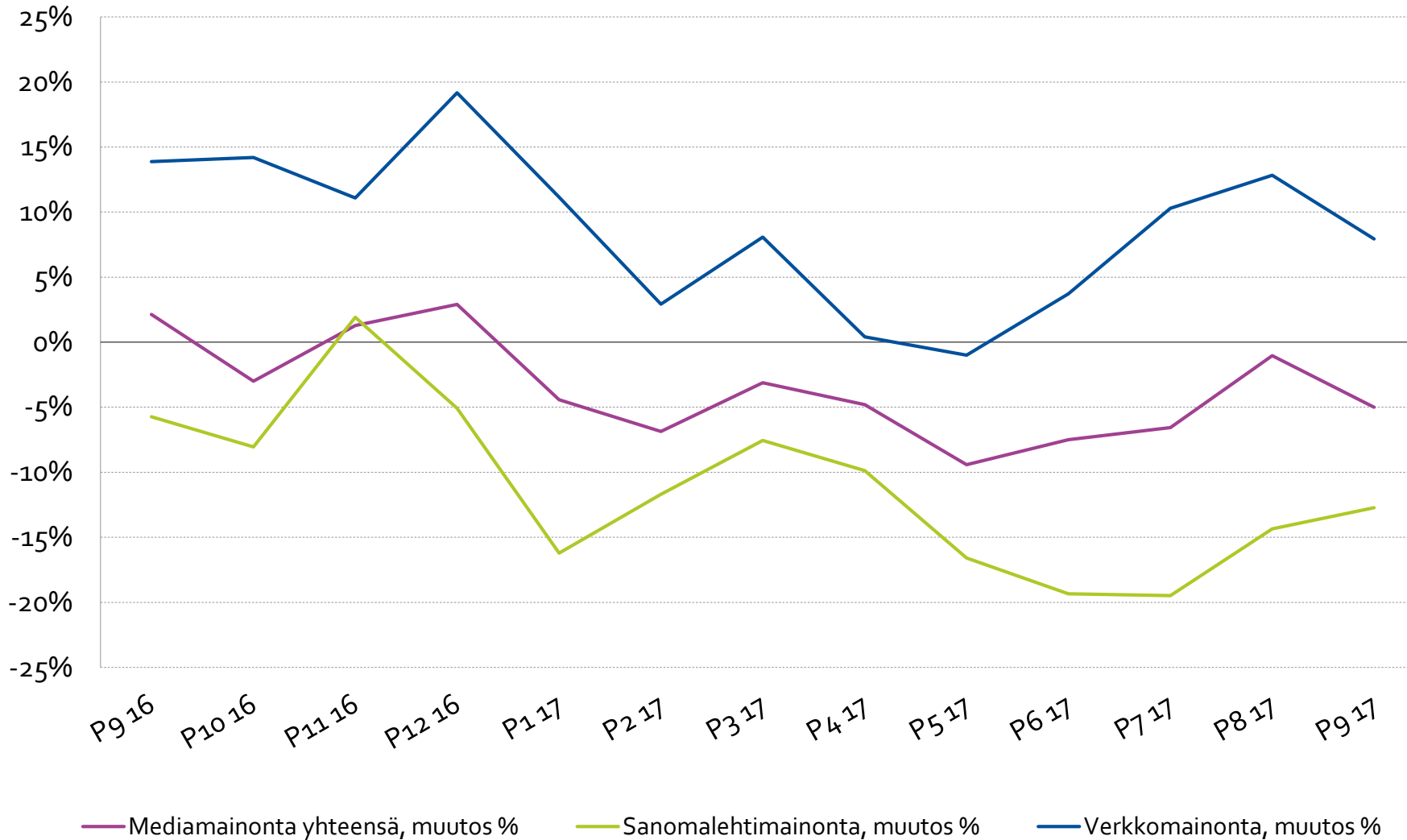
Suomen talous kasvaa, mutta positiivinen noste ei ole tarttunut mainonnan markkinaan



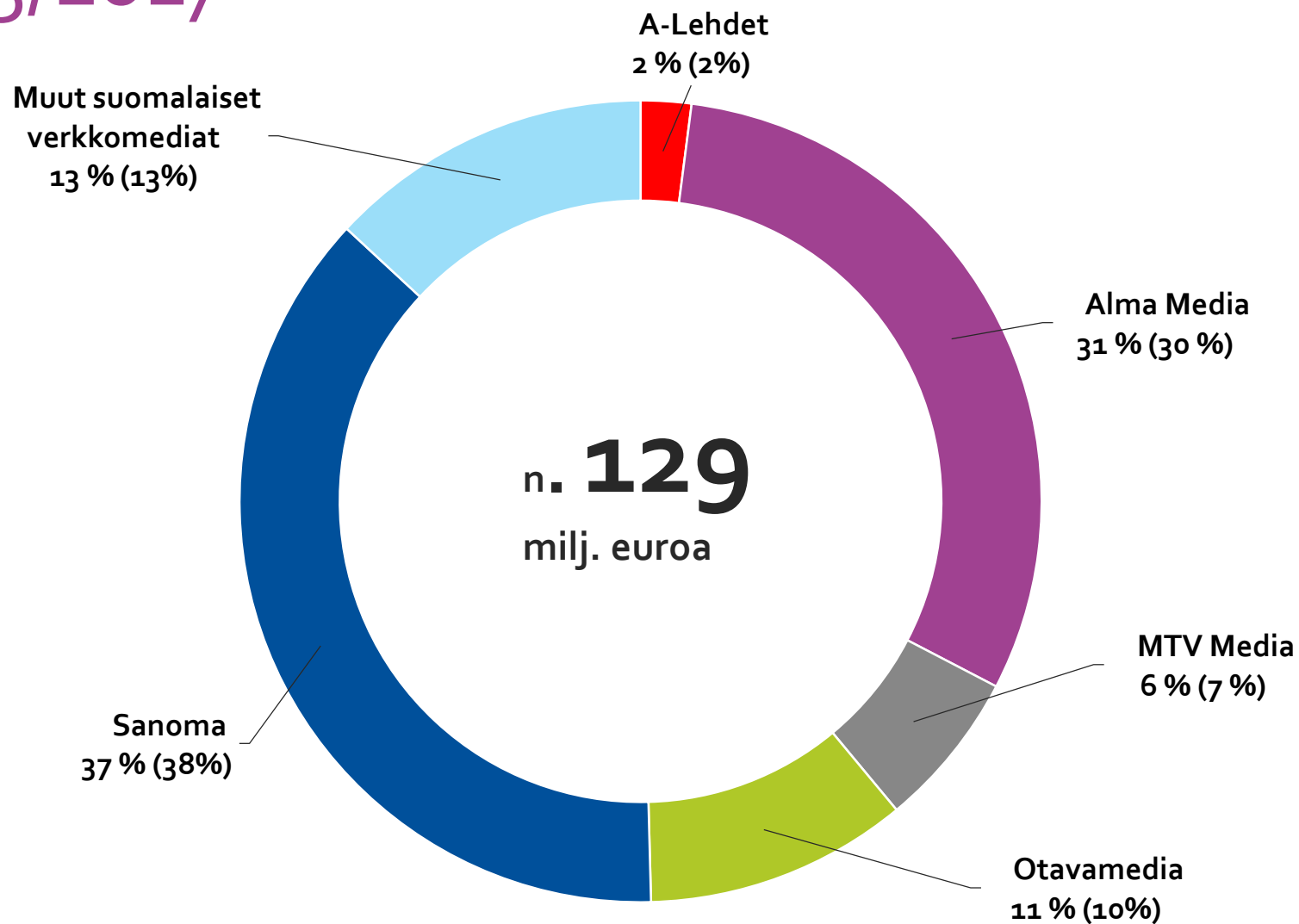
eMarketerin ennuste globaalista mainonnan markkinasta 2017: mediamainonta kasvaa 7 %.
Suomen mainosmarkkinan kasvu yksi hitaimmista.*

* Lähde: eMarketer ad spending estimates 2017

Verkkomainonnassa vain vähän kasvua



Verkkomainonta Suomessa mediataloittain Q1-Q3/2017



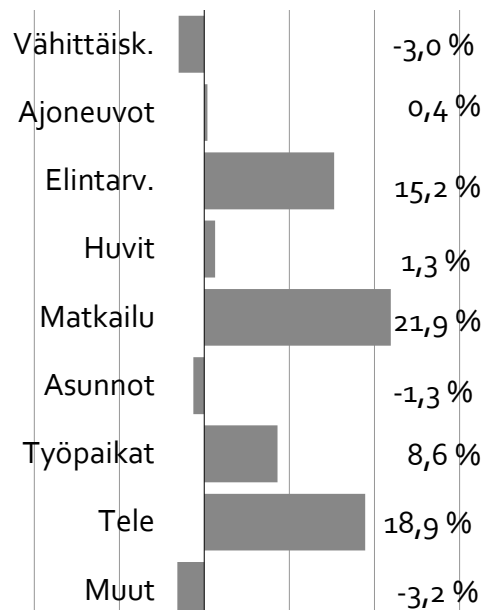
Verkkomainonta
mediataloittain
Q1/2017–Q3/2017 (H1/2017)

Lähde: Kantar TNS

Mediamainonta oli Q3/2017 edelleen vaisua

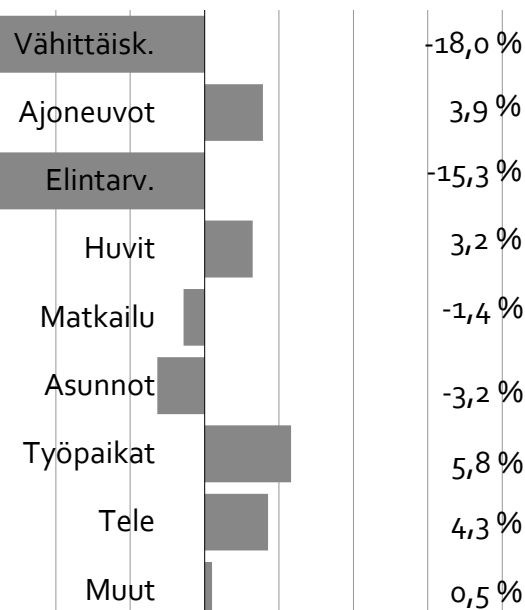
Kasvua vain rekrytointi- ja matkailumainonnassa

Q4 2016 vs 2015



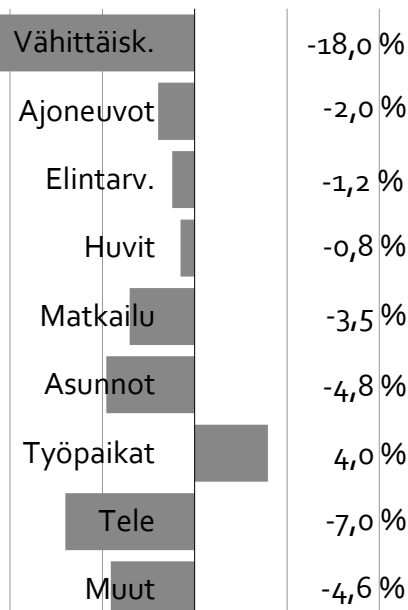
Yhteensä +0,2 %

Q1 2017 vs 2016



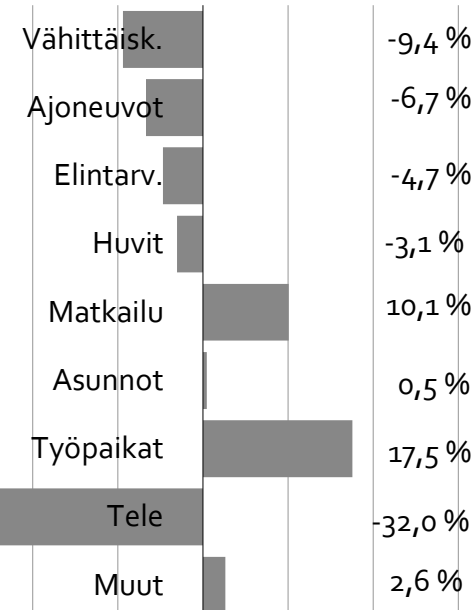
Yhteensä -2,6 %

Q2 2017 vs 2016



Yhteensä -5,0 %

Q3 2017 vs 2016



Yhteensä -2,2 %

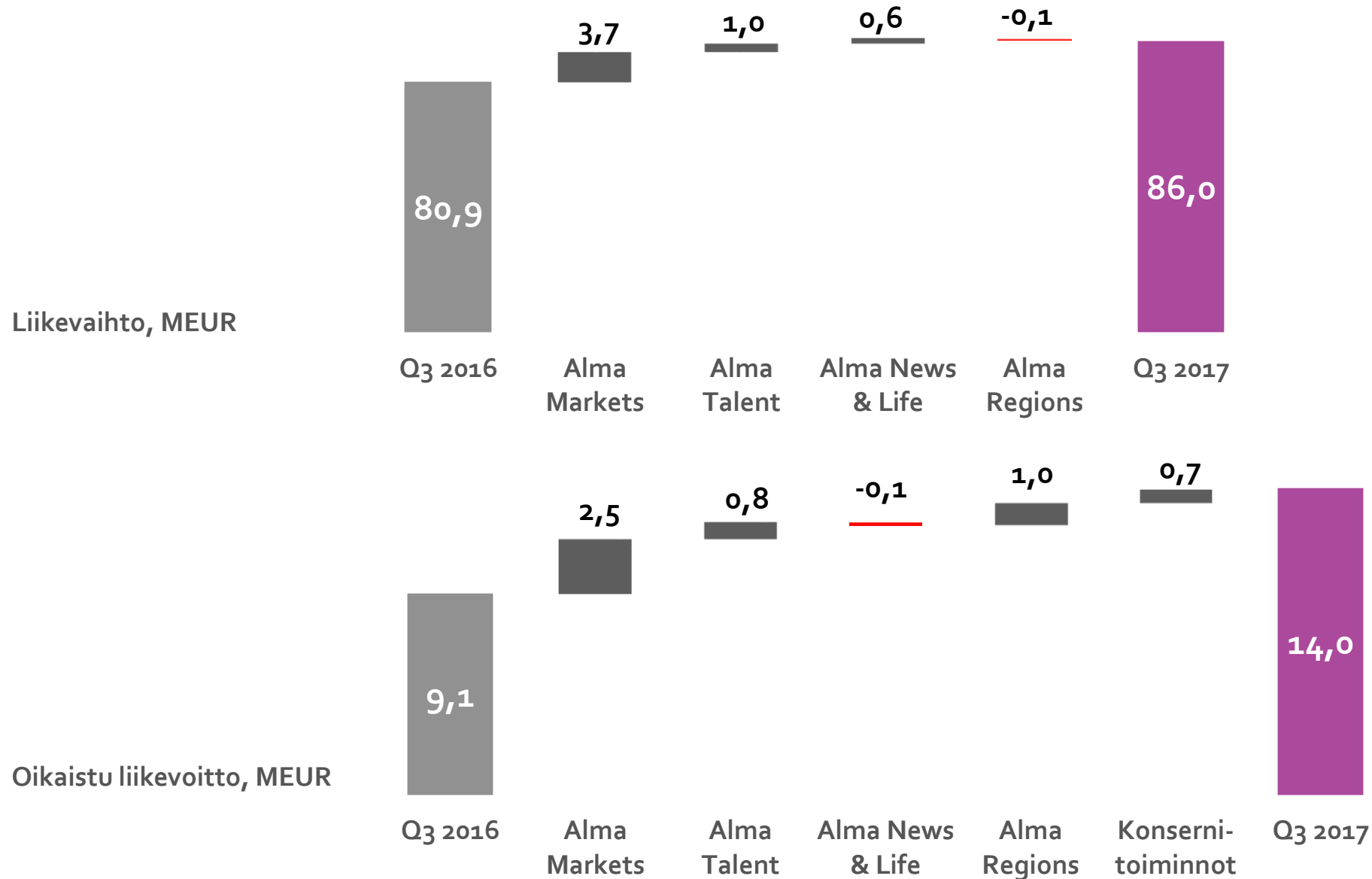
Lähde: Kantar TNS

LIIKETOIMINNAN KEHITYS

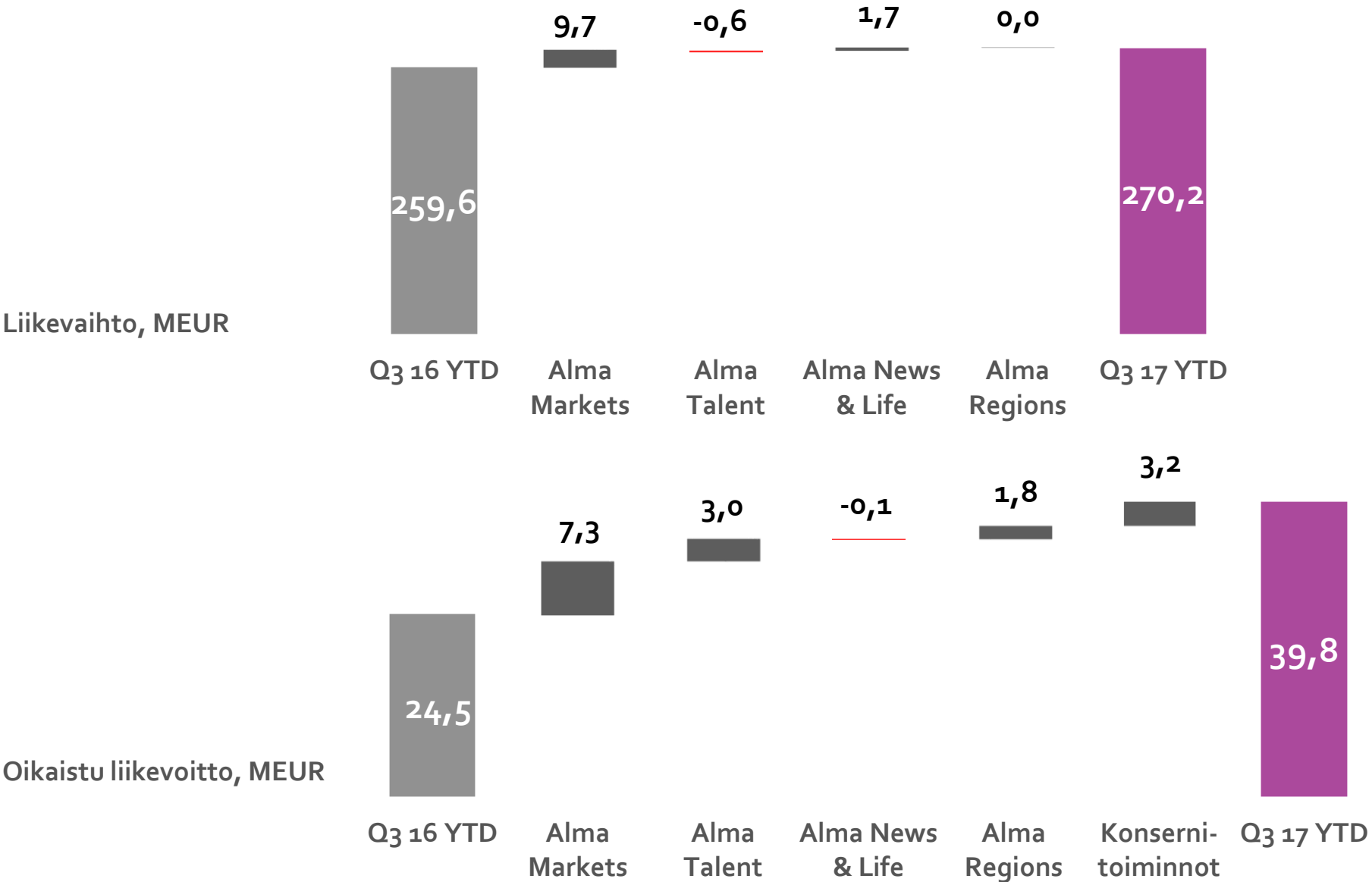


Helsinki

Q3/2017: Liikevaihto +6,3% ja oikaistu liikevoitto +52,7%



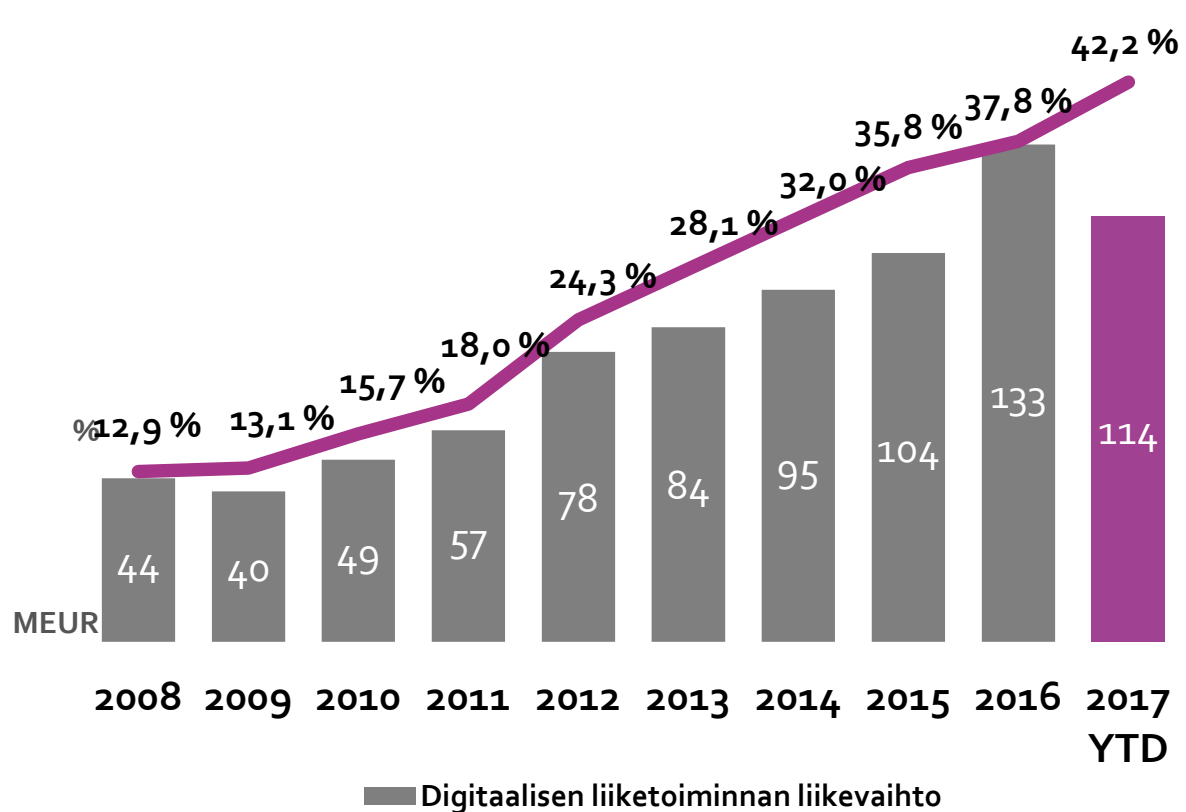
Q1-Q3/2017: Liikevaihto +4,1% ja oikaistu liikevoitto +62,3%



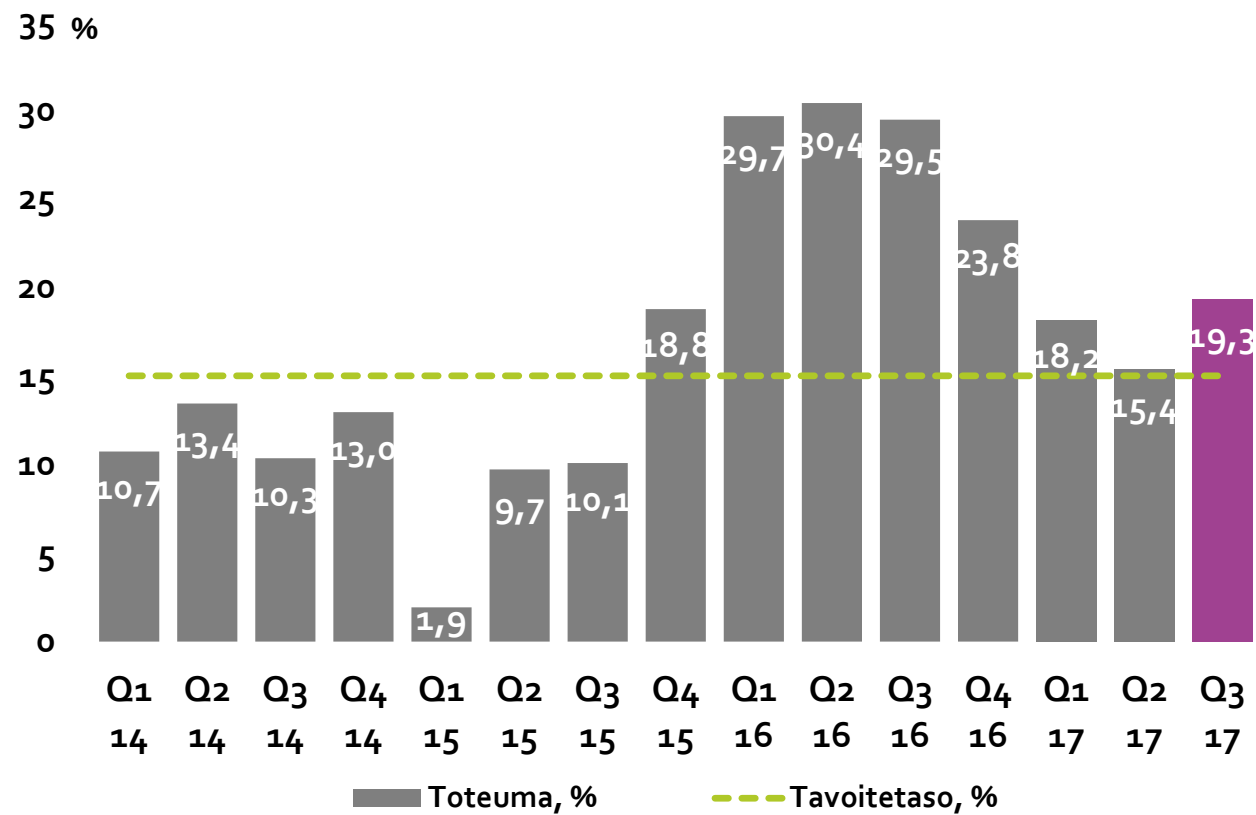
Digitaalisen liiketoiminnan kasvu jatkui

- Q3/2017:lla digitaalisen liiketoiminnan osuus oli 44,1 % konsernin liikevaihdosta.

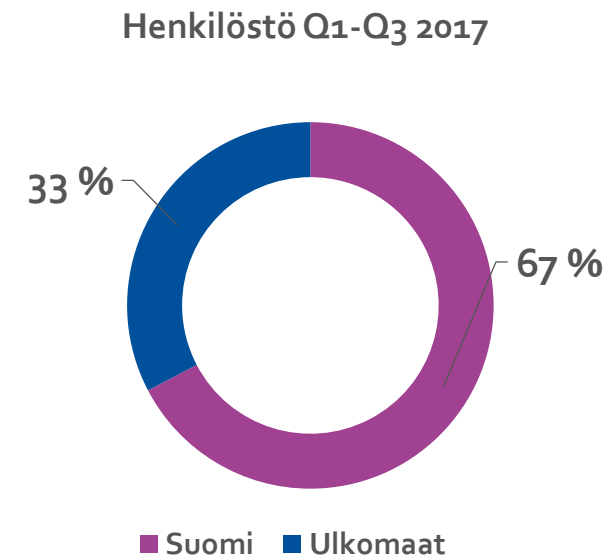
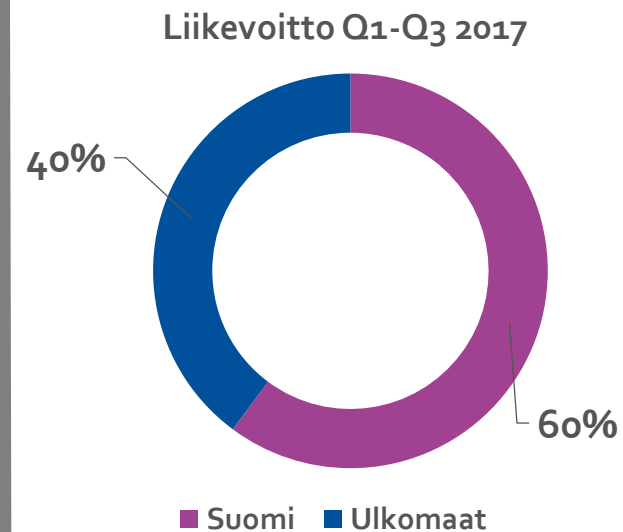
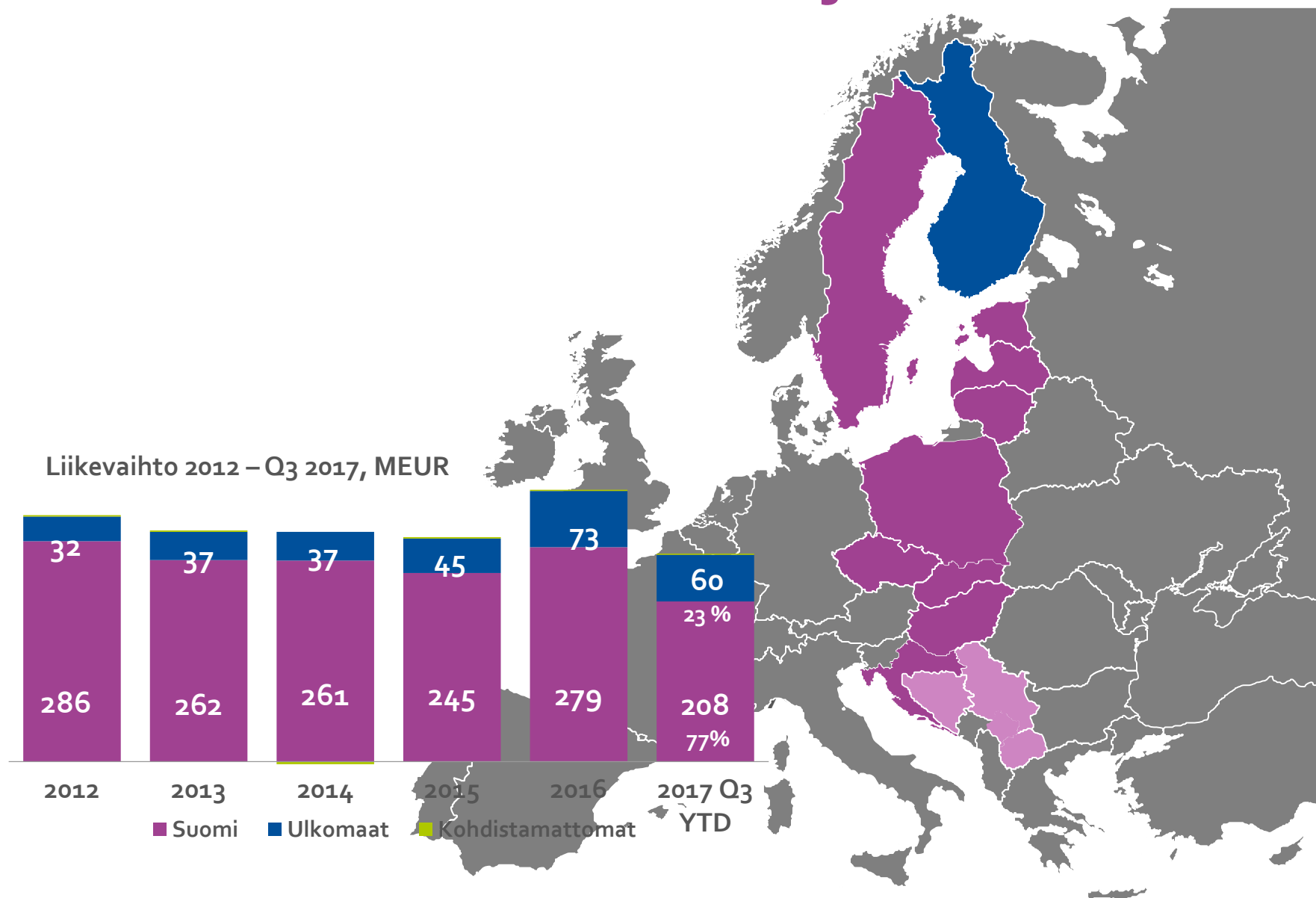
Digitaalisen liiketoiminnan osuus konsernin liikevaihdosta



Digitaalisen liiketoiminnan kasvu

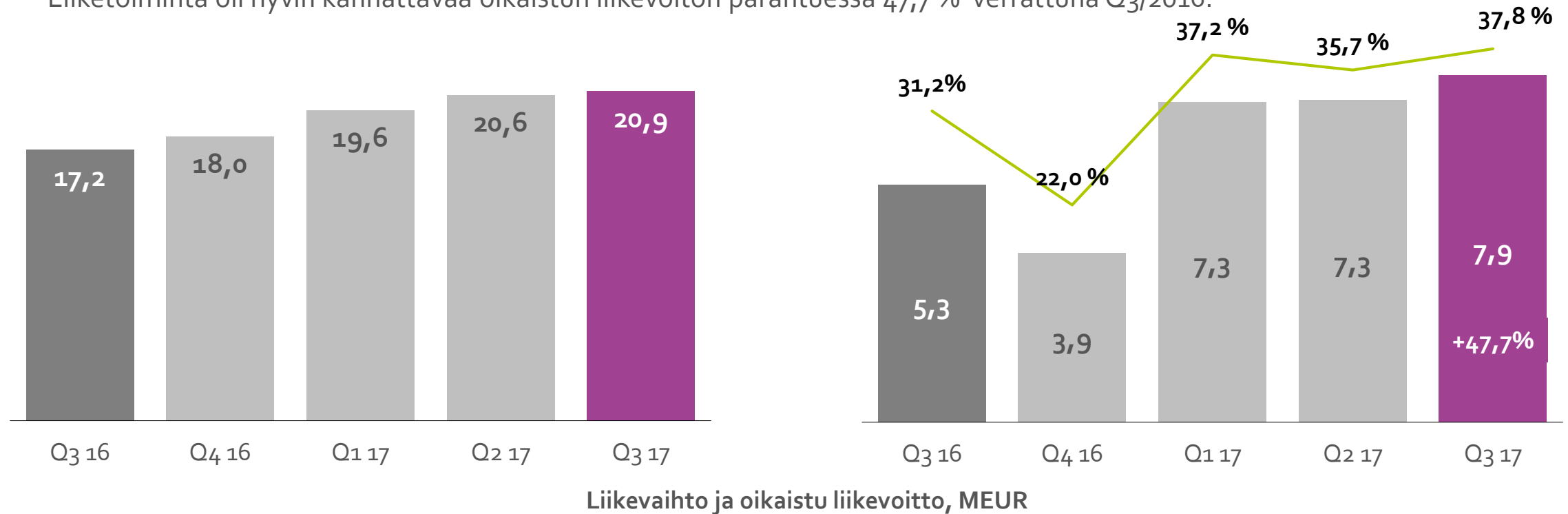


Liiketoiminta Suomessa ja kansainvälisesti



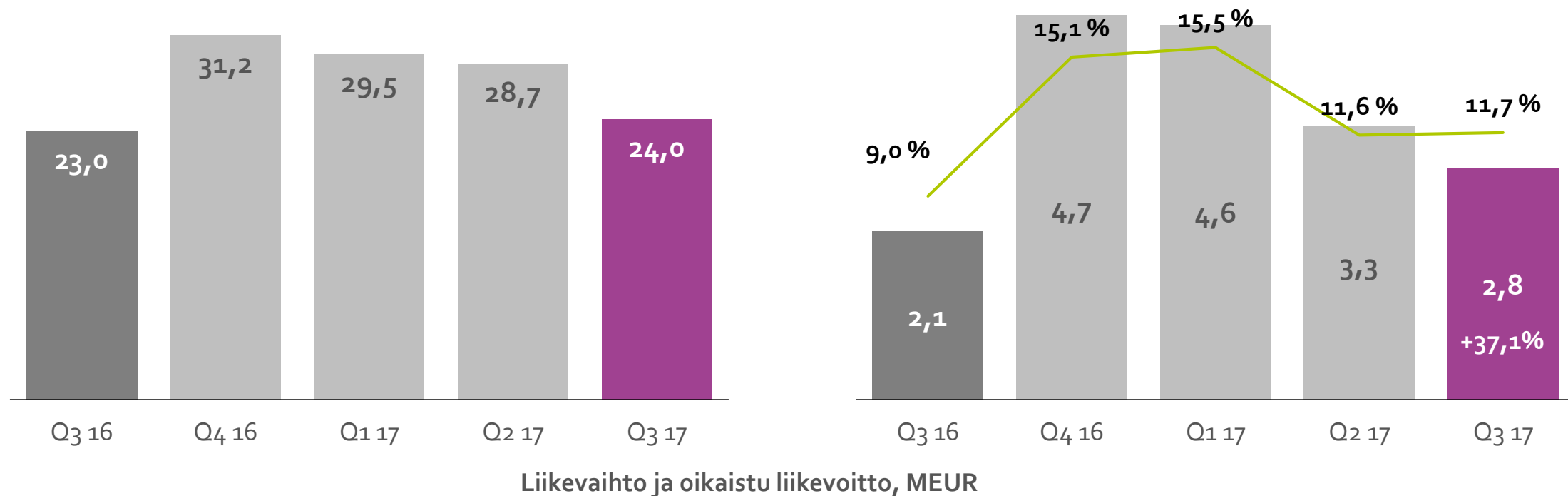
Alma Markets Q3/2017: Jatkoj vahvalla kasvu-uralla

- Rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto +25,1 % ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 77,8 %.
- Liikevaihdon kasvu jatkui itäisen Keski-Euroopan maiden markkinakehityksen tukemana, erityisesti Tšekeissä kasvu oli edelleen vahvaa. Kasvu jatkui myös Suomen markkinapaikoilla ja uusien verkkopalveluiden kehityshankkeet etenivät suunnitellusti. Segmentin tulosta paransi myös poistojen lasku.
- Liiketoiminta oli hyvin kannattavaa oikaistun liikevoiton parantuessa 47,7 % verrattuna Q3/2016.



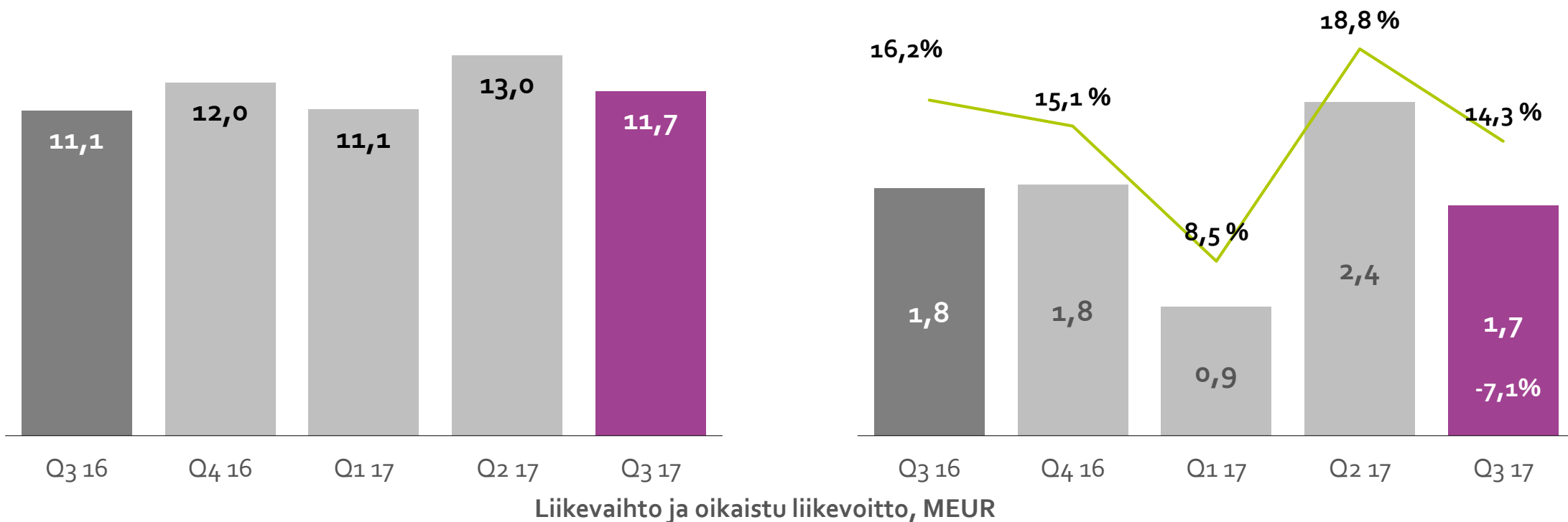
Alma Talent Q3/2017: Liikevaihtoa kasvattivat mainonta sekä Mediutisten hankinta

- Oikaistu liikevoitto +37,1% toteutettujen kulusäästöjen ansiosta.
- Liikevaihto +4,5%. Kasvun taustalla olivat onnistumiset digimainonnassa ja sisältömarkkinoinnissa sekä Mediutisten liittyminen kokonaisuudessaan osaksi Alma Talentia heinäkuussa.
- Sisältöliikevaihto oli edellisen vuoden tasolla 10,2 (10,1) milj. euroa.



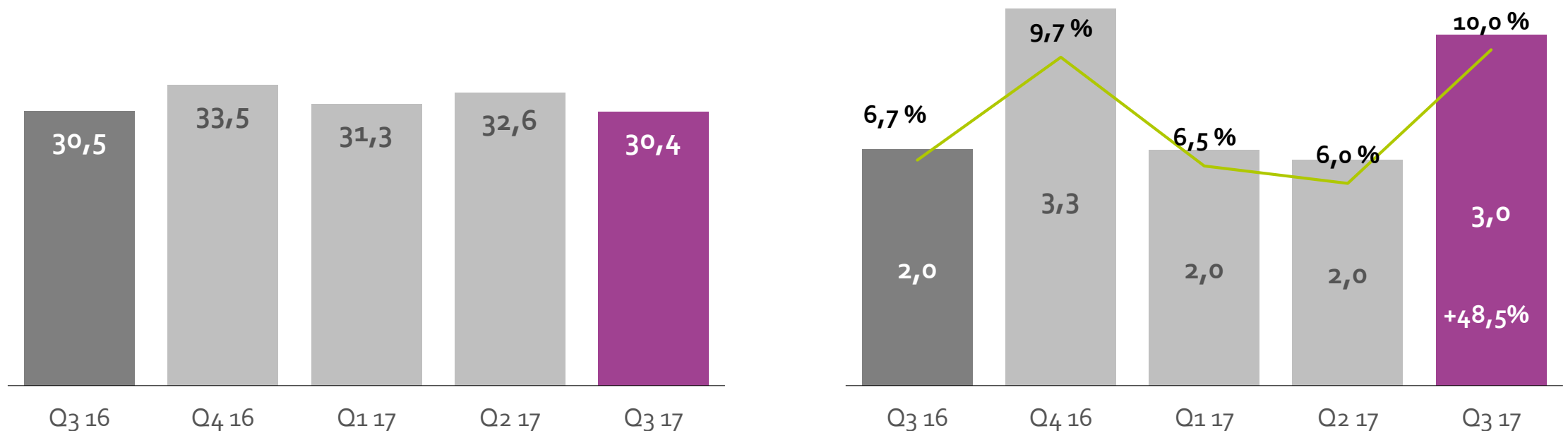
Alma News & Life Q3/2017: Digimainonnan hyvä kehitys kompensoi sisältöliikevaihdon laskua

- Sisältöliikevaihto -10,5% johtuen painetun Iltalehden levikin laskusta.
- Mainosmyynti kokonaisuudessaan +14,6 %. Digimainosmyynti +20,1%. Alma News & Life on edelleen vahvistanut jalansijaansa ohjelmallisessa ostamisessa ja mobiilimainonnassa, esimerkiksi mobiilioptimoituissa Rich Media –toteutuksissa.
- Kuluja kasvattivat muun muassa panostukset Matkapörssi-palvelun uuteen varausjärjestelmään.



Alma Regions Q3/2017: Kannattavuus parani paino- ja jakeluliiketoiminnassa sekä Lapin kustannusliiketoiminnassa

- Segmentin mainosmyynti -9,7 % vähittäiskaupan mainonnan vähenemisen johdosta. Painetun median mainosmyynti -11,8 %. Segmentin digimainosmyynti kasvoi 20,3 %.
- Sisältöliikevaihto +2,0 % 14,8 milj. euroon digitaalisten tilausten kasvun seurauksena.
- Painon ja jakelun ulkoisen myynnin kasvu lisäsi palveluliikevaihtoa +15,9%. Segmentin oikaistu liikevoitto +48,5 % 3,0 milj. euroon.



Liikevaihto ja oikaistu liikevoitto, MEUR

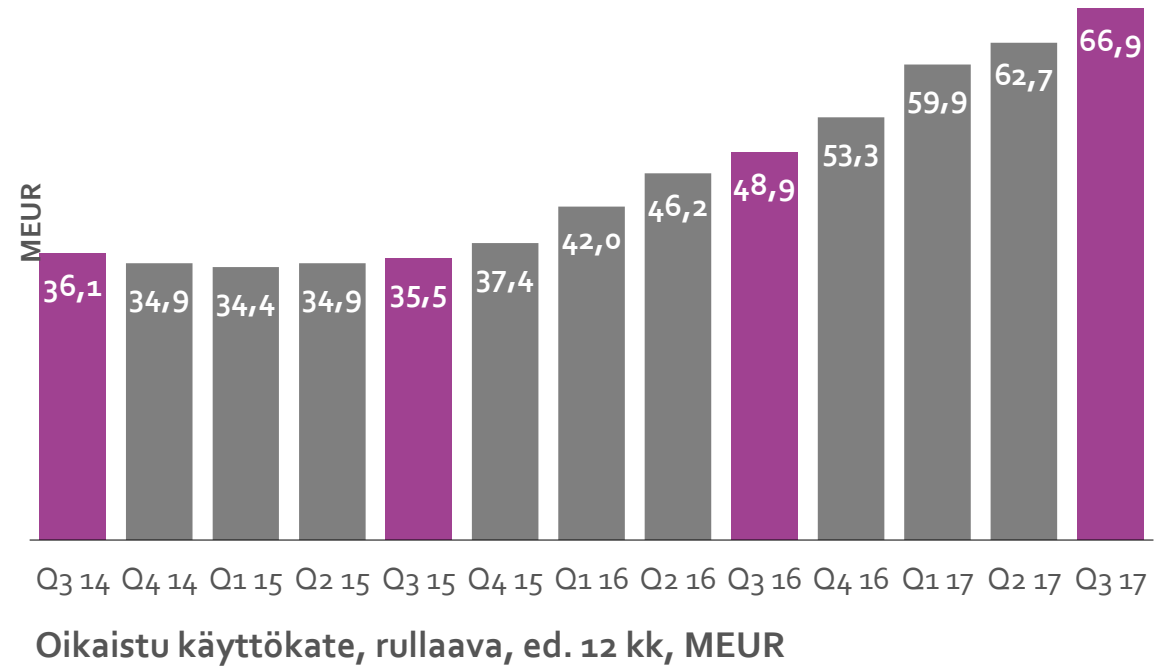
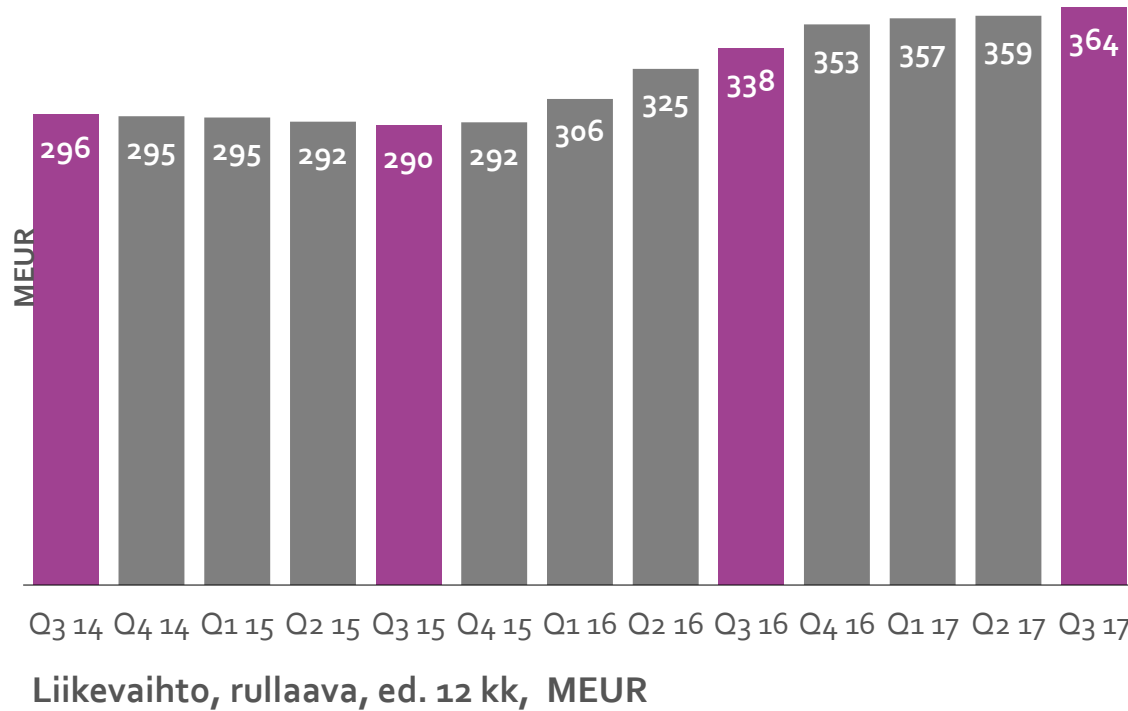
TALOUDELLINEN ASEMA

Juha Nuutinen, CFO

Budapest, Unkari

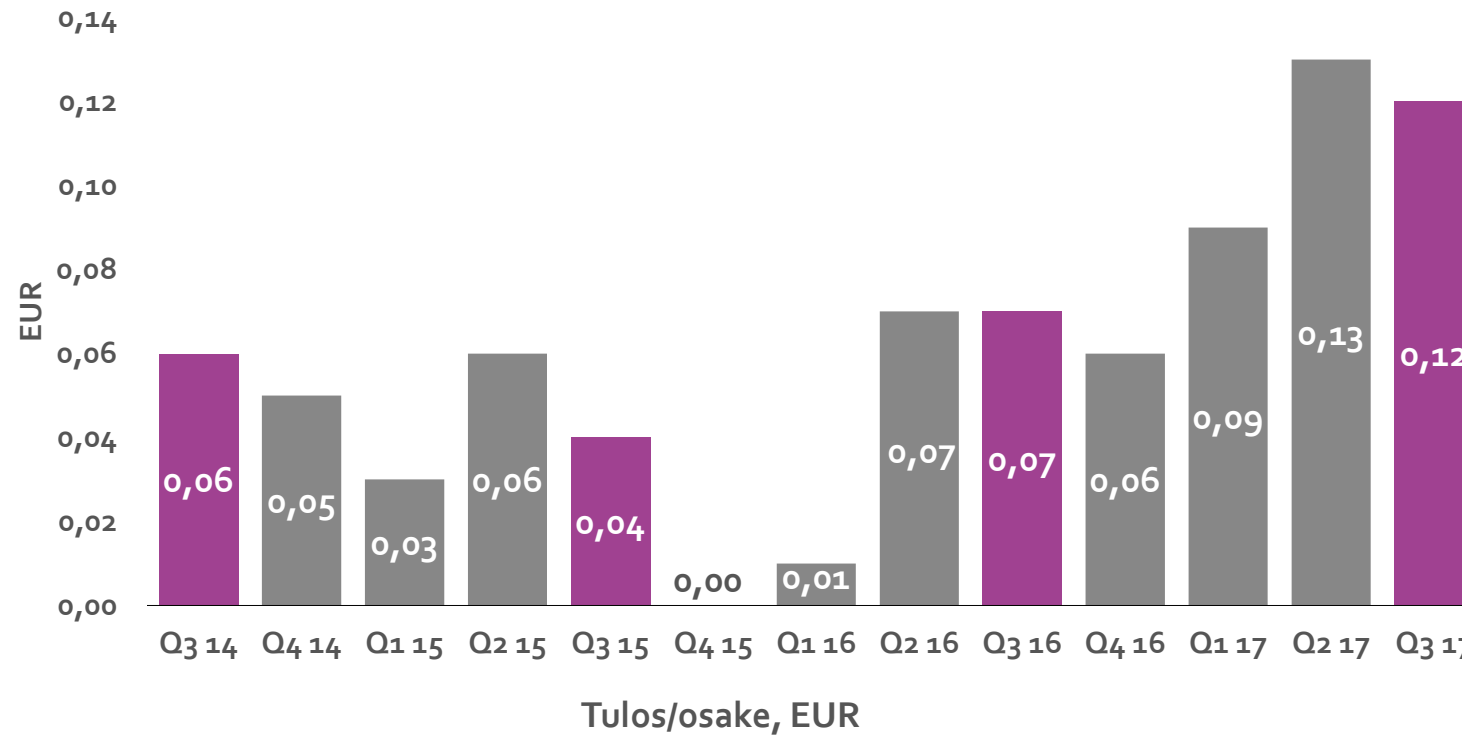


Liikevaihdon ja käyttökatteen kehitys



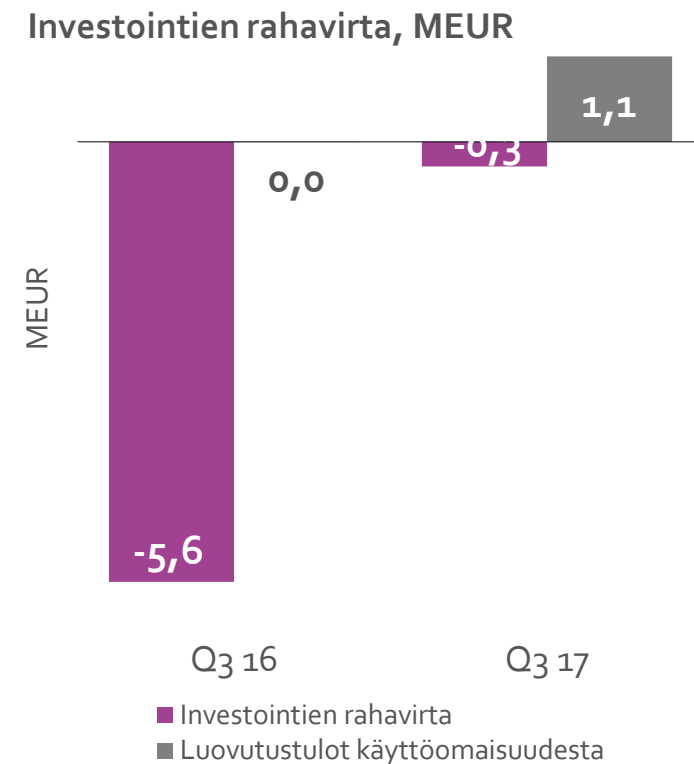
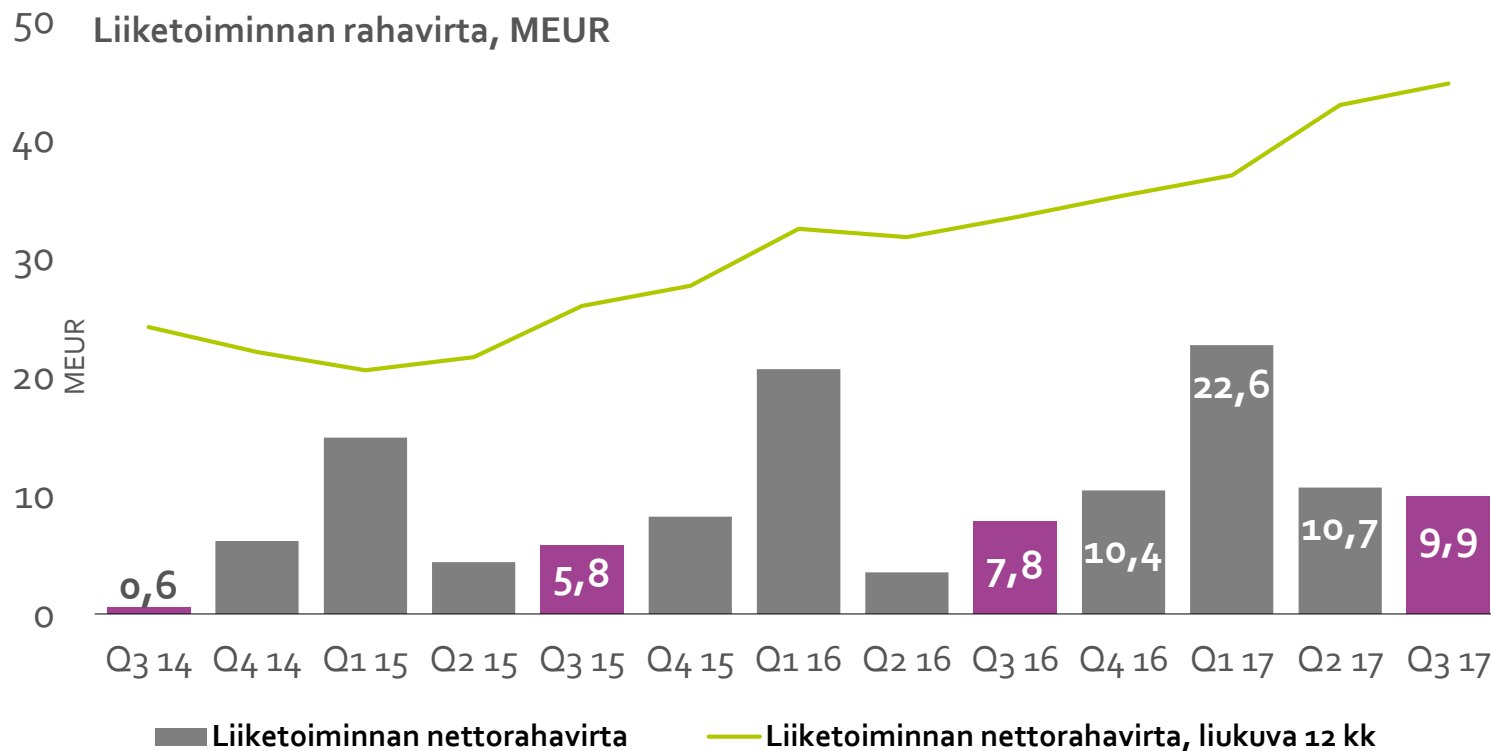
Tulos/osake

- Q3:lla osakekohtainen tulos 0,12 euroa (0,07 euroa). Oikaistuja eriä 0,3 milj. euroa (Q3/2016: -0,2 milj. euroa).



Liiketoiminnan rahavirta ja investoinnit

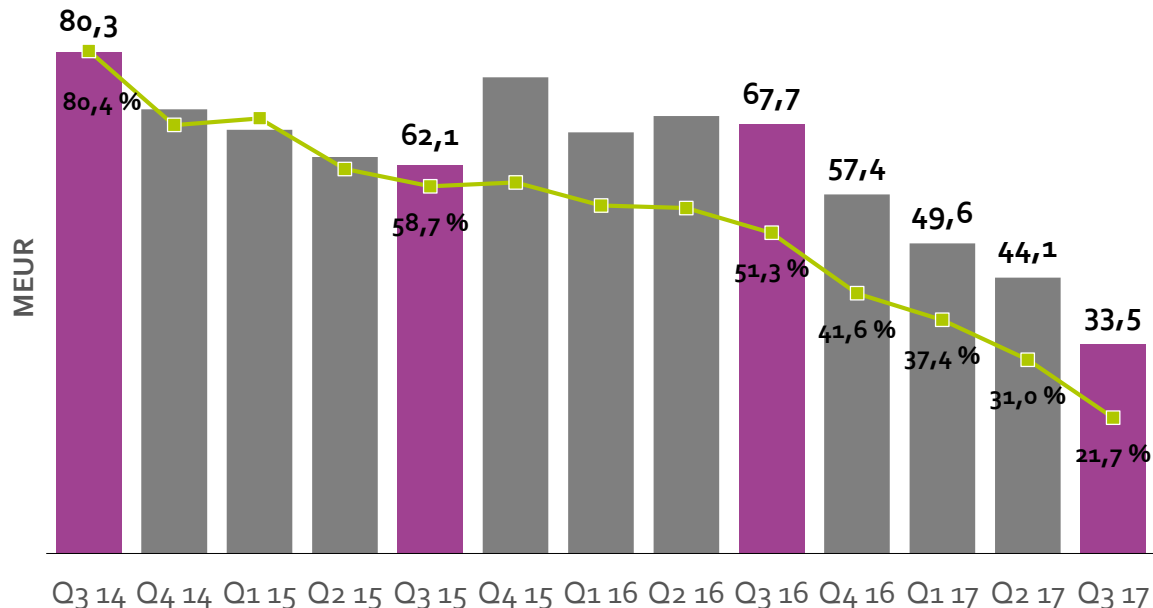
- Liiketoiminnan rahavirta heinä–syyskuussa oli 9,9 (7,8) milj. euroa, kasvanut hyvän tuloksen myötä.
- Investointien rahavirta Q3/2017 oli 0,8 (-5,6) milj. euroa sisältäen luovutustulon VysokeSkoly -verkkopalvelun myynnistä.
- Rahavirta ennen rahoitusta Q3/2017 oli 10,7 (2,2) milj. euroa.



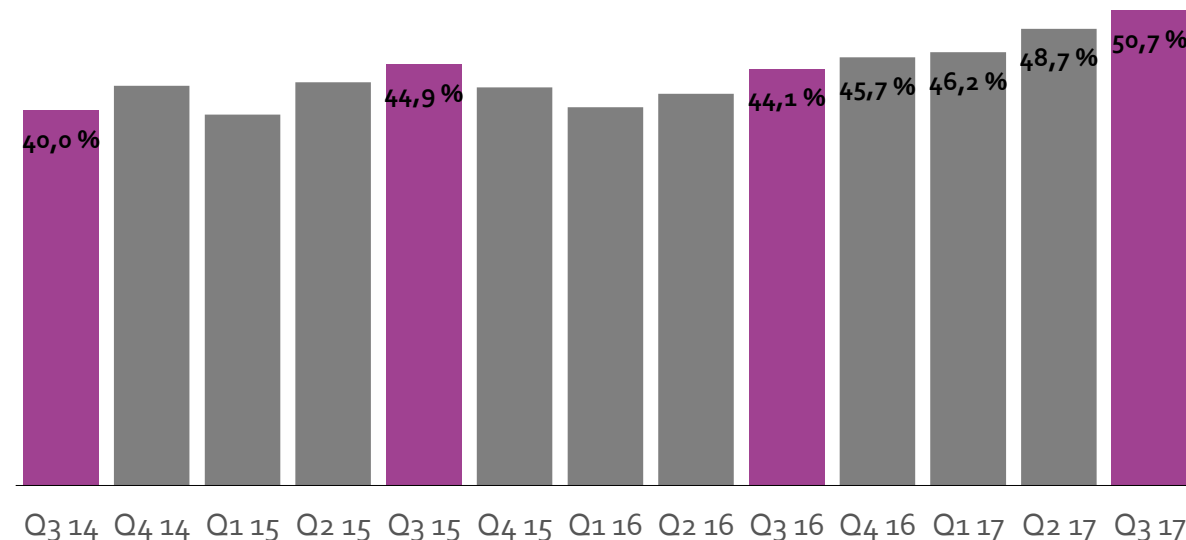
Korolliset velat laskivat - omavaraisuusaste nousi

- Syyskuun lopussa nettovelkaantuneisuusaste oli 21,7% ja nettovelka 33,5 milj. euroa.
- Korollisia velkoja oli syyskuun lopussa 67,3 milj. euroa, josta pitkäaikaisia velkoja 61,9 milj. euroa.
- Omavaraisuusaste yhä parantunut, korkeimmillaan sitten vuoden 2011.

Nettovelat, MEUR ja gearing, %
Q3/2014–Q3/2017

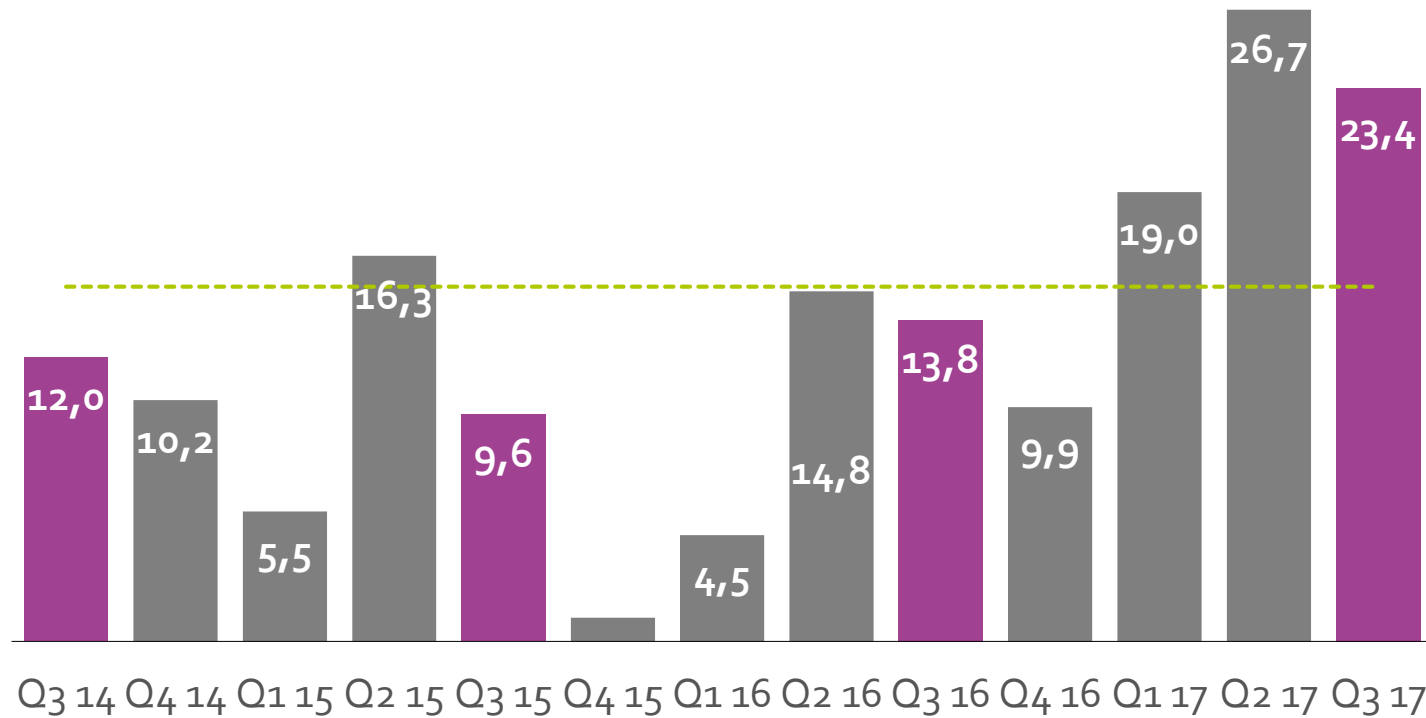


Omavaraisuusaste,
Q3/2014–Q3/2017

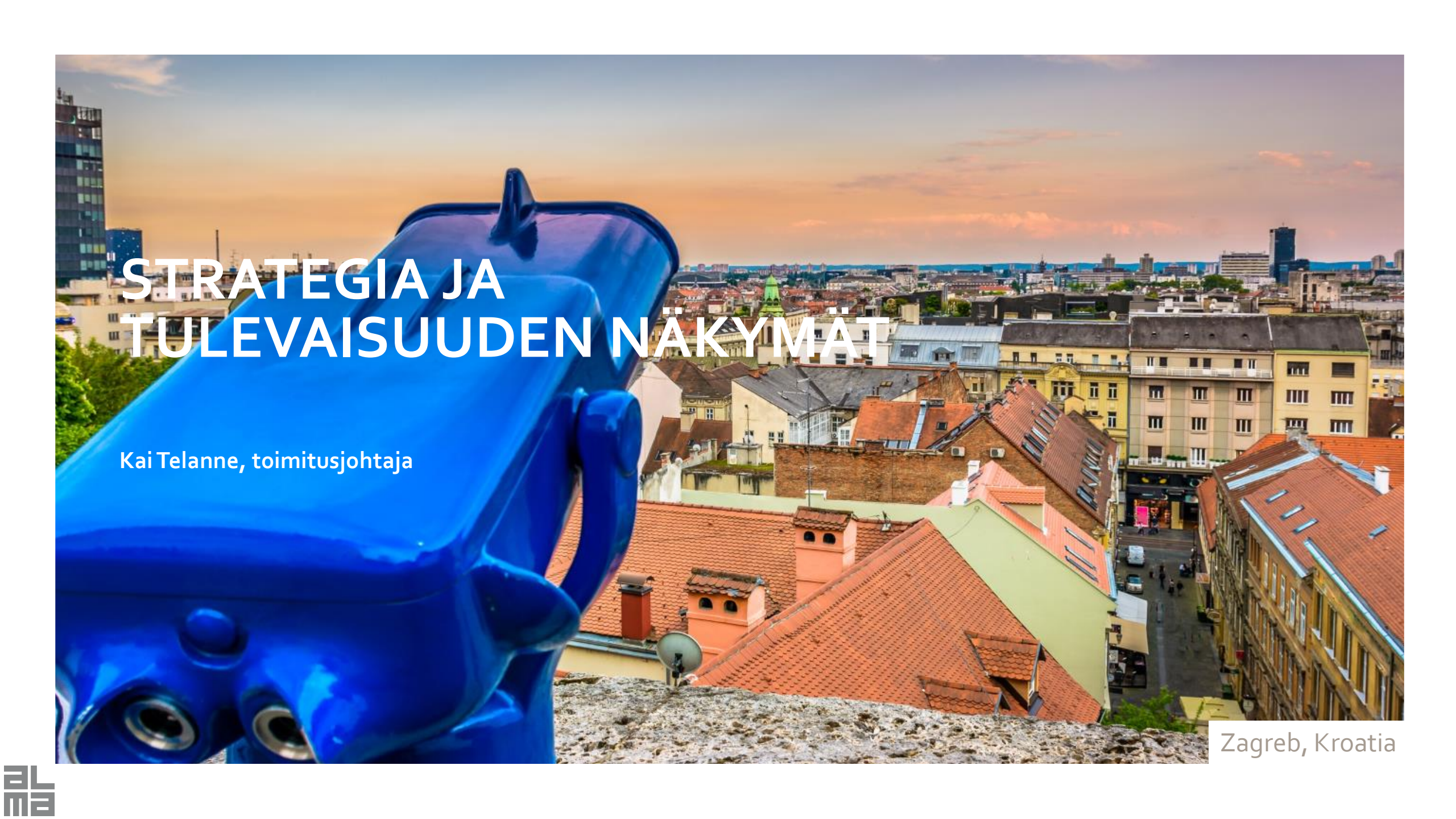


Pääoman tuotto (ROI)

- Sijoitetun pääoman tuotto ylitti selvästi tavoitetason.



Sijoitetun pääoman tuotto-% ja tavoitetaso 15%

A blue telescope is positioned in the foreground, pointing towards a cityscape. The city features a mix of traditional European architecture with red-tiled roofs and modern buildings in the distance. The sky is a mix of orange, pink, and blue, indicating sunset or sunrise. The text 'STRATEGIA JA TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT' is overlaid in white, bold, sans-serif font.

STRATEGIA JA TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT

Kai Telanne, toimitusjohtaja

Zagreb, Kroatia

STRATEGISET KEHITYSALUEET

Sisällöt

Markkinointi-
ratkaisut

Palvelu-
liiketoiminta

Voimavarat ja
tapa toimia

Kestävää kasvua digitalisaation
mahdollisuuksia hyödyntäen.

Rovaniemi

Viewability

Markkinointi- ratkaisut

- Alma on käynnistänyt toimenpiteitä mainosten näkyvyystason, toimivuuden ja tehokkuuden parantamiseksi: keskeisimpänä on viewability-hanke.
- Viewability-arvoilla mitataan kuinka pitkään mainokset näkyvät ja kuinka hyvin ne huomataan ruudulta. Näillä on merkittävää vaikutusta mainonnan tehokkuuteen.
- Selvityksen mukaan Alman ohjelmallisen ostamisen inventaari on saanut keskimääräistä parempia arvoja markkinaan verrattuna.
- Seuraamme ja kehitämme säännöllisesti mainonnan toimivuutta yhdessä asiakkaiden kanssa.



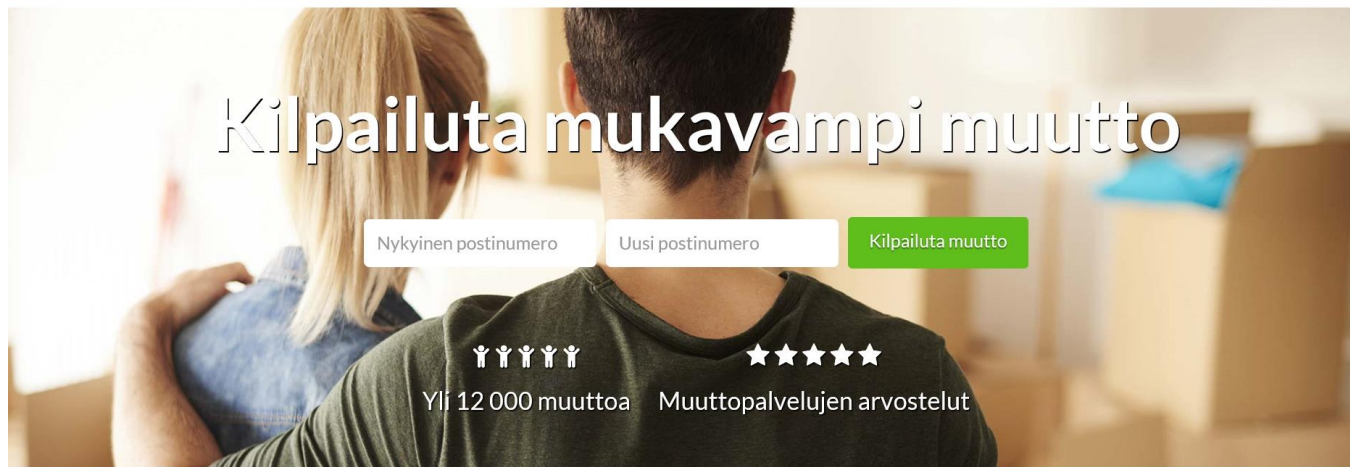
Osaomistus Muuttomaailmasta

Palvelu-
liiketoiminta

- Jatkumona aiemmin toteutetuille yritysostoille kilpailuttamisen ja vertailun markkinassa Alma Mediapartners hankki heinäkuussa vähemmistöosuuden (25%) Muuttomaailma Oy:ssä.
- Muuttomaailma.fi kilpailuttaa muuttopalveluiden tarjoajia, ja tarjoaa Etuovi.com ja Vuokraovi.com palveluiden käyttäjille tavan hoitaa muutot vaivattomasti.
- Muuttomaailma välittää tällä hetkellä satoja muuttoja joka kuukausi.



[Etusivu](#) [Jätä tarjouspyyntö](#) [Tietoa muuttamisesta](#) [Muuttofirmat](#)



Talouselämä uudistui

- Alma Talentin kustantama, Pohjoismaiden suurin talouden viikkolehti Talouselämä ja sen verkkopalvelu uudistuivat katsauskauden aikana.
- Alma Talentin digistrategian mukaisesti osa verkkosivuston artikkeleista muuttui maksullisiksi ja on vain tilaajien luettavissa.
- Talouselämä on vuonna 1938 perustettu talousmedia, joka tavoittaa viikoittain 335 000 lukijaa (KMT kevät 2017).



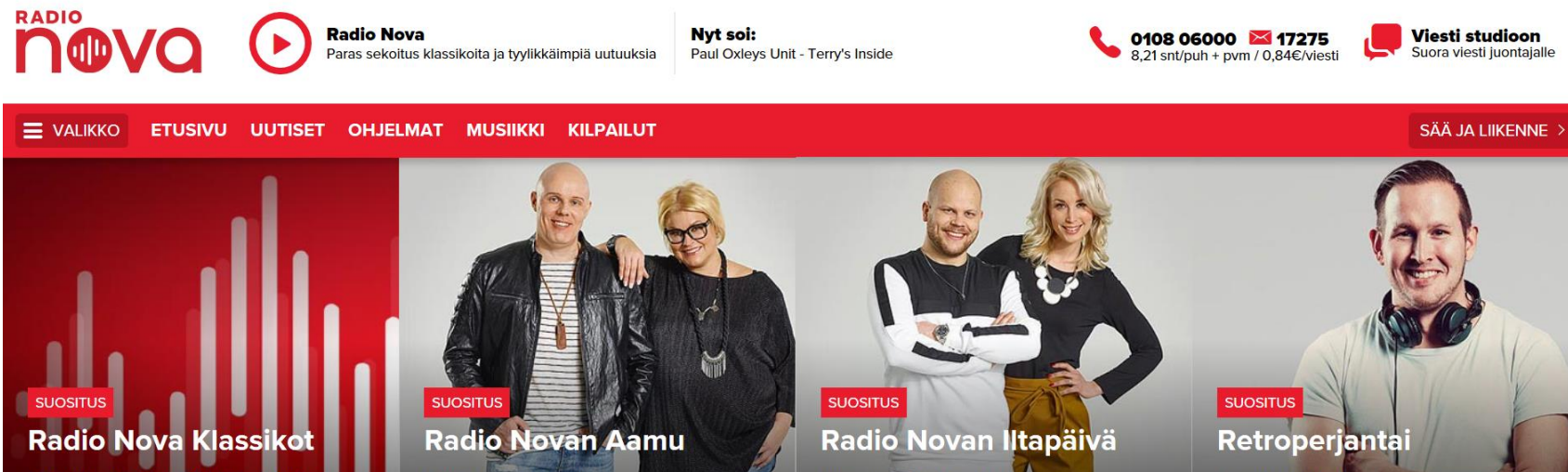
Sisällöt



Alma Media ja Bauer Media aloittivat yhteistyön radiouutisoinnissa

Sisällöt

- Iltalehti aloitti Bauer Median suurimpien radiokanavien, Radio Novan ja Iskelmän, uutislähetysten tuottamisen lokakuussa. Kanaville räätälöidysti tuotettuja uutisia lähetetään arkipäivisin 17 kertaa (klo 6–22) ja viikonloppuisin 15 kertaa (klo 8–22).
- Radio Nova on Suomen kuunnelluin kaupallinen radiokanava, jolla 1,3 miljoonaa viikkokuulijaa. Iskelmällä on runsaat 700 000 kuuntelijaa viikossa (Kansallinen Radiotutkimus, KRT).
- Bauer Media on Suomen suurin radiotalo.



Pohjois-Pohjanmaan paikallislehdet myytiin Kalevalle

Sisällöt

- Alma Regionsin toimintojen uudelleenorganisointi jatkui ja sen kustantamat paikallislehdet Pohjois-Pohjanmaalla, Raahessa ilmestyvät Raahen Seutu ja Raahelainen sekä Oulaisissa ilmestyvä Pyhäjokiseutu siirtyivät Kalevan tytäryhtiön Kaleva365 Oy:n omistukseen.
- Lehtien 19 työntekijää siirtyi uuden omistajan palvelukseen ns. vanhoina työntekijöinä lokakuussa 2017.

Pyhäjokiseutu
Raahelainen
Raahen Seutu

Näkymät vuodelle 2017

- Suomen kansantalouden arvioidaan kasvavan 1–3 % vuonna 2017. Alma Medialle tärkeiden itäisen Keski-Euroopan maiden, kuten Tšekin ja Slovakian kansantalouksien arvioidaan kasvavan 2–4 %. Kansantalouden kehitys vaikuttaa sekä kulutuskysyntään että mainonnan määrään. Mainonnan rakennemuutos jatkuu vuonna 2017; mainonta verkossa kasvaa, ja painetun median mainonta laskee.
- Alma Media arvioi vuoden 2017 liikevaihdon pysyvän edellisvuoden tasolla ja oikaistun liikevoiton kasvavan selvästi vuoden 2016 tasosta. Vuoden 2016 liikevaihto oli 353,2 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 35,2 milj. euroa.

Tasavertaiset toimintaedellytykset

- Suomen hallitus hyväksyi syyskuussa kaupallisen television uutis- ja ajankohtaistoiminnalle tarkoitetun tuen.
- Alma Median kanta on, että kaupallisen median elinvoimaisuus tai uutistoiminnan monimuotoisuus ei voi rakentua valtiolta saatavien tukien varaan.
- Kestävää liiketoimintaa luodaan vain silloin, kun itse kyetään uudistumaan toimintaympäristön muutosten keskellä eikä verovaroin.
- Kaikille toimijoille tulee luoda tasavertaiset toimintaedellytykset ilman kilpailua vääristäviä tukia.

KIITOS! KYSYMYKSIÄ?

Seuraavat tapahtumat
sijoittajakalenterissa

CMD 28.11.2017

Q4-osavuositarkastus ja
tilinpäätöstiedote 14.2.2018

Varsova, Puola

