



ALMA MEDIA Q1/2018

Kai Telanne, Toimitusjohtaja
Juha Nuutinen, Talous- ja rahoitusjohtaja

Agenda

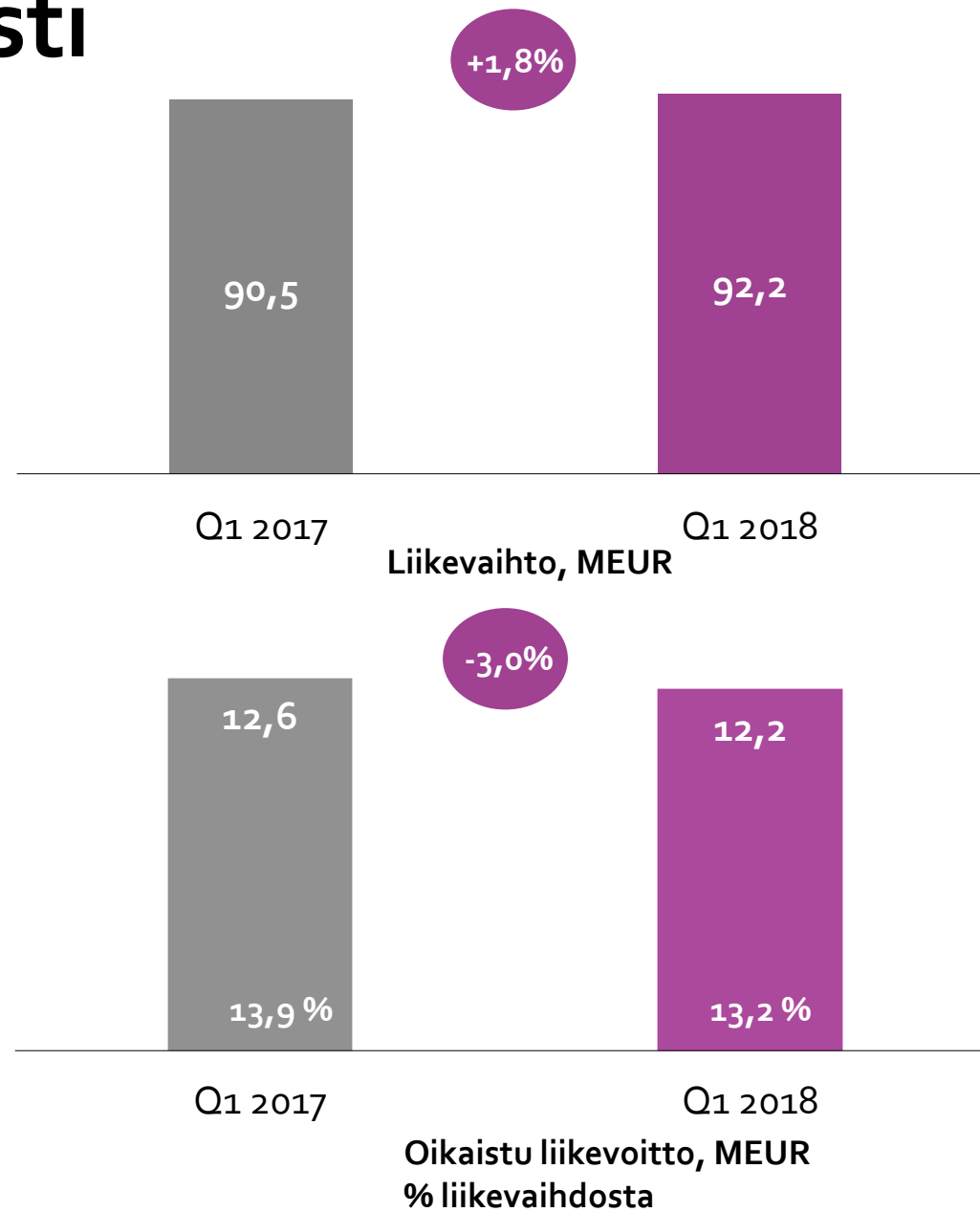
Tuloskehityksen pääkohdat
Mainosmarkkinan kehitys
Liiketoiminnan kehitys yksiköittäin
Taloudellinen asema
Strategia ja tulevaisuuden näkymät
Q&A



Alma Median Q1/ 2018 lyhyesti

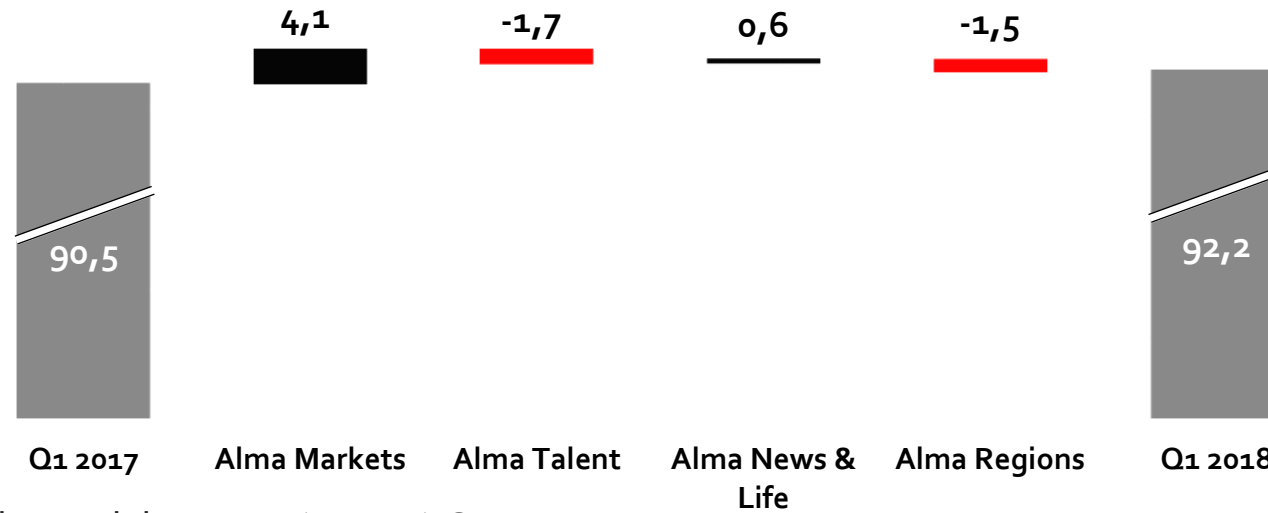
Liiketoiminnan kehitys kaksijakoista

- Alman digitaalisessa transformaatiossa pisimmällä olevien liiketoimintojen liikevaihto ja kannattavuus kasvoivat edelleen Q1/2018.
- Painetun median liiketoimintojen tulokset laskivat mainonnan markkinan laskun myötä.
- Alma Median liikevaihto kasvoi 1,8 % 92,2 milj. euroon ja oikaistu liikevoitto laski 3,0 % 12,2 milj. euroon.

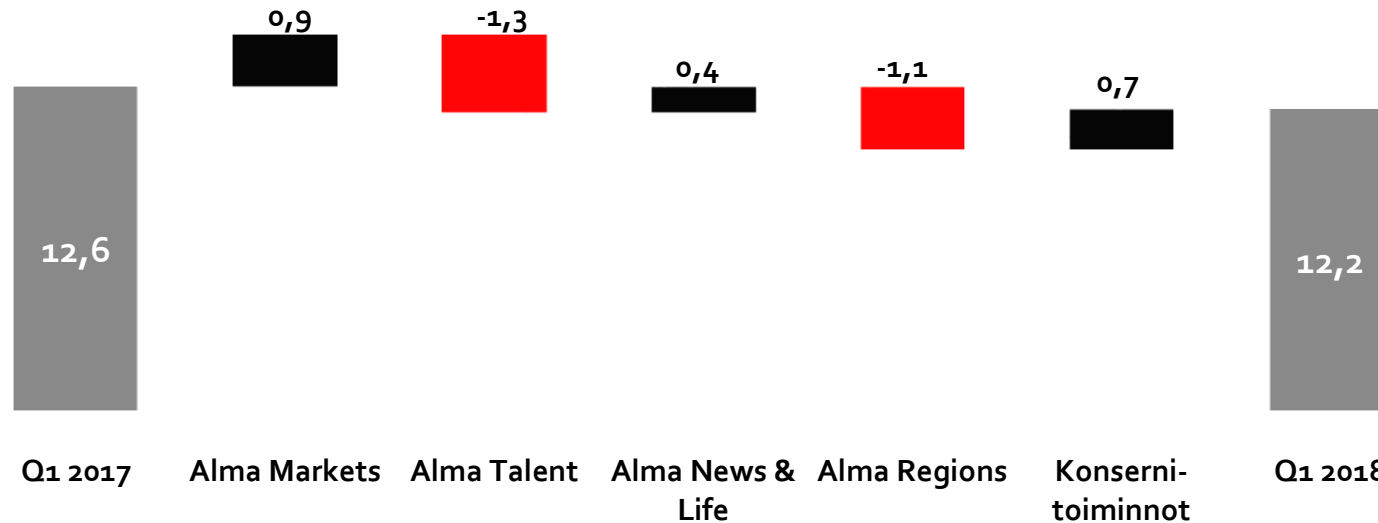


Liikevaihto ja oikaistu liikevoitto Q1/2018

Liikevaihto (MEUR) Q1



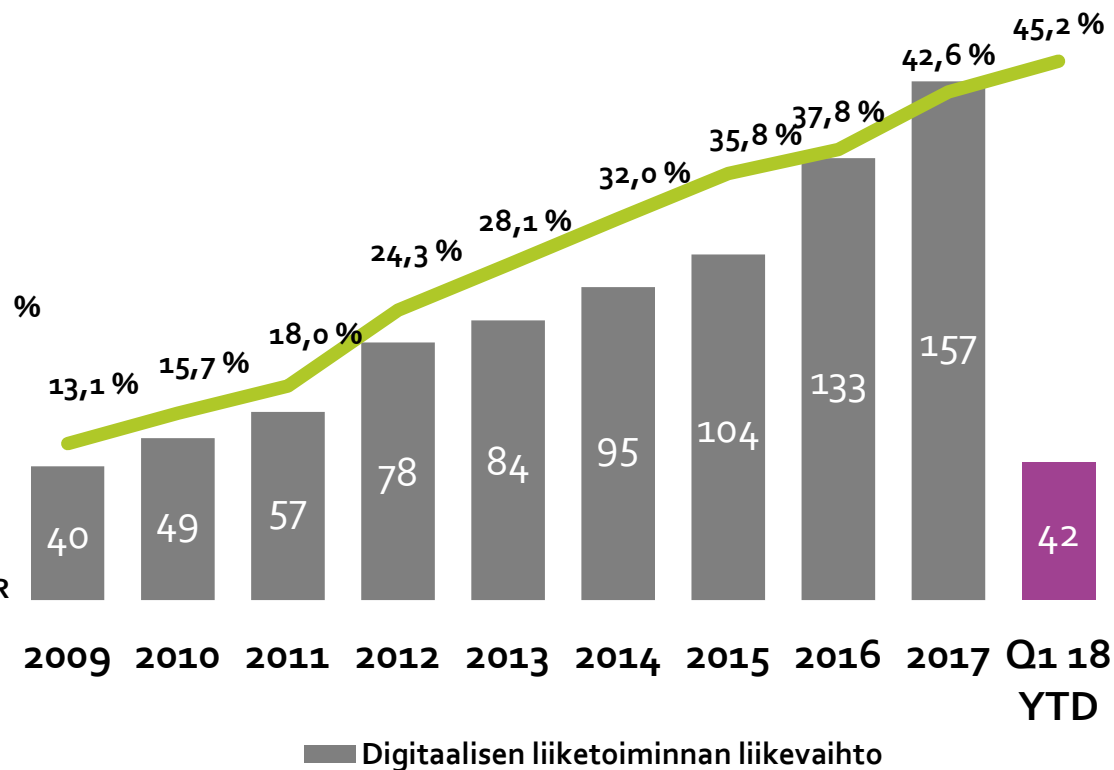
Oikaistu liikevoitto (MEUR) Q1



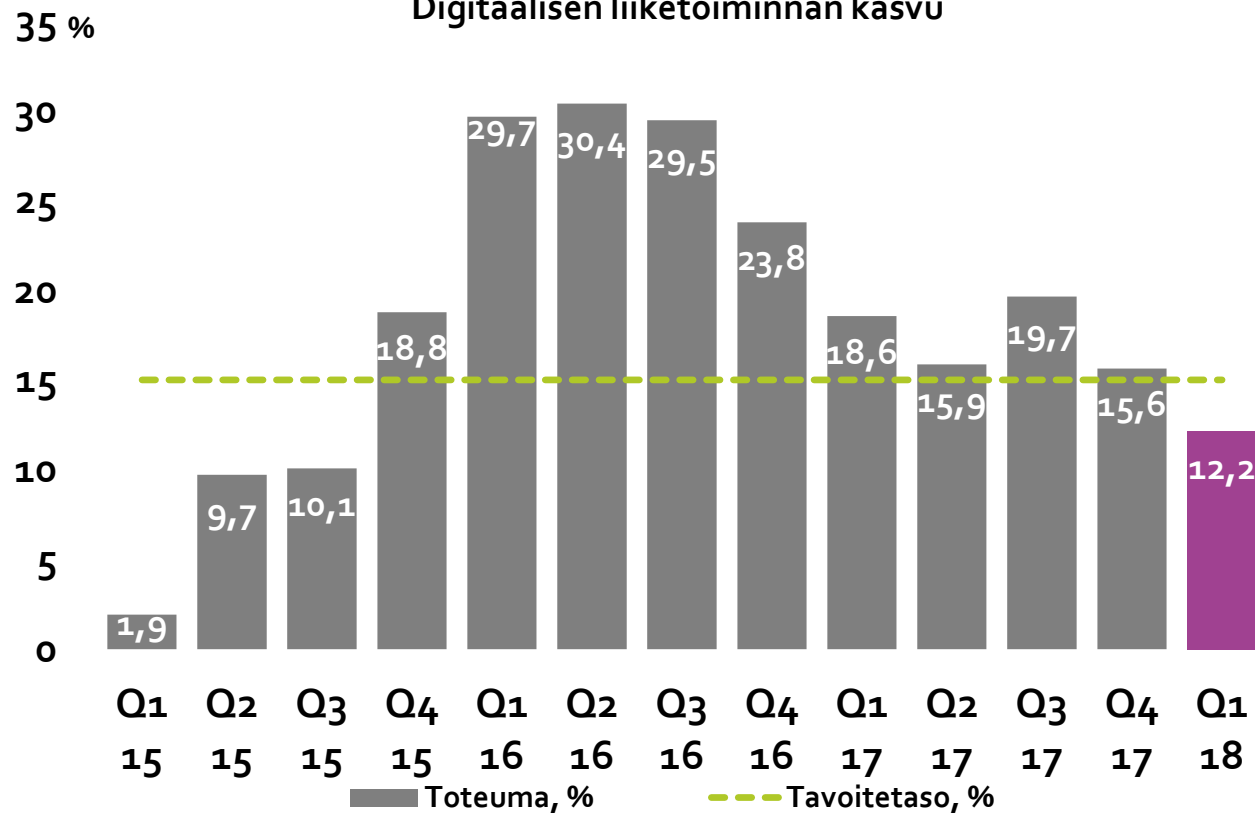
Digitaalinen liiketoiminta

- Digitaalinen liiketoiminnan osuus koko konsernin liikevaihdosta lähenee 50 prosenttia.

Digitaalisen liiketoiminnan osuus konsernin liikevaihdosta

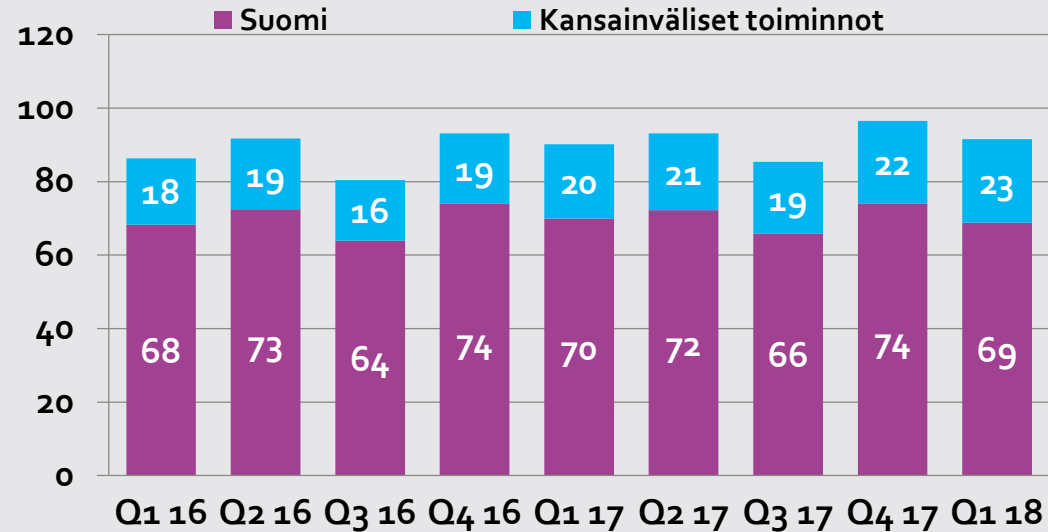


Digitaalisen liiketoiminnan kasvu

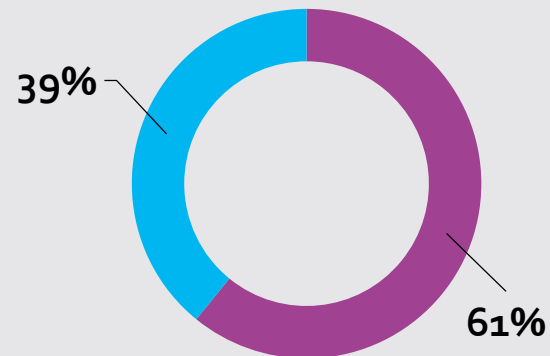


Kansainvälinen liiketoiminta

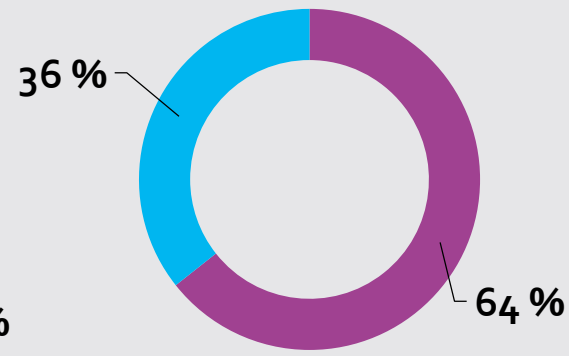
Liikevaihto Q1/2016 – Q1 2018



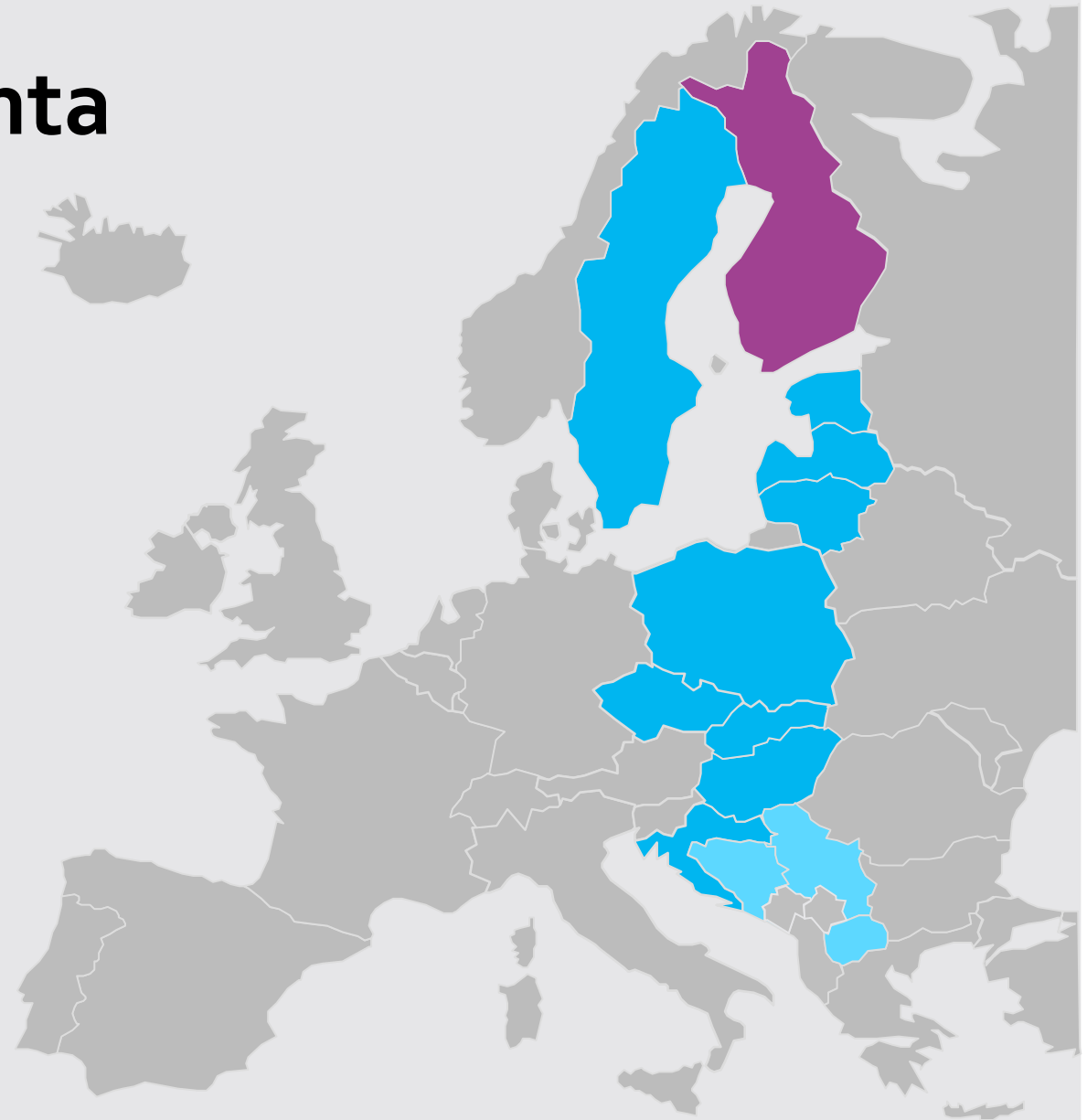
Liikevoitto Q1/2018

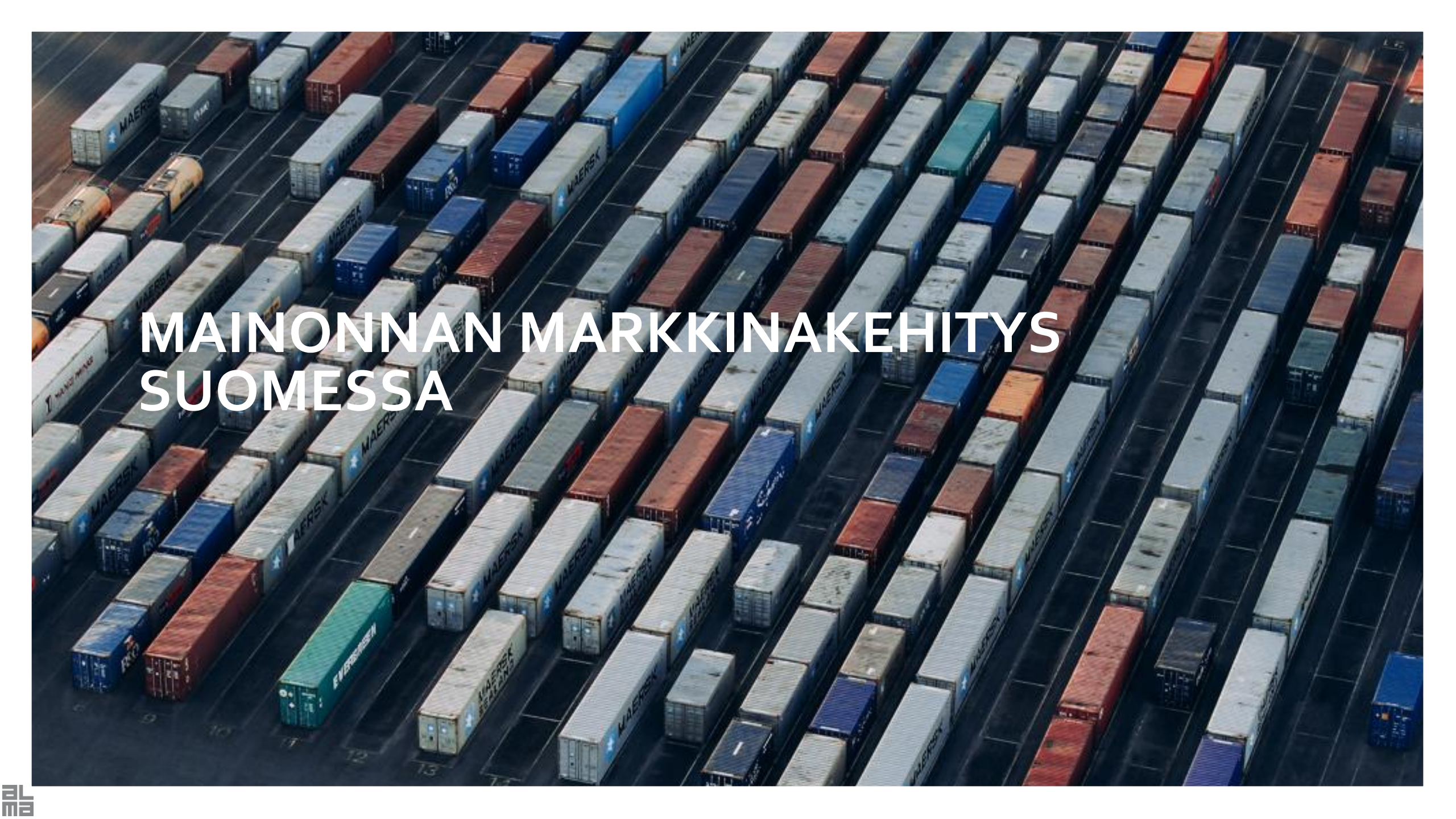


Henkilöstö Q1/2018



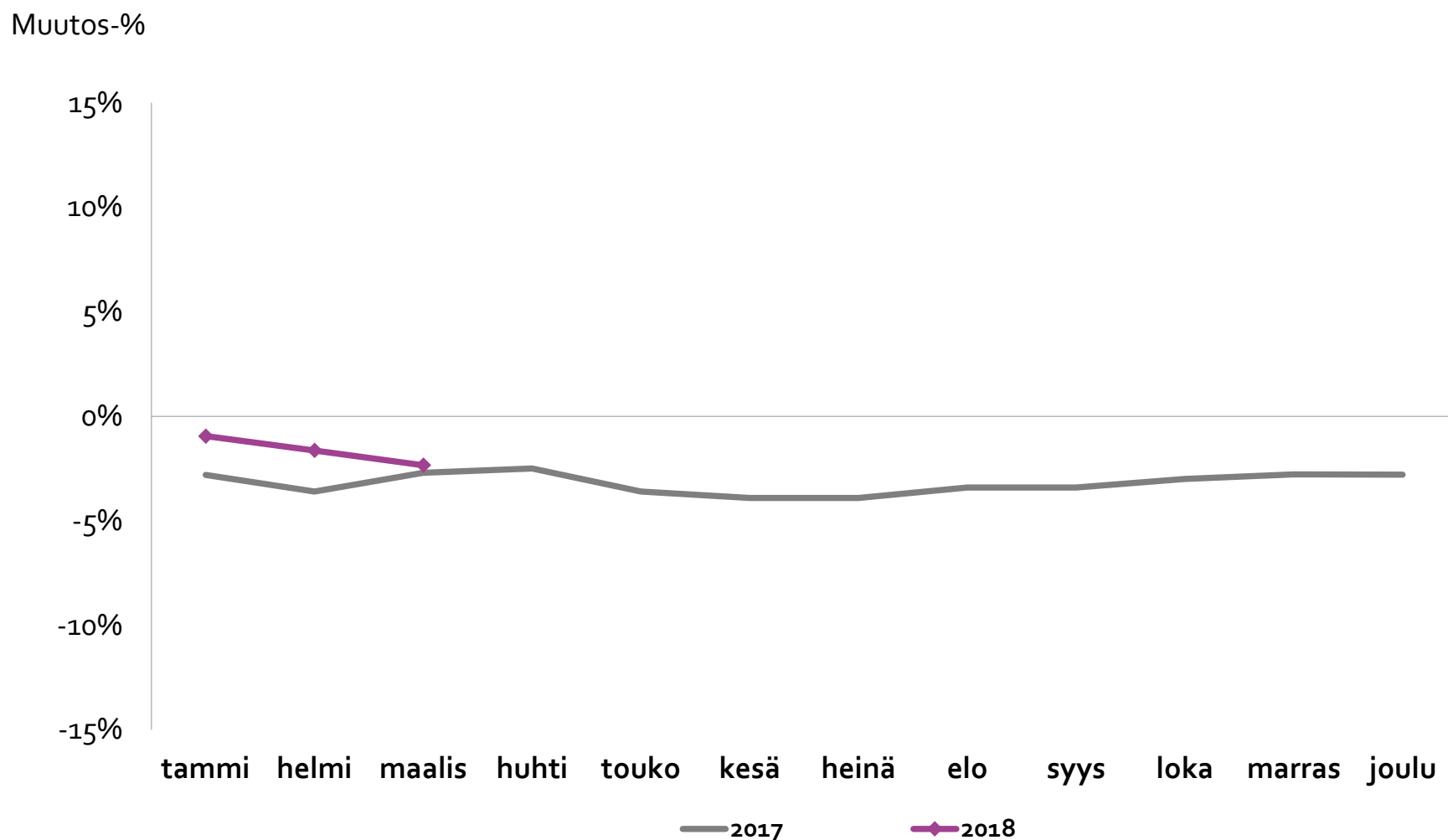
■ Suomi ■ Kansainväliset toiminnot ■ Suomi ■ Kansainväliset toiminnot





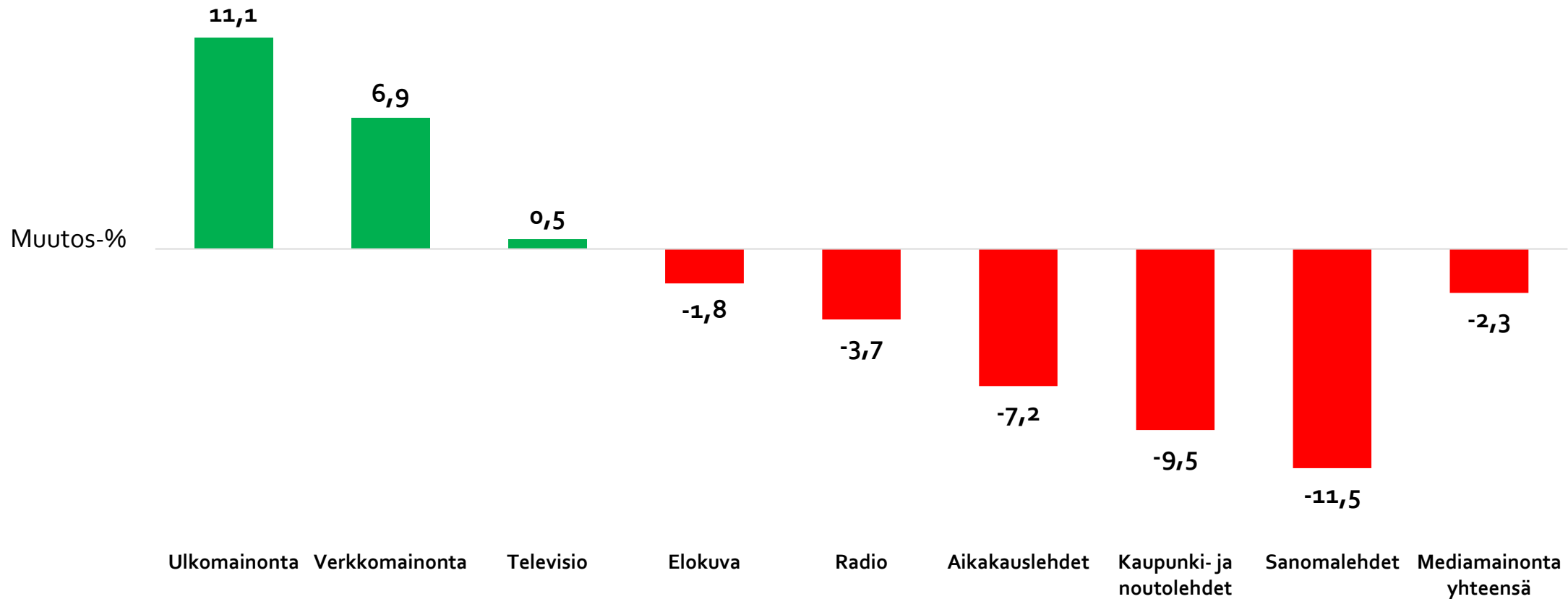
MAINONNAN MARKKINAKEHITYS SUOMESSA

Mediamainontaan käytetyn euromäärän kehitys Suomessa



Lähde: Kantar TNS

Mediamainonnan muutokset mediaryhmittäin Q1/2018



Mainosmarkkinan kehitys Ruotsissa Q1/2018 :

- kokonaismarkkina +4,3% (+6,6%), verkkomainonta +5,2% (+10,2), ammattilehdet -20,3% (+5,0%)

Lähde: Kantar TNS,
Sveriges Mediebyråer

Mediamainonnan muutokset mediaryhmittäin Q1/2018



Muutos-%

Finanssiala	30,6
Rakennusala	12,1
Elintarvikkeet	9,7
Matkailu ja liikenne	7,5



Muutos-%

Telepalvelut	-35,4
Kosmetiikka	-16,2
Lääkkeet	-10,1
Öljy- ja energiayhtiöt	- 7,5

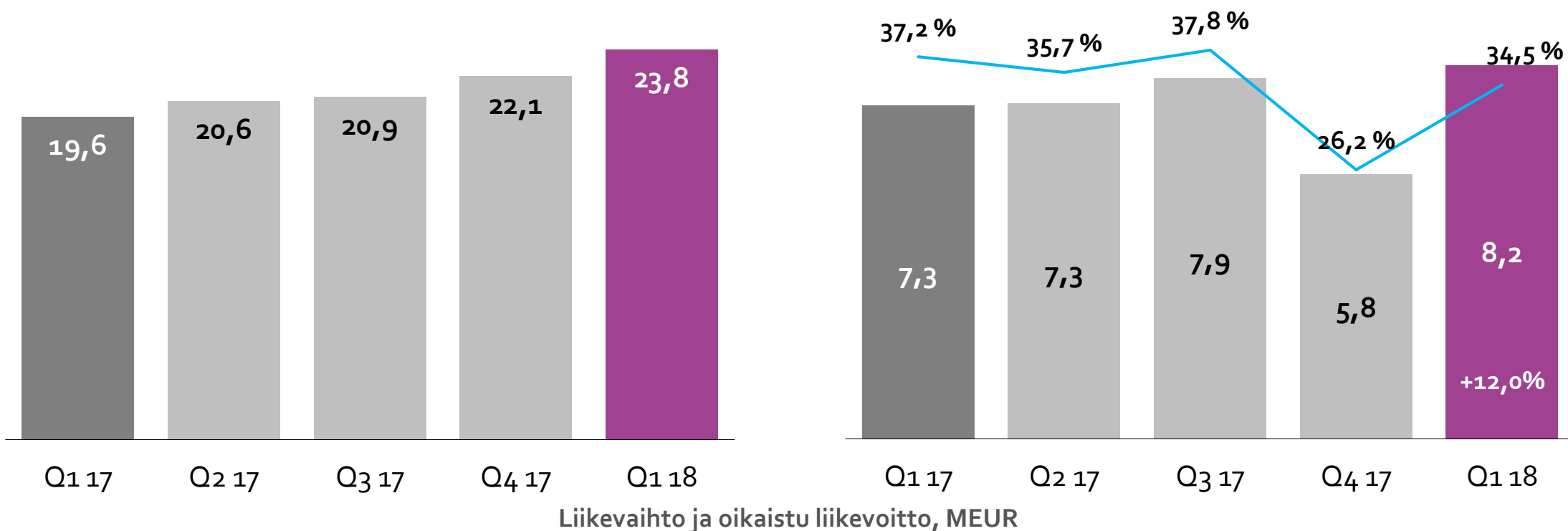
Lähde: Kantar TNS

LIIKETOIMINNAN KEHITYS SEGMENTEITTÄIN



Alma Markets Q1/2018: Kannattavaa kasvua, panostuksia uusiin liiketoiminta-alueisiin

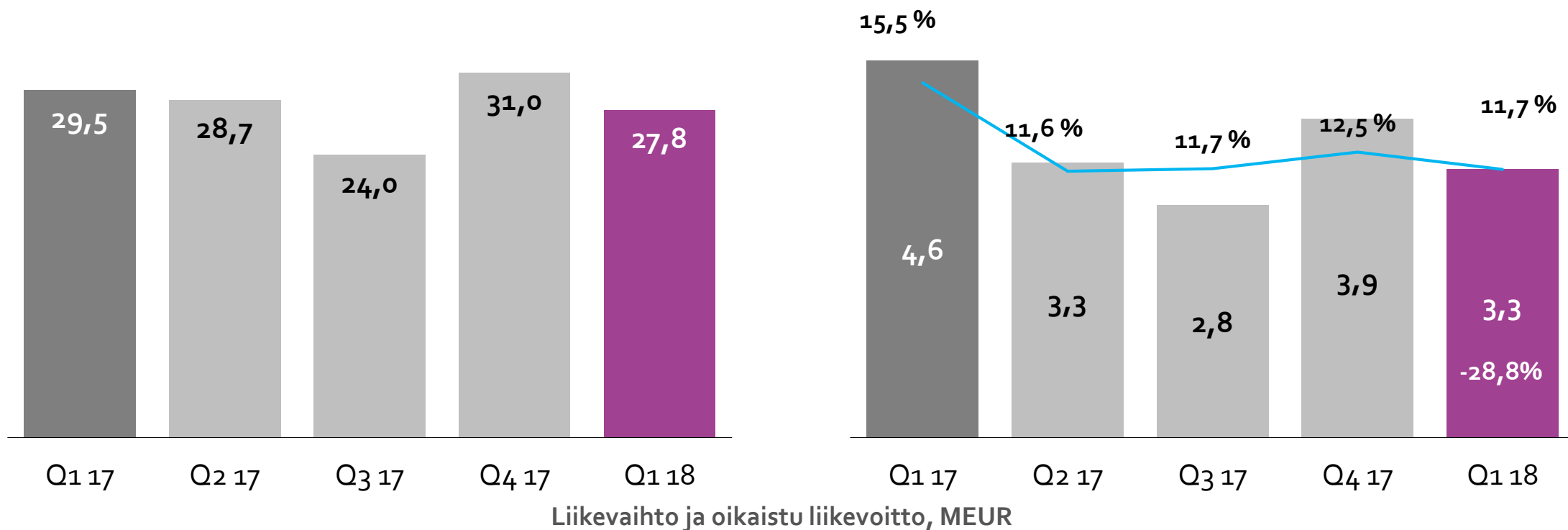
- Kasvun ajureita suotuisa kansainvälinen toimintaympäristö, vahva markkina-asema ja hyvä myyntityö itäisessä Keski-Euroopassa sekä kotimaan markkinapaikoilla.
- Rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto +20,2 % ja sen osuus segmentin liikevaihdosta 76,9 %.
- Kokonaiskulut 15,6 milj. euroa. Kuluja kasvattivat mm. LMC:n laajentuminen Puolaan (kulut 0,4 milj. euroa) sekä myynti-, markkinointi- ja verkkopalvelupanostukset (Etuoven mobiilipalvelu).



Yrityshankintojen vaikutus liikevaihtoon 0,7 milj. euroa sekä liikevoittoon 0,2 milj. euroa.

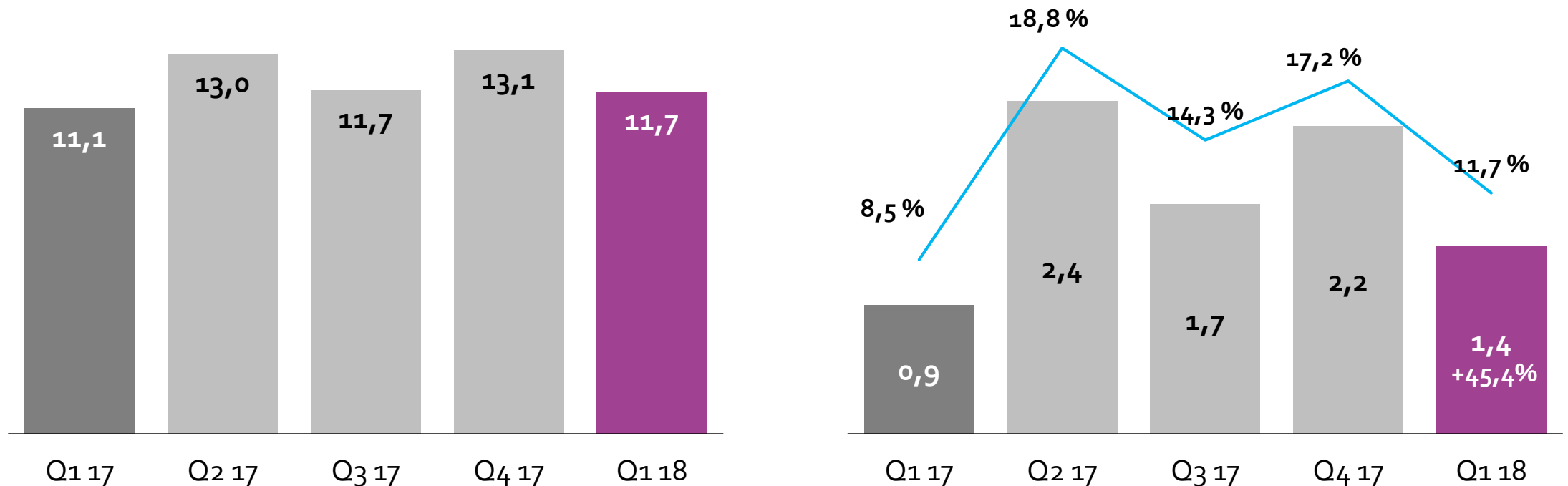
Alma Talent Q1/2018: Mainosmyynnin lasku ja Ruotsi painoivat tuloskehitystä

- Mainosmyynti -10,1 %. Suomessa mainosmyynnin merkittävä lasku poikkeuksellisen vahvan vertailukauden tasosta johtui muutamien avaintoimialojen mainospanostusten pienentymisestä päättäjä- ja talousmedioissa. Myös Ruotsissa ammattilehtien mainonta laski.
- Sisältöliikevaihto -1,7 %. Suomen medialiiketoiminnan digitaalinen sisältömyynti ja digitilaukset kasvoivat odotetusti kompensoiden printin sisältömyynnin laskua.
- Kokonaiskulut 24,6 (25,0) milj. euroa. Kokonaiskulujen lasku kohdistuu Suomen liiketoimintaan.



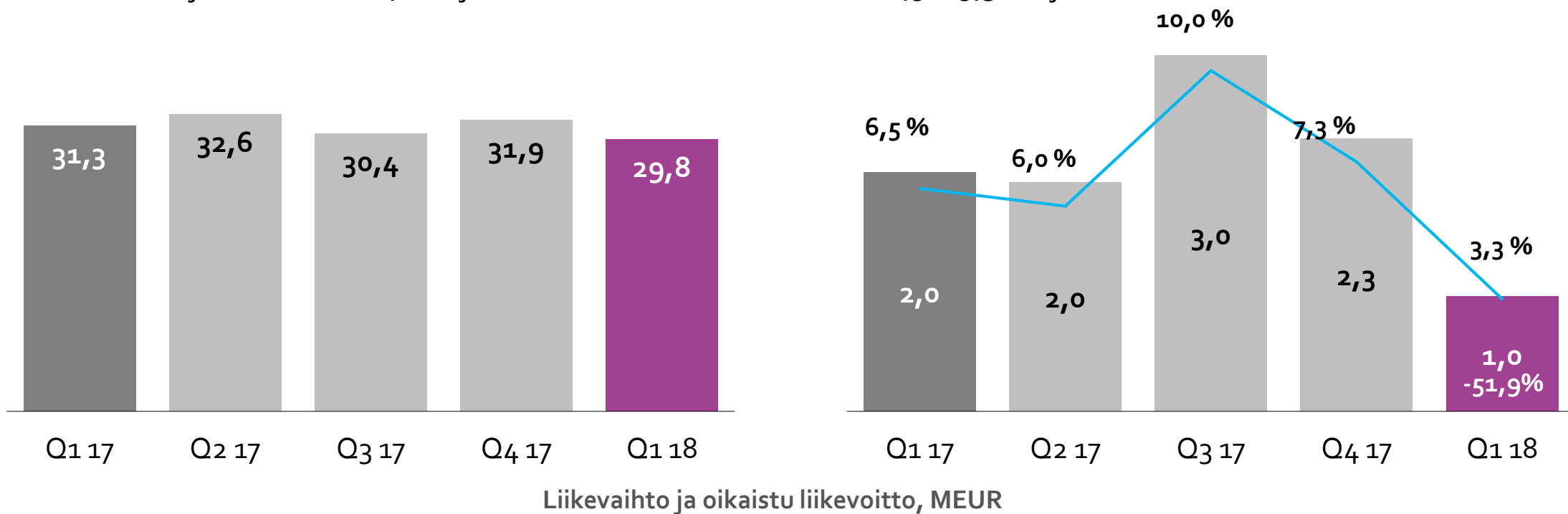
Alma News & Life Q1/2018: Digimainonta edelleen ennätystasolla

- Digitransformaatio hyvässä vauhdissa: digiliiketoiminta muodostaa 55 % segmentin liikevaihdesta.
- Mainosmyynnissä kymmenes kasvun kvartaali. Q1/2018 mainosmyynti kokonaisuudessaan +24,0 %, digimainosmyynti 27,5 % ja painetun median mainosmyynti +8,5 %.
- Sisältöliikevaihto -13,5% johtuen painetun Iltalehden levikin laskusta.



Alma Regions Q1/2018: Mainonnan rakennemuutos laski alueellista sanomalehtimainontaa

- Mainosmyynti -13,5 % vähittäiskaupan mainonnan laskiessa. Painetun median mainosmyynti -12,7 %. Segmentin digimainosmyynti -22,4 % . Vertailukaudella oli 0,5 milj. euroa kunnallisvaalimainontaa.
- Sisältöliikevaihto -1,6 %. Myytyjen toimintojen vaikutus sisältöliikevaihdon laskuun -0,3 milj. euroa. Digiasiakkuuksien sisältömyynti on kehittynyt hyvin.
- Kuluja kasvattivat paperin hinnan korotus sekä jakelun volyymisidonnaisten henkilöstökulujen kasvu. Myytyjen toimintojen vaikutus kulujen laskuun oli 0,6 milj. euroa. Oikaistut kokonaiskulut 28,9 (29,3) milj. euroa.

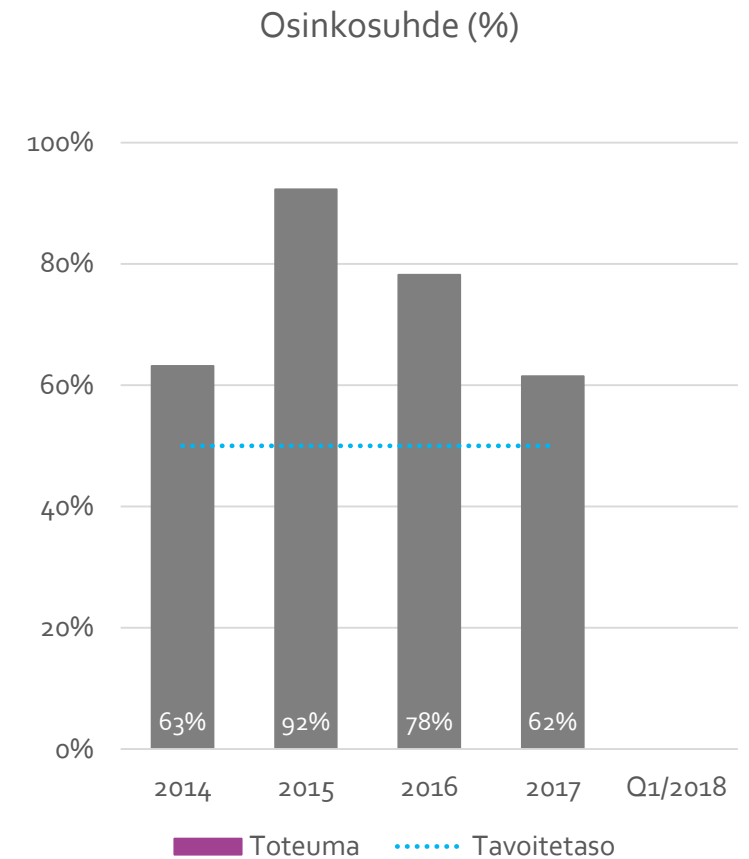
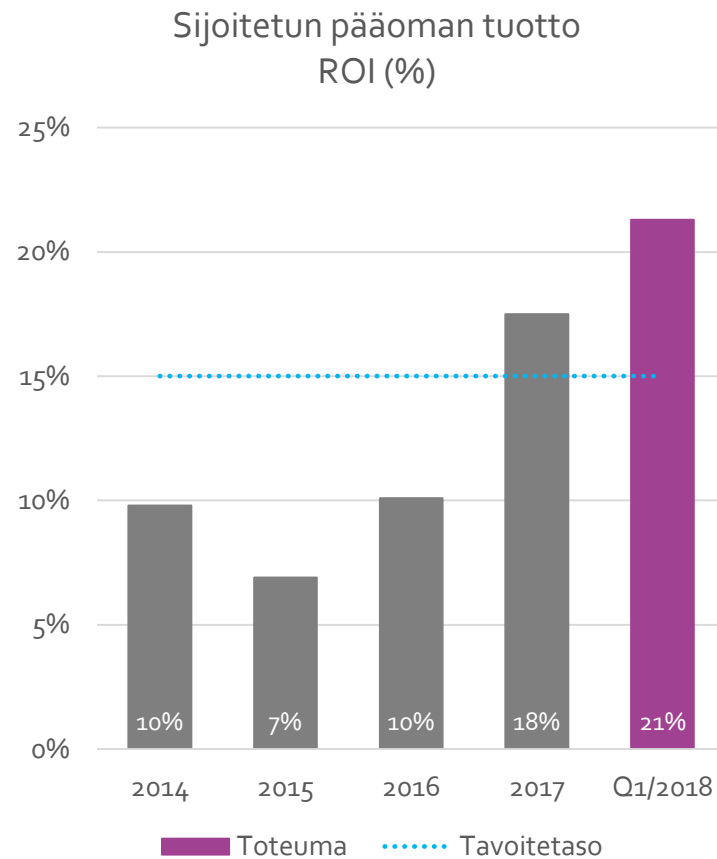
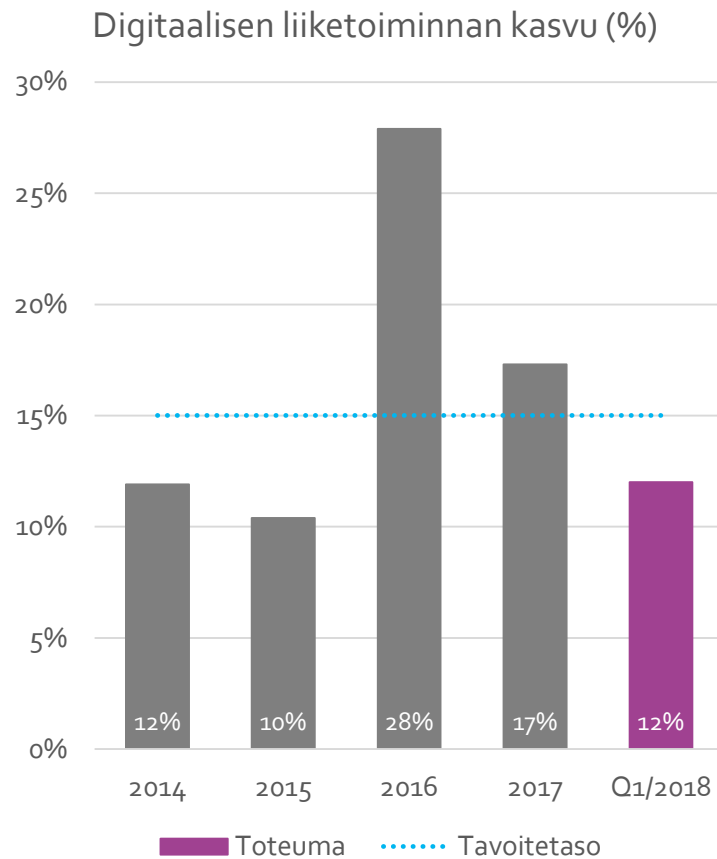


TALOUDELLINEN ASEMA

Juha Nuutinen, talous- ja rahoitusjohtaja

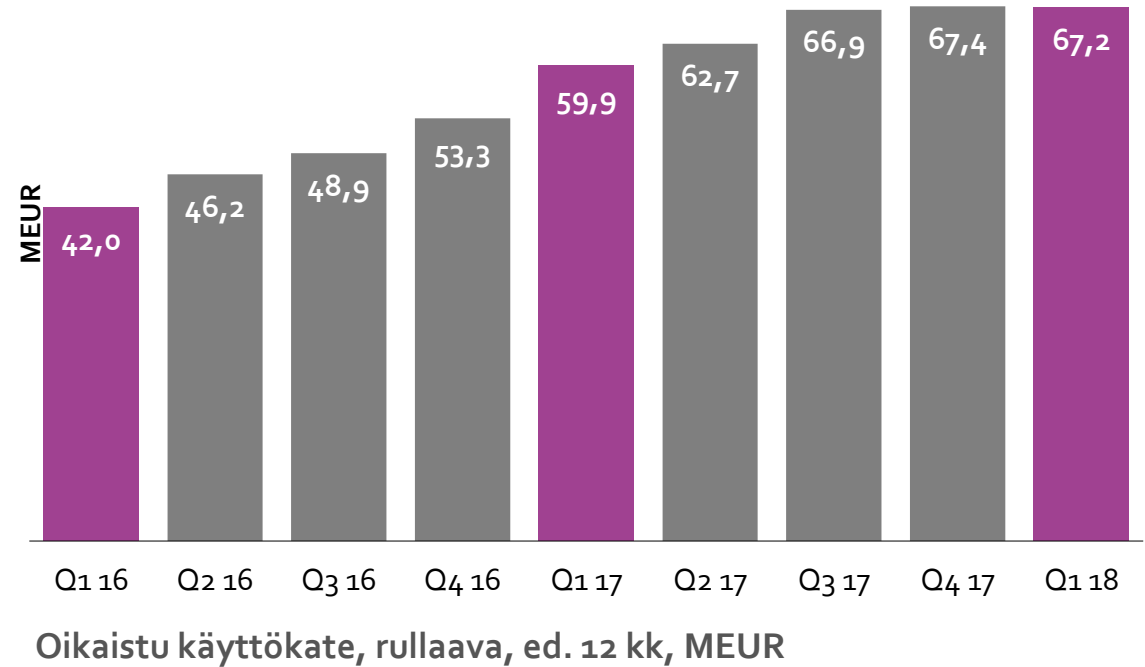
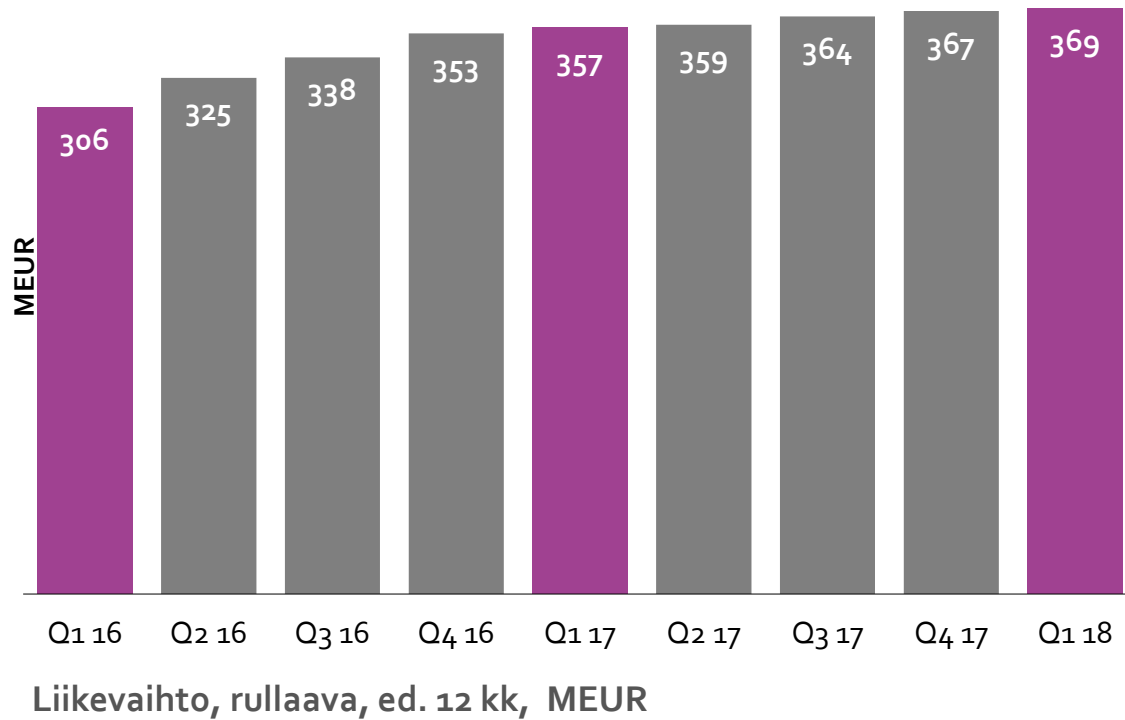


Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet



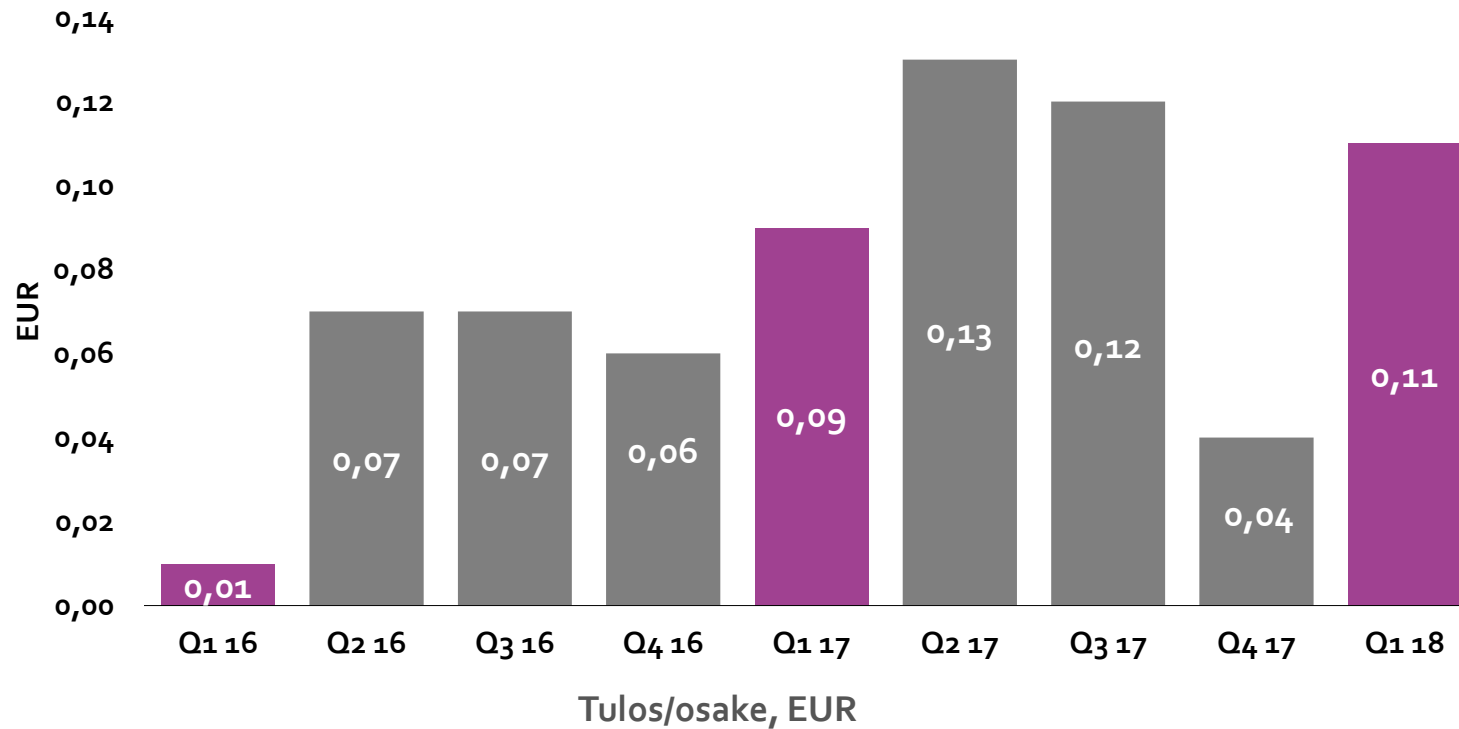
Liikevaihdon ja käyttökatteen kehitys

Liikevaihdon orgaaninen kasvu 0,7 % Q1/2018.



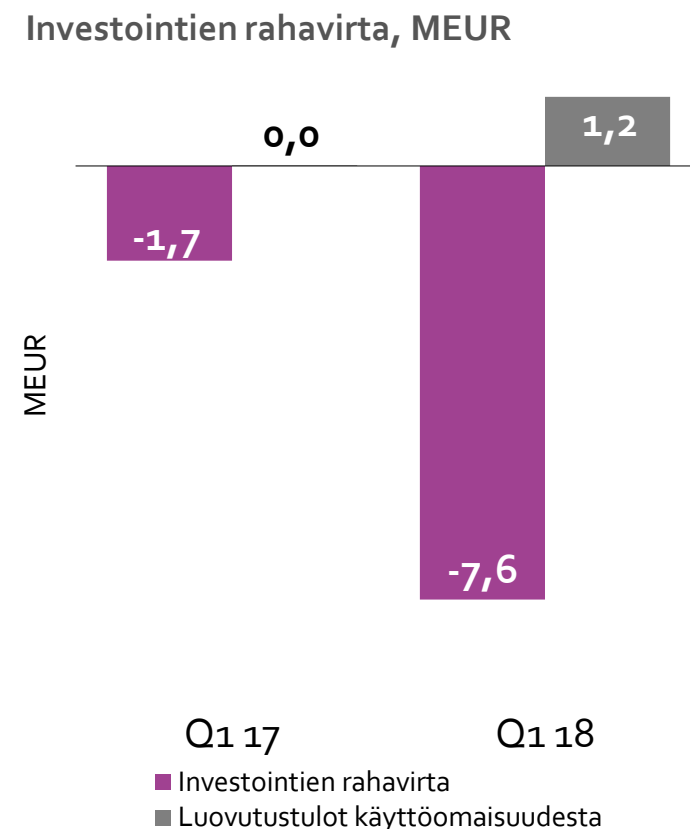
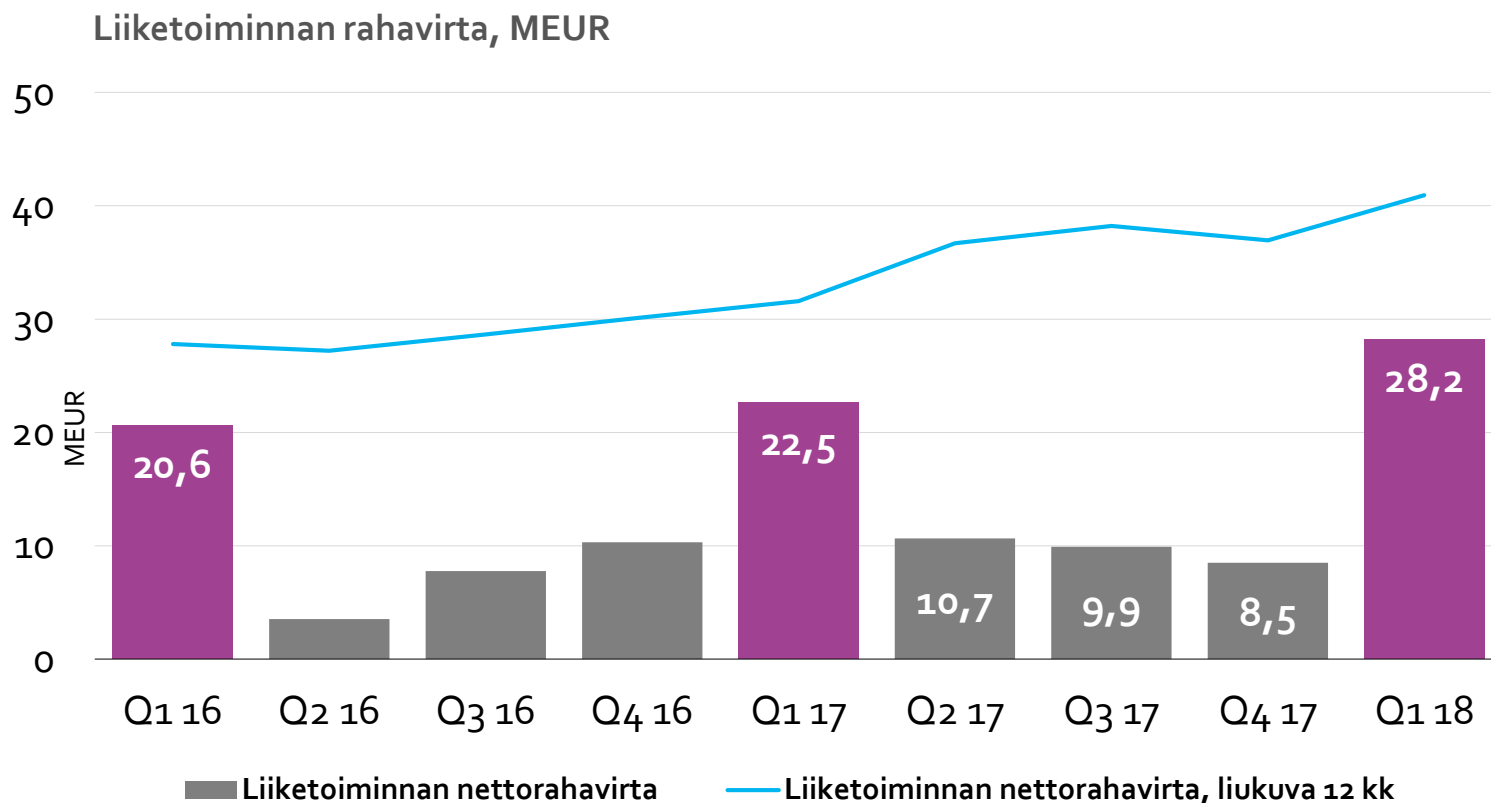
Tulos/osake

- Q1:lla osakekohtainen tulos 0,11 euroa (0,09 euroa). Oikaistuja eriä 0,7 milj. euroa (Q1/2017: -1,2 milj. euroa).



Liiketoiminnan rahavirta ja investoinnit

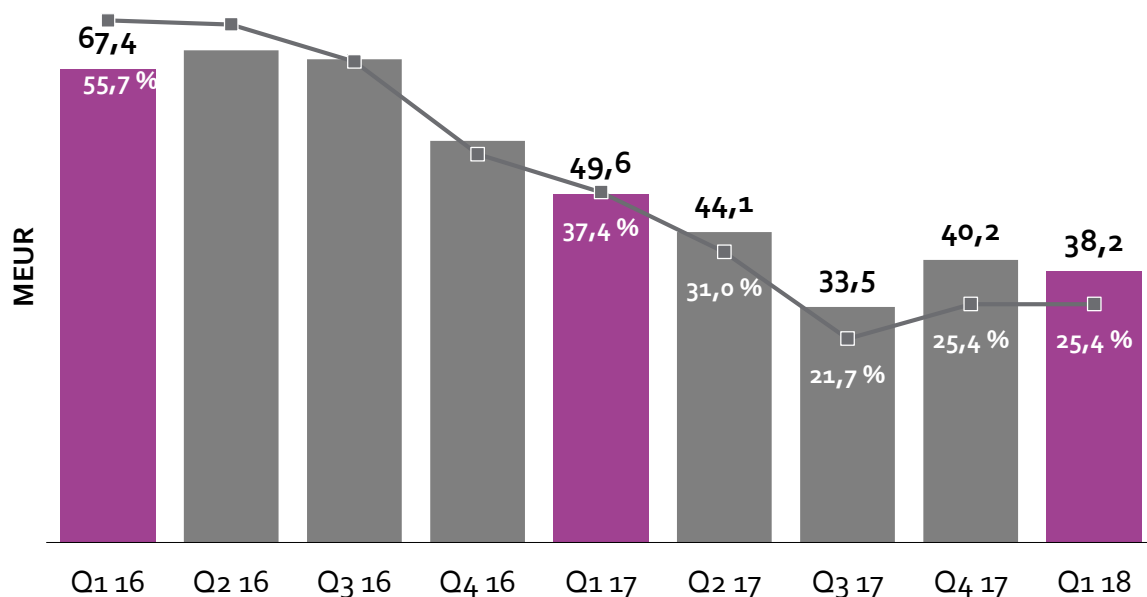
- Liiketoiminnan rahavirta Q1/2018 oli 28,2 (22,5) milj. euroa, nousu oli seurausta käyttöpääoman suotuisasta muutoksesta.
- Investointien rahavirta Q1/2018 oli -6,4 (-1,7) milj. euroa sisältäen mm. Käyttösofta Oy:n, AutoJerry Oy:n ja Katsastus.fi:n yrityshankinnat.
- Rahavirta ennen rahoitusta Q1/2018 oli 21,9 (20,9) milj. euroa.



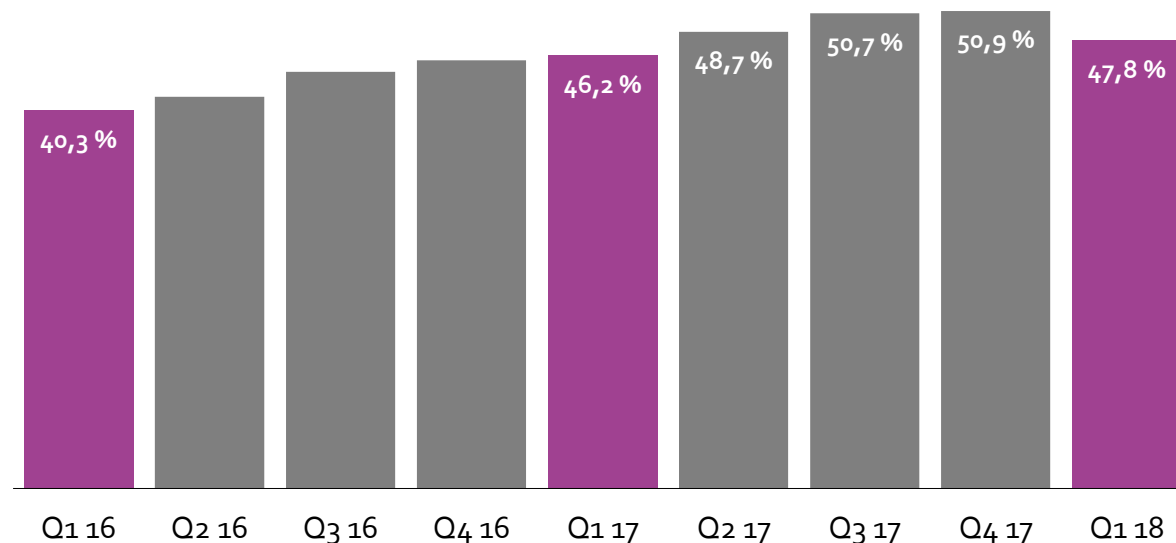
Korolliset velat ja omavaraisuusaste

- Maaliskuun lopussa nettovelkaantuneisuusaste oli 25,4 % ja nettovelka 38,2 milj. euroa.
- Korollisia velkoja oli maaliskuun lopussa 65,1 milj. euroa, josta pitkäaikaisia velkoja 54,9 milj. euroa.
- Omavaraisuusaste 47,8 %.

Nettovelat, MEUR ja gearing, %
Q1/2016–Q1/2018



Omavaraisuusaste,
Q1/2016–Q1/2018



STRATEGIA

Kai Telanne, toimitusjohtaja

Kestävän kasvun kiihdyttäminen

KASVUN LÄHTEET

DIGILIIKETOIMINTA

MONIKANAVAISET MEDIARATKAISUT

VAHVAT BRÄNDIT

PALVELULIIKETOIMINTA

KANSAINVÄLISTYMINEN

UUDET LIIKETOIMINTA-ALUEET

VAHVA TALOUDELLINEN ASEMA



STRATEGISET ALOITTEET

AMR - ALMA MEDIA RATKAISUT

ECOM SISÄLLÖT JA PALVELUT

DATA

ALMA TEEMAT JA PALVELUT

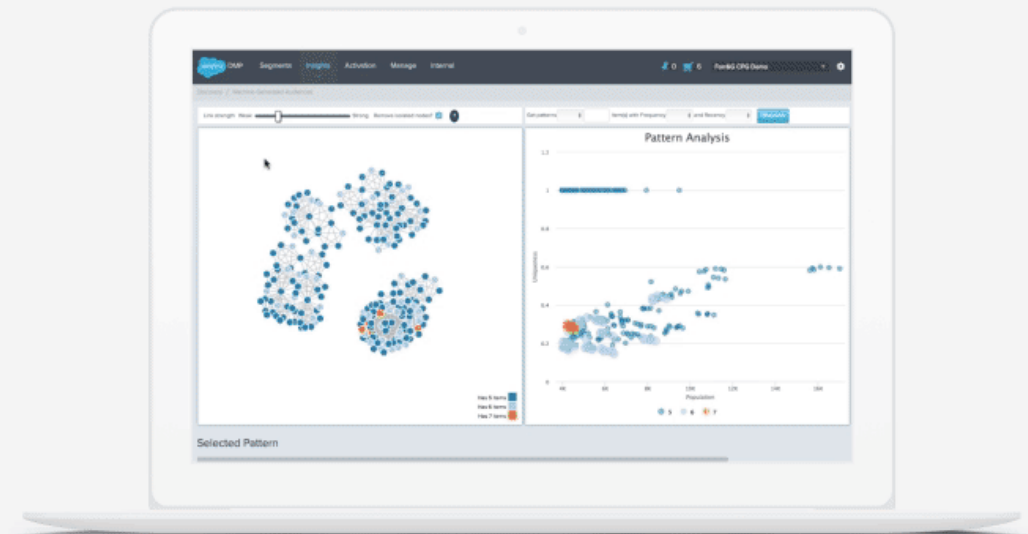
LIIKENTEENOHJAUS

Data Management Platform (DMP)

- kerää käyttäytymistietoa verkkosivuilta ja sovelluksista
- yhdistää dataa eri laitteiden välillä
- liittää käyttäytymisdataa offline-dataan (esim. CRM-tietoihin)
- segmentoi käyttäjiä ja lähettää segmentit aktivoitavaksi,

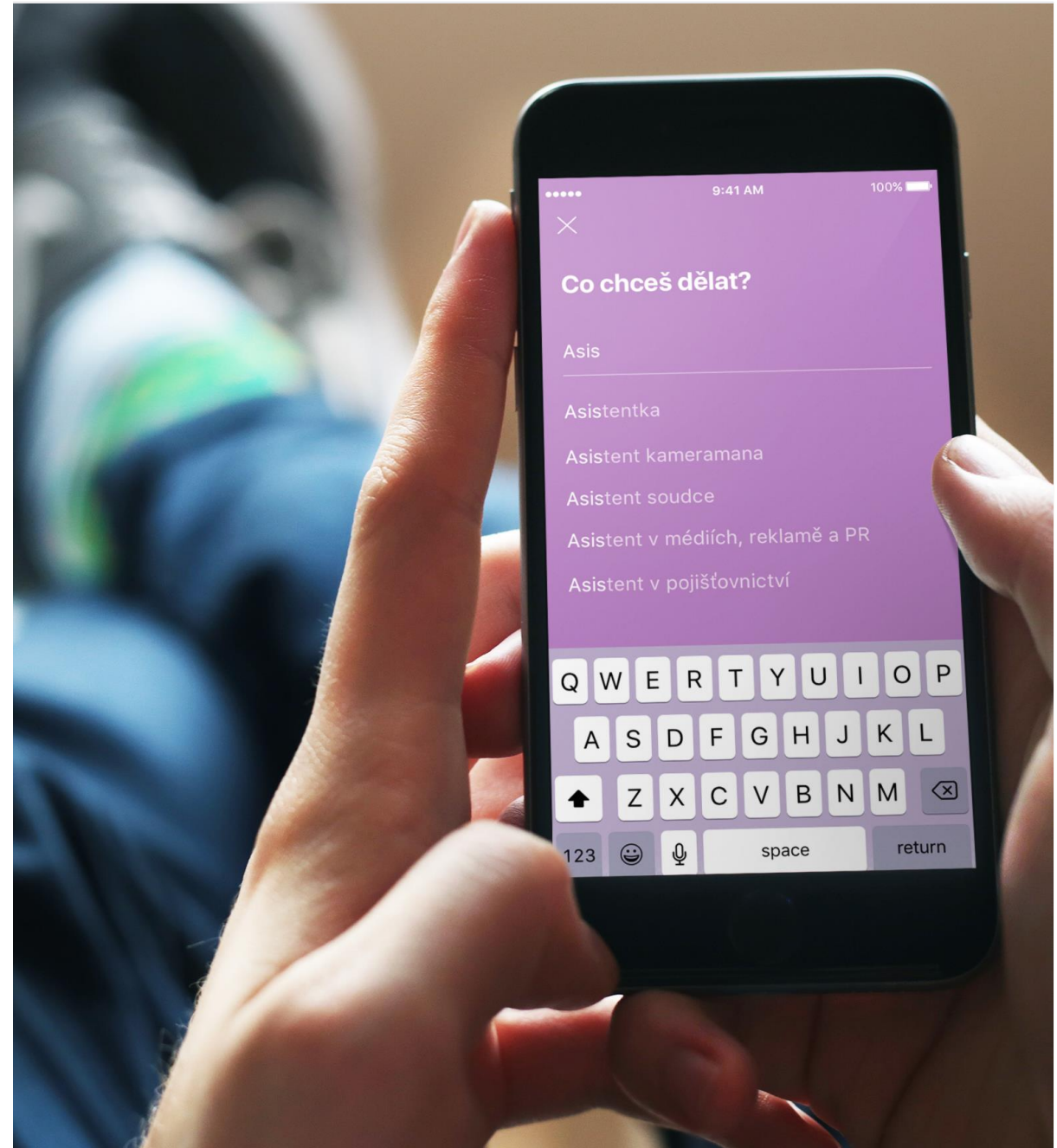
jotta

- mainostajille voidaan luoda relevantteja kohderyhmiä ja datatuotteita
- käyttäjille voidaan luoda personoituja palveluja ja sisältökokonaisuuksia
- omien tuotteiden ja palveluiden myyntiä voidaan tehostaa.



LMC:n liiketoiminta laajeni Puolaan

- LMC laajensi liiketoimintaansa Puolaan lanseeraamalla maantieteellisesti lähimmät työpaikat vinkkaavan Prace za Rohem - mobiilipalvelun.
- Palvelu on vielä lanseerausvaiheessa ja käyttäjät veloitusettoman kokeilujakson piirissä, mutta palvelussa oli maaliskuun lopussa:
 - 300 000 sovelluksen latausta
 - yli 115 000 hakemusta
 - noin 4 000 työpaikkailmoitusta.



Investointeja kasvuyrityksiin Q1/2018

- Käyttösofta Oy (100%), rakennus-, saneeraus- sekä talotekniikkatoimijoille suunnatun verkkopohjaisen toiminnanohjausjärjestelmän toimittaja.
- Palveluliiketoimintaan hankittu kilpailutuspalveluita
 - autohuollon kilpailutuspalveluita tarjoava AutoJerry Oy (100%)
 - katsastuspalveluja vertaileva Katsastushinnat.fi (100%)
 - lainojenvertailupalvelu Etua Oy (20%)



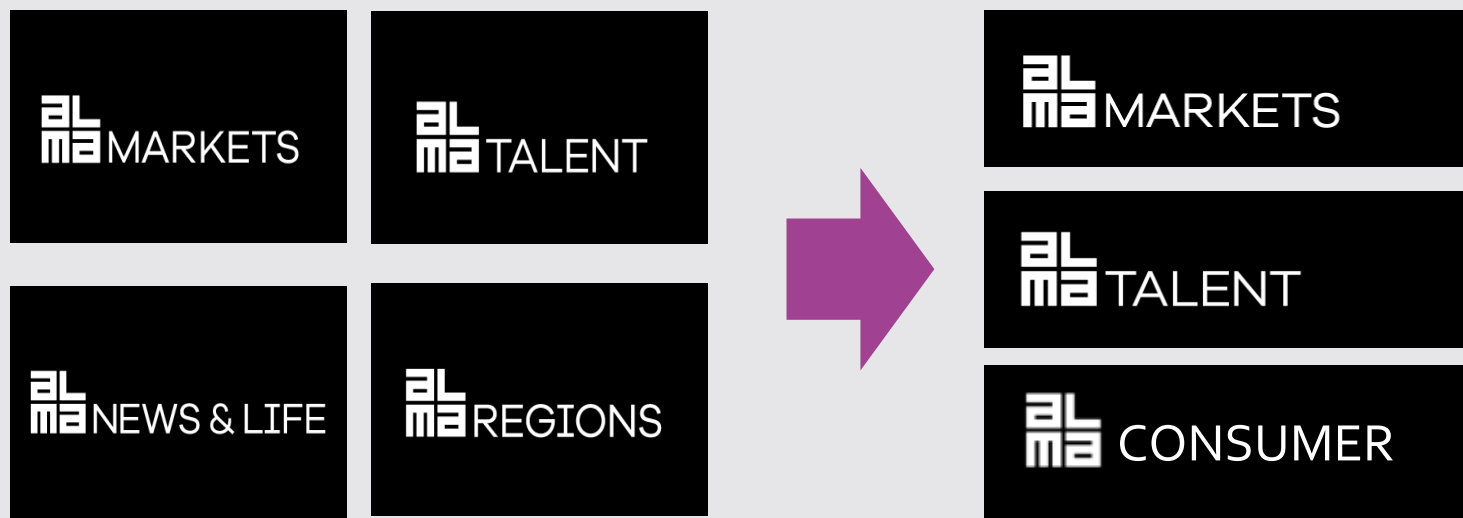
Lapin Kansan myynti

- Lapin lehti- ja jakeluliiketoiminnan myyntiin Kalevalle.
 - Keskittyminen maakunta- ja paikallismediassa Pirkanmaalle ja Satakuntaan.
 - Kauppa astui voimaan huhtikuun 2018 alussa.
 - Maakuntalehti Lapin Kansa, kaupunkilehdet Uusi Rovaniemi ja Lounais-Lappi sekä Alma Manu Oy:n jakeluliiketoiminta Lapin alueella.
 - Lehtiliiketoiminnassa henkilöstövahvuus oli 68 ja jakelussa 88 henkilöä.

Lapin Kansa



Uusi kuluttajamediaan keskittynyt Alma Consumer



Integraatio- ja suunnitteluprosessi käynnissä:

- käytännön toimenpiteet
- yhdistymisestä mahdollisesti syntyvät kustannussynergiat



Näkymät

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 (muuttumaton)

- 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

- Q2/2018: 18.7.2018
- Q3/2018: 25.10.2018

