



Kohti kehittyneitä kaupankäyntialustoja

Alma Median sijoittajaesitys

Syksy 2024

**AL
MA**

Alma Media – kansainvälinen yritys, jolla on paikallinen sydän

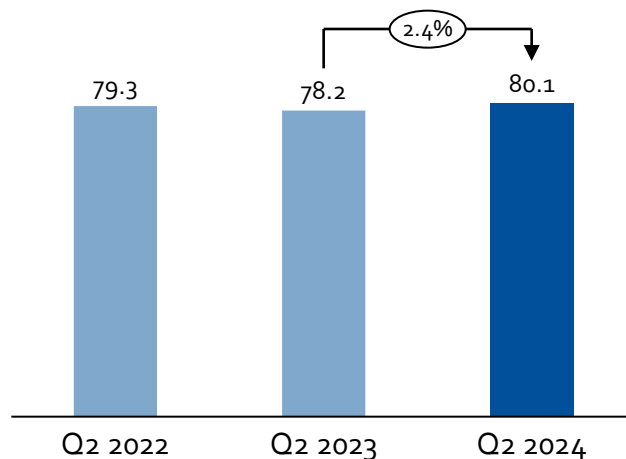
- Keskitymme digitaaliseen mediaan, palveluihin ja markkinapaikkaliiketoimintaan.
- Kehitämme palveluita, joissa yhdistyvät ylivertainen sisältö ja paras teknologia ja jotka hyödyttävät käyttäjiä arjessa, työssä ja vapaa-ajalla.
- Talous- ja ammattimedioiden ja valtakunnallisen kuluttajamedian lisäksi tarjoamme johtavia asumisen ja autoilun palveluita, toimitilojen markkinapaikkoja, sisältö- ja datapalveluita ammattilaisille ja yrityksille sekä rekrytointipalveluita 10 maassa.
- Digiverkostomme tavoittaa 3,2 milj. suomalaista viikossa. Mediamme ja palvelumme mahdollistavat monipuoliset yleisöpakettit ja kohdennusmahdollisuudet mainostajille.



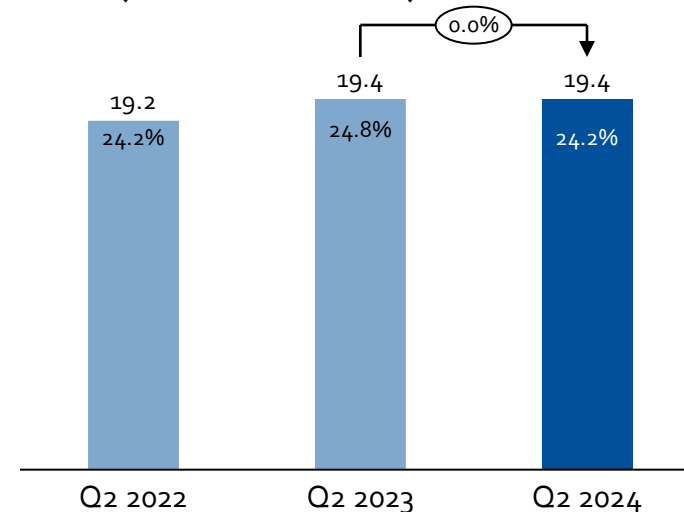
Q2 2024
tiivistetysti

Liikevaihto kasvoi 2,4 % yrityskauppojen tukemana, oikaistu liikevoitto vertailukauden tasolla

LIKEVAIHTO (MEUR)



OIKAISTU LIIKEVOITTO (MEUR)
(% LIIKEVAIHDOSTA)



- Vastatuulesta ja vaimeasta markkinasta huolimatta yhtiön omien odotusten mukainen suoritus
- Liikevaihto kasvoi 80 milj. euroon, heikentyneen korunan vaikutus MEUR -0.8 ja yrityskauppojen MEUR +2.5
- Oik. liikevoitto pysyi 19 milj. eurossa, voittomarginaali 24,2 %
- Digiliikevaihto nousi 84,4 prosenttiin liikevaihdosta
- Rahoitusasema vahva: nettovelan ja käyttökatteen suhde 1,9 ja omavaraisuusaste 44,3 prosenttia

Kaksi vuosikymmentä digitransformaatiota

2005–2010

Online-palveluista merkittävää liiketoimintaa

MTV3:n myynti

2010–2015

Digitaalisten palveluiden kasvu ja kansainvälistyminen

Investoinnit itäisen Keski-Euroopan rekrytointiliiketoimintaan

2015–2020

Kasvun kiihdyttäminen digitalisaation mahdollisuuksia hyödyntäen

Julkinen ostotarjous Talentumista ja täydentävät yritysostot

2020–2022

Uudet avaukset

Alueellisesta media- ja painoliiketoiminnasta luopuminen ja investoinnit markkinapaikkoihin

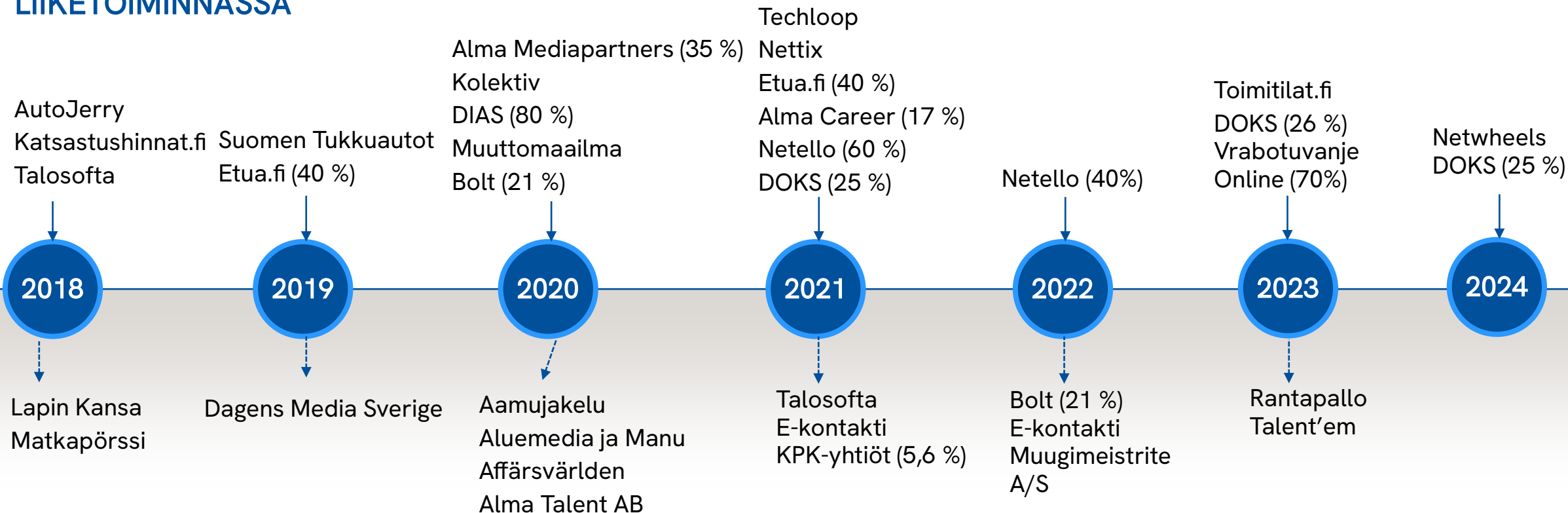
2022–

Kohti kehittyneitä kaupankäyntialustoja

Uusi tulovirtoja mahdollistavien transaktiopalvelujen kehittäminen

Yrityskaupat kasvun ja muutoksen ajureina

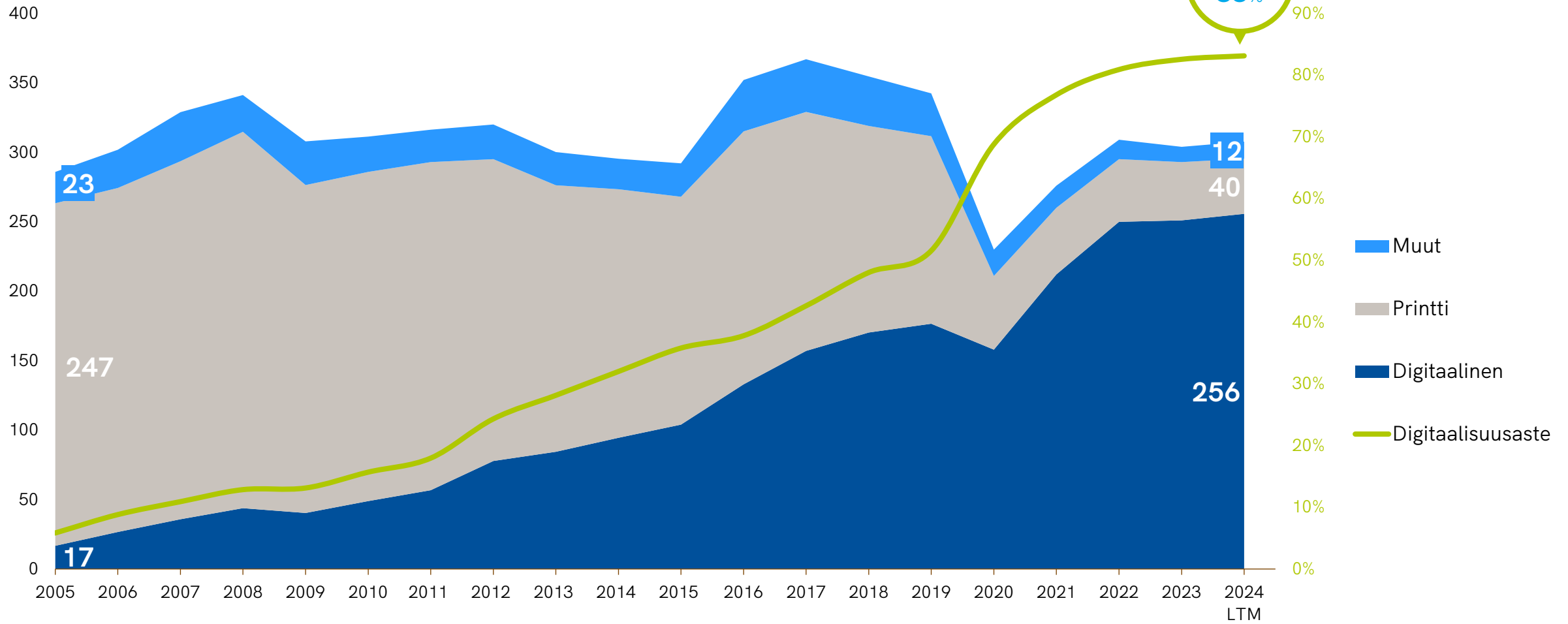
FOKUS DIGITAALISESSA LIIKETOIMINNASSA



LEHTI- JA PAINOLIIKETOIMINNAN DIVESTOINNIT

KANNATTAMATTOMASTA LIIKETOIMINNASTA LUOPUMINEN

Digitaalinen transformaatio 2005-2024

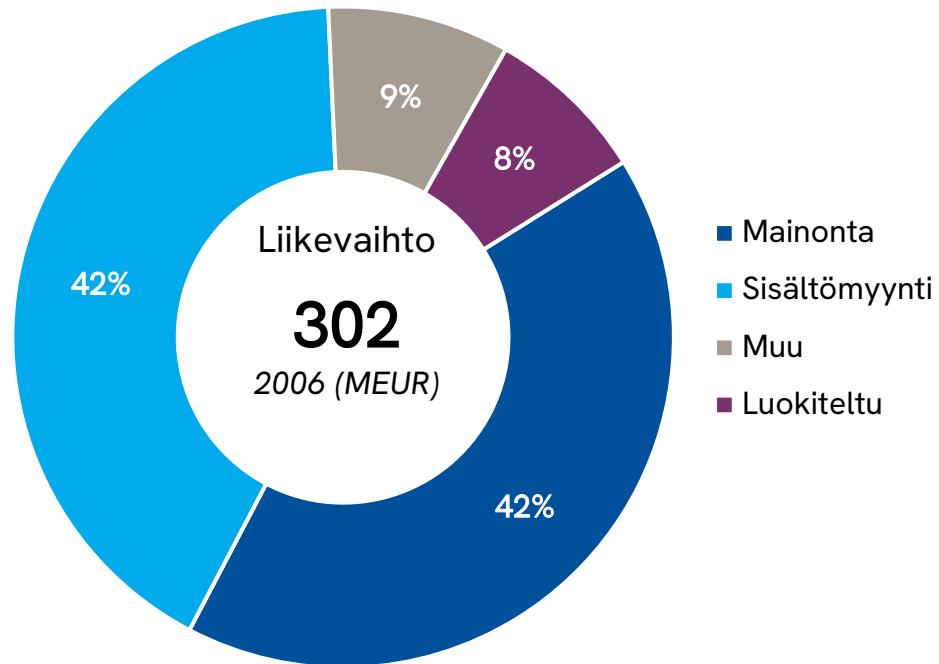


LTM-luvut ajalta H2/2023-H1/2024, LTM=viimeiset 12 kuukautta



Laajentuminen mediasta markkinapaikkaliiketoimintaan

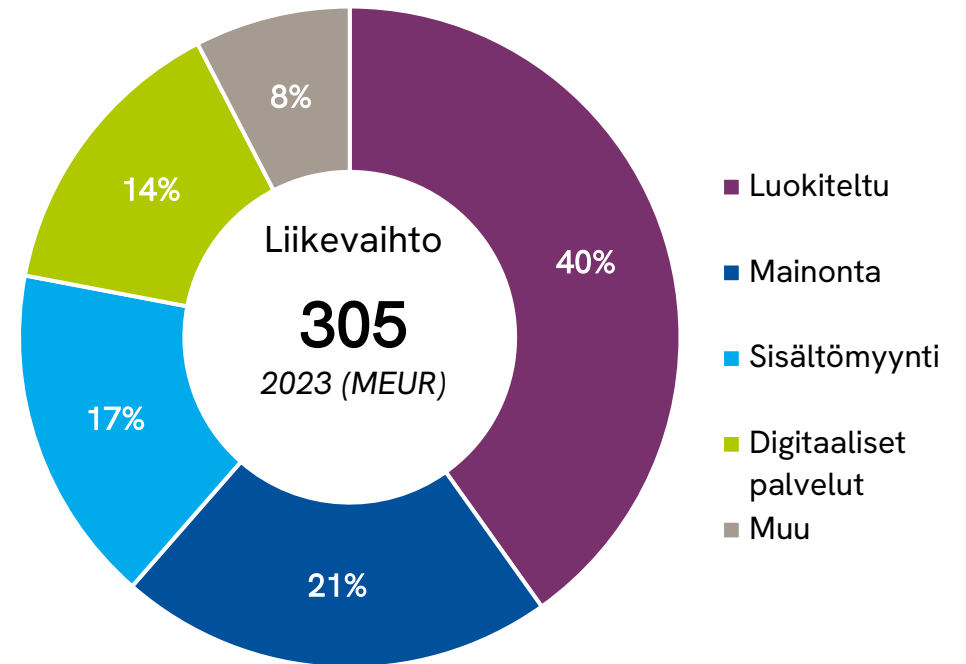
2006



Oikaistu liikevoitto

49 **16,3 %**
2006 (MEUR) 2006

2023

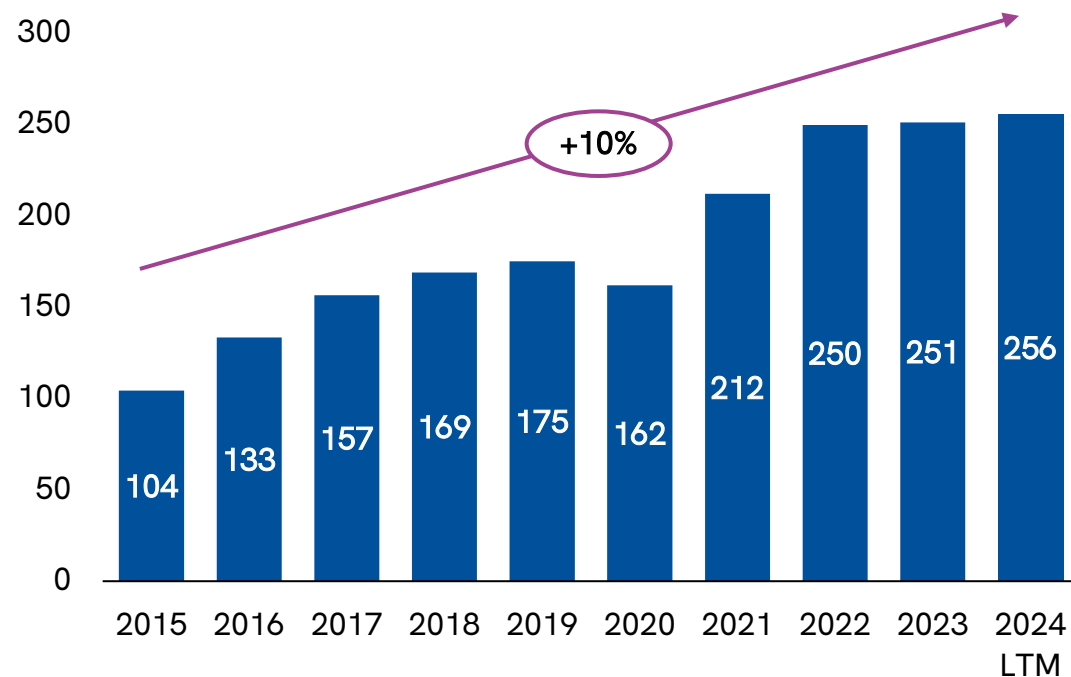


Oikaistu liikevoitto

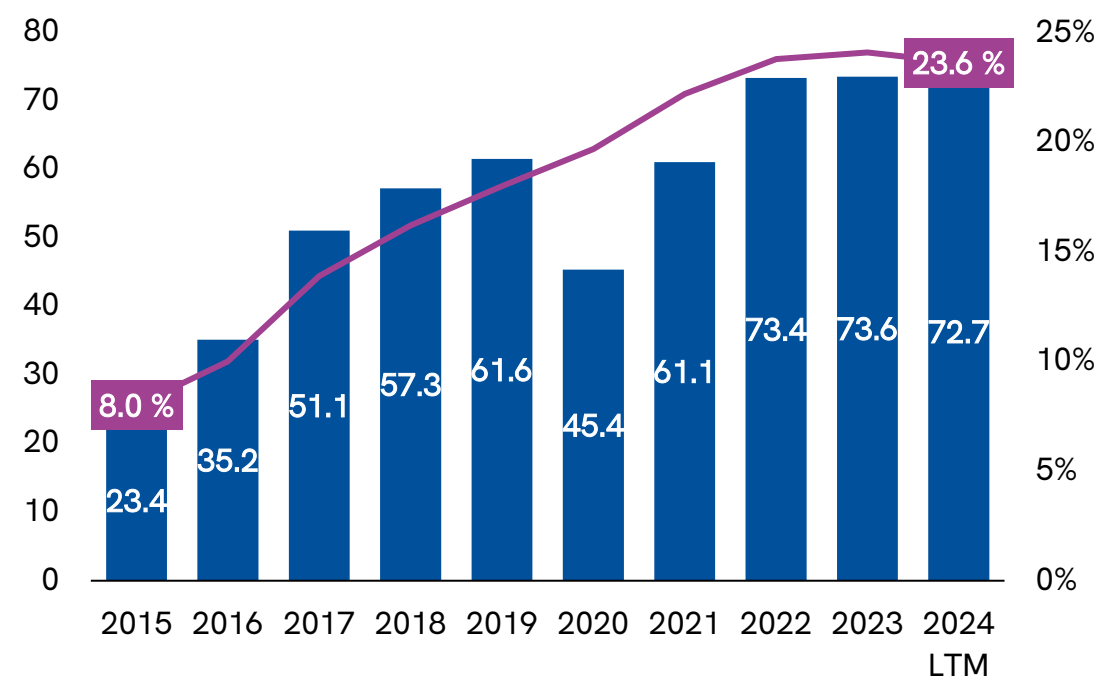
74 **24,1 %**
2023 (MEUR) 2023

Kasvava digiliikevaihto tukemassa vahvaa kannattavuutta

Digiliikevaihto (MEUR)



Oikaistu liikevoitto (MEUR) & marginaali (%)



LTM-luvut ajalta H2 2023 - H1 2024, LTM=viimeiset 12 kuukautta

Alma Median osakkeen kokonaistuotto 2014 - 2024

1.9.2014-30.8.2024

Osakkeen kokonaistuotto, % (osingot uudelleen sijoitettuna)

Alma Median osakkeen kokonaistuotto +431 %

Helsingin pörssin yleisindeksi +104 %
(kokonaistuotto)

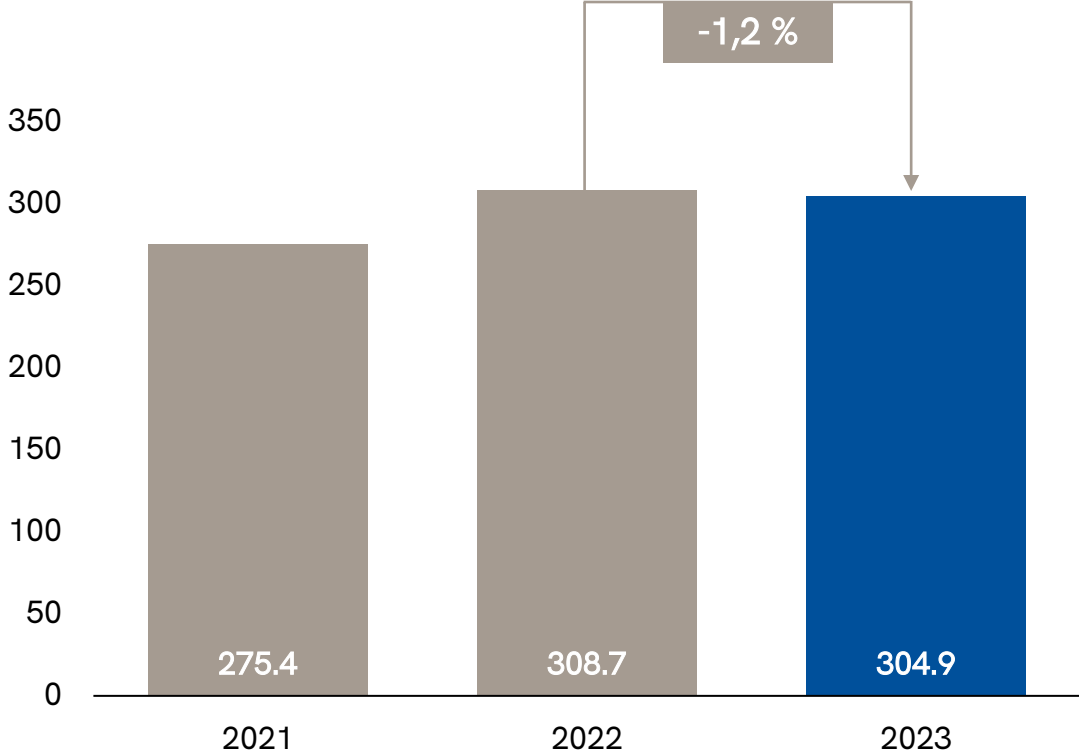




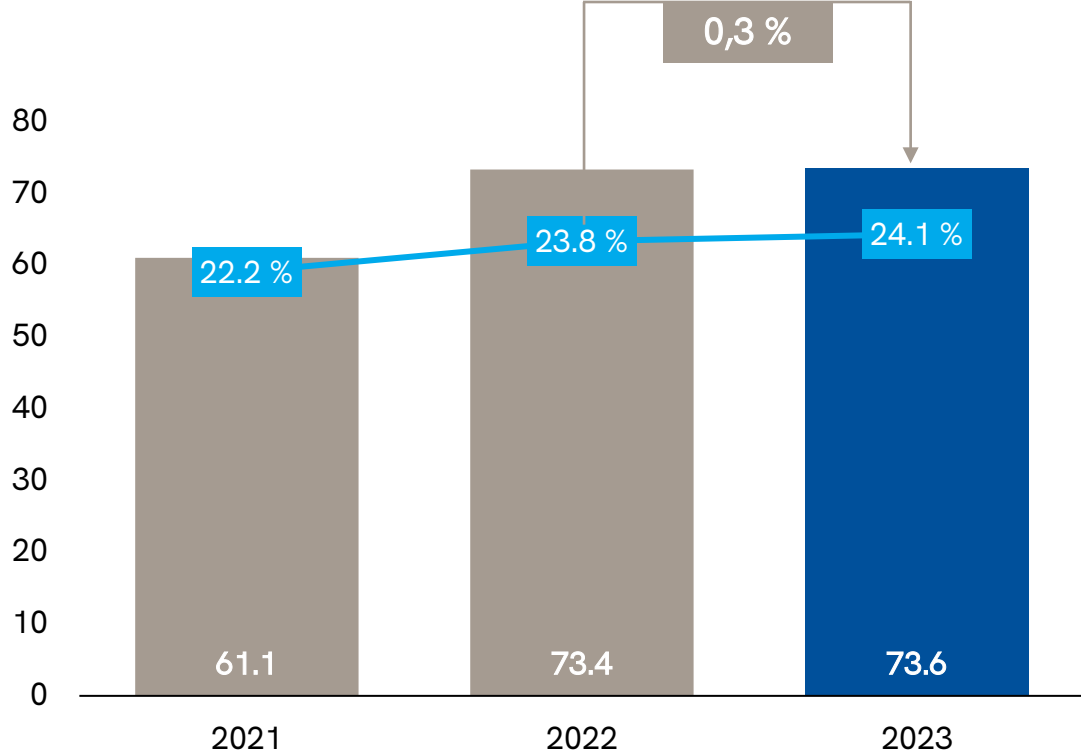
Talouseluvut

Liikevaihto ja oikaistu liikevoitto

Liikevaihto (MEUR)



Oikaistu liikevoitto (MEUR) (% liikevaihdosta)



Liiketoimintasegmentit kasvun ajureina

ALMA CAREER Vesa-Pekka Kirsi

Johtavat rekrytointiportaalit 11 maassa.
Rekrytointimainontaa, työvoiman välityspalveluita ja ura- ja työnantajabrändin kehittämistä.

Liikevaihto MEUR 54,7	Oik. liikevoitto MEUR 21,6
Osuus oik. liikevoitosta 39,4 %	Digitaalista 98,3 %

ALMA MARKETPLACES Santtu Elsinen

Johtavat asumisen, liikekiinteistöiden ja liikkumisen markkinapaikat. Vertailu- ja b-to-b-palvelut.

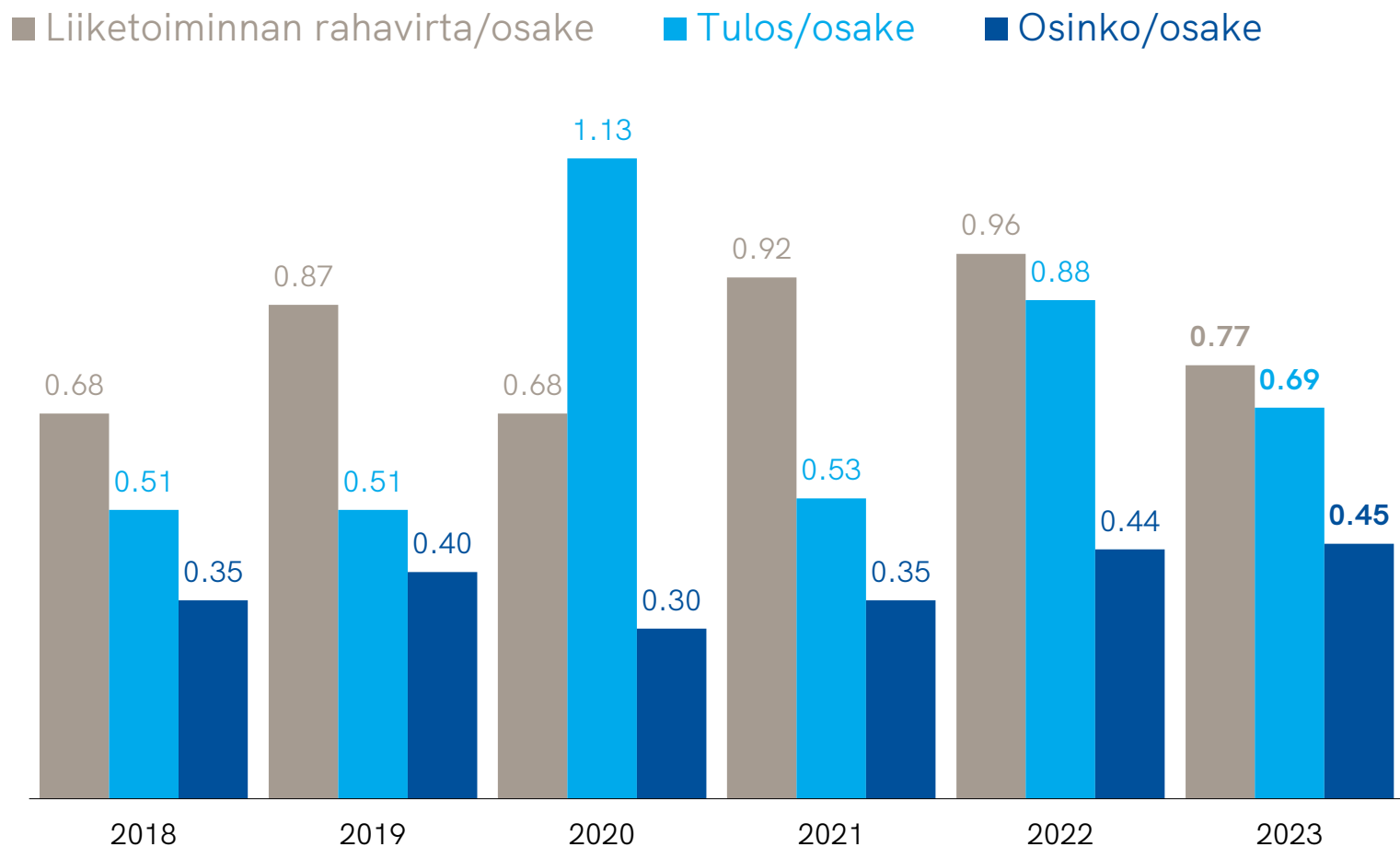
Liikevaihto MEUR 48,0	Oik. liikevoitto MEUR 13,0
Osuus oik. liikevoitosta 27,0 %	Digitaalista 95,9 %

ALMA NEWS MEDIA Juha-Petri Loimovuori

Johtava digitaalinen uutismedia Suomen markkinoilla. Maksullisten digisisältöjen pioneeri ja johtava digimainontaverkosto.

Liikevaihto MEUR 53,6	Oik. liikevoitto MEUR 6,4
Osuus oik. liikevoitosta 12,0 %	Digitaalista 58,0 %

Vahvaa kassavirtaa ja kasvavaa osinkoa



Osinkotuotto

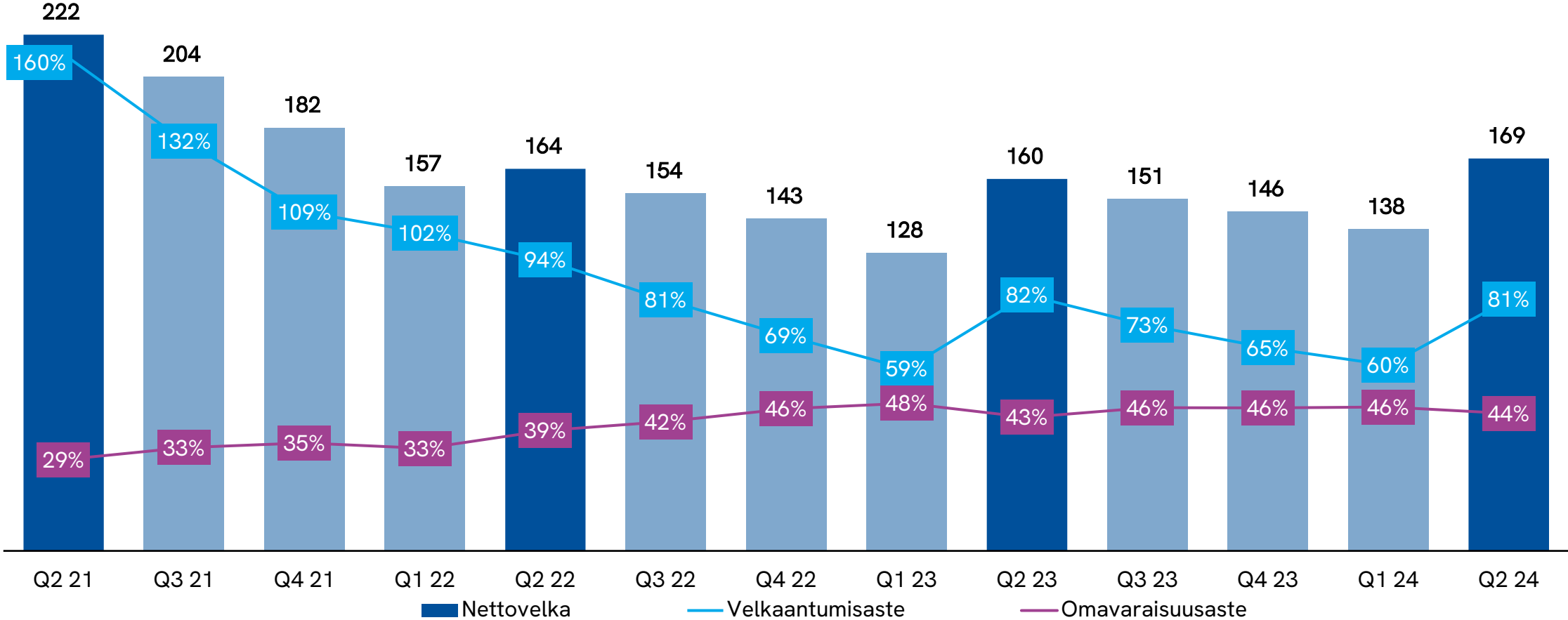
4,7 %

(29.12.2023)

Osinko vuodelta
2023

0,45 eur/osake

Vakaa taseasema





Toimintaympäristö

Toimintaympäristön muutosajurit



Hidastuva talouskasvu

- Korkean inflaation ja markkinakorkojen vaikutukset kuluttajien ostovoimaan
- Suomen talouden pitkän aikavälin rakenteellisten haasteet



Muuttuva kuluttajakäyttäytyminen

- Digitalisaation aiheuttama pysyvä muutos kuluttajakäyttäytymiseen
- Korkeat odotukset kätevään ja turvalliseen digitaaliseen asiakaskokemukseen ja verkkokauppaan



Tiukempi sääntely













- EU:n laajentuvan datasääntelyn tiukat vaatimukset dataa hyödyntäville liiketoiminnoille
- EU-regulaation kehityksen edellyttämä jatkuva seuraaminen, raportointi ja toimenpiteet
- Digipalvelujen suosion kasvun vaikutukset käytetyn datan määrään



Geopoliittiset jännitteet

- Venäjän hyökkäyssota ja sen taloudelliset vaikutukset toimintamaihimme
- Epävarmuus poliittisesta ja taloudellisesta kehityksestä ja ennustamisen vaikeus

Euroopan Komission talousennuste toimintamaihimme

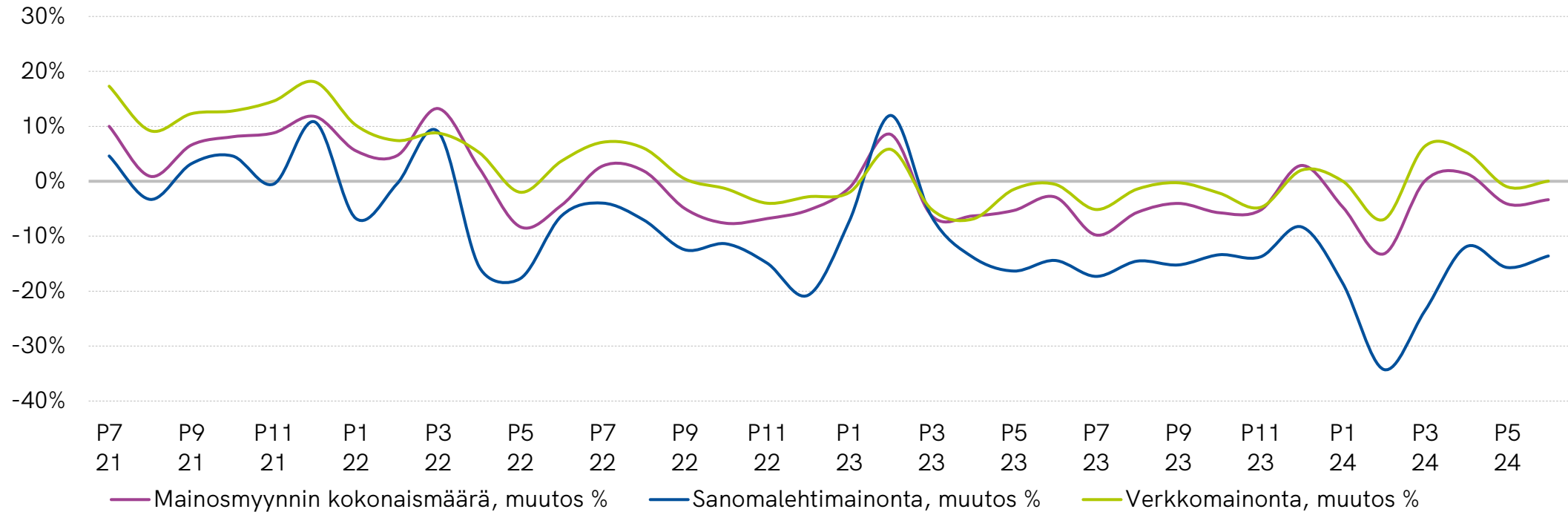
	BKT:n muutos (%)		Inflaatio (%)		Työttömyysaste (%)		
	2024	2025	2024	2025	2024	2025	
	0.0	1.4	1.4	2.1	7.4	7.2	<i>Suomi</i>
	1.2	2.8	2.5	2.2	2.8	2.9	<i>Tšekki</i>
	2.2	2.9	3.1	3.6	5.4	5.2	<i>Slovakia</i>
	3.3	2.9	3.5	2.2	5.8	5.6	<i>Kroatia</i>
	0.2	2.1	2.0	1.9	8.4	8.2	<i>Ruotsi</i>
	-0.5	3.1	3.4	2.1	7.4	6.9	<i>Viro</i>
	1.7	2.6	1.6	2.0	6.5	6.3	<i>Latvia</i>
	2.0	2.9	1.9	1.8	7.0	6.9	<i>Liettua</i>
	2.3	2.6	2.8	2.4	12.8	12.2	<i>Bosnia & Herz</i>
	2.3	2.6	2.8	2.4	3.7	3.6	<i>Slovenia</i>
	2.9	3.0	3.0	1.9	12.9	12.8	<i>P-Makedonia</i>
	2.8	3.4	4.3	4.2	3.0	2.9	<i>Puola</i>

Lähde: European Economic Forecast, European Commission, May 15 2024

Suomen mainosmarkkinan kehitys

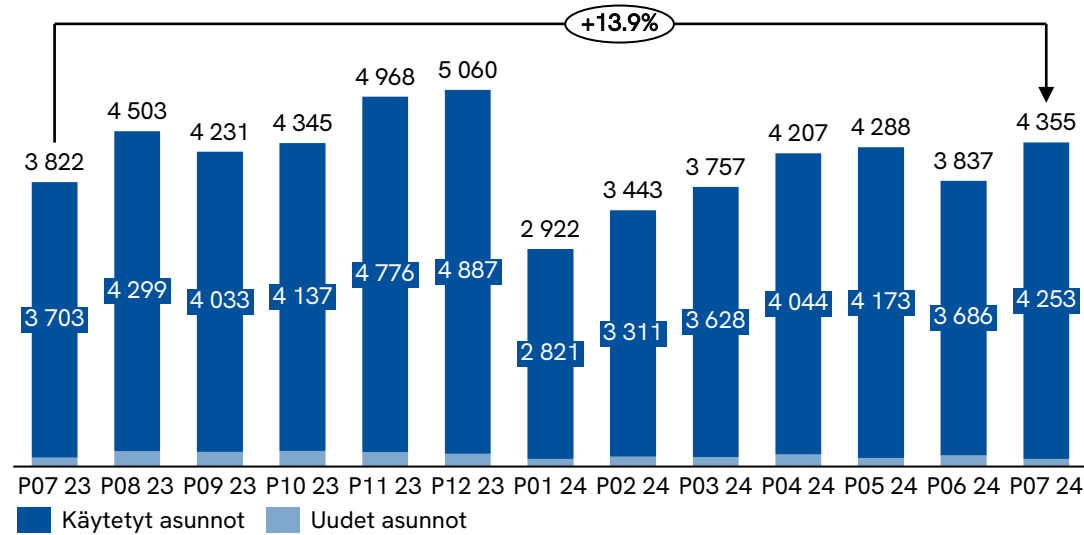
MEDIAMAINONNAN KUUKAUSITTAINEN MUUTOS 7/2021-7/2024

Lähde: Kantar TNS



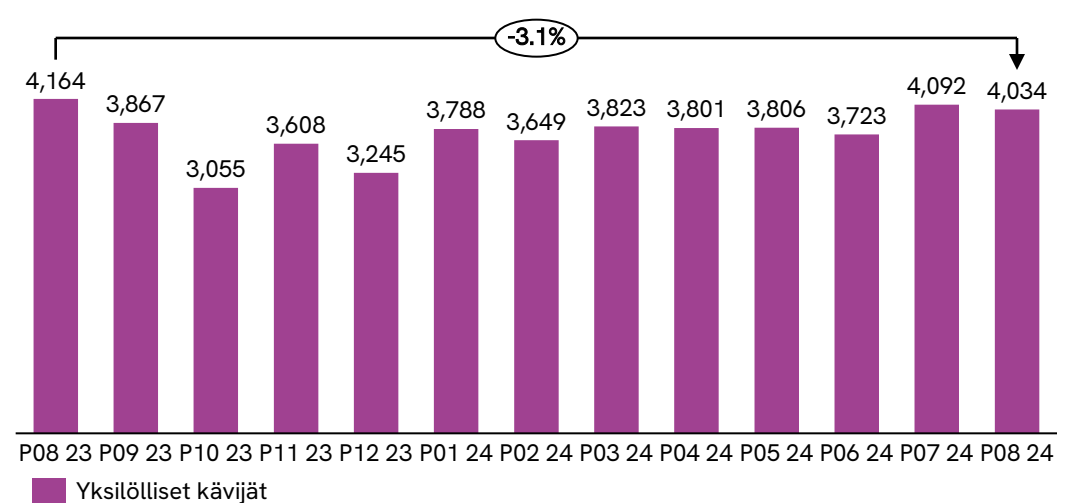
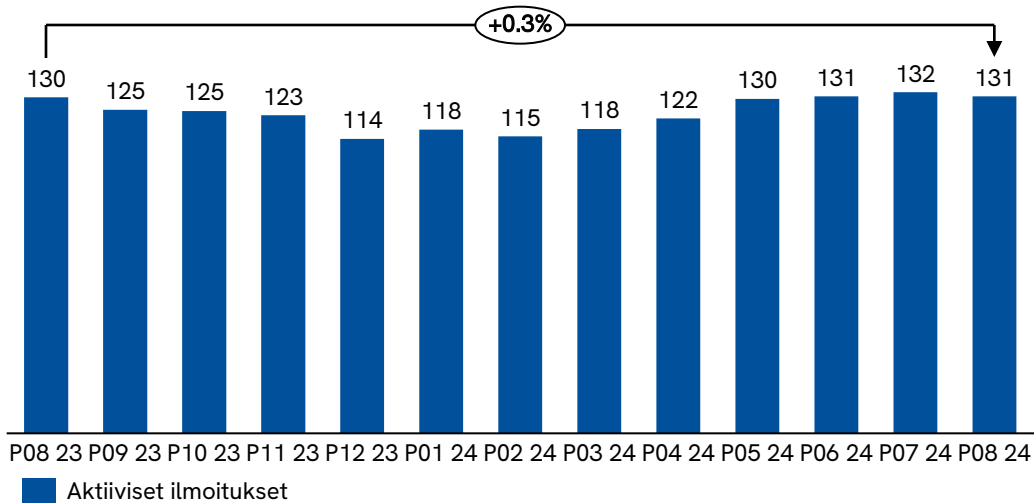
Suomen asuntomarkkinan kehitys

Asumisen markkina (käytetyt asunnot)



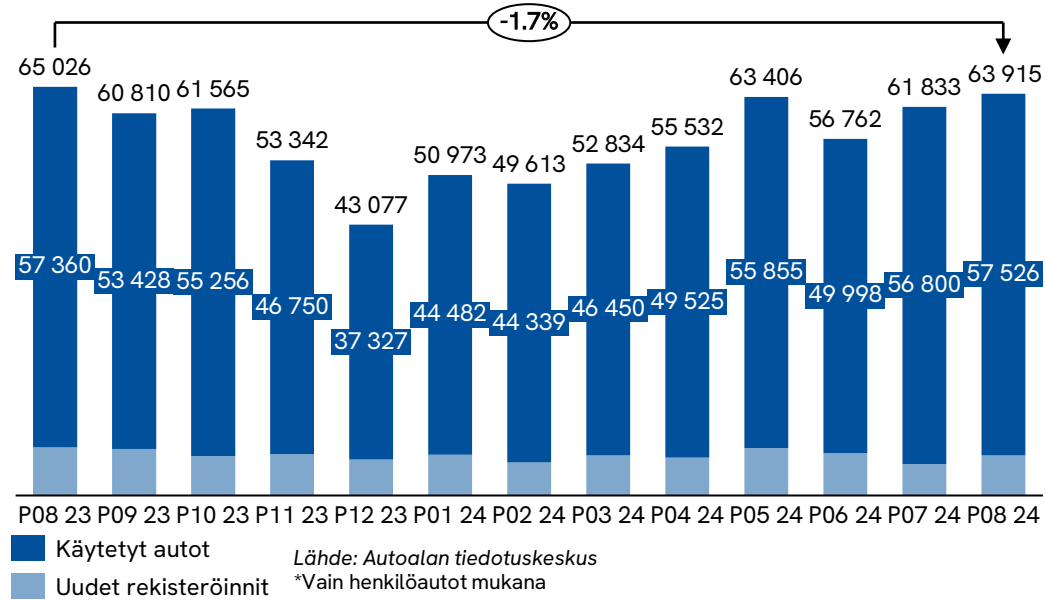
Lähde: Kiinteistövälitysalan keskusliitto

Asumisen markkinapaikat: ilmoitukset ja kävijät

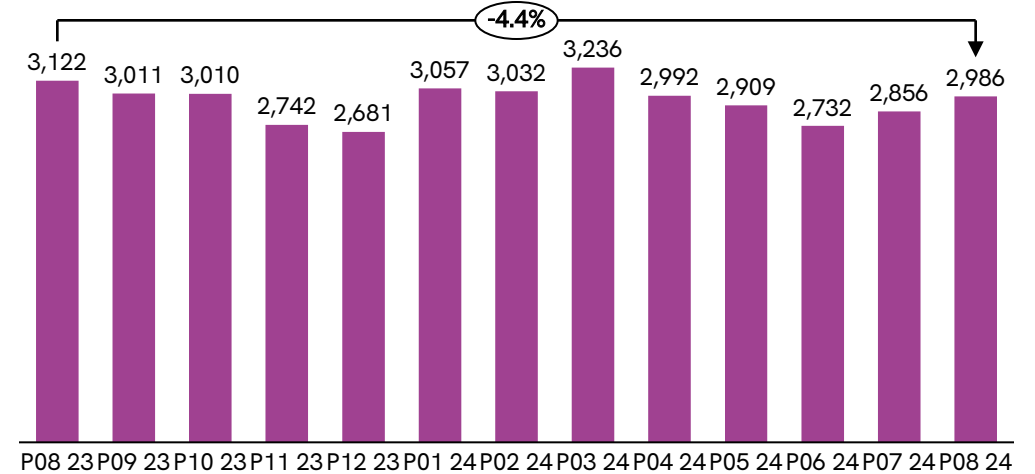
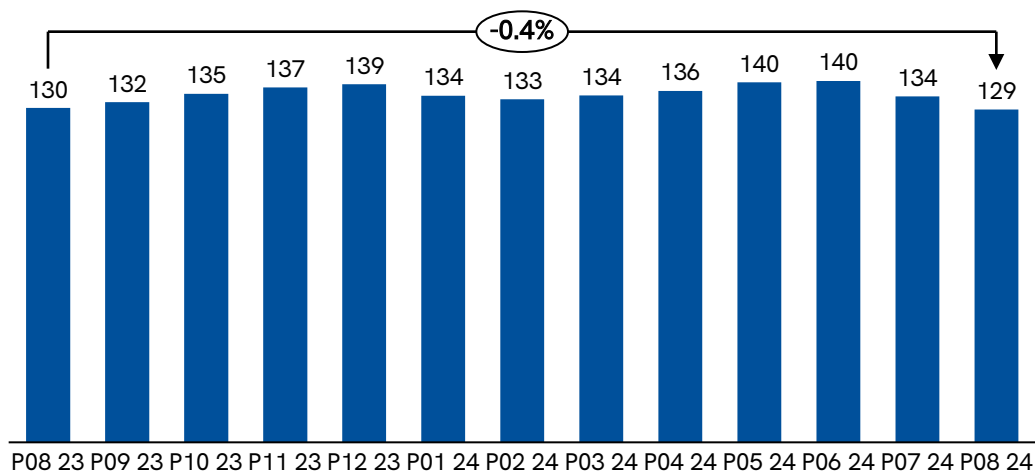


Suomen autokauppamarkkinan kehitys

Henkilöautokauppa



Liikkumisen markkinapaikat & kävijämäärät



■ Aktiiviset ilmoitukset

■ Yksilölliset kävijät



Strategia: Kohti kehittyneitä kaupankäyntialustoja

Tasapainoinen portfolio

Career

Rekrytointimainontaa, työvoiman välityspalveluita ja ura- ja työnantajabrändin kehittämistä.

111
MEUR 2023

41 %
Oikaistu liikevoitto- %

99 %
Digitaalista

Marketplaces

Johtavat asumisen, liikekiinteistöiden ja liikkumisen markkinapaikat. Vertailu- ja b-to-b-palvelut.

85
MEUR 2023

31 %
Oikaistu liikevoitto- %

94 %
Digitaalista

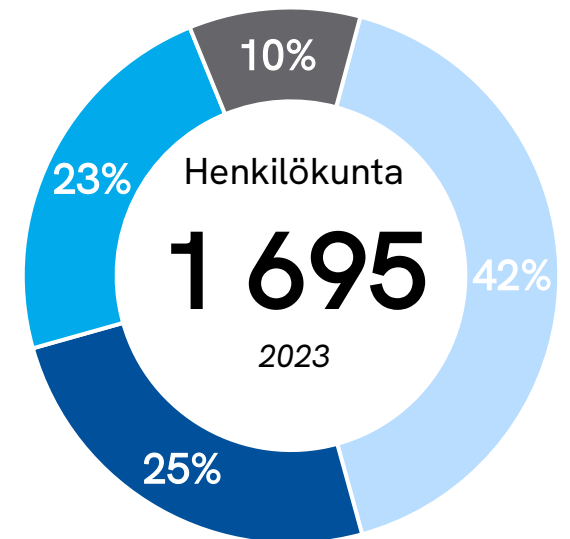
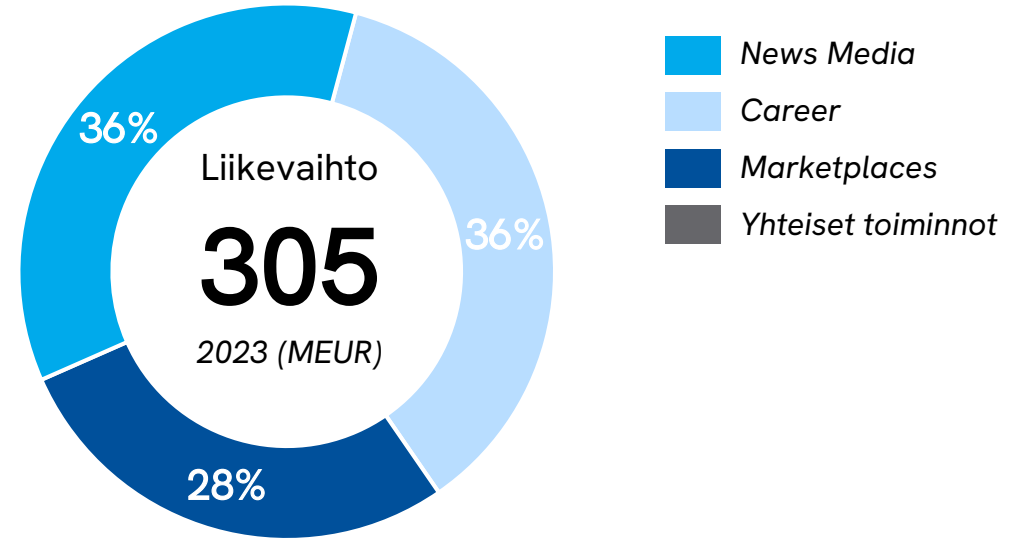
News Media

Johtava digitaalinen uutismedia Suomen markkinoilla. Maksullisten digisisältöjen pioneeri ja johtava digimainontaverkosto.

109
MEUR 2023

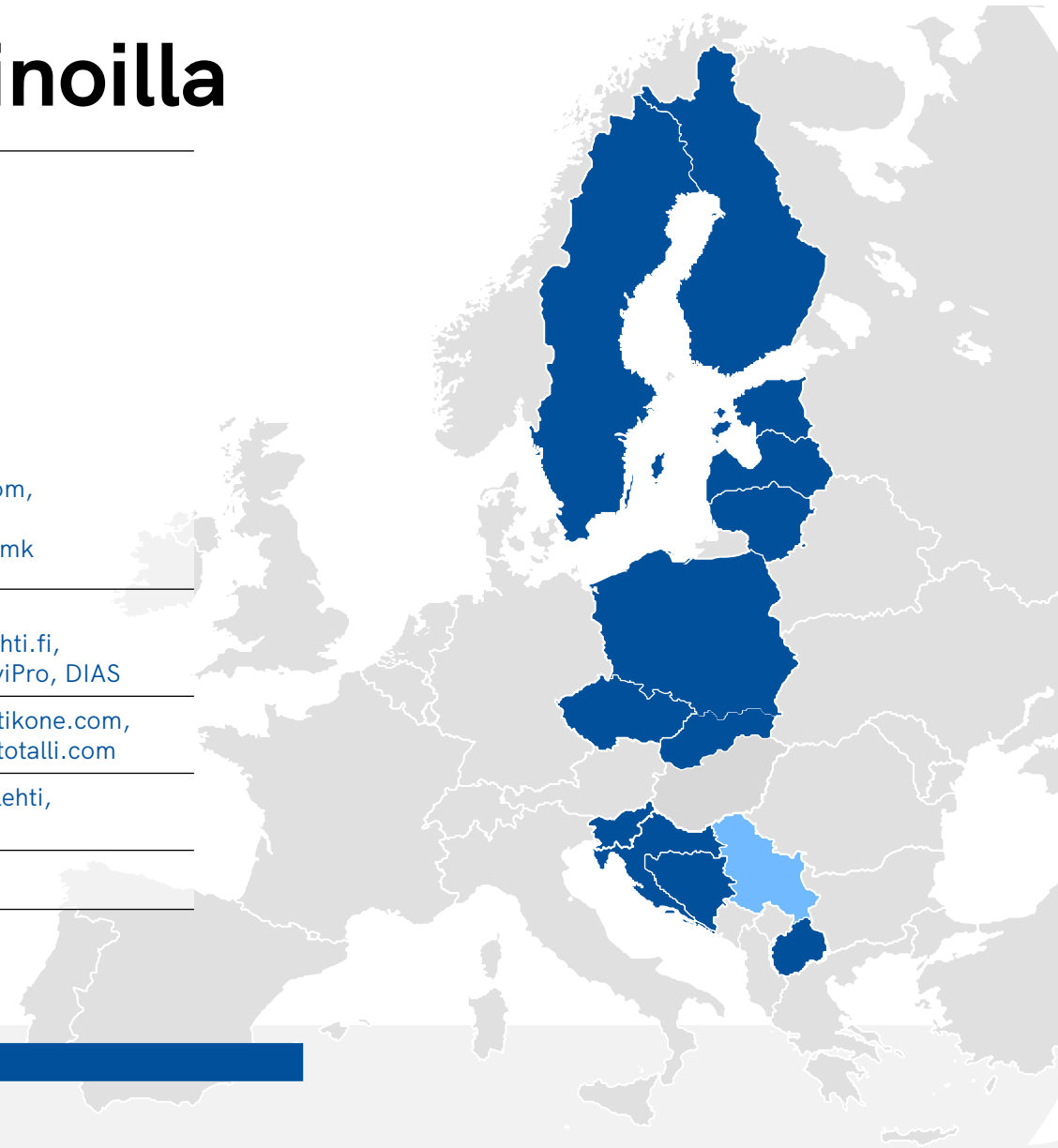
13 %
Oikaistu liikevoitto- %

57 %
Digitaalista



Johtava asema valituilla markkinoilla

Rekrytointi	#1	Tšekki	prace.cz , jobs.cz
	#1	Slovakia	profesia.sk
	#1	Kroatia	mojposao.net
	#3	Suomi	jobly.fi
	#1-2	Viro, Latvia, Liettua	cvonline.com
	#1	Serbia, Bosnia ja Hertsegovina, Makedonia	poslovi.infostud.com , mojposao.ba , vrabotuvanje.com.mk
Asuminen ja toimitilat	#1	Suomi, Ruotsi	etuovi.com , toimitilat.kauppalehti.fi , objektvision.se , OviPro, DIAS
Autoilu ja liikkuminen	#1	Suomi	nettiauto.com , nettikone.com , nettimoto.com , autotalli.com
Uutismedia	#1	Suomi	iltalehti.fi , kauppalehti.fi , talouselämä
Digitaalinen mainonta	#1	Suomi	Alma network



Liikevaihdon jakauma H1 2024:

LUOKITELTU 39%

MAINONTA 20%

DIGITAALISET PALVELUT 18%

SISÄLTÖ 16%

MUUT 7%

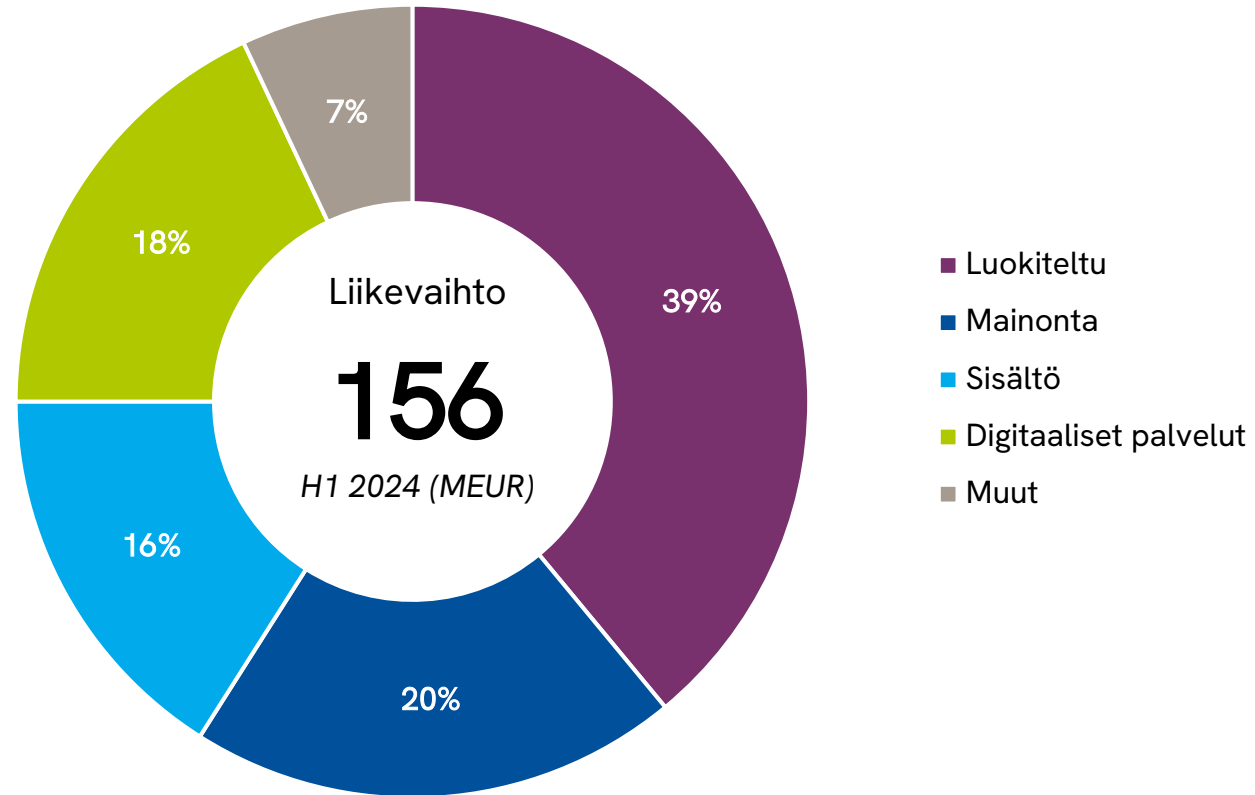
Matkalla kohti kehittyneitä media-, informaatio- ja kaupankäyntialustoja

Printtimedia

Digitaalinen
media
ja palvelut

Kehittyneet
media-,
informaatio- ja
kaupankäynti-
alustat

Median transformaatio jatkuu. Markkinapaikka- ja palveluliiketoiminnassa etenemme kohti kehittyneitä digitaalisia kaupankäyntialustoja



Strategian kulmakivet



YDINLIIKETOIMINNAN TRANSFORMAATIO

- Toiminnan edelleen laajentaminen mediasta markkinapaikkoihin ja digitaalisiin palveluihin
- Markkinapaikkojen kehittäminen kohti digitaalisia kaupankäyntialustoja
- Yhteistyön ja synergian vahvistaminen yhtiön ja segmenttien sisällä



DIGITAALINEN KASVU

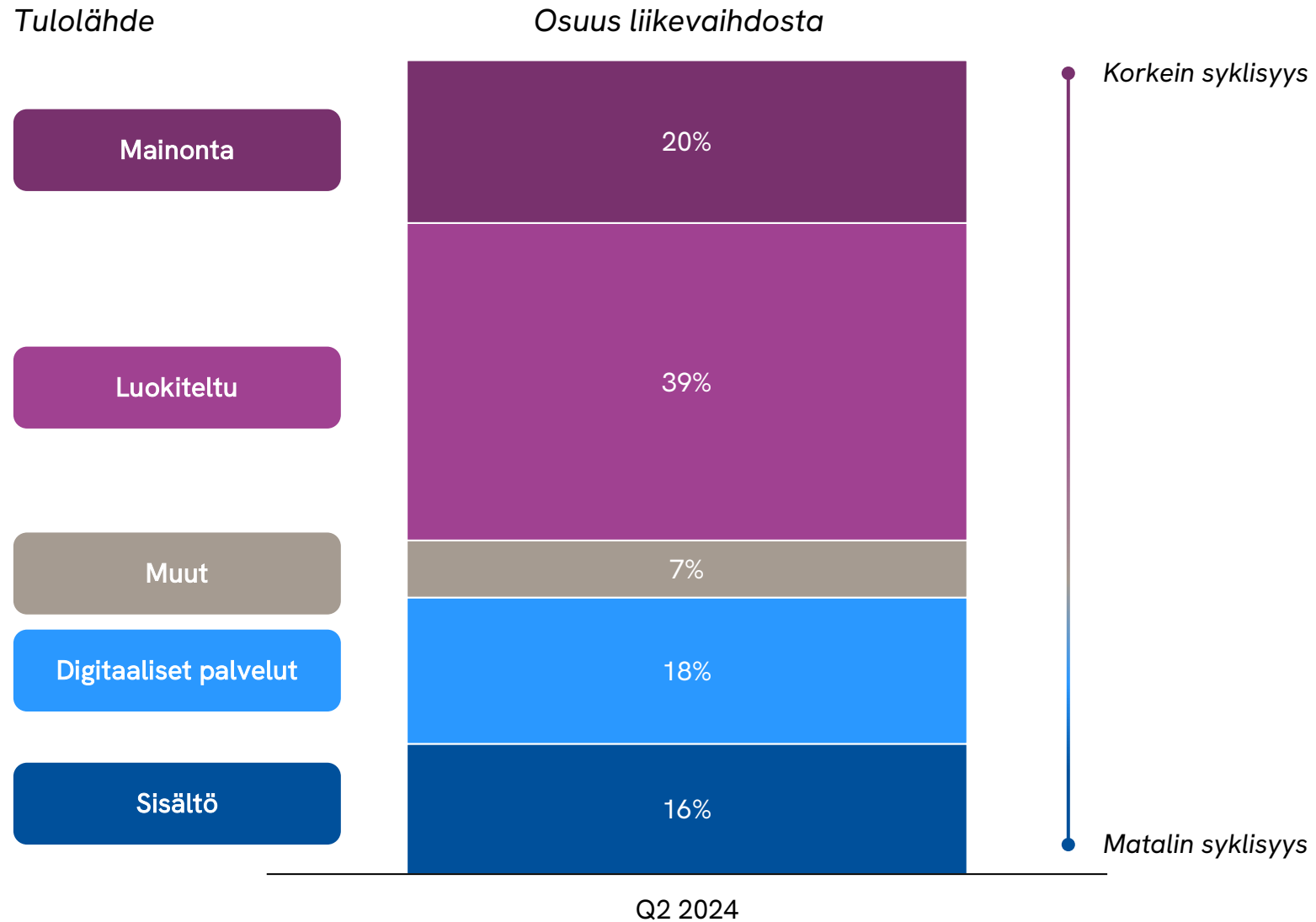
- Uusien tulovirtojen kehittäminen ja monipuolistaminen nykyisillä palvelualueilla
- Laajentuminen arvoketjussa uusille nykyliiketoimintaa täydentäville liiketoiminta-alueille



KANSAINVÄLISTYMINEN

- Uusille maantieteellisille alueille laajentuminen rekrytointiliiketoiminnassa
- Liiketoiminnan laajentaminen markkinapaikkojen nykyisillä maantieteellisillä alueilla

Tulolähteet monipuolisia, syklisyys vaihtee



Listauksista kehittyneisiin kaupankäyntialustoihin

OSTAJAT



MYYJÄT



TEKOÄLY APUNA JOKA VAIHEESSA

MAINONTAMARKKINA

Digi-ilmoitukset ja display-
mainonta

TRANSAKTIONAALINEN EKOSYSTEEMI

- Transaktiopalkkiot
- Yritysassiakkaiden työkalut
- Lisäpalvelukomissiot
- Elinkaarilisäpalvelut

TAVOITTEET:

- Parantaa asiakkaiden sitoutumista
- Kasvattaa liikevaihtoa nykyisillä markkina-alueilla
- Saada uusia tulonlähteitä uusilta markkina-alueilta
- Monipuolistaa liiketoimintamalleja
- Nostaa kaupan transaktiotulon osuutta

Tekoälyhankkeet ja tuotekehitys menestyvän liiketoiminnan keskiössä



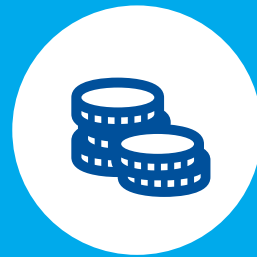
Tekoäly osana asiakkaiden sitouttamista

Palvelun ja asiakaskokemuksen parantaminen

Tekoälybotit asiakaspalvelun ja asiakkaan apuna

-

Palveluiden ja viestinnän kohdentaminen



Tekoäly osana digitaalisia tuotteita ja palveluita

Kilpailuetua ja liiketoimintaa älykkäämistä tuotteista

Data ja tekoäly tuotteen keskiössä

-

Dynaaminen hinnoittelu

-

Älykkäät kohdennusratkaisut



Tekoäly osana tehokkaista sisäisiä prosesseja

Tehokkuutta toimintoihin

Tekoälyavusteiset sisäiset prosessit

-

Asiantuntijatyön tuki

-

Osaamisen kehittäminen

Vastuullisuustyö Alma Mediassa

Alma Median kunnianhimoinen vastuullisuustyö on noteerattu kansainvälisesti

YMPÄRISTÖVASTUU

- CO₂-päästöjen minimointi omassa toiminnassa ja alihankintaketjussa
- Tieteeseen perustuvat SBTi-ilmastotavoitteet

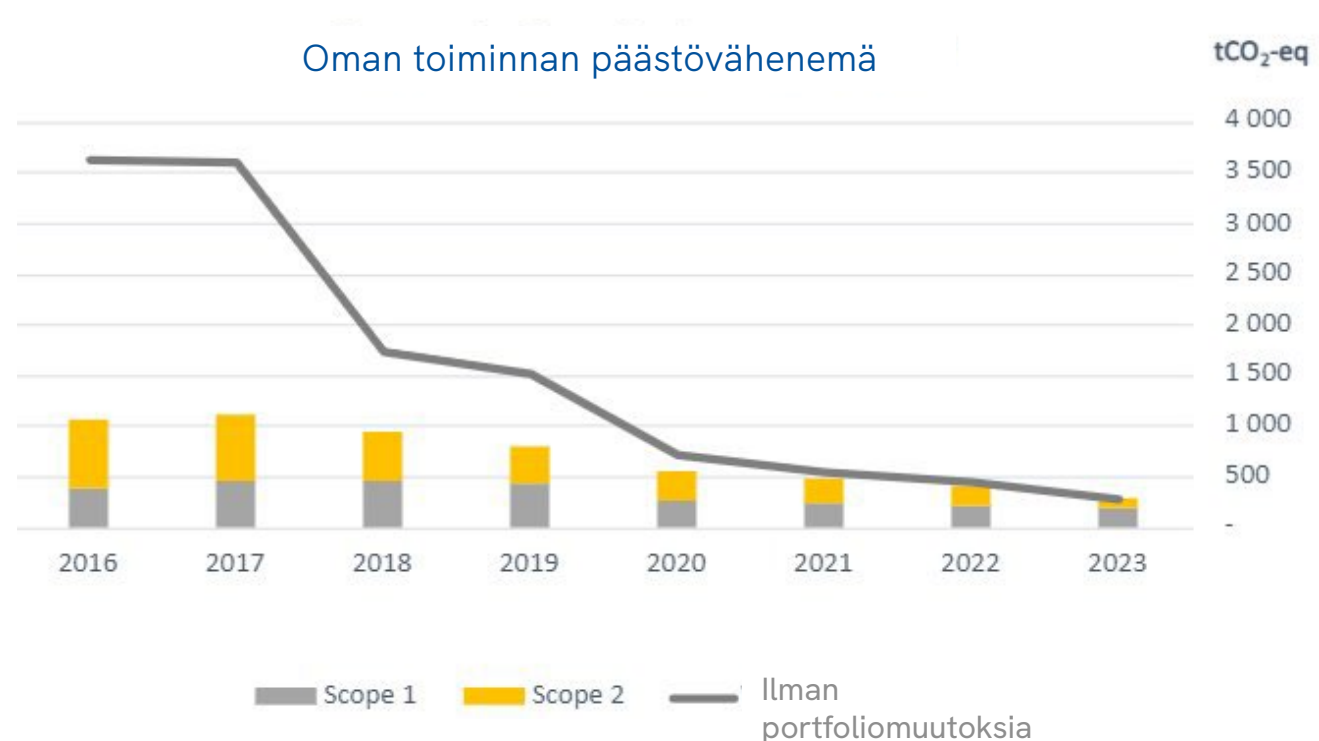
SOSIAALINEN VASTUU

- Vastuullinen data, media, journalismi ja markkinointi
- Henkilöstön sitouttaminen ja korkean työelämän laadun takaaminen

HYVÄ HALLINTOTAPA

- Korruption, lahjonnan ja ihmisoikeusloukkausten ehkäisy
- Korkean tietoturvan ja tietosuojan varmistaminen

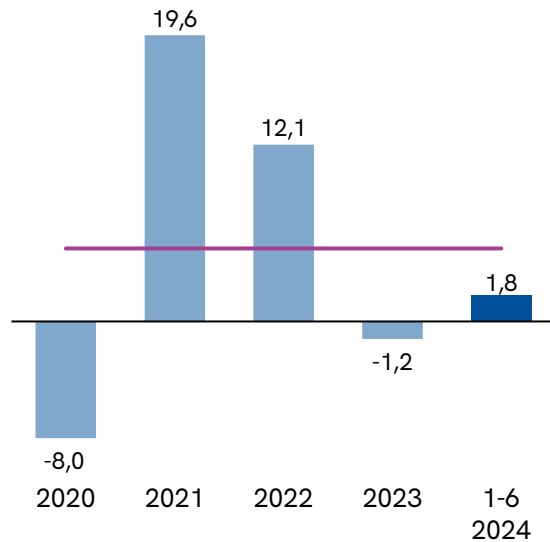
Alma Median hiilijalanjälki puolittunut 2016 - 2023



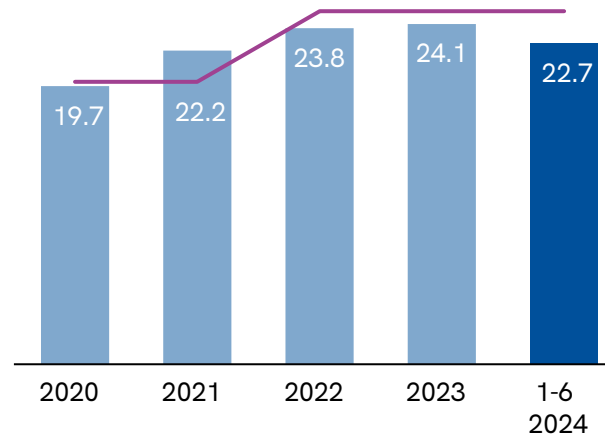
Alman pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet

Taloudellinen tavoite	Tavoitetaso	Toteuma 2024 (1-6)
Liikevaihdon kasvu, %	> 5 %	1,8 %
Oikaistu liikevoittomarginaali, %	> 25%	22,7 %
Nettovelan ja käyttökäteen suhde	< 2,5	1,9

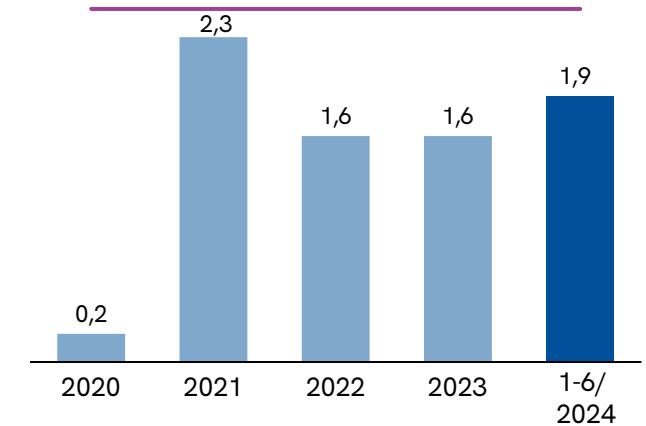
Liikevaihdon kasvu (%)



Oikaistu liikevoittomarginaali (%)



Nettovelan ja käyttökäteen suhde **



** 12kk rullaava oik. EBITDA.

— Tavoitetaso ■ Raportoitu

Osingon jaon tasoa ei enää sisällytetä pitkän aikavälin taloudellisiin tavoitteisiin, vaikka se on erikseen mainittu Alma Median osingonjakopolitiikassa. Alma Media tavoite on edelleen osinkoprosentti > 50 % * EPS.

Näkymät vuodelle 2024

- Epävarmuus Alma Median toimintaympäristössä jatkuu.
- Alma Media arvioi jatkuvien toimintojen vuoden 2024 liikevaihdon ja oikaistun liikevoiton pysyvän ennallaan vuodesta 2023.
- Vuoden 2023 jatkuvien toimintojen liikevaihto oli 304,9 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 73,6 milj. euroa.



Alma lukuina (FY 2023)

Liikevaihto

305

milj.euroa

Digitaalisen liiketoiminnan
osuus liikevaihdosta

>82 %

Oikaistu liikevoitto

74

milj.euroa

ROE

>26 %

ROI

>16 %

Osinko tilikaudelta 2023

0,45

euroa

Oikaistu liikevoitto-%

24 %

TSR

380 %

(2014-2023)

Omavaraisuusaste

46 %

Alma lukuina (FY 2023)



12
Euroopan maassa

Alman mediat tavoittavat
89 %
suomalaista viikoittain



Scope 1 & 2 -päästöt
287
tCO2-ekv

100+
Verkkosivua ja sovellusta

1 700
Almalaisia
40/60
Euroopassa / Suomessa
% henkilöstöstä



Kiitos.

