



POLARIS**MEDIA**

Generalforsamling 10.mai 2017

Konsernsjef Per Axel Koch



Klart ledende fra Nordvestlandet til Finnmark



- 35 mediehus
- 316 000 daglige brukere på nett og 303 000 på mobil
- ~630.000 lesere daglig på papir – 55% daglig dekning
- 5 trykkerier – 87 aviser og sterk posisjon på siviltrykk
- 3 distribusjonsselskaper

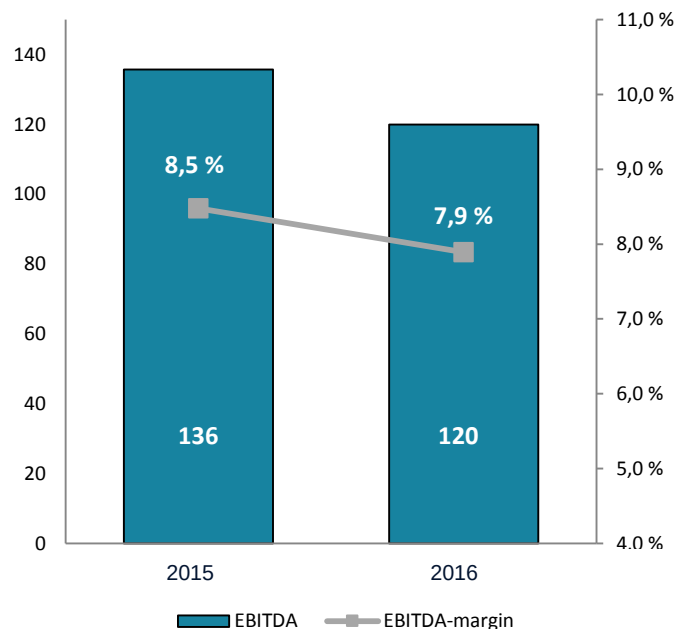
Agenda

- 2016
- Resultater 1.kvartal 2017

Resultatnedgang i 2016 med EBITDA på 120 (136) mill.

EBITDA og EBITDA-margin i 2016

NOK millioner , EBITDA-margin %



Abonnementsinntektene vokste med 5%

Annonseinntektene nedgang på 13%

Trykkeriinntektene vokste med 1%

Driftskostnadene nedgang på 61 mill. / 4%

Resultatforbedrende tiltak i størrelsesorden 300 mill. skal realiseres innen 2020 hvor av halvparten i 2017

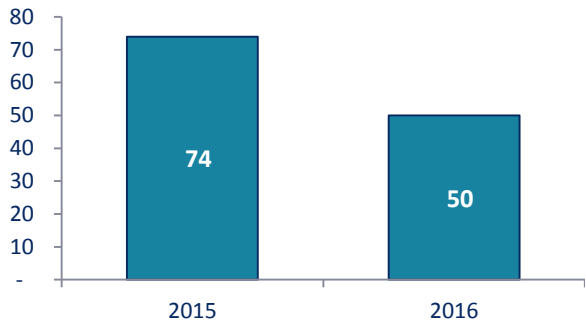
	2015	2016	Endring
Driftsinntekter	1601	1521	-5%
Driftskostnader	1471	1410	-4%

Resultatutvikling hoveddatterselskaper

Hovedtall hoveddatterselskaper 2016

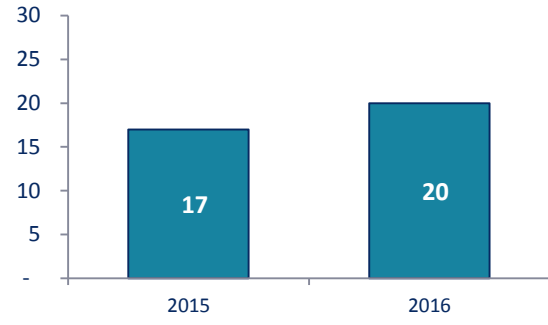
NOK millioner, EBITDA inkl. andel fra TS og FKV

Adresseavisen Gruppen



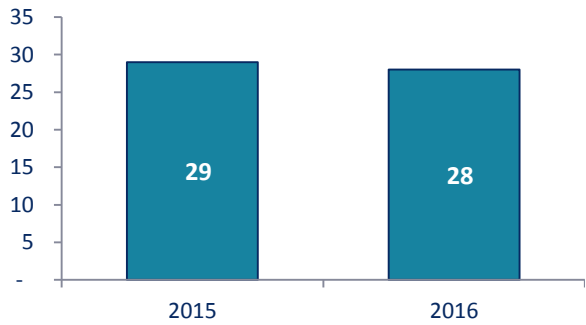
	2015	2016	Endring
Driftsinntekter	797	744	-53
Driftskostnader	727	694	-33

Polaris Media Nord-Norge



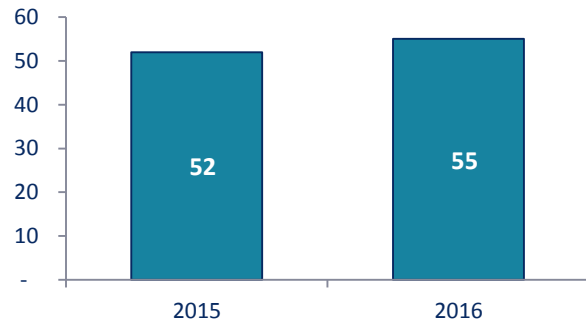
	2015	2016	Endring
Driftsinntekter	234	223	-11
Driftskostnader	219	207	-12

Polaris Media Nordvestlandet



	2015	2016	Endring
Driftsinntekter	373	352	-21
Driftskostnader	344	325	-19

Polaris Trykk



	2015	2016	Endring
Driftsinntekter	352	356	4
Driftskostnader	301	305	4

Polaris Media eier betydelige verdier gjennom aksjeposter i FINN.no AS (10%) og Cxense ASA (5%)

Bokført verdi 938 mill. per 4. kvartal. Opp med 39 mill. fra 3. kvartal, men ned 74 mill. fra 4Q2015

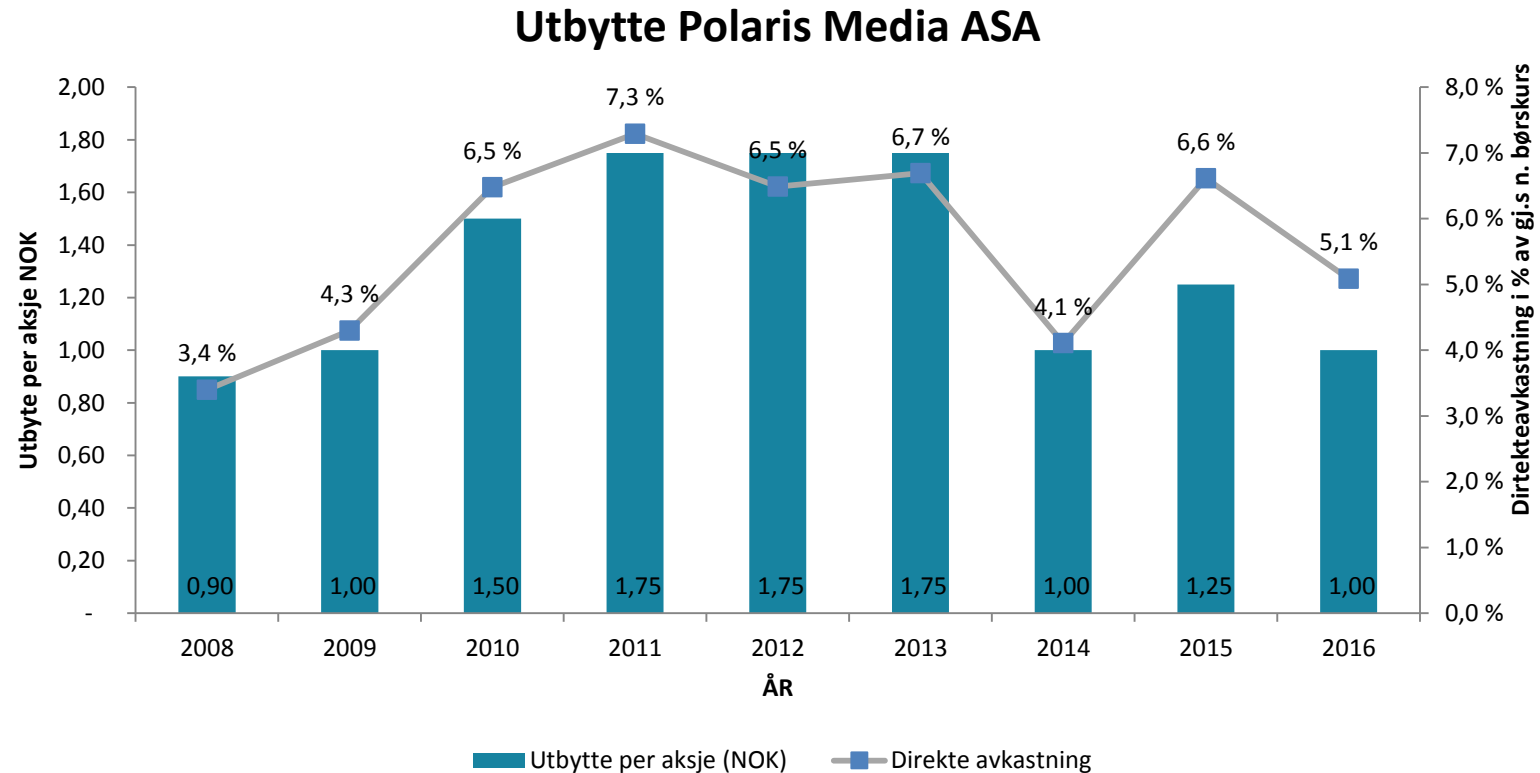


	EV estimat (NOKm)		EV/EBITDA 2016E	
	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2016
Carnegie	12 463	11 055	17,0	15,7
DNB	7 980	8 840	11,3	13,0
Barclays	9 715	10 193	14,0	13,0
SEB	11 124	8 844	15,0	12,5
Danske Bank	9 526	8 667	n/a	14,1
Snitt	10 162	9 520	14,3	13,7



Virkelig verdi 60 mill. per 4. kvartal, tilsvarende kurs NOK 145 per aksje ned fra NOK 157 per aksje per Q3.

Styret foreslår et utbytte på kr. 1,00 (1,25) per aksje, tilsvarende en direkteavkastning på 5%



Prosjekt Polaris Media 2020 skal sikre at vi bygger et fremtidsrettet, kompetent og lønnsomt mediekonsern. Dette for å videreføre våre publisistiske tradisjoner, legge til rette for ny vekst og kunne ta nye posisjoner.

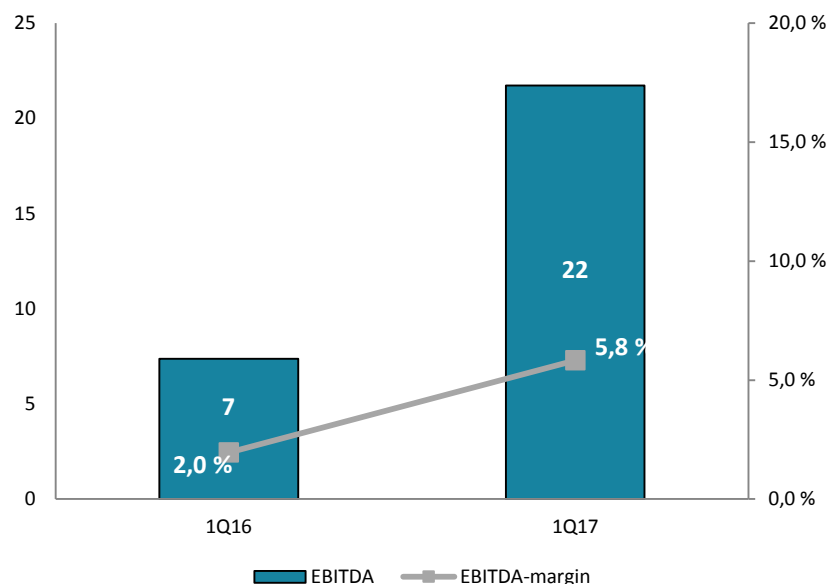
Agenda

- 2016
- Resultater 1.kvartal 2017

Resultatfremgang i første kvartal med EBITDA på 22 (7) mill

EBITDA og EBITDA-margin i 1. kvartal

NOK mill. inkl. resultatandel TS, EBITDA-margin %



God vekst innen abonnementsinntektene som vokste 6% i første kvartal.

3% vekst i antall abonnenter, herav 95% vekst i abonnenter som kun bruker digitale produkter

Solid vekst i trykkeriinntektene som vokste 6% som følge av vekst i siviltrykkinntekter og nye avistrykk oppdrag

Noe bedre utvikling innen annonseinntektene som gikk ned 9% i første kvartal, herav 4% nedgang i digitale annonseinntekter

God effekt av kostnadstiltak som bidrar til at driftskostnadene ble redusert med 18 mill. / 5%

Tiltakene i PM2020 gjennomføres som planlagt

Konsernet styrker den finansielle utviklingskraften og utbyttekapasiteten.

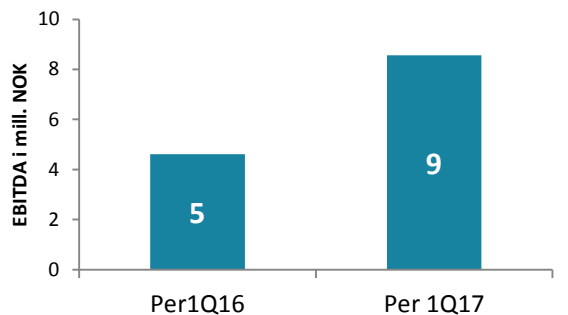
			Endring
Driftsinntekter	376	373	-3
Driftskostnader	370	352	-18

Resultatforbedring for alle hoveddatterselskapene

Hovedtall hoveddatterselskaper, 1. kvartal

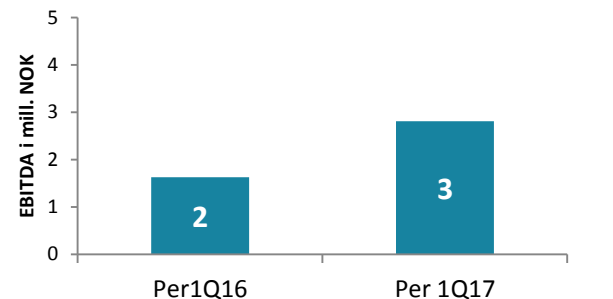
NOK mill.

Adresseavisen Gruppen:



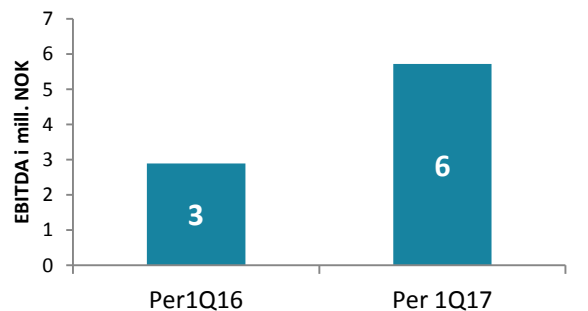
			Endring
Driftsinntekter	188	180	-8
Driftskostnader	183	171	-12

Polaris Media Nord-Norge:



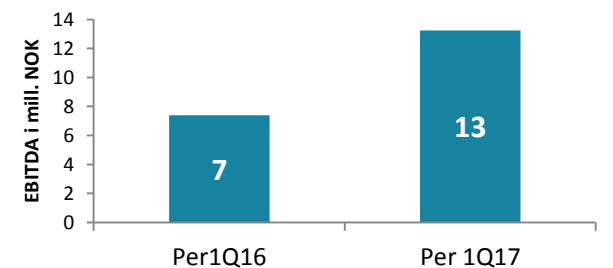
			Endring
Driftsinntekter	54	55	1
Driftskostnader	53	53	0

Polaris Media Nordvestlandet:



			Endring
Driftsinntekter	87	88	1
Driftskostnader	84	82	-2

Polaris Trykk:

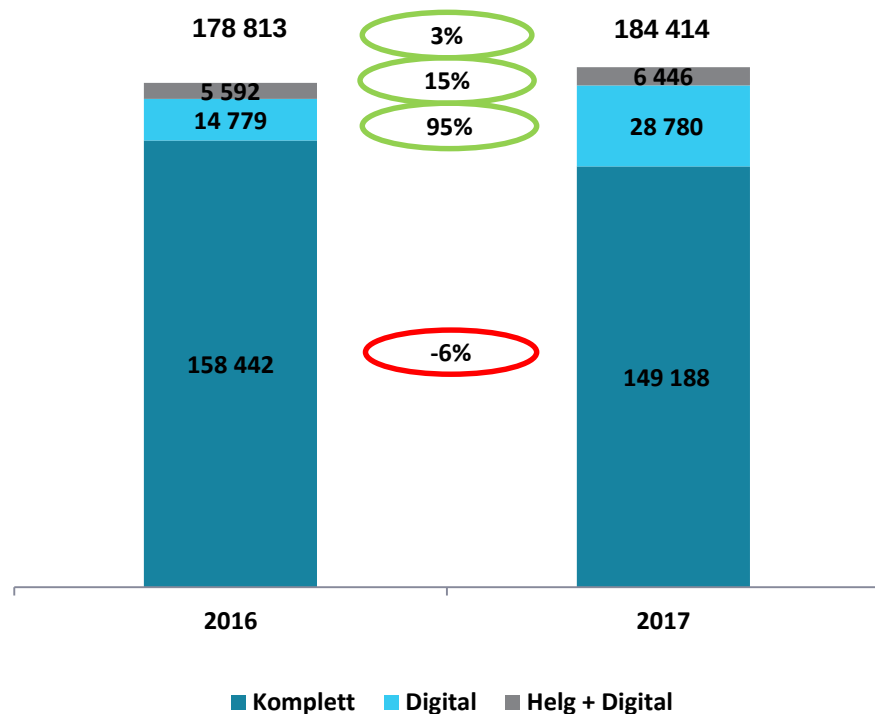


			Endring
Driftsinntekter	84	86	1
Driftskostnader	77	73	-4

Flere abonnenter som følge av 95% vekst i abonnenter som kun bruker digitale produkter

Utsendt abonnement

Per 1. kvartal 2016/2017



Gjennomsnittspris per abonnement per mnd:

223

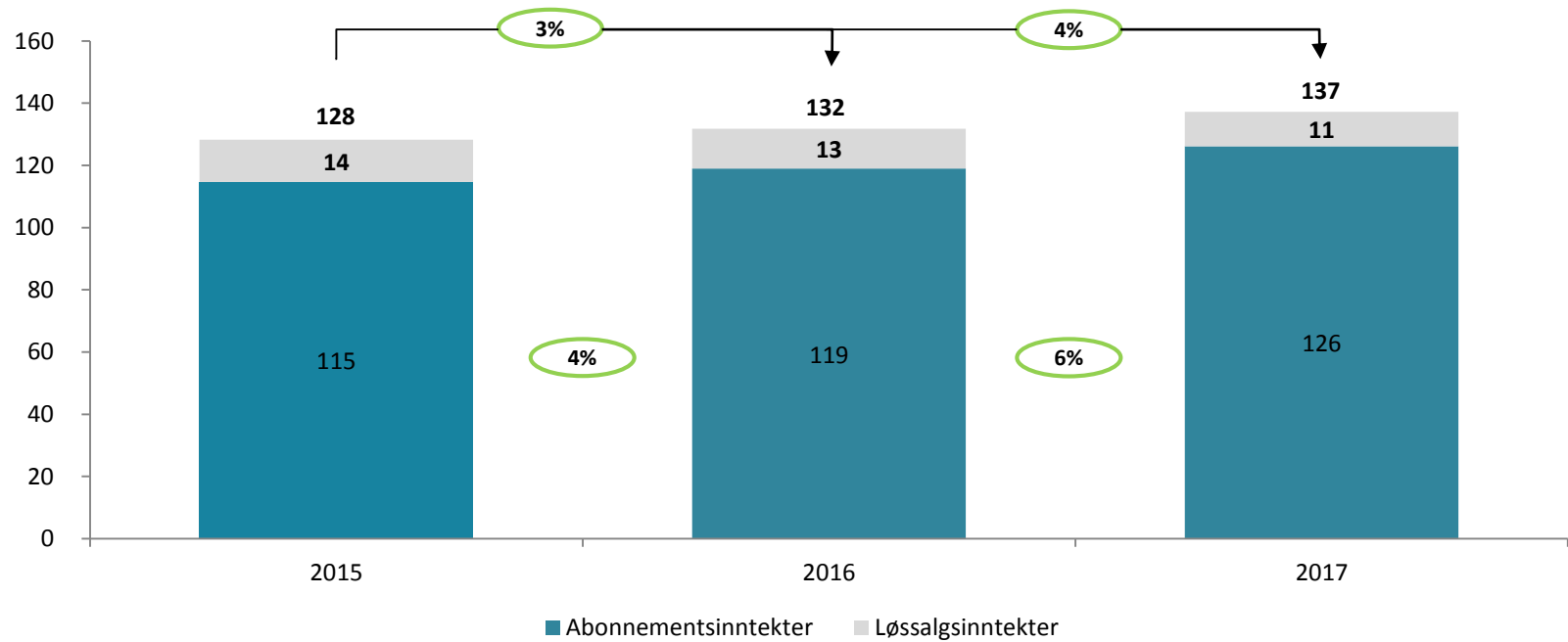
230

+3%

Abonnementsinntektene vokser 6% som følge av økt salg av digitale abonnement og høyere gjennomsnittspris

Brukerinntekter

Per 1. kvartal 2015-2017, NOK mill.



Polaris Media bygger opp en felles brukermarkedsenhet for å sikre vekst i abonnementsmassen og øke lønnsomheten



**DIGITAL MARKEDS-
FØRING OG SALG**



ANALYSE OG INNSIKT



PRODUKTER OG PRISING



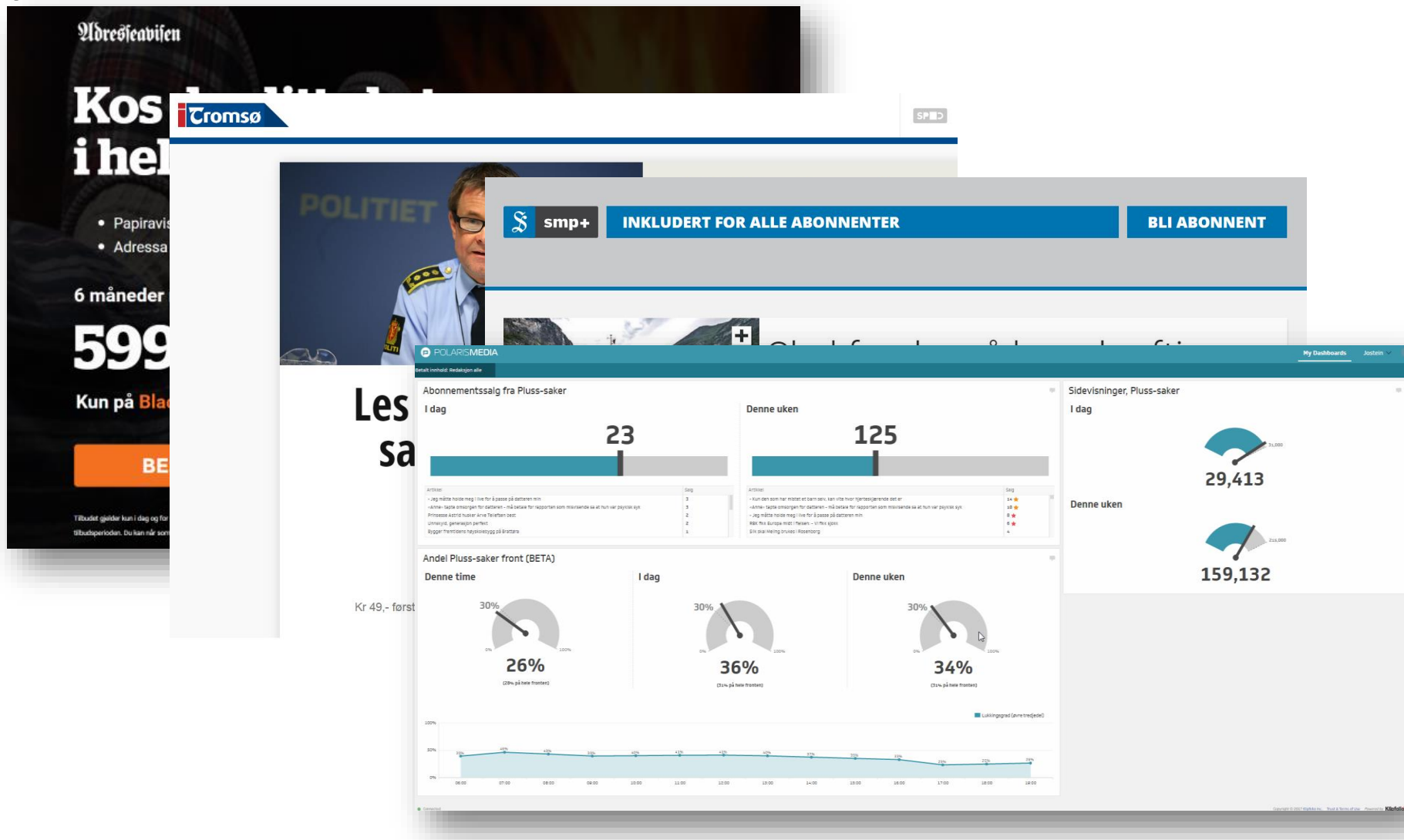
**SYSTEMER OG
KUNDEOPPLEVELSER**



**KUNDEHENVENDELSER
OG SERVICE**

Noen smakebiter:

- Ulike kampanjetyper, landingssideoptimalisering, analysedashboards – og mye mer!



Det redaksjonelle innholdet er kjerneproduktet

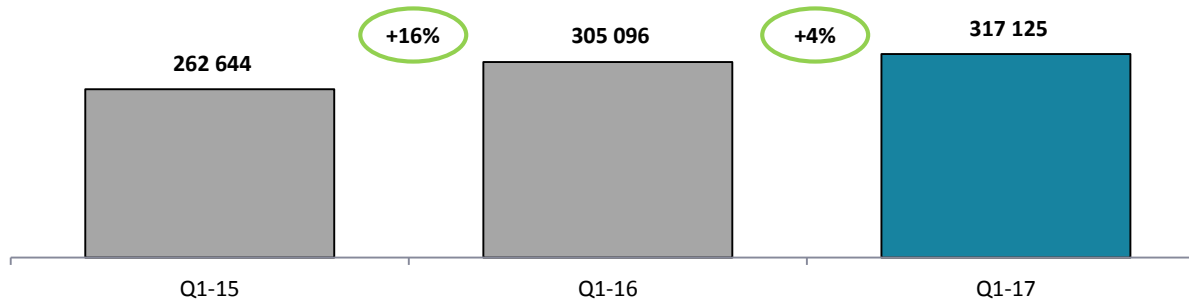


Vekst i brukere på mobile plattformer, men nedgang på desktop

God vekst i daglige mobilbrukere i Polaris Media

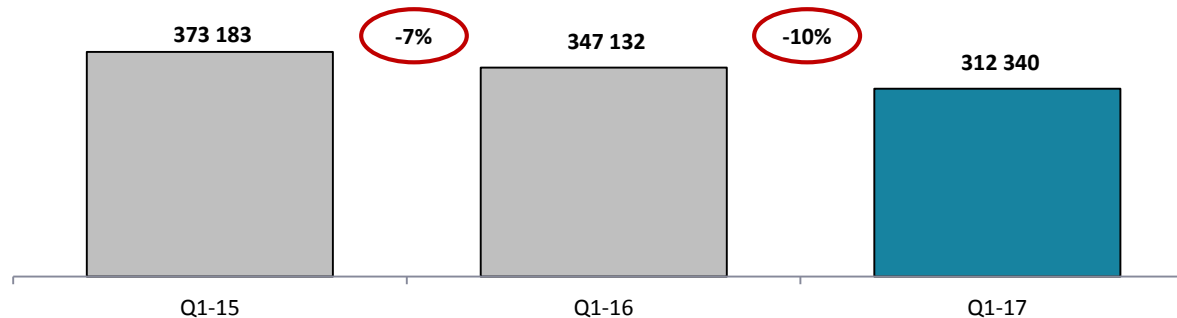
Snitt daglige brukere i 1. kvartal 2015-2017, målt i antall brukere

 Vekst mot fjoråret
 Nedgang mot fjoråret



Nedgang i daglige nettbrukere i Polaris Media

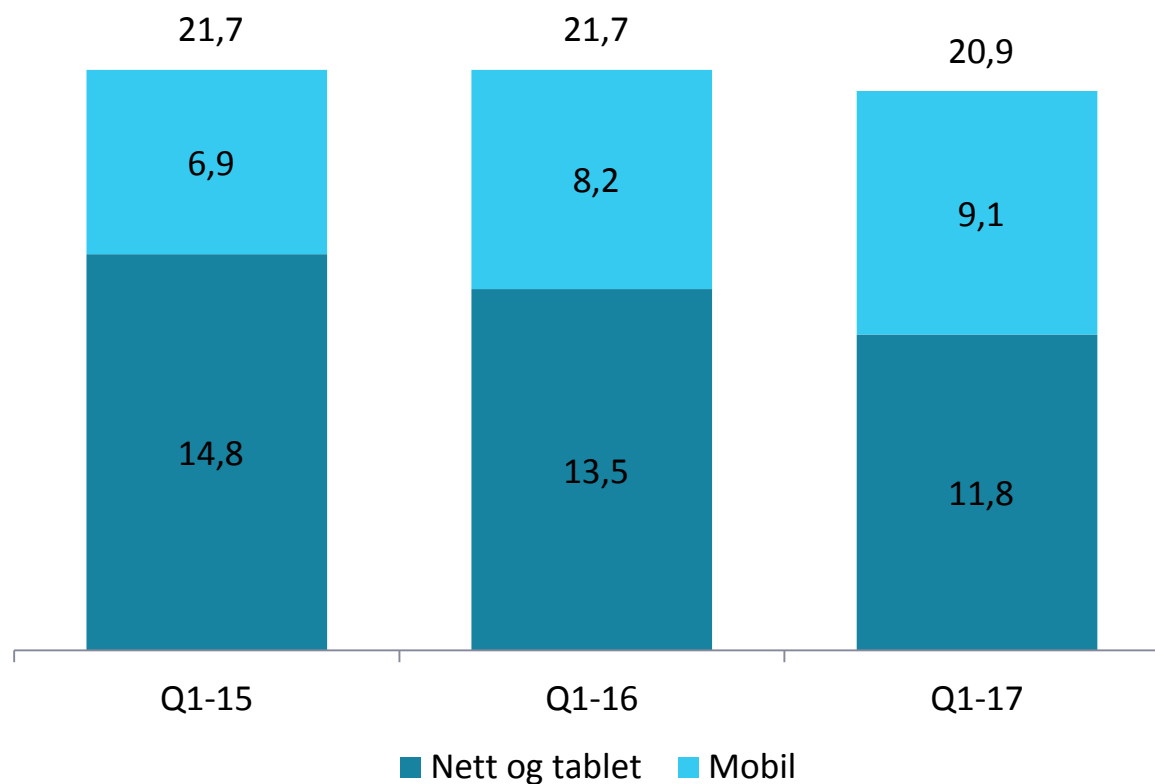
Snitt daglige brukere i 1. kvartal 2015-2017, målt i antall brukere



Antall sidevisninger går opp på mobile sider, men ned samlet

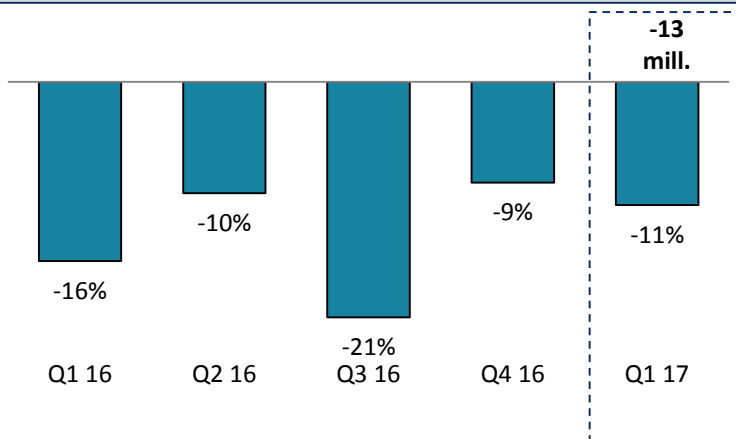
Snitt ukentlige sidevisninger i Polaris Media i mill.

Kilde: TNS Scores, nett og tablet rapporteres samlet. Sidevisninger i mill. per uke

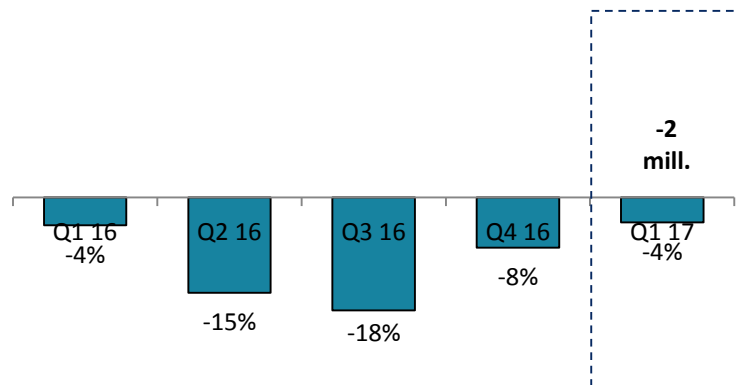


Noe bedre utvikling i annonseinntektene de to siste kvartalene

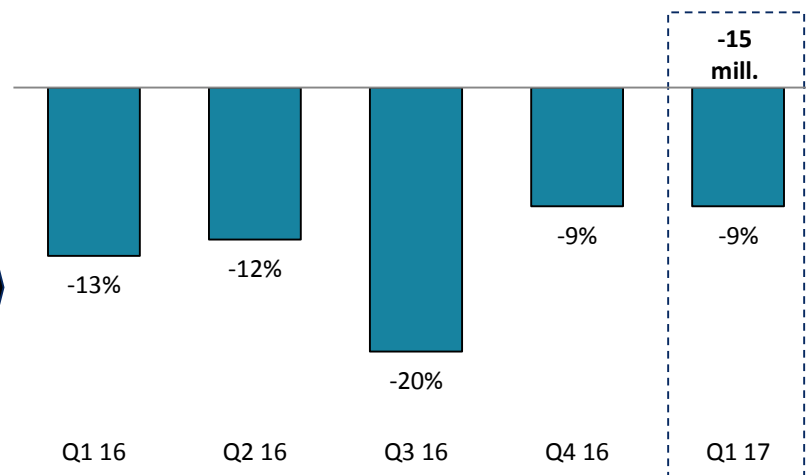
**Relativ utvikling i annonseinntekter
fra samme kvartal året før (papir)**



**Relativ utvikling i annonseinntekter
fra samme kvartal året før (digitalt)**



**Relativ utvikling i totale annonseinntekter fra
samme periode året før:**



Godt i gang med etableringen av en digital annonsemarkeds plass sammen med Schibsted: Den enkleste og tryggeste måten å nå det norske folk



BEST DEKNING

i markedet blant premium sider



HØY KVALITET OG SYNLIGHET

med standardiserte produkter



TRYGG KONTEKST

for kundene



DATA OG MÅLGRUPPER

av høy kvalitet



FRAUD SAFE

varelager med trygg kontekst og høy troverdighet



KUNDEORIENTERT

Direktesalg, programmatisk eller self serve på kundens premisser

Muliggjør markedsledende produkter – lokalt og nasjonalt



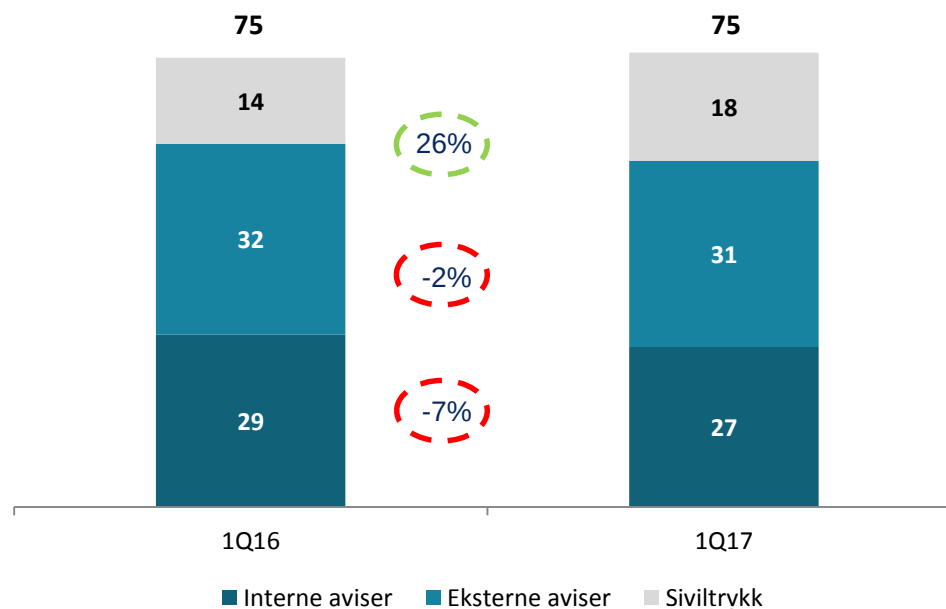
På kundens premisser:

- A** Direktesalg
- B** Programmatisk
- C** Selvbetjent

God utnyttelse av trykkerikapasiteten og reduserte kostnader bidrar til økt inntjening i Polaris Trykk

Trykkeriinntekter Polaris Trykk i 1. kvartal

NOK mill.



EBITDA:

7

13

Polaris Trykk lykkes i satsingen på siviltrykk, vinner avisoppdrag og styrker satsing på kvalitetstrykk



Sterk siviltrykkvekst
i 2016



Vinner nye oppdrag
og har ambisjon om +12%
siviltrykk i 2017



Utnytte våre
produkt- og
kvalitetsmuligheter

Nye inntekter innen distribusjon



1 Behov for nye volum



2 Landsdekkende nett



Landsdekkende nett & felles teknologi. Avregulert postmarked. Posten kutter frekvens

3 Netthandelsvekst



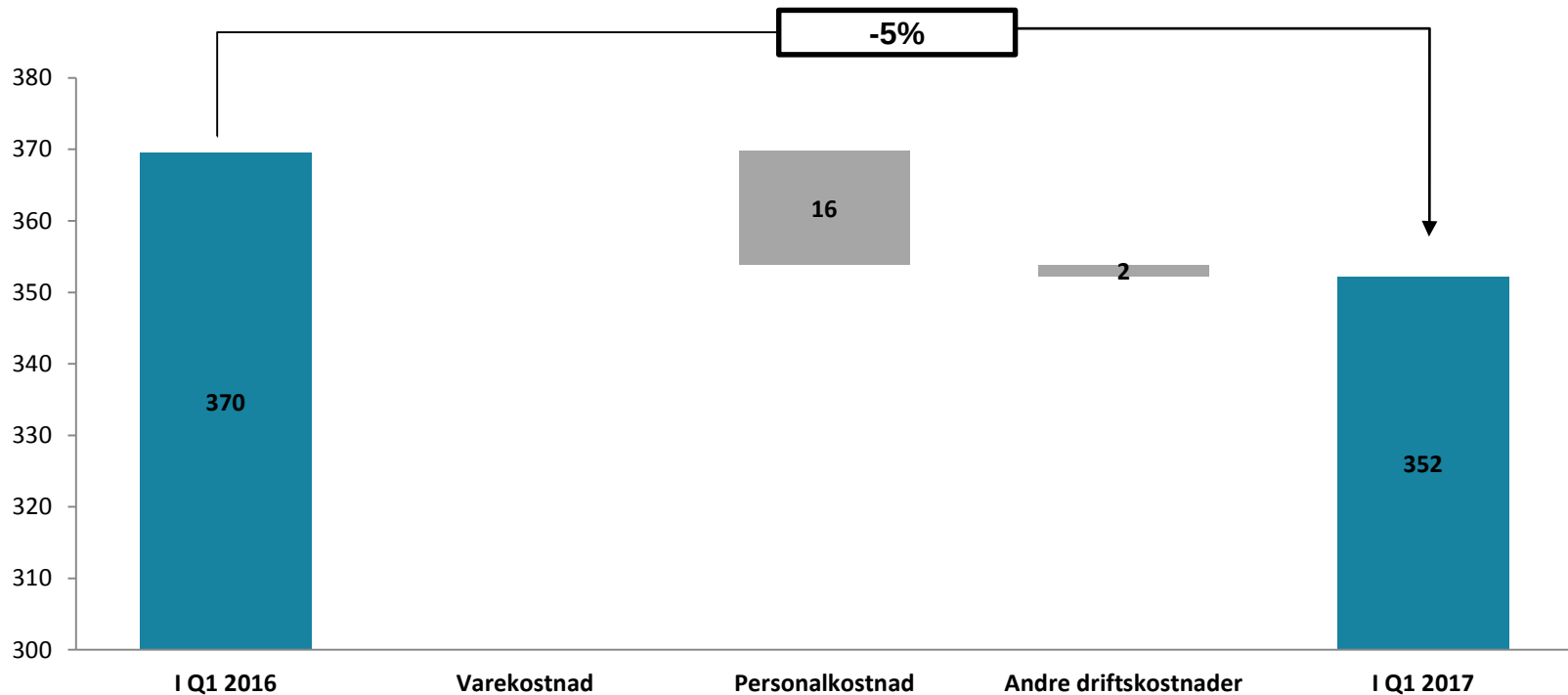
4 Digital satsning



Resultatforbedrende tiltak i PM2020 gjennomføres i henhold til planen. Driftskostnadene reduseres med 18 mill.

Kostnadsutvikling i 1. kvartal 2016 vs. 2017

NOK mill.



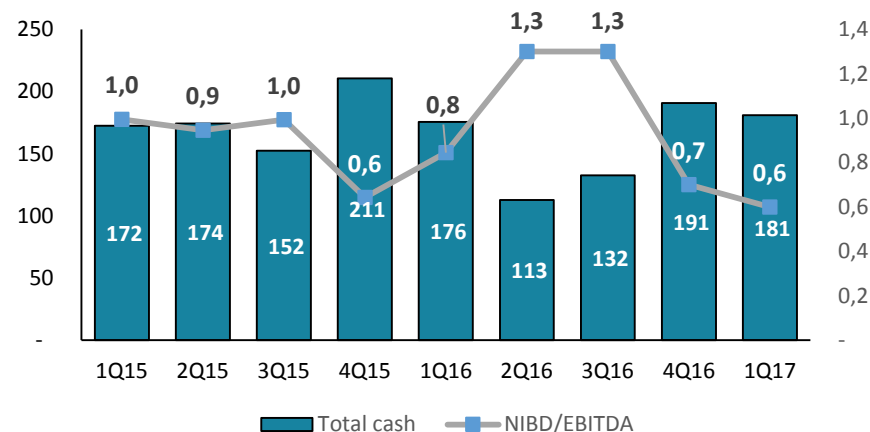
Betydelig reduksjon i lønns- og personalkostnader og andre faste kostnader

Endret produksammensetning gjør at varekostnadene er tilsvarende fjorår

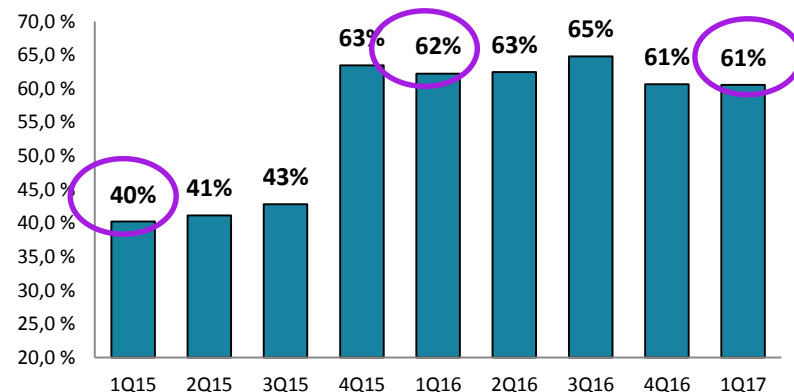
Samlet er det avtalt frivillig nedbemanning med 118 årsverk for 2017 og 49 årsverk for 2018 og 2019. I tillegg er det gjort en avsetning for ytterligere 28 årsverk for perioden 2018 til 2019

Konsernet styrker den finansielle utviklingskraften og utbyttekapasiteten

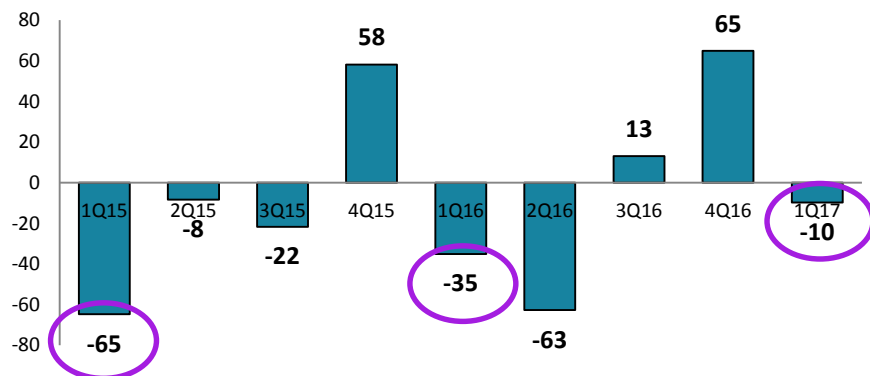
Kontanter – NIBD/EBITDA*
NOK mill.



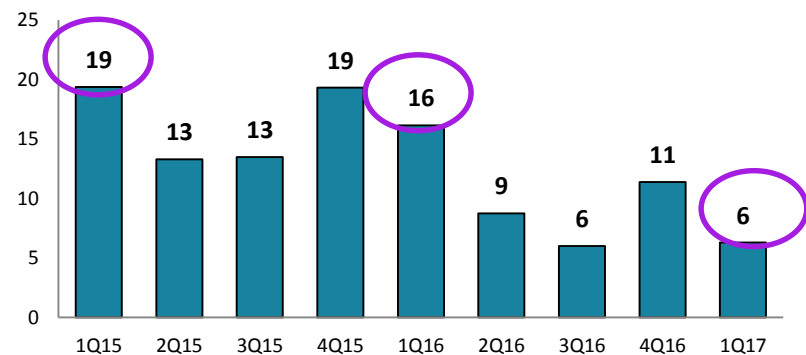
Økt egenkapitalandel (%)



Netto kontantstrøm forbedres
NOK mill.



Reduserer driftsinvesteringer
NOK mill.



I 2017 forventes fortsatt god vekst innen abonnementsinntektene og stabilt god inntjening fra trykk. Annonseomsetningen forventes å fortsatt være nedadgående, men mindre enn i 2016. Det forventes betydelig effekt av kostnadstiltak i 2017.

Samlet forventes resultatfremgang i 2017.