



POLARIS MEDIA

Presentasjon av resultater 3. kvartal 2017

Investorpresentasjon, 26. oktober 2017

Konsernsjef Per Axel Koch

CFO Per Olav Monseth

Presentasjonen er tilgjengelig på www.polarismedia.no

Resultatveksten fortsetter i tredje kvartal med EBITDA på 37 (27) mill.

5% vekst i abonnementsinntektene, drevet av 6% vekst i antall abonnenter, herav 95% vekst i abonnenter som kun abonnerer på digitale produkter

Digitale annonseinntektene vokste 7%. Samlede annonseinntekter gikk ned 3%

Trykkeriinntektene økte med 4 % drevet av 19% vekst i siviltrykkinntektene

Driftskostnadene redusert med 5 mill., dvs. 2%, i hovedsak drevet av reduksjon i personalkostnader. Kostnadstiltakene i PM2020 gjennomføres som planlagt

Konsernet styrker den finansielle utviklingskraften og utbyttekapasiteten

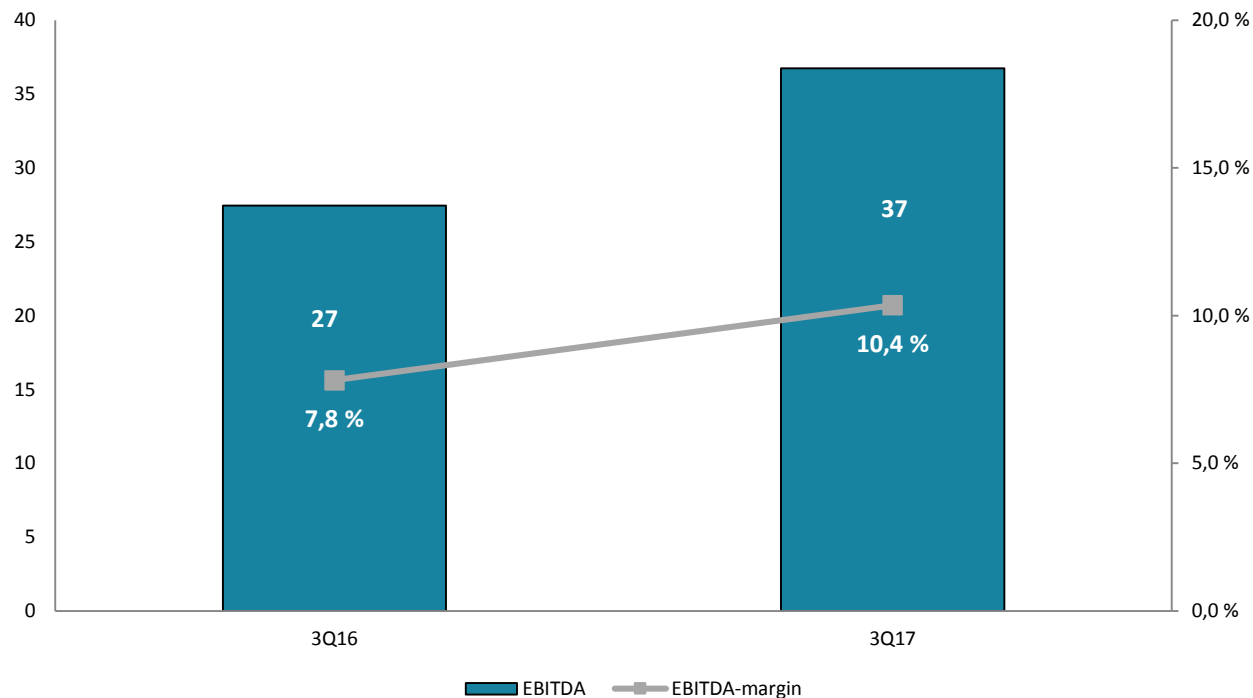
Agenda

- Konsernet per 3. kvartal
- Finansielle nøkkeltall

Resultatveksten fortsetter i tredje kvartal med EBITDA på 37 (27) mill.

EBITDA og EBITDA-margin i 3. kvartal

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



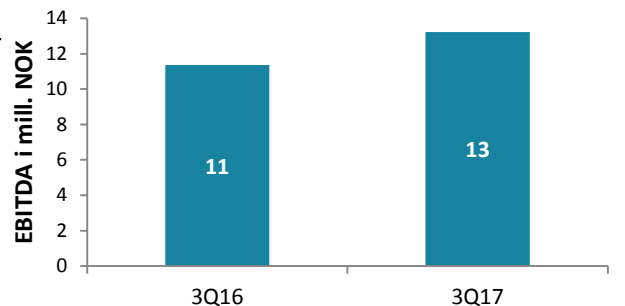
			<u>Endring</u>
<i>Driftsinntekter (eksl. TS)</i>	351	355	4
<i>Driftskostnader (eksl. TS)</i>	326	321	-5

Resultatforbedring både for mediehusene og Polaris Trykk

Hovedtall hoveddatterselskaper, 3. kvartal

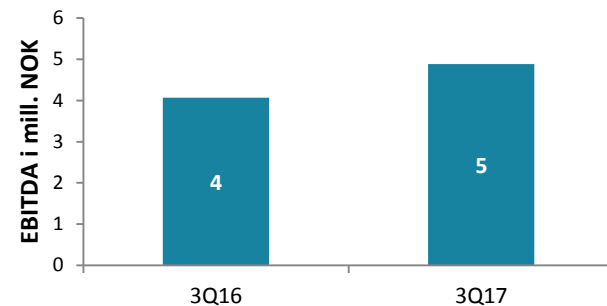
NOK mill. EBITDA inkludert andel TS og FKV

Adresseavisen Gruppen:



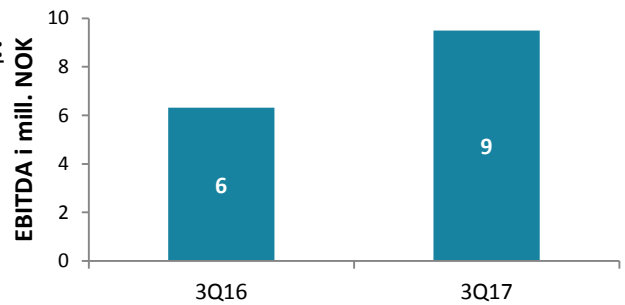
	3Q16	3Q17	Endring
Driftsinntekter	169	171	2
Driftskostnader	158	158	0

Polaris Media Nord-Norge:



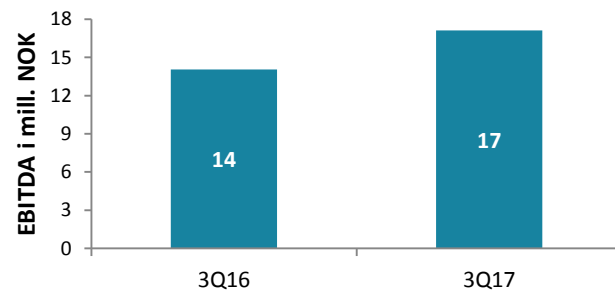
	3Q16	3Q17	Endring
Driftsinntekter	53	51	-2
Driftskostnader	50	47	3

Polaris Media Nordvestlandet:



	3Q16	3Q17	Endring
Driftsinntekter	82	84	2
Driftskostnader	76	74	2

Polaris Trykk:

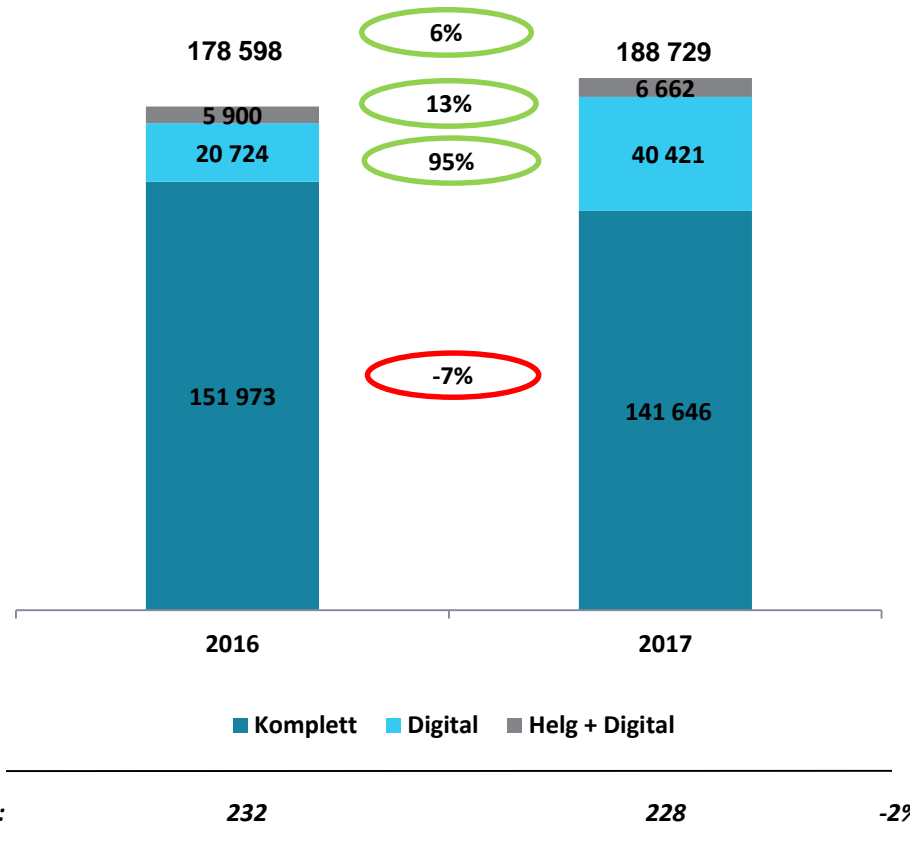


	3Q16	3Q17	Endring
Driftsinntekter	84	84	0
Driftskostnader	71	67	3

6% flere abonnenter som følge av 95% vekst i abonnenter som bruker rene digitale produkter

Utsendt abonnement

Per 3. kvartal 2016/2017



Gode effekter av sentraliseringen av brukermarked for konsernet

- 20 av mediehusene hadde vekst i antall abonnenter per tredje kvartal
- Vesentlig økning i bruken av digitale abonnementsprodukter
- Mikseffekt bidrar til reduksjon i gjennomsnittspris per enhet. Underliggende økes prisene
- I gang med felles enhet for redaksjonell innsikt og analyse

Fokus på å øke abonnementssalget



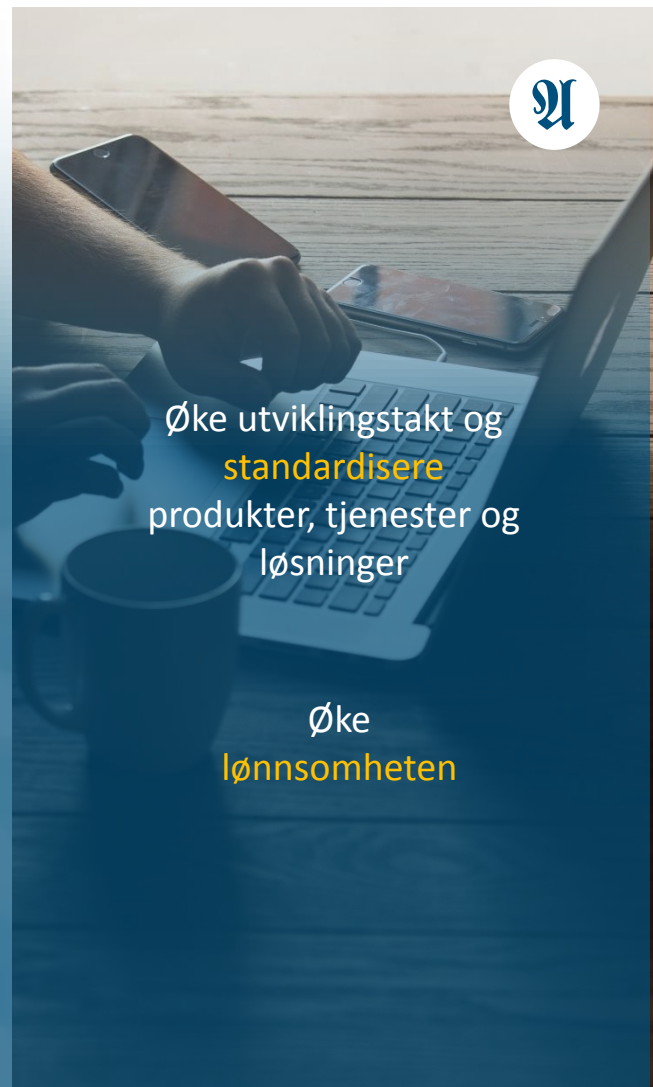
Digitalisere eksisterende abonnemensforhold

Øke kundelojaliteten



Øke digitalsalget av abonnement

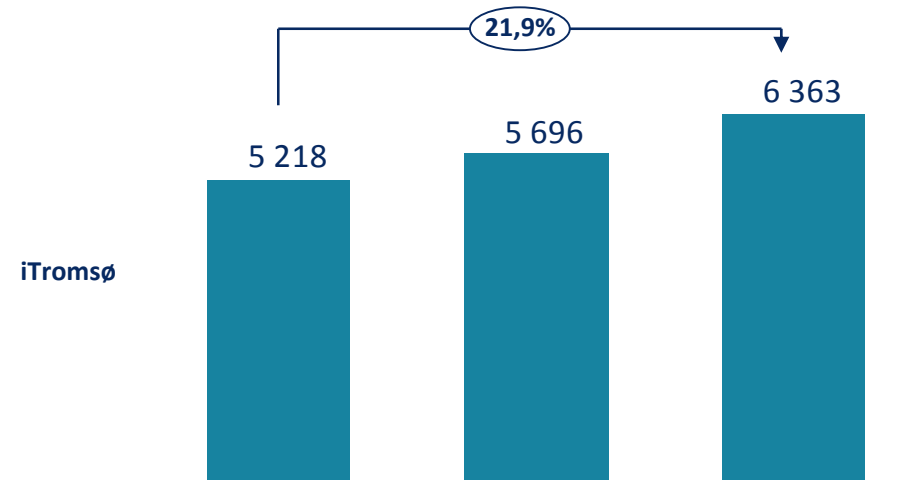
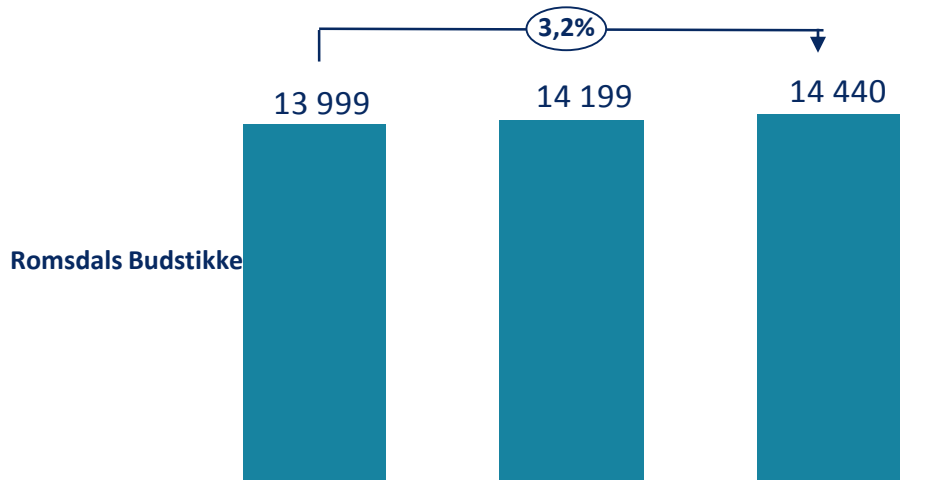
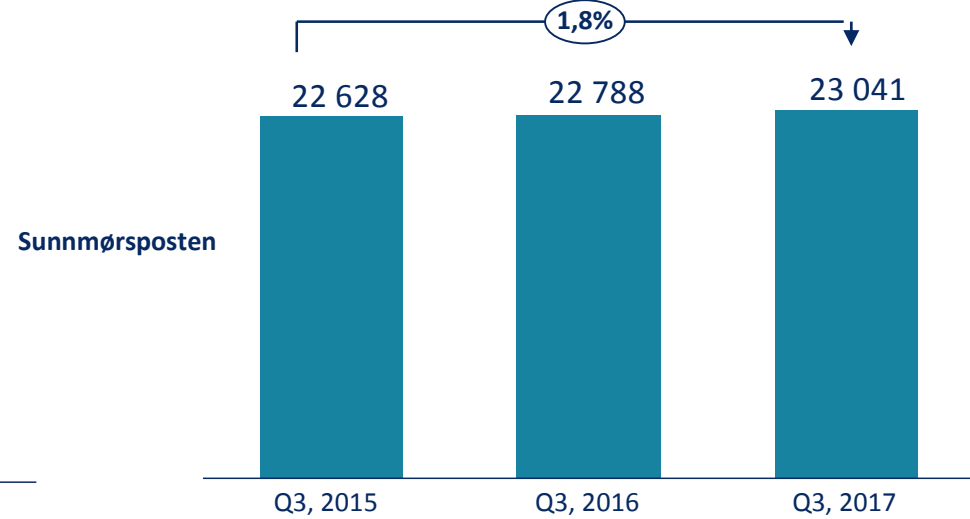
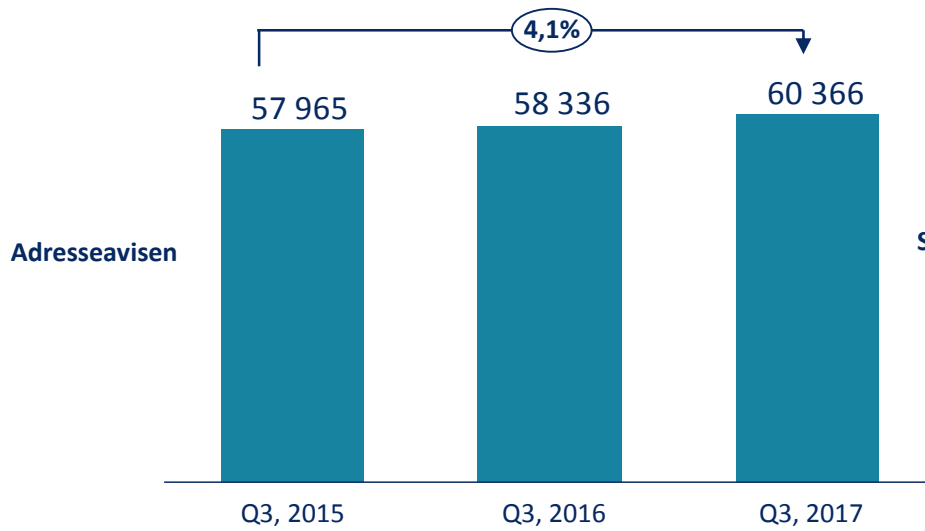
Rekruttere helt nye kundegrupper



Øke utviklingstakt og standardisere produkter, tjenester og løsninger

Øke lønnsomheten



God abonnementsvekst i de største mediehusene. Størst veksttakt siste år

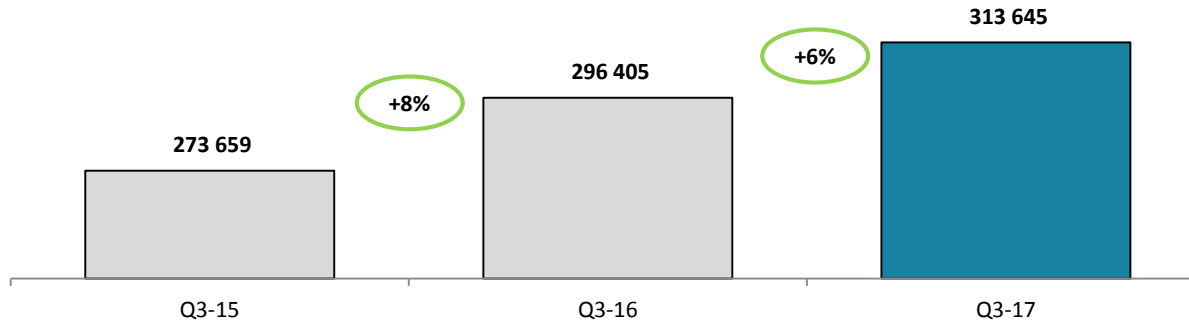


Mobil er den klart største plattformen

God vekst i daglige mobilbrukere i Polaris Media

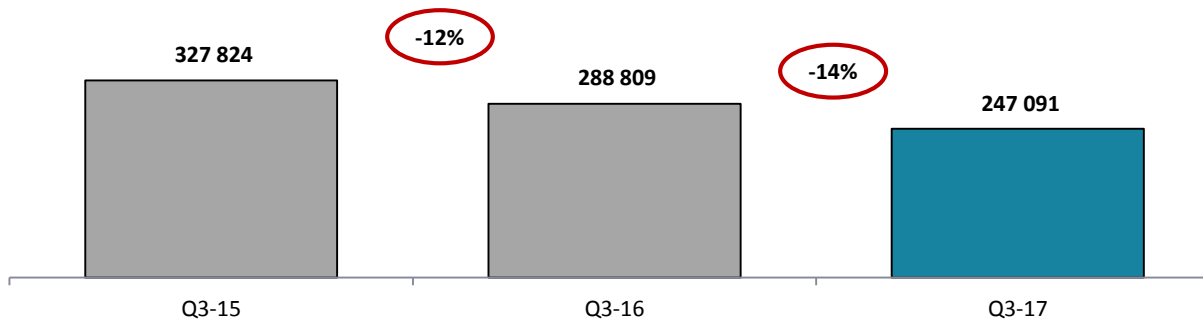
Snitt daglige brukere i 3. kvartal 2015-2017, målt i antall brukere

 Vekst mot fjoråret
 Nedgang mot fjoråret



Nedgang i daglige nettbrukere i Polaris Media

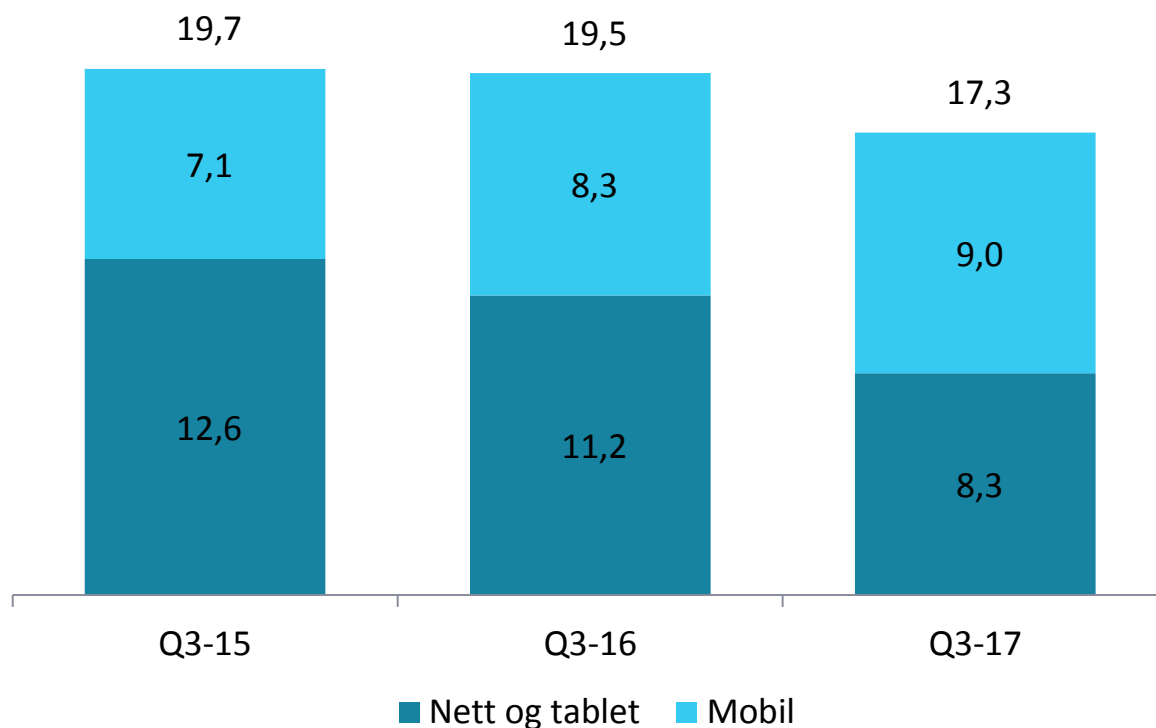
Snitt daglige brukere i 3. kvartal 2015-2017, målt i antall brukere



Antall sidevisninger på mobile sider øker

Snitt ukentlige sidevisninger i Polaris Media i mill.

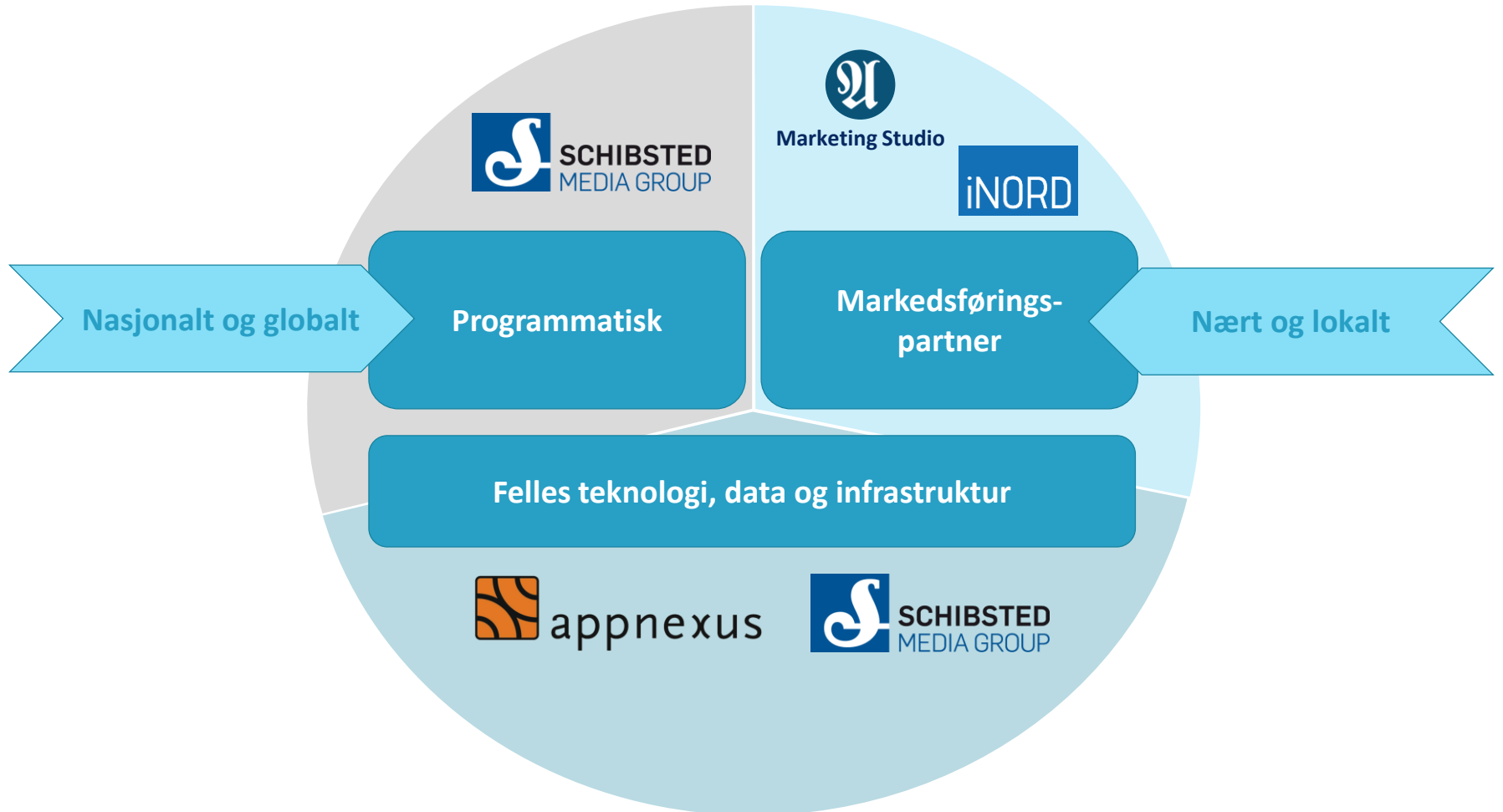
Kilde: TNS Scores, nett og tablet rapporteres samlet. Sidevisninger i mill. per uke



Økt andel av innholdet forbeholdt abonnenter bidrar til nedgang i antall sidevisninger.

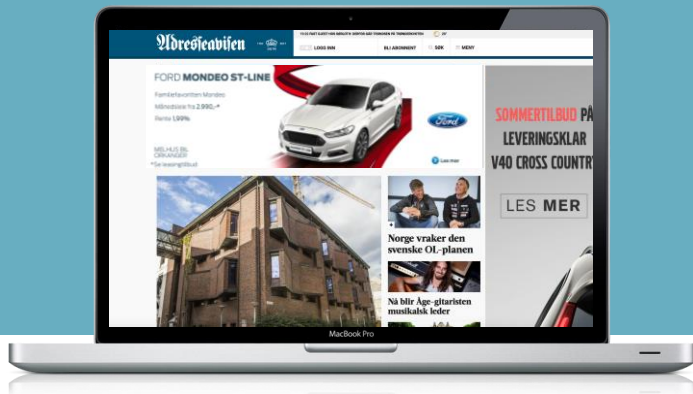
Trafikknedgangen på nett er større enn nedgang i brukere grunnet tiltak som er gjennomført for å øke inscreen-raten på annonser.

Annonsesatsningen i Polaris Media kan deles i to



Alle mediehus i Polaris Media samlet på felles annonseplattform

Gode visninger



Trygg og relevant kontekst



Høy dekning



Presis målretting



Premium annonseprodukter

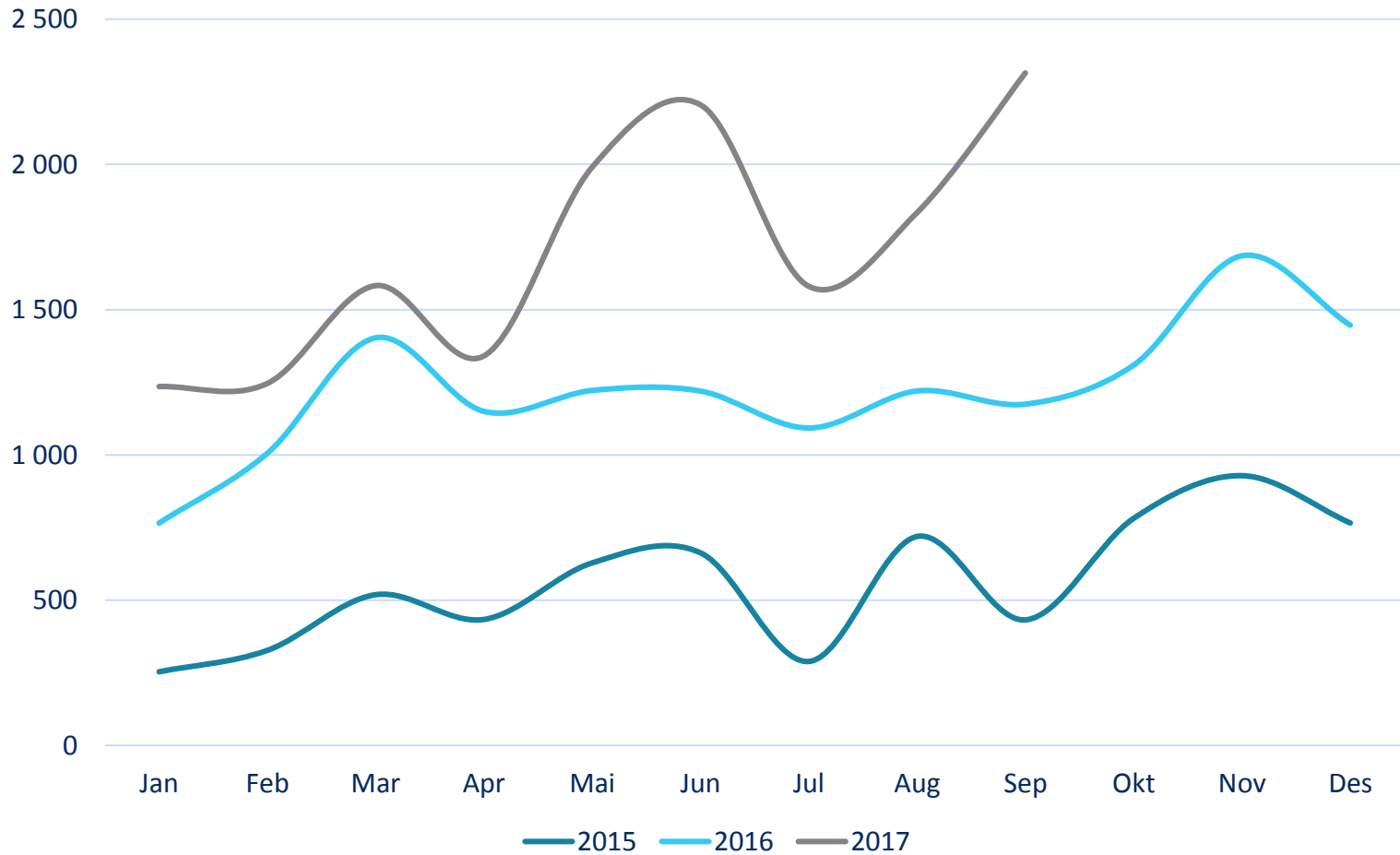


Råd og oppfølging

Sterk vekst i programmatisk annonseomsetning

Utvikling i samlede programmatisk inntekter, 2015 – 2017

Omsetning i tusen NOK, inkl. TS



Agenda

- Konsernet per 3. kvartal
- Finansielle nøkkeltall

Bedre resultater fra driften, men periodisering av utbytte fra Finn.no gjør at resultatet går ned i tredje kvartal. Betydelig økning i resultat per tredje kvartal

3Q17 Faktisk	3Q16 Faktisk	Endring mill. 3Q16-3Q17	Polaris Media konsern NOK mill.	Per 3Q17 Faktisk	Per 3Q16 Faktisk	Endring mill. 3Q16-3Q17	Året 2016 Faktisk
355	351	4	Driftsinntekter	1114	1127	-13	1521
321	326	5	Driftskostnader	1004	1052	49	1410
2	2	1	Resultat fra selskap etter EK-metoden (TS og FKV)	6	5	1	9
37	27	9	EBITDA	117	80	37	120
10,4 %	7,8 %		<i>EBITDA-margin</i>	10,5 %	7,1 %		7,9 %
21	23	2	Ordinære avskrivinger	64	66	2	88
0	0	0	Nedskrivning	0	0	0	58
16	5	11	EBIT	53	14	39	-26
0	0	0	Omstillingskostnader og avvikling ytelsespensjon	0	0	0	-78
9	0	9	Gevinst ved salg av aksjer	9	7	2	7
-1	35	-36	Øvrige rente- og finansposter	37	34	3	-41
24	40	-16	Resultat før skatt	99	55	44	-139
2	0	-2	Skattekostnad	9	1	-8	-28
22	40	-18	Resultat etter skatt	90	53	36	-111
0,5	0,8	-0,4	Resultat per aksje (kr)	1,8	1,1	-0,4	-2,3

Utbytte fra FINN.no regnskapsført i 2. kvartal 2017, men 3. kvartal 2016

Finn.no verdsatt til 1 mrd.

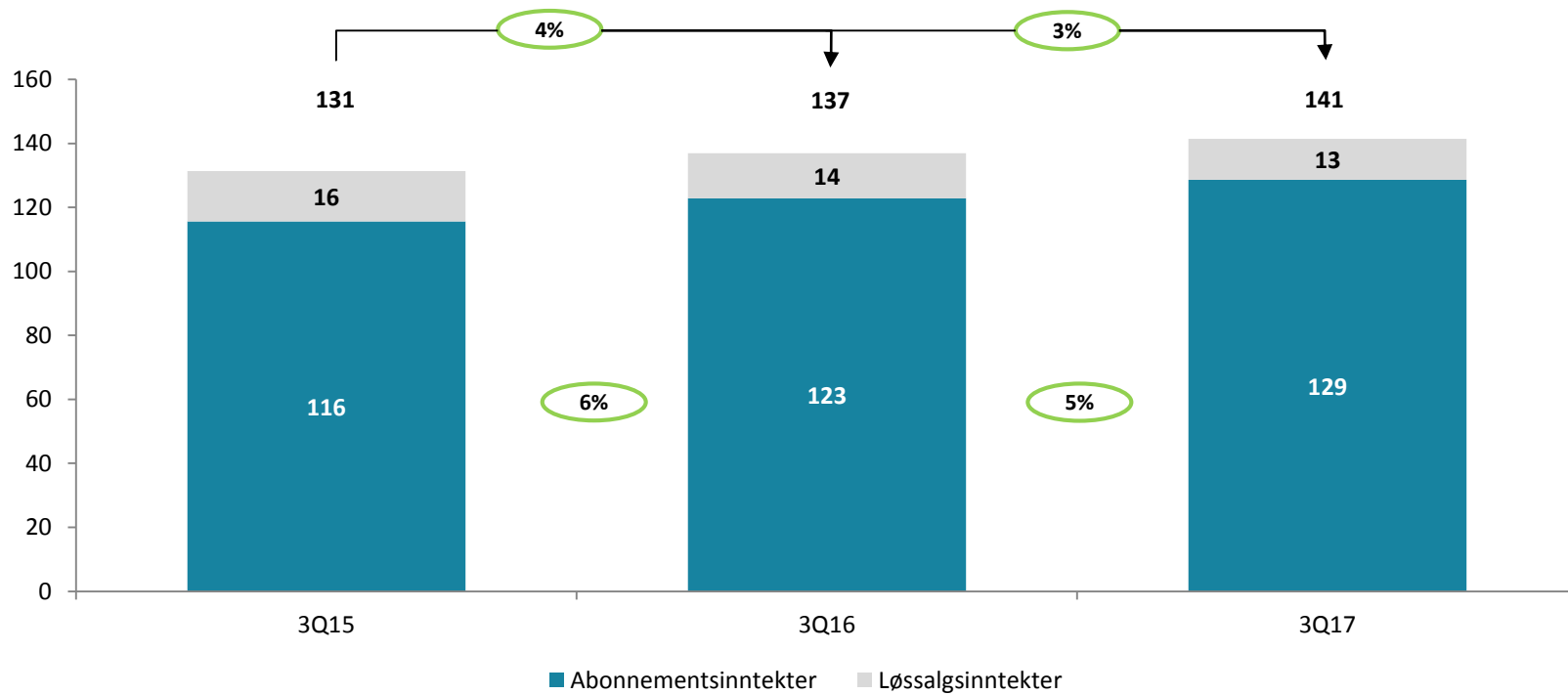
	EV estimat (NOKm)		EV/EBITDA 2017E	
	31.12.2016	30.09.2017	31.12.2016	30.09.2017
Carnegie	11 055	10 948	15,7	16,5
DNB	8 840	9 411	13,0	13,9
Barclays	10 193	10 982	13,0	15,3
SEB	8 844	9 314	12,5	13,0
Danske Bank	8 667	9 822	14,1	13,6
Snitt	9 520	10 095	13,7	14,5

- Verdien av FINN.no er verdsatt til 997 mill. per tredje kvartal. Urealisert gevinst på 59 mill. ført over konsernets andre inntekter og kostnader (OCI)
- Analytikerne forventer fortsatt god resultatvekst

Abonnementsinntektene vokser med 5%, mens løssalget fortsetter å falle

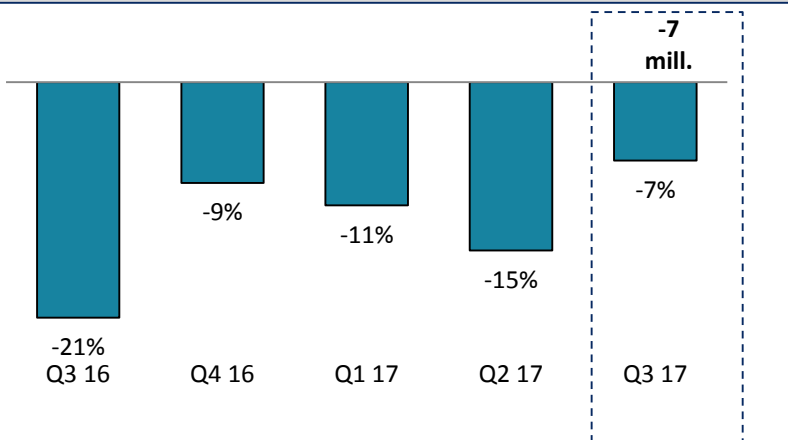
Brukerinntekter

3. kvartal 2015-2017, NOK mill.

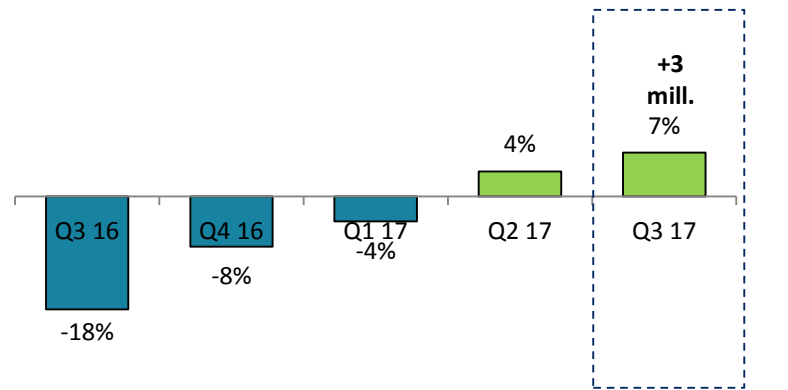


7% vekst i digitale annonseinntekter. Bedre utvikling i papirbaserte annonseinntekter

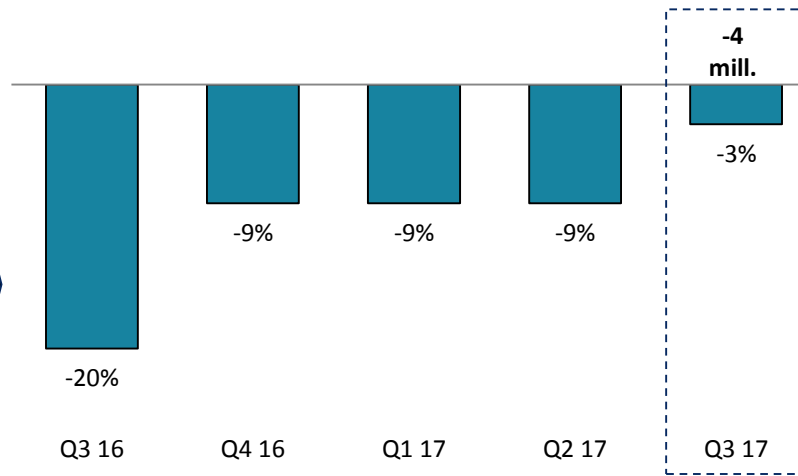
Relativ utvikling i annonseinntekter fra samme kvartal året før (papir)



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



Relativ utvikling i totale annonseinntekter fra samme periode året før:

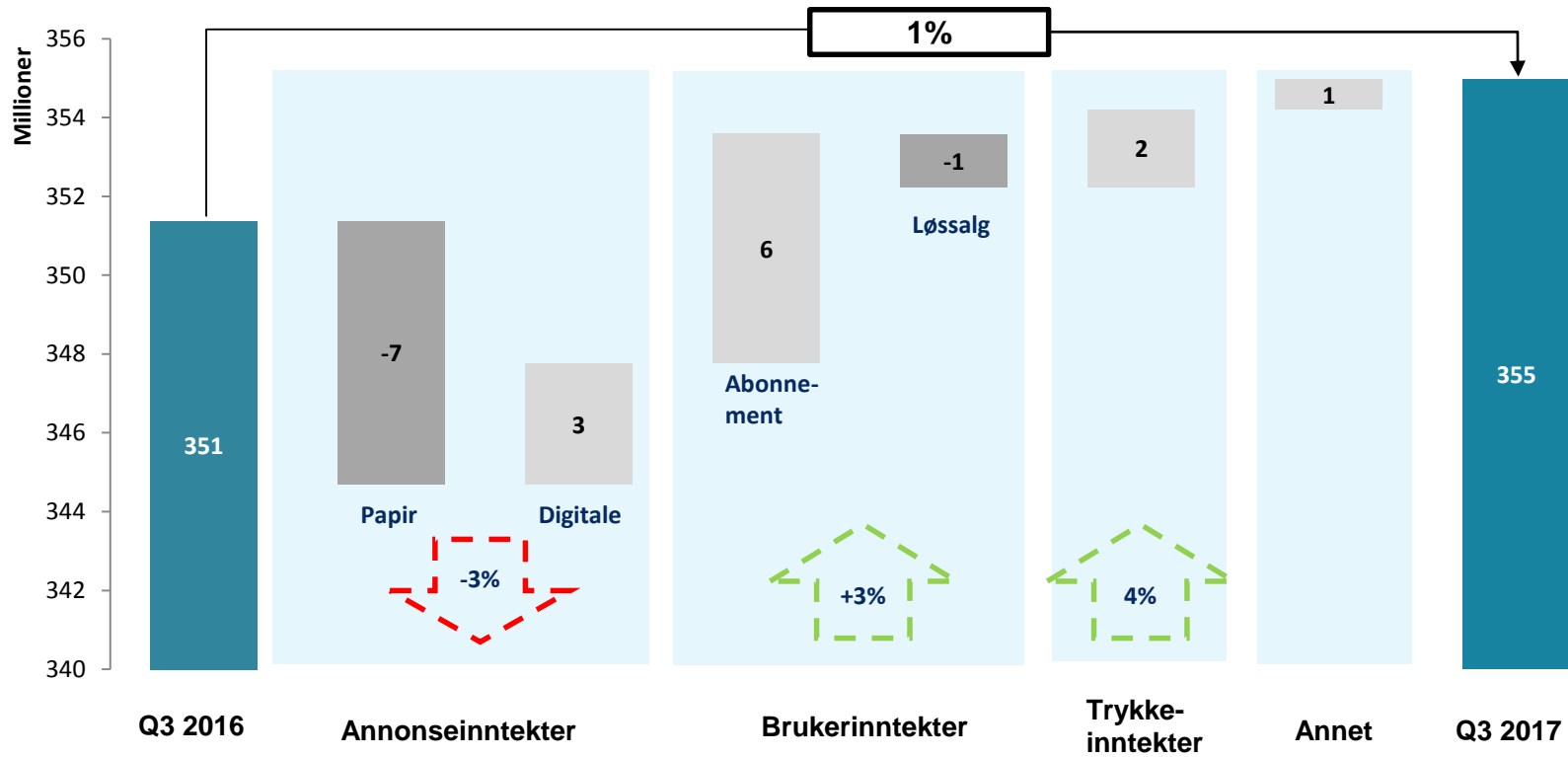


* Digitale annonseinntekter inkluderer annonserrelaterte inntekter og radio/tv.

Samlet inntektsvekst på 4 mill. (1%) i tredje kvartal

Inntektsutvikling i 3. kvartal 2016 vs. 2017

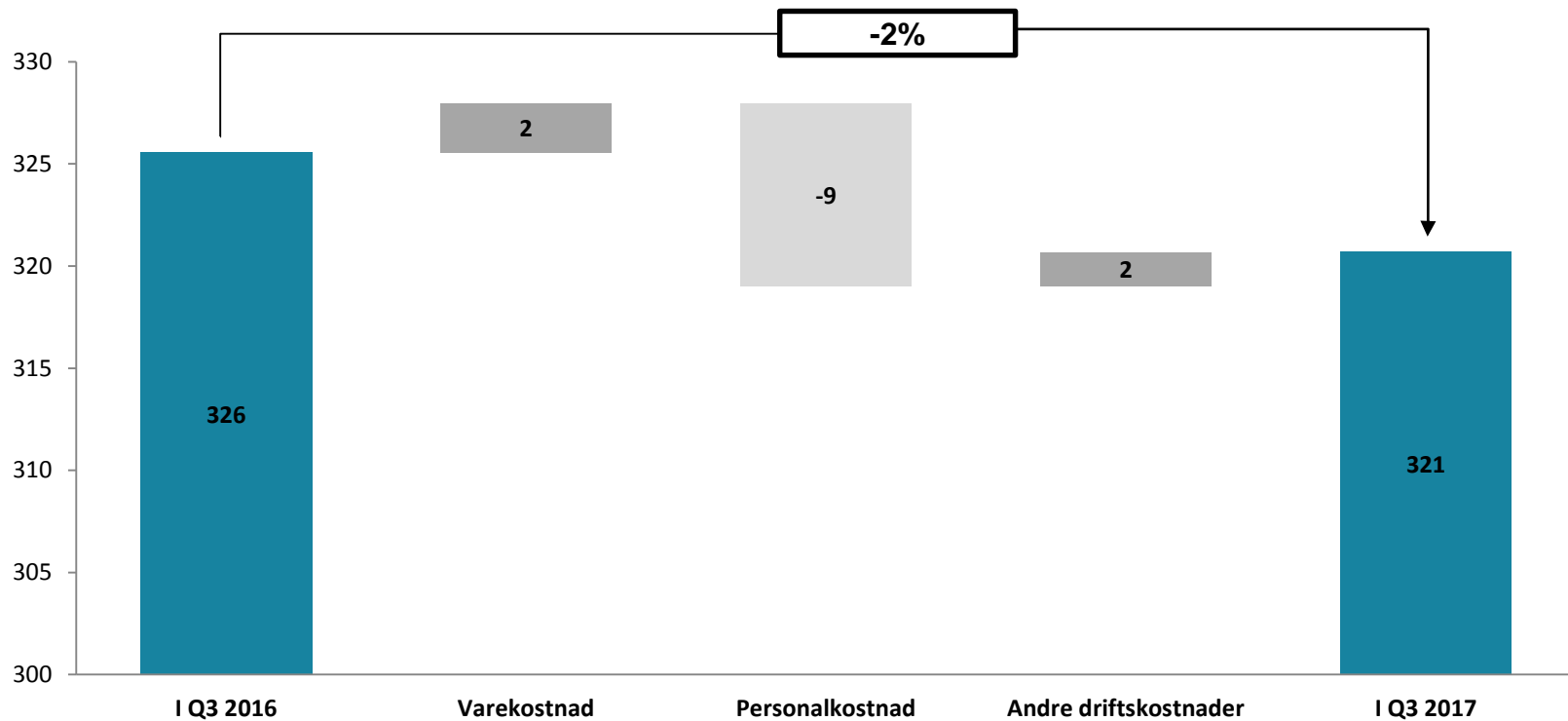
NOK mill.



Resultatforbedrende tiltak i PM2020 gjennomføres i henhold til planen. Driftskostnadene redusert med 5 mill. / 2% i tredje kvartal

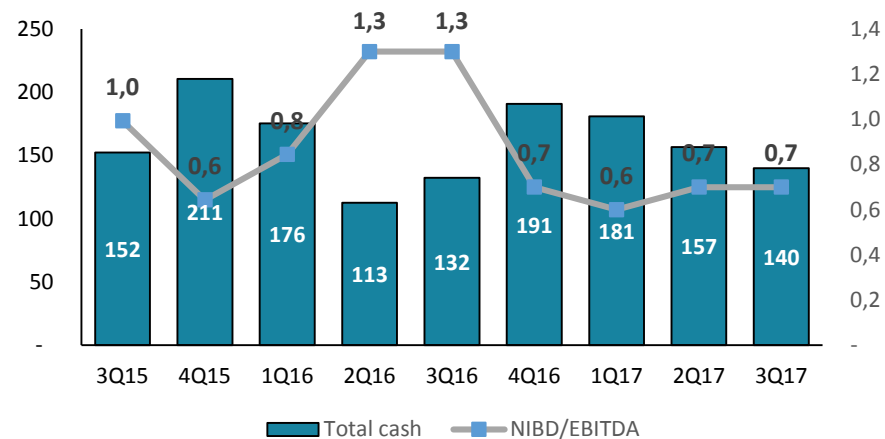
Kostnadsutvikling i 3. kvartal 2017 vs. 2016

NOK mill.

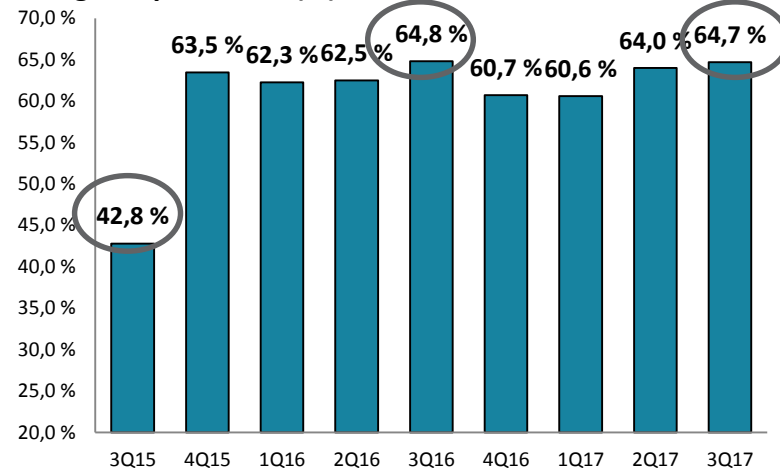


Konsernet styrker den finansielle utviklingskraften og utbyttekapasiteten

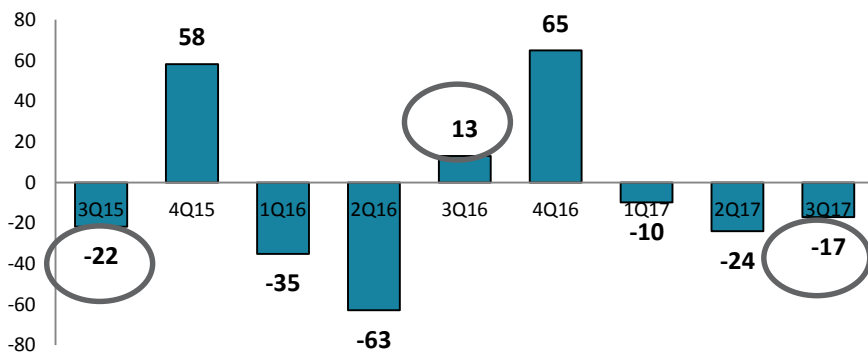
Konter – NIBD/EBITDA*
NOK mill.



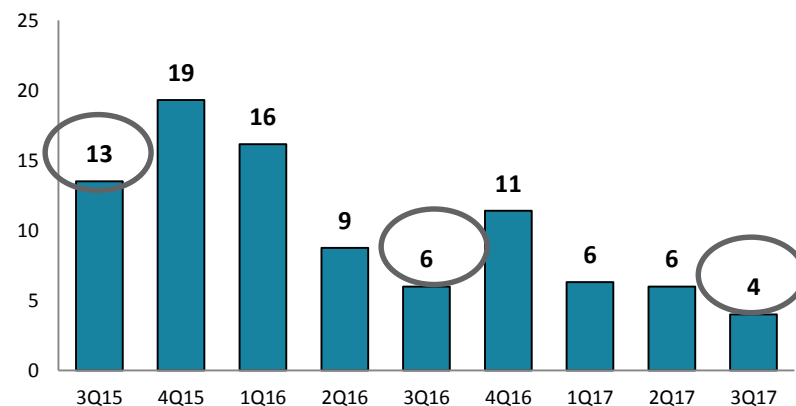
Økt egenkapitalandel (%)



Netto kontantstrøm ned fra tredje kvartal 2016 hovedsakelig som følge av periodisering av utbytte fra finn.no
NOK mill.



Stabilt lave driftsinvesteringer
NOK mill.



I fjerde kvartal 2017 forventes fortsatt god vekst innen abonnementsinntektene og vekst innen digitale annonseinntekter, mens papirbasert annonseinntekter fortsetter å falle. Det forventes videre stabil inntjening fra trykk, og fortsatt god effekt av kostnadstiltak i 2017. Samlet forventes resultatvekst i 2017 mot 2016.