

Analyst Group: Aktieanalys på A City Media – 2018 förväntas vara året då bolaget verkligen växlar upp

Efter två intensiva år av strategiskt arbete och flera förvärv är ACM välpositionerade för fortsatt kraftig tillväxt. Med en närmast monopolistisk ställning på en växande marknad väntas Bolaget kunna växa med bibehållen lönsamhet. Hög kapacitet, ökat försäljningsfokus och fler förvärv bäddar för en ljus framtid. 2018 prognostiseras ACM omsätta ca 184 MSEK, motsvarande en tillväxt om 50 %. Givet en målmultiplikation om EV/EBITDA 11 på 2018 års prognos, härledd från en relativvärdering, samt en diskonteringsränta om 10 %, erhålls ett potentiellt värde om 180 kr per aktie.

För fullständig analys läs här: <https://analystgroup.se/analysis/acm-q4-17/>

Marknaden för utomhusreklam förväntas fortsätta växa.

Medieinvesteringar i utomhusreklam på den svenska marknaden uppgick till 1 436 MSEK 2016, en ökning om 15,6 % gentemot 2015. Anledningen till att digital utomhusreklam är attraktivt är dess genomslagskraft mot konsumenter. Statistik visar att rörlig (digital) utomhusreklam uppmärksammas i högre grad än statisk reklam, samt att storformatsreklam beskådas en längre tid.

AdCityMedia har skapat sig en stark marknadsposition.

Genom en aggressiv förvärvsstrategi har ACM ökat sin geografiska spridning och stärkt produktportföljen. Under februari förvärvades Prego Media AS, en snabbväxande aktör i Norge. Genom förvärv tillkommer omsättningsbidrag och gjorda förvärv är även intressanta ur ett strategiskt perspektiv. Med ökad geografisk spridning kan Bolaget koordinera marknadsförings-kampanjer åt stora kunder som vill ha en bred exponering regionalt. Således kan detta innebära att avtal med större ordervärden uppnås och djupgående kundrelationer etableras.

Befintligt säljbart mediautrymme uppgår till över 600 MSEK.

ACM har tredubblat sitt egna säljbara mediautrymme sedan 2015 som idag bedöms uppgå till drygt 600 MSEK (exkl. Prego Media AS). 2017 omsatte Bolaget ca 122 MSEK, vilket påvisar att ACM har kapacitet att generera betydligt större omsättning. Dotterbolagen GM-gruppen och All in Media, vilka förvärvades under 2016, har integrerats väl och synergieffekter har setts senaste två kvartalen. ACM är en av få aktörer som idag kan erbjuda både etablerade mediakanaler samt försäljning på dessa.

Måste fortsätta förvärva nya kunder.

ACM är fortfarande en relativt liten aktör på en fortfarande omogen marknaden. Inom Retail Tech är ACM möjligtvis inte den självklara partnern i dagsläget och måste därmed arbeta hårt för att finna nya kunder och växa sin etablerade kundbas. ACM är lönsamma, vilket minskar den finansiella risken.

Om Analyst Group: Ett av Sveriges främsta analyshus med fokus på små och medelstora börsbolag. Läs mer om Analyst Group, (<http://analystgroup.se/om-ag/>)

Det här ett pressmeddelande från Analyst Group angående publicering av aktieanalys på AdCityMedia. Läsare kan anta att Analyst Group har mottagit ersättning för att framställa analysen. Uppdragsgivaren har inte haft någon möjlighet att påverka de delar där Analyst Group har haft åsikter om Bolaget, framtida värdering eller annat som skulle kunna tänkas utgöra en subjektiv bedömning. De delar som Bolaget har kunnat påverka är de delar som är rent faktamässiga och objektiva.