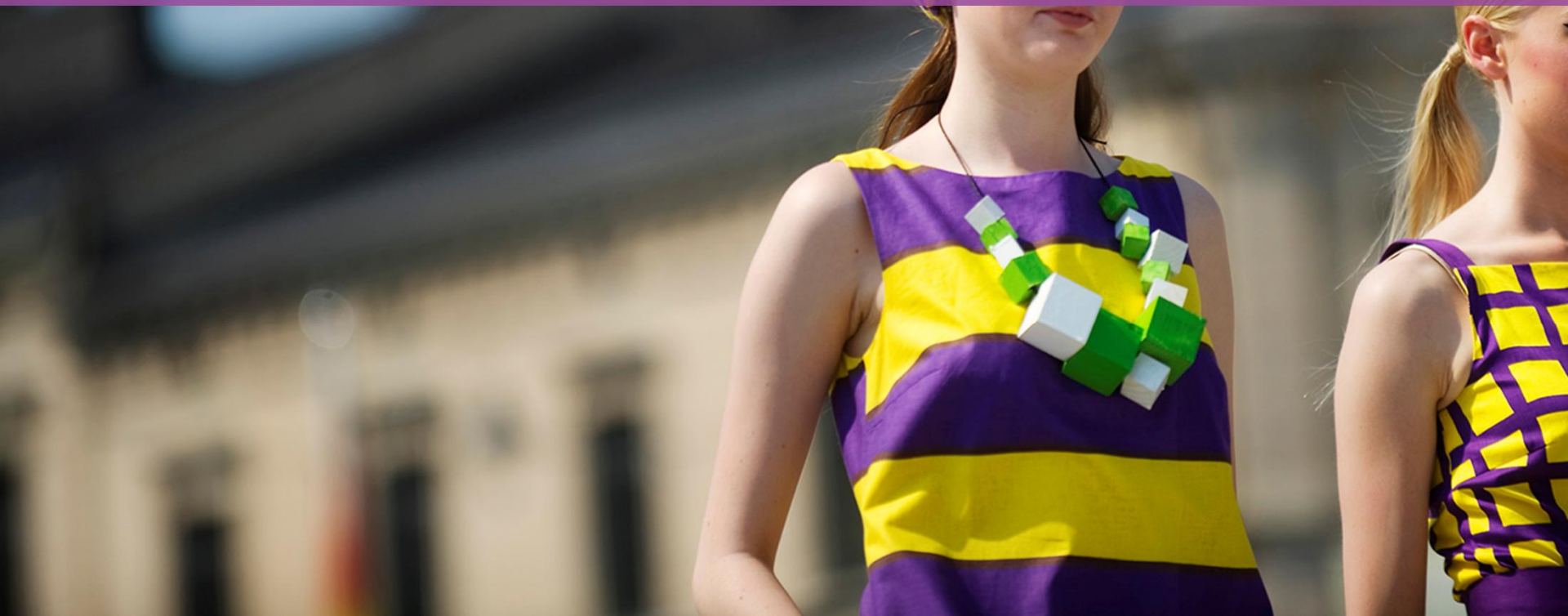
Alma Median tulos Q2 2013

Kai Telanne, toimitusjohtaja
Juha Nuutinen, talous- ja rahoitusjohtaja
19.7.2013



Agenda

Pääkohdat Q2

Markkinoiden kehitys

Taloudellinen kehitys

Strategia ja tulevaisuuden näkymät

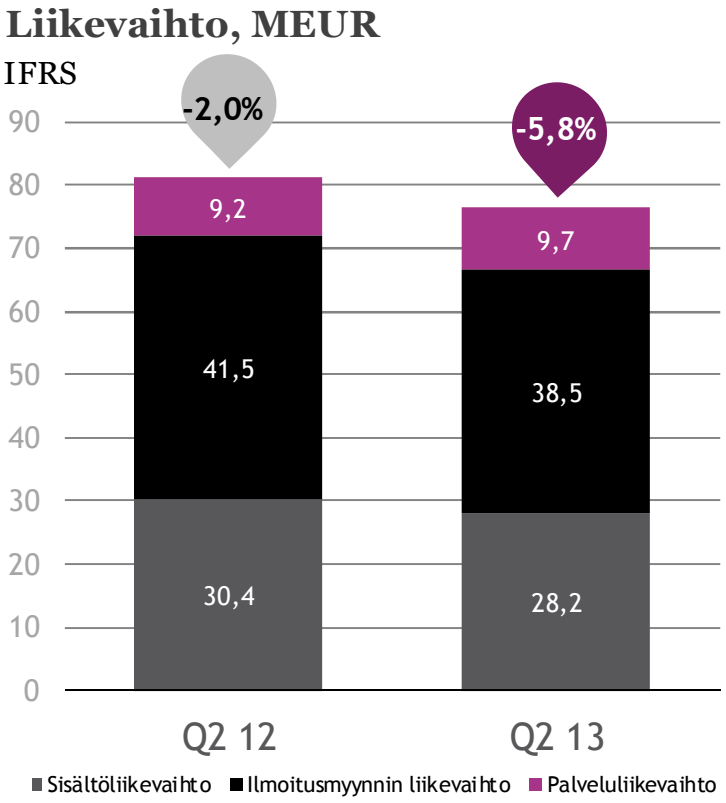
Q & A

Pääkohdat Q2 2013

- Euroopan talouskehitys vaikutti edelleen media-alaan. Mainonta laski vahvasti ja mediakulutus siirtyi asteittain digitaalisiin kanaviin. Alma Median liikevaihto laski 5,8 % ja liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä laski 40,1 % vertailukauden tasosta.
- Markkinapaikat-yksikkö teki edelleen erinomaista tulosta erityisesti Itä-Euroopan rekrytointiliiketoiminnoissaan.
- Osakekohtainen tulos parani pääasiassa verkkopalvelu Mascuksen myynnistä saadusta kertaluonteisesta myyntivoitosta.
- Kasvustrategian painopisteenä olevien digitaalisten tuotteiden ja palveluiden osuus koko konsernin liikevaihdosta kasvoi. Julkaisutoiminnassa toteutettiin useita kilpailukykyä lisääviä toimenpiteitä.
- Alma Media on edelleen tehostanut toimintaansa ja kyennyt etenemään säästötavoitteissaan suunnitellusti.
- Alma Media arvioi vuoden 2013 toisen vuosipuoliskon ja koko vuoden liikevaihdon ja liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä laskevan vuoden 2012 vastaavien ajanjaksojen tasoista.

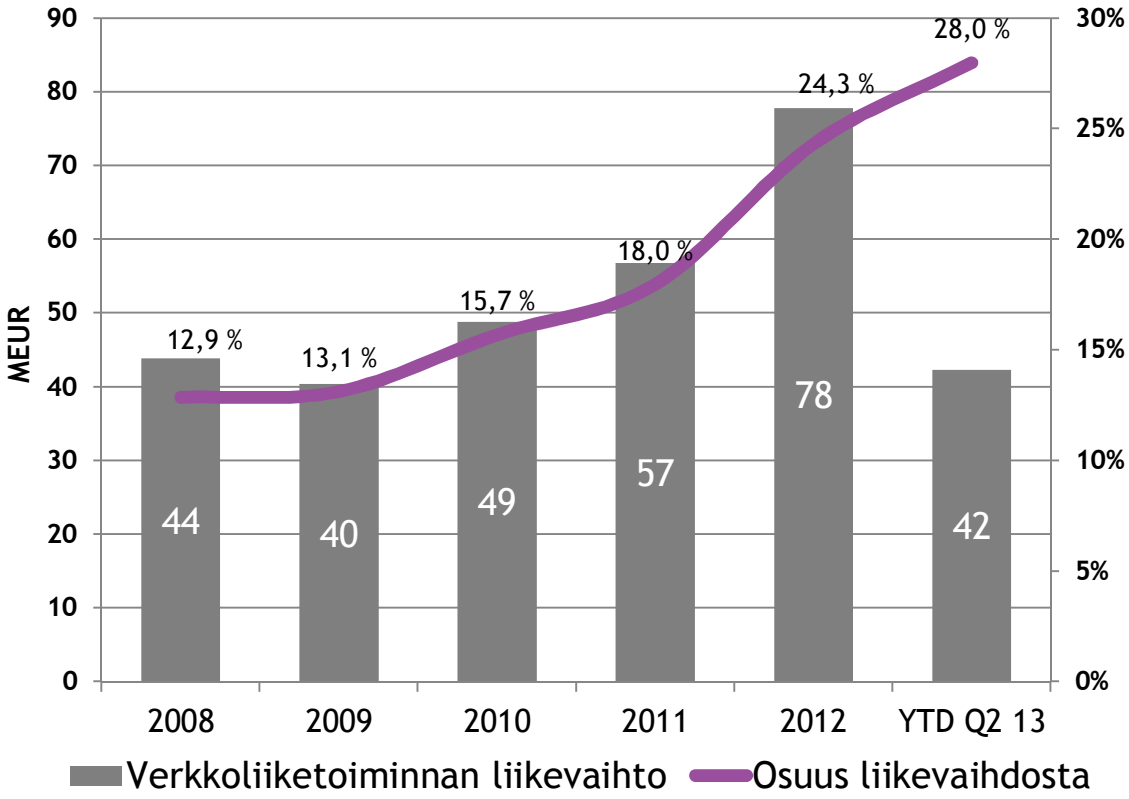
Liikevaihto Q2 2013

- Neljänneksen liikevaihto laski vertailukaudesta 5,8 % 76,3 milj. euroon.
- Digitaalisten tuotteiden ja palvelujen liikevaihto kasvoi pääasiassa vuonna 2012 hankittujen Slovakian ja Kroatian rekrytointipalveluyhtiöiden ansiosta.
- Ilmoitusmyynnin liikevaihto laski 7,3 %.
    - Verkkoilmoitusmyynti kasvoi 9,4 %.
    - Painettujen lehtien ilmoitusmyynti laski 17,5 %.
- Sisältöliikevaihto laski 7,3 %.
- Palveluliikevaihto kasvoi 5,6 %.

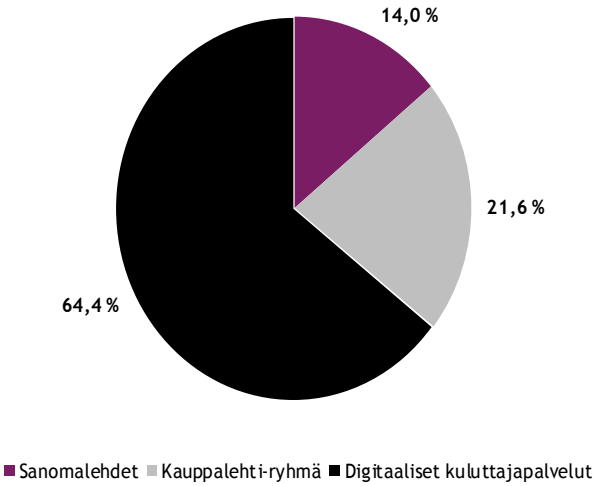


LIVING INFORMATION

Digitaalinen liiketoiminta kasvaa



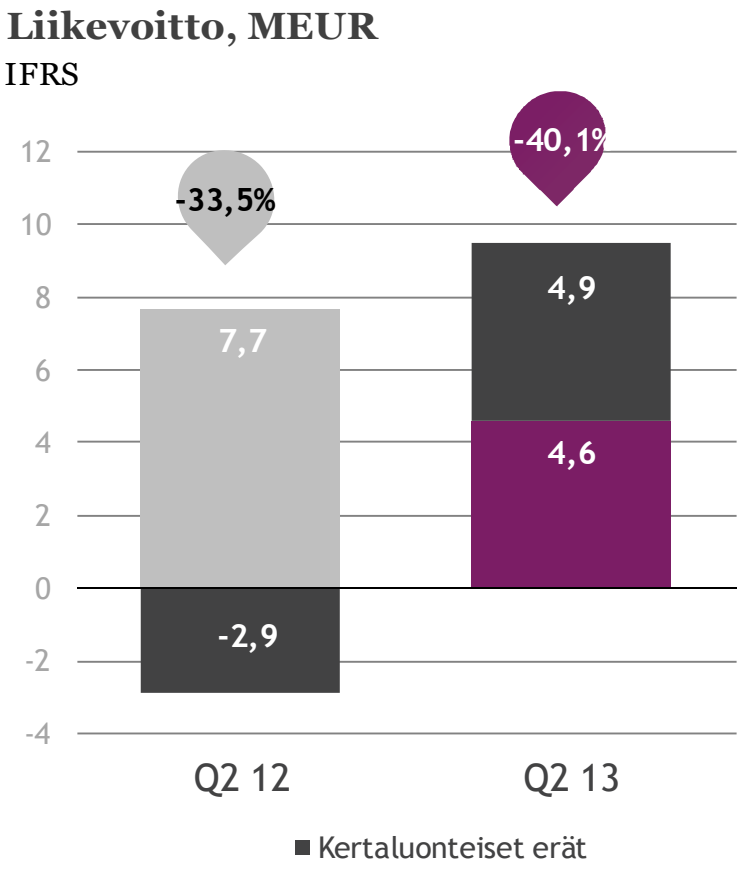
Liiketoiminnoittain Q2/2013



LIVING INFORMATION

Liikevoitto Q2 2013

- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä laskivat vertailukaudesta 2,0 % 72,0 milj. euroon.
  - Kulut vähenivät pääasiassa vuonna 2012 toteutettujen uudelleenjärjestelyjen ja vuonna 2013 toteutettujen säästötoimenpiteiden ansiosta.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä laski 40,1 % 4,6 (7,7) milj. euroon, ja oli 6,0 % liikevaihdosta.
- Liikevoitto oli 9,5 (4,8) milj. euroa ja se nousi 12,4 %:iin liikevaihdosta.
  - Katsauskauden kertaluonteiset erät liittyvät Mascus-liiketoiminnan myyntivoittoon ja Rovaniemen painon alaskirjaukseen.
  - Vertailukauden kertaluonteiset erät liittyvät pääosin toiminnan uudelleenjärjestelyihin.

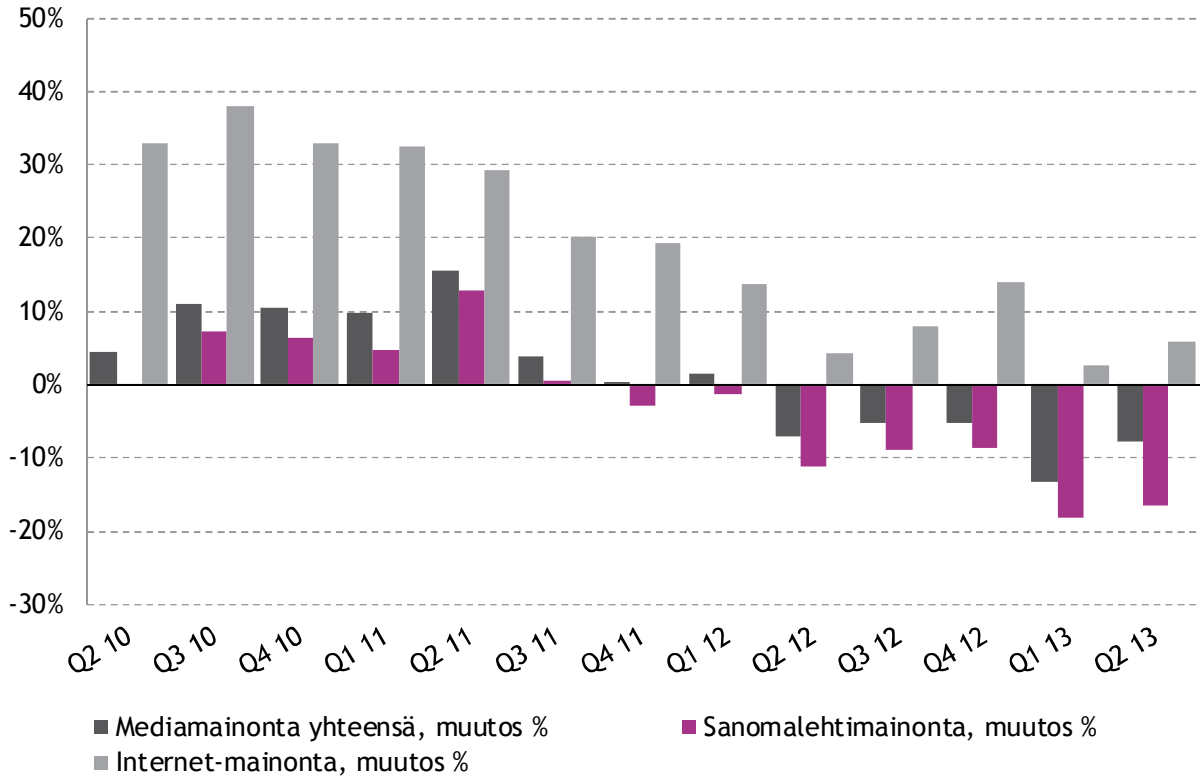


LIVING INFORMATION

Markkinakehitys Suomessa

LIVING INFORMATION

Mediamainonnan muutos Q2/2010 – Q2/2013



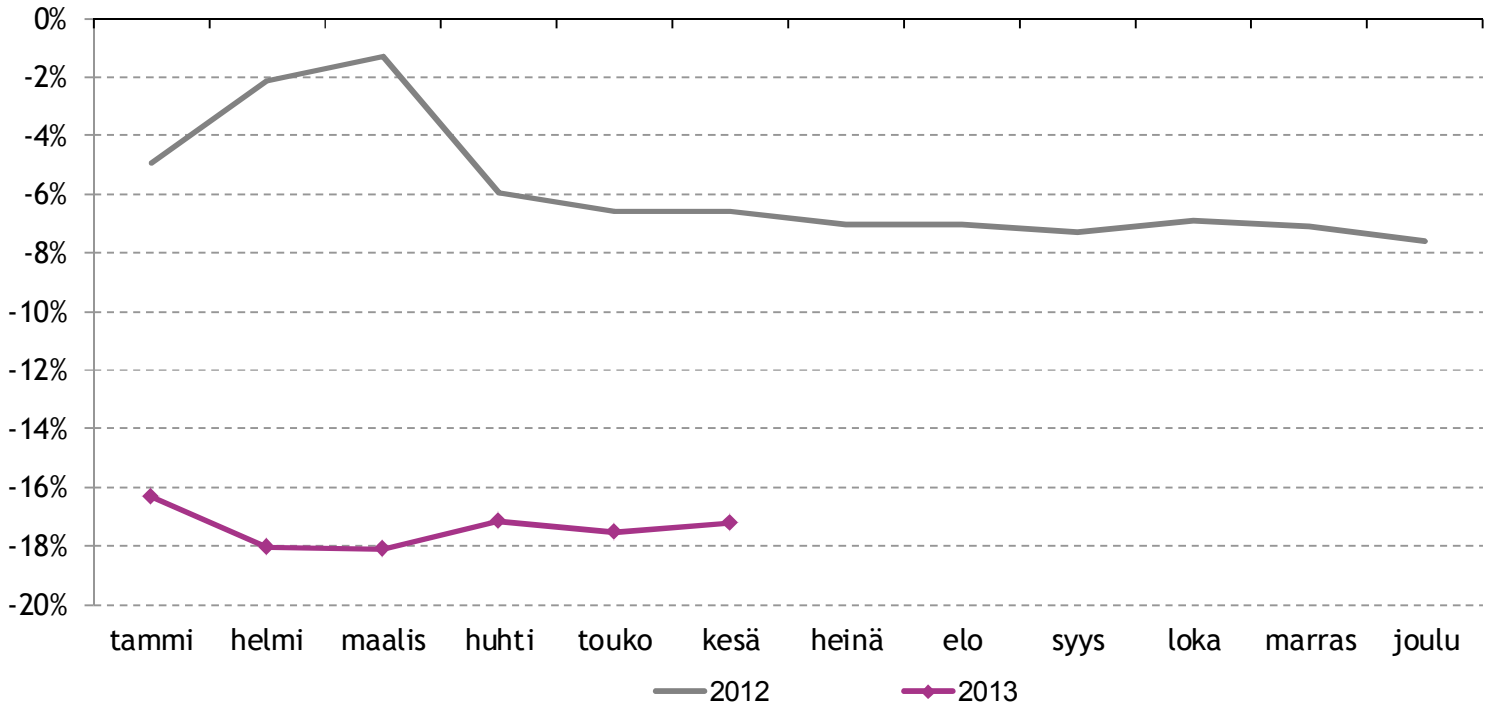
Muutos-% Q2/13 vs. Q2/12	
Sanoma-lehdet	-16,4
Aikakaus-lehdet	-15,6
TV	+3,1
Radio	-3,3
Internet	+6,0
Yhteensä	-7,8

Lähde: TNS Media Intelligence

LIVING INFORMATION

Mainonnan määrä painetuissa sanomalehdissä* edelleen alhaisella tasolla

Kumulatiivinen muutos-% edelliseen vuoteen verrattuna



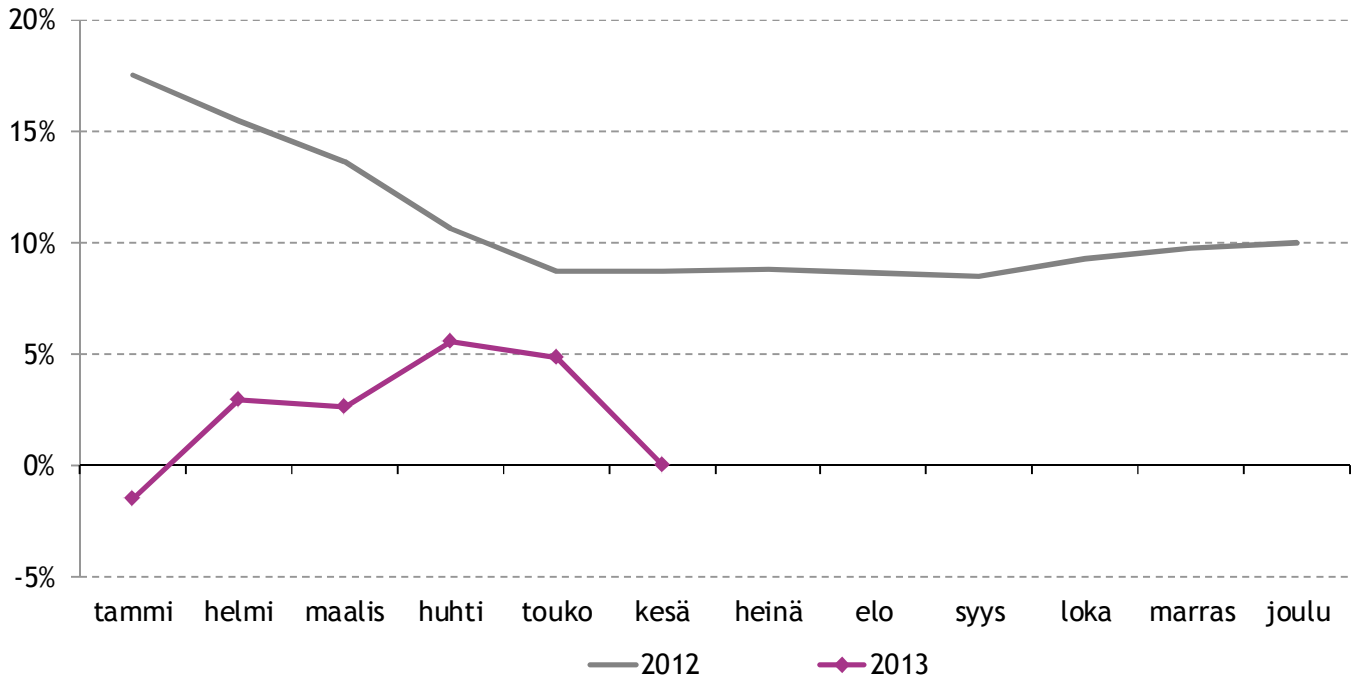
Lähde: TNS Media Intelligence

* Sanoma-, kaupunki- ja noutolehdet

LIVING INFORMATION

Verkkomainonnan kasvu hidastunut

Kumulatiivinen muutos-% edelliseen vuoteen verrattuna

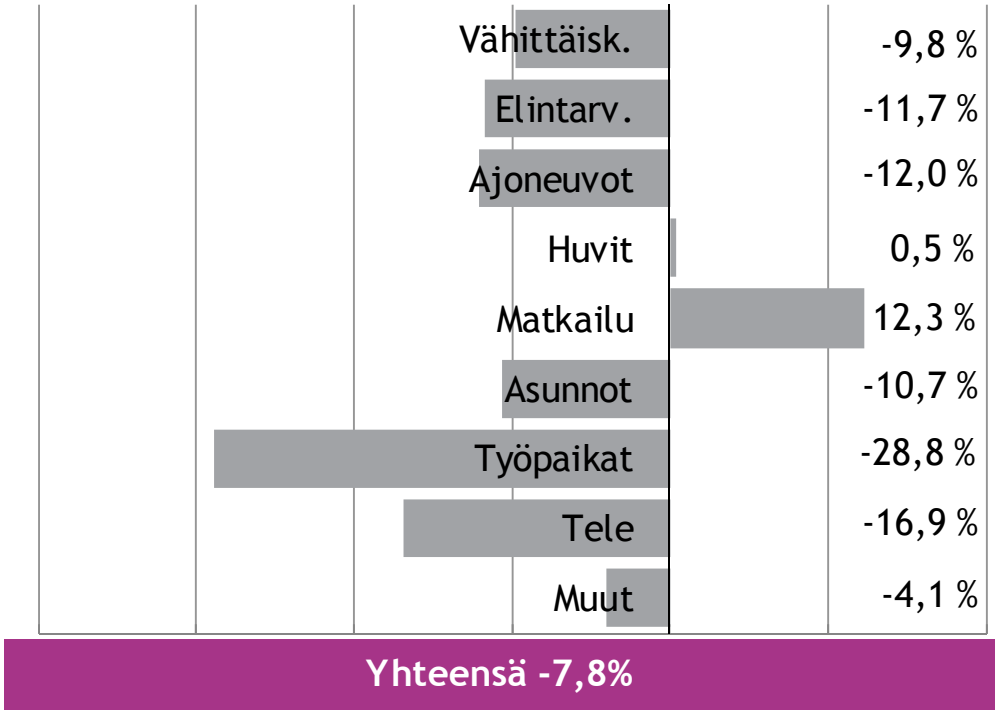


Lähde: TNS Media Intelligence

LIVING INFORMATION

Lähes kaikki toimialat vähensivät mainontaa

Markkina yhteensä; muutos vs. Q2/2012



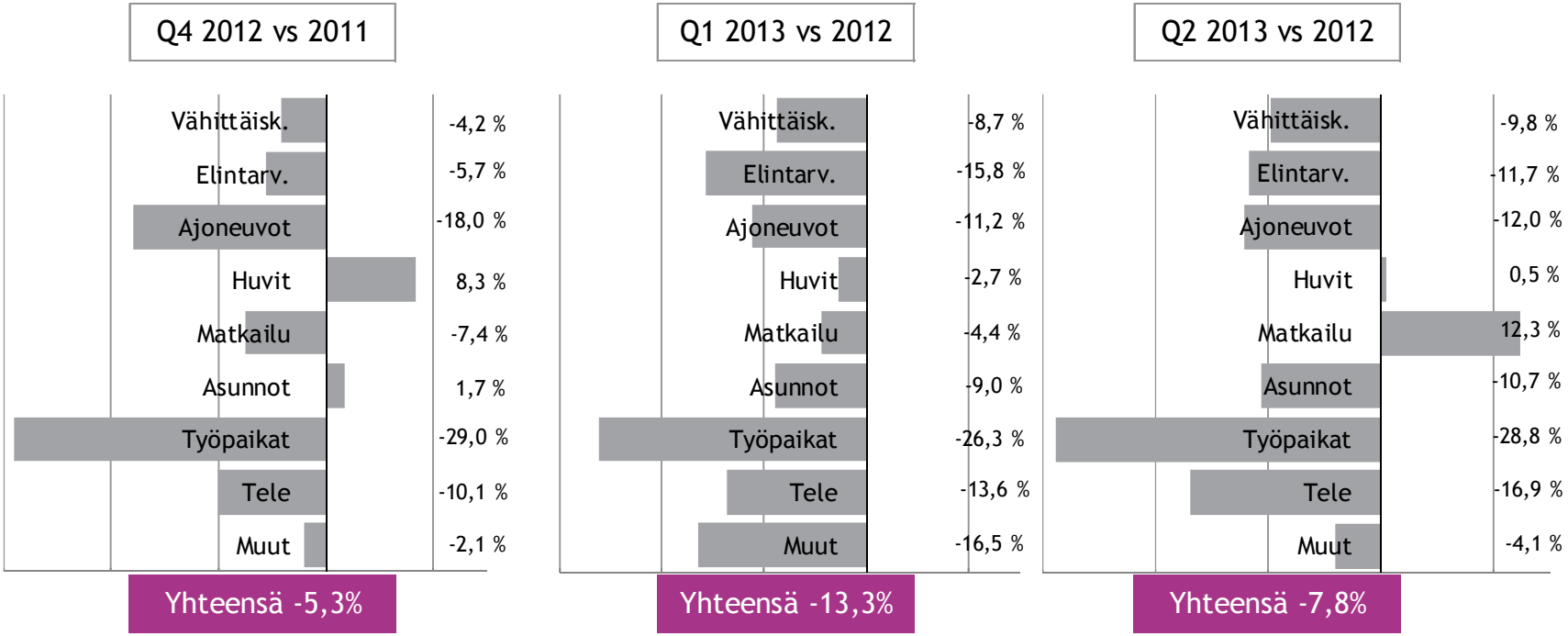
Mainonta Q2/13	MEUR
Vähittäiskauppa	63
Elintarvikkeet	29
Moottoriajoneuvot	23
Huvit	12
Matkailu ja liikenne	12
Kiinteistöt ja asunnot	12
Avoimet työpaikat	8
Telepalvelut	7
Muut	107
Yhteensä	274

Lähde: TNS Media Intelligence

LIVING INFORMATION

Laskua jatkunut jo pitkään

Kokonaismarkkina; muutos edellisvuoteen verrattuna

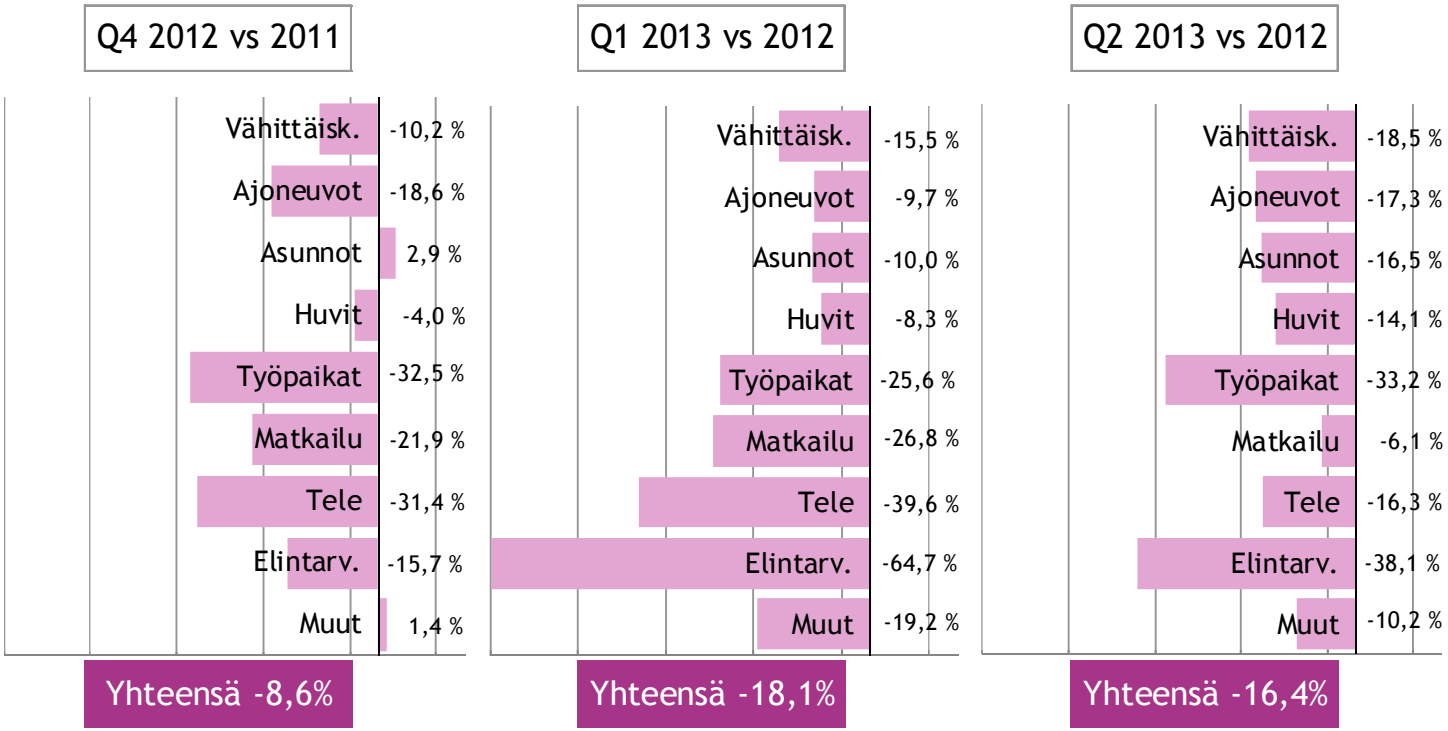


Lähde: TNS Media Intelligence

LIVING INFORMATION

Sanomalehtimainonnan lasku jyrkempää

Sanomalehdet yhteensä*; muutos edellisvuoteen verrattuna



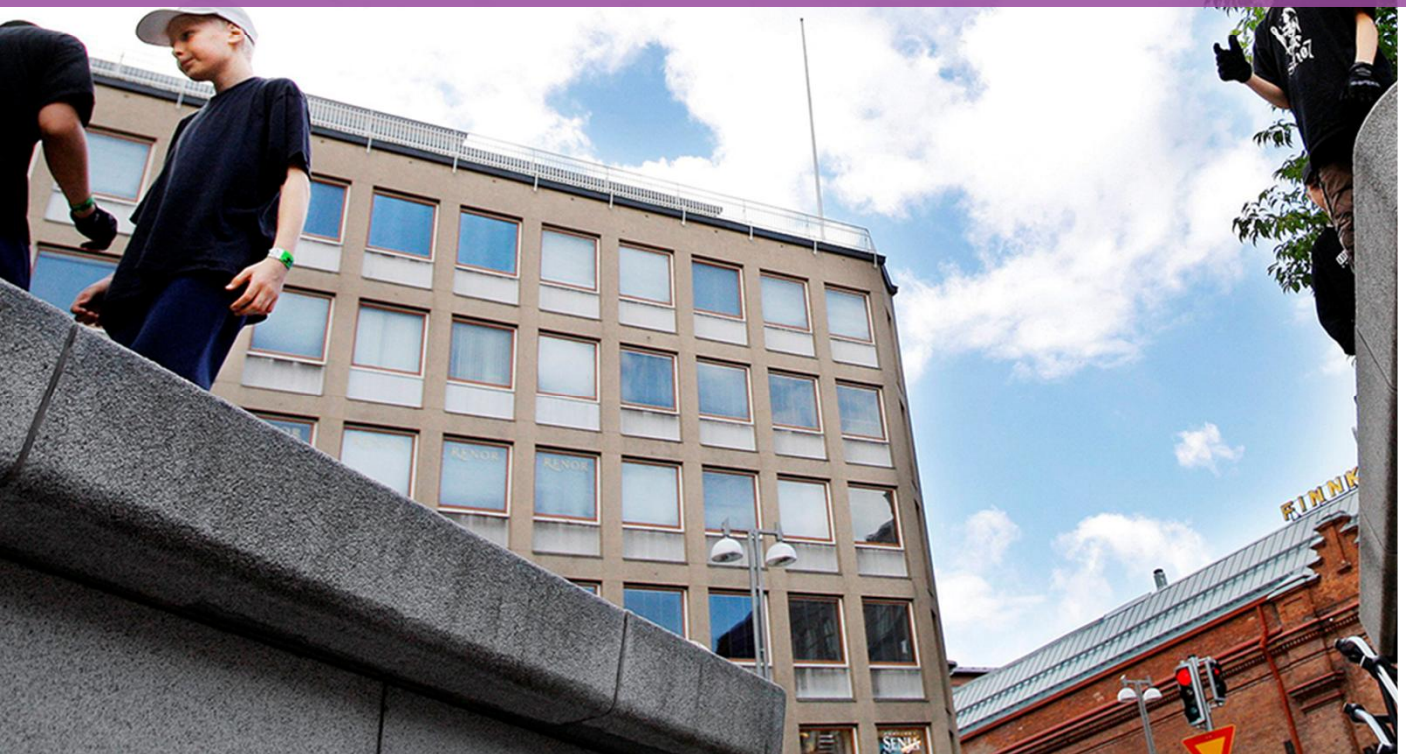
Lähde: TNS Media Intelligence

* Sanoma-, kaupunki- ja noutolehdet

LIVING INFORMATION

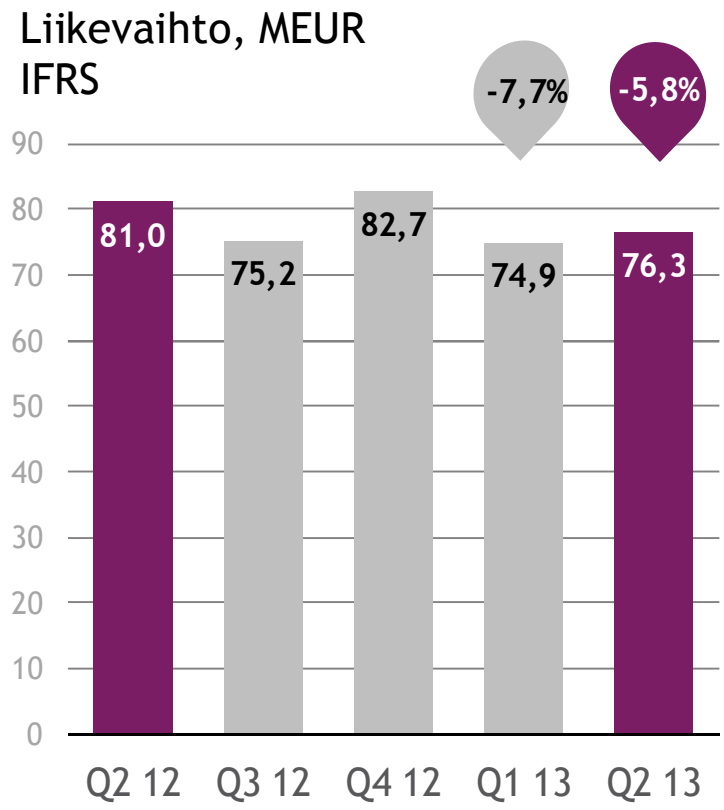
Taloudellinen katsaus

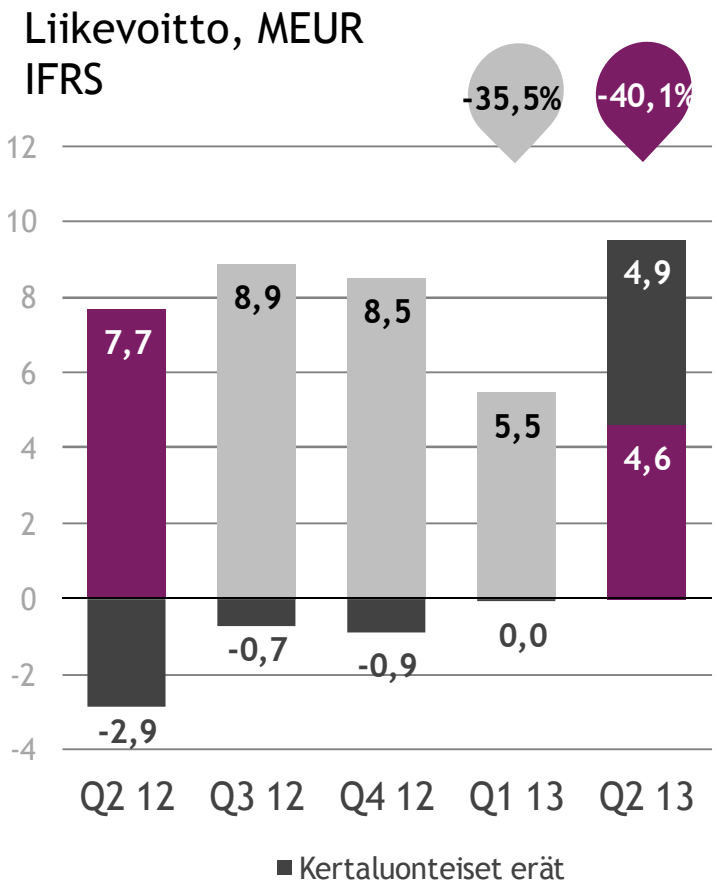
Juha Nuutinen, talous- ja rahoitusjohtaja



LIVING INFORMATION

Liikevaihto ja liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä laskivat vertailukaudesta



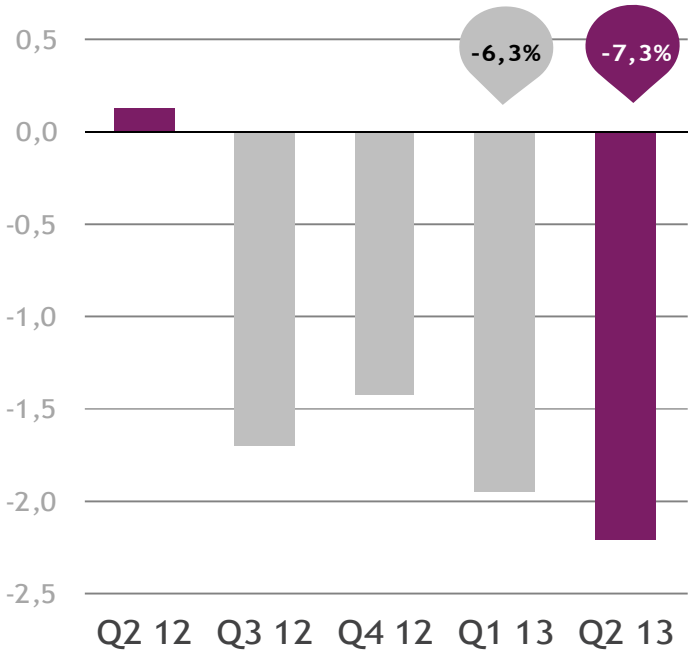


LIVING INFORMATION

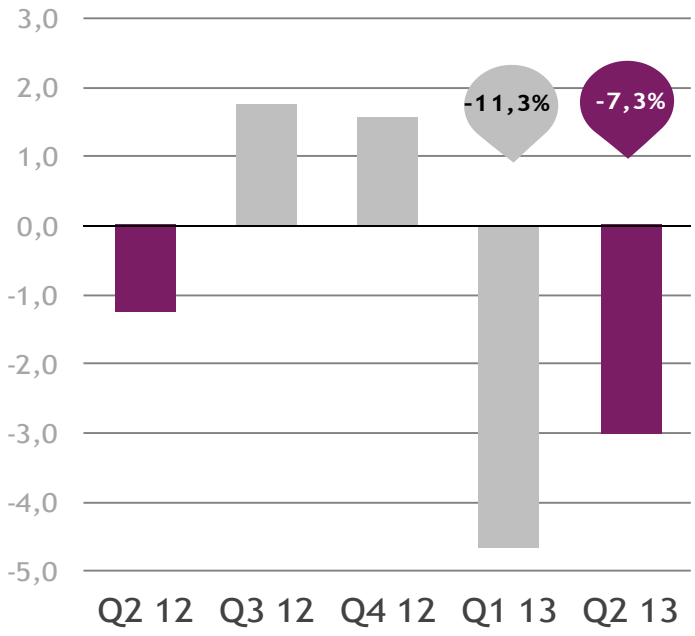
Sisältö- ja ilmoitusliikevaihdot laskivat painetun median laskun myötä

IFRS

Sisältöliikevaihto, MEUR



Ilmoitusliikevaihto, MEUR

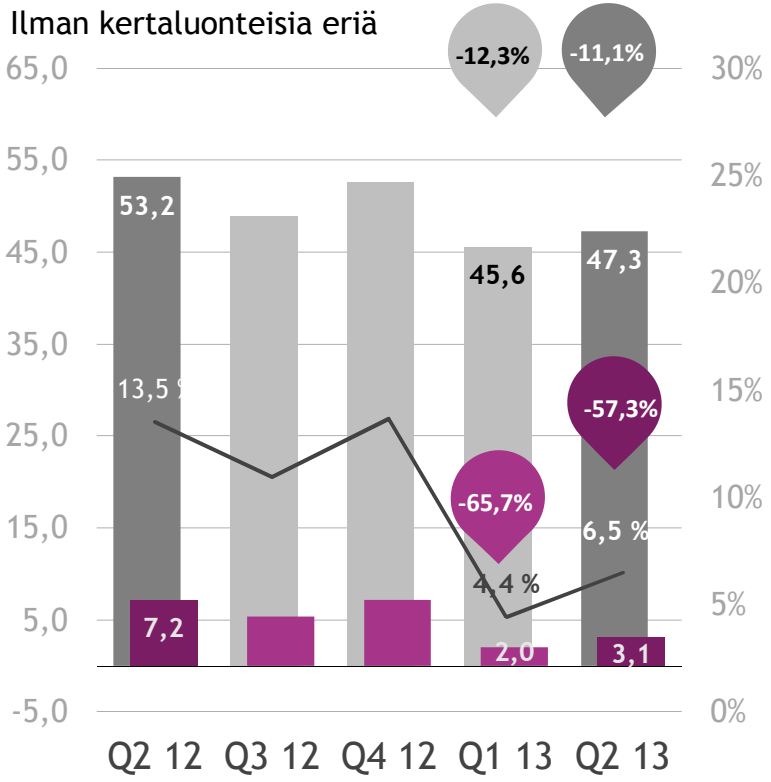


LIVING INFORMATION

Sanomalehdet-segmentti Q2

- Liikevaihto laski 11,1 % 47,3 milj. euroon.
  - Verkkoliiketoiminnan osuus liikevaihdosta vielä vähäistä Iltalehteä lukuun ottamatta.
- Ilmoitusmyynti laski 14,5 % 22,3 (26,1) milj. euroon.
  - Verkkoilmoitusmyynti laski 1,4 %.
  - Painetun median ilmoitusmyynti laski 16,1 % päivittäistavarakaupan sekä työpaikka- ja asuntoilmoitusten määrän vähennyttyä.
- Sisältöliikevaihto laski 7,9 % ja oli 24,2 (26,2) milj. euroa.
  - Painettujen lehtien levikit edelleen laskussa.
- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 44,2 (46,0) milj. euroa.
  - Vuoden 2012 uudelleenjärjestelyt sekä vuoden 2013 lisäsäästötoimenpiteet vaikuttivat kulujen vähenemiseen.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 3,1 (7,2) milj. euroa, 6,5 % (13,5 %) liikevaihdosta.

Liikevaihto ja liikevoitto
MEUR & %
Ilman kertaluonteisia eriä



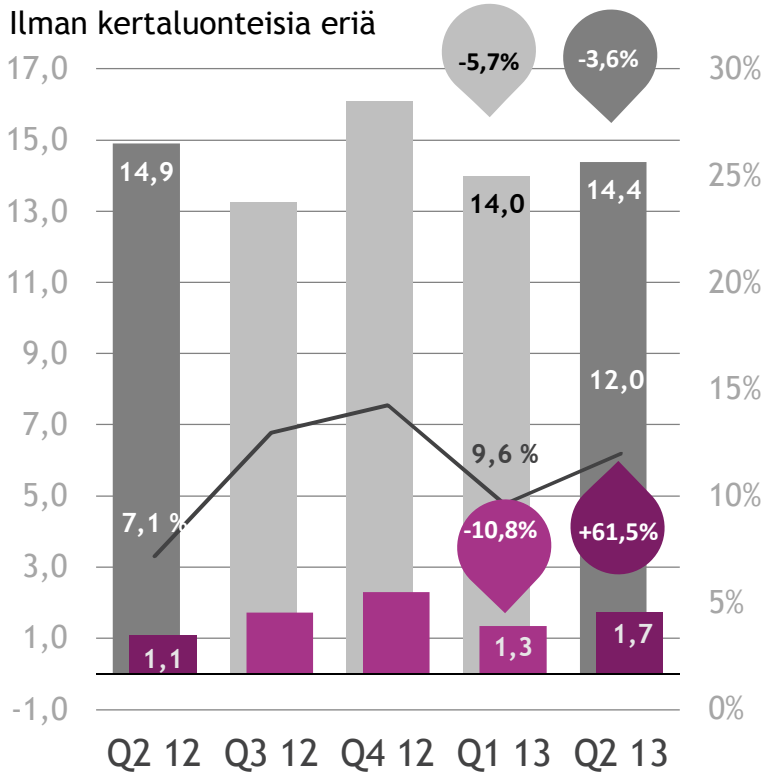
LIVING INFORMATION

Kauppalehti-ryhmä Q2

- Liikevaihto laski 3,6 % 14,4 milj. euroon
  - Verkkoliiketoiminnan osuus liikevaihdosta oli 32,1 %.
- Kauppalehden ilmoitusmyynti laski 5,7% 4,1 (4,4) milj. euroon.
  - Verkon ilmoitusmyynti kasvoi 6,2 %.
- Sisältöliikevaihto laski 3,3 % 4,1 (4,2) milj. euroon.
  - Digitaaliset sisältötuotot kasvavat odotetusti.
- Palveluliikevaihto laski 2,2 % 6,2 (6,3) milj. euroon.
- Kokonaiskulut olivat 12,7 (13,8) milj. euroa.
  - Kulujen lasku on seurausta vuoden 2012 uudelleenjärjestelyistä ja vuoden 2013 alussa tehdyistä säästötoimenpiteistä.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 1,7 (1,1) milj. euroa.

Liikevaihto ja liikevoitto, MEUR & %

Ilman kertaluonteisia eriä



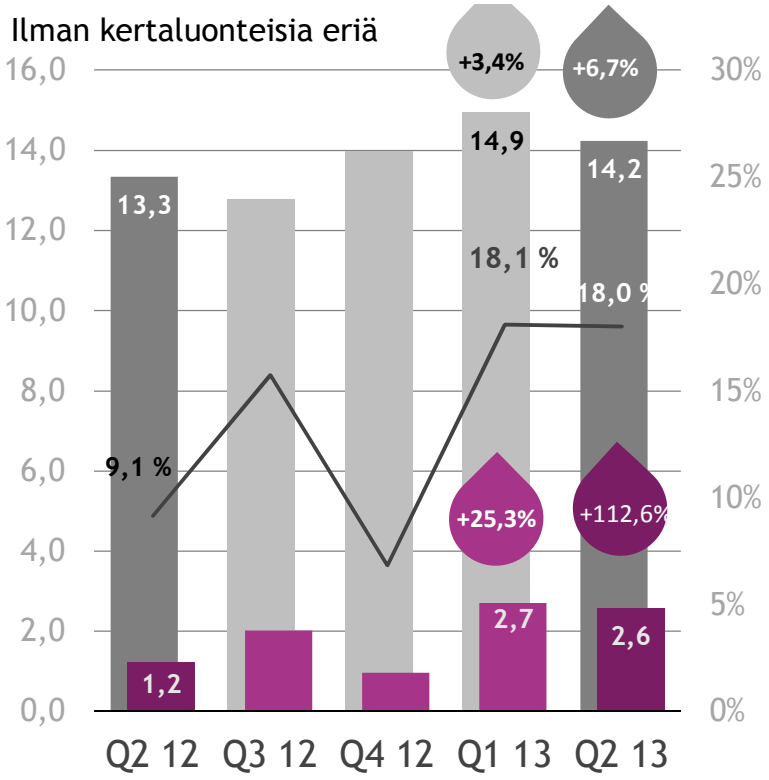
LIVING INFORMATION

Digitaaliset kuluttajapalvelut Q2

- Liikevaihto kasvoi 14,2 milj. euroon.
  - Ulkomaan liiketoimintojen liikevaihto oli 7,5 milj. euroa.
  - Digitaalisen liikevaihdon osuus 100 %.
- Rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto kasvoi.
  - Rekrytointipalveluiden osuus liikevaihdosta oli 57 %.
  - Ulkomaan toimintojen kannattavuus pysynyt odotetulla tasolla.
- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 11,7 (12,2) milj. euroa.
  - Säästötoimenpiteet vaikuttaneet kustannusten laskuun.
- Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä parani 3,9 (2,3) milj. euroon.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 2,6 (1,2) milj. euroa.

Liikevaihto ja liikevoitto, MEUR & %

Ilman kertaluonteisia eriä



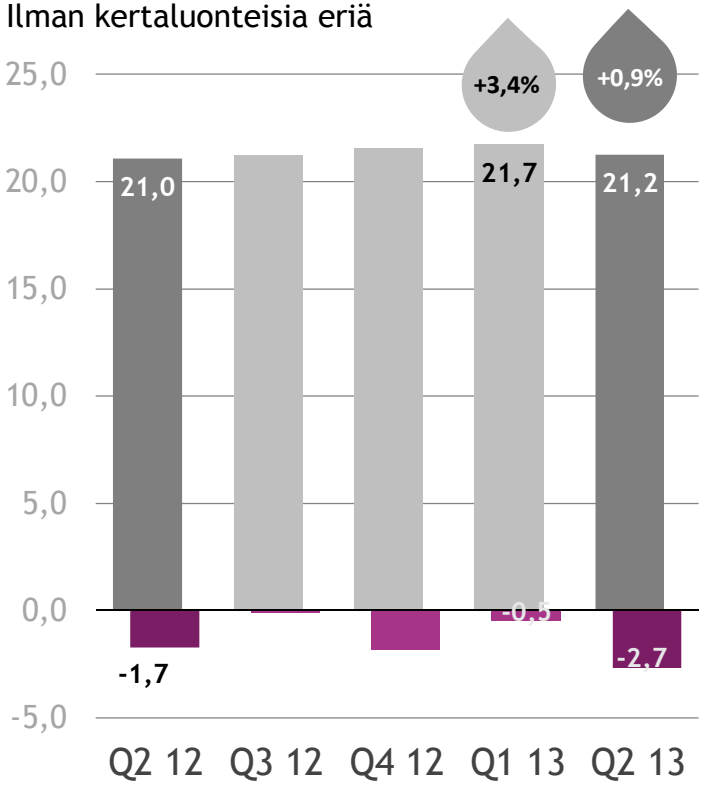
LIVING INFORMATION

Muu toiminta Q2

- Liikevaihto oli 21,2 milj. euroa, josta ulkoista liikevaihtoa 1,8 (1,5) milj. euroa.
- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 24,1 (22,8) milj. euroa.
- Tampereen uusi paino otettiin käyttöön.
  - Käyttöönotosta johtuneet kustannukset rasittivat tulosta.
  - Painokoneen investointimäärä kasvoi lisä- ja muutostöiden sekä avoinna olevan verokiistan johdosta.
  - Uuden painolaitoksen poistot aloitettiin Q2:n aikana.
  - Painon tuotantokustannukset laskevat vuoden 2013 jälkipuoliskolla.

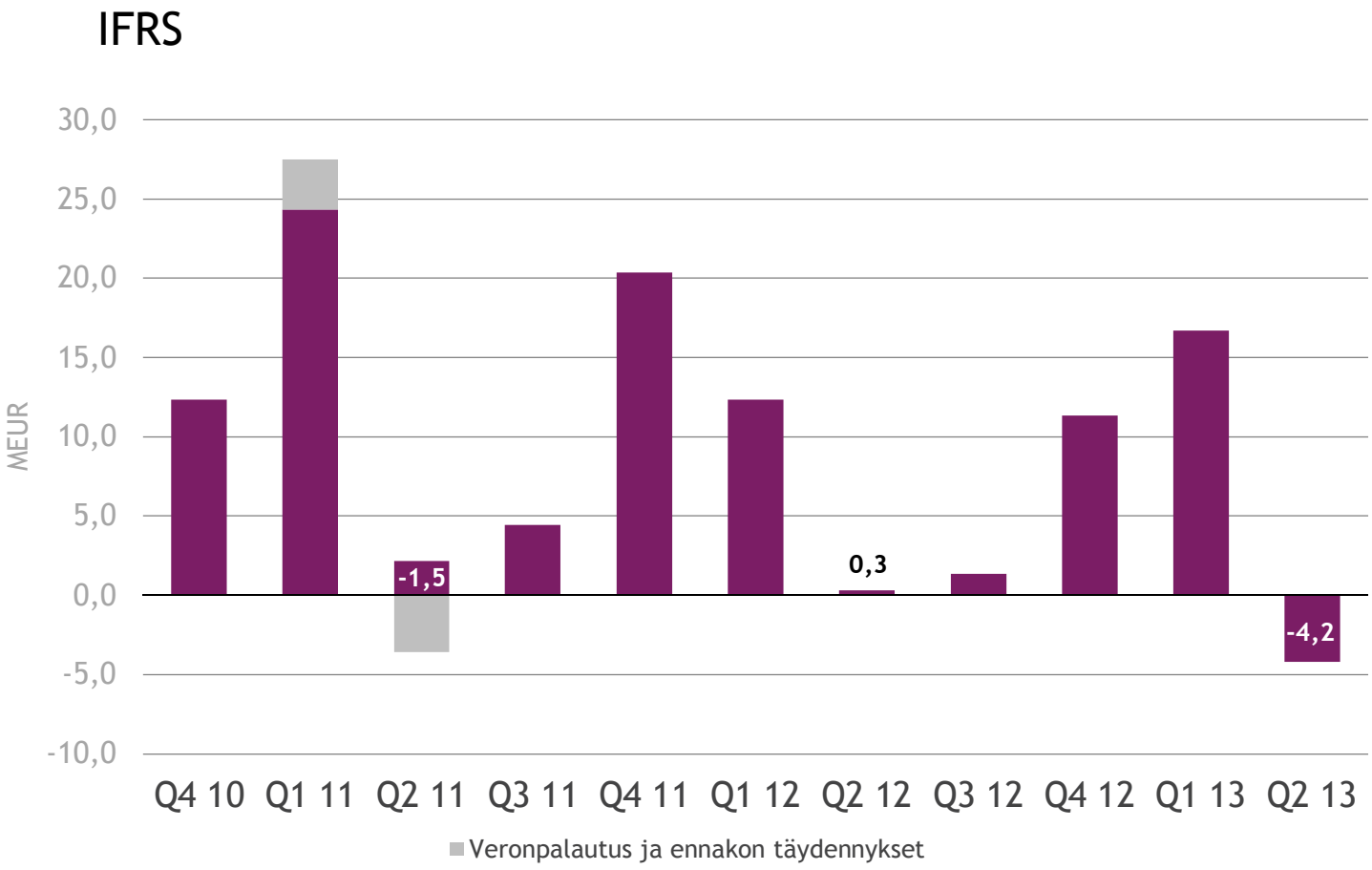
Liikevaihto ja liikevoitto, MEUR

Ilman kertaluonteisia eriä



LIVING INFORMATION

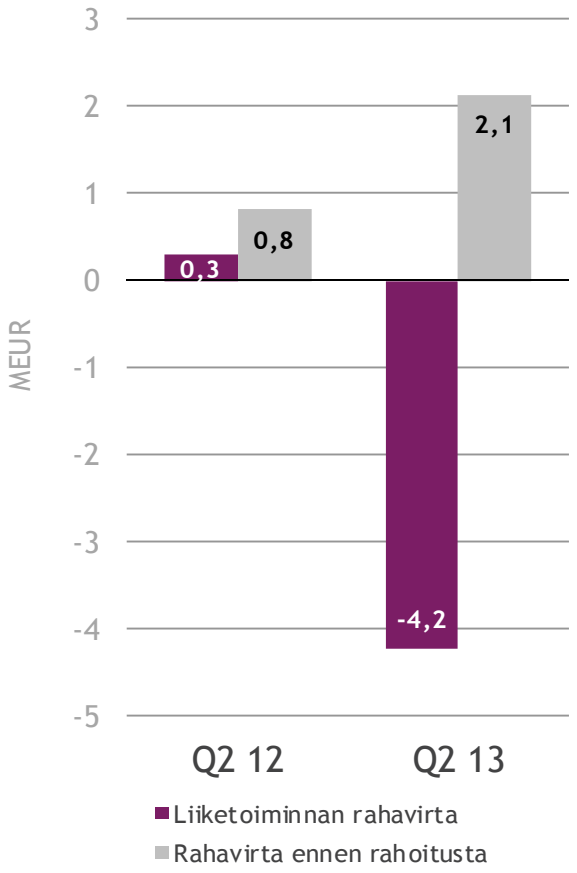
Liiketoiminnan rahavirta

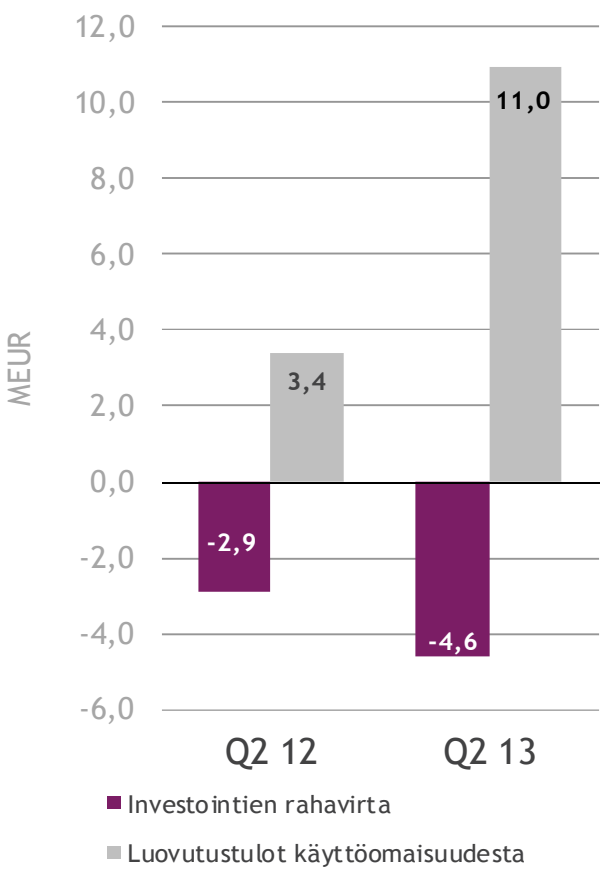


LIVING INFORMATION

Rahavirta ja investoinnit

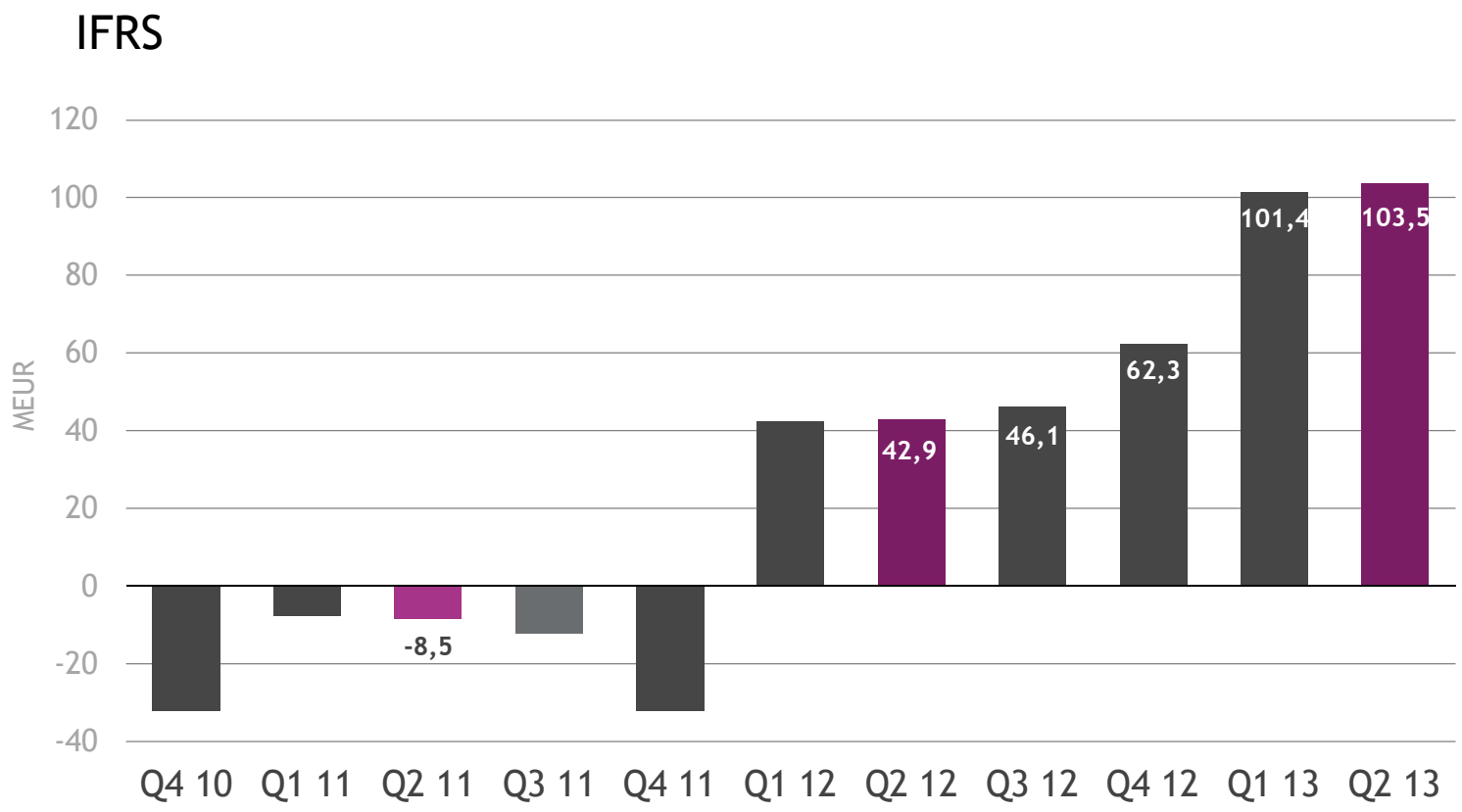
IFRS





LIVING INFORMATION

Velat, netto

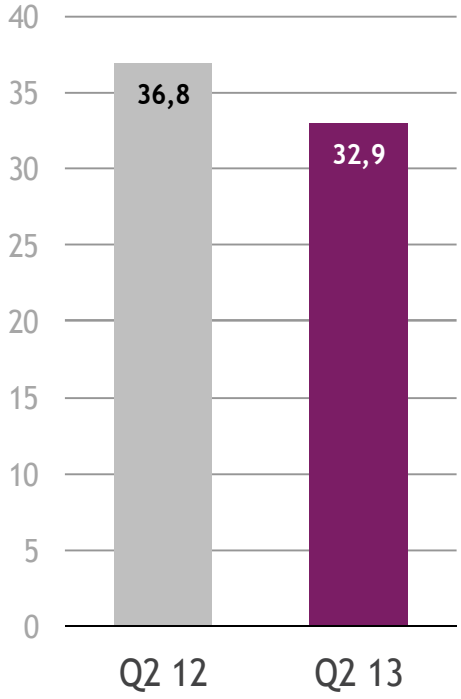


LIVING INFORMATION

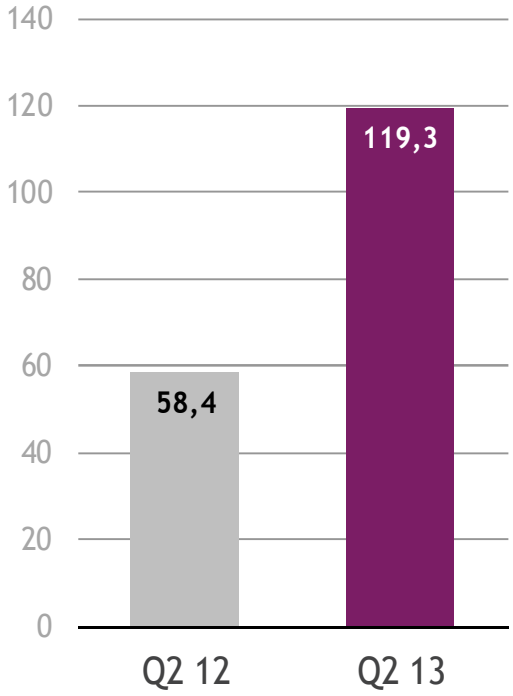
Tunnuslukuja

IFRS

Omavaraisuusaste, %



Nettovelkaantumisaste, %

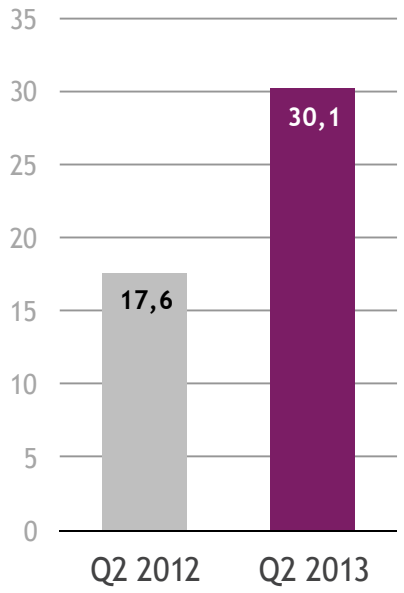


LIVING INFORMATION

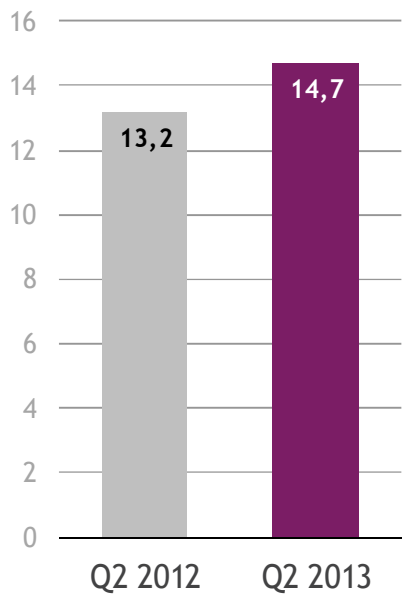
Tunnuslukuja

IFRS

Oman pääoman tuotto, %



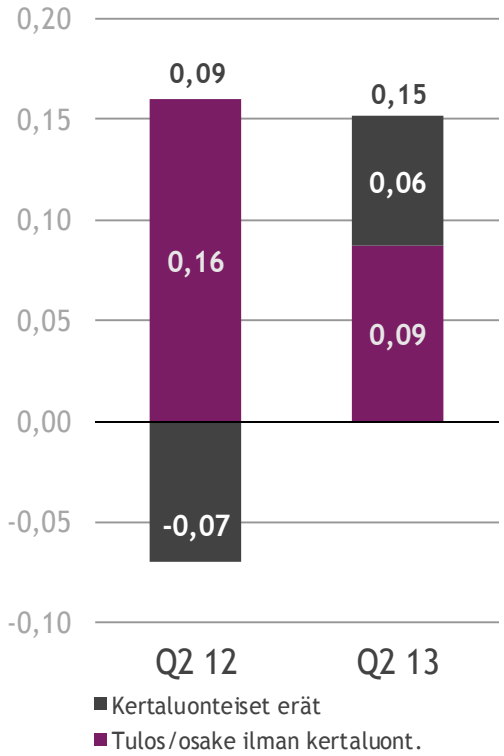
Sijoitetun pääoman tuotto, %

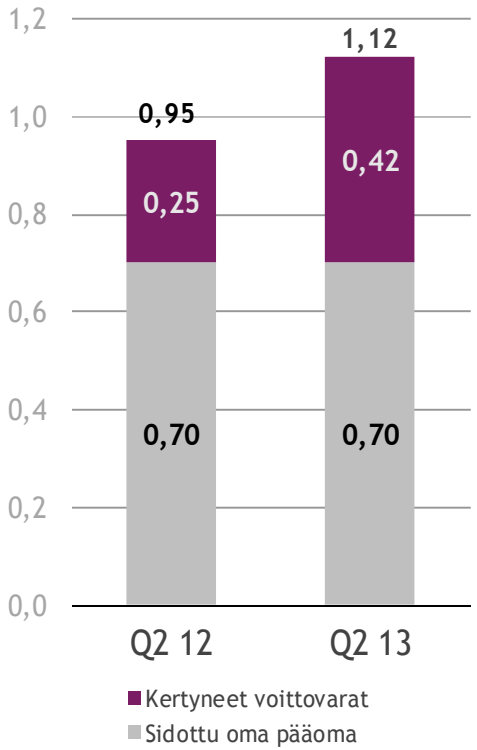


LIVING INFORMATION

Tulos/osake ja oma pääoma/osake

IFRS





LIVING INFORMATION

Tase

IFRS

MEUR	Q2 2013	Q2 2012
Aineettomat hyödykkeet	116,4	88,7
Aineelliset kom-hyödykkeet	87,9	38,9
Osuudet osakkuusyrityksistä	31,0	34,0
Vaihto-omaisuus	0,7	0,6
Saamiset	37,8	41,2
Rahavarat	12,4	20,3
Vastaavaa	**286,2**	**223,7**
Oma pääoma	86,8	73,1
Pakolliset varaukset	3,9	0,8
Eläkevelvoitteet	2,8	3,0
Korolliset velat	116,0	63,2
Korottomat velat	54,1	59,9
Lyhytaikaiset saadut ennakot	22,7	23,8
Vastattavaa	**286,2**	**223,7**

Avainluvut

MEUR	2013 4-6	2012 4-6	Muutos %	2013 1-6	2012 1-6	Muutos %
Liikevaihto	**76,3**	**81,0**	**-5,8**	**151,2**	**162,2**	**-6,8**
Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia	71,9	73,4	-2,0	141,5	146,2	-3,2
Käyttökate ilman kertaluonteisia	**8,0**	**10,8**	**-25,9**	**16,0**	**22,4**	**-28,6**
Liikevoitto ilman kertaluonteisia	**4,6**	**7,7**	**-40,1**	**10,1**	**16,1**	**-37,7**
% liikevaihdosta	**6,0**	**9,5**		**6,6**	**9,9**	
Liikevoitto (-tappio)	**9,5**	**4,8**	**97,5**	**14,9**	**10,8**	**38,1**
% liikevaihdosta	**12,4**	**5,9**		**9,9**	**6,7**	
Tilikauden tulos	**7,9**	**4,5**	**78,1**	**12,0**	**7,2**	**67,2**

Strategia ja tulevaisuuden näkymät

Kai Telanne

LIVING INFORMATION

ALMA

Alma Median strategiset teemat 2013-2015

1. JULKAISUTOIMINNNAN KEHITTÄMINEN

Monimediaisen julkaisutoiminnan kassavirran varmistaminen ja tuottavuuden parantaminen toimintatapoja kehittämällä ja alan yhteistyötä edistämällä.

Painotoiminnan investointien hyödyntäminen ja jakelun tehokkuuden varmistaminen.

2. DIGITAALISTEN PALVELUIDEN KASVATTAMINEN

Digitaalisen palveluliiketoiminnan kasvattaminen ja kehittäminen.

Hankittujen ulkomaisten liiketoimintojen integroiminen osaksi Almaa ja kansainvälisen kasvun kiihdyttäminen.

3. KETTERÄ KONSERNI

Strategisen joustavuuden ja tehokkuuden lisääminen. Johtamisen ja erityisesti digitaalisen liiketoiminnan osaamisen kehittäminen.

Tietojärjestelmien kehittäminen vastaamaan muuttuvia tarpeita.

Strategian eteneminen Q2 2013

PRINTIN UUSI ELÄMÄ	DIGITAALISET PALVELUT KASVUUN	KETTERÄ KONSERNI
✓ Maakuntalehdet siirtyivät kuukausihinnoitteluun. ✓ Raahen Seutu ja Pyhäjokiseutu verkossa maksullisiksi. ✓ Lapin tablettikokeilu päätökseen. ✓ Päätös siirtää Aamulehti tabloidi-formaattiin. ✓ Lounais-Lappi-lehden hankinta. ✓ Uudistunut Iltalehti, Iltalehti Plus sekä erikoislehtien sovelluksia. ✓ Alma Manun uusi lehtipaino käynnistettiin Tampereella. ✓ Rovaniemen paino päätettiin sulkea keväällä 2014. Pohjois-Suomen maakuntalehtien painamisesta sovittiin Kalevan painon kanssa.	✓ Kauppalehti Tietopalveluiden kiinteistöhaun karttapalvelu ✓ Autotallissa toteutettiin sivustouudistus. ✓ Kauppalehden verkkopalvelun uusi käyttäjähallinta. ✓ Mascuksen divestointi. ✓ Useita tietojärjestelmähankkeita.	✓ Taloushallinnon järjestelmäuudistus tuotantoon toukokuussa. ✓ ICT-palveluiden vaiheittainen siirtäminen pilvipalveluiksi. ✓ Laaja esimiestyön kehittämishanke.

Tulevaisuuden näkymät

19.7.2013

Talouskasvun arvioidaan Euroopassa ja erityisesti Suomessa pysyvän heikkona myös vuoden 2013 jälkipuoliskolla. Mediamainonnan lasku ja mediakulutuksen asteittainen siirtyminen digitaalisiin kanaviin laskevat painetun median liikevaihtoa ja kannattavuutta. Alma Median vahva digitaalisten palveluiden myynnin kasvu ei vallitsevassa markkinatilanteessa vielä riitä kattamaan kokonaan painetun median myynnin laskua.

Alma Media arvioi vuoden 2013 toisen vuosipuoliskon ja koko vuoden liikevaihdon ja liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä laskevan vuoden 2012 vastaavien ajanjaksojen tasoista. Vuoden 2012 toisen vuosipuoliskon liikevaihto oli 157,9 milj. euroa, liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 17,4 milj. euroa. Koko vuoden 2012 liikevaihto oli 320,1 milj. euroa, liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 33,5 milj. euroa.

Kiitos! Kysymyksiä?

Seuraavat tapahtumat sijoittajakalenterissa:

- Q3 2013 tulos 25.10.2013

LIVING INFORMATION