

Alma Media Oyj
Yhtiökokous 14.3.2013
Toimitusjohtajan katsaus

AL
MA

LIVING INFORMATION

AL
MA

Katsauksen sisältö

- Alma Media tänään
- Mainonnan markkina 2012
- Strategisia toimenpiteitä 2012
- Taloudellinen tulos 2012
- Alma Median vuosi 2013 ja eteenpäin



Alma Media tänään

LIVING INFORMATION



POHJOISMAAT
BALTIA
KESKI-EUROOPPA

Alma Media on digitaalisiin
palveluihin ja julkaisutoimintaan
keskittyvä dynaaminen
mediayhtiö.

01. UUTISET
02. ELÄMÄNTYYLI
03. URA
04. BUSINESS

AL MA

Liikevoitto 2012

33,5

milj. euroa



Liikevaihto
2012

320

milj. euroa



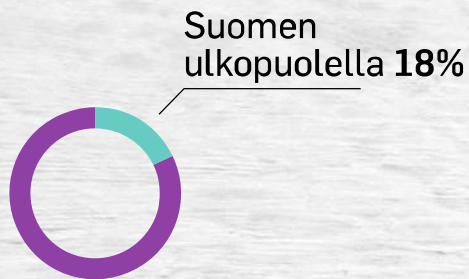
Henkilöstöä
noin

1950

(lehdenjakajat pois lukien)

Kansainvälistyvä Alma Media

01. Rekrytointipalvelut Baltian maissa, Tsekin tasavallassa, Slovakiassa ja Kroatiassa.
02. Uutistoimisto ja asuntojen markkinapaikka Baltian maissa.
03. Liiketilojen markkinapaikka Ruotsissa.
04. Käytettyjen raskaiden koneiden markkinapaikka 35 maassa.



**MYynti
ALUETTAin**



**HENKILÖSTÖ
ALUEITTAIN**





Digitaaliset
kuluttajapalvelut,
liikevaihto 2012

56,5 MEUR

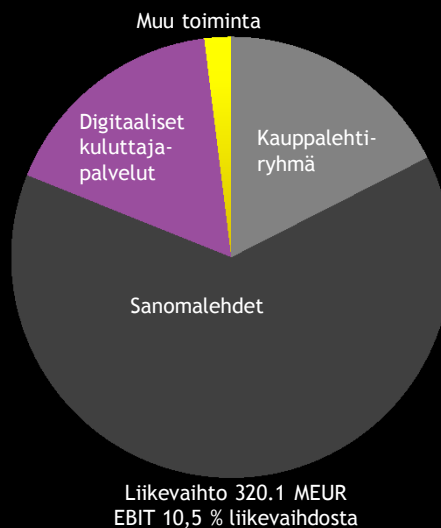
EBIT 13,0 %
liikevaihdosta*



Sanomalehdet,
liikevaihto 2012

206,6 MEUR

EBIT 12,4 % liikevaihdosta*



Kauppalehti-ryhmä,
liikevaihto 2012

56,9 MEUR

EBIT 10,1 % liikevaihdosta*

*liikevoitto ilman kertal. erää

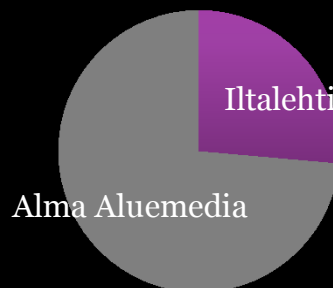


SANOMALEHDET



6 %

Digitaalisen
liikevaihdon
osuus segmentin
liikevaihdosta



Alma Aluemia

Liikevaihto
2012 (2011):

206,6 MEUR
(218,3)

12,4 %

Liikevoitto-%
ilman kertaluonteisia
eriä

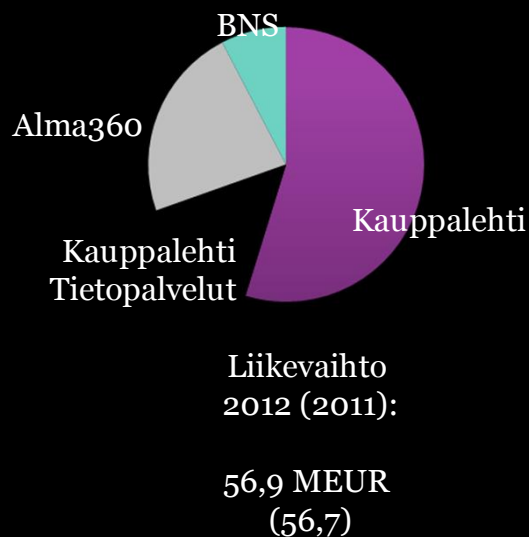


KAUPPALEHTI- RYHMÄ



26 %

Digitaalisen
liikevaihdon
osuus segmentin
liikevaihdosta



10,1 %

Liikevoitto-%
ilman kertaluonteisia
eriä



DIGITAALISET KULUTTAJA- PALVELUT



100 %

Digitaalisen
liikevaihdon
osuus segmentin
liikevaihdosta

Alma
Diverso



Liikevaihto
2012 (2011):

56,5 MEUR
(42,1)

13,1 %

Liikevoitto-%
ilman kertaluonteisia
eriä

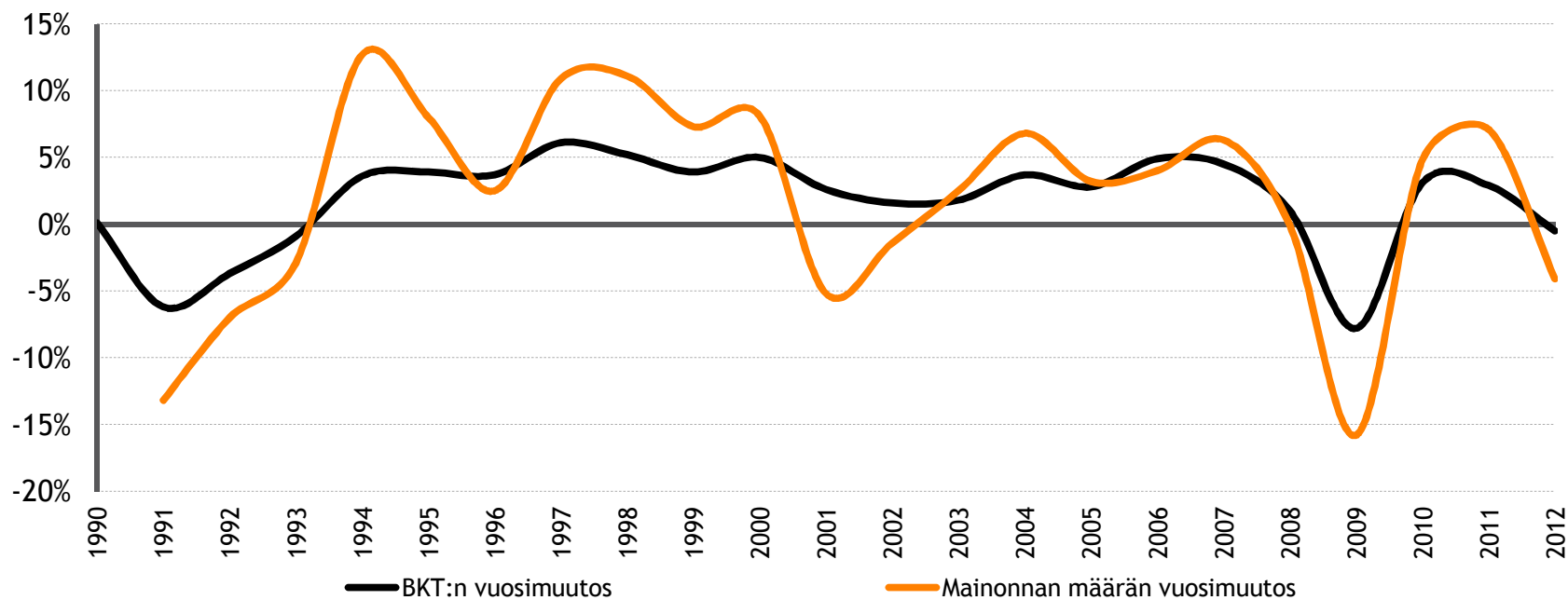


Mainonnan markkina 2012

LIVING INFORMATION

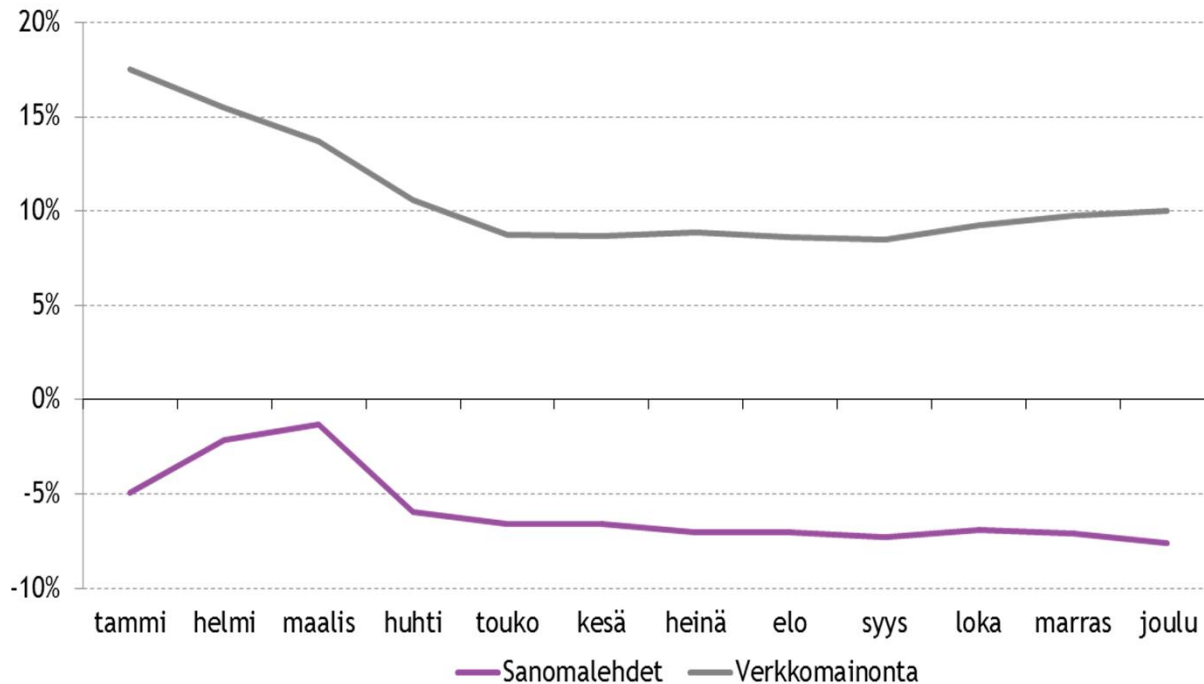


Suhdanteet heiluttavat mainonnan määrää



Lähteet: Tilastokeskus, Mainonnan neuvottelukunta, TNS

Vain verkkomainonta kasvoi 2012



Muutos-%
Q4/2011 vs. Q4/2012

Sanomalehdet	-8.8
Aikakauslehdet	-14.0
Televisio	-3.4
Radio	-7.1
Online	+13.9
<i>Kokonaismuutos</i>	-5.3



Strategisia toimenpiteitä 2012

LIVING INFORMATION

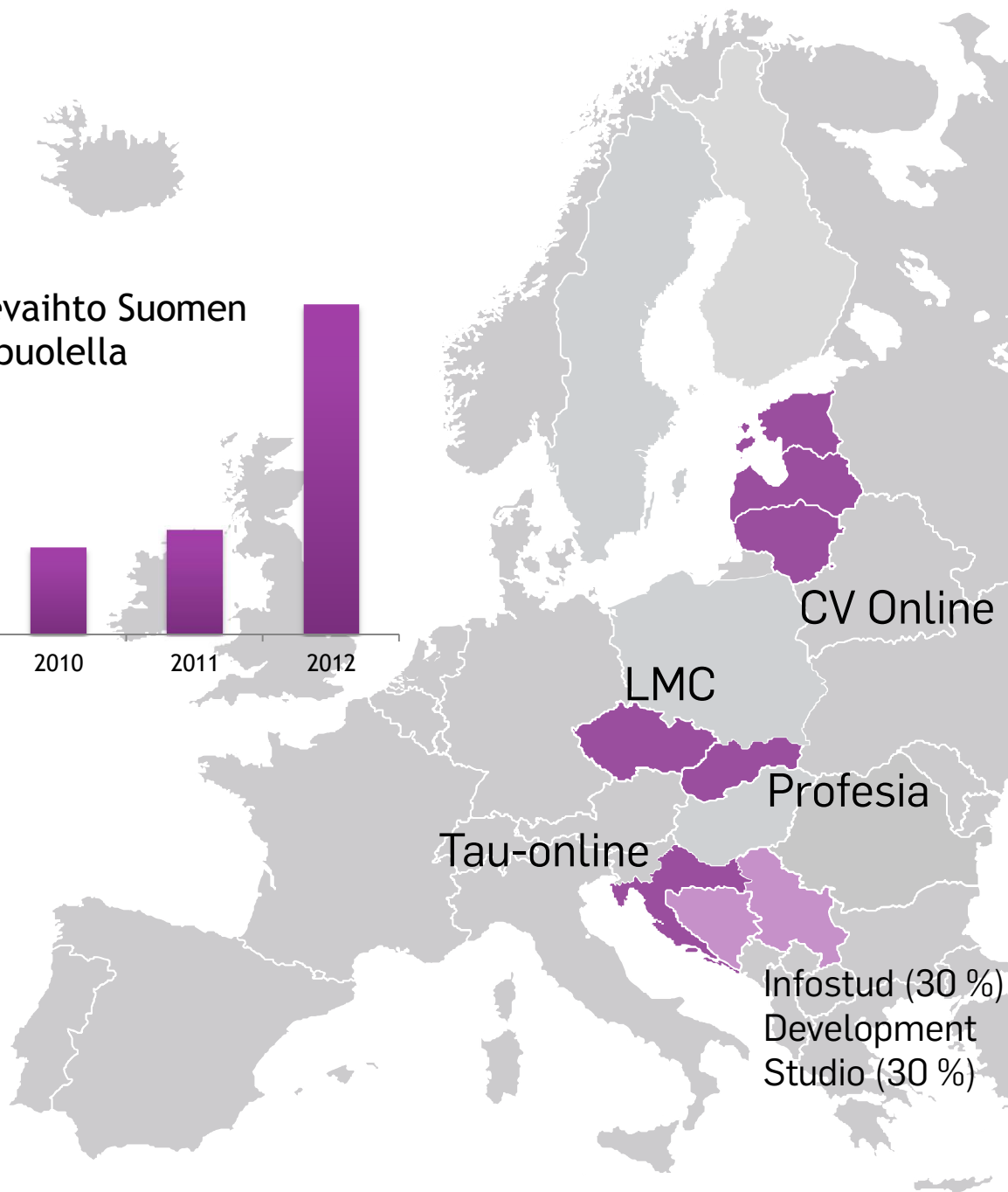
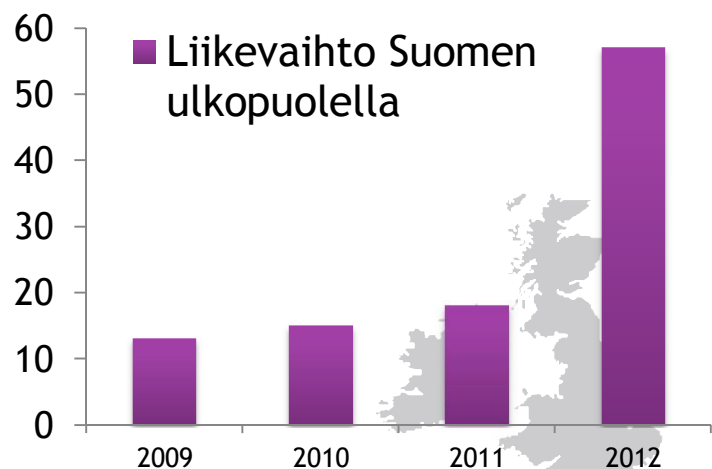


Kansainvälisiä yritysostoja

Digitaalisen liiketoiminnan kasvua kiihdytettiin vuoden 2012 aikana kansainvälisin yritysostoin.

Investointi ostokohteisiin oli yhteensä 72 miljoonaa euroa.

Hankittujen rekrytointipalveluiden käyttökatteen keskiarvo oli vuonna 2012 lähes 30 %.



01.

**YKKÖNEN
SUOMESSA**

SEKÄ

**VIROSSA
LATVIASSA
LIETTUASSA
TSEKISSÄ
SLOVAKIASSA
KROATIASSA.**

50 % markkinaosuus

40 – 70 %

75 %

95 %

80 %

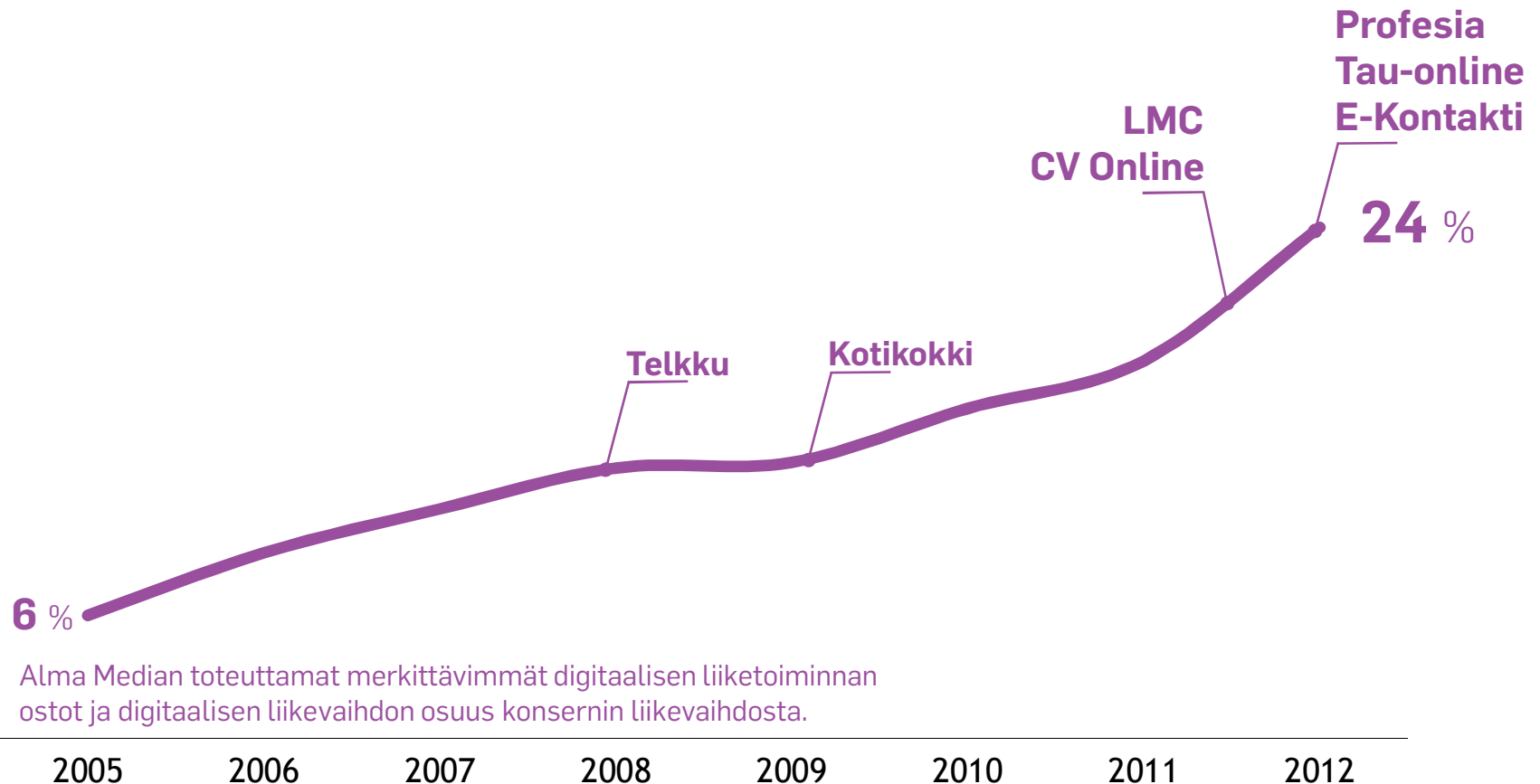
Vahva rekrytoinnissa

Markkinoiden suurin
toimija kaikissa
toimintamaissa.

Synergiat maiden
välillä:

- Tuotekehitys
- Tuotetarjonta
- Osaamisen vaihto
- Asiakassuhteet
- Markkinajohtajuus

Yritysosotot vauhdittavat digitaalista kasvua



Alma Median toteuttamat merkittävimmät digitaalisen liiketoiminnan ostot ja digitaalisen liikevaihdon osuus konsernin liikevaihdosta.

Digisisällöt tilauksen taakse

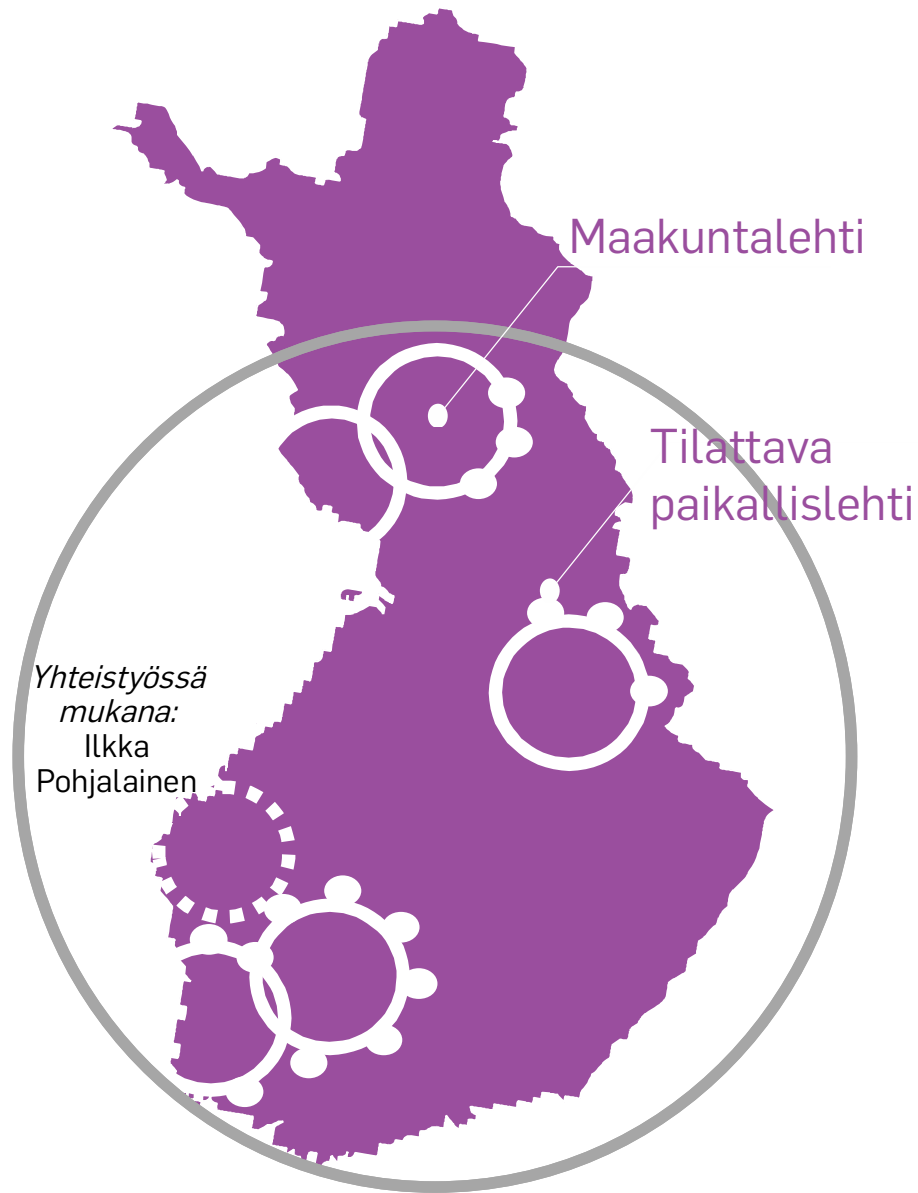


Kauppalehti uudisti toukokuussa 2012 voimakkaasti painetun lehtensä sisältöä. Samalla sisältö eriytettiin digitaalisesta tarjonnasta.

Kauppalehti.fi otti käyttöön niin sanotun maksumuurin ensimmäisenä Suomessa.

Maksumuurit yleistyvät Alman mediassa vuonna 2013.

Aluemedian tehokas toimintamalli



Valtakunnalliset yhteistoimitukset tuottavat muun muassa:

- Urheilu-uutiset
- Ulkomaan uutiset
- Poliitiikan uutiset
- Hyötysisällöt.

Paikallistoimitukset keskittyvät aidosti sisältöön.



Maailman paras painokone

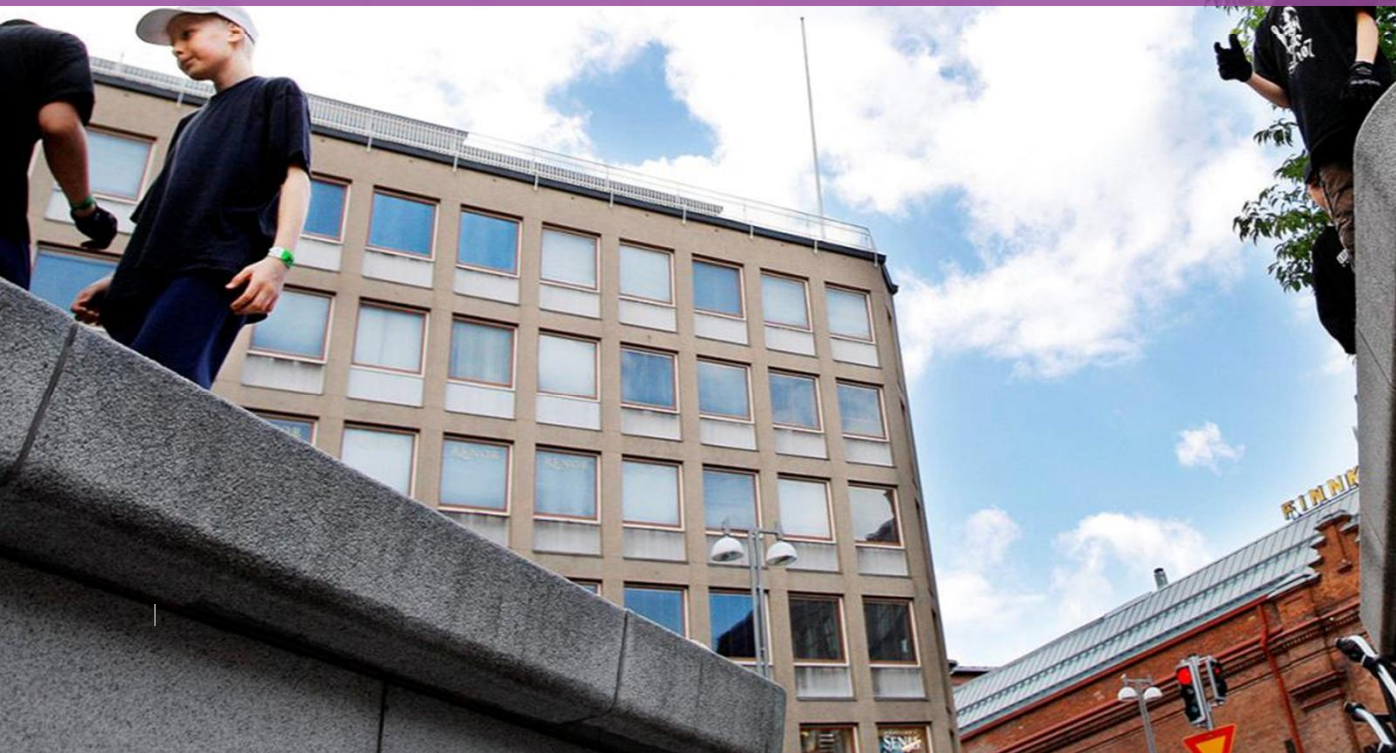
Tampereen painolaitoksen korvausinvestointi on käyttöönottovaiheessa. Tuotanto alkaa huhtikuussa.

Uusi painokone voi painaa kolmea sanomalehteä samanaikaisesti.

Tampereen uusi painolaitos toimii 50 % vanhaa tehokkaammin ja on maailman moderneimpia lajissaan.



Taloudellinen tulos 2012



LIVING INFORMATION



Liikevaihto ja liikevoitto 2011-2012

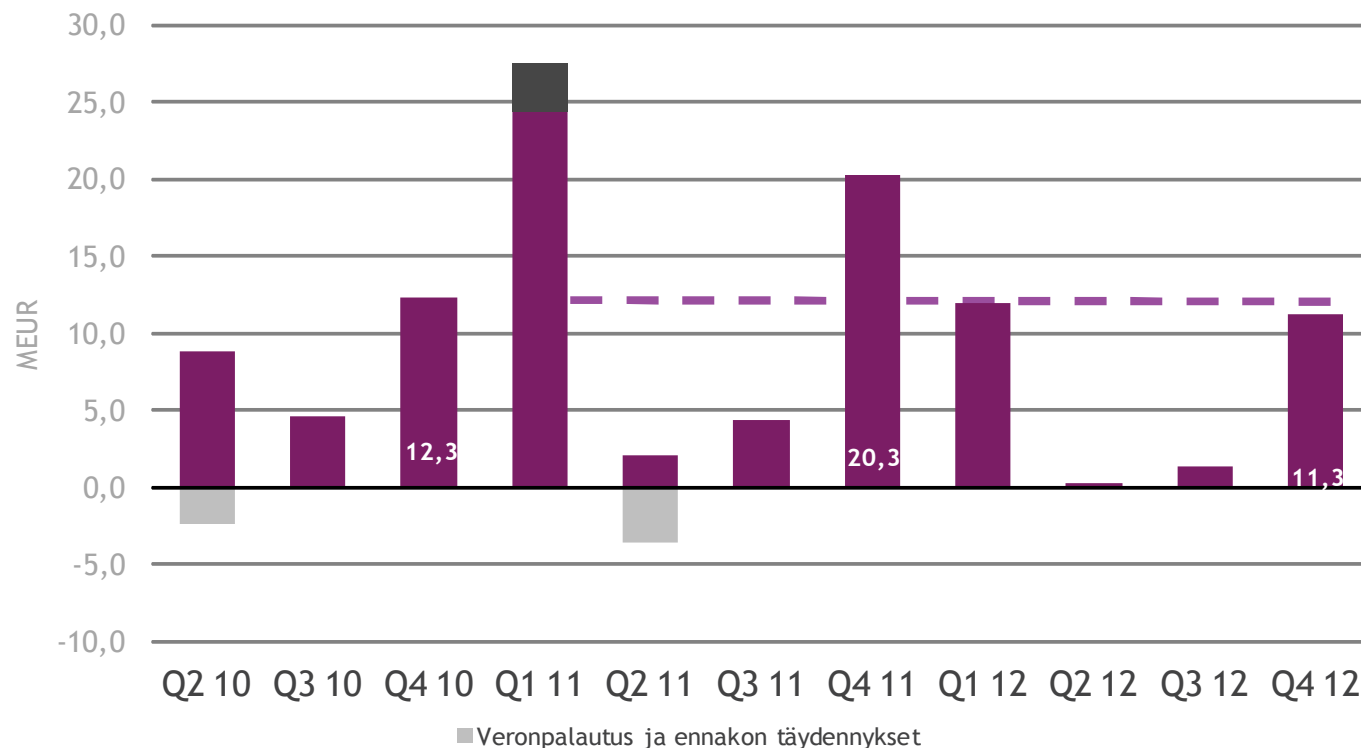
Liikevaihto, MEUR
IFRS



Liikevoitto, MEUR
IFRS



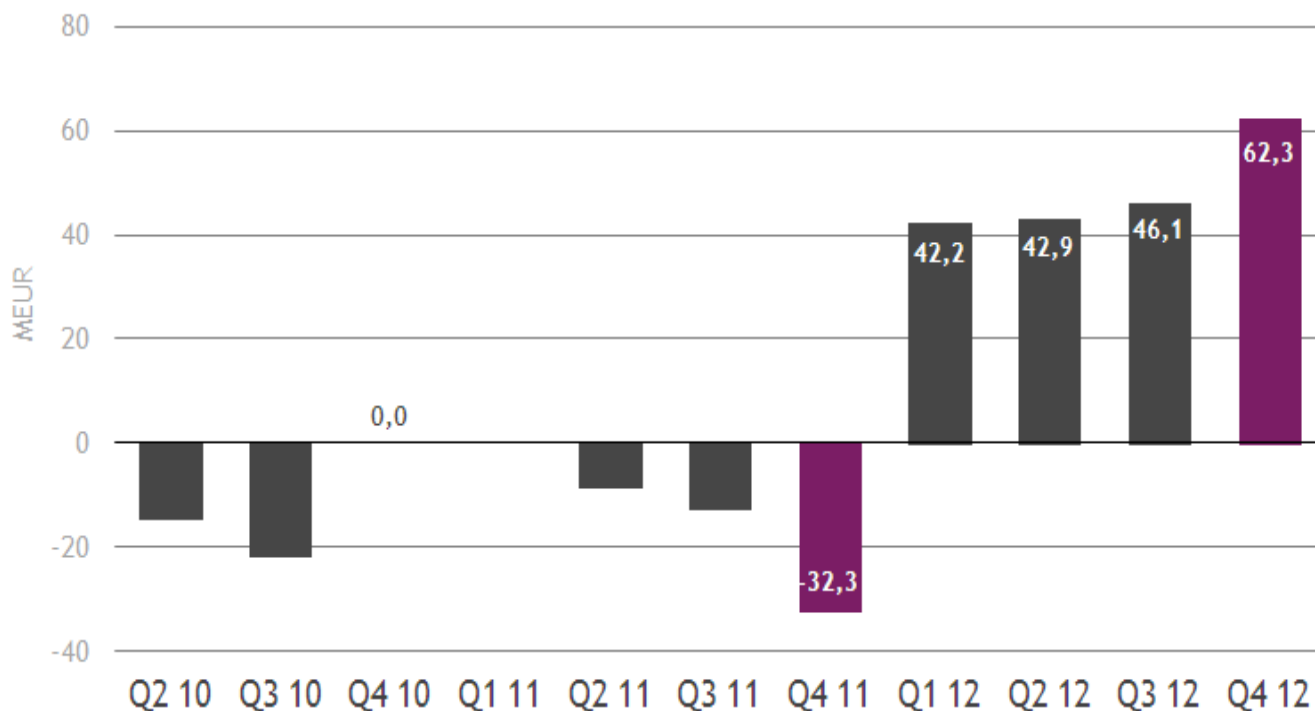
Rahavirta oli edelleen hyvä



Rahavirta on pysynyt keskimäärin normaalilla tasolla.

Painettujen lehtien ALV:n korotus toi 2011 lopussa ennakkomaksuja.

Investointivaihe näkyy nettovelan kasvuna



Digitaalisten liiketoimintojen hankinnat nostivat velkaantumisasteen 73,7 prosenttiin ja laskivat omavaraisuusasteen 36,7 prosenttiin.

Taseen velat kasvavat painokoneen myötä

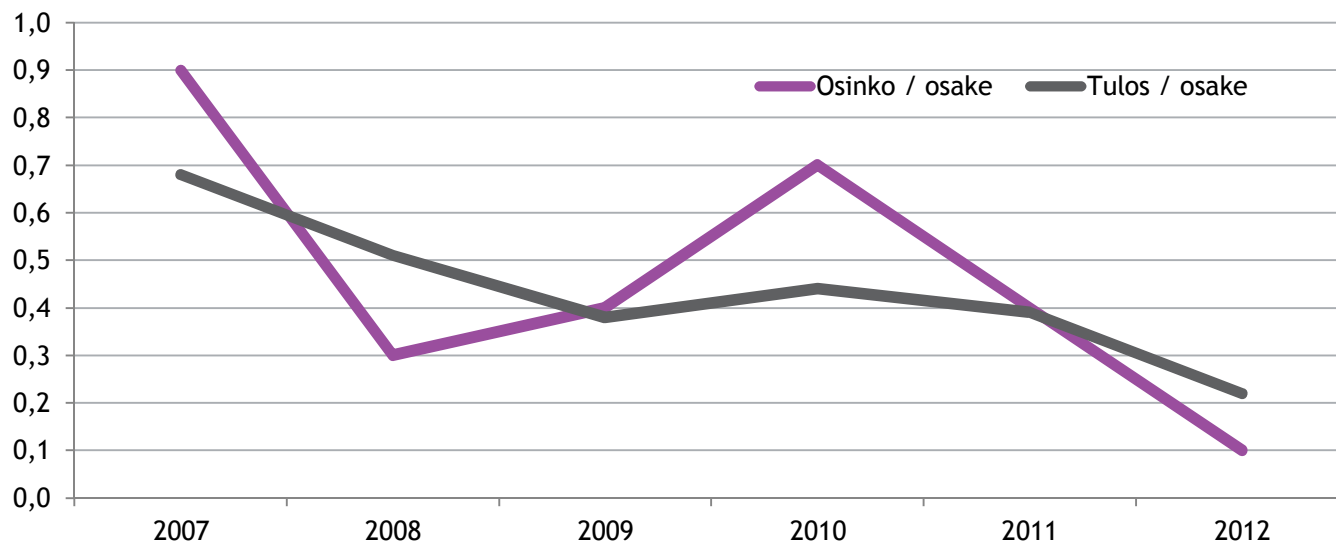
MEUR	Q4 2012	Q4 2011
Aineettomat hyödykkeet	118,2	40,5
Aineelliset kom-hyödykkeet	41,3	23,0
Osuudet osakkuusyrittäistä	31,3	35,0
Vaihto-omaisuus	0,7	1,0
Saamiset	36,4	40,6
Rahavarat	17,1	57,8
Vastaavaa	245,1	198,0
Oma pääoma	84,5	96,7
Pakolliset varaukset	0,5	1,2
Eläkevelvoitteet	2,4	2,6
Korolliset velat	79,4	25,5
Korottomat velat	63,5	43,8
Lyhytaikaiset saadut ennakot	14,8	28,2
Vastattavaa	245,1	198,0

Tampereen painokoneinvestoinnin leasingrahoitusvelka (noin 47 milj. euroa) näkyy taseessa H1 2013.

Osinkohistoria 2005-2012

Osingot ¹ ja efektiiviset osinkotuotot 2005-2011								
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Osinko ¹ , eur	0,65	0,65	0,90	0,30	0,40	0,70	0,40	0,10
Efektiivinen osinkotuotto	7,0 %	7,7 %	6,1 %	5,3 %	5,3 %	8,5 %	6,5 %	2,2 %

¹ Osinko ja maksettu pääomanpalautus yhteensä



Vuoden 2012
voitonjakoehdotus
0,10 eur/osake.

Efektiivinen
osinkotuotto
2,2 %
(osakekurssi
31.12.2012,
4,55 € /osake).



Alma Median vuosi 2013 ja eteenpäin

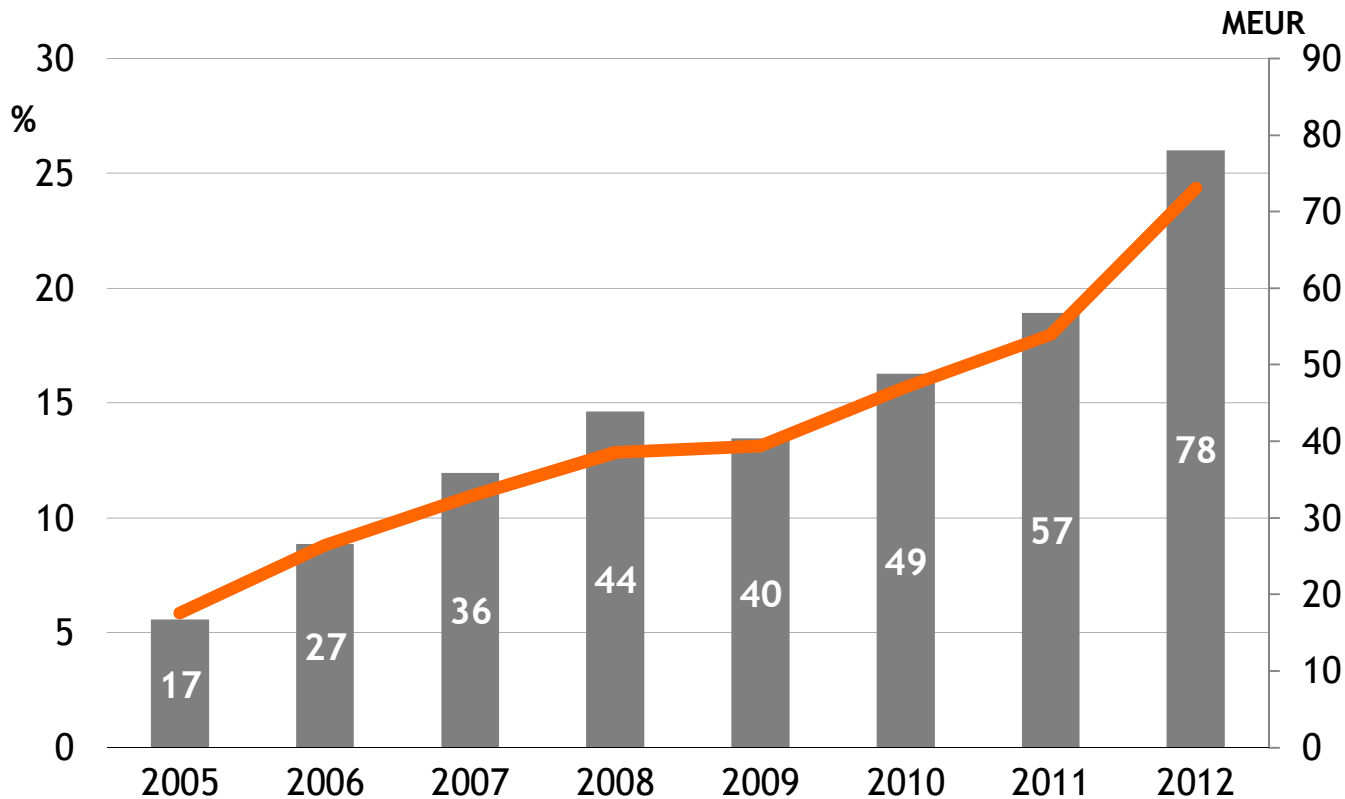
Liiketoiminnan rakenteessa merkittäviä muutoksia

Liikevaihdon lähde	Osuus liikevaihdosta 2012	Muutos liikevaihdossa, 2011 - 2012
Mainonta • Painettu • Digitaalinen	50 % • 30 % • 19 %	+ 4 % • - 12 % • + 43 %
Levikki	37 %	- 6 %
Sisältö- ja palvelu-myynti	13 %	+ 4 %

Muutokseen vaikuttavat:

- taloudellinen suhdanne
- mainonnan ja mediakulutuksen siirtyminen printistä digitaalisiin kanaviin.

Digitaalisen media kasvua kiihdytetään



Digitaalisen liikevaihdon
osuus konsernin liikevaihdosta,
MEUR ja %

Painetun median
osuus Alma Median
liikevaihdosta
on 68 %, mutta
laskeva.

Digitaaliset palvelut
ja verkkomainonta
ovat merkittävä ja
nopeasti kasvava osa
Alma Median
liikevaihtoa ja tulosta.



Strategian toteutus 2013



DIGITAALINEN KASVU

Palveluliiketoiminnan
kasvattaminen.
Ulkomaisten
liiketoimintojen
integrointi.

KETTERÄ KONSERNI

Strateginen joustavuus.
Johtamisosaaminen.
Digitaalisen liiketoiminnan
ymmärrys.
Tietojärjestelmät.

PRINTIN UUSI ELÄMÄ

Monimediaisen
julkaisutoiminnan
kassavirran varmistus.
Painoinvestoinnin
hyödyntäminen.
Jakelun tehokkuus.

Kiitos!

AL
MA

