Kohti kestävää mediaa

15.5.2013 Kai Telanne, toimitusjohtaja, Alma Media Oyj
Espoon ja Kauniaisten Osakesäästäjät
21.5.2013 Rauno Heinonen, viestintäjohtaja, Alma Media Oyj
Helsingin Osakesäästäjät

Esityksen sisältö

- Alma Media tänään
- Markkinatilanne
- Taloudellinen tulos
- Strategia eteenpäin

Alma Media tänään

Alma Media on digitaalisiin palveluihin ja julkaisutoimintaan keskittyvä dynaaminen mediakonserni.

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

LIIKEVAIHTO 2012

320

MEUR

LIIKEVOITTO

33,5

MEUR

ALMALAISIA ON

1950

DIGITAALISET KULUTTAJAPALVELUT

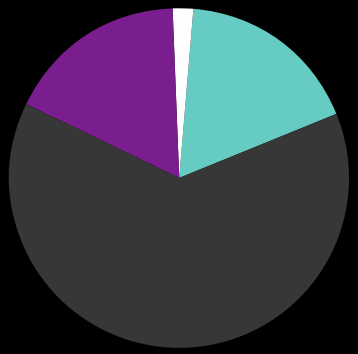
56,5

MEUR

SANOMALEHDET

206,6

MEUR



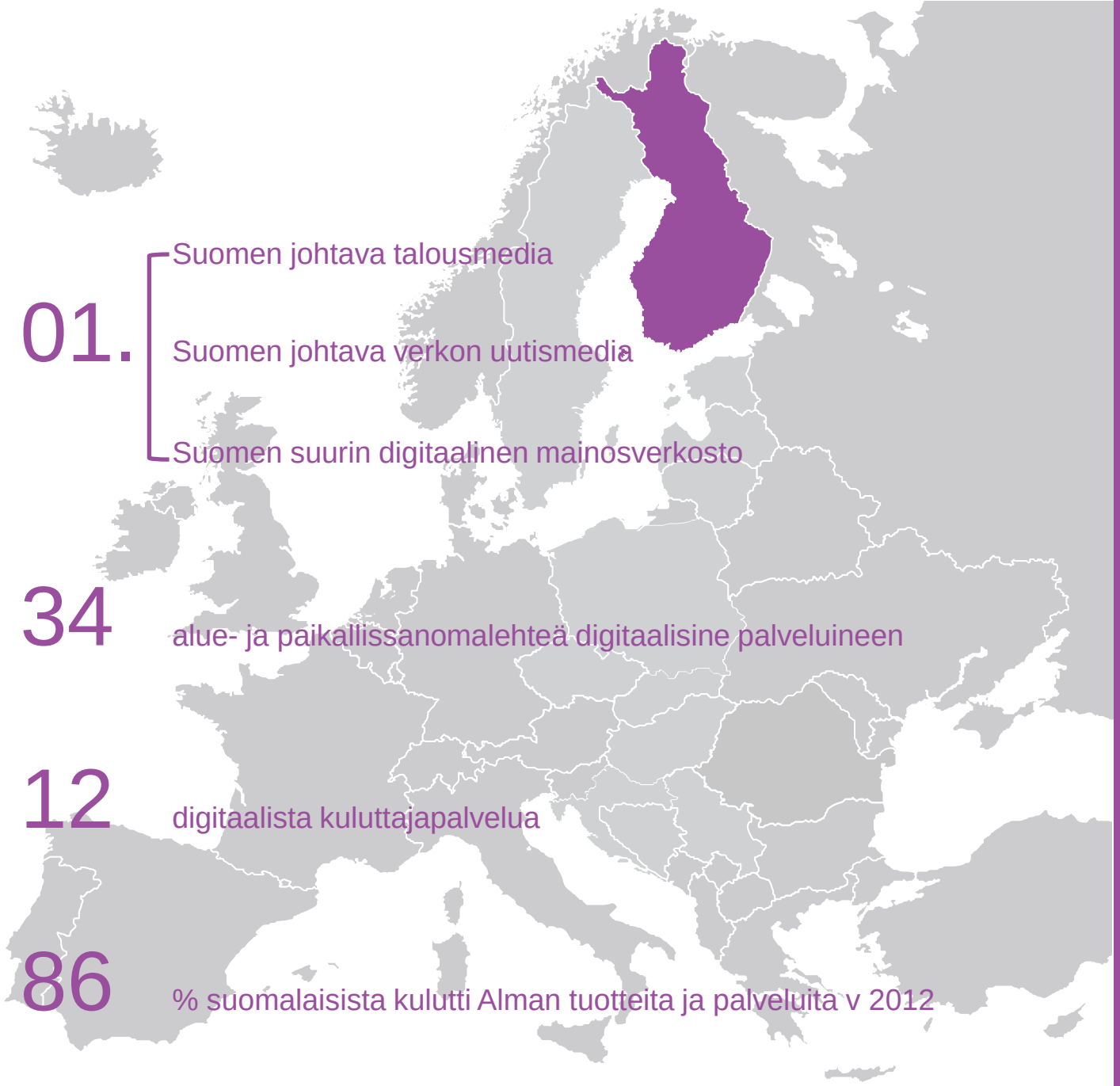
RAPORTOINTISEGMENTIT

KAUPPALEHTI-RYHMÄ

56,9

MEUR

Vahva mediatalo Suomessa



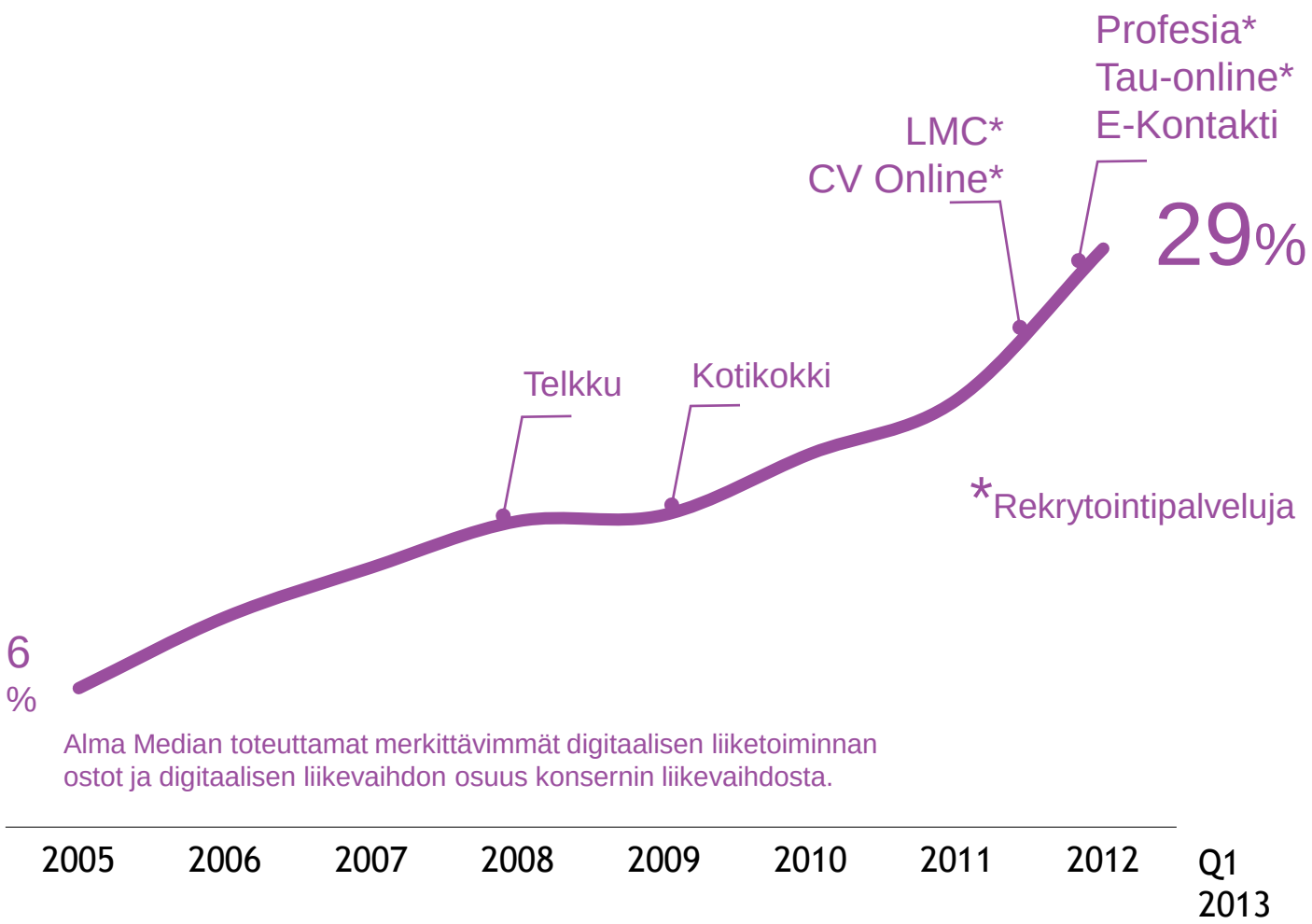
01.
- Suomen johtava talousmedia
- Suomen johtava verkon uutismedia
- Suomen suurin digitaalinen mainosverkosto

34 alue- ja paikallissanomalehteä digitaalisine palveluineen

12 digitaalista kuluttajapalvelua

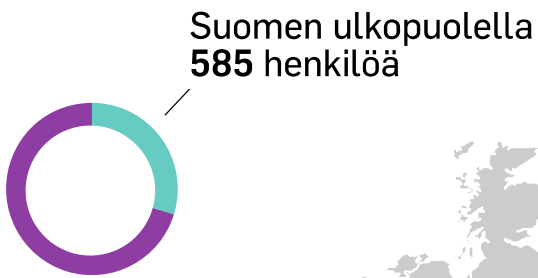
86 % suomalaisista kulutti Alman tuotteita ja palveluita v 2012

Yritysostot vauhdittavat digitaalista kasvua

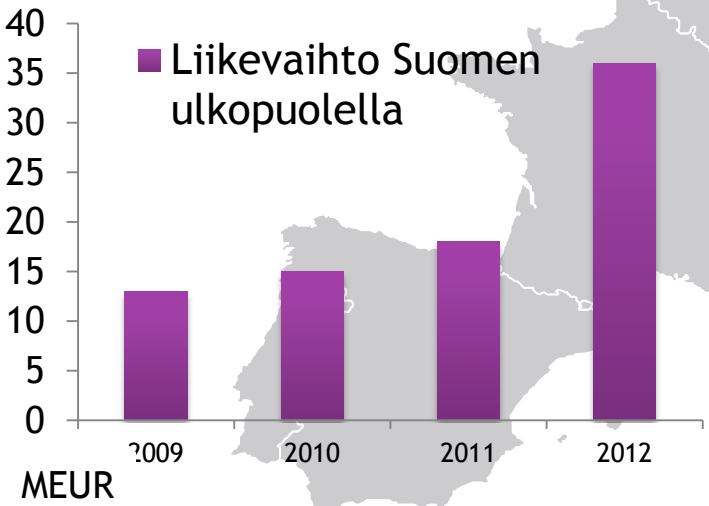


Alma Median toteuttamat merkittävimmät digitaalisen liiketoiminnan ostot ja digitaalisen liikevaihdon osuus konsernin liikevaihdosta.

Kansainvälinen Alma Media



HENKILÖSTÖ ALUEITTAIN



Toimitila-palvelu

Uutis-toimisto

Asunto-palveluja

Rekrytointipalveluja

Rekrytointipalveluja

Rekrytointipalveluissa

- Markkinajohtaja kaikissa toimintamaissa.
- Ostokohteiden käyttökatteen keskiarvo 30 % (2012).

Alman perusvalintoja

MISSIO

Yksilön vapauden ja
hyvinvoinnin puolesta

ARVOT

Vapaa ja moniarvoinen viestintä
Joukkuepeli
Rohkeus

VISIO

Kiinnostavin tiedon, hyödyn ja
elämysten tuottaja sekä median
tulevaisuuden suunnannäyttäjä

STRATEGIAN KULMAKIVET

Sanomalehdestä monimediaksi
Kasvua digitaalisista palveluista
Ketterä konserni

Kestävä media

Kestävän
medialiiketoiminnan
kehittäminen

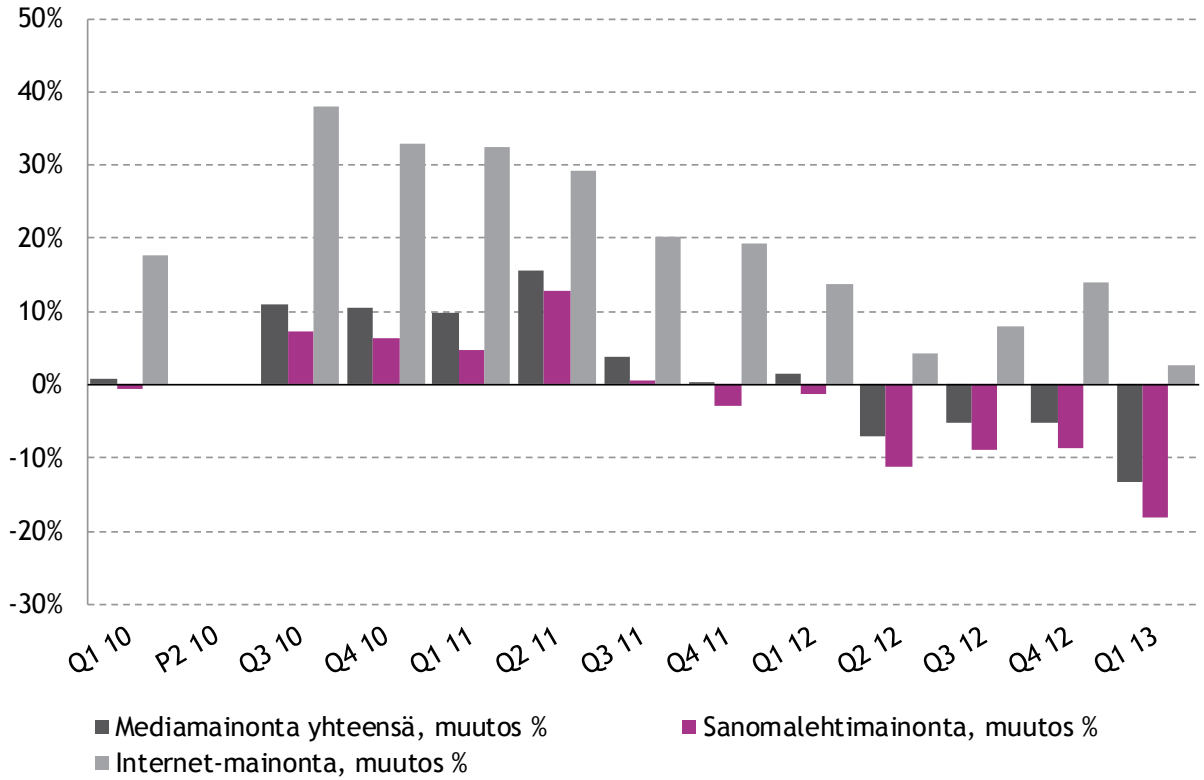
Vastuullinen
vaikuttaminen ja
ajatusjohtajuus

Vastuullisuus
osaksi
arjen valintoja

Markkinatilanne

LIVING INFORMATION

Mediamainonnan muutos Q1/2010 – Q1/2013



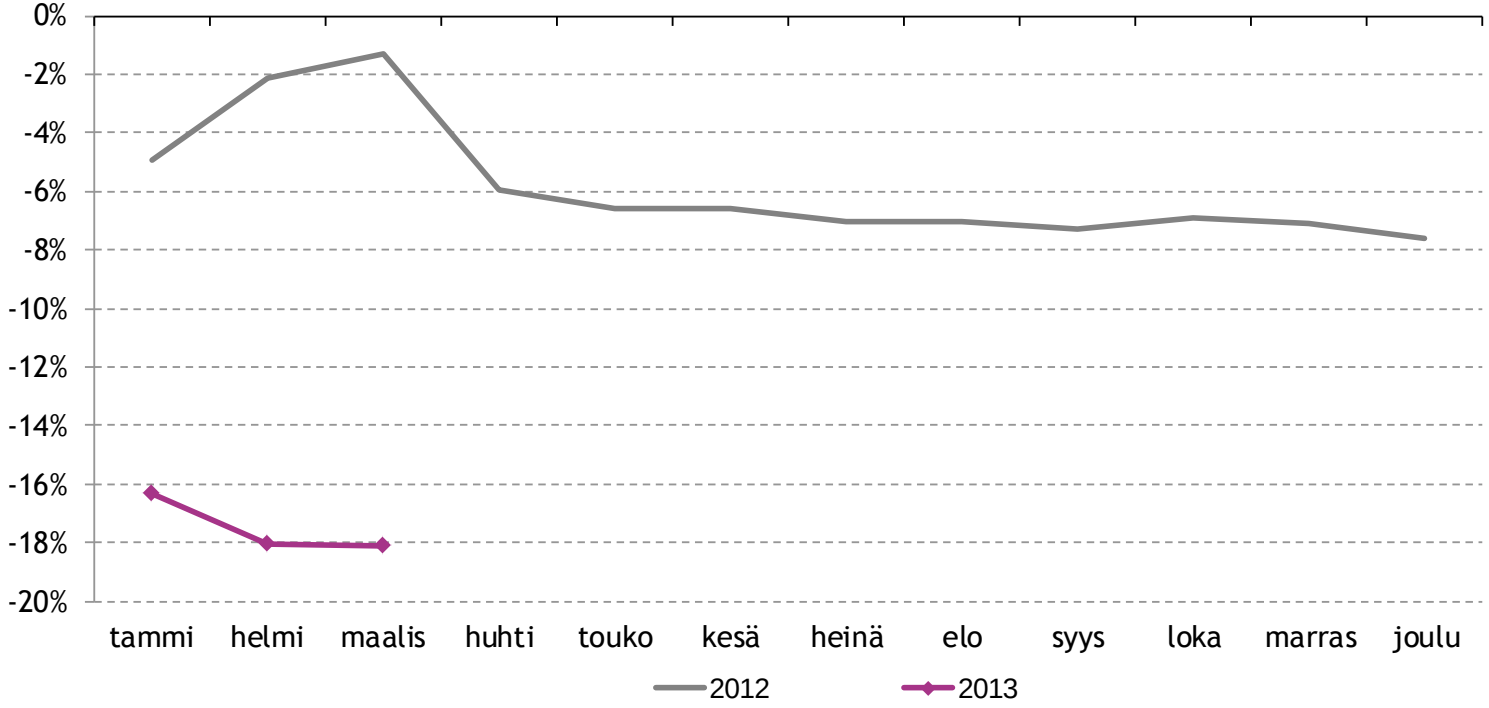
Muutos-% Q1/13 vs. Q1/12	
Sanoma-lehdet	-18,1
Aikakaus-lehdet	-16,2
TV	-9,7
Radio	-18,1
Internet	+2,6
Yhteensä	-13,3

Lähde: TNS Media Intelligence

LIVING INFORMATION

Mainonnan määrä painetuissa sanomalehdissä* laski edelleen

Kumulatiivinen muutos-% edelliseen vuoteen verrattuna



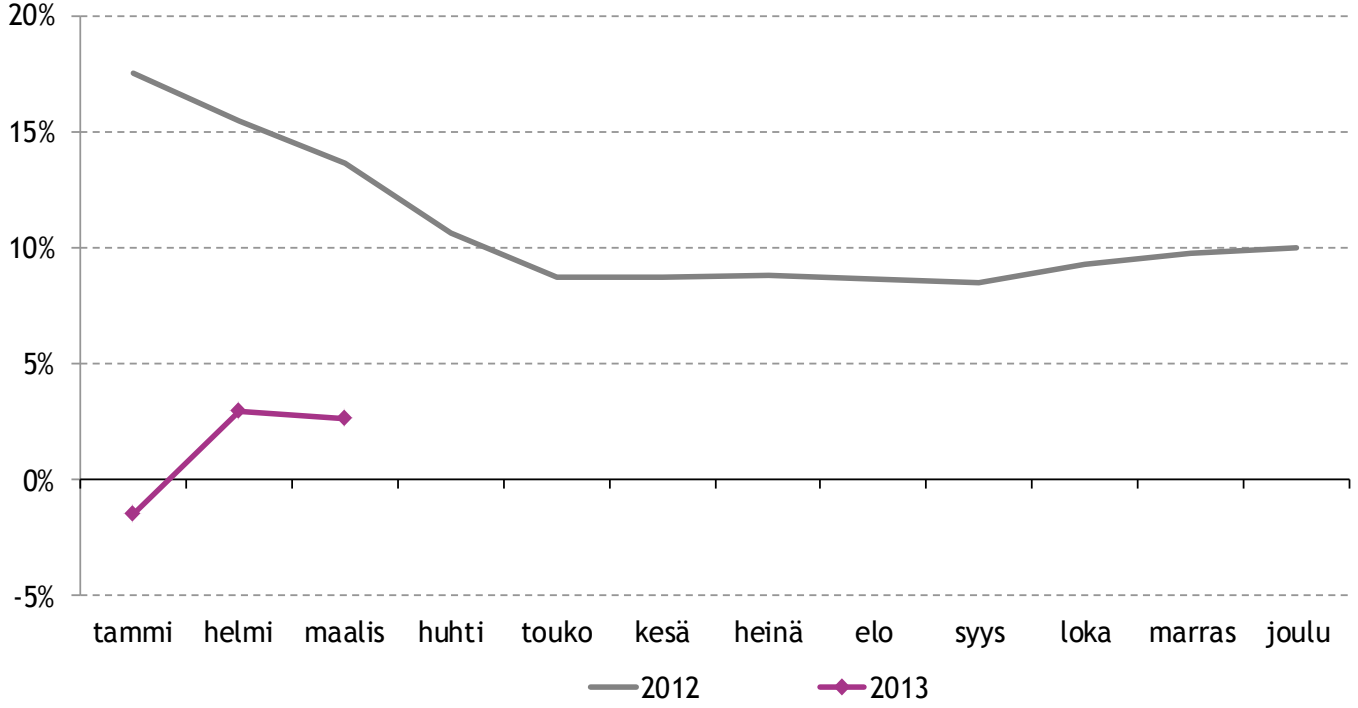
Lähde: TNS Media Intelligence

* Sanoma-, kaupunki- ja noutolehdet

LIVING INFORMATION

Mainonta verkkomediassa niukasti kasvupolulla

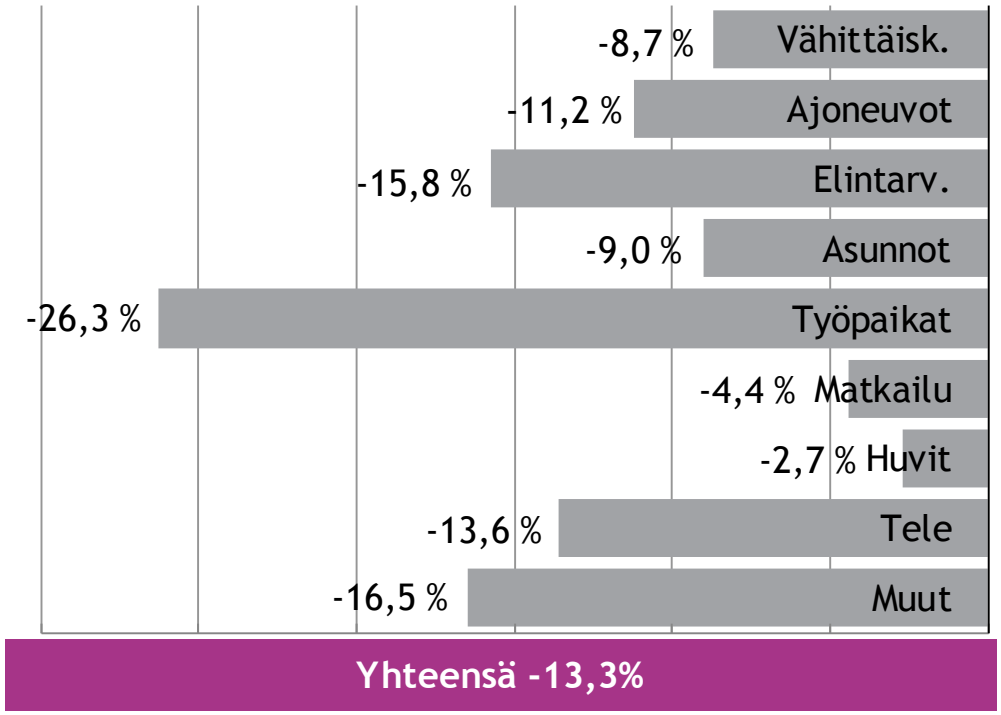
Kumulatiivinen muutos-% edelliseen vuoteen verrattuna



Lähde: TNS Media Intelligence

Kaikki toimialat vähensivät mainontaansa

Markkina yhteensä; muutos vs. Q1/2012

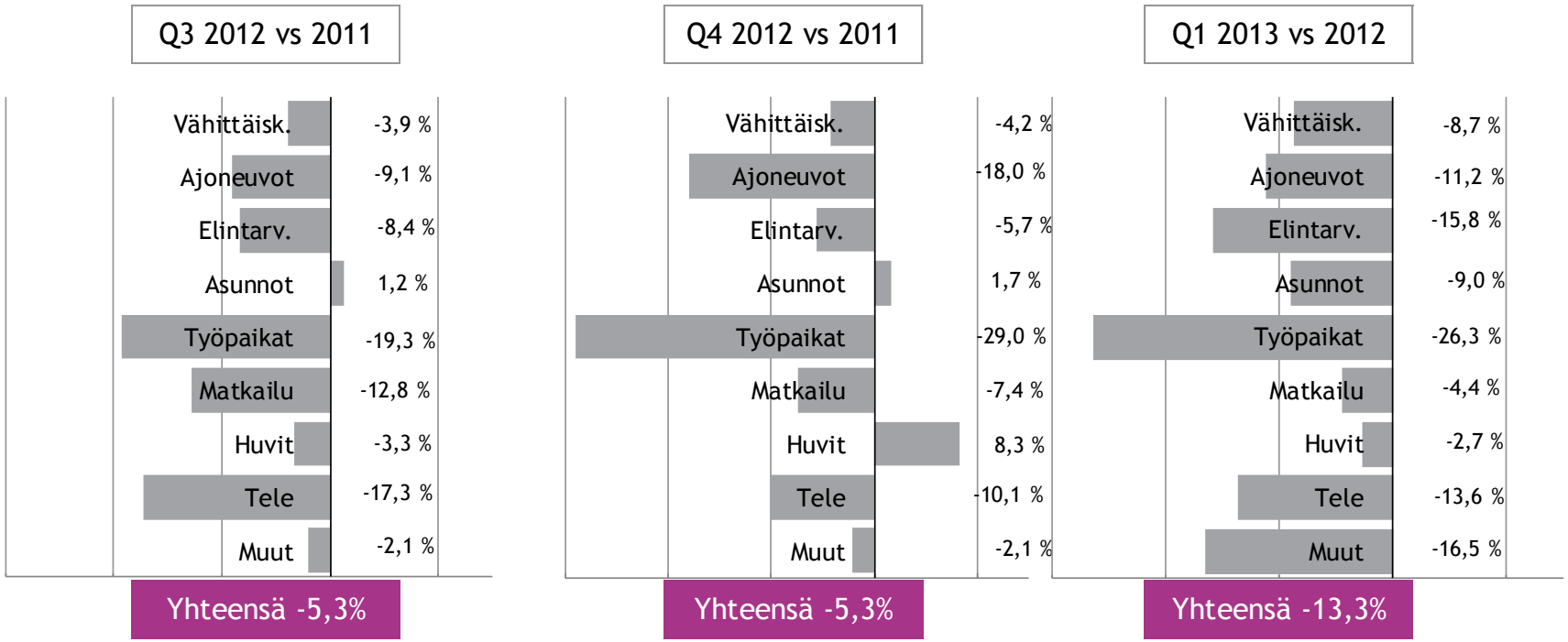


Mainonta Q1/13	MEUR
Vähittäiskauppa	53
Moottoriajoneuvot	26
Elintarvikkeet	22
Kiinteistöt ja asunnot	12
Avoimet työpaikat	11
Matkailu ja liikenne	11
Huvit	10
Telepalvelut	6
Muut	93
Yhteensä	244

Lähde: TNS Media Intelligence

Laskua jatkunut kolme neljännestä

Kokonaismarkkina; muutos edellisvuoteen verrattuna



Lähde: TNS Media Intelligence

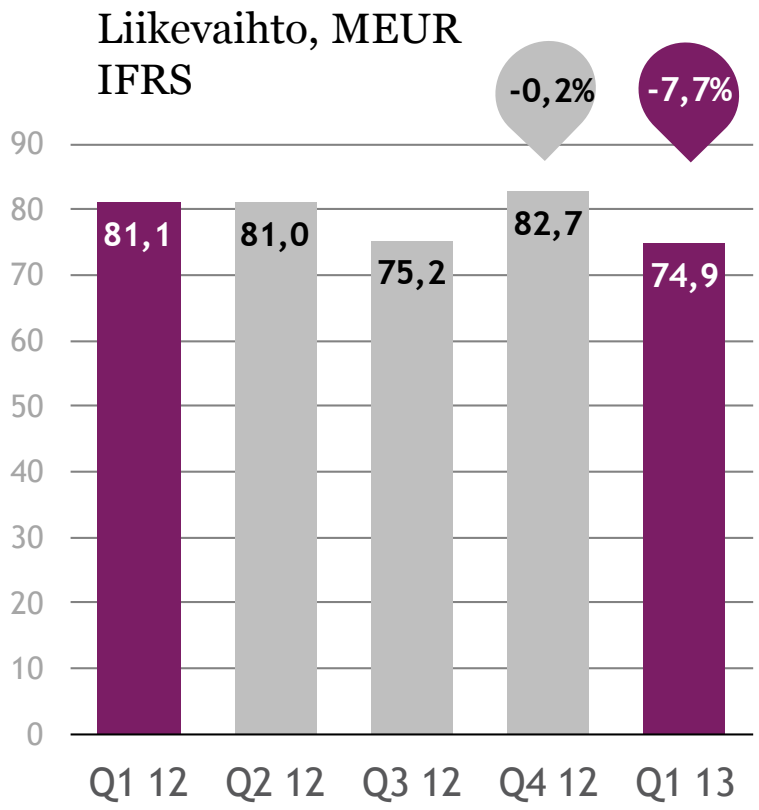
LIVING INFORMATION

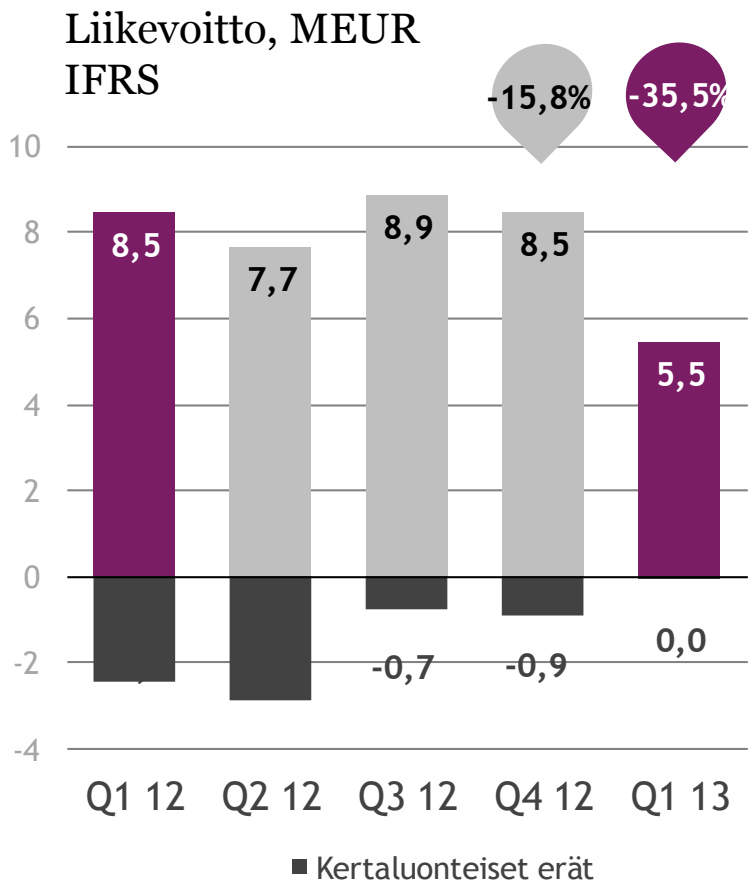
Taloudellinen tulos Q1 2013

LIVING INFORMATION

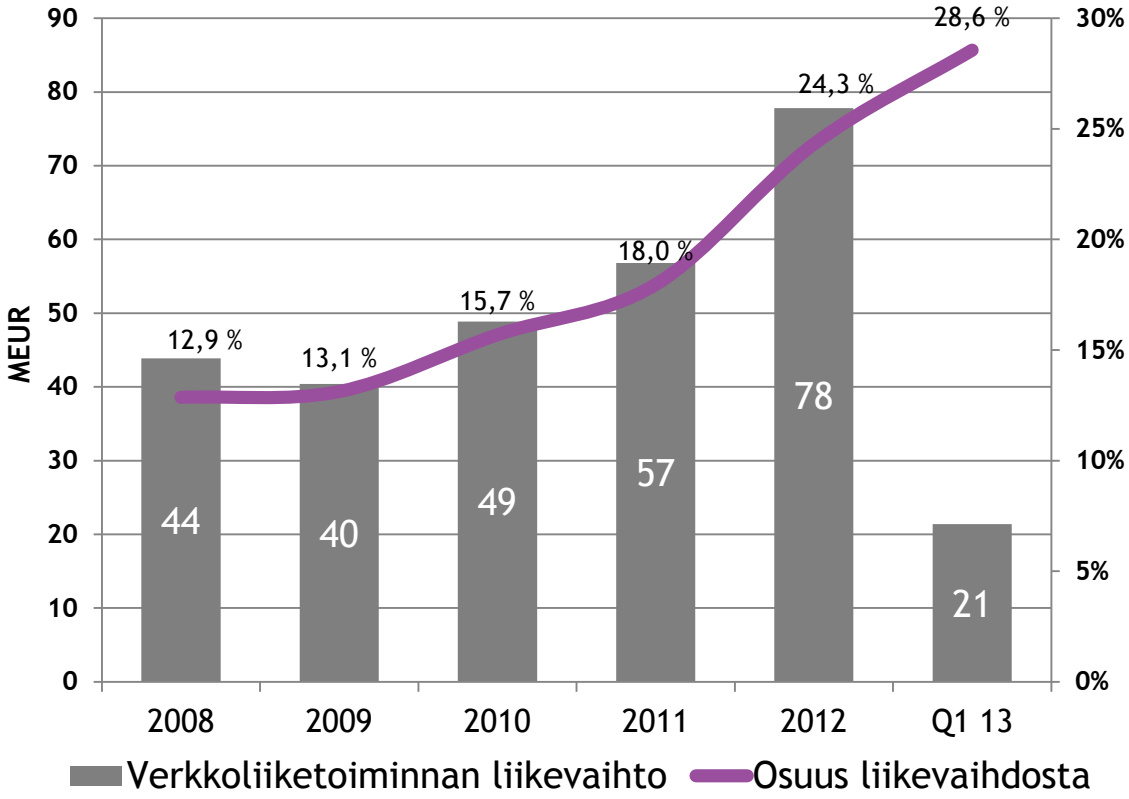
ALMA

Liikevaihto ja liikevoitto laskivat vertailukaudesta



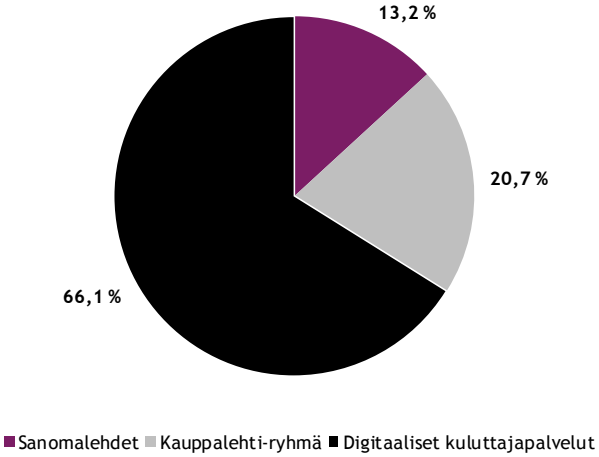


Digitaalinen liiketoiminta kasvaa



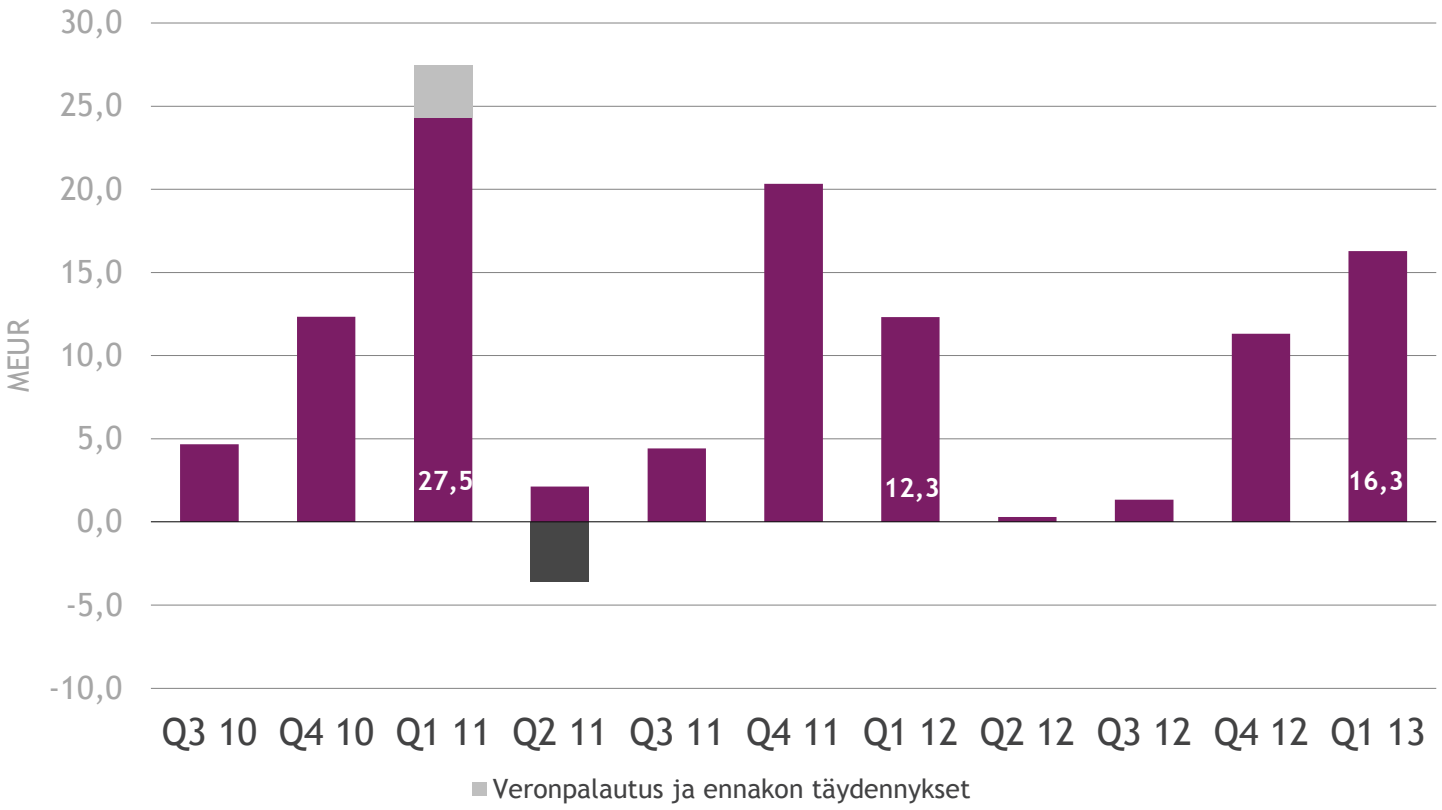
Liiketoiminnoittain Q1/2013

Ilman kertaluonteisia eriä



Liiketoiminnan rahavirta

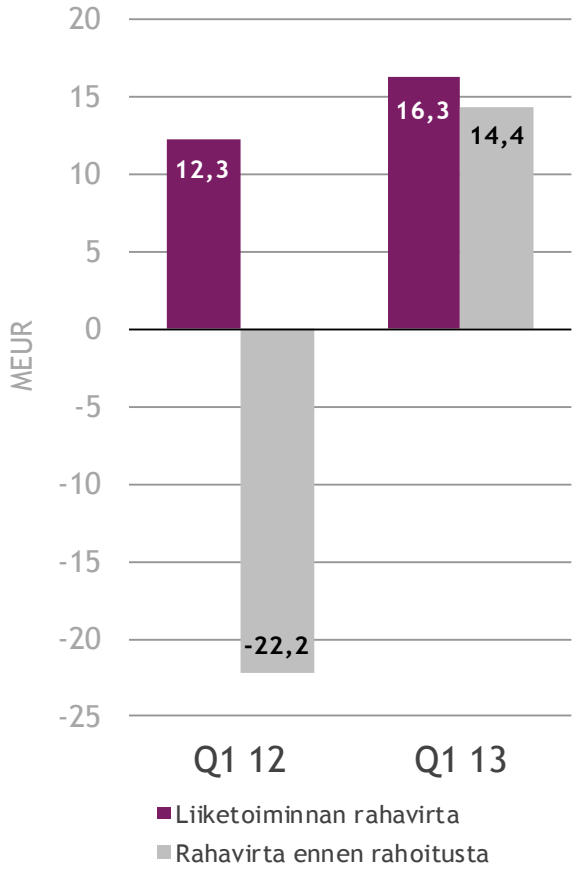
IFRS

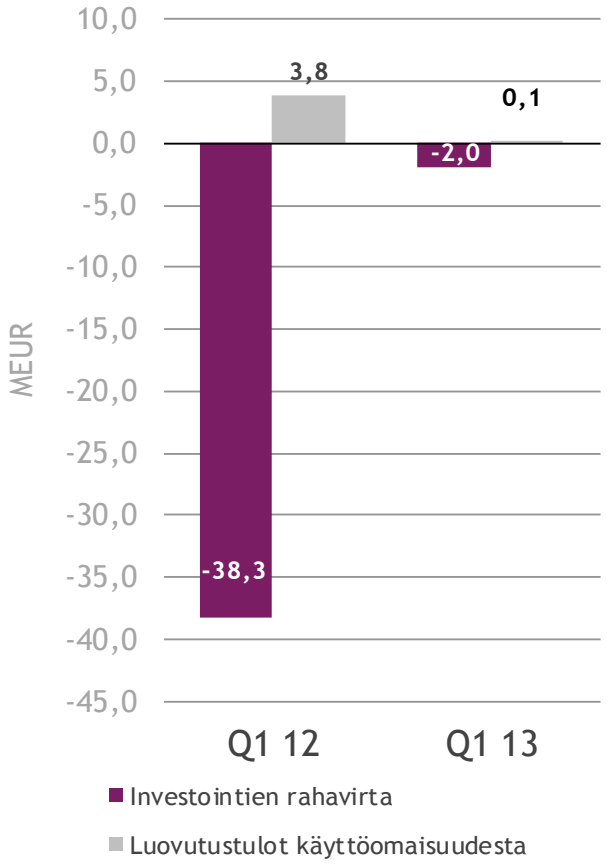


LIVING INFORMATION

Rahavirta ja investoinnit

IFRS

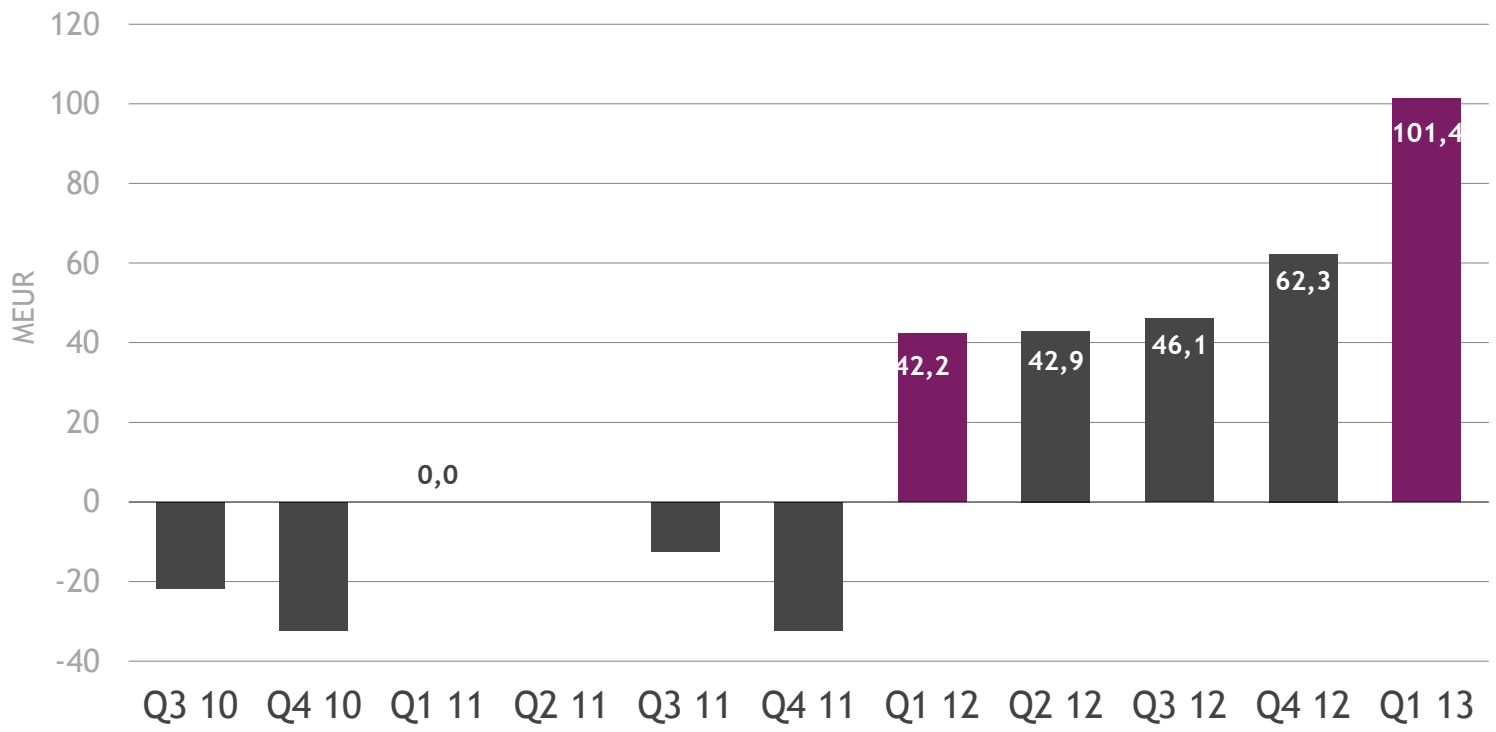




LIVING INFORMATION

Velat, netto

IFRS

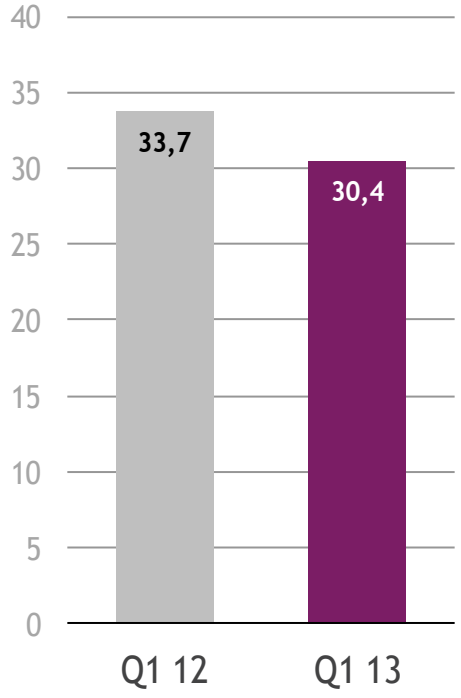


LIVING INFORMATION

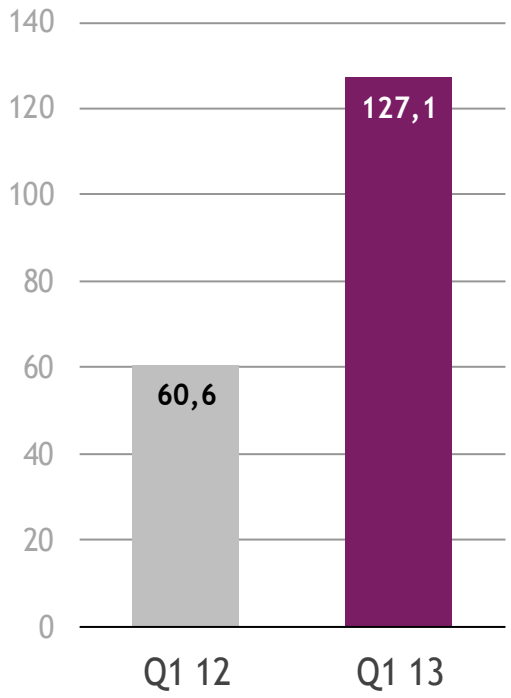
Tunnuslukuja

IFRS

Omavaraisuusaste, %



Nettovelkaantumisaste, %



Avainluvut

MEUR	2013 1-3	2012 1-3	Muutos %
Liikevaihto	**74,9**	**81,1**	**-7,7**
Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia	69,6	72,8	-4,4
Käyttökate ilman kertaluonteisia	**8,0**	**11,6**	**-31,0**
Liikevoitto ilman kertaluonteisia	**5,5**	**8,5**	**-35,5**
% liikevaihdosta	**7,3**	**10,4**	
Liikevoitto (-tappio)	**5,4**	**6,0**	**-9,5**
% liikevaihdosta	**7,2**	**7,4**	
Tilikauden tulos	**4,1**	**2,7**	**49,6**

Tulevaisuuden näkymät

26.4.2013

Talouden yleinen epävarmuus konsernin päämarkkinoilla sekä mediakulutuksen siirtymä painetusta mediasta sähköisiin kanaviin vaikeuttaa ilmoitus- ja levikkiliikevaihtojen kehityksen ennustamista. Digitaaliset palvelut kasvattavat edelleen osuuttaan mediamarkkinasta.

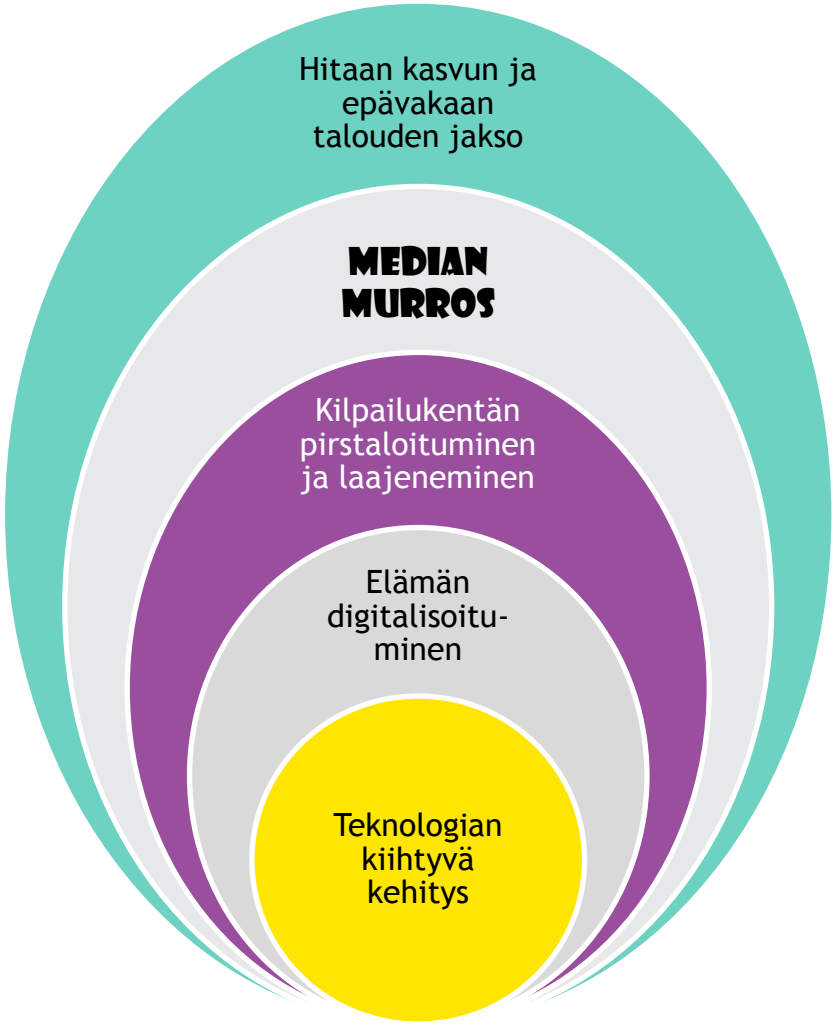
Talouskasvun arvioidaan Euroopassa pysyvän heikkona vuoden 2013 alkupuolella. Digitaalisten palveluiden myynnin kasvu ei riitä kattamaan kokonaan painetun median myynnin laskua.

Alma Media pitää ennallaan tilinpäätöstiedotteessa 15.2.2013 antamansa arvion, jonka mukaan vuoden 2013 ensimmäisen vuosipuoliskon liikevaihdon ja liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä laskevan vuoden 2012 ensimmäisen vuosipuoliskon tasosta. Vuoden 2012 ensimmäisen vuosipuoliskon liikevaihto oli 162,2 milj. euroa, liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 16,1 milj. euroa.

Strategia eteenpäin

LIVING INFORMATION

Toimintaympäristössä tapahtuu paljon



Taloudellinen ilmapiiri pysynee vaisuna: talousennusteet ennustavat Suomen BKT:n kasvavan vain hitaasti lähivuosina.

Perinteisten medioiden kannattavuus paineen alla, kehitystarpeet lisääntyvät, kasvu vaatii uutta liiketoimintaa.

Kilpailu lukijan ajasta ja rahoista kiristyy edelleen. Yritykset hakevat suoraa, kustannustehokasta ja mitattavaa yhteyttä asiakkaisiin. Markkinoille uusia ’medioita’.

Internetistä uusi sosiaalinen ja kaupallinen infrastruktuuri. SoMen merkitys ja hyödyntäminen kasvavat.

Verkko- ja mobiiliteknologiat, päätelaitteet. Vaatimustason nousu.

Digitaalisen murroksen elementtejä

Digi-markkinointi	Big data	Liikkuva kuva
eKauppa	Mobiliteetti	Maksulliset sisällöt

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.

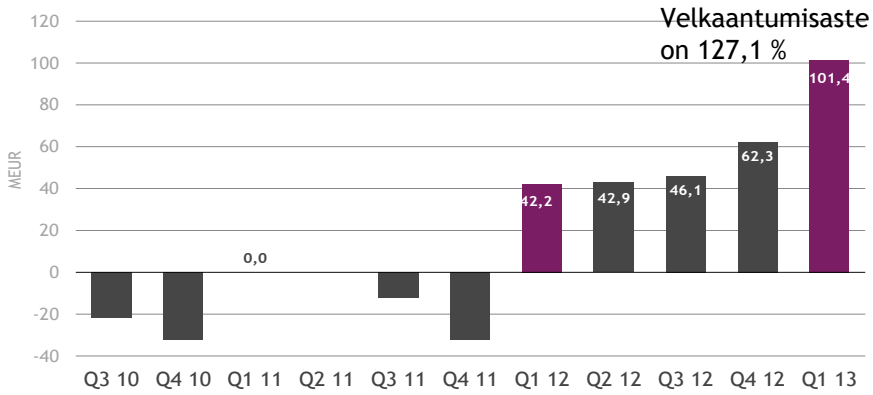
Tietojärjestelmien kehittäminen vastaamaan muuttuvia tarpeita.

Strategian eteneminen Q1 2013
esimerkkejä

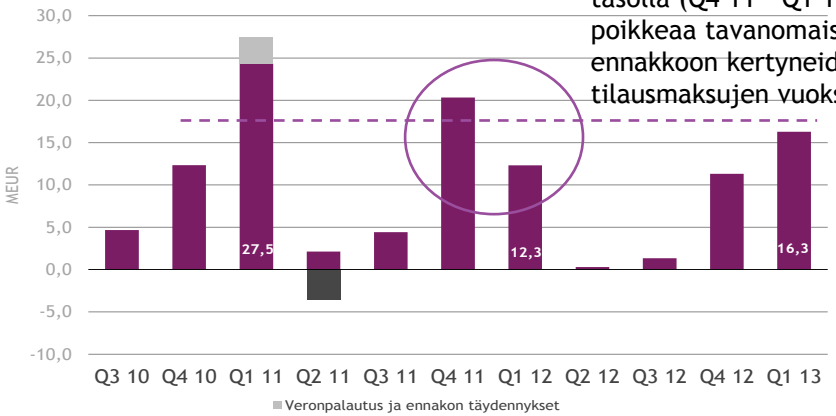
JULKAISUTOIMINTA	DIGITAALISET PALVELUT	KONSERNI
✓ Kauppalehden Windows-sovellus ja Iltalehden iOS-applikaatio ✓ Uuden painon käyttöönotto etenee ✓ Sisältöyhteistyö Ilkka-Yhtymän lehtien, Kalevan ja Turun Sanomien kanssa.	✓ Kauppalehti Tietopalvelut Hankintahaun lanseeraus ✓ Yourlapland.com lanseeraus ✓ Sisustusovi.com ja Inspiraatiohaku ✓ Teamio-rekrytointijärjestelmä (Monster ja LMC) Suomen markkinoille	✓ Helsingin toimitilojen käyttöönotto ✓ Esimiestyön kehittämisen ohjelma ✓ Tietojärjestelmäprojektit

Investoinnit osinkopäätöksen taustalla

Nettovelka IFRS



Rahavirta IFRS

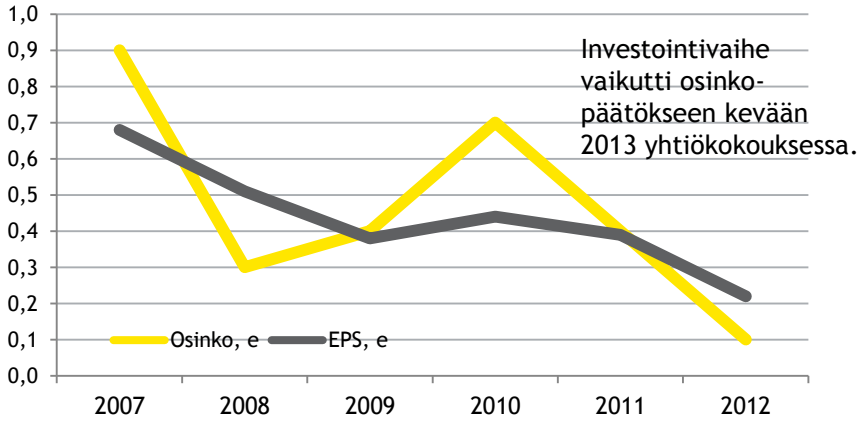


Tase IFRS

MEUR	Q1 2013	Q1 2012
Aineettomat hyödykkeet	118,0	88,2
Aineelliset kom-hyödykkeet	85,6	43,3
Osuudet osakkuusyrityksistä	31,7	34,5
Vaihto-omaisuus	0,9	0,6
Saamiset	37,2	39,5
Rahavarat	15,7	28,5
Vastaavaa	**289,0**	**234,7**
Oma pääoma	79,8	69,7
Pakolliset varaukset	0,4	0,9
Eläkevelvoitteet	2,8	3,0
Korolliset velat	117,0	70,7
Korottomat velat	62,5	62,7
Lyhytaikaiset saadut ennakot	26,6	27,7
Vastattavaa	**289,0**	**234,7**

Painoinvestointi Tampereella näkyy taseessa täysimääräisesti.

Osingon kehittyminen



LIVING INFORMATION

Media kehittyy ihmisten mukana.

Alma Media - Tieto elämään.