

An aerial photograph of a large crowd of people gathered on a paved area. The people are dressed in casual attire, including jackets, hoodies, and t-shirts. Some individuals are looking towards the camera, while others are engaged in conversations or looking at their phones. The crowd is dense, and the perspective is from directly above, looking down.

Alma Media Oyj:n yhtiökokous

Kai Telanne, toimitusjohtaja

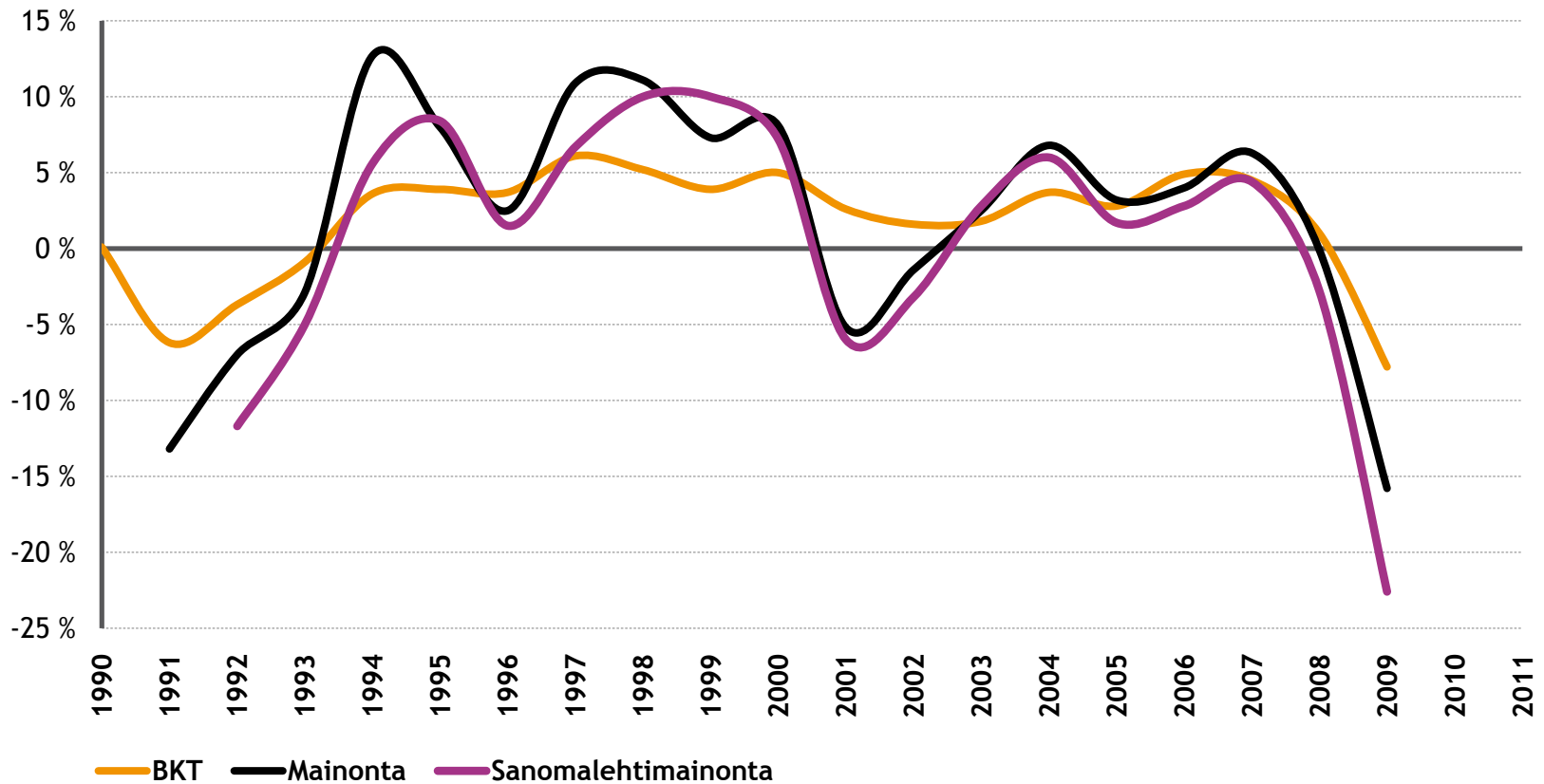
Esityksen sisältö

- Uutisvuosi 2009
- Toimintaympäristö 2009
- Alma Media vaikeassa markkinatilanteessa
- Tulos 2009
- Alma Media tänään
- Strategia tulevaan



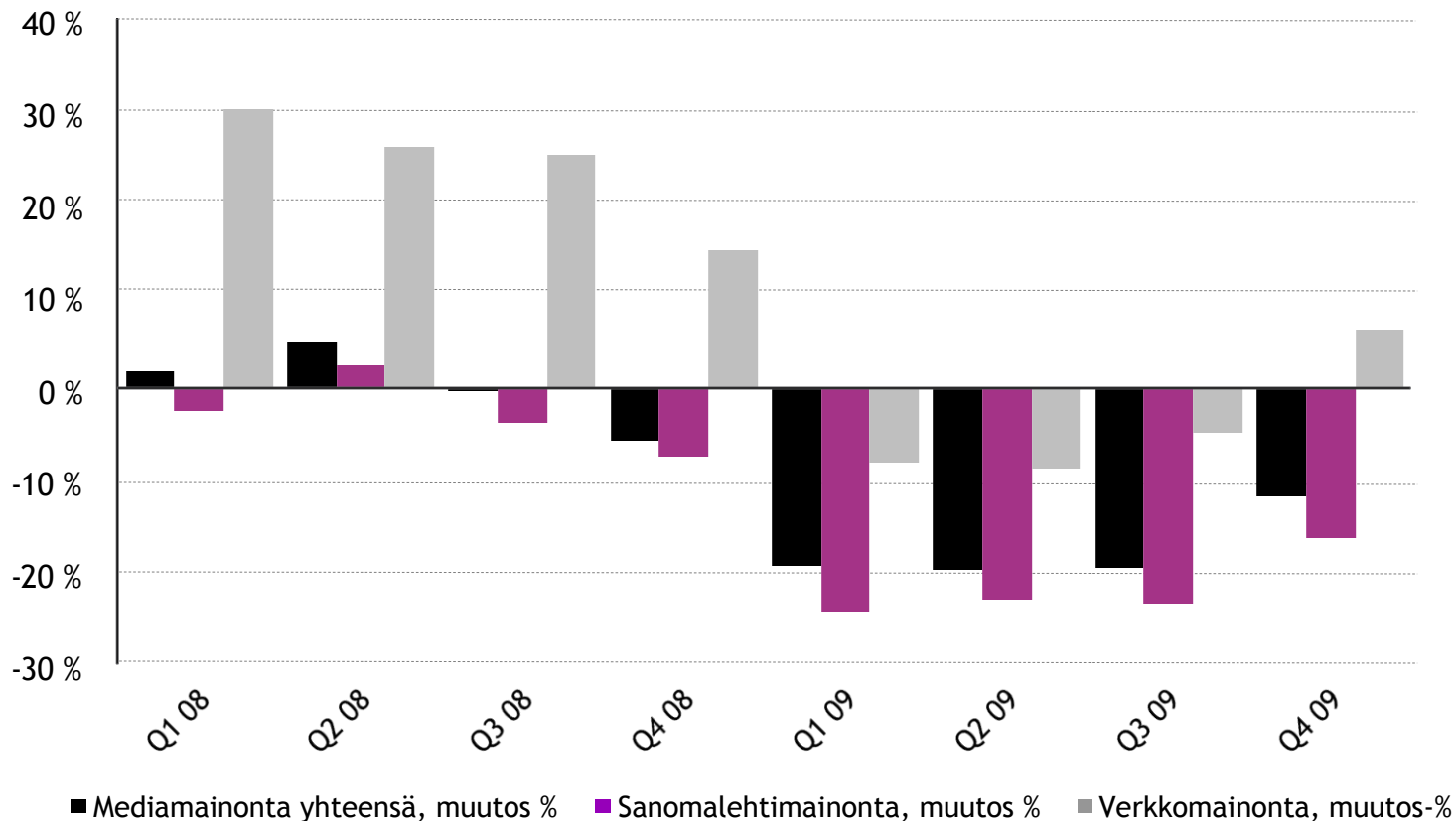
Toimintaympäristö 2009

Mainonta ylireagoi suhdannekäänteissä



Lähteet: Tilastokeskus, Mainonnan Neuvottelukunta

Mediamainonnan raju pudotus syksystä 2008

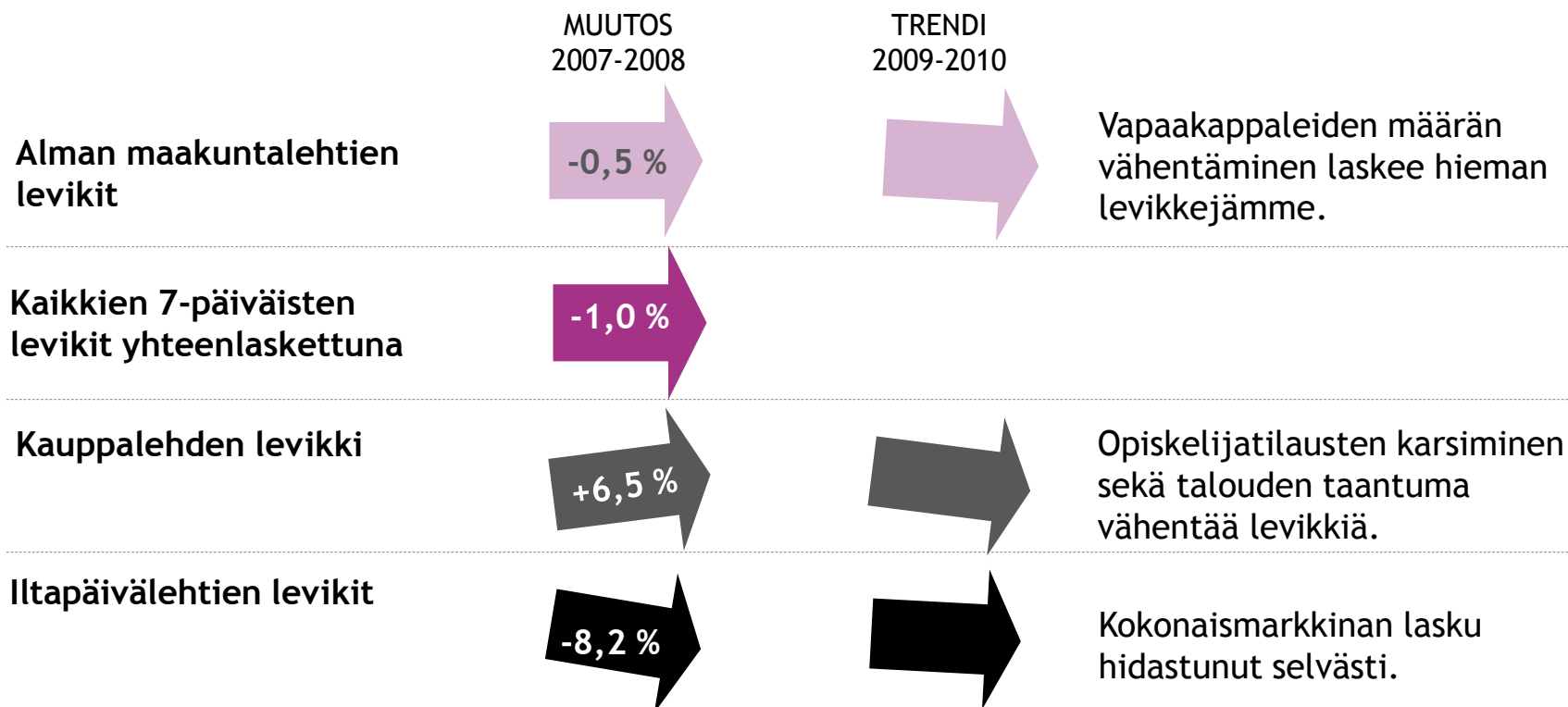


Lähde: TNS Media Intelligence



Alma Media menestyi vaikeassa markkinatilanteessa

Sanomalehtien levikit pysyivät hyvällä tasolla



Lukijamäärät 2009

	Lukijoita (000)	Muutos, %
Iltalehti	654	+1,6
Aamulehti	310	-1,6
Kauppalehti	229	-0,4
Satakunnan Kansa	134	+3,9
Lapin Kansa	85	-4,5
Kainuun Sanomat	58	-3,3
Pohjolan Sanomat	53	-7,0

Kaikkien 7-päiväisten sanomalehtien bruttolukijamäärä laski 1,8 %.

Lähde: KMT 2009

Mediamainonnan muutos 2009

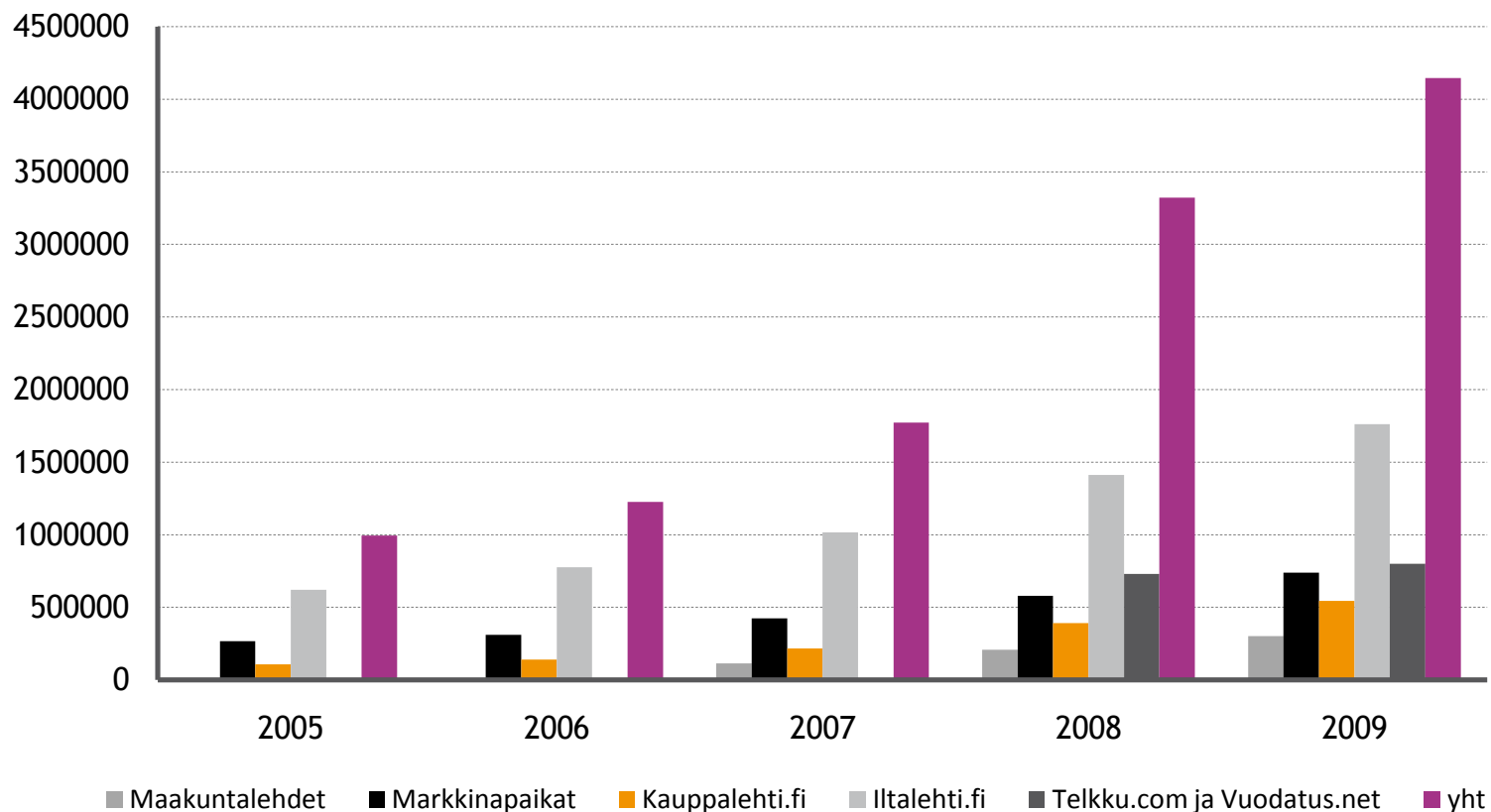
Alma Media vs. markkina

Muutos, %	Markkina 2009*	Alma Media 2009
Sanomalehdet	-21,7	-18,8 **
Aikakauslehdet	-21,3	-
Televisio	-11,6	-
Radio	-1,7	-
Internet	-3,7	-6,2
YHTEENSÄ	-17,5	-16,7

* Lähde: TNS Media Intelligence

** Sanomalehdet -segmentti (pl. online palvelut),
Kauppalehti ja Etuovi-lehti

Verkkopalveluiden kävijämääräkehitys



Kävijämäärät ovat vuoden keskiarvoja.
Eri verkkopalvelujen päällekkäiskäyttöä ei ole huomioitu.

Ilta.fi verkkomainonnan veturina

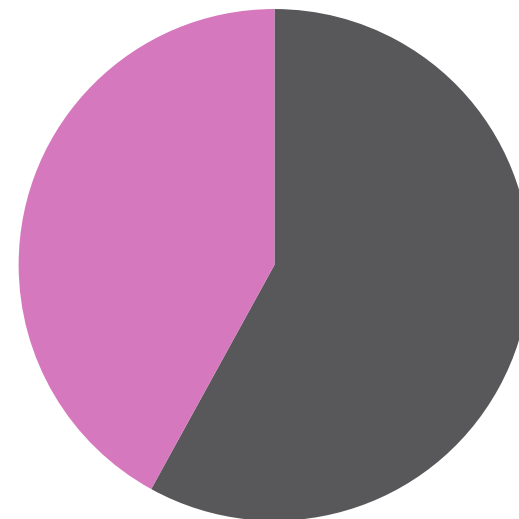
Mediamyynti menestyi

- Kokonaismarkkina laski 17,5 %
- Mainonta IL:ssä laski vain 1%

Suomen suurin verkkomedia

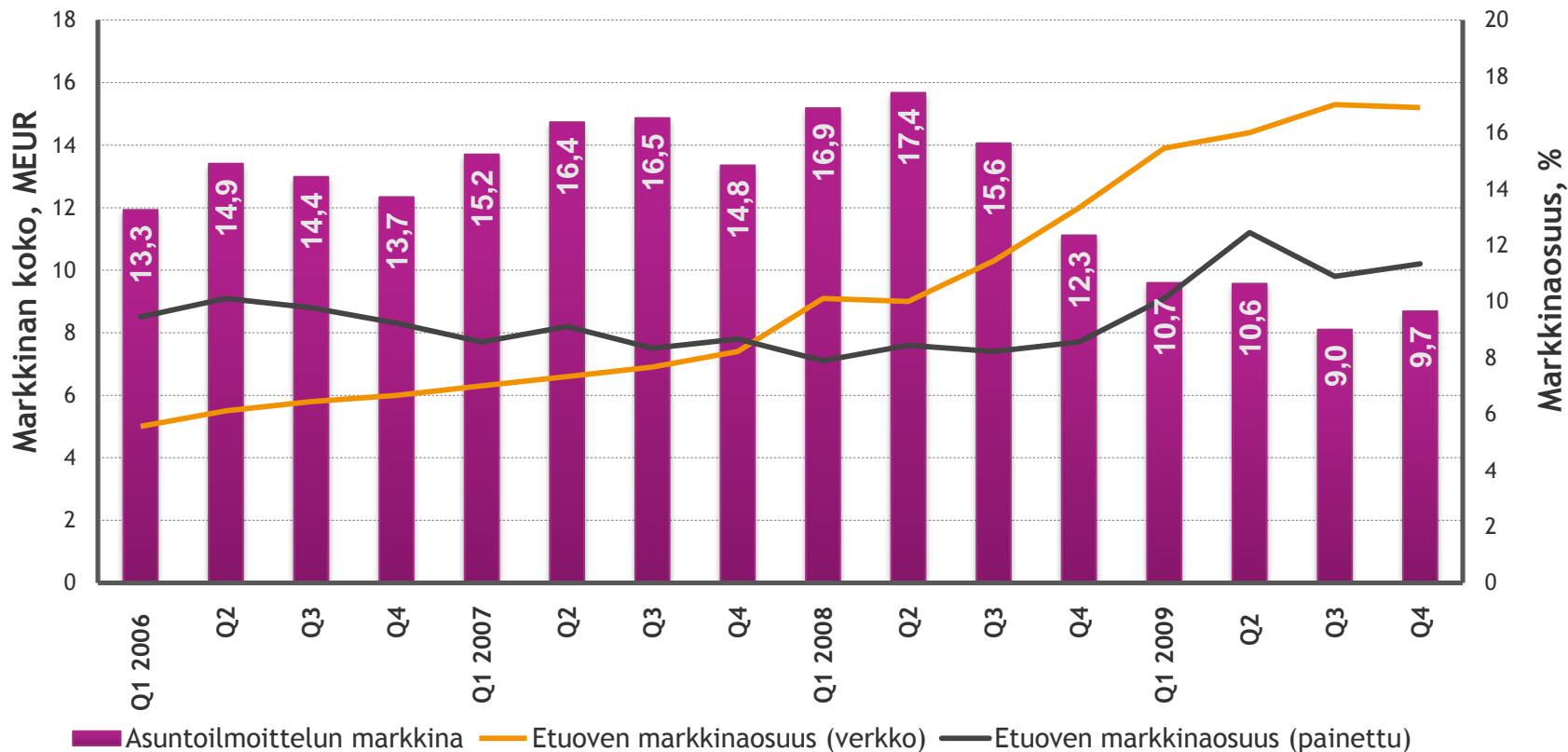
1. **Ilta.fi**
2. Ilta-Sanomat
3. MTV3
4. Helsingin Sanomat
5. YLE

Iltalehden
ilmoitusmyynnistä
liki puolet verkosta



■ Painettu lehti
■ Verkkomedia

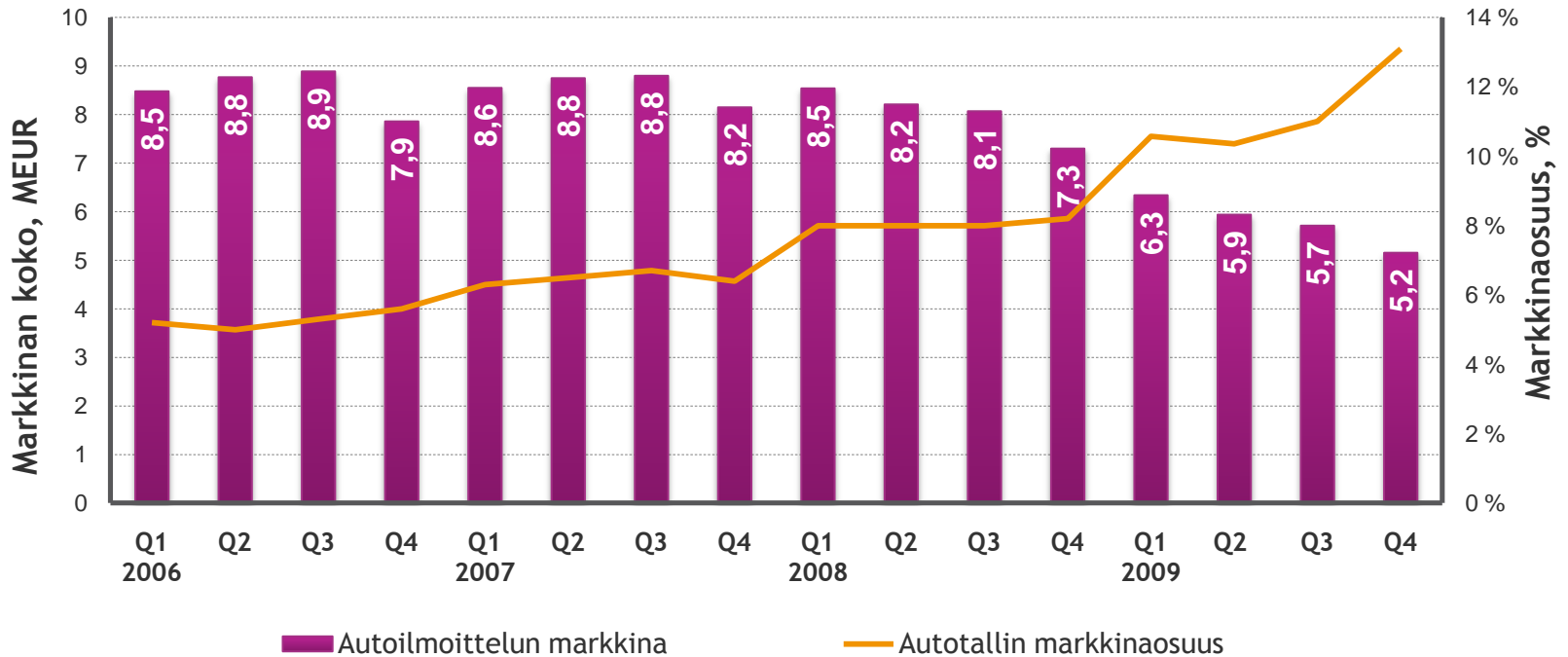
Etuoven markkinaosuus kasvoi



Lähde AdFacts/TNS Media Intelligence



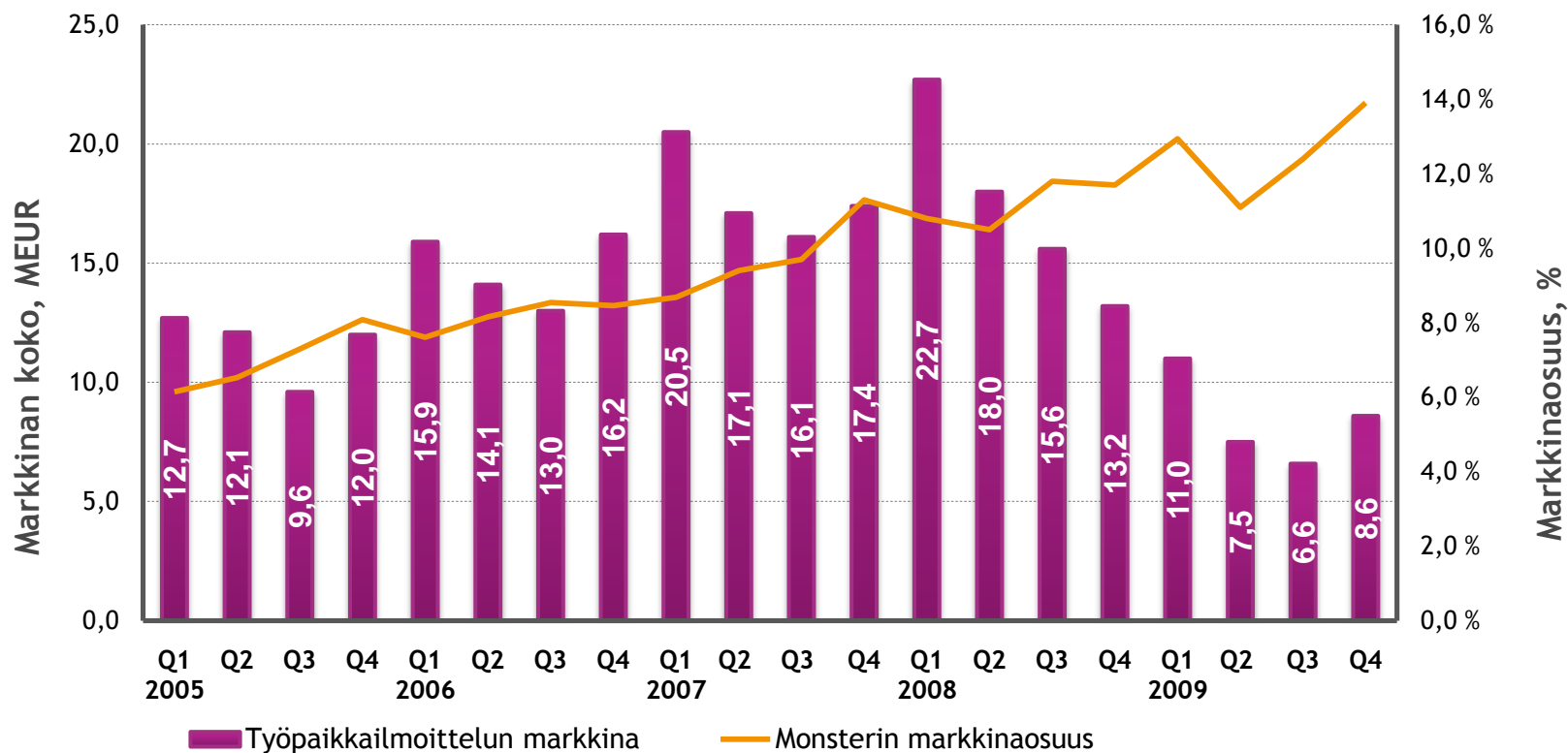
Autotallin markkinaosuus kasvoi



Lähde: TNS Cognos and SAS

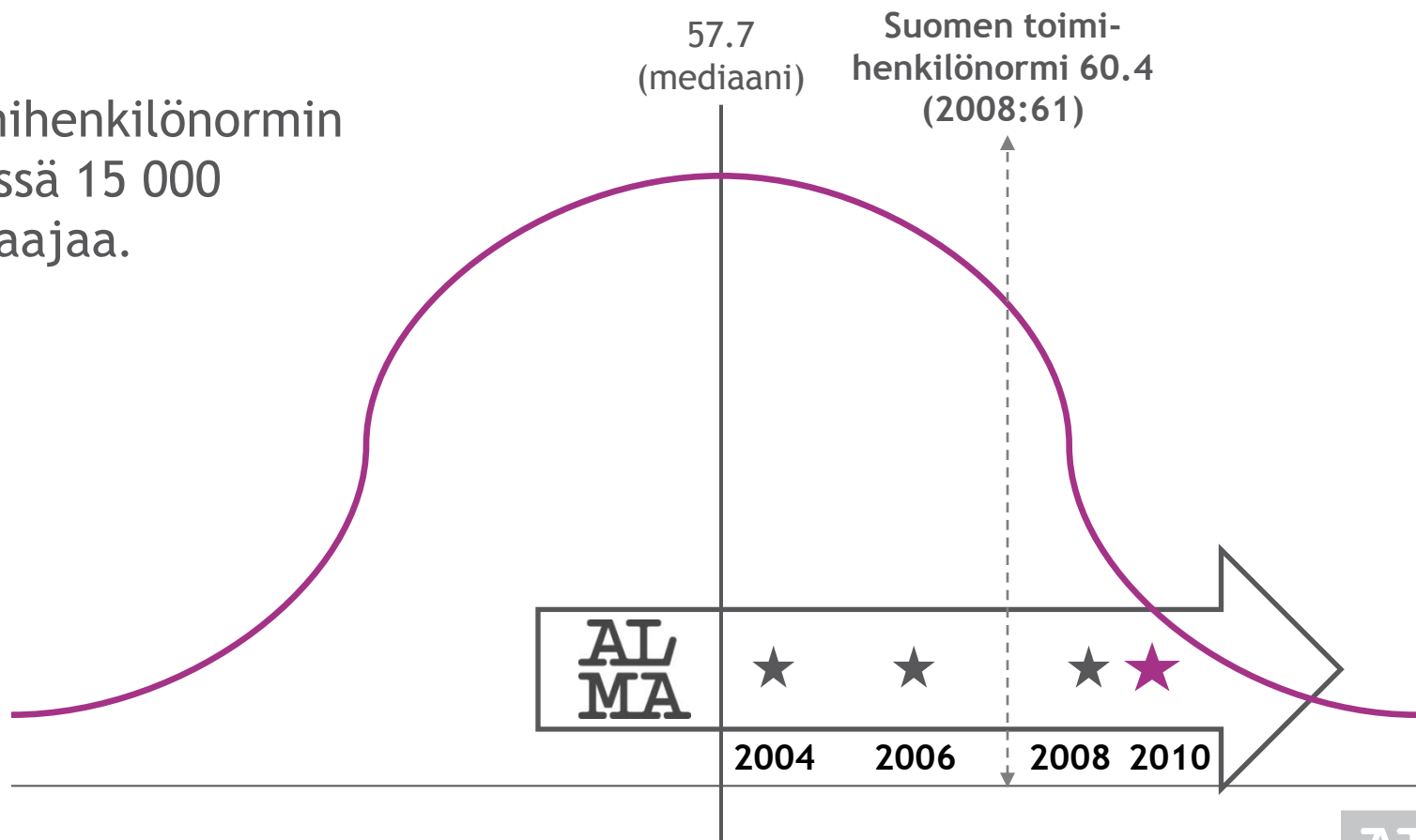


Monsterin markkinaosuus kasvoi



Alma Media oli v. 2010 mittauksessa kokonaistyytyväisyydessä 15% kärjessä

Toimihenkilönormin piirissä 15 000 vastaajaa.



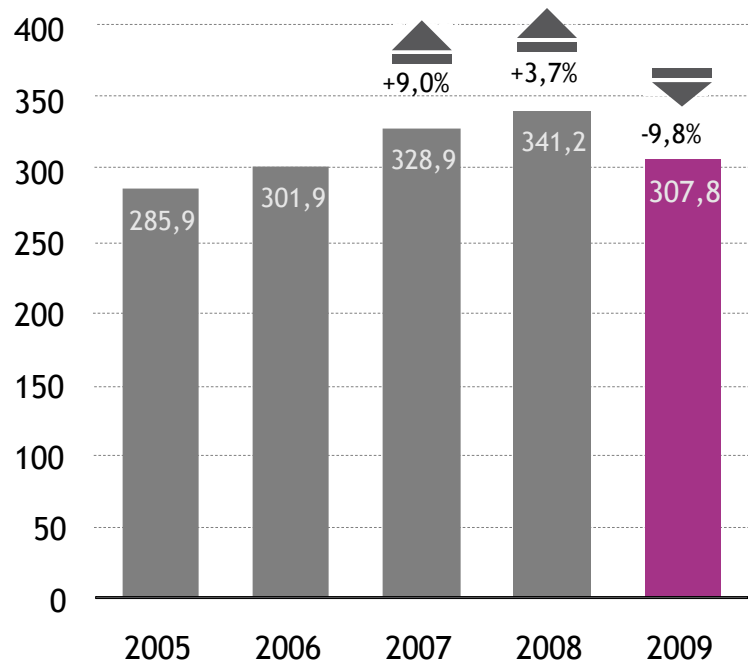


Tulos 2009

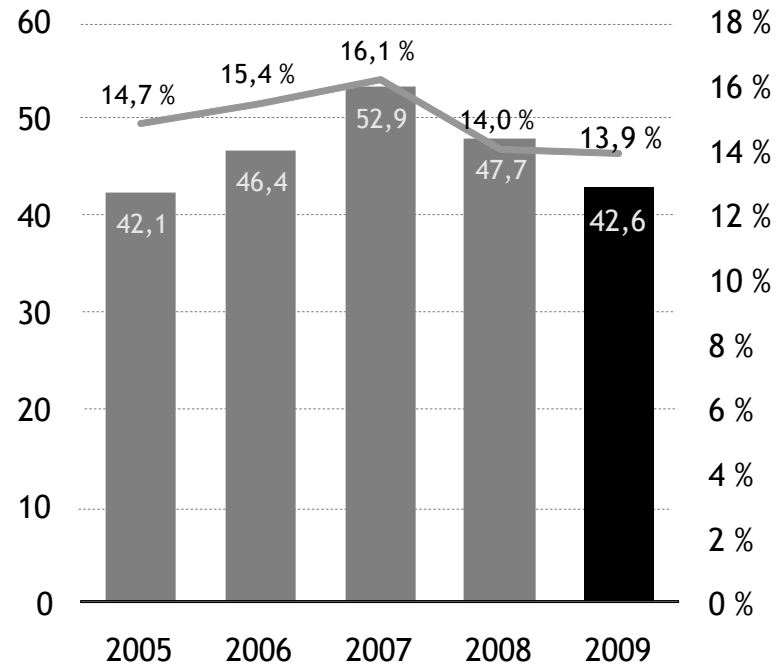
Avainluvut 2005 - 2009

Ilman kertaluonteisia eriä

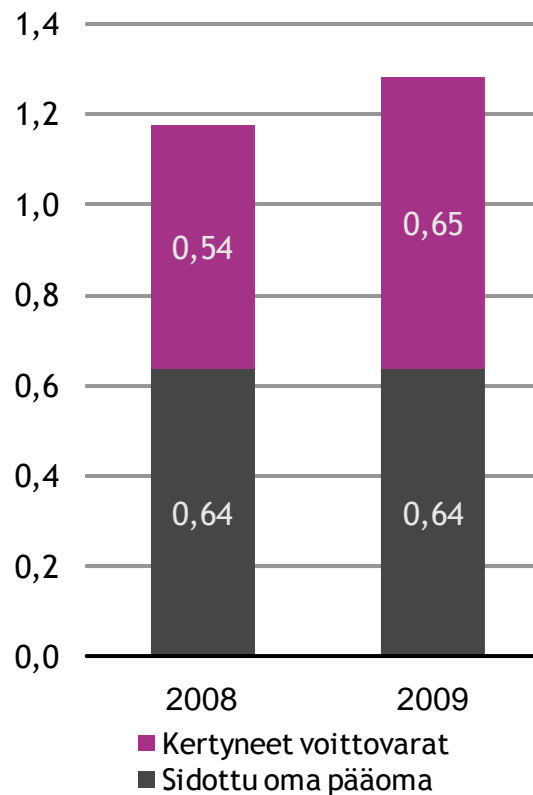
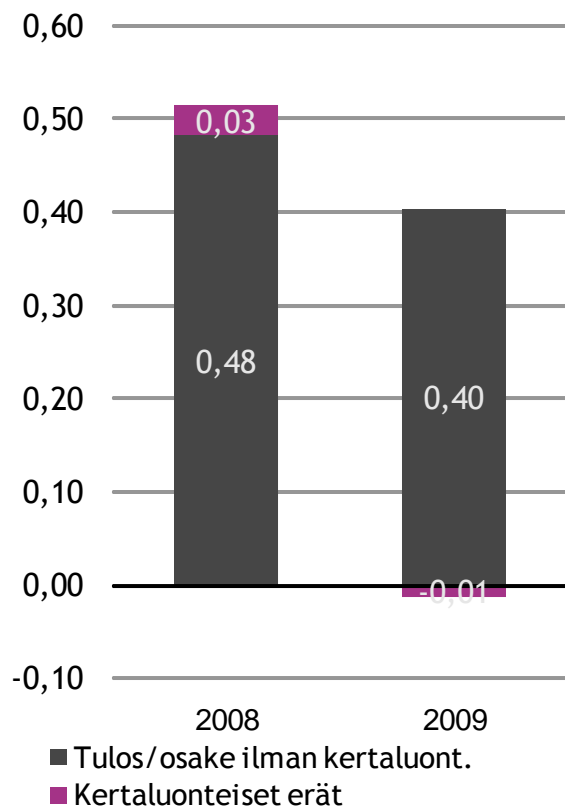
Liikevaihto, MEUR



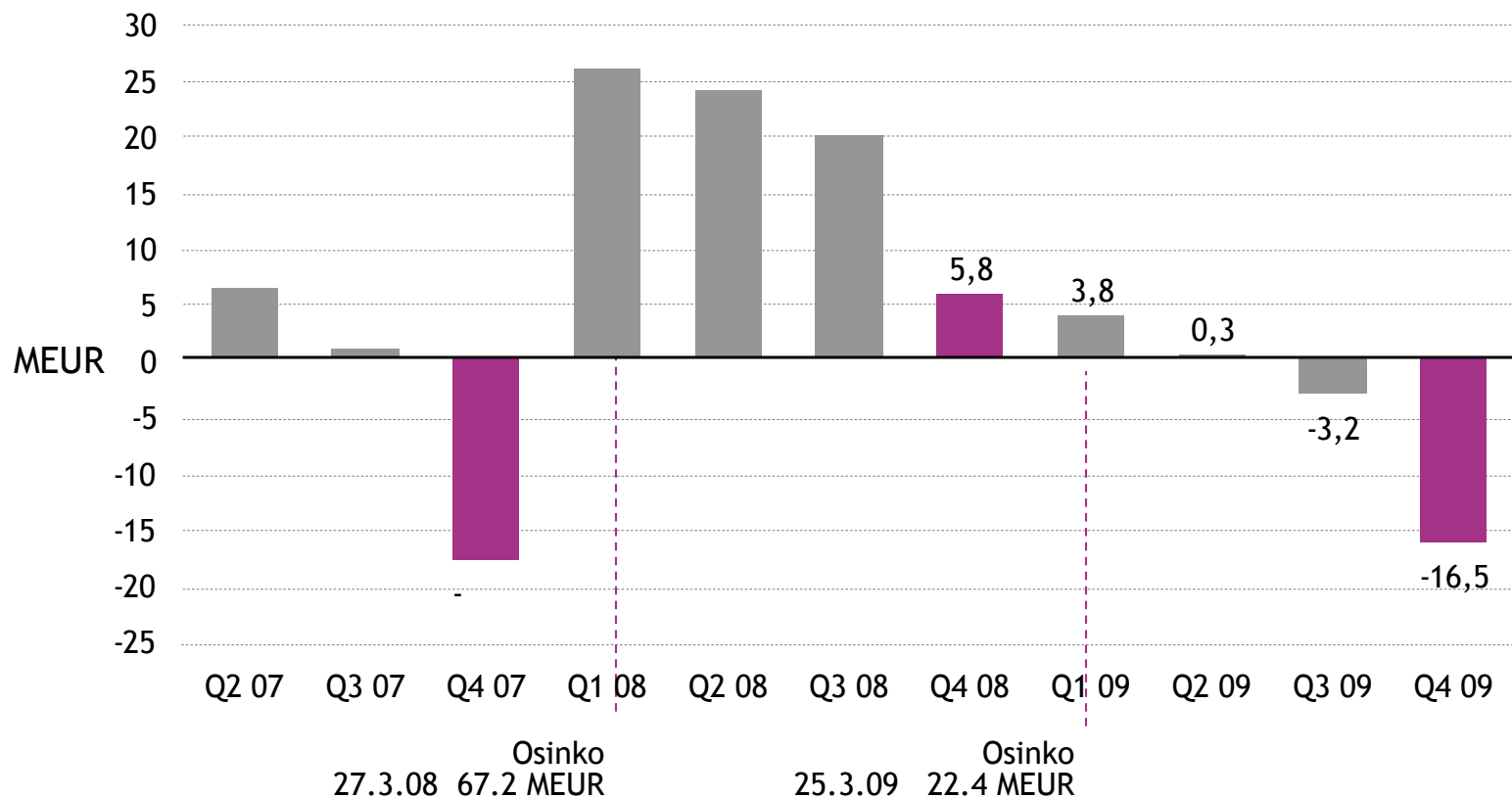
Liikevoitto, MEUR & %



Tulos/osake ja oma pääoma/osake



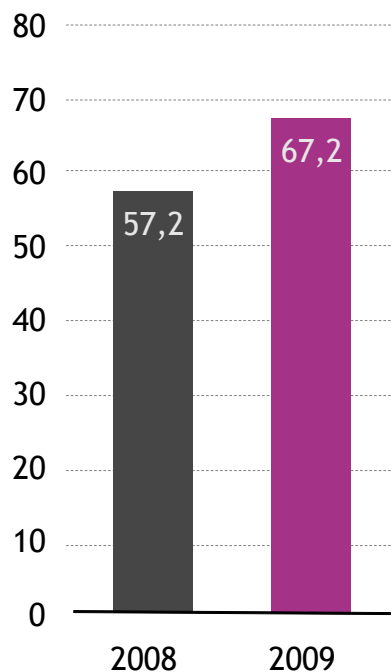
Velat, netto, milj. euroa



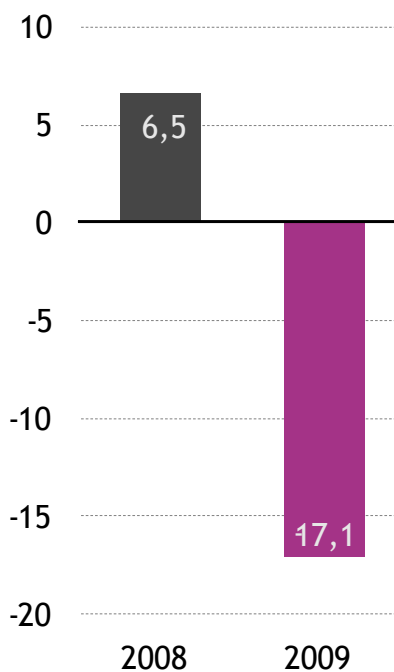
Tunnusluvut 2009

IFRS

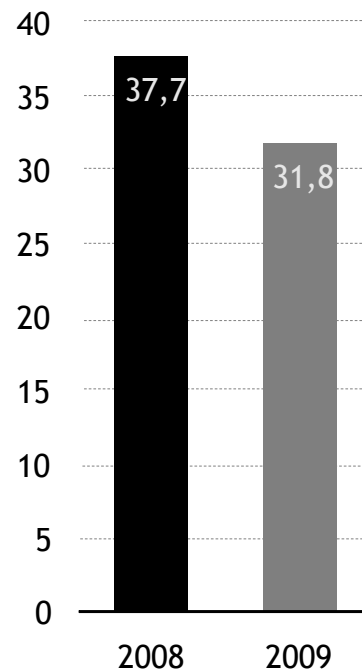
Omavaraisuusaste, %



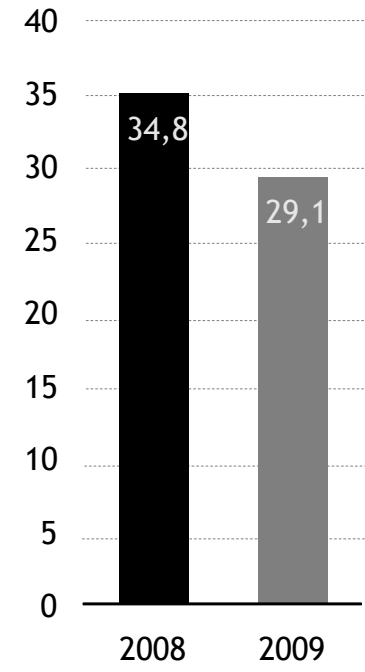
Nettovelkaantumisaste, %



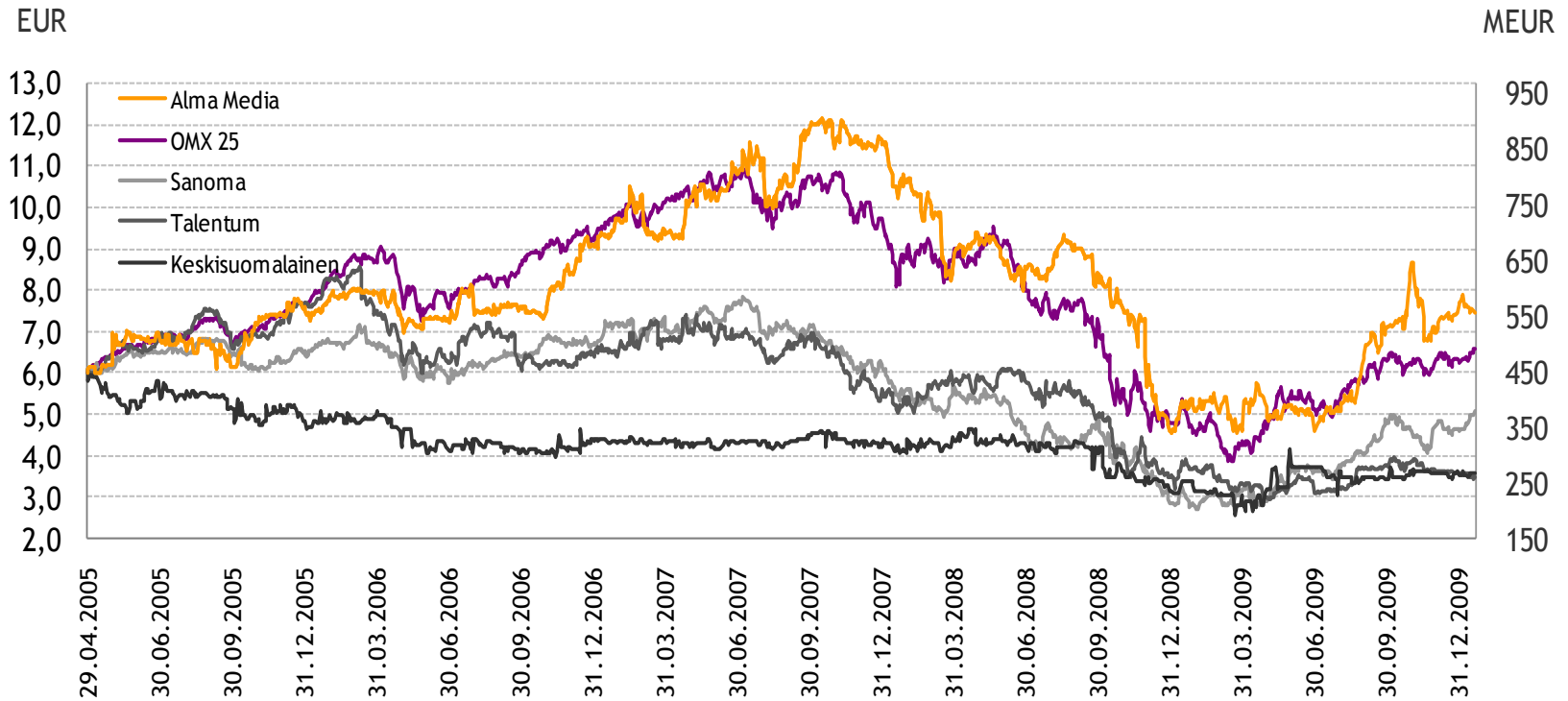
Oman pääoman tuotto, %



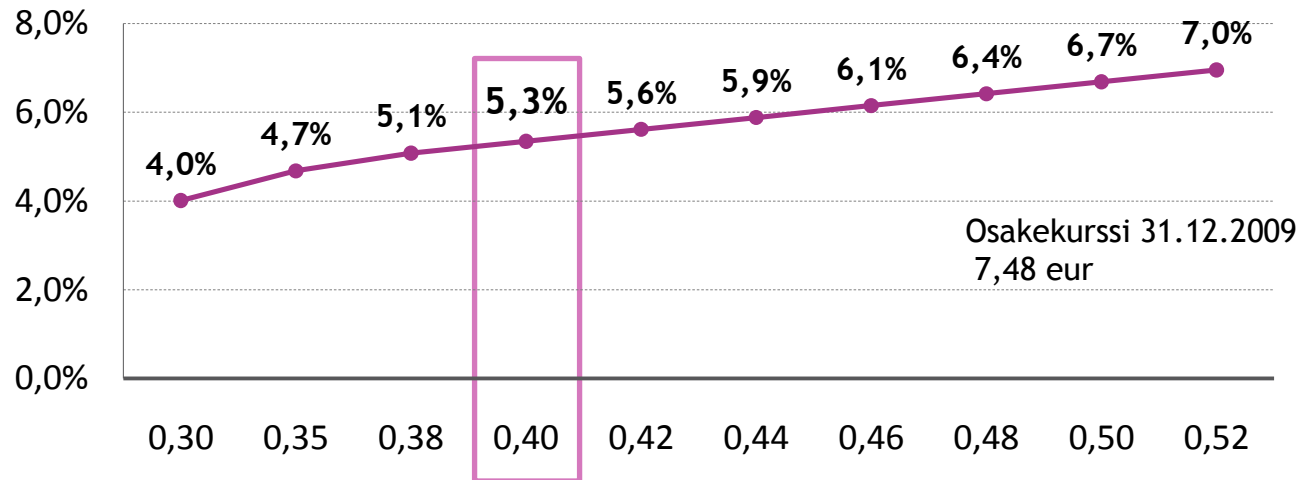
Sijoitetun pääoman tuotto, %



Mediaosakkeiden hintakehitys 4/2005 – 12/2009 ja Alma Median markkina-arvo



Ehdotettu osinko 0,40 euroa osakkeelta



Osingot¹⁾ ja osinkotuotot 2005-2008

	2005	2006	2007	2008
Osinko ¹⁾ , eur	0,65	0,65	0,90	0,30
Osinkotuotto	7,0 %	7,7 %	6,1 %	5,3 %

¹⁾ Osinko ja maksettu pääomanpalautus yhteensä



Alma tänään & strategia tulevaan

Alma Median kärkituotteita painettuna ja verkossa

MARKKINAPAIKAT

ETUOVI.COM

monster.fi

autotalli.com

.MASCUS

city24

Liikevaihto
27 MEUR (2009)
Henkilöstö: 200

KAUPPALEHTI- RYHMÄ

Kauppalehti

LEHDENTEKIJÄT

BNS
Baltic News Service

Liikevaihto:
63 MEUR (2009)
Henkilöstö: 477

SANOMALEHTI- JA VERKKOMEDIA

ILTALEHTI

ILTALEHTI.fi

Lapin Kansan logo

KAINUUN SANOMAT

AAMULEHTI

SATAKUNNAN KANSA

POHJOLAN SANOMAT logo

Liikevaihto
221 MEUR (2009)
Henkilöstö: 1 149

Konsernin liikevaihto 2009: 308 MEUR, liikevoittotaso 13,8 %. Verkkomyynti 13 % liikevaihdosta.

Alman strategian kulmakivet

KETJUTOIMINTA

Kilpailuetua ja -kykyä johdetulla sisäisellä yhteistyöllä ja -projekteilla

UUDISTUMINEN

Sanomalehdestä lehden ja verkon toisiaan täydentäväksi yhdistelmäksi

SANOMALEHTI- JA VERKKOMEDIAN YKKÖSKETJU

KANSAINVÄLISTYMINEN

Kasvua nopeasti kasvavilta markkina-alueilta
Markkinapaikat kärkenä

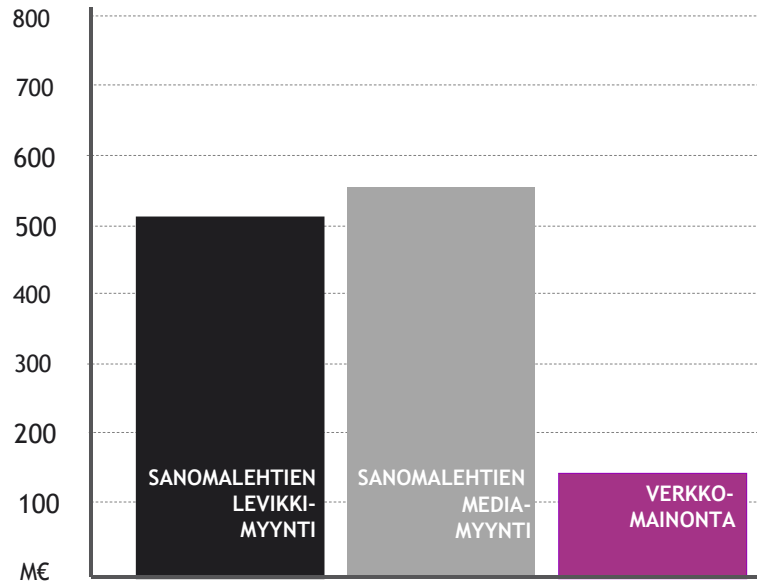
YRITYSKAUPAT

Kasvua kotimaan konsolidaatiolla

Verkkopalveluista toinen tukijalka

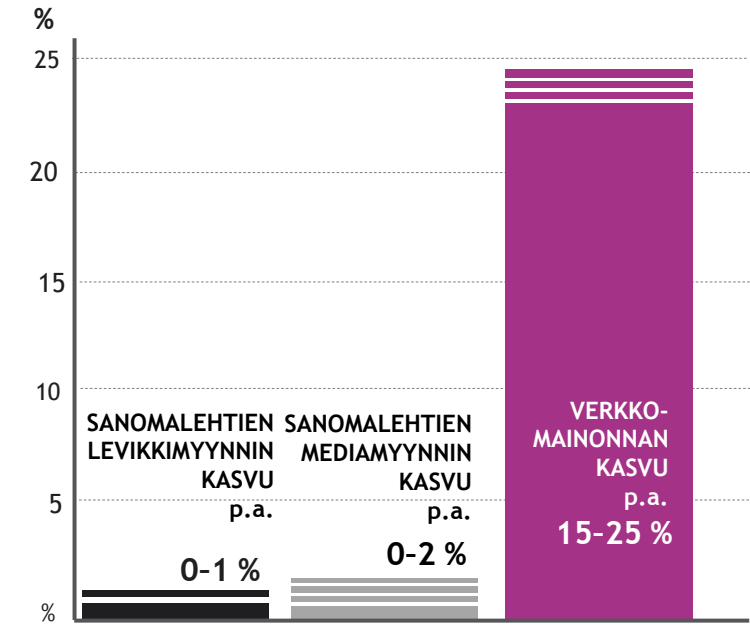
Markkinoiden koko & arviot tulevaisuuden kasvusta

MARKKINAN
KOKO
MEUR



Lähde: Sanomalehtien liitto, Mainonnan neuvottelukunta, Alma Media

TULEVAISUUDEN
KASVU



Mediasta kasvaa palvelu

- Vahvat mediabrändit mahdollistavat
 - uutistoiminnan lisäksi - uudentyyppisten palveluiden ja palvelujournalismin monipuolisen kehittämisen.





Kiitos!

AL
MA



Näkymät vuodelle 2010

Näkymät vuodelle 2010

- Alma Media arvioi vertailukelpoisen liikevaihdon ja liikevoiton kasvavan maltillisesti vuoden 2009 tasosta mediamainonnan asteittaisen kasvun seurauksena.
- Ensimmäisen vuosineljänneksen liikevaihdon odotetaan olevan lähellä edellisvuoden tasoa.