



Alma Media Q2 2012

Kai Telanne, toimitusjohtaja
Tuomas Itkonen, talous- ja rahoitusjohtaja

20.7.2012



Agenda

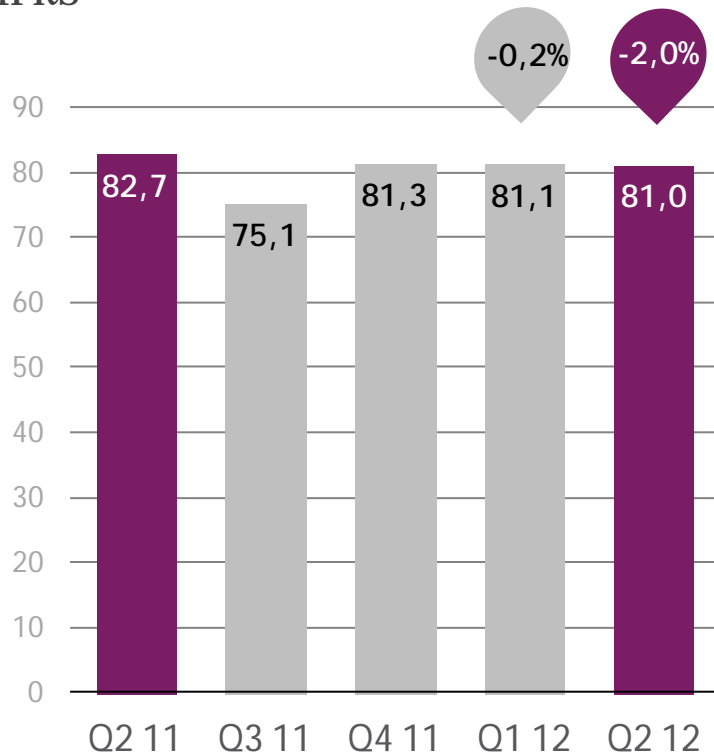
- Q2 2012 lyhyesti
- Keskeiset strategiset hankkeet
- Markkinoiden kehitys Suomessa
- Taloudellinen kehitys ja näkymät

Q2 pähkinäkuoressa

- Mediamainonnan markkina laski 7,1 %.
 - Mainonta kaupunki- ja sanomalehdissä laski 11,3 %.
 - Mainonta verkkomediassa kasvoi edelleen, 4,2 % vertailukaudesta.
- Muutokset asuntokaupan verkkopalveluiden kilpailutilanteessa - asiakkaat valtaosin palanneet Alma Median palveluiden piiriin.
- Mainonnan väheneminen painetuissa medioissa laski liikevoittoa.
- Toiminnan uudelleenjärjestelyjen myötä henkilöstön määrä vähenee 138 henkilötyövuodella.

Mainonnan väheneminen rasitti liikevoittoa

Liikevaihto, MEUR
IFRS

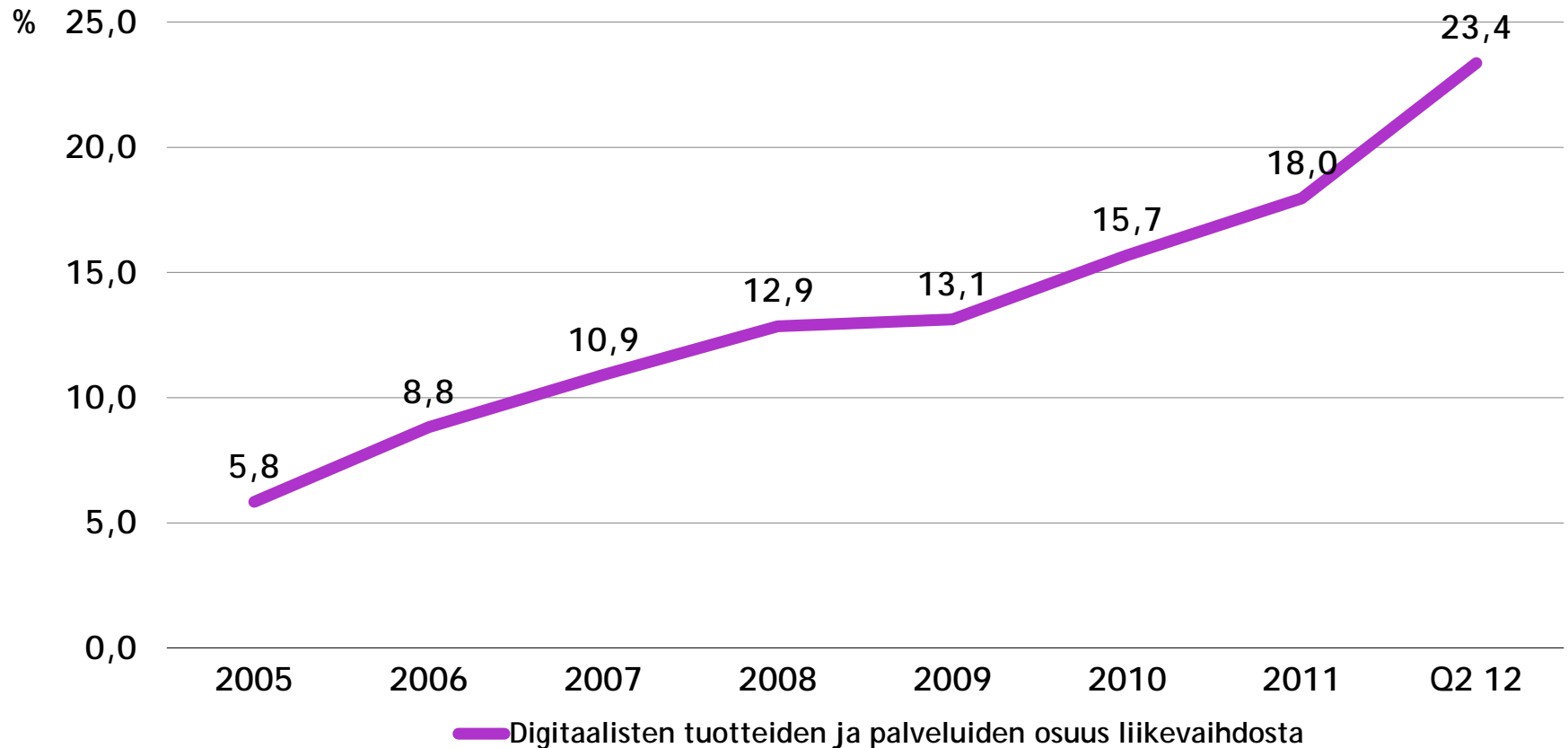


Liikevoitto, MEUR
IFRS



■ Kertaluonteiset erät

Digitaalisen liiketoiminnan osuus kasvoi



Keskeisiä strategisia hankkeita

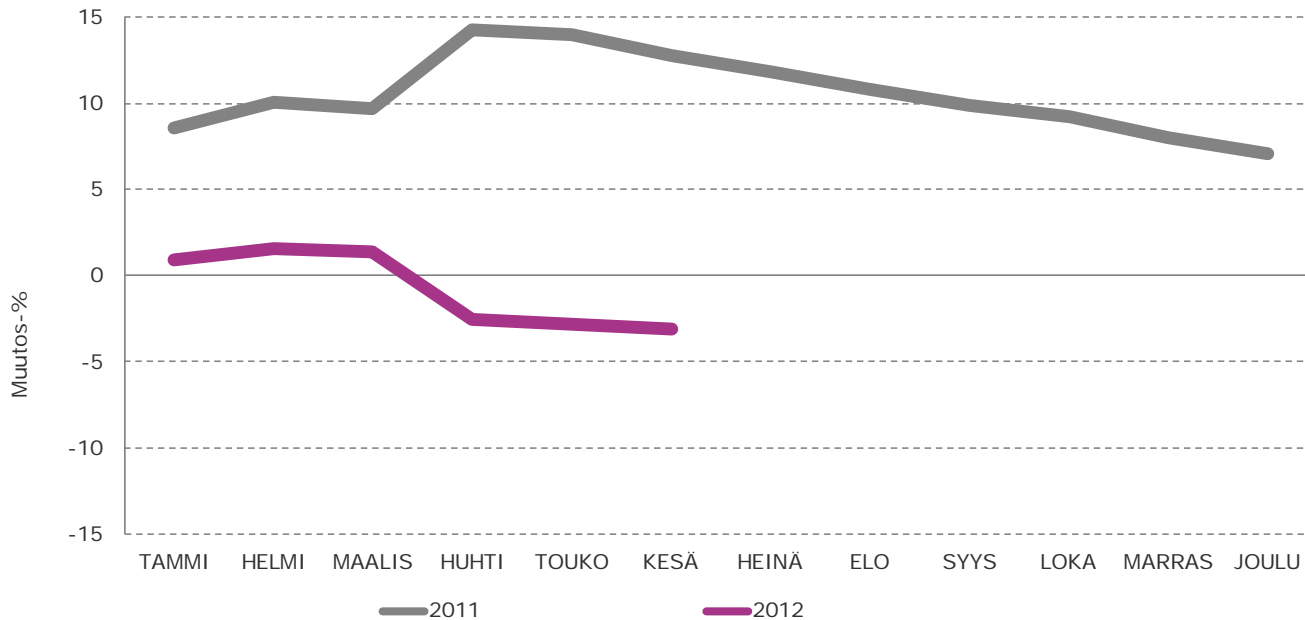
- Useita sopeutustoimia toteutettu/aloitettu:
 - Alma Aluemedian uudelleenorganisointumisen ja lehtien yhteistyön tiivistäminen, henkilöstövaikutus -100 henkilötyövuotta.
 - Muissa alkuvuonna toteutetuissa muutoshankkeissa (Rovaniemen paino, Alma Mediapartners, Alma Intermedia) henkilöstövaikutus yhteensä -42 henkilötyövuotta.
 - Yt-neuvottelut Pirkanmaan jakelun tehostamiseksi käynnissä, henkilöstövaikutus enintään -18 henkilötyövuotta.
- Kauppalehden sisältö- ja tilausmalliuudistus lanseerattiin toukokuussa.
- Painettujen lehtien laadun ja tehokkaan tuotannon varmistava painolaitosinvestointi Tampereella etenee suunnitelmien mukaan, laitteistojen asennustyöt aloitettu.



Markkinoiden kehitys Suomessa

Mediamainonnan muutos Q2 / 2012

Kuukausittain kumulatiivisesti (muutos-% edellisen vuoden vastaavaan aikajaksoon)

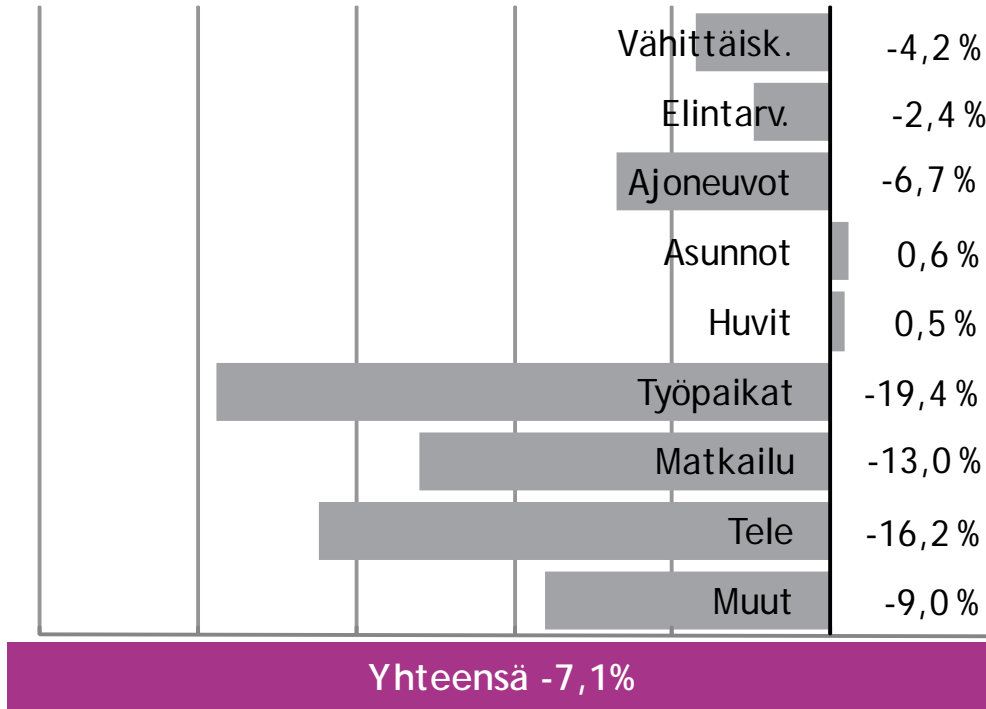


Muutos, %	Q2 2012
Sanomalehdet yhteensä	-11,3
Aikakauslehdet	-5,9
Televisio	-3,4
Radio	-6,2
Internet	4,2
YHTEENSÄ	-7,1

Lähde: TNS Media Intelligence

Eniten mainostaneet toimialat Q2/2012

Markkina yhteensä; muutos vs. Q2/2011

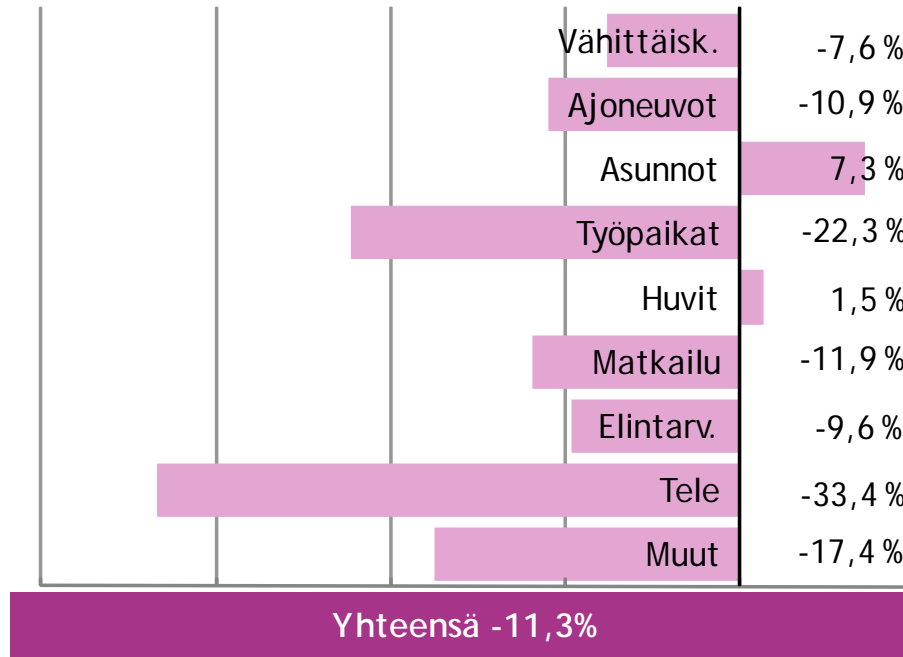


Mainonta Q2/12	MEUR
Vähittäiskauppa	70
Elintarvikkeet	33
Moottoriajoneuvot	26
Kiinteistöt ja asunnot	13
Huvit	12
Avoimet työpaikat	12
Matkailu ja liikenne	11
Telepalvelut	8
Muut	111
Yhteensä	297

Lähde: TNS Media Intelligence

Eniten mainostaneet toimialat Q2/2012

Sanomalehdet yhteensä*; muutos vs. Q2/2011



Mainonta Q2/12	MEUR
Vähittäiskauppa	50
Moottoriajoneuvot	14
Kiinteistöt ja asunnot	9
Avoimet työpaikat	7
Huvit	5
Matkailu ja liikenne	4
Elintarvikkeet	3
Telepalvelut	2
Muut	37
Yhteensä	131

Lähde: TNS Media Intelligence

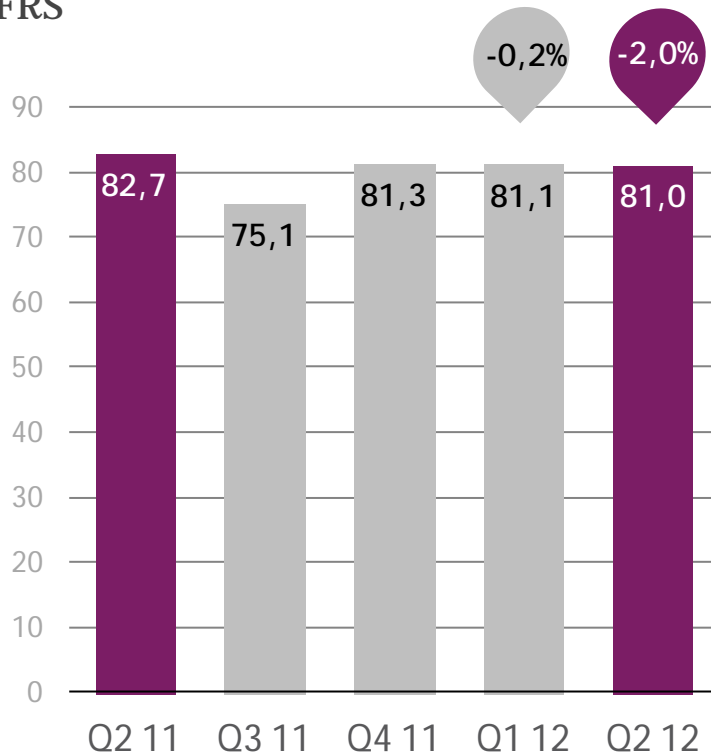
* Sanoma-, kaupunki- ja noutolehdet

A young man with a wide smile is looking through black binoculars. He is outdoors, with a clear blue sky and green foliage in the background. The image is used as a background for a presentation slide.

Taloudellinen kehitys ja näkymät

Liikevaihto ja liikevoitto laskivat

Liikevaihto, MEUR
IFRS



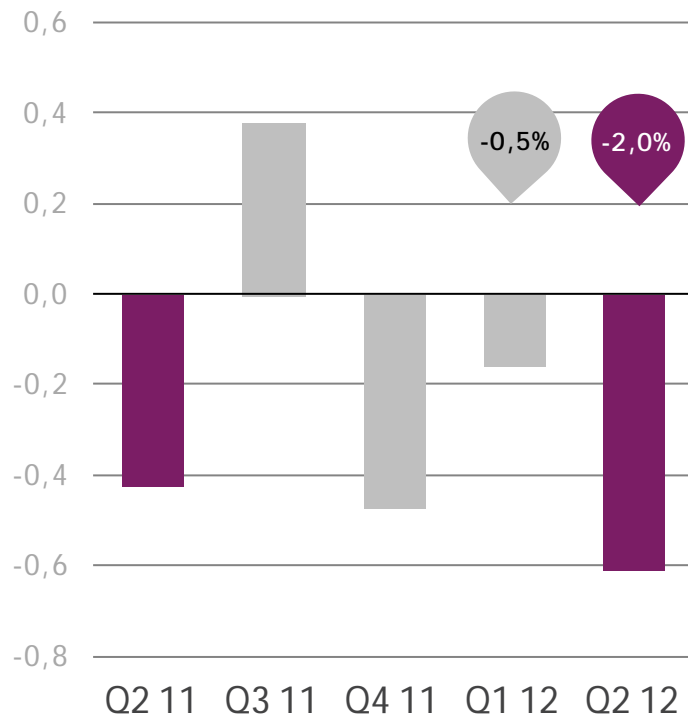
Liikevoitto, MEUR
IFRS



Levikkimyyntin kehitys odotetun mukainen

IFRS

Levikkimyynti, muutos MEUR & %



Ilmoitusmyynti, muutos MEUR & %

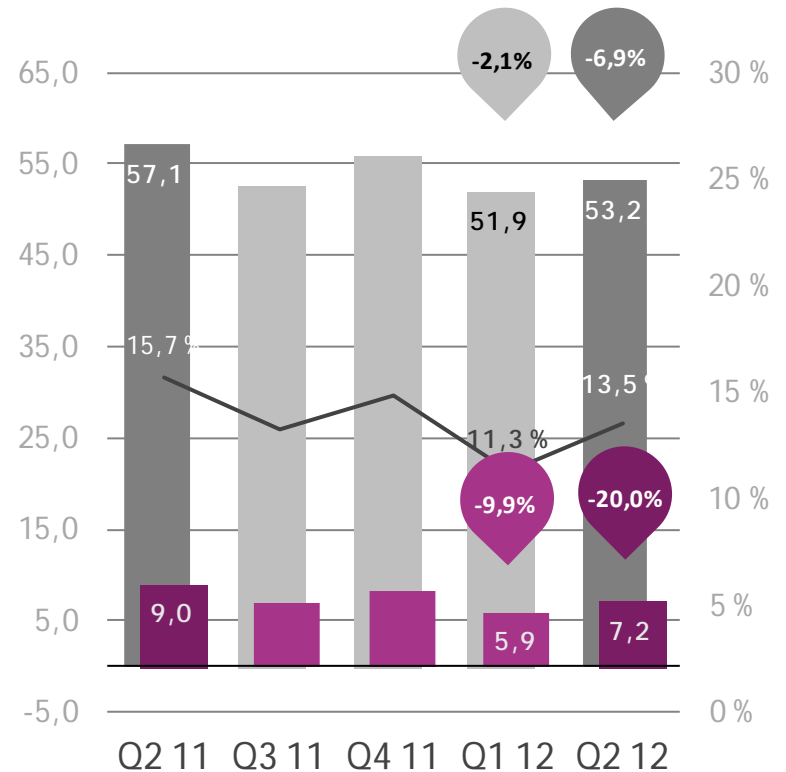


Sanomalehdet-segmentti Q2

- Ilmoitusmyynti laski 10,5 % (+8,5 %) 26,1 (29,1) milj. euroon.
 - Painetun median ilmoitusmyynti laski 13,2 % (+8,8 %).
 - Verkkomedian ilmoitusmyynti kasvoi markkinaa nopeammin, 17,3 % (15,4 %).
- Levikkiliikevaihto laski 2,5 % ja oli 26,1 (26,8) milj. euroa.
- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 46,0 (48,1) milj. euroa.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 7,2 (9,0) milj. euroa.

Sanomalehdet, liikevaihto ja liikevoitto MEUR & %

Ilman kertaluonteisia eriä

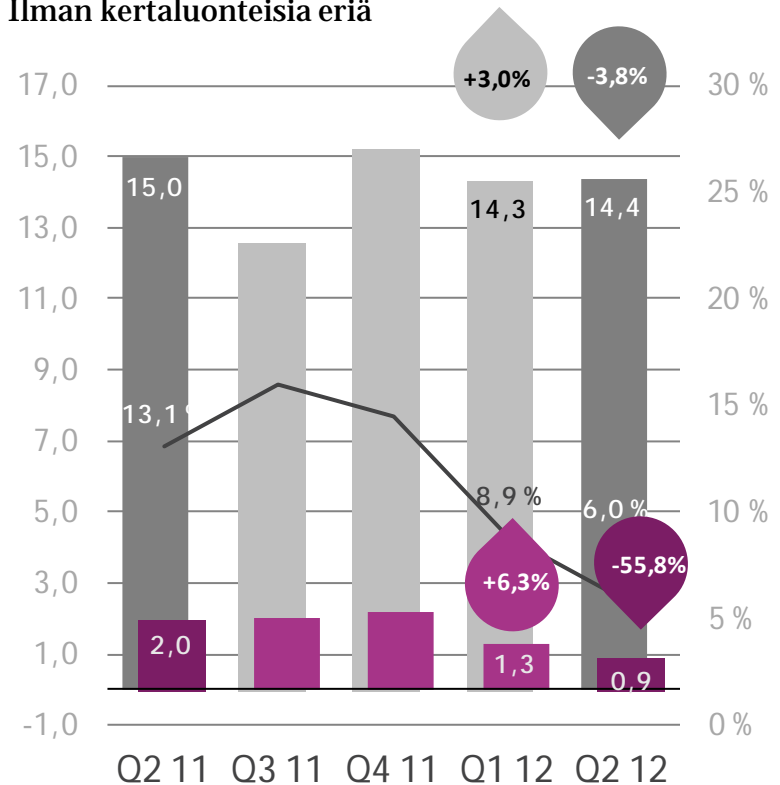


Kauppalehti-ryhmä Q2

- Ilmoitusmyynti laski 17,9 % (+5,0 %) 3,9 (4,7) milj. euroon.
 - Verkkoilmoitusmyynti laski 6,1 % (+6,9) %.
- Levikkiliikevaihto oli vertailukauden tasolla 3,6 (3,5) milj. eurossa.
- Sisältö- ja palveluliikevaihto kasvoi 6,9 (6,7) milj. euroon.
- Kokonaiskulut olivat 13,5 (13,0) milj. euroa.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 0,9 (2,0) milj. euroa.

Kauppalehti-ryhmä, liikevaihto ja liikevoitto, MEUR & %

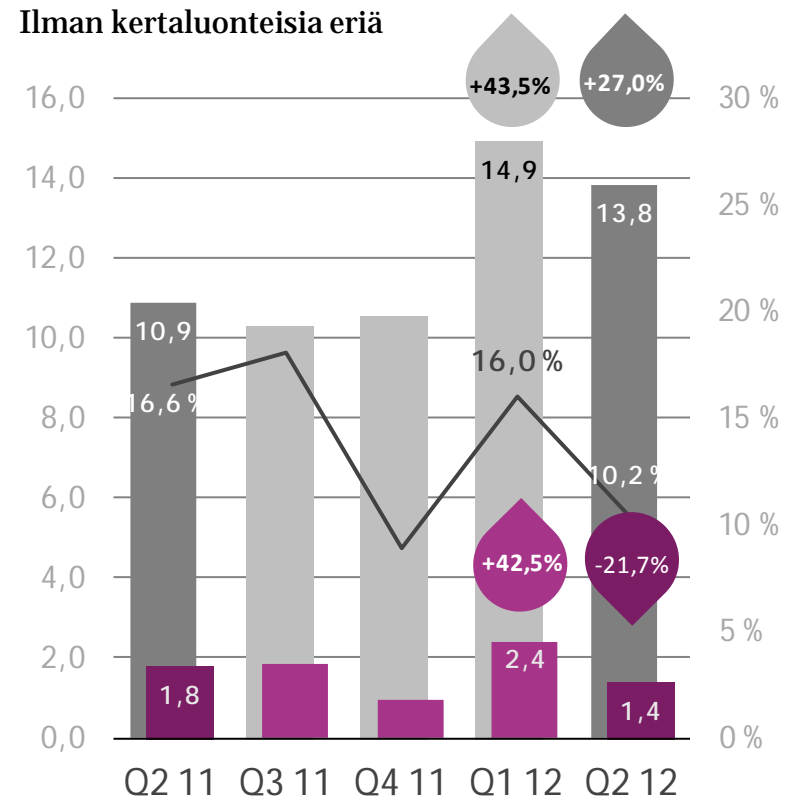
Ilman kertaluonteisia eriä



Digitaaliset kuluttajapalvelut Q2

- Liikevaihdon kasvun taustalla katsauskaudella hankitut uudet liiketoiminnot.
- Asuntokaupan ilmoitusmyynti laski katsauskaudella. Rekrytointi-ilmoittelu Suomessa väheni katsauskauden loppua kohden.
- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 12,5 (9,1) milj. euroa.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 1,4 (1,8) milj. euroa.

Digitaaliset kuluttajapalvelut, liikevaihto ja liikevoitto, MEUR & %

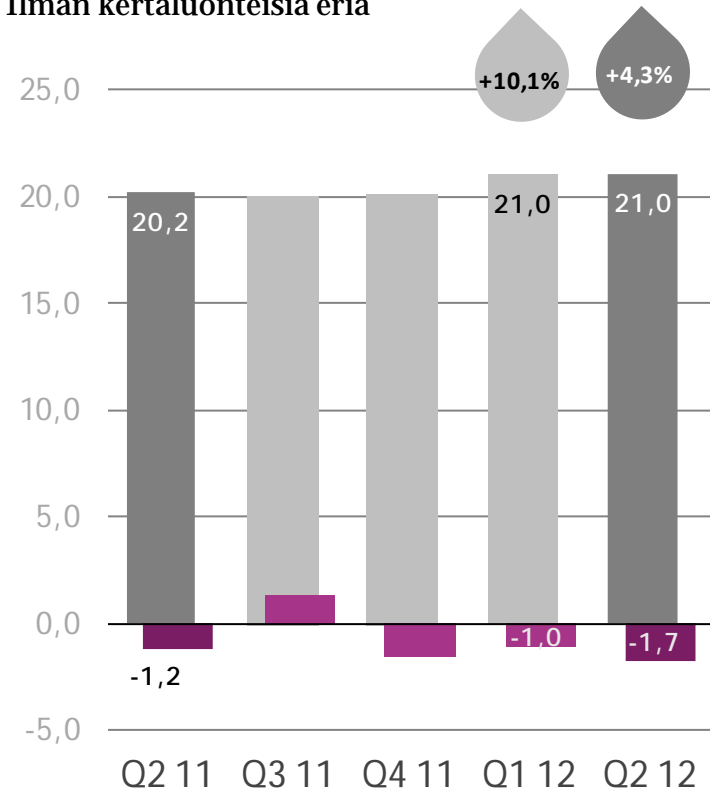


Muu toiminta Q2

- Liikevaihto kasvoi 21,0 milj. euroon, josta ulkoista liikevaihtoa 1,5 (1,3) milj. euroa.
- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 22,8 (21,4) milj. euroa.
- Alma Manu käynnisti yt-neuvottelut Pirkanmaan alueen jakajien kanssa, mahdollinen henkilöstövähennys enintään 18 henkilötyövuotta.

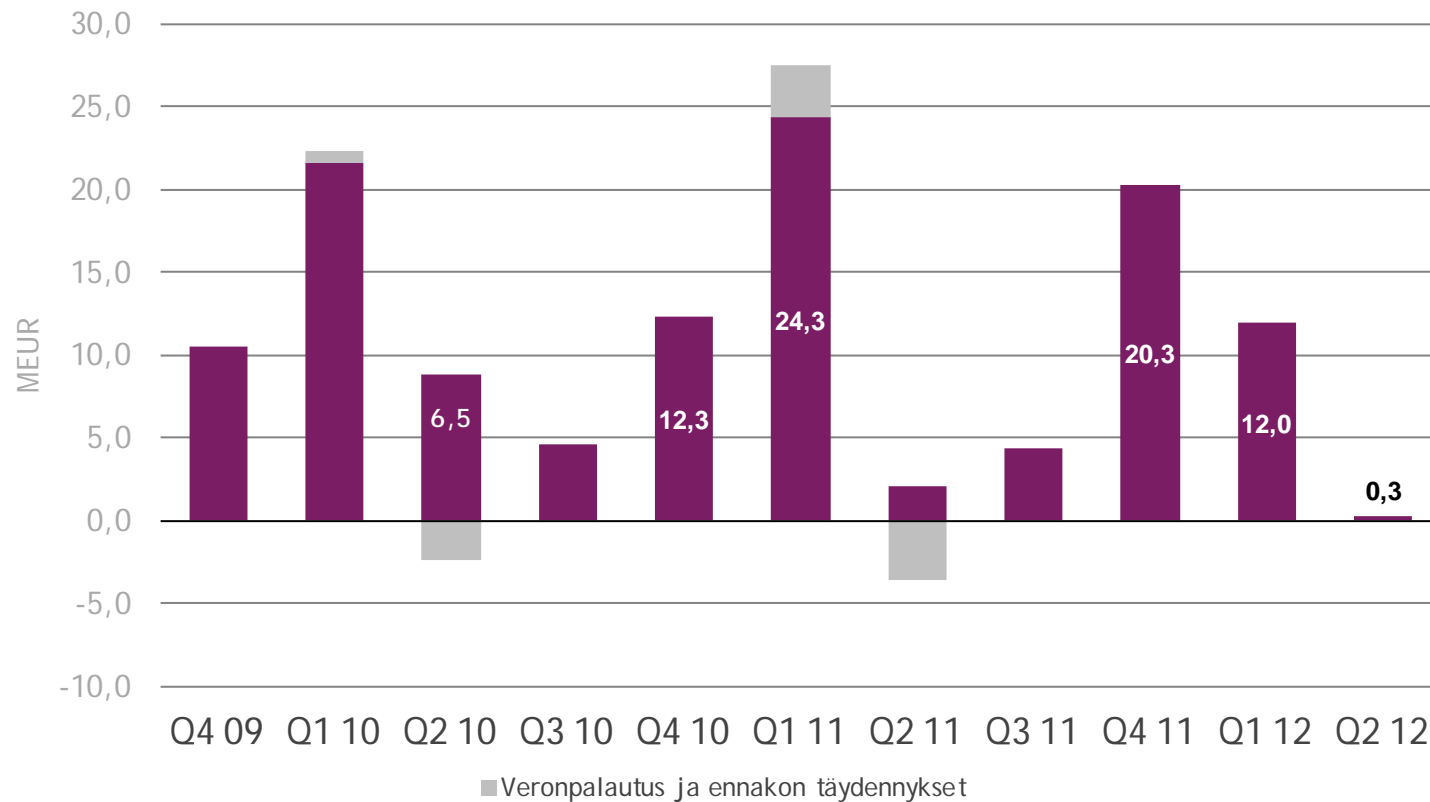
Muu toiminta, liikevaihto ja liikevoitto MEUR & %

Ilman kertaluonteisia eriä

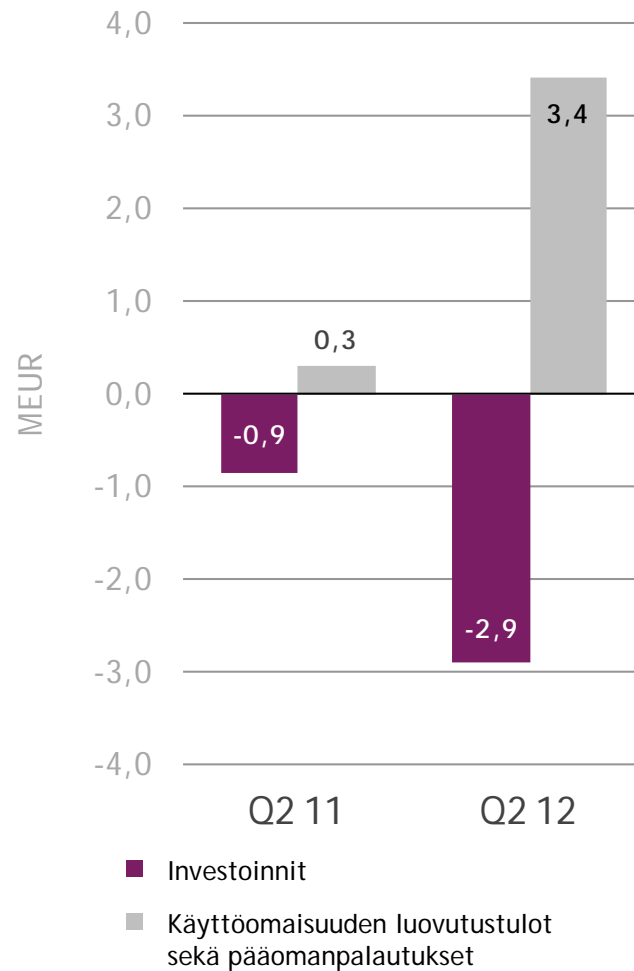
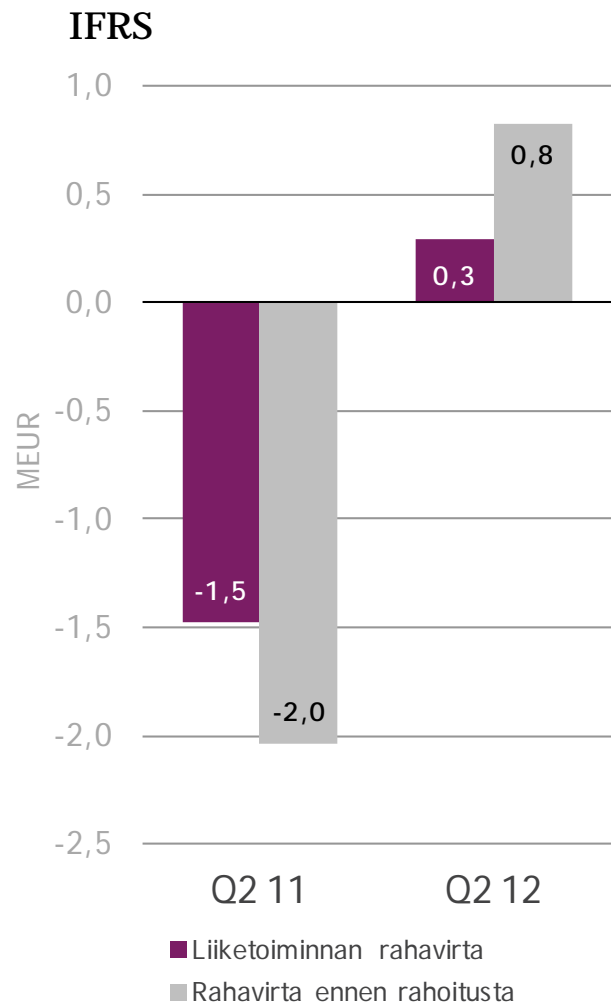


Liiketoiminnan rahavirta

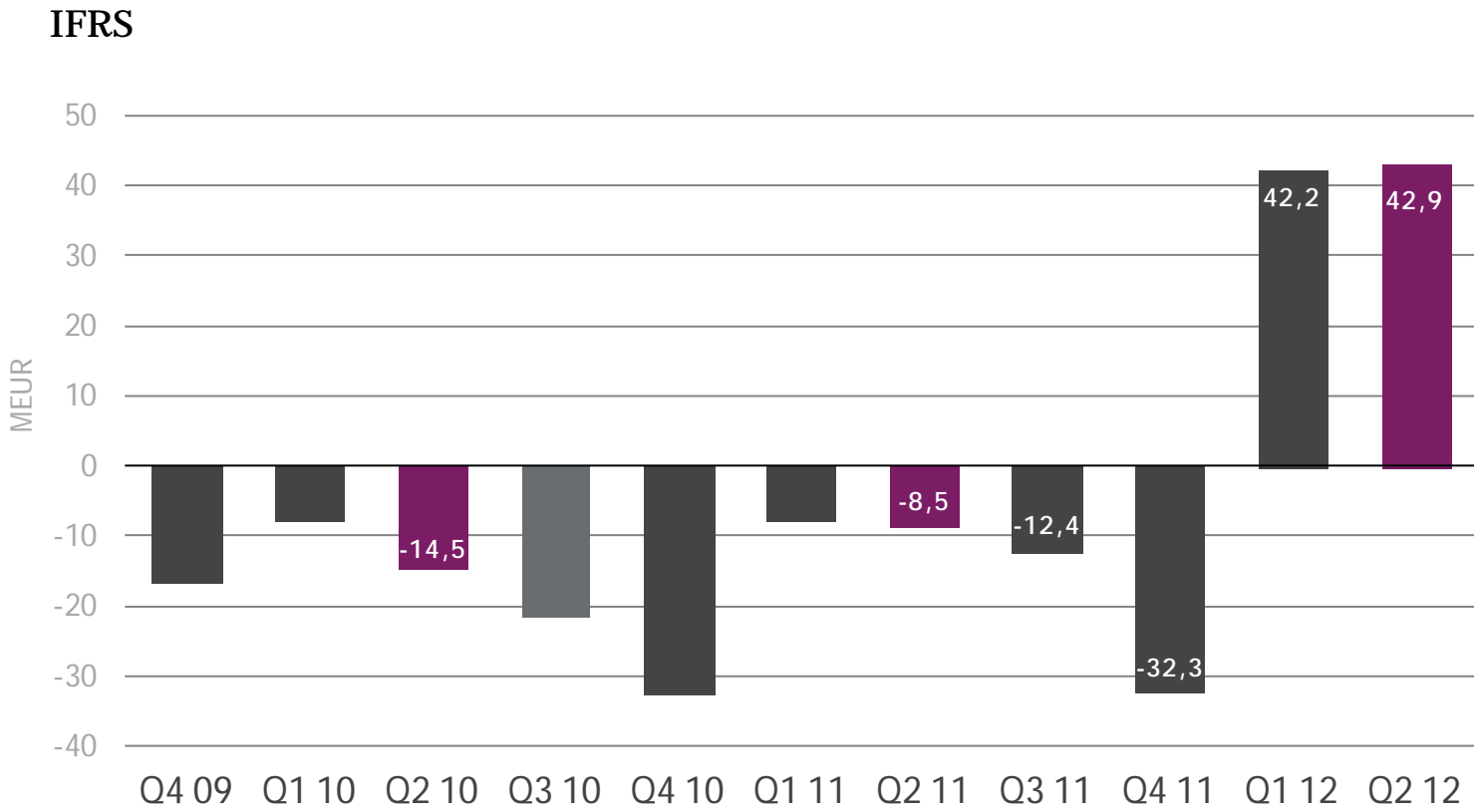
IFRS



Rahavirta ja investoinnit



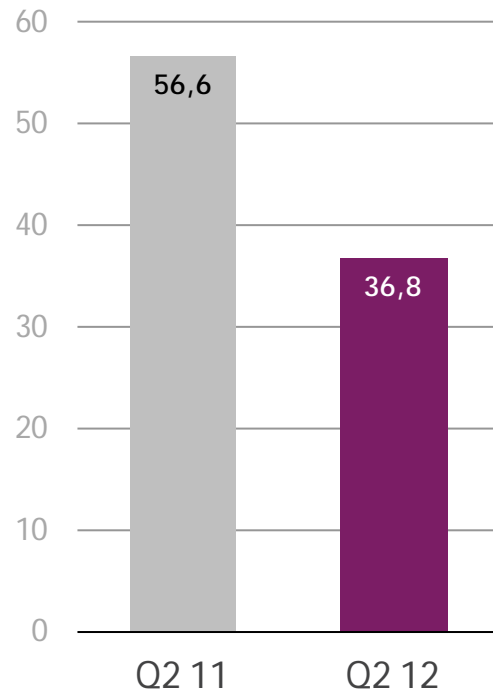
Velat, netto



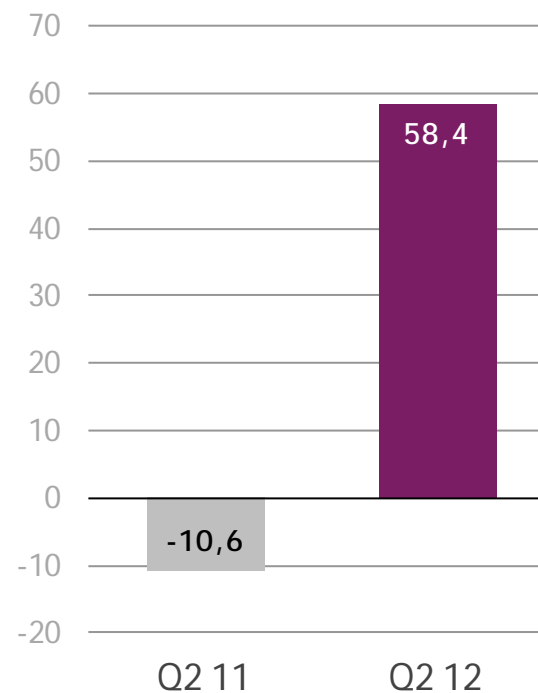
Tunnuslukuja

IFRS

Omavaraisuusaste, %



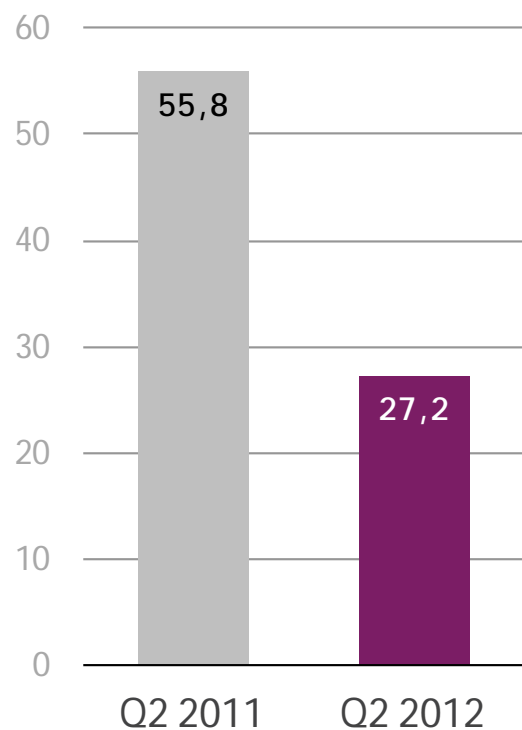
Nettovelkaantumisaste, %



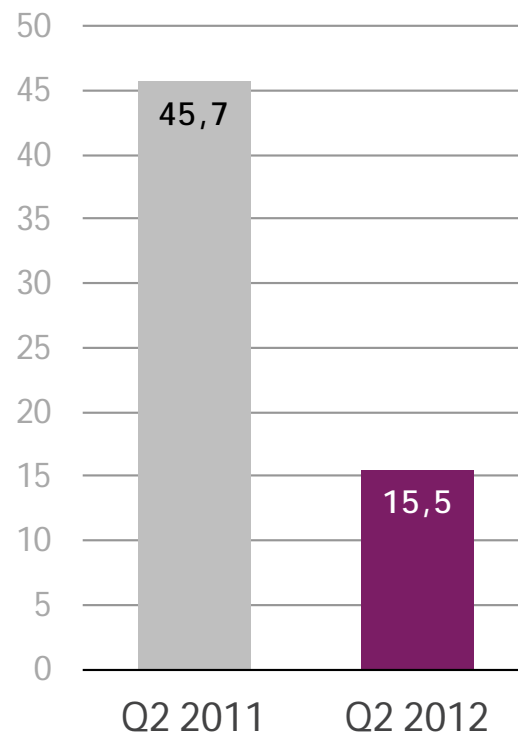
Tunnuslukuja

IFRS

Oman pääoman tuotto, %

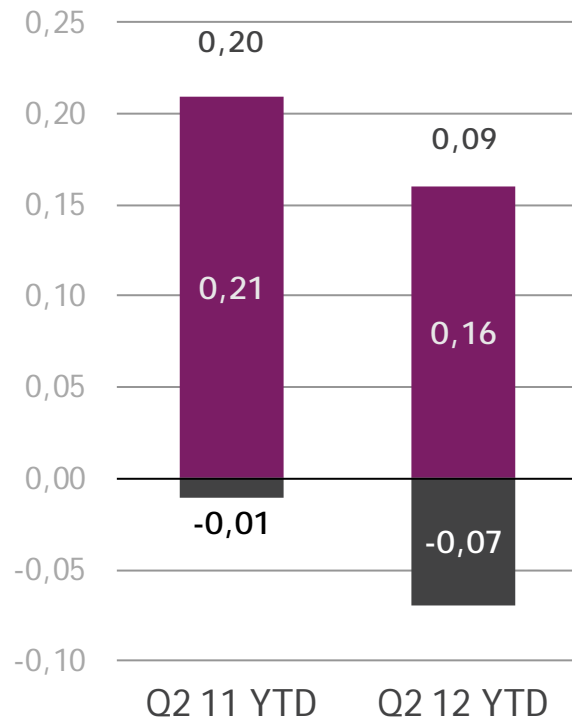


Sijoitetun pääoman tuotto, %

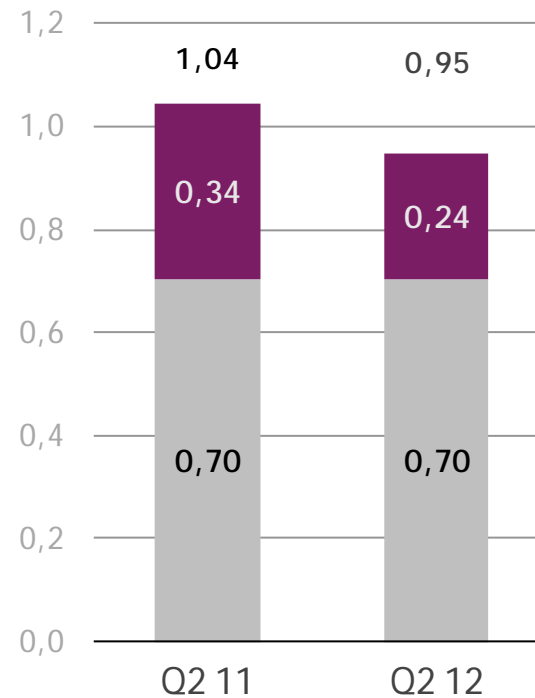


Tulos/osake ja oma pääoma/osake

IFRS



■ Tulos/osake ilman kertaluont.
■ Kertaluonteiset erät



■ Kertyneet voittovarat
■ Sidottu oma pääoma

Tase

IFRS

MEUR	Q2 2012	Q2 2011
Aineettomat hyödykkeet	88,7	40,9
Aineelliset kom-hyödykkeet	38,9	25,2
Osuudet osakkuusyrytyksistä	34,0	33,9
Vaihto-omaisuus	0,6	1,1
Saamiset	41,1	41,7
Rahavarat	20,3	23,2
Vastaavaa	223,6	166,1
Oma pääoma	73,5	80,8
Pakolliset varaukset	0,8	1,2
Eläkevelvoitteet	2,5	2,6
Korolliset velat	63,2	14,7
Korottomat velat	59,9	43,4
Lyhytaikaiset saadut ennakot	23,8	23,4
Vastattavaa	223,6	166,1

Avainluvut

MEUR	2012	2011	Muutos	2012	2011	Muutos	2011
	4-6	4-6	%	1-6	1-6	%	1-12
Liikevaihto	81,0	82,7	-2,0	162,2	159,8	1,5	316,2
Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia	73,4	71,2	3,1	146,2	139,0	5,1	273,6
Käyttökate ilman kertaluonteisia	10,8	13,8	-21,5	22,4	25,4	-11,7	51,9
Liikevoitto ilman kertaluonteisia	7,7	11,5	-33,5	16,1	20,9	-22,7	42,9
% liikevaihdosta	9,5	14,0		9,9	13,0		13,6
Liikevoitto (-tappio)	4,8	11,0	-56,4	10,8	20,0	-46,0	42,0
% liikevaihdosta	5,9	13,3		6,7	12,5		13,3
Tilikauden tulos	4,5	8,8	-49,4	7,2	15,7	-54,3	30,8
Hankitut liiketoiminnot							
Liikevaihto	4,7	0,0		10,1	0,0		0,0
Käyttökate	1,3	0,0		3,4	0,0		0,0
Liikevoitto (-tappio)	0,6	0,0		2,0	0,0		0,0

Näkymät vuodelle 2012

20.7.2012

Makrotalouden epävarmuus konsernin päämarkkinoilla vaikeuttaa poikkeuksellisen paljon ilmoitus- ja levikkiliikevaihtojen kehityksen ennustamista. Digitaalisten palveluiden odotetaan edelleen kasvattavan osuuttaan mediamarkkinasta. Alma Media ennakoi, että vuoden 2012 alusta voimaan tullut arvonlisäveron muutos voi pienentää konsernin julkaisemien sanomalehtien levikkejä.

Alma Media toistaa osavuosisikatsauksessaan 27.4.2012 antamansa arvion, jonka mukaan yhtiö arvioi koko vuoden liikevaihdon kasvavan ensisijaisesti toteutuneiden yrityskauppojen johdosta vuoden 2011 tasosta. Liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä odotetaan alittavan vuoden 2011 tason. Vuoden 2011 liikevaihto oli 316,2 milj. euroa, liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 42,9 milj. euroa ja liikevoitto 42,0 milj. euroa.



Kiitos!

Puhelinkonferenssi tänään klo 13.00. Tervetuloa!