

**“Caring for Core with a
Multimedia Perspective”
and
“Getting ready for further
international expansion”**

Eija Ailasmaa
toimitusjohtaja
Sanoma Magazines

18.2.2005

Sanoma Magazines osana SanomaWSOY:tä

2004 LUVUT	
LIKEVAIHTO	€ 2 493 milj.
EBITA	€ 371 milj.
LIKEVOITTO	€ 240 milj.

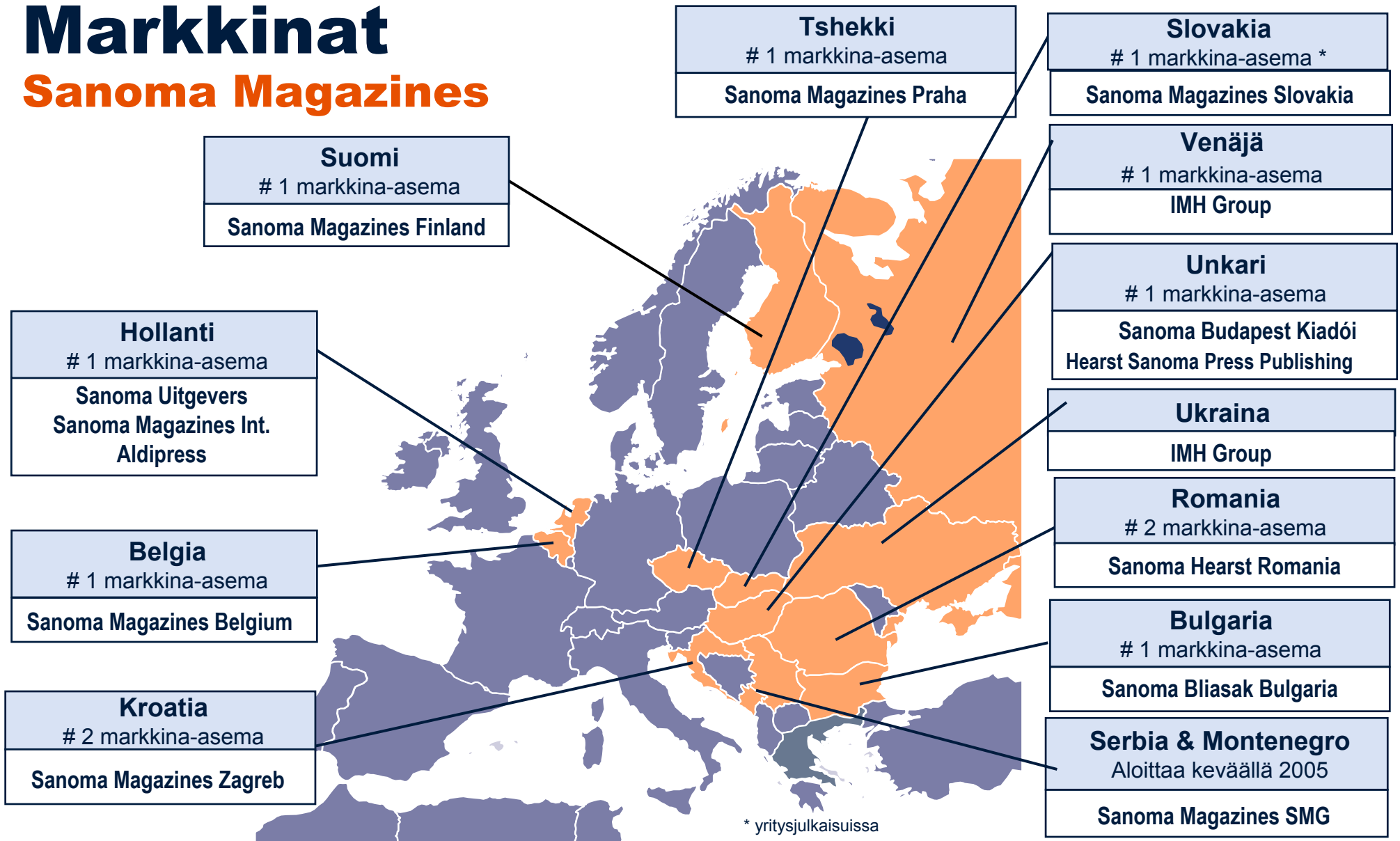


*Liikevoitto ilman liikearvon ja aineettomien oikeuksien poistoja

Y:SWViestintä/CMD2004/Ailasmaa0706

Markkinat

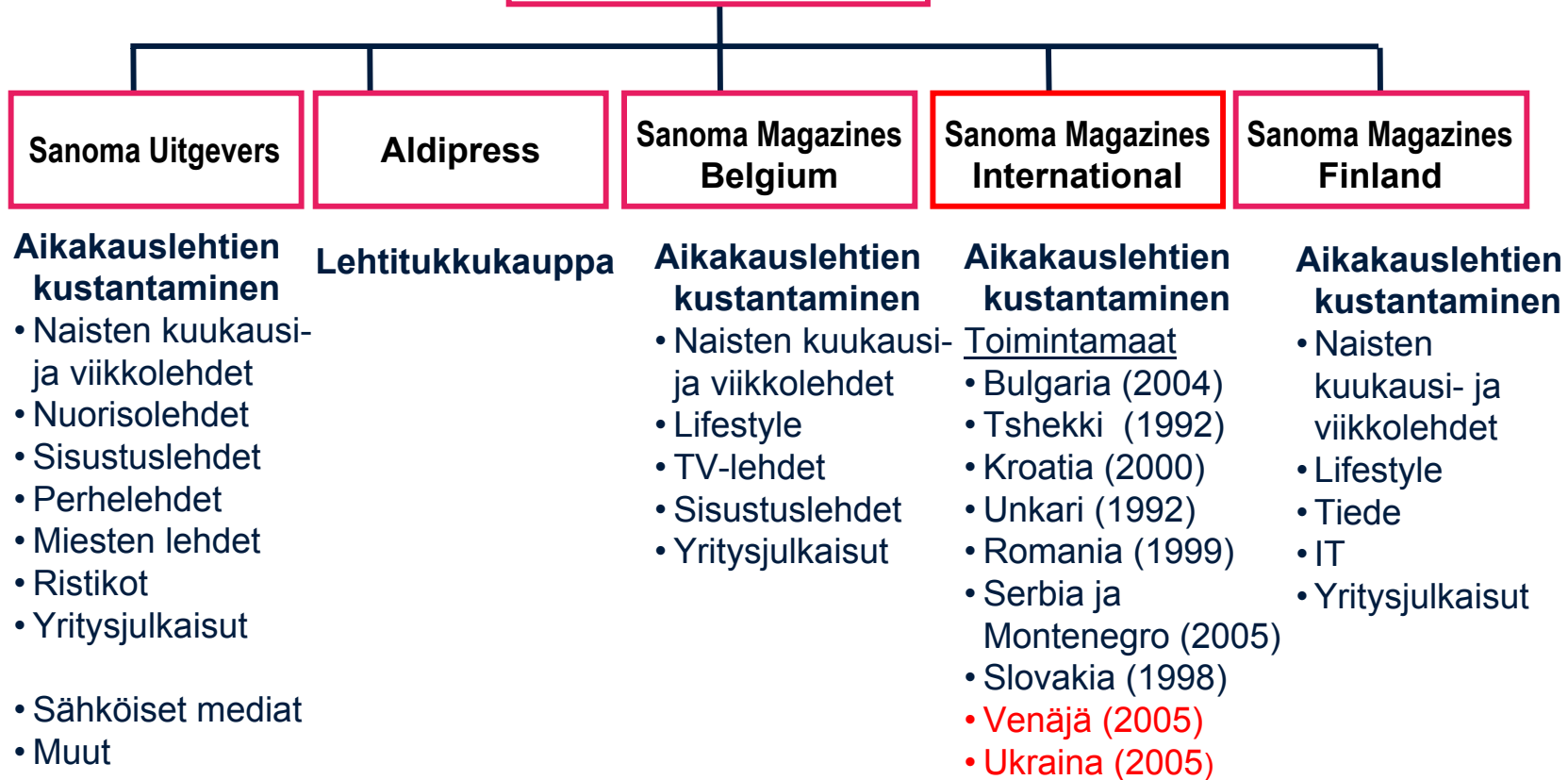
Sanoma Magazines



Sanoma Magazinesin rakenne

 SanomaMagazines

Henkilöstö yhteensä 4 522*



*Työsuhteessa oleva henkilöstö keskimäärin

Ei sisällä IMH:ta

Y:SWViestintä/CMD2004/Ailasmaa0706

Johtavat lehtemme

Levikki keskimäärin 2003

NL



580 000

380 000

BEL

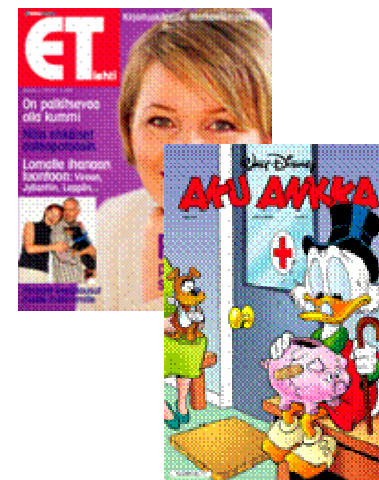


222 000

246 000

FIN

265 000



295 000

CZR



207 000

159 000

HUN



377 000

335 000

Avaintiedot Independent Media -yrityskaupasta



Yritysosto: Independent Media

Avaintiedot

- Korkealaatuisia aikakauslehtiä kohderyhmänä naiset, miehet ja nuoret
- Taloussanomalehtiä
- Toimii Venäjällä ja Ukrainassa
- 31 aikakauslehteä, joista 11 lisensoituja kansainvälisiä maineikkaita brändejä, lisäksi 3 sanomalehteä
- **Selvä markkinajohtaja** Venäjän aikakauslehtimarkkinoilla
 - Dynaaminen toimija markkinoilla
 - # 1 korkealaatuisten aikakauslehtien lukijamarkkinoilla noin 48 %* osuudella
 - # 1 taloussanomalehti Moskovassa
- **Valtava markkina:** 145 miljoonaa asukasta, 52 miljoonaa taloutta
 - Kasvava talous: BKT:n odotetaan kasvavan 5–7 %
 - Nopeasti kasvava viestintäala: odotettu kasvu 10–15 %

*Lähteet: TNS
Gallup ADFact,
EIU, Goldman
Sachs, PWC,
Zenith

Touko–Lokakuu
2003

Y:SWViestintä/CMD2004/Ailasmaa0706

Yritysosto: Independent Media

Avaintiedot

- Arvioitu liikevaihto* 2004 70 milj. euroa
- Konsolidoitava pro forma arvioidusta liikevaihdosta 47 milj. euroa
- Liikevaihdon keskimääräinen kasvu 2001–2004 noin 25 %
- Konsolidoitava pro forma arvioidusta EBITA:sta 2004 10 milj. euroa
- EBITA:n keskimääräinen kasvu 2001–2004 noin 50 %

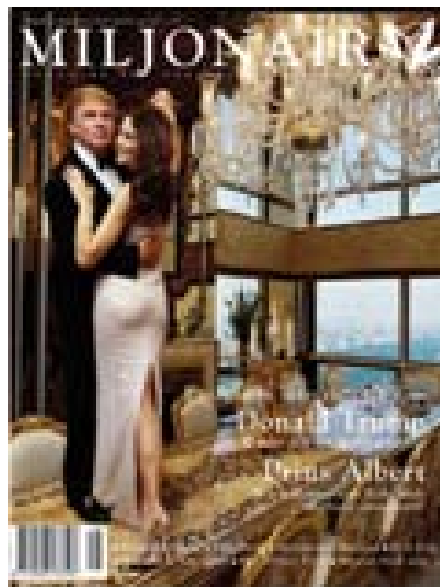
- Velaton ja kassaton kauppahinta noin 142 milj. euroa

- Vuonna 2003 keskimäärin 990 työntekijää

- Kaupan toteutumisen ehtona on vielä tiettyjen lisenssinhaltijoiden sovitaan lisenssisopimusten jatkumisesta hyväksyttävien ehtoin. Hyväksynnät kilpailuviranomaisilta on saatu.

*liikevaihto sisältää 50 %:sesti omistetut yhteisyritykset EBITA sisältää osakkuusyhtiöiden tulososuuden

Y:SWViestintä/CMD2004/Ailasmaa0706



Kaupap perusteita

Kaupan perusteita

- Sopii SanomaWSOY:n ja Sanoma Magazinesin strategiaan
- Kiinnostus Venäjän, Ukrainan ja mahdollisesti muiden IVY-maiden* markkinoita kohtaan
 - Euroopan suurin markkina, jolla on huomattava kasvupotentiaali media-alalla
- Samanlaiset arvot kustantamisessa sekä henkilöstön ja asiakkaiden suhteen
 - erinomainen yhteensopivuus

*Itsenäisten
Valtioiden Yhteisö

Y:SWViestintä/CMD2004/Ailasmaa0706

Samanlainen strateginen toimintatapa

- Markkinajohtajuus
- Laaja tuoteportfolio
- Johtavat, hyvin tunnetut brändit
- Paljon onnistuneita aikakauslehtilanseerauksia
- Vahva taloudellinen toiminta
- Mieluinen kumppani kansainvälisille aikakauslehdille
- Ponnahduslauta maantieteelliselle laajentumiselle

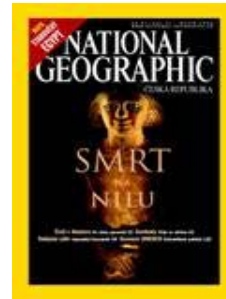
Valuaatio ja rahoitus

- Valuaatio
 - EV/EBITA 14,2x
 - EPS-vaikutuksen arvioidaan olevan positiivinen jo vuonna 2005 kauppahinnan lopullisesta allokaatiosta sekä aineettomien oikeuksien poistojen kokonaissummasta riippuen.

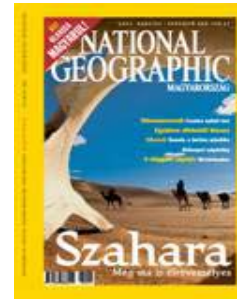
- Rahoitus
 - Kauppa rahoitetaan käyttämällä olemassaolevia rahoituslimiittejä ja pankkilainoja

Kiinnostava lisenssikumppani

- Tunnettujen brändien lisenssit, kuten:
 - Cosmopolitan – Playboy – FHM – Maxim – Disney – Elle – Auto Bild – National Geographic



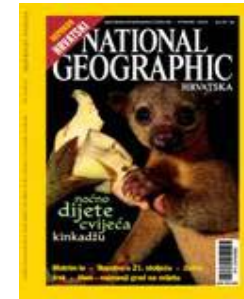
Tshekki



Unkari



Romania



Kroatia



Romania



Kroatia



Suomi



Hollanti

Cosmopolitan lanseerattiin Bulgariassa maaliskuussa 2004.

Sanoma Magazines kustantaa Cosmopolitania myös in Hollannissa, Suomessa, Unkarissa ja Romaniassa

Kansainväliset aikakauslehtibrändimme

- Omien konseptien levittäminen, kuten Story



Johtavia internetpalveluja

15

NL	• Ilse	no. 2 hakukone	3,6 milj. kävijää kuukaudessa (12/04)
	• Startpagina	no. 1 portaali	7,3 milj. kävijää kuukaudessa (12/04)
	• Nu.nl	no. 1 uutissivusto	5 milj. käyntiä päivässä

HUN	• Startlap.hu	no. 2 portaali	1,2 milj. kävijää kuukaudessa (12/04)
	• Nöklapja.hu	no. 1 naisten chatti	410 000 kävijää kuukaudessa (12/04)

FIN	• MBNet	no. 1 IT/ chatti	670 000 kävijää (02/04)
	• Vauva	no. 1 vanhempien chatti	± 100 000 kävijää (20m p-views)



Y:SWViestintä/CMD2004/Ailasmaa0706

Johtava euroopplainen aikakauslehtikustantaja

16

Aikakauslehtien liikevaihto / € milj. 2003

1.	Hachette Filippachi Media	2 072
2.	Grüner + Jahr	2 481 (sis. sanomalehdet)
3.	Heinrich Bauer Verlag	1 718
4.	Hubert Burda Media	1 078
5.	Sanoma Magazines	1 065

Y:SWViestintä/CMD2004/Ailasmaa0706

Avainluvut 2004

- Liikevaihto € 1 084 milj.
- EBITA* € 162 milj.



Liikevaihto € 529 milj.	€ 116 milj.	€ 186 milj.	€ 138 milj.	€ 175 milj.
EBITA* € 106 milj.	€ 2 milj.	€ 18 milj.	€ 9 milj.	€ 27 milj.

*Liikevoitto ilman liikearvon ja aineettomien oikeuksien poistoja

Y:SWViestintä/CMD2004/Ailasmaa0706

Sanoma Magazines

1-12/2004

18

milj. €	LIIKEVAIHTO		EBITA	
	1-12/2004	1-12/2003	1-12/2004	1-12/2003
Sanoma Uitgevers	528,8	540,6	106,4	105,1
Sanoma Magazines Belgium	186,0	182,1	18,4	17,7
Sanoma Magazines Finland	174,8	167,9	27,0	25,4
Sanoma Magazines International	138,3	127,2	9,1	13,4
Aldipress	115,7	109,3	2,3	-1,2
Ryhmän sis. kaupankäynti	-59,8	-62,3	-1,2	-1,1
Yhteensä	1 083,7	1 064,8	162,0	159,1
EBIT			86,9	78,8
EBIT ilman myyntivoittoja **			84,5	78,8
Bruttoinvestoinnit	19,8	18,4		
Henkilöstö keskimäärin ***	3 992	3 879		

*Liikevoitto ilman liikearvon ja aineettomien oikeuksien poistoja
 **merkittäviä kertaluonteisia
 ***kokoaikaisiksi muutettuna

Y:SWViestintä/CMD2004/Ailasmaa0706

EBIT-marginaalit

liiketoimintaryhmittäin

19

% liikevaihdosta	2004	2004 ilman merkittäviä myyntivoittoja	2003	2003 ilman merkittäviä myyntivoittoja	Tavoite
Sanoma Magazines	8,0	7,8	7,4	7,4	9,0
Sanoma	16,4	13,8	16,3	10,3	12,5
WSOY	11,5	11,5	10,6	8,1	12,0
SWelcom	7,5	7,5	1,1	1,1	7,5
Rautakirja	6,3	6,1	5,4	5,4	6,0
Yhteensä	9,6	8,6	8,6	6,8	9,0

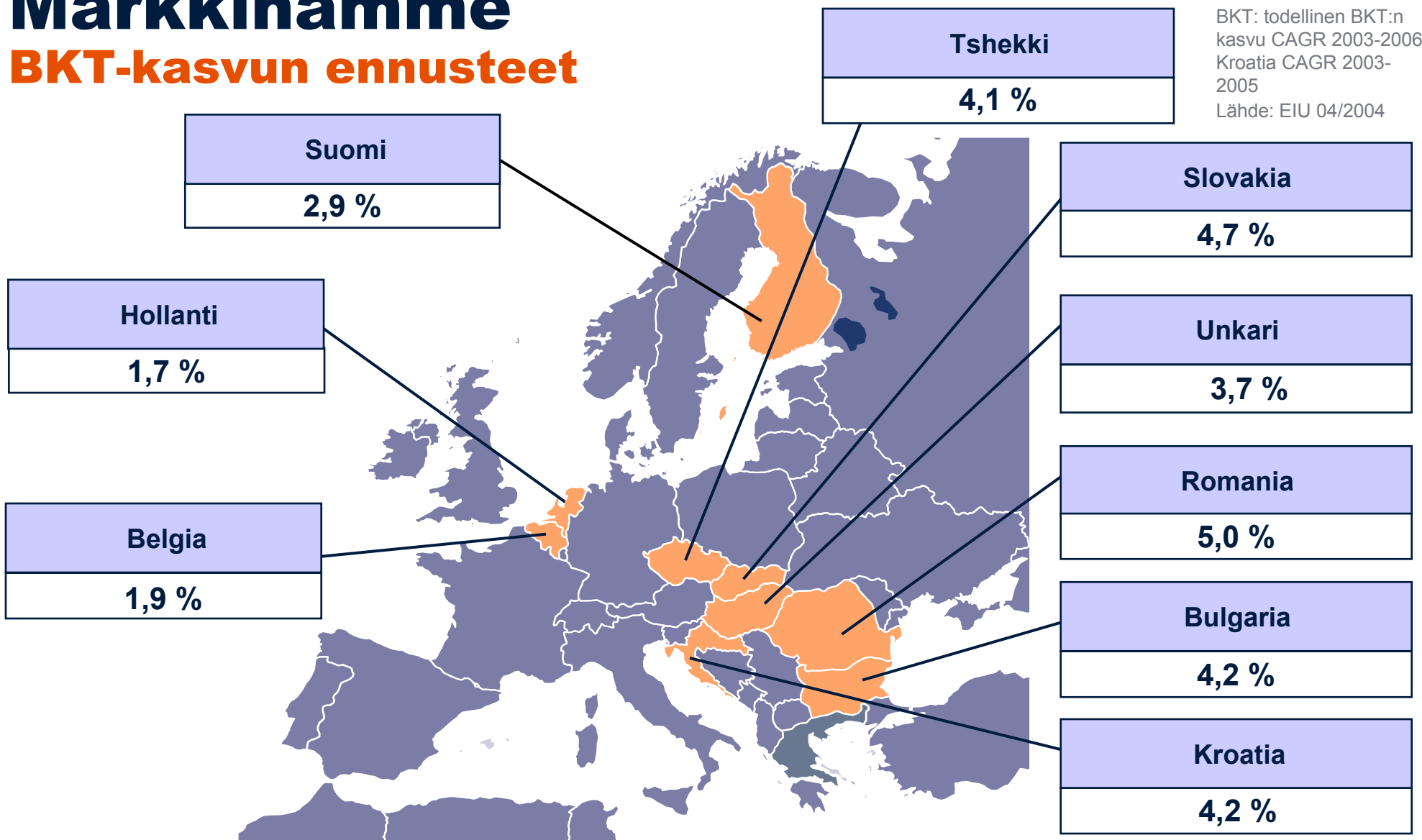
Y:SWViestintä/CMD2004/Ailasmaa0706

Keskeiset strategiset tavoitteet

- Selvä markkinajohtajuus valitsemillamme markkina-alueilla
- No 3 Euroopan aikakauslehtikustantajien joukossa 3–5 vuodessa
 - Keskittyminen keskikokoisiin markkinoihin
 - Kasvu valikoitujen yritysostojen ja strategisten kumppanuuksien avulla alueilla, joilla merkittävä markkina-asema voidaan saavuttaa ja joilta on saatavissa lisäarvoa.

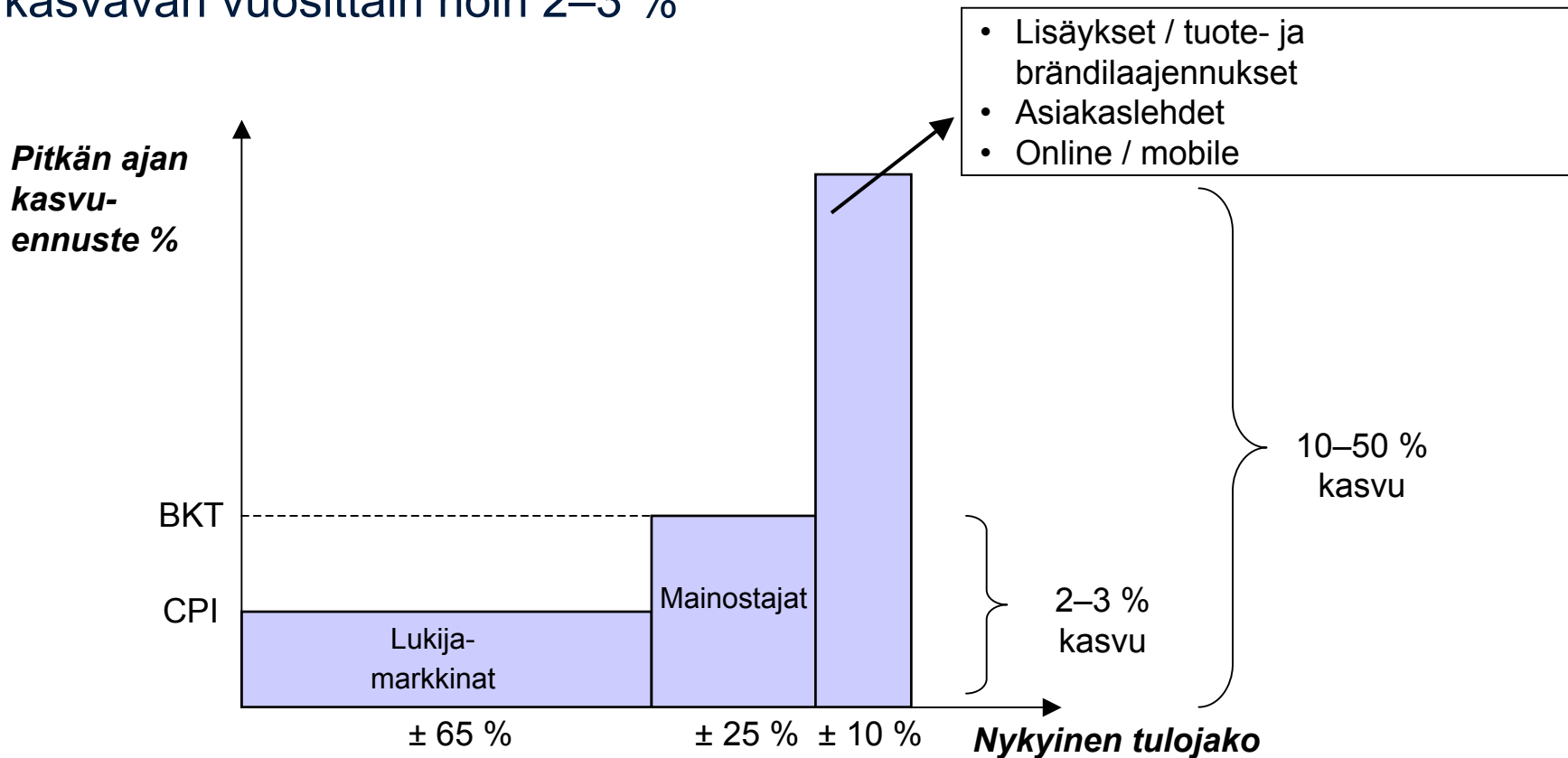
Markkinamme

BKT-kasvun ennusteet



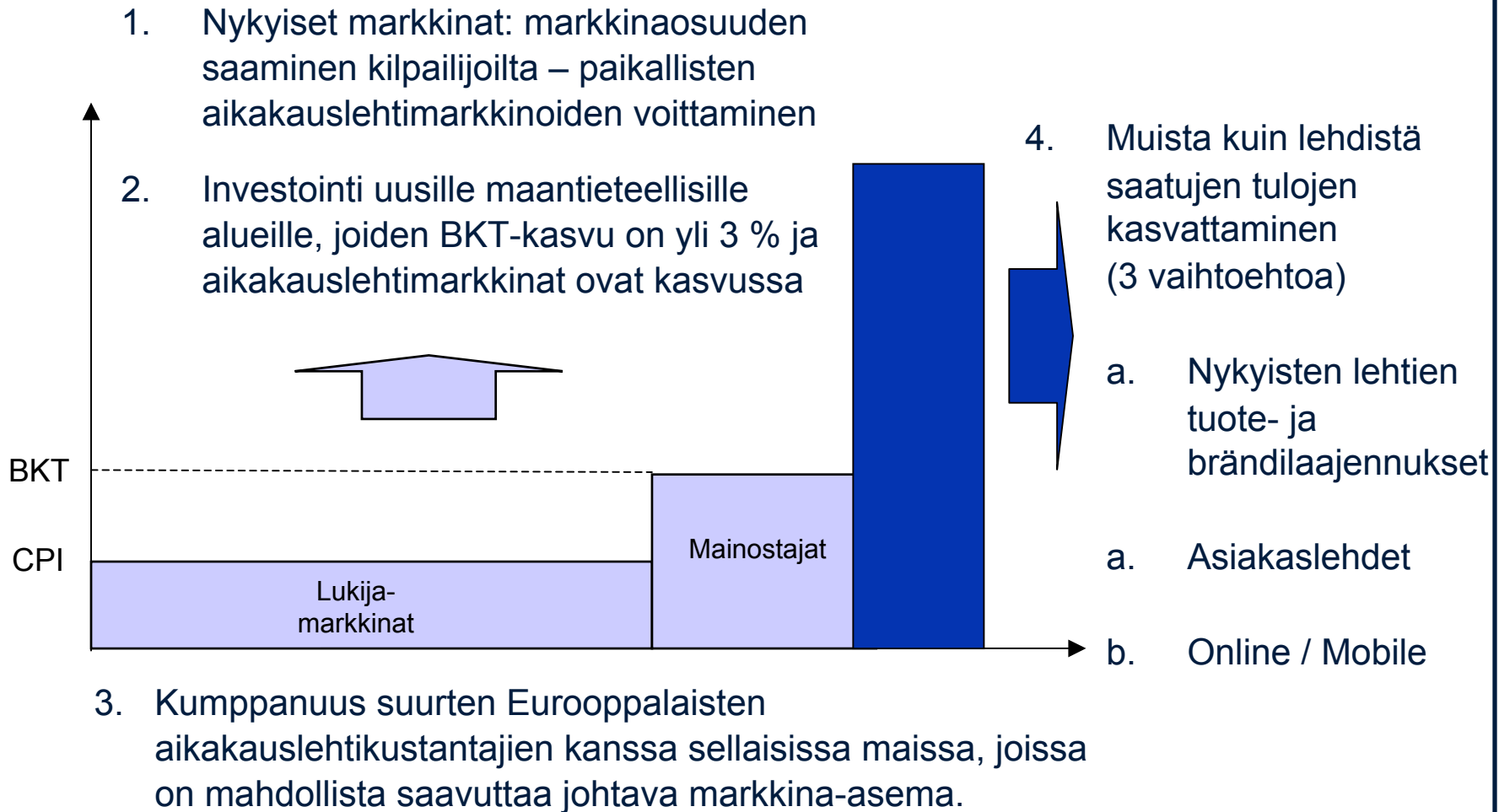
Kannattavan kasvun aikaansaaminen

Ydinliiketoimintamme (noin 90 % nykyisistä tuloistamme) odotetaan kasvavan vuosittain noin 2–3 %



Y:SWViestintä/CMD2004/Ailasmaa0706

Kasvumahdollisuudet



Lehtiportfolion aktiivinen hoitaminen

- Useita lanseerauksia
 - A.o. Glamo (Bel), TV Story (Cro), TV Duel (CZ), Maxima (Hun), Viky (CZ), Auto Bild Suomi (Fin), TV7 (Bel), Cosmopolitan (Bul), Meidän Perhe (Fin), OOK (NL), Maxim (NL), Esta (NL), Pulse (NL), ZIN (NL)
- Uudistuksia
- Lopetuksia
- Sanoma Men's Magazinesin käynnistäminen Hollannissa
 - Miehille suunnattujen toimintojen yhdistäminen
 - "miestuntemuskeskuksen" luominen mainostajille
 - Maximin lisenssin hankkiminen
 - Sportweekin loppuosuuden (50 %) hankkiminen



Naisten viikkolehti (35+)
"Estan" lanseeraus
Hollannissa 3.6.2004

Online

- Tällä hetkellä Sanoma Magazinesin johtavat internet-toiminnot Hollannissa (ilse Media) ovat keskittyneet 3 pääalueelle:
 - Hakupalvelut: ilse.nl, startpagina.nl, overview.nl
sekä yhteisyritys V4M yhdessä Hollannin keltaisten sivujen kanssa
 - Uutiset: johtava uutissivusto nu.nl
 - Nuorisochatit: äskeittäin ostetut johtava 'tweens'-sivusto Kaboem.nl ja Y-sukupolven CU2.nl
- Tavoitteena on saavuttaa johtava asema Unkarin online-markkinoilla
 - Ensiaskel on 5.1.2005 julkaistu yhteisyritys Payback Group kanssa verkkohuutokauppa-sivusto TeszVesz.hu:n perustamiseksi

SanomaMagazines



KIITOS