

Vahvat sanomalehdet

Seppo Kievari

toimitusjohtaja, Sanoma Osakeyhtiö

Capital Markets Day

14.5.2003



HELSINGIN SANOMAT



ILTA-SANOMAT

IS Veikkaaja



Sanoman missio

- Olla Suomen johtava ja yhteiskunnallisesti merkittävä viestintäyhtiö, joka luo laadullisesti ylivoimaista päivittäistä sisältöä ja kasvavaa lisäarvoa asiakkaille, henkilöstölle ja omistajalle.

Sanoman visio

- Tavoitteena on olla Pohjoismaiden kannattavin viestintäyhtiö, jonka tuotteet ovat markkinajohtajia ja kannattavimpia omalla alallaan. Kilpailuetu syntyy sisällön tuottamisesta ja kaupallisestamisesta moneen eri kanavaan.

Sanoman strategiset tavoitteet

1. Kannattavuuden merkittävä parannus ydintoimintoihin keskittymällä ja toimintamalleja sekä organisaatiota keventämällä ja uudistamalla.
2. Markkina-aseman ja brandi-voiman vahvistaminen ja hyödyntäminen
3. Kasvu ja laajeneminen sisällöntuottajana Suomessa uusia tuotteita sekä erityisesti monikanavaisia julkaisumalleja kehittämällä
4. Valmiuksien luominen aitoon kansainvälistymisen seuraavassa vaiheessa.

Y:Kalvot/kokoukset03/CMD/Kievari

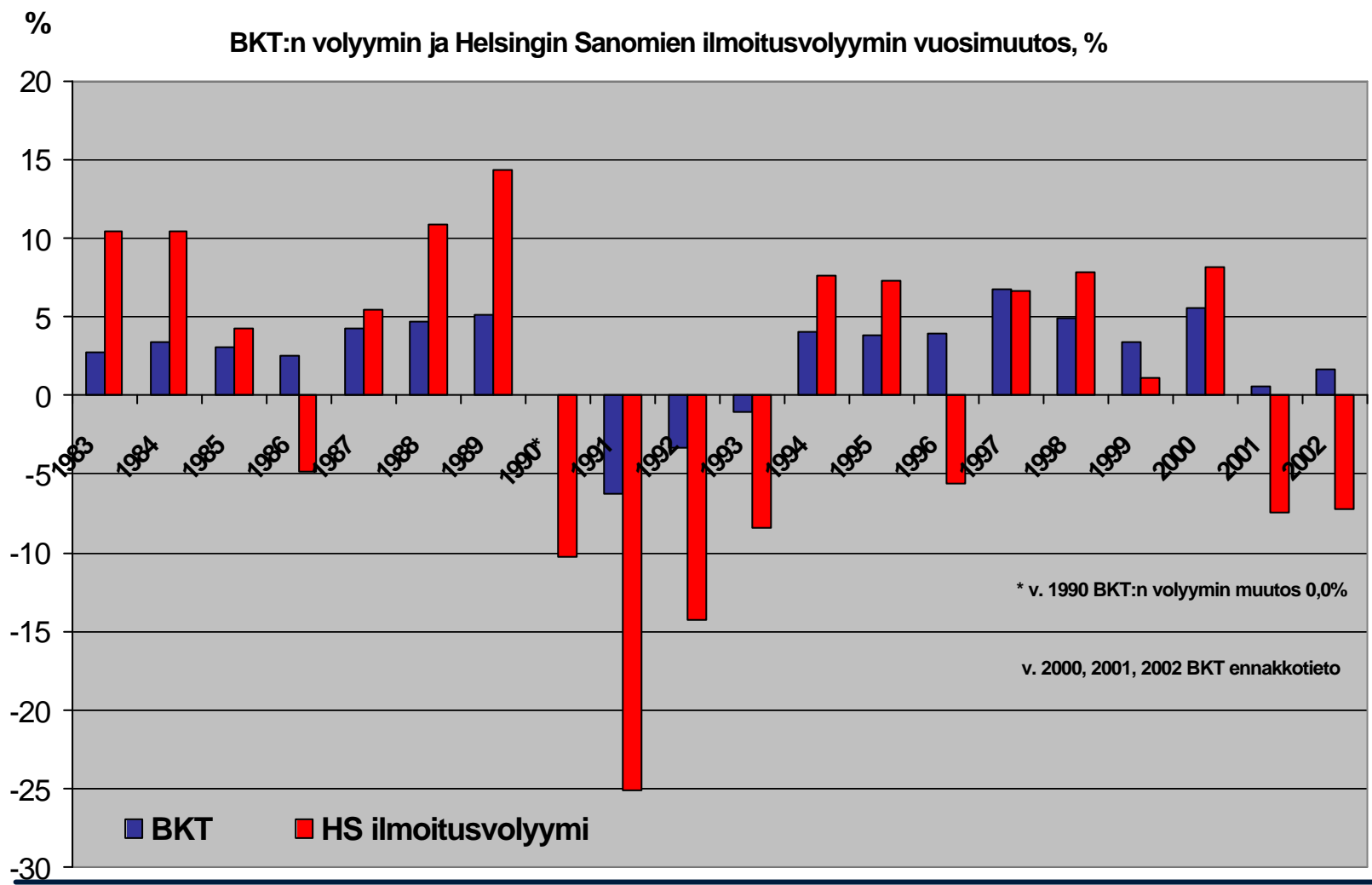
Päivälehtien tavoittavuus

Ruotsi	88 %
Suomi	86 %
Norja	86 %
Japani	80,4 %
Saksa	78 %
Latvia	76 %
Sveitsi	75 %
Tanska	74,1 %
Slovakia	73 %
Luxemburg	66 %
Hollanti	65,6 %
Turkki	62 %
Viro (valtakunnalliset 58 %)	62 % (paikallislehdet)

Lähde:WA
N 2002

Y:Kalvol/kokouset03/CMD/Kievari

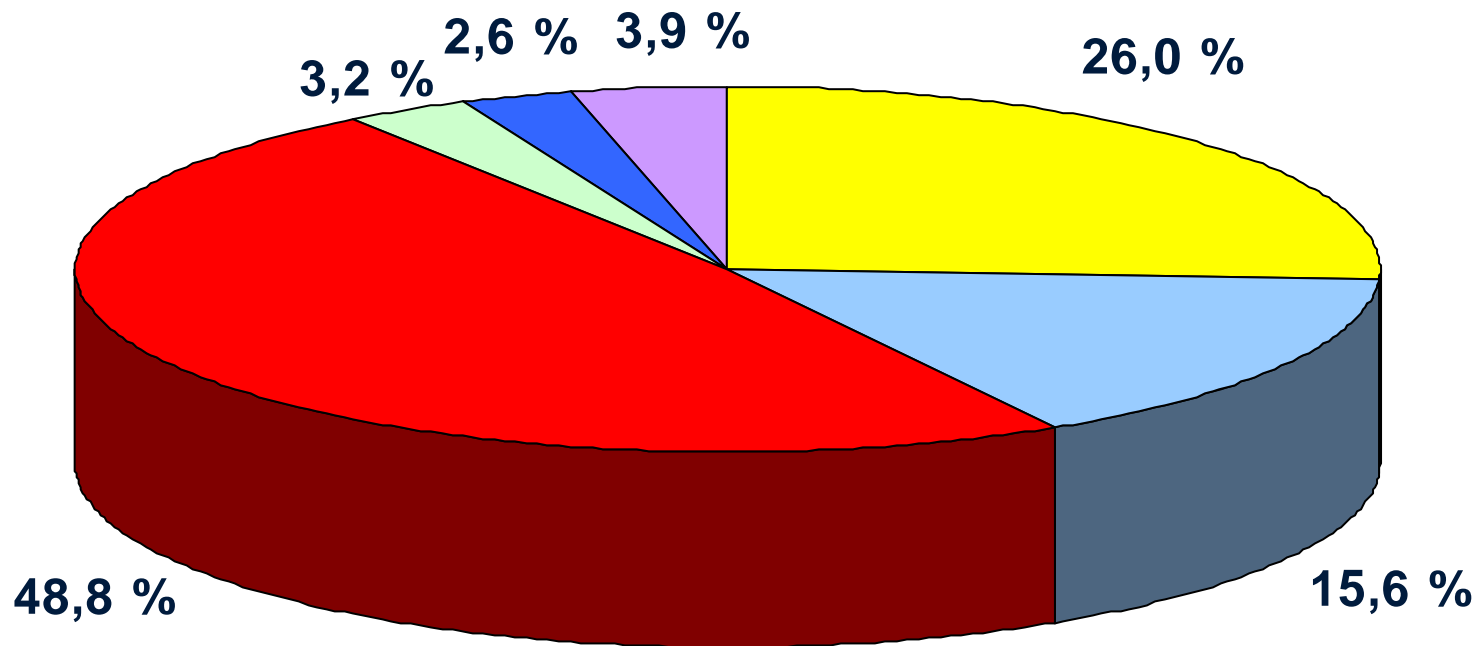
Mainostuotot ovat Suomessa riippuvaisia BKT:n muutoksista ja kytköksissä niihin



Y:Kalvol/kokoukset03/CMD/Kievari

Sanoma

Liikevaihto 2002



■ Tilaustuotot

■ Irtonumerotuotot

■ Ilmoitustuotot

■ Painotuotot

■ Jakelutuotot

■ Muut tuotot

Sanomalehtien kustantaja

- Sanoma keskittyy ydinliiketoimintaansa sanomalehtien kustantamiseen
- Sanomien osuus
 - Suomen sanomalehtien levikistä 31 % *
 - 4–7 krt viikossa ilmestyvien sanomalehtien ilmoitustuotoista 38 % **
 - 4–7 krt viikossa ilmestyvien sanomalehtien nettomyynnistä 38 % ***

Tiedot vuodelta
2001. Lähde
Suomen Lehdistö
6/2002

*

Ilmestymispäivillä
painotetut levikit.
** Ilmoitustuotot
ilman
vaihtoilmoituksia
miinus alennukset
*** Lehtien
nettomyynti=
levikkituotot+ilmoi-
tustuotot ilman
alennuksia ja
vaihtoilmoituksia.

Y:Kalvol/kokoukset03/CMD/Kievari

Sanoman markkina-asema

- Lehtemme ovat **ykköslehtiä**
- Vahvan markkina-aseman säilyttäminen varmistettava
- Vahvojen brandiemme vieminen uusiin jakelukanaviin valmisteilla (multimedia)
- SanomaWSOY:ssä hyvä mahdollisuudet kehittää multimediaa
- Intermedia-tasolla sähköisen median sirpaloituminen vahvistaa asemaamme

Uusi painolaitos

- Uuden painotalomme joustava toiminta ja sataprosenttinen väripainatuskapasiteetti vahvistavat asemaamme markkinoilla
- Voimme saavuttaa myös merkittäviä kustannussäästöjä hävikin vähentymisen ja pienemmän työvoimatarpeen ansiosta
- Projekti etenee aikataulussa ja budjetin mukaisesti. Koekäyttö alkanut.

On line -toiminnot

- Oman on line -toimintamme tavoitteena on saada aikaan todellisia tuottoja ja kannattavuutta
- Ilmaisten verkkopalveluiden aika on ohi – maksullinen palvelu lähitulevaisuudessa Helsingin Sanomien verkkosivuille

Muita kasvumahdollisuuksia

- Kotimaan markkinoilla on eräitä, joskin rajoitettuja, mahdollisuuksia laajentua yritysostojen avulla
- Veikkaajan julkaisuoikeudet ostettu IS-liiketoimintayksikköön.
- Lähitulevaisuudessa avautuu myös uusia markkinoita Suomen lähialueilla

Sanoma 2003–

- Jatkamme kannattavuuden parantamista
- Tavoitteenamme on hyvä kannattavuus laskusuhdanteessa – ja erinomainen iskukyky nousukauden alkaessa
- Uudet tuotteet ja kansainväliset hankkeet eivät ole poissuljettuja vaihtoehtoja

