



SanomaWSOY – Kasvava eurooppalainen viestintäyhtiö

Toimitusjohtaja
Hannu Syrjänen

28.2.2007
eQ Pankki

SanomaWSOY

Agenda

- SanomaWSOY lyhyesti
- SanomaWSOY:n strategian painopisteet
- Liite 1: Median trendejä



SanomaWSOY-konserni

- Kasvava eurooppalainen viestintäyhtiö, joka toimii yli 20:ssä Euroopan maassa
- Johtava ja monialainen mediatoimija Suomessa (sanomalehdet, aikakauslehdet, kirjat, kaupunkilehdet, televisio/kaapeli-tv, radio, kioski, lehtijakelu, kirjakauppa, elokuvateatteri- ja painotoiminta)
- Yksi Euroopan suurimmista aikakauslehtikustantajista – johtava Belgiassa, Hollannissa, Suomessa, Tshekissä, Slovakiassa, Bulgariassa, Unkarissa, Venäjällä ja Adrianmeren maissa
- Merkittävä eurooppalainen oppimateriaalikustantaja – johtava Belgiassa, Hollannissa, Puolassa, Suomessa, ja Unkarissa



SanomaWSOY-konserni

Liikevaihto 2 742 milj. euroa • Liikevoitto 292 milj. euroa • Henkilöstö 18 434

Rautakirja

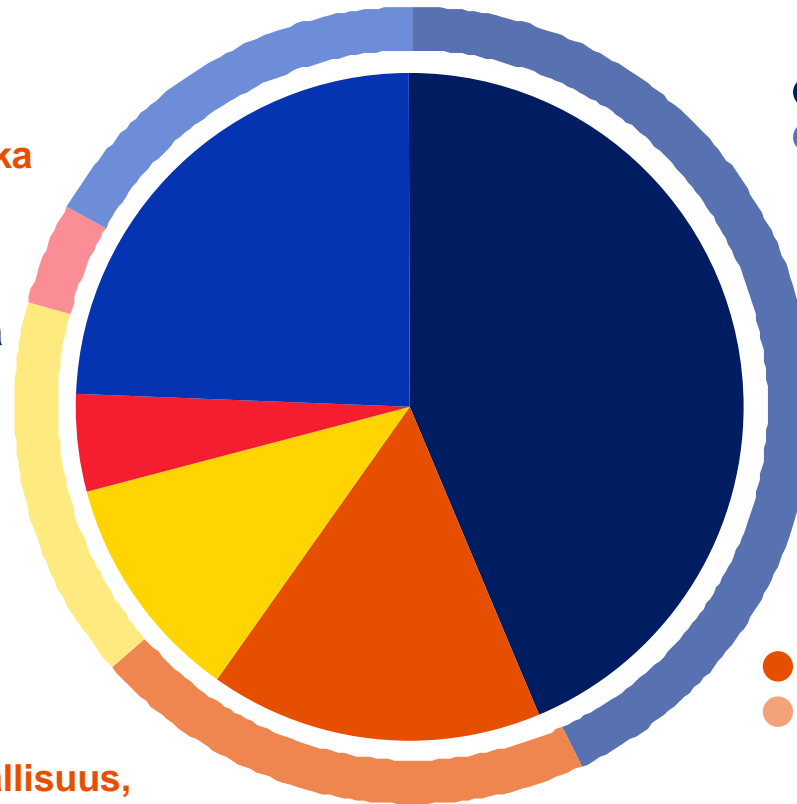
- Liikevaihto 684,3 milj. euroa
- Liikevoitto 51,3 milj. euroa
- Lehtijakelu, kioskikauppa, kirjakaupat, viihde ja vapaa-aika**

SWelcom

- Liikevaihto 131,8 milj. euroa
- Liikevoitto 12,5 milj. euroa
- TV, laajakaistainternet, radio**

SanomaWSOY Education and Books

- Liikevaihto 309,2 milj. euroa
- Liikevoitto 48,0 milj. euroa
- Oppimateriaalit, yleinen kirjallisuus, Yritystieto ja palvelut**



Sanoma Magazines

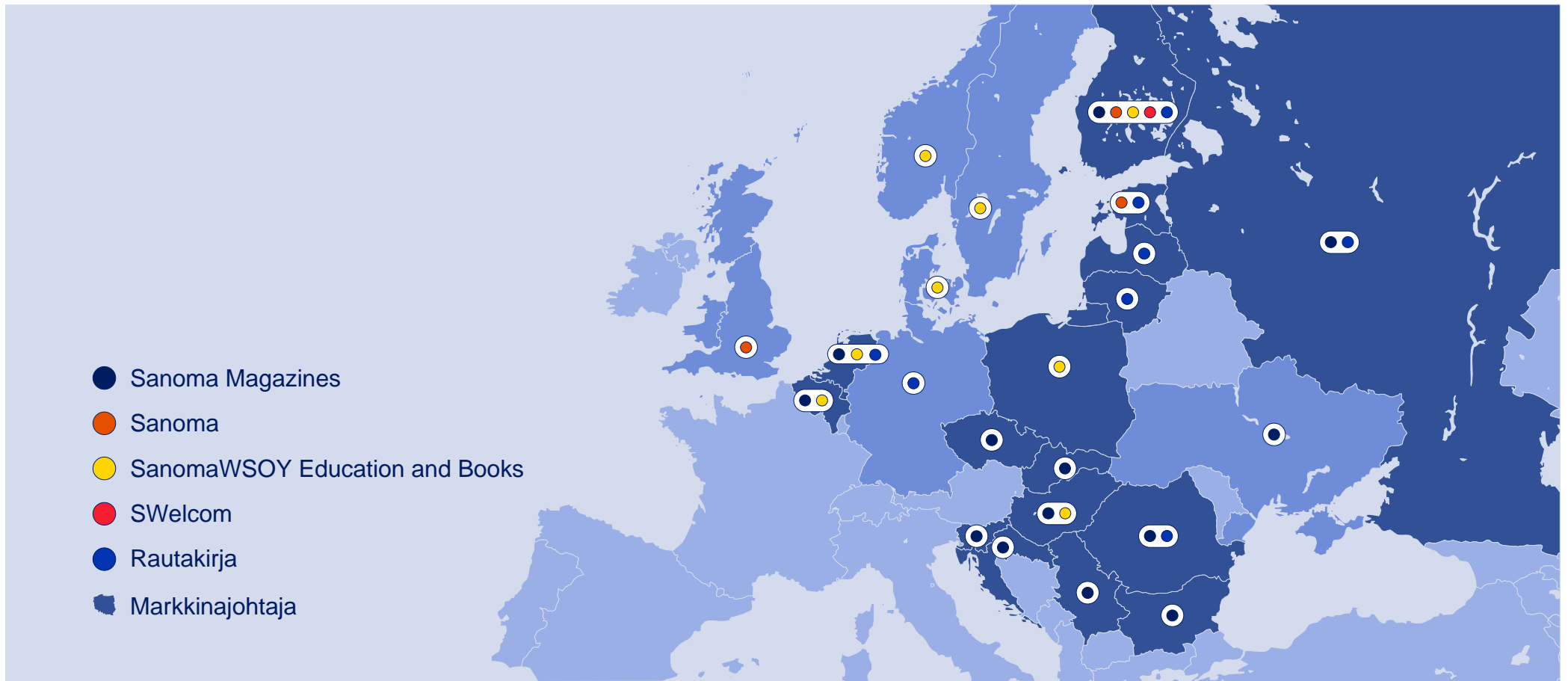
- Liikevaihto 1 218,9 milj. euroa
- Liikevoitto 132,2 milj. euroa
- Aikakauslehtien kustantaminen, verkkopalvelut**

Sanoma

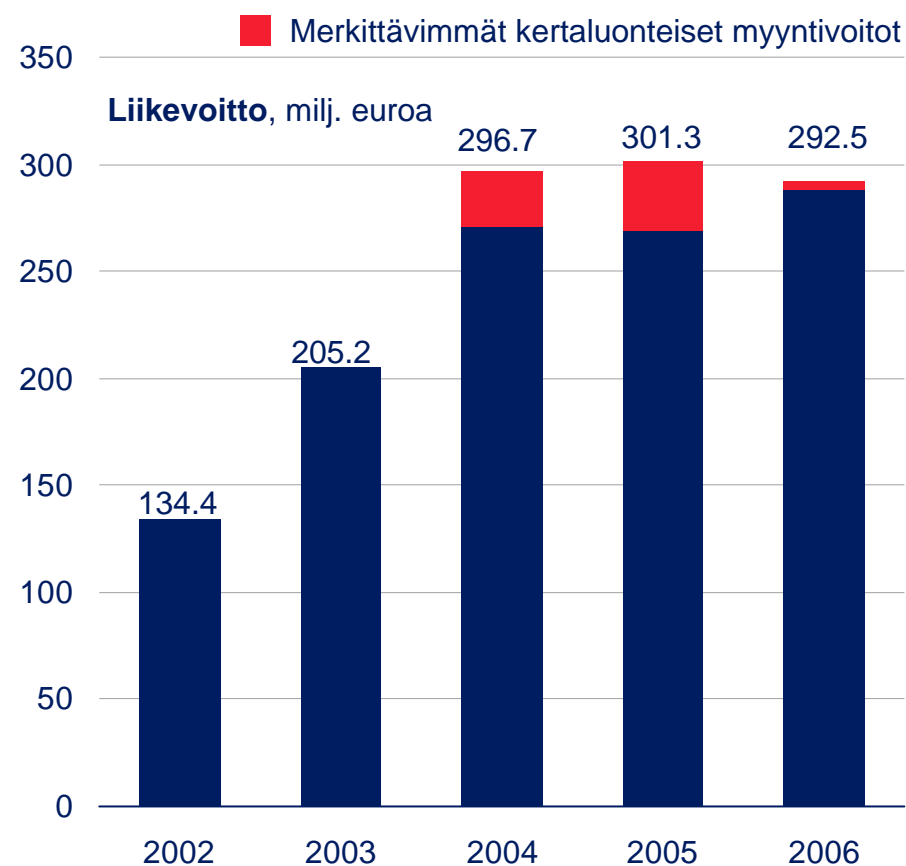
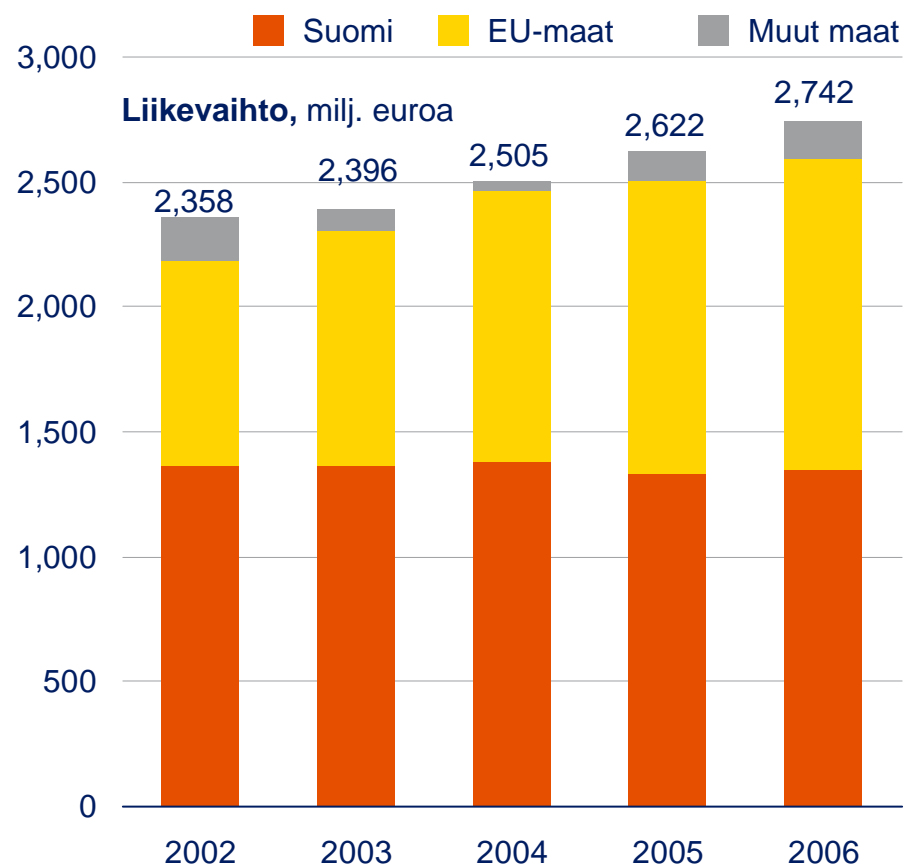
- Liikevaihto 457,1 milj. euroa
- Liikevoitto 62,7 milj. euroa
- Sanomalehtien kustaminen ja painaminen, verkkopalvelut**

Markkinoiden johtava

Valituissa segmenteissä



Kestävä kasvu ja kannattavuus



Avainluvut

milj. euroa	1–12/2006	1–12/2005	M-%
Liikevaihto	2 742,1	2 622,3	4,6
Liikevoitto	292,5	301,3	-2,9
% liikevaihdosta	10,7	11,5	
Liikevoitto ilman merkittävimpiä kertaluonteisia myyntivoittoja	288,2	269,1	7,1
% liikevaihdosta	10,5	10,3	
Taseen loppusumma	3 132,2	2 972,5	5,4
Investoinnit *	81,9	93,8	-12,7
Oman pääoman tuotto (ROE), %	17,7	22,3	-0,3
Sijoitetun pääoman tuotto (ROI), %	14,3	15,4	
Omavaraisuusaste, %	45,0	41,3	
Velkaantumisaste (Gearing), %	59,2	72,9	
Korollinen vieras pääoma	863,9	928,7	-7,0
Nettovelka	782,4	843,8	-7,3
Tulos/osake, euroa	1,32	1,45	-9,3
Liiketoiminnan rahavirta/osake, euroa	1,63	1,69	-3,5
Osinko/osake, euroa **	0,95	0,90	
Osakekannan markkina-arvo	3 521,8	3 121,5	12,8
Työsuhteessa oleva henkilöstö keskimäärin	18 434	16 885	9,2

Taloudelliset tavoitteet

Kasvu ja
kannattavuus



Tapa toimia

Markkinajohtajuus

Strategia

Strateginen kehys

Taloudelliset
tavoitteet

Kasvu ja
kannattavuus



Markkinajohtajuus

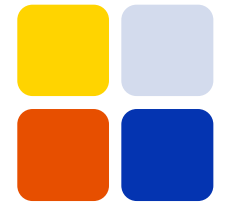


Tapa toimia

- Laaja-alainen mediatoimija Suomessa
- Kasvun painopistealueet
 - aikakauslehdet
 - oppimateriaalit
 - digitaalinen media
 - lehtijakelu



Strategiset tavoitteet



Kasvu ja kannattavuus

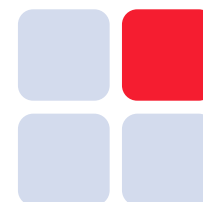
- Toiminnan laajentaminen kasvumarkkinoilla
- Lisäarvoa tuottavat yritysjärjestelyt
- Hallittu panostusten lisääminen digitaaliseen mediaan, optimaalisessa tahdissa ja laajuudessa
- Toiminnan tehostaminen kaikissa liiketoiminnoissa

Markkinajohtajuus

- Lisäarvoa tuova markkinajohtajuus valituilla markkina- ja liiketoiminta-alueilla
- Yksi Euroopan johtavista aikakauslehti- ja oppimateriaalikustantajista

Tapa toimia

- Paikallisten kulttuurien arvostaminen
- Selkeät liiketoiminnan eettiset periaatteet
- Asiakaskeskeinen tuotteiden ja palvelujen kehittäminen
- Tuloskeskeiset, osaavat ja yhteistyökykyiset ihmiset
- Lisäarvoa tuova kansainvälinen konserniyhteistyö
- Nopeat ja joustavat prosessit



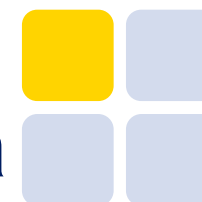
Taloudelliset tavoitteet

Kasvattaa liikevaihtoa päämarkkina-alueidensa bruttokansantuotetta nopeammin
Kasvattaa digitaalista liiketoimintaa merkittävästi
Liikevoittoprosenttitavoite on 12 %

Liikevoiton (%) kehitys	2006	2006*	2005*	2004*
Sanoma Magazines	10,8	10,6	10,9	12,5
Sanoma	13,7	13,3	13,0	13,7
SanomaWSOY Education and Books	15,5	15,5	13,4	11,5
SWelcom	9,5	9,5	7,8	8,2
Rautakirja	7,5	7,5	6,6	7,0
SanomaWSOY	10,7	10,5	10,3	10,8

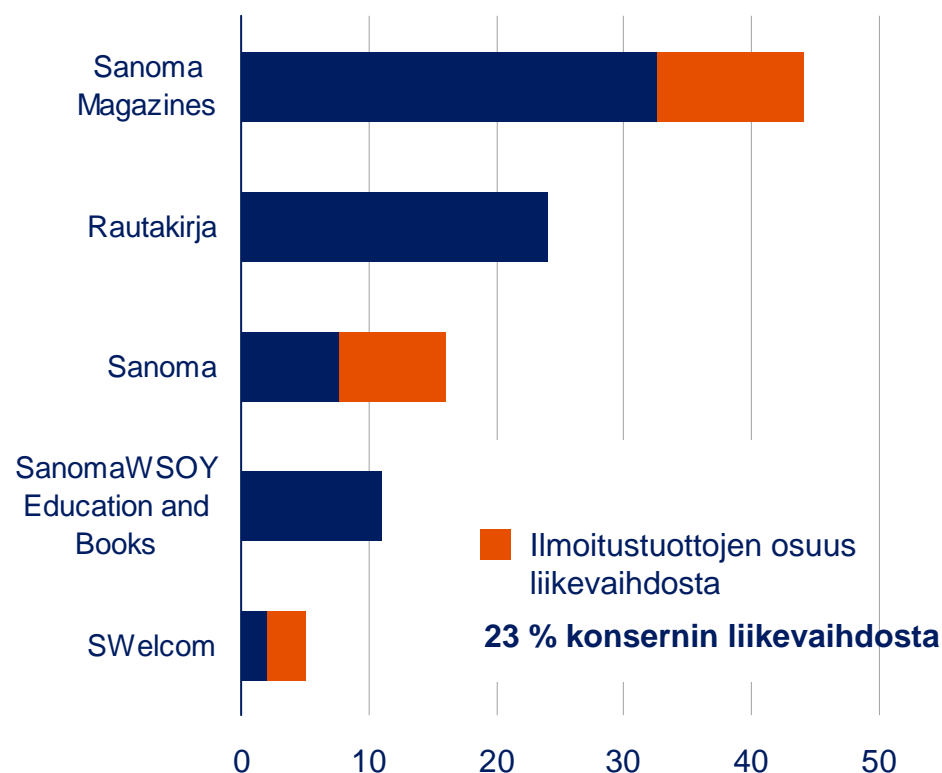
Muita taloudellisia tavoitteita

- Käyttöomaisuusinvestoinnit vuosittainen < 100 milj. euroa (81,9 milj. euroa 2005)
- Omavaraisuusaste 35–45 % (45,0 % 2005)
- Velkaantumisaste < 100% (59,2 % 2005)
- Nettovelka/EBITDA < 3,5 (1,8 2005)

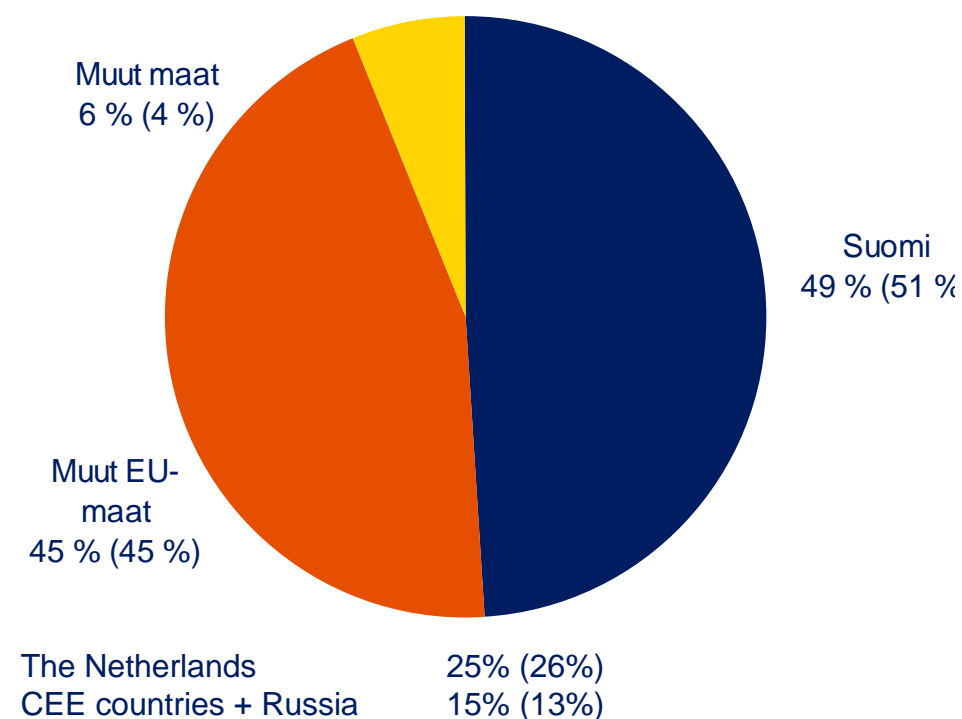


Liikevaihdon tasapainoinen jakauma

Liikevaihto liiketoimintaryhmittäin 2006*

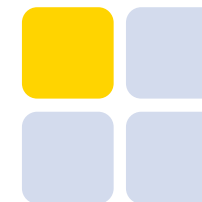


Maantieteellinen liikevaihto 2006



Kasvualueet

Osuus liikevaihdosta, 2006



- Johtava kuluttaja-aikakauslehtien kustantaja Hollannissa, Belgiassa, Suomessa, Tshekissä, Unkarissa, Slovakiassa, Bulgariassa ja Venäjällä
- **Kiinnostavia markkinoita: IVY-maat**



- Vahva Suomessa, Hollannissa, Belgiassa, Unkarissa ja Puolassa
- **Kiinnostavia markkinoita: itäisen Keski-Euroopan maat**

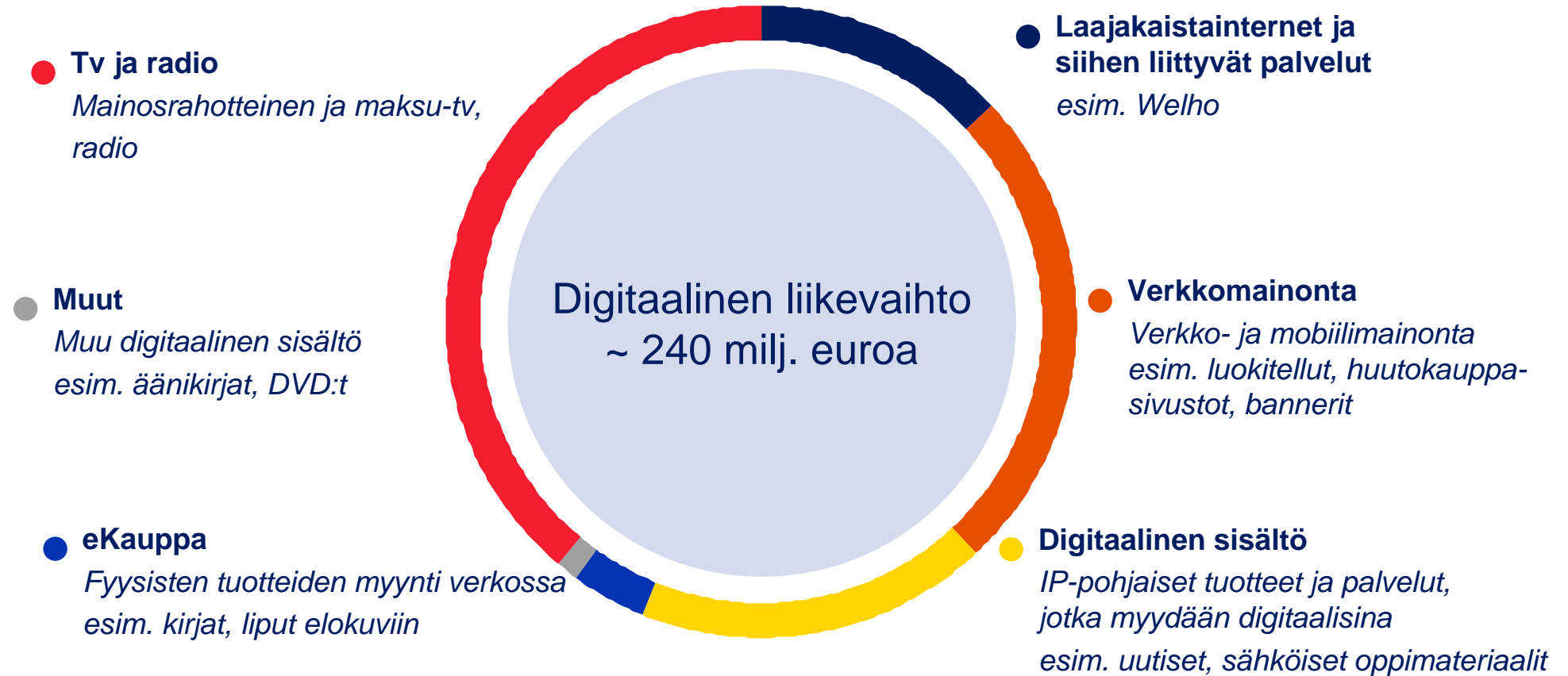
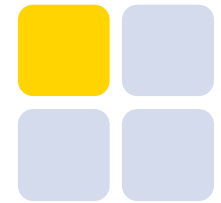


- Sisältää verkkoliiketoiminnan, mobiilipalvelut, radion ja tv-toiminnan
- Vahva asema Hollannissa, Suomessa ja Unkarissa



- Johtava Suomessa, Hollannissa ja Baltiassa
- Laajentunut Romaniaan ja Venäjälle
- **Kiinnostavia markkinoita: Venäjä ja itäisen Keski-Euroopan maat**

Digitaalinen liiketoiminta





Sisältöä elämääsi.



Liite 1: Mediamarkkinat

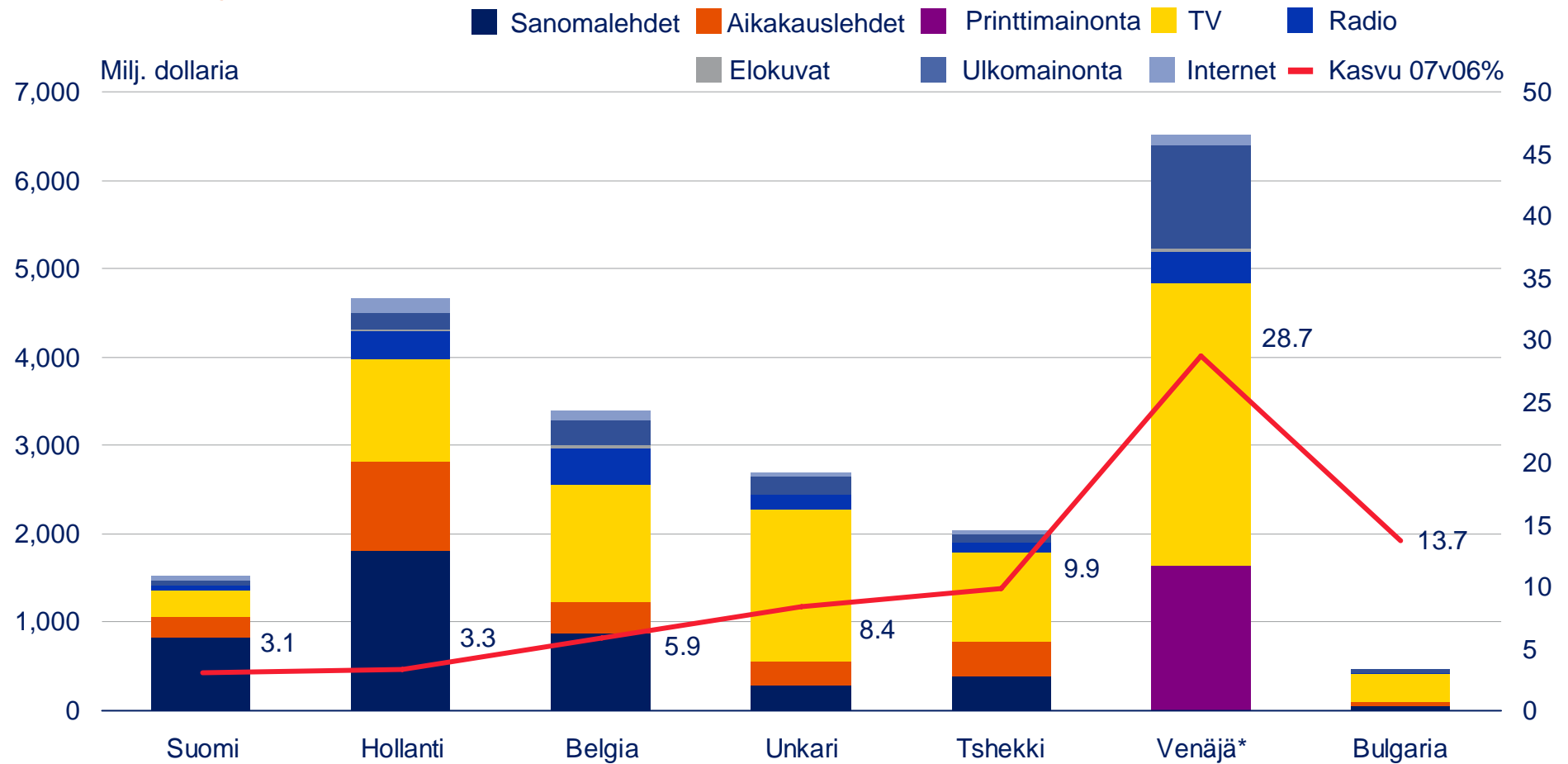
Median megatrendejä

- Median kulutus lisääntyy
- Teknologian kehitys
- Sähköinen viestintä lisääntyy
- Mediakentän ja markkinoiden pirstaloituminen
- Väestön ikääntyminen vaikuttaa kulutuskäyttäytymiseen
- Globalisaatio ja konsolidoituminen
- Yhteisöllisyys ja sosiaaliset mediat



Mainosmarkkinat Euroopassa

2006, milj. dollaria



Mediamainonta Suomessa

1 000 euroa	12/2006	M-%	1–12/2006	M-%
SANOMALEHDET	56 531	6,3	614 654	2,4
AIKAKAUSLEHDET	10 567	-2,1	150 084	3,2
TELEVISIO	20 911	1,6	242 959	5,3
RADIO	2 809	-3,6	39 885	0,3
ULKOMAINONTA	2 798	-1,4	35 803	-0,4
ELOKUVA	250	34,0	1 365	-13,0
INTERNET	2 596	14,1	33 820	19,7
Yhteensä	96 461	3,9	1 118 570	3,3

Mediamainonta Hollannissa

1 000 euroa	1–12/2006	M-%
TELEVISIO	2 790 284	1,5
SANOMALEHDET	778 780	2,1
AIKAKAUSLEHDET	545 169	-0,8
SUORAMAINONTA	511 324	12,4
RADIO	476 804	5,5
INTERNET	204 717	34,5
ULKOMAINONTA	232 742	14,6
ELOKUVA	17 180	3,3
TEKSTI-TV-MAINONTA	31 967	-20,8
Yhteensä	5 588 967	3,9

Bruttolukuja. Muutos edellisvuoden vastaavaan aikaan.

Lähde: Nielsen Media Research

Hannu Syrjänen | 28.2.2007 | 20

Mainosmarkkinat

Suomessa, Hollannissa ja Belgiassa
Ennuste vuodelle 2007

	Suomi		Hollanti		Belgia	
	MEUR	M %	MEUR	M %	MEUR	M %
Sanomalehdet	669	2,0	1 483	1,5	712	1,0
Aikakauslehdet	202	2,0	814	1,8	292	2,0
Televisio	251	2,9	975	5,0	1 132	6,5
Radio	48	2,1	273	1,9	360	9,5
Ulkomainonta	38	2,7	164	3,1	240	5,2
Internet	57	26,7	158	25,4	120	41,2
Elokuvat	1,3	2,3	7	0	30	2,0
Yhteensä	1 266	3,1	3 874	3,3	2 886	5,9

Nettolukuja, paitsi Belgia. Muutos edelliseen vuoteen.
Lähde: ZenithOptimedia, Joulukuu 2006

Hannu Syrjänen | 28.2.2007 | 21

Mainosmarkkinat

Venäjälää, Unkarissa, Tshekissä ja Bulgariassa
Ennuste vuodelle 2007

	Venäjä		Unkari		Tshekki		Bulgaria	
	MEUR	M %	MEUR	M %	MEUR	M %	MEUR	M %
Sanomalehdet			223	5,1	363	9,5	55	5,0
Aikakauslehdet			236	6,1	377	10,5	44	30,0
<i>Printtimainonta</i>	<i>1 499</i>	<i>16,0</i>						
Televisio	3 326	35,0	1 460	9,7	933	10,0	326	20,0
Radio	339	20,0	136	7,1	102	7,0	15	7,1
Ulkomainonta	1 178	29,0	157	3,6	73	2,0	33	10,5
Internet	137	65,0	44	19,0	50	27,3	5	50,1
Elokuvat	26	24,8	5	5,0	7	4,0		
Yhteensä	6 476	28,7	2 263	8,4	1 904	9,9	478	18,0