

Sanoman osavuositiedot 1.1.–31.3.2010:

Tehostamistoimet paransivat tulosta

- Sanoma-konsernin liikevaihto oli ensimmäisellä neljänneksellä vertailukauden tasolla eli 637,9 milj. euroa (2009: 636,0 milj. euroa).
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä parani 53 % ja oli 35,6 milj. euroa (2009: 23,2 milj. euroa).
- Tulos osaketta kohden oli ensimmäisellä neljänneksellä 0,16 euroa (2009: 0,05 euroa).
- Liiketoiminnan rahavirta parani 38,0 milj. euroon (2009: -8,5 milj. euroa). Rahavirta osaketta kohden oli 0,23 euroa (2009: -0,05 euroa).
- Konsernin näkymät ovat ennallaan, mutta näkymät Sanoma Trade -liiketoimintaryhmässä ovat heikentyneet.

AVAINLUKUJA milj. euroa	1–3/ 2010	1–3/ 2009	Muutos %	1–12/ 2009
Liikevaihto	637,9	636,0	0,3	2 767,9
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	35,6	23,2	53,4	229,5
% liikevaihdosta	5,6	3,7		8,3
Liikevoitto	40,4	20,9	93,2	195,4
Tilikauden tulos	24,1	7,7	213,3	107,1
Käyttöomaisuusinvestoinnit	16,6	20,2	-17,9	83,4
% liikevaihdosta	2,6	3,2		3,0
Omavaraisuusaste, %	42,7	40,2		41,4
Nettovelkaantumisaste, %	74,4	84,1		79,4
Henkilöstö kauden lopussa kokoaikaisiksi muutettuna	16 293	17 845	-8,7	16 723
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	16 357	17 997	-9,1	17 343
Tulos/osake, euroa	0,16	0,05	209,8	0,66
Liiketoiminnan rahavirta/osake, euroa	0,23	-0,05	542,7	1,50

Toimitusjohtaja Hannu Syrjänen

”Tehostimme vuoden 2010 ensimmäisellä neljänneksellä toimintaamme entisestään. Toiminnan parantaminen auttoi kasvattamaan liikevoittoa ilman kertaluonteisia eriä merkittävästi. Myynnillisesti vuosi 2010 on käynnistynyt melko hitaasti. Mainosmarkkinat heikkenivät edelleen kahden ensimmäisen kuukauden aikana useimmissa maissa. Maaliskuussa kehitys oli kuitenkin lupaavaa erityisesti Suomessa. Mainosmarkkinoiden huonon näkyvyyden vuoksi on liian aikaista sanoa, jatkuuko myönteinen kehitys. On epätodennäköistä, että näillä markkinoilla tapahtuisi nopeita muutoksia. Sen vuoksi keskitymme edelleen hyvän rahavirran ylläpitämiseen ja tehokkuuden parantamiseen.

Samalla valmistaudumme tulevaisuuteen. Kehitämme innovatiivisia uusia tuotteita ja palveluja, sekä painettuja että digitaalisia, sekä uusia tapoja toimia. Tämän tukemiseksi rakennamme uutta innovaatioiden johtamisjärjestelmää.

Haluamme kuluttajille ja yritysasiakkaille suunnattujen liiketoimintojemme tuottojen olevan aiempaa paremmassa tasapainossa. Tämä tarkoittaa esimerkiksi oppiminen-liiketoiminnan kasvattamista. Kasvatamme luonnollisesti myös digitaalisia tuottoja, jotta ne olisivat paremmassa tasapainossa painettujen tuotteiden tuottojen kanssa. Omat innovaatiomme ovat keskeisessä asemassa etsiessämme uusia tulonlähteitä verkossa.”

Vuoden 2010 näkymät

Sanoma-konsernin näkymät vuodelle 2010 ovat ennallaan. Vuonna 2010 Sanoman liikevaihdon arvioidaan kasvavan. Liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä arvioidaan paranevan hieman. Vertailuvuonna 2009 liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 229,5 milj. euroa.

Sanoman liikevaihdon ja -voiton näkymiin vuonna 2010 vaikuttaa mainonnan ja yksityisen kulutuksen kehittyminen konsernin toimintamaissa. Nykyiset näkymät perustuvat oletukseen, että mainosmarkkinat pysyvät vakaina konsernin toimintamaissa tai kasvavat vain hieman. Vuonna 2009 tehdyt tehostamistoimet vaikuttavat konsernin tulokseen edelleen vuonna 2010.

Liikevaihto

Sanoman liikevaihto vuoden 2010 ensimmäisellä neljänneksellä oli vertailukauden tasolla eli 637,9 milj. euroa (2009: 636,0 milj. euroa). Konsernirakenteessa ei tapahtunut merkittäviä muutoksia. Liikevaihto kasvoi hieman News-, Entertainment- ja Trade-liiketoimintaryhmissä.

Konsernin mainostuotot alkoivat osoittaa myönteisiä merkkejä maaliskuussa, minkä seurauksena ensimmäisen neljänneksen mainostuotot olivat vuoden 2009 ensimmäisen neljänneksen tasolla. Mainostuottojen osuus konsernin liikevaihdosta oli 23 % (2009: 23 %). Verkkomainostuotot kasvoivat selvästi, kun sekä konsernin verkkoliiketoiminnan merkittävin toimija Sanoma Magazines Netherlands että Sanoma News osoittivat selvää kasvua.

Levikkituotot laskivat hieman vertailukaudesta. Konsernin tilaustuotot pysyivät vakaina, mutta irtonumeromyynti laski hieman lähinnä Hollannissa sekä Venäjällä ja itäisen Keski-Euroopan maissa.

Sanoman tavoitteena on kuluttajille suunnatun verkkoliiketoiminnan tuottojen kaksinkertaistaminen vuoteen 2012 mennessä. Nämä tuotot kasvoivat ensimmäisellä neljänneksellä 24 %, 37,2 milj. euroon (2009: 30,0 milj. euroa). Digitaaliset tuotot, joihin sisältyvät myös esimerkiksi sähköiset oppimisratkaisut ja laajakaistainternet, kasvoivat 7 % ja olivat 13 % (2009: 12 %) liikevaihdosta.

Liikevaihdosta 54 % (2009: 53 %) tuli Suomesta ja 21 % (2009: 22 %) Hollannista. Liikevaihdosta muista EU-maista oli 22 % (2009: 21 %) ja EU:n ulkopuolisista maista 3 % (2009: 4 %).

Tulos

Sanoman liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä kasvoi tammi–maaliskuussa 53 % ja oli 35,6 milj. euroa (2009: 23,2 milj. euroa). Magazinesin, Newsin, Entertainmentin ja Learning & Literaturen tulos parani. Liikevoitto oli 5,6 % (2009: 3,7 %) liikevaihdosta. Konsernin tulos parani erityisesti siksi, että toimintaa tehostettiin kaikissa liiketoimintaryhmissä. Myös ilmoitustuottojen kasvaminen Suomessa maaliskuussa nosti tulosta.

KERTALUONTEISET ERÄT milj. euroa	1–3/ 2010	1–3/ 2009	1–12/ 2009
Magazines			
Rakennejärjestelykulut (Magazines Belgium)			-12,4
Rakennejärjestelykulut (Magazines Netherlands)			-4,7
News			
Myyntivoitto Lehtikuvasta	6,0		
Tehostamisohjelman kulut		-2,3	-8,4
Learning & Literature			
Myyntitappio Bertmark Norgesta	-1,2		
Rakennejärjestelykulut			-3,9
Lastenlehtien myyntiin liittyvä kulut			-1,1
Trade			
Rakennejärjestelykulut			-3,6
LIIKEVOITON KERTALUONTEISET ERÄT	4,8	-2,3	-34,1
Arvon alentumistappiot lainoista ja muista saamisista sekä myytävissä olevista sijoituksista			-8,7
RAHOITUSKULUJEN KERTALUONTEISET ERÄT			-8,7

Vuonna 2009 Sanomassa käynnistettiin useita tehostamistoimia ja rakennemuutoksia, joiden vaikutukset näkyvät myös vuonna 2010. Ensimmäisellä neljänneksellä konsernin kokonaiskulut pienenevät 2 % ja työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut 4 %. Myös materiaalien ja palvelujen, erityisesti paperin, kustannukset jatkoivat laskuaan. Konsernissa oli 430 työntekijää vähemmän kuin vuoden 2009 lopussa, mikä vastaa 3 %:n vähennystä. Vertailukaudesta henkilöstön määrä on vähentynyt 9 %. Sanoma keskittyy edelleen toiminnan tehostamiseen ja kiinnittää vuonna 2010 erityishuomiota kiinteisiin kustannuksiin.

Tammi–maaliskuussa liikevoittoon sisältyi 4,8 milj. euroa (2009: -2,3 milj. euroa) kertaluonteisia eriä. Kertaluonteiset erät liittyivät ydinliiketoimintaan kuulumattomien yksiköiden myyntiin ja sisälsivät sekä myyntivoittoja että -tappioita. Vertailukaudella kertaluonteiset kulut liittyivät sanomalehtiliiketoiminnan tehostamisohjelmaan.

Sanoman nettorahoituserät olivat -3,9 milj. euroa (2009: -10,3 milj. euroa). Vertailukautta alhaisemmat viitekorot pienensivät konsernin korkokuluja. Rahoitustuotot olivat 2,2 milj. euroa (2009: 6,7 milj. euroa), josta valuuttakurssivoitot olivat 1,5 milj. euroa (2009: 4,2 milj. euroa). Rahoituskulut olivat 6,0 milj. euroa (2009: 17,0 milj. euroa). Vieraan pääoman korkokulut olivat 3,1 milj. euroa (2009: 11,1 milj. euroa) ja valuuttakurssitappiot 2,7 milj. euroa (2009: 5,1 milj. euroa). Alhaisempien korkokulujen myönteiset vaikutukset tasoittuvat vuoden 2010 aikana, sillä viitekorot laskivat jo vuoden 2009 toisella neljänneksellä.

Tulos ennen veroja oli 34,1 milj. euroa (10,9 milj. euroa) ja Sanoman efektiivinen veroaste 29,3 % (2009: 29,6 %).

Tase ja rahoitusasema

Maaliskuun lopussa konsernitase oli 3 137,5 milj. euroa (2009: 3 215,1 milj. euroa). Yhtenä painopistealueena on edelleen rahavirran tehokas hallinta, ja ensimmäisellä neljänneksellä konsernin liiketoiminnan rahavirta oli 38,0 milj. euroa (2009: -8,5 milj. euroa). Rahavirta osaketta kohden oli 0,23 euroa (2009: -0,05 euroa). Merkittävän tulosparannuksen lisäksi rahavirtaa paransivat alhaisemmat viitekorot ja maksettujen verojen väheneminen.

Ensimmäisellä neljänneksellä Sanoman rahoitusasema oli edelleen vakaa. Sanoman omavaraisuusaste vahvistui ja oli 42,7 % (2009: 40,2 %) maaliskuun lopussa. Oma pääoma oli 1 251,7 milj. euroa (2009: 1 209,1 milj. euroa). Korolliset velat laskivat edelleen ja olivat 991,4 milj. euroa (2009: 1 099,4 milj. euroa). Korollinen nettovelka oli 931,3 milj. euroa (2009: 1 016,5 milj. euroa). Konsernin nettovelka kasvaa aina toisella neljänneksellä osingonmaksun yhteydessä. Maaliskuun lopussa Sanoman nettovelan suhde käyttökatteeseen (EBITDA) oli 2,4. Konsernin tavoitteena on pitää suhde alle 3,5:n.

Investoinnit sekä yritysostot ja -myynnit

Investoinnit aineelliseen ja aineettomaan käyttöomaisuuteen olivat 16,6 milj. euroa (2009: 20,2 milj. euroa) ensimmäisellä neljänneksellä. Investoinnit liittyivät pääasiassa tietojärjestelmiin sekä korvausluontoisiin hankintoihin ja korjauksiin. Sanoman tavoitteena on pitää vuotuiset käyttöomaisuusinvestoinnit, yritysjärjestelyt pois lukien, alle 100 milj. eurossa. Sanoman ostamien liiketoimintojen hankintameno oli yhteensä 7,8 milj. euroa (2009: 4,2 milj. euroa).

Maaliskuussa Sanoma News myi kuvatoimisto Lehtikuvan Suomen Tietotoimistolle (STT). Kauppahinta maksettiin osittain suunnatulla osakeannilla. Sanoma Newsin omistus STT:stä nousi kaupan jälkeen 23,1 %:sta 34,3 %:iin.

SANOMA MAGAZINES

Sanoma Magazines on johtava aikakauslehtikustantaja ja merkittävä digitaalinen toimija 13:ssa Euroopan maassa. Sen tuotteet ja palvelut ovat 290 miljoonan eri-ikäisen kuluttajan ulottuvilla. Sanoma Magazines haluaa vahvistaa johtavaa asemaansa kaikilla markkinoillaan.

- Sanoma Magazinesin tulos parani ensimmäisellä neljänneksellä merkittävästi kaikissa liiketoiminnoissa tapahtuneen toiminnan tehostumisen ansiosta.
- Sanoma Magazinesin ilmoitusmyynti kasvoi markkinoita paremmin Hollannissa ja Suomessa.
- Sanoma Magazines on vahvistanut verkkopalveluvalikoimaansa Unkarissa ja Hollannissa, ja Hollannissa verkkomainostuotot kasvoivat selvästi ensimmäisellä neljänneksellä.

Avainlukuja	1–3/ 2010	1–3/ 2009	Muutos %	1–12/ 2009
milj. euroa				
Liikevaihto	259,9	262,1	-0,8	1 111,2
Sanoma Magazines Netherlands	107,4	110,6	-2,9	493,2
Sanoma Magazines International	48,7	50,9	-4,3	211,3
Sanoma Magazines Belgium	53,5	51,3	4,3	212,3
Sanoma Magazines Finland	51,2	50,3	1,9	198,8
Eliminoinnit	-1,0	-1,0	0,6	-4,3
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä *	25,8	15,5	66,0	113,4
% liikevaihdosta	9,9	5,9		10,2
Liikevoitto	25,8	15,5	66,0	96,3
Käyttöomaisuusinvestoinnit	4,5	4,6	-1,3	24,4
Henkilöstö kauden lopussa kokoaikaisiksi muutettuna	5 117	5 666	-9,7	5 191
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	5 129	5 713	-10,2	5 452

* Vuonna 2010 liikevoittoon ei sisällynyt kertaluonteisia eriä. Vuonna 2009 kertaluonteisiin eriin sisältyi toisella neljänneksellä 1,3 milj. euroa, kolmannella neljänneksellä 0,2 milj. euroa ja neljännellä neljänneksellä 10,9 milj. euroa rakennejärjestelykuluja Sanoma Magazines Belgiumissa sekä kolmannella neljänneksellä 4,6 milj. euroa ja neljännellä neljänneksellä 0,1 milj. euroa rakennejärjestelykuluja Sanoma Magazines Netherlandsissa.

Toiminnalliset tunnusluvut *	1–3/ 2010	1–3/ 2009
Julkaistut aikakauslehdet, kpl	286	316
Myydyt aikakauslehdet, 1 000 kpl	86 457	94 859
Aikakauslehtien myydyt ilmoitussivut	11 368	12 283

* Sisältää yhteisyritykset

Sanoma Magazinesin liikevaihto tammi–maaliskuussa oli hieman vertailukautta pienempi. Liikevaihto kasvoi jonkin verran Belgiassa ja Suomessa mutta laski hieman muissa liiketoiminnoissa. Liiketoimintaryhmän rakenteen muutoksilla oikaistu liikevaihto laski 0,7 %.

Liiketoimintaryhmän ilmoitustuotot olivat vertailukauden tasolla eli 29 % (2009: 29 %) liikevaihdosta. Ilmoitustuotot kasvoivat Hollannissa, mutta jatkoivat laskuaan Sanoma Magazines Internationalin markkinoilla. Verkkomainostuotot kasvoivat erityisesti Hollannin hyvän kehityksen ansiosta.

Levikkituotot pysyivät vakaina ja olivat 62 % (2009: 62 %) Sanoma Magazinesin liikevaihdosta. Tilaustuotot olivat hieman vertailukautta paremmat, mutta irtonumeromyynti laski hieman lähinnä itäisen Keski-Euroopan maissa.

Sanoma Magazines Netherlandsin liikevaihto laski 3 %, mikä johtui vertailukautta pienemmistä ilmoitustuotoista. Nielsen Media Researchin mukaan kuluttaja-aikakauslehtimainonta väheni Hollannissa 5 % tammi–maaliskuussa. Sanoma Magazines Netherlandsin myynti kehittyi markkinoita paremmin. Verkkomainostuotot kasvoivat selvästi. Yhteensä Sanoma Magazines Netherlandsin ilmoitustuotot olivat 28 % (2009: 26 %) liikevaihdosta. Levikkituotot laskivat hieman, mikä johtui lehtien ilmestymiskertojen ajoituseroista. Ne vaikuttivat lähinnä irtonumeromyyntiin – tilaustuotot olivat lähes vertailukauden tasolla. Ensimmäisellä neljänneksellä Sanoma Magazines Netherlands kehitti erityisesti verkkoliiketoimintaansa ja vahvasti vertailusivustojen valikoimaa.

Sanoma Magazines Internationalin liikevaihto laski 4 %. Talouden taantuma itäisen Keski-Euroopan maissa ja Venäjällä vaikutti edelleen liikevaihtoon kaikissa Sanoma Magazines Internationalin toimintamaissa. Ilmoitustuotot olivat 47 % (2009: 49 %) Sanoma Magazines Internationalin liikevaihdosta, ja ne pienenevät erityisesti Venäjällä ja

Bulgariassa. Levikkituotot laskivat hieman. Sanoma Magazines Internationalin tilaustuotot olivat vakaat, mutta irtonumeromyynti laski hieman. Tämä johtui osittain vuonna 2009 toteutetuista lehtien lopettamisista ja useiden lehtien ilmestymiskertojen muutoksista erityisesti Venäjällä. Unkarissa Sanoma Magazines International paransi asemaansa digitaalisessa mediassa ostamalla Házipatika.com Groupin, joka ylläpitää muun muassa Unkarin suosituinta terveystietoa sisältävää verkkosivustoa. Romanian johtava autolehti *Auto motor si Sport* kuuluu nyt Sanoma Magazines Internationalin valikoimaan.

Sanoma Magazines Belgiumin liikevaihto kasvoi 4 %. Kasvua toivat levikkituotot, kun sekä tilaustuotot että irtonumeromyynti kehittyivät yleisen markkinakehityksen mukana myönteisesti. Sanoma Magazines Belgiumin ilmoitustuotot laskivat markkinakehityksen mukaisesti hieman vertailukaudesta ja olivat 26 % (2009: 28 %) liikevaihdosta.

Sanoma Magazines Finlandin liikevaihto kasvoi 2 %. TNS Gallup Adexin mukaan Suomessa mainonta kuluttaja-aikakauslehdissä väheni 10 % tammi–maaliskuussa. Sanoma Magazines Finlandin ilmoitustuotot kehittyivät markkinoita paremmin. Sanoma Magazines Finlandin mediamyynti palkittiin Suomen parhaana toista vuotta peräkkäin. Ilmoitustuotot olivat 15 % (2009: 14 %) Sanoma Magazines Finlandin liikevaihdosta. Aikakauslehtien irtonumeromarkkinat kasvoivat 7 %. Sanoma Magazines Finlandin irtonumeromyynti laski hieman, mutta tilaustuotot kasvoivat ja pitivät levikkituotot vertailukauden tasolla. Kansallisen Mediatutkimuksen mukaan Sanoma Magazines Finlandin keskeiset brändit ovat kasvattaneet lukijakuntaansa edelleen ja yhtiön markkinaosuus lukijamarkkinoilla on kasvanut entisestään.

Sanoma Magazinesin liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä parani tammi–maaliskuussa merkittävästi, 66 %, toiminnan tehostumisen ansiosta. Vuonna 2009 tehostamistoimien vaikutukset alkoivat näkyä toisella vuosipuoliskolla. Henkilöstön määrä on vähentynyt selvästi vertailukaudesta ja jopa vuoden vaihteesta. Liikevoitto parani kaikissa liiketoiminnoissa, erityisesti Sanoma Magazines Netherlandsissa ja Sanoma Magazines Finlandissa. Liikevoittoon ei sisällynyt kertaluonteisia eriä.

Sanoma Magazines jatkaa aikakauslehtiportfolionsa kehittämistä. Erityistä huomiota kiinnitetään kunkin toimintamaan päälehtiin. Sanoma Magazines panostaa markkina-asemiensa vahvistamiseen ja haluaa vahvistaa asemaansa digitaalisessa mediassa. Digitaalisen toiminnan kasvu onnistuu käyttämällä nykyisiä resursseja entistä tehokkaammin. Myös sähköiset lukulaitteet luovat mielenkiintoisia mahdollisuuksia yhdistämällä aikakauslehdet ja digitaalisen median. Samalla Sanoma Magazines jatkaa määrätietoisesti toimintansa tehostamista.

Vuonna 2010 Sanoma Magazinesin liikevaihdon arvioidaan kasvavan hieman ja liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä arvioidaan olevan edellisvuoden tasolla.

SANOMA NEWS

Sanoma News on Suomen johtava sanomalehtikustantaja, jonka tuotteet ovat vahvasti läsnä suomalaisten elämässä painettuina ja digitaalisina. Pohjoismaiden suurimman sanomalehden Helsingin Sanomien lisäksi Sanoma News kustantaa muita valtakunnallisia ja alueellisia lehtiä. Sanoma News kuuluu myös Suomen merkittävimpiin digitaalisen median toimijoihin.

- Sanoma News keskittyi vahvasti mediamyyntiin, minkä ansiosta se pystyi parantamaan markkinaosuuttaan Suomen mainosmarkkinoilla.
- Myös *Iltä-Sanomien* markkinaosuus kehittyi edelleen myönteisesti ensimmäisellä neljänneksellä, ja maaliskuussa sen osuus Suomen iltapäivälehtimarkkinoista oli 60 %.
- Sanoma Newsin tulos parani aiempien tehostamistoimien ja erityisesti maaliskuussa myönteisesti kehittyneiden ilmoitustuottojen seurauksena.
- Verkkomainostuotot kehittyivät vahvasti ensimmäisellä neljänneksellä.

Avainlukuja	1–3/	1–3/	Muutos	1–12/
milj. euroa	2010	2009	%	2009
Liikevaihto	109,4	107,7	1,6	428,9
Helsingin Sanomat	59,1	58,7	0,8	228,4
Iltta-Sanomat	19,9	18,4	7,8	78,2
Muu kustantaminen	25,3	25,9	-2,1	103,8
Muut	34,4	36,2	-5,2	143,7
Eliminoinnit	-29,3	-31,6	7,0	-125,2
Liikevoitto ilman kertaluonteisia erä *	9,6	8,3	15,3	40,6
% liikevaihdosta	8,8	7,8		9,5
Liikevoitto	15,6	6,0	158,2	32,2
Käyttöomaisuusinvestoinnit	2,8	3,2	-12,0	10,6
Henkilöstö kauden lopussa kokoaikaisiksi muutettuna	2 168	2 393	-9,4	2 306
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	2 190	2 404	-8,9	2 399

*Vuonna 2010 kertaluonteisiin eriin sisältyi 6,0 milj. euroa myyntivoittoa Lehtikuvasta. Vuonna 2009 kertaluonteisiin eriin sisältyi ensimmäisellä neljänneksellä 2,3 milj. euroa ja toisella neljänneksellä 6,1 milj. euroa tehostamisohjelmaan liittyviä kuluja.

Toiminnalliset tunnusluvut	1–3/	1–3/
	2010	2009
Kaupunkilehtien jakelumäärä, milj. kpl	19,0	19,2

Tarkastettu levikki	1–12/	1–12/
	2009	2008
Helsingin Sanomat	397 838	412 421
Iltta-Sanomat	152 948	161 615

Verkkopalveluja, eri kävijöitä viikossa	1–3/	1–3/
	2010	2009
Iltasanomat.fi	1 878 273	1 641 494
HS.fi	1 345 710	1 097 170
Huuto.net	494 833	473 677
Oikotie.fi	433 222	351 653
Taloussanomat.fi	575 841	465 231

Sanoma Newsin liikevaihto kasvoi tammi–maaliskuussa 2 %. Liiketoimintaryhmän rakenteessa ei tapahtunut merkittäviä muutoksia, joten kaikki kasvu oli orgaanista.

Suomen mainosmarkkinat kääntyivät hienoiseen kasvuun helmikuussa, ja myös kumulatiivinen kehitys oli ensimmäisellä neljänneksellä hieman vertailukautta parempaa. Mainonta varsinaisissa sanomalehdissä väheni TNS Gallup Adexin mukaan Suomessa 2 % tammi–maaliskuussa. Työpaikkailmoittelu Suomessa kasvoi 3 %, mutta asuntoilmoittelu väheni 10 %. Mainonta kaupunkilehdissä lisääntyi 8 %, mikä johtui osittain muutoksista raportointitavassa. Tilastoitu verkkomainonta elpyi muita medioita nopeammin ja kasvoi 18 %.

Sanoma Newsin ilmoitustuotot kehittyivät ensimmäisellä neljänneksellä markkinoita paremmin ja kasvoivat 3 %. Erityisesti verkkomainostuotot kehittyivät selvästi markkinoita paremmin ja kasvoivat 26 %. Yhteensä ilmoitustuotot olivat 47 % (2009: 46 %) Sanoma Newsin liikevaihdosta. Sanoma Newsin tavoitteita on markkinaosuuden vahvistaminen mediamarkkinoilla, ja liiketoimintaryhmän vahvat brändit ja aktiivinen mediamyynti paransivat markkina-asemaa ensimmäisellä neljänneksellä.

Liiketoimintaryhmän levikkituotot kasvoivat 0,9 %, mikä johtui tilaustuottojen kasvusta. Lukijoiden siirtyminen verkkoon on pitkään vaikuttanut iltapäivälehtien myyntiin. Tammi–maaliskuussa iltapäivälehtimarkkinat Suomessa pienenivät 3 %. Yhteensä levikkituotot olivat 43 % (2009: 43 %) ryhmän liikevaihdosta. Levikkimäärät ovat laskussa, mutta verkkopalvelujen kävijämäärät kasvavat edelleen vahvasti, joten Sanoma Newsin kokonaistavoitavuus parani entisestään tammi–maaliskuussa.

Helsingin Sanomat -liiketoimintayksikön liikevaihdon kehitys kääntyi lievään kasvuun levikkituottojen hyvän kehityksen myötä. Lisäksi sekä ilmoitustuotot että päivälehdien markkinaosuus kasvoivat ensimmäisellä neljänneksellä, ja erityisesti maaliskuussa ilmoitustuotot osoittivat myönteisiä merkkejä. Kumulatiivinen

työpaikkailmoittelu painetussa *Helsingin Sanomat* -päivälehdessä lisääntyi 1 % vertailukaudesta, mutta asuntoilemoittelu oli vielä 5 % vertailukautta vähäisempää. Helsingin Sanomien liikevaihdosta ilmoitustuotot olivat 54 % (2009: 55 %).

Ilta-Sanomat-liiketoimintayksikön liikevaihto kasvoi 8 %, kun sekä ilmoitustuotot että irtonumeromyynti kehittivät myönteisesti. Lukijoita kiinnostavat liitteet ja muut tuotteet auttoivat *Ilta-Sanomia* parantamaan markkina-asemaansa iltapäivälehtien irtonumeromarkkinoilla. Sen kumulatiivinen markkinaosuus on nyt korkeimmillaan sitten vuoden 2007, eli 58,5 % (2009: 57,0 %). Liiketoimintayksikön verkkomainostuotot kaksinkertaistuivat vertailuvuodesta. Yhteensä ilmoitustuotot olivat 25 % (2009: 21 %) liiketoimintayksikön ensimmäisen neljänneksen liikevaihdosta.

Muun kustantamisen liikevaihto oli lähes vertailukauden tasolla. Maakuntalehtien levikki- ja ilmoitustuotot kasvoivat hieman. Kaupunkilehtien ilmoitustuotot pienenivät. Sanoma Digital Finland -liiketoimintayksikön verkkomainostuotot kasvoivat merkittävästi ja kehittivät markkinoita paremmin ensimmäisellä neljänneksellä. Sanoma Digital Finlandin luokiteltujen ilmoitusten *Oikotie.fi*-portaalin markkina-asema on parantunut työpaikkailmoittelussa.

Pääosin sisäisistä palveluista koostuvan muun toiminnan liikevaihto laski 5 %, mikä johtui sisäisten painotöiden vähenemisestä ja kuvatoimisto Lehtikuvan myynnistä Suomen Tietotoimistolle (STT) 1.3. alkaen.

Sanoma Newsin liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä parani tammi–maaliskuussa 15 %, mikä johtui ilmoitustuottojen myönteisestä kehityksestä ja vuonna 2009 aloitettujen säästötoimenpiteiden vaikutuksista. Erityisesti Helsingin Sanomat -liiketoimintayksikön liikevoitto kasvoi. Liiketoimintaryhmän henkilöstömäärä väheni noin 140 henkilöä vuoden 2009 lopusta. Liikevoittoon sisältyi kertaluonteisia eriä 6,0 milj. euroa (2009: -2,3 milj. euroa) Lehtikuvan myynnistä saaduista myyntivoitosta.

Sanoma News etsii uusia tulonlähteitä kehittämällä tuote- ja palveluvalikoimaansa. Investointi uuteen lukija-asiakkaiden hallintajärjestelmään tukee sanomalehtien tuotekehitysmahdollisuuksia monimediaympäristössä. Suomen mainosmarkkinoiden näkyvyys pysyy huonona, mutta vuoden 2010 ensimmäisen neljänneksen loppupuolella on nähty myönteisiä merkkejä. Markkinaosuuden vahvistaminen sekä media- että lukijamarkkinoilla on edelleen Sanoma Newsin keskeinen tavoite.

Vuonna 2010 Sanoma Newsin liikevaihdon arvioidaan olevan edellisvuoden tasolla. Liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä odotetaan paranevan hieman.

SANOMA ENTERTAINMENT

Sanoma Entertainment tarjoaa sähköisiä ja viihdyttäviä elämyksiä televisiossa, radiossa ja verkkopalveluissa. Sanoma Entertainmentin liiketoimintayksiköitä ovat tv- ja radiotoimintaa harjoittava Nelonen Media sekä Suomen suurin kaapelitelevisio-operaattori Welho. Ryhmän uusin liiketoimintayksikkö on verkkopelaamiseen keskittyvä Sanoma Games.

- Nelonen Median katselu- ja kuunteluosuudet kehittivät myönteisesti. Ensimmäisellä neljänneksellä tv-kanavien kaupallinen katseluosuus pääkohderyhmässä kasvoi neljä prosenttiyksikköä.

- Liiketoimintaryhmän *Ruutu.fi*-palvelun katseluosuus ja verkkomainostuotot kasvoivat merkittävästi.

Avainlukuja milj. euroa	1–3/	1–3/	Muutos %	1–12/
	2010	2009		2009
Liikevaihto	41,5	40,3	3,0	157,1
Tv ja radio	23,5	23,5	0,1	88,1
Muut	18,2	17,3	5,5	70,4
Eliminoinnit	-0,2	-0,5	56,7	-1,4
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	6,2	6,1	1,0	20,7
% liikevaihdosta	14,9	15,2		13,2
Liikevoitto	6,2	6,1	1,0	20,7
Käyttöomaisuusinvestoinnit	1,5	2,0	-24,4	9,3
Henkilöstö kauden lopussa kokoaikaisiksi muutettuna	438	489	-10,4	458
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	441	486	-9,4	469

Toiminnalliset tunnusluvut	1–3/ 2010	1–3/ 2009
TV-kanavien osuus televisiomainonnasta	34,2 %	33,2 %
TV-kanavien kaupallinen katseluosuus	30,2 %	28,1 %
TV-kanavien valtakunnallinen katseluosuus	14,1 %	13,5 %
Kaapeli-tv-liittymät, 1 000 kpl (31.3.)	320	324
Welhon asiakkaat, 1000 kpl (31.3.)	163	156
Kiinteät laajakaistaliittymät, 1000 kpl (31.3.)	115	107

Sanoma Entertainmentin liikevaihto kasvoi tammi–maaliskuussa 3 %. Mainostuottojen osuus liiketoimintaryhmän liikevaihdosta oli 52 % (2009: 53 %). Liiketoimintaryhmän rakenteessa ei tapahtunut muutoksia, joten kaikki kasvu oli orgaanista.

Tv- ja radiotoiminnan liikevaihto oli vertailukauden tasolla. TNS Gallup Adexin mukaan televisiomainonta kasvoi Suomessa 3 % ensimmäisellä neljänneksellä. Monikanavastrategian ansiosta Nelonen Media onnistui kasvattamaan osuutensa tv-mainonnasta 34,2 %:iin. Ensimmäisellä neljänneksellä myös Nelonen Median kaupallinen katseluosuus nousi 36,1 %:iin (2009: 32,3 %) tärkeimmässä, 10–44-vuotiaiden kohderyhmässä. Pienempien kanavien Livin ja Jimin menestys vahvisti katseluosuuksia. Ruutu.fi-netti-tv-palvelun mainostuotot kasvavat nopeasti. Valtakunnallinen radiomainonta pysyi Suomen Radioiden Liiton mukaan ennallaan tammi–maaliskuussa. Nelonen Median radiokanavat kehittyivät markkinoiden mukaisesti.

Muun toiminnan liikevaihto kasvoi 6 % erityisesti laajakaistamyynnin menestyessä hyvin. Kaapelitelevisio- ja laajakaistaoperaattori Welho kehitti palvelutarjontaansa taloyhtiöille, minkä ansiosta Welho pystyy tarjoamaan yksittäisille kotitalouksille aiempaa laajempaa palveluvalikoiman. Markkinoille tuodut entistä nopeammat liittymät pirstivat laajakaistamyyntiä. Welho tarjoaa nyt vähintään 10 megabitin ja enintään 200 megabitin laajakaistanopeuksia. Welho jatkaa myös kaapeli-tv-palvelunsa aktiivista kehittämistä ja tarjoaa nyt 20 teräväpiirtokanavaa.

Sanoma Entertainmentin liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli tammi–maaliskuussa vertailukauden tasolla. Liikevoittoon ei sisällynyt kertaluonteisia eriä. Muun toiminnan liikevoitto parani myynnin hyvän kehityksen ansiosta. Tv- ja radiotoiminnassa tehtiin enemmän ohjelmistopanoja ensimmäisellä neljänneksellä, mikä lisäsi katseluosuuksia. Vuonna 2009 ohjelmistopanoitukset painoutuivat enemmän toiselle vuosipuoliskolle.

Sanoma Entertainment keskittyy televisio- ja laajakaistapalvelujen sekä verkkopelaamisen kehittämiseen. Viime vuosina Sanoma Entertainment on uudistanut tuotteitaan ja palvelujaan huomattavasti. Nykyinen valikoima auttaa Sanoma Entertainmentiä säilyttämään vuonna 2009 saavutetut hyvät markkinaosuudet ja parantamaan liiketoimintaryhmän asemaa entisestään.

Vuonna 2010 Sanoma Entertainmentin liikevaihdon ja liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä arvioidaan olevan edellisvuoden tasolla.

SANOMA LEARNING & LITERATURE

Yhdessätoista maassa toimiva Sanoma Learning & Literature on painettujen ja digitaalisten oppimistuotteiden ja -ratkaisujen johtava tarjoaja Euroopassa. Ryhmä on myös kansainvälisesti kasvava kielipalvelujen tarjoaja sekä Suomen johtava yleisen kirjallisuuden kustantaja.

- Sanoma Learning & Literature paransi tulostaan ensimmäisellä neljänneksellä vertailukaudesta.
- Yhteistyö sähköisten oppimiskäytöiden kehittämiseksi Venäjän suurimmalle oppimateriaalikustantajalle käynnistettiin.
- Malmberg voitti hollantilaisen IPOn-palkinnon toisen asteen opiskelijoille ja opettajille tarkoitetun räätälöidyn sähköisen oppimiskäytön innovatiivisuudesta.
- Nähtävissä on myönteisiä merkkejä kielipalveluliiketoimintojen elpymisestä.

Avainlukuja	1–3/	1–3/	Muutos	1–12/
milj. euroa	2010	2009	%	2009
Liikevaihto	58,2	60,8	-4,3	345,1
Oppiminen	29,9	30,6	-2,1	239,1
Kielipalvelut	6,9	8,3	-16,4	27,5
Kustantaminen ja muut	23,6	24,6	-4,0	88,9
Eliminoinnit	-2,3	-2,6	12,6	-10,4
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä*	-5,2	-6,9	24,4	43,5
% liikevaihdosta	-9,0	-11,3		12,6
Liikevoitto	-6,4	-6,9	7,0	38,5
Käyttöomaisuusinvestoinnit	2,9	2,3	25,7	13,1
Henkilöstö kauden lopussa kokoaikaisiksi muutettuna	2 637	2 873	-8,2	2 745
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	2 689	2 863	-6,1	2 780

*Vuonna 2010 kertaluonteisiin eriin sisältyi ensimmäisellä neljänneksellä 1,2 milj. euroa myyntitappiota Bertmark Norgesta. Vuonna 2009 kertaluonteisiin eriin sisältyi kolmannella neljänneksellä 1,5 milj. euroa ja neljännellä neljänneksellä 2,4 milj. euroa rakennejärjestelykuluja sekä kolmannella neljänneksellä 1,1 milj. euroa lastenlehtien myyntiin liittyvää kuluja.

Toiminnalliset tunnusluvut	1–3/	1–3/
	2010	2009
Oppiminen		
Julkaistut uutuudet, kirjat, kpl	200	319
Julkaistut uutuudet, digitaaliset tuotteet, kpl	97	60
Kustantaminen ja muut		
Julkaistut uutuudet, kirjat, kpl	116	111
Julkaistut uutuudet, digitaaliset tuotteet, kpl	51	23
Myydyt kirjat, milj. kpl	2,7	2,5

Sanoma Learning & Literaturen liikevaihto oli tammi–maaliskuussa 4 % vertailukautta pienempi, mikä johtui kielipalvelujen ja kustantamisen myynnin vähenemisestä. Liiketoimintaryhmän rakenteessa ei tapahtunut merkittäviä muutoksia.

Oppimisen liikevaihto laski 2 %. Oppimisen myynti on tyypillisesti vähäistä ensimmäisellä neljänneksellä, ja useimmat muutokset johtuvat myynnin ajoituseroista. Hollannissa liikevaihto laski hieman, mikä johtui kuluttajaliiketoiminnan myynnistä vuonna 2009. Suomessa liikevaihto pieneni, sillä yrityskirjojen ja -koulutuksen myyntiin kohdistui edelleen paineita. Paineiden kohdistumisesta oppimateriaalimarkkinoihin on joitakin merkkejä Hollannissa ja Suomessa, missä suurin osa materiaaleista on valtion rahoittamaa. Koko vuoden osalta on kuitenkin liian aikaista tehdä johtopäätöksiä. Belgiassa ja Unkarissa liikevaihto oli vertailukauden tasolla. Puolassa Nowa Eran myynnin hyvä kehitys jatkui. Myös sähköisten oppimiskäytäntöjen toimittajan YDP:n myynti kasvoi. Sanoma Learning aloitti yhteistyön Venäjän suurimman oppimateriaalikustantajan Prosveshcheniye Publishersin kanssa sen sähköisten oppimiskäytäntöjen kehittämiseksi.

Kielipalvelujen liikevaihto laski 16 %. Yleinen taloudellinen tilanne on vaikuttanut voimakkaasti kielipalvelujen myyntiin, mutta myönteisiä merkkejä oli nähtävissä käänös- ja lokalisoitipalvelujen myynnissä, joka oli vertailukauden tasolla ja jatkaa kasvuaan. Vuonna 2009 kielipalveluissa keskityttiin integraatioon ja prosessien kehittämiseen, ja nyt kielipalvelut on valmis parantamaan palvelutasoaan. Maaliskuussa avattiin uusi toimisto Kiinan Shanghaihin palvelemaan pohjoismaista asiakaskuntaa.

Kustantaminen ja muut -liiketoiminnan liikevaihto laski 4 %. Suurin osa laskusta on peräisin suurteos- ja vuosikirjaliiketoiminnista, joiden toimintaa on supistettu jatkuvasti. Toiminnot Norjassa myytiin maaliskuun lopussa. Myös yleisen kirjallisuuden myynti oli edelleen markkinakehityksen mukaisesti vaisua. Painamisen myynti kasvoi hieman, mikä johtui vuoden 2009 lopussa tehdystä yritysostosta. Painotoiminnan yhdistäminen etenee suunnitellun mukaisesti.

Ryhmän liiketulos ilman kertaluonteisia eriä parani tammi–maaliskuussa, ja liiketappio oli 24 % pienempi kuin vertailukaudella. Liikevoittoon sisältyi -1,2 milj. euroa (2009: 0,0 milj. euroa) Norjan suurteosliiketoiminnan myyntiin liittyviä kertaluonteisia eriä. Oppimisen ja kielipalvelujen tulokset paranivat toiminnan tehostamisen ansiosta.

Oppiminen-liiketoiminnassa kasvu syntyi osittain myynnin ajoituserojen seurauksena. Vertailuvuonna joidenkin yksiköiden tulos kertyi lähinnä toisella neljänneksellä, mutta vuonna 2010 myynti ja liikevoitto kertyivät jo ensimmäisellä neljänneksellä. Tulos parani myös painamisessa mutta heikkeni kustantamisessa.

Sanoma Learning & Literature keskittyy edelleen kasvuun kansainvälistämällä oppimisen ja kielipalvelujen liiketoimintoja entisestään. Sanoma Learning & Literature jatkaa rakennejärjestelyjä. Sekä oppimistuotteiden ja -ratkaisujen että kielipalvelujen käyttäjät etsivät entistä räätälöidympiä ratkaisuja. Näiden tarjoamisessa Sanoma Learning & Literature on hyvässä asemassa ja voi parantaa kannattavuuttaan kehittäessään teknisiä alustoja samanaikaisesti useille markkinoille.

Vuonna 2010 Sanoma Learning & Literaturen liikevaihdon ja liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä arvioidaan kasvavan jonkin verran edellisvuodesta.

SANOMA TRADE

Kahdeksassa maassa toimivan kaupan erikoisosaaja Sanoma Traden vahvuus perustuu asiakkaiden tarpeiden syvälliseen ymmärtämiseen ja vahvoihin konsepteihin. Sanoma Trade palvelee asiakkaitaan 230 miljoonassa vuosittaisessa myyntitilanteessa, joissa kuluttaja kohdataan kioskeissa, kirjakaupoissa tai elokuvateattereissa. Sanoma Traden kaupan palvelut -liiketoimintayksikkö (aiemmin lehtijakelu) on vahva linkki kustantajien ja vähittäiskauppioiden välillä.

- Elokuvatoimintojen menestys jatkui: sekä liikevaihto että elokuvissakäynnit lisääntyivät Suomessa ja Baltian maissa.
- Uusi laki kauppojen aukioloajoista laski Suomen kioskien myyntiä.
- Taloudellinen tilanne pysyi heikkona Baltian maissa sekä Venäjällä ja Romaniassa.

Avainlukuja	1–3/	1–3/	Muutos	1–12/
milj. euroa	2010	2009	%	2009
Liikevaihto	191,8	187,7	2,2	827,8
Kioskikauppa	91,9	89,9	2,3	404,2
Kaupan palvelut	51,9	50,5	2,8	227,9
Kirjakauppa	26,0	27,3	-4,7	123,3
Elokuvatoiminnot	25,4	23,6	7,6	88,0
Eliminoinnit	-3,4	-3,6	6,1	-15,6
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä*	2,9	3,8	-24,6	27,6
% liikevaihdosta	1,5	2,0		3,3
Liikevoitto	2,9	3,8	-24,6	24,0
Käyttöomaisuusinvestoinnit	4,7	8,1	-41,8	25,5
Henkilöstö kauden lopussa kokoaikaisiksi muutettuna	5 849	6 342	-7,8	5 943
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	5 827	6 448	-9,6	6 164

* Vuonna 2010 liikevoittoon ei sisällynyt kertaluonteisia eriä. Vuonna 2009 kertaluonteisiin eriin sisältyi neljännellä neljänneksellä 3,6 milj. euroa rakennejärjestelykuluja.

Toiminnalliset tunnusluvut	1–3/	1–3/
Tuhansia	2010	2009
Asiakasmäärät kioskikaupassa	43 787	48 180
Asiakasmäärät kirjakaupassa	1 718	1 747
Elokuvateattereissa kävijät	2 907	2 622
Myydyt kpl:t lehtijakelussa	82 626	85 123

Sanoma Traden liikevaihto kasvoi tammi–maaliskuussa 2 %, kun useimpien liiketoimintojen liikevaihto kasvoi. Liiketoimintaryhmän rakenteessa ei tapahtunut muutoksia, joten kaikki kasvu oli orgaanista.

Kioskikaupan liikevaihto kasvoi 2 %. Suomessa kioskikauppa arkipäivinä kehittyi myönteisesti, mutta aukioloaikoja säätelevä laki vaikutti voimakkaasti muuhun kuin komissiomyyntiin sunnuntaisin, minkä vuoksi liikevaihto pysyi ennallaan. Kioskien myynti kasvoi Latviassa ja Liettuassa. Virossa ja Venäjällä liikevaihto laski vertailukaudesta. Yksikköjen lopettaminen vaikutti myyntiin Venäjällä. Vuonna 2009 Sanoma Trade lopetti yhteensä yli 100 kioskia eri toimintamaissaan. Suomessa R-kioskin konseptiuudistus on testausvaiheessa, ja ensimmäisten pilottikioskien tuloksia arvioidaan kesän 2010 aikana.

Kaupan palvelujen liikevaihto kasvoi 3 %. Lehtien jakelumäärät kasvoivat jonkin verran Suomessa ja Hollannissa, missä kaupan palvelujen liikevaihto kasvoi. Baltian markkinoilla talouden tilanne ja vuoden 2009 lopun arvonnäkökulmat vaikuttivat edelleen myyntiin kielteisesti.

Kirjakaupan liikevaihto laski 5 % vertailukaudesta, kun kysyntä oli selvästi heikompaa sekä Suomessa että Virossa. Suomessa Sanoma Traden kirjakaupat ovat onnistuneet kasvattamaan markkinaosuuttaan oppimateriaaleissa.

Elokuvatoimintojen liikevaihto kasvoi 8 %. Erityisen hyvää kehitys oli Suomessa. Liikevaihto kasvoi myös Baltian maissa kilpailun lisääntymisestä huolimatta. 3D-elokuvat olivat hyvin suosittuja kaikissa toimintamaissa, mikä kasvatti osaltaan myyntiä.

Sanoma Traden liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli tammi–maaliskuussa 25 % vertailukautta pienempi. Liikevoittoon ei sisällynyt kertaluonteisia eriä. Liikevoitto kasvoi elokuvatoiminnoissa mutta laski muissa liiketoiminnoissa. Muiden jälleenmyyjien uudet aukioloajat ovat siirtäneet kioskimyyntiä alhaisten katteiden komissiomyyntiin, kuten veikkaustuotteisiin ja matkalippuihin. Vuoden 2009 toisella puoliskolla aloitetut Venäjän ja Viron toimintojen rakennejärjestelyt jatkuvat.

Sanoma Trade jatkaa konseptiensa, erityisesti kioski- ja kirjakaupakonseptien, kehittämistä vastatakseen paremmin asiakkaidensa tarpeisiin kussakin maassa. Sanoma Traden 230 miljoonaa vuotuista asiakaskontaktia tarjoaa arvokasta asiakasymmärrystä ja hyvät mahdollisuudet tuote- ja palvelutarjoon kehittämiseen.

Vuonna 2010 Sanoma Traden liikevaihdon arvioidaan kasvavan hieman ja liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä arvioidaan olevan edellisvuoden tasolla.

KONSERNI

Osinko

Sanoman 8.4.2010 kokoontunut varsinainen yhtiökokous päätti maksaa osinkoa 0,80 euroa (2009: 0,90 euroa) osakkeelta. Osingot maksettiin Suomessa 20.4.2010.

Osakkeet ja omistus

Tammi–maaliskuussa NASDAQ OMX:ssä vaihdettiin 14 018 438 (2009: 22 324 951) Sanoman osaketta. Osakkeen vaihto oli 9 % (2009: 14 %) keskimääräisestä osakekannasta. Osakkeen pörssivaihto oli 218,5 milj. euroa (2009: 207,1 milj. euroa).

Osakevaihdolla painotettu keskikurssi ensimmäisellä neljänneksellä oli 15,58 euroa, ja hinta vaihteli 13,97 ja 16,69 euron välillä. Maaliskuun lopussa Sanoman markkina-arvo oli 2,7 mrd. euroa (2009: 1,5 mrd. euroa) ja osakkeen päätöskurssi 16,40 euroa (2009: 9,62 euroa). Maaliskuun lopussa yhtiöllä oli 21 646 osakkeenomistajaa. Ulkomaisten omistajien hallussa oli tällöin 11,4 % (2009: 9,7 %) osakkeista ja niiden tuottamista äänistä. Ensimmäisellä neljänneksellä ei tapahtunut merkittäviä muutoksia osakkeenomistuksessa eikä Sanoma antanut liputusilmoituksia. Maaliskuun lopussa Sanoman osakkeiden lukumäärä oli 161 816 894 osaketta.

Hallitus, tilintarkastajat ja johto

Yhtiökokous vahvisti 8.4.2010 hallituksen jäsenten lukumääräksi kymmenen. Hallitukseen valittiin uudelleen erovuoroiset jäsenet Sirkka Hämäläinen-Lindfors ja Seppo Kievari sekä uutena jäsenenä Antti Herlin. Hallituksen kokoonpano on seuraava: puheenjohtaja Jaakko Rauramo, varapuheenjohtaja Sakari Tamminen sekä jäsenet Annet Aris, Robert Castrén, Jane Erkkö, Antti Herlin, Paavo Hohti, Sirkka Hämäläinen-Lindfors, Seppo Kievari ja Rafaela Seppälä.

Tilintarkastajiksi yhtiökokous valitsi edelleen KHT Pekka Pajamon varatilintarkastajanaan KHT Sixten Nyman sekä KHT-yhteisö KPMG Oy Ab:n päävastuullisena tilintarkastajanaan KHT Kai Salli.

Pekka Soini nimitettiin Sanoma News -liiketoimintaryhmän vt. toimitusjohtajaksi ja konsernin johtoryhmän jäseneksi 1.4.2010 lähtien, kun entinen toimitusjohtaja Mikael Pentikäinen aloitti Helsingin Sanomien kustantajana ja vastaavana päätoimittajana.

Hallituksen valtuudet ja muut yhtiökokouksen päätökset

Yhtiökokous valtuutti 8.4.2010 Sanoman hallituksen päättämään enintään 82 000 000 uuden osakkeen antamisesta sekä enintään 5 000 000 yhtiön hallussa olevan oman osakkeen luovuttamisesta. Valtuutus on voimassa 30.6.2013 saakka. Lisäksi yhtiökokous valtuutti Sanoman hallituksen päättämään enintään 16 000 000 yhtiön oman osakkeen hankkimisesta. Valtuutus on voimassa 30.6.2011 saakka, ja se päätti varsinaisen yhtiökokouksen 1.4.2009 antaman valtuutuksen.

Yhtiökokous muutti Sanoma Oyj:n yhtiöjärjestystä vastaamaan voimassa olevaa osakeyhtiölakia. Useita pykälä ja momentteja poistettiin tarpeettomina ja toisia selkiytettiin. Uusi yhtiöjärjestys löytyy kokonaisuudessaan yhtiön verkkosivuilta osoitteesta Sanoma.com.

Liiketoiminnan kausiluonteisuus

Sanoma Magazinesin, Sanoma Newsin ja Sanoma Entertainmentin liikevaihtoon ja tulokseen vaikuttaa erityisesti mainonnan kehitys. Ilmoitustuottojen kertymiseen vaikuttaa mm. lehtien ilmestymiskertojen määrä, joka vaihtelee neljännesten välillä vuosittain. Tv-mainonta Suomessa on yleensä vilkkainta toisella ja neljännellä neljänneksellä.

Oppimisen liikevaihto ja tulos kertyvät pääosin toisella ja kolmannella neljänneksellä.

Merkittävä osa liikevaihdosta ja tuloksesta kaupan alalla puolestaan kertyy viimeisellä neljänneksellä, erityisesti joulumyynnistä. Myyntipäivien lukumäärä, esimerkiksi pyhäpäivien sijoittuminen eri neljänneksille, vaikuttaa luonnollisesti kaupan liikevaihtoon neljännesten välillä.

Liiketoimintojen kausiluonteiset vaihtelut vaikuttavat konsernin liikevaihtoon ja -voittoon siten, että perinteisesti vuoden ensimmäinen neljännes on selvästi pienin kummankin osalta.

Merkittävimmät riskit ja epävarmuustekijät

Sanoman kannalta merkittävimpiä riskejä ja epävarmuustekijöitä sekä riskienhallinnan pääperiaatteita on kuvattu konsernin tilinpäätöksessä sekä verkkosivuilla osoitteessa Sanoma.com. Monet tunnistetut riskit liittyvät asiakkaiden mieltymysten muutoksiin. Käynnissä oleva digitalisointi on vauhdittanut kyseisiä muutoksia jo jonkin aikaa, ja Sanoma on laatinut kaikissa liiketoimintaryhmissään toimintasuunnitelmat, joilla vastataan haasteeseen.

Toimialan tavanomaiset liiketaloudelliset riskit liittyvät mediamainonnan ja yksityisen kulutuksen kehitykseen. Mainonta reagoi herkästi taloudellisiin suhdannemuutoksiin. Sen vuoksi yleinen taloudellinen tilanne konsernin toimintamaissa sekä toimialan taloudelliset suhdanteet vaikuttavat Sanoman liiketoimintaan ja tulokseen.

OSAVUOSIKATSAUS (TILINTARKASTAMATON)

Tilinpäätösperiaatteet

Sanoma-konsernin osavuosisikatsaus on laadittu IAS 34 Osavuosisikatsaukset -standardin mukaisesti ja sitä laadittaessa on noudatettu EU:ssa sovellettavaksi hyväksytyttä, 31.03.2010 voimassaolevia IFRS-standardeja ja tulkintoja.

Konserni on 1.1.2010 lukien soveltanut mm. seuraavia uudistettuja tai muutettuja standardeja: IFRS 3 (Uudistettu 2008) Liiketoimintojen yhdistäminen ja IAS 27 (Muutettu 2008) Konsernitilinpäätös ja erillistilinpäätös.

IFRS 3 Liiketoimintojen yhdistäminen -standardin käyttöönotto vaikuttaa hankinnoista kirjattavan liikearvon määrään ja liiketoimintojen myyntituloksiin. Standardilla on vaikutusta myös tuloslaskelmaan kirjattaviin eriin sekä hankintatilikaudella että niillä tilikausilla, joilla suoritetaan lisäkauppahintaa tai toteutetaan lisähankintoja. Standardin siirtymäsääntöjen mukaisesti liiketoimintojen yhdistämissä, joissa hankinta-ajankohta on ennen standardin pakollista käyttöönottoa, ei oikaista.

Muutettu IAS 27 Konsernitilinpäätös ja erillistilinpäätös -standardi edellyttää tytäryrityksen omistusosuuden vähenemisestä syntyvien vaikutusten kirjaamista suoraan omaan pääomaan silloin, kun emoyhtiön määräysvalta tytäryhtiössä säilyy. Standardimuutoksen seurauksena tytäryrityksen tappioita voidaan kohdistaa vähemmistölle silloinkin, kun ne ylittävät vähemmistön sijoituksen määrän.

Osavuositarkastuksen laatimisessa sovelletut laadintaperiaatteet ja tunnuslukujen laskentakaavat on esitetty Sanoman internetsivuilla osoitteessa Sanoma.com. Kaikki luvut on pyöristetty, joten yksittäisten lukujen yhteenlaskettu summa saattaa poiketa esitetystä summaluvusta. Tunnusluvut on laskettu käyttäen tarkkoja arvoja. Tätä osavuositarkastusta ei ole tilintarkastettu.

KONSERNIN TULOSLASKELMA milj. euroa	1–3/ 2010	1–3/ 2009	1–12/ 2009
LIIKEVAIHTO	637,9	636,0	2 767,9
Liiketoiminnan muut tuotot	20,4	14,1	64,6
Materiaalit ja palvelut	279,0	286,4	1 238,5
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	169,1	176,2	695,5
Liiketoiminnan muut kulut	128,9	128,2	536,2
Poistot ja arvonalentumiset	40,8	38,4	167,0
LIIKEVOITTO	40,4	20,9	195,4
Osuus osakkuusyritysten tuloksista	-2,4	0,3	-3,9
Rahoitustuotot	2,2	6,7	22,5
Rahoituskulut	6,0	17,0	52,6
TULOS ENNEN VEROJA	34,1	10,9	161,4
Tuloverot	-10,0	-3,2	-54,3
TILIKAUDEN TULOS	24,1	7,7	107,1
Tilikauden tuloksen jakautuminen:			
Emoyhtiön omistajille	25,9	8,3	105,6
Määräysvallattomille omistajille	-1,8	-0,6	1,6
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:			
Osakekohtainen tulos, euroa	0,16	0,05	0,66
Laimennettu osakekohtainen tulos, euroa	0,16	0,05	0,66
KONSERNIN LAAJA TULOSLASKELMA milj. euroa	1–3/ 2010	1–3/ 2009	1–12/ 2009
Tilikauden tulos	24,1	7,7	107,1
Muut laajan tuloksen erät:			
Muuntoerojen muutos	20,3	-34,7	-5,0
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	44,4	-27,0	102,1
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:			
Emoyhtiön omistajille	45,8	-25,8	100,5
Määräysvallattomille omistajille	-1,4	-1,2	1,6

KONSERNITASE

milj. euroa

31.3.2010

31.3.2009

31.12.2009

VARAT
PITKÄAIKAISET VARAT

Aineelliset hyödykkeet	470,2	503,7	484,2
Sijoituskiinteistöt	9,3	9,6	9,4
Liikearvo	1 499,8	1 480,9	1 488,9
Muut aineettomat hyödykkeet	417,5	386,2	399,3
Osuudet osakkuusyhteisöissä	60,8	70,2	63,5
Myytavissä olevat sijoitukset	15,8	20,5	15,7
Laskennalliset verosaamiset	33,3	37,1	30,1
Myyntisaamiset ja muut saamiset	30,9	40,1	31,4
PITKÄAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	2 537,7	2 548,2	2 522,3

LYHYTAIKAISET VARAT

Vaihto-omaisuus	139,4	150,3	141,6
Versaamiset	20,5	37,4	19,3
Myyntisaamiset ja muut saamiset	379,3	395,8	362,9
Myytavissä olevat sijoitukset	0,5	0,5	0,5
Rahavarat	60,1	82,9	59,7
LYHYTAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	599,8	667,0	584,0

VARAT YHTEENSÄ

3 137,5

3 215,1

3 106,3

OMA PÄÄOMA JA VELAT
OMA PÄÄOMA
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma

Osakepääoma	71,3	71,3	71,3
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	188,8	192,7	188,8
Muu oma pääoma	976,7	931,4	931,1
	1 236,8	1 195,3	1 191,2
Määräysvallattomien omistajien osuus	14,9	13,8	15,4
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	1 251,7	1 209,1	1 206,6

PITKÄAIKAISET VELAT

Laskennalliset verovelat	103,2	104,0	101,2
Eläkevelvoitteet	30,0	37,3	29,9
Varaukset	9,7	6,3	10,7
Korolliset velat	550,9	677,2	541,6
Ostovelat ja muut velat	28,4	36,1	28,2

LYHYTAIKAISET VELAT

Varaukset	15,8	9,3	23,8
Korolliset velat	440,5	422,2	476,1
Verovelat	22,5	13,7	16,9
Ostovelat ja muut velat	684,8	699,9	671,3

VELAT YHTEENSÄ

1 885,8

2 006,1

1 899,7

OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ

3 137,5

3 215,1

3 106,3

LASKELMA KONSERNIN OMAN PÄÄOMAN MUUTOKSISTA
 milj. euroa

Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma

	Osake- pääoma	Omat osak- keet	SVOP- rahas- to*	Muu oma pääoma	Yht.	Määräys- vallat- tomien omistajien osuus	Yht.
OMA PÄÄOMA							
1.1.2009	71,3	-37,5	192,7	993,7	1 220,1	17,0	1 237,1
Omien osakkeiden mitätöinti		37,5		-37,5			
Myönnettyjen optioiden kuluvaikutus				1,0	1,0		1,0
Osingonjako						-0,7	-0,7
Muutos määräysvallattomien omistajien osuudessa						-1,3	-1,3
Tilikauden laaja tulos yhteensä				-25,8	-25,8	-1,2	-27,0
OMA PÄÄOMA							
31.3.2009	71,3		192,7	931,4	1 195,3	13,8	1 209,1
OMA PÄÄOMA							
1.1.2010	71,3		188,8	931,1	1 191,2	15,4	1 206,6
Myönnettyjen optioiden kuluvaikutus				0,9	0,9		0,9
Osingonjako						-0,1	-0,1
Muutos määräysvallattomien omistajien osuudessa				-1,1	-1,1	1,0	-0,1
Tilikauden laaja tulos yhteensä				45,8	45,8	-1,4	44,4
OMA PÄÄOMA							
31.3.2010	71,3		188,8	976,7	1 236,8	14,9	1 251,7

*sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto

KONSERNIN TULOSLASKELMA VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN

milj. euroa	1-3/ 2010	1-3/ 2009	4-6/ 2009	7-9/ 2009	10-12/ 2009	1-12/ 2009
LIIKEVAIHTO	637,9	636,0	697,2	701,1	733,6	2 767,9
Liiketoiminnan muut tuotot	20,4	14,1	19,4	13,3	17,9	64,6
Materiaalit ja palvelut	279,0	286,4	304,8	315,0	332,2	1 238,5
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	169,1	176,2	174,8	160,5	184,0	695,5
Liiketoiminnan muut kulut	128,9	128,2	129,0	122,1	156,8	536,2
Poistot ja arvonalentumiset	40,8	38,4	42,8	39,8	46,0	167,0
LIIKEVOITTO	40,4	20,9	65,1	77,1	32,3	195,4
Osuus osakkuusyritysten tuloksista	-2,4	0,3	-0,6	-2,0	-1,6	-3,9
Rahoitustuotot	2,2	6,7	8,8	4,1	2,8	22,5
Rahoituskulut	6,0	17,0	12,3	12,0	11,3	52,6
TULOS ENNEN VEROJA	34,1	10,9	61,1	67,2	22,3	161,4
Tuloverot	-10,0	-3,2	-17,4	-20,0	-13,7	-54,3
TILIKAUDEN TULOS	24,1	7,7	43,7	47,2	8,6	107,1
Tilikauden tuloksen jakautuminen:						
Emoyhtiön omistajille	25,9	8,3	43,3	47,6	6,4	105,6
Määräysvallattomille omistajille	-1,8	-0,6	0,3	-0,3	2,2	1,6
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:						
Osakekohtainen tulos, euroa	0,16	0,05	0,27	0,30	0,04	0,66
Laimennettu osakekohtainen tulos, euroa	0,16	0,05	0,27	0,30	0,04	0,66

KONSERNIN RAHAVIRTALASKELMA	1–3/	1–3/	1–12/
milj. euroa	2010	2009	2009
LIIKETOIMINTA			
Tilikauden tulos	24,1	7,7	107,1
Oikaisut			
Tuloverot	10,0	3,2	54,3
Rahoituskulut	6,0	17,0	52,6
Rahoitustuotot	-2,2	-6,7	-22,5
Osuus osakkuusyriytysten tuloksista	2,4	-0,3	3,9
Poistot ja arvonalentumiset	40,8	38,4	167,0
Käyttöomaisuuden ja muiden sijoitusten myyntivoitot ja -tappiot	-6,1	-1,1	-2,4
Muut oikaisut	-11,5	-11,6	-56,4
Käyttöpääoman muutos			
Myynti- ja muiden saamisten muutos	-11,1	6,9	47,4
Vaihto-omaisuuden muutos	-1,0	-0,2	5,6
Osto- ja muiden velkojen ja varausten muutos	-1,3	-26,4	-36,9
Maksetut korot	-2,9	-18,6	-34,6
Muut rahoituserät	-0,6	-1,4	-2,0
Maksetut verot	-8,7	-15,4	-41,4
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA	38,0	-8,5	241,8
INVESTOINNIT			
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden hankinnat	-16,9	-23,9	-80,2
Liiketoimintojen ja muiden sijoitusten hankinnat	-6,7	-15,2	-27,1
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden myynnit	3,7	1,2	5,4
Liiketoimintojen ja muiden sijoitusten myynnit	6,1	0,0	0,5
Myönnetyt lainat	-1,0	-1,1	-0,9
Lainasaamisten takaisinmaksut	0,7	2,4	3,3
Lyhytaikaisten sijoitusten myynnit			0,0
Saadut korot	0,5	1,6	4,8
Saadut osingot	0,1	0,2	4,3
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA	-13,5	-34,8	-89,9
RAHAVIRTA ENNEN RAHOITUSTA	24,4	-43,3	151,9
RAHOITUS			
Osakemerkinnöistä saadut maksut			12,3
Lyhytkiertoisten lainojen muutokset	-25,3	-68,9	-42,6
Muiden lainojen nostot	52,1	233,7	399,7
Muiden lainojen takaisinmaksut	-40,4	-150,9	-460,0
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-0,9	-1,1	-3,5
Maksetut osingot	-0,1	-0,7	-146,2
Lahjoitukset/muu voitonjako			-0,5
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA	-14,6	12,3	-240,8
RAHAVIRTALASKELMAN MUKAINEN			
RAHAVAROJEN MUUTOS	9,8	-31,1	-88,9
Rahavarojen kurssierot	2,3	-4,0	0,0
RAHAVAROJEN NETTOMUUTOS	12,1	-35,1	-88,9
Rahavarat kauden alussa	21,6	110,5	110,5
Rahavarat kauden lopussa	33,7	75,4	21,6

Rahavirtalaskelman mukaiset rahavarat sisältävät rahat ja pankkisaamiset sekä luotolliset sekkitilit.

LIIKEVAIHTO LIIKETOIMINNOITTAIN

milj. euroa	1–3/ 2010	1–3/ 2009	4–6/ 2009	7–9/ 2009	10–12/ 2009	1–12/ 2009
SANOMA MAGAZINES						
Sanoma Magazines Netherlands	107,4	110,6	123,2	120,7	138,6	493,2
Sanoma Magazines International	48,7	50,9	53,2	48,8	58,5	211,3
Sanoma Magazines Belgium	53,5	51,3	52,6	50,8	57,5	212,3
Sanoma Magazines Finland	51,2	50,3	48,0	46,9	53,5	198,8
Eliminoinnit	-1,0	-1,0	-1,2	-1,2	-1,0	-4,3
YHTEENSÄ	259,9	262,1	275,9	266,1	307,1	1 111,2
SANOMA NEWS						
Helsingin Sanomat	59,1	58,7	55,4	53,3	61,1	228,4
Ilta-Sanomat	19,9	18,4	19,8	19,6	20,3	78,2
Muu kustantaminen	25,3	25,9	26,8	24,2	26,9	103,8
Muut	34,4	36,2	35,9	34,9	36,6	143,7
Eliminoinnit	-29,3	-31,6	-30,9	-30,8	-32,0	-125,2
YHTEENSÄ	109,4	107,7	107,1	101,2	112,9	428,9
SANOMA ENTERTAINMENT						
Tv ja radio	23,5	23,5	23,6	17,4	23,6	88,1
Muut	18,2	17,3	17,4	17,8	18,0	70,4
Eliminoinnit	-0,2	-0,5	-0,3	-0,2	-0,4	-1,4
YHTEENSÄ	41,5	40,3	40,6	35,0	41,1	157,1
SANOMA LEARNING & LITERATURE						
Oppiminen	29,9	30,6	81,6	94,3	32,7	239,1
Kielipalvelut	6,9	8,3	6,2	6,7	6,3	27,5
Kustantaminen ja muut	23,6	24,6	17,0	19,3	28,0	88,9
Eliminoinnit	-2,3	-2,6	-2,8	-2,7	-2,3	-10,4
YHTEENSÄ	58,2	60,8	101,9	117,6	64,7	345,1
SANOMA TRADE						
Kioskikauppa	91,9	89,9	104,5	99,3	110,5	404,2
Kauppan palvelut	51,9	50,5	57,4	59,4	60,6	227,9
Kirjakauppa	26,0	27,3	19,7	31,8	44,5	123,3
Elokuvatoiminnot	25,4	23,6	18,0	22,7	23,6	88,0
Eliminoinnit	-3,4	-3,6	-3,9	-4,1	-4,0	-15,6
YHTEENSÄ	191,8	187,7	195,7	209,2	235,3	827,8
Muut yhtiöt ja eliminoinnit	-23,0	-22,7	-24,1	-28,0	-27,5	-102,3
YHTEENSÄ	637,9	636,0	697,2	701,1	733,6	2 767,9

LIIKEVOITTO LIIKETOIMINTARYHMITÄIN

milj. euroa	1–3/ 2010	1–3/ 2009	4–6/ 2009	7–9/ 2009	10–12/ 2009	1–12/ 2009
Sanoma Magazines	25,8	15,5	30,2	23,1	27,4	96,3
Sanoma News	15,6	6,0	3,5	11,8	10,8	32,2
Sanoma Entertainment	6,2	6,1	6,9	3,8	3,9	20,7
Sanoma Learning & Literature	-6,4	-6,9	25,1	33,1	-12,8	38,5
Sanoma Trade	2,9	3,8	3,8	9,7	6,7	24,0
Muut yhtiöt ja eliminoinnit	-3,7	-3,7	-4,3	-4,4	-3,7	-16,2
YHTEENSÄ	40,4	20,9	65,1	77,1	32,3	195,4

SEGMENTTITIEDOT

Sanoma-konsernin toimintasegmentit muodostuvat viidestä liiketoimintaryhmästä: Sanoma Magazines, Sanoma News, Sanoma Entertainment, Sanoma Learning & Literature ja Sanoma Trade. Segmenttijako perustuu liiketoimintamallien ja tuotteiden eroihin. Mainontaan ja levikkiuottoihin perustuva medialiiketoiminta on jaettu kolmeen segmenttiin. Sanoma Magazines vastaa aikakauslehdistä, Sanoma News sanomalehdistä ja Sanoma Entertainment tv- ja laajakaistaliiketoiminnasta. Sanoma Learning & Literaturen toiminta on pääosin b-2-b-liiketoimintaa. Sanoma Trade puolestaan toimii vähittäiskaupan mallin mukaan. Kohdistamattomat/eliminoinnit-sarakkeessa esitetään konsernieliminoitien lisäksi Sanoma Oyj ja kiinteistöyhtiöt sekä segmenteille kohdistamattomat erät.

Segmenttien varat eivät sisällä rahavaroja, korollisia saamia eikä verosaamia. Segmenttien välinen hinnoittelu tapahtuu käypään markkinahintaan.

Sanoman liiketoimintaryhmät 1.1.–31.3.2010

milj. euroa	Maga- zines	News	Enter- tain- ment	Lear- ning & Lite- rature	Trade	Kohdista- mattomat/ Elimi- noinnit	Kon- serni yht.
Ulkoinen liikevaihto	259,2	107,4	40,8	55,1	175,1	0,2	637,9
Sisäinen liikevaihto	0,7	2,0	0,7	3,1	16,7	-23,2	
LIIKEVAIHTO	259,9	109,4	41,5	58,2	191,8	-23,0	637,9
LIIKEVOITTO	25,8	15,6	6,2	-6,4	2,9	-3,7	40,4
Osuus osakkuusyritysten tuloksista	-2,5	0,1			0,0		-2,4
Rahoitustuotot						2,2	2,2
Rahoituskulut						6,0	6,0
TULOS ENNEN VEROJA							34,1
SEGMENTIN VARAT	1 532,3	339,2	129,4	571,2	423,8	12,2	3 008,0

Sanoman liiketoimintaryhmät 1.1.–31.3.2009

milj. euroa	Maga- zines	News	Enter- tain- ment	Lear- ning & Lite- rature	Trade	Kohdista- mattomat/ Elimi- noinnit	Kon- serni yht.
Ulkoinen liikevaihto	261,4	105,8	40,1	57,2	171,8	-0,4	636,0
Sisäinen liikevaihto	0,7	1,9	0,2	3,6	15,9	-22,3	
LIIKEVAIHTO	262,1	107,7	40,3	60,8	187,7	-22,7	636,0
LIIKEVOITTO	15,5	6,0	6,1	-6,9	3,8	-3,7	20,9
Osuus osakkuusyritysten tuloksista	0,1	0,0			0,2		0,3
Rahoitustuotot						6,7	6,7
Rahoituskulut						17,0	17,0
TULOS ENNEN VEROJA							10,9
SEGMENTIN VARAT	1 541,5	363,5	132,0	558,6	424,9	21,6	3 042,1

AINEELLISTEN KÄYTTÖMAISUUSHYÖDYKKEIDEN MUUTOKSET

milj. euroa	31.3.2010	31.3.2009	31.12.2009
Kirjanpitoarvo kauden alussa	484,2	510,4	510,4
Lisäykset	8,8	13,3	46,0
Liiketoimintojen hankinta	0,0	0,0	1,0
Vähennykset	-1,2	-1,0	-2,9
Liiketoimintojen myynti	-0,3		0,0
Tilikauden poistot	-16,6	-17,0	-68,5
Tilikauden arvonalentumiset	0,0	-0,1	-1,6
Kurssierot ja muut muutokset	-4,7	-1,9	0,0
Kirjanpitoarvo kauden lopussa	470,2	503,7	484,2

Konsernilla ei ollut aineellisten hyödykkeiden ostitoumuksia katsauskauden päättyessä eikä vertailukaudella.

YRITYSOSTOJEN VAIKUTUS KONSERNITASEeseen

milj. euroa	1-3/2010	1-12/2009
Hankintahinta	7,8	6,7
Hankitun omaisuuden käypä arvo	6,1	2,8
Syntynyt liikearvo	1,8	3,9
Konsernireservin tuloutus		-0,9
Liikearvon muutos	1,8	4,8

VASTUUSITOUKSET

milj. euroa	31.3.2010	31.3.2009	31.12.2009
Omasta puolesta annetut vastuusitoumukset			
Kiinnitykset	23,2	23,9	22,8
Pantit	6,7	6,0	6,8
Muut	0,0	0,4	0,4
YHTEENSÄ	29,9	30,4	30,0
Osakkuusyriytysten puolesta annetut vastuusitoumukset			
Takaukset	10,5	10,5	10,5
YHTEENSÄ	10,5	10,5	10,5
Muiden puolesta annetut vastuusitoumukset			
Takaukset	0,4	0,1	0,1
YHTEENSÄ	0,4	0,1	0,1
Muut vastuut			
Vastuut muista vuokrasopimuksista	270,5	270,8	255,4
Rojaltit	18,0	21,0	18,9
Muut vastuut	31,6	37,3	27,7
YHTEENSÄ	320,2	329,1	302,0
YHTEENSÄ	360,9	370,1	342,5

Konsernilla ei ollut käytössä johdannaissopimuksia raportointikauden aikana eikä vertailuvuonna.

KESKEISET VALUUTTAKURSSIT

	1-3/ 2010	1-3/ 2009	1-12/ 2009
Kauden keskipurssi			
EUR/CZK (Tshekin koruna)	26,03	27,56	26,52
EUR/HUF (Unkarin forintti)	269,31	293,61	280,30
EUR/PLN (Puolan zloty)	4,00	4,50	4,33
EUR/RUB (Venäjän rupla)	41,48	44,39	44,07
EUR/SEK (Ruotsin kruunu)	9,98	10,97	10,61
Kauden päätöskurssi	31.3.2010	31.3.2009	31.12.2009
EUR/CZK (Tshekin koruna)	25,44	27,39	26,47
EUR/HUF (Unkarin forintti)	265,75	308,18	270,42
EUR/PLN (Puolan zloty)	3,87	4,69	4,10
EUR/RUB (Venäjän rupla)	39,70	45,03	43,15
EUR/SEK (Ruotsin kruunu)	9,71	10,94	10,25

Tiedotustilaisuus Sanomatalossa

Tiedotustilaisuus analyytikoille ja lehdistölle järjestetään klo 13.30 Sanomatalossa, Töölönlahdenkatu 2, Helsinki. Konsernin tuloksen esittelee toimitusjohtaja Hannu Syrjänen.

Englanninkielinen puhelinneuvottelu, jossa toimitusjohtaja Hannu Syrjänen esittelee tulosta analyytikoille ja sijoittajille, alkaa klo 16.30 Suomen aikaa. Puhelinneuvotteluun voi osallistua numeroissa +44 (0)20 7806 1966 (Eurooppa) ja +1 718 247 0884 (Yhdysvallat). Puhelun koodi on 4560931. Vaihtoehtoisesti puhelinneuvottelua voi seurata audio webcast -muodossa osoitteessa Sanoma.com joko reaaliaikaisena tai myöhemmin tallenteena.

Tiedotustilaisuuden esitysmateriaali suomeksi ja englanniksi sekä puhelinneuvottelun englanninkieliset kalvot julkaistaan konsernin internetsivuilla, kun tiedotustilaisuus on alkanut.

Sanoma julkistaa vuoden 2010 toisen neljänneksen osavuosisikatsauksen perjantaina 6.8.2010 noin klo 8.30.

Sanoma Oyj

Kim Ignatius
johtaja
Talous ja hallinto

Lisätietoja: Sanoman konserniviestintä, p. 0105 19 5062 tai viestinta@sanoma.com

Sanoma.com

Sanoma innostaa, jakaa tietoa ja yhdistää. Monialaisena mediakonsernina tuomme päivittäin tietoa, elämyksiä, oppimiskokemuksia ja viihdettä miljoonille ihmisille. Pidämme huolta siitä, että laadukas sisältö sekä kiinnostavat tuotteet ja palvelut ovat helposti saatavilla ja vastaavat lukijoidemme, katselijoidemme ja kuuntelijoidemme tarpeita. Tarjoamme mielenkiintoisia ja haastavia työtehtäviä 20 000 ammattilaiselle yli 20:ssä Euroopan maassa. Vuonna 2009 konsernin liikevaihto oli 2,8 miljardia euroa.