

Sanoman vuosi 2009

**Vakaa tulos vaikeassa
toimintaympäristössä**

Toimitusjohtaja Hannu Syrjänen
Yhtiökokous 8.4.2010

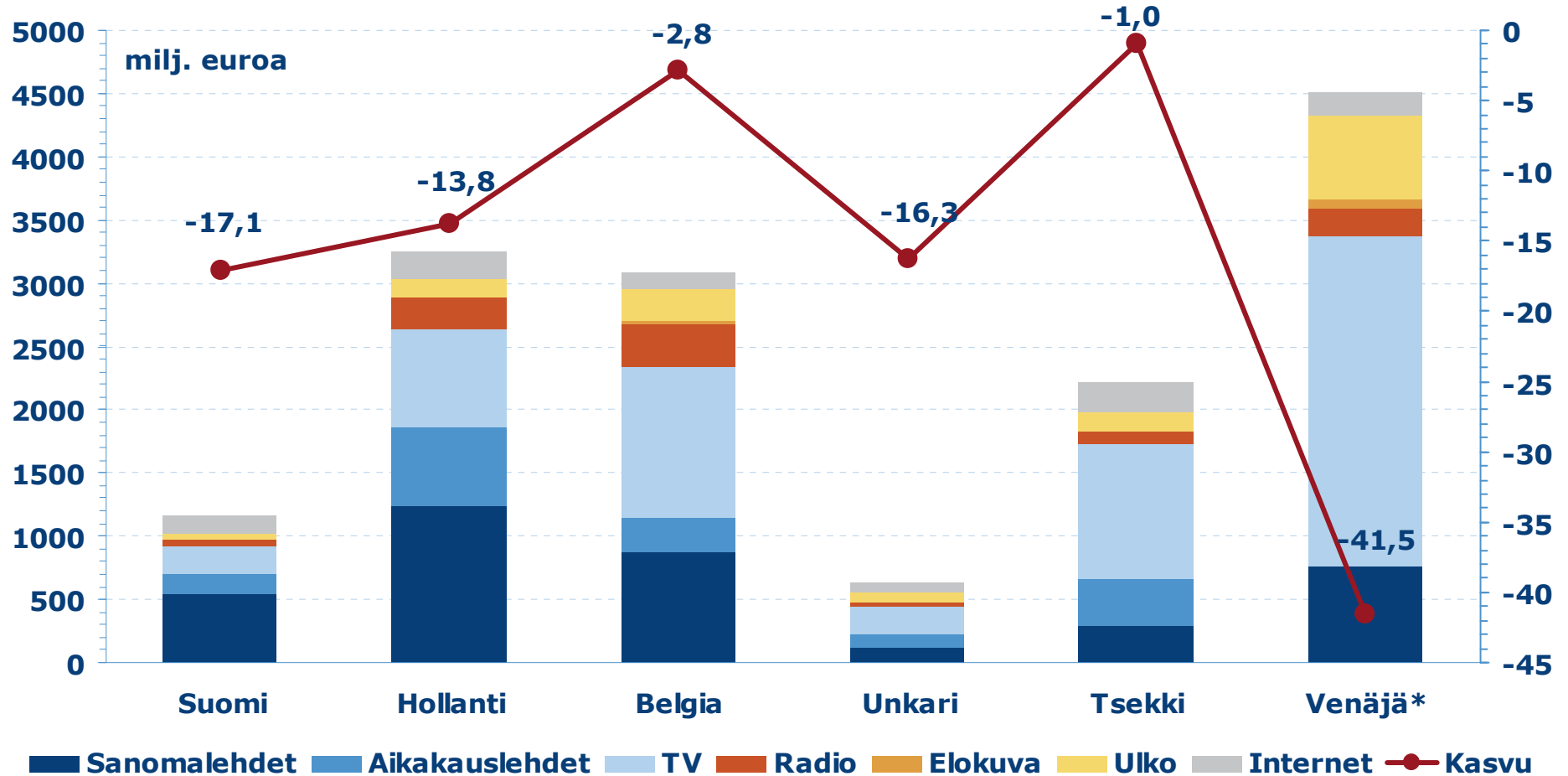


Markkinat myllerryksessä

- Vuonna 2009 mediamainonta ja yksityinen kulutus laskivat kaikissa toimintamaissamme, erityisesti itäisessä Keski-Euroopassa ja Venäjällä
- Tasapainoisen tuotevalikoimamme ja laajan maantieteellisen peittomme ansiosta teimme vakaan tuloksen myös tässä markkinatilanteessa
- Viime kuukausina myönteisiä merkkejä mainosmarkkinoilla, mutta nopeaa elpymistä ei vielä näköpiirissä



Mediamainonta laski Euroopassa 2009





**Kymmenvuotinen taival
johtavaksi mediakonserniksi**

Tie SanomaWSOY:stä Sanomaksi

- 1999:** Sanoma ja WSOY sulautuivat
SanomaWSOY listautui Helsingin Pörssiin
- 2001:** CIG-kauppa
Aikakauslehtiryhmä, jolla tuolloin toimintaa 9 maassa
- 2003:** Rautakirja sulautui SanomaWSOY:hyn
- 2004:** Malmberg-kauppa
Johtava oppimateriaalikustantaja Hollannissa ja Belgiassa
- 2005:** Independent Media -kauppa
Venäjän johtava aikakauslehtikustantaja
- 2008:** SanomaWSOY:n nimeksi Sanoma



Yksi yritysbrändi...



...ja sadat kuluttajabrändit, jotka tukevat toisiaan.

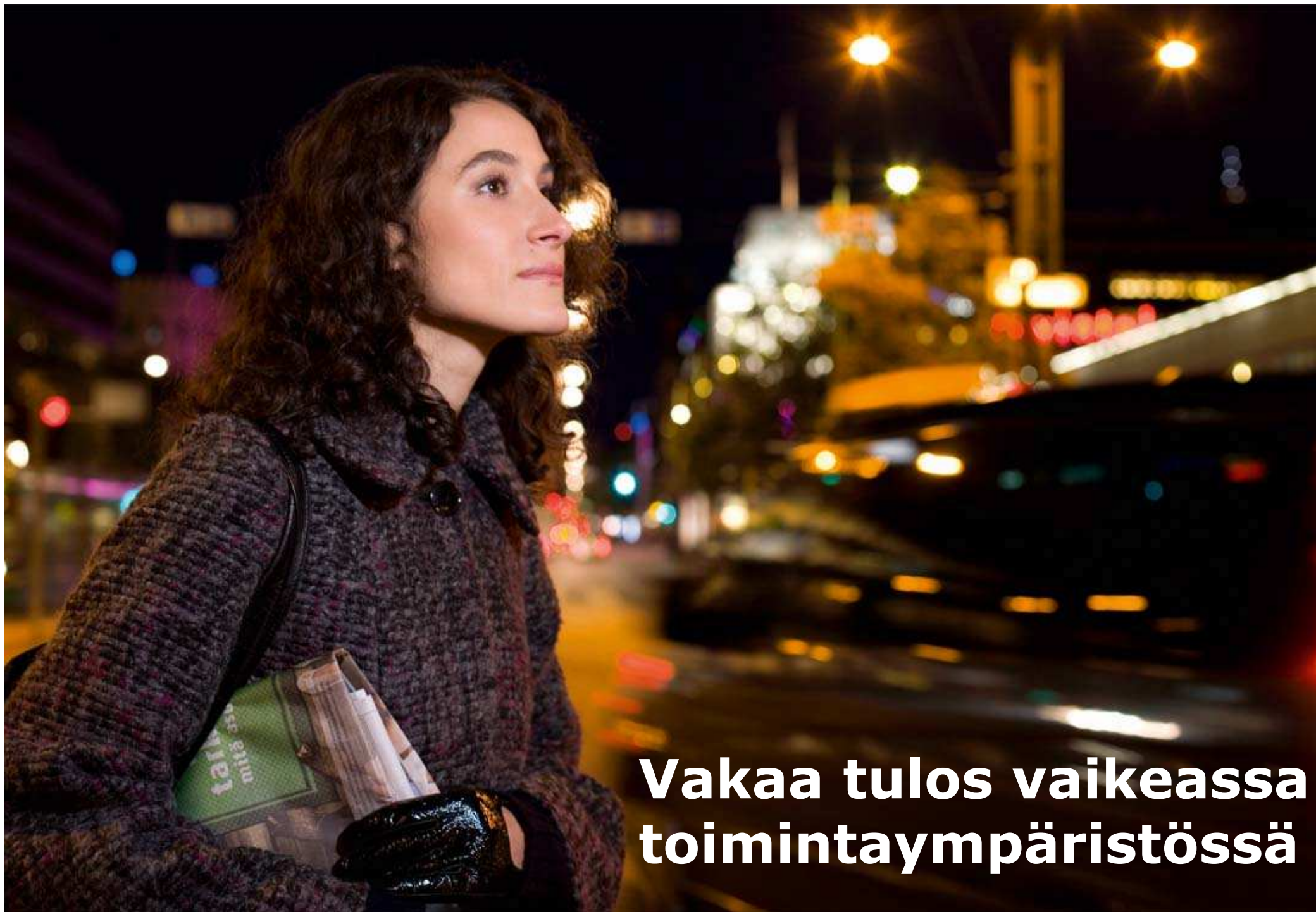


Yksi Euroopan johtavista viestintäyhtiöistä

Painopistealueina kestävä kasvu ja kannattavuus

- Markkinajohtajuus valituilla liiketoiminta-alueilla ja markkinoilla
- Liiketoiminnan tasapainottaminen kuluttajille ja yrityksille suunnattujen tuotteiden ja palvelujen välillä, keskittyen
 - aikakauslehtiin
 - uutistoimintaan
 - oppimISRatkaisuihin
 - verkkoliiketoimintaan





**Vakaa tulos vaikeassa
toimintaympäristössä**

Tehostaminen toi tulosta

Mainonnan kehityksestä 2010 myönteisiä merkkejä

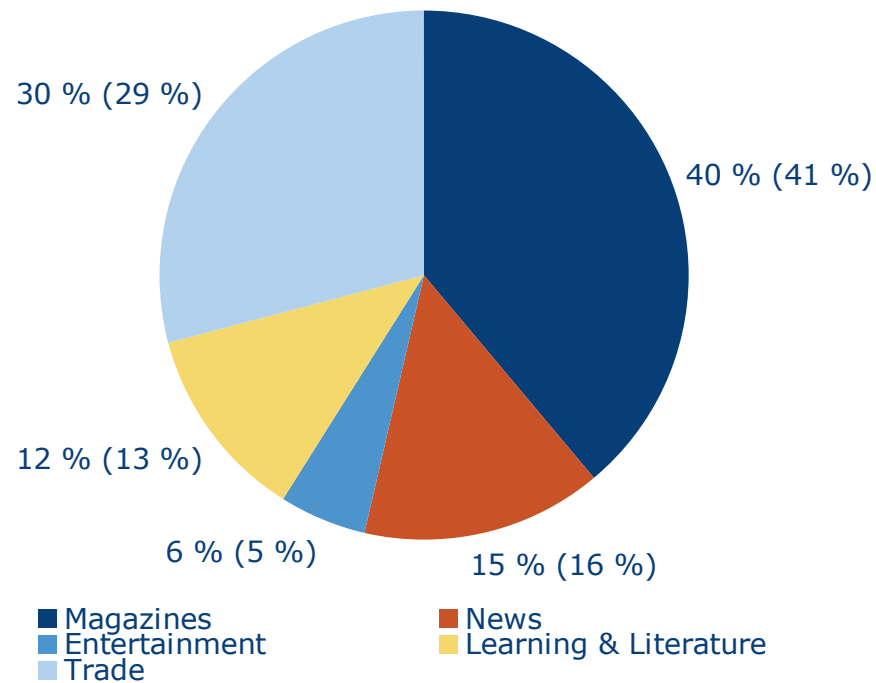


- Vakaa tulos vaikeassa toimintaympäristössä
- Tehostamisohjelmien menestyksekkäs läpivienti
 - Liiketoiminnan kulut ilman kertaluonteisia eriä laskivat 8 %
- Rakenteellisia uudistuksia kaikissa liiketoimintaryhmissä kilpailukyvyn varmistamiseksi
- Myönteisiä merkkejä mainosmarkkinoilla, mutta nopeaa elpymistä ei näköpiirissä
- 2010 keskitytään edelleen toiminnan tehostamiseen mutta myös investoidaan kasvuun
- Keskitymme erityisesti verkkoliiketoiminnan kasvattamiseen

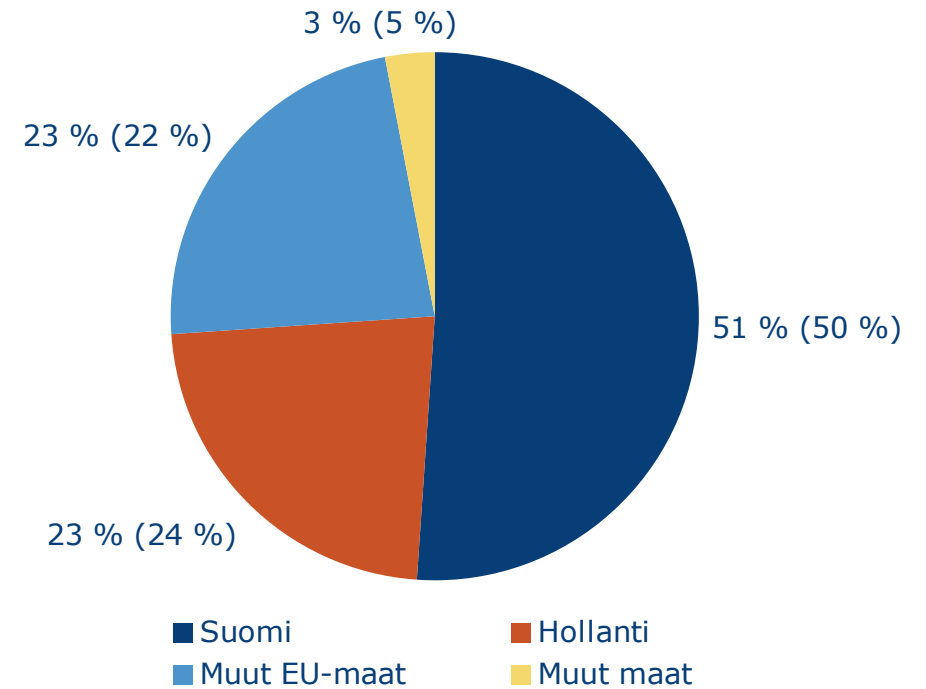
Tasapainoinen kokonaisuus

Liikevaihto 2009 (2008)

Liiketoimintaryhmittäin

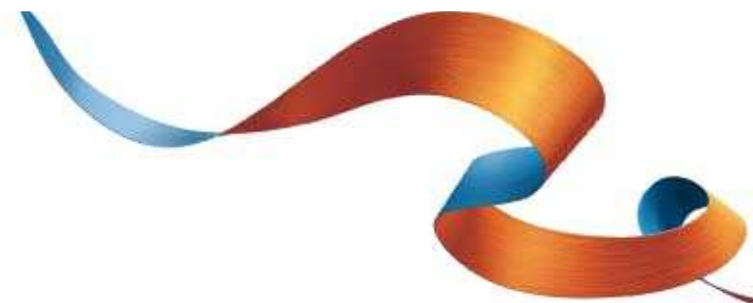


Maantieteellisesti



- Baltian maat 5 % (5 %)
- Muut CEE-maat + Venäjä ja Ukraina 11 % (15 %)

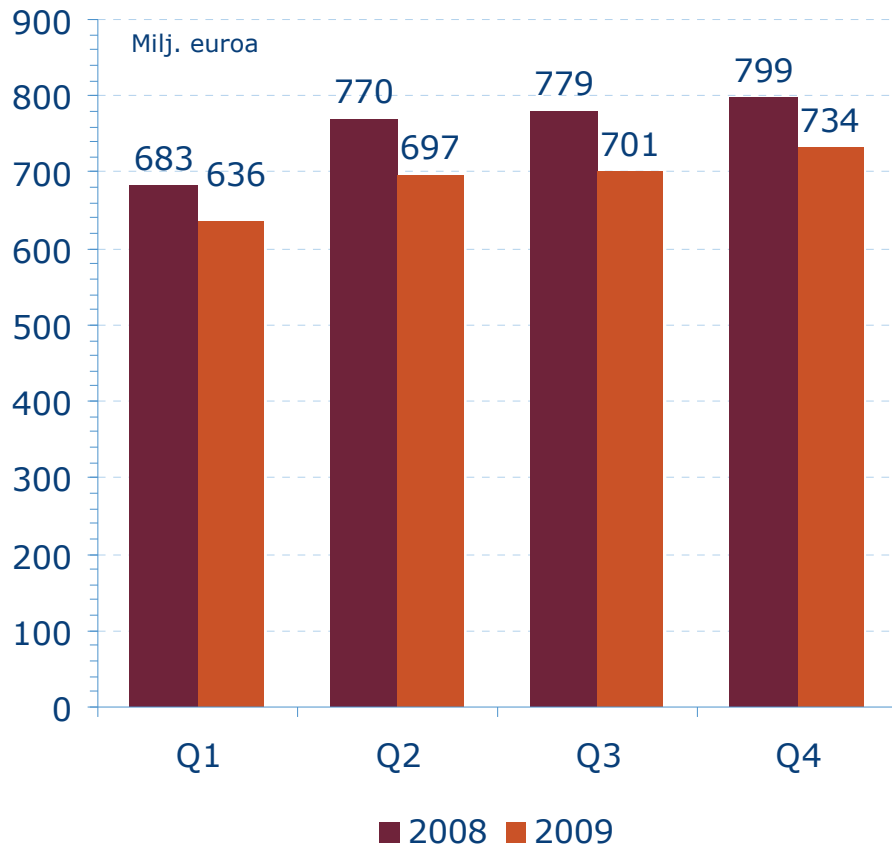
Vakaa tulos



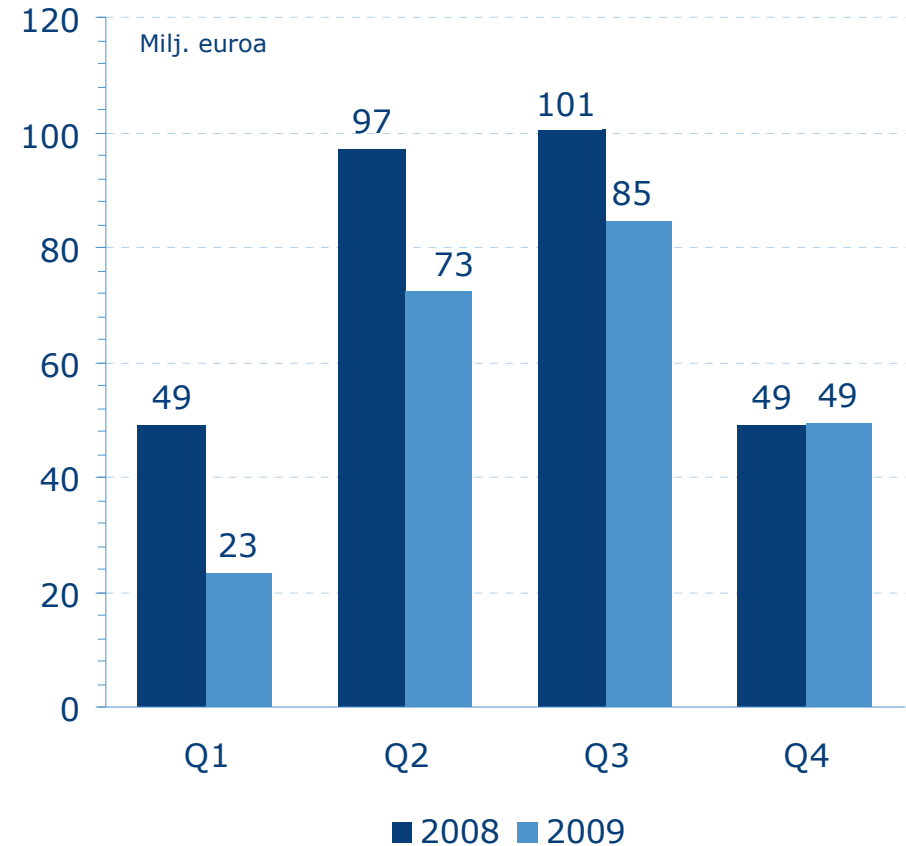
Milj. euroa	10-12/09	10-12/08	M %	2009	2008	M %
Liikevaihto	733,6	798,7	-8,2	2 767,9	3 030,1	-8,7
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	49,3	49,0	0,5	229,5	295,7	-22,4
% liikevaihdosta	6,7	6,1		8,3	9,8	
Liikevoitto	32,3	-28,8	212,0	195,4	236,3	-17,3
Tulos/osake, €	0,04	-0,39	110,2	0,66	0,72	-8,8
Liiketoiminnan rahavirta/osake, €	0,76	0,59	28,3	1,50	1,56	-3,5
Osinko/osake, € **				0,80	0,90	-11,1
Henkilöstö kauden lopussa *				16 723	18 453	-9,4
Henkilöstö keskimäärin *				17 343	18 168	-4,5

Kannattavuus parani 4Q09

Liikevaihto



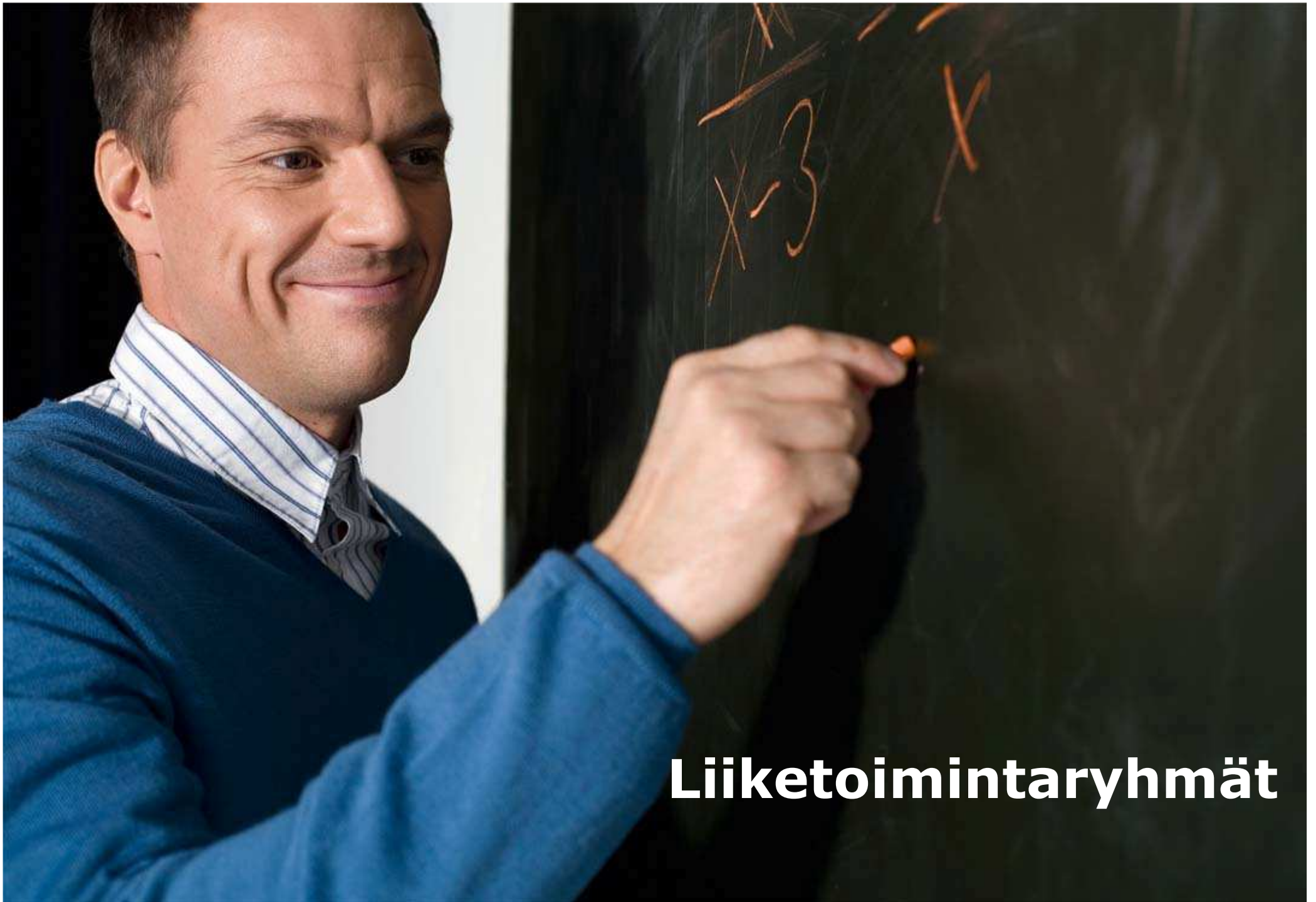
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä



Vahva rahoitusasema säilyi

Milj. euroa	31.12.2009	31.12.2008
Taseen loppusumma	3 106,3	3 278,7
Omavaraisuusaste, %	41,4	40,0
Nettovelkaantumisaste, %	79,4	78,5
Korolliset velat	1 017,7	1 082,6
Korollinen nettovelka	958,1	971,6
Rahavarat	59,7	110,9
Sijoitetun pääoman tuotto, %	8,9	10,7

- Pitkäaikaiset edulliset rahoitussopimukset
- Nettovelka/käyttökate 2,6

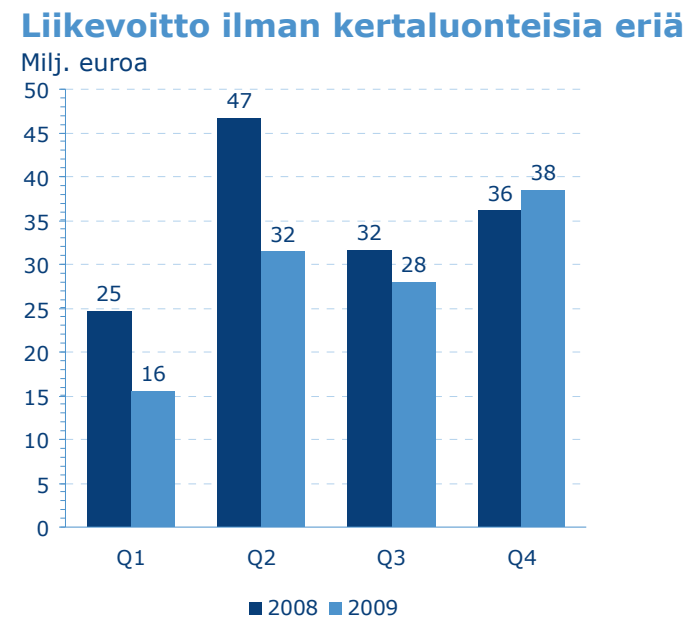
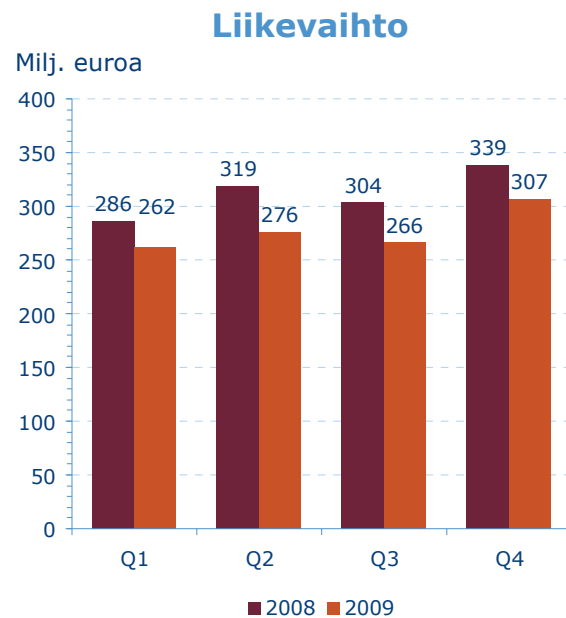


Liiketoimintaryhmät

Kansainvälinen aikakauslehtikustantaja

Sanoma Magazines

- Vahvat ydintuotteemme vahvistivat asemaansa tärkeimmissä toimintamaissa
- Ilmoitustuottojen väheneminen erityisesti itäisessä Keski-Euroopassa ja Venäjällä vaikutti koko vuoden tulokseen merkittävästi
- Tulos parani neljännellä neljänneksellä
- Vuoden 2009 liikevaihto 1 111 milj. euroa ja liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 113 milj. euroa

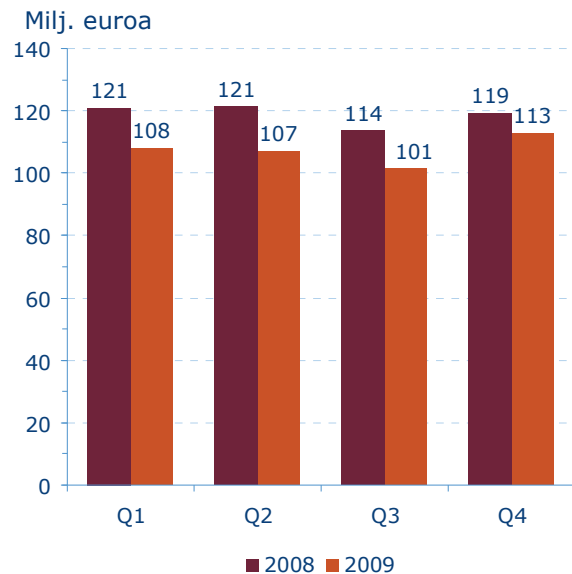


Suomen johtava sanomalehtitalo

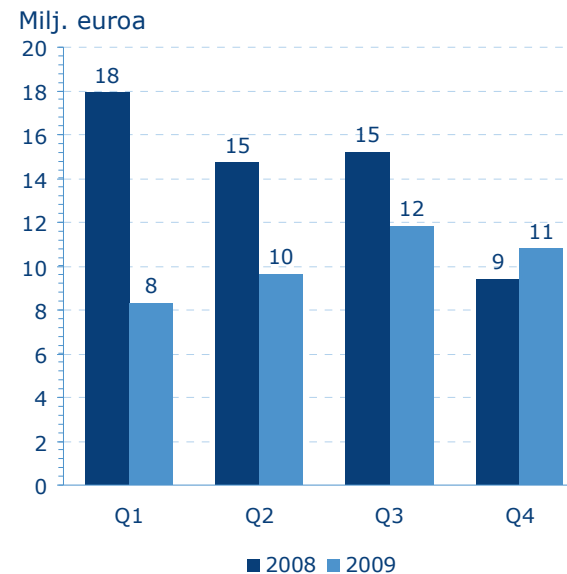
Sanoma News

- Painetun lehden lukijamäärän ja verkkolukijakunnan kasvun ansiosta Helsingin Sanomien lukijamäärä on suurempi kuin koskaan
- Ilta-Sanomat käänsi markkinaosuuden kehityksen, myös verkkopalvelut menestyivät
- Tulos parani neljännellä neljänneksellä
- Vuoden 2009 liikevaihto 429 milj. euroa ja liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 41 milj. euroa

Liikevaihto



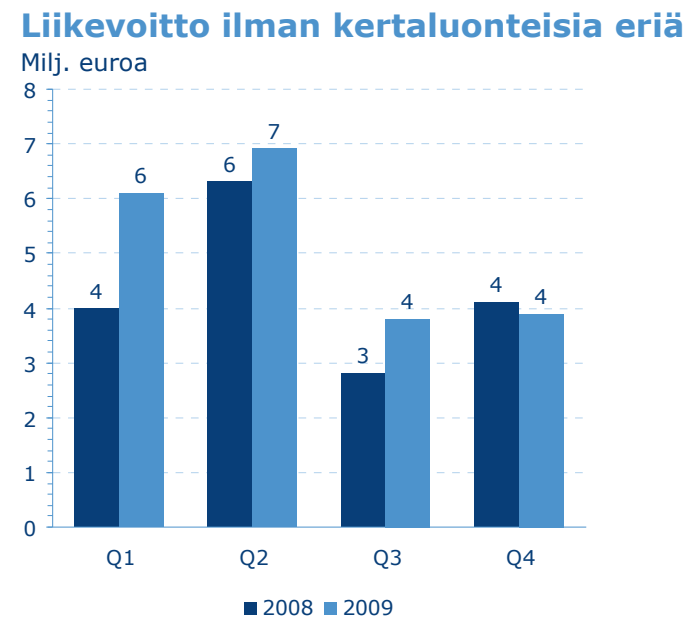
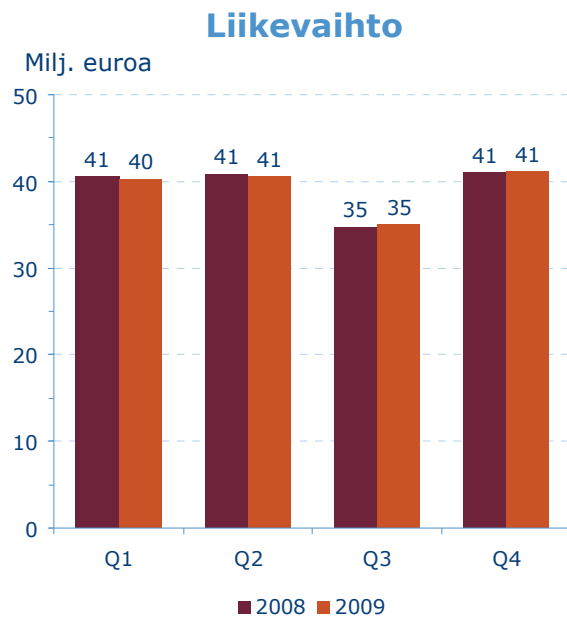
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä



Sähköisen viestinnän monitaitaja

Sanoma Entertainment

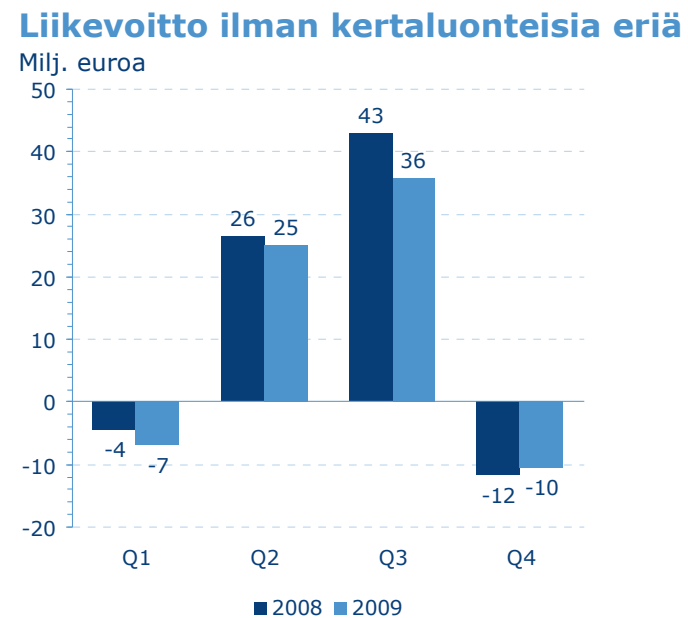
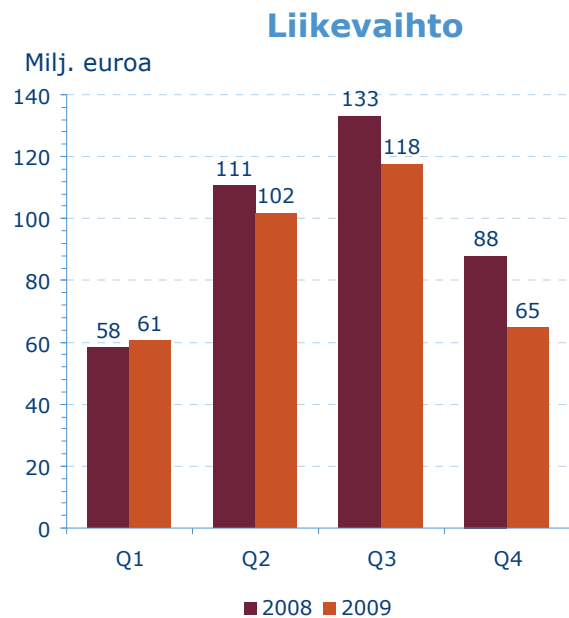
- Nelonen Median katselu ja kuunteluosuudet kehittyivät myönteisesti
- Welhon laajakaista- ja maksu-tv-tilaajien määrä nousi
- Liikevoitto kasvoi yli 20 %, kaikki toiminnot paransivat tulostaan
- Vuoden 2009 liikevaihto 157 milj. euroa ja liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 21 milj. euroa



Merkittävä oppimateriaalikustantaja

Sanoma Learning & Literature

- Oppiminen-liiketoiminta menestyi hyvin, markkina-asema vahvistui Belgiassa ja Puolassa
- Taloudellinen ympäristö vaikutti selvästi kielipalvelujen ja koulutuksen myyntiin
- Tulos parani neljännellä neljänneksellä
- Vuoden 2009 liikevaihto 345 milj. euroa ja liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 44 milj. euroa

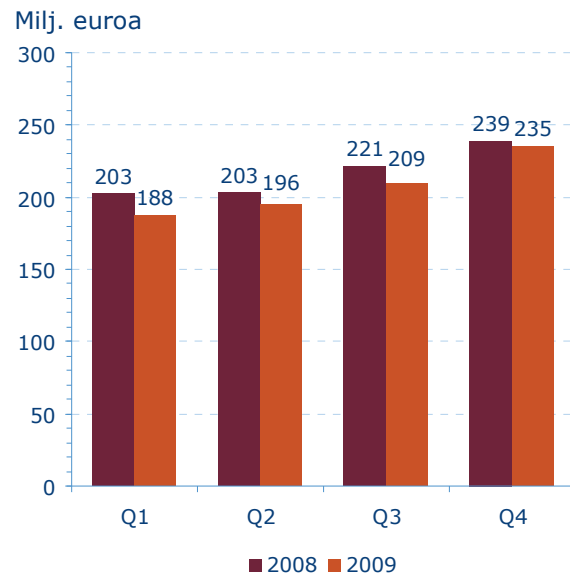


Kauppan erikoisosaaja

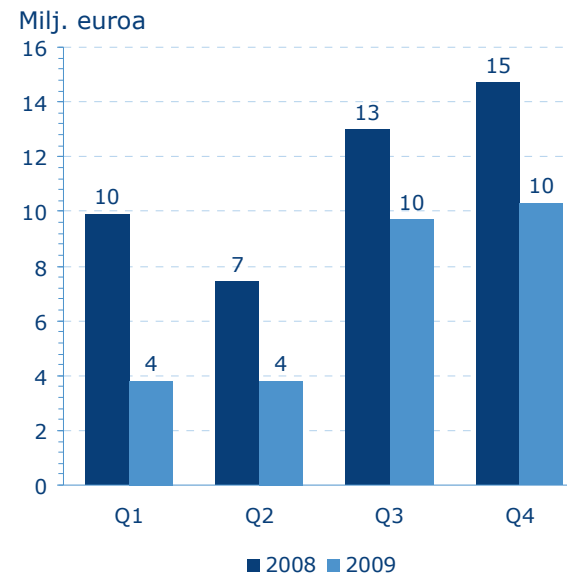
Sanoma Trade

- Elokuvatoiminnoilla jälleen ennätysvuosi, lipunmyynnissä tehtiin kaikkien aikojen ennätys Suomessa
- Taantuma vaikutti vahvasti Baltian sekä Venäjän ja Romanian liiketoimintaan
- Liiketoimintojen tulokset Suomessa ja Hollannissa vertailuvuoden tasolla
- Vuoden 2009 liikevaihto 828 milj. euroa ja liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 28 milj. euroa

Liikevaihto



Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä



Näkymät



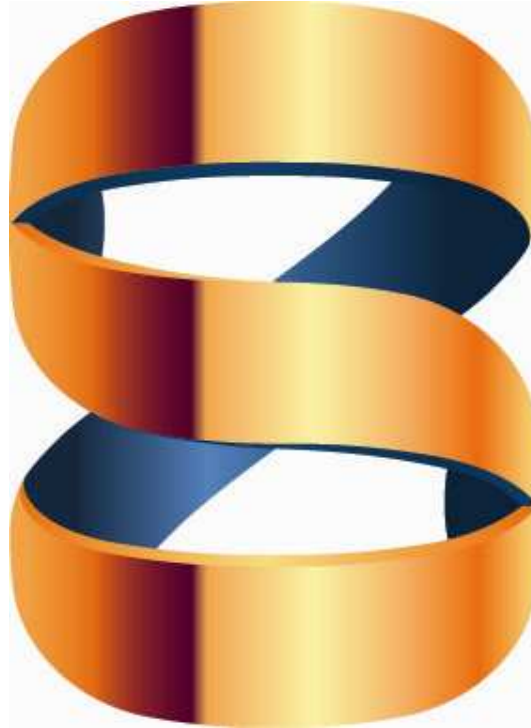
Mainonta kääntyi Suomessa kasvuun helmikuussa

EUR 1,000	2/2010	M-%	1-2/2010	M-%
Sanomalehdet	36 766	-3,5	74 953	-4,3
Aikakauslehdet	9 666	-10,4	16 734	-11,8
Televisio	20 077	10,1	38 605	2,1
Radiomainonta	3 145	0,9	5 995	0,6
Ulkomainonta	2 685	-1,1	5 247	-4,2
Elokuvamainonta	212	-13,3	495	23,7
Verkkomedia	5 887	26,9	11 384	15,0
Mainonta yhteensä	78 437	0,8	153 413	-2,2

Näkymät vuodelle 2010



- Liikevaihdon arvioidaan kasvavan
- Liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä arvioidaan paranevan hieman
 - Vuonna 2009 liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 229,5 milj. euroa
- Näkymät perustuvat oletukselle, että mainosmarkkinat ovat vakaat konsernin toimintamaissa.



Inspires, Informs and Connects