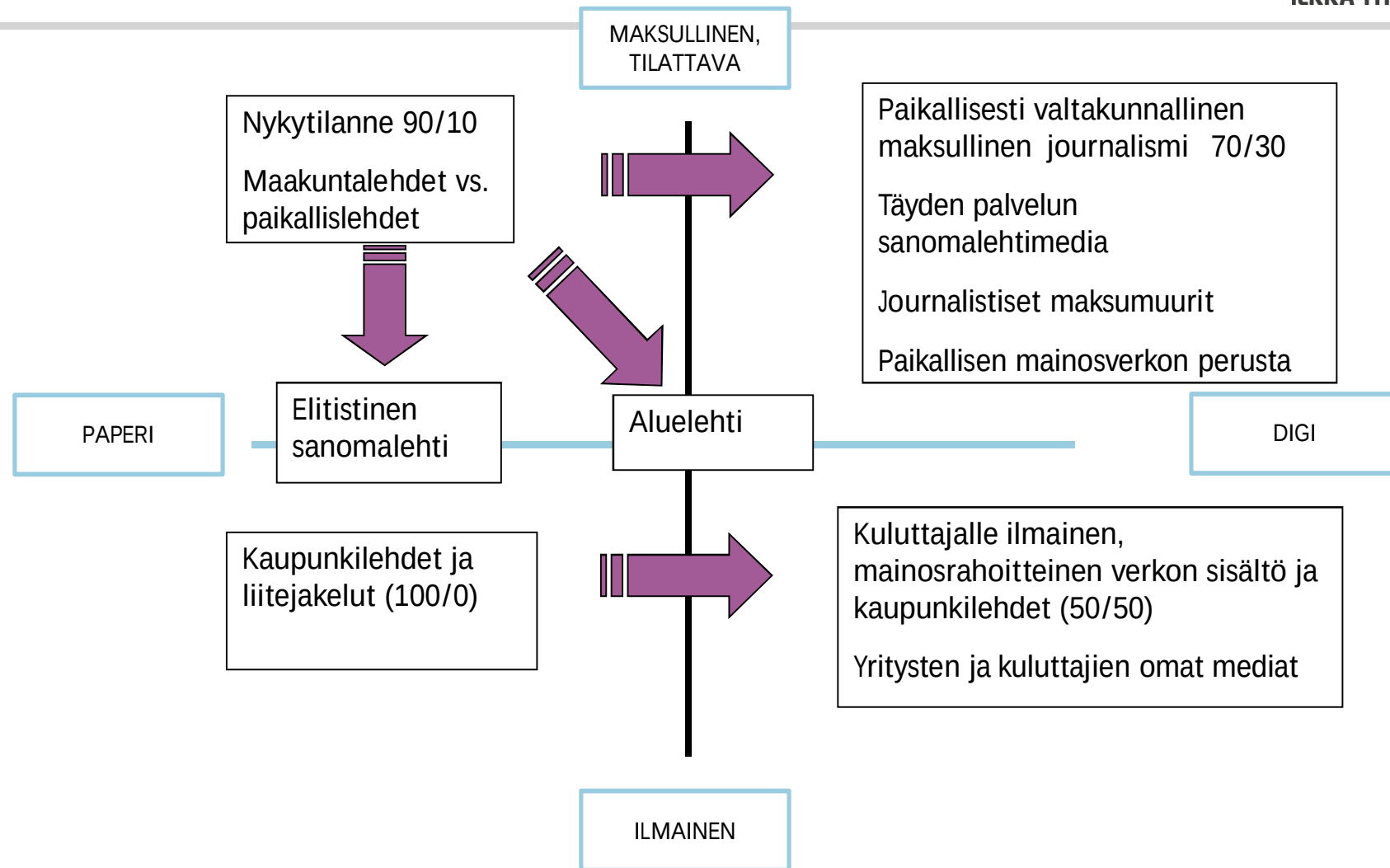




YHTIÖKOKOUS 20.4.2016

ILKKA POHJALAINEN epari **ikkuna** **Komiat** **Juuvan Sanomat** **Järviselä** **Juupohjan Sanomat** **VIISKUNTA** **i-print** **i-print**

Sanomalehtimedian tulevaisuus





ILKKA-YHTYMÄ

Yhtenäisyyskulttuuri on murentunut ja ihmiset keskittyvät enemmän omaan itseensä

Ihmiset karttavat sitä tietoa, joka on oman ajattelutavan ulkopuolella

Kuluttajat haluavat uskoa sellaista tietoa, joka tukee heidän omaa käsitystään eri aiheista

Kuluttajat haluavat Kyseenalaistaa ja haastaa perinteisten medioiden uutisointeja

Ihmiset hyväksyvät mieluummin ajattelutavat, jotka ovat itselle mieluisia

Sosiaalisen median tietoa pidetään faktana. Sosiaalinen media vahvistaa kaikkea tätä tietoa ja sisältöä. Ihmiset laumaantuvat.



ILKKA-YHTYMÄ

Liiketaloudellinen lähtökohta

PÄIVITTÄINEN KILPAILU
KULUTTAJIEN
HUOMIOSTA

RAHA

JATKUVA KILPAILU
STRATEGISESTA
ASEMASTA SUHTEESSA
MAINOSTAJIIN



Journalistinen lähtökohta

ASEMASTA ARJEN
PARHAIDEN
RATKAISUJEN
TARJOAJANA

SANA

MERKITYKSESTÄ
YHTEISKUNNALLISENA
TOIMIJANA

Kokonaistavoittavuus ja vaikuttavuus edellyttää vahvaa asemaa niin rahassa kuin sanassa

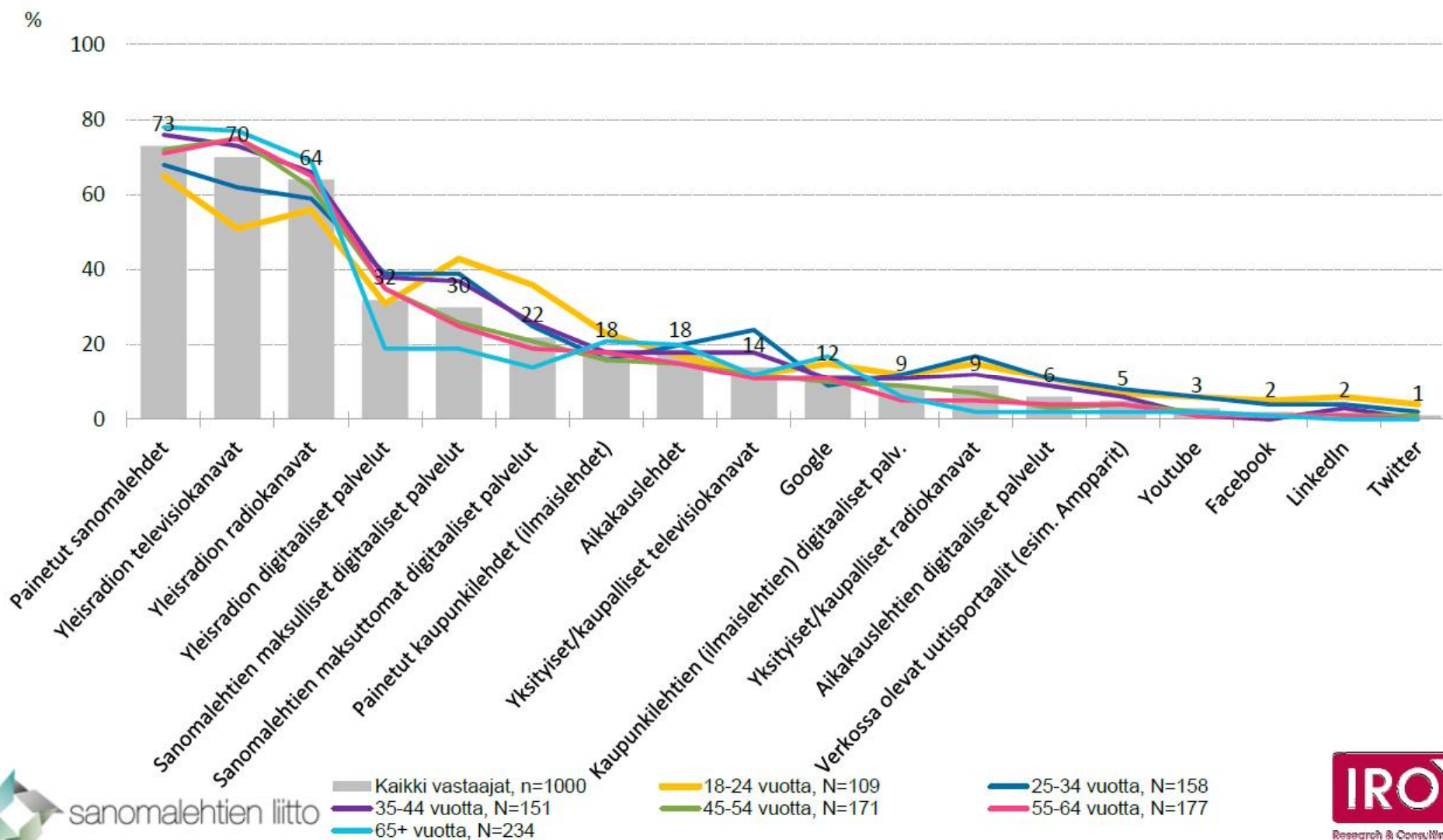


Sanomalehtimedian menestyksen perusta

Sanomalehtien ja niiden monikanavaisten palveluiden (=sanomalehtimedia) menestys perustuu kattavaan oman alueen kokonaistavoittavuuteen, sisältöjen luotettavuuteen ja helppoon käytettävyyteen.

Mihin seuraavista medioista yhdistät sanan LUOTETTAVA

Kaikki vastaajat



Monikanavainen sanomalehtimedia



Ajasta ja paikasta riippumaton sisältöpalvelu maakuntien lukijoille ja mainostajille, jossa on

- ajankohtaiset ja kiinnostavat maakunnalliset ja valtakunnalliset sisällöt
- asioiden, tapahtumien ja tilaisuuksien uutisoinnit ja taustat
- päivän puheenaiheet ja mielipiteet
- vaikuttavat mainokset ja kattavat digipalvelut

PÄIVITTÄINEN KILPAILU
KULUTTAJIEN
HUOMIOSTA

Monikanavainen ja kattava mainosverkko (7/24)



Ajasta ja paikasta riippumaton mediapalvelu maakuntien mainostajille, jolla he saavat

- maakunnan kattavimman mainosverkon ja ostovoimaisimman lukijakunnan mainoksilleen
- ilmoituksilleen kiinnostavimman ja vaikuttavimman sisältöympäristön
- räätälöidyt maakunta-, kaupunki- ja paikallislehtien mediaratkaisut sekä niitä täydentävät verkko- ja mobiilipalvelut
- näitä täydentävät valtakunnallisten yhteistyökumppaneidemme mediaratkaisut
- alan yhteiset ja erikseen tuotetut tutkimustulokset

JATKUVA KILPAILU
STRATEGISESTA
ASEMASTA
SUHTEESSA
MAINOSTAJIIN



Monikanavaiset teemat ja ajankohtaissisällöt



Ajasta ja paikasta riippumattomat uutis-, teema- ja ajankohtaissisällöt maakuntien lukijoille ja mainostajille

- viikoittaiset erikoisteemat: elämä, terveys, kuluttaja, ruoka, matkailu, koti, asuminen, autot, liikenne
- lehden erikoisliitteet: loma, oppi, piha, puutarha, juhlat, rakentaminen, yrittäminen, maatalous, tapahtumat

KULUTTAJA



ASEMASTA ARJEN
PARHAIDEN
RATKAISUJEN
TARJOAJANA

Monikanavainen, riippumaton journalismi



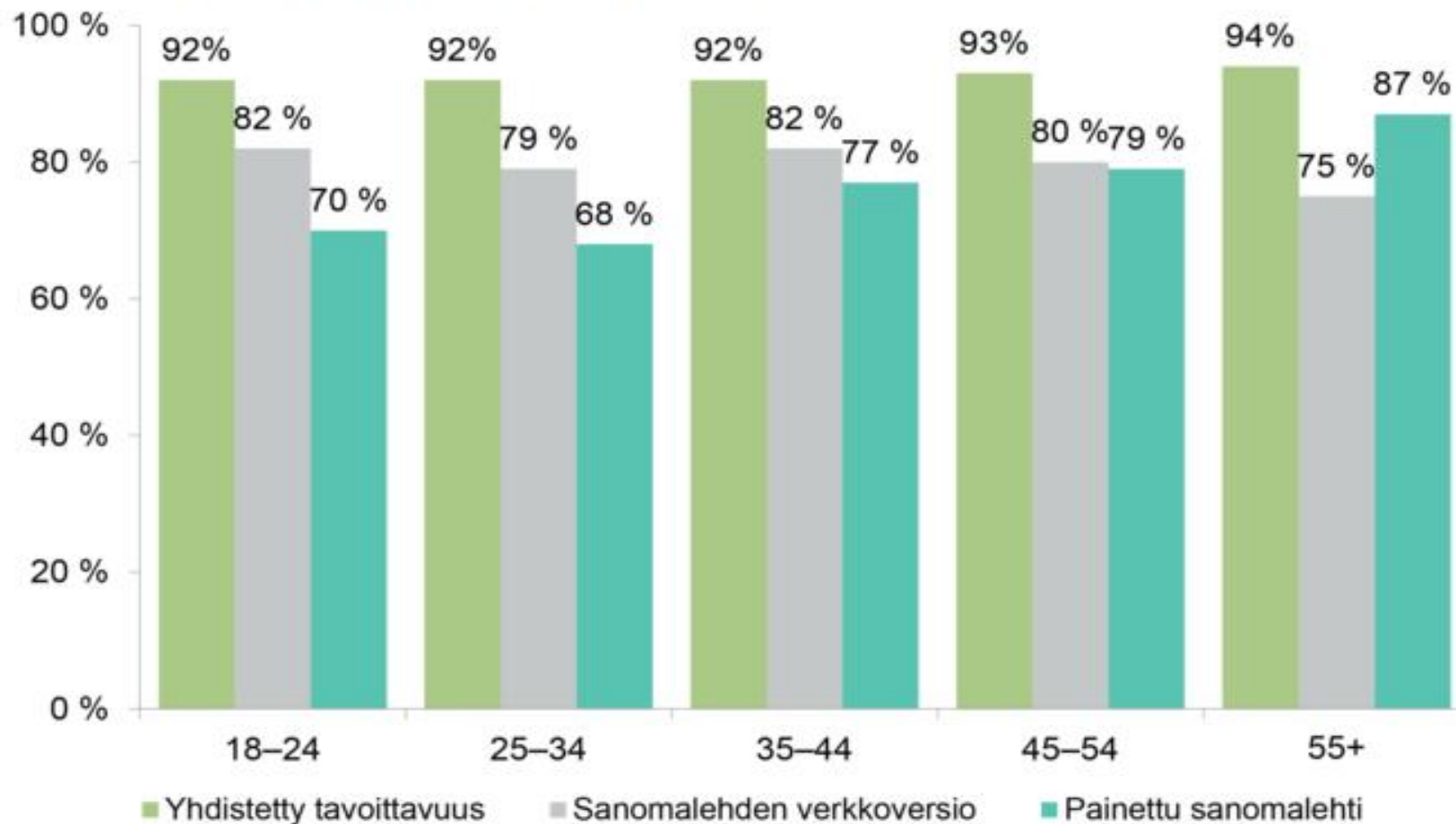
Ajasta ja paikasta riippumattomat uutis- ja mielipidesisällöt maakuntien lukijoille ja mainostajille

- sananvapauteen perustuva ja journalistisia ohjeita noudattava uutispalvelu
- Julkisen sanan neuvoston omavalvonta
- journalismin riippumattomuus ja itsenäinen asema
- maakunnan korva ja ääni
- yhteiskunnallisen keskustelun käynnistäjä ja ylläpitäjä
- journalistiseen ammattitaitoon ja etiikkaan perustuvat monipuoliset ja moniarvoiset sisällöt

MERKITYKSESTÄ
YHTEISKUNNALLISENA
TOIMIJANA

Kokonaistavoittavuus Suomessa

Painetun sanomalehden ja verkkoversion viikotavoittavuus ikäryhmittäin





159 000

Lähde: KMT 2015

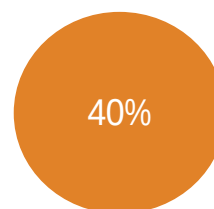
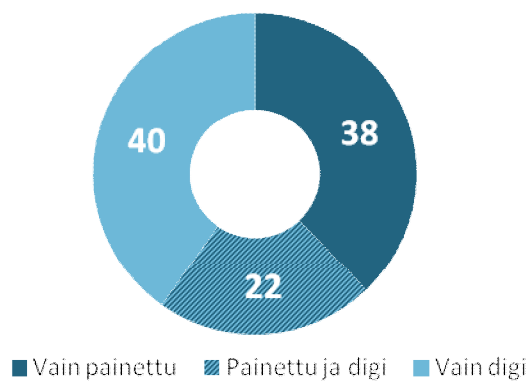
Kokonaistavoittavuus saadaan, kun lasketaan yhteen yhtä lehden numeroa lukeneiden ja/tai viikon aikana vähintään jotain sen digitaalisista versioista (www-sivusto, näköislehti/pdf, matkapuhelin- tai tablettisovellus) käyttäneiden yhteismäärä.



88 000

POHJALAINEN

Painetun lehden lukijamäärä 53 000 (päivässä)	Painetun lehden viikkolukijamäärä 87 000 (eri lukijaa viikossa)
Kokonais- tavoittavuus 88 000 (netto)	Kokonaispeitto 71 % (markkina-alueella suomenkieliset)



lukee painetun lehden useammin kuin kerran

Painetun lehden lukuaika	
24 min	Ma-su
23 min	Arki ma-pe
28 min	La
30 min	Su

Lukijoiden keski-ikä	
Painettu lehti	54 v.
Digitaalinen lehti	45 v.

ILKKA

Painetun lehden
lukijamäärä
104 000 (päivässä)

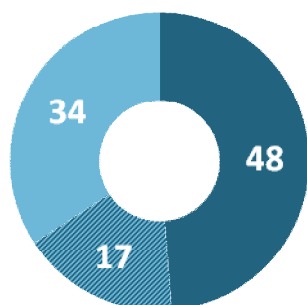
Painetun lehden
viikkolukijamäärä
140 000 (eri lukijaa viikossa)

Kokonais-
tavoittavuus
159 000 (netto)

Kokonaispeitto
69 %
(markkina-alueella)

51%

lukee painetun lehden useammin kuin kerran



■ Vain painettu ■ Painettu ja digi ■ Vain digi

Painetun lehden lukuaika

36 min	Ma-su
34 min	Arki ma-pe
38 min	La
42 min	Su

Lukijoiden keski-ikä

Painettu lehti	55 v.
Digitaalinen lehti	42 v.

ILKKA YLIVOIMAINEN MAINOSVERKKO

Etelä-Pohjanmaalla

Ilkan mainosverkko tavoittaa ylivoimaisesti parhaiten Etelä-Pohjanmaalla. Maakuntalehti Ilkan ja sen valppaan verkkosivuston lisäksi mainosverkkoa täydentävät verraton kaupunkilehti Epari sekä viisi paikallislehteä eri puolilla Etelä-Pohjanmaata. Ilkan mainosverkko takaa mainosviesteille luotettavan ja tehokkaan ympäristön.

Ilkka 110 000 lukijaa päivittäin

Ilkka.fi 61 000 kävijää viikoittain

Eparin jakelu 48 200 viikoittain

Paikallislehdet n. 70 000 lukijaa viikoittain

KMT 2014, TNS Mediat
(Juurvan Sanomien lukijamäärä arvioitu luvun perusteella)

POHJALAINEN YLIVOIMAINEN MAINOSVERKKO

Pohjanmaalla

Pohjalaisen mainosverkko tavoittaa ylivoimaisesti parhaiten Pohjanmaalla. Maakuntalehti Pohjalainen ja sen valppaan verkkosivuston lisäksi mainosverkkoa täydentää vertaansa vailla oleva kaupunkilehti Ikkuna sekä paikallislehdet Jurvan Sanomat ja Suupohjan Sanomat. Pohjalaisen mainosverkko takaa mainosviesteille luotettavan ja tehokkaan ympäristön.

Pohjalainen 60 000 lukijaa päivittäin

Pohjalainen.fi 45 000 kävijää viikoittain

Ikkunan jakelu 50 300 viikoittain

Paikallislehdet 12 000 lukijaa viikoittain
Vaasan markkina-alueella

KMT 2014, TNS Mediat
(Juurvan Sanomien lukijamäärä arvioitu luvun perusteella)

Alueellista mainosverkkoa voi täydentää valtakunnallisilla digitaalisilla palveluilla

ETUOVI.com

VUOKRAOVI.COM

AUTOTALLI.COM

uranus.fi

myyjäosta.com

Tässä.fi

Toiminnallinen vuosi 2015



- » Sisältöstrategiamme mukaisesti siirsimme osan kuluttajalle ilmaisista digitaalisista sisällöistä maksullisiksi, käynnistimme uuden maksullisen sisällön- ja uutisvideotuotannon.
- » Kahdentoista maakuntalehden yhteinen sisältöyhtiö Lännen Media Oy lunasti paikkansa heti ensimmäisenä toimintavuotenaan.

Vuosi 2015



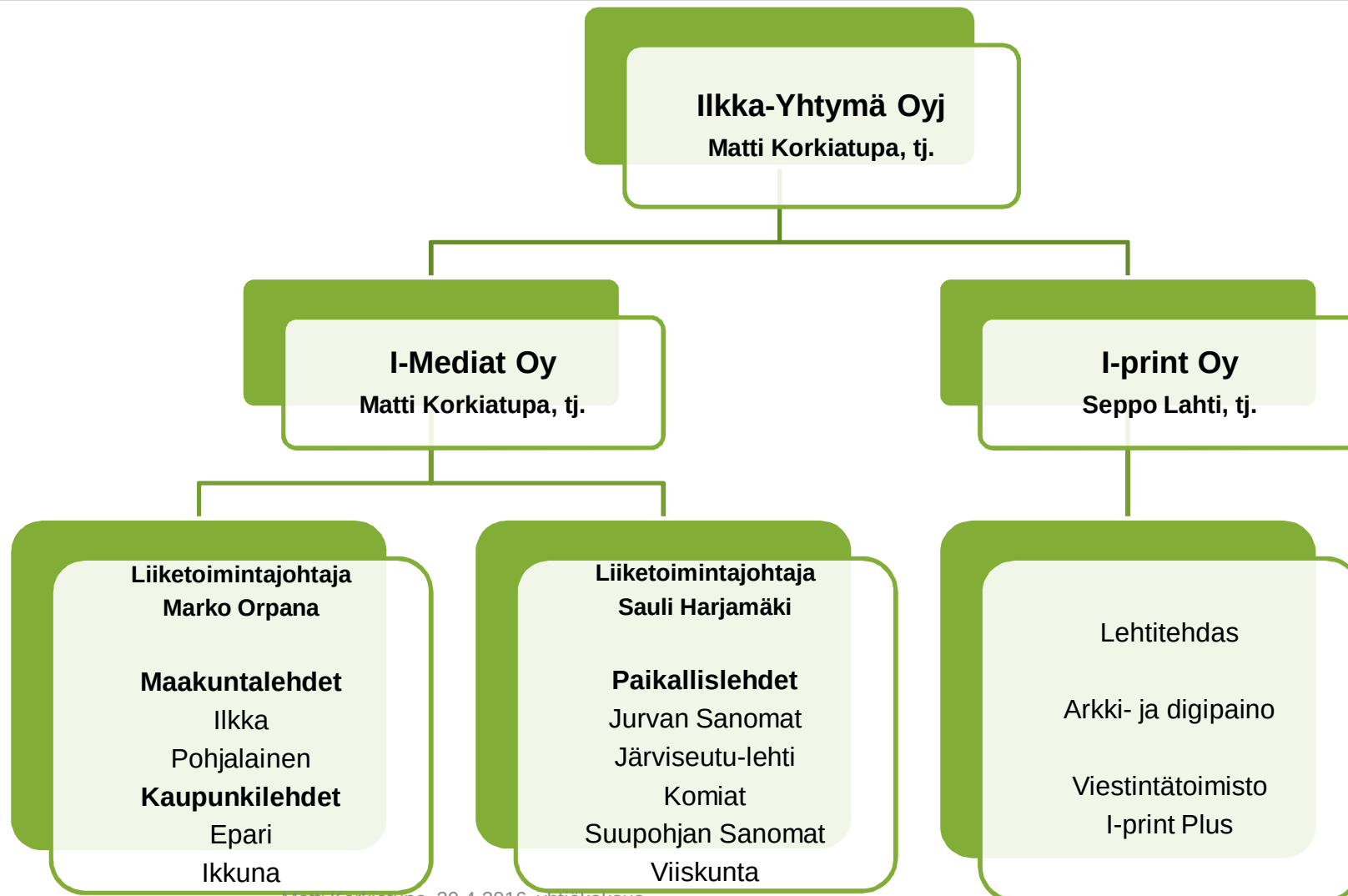
- » Suurin strateginen hankkeemme oli lehtien palvelutason olennainen parantaminen sisällyttämällä tilauksiin myös digitaalisten näköislehtien käyttöoikeudet.
- » Jakeluissa jatkoimme yhteistyötä Postin kanssa uudella monivuotisella sopimuksella. Sopimus perustuu pääosin yhdistettyihin jakeluihin ja kaikkien postivolyymien synnyttämään parempaan tuottavuuteen.

Vuosi 2015

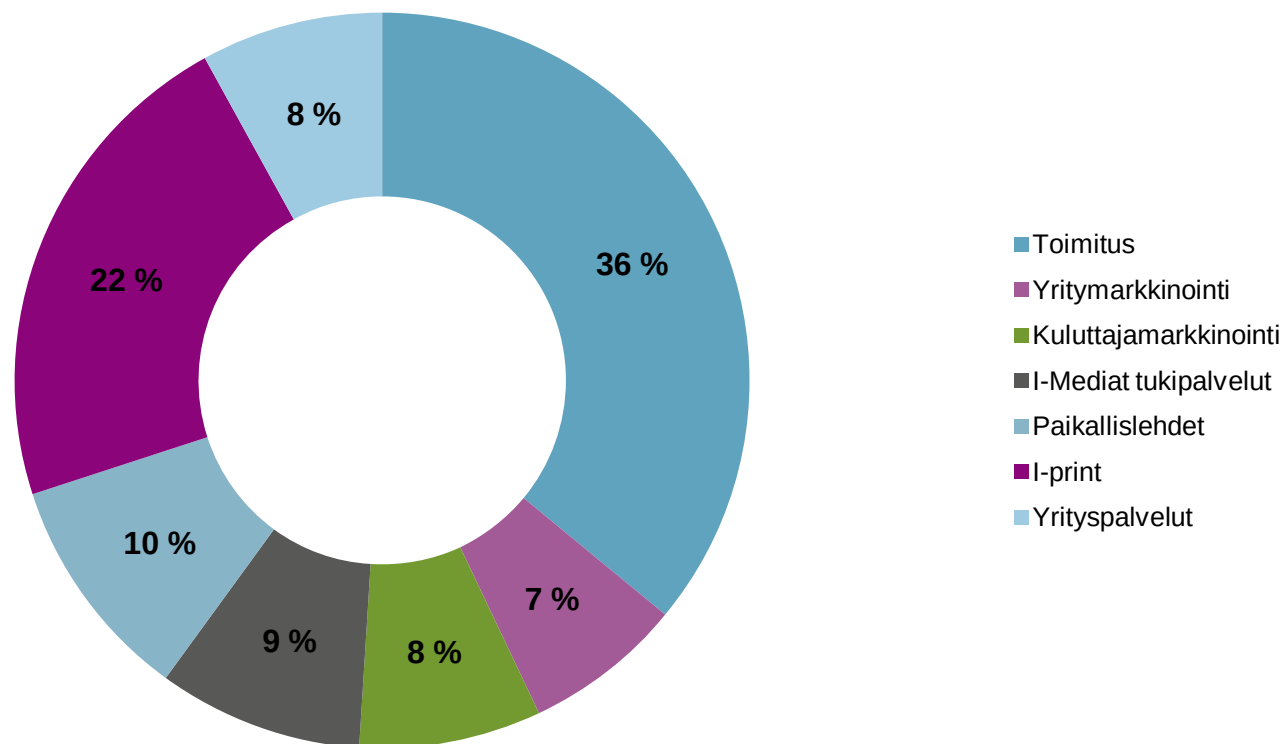


- » Yritysmyyntiin uudistettu toimintatapa ja sitä tukevien järjestelmien käyttöönotto mahdollistivat laajenevan, monikanavaisen ja laadukkaamman mainosverkon tarjonnan asiakkaidemme markkinoinnin ja myynnin tehostamiseksi.
- » Panostimme lisäksi motivoivaan ja kannustavaan henkilöstöpolitiikkaan ja henkilöstön osaamisen kehittymiseen uudistuvassa mediassa hyvän asiakaskokemuksen ja laadun saavuttamiseksi.

Ilkka-Yhtymä Oyj:n organisaatio 1.9.2015



Henkilöstö



Uusi henkilöstöjohtaja



Ilkka-Yhtymän henkilöstöjohtajaksi valittiin
21.12.2015 VTM (sosiaalipsykologi)
Annika Tuovinen Seinäjoelta.

Tuovinen on toiminut Etelä-Pohjanmaan työ- ja
elinkeinotoimiston johtajana, jossa hän aloitti
ko. tehtävässä 1.1.2013.

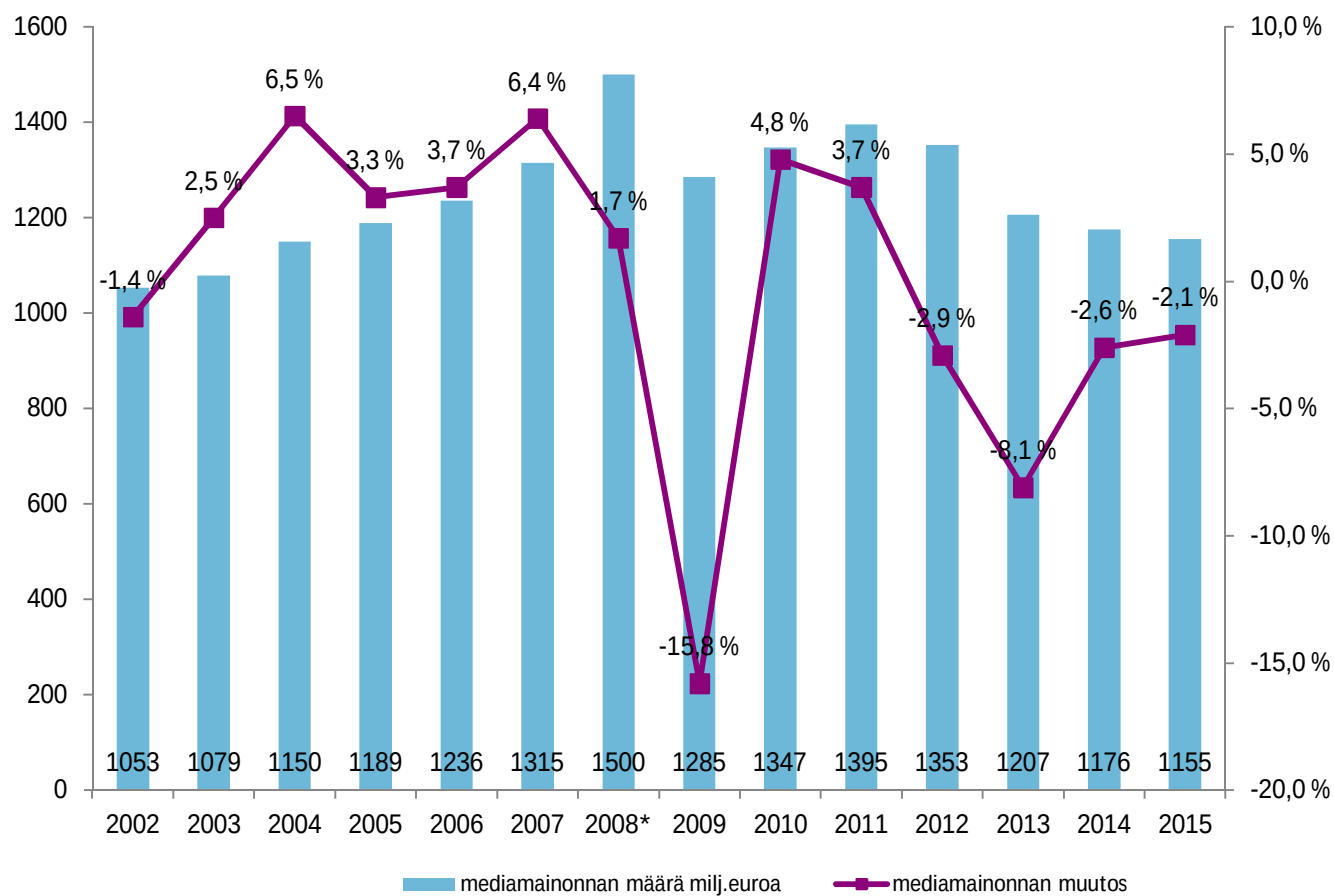
Aikaisemmin hän on toiminut n. 23 vuotta erilaisissa
tehtävissä TE-keskuksessa.

Tuovinen aloitti 1.3.2016.

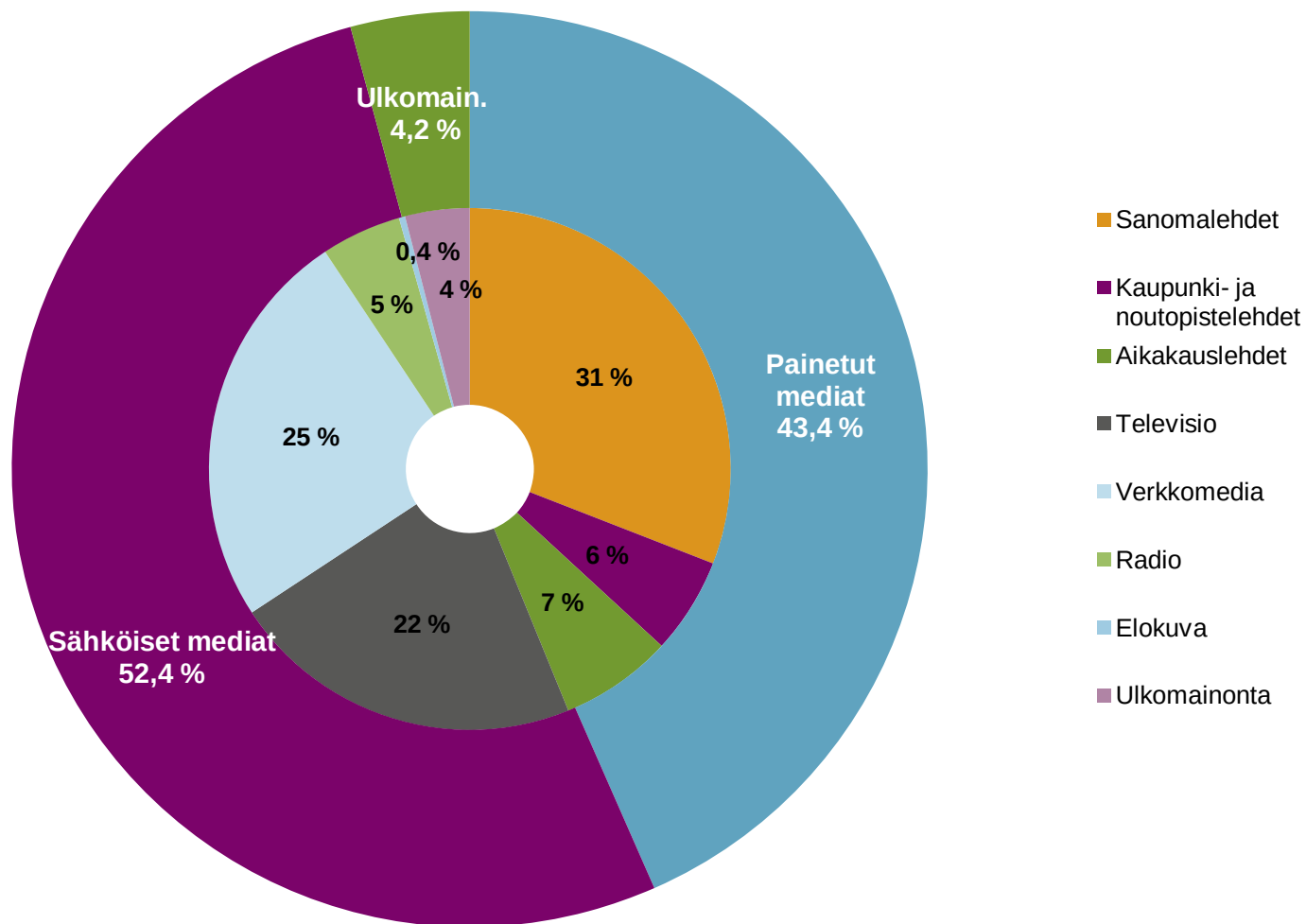


Tilinpäätös 2015

Mediamainonnan määrä ja kehitys



Pieni mainoskakku 2015: 1155 milj.€



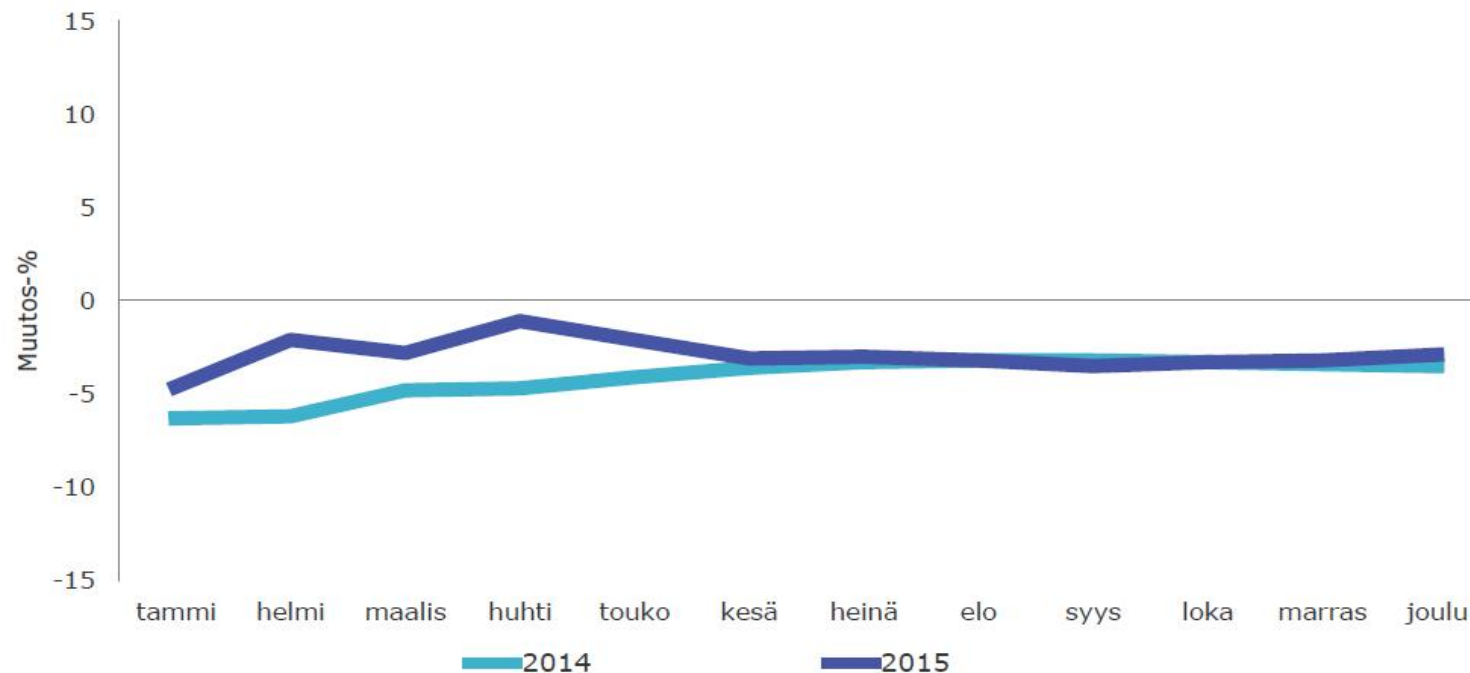
Matti Korkiatupa 20.4.2016 yhtiökokous

Lähde: TNS

Mediamainontaan käytetyn euromäärän kehitys v. 2015



Kuukausittain kumulatiivisesti (muutos-% edellisen vuoden vastaavaan aikajaksoon)



Sanomalehdet, aikakauslehdet, televisio-, radio-, ulko- elokuva- ja verkkomediamainonta.
Vaalimainonta sisältyy lukuihin.



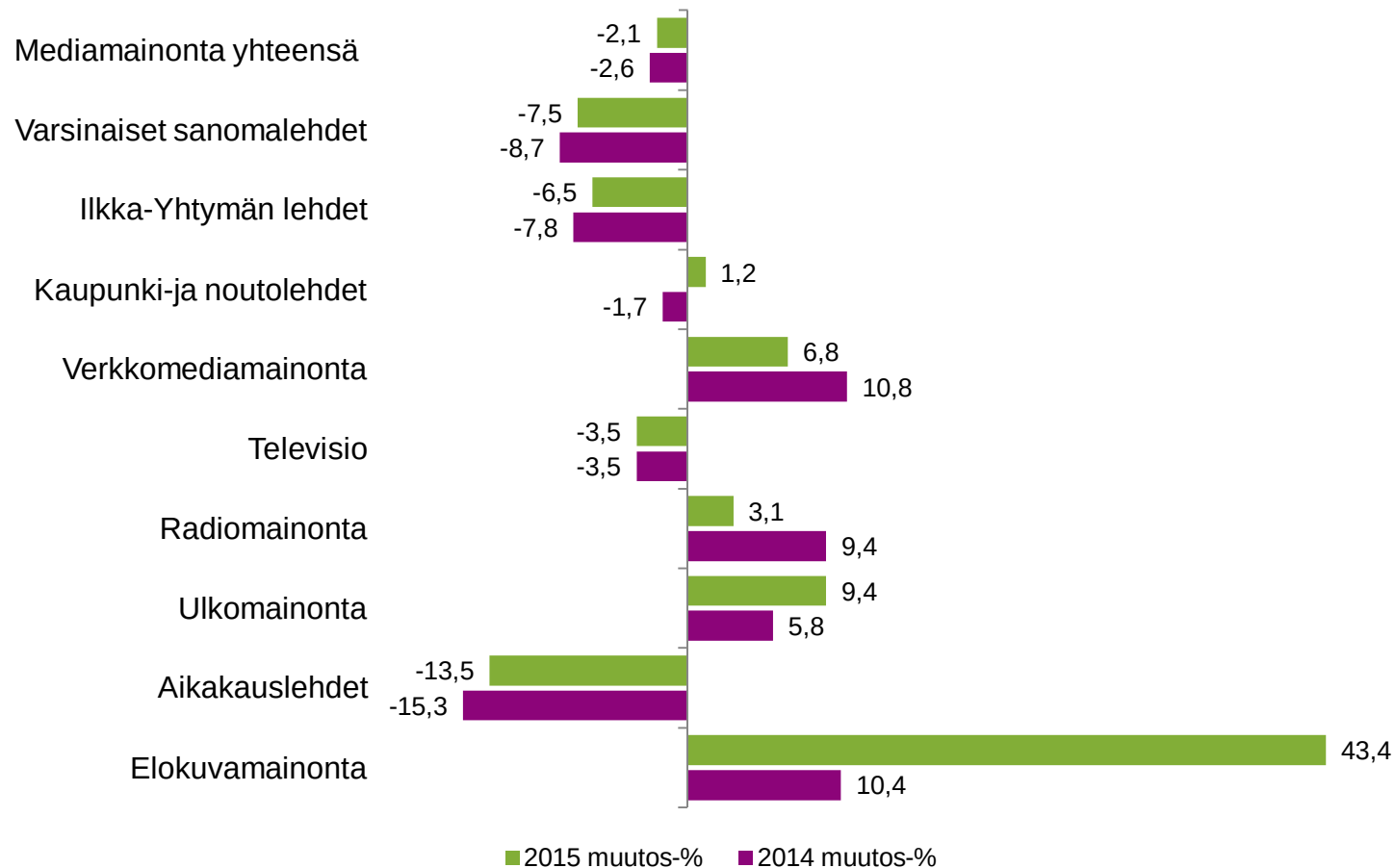
Mainonnan muutosmittari

© TNS 26.1.2016

Matti Korkiatupa 20.4.2016 yhtiökokous



Mediamainonnan muutokset mediaryhmittäin 2014-2015



Kiinteistöyhtiö Seinäjoen Kassatalo Oy



Ilkka-Yhtymä Oyj tiedotti 6.7.2015 myyvänsä omistamansa kiinteistöyhtiö Seinäjoen Kassatalo Oy:n osakkeet.

Ilkka-Yhtymä Oyj ja Nordio Oy ovat sopineet kiinteistöyhtiö Seinäjoen Kassatalo Oy:n osakkeiden kaupasta. Lopullinen kauppa toteutui 30.9.2015. Ilkka-Yhtymä-konserni kirjasi kaupasta 1,4 miljoonan euron myyntivoiton kolmannella vuosineljänneksellä.

Alma Median ja Talentumin yrittäjärjestely



Pörssitiedote 15.2.2016, klo 9.15

Ilkka-Yhtymä-konserni kirjaa osakkuusyhtiö Alma Media Oyj:n omistuosuuksien laimentumisen seurauksena 3,5 miljoonan euron kertaluonteisen tappion

Alma Media Oyj toteutti marraskuussa 2015 vaihtotarjouksen Talentumin osakkeenomistajille, jonka hyväksyi noin 95 % Talentumin osakkeenomistajista. Vaihtotarjouksen mukaisesti Alma Media antoi osakevastikkeena 0,25 uutta Alma Median osaketta ja käteisvastikkeena 0,70 euroa kustakin Talentumin osakkeesta. Vaihtotarjouksen toteuduttua Ilkka-Yhtymä Oyj:n omistuosuus Alma Media Oyj:ssä laski tasolta 29,79 % tasolle 27,30 %.

Ilkka-Yhtymä Oyj on Alma Media Oyj:n suurin omistaja ja Alma Media osakkuusyrityksenä yhdistetään konsernitilinpäätökseen pääomaosuusmenetelmällä.

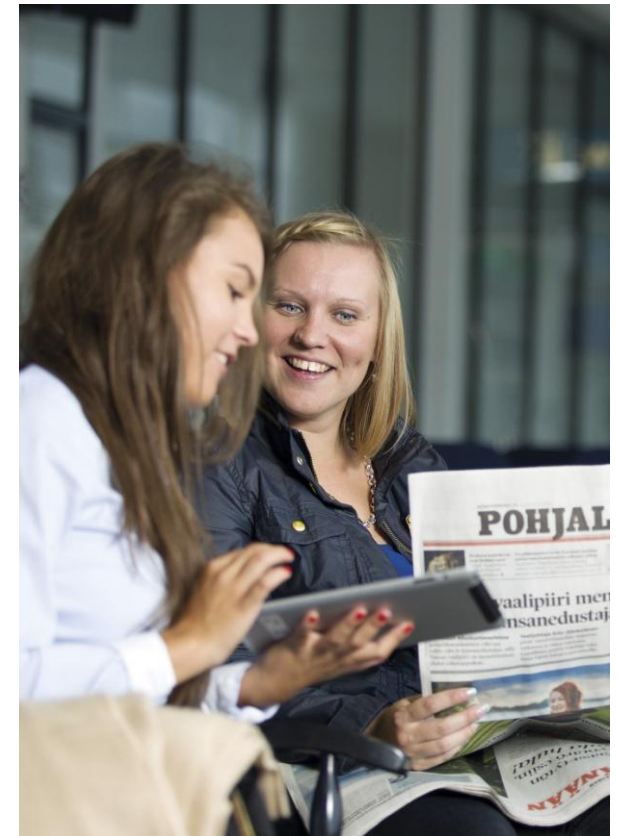
Ilkka-Yhtymä-konserni kirjaa konsernitilinpäätöksen rahoituskuluihin 3,5 miljoonan euron kertaluonteisen tappion osakkuusyhtiö Alma Media Oyj:n omistuosuuksien laimentumisen seurauksena. Kirjauksella ei ole kassavirtavaikutusta. Kirjauksesta huolimatta konsernin omavaraisuus säilyy hyvällä tasolla.

Matti Korkiatupa 20.4.2016 yhtiökokous

Tilikausi 2015

- » Liikevaihto 41,2 meur (41,8 meur), laskua 1,5%
 - » Kustannustoiminnan ulkoinen liikevaihto laski 3,3 %.
- Ilmoitustuotot laskivat 6,5 % ja levikkituotot 1,8 %. Painotoiminnan ulkoinen liikevaihto kasvoi 10,5 %.
- » Liikevoitto 9,0 meur (9,3 meur), laskua 2,7%
 - » Liikevoitto ilman Alma Media Oyj:tä ja muita osakkuusyhtiöitä 6,0 meur (4,9 meur)
 - » Liikevoitto 21,9% liikevaihdosta ja ilman Alma Media Oyj:tä ja muita osakkuusyhtiöitä 14,5 %(11,8 %)
 - » Tilikauden liikevoittoon sisältyy 1,4 meur kertaluonteinen myyntivoitto. Vertailukelpoinen liikevoitto ilman osakkuusyhtiöitä ja kertaluonteista myyntivoittoa oli 4,6 meur (4,9 meur) ja liikevoittoprosentti 11,1 (11,8).
 - » Osakkuusyhtiö Alma Median omistusosuuden laimentumisen seurauksena konsernitilinpäätöksen rahoituseriin on kirjattu kertaluonteinen 3,5 meur tappio. Kirjauksella ei ole kassavirtavaikutusta.
 - » Tulos/ osake 0,14 euroa (0,35 euroa)
 - » Omavaraisuusaste 52,9 % (50,2 %)
 - » Nettovelkaantumisaste 67,6 % (78,0 %)
 - » Hallitus esittää osingoksi 0,10 euroa osakkeelta

Matti Korkiatupa 20.4.2016 yhtiökokous

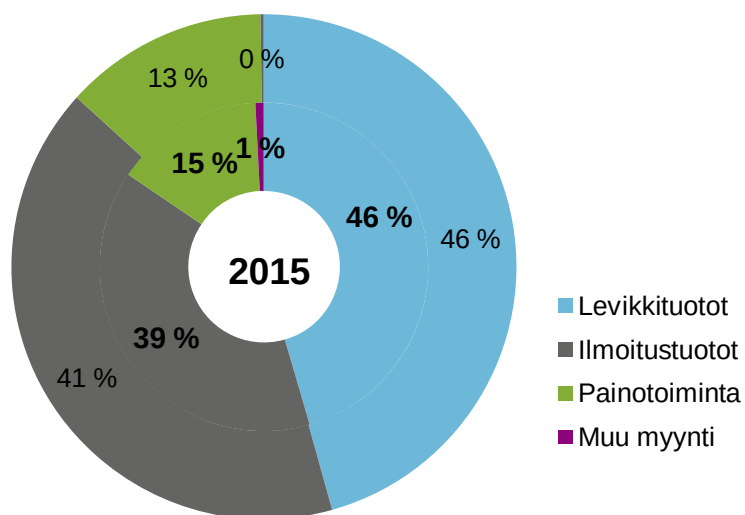


Konsernin liikevaihto segmenteittäin

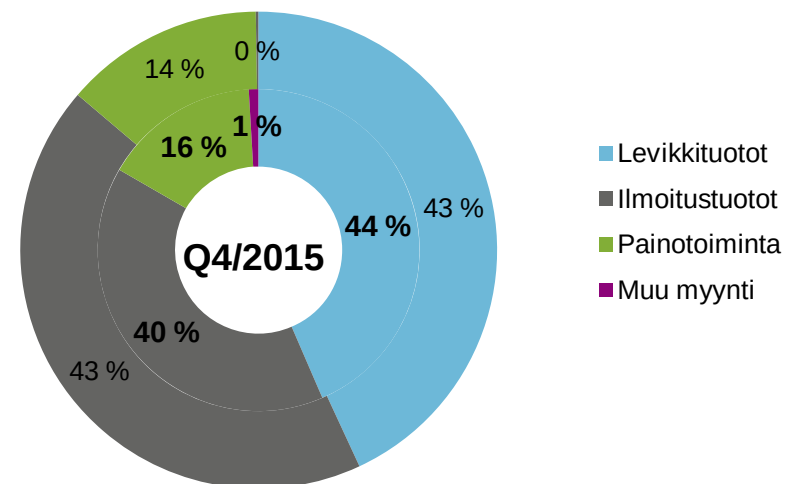


1000 eur	10-12/2015	10-12/2014	Muutos	1-12/2015	1-12/2014	Muutos
Kustannustoiminta	9 054	9 501	-5 %	35 218	36 413	-3 %
Painotoiminta	3 266	3 279	0 %	12 321	12 333	0 %
Kohdistamattomat	554	550	1 %	2 200	2 231	-1 %
Segm. välinen liikevaihto	-2 163	-2 368	-9 %	-8 567	-9 175	-7 %
Konserni yhteensä	10 711	10 963	-2 %	41 172	41 802	-2 %

Liikevaihdon jakautuminen 2014 ja 2015



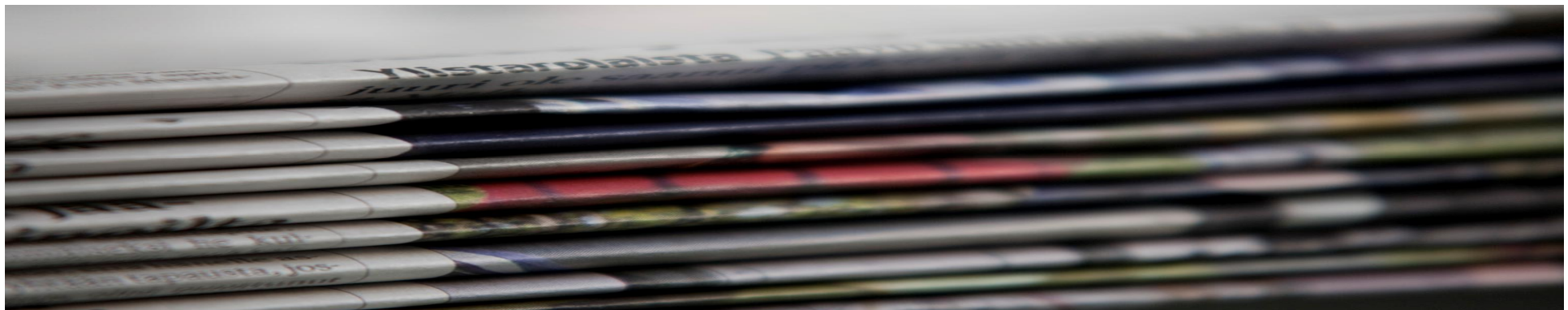
Liikevaihdon jakautuminen Q4/2014 ja Q4/2015



Konsernin liikevoitto/ -tappio segmenteittäin



1000 eur	10-12/2015	10-12/2014	Muutos	1-12/2015	1-12/2014	Muutos
Kustannustoiminta	960	1 231	-22 %	3 238	3 481	-7 %
Painotoiminta	469	556	-16 %	1 543	1 749	-12 %
Osakkuusyhtiöt	-56	1 145	-105 %	3 012	4 318	-30 %
Kohdistamattomat	-73	-20	-271 %	1 205	-297	505 %
Konserni yhteensä	1 299	2 913	-55 %	8 998	9 251	-3 %



Konsernin tuloslaskelma 2015



1000 eur	10-12/2015	10-12/2014	Muutos	1-12/2015	1-12/2014	Muutos
Liikevaihto	10 711	10 963	-2 %	41 172	41 802	-2 %
Valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varastojen muutos	-2	-5	63 %	1	-3	141 %
Liiketoiminnan muut tuotot	41	154	-73 %	1 763	454	288 %
Materiaalit ja palvelut	-3 391	-3 384	0 %	-13 418	-13 379	0 %
Työsuhde-etuuksista aiheutuneet kulut	-4 146	-4 060	2 %	-16 548	-16 782	-1 %
Poistot	-411	-426	-4 %	-1 653	-1 856	-11 %
Liiketoiminnan muut kulut	-1 447	-1 473	-2 %	-5 331	-5 302	1 %
Osuus osakkuusyritysten tuloksista	-56	1 145	-105 %	3 012	4 318	-30 %
Liikevoitto/ -tappio	1 299	2 913	-55 %	8 998	9 251	-3 %
Rahoitustuotot ja -kulut *	-3 743	-336	-1013 %	-4 519	883	-612 %
Voitto/ tappio ennen veroja	-2 444	2 577	-195 %	4 479	10 133	-56 %
Tuloverot	-225	-297	-24 %	-872	-1 063	-18 %
Katsauskauden voitto/ tappio	-2 669	2 280	-217 %	3 607	9 070	-60 %
Osakekohtainen tulos, laimentamaton (EUR) **)	-0,10	0,09	-217 %	0,14	0,35	-60 %

Osakkeiden keskimääräinen lukumäärä

(tuhatta kpl), laimentamaton **)

25 665

25 665

25 665

25 665

*) Q4/2015 rahoituskuluihin on kirjattu 3 533 teur kertaluonteinen tappio osakkuusyritys Alma Media Oyj:n omistussuuden laimentumisen seurauksena.

***) Tunnuslukua laimentavia tekijöitä ei ole.

Konsernin laaja tuloslaskelma

1000 eur	10-12/2015	10-12/2014	Muutos	1-12/2015	1-12/2014	Muutos
Katsauskauden voitto/ tappio	-2 669	2 280	-217 %	3 607	9 070	-60 %
Muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	356	-42	955 %	516	-91	666 %
Katsauskauden laaja tulos yhteensä	-2 313	2 239	-203 %	4 123	8 979	-54 %

Konsernitase, varat



(1000 eur)	12/2015	12/2014	Muutos
Pitkäaikaiset varat			
Aineettomat hyödykkeet	674	629	7 %
Liikearvo	314	314	0 %
Sijoituskiinteistöt	63	147	-57 %
Aineelliset hyödykkeet	8 825	10 230	-14 %
Osuudet osakkuusyhtiöissä	102 608	105 310	-3 %
Myytavissä olevat sijoitukset	2 922	2 953	-1 %
Pitkäaikaiset myynti- ja muut saamiset	567	567	0 %
Muut aineelliset hyödykkeet	214	214	0 %
Pitkäaikaiset varat	116 188	120 364	-3 %
Lyhytaikaiset varat			
Vaihto-omaisuus	614	523	17 %
Myyntisaamiset ja muut saamiset	2 787	2 876	-3 %
Tuloverosaaminen	36	150	-76 %
Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat rahoitusvarat	1 057	1 089	-3 %
Rahat ja pankkisaamiset	6 500	5 534	17 %
Lyhytaikaiset varat	10 993	10 172	8 %
Varat yhteensä	127 181	130 536	-3 %

Konsernitase, oma pääoma ja velat



(1000 eur)	12/2015	12/2014	Muutos
Oma pääoma			
Osakepääoma	6 416	6 416	0 %
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto ja muut rahastot	48 691	48 716	0 %
Kertyneet voittovarot	10 928	9 371	17 %
Oma pääoma	66 035	64 503	2 %
Pitkäaikainen vieras pääoma			
Laskennallinen verovelka	194	178	9 %
Pitkäaikainen korollinen vieras pääoma	31 943	54 549	-41 %
Pitkäaikainen koroton vieras pääoma	61	75	-18 %
Pitkäaikainen vieras pääoma	32 199	54 801	-41 %
Lyhytaikainen vieras pääoma			
Lyhytaikainen korollinen vieras pääoma	20 286	2 387	750 %
Ostovelat ja muut velat	8 309	8 340	0 %
Tuloverovelka	352	504	-30 %
Lyhytaikainen vieras pääoma	28 947	11 232	158 %
Oma pääoma ja velat yhteensä	127 181	130 536	-3 %

Konsernin tunnuslukuja



	2015	2014	2013	2012	2011
Tulos/osake (eur)	0,14	0,35	-0,71	-0,55	0,49
Oma pääoma/osake (eur)	2,57	2,51	2,26	3,14	4,07
Henkilöstö keskimäärin	299	311	321	336	341
Investoinnit (meur) *)	0,6	0,5	1,4	1,3	4,4
Korolliset velat (meur)	52,2	56,9	66,4	70,6	76,5
Omavaraisuusaste, %	52,9	50,2	44,2	50,7	55,5
Nettovelkaantumisaste, %	67,6	78,0	108,7	82,7	60,9
Osakkeiden lukumäärä tilinpäätöspäivänä	25 665 208	25 665 208	25 665 208	25 665 208	25 665 208

*) Sisältää investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin sekä myytävissä oleviin ja osakkuusyhtiöosakkeisiin.

Tuloslaskelman veroina on huomioitu katsauskauden tulosta vastaava vero.

Vastuullinen yhteiskunnallinen toimija



Ilkka-Yhtymä on vahvasti sitoutunut omaan alueeseensa. Se näkyy monin tavoin yhtymän ja sen osien toiminnassa.

- » osallistumisena alueen kehitystoimintaan yhdessä kauppakamarien ja yrittäjäjärjestöjen kanssa
- » osallistumisena lehtien levikkialueiden pieniin ja isoihin kulttuuri- ja urheilutapahtumiin
- » tukien alueen yliopistoja ja korkeakouluja lahjoituksin
- » tukien media- ja sanomalehtikasvatusta koululinkkitoiminnan kautta päiväkodeista yliopistoon saakka
- » rakentavana toimijana alan verkostoissa ja järjestöissä.
- » I-print Oy on Joutsenmerkitty painolaitos. Yrityksen kaikki käytössä olevat tuotantokemikaalit ja –prosessit täyttävät Joutsenmerkin kriteerit.
- » Postin tuottamat jakelut ovat 100% hiilineutraalit

Vastuullisuus näkyy myös arvoissa, missiossa ja visiossa.



110 vuotta



- » Sanomalehti Ilkan ensimmäinen numero ilmestyi 20.4.1906 Suomen ollessa osa Venäjän tsaarivaltakuntaa.
- » Ilkka, kuten kolme vuotta vanhempi sanomalehti Vaasa perustettiin Seinäjoella, mutta molempien ilmestymispaikkakunnaksi valittiin Nikolain-kaupunki eli Vaasa.
- » Juhlistamme 110-vuotista toimintaamme olemalla mukana asiakkaidemme arjessa ja juhlassa myös vuonna 2016.



Tapahtumien kesä 2016 maakunnissa



Seinäjoen OmaSp stadionin ja Vaasan Elisa stadionin avajaiset, Powerparkin uusi ravirata, Keskustan puoluekokous, Ilmajoen Musiikkijuhlat, Provinssirock, Tangomarkkinat, Asuntomessut, Vauhtiajot.... ja paljon muuta pientä ja suurta.

Näkymät vuodelle 2016



Nykyisessä epävarmassa talous- ja kilpailutilanteessa sanomalehtimedian liikevaihdon ennustettavuuteen liittyy huomattavia epävarmuustekijöitä. Mediamainonnan arvioidaan säilyvän Suomessa lähes edellisen vuoden tasolla ja levikkitulojen laskevan jonkin verran. Painotoiminnan volyymien ennakoidaan edelleen laskevan.

Ilkka-Yhtymä-konsernin liikevaihdon arvioidaan säilyvän lähes vuoden 2015 tasolla. Oman toiminnan liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä ja osuutta Alma Median ja muiden osakkuusyhtiöiden tuloksista arvioidaan laskevan jonkin verran.

Osakkuusyhtiö Alma Media Oyj:llä (omistusosuus 27,30%) on merkittävä vaikutus konsernin liikevoittoon ja tulokseen.

Visio sanomalehtimediasta v. 2020



- » Painettu sanomalehti on edelleen päätuote, jota digitaaliset näköislehdet ja niiden lisätuotteet/-palvelut täydentävät. Digitaalisuus parantaa painetun sanomalehden palvelukykyä sekä sisällön että saatavuuden osalta.
- » Erilaiset lehden digitaaliset palvelut ovat kehittyneet nykyistä pidemmälle ja lehtien formaateissa ja toiminnallisuudessa voi olla merkittäviä eroja (näköislehti, oma formaatti digilehdelle, jne.)
- » Vain printtiä lukevien kuluttajien määrä on laskenut, mutta lehden kokonaistavoittavuus säilyy korkeana digipaketointien ansiosta.
- » Koska osoitteeton suora ei voi siirtyä digitaaliseksi se säilyy, mutta siirtyy osittain takaisin sanomalehtiin nousevien jakelukustannusten vuoksi.
- » Sähköposti ei ole vaihtoehto osoitteettomalle suoralle, minkä seurauksen monikanavaisten mainosverkkojen merkitys kasvaa.

Maakuntalehdistön merkitys demokratialle

Vahva maakuntalehdistö on tae monipuoliselle ja moniarvoiselle sisällöntuotannolle Suomessa. Se on sekä lukijoiden, mainostajien että suomalaisen yhteiskunnan etu.





ILKKA-YHTYMÄ



Kiitos!