



S

n

o

a

m

a

Euroopan johtava oppimisen ja median yhtiö

Kaisa Urasmaa, Sijoittajasuhde- ja yritysvastuujohtaja
Kouvolan osakesäästäjät 3.9.2019

Sanoma tänään

- Oppimisen ja median edelläkävijä
- Kolme liiketoiminta-aluetta, kaikilla johtava asema omilla markkinoillaan:
 - Sanoma Learning
 - Sanoma Media Finland
 - Sanoma Media Netherlands
- Toimintaa Suomessa, Hollannissa, Belgiassa, Puolassa ja Ruotsissa



Liikevaihto

M€313

Operatiivinen
liikevoitto

M€65

Liikevoittoprosentti

20,6 %

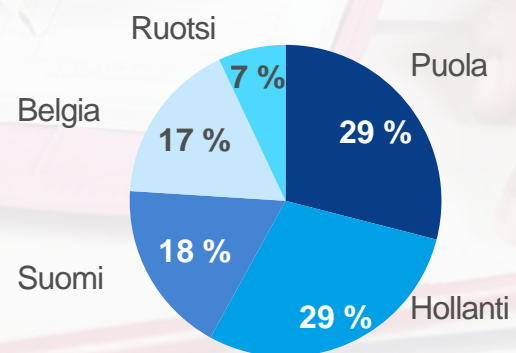
Henkilöstö

1 350

Sanoma Learning

- Johtava asema maissa, joiden koulujärjestelmä on maailman parhaita
- Skaalautuvat ratkaisut tukevat asemaamme teknologiajohtajana
- Tavoitteenamme on tulla Euroopan johtavaksi oppimisen yhtiöksi

Liikevaihdon jakauma 2018



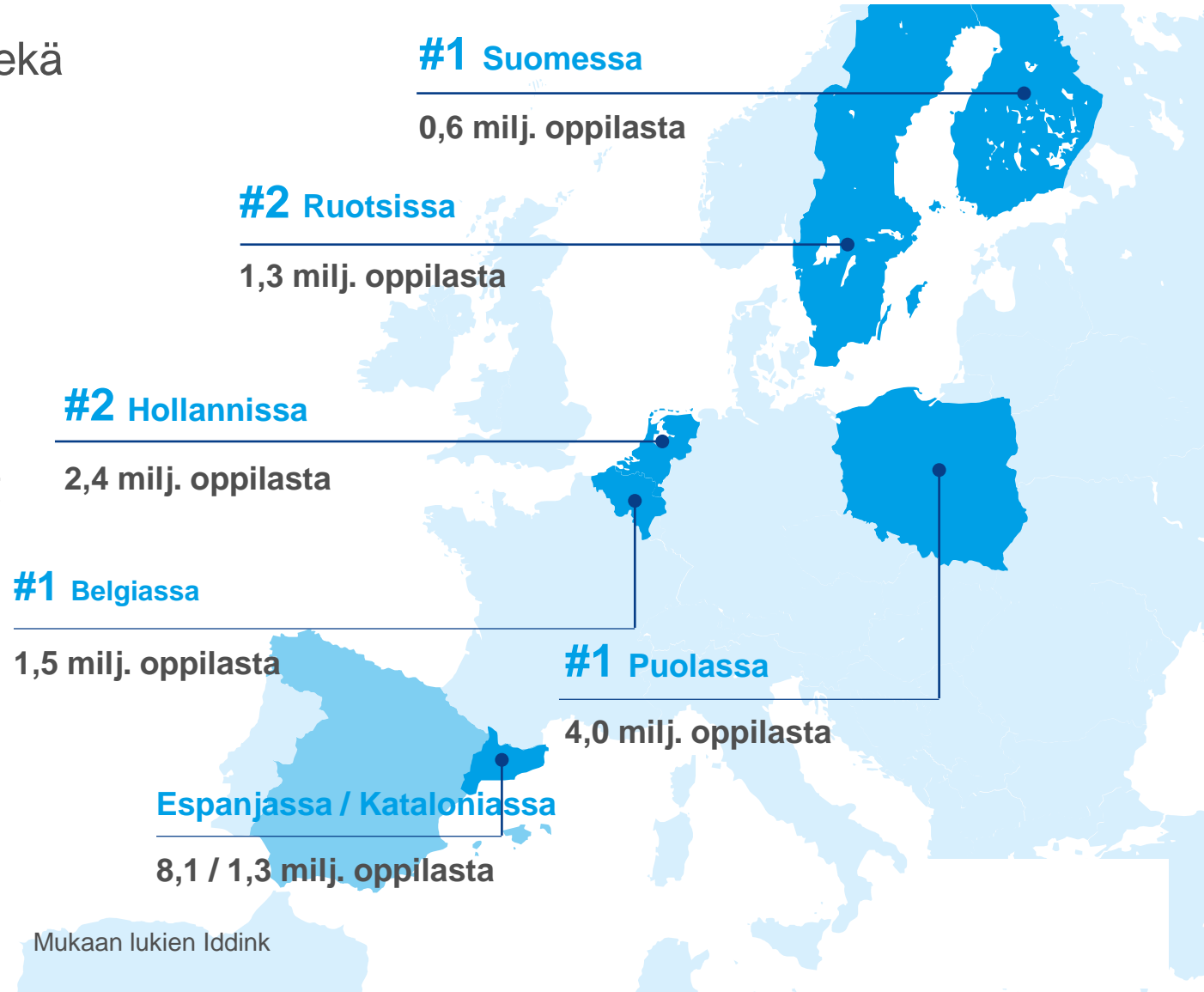
Painettu
54 %

Ei-painettu
46 %

josta hybridejä
n. puolet

Sanoma Learning: Johtava oppimisen yhtiö maissa, joissa on maailman kehittynein koulujärjestelmä

- Painettuja ja digitaalisia oppimateriaaleja sekä digitaalisia oppimis- ja opetuslustoja peruskouluihin ja lukioihin
- Integroitu tuotekehitys ja skaalautuvat teknologiat
- Huippuluokan osaaminen oppimisen ja opettamisen suunnittelussa
- Vahvat paikalliset brändit ja asiakassuhteet
- Asiakkaana **10 milj.** oppilasta ja **1 milj.** opettajaa
- Liikevaihdon jakauma 2018
 - Painettu **54 %**
 - Digitaalinen tai hybridi **46 %**



Monipuolisia ratkaisuja oppimisen edistämiseen

Tukemalla opettamisen ja oppimisen keskeisiä toimintoja kattavilla oppimiskäytännöillä vahvistamme oppimistuloksia



Oppimistulokset

92 %

Oppilaiden sitoutuminen

83 %

Opettajan työn tehostuminen

8 t/
vk

Bingel: Pelinomainen oppimisalusta alakouluihin

- Bingel tekee oppimisesta hauskeempaa ja parantaa oppilaiden sitoutumista
- Mahdollistaa tehtävien personoinnin oppilaan kykyjen mukaan
- Yli **1 milj.** tehtävää eri aineista
- Tehtäviä tehty yli **1 mrd.** kertaa
- Käytössä **84 %**:ssa alakouluista Belgian Flandersissa



Mukaudumme vauhdilla muuttuvaan mediakenttään

1

Erityisesti mobiilimedian parissa käytettävä aika lisääntyy

- Mobiilimedian käyttökokemus tärkeä
- Tehokas mobiilimainonta

2

Videoita käytetään yhä enemmän

- Monikanavainen mediaosaaminen ja tarinankerronta
- Tarkka kustannuskuri

3

Data on entistä tärkeämpää

- Mainostajat valmiita maksamaan kasvavasta konversiosta
- Erinomainen tietoturva ja yksityisyyden suoja ehdottomia edellytyksiä

4

Teknologian rooli laajenee

- Koneoppimisen ja tekoälyn hyödyntäminen
- Investointitarve voi johtaa toimialan keskittymiseen

5

Kuluttajien halukkuus maksaa verkkopalveluista kasvaa

- Sanomalehtien digitilaukset kasvussa
- Lisää kaupallisia mahdollisuuksiamme

6

Markkinoijat tasapainottavat eri mediakanavien käyttöä

- Perinteisen massamedian vahvuus uusien asiakkaiden tavoittamisessa ja toimitetun median arvo brändeille turvallisena ympäristönä korostuvat

Liikevaihto

M€579

Operatiivinen
liikevoitto

M€72

Liikevoittoprosentti

12,5 %

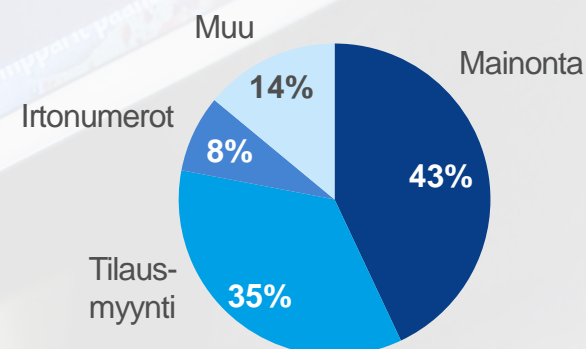
Henkilöstö

1 780

Sanoma Media Finland

- Suomen johtava mediatalo
- Tietoa, elämyksiä, inspiraatiota ja viihdettä monikanavaisesti: sanoma- ja aikakauslehdissä sekä televisiossa, radiossa, livetapahtumissa, verkossa ja mobiilissa

Liikevaihdon jakauma 2018



Painettu | **Ei-painettu**
51 % | **49 %**

Sanoma Media Finland:

Vahvat brändimme tavoittavat 97 % suomalaisista viikoittain...



Osuus liikevaihdosta 2018

Ainutlaatuinen tavoitavuus, vaikuttavuus ja mitattavuus mainostajille

... ja tarjoavat katsottavaa, kuunneltavaa ja luettavaa kaikkiin hetkiin



... ja tarjoavat katsottavaa, kuunneltavaa ja luettavaa kaikkiin hetkiin



... ja tarjoavat katsottavaa, kuunneltavaa ja luettavaa kaikkiin hetkiin



- Uutisten seuraaminen kokonaisuudessaan kasvussa, kuluttajat käyttävät sekä printtiä että verkkoa
- Utissisältö tavoittaa yhä useammat
- Kiinnostus lifestyle- ja ilmiösisältöön kasvaa
- Halukkuus maksaa uutismediasta kasvanut

Meillä on kaksi vahvaa, erilaisia tarpeita palvelevaa uutisbrändiä

Pitkä

KÄYTETTY AIKA

Suomen suurin digitaalinen uutismedia

5 milj. päivittäistä kävijää



Tilausmäärä kasvanut 2017 ja 2018

Digitilaukset, alle 40-v. + 50 % v. 2018

Lyhyt

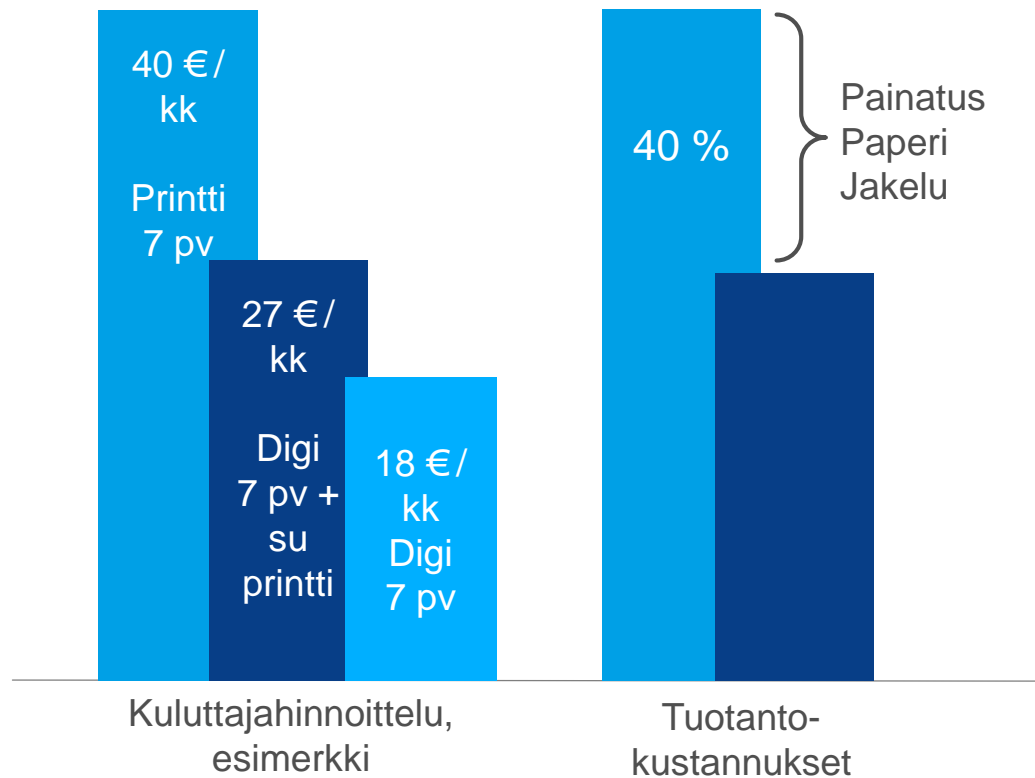
KÄYTTÖTARKOITUS

Taustalla

Viihde

Tiedon hankinta

HS:n pitkän tähtäimen strategia: Selkeitä kustannushyötyjä digitalisaatiosta

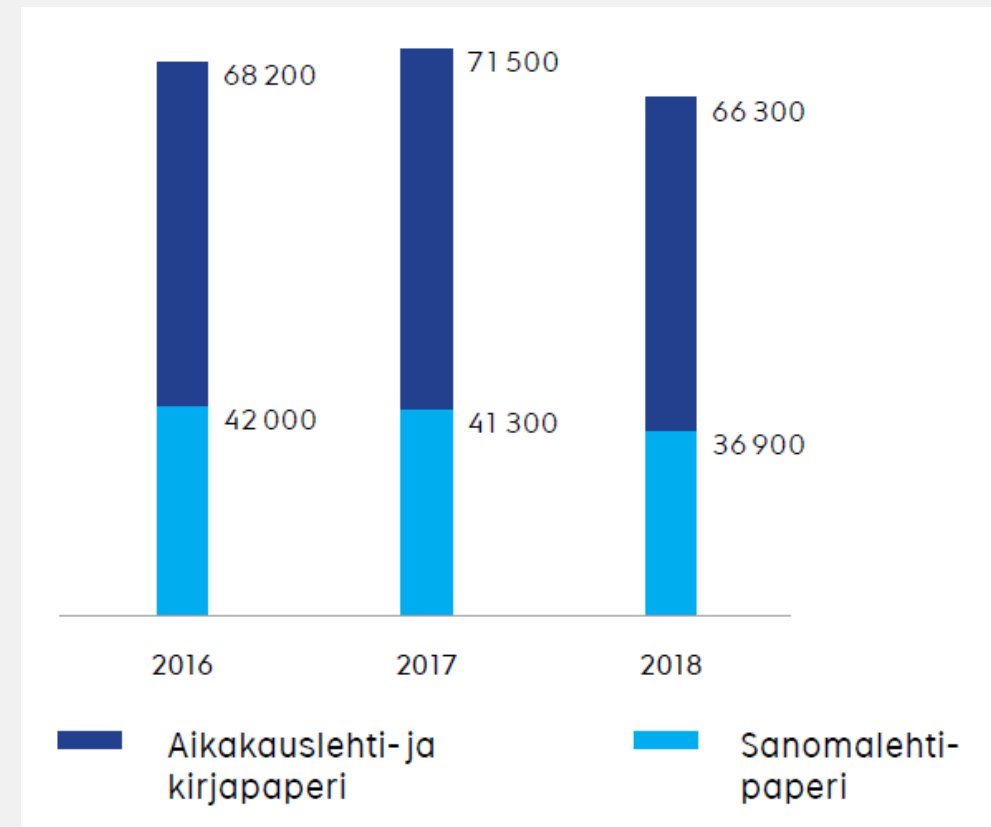


Printtimedian käyttö laskee

- Vuonna 2018 Sanoman paperikulutus väheni kokonaisuudessaan 10 000 tonnia eli 10 %
 - Sanomalehtipaperin kulutus pieneni 12 %
 - Aikakauslehti- ja kirjapaperin käytön pieneneminen johtui pääosin Belgian naistenlehtiliiketoiminnan myymisestä ja kirjapaperin kulutuksen vähenemisestä Puolassa
- Digin, erityisesti mobiilin, rooli kasvaa niin uutismedian käytössä kuin mainonnassa
- Aikakauslehdissä transformaatio ei ole yhtä pitkällä eikä polku digiin yhtä selvä

Paperinkulutus

tonnia



TV-strategiamme vastaa kuluttajien muuttuviin katselutottumuksiin



- Sisältöinvestointien kannattavuus tärkeää alustasta riippumatta
- Onnistunut peiton ja kohdentamisen yhdistelmä tärkeää mainostajille

Viihteen vahvuuksien avulla kasvua

TV & video

Radio & audio

Tähdet ja taiteilijat

Markkinointiosaaminen

Asiakkaan tunteminen

Viihteen vahvuuksien avulla kasvua

TV & video

Radio & audio

Festivaalit

Tähdet ja taiteilijat

Markkinointiosaaminen

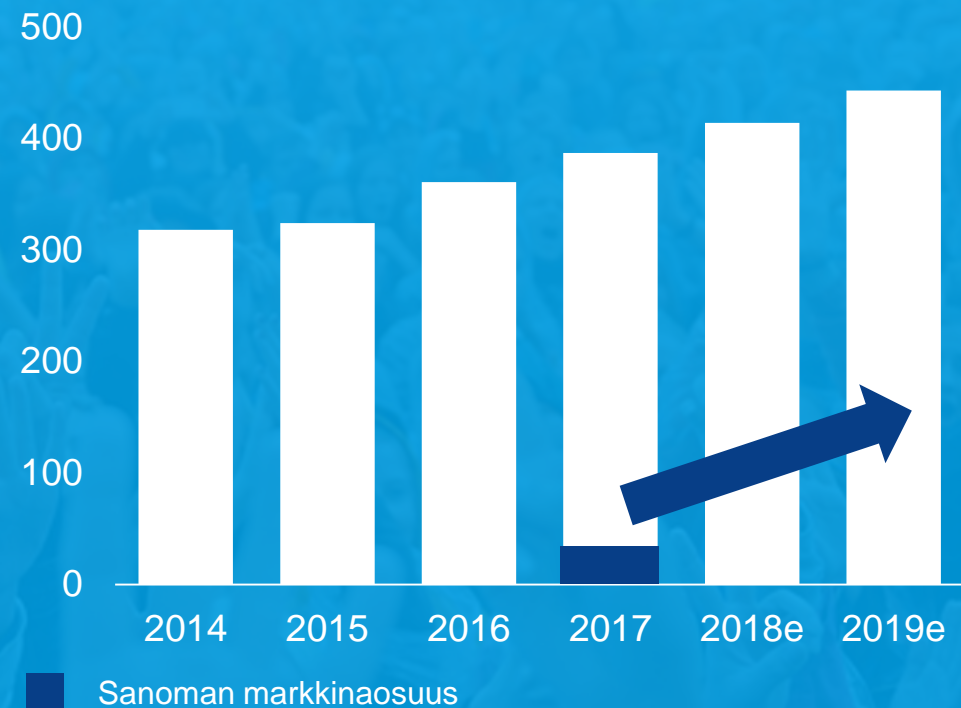
Asiakkaan tunteminen

mm. Tikkurila
Festivaali,
Suomipop
Festivaalit,
Tammerfest ja
Rockfest

Live-tapahtumien markkina kasvaa 7 % vuodessa

- Globaali trendi: kiinnostus live-elämyksiä kohtaan digitaalisuuden vastapainona
- Festivaalit kannattavampia kuin media keskimäärin – lisämyynnillä merkittävä rooli
- B2B-mainon mahdollisuudet
- Tapahtumabrändien kehittäminen eteenpäin

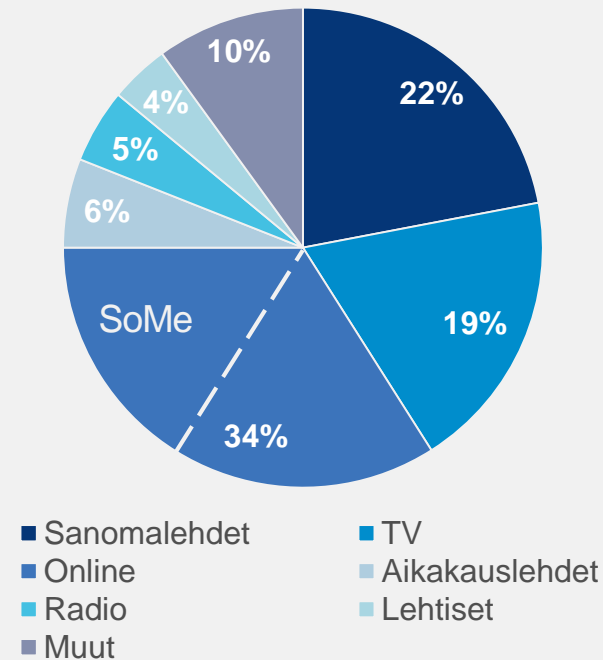
Festivaali- ja konserttimarkkinat Suomessa (arvio)
milj. euroa, liput ja lisämyynti



Paikallisilla toimijoilla on merkittävä rooli Suomen mainosmarkkinoilla

- Suomessa mainontaan käytettiin **1,2 mrd. euroa** vuonna 2018
- Sosiaalisen median osuus on noin puolet verkkomainonnasta
- Mainonta seuraa median kulutuksen siirtymistä painetusta digitaaliseen
- TV:ssä mainonta vapaasti katsottavilla kanavilla vähentynyt
 - Suomen hintataso Euroopan alhaisimpia

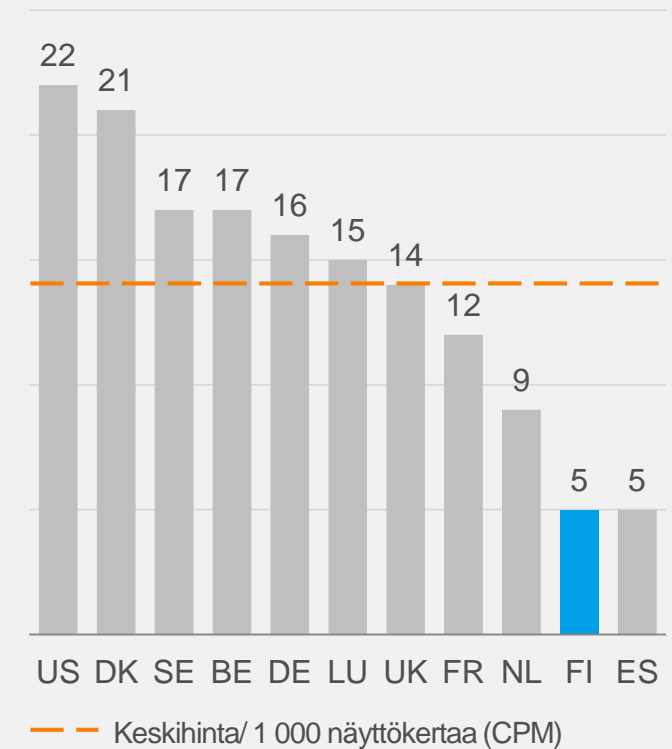
Mainonta kategorioittain 2018



Lähde: Kantar TNS

TV-mainonnan hintavertailu

euroa



Lähde: BCG

Liikevaihto

M€424

Operatiivinen
liikevoitto

M€80

Liikevoittoprosentti

18,8 %

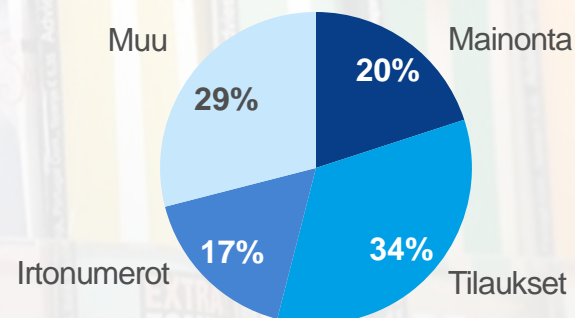
Henkilöstö

1 060

Sanoma Media Netherlands

- Johtava monikanavainen mediatalo
- Hollannin kuluttajamediatuotteet ja Aldipress-lehtijakeluyhtiö
- Sisältöä ja asiakastietoa yhdistämällä kehitämme menestyksekkäitä ratkaisuja mainostajille

Liikevaihdon jakauma 2018



Painettu 60 % | **Ei-painettu 29 %**

Muu 11 %

Johtavat brändimme painetussa ja verkkomediassa tavoittavat yli 70 % hollantilaisista

Suurilevikkiset aikakauslehdet

- Viisi kymmenestä Hollannin suurimmasta aikakauslehdestä
- Laajentaminen monikanavaiseksi, vahva kassavirta

55 %

> keskimääräinen

Verkkouutiset ja dataliiketoiminta



- Paras tavoittavuus paikallisessa verkkomediassa
- Liikevaihdon kasvu mainonnan arvoa kasvattamalla

10 %

~ keskimääräinen

Erikoislehdet

- Levikiltään pienemmät, kustannustehokkaat mediabrändit

35 %

< keskimääräinen

Osuus
liikevaihdosta
2018

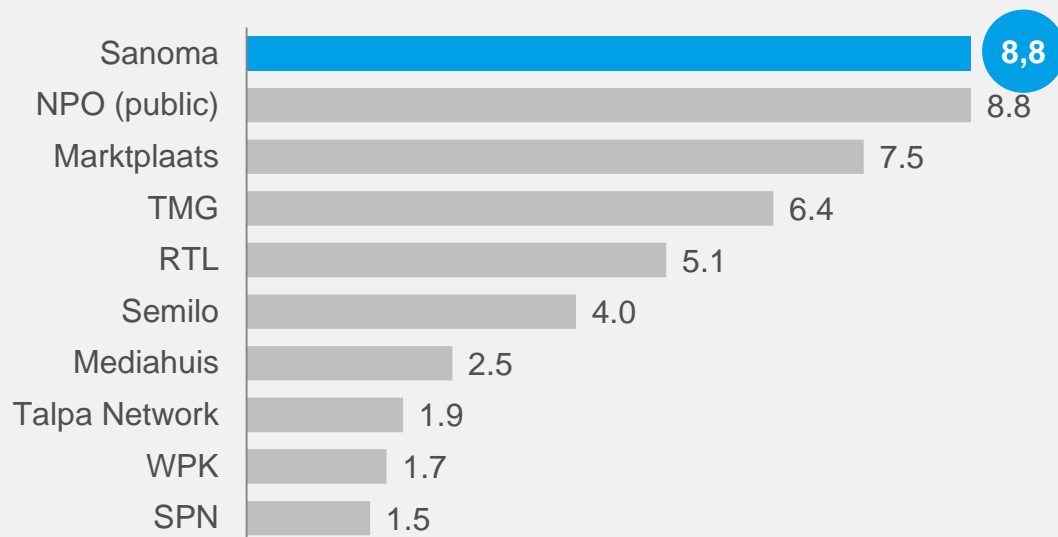
Kannattavuus

Markkinajohtaja painetussa ja verkkomediassa tavoittaen yli 70 % hollantilaista



#1 kotimainen verkkopalvelu

Paikallisten verkkomedioiden kuukausipeitto (milj.)*

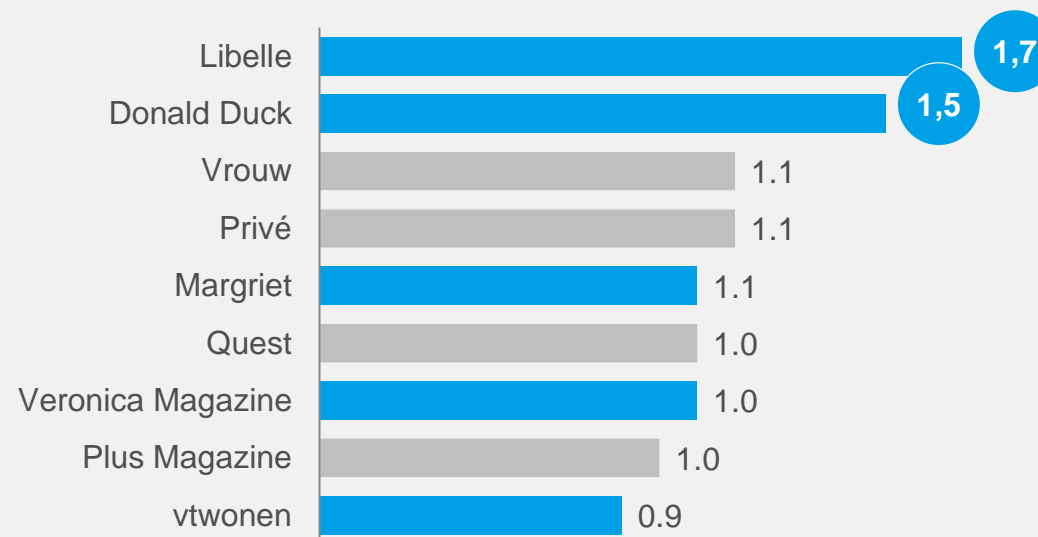


* Lähde: NOBO



#1 aikakauslehtien levikissä

Suurimpien aikakauslehtien kuukausipeitto (milj.) **



** Lähde: NOM, ei sisällä ilmaisjakelua



FASHIONCHICK
EIGEN HUIS & INTERIEUR



Ouders

Ariadne at Home

libelle

Startpagina

vtwonen
VIVA

Stijlvol
WONEN



Margriet

FLAIR

DONALD DUCK

WONEN
Landelijke sigt

flow

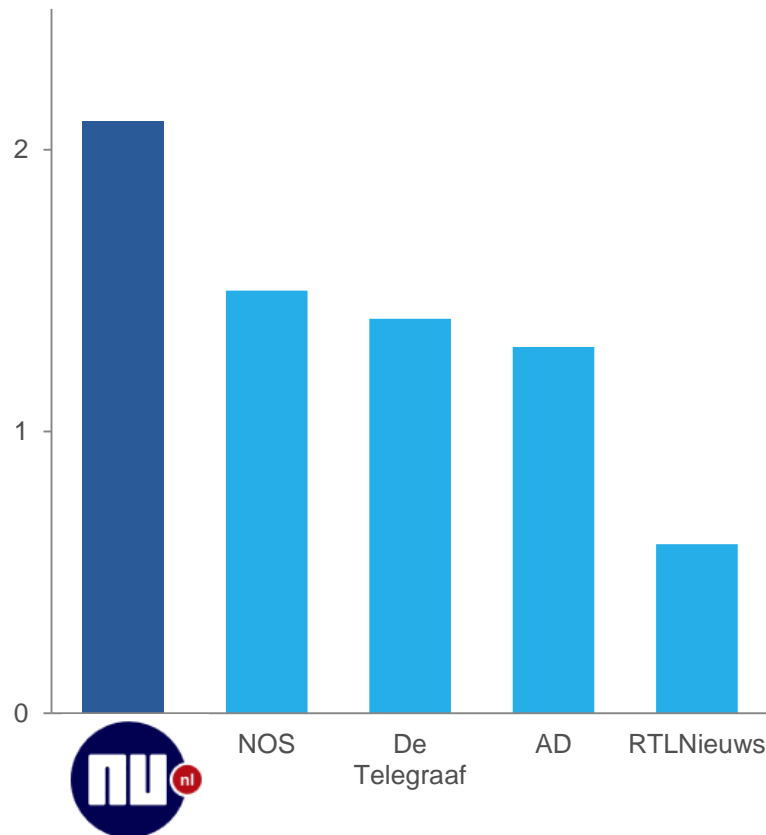
Case Libelle: Laajentuminen monikanavaiseksi



NU.nl – Hollannin johtava uutissivusto

Päivittäinen peitto

keskimäärin, milj. käyttäjää



> 7 milj.
yksittäistä
käyttäjää
kuukaudessa

49 %
peitto yli
13-vuotiaista
hollantilaisista

+ 11 %
liikevaihdon
kasvu

+ 10 %
sivustolla vietetty
aika



Woensdag 12 september 2018

Voorpagina

Net binnen

Algemeen

Economie

Sport

Voetbal

Formule 1

Vuelta a España

Meer Sport

Tech

Entertainment

Uit

Overig

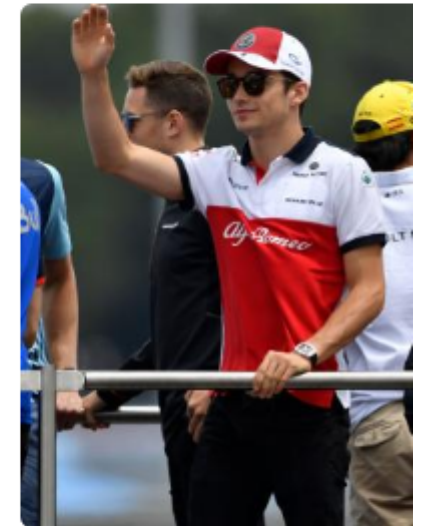
Video's

Podcast

Regionaal

Adverteerders

[NU.nl](#) > [Sport](#) > [Formule 1](#)



Räikkönen verruult F1 wordt opgevolgd door

Gepubliceerd: 11 september 2018 11:00

Laatste update: 11 september 2018 11:00

**Kimi Räikkönen en Charles Leclerc
de Formule 1. De 38-jarige Räikkönen
terwijl de achttien jaar jongere**

SANOMA SIJOITUSKOHTENA

Euroopan johtava oppimisen ja median yhtiö



Kasvava osinko



Vahva ja tasapainoinen liiketoiminta-portfolio



Kasvua yritysostoilla valituilla alueilla



Vakaa kannattavuus ja kasvava rahavirta

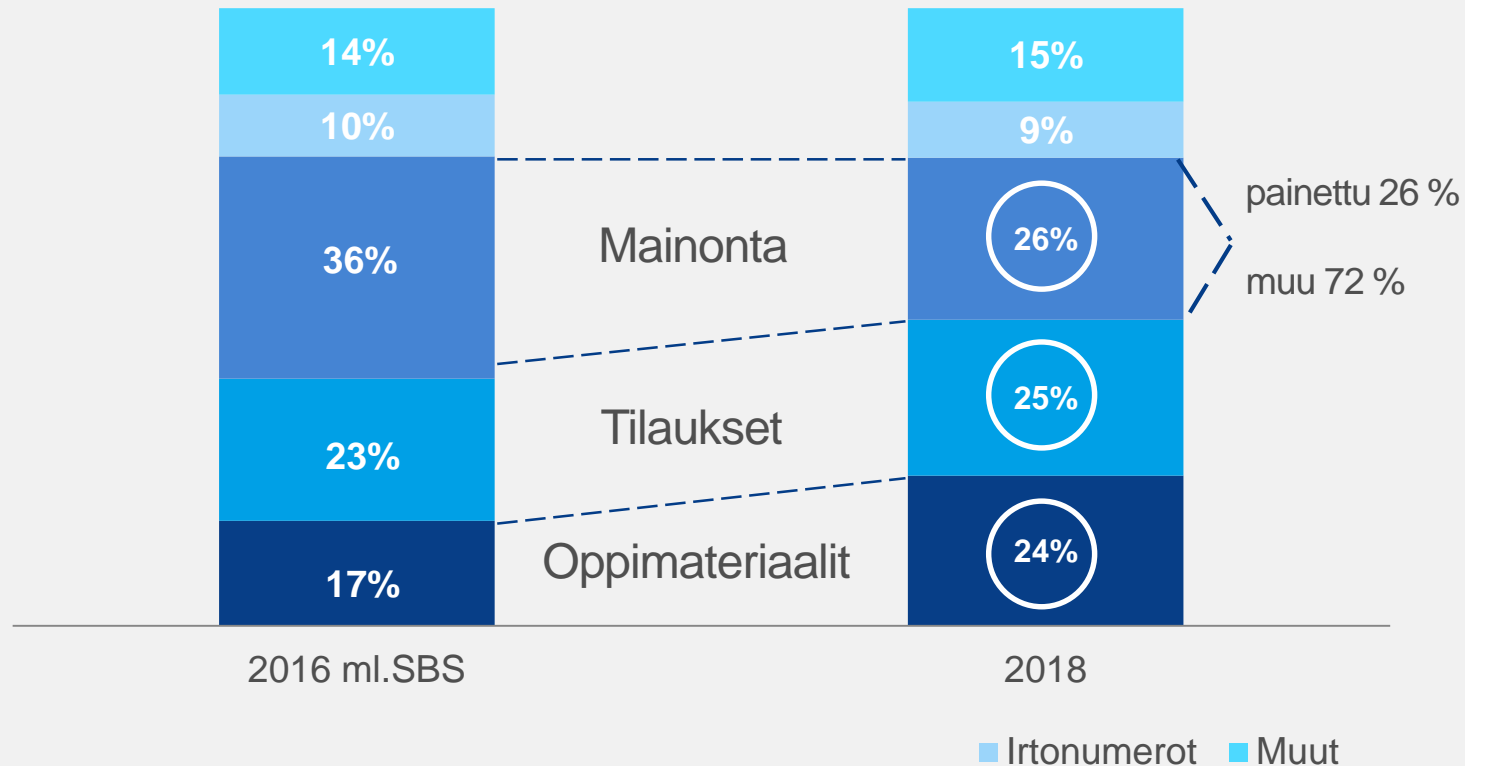


Omavaraisuusaste ja velkaantuneisuus pitkän aikavälin tavoitetasolla

Tasapainoinen liiketoimintaportfolio

- Vakaamman tilaus- ja oppimateriaalimyynnin osuus on suurempi
- Mainosmyynnin painoarvo on pienempi
 - Konsernin mainosmyynti:
 - Suomi 75 % (250 milj. euroa)
 - Hollanti 25 % (80 milj. euroa)
- Kaikilla kolmella liiketoiminta-alueellamme on vahva asema omilla markkinoillaan

Konsernin liikevaihto kategorioittain



Kannattavuutemme on parantunut

- Kaikki liiketoiminta-alueet paransivat tulostaan vuonna 2018

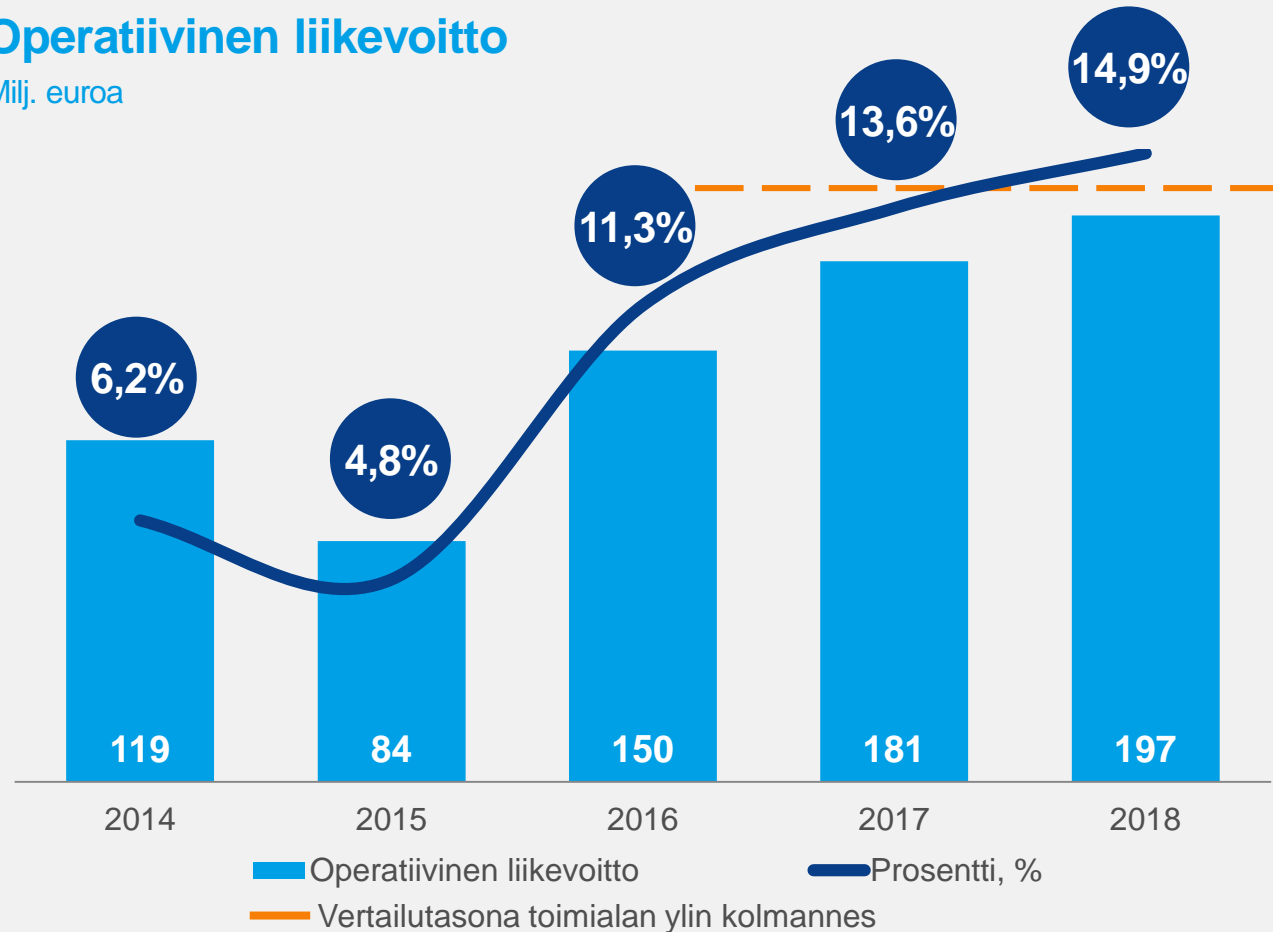
Näkymät 2019

Vuonna 2019 Sanoma odottaa konsernin vertailukelpoisen liikevaihdon olevan vuoden 2018 tasolla ja operatiivisen liikevoittoprosentin ilman hankintamenojen poistoja olevan noin 15 % (2018: 15,7 %).

Näkymät kokonaisuudessaan sanoma.com/fi/sijoittajat.

Operatiivinen liikevoitto

Milj. euroa

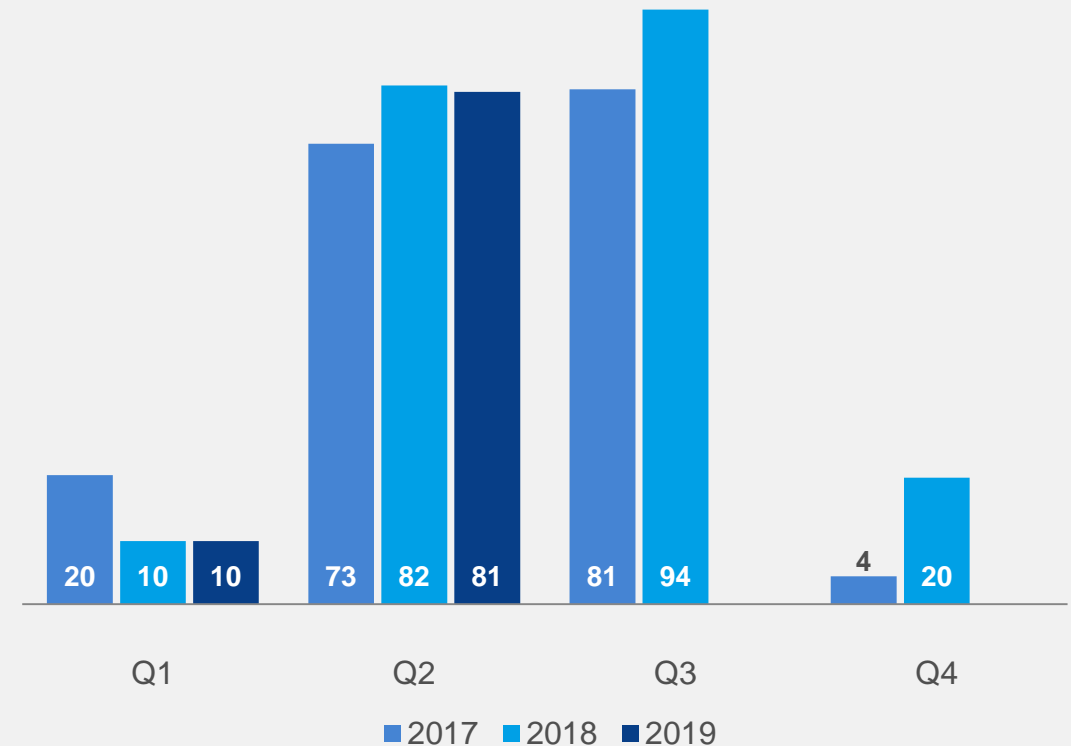


Vahva kausivaihtelu on tyypillistä liiketoiminnallemme

- Learningin vuotuinen kausivaihtelu näkyy selvästi konsernin neljännesvuosituloksissa
 - Suurin osa Learningin liikevaihdosta ja tuloksesta kertyy Q2:lla ja Q3:lla
- Learningissä tilaukset siirtyvät entistä lähemmäs kouluvuoden alkua
 - Digitaalisten materiaalien osuus kasvaa
 - Laskutusta ja varastoja optimoidaan koko toimitusketjussa
 - Kausivaihtelu poikkeuksellisen voimakasta Puolassa, jonka osuus liikevaihdosta on kasvanut

Konsernin operatiivinen liikevoitto

Millj. euroa

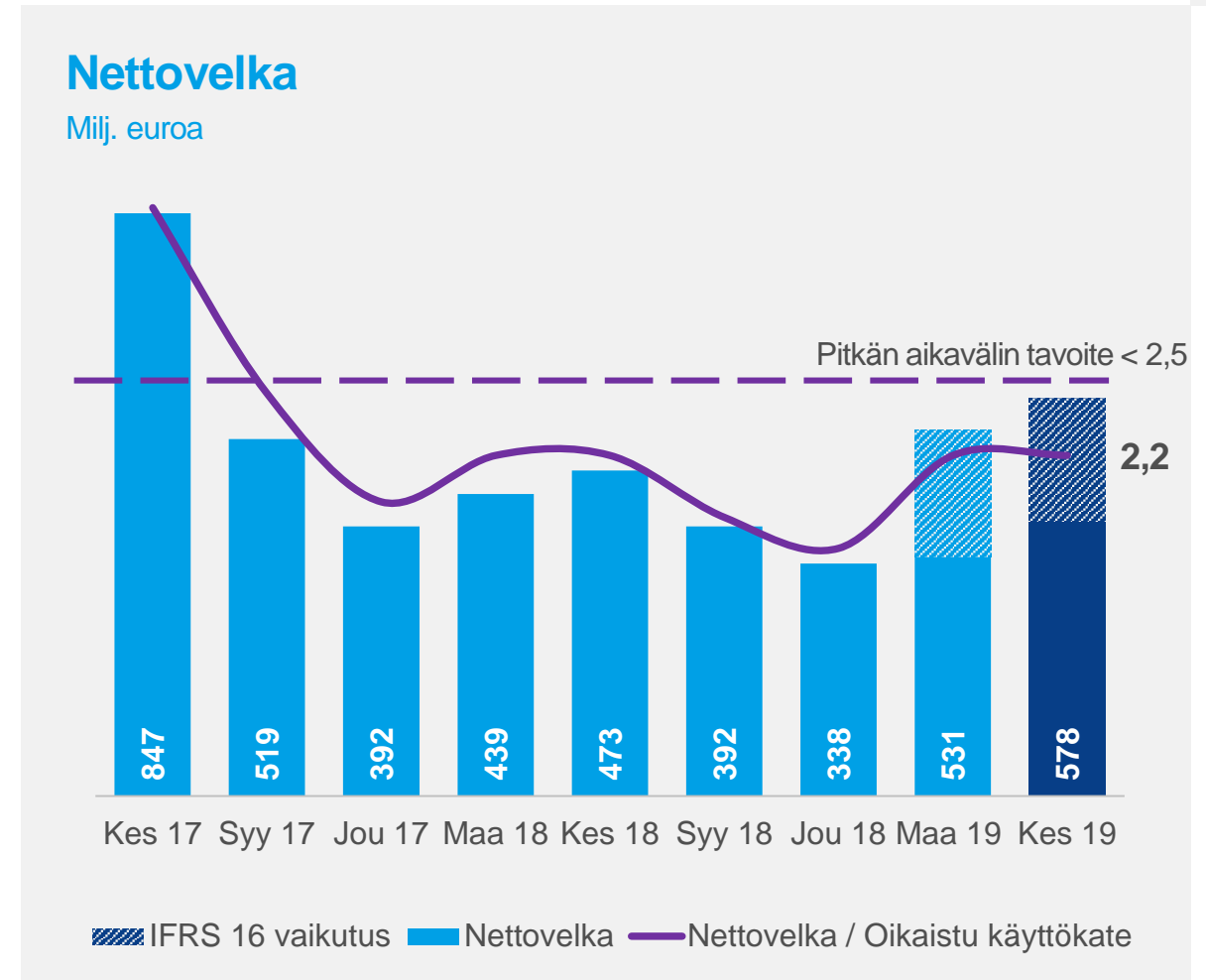


2018 ja 2019 luvut ilman hankintamenojen poistoja

Velkaantuneisuutemme on pitkän aikavälin tavoitetasolla mahdollistaen yritysostot

Kesäkuun 2019 lopussa

- Nettovelan suhde oikaistuun käyttökatteeseen 2,2 (2018: 2,1)
 - Kasvu 0,5 johtuen IFRS 16 käyttöönotosta
- Nettovelka 578 milj. euroa (2018: 473)
 - Kasvu 179 milj. euroa johtuen IFRS 16 käyttöönotosta
- Omavaraisuusaste 37,2 % (2018: 36,6 %)
 - Kasvu 4,5 %-yksikköä johtuen IFRS 16 käyttöönotosta
- Iddinkin yritysoston odotetaan tilapäisesti nostavan velkaantuneisuuden yli pitkän aikavälin tavoitetason syyskuun 2019 lopussa



Vapaa rahavirta on vakaa

Keskipitkän aikavälin tavoitteena
kassavirtasuhde
60-70 %

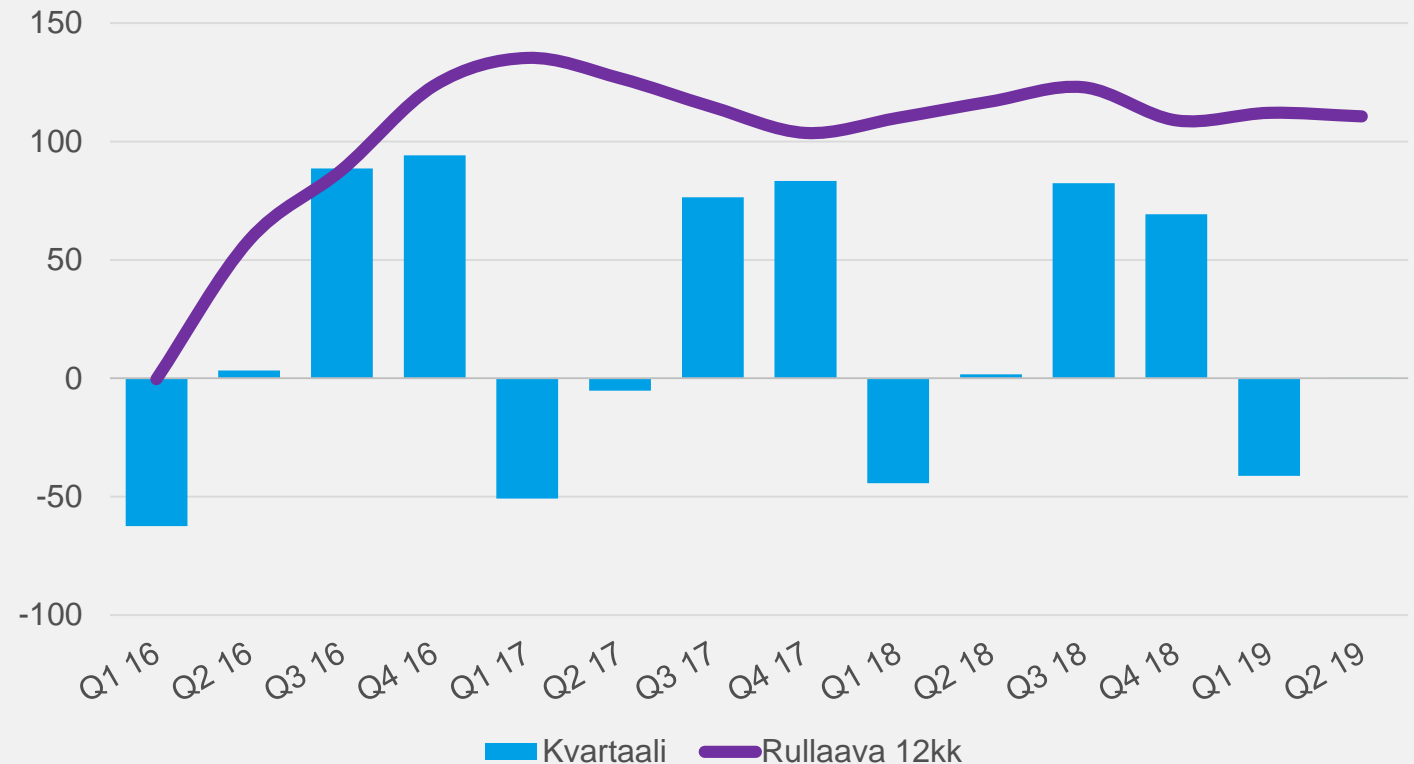
- Tällä hetkellä n. 50 %

Keskeisiä vuoden 2019 rahavirtaan
vaikuttavia tekijöitä

- Vuonna 2018 ostetut liiketoiminnot
- Matalammat nettorahoituskulut
- Vähemmän vertailukelpoisuuteen vaikuttavia eriä jatkuvissa toiminnoissa
- Vakaa käyttöpääoma
- Vakaat käyttöomaisuusinvestoinnit

Vapaa rahavirta

Milj. euroa



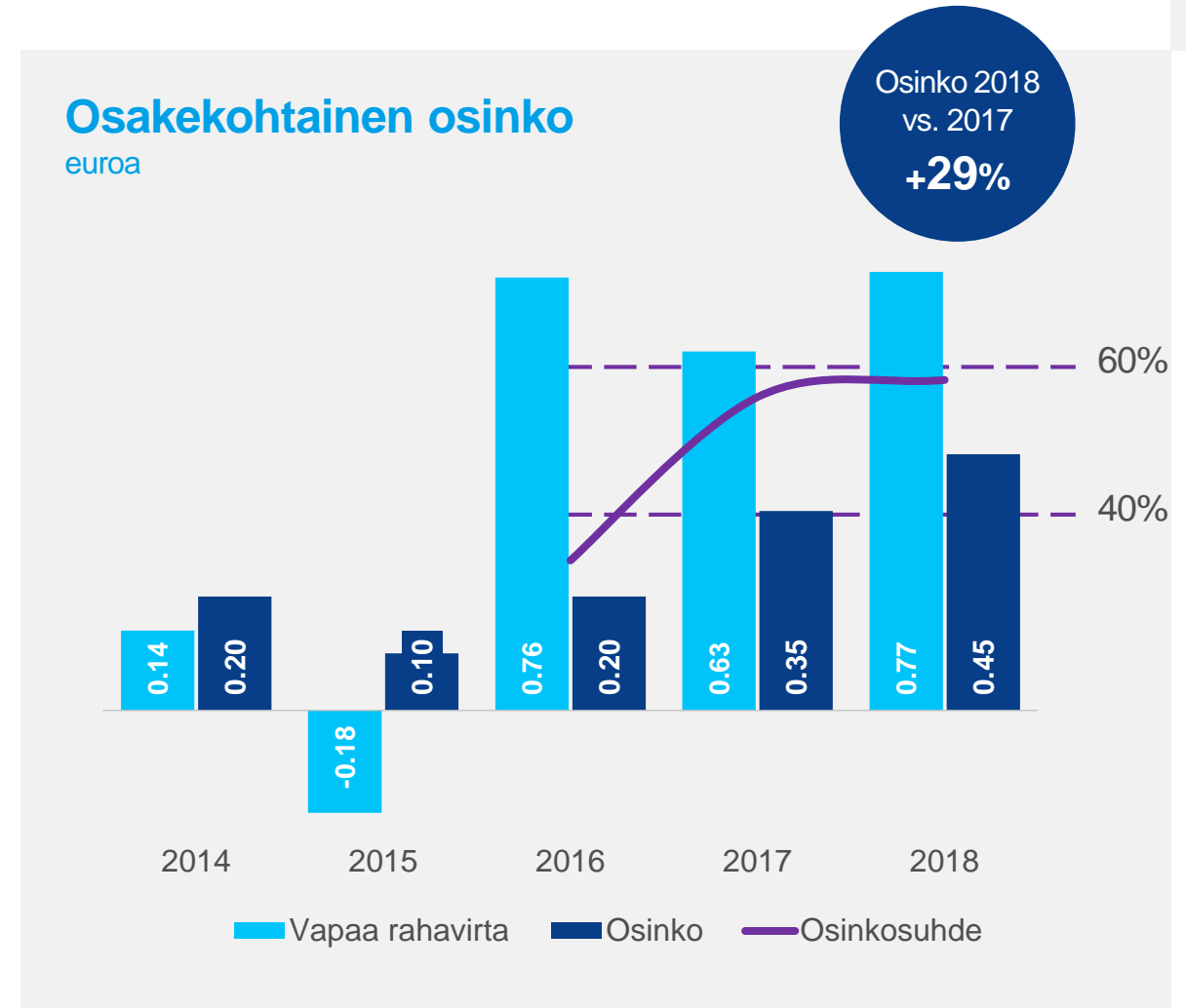
Vapaa rahavirta = Liiketoiminnan rahavirta vähennettynä käyttöomaisuusinvestoinneilla

Tavoitteenamme on maksaa kasvavaa osinkoa

Osinkopolitiikka:

Sanoman tavoitteena on jakaa kasvavaa osinkoa, joka on **40–60 %** vuosittaisesta vapaasta rahavirrasta.

Hallituksen osingonjakoesitys yhtiökokoukselle perustuu yleiseen makrotaloudelliseen ympäristöön, Sanoman pääomarakenteeseen ja pääomarakennetta koskeviin tavoitteisiin, Sanoman liiketoimintasuunnitelmiin ja investointitarpeisiin sekä edellisvuoden rahavirtoihin ja arvioihin pääomarakenteeseen vaikuttavista tulevista rahavirroista.



Kasvumahdollisuuksia yritysostojen kautta kaikissa liiketoiminnoissa

Keskitymme kasvuun valituilla alueilla

- › Synergiaa tuovat nykyistä liiketoimintaamme täydentävät yritysostot
- › Orgaanisen kasvun hankkeet
- › Aktiivinen portfolion hallinta

Learning

- › Ydinliiketoiminta nykyisillä markkinoilla
- › Ydinliiketoiminta uusilla markkinoilla
- › Rinnakkainen liiketoiminta nykymarkkinoilla

Media Finland

- › Viihde
- › Uutiset, feature ja lifestyle
- › B2B

Media Netherlands

- › Uutiset & data
- › 360 mediabrändien luominen

Learningissä yritysostomahdollisuuksia nykyisen ydinliiketoiminnan ympärillä



- Vahvempi markkina-asema ekosysteemissä
- Parempi kannattavuus skaalautuvuuden ja synergioiden avulla
- Riskien hajauttaminen

Media Finlandissa kasvumahdollisuuksia kolmella alueella



Viihde

- TV:n kokonaistarjonta
- Merkittävä ja kasvava live-tapahtumien markkina



Uutiset, ilmiöt ja lifestyle

- Vahvat uutis- ja lifestylebrändit
- Maksavien asiakkaiden määrän kasvattaminen



Mainosmyynti (B2B)

- Ainutlaatuinen peiton ja kohdentamisen yhdistelmä mainostajille
- Lisäarvoa tarjoavat digitaaliset ratkaisut
- Palvelut pienille ja keskisuurille yrityksille

 **Tavoitteena hyödyntää tarjolla olevat yhteistyö- ja konsolidaatiomahdollisuudet**

Joulukuussa 2018 julkistettu Iddinkin yritysosto sopii hyvin kasvustrategiaamme

Keskitymme kasvuun valituilla alueilla

- › Synergiaa tuovat nykyistä liiketoimintaamme täydentävät yritysostot
- › Orgaanisen kasvun hankkeet
- › Aktiivinen portfolion hallinta

Learning

- › Ydinliiketoiminta nykyisillä markkinoilla
- › Ydinliiketoiminta uusilla markkinoilla
- › Rinnakkainen liiketoiminta nykymarkkinoilla

Media Finland

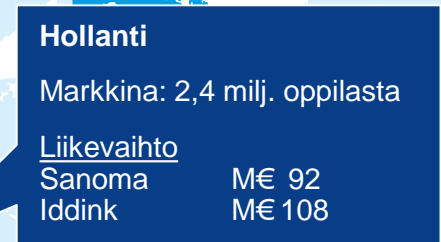
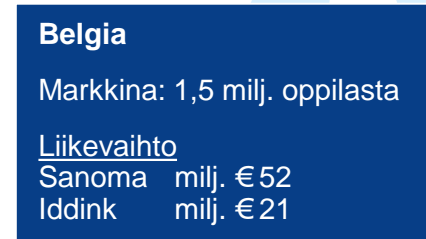
- › Viihde
- › Uutiset, feature ja lifestyle
- › B2B

Media Netherlands

- › Uutiset & data
- › 360 mediabrändien luominen

Iddink vahvistaa Sanoman asemaa Euroopan johtavana oppimisen yhtiönä

- Liikevaihto vuonna 2018 oli 142 milj. euroa ja operatiivinen käyttökate 24 milj. euroa (sis. 16 milj. euron vuokratirjojen poiston)
- Hollannin markkinoilla Iddink tarjoaa oppimisalustoja ja -palveluja sekä toisen asteen että ammatilliseen koulutukseen. Sillä on kolme liiketoiminta-aluetta:
 - painettujen ja digitaalisten oppimateriaalien jakelu, ml. huomattava kirjanvuokrausliiketoiminta,
 - oppilastietojärjestelmät Magister ja Eduarte
 - tiedon analysointi- ja oppimistratkaisut
- 300 työntekijää, joista noin puolet työskentelee oppimisteknologioiden parissa
- Vahva ja kokenut johtoryhmä, joka on sitoutunut jatkamaan Sanoma Learningissä



SANOMA SIJOITUSKOHTENA

Euroopan johtava oppimisen ja median yhtiö



Kasvava osinko



Vahva ja tasapainoinen liiketoiminta-portfolio



Kasvua yritysostoilla valituilla alueilla



Vakaa kannattavuus ja kasvava rahavirta



Omavaraisuusaste ja velkaantuneisuus pitkän aikavälin tavoitetasolla

s

n

o

Kiitos!

a

m

a

