

2019: Muutosten vuosi

Yhtiökokous 2020

Lyhennetty toimitusjohtajan katsaus

Susan Duinhoven, toimitusjohtaja

a

m

s

o

a

n

Sanoma on muuttunut merkittävästi vuoden 2019 aikana

Oppimisliiketoimintaa kasvatettiin neljällä yritysostolla

Sanoma Media Netherlandsin divestointi julkistettiin joulukuussa 2019

Alma Median alueellisen sanomalehtiliiketoiminnan ostosta ilmoitettiin helmikuussa 2020



Kaksi vahvaa liiketoimintaa, Learning ja Media Finland, valmiina kasvuun

400 milj. euroa käytettävissä yritysostoihin

Segmentti-kohtaiset tavoitteet vertailukelpoisen liikevaihdon kasvulle ja kannattavuudelle

2019: Liikevaihto kasvoi ja operatiivinen liikevoitto parani

Liikevaihto	Operatiivinen liikevoitto ilman hankintamenojen poistoja	Liikevoittoprosentti	Operatiivinen osakekohtainen tulos	Vapaa rahavirta	Henkilöstö
913 milj. euroa (2018: 891)	135 milj. euroa (2018: 123)	14,8 % (2018: 13,8 %)	0,49 (2018: 0,49)	131 milj. euroa (2018: 109)	4 000 (2018: 3 400)

- Liikevaihto kasvoi yritysostojen seurauksena; vertailukelpoinen liikevaihdon kehitys oli -1 % (2018: -4 %)
- Learningin kannattavuus parani merkittävästi yritysostojen ja liiketoiminnan kehitysohjelma High Fiven myötä
- Tilikauden tulos mukaan lukien lopetetut toiminnot oli 13 milj. euroa (2018: 126) ja se sisälsi Media Netherlandsin myyntiin liittyvän 105 milj. euron myyntitappion
- IFRS 16-standardin käyttöönotto paransi vapaata rahavirtaa 25 milj. euroa

Learning:

Kannattavuus parani, liikevaihto kasvoi yritysostojen myötä

- Liikevaihto kasvoi 337 milj. euroon (2018: 313) neljän yritysoston myötä
 - Iddink, itslearning, Essener ja Clickedu
 - N. 180 milj. euroa lisää liikevaihtoa vuonna 2020
- Vertailukelpoinen liikevaihto oli vakaa
 - Liikevaihto kasvoi Belgiassa ja Puolassa opetussuunnitelmauudistusten myötä
 - Hollannissa liikevaihto oli edellisvuoden tasolla
 - Liikevaihto laski Suomessa johtuen vuonna 2018 päättyneestä opetussuunnitelmauudistuksesta ja kasvavasta digitaalisten oppimateriaalien osuudesta
- Operatiivinen liikevoitto ilman hankintamenojen poistoja kasvoi 15 % ja oli 73 milj. euroa (2018: 64)
 - Puolet parannuksesta Iddinkin yritysostosta ja puolet liiketoiminnan kehittämisohjelma High Fivesta

15 milj.
(2018: 6)
käyttäjää Sanoman
digitaalisilla alustoilla

8 milj.
yritysostojen
seurauksena

orgaanista
kasvua

1 milj.

Media Finland:

Vakaa liikevaihto ja kannattavuus

- Vuoden 2019 liikevaihto oli vakaa 577 milj. euroa (2018: 579)
- Helsingin Sanomien menestys jatkui
 - Tilaaajamäärä kasvoi kolmatta vuotta peräkkäin
 - Tilausmyynti kaikkien aikojen korkeimmalla tasolla
- Alma Median alueellisten sanomalehtien yritysosto tukee digitaalisen tilaaajamäärän kasvua – kaupan odotetaan toteutuvan huhtikuun lopussa
- IS.fi kävijämäärä kuukaudessa kaikkien aikojen korkeimmalla tasolla joulukuussa
- Digitaalinen mainosmyynti kasvoi 6 %, yhteenlaskettu mainosmyynti laski -1 % linjassa markkinoiden kanssa
- Operatiivinen liikevoitto ilman hankintamenojen poistoja oli vakaa 69 milj. euroa (2018: 70)



Kokonaistilaaajamäärä

397
tuhatta



Kasvua tilaaajakannassa

8%

IS

Enimmillään

42 milj.

vierailua viikoittain

Molempien liiketoimintojen kehitys vuonna 2019 linjassa pitkän aikavälin tavoitteiden kanssa

Tunnusluvut	Pitkän aikavälin tavoite	2019
Learning		
Vertailukelpoinen liikevaihdon kasvu	2-5 %	0 %
Operatiivinen liikevoittoprosentti ilman hankintamenojen poistoja	20-22 %	21,7 %
Media Finland		
Vertailukelpoinen liikevaihdon kasvu	+/-2 %	-2 %
Operatiivinen liikevoittoprosentti ilman hankintamenojen poistoja	12-14 %	12,0 %

Media Netherlandsin myynti DPG Medialle julkistettiin joulukuussa 2019

- Tärkeä askel Sanoman strategisessa muutoksessa
- Myytävän liiketoiminnan kauppahinta on 460 milj. euroa
 - Vastaa arvostuskerrointa 6,5 operatiivisella käyttökateella laskettuna (oikaistu käyttökate 12 kk per 30.9.2019)
- Sanoma Media Netherlands muodostuu Hollannin ja Belgian johtavista aikakauslehtibrändeistä (ml. Libelle, Donald Duck, vtwonen) ja digitaalisesta uutismediasta NU.nl:stä
 - 2019 liikevaihto 368 milj. euroa ja operatiivinen liikevoitto ilman hankintamenojen poistoja 70 milj. euroa
- DPG Media on Hollannin ja Belgian johtava monikanavainen mediayhtiö, jolla on vahva asema uutisissa, radiossa ja TV:ssä
- Painettujen aikakauslehtien osuus Sanoman liiketoiminnasta laskee; niiden digitransformaatio erillisenä liiketoimintana on hankalaa
- Kaupan toteutuminen edellyttää normaalien ehtojen täyttymistä ja sen odotetaan toteutuvan vuoden 2020 toisella vuosineljänneksellä

Velkaantuneisuutemme paranee jälleen Media Netherlandsin myynnin myötä

Tunnusluvut

Pitkän aikavälin tavoite

2019

Nettovelan suhde
oikaistuun
käyttökatteeseen

< 2,5

2,7

Omavaraisuusaste

35-45 %

30,5 %

Osinko

Kasvava osinko
40-60 %
vapaasta rahavirrasta

58 %

Odotetaan palaavan pitkän aikavälin tavoitetasolle, kun Media Netherlandsin divestointi on saatu päätökseen

Hallituksen osinkoesitys vuodelta 2019 on 0,50 euroa

Maksetaan kahdessa yhtä suuressa erässä

Osinkopolitiikka

Sanoman tavoitteena on jakaa kasvavaa osinkoa, joka on 40–60 prosenttia vuosittaisesta vapaasta rahavirrasta

Osinkotuotto

5,3 %

31.12.2019



Vuodesta 2020 alkaen Sanoman johtoryhmä koostuu neljästä jäsenestä



Susan Duinhoven

Toimitusjohtaja
Sanoma Oyj



Markus Holm

Talousjohtaja ja
operatiivinen johtaja
Sanoma Oyj



Pia Kalsta

Toimitusjohtaja
Media Finland

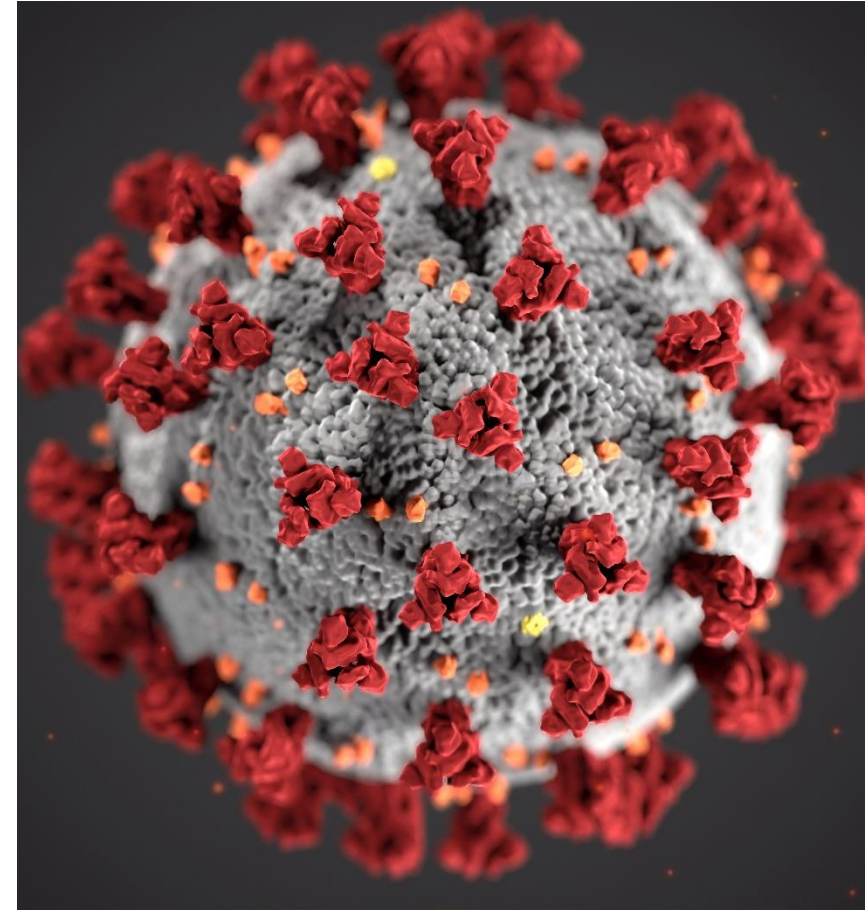



Rob Kolkman

Toimitusjohtaja
Learning (1.1.2020 alkaen)
Media Netherlands
(divestoinnin
toteutumiseen asti)

Sanoma perui väliaikaisesti näkymänsä vuodelle 2020 ja arvioi koronaviruksen leviämisellä olevan merkittäviä vaikutuksia liiketoimintaansa

- Sanoma perui tilapäisesti näkymänsä vuodelle 2020 24.3. koronaviruksen leviämisen takia
 - Nykyisessä jatkuvasti ja nopeasti kehittyvässä tilanteessa liian aikaista tehdä luotettavia ja täsmällisiä ennusteita näkymien päivittämiseksi
 - Päivitetyt näkymät vuodelle 2020 myöhemmin kuluvan vuoden aikana
 - Vuoden ensimmäisinä kuukausina liikevaihto ja kannattavuus kehittyneet odotetulla tavalla
- Oppimisliiketoiminnan liikevaihtoon ja kannattavuuteen ei odoteta merkittävää vaikutusta
- Media Finlandin liiketoiminnassa merkittävää vaikutusta odotetaan
 - Mainosmyyntiin (liikevaihto 247 milj. euroa 2019)
 - Tapahtumaliiketoimintaan (liikevaihto n. 35 milj. euroa 2019)
- Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet ja liiketoiminnan näkymät ennallaan





Sekä oppimisella että medially on merkittävä rooli yhteiskunnassa. Sanomalla on positiivinen vaikutus miljoonien ihmisten elämään joka päivä.

s a n o m a