

# SanomaWSOY Education

a European Group under Construction

**Jacques Eijkens**

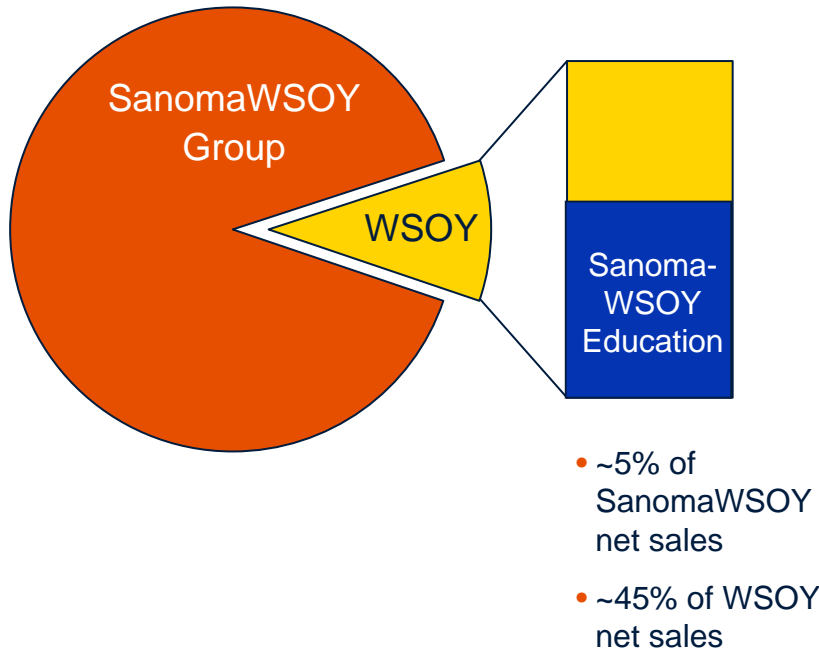
President, SanomaWSOY Education

CMD, 12 May 2005

# SanomaWSOY Education In the Big Picture

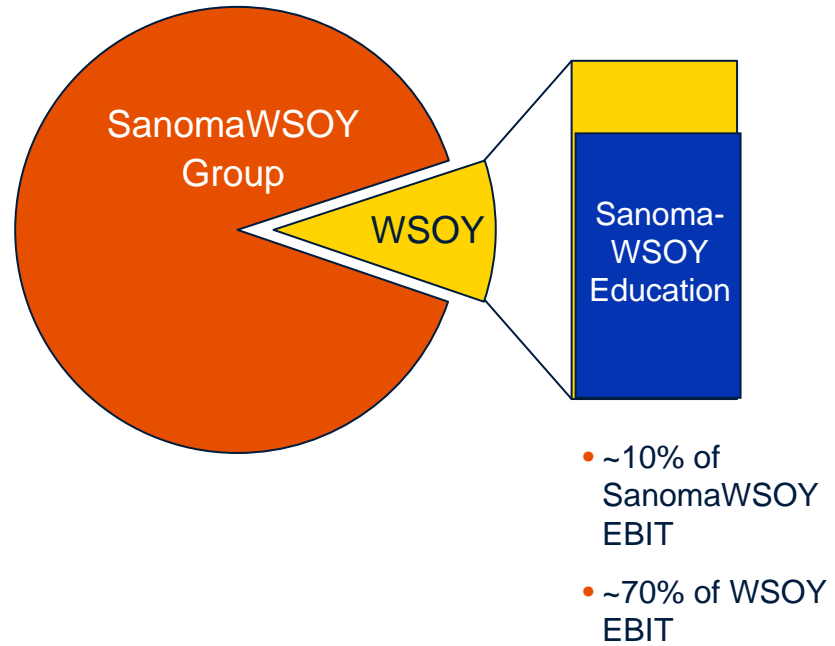
## Net Sales

WSOY: some 12% of SanomaWSOY net sales



## EBIT

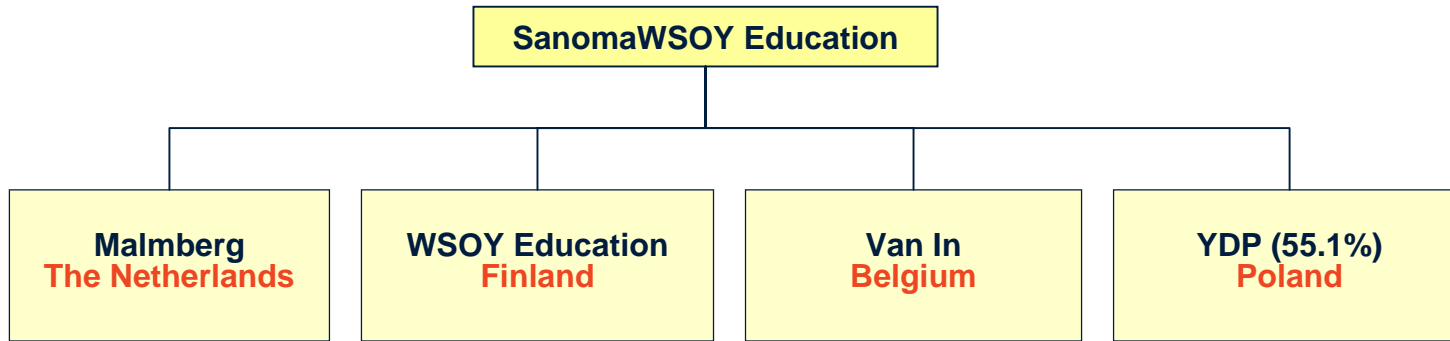
WSOY: some 16% of SanomaWSOY EBIT



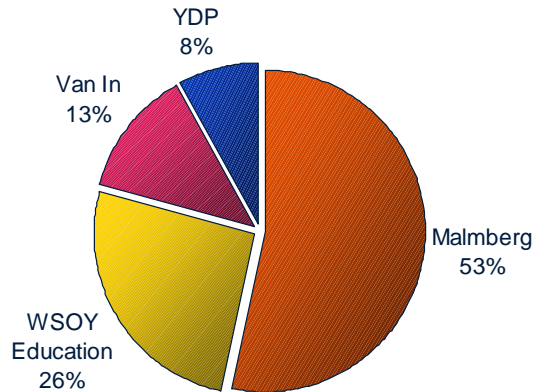
Source: SanomaWSOY pro forma accounts 2004

Y:CMD/IR/2005/Eijkens

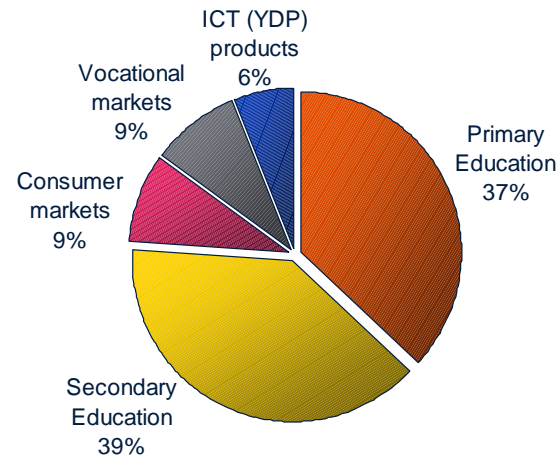
# SanomaWSOY Education in Brief



**Net sales by business units**



**Net sales by market**



Source:  
SanomaWSOY  
pro forma  
accounts 2004

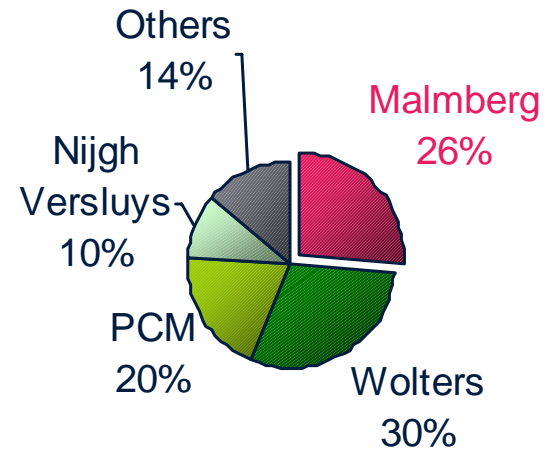
Y:CMD/IR/2005/Eijkens

# Malmberg



## Market size, competition, and positions

- (net) € 238 million
- Expected CAGR 0.7%
- Primary market no 1
- Secondary market no 2
- Vocational market no 4
- Consumer market no 1



## Characteristics

- High market shares
- Strong brands
- Innovative quality

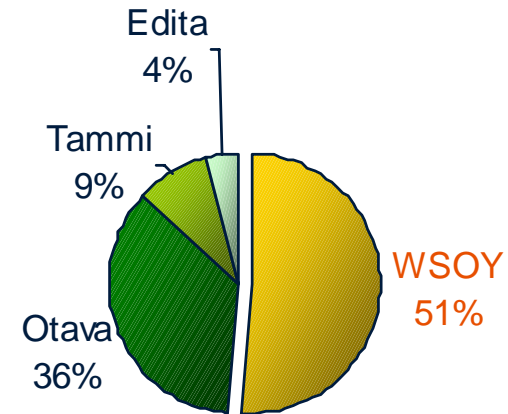
## Strategic priorities

- Expand in new markets
- Redesign processes

# WSOY Education

## Market size, competition, and position

- (net) €72 million
- Expected CAGR 4%
- Primary market no 1
- Secondary market no 1
- Vocational market no 1



## Characteristics

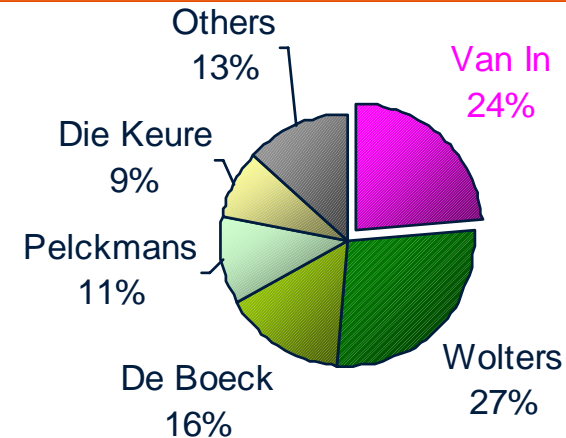
- Strong brands
- High quality
- OPIT learning services

## Strategic priorities

- Capitalize on curriculum changes
- Integrate ICT in learning systems
- Expand in new markets

## Market size, competition, and positions

- (net) €74 million
- Expected CAGR 5.2%
- Primary market no 2
- Secondary market no 2
- Walloon market no 1



## Characteristics

- Strong brands
- Market challenger

## Strategic priorities

- Integrate ICT in learning systems
- Expand in new markets

# Young Digital Poland

## Market size and competition

- Global market
- Expected CAGR >10%



## Characteristics

- Innovative publisher
- Strong brands in international markets
- Market challenger

## Strategic priorities

- Capitalize on Universal Curriculum
- Expand in new markets

# European Market Perspective

## European education market

- European education textbook market is estimated to be around €2 billion.
- Overall average market growth of 2–3%, with local differences due to curriculum change effect.
  - Driven by local content needs
  - Evolving electronic solutions
  - Demographics : 0.23% CAGR 2004e-2008e for the total European population
  - Education policies have top priority of governments
  - Developing CEE markets
  - GDP and CPI developments in the EU\*:

Growth rate 2004e 2005e 2006e 2007e 2008e

GDP	2.0%	2.2%	2.1%	2.1%	2.1%
CPI	1.4%	1.7%	1.8%	1.8%	1.8%

## Main trends - Primary

- Uniform, local curricula
- Largest cycle of all three segments
- So far limited use of ICT
- Stable markets

## Main trends - Secondary

- Increasing use of performance indicators
- Teachers shortages
- Increased used of ICT: driver of sales growth
- ICT infrastructure improving

## Main Trends - Vocational

- Fragmented markets
- ICT infrastructure up to standards
- Integrated eLearning solutions in practice

\* Source:  
EUI, January 2004

Y:CMD/IR/2005/Eijkens



# SanomaWSOY Education

## Mission

### We aim to be:

an ambitious and professional publishing group which

**empowers educational societies** to achieve their educational targets,  
**enables educational professionals** in organising their learning  
processes and **supports individuals** in their development.

# SanomaWSOY Education

## Vision

We want to enable and support customers, enhancing education by making learning processes **attractive and effective**.

We want to be one of the **leading** educational publishers in Europe and the **best performer** in our chosen markets and business areas.

# Five Strategic Objectives

Publish best-in-class learning solutions, optimising the use of ICT, to ensure growth.

Grow the core businesses by extending the current product portfolios.

Realise strategic and cost synergies, adding value for all stakeholders.

Leverage the SanomaWSOY Education way of growing internationally, by judicious M&A, securing systematic synergy realisation.

Create an inspiring working environment of continuous learning for our employees and authors to ensure continuity.

# Publish Best-in-Class Learning Solutions 1/3

Increase competitive edge around three capabilities:

## **Customer understanding**

- action faster than competitors
- starting with market research

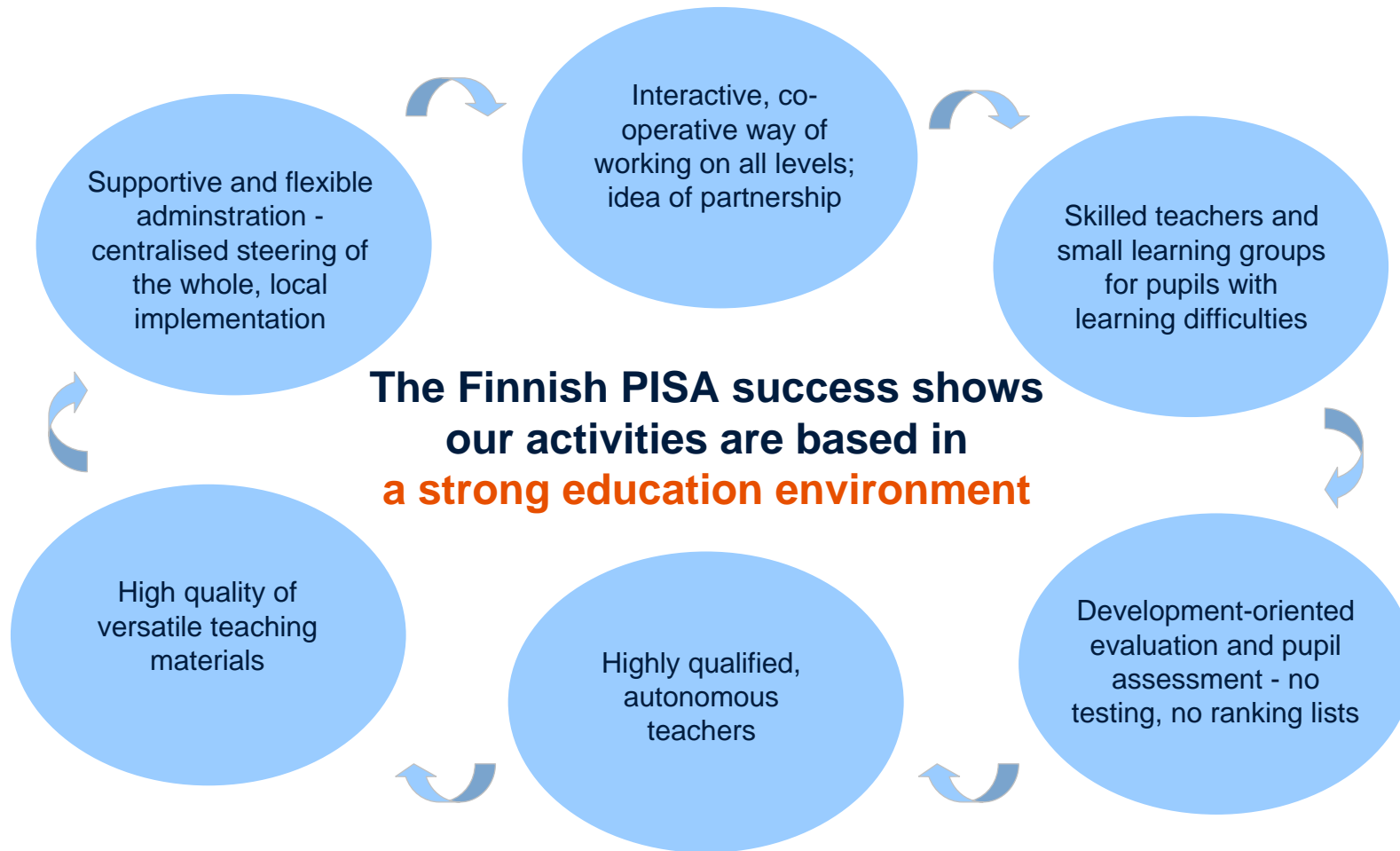
## **Platform adaptability**

- significantly improve the portability of (parts of) the platform
- better time-to-market and higher quality

## **Unique ICT strategy**

- push-driven ICT innovation (YDP) and
- pull-driven ICT usage demand (publishers)

# Publish Best-in-Class Learning Solutions 2/3



# Publish Best-in-Class Learning Solutions 3/3

**YDP's Universal Curriculum – example of a unique ICT product.**



UNIVERSALCurriculum.com  
Content & Learning Technologies for K-12 Educators



# Extend the Current Portfolios

An example: Consumer market

## Consumer market

- Strong educational market position
- Very good access to via-school channel
- Building the bridge between school and home

## Approach

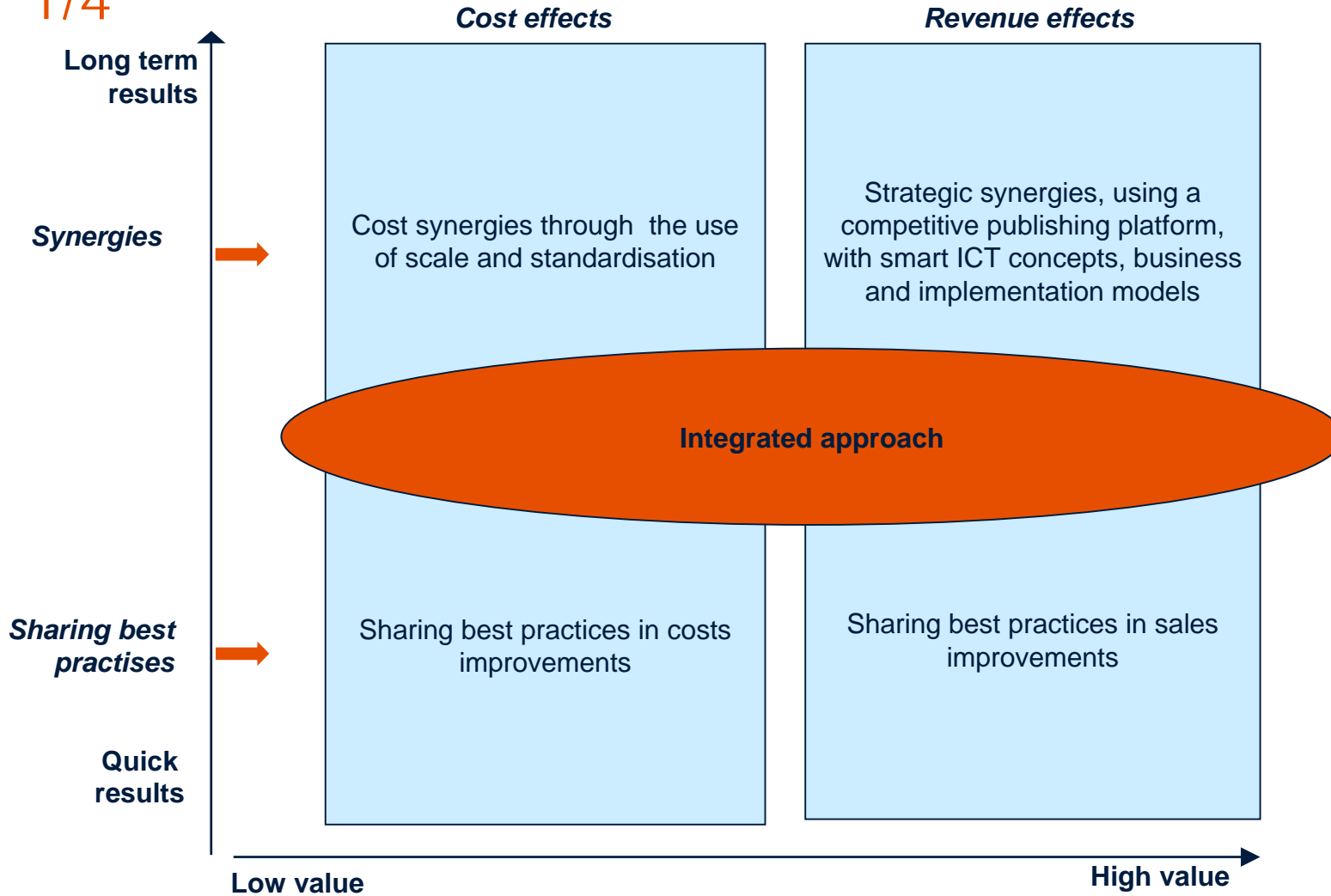
- International team
- Market exploration
- Business case
- Decision



Y:CMD/IR/2005/Eijkens

# Adding Value, Realising Synergies

1/4

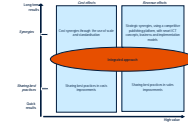




# Adding Value, Realising Synergies

2/4

17



Few examples of current projects:

## Paper and printing purchasing

- Consolidate paper purchasing volumes; potential 12% of costs
- Consolidate printing purchasing volumes; potential 15% of costs

## Content sharing

- Set up a common picture and asset databank as test case for content sharing
- Set up an international project from scratch

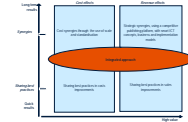
## IT systems

- Assess IT concept NL/BE (SAP) against potential group roll-out
- Draft a coordination plan for group IT systems

Y:CMD/IR/2005/Eijkens

# Adding Value, Realising Synergies

3/4



Example of sharing pictures / assets that do make sense, internationally:

**8.1** OPRACHT 9.13

**2 In de grond**

Een mol leeft in de grond. Daardoor is hij verplicht om gangen te graven. De beenderen van de voorpoten zijn kort en breed. De handen zijn groot in vergelijking met de rest van het pootskelet. Een handvoortelbeentje aan de kant van de duim is heel groot en sikkelvormig, het **sikkelbeen**. Het ligt onderhuids naast het middenhandsbeentje van de duim. Daardoor is het oppervlak van de hand sterk vergroot. Aan de vingertoppen vind je lange, stevige klauwen terug waarmee de mol de aarde loskrabt. De voorpoten zijn graafpoten. De achterpoten zijn looppoten. Het dier plaatst bij het lopen de volledige voet op de grond. De mol is een zoogdier met de achterpoten.

**4 In de lucht**

Bij de vleermuis zijn de bovenste ledematen veel sterker ontwikkeld dan de onderste. Het opperarmbeen heeft een normale lengte. Het spaakbeen en de ellepijp zijn langer dan het opperarmbeen. Spaakbeenen ellepijp zijn met elkaar vergroeid en vormen zo een sterker geheel. Met haar korte duim haakt de vleermuis zich vast aan een ruw oppervlak als ze een korte tijd rust. De hand is groot door de lange middenhandsbeentjes en vingerkootjes. De beenderen van de hand dienen als steun voor de vlieghuid. Die huid is ook vergroot met de rest van de arm, de flanken van de romp, de dij, de kuit en de staart. Het zo ontstane heel grote oppervlak stelt de vleermuis in staat om te vliegen.

**Afb. 3.28** Skelet van een vleermuis

**3 In het water**

Bij walvissen zijn enkel de beenderen van de voorpoten goed ontwikkeld. Het opperarmbeen, het spaakbeen en de ellepijp zijn kort en breed. Ook de handvoortelbeentjes en de middenhandsbeentjes zijn kort en stevig. De twee middelste vingers hebben meer dan drie vingerkootjes. Daardoor is de hand breed en lang. De vingers zijn uitwendig met elkaar vergroeid waardoor meer druk kan uitgeoefend worden tegen het water. De vergroeide vingers vormen de zwempoot. Ook zeehonden hebben dergelijke voorpoten. Walvissen en zeehonden zijn zwemmers.

**Afb. 3.27** Skelet van een walvis

**VOORTBEWEGING IN VERSCHILLENDE MILIEUS**

OP HET LAND	
- op de grond	steunen op hand en voet
- zoogjangers	steunen op vingers en tenen
- teenlopgangers	steunen op de toppen van vingers en tenen
- in de grond	graafpoot
IN HET WATER	zwempoot
IN DE LUCHT	vlieghuid

handvoortelbeentjes  
middenhandsbeentjes  
vingerkootjes

Bio voor jou / Van In

**8.2** OPRACHT 20 EN 21 BLZ. 137

**8 Het skelet van verschillende zoogdieren**

8.1 is bij zoogdieren veel overeenkomst in de bouw van het skelet. De verschillen zijn te ontdekken door skeletten goed te bekijken, ze hangen samen met verschillen in levenswijze. 8.2 gaat de skeletten van een hond, van een walvis, van een mol, van een vleermuis en van een aap met elkaar vergelijken (zie figuur 21). Als er van enkele van deze dieren op school leetelen aanwezig zijn, kun je die gebruiken.

**Afb. 41** Skeletten van enkele zoogdieren.

1 is bij zoogdieren dat op vier poten loopt

2 walvis een zoogdier dat zwemt

3 mol een zoogdier dat kruipt en graaft

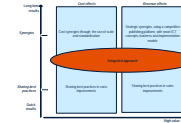
4 vleermuis een zoogdier dat vliegt

5 aap een zoogdier dat vaak op twee poten loopt

Biologie voor jou / Malmberg

# Adding Value, Realising Synergies

4/4



Example of sharing tools and platforms that are common use yet on a national level:

# Leverage the SanomaWSOY Way Internationally

## Acquisition criteria

- Markets with growth potential
- Leverageable acquisition targets
- Educational publishers and educational solution providers

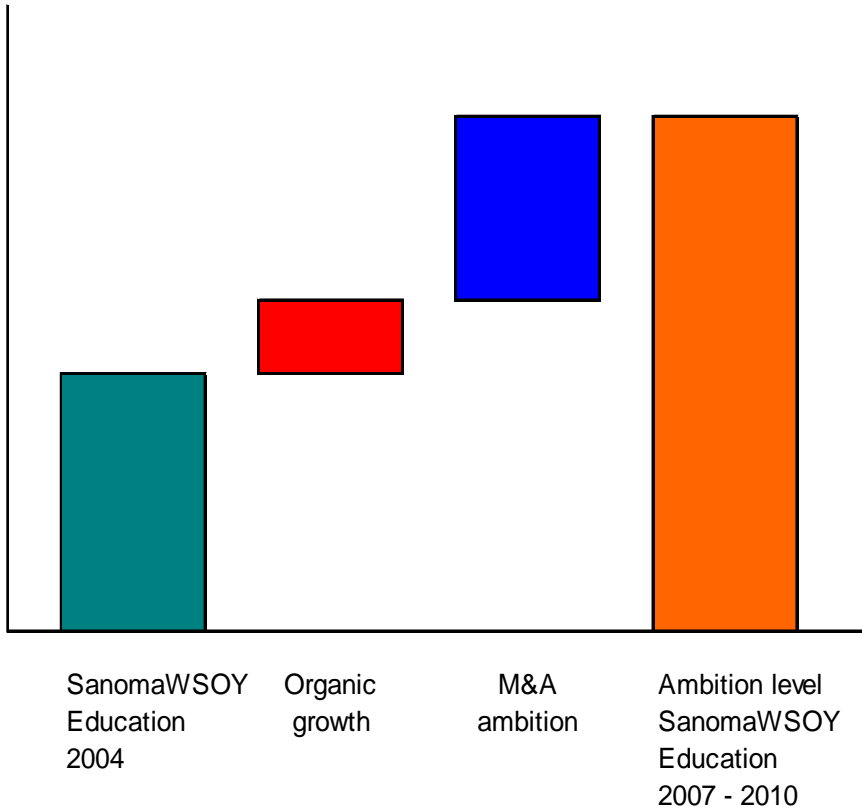
## Target countries

- Current SanomaWSOY countries (CEE)
- New markets (YDP's): emerging Far East markets
- Current educational markets (FI, NL, BE, PO)

# Educational Publishers in Europe

- Lagarde
- Wolters Kluwer Education
- Ernst Klett Verlag
- Pearson Education
- Zanichelli Editore
- Cornelsen Verlagsgruppe
- SanomaWSOY Education
- Prisa
- RCS Scuola
- Reed Elsevier (Harcourt Education)

# We Aim for a Top 3 Position by 2007-2010



- **Realise** our organic growth plans.
- **Acquire** strong targets in the (non-consolidated) growth markets.
- **Secure** the connection between organic and inorganic growth!

# Summary

- The products remain local, but the platforms become global
- Our leading positions have scale to capitalize on synergies
- Macro-environment is moving to our advantage
- ICT is main driver behind growth
- bolt-on expansion and acquisitions for further growth

## **We will achieve creating value**

- From shareholders' point of view: good cash flows and (international) growth
- From market point of view: to meet further required standards
- From society's point of view: to take responsibility for social relevant products