

# Vakaalta pohjalta kohti kasvua valituilla alueilla

Kaisa Uurasmaa  
Sijoittajasuhde- ja yritysvastuujohtaja

Helsingin Osakesäästäjät, 18.9.2018

a

m

s

o

a n

# Sanoma sijoituskohteena: Vakaalta pohjalta kohti kasvua valituilla alueilla

Yritysmyyntien seurauksena  
tasapainoisempi ja fokusoidumpi  
liiketoimintaportfolio

Keskitymme edelleen asiakkaisiimme,  
kannattavuuteen ja kassavirtaan

Haemme kasvua kohdennettujen  
yritysostojen kautta

- Velkaantuneisuus ja omavaraisuusaste pitkän aikavälin tavoitetasolla
- Parempi kannattavuus
- Vahvempi kassavirta
- Tavoitteena kasvava osinko, joka on **40–60 %** vapaasta kassavirrasta



# Sanoma tänään

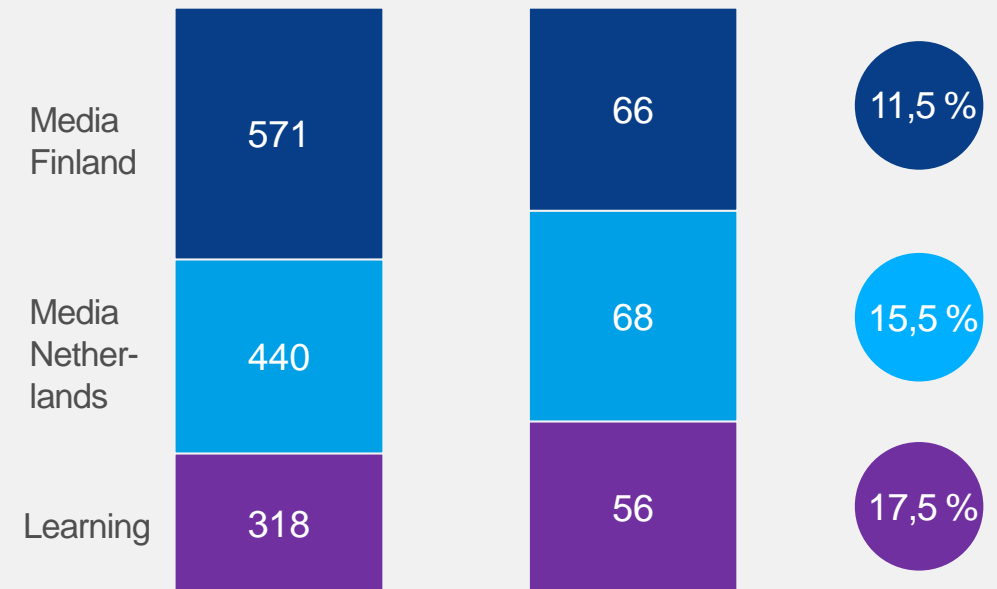
- Median ja oppimisen edelläkävijä
- Kolme liiketoiminta-aluetta, kaikilla johtava asema omilla markkinoillaan
  - Sanoma Media Finland
  - Sanoma Media Netherlands
  - Sanoma Learning
- Toimintaa Suomessa, Hollannissa, Belgiassa, Puolassa ja Ruotsissa

Liikevaihto

1,3 mrd.€

Operatiivinen liikevoitto

179 milj.€ 13,6 %



# 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€571**

Operatiivinen  
liikevoitto

**M€66**

Liikevoittoprosentti

**11,5 %**

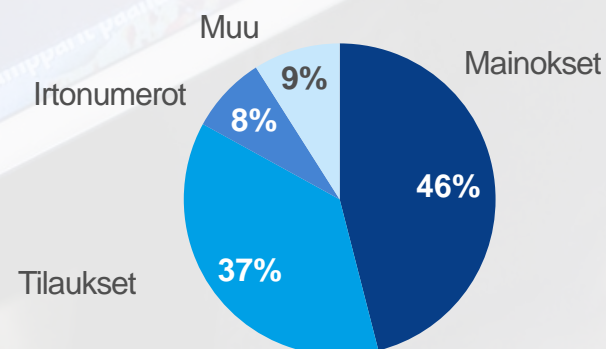
Henkilöstö

**1 700**

## Sanoma Media Finland

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

### Liikevaihdon jakauma 2017



**Painettu** | **Ei-painettu**  
**56 %** | **44 %**

# Vahvat brändimme tavoittavat 95 % suomalaisista...

#1

uutisissa



**HS** **ILTA-SANOMAT**

50 %

Osuus liikevaihdosta

#1

aikakauslehdissä



**kodin et** **AKU ANKKA**  
kuvalehti

**menaiset** **GLORIA**

20 %

#1

radiossa



**Radio Suomi POP** **supla** **LOOP**  
**Radio Aalto** **helmi**  
RADIO

5 %

#1/2

televisiossa



**4** **jim** **RUUTU** **liv**

20 %

#1/2

luokitelluissa  
ilmoituksissa



**OIKOTIE**

5 %

# ... 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

Vierailujen määrä **+5 %**  
Sivulla vietetty aika **+13 %**



Lyhyt



Sivulla vietetty aika **+16 %**  
Digitilaukset, alle 40-v. **+40 %**

KÄYTTÖTARKOITUS

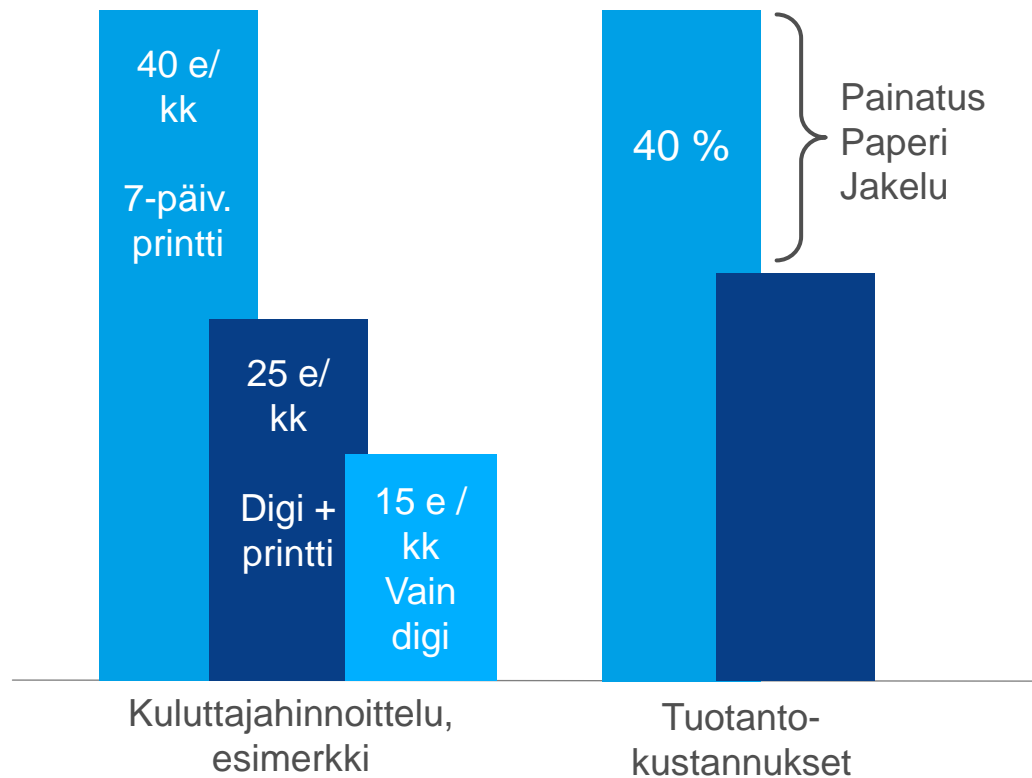
Taustalla

Viihde

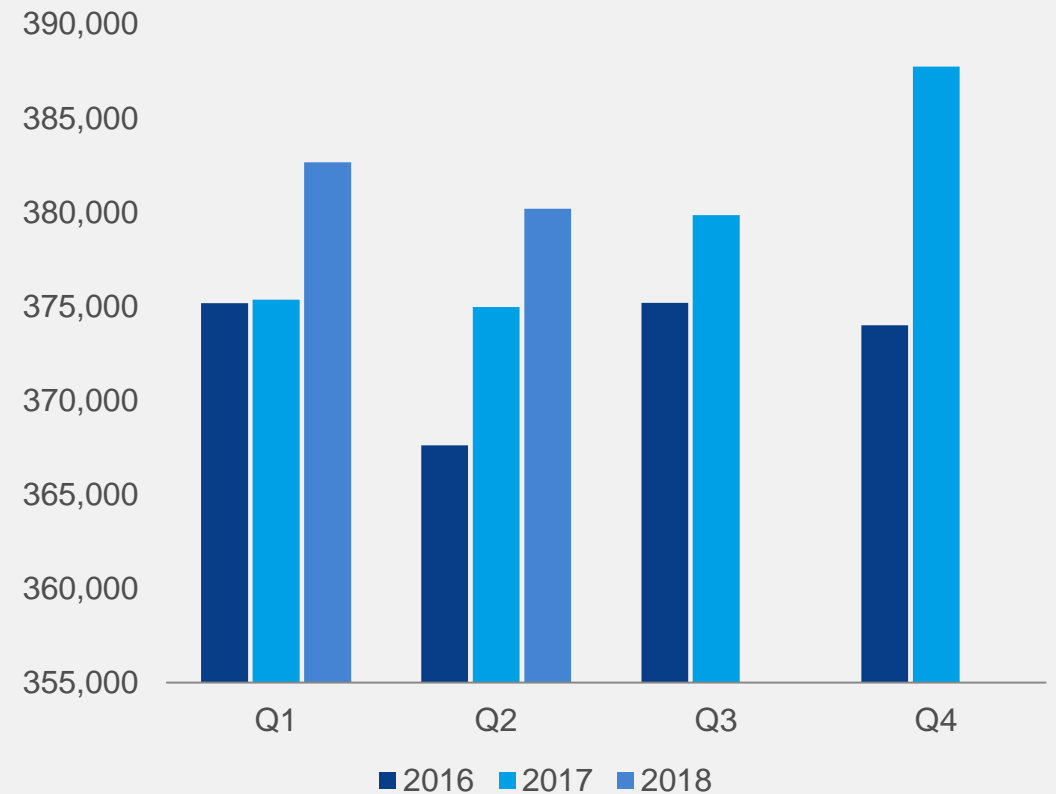
Tiedon  
hankinta



# HS:n pitkän tähtäimen strategia: Selkeitä kustannushyötyjä digitalisaatiosta



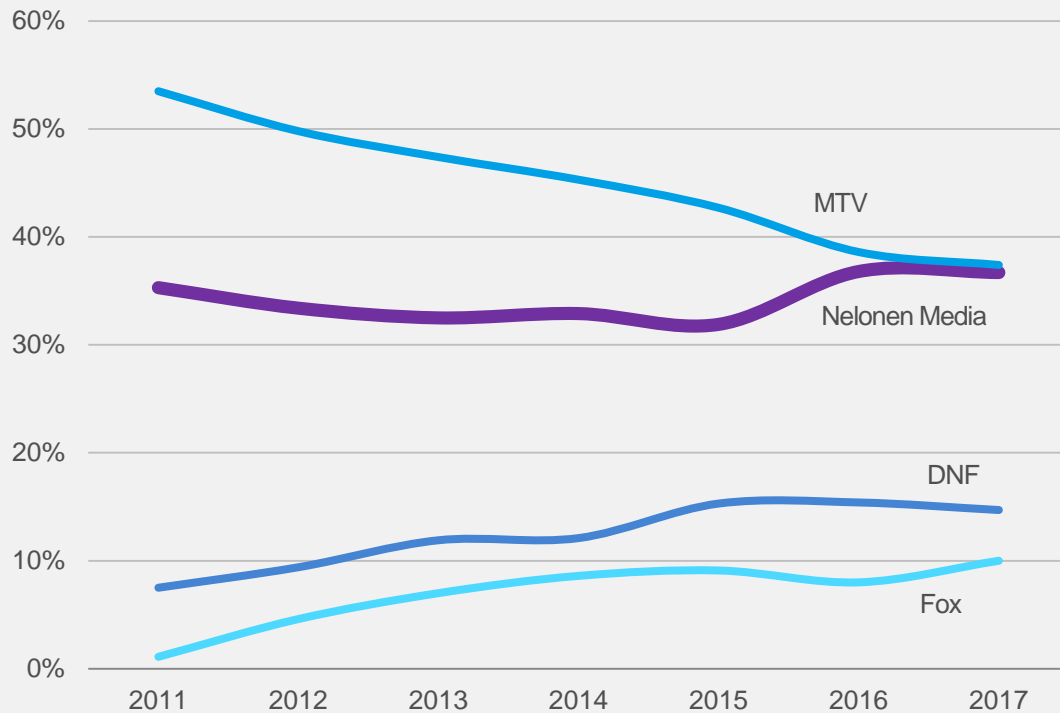
HS:n tilaukset  
Printti & digi yhteensä



# Sanomalla vahva asema sekä perinteisessä TV:ssä että suoratoistopalveluissa

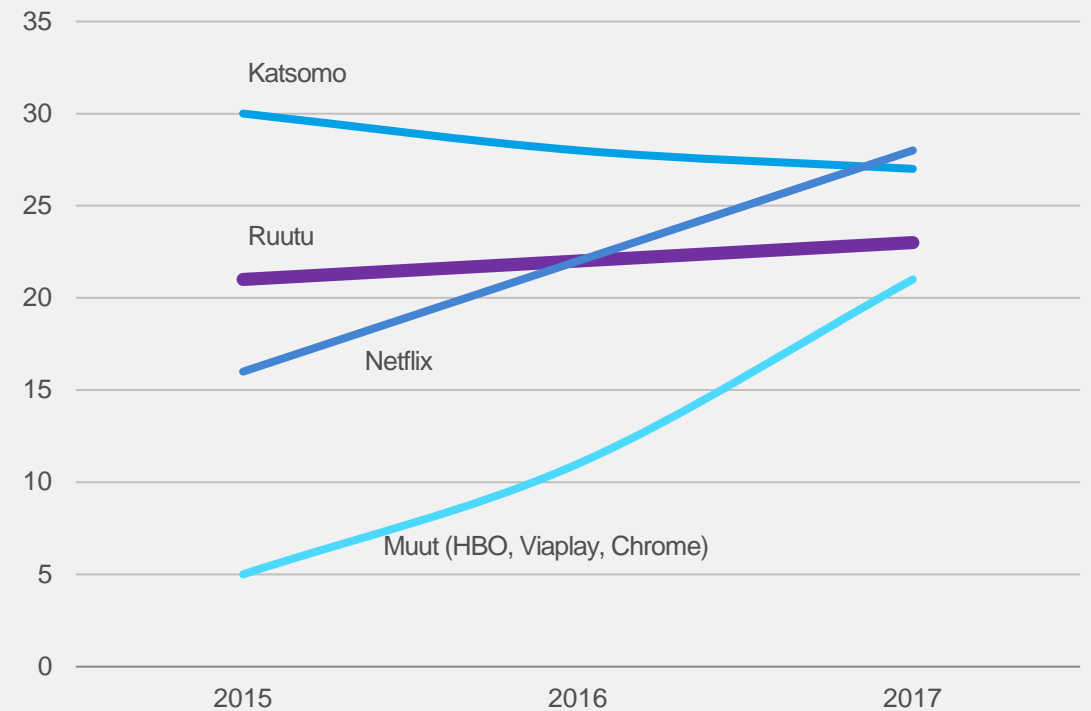
## Kaupallisen TV:n katseluosuudet

25-44 v.



## Kaupallisten suoratoistopalvelujen peitto

Kk, % suomalaisista aikuisista, ei sis. YouTubea



# 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

Festivaalit

Tähdet ja taiteilijat

Markkinointiosaaminen

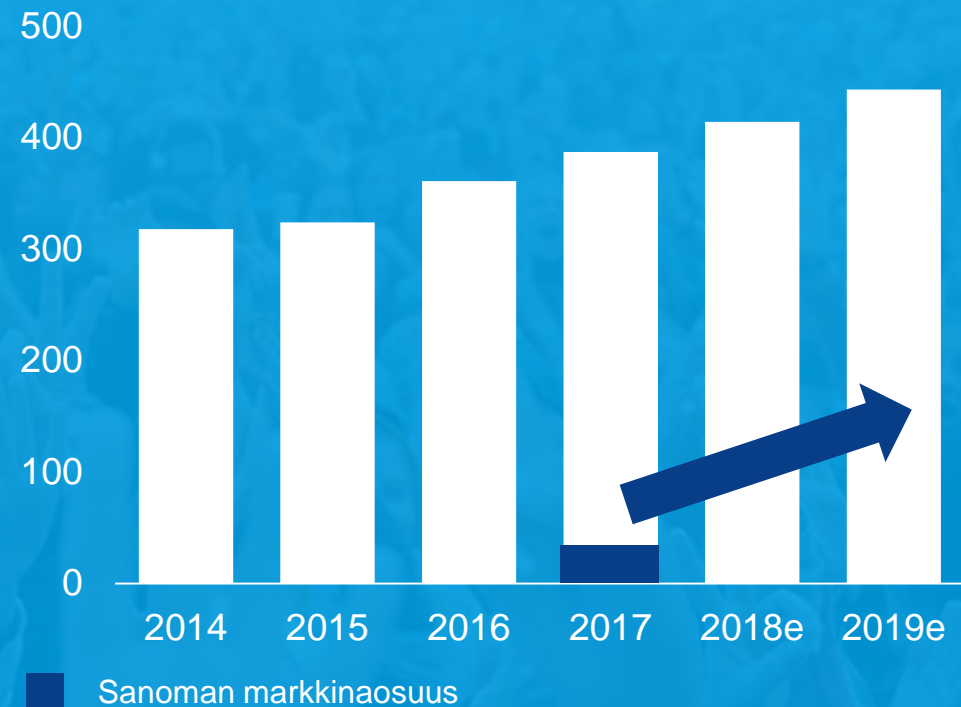
Asiakkaan tunteminen

N.C.D.  
Productionin  
festivaaliliike-  
toiminnan  
hankinta  
03 / 2018

# Live-tapahtumien markkina kasvaa 7 % vuodessa

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

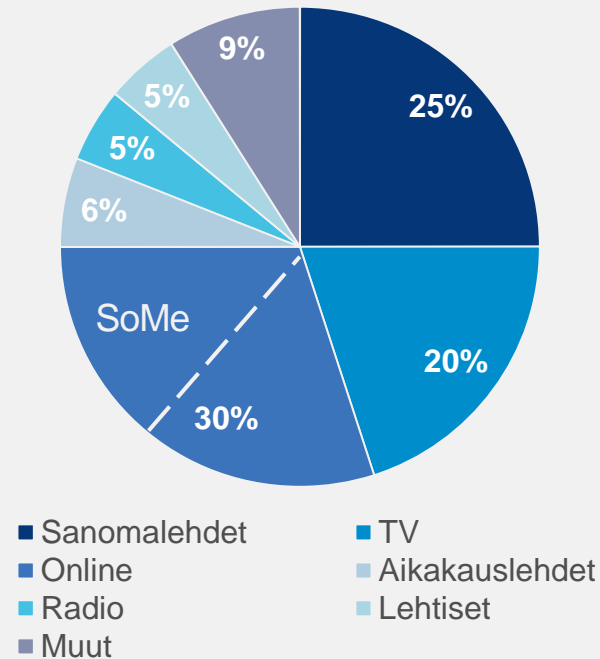
**Festivaali- ja konserttimarkkinat Suomessa (arvio)**  
milj. euroa, liput ja lisämyynti



# Paikallisilla toimijoilla on merkittävä rooli Suomen mainosmarkkinoilla

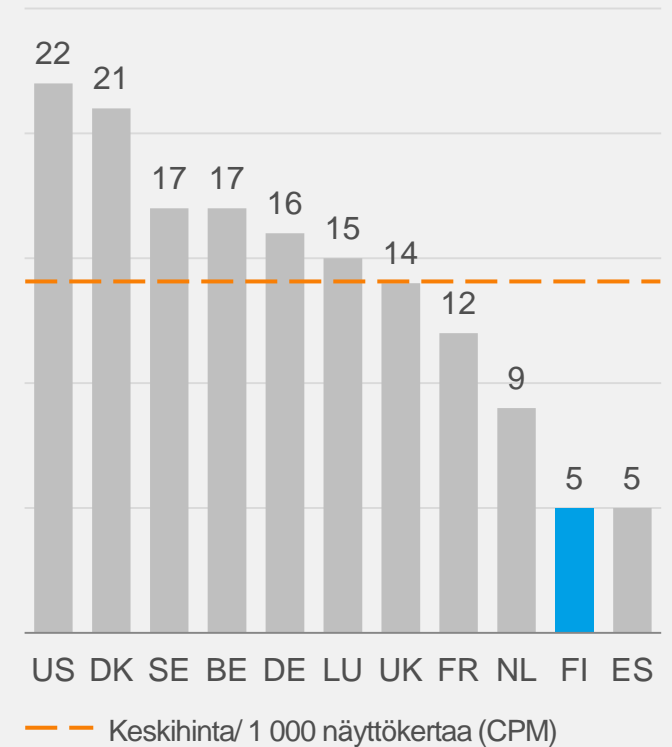
- Suomessa mainontaan käytettiin **1,2 mrd. euroa** vuonna 2017
- Sosiaalisen median osuus n. **15 %** (180 milj. euroa)
- Mainonta seuraa median kulutuksen siirtymistä painetusta digitaaliseen
- TV:ssä mainonta vapaasti katsottavilla kanavilla vähentynyt
  - Suomen hintataso Euroopan alhaisimpia

## Mainonta kategorioittain 2017



Lähde: Kantar TNS

## TV-mainonnan hintavertailu euroa



Lähde: BCG



Liikevaihto

**M€ 440**

Operatiivinen  
liikevoitto

**M€ 68**

Liikevoittoprosentti

**15,5 %**

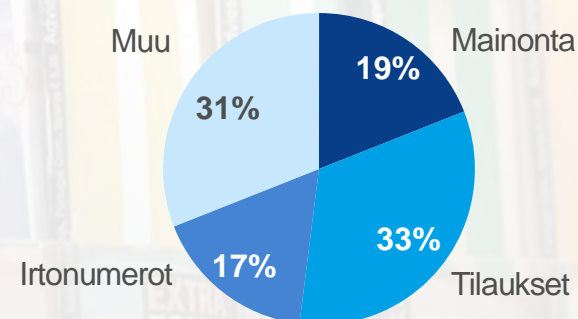
Henkilöstö

**1 100**

## Sanoma Media Netherlands

- Johtava monikanavainen mediatalo
- Hollannin kuluttajamediatuotteet ja Aldipress-lehtijakeluyhtiö
- Sisältöä ja asiakastietoa yhdistämällä kehitetään menestyksekkäitä markkinointiratkaisuja mainostajille

### Liikevaihdon jakauma 2017



**Painettu 60 %** | **Ei-painettu 30 %**

**Muu 10 %**

# Kolme vahvaa fokusaluetta

## Suurilevikkiset, tunnetut mediabrändit

Vahva kassavirta,  
laajentaminen  
monikanavaiseksi

**55 %**

> keskimääräinen

## Verkkouutiset & dataliiketoiminta

Lisää liikevaihtoa  
mainonnan  
arvoa  
kasvattamalla



**9 %**

~ keskimääräinen

## Erikoisbrändit

Erittäin  
kustannustehokkaita  
pienempiä  
mediabrändejä

**36 %**

< keskimääräinen

Osuus liike-  
vaihdosta  
2017

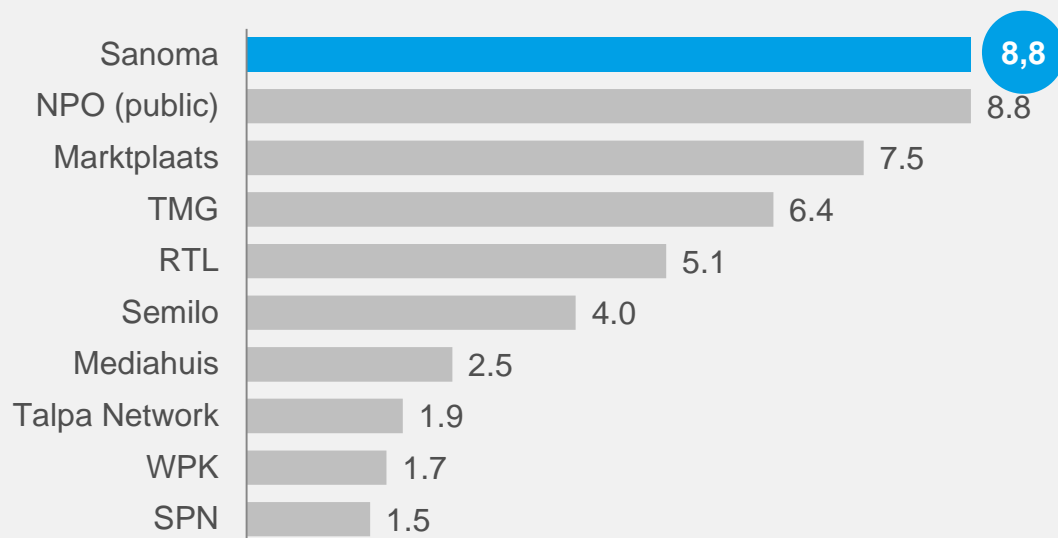
Kannattavuus

# Markkinajohtaja painetussa ja verkkomediassa tavoittaen yli 70 % hollantilaista



**#1** kotimainen verkkopalvelu

Paikallisten verkkomedioiden kuukausipeitto (milj.)\*

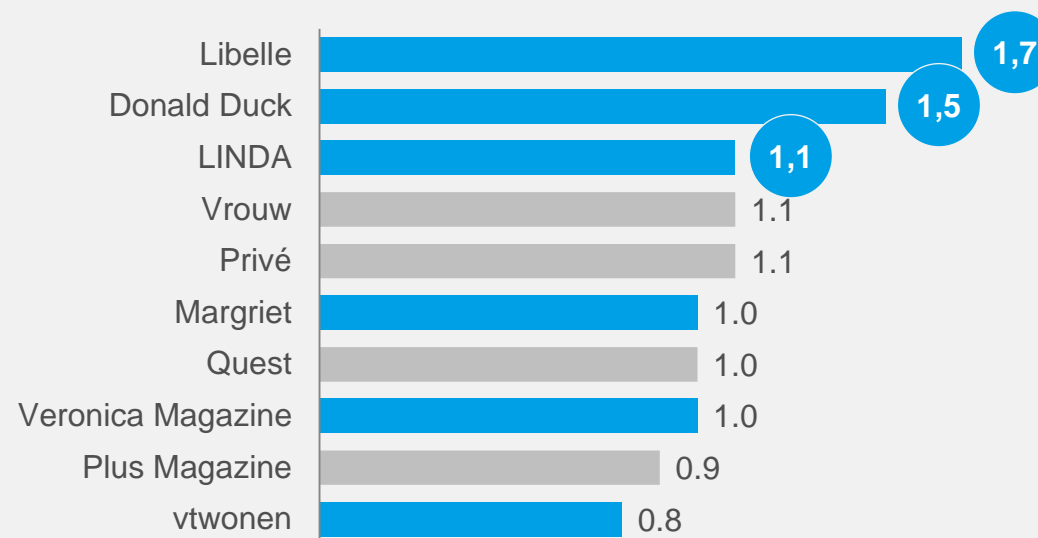


\* Lähde: NOBO



**#1** aikakauslehtien levikissä

Suurimpien aikakauslehtien kuukausipeitto (milj.) \*\*



\*\* Lähde: NOM, ei sisällä ilmaisjakelua



FASHIONCHICK  
EIGEN HUIS & INTERIEUR



Ouders  
Ariadne at Home

libelle

Startpagina

LINDA

VIVA

vtwonen

Stijlvol  
WONEN



Margriet

FLAIR

DONALD DUCK

WONEN  
Landelijke sigt

flow



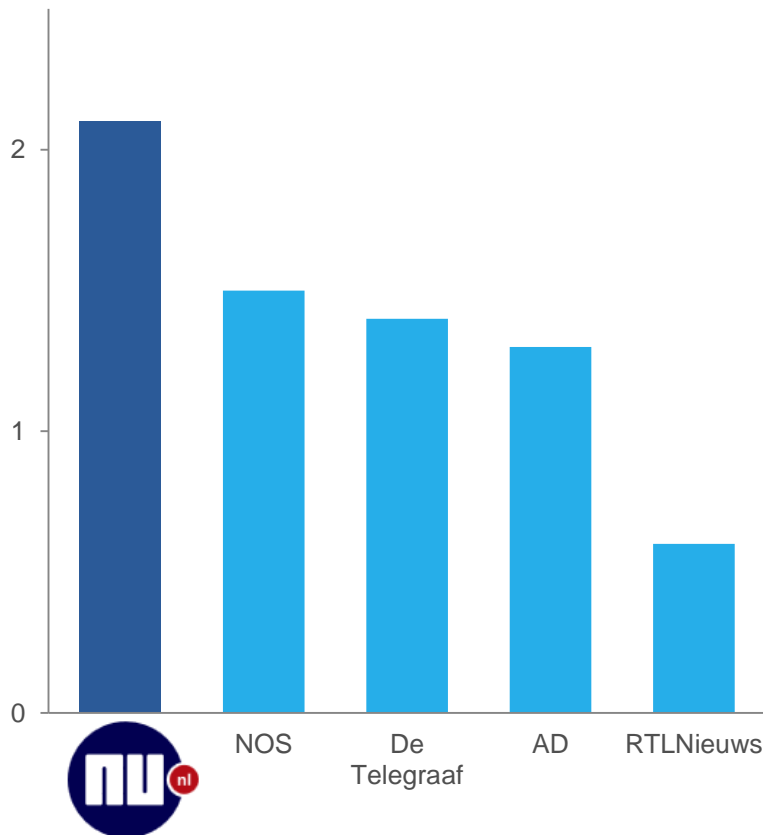
# Case Libelle: Laajentuminen monikanavaiseksi



# NU.nl – Hollannin johtava uutissivusto

## Päivittäinen peitto

keskimäärin, milj. käyttäjää



> 7 milj.  
yksittäistä  
käyttäjää  
kuukaudessa

49 %  
peitto yli  
13-vuotiaista  
hollantilaisista

> 10 mrd.  
sivuselailua  
vuodessa

> 300 milj.  
videokatselua  
vuodessa



Woensdag 12 september 2018

Voorpagina

Net binnen

Algemeen

Economie

Sport

Voetbal

Formule 1

Vuelta a España

Meer Sport

Tech

Entertainment

Uit

Overig

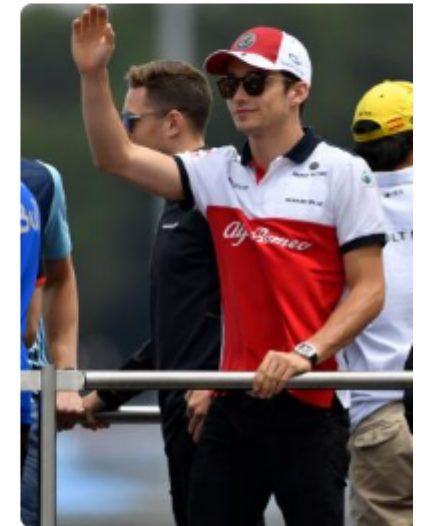
Video's

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**

Liikevaihto

**M€318**

Operatiivinen  
liikevoitto

**M€56**

Liikevoittoprosentti

**17,5 %**

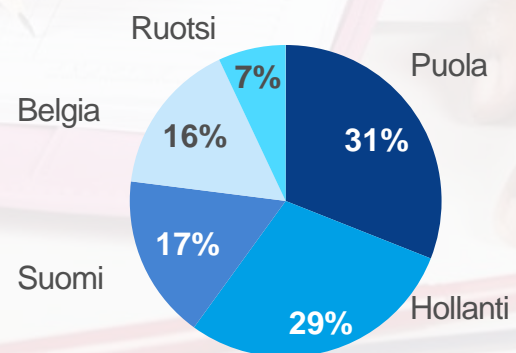
Henkilöstö

**1 400**

## Sanoma Learning

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

### Liikevaihdon jakauma 2017



**Painettu**  
**55 %**

**Ei-painettu**  
**45 %**

josta hybridejä  
n. puolet

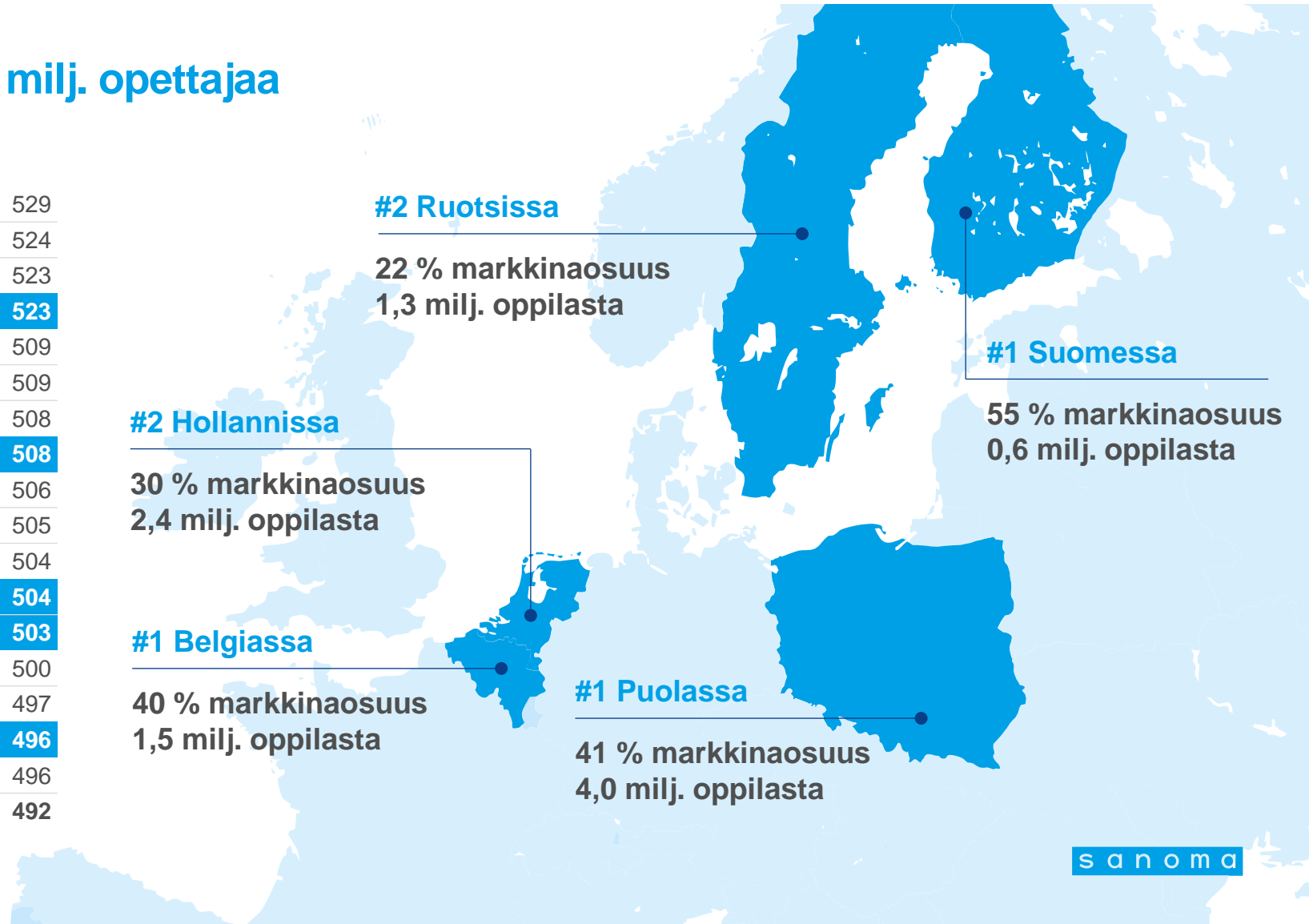


# Johtava asema maissa, joissa on maailman kehittynein koulujärjestelmä

## Asiakkaina 10 milj. oppilasta ja 1 milj. opettajaa

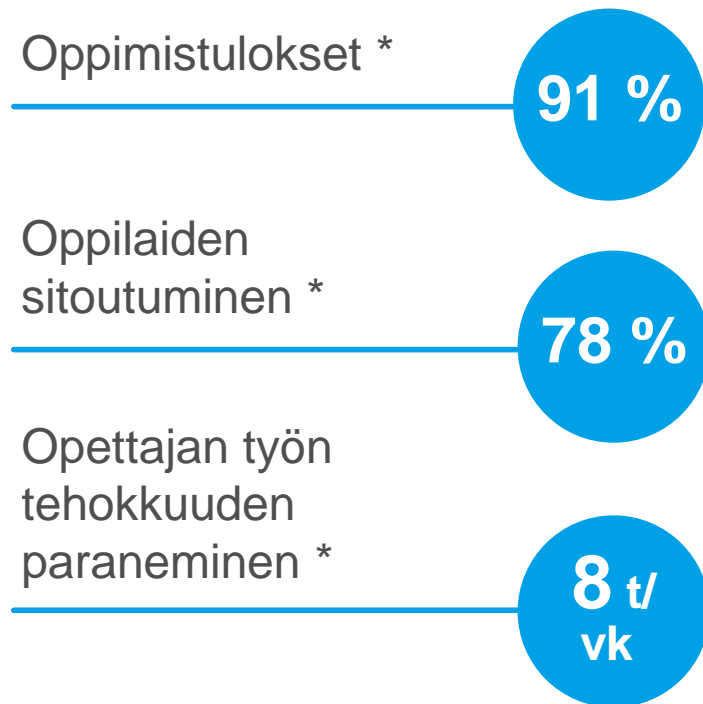
Euroopan maiden PISA-menestys ml. maailman  
3 parasta maata

1	Japani	529
2	Viro	524
3	Kanada	523
4	<b>Suomi</b>	<b>523</b>
6	Slovenia	509
7	Irlanti	509
8	Saksa	508
9	<b>Hollanti</b>	<b>508</b>
10	Sveitsi	506
12	Norja	505
13	Tanska	504
14	<b>Puola</b>	<b>504</b>
15	<b>Belgia</b>	<b>503</b>
17	Iso-Britannia	500
18	Portugali	497
19	<b>Ruotsi</b>	<b>496</b>
20	Ranska	496
	<b>OECD-maiden keskiarvo</b>	<b>492</b>



# Materiaalimme säästävät opettajien aikaa sekä parantavat oppimistuloksia ja oppilaiden sitoutumista

Oppimateriaalimme tukevat oppilasta ja opettajaa kaikissa vaiheissa



# CASE Bingel: Pelinomainen oppimisalusta alakouluihin

- Bingel tekee oppimisesta hauskeempaa ja parantaa oppilaiden sitoutumista
- Mahdollistaa tehtävien personoinnin oppilaan kykyjen mukaan
- Lanseerattu Belgiassa, Suomessa ja Ruotsissa

> **300 000**  
tehtävää

Tehtäviä tehty  
> **500** milj.  
kertaan

**90 %**  
opettajista  
suosittelee

The logo for 'bingel' is written in a playful, rounded font. The letters are green with a white outline and a blue drop shadow, giving it a 3D effect. The background of the slide is a blue sky with white clouds.

# Bingel käytössä lähes kaikissa alakouluissa Belgian Flandersissa

**84 %**

kouluista käyttää  
Bingeliä  
(v. 2017 lopussa)

**>1 mrd**

tehtävää tehty  
v. 2011  
alkaen

**>25t**

opettajaa  
antaa läksyjä  
Bingelissä

**>1 milj.**

harjoitusta  
oppilaiden  
tehtäväksi

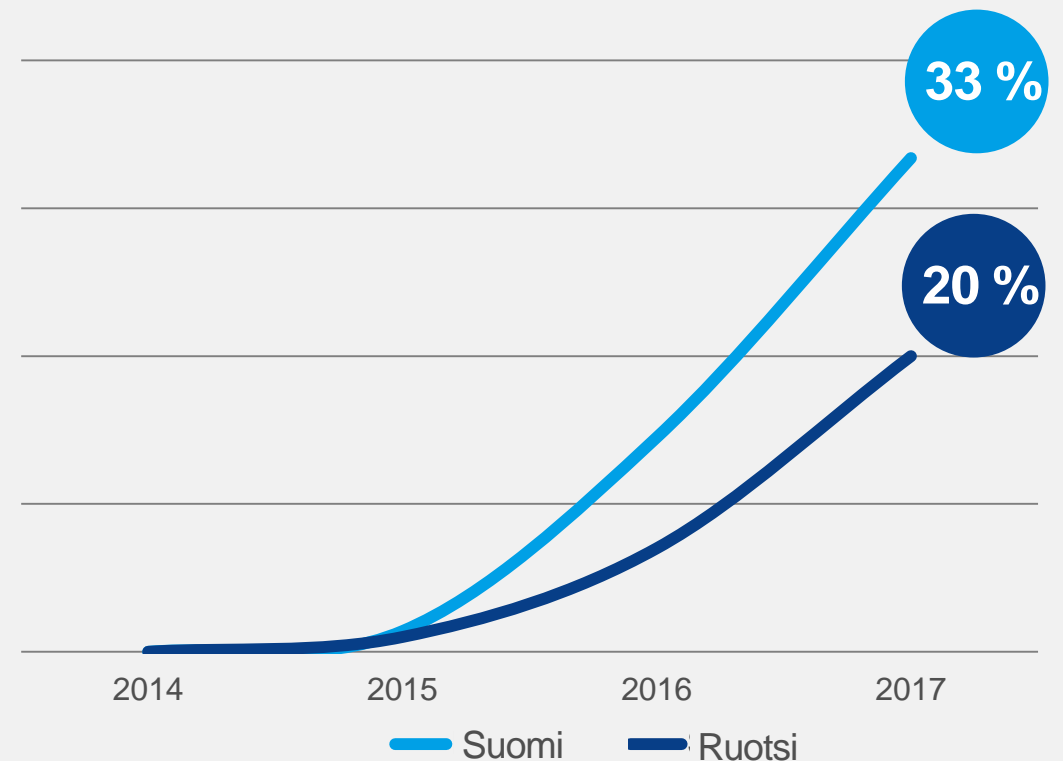
**9/10**

opettajista  
suosittelee  
Bingeliä

**87 %**

opettajaa kertoo  
Bingelin  
auttavan  
personoimaan  
opetusta  
oppilaille

## Bingelin käyttö kasvaa Suomessa ja Ruotsissa





# Sanoma sijoituskohteena: Vakaalta pohjalta kohti kasvua valituilla alueilla

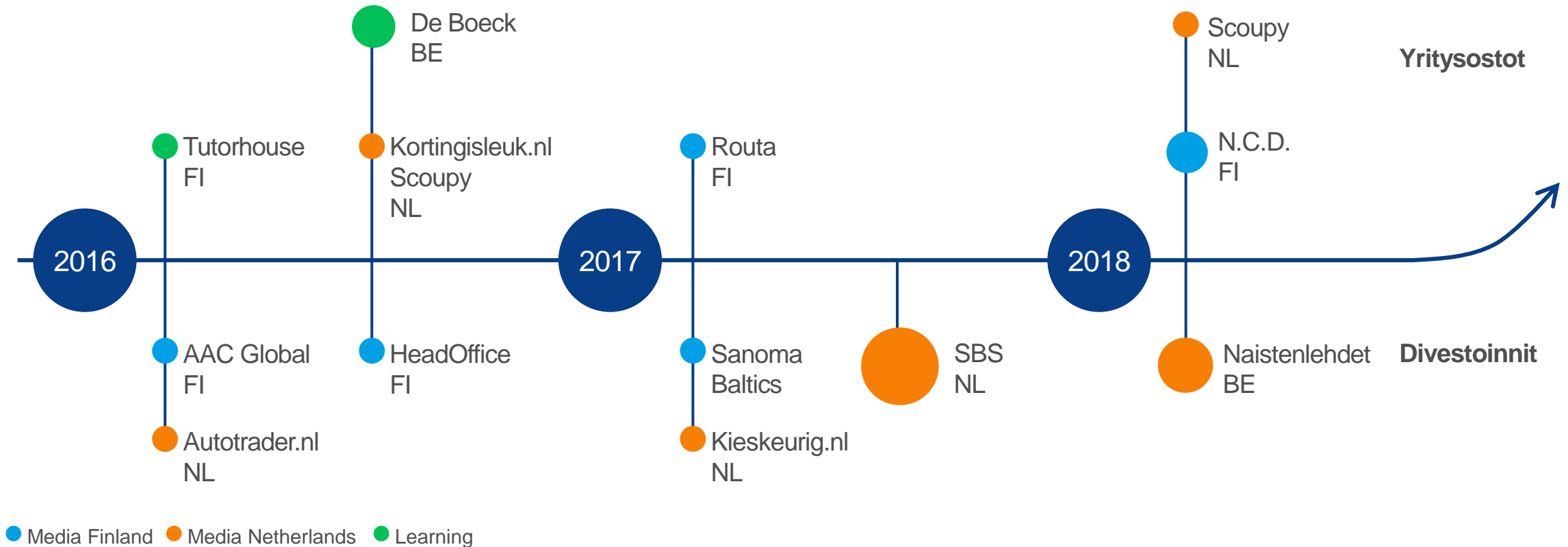
Yritysmyyntien seurauksena  
tasapainoisempi ja fokusoidumpi  
liiketoimintaportfolio

Keskitymme edelleen asiakkaisiimme,  
kannattavuuteen ja kassavirtaan

Haemme kasvua kohdennettujen  
yritysostojen kautta

- Velkaantuneisuus ja omavaraisuusaste pitkän aikavälin tavoitetasolla
- Parempi kannattavuus
- Vahvempi kassavirta
- Tavoitteena kasvava osinko, joka on **40–60 %** vapaasta kassavirrasta

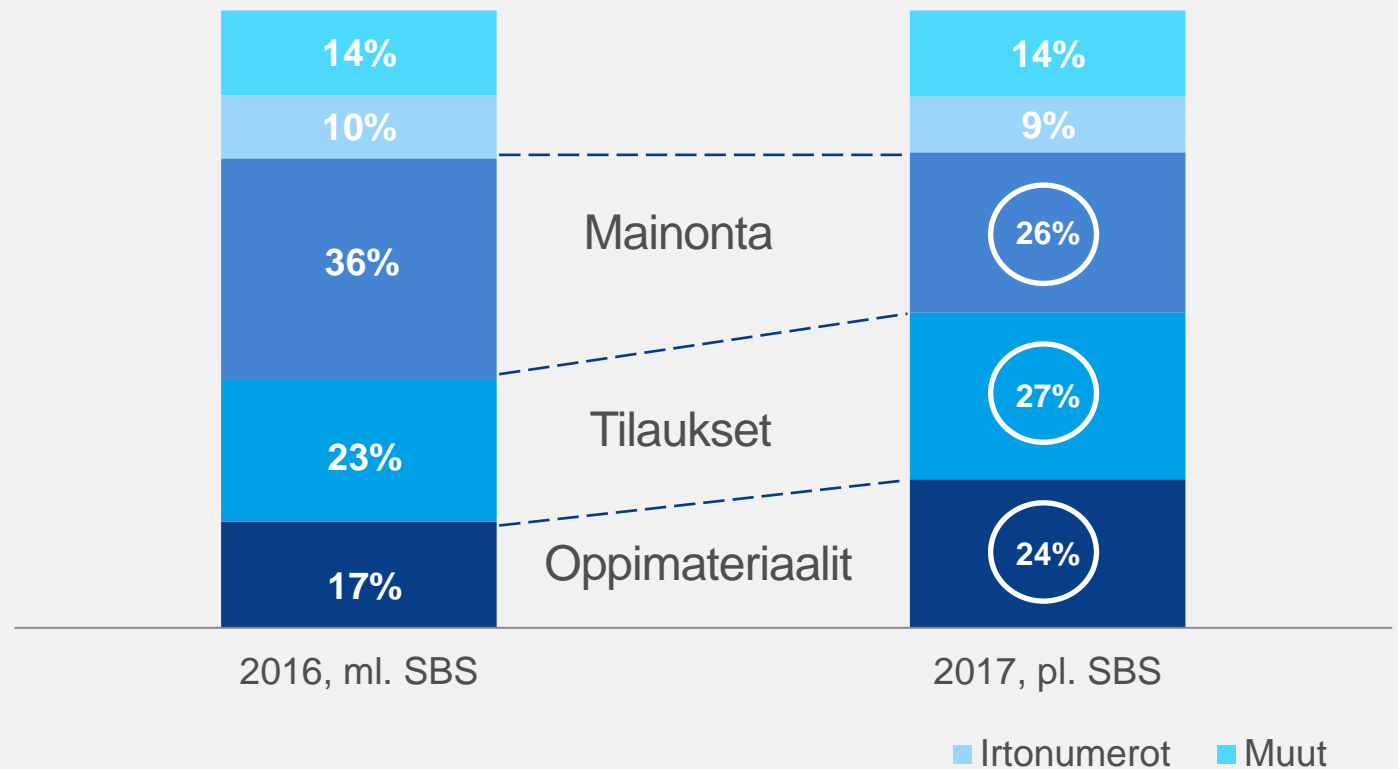
# Olemme tehneet suuret muutokset liiketoimintaportfolioomme...



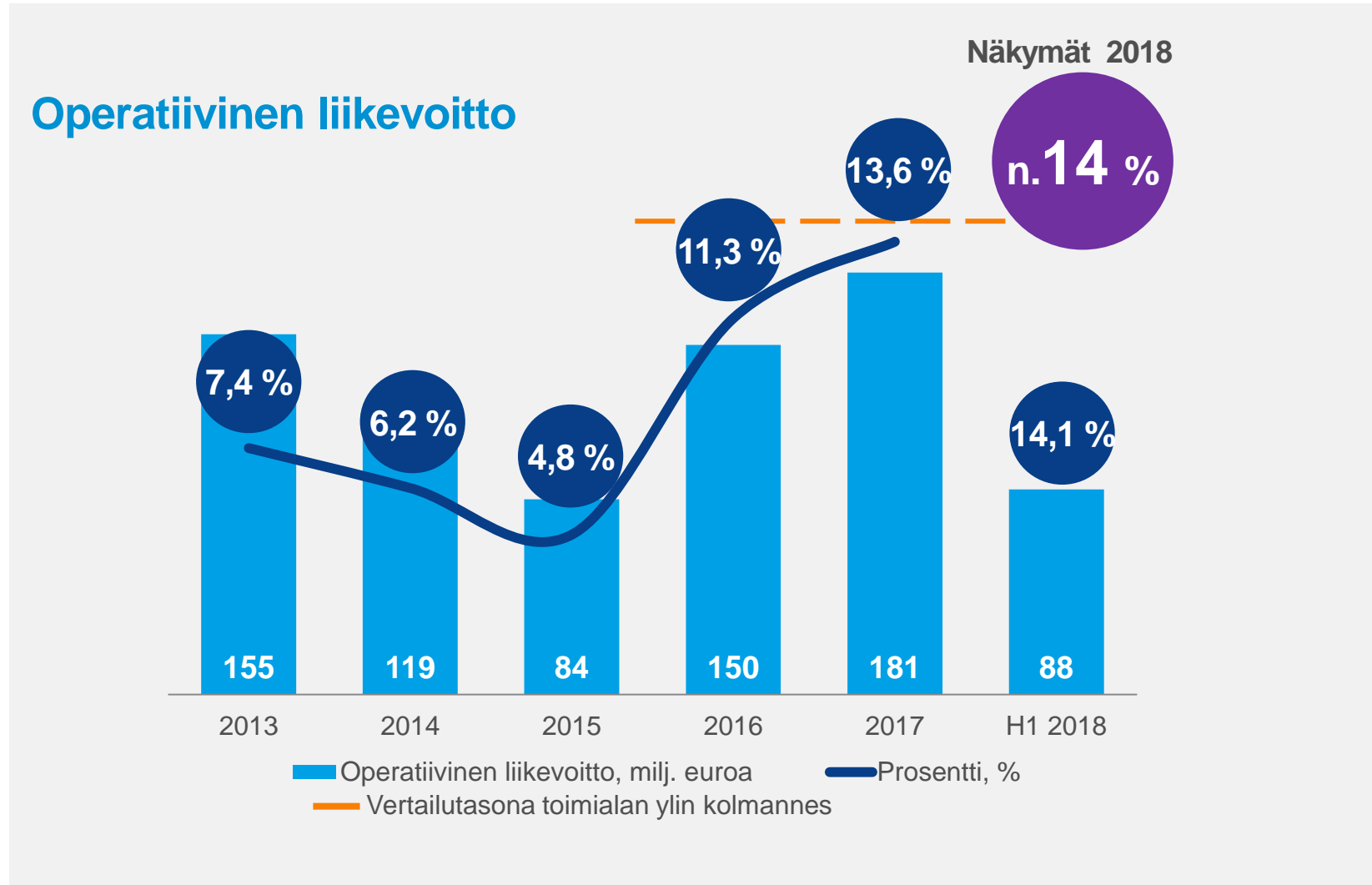
# ...joka on nyt tasapainoisempi

- 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



# Liikevoittoprosenttimme on parhaimpien verrokkiyhtiöiden tasolla



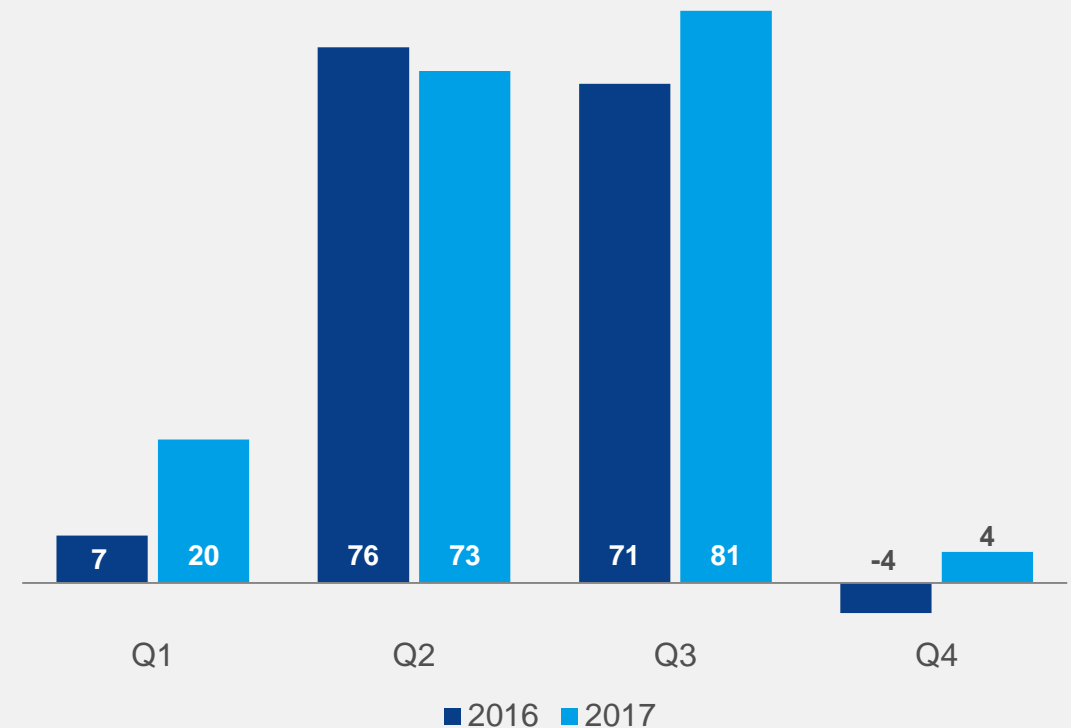


# Vahva kausivaihtelu on tyypillistä liiketoiminnallemme

- Learningin vuotuinen kausivaihtelu näkyy selvästi konsernin neljännesvuosituloksissa
  - Suurin osa Learningin liikevaihdosta ja tuloksesta kertyy Q2:lla ja Q3:lla
- Learningissä tänä vuonna nähtävissä tilausten pysyvä rakenteellinen siirtymä kohti kouluvuoden alkua
  - Digitaalisten materiaalien osuus kasvaa
  - Laskutusta ja varastoja optimoidaan lähemmäs kouluvuoden alkua koko toimitusketjussa
  - Puolan osuus liikevaihdosta on kasvanut, siellä toimitukset ajoittuvat voimakkaasti kouluvuoden alkuun

## Konsernin operatiivinen liikevoitto

Millj. euroa



2016 lukuja ei ole oikaistu IFRS 15:n mukaan

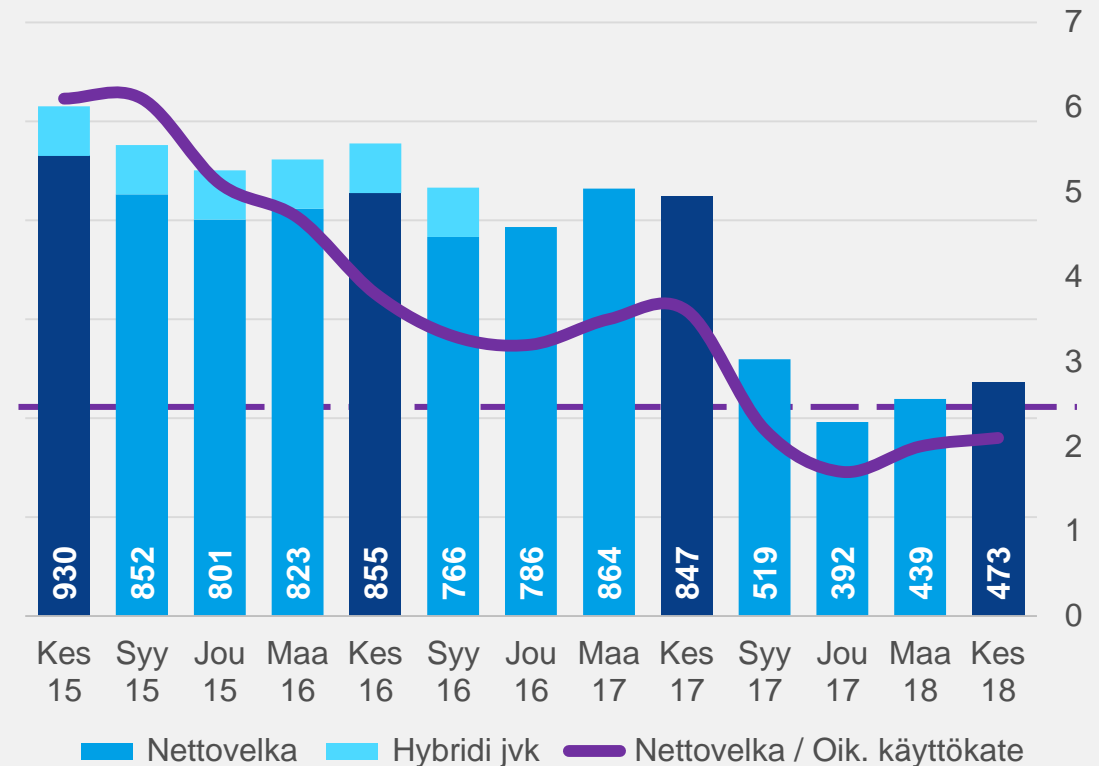
# Velkaantuneisuutemme on pitkän aikavälin tavoitetasolla

## Q2 2018 lopussa

- Nettovelan suhde oikaistuun käyttökatteeseen **2,1**
  - Pitkän aikavälin tavoite < 2,5
- Nettovelka aleni merkittävästi **473** milj. euroon
- Omavaraisuusaste **36,6 %**
  - Pitkän aikavälin tavoite 35-45 %

## Nettovelka

Milj. euroa

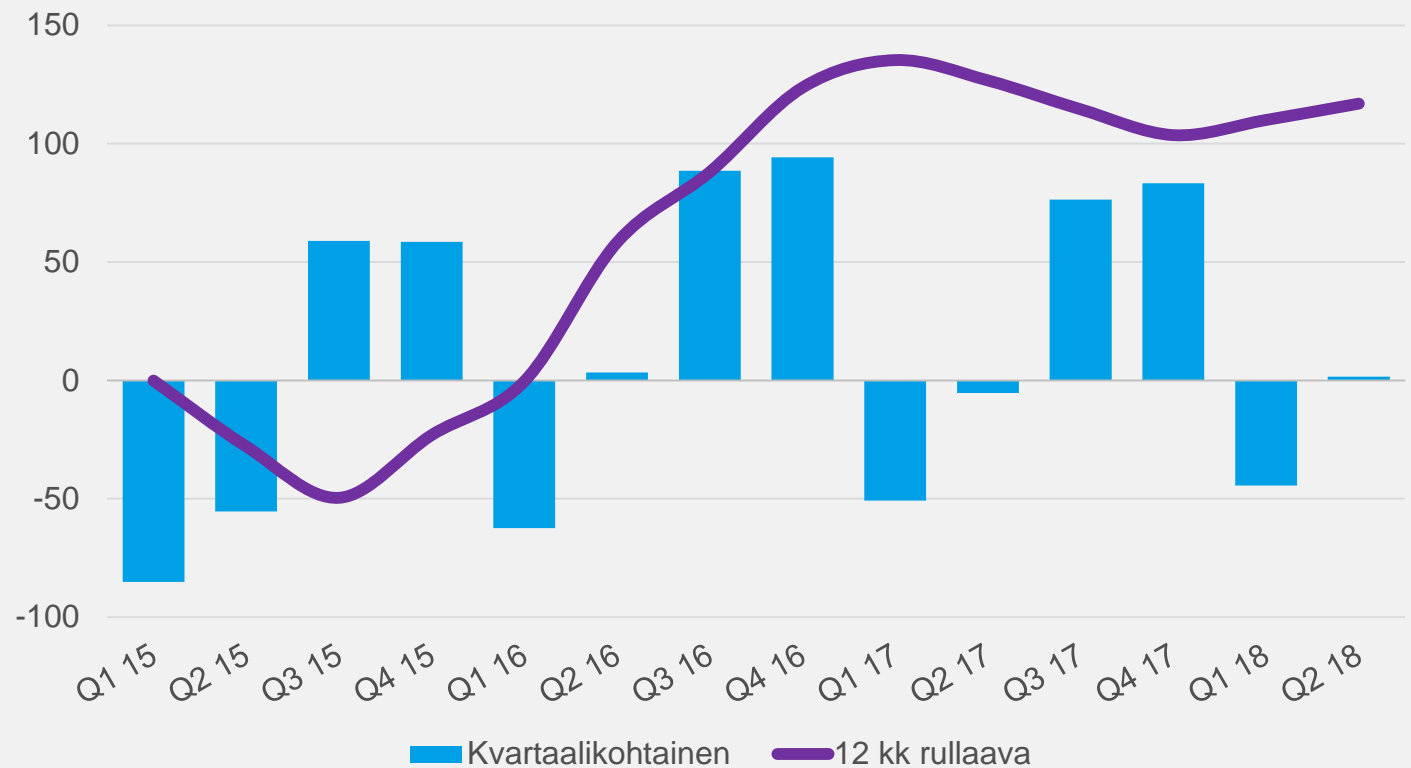


# Tavoitteena parempi kassavirran konversio eli rahavirta suhteessa käyttökatteeseen

- Rahavirran ja käyttökäteen suhteen tavoitteemme **60-70 %** keskipitkällä aikavälillä (2017 n. 50 %)
- Rahavirran keskeisiä elementtejä 2018
  - Kannattavuuden parantaminen
  - Matalammat nettorahoituskulut
  - Vähemmän vertailukelpoisuuteen vaikuttavia eriä (jatkuissa toiminnoissa)
  - Vakaa käyttöpääoma
  - Käyttöomaisuusinvestoinnit edellisen vuoden tasolla

## Vapaa rahavirta

Milj. euroa



Vapaa rahavirta = Liiketoiminnan rahavirta vähennettynä käyttöomaisuusinvestoinneilla

# Haemme kasvua yritysostojen kautta

- V. 2019 loppuun mennessä  
n. **300–400** milj. euroa käytettävissä  
yritysostoihin
- Velkaantuneisuus pysyy tavoitetasolla  
(nettovelan suhde käyttökatteeseen  $< 2,5$ )
  - Isomman yritysoston seurauksena  
velkaantuneisuus voi tilapäisesti ylittää  
tavoitetason
- Yritysostomahdollisuuksia erityisesti  
Learningissä ja Media Finlandissa





# Learningissä yritysostomahdollisuuksia nykyisen ydinliiketoiminnan ympärillä



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

# Media Finlandissa yritysostomahdollisuuksia 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**

# Tavoitteenamme on maksaa kasvavaa osinkoa

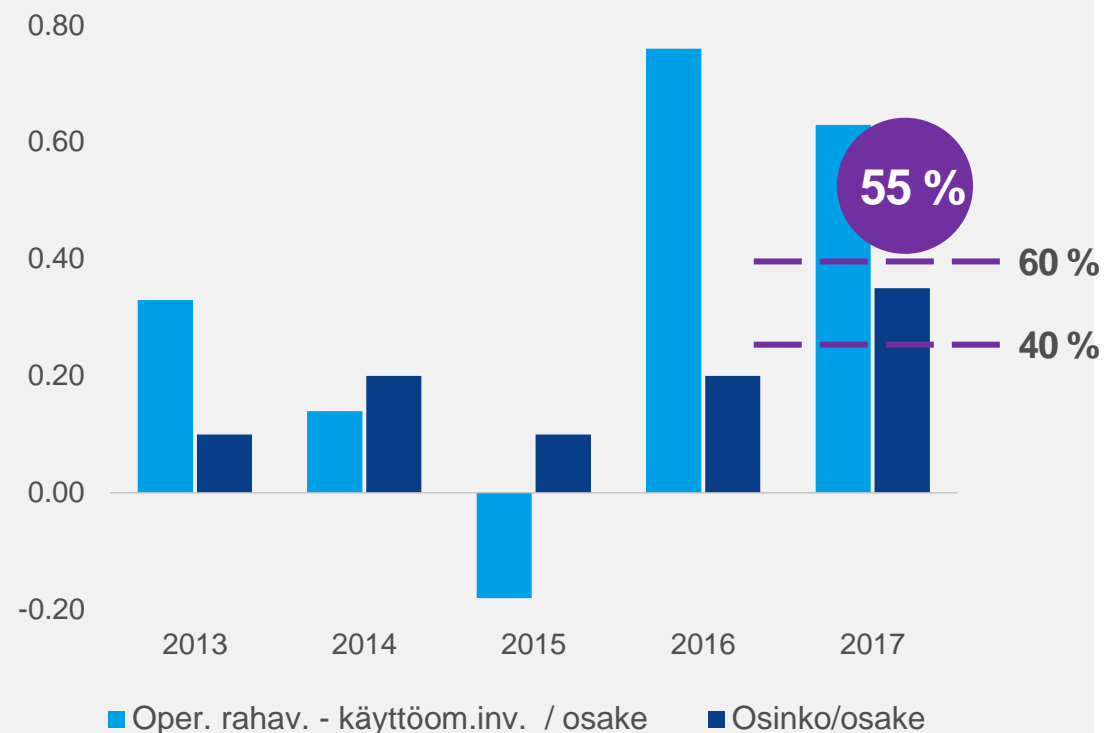
## Osinkopolitiikka:

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

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.

## Osinko ja vapaa rahavirta

euroa



# Sanoma sijoituskohteena: Vakaalta pohjalta kohti kasvua valituilla alueilla

Yritysmyyntien seurauksena  
tasapainoisempi ja fokusoidumpi  
liiketoimintaportfolio

Keskitymme edelleen asiakkaisiimme,  
kannattavuuteen ja kassavirtaan

Haemme kasvua kohdennettujen  
yritysostojen kautta

- Velkaantuneisuus ja omavaraisuusaste pitkän aikavälin tavoitetasolla
- Parempi kannattavuus
- Vahvempi kassavirta
- Tavoitteena kasvava osinko, joka on **40–60 %** vapaasta kassavirrasta



s a n o m a

**Lisätietoja saat:**

Kaisa Uurasmaa  
M 040 560 5601  
E [kaisa.uurasmaa@sanoma.com](mailto:kaisa.uurasmaa@sanoma.com)

[ir@sanoma.com](mailto:ir@sanoma.com)  
[www.sanoma.com/fi](http://www.sanoma.com/fi)