

Alma Media Q4 ja FY2014

Kai Telanne, toimitusjohtaja
Juha Nuutinen, talous- ja rahoitusjohtaja
13.2.2015



Agenda

Pääkohdat

Markkinoiden kehitys

Taloudellinen kehitys

Voitonjako

Strategia ja tulevaisuuden näkymät

Q & A

Pääkohdat Q4 2014 ja FY2014

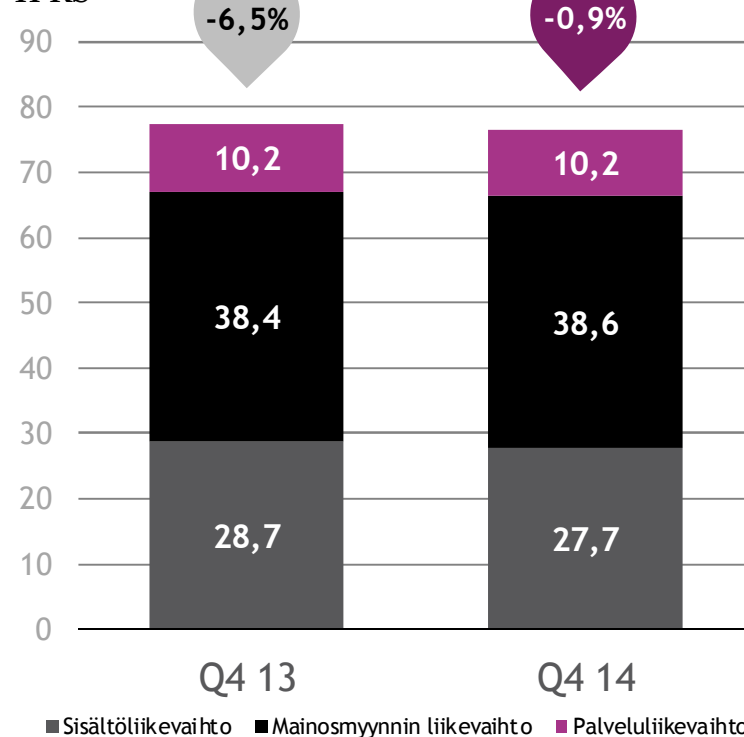
- Alma Median liikevaihto pysyi lähes edellisvuoden tasolla. Liikevoitto ilman kertaeriä laski 21,4 miljoonaan euroon.
- Kotimaan liiketoiminta kehittyi vuonna 2014 painetun median osalta heikosti Suomen yleisen talouden tilanteen painamana.
- Digitaalinen rekrytointipalveluliiketoiminta itäisessä Keski-Euroopassa oli vahvassa kasvussa koko vuoden ja pysyi erinomaisella kannattavuustasolla. Vuoden 2014 viimeisellä neljänneksellä ulkomainen rekrytointiliiketoiminta kasvoi yli 25 %.
- Vuoden 2014 lopussa Alma Media päätti luopua Baltian maissa toimivasta asuntoportaali City24:sta. Alma Media keskittyy jatkossa ulkomailla digitaalisten rekrytointipalveluiden vahvistamiseen.
- Konsernin digitaalisten tuotteiden ja palveluiden liikevaihto kasvoi 12 % vuonna 2014. Digitaalinen mainosmyynti lähes saavutti painetun median mainosmyynnin tason.
- Alma Media arvioi vuoden 2015 ensimmäisen vuosipuoliskon liikevaihdon ja liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä laskevan vuoden 2014 ensimmäisen vuosipuoliskon tasosta. Vuoden 2014 ensimmäisen vuosipuoliskon liikevaihto oli 148,4 milj. euroa ja liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 8,8 milj. euroa.

Liikevaihto Q4 2014

- Liikevaihto laski vertailukaudesta 0,9 % 76,6 milj. euroon.
- Sisältöliikevaihto laski 3,5 %. Digitaalisista kanavista saatavat sisältötuotot eivät riitä täysin kattamaan painetun median sisältötuottojen laskua.
- Mainosmyynnin liikevaihto kasvoi 0,6 %. Digitaalinen mainosmyynti lähes saavutti painetun mainosmyynnin tason.
 - Verkkomainosmyynti kasvoi 11,3 %.
 - Painettujen lehtien mainosmyynti laski 6,0 %.
- Digitaalisten tuotteiden ja palvelujen osuus koko konsernin liikevaihdosta oli 32,3 % (28,3 %).

Liikevaihto, MEUR

IFRS

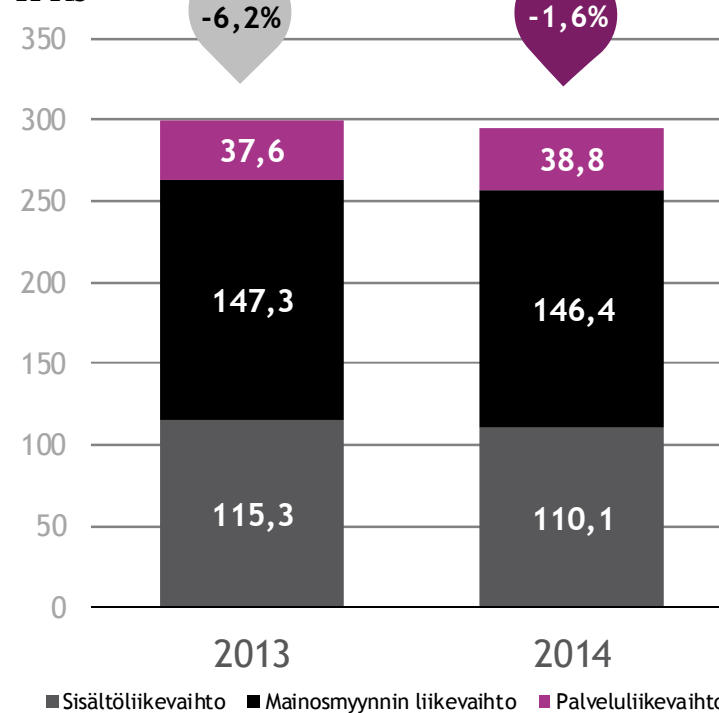


Liikevaihto 2014

- Konsernin koko vuoden liikevaihto laski 1,6 % ja oli 295,4 milj. euroa.
- Sisältöliikevaihto laski 4,5 % painetun median levikkien laskusta johtuen.
- Mainosmyynnin liikevaihto laski 0,6 %. Digitaalinen mainosmyynti saavutti lähes painetun median mainosmyynnin tason.
 - Verkkomainosmyynti kasvoi 9,4 %.
 - Painettujen lehtien ilmoitusmyynti laski 7,8 %.
- Verkkoliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 11,9 % pääasiassa itäisen Keski-Euroopan digitaalisen rekrytointipalveluliiketoiminnan ansiosta.

Liikevaihto, MEUR

IFRS

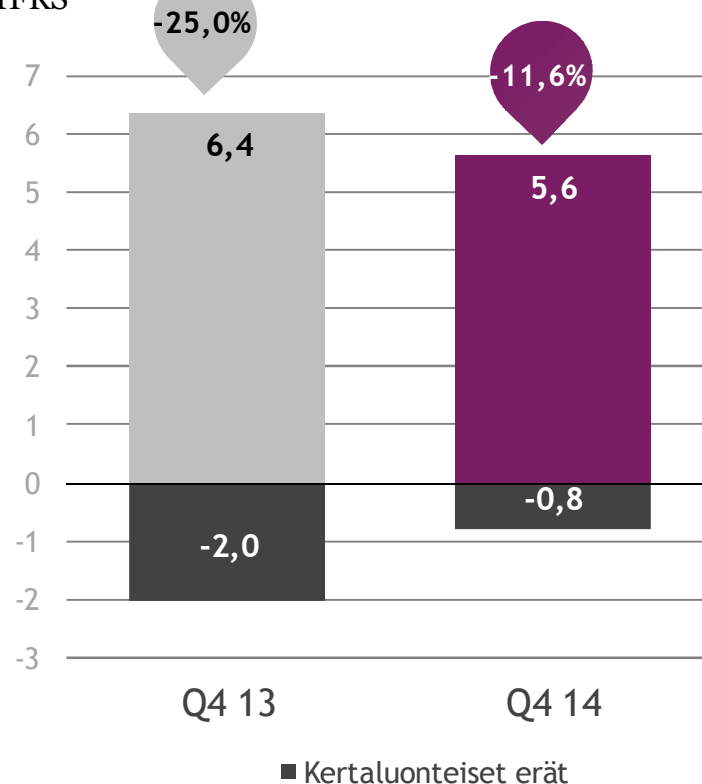


Liikevoitto Q4 2014

- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä laski 11,6 % ja oli 5,6 milj. euroa.
- Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti kertaluonteisia eriä -0,8 milj. euroa.
- Kokonaiskulut kasvoivat vertailukaudesta 0,7 % ja olivat 73,8 milj. euroa.
- Kuluja kasvattivat markkinointi- ja digitaalisen liiketoiminnan kehityspanostukset.

Liikevoitto, MEUR

IFRS

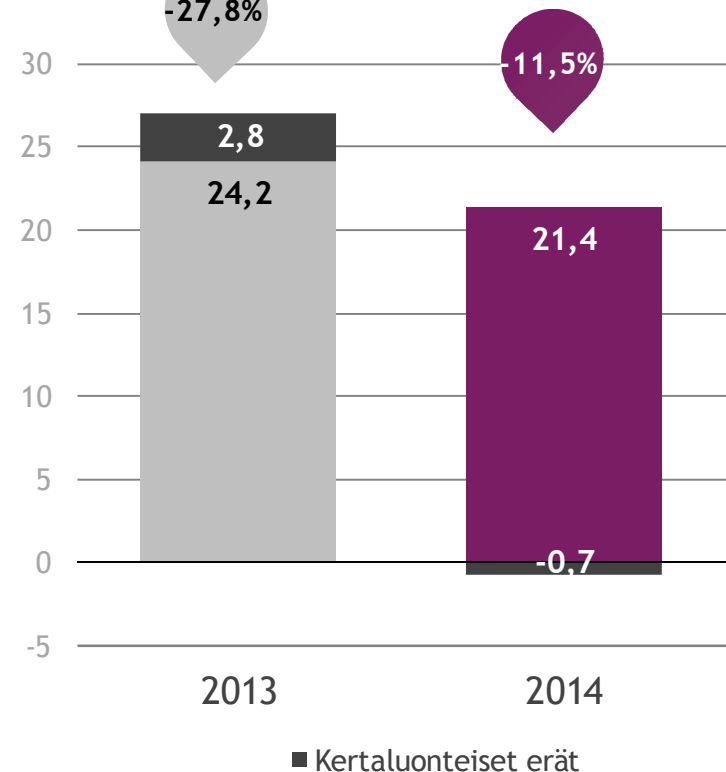


Liikevoitto 2014

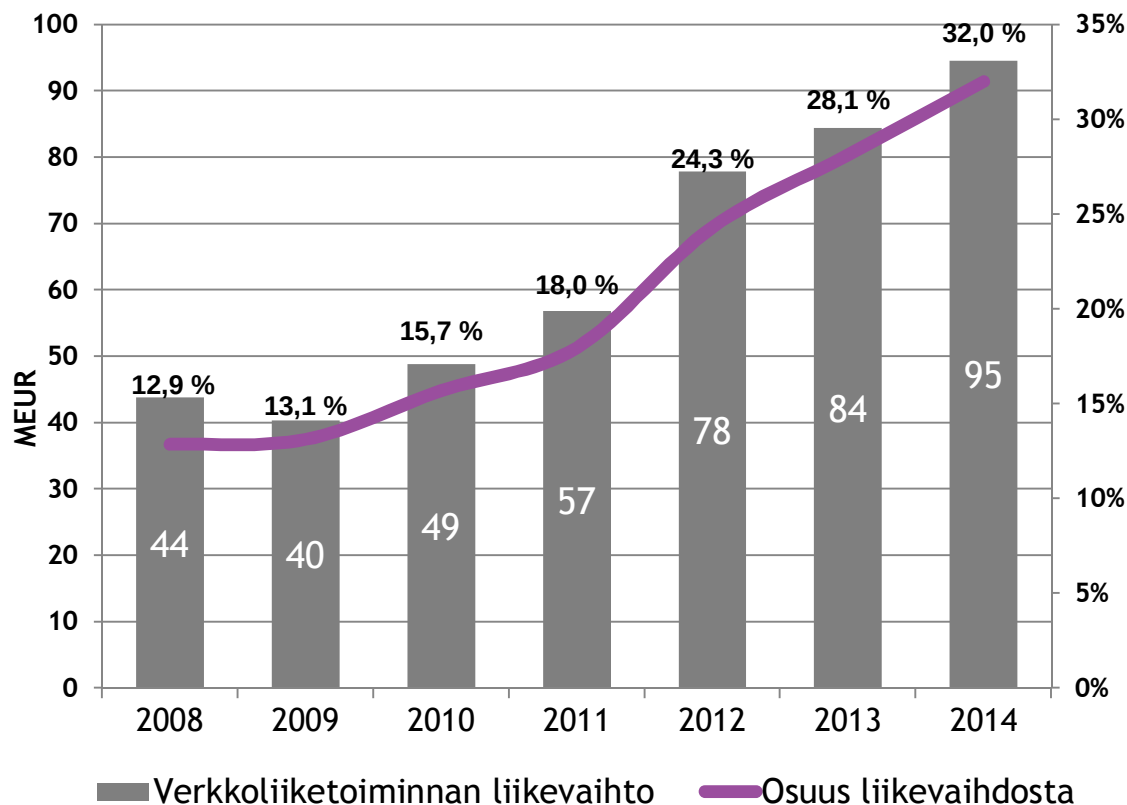
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä laski 11,5 % ja oli 21,4 milj. euroa.
- Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti kertaluonteisia eriä -0,7 milj. euroa.
- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä laskivat 1,6 % 277,9 milj. euroon.
- Kuluja laskivat volyymin laskusta johtuen alhaisemmat paino- ja jakelu-kustannukset. Vastaavasti kulutasoa nostivat IT-panostukset digitaalisiin palveluihin.

Liikevoitto, MEUR

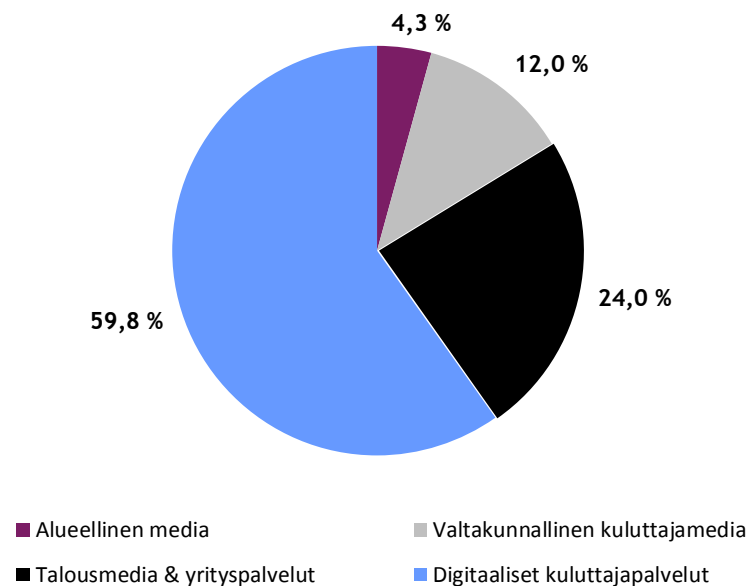
IFRS



Digitaalinen liiketoiminta kasvaa



Segmentin osuus konsernin digitaalisesta liikevaihdosta



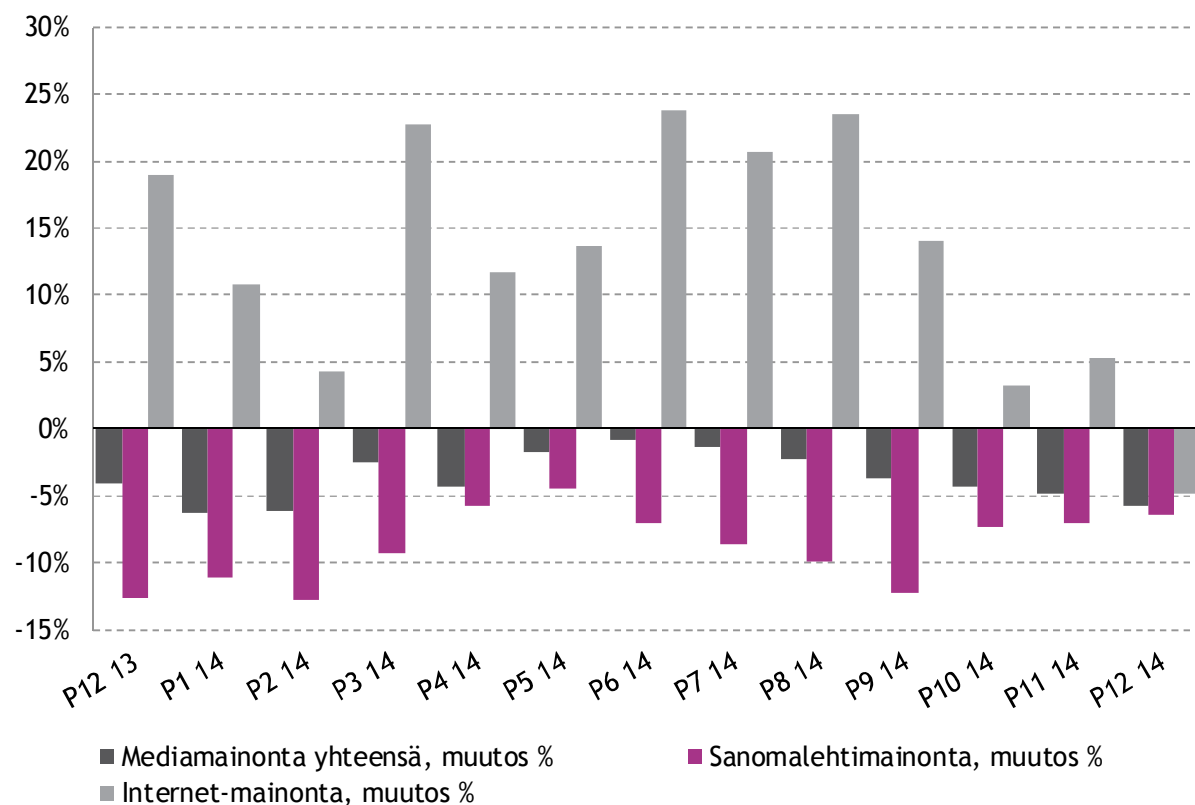
An aerial photograph of a large group of people seated in a conference hall, viewed from above. Many individuals are using laptops, and some are holding papers or tablets. The scene is dimly lit, with light coming from the screens and overhead fixtures.

Markkinakehitys Suomessa

LIVING INFORMATION



Mediamainonnan muutos 12/2013 – 12/2014

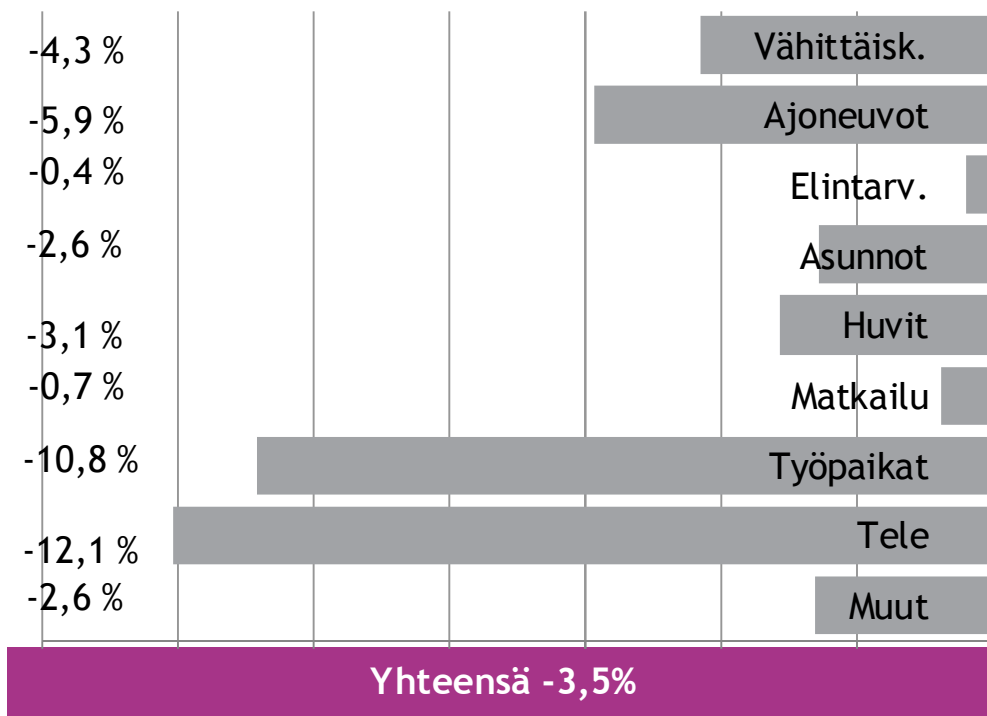


Muutos-% 2014 vs. 2013	
Sanomalehdet	-8,3
Aikakauslehdet	-15,6
TV	-3,5
Radio	+9,4
Internet	+12,3
Yhteensä	-3,5

Lähde: TNS Media Intelligence

Kaikki toimialat vähensivät mainontaa

Markkina yhteensä, muutos vs. Q1-Q4 2013



Mainonta Q1-Q4 14	MEUR
Vähittäiskauppa	228
Moottoriajoneuvot	89
Elintarvikkeet	88
Kiinteistöt ja asunnot	45
Huvit	43
Matkailu ja liikenne	41
Avoimet työpaikat	30
Telepalvelut	21
Muut	387
Yhteensä	970

Lähde: TNS Media Intelligence



Taloudellinen katsaus

Juha Nuutinen, talous- ja rahoitusjohtaja



LIVING INFORMATION



Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet

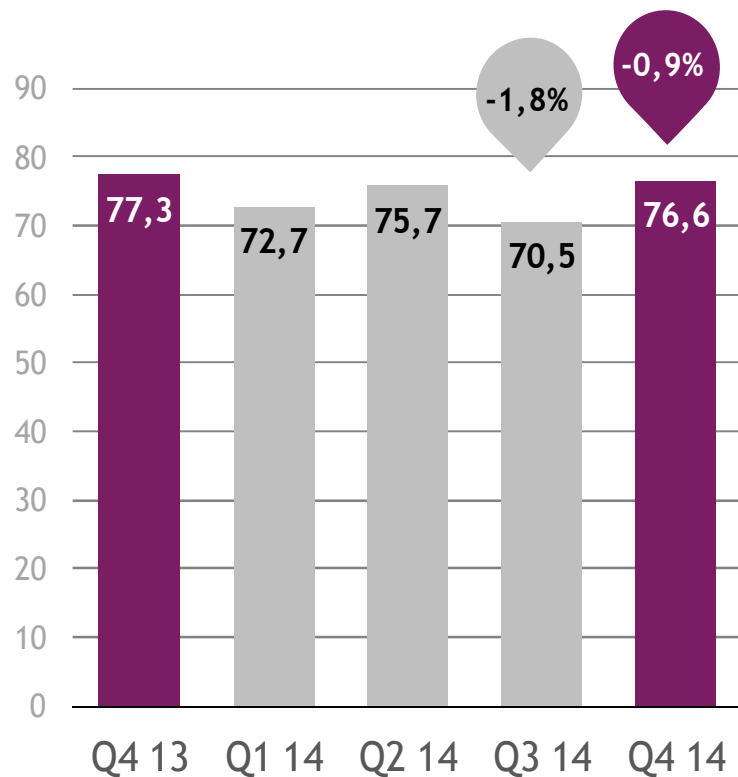
Alma Median taloudelliset tavoitteet	2011	2012	2013	2014	Tavoite-taso
Digitaalisen liiketoiminnan kasvu	16,3 %	36,8 %	8,4 %	11,9 %	> 15 %
Sijoitetun pääoman tuotto ROI, %	26,1 %	13,8 %	10,0%	9,7 %	> 15 %
Osinkosuhde*	103 %	45 %	50 %	63 %**	> 50 %

*Sisältää pääomanpalautuksen osakkeenomistajille.

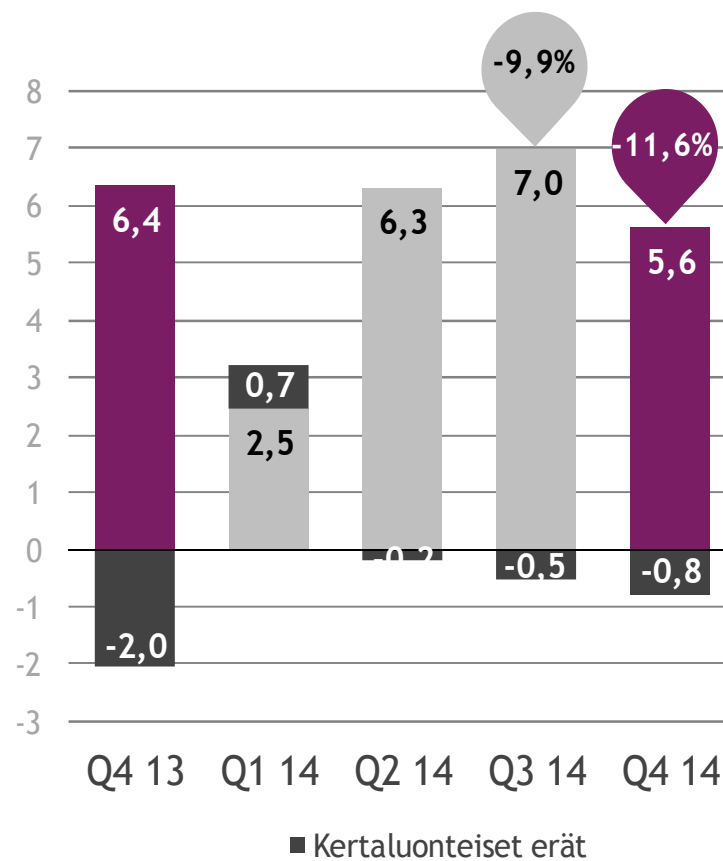
** Perustuu hallituksen ehdotukseen yhtiökokoukselle.

Liikevoitto laski neljännellä neljänneksellä

Liikevaihto, MEUR

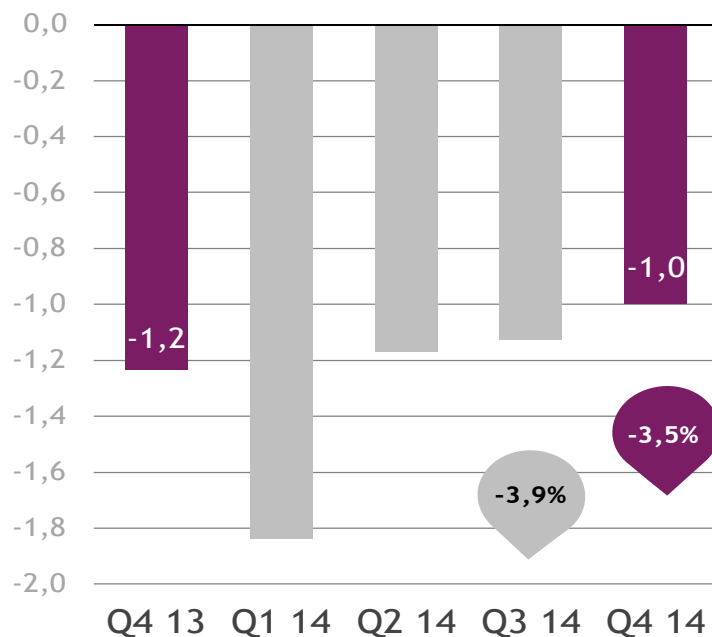


Liikevoitto, MEUR

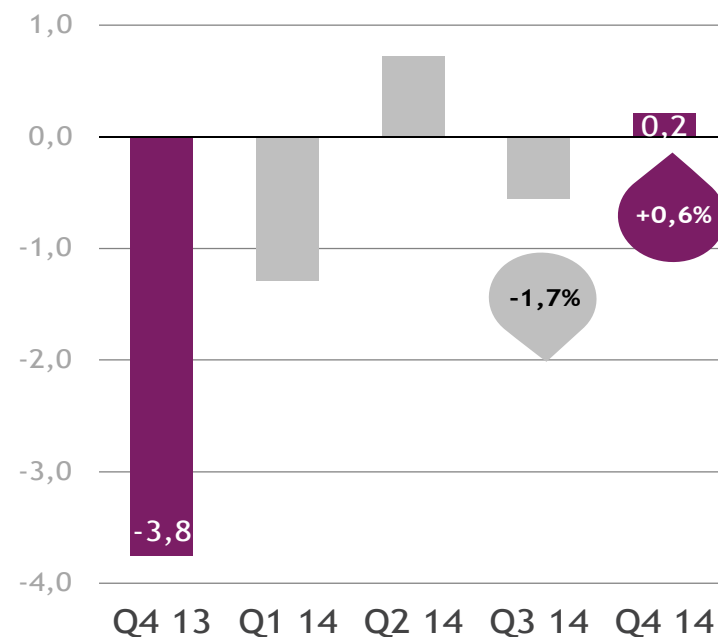


Sisältöliikevaihto laski, mainosmyynti vertailukauden tasolla

Sisältöliikevaihto, MEUR



Mainosmyynnin liikevaihto, MEUR

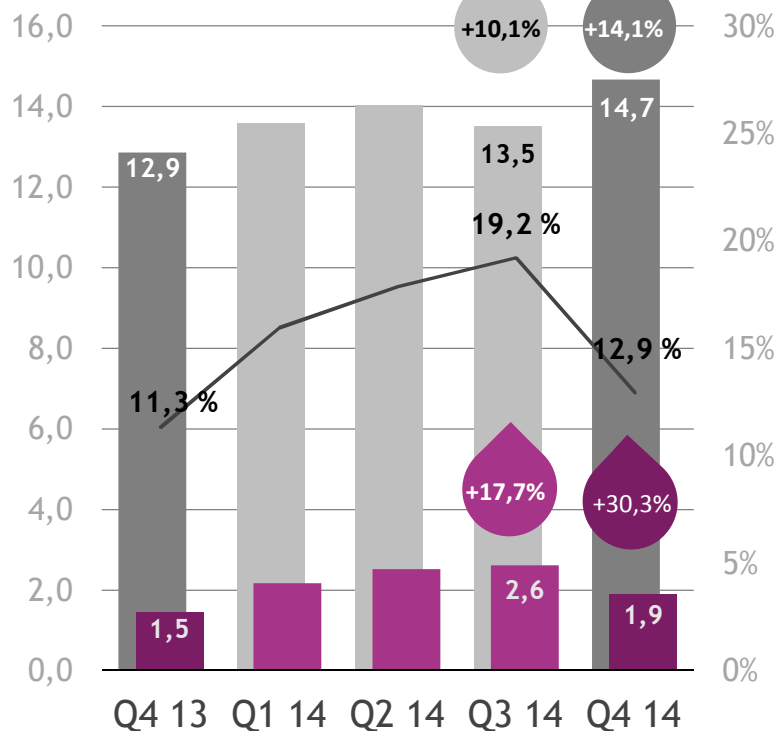


Digitaaliset kuluttajapalvelut Q4 2014

- Liikevaihto kasvoi 14,1 % 14,7 milj. euroon.
 - Kotimaan liiketoimintojen liikevaihto oli vertailukauden tasolla.
- Rekrytointipalveluiden liikevaihto kasvoi 23,4 %, ja niiden osuus segmentin liikevaihdosta oli 69,5 %.
 - Ilman uusia, vuoden 2014 alussa hankittuja Monster-liiketoimintoja ulkomaan rekrytointiliiketoiminnan kasvu oli 17,1 %.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 1,9 milj. euroa.
 - Kertaluonteiset erät, +1,6 milj. euroa, liittyivät City24-asuntoportaalin myyntivoittoon ja omaisuuserien arvonalentumistappioon.
- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 12,9 milj. euroa.
 - Kuluja kasvattivat uudet liiketoiminnot Unkarissa, Tsekissä ja Puolassa.

Liikevaihto ja liikevoitto, MEUR & %

Ilman kertaluonteisia eriä

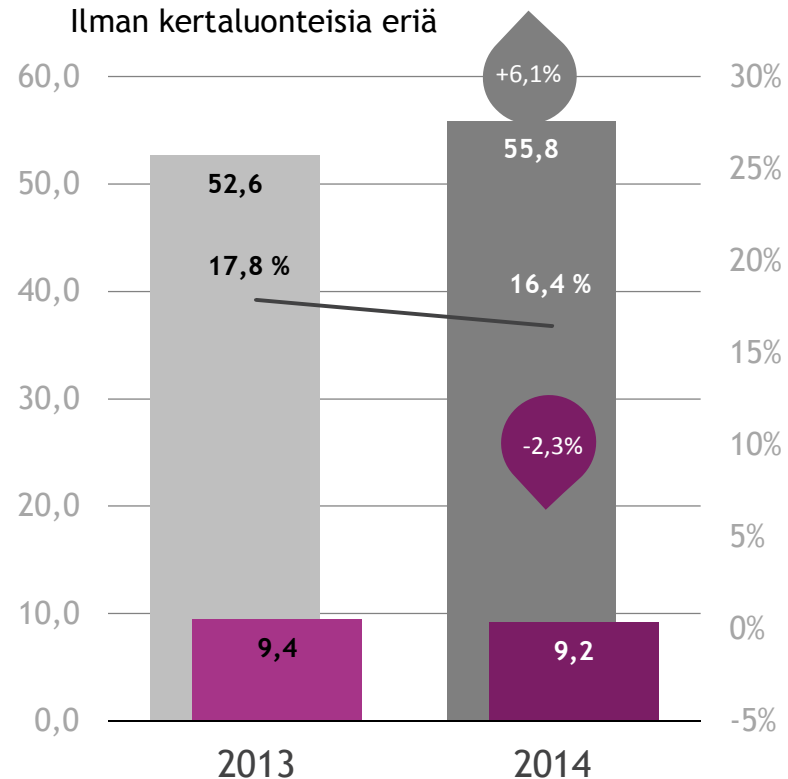


Digitaaliset kuluttajapalvelut vuonna 2014

- Liikevaihto kasvoi 6,1 % 55,8 milj. euroon.
 - Tsekin korunan devalvoituminen vuoden 2013 marraskuussa heikensi liikevaihtoa 1,1 milj. euroa.
 - Vertailukauden liikevaihtoon sisältyy 2,2 milj. euroa huhtikuussa 2013 myydyn Mascus-liiketoiminnan liikevaihtoa.
 - Uudet rekrytointipalveluyhtiöt Unkarissa, Tsekissä ja Puolassa kasvattivat liikevaihtoa 1,9 milj.euroa.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 9,2 milj. euroa.
 - Kertaluonteiset erät liittyivät City24-asuntoportaalin myyntivoittoon ja omaisuuserien arvonalentumistappioon. Vertailukauden liikevoittoon sisältyy kertaluonteinen myyntivoitto Mascus-liiketoiminnan myynnistä.
 - Vuoden 2014 alussa hankittuihin rekrytointipalveluihin tehdyt panostukset heikensivät tulosta 1,2 miljoonalla eurolla.

Liikevaihto ja liikevoitto, MEUR & %

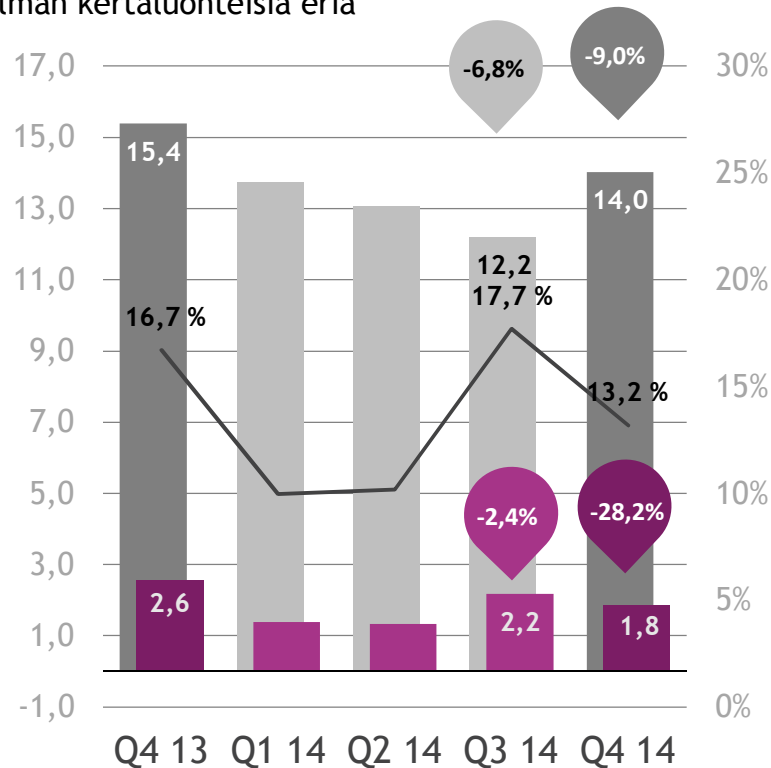
Ilman kertaluonteisia eriä



Talousmedia ja yrityspalvelut Q4 2014

- Liikevaihto laski 9,0 % 14,0 milj. euroon.
 - BNS-liiketoiminnan myynti vaikutti liikevaihdon laskuun 1,1 milj. euroa.
 - Verkkoliiketoiminnan osuus oli 42,5 %.
- Sisältöliikevaihto oli edellisvuoden tasolla, 4,4 milj. euroa.
 - Digitaaliset sisältötuotot kasvoivat 20,8 % ja kompensoivat painetun median sisältötuottojen laskun.
- Mainosmyynti laski 12,7 % painetun median mainosmyynnin laskusta johtuen.
 - Mainosmyynti verkossa kasvoi 11,9 %.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 1,8 milj. euroa.
- Kokonaiskulut ilman kertaeriä laskivat 4,9 % BNS -liiketoiminnan myynnistä johtuen.

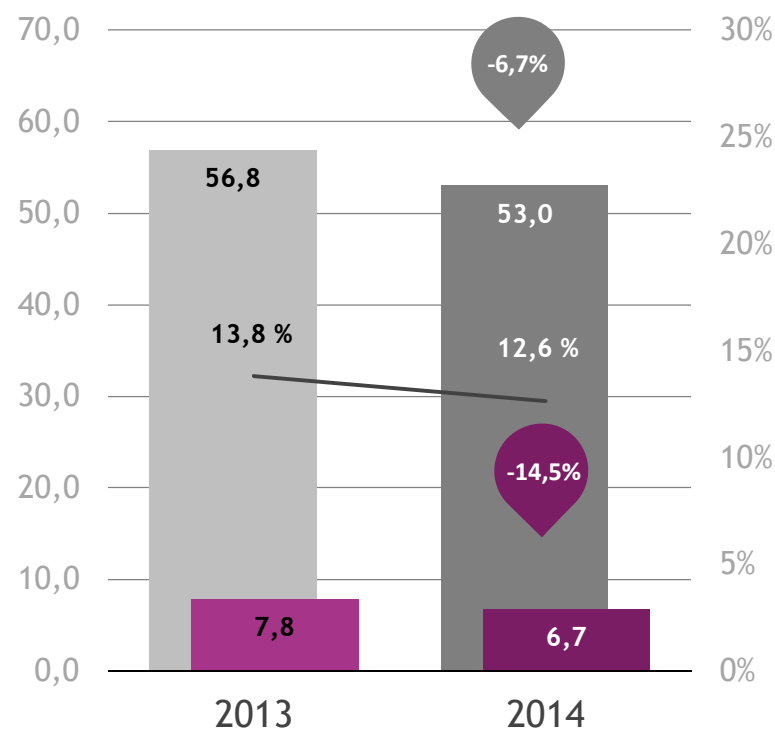
Liikevaihto ja liikevoitto,
MEUR & %
Ilman kertaluonteisia eriä



Talousmedia ja yrityspalvelut vuonna 2014

- Liikevaihto laski 6,7 % 53,0 milj. euroon.
 - BNS-liiketoiminnan myynti vaikutti liikevaihdon laskuun 2,1 milj. euroa.
 - Verkkoliiketoiminnan osuus oli 43,0 %.
- Sisältöliikevaihto laski 3,5 %.
 - Digitaalisten sisältötuottojen kasvu kattoi osittain painetun median sisältötuottojen laskua.
- Mainosmyynti laski 4,1 % 15,6 milj. euroon.
 - Mainosmyynti verkossa kasvoi 14,4 %.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 6,7 milj. euroa.
 - Liikevoittoa laski asiakasmedialiiketoiminnan heikentynyt kannattavuus.
 - Liikevoittoon vaikuttavat kertaerät liittyivät BNS -liiketoiminnan myyntivoittoon, Alma360-toiminnan uudelleenjärjestelykuluihin sekä arvonalentumistappioon.
- Kokonaiskulut ilman kertaeriä laskivat 5,4 % BNS -liiketoiminnan myynnistä johtuen.

Liikevaihto ja liikevoitto,
MEUR & %
Ilman kertaluonteisia eriä



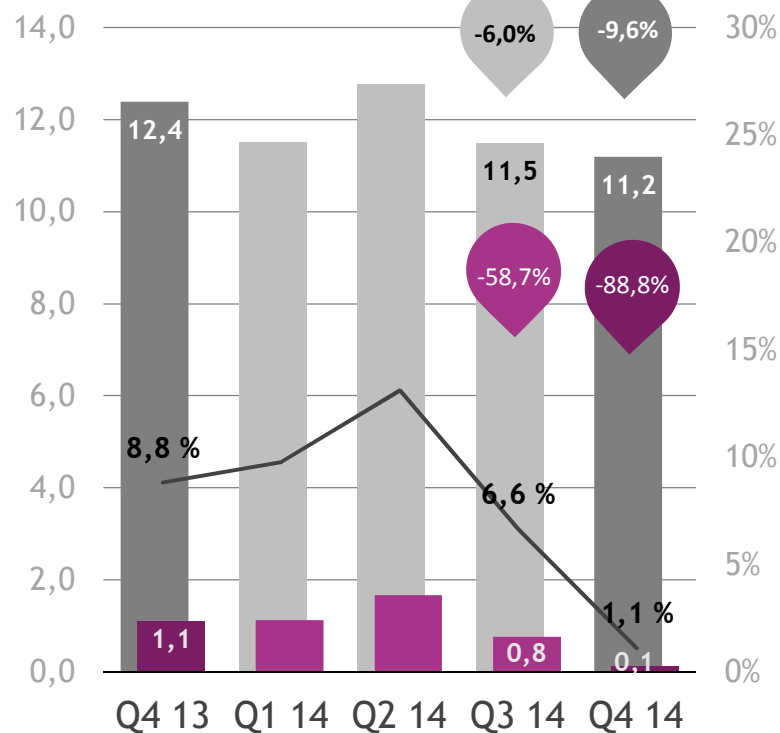
Valtakunnallinen kuluttajamedia Q4 2014

- Liikevaihto laski 9,6 % 11,2 milj. euroon.
 - Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 26,6 %.
- Sisältöliikevaihto laski 6,3 % Iltalehden levikin laskun johdosta.
- Mainosmyynti laski 8,2 %.
 - Verkkomainosmyynti laski 1,8 % ja oli 2,9 milj. euroa.
 - Painetun median mainosmyynti laski 18,5 %.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 0,1 milj. euroa, 1,1 % liikevaihdosta.
 - Kertaluonteiset erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin.
- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä laskivat ja olivat 11,1 milj. euroa.
 - Kokonaiskulujen laskuun vaikuttivat paino- ja jakelukulujen väheneminen. Kuluja kasvattivat panostukset IL-TV:seen ja digitaalisiin palveluihin.

Liikevaihto ja liikevoitto

MEUR & %

Ilman kertaluonteisia eriä

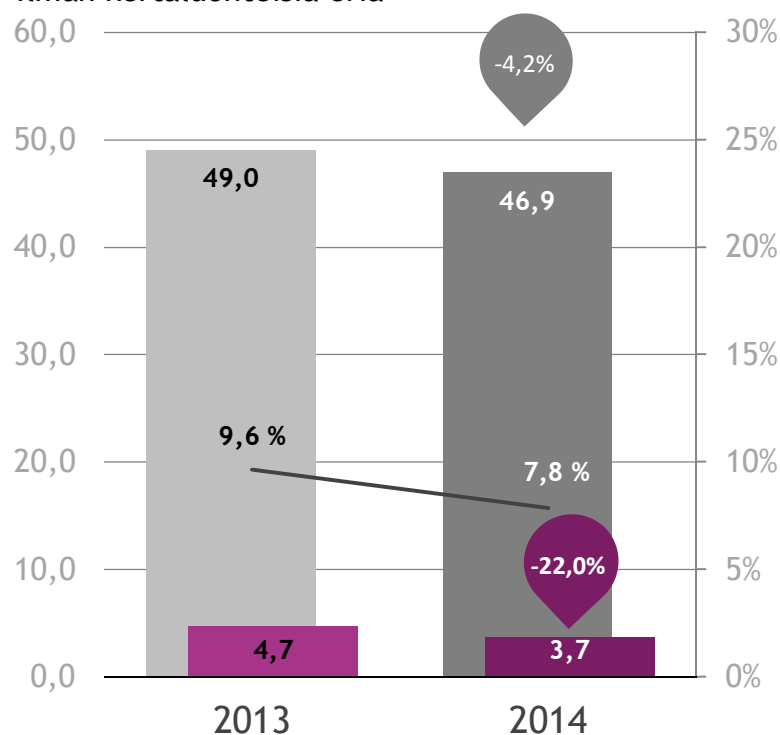


Valtakunnallinen kuluttajamedia vuonna 2014

- Liikevaihto laski 4,2 % 46,9 milj. euroon.
 - Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta kasvoi 27,0 %:iin.
- Sisältöliikevaihto laski 7,8 %.
- Mainosmyynti kasvoi 4,8 % 18,4 milj. euroon.
 - Verkkomainosmyynti kasvoi 20,8 % ja oli 12,5 milj. euroa.
 - Painetun median mainosmyynti laski 17,4 %.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä laski 22,0 % 3,7 milj. euroon.
 - Vuoden 2014 kertaluonteiset kulut, 0,6 milj. euroa, liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelykuluihin.

Liikevaihto ja liikevoitto MEUR & %

Ilman kertaluonteisia eriä

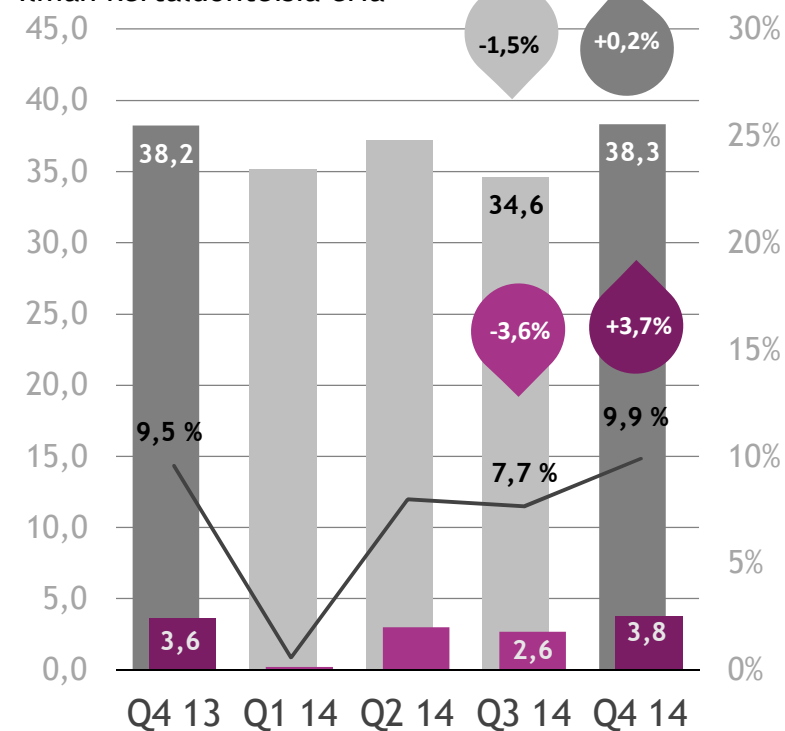


Alueellinen media Q4 2014

- Liikevaihto kasvoi 0,2 % ja oli 38,3 milj. euroa.
 - Verkkoliiketoiminnan osuus liikevaihdosta oli 2,8 %.
- Sisältöliikevaihto laski 2,8 % painettujen lehtien levikkien laskusta johtuen.
- Mainosmyynti laski 3,6 %.
 - Verkkomainosmyynti pysyi vertailukauden tasolla ja oli 0,6 milj. euroa.
 - Painetun median mainosmyynti laski 3,6 %.
- Palveluliikevaihto kasvoi 32,3 % ulkoisen painoliikevaihdon kasvun ansiosta.
- Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä pysyivät vertailukauden tasolla ja olivat 34,6 milj. euroa.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 3,8 milj. euroa, 9,9 % liikevaihdosta.
 - Kertaluonteiset kulut, 1,3 milj. euroa, liittyvät liikearvon arvonalentumistappioon.

Liikevaihto ja liikevoitto, MEUR

Ilman kertaluonteisia eriä

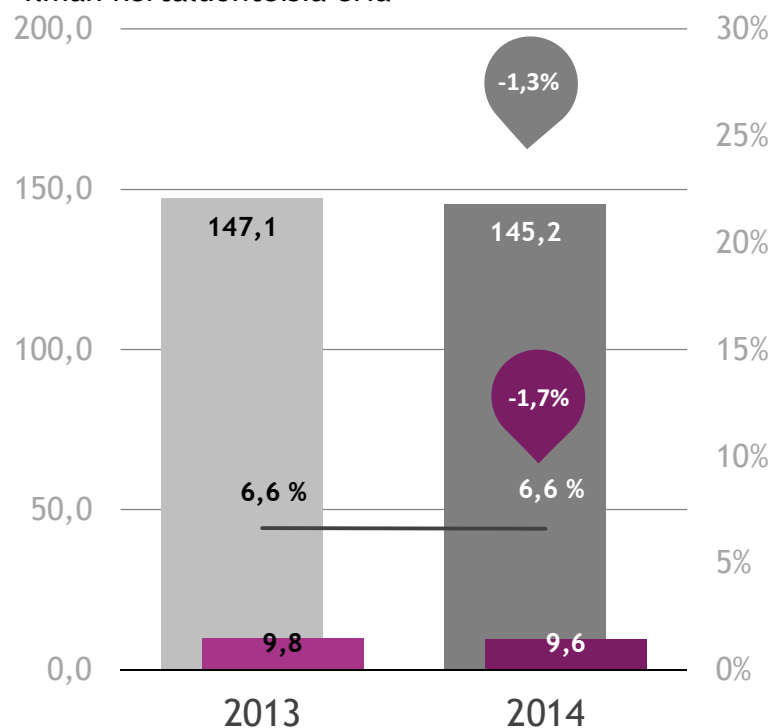


Alueellinen media vuonna 2014

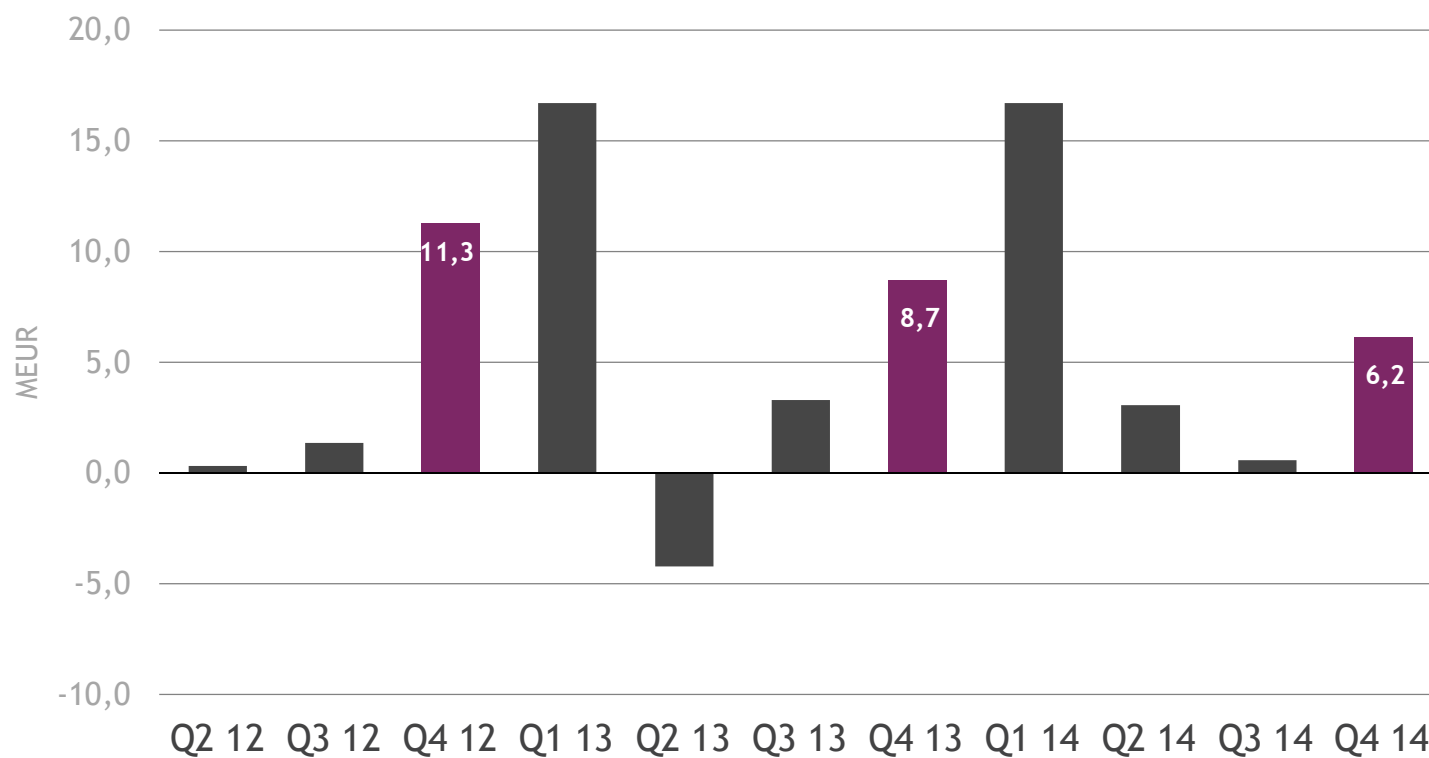
- Liikevaihto laski 1,3 % ja oli 145,2 milj. euroa.
 - Verkkoliiketoiminnan osuus liikevaihdosta oli 2,6 %.
- Sisältöliikevaihto laski 3,1 % painettujen lehtien levikkien laskusta johtuen.
- Mainosmyynti laski 6,1 %.
 - Verkkomainosmyynti kasvoi 10,8 %.
 - Painetun median mainosmyynti laski 6,7 %.
- Palveluliikevaihto kasvoi 32,7 % ulkoisen painoliikevaihdon kasvun ansiosta.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 9,6 milj. euroa eli 6,6 % liikevaihdosta.
- Kokonaiskulut ilman kertaeriä laskivat 1,2 % olivat 135,8 milj. euroa.
 - Kokonaiskuluja laskivat sanomalehtien ja painotoiminnan tehostamistoimenpiteet.
 - Kertaerät liittyivät vuonna 2014 liikearvon arvonalentumiseen ja vertailukaudella painotoiminnan uudelleenjärjestelyihin.

Liikevaihto ja liikevoitto, MEUR

Ilman kertaluonteisia eriä

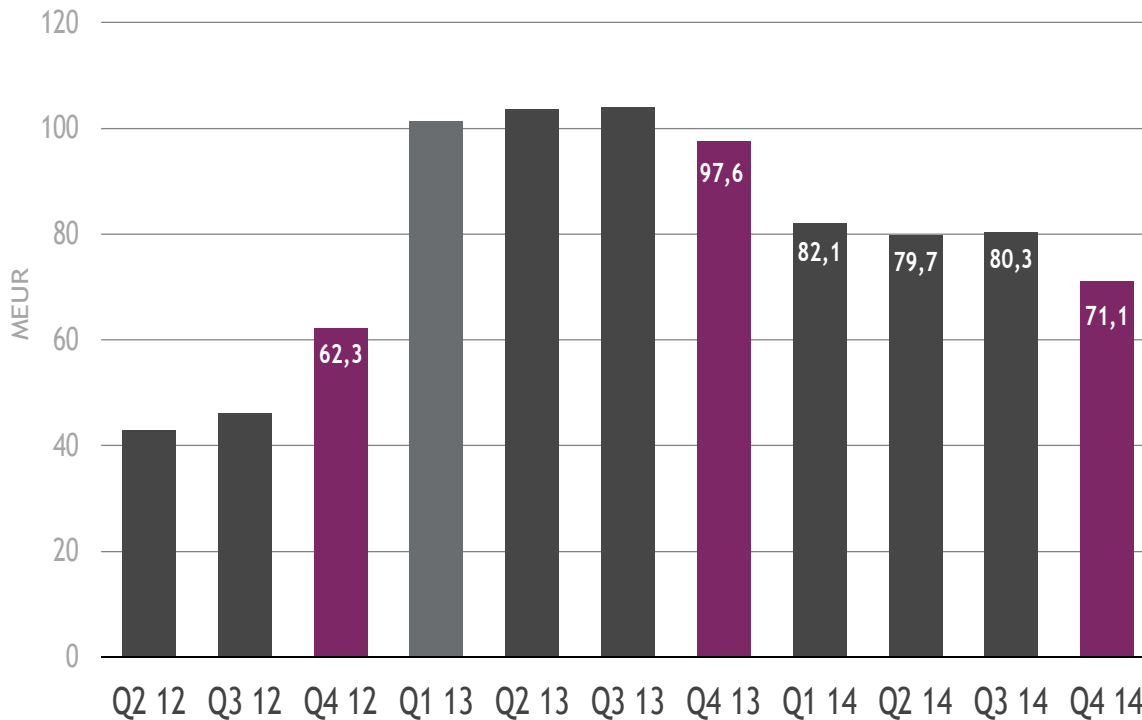


Liiketoiminnan rahavirta



Korolliset velat

Nettovelat Q2/2012-Q4/2014

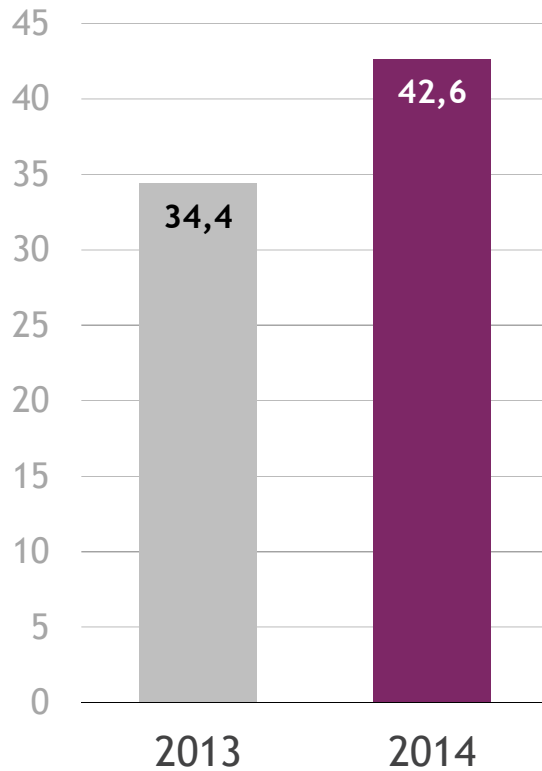


Nettovelkojen jakauma

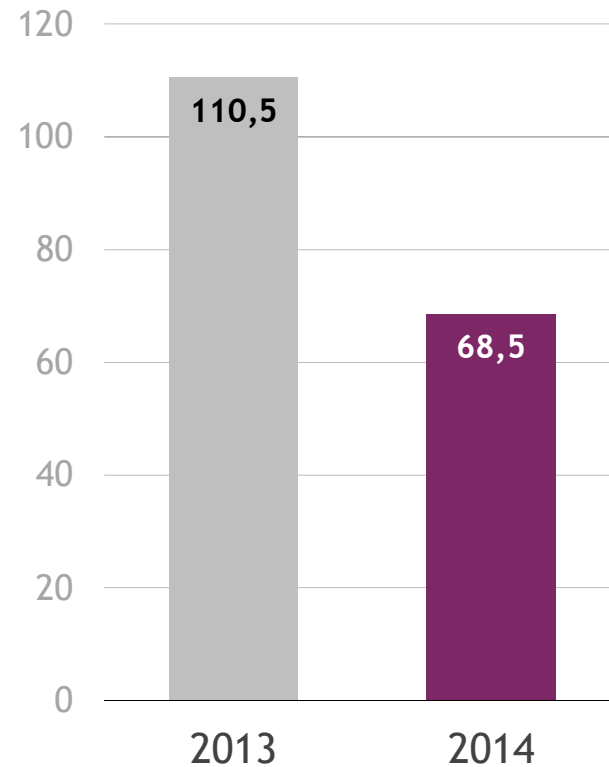
	Q4/2014
Rahoitusleasing	69,6
Rahoituslainat	8,5
Yritystodistukset	5,0
Rahavarat	-12,0
Yhteensä	71,1

Tunnuslukuja

Omavaraisuusaste, %



Nettovelkaantumisaste, %



Tulos/osake ja oma pääoma/osake



Tase

MEUR	Q4 2014	Q4 2013
Aineettomat hyödykkeet	107,9	110,9
Aineelliset kom-hyödykkeet	76,2	86,3
Osuudet osakkuusyrityksistä	25,7	25,5
Vaihto-omaisuus	1,3	1,4
Saamiset	33,1	34,3
Rahavarat	12,0	12,3
Vastaavaa	256,1	270,7
Oma pääoma	103,7	88,3
Pakolliset varaukset	0,4	4,2
Eläkevelvoitteet	2,7	2,6
Korolliset velat	83,0	109,9
Korottomat velat	53,5	51,9
Lyhytaikaiset saadut ennakot	12,9	13,7
Vastattavaa	256,1	270,7

Voitonjakoehdotus

Hallituksen ehdotus varsinaiselle yhtiökokoukselle 17.3.2015

Emoyhtiön jakokelpoiset varat 31.12.2014 olivat 179 932 379 (23 905 611) euroa. Tilikauden päättymisen jälkeen yhtiön taloudellisessa asemassa ei ole tapahtunut olennaisia muutoksia.

Alma Median hallitus ehdottaa varsinaiselle yhtiökokoukselle, että tilivuodelta 2014 maksetaan pääoman palautusta sijoitetun vapaan oman pääoman rahastosta 0,12 (2013 pääoman palautus 0,10) euroa osaketta kohden.

Tilinpäätöshetken, 31.12.2014, osakkeiden lukumäärän perusteella pääomanpalautuksen määrä on yhteensä 9 058 422 (2013 pääoman palautus 7 548 685) euroa.



Strategia ja tulevaisuuden näkymät

Kai Telanne

LIVING INFORMATION



Strategian toteutuksen painopisteet 2014

The background of the slide features a stylized illustration. At the top, a family consisting of a woman, a man, and two children are walking away from the viewer on a path. The path leads towards a large, striped tent in the distance. The sky is a solid blue. The ground is a mix of green and brown, suggesting a natural setting. The overall style is simple and illustrative.

Monikanava-
sisällöt

Markkinointi-
ratkaisut

Digitaaliset
palvelut

Voimavarat ja
osaaminen

Rakennamme lisää valmiuksia, etsimme tehoa ja
kiihdytämme kasvua digitaalisissa
palveluissa ja mediassa.



Monikanavasisällöt

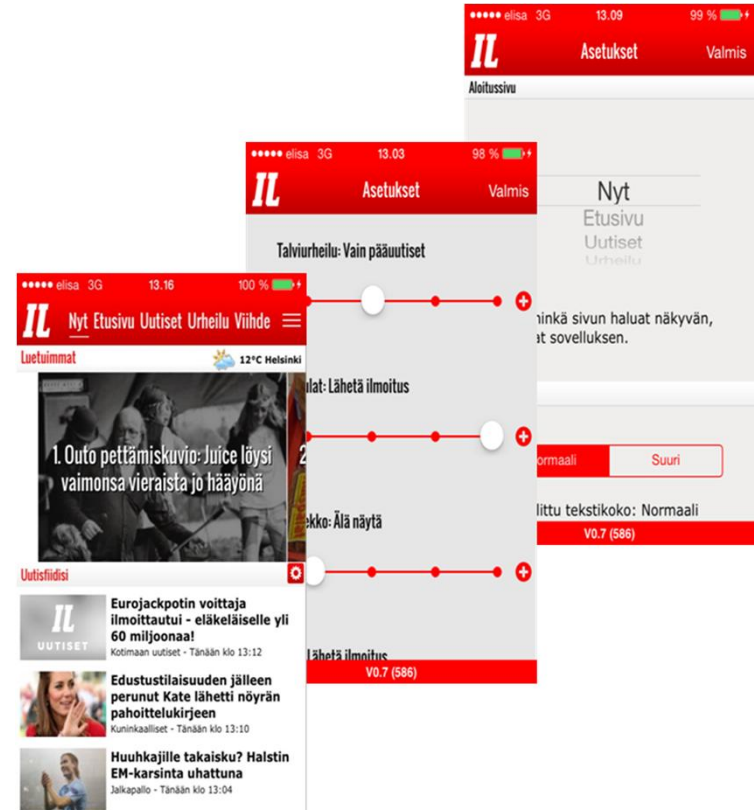
Monikanava-
sisällöt

LIVING INFORMATION



IL:n uusille mobiilisovelluksille hyvä vastaanotto

- Iltalehden Q3:lla uudistamat mobiilisovellukset lisänneet selvästi Iltalehden sisältöjen sovelluskäyttöä
- Palaute käyttäjiltä positiivista: sovellukset koetaan aikaisempaa nykyaikaisemmiksi, nopeammiksi ja helppokäyttöisemmiksi
- Käyttäjät myös lukevat uusissa sovelluksissa enemmän artikkeleita yhdellä käyttökerralla kuin aiemmin



Kauppalehti uudistui verkossa ja mobiilissa

- Kauppalehden verkkopalvelu uudistui tammikuun alussa 2015 sisällöltään, ulkoasultaan ja tekniikaltaan.
- Uudistuksen myötä Kauppalehden sisällöntuotannon painopiste siirtyi entistä enemmän verkkoon ja mobiiliin.
- Samalla tilausmalli muutettiin viikkokohtaiseksi ja maksumuurin rajaa laskettiin. Jatkossa ilman tilausta voi lukea viisi uutista viikossa.



Aamulehden Hetki

– iltapäivän tiivis digipaketti

- Aamulehden maksullinen, digitaalinen iltapäiväjulkaisu Hetki lanseerattiin tammikuussa 2015
- Verkossa ja mobiilissa julkaistava kooste päivän uutisista ja jutuista; mukana aina uusia juttuja, joista osa laajenee myöhemmin printtiin
- Tulokset:
 - Hetkellä päivittäisiä käyttäjiä parhaimmillaan yli 3 000
 - Eri viikkokävijöitä vajaan 5 000
 - Yli 6 00 Aamulehden tilaajaa täydentänyt tilauksensa digiin, noin 1 000 on tarttunut alun tutustumistarjoukseen.



Digitaaliset palvelut

**Digitaaliset
palvelut**

LIVING INFORMATION



JM Tieto osaksi Alma Mediaa

- Alma Media hankki tammikuussa 2015 JM Tiedon kokonaan omistukseensa. Aiempi omistusosuus oli 20 %.
- Kevään 2015 aikana JM Tieto organisoidaan osaksi Kauppalehti Tietopalvelut -liiketoimintaa.
- Tietopalvelujen ohella JM Tiedon osaamista voidaan hyödyntää esimerkiksi Alma 360:n asiakasmediaratkaisuihin sekä Kauppalehden mediamyynnissä.



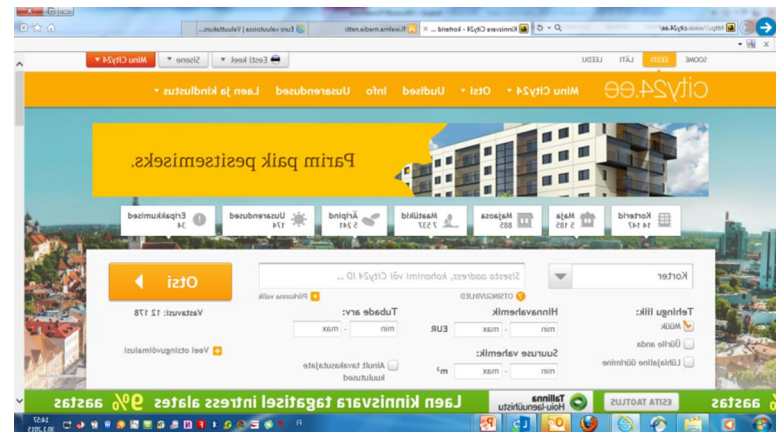
Tsekkiläisen LMC:n uudistetulle työnhaku-palvelulle lentävä lähtö

- Alma Careerin kuuluva LMC uudisti Job.cz -palvelunsa lokakuussa 2014.
- Tavoitteena raikastaa sivuston ulkoasua, parantaa käytettävyyttä ja houkutella palveluun lisää käyttäjiä
- Sivuston julkaisua tuettiin myös monikanavaisella mainoskampanjalla
- Tulokset:
 - Palvelun brändi tavoitellussa kohderyhmässä vahvistui
 - Suoraan kotisivujen kautta tehtyjen hakujen määrä kasvoi 10 %.
 - Vierailijamäärä sivuston Parhaat työnantajat -alaosiossa nousi 30 % ja osion huomioarvo parani selvästi.



City24-liiketoiminta myytiin Viroon

- Alma Media möi City24 -liiketoiminnan marraskuussa 2014 virolaiselle Koha Capitalille.
 - Alma Media oli hankkinut City24 -asuntoportaalin Viron toiminnot omistukseensa vuonna 2005 ja laajentanut toimintaa sen jälkeen useaan itäisen Keski-Euroopan maahan.
 - Finanssikriisi taittoi kuitenkin liiketoiminta-alueen kasvun.
- Alma Media kirjasi City24:n myynnistä noin 1,9 miljoonan euron myyntivoiton vuoden 2014 Q4:n tulokseen.



Voimavarat ja osaaminen



LIVING INFORMATION



Aluemedialaiset ottivat tiukan Etukenon

- Alma Aluemedian Etukeno-hanke digitaalisuuden kasvattamiseksi alue- ja paikallislehtien liiketoiminnassa on edennyt tulevaisuustyöpaja-vaiheeseen.
- Ensimmäiset työpajat järjestettiin tammikuussa ja talven aikana niihin osallistuu 100 aluemedialaista.



Alma Manu mukaan jakeluyhteistyöhön

- Alma Manu Oy lähtee perustajaosakkaana mukaan uuteen varhaisjakeluyhtiöiden yhdessä perustamaan verkostoyhtiöön.
- Uuden yhtiön perusajatus: myydä ja markkinoida varhaisjakeluyhtiöiden jakeluverkkoa valtakunnallisesti.
- Uuden, vielä nimeä vailla olevan yhtiön toiminta käynnistyyne maaliskuussa.



Tulevaisuuden näkymät

13.2.2015

Alhainen korkotaso, heikentynyt euro ja laskenut öljyn hinta parantavat kasvun edellytyksiä pitkällä aikavälillä, mutta vuoden 2015 osalta talouskasvun arvioidaan Euroopassa ja erityisesti Suomessa jäävän edelleen heikoksi. Heikko talouden kokonaiskasvu vaikuttaa mainonnan määrään, jonka ei arvioida kasvavan Suomessa vuonna 2015.

Alma Media arvioi vuoden 2015 ensimmäisen vuosipuoliskon liikevaihdon ja liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä laskevan vuoden 2014 ensimmäisen vuosipuoliskon tasosta. Vuoden 2014 ensimmäisen vuosipuoliskon liikevaihto oli 148,4 milj. euroa ja liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 8,8 milj. euroa.





Kiitos! Kysymyksiä?

Seuraavat tapahtumat sijoittajakalenterissa:

- Q1 tulos 30.4.2015