

Arvoisat yhtiökokousväki, Ilkka-Yhtymän osakkeenomistajat.

Tässä kokouksessa käsiteltävän tilikauden 2019 ylivoimaisesti suurin päätös konsernin kannalta oli tämän vuoden puolella toteutunut maakuntalehtien yhdistäminen uudeksi Ilkka-Pohjalaiseksi.

Markkinoinnissa projektista käytettiin nimeä ”Mahdoton tehtävä Pohjanmaalla”.

Vasta tulevat vuodet näyttävät sen, miten uuteen tuotteeseen sitoudutaan, mutta se into, jolla tekijät ovat paneutuneet uuden mediapalvelun kehittämiseen on ollut käsin kosketeltavaa ja näkynyt saatuna positiivisena asiakaspalautteena sekä kasvaneena kiinnostuksena uutta tuotetta kohtaan. Mahdottomasta on todellakin tehty mahdollista. Suurkiitos kaikille projektissa mukana olleille hienosta työstä! Ja iso kiitos kaikille tilaajillemme. Haluamme jatkossakin luottamuksenne arvoisia.

Vuoden aikana siirryttiin sanoista tekoihin konsernin toimintojen laajentamisessa. Somessa.com tuo ilmoittaja-asiakkaille kehittyneet vaikuttajamarkkinoinnin työkalut. Myynninmaailma puolestaan voi tarjota B2B-yrityksille jopa koko markkinoinnin ulkoistettuna palveluna.

Tilikauden päättymisen jälkeen toteutettu Liana Technologies Oy:n enemmistöomistuksen hankinta merkitsee konsernin toiminnan laajentumista kokonaan uudelle alueelle. Yhdistävät tekijät perinteisen toiminnan kanssa ovat markkinointi ja viestintä, mutta Lianassa yritysasiakkaiden kommunikaatiotarpeisiin vastataan ohjelmistokehityksen keinoin.

Lianan rooli konsernissa on merkittävä – osuus koko konsernin henkilöstöstä on lähes puolet.

Yritysten markkinoinnin ja myynnin panostuksista maailmanlaajuisesti yhä suurempi osa käytetään verkkonäkyvyyteen ja sähköiseen automatisoituun markkinointiin. Tässä kehityksessä haluamme Lianan kanssa olla vahvasti mukana.

Kun puhutaan konsernin digitalisoitumisesta, on hyvä ymmärtää, että digitalisointia edistetään konsernissa nyt kolmella eri rintamalla, joiden roolit on tarkkaan valittu:

-Perinteisen kustannustoiminnan digitalisointi on pitkä prosessi, joka viimekädessä riippuu lukijoiden halusta siirtyä käyttämään digitaalisia jakelukanavia. Ilkka-Pohjalaisen myötä myös digipalveluiden kehittäminen saa uutta puhtia.

-I-Medioiden yritysmyyntiin digitalisaatioissa tavoitteena on printin ohella tarjota perinteisen toiminta-alueen ilmoittaja-asiakkaille digitaalisia apuvälineitä asiakkaiden tavoittamiseen. Kysymys ei ole pelkästään uusien palveluiden tarjoamisesta nykyisille asiakkaille.

Konsernin laajentuneen tarjonnan myötä alueella voidaan palvella kokonaan uutta asiakaskuntaa – esimerkiksi vientiyrityksiä tai teollisuusyrityksiä, jotka aiemmin eivät ole konsernin palveluita kommunikaatiossaan juurikaan tarvinneet.

-Kolmas digitalisaation rintama on Lianan kautta avautunut kotimaisille ja jopa kansainvälisille yrityksille digitaalisia työkaluja mainontaan ja viestintään tarjoava liiketoiminnan alue.

Näillä kolmella rintamalla on siis tarkoitus toimia aktiivisesti ja tehdä yhtymästä kannattavasti kasvava digitaalinen viestinnän ja markkinoinnin toimija. Tie on pitkä, mutta päämäärä on selvä.

Kevään aikana koettu koronaviruspandemian ensimmäinen aalto on lisännyt talouden epävarmuutta myös Suomessa ja johtaa suurella todennäköisyydellä kansantalouden merkittävään taantumaa.

Epidemian vaikutukset näkyivät etenkin konsernin mediamyynnissä ensimmäisellä neljänneksellä - ja kuten osavuosikatsauksen yhteydessä julkaistuissa näkymissä totesimme, konsernin oman toiminnan oikaistun liikevoiton arvioidaan laskevan edellisvuotisesta.

Kriisi kestää aikansa ja meidän on oltava nopeita reagoimaan sen erilaisiin käännteisiin, että saamme epidemian vaikutukset minimoitua - ja olemme valmiita etenemään strategiamme toteuttamisessa täydellä teholla tilanteen aikanaan hellittäessä.

Äsken kuvaamani digitaalisuuden edistäminen usealla eri taholla on juuri se keino, jolle konsernimme pitkän tähtäyksen menestys kriisin jälkeisenä aikana on mahdollista rakentaa. Digitaalisuuteen panostaminen on konsernin kannalta riskien minimoimista.

Näillä sanoilla avaan tämän varsinaisen yhtiökokouksen.