

Alma Media Oyj

Osavuositarkastus Q3

27.10.2017



Alma Median osavuositarkastus tammi—syyskuu 2017:

KANNATTAVUUS VAHVASSA KASVUSSA KOLMANNELLA VUOSINELJÄNNEKSELLÄ

Taloudellinen kehitys heinä—syyskuussa 2017:

- Liikevaihto 86,0 (80,9) milj. euroa, kasvua 6,3 %.
- Oikaistu liikevoitto 14,0 (9,1) milj. euroa, 16,2 % (11,2 %) liikevaihdosta, kasvua 52,7 %.
- Liikevoitto 14,3 (8,9) milj. euroa eli 16,6 % (11,0 %) liikevaihdosta, kasvua 60,2 %.
- Osakekohtainen tulos 0,12 (0,07) euroa.
- Alma Markets: Vahva ja kannattava kasvu jatkui markkinan tukemana.
- Alma Talent: Onnistuminen digimainonnassa ja erityisesti sisältömarkkinoinnissa kasvattivat liikevaihtoa.
- Alma News & Life: Digimainonnan hyvä kehitys kompensoi sisältöliikevaihdon laskua.
- Alma Regions: Kannattavuus parani paino- ja jakeluliiketoiminnassa sekä Lapin kustannusliiketoiminnassa.

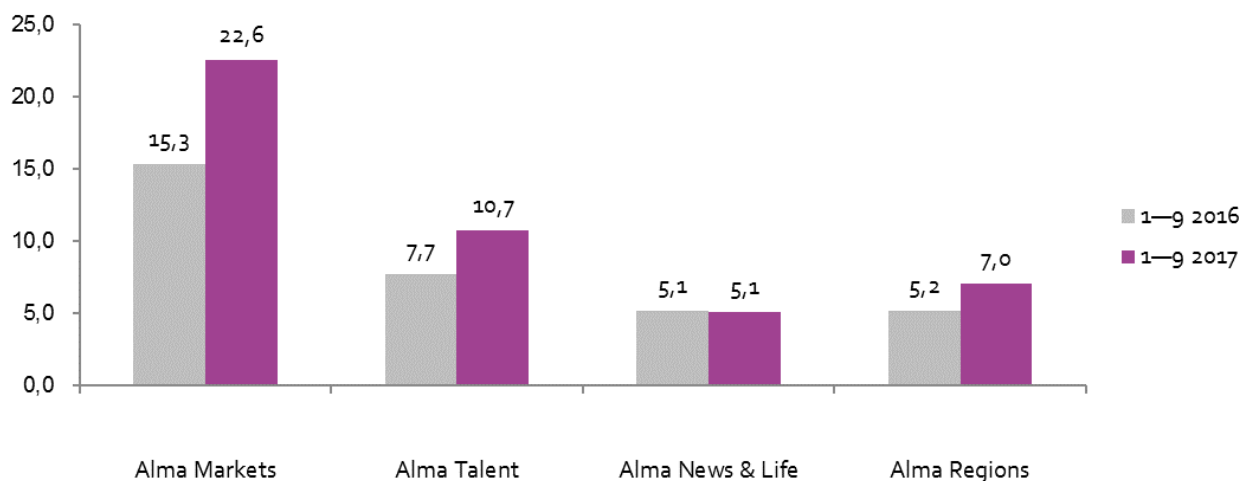
Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto heinä—syyskuu, milj. euroa (ei sisällä kohdistamattomia toimintoja)



Taloudellinen kehitys tammi—syyskuussa 2017:

- Liikevaihto 270,2 (259,6) milj. euroa, kasvua 4,1 %.
- Oikaistu liikevoitto 39,8 (24,5) milj. euroa, 14,7 % (9,4 %) liikevaihdosta, kasvua 62,3 %.
- Liikevoitto 40,7 (20,5) milj. euroa eli 15,1 % (7,9 %) liikevaihdosta, kasvua 98,4 %.
- Osakekohtainen tulos 0,35 (0,15) euroa.

Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto tammi—syyskuu, milj. euroa (ei sisällä kohdistamattomia toimintoja)



AVAINLUVUT milj.euroa	2017 7—9	2016 7—9	Muutos %	2017 1—9	2016 1—9	Muutos %	2016 1—12
Liikevaihto	86,0	80,9	6,3	270,2	259,6	4,1	353,2
Sisältöliikevaihto	29,9	30,1	-0,4	93,4	95,1	-1,8	128,3
Sisältöliikevaihto, painettu	25,8	26,4	-1,9	81,1	84,3	-3,8	113,5
Sisältöliikevaihto, digi	4,1	3,7	10,6	12,3	10,8	14,0	14,8
Mainosmyynnin liikevaihto *)	42,7	38,4	11,0	134,5	124,1	8,4	169,7
Mainosmyynti, painettu	13,5	14,8	-8,7	46,2	50,6	-8,7	68,5
Mainosmyynti, digi	28,8	23,7	21,8	87,2	73,6	18,5	101,3
Palveluliikevaihto *)	13,3	12,4	7,9	42,3	40,4	4,7	55,2
Oikaistut kokonaiskulut	72,2	72,0	0,3	230,7	235,6	-2,1	318,9
Oikaistu käyttökate	17,9	13,6	31,3	51,7	38,0	35,9	53,3
Käyttökate	18,2	13,4	35,9	52,6	33,9	55,0	47,9
Oikaistu liikevoitto	14,0	9,1	52,7	39,8	24,5	62,3	35,2
% liikevaihdosta	16,2	11,2		14,7	9,4		10,0
Liikevoitto/-tappio	14,3	8,9	60,2	40,7	20,5	98,4	26,8
% liikevaihdosta	16,6	11,0		15,1	7,9		7,6
Tilikauden tulos	11,2	6,5	71,2	32,3	15,0	115,9	19,9
Tulos/osake, EUR (laimentamaton ja laimennettu)	0,12	0,07	80,0	0,35	0,15	139,4	0,20
Digiliiketoiminnan liikevaihto	37,9	31,8	19,3	114,2	97,1	17,6	133,5
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	44,1	39,3		42,2	37,4		37,8

*) Vertailutietoa on oikaistu mainosmyynnin liikevaihdon ja palveluliikevaihdon välillä.

Näkymät vuodelle 2017 (muuttumaton)

Suomen kansantalouden arvioidaan kasvavan 1–3 % vuonna 2017. Alma Medialle tärkeiden itäisen Keski-Euroopan maiden, kuten Tšekin ja Slovakian kansantalouksien arvioidaan kasvavan 2–4 %. Kansantalouden kehitys vaikuttaa sekä kulutuskysyntään että mainonnan määrään. Mainonnan rakennemuutos jatkuu vuonna 2017; mainonta verkossa kasvaa, ja painetun median mainonta laskee.

Alma Media arvioi vuoden 2017 liikevaihdon pysyvän edellisvuoden tasolla ja oikaistun liikevoiton kasvavan selvästi vuoden 2016 tasosta. Vuoden 2016 liikevaihto oli 353,2 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 35,2 milj. euroa.

Toimitusjohtaja Kai Telanne:

Alma Median kehitys jatkui hyvänä kolmannella vuosineljänneksellä. Oikaistu liikevoitto kasvoi heinä–syyskuussa 53 prosenttia 14,0 miljoonaan euroon. Kannattavuutta paransivat erinomainen tuloskehitys Alma Marketsissa ja kustannussäästöt aiemmin toteutetuista uudelleenjärjestelyistä Alma Talentissa, Alma Regionsissa ja yhteisissä toiminnoissa. Alma Median liikevaihto kasvoi heinä–syyskuussa 6 prosenttia 86,0 miljoonaan euroon.

Suomen talous kasvaa, mutta sen positiivinen noste ei ole tarttunut mainonnan markkinaan. Mediamainonnan määrä laski Kantar TNS:n mukaan heinä–syyskuussa 2,2 prosenttia. Taustalla voidaan nähdä jo jonkin aikaa jatkunut kehitys, jossa toisaalta vähittäiskauppa vähentää voimakkaasti sanomalehtimainontaansa ja toisaalta mainostaja-asiakkaat yleisesti investoivat omiin medioihinsa ja markkinointitekologiaan.

Alma Markets jatkoi kasvu-uralla. Itäisen Keski-Euroopan toimintamaissamme talouden hyvä kehitys jatkui ja tuki rekrytointiliiketoiminnan vahvaa liikevaihdon kasvua ja kannattavuuden paranemista, erityisesti Tšekissä. Kasvu jatkui myös Suomen markkinapaikoilla ja uusien verkkopalveluiden kehityshankkeet etenivät suunnitellusti. Segmentin tulosta paransi myös poistojen lasku.

Alma Talentissa kustannussäästöjen kautta parantuneen kannattavuuden lisäksi myös liikevaihto kasvoi. Kasvun taustalla olivat onnistumiset digimainonnassa ja sisältömarkkinoinnissa sekä Mediutisten liittyminen kokonaisuudessaan osaksi Alma Talentia heinäkuussa. Alma Talentin medioiden tavoitteena on yhä vahvemmin yhdistää maksullinen digitaalinen sisältö ja laatujournalismi. Uudistuneet Talouselämä ja Kauppalehti Optio tuotiin markkinoille syyskuussa. Vuoden alussa lanseerattiin yhä paremmin asiakkaita verkossa palveleva Arvopaperi. Myös muiden Talentin medioiden uudistustyö jatkuu.

Alma News & Life on edelleen vahvistanut jalansijaansa ohjelmallisessa ostamisessa ja mobiilimainonnassa, esimerkiksi mobiilioptimoiduissa Rich Media -toteutuksissa. Liikevaihtoa lisäsi myös Rantapallon myynnin kasvu. Kuitenkin edelleen heikentyvä irtonumeromyynti laski segmentin oikaistua liikevoittoa. Kuluja kasvattivat muun muassa panostukset Matkapörssi-palvelun uuteen varausjärjestelmään.

Alma Regionsissa aikanaan tehdyt päätökset Lapin lehtien ja Alma Manun liiketoiminnan uudelleenorganisoinniksi ja kustannusten karsimiseksi tuottavat tulosta. Liiketoiminta pohjoisessa on tervehtymässä. Sisältöjen kysyntä on lisääntynyt ja paino- ja jakelutoiminnan ulkoinen liikevaihto on kasvussa. Nykyinen kustannusrakenne on kuitenkin raskas, sillä sanomalehtimainonnan määrä laskee väijäämättömästi kansantalouden kasvusta huolimatta.

Alma Medialla on ollut jo kymmenen hyvää tuloskasvun kvartaalia ja rahoitusasema on edelleen parantunut. Omavaraisuusaste oli syyskuun lopussa 50,7 prosenttia ja nettovelkaantumisaste 21,7 prosenttia. Alma on hyvässä tulokunnossa kiihdyttämään kestävästä kasvusta niin nykyliiketoimintaa kehittämällä kuin etsimällä uusia kasvualueita.

Suomen hallitus hyväksyi syyskuussa kaupallisen television uutis- ja ajankohtaistoiminnalle tarkoitetun tuen. Alma Median kanta on, että kaupallisen median elinvoimaisuus tai uutistoiminnan monimuotoisuus ei voi rakentua valtiolta saatavien tukien varaan. Kestävästä liiketoimintaa luodaan vain silloin, kun itse kyetään uudistumaan toimintaympäristön muutosten keskellä eikä verovaroin. Kaikille toimijoille tulee luoda tasavertaiset toimintaedellytykset ilman kilpailua vääristäviä tukia.

Lisätietoja:

Toimitusjohtaja Kai Telanne, puhelin 010 665 3500

Talous- ja rahoitusjohtaja Juha Nuutinen, puhelin 010 665 3873

International Financial Reporting Standards (IFRS) -standardien mukainen vertailu on tehty vuoden 2016 vastaavan jakson lukuihin, ellei toisin ole mainittu. Taulukoiden luvut ovat itsenäisesti pyöristettyjä lukuja.

KONSERNIN TUNNUSLUKUJA

TULOSLASKELMA	2017	2016	Muutos	2017	2016	Muutos	2016
milj.euroa	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Liikevaihto	86,0	80,9	6,3	270,2	259,6	4,1	353,2
Kotimaan toiminnot	66,5	64,4	3,2	209,7	205,8	1,9	280,2
Ulkomaan toiminnot	19,5	16,4	18,4	60,5	53,7	12,5	73,0
Oikaistut kokonaiskulut	72,2	72,0	0,3	230,7	235,6	-2,1	318,9
Oikaistu käyttökate	17,9	13,6	31,3	51,7	38,0	35,9	53,3
Käyttökate	18,2	13,4	35,9	52,6	34,0	54,8	47,9
Oikaistu liikevoitto	14,0	9,1	52,7	39,8	24,5	62,3	35,2
% liikevaihdosta	16,2	11,2		14,7	9,4		10,0
Liikevoitto (-tappio)	14,3	8,9	60,2	40,7	20,5	98,4	26,8
% liikevaihdosta	16,6	11,0		15,1	7,9		7,6
Tulos ennen veroja	14,0	8,2	69,8	40,1	19,2	108,7	25,4
Tilikauden tulos	11,2	6,5	72,2	32,3	15,0	115,9	19,9
TASE	2017	2016	Muutos	2017	2016	Muutos	2016
milj.euroa	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Taseen loppusumma				332,4	328,4	1,2	327,0
Korolliset nettovelat				33,5	67,7	-50,5	57,4
Korollinen vieras pääoma				67,3	89,0	-24,4	80,7
Koroton vieras pääoma				110,9	106,5	4,1	108,2
Investoinnit	1,2	2,0	-40,5	5,3	8,7	-39,1	10,0
Omavaraisuusaste-%				50,7	44,1	15,0	45,7
Velkaantumisaste (gearing), %				21,7	51,0	-57,4	41,6
HENKILÖSTÖ	2017	2016	Muutos	2017	2016	Muutos	2016
milj.euroa	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna ilman lehdenjakajia	2 312	2 209	4,7	2 288	2 293	-0,2	2 287
Lehdenjakajien lukumäärä keskimäärin	892	861	3,6	883	851	3,7	845
TUNNUSLUKUJA	2017	2016	Muutos	2017	2016	Muutos	2016
milj.euroa	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	33,9	21,7	56,3	30,5	15,6	95,8	14,9
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	23,4	13,8	69,2	20,8	10,4	99,8	10,1
Tulos/osake, EUR **)	0,12	0,07	80,0	0,35	0,15	139,4	0,20
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,12	0,09	27,9	0,52	0,39	35,5	0,51
Oma pääoma/osake, EUR	1,62			1,62	1,38	17,6	1,44
Osinko/osake, EUR							0,16
Efektiiivinen osinkotuotto-%							3,2
Hinta/voitto-suhde (P/E)							24,6
Osakekannan markkina-arvo				533,0	397,1	34,2	414,4
Osakemäärä keskimäärin **)							
(1 000 osaketta ***)	82 383	82 383		82 383	82 383		82 383
Osakemäärä kauden lopussa (1 000 osaketta ***)					82 383		82 383

*) ks. osavuositarkastuksen laadintaperiaatteet. **) laimentamaton ja laimennettu. ***) yhtiö on hankkinut vuoden 2017 aikana omia osakkeita 227 272 kpl ja luovuttanut 67 272 kpl, hankitut osakkeet katsauskauden lopussa 160 000 kpl.

Strategia ja siihen liittyvät toimenpiteet katsauskauden aikana

Alma Median strategisen kehittämisen päälinjat ovat nykyisen liiketoiminnan kehittäminen ja laajentaminen, sekä kasvu uusille liiketoiminta- ja markkina-alueille sekä organisaation kasvun että yritysjärjestelyiden avulla. Katsauskaudella strategian toteutuksessa painottui nykyliiketoiminnan kehittäminen.

Tarjotakseen yhä parempia mainosratkaisuja mainostajille Alma Media on käynnistänyt useita toimenpiteitä parantaakseen mainosten näkyvyyttä, toimivuutta ja tehokkuutta. Näistä keskeisimpänä on viewability-hanke. Viewability-arvoilla mitataan kuinka pitkään mainokset näkyvät ja kuinka hyvin ne huomataan ruudulta. Näillä on merkittävää vaikutusta mainonnan tehokkuuteen. Tehdyn selvityksen mukaan Alma Median ohjelmallisen ostamisen inventaari on saanut keskimääräistä parempia arvoja markkinaan verrattuna. Alma Media seuraa ja kehittää säännöllisesti mainonnan toimivuutta yhdessä asiakkaidensa kanssa.

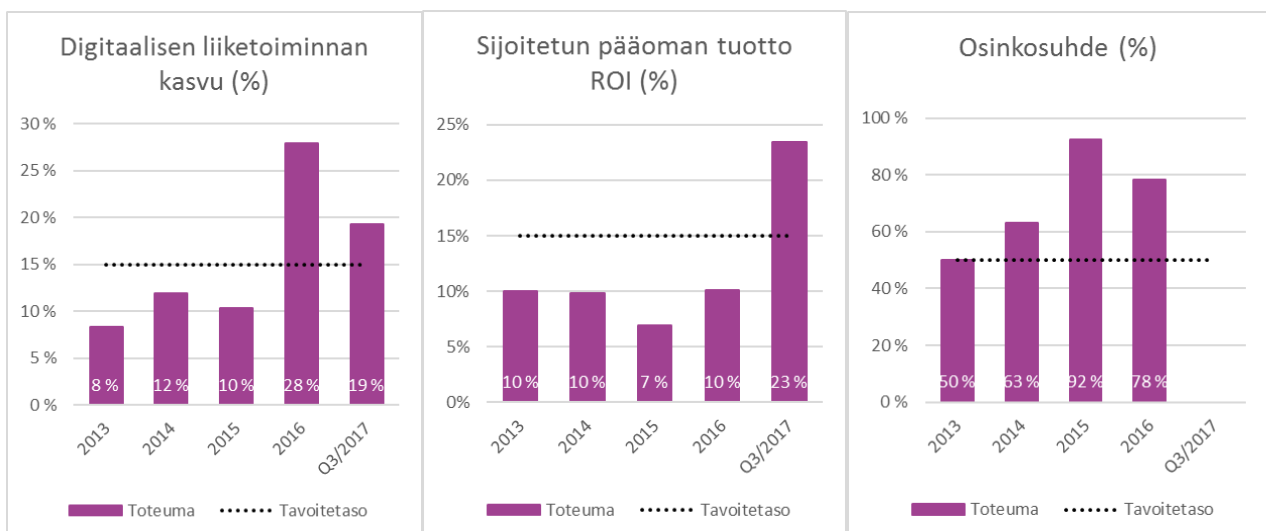
Strategiansa mukaisesti Alma Markets kehittää liiketoimintojaan mm. laajentamalla ja syventämällä palveluvalikoimaansa nykyisten asumiseen, autoiluun ja rekrytointiin keskittyvien kokonaisuuksien ympärillä. Jatkumona aiemmin toteutetuille yritysostoille kilpailuttamisen ja vertailun markkinassa Alma Mediapartners hankki heinäkuussa vähemmistöosuuden (25%) Muuttomaailma Oy:ssä. Muuttomaailma.fi kilpailuttaa muuttopalveluiden tarjoajia, ja tarjoaa Etuovi.com ja Vuokraovi.com palveluiden käyttäjille tavan hoitaa muutot vaivattomasti.

Kuluttajien mediasuhteen ja monikanavaisen tarjoaman vahvistamiseksi Alma News & Life - liiketoimintasegmenttiin kuuluva Iltalehti teki sopimuksen Bauer Median suurimpien radiokanavien, Radio Novan ja Iskelmän, uutislähetysten tuottamisesta lokakuusta alkaen. Radio Nova on Suomen kuunnelluin kaupallinen radiokanava, jolla on 1.3 miljoonaa viikkokuulijaa. Iskelmällä on runsaat 700 000 kuuntelijaa viikossa. (Kansallinen Radiotutkimus, KRT). Iltalehti on tuottanut radiouutisia vuoden alusta myös Radio Nostalγιαlle sekä keväästä alkaen Business FM:lle.

Monimediastrategian mukaisesti Alma Talentin tavoitteena on tarjota sisältöjä helposti käytettäväksi eri kanavissa ja lukukokemus tapahtuu asiakkaan haluamalla tavalla. Alma Talentin kustantama, Pohjoismaiden suurin talouden viikkolehti Talouselämä ja sen verkkopalvelu uudistuivat katsauskauden aikana. Alma Talentin digistrategian mukaisesti osa verkkosivuston artikkeleista muuttui maksulliseksi ja on vain tilaajien luettavissa. Talouselämä on vuonna 1938 perustettu talousmedia, joka tavoittaa viikoittain 335 000 lukijaa (KMT kevät 2017).

Alma Regionsin toimintojen uudelleenorganisointi jatkui ja sen kustantamien paikallislehtien Pohjois-Pohjanmaalla, Raahessa ilmestyvän Raahen Seudun ja Raahelaisen sekä Oulaisissa ilmestyvän Pyhäjokiseudun myyntiin liittyvä kauppakirja allekirjoitettiin Kalevan tytäryhtiön Kaleva365 Oy:n kanssa elokuussa 2017.

Alma Median pitkän aikavälin tavoitteet ja niiden toteutuma:



Markkinatilanne päämarkkina-alueilla

Vuoden 2017 heinä–syyskuussa mainonnan kokonaismäärä laski Suomessa Kantar TNS:n mukaan 2,2 (kasvoi 1,1) % ja verkkomediainonta kasvoi Suomessa heinä–syyskuussa 10,1 (14,9) %. Mainonta kaupunki- ja sanomalehdissä Suomessa laski 10,9 (4,2) %. Suomen aikakauslehtien mainonnan määrä laski heinä–syyskuussa 8,9 (laski 4,0) %. Iltaapäivälehtien kappalemääräinen markkina laski Suomessa vuoden 2017 heinä–syyskuussa 12,1 (14,4) %.

Vuoden 2017 tammi–syyskuussa mainonnan kokonaismäärä kasvoi Ruotsissa Sveriges Mediebyråerin mukaan 3,6 (2,9) %. Verkkomediainonta Ruotsissa kasvoi 9,8 %. Ruotsissa ammattilehtien mainonnan määrä laski 8,1 (14,8) %.

Alma Median päämarkkinamaat itäisessä Keski-Euroopassa ovat Tšekki ja Slovakia. Euroopan Komission ennusteen mukaan bruttokansantuote (BKT) kasvaa vuonna 2017 Tšekissä 2,6 (2,4) %. Tšekin keskuspankki CNB arvioi BKT:n kasvavan 3,6 % vuonna 2017. Slovakiassa BKT kasvoi Euroopan Komission mukaan 3,3 % vuonna 2016 ja komission ennuste BKT:n kasvuksi vuodelle 2017 on 3,0 %. Keskuspankki NBS arvioi Slovakian BKT:n kasvuksi 3,3 % vuonna 2017.

Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2017

Aiemmin konserniin yhdistelty Urakkamaailma.fi:n osakekanta siirtyi helmikuussa 2017 kokonaisuudessaan Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartnersin omistukseen. Alma Media -konsernin omistusosuus Alma Mediapartners konsernista on 65 %.

Alma Mediaan kuuluva Alma Talent Oy osti kesäkuussa 2017 Oy Mediutiset Ab:n kokonaan omistukseensa. Aiemmin Alma Talentin omistusosuus Mediutisista oli 50%. Myyjä on Bonnier-konserniin kuuluva Bonnier Business Press Ab.

Heinäkuussa 2017 Alma Mediapartners Oy hankki omistukseensa 25 prosenttia muuttopalveluiden kilpailutuksia tarjoavasta Muuttomaailma Oy:sta.

Elokuussa 2017 Alma Career Oy:n tytäryhtiö LMC myi korkeakoulutukseen liittyviä tietoja ja palveluja tarjoavan VysokeSkoly.cz -verkkopalvelun EDUroute. Järjestelyssä Alma Medialle tuloutui myyntivoitto, 0,6 milj. euroa.

Alma Median tytäryhtiö Tau on-line hankki syyskuussa 2017 30 % vähemmistöosuuden Makedonian johtavasta online-rekryointipalvelusta Vrabotuvanje Onlinesta.

Konsernin liikevaihto ja tulos heinä–syyskuussa 2017

Liikevaihto kasvoi vuoden kolmannella neljänneksellä 6,3 % 86,0 (80,9) milj.euroon.

Sisältöliikevaihto laski 0,4 % 29,9 (30,1) milj.euroon. Sisältöliikevaihdon lasku vertailukauden tasosta johtui painetun median levikkien ja kirjamyynnin pienenemisestä. Digitaalisista jakelukanavista saatavien sisältötuottojen kasvu ei riittänyt kattamaan painetun median sisältötuottojen laskua.

Mainosmyynnin liikevaihto kasvoi 11,0 % 42,7 (38,4) milj.euroon. Painettujen lehtien mainosmyynti laski 8,7 % vertailukauden tasosta ja oli 13,5 (14,8) milj.euroa. Digimainosmyynti kasvoi 21,8 % 28,8 (23,7) milj.euroon.

Palveluliikevaihto oli 13,3 (12,4) milj. euroa. Palveluliikevaihtoon sisältyvät mm. tietopalveluiden myynti, tapahtuma- ja suoramarkkinointiliiketoiminta sekä Alma Manun konsernin ulkoisille asiakkaille myydyt paino- ja jakelupalvelut.

Kokonaiskulut olivat vuoden kolmannella neljänneksellä 72,6 (72,2) milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 3,9 (4,5) milj. euroa.

Oikaistu liikevoitto oli 14,0 (9,1) milj. euroa, 16,2 % (11,2 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 14,3 (8,9) milj. euroa, 16,6 % (11,0 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä 0,3 (-0,2) milj. euroa, jotka liittyivät uudelleenjärjestelyihin sekä myyntivoittoihin. Myös vertailukauden kertaluonteiset erät liittyivät myyntivoittoihin sekä uudelleenjärjestelykuluihin.

Heinä–syyskuun 2017 tulos oli 11,2 (6,5) milj. euroa ja oikaistu tulos 10,9 (6,7) milj. euroa.

Konsernin liikevaihto ja tulos tammi–syyskuussa 2017

Liikevaihto kasvoi tammi–syyskuussa 4,1 % 270,2 (259,6) milj. euroon.

Sisältöliikevaihto laski 1,8 % 93,4 (95,1) milj. euroon. Sisältöliikevaihdon lasku vertailukauden tasosta johtui painetun median levikkien pienenemisestä. Digitaalisista jakelukanavista saatavien sisältötuottojen kasvu ei riittänyt kattamaan painetun median sisältötuottojen laskua.

Mainosmyynnin liikevaihto kasvoi 8,4 % 134,5 (124,1) milj. euroon. Painettujen lehtien mainosmyynti laski 8,7 % vertailukauden tasosta ja oli 46,2 (50,6) milj. euroa. Digimainosmyynti kasvoi 18,5 % 87,2 (73,6) milj. euroon.

Palveluliikevaihto oli 42,3 (40,4) milj. euroa. Palveluliikevaihtoa kasvatti konsernin ulkopuolisten paino- ja jakelutöiden kasvu.

Kokonaiskulut laskivat tammi–syyskuussa 8,2 milj. euroa eli 3,4 %, ja olivat 232,4 (240,6) milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 11,9 (13,5) milj. euroa.

Oikaistu liikevoitto oli 39,8 (24,5) milj. euroa, 14,7 % (9,4 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 40,7 (20,5) milj. euroa, 15,1 % (7,9 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä 0,9 (-4,0) milj. euroa.

Tammi–syyskuun 2017 tulos oli 32,3 (15,0) milj. euroa ja oikaistu tulos 31,4 (19,0) milj. euroa.

Liiketoimintasegmentit

Alma Median raportoitavat segmentit ovat Alma Markets, Alma Talent, Alma News & Life ja Alma Regions. Konsernin emoyhtiön tuottamat keskitetyt palvelut sekä koko konsernia koskevat keskitetyt mainonnan ja digitaalisen myynnin tukipalvelut käsitellään segmenttiraportoinnin ulkopuolella.

Konsernin raportoitavat segmentit vastaavat konsernin toimintasegmenttejä. Samankaltaisia tuotteita ja palveluja tuottavat toiminnot on yhdistelty toimintasegmenteiksi, koska niiden taloudellinen tuloksellisuus ja ominaispiirteet ovat samanlaisia.

E-kontakti –liiketoiminnan liikevaihto on siirretty konsernin mainosmyynnistä osaksi konsernin palveluliikevaihtoa.

LIKEVAIHTO milj.euroa	2017 7–9	2016 7–9	Muutos %	2017 1–9	2016 1–9	Muutos %	2016 1–12
Alma Markets	20,9	17,2	21,6	61,1	51,4	18,9	69,4
Alma Talent	24,0	23,0	4,5	82,2	82,8	-0,7	114,0
Alma News & Life	11,7	11,1	5,8	35,8	34,0	5,0	46,1
Alma Regions	30,4	30,5	-0,3	94,3	94,3	0,1	127,7
Segmentit yhteensä	87,0	81,7	6,5	273,4	262,5	4,2	357,1
Kohdistamattomat toiminnot	-1,1	-0,9	24,5	-3,2	-2,9	9,9	-3,9
Yhteensä	86,0	80,9	6,3	270,2	259,6	4,1	353,2

OIKAISTU LIIKEVOITTO / -TAPPIO milj.euroa	2017 7–9	2016 7–9	Muutos %	2017 1–9	2016 1–9	Muutos %	2016 1–12
Alma Markets	7,9	5,3	47,7	22,6	15,3	47,4	19,3
Alma Talent	2,8	2,1	37,1	10,7	7,7	39,3	12,4
Alma News & Life	1,7	1,8	-7,1	5,1	5,1	-1,8	7,0
Alma Regions	3,0	2,0	48,5	7,0	5,2	35,3	8,5
Segmentit yhteensä	15,4	11,3	36,4	45,4	33,3	36,0	47,1
Kohdistamattomat toiminnot	-1,5	-2,2	-32,7	-5,6	-8,8	-36,7	-11,9
Yhteensä	14,0	9,1	52,7	39,8	24,5	62,3	35,2

OIKAISTUT ERÄT milj.euroa	2017 7–9	2016 7–9	Muutos %	2017 1–9	2016 1–9	Muutos %	2016 1–12
Alma Markets	0,5		100,0	0,5	0,0	4 017,4	0,0
Alma Talent	-0,1	-0,2	-46,2	0,6	-3,2	-118,0	-3,6
Alma News & Life					0,9	-100,0	0,9
Alma Regions	0,1		100,0	-0,8	-1,3	-42,1	-3,0
Segmentit yhteensä	0,5	-0,2	-291,4	0,4	-3,6	-107,4	-5,7

Kohdistamattomat toiminnot	-0,2		100,0	0,6	-0,5	-221,4	-2,7
Yhteensä	0,3	-0,2	-214,4	0,9	-4,0	-120,8	-8,4

LIIKEVOITTO / -TAPPIO milj.euroa	2017 7—9	2016 7—9	Muutos %	2017 1—9	2016 1—9	Muutos %	2016 1—12
Alma Markets	8,4	5,3	57,6	23,1	15,3	50,6	19,3
Alma Talent	2,7	1,8	46,9	11,3	4,5	150,5	8,8
Alma News & Life	1,7	1,8	-7,1	5,1	6,1	-16,5	7,9
Alma Regions	3,1	2,0	52,9	6,3	3,9	61,1	5,5
Segmentit yhteensä	15,9	11,1	43,6	45,7	29,8	53,5	41,4
Kohdistamattomat toiminnot	-1,6	-2,2	-24,9	-5,0	-9,3	-46,1	-14,6
Yhteensä	14,3	8,9	60,2	40,7	20,5	98,4	26,8

Alma Markets

Alma Markets –segmentissä raportoidaan rekrytointiliiketoimintaan liittyvät palvelut Monster.fi, Jobs.cz, Prace.cz, CV Online, Profesia.sk, MojPosao.net, Monster.hu, Monsterpolska.pl sekä Monster.cz.

Segmenttiin kuuluu useita verkkopalveluja: asumiseen liittyvät Etuovi.com ja Vuokraovi.com, matkailuportaali Gofinland.fi, autoalan palveluihin liittyvät Autotalli.com, AutoSoft ja Alkali. Segmentissä raportoidaan myös uudis- ja korjausrakentamisen toiminnanohjausjärjestelmien ohjelmistoihin keskittynyt Nettikoti ja Kivi – kiinteistövälitysjärjestelmä sekä remontti- ja rakennustöiden markkinapaikka Urakkamaailma.fi.

AVAINLUVUT milj.euroa	2017 7—9	2016 7—9	Muutos %	2017 1—9	2016 1—9	Muutos %	2016 1—12
Liikevaihto	20,9	17,2	21,6	61,1	51,4	18,9	69,4
Mainosmyynnin liikevaihto	19,4	15,8	22,5	56,7	47,6	19,2	64,3
Palveluliikevaihto	1,5	1,3	11,9	4,4	3,8	15,4	5,1
Oikaistut kokonaiskulut	13,0	11,8	10,6	38,6	36,2	6,9	50,2
Oikaistu käyttökate	8,6	6,6	30,2	24,8	19,1	29,3	24,5
Käyttökate	9,2	6,6	38,2	25,3	19,2	31,8	24,5
Oikaistu liikevoitto	7,9	5,3	47,7	22,6	15,3	47,4	19,3
% liikevaihdesta	37,8	31,2		36,9	29,7		27,8
Liikevoitto	8,4	5,3	57,6	23,1	15,3	50,6	19,3
% liikevaihdesta	40,4	31,2		36,9	29,8		27,8
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	593	548	8,4	579	534	8,4	543
Digiliiketoiminnan liikevaihto	20,8	17,2	18,5	60,9	51,4	18,5	69,4
Digiliiketoiminta, % liikevaihdesta	99,6	100,0		99,7	100,0		100,0

OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT	2017 7—9	2016 7—9	Muutos %	2017 1—9	2016 1—9	Muutos %	2016 1—12
Verkkopalvelut, eri selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl)							
Etuovi.com	947,4	836,4	13,3	901,3	809,4	11,4	809,4
Autotalli.com	171,7	151,9	13,0	163,1	133,8	21,9	133,8

*) Etuovi.com ja Autotalli.com selaimia viikossa keskimäärin tieto perustuu Google Analyticsin tuottamaan kävijämääräseurantaan.

Heinäkuu—syyskuu 2017

Alma Markets -segmentin liikevaihto kasvoi 21,6 % ja oli 20,9 (17,2) milj. euroa. Liikevaihdon kasvu jatkui itäisen Keski-Euroopan maiden markkinakehityksen tukemana, erityisesti Tšekeissä kasvu oli edelleen vahvaa. Myös kotimaassa asuntomarkkinan vahvistuminen ja hyvä myynti edisti liikevaihdon kasvua. Kokonaisuudessaan rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 25,1 % katsauskaudella ja sen osuus segmentin liikevaihdesta oli 77,8 (75,6) % vuoden 2017 kolmannella neljänneksellä.

Katsauskauden oikaistut kokonaiskulut olivat 13,0 (11,8) milj. euroa. Kokonaiskulujen kasvu johtui panostuksista myyntiin ja markkinointiin sekä verkkopalveluiden kehittämiseen. Kokonaiskulujen muutoksessa on mukana 0,5 milj. euroa päätyneitä LMC-liiketoimintaan kohdistuneita IFRS 3 käyvän arvon poistoja.

Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto oli vuoden kolmannella neljänneksellä 7,9 (5,3) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 37,8 % (31,2 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 8,4 (5,3) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät 0,5 milj. euroa liittyivät myyntivoittoon. Elokuussa 2017 LMC myi korkeakoulutukseen liittyviä tietoja ja palveluja tarjoavan VysokeSkoly.cz -verkkopalvelun EDUrouteille.

Tammikuu—syyskuu 2017

Vuoden 2017 tammi–syyskuussa Alma Markets -segmentin liikevaihto kasvoi sekä kotimaan että ulkomaan liiketoiminnassa ja oli 61,1 (51,4) milj. euroa. Rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 21,3 % katsauskaudella ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 77,6 (76,1) % vuoden 2017 tammi–syyskuussa.

Katsauskauden kokonaiskulut olivat 38,6 (36,2) milj. euroa. Kokonaiskulujen kasvu johtui panostuksista verkkopalveluiden kehittämiseen sekä markkinointiin. Kokonaiskulujen muutoksessa on mukana 1,5 milj. euroa päätyneitä LMC-liiketoimintaan kohdistuneita IFRS 3 käyvän arvon poistoja.

Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto oli vuoden 2017 tammi–syyskuussa 22,6 (15,3) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 36,9 % (29,7 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 23,1 (15,3) milj. euroa. Katsauskaudella oikaistut erät 0,5 milj. euroa liittyivät myyntivoittoon. Vertailukauden oikaistu erä liittyi vaiheittaisen hankinnan myyntivoittoon.

Alma Talent

Alma Talent-liiketoimintasegmentti julkaisee 20:tä ammatti- ja talouslehteä sekä -kirjoja. Lisäksi liiketoiminto tarjoaa eri alojen ammattilaisille ja yrityksille osaamisen kehittämistä tukevia ja liiketoimintaa kasvattavia palveluja, kuten tapahtumia, koulutusta ja tietopalveluja. Alma Talent toimii Suomessa, Ruotsissa ja Baltian maissa. Alma Talentin medioita ovat muun muassa Kauppalehti, Talouselämä, Tekniikka & Talous, Markkinointi&Mainonta, Arvopaperi, Tivi ja Mediutiset. Ruotsissa Alma Talentin julkaisuja ovat muun muassa Affärsvärlden, Ny Teknik ja Dagens Media.

AVAINLUVUT milj.euroa	2017 7–9	2016 7–9	Muutos %	2017 1–9	2016 1–9	Muutos %	2016 1–12
Liikevaihto	24,0	23,0	4,5	82,2	82,8	-0,7	114,0
Sisältöliikevaihto	10,2	10,1	1,6	34,9	36,0	-2,9	49,6
Mainosmyynnin liikevaihto	7,1	6,1	17,5	24,3	22,0	10,1	30,8
Palveluliikevaihto	6,6	6,8	-2,9	23,0	24,8	-7,1	33,6
Oikaistut kokonaiskulut	21,2	21,0	1,0	71,4	75,4	-5,3	101,8
Oikaistu käyttökate	3,9	3,1	27,3	13,9	10,6	30,8	16,4
Käyttökate	3,8	2,8	33,0	14,5	7,4	94,7	13,8
Oikaistu liikevoitto	2,8	2,1	37,1	10,7	7,7	39,3	12,4
% liikevaihdosta	11,7	9,0		13,1	9,3		10,9
Liikevoitto	2,7	1,8	46,9	11,3	4,5	150,5	8,8
% liikevaihdosta	11,3	8,0		13,8	5,4		7,7
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	828	822	0,7	837	876	-4,5	875
Digiliiketoiminnan liikevaihto	8,8	7,9	11,2	27,7	25,6	8,0	35,7
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	36,6	34,3		33,6	30,9		31,3
OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT	2017 7–9	2016 7–9	Muutos %	2017 1–9	2016 1–9	Muutos %	2016 1–12
Verkkopalvelut, eri selaimia viikossa keskimäärin 1000 kpl)							
Kauppalehti.fi	1 081,8	959,2	12,8	1 131,0	1 025,1	10,3	1 025,1
Talouselama.fi	231,1	247,6	-3,4	270,0	272,8	-1,0	272,8

*) Verkkopalveluiden selaimia viikossa keskimäärin perustuu Kantar TNS:n seurantaan.

Heinäkuu—syyskuu 2017

Alma Talent -segmentin liikevaihto kasvoi 4,5 % 24,0 (23,0) milj. euroon. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 36,6 % (34,3) %. Yritysjärjestelyiden ja lopetettujen toimintojen nettovaikutus liikevaihdon kasvuun oli 0,2 milj. euroa.

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto oli edellisen vuoden tasolla 10,2 (10,1) milj. euroa.

Vuoden kolmannen neljänneksen mainosmyynti kasvoi 17,5 % ja oli 7,1 (6,1) milj. euroa. Mainosmyynti verkossa kasvoi 16,1 % vertailukaudesta. Mainosmyyntiä kasvatti heinäkuussa 2017 hankitun Medi uutisten liikevaihto 0,5 milj. euroa.

Palveluliikevaihto oli 6,6 (6,8) milj. euroa ja lasku johtui pääosin lopetettujen liiketoimintojen vaikutuksesta.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 21,2 (21,0) milj. euroa ja kokonaiskulut 21,3 (21,2) milj. euroa.

Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 2,8 (2,1) milj. euroa ja liikevoitto 2,7 (1,8) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 11,7 % (9,0 %) liikevaihdosta. Katsauskauden sekä vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin.

Tammikuu—syyskuu 2017

Alma Talent -segmentin liikevaihto oli 82,2 (82,8) milj. euroon. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 33,6 % (30,9) %. Yritysjärjestelyiden ja lopetettujen toimintojen nettovaikutus liikevaihdon laskuun oli 0,9 milj. euroa.

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto laski 2,9 % ja oli 34,9 (36,0) milj. euroa. Sisältöliikevaihdon lasku johtui painetun median sisältömyynnin ja Pron kirjamyynnin vähenemisestä.

Vuoden 2017 tammi–syyskuussa mainosmyynti oli 24,3 (22,0) milj. euroa. Mainosmyynti verkossa kasvoi 9,6 % vertailukaudesta, pääosin sisältömarkkinoinnin ja mobiilimyynnin seurauksena.

Palveluliikevaihto laski 7,1 % 23,0 (24,8) milj. euroon johtuen pääosin lopetettujen liiketoimintojen vaikutuksesta.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 71,4 (75,4) milj. euroa ja kokonaiskulut 71,6 (78,6) milj. euroa. Kokonaiskuluja laski viime vuonna toteutetut uudelleenjärjestelytoimenpiteet sekä integraation tuomat henkilöstökulusäästöt Media Suomessa ja Ruotsissa sekä Tietopalveluissa ja lopetetut liiketoiminnot.

Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto 10,7 (7,7) milj. euroa ja liikevoitto 11,3 (4,5) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 13,8 % (9,3 %) liikevaihdosta. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät vaiheittaisen hankinnan myyntivoittoon ja toiminnan uudelleenjärjestelyihin. Vertailukauden oikaistut kulut liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin.

Alma News & Life

Alma News & Life -segmenttiin kuuluvat valtakunnallisen Iltalehden eri digitaaliset ja painetut uutis- ja lifestyle -sisällöt. Lisäksi segmentissä raportoidaan verkkopalvelut Telkku.com, Kotikokki.net, E-kontakti.fi ja Rantapallo.fi.

AVAINLUVUT milj.euroa	2017 7—9	2016 7—9	Muutos %	2017 1—9	2016 1—9	Muutos %	2016 1—12
Liikevaihto	11,7	11,1	5,8	35,8	34,0	5,0	46,1
Sisältöliikevaihto	4,9	5,5	-10,5	14,8	16,4	-9,8	21,6
Mainosmyynnin liikevaihto (**)	5,8	5,1	14,6	18,2	16,2	12,5	22,3
Palveluliikevaihto (**)	1,0	0,5	98,0	2,7	1,4	93,3	2,2
Oikaistut kokonaiskulut	10,0	9,3	8,5	30,7	28,9	6,2	39,1
Oikaistu käyttökate	1,8	1,9	-7,1	5,5	5,5	0,1	7,4
Käyttökate	1,8	1,9	-7,1	5,5	6,4	-14,1	8,4
Oikaistu liikevoitto	1,7	1,8	-7,1	5,1	5,1	-1,8	7,0
% liikevaihdosta	14,3	16,2		14,1	15,1	-6,5	15,1
Liikevoitto	1,7	1,8	-7,1	5,1	6,1	-16,5	7,9
% liikevaihdosta	14,3	16,2		14,1	17,8	-20,5	17,1
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	160	152	5,0	156	149	4,4	149
Digiliiketoiminnan liikevaihto	5,8	4,5	28,7	17,6	13,8	27,8	19,6
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	49,2	40,4		49,2	40,5		42,5

OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT	2017 7—9	2016 7—9		2017 1—9	2016 1—9		2016 1—12
Verkkopalvelut, eri selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl)*							
Iltalehti.fi	5 097,7	5 234,9	-2,6	5 267,9	5 320,4	-1,0	5 320,4
Telkku.com	485,9	499,0	-2,6	524,4	558,2	-6,1	558,2
Tarkastettu levikki (1000 kpl)							

*) Verkkopalveluiden selaimia viikossa keskimäärin perustuu Kantar TNS:n seurantaan.

**) Vertailutietoa oikaistu mainosmyynnin liikevaihdon ja palveluliikevaihdon välillä.

Heinäkuu—syyskuu 2017

Alma News & Life -segmentin liikevaihto kasvoi heinä—syyskuussa 5,8 % 11,7 (11,1) milj. euroon Iltalehden digimainonnan ja Rantapallon myynnin kasvun seurauksena. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 49,2 (40,4) %.

Segmentin sisältöliikevaihto laski heinä—syyskuussa 10,5 % 4,9 (5,5) milj. euroon, mikä johtui painetun Iltalehden levikin laskusta. Segmentin mainosmyynti nousi 14,6 % ja oli 5,8 (5,1) milj. euroa. Segmentin digimainosmyynti kasvoi 20,1 % mobiilimainonnan ja ohjelmallisen ostamisen ansiosta, ja oli 4,8 (4,0) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 5,8 %. Palveluliikevaihto oli 1,0 (0,5) milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 10,0 (9,3) milj. euroa. Kokonaiskuluja kasvatti Rantapallon volyymsidonnaisten kulujen kasvu sekä panostukset Matkapörssi-palvelun uuteen varausjärjestelmään.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 1,7 (1,8) milj. euroa, 14,3 % (16,2 %) liikevaihdosta. Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä. Segmentin liikevoitto oli 1,7 (1,8) milj. euroa.

Tammikuu—syyskuu 2017

Alma News & Life -segmentin liikevaihto kasvoi tammi—syyskuussa 5,0 % 35,8 (34,0) milj. euroon digimainonnan kasvun ansiosta. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 49,2 % (40,5 %).

Segmentin sisältöliikevaihto laski tammi—syyskuussa 9,8 % 14,8 (16,4) milj. euroon, mikä johtui Iltalehden levikin laskusta.

Segmentin mainosmyynti nousi 12,5 % ja oli 18,2 (16,2) milj. euroa. Segmentin digimainosmyynti kasvoi 20,3 % ja oli 15,0 (12,5) milj. euroa mobiilimainonnan ja ohjelmallisen ostamisen ansiosta.

Palveluliikevaihto oli 2,7 (1,4) milj. euroa ja kasvu johtui keväällä 2016 hankitun Rantapallon liikevaihdosta.

Segmentin kokonaiskulut olivat 30,7 (28,9) milj. euroa. Kulujen kasvu johtuu pääosin Rantapallon hankinnasta.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 5,1 (5,1) milj. euroa, 14,1 % (15,1 %) liikevaihdosta.

Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä. Vertailukauden oikaistut erät 0,9 milj. euroa liittyivät Rantapallon vaiheittaisen hankinnan myyntivoittoon.

Alma Regions

Alma Regions -segmentissä raportoidaan Aamulehden, Satakunnan Kansan, Lapin Kansan sekä useiden paikallis- ja kaupunkilehtiä kustannustoiminta sekä printissä että verkossa. Myös paino- ja jakeluyksikkö Alma Manu sisältyy segmenttiin.

AVAINLUVUT	2017	2016	Muutos	2017	2016	Muutos	2016
milj.euroa	7-9	7-9	%	1-9	1-9	%	1-12
Liikevaihto	30,4	30,5	-0,3	94,3	94,3	0,1	127,7
Sisältöliikevaihto	14,8	14,5	2,0	43,6	42,7	2,2	57,2
Mainosmyynnin liikevaihto	10,4	11,5	-9,7	35,4	38,4	-7,7	52,4
Palveluliikevaihto	5,2	4,5	15,9	15,3	13,2	15,6	18,2
Oikaistut kokonaiskulut	27,6	28,6	-3,6	87,6	89,2	-1,9	119,7
Oikaistu käyttökate	3,9	2,9	33,8	9,7	7,8	24,2	12,0
Käyttökate	4,0	2,9	36,9	9,0	6,5	37,4	11,0
Oikaistu liikevoitto	3,0	2,0	48,5	7,0	5,2	35,3	8,5
% liikevaihdosta	10,0	6,7		7,4	5,5		6,6
Liikevoitto	3,1	2,0	52,9	6,3	3,9	61,1	5,5
% liikevaihdosta	10,3	6,7		6,6	4,1		4,3
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna ilman lehdenjakajia	558	536	4,1	553	572	-3,2	561
Lehdenjakajien lukumäärä keskimäärin	892	861	3,5	883	851	3,7	845
Digiliiketoiminnan liikevaihto	2,5	2,2	12,3	7,6	6,5	18,3	8,9
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	8,3	7,3		8,1	6,9		7,0
OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT	2017	2016		2017	2016		2016
	7-9	7-9		1-9	1-9		1-12
Verkkopalvelut, eri selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl)							
Aamulehti.fi	843,6	658,9	28,0	839,8	622,9	34,8	622,9
Painovolyymi (1 000 kpl)	80 906	79 747	1,5	249 454	221 274	12,7	290 226
Paperin käyttö (tonnia)	6 697	6 755	-0,9	20 562	19 560	5,1	24 831

*) Verkkopalveluiden selaimia viikossa keskimäärin perustuu Kantar TNS:n seurantaan.

Heinäkuu—syyskuu 2017

Alma Regions -segmentin liikevaihto oli heinä—syyskuussa 30,4 (30,5) milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 8,3 % (7,3 %).

Segmentin sisältöliikevaihto kasvoi heinä—syyskuussa 2,0 % 14,8 (14,5) milj. euroon. Sisältöliikevaihdon kasvua selittää digitaalisten tilausten kasvu.

Segmentin mainosmyynti laski 9,7 % ja oli 10,4 (11,5) milj. euroa. Laskua selittää vähittäiskaupan mainonnan pientyminen. Painetun median mainosmyynti laski 11,8 % ja oli 9,5 (10,8). Segmentin digimainosmyynti kasvoi 20,3 % ja oli 0,9 (0,8) milj. euroa.

Segmentin palveluliikevaihto kasvoi 15,9 % ja oli 5,2 (4,5) milj. euroa painon ja jakelun ulkoisen myynnin seurauksena. Alma Manun positiivinen kehitys selittää myös segmentin kannattavuuden parantumista.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 27,6 (28,6) milj. euroa ja kokonaiskulut 27,7 (28,6) milj. euroa. Kokonaiskuluja laskivat kustannusliiketoiminnan tehostamistoimenpiteet, erityisesti Lapissa.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 3,0 (2,0) milj. euroa ja liikevoitto 3,1 (2,0) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 10,0 % (6,7 %) liikevaihdosta. Katsauskauden oikaistut erät 0,1 milj. euroa liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyyn sekä myyntivoittoon.

Tammikuu—syyskuu 2017

Alma Regions -segmentin liikevaihto oli tammi—syyskuussa 94,3 (94,3) milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 8,1 % (6,9 %).

Segmentin sisältöliikevaihto kasvoi tammi—syyskuussa 2,2 % 43,6 (42,7) milj. euroon johtuen digitaalisten sisältötuottojen kasvusta.

Segmentin mainosmyynti laski 7,7 % ja oli 35,4 (38,4) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 9,2 % huolimatta kevään kunnallisvaalien tuomasta kasvusta. Laskua selittää vähittäiskaupan mainonnan pientyminen. Segmentin digimainosmyynti kasvoi 12,7 % ja oli 2,9 (2,6) milj. euroa.

Segmentin palveluliikevaihto kasvoi 15,6 % ja oli 15,3 (13,2) milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 87,6 (89,2) milj. euroa ja kokonaiskulut 88,6 (90,5) milj. euroa.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 7,0 (5,2) milj. euroa ja liikevoitto 6,3 (3,9) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 7,4 % (5,5 %) liikevaihdosta. Katsauskauden oikaistut erät 0,8 milj. euroa liittyivät uudelleenjärjestelykuluihin sekä myyntivoittoon. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät vastaaviin uudelleenjärjestelykuluihin.

Osakkuusyhtiöt

Kesäkuussa 2017 Alma Media myi osuutensa Tampereen Tietoverkko (TTV) Oy:stä Elisa Oyj:lle. Alma Media omisti yhtiöstä 35,14 % osuuden.

Alma Mediaan kuuluva Alma Talent Oy osti kesäkuussa 2017 Ab Mediutiset Oy:n kokonaan omistukseensa. Aiemmin Alma Talentin omistusosuus Ab Mediutiset Oy:stä oli 50%.

Heinäkuussa 2017 Alma Mediapartners Oy hankki omistukseensa 25 % muuttopalveluiden kilpailutuksia tarjoavasta Muuttomaailma Oy:stä.

Alma Median tytäryhtiö Tau on-line hankki syyskuussa 2017 30 % vähemmistöosuuden Makedonian johtavasta online-rekryointipalvelusta Vrabotuvanje Onlinesta.

Alma Median tytäryhtiö Alma Media Kustannus Oy myi syyskuussa 2017 Holding Oy Visionin. Alma Media omisti yhtiöstä 24,74 % osuuden.

OSUUS OSAKKUUSYHTIÖIDEN TULOISTA	2017	2016	2017	2016	2016
milj.euroa	7—9	7—9	1—9	1—9	1—12
Alma Markets	0,2	0,1	0,4	0,2	0,0
Alma Talent	0,0	0,0	0,1	0,3	0,5
Alma News & Life	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Alma Regions	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Muut osakkuusyhtiöt	0,1	0,2	0,1	0,3	0,4
Yhteensä	0,3	0,3	0,6	0,9	0,9

Liikevoittoa oikaisevat erät

Liikevoittoa oikaiseva erä on kokonaisvaltainen tuotto tai kulu, joka syntyy kerran tai harvoin tapahtuvan asian seurauksena. Konserni esittää oikaisuerinä liiketoimintojen tai omaisuuserien myynneistä tai lopetuksista aiheutuvat voitot tai tappiot, toiminnan uudelleenjärjestelyistä aiheutuvat voitot tai tappiot, sekä liikearvon ja omaisuuserien arvonalentumistappiot. Oikaisuerät kirjataan tuloslaskelmaan aiheuttamisperiaatteensa mukaiseen tuotto- tai kuluryhmään.

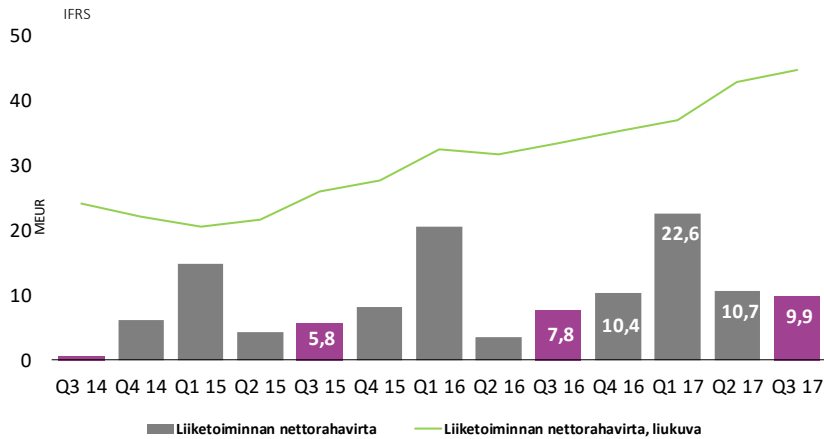
OIKAISTUT ERÄT milj. euroa	2017 7–9	2016 7–9	2017 1–9	2016 1–9	2016 1–12
Alma Markets					
Myyntivoitot ja -tappiot	0,5		0,5	0,0	0,0
Alma Talent					
Arvonalentumistappiot					-1,0
Uudelleenjärjestelykulut	-0,1	-0,2	-0,1	-3,2	-3,0
Myyntivoitot ja -tappiot			0,7		0,4
Alma News & Life					
Myyntivoitot ja -tappiot				0,9	0,9
Alma Regions					
Arvonalentumistappiot					-2,0
Uudelleenjärjestelykulut	-0,1		-1,0	-1,3	-0,8
Myyntivoitot ja -tappiot	0,2		0,2		-0,2
Kohdistamattomat					
Arvonalentumistappiot	0,0		0,0		
Uudelleenjärjestelykulut	0,0		-0,4	-0,5	
Talentum yritysjärjestelyn kulut					-2,8
Myyntivoitot ja -tappiot	-0,2		0,9		0,1
LIKEVOITON OIKAISTUT ERÄT	0,3	-0,2	0,9	-4,0	-8,4
OIKAISTUT ERÄT TULOSSA ENNEN VEROJA	0,3	-0,2	0,9	-4,0	-8,4

Tase ja rahoitusasema

Konsernitaseen loppusumma oli syyskuun 2017 lopussa 332,4 (328,4) milj. euroa. Konsernin omavaraisuusaste oli syyskuun lopussa 50,7 % (44,1 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 1,62 (1,38) euroa.

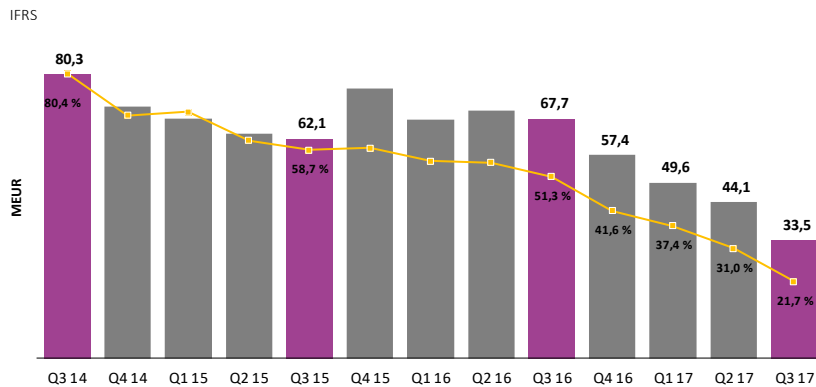
Konsernin liiketoiminnan rahavirta oli heinä–syyskuussa 9,9 (7,8) milj. euroa. Rahavirta ennen rahoitusta oli 10,7 (2,2) milj. euroa. Konsernin liiketoiminnan rahavirta oli tammi–syyskuussa 43,2 (31,9) milj. euroa. Rahavirta ennen rahoitusta oli 41,2 (20,1) milj. euroa.

Liiketoiminnan rahavirta, milj. euroa



Konsernilla oli korollisia velkoja syyskuun lopussa yhteensä 67,3 (89,0) milj. euroa. Syyskuun lopussa korollisista veloista rahoitusleasingvelkoja oli yhteensä 57,0 milj. euroa ja lainoja rahoituslaitoksilta 10,0 milj. euroa. Syyskuun lopussa konsernin korollinen nettovelka oli 33,5 (67,7) milj. euroa.

Korolliset nettovelat ja velkaantumisaste



Alma Medialla on käytettävissä kaksi 15,0 milj. euron suuruista, sitovaa rahoituslimiittiä, jotka olivat 30.9.2017 kokonaan käyttämättä. Sen lisäksi yhtiöllä on 100 milj. euron yritystodistushjelma Suomessa. Yritystodistushjelma oli 30.9.2017 kokonaan nostamatta.

Alma Medialla ei ollut yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvaroja eikä rahoitusvelkoja 30.9.2017.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat tammi—syyskuussa 2017 yhteensä 5,3 (8,7) milj. euroa. Investoinnit koostuivat pääsääntöisesti Urakkamaailma.fi:n ja Ab Mediutiset Oy:n hankinnasta sekä normaaleista käyttö- ja ylläpitoinvestoinneista.

INVESTOINNIT milj. euroa	2017 7—9	2016 7—9	2017 1—9	2016 1—9	2016 1—12
Alma Markets	0,6	0,3	1,6	1,5	1,7
Alma Talent	0,1	1,1	1,5	1,6	1,6
Alma News & Life	0,0	0,0	0,0	3,3	3,2
Alma Region	0,1	0,1	0,8	0,8	1,3
Segmentit yhteensä	0,8	1,4	3,9	7,2	7,9
Kohdistamattomat toiminnot	0,4	0,6	1,4	1,5	2,2
Yhteensä	1,2	2,0	5,3	8,7	10,0

Hallinto

DBA (KTT) Elina Kukkonen nimitettiin Alma Median viestintä- ja brändijohtajaksi sekä konsernin johtoryhmän jäseneksi 1.9.2017 alkaen. Kukkonen on työskennellyt eri tehtävissä Alma-konsernissa vuodesta 1998. Viimeksi hän on vastannut Alma-brändin kehittämisestä ja markkinoinnista sekä toiminut Alma Median yhteismyynnin (Alma Mediaratkaisut) markkinointijohtajana. Aiemmin Kukkonen on myös toiminut Kauppalehden johtoryhmässä ja Aamulehden markkinointipäällikkönä. Kukkonen kuuluu vastuualueeseen, johon kuuluvat asiakaskokemus, konserniviestintä, yritysvastuu sekä sijoittajasuhteet.

Osake

Heinä—syyskuussa NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 938218 Alma Median osaketta, mikä vastasi 1,1 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 29.9.2017 oli 6,47 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 5,70 euroa ja ylin 7,13 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 533,0 milj. euroa.

Omien osakkeiden osto ja luovutus

Yhtiö aloitti omien osakkeiden oston 22.2.2017 ja oli 30.9.2017 mennessä hankkinut 227 272 osaketta, joka vastaa noin 0,3 % Alma Median kaikista osakkeista. Osakkeita on hankittu yhtiön osakepohjaisen kannustinjärjestelmän toimeenpanoa varten.

Yhtiön omat osakkeet hankittiin muutoin kuin osakkeenomistajien omistamien osakkeiden suhteessa yhtiön vapaalla omalla pääomalla osakkeiden hankintahetken markkinahintaan NASDAQ Helsinki Oy:n säännellyllä markkinalla järjestämässä kaupankäynnissä. Osakkeet hankittiin ja maksettiin NASDAQ Helsinki Oy:n ja Euroclear Finland Oy:n sääntöjen mukaisesti.

Alma Media Oyj luovutti yhteensä 67 272 yhtiön hallussa olevaa Alma Median osaketta vastikkeetta yhtiön ylimmän johdon vuonna 2015 alkaneen LTI 2015 I -osakepalkkio-ohjelman kiinteän lisäosakeohjelman osallistujille kannustinjärjestelyn ehtojen mukaisesti.

Osakkeiden luovuttaminen suunnatulla maksuttomalla osakeannilla perustuu Alma Median yhtiökokouksen 22.3.2017 hallitukselle antamaan valtuutukseen. Luovutuksen jälkeen yhtiöllä on hallussa 160 000 omaa osaketta.

Osakepohjainen kannustinjärjestely (LTI 2015 -järjestely)

Alma Media Oyj:n hallitus hyväksyi vuonna 2015 pitkän aikavälin osakepohjaisen kannustinjärjestelyn perustamisen yhtiön johdolle ja eräille avainhenkilöille (jäljempänä LTI 2015 -järjestely).

LTI 2015 -järjestelyn tavoitteena on yhdenmukaistaa osallistujien intressit osakkeenomistajien intressien kanssa aikaansaamalla osallistujien pitkäaikainen osakeomistusintressi yhtiössä ja siten yhtiön arvon kasvattaminen pitkällä aikavälillä sekä tukea suoritusperusteista toimintakulttuuria, sitouttaa osallistujia yhtiöön ja tarjota heille kilpailukykyinen kompensatio erinomaisista suorituksista.

LTI 2015 -järjestely koostuu vuosittain alkavista yksittäisistä osakepalkkio-ohjelmista, joista kukin on ehdollinen hallituksen erilliselle hyväksynnälle. Kussakin yksittäisessä ohjelmassa on kolme pääelementtiä: sijoitus yhtiön osakkeisiin edellytyksenä ohjelmaan osallistumiselle, osakesijoitukseen perustuvat lisäosakkeet sekä mahdollisuus ansaita suoriteperusteisia lisäosakkeita.

Osakesijoitukseen perustuva lisäosakeohjelma

Osakesijoitukseen perustuvassa lisäosakeohjelmassa (matching share plan) osallistuja saa tietyn määrän lisäosakkeita Alma Median osakkeisiin tekemänsä sijoituksen perusteella.

Ensimmäisessä, vuonna 2015 alkaneessa (LTI 2015 I) lisäosakeohjelmassa osallistuja saa maksutta kaksi lisäosaketta kutakin sijoittamaansa osaketta kohti kahden vuoden odotusjakson jälkeen edellyttäen, että osakepalkkion saamiselle ohjelman ehdoissa asetetut muut edellytykset edelleen täyttyvät palkkion suorittamishetkellä.

Suoriteperusteinen lisäosakeohjelma

Suoriteperusteinen lisäosakeohjelma (performance matching plan) sisältää yhteensä viiden vuoden pituisen ansaintajakson. Mahdolliset osakepalkkiot annetaan erissä kolmen ja viiden vuoden kuluttua yhtiön hallituksen asettamien ansaintakriteerien saavuttamisen perusteella.

Ensimmäisessä, vuonna 2015 alkaneessa (2015 LTI I) suoriteperusteisessa lisäosakeohjelmassa ansaintakriteereinä käytetään yhtiön kannattavaan kasvuun ja osakkeen arvoon perustuvia mittareita. Jos hallituksen asettamat ansaintakriteerit saavutetaan kokonaisuudessaan, osallistuja saa maksutta yhteensä neljä lisäosaketta kutakin sijoittamaansa osaketta kohti edellyttäen, että osakepalkkion saamiselle ohjelman ehdoissa asetetut muut edellytykset edelleen täyttyvät palkkion suorittamishetkellä.

Palkkionmaksu edellyttää ohjelmaan sijoitettujen osakkeiden pitämistä ja työsuhteen kestoa ohjelmien ajan maaliskuuhun 2017, 2018, 2019, 2020 ja 2021 asti. Palkkio maksetaan osittain rahana ja osittain osakkeina. Palkkion rahaosuus on tarkoitettu henkilölle palkkiosta aiheutuviin veroihin.

Järjestelmästä kirjataan kulu osakepalkkion käypään arvoon perustuen lisäosakkeiden maksuun asti. Osakkeina maksettava osan käypä arvo on määritelty päivänä, jona kohderyhmä on hyväksynyt järjestelyn ehdot. Osakkeen arvosta on vähennetty ohjelman omistusveloitteen aiheuttama rahoituskustannus ja odotusjakson aikana odotettavissa olevat osingot. Osakkeen kokonaistuottoon perustuvan ohjelman käyvässä arvossa on huomioitu myös markkinaehtoinen ansaintakriteeri. Rahana maksettava osuus palkkiosta arvostetaan uudestaan odotusjakson ajan kullakin raportointihetkellä tarkasteluhetken osakkeen pörssikurssin perusteella.

Vuonna 2016 ja 2017 alkaneet osakepalkkio-ohjelmat

Alma Media Oyj:n hallitus päätti 18.3.2016 LTI 2015 -järjestelyn pohjalta vuonna 2016 alkavasta osakepalkkio-ohjelmasta (LTI 2015 II) ja päätti vastaavasti 23.3.2017 vuonna 2017 alkavasta osakepalkkio-ohjelmasta (LTI 2015 III). Kannustinjärjestelyjen ehdot vastaavat olennaisin osin vuonna 2015 alkaneen osakepalkkio-ohjelman ehtoja.

Osakepalkkio-ohjelma	Osakesijoitukseen perustuva (osakkeita max.)	Suoriteperusteinen (osakkeita max.)	Osallistumaan oikeutettujen määrä max.
LTI 2015			
Vuonna 2015 alkanut LTI 2015 I	159 000	318 000	35
Vuonna 2016 alkanut LTI 2015 II	195 000	390 000	43
Vuonna 2017 alkanut LTI 2015 III	195 000	390 000	44

Hallituksen muut valtuutukset

Hallituksella on lisäksi yhtiökokouksen 22.3.2017 myöntämä osakeantivaltuutus, jonka perusteella voidaan antaa enintään 16 500 000 osaketta. Valtuutuksen enimmäismäärä vastaa noin 20 prosenttia yhtiön koko osakemäärästä.

Markkinatakaus

Alma Media Oyj:n osakkeelle ei ole voimassaolevaa markkinatakausta.

Liputusilmoitukset

Vuoden 2017 kolmannen vuosineljänneksen aikana yhtiö ei ole vastaanottanut liputusilmoituksia.

Riskit ja riskienhallinta

Alma Media -konsernissa riskienhallinnan tehtävä on havaita, arvioida ja hallinnoida yritystoiminnassa esiintyviä mahdollisuuksia, uhkia ja riskejä asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi ja toiminnan jatkuvuuden turvaamiseksi. Riskienhallintaprosessin avulla tunnistetaan ja hallitaan riskit, kehitetään riskienhallintakeinoja ja raportoidaan riskeistä säännöllisesti riskienhallintaorganisaatiolle ja hallitukselle. Riskienhallinta on osa Alma Median sisäistä valvontaa ja näin ollen osa hyvää johtamis- ja hallintojärjestelmää.

Alma Median merkittävimmät strategiset riskit ovat painetun median osalta lehtien lukijamäärien merkittävä lasku, mainosmyynnin pysyvä vähentyminen sekä jakelukustannusten merkittävä nousu. Suurimpien talouden ja tekniikan aikakauslehtien ryhmätilaukset ovat kattavuudeltaan merkittäviä. Muutokset näissä sopimuksissa saattavat muuttaa lehtien tilausmääriä suuresti. Mediatoimiala muuttuu mediakäytön muutosten ja teknologian kehittymisen myötä. Alma Median strategisena tavoitteena on vastata tähän haasteeseen uusiutumalla ja kehittämällä uusia liiketoimia digitaalisissa kuluttaja- ja yrityspalveluissa.

Talouden suhdannevaihtelut heijastuvat mainosmyynnin kehitykseen. Mainosmyynti kattaa noin puolet konsernin liikevaihdosta. Liiketoimintoihin kotimaan rajojen ulkopuolella, mm. Itä- ja Keski-Euroopan maissa, liittyy maakohtaisia riskejä markkinoiden kehittymisen ja taloudellisen kasvun osalta. Liiketoiminnan laajentuminen kotimaan ulkopuolelle on vähentänyt yhdellä markkina-alueella toimimisen riskiä.

Operatiivisista riskeistä tärkeimmät ovat tietotekniikan ja -liikenteen häiriöt sekä painotoiminnan keskeytyminen.

Katsauskauden jälkeiset tapahtumat

Alma Median kustantamat paikallislehdet Pohjois-Pohjanmaalla siirtyivät Kalevan tytäryhtiön Kaleva365 Oy:n omistukseen lokakuun 2017 alusta. Kaupassa omistajaa vaihtoivat Raahessa ilmestyvät Raahen Seutu ja Raahelainen sekä Oulaisissa ilmestyvä Pyhäjokiseutu. Lehtien 19 työntekijää siirtyi uuden omistajan palvelukseen ns. vanhoina työntekijöinä lokakuussa 2017. Kaupalla ei ole Alma Media -konsernille tulosvaikutusta.

Alma Regions aloitti 10.10. yhteistoimintaneuvottelut, jotka koskevat kaikkia henkilöstöryhmiä kustannusliiketoiminnassa, pois lukien Alma Lapin liiketoiminta ja Lännen Mediassa työskentelevä henkilöstö. Neuvottelut eivät koske samaan liiketoimintayksikköön kuuluvaa paino- ja jakeluyhtiö Alma Manua Oy:tä. Arvioiden mukaan suunniteltujen toimenpiteiden toteuttaminen voi johtaa enintään 35 henkilön vähentämiseen. Neuvottelujen piirissä on kaikkiaan noin 360 henkilöä.

Vuodesta 2013 Alma Media Oyj:n hallituksen jäsenenä toiminut kustantaja Niklas Herlin menehtyi äkillisesti lokakuussa. Niklas Herlin toimi myös Mariatorp Oy:n hallituksen puheenjohtajana vuodesta 2005. Mariatorpin ja Niklas Herlinin henkilökohtainen omistus Alma Median osakkeista on 19,4%.

ALMA MEDIA OYJ

Hallitus

OSAVUOSIKATSAUSLYHENNELMÄ JA LIITETIEDOT

LAAJA TULOSLASKELMA (milj. euroa)	2017	2016	Muutos	2017	2016	Muutos	2016
	7—9	7—9	%	1—9	1—9	%	1—12
LIKEVAIHTO	86,0	80,9	6,3	270,2	259,6	4,1	353,2
Liiketoiminnan muut tuotot	1,0	0,2	376,6	2,9	1,5	89,6	2,2
Materiaalit ja palvelut	17,4	16,4	6,0	55,2	54,2	1,8	74,1
Työsuhde-etuuksista aiheutuneet kulut	33,8	33,4	1,3	109,1	114,1	-4,4	149,6
Poistot ja arvonalentumiset	3,9	4,5	-12,3	11,9	13,4	-11,7	21,1
Liiketoiminnan muut kulut	17,6	17,9	-2,1	56,1	58,9	-4,6	83,8
LIKEVOITTO	14,3	8,9	60,2	40,7	20,5	98,4	26,8
Rahoitustuotot	0,0	0,0	-32,9	0,3	0,3	2,9	0,4
Rahoituskulut	0,6	1,0	-37,5	1,5	2,4	-38,6	2,8
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,3	0,3	6,7	0,6	0,9	-28,3	0,9
TULOS ENNEN VEROJA	14,0	8,2	69,8	40,1	19,2	108,7	25,4
Tuloverot	2,8	1,7	64,1	7,8	4,2	85,8	5,5
TILIKAUDEN TULOS	11,2	6,5	72,2	32,3	15,0	115,9	19,9
MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:							
Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi							
Etuusperusteisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät							
Verot eristä, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteisiksi							
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi							
Muuntoerot							
	0,4	-0,1		1,1	-0,5		-0,1
Osuus osakkuusyrityksissä kirjatusta muista laajan tuloksen eristä							
Tilikauden muut laajan tuloksen eriin liittyvät verot							
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen							
	0,4	-0,1		1,1	-0,5		0,0
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	11,6	6,4		33,4	14,6		19,9
Tilikauden tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	9,8	5,4		28,7	12,0		16,9
- Määräysvallattomille omistajille	1,4	1,1		3,6	3,0		3,0
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	10,2	5,3		29,7	11,5		16,9
- Määräysvallattomille omistajille	1,4	1,1		3,6	3,0		3,0
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:							
- Tulos/osake (laimentamaton ja laimennettu), euroa	0,12	0,07		0,35	0,15		0,20

TASE (milj. euroa)	30.9.2017	30.9.2016	31.12.2016
VARAT			
PITKÄAIKAISET VARAT			
Liikearvo	122,1	123,1	120,3
Muut aineettomat hyödykkeet	63,9	70,2	67,8
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	61,1	66,0	64,8
Osuudet osakkuusyrietyksissä	4,4	5,8	5,1
Eläkesaaminen, etuusperusteiset järjestelyt			0,2
Muut rahoitusvarat	4,4	4,8	4,4
Laskennalliset verosaamiset	1,6	1,6	1,5
LYHYTAIKAISET VARAT			
Vaihto-omaisuus	2,7	2,2	2,3
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,0	0,2	0,2
Myyntisaamiset ja muut saamiset	38,5	33,3	37,1
Rahavarat	33,8	21,2	23,3
VARAT YHTEENSÄ	332,4	328,4	327,0
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
Osakepääoma	45,3	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7	7,7
Muuntoerot	-0,6	-2,1	-1,7
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,1	19,1	19,1
Kertyneet voittovarot	62,2	43,6	48,3
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	133,7	113,6	118,7
Määräysvallattomien omistajien osuus	20,5	19,3	19,3
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	154,2	132,9	138,0
VIERAS PÄÄOMA			
PITKÄAIKAISET VELAT			
Pitkäaikaiset korolliset velat	61,9	66,4	65,3
Laskennalliset verovelat	12,9	14,0	13,3
Eläkevelvoitteet	1,2	1,5	1,2
Varaukset	0,3	0,3	0,3
Muut pitkäaikaiset velat	0,2	0,2	0,2
LYHYTAIKAISET VELAT			
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	5,7	23,7	15,9
Saadut ennakot	28,3	27,0	24,7
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	4,5	0,0	1,7
Varaukset	0,9	0,7	0,9
Ostovelat ja muut velat	62,4	61,6	65,4
VELAT YHTEENSÄ	178,2	195,5	189,0
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	332,4	328,4	327,0

LASKELMA KONSERNIN OMAN PÄÄOMAN MUUTOKSISTA

Sarakeotsikot:

A = Osakepääoma

B = Ylikurssirahasto

C = Muuntoerot

D= Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto

E = Kertyneet voittovarot

F = Yhteensä

G = Määräysvallattomien omistajien osuus

H = Oma pääoma yhteensä

milj. euroa	Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma							
	A	B	C	D	E	F	G	H
Oma pääoma 1.1.2017	45,3	7,7	-1,7	19,1	48,3	118,7	19,3	138,0
Tilikauden tulos					28,7	28,7	3,6	32,3
Muut laajan tuloksen erät			1,1			1,1		1,1
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-13,2	-13,2		-13,2
Tytäryritysten osingonjako							-2,3	-2,3
Omien osakkeiden hankinta					-1,2	-1,2		-1,2
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					0,2	0,2		0,2
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset								
Määräysvallattomien omistajien osuuksien hankinnat, jotka eivät johtaneet muutokseen määräysvallassa					-0,5	-0,5	-0,1	-0,6
Oma pääoma 30.9.2017	45,3	7,7	-0,6	19,1	62,2	133,7	20,5	154,2
Oma pääoma 1.1.2016	45,3	7,7	-1,6	19,1	41,0	111,5	17,2	128,7
Tilikauden tulos					6,6	6,6	1,9	8,5
Muut laajan tuloksen erät			-0,4		0,0	-0,4	0,0	-0,4
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-9,7	-9,7		-9,7
Tytäryritysten osingonjako							-1,8	-1,8
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					0,2	0,2		0,2
Oma pääoma 30.9.2016	45,3	7,7	-2,0	19,1	38,0	108,2	17,3	125,5

RAHAVIRTALASKELMA	2017	2016	2017	2016	2016
(milj. euroa)	7-9	7-9	1-9	1-9	1-12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA					
Tilikauden voitto	11,2	6,5	32,3	15,0	19,9
Oikaisuerät	6,0	7,9	17,7	19,1	27,5
Käyttöpääoman muutos	-5,7	-4,9	-2,4	3,9	1,3
Saadut osingot	0,0	0,7	1,0	1,2	1,4
Saadut korot	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-0,2	-0,9	-1,3	-1,9	-2,5
Maksetut verot	-1,4	-1,6	-4,1	-5,6	-5,5
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	9,9	7,8	43,2	31,9	42,3
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA					
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	-0,1	-1,5	-0,7	-3,9	-4,0
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-0,1	0,0	-1,6	0,0	0,0
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot	0,7	0,0	0,7	0,0	0,0
Myytävisissä olevien rahoitusvarojen myynnit	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla	0,0	-4,1	-2,0	-7,9	-7,9
Osakkuusyritysten hankinta	-0,1	0,0	-0,1	0,0	0,0
Osakkuusyritysten myynti	0,4	0,0	1,6	0,0	0,9
Investointien rahavirta yhteensä	0,8	-5,6	-2,1	-11,8	-10,9
Rahavirta ennen rahoitusta	10,7	2,2	41,2	20,1	31,4
Omien osakkeiden hankinta			-1,2		
Lainojen nostot		0,0	3,0	78,4	96,0
Lainojen takaisinmaksut	0,0	0,8	-13,1	-80,0	-101,5
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-1,2	0,0	-3,7	0,0	-5,3
Maksetut osingot	0,0	0,0	-15,5	-11,6	-11,7
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-1,2	0,8	-30,5	-13,3	-22,5
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	14,0	3,0	10,6	6,7	8,8
Rahavarat kauden alussa	19,7	18,2	23,3	14,4	14,4
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	0,1	0,0	0,2	0,0	0,1
Rahavarat kauden lopussa	33,8	21,2	33,8	21,2	23,3

Hankitut liiketoiminnot 2017

Alma Media on toteuttanut seuraavat yritysjärjestelyt vuoden 2017 aikana

	<u>Liiketoiminto</u>	<u>Hankintahetki</u>	<u>Hankintaosuus</u>	<u>Konsernin omistusosuus</u>
<u>Alma Markets segmentti</u>				
Urakkamaailma.fi	Verkkopalvelu	28.2.2017	31,9 %	65 %
<u>Alma Talent segmentti</u>				
Mediuutiset	Kustannus	30.6.2017	50,0 %	100 %

Urakkamaailma.fi:n hankinta käsiteltiin tytäryhtiöomistusosuuksien muutoksena, määräysvallattomien omistajien osuuksien hankintana, joka ei johtanut muutokseen määräysvallassa. Tämän seurauksena omaan pääomaan kirjattiin 0,6 miljoonan euron vähennys. Hankinnalla ei ollut olennaista vaikutusta Alma Media -konsernin taseeseen. Hankinnan yhteydessä ei muodostunut allokoitavia eriä eikä liikearvoa syntynyt.

Mediuutiset hankinnan seurauksena kirjatut varat ja velat olivat seuraavat:

milj. eur	Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot
Aineettomat hyödykkeet	1,3
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,7
Rahavarat	0,0
Yhteensä	1,9
Laskennalliset verovelat	0,3
Ostovelat ja muut velat	0,3
Yhteensä	0,5
Nettovarat 100%	1,4
Konsernin osuus nettovaroista	1,4
IFRS hankintameno	2,4
Liikearvo	1,0

Liiketoimintojen yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot aineettomiin hyödykkeisiin liittyvät asiakassuhteisiin, IT-teknologiaan ja tuotemerkkiin. Hankinnoissa syntyneeseen liikearvoon vaikuttivat hankittuihin liiketoimintoihin liittyvät odotettavissa olevat synergiaedut.

Ehdolliset kauppahinnat

Liiketoimintakaupoista syntyneet ehdolliset vastikkeet luokitellaan käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavaksi rahoitusvelaksi. Konsernissa ei ole ehdollisia kauppahintasaatavia tai -velkoja 30.9.2017.

EHDOLLISET KAUPPAHINTAVELAT (milj. euroa)

Velkojen alkuperäinen käypä arvo	0,6
Käyvän arvon muutokset aiempina tilikausina	0,0
Maksetut velat	-0,6
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella	0,0
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	0,0

LIKEVAIHDON MAANTIETEELLINEN JAKAUMA					
	2017	2016	2017	2016	2016
milj. euroa	7-9	7-9	1-9	1-9	1-12
Segmentit kotimaa	65,9	64,0	208,2	204,8	278,7
Segmentit ulkomaat	19,5	16,4	60,5	53,7	73,0
Segmentit yhteensä	85,4	80,4	268,6	258,5	351,7
Kohdistamattomat	0,6	0,5	1,6	1,1	1,5
Konserni yhteensä	86,0	80,9	270,2	259,6	353,2

LIKEVOITON MAANTIETEELLINEN JAKAUMA					
	2017	2016	2017	2016	2016
milj. euroa	7-9	7-9	1-9	1-9	1-12
Segmentit kotimaa	9,9	7,5	27,5	20,2	28,8
Segmentit ulkomaat	6,1	3,6	18,2	9,6	12,6
Segmentit yhteensä	15,9	11,1	45,7	29,8	41,4
Kohdistamattomat	-1,6	-2,2	-5,0	-9,3	-14,6
Konserni yhteensä	14,3	8,9	40,7	20,5	26,8

HENKILÖSTÖN MAANTIETEELLINEN JAKAUMA					
	2017	2016	2017	2016	2016
milj. euroa	7-9	7-9	1-9	1-9	1-12
Henkilöstö kotimaa	1550	1473	1541	1553	1548
Henkilöstö ulkomaat	762	737	747	740	740
Henkilöstö yhteensä	2312	2209	2288	2293	2287

*) Liikevaihdon ja liikevoiton maantieteellinen jakauma on esitetty konsernin yksiköiden sijaintimaan mukaan.

Tiedot segmenteittäin

Alma Median segmentit ovat Alma Markets, Alma Talent, Alma News & Life, ja Alma Regions. Osavuositiedot on esitetty segmenttien liikevaihto- ja liikevoittotiedot sekä osakkuusyhtiötulosten kohdistaminen segmenteittäin.

Seuraavassa taulukossa on esitetty segmenttikohtaiset varat ja velat sekä kohdistamattomat omaisuus- ja velkaerät.

VARAT SEGMENTEITTÄIN				
milj. euroa	30.9.2017	30.9.2016	31.12.2016	
Alma Markets	81,4	76,6	79,2	
Alma Talent	108,6	111,3	110,0	
Alma News & Life	15,7	16,1	16,1	
Alma Regions	53,5	59,9	57,0	
Segmentit yhteensä	259,2	263,8	262,3	
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	73,2	64,6	64,7	
Yhteensä	332,4	328,4	327,0	

VELAT SEGMENTEITTÄIN				
milj. euroa	30.9.2017	30.9.2016	31.12.2016	
Alma Markets	25,1	20,3	21,0	
Alma Talent	28,4	31,8	31,1	
Alma News & Life	4,5	0,7	0,1	
Alma Regions	60,5	63,9	61,0	
Segmentit yhteensä	118,5	116,7	113,0	
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	59,8	78,7	76,0	
Yhteensä	178,2	195,5	189,0	

Varaukset

Yhtiöllä oli 30.9.2017 yhteensä 1,2 (1,0) milj. euroa varauksia. Varausten muodostamisen yhteydessä tehtyjä arvioita ei ole ollut tarvetta muuttaa.

Vastuut

VASTUUSITOUMUKSET			
milj. euroa	30.9.2017	30.9.2016	31.12.2016
Muiden puolesta annetut vakuudet			
Takaukset	0,9	1,2	0,9
Muut vastuusitoumukset	1,3	2,0	1,8
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:			
Yhden vuoden kuluessa	9,0	10,8	9,3
1-5 vuoden kuluessa	25,6	36,5	27,6
yli viiden vuoden kuluttua	19,2	25,2	22,5
Yhteensä	53,7	70,4	59,2
Lisäksi konsernilla on IFRIC 4 perusteella sellasia ostosopimuksia, joihin sisältyy IAS 17 mukainen muu vuokrasopimuskomponentti. Näiden ostosopimusten perusteella maksettavat vähimmäissuoritukset:	0,1	0,1	0,1

Hankintavelvoite

Alma Medialla on voimassa oleva vuokrasopimus DNB Bank ASA:n kanssa koskien toimitila- ja tuotantokiinteistöä Patamäenkatu 7:ssä Tampereella. Alma Media on ilmoittanut 24.10.2016 käyttävänsä sopimukseen sisältyvän katkaisuoption ja lunastaa kiinteistön. Kiinteistökauppa, sen rahoitus ja kirjaus Alma Median taseeseen toteutuu lokakuussa 2017, ja on arvoltaan 14,5 milj. euroa. Tilan vuokrasopimukseen liittyvä vuokravastuu on esitetty Alma Median vastuissa.

JOHDANNAISSOPIMUKSET			
milj. euroa	30.9.2017	30.9.2016	31.12.2016
Hyödykejohdannaiset, sähkötermiinit			
Käypä arvo*	0,0	0,0	0,0
Nimellisarvo	0,2	0,3	0,3
Korkojohdannaiset			
Käypä arvo*	-0,6	-0,9	-0,7
Kohde-etuuden arvo	19,4	19,4	19,4
Valuttajohdannaiset			
Käypä arvo*	0,0	0,0	0,0
Kohde-etuuden arvo	3,1	3,9	3,1

* Käypä arvo edustaa tuottoa, joka olisi syntynyt mikäli johdannaispositiot olisi suljettu tilinpäätöshetkellä.

Lähipiiritapahtumat

Alma Media -konsernin lähipiiriin luetaan emoyhtiön merkittävimmät omistajat, osakkuusyhtiöt sekä niiden omistamat yhtiöt. Lähipiiriin luetaan myös yhtiön johto ja heidän lähipiirinsä (hallituksen jäsenet, toimitusjohtajat sekä konsernin johtoryhmä). Lähipiirin kanssa käydyistä liiketoimista sekä saatava- ja velkatilanteesta on esitetty seuraavassa tiivistelmä:

LÄHIPIIRITAPAHTUMAT milj. euroa	2017 7—9	2016 7—9	2017 1—9	2016 1—9	2016 1—12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,1	0,2	0,6	0,3	0,8
Osakkuusyhtiöt	0,1	0,2	0,4	0,2	0,5
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,7	1,7	2,6	2,8	5,5
Osakkuusyhtiöt	0,7	1,7	2,6	2,7	5,4
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt		0,0	0,0	0,0	0,1
Myynti, laina- ja muut saamiset raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ostovelat raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Hankitut liiketoiminnot		1,0		1,0	1,0
Merkittävät omistajat		1,0		1,0	1,0

KONSERNI VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN milj. euroa	2017 7—9	2017 4—6	2017 1—3	2016 10—12	2016 7—9	2016 4—6	2016 1—3	2015 10—12	2015 7—9
LIKEVAIHTO	86,0	93,7	90,5	93,5	80,9	92,0	86,7	78,6	68,0
Alma Markets	20,9	20,6	19,6	18,0	17,2	17,6	16,7	15,9	14,7
Alma Talent	24,0	28,7	29,5	31,2	23,0	30,5	29,3	18,2	12,5
Alma News & Life	11,7	13,0	11,1	12,0	11,1	12,1	10,9	11,8	10,4
Alma Regions	30,4	32,6	31,3	33,5	30,5	33,0	30,8	33,9	31,6
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,1	-1,1	-1,0	-1,1	-0,9	-1,2	-0,9	-1,1	-1,2
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	72,2	80,5	78,0	82,8	72,0	82,2	81,5	71,7	60,6
Alma Markets	13,0	13,3	12,4	14,1	11,8	12,5	11,9	13,3	10,6
Alma Talent	21,2	25,3	25,0	26,4	21,0	27,2	27,2	16,3	10,4
Alma News & Life	10,0	10,5	10,2	10,2	9,3	10,3	9,4	10,2	9,8
Alma Regions	27,6	30,7	29,3	30,4	28,6	30,8	29,8	30,6	29,1
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	0,4	0,7	1,2	1,7	1,3	1,4	3,1	1,3	0,7
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	17,9	17,2	16,6	15,6	13,6	14,4	9,9	10,8	11,0
Alma Markets	8,6	8,1	8,0	5,4	6,6	6,4	6,1	3,9	5,4
Alma Talent	3,9	4,4	5,7	5,8	3,1	4,4	3,2	2,5	2,3
Alma News & Life	1,8	2,6	1,1	2,0	1,9	2,0	1,6	1,6	0,7
Alma Regions	3,9	2,9	2,9	4,1	2,9	3,1	1,8	4,2	3,4
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,4	-0,7	-1,1	-1,7	-0,9	-1,4	-2,8	-1,3	-0,8
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	14,0	13,2	12,6	10,9	9,1	9,9	5,5	7,1	7,6
Alma Markets	7,9	7,3	7,3	4,0	5,3	5,1	4,8	2,6	4,2
Alma Talent	2,8	3,3	4,6	4,7	2,1	3,4	2,2	2,1	2,1
Alma News & Life	1,7	2,4	0,9	1,8	1,8	1,9	1,5	1,6	0,6
Alma Regions	3,0	2,0	2,0	3,3	2,0	2,2	1,0	3,3	2,6
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,5	-1,8	-2,3	-2,9	-2,2	-2,6	-4,0	-2,5	-1,9
% LIIKEVAIHDOSTA	16,2	14,1	13,9	11,7	11,2	10,8	6,4	9,0	11,1
Alma Markets	37,8	35,7	37,2	22,0	31,2	29,0	28,9	16,5	28,3
Alma Talent	11,7	11,6	15,5	15,3	9,0	11,2	7,6	11,3	17,1
Alma News & Life	14,3	18,8	8,5	15,1	16,2	15,3	13,9	13,6	6,0
Alma Regions	10,0	6,0	6,5	9,8	6,7	6,6	3,1	9,7	8,2
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OIKAISTUT ERÄT	0,3	1,8	-1,2	-4,3	-0,2	-0,8	-3,0	-6,2	-1,6
Alma Markets	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Alma Talent	-0,1	0,7	0,0	-0,4	-0,2	-1,5	-1,4	-0,2	-1,4
Alma News & Life	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,9	0,0	-0,8	0,0
Alma Regions	0,1	0,0	-0,8	-1,6	0,0	-0,2	-1,1	-3,1	-0,2
Kohdistamattomat toiminnot	-0,2	1,1	-0,4	-2,3	0,0	0,0	-0,5	-2,0	0,0
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	14,3	15,0	11,4	6,7	8,9	9,1	2,5	0,9	6,0
Alma Markets	8,4	7,3	7,3	4,0	5,3	5,1	4,8	2,6	4,2
Alma Talent	2,7	4,0	4,6	4,3	1,8	1,9	0,8	1,8	0,7
Alma News & Life	1,7	2,4	0,9	1,8	1,8	2,8	1,5	0,7	0,6
Alma Regions	3,1	2,0	1,2	1,7	2,0	2,0	-0,2	0,1	2,4
Kohdistamattomat toiminnot	-1,6	-0,7	-2,6	-5,1	-2,2	-2,6	-4,5	-4,4	-1,9
Rahoitustuotot	0,0	0,2	0,0	0,4	0,0	0,3	0,1	0,0	0,0
Rahoituskulut	0,6	0,5	0,4	0,7	1,0	0,7	0,8	1,2	1,2
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	0,3	0,2	0,2	0,1	0,3	0,2	0,3	0,8	0,3
TULOS ENNEN VEROJA	14,0	14,9	11,3	6,5	8,2	9,0	2,1	1,4	5,1
Tuloverot	-2,8	-2,7	-2,3	-1,4	-1,7	-2,1	-0,5	-1,1	-1,4
TILIKAUDEN TULOS	11,2	12,2	8,9	5,1	6,5	6,9	1,6	0,3	3,7

Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä osavuositarkastus on laadittu IFRS -standardien mukaisesti (IAS 34). Osavuositarkastuksessa noudatetaan samoja laatimisperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin vuositilinpäätöksessä 31.12.2016 sekä niitä uusia ja uudistettuja IFRS-standardeja, jotka on kuvattu vuoden 2016 tilinpäätöksessä. Osavuositarkastus ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään vuositilinpäätöksessä. Näin ollen osavuositarkastusta tulee lukea yhdessä yhtiön vuositilinpäätöksen 2016 kanssa. Tilikaudet 2016 ja 2017 ovat laadintaperiaatteiltaan vertailukelpoisia. Yhtiöllä ei ole raportoitavia lopetettuja toimintoja tilikausilla 2016–2017.

Tilinpäätöstiedotteen tunnusluvut on laskettu samoilla laskentaperiaatteilla kuin vuositilinpäätöksessä. Sijoitetun pääoman tuotto %:n (ROI) ja oman pääoman tuotto %:n (ROE) kvartaalikohtainen tunnusluku on annualisoitu kaavalla $((1 + \text{kvartaalin tuotto})^4 - 1)$. Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta on laskettu digiliiketoiminta/liikevaihto * 100. Osavuositarkastuksen luvut ovat itsenäisesti pyöristettyjä.

Tämän tiedotteen luvut ovat tilintarkastamattomia.

Toiminnan kausiluonteisuus

Konsernissa kirjataan kustannustoiminnasta saatavat sisältötuotot suoriteperusteisesti. Tämän vuoksi sisältöliikevaihto kertyy tuloslaskelmassa vuoden aikana melko tasaisesti vuoden eri neljänneksillä. Sanomalehtien tilauslaskutus kohdistuu alkuvuoteen, minkä johdosta liiketoiminnan rahavirran kertymä painottuu voimakkaimmin alkuvuoteen. Tämä vaikuttaa myös yhtiön erilaiseen taseasemaan vuoden eri neljänneksillä.

Yleislausunto

Tämän tiedotteen tietyt lausunnot ovat ennusteita ja perustuvat johdon näkemykseen niiden antohetkellä. Tästä syystä niihin sisältyy riskejä ja epävarmuustekijöitä. Ennusteet saattavat muuttua, jos yleisessä taloudellisessa tilanteessa tapahtuu merkittäviä muutoksia.

ALMA MEDIA OYJ

Hallitus

Alma Median taloudellinen kalenteri vuonna 2018

Alma Media Oyj julkaisee taloudellisia raportteja vuonna 2018 seuraavasti:

- Tilinpäätöstiedote tilivuodelta 2017 keskiviikkona 14.2.2018 noin klo 8.30
- Osavuositarkastus tammi–maaliskuulta 2018 keskiviikkona 25.4.2018 noin klo 8.30
- Osavuositarkastus tammi–kesäkuulta 2018 keskiviikkona 18.7.2018 noin klo 8.30
- Osavuositarkastus tammi–syyskuulta 2018 torstaina 25.10.2018 noin klo 8.30.

Alma Media Oyj:n vuosikatsaus 2017, joka sisältää myös yritysraportoinnin, julkaistaan viimeistään viikolla 11 vuonna 2018.

Varsinainen yhtiökokous on suunniteltu pidettäväksi keskiviikkona 14.3.2018. Tilinpäätös, toimintakertomus, tilintarkastuskertomus sekä selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä (Corporate Governance Statement) tilivuodelta 2017 julkaistaan keskiviikkona 21.2.2018.