



Vuosikertomus 2017

Kestävän kasvun kiihdyttäjä



SISÄLLYS

VUOSI 2017

Alma Media - kestävä kasvun kiihdyttäjä.....	3
Toimitusjohtajan katsaus.....	4
Avainluvut 2017.....	6

TOIMINTAYMPÄRISTÖ JA STRATEGIA

Toimintaympäristön muutosvoimat.....	8
Strategia.....	9
Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet.....	15
Arvonluontimalli.....	16
Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä.....	17
Sidosryhmävuorovaikutus.....	18

LIIKETOIMINTASEGMENTIT

Liiketoimintasegmentit lyhyesti.....	20
Alma Markets.....	22
Alma Talent.....	24
Alma News & Life.....	26
Alma Regions.....	28

YRITYSVASTUU

Vastuullinen Alma Media.....	31
Olennaisuus.....	32
Yritysvastuun johtaminen.....	33
Yritysvastuun johtamistavan kuvaus.....	34
Yhteiskuntavastuu.....	39
Vastuullinen journalismi.....	39
Yhteiskunnallinen vaikuttaminen.....	42
Vastuulliset tuotteet ja palvelut.....	45
Tietoturva ja tietosuoja.....	45
Vastuullinen markkinointi.....	47
Vastuullinen liiketoiminta.....	50
Liiketoiminnan läpinäkyvyys ja eettisyys.....	50
Toimitusketjun vastuullisuus.....	53
Liiketoiminnan ympäristö-vaikutukset.....	56

Vastuu työnantajana.....	59
Tasa-arvoinen ja monimuotoinen työyhteisö.....	59
Henkilöstön osaamisen ja hyvinvoinnin kehittäminen.....	62
Yritysvastuun laskenta- ja tiedonkeruuperiaatteet.....	66
Ympäristö- ja henkilöstölukuja vuonna 2017.....	67
GRI-indeksi.....	69
Global Compact -sisältöindeksi.....	73

TOIMINTAKERTOMUS JA TILINPÄÄTÖS

Hallituksen toimintakertomus.....	76
Konsernin tilinpäätös.....	93
Emoyhtiön tilinpäätös.....	144
Toimintakertomuksen ja tilinpäätöksen allekirjoitukset.....	157
Tilintarkastuskertomus.....	158

HALLINNOINTI

Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä.....	165
Palkka- ja palkkioselvitys.....	183

MUUN KUIN TALOUDELLISEN TIEDON RAPORTTI.....

.....	187
-------	-----

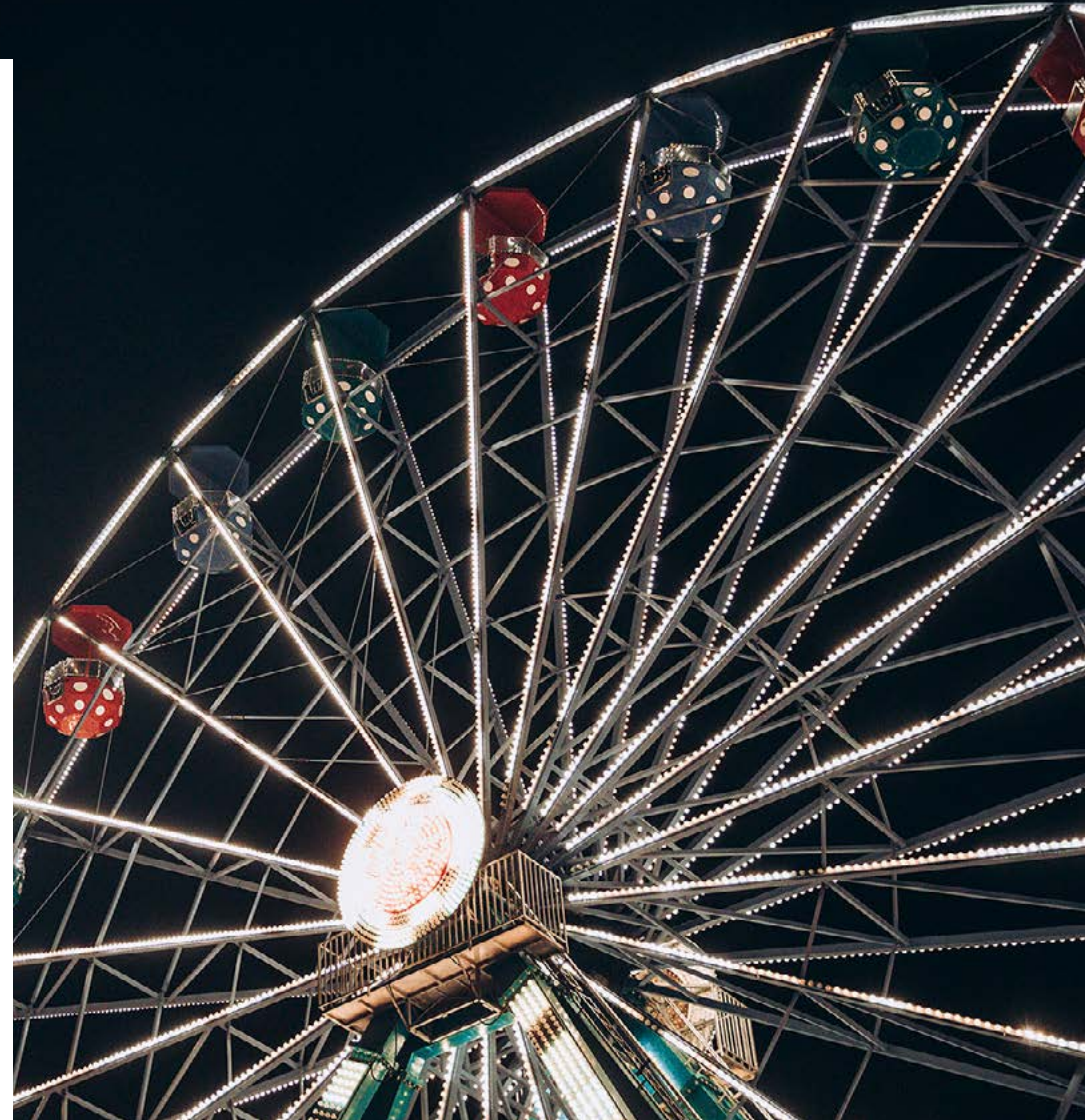
Alma Media – kestävän kasvun kiihdyttäjä

Alma Media on digitaalisiin sisältöihin ja palveluihin sekä painettuihin julkaisuihin keskittyvä mediakonserni, jonka tehtävä on kiihdyttää yksilöiden, yritysten ja yhteiskunnan kestävää kasvua. Tarjoamme journalististen sisältöjen lisäksi palveluja elämäntyyliin, työuran, osaamisen sekä liiketoiminnan kehittämiseen. Tuotteemme ovat alallaan johtavia media- ja palvelubrändejä, kuten Kauppalehti, Talouselämä, Affärsvärlden, Iltalehti, Aamulehti, Etuovi.com ja Monster.fi.

Almalaisia työskentelee kymmenessä Euroopan maassa Suomen Lapista Balkanin niemimaalle. Suomessa liiketoimintaamme kuuluvat valtakunnallinen, alueellinen ja paikallinen media, digitaaliset kuluttaja- ja yrityspalvelut, koulutukset, tapahtumat, ammattikirjallisuuden julkaiseminen sekä paino- ja jakeluliiketoiminta. Alma Median yli sata verkkopalvelua ja sovellusta kohtaavat suomalaiset noin 20 miljoonaa kertaa päivässä. Alma Median kansainvälinen liiketoiminta Ruotsissa, Baltiassa ja itäisessä Keski-Euroopassa koostuu rekrytointipalveluista, talous- ja ammattijulkaisuista, toimitilojen markkinapaikasta ja suoramarkkinointipalveluista.

Muuntautumisemme digipalveluja tarjoavaksi yhtiöksi on ollut käynnissä 1990-luvun puolivälistä lähtien. Vuonna 2017 digitaalisen liiketoiminnan osuus liikevaihdosta oli 43 prosenttia. Erityisesti valtakunnallisten mediatuotteiden digitalisoituminen sekä laajentumisemme itäiseen Keski-Eurooppaan ovat olleet menestyksellisiä. Digitalisaatio avaa meille monia mahdollisuuksia – palvelumme ovat asiakkaidemme käytävissä juuri heidän haluamallaan tavalla, hetkellä ja paikassa.

Rakennamme kestävää mediaa, vastuullisuus on kiinteä osa liiketoimintaamme. Toimimme vastuullisena yhteiskunnan jäsenenä laadukkaiden ja riippumattomien mediasisältöjemme kautta. Toimintamme ytimessä on asiakkaidemme luottamuksen lunastaminen joka päivä lisäarvoa tuottavilla kestäville media- ja palveluliiketoimintaratkaisulla. Lisäksi kannamme vastuamme henkilöstöstämme tukemalla Alma Median yrityskulttuurin ja almalaisien osaamisen kehittämistä.



Toimitusjohtajan katsaus

Vuonna 2017 Alma Media jatkoi hyvällä orgaanisen kasvun polulla. Erinomaisen tuloskehityksen taustalla olivat kasvava digiliiketoiminta, kansainvälistyminen sekä tiivistyvä sisäinen yhteistyö.

Vuonna 2017 Alma Median liikevaihto kasvoi neljä prosenttia 367 miljoonaan euroon ja oikaistu liikevoitto 45 prosenttia 51 miljoonaan euroon. Saavutimme etuajassa kaikki kolme muutama vuosi sitten asettamaamme pitkän aikavälin taloudellisista tavoitetta.

Vuosikymmenen tauon jälkeen ilahduttavasti kaikki Alman liiketoimintasegmentit paransivat tulostaan. Vuonna 2017 Alma Markets oli jälleen kasvun ja kannattavuuskehityksen kärjessä. Alma News & Lifessä digitaalinen mainonta kasvoi vahvasti päättyen loppuvuodesta ennätystasolle. Alma Talentissa Talentum-fuusion suunnitel-

lut ja luvatut kustannussynergiat saavutettiin täysimääräisesti. Alma Regionsissa mediamyynnin laskua kompensoivat kustannussäästöt varmistivat sen tuloksen. Segmenttien tuloskehityksestä heijastuu mediakentän laaja murros: digitaaliset liiketoiminnot suoriutuvat vahvasti, kun taas painetun median tuotoista riippuvaisten ja digitransformaatioissaan vielä varhaisessa vaiheessa olevien liiketoimintojen kehitys on hitaampaa.

Huolimatta Suomen talouden nopeasta kasvusta, suomalaisen mainosmarkkinan alakulo jatkui edelleen vuonna 2017. TNS Kantarin mukaan mediamainonnan





panostukset laskivat Suomessa raportointivuonna 2,8 prosenttia päätyen 0,9 miljardiin euroon. Alma Median kotimainen mediamyynti kasvoi samaan aikaan 2,7 prosenttia. Markkinaosuuden kasvun taustalla oli vahva onnistuminen sisältö- ja mobiilimarkkinoinnissa sekä ohjelmallisen ostamisen markkinalla. Kansainväliset alustatoimijat lohkaisevat suomalaisesta digimainonnan markkinasta noin puolet. Saavutimme kuitenkin yhdessä muiden suomalaisten mediatalojen kanssa torjuntavoiton, kun kansainvälisten toimijoiden markkinaosuus digimainonnasta ei kasvanut viime vuonna Suomessa, toisin kuin monessa muussa maassa.

Alman kasvusta yhä merkittävämpi osa tulee kansainvälisestä liiketoiminnasta. Toimintamme itäisessä Keski-Euroopassa kasvoi hyvän talouskehityksen tukemana ja oli erittäin hyvällä kannattavuustasolla. Ulkomaiset yksikkömmet ovat myös aktiivisesti kehittäneet uusia kasvuaikahioita onnistuneen tuotekehityksen kautta. Vuonna 2017 liikevaihdosta 23 prosenttia ja oikaistusta liikevoitosta 39 prosenttia tuli Suomen ulkopuolelta.

Digitaalinen transformaatiomme on hyvässä vaiheessa, mutta vasta puolivälissä. Vuonna 2017 digitaalisen liiketoiminnan osuus oli 43 prosenttia liikevaihdostamme eli 157 miljoonaa euroa. Vuonna 2017 kehitimme ja uudistimme digitaalisia sisältöpalvelujamme useissa eri julkaisukanavissa, mukaan lukien netti-TV ja radio. Oleellinen osa digitaalisen transformaatiotamme ovat liiketoimin-

tojen läpi menevät yhteiset aloitteet ja tiivis Alma-tasoinen yhteistyö. Vuonna 2017 uudistimme digitaalisen mainonnan jakelujärjestelmän ja kehitimme uusia innovatiivisia digitaalisia mainosratkaisuja. Keskeisiin yhteisiin aloitteisiin kuuluu myös liiketoimintayksiköiden yhteisen eCom-ryhmän perustaminen kehittämään digitilauksen myyntiä sekä kasvattamaan ja jakamaan osaamista sisältöjen verkkokaupasta. Rakensimme myös tietoteknisiä valmiuksia datan vastuulliselle hyödyntämiselle toukokuun alusta sovellettavaksi tulevan EU-tietosuojasetuksen vaatimukset huomioiden.

Alman kasvun tekevät almalaiset. He varmistavat myös yhtiön kilpailukyvyn tulevaisuudessa. Vuonna 2017 oppiminen ja kehittyminen tuotiin osaksi jokaisen almalaisen henkilökohtaisia tavoitteita. Kiinnitimme erityistä huomioita digitehtävien rekrytointiin ja käynnistimme ensimmäisen deavaajien trainee-ohjelman.

Alma Median tarkoitus on kiihdyttää yritysten, yksilöiden ja yhteiskunnan kestävä kasvua. Yksi tärkeimmistä tehtävistämme on vastuullisen ja luotettavan journalismin tuottaminen ja samalla valeutisten ja disinformaation leviämisen estäminen.

Vuonna 2017 määrittelimme yritysvastuun tavoitteet ohjaamaan vastuullisuustyötämme, ja suunnitelimme toimenpiteet, joilla pidämme kiinni vastuulliseen yritystoimintaan liittyvistä sitoumuksistamme. Yrityksenä Alma Media on

”Alman kasvusta yhä merkittävämpi osa tulee kansainvälisestä liiketoiminnasta.”

muun muassa sitoutunut tukemaan YK:n Global Compact -aloitteen ihmisoikeuksia, työvoimaa, ympäristöä ja korruption torjuntaa koskevia perusperiaatteita, YK:n kestävä kehityksen tavoitteita sekä Pariisin ilmastositoumusta.

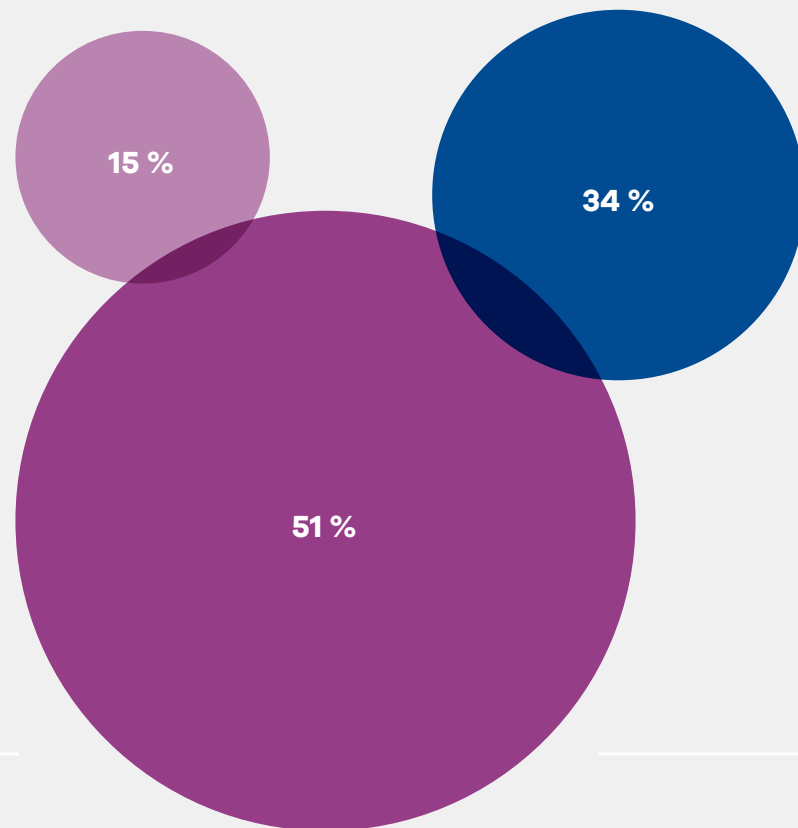
Haluan kiittää lämpimästi kaikkia sidosryhmiä erinomaisesta yhteistyöstä vuonna 2017 sekä Alma Median henkilökuntaa omistautuneesta ja onnistuneesta työstä yhteisten tavoitteiden saavuttamiseksi.

Kai Telanne
Toimitusjohtaja
Alma Media

Avainluvut 2017

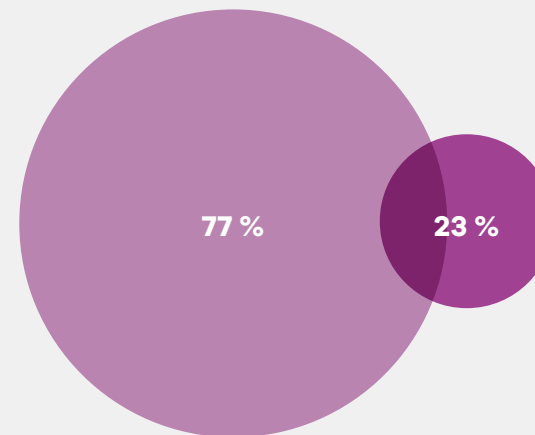
LIIKEVAIHDON JAKAUMA

■ Sisältömyynti ■ Mainosmyynti ■ Palvelumyynti



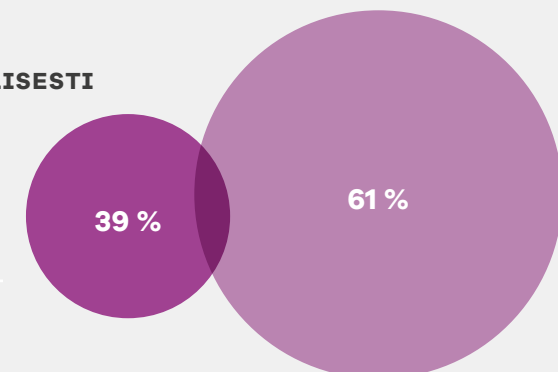
LIIKEVAIHDON JAKAUMA MAANTIETEELLISESTI

■ Suomi ■ Muut maat



OIKAISTUN LIIKEVOITON JAKAUMA MAANTIETEELLISESTI

■ Suomi ■ Muut maat



Liikevaihto

367 Meur, kasvua 4 %

Digiliiketoiminnan liikevaihto

157 Meur, kasvua 17%

Oikaistu liikevoitto

51 Meur, kasvua 45 %

Velkaantumisaste 31.12.2017

25,4 %

Osakekohtainen tulos

0,39 (0,20) Euroa

Omavaraisuusaste

50,9 %

Henkilöstö keskimäärin

2 280 (Ilman lehdenjakajia)

Hallituksen osinkoehdotus

0,24 Euroa/osake

Toimintaympäristön muutosvoimat

MEDIANKÄYTTÖ

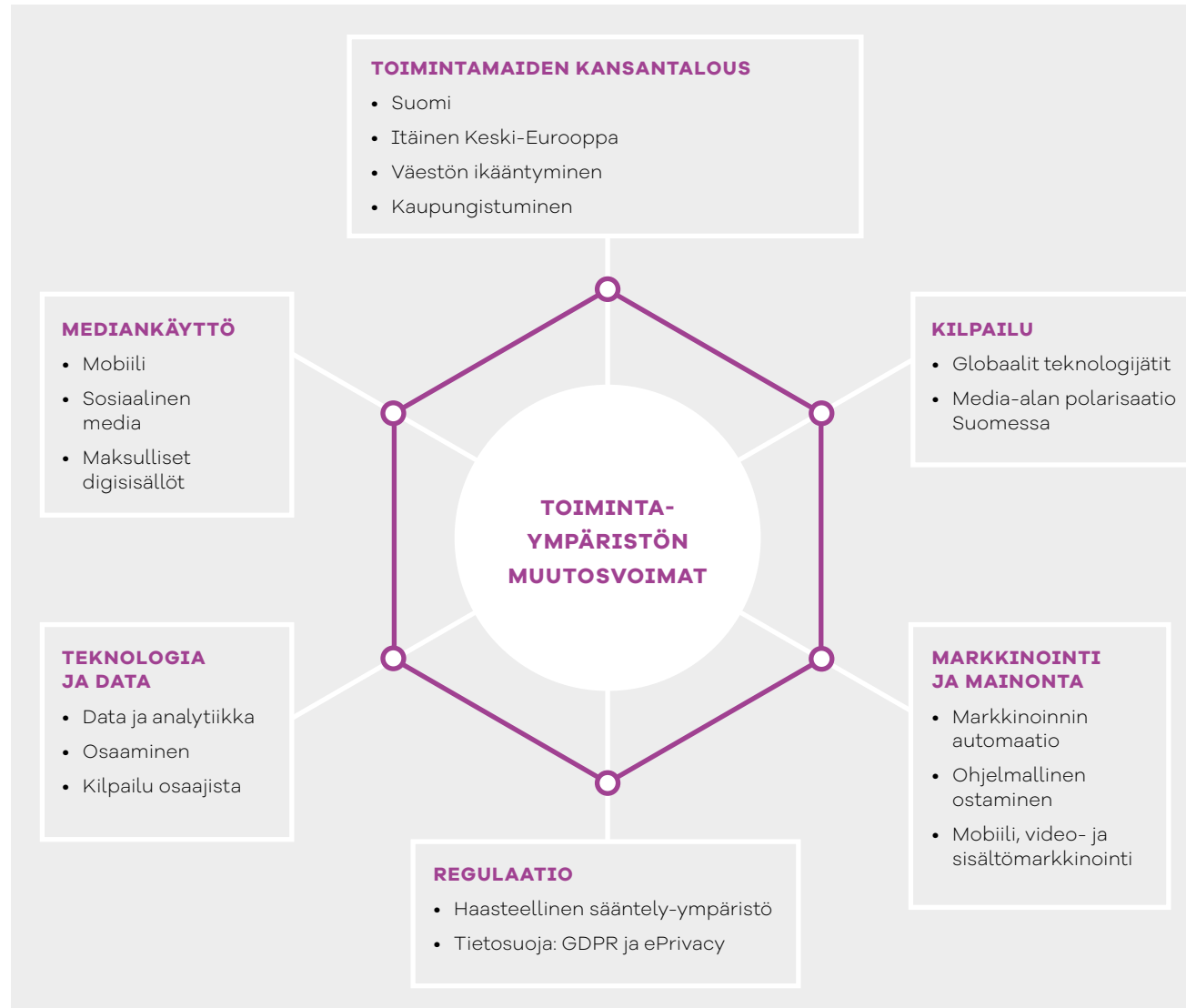
- Mobiililaitteet ovat ensisijainen mediankäytön väline suurimmalle osalle käyttäjistä.
- Sosiaalinen media on muuttanut mediankäyttöä merkittäväällä tavalla.
- Valmius maksaa digitaalisista sisällöistä on vielä matala, mutta kasvaa lisääntyvän tarjonnan myötä.

TEKNOLOGIA JA DATA

- Datan ja analytiikan hyödyntäminen liiketoiminnan eri osa-alueilla on yhä keskeisempää.
- Nopea teknologisen toimintaympäristön muutos vaatii panostuksia osaamiseen. Kilpailu osaavista työntekijöistä on kovaa.

REGULAATIO

- Sääntelyn merkitys media-alalla kasvaa mm. tietosuoja, tekijänoikeuksien ja YLE:n roolin osalta.
- Tietosuojan ja henkilötietojen käsittelyn uudistuva sääntely lisää kuluttajan oikeuksia tietoihinsa ja kasvattaa yritysten velvollisuuksia tietosuoja- ja tietoturvasäädöksissä.



TOIMINTAMAIDEN KANSANTALOUS

- Suomen talous kasvaa, mutta mainosmarkkina on edelleen alavireinen.
- Itäisen Keski-Euroopan vahva talouskasvu jatkuu.
- Väestö ikääntyy ja keskittyy kasvukeskuksiin.

KILPAILU

- Globaalit teknologijäätit laajentavat liiketoimintaansa toimialaliikumien.
- Suomen mediamarkkina polarisoituu digitransformaation vaatimien investointien vuoksi.

MARKKINOINTI JA MAINONTA

- Markkinoinnin automaatio kasvaa ohjaten ison osan markkinointipanoksista teknologiainvestointeihin.
- Mainonnan ostaminen ohjelmallisesti kasvaa.
- Digitaalisessa mainonnassa kasvavat vahvasti haku- ja sosiaalisen median mainonta, mobiili- ja videomainonta sekä sisältömarkkinointi.

Strategia

Alma Media rakentaa kestäväää kasvua digitalisaation mahdollisuuksia hyödyntäen. Tavoitteena on yhtiön omistaja-arvon kasvattaminen liikevaihdon kasvun ja kannattavuuden parantamisen kautta. Alma Media kehittää ja laajentaa nykyistä liiketoimintaansa ja etsii kasvumahdollisuuksia uusilta liiketoiminta- ja markkina-alueilta. Yhtiön kansainvälistymispolkua jatketaan. Orgaanisen kasvun lisäksi kannattavuuden kehitystä vauhditetaan yritysjärjestelyin.

Alma Media vastaa kuluttajien muuttuvaan mediankäyttöön ja rakentaa julkaisutoiminnan alueella toimivista brändeistään monikanavaisia mediaratkaisuja. Medialiiketoiminnassa jatketaan siirtymää painetusta digitaaliseen mediaan kehittämällä digitaalisia sisältöjä ja markkinointiratkaisuja asiakkaiden tarpeita kuunnellen sekä varmistaen medioiden arvostus alueidensa ja yhteisöjensä ykkösbrändeinä.

Digitaalisten kuluttaja- ja yrityspalveluiden osuutta liikevaihdosta kasvatetaan. Tavoitteen saavuttamiseksi Alma Media lisää digitaalista tarjontaansa tuomalla markkinoille uusia tuotteita ja palveluja myös julkaisutoiminnan ulkopuolelta.

MISSIO

- Yksilön vapauden ja hyvinvoinnin puolesta.
- Alma Median uutismediat toimivat demokratian, sananvapauden, luotettavan tiedonvälityksen ja omien viiteryhmiensä hyvinvoinnin puolesta. Alma Median digitaaliset kuluttaja- ja yrityspalvelut sekä markkinapaikat koavat yhteen tuotteiden ja palveluiden ostajia ja myyjiä ja mahdollistavat yhteisöllisyyden kokemuksia.

VISIO

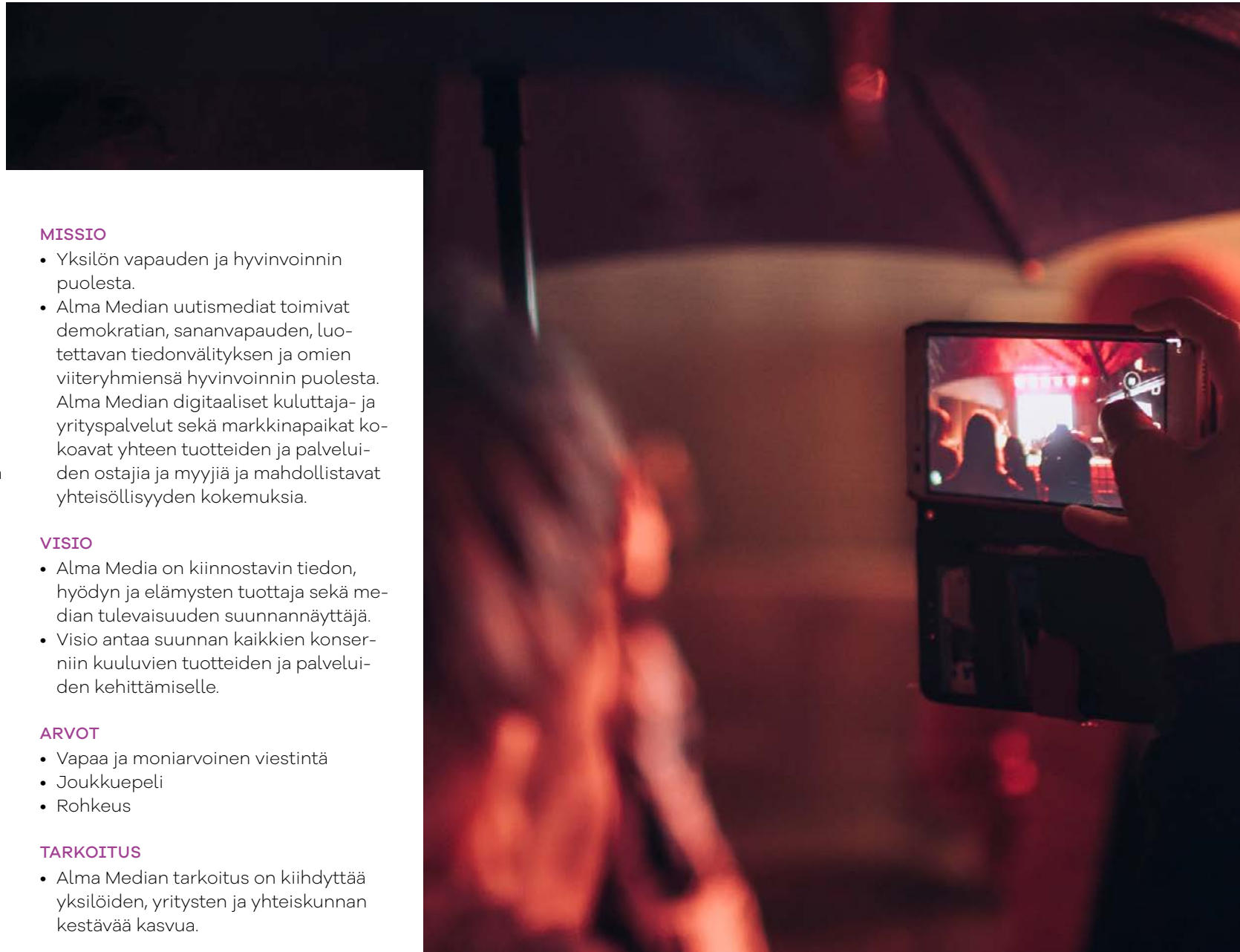
- Alma Media on kiinnostavin tiedon, hyödyn ja elämysten tuottaja sekä median tulevaisuuden suunnannäyttäjä.
- Visio antaa suunnan kaikkien konserniin kuuluvien tuotteiden ja palveluiden kehittämislle.

ARVOT

- Vapaa ja moniarvoinen viestintä
- Joukkuepeli
- Rohkeus

TARKOITUS

- Alma Median tarkoitus on kiihdyttää yksilöiden, yritysten ja yhteiskunnan kestäväää kasvua.





Strategiset kehitysalueet ja niiden toteutuminen vuonna 2017

Alma Median nykyisen liiketoiminnan kehittämisen painopisteinä olivat vuonna 2017 monikanavasisällöt, markkinointi- ja mainosratkaisut, palvelut sekä voimavarojen ja osaamisen kehittäminen.

SISÄLLÖT

TAVOITE

Sisältöliikevaihdon pitäminen nykyisellä tasollaan laadukkailla sisällöllä printissä ja digissä. Alma Media tavoittelee eri mediatuotteidensa digitaalisen sisältömyynnin kasvua korvaamaan painetun median pieneneviä tilaustuottoja. Tavoitteena on kasvattaa digitaalisten sisältötuotteiden käyttäjämääriä ja käytön määrää.

TOTEUTUMINEN VUONNA 2017

- Digitaalisten sisältötuotteiden tilaajamäärien kasvattamiseksi ja käytön lisäämiseksi toteutettiin erilaisia toimenpiteitä. Konserniin mm. perustettiin liiketoimintayksiköiden yhteinen eCom-ryhmä kehittämään digitilausten myyntiä sekä kasvattamaan ja jakamaan osaamista verkkokaupasta. Aamulehti vahvisti tilaajille suunnattua sisältöä ja lanseerasi verkossa lukijoille maksulliset Tähtijutut. Talouselämän ja Arvopaperin verkkopalvelut uudistuivat ja niiden digitaaliset sisällöt muuttuivat osittain maksullisiksi.
- Tarjoomaa sisältöpalvelujen kuluttajille kehitettiin ja uudistettiin useissa eri julkaisukanavissa. Iltalehden sääpalvelulle lanseerattiin uusi Paras sää -applikaatio. Kauppalehti avasi KL Assistentti chatbot -uutispalvelun Facebookin Messengeriin. Talouselämän ja Option painetut lehdet uudistuivat.
- Voimakkaasti kasvavaan liikkuvan kuvan kulutukseen verkossa vastattiin kehittämällä liikkuvan kuvan palveluja mm. Iltalehdessä ja Aamulehdessä. IL-TV lanseerasi Sensu-roimaton Päivärinta -web-tv talk show:n. Ohjelma ja siitä leikatut klipit ovat tuoneet joka viikko satojatuhansia videokäynnistyksiä ja vielä enemmän sivulatauksia.
- Konsernissa aloitettiin radiouutisten tuottaminen. Iltalehti aloitti radiouutisten tuottamisen Radio Nostalgialle, Business FM:lle ja Bauer Median suurimmille radiokanaville, Radio Novalle ja Iskelmälle. Aamulehti toimittaa uutissisällöt Bauer Median uudelleen henkiin herättämälle tamperelaiselle Radio 957 -kanavalle.
- Robottiikkajournalismissa toteutettiin useita hankkeita. Alma Media on mukana Helsingin Yliopiston ja Tekesin Immersive Automation -hankkeessa, jossa kehitetty uutisrobotti tuotti uutisia oikeusministeriön tietojen pohjalta vaalituloksista. Aamulehti otti käyttöön myös botin, joka seuloo toimituksen määrittelemiä avainsanoja Tampereen kaupungin esityslistoista. Robottijournalismia hyödynnetään lisäksi Alma Talentin tuottamissa tilinpäätösanalyysissä ja talousuutisissa päivittämään automaattisesti erilaisia dynaamisia elementtejä, esimerkiksi pörssikursseja ja visualisaatioita.



MARKKINOINTIRATKAISUT

TAVOITE

Markkinointiratkaisuissa mainostajan paras kumppani. Alma Media tuo markkinoille uusia tuotteistuksia mainonnassa ja muissa markkinointiratkaisuissa hyödyntämällä käyttäytymisdatan ja analytiikan mahdollisuuksia. Alma Media tavoittelee mainosmyynnin liikevaihdon ja markkinaosuuden kasvua ja digitaalisen mainonnan merkittävää kasvua sen eri alueilla. Mainonnan ohjelmalliseen ostamiseen, sisältö- ja mobiilimarkkinointiin panostetaan.

TOTEUTUMINEN VUONNA 2017

- Alma-tasoista avainasiakkaiden mediamyyntiä, digitaalisen mainonnan ja markkinoinnin kehitystyötä sekä myynnin tukea hoitamaan perustettu Alma Mediaratkaisut-organisaatio jatkoi onnistuneesti työtään raportointivuonna.
- Vuoden aikana käynnistettiin useita toimenpiteitä yhä parempien mainosratkaisujen kehittämiseksi mainostajille mm. parantamalla mainosten näkyvyyttä, toimivuutta ja tehokkuutta. Keskeisimpänä oli mainosten viewabilityn eli näkyvyystasojen parantaminen. Lisäksi mm. kehitettiin asiakkaille hyviä tuloksia tuoneita, mobiilioptimoituja rich media -toteutuksia.
- Digitaalisen mainonnan infrastruktuuria uudistettiin ja selkeytettiin. Uudistuksen tavoitteena on tehostaa Alman digimainonnan hallinnointia, optimointia, ennustamista, tuottoanalysointia ja ohjelmallisen ostamisen tekemistä. Mainonnan jakelu-järjestelmä kattaa desktop-, mobiili- ja videomainonnan.
- Sisältömarkkinoinnin kasvavaan kysyntään vastattiin organisoitumalla sisältömarkkinoinnin alueella Alma-tasoisesti ja käynnistämällä Alma-tasoisien tuotteistuksien ja tuotannon myyntiä.
- Mainonnan ostamiseen panostettiin sen kysynnän kasvaessa voimakkaasti.

PALVELULIIKETOIMINTA

TAVOITE

Vahvaa kasvua palveluista. Alma Media tavoittelee palveluliikevaihdon kasvua organisaation ja yritysostoin. Digitaalisten palvelujen kasvuun panostetaan aktiivisella kehitystyöllä. Painamisen ja jakelun palveluja kehitetään aktiivisesti.

TOTEUTUMINEN VUONNA 2017

- Alma Markets jatkoi strategiansa toteuttamista kasvattamalla palveluvalikoimaa asuminen, autoilun ja rekrytoinnin liiketoiminta-alueilla. Alma Mediapartnersin Autotalli avasi kuluttajille uuden liikkuvuuspalvelun, jossa voi tutustua autoilun vaihtoehtoihin ja kustannuksiin myös ilman auton omistamista. Yksityisleasing, yhteiskäyttöautoilu ja lukuisat eri vaihtoehdot oman auton omistamiselle ovat nouseva autoilun megatrendi. Lisäksi Alma Mediapartners hankki Urakkamaailma.fi-palvelun kokonaan omistukseensa aiemman omistusosuuden ollessa 51 % sekä hankki 25 % muutto-palveluiden kilpailutuksia tarjoavasta Muuttomaailmasta.
- Rekrytointiliiketoimintaa kehitettiin ja vahvistettiin sekä organisaation kehitystyöllä että yritysjärjestelyin. Alma Careerin Tau on-line hankki 30 prosentin vähemmistöosuuden Makedonian johtavasta online-rekrytointipalvelusta Vrabotuvanje Onlines-ta. Alma Careerin tytäryhtiö LMC myi korkeakoulutukseen liittyviä tietoja ja palveluja tarjoavan VysokeSkoly.cz -verkkopalvelun EDUroulletta.
- Alma News & Life -yksikössä digitaalisten kuluttajapalveluiden kehittäminen jatkui. Matkapörssi uudistui, ja uusi verkkokauppa mahdollistaa pakettien, lentojen ja hotellien ostamisen kuten myös lisäpalvelujen kuten kuljetusten, istumapaikkojen ja matkavakuutusten ostamisen helposti verkosta käsin päätelaitteesta riippumatta.
- Alma Regionsin yhteistyö Vakka-Suomen Sanomien kanssa syveni Alman Manun painopalveluista myös lehden digitaalisiin palveluihin. Alma Regionsin digikehitysyksikkö uudistaa Vakka-Suomen Sanomien verkkopalvelun Vakka.fin kevään 2018 aikana.



VOIMAVARAT JA TAPA TOIMIA

TAVOITE

Ketterästi yhdessä enemmän. Sisäistä yhteistyötä tiivistetään konsernina. Alma Media on tehokkaat, digitalisoitumista tukevat yhteiset taustajärjestelmät ja -prosessit, strategiset kumppanuudet sekä kyky hyödyntää henkilöstön kehittyvää osaamista eri liiketoiminnoissa tarpeen mukaan. Lisäksi kävijäliikenteen ohjaus ja sisältöyhteistyö tuottavat merkittävää etua Alma Median liiketoiminnoille. Alma Media vahvistaa sekä konsernin Alma-brändin että kärkituotteidensa tunnettuutta kuluttajien ja mainostajien keskuudessa.

TOTEUTUMINEN VUONNA 2017

- Digitaalisen liiketoiminnan osaamisen kasvattamista konsernissa nopeutettiin henkilöstön valmennuksin sekä esimiestyön ja johtamisen kehittämisohjelmin. Teknisen osaamisen vahvistamiseksi Almassa käynnistettiin #almaosaa Trainee -koulutusohjelma, jonka kautta erilaisiin teknisiin tehtäviin valittiin kymmenen traineeta.
- Uudistuvan tietosuojasääntelyn mukanaan tuomien muutosten valmistelu konsernissa jatkui. Konserniin mm. nimitettiin tietosuojavastaava, auditointiin liiketoimintoja ja toteutettiin koulutuksia tietosuojaan liittyen.
- Yhteistyö konsernin yksiköiden välillä tiivistyi erilaisissa järjestelmä- ja kehityshankkeissa. Konserniin perustettiin kävijäliikenteen ohjauksen ohjausryhmä, jonka tavoitteena on erilaisin kehitystoimenpitein kasvattaa konsernin digitaalisten palvelujen käyttäjämääriä ja käytön säännöllistymistä. Lisäksi käynnistettiin konsernillaajuinen Alma-tunnus -hanke, jossa luodaan yhteinen tunnistautumisjärjestelmä asiakkaille Alman eri palveluihin. Paremman käyttökokemuksen lisäksi hankkeessa luodaan edellytykset palveluissamme tunnistetun asiakkaan oikeusturvan parantamiseen EU:n tietosuoja-asetuksen vaatimusten mukaisesti.
- Datan ja analytiikan hyödyntämistä parannettiin mainosmyynnissä, sisällöntuotannossa ja liiketoiminnan kehittämisessä sekä liiketoimintayksiköissä että konsernin yhteisissä kehityshankkeissa. Alkuvuonna 2018 julkistettiin Alman ottavan käyttöön datanhallinnointijärjestelmän eli DMP:n (Data Management Platform). Järjestelmän käyttöönotolla vahvistetaan Alman sisältöjen ja palveluiden dataperusteisen asiakaskokemuksen rakentamista, markkinoinnin automaatiota ja digitaalisen mainonnan kohdentamista.
- Sisältöpalvelujen alueella toteutettiin toiminnan uudelleenjärjestelyjä ja yrityskauppoja. Alma Regions -liiketoimintayksikössä Pohjolan Sanomat ja Lapin Kansa yhdistyivät yhdeksi Lapin Kansa -nimiseksi mediabrändiksi ja Pohjolan Sanomat -nimistä ja erillispainoksesta luovuttiin. Pohjois-Pohjanmaalla ilmestyvät paikallislehdet Raahen Seutu, Raahelainen ja Pyhäjokiseutu myytiin Kalevan tytäryhtiö Kaleva365 Oy:lle. Alma Talent vahvisti ammattilaissisältöjensä tarjoomaa ostamalla Mediutiset kokonaan omistukseensa, aiemmin omistusosuus oli 50 %. Ruotsissa Alma Talent osti Personnel & Lederskap -julkaisun, joka on Ruotsin johtava HR- ja henkilöstöjohtamisen erikoislehti.

Strategiset tavoitteet

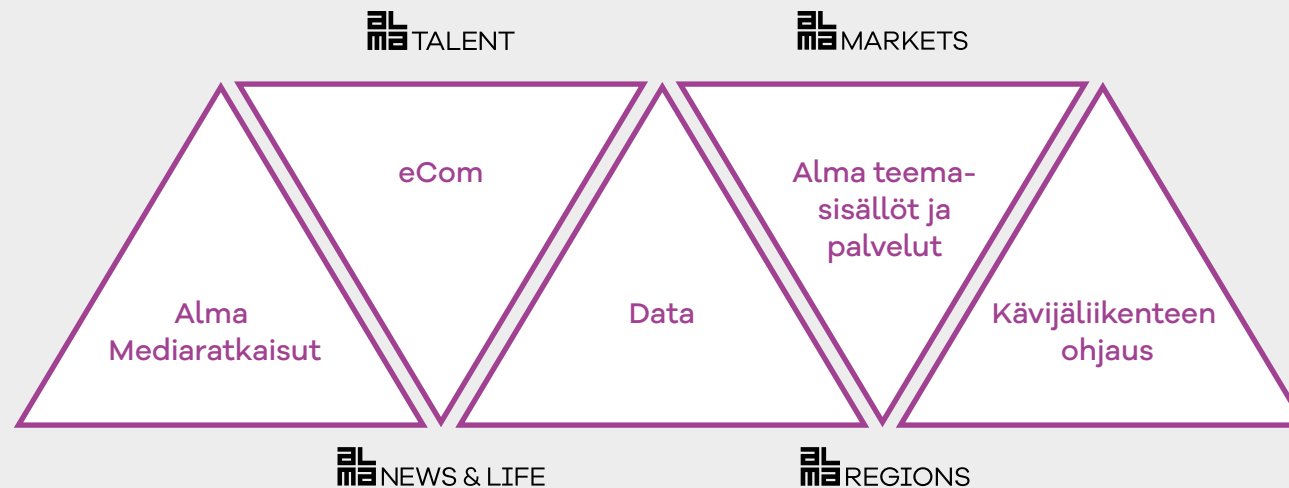
- Omistaja-arvon lisääminen liikevaihdon kasvun ja kannattavuuden paranemisen kautta
- Digitaalisen liiketoiminnan kasvu
- Liiketoiminnan kassavirran ja rahoitusaseman vahvistuminen
- Kansainvälisen liiketoiminnan kehittyminen ja kasvu
- Uusien liiketoiminta-alueiden löytäminen

1. BRÄNDI- JA LIIKETOIMINTATASON TUOTEKEHITYS	2. LIIKETOIMINTA-YKSIKÖTASON INVESTOINNIT	3. KONSERNITASOISET INVESTOINNIT
<p>Orgaaninen tuotteiden ja palveluiden kehitystyö</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nykyisten tuotteiden, palvelujen ja liiketoimintojen aktiivinen kehitystyö. • Tuotteiden ja palveluiden kannattavan kasvun ja liiketoiminnan hallitun transformaation varmistaminen. 	<p>Nykyistä liiketoimintaa kasvattavat yritysostot ja kehityshankkeet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nykyisen tarjooman sekä markkinaosuuden kasvattaminen orgaanisesti tai yritysostojen kautta. • Kasvun hakeminen laajentamalla Alman toimintaa arvoketjussa, hyödyntämällä nykyisiä asiakkuuksia ja kävijäliikennettä, digitaalista kyvykkyyttämme ja liiketoimintayksiköiden yhteistyötä. • Tulonlähteiden laajentaminen medialiiiketoiminnasta palveluliikevaihtoon. 	<p>Mittakaavaltaan merkittävät nykyliiketoimintaa kasvattavat yritysostot ja uusille liiketoiminta-alueille laajentaminen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alma Median nykyisen liiketoiminnan kanssa synergisiä liiketoimintoja. • Nykyisten liiketoimintojen laajentaminen maantieteellisesti uusille alueille.

Konsernitason uudet hankkeet

Raportointivuoden lopulla Alma Media valitsi vuosien 2018–2020 strategiajaksolle viisi konsernitasoista strategista aloitetta, joiden onnistumisella on merkittävä vaikutus Alman tulevaisuuden menestykselle.

Aloitteiden keskiössä on asiakaskokemuksen vahvistaminen. Ne pohjautuvat Alma Median vahvaan osaamiseen ja laajaan tarjoomaan. Avainasemassa konsernitason aloitteisiin liittyvien tavoitteiden toteutumisessa on Alman eri liiketoimintojen välisen synergian hyödyntäminen sekä tehokas yhteistyö.



ALMA MEDIARATKAISUT

Mainosmyynnin markkinaosuutta kasvatetaan Alma-tasoisella asiakkuusjohtamisella. Mainonnan ohjelmallista ostamista kiihdytetään. Digitaalisesta mainonnasta siirrytään yhä enemmän digitaalisiin palveluihin.

eCOM

Digitaalista sisältöliikevaihdon kasvua vauhditetaan lisäämällä digisisältötuotteiden käyttäjämäärää ja tekemällä niistä säännöllinen osa asiakkaiden arkea. Digitaalisen asiakaspolun vaiheita johdetaan aktiivisesti lukijauskollisuuden ja tilausalttiuden kehittämiseksi.

DATA

Rakennetaan ja vahvistetaan datakyvykkyyksiä media- ja sisältömyynnin ja palveluiden personoinnin tarpeisiin ja vastaamaan regulaatiovaatimuksia. Asiakas- ja käyttäytymistietoa hallitaan yhdistämällä asiakastietovarastoja ja ottamalla käyttöön analysointi- ja aktivointitekologiaa.

ALMA TEEMASISÄLLÖT JA PALVELUT

Alman kaupallista asemaa vahvistetaan valituilla, Almalle vahvoilla toimialoilla laajentamalla tarjoomaa erikoissisältöihin ja palveluihin. Ensimmäisessä vaiheessa valitut vahvuusalueet ovat autoilu & liikkuminen, terveys & hyvinvointi, asuminen, matkailu, ruoka ja työelämä.

KÄVIJÄLIIKENTEEN OHJAUS

Ulkoista ja sisäistä kävijäliikenteen ohjausta kehitetään jatkuvan ja kasvavan kävijävirrnan vahvistamiseksi sekä sisältö- sekä media-myynnin varmistamiseksi.

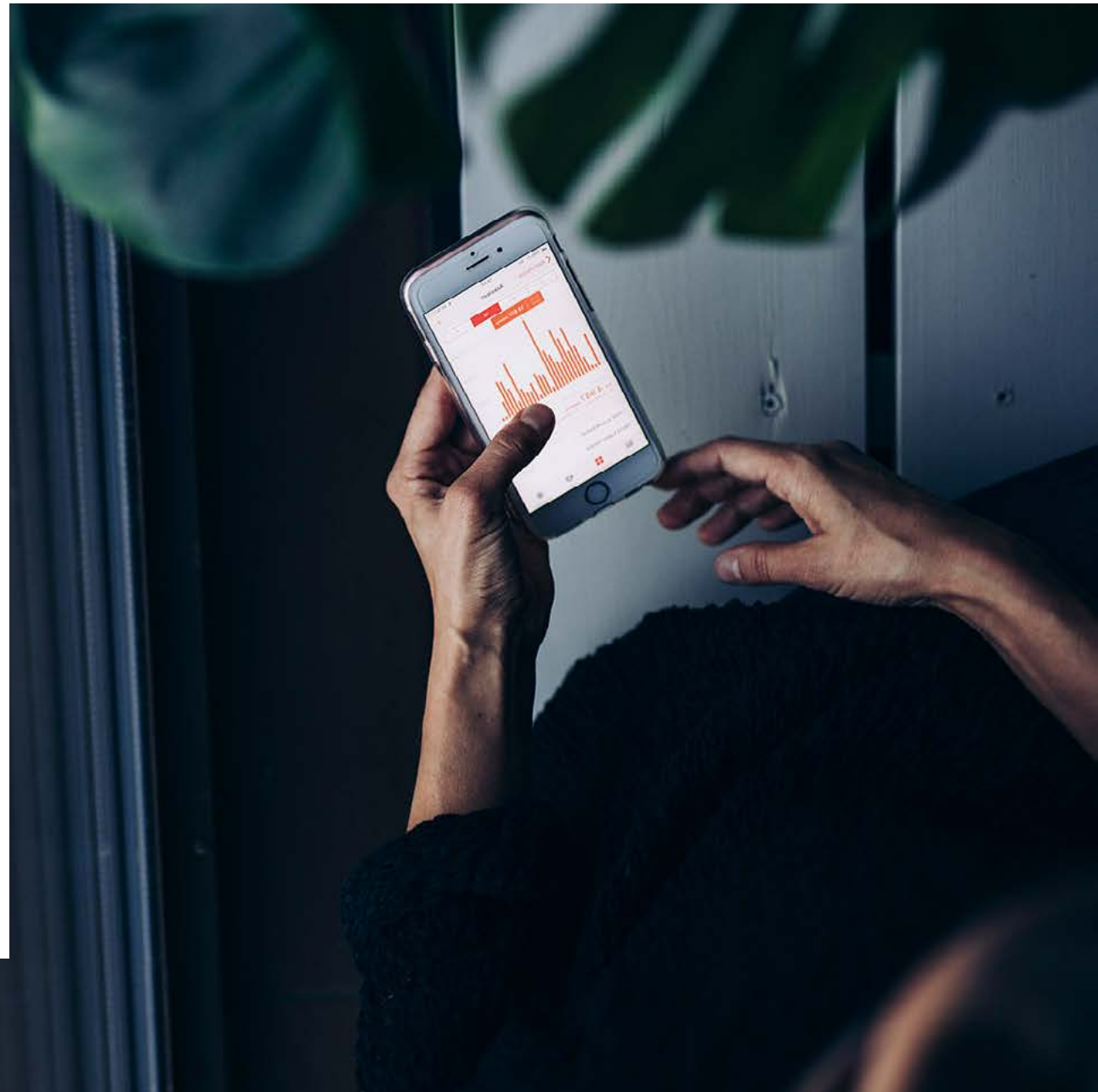
Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet

Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet	2017	2016	Tavoite-taso
Digitaalisen liiketoiminnan kasvu	17,3 %	27,9 %	> 15 %
Sijoitetun pääoman tuotto ROI, %	17,5 %	10,1 %	> 15 %
Osinkosuhte*	61,5 %	78,2%	> 50 %

* Sisältää pääomanpalautuksen osakkeenomistajille.

Investoinnit, velanhoito ja voitonjako tasapainossa

- Pitkän aikavälin tavoitteet saavutetaan kehittämällä digitaalista media- ja palveluliiketoimintaa ja parantamalla julkaisutoiminnan laatua ja kustannustehokkuutta.
- Kasvun tukemiseksi pyritään painottamaan investoinnit, velan takaisinmaksu ja voitonjako sekä yhtiön että sijoittajan näkökulmasta optimaalisesti.



Arvonluontimalli

RESURSSIT JA PANOKSET

Henkilöstö ja osaaminen

- 3 150 almalaista* (v. 2017)
 - vahvaa journalisti-, markkinointi- ja teknologiaosaamista.

Aineeton

- Alma-brändi ja yli 50 tuotebrändiä.
- Asiakasdata.

Taloudellinen

- Sijoitettu pääoma 218 milj. euroa (v. 2017).
- Investoinnit 170 milj. euroa vuosina 2013–2017.

Kumppaniverkosto

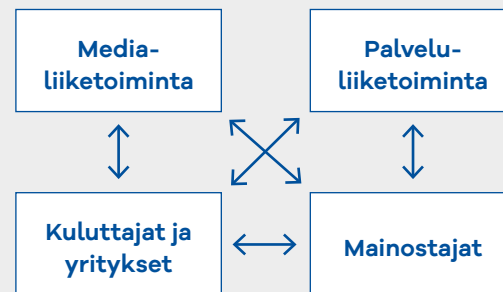
- Yhteistyökumppanuudet sisältöjen ja palveluiden kehityksessä, tuotannossa, markkinoinnissa ja myynnissä.
- Yhteiskuntasuhteet.

Tuotantopanokset, raaka-aineet

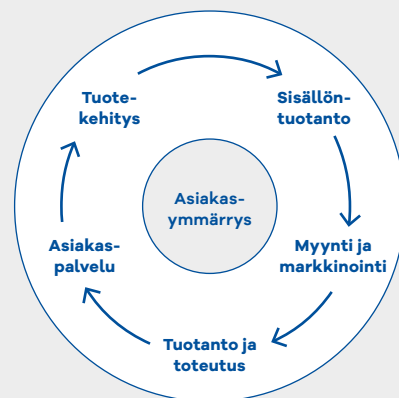
- Toimintaa 10 maassa.
- Monikanavaiset digitaaliset palvelukanavat.
- Painolaitos ja alueellinen jakeluverkosto.
- Kaukolämpö, kaukokylmä ja sähkön kulutus vuonna 2017: 69 395 GJ / 19 276 MWh, paperinkulutus 26 tonnia.

* Sisältäen jakajat

LIIKETOIMINTAMALLI



LIIKETOIMINTAPROSESSI



ALMA MARKETS	ALMA TALENT	ALMA NEWS & LIFE	ALMA REGIONS
Yhteiset toiminnot <ul style="list-style-type: none"> • Keskitetty mediamyynti ja mediamyynnin kehitys • Tieto- ja tuotantotekniikka • Talous ja rahoitus, Henkilöstöhallinto ja HRD • Laki, M&A, yritysuunnittelu • Viestintä, IR, Brändi, Yritysvastuu • Tilahallinto 			

TUOTOKSET

Tuotteet ja palvelut

- Alma Median printti- ja digituotteet tavoittavat viikoittain 74 % suomalaista (v. 2017, 15–74-vuotiaat, Kantar TNS).
- Digitaaliset palvelut yrityksille.
- Tapahtumat ja koulutukset: 540 kpl (v. 2017).
- Paperiset ja sähköiset kirjat: 134 kpl (v. 2017).
- Paino- ja jakelupalvelut: 10 066 020 160 tabloid-sivua (v. 2017).

Kauppalehti **Talouselämä**

ILTALEHTI **AAMULEHTI**

MONSTER **ETUOVI.com**

jobs.cz **prace.cz**

tekniikka & talous **profesia**

AUTOTALLI.com **affars världen**

MGNU **NyTeknik**

TULOKSET JA VAIKUTUKSET

Asiakkaat

- Kuluttajat: yksilöiden kasvu tuottamalla tietoa, hyötyä ja elämyksiä.
- Mainostajat: liiketoiminnan kasvun edistäminen.

Henkilöstö

- Työhyvinvoinnin ja osaamisen kasvu.
- Toimeentulo: palkat 117 milj. euroa vuodessa (v. 2017).

Osakkeenomistajat

- Liiketulos 47 milj. euroa (v. 2017).
- Voitonjako 19,8 milj. euroa (v. 2017), omistaja-arvon kasvu.

Yhteiskunta

- Yhteiskunnallisen kehityksen ja dialogin tukeminen journalismilla ja digitalisaation edistämällä.
- Yhteisöjen ja alueiden elinvoimaisuuden kehittäminen.
- Verojenmaksu ja työllistäminen: verot 77,9 milj. euroa (v. 2017).

Kumppaniverkosto

- Ostot yhteistyökumppaneilta.

Ympäristö

- Hiilidioksidipäästöt vuonna 2017: kaukolämpö, kaukokylmä ja sähkön kulutus 4 720 tCO₂ liikematkustus 248 tCO₂.

Vastuullisuus liiketoiminnan ytimessä

Strategiansa mukaisesti Alma Media luo lisäarvoa sidosryhmilleen rakentamalla kestäväää kasvua digitalisaation mahdollisuuksia hyödyntäen.

Tavoite heijastuu myös Alman yritysvastuun edistämiseen: Alma Median yritysvastuutyössä keskitytään aiempaa enemmän liiketoiminnan digitalisoitumisen mukanaan tuomiin haasteisiin ja mahdollisuuksiin.

Sisällöntuotannossa media-alan transformaatio on jatkunut jo pidempään, kun printtilehtien lukijamäärä on laskenut kuluttajien mediakäyttäytymisen muutoksen seurauksena. Uuden sävyn digitaalisista sisällöistä käytävään julkiseen keskusteluun on kuitenkin tuonut viime vuosina syventynyt huoli vale uutisten vaikutuksista yhteiskuntien ilmapiiriin ja vakauteen. Asiasta keskustellaan nykyisin paljon mediatoimialan sisällä, ja huolen jakavat myös monet muut Alma Median sidosryhmät.

Omana vastauksenaan vale uutisista käytävään keskusteluun Alma Media panostaa pitkäjänteisesti henkilöstönsä osaamisen kehittämiseen esimerkiksi tarjoamalla työntekijöilleen erilaisia valmennuksia laatujournalismin vahvistamiseksi sekä mahdollisuuksia työssä oppimiseen ja työkiertoon. Tavoitteena on varmistua, että kaikilla toimituksissa ja mediaymyynissä työskentelevillä almamedialaisilla on valmiudet toimia vastuullisesti ja ammattitaitoisesti uutta osaamista vaativassa digitaalisessa mediaympäristössä. Tämän ohella Alma Media investoi vuosittain teknologioihin, jotka muun muassa tehostavat digitaalisen mainosaineiston valvontaa ja hallintaa sekä ennaltaehkäisevät asiakasdatan käsittelyyn liittyviä tietosuojat- tai tietoturvaongelmia.

Panostukset teknologiaan ja osaamisen kehittämiseen tukevat Alma Median tavoitetta vahvistaa ja monipuolistaa medioidensa tarjoomaa. Samanaikaisesti ne varmistavat, että Alma Media kykenee kilpailemaan tasaväkisesti työmarkkinoilla, joilla etenkin pätevistä digiosaajista käydään yritysten kesken kovaa kilpailua.



YHTEISKUNTAVASTUU

Vastuullinen journalismi

Yhteiskunnallinen vaikuttaminen



VASTUULLISET TUOTTEET JA PALVELUT

Tietoturva ja tietosuoja

Vastuullinen markkinointi

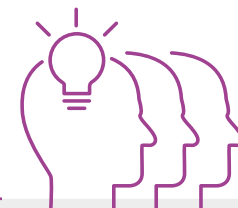


VASTUULLINEN LIIKETOIMINTA

Liiketoiminnan läpinäkyvyys ja eettisyys

Toimitusketjun vastuullisuus

Liiketoiminnan ympäristö-
vaikutukset



VASTUU TYÖNANTAJANA

Henkilöstön osaamisen ja hyvinvoinnin kehittäminen

Tasa-arvoinen ja monimuotoinen työyhteisö

Sidosryhmävuorovaikutus

Sidosryhmävuorovaikutus muodostaa Alma Median liiketoiminnan perustan ja on keskeinen osa yhtiön jokapäiväistä toimintaa.

Mediayhtiönä Alma Median on lunastettava päivittäin sidosryhmiensä odotukset. Sen on varmistettava, että lukijat ja palveluiden käyttäjät, asiakkaat sekä muut sidosryhmät luottavat yhtiöön sekä Alma Median julkaisemiin sisältöihin ja palveluihin.

Aktiivisesti hoidetut ja avoimet suhteet eri sidosryhmiin ovat yksi keino varmistaa, että Alma Media säilyttää sidosryhmiensä luottamuksen ja vastaa sidosryhmiensä erilaisiin odotuksiin. Alma Mediassa sidosryhmävuorovaikutuksen kokonaisuutta johtavat Alma Median brändin, viestinnän, sijoittajasuhteiden sekä yritys vastuun kehittämisestä vastaava johtaja sekä muu konsernin johtoryhmä. Lisäksi Alma Median eri yksiköissä seurataan säännöllisesti eri sidosryhmiltä saatua palautetta, jota Alma Median työntekijät, kuten asiakaspalvelijat, mainosasiakkaita palvelevat mediamyyjät ja toimittajat, usein saavat.

Yhteiskunnallinen edunvalvonta

Alma Media hoitaa sidosryhmäsuhteitaan myös osallistumalla aktiivisesti

järjestöjen ja yhteistyöelimiä toimintaan. Toiminnan tavoitteena on kartoittaa muutoksia sekä Alma Median toimialalla että yritys vastuuseen liittyen.

Osana yritys vastuunsa ja edunvalvontansa kehittämistä Alma Media toimii jäsenenä muun muassa EK:ssa, Keskuskauppakamarissa, yritys vastuuverkosto FIBS:issä sekä FIBS:in monimuotoisuusverkostossa, Helsingin kaupungin ilmastoverkostossa ja Responsible Media Forumissa.

Näiden jäsenyyksien ohella Alma Median johtoryhmän jäsenillä tai muilla esimies- tai asiantuntija-asemassa toimivilla henkilöillä on hallitusjäsenyyksiä Viestintäalan tutkimussäätiössä, Medialiitossa, Media Metrics Finlandissa, STT-Lehtikuvassa sekä digimarkkinoinnin ja -mainonnan kasvua ja kehitystä ajavassa IAB Finland -järjestössä. Lisäksi Alma Media toimii vuosina 2016–2018 Lasten ja nuorten säätiön pääyhteistyökumppanina.





SIDOSRYHMÄ	KESKEISIMMÄT HUOLENAIHEET	ALMA MEDIAN VASTAUS
Lukijat ja kävijät	→ Mediasisältöjen luotettavuus ja laadukkuus Tietosuoja, oma data	→ Pitkäjänteinen palvelukehitys, teknologiahankinnat, henkilöstön osaamisen kehittäminen, asiakaskontaktit ja -palautte, asiakas- ja lukijatytyväisyysmittaukset
Mainostajat, yritysasiakkaat	→ Laadukas ja turvallinen mainosympäristö, palveluiden toimintavarmuus, mainonnan valvonta ja hallinta digitaalisessa toimintaympäristössä, tietosuoja ja -turva	→ Pitkäjänteinen palvelukehitys, teknologiahankinnat, henkilöstön osaamisen kehittäminen, asiakaskontaktit ja -palautte
Sijoittajat, omistajat, analyytikot	→ Kannattava ja vastuullinen liiketoiminta, omistaja-arvon kasvattaminen	→ Liiketoiminnallisesti kestävä kasvun rakentaminen digitaalisaation mahdollisuuksia hyödyntäen. Aktiivinen ja läpinäkyvä sijoittajasuhdeviestintä
Henkilöstö	→ Työelämän oikeudet, tasa-arvoinen ja oikeudenmukainen työyhteisö, osaamisen kehittäminen	→ Esimiesten ja alaisten one-to-one -keskustelut, tiimipalaverit, henkilöstökyselyt, yksikkötasoiset tasa-arvo-, monimuotoisuus- ja yhdenvertaisuussuunnitelmat
Palvelutuottajat	→ Reilu ja tasapuolinen kohtelu, toimittajavaatimukset	→ Alma Median eettinen ohjeistus, Alma Median hankintapolitiikka
Järjestöt	→ Yhteistyö, tiedon ja osaamisen molemminpuolinen jakaminen	→ Järjestöjäsenyydet, yhteistyökumppanuudet ja -projektit, viestintä, seminaarit ja muut tapahtumat
Media	→ Avoimuus, läpinäkyvyys, aktiivinen tiedon tarjoaminen, sisältöjen virheettömyys, nopea vastaus tiedusteluihin	→ Journalistin ohjeiden noudattaminen, haastattelut ja tiedotteet, Alma Median julkaisemat kyselytutkimukset, keskeiset julkaisut, tapaamiset, seminaarit, sosiaalisen median kanavat
Yhteiskunta, viranomaiset	→ Määräysten noudattaminen, paikallisen hyvinvoinnin sekä moniarvoisen ja demokraattisen yhteiskunnan tukeminen	→ Lakien ja määräysten noudattaminen, raportointi, laadukkaat ja luotettavat sisällöt ja palvelut, Alma Median eettinen ohjeistus, keskeiset yritys vastuun periaatteet

Liiketoimintasegmentit lyhyesti

ALMA MARKETS

TARJOOMA JA KÄRKIBRÄNDIT

- Rekrytointipalveluita Euroopassa sekä autoiluun ja asumiseen liittyvät digitaaliset markkinapaikat ja niihin liittyvät palvelut Suomessa.
- Toimii Suomessa ja yhdeksässä maassa Euroopassa.

ETUOVI.com AUTOTALLI.com CV.ee

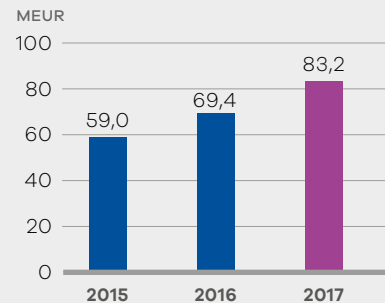
profesia MONSTER MojPosao

prace.cz jobs.cz

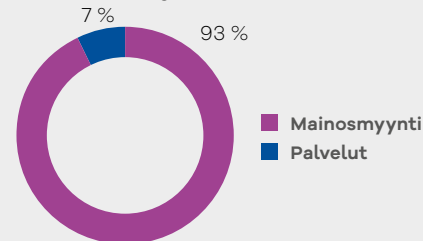
MARKKINA-ASEMA

- Alma Markets tuottaa johtavia rekrytointipalveluita useissa itäisen Keski-Euroopan maassa.
- Alma Marketsiin kuuluvat myös Suomen suurimmat kiinteistöjen myynti- ja vuokrausmarkkinapaikat ja niihin liittyvät lisäpalvelut, sekä Suomen toiseksi suurin autojen markkinapaikka ja lisäpalvelut.

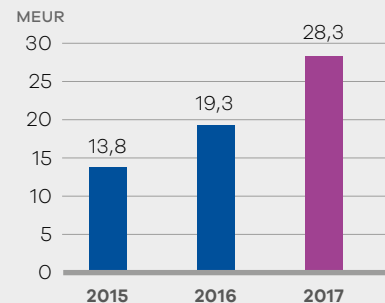
Liikevaihto



Liikevaihdon jakauma 2017



Oikaistu liikevoitto



ALMA TALENT

TARJOOMA JA KÄRKIBRÄNDIT

- 22 ammatti- ja talousmediaa sekä kirjojen kustantaminen.
- Osaamisen kehittämistä tukevia ja liiketoimintaa kasvattavia palveluja, kuten tapahtumia, koulutusta ja tietopalveluja.
- Toimii Suomessa, Ruotsissa ja Baltian maissa.

Kauppalehti Talouselämä tivi

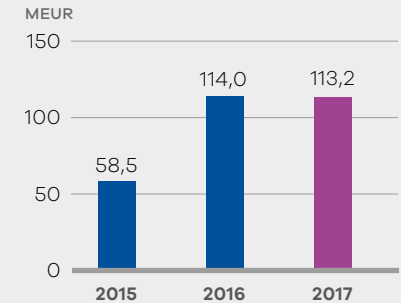
ARVOPAPERI affärs världen M&M

teknikka & talous NyTeknik

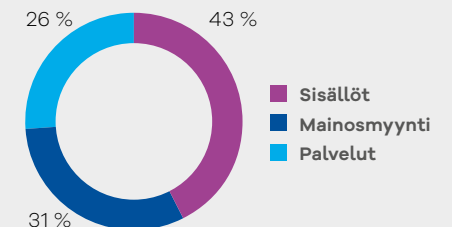
MARKKINA-ASEMA

- Alma Talentin kohdeyleisönä on kaksi miljoonaa suomen- ja ruotsinkielistä asiantuntijaa, päättäjää ja sijoittajaa.
- Alma Talent tuottaa vaikuttavia sisältöjä talouden, juridiikan, johtamisen, HR:n, myynnin ja markkinoinnin, teknologian ja terveydenhuollon ammattilaisille.

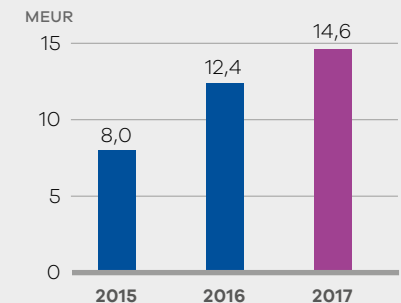
Liikevaihto



Liikevaihdon jakauma 2017



Oikaistu liikevoitto



Liiketoimintasegmentit lyhyesti

ALMA NEWS & LIFE

TARJOOMA JA KÄRKIBRÄNDIT

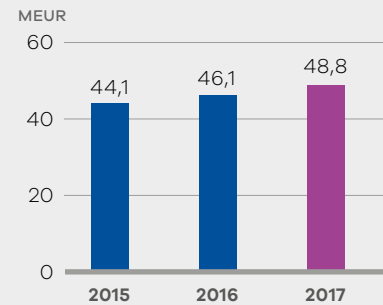
- Iltalehden eri digitaaliset ja painetut uutis- ja lifestyle julkaisut. Useita digitaalisia kulluttajapalveluita matkailuun, ruoanlaittoon ja seuranhakuun.
- Toimii Suomessa.



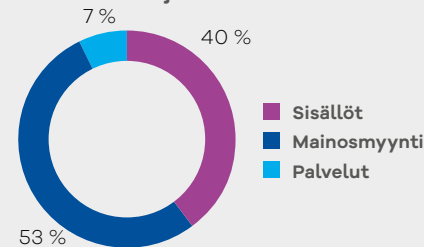
MARKKINA-ASEMA

- Alma News & Lifen merkittävimmän tuotteen Iltalehden verkkopalvelu on Suomen suurimpia uutispalveluja.
- Digitaalisten ja painettujen kanavien yhdistelmä tavoittaa viikossa noin kaksi miljoonaa suomalaista, valtakunnallisesti.

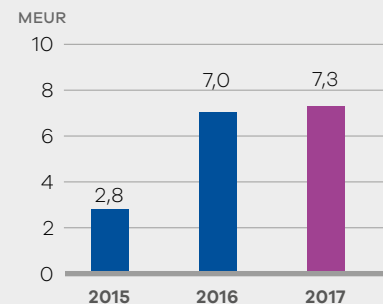
Liikevaihto



Liikevaihdon jakauma 2017



Oikaistu liikevoitto



ALMA REGIONS

TARJOOMA JA KÄRKIBRÄNDIT

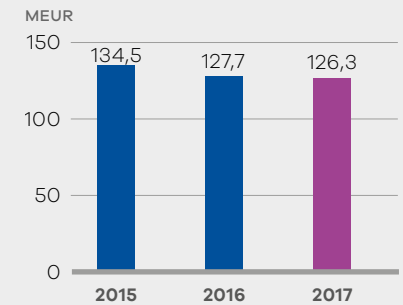
- Alueellisen ja paikallisen median kustannustoiminta sekä printtinä että verkossa. Alueellisten lehtien lisäksi 12 tilattavaa paikallislehteä ja neljä kaupunkilehteä.
- Paino- ja jakeluyksikkö Alma Manu.
- Toimii Suomessa.



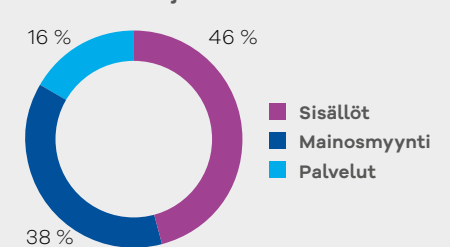
MARKKINA-ASEMA

- Alma Regionsin maakunta-, paikallis- ja kaupunkilehtien lukijamäärä on viikotason tasolla yhteensä noin 750 000. Verkkosivustot mukaan lukien, painetut ja digijulkaisut tavoittavat yli 90 prosenttia alueensa kuluttajista.
- Alma Regionsin Tampereen painolaitos on yksi Euroopan moderneimpia. Lehtipainossa painetaan pääosa Alma Median lehdistä, ja painopalveluja myydään yhä enemmän myös muille kustantajille. Alma Manulla on oma jakeluverkosto, ja osakkuusyhtiö Jakeluyhtiö Suomen kautta Alma Manu jakaa alueillaan myös kirjeitä ja aikakauslehtiä.

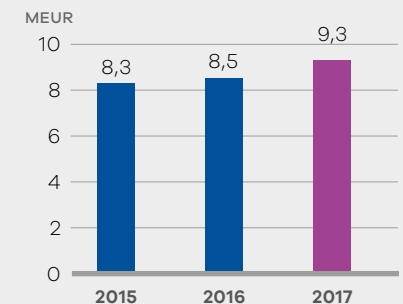
Liikevaihto



Liikevaihdon jakauma 2017



Oikaistu liikevoitto



Alma Markets

Vuonna 2017 Alma Markets saavutti jälleen erinomaisen tulostason. Perusliiketoimintaa tukivat vahvana jatkunut talouskehitys itäisessä Keski-Euroopassa sekä Suomen talouden paluu kasvu-uralle, mutta liiketoimintaa kasvattivat myös aktiivinen myyntityö sekä tuoteportfolion laajentaminen.

Rekrytointiliiketoiminta muodostaa pääosan Alma-konsernin kansainvälisestä toiminnasta. Alma Markets -liiketoimintasegmentillä on rekrytointiliiketoimintaa kymmenessä Euroopan maassa ja se on seitsemässä maassa markkina-alueensa johtaja. Rekrytointiliiketoimintaa harjoittavat tytäryhtiöt toimivat paikallisesti omilla brändeillään, ja niiden tunnettuus toimintamaissaan on erittäin vahva. Vahva johtoasema ja Alma Marketsin kilpailukyky pohjautuu paikallisen työelämäkulttuurin ja sen muutosten ymmärrykseen sekä kykyyn reagoida nopeasti paikallisiin asiakastarpeisiin räätälöidyillä tuotteilla ja palveluilla. Keskeistä on myös rekrytointiliiketoimintamaiden muodostaman Alma Career -verkoston keskinäinen yhteistyö, oppiminen ja parhaiden käytäntöjen hyödyntäminen ristiin tuoteportfolion kehittämiseksi.

Vuonna 2017 itäisen Keski-Euroopan kansantalouksien kasvu jatkui. Alueen vireät työmarkkinat tukivat Alma Marketsin

digitaalisen rekrytointiliiketoiminnan kehitystä. Myös Suomen talouden kääntymisen kasvu-uralle heijastui Alma Marketsin rekrytointiliiketoimintaan positiivisesti. Kasvu on ollut nopeinta Alma Marketsin toimintamaista Tšekissä, Slovakiassa ja Kroatiassa. Alma Markets investoi tulevaan kasvattamalla henkilöstöä, erityisesti myyntihenkilöstöä, sekä vahvisti markkinointipanostuksilla entisestään rekrytointipalveluiden tunnettuutta.

Tšekin ja Slovakian talouskasvu on ollut useana vuonna EU-alueen nopeinta ja työmarkkinat hyvin vilkkaat. Vahva talouskasvu ja vireät työmarkkinat toisaalta myös passivoivat potentiaalisia työnhakijoita sekä laskevat työhakemusten määrää. Työnhakijoiden aktiivisuutta pyritään lisäämään erilaisten palveluiden avulla. Esimerkiksi Tšekissä hyvin suosittu on maantieteellisesti lähimmät työpaiikat vinkkaava Prace za Rohem -mobiilipalvelu. Raportointivuonna otettiin myös käyttöön työnantajien suosittelupalvelu Atmoskop.

Työpaikkailmoittelun rinnalle on Tšekissä myös tuotu onnistuneesti koulutusliiketoimintaa, kuten verkkoalusta Seduo.cz, josta löytyy kattava työelämän tarpeisiin suunnattu kurssitarjonta.

Alma Markets hakee orgaanisen kasvun lisäksi kasvua yritysostojen kautta. Raportointivuonna Kroatiassa toimiva tytäryhtiö Tau on-line hankki 30 %:n vähemmistöosuuden Makedonian johtavasta online-rekrytointipalvelusta Vrabotuvanje Onlinesta.

Mediasta kasvaa palvelu

Alma Markets on jo pitkään tarjonnut median lisäksi työkaluja ja palveluja asiakasyrityksen oman liiketoiminnan johtamiseen. Kiinteistöväylittäjille on tarjottu välitysjärjestelmää ja erilaisia informaatiopalveluja, ja rekrytointiliiketoiminnassa on panostettu muun muassa HR-konsultointiin sekä rekrytointijärjestelmiin. Tarjonta on laajentunut toiminnanohjausjärjestelmiin myös autokaupalle.

Alma Marketsin kilpailuetuja ovat ylivoimainen bränditunnettuus ja ketterät, paikalliset markkinat hyvin tuntevat kehitysorganisaatiot useissa toimintamaissa.



Alma Marketsin markkinapaikkaliiketoiminnan tavoitteena on tarjota kuluttajille yhä räätälöidympiä ja personoidumpia palveluita. Suomen suurin asuntovaihtopalvelu Etuovi on uudistumassa. Asunnonvaihdon palvelukauppaan on rakenteilla uusi konsepti, joka kattaa sisällöltään ja palveluiltaan asunnonvaihdon eri vaiheet unelmoinnista ostamiseen ja myymisen kautta aina muuttamiseen ja sisustamiseen. Uudistuneen palvelun mobiiliversio lanseerattiin kuluttajille syksyllä 2017. Myös vuoden aikana tehdyt yrityshankinnat tukevat tavoitetta. Alma Mediapartners hankki raportointivuonna remontti- ja rakennustöiden markkinapaikan Urakkamaailma.fi:n kokonaisuudessaan omistukseensa. Aiemmin Alma Mediapartners omisti palvelusta 51 %. Tämän lisäksi palvelukokonaisuutta täydentämään Alma Mediapartners hankki 25 % vähemmistöosuuden muuttopalveluiden kilpailutuksia tarjoavasta Muuttomaailma.fi:stä.

Kuluttajat haluavat myös yhä enemmän kilpailuttaa hankintojaan ja vertailla ja jakaa verkkopalveluissa kokemuksiaan eri palveluntarjoajista. Autotalli.com avasi vuonna 2017 uuden liikkuvuus-verkkopalvelun, jossa kuluttajat voivat kattavasti tutustua erilaisiin vaihtoehtoihin oman auton omistamiselle ja vertailla niiden kustannuksia ja toimintamalleja. Tammiukuussa 2018 Alma Markets vahvisti autoiluun liittyvien palveluidensa tarjontaa hankkimalla omistukseensa huoltojen kilpailutuspalvelu Autojerry.fi:n koko osakekannan sekä katsastuspalveluja vertailevan Katsastushinnat.fi:n.

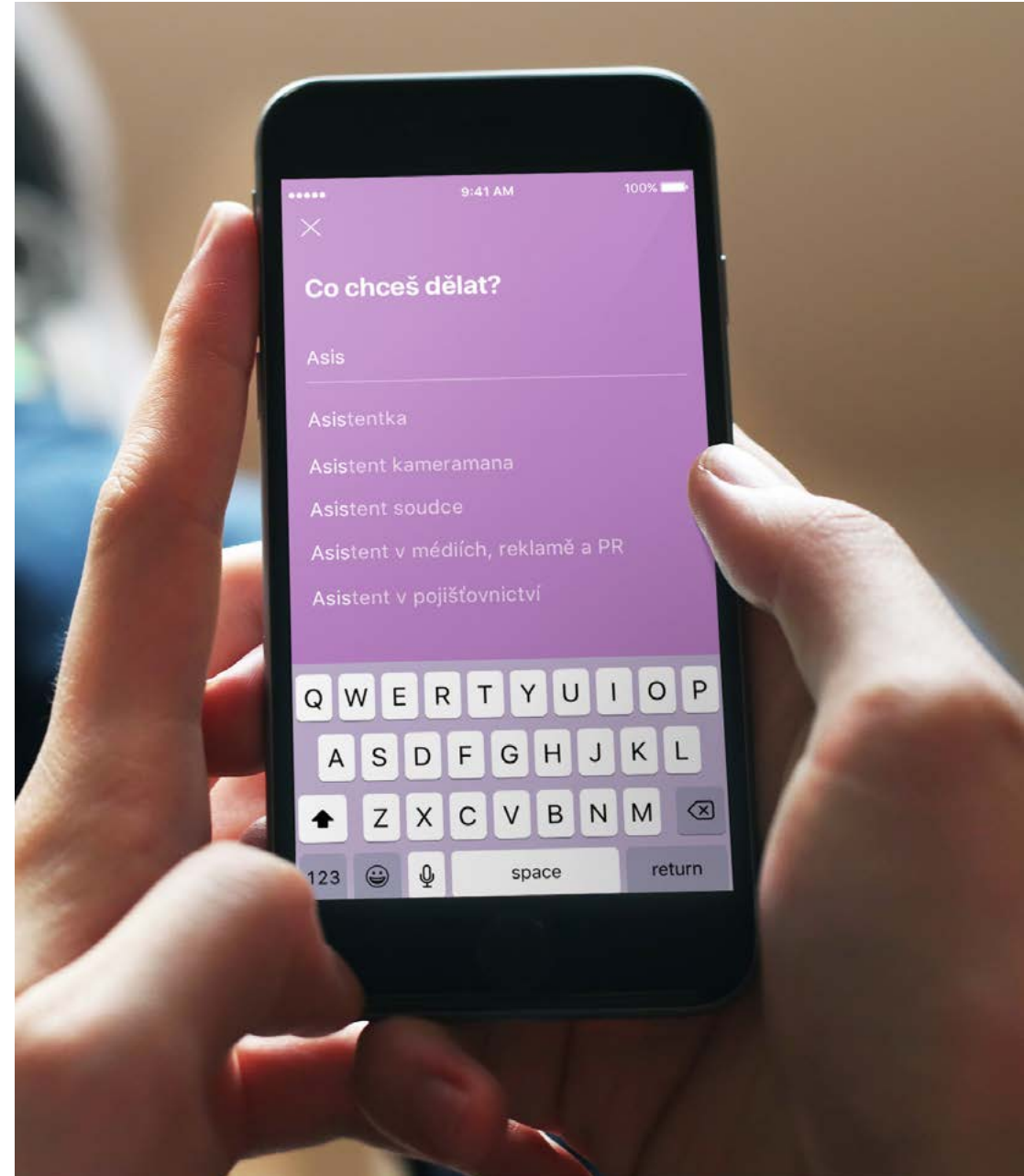
Markkinapaikkaliiketoiminnan tavoitteena on laajentaa asunnonvaihdamisesta yhä laajemmin asumiseen ja vastaavasti autoilusta liikkumisen palveluihin.

Toiminnan kulmakivet

- Aktiivinen tuotekehitys, jolla tavoitellaan parempaa käyttäjäkokemusta tai kokonaan uusia palveluita uusine ansaintalähteineen ja -malleineen.
- Henkilöstön ja toimintatapojen jatkuva kehittäminen erityisesti hyödyntämällä eri maissa kehitettyjä parhaita käytäntöjä.

LUE LISÄÄ

Lue lisää Alma Markets -liiketoimintasegmentin taloudellisesta tuloksesta Alma Median hallituksen toimintakertomuksesta ja tilinpäätöksestä.



Alma Talent

Vuosi 2017 oli Alma Median ja Talentumin fuusiossa syntyneen Alma Talentin ensimmäinen varsinainen toimintavuosi. Integraatioprojektin päättyessä alkuvuonna segmentissä siirryttiin normaaliin liiketoiminnan kehitysvaiheeseen digikehitystä painottaen. Segmentin vuoden tulos ylitti tavoitteet ja luvatut kustannussynergiat saavutettiin täysimääräisesti.

Alkuvuonna 2017 Alma Talentissa toteutettiin strategiatyö, jossa hahmoteltiin integraation tuloksena muodostuneen yksikön liiketoimintaportfolio, synergiat ja organisoituminen sekä johtaminen. Alma Talentin kohderyhmä on ainutlaatuinen; sen mediat ja palvelut koskettavat kahta miljoonaa vaikuttajaa Suomessa ja Ruotsissa. Alma Talentilla on jatkossa myös hyvä mahdollisuus nostaa sisältötuotteiden arvoa liittämällä digitilaukseen esimerkiksi digitaalista kirjasisältöä tai muita tietokantasivustoja.

Alma Talentin keskeisenä tavoitteena on ripeästi edetä kohti digitaalisia median ja palveluiden liiketoimintamalleja. Erityisesti sisältötuottoja halutaan kasvattaa ja liiketoimintasegmentin tavoitteena on, että kaikki Alma Talentin mediat sekä Suomessa että Ruotsissa ovat maksullisia myös digitaalisina vuonna 2020.

Ensimmäinen Alma Talentin uuden digistrategian mukainen kehityshanke oli tammikuussa 2017 lanseerattu Arvopaperin uudistunut verkkopalvelu.

Uudistuksen myötä osa sivuston artikkeleista muuttui maksullisiksi ja on vain tilaajien luettavissa. Myös Talouselämän sivusto uudistui vuoden aikana. Strategian mukaisesti sisällöt tuodaan helposti käytettäväksi eri kanaviin, jotta asiakas voi päättää, haluaako kuluttaa sisältöjä printissä vai digitaalisesti. Myös Kauppalehti otti sisältömyynnin tuotteistukseensa käyttöön vain tilaajille tarkoitetut Tähtijutut. Näiden kaikkien uudistusten tavoitteena on digitaalisten sisältötuotteiden kasvattaminen, jossa onnistuttiin 2017 suunnitelmien mukaisesti.

Vuoden 2017 digikehitykseen kuului myös KL Assistentti eli Kauppalehden chatbot, joka toimii Facebook Messengerissä. KL Assistentti tarjoilee Kauppalehden uutisia lukijan valitsemista aihepiireistä lukijan toivomaan aikaan ja toimittaa ne Messenger-applikaatioon tai Facebookin viesteihin. KL Assistentin tavoitteena on hakea kokemuksia uudesta tavasta lukea uutisia, mutta myös lisätä lukijoiden sitoutumista.

Kauppalehti Optio juhlisti 30-vuotista taivaltaan sisältö- ja ulkoasu-uudistuksen merkeissä.

Vuoden yrityshankintoihin kuului Mediuutisten hankinta kokonaisuudessaan Alman omistukseen. Mediuutiset on sitoutumaton terveysalan uutis- ja ajankohtaismedia lääkäreille, lääkealan ammattilaisille ja päättäjille, joka järjestää myös alan tapahtumia ja seminaareja. Aiemmin Alma Talentin omistusosuus Mediuutiset Oy:stä oli 50 %.

Alma Talent Pro:ssa satsattiin digitaalisiin tietosisältöihin ja syvennettiin yhteistyötä Alma Talentin muiden yksiköiden kanssa esimerkiksi tuotteiden ja palveluiden markkinoinnissa ja myynnissä. Erityisesti osallistujamaksullisten tapahtumien ja koulutusten liiketoiminta kehittyi vuonna 2017 hyvin: 500 tapahtumaan ja koulutukseen osallistui 6 500 ihmistä. Lisäksi Suomen suurimman business-kirjojen julkaisijan Alma Talent Pron verkkokauppa uudistui vuoden aikana. Koulutus- ja kirjaliiketoiminnassa hyväksi toimintamal-

Alma Talent nojaa vahvasti maksulliseen digitaaliseen sisältöön ja laatujournalismiin. Vuonna 2017 Arvopaperin ja Talouselämän verkkoversiot uudistuivat ja niiden sisältö laajeni. Samalla osa digitaalisesta sisällöstä muuttui maksulliseksi.



liksi havaittiin yhteistyö kirjailija-asiantuntijoiden kanssa myös Alma Talent Pron korkeatasoissa koulutusmoduuleissa.

Kauppalehti Tietopalveluissa panostus kiinteistötietopalveluihin ja niiden kehittämiseen tuotti tulosta. Kannattavuutta paransivat myös yksikössä vuonna 2017 aikana toteutetut kustannussäästötoimenpiteet.

Ruotsin medialiiketoiminnassa toteutettiin edeltävänä vuonna merkittäviä rakennejärjestelyjä. Tehdyillä toimilla tuloksen suunta on käännetty. Seuraavana on vuorossa uusien tuottojen hakeminen digitaalisella tuotekehityksellä.

Suoramarkkinointi Megan vuosi sujui normaaleissa ja vakaisissa merkeissä. Yhtiö toimii omana itsenäisenä yksikkönään ja sitä ei toiminnallisesti integroida Alma Talentiin.

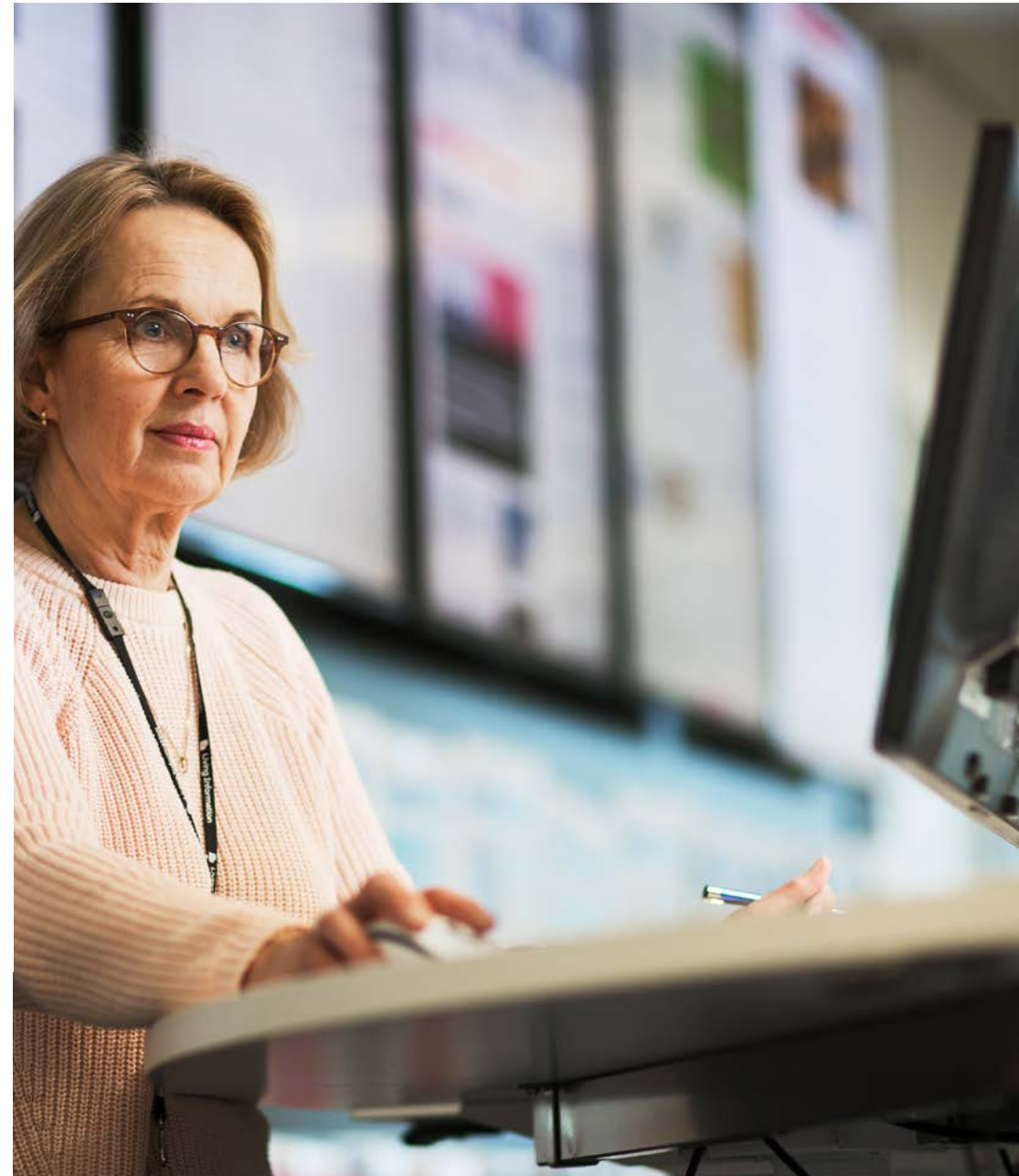
LUE
LISÄÄ

Lue lisää Alma Talent -liiketoimintasegmentin taloudellisesta tuloksesta Alma Median hallituksen toimintakertomuksesta ja tilinpäätöksestä.

Vuonna 2017 panostettiin kirja- ja koulutusliiketoiminnan sisältösynergiaan: kykyyn kaupallistaa oman alansa huippuasiantuntijoiden tuottamaa sisältöä koulutuksiksi ja kirjoiksi. Alma Talent Pro julkaisi vuoden 2017 kuluessa 134 paperista ja sähköistä kirjaa.

Toiminnan kulmakivet

- Alma Talentin tavoitteena on auttaa ammattilaiset seuraavalle tasolle.
- Tarjoamme laadukkaita sisältöjä ja palveluja, joiden avulla asiakkaat ja lukijat menestyvät työssä ja elämässä.
- Teemme työtämme parhaille ammattilaishakemistoille Suomessa ja Ruotsissa.



Alma News & Life

Digitaalinen mainonta jatkoi vahvaa kasvuaan Alma News & Lifessa vuonna 2017.

Alma News & Lifen -liiketoimintasegmentin strategia perustuu digitaalisen median kasvuun, mainosrahoitteisen digitaalisen median kassavirran vahvistumiseen ja palveluliiketoiminnan kasvuun. Valitut painopisteet näkyivät selkeästi Alma News & Lifen liiketoiminnan kehityksessä vuonna 2017. Digitaalinen liiketoiminta muodostaa jo noin puolet segmentin liikevaihdosta.

Suurimman osan Alma News & Lifen liikevaihdosta ja digitaalisesta mainonnasta muodostaa Iltalehti. Iltalehden suuri tavoitavuus ja eri kohderyhmien monipuolisuus yhdistettynä Alma Median viime vuosina tekemiin investointeihin mainonnan automaatioon ja mainonnan vaikuttavuuteen olivat segmentin kasvun takana vuonna 2017. Digitaalinen mainonta on kasvanut Alma News & Lifessä yleistä markkinakehitystä nopeammin. Mainonnan osalta hyviä tuloksia on saatu aikaan erityisesti ohjelmallisessa ostamisessa ja mobiilimarkkinoinnissa, esimerkiksi optimoiduissa rich media -toteutuksissa. Kasvua on tuonut myös sisältömarkkinointi. Yhä suurempi osuus myös sisältömarkkinoinnin tuotannoista tehtiin Alma Mediassa ja Alma News & Lifen lifestyle-mediassa. TV-mainonnan

yleinen lasku näkyi videomainonnan kasvuna, myös Iltalehdessä.

Iltalehden irtonumeromyynti, eli painetun lehden sisältötuotot, laski, mutta odotettua vähemmän. Iltalehden yhteydessä myytävien erikoislehtien tuotot olivat hienoisessa kasvussa.

Iltalehti on muokannut omaa uutisprofiiliaan ja uutisisältöjään perinteisestä iltapäivälehtijournalismista laadukkaamman erikois- ja ajankohtaistomituksellisen uutisoinnin suuntaan. Vuoden 2017 aikana uutistarjonnan kattavuutta etenkin ulkomaan uutisoinnissa ja kotimaan politiikassa kehitettiin. Iltalehti on myös panostustanut uutissovelluksiin, sillä ne ovat keskeinen väline luoda yleisöuskollisuutta sisältöjen kulutuksen siirtyessä yhä enemmän sosiaalisen median palveluihin. Iltalehden uutissovellukseen on tuotu muun muassa lisää kuvapainotteisuutta ja vuoden aikana julkaisuteknologiassa tehtiin myös merkittäviä uudistuksia, joiden odotetaan näkyvän parempana käyttökokemuksena ja toimintavarmuutena. Esimerkki vuoden aikana lanseeratusta applikaatiosta on Iltalehden sääsovellus.

Iltalehti jatkoi monikanavaista kehitystään uutisbrändinä. Vuoden 2017 alussa se aloitti radiouutisten toimittamisen Radio Nostalγιαlle ja Business FM:lle. Vuoden lopussa toiminta laajeni Radio Novaan ja Radio Iskelmään. Radio Nova on Suomen kuunnelluin kaupallinen radiokanava, jolla on 1,3 miljoonaa viikko-kuulijaa. Iskelmällä on runsaat 700 000 kuuntelijaa viikossa (Kansallinen Radiotutkimus, KRT).

IL-TV on myös vakiinnuttanut asemansa yhtenä Suomen suosituimmista netti-tv-kanavista sen viikkokäynnistysten ollessa 6 000 000. Vuonna 2017 Iltalehti aloitti myös ensimmäisen internetissä toimivan talk-shown Sensuroimattoman Päivärinnan, jonka vastaanotto on ollut hyvä. Toimittaja Susanne Päivärinnan viikoittaisen suoran IL-TV:n haastateluhjelman yleisömäärä on yltänyt parhaimmillaan 500 000 käynnistykseen ja osaltaan vauhdittanut Iltalehden videomainonnan kasvua. Sensuroimaton Päivärinta valittiin joulukuussa 2017 myös Televisioakatemian järjestämässä Kultainen Venla -kilpailussa finaaliin kolmen parhaan keskusteluohjelman joukkoon. Loppuvuodesta lisääntyivät myös suorat live-lähetykset IL-TV:ssä CNN:n ja Reutersin kanssa solmittujen

Mainonnan automaatio on hyödyttänyt suuren tavoitavuuden ja monipuolisen sisällön omaavaa Iltalehteä.

sopimusten ansiosta. Samaan aikaan älypuhelimella lähetetyt live-lähetykset saatiin käyntiin lupaavasti.

Uutismedian ohella Iltalehdestä on tullut vahva ja yhä tunnetumpi lifestyle-media. Terveysteen, muotiin, asumiseen, matkailuun ja autoihin keskittyvät sisällöt ovat löytäneet vaativan yleisönsä. Tästä kertoo myös se, että Iltalehden terveys-toimittaja Heljä Salonen valittiin Vuoden Tiedetoimittajaksi Suomessa.

Palveluliiketoimintaa hallitsivat vuonna 2017 investoinnit Matkapörssi-palvelun uuteen varausjärjestelmäteknologiaan. Uudistunut verkkokauppa mahdollistaa pakettien, lentojen ja hotellien ostamisen helposti verkosta käsin päätelaitteesta riippumatta. Myös lisäpalveluiden, kuten kuljetusten, istumapaikkojen ja matkavakuutusten, ostaminen onnistuu varauksen teon yhteydessä. Vaikka uudistus viivästyi johtuen teknisistä ongelmista, ylsivät matkailupalvelut Matkapörssi ja Rantapallo tyydyttävään tulokseen. Seuranhakupalvelu E-Kontakti kasvoi edelleen vanhemmissa ikäryhmissä säilyttäen hyvän kannattavuutensa. Markkinointiyhteistyö Alma Marketsin kuluttajapalvelujen kanssa syveni Suomessa. Yksikkö vahvisti henkilöstöään niin sisällöissä, markkinoinnissa kuin teknologiassakin.

LUE LISÄÄ

Lue lisää Alma News & Life -liiketoimintasegmentin taloudellista tuloksesta Alma Median hallituksen toimintakertomuksesta ja tilinpäätöksestä.

Iltalehti on noussut nopeasti suureksi ja ihmisille tärkeäksi lifestylemediaksi.

Toiminnan kulmakivet

- Monikanavainen uutis- ja lifestyle-media, jonka tavoittama suuri yleisö mahdollistaa vahvan aseman digitaalisena mainosvälineenä.
- Julkaisuprofiilin soveltuvien digitaalisten palvelujen aktiivinen kehittäminen.



Alma Regions

Vahva panostus palvelujen digitalisointiin ja myyntiin niin kuluttajille kuin yrityksillekin jatkui Alma Regionsissa vuonna 2017. Liiketoimintasegmentissä toteutettiin myös merkittäviä kannattavuutta parantavia toimenpiteitä.

Vaikka Alma Regionsin liikevaihdesta edelleen suurin osa tulee painetuista sanomalehdistä, digitalisaatio eteni Alma Median alue- ja paikallismedioissa usealla rintamalla vuonna 2017. Digi-tilausten kasvu on edennyt asetettujen tavoitteiden mukaisesti. Samaan aikaan maksullisen sisältöstrategian mukaisesti suurin osa printtitilaaajista on saatu aktiivisiksi digisisältöjen kuluttajiksi.

Painettujen lehtien levikkikehitys on ollut jopa ennakoitua parempi. Yhdessä tilaushintojen korotuksen kanssa Alma Regionsin sisältötuotot olivat vuonna 2017 huomattavasti edellisvuotta suuremmat.

Myös digitaalinen mainosmyynti kehittyi yleistä markkinakehitystä ripeämmin. Lisäksi Alma Regions on laajentanut toimintaansa oman luontaisen maantieteellisen alueensa ulkopuolelle. Yksikkö on palkannut viisi alueellista myyntipäällikköä eri puolille Suomea myymään Alma-verkostoa ja erityisesti alueellisesti kohdennettua mainontaa. Maksetulle sisällölle, eli sisältömarkkinoinnille, on luontevaa kysyntää, ja Alma Regions on vastannut tähän panostamalla sisältö-

markkinoinnin myyntiin ja tuotantoon niin Satakunnassa, Pirkanmaalla kuin Lapissakin.

Printtimainonnan lasku jatkui edelleen, mutta omalla digimyyynnillä, Alma Median verkoston myynnillä ja sisältömarkkinoinnin tuotoilla on kyetty osittain kompensoidaan printin mainosmyynnin laskua.

Alma Regionsin oma tuotekehitys sai vuoden aikana päätökseen Tekesin rahoittaman Reviiri-hankkeen, jonka pyrkimyksenä oli tutkia ja toteuttaa uudenlaista media-alustaa. Alma Regions muun muassa kokeili maantieteellisellä geokohdennuksella toteutettuja sisältöpalveluita. Hyvän pohjatyön ansiosta hanke sai jatkoa, kun Googlen Digital News Initiative Innovation Fund myönsi 300 000 euron tuen mobiilipalvelujen älynotifikaatioiden kehitykseen. Älynotifikaatioilla voidaan rakentaa yhä räätälöidympi ja merkityksellisempi käyttäjäkokemus. Niiden avulla voidaan tuoda kuluttajille muun muassa kiinnostusalueiden ja maantieteellisten alueiden mukaan kohdennettuja sisältöjä heille sopivimpana ajankohtana. Tuotekehityksessä aloitetaan vuonna 2018 toteutuva

mittava teknologinen uudistus, jossa kaikki yksikön digitaaliset palvelut uudistetaan.

Alma Manun lehtipaino kasvatti ulkoista liikevaihtoaan uusien asiakkaiden ansiosta. Painon prime time -ajan käyttöaste oli erittäin korkea vuonna 2017. Tuotekehityksen avulla on kyetty laajentamaan asiakaskuntaa myös perinteisen asiakaskunnan ulkopuolelle.

Alma Manun jakeluliiketoiminta on kannattavaa, ja lisää liikevaihtoa on saatu Jakeluyhtiö Suomen kautta. Alma Manun jakajat jakavat aamun lehtien kanssa yhtä aikaa myös kirjeitä ja aikakauslehtiä.

Kannattavuutta parantavia toimenpiteitä tehtiin kustannusliiketoiminnassa kaikilla alueilla Alma Regionsissa. Suurin yksittäinen muutos toteutettiin Lapissa, jossa luovuttiin Pohjolan Sanomat-brändistä kokonaan. Muutoksen jälkeen Lapin maakunnan alueella julkaistaan yhtä alueellista lehteä Lapin Kansana. Satakunnassa ja Pirkanmaalla toimintaa tehostettiin ja keskitettiin. Toimien seurauksena henkilöstövahvuus väheni 35 henkilötyövuodella.

Alma Regionsin tavoitteena on sisältöjen maksullisuus kaikissa kanavissa. Sisältöjen tilaukset ovat täystilauksia eli pitävät sisällään digi- ja printtitilauksen.

Henkilöstön kehittämisen painopiste oli edelleen johtamisen ja esimiestyön parantamisessa sekä digitalisaation edellyttämisen osaamisen kasvattamisessa ja monipuolistamisessa.

Aamulehden ulkoasu palkittiin Pohjoismaiden parhaana Society for News Design Scandinavian (SNDS) vuosittaisessa ulkoasukilpailussa. Palkinto on yksi maailman arvostetuimmista, ja se annettiin nyt ensimmäistä kertaa Suomeen. Lisäksi Aamulehti sai pohjoismaisesta kilpailusta neljä hopeamitalia ja yhden pronssin. Aamulehden ulkoasu sai myös neljä kunniamainintaa kansainvälisestä European Newspaper Awardista.

Alma-verkoston myyminen erityisesti alueellisesti kohdennettuna tuo Alma Regionsille merkittävän kilpailuedun. Alma-verkostossa mainostajan valittavina ovat kaikki Alman monipuoliset verkkopalvelut.

Aamulehden Lännen Mediassa työskennellyt politiikan toimittaja Lauri Nurmi sai Suomen Kuvalehden journalistipalkinnon perussuomalaisia koskevasta skruppistaan ja uutisoinnistaan. Sanomalehtien Liitto palkitsi keväällä 2017 Nurmen vuoden 2016 parhaan näkökulmakirjoituksen kirjoittajana Vuoden paras -kilpailussa. Nurmi työskentelee nykyään Aamulehden uutistoimituksessa politiikan toimittajana.

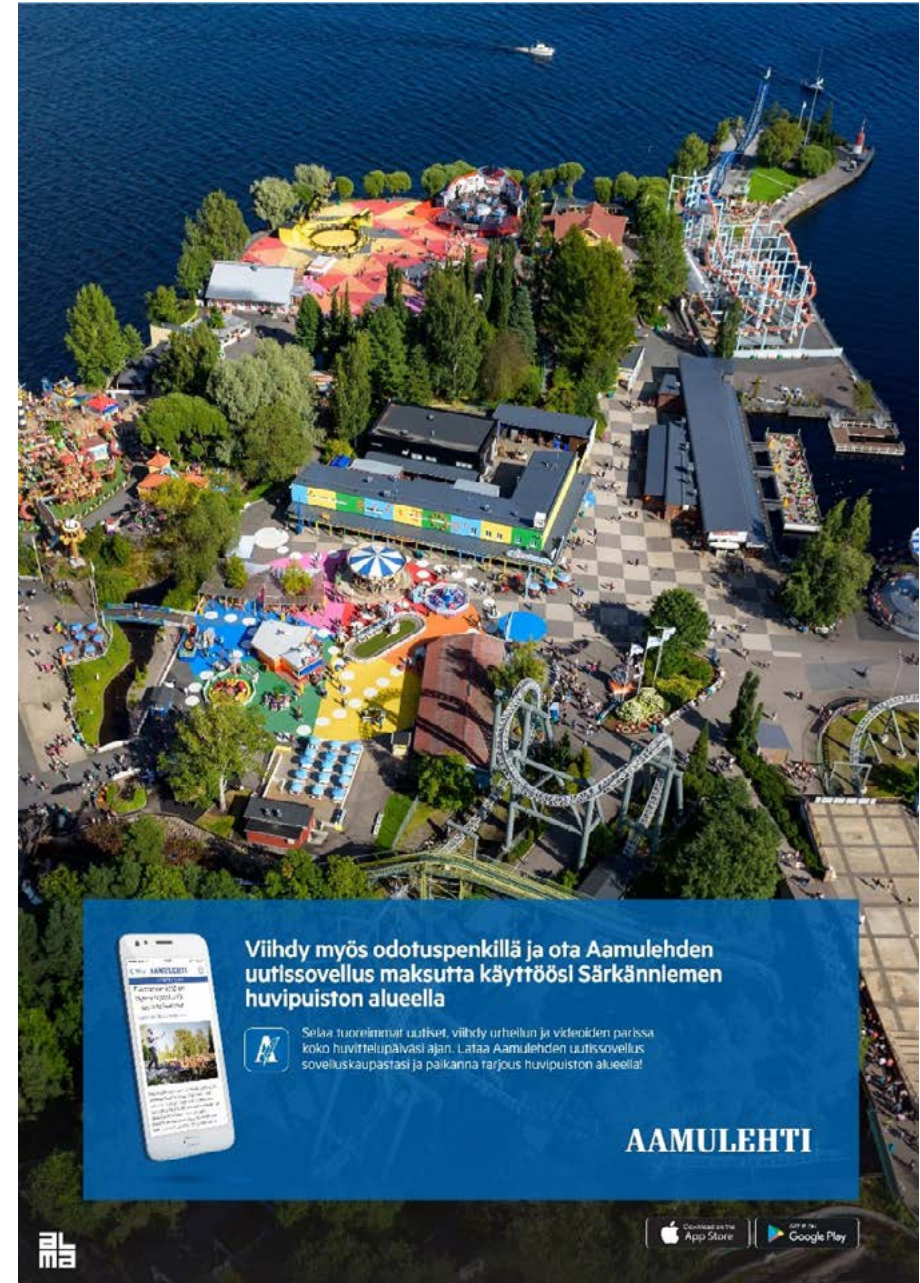
Regionsin kaupunkilehdet Uusi Rovaniemi ja Lounais-Lappi menestyivät erinomaisesti Sanomalehtien liiton kilpailussa. Uusi Rovaniemi oli parhaiden kaupunkilehtien kilpailussa kolmas, ja juttukilpailusarjassa toimittaja Greta Virranniemen juttu sijoittui hopealle. Kultaa samassa sarjassa vei Lounais-Lapin päätoimittaja Tiina Nousiainen koulukiusaamista käsittelevä juttu. Lisäksi Nokian Uutiset sijoittui sarjassaan kolmanneksi parhaaksi paikallislehdeksi.

Toiminnan kulmakivet

- Lehtiperheen vahva yhteistyö kaikissa toiminnoissa: sisällöntuotannossa, mainosmyynnissä, tukitoiminnoissa, tuotekehityksessä ja ylläpidossa.
- Kumppanuudet ja kustantajayhteistyö, kuten kustantajien yhteinen sisällöntuotantoyhtiö Lännen Media, jakeluyhtiöiden omistama Jakeluyhtiö Suomi ja valtakunnallinen lehtien omistama markkinointi- ja myyntiyhtiö Kärkimedia.
- Innostuneen ja motivoituneen henkilöstön osaaminen ja osaamisen jatkuva kehittäminen.

LUE LISÄÄ

Lue lisää Alma Regions -liiketoimintasegmentin taloudellisesta tuloksesta Alma Median hallituksen toimintakertomuksesta ja tilinpäätöksestä.



Viihdy myös odotuspenkillä ja ota Aamulehden uutissovellus maksutta käyttöösi Särkänniemen huvipuiston alueella

Selaa tuoreimmat uutiset, viihtely ja viikendien parissa koko huvittelupäiväsi ajan. Lataa Aamulehden uutissovellus sovellykskaupastasi ja paikanna tarjous huvipuiston alueella!

AAMULEHTI

📱 Download on the App Store | 📱 GET IT ON Google Play

YRITYSVASTUU

Vastuullinen Alma Media	31
Olennaisuus	32
Yritysvastuun johtaminen.....	33
Yritysvastuun johtamistavan kuvaus.....	34
Yhteiskuntavastuu	39
Vastuullinen journalismi.....	39
Yhteiskunnallinen vaikuttaminen	42
Vastuulliset tuotteet ja palvelut	45
Tietoturva ja tietosuojat.....	45
Vastuullinen markkinointi	47
Vastuullinen liiketoiminta.....	50
Liiketoiminnan läpinäkyvyys ja eettisyys.....	50
Toimitusketjun vastuullisuus	53
Liiketoiminnan ympäristövaikutukset	56
Vastuu työnantajana	59
Tasa-arvoinen ja monimuotoinen työyhteisö	59
Henkilöstön hyvinvoinnin ja osaamisen kehittäminen.....	62
Yritysvastuun laskenta- ja tiedonkeruuperiaatteet	66
Ympäristö- ja henkilöstölukuja vuonna 2017.....	67
GRI-indeksi	69
Global Compact -sisältöindeksi	73



Vastuullinen Alma Media

Vastuullisuus ymmärretään Alma Mediassa laajasti. Sillä tarkoitetaan paitsi Alma Median vastuuta toimintansa aiheuttamista sosiaalisista, taloudellisista ja ekologisista vaikutuksista myös mediayrityksille kuuluvaa vastuuta julkaisemiensa mediasisältöjen vaikutuksista yhteiskuntaan.

Alma Medialle vuonna 2016 määritellyn tarkoituksen (engl. purpose) mukaisesti yhtiön tehtävä on kiihdyttää yksilöiden, yritysten ja yhteiskunnan kestävää kasvua. Näin vastuullisuus nivoutuu saumattomasti osaksi Alma Median liiketoimintaa ja toimii ohjenuorana kaikelle toiminnan kehittämislle. Kaupallisen mediayhtiön on kannettava myös toimintansa sosiaalinen ja ekologinen vastuu.

Tarkoituksen (engl. purpose) ohella Alma Median toimintaa vastuullisena mediayhtiönä ohjaavat yhteiskuntaan vaikuttavat megatrendit niihin liittyvine riskeineen ja mahdollisuuksineen sekä yhtiön arvot ja vastuullisuusohjelma.

Yhtiön vastuullisuusohjelmassa on etsitty tapoja vaikuttaa alueellisella ja kansallisella tasolla haasteisiin, joista on muodostunut merkittäviä, globaaleja kestävä kehityksen haasteita. Apuna tässä työssä ovat toimineet YK:n vuonna 2015 julkistamat Kestävä kehityksen tavoitteet sekä niiden pohjalta laadittu Suomen kansallinen kestävä kehityksen toimintasuunnitelma. Alma Median vastuullisuusohjelman painopisteiksi

on valittu ne kestävä kehityksen osa-alueet, joihin yhtiö pystyy parhaiten omalla toiminnallaan vaikuttamaan. Niitä ovat: terveys ja hyvinvointi (YK:n kestävä kehityksen tavoite 3), hyvä koulutus (tavoite 4), ihmisarvoinen työ ja talouskasvu (tavoite 8) sekä rauha ja oikeudenmukaisuus (tavoite 16, liittyy median toimintaan yhteiskunnallisena instituutiona).

Nämä neljä tavoitetta nivoutuvat Alma Median yritys vastuun keskeisiksi osa-alueiksi määriteltyihin neljään teemaan: Yhteiskuntavastuuseen, Vastuullisiin tuotteisiin ja palveluihin, Vastuulliseen liiketoimintaan sekä Vastuuseen työnantajana. Yrityksenä Alma Media toimii tärkeänä taloudellisen toimeliaisuuden ja vireyden lähteenä suoraan yli 2 200 kokoaikaisen työntekijän työllistäjänä, sekä välillisesti palveluiden ja tuotteiden ostajana. Mediatilana Alma Media toimii moniarvoisen, demokraattisen ja tasa-arvoisen yhteiskunnan keskeisenä tukijalkana. Sen tehtävänä on edistää kansalaisten mahdollisuuksia osallistua yhteiskunnalliseen keskusteluun tarjoo-

malla laadukasta, olennaista ja tasapuolista tietoa ajankohtaista aiheista. Digitaalisten palveluidensa välityksellä Alma Media tukee yritysten liiketoimin-

nan kestävä kasvua ja tarjoaa yksilöille työkaluja henkilökohtaisen osaamisen kasvattamiseen sekä asumisen ja työelämän tarpeisiin.

Alma Median yritys vastuun on jaoteltu neljään teemaan: Yhteiskuntavastuuseen, Vastuullisiin tuotteisiin ja palveluihin, Vastuulliseen liiketoimintaan ja Vastuuseen työnantajana.

Teemat on esitelty seuraavan sivun olennaisuuskaaviossa, jossa on kuvattu, kuinka Alma Median yritys vastuun osa-alueet liittyvät niihin.

Alma Median neljä teemaa linkittyvät myös YK:n asettamiin Kestävä kehityksen tavoitteisiin, erityisesti näihin:



“Alma Median tarkoitus on kiihdyttää yritysten, yksilöiden ja yhteiskunnan kestävä kasvua. Vastuullisuus on erottamaton osa kaikkea, mitä teemme.”

Kai Telanne, toimitusjohtaja, Alma Media

Olennaisuus

Alma Media toteutti vuonna 2016 olennaisuusanalyysin arvioidakseen, mitkä yritys vastuun osa-alueet ovat sille olennaisimpia. Oman henkilöstön lisäksi olennaisuusarvion tekemiseen osallistui Alma Median muita sidosryhmiä, joiden näkemyksiä kerättiin kyselyllä. Kyselyyn vastasi yli kuusituhatta sidosryhmien edustajaa. Analyysin tuloksena Alma Media määritteli itselleen uudet yritys vastuun painopistealueet, joita työstiin edelleen vuonna 2017, kun Alma Media asetti kaikille yritys vastuun osa-alueille tavoitteet.

- Yhteiskunta-
vastuu
- Vastuulliset tuotteet
ja palvelut
- Vastuullinen
liiketoiminta
- Vastuu
työnantajana

	Olennaiset: taloudellisesti merkittäviä lyhyellä/ keskipitkällä aikavälillä	Strategiset: vaikuttavat merkittävästi kykyyn toteuttaa strategiaa keskipitkällä/pitkällä aikavälillä	Operatiiviset: merkityksellisiä muista syistä, mutta eivät olennaisia tai strategisia
Media- toimialalle uniikit asiat	<div style="display: flex; gap: 10px;"> <div style="background-color: #00AEEF; color: white; padding: 5px; text-align: center;">Vastuullinen journalismi</div> <div style="background-color: #800080; color: white; padding: 5px; text-align: center;">Vastuullinen markkinointi</div> </div>		
Asiat, joilla erityisiä seurauksia media- toimialalle	<div style="background-color: #800080; color: white; padding: 5px; text-align: center;">Tietoturva ja tietosuoja</div>	<div style="background-color: #00AEEF; color: white; padding: 5px; text-align: center;">Yhteiskunnallinen vaikuttaminen</div>	
Asiat, jotka yhteisiä kaikille toimialoille	<div style="display: flex; gap: 10px;"> <div style="background-color: #C080D0; color: white; padding: 5px; text-align: center;">Liiketoiminnan läpinäkyvyys ja eettisyys</div> <div style="background-color: #0056B3; color: white; padding: 5px; text-align: center;">Henkilöstön osaamisen ja hyvinvoinnin kehittäminen</div> </div>	<div style="display: flex; gap: 10px;"> <div style="background-color: #0056B3; color: white; padding: 5px; text-align: center;">Tasa-arvoinen ja monimuotoinen työyhteisö</div> <div style="background-color: #C080D0; color: white; padding: 5px; text-align: center;">Toimitusketjun vastuullisuus</div> </div>	<div style="background-color: #C080D0; color: white; padding: 5px; text-align: center;">Liiketoiminnan ympäristö- vaikutukset</div>



Yritysvastuun johtaminen

Vastuullisuus on tiivis osa Alma Median jokapäiväistä liiketoimintaa ja vaikuttaa kaikkiin päätöksiin.

Konsernin hallitus:

- ottaa tarvittaessa osaa yritysvastuun strategian kehittämiseen osana strategista suunnitteluaan.
- seuraa tilikaudesta 2017 lähtien säännöllisesti Alma Median vastuullisuusohjelman edistymistä, kun Alma Media julkaisee muun kuin taloudellisen tiedon selvityksensä.

Konsernin johtoryhmä:

- tekee yritysvastuuta koskevat strategiset linjaukset ja valvoo yritysvastuuohjelman toteutumista.
- vuonna 2017 johtoryhmä hyväksyi muun muassa yritysvastuun eri osa-alueille määritellyt tavoitteet sekä suuntaviivat Alma Median tulevalle yhteiskuntavastuuohjelmalle.

Alma Median viestintä- ja brändijohtaja:

- johtaa Alma Median vastuullisuusohjelman käytännön toteutusta apunaan

Alma Median yritysvastuupäällikkö ja konserniviestintä.

Yksiköiden johtoryhmät ja toimintojen johtajat:

- seuraavat yritysvastuun tavoitteiden toteutumista yksikkötasolla
- vastuualueet on kuvattu tarkemmin Yritysvastuun johtamistavan kuvaus-taulukossa sivuilla 34–38.

Keskeisimmät Alma Median yritysvastuun kehittämistä ohjaavat linjaukset ja periaatteet Alma Mediassa ovat konsernin yritysvastuuohjelman linjaukset, YK:n kestävän kehityksen tavoitteet ja YK:n Global Compact -aloitteen periaatteet, Alma Median Code of Conduct eli eettinen ohjeistus ja FIBS:in monimuotoisuusverkoston sitoumus. Alma Media on myös sitoutunut Pariisin ympäristösopimuksen tavoitteisiin.



Yritysvastuun johtamistavan kuvaus

Alma Media noudattaa tietojen raportoinnissa soveltuvin osin Global Reporting Initiative -järjestön laatimaa GRI-ohjeistoa. Poikkeuksena on vastuullisen journalismin osa-alue, koska Global Reporting Initiative ei ole vielä päivittänyt media-alaa koskevia näkökohtia ohjeiston mukaisiksi. Siksi Alma Media raportoi toistaiseksi vastuullisen journalismin kokonaisuudesta käyttäen GRI-ohjeistoa edeltänyttä GRI-G4-raportointiohjeistoa.



Yhteiskuntavastuu / Vastuullinen journalismi

GRI-näkökohdat	Ei-valtiollisista lähteistä saatu merkittävä rahoitus ja muu tuki: M1 Sisällön tuotanto: M2, M3 Sisällön jakaminen: M4 Poliittiset tuet: 415-1
Raportoinnin rajaukset	Raportointi kattaa kaikki Alma Median mediat.
Johtamis-tapa	Alma Median medioiden journalistisesta sisällöstä kantavat vastuun kunkin median päätoimittajat apunaan toimituksensa esimiehet. Alma Median eri mediat ja muut liiketoimintayksiköt ovat poliittisesti sitoutumattomia, mistä vastuun kantaa konsernin johto. Politiikat ja ohjeistukset: Alma Median eettinen ohjeistus, Journalistin ohjeet, toimitusten omat tyylikirjat ja ohjeistukset, lainsäädäntö.
Tavoitteet	Alma Median toimittajat ja toimitukset toimivat tiedonvälittäjän asemassaan kaikissa tilanteissa läpinäkyvästi ja vastuullisesti. Lukijat sitoutuvat Alma Median medioihin pitkäaikaisesti ja pitävät niitä lukijatutkimuksissa laadukkaina ja luotettavina.
Toimen-piteet	Alma Median toimitusten sisäisten käytäntöjen jatkuva kehittäminen ja arviointi sekä toimitusten henkilökunnan osaamisen kehittäminen (palautekäytännöt ja erilaiset valmennukset). Aktiivinen osallistuminen erilaisiin vastuullisen journalismin tapahtumiin ja elimiin sekä omien että media-alan käytäntöjen kehittämiseksi.
Palaute-kanavat	Alma Median julkaisemaan juttuun tyytymätön lukija voi antaa jutusta palautetta toimitukselle tai tehdä siitä oikaisupyynnön.



Yhteiskuntavastuu / Yhteiskunnallinen vaikuttaminen

GRI-näkökohdat	Mediataidot: M7
Raportoinnin rajaukset	M7: Raportoinnin piirissä kaikki Alma Median mediat.
Johtamis-tapa	Alma Median valtakunnallisen tason yhteiskuntahankkeita Suomessa koordinoi Alma Median konserniviestintä ja ulkomaisissa yksiköissä liiketoimintayksikön johto Alma Median tarkoitusta (engl. purpose) ja eettistä ohjeistusta noudattaen. Yhteiskuntavastuun alueellisia hankkeita Suomessa koordinoivat Alma Median liiketoimintayksiköt Alma Median tarkoitusta (engl. purpose) ja eettistä ohjeistusta noudattaen. Konserniviestintä toimii alueellisissa hankkeissa tarvittaessa avustavassa roolissa. Politiikat ja ohjeistukset: Alma Median eettinen ohjeistus, Alma Median yritysvaluuohjelma, sitoutuminen YK:n kestävä kehityksen tavoitteisiin (SDG) sekä YK:n Global Compact -aloitteeseen (UNCG), lainsäädäntö
Tavoitteet	Kansalaisten mediataitojen kehittäminen, ensisijaisena kohderyhmänä koululaiset ja nuoret. Alma Median tarkoituksen (engl. purpose) konkretisoiminen ja tekeminen näkyväksi Alma Median sidosryhmien keskuudessa.
Toimen-piteet	Alma Media toteuttaa vuosittain Suomessa vähintään yhden valtakunnallisen tason yhteiskunnallisen tai mediakasvatuksellisen hankkeen ja käynnistää vuonna 2018 kolmivuotisen kouluvierailuhankkeen. Yhteiskuntavastuuhankeista ja yritysvaluuun teemoista viestitään näkyvästi ja järjestelmällisesti eri viestintäkanavissa sekä asiakas- ja sidosryhmätilaisuuksissa.
Palaute-kanavat	Alma Median asiakkaat voivat kääntyä konsernin yhteiskuntahankkeisiin liittyvissä kysymyksissä Alma Median yritysvaluuupäällikön puoleen.

**Vastuulliset tuotteet ja palvelut / Tietoturva ja tietosuojaja**

GRI-näkökohdat	Asiakkaiden yksityisyydensuojaan tai asiakastietoihin liittyvät valitukset: 418-1
Raportoinnin rajaukset	Raportointi kattaa kaikki yksiköt.
Johtamis-tapa	Alma Median palveluiden määräystenmukaisuudesta tietoturvan ja tietosuojan osalta vastaa lakiasiajnohtaja. Palveluiden teknisestä kehittämisestä ja henkilöstön osaamisen kehittämisestä Alma Mediassa vastaavat tietoturvan ja -suojan osalta Chief Digital Officer ja Data Protection Officer yhdessä konsernin ICT-organisaation kanssa. Politiikat ja ohjeistukset: Alma Median oma tietosuojakäytäntö, EU:n tietosuojasääntely, Alma Median toimintamaiden kansallinen lainsäädäntö sekä itsesääntelyohjelmat, joihin Alma Media on sitoutunut.
Tavoitteet	Vaatimusten mukaiset palvelut ja järjestelmät. Vuositusten viranomaishuomautusten ja vakavien tietoturvarikkomusten määrä nolla.
Toimenpiteet	Oman henkilöstön tietosuoja- ja tietoturvaosaamisen varmistaminen sisäisten valmennusten avulla. Teknologiakehitys ja -hankinnat. Aktiivinen osallistuminen erilaisiin tietosuojaa ja tietoturvaa käsittelevien elinten toimintaan.
Palautekanavat	Alma Median asiakkaat voivat olla yhteydessä Alma Median tietosuoja-asioista vastaaviin henkilöihin konsernin tietosuojaosastossa julkaistun sähköpostiosoitteen välityksellä.

**Vastuulliset tuotteet ja palvelut / Vastuullinen markkinointi**

GRI-näkökohdat	Markkinointiviestintään liittyvät rikkomukset: 417-3
Raportoinnin rajaukset	Raportointi kattaa kaikki yksiköt.
Johtamis-tapa	Vastuullisten markkinointiviestintäkäytäntöjen kehittämisestä vastaa Alma Median mediamyynti- ja markkinointiorganisaatio. Digitaalisen markkinoinnin ohjelmistohankinnoissa mediamyyntiä avustaa Alma Median Digital Officer ja muu ICT-organisaatio. Politiikat ja ohjeistukset: IAB:n ohjeistukset, Kansainvälisen kauppakamarin markkinointisäännöt, Hyvää markkinointitapaa koskevat periaatteet, Euroopan-laajuinen itsesääntely kohdennetulle verkkomainonnalle (ns. OBA-itsesääntely), Alma Median mediamyynnin mainosasiakkaita koskevat myynti- ja sopimusehdot, lainsäädäntö.
Tavoitteet	Alma Media toimii vastuullisesti ja eettisesti nopeasti digitalisoituvalla markkinointiviestinnän kentällä. Alma Media käy aktiivista dialogia vastuullisten markkinointiviestintäkäytäntöjen levittämiseksi alan toimijoiden keskuudessa.
Toimenpiteet	Alma Median mediamyyntiorganisaatio kehittää pitkäjänteisesti digimainosten hallintaa ja valvontaa erilaisin teknologiahankinnoin sekä panostamalla oman henkilöstön ja kumppanien osaamisen kehittämiseen erityisesti digitaalisen mainonnan ja markkinoinnin saralla. Aktiivinen osallistuminen erilaisiin vastuullisen mainonnan ja markkinoinnin tapahtumiin ja elimiin sekä omien että markkinointiviestintäalan käytäntöjen kehittämiseksi.
Palautekanavat	Alma Median julkaisemaan mainokseen tyytymätön asiakas voi valittaa asiasta Alma Median mediamyyntiorganisaatiolle tai olla yhteydessä päätoimittajaan, jonka mediassa mainos on julkaistu.

**Vastuullinen liiketoiminta / Liiketoiminnan läpinäkyvyys ja eettisyys**

GRI-näkökohdat	Taloudellinen lisäarvo: 201-1 Avustukset valtiolta: 201-4 Korruptio ja kilpailun rajoittaminen: 205-3, 206-1 Lakien ja sääntöjen rikkomukset: 419-1
Raportoinnin rajaukset	Raportointi kattaa kaikki yksiköt.
Johtamis-tapa	Alma Median liiketoiminnan eettisyydestä ja läpinäkyvyydestä vastaa konsernin ylin johto. Politiikat ja ohjeistukset: Alma Median eettinen ohjeistus, Alma Median veropolitiikka (laadittu vuonna 2017), sitoutuminen YK:n kestävän kehityksen tavoitteisiin (SDG) ja YK:n Global Compact -aloitteeseen (UNCG), lainsäädäntö. Alma Media noudattaa EU:ssa sovellettavaksi hyväksytyjä tilinpäätösstandardeja (IFRS).
Tavoitteet	Alma Mediassa vallitsee nollatoleranssi korruption, lahjonnan ja muiden epäeettisten liiketoimintatapojen suhteen. Tavoitteena viranomais- huomautusten nollataso.
Toimen-piteet	Alma Media kehittää oman verojälkensä raportointia. Kaikki Alma Mediaan uusina työntekijöinä tulleet henkilöt suorittavat konsernin eettiseen ohjeeseen perehdyttävän sähköisen kurssin.
Palaute-kanavat	Alma Mediassa on käytössä ulkopuolisen kumppanin tarjoama, täysin suojattu Whistleblow-kanava, johon työntekijät voivat tehdä anonymisti ilmoituksen epäeettistä tai laitonta toimintaa koskevista epäilystään.

**Vastuullinen liiketoiminta / Toimitusketjun vastuullisuus**

GRI-näkökohdat	Toimitusketjun kuvaus: 102-9
Raportoinnin rajaukset	102-9: Toimitusketjun yksityiskohtainen kuvaus on ollut mahdollista tehdä ainoastaan Suomesta.
Johtamis-tapa	Vastuullisen hankintapolitiikan kehittamisestä ja konsernitasoisista hankinnoista Alma Mediassa vastaa hankintapalvelujen johtaja. Alma Median jakelu- ja painoyksikön Alma Manun hankintapolitiikan kehittamisestä vastaavat laatupäällikkö ja logistiikkapäällikkö. ICT-hankintojen vastuullisuuden kehittamisestä konsernitasolla vastaavat Alma Median Digital Officer ja tietohallintojohtaja. Politiikat ja ohjeistukset: Alma Median eettinen ohjeistus, Alma Median hankintapolitiikka (laadittu vuonna 2017), sitoutuminen YK:n kestävän kehityksen tavoitteisiin (SDG) sekä YK:n Global Compact -aloitteeseen (UNCG), lainsäädäntö.
Tavoitteet	Alihankkijat tutustuvat Alma Median yritysvastuun periaatteisiin ja eettiseen ohjeistukseen ja sitoutuvat noudattamaan lainsäädäntöä sekä Alma Median yritysvastuun periaatteita ja eettistä ohjeistusta soveltuvin osin. Kaikilla Alma Median avainalihankkijoilla on vuoteen 2025 mennessä omat pitkän aikavälin ilmastotavoitteet.
Toimen-piteet	Alma Media rohkaisee kaikkia avainalihankkijoitaan laatimaan itselleen pitkän aikavälin ilmastotavoitteet käymällä niiden kanssa vuotuista dialogia ilmastotoimista. Alma Median yritysvastuuperiaatteista kerrotaan alihankintasopimuksien sopimusliitteessä. Kaikki Alma Mediaan uusina työntekijöinä tulleet henkilöt suorittavat konsernin eettiseen ohjeeseen perehdyttävän sähköisen kurssin.
Palaute-kanavat	Alma Mediassa on käytössä ulkopuolisen kumppanin tarjoama, täysin suojattu Whistleblow-kanava, johon työntekijät voivat tehdä anonymisti ilmoituksen epäeettistä tai laitonta toimintaa koskevista epäilystään.

**Vastuullinen liiketoiminta / Liiketoiminnan ympäristövaikutukset**

GRI-näkökohdat	<p>Materiaalit: 301-1</p> <p>Energia: 302-1, 302-2, 302-4, 302-5</p> <p>Päästöt: 305-1, 305-2, 305-3, 305-5, 305-7</p> <p>Lainsäädännön rikkominen: 307-1</p> <p>Ympäristövaikutusten minimointi toimitusketjussa: 308-2</p>
Raportoinnin rajaukset	<p>301-1, 302-5: Raportoinnin piirissä vain Alma Median painotoiminta, joka on konsernin ainoa materiaali-intensiivinen toiminto.</p> <p>302-1, 302-4, 305-2, 305-5 (Scope 2 -päästöt): Joissakin pienissä kiinteistöissä, joista ei ole saatavilla sähkönkulutustietoja, kulutus on arvioitu toimistotilojen keskimääräisen huonekorkeuden ja keskimääräisen vuosittaisen sähkönkulutuksen avulla. Samaa laskukaavaa on sovellettu myös kiinteistöissä, joiden lattiapinta-alaa ei tiedetä.</p> <p>305-1, 305-5 (Scope 1-päästöt): Raportointi kattaa Alma Median Suomen ja tšekkiläisen LMC:n työsuhdeautot, jotka muodostavat noin 90 % Alma Median työsuhdeautoista.</p> <p>308-2: Dataa on ollut mahdollista kerätä ainoastaan Alma Median Suomen yksiköistä.</p>
Johtamistapa	<p>Alma Median kunkin liiketoimintayksikön johto vastaa ympäristöystävällisempien tuotteiden ja palveluiden kehittamisestä sekä kantaa omalta osaltaan vastuun siitä, että Alma Media saavuttaa itselleen asettamansa pitkän aikavälin ympäristötavoitteet.</p> <p>Politiikat ja ohjeistukset: Alma Median eettinen ohjeistus, sitoutuminen YK:n kestävä kehityksen tavoitteisiin (SDG) ja YK:n Global Compact -aloitteeseen (UNCG), lainsäädäntö.</p>

Tavoitteet	<p>Alma Median omasta toiminnasta aiheutuvat hiilidioksidipäästöt (ml. Scope 1 ja Scope 2 -päästöt) pienentyvät 21 % vuoteen 2025 mennessä (vertailuvuosi: 2016).</p> <p>Alma Media parantaa Suomen kiinteistöjensä energiatehokkuutta viisi prosenttia vuoteen 2020 mennessä.</p> <p>Alma Media siirtyy Suomen toiminnoissaan päästöttömään sähköenergiaan vuoteen 2020 mennessä.</p> <p>Alma Median painoyksikkö parantaa materiaalitehokkuuttaan vuosittain kaksi prosenttia vuoteen 2025 saakka.</p>
Toimenpiteet	<p>Alma Media parantaa Suomessa omistamiensa ja hallinnoimiensa kiinteistöjen energiatehokkuutta aktiivisella kiinteistönhoidolla ja energiatehokkuushankkeilla.</p> <p>Alma Median painoyksikkö vähentää hävikkipaperin määrää kehittämällä omia työprosessejaan ja tekemällä säännöllisiä materiaalitestejä.</p> <p>Alma Media luopuu Suomessa uusiutumattoman sähköenergian käytöstä vuoteen 2020 mennessä.</p>
Palautekanavat	<p>Alma Median asiakkaat voivat olla paino- ja jakelutoiminnan ympäristövaikutuksiin liittyvissä asioissa yhteydessä Alma Manun laatu- ja ympäristöyksiköihin (painotoiminta) tai logistiikkapäällikköön (kuljetukset) Alma Manun verkkosivuilla julkaistun asiakaspalvelun sähköpostiosoitteen välityksellä.</p> <p>Alma Median hallinnassa tai omistuksessa olevien kiinteistöjen ympäristövaikutuksiin liittyvissä tiedusteluissa yhteyshenkilönä toimii Alma Median tilahallintopäällikkö.</p>

**Vastuu työnantajana / Henkilöstön osaamisen ja hyvinvoinnin kehittäminen**

GRI-näkökohdat	Työllistäminen: 401-1, 102-8 Työterveys ja -turvallisuus: 403-2, 403-3 Osaamisen kehittäminen: 404-2, 404-3
Raportoinnin rajaukset	404-3: Data on ollut mahdollista kerätä ainoastaan Suomesta.
Johtamis-tapa	Alma Median henkilöstöhallinto määrittelee ja ohjaa prosesseja sekä toimintoja, jotka liittyvät henkilöstön osaamisen ja esimiestyön kehittämiseen, palkkaukseen, etuihin sekä henkilöstöraportointiin. Politiikat ja ohjeistukset: Alma Median eettinen ohjeistus, Alma Median tasa-arvo- ja yhdenvertaisuusperiaatteet sekä tasa-arvo- ja monimuotoisuussuunnitelmat yksikkötasolla, Alma Median valmennuspolitiikka, Alma Median palkitsemispolitiikka, Alma Median hallituksen monimuotoisuuspolitiikka, lainsäädäntö.
Tavoitteet	Henkilöstön osaamisen jatkuva kehittäminen vastauksena digitalisoitumisen tuomiin henkilöstöhaasteisiin. Esimies- ja johtamistyön pitkäjänteinen kehittäminen. Jakajien työtapaturmien vähentäminen Alma Median jakelussa.
Toimenpiteet	Alma Media kehittää esimies- ja johtamistyötä mm. valmennuksin sekä parantamalla esimiesten arviointi- ja palautekäytäntöjä ja heidän käytössään olevia johtamisen työkaluja. Alma Media kehittää työntekijöille suunnattuja valmennuksia päämääränään tehdä niistä entistä ketterämmin toteutettavia ja tarvelähtöisiä. Työntekijöiden osaamisen kehittämiseksi laaditaan vuotuiset tavoitteet one-to-one -keskusteluissa.
Palautekanavat	Ensisijaiset kanavat: esimiesten ja alaisten väliset säännölliset one-to-one -keskustelut, tiimipalaverit, henkilöstökyselyt. Ristiriitatilanteissa työntekijä voi ottaa ensiksi yhteyttä HR:ään, työsuojeluvaltuutettuun tai luottamusmieheen, jonka jälkeen mukaan saatetaan ottaa tapauskohtaisesti muita tarpeellisia tahoja (esim. työterveyshuolto, ammattiliitot).

**Vastuu työnantajana / Tasa-arvoinen ja monimuotoinen työyhteisö**

GRI-näkökohdat	Hallinnon ja henkilöstön monimuotoisuus: 405-1 Syrjinnän kieltö: 406-1
Raportoinnin rajaukset	Raportointi kattaa kaikki yksiköt.
Johtamis-tapa	Henkilöstöpolitiikan syrjimättömyydestä ovat vastuussa yksiköiden rekrytoinneista vastaavat esimiehet sekä Alma Median henkilöstöhallinto. Politiikat ja ohjeistukset: Alma Median tasa-arvo- ja yhdenvertaisuusperiaatteet sekä tasa-arvo- ja monimuotoisuussuunnitelmat yksikkötasolla, Alma Median eettiset ohjeet, sitoutuminen YK:n kestävän kehityksen tavoitteisiin (SDG) ja YK:n Global Compact -aloitteeseen (UNCG), sitoumus FIBS ry:n monimuotoisuusverkostossa, lainsäädäntö.
Tavoitteet	Kaikkia Alma Median työntekijöitä kohdellaan tasa-arvoisesti ja yhdenvertaisesti. Työntekijät Alma Mediaan valitaan kykyjen ja soveltuvuuden perusteella, riippumatta sukupuolesta, iästä, uskonnosta, kansallisuudesta, seksuaalisesta suuntautumisesta tai mahdollisesta työrajoitteesta. Työnantajielikuvan määrätietoinen kehittäminen, osaajatarpeiden onnistunut ennakointi ja täyttäminen.
Toimenpiteet	Alma Median yksiköt laativat kahden vuoden välein tasa-arvo-, monimuotoisuus- ja yhdenvertaisuussuunnitelmat, joihin sisältyvien tavoitteiden toteutumista seurataan. Työnantajakuvan rakennusta tehostetaan mallintamalla Alma Median työnantajalupaus. Osaajien rekrytointi: trainee-ohjelmat, oppilaitosyhteistyö, some-kanavien tehokkaampi hyödyntäminen
Palautekanavat	Ensisijaiset kanavat: esimiesten ja alaisten väliset säännölliset one-to-one -keskustelut, tiimipalaverit, henkilöstökyselyt. Ristiriitatilanteissa työntekijä voi ottaa ensiksi yhteyttä HR:ään, työsuojeluvaltuutettuun tai luottamusmieheen, jonka jälkeen mukaan saatetaan ottaa tapauskohtaisesti muita tarpeellisia tahoja (esim. työterveyshuolto, ammattiliitot).

Vastuullinen journalismi

Alma Median toimitukset ovat sitoutuneet noudattamaan toiminnassaan lainsäädäntöä ja alan itsesääntelyä.

Suomessa rajat vastuullisesti toimivien mediatalojen toiminnalle luovat Journalistin ohjeet ja sanan- ja ilmaisunvapautta sekä median toimintaa määrittävä lainsäädäntö. Journalistin ohjeet ovat media-alan itsesääntelyelimen Julkisen sanan neuvoston (JSN) laatima ohjeistus, joka asettaa medioille monilta osin tiukempia vaatimuksia kuin laki. Sääntelyn tavoitteena on luoda yhtenäiset käytännöt vastuullisen journalismin harjoittamiselle. Journalistin ohjeissa medioita ohjeistetaan muun muassa vastuullisesta lainaamiskäytännöstä, haastateltavien oikeuksista ja virheiden korjaamisesta sekä vaaditaan erottamaan mainos- ja uutisisällöt toisistaan.

Varmistaakseen toimintansa läpinäkyvyyden ja eettisyyden vastuullisesti toimivat suomalaiset mediatalot ovat myös myöntäneet Julkisen sanan neuvostolle oikeuden valvoa toimintaansa. JSN kokoontuu puheenjohtajansa johdolla 10–11 kertaa vuodessa käsittelemään suomalaisten medioiden toiminnasta tehtyjä kanteluja. Jos tiedotusväline on neuvoston mielestä rikkonut hyvää journalistista tapaa, sille annetaan huo-

mautus tai vakavammista rikkomuksista vakava huomautus. JNS:n päätöksillä on tärkeä rooli, sillä ne toimivat media-alalla usein ennakkotapauksina, jotka linjaavat toimituskäytäntöjä digitalisoitumisen seurauksena nopeasti muuttuvalla sisällöntuotannon kentällä.

Myös Alma Median toimitukset seuraavat JSN:n päätöksiä tarkasti ja pitävät niitä eräänä keinonaan kehittää toimintansa vastuullisuutta. JSN:n päätösten ohella päätoimittajat ja toimitusten esimiehet käyttävät toimituskäytäntöjen kehittämisessä aineistonaan muun muassa toimituksen julkaisemista jutuista tullutta lukijapalautetta ja lukijatutkimusten tuloksia sekä seuraavat median toiminnasta käytyä julkista keskustelua. Toimitusten sisältöpalavereissa, joita Alma Median toimitukset pitävät suunnitelluissa päivittäisistä työtyöissä, käydään aina läpi juttujen saamaa palautetta. Monissa toimituksissa sisäiseen palautuskäytäntöön kuuluu myös, että esimiehet antavat toimituksen päivittäisestä työstä alaisilleen säännöllisesti kirjallista palautetta sekä pitävät alaisilleen





journalismin kehittämiseen tähtäviä työpajoja. Alma Median toimituksilla on myös omat tyylikirjat, joihin on koottu kattavasti median brändiin sekä vastuulliseen journalismiin liittyviä linjauksia. Tämän lisäksi toimituksilla on erillisiä ohjeistuksia, jotka liittyvät esimerkiksi faktojen tarkistukseen tai sosiaalisen median käyttöön.

Vastuullinen media taistelee laatujournalismin puolesta

Jokapäiväiseen toimitustyöhön liittyvän vastuullisuustyön ohella Alma Median mediat etsivät koko ajan tapoja kehittää vastuullista journalismia yhteisten hankkeiden kautta. Yhtenä ensimmäisistä vale uutisten vastaiseen työhön liittyvistä yhteisistä askeleistaan Alma Median toimitukset asettivat vuonna 2017 kaksi tavoitetta, joiden päämääränä on kehittää vastuullisen journalismin käytäntöjä Alma Median toimituksissa.

Ensimmäisen tavoitteen mukaan Alma Median toimitusten saamien Julkisen sanan neuvoston langettavien päätösten yhteenlasketun osuuden tulee jäädä enintään 20 prosenttiin vuosittain annetuista langettavista päätöksistä. Tavoitetta voidaan tarkistaa, mikäli Alma Median medioiden yhteenlaskettu kokonaistavoittavuus viikkotasolla muuttuu merkittävästi nykyisestä noin 74 prosentista (15–74-vuotiaat suomalaiset).

Toisen tavoitteen mukaan Alman suuret mediat asettavat mediakohtaiset tavoitteet sisällön laadukkuudelle ja luotet-

tavuudelle vuoteen 2019 mennessä ja seuraavat edistymistään säännöllisin lukijatutkimuksin. Yksi keskeisimmistä vastuullisen journalismin kehittämishankkeista Alma Median toimituksissa tuleekin vuonna 2018 olemaan säännöllisten lukijatutkimusten ulottaminen niihin suuriin medioihin, joilla sellaista ei vielä ole käytössään. Samassa yhteydessä käydään läpi jo saatuja oppeja Iltalehden ja Alma Median aluemedioiden vuonna 2017 käyttöön ottamista lukijamielikuvatutkimuksista ja pohditaan, miten mitauksia ja niiden hyödyntämistä voidaan kehittää.

Vastuullisuuden kehittämisen painopisteet vuonna 2018

Lukijamielikuvatutkimuksia koskevan hankkeen lisäksi Alma Median mediat ovat päättäneet käynnistää vuoden 2018 kuluessa yhteisen toimenpideohjelman, jonka tavoitteena on etsiä keinoja minimoida journalistisessa työssä väistämättä toisinaan tapahtuvia virheitä ja yhä näistä virheiden oikaisukäytäntöjä eri toimituksissa. Samanaikaisesti käynnistyy laaja sisäinen valmennushanke, jonka tavoitteena on antaa toimittajille välineitä tuottaa entistä laadukkaampaa sisältöä eri kanaviin.

Vahvistaakseen lukijoidensa ja muiden sidosryhmiensä luottamusta mediaan institutionaalisesti Alma Median toimitukset pyrkivät jatkossa myös aktiivisemmin avaamaan toimitusprosessejaan alan ulkopuolisille. Vuonna 2018 käynnistyi-

Vahvan toimituskulttuurin luominen edellyttää toimituksen johdolta aktiivista työhönohjausta, palautteen antoa päivittäisessä toimitustyössä sekä käytäntöjen tarkistamista nousseiden kehitystarpeiden mukaisesti. Vuoden 2017 aikana:

- Lapin Kansa, Satakunnan Kansa, Aamulehti ja Iltalehti käynnistivät säännölliset lukijakyselyt, joissa seurataan lukijoiden mielikuvia niiden luotettavuudesta ja uskottavuudesta.
- Aamulehti päivitti sisäistä ohjeistustaan journalistien sidonnaisuuksista.
- Iltalehti käynnisti hankkeen luotettavan kommentointialustan aikaansaamiseksi. Nykyinen sisältökommentointi perustuu useassa mediassa sosiaalisen media alustoihin, jotka eivät ole kyenneet tarttumaan alustoilla tapahtuviin väärinkäytöksiin. Iltalehdessä käynnistettiin myös otsikoinnin tarkkuuteen keskittyvä laatuprojekti.
- Alma Median talousmedioissa pidettiin lokakuussa laaja, yhteinen seminaari, jossa terävöitettiin toimituskäytäntöjä yhdessä käsiteltyjen juttuesimerkkien avulla ja kuultiin näkemyksiä myös ulkopuolisilta asiantuntijoilta.
- Alma Median suurimmat mediat perustivat vuoden lopussa määräaikaisen faktantarkistustoimituksen, jonka tehtävänä oli tarkistaa Suomen presidentinvaaleissa ehdokkaiksi asettuneiden henkilöiden esittämien väittämien todenperäisyyttä. Työtapaa tullaan hyödyntämään tulevaisuudessa muissa yhteyksissä.

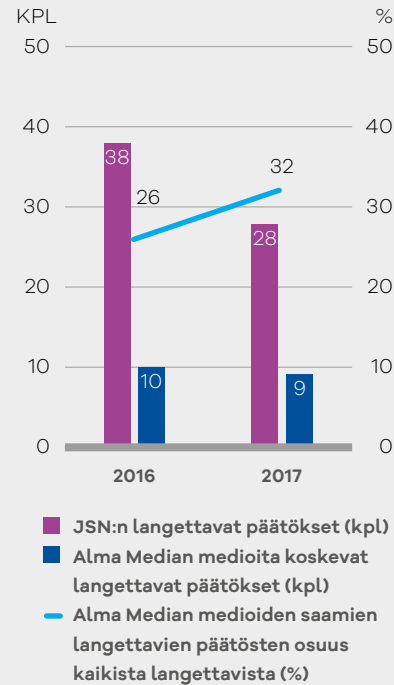
”Päätoimittajan ja hänen alaisuudessaan toimivien uutispäälliköiden vastuulla on luoda toimitukseen vahva toimituskulttuuri ja huolehtia siitä, että kaikki toimituksessa ymmärtävät oman ammatillisen vastuunsa ja toimivat sen mukaisesti.”

Arno Aho Nieminen,
vastaava päätoimittaja,
Alma Talent



vässä kolmivuotisessa hankkeessa vapaaehtoiset almalaiset vierailevat kouluissa kertomassa Alma Median toimitusten käytännöistä sekä uutisten ja valeutisten eroista (ks. s. 43). Sen lisäksi Alma Median toimitukset kokeilevat erilaisia tapoja kertoa juttujen tekoprosessistaan. Yksi esimerkki tästä on vuoden 2017 lopulla käynnistetyn Alma Median faktantarkistustoimituksen tapa kertoa julkaisemiensa juttujen yhteydessä aiempaa yksityiskohtaisemmin, minkälaisen journalistisen prosessin tuloksena faktatoimituksen jutut syntyvät. Vastaavia kokeiluja tullaan jatkamaan vuoden 2018 kuluessa, ja Aamulehdessä on jo päätetty, että lehden toimitus alkaa avata verkkopalvelussaan julkaisemiensa, merkittäviksi katsottujen juttujen toimitusprosessia. Lehden uusi käytäntö tulee voimaan vuoden 2018 kuluessa.

Julkisen sanan neuvoston langettavat päätökset 2016–2017



Alma Median mediat eivät saavuttaneet ensimmäisenä vuonna Julkisen sanan neuvoston (JSN) langettavia päätöksiä koskevaa tavoitettaan, sillä niiden saamien langettavien päätösten osuus kaikista Julkisen sanan neuvoston vuonna 2017 antamista langettavista päätöksistä oli 32 prosenttia. Yhteensä JSN teki vuoden 2017 aikana 28 langettavaa päätöstä, joista yhdeksän kohdistui Alma Median medioihin.

Suuri osa Alma Median medioihin kohdistuneista langettavista päätöksistä koski jutussa ollutta piilomainontaa. Piilomainontaan liittyvät Julkisen sanan neuvoston antamat langettavat päätökset ovat lisääntyneet viime vuosina koko toimialalla, koska nopeasti kasvava sisältömarkkinoinnin kenttä kehittyi jatkuvasti. Langettavia päätöksiä on tullut, koska toimitusten toimintatavat eivät ole täysin vakiintuneet sisältömarkkinoinnin osalta eikä toimitusten käytössä oleva julkaisutekniikka ole aina mahdollistanut riittävän huolellista mainosten merkintää.

Tämän ohella Alma Median mediat saivat vuonna 2017 useampia langettavia päätöksiä myös virheelliseen tiedonvälitykseen liittyen, jolloin kyse oli esimerkiksi puutteellisesta lähdekritiikistä tai faktantarkistuksesta.

Miksi vastuullinen journalismi on tärkeää yhteiskunnalle?

Perinteisen median on kyettävä tarjoamaan vahva vastavoima disinformaatiolle ja sisältösekaannukselle. Valeutisten on osoitettu lisänneen niitä seuraavien ihmisten yhteiskunnallista turhautuneisuutta ja osattomuuden tunnetta sekä vaikuttaneen ihmisten äänestyskäyttäytymiseen vaaleissa.

Miksi vastuullinen journalismi on tärkeää Alma Medialle?

Alma Median medioiden tehtävänä on kestävä yhteiskunnallisen kehityksen rakentaminen sekä sananvapauden ja demokratian puolustaminen.

Kaupallisena mediana myös Alma Median liiketoimintamalli rakentuu luottamukselle, jota lukijat, mainostajat ja muut sidosryhmät tuntevat sen sisältöjä kohtaan. Luottamuksen rapautuminen merkitsisi liiketoiminnan rapautumista.

Tavoite

Moniarvoiset, tasapuoliset ja laadukkaat sisällöt sekä vastuullinen, läpinäkyvä journalistinen prosessi.

Alma Median sidosryhmien luottamuksen ylläpitäminen.

Edistyminen vuonna 2017

Säännöllisten lukijamielikuivatkimusten käynnistyminen Alma Median aluemedioissa ja Iltalehdessä.

Toimenpiteet vuonna 2018

Lukijamielikuivatkimusten ulottaminen Alma Median kaikkiin suuriin medioihin ja niihin liittyvien vastuullisuustavoitteiden asettaminen, kokeilut, joilla pyritään tekemään toimituskäytäntöjä läpinäkyvimiksi.

Yhteiskunnallinen vaikuttaminen

Vastuullisesti toimivan modernin yrityksen tulee tuottaa yhteiskunnallista lisäarvoa ja toimia oman yhteisönsä aktiivisena jäsenenä.

Yhteiskuntavastuuta toteutetaan Alma Mediassa järjestämällä vuosittain paikallisia, alueellisia ja valtakunnallisia kampanjoita, hankkeita ja tapahtumia, jotka edistävät alueen elinvoimaisuutta, taloudellista toimeliaisuutta ja yhteisön vireyttä.

Esimerkiksi Alma Median aluemediat tukevat alueillaan junioriurheilua ja kulttuuria ja ovat mukana alueensa yrittäjäverkoston toiminnassa. Ne järjestävät yrityksiä, kansalaisia ja erilaisia yhteiskunnallisia tahoja yhteen liittäviä keskustelutilaisuuksia, joilla edistetään tietoisuutta ja vaikutusmahdollisuuksia yhteiskunnallisissa ja alueellisesti keskeisissä kysymyksissä. Digitaalisia palveluja itäisessä Keski-Euroopassa tuottavilla Alma Median yksiköillä on taloudellisen ja yhteiskunnallisen eri-arvoistumisen ehkäisemiseen tähtääviä jatkuvia sosiaalisia hankkeita. Kauppa-lehti edistää yrittäjyyttä, yritysten kasvua, työllisyyttä ja arvostusta. Se

pureutuu kasvuyrittäjyyden edellytyksiin ja menestystekijöihin muun muassa järjestämällä vuosittain valtakunnallisen Kasvajät-kiertueen ja Menestyjät-hankkeen. Alma Median talousmediat, Kauppalehti ja Talouselämä, kannustavat myös suomalaista naisjohtajuutta edistämällä naisjohtajien arvostusta vuosittaisella Päätäjänaiset -hankkeella ja luomalla verkostoitumismahdollisuuksia naisjohtajille.

Yhteiskunnallisten hankkeiden ohella Alma Median mediat tekevät jatkuvaa mediakasvatustyötä muun muassa osallistumalla Sanomalehtiweek tempauksiin, kutsumalla koululuokkia vierailuille toimituksiinsa sekä lähettämällä toimittajiaan kouluvierailuille kertomaan työstään. Aamulehti toimii Pirkanmaan Yrityskylän kumppanina, joten alueen kuudesluokkalaisten pääsevät tutustumaan Aamulehden toimituksen työhön vieraillessaan yrityskylässä.





Yhteiskunnalliselle vaikuttamiselle tavoitteet

Alma Median yhteiskunnalliselle toiminnalle asetettiin vuonna 2017 omat yritys vastuutavoitteet. Ensimmäisen tavoitteen mukaan Alma Median tulee vuodesta 2018 lähtien toteuttaa Suomessa vuosittain vähintään yksi valtakunnallisen tason yhteiskunnallinen tai mediakasvatuksellinen hanke.

Valtakunnallisen tason yhteiskunnallisia ja mediakasvatuksellisia hankkeita johdetaan Alma Mediassa konsernin viestinnästä. Sen vuoksi toinen tavoite kohdistuu konserniviestintään. Tavoitteena on, että konserniviestintä käyttää vuosittain yhteiskunnallisten ja mediataitohankkeiden suunnitteluun ja koordinointiin vähintään 300 henkilötyötuntia. Kolmas tavoite liittyy Alma Median tekemään mediakasvatustyöhön. Sen mukaan Alma Median työntekijät tekevät vuosina 2018–2020 Suomessa vähintään 150 kouluvierailua.

Yhteiset tavoitteet luovat pohjaa Alma Median yksiköiden keskinäiselle yhteistyölle yhteiskunnallisten ja mediataitohankkeiden vaikuttavuuden lisäämiseksi. Pyrkimyksenä on, että Alma Median yksiköt käyttävät resurssiaan aiempaa kohdennetummin yhteiskuntavastuuohjelman teemojen mukaisesti ja jakavat keskenään parhaimpia käytäntöjä.

Vastuullisuuden kehittämisen painopisteet vuonna 2018

Vuonna 2018 Alma Median pyrkimyksenä on parantaa yhteiskunnallisten ja mediataitohankkeiden vaikuttavuutta ja näkyvyyttä. Tavoite edellyttää entistä tiiviimpää yhteistyötä Alma Median yksiköiden välillä, sisäisen ja ulkoisen viestinnän lisäämistä sekä Alma Median tärkeimpien yhteiskunnallisten kumppanien sitouttamista vastuullisuuteen liittyvään yhteistyöhön.

Uusien toimintatapojen kokeilu käynnistyi vuoden 2018 helmikuussa Suomessa aloitetulla kolmivuotisella kouluvierailuhankkeella. Hankkeen tavoitteena on rohkaista mahdollisimman monet almalaiset kouluvierailuille kertomaan vastuullisen median toiminnasta ja roolista yhteiskunnassa ja valistaa nuoria siitä, kuinka todelliset uutiset eroavat vale uutisista. Alma Median toimitusten työntekijät ovat käyneet kouluvierailuilla aiemminkin, mutta kouluvierailuille lähtevien almalaisien käyttöön on ensimmäistä kertaa laadittu yhteinen, Alma-tasoinen materiaali.

Kouluvierailuhankkeessa tiiviiseen yhteistyöhön on myös sitoutettu Alma Median pitkäaikainen kumppani Lasten ja nuorten säätiö (LNS). Hankkeessa hyödynnetään LNS:n asiantuntemusta ja kontakteja yläkouluihin sekä ammatilliseen peruskoulutukseen val-

mistaviin Valma-luokkiin. Tämän lisäksi LNS tarjoaa Valma-luokkiin lähteville almalaisille ennakkoperehdytystä ja avustaa kouluvierailumateriaalin teossa.

Vuonna 2018 Alma Media toimii yhteistyössä myös Syöpäsäätiön kanssa. Säätiön 70-vuotisjuhlavuonna toteutettavan yhteistyöhankkeen päämääränä

on edistää syöpien ennaltaehkäisyyn ja hoitoon keskittyvää tutkimus- ja kehitystyötä.

Hankkeessa mukana ovat myös Alma Median aluemediat ja Iltalehti, jotka julkaisevat vuoden 2018 kuluessa aiheeseen liittyvää sisältöä.

Yhteiskunnallinen vaikuttaminen – vuoden 2017 kohokohtia

- Mediakasvatus: Aamulehti, Satakunnan Kansa, Iltalehti ja Lapin Kansa toimittivat vuoden aikana yli 150 000 kappaletta lehteä ilmaiseksi kouluihin opetuskäyttöön.
- Tuki kansalaisjärjestöille: Suorat lahjoitukset kansalaisjärjestöjen toimintaan Suomessa yhteensä noin 54 000 euroa ja Tšhekissä noin 35 000 euroa. Tšhekkiläisen rekryointipalvelun LMC:n tuki kansalaisjärjestöille: rekryointipalvelut käyttöön nimellisellä yhden euron maksulla. Tuen laskennallinen arvo vuonna 2017 noin 4,1 miljoonaa euroa, täytettyjä vakituisia työpaikkoja yli 4 000 kpl.
- Eriarvoisuuden ehkäisy: Alma Median rekryointipalvelut Suomessa, Unkarissa, Liettuassa, Kroatiassa, Latviassa ja Tšhekissä tarjosivat ilmaista työnhakuopastusta valikoiduille kohderyhmille (mm. nuoret, työttömät).
- Sidosryhmäyhteistyö: Alma Median ja Lasten ja nuorten säätiön yhteinen Vihapuhe, valemmedia ja vastakkainasettelu -kampanja, joka huipentui keskustelutilaisuuteen Porin SuomiAreenalla heinäkuussa 2017. Lapin Kansa jatkoi vuonna 2016 käynnistettyä Digimpi Lappi -projektia alueellisten yhteistyökumppanien kanssa.



Miksi yritysten yhteiskunnallinen vastuunkanto on tärkeää yhteiskunnalle?

Yrityksillä on käytettävissään osaamispääomaa ja taloudellisia resursseja, joita ne voivat hyödyntää luodakseen arvoa yhteiskunnalle ja sidosryhmilleen. Yhteiskunnallisesti merkittävät muutokset eivät tapahdu ilman yritysten tukea.

Miksi yhteiskunnallinen vastuunkanto on tärkeää Alma Medialle?

Mediatilana Alma Median ydintehtävä on olla rakentamassa yhteiskuntaa, ratkaisemassa ongelmia sekä luomassa perustaa talouden kestäväälle kasvulle ja yksilön vapaudelle. Yhteiskunnallinen vastuunotto vahvistaa myös Alma Median brändiä ja sitouttaa tärkeitä sidosryhmiä, kuten työntekijöitä ja Alma Median tuotteiden tai palveluiden kuluttajia.

Tavoite

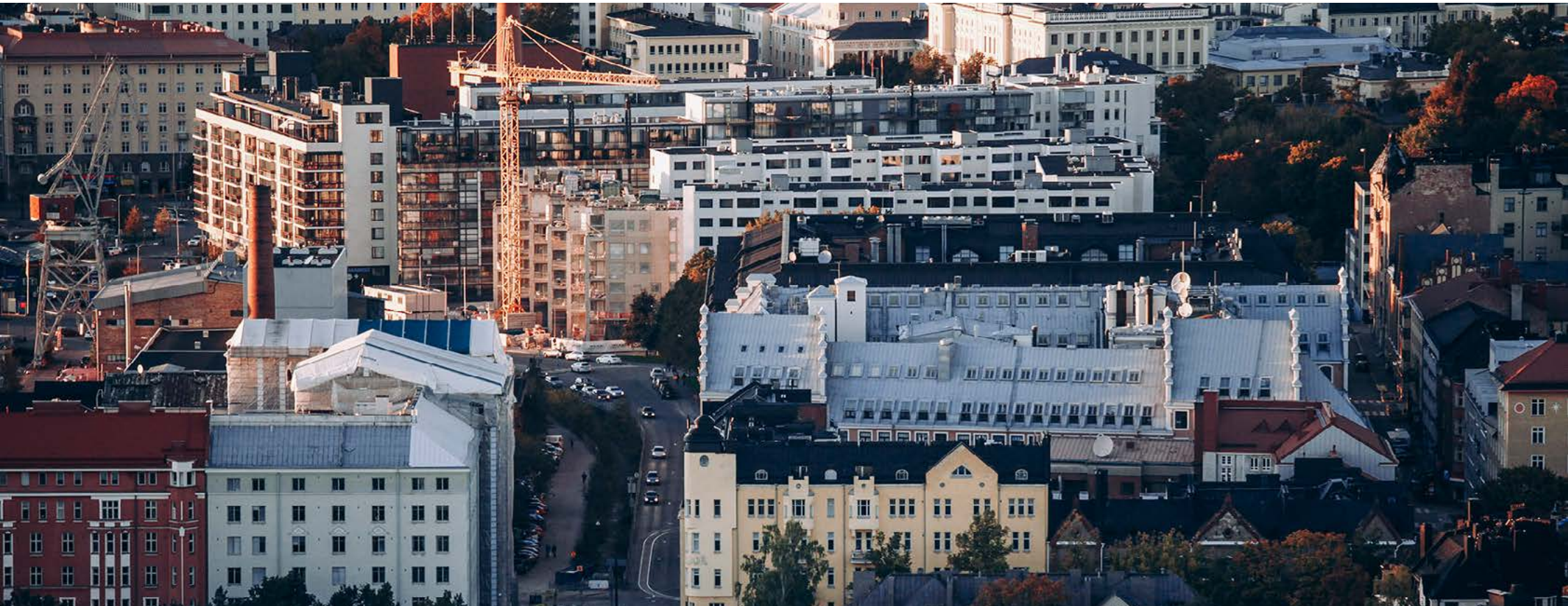
Kiihdyttää Alma Median toiminta- ja yksilöiden, yritysten ja yhteiskunnan kestävää kasvua. Vahvistaa Alma Median brändi- ja mielikuvaa aktiivisena yhteiskunnallisena toimijana yhtiön sidosryhmien keskuudessa.

Edistyminen vuonna 2017

Yhteistyökumppanuudet (esim. LNS, Roosa-nauha -yhteistyö Syöpäsäätiön kanssa, erilaiset alueelliset ja paikalliset kumppanuudet), toimitusten mediakasvatustyö (kouluvierailut, Sanomalehtiweekin toiminta), sidosryhmien tukeminen (esim. Kauppalehden Menestyjät -hanke ja Kasvajät -kiertue, tšekkiläisen LMC:n tuki kansalaisjärjestöjen rekrytointiin).

Toimenpiteet vuonna 2018

Yhteistyö Syöpäsäätiön kanssa, Alma Median kouluvierailuhanke käynnistyy, yhteiskunnallisiin ja mediakasvatuksellisiin hankkeisiin liittyvän viestinnän tehostaminen sisäisesti ja ulkoisesti.



Tietoturva ja tietosuojaja



Vastuulliset tuotteet ja palvelut

Mitä keskeisemmän osan datan keruu ja hyödyntäminen muodostavat yritysten liiketoiminnasta, sitä tärkeämpään rooliin nousevat yksityisyyden suojaan ja tietojen vastuulliseen käsittelyyn liittyvät kysymykset.

Myös Alma Media kerää dataa eri lähteistä tavoitteenaan muun muassa tarjota kuluttajille paremmin kohdennettuja digitaalisia sisältöjä ja palveluja ja mainostajille luotettavaa ns. ensimmäisen ja toisen osapuolen dataa. Turvallisuuden varmistamiseksi yhtiö panostaa jatkuvasti järjestelmien, palveluiden sekä henkilöstön osaamisen kehittämiseen ja asetti vuonna 2017 tietoturvan ja -suojan vastuulliseen kehittämiseen liittyvät tavoitteet. Ensimmäisen tavoitteen mukaan Alma Mediassa ei tulisi tapahtua raportointijaksolla (yksi vuosi) yhtään vakavaa tietoturvarikkomusta, eikä yhtiölle pitäisi tulla viranomaisilta huomautuksia tietoturvaa tai -suojaa koskevista rikkomuksista. Vuonna 2017 Alma Media saavutti tavoitteen.

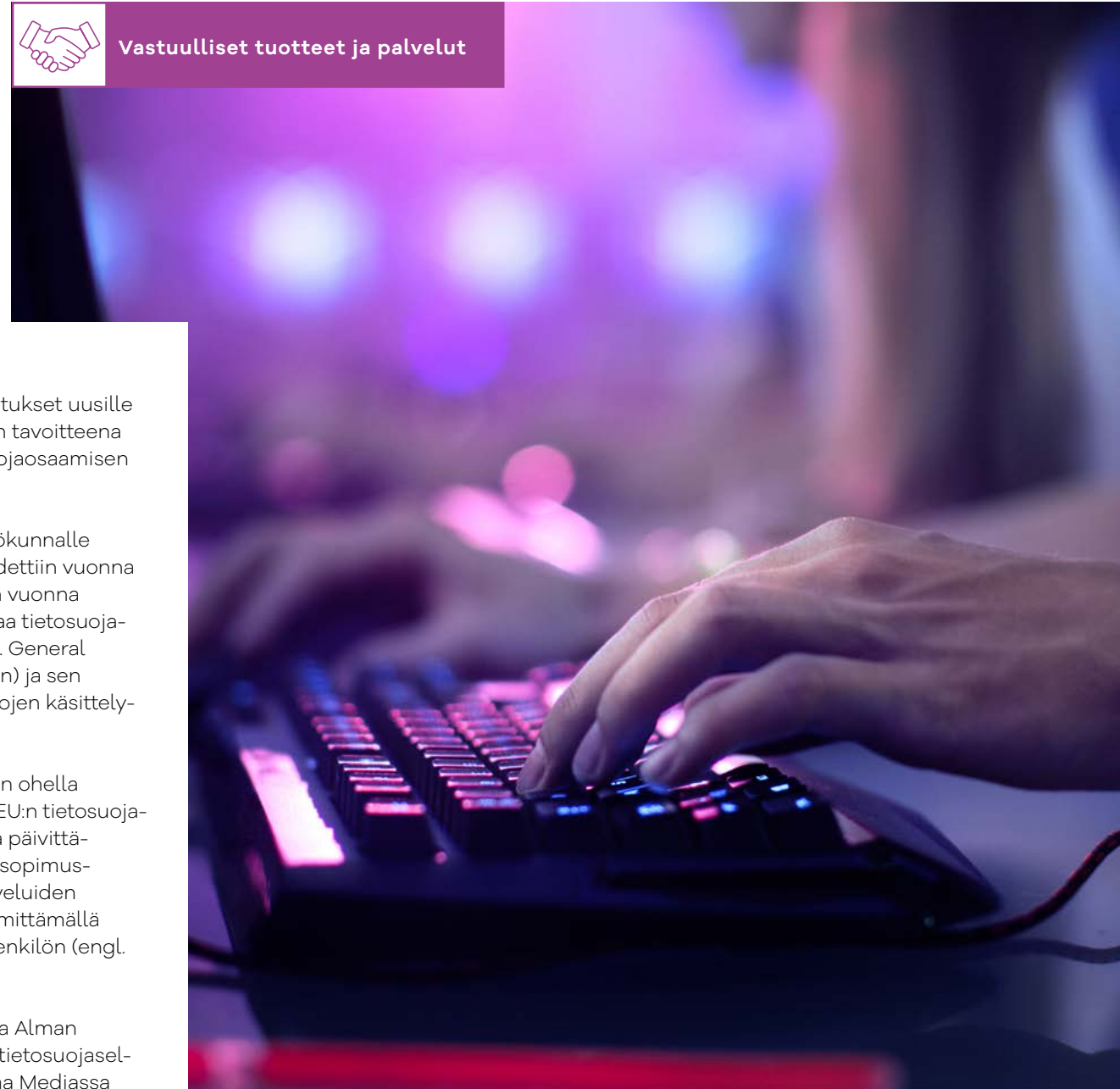
Toisen tietoturvaa ja -suojaa koskevan vastuullisuustavoitteen mukaan Alma Media sitoutuu järjestämään vuodesta 2018 lähtien kaksi koko Suomen henkilökunnalle suunnattua tietosuojaan liittyvää koulutusta ja neljä kertaa

vuodessa vastaavat koulutukset uusille työntekijöille. Koulutusten tavoitteena on työntekijöiden tietosuojasaamisen jatkuva kehittäminen.

Ensimmäiset koko henkilökunnalle suunnatut koulutukset pidettiin vuonna 2017. Niissä käsiteltiin EU:n vuonna 2018 sovellettavaksi tulevaa tietosuojasetusta eli GDPR:ia (engl. General Data Protection Regulation) ja sen Alma Medialle tuomia tietojen käsittely- ja hallintavelvoitteita.

Henkilöstön kouluttamisen ohella Alma Media valmistautui EU:n tietosuojasetukseen muun muassa päivittämällä mainosasiakkaiden sopimusehtoja ja digitaalisten palveluiden rekisteriselosteita sekä nimittämällä tietosuojasta vastaavan henkilön (engl. Data Protection Officer).

Kesällä toteutettiin kaikkia Alman palveluita koskenut laaja tietosuojaselvitys. Sen perusteella Alma Mediassa





tehdään tarkemmat tietosuojavaikutusten arvioinnit digitaalisissa palveluissa, joissa sellainen on uuden EU-asetuksen mukaan tehtävä.

Vuonna 2018 sovellettavaksi tuleva tietosuoja-asetus edellyttää, että Alma Media varautuu uusiin velvollisuuksiinsa myös teknisesti. Raportointivuonna yhtiössä otettiin käyttöön uusia teknisiä ratkaisuja tietosuojan hallintaan sekä käynnistettiin käyttäjäoikeuksien hallintaprojekti. Samanaikaisesti aloitettiin valmistelut hankkeelle, joka kehittää tietoturvaohjeiden havainnointia ja niihin reagoimista. Hanke tullaan toteuttamaan vuonna 2018.

Vastuullisuuden kehittämisen painopisteet vuonna 2018

Vuonna 2018 Alma Media jatkaa valmistautumistaan EU:n tietosuoja-asetuksen velvoitteisiin sisäisiä prosessejaan ja teknisiä järjestelmiään kehittämällä, henkilöstöään kouluttamalla sekä päivittämällä palveluidensa rekisteriselosteita ja sopimusehtoja. Tietoturvan tehostamisen ohella Alma Media ottaa käyt-

töön uusia tietosuojan hallintatyökaluja. Henkilöstön koulutuksia laajennetaan vuoden alkupuoliskolla Alma Median ulkomaiden yksiköihin ja Suomessa järjestetään syventäviä työpajoja erityisesti ammattiryhmille, joiden työssä tietojen käsittely ja hallinta korostuvat.

Toimenpiteet varmistavat, että asetuksen tullessa voimaan asiakastietoja käsitellään Alma Median palveluissa sääntelyn mukaisesti. Samalla ne auttavat yhtiötä varautumaan kehittyviin tietoturvaohjeisiin ja helpottavat valmistautumista mahdollisesti tulossa olevaan lisäsääntelyyn. EU on uudistamassa muun muassa sähköisen viestinnän tietosuojadirektiiviään uudella sähköisen viestinnän tietosuoja-asetuksella (engl. ePrivacy Regulation), joka määrittää puitteet yritysten sähköiselle markkinoinnille ja mainonnalle. Asetuksella säännellään muun muassa evästeiden ja muiden vastaavien tekniikoiden avulla kerättävien käyttäytymistietojen ja sijaintitietojen käsittelyä. Asetuksen lopullinen sisältö määrittäyty todennäköisesti vuoden 2018 aikana.

Alma Media noudattaa tietosuojan ja -turvan osalta kulloinkin voimassaolevaa sääntelyä ja pyrkii tarjoamaan käyttäjilleen turvallisen ja varman käyttökokemuksen.

Alma Media on sitoutunut noudattamaan käyttäytymistietojen keräämisessä ja käyttämisessä eurooppalaista selainkäyttämiseen perustuvan verkkomainonnan kohdentamisen itsesääntelyohjelmaa (IAB Europe).

Alma Media seuraa aktiivisesti tietosuojasääntelyn muutoksia ja on mukana kehittämässä alan toimijoiden kanssa uusia toimintamalleja. Alma Median johto seuraa tietosuoja- ja turvariskejä osana yhtiön jatkuvaa riskienhallintaa.

Alma Median tietosuojavastaava vastaa tietosuojasääntelyn vaatimusten noudattamisesta, henkilöstön kouluttamisesta ja yleisen tietosuojatietoisuuden jatkuvasta kehittämisestä.

Alma Median tietoturvavastaava vastaa tietoturvan kehittämisestä, toteutuksen valvonnasta ja tietoturvatietouden edistämisestä.

”Luottamus ja vastuullinen tapa toimia edellyttävät toiminnan jatkuvaa kehittämistä juridisten vastuiden lisääntyessä, tietoturvaohjeiden monipuolistuessa ja rikollisen toiminnan ammattimaistuessa.”

Santtu Elsinen, Chief Digital Officer, Alma Media

Miksi yritysten vastuullisuus tietoturva- ja tietosuoja-asioissa on tärkeää yhteiskunnalle?	Miksi vastuullisuus tietoturva- ja tietosuoja-asioissa on tärkeää Alma Medialle?	Tavoite	Edistyminen vuonna 2017	Toimenpiteet vuonna 2018
Ihmiset hoitavat yhä suuremman osan arkisista toimistaan internetin erilaisissa palveluissa, joiden toimivuuteen ja turvallisuuteen heidän on voitava luottaa.	Alma Median digitaalinen liiketoimintamalli rakentuu luottamukselle, jota lukijat, mainostajat ja muut sidosryhmät tuntevat sen verkkopalveluja kohtaan. Luottamuksen rapautuminen merkitsisi myös liiketoiminnan rapautumista.	Alma Media tarjoaa luotettavan ja turvallisen digitaalisen ympäristön ja kehittää digitaalisia palveluitaan vastuullisesti tarjotakseen kuluttajille ja yritysasiakkaille lisäarvoa.	EU:n tietosuoja-asetukseen valmistautuminen: Alma Media nimitti tietosuojavastaavan, aloitti digitaalisten palveluidensa tietosuoja-arviot sekä varautui asetukseen päivittämällä teknisiä järjestelmiään, kouluttamalla henkilöstöään ja uudistamalla mainosasiakkaiden sopimusehtoja ja palveluiden rekisteriselosteita.	EU:n tietosuoja-asetukseen valmistautuminen: uusia tietosuojatyökaluja käyttöön, tietoturvaohjeiden havainnointia ja niihin reagoimista parantava hanke, työntekijöiden käyttöoikeuksien hallintaa tehostava hanke. Myös henkilöstön koulutuksia ja palveluiden rekisteriselosteiden uudistamista jatketaan.

Vastuullinen markkinointi

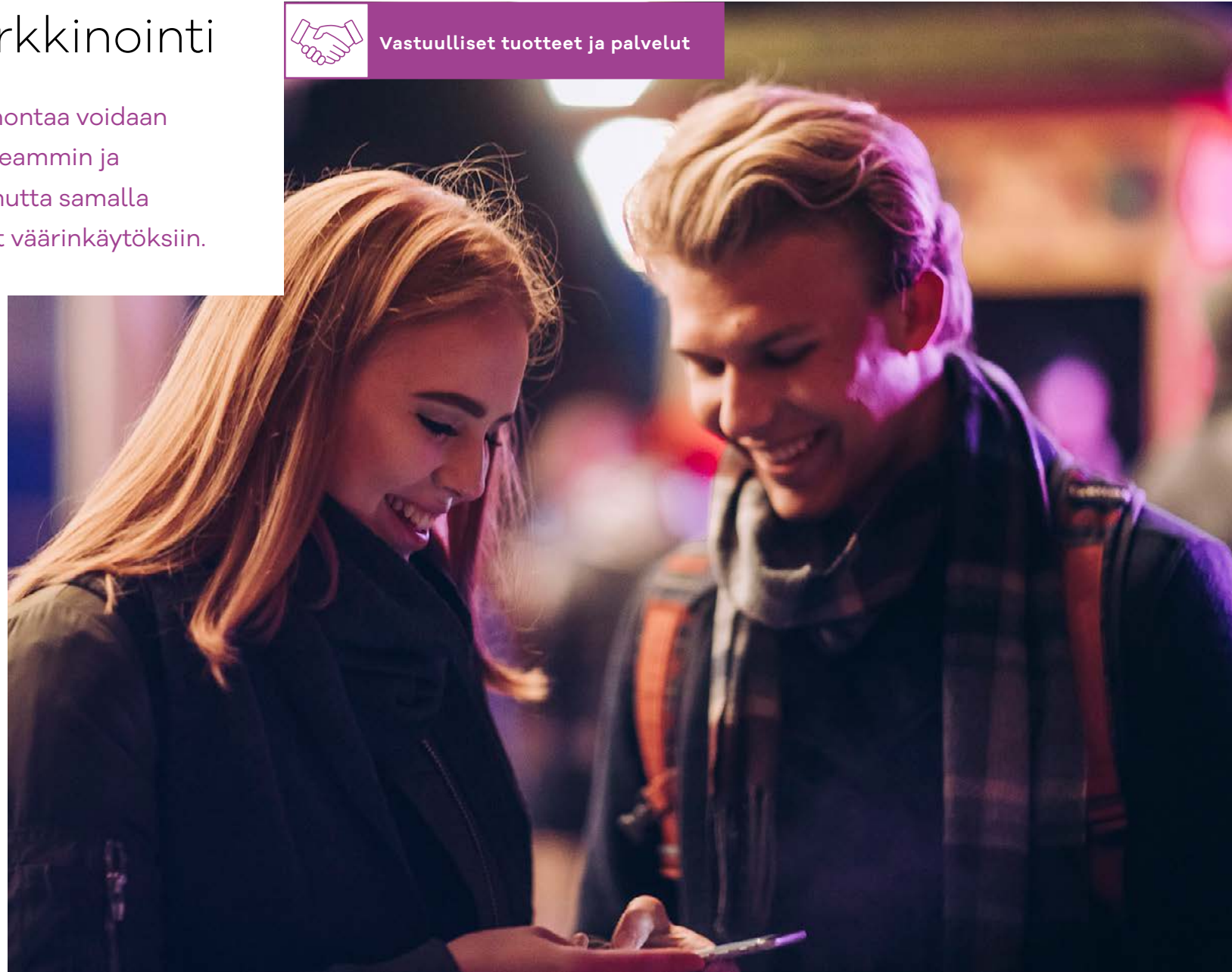


Vastuulliset tuotteet ja palvelut

Digitaalisessa ympäristössä mainontaa voidaan toteuttaa kohdennetummin, nopeammin ja tehokkaasti dataa hyödyntäen, mutta samalla lisääntyvät myös mahdollisuudet väärinkäyttöksiin.

Vastatakseen markkinoinnin digitalisoinnin mukanaan tuomiin haasteisiin Alma Media on syventänyt viime vuosina määrätietoisesti oman mediamyynti- ja markkinointiorganisaationsa digiosaimista ja kehittänyt mainonnan järjestelmiään. Investointien tavoitteena on varmistua, että Alma Media säilyttää jatkossakin asemansa laadukkaana, osaavana digitaalisen markkinoinnin kumppanina ja kilpailukykyisenä mediamainonnan verkostona sekä tarjoaa mainostajille ja kuluttaja-asiakkaille turvallisen ja tuloksellisen mainosympäristön.

Vuonna 2017 Alma Median merkittävimmät markkinoinnin kehittämispäpanostukset kohdistuivat mainonnan ja datanhallinnan teknologiaan. Yhtiön Suomen yksiköt siirtyivät käyttämään uutta, yhteistä mainonnan jakelijärjestelmää, joka käsittää muun muassa entistä tehokkaampia työkaluja haittamainonnan tunnistamiseen. Samanaikaisesti käynnistettiin projekti asiakasdatan hallinta-alustan vaihtamiseksi. Uusi alusta auttaa kohdistamaan mainontaa entistä paremmin ja





luotettavammin sekä varmistaa, että Alma Media käsittelee sivustoillaan näkyvistä mainoksista kertyvää asiakasdataa EU:n tietosuoja-asetuksen (engl. General Data Protection Regulation) mukaisesti. Tietosuoja-asetusta aletaan soveltaa EU:n jäsenmaissa toukokuusta 2018 alkaen.

Raportointivuonna tietosuoja-asetuksen tulon valmistauduttiin Alma Mediassa myös järjestämällä työntekijöille ja mainostaja-asiakkaille asetukseen liittyviä koulutustilaisuuksia sekä käynnistämällä mainosmyynnin sopimusehtojen uudistus. Alma Median uudet sopimusehdot velvoittavat kaikkia mainonnan ostajia, myös asiakkaita edustavia tahoja kuten mediatoimistoja, sitoutumaan tietosuoja-asetuksen mukaiseen datan käyttöön.

Vuoden päätteeksi Alma Median mediamyynti asetti vastuullisen markkinoinnin tavoitteet. Ensimmäisen tavoitteen mukaan Alma Median verkko- tai mobiilipalveluissa ei tulisi esiintyä vuodessa yhtään (0 kpl) Kansainvälisen kauppakamarin markkinointisääntöjen vastaista mainosta. Vuonna 2017 tähän tavoitteeseen päästiin, eikä Alma Media saanut huomautuksia myöskään mainonnan lainmukaisuutta ja vastuullisuutta valvoilta viranomaisilta.

Toisen tavoitteen mukaan Alma Median mediamyyntiorganisaatio Suomessa on vuoteen 2020 mennessä toimialansa parhaimmiston joukossa (indeksikeskiarvo) vuosittain toteutettavassa, valtakunnallisessa mediamyyntiorganisaatioiden asiakaskokemusta mittaavassa

tutkimuksessa. Tavoitteen seuranta aloitetaan vuonna 2018.

Vastuullisuuden kehittämisen painopisteet vuonna 2018

Vastuullisen markkinoinnin kokonaisuuteen Alma Mediassa kuuluvat julkaisijan vastuu myyntiorganisaationa ja mainosympäristöjen tarjoajana sekä vastuu, joka liittyy yhtiön omiin markkinointitoimenpiteisiin.

Isona kansallisena mediayhtiönä Alma Media voi toimia Suomessa vastuullisten käytäntöjen edistäjänä markkinointiviestintäalalla. Siksi yhtiön mediamyyntiorganisaatio järjestää säännöllisesti mediatoimistoille ja mainosasiakkaille suunnattuja tilaisuuksia, joissa nostetaan esiin vastuullisen markkinoinnin teemoja ja kasvatetaan tietotaitoa uusista digimainonnan ympäristöistä. Alma Media toimii myös aktiivisesti alan etujärjestöissä ja pyrkii nostamaan markkinointiviestintäalan toimistojen osaamista osallistumalla Vuoden toimisto -tutkimuksen järjestämiseen ja toimimalla tutkimuksen mediakumppanina.

Vuonna 2018 eräs keskeinen vastuullisen markkinoinnin teema, jota Alma Media pyrkii näillä foorumeilla nostamaan esiin, on digitaalisen mainonnan ostopolku. Yhtiön tavoitteena on, että mainostajat ymmärtäisivät paremmin markkinointiinvestointinsa osto- ja myyntialustojen välissä tapahtuvien transaktioiden kustannukset. Etenkin mainonnan ohjelmallisessa ostamisessa on vaikea hahmottaa mainonnan hinnoittelua, koska mainos-

Mainonnan järjestelmäkehitykseen tehtyjen panostusten ansiosta Alma Mediassa voidaan nykyisin valvoa sivustoilla kulloinkin näkyvää mainontaa reaaliaikaisesti.

Ennaltaehkäistäkseen ohjelmalliseen ostamiseen toisinaan liittyviä ongelmia Alma Media auditoi mainontansa myyjiä ja myyntikanavia ja myy suurimman osan mainosinventaaristaan suljetuissa huutokaupoissa, joihin voivat osallistua ainoastaan Alma Median hyväksymät ostajatahot.

Taatakseen mainostajille ja kuluttajille turvallisen ja miellyttävän mainosympäristön Alma Media on tehnyt mainontaa rajaavia linjauksia sivustoille hyväksymänsä mainonnan suhteen.

kampanjan hintaan ja laskutusketjuun sisältyä erilaisia maksuja mainonnan ohjelmallisessa ostamisessa tarvittavien teknologia-alustojen haltijoille.

Vuoden 2018 alkupuoliskolla paljon Alma Median mediamyyntin resursseja kuluu myös GDPR-tietosuoja-asetukseen (engl. General Data Protection Regulation) valmistautumiseen. Uusi datan hallinta-alusta otetaan käyttöön vuoden ensimmäisellä puoliskolla. Alma Median mediamyynti jatkaa myös projektiaan, jonka puitteissa laaditaan datan vastuulliseen hyödyntämiseen liittyvät kumppanuussopimukset mediamyyntitoimistojen kanssa. Kevään kuluessa Alma Median mediamyyntiä järjestetään

”Lähtökohtanamme on, että Alma Media toimii ainoastaan vastuullisesti toimivien mainostajien kanssa.”

Tiina Järvilehto, johtaja, mediamyynti, Alma Mediaratkaisut

tietosuoja-asetukseen liittyvä täydennyskoulutus, jossa käydään läpi datan käsittelyyn ja markkinointiin liittyviä uusia velvoitteita. Tämän lisäksi Alma Media osallistuu vuonna 2018 Medialiiton koordinoimaan hankkeeseen, jonka päämääränä on varmistaa, että markkinointiviestintäalan toimijat Suomessa noudattavat tietosuoja-asetuksen vaatimuksia.

Tietosuoja-asetukseen liittyvien toimien ohella Alma Media seuraa aktiivisesti myös digitaalisen mainonnan toimintaympäristön muutoksia ja pyrkii ennakoimaan esimerkiksi valemainonnan tai haittaohjelmia levittävien uusien mainostyyppien leviämistä Suomeen.



Miksi vastuullinen markkinointi on tärkeää yhteiskunnalle?	Miksi vastuullinen markkinointi on tärkeää Alma Medialle?	Tavoite	Edistyminen vuonna 2017	Toimenpiteet vuonna 2018
<p>Mainonnalla voidaan vaikuttaa ihmisten asenteisiin ja kuluttajakäyttäytymiseen. Digimainonnan avulla voidaan myös kerätä kuluttajista monipuolista dataa. Siksi on tärkeää, että markkinointi on vastuullista.</p>	<p>Alma Median medioiden liiketoiminnan malli rakentuu luottamukselle, jota lukijat, mainostajat ja muut sidosryhmät tuntevat sen sisältöjä ja palveluita kohtaan. Luottamuksen rapautuminen merkitsisi myös mainosliiketoiminnan rapautumista.</p>	<p>Alma Media on vastuullisen markkinoinnin suunnannäyttävä ja tarjoaa kuluttajille ja mainostajille luotettavan ja turvallisen mainosympäristön.</p>	<p>Mainosten jakelujärjestelmän käyttöönotto.</p> <p>Valmistautuminen EU:n tietosuoja-asetukseen: mainosmyynnin sopimusehtojen päivittäminen, datan vastuulliseen hyödyntämiseen liittyvät kumppanisopimukset mediatuimistojen kanssa.</p>	<p>Valmistautuminen EU:n tietosuoja-asetukseen: datan hallinta-alustan käyttöönotto, datan vastuulliseen hyödyntämiseen liittyvät kumppanisopimukset mediatuimistojen kanssa, Medialiiton ja media-alan suurten toimijoiden tietosuoja-asetukseen liittyvä hanke.</p>



Liiketoiminnan läpinäkyvyys ja eettisyys

Tarkoituksensa (engl. purpose) mukaisesti Alma Media haluaa vauhdittaa toimintamaissaan yksilöiden, yritysten ja yhteiskunnan kestäväää kasvua, mihin sen toiminta kansainvälisenä media- ja palveluyhtiönä antaa hyvät edellytykset.

Vastuullisen liiketoiminnan perustan Alma Mediassa muodostavat yhtiön eettinen ohjeistus ja yritysvaluuohjelma. Niissä linjataan, että yhtiö kunnioittaa ihmisoikeuksia ja tuomitsee lahjonnan, korruption sekä syrjinnän ja edellyttää myös liikekumppaneiltaan samaa. Tämän linjauksen jatkumona Alma Media asetti vuonna 2017 tavoitteekseen nollalinjan korruptio- ja lahjontarikkomusten ja muihin epäeettisiin liiketoimintatapoihin liittyvien rikkomusten suhteen. Tavoitteen toteutumista mitataan seuraamalla, tuleeko yhtiön tietoon epäeettiseen liiketoimintaan liittyviä tapauksia viranomaisten toimesta tai yhtiön työntekijöiden käytössä olevan, suojatun Whistleblow-kanavan kautta. Vuonna 2017 tapauksia ei ilmennyt, joten tavoite saavutettiin.

Tärkeä osa Alma Median vastuullista liiketoimintaa on myös pyrkimys liiketoiminnan läpinäkyvyyteen ja luotettavuuteen. Vastuullisesti toimivan media-yhtiön toiminnan kivijalka on sen maine

uskottavana, luotettavana ja puolueettomana viestijänä niin sen oman yleisön kuin viranomaisten ja kansalaisten silmissä:

- Toimituksellisen riippumattomuuden takaamiseksi Alma Median mediat ovat poliittisesti sitoutumattomia eivätkä vastaanota valtion lehdistötukea.
- Alma Media ei myöskään anna tukea poliittisille tahoille ja ajaa kaupallisten mediayritysten etuja lähinnä osallistamalla muutamien keskeisten etujärjestöjen työhön, niistä tärkeimpinä EK, Keskuskauppakamari, Sanomalehtien Liitto ja Medialiitto.
- Alma Media voi myöntää vaalimainontaa koskevia alennuksia, mutta ne myönnetään kaikille vaaliehdokkaille ja puolueille yhtäläisin ehdoin.
- Osa Alma Median medioista myöntää lisäksi mainosmyynnissään alennuksia yhteiskunnallisille, voittoa tavoittelemattomille toimijoille. Loputkin mediat tulevat siirtymään tähän käytäntöön vuoden 2018 aikana.



Vastuullinen liiketoiminta





Liiketoimintansa läpinäkyvyyttä kasvatukseen Alma Media ryhtyi vuonna 2017 myös kehittämään systemaattisesti verojalanjälkensä raportointia. Samassa yhteydessä Alma Media päivitti veropolitiikkaansa. Veropolitiikan periaatteena on, että Alma Media toimii verotuksessaan avoimesti ja läpinäkyvästi sekä maksaa veronsa siihen maahan, jossa tulos syntyy. Yhtiö noudattaa toiminnassaan voimassa olevia lainsäädäntöjä, ohjeistuksia ja kansainvälisiä siirtohinnoitteluohjeita ja kääntyy tarvittaessa verottajan tai verotusasiantuntijoiden puoleen verotusasioita selvittääkseen.

Yritysten verokannat tuloverotuksessa Alma Median toimintamaissa vaihtelevat Latvian ja Liettuan 15:sta ja Ruotsin 22:n prosentin välillä.

Oheisessa taulukossa on nähtävillä erittely Alma Median vuonna 2017 maksumista veroista ja kerätyistä veroista eri toimintamaissa. Alma Media maksoi vuonna 2017 veroja 77,9 miljoonaa euroa, josta kerättyjä veroja oli 64,9 miljoonaa euroa.

Vastuullisuuden kehittämisen painopisteet vuonna 2018

Varmistaakseen, että yhtiön oma henkilöstö ymmärtää Alma Median eettisen ohjeistuksen, Alma Media laati vuonna 2017 eettiseen ohjeistukseen liittyvän digitaalisen perehdytysmateriaalin, joka kaikkien uusina työntekijöinä tulevien henkilöiden on suoritettava osana työhön perehdytystään. Perehdytysmateriaali pyritään ottamaan käyttöön kaikissa yksiköissä vuoden 2018 aikana.

Tämän ohella Alma Media kehittää verojalanjälkensä raportointia tarkentamalla raportoitavia tietoja.

TILIKAUDELLE MAKSETUT VEROT

MEUR	Suomi	Tšekki	Muut maat	Yhteensä
Yhteisövero	3,1	2,4	1,8	7,2
Efektiivinen veroaste	20,2 %	19,3 %	20,6 %	19,5 %
Sosiaaliturvamaksut	1,1	2,4	1,7	5,2
Muut maksettavat verot	0,6	0,0	0,0	0,6
Maksettavat verot yhteensä	4,8	4,8	3,5	13,0
Arvonlisäverot	27,3	6,2	3,8	37,3
Työntekijöiden ennakkipidätykset	24,9	1,3	1,4	27,5
Muut kerätyt verot	0,0	0,0	0,1	0,1
Kerätyt verot yhteensä	52,2	7,5	5,3	64,9
Maksetut ja kerätyt verot yhteensä	57,0	12,3	8,8	77,9

LISÄARVON TUOTTAMINEN SIDOSRYHMILLE

ASIAKKAAT

Liikevaihto
367 Meur

ALMA MEDIA

PALVELUNTUOTTAJAT

Ostot alihankkijoilta 155 Meur

HENKILÖSTÖ

Henkilöstökulut 149 Meur

OSAKKEENOMISTAJAT

Osingot 20 Meur

JULKINEN SEKTORI

Yhteisövero ja muut maksettavat verot 8 Meur

LUOTONANTAJAT

Nettorahoituskulut 1 Meur

Alma Median omistamat mediat ja palvelut kuuluvat monissa toimintamaissa alansa suurimpiin. Ne synnyttävät ja ylläpitävät toiminnallaan taloudellista vireyttä sekä veron- ja palkanmaksajina että hankkimalla tuotteita ja palveluita paikallisilta yrityksiltä. Vuonna 2017 pelkästään Alma Median suorat ostot tavarana ja palveluntoimittajilta nousivat 155 miljoonaan euroon.

Alihankkijoilta tehtyjen ostojen ohella Alma Median tärkeimmät menot vuonna 2017 koostuivat maksetuista palkoista ja palkkioista (149 milj. euroa), osingoista osakkeenomistajille sekä veroista ja investoinneista. Tärkeimmät tulot muodostuivat myyntituotoista yritys- ja henkilöasiakkaille.

Kaaviossa eivät näy säätiöiltä tai muilta yksityisiltä tai julkisilta tahoilta saadut tuet tai lahjoitukset, koska niiden osuus Alma Median tulovirrasta on pieni. Vuonna 2017 Alma Median merkittävin tuenantaja oli Innovaatorahoituskeskus Tekes. Keskus maksoi Alma Medialle viimeisen, 384 000 euron suuruisen erän edellisvuonna myöntämästään tuesta kehityshankkeelle, jossa tutkittiin mahdollisuuksia rakentaa paikallismedioiden käyttöön uudenlainen media-alusta. Edellisvuoden tapaan Alma Mediaan kuuluva Lapin Kansa sai lisäksi 40 000 euron avustuksen kulttuuri- ja opetusministeriöltä saamenkielisen uutistuotannon kulujen kattamiseen.

Miksi läpinäkyvä ja eettinen liiketoiminta on tärkeää yhteiskunnalle?

Pelkästään Suomessa menetetään vuosittain useita miljardeja euroja verotuloja ja maksuja harmaan talouden vuoksi. Taloudellisten vaikutusten lisäksi korruptiolla ja epäeettisillä liiketoimintatavoilla saattaa olla myös negatiivisia sosiaalisia, inhimillisiä ja ekologisia vaikutuksia.

Miksi läpinäkyvä ja eettinen liiketoiminta on tärkeää Alma Medialle?

Lakien ja vastuullisten liike- ja yrityskäytännöjen noudattaminen luo perustan kestäväälle liiketoiminnalle ja kestäväälle kasvulle.

Tavoite

Alma Media pyrkii vauhdittamaan yksilöiden, yritysten ja yhteiskuntien kestäväää kasvua omista toimintamaissaan.

Edistyminen vuonna 2017

Alma Media päivitti veropoliittikkansa ja alkoi raportoida verojalanjäljestään aiempaa kattavammin.

Yhtiössä valmisteltiin eettiseen ohjeistukseen perehdyttävän sähköisen materiaalin käyttöönottoa.

Toimenpiteet vuonna 2018

Verojalanjäljen raportoinnin kehittämistä jatketaan.

Alma Median eettistä ohjeistusta koskeva digitaalinen perehdytysmateriaali liitetään osaksi uusien työntekijöiden työhön perehdytystä.

Toimitusketjun vastuullisuus

Media-alalle ominaista on, että alihankkijoina toimivat yritykset vaihtelevat kooltaan globaaleista suuryrityksistä yhden ihmisen toiminimiin. Tämä asettaa haasteita myös Alma Median hankintapolitiikalle.

Vuonna 2017 pelkästään Suomessa Alma Medialla oli aktiivisia toimittaja-suhteita noin 4 000 palvelun- ja tavaran-toimittajaan. Näistä suuria, Alma Median avainalihankkijoina määrittelemiä yrityksiä oli 31. Toista ääripäätä Alma Median alihankkijoiden paletissa edustivat pienet sisällöntuotantoyritykset ja freelancerina toimivat valokuvaajat, video-kuvaajat ja toimittajat, joilta toimitukset tilaavat alihankintana erilaisia sisältöjä medioihinsa. Heidän määränsä vuonna 2017 oli noin 1100.

Kun alihankkijoiden koko vaihtelee toimialansa suurimpiin kuuluvista globaaleista yrityksistä yhden ihmisen työllistäviin mikroyrityksiin, toimittaja-suhteiden hallinta vaatii Alma Medialta hankintaketjun ja -kentän moninaisuuden ymmärrystä. Siksi Alma Median Suomen yksiköissä on omaksuttu kaksiportainen hankintamalli. Hankintoja tehdään sekä paikallistasolla että yhteisesti, jotta hankintojen tekeminen olisi sujuvaa, taloudellista ja vastuullista. Esimerkiksi alueellisten ja paikallisten

toimitusten sisältöpalvelujen ostoa ei tehdä keskitetysti, koska laadukkaan ja paikallisesti relevantin sisällön hankkiminen edellyttää sekä sisällön tilaajalta että tuottajalta paikallistuntemusta ja -kontakteja. Monia muita hankintoja on sen sijaan järkevää ohjata keskitetysti.

Hallitakseen riskejä, joita alihankintasuhteisiin vastuullisuuden näkökulmasta liittyy, Alma Median maayksiköt tekevät suurimman osan hankinnoistaan kotimaastaan tai lähialueilta, joissa yhtiöiden toimintaa valvotaan ja säännellään kattavasti. Lainsäädännön ohella Alma Median alihankintaa ohjaa konsernin eettinen ohjeistus, joka edellyttää yhtiön omia työntekijöitä ja alihankkijoita toimimaan eettisesti, vastuullisesti ja lakia kunnioittaen sekä kieltää korruption, lahjonnan ja syrjinnän. Suomessa alihankkijoita muistutetaan näistä velvoitteista myös alihankintasopimuksessa, johon liitettiin vuonna 2017 tiivistelmä Alma Median vastuullisuusohjelman tavoitteista ja painopisteistä.



Vastuullinen liiketoiminta



Vuonna 2017 kaikki Alma Median lehtipainossa käytetty paperimassa oli sertifioitu kansainvälisillä hyvän metsänhoidon sertifiikaateilla. Sertifiikaatit takaavat, että paperimassaan käytetyt raaka-aineet on hankittu sosiaalisesti, taloudellisesti ja ekologisesti kestävästi hoidetuista metsistä. Paperimassasta 90 prosenttia tuli suomalaisilta tai ruotsalaisilta toimittajilta, joiden puunhankintaketju on dokumentoitu.

”Yhteydenpitomme paperitoimittajiimme on jatkuvaa ja suhteemme niihin mutkattomat ja toimivat.”

Matti Käki, johtaja, paino- ja jakelutoiminta, Alma Median lehtipaino Alma Manu

Vastuullisten hankintakäytäntöjen periaatteet Alma Mediassa

TOIMITTAJAVALINTA

Alma Media käyttää ensisijaisesti tavarantoimittajia, joiden omat yritysvastuutavoitteet eivät ole ristiriidassa yhtiön omien tavoitteiden kanssa.

Mikäli kyse on merkittävästä alihankintasopimuksesta, Alma Media tekee tuotantolaitokseen tutustumiskäynnin ennen lopullista toimittajavalintaa.

SOPIMUS

Sisällytämme hankintasopimukseen osion, jossa alihankkija ilmoittaa tutustuneensa Alma Median yritysvastuuohjelmaan ja eettiseen ohjeistukseen sekä sitoutuneensa soveltuvin osin noudattamaan omassa toiminnassaan niihin sisältyviä periaatteita ja kulloinkin voimassaolevaa lainsäädäntöä.

VALVONTA

Alma Media edellyttää tarvittaessa tavarantoimittajalta dokumentaatiota yhtiölle tuotettujen palveluiden ja tuotteiden vastuullisuudesta sekä varaa mahdollisuuden suorittaa katselmuksia tuotantoprosessin suhteen.





Vastuullisuuden kehittämisen painopisteet vuonna 2018

Alma Median tavoitteena on käydä vastuullisuudesta aktiivista vuoropuhelua alihankkijoidensa kanssa. Vuodesta 2018 alkaen dialogia käydään Suomessa entistä suunnitelmallisemmin konsernin avainalihankkijoiksi määriteltyjen palvelu- tai tavaratoimittajien kanssa. Alma Media käynnistää hankkeen, jonka puitteissa kaikkia avainalihankkijoita kannustetaan laatimaan omat pitkän aikavälin ilmastotavoitteet vuoteen 2025 mennessä.

Avainalihankkijat edustavat Alma Median kolmea eniten hiilidioksidipäästöjä tuottavaa hankintakategoriaa: ICT-hankintoja, painon materiaali-hankintoja sekä kuljetuksia. Hanke liittyy Alma Median päätökseen laatia kansainvälisesti hyväksytyä metodologiaa noudattavat, pitkän aikavälin ilmastotavoitteet (engl. science-based targets), jotka ovat linjassa Pariisin ilmastopimuksen päästötavoitteiden kanssa.

Samanaikaisesti Alma Media pyrkii parantamaan ja kehittämään hankintojensa hiilidioksidipäästöjen seurantaa ja laskentaa. Haasteeksi muodostuu kuitenkin ICT-hankintojen ympäristövaikutusten laskenta. Digitaalisen median käytön lisääntyessä tarve selvittää Alma Median ICT-hankintojen ympäristövaikutuksia kasvaa, mutta niiden laskenta ja allokointi on vaikeaa muun muassa siksi, että ICT-palveluja käytetään paljon globaalin pilvipalvelujen välityksellä.

Miksi vastuulliset toimittajasuhteet ovat tärkeitä yhteiskunnalle?	Miksi vastuulliset toimittajasuhteet ovat tärkeitä Alma Medialle?	Tavoite	Edistyminen vuonna 2017	Toimenpiteet vuonna 2018
Yritykset voivat edistää ihmisoikeuksien toteutumista ja ympäristötietoisuuden kasvua toimintamaissaan ulottamalla vastuullisen toiminnan vaatimukset alihankintaketjuunsa.	Tarkoituksensa (engl. purpose) mukaisesti Alma Media haluaa olla mukana kiihdyttämässä yksilöiden, yhteiskunnan ja yritysten – myös alihankkijaketjuna – kestäväää kehitystä. Alihankkijoiden yritysvastuuta koskevat laiminlyönnit olisivat Alma Medialle sekä liiketoiminnallinen riski että brändiriski.	Alma Median liikekumppanit toimivat vastuullisesti ja eettisesti. Alma Media viestii aktiivisesti vastuullisuudesta alihankkijoilleen.	Alma Median vastuullisuusohjelman pääperiaatteet ja tavoitteet liitteeksi kaikkiin uusiin alihankintasopimuksiin Suomessa.	Alma Media käynnistää Suomessa säännöllisen dialogin ilmastotavoitteista avainalihankkijoidensa kanssa tavoitteenaan, että kaikilla avainalihankkijoilla on omat pitkän aikavälin ilmastotavoitteet vuoteen 2025 mennessä.



Liiketoiminnan ympäristö-vaikutukset

Alma Media noudattaa ympäristövastuunsa kehittämisessä olennaisuuden periaatetta. Siksi konserni on keskittynyt minimoimaan paino- ja jakelutoimintansa, kiinteistöjensä ja hankintojensa ympäristövaikutuksia.

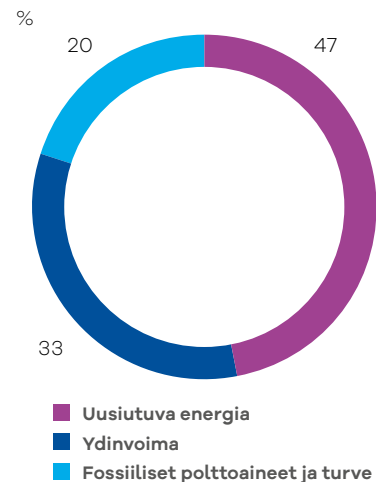
Painopistealueet valittiin vuonna 2017, ja ne perustuvat samana vuonna tehtyyn laajaan päästöanalyysiin. Analyysin mukaan paino- ja jakelutoiminta, hankinnat sekä kiinteistöjen kuluttama sähkö, kaukolämpö ja -kylmä kattavat noin kaksi kolmasosaa Alma Median toiminnan aiheuttamista hiilidioksidipäästöistä.

Alma Media asetti vuonna 2017 neljän pitkän aikavälin ympäristötavoitetta, joiden päämääränä on pienentää Alma Median kiinteistöjen, työmatkaliikenteen, hankintojen ja paino- ja jakelutoiminnan aiheuttamaa päästökuormitusta. Kiinteistöjen ja työmatkaliikenteen osalta tavoitteeksi on asetettu, että Alma Media pienentää työsuhdeautojensa sekä kiinteistöjensä sähkön, kaukolämmön ja -kylmän kulutuksen aiheuttamia hiilidioksidipäästöjä. Tavoitteena on 21 prosentin vähennys vuoteen 2025 mennessä vuoden 2016 lähtötasosta.

Suomessa tavoitteena on lisäksi parantaa kiinteistöjen energiatehokkuutta viidellä

prosentilla vuosina 2016–2020 ja luopua uusiutumattoman sähköenergian käytöstä vuoteen 2020 mennessä. Alma Median lehtipainossa on tehty vuosia pitkäjänteistä ja tuloksellista työtä painotiminnan ympäristövaikutusten mini-

Alma Median käyttämän sähkön tuotantoprofiili Suomessa



Lähde: Energateollisuus ry



Vastuullinen liiketoiminta



Ympäristövastuu – vuoden 2017 kohokohtia

- Alma Media teki kansallisessa energiatehokkuusohjelmassa oman kiinteistöjä koskevan energiatehokkuussopimuksen vuosille 2017–2025. Alma Median tavoitteena sopimuksessa on 7,5 prosentin energiasäästö yhtiön kiinteistöissä vuoteen 2025 mennessä.
- Alma Media käynnisti mittavan energiatehokkuuden parantamiseen tähtäävän projektin vanhassa painokiinteistössään, josta yhtiö vuokraa nykyisin toimitiloja muiden yritysten käyttöön.

moimiseksi. Konsernin painotoiminnan uusi ympäristötavoite on, että painamisen yhteydessä syntyvää materiaalihukkaa vähennetään vuosittain kahdella prosentilla vuosien 2016–2025 välisenä ajanjaksona.

Vastuullisuuden kehittämisen painopisteet vuonna 2018

Yritysten ympäristövastuuseen liittyvät olennaisesti tänä päivänä ilmastonmuutoksen vaikutukset liiketoiminnalle.

Myös Alma Mediassa on pohdittu, minkälaisia vaikutuksia ilmastonmuutoksella on sen liiketoimintaan, mutta ilmastonmuutoksesta johtuvia suoria liiketoiminnallisia riskejä suurempia keskipitkän aikavälin riskejä ovat yhtiön arvion mukaan regulatoriset riskit. On mahdollista, että kansainvälinen ympäristöpaine yrityksiä kohtaan kasvaa, ja yrityksille säädetään lisävelvoitteita niiden tuottamien päästöjen alentamiseksi.

Alma Media varautuu tähän vaihtoehtoon proaktiivisesti. Yhtenä ensimmäisistä suomalaisyhtiöistä konserni sitoutui vuonna 2017 laatimaan tie-teeseen perustuvat, pitkän aikavälin ilmastotavoitteet (engl. science-based targets, SBT), jotka noudattavat kansainvälistä metodologiaa. SBT-aloitteen taustaorganisaatio arvioi Alma Median tavoitteet vuoden 2018 aikana. Tavoitteiden hyväksymisen jälkeen Alma Media on sitoutunut alentamaan omia hiilidioksidipäästöjään Pariisin vuoden 2015 ilmastopöytäkirjassa linjattujen kansainvälisten päästövähennystavoitteiden mukaisesti. Osana sitoumustaan Alma Media käynnistää vuonna 2018 myös pitkäaikaisen hankkeen, jonka puitteissa kaikkia yhtiön avainliiketoimintakijojia kannustetaan laatimaan omat pitkän aikavälin ilmastotavoitteensa.

Alma Median lehtipainossa ympäristövastuusta huolehtiminen liittyy saumattomasti tuotantoprosessien ja laadun kehittämiseen sekä toimivaan hankintapolitiikkaan.

Alihankkijasuhteiden perustana toimii Alma Manun hankintaohje, johon on kirjattu laatuvaatimukset painon käyttämille tärkeimmille materiaaleille.

Tuotantoprosessejaan paino kehittää muun muassa henkilökunnan osaamista täydentävin valmennuksin ja materiaalitestauksin.

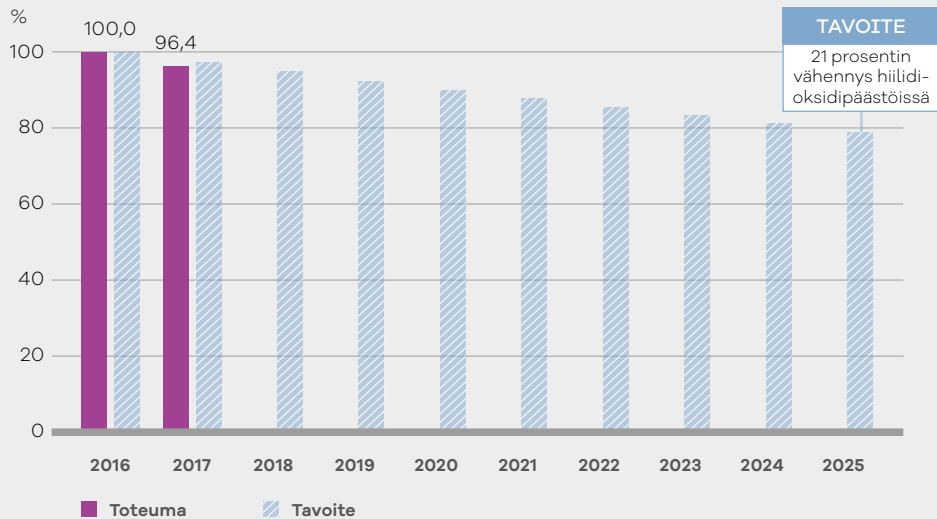
Vuonna 2013 valmistuneessa painolaitoksessa työntekijöiden käytössä on myös uudenaikaiset koneet ja tarkoituksenmukaiset tilat, joissa tuotantoprosessi on suunniteltu tehokkaaksi ja ympäristöystävälliseksi.

”Laatu ja materiaalitehokkuus kulkevat käsi kädessä. Jos materiaalihukka on korkea, laatuakaan ei ole kunnossa.”

Jussi Pekkarinen, laatu päällikkö,
Alma Median lehtipaino
Alma Manu

Miksi päästöjen vähentäminen on tärkeää yhteiskunnalle?	Miksi päästöjen vähentäminen on tärkeää Alma Medialle?	Tavoite	Edistyminen vuonna 2017	Toimenpiteet vuonna 2018
Ilmastomuutoksen nopeutuminen lisää sään ääri-ilmiöitä ja ilmasto-pakolaisuutta sekä aiheuttaa poliittista epävakautta alueilla, joihin ilmastonmuutoksen vaikutukset kohdistuvat rajuin.	Tarkoituksensa (engl. purpose) mukaisesti Alma Media haluaa olla mukana kiihdyttämässä yksilöiden, yhteiskunnan ja yritysten kestäväää kasvua. Ympäristövastuun laiminlyönnit olisivat sille sekä liiketoiminnallinen riski että brändiriski.	Alma Media pienentää omia päästöjään Pariisin ilmastopöytäkirjassa linjattujen päästövähennystavoitteiden mukaisesti.	Alma Media sitoutui laatimaan tie-teeseen perustuvat pitkän aikavälin ympäristötavoitteet, jotka ovat linjassa Pariisin ilmastopöytäkirjan tavoitteiden kanssa.	Alma Median vanhan painokiinteistön energiatehokkuushanke valmistuu. Hankkeen arvioidaan pienentävän sähkön kokonaiskulutusta Alma Median Suomen kiinteistöissä 3,7 prosentilla ja kaukolämmön kulutusta 16,9 prosentilla.

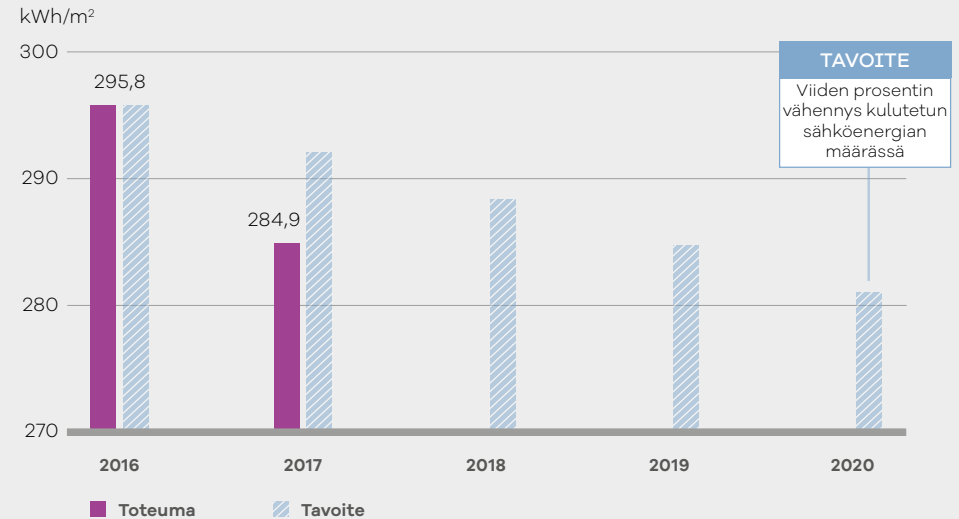
Alma Median omasta toiminnasta aiheutuneet CO₂-päästöt*



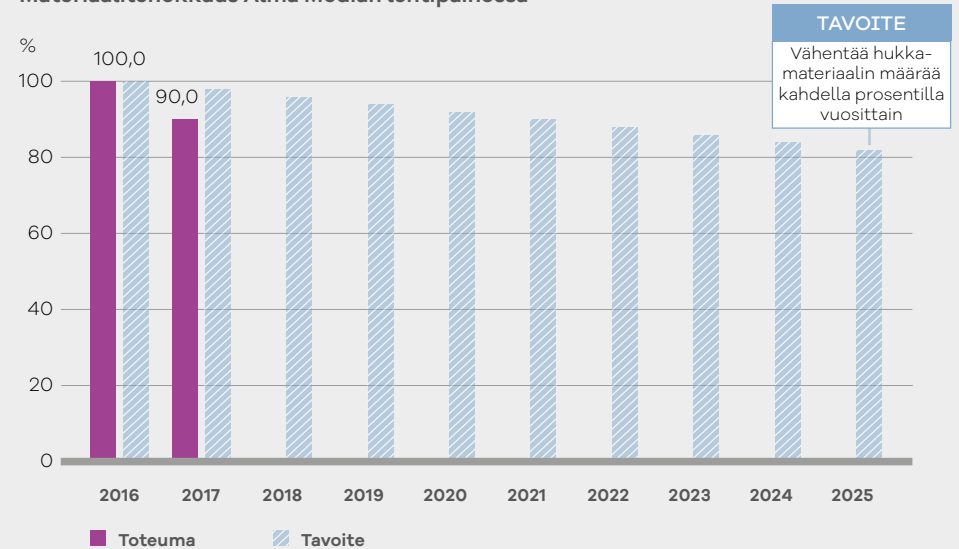
* Sis. Scope 1- ja Scope 2 -päästöt, eli sähköenergian, kaukolämmön ja kaukokylmän kulutuksesta aiheutuneet CO₂-päästöt kaikissa Alma Median yksiköissä sekä työsuhdeautojen aiheuttamat CO₂-päästöt Suomessa ja tšekkiläisessä online-rekrytointiyrityksessä LMC:ssä.

Vuonna 2017 Alma Median sähkön, kaukolämmön ja -kylmän kulutuksesta koituneet hiilidioksidipäästöt sekä työsuhdeautojen kuluttaman polttoaineen aiheuttamat päästöt vähenivät 3,6 prosenttia 5 299 hiilidioksidiekvivalenttonniin vuoteen 2016 verrattuna (2016: 5 496 tCO₂-ekv). Hiilidioksidipäästöt alenivat myös Alma Median lehtipainossa, jossa saatiin painettua tuotantoprosessin aikana syntyvää hukkapaperin määrää entistä alemmaksi kehittämällä työmenetelmiä sekä työntekijöiden osaamista ja suorittamalla systemaattista tuotantomateriaalien testausta (taulukko 3).

Energiatehokkuus Alma Median kiinteistöissä Suomessa



Materiaalitehokkuus Alma Median lehtipainossa



Tasa-arvoinen ja monimuotoinen työyhteisö

Alma Media on sitoutunut työnantajana kohtelemaan työntekijöitään tasa-arvoisesti ja yhdenvertaisesti.

Taatakseen työntekijöilleen tasaveroisen kohtelun Alma Median yksiköt Suomessa laativat kahden vuoden välein yhdenvertaisuus-, monimuotoisuus- ja tasa-arvosuunnitelmat, joiden laatimisessa ne käyttävät apunaan esimerkiksi henkilöstönsä palkka-analyysijä ja Alma Median henkilöstötutkimuksen tuloksia. Suunnitelmien sisältö vaihtelee yksikköittäin, mutta kaikille yhteistä on auditoinnissa esiin tulleiden henkilöstön huolenaiheiden tarkastelu, kuten palkkaerojen, määräaikaisten perusteiden sekä työtehtäväkohtaisen sukupuolijakauman arviointi.

Valmiit suunnitelmat muodostavat käytännön suuntaviivat monimuotoisuus- ja tasa-arvotyölle, johon Alma Media on sitoutunut tehtyään vuonna 2015 oman monimuotoisuussitoutumuksensa. Yritysvastuuverkosto FIBS:in monimuotoisuussitoutumus velvoittaa Alma Mediaa tarjoamaan yhdenvertaisia mahdollisuuksia henkilöstölle, tunnistamaan ja hyödyntämään yksilöllistä osaamista sekä johtamaan oikeudenmukaisesti henkilöstöä.

Monimuotoisen henkilöstöpolitiikan toteutumista Alma Media seuraa vuonna 2017 asettamiensa henkilöstövastuun tavoitteiden avulla. Tavoitteista kolme mittaa Alma Median edistymistä molemmissa olennaisiksi arvioiduissa henkilöstövastuun osa-alueissa, sekä tasa-arvoisen ja monimuotoisen työyhteisön kehittämisessä että henkilöstön osaamisen ja hyvinvoinnin parantamisessa. Niiden mukaan:

- Alma Median tulisi saavuttaa vuosittain vähintään 70 prosentin tulos QWL-henkilöstökyselyssä (engl. Quality Work Life), joka mittaa työelämän laatuun vaikuttavia tekijöitä henkilöstön keskuudessa.

Vuonna 2017 tavoite saavutettiin. Alma Mediassa työelämän laadun QWL-indeksiluku oli 76 prosenttia.

- Alma Median tulisi saada työntekijöiltään arvosanaksi vähintään 7 vuosittaisessa työnantajamielikuvamittauksessa vastausten keskiarvolla mitattuna.





Vuonna 2017 Alma Media ylitti tavoitteen. Asteikolla 1–10 Alma Median työntekijöiden vastausten keskiarvoksi muodostui 7,98.

- Alma Median tulisi kyetä pitämään kiinni uusista työntekijöistään. Tavoitteena on, että ainakin 10 % vakituisessa, kokoaikaisessa työsuhteessa olevista almalaisista jatkaa yhtiön palveluksessa kaksi vuotta aloittamisensa jälkeen.

Vuonna 2017 tavoitetta ei saavutettu. Lähtövaihtuvuus enintään kaksi vuotta sitten Alma Mediassa työnsä aloittaneiden vakituisten, kokoaikaisien työntekijöiden keskuudessa oli 12,9 prosenttia.

Kahdesta muusta henkilöstövastuun tavoitteesta toinen liittyy selkeämmin tasa-arvoisen ja monimuotoisen työyhteisön kehittämiseen. Tavoitteen mukaisesti Alma Mediassa ei tule esiintyä henkilöstön syrjintää tai muuta epäasiallista kohtelua. Tavoitteen toteutumista arvioidaan seuraamalla, onko yhtiön tietoon tullut raportointivuoden aikana työntekijöiden epäasialliseen kohteluun liittyviä rikkomuksia joko viranomaisten toimesta tai yhtiön työntekijöiden käytössä olevan Whistleblow-kanavan kautta. Vuonna 2017 tapauksia ei esiintynyt.

Vastuullisuuden kehittämisen painopisteet vuonna 2018

Alma Media tarvitsee median tulevaisuuden rakentamiseen mahdollisimman monenlaisia työntekijöitä. Media-alan nopea digitalisoituminen merkitsee, että datan

hallinnasta ja käsittelystä muodostuu yhä merkityksellisempi osa Alma Median jokapäiväistä liiketoimintaa. Samaan aikaan myös tietoturva- ja tietosuojakysymykset ovat nousseet yhä tärkeämpään rooliin ja mainonnan ja uutissisältöjen painopiste on siirtynyt printistä verkkoon ja mobiiliin. Siksi myös toimittajilta ja mainontaa myyviltä mediamaailmasta vaaditaan tänä päivänä laajaa digitaalista ja sosiaalisen median osaamista.

Menestyksellisen liiketoiminnan takaamiseksi myös tulevaisuudessa Alma Median on kyettävä houkuttelemaan töihin osaajia aloilta, joilla työntekijöistä vallitsee kova kilpailu. Yksi Alma Median HR-toiminnan tärkeimpiä painopistealueita vuonna 2018 onkin edellisvuoden tapaan esimies- ja johtamistyön kehittäminen, jota pyritään tekemään pitkäjänteisesti ja suunnitelmallisesti. Toinen tärkeä painopistealue on Alma Median työnantajakuvan selkeyttäminen ja työnantajakuvan tehokkaampi viestintä varsinkin avainosaajien kohderyhmille. Vuonna 2017 erityistä huomiota kiinnitettiin digikehittäjien rekrytointiin, joiden palkkaamisessa Alma Median yksiköillä on ollut ajoittain haasteita. Avuksi otettiin muun muassa rekrytointivideot ja sosiaalisen median kanavat, ja myös digikehittäjille suunnatusta trainee-ohjelmasta saatiin hyviä tuloksia.

Vastaavia keinoja tullaan hyödyntämään myös vuonna 2018. Sen lisäksi Alma Median on kyettävä työnantajana tarjoamaan jatkuvasti ajanmukainen ja

Alma Median hallitus: Vuonna 2017 Alma Median hallituksen jäsenistä kaksi (33 %) oli naisia, molemmat 40–50-vuotiaita. Hallituksen muista jäsenistä yksi oli 40–50-vuotias, muut kolme yli 50-vuotiaita.

Hallituksen jäsenten määrä pieneni kuuteen hallituksen jäsenenä toimineen Niklas Herlinin menehdyttyä lokakuussa. Osakkeenomistajien nimitystoimikunta on ehdottanut tammikuussa 2018, että Alma Median hallituksen jäsenten lukumäärää nostetaan kahdeksaan.

Alma Median johtoryhmä: Johtoryhmän jäsenistä vuonna 2017 neljä oli iältään 40–50-vuotiaita ja seitsemän yli 50-vuotiaita. Naisten lukumäärä johtoryhmässä kasvoi vuonna 2017 kolmeen (2016: 1), ja heidän osuutensa 27 prosenttiin johtoryhmän jäsenistä. Johtoryhmän kokonaisvahvuus kasvoi kymmenestä yhteentoista.

Muut esimiestehtävät: Esimiestehtävissä toimivien naisten osuus Alma Mediassa oli Suomessa 46 prosenttia (12/2016: 45 %) ja koko Alma Mediassa 35 prosenttia.

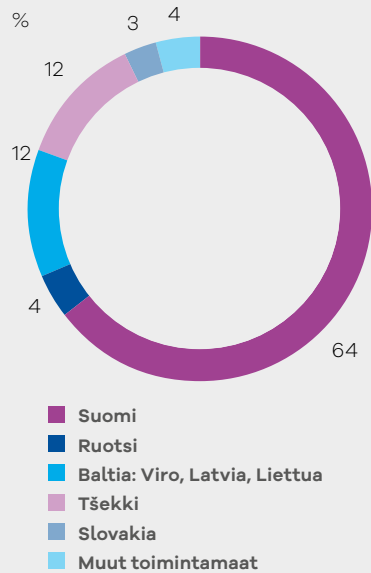
kilpailukykyinen työympäristö ja viihtyisä työyhteisö sekä pyrittävä varmistamaan, että pääsy työyhteisöön on kaikille ja kaikenlaisissa elämäntilanteissa oleville työntekijöille mahdollisimman vaivatonta. Tämä edellyttää esimerkiksi sitä, että työntekijöille kyetään tarjoamaan mahdollisuuksia joustaviin työtapoihin, kuten etä- tai osa-aikatyöhön, ja että vajaakuntoisille työntekijöille hankitaan heidän tarvitsemiaan erityisapuvälineitä.

”Monimuotoisen ja tasa-arvoisen työyhteisön rakentaminen lähtee johdosta. Johdon on näytettävä esimerkkiä.”

Virpi Juvonen, henkilöstöjohtaja, Alma Media

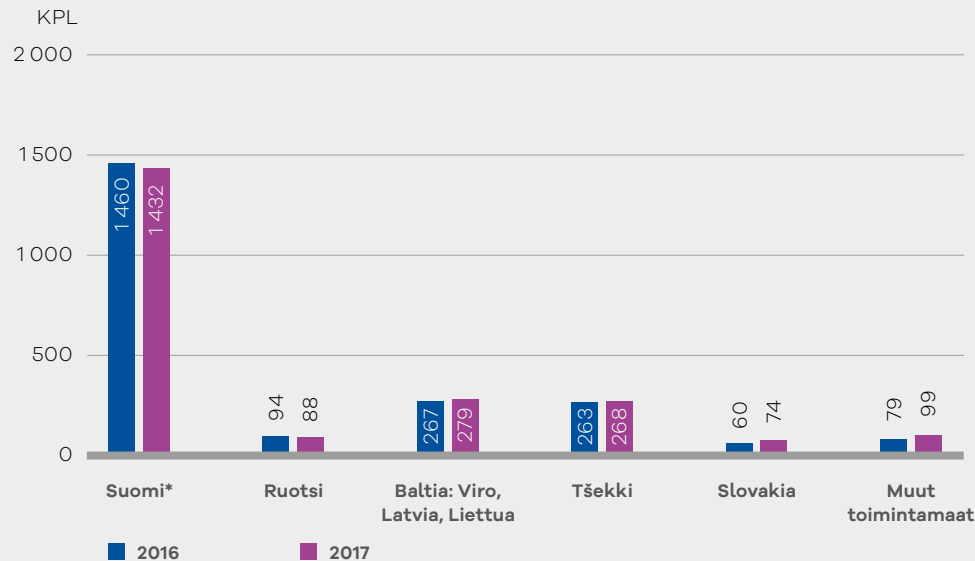


Työntekijöiden määrä eri maissa (12/2017)



2000-luvulla Euroopassa tehdyt yritysostot ovat muuttaneet Alma Median työntekijäprofiilin kansainväliseksi. Vuoden 2017 lopussa jo 36 % konsernin työntekijöistä oli Suomen ulkopuolella, yhdeksässä muussa toimintamaassa. Suomessa kansainvälisimmäksi yksiköksi on muodostunut Alma Median jakeluyksikkö. Jakajista noin 26 prosenttia oli vuoden 2017 lopussa kotoisin muualta kuin Suomesta, ja he edustivat 34 eri kansallisuutta.

Työntekijämäärän kehitys eri maissa vuosina 2016–2017



*Luku ei sisällä jakajia. Vuoden 2017 lopussa heidän määränsä oli 837 (2016: 845).

Vuonna 2017 Alma Median eri yksiköihin palkattiin yhteensä 445 vakituista työntekijää. Näistä 183 oli Alma Median jakelutoimintoihin palkattuja lehdenjakajia ja loput 262 muihin yksiköihin palkattuja, vakituksia työntekijöitä. Uutta väkeä palkattiin erityisesti digitaalisiin palveluihin.

Alma Median isoissa yksiköissä henkilökunnan vaihtuvuus oli suurinta Slovakiassa ja Liettuassa. Isoissa Suomen yksiköissä lähtövaihtuvuus oli suurinta Alma News & Life - sekä Alma Markets -yksiköissä (molemmissa 10,8 %), ja pienintä Alma Regionsissa (2017: 3,0 %, poislukien jakajat). Erityisesti Alma Median toimituksissa työsuhteet ovat usein hyvin pitkiä ja lähtövaihtuvuus pientä. Vuoden aikana Alma Median Suomen yksiköissä irtisanottiin tuotannollisista tai taloudellisista syistä 12 työsuhdetta, joista yhdeksän oli kokoaikaista ja kolme osa-aikaista.

Miksi yritysten työntekijöiden tasa-arvon ja monimuotoisuuden edistäminen on tärkeää yhteiskunnalle?

Yhteiskunnan resurssit saadaan kanavoitua tuottavammin, kun kaikilla työkykyisillä ihmisillä on pääsy työmarkkinoille. Työllistyminen ehkäisee syrjäytymistä ja eriarvoistumista.

Miksi työntekijöiden tasa-arvon ja monimuotoisuuden edistäminen on tärkeää Alma Medialle?

Työntekijöiden moninaisuus lisää Alma Median uudistumis- ja kilpailukykyä media-alan murroksessa.

Tavoite

Työntekijöiden tasapuolinen ja yhdenvertainen kohtelu.

Työnantajakuvan ja esimies- ja johtamistyön systemaattinen ja pitkäjänteinen kehittäminen.

Edistyminen vuonna 2017

Alma Media otti käyttöön uuden QWL-henkilöstökyselyjärjestelmän, josta muodostuu keskeinen työkalu henkilöstöpolitiikan kehittämisessä konsernissa. Digikehittäjien trainee-ohjelma, rekrytointiviestinnän tehostaminen.

Toimenpiteet vuonna 2018

Oppilaitosyhteistyön lisääminen ja some kanavien hyödyntäminen aiempaa paremmin. Työnantajakuvan rakentamista tehostetaan mallintamalla Alma Median työnantajalupaus, palkkaamalla rekrytoinnin kehittämiseen keskittyvä työntekijä ja panostamalla työnantajakuvakampanjoihin.

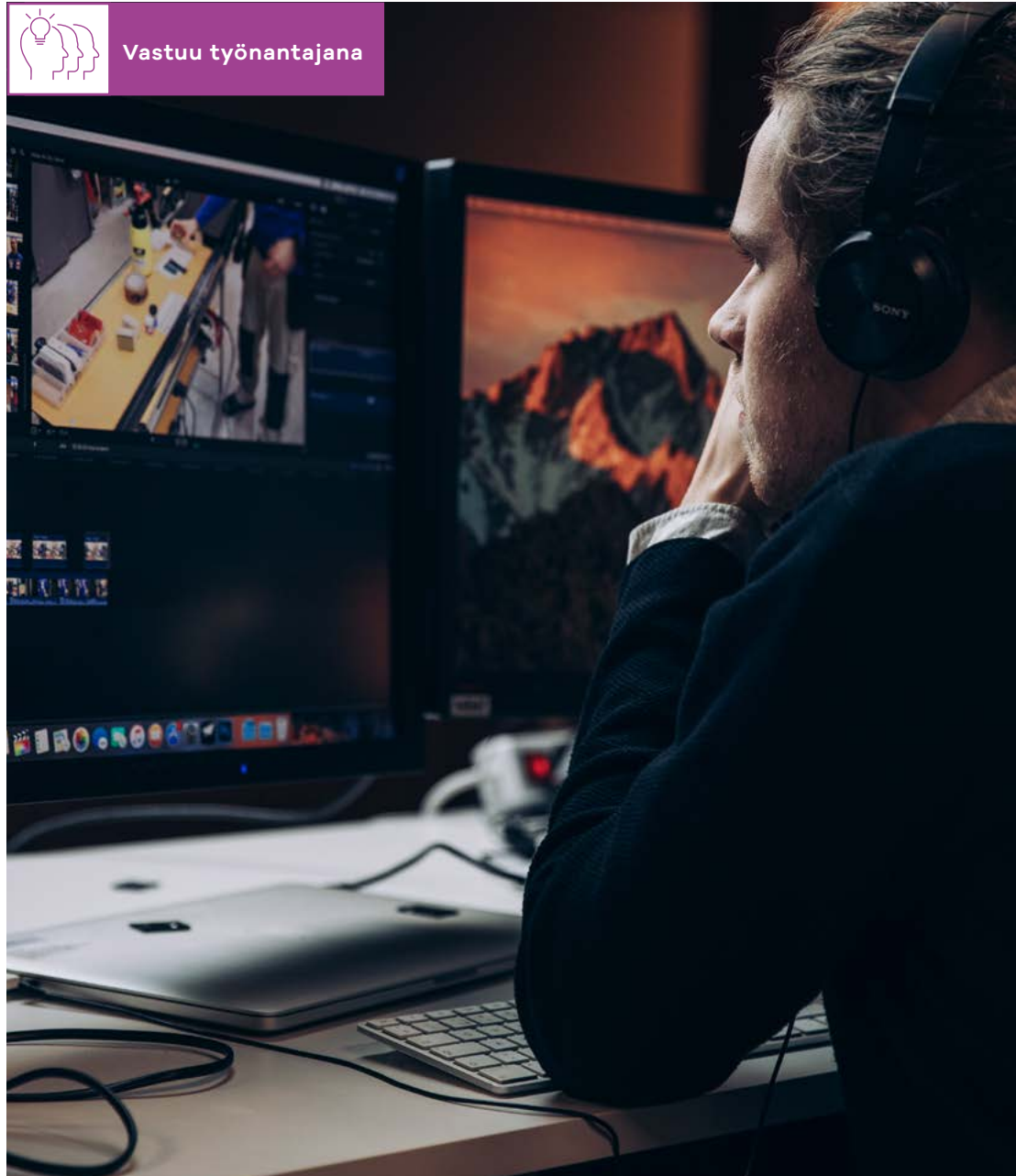
Henkilöstön osaamisen ja hyvinvoinnin kehittäminen

Media-alan digitalisoituminen merkitsee sitä, että työntekijöiden ydinosaaminenkin saattaa vanhentua nopeasti, kun käyttöön tulee uusia työkaluja ja työelämän vaatimukset muuttuvat.

Alma Median tapa vastata tähän haasteeseen on jo vuosia ollut työssä oppimisen ja jatkuvan osaamisen kehittämisen painottaminen. Työssä oppiminen suo mahdollisuuden reagoida ripeästi esimerkiksi teknologisen kehityksen synnyttämiin uusiin osaamistarpeisiin, johon koulutusyritysten kanssa yhteistyössä toteutetut suuret valmennuskokonaisuudet eivät välttämättä pysty, koska niiden suunnittelu vaatii aikaa. Samasta syystä Alma Mediassa kehitettiin 2010-luvun puolivälissä uusi ketterien valmennusten malli, joka täydensi jo aiemmin konsernissa käytössä olleita tapoja kehittää työntekijöiden ydinosaamista. Malli on sittemmin vakiintunut käyttöön kaikissa Alma Median Suomen yksiköissä. Sen etuna on nopeus, tarvelähtöisyys ja kustannustehokkuus. Valmennukset räätälöidään vastamaan yksiköiden spesifejä osaamistarpeita, ja yksiköiden esimiehet sekä valmennukseen osallistuvat työntekijät itse päättävät valmennuksen sisällöstä, jotta se vastaisi tarkasti havaittuja tarpeita.

Nopealla syklillä toteutettavien täsmävalmennusten ohella Alma Mediassa toteutettiin syksyllä 2017 kaikille Suomen almalaisille avoin, laaja FutureMe-valmennushanke yhteistyössä ulkopuolisen koulutusyrityksen kanssa. Valmennuksen tavoitteena oli vahvistaa valmennukseen valittujen työntekijöiden ymmärrystä omista vahvuuksistaan ja osaamisen kehittämistarpeistaan nopeasti digitalisoituvassa työelämässä. Vuodesta 2018 lähtien FutureMe-hankeesta saatuja oppeja tullaan ottamaan käyttöön Alma Median muidenkin työntekijöiden uraohjauksessa ja -valmennuksessa.

Oman työn ohessa tapahtuvan osaamisen kehittämisen lisäksi Alma Median henkilöstö täydentää jatkuvasti osaamistaan erilaisissa ulkopuolisten tahojen järjestämissä lyhytkestoisissa seminaareissa ja koulutustapahtumissa. Sen lisäksi osa Alma Median työntekijöistä hakeutuu omaehtoisesti pidempikestoisiin koulutuksiin. Suomessa mahdollisuutta





opintovapaaseen vuonna 2017 käytti 72 työntekijää Alma Median eri yksiköissä. Edellisvuosien tapaan Alma Media tuki työntekijöitään taloudellisesti myös näissä tapauksissa. Tuen laajuus ja sen muoto ratkaistiin tapauskohtaisesti. Perusteena käytettiin arviota siitä, parantaako koulutus työntekijän osaamista ja valmiuksia työssä Alma Mediassa.

Työterveyden kehittäminen ja työtapaturmien vähentäminen

Suurin osa Alma Mediassa tapahtuvista työtapaturmista ja työmatkatapaturmista tapahtuu joka vuosi lehtien jakelussa. Vakavat työtapaturmat ovat hyvin harvinaisia, mutta jakajille tapahtuu työssään paljon liukastumisia ja kompastumisia.

Työturvallisuus on nostettu Alma Median jakelussa keskeiseksi painopistealueeksi. Yhtiö asetti yksikölle vuonna 2017 tavoitteeksi puolittaa työtapaturmat vuoden 2017 tasosta viidessä vuodessa.

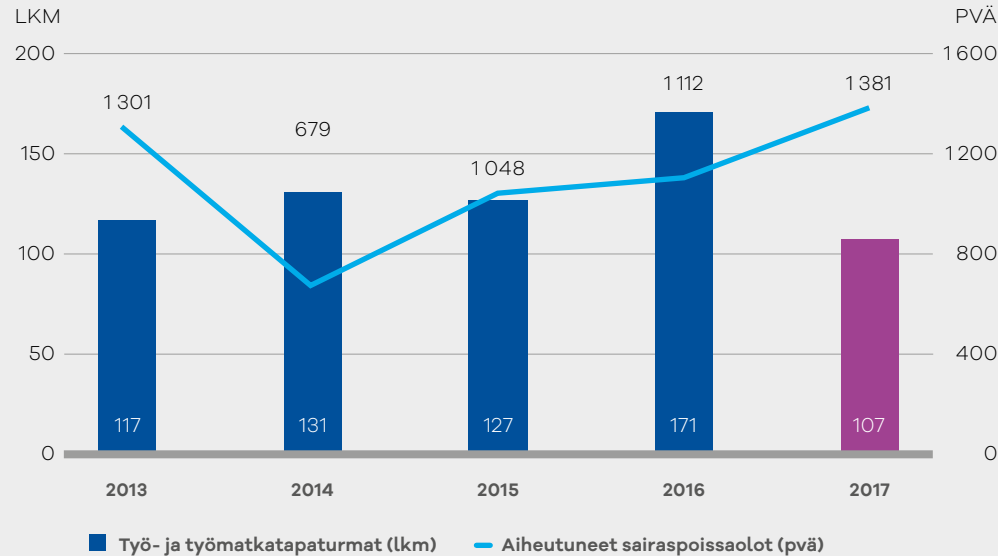
Tavoitteeseen päästään vain tekemällä pitkäjänteistä työtä jakajien työturvallisuuden kohentamiseksi ja työtapaturmien ennaltaehkäisemiseksi. Eräs osa tätä työtä on taata jakajille asianmukaiset, ergonomiset ja turvalliset työvarusteet. Kaikilla Alma Median vakituksilla jakajilla on jo nyt käytössään työasut, joissa on käytetty heijastavia materiaaleja. Sen lisäksi jakajien on mahdollista saada kenkiinsä liukuesteet ja polkupyörällä työtään tekeville jakajilla on pyöräilykypärät. Tarjolla on myös apuvälineitä, jotka nopeuttavat jakotyötä ja parantavat työergonomiaa.

Toinen osa työtapaturmien vähentämiseen tähtävää työtä on jakajien perehdytyksen kehittäminen. Alma Median jakelun nykyisessä perehdytysmallissa painopiste on digitaalisessa itseopiskelussa. Ennen pääsyään töihin jakajien on suoritettava onnistuneesti perehdytysmateriaali, jonka yksi keskeinen osa-alue on työturvallisuus. Kaikilla Alma Median jakajilla on myös työssään käytössä PDA-laite, jonka välityksellä he voivat raportoida esimiehilleen kierroksellaan huomaamistaan työturvallisuusriskeistä tai läheltä piti -tilanteista. Tämän lisäksi kaikki aloittelevat jakajat käyvät osana

perehdytystään jakokierroksella kokeneemman jakajan kanssa.

Jo tehtyjen työturvallisuuden parantamiseen tähtävien toimien lisäksi Alma Median jakajille tullaan antamaan vuonna 2018 turvallisuuskoulutusta, jotta työtapaturmia saataisiin vähennettyä tavoitteen mukaisesti. Tapaturmia pyritään ennaltaehkäisemään analysoimalla entistä tarkemmin jakajille tapahtuneita vaaratilanteita ja tapaturmia. Myös jakelun työsuojeluorganisaatio osallistetaan toimintasuunnitelman tekemiseen ja toteuttamiseen.

Työ- ja työmatkatapaturmat ja niistä aiheutuneet sairaspöissaolot Suomessa

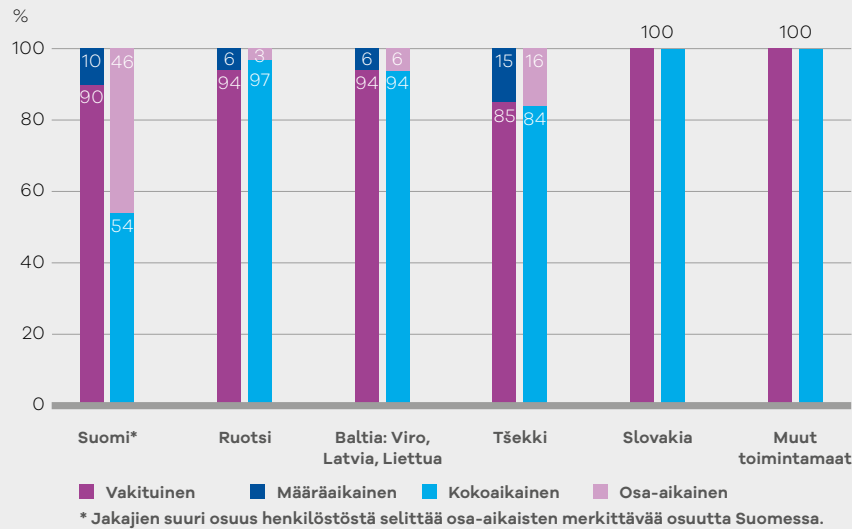


Alma Median eri yksiköissä Suomessa kirjattiin vuonna 2017 yhteensä 20 378 sairauslomapäivää. 57 prosenttia kaikista sairauslomapäivistä (11 598 päivää) kirjattiin jakajille.

Myös työ- ja työmatkatapaturmia tapahtui vuonna 2017 merkittävästi enemmän jakajille kuin muille Alma Median työntekijöille. Kaikista Alma Mediassa vuonna 2017 kirjatuista 142:sta (2016: 171) työtai työmatkatapaturmasta 104 sattui jakelussa.

Henkilöstövastuu – vuoden 2017 kohokohtia

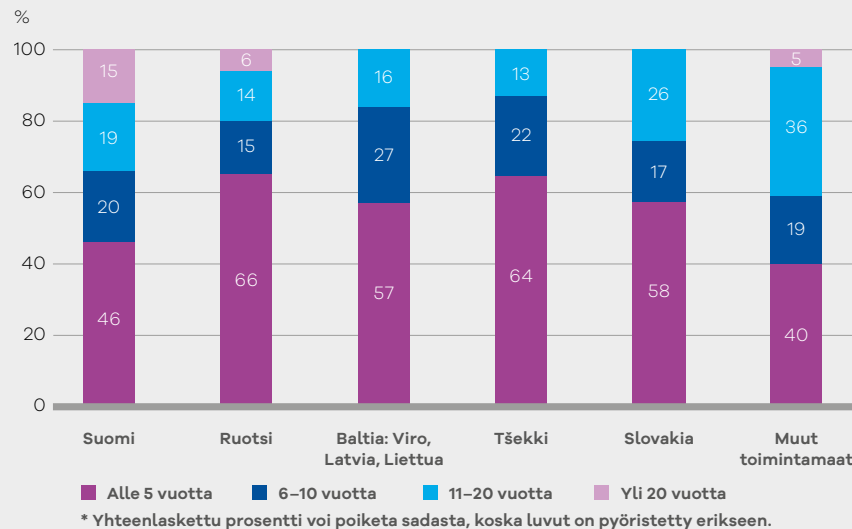
- Alma Median tulos QWL-henkilöstötutkimuksessa nousut vuodessa kymmenellä pisteellä 76:een, mikä vastaa parhaiden suomalaisyritysten saamia indeksilukuja.
- Alma Median houkuttelevuus työnantajana parantui selvästi kansallisessa työnantajakuivatutkimuksessa sekä ammattilaisten että opiskelijoiden keskuudessa.


Työsuhteen laatu eri maissa (12/2017)


Vuonna 2017 kaikissa toimintamaissa Alma Median työntekijöistä vähintään 85 prosenttia oli vakituksessa työsuhteessa. Enemmistö työntekijöistä oli myös kokoaikaisessa työsuhteessa – poikkeuksena Suomi, jossa suuri osa työntekijöistä on osa-aikaisia jakajia.

Alma Median jakelussa käynnistyi vuonna 2017 hanke, jolla pyritään sitouttamaan jakajia pitkäaikaisemmin työhön ja nostamaan jakelutyön arvostusta. Syksyllä 2017 käynnistyneessä hankkeessa on lähdetty muun muassa uudistamaan mielikuvaa jakajien työstä ja tehostamaan rekrytointikäytäntöjä. Hankkeen päämääränä on varmistaa työntekijöiden saatavuus ja kohtaa Alma Manu Oy:n työnantajamielikuvaa.

Osa-aikaisten työntekijöiden suuren määrän ohella Alma Median työntekijäprofiili Suomessa erottuu muista toimintamaista myös siksi, että Alma Median toimituksissa hyödynnetään jatkuvasti freelance-työvoimaa apuna sisällöntuotannossa. Usein nämä avustajasuhteet ovat pitkään jatkuvia yhteistyösuhteita. Tällaiseen järjestelyyn perustuvat esimerkiksi monet Alma Median toimitusten kirjeenvaihtajapestit ulkomailla. Kaikki Alma Median toimitukset hoitavat suhteita avustajaverkostoonsa kuitenkin itsenäisesti tilaten avustajiltaan juttuja, videoita tai valokuvia täydentämään oman toimituksensa sisällöntuotantoa kulloisenkin tarpeen mukaisesti.

Työsuhteiden pituus (12/2017)


Pitkään jatkunut talouskasvu asettaa monissa itäisen Keski-Euroopan maissa yrityksille rekrytointihaasteita, niin myös Alma Median liiketoiminnoille. Kilpailu osaajista on kovaa ja työntekijöiden liikkuvuus työmarkkinoilla suurta. Esimerkiksi tšekkiläinen rekrytointiyritys LMC on pyrkinyt sitouttamaan osaajiaan tarjoamalla monipuolisia koulutusmahdollisuuksia koti- ja ulkomailla sekä antamalla työntekijöille ja tiimeille paljon vapautta ohjata itseään.

Suomessa pitkään jatkunut mediatoimialan ja mainosmarkkinoiden murros ovat aiheuttaneet mediataloille säästöpainetta, ja monet media-yhtiöt, myös Alma Media, ovat vähentäneet työntekijöitään. Kun neuvotteluja työntekijävähennyksistä joudutaan käymään, Alma Media

kartoittaa aina neuvotteluprosessin aikana erilaisia tukitoimenpiteitä, jotka lievittävät tilanteen työntekijälle aiheuttamia ongelmia. Näihin tukitoimiin voi sisältyä esimerkiksi taloudellista tukea uudelleenkouluttautumiseen. Osana neuvotteluprosessia selvitetään myös, onko työntekijää mahdollista sijoittaa konsernin sisällä uusiin tehtäviin. Tukeakseen yhteistoimintamenettelyn seurauksena irtisanottavien työntekijöiden uudelleentyöllistymistä Alma Media tarjoaa lähteville työntekijöilleen myös vapaaehtoista uudelleensijoitusvalmennusta. Valmennukset ovat ulkopuolisen tahon toteuttamia kokonaisuuksia, jotka sisältävät yleensä sekä ryhmässä tapahtuvaa että henkilökohtaista valmennusta esimerkiksi työnhakuun liittyen.



Vastuullisuuden kehittämisen painopisteet vuonna 2018

Vuonna 2017 laadittujen työntantajavastuun tavoitteiden mukaisesti Alma Median on saavutettava vuosittain hyvät arvosanat sekä työnantajakuva-mittauksessa että QWL-henkilöstökyselyssä. Sen lisäksi Alma Median jakelulla on oma tavoitteensa työtapaturmien puolittamisesta.

Päästäkseen näihin tavoitteisiin Alma Median on kehitettävä pitkäjänteisesti työntekijöidensä uraohjausta ja -valmennusta. Niiden kehittäminen saa eri yksiköissä hieman eri painotuksia, mutta kaikissa yksiköissä yhteisenä päämääränä on tehdä henkilöstön osaamisen kehittämisestä entistä liiketoiminta- ja tarvelähtoisempää,

toimialan digitalisoitumisen mukanaan tuomat osaamishaasteet huomioiden. Etenkin työtehtävissä, joissa osaa-jista on paljon kysyntää ja työntekijöiden vaihtuvuus suurta, Alma Median on myös kyettävä entistä paremmin sitouttamaan osajansa tarjoamalla mielekkäitä uramahdollisuuksia ja -haasteita.

Tämän vuoksi yksi painopisteistä henkilöstön osaamisen kehittämisessä Alma Median Suomen yksiköissä vuonna 2018 tulee olemaan FutureMe-hankkeesta saatujen oppien liittäminen osaksi kaikkien työntekijöiden työuran aikaista ohjausta ja valmennusta. Myös esimiesten ja alaisten käymiä henkilökohtaisia one-to-one -kehityskeskusteluja päivitetään niin, että osaamisen

kehittäminen painottuu niissä entistä voimakkaammin. Jatkossa alaisten ja esimiesten tulee määritellä yhteisissä one-to-one -kehityskeskusteluissaan vuotuiset tavoitteet myös alaisen osaamisen kehittymiselle, jotka tukevat Alma Median transformaatiota entistä digitaalisemmaksi media- ja palveluyhtiöksi.

Alma Media arvioi, että vuonna 2017 Suomen yksiköiden työntekijöistä noin 90 prosenttia kävi esimiehensä kanssa one-to-one -keskustelun. Luku vastaa vuoden 2016 tasoa. Arvio perustuu henkilöstölle vuonna 2016 tehdystä kyselystä saatuun vertailulukuun sekä raportointivuonna muista lähteistä saatuihin tietoihin.

Miksi yritysten työntekijöiden osaamisen ja hyvinvoinnin kehittäminen on tärkeää yhteiskunnalle?	Miksi työntekijöiden osaamisen ja hyvinvoinnin kehittäminen on tärkeää Alma Medialle?	Tavoite	Edistyminen vuonna 2017	Toimenpiteet vuonna 2018
Yhteiskunnallisen taloudellisen toimeliaisuuden kannalta on keskeistä, että työssäkäyvä väestö on ammattitaitoista ja hyvinvoivaa.	Osaavat, motivoituneet ja hyvinvoivat työntekijät tukevat Alma Median liiketoiminnan kehitystä ja digitaalista transformaatiota.	Jokaisella almalaisella on mahdollisuus kasvuun oman työnsä kautta. Löytää tehokkaita keinoja osaamisen transformatioon.	FutureMe-hanke, esimiesten tukimateriaalin uudistaminen ja esimiesarvioinnin kehittäminen.	Työntekijöiden osaamisen kehittämiselle vuotuiset tavoitteet one-to-one -keskusteluissa, FutureMe-hankkeesta saatujen oppien liittäminen osaksi kaikkien työntekijöiden uraohjausta, työntekijöiden osaamisen tehokkaampi jakaminen uuden sisäisen valmennuskonseptin avulla, panostukset esimiestaitojen kehittämiseen.

Yritysvastuun laskenta- ja tiedonkeruuperiaatteet

Alma Media julkaisee yritysvastuura-porttinsa kerran vuodessa. Kuten toimintakertomus ja tilinpäätös, yritysvastuura-portti koskee tilikautta 1.1.–31.12.2017. Edellinen raportti oli julkaistu maaliskuussa 2017.

Yritysvastuutiedot on kerätty konsernin sisäisistä tilastointijärjestelmistä, alihankkijoilta ja yhteistyökumppaneilta. Laskenta noudattelee GRI:n laskenta-ohjeita siltä osin kuin saatavilla oleva tieto on mahdollistanut sen tarkoituksenmukaisesti. Ainoan poikkeuksen muodostaa vastuulliseen journalismiin liittyvä raportointi, jossa on käytetty GRI:tä edeltänyttä G4-ohjeistoa, koska media-alan raportointiohjeistusta ei ole vielä päivitetty GRI:n mukaiseksi.

Taloudellinen raportointi noudattaa kansainvälistä IFRS-standardia ja taloudellisen vastuun luvut ovat peräisin tilinpäätöstiedoista. Hallintoihin liittyvä raportointi noudattaa pörssiyritysten lainsäädäntöä ja Suomen listayhtiöiden hallintokoodia. Ympäristövastuun luvut ovat pääosin toimittajilta sekä laskutuksesta kerättyjä. Sijaintiperusteisessa hiilidioksidipäästölaskennassa on sovellettu Tilastokeskuksen,

Energiateollisuuden ja IEA:n tarjoamia päästökertoimia.

Markkinaperusteisessa päästölaskennassa on sovellettu toimittajakohtaisia päästökertoimia ja EU-maiden jäännös-jakaumapäästökertoimia. Sosiaalisen vastuun tiedot kerätään HR-järjestelmien lisäksi esimerkiksi vakuutusyhtiöltä ja journalismin osalta Julkisen sanan neuvostolta.

Raportin sivuilla 34–38 olevassa Johtamistavan kuvauksessa on kerrottu raportoitaviin näkökohtiin liittyvistä poikkeuksista. Raportissa on ilmoitettu, mikäli luvut eivät ole vertailukelpoisia viimevuotisiin lukuihin esimerkiksi raportoinnin tarkentumisesta johtuen.

Raportointia kehitetään jatkuvasti, ja tulevaisuudessa raportointi tarkentuu ja laajenee edelleen. Vuoden 2017 raporttia ei ole varmennettu.

Yhteystiedot

Luetteloon on koottu Alma Median yritysvastuun kehittämiseen vastuussa olevien henkilöiden yhteystietoja.

Nimi	Tehtävä	Yksikkö
Vastuullinen journalismi		
Arno Aho	vastaava päätoimittaja	Alma Talent
Kari Kivelä	kustantaja, vastaava päätoimittaja	Iltalehti
Antti Kokkonen	päätoimittaja	Lapin Kansa
Tomi Lähdeniemi	vastaava päätoimittaja	Satakunnan Kansa
Jussi Tuulensuu	päätoimittaja	Aamulehti
Jarkko Ambrusin	päätoimittaja	Aluemia toimitukset
Vastuullinen markkinointi		
Tiina Järvillehto	johtaja, mediamyynti	Alma Mediaratkaisut
Elina Kukkonen	viestintä- ja brändijohtaja	Alma Media
Henkilöstövastuu		
Virpi Juvonen	henkilöstöjohtaja	Alma Media
Ympäristövastuu		
Jussi Pekkarinen	laatupäällikkö	Alma Manu
Jarno Lintunen	tilanhallintopäällikkö	Alma Media
Toimitusketjun vastuullisuus		
Risto Jauhiainen	johtaja, hankintapalvelut	Alma Media
Liiketoiminnan läpinäkyvyys ja eettisyys, riskienhallinta		
Mikko Korttila	lakiasiainjohtaja	Alma Media
Juha Nuutinen	talusjohtaja	Alma Media
Tietoturva ja -suoja		
Santtu Elsinen	Chief Digital Officer	Alma Media
Matti Venho	Data Protection Officer	Alma Media
Yhteiskunnallinen vaikuttaminen		
Elina Kukkonen	viestintä- ja brändijohtaja	Alma Media
Kirsi Hantula	yritysvastuupäällikkö	Alma Media

Ympäristö- ja henkilöstölukuja vuonna 2017

Alla olevaan taulukkoon on koostettu Alma Median ympäristö- ja henkilöstölukuja vuodelta 2017.

Alma Media ja ympäristö	Yksikkö	2016	2017	2018	2019	2020	Lisätietoja
Polttoaineiden ja energian kulutus							
Bensiini	GJ	2 202	5 286				Vuosien 2016 ja 2017 kulutustiedot eivät ole vertailtavissa. Raportointia on tarkennettu ottamalla laskentaan mukaan LMC:n (Tšekki) leasing-autojen bensiinin kulutus
Diesel	GJ	2 672	3 152				
Sähkö	GJ	47 034	46 476				
Kaukolämpö ja kaukokylmä	GJ	31 003	22 919				
Päästöt							
Välittömät päästöt							
Polttoaineet	tCO ₂ -ekv	359	579				Vuosien 2016 ja 2017 päästötiedot eivät ole vertailtavissa. Raportointia on tarkennettu ottamalla laskentaan mukaan LMC:n (Tšekki) leasing-autojen aiheuttamat päästöt
Välilliset päästöt							
Kaukolämpö, kaukokylmä ja sähkö	tCO ₂	5 137	4 720				Vuoden 2016 kulutustieto poikkeaa vuoden 2016 vuosiraportissa julkistetusta luvusta, koska raportointia on tarkennettu sen jälkeen. Nyt raportoitaviin lukuihin on sisällytetty kaukolämpö ja kaukokylmä
Epäsuorat päästöt							
Lentomatkustus	tCO ₂ -ekv	241	248				
Alma Median painoliiketoiminta ja ympäristö							
Painotoiminnassa käytetyt materiaalit							
Materiaali							
Paperi	tonnia	26 305	27 551				
Paperi, sertifioitu	tonnia	26 305	25 374				
Paperi, kierrätetyn paperin määrä	prosenttia	35	32				
Käytetyn paperin CO ₂ -intensiteetti	kg CO ₂ /paperitonni	167	153				
Värit	tonnia	551	636				
Coldset Offset painotekniikkana	tonnia	551	636				
Painolevyt	tonnia	135	146				



Alma Median painoliiketoiminta ja ympäristö	Yksikkö	2016	2017	2018	2019	2020	Lisätietoja
Painotoiminnan aiheuttama vedenkulutus							
Kunnallinen käyttövesi	m ³	3 465	3 387				
Painotoiminnan aiheuttamat VOC-päästöt							
VOC-päästöt	kg	4 442	2 328				
Painotoiminnan aiheuttamat jätteet							
Jätteenpolttu							
Vaarallinen jäte	tonnia	n/a	65				Reportointia on korjattu vuoden 2016 osalta. Vuonna 2016 vaarallisena jätteenä oli virheellisesti raportoitu kaikki polttoon menevä jäte. Esimerkiksi vuonna 2017 poltettavasta jätteestä vaarallista oli alle puolet
Kaikki poltettavaksi menevä jäte		150	156				
Kierrätys							
Ei-vaarallinen jäte	tonnia	3 063	2 917				

Alma Media ja henkilöstö

Työntekijämäärän kehitys eri maissa, kpl	2016	2017	2018	2019	2020
Suomi	1 460	1 432			
Ruotsi	94	88			
Baltia: Viro, Latvia, Liettua	267	279			
Tšekki	263	268			
Slovakia	60	74			
Muut toimintamaat	79	99			
Yhteensä	2 223	2 240			

Eri sukupuolien osuus henkilöstöstä (12/2017), %	Naisia	Miehiä
Suomi	47	53
Ruotsi	56	44
Baltia: Viro, Latvia, Liettua	73	27
Tšekki	42	58
Slovakia	51	49
Muut toimintamaat	53	47

Eri ikäisten työntekijöiden osuus (12/2017), %	Alle 30 v.	30-50 v.	Yli 50 v.
Suomi	22	51	28
Ruotsi	13	69	18
Baltia: Viro, Latvia, Liettua	24	73	3
Tšekki	26	71	3
Slovakia	27	72	1
Muut toimintamaat	27	69	4

Naisten osuus esimiestehtävissä (12/2017), %	Naisia esimiehinä	Miehiä esimiehinä
Suomi	46	54
Ruotsi	38	62
Baltia: Viro, Latvia, Liettua	0	100
Tšekki	23	77
Slovakia	55	45
Muut toimintamaat	50	50

GRI-indeksi

GRI:n mukainen sisältö		Sijainti	Lisätietoja
Organisaatio			
102-1	Raportoivan organisaation nimi	s. 3	
102-2	Toimialat, brändit, tuotteet ja palvelut	s. 20–21	
102-3	Organisaation pääkonttorin sijainti	www.almamedia.fi/yhteystiedot	
102-4	Toimintamaat	Toimintakertomus ja tilinpäätös s. 98–100, 133–134	
102-5	Organisaation omistusrakenne ja yhtiömuoto	Toimintakertomus ja tilinpäätös s. 85, 98, 133–134, 139	
102-6	Markkina-alueet, toimialat	Toimintakertomus ja tilinpäätös s. 98–100	
102-7	Raportoivan organisaation koko	Toimintakertomus ja tilinpäätös s. 107	
102-8	Tietoa palkansaajista ja muista työntekijöistä	s. 64	
102-9	Toimitusketju	s. 53–54	
102-10	Merkittävät muutokset organisaatiossa ja toimitusketjussa	Toimintakertomus ja tilinpäätös s. 80, 134, yritysraportti s. 53	
102-11	Varovaisuusperiaatteen soveltaminen	Toimintakertomus ja tilinpäätös s. 98–101	
102-12	Organisaation hyväksymät tai edistämät ulkopuolisten toimijoiden periaatteet tai aloitteet	s. 34–38	
102-13	Jäsenyydet järjestöissä ja edunvalvontaorganisaatioissa	s. 33	
Strategia			
102-14	Toimitusjohtajan katsaus	s. 4–5	
102-15	Keskeiset vaikutukset, riskit ja mahdollisuudet	Toimintakertomus ja tilinpäätös s. 130–131, Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 179–181, Muun kuin taloudellisen tiedon raportti s. 192–193	
Liiketoiminnan eettisyys			
102-16	Arvot ja liiketoimintaperiaatteet	s. 9, 34–38	
102-17	Epäiltyjen väärinkäytösten ilmoittaminen	s. 50	
Hallinto			
102-18	Hallintorakenne	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 166	
102-19	Vastuunjako	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 166	
102-20	Vastuuhenkilöt	s. 33, 66	
102-21	Sidosryhmien kuuleminen	s. 18–19	
102-22	Hallituksen kokoonpano	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 167–168	
102-23	Hallituksen puheenjohtaja	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 167	
102-24	Hallituksen valinta	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 167, 172	
102-25	Eturistiriitojen välttäminen	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 167–170	
102-26	Hallituksen rooli organisaation tarkoituksen, arvojen ja strategian määrittelyssä	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 170	
102-27	Hallituksen kollektiivinen tieto	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 170	



GRI:n mukainen sisältö		Sijainti	Lisätietoja
102-28	Hallituksen suorituksen arviointi	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 171	
102-29	Hallituksen rooli vaikutusten ja riskien tunnistamisessa ja hallinnassa	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 178	
102-30	Riskienhallinnan tehokkuuden arviointi	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 178–181	
102-31	Hallituksen riskiarviointien säännöllisyys	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 179	
102-32	Hallituksen rooli vastuullisuusraportoinnissa	s. 33	
102-33	Kriittisten huolenaiheiden kommunikointi	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 178–181	
102-34	Kriittisten huolenaiheiden luonne ja määrä	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 178–181	
102-35	Hallituksen ja ylimmän johdon palkitseminen	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 183–186	
102-36	Palkkioiden määräytyminen	Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä s. 183–186	
102-40	Luettelo organisaation sidosryhmistä	s. 18–19	
102-41	Kollektiivisesti neuvoteltujen työehtosopimusten piiriin kuuluva henkilöstö		Tieto kollektiivisesti neuvoteltujen työehtosopimusten piiriin kuuluvien työntekijöiden määrästä on saatavilla toiminnoistamme Suomessa ja Ruotsissa. Vuoden 2018 alusta lähtien kaikki Alma Median työntekijät Ruotsissa kuuluvat työehtosopimusten piiriin. Suomessa työehtosopimusten piiriin kuuluvien osuus on 88 %. Alma Media noudattaa paikallista työlainsäädäntöä myös muissa toimintamaissaan.
Sidosryhmävuorovaikutus			
102-42	Sidosryhmien määrittely- ja valintaperusteet	s. 18–19	
102-43	Sidosryhmätoiminnan periaatteet	s. 18–19	
102-44	Sidosryhmien esille nostamat tärkeimmät asiat ja huolenaiheet	s. 18–19	
Raportointikäytäntö			
102-45	Konsernitilinpäätökseen sisältyvät yhtiöt	Toimintakertomus ja tilinpäätös s. 133–134	
102-46	Raportin sisällön määrittely	s. 34–38	
102-47	Olennot aiheet ja niiden laskentarajat	s. 32, 34–38, 66	
102-48	Muutokset aiemmin raportoiduissa tiedoissa	s. 34–38	
102-49	Merkittävät muutokset raportin laajuudessa ja aiheiden laskentarajoissa	s. 34–38	
102-50	Raportointijakso	s. 66	
102-51	Edellisen raportin päiväys	s. 66	
102-52	Raportin julkaisu tiheys	s. 66	
102-53	Yhteystiedot, josta kysyä raporttiin liittyviä lisätietoja	s. 66	
102-54	GRI-standardien mukainen raportoinnin kattavuus	s. 66	
102-55	GRI-sisällysluettelo	s. 69–72	
102-56	Raportoinnin varmennus	s. 66	
Johtamismalli			
103-1	Olennot aiheet koskevat laskentarajat	s. 34–38	
103-2	Johtamistapa ja sen osa-alueet	s. 34–38	



GRI:n mukainen sisältö		Sijainti	Lisätietoja
103-3	Johtamistavan arviointi	s. 34–38	Alma Median raportoimiin yritys vastuuosaa-alueisiin liittyvistä tavoitteista on kerrottu yritys vastuuraportin sivuilla 39–65.
Taloudelliset standardit			
Taloudelliset tulokset			
201-1	Suoran taloudellisen arvon tuottaminen ja jakaminen	s. 51–52	
201-4	Julkiselta sektorilta saatu taloudellinen avustus	s. 52	
Korruptionvastaisuus			
205-3	Vahvistetut korruptiotapaukset ja niihin liittyvät toimenpiteet	s. 50	
Kilpailun rajoittaminen			
206-1	Kilpailuoikeudellisten säännösten rikkomiseen, kartelleihin ja määräävän markkina-aseman väärinkäyttöön liittyvät oikeustoimet	s. 50	
Ympäristöstandardit			
Materiaalit			
301-1	Käytetyt materiaalit painon tai määrän mukaan	s. 67	
Energia			
302-1	Organisaation oma energiankulutus	s. 67	
302-2	Organisaation ulkopuolinen energiankulutus	s. 67	
302-4	Energiankulutuksen vähentäminen	s. 67, 56, 58, 67	
302-5	Tuotteiden ja palveluiden energiantarpeen vähennykset	s. 58	
Päästöt			
305-1	Suorat kasvihuonekaasujen päästöt (Scope 1)	s. 67	
305-2	Epäsuoran energian kasvihuonekaasujen päästöt (Scope 2)	s. 67	
305-3	Muut epäsuorat kasvihuonekaasujen päästöt (Scope 3)	s. 67	
305-5	Kasvihuonekaasupäästöjen vähentäminen	s. 58	
305-7	Typen ja riken oksidit ja muut merkittävät päästöt ilmaan	s. 68	
Jätevedet ja jätteet			
306-2	Jätteet jätelajeittan ja käsittelytavan mukaan jaoteltuna	s. 68	
Toimittajien ympäristöarviointi			
308-2	Toimitusketjun negatiiviset ympäristövaikutukset ja toiminnot näiden korjaamiseksi	s. 53, 55	
Sosiaaliset standardit			
Työsuhteet			
401-1	Uudet työntekijät ja henkilöstön vaihtuvuus	s. 61	
403-2	Tapaturmataajuus, ammattitaudit, menetetyt työpäivät, poissaolot, työhön liittyvät kuolemantapaukset	s. 63	



GRI:n mukainen sisältö		Sijainti	Lisätietoja
403-3	Työntekijät, joilla on korkea riski sairastua ammatinsa vuoksi	s. 63	
Koulutus ja henkilöstön kehittäminen			
404-2	Osaamisen kehittämiseen ja elinikäiseen oppimiseen liittyvät ohjelmat	s. 62–63, 65	
404-3	Kehityskeskustelut ja suoritusten arvioinnit	s. 65	
Monimuotoisuus ja yhtäläiset mahdollisuudet			
405-1	Hallintoelinten ja henkilöstön monimuotoisuus	s. 60	
Syrjinnän kieltö			
406-1	Syrjintätapaukset ja korjaavat toimenpiteet	s. 60	
Paikallisyhteisöt			
Alma Median oma indikaattori	Alma Media järjestää vuosittain Suomessa vähintään vähintään yhden valtakunnallisen tason yhteiskunnallisen tai mediakasvatuksellisen hankkeen.	s. 43	
Poliittinen vaikuttaminen			
415-1	Poliittinen tuki	s. 50	
Markkinointiviestintä ja tuoteinformaatio			
417-3	Markkinointiviestintään liittyvien lakien, säännösten ja vapaaehtoisten periaatteiden rikkomukset	s. 48	
Alma Median oma indikaattori	Alma Median mediamyyntiorganisaation arvostus markkinointialan päättäjien keskuudessa	s. 48	
Asiakkaiden yksityisyyden suoja			
418-1	Asiakkaiden yksityisyyden suojan rikkomiseen ja asiakastietojen hävittämiseen liittyvät valitukset	s. 45	
Määräystenmukaisuus			
419-1	Lakien ja säädösten rikkomukset sosiaalisten ja taloudellisten tekijöiden osalta	s. 50, 60	
GRI G4:n mukainen sisältö			
Media-alaa koskevat standardit			
G4-M1	Ei-valtiollisista lähteistä saatu merkittävä rahoitus ja muu tuki	s. 52	
G4-M2	Journalismin etiikan seuranta	s. 39–41	
G4-M3	Journalismin eettisten käytäntöjen kehittäminen	s. 39–41	
G4-M7	Yleisön mediataitojen kehittäminen	s. 43	



Global Compact -sisältöindeksi

Periaate	Sijainti
Ihmisoikeudet	
Periaate 1: Yritysten tulee tukea ja kunnioittaa yleismaailmallisia ihmisoikeuksia omassa vaikutuspiirissään.	Code of Conduct eli Eettinen ohjeistus
Periaate 2: Yritysten tulee huolehtia, että ne eivät ole osallisina ihmisoikeuksien loukkauksiin.	Code of Conduct eli Eettinen ohjeistus, s. 51, 60
Työelämä	
Periaate 3: Yritysten tulee vaalia yhdistymisvapautta sekä kollektiivisen neuvotteluoikeuden tehokasta tunnustamista	s. 69
Periaate 4: Yritysten tulee tukea kaikenlaisen pakkotyön poistamista.	Code of Conduct eli Eettinen ohjeistus, s. 51, 60
Periaate 5: Yritysten tulee tukea lapsityövoiman käytön tehokasta poistamista.	Code of Conduct eli Eettinen ohjeistus, s. 51, 60
Periaate 6: Yritysten tulee tukea työmarkkinoilla ja ammatinharjoittamisen yhteydessä tapahtuvan syrjinnän poistamista	Code of Conduct eli Eettinen ohjeistus, s. 51, 60
Ympäristö	
Periaate 7: Yritysten tulee tukea varovaisuusperiaatetta ympäristöasioissa.	s. 56–58
Periaate 8: Yritysten tulee tehdä aloitteita, jotka edistävät vastuullisuutta ympäristöasioissa.	s. 55–58
Periaate 9: Yritysten tulee kannustaa ympäristöystävällisten teknologioiden kehittämistä ja levittämistä.	Code of Conduct eli Eettinen ohjeistus, s. 55
Korruption vastaisuus	
Periaate 10: Yritysten tulee toimia kaikkia korruption muotoja vastaan, mukaan lukien kiristys ja lahjonta.	Code of Conduct eli Eettinen ohjeistus, s. 50



Hallituksen toimintakertomus ja tilinpäätös 2017
ALMA MEDIA OYJ

SISÄLLYS

HALLITUKSEN TOIMINTAKERTOMUS

Hallituksen toimintakertomus	76
Taloudellista kehitystä kuvaavat tunnusluvut	89
Tunnuslukujen laskentaperiaatteet	92

KONSERNIN TILINPÄÄTÖS

Konsernin laaja tuloslaskelma	93
Konsernin tase	94
Konsernin rahavirtalaskelma	95
Laskelma konsernin oman pääoman muutoksista	97
Konsernitilinpäätöksen laatimisperiaatteet	98
Konsernitilinpäätöksen liitetiedot	102

EMOYHTIÖN TILINPÄÄTÖS

Emoyhtiön tuloslaskelma	144
Emoyhtiön tase	145
Emoyhtiön rahoituslaskelma	146
Emoyhtiön tilinpäätöksen laatimisperiaatteet	147
Emoyhtiön tilinpäätöksen liitetiedot	148

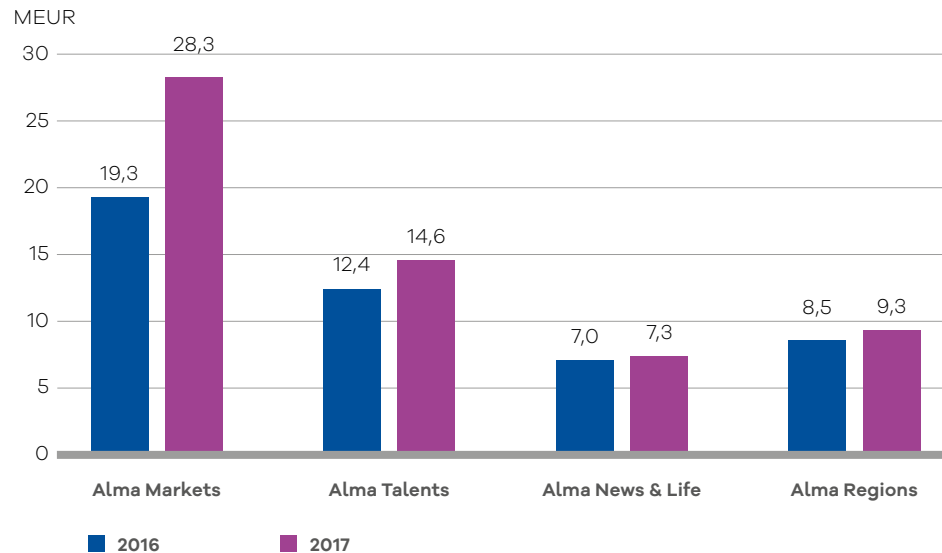
Toimintakertomuksen ja tilinpäätöksen allekirjoitukset	157
Tilintarkastuskertomus	158

Hallituksen toimintakertomus

TALOUDELLINEN KEHITYS VUONNA 2017:

- Liikevaihto 367,3 (353,2) milj. euroa, kasvua 4,0 %.
- Oikaistu liikevoitto 51,1 (35,2) milj. euroa, 13,9 % (10,0 %) liikevaihdosta, kasvua 45,2 %.
- Liikevoitto 46,6 (26,8) milj. euroa eli 12,7 % (7,6 %) liikevaihdosta, kasvua 74,0 %.
- Osakekohtainen tulos 0,39 (0,20) euroa.
- Hallituksen osinkoehdotus 0,24 (0,16) euroa/osake.
- Velkaantumisaste kauden lopussa oli 25,4 % (41,4 %) ja omavaraisuusaste 50,9 % (45,7 %).

Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto tammi–joulukuu (ei sisällä kohdistamattomia toimintoja)



AVAINLUVUT

MEUR	2017 1–12	2016 1–12	Muutos %
Liikevaihto	367,3	353,2	4,0
Sisältöliikevaihto	125,8	128,3	-1,9
Sisältöliikevaihto, painettu	109,3	113,5	-3,7
Sisältöliikevaihto, digi	16,5	14,8	11,4
Mainosmyynnin liikevaihto*	185,8	171,6	8,3
Mainosmyynti, painettu	62,8	68,5	-8,5
Mainosmyynti, digi	120,5	101,3	19,0
Palveluliikevaihto*	55,7	53,3	4,4
Oikaistut kokonaiskulut	320,8	318,9	0,6
Oikaistu käyttökate	67,4	53,3	26,5
Käyttökate	66,9	47,9	39,6
Oikaistu liikevoitto	51,1	35,2	45,2
% liikevaihdosta	13,9	10,0	
Liikevoitto (-tappio)	46,6	26,8	74,0
% liikevaihdosta	12,7	7,6	
Tilikauden tulos	36,7	19,9	85,0
Tulos/osake, EUR (laimentamaton ja laimennettu)	0,39	0,20	90,8
Digiliiketoiminnan liikevaihto	156,6	133,5	17,3
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	42,6	37,8	

*Vertailutietoa on oikaistu mainosmyynnin liikevaihdon ja palveluliikevaihdon välillä.



Voitonjakoehdotus yhtiökokoukselle

Emoyhtiön jakokelpoiset varat 31.12.2017 olivat 134 532 841 (124 646 114) euroa. Alma Median hallitus ehdottaa varsinaiselle yhtiökokoukselle, että tilikaudelta 2017 maksetaan osinkoa 0,24 euroa osaketta kohden (2016 0,16 euroa osakkeelta). Tilinpäätöshetken, 31.12.2017, ulkona olevien osakkeiden lukumäärän perusteella osingon määrä on yhteensä 19 733 564 (13 181 309) euroa.

Yhtiön taloudellisessa asemassa ei tilikauden päättymisen jälkeen ole tapahtunut olennaisia muutoksia. Ehdotettu voitonjako ei hallituksen näkemyksen mukaan vaaranna yhtiön maksukykyä.

Toimintaympäristö vuodelle 2018

Suomen kansantalouden arvioidaan kasvavan vahvasti vuonna 2018. Alma Medialle tärkeiden itäisen Keski-Euroopan maiden, kuten Tšekin ja Slovakian kansantalouksien arvioidaan kasvavan 3–4 %. Median rakennemuutos jatkuu vuonna 2018; mainonta ja sisältömyynti verkossa kasvaa, ja painetun median kysyntä laskee.

Näkymät vuodelle 2018

Alma Media arvioi vuoden 2018 liikevaihdon pysyvän edellisvuoden 2017 tasolla ja oikaistun liikevoiton kasvavan vuoden 2017 tasosta. Vuoden 2017 liikevaihto oli 367,3 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 51,1 milj. euroa.

Toimitusjohtaja Kai Telanne

Vuonna 2017 Alma Median operatiivinen tuloskehitys oli hyvä ja saavutimme kaikki kolme pitkän aikavälin taloudellista tavoitettamme. Yhtiön koko vuoden liikevaihto kasvoi 4 prosenttia 367 miljoonaan euroon ja oikaistu liikevoitto 45 prosenttia 51 miljoonaan euroon. Osakekohtainen tulos nousi 90 prosenttia 0,39 euroon uudelleenjärjestelykuluista ja arvonalennuksista huolimatta. Hallituksen osinkoesitys yhtiökokoukselle on 0,24 euroa osakkeelta.

Alma Markets -segmentissä perusliiketoimintaa tukivat vahvana jatkunut talouskehitys itäisessä Keski-Euroopassa sekä Suomen talouden paluu kasvu-uralle. Liiketoimintasegmentissä tehtiin myös erinomaisen aktiivista myyntityötä ja laajennettiin tuoteportfoliota. Kuluja kasvattivat panostukset myyntiin ja markkinointiin sekä verkkopalveluiden, kuten Etuoven uuden verkkopalvelun, kehittäminen.

Alma Talent-segmentissä liikevaihto oli vuonna edellisen vuoden tasolla, mutta kannattavuus parani merkittävästi. Alma Talentin ja Talentin fuusion tavoitteeksi asetetut kustannussynergiat saavutettiin täysimääräisesti vuonna 2017. Alma Talentin tavoitteena on digitaalisen sisältömyynnin ripeä kasvattaminen ja tätä tukeaksemme

uudistimme viime vuonna Arvopaperin ja Talouselämän verkkopalvelut. Liiketoimintasegmentti hakee myös synergioita yksikön eri liiketoimintojen, kuten kirja- ja koulutusliiketoiminnan välillä.

Alma News & Life -segmentissä digitaalinen mainonta kasvoi vahvasti ollen loppuvuodesta ennätystasolla. Erityisesti ohjelmallinen ostaminen ja sisältömarkkinointi kasvoivat vahvasti. Kehityksen taustalla on isompien mainostajien siirtyminen printtimediaa digitaalisiin valtakunnallisiin medioihin. Digitaalinen liiketoiminta muodostaa jo yli puolet segmentin liikevaihdosta. Sisältöliikevaihto laski painetun Iltalehden levikin laskusta johtuen.

Alma Regionsissa toimenpiteet julkaisutoiminnan kannattavuuden turvaamiseksi jatkuivat. Mainonnan rakennemuutos näkyy selkeästi alueellisen sanomalehtimainonnan laskuna. Sisältöliikevaihtoa kasvattivat muun muassa panostukset verkkopalveluiden kehitykseen ja digitilausten myyntiin. Painon ulkoisen myynnin kasvu lisäsi palveluliikevaihtoa.

Suomen taloudessa tapahtui vuonna 2017 voimakas kasvupyrähdys, mutta tämä ei heijastunut mainosmarkkinaan kauan odotettuna virkoamisena. TNS Kantarin mukaan mediamainonnan panostukset laskivat vuonna 2017 2,8 prosenttia päätyen 0,9 miljardiin euroon. Mainontapanostuksia nostamalla voidaan vahvistaa Suomen kilpailukykyä pitkällä tähtäimellä. Kansainväliset alustatoimijat lohkaisevat suomalaisesta digimainonnan markkinasta noin puolet. Positiivista tässä kehityksessä on kuitenkin se, että näiden toimijoiden kasvu ei ole kiihtynyt loppuvuotta kohti Suomen mainosmarkkinalla, toisin kuin monessa muussa maassa.

Nopeasti kasvava kansainvälinen liiketoimintamme toi suurimman osan vuoden 2017 tuloskasvustamme. Nopeimmin kasvaneita maita vuonna 2017 olivat Tšekki, Slovakia ja Kroatia. Liikevaihdostamme tuli 23 prosenttia Suomen ulkopuolelta ja liikevoitosta 39 prosenttia.

Strategia ja siihen liittyvät toimenpiteet tilikauden aikana

Alma Median strategisen kehittämisen päälinjat ovat nykyisen liiketoiminnan kehittäminen ja laajentaminen, sekä kasvu uusille liiketoiminta- ja markkina-alueille sekä orgaanisen kasvun että yritysjärjestelyiden avulla. Liiketoiminnan kehittämisen painopisteinä olivat tilikaudella monikanavasisällöt, markkinointi- ja mainosratkaisut, digitaaliset palvelut sekä voimavarojen ja osaamisen kehittäminen.

Strategiansa mukaisesti Alma Markets kehittää liiketoimintojaan mm. laajentamalla ja syventämällä palveluvalikoimaansa nykyisten asumiseen, autoiluun ja rekrytointiin

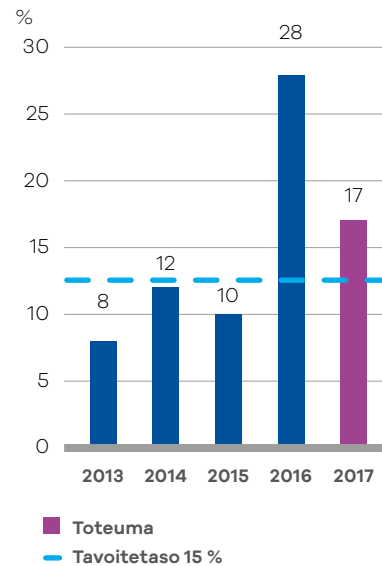
keskittyvien kokonaisuuksien ympärillä. Maa-liskuussa 2017 digitaalisten palvelujen kehittä-misessä remonti- ja rakennustöiden markki-napaikka Urakkamaailma.fi:n osakekanta siirtyi kokonaisuudessaan Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartnersin omistukseen. Urak-kamaailma.fi:n avulla kuluttajat ja taloyhtiöt voivat löytää taustatarkistettuja urakoitsijoita arvosteluineen remonti- ja rakennustöihin. Jatkumona aiemmin toteutetuille yritysostoil-le kilpailuttamisen ja vertailun markkinassa Alma Mediapartners hankki heinäkuussa 2017 vähemmistöosuuden (25 %) Muuttomaailma Oy:ssä. Muuttomaailma.fi kilpailuttaa muutto-palveluiden tarjoajia, ja tarjoaa Etuovi.com ja Vuokraovi.com palveluiden käyttäjille tavan hoitaa muutot vaivattomasti.

Alma Median tšekkiläisen tytäryhtiön LMC:n strategiana on tarjota rekrytointipalveluidensa käyttäjille – sekä työnhakijoille että työnantajil-le – parhaat mahdolliset työkalut. Perusrekry-tointiliiketoiminnan lisäksi LMC on laajentanut tuoteportfoliotaan muun muassa sosiaalista mediaa hyödyntäviin mobiilipalveluihin, kuten kollegoiden suositteluun ja työpaikkail-moitusten helppoon jakamiseen sosiaalisessa mediassa keskittyvään palveluun. Vuon-na 2017 LMC toi markkinoille vastaavan suosittelupalvelun työnantajista, Atmoskopin. Palvelussa työntekijät voivat jakaa arvioitaan työnantajista ja yritysten yrityskulttuurista. LMC on myös menestyksellisesti kehittänyt rekrytointipalveluiden rinnalle verkko-koulutustarjontaa. Henkilöstön osaamisen kehittämiseen tähtäävä koulutusportaali ja oppimisolusta Seduo toimii yhteistyössä kouluttajien, useiden yliopistojen ja koulu-tusyritysten kanssa ja tarjoaa yli 100 eri alan verkkokurssia.

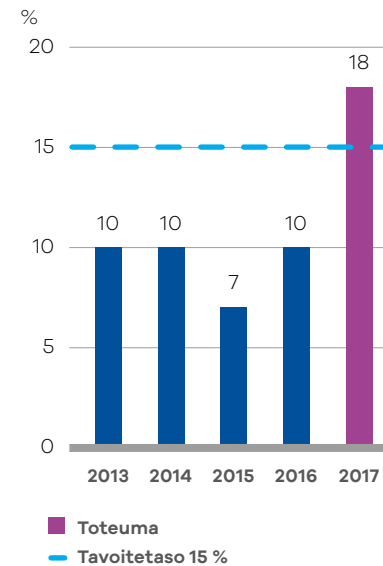
Yksityisleasing, yhteiskäyttöautoilu ja lukuisat eri vaihtoehdot oman auton omistami-selle on autoilun nouseva megatrendi. Alma Marketsiin kuuluva Autotalli.com avasi keväällä 2017 autoilun eri vaihtoehtoja ja kustannuksia esittelevän Liikkuvuus-verkko-palvelun. Uuden palvelun tavoitteena on auttaa kuluttajaa löytämään itselleen sopivin autoilun ratkaisu mahdollisimman vaivattomasti. Palvelu tuo eri palveluntarjoajien tarjoaman yhdelle alustalle.

ALMA MEDIAN PITKÄN AIKAVÄLIN TAVOITTEET JA NIIDEN TOTEUMA

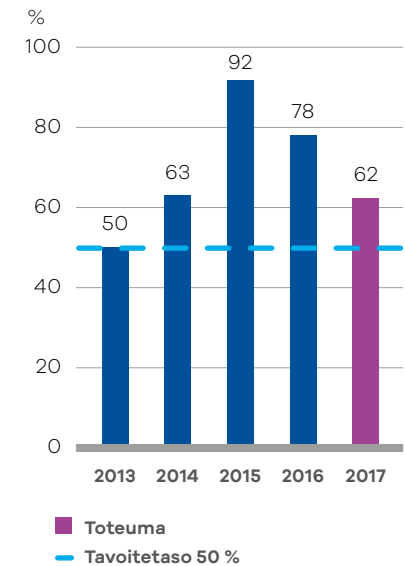
Digitaalisen liiketoiminnan kasvu



Sijoitetun pääoman tuotto ROI (%)



Osinkosuhde



Alma Talent keskittyy liiketoiminnassaan eri alojen ammattilaisiin ja päättäjiin tar-joten heille tietoa, työkaluja ja koulutusta. Laventaakseen kohderyhmiään edelleen Alma Talent hankki kesäkuussa 2017 Mediutisten osakekannan kokonaisuudessaan omistukseensa Bonnier-konserniin kuuluvalta Bonnier Business Pressiltä. Aiemmin Alma Talentin omistusosuus Mediutisista oli 50 prosenttia. Mediutiset on sitoutu-maton terveysalan uutis- ja ajankohtaismedia lääkäreille, lääkealan ammattilaisille ja päättäjiille sekä julkisessa terveydenhuollossa että yrityksissä.

Monimediastrategian mukaisesti Alma Talentin tavoitteena on tarjota sisältöjä hel-posti käytettäväksi eri kanavissa ja lukukokemus tapahtuu asiakkaan haluamalla tavalla. Tammikuussa lanseerattiin ensimmäinen Alma Talentin uuden strategian mu-kainen kehityshanke, Arvopaperin verkkopalvelu. Aiempaa laajempi ja osin maksulli-nen digitaalinen palvelu vastaa entistä paremmin sijoitusmarkkinoita tiiviisti seuraavien lukijoiden tarpeisiin. Lokakuussa uudistui myös Pohjoismaiden suurin talouden viikkolehti Talouselämä ja sen verkkopalvelu.



Tekoälyohjelmiin perustuvat asiakaspalvelussa käytettävät ohjelmistorobotit, chatbotit ovat nopeasti yleistymässä kansainvälisesti. Vuonna 2017 Kauppalehti käynnisti KL Assistentti –palvelun. Facebook Messengerissä toimiva chatbot lähettää lukijalle räätälöidysti Kauppalehden uutisia valikoiduista aihepiireistä toivottuun aikaan. Digitaalisen median yleisömäärän kasvattamiseksi Alma News & Lifessä on panostettu videotuotantoon ja monimediaratkaisujen kehittämiseen. Toukokuussa 2017 aloitti Sensuroimaton Päivärinta –talk-show web-tv:ssä. Toimittaja Susanne Päivärinnan viikoittaisen suoran IL-TV:n haastatteluohjelman yleisömäärä on ylittänyt parhaimmillaan 400 000 käynnistystä ja osaltaan vauhdittanut Iltalehden videomainonnan kasvua. Iltalehti teki elokuussa 2017 sopimuksen myös 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 Nostalgielle sekä keväästä alkaen Business FM:lle.

Julkaisutoiminnan kannattavuuden turvaaminen jatkui Alma Regions –segmentissä vuoden 2017 aikana. Vuoden alussa Lapin Kansan toisena painoksena ilmestyneestä Pohjolan Sanomat –lehtinimikkeestä päätettiin luopua. Myös digitaalisissa mediapalveluissa siirryttiin käyttämään vain Lapin Kansan brändiä. Uudelleenjärjestelyn yhteydessä pidettyjen yt-neuvottelujen seurauksena työntekijöiden määrä väheni 12 työntekijällä. Elokuussa 2017 Alma Regionsin kustantamien paikallislehtien Pohjois-Pohjanmaalla, Raahessa ilmestyvän Raahen Seudun ja Raahelaisen sekä Oulaisissa ilmestyvän Pyhäjokiseudun myyntiin liittyvä kauppakirja allekirjoitettiin Kalevan tytäryhtiön Kaleva365 Oy:n kanssa. Marraskuussa 2017 päättyivät myös Alma Regionsin kustannusliiketoiminnan kannattavuuden turvaamiseksi ja toiminnan sopeuttamiseksi pidetyt yhteistyöneuvottelut. Neuvottelujen seurauksena henkilöstövahvuus pieneni 35 henkilötyövuodella. Suurin osa vähennyksestä toteutui eropakettien ja eläkeratkaisujen avulla. Neuvottelut koskivat kaikkia henkilöstöryhmiä kustannusliiketoiminnassa, pois lukien Alma Lapin lehtiliiketoiminta ja Lännen Mediassa työskentelevä henkilöstö.

Huhtikuussa 2017 kunnallisvaaliuutisoinnissa Alma Regionsin medioissa hyödynnettiin automaattisesti datan pohjalta tekstiä tuottavaa algoritmia, uutisrobotia. Alma Media on mukana Helsingin Yliopiston ja Tekesin Immersive Automation –hankkeessa. Hankkeen uutisrobotti tuotti uutisia oikeusministeriön tietojen pohjalta kaikkien Suomen kuntien ja niiden äänestysalueiden vaalituloksista. Aamulehdellä on myös käytössään botti, joka seuloo toimituksen määrittelemiä avainsanoja Tampereen kaupungin esityslistoista. Robottijournalismia hyödynnetään lisäksi Alma Talentin tuottamissa tilinpäätösanalyysissä ja talousuutisissa päivittämään automaattisesti erilaisia dynaamisia elementtejä, esimerkiksi pörssikursseja ja visualisaatioita.

Alma Media pilotoi kesän ajan Tampereen Särkänniemessä geokohdennukseen perustuvaa palvelua, joka tarjoaa Aamulehden uutissovelluksen lukuoikeuden veloitetusta huvipuistoalueella vierailleville asiakkaille. Geokohdennuksella voidaan jatkossa toteuttaa myös muita sisältöpalveluita: esimerkiksi uutisoida ja vinkata lähellä tapahtuvista asioista, ja tarjota erilaisia asiakkaille hyödyllisiä palveluita ja tuotteita. Geokohdennuspalvelu on osa Alma Regionsin Reviiri-hanketta.

Tarjotakseen yhä parempia mainosratkaisuja mainostajille Alma Media käynnisti vuoden 2017 aikana 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 markkinaa verrattuna. Alma Media seuraa ja kehittää säännöllisesti mainonnan toimivuutta yhdessä asiakkaidensa kanssa.

Sisältömarkkinointi on tällä hetkellä yksi nopeimmin kasvavista markkinoinnin osa-alueista ja Alma Mediaratkaisujen yksi painopistealueista mobiilimainonnan ja ohjelmallisen ostamisen ohella. Alma Media on monipuolistanut merkittävästi sisältömarkkinointipalveluitaan mainostaja-asiakkailleen. Alman medioiden sisään rakennettavat asiakkaan sisältökokonaisuudet, yksittäiset mainostajan artikkelit sekä asiakkaan omaan mediaan yleisöä ohjaavat natiiviratkaisut ovat saaneet rinnalleen videoita ja tuekseen sosiaalisen median kanavia.

Alma Media perusti loppuvuodesta liiketoimintayksiköiden yhteisen eCom-ryhmän kehittämään digitilausten myyntiä sekä kasvattamaan ja jakamaan osaamista digitaalisten sisältöjen verkkokaupasta. eCom-ryhmän avulla digitaalisen asiakaspolun vaiheita johdetaan aktiivisesti lukijauskollisuuden ja tilausalttiuden kehittämiseksi. eCom-ryhmä mahdollistaa myös aiempaa helpommin Alma-tasoisten kampanjoiden ja toimenpiteiden toteuttamisen.

Digitaalisten palveluiden kehityksessä marraskuussa 2017 lanseerattiin Alma News & Lifen Matkapörssi-palvelun uusi verkkokauppa. Nettimatkatuomiston varausjärjestelmä mahdollistaa matkapakettien, lentojen ja hotellien ostamisen helposti verkosta käsin päätelaitteesta riippumatta. Myös lisäpalveluiden, kuten kuljetusten, istumapaikkojen ja matkavakuutusten, ostaminen voidaan tehdä varauksen yhteydessä.

Markkinatilanne päämarkkina-alueilla

Vuonna 2017 mainonnan kokonaismäärä laski Suomessa Kantar TNS:n mukaan 2,8 (nousi 0,2) % ja verkkomediamainonta kasvoi 7,3 (13,6) %. Mainonta kaupunki- ja sano-



malehdissä laski 9,7 (4,8) % ja Suomen aikakauslehtien mainonnan määrä laski 5,9 (9,7) %. Iltapäivälehtien kappalemääräinen markkina laski Suomessa vuonna 2017 yhteensä 12,3 (15,4) %.

Vuonna 2017 mainonnan kokonaismäärä kasvoi Ruotsissa Sveriges Mediebyråerin mukaan 3,7 (5,1) %. Verkkomediamainonta Ruotsissa kasvoi 10,2 %. Ruotsissa ammatti-lehtien mainonnan määrä laski 9,6 (11,5) %.

Alma Median päämarkkinamaat itäisessä Keski-Euroopassa ovat Tšekki ja Slovakia. Euroopan Komission ennusteen mukaan bruttokansantuote (BKT) kasvaa vuonna 2018 Tšekissä 3,0 %. Tšekin keskuspankki CNB arvioi BKT:n kasvavan 3,4 % vuonna 2018. Slovakiassa BKT kasvaa Euroopan Komission mukaan 3,8 % vuonna 2018. Keskuspankki NBS arvioi Slovakian BKT:n kasvuksi 4,3 % vuonna 2018.

Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2017

Aiemmin konserniin yhdistelty Remonttibulevardi Oy: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 Medi uutiset Ab:n kokonaan omistukseensa. Aiemmin Alma Talentin omistusosuus Medi uutisistä oli 50%. Myyjä on Bonnier-konserniin kuuluva Bonnier Business Press Ab.

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

Lokakuussa 2017 Alma Regionsin kustantamat paikallislehdet Pohjois-Pohjanmaalla myytiin Kalevan tytäryhtiö Kaleva365 Oy:lle. Kaupalla ei ole Alma Media -konsernille tulosvaikutusta.

Konsernin liikevaihto ja tulos 2017

Liikevaihto kasvoi vuoden 2017 aikana 4,0 % 367,3 (353,2) milj. euroon.

Sisältöliikevaihto laski 1,9 % 125,8 (128,3) milj. euroon. Sisältöliikevaihdon lasku vertailukauden tasosta johtui painetun median levikkien pienenemisestä. Digitaalisista ja kelukanavista saatavien sisältötuottojen kasvu ei riittänyt kattamaan painetun median sisältötuottojen laskua.

Mainosmyynnin liikevaihto kasvoi 8,3 % 185,8 (171,6) milj. euroon. Painettujen lehtien mainosmyynti laski 8,5 % vertailukauden tasosta ja oli 62,8 (68,5) milj. euroa. Digi-mainosmyynti kasvoi 19,0 % 120,5 (101,3) milj. euroon.

Palveluliikevaihto oli 55,7 (53,3) milj. euroa. Palveluliikevaihtoa kasvatti konsernin ulkopuolisten paino- ja jakelutöiden kasvu.

Kokonaiskulut kasvoivat 1,9 milj. euroa eli 0,6 %, ja olivat 320,8 (318,9) milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät poistot ja arvonalentumiset olivat 20,3 (21,1) milj. euroa.

Oikaistu liikevoitto oli 51,1 (35,2) milj. euroa, 13,9 % (10,0 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 46,6 (26,8) milj. euroa, 12,7 % (7,6 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä -4,5 (-8,4) milj. euroa.

Vuoden 2017 tulos oli 36,7 (19,9) milj. euroa ja oikaistu tulos 41,2 (28,2) milj. euroa.

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, Autosofta, Websales ja Webrent. Segmentissä raportoidaan myös uudis- ja korjausrakentamisen toiminnanohjausjärjestelmien ohjelmistoihin keskittynyt NettiKoti ja Kivi -kiinteistöväli-tysjärjestelmä sekä remontti- ja rakennustöiden markkinapaikka Urakkamaailma.fi.

Vuonna 2017 Alma Markets -segmentin liikevaihto kasvoi sekä kotimaan että ulkomaan liiketoiminnassa ja oli 83,2 (69,4) milj. euroa. Rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 22,6 % tilikaudella ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 78,1 % (76,4 %) vuonna 2017. Valuuttakurssin muutoksen vaikutus liikevaihdon kasvuun Tšekeissä oli 0,8 milj. euroa ja liikevoiton kasvuun 0,2 milj. euroa.

Vuoden 2017 oikaistut kokonaiskulut olivat 55,0 (50,2) milj. euroa. Kulujen kasvu johtui panostuksista verkkopalveluiden kehittämiseen sekä markkinointiin. Kulujen muutoksessa on mukana 2,0 milj. euroa päättyneitä LMC-liiketoimintaan kohdistuneita IFRS 3 käyvän arvon poistoja.



Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto oli vuonna 2017 28,3 (19,3) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 34,1 % (27,8 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 28,9 (19,3) milj. euroa. Tilikaudella oikaistut erät 0,5 milj. euroa liittyivät myyntivoittoon. Vertailuvuoden 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 Mediuutiset. Ruotsissa Alma Talentin julkaisuja ovat muun muassa Affärsvärlden, Ny Teknik ja Dagens Media.

Alma Talent -segmentin liikevaihto oli 113,2 (114,0) milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 33,8 % (31,3) %. Yritysjärjestelyiden ja lopetettujen toimintojen nettovaikutus liikevaihdon laskuun oli 1,2 milj. euroa. Liikevaihdon muutokseen vaikutti Ruotsin kruunun valuuttakurssin muutos -0,3 milj. euroa.

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto laski 2,7 % ja oli 48,2 (49,6) milj. euroa. Sisältöliikevaihdon lasku johtui painetun median sisältömyynnin ja Pron kirjamyynnin vähenemisestä.

Vuoden 2017 aikana mainosmyynti oli 35,5 (32,7) milj. euroa. Mainosmyynti verkossa kasvoi 8,2 % vertailukaudesta, pääosin sisältömarkkinoinnin ja mobiilimyynnin seurauksena. Mainosmyyntiä kasvatti heinäkuussa 2017 hankitun Mediuutisten liikevaihto 1,1 milj. euroa.

Palveluliikevaihto laski 6,8 % 29,5 (31,7) milj. euroon johtuen pääosin lopetettujen liiketoimintojen vaikutuksesta.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 98,7 (101,8) milj. euroa ja kokonaiskulut 98,9 (105,9) milj. euroa. Kuluja laskivat viime vuonna toteutetut uudelleenjärjestelytoimpiteet sekä integraation tuomat henkilöstökulusäästöt Media Suomessa ja Ruotsissa sekä Tietopalveluissa ja lopetetut liiketoiminnot.

Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto 14,6 (12,4) milj. euroa ja liikevoitto 15,2 (8,8) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 12,9 % (10,9 %) liikevaihdosta. Tilikauden oikaistut erät liittyivät vaiheittaisen hankinnan myyntivoittoon ja toiminnan uudelleenjärjestelyihin. Vertailuvuoden 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.

Alma News & Life -segmentin liikevaihto kasvoi vuonna 2017 6,0 % 48,8 (46,1) milj. euroon digimainonnan kasvun ansiosta. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 50,8 % (42,5 %).

Segmentin sisältöliikevaihto laski vuonna 2017 9,4 % 19,5 (21,6) milj. euroon, mikä johtui Iltalehden levikin laskusta.

Segmentin mainosmyynti nousi 15,6 % ja oli 25,8 (22,3) milj. euroa. Segmentin digimainosmyynti kasvoi 22,1 % ja oli 21,3 (17,5) milj. euroa mobiilimainonnan ja ohjelmallisen ostamisen ansiosta.

Palveluliikevaihto oli 3,5 (2,2) milj. euroa ja kasvu johtui keväällä 2016 hankitun Rantapallon liikevaihdosta.

Segmentin kokonaiskulut olivat 41,5 (39,1) milj. euroa. Kuluja kasvattivat Rantapallon hankinnan lisäksi panostukset digitaalista liiketoimintaa tukeviin järjestelmiin sekä myynti- ja markkinointiratkaisuihin.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 7,3 (7,0) milj. euroa, 15,0 % (15,1 %) liikevaihdosta.

Tilikaudella ei raportoitu oikaistuja eriä. Vertailuvuoden 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 kaupunkilehtien kustannustoiminta sekä printissä että verkossa. Myös paino- ja jakeluyksikkö Alma Manu sisältyy segmenttiin.

Alma Regions -segmentin liikevaihto oli vuonna 2017 126,3 (127,7) milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 8,3 % (7,0 %).

Segmentin sisältöliikevaihto kasvoi vuonna 2017 1,5 % 58,1 (57,2) milj. euroon johtuen digitaalisten sisältötuotteiden kasvusta.

Segmentin mainosmyynti laski 9,3 % ja oli 47,5 (52,4) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 10,8 % huolimatta kevään kunnallisvaalien tuomasta kasvusta.



Laskua selittää vähittäiskaupan mainonnan pienentyminen. Segmentin digimainosmyynti kasvoi 10,4 % ja oli 3,9 (3,5) milj. euroa.

Segmentin palveluliikevaihto kasvoi 14,1 % ja oli 20,7 (18,2) milj. euroa painon ja jakelun ulkoisen myynnin seurauksena.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 117,2 (119,6) milj. euroa ja kokonaiskulut 119,6 (122,6) milj. euroa.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 9,3 (8,5) milj. euroa ja liikevoitto 7,2 (5,5) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 7,4 % (6,6 %) liikevaihdosta. Katsauskauden oikaistut erät 2,2 milj. euroa liittyivät uudelleenjärjestelykuluihin sekä myyntivoittoon. Vuoden aikana pidettiin kahdet kustannusliiketoimintaa koskevat yhteistoimintaneuvottelut. 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 Medi uutiset Oy:n kokonaan omistukseensa. Aiemmin Alma Talentin omistusosuus Ab Medi uutiset 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.

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 aiheuttamisperiaatteen mukaiseen tuotto- tai kuluryhmään.

OIKAISTUT ERÄT

MEUR	2017 1-12	2016 1-12
Alma Markets		
Myyntivoitot ja -tappiot	0,5	0,0
Alma Talent		
Arvonalentumistappiot		-1,0
Uudelleenjärjestelykulut	-0,1	-3,0
Myyntivoitot ja -tappiot	0,7	0,4
Alma News & Life		
Myyntivoitot ja -tappiot		0,9
Alma Regions		
Arvonalentumistappiot	0,0	-2,0
Uudelleenjärjestelykulut	-2,4	-0,8
Myyntivoitot ja -tappiot	0,2	-0,2
Kohdistamattomat		
Arvonalentumistappiot	-4,0	0,0
Uudelleenjärjestelykulut	-0,4	
Talentum yritysjärjestelyn kulut		-2,8
Myyntivoitot ja -tappiot	0,9	0,1
LIIKEVOITON OIKAISTUT ERÄT	-4,5	-8,4
OIKAISTUT ERÄT TULOKSESSA ENNEN VEROJA	-4,5	-8,4



Tase ja rahoitusasema

Konsernitaseen loppusumma oli joulukuun 2017 lopussa 333,8 (327,0) milj. euroa. Konsernin omavaraisuusaste oli joulukuun lopussa 50,9 % (45,7 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 1,66 (1,44) euroa.

Konsernin liiketoiminnan rahavirta oli tammi–joulukuussa 51,7 (42,3) milj. euroa. Rahavirta ennen rahoitusta oli 34,5 (31,4) milj. euroa.

Konsernilla oli 31.12.2017 korollisia velkoja yhteensä 61,0 (80,4) milj. euroa. Korollisista veloista rahoitusleasingvelkoja oli yhteensä 56,0 milj. euroa ja lainoja rahoituslaitoksilta 5,0 milj. euroa. 31.12.2017 konsernin korollinen nettovelka oli 40,2 (57,1) milj. euroa. Vuoden viimeisellä neljänneksellä korolliset velat kasvoivat investointien seurauksena.

Alma Medialla on käytettävissä kaksi 15,0 milj. euron suuruista, sitovaa rahoitusliimiä, jotka olivat 31.12.2017 kokonaan käyttämättä. Sen lisäksi yhtiöllä on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistusohjelma oli 31.12.2017 kokonaan nostamatta.

Alma Medialla ei ollut yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvaroja eikä rahoitusvelkoja 31.12.2017.

Tutkimus- ja kehittämismenot

Konsernin tutkimus- ja kehittämismenot olivat vuonna 2017 yhteensä 5,0 (5,0) milj. euroa. Tutkimus- ja kehittämismenoja kirjattiin tuloslaskelmaan yhteensä 4,9 (4,2) milj. euroa. Taseeseen aktivoitiin vuoden 2017 aikana yhteensä 0,1 (0,8) milj. euroa kehittämismenoja. 31.12.2017 taseessa oli aktivoituja kehittämismenoja yhteensä 2,2 (3,3) milj. euroa.

Henkilöstö

Vuoden 2017 aikana Alma Median palveluluksessa oli keskimäärin kokoaikaiseksi muutettuna 2 280 (ilman jakajia) (2 289) henkilöä. Lehdenjakajien lukumäärä oli keskimäärin 870 (845).

Hallinto

Alma Media Oyj:n 22.3.2017 pidetty varsinainen yhtiökokous valitsi yhtiön hallituksen jäseniksi Niklas Herlinin, Matti Korkiatuvan, Esa Lagerin, Petri Niemisvirran, Catharina Stackelberg-Hammarénin, Miitti Storckoviuksen ja Harri Suutarin. Yhtiökokouksen jälkeen pitämässään järjestäytymiskokouksessa hallitus valitsi puheenjohtajakseen Harri Suutarin ja varapuheenjohtajakseen Petri Niemisvirran.

Hallitus valitsi myös jäsenet valiokuntiinsa. Tarkastusvaliokunnan jäseniksi valittiin Matti Korkiatupa, Catharina Stackelberg-Hammarén sekä puheenjohtajaksi Esa Lager. Nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan jäseniksi valittiin Niklas Herlin, Harri Suutari ja Miitti Storckovius sekä puheenjohtajaksi Petri Niemisvirta.

Hallitukseen valitut henkilöt on hallituksen toimesta arvioitu Matti Korkiatupaa, Esa Lageria ja Niklas Herliniä lukuun ottamatta riippumattomiksi yhtiöstä ja sen merkittävistä osakkeenomistajista. Edellä mainitut jäsenet on arvioitu riippumattomiksi yhtiöstä, mutta riippuvaisiksi sen merkittävistä osakkeenomistajista. Matti Korkiatupa on viimeisen kolmen vuoden aikana ollut toimitusjohtajana Ilkka-Yhtymä Oyj:hin yhtiön toimitusjohtajana, Esa Lager Ilkka-Yhtymä Oyj:n hallituksen jäsenenä ja Niklas Herlin Mariatorp Oy:n hallituksen puheenjohtajana.

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 %.

Hallituksen työjärjestyksen mukaisesti hallituksen sihteerinä toimii Alma Media Oyj:n lakiasianjohtaja Mikko Korttila.

Yhtiökokous valitsi yhtiön tilintarkastajaksi PricewaterhouseCoopers Oy:n ja päävastuullisena tilintarkastajana toimii KHT Markku Launis.

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään yhteensä enintään 50 000 euron suuruisista lahjoituksista korkeakouluille ja yliopistoille vuosien 2017–2018 aikana hallituksen päättäessä lahjoitusten tarkemmista ehdoista.

Alma Media Oyj:n osakkeenomistajien nimitystoimikunnan tehtävänä on valmistella hallituksen jäsenten valintaan ja palkitsemiseen liittyvät ehdotukset varsinaiselle yhtiökokoukselle. Kevään 2018 yhtiökokousta silmällä pitäen nimitystoimikunta muodostettiin lokakuussa 2017. Alma Median nimitystoimikunnan jäseniksi nimitettiin Ilkka-Yhtymä Oyj:n hallituksen puheenjohtaja Timo Aukia, Mariatorp Oy:n hallituksen jäsen Peter Immonen, Otava Oy:n hallituksen puheenjohtaja Henrik Ehrnrooth ja Keskinäinen Työeläkevakuutusyhtiö Varman sijoitusjohtaja Timo Sallinen. Nimitystoimikunnan järjestäytymiskokouksessa puheenjohtajaksi valittiin Timo Aukia. Lisäksi yhtiön hallituksen puheenjohtaja Harri Suutari toimii nimitystoimikunnan asiantuntijajäsenenä.



Osinko

Yhtiökokous 22.3.2017 päätti hallituksen ehdotuksen mukaisesti, että tilikaudelta 2016 jaetaan osinkoa 0,16 euroa osakkeelta. Osinko maksetaan sille, joka on merkitty osingonmaksun täsmäytyspäivänä 24.3.2017 osakkeenomistajaksi Euroclear Finland Oy:n pitämään Alma Media Oyj:n osakasluetteloon. Osinko maksettiin 31.3.2017.

Muut yhtiökokouksen päätökset

Hallituksen valtuuttaminen päättämään omien osakkeiden hankkimisesta

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään enintään 824 000 osakkeen hankkimisesta yhdessä tai useammassa erässä. Ehdotettu valtuutuksen enimmäismäärä on noin 1 prosenttia yhtiön koko osakemäärästä. Osakkeet hankitaan yhtiön vapaalla omalla pääomalla säännellyllä markkinalla Nasdaq Helsinki Oy:n järjestämässä kaupankäynnissä sen sääntöjen ja ohjeiden mukaisesti, minkä vuoksi hankinta tapahtuu suunnatusti eli muuten kuin osakkeenomistajien omistamien osakkeiden suhteessa. Osakkeiden hankkimisesta maksettavan vastikkeen tulee perustua yhtiön osakkeen hintaan säännellyllä markkinalla siten, että hankittavien osakkeiden vähimmäishinta on osakkeen alin säännellyllä markkinalla noteerattu markkinahinta valtuutuksen voimassaoloaikana ja enimmäishinta vastaavasti osakkeen korkein säännellyllä markkinalla noteerattu markkinahinta valtuutuksen voimassaoloaikana. Osakkeita voidaan hankkia yhtiön pääomarakenteen kehittämiseksi, yrityskauppojen tai muiden järjestelyjen rahoittamiseksi tai toteuttamiseksi tai johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamisessa tai muutoin edelleen luovutettaviksi tai mitätöitäviksi. Valtuutuksen ehdotetaan olevan voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2018 saakka.

Hallituksen valtuuttaminen päättämään omien osakkeiden luovuttamisesta

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään osakeannista omia osakkeita luovuttamalla. Valtuutuksen perusteella voidaan antaa enintään 824 000 osaketta. Ehdotettu valtuutuksen enimmäismäärä vastaa noin 1 prosenttia yhtiön koko osakemäärästä. Hallitus voi valtuutuksen perusteella päättää osakeannista suunnatusti eli osakkeenomistajien etuoikeudesta poiketen. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhdessä tai useammassa erässä. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhtiön johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamiseksi.

Valtuutuksen ehdotetaan olevan voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2018 saakka. Tämä valtuutus kumoaa varsinaisessa yhtiökokouksessa 17.3.2016 päätetyn vastaavan osakeantivaltuutuksen.

Hallituksen valtuuttaminen päättämään osakeannista

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään osakeannista. Valtuutuksen perusteella voidaan antaa enintään 16 500 000 osaketta. Ehdotettu valtuutuksen enimmäismäärä vastaa noin 20 prosenttia yhtiön koko osakemäärästä. Osakeanti voidaan toteuttaa antamalla uusia osakkeita tai luovuttamalla yhtiön hallussa olevia osakkeita. Hallitus voi valtuutuksen perusteella päättää osakeannista suunnatusti eli osakkeenomistajien etuoikeudesta poiketen. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhdessä tai useammassa erässä.

Hallitus voi käyttää valtuutusta yhtiön pääomarakenteen kehittämiseksi, omistuspohjan laajentamiseksi, yrityskauppojen tai muiden järjestelyiden rahoittamiseksi tai toteuttamiseksi tai muihin hallituksen päättämiin tarkoituksiin. Valtuutusta ei kuitenkaan saa käyttää yhtiön johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamiseksi.

Valtuutuksen ehdotetaan olevan voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2018 saakka.

Osake

Loka-joulukuussa NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 945 634 Alma Median osaketta, mikä vastasi 1,1 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 29.12.2017 oli 7,19 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 6,42 euroa ja ylin 7,50 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 592,3 milj. euroa.



Osakeomistus

20 SUURINTA OSAKKEENOMISTAJAA 31.12.2017

	Kpl	Osuus (%) osakkeista	Osuus (%) äänistä
1. Ilkka-Yhtymä Oyj	22 493 473	27,30	27,30
2. Mariatorp Oy	15 675 473	19,03	19,03
3. Otava Oy	8 326 821	10,11	10,11
4. Keskinäinen Työeläkevakuutusyhtiö Varma	5 327 994	6,47	6,47
5. Kunnallisneuvos C. V. Åkerlundin Säätiö	2 282 871	2,77	2,77
6. Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen	2 177 095	2,64	2,64
7. Keskinäinen Työeläkevakuutusyhtiö Elo	1 852 800	2,25	2,25
8. Sr Nordea Nordic Small Cap	1 780 786	2,16	2,16
9. Veljesten Viestintä Oy	851 500	1,03	1,03
10. Keski-suomalainen Oyj	782 497	0,95	0,95
11. Häkkinen Matti	747 263	0,91	0,91
12. Suomen Kulttuurirahasto Sr	677 170	0,82	0,82
13. Sr Evli Suomi Select	614 702	0,75	0,75
14. OP-Suomi Pieniyhtiöt	478 871	0,58	0,58
15. Koskinen Riitta Inkeri	440 848	0,54	0,54
16. Sr Danske Invest Suomi Yhteisöosake	439 604	0,53	0,53
17. Sr Taaleritehdas Mikro Markka	435 255	0,53	0,53
18. Sr Alfred Berg Suomi Focus	422 091	0,51	0,51
19. Sinkkonen Raija	333 431	0,40	0,40
20. Danilostock Oy	330 000	0,40	0,40
Yhteensä	66 470 545	80,68	80,68
Hallintarekisterissä	3 356 369	4,07	4,07
Muut	12 556 268	15,25	15,25
Yhteensä	82 383 182	100	100

OMISTAJARYHMÄT 31.12.2017

	Osakkaiden lukumäärä (kpl)	Osuus (%) osakkeista	Osakkeita yhteensä	Osuus osakkeista (%)
Yksityiset yritykset	298	3,61	34 408 265	41,77
Rahoitus- ja vakuutuslaitokset	20	0,24	20 465 323	24,84
Julkisyhteisöt	6	0,07	9 375 402	11,38
Kotitaloudet	7 797	94,34	10 511 465	12,76
Voittoa tavoittelemattomat yhteisöt	112	1,36	4 029 526	4,89
Ulkomaiset omistajat	23	0,28	38 174	0,05
Hallintarekisteröidyt osakkeet	9	0,11	3 356 369	4,07
Yhteistilillä		0,0	198 658	0,24
Yhteensä	8 265	100,0	82 383 182	100,0

Omistuksen jakautuminen

1-100	2 274	27,5	120 818	0,1
101-1 000	4 283	51,8	1 861 108	2,3
1 001-10 000	1 501	18,2	4 378 023	5,3
10 001-100 000	173	2,1	4 281 048	5,2
100 001- 500 000	19	0,2	4 863 814	5,9
500 000-	15	0,2	66 679 713	80,9
Yhteistilillä			198 658	0,2
Yhteensä	8 265	100,0	82 383 182	100,0



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 kau-pankäynnissä. 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 kiinteään 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.

Johdon omistus

Yhtiön hallitus ja emoyhtiön toimitusjohtaja ja konsernin johtoryhmä omistavat 31.12.2017 yhteensä 416 673 kappaletta yhtiön osakkeita. Omistusten yhteenlaskettu määrä vastaa 0,5 % kaikista osakkeista ja niiden tuottamasta äänimäärästä.

OSAKEOMISTUS SEKÄ MAHDOLLISET OSAKEPALKKIOT JAKAANTUIVAT HENKILÖITTÄIN SEURAAVASTI 31.12.2017*

	Osakkeet	Suoriteperusteinen		
		Kiinteä lisäosake-ohjelma 2015 LTI II, III	Lisäosake-ohjelma 2015 LTI I, II ja III	Lisäosake-ohjelma 2015 LTI I, II ja III
Harri Suutari, hallituksen puheenjohtaja	70 932			
Petri Niemisvirta, hallituksen varapuheenjohtaja	19 767			
Matti Korkiatupa, hallituksen jäsen	5 871			
Esa Lager, hallituksen jäsen	13 825			
Mitti Storckovius, hallituksen jäsen	10 499			
Catharina Stackelberg-Hammarén, hallituksen jäsen	21 419			
Kai Telanne, toimitusjohtaja	119 408	70 000	100 000	100 000
Santtu Elsinen, johtoryhmän jäsen	17 600	15 000	15 000	15 000
Kari Juutilainen, johtoryhmän jäsen	12 538	0	10 000	10 000
Virpi Juvonen, johtoryhmän jäsen	8 909	10 000	14 000	14 000
Tiina Järvilehto, johtoryhmän jäsen	8 889	10 000	14 000	14 000
Kari Kivelä, johtoryhmän jäsen	21 076	23 000	33 000	33 000
Mikko Korttila, johtoryhmän jäsen	14 305	17 000	23 000	23 000
Elina Kukkonen, johtoryhmän jäsen		0	0	0
Juha-Petri Loimovuori, johtoryhmän jäsen	22 675	26 000	36 000	36 000
Raimo Mäkilä, johtoryhmän jäsen	34 773	26 000	36 000	36 000
Juha Nuutinen, johtoryhmän jäsen	14 187	17 000	23 000	23 000
Yhteensä	416 673	214 000	304 000	304 000

* Luku sisältää myös määräysvaltaehtoisöjen ja perheenjäsenten omistukset.



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 ehtoissa 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 ehtoissa 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 kuluja 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 omistusvelvoitteen 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 17.3.2016 LTI 2015 -järjestelyn pohjalta vuonna 2016 alkavasta osakepalkkio-ohjelmasta (LTI 2015 II) ja päätti vastaavasti 22.3.2017 vuonna 2017 alkavasta osakepalkkio-ohjelmasta (LTI 2015 III). Kannustinjärjestelyjen ehdot vastaavat olennaisin osin vuonna 2015 alkaneen osakepalkkio-ohjelman ehtoja.

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

Alma Media Oyj vastaanotti 15.3.2017 Arvopaperimarkkinalain 9 luvun 5 pykälän mukaisen ilmoituksen omistusosuuden muuttumisesta seuraavasti: Otava Oy ilmoitti, että Otavan osakeomistus Alma Media Oyj:n osakkeiden kokonaismäärästä ja äänimäärästä on noussut yli kymmeneen (10) prosenttiin.

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 sekä digitaalisen median osalta verkkoyleisön pieneneminen, 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 kehittämällä digitaalisia palveluja ja tuotteita kuluttajille ja yrityksille.

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.

Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä vuodelta 2017

Alma Media Oyj on vuonna 2017 noudattanut Arvopaperimarkkinayhdistys ry:n 1.10.2015 antamaa Suomen listayhtiöiden hallinnointikoodia (Corporate Governance 2015) sellaisenaan. Listayhtiöiden hallinnointikoodin edellyttämä selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä annetaan erillisenä kertomuksena toimintakertomuksen yhteydessä. Lisäksi se on julkisesti saatavilla Alma Median verkkosivuilla www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/hallinto. Myös palkka- ja palkkioselvitys vuodelta 2017 annetaan samanaikaisesti CG- selvityksen kanssa 21.2.2018 ja se julkaistaan yhtiön internet-sivuilla osoitteessa www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/palkitseminen.

Muun kuin taloudellisen tiedon raportti vuodelta 2017

Alma Media julkistaa myös Muun kuin taloudellisen tiedon raportin vuodelta 2017 samanaikaisesti toimintakertomuksen kanssa 21.2.2018. Selvitys julkaistaan yhtiön internet-sivuilla osoitteessa www.almamedia.fi/sijoittajat/raportit-ja-esitykset/taloudelliset-raportit-ja-vuosikatsaukset.



Taloudellista kehitystä kuvaavat tunnusluvut

Tunnusluvut on laskettu IFRS-kirjaus- ja arvostusperiaatteita noudattaen.

TULOSLASKELMA

		IFRS 2017	Muutos %	IFRS 2016	Muutos %	IFRS 2015	Muutos %	IFRS 2014	Muutos %	IFRS 2013
Liikevaihto	MEUR	367,3	4,0	353,2	21,2	291,5	-1,3	295,4	-1,6	300,2
Digiliikevaihto	MEUR	156,6	17,3	133,5	27,9	104,3	10,4	94,5	11,8	84,5
% liikevaihdosta	%	42,6		37,8		35,8		32,0		28,1
Liikevoitto/-tappio	MEUR	46,6	74,0	26,8	51,5	17,7	-14,7	20,7	-23,3	27,0
% liikevaihdosta	%	12,7		7,6		6,1		7,0		9,0
Oikaistu liikevoitto	MEUR	51,1	45,2	35,2	50,4	23,4	9,2	21,4	-11,6	24,2
% liikevaihdosta	%	13,9		10,0		8,0		7,2		8,0
Oikaistut erät*	MEUR	4,5	-46,4	8,4	46,9	5,7	716,1	0,7	-125,0	-2,8
Tulos ennen veroja	MEUR	45,9	81,2	25,4	51,3	16,8	-14,9	19,7	-12,1	22,4
Oikaistu tulos ennen veroja	MEUR	50,4	49,5	33,7	50,2	22,5	11,3	20,2	-17,6	24,5
Tilikauden tulos	MEUR	36,7	85,0	19,9	64,6	12,1	-23,2	15,7	-1,9	16,0
Osuus osakkuusyriyten tuloksesta	MEUR	0,7	30,5	0,9	41,4	1,6	7,7	1,7	-142,5	-4,1
Nettorahoituskulut	MEUR	1,3	-45,8	2,4	-6,4	2,5	-6,9	2,7	440,0	0,5
Nettorahoituskulut	%	0,3		0,7		0,9		0,9		0,2

* Oikaistut erät eritelty tarkemmin toimintakertomuksessa



TASE

		IFRS 2017	Muutos %	IFRS 2016	Muutos %	IFRS 2015	Muutos %	IFRS 2014	Muutos %	IFRS 2013
Taseen loppusumma	MEUR	333,8	2,1	327,0	-0,4	328,3	28,2	256,1	-5,4	270,7
Korolliset nettovelat	MEUR	40,2		57,1		76,2		71,1		97,6
Korollinen vieras pääoma	MEUR	61,3	-23,8	80,4	-11,3	90,6	9,1	83,0	-24,4	109,9
Koroton vieras pääoma	MEUR	114,2	5,1	108,6	-0,7	109,4	57,5	69,4	-4,1	72,4

MUITA TIETOJA

		IFRS 2017	Muutos %	IFRS 2016	Muutos %	IFRS 2015	Muutos %	IFRS 2014	Muutos %	IFRS 2013
Henkilökunta keskimäärin ilman lehdenjakajia		2 280	-0,4	2 289	27,6	1 793	-1,9	1 828	-7,2	1 969
Lehdenjakajien määrä yhteensä (henkilömäärä)		870	3,0	845	-9,1	929	-5,7	985	-1,3	998
Investoinnit	MEUR	22,2	121,1	10,0	-83,3	60,2	318,0	14,4	-77,1	62,8
Investoinnit % liikevaihdosta	%	6,0		2,8		20,6		4,9		20,9
Tutkimus- ja kehitysmenot	MEUR	5,0	0,3	5,0	-9,4	5,5		5,5	3,8	5,3
Tutkimus- ja kehitysmenot % liikevaihdosta	%	1,4		1,4		1,9		1,9		1,8

TUNNUSLUKUJA

		IFRS 2017	Muutos %	IFRS 2016	Muutos %	IFRS 2015	Muutos %	IFRS 2014	Muutos %	IFRS 2013
Oman pääoman tuotto (ROE)	%	24,8	66,3	14,9	43,4	10,4	-36,6	16,4	-11,8	18,6
Sijoitetun pääoman tuotto (ROI)	%	17,5	73,5	10,1	46,7	6,9	-29,8	9,8	-2,0	10,0
Omavaraisuusaste	%	50,9		45,7		42,5		42,6		34,4
Velkaantumisaste (gearing)	%	25,4		41,4		59,4		68,5		110,5



OSAKEKOHTAISIA TUNNUSLUKUJA

		IFRS 2017	Muutos %	IFRS 2016	Muutos %	IFRS 2015	Muutos %	IFRS 2014	Muutos %	IFRS 2013
Tulos / osake	EUR	0,39		0,20		0,13		0,19		0,20
Liiketoiminnan rahavirta / osake	EUR	0,63		0,51		0,43		0,35		0,32
Oma pääoma / osake	EUR	1,66		1,44		1,35		1,17		1,14
Osinko/osake	EUR	0,24*		0,16		0,12		0,12		0,10
Osinko tuloksesta	%	61,5		78,2		92,3		63,2		50,2
Efektiiivinen osinkotuotto	%	3,3		3,2		4,0		4,4		3,3
Hinta/voitto-suhde (P/E)		18,4		24,6		23,1		14,6		15,0
Ylin kurssi	EUR	7,50		5,45		3,25		3,16		5,0
Alin kurssi	EUR	4,88		2,95		2,51		2,55		2,49
Kurssi 31.12.	EUR	7,19		5,03		3,0		2,75		2,99
Osakekannan markkina-arvo	MEUR	592,3		414,4		247,1		207,6		225,7
Osakkeiden vaihto yhteensä	tkpl	5 795		14 088		9 668		5 977		8 130
Osakkeiden suhteellinen vaihto yhteensä	%	7,0		17,1		12,7		7,9		10,8
Osakemäärä keskimäärin yhteensä, laimentamaton	tkpl	82 383		82 383		76 394		75 487		75 487
Osakemäärä keskimäärin yhteensä, laimennettu	tkpl	82 383		82 383		76 394		75 487		75 487
Oikaistu osakemäärä 31.12. yhteensä	tkpl	82 383		82 383		82 383		75 487		75 487

* Hallituksen ehdotus yhtiökokoukselle



Tunnuslukujen laskentaperiaatteet

Oman pääoman tuotto, % (ROE)	$\frac{\text{Tilikauden tulos}}{\text{Oma pääoma + määräysvallattomien omistajien osuus (keskimäärin vuoden aikana)}} \times 100$	Osinko/tulos, %	$\frac{\text{Osinko/osake}}{\text{Emoyhtiön omistajille kuuluva osuus tuloksesta/osake}} \times 100$
Sijoitetun pääoman tuotto, % (ROI)	$\frac{\text{Tilikauden tulos + korko- ja muut rahoituskulut}}{\text{Taseen loppusumma - korottomat velat (keskimäärin vuoden aikana)}} \times 100$	Efektiivinen osinkotuotto, %	$\frac{\text{Osakeantioikaistu osinko/osake}}{\text{Osakeantioikaistu pörssikurssi tilikauden lopussa}} \times 100$
Omavaraisuusaste, %	$\frac{\text{Oma pääoma + määräysvallattomien omistajien osuus}}{\text{Taseen loppusumma - saadut ennakat}} \times 100$	Hinta/voitto-suhde (P/E-luku)	$\frac{\text{Osakeantioikaistu pörssikurssi tilikauden lopussa}}{\text{Emoyhtiön omistajille kuuluva osuus tuloksesta/osake}}$
Liikevoitto	Tulos ennen veroja ja rahoituseriä	Oma pääoma/osake, EUR	$\frac{\text{Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma}}{\text{Laimentamaton osakkeiden osakeantioikaistu lukumäärä tilikauden lopussa}}$
Käyttökate	Liikevoitto ilman poistoja ja arvonalentumisia	Osakekannan markkina-arvo, EUR	$\frac{\text{Osakkeiden lukumäärä [x] pörssikurssi tilikauden lopussa}}$
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	$\frac{\text{Verkkoliiketoiminnan liikevaihto}}{\text{Liikevaihto}} \times 100$	Vaihtoehtoiset tunnusluvut	
Laimentamaton osakekohtainen tulos, EUR	$\frac{\text{Emoyhtiön omistajille kuuluva osuus tuloksesta}}{\text{Keskimääräinen osakeantioikaistu osakkeiden lukumäärä}}$	Alma Media Oyj käyttää ja julkaisee lisäksi vaihtoehtoisia tunnuslukuja antaakseen paremman kuvan liiketoiminnan operatiivisesta kehityksestä ja parantaakseen vertailukelpoisuutta raportointikausien välillä. Vaihtoehtoiset tunnusluvut raportoidaan IFRS-tunnuslukujen lisäksi.	
Laimennettu oikaistu osakekohtainen tulos, EUR	$\frac{\text{Emoyhtiön omistajille kuuluva osuus tuloksesta}}{\text{Laimennettu keskimääräinen osakeantioikaistu osakkeiden lukumäärä}}$	Alma Media Oyj:n käyttämät vaihtoehtoiset tunnusluvut ovat:	
Nettovelkaantumisaste (gearing), %	$\frac{\text{Korolliset velat - rahat ja pankkisaamiset}}{\text{Oma pääoma + määräysvallattomien omistajien osuus}} \times 100$	Liikevoitto ilman oikaistuja eriä (MEUR ja % liikevaihdosta)	Tulos ennen veroja ja rahoituseriä ilman oikaistuja eriä
Nettorahoituskulut, %	$\frac{\text{Rahoitustuotot ja -kulut}}{\text{Liikevaihto}} \times 100$	Käyttökate ilman oikaistuja eriä	Liikevoitto ilman poistoja, arvonalentumisia ja oikaistuja eriä
Osinko/osake, EUR	Yhtiökokouksen vahvistama osinko osaketta kohden. Viimeisen vuoden osalta hallituksen ehdotus yhtiökokoukselle osingon määrästä.	Liikevoitto oikaiseva erä on kokonaisvaltainen tuotto tai kulu, joka syntyy kerran tai harvoin tapahtuvan asian seurauksena. Konserni esittää oikaisuerinä liiketoimintojen tai omaisuuserien myynneistä tai tappioiden, sekä liikearvon ja omaisuuserien arvonalentumistappioiden. Oikaisuerät kirjataan tuloslaskelmaan aiheuttamisperiaatteensa mukaiseen tuotto- tai kuluryhmään	Korollinen nettovelka (MEUR)
			Korolliset velat - rahavarat



Konsernin laaja tuloslaskelma

MEUR	Liite	1.1.–31.12.2017	1.1.–31.12.2016
Liikevaihto	1.1, 1.2	367,3	353,2
Liiketoiminnan muut tuotot	1.2	3,3	2,2
Valmisvaraston muutos		0,0	-0,2
Materiaalit ja palvelut	1.3	74,3	74,0
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	1.3, 1.4	148,8	149,6
Poistot ja arvonalentumiset	2.1, 2.2, 2.3	20,3	21,1
Liiketoiminnan muut kulut	1.3	80,6	83,8
Liikevoitto	1.1	46,6	26,8
Rahoitustuotot	3.1	0,6	0,4
Rahoituskulut	3.1	1,8	2,8
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	4.4	0,7	0,9
Voitto ennen veroja		45,9	25,4
Tuloverot	5.1, 5.2	-9,2	-5,5
Tilikauden tulos		36,7	19,9
Muut laajan tuloksen erät:			
Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi			
Etuuspohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät		-0,2	0,1
Verot eristä, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteisiksi		0,0	0,0
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi			
Muuntoerot		0,5	-0,1
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen		0,3	0,0
Tilikauden laaja tulos yhteensä		37,0	19,9
Tilikauden voiton jakautuminen			
Emoyhtiön omistajille kuuluva osuus tilikauden voitosta		32,2	16,9
Määräysvallattomille omistajille		4,6	3,0

MEUR	Liite	1.1.–31.12.2017	1.1.–31.12.2016
Tilikauden laajan tulokset jakautuminen			
Emoyhtiön omistajille kuuluva osuus tilikauden voitosta		32,5	16,9
Määräysvallattomille omistajille		4,6	3,0
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos (EUR)			
Laimentamaton osakekohtainen tulos	3.9	0,39	0,20
Laimennusvaikutuksella oikaistu osakekohtainen tulos	3.9	0,39	0,20



Konsernin tase

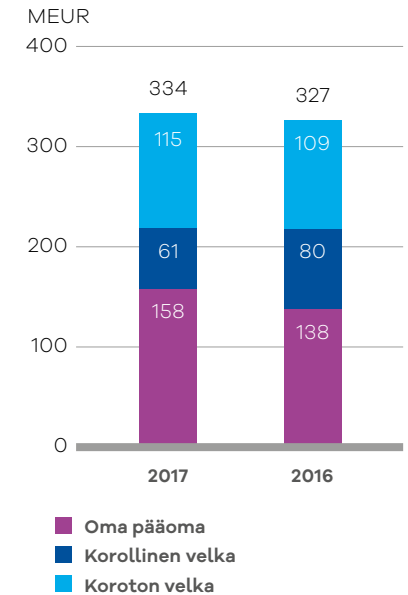
MEUR	Liite	31.12.2017	31.12.2016
VARAT			
Pitkäaikaiset varat			
Liikearvo	2.1	121,7	120,3
Muut aineettomat hyödykkeet	2.1	62,4	67,8
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	2.2	59,8	64,8
Sijoituskiinteistöt	2.3	10,2	0,0
Osakkuusyrittösesakkeet	4.4	4,5	5,1
Eläkesaaminen, etuuspohjaiset järjestelyt	3.6	0,0	0,2
Muut pitkäaikaiset rahoitusvarat	3.2	4,0	4,4
Laskennalliset verosaamiset	5.2	2,3	1,5
		265,1	264,0
Lyhytaikaiset varat			
Vaihto-omaisuus	3.7	2,4	2,3
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset		0,6	0,2
Myyntisaamiset ja muut saamiset	3.7	44,9	37,1
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	3.2	0,0	0,0
Rahavarat	3.2	20,7	23,3
		68,7	62,9
Varat yhteensä		333,8	327,0
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
Osakepääoma		45,3	45,3
Ylikurssirahasto		7,7	7,7
Muuntoerot		-1,2	-1,7
Sijoitetun vapaan oman po rahasto		19,1	19,1
Kertyneet voittovarot		65,8	48,3
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	3.9	136,8	118,7
Määräysvallattomien omistajien osuus		21,6	19,3
Oma pääoma yhteensä		158,3	138,0
Pitkäaikaiset velat			
Laskennalliset verovelat	5.2	13,0	13,3
Eläkevelvoitteet	3.6	1,1	1,2
Varaukset	1.3	0,4	0,3
Pitkäaikaiset rahoitusvelat	3.3	56,2	65,5
		70,7	80,4

MEUR	Liite	31.12.2017	31.12.2016
Lyhytaikaiset velat			
Saadut ennakot		23,0	24,7
Verovelat		5,1	1,7
Varaukset	1.3	0,9	0,9
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	3.3	5,7	15,9
Ostovelat ja muut velat	3.7	70,1	65,4
		104,7	108,6
Velat yhteensä		175,5	189,0
Oma pääoma ja velat yhteensä		333,8	327,0

Tase, vastaavaa



Tase, vastattavaa

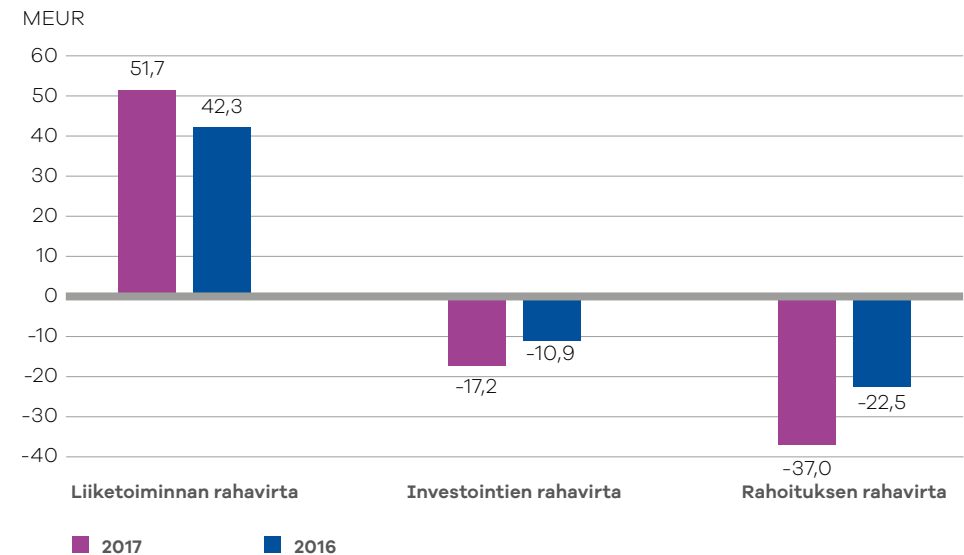


Konsernin rahavirtalaskelma

MEUR	Liite	1.1.–31.12.2017	1.1.–31.12.2016
Liiketoiminnan rahavirta			
Tilikauden voitto		36,7	19,9
Oikaisut		28,7	27,5
Käyttöpääoman muutokset		-6,0	1,3
Saadut osingot		1,0	1,4
Saadut korot		0,1	0,2
Maksetut korot		-1,8	-2,5
Maksetut verot		-7,1	-5,5
Liiketoiminnan nettorahavirta		51,7	42,3
Investointien rahavirta			
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin		-1,6	-0,9
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin		-2,1	-3,1
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden myynnit		0,5	0,0
Investoinnit muihin sijoituksiin		-14,8	0,0
Myytavissä olevien rahoitusvarojen myynnit		0,0	0,1
Myönnettyt lainat		0,0	0,0
Lainasaamisten takaisinmaksut		0,4	0,0
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla		-2,0	-7,9
Liiketoimintojen myynnit vähennettynä myyntihetken rahavaroilla		1,1	0,0
Osakkuusyritysten hankinta	4.4	-0,3	0,0
Osakkuusyritysten myynti	4.4	1,5	0,9
Investointien rahavirta		-17,2	-10,9

MEUR	Liite	1.1.–31.12.2017	1.1.–31.12.2016
Rahavirta ennen rahoitusta			
		34,5	31,4
Rahoituksen rahavirta			
Pitkäaikaisten lainojen nostot		0,0	10,0
Pitkäaikaisten lainojen takaisinmaksut		-5,0	-3,3
Lyhytaikaisten lainojen nostot		3,0	86,0
Lyhytaikaisten lainojen takaisinmaksut		-13,2	-98,3
Rahoitusleasingvelkojen maksut		-5,0	-5,3
Omien osakkeiden hankinta		-1,2	0,0
Maksetut osingot ja pääoman palautus	3.9	-15,5	-11,7
Rahoituksen rahavirta		-37,0	-22,5
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)			
		-2,4	8,8
Rahavarat tilikauden alussa	3.2	23,3	14,4
Valuuttakurssien muutosten vaikutus		-0,1	0,0
Rahavarat tilikauden lopussa	3.2	20,7	23,3

Rahavirta





RAHAVIRTALASKELMAN LISÄTIEDOT

MEUR	Liite	1.1.–31.12.2017	1.1.–31.12.2016
Liiketoiminnan rahavirta			
Oikaisut:			
Poistot ja arvonalentumiset	2	20,3	21,1
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	4.4	-0,7	-0,9
Käyttöomaisuuden ja muiden sijoitusten myyntivoitot ja -tappiot		-2,3	-1,3
Rahoitustuotot ja -kulut	3.1	1,3	2,4
Tuloverot	5.1	9,2	5,5
Varausten muutos	1.3	0,1	0,4
Muut oikaisut		0,8	0,3
Oikaisut yhteensä		28,7	27,5
Käyttöpääoman muutos:			
Lyhytaikaisten liikesaamisten muutos		-8,8	-2,0
Vaihto-omaisuuden muutos		-0,1	-0,2
Lyhytaikaisten liikevelkojen muutos		2,9	3,4
Käyttöpääoman muutos yhteensä		-6,0	1,3
Investointien rahavirta:			
Leasingilla rahoitetut investoinnit		-0,8	-1,0
Maksuperusteiset bruttoinvestoinnit*		-18,4	-4,0
Liiketoimintakaappoihin liittyvät suoriteperusteiset investoinnit		-2,2	-5,0
Kokonaisinvestoinnit yhteensä		-21,5	-10,0

* Ei sisällä liiketoimintakaappojen investointeja.



Laskelma konsernin oman pääoman muutoksista

EMOYHTIÖN OMISTAJILLE KUULUVA OSUUS OMASTA PÄÄOMASTA

MEUR	Liite	Osakepääoma	Ylikurssirahasto	Muuntoerot	Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	Kertyneet voittovarot	Emoyhtiön osuus yhteensä	Määräysvallattomien omistajien osuus	Oma pääoma yhteensä
Oma pääoma 1.1.2016	3,9	45,3	7,7	-1,6	19,1	40,7	111,2	17,1	128,3
Tilikauden tulos						16,9	16,9	3,0	19,9
Muut laajan tuloksen erät				-0,1		0,1	0,0		0,0
Liiketoimet omistajien kanssa									
Emoyhtiön pääomanpalautus						-9,7	-9,7		-9,7
Tytäryhtiöiden osingonjako								-1,8	-1,8
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot						0,4	0,4		0,4
Tytäryhtiöiden omistusosuuksien muutokset								1,0	1,0
Oma pääoma 31.12.2016	3,9	45,3	7,7	-1,7	19,1	48,3	118,7	19,3	138,0
Oma pääoma 1.1.2017		45,3	7,7	-1,7	19,1	48,3	118,7	19,3	138,0
Tilikauden tulos						32,2	32,2	4,6	36,7
Muut laajan tuloksen erät				0,5		-0,2	0,3	0,2	0,5
Liiketoimet omistajien kanssa									
Emoyhtiön osingonjako						-13,2	-13,2		-13,2
Tytäryhtiöiden osingonjako								-2,3	-2,3
Omien osakkeiden hankinta						-1,2	-1,2		-1,2
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot		0,0	0,0			0,5	0,5	0,0	0,5
Tytäryhtiöiden omistusosuuksien muutokset									
Määräysvallattomien omistajien osuuksien hankinnat, jotka eivät johtaneet muutokseen määräysvallassa						-0,5	-0,5	-0,1	-0,6
Oma pääoma 31.12.2017	3,9	45,3	7,7	-1,2	19,1	65,8	136,8	21,6	158,3



Konsernitilinpäätöksen laatimisperiaatteet

Konsernin perustiedot

Alma Media on digitaalisiin palveluihin ja julkaisuutoimintaan keskittyvä mediakonserni. Konsernin tuotteet tarjoavat uutissisältöjen lisäksi hyötytietoa elämäntyyliin, työuran sekä liiketoiminnan kehittämiseen. Alma Media rakentaa asiakkailleen kestäväää kasvua digitaalisuuden mahdollisuuksia hyödyntäen myös tietopalveluilla, järjestelmä- ja asiantuntijapalveluilla sekä mainosratkaisuilla. Alma Median palvelutarjonta on laajentunut Suomesta Pohjoismaihin, Baltiaan ja Keski-Eurooppaan. Konsernin emoyhtiö Alma Media Oyj on suomalainen, Suomen lakien mukaan perustettu julkinen osakeyhtiö, kotipaikka Helsinki, osoite Alvar Aallonkatu 3 C, PL 140, 00101 Helsinki.

Jäljennös konsernitilinpäätöksestä on saatavissa Internet-osoitteessa www.almamedia.fi tai konsernin emoyhtiön pääkonttorista.

Hallitus on 13.2.2018 hyväksynyt tilinpäätöksen julkistettavaksi. Osakkeenomistajilla on Suomen osakeyhtiölain mukaan mahdollisuus hyväksyä tai hylätä tilinpäätös sen julkistamisen jälkeen pidettävässä yhtiökokouksessa. Yhtiökokouksella on myös mahdollisuus tehdä päätös tilinpäätöksen muuttamisesta.

Tilinpäätöksen luvut ovat itsenäisesti pyöristettyjä.

Tilinpäätöksen laatimisperusta

Konsernitilinpäätös on laadittu kansainvälisten tilinpäätösstandardien (International Financial Reporting Standards, IFRS) mukaisesti. Konsernitilinpäätöstä laadittaessa on noudatettu 31.12.2017 voimassa olevia IAS- ja IFRS -standardeja sekä SIC- ja IFRIC -tulkintoja. Kansainvälisillä tilinpäätösstandardeilla tarkoitetaan Suomen kirjanpitolaisissa ja sen nojalla annetuissa säännöksissä EU-asetuksessa (EY) N:o 1606/2002 säädetyn menettelyn mukaisesti EU:ssa sovellettavaksi hyväksytyt standardit ja niistä annettuja tulkintoja. Konsernitilinpäätöksen liitetiedot ovat myös suomalaisen kirjanpito- ja yhtiölainsäädännön mukaiset.

Konserni siirtyi vuoden 2005 aikana kansainväliseen IFRS-tilinpäätöskäytäntöön ja on soveltanut tässä yhteydessä IFRS 1 – Ensimmäinen IFRS-standardien käyttöönottostandardia siirtymäpäivän ollessa 1.1.2004.

Konsernitilinpäätös on laadittu alkuperäisin hankintamenoin, ellei jäljempänä muista laatimisperiaatteista muuta ilmene. Tilinpäätöksen taulukkotiedot esitetään tuhansina euroina.

Konsernin emoyhtiö Alma Media Oyj (Y-tunnus 1944757-4, 7.11.2005) saakka nimeltään Almanova Oyj) perustettiin 27.1.2005. Yhtiö hankki aikaisemman Alma Media Oyj:n (Y-tunnus 1449580-9) osakkeet vuoden 2005 aikana. Yrityshankinta käsiteltiin konsernissa IFRS 3 -standardin perusteella käänteisenä hankintana. Tämä tarkoittaa, että konsernitilinpäätöksessä hankkijana oli vanha Alma Media Oyj ja hankinnan kohteena konsernin nykyinen juridinen emoyhtiö Almanova Oyj. Hankinta-ajankohdan varojen, velkojen ja ehdollisten velkojen nettomääräinen käypä arvo ei poikennut yhtiön kirjanpitoarvosta. Hankintameno oli varojen, velkojen ja ehdollisten velkojen nettomääräisen käyvän arvon suuruinen, jolloin hankinnasta ei muodostunut liikearvoa. Käänteiseen hankintaan sovellettava kirjanpitoikäsihtely koskee vain konsernitilinpäätöstä.

Vuoden 2017 aikana käyttöön otettujen standardien vaikutukset

Konserni on soveltanut 1.1.2017 alkaen seuraavia uusia ja uudistettuja standardeja ja tulkintoja:

- IAS 7 Rahavirtalaskelmat muutos. Yritysten on vastedes esitettävä selostus rahoitustoiminnoista johtuvista velkojen muutoksista. Tämä kattaa rahavirroista syntyvät muutokset (esim. velkojen nostot ja takaisinmaksut) samoin kuin muutokset, joihin ei liity rahavirtaa, kuten hankinnat, luovutukset, kertyneet korot ja realisoitumattomat valuuttakurssierot.
- IAS 12 Tuloverot muutos, Laskennallisten verosaamisten kirjaaminen realisoitumattomista tappioista. IAS 12:een tehtiin tammikuussa 2016 muutoksia, joilla selvennettiin laskennallisten verojen kirjaamista, kun omaisuuserä arvostetaan käypään arvoon ja kyseinen käypä arvo on pienempi kuin omaisuuserän verotuksellinen arvo. Muutoksella ei ole ollut olennaista vaikutusta konsernin tilinpäätökseen.

IFRS-standardeihin tehdyt vuosittaiset parannukset 2012–2014. Annual Improvements -menettelyn kautta standardeihin tehtävät pienet ja vähemmän kiireelliset muutokset



kerätään yhdeksi kokonaisuudeksi ja toteutetaan kerran vuodessa. Muutosten vaikutukset vaihtelevat standardeittain, mutta niillä ei ole ollut olennaista vaikutusta konsernin tilinpäätökseen.

Myöhemmin sovellettavat uudet ja uudistetut standardit ja tulkinnat

IASB on julkistanut seuraavat uudet tai uudistetut standardit ja tulkinnat, joita konserni ei ole vielä soveltanut. Konserni ottaa ne käyttöön kunkin standardin ja tulkinnan voimaantulopäivästä lähtien, tai mikäli voimaantulopäivä on muu kuin tilikauden ensimmäinen päivä, voimaantulopäivää seuraavan tilikauden alusta lukien:

IFRS 9 Rahoitusinstrumentit ja siihen tehdyt muutokset (sovellettava 1.1.2018 tai sen jälkeen alkavilla tilikausilla). Uusi standardi korvaa nykyisen standardin IAS 39 Rahoitusinstrumentit: kirjaaminen ja arvostaminen. IFRS 9 muuttaa rahoitusvarojen luokittelua ja arvostamista sekä sisältää rahoitusvarojen arvon alentumisen arviointiin uuden, odotettuihin luottotappioihin perustuvan mallin. Rahoitusvelkojen luokittelu ja arvostaminen vastaavat suurelta osin nykyisiä IAS 39:n vaatimuksia. Suojauslaskennan osalta on edelleen kolme suojauslaskentatyyppiä. Aiempaa useampia riskipositioita voidaan ottaa suojauslaskennan piiriin ja suojauslaskennan periaatteita on yhtenäistetty riskienhallinnan kanssa. Konsernissa arvioidaan edelleen standardin mahdollisia vaikutuksia, mutta yhtiön näkemyksen mukaan standardimuutoksella ei ole olennaista vaikutusta konsernitilinpäätökseen,

IFRS 15 Myyntituotot asiakassopimuksista (sovellettava 1.1.2018 tai sen jälkeen alkavilla tilikausilla). Uusi standardi sisältää viisivaiheisen ohjeistuksen asiakassopimusten perusteella saatavien myyntituottojen kirjaamiseen ja korvaa nykyiset IAS 18- ja IAS 11-standardit ja niihin liittyvät tulkinnat. Myynnin kirjaaminen voi tapahtua ajan kuluessa tai tiettyä ajankohtana, ja keskeisenä kriteerinä on määräysvallan siirtyminen. Standardi lisää myös esitettävien liitetietojen määrää.

Tilikaudella 2017 toteutettiin selvitys, jossa standardin vaikutusta arvioitiin konsernissa käytössä olevat kirjauskäytännöt. Selvityksessä käytiin läpi liiketoimintojen eri laskutusjärjestelmien ja kirjanpidon liikevaihdon kirjausprosessia ja jaksotusperiaatteita verraten nykytilannetta uuden standardin vaatimukseen. Samalla on automatisoitu manuaalisia käytäntöjä liikevaihdon jaksotusprosessissa. Yhtiön näkemyksen mukaan standardinmuutoksella ei ole ollut merkittävää vaikutusta konsernin tilinpäätökseen laadintaperiaatteisiin tulevilla tilikausilla.

IFRS 16 Vuokrasopimukset (sovellettava 1.1.2019 tai sen jälkeen alkavilla tilikausilla). IFRS 16 julkaistiin tammikuussa 2016. Sen seurauksena lähes kaikki vuokrasopimukset tullaan merkitsemään taseeseen, sillä operatiivisia vuokrasopimuksia ja rahoitusleasingisopimuksia ei enää erotella. Uuden standardin mukaan kirjataan omaisuuserä (oikeus käyttää vuokrattua hyödykettä) ja vuokrien maksamista koskeva rahoitusvelka. Ainoita poikkeuksia ovat lyhytaikaiset ja arvoltaan vähäisiä omaisuuseriä koskevat vuokrasopimukset. Vuokralle antajien soveltamaan kirjanpitokäsittelyyn ei tule merkittäviä muutoksia. Konsernissa arvioidaan parhaillaan standardin käyttöönoton vaikutuksia.

IFRS 4 Vakuutus sopimukset muutos (sovellettava 1.1.2018 tai sen jälkeen alkavilla tilikausilla). IFRS 9 Rahoitusinstrumentit standardin soveltaminen yhdessä IFRS 4 Vakuutus sopimukset standardin kanssa. Muutoksella ei odoteta olevan vaikutusta konsernin tilinpäätökseen. Muutoksia ei ole vielä hyväksytty sovellettavaksi EU:ssa.

IFRS 2 Osakeperusteiset maksut muutos (sovellettava 1.1.2018 tai sen jälkeen alkavilla tilikausilla). Selvennyksiä osakeperusteisten liiketoimien luokitteluun ja arvostamiseen. Muutoksella ei odoteta olevan olennaista vaikutusta konsernin tilinpäätökseen. Muutoksia ei ole vielä hyväksytty sovellettavaksi EU:ssa.

Konsernitilinpäätöksen vertailukelpoisuus

Tilikaudet 2017 ja 2016 ovat vertailukelpoisia. Yhtiöllä ei ole raportoitavia lopetettuja toimintoja tilikausilla 2017 ja 2016.

Ulkomaan rahan määräisten erien muuntaminen

Konsernitilinpäätös on esitetty euroina, joka on konsernin emoyhtiön toiminta- ja esittämisvaluutta. Ulkomaan rahan määräiset liiketapahtumat on kirjattu euroiksi käyttäen tapahtumapäivänä vallitsevaa kurssia. Ulkomaan rahan määräiset monetaariset erät on muutettu euroiksi tilinpäätöspäivän kurssija käyttäen. Ulkomaan rahan määräiset ei-monetaariset erät, jotka on arvostettu käypiin arvoihin, on muunnettu euroiksi käyttäen arvostuspäivän valuuttakursseja. Muutoin ei-monetaariset erät on arvostettu tapahtumapäivän kurssiin. Myynteihin ja ostoihin liittyvät kurssierot on käsitelty tuloslaskelmassa kyseisten erien oikaisuerinä. Lainoihin ja lainasaamisiin liittyvät kurssierot on käsitelty tuloslaskelman rahoitustuotoissa ja -kuluissa.

Ulkomaisten konserniyhtyritysten tuloslaskelmat on muunnettu euroiksi kauden painotettua keskikurssia ja taseet tilinpäätöspäivän kurssia käyttäen. Ulkomaisten yksikköjen hankinnasta johtuva liikearvo on käsitelty kyseisten ulkomaisten yksikköjen varoina ja velkoina ja muunnettu euroiksi tilinpäätöspäivän kurssija käyttäen. Ulko-



maisten tytäryritysten ja osakkuusyhtiöiden yhdistämisessä syntyvät muuntoerot on kirjattu konsernin omaan pääomaan. Kurssierot sellaisesta monetaarisesta erästä, joka on osa yhteisön nettosijoitusta ulkomaiseen yksikköön, kirjataan konsernin omaan pääomaan ja siirretään omasta pääomasta tulosvaikutteisiksi, kun nettosijoituksesta luovutaan.

Myytävänä olevat pitkäaikaiset omaisuuserät ja lopetetut toiminnot

Myytävänä olevat pitkäaikaiset omaisuuserät sekä lopetettuun toimintoon liittyvät omaisuuserät, jotka on luokiteltu myytävänä oleviksi, arvostetaan alempaan seuraavista; kirjanpitoarvo tai käypä arvo vähennettynä myynnistä johtuvilla menoilla. Tilinpäätöksissä 2017 ja 2016 konsernilla ei ole myytäväksi luokiteltuja pitkäaikaisia omaisuuseriä.

Liikevoitto ja käyttökate

IAS 1 Tilinpäätöksen esittäminen -standardi ei määrittele liikevoiton ja käyttökateen käsitteitä. Käyttökate on nettosumma, joka muodostuu kun liikevaihtoon lisätään liike-toiminnan muut tuotot ja vähennetään materiaali- ja palveluhankintojen kulut, valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varaston muutoksella, työsuhde-etuuksista aiheutuvilla kuluilla sekä liiketoiminnan kuluilla. Liikevoitto on nettosumma, joka muodostuu kun liikevaihtoon lisätään liiketoiminnan muut tuotot ja vähennetään materiaali- ja palveluhankintojen kulut valmiiden ja keskeneräisten tuotteiden varaston muutoksella, työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut, poistot ja arvonalentumistappiot sekä liiketoiminnan muut kulut. Kaikki muut kuin edellä mainitut tuloslaskelmaerät esitetään liikevoiton alapuolella. Kurssierot ja johdannaisten käypien arvojen muutokset sisältyvät liikevoittoon mikäli ne syntyvät liiketoimintaan liittyvistä eristä. Muutoin ne on kirjattu rahoituseriin.

Oikaistut erät

Oikaistuerä on kokonaisvaltainen tuotto tai kulu, joka syntyy kerran tai harvoin tapahtuvan asian seurauksena. Konserni esittää oikaistuina erinä liiketoimintojen tai omaisuuserien myynneistä tai lopetuksista aiheutuvat voitot tai tappiot, toiminnan uudelleenjärjestelyistä aiheutuvat voitot tai tappiot, sekä liikearvon ja omaisuuserien arvonalentumistappiot. Oikaistut erät kirjataan tuloslaskelmaan aiheuttamisperiaatteensa mukaiseen tuotto- tai kuluryhmään. Oikaistuja erä on käsitelty toimintakertomuksessa.

Johdon harkintaa edellyttävät laatimisperiaatteet ja arvioihin liittyvät keskeiset epävarmuustekijät

Tilinpäätöksen laatiminen IFRS-standardien mukaisesti edellyttää konsernin johdolta tulevaisuutta koskevia arviointeja ja oletuksia, joiden lopputulokset voivat poiketa tehdyistä arvioista ja oletuksista. Lisäksi joudutaan käyttämään harkintaa tilinpäätöksen laatimisperiaatteiden soveltamisessa.

Johdon harkintaa edellyttävät laatimisperiaatteet

Konsernin johto tekee harkintaan perustuvia ratkaisuja, jotka koskevat tilinpäätöksen laatimisperiaatteiden valintaa ja niiden soveltamista. Tämä koskee erityisesti niitä tapauksia, joissa voimassa olevassa IFRS-normistossa on vaihtoehtoisia kirjaamis-, arvostamis- ja esittämistapoja. Merkittävä osa-alue, jossa johto on käyttänyt edellä kuvattua harkintaa, liittyy konsernin vuokrasopimuksiin. Konsernilla on merkittäviä toimitiloihin liittyviä vuokrasopimuksia. Konserni on määrittänyt sopimusehtojen arviointiin perustuen, että konsernilla ei ole tilojen osalta merkittäviä omistukseen liittyviä tuotto- ja riskitekijöitä ja näin ollen sopimukset ovat luonteeltaan operatiivisia vuokrasopimuksia.

Arvioihin liittyvät keskeiset epävarmuustekijät

Tilinpäätöksen laadinnan yhteydessä tehdyt arviot pohjautuvat johdon parhaaseen näkemykseen raportointikauden päättymispäivänä. Arvioiden taustalla ovat aiemmat kokemukset sekä tulevaisuutta koskevat, tilinpäätöshetkellä todennäköisimpinä pidetyt oletukset, jotka liittyvät muun muassa konsernin taloudellisen toimintaympäristön odotettuun kehitykseen myynnin ja kustannustason kannalta. Konsernissa seurataan arvioiden ja oletusten toteutumista sekä näiden taustalla olevien tekijöiden muutoksia säännöllisesti yhdessä liiketoimintayksiköiden kanssa käyttämällä useita, sekä sisäisiä että ulkoisia tietolähteitä. Mahdolliset arvioiden ja oletusten muutokset merkitään kirjanpitoon sillä tilikaudella, jonka aikana arviota tai oletusta korjataan, ja kaikilla tämän jälkeisillä tilikausilla.

Ne tulevaisuutta koskevat oletukset ja sellaiset raportointikauden päättymispäivän arvioihin liittyvät keskeiset epävarmuustekijät, jotka aiheuttavat merkittävän riskin konsernin varojen ja velkojen kirjanpitoarvojen muuttumisesta olennaisesti seuraavan tilikauden aikana, on esitetty jäljempänä. Konsernin johto on katsonut näiden tilinpäätöksen osa-alueiden olevan keskeisimmät, sillä niitä koskevat laatimisperiaatteet ovat konsernin näkökulmasta monimutkaisimmat ja niiden soveltaminen edellyttää eniten merkittävien arvioiden ja oletusten käyttämistä esimerkiksi omaisuuserien arvostamisessa. Lisäksi näillä tilinpäätöksen osa-alueilla käytettyjen oletusten ja arvioiden mahdollisten muutosten vaikutusten on arvioitu olevan suurimmat.

Liiketoimintojen yhdistämisen yhteydessä aineettomien hyödykkeiden käyvän arvon määrittäminen perustuu johdon arvioihin hyödykkeisiin liittyvistä rahavirroista. Liiketoimintojen yhdistämisessä syntyneiden ehdollisten kauppahintavelkojen käyvän arvon määrittäminen perustuu johdon näkemykseen. Merkittävimmät muuttajat ehdollisten kauppahintojen käyvän arvon muutoksessa on arvio tulevasta liikevoitosta.



Arvonlennustestaukset: Konsernissa testataan vuosittain liikearvot sekä ne aineettomat hyödykkeet, joilla on rajoittamaton taloudellinen vaikutusaika mahdollisen arvonalentumisen varalta sekä arvioidaan viitteitä arvonalentumisista edellä esitetyn mukaisesti. Rahavirtaa tuottavien yksiköiden kerrytettävissä olevat rahamäärät on määritetty käyttöarvoon perustuvien laskelmien avulla. Näiden laskelmien laatiminen edellyttää arvioiden käyttämistä. Merkittävimpiä liikearvojen testauksessa käytettyjä oletuksia ja arvioita sekä näiden muutosten herkkyyttä liikearvotestaukseen on kuvattu tarkemmin liikearvoja erittelevässä liitetiedossa.

Poistoajat: aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden poistoaikojen määrittäminen edellyttää, että myös johto arvioi hyödykkeiden taloudellisia vaikutusaikoja. Käytetyt poistoajat hyödykeryhmittäin on listattu edellä laatimisperiaatteiden kohdissa Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet ja Aineettomat hyödykkeet.

Muut arviot: muut arvioinnit liittyvät pääasiassa muun omaisuuden, kuten saamisten sekä tuotekehitysaktivointien kuranttiuden arviointiin, veroriskeihin, eläkevastuiden määrittämiseen, laskennallisten verosaamisten hyödyntämiseen tulevaisuudessa syntyvää verotettavaa tuloa vastaan.



Konsernitilinpäätöksen liitetiedot

1. Segmentit ja liiketulos

1.1 Tiedot segmenteittäin

Alma Median raportoivat 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 raportoivat segmentit vastaavat konsernin toimintasegmenttejä.

Konsernin esittämä segmentti-informaatio perustuu johdon sisäiseen raportointiin. Johdon sisäinen raportointi laaditaan IFRS-periaatteiden mukaisesti.

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 Autotali.com, Autosofta, Websales ja Webrent. Segmentissä raportoidaan myös uudis- ja korjausrakentamisen toiminnanohjausjärjestelmien ohjelmistoihin keskittynyt NettiKoti ja Kivi -kiinteistövälitysjärjestelmä sekä remontti- ja rakennustöiden markkinapaikka Urakkamaailma.fi.

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 Mediuutiset. Ruotsissa Alma Talentin julkaisuja ovat muun muassa Affärsvärlden, Ny Teknik ja Dagens Media.

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

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

Segmenttien varat ja velat ovat sellaisia liiketoiminnan eriä, joita segmentti käyttää liiketoiminnassaan.

Konsernin liiketoiminta jakautuu pääosin kahdelle maantieteelliselle alueelle; kotimaa ja muu Eurooppa. Alma Markets toimii kotimaassa sekä seitsemässä muussa Euroopan maassa, joista merkittävimmät ovat Tšekki ja Slovakia. Alma Talent -segmentin liiketoiminta on kotimaassa, Baltiassa sekä Ruotsissa. Alma News & Life ja Alma Regions segmentit toimivat pääosin kotimaassa.

Maantieteellisten alueiden liikevaihto ja varat esitetään palvelun sijainnin mukaan. Seuraavassa taulukossa on esitetty liikevaihdon ja varojen jakauma alueittain vuosina 2017 ja 2016.



LIIKEVAIHTO

MEUR	2017	Osuus %	2016	Osuus %
Segmentit kotimaa	282,2	76,8	278,7	78,9
Segmentit ulkomaat	82,9	22,6	73,0	20,7
Segmentit yhteensä	365,1	99,4	351,7	99,6
Kohdistamattomat ja eliminoinnit	2,2	0,6	1,5	0,4
Yhteensä	367,3	100,0	353,2	100,0

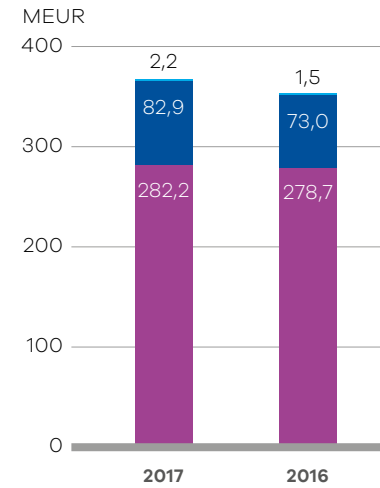
LIIKEVOITTO

MEUR	2017	Osuus %	2016	Osuus %
Segmentit kotimaa	35,5	76,2	28,8	107,7
Segmentit ulkomaat	23,0	49,5	12,6	47,0
Segmentit yhteensä	58,5	125,7	41,4	154,7
Kohdistamattomat	-12,0	-25,7	-14,6	-54,7
Yhteensä	46,6	100,0	26,8	100,0

VARAT

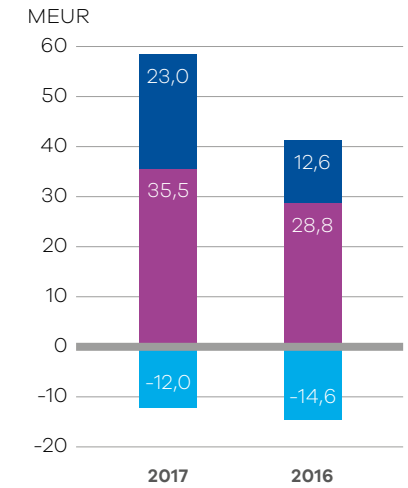
MEUR	2017	Osuus %	2016	Osuus %
Kotimaa	233,5	70,0	231,0	70,7
Ulkomaat	134,3	40,2	126,3	38,6
Eliminoinnit	-34,1	-10,2	-30,3	-9,3
Yhteensä	333,8	100,0	327,0	100,0

Liikevaihto



■ Kotimaa
■ Ulkomaat
■ Kohdistamattomat

Liikevoitto



■ Kotimaa
■ Ulkomaat
■ Kohdistamattomat



LIIKEVAIHTO

MEUR	Alma Markets	Alma Talent	Alma News & Life	Alma Regions	Raportoittavat segmentit yhteensä	Kohdistamattomat erät ja eliminoinnit	Konserni
Tilikausi 2017							
Liikevaihto							
Ulkoinen liikevaihto	83,7	106,4	31,4	118,6	340,0	27,3	367,3
Segmenttien välinen liikevaihto	-0,4	6,8	17,4	7,7	31,5	-31,5	
Yhteensä	83,2	113,2	48,8	126,3	371,6	-4,2	367,3
Tilikausi 2016							
Liikevaihto							
Ulkoinen liikevaihto	69,7	109,0	32,2	120,1	331,1	22,1	353,2
Segmenttien välinen liikevaihto	-0,3	4,9	13,8	7,6	26,1	-26,1	
Yhteensä	69,4	114,0	46,1	127,7	357,1	-3,9	353,2

Liikevaihdon muutos 2016–2017

MEUR



TILIKAUDEN TULOS

MEUR	Alma Markets	Alma Talent	Alma News & Life	Alma Regions	Raportoittavat segmentit yhteensä	Kohdistamattomat erät ja eliminoinnit	Konserni
Tilikausi 2017							
Käyttökate ilman oikaistuja eriä	31,3	18,8	7,9	13,0	70,9	-3,6	67,4
Poistot ja arvonalentumiset	-2,9	-4,2	-0,6	-3,6	-11,3	-5,0	-16,3
Liikevoitto/-tappio ilman oikaistuja eriä	28,3	14,6	7,3	9,4	59,6	-8,5	51,1
Oikaistut erät	0,5	0,6		-2,2	-1,1	-3,4	-4,5
Liikevoitto/-tappio	28,9	15,2	7,3	7,2	58,5	-12,0	46,6
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,5	0,1		0,0	0,6	0,1	0,7
Nettorahoituskulut	-0,2	0,1	0,0	-0,1	-0,2	-1,1	-1,3
Tulos ennen veroja ja tilinpäätössiirtoja	29,2	15,3	7,3	7,1	58,9	-13,0	45,9
Tuloverot						-9,2	-9,2
Tilikauden tulos	29,2	15,3	7,3	7,1	58,9	-22,2	36,7
Arvonalentumiset						4,0	4,0
Tilikausi 2016							
Käyttökate ilman oikaistuja eriä	24,5	16,4	7,4	12,0	60,3	-7,1	53,3
Poistot ja arvonalentumiset ilman oikaistuja eriä	-5,2	-4,0	-0,5	-3,5	-13,3	-4,9	-18,1
Liikevoitto/-tappio ilman oikaistuja eriä	19,3	12,4	7,0	8,5	47,1	-11,9	35,2
Oikaistut erät	0,0	-3,6	0,9	-3,0	-5,7	-2,7	-8,4
Liikevoitto/-tappio	19,3	8,8	7,9	5,5	41,4	-14,6	26,8
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,0	0,5	0,0	0,0	0,5	0,4	0,9
Nettorahoituskulut	-0,3	-0,2	-0,2	-0,2	-0,9	-1,5	-2,4
Tulos ennen veroja ja tilinpäätössiirtoja	19,1	9,0	7,7	5,3	41,1	-15,7	25,4
Tuloverot						-5,5	-5,5
Tilikauden tulos	19,1	9,0	7,7	5,3	41,1	-21,2	19,9
Arvonalentumiset		1,0		2,0	3,0		3,0



VARAT JA VELAT

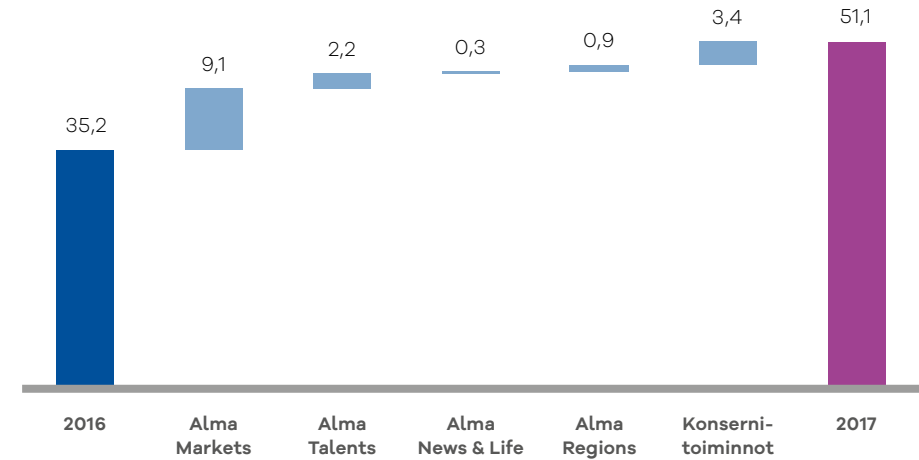
MEUR	Alma Markets	Alma Talent	Alma News & Life	Alma Regions	Raportoitavat segmentit yhteensä	Kohdistamattomat erät ja eliminoinnit	Konserni
Tilikausi 2017							
Varat	78,5	110,8	15,0	53,1	257,3	72,0	329,3
Osuudet osakkuus- ja yhteisyrityksissä	3,4	0,0		0,0	3,4	1,1	4,5
Varat yhteensä	81,9	110,8	15,0	53,1	260,7	73,1	333,8
Velat yhteensä	25,7	31,1	7,1	58,3	122,1	53,4	175,5
Investoinnit	2,3	2,1	0,0	0,9	5,3	16,9	22,2
Tilikausi 2016							
Varat	76,3	109,4	16,1	56,9	258,8	63,1	321,8
Osuudet osakkuus- ja yhteisyrityksissä	2,8	0,6		0,1	3,5	1,6	5,1
Varat yhteensä	79,2	110,0	16,1	57,0	262,3	64,7	327,0
Velat yhteensä	21,0	31,1	0,2	60,7	113,0	75,9	189,0
Investoinnit	1,7	1,6	3,2	1,3	7,9	2,2	10,0

Segmenteille kohdistamattomat omaisuuserät ovat luonteeltaan rahoitusvaroja sekä verosaamia.

Segmenteille kohdistamattomat velat ovat luonteeltaan rahoitus- ja verovelkoja.

Oikaistun liikevoiton muutos 2016–2017

MEUR





1.2 Liiketoiminnan tuotot

Alma Media -konsernissa liikevaihto muodostuu sisältöliikevaihdosta, mainosmyynnistä sekä palveluveloituksista. Sisältöliikevaihto kattaa veloitukset konsernin medioiden sisältöjen myynnistä. Sisältömyynnin tuottoja syntyy sekä printin ja verkkojulkaisuiden sisältöjen myynneistä. Sisältömyynti tuloutetaan digitaalisen myynnin osalta sopimuskaudelle ja printin julkaisujen osalta lehtien julkaisukalenterin mukaisesti.

Mainosmyynnin liikevaihto koostuu konsernin medioiden mainostilan myynnistä sekä printissä että verkossa. Mainosmyyntinä raportoidaan sekä printin että verkon julkaisuissa display-mainontana että luokiteltuna kohdeilmoitteluna. Mainosmyyntiin tuloutusajankohta määräytyy mainoksen julkaisu ajankohdan mukaan. Pidemmälle sopimuskaudelle (1–12 kk) kohdistuvan ilmoituksen myynti tuloutetaan sopimusjaksolle.

Palvelumyynti käsittää konsernissa mm. paino- ja jakelupalvelumyynnin konsernin ulkoisille asiakkaille, Alma Talent -segmentissä olevan tapahtuma- ja koulutusliiketoiminnan sekä tietopalveluiden myynnin. Lisäksi konsernissa on kuluttajille suunnattuja verkkopalveluita. Palveluliikevaihto tuloutetaan suoriteperusteiseen mukaisesti kaudelle, jolloin palvelu luovutetaan.

i IFRS 15 Myyntituotot asiakassopimuksista (sovellettava 1.1.2018 tai sen jälkeen alkavilla tilikaudilla). Uusi standardi sisältää viisivaiheisen ohjeistuksen asiakassopimusten perusteella saatavien myyntituottojen kirjaamiseen ja korvaa nykyiset IAS 18- ja IAS 11-standardit ja niihin liittyvät tulkinnat. Myynnin kirjaaminen voi tapahtua ajan kuluessa tai tiettyä ajankohtana, ja keskeisenä kriteerinä on määräysvallan siirtyminen. Standardi lisää myös esitettävien liitetietojen määrää.

Tilikaudella 2017 toteutettiin selvitys, jossa standardin vaikutusta arvioitiin konsernissa käytössä oleviin kirjauskäytäntöihin. Selvityksessä käytiin läpi liiketoimintojen eri laskutusjärjestelmien ja kirjanpidon liikevaihdon kirjausprosessia ja jaksotusperiaatteita verraten nykytilannetta uuden standardin vaatimuksiin. Samalla on automatisoitu manuaalisia käytäntöjä liikevaihdon jaksotusprosessissa. Yhtiön näkemyksen mukaan standardinmuutoksella ei ole ollut merkittävää vaikutusta konsernin tilinpäätöksen laadintaperiaatteisiin tulevilla tilikausilla.

1.2.1 Liikevaihto

MEUR	2017	2016
Liikevaihdon jakauma tavaroihin ja palveluihin		
Sisältömyynti	125,8	128,3
Mainosmyynti*	185,8	171,6
Palveluiden myynti*	55,7	53,3
Yhteensä	367,3	353,2

* Vertailutietoja oikaistu liikevaihdon luokittelun muutosten vuoksi.

1.2.2 Liiketoiminnan muut tuotot

MEUR	2017	2016
Pitkäaikaisten varojen myyntivoitot	2,2	0,5
Vaiheittaisen hankinnan myyntivoitto	0,7	0,9
Liiketoiminnan muut tuotot	0,5	0,8
Yhteensä	3,3	2,2

1.3 Liiketoiminnan kulut

1.3.1 Materiaalit ja palvelut

MEUR	2017	2016
Ostot tilikauden aikana	14,3	13,8
Varastojen muutos	-0,1	-0,3
Aineiden ja tarvikkeiden käyttö	14,1	13,5
Ulkopuoliset palvelut	60,2	60,5
Yhteensä	74,3	74,0

1.3.2 Tutkimus- ja kehittämismenot

Konsernilla oli tutkimus- ja kehittämismenoja vuonna 2017 yhteensä 5,0 milj. euroa (5,0 milj. euroa vuonna 2016). Tuloslaskelmaan tutkimus- ja kehittämismenoja kirjattiin yhteensä 4,9 milj. euroa (4,2 milj. euroa) ja taseeseen aktivoitiin vuoden 2017 aikana yhteensä 0,1 milj. euroa kehittämismenoja (0,8 milj. euroa vuonna 2016). Yhteensä taseessa 31.12.2017 on aktivoituja kehittämismenoja 2,2 milj. euroa (3,3 milj. euroa vuonna 2016).

1.3.3 Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut

① Työsuhde-etuuksiin sisältyvät lyhytaikaiset työsuhde-etuudet, muut pitkäaikaiset etuudet, irtisanomisen yhteydessä suoritettavat etuudet sekä työsuhteen päättymisen jälkeiset etuudet.

Lyhytaikaiset työsuhde-etuudet sisältävät mm. palkat ja luontaisedut, vuosilomat ja bonukset. Muut pitkäaikaiset etuudet sisältävät esimerkiksi pitkäaikaiseen työsuhteeseen perustuvan juhlan, loman tai korvauksen, kuten palveluvuosilisät. Irtisanomisen yhteydessä suoritettavat etuudet tarkoittavat etuuksia, jotka syntyvät irtisanomisesta eikä työsuorituksesta.

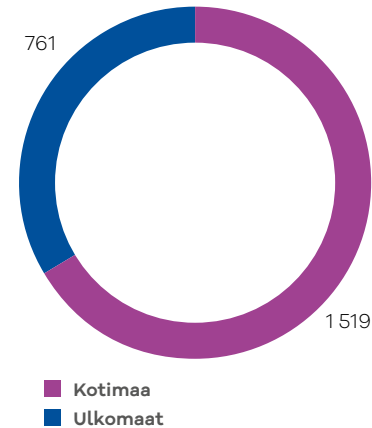
Työsuhteen päättymisen jälkeiset etuudet koostuvat eläkkeistä ja muista työsuhteen jälkeen maksettavista etuuksista esim. henkivakuutuksesta tai terveydenhoidosta. Etuudet luokitellaan maksupohjaisiin ja etuuspohjaisiin etuuksiin. Konsernilla on sekä maksu- että etuuspohjaisia eläkejärjestelyitä. Eläkkeisiin liittyvät laadintaperiaatteet on esitetty tarkemmin liitetiedossa 3.6 Eläkevelvoitteet.

Aiempaan työsuoritukseen perustuvat menot kirjataan kuluiksi tulosvaikutteisesti aikaisempaan seuraavista ajankohdista: joko kun järjestelyn muuttaminen tai supistaminen tapahtuu tai kun yhteisö kirjaa tähän liittyvät uudelleenjärjestelymenot tai työsuhteen päättämiseen liittyvät edut.

MEUR	2017	2016
Palkat ja palkkiot	116,8	117,6
Eläkekulut - maksupohjaiset järjestelyt	18,5	19,2
Eläkekulut - etuuspohjaiset järjestelyt	0,0	-0,1
Myönnetty osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot	1,7	0,9
Muut henkilösivukulut	11,8	12,0
Yhteensä	148,8	149,6

Konsernin henkilökunta keskimäärin kokoaikaiseksi muutettuna (ilman lehdenjakajia)	2017	2016
Alma Markets	588	543
Alma Talent	843	875
Alma News & Life	153	149
Alma Regions	538	561
Konsernitoiminnot	159	160
Yhteensä	2 281	2 287
Konsernin omia lehdenjakajia oli tämän lisäksi yhteensä (henkilömäärä):	869	845

Henkilöstö



1.3.4 Liiketoiminnan muut kulut

Seuraavassa on eritelty liiketoiminnan muita kuluja pääryhmittäin:

MEUR	2017	2016
Tietotekniikka- ja tietoliikennekulut	24,6	23,2
Toimitilakulut	13,1	18,0
Myynnin ja markkinoinnin kulut	22,6	20,4
Hallinto- ja asiantuntijakulut	7,5	7,3
Muut henkilöstökulut	9,4	9,9
Muut kulut	3,4	5,0
Yhteensä	80,6	83,8



1.3.5 Tilintarkastajien palkkiot

1 000 EUR	2017	2016
PricewaterhouseCoopers -ketjuun kuuluville yhtiöille		
Tilintarkastuspalkkiot	281,3	270,0
Todistukset ja lausunnot	4,5	5,6
Veroneuvonta	6,9	9,3
Muut palkkiot	53,5	177,3
Yhteensä	346,2	462,2

PricewaterhouseCoopers Oy:n suorittamat muut kuin tilintarkastuspalvelut Alma Media -konsernin yhtiöille tilikaudella 2017 olivat yhteensä 65 tuhatta euroa (tilikaudella 2016 yhteensä 192 tuhatta euroa).

1.3.6 Varaukset

ⁱ Varaus kirjataan, kun konsernilla on aikaisemman tapahtuman seurauksena oikeudellinen tai tosiasiallinen maksuvelvoite, jonka toteutuminen on todennäköistä ja jonka suuruus on arvioitavissa luotettavasti. Varaukset arvostetaan veloitteen kattamiseksi vaadittavien menojen nykyarvoon. Varaus diskontataan, jos aika-arvolla on olennaista merkitystä varauksen suuruuteen. Konsernissa varauksia ovat esimerkiksi vuokratulot tyhjästä toimitiloista (tappiolliset sopimukset), uudelleenjärjestelyvaraukset sekä eläkekuluvaraukset työttömyyseläkevakuutuksesta.

Uudelleenjärjestelyvaraus kirjataan, kun konserni on laatinut yksityiskohtaisen uudelleenjärjestelysuunnitelman ja aloittanut suunnitelman toimeenpanon tai tiedottanut suunnitelman keskeisistä kohdista niille, joihin järjestely vaikuttaa. Konsernin jatkuvaan toimintaan liittyvistä menoista ei kirjata varausta.

Tappiollisista sopimuksista kirjataan varaus, kun veloitteiden täyttämiseksi vaadittavat välttämättömät menot ylittävät sopimuksesta saatavat hyödyt.

Konserni arvioi tehtyjen varausten riittävyyden kuukausittain ja vuosineljänneksittäin, ja oikaisee niitä tarvittaessa toteutumien ja arvioiden muuttuessa.

Ehdollinen velka on aikaisempien tapahtumien seurauksena syntynyt mahdollinen velvoite, jonka olemassaolo varmistuu vasta konsernin määräysvallan ulkopuolella olevan epävarman tapahtuman realisoituessa. Ehdolliseksi velaksi katsotaan myös sellainen olemassa oleva velvoite, joka ei todennäköisesti edellytä maksuveloitteen täyttymistä, tai jonka suuruutta ei voida määrittää luotettavasti. Ehdollinen velka esitetään liitetietona.

MEUR	Uudelleenjärjestelyvaraus	Muut varaukset	Yhteensä
1.1.2017	0,7	0,5	1,2
Varausten lisäykset	0,3	0,1	0,4
Käytetyt varaukset	-0,1	-0,2	-0,3
31.12.2017	0,9	0,4	1,3
Lyhytaikaiset	0,9		0,9
Pitkäaikaiset		0,4	0,4

Uudelleenjärjestelyvaraus aiheutuu eri yhtiöissä tehdyistä tai mahdollisista henkilöstövähennyksistä syntyvistä kuluista. Varauksen odotetaan realisoituvan vuoden 2018 aikana.

MEUR	Uudelleenjärjestelyvaraus	Muut varaukset	Yhteensä
1.1.2016	0,6	0,2	0,8
Varausten lisäykset	0,2	0,3	0,5
Käytetyt varaukset	-0,1		-0,1
31.12.2016	0,7	0,5	1,2
Lyhytaikaiset	0,7	0,2	0,9
Pitkäaikaiset		0,3	0,3



1. 4 Johdon palkat ja palkkiot sekä osakeperusteiset maksut

Alma Media Oyj:n toimitusjohtajan sekä muun ylimmän johdon palkitsemisjärjestelmä muodostuu kiinteästä rahapalkasta (kuukausipalkasta), luontoiseduista (auto- ja matkapuhelinetu, toimitusjohtajan osalta myös asuntoetu), tulo- ja toiminnallisten tavoitteiden saavuttamiseen liittyvästä kannustepalkkiosta (lyhyen aikavälin palkitsemisjärjestelmä) ja konsernin avainhenkilöiden osakepohjaisesta kannustinjärjestelmästä (pitkän aikavälin palkitsemisjärjestelmä) sekä johdon eläke-edusta.

1.4.1 Johdon palkat ja palkkiot

EMOYHTIÖN TOIMITUSJOHTAJA (KAI TELANNE)

1 000 EUR	2017	2016
Palkat ja muut lyhytaikaiset työsuhte-etuudet	895,3	733,4
Työsuhteen päättymisen jälkeiset etuudet	397,8	337,8
Myönnetty osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot	355,6	181,5
Yhteensä	1 648,7	1 252,7

Taulukossa esitetyt luvut on ilmoitettu suoriteperusteisesti. Konsernin toimitusjohtajan vuonna 2017 saamat maksuperusteiset palkat ja palkkiot olivat yhteensä 944 682 euroa (vuonna 2016 yhteensä 690 428 euroa).

TOIMITUSJOHTAJAN ELÄKE-ETUUDET:

Toimitusjohtajalla on lakisääteisen työeläketurvan lisäksi maksuperusteinen ryhmäeläke-etu. Eläkettä kertyy 37 % vuosiansioista. Eläkeikä on 60 vuotta, jolloin vakuutusmaksujen maksaminen päättyy. Eläke määräytyy eläkkeen alkamishetken vakuutussäästöjen perusteella. Eläkkeen alkamista voidaan lykätä korkeintaan siihen asti, kun henkilö täyttää 70 vuotta. Eläke määräytyy tällöin sijoituskohteiden arvonkehityksen mukaisesti tarkistetusta vakuutussäästöstä.

TOIMITUSJOHTAJAN IRTISANOMISAIKA:

Toimitusjohtajan irtisanomisaika on kuusi kuukautta. Lisäksi hänelle maksetaan johtajasopimuksen mukaan 12 kuukauden palkkaa vastaava korvaus, mikäli työnantaja irtisanoo hänet ilman, että toimitusjohtaja on syyllistynyt sopimusrikkomukseen. Mikäli toimitusjohtaja irtisanoutuu itse, hänelle ei makseta mainittua 12 kuukauden palkkaa vastaavaa korvausta. Toimitusjohtajan nimittämisestä ja tarvittaessa tehtävästään vapauttamisesta päättää Alma Median hallitus.

MUUT KONSERNIN JOHTORYHMÄN JÄSENET

1 000 EUR	2017	2016
Palkat ja muut lyhytaikaiset työsuhte-etuudet	2 175,3	1 842,9
Työsuhteen päättymisen jälkeiset etuudet	818,1	702,6
Myönnetty osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot	708,2	339,9
Yhteensä	3 701,6	2 885,5

Taulukossa esitetyt luvut on ilmoitettu suoriteperusteisesti. Konsernin muiden johtoryhmän jäsenten vuonna 2017 saamat maksuperusteiset palkat ja palkkiot olivat yhteensä 2 431 774 euroa (vuonna 2016 yhteensä 1 643 150). Konsernijohtoryhmän kokoonpano on kasvanut kahdella henkilöllä vuoden 2017 aikana.

HALLITUKSEN JÄSENET, VUOSI- JA KOKOUPALKKIOT

1 000 EUR	2017	2016
Harri Suutari, hallituksen puheenjohtaja	55,0	54,5
Petri Niemisvirta, hallituksen varapuheenjohtaja	45,8	43,1
Catharina Stackelberg-Hammarén, hallituksen jäsen	36,5	36,5
Matti Korkiatupa, hallituksen jäsen	36,5	34,5
Niklas Herlin, hallituksen jäsen (lokakuuhun 2017 saakka)	34,0	35,0
Esa Lager, hallituksen jäsen	38,5	39,5
Mitti Storckovius, hallituksen jäsen	36,0	33,0
Perttu Rinta, hallituksen jäsen (17.3.2016 saakka)		2,0
Erkki Solja, hallituksen jäsen (17.3.2016 saakka)		2,0
Yhteensä	282,3	280,1

Taulukossa esitetyt hallituksen palkkiot on ilmoitettu suoriteperusteisesti.

Yhtiökokouksen päätöksen mukaisesti hallituksen jäsenten vuosipalkkiot maksetaan Alma Media Oyj:n osakkeina.



YHTEENSÄ HALLITUKSEN, TOIMITUSJOHTAJAN JA MUUN YHTIÖN JOHTORYHMÄN SAAMAT PALKAT JA PALKKIOT

1 000 EUR	2017	2016
Palkat ja muut lyhytaikaiset työsuhte-etuudet	3 352,9	2 856,4
Työsuhteen päättymisen jälkeiset etuudet	1 215,9	1 040,4
Myönnetyt osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot	1 063,8	521,4
Yhteensä	5 632,7	4 418,2

Yhtiöjärjestyksen mukaan Alma Media Oyj:n hallituksen valitsee yhtiökokous. Hallitukseen voi kuulua 3-9 jäsentä. Hallitus valitsee keskuudestaan puheenjohtajan ja varapuheenjohtajan. Hallituksen jäsenen toimikausi on yksi vuosi. Hallituksen toimikausi päättyy vaalia seuraavan varsinaisen yhtiökokouksen päättyessä. Yhtiön toimitusjohtaja ei saa olla hallituksen puheenjohtajana.

Yhtiöllä on hallituksen nimeämä toimitusjohtaja, jonka tulee hallituksen ohjeiden ja määräysten mukaan hoitaa yhtiön juoksevaa hallintoa.

1.4.2 Osakeperusteiset maksut

OSAKEPALKKIOJÄRJESTELMÄ 2015

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 osakeomistussintressi 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.

VUONNA 2016 JA 2017 ALKANEET OSAKEPALKKIO-OHJELMAT LTI 2015 II JA LTI 2015 III

Alma Media Oyj:n hallitus päätti 17.3.2016 LTI 2015 -järjestelyn pohjalta vuonna 2016 alkavasta osakepalkkio-ohjelmasta (LTI 2015 II) ja vastaavasti päätti 22.3.2017 vuonna 2017 alkavasta osakepalkkio-ohjelmasta (LTI 2015 III). Kannustinjärjestelyjen ehdot vastaavat olennaisin osin vuonna 2015 alkaneen osakepalkkio-ohjelman ehtoja.

Hallitus on arvioinut, että LTI 2015 -järjestelyn yhteydessä ei anneta uusia osakkeita eikä kannustinjärjestelyillä siten ole laimentavaa vaikutusta yhtiön rekisteröityyn osakemäärään.

Alma Media Oyj:n yhtiökokous on 17.03.2016 valtuuttanut hallituksen päättämään enintään 824 000 osakkeen hankkimisesta yhdessä tai useammassa erässä ja edelleen valtuuttanut hallituksen päättämään osakeannista omia osakkeita luovuttamalla kannustinohjelman toteuttamiseksi.



KESKEISET OSAKEPALKKIOJÄRJESTELMÄN EHDOT

Instrumentti	Kiinteä lisäosake-ohjelma LTI 2015 I	Suoriteperusteinen lisäosake-ohjelma LTI 2015 I	Suoriteperusteinen lisäosake-ohjelma LTI 2015 I
Yhtiökokouspäivä / Liikkeeseenlaskupäivä	12/02/2015	12/02/2015	12/02/2015
Osakkeiden maksimimäärä, kpl	153 100	153 100	153 100
Osinko-oikaisu	Ei	Ei	Ei
Alkuperäinen allokaatiopäivä	17/06/2015	17/06/2015	17/06/2015
Ansaintajakso alkaa, pvm	01/01/2015	01/01/2015	01/01/2015
Ansaintajakso päättyy, pvm	31/03/2017	31/03/2018	31/03/2020
Vapautumispäivä (vesting päivä)	31/03/2017	31/03/2018	31/03/2020
Enimmäisvoimassaoloaika, vuotta	1,8	2,8	4,8
Juoksuaikaa jäljellä, vuotta		0,2	2,2
Osallistumaan oikeutettujen määrä max.	35	35	35
Toteutustapa	Käteinen & osake	Käteinen & osake	Käteinen & osake

Instrumentti	Kiinteä lisäosake-ohjelma LTI 2015 I I	Suoriteperusteinen lisäosake-ohjelma LTI 2015 I I	Suoriteperusteinen lisäosake-ohjelma LTI 2015 I I
Yhtiökokouspäivä / Liikkeeseenlaskupäivä	12/02/2015	12/02/2015	12/02/2015
Osakkeiden maksimimäärä, kpl	166 000	166 000	166 000
Osinko-oikaisu	Ei	Ei	Ei
Alkuperäinen allokaatiopäivä	17/03/2016	17/03/2016	17/03/2016
Ansaintajakso alkaa, pvm	01/01/2016	01/01/2016	01/01/2016
Ansaintajakso päättyy, pvm	31/03/2018	31/03/2019	31/03/2021
Vapautumispäivä (vesting päivä)	31/03/2018	31/03/2019	31/03/2021
Enimmäisvoimassaoloaika, vuotta	2,0	3,0	5,0
Juoksuaikaa jäljellä, vuotta	0,2	1,2	3,2
Osallistumaan oikeutettujen määrä max.	43	43	43
Toteutustapa	Käteinen & osake	Käteinen & osake	Käteinen & osake

Instrumentti	Kiinteä lisäosake-ohjelma LTI 2015 I I I	Suoriteperusteinen lisäosake-ohjelma LTI 2015 I I I	Suoriteperusteinen lisäosake-ohjelma LTI 2015 I I I
Yhtiökokouspäivä / Liikkeeseenlaskupäivä	12/02/2015	12/02/2015	12/02/2015
Osakkeiden maksimimäärä, kpl	182 510	182 510	182 510
Osinko-oikaisu	Ei	Ei	Ei
Alkuperäinen allokaatiopäivä	28/03/2017	30/06/2017	30/06/2017
Ansaintajakso alkaa, pvm	01/01/2017	01/01/2017	01/01/2017
Ansaintajakso päättyy, pvm	31/03/2019	31/03/2020	31/03/2022
Vapautumispäivä (vesting päivä)	31/03/2019	31/03/2020	31/03/2022
Enimmäisvoimassaoloaika, vuotta	2,0	2,8	4,8
Juoksuaikaa jäljellä, vuotta	1,2	2,2	4,2
Osallistumaan oikeutettujen määrä max.	44	44	44
Toteutustapa	Käteinen & osake	Käteinen & osake	Käteinen & osake

Arvostusparametrit tilikaudella myönnettyille kannustimille			
Osakkeen kurssi antohetkellä, EUR	5,2	6,0	6,0
Osakkeen kurssi kauden lopussa, EUR	7,2	7,2	7,2
Osinkotuotto-oletus, EUR	0,2	0,3	0,6
Käypä arvo yhteensä 31.12.2017, 1 000 EUR	1 178,5	156,3	499



Osakepalkkioiden kauden aikaiset muutokset						
1.1.2017	Kiinteä lisäosake-ohjelma LTI 2015 I	Suoriteperusteinen lisäosake-ohjelma LTI 2015 I	Suoriteperusteinen lisäosake-ohjelma_TSR LTI 2015 I	Kiinteä lisäosake-ohjelma LTI 2016 II	Suoriteperusteinen lisäosake-ohjelma LTI 2016 II	Suoriteperusteinen lisäosake-ohjelma_TSR LTI 2016 II
Kauden alussa ulkona olevat, kpl	145 500	145 500	145 500	166 000	166 000	166 000
Tilikauden muutokset						
Kaudella menetetyt		2 000	2 000	3 500	3 500	3 500
Kaudella ansaitut	145 500					
31.12.2017						
Kauden lopussa ulkona olevat, kpl		143 500	143 500	162 500	162 500	162 500

Osakepalkkioiden kauden aikaiset muutokset				
1.1.2017	Kiinteä lisäosake-ohjelma LTI 2017 III	Suoriteperusteinen lisäosake-ohjelma LTI 2017 III	Suoriteperusteinen lisäosake-ohjelma_TSR LTI 2017 III	Yhteensä
Kauden alussa ulkona olevat, kpl				934 500
Tilikauden muutokset				
Kaudella myönnettyt	182 510	182 510	182 510	547 530
Kaudella menetetyt	4 500	4 500	4 500	28 000
Kaudella ansaitut				145 500
31.12.2017				
Kauden lopussa ulkona olevat, kpl	178 010	178 010	178 010	1 308 530

OSAKEPERUSTEISEN KANNUSTINJÄRJESTELMÄN VAIKUTUS TILIKAUDEN TULOKSEEN JA TALOUDELLISEEN ASEMAAN

MEUR	2017	2016
Tilikauden kulut, osakeperusteiset maksut	1,7	0,9
Tilikauden kulut, osakeperusteiset maksut, osakkeina	0,3	0,3
Osakeperusteisista maksuista aiheutuva velka 31.12.2017	2,1	0,7



2 Aineettomat ja aineelliset hyödykkeet sekä leasingjärjestelyt

2.1 Aineettomat hyödykkeet ja liikearvo

Liiketoimintojen yhdistämisessä syntyvä liikearvo kirjataan määrään, jolla luovutettu vastike, määräysvallattomien omistajien osuus hankinnan kohteesta ja aiemmin omistettu osuus yhteen laskettuna ylittävät hankintu nettovarallisuuden käyvän arvon. Liikearvo on kohdistettu rahavirtaa tuottaville yksiköille ja testattu siirtymähetkellä. Sen jälkeen sitä testataan vuosittain mahdollisen arvonalentumisen varalta. Liikearvo arvostetaan alkuperäiseen hankintamenoa vähennettynä arvonalentumisilla.

Tutkimusmenot kirjataan kuluksi sillä kaudella, jolloin ne ovat syntyneet. Uusien tai merkittävästi parannettujen tuotteiden suunnittelusta ja toteutuksesta johtuvat kehittämismenot aktivoidaan taseeseen aineettomiksi hyödykkeiksi siitä lähtien, kun kehittämissaiheen menot ovat luotettavasti määritettävissä, tuote on teknisesti toteutettavissa ja kaupallisesti hyödynnettävissä, tuotteesta odotetaan saatavan vastaista taloudellista hyötyä ja konsernilla on aikomus ja resurssit saattaa kehitystyö loppuun. Aktivoidut kehittämismenot sisältävät ne materiaali-, työ-, ja testausmenot sekä mahdolliset aktivoidut vieraan pääoman menot, jotka aiheutuvat välittömästi hyödykkeen saattamisesta valmiiksi sille aiottuun käyttötarkoitukseen. Aiemmin kuluksi kirjattuja kehittämismenoja ei aktivoida enää myöhemmin.

Patentit, copyright-oikeudet ja ohjelmistolisenssit, joilla on rajallinen taloudellinen vaikutusaika, merkitään taseeseen ja kirjataan tasapoistoina kuluksi tuloslaskelmaan niiden taloudellisen vaikutusajan kuluessa. Aineettomista hyödykkeistä, joilla on rajaton taloudellinen vaikutusaika, ei kirjata poistoja, vaan ne testataan vuosittain arvonalentumisen varalta. Näitä hyödykkeitä, joilla on rajaton taloudellinen vaikutus on konsernissa yrityshankintojen yhteydessä käypään arvoon arvostetut tuotemerkit.

Poistettavien aineettomien hyödykkeiden poistoajat 3–10 vuotta.

MEUR	Aineettomat oikeudet	Muut aineettomat hyödykkeet	Ennakot, aineettomat	Liikearvo	Yhteensä
Tilikausi 2017					
Hankintameno 1.1.	115,2	5,4	1,0	127,2	248,8
Lisäykset	1,3	0,0	0,7	0,0	2,1
Liiketoimintojen hankinnat	1,3			1,0	2,3
Vähennykset	-0,2			-0,8	-1,0
Kurssierot	1,7	0,0	0,0	1,2	2,9
Siirrot erien välillä	1,2	0,2	-1,4		0,0
Hankintameno 31.12.	120,5	5,6	0,3	128,5	255,0
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.	50,0	3,7		6,9	60,7
Vähennysten ja siirtojen kertyneet poistot	-0,2			0,0	-0,2
Tilikauden poisto	8,5	0,7		0,0	9,2
Arvonalennukset, syöttö	0,0				0,0
Kurssierot	1,2	0,0		0,0	1,2
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 31.12.	59,6	4,4		6,9	70,9
Kirjanpitoarvo 1.1.	65,1	1,7	1,0	120,3	188,1
Kirjanpitoarvo 31.12.	60,9	1,1	0,3	121,7	184,1



MEUR	Aineettomat oikeudet	Muut aineettomat hyödykkeet	Ennakot, aineettomat	Liikearvo	Yhteensä
Tilikausi 2016					
Hankintameno 1.1.	109,0	4,3	1,9	122,5	237,7
Lisäykset	1,8	0,1	1,2	0,0	3,2
Liiketoimintojen hankinnat	3,3	0,4		4,7	8,4
Vähennykset	-0,1		-0,2		-0,3
Kurssierot	-0,2	0,0		-0,1	-0,2
Siirrot erien välillä	1,3	0,6	-1,9		0,0
Hankintameno 31.12.	115,2	5,4	1,0	127,2	248,8
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.	39,7	3,2		3,9	46,8
Vähennysten ja siirtojen kertyneet poistot	-0,1			0,0	-0,1
Tilikauden poisto	10,5	0,6		0,0	11,1
Arvonalennukset, syöttö	0,0			3,0	3,0
Kurssierot	0,0	0,0		0,0	0,0
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 31.12.	50,0	3,7		6,9	60,7
Kirjanpitoarvo 1.1.	69,3	1,1	1,9	118,6	191,0
Kirjanpitoarvo 31.12.	65,1	1,7	1,0	120,3	188,1

Taloudelliselta vaikutusajaltaan rajoittamattomien aineettomien hyödykkeiden kohdistaminen rahavirtaa tuottaviin yksiköihin

Aineettomien oikeuksien kirjanpitoarvoon sisältyy yhteensä 35,1 milj. euroa sellaista aineetonta oikeutta, josta ei tehdä poistoja, vaan joiden kirjanpitoarvoja testataan vuosittain arvonalennustestauksilla. Näitä hyödykkeitä, joilla on rajaton taloudellinen vaikutus, on konsernissa yrityshankintojen yhteydessä käypään arvoon arvostetut tuotemerkit. Rahavirtaa tuottaviin yksiköihin nämä kirjanpidossa poistamattomat aineettomat oikeudet on kohdistettu seuraavasti.

MEUR	2017	2016
Alma Markets		
Mediapartners	0,4	0,4
Rekrytointi	14,9	14,2
Alma Markets yhteensä	15,3	14,7
Alma Talent		
Alma Talent Suomi	13,8	13,4
Alma Talent Ruotsi	3,5	3,6
Alma Talent yhteensä	17,3	17,0
Alma News & Life	1,8	1,8
Alma Regions	0,7	0,7
Taloudelliselta vaikutusajaltaan rajoittamattomat hyödykkeet yhteensä	35,1	34,2



LIIKEARVON KOHDISTUS LIIKETOIMINNOILLE

MEUR	2017	2016
Seuraaville rahavirtaa tuottaville yksiköille on kohdistettu merkittävä osuus liikearvosta		
Alma Markets		
Mediapartners	3,6	3,6
Rekrytointi	43,1	41,7
Alma Markets yhteensä	46,7	45,3
Alma Talent		
Alma Talent Media Suomi	52,4	51,4
Alma Talent Media Ruotsi	7,7	7,9
Alma Talent yhteensä	60,1	59,3
Alma News & Life	9,5	9,5
Alma Regions	5,3	6,1
Kohdistamaton liikearvo	0,1	0,1
Liikearvo yhteensä	121,7	120,3

Arvon alentumistestaus

ⁱ Konsernissa arvioidaan tilinpäätöspäivänä, onko viitteitä sitä, että jonkin omaisuuserän arvo on alentunut. Jos tällaisia viitteitä ilmenee, arvioidaan kyseisestä omaisuuserästä kerrytettävissä oleva rahamäärä. Kerrytettävissä oleva rahamäärä arvioidaan lisäksi vuosittain myös liikearvosta, keskeneräisistä aktivoituista kehitysmenoista sekä niistä aineettomista hyödykkeistä, joilla on rajoittamaton taloudellinen vaikutusaika. Nämä arvioidaan riippumatta siitä, onko arvonalentumisesta viitteitä. Aineettomien ja aineellisten hyödykkeiden kerrytettävissä oleva rahamäärä määritetään joko vähentämällä käyvästä arvosta myynnistä aiheutuvat kulut tai tätä korkeampi käyttöarvo. Käyttöarvolla tarkoitetaan kyseisestä omaisuuserästä tai rahavirtaa tuottavasta yksiköstä saatavissa olevia arvioituja vastaisia nettorahavirtoja, jotka diskontataan nykyarvoonsa. Arvon alentumistappio kirjataan, jos omaisuuserän tai rahavirtaa tuottavan yksikön tasearvo ylittää kerrytettävissä olevan rahamäärän. Arvon alentumistappiot kirjataan tuloslaskelmaan. Arvon alentumiskirjaus voidaan peruuttaa olosuhteiden muututtua aineettomien ja aineellisten hyödykkeiden osalta. Liikearvosta kirjattua arvonalentumistappiota ei voi peruuttaa missään olosuhteissa.

Liikearvot, aineettomat oikeudet rajoittamattomin taloudellisin vaikutusajoin sekä muut pitkäaikaiset varat on testattu rahavirtaa tuottavien yksiköiden tasolla. Arvon alentumistestauksessa kerrytettävissä olevana rahavirtana on käytetty käyttöarvoa.

Testauksessa määritellyt ennakoidut rahavirrat perustuvat aikaisemman käytännön mukaisesti hallituksen ja liiketoimintayksiköiden johdon vahvistamiin konsernin strategiaennusteisiin kolmelle seuraavalle vuodelle. Tätä ajankohtaa seuraavat vuodet on arvioitu johdon toimesta suhdannetilanne huomioiden. Käyttöarvo laskelmat perustuvat 10 vuoden ajanjaksolle, koska liiketoiminnan asiakassuhteet ovat pitkäaikaisia ja vaihtuvuutta on vähän. Lisäksi yrityshankintojen yhteydessä johto käyttää liiketoimintapäätöksen tukena 10 vuoden kassavirta-analyysyjä. Terminaali vuoden kassavirta on normalisoitu ennustekauden keskiarvona. Keskeisimpiä oletettavia ja muuttujia rahavirtoja määriteltäessä ovat yleisten kansantaloudellisten tekijöiden lisäksi mediomyynnin kasvolettamat eri markkina-alueilla, yksikkökohtainen keskimääräinen pääomakustannus (diskonttokorko) sekä sanomalehtien sisältömyynnin kehityksen arviointi. Mainosmyynnin kasvolettamat vaihtelevat eri markkina-alueilla ja eri tuoteryhmissä ja niiden arvioinnissa on myös otettu huomioon aikaisempi kehitys konsernissa sekä suhdanteiden vaikutus.

Konsernin liiketoiminta, erityisesti mainosmyynti, on hyvin suhdanneriippuvainen. Konsernin liikevaihdosta merkittävä osuus muodostuu mainosmyynnistä. Mainosmyynti korreloi merkittävästi bruttokansan tuotteen muutoksiin ja suurelta osin mainosmyynnin muutokset voimistuvat suhdannekäänteissä. Mainospanostukset Suomessa ovat olleet kansainvälisestikin mitattuna erityisen pieniä vuosina 2010–2017 suhteessa BKT:n tasoon. Alma Media arvioi bruttokansan tuotteen kääntyvän kasvuun kotimaan markkinoilla. Käyttöarvo laskelmissa käytetyt liikevaihdon ja kulujen kasvoletukset on esitetty alla olevassa taulukossa.

Konserni on strategian mukaisesti panostanut digitaalisten tuotteiden ja palveluiden kehittämiseen. Digitaalisten palveluiden osuus konsernin liikevaihdosta on n. 43 %. Digitaalisissa palveluissa sekä toteutuneet muutokset että kasvoletukset tulevaisuudessa ovat korkeammat kuin mainospanostuksissa keskimäärin. Printtiliiketoiminnan osalta arvonalennustestauksessa on käytetty maltillisia liikevaihdon kasvoletuksia.

Diskonttokorko on määritetty keskimääräisen painotetun pääomakustannuksen (WACC, weighted average cost of capital) avulla maa- ja segmenttikohtaisesti. Diskonttokorko on määritetty ennen veroja. Korkokannan määrittely perustuu omalle ja vieraalle pääomalle vaadittavan tuoton painotettuun keskiarvoon. Diskonttokorkokanta on tarkastelukaudella päivitetty markkinakohtaiseen markkinatietoon ulkopuolisen, riippumattoman tahon toimesta.



WACC laskentaperiaate päivitettiin vuodelle 2017. Aikaisemmin WACC laskettiin erikseen kustannus- ja online liiketoiminnoille. Johtuen digiasteen kasvamisesta myös perinteisessä medialiiketoiminnassa, WACC:it yhdistettiin yhdeksi medialiiketoiminnan WACC:ksi. Myös WACC laskennan pohjalta käytettävää verrokkiryhmää on laajennettu ja päivitetty medialiiketoiminnolle paremmin soveltuvaksi. Muutoksen johdosta online-liiketoiminnan WACC on laskenut ja vastaavasti kustannusliiketoiminnan WACC noussut. Käsitksemme mukaan liiketoiminnoissa ei ole enää merkittävää eroa riskin suhteen.

Muutokset vuoteen 2016

Alma Markets -segmentin rekrytointiliiketoiminta on yhdistetty yhdeksi testattavaksi yksiköksi. Aikaisemmin erikseen testatut Monster FI, Rekrytointi Tšekki, Profesia, TAU Online ja CV Online muodostavat tämän kokonaisuuden. Yksikköä sekä johdetaan yhtenäisesti että tehdään tuote- ja palvelutasolla merkittävää yhteistä kehitystyötä. Uusia kehitettyjä palveluita otetaan yhtenäisesti käyttöön yhä laajentuvassa määrin rekrytointiliiketoiminnan eri toimintamaissa.

Alma Talent -segmentissä testattavia yksiköitä on muutettu niin, että kassavirtaa tuottavat yksiköt määritetään maakohtaisesti Talent Suomi ja Talent Ruotsi. Talent Suomi koostuu aikaisemmin erikseen testatuista yksiköistä; Alma Talent Media Suomi, Pro + tapahtumat, Suoramarkkinointi Mega ja Kauppalehti Tietopalvelut. Talent Ruotsi koostuu Alma Talent Ruotsista ja Objektivisionista. Maakohtaisesti yksiköitä johdetaan yhtenäisesti. Lisäksi maakohtaisesti tuotteilla ja palveluilla on monia yhteisiä prosessi- ja järjestelmäratkaisuja. Talent Suomen osalta on viimeisen kahden vuoden aikana tehty merkittävää integraatiota palveluiden ja niihin liittyvien prosessien yhtenäistämiseksi. Ruotsin osalta Objektivisionin ja Media Ruotsin toiminnot on yhdistetty yhteisen organisaation alle.

Alma News & Life -segmentin testattaviin yksiköihin ei ole tehty muutoksia.

Alma Regions -segmentissä testattavat liiketoiminnot on yhdistetty niin, että testaus koskee koko Regions liiketoimintakokonaisuutta yhtenä testaavana rahavirtaa tuottavana yksikkönä. Toimintaa johdetaan tiiviisti yhtenä prosessina. Yhteisten toimintojen osuus on erityisen merkittävä tuotteen/palvelun kustannusrakenteesta. Näistä johtuen on tehty muutos aikaisempaan vuoteen. Aikaisemmin kukin maakunnallinen alue muodosti oman testattavan liiketoimintayksikön.

Alma Media Oyj lunasti kiinteistön Patamäenkatu 7:ssä Tampereella. Lunastettava kiinteistö on vanha Aamulehden toimitila- ja painokiinteistö, jonka tilat ovat kokonaisuudessaan vuokrattu Alma Median ulkopuolelle. Kiinteistön arvoa tarkastellaan osana säännönmukaista arvonalentumistestausprosessia (Sijoituskiinteistöliitetieto 2.3).

ARVONALENTUMISTESTAUKSESSA KÄYTETYT DISKONTTOKOROT

Tilikausi 2017		Liikevaihdon kasvu-olettama %	Kulujen kasvu-olettama %	WACC ennen veroja %	Liiketoiminta
Alma Markets					
Mediapartners	Suomi	2,7	2,4	8,5	Online
Rekryliiketoiminta	Suomi, Tšekki, Baltia, Slovakia	5,7	4,1	10,3	Online
Alma Talent					
Alma Talent Media Suomi	Suomi	1,3	1,1	8,6	Kustannus, Online, Palvelu
Alma Talent Media Ruotsi	Ruotsi	0,2	1,4	8,5	Kustannus, Online, Palvelu
Alma News & Life	Suomi	0,3	1,0	8,7	Kustannus, Online
Alma Regions	Suomi	-0,5	0,1	8,7	Kustannus



Tilikausi 2016		Liikevaihdon kasvu-olettama %	Kulujen kasvu-olettama %	WACC ennen veroja %	Liiketoiminta
Alma Markets					
Mediapartners	Suomi	2,8	2,9	11,1	Online
Rekryliiketoiminta	Suomi, Tšekki, Baltia, Slovakia	4,1	3,7	12,2	Online
Alma Talent					
Alma Talent Media Suomi	Suomi	0,6	0,7	9,3	Kustannus, Online, Palvelu
Alma Talent Media Ruotsi	Ruotsi	1,0	0,9	9,3	Kustannus, Online, Palvelu
Alma News & Life					
	Suomi	0,5	0,3	9,6	
Alma Regions					
	Suomi	0,6	0,5	8,2	Kustannus

Arvonalentumistappiot ja niiden kohdistaminen

Konserni on kirjannut päättävän tilikauden aikana liikearvon arvonalentumistappiona 4,0 milj. euroa. Arvonalennus kohdistuu sijoituskiinteistöihin. Johdon näkemyksen mukaan Alma Media -konsernin muiden yksiköiden osalta ei ole viitteitä arvonalentumisesta.

Konserni on kirjannut edellisellä tilikaudella aikana liikearvon arvonalentumistappiona 3,0 milj. euroa. Arvonalennus kohdistui Alma Lapin liikearvoon 2,0 milj. euroa ja Alma Talent Ruotsin liikearvoon 1,0 milj. euroa. Alma Lappi raportoitiin osana Alma Regions-segmenttiä. Arvonalentumistappiokirjauksen jälkeen Alma Lappiin kohdistui omaisuuseriä 0,3 milj. euroa. Alma Talent Ruotsi raportoitiin osana Alma Talent -segmenttiä. Arvonalentumistappiokirjauksen jälkeen Alma Talent Ruotsin liiketoimintoille kohdistui omaisuuseriä 10 milj. euroa.

Arvonalentumistestauksen herkkyyshanalyysit

Uudempiin liiketoiminta-alueisiin kohdistuvat liikearvot sekä viimeaikaisten yrityshankintojen myötä muodostuneet liikearvot ovat herkempiä arvonalennustestauksen näkökulmasta ja siten alttiimpia mahdollisille arvonalennuksille edellä mainittujen keskeisimpien olettamatekijöiden muuttuessa.

Herkkyyshanalyysin yhteydessä on arvioitu diskonttokoron nousun (enintään 3 %), mainosmyynnin laskun (enintään 6 %) sekä sisältömyynnin laskun (enintään 3 %) vaikutusta ennakoituihin rahavirtoihin. Mainosmyynnin ja sisältömyynnin herkkyyshanalyysin lähtökohta perustuu johdon raportointikauden päättämispäivän mukaiseen arvioon tulevasta kehityksestä.

Alma Markets -segmentin yhteenlasketut kirjanpitoarvot olivat testaushetkellä noin 19 % arvioiduista kerrytettävissä olevan rahan määrän nykyarvosta. Terminaalinen vaikutus käyttöarvoon vaihteli 44–52 prosentin välillä. Johdon tekemän analyysin perusteella tulevien vuosien kassavirtojen nettonykyarvo (NPV) on noussut vuodesta 2016 yhteensä 91,7 milj. eurolla. Tämä perustuu liiketoiminnan parantuneeseen kannattavuuteen vuoden 2017 aikana. Kannattavuuskehityksen arvioidaan myös jatkuvan tulevina vuosina. Alma Markets -segmentin omaisuuserien kirjanpitoarvo raportointihetkellä on 68,9 milj. euroa. Tehdyn herkkyyshanalyysin perusteella Alma Markets liiketoimintaan ei kohdistu merkittävää, tulevaa arvonalentumisriskiä.

Alma Talent -segmentin yhteenlasketut kirjanpitoarvot olivat testaushetkellä noin 46 % arvioiduista kerrytettävissä olevan rahamäärän nykyarvosta. Terminaalinen vaikutus käyttöarvoon oli laskelmissa 48 %. Johdon tekemän analyysin perusteella tulevien vuosien arvioitu kassavirtojen nettonykyarvo (NPV) on noussut vuodesta 2016 yhteensä 13,9 milj. euroa. Nousu perustuu kannattavuuden parantumiseen erityisesti Talent Suomessa, jossa toteutettiin kustannussopeutustoimenpiteitä vuoden 2016 aikana. Tehdyn herkkyyshanalyysin perusteella Alma Talent -segmentin liiketoimintaan kohdistuu 0,5 milj. euron arvonalennusriski, mikäli mainosmyynti pysyvästi laskee 6 %.

Alma News & Life -segmentin yhteenlasketut kirjanpitoarvot olivat testaushetkellä 22 % arvioiduista kerrytettävissä olevan rahamäärän nykyarvosta. Terminaalinen vaikutus käyttöarvoon oli laskelmissa 47 %. Johdon tekemän analyysin perusteella tulevien vuosien arvioitu kassavirtojen nettonykyarvo (NPV) on käytännössä pysynyt edellisvuoden tasolla (muutos +0,6 milj. euroa). Kannattavuus on 2017 pysynyt edellisvuoden tasolla, kun digitaalisen mainosmyynnin kasvu on kattanut painetun median laskua. Digitaalisen liiketoiminnan kasvulla ja vastaavasti printin irtonumeromyynnin laskulla on merkittävin vaikutus arvioitaessa liiketoimintayksikön tulevien kassavirtojen määrää. Tehdyn herkkyyshanalyysin perusteella Alma News & Life liiketoimintaan ei kohdistu merkittävää, tulevaa arvonalentumisriskiä.

Alma Regions -segmentin yhteenlasketut kirjanpitoarvot olivat testaushetkellä noin 44 % arvioiduista kerrytettävissä olevan rahamäärän nykyarvosta. Terminaalinen vaikutus käyttöarvoon oli laskelmissa 47 %. Johdon tekemän analyysin perusteella



tulevien vuosien arvioitu kassavirtojen nettonykyarvo (NPV) on laskenut vuodesta 2016 yhteensä 15,7 milj. eurolla. Kannattavuus on pysynyt vuoden 2016 tasolla pääosin uudelleenorganisoinnista ja tehostamistoimenpiteistä saatujen kustannussäästöjen avulla. Laskenut nettonykyarvo on seurausta laskevista tulevien vuosien tulokasvuodotuksista. Epävarmuus painettujen sanomalehtien tulevien vuosien liikevaihdon kehityksestä jatkuu edelleen. Konsernin painolaitoksen sisäinen vuokratustannus on mukana Alma Regionsin kassavirtalaskelmassa, jolloin Patamäenkatu 9 kiinteistöä ei ole enää erikseen testattu. Tehdyn herkkyyssanalyysin perusteella Alma Regions liiketoimintaan ei kohdistu merkittävää, tulevaa arvonalentumisriskiä.

Sijoituskiinteistöistä tehty kassavirtapohjainen laskelma perustuu vuoden 2018 vuokra- ja ylläpitokuluennusteeseen. Vuodelle 2019 on huomioitu ilmanvaihtokone remontista tuleva sähkönsäästö. Investoinneissa on vuodelle 2018 huomioitu ilmanvaihtokoneinvestointi sekä tuleville vuosille 2019–2020 arvioidut perusparannusinvestoinnit. DCF-laskelma päättyy käypään arvoon 10,5 milj. euroa. Mikäli tarkastellaan arvostusta yhden vuoden (2018) nettotuoton kautta, käypä arvo 10,5 milj. euroa vastaa n. 8,5 % tuottovaatimusta, kun on huomioitu perusparannus investointitarpeet. Tehdyn herkkyyssanalyysin perusteella sijoituskiinteistöön kohdistuu 4 milj. euron arvonalennus.

Osakkuusyhtiöiden tasearvoa arvioidaan yhtiöistä saatuun kassavirtaan nähden (osinkotuotot), niiden substanssiarvoon verraten tai muutoin arvioidaan yhtiön tulosten tekokykyä tulevaisuuden kassavirta-arvioiden osalta. Tehdyn alanyysin perusteella osakkuusyhtiöosakkeisiin ei todettu arvonalentumistarvetta.

HERKKYYSANALYYSIN MUKAINEN ARVONALENTUMISRISKI OLETUSTEN MUUTTUESSA

MEUR	Mediamyynnin pysyvä lasku		
	2 %	4 %	6 %
Alma Talent			
Alma Talent Media Ruotsi			0,5

Herkkyyssanalyysin tuloksista on taulukossa esitetty arvonalentumisriski, mikäli tapahtuu myynnin pysyvä lasku johdon oletuksiin nähden.

Taulukossa on esitetty merkittävimpien yksittäisten syöttötietojen kohtuullisen mahdollisen muutoksen vaikutus kiinteistön käypään arvoon.

MEUR	Kiinteistön vajaakäyttö 1% -yksikön lisäys/vähennys	Kiinteistön hoitokulut 1% -yksikön lisäys/vähennys	Tuottovaatimus 1% -yksikön lisäys/vähennys
Toimisto- ja tuotantorakennukset	0,3	0,1	1,3



2.2 Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet

i Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet on arvostettu poistoilla ja arvonalentumisilla vähennettyyn hankintamenuon. Hankintamenuon sisällytetään menot, jotka aiheutuvat välittömästi aineellisen käyttöomaisuushyödykkeen hankinnasta. Mikäli käyttöomaisuushyödyke koostuu useammasta osasta, joiden taloudelliset vaikutusajat ovat eripituiset, kukin osa käsitellään erillisenä hyödykkeenä.

Hyödykkeistä tehdään tasapoistot arvioidun taloudellisen vaikutusajan kuluessa. Maa-alueista ei tehdä poistoja. Arvioidut taloudelliset vaikutusajat ovat seuraavat:

Rakennukset	30–40 vuotta
Rakennelmat	5 vuotta
Koneet ja kalusto	3–15 vuotta
Isot rotaatiopainokoneet	20 vuotta

Omaisuserän jäännösarvo ja taloudellinen vaikutusaika tarkistetaan vähintään jokaisen tilikauden lopussa ja tarvittaessa oikaistaan kuvastamaan taloudellisen hyödyn odotuksissa tapahtuneita muutoksia.

Kun käyttöomaisuushyödykkeen erillisenä hyödykkeenä käsitelty osa uusitaan, uuteen osaan liittyvät kulut aktivoidaan. Näin tehdään myös merkittävien tarkastus- ja huoltotoimien osalta. Muut myöhemmin syntyvät menot aktivoidaan vain silloin, kun ne lisäävät hyödykkeen yritykselle koituvaa taloudellista hyötyä. Kaikki muut kulut, kuten normaalit huolto- ja korjaustoimenpiteet kirjataan tuloslaskelmaan kuluksi niiden syntymishetkellä.

Aineellisten käyttöomaisuushyödykkeiden käytöstä poistamisesta ja luovutuksista syntyvät myyntivoiton ja -tappiot kirjataan tulosvaikutteisesti ja ne esitetään liiketoiminnan muissa tuotoissa ja kuluissa. Myyntivoitto/myyntitappio määritetään myyntihinnan ja jäljellä olevan hankintamenuon erotuksena.

MEUR	Maa- ja vesialueet	Rakennukset ja rakennelmat	Koneet ja kalusto	Muut aineelliset hyödykkeet	Ennakkomaksut ja keskeneräiset hankinnat	Yhteensä
Tilikausi 2017						
Hankintamenu 1.1.	0,8	34,9	61,0	1,9	0,3	98,9
Lisäykset		0,0	1,3	0,2	0,9	2,4
Liiketoimintojen yhdistymiset						
Vähennykset	-0,1	-1,2	-2,2	0,0	-0,1	-3,5
Kurssierot		0,0	0,1	0,0	0,0	0,1
Siirrot erien välillä		0,1	0,9	0,1	-1,1	0,0
Hankintamenu 31.12.	0,7	33,9	61,1	2,1	0,1	97,9
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.		12,5	20,9	0,7		34,1
Vähennysten kertyneet poistot		-0,6	-2,1	0,0		-2,7
Tilikauden poisto		1,4	5,0	0,3		6,6
Arvonalennukset, yhteensä			0,0	0,0		0,0
Kurssierot		0,0	0,1	0,0		0,1
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 31.12.		13,3	23,7	1,0		38,0
Kirjanpitoarvo 1.1.	0,8	22,4	40,1	1,2	0,3	64,8
Kirjanpitoarvo 31.12.	0,7	20,5	37,4	1,2	0,1	59,8
Koneiden ja laitteiden kirjanpitoarvo 31.12.			37,1			



MEUR	Maa- ja vesialueet	Rakennukset ja rakennelmat	Koneet ja kalusto	Muut aineelliset hyödykkeet	Ennakkomaksut ja keskeneräiset hankinnat	Yhteensä
Tilikausi 2016						
Hankintameno 1.1.	0,8	35,1	61,7	2,6	0,0	100,2
Lisäykset		0,0	0,7	0,1	0,5	1,3
Vähennykset		-0,2	-1,5	-0,8		-2,5
Kurssierot		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Siirrot erien välillä		0,0	0,2	0,0	-0,2	0,0
Hankintameno 31.12.	0,8	34,9	61,0	1,9	0,3	98,9
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.						
		11,2	17,3	1,2		29,6
Vähennysten kertyneet poistot		0,0	-1,8	-0,8		-2,6
Tilikauden poisto		1,4	5,4	0,3		7,1
Arvonalennukset, yhteensä		0,0	0,0	0,0		
Kurssierot						
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 31.12.		12,5	20,9	0,7		34,1
Kirjanpitoarvo 1.1.						
	0,8	23,9	44,3	1,4	0,0	70,5
Kirjanpitoarvo 31.12.	0,8	22,4	40,1	1,2	0,3	64,8
Koneiden ja laitteiden kirjanpitoarvo 31.12.						
			39,8			

Aineellisiin käyttöomaisuushyödykkeisiin sisältyy rahoitusleasing sopimuksella vuokrattuja hyödykkeitä seuraavasti.

MEUR	Rakennukset	Koneet ja kalusto	Yhteensä
Tilikausi 2017			
Hankintameno 1.1.	24,1	53,5	77,6
Lisäykset		0,8	0,8
Hankintameno 31.12.	24,1	54,3	78,4
Kertyneet poistot 1.1.	4,7	16,3	21,0
Tilikauden poisto	1,2	4,2	5,4
Kertyneet poistot 31.12.	5,9	20,5	26,4
Kirjanpitoarvo 31.12.	18,2	33,8	51,9
Tilikausi 2016			
Hankintameno 1.1.	24,1	54,2	78,3
Lisäykset		0,5	0,5
Vähennykset		-1,2	-1,2
Hankintameno 31.12.	24,1	53,5	77,6
Kertyneet poistot 1.1.	3,5	12,8	16,4
Vähennysten kertyneet poistot		-1,2	-1,2
Tilikauden poistot, yht	1,2	4,6	5,8
Kertyneet poistot 31.12.	4,7	16,3	21,0
Kirjanpitoarvo 31.12.	19,4	37,2	56,6

2.3. Sijoituskiinteistöt

ⁱ Sijoituskiinteistöt ovat kiinteistöjä, joita konserni pitää hallussaan hankkiakseen vuokratuottoa tai omaisuuden arvonnousua tai niitä molempia. Sijoituskiinteistöt arvostetaan taseessa alkuperäiseen hankintamenoon vähennettynä poistoilla ja arvonalentumisilla. Transaktiomenot, kuten varainsiirtovero- ja asiantuntijapalkkiot sisällytetään alkuperäiseen arvioon.

Sijoituskiinteistöjen rakennukset poistetaan tasapoistoina taloudellisen vaikutusaikansa kuluessa, 30–40 vuodessa. Kiinteistöihin sisältyviä maa-alueita ei poisteta.

Sijoituskiinteistö kirjataan pois taseesta, kun se luovutetaan tai kun se poistetaan käytöstä pysyvästi.

Alma Media Oyj käytti toimitila- ja tuotantokiinteistön vuokrasopimukseen sisältyvän katkaisuoption ja lunasti kiinteistön DNB Bank ASA:lta Patamäenkatu 7:ssä Tampereella.

Lunastettava kiinteistö on vanha Aamulehden toimitila- ja painokiinteistö, jonka tilat ovat kokonaisuudessaan vuokrattu Alma Median ulkopuolelle. Kiinteistön vuokrausaste on tällä hetkellä 90 prosenttia. Kiinteistön vuokrattava kokonaispinta-ala on noin 18 500 m².

Kiinteistö luokitellaan IAS 40 sijoituskiinteistöt -standardin mukaiseksi sijoituskiinteistöksi ja Alma Media soveltaa sijoituskiinteistöön hankintamenomallia, jossa kiinteistö arvostetaan hankintamenoon vähennettynä poistoilla, jotka perustuvat kiinteistön taloudelliseen vaikutusaikaan.

Tilinpäätöksen liitetiedoissa esitetty kiinteistön kirjanpitoarvo testataan osana Alma Media -konsernin säännönmukaista arvonalentumistestausprosessia (liitetieto 2.1).



Alla olevassa taulukossa on esitetty muutokset sijoituskiinteistössä vuoden aikana.

MEUR	Maa-alueet	Toimisto- rakennukset	Tuotanto- rakennukset	Yhteensä
Tilikausi 2017				
Hankintameno 1.1.				
Lisäykset	0,3	3,0	11,4	14,8
Hankintameno 31.12.	0,3	3,0	11,4	14,8
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.				
Tilikauden poisto		0,0	0,5	0,5
Arvonalennukset, yhteensä			4,0	4,0
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 31.12.		0,0	4,5	4,5
Kirjanpitoarvo 1.1.				
Kirjanpitoarvo 31.12.	0,3	3,0	6,9	10,2
Käypä arvo 31.12.				10,2

Kiinteistön käyvän arvon määrittämisessä ei ole käytetty ulkopuolista arvioitsijaa. Sijoituskiinteistöstä on kirjattu 31.12.2017 vuokratuottoja 548 tuhatta euroa sekä välittömiä hoitokuluja 21 tuhatta euroa.

3. Pääomarakenne ja rahoituskulut

3.1 Rahoitustuotot ja -kulut

RAHOITUSTUOTOT RAHOITUSINSTRUMENTTILUOKITTAIN

MEUR	2017	2016
Korkotuotot eräpäivään asti pidettävistä sijoituksista	0,1	0,2
Valuuttakurssivoitot rahavaroista (lainat ja muut saamiset)	0,2	
Arvonmuutokset käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavista eristä		
Ehdollisten kauppahintavelkojen käyvän arvon muutos		0,1
Korko- ja valuuttajohdannaisten käyvän arvon muutos		
Osinkotuotot myytävissä olevista rahoitusvaroista	0,2	0,2
Yhteensä	0,6	0,4

RAHOITUSKULUT RAHOITUSINSTRUMENTTILUOKITTAIN

MEUR	2017	2016
Korkokulut jaksotettuun hankintamenoön arvostettavista korollisista veloista	0,3	0,8
Korkokulut jaksotettuun hankintamenoön arvostettavista rahoitusleasingisopimuksista	1,4	1,5
Valuuttakurssitappiot rahavaroista (lainat ja muut saamiset)		0,3
Arvonmuutokset käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavista eristä		
Korko- ja valuuttajohdannaisten käyvän arvon muutos		0,0
Muut rahoituskulut	0,2	0,3
Yhteensä	1,8	2,8



3.2 Rahoitusvarat

① Konsernin rahoitusvarat on luokiteltu IAS 39-standardin mukaisesti seuraaviin ryhmiin: käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat rahoitusvarat, eräpäivään asti pidettävät sijoitukset, lainat ja muut saamiset sekä myytävissä olevat rahoitusvarat. Luokittelu tapahtuu rahoitusvarojen hankinnan tarkoituksen perusteella ja ne luokitellaan alkuperäisen hankinnan yhteydessä. Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat rahoitusvarat ovat ehdollisia kauppahintasaatavia ja johdannaisinstrumentteja. Ehdolliset kauppahintasaatavat syntyvät yritysjärjestelyissä. Yhtiö suojautuu hyödykejohdannaisinstrumenteilla paperihintojen sekä sähköhinnan muutoksiin sekä korkojohdannaisille rahoitusvelkojen koron muutoksiin. Kauppahintasaatavat ja johdannaisinstrumentit merkitään syntyessään taseeseen käypään arvoonsa ja arvostetaan uudelleen tilinpäätöshetkellä. Ehdollisten kauppahintasaatavien käyvän arvon muutokset kirjataan tuloslaskelman rahoituseriin. Johdannaisten käyvän arvon muutokset kirjataan tulosvaikutteisesti paperijohdannaisten osalta materiaalihankintoihin sekä sähköjohdannaisten osalta liiketoiminnan muihin kuluihin. Korkojohdannaisten käyvän arvon muutokset on kirjattu rahoituseriin. Toteutuneet johdannaisinstrumentit kirjataan tuloslaskelmaan toteutumiskaudellaan.

Ehdollisten kauppahintasaatavien ja -velkojen arvonmääritys perustuu vastaisten rahavirtojen diskontattuihin arvoihin. Arvonmääritys tehdään jokaisena raportointipäivänä perustuen kauppahintasopimusten mukaisiin ehtoihin. Johto arvioi ehtojen toteutumista jokaisena raportointipäivänä ja käypä arvo kirjataan arvioitujen rahavirtojen diskontattuina arvoina.

Lainat ja muut saamiset -ryhmään kuuluvat rahoitusvarat arvostetaan jaksotettuun hankintamenoon. Konsernissa tähän ryhmään sisältyvät myyntisaamiset sekä muut saamiset. Epävarmojen saamisten määrä arvioidaan perustuen yksittäisten erien riskiin. Velallisen merkittävät taloudelliset vaikeudet, konkurssin todennäköisyys, maksujen laiminlyönti tai maksusuoritusten viivästyminen yli 180 päivää ovat näyttöä myyntisaamisten arvonalentumisesta. Luottotappiot kirjataan kuluksi tuloslaskelman liiketoiminnan muihin kuluihin. Eräpäivään asti pidettävät sijoitukset ovat rahoitusvaroja, jotka erääntyvät määrättyinä päivinä ja jotka konserni aikoo ja kykenee pitämään eräpäivään asti. Ne arvostetaan jaksotettuun hankintamenoon. Myytävissä olevat rahoitusvarat arvostetaan käypään arvoon ja käyvän arvon muutokset kirjataan muihin laajan tuloksen eriin ja esitetään oman pääoman eränä. Kertyneet käyvän arvon muutokset siirretään omasta pääomasta tulosvaikutteisiksi luokittelun muutoksista johtuvina oikaisuina silloin, kun sijoitus myydään tai kun sen arvo on alentunut siten, että sijoituksesta tulee kirjata arvonalentumistappio. Tähän ryhmään sisältyvät rahoitusvarat, joita ei luokitella johonkin muuhun edellä olevista luokista. Julkisesti noteeraamattomat osakesijoitukset luokitellaan konsernissa myös tähän ryhmään, mutta nämä sijoitukset arvostetaan tilinpäätöksessä hankintamenoon siksi, että niiden käypää arvoa ei voida luotettavasti määrittää.

Rahavarat koostuvat käteisestä rahasta, vaadittaessa nostettavissa olevista pankkitalletuksista ja muista lyhytaikaisista, erittäin likvideistä sijoituksista. Rahoitusvarojen kirjaamisessa käytetään yleisesti kaupantekopäivää. Rahoitusvarojen taseesta pois kirjaaminen tapahtuu silloin, kun konserni on menettänyt sopimusperusteisen oikeuden rahavirtoihin tai kun se on siirtänyt merkittävilta osin riskit ja tuotot ulkopuolelle.

Konserni arvioi jokaisena raportointikauden päättymispäivänä, onko olemassa objektiivista näyttöä yksittäisen rahoitusvaroihin kuuluvan erän tai rahoitusvarojen ryhmän arvon alentumisesta.

3.2.1 Muut rahoitusvarat

MEUR	Tasearvot 2017	Tasearvot 2016
Pitkäaikaiset rahoitusvarat		
Myytävissä olevat rahoitusvarat		
Noteeraamattomat osakesijoitukset	3,7	3,7
Lainasaamiset	0,3	0,7
Rahoitusvarat yhteensä	4,0	4,4
Lyhytaikaiset rahoitusvarat		
Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjatut varat		0,0
Hyödykejohdannainen	0,0	
Yhteensä	0,0	
Rahoitusvarat yhteensä	4,1	4,4

Seuraavassa taulukossa on esitetty myytävissä olevat rahoitusvarat.

MEUR	2017	2016
Tilikauden alussa	3,7	3,8
Vähennykset	0,0	0,0
Tilikauden lopussa	3,7	3,7

Eräpäivään asti pidettävät sijoitukset sisältävät muita lyhytaikaisia sijoituksia. Ne arvostetaan jaksotettuun hankintamenoon ja ne sisältyvät lyhytaikaisiin varoihin.

Myytävissä olevat rahoitusvarat koostuvat pääosin noteeraamattomista sijoituksista ja ne on arvostettu hankintamenoon, siltä osin kun sijoituksen käypää arvoa ei ole pystytty luotettavasti määrittelemään.

3.2.2 Rahavarat

MEUR	2017	2016
Käteinen raha ja pankkitilit	20,7	23,3
Yhteensä	20,7	23,3

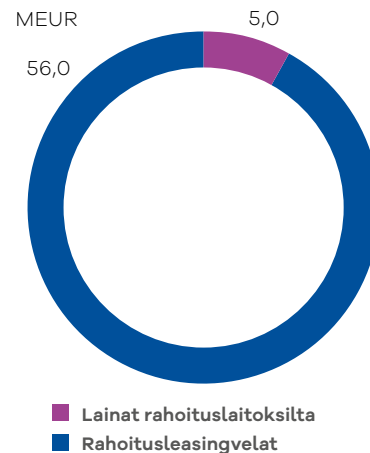
3.3 Rahoitusvelat

i Liiketoimintojen yhdistämisessä syntyneiden ehdollisten kauppahinta velkojen käyvän arvon määrittäminen perustuu johdon näkemykseen. Merkittävimmät muuttajat ehdollisten kauppahintojen käyvän arvon muutoksessa on arvio tulevasta liikevoitosta. Ehdolliset kauppahintavelat on luokiteltu käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjatuiksi rahoitusveloiksi. Ne merkitään taseeseen käypään arvoonsa ja käyvän arvon muutokset kirjataan tuloslaskelman rahoituseriin.

Muut rahoitusvelat merkitään alun perin kirjaintoon käypään arvoonsa. Myöhemmin muut rahoitusvelat arvostetaan jaksotettuun hankintamenoon. Rahoitusvelkoja sisältyy pitkä- ja lyhytaikaisiin velkoihin ja ne voivat olla korollisia tai korottomia.

Korollisista veloista johtuvat menot on kirjattu kuluksi sillä tilikaudella, jonka aikana ne ovat syntyneet. Konsernissa ei ole aktivoitu vieraan pääoman menoja, koska konsernille ei muodostu vieraan pääoman menoja hyödykkeen hankkimisesta, rakentamisesta tai valmistamisesta IAS 23-standardin edellyttämällä tavalla.

Lainasalkun rakenne



Taulukossa on kuvattu konsernin pitkäaikaiset ja lyhytaikaiset rahoitusvelat.

MEUR	2017	2016
RAHOITUSVELAT		
Pitkäaikaiset rahoitusvelat		
Jaksotettuun hankintamenoan arvostetut rahoitusvelat		
Pitkäaikaiset rahoitusleasingvelat	51,0	55,3
Pitkäaikaiset lainat rahoituslaitoksilta	5,0	10,0
Muut velat	0,2	0,2
Yhteensä	56,2	65,5
Lyhytaikaiset rahoitusvelat		
Jaksotettuun hankintamenoan perustuvat		
Rahoitusleasingvelat	5,0	4,9
Muut korolliset velat	0,0	10,2
Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat velat		
Valuuttajohdannaiset	0,2	0,0
Hyödykejohdannaiset		0,0
Korkojohdannaiset	0,5	0,7
Liiketoimintojen hankinnoissa syntyneet ehdolliset kauppahintavelat		0,1
Yhteensä	5,7	15,9
Rahoitusvelat yhteensä	61,9	81,4

Konsernin rahoitusvelat ovat euromääräisiä ja vaihtuvakorkoisia. Yhtiön pääasialliset rahoitusinstrumentit ovat olleet vuonna 2017 pitkäaikaiset rahoitusleasingsovimukset, lyhytaikaiset yritystodistukset ja rahoituslainat. Korkoriskin suojausta on kuvattu tarkemmin liitteessä 3.8 Rahoitusriskit.

Konsernin rahoitusvelkojen keskimääräinen korkoprosentti vuonna 2017 oli 2,5 % (2,7 % vuonna 2016).



NETTOVELKOJEN TÄSMÄYTYSLASKELMA

MEUR	Rahavarat	Rahoitus-leasing vuoden kuluessa	Rahoitus-leasing yli vuoden kuluttua	Lainat vuoden kuluessa	Lainat yli vuoden kuluttua	Yhteensä
Nettovelat 1.1.2017	23,3	4,9	55,3	10,2	10,0	57,1
Rahavirrat	-2,4	-5,0		-10,2	-5,0	-17,8
Hankinnat - rahoitus-leasing ja kannustimet			0,8			0,8
Valuuttakurssioikaisu	-0,1					0,1
Muut muutokset, joihin ei liity maksua		5,1	-5,1			
Nettovelat 31.12.2017	20,7	5,0	51,0	0,0	5,0	40,2
Nettovelat 1.1.2016	14,4	5,2	59,8	22,4	3,3	76,2
Rahavirrat	8,8	-5,3		-12,2	6,8	-19,6
Hankinnat - rahoitus-leasing ja kannustimet			0,5			0,5
Valuuttakurssioikaisu	0					0
Muut muutokset, joihin ei liity maksua		5,0	-5,0			0
Nettovelat 31.12.2016	23,3	4,9	55,3	10,2	10,0	57,1

Konserni on luokitellut käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat erät käypien arvojen hierarkian mukaan seuraavasti.

MEUR	2017	2016
Taso 1		
Hyödykejohtannaiset	0,0	0,0
Taso 2		
Valuuttajohtannainen	0,2	0,0
Korkojohdannaiset	0,5	0,7
Taso 3		
Liiketoimintojen hankinnoissa syntyneet ehdolliset kauppahintavelat		0,1

Taso 1 sisältää täysin samanlaisten velkojen noteeratut (oikaisemattomat) hinnat toimivilla markkinoilla.

Taso 2 instrumenttien käyvät arvot perustuvat merkittävilta osin muihin syöttötietoihin kuin tasoon 1 sisältyviin noteerattuihin hintoihin, mutta kuitenkin tietoihin, jotka kyseiselle omaisuuserälle tai velalle on havainnoitavissa joko suoraan tai epäsuorasti.

Taso 3 sisältää velkaa koskevat syöttötiedot, jotka eivät perustu havainnoitavissa olevaan markkinatietoon (muut kuin havainnoitavissa olevat syöttötiedot).

Päättyneen tilikauden ja edellisen tilikauden aikana ei ole tapahtunut siirtoja käypien arvojen hierarkian tasojen välillä.

Taseessa 31.12.2017 ei ole ehdollisia kauppahintavelkoja. Taseessa 31.12.2016 olevat liiketoimintojen hankinnoissa syntyneet ehdolliset kauppahintavelat perustuivat yhtiöiden vuoden 2016 liikevaihtoon.

Rahoitusvelkojen kirjanpitoarvot vastaavat rahoitusvelkojen käypiä arvoja. Alla olevassa taulukossa on kuvattu erikseen johdannassopimusten käyvät arvot sekä kohde-etuuksien arvo.

JOHDANNAISSOPIMUKSET

MEUR	2017	2016
Hyödykejohtannaiset (Sähkötermiinit)		
Käypä arvo	0,0	0,0
Kohde-etuuksien arvo	0,3	0,3
Korkojohdannaiset		
Käypä arvo	-0,5	-0,7
Kohde-etuuksien arvo	19,4	19,4
Valuuttajohtannaiset		
Käypä arvo	-0,2	0,0
Kohde-etuuksien arvo	8,0	3,1

i Valuuttatermiinien käyvät arvot määritetään käyttämällä raportointikauden päättämispäivän markkinahintoja vastaavan pituisille sopimuksille. Koronvaihtosopimusten käyvät arvot on määritetty tulevien rahavirtojen nykyarvoon perustuvalla menetelmällä, jonka tukena on raportointikauden päättämispäivän markkinakorot ja muu markkinainformaatio. Hyödykejohtannaisen käyvät arvot määritetään käyttämällä julkisesti noteerattuja markkinahintoja. Käyvät arvot vastaavat niitä hintoja, jotka konserni joutuisi maksamaan tai saisi, jos se siirtäisi johdannaisopimuksen tavanmukaisessa liiketoimessa raportointikauden päättämispäivän markkinaolosuhteissa.

Rahoitusvelkojen maturiteettijakauma on kuvattu tarkemmin liitetiedossa 3.8 Rahoitusriskit.



RAHOITUSLEASINGVELKOJEN ERÄÄNTYMISAJAT

MEUR	2017	2016
Rahoitusleasingvelat - vähimmäisvuokrien kokonaismäärä		
2017		6,3
2018	6,3	5,7
2019	5,3	5,1
2020	5,0	4,9
2021	4,9	5,0
2022	4,9	
Myöhemmin	40,6	45,6
Yhteensä	67,0	72,6
Rahoitusleasingvelat - vähimmäisvuokrien nykyarvo		
2017		4,9
2018	5,0	3,9
2019	4,1	3,9
2020	3,8	4,0
2021	3,8	4,1
2022	3,8	
Myöhemmin	35,5	39,4
Yhteensä	56,0	60,2
Tulevaisuudessa kertyvät rahoituskulut	11,0	12,4

3.4 Muut vuokrasopimukset

i Aineellisia hyödykkeitä koskevat vuokrasopimukset, joissa konsernilla on olennainen osa omistamiselle ominaisista riskeistä ja eduista, luokitellaan rahoitusleasingopimuksiksi. Ne merkitään taseeseen vuokra-ajan alkamisajankohtana vuokratun hyödykkeen käypään arvoon tai sitä alempaan vähimmäisvuokrien nykyarvoon. Rahoitusleasingopimuksella hankitusta hyödykkeestä tehdään poistot hyödykkeen taloudellisen vaikutusajan tai sitä lyhyemmän vuokra-ajan kuluessa. Vuokravelvoitteet sisältyvät korollisiin velkoihin. Vuokrasopimukset, joissa omistamiselle ominaiset riskit ja edut jäävät vuokralle antajalle, käsitellään muina vuokrasopimuksina. Konsernin ollessa vuokralle ottajana muiden vuokrasopimusten perusteella suoritettavat vuokrat kirjataan kuluksi tasaerinä vuokrauden kuluessa. Tulevien kausien vuokrat esitetään vuokravastuina tilinpäätöksen liitetiedoissa. Konsernin ollessa

vuokralle antajana vuokratuotot kirjataan tuloslaskelmaan tasaerinä vuokrauden kuluessa. Konserni on solminut ostosopimuksia, joihin sisältyy vuokrasopimuskomponentti. Voimassa oleviin järjestelyihin sovelletaan IFRIC 4 -tulkinnan mukaista menettelyä ja järjestelyiden määrittely on tehty tosiasiallisen sisällön perusteella. Konsernissa voimassa olevat ostosopimukset, joihin sisältyy vuokrasopimuskomponentti, on määritetty IAS 17 -standardin mukaisiksi muiksi vuokrasopimuksiksi.

Konserni vuokralle ottajana

Ei-peruutettavissa olevien muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat.

MEUR	2017	2016
Yhden vuoden kuluessa	9,2	9,3
1–5 vuoden kuluessa	25,2	27,6
Yli 5 vuoden kuluttua	18,2	22,5
Yhteensä	52,6	59,5

Konserniyhtiöt toimivat merkittävältä osin vuokratiloissa. Vuokrasopimukset ovat pituudeltaan 6 kk–15 vuotta.

IFRIC 4:n mukaiset ostosopimukset, joihin sisältyy IAS 17:n mukainen muu vuokrasopimuskomponentti

MEUR	2017	2016
Ostosopimusten perusteella maksettavat vähimmäissuoritukset	0,2	0,2

Konserni vuokralle antajana

Ei-peruutettavissa olevien muiden vuokrasopimusten perusteella saatavat vähimmäisvuokrat.

MEUR	2017	2016
Yhden vuoden kuluessa	1,9	1,0
1–5 vuoden kuluessa	1,3	0,2
Yhteensä	3,2	1,2



3.5 Vastuusitoumukset ja muut vastuut

MEUR	2017	2016
Osakkuusyhtiöiden puolesta annetut vakuudet	0,9	0,9
Muut vastuut	1,0	1,8
Yhteensä	2,0	2,7

Hankintavelvoite

Alma Media tiedotti 24.10.2016 käyttävänsä toimitila- ja tuotantokiinteistön vuokrasopimukseen sisältyvän katkaisuoption ja lunastavansa kiinteistön DNB Bank ASA:lta Patamäenkatu 7:ssä Tampereella. Kiinteistökauppa, arvoltaan 14,8 milj. euroa, toteutettiin ja kirjattiin Alma Median taseeseen 30.10.2017. Kiinteistö luokitellaan IAS 40 sijoituskiinteistöt -standardin mukaiseksi sijoituskiinteistöksi liite 2.3. Vuonna 2016 tilan vuokrasopimukseen liittyvä vuokravastuu sisältyi vuokravastuisiin.

3.6 Eläkevelvoitteet

Konsernissa on sekä maksuperusteisia että etuus pohjaisia eläkejärjestelyitä.

Etuuspohjaiset eläkejärjestelyt muodostuvat konsernin vanhoista, lakkautetuista ja suljetuista henkilöstön lisäeläkejärjestelyistä, joissa on etuuksina toisaalta sekä vanhuuslisäeläke-etuuksia että hautausavustuksia. Etuus pohjaisia eläkejärjestelyitä on konsernissa sekä rahastoituja että rahastoimattomia eläkejärjestelyitä. Rahastoimattomat eläkejärjestelyt ovat suoria lisäeläkevelvoitteita pääasiassa jo eläkkeellä oleville vanhoille työntekijöille.

Uudet, konsernissa myönnettävät lisäeläke-etuudet ovat maksupohjaisia eläkejärjestelyitä.

Maksupohjaisiin eläkejärjestelyihin tehdyt suoritukset kirjataan tuloslaskelmaan sillä kaudella, jota veloitus koskee. Vakuutusyhtiöissä hoidetun suomalaisen Tyel-eläkejärjestelmän työkyvyttömyysosan muuttuessa IFRS:n mukaisessa luokittelussa maksuperusteiseksi vuoden 2006 alusta, ne on käsitelty maksuperusteisena tilinpäätöksessä. Etuus pohjaisiksi järjestelyiksi luokitellaan kaikki ne järjestelyt, jotka eivät täytä maksupohjaisten järjestelyjen määritelmiä. Konsernissa etuus pohjaisena käsitellään vapaaehtoisista järjestelyistä syntyneet lisäeläkevelvoitteet. Etuus pohjaisissa eläkejärjestelyissä yritykselle jää velvoitteita järjestelystä tilikauden maksun suorittamisen jälkeenkkin.

Konsernin etuus pohjaisen eläkejärjestelyiden velvoitteet on laskettu kustakin järjestelystä erikseen käyttäen ennakoituun etuus oikeusyksikköön perustuvaa menetelmää (Projected Unit Credit Method). Eläkemenot kirjataan kuluksi henkilöiden palvelusajalle auktorisoitujen vakuutusmatemaatikkojen suorittamien laskelmien perusteella. Eläkevelvoitteen nykyarvoa laskettaessa käytetään diskonttaus korkona yritysten liikkeeseen laskemien korkealaatuisten joukkovelkakirjalainojen markkinatuottoa ja, mikäli sitä ei ole saatavilla, valtion velkasitoumusten korkoa. Joukkovelkakirjalainojen ja velkasitoumusten maturiteetti vastaa olennaisilta osin eläkevelvoitteen maturiteettia. Eläkevelvoitteen nykyarvosta vähennetään eläkejärjestelyyn kuuluvat varat raportointikauden päättämispäivän käypään arvoon arvostettuina. Taseeseen merkitään etuus pohjaisen eläkejärjestelyn nettovelka (tai -omaisuuserä).

Kauden työsuoritukseen perustuva meno (eläkemeno) ja etuus pohjaisen järjestelyn nettovelan nettokorko kirjataan tulosvaikutteisesti ja esitetään työsuhde-etuuksista aiheutuissa kuluissa. Etuus pohjaisen nettovelan (tai -omaisuuserän) uudelleen määrittämistä aiheuttavat erät (mm. vakuutusmatemaattiset voitot ja tappiot sekä järjestelyyn kuuluvien varojen tuotto) kirjataan muihin laajan tuloksen eriin sillä tilikaudella, jona ne syntyvät.

VELVOITTEIDEN NYKYARVO JA VAROJEN KÄYPÄ ARVO

MEUR	2017	2016
Rahastoimattomien velkojen nykyarvo	1,1	1,2
Rahastoitujen velvoitteiden nykyarvo	4,9	5,4
Varojen käypä arvo	-4,8	-5,6
Eläkevelka	1,1	1,0



TASEEN ETUUSPOHJAISEN ELÄKEVELAN MÄÄRÄYTYMINEN

MEUR	31.12.2017	31.12.2016
Velvoitteiden nykyarvo kauden alussa	6,6	7,3
Liiketoimintojen yhdistymiset		0,0
Tilikauden työsuoritukseen perustuvat menot	0,0	0,0
Korkomenot	0,1	0,1
Vakuutusmatemaattiset voitot/tappiot	-0,1	0,2
Etuuspohjaisten velvoitteiden suoritukset	-0,6	-0,7
Sopimusten uudelleenjärjestelyt		-0,3
Velvoitteiden nykyarvo kauden lopussa	5,9	6,6
Varojen käypä arvo kauden alussa	5,6	5,7
Liiketoimintojen yhdistymiset		0,1
Järjestelyyn kuuluvien varojen odotettu tuotto	0,1	0,1
Vakuutusmatemaattiset voitot/tappiot	-0,3	0,3
Sopimusten uudelleenjärjestelyt	0,0	-0,2
Maksetut kannatusmaksut	0,2	0,2
Etuuspohjaisten velvoitteiden suoritukset	-0,6	-0,7
Varojen käypä arvo kauden lopussa	4,8	5,6
Etuuspohjainen nettoeläkevelka	1,1	1,0
Nettoeläkevelka		
Eläkevelka	1,1	1,2
Eläkesaatava	0,0	0,2
Nettoeläkevelka	1,1	1,0

Järjestelyssä olevat varat on sijoitettu pääasiassa korko- tai osakepohjaisiin sijoituksiin, ja niiden yhteenlasketun odotetun tuoton vuodessa on arvioitu olevan 3,0 %. Järjestelyyn kuuluvien varojen tarkempaa jakaumaa omaisuusryhmittäin ei ole saatavissa. Eläkejärjestelyiden varojen ajatellaan sisältyvän vakuutusyhtiölle maksettuun suoritukseen. Varat ovat vakuutusyhtiön vastuulla ja osa vakuutusyhtiön investointivaroja. Erittelyjä varojen osalta ei voida tämän vuoksi esittää.

TULOSLASKELMAN ETUUSPOHJAISEN ELÄKEKULUN MÄÄRÄYTYMINEN

MEUR	2017	2016
Tilikauden työsuoritukseen perustuvat menot	0,0	0,0
Sopimusten uudelleenjärjestelyt		-0,2
Korkomenot	0,1	0,1
Järjestelyyn kuuluvien varojen odotettu tuotto	-0,1	-0,1
Vakuutusmatemaattiset voitot/tappiot sekä oikaisut	0,2	-0,1
Yhteensä	0,2	-0,2

TASEESSA ESITETYN NETTOVELAN MUUTOKSET

MEUR	2017	2016
Tilikauden alussa	1,0	1,5
Liiketoimintojen yhdistämiset		-0,1
Maksetut kannatusmaksut	-0,2	-0,2
Eläkekulut tuloslaskelmassa	0,0	-0,1
Tilikauden laaja tulos	0,2	-0,1
Etuuspohjainen nettoeläkevelka taseessa	1,1	1,0

TULEVIEN VAKUUTUSMAKSUJEN ERITTELY (EI DISKONTATTU)

MEUR	Rahastoitu eläkejärjestely	Rahastoimaton eläkejärjestely
Alle 1 vuotta	0,5	0,1
1–5 vuotta	1,6	0,4
5–10 vuotta	1,4	0,3
10–15 vuotta	0,9	0,2
15–20 vuotta	0,6	0,1
20–25 vuotta	0,3	0,0
25–30 vuotta	0,1	0,0
yli 30 vuotta	0,1	0,0
Yhteensä	5,6	1,2

Järjestelyyn odotetaan sijoitettavan vuonna 2018 samansuuruinen maksu kuin on suoritettu vuonna 2017.



RAHASTOIDUN ELÄKEJÄRJESTELYN HERKKYYSANALYYSI TIEDOT

MEUR	Eläkevelvoitteen nykyarvo 1 000 EUR	Eläkevelvoitteen nykyarvon muutos %
Diskonttokoron muutos + 0,5 %- yksikköä	4,7	-4,1
Palkankorotus oletettaman muutos + 0,5 % - yksikköä	4,9	0,2
Eläkkeiden nousuvauhdin muutos +0,5 % - yksikköä	5,0	3,4

RAHASTOIMATTOMAN ELÄKEJÄRJESTELYN HERKKYYSANALYYSI TIEDOT

MEUR	Eläkevelvoitteen nykyarvo 1 000 EUR	Eläkevelvoitteen nykyarvon muutos %
Diskonttokoron muutos + 0,5 %-yksikköä	1,0	-3,2
Eläkkeiden nousuvauhdin muutos +0,5 %-yksikköä	1,1	2,9

Herkkyysanalyysissa on käytetty samoja menetelmiä kuin eläkevelvoitteen laskennassa. Herkkyys on laskettu diskonttauskoron, palkankorotusoletuksen, eläkkeiden korotusten ja vakuutusyhtiön bonusindeksin muutoksille. Herkkyys on laskettu muuttamalla yhtä parametriä kerrallaan.

KÄYTETYT VAKUUTUSMATEMAATTISET OLETTAMUKSET

%	2017	2016
Diskonttauskorko	1,5	1,0
Tuleva palkankorotusolettama	2,7	2,3
Inflaatio-olettama	1,5	1,1
Tuleva eläke-etuuden korotus	1,8	1,4

Etuuspohjaiset järjestelyt altistavat konsernin useille erilaisille riskeille, joista merkittävimpiä ovat:

VAROJEN VOLATILITEETTI

Järjestelyistä aiheutuvien velkojen laskentaan on käytetty diskonttauskorkoa, joka perustuu yritysten liikkeeseen laskemien joukkovelkakirjojen tuottoon. Jos järjestelyyn kuuluvien varojen tuotto alittaa tämän tuoton, syntyy alijäämää.

INFLAATORISKI

Osa järjestelyjen etuusvelvoitteista on sidottu inflaatioon, ja korkeampi inflaatio johtaa velkojen kasvuun (joskin inflaatiokorotuksille on useimmissa tapauksissa asetettu katto järjestelyjen suojaamiseksi erityisen korkealta inflaatiolta).

ODOTETTAVISSA OLEVA ELINIKÄ

Suurin osa järjestelyjen velvoitteista liittyy elinikäisten etuuksien tuottamiseen jäsenille, joten odotettavissa olevan eliniän nousu kasvattaa järjestelyjen velvoitteita.

3.7 Käyttöpääoma

3.7.1 Vaihto-omaisuus

ⁱ Vaihto-omaisuuteen kirjataan aineet ja tarvikkeet, keskeneräiset tuotteet sekä valmiit tavarat. Valmistustoiminnassa vaihto-omaisuuteen aktivoidaan kiinteät yleiskustannukset. Vaihto-omaisuus on arvostettu hankintamenoon tai sitä alhaisempaan nettorealisointiarvoon. Nettorealisointiarvo on tavanomaisessa liiketoiminnassa saatava arvioitu myyntihinta, josta on vähennetty arvioidut tuotteen valmiiksi saattamiseen tarvittavat menot ja myynnistä johtuvat menot. Hankintameno määritetään FIFO-menetelmällä. Konsernissa vaihto-omaisuutena käsiteltävää omaisuutta on lehtipainoissa käytettävä tuotantomateriaali sekä kirjaliiketoiminnan myytävät tuotteet.

MEUR	2017	2016
Aineet ja tarvikkeet	1,7	1,6
Valmiit tuotteet	0,7	0,7
Yhteensä	2,4	2,3

3.7.2 Myyntisaamiset ja muut saamiset

MEUR	2017	2016
Myyntisaamiset	37,0	31,1
Saamiset osakkuusyhtiöiltä	0,0	0,0
Yhteensä	37,0	31,2
Saamiset muilta		
Siirtosaamiset	4,6	4,0
Muut saamiset	3,3	1,9
Yhteensä	7,9	6,0
Saamiset yhteensä	44,9	37,1



MEUR	2017	2016
Myyntisaamisten ikäjakauma ja arvonalentumistappiot		
Erääntymättömät saamiset ja erääntyneet 1–4 päivää	30,8	27,6
Erääntyneet 5–30 päivää	4,6	1,9
Erääntyneet 31–120 päivää	1,2	1,1
Erääntyneet yli 120 päivää	0,5	0,5
Yhteensä	37,0	31,2

Kaikki yli 180 pv sitten erääntyneet myyntisaamiset kirjataan luottotappiovarauksen kautta kuluksi. Vuonna 2017 saamiin sisältyy 0,4 (0,5) miljoonan euron luottotappiovaraus. Konsernissa on vuonna 2017 realisoitunut luottotappioita 0,5 miljoonan euron edestä (vuonna 2016 0,5 milj. euroa). Luottotappiot olivat yhteensä 0,1 % liikevaihdosta vuonna 2017 (0,1 % vuonna 2016).

Myyntisaamisten, muiden lyhyt- ja pitkäaikaisten saamisten ja muiden lyhytaikaisten sijoitusten kirjanpito-arvojen arvioidaan vastaavan myös käypää arvoa. Diskonttauksen vaikutus ei ole olennainen.

3.7.3 Ostovelat ja muut velat

Ostovelkojen ja muiden velkojen kirjanpitoarvojen arvioidaan vastaavan myös käypää arvoa, Diskonttauksen vaikutus ei ole olennainen velkojen maturiteetti huomioon ottaen.

Siirtovelkoihin sisältyviä olennaisimpia eriä ovat henkilöstökulujaksotuksiin liittyvät palkka- ja sivukulujaksotukset.

MEUR	2017	2016
Ostovelat	8,1	8,1
Velat osakkuusyrityksille		
Ostovelat	0,1	0,9
Siirtovelat	51,0	48,0
Muut velat	10,8	8,4
Yhteensä	70,1	65,4

3.8 Rahoitusriskit

Rahoitusriskien hallinta kuuluu osana konsernin riskienhallintapolitiikkaan. Riskienhallinnan strategia ja suunnitelma sekä asetetut valvontarajat ja menettelytavat arvioidaan vuosittain. Konsernilla on riskienhallintaorganisaatio, jonka tehtävänä on tunnistaa liiketoimintaa uhkaavat riskit, arvioida ja päivittää ne, kehittää tarvittavat riskienhallintakeinot ja raportoida riskeistä säännöllisesti.

Rahoitusriskit on jaettu konsernissa seuraavasti.

KORKORISKI

Korkoriskillä tarkoitetaan erilaisten korkoa sisältävien liiketaptomien ja tase-erien korkotasojen ja maturiteetin muutosten vaikutusta konsernin rahoitustoimintoihin sekä nettotulokseen. Korkoriskin vaikutusta konsernin nettotulokseen voidaan vähentää käyttämällä koronvaihtosopimuksia, korkotermeinejä ja -futuureita ja korko- tai valuuttaoptioita. Tilinpäätöshetkellä konsernilla oli avoimia koronvaihtosopimuksia, joiden arvoja on kuvattu liitteessä 3.3.

Konsernilla oli 31.12.2017 korollista velkaa yhteensä 61,0 (80,4) milj. euroa. Korolliset lainat koostuvat rahalaitoslainoista, yritystodistuksista ja rahoitusleasingveloista. Korolliset velat ovat sidottu vaihtuvakorkoisiiin lainainstrumentteihin. Koronvaihtosopimukset huomioiden konsernin rahoitussalkun keskimääräinen korkosidonnaisuusaika vuoden 2017 lopussa oli 2,8 vuotta ja suojausaste 32 %. Mikäli korkotaso nousisi 1 %-yksiköllä, vaikutus konsernin rahoituskuluihin olisi 0,4 milj. euroa.

VALUUTTARISKIT

Transaktioriski

Transaktioriski kuvaa valuuttakurssien muutosten vaikutusta ulkomaan rahan määräsissä myynneissä, ostoissa ja tase-erissä. Alma Median kannalta merkittävimmät valuutat euron lisäksi ovat Tsekin korona ja Ruotsin kruunu. Valuuttakurssien muutosten vaikutusta nettotulokseen konsernin kannalta merkittävimmässä valuutoissa voidaan vähentää seuraavilla toimenpiteillä:

- saman valuutan kassavirrat netotetaan yhteisen valuuttatilin kautta aina, kun kustannus/hyötysuhde on merkittävä
- ennalta tiedossa oleva jatkuva ja merkittävä valuuttakassavirta suojataan. Tsekin koronan osalta on suojattu arviolta 30–50 %:n osuus seuraavan kahden vuoden aikana kertyvästä kassavirrasta.

Translaatoriski

Valuuttariski, joka aiheutuu ulkomaisten investointien muuntamisesta emoyhtiön toimintavaluuttaan, euroon. Pitkällä aikavälillä tehtyjen ulkomaisten nettosijoitusten



muuntamisesta aiheutuvaa riskiä arvioidaan säännöllisesti. Mikäli riski jonkin valuutan arvon laskulle on ilmeinen ja pysyvä, konsernin johto voi päättää suojata valuuttaposition.

Tilinpäätöshetkellä konsernissa avoinna olevien valuuttajohdannaisten määrää on kuvattu liitteessä 3.3.

Hyödykeriski

Hyödykeriskeillä tarkoitetaan hyödykkeiden kuten raaka-aineiden hintojen vaihtelun vaikutusta konsernin nettotulokseen. Hyödykeriskejä arvioidaan säännöllisesti ja suojataan yleisesti käytetyillä hyödykejohdannaisilla aina kun se on mahdollista ja taloudellisesti kannattavaa.

Yhtiön on suojannut sähkönhankintaansa siten, että lähimmän 12 kuukauden sähkönhankinnan hintataso on suojattu 70–100 % osuudelta, seuraavan 12–24 kuukauden sähkönhankinnan hintataso 35–85 % osalta. Seuraavan 25–36 kuukauden sähköhinnasta on suojattu 0–40 %. Yhtiöllä oli avoinna sähkötermiinejä tilinpäätöshetkellä ja avointen sähkötermiinien arvoja on kuvattu liitteessä 3.3.

VARAINHANKINTAAN LIITTYVÄT RISKIT

Maksuvalmiuden hallinta

Alma Medialla on käytettävissä kaksi 15 milj. euron suuruista komittoitua rahoituslimiittiä, jotka olivat 31.12.2017 käyttämättä. Sen lisäksi Alma Media voi laskea likviditeetin turvaamiseksi tarvittaessa liikkeelle omia yritystodistuksiaan välittäjäpankkien kautta ja ylikviditeetti sijoitetaan suunnitellusti rahoituspolitiikan mukaisesti. Maksuvalmiustilannetta arvioidaan päivittäin ja maksuvalmiusennusteet tehdään viikon, kuukauden ja 12 kuukauden rullaavina periodeina.

Tilinpäätöshetkellä yhtiöllä oli 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Ohjelman puitteissa yritys voi laskea liikkeelle todistuksia yhteisarvoltaan 0–100 milj. euroa. Yritystodistuksia ei ollut liikkeellä tilinpäätöshetkellä 31.12.2017. Yritystodistusohjelman lisäksi yhtiö voi käyttää olemassa olevia rahoituslimiittisopimuksia käyttöpääoman rahoittamiseen.

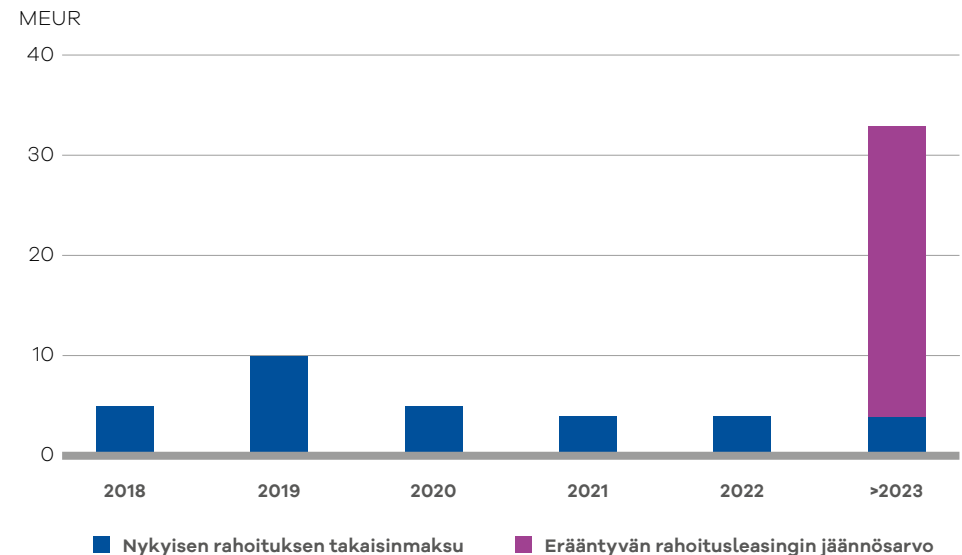
Pitkäaikainen varainhankinta

Pitkäaikaisessa rahoituksessa käytetään joko pääomamarkkina-, leasing- tai muita rahoitusjärjestelyitä.

Taulukossa on kuvattu konsernin korollisten velkojen maturitettijakaumaa.

MEUR	Tase-arvo	Rahavirta	0–6 kk	6 kk-1 vuosi	1–2 vuotta	2–5 vuotta	yli 5 vuotta
Rahalaitoslainat	5,0	5,0			5,0		
Rahoitusleasingvelat	56,0	67,0	3,1	3,1	10,3	9,8	40,6
Valuuttajohdannainen	0,2	0,2		0,1	0,1		
Korkojohdannainen	0,5	0,5		0,1	0,1	0,2	
Yhteensä	61,7	72,7	3,1	3,3	15,6	10,0	40,6

Rahoitusvelkojen maturiteettijakauma



LUOTTORISKI

Konsernin luotonvalvontapolitiikassa on kuvattu konsernin luottopolitiikka. Konsernilla ei ole merkittäviä saamisten luottoriskikertymiä, koska sillä on laajasti jakautunut asiakaskunta eikä mikään yksittäinen asiakas muodostu konsernin kannalta merkittäväksi. Tilikauden aikana tulosaikataulusta kirjattujen arvonalentumistappioiden määrä oli 0,5 miljoonaa euroa. Arvonalentumistappiot ovat aiheutuneet asiakkaan taloudellisen ympäristön odottamattomasta muutoksesta. Myyntisaamisten ikäjakauma on esitetty liitetiedossa 3.7.2 Myyntisaamiset ja muut saamiset.



PÄÄOMAN HALLINTA

Konsernin pääoman hallinnan tavoitteena on optimaalisen pääomarakenteen avulla tukea liiketoimintaa varmistamalla normaalit toimintaedellytykset. Pääomarakenteeseen vaikutetaan mm. osingonjaon kautta. Konsernin pääomarakenteen kehitystä seurataan jatkuvasti nettovelkaantumis- ja omavaraisuusasteilla. Yhtiön rahoitussojimuksiin liittyy kovenanttiehtoja, jotka koskevat yhtiön omavaraisuusastetta sekä nettovelan ja käyttökatteen välistä suhdetta. Seuraavassa on kuvattu näiden tunnuslukujen arvot vuosina 2017 ja 2016.

MEUR	2017	2016
Korolliset pitkäaikaiset velat	56,0	65,3
Lyhytaikaiset korolliset velat	5,0	15,0
Rahavarat	20,7	23,3
Nettovelat	40,2	57,1
Oma pääoma yhteensä	158,3	138,0
Nettovelkaantumisaste (gearing), %	25,4 %	41,4 %
Omavaraisuusaste, %	50,9 %	45,7 %

3.9 Omaa pääomaa sekä pääoman hallintaa koskevat tiedot

Konserni luokittelee liikkeeseen laskemansa instrumentit niiden luonteen perusteella joko omaksi pääomaksi tai vieraaksi pääomaksi (rahoitusvelaksi). Oman pääoman ehtooinen instrumentti on mikä tahansa sopimus, joka osoittaa oikeutta osuuteen yhteisön varoista sen kaikkien velkojen vähentämisen jälkeen. Menot, jotka liittyvät omien oman pääoman ehtoisten instrumenttien liikkeellelaskuun tai hankintaan, esitetään oman pääoman vähennyseränä. Jos yhtiö hankkii takaisin omia oman pääoman ehtoisia instrumenttejaan, näiden instrumenttien hankintameno vähennetään omasta pääomasta.

Seuraavassa on kuvattu Alma Media Oyj:n osakkeen tietoja ja muutoksia vuoden 2017 aikana.

	Osakkeiden lukumäärä yhteensä kpl	Osakepääoma MEUR	Ylikurssirahasto MEUR	Sijoitetun vapaan oman po. rahasto MEUR
1.1.2017	82 383 182	45,3	7,7	19,1
31.12.2017	82 383 182	45,3	7,7	19,1

Yhtiöllä on yksi osakesarja, eikä osakkeiden välillä ole siten äänivaltaeroja. Yhdellä osakkeella on yksi ääni. Osakkeella ei ole nimellisarvoa.

OSAKKEEN KUULUMINEN ARVO-OSUUSJÄRJESTELMÄÄN

Yhtiön osakkeet kuuluvat arvo-osuusjärjestelmään. Oikeus saada yhtiöstä jaettavia varoja sekä merkintäoikeus osakepääomaa korotettaessa on vain sillä, 1) joka on määrättyä täsmäytyspäivänä merkitty osakkeenomistajaksi osakasluetteloon; 2) jonka oikeus suorituksen saamiseen on täsmäytyspäivänä kirjattu osakasluetteloon merkityn osakkeenomistajan arvo-osuustilille ja merkitty osakasluetteloon; tai 3) jos osake on hallintarekisteröity, jonka arvo-osuustilille osake on täsmäytyspäivänä kirjattu ja jonka osakkeiden hoitaja on täsmäytyspäivänä arvo-osuusjärjestelmästä annetun lain 28 §:n nojalla merkitty osakasluetteloon osakkeiden hoitajaksi. Jos osakkeen omistus on täsmäytyspäivänä merkitty odotusluetteloon, kuuluu oikeus saada yhtiöstä jaettavia varoja ja merkintäoikeus osakepääomaa korotettaessa sille, joka osoittaa, että osake on täsmäytyspäivänä kuulunut hänelle.

Omat osakkeet

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.

Muuntoerot

Muuntoerot-rahasto sisältää itsenäisten ulkomaisten yksikköjen tilinpäätösten muuntamisesta syntyneet muuntoerot.

Ylikurssirahasto

Niissä tapauksissa, joissa optio-oikeuksia on päätetty vanhan osakeyhtiölain (29.9.1978/734) aikana, optioihin perustuvista osakemerkinnöistä saadut rahasuoritukset on kirjattu osakepääomaan ja ylikurssirahastoon järjestelyn ehtojen mukaisesti, transaktiomenoilla vähennettynä.

Jakokelpoiset varat

Konsernin emoyhtiön jakokelpoiset varat 31.12.2017 ovat yhteensä 134 532 841 euroa.

Osinkopolitiikka

Alma Media julkaisi 25.11.2013 pitkänaikavälin taloudelliset tavoitteet. Niiden mukaisesti yhtiön tavoitteena on pitkällä aikavälillä maksaa osinkoina tai pääomanpalauksina keskimäärin yli 50 % tilikauden tuloksesta.

Lunastuslauseke

Yhtiöjärjestyksen mukaan osakkeenomistajan, jonka osuus yhtiön kaikista osakkeista tai osakkeen tuottamista äänimäärästä saavuttaa tai ylittää 33 1/3 % tai 50 %, on velvollinen lunastamaan muiden osakkeenomistajien vaatimuksesta näiden omistamat arvopaperit.

3.9.1 Osakekohtainen tulos

Laimentamaton osakekohtainen tulos saadaan jakamalla emoyhtiön omistajille kuuluva tilikauden tulos osakkeiden määrän painotetulla keskiarvolla tilikauden aikana. Laimennettu osakekohtainen tulos lasketaan jakamalla emoyhtiön omistajille kuuluva tulos osakkeiden laimennetun määrän painotetulla keskiarvolla tilikauden aikana.

MEUR	2017	2016
Emoyhtiön omistajille kuuluva tilikauden voitto	32,2	16,9
Osakkeet (1 000 kpl)		
Ulkona olevien osakkeiden painotettu keskiarvo	82 223	82 383
Yhtiön hallussa olevat omat osakkeet	160	
Laimennettu ulkona olevien osakkeiden painotettu keskiarvo	82 383	82 383
Laimentamaton osakekohtainen tulos	0,39	0,20
Laimennusvaikutuksella oikaistu osakekohtainen tulos	0,39	0,20

4. Konsolidointi

4.1 Yleiset konsolidointiperiaatteet

i Konsernitilinpäätökseen on yhdistelty kaikki tytäryritykset. Ne ovat yrityksiä, joissa konsernilla on määräysvalta. Määräysvalta syntyy, kun konserni olemalla osallisena yhteisössä altistuu yhteisön muutetuvalle tuotolle tai on oikeutettu sen muuttuvaan tuottoon ja se pystyy vaikuttamaan tähän tuottoon käyttämällä yhteisöä koskevaa valtaansa. Tytäryritysten laskentaperiaatteet on muutettu konsernitilinpäätöksessä vastamaan IFRS-tilinpäätösstandardien mukaisia säännöksiä. Keskinäinen osakkeenomistus on eliminoitu hankintamenomenetelmällä. Luovutettu vastike ja hankitun yrityksen yksilöitävissä olevat varat ja vastattavaksi otetut velat on arvostettu käypään arvoon hankintahetkellä. Hankintaan liittyvät menot, lukuun ottamatta vieraan tai oman pääoman ehtoisten arvopapereiden liikkeeseen laskusta aiheutuvia menoja, on kirjattu kuluksi. Mahdollinen ehdollinen lisäkauppahinta on arvostettu käypään arvoon hankintahetkellä ja se on luokiteltu käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavaksi velaksi. Velaksi luokiteltu lisäkauppahinta arvostetaan käypään arvoon jokaisen raportointikauden päättymispäivänä ja tästä syntyvä voitto tai tappio kirjataan tulosvaikutteisesti.

4.2 Tytäryritykset

Konsernin emo- ja tytäryrityssuhteet ovat seuraavat.

Yhtiö	Kotimaa	Omistusosuus %		Osuus äänivallasta %	
		2017	2016	2017	2016
Emoyritys Alma Media Oyj	Suomi				
Alma Career Oy	Suomi	83,3	83,30	83,30	83,30
Alma Manu Oy	Suomi	100,0	100,0	100,0	100,00
Alma Media Kustannus Oy	Suomi	100,0	100,0	100,0	100,00
Alma Media Suomi Oy	Suomi	100,0	100,0	100,0	100,00
Alma Mediapartners Oy	Suomi	65,0	65,0	65,0	65,00
Alma Talent AB	Ruotsi	100,0	100,0	100,0	100,00
Alma Talent Desk AB	Ruotsi	100,0	100,0	100,0	100,00
Alma Talent Ekonomi AB	Ruotsi	100,0	100,0	100,0	100,00
Alma Talent Juridik AB	Ruotsi	100,0	100,0	100,0	100,00
Alma Talent Media AB	Ruotsi	100,0	100,0	100,0	100,00
Alma Talent Oy	Suomi	100,0	100,0	100,0	100,00
Alma Talent Teknik AB	Ruotsi	100,0	100,0	100,0	100,00
CV-Online Estonia OÜ	Viro	83,3	83,3	83,3	83,34



Yhtiö	Kotimaa	Omistusosuus %		Osuus äänivallasta %	
		2017	2016	2017	2016
Dagens Media Sverige AB	Ruotsi	100,0	100,0	100,0	100,00
Edlegio AB	Ruotsi	70,0	70,0	70,0	70,00
Events Sweden AB	Ruotsi	100,0	100,0	100,0	100,00
FYI Events Denmark ApS	Tanska	100,0	100,0	100,0	100,00
Karenstock Oy	Suomi	100,0	100,0	100,0	100,00
Kiinteistö Oy Tampereen Patamäenkatu 7	Suomi	100,0		100,0	
Kotikokki.net Oy	Suomi	65,0	65,0	65,0	65,00
LMC s.r.o	Tšekki	83,3	83,3	83,3	83,34
Monster Worldwide CZ s.r.o.	Tšekki	83,3	83,3	83,3	83,34
Monster Magyarorszag Kft	Unkari	83,3	83,3	83,3	83,34
Monster Worldwide Polska SP. Z.o.o.	Puola	83,3	83,3	83,3	83,34
Müügimeistrite A/S	Viro	92,0	92,0	92,0	92,00
Objektvision AB	Ruotsi	100,0	100,0	100,0	100,00
Oy Medi uutiset AB	Suomi	100,0	50,0	100,0	50,00
Profesia s.r.o	Slovakia	83,3	83,3	83,3	83,34
Profesia s.r.o	Tšekki	83,3	83,3	83,3	83,34
Raksa ja Kotikauppa Oy (Nettikoti)	Suomi	33,0	33,0	33,0	33,00
Rantapallo Oy	Suomi	79,0	79,0	79,0	79,00
SIA CV-Online Latvia	Latvia	83,3	83,3	83,3	83,34
Suoramarkkinointi Mega Oy	Suomi	100,0	100,0	100,0	100,00
TAU On-line d.o.o	Kroatia	83,3	83,3	83,3	83,34
Telemarket SIA	Latvia	96,0	96,0	96,0	96,00
UAB CV-Online LT	Liettua	83,3	83,3	83,3	83,34

Tilikauden aikana konsernin muihin yhtiöihin fuusioitunut tytäryritykset:

Alma Talent Events Oy	Suomi	100,00	100,00	100,00	100,00
Expose Oy	Suomi	100,00	100,00	100,00	100,00
FYI Business Events Oy	Suomi	100,00	100,00	100,00	100,00
Jobote s.r.o	Tšekki	83,00	83,00	83,00	83,00
Michelsson Sales Consulting Oy	Suomi	100,00	100,00	100,00	100,00
Remonttibulevardi Oy (Urakkamaailma.fi)	Suomi	65,00	33,00	65,00	33,00
Talentum Business Information Group AB	Ruotsi	100,00	100,00	100,00	100,00
Talentum Media Oy	Suomi	100,00	100,00	100,00	100,00

Erittely olennaisista määräysvallattomien omistajien osuuksista konsernissa.

Tytäryritys	Kotimaa	Omistusosuus %*	
		2017	2016
Alma Career Oy alakonserni	Suomi	16,66	16,66
Alma Mediapartners Oy alakonserni	Suomi	35	35

* Määräysvallattomien omistajien osuus äänivallasta ja omasta pääomasta ovat samat, joten tietoja ei ole esitetty erikseen.



Taloudellisen informaation yhteenveto tytäryrityksistä, joissa on olennainen määräysvallattomien omistajien osuus.

MEUR	Alma Career alakonserni		Alma Media partners alakonserni	
	2017	2016	2017	2016
Lyhytaikaiset varat	60,5	44,4	5,4	4,5
Pitkäaikaiset varat	50,0	50,2	4,6	4,6
Lyhytaikaiset velat	25,2	19,7	2,8	2,7
Pitkäaikaiset velat	0,2	0,2	0,0	0,2
Liikevaihto	65,0	53,0	18,3	16,4
Kulut	-39,5	33,2	-12,6	11,7
Liikevoitto	22,4	15,8	5,0	4,0
Alma Media Oyj:n omistajien osuus voitosta (IFRS)	13,9	8,6	2,6	2,7
Määräysvallattomien omistajien osuus voitosta (IFRS)	3,4	2,3	1,3	1,0
Määräysvallattomille omistajille maksetut osingot	1,3	1,1	1,0	0,7
Liiketoiminnan nettorahavirta	23,5	19,3	3,4	4,2
Investointien nettorahavirta	-0,8	-0,8	-0,8	-0,9
Rahoituksen rahavirta	-20,9	-17,2	-2,8	-3,3

Taulukossa esitetyt alakonserni tilinpäätöksen tiedot suomalaisen kirjanpitolähteen (FAS) mukaisesti, koska alakonsernien tilinpäätöksiä ei ole laadittu IFRS-periaatteiden mukaisesti.

4.3 Hankitut liiketoiminnot

ⁱ Hankitut tytäryritykset yhdistellään konsernitilinpäätökseen siitä hetkestä alkaen, kun konserni on saanut määräysvallan ja luovutetut tytäryritykset siihen asti, jolloin määräysvalta lakkaa. Kaikki konsernin sisäiset liiketapahtumat, saamiset, velat ja voitonjako eliminoidaan konsernitilinpäätöstä laadittaessa. Tilikauden voiton jakautuminen emoyrityksen omistajille ja määräysvallattomille omistajille esitetään tuloslaskelman yhteydessä ja laajan tuloksen jakautuminen emoyrityksen omistajille ja määräysvallattomille omistajille esitetään laajan tuloslaskelman yhteydessä. Mahdollinen määräysvallattomien omistajien osuus hankinnan kohteessa arvostetaan joko käypään arvoon tai määrään, joka vastaa määräysvallattomien omistajien osuuden suhteellista osuutta hankinnan kohteen yksilöitävissä olevasta nettovarallisuudesta. Arvostamisperiaate määritetään erikseen kullekin yrityshankinnalle.

Laaja tulos kohdistetaan emoyhtiön omistajille ja määräysvallattomille omistajille, vaikka tämä johtaisi siihen, että määräysvallattomien omistajien osuudesta tulisi negatiivinen. Määräysvallattomille omistajille kuuluva osuus omista pääomista esitetään omana eräänään taseessa oman pääoman osana. Emoyrityksellä tytäryrityksessä olevan omistussuuden muutokset, jotka eivät johda määräysvallan menettämiseen, käsitellään omaa pääomaa koskevinä liiketoiminna.

Vaiheittain toteutuvan hankinnan yhteydessä aiempi omistussuus arvostetaan käypään arvoon ja tästä syntyvä voitto tai tappio kirjataan tulosvaikutteisesti. Konsernin menettäessä määräysvallan tytäryrityksessä arvostetaan jäljelle jäävä sijoitus määräysvallan menettämissäpäivän käypään arvoon ja tästä syntyvä erotus kirjataan tulosvaikutteisesti.

Ennen 11.2010 tapahtuneet hankinnat on käsitelty silloin voimassa olleiden säännösten mukaisesti.

Vuonna 2017 toteutetut yrityshankinnat

Konserni on toteuttanut seuraavat yritysjärjestelyt vuoden 2017 aikana.

	Liiketoiminto	Hankintahetki	Hankinta-osuus	Konsernin omistussuus
Alma Talent -segmentti				
Oy Mediutiset Ab	Kustannus	30/06/2017	50 %	100 %

Remonttibulevardi Oy:n hankinta käsiteltiin tytäryhtiöomistussuoksien muutoksena, määräysvallattomien omistajien osuuksien hankintana, joka ei johtanut muutokseen määräysvallassa. Tämän seurauksena omaan pääomaan kirjattiin 0,6 miljoonan euron vähennys. Remonttibulevardi Oy fuusioitiin Alma Mediapartners Oy:öön 31.10.2017.

**Alma Talent**

VASTIKE

MEUR	Käypä arvo
Käteismaksu	1,3
Aik. omistusosuuden käyp. arvoon arvostus hankinnan yhteydessä	1,1
Vastike yhteensä	2,4

HANKINNAN SEURAUKSENA KIRJATUT VARAT JA VELAT

MEUR	Käypä arvo
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	0,0
Aineettomat hyödykkeet	1,3
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,7
Rahavarat	0,0
Hankitut varat yhteensä	1,9

Muut pitkäaikaiset velat	0,0
Laskennalliset verovelat	0,3
Ostovelat ja muut velat	0,3
Hankitut velat yhteensä	0,5

Hankitut nettovarat	1,4
Konsernin osuus nettovaroista	1,4

Liikearvo	1,0
------------------	------------

Liiketoimintojen yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot aineettomiin hyödykkeisiin liittyvät pääasiassa hankittuihin asiakassopimuksiin, brändiin ja itsekehitettyihin tietojärjestelmiin. Hankinnassa syntyneeseen liikearvoon vaikuttivat hankittuun liiketoimintaan liittyvät odotettavissa olevat synergiaedut.

Vuonna 2016 toteutetut yrityshankinnat

Konserni on toteuttanut seuraavat yritysjärjestelyt vuoden 2016 aikana.

	Liiketoiminto	Hankintahetki	Hankinta- osuus	Konsernin omistusosuus
Alma Markets -segmentti				
Raksa ja Kotikauppa Oy	Verkkopalvelu	01/01/2016	51 %	33,15 %
Jobote s.r.o	Verkkopalvelu	01/01/2016	100 %	83 %
Remonttibulevardi Oy	Verkkopalvelu	02/06/2016	51 %	33,15 %
Alma Talent -segmentti				
Uusi Suomi liiketoiminta	Verkkopalvelu	01/09/2016		
Alma News & Life -segmentti				
Rantapallo Oy	Verkkopalvelu	01/04/2016	79 %	79 %

Alma Markets

Segmentin tiedot hankituista liiketoiminnoista esitetään yhdistettynä.

VASTIKE

MEUR	Käypä arvo
Käteismaksu	0,7
Ehdollinen vastike	0,3
Aik. omistusosuuden käyp. arvoon arvostus hankinnan yhteydessä	0,1
Vastike yhteensä	1,2

HANKINNAN SEURAUKSENA KIRJATUT VARAT JA VELAT

MEUR	Käypä arvo
Aineettomat hyödykkeet	0,7
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,1
Rahavarat	0,2
Hankitut varat yhteensä	0,9



MEUR	Käypä arvo
Muut pitkäaikaiset velat	0,0
Laskennalliset verovelat	0,1
Ostovelat ja muut velat	0,1
Hankitut velat yhteensä	0,2
Hankitut nettovarot	0,7
Konsernin osuus nettovaroista	0,2
Määräysvallattomien omistajien osuus	0,4
Liikearvo	0,9

Liiketoimintojen yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot aineettomiin hyödykkeisiin liittyvät pääasiassa hankittuihin asiakassopimuksiin, brändiin ja itsekehitettyihin tietojärjestelmiin. Hankinnassa syntyneeseen liikearvoon vaikuttivat hankittuun liike-toimintaan liittyvät odotettavissa olevat synergiaedut.

Alma Talent

Alma Talent -segmentissä raportoitavan Uuden Suomen hankinta on konsernin kan-nalta epäolennainen, minkä vuoksi hankinnasta ei esitetä liitetietotaulukoita. Uuden Suomen liiketoimintakaupasta syntyi 0,7 milj. euron liikearvo. Hankinta raportoidaan merkittävän omistajan lähipiiritransaktiona.

Alma News & Life

Rantapallo Oy

VASTIKE

MEUR	Käypä arvo
Käteismaksu	3,1
Aik. omistusosuuden käyp. arvoon arvostus hankinnan yhteydessä	1,6
Vastike yhteensä	4,8

HANKINNAN SEURAUKSENA KIRJATUT VARAT JA VELAT

MEUR	Käypä arvo
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	0,0
Aineettomat hyödykkeet	2,8
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,3
Rahavarat	0,3
Hankitut varat yhteensä	3,4
Laskennalliset verovelat	0,5
Ostovelat ja muut velat	0,8
Hankitut velat yhteensä	1,3
Hankitut nettovarot	2,1
Konsernin osuus nettovaroista	1,7
Määräysvallattomien omistajien osuus	0,4
Liikearvo	3,1

Liiketoimintojen yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot aineettomiin hyödykkeisiin liittyvät pääasiassa hankittuihin asiakassopimuksiin, brändiin ja itsekehitettyihin tietojärjestelmiin. Hankinnassa syntyneeseen liikearvoon vaikuttivat hankittuun liike-toimintaan liittyvät odotettavissa olevat synergiaedut.

LIIKETOIMINTOJEN HANKINNOISTA SUORITETUT VASTIKKEET - RAHAVIRTA

MEUR	2017	2016
Maksetut käteisvarat vähennettyinä hankituilla rahavaroilla		
Käteisvastike	1,9	8,2
Varainsiirtoverot ja transaktiokulut	0,0	0,1
Ehdolliset kauppahinnat, tulosvaikutukset		-0,1
Vähennetään: hankitut määrät		
Käteisvarat	0,0	0,5
Nettomääräinen rahavirta - investoinnit	2,0	7,8



4.4 Osuudet osakkuus- ja yhteisyrityksissä

i Osakkuusyritykset ovat yrityksiä, joissa konsernilla on huomattava vaikutusvalta. Huomattava vaikutusvalta toteutuu, kun konserni omistaa 20 % tai enemmän yrityksen äänivallasta tai kun konsernilla muutoin on huomattava vaikutusvalta. Yhteisjärjestely on järjestely, jossa kahdella tai useammalla osapuolella on yhteinen määräysvalta. Yhteinen määräysvalta on järjestelyä koskevan määräysvallan pitämistä yhteisenä sopimukseen perustuen, ja se vallitsee vain silloin, kun merkityksellisiä toimintoja koskevat päätökset edellyttävät määräysvallan jakavien osapuolten yksimielistä hyväksymistä. Yhteisjärjestely on joko yhteinen toiminto tai yhteisyritys. Yhteisyritys on järjestely, jossa konsernilla on oikeuksia järjestelyn nettovarallisuuteen, kun taas yhteisessä toiminnossa konsernilla on järjestelyyn liittyviä varoja koskevia oikeuksia ja velkoja koskevia velvoitteita. Osakkuus- ja yhteisyritykset on yhdistelty konserniin pääomaosuusmenetelmällä. Osakkuusyrityssijoitukset sisältävät hankinnasta syntyneen liikearvon. Jos konsernin osuus osakkuusyrityksen tappioista ylittää sijoituksen kirjanpitoarvon, sijoitus merkitään taseeseen nolla-arvoisena ja sen ylittävät tappioita ei huomioida, ellei konsernilla ole velvoitteita osakkuusyritykseen liittyen. Konsernin omistusosuuden mukainen osuus osakkuusyritysten tilikauden tuloksista on esitetty omana eräänään liikevoiton jälkeen. Vastaavasti konsernin osuus osakkuusyritysten muihin laajan tuloksen eriin kirjatusta muutoksista kirjataan konsernin muihin laajan tuloksen eriin.

MEUR	2017	2016
Osuudet osakkuusyrityksissä ja yhteisyrityksissä		
Tilikauden alussa	5,1	6,8
Liiketoimintojen hankinnat	0,3	
Vähennykset	-0,6	-1,4
Osuus tuloksesta	0,7	0,9
Saadut osingot	-0,8	-1,3
Tilikauden lopussa	4,5	5,1

Lisätietoja osakkuusyrityksistä:

Osakkuusyrityksistä johtuvan liikearvon määrä taseessa 31.12.2017 oli 1,9 milj. euroa (2,3 milj. euroa).

Osakkuusyritysten ja yhteisyritysten taloudellisen informaation yhteenveto (100 %).

MEUR	Alma Markets	Alma Talent	Alma News & Life	Alma Regions	Muut osakkuusyritykset
Vuosi 2017					
Lyhytaikaiset varat	4,2	0,1			4,4
Pitkäaikaiset varat	4,5	0,0			2,6
Lyhytaikaiset velat	1,1				2,3
Pitkäaikaiset velat	3,4				0,3
Liikevaihto	10,9	0,1			0,0
Tilikauden voitto/tappio	1,0				-0,1
Muut laajan tuloksen erät					
Osakkuusyritysten ja yhteisyritysten taloudellisen informaation täsmäytys konsernin kirjaamaan tasearvoon:					
Osakkuusyrityksen nettovarot	4,2	0,1			4,8
Konsernin osuus nettovaroista	1,2	0,0			1,1
Liikearvo	1,9				
Muut oikaisut	0,0				-0,1
Osakkuusyritysten tasearvo konsernin taseessa	3,4	0,0			1,1
Saamiset osakkuusyrityksiltä	0,0				
Velat osakkuusyrityksille	0,0				
Osakkuusyrityksestä kaudella saadut osingot ja pääoman palautukset	0,2				0,1



MEUR	Alma Markets	Alma Talent	Alma News & Life	Alma Regions	Muut osakkuusyritykset
Vuosi 2016					
Lyhytaikaiset varat	3,2	1,0		0,0	11,1
Pitkäaikaiset varat	4,0	0,0		0,3	4,9
Lyhytaikaiset velat	1,0	0,3		0,0	10,0
Pitkäaikaiset velat	3,4	0,0			0,1
Liikevaihto	9,6	13,0			33,1
Tilikauden voitto/tappio	1,6	0,4		0,0	1,2
Muut laajan tuloksen erät					
Osakkuusyritysten ja yhteisyritysten taloudellisen informaation täsmäytys konsernin kirjaamaan tasearvoon:					
Osakkuusyrityksen nettovarot	2,9	0,7		0,3	6,0
Konsernin osuus nettovaroista	1,1	0,6		0,1	1,6
Liikearvo	1,7	0,6			
Muut oikaisut	0,0				
Osakkuusyritysten tasearvo konsernin taseessa	2,8	0,6		0,1	1,6
Saamiset osakkuusyrityksiltä					
Velat osakkuusyrityksille					
Osakkuusyrityksestä kaudella saadut osingot ja pääoman palautukset	0,1	0,2		0,0	0,6

Osakkuusyritykset	Segmentti	Omistusosuus (%)	Osuus äänivallasta (%)
Arena Interactive Oy	Alma Markets	35,0	35,0
Autojerry Oy	Alma Markets	24,1	24,1
Conseco Press	Alma Talent	40,0	40,0
Infostud 3 d.o.o.	Alma Markets	25,0	25,0
Kolektiv d.o.o.	Alma Markets	30,0	30,0
Kytöpirtti Oy	Kohdistamaton	43,2	43,2
Media Metrics Finland Oy	Alma Markets	25,0	25,0
Muuttomaailma Oy	Alma Markets	16,3	16,3
Oy Suomen Tietotoimisto-Finska Notisbyrån Ab	Kohdistamaton	24,1	24,1
Vrabortuvanje Online	Alma Markets	30,0	30,0

Myynnit

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

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

Yhteisyritykset

Aikaisemmin yhteisyrityksenä raportoitu Oy Medi uutiset Ab muuttui tilikaudella 2017 tytäryhtiöksi.



4.5 Liiketoiminta lähipiirin kanssa

Alma Media -konsernin lähipiiriin luetaan osakkuusyritykset, jotka on eritelty liitteessä 4.4, sekä niiden omistamat yhtiöt sekä omistusyhteisyritykset.

Lähipiiriin luetaan myös yhtiön johto (hallituksen jäsenet, toimitusjohtajat sekä konsernin johtoryhmä). Johdon työsuhde-etuuksista ja muista johdon ja yhtiön välisistä lähipiiritapahtumista on kuvaus liitteessä 1.4.

Lähipiirin kanssa toteutuneet tavaroiden ja palveluiden myynnit perustuvat konsernin voimassaoleviin hintoihin.

LÄHIPIIRITAPAHTUMAT - OSAKKUUSYHTIÖT

MEUR	2017	2016
Tavaroiden ja palveluiden myynnit	0,4	0,5
Tavaroiden ja palveluiden ostot	2,9	5,4
Myynti-, laina- ja muut saamiset	0,0	0,2
Ostovelat	0,0	0,4

LÄHIPIIRITAPAHTUMAT - OSAKKUUSYHTIÖT

MEUR	2017	2016
Tavaroiden ja palveluiden myynnit	0,2	0,2
Tavaroiden ja palveluiden ostot	0,0	0,0
Myynti-, laina- ja muut saamiset	0,0	0,0
Ostovelat	0,0	0,0
Hankitut liiketoiminnot		1,0

LÄHIPIIRITAPAHTUMAT - JOHDON VAIKUTUSVALTAYHTEISÖT

MEUR	2017	2016
Tavaroiden ja palveluiden myynnit	0,0	0,1
Tavaroiden ja palveluiden ostot	0,0	0,1
Myynti-, laina- ja muut saamiset	0,0	0,0



5 Muut liitetiedot

5.1 Tuloverot

Tuloslaskelman verokulu muodostuu kauden verotettavaan tuloon perustuvasta verosta ja laskennallisesta verosta. Kauden verotettavaan tuloon perustuva vero lasketaan verotettavasta tulosta kunkin maan voimassa olevan verokannan perusteella. Veroa oikaistaan mahdollisilla edellisiin kausiin liittyvillä veroilla.

MEUR	2017	2016
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuva vero	10,5	6,8
Edellisten tilikausien verot ja muut verot	0,3	0,0
Laskennalliset verot	-1,6	-1,3
Yhteensä	9,2	5,5

TULOSLASKELMAN VEROKULUN JA KONSERNIN KOTIMAAN VEROKANNALLA LASKETTUJEN VEROJEN VÄLINEN TÄSMÄYTYSLASKELMA

Emoyhtiön kotimaan yhteisöverokanta oli vuonna 2017 20 % ja vuonna 2016 20 %. Laskennallisten verojen laskennassa on käytetty kotimaassa vuoden 2017 verokantana 20 %.

MEUR	2017	2016
Tulos ennen veroja	45,9	25,4
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	-0,7	-0,9
Yhteensä	45,3	24,4
Verot laskettuna emoyhtiön verokannalla	9,1	4,9
Ulkomaisten tytäryritysten eriävien verokantojen vaikutus	-0,2	0,0
Verovapaat tulot	-0,5	-0,3
Vähennyskelvottomat kulut	0,6	1,0
Aiemmin kirjaamattomien laskennallisten verosaamisten käyttö		0,0
Kirjaamattomat laskennalliset verosaamiset verotuksellisista tappioista	0,2	0,2
Muut erät	0,1	-0,2
Verot tuloslaskelmassa	9,2	5,5

Muihin laajan tuloksen eriin sisältyvät IAS 19 laadintaperiaatteesta johtuvien kirjausten verovaikutukset.

5.2 Laskennalliset verosaamiset ja -velat

i Laskennalliset verosaamiset ja -verovelat kirjataan kaikista väliaikaisista eroista kirjanpidon ja verotuksellisen arvon välillä. Laskennalliset verot on laskettu käyttämällä tilinpäätöspäivään mennessä säädettyjä verokantoja. Laskennallista verovelkaa ei kuitenkaan kirjata liikearvon alkuperäisestä kirjaamisesta tai jos se johtuu omaisuuserän tai velan alkuperäisestä kirjaamisesta, kun kyseessä ei ole liiketoimintojen yhdistämisen eikä liiketapahtuma toteutumisaikanaan vaikuta kirjanpidon tulokseen eikä verotettavaan tuloon.

Laskennallinen verosaaminen on kirjattu siihen määrään asti, kuin on todennäköistä, että tulevaisuudessa syntyy verotettavaa tuloa, jota vastaan väliaikainen ero voidaan hyödyntää. Tytäryritysten jakamattomista voittovaroista on kirjattu laskennallinen verovelka, silloin kun vero todennäköisesti realisoituu ennakoitavissa olevassa tulevaisuudessa. Laskennalliset verosaamiset ja -verovelat on netotettu yhtiökohtaisesti silloin, kun ne liittyvät saman veronsaajan perimiin tuloveroihin ja kun verottaja sallii yhtiön suorittaa tai vastaanottaa yhden nettomääräisen maksun. Laskennallinen verosaaminen kirjataan siihen määrään asti kuin on todennäköistä, että tulevaisuudessa syntyy verotettavaa tuloa, jota vastaan väliaikainen ero voidaan hyödyntää. Laskennallisten verosaamisten kirjaamisedellytys arvioidaan tältä osin aina jokaisen raportointikauden päättymispäivänä.



LASKENNALLISTEN VEROJEN MUUTOKSET VUODEN 2017 AIKANA

MEUR	31.12.2016	Kirjattu tulos-laskelmaan	Kirjattu omaan pää-omaan	Ostetut / myydyt tytäryritykset	31.12.2017
Laskennalliset verosaamiset					
Varaukset	0,2	0,3	0,0		0,5
Eläke-etuudet	0,2	0,0	0,0		0,2
Hyllypoistot	0,3	0,7	0,0		1,1
Muut erät	1,0	-0,1	0,0		0,9
Yhteensä	1,7	0,9	0,0		2,6
Verojen netotus	-0,3				-0,3
Laskennalliset verosaamiset taseessa	1,5				2,3
Laskennalliset verovelat					
Kertyneet poistoerot	0,3	0,0	0,0		0,3
Liiketoimintojen yhdistymiset	12,8	-0,8	0,1	0,3	12,4
Tytäryritysten kertyneet voittovarot	0,3	0,2			0,5
Muut erät	0,2	-0,1	0,0		0,1
Yhteensä	13,6	-0,7	0,1	0,3	13,3
Verojen netotus	-0,3				-0,3
Laskennalliset verovelat taseessa	13,3				13,0

Konserniyhtiöiden vahvistetuista tappioista kotimaa 0,1 milj. euroa ja ulkomaat 6,2 milj. euroa ei ole laskettu laskennallista verosaamista. Hyödyntäminen edellyttää, että niiden yhtiöiden, joihin tappioita kohdistuu, normaalitoiminta tuottaa veronalaista tuloa. Tappiot vanhenevat viimeistään vuonna 2024 muiden kuin Ruotsin yhtiöiden tappioista.

LASKENNALLISTEN VEROJEN MUUTOKSET VUODEN 2016 AIKANA

MEUR	31.12.2015	Kirjattu tulos-laskelmaan	Kirjattu omaan pääomaan	Ostetut / myydyt tytäryritykset	31.12.2016
Laskennalliset verosaamiset					
Varaukset	0,1	0,0			0,2
Eläke-etuudet	0,3	0,0	0,0	0,0	0,2
Hyllypoistot	0,4	-0,1	0,0		0,3
Muut erät	1,0	0,0			1,0
Yhteensä	1,8	-0,1	0,0	0,0	1,7
Verojen netotus	-0,3				-0,3
Laskennalliset verosaamiset taseessa	1,6				1,5
Laskennalliset verovelat					
Kertyneet poistoerot	0,3	0,1	0,0	0,0	0,3
Liiketoimintojen yhdistymiset	12,2	0,1	-0,1	0,6	12,8
Tytäryritysten kertyneet voittovarot	0,4	-0,1			0,3
Muut erät	1,6	-1,4	0,0		0,2
Yhteensä	14,4	-1,4	0,0	0,6	13,6
Verojen netotus	-0,3				-0,3
Laskennalliset verovelat taseessa	14,2				13,4



5.3 Tilikauden jälkeiset tapahtumat

Ajankohta, jolta tilinpäätökseen vaikuttavat asiat otetaan huomioon, käsittää tilinpäätöspäivän ja tilinpäätöksen julkistamispäivän välisen ajan. Julkistamispäivällä tarkoitetaan päivää, jolloin tilinpäätöstiedote julkaistaan. Edellä mainitulla ajanjaksoilla tapahtuvien asioiden osalta tarkastellaan, onko kysymyksessä tapahtuma, jonka osalta tilinpäätöksen tietoja tulee oikaista vai tapahtuma, jonka osalta tilinpäätöksen tietoja ei oikaista.

Tilinpäätöksen tietoja oikaistaan niillä tapahtumilla, jotka antavat lisänäyttöä tilikauden päättymishetkellä vallinneesta tilanteesta. Tällainen tapahtuma voi olla esimerkiksi tilanne, jossa tilinpäätöspäivän jälkeen on saatu tieto, jonka mukaan omaisuuserän arvo oli alentunut jo tilinpäätöspäivänä.

	Liiketoiminto	Hankintahetki	Hankinta- osuus	Konsernin omistusosuus
Alma Markets -segmentti				
Ahorauta Oy	Verkkopalvelu	03/01/2018	100 %	65 %
Autojerry Oy	Verkkopalvelu	10/01/2018	76 %	65 %
Käyttösofta Oy	Verkkopalvelu	10/01/2018	100 %	65 %

VASTIKE

MEUR	Käypä arvo
Käteismaksu	5,7
Ehdollinen vastike	10,0
Aik. omistusosuuden käyp. arvoon arvostus hankinnan yhteydessä	0,8
Vastike yhteensä	16,5

HANKINNAN SEURAUKSENA KIRJATUT VARAT JA VELAT

MEUR	Käypä arvo
Aineettomat hyödykkeet	5,2
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,2
Rahavarat	0,8
Hankitut varat yhteensä	6,2
Laskennalliset verovelat	1,0
Ostovelat ja muut velat	0,4
Hankitut velat yhteensä	1,4
Hankitut nettovarot	4,8
Konsernin osuus nettovaroista	4,8
Liikearvo	11,7

Liiketoimintojen yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot aineettomiin hyödykkeisiin liittyvät pääasiassa hankittuihin asiakassopimuksiin, brändiin ja itsekehitettyihin tietojärjestelmiin. Hankinnassa syntyneeseen liikearvoon vaikuttivat hankittuun liike-toimintaan liittyvät odotettavissa olevat synergiaedut.



Emoyhtiön tuloslaskelma (FAS)

MEUR	Liite	1.1.–31.12.2017	1.1.–31.12.2016
Liikevaihto	6.1	31,1	27,7
Liiketoiminnan muut tuotot	6.2	1,4	0,1
Materiaalit ja palvelut	6.3	0,1	0,1
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	6.4	11,6	12,0
Poistot ja arvonalentumiset	6.5	1,8	1,4
Liiketoiminnan muut kulut	6.6, 6.7, 6.8	25,5	25,9
Liikevoitto (-tappio)		-6,5	-11,5
Rahoitustuotot ja -kulut	6.9	7,8	10,9
Voitto ennen tilinpäätössiirtoja ja veroja		1,3	-0,6
Tilinpäätössiirrot	6.10	26,3	16,1
Tuloverot	6.11	-3,7	-0,9
Tilikauden voitto		23,9	14,6



Emoyhtiön tase (FAS)

MEUR	Liite	31.12.2017	31.12.2016
VASTAAVAA			
Pysyvät vastaavat			
Aineettomat hyödykkeet	6.12	3,5	4,0
Aineelliset hyödykkeet	6.13	2,1	2,3
Sijoitukset			
Osuudet saman konsernin yrityksissä	6.14	333,7	334,5
Muut sijoitukset		15,5	5,5
Pysyvät vastaavat yhteensä		354,7	346,4
Vaihtuvat vastaavat			
Lyhytaikaiset saamiset	6.15	36,7	33,0
Rahavarat		10,0	13,9
Vaihtuvat vastaavat yhteensä		46,7	46,9
Vastaavaa yhteensä		401,4	393,2

MEUR	Liite	31.12.2017	31.12.2016
VASTATTAVAA			
Oma pääoma			
Osakepääoma		45,3	45,3
Ylikurssirahasto		119,3	119,3
Muut rahastot		5,4	5,4
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto		110,8	110,8
Edellisten tilikausien voitto (tappio)		0,0	-0,6
Tilikauden voitto (tappio)		23,9	14,6
Oma pääoma yhteensä	6.16	304,6	294,7
Tilinpäätössiirtojen kertymä	6.17	0,4	0,2
Pakolliset varaukset	6.18	0,0	0,2
Vieras pääoma			
Pitkäaikainen vieras pääoma	6.19	5,7	10,7
Lyhytaikainen vieras pääoma	6.20	90,7	87,3
Vieras pääoma yhteensä		96,4	98,1
Vastattavaa yhteensä		401,4	393,2



Emoyhtiön rahoituslaskelma (FAS)

MEUR	1.1.–31.12.2017	1.1.–31.12.2016
Liiketoiminnan rahavirta		
Tilikauden voitto	23,9	14,6
Poistot ja arvonalentumiset	1,8	1,4
Pitkäaikaisten varojen myyntivoitot	-1,0	-0,1
Nettorahoituskulut (Tuloslaskelma)	-7,8	-10,9
Tuloverot	3,7	0,9
Varausten muutos	-0,2	0,2
Muut oikaisut	-25,8	-13,7
Käyttöpääoman muutos:		
Myyntisaamisten ja muiden saamisten muutos	3,1	-3,8
Ostovelkojen ja muiden velkojen muutos	14,8	12,8
Saadut osinkotuotot	12,4	11,4
Saadut korkotuotot	0,1	0,1
Maksetut korkokulut ja muut rahoituskulut	-0,9	-0,6
Maksetut verot	-1,0	0,0
Liiketoiminnan rahavirta	23,1	12,4
Investoinnit		
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla	-0,3	-5,9
Liiketoimintojen myynnit vähennettynä myyntihetken rahavaroilla	1,1	1,7
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	-0,1	0,0
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-1,0	-1,6
Investoinnit muihin sijoituksiin	0,0	0,0
Myönnettyt lainat	-14,5	
Ostetut ja myydyt osakkuusyhtiöt	1,6	0,0
Investointien nettorahavirta	-13,1	-5,8
Rahavirta ennen rahoitusta	10,0	6,6

MEUR	1.1.–31.12.2017	1.1.–31.12.2016
Rahoitus		
Pitkäaikaisten lainojen nostot		10,0
Pitkäaikaisten lainojen takaisinmaksut	-5,0	-2,5
Lyhytaikaisten lainojen nostot	3,0	86,0
Lyhytaikaisten lainojen takaisinmaksut	-13,0	-95,0
Omien osakkeiden hankinta	-1,2	
Korollisten saamisten lisäys tai vähennys	-0,6	0,6
Saadut ja maksetut konserniavustukset	16,2	12,7
Maksetut osingot	-13,2	-9,9
Rahoituksen nettorahavirta	-13,8	1,9
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	-3,8	8,4
Rahavarat tilikauden alussa	13,9	5,4
Rahavarat tilikauden lopussa	10,0	13,9

Emoyhtiön tilinpäätöksen laatimisperiaatteet

Perustiedot

Alma Media Oyj on suomalainen, Suomen lakien mukaan perustettu julkinen osakeyhtiö. Sen kotipaikka on Helsinki ja osoite Alvar Aallonkatu 3 C, PL 140, 00101 Helsinki.

Emoyhtiön tilinpäätös

Emoyhtiön tilinpäätös on laadittu suomalaisen (FAS = Finnish Accounting Standards) tilinpäätössäännösten mukaisesti.

Emoyhtiö on perustettu 27.1.2005. Vanha Alma Media Oyj sulautui 7.11.2005 Almanova Oyj:öön, joka otti sulautumisen jälkeen Alma Media Oyj -nimen. Sulautumisen yhteydessä muodostunut fuusioerutus on aktivoitu konserniosakkeisiin.

Pysyvät vastaavat

Aineettomat ja aineelliset hyödykkeet on aktivoitu välittömiin hankintamenoihin vähennettynä suunnitelman mukaisilla poistoilla ja arvonalentumisilla. Suunnitelman mukaiset poistot on laskettu alkuperäisten hankinta-arvojen ja arvioidun taloudellisen pitoajan perusteella. Maa-alueista ei tehdä poistoja. Käytetyt poistoajat ovat seuraavat:

Rakennukset	30–40 vuotta
Rakennelmat	5 vuotta
Koneet ja kalusto	3–10 vuotta
Muut pitkävaikutteiset menot	5–10 vuotta
Aineettomat oikeudet	5–10 vuotta

Tutkimus- ja kehittämismenot

Tutkimusmenot kirjataan kuluksi sillä kaudella, jolloin ne ovat syntyneet. Kehittämismenot aktivoidaan silloin kun on odotettavissa, että aineettomasta hyödykkeestä tulee vastaista taloudellista lisäarvoa ja siitä syntyvät menot kyetään luotettavasti määrittämään.

Vaihto-omaisuus

Vaihto-omaisuus on arvostettu välittömiin hankintamenoihin tai niitä alhaisempiin todennäköisiin luovutushintoihin. Vaihto-omaisuuden jaksotuksessa on noudatettu FIFO-periaatetta.

Verot

Tuloslaskelmaan on kirjattu tuloveroina tilikauden tulosta vastaava vero ja aikaisempien tilikausien verojen oikaisut. Laskennallisia verosaamia ei ole kirjattu emoyhtiön kirjanpitoon.

Valuuttamääräiset erät

Ulkomaanrahan määräiset liiketapahtumat on kirjattu kirjanpitoon tapahtumapäivän kurssiin. Tilinpäätöksessä saatavat ja velat on arvostettu tilinpäätöspäivän keskikurssiin. Myynteihin ja ostoihin liittyvät kurssierot on käsitelty tuloslaskelmassa kyseisten erien oikaisuerinä. Lainoihin ja lainasaamisiin liittyvät toteutuneet ja toteutumattomat kurssierot on kirjattu tuloslaskelman muihin rahoitustuottoihin ja -kuluihin. Emoyhtiöllä ei ole merkittäviä valuuttalainoja.

Eläkejärjestelyt

Emoyhtiön henkilöstön lakisääteinen ja vapaaehtoinen eläketurva on järjestetty pääosin eläkevakuutusyhtiössä.

Muut työsuhde-etuudet

Emoyhtiössä ovat voimassa pitkän aikavälin osakepohjainen kannustinjärjestely yhtiön johdolle ja erälle avainhenkilöille (LTI 2015-järjestely). Suomalaisen FAS-tilinpäätössäännösten mukaisesti optioetuutta eikä osakepalkkiota ei ole arvostettu käypään arvoon, eikä laskennallista työsuhde-etuutta ole kirjattu tulosvaikutteisesti kuluksi.

Emoyhtiön tilinpäätöksen liitetiedot

6.1 Liikevaihto markkina-alueittain

MEUR	2017	2016
Kotimaa	31,1	27,7
Yhteensä	31,1	27,7

6.2 Liiketoiminnan muut tuotot

MEUR	2017	2016
Myyntivoitot	1,4	0,1
Muut tuotot	0,0	0,0
Yhteensä	1,4	0,1

6.3 Materiaalit ja palvelut

MEUR	2017	2016
Materiaalit ja palvelut	0,1	0,1
Yhteensä	0,1	0,1

6.4 Henkilöstökulut

MEUR	2017	2016
Palkat ja palkkiot	9,1	9,2
Eläkekulut	1,6	1,8
Muut henkilösivukulut	1,0	1,0
Yhteensä	11,6	12,0
Henkilöstömäärä keskimäärin*	119	118
Johdon palkat ja palkkiot		
Toimitusjohtaja	0,9	0,7
Konsernin muut johtoryhmän jäsenet	2,2	1,8
Hallituksen jäsenet	0,3	0,3
Yhteensä	3,4	2,9

* Vertailuvuoden tietoa on muutettu vastaamaan vuoden 2017 esitystapaa.

Emoyhtiön toimitusjohtajan etuuksia on kuvattu tarkemmin konsernitilinpäätöksen liitetiedoissa, liitteessä 7.

6.5 Poistot ja arvonalennukset

MEUR	2017	2016
Suunnitelman mukaiset poistot	1,8	1,4
Yhteensä	1,8	1,4



6.6 Liiketoiminnan muut kulut

MEUR	2017	2016
Tietotekniikka ja tietoliikennekulut	9,9	9,3
Toimitilakulut	10,1	11,0
Muut kulut	5,5	5,5
Yhteensä	25,5	25,9

6.7 Tilintarkastajien palkkiot

1 000 EUR	2017	2016
Tilintarkastuspalkkiot	281,3	270,0
Todistukset ja lausunnot	4,5	5,6
Veroneuvonta	6,9	9,3
Muut palkkiot	53,5	177,3
Yhteensä	346,2	462,2

Emoyhtiön tilintarkastuspalkkiot sisältävät koko konsernin tilintarkastusveloitukset.

6.8 Tutkimus- ja kehittämismenot

Yhtiö ei ole aktivoanut taseeseen tilikaudella 2017 tutkimus- ja kehittämismenoja (0,2 M€).

6.9 Rahoitustuotot ja -kulut

MEUR	2017	2016
Osinkotuotot		
Saman konsernin yrityksiltä	11,8	10,5
Omistusyhteisy yrityksiltä	0,6	0,9
Muilta	0,0	0,0
Yhteensä	12,4	11,4
Muut korko- ja rahoitustuotot		
Saman konsernin yrityksiltä	0,1	0,1
Arvonmuutokset käypään arvoon kirjattavista rahoitusvaroista	0,2	0,0
Muilta	0,0	0,0
Yhteensä	0,3	0,1
Arvonalentumiset pysyvien vastaavien sijoituksista		
Arvonalentumiset pysyvien vastaavien sijoituksista	-4,0	
Yhteensä	-4,0	
Korkokulut ja muut rahoituskulut		
Saman konsernin yrityksille	-0,5	0,0
Muille	-0,4	-0,6
Yhteensä	-0,9	-0,6
Valuuttakurssivoitot / tappiot		
Valuuttakurssivoitot ja -tappiot	0,0	0,0
Rahoitustuotot ja -kulut yhteensä	7,8	10,9



6.10 Tilinpäätössiirrot

MEUR	2017	2016
Suunnitelman mukaisten ja verotuksessa tehtyjen poistojen erotus	-0,2	-0,1
Satunnaiset tuotot/konserniavustus	26,6	16,2
Yhteensä	26,3	16,1

6.11 Tuloverot

MEUR	2017	2016
Tuloverot satunnaisista eristä		
Tuloverot varsinaisesta toiminnasta	-3,7	-0,9
Yhteensä	-3,7	-0,9

6.12 Aineettomat hyödykkeet

MEUR	Aineettomat oikeudet	Liikearvo	Muut pitkävaikutteiset menot	Ennakko-maksut	Yhteensä
Tilikausi 2017					
Hankintameno 1.1.	7,3		0,5	0,8	8,6
Lisäykset	0,8			0,2	1,0
Vähennykset					
Siirrot erien välillä	0,8			-0,8	
Hankintameno 31.12.	8,9		0,5	0,2	9,6
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.	4,1		0,5		4,6
Vähennysten kertyneet poistot					
Tilikauden poisto	1,6				1,6
Kertyneet poistot 31.12.	5,7		0,5		6,2
Kirjanpitoarvo 31.12.2017	3,2			0,2	3,5
Tilikausi 2016					
Hankintameno 1.1.	6,5		0,5	0,0	7,0
Lisäykset	0,8			0,8	1,6
Vähennykset					
Siirrot erien välillä	0,0			0,0	
Hankintameno 31.12.	7,3		0,5	0,8	8,6
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.	2,9		0,5		3,4
Vähennysten kertyneet poistot					
Tilikauden poisto	1,2				1,2
Kertyneet poistot 31.12.	4,1		0,5		4,6
Kirjanpitoarvo 31.12.2016	3,2			0,8	4,0



6.13 Aineelliset hyödykkeet

MEUR	Maa-alueet	Rakennukset	Koneet ja kalusto	Muut aineelliset hyödykkeet	Ennakkomaksut ja keskeneräiset hankinnat	Yhteensä
Tilikausi 2017						
Hankintameno 1.1.	0,5	4,4	0,5	1,0		6,4
Lisäykset			0,0		0,1	0,1
Vähennykset	-0,1	-0,5				-0,6
Hankintameno 31.12.	0,4	3,9	0,6	1,0	0,1	5,9
Kertyneet poistot 1.1.		3,3	0,5	0,4		4,2
Vähennysten kertyneet poistot		-0,5				-0,5
Tilikauden poisto		0,1	0,0	0,1		0,2
Kertyneet poistot 31.12.		2,8	0,5	0,5		3,8
Kirjanpitoarvo 31.12.2017	0,4	1,1	0,0	0,5	0,1	2,1
Koneiden ja laitteiden tasearvo 31.12.2017			0,0			
Tilikausi 2016						
Hankintameno 1.1.	0,5	4,4	0,5	1,0		6,4
Lisäykset						
Vähennykset						
Hankintameno 31.12.	0,5	4,4	0,5	1,0		6,4
Kertyneet poistot 1.1.		3,2	0,5	0,3		4,0
Vähennysten kertyneet poistot						
Tilikauden poisto		0,1	0,0	0,1		0,2
Kertyneet poistot 31.12.		3,3	0,5	0,4		4,2
Kirjanpitoarvo 31.12.2016	0,5	1,1	0,0	0,6		2,3
Koneiden ja laitteiden tasearvo 31.12.2016			0,0			



6.14 Sijoitukset

MEUR	Osakkeet konserniyritykset	Osakkeet omistusyhteisyritykset	Osakkeet muut	Yhteensä
Tilikausi 2017				
Hankintameno 1.1.	583,1	4,2	1,3	588,7
Lisäykset	0,3			0,3
Vähennykset	-1,2	-0,6	0,0	-1,7
Siirrot erien välillä				
Hankintameno 31.12.	582,3	3,7	1,3	587,3
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.	248,6		0,0	248,6
Vähennysten ja siirtojen kertyeet poistot				
Arvonalennukset				
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 31.12.	248,6		0,0	248,6
Kirjanpitoarvo 31.12.2017	333,7	3,7	1,3	338,7
Tilikausi 2016				
Hankintameno 1.1.	581,1	5,0	1,3	587,4
Lisäykset	1,3			1,3
Vähennykset			0,0	0,0
Siirrot erien välillä	0,8	-0,8		
Hankintameno 31.12.	583,1	4,2	1,3	588,7
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 1.1.	248,6		0,0	248,6
Vähennysten ja siirtojen kertyeet poistot				
Arvonalennukset				
Kertyneet poistot ja arvonalennukset 31.12.	248,6		0,0	248,6
Kirjanpitoarvo 31.12.2016	334,5	4,2	1,3	340,1



EMOYHTIÖN OMISTUS TYTÄRYRITYKSISSÄ JA OSAKKUUSYHTIÖISSÄ

Yhtiö	Kotipaikka	Yhtiön omistusosuus %	Osuus äänivallasta %	Konsernin omistusosuus %
Tytär yritykset				
Alma Career Oy	Helsinki	83,34	83,34	83,34
Alma Manu Oy	Tampere	100,00	100,00	100,00
Alma Media Kustannus Oy	Helsinki	100,00	100,00	100,00
Alma Media Suomi Oy	Helsinki	100,00	100,00	100,00
Alma Mediapartners Oy	Helsinki	65,00	65,00	65,00
Karenstock Oy	Helsinki	100,00	100,00	100,00
Alma Talent Oy	Helsinki	100,00	100,00	100,00
Kotikokki.net Oy	Helsinki	65,00	65,00	65,00
Objektvision AB	Ruotsi	100,00	100,00	100,00
Rantapallo Oy	Helsinki	79,00	79,00	79,00
Kiinteistö Oy Tampereen Patamäenkatu 7	Tampere	100,00	100,00	100,00
Osakkuusyrietykset				
Arena Interactive Oy	Vaasa	35,00	35,00	35,00
As Oy Lindemaninpiha	Jämsä	22,56	22,56	22,56
Kolektiv d.o.o.	Bosnia	30,00	30,00	30,00
Infostud 3 d.o.o.	Serbia	25,00	25,00	25,00
Kiinteistö Oy Keuruun Tervaportti	Keuruu	28,20	28,20	28,20
Kiinteistö Oy Kylmäsenkulma	Kemijärvi	20,26	20,26	20,26
Kytöpirtti Oy	Seinäjoki	43,20	43,20	43,20
Nokian Uutistalo Oy	Nokia	36,90	36,90	36,90
Oy Suomen Tietotoimisto - Finska Notisbyrån Ab	Helsinki	24,07	24,07	24,07

6.15 Saamiset

MEUR	2017	2016
Lyhytaikaiset saamiset		
Saamiset samaan konserniin kuuluilta yrityksiltä		
Myyntisaamiset	0,1	0,1
Lainasaamiset*	34,2	27,4
Lainasaamiset		3,6
Siirtosaamiset	1,1	0,9
Yhteensä	35,4	31,9
Saamiset muilta		
Myyntisaamiset	0,1	0,0
Muut saamiset	0,2	0,2
Siirtosaamiset**	1,0	0,8
Yhteensä	1,3	1,1
Lyhytaikaiset saamiset yhteensä	36,7	33,0

* Konsernipankkitileillä olevat varat on esitetty lainasaamisissa.

** Siirtosaamisten olennaiset erät johtuvat ICT ostolaskujaksotuksista.



6.16 Oma pääoma

MEUR	2017	2016
Sidottu oma pääoma		
Osakepääoma 1.1.	45,3	45,3
Osakepääoma 31.12.	45,3	45,3
Ylikurssirahasto 1.1.	119,3	119,3
Ylikurssirahasto 31.12.	119,3	119,3
Muut rahastot 1.1.	5,4	5,4
Muut rahastot 31.12.	5,4	5,4
Sidottu oma pääoma yhteensä	169,9	169,9
Vapaa oma pääoma		
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto 1.1.	110,8	190,7
Pääomanpalautus		-9,9
Siirto kertyneet voittovarot		-70,1
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto 31.12.	110,8	110,8
Kertyneet voittovarot 1.1.	14,0	-70,8
Siirto sijoitetun vapaan oman pääoman rahastosta		70,1
Maksamattomien osinkojen purku		0,1
Osingonjako	-13,2	
Omien osakkeiden hankinta	-1,2	
Omien osakkeiden luovutus	0,4	
Kertyneet voittovarot 31.12.	0,0	-0,6
Tilikauden voitto	23,9	14,6
Vapaa oma pääoma yhteensä	134,6	124,8
Oma pääoma yhteensä	304,6	294,7

MEUR	2017	2016
Laskelma jakokelpoisesta omasta pääomasta 31.12.		
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	110,8	110,8
Taseeseen aktivoidut kehittämismenot	-0,1	-0,2
Voitto edelliseltä tilikaudelta	0,0	-0,6
Tilikauden voitto	23,9	14,6
Yhteensä	134,5	124,6

6.17 Tilinpäätössiirrot

MEUR	2017	2016
Suunnitelman mukaisten ja verotuksessa tehtyjen poistojen erotus	0,4	0,2

6.18 Pakolliset varaukset

Pakolliset varaukset tilikaudella 2017 8 088,72 € (tilikaudella 2016: 208 089,72 €).

6.19 Pitkäaikainen vieras pääoma

MEUR	2017	2016
Lainat rahoituslaitoksilta	5,0	10,0
Muut pitkäaikaiset velat	0,7	0,7
Yhteensä	5,7	10,7
Velat, jotka eräännyvät myöhemmin kuin viiden vuoden kuluttua		
Muut pitkäaikaiset velat	0,2	0,3

6.20 Lyhytaikainen vieras pääoma

MEUR	2017	2016
Lainat rahoituslaitoksilta		10,0
Ostovelat	0,9	0,7
Yhteensä	0,9	10,7
Velat samaan konserniin kuuluville yrityksille		
Ostovelat	0,6	0,0
Muut velat	81,9	70,8
Siirtovelat	0,1	0,0
Yhteensä	82,6	70,9
Velat osakkuusyhtiöille		
Muut velat		0,2
Ostovelat		0,7
Yhteensä		0,9
Muulle		
Varaukset	0,0	0,2
Muut lyhytaikaiset velat	1,3	1,4
Siirtovelat	6,0	3,4
Yhteensä	7,3	5,0
Lyhytaikainen vieras pääoma yhteensä	90,7	87,6

Siirtoveloista merkittävimmän osan muodostavat henkilöstökulujaksotukset.

6.21 Vakuudet ja vastuusitoumukset

MEUR	2017	2016
Konserniyhtiön velasta		
Takaukset	1,0	1,0
Muiden puolesta		
Takaukset	0,9	0,9
Muut omat vastuut		
Vuokravastuut – yhden vuoden kuluessa maksettavat	8,2	8,8
Vuokravastuut – myöhemmin maksettavat	60,9	68,2
Vuokravastuut yhteensä	69,1	77,0
Muut vastuut	1,0	1,6
Yhteensä		
Takaukset	1,9	1,9
Muut vastuut	70,2	78,6
Vastuut yhteensä	72,0	80,5

Tilinpäätöshetkellä yhtiöllä oli 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Ohjelman puitteissa yritys voi laskea liikkeelle todistuksia yhteisarvoltaan 0–100 milj. euroa. Yritystodistuksia ei ollut liikkeellä tilinpäätöshetkellä 31.12.2017. Yritystodistusohjelman lisäksi yhtiö voi käyttää olemassa olevia rahoituslimiittisopimuksia käyttö-pääoman rahoittamiseen.

Alma Media tiedotti 24.10.2016 käyttävänsä toimitila- ja tuotantokiinteistön vuokrasopimukseen sisältyvän katkaisuoption ja lunastavansa kiinteistön DNB Bank ASA:lta Patamäenkatu 7:ssä Tampereella. Kiinteistökauppa, arvoltaan 14,8 milj. euroa, toteutettiin ja kirjattiin Alma Median taseeseen 30.10.2017. Kiinteistö luokitellaan IAS 40 sijoituskiinteistöt -standardin mukaiseksi sijoituskiinteistöksi. Vuonna 2016 tilan vuokrasopimukseen liittyvä vuokravastuu sisältyi vuokravastuisiin.



6.22 Johdannaissopimukset

MEUR	2017	2016
Hyödykejohdannaiset (Sähkötermiinit)		
Käypä arvo*	0,0	0,0
Kohde-etuuden arvo	0,3	0,3
Korkojohdannaiset		
Käypä arvo*	-0,5	-0,7
Kohde-etuuden arvo	19,4	19,4

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



Toimintakertomuksen ja tilinpäätöksen allekirjoitukset

Konsernin emoyhtiön voitonjakokelpoiset varat 31.12.2017 ovat yhteensä 134 532 841 euroa.

Osinkoon oikeuttavia osakkeita on 82 383 182 kappaletta.

Hallitus ehdottaa varsinaiselle yhtiökokoukselle, että tilikaudelta 2017 maksetaan osinkoa 0,24 euroa osaketta kohden (2016 0,16 euroa osakkeelta). Tilinpäätöshetkellä 31.12.2017 ulkona olevien osakkeiden 82 223 182 kappaletta perusteella osingon määrä on yhteensä 19 733 564 (13 181 309) euroa.

Yhtiön taloudellisessa asemassa ei tilikauden päättymisen jälkeen ole tapahtunut olennaisia muutoksia. Ehdotettu voitonjako ei hallituksen näkemyksen mukaan vaaranna yhtiön maksukykyä.

Helsingissä 13.2.2018

Harri Suutari
Hallituksen puheenjohtaja

Petri Niemisvirta
hallituksen
varapuheenjohtaja

Mitti Storckovius
hallituksen jäsen

Kai Telanne
toimitusjohtaja

Esa Lager
hallituksen jäsen

Matti Korkiatupa
hallituksen jäsen

Catharina
Stackelberg-Hammarén
hallituksen jäsen

TILINTARKASTAJIEN TILINPÄÄTÖSMERKINTÄ

Suoritetusta tilintarkastuksesta on tänään annettu kertomus.

Helsingissä 13.2.2018

PricewaterhouseCoopers Oy
Tilintarkastusyhteisö

Markku Launis
KHT



Tilintarkastuskertomus

Alma Media Oyj:n yhtiökokoukselle

Tilinpäätöksen tilintarkastus

Lausunto

Lausuntonamme esitämme, että

- konsernitilinpäätös antaa oikean ja riittävän kuvan konsernin taloudellisesta asemasta sekä sen toiminnan tuloksesta ja rahavirroista EU:ssa käyttöön hyväksytyjen kansainvälisten tilinpäätösstandardien (IFRS) mukaisesti
- tilinpäätös antaa oikean ja riittävän kuvan emoyhtiön toiminnan tuloksesta ja taloudellisesta asemasta Suomessa voimassa olevien tilinpäätöksen laatimista koskevien säännösten mukaisesti ja täyttää lakisääteiset vaatimukset.

Lausuntomme on ristiriidaton tarkastusvaliokunnalle annetun lisäraportin kanssa.

Tilintarkastuksen kohde

Olemme tilintarkastaneet Alma Media Oyj:n (y-tunnus 1944757-4) tilinpäätöksen tilikaudelta 1.1.–31.12.2017. Tilinpäätös sisältää:

- konsernin taseen, laajan tuloslaskelman, laskelman oman pääoman muutoksista, rahavirtalaskelman ja liitetiedot, mukaan lukien yhteenveto merkittävistä tilinpäätöksen laatimisperiaatteista
- emoyhtiön taseen, tuloslaskelman, rahoituslaskelman ja liitetiedot.

Lausunnon perustelut

Olemme suorittaneet tilintarkastuksen Suomessa noudatettavan hyvän tilintarkastustavan mukaisesti. Hyvän tilintarkastustavan mukaisia velvollisuuksiimme kuvataan tarkemmin kohdassa Tilintarkastajan velvollisuudet tilinpäätöksen tilintarkastuksessa.

Käsityksemme mukaan olemme hankkineet lausuntomme perustaksi tarpeellisen määrän tarkoitukseen soveltuvaa tilintarkastusevidenssiä.

Riippumattomuus

Olemme riippumattomia emoyhtiöstä ja konserniyrityksistä niiden Suomessa noudatettavien eettisten vaatimusten mukaisesti, jotka koskevat suorittamaamme tilintar-

kastusta ja olemme täyttäneet muut näiden vaatimusten mukaiset eettiset velvollisuutemme.

Emoyhtiölle ja konserniyrityksille suorittamamme muut kuin tilintarkastuspalvelut ovat parhaan tietomme ja käsityksemme mukaan olleet Suomessa noudatettavien, näitä palveluja koskevien säännösten mukaisia, emmekä ole suorittaneet EU-asetuksen 537/2014 5. artiklan 1-kohdassa tarkoitettuja kiellettyjä palveluja. Suorittamamme muut kuin tilintarkastuspalvelut on esitetty konsernitilinpäätöksen liitetiedossa 1.3.5.

Tarkastuksen yleinen lähestymistapa

Yhteenveto

Olennaisuus

- Konsernitilinpäätökselle määritetty olennaisuus oli 3,6 miljoonaa euroa

Tarkastuksen laajuus

- Tarkastuksen kohteena on ollut emoyhtiö sekä sen tytäryhtiöitä Suomessa, Slovakiassa, Tšekeissä ja Ruotsissa

Keskeiset seikat

- Liikevaihdon kuuluminen oikealle kaudelle
- Liikearvon ja rajoittamattoman taloudellisen vaikutusajan omaavien tuotemerkkien arvostus
- Tytäryhtiöosakkeiden arvostus (Emoyhtiö)

Osana tilintarkastuksen suunnittelua olemme määrittäneet olennaisuuden ja arvioineet riskiä siitä, että tilinpäätöksessä on olennainen virheellisyys. Erityisesti olemme arvioineet alueita, joiden osalta johto on tehnyt subjektiivisia arvioita. Tällaisia ovat esimerkiksi merkittävät kirjanpidolliset arviot, joihin liittyy oletuksia ja tulevien tapahtumien arviointia.

Olennaisuus

Tarkastuksemme suunnitteluun ja suorittamiseen on vaikuttanut soveltamamme olennaisuus. Tilintarkastuksen tavoitteena on hankkia kohtuullinen varmuus siitä, onko tilinpäätöksessä kokonaisuutena olennaista virheellisyttä. Virheellisyyksiä



voi aiheutua väärinkäytöksestä tai virheestä. Niiden katsotaan olevan olennaisia, jos niiden yksin tai yhdessä voitaisiin kohtuudella odottaa vaikuttavan taloudellisiin päätöksiin, joita käyttäjät tekevät tilinpäätöksen perusteella.

Perustuen ammatilliseen harkintaamme määritimme olennaisuuteen liittyen tiettyjä kvantitatiivisia raja-arvoja, kuten alla olevassa taulukossa kuvatun konsernitilinpäätökselle määritetyn olennaisuuden. Nämä raja-arvot yhdessä kvalitatiivisten tekijöiden kanssa auttoivat meitä määrittämään tarkastuksen kokonaislaajuuden ja yksittäisten tilintarkastustoimenpiteiden luonteen, ajoituksen ja laajuuden sekä arvioimaan virheellisyyksien vaikutusta tilinpäätökseen kokonaisuutena.

Konsernitilinpäätökselle määritetty olennaisuus

3,6 miljoonaa euroa

Olennaisuuden määrittämisessä käytetty vertailukohde

Liikevaihto

Perustelut vertailukohteen valinnalle

Valitsimme olennaisuuden määrittämisen vertailukohteeksi liikevaihdon, koska käsitksemme mukaan tilinpäätöksen lukijat käyttävät yleisimmin näitä kriteereitä arvioidessaan konsernin suoriutumista. Liikevaihto antaa harkintamme mukaan vakaaman perustan olennaisuuden määrittelyyn. Lisäksi liikevaihto on yleisesti hyväksytty vertailukohde.

Konsernitilinpäätöksen tarkastuksen laajuuden määrittäminen

Tilintarkastuksemme laajuutta määrittäessämme olemme ottaneet huomioon Alma Media -konsernin rakenteen, toimialan sekä taloudelliseen raportointiin liittyvät prosessit ja kontrollit.

Emoyhtiön lisäksi tarkastuksemme laajuuteen ovat sisältyneet konsernin merkittävimmät Suomen, Tšekin, Slovakian ja Ruotsin tytäryhtiöt. Konsernin liikevaihto muodostuu merkittäviltä osin näistä tytäryhtiöistä. Muihin tytäryrityksiin ei katsota liittyvän olennaisen virheen riskiä konsernitilinpäätöksen kannalta.

Tilintarkastuksen kannalta keskeiset seikat

Tilintarkastuksen kannalta keskeiset seikat ovat seikkoja, jotka ammatillisen harkintamme mukaan ovat olleet merkittävimpiä tarkastuksen kohteena olevan tilikauden tilintarkastuksessa. Nämä seikat on otettu huomioon tilinpäätökseen kokonaisuutena kohdistuneessa tilintarkastuksessamme sekä laatiessamme siitä annettavaa lausuntoa, emmekä anna näistä seikoista erillistä lausuntoa.

Otamme kaikissa tilintarkastuksissamme huomioon riskin siitä, että johto sivuuttaa kontroleja. Tähän sisältyy arviointi siitä, onko viitteitä sellaisesta johdon tarkoitushakuisesta suhtautumisesta, josta aiheutuu väärinkäytöksestä johtuvan olennaisen virheellisyyden riski.

Konsernitilinpäätöksen tilintarkastuksen kannalta keskeinen seikka

LIIVEVAIHDON KUULUMINEN OIKEALLE KAUDELLA

Katso konsernitilinpäätöksen laatimisperiaatteet ja liitetieto 1.2 Liiketoiminnan tuotot. Riski siitä, että myynti on kirjattu väärälle kaudelle on tilinpäätöksen kannalta merkittävä riski erän suuruuden ja luonteen takia.

Konsernin liikevaihto muodostuu sisältömyynnistä, mainosmyynnistä sekä palveluiden myynnistä. Sisältömyynti tuloutetaan digitaalisen myynnin osalta sopimuskaudelle ja printin julkaisujen osalta lehtien julkaisukalenterin mukaisesti. Mainosmyynnin tuloutusajankohta määräytyy mainoksen julkaisuajankohdan mukaisesti. Palvelumyynti tuloutetaan suoriteperusteiden mukaisesti kaudelle, jolloin palvelu luovutetaan.

MITEN SEIKKAA ON KÄSITELTY TILINTARKASTUKSESSA

- Läpikävimme konsernin liikevaihtoprosessiin liittyvien kontrollien asianmukaisuutta ja testasimme myynnin tuloutusajankohdan oikeellisuuteen liittyvien kontrollien tehokkuutta.
- Arvioimme liikevaihtoon sovellettavien laskentaperiaatteiden asianmukaisuutta sekä tarkastimme otannan perusteella, että yksittäiset sopimukset ja tilaukset on tuloutettu liikevaihdoksi konsernin laskentaperiaatteiden mukaisesti.
- Yllä mainittujen toimenpiteiden lisäksi tarkastimme kauden aikana toteutuneita myyntitapahtumia.

Konsernitilinpäätöksen tilintarkastuksen kannalta keskeinen seikka

LIIEKARVON JA RAJOITTAMATTOMAN TALOUDELLISEN VAIKUTUSAJAN OMAAVIEN TUOTEMERKKIEN ARVOSTUS

Katso konsernitilinpäätöksen laatimisperiaatteet ja liitetieto 2.1. Aineettomat hyödykkeet ja liikearvo.

Alma Media konsernin taseessa 31.12.2017 on liikearvoa 121,7 miljoonaa euroa ja rajoittamattoman taloudellisen vaikutusajan omaavia tuotemerkkejä 35,1 miljoonaa euroa. Liikearvo ja taloudelliselta vaikutusajalta rajoittamattomat tuotemerkit on kohdistettu konsernin rahavirtaa tuottaville yksiköille.



Yhtiö testaa liikearvon arvonalentumisen varalta aina, kun on viitteitä siitä, että arvo saattaa olla alentunut, mutta kuitenkin vähintään kerran vuodessa.

Arvonalentumistestauksessa verrataan taseessa olevaa liikearvon määrää kerrytetävissä olevaan rahamäärään. Kerrytettävissä olevat rahamäärät perustuvat käyttöarvolaskelmiin. Nämä laskelmat edellyttävät johdolta merkittävää harkintaa, joka liittyy arvioihin tulevista rahavirroista, kuten arviot mainos- ja sisältömyynnin kehityksestä, sekä diskonttokoron määrittämiseen.

Liikearvon ja taloudelliselta vaikutusajalta rajoittamattomien tuotemerkkien määrä konsernin taseessa on merkittävä ja sen arvostukseen liittyy merkittävää johdon harkintaa. Näistä seikoista johtuen liikearvon ja taloudelliselta vaikutusajalta rajoittamattomien tuotemerkkien arvostus on tilintarkastuksen kannalta keskeinen seikka.

Keskityimme tarkastustoimenpiteissämme johdon harkintaa edellyttävien arvioiden asianmukaisuuden varmentamiseen seuraavin toimenpitein:

- Tarkastimme yhtiön käyttämän käyttöarvon laskentamallin oikeellisuuden vertaamalla mallia IAS 36: Omaisuuserien arvonalentuminen –standardin vaatimuksiin sekä tarkastamalla laskelmien matemaattisen oikeellisuuden;
- Arvioimme käyttöarvolaskelmissa käytettyjen rahavirtaennusteiden määrittämiseen liittyvää prosessia ja vertasimme ennusteita hallituksen hyväksymiin budjetteihin ja strategialukuihin;
- Arvioimme johdon käyttämien ennusteiden luotettavuutta muun muassa liikevaihdon kasvun ja liikevoiton kehittymisen osalta vertaamalla aikaisempien vuosien ennusteita toteumiin sekä mainos- ja sisältömyynnin ennustettua kehitystä ulkopuolisiin ennusteisiin;
- Arvioimme johdon laatimassa herkkyysslaskelmassa käytettyjen oletusten asianmukaisuutta; ja
- Laskelmissa käytettyjen diskonttokorkojen tarkastamisessa käytimme apuna PwC:n arvonmäärittämiseen erikoistuneita asiantuntijoita.
- Arvioimme myös konsernitilinpäätöksen liitetiedossa 2.1 esitettyjen tietojen riittävyyttä ja asianmukaisuutta.

Emoyhtiön tilinpäätöksen tilintarkastuksen kannalta keskeinen seikka

TYTÄRYHTIÖSIJOITUSTEN ARVOSTUS EMOYHTIÖN TILINPÄÄTÖKSESSÄ

Katso Emoyhtiön tilinpäätöksen liitetieto 6.14 Sijoitukset.

Alma Media Oyj:n tilinpäätöksessä 31.12.2017 tytäryhtiösjoitusten arvo on 333,7 miljoonaa euroa. Yhtiö suorittaa vuosittain arvonalentumistestauksen tytäryhtiösjoitus-

ten arvonalentumisen varalta määrittämällä niiden kerrytettävissä oleva rahamäärä käyttöarvon avulla.

Alma Media Oyj ei kirjannut arvonalentumisia tytäryhtiösjoituksista tilikaudella. Tytäryhtiösjoitusten määrä emoyhtiön taseessa on merkittävä ja niiden arvostukseen liittyy merkittävää johdon harkintaa. Näistä seikoista johtuen tytäryhtiösjoitusten arvostus on tilintarkastuksen kannalta keskeinen seikka.

MITEN SEIKKAA ON KÄSITELTY TILINTARKASTUKSESSA

Keskityimme tarkastustoimenpiteissämme johdon harkintaa edellyttävien arvioiden asianmukaisuuden varmentamiseen seuraavin toimenpitein:

- Arvioimme käyttöarvolaskelmissa käytettyjen rahavirtaennusteiden määrittämiseen liittyvää prosessia ja vertasimme ennusteita hallituksen hyväksymiin budjetteihin ja strategialukuihin;
- Arvioimme johdon käyttämien ennusteiden luotettavuutta muun muassa liikevaihdon kasvun ja liikevoiton kehittymisen osalta vertaamalla aikaisempien vuosien ennusteita toteumiin sekä mainos- ja sisältömyynnin ennustettua kehitystä ulkopuolisiin ennusteisiin;
- Arvioimme johdon laatimassa herkkyysslaskelmassa käytettyjen oletusten asianmukaisuutta; ja
- Laskelmissa käytettyjen diskonttokorkojen tarkastamisessa käytimme apuna PwC:n arvonmäärittämiseen erikoistuneita asiantuntijoita.

Konsernitilinpäätöksen tai emoyhtiön tilinpäätöksen osalta ei ole EU-asetuksen 537/2014 10. artiklan 2 c -kohdassa tarkoitettuja merkittäviä olennaisen virheellisyysriskejä.

Tilinpäätöstä koskevat hallituksen ja toimitusjohtajan velvollisuudet

Hallitus ja toimitusjohtaja vastaavat tilinpäätöksen laatimisesta siten, että konsernitilinpäätös antaa oikean ja riittävän kuvan EU:ssa käyttöön hyväksytyjen kansainvälisten tilinpäätösstandardien (IFRS) mukaisesti ja siten, että tilinpäätös antaa oikean ja riittävän kuvan Suomessa voimassa olevien tilinpäätöksen laatimista koskevien säännösten mukaisesti ja täyttää lakisääteiset vaatimukset. Hallitus ja toimitusjohtaja vastaavat myös sellaisesta sisäisestä valvonnasta, jonka ne katsovat tarpeelliseksi voidakseen laatia tilinpäätöksen, jossa ei ole väärinkäytöksestä tai virheestä johtuvaa olennaista virheellisyttä.

Hallitus ja toimitusjohtaja ovat tilinpäätöstä laatiessaan velvollisia arvioimaan emoyhtiön ja konsernin kykyä jatkaa toimintaansa ja soveltuvissa tapauksissa esittämään seikat, jotka liittyvät toiminnan jatkuvuuteen ja siihen, että tilinpäätös on laadittu



toiminnan jatkuvuuteen perustuen. Tilinpäätös laaditaan toiminnan jatkuvuuteen perustuen, paitsi jos emoyhtiö tai konserni aiotaan purkaa tai toiminta lakkauttaa tai ei ole muuta realistista vaihtoehtoa kuin tehdä niin.

Tilintarkastajan velvollisuudet tilinpäätöksen tilintarkastuksessa

Tavoitteenamme on hankkia kohtuullinen varmuus siitä, onko tilinpäätöksessä kokonaisuutena väärinkäytöksestä tai virheestä johtuvaa olennaista virheellisyttä, sekä antaa tilintarkastuskertomus, joka sisältää lausuntomme. Kohtuullinen varmuus on korkea varmuustaso, mutta se ei ole tae siitä, että olennainen virheellisyys aina havaitaan hyvän tilintarkastustavan mukaisesti suoritettavassa tilintarkastuksessa. Virheellisyyksiä voi aiheutua väärinkäytöksestä tai virheestä, ja niiden katsotaan olevan olennaisia, jos niiden yksin tai yhdessä voitaisiin kohtuudella odottaa vaikuttavan taloudellisiin päätöksiin, joita käyttäjät tekevät tilinpäätöksen perusteella.

Hyvän tilintarkastustavan mukaiseen tilintarkastukseen kuuluu, että käytämme ammatillista harkintaa ja säilytämme ammatillisen skeptisyyden koko tilintarkastuksen ajan. Lisäksi:

- tunnistamme ja arvioimme väärinkäytöksestä tai virheestä johtuvat tilinpäätöksen olennaisen virheellisuuden riskit, suunnittelemme ja suoritamme näihin riskeihin vastaavia tilintarkastustoimenpiteitä ja hankimme lausuntomme perustaksi tarpeellisen määrän tarkoitukseen soveltuvaa tilintarkastusevidenssiä. Riski siitä, että väärinkäytöksestä johtuva olennainen virheellisyys jää havaitsematta, on suurempi kuin riski siitä, että virheestä johtuva olennainen virheellisyys jää havaitsematta, sillä väärinkäytökseen voi liittyä yhteistoimintaa, väärentämistä, tietojen tahallista esittämättä jättämistä tai virheellisten tietojen esittämistä taikka sisäisen valvonnan sivuuttamista.
- muodostamme käsityksen tilintarkastuksen kannalta relevantista sisäisestä valvonnasta pystyäksemme suunnittelemaan olosuhteisiin nähden asianmukaiset tilintarkastustoimenpiteet mutta emme siinä tarkoituksessa, että pystyisimme antamaan lausunnon emoyhtiön tai konsernin sisäisen valvonnan tehokkuudesta.
- arvioimme sovellettujen tilinpäätöksen laatimisperiaatteiden asianmukaisuutta sekä johdon tekemien kirjanpidollisten arvioiden ja niistä esitettävien tietojen kohtuullisuutta.
- teemme johtopäätöksen siitä, onko hallituksen ja toimitusjohtajan ollut asianmukaista laatia tilinpäätös perustuen oletukseen toiminnan jatkuvuudesta, ja teemme hankkimamme tilintarkastusevidenssin perusteella johtopäätöksen siitä, esiintyykö sellaista tapahtumiin tai olosuhteisiin liittyvää olennaista epävarmuutta, joka voi antaa merkittävää aihetta epäillä emoyhtiön tai konsernin kykyä jatkaa toimintaansa. Jos johtopäätöksemme on, että olennaista epävarmuutta esiintyy, meidän

täytyy kiinnittää tilintarkastuskertomuksessamme lukijan huomiota epävarmuutta koskeviin tilinpäätöksessä esitettäviin tietoihin tai, jos epävarmuutta koskevat tiedot eivät ole riittäviä, mukauttaa lausuntomme. Johtopäätöksemme perustuvat tilintarkastuskertomuksen antamispäivään mennessä hankittuun tilintarkastusevidenssiin. Vastaiset tapahtumat tai olosuhteet voivat kuitenkin johtaa siihen, ettei emoyhtiö tai konserni pysty jatkamaan toimintaansa.

- arvioimme tilinpäätöksen, kaikki tilinpäätöksessä esitettävät tiedot mukaan lukien, yleistä esittämistapaa, rakennetta ja sisältöä ja sitä, kuvastaako tilinpäätös sen perustana olevia liiketoimia ja tapahtumia siten, että se antaa oikean ja riittävän kuvan.
- hankimme tarpeellisen määrän tarkoitukseen soveltuvaa tilintarkastusevidenssiä konserniin kuuluvia yhteisöjä tai liiketoimintoja koskevasta taloudellisesta informaatiosta pystyäksemme antamaan lausunnon konsernitilinpäätöksestä. Vastamme konsernin tilintarkastuksen ohjauksesta, valvonnasta ja suorittamisesta. Vastamme tilintarkastuslausunnosta yksin.

Kommunikoimme hallintoelinten kanssa muun muassa tilintarkastuksen suunnitellusta laajuudesta ja ajoituksesta sekä merkittävistä tilintarkastushavainnoista, mukaan lukien mahdolliset sisäisen valvonnan merkittävät puutteellisuudet, jotka tunnistamme tilintarkastuksen aikana.

Lisäksi annamme hallintoelimille vahvistuksen siitä, että olemme noudattaneet riippumattomuutta koskevia relevantteja eettisiä vaatimuksia, ja kommunikoimme niiden kanssa kaikista suhteista ja muista seikoista, joiden voi kohtuudella ajatella vaikuttavan riippumattomuuteemme, ja soveltuviissa tapauksissa niihin liittyvistä varotoimista.

Päätämme, mitkä hallintoelinten kanssa kommunikoiduista seikoista olivat merkittävimpiä tarkasteltavana olevan tilikauden tilintarkastuksessa ja näin ollen ovat tilintarkastuksen kannalta keskeisiä. Kuvaamme kyseiset seikat tilintarkastuskertomuksessa, paitsi jos säädös tai määräys estää kyseisen seikan julkistamisen tai kun äärimmäisen harvinaisissa tapauksissa toteamme, ettei kyseisestä seikasta viestitä tilintarkastuskertomuksessa, koska siitä aiheutuvien epäedullisten vaikutusten voitaisiin kohtuudella odottaa olevan suuremmat kuin tällaisesta viestinnästä koituva yleinen etu.

Muut raportointivelvoitteet

Tilintarkastustoimeksiantoa koskevat tiedot

Olemme toimineet yhtiökokouksen valitsemana tilintarkastajana 20.3.2014 alkaen yhtäjaksoisesti 4 vuotta.



Muu informaatio

Hallitus ja toimitusjohtaja vastaavat muusta informaatiosta. Muu informaatio käsittää toimintakertomuksen ja vuosikertomukseen sisältyvän informaation, mutta se ei sisällä tilinpäätöstä eikä sitä koskevaa tilintarkastuskertomustamme. Olemme saaneet toimintakertomuksen käyttöömmme ennen tämän tilintarkastuskertomuksen antamispäivää ja odotamme saavamme vuosikertomuksen käyttöömmme kyseisen päivän jälkeen.

Tilinpäätöstä koskeva lausuntomme ei kata muuta informaatiota.

Velvollisuutenamme on lukea edellä yksilöity muu informaatio tilinpäätöksen tilintarkastuksen yhteydessä ja tätä tehdessämme arvioida, onko muu informaatio olennaisesti ristiriidassa tilinpäätöksen tai tilintarkastusta suoritettaessa hankkimamme tietämyksen kanssa tai vaikuttaako se muutoin olevan olennaisesti virheellistä. Toimintakertomuksen osalta velvollisuutenamme on lisäksi arvioida, onko toimintakertomus laadittu sen laatimiseen sovellettavien säännösten mukaisesti.

Lausuntonamme esitämme, että

- toimintakertomuksen ja tilinpäätöksen tiedot ovat yhdenmukaisia
- toimintakertomus on laadittu toimintakertomuksen laatimiseen sovellettavien säännösten mukaisesti.

Jos teemme ennen tilintarkastuskertomuksen antamispäivää käyttöömmme saamaamme muuhun informaatioon kohdistamamme työn perusteella johtopäätöksen, että kyseisessä muussa informaatioissa on olennainen virheellisyys, meidän on raportoitava tästä seikasta. Meillä ei ole tämän asian suhteen raportoitavaa.

Helsingissä 13.2.2018

PricewaterhouseCoopers Oy

Tilintarkastusyhteisö

Markku Launis

KHT



Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä 2017
ALMA MEDIA OYJ

SISÄLLYS

Alma Media Oyj:n selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä	165
Alma Media -konserni	166
Alma Media Oyj:n hallitus	167
Osakkeenomistajien nimitystoimikunta	172
Alma Media Oyj:n toimitusjohtaja ja johtoryhmä	173
Sisäpiirihallinto	177
Taloudelliseen raportointiin liittyvät sisäisen valvonnan- ja riskienhallinnan järjestelmät	178
Tilintarkastus	182
Palkka- ja palkkioselvitys	183





Alma Media Oyj:n selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä

Alma Media Oyj on vuonna 2017 noudattanut Arvopaperimarkkinayhdistys ry:n 1.10.2015 antamaa Suomen listayhtiöiden hallinnointikoodia (Corporate Governance 2015) sellaisenaan. Listayhtiöiden hallinnointikoodin edellyttämä selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä on annettu erillisenä kertomuksena toimintakertomuksen yhteydessä. Lisäksi se on julkisesti saatavilla Alma Median verkkosivuilla: www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/hallinto

Alma Median Oyj:n hallituksen tarkastusvaliokunta on käsitellyt selvityksen. Selvitystä ei päivitetä tilikauden kuluessa, mutta sen sisältämien aihealueiden ajantasainen tieto on esitetty Alma Median verkkosivuilla: www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/

Suomen listayhtiöiden hallinnointikoodi on saatavana muun muassa Arvopaperimarkkinayhdistyksen verkkosivuilla osoitteesta: www.cgfinland.fi



Alma Media -konserni

Alma Media -konsernin liiketoiminnasta vastaavat osakeyhtiölain mukaiset toimielimet: yhtiökokous, joka valitsee hallituksen jäsenet sekä hallituksen valitsema toimitusjohtaja.

Alma Media Oyj:n ylimpänä päättävänä elimenä toimii yhtiökokous, jossa osakkeenomistajat käyttävät päätäntävaltaansa. Hallitus huolehtii yhtiön hallinnosta ja toiminnan asianmukaisesta järjestämisestä. Konsernin emoyhtiönä Alma Media Oyj vastaa konsernin johdosta, lakiasioista, yritysjärjestelyistä, strategisesta suunnittelusta, talous-, henkilöstö- ja tilahallinnosta, rahoituksesta, ICT:stä, sisäisestä ja ulkoisesta viestinnästä sekä Alma-brändistä.

Alma Media -konsernissa on neljä raportointisegmenttiä. Alma Markets -segmentti koostuu autoiluun ja asumiseen liittyvistä digitaalisista markkinapaikkoista ja niitä täydentävistä palveluista sekä rekrytointiliiketoiminnasta. Alma Talent -segmentti julkaisee 20 ammatti- ja talousmediaa sekä kirjoja. Lisäksi Alma Talent tarjoaa eri alojen ammattilaisille ja yrityksille osaamisen kehittämistä tukevia ja liiketoimintaa kasvattavia palveluja, kuten tapahtumia, koulutusta ja tietopalveluja. Alma News & Life -segmenttiin kuuluvat valtakunnallisen Iltalehden eri digitaaliset ja painetut uutis- ja lifestyle -sisällöt. Alma Regions -segmentti vastaa alueellisten, paikallisten ja kaupunkilehtien kustannustoiminnasta painettuna ja verkossa sekä Alma Median painotoiminnasta.

Lisäksi Alma Median yhteismyynti (Alma Mediaratkaisut) on liiketoimintasegmenttien mainostaja-asiakkaita palveleva myynti- ja kehitysorganisaatio.

Alma Media Oyj:n hallitus

Alma Media Oyj:n osakkeenomistajien nimitystoimikunta valmistelee yhtiökokoukselle ehdotuksen hallituksen kokoonpanosta ja palkitsemisesta. Hallitukseen kuuluu vähintään kolme (3) ja enintään yhdeksän (9) varsinaisen yhtiökokouksen valitsemaa jäsentä. Hallituksen jäsenen toimikausi on yksi (1) vuosi ja se päättyy vaalia seuraavan varsinaisen yhtiökokouksen päättyessä. Yhtiön toimitusjohtaja ei saa toimia hallituksen puheenjohtajana. Hallituksen jäsenille ei ole erityistä asettamisjärjestystä. Varsinainen yhtiökokous päättää hallituksen jäsenten palkkioista ja matkakustannusten korvaamisesta.

Hallituksen monimuotoisuuspolitiikassa on määritelty monimuotoisuutta koskevat periaatteet. Periaatteet ovat kokonaisuudessaan luettavissa Alma Median sivuilla: www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/hallitus

Hallituksen monimuotoisuuspolitiikan mukaisesti hallituksella ja sen jäsenillä on oltava ryhmänä riittävä toisiaan täydentävä osaaminen ja kokemus erityisesti yhtiön toimialaan ja liiketoimintaan liittyvistä asioista, julkisesti noteeratun osakeyhtiön johtamisesta, tilinpäätöksistä ja taloudellisesta raportoinnista, sisäisestä valvonnasta ja riskienhallinnasta, strategiasta, yritysjärjestelyistä ja hyvästä hallintotavasta (Corporate Governance).

Hallituksen jäsenten tulee edustaa monipuolista osaamista ja pätevyyttä ja sen jäsenten ikä- ja sukupuolijakauma, koulutuksellinen ja ammatillinen tausta sekä kokemus kansainvälisestä liiketoiminnasta tulee monimuotoisuudellaan tukea yhtiön liiketoimintaa ja sen kehitysvaihetta. Hallituksen jäsenellä tulee olla tehtävän edellyttämä pätevyys ja mahdollisuus käyttää riittävästi aikaa tehtävän hoitamiseen. Hallituksen jäsenten lukumäärän ja hallituskokoonpanon on mahdollistettava hallituksen tehtävien tehokas hoitaminen. Hallituksessa on oltava molempia sukupuolia.

Hallituksen kokoonpano ja osakeomistus

Vuoden 2017 varsinaisessa yhtiökokouksessa hallituksen jäseniksi valittiin seuraavat henkilöt: Harri Suutari, Petri Niemisvirta, Niklas Herlin, Matti Korkiatupa, Esa Lager, Catharina Stackelberg-Hammarén ja Mitti Storckovius. Hallituksen puheenjohtajana toimii Harri Suutari ja varapuheenjohtajana Petri Niemisvirta. Hallituksen jäsen Niklas Herlin menehtyi lokakuussa 2017.



Harri Suutari

Componenta Oyj:n toimitusjohtaja
Hallituksen puheenjohtaja vuodesta 2013, nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan jäsen, Alma Median osakkeenomistajien nimitystoimikunnan asiantuntijajäsen
Hallituksen jäsen vuodesta 2005
Syntynyt: 1959
Insinööri

Keskeinen työkokemus

- Componenta Oyj:n toimitusjohtaja vuodesta 2015–
- PKC Group, toimitusjohtaja 2002–2005 ja 2008–2012
- Ponsse Oyj, toimitusjohtaja 1994–2000
- Kajaani Automaatiikka Oy, toimitusjohtaja 1984–1996

Keskeisimmät luottamustoimet

- Talgraf Oy, hallituksen puheenjohtaja 2017–
- JOT-Automation Oy, hallituksen jäsen 2017–
- Oy M-Filter Ab, hallituksen jäsen 2010–

Suomen kansalainen

Riippumaton yhtiöstä ja sen merkittävistä osakkeenomistajista

Osakeomistus 31.12.2017

70 932 Alma Media Oyj:n osaketta

**Petri Niemisvirta**

Toimitusjohtaja, Mandatum Henkivakuutusosakeyhtiö, Sampo-konsernin johtoryhmän jäsen
Hallituksen jäsen ja hallituksen varapuheenjohtaja vuodesta 2011, nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan puheenjohtaja
Syntynyt: 1970
Oikeustieteen kandidaatti

Keskeinen työkokemus

- Toimitusjohtaja, Mandatum Henkivakuutusosakeyhtiö, 2001–
- Toimitusjohtaja, Evli Life Oy 2000–2001
- Tuotepäällikkö (unit linked -vakuutukset), Vakuutusosakeyhtiö Henki-Sampo 1999–2000
- Henkivakuutusten myyntipäällikkö, Keskinäinen Vakuutusyhtiö Kaleva / Vakuutusosakeyhtiö Henki-Sampo 1995–1999

Keskeisimmät luottamustoimet

- Topdanmark A/S, hallituksen jäsen 2017–
- Keskinäinen vakuutusyhtiö Kaleva, hallituksen jäsen 2013–, hallituksen puheenjohtaja 2014–
- Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma, hallituksen jäsen 2014–
- EK:n talous- ja verovaliokunta, puheenjohtaja 2011–2016, jäsen 2017–
- BenCo Insurance Holding B.V., hallituksen jäsen 2009–

Suomen kansalainen

Riippumaton yhtiöstä ja sen merkittävistä osakkeenomistajista

Osakeomistus 31.12.2017

19 767 Alma Media Oyj:n osaketta

**Matti Korkiatupa**

Hallituksen jäsen vuodesta 2016, tarkastusvaliokunnan jäsen
Syntynyt: 1955
Agronomi

Keskeinen työkokemus

- Ilkka-Yhtymä Oyj, toimitusjohtaja 1999–2017
- I-Mediat Oy, toimitusjohtaja 2010–2017
- Tapiola-yhtiö, aluejohtaja 1992–1998

Keskeisimmät luottamustoimet

- Arena Partners Oy, hallituksen puheenjohtaja 2000–2004 ja 2010–2017, varapuheenjohtaja 2006–2010
- Alma Mediapartners Oy, hallituksen jäsen 2010–2017
- I-Print Oy, hallituksen puheenjohtaja 2007–2017
- Lännen Media Oy, hallituksen jäsen 2014–2017
- Sanomalehtien Liitto, hallituksen jäsen 2000–2017, varapuheenjohtaja 2009–2010, puheenjohtaja 2011–2013
- WAN-IFRA, hallituksen jäsen 2009–2014
- Medialiitto, hallituksen jäsen 2011–2013

Suomen kansalainen

Riippumaton yhtiöstä, mutta riippuvainen merkittävästä osakkeenomistajasta

Osakeomistus 31.12.2017

5 871 Alma Media Oyj:n osaketta

**Esa Lager**

Hallituksen jäsen vuodesta 2014, tarkastusvaliokunnan puheenjohtaja
Syntynyt: 1959
Oikeustieteen kandidaatti, kauppatieteiden maisteri

Keskeinen työkokemus

- Toimitusjohtajan sijainen, Outokumpu-konserni, 2011–2013
- Talous- ja rahoitusjohtaja (CFO), Outokumpu-konserni, 2005–2013
- Rahoitus- ja hallintojohtaja, Outokumpu-konserni, 2001–2004
- Rahoitusjohtaja, Outokumpu-konserni, 1995–2000
- Apulaisjohtaja, Outokumpu-konserni, 1991–1994
- Eri asiantuntija- ja päällikkötehtävissä (pääkonttorin ulkomaantoiminnossa ja Lontoon sivukonttorissa), Kansallis-Osake-Pankki, 1984–1990

Keskeisimmät luottamustoimet

- Stockmann Oyj, hallituksen jäsen 2017–
- SATO Oyj, hallituksen jäsen 2016–, hallituksen puheenjohtaja 2015–2016, hallituksen varapuheenjohtaja 2014–2015
- Suomen Teollisuussijoitus Oy, hallituksen puheenjohtaja 2015–, hallituksen jäsen 2014–2015
- Terrafame Oy, hallituksen jäsen 2015–
- Fennovoima Oy, hallituksen jäsen 2014–2016, hallituksen varajäsen 2016–2017
- Olvi Oyj, hallituksen jäsen 2017–, hallituksen puheenjohtaja 2016–2017, hallituksen varapuheenjohtaja 2002–2016
- Ilkka-Yhtymä Oyj, hallituksen jäsen 2011–, hallituksen varapuheenjohtaja 2014–

Suomen kansalainen

Riippumaton yhtiöstä, mutta riippuvainen merkittävästä osakkeenomistajasta

Osakeomistus 31.12.2017

13 825 Alma Media Oyj:n osaketta

**Catharina Stackelberg-Hammarén**

Perustaja ja toimitusjohtaja, Marketing Clinic Oy vuodesta 2004
Hallituksen jäsen vuodesta 2009, tarkastusvaliokunnan jäsen
Syntynyt: 1970
Kauppatieteiden maisteri, Hanken Svenska Handelshögskolan

Keskeinen työkokemus

- Toimitusjohtaja, Marketing Clinic Oy, 2004–
- Toimitusjohtaja, Coca-Cola Finland, 2003–2004 sekä 2000–2002
- Toimitusjohtaja, Coca-Cola AB 2002–2003
- Markkinointijohtaja, Coca-Cola Nordic & Baltic Division Kööpenhamina, 2000
- Kuluttajamarkkinoinnin päällikkö, Coca-Cola Finland, 1996–2000
- Markkinointipäällikkö, Sentra plc, 1994–1996

Keskeisimmät luottamustoimet

- Marketing Clinic Oy, hallituksen puheenjohtaja 2017–
- Marimekko Oyj, hallituksen jäsen 2014–
- Aktia Bank Abp, hallituksen jäsen 2012–
- Stiftelsen Svenska Handelshögskolan, hallituksen jäsen 2011–2017
- Marketing Clinic-ryhmä, hallituksen jäsen 2004–
- Scan Securities Ab, hallituksen jäsen 1996–

Suomen kansalainen

Riippumaton yhtiöstä ja sen merkittävistä osakkeenomistajista

Osakeomistus 31.12.2017

21 419 Alma Media Oyj:n osaketta

**Mitti Storckovius**

Helsingin Diakonissalaitoksen konsernin strategiajohtaja
Hallituksen jäsen vuodesta 2016, nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan jäsen
Syntynyt: 1971
Valtiotieteiden maisteri, MBA

Keskeinen työkokemus

- Microsoftin puhelinliiketoiminnan suunnittelusta ja markkinoinnin analytiikasta vastaava johtaja 2014–2016
- Nokian puhelinliiketoiminnan ja tuotehallinnan johtotehtäviä 2011–2014
- Nokian puhelinten ympäristö- ja eettisistä parannuksista vastaava johtaja 2008–2010
- Nokian konserni- ja teknologiastrategioiden markkinoinnista vastaava johtaja 2004–2007
- McKinsey&Company, päällikkötehtäviä 1997–2004

Keskeisimmät luottamustoimet

- Rinnekoti-säätiö, hallituksen jäsen 2016–

Suomen kansalainen

Riippumaton yhtiöstä ja sen merkittävistä osakkeenomistajista

Osakeomistus 31.12.2017

10 499 Alma Media Oyj:n osaketta

**Niklas Herlin
(menehtynyt lokakuussa 2017)**

Kustantaja
Hallituksen jäsen vuodesta 2013
Syntynyt: 1963
B. Sc., Bentley College, USA

Keskeinen työkokemus

- Freelance-toimittaja, kolumnisti, tietokirjailija 2001– 2017
- Toimittaja, uutispäällikkö, Kauppalehti 1987–1996, Suomen Kuvalehti 1996–1997, Iltä-Sanomien 1997–2001
- Yritystutkija, Teollistamisrahasto 1987–1988

Keskeisimmät luottamustoimet

- Yellow Film & TV Oy, hallituksen jäsen 2015–2017
- Yellow Film Management Oy, hallituksen jäsen 2015– 2017
- Kehitysvammaisten työllisyyden tukisäätiö, hallituksen puheenjohtaja 2013–2017
- Riikka Herlinin säätiö, hallituksen puheenjohtaja 2012–2017
- Mariatorp Oy, hallituksen puheenjohtaja, 2005–2017
- Kustannusosakeyhtiö Teos, hallituksen puheenjohtaja 2003–2017

Suomen kansalainen

Riippumaton yhtiöstä, mutta riippuvainen merkittävästä osakkeenomistajasta

Osakeomistus 31.12.2017

13 710 Alma Media Oyj:n osaketta Niklas Herlinin kuolinpesän hallussa ja Mariatorp Oy:n kautta 15 675 473 osaketta.



Hallituksen jäsenillä on velvollisuus toimittaa hallitukselle tarvittavat tiedot pätevyytensä ja riippumattomuutensa arvioimiseksi. Hallitukseen valitut henkilöt ovat hallituksen toimesta arvioitu Niklas Herliniä, Matti Korkiatupaa ja Esa Lageria lukuun ottamatta riippumattomiksi yhtiöstä ja sen merkittävistä osakkeenomistajista. Edellä mainitut jäsenet on arvioitu riippumattomiksi yhtiöstä, mutta riippuvaisiksi sen merkittävistä osakkeenomistajista. Esa Lager on Ilkka-Yhtymä Oyj:n hallituksen jäsen, Matti Korkiatupa on viimeisen kolmen vuoden aikana ollut toimitusjohtajana, ja Niklas Herlin toimi Mariatorp Oy:n hallituksen puheenjohtajana.

Kuvaus hallituksen toiminnasta

Hallitus huolehtii konsernin hallinnosta ja toiminnan asianmukaisesta järjestämisestä. Hallitus vastaa sille osakeyhtiölaissa ja yhtiöjärjestyksessä määritellyistä tehtävistä. Hallituksen työjärjestys määrittelee yksityiskohtaisesti hallituksen toiminnan. Hallituksen keskeisiä tehtäviä ovat konsernin strategian ja tavoitteiden vahvistaminen sekä strategisesti merkittävistä investoinneista ja yrityskaupoista päättäminen. Hallitus seuraa yhtiötä kuukausiraporttien ja johdon toimittaman muun informaation avulla. Yhtiö huolehtii, että kaikki hallituksen jäsenet saavat riittävät tiedot Alma Median toiminnasta, toimintaympäristöstä ja taloudellisesta asemasta. Uudet hallituksen jäsenet perehdytetään Alma Median toimintaan.

Hallituksen tehtäviin kuuluu mm.

- vahvistaa konsernin strategia ja tavoitteet, seurata tavoitteiden ja strategian toteutumista sekä käynnistää tarvittaessa toimenpiteitä poikkeamien korjaamiseksi,
- käsitellä ja hyväksyä osavuositarkastukset ja tilinpäätös,
- hyväksyä strategisesti merkittävät yritys ja kiinteistökaupat sekä investoinnit erillisen investointiohjeen mukaisesti,
- päättää Alma Media Oyj konsernin varainhankintaohjelmista ja –operaatioista erillisen rahoituspolitiikan mukaisesti,
- hyväksyä Alma Media Oyj:n osingonjakopolitiikka ja tehdä yhtiökokoukselle ehdotus osingon jakamisesta,
- läpikäydä vuosittain yhtiön toimintaan liittyvät keskeiset riskit ja niiden hallinta sekä antaa tarvittaessa niitä koskevia ohjeita toimitusjohtajalle sekä käynnistää tarvittaessa korjaustoimenpiteet, hyväksyä tilintarkastajan tarjoamien muiden kuin tilintarkastuspalvelujen etukäteishyväksynnän periaatteet,
- nimittää ja tarvittaessa vapauttaa tehtävästään toimitusjohtaja,
- päättää nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan esityksestä toimitusjohtajan ja konsernin johtoryhmään kuuluvien johtajien toimitusjohtajan ehdosta,
- vahvistaa toimitusjohtajan ehdotuksesta yhtiön organisaatio,
- vahvistaa toimitusjohtajan ehdotuksesta toimitusjohtajan suorien alaisten työehdot,

- vahvistaa toimitusjohtajan ehdotuksesta liikevaihdoltaan ja levikiltään merkittävien sanomalehtien ja aikakauslehtien vastaavien päätoimittajien nimittäminen ja erottaminen,
- pitää vähintään kerran vuodessa yhteinen kokous yhtiön tilintarkastajan kanssa,
- päättää epätavalliset ja laajakantoiset asiat,
- käsitellä muut asiat, jotka hallituksen puheenjohtaja ja toimitusjohtaja ovat sopineet otettavaksi hallituksen kokouksen esityslistalle. Myös hallituksen jäsenellä on oikeus saattaa asia hallituksen käsiteltäväksi ilmoittamalla siitä hallituksen puheenjohtajalle,
- edustaa yhtiötä sekä antaa oikeus yhtiön edustamiseen ja päättää prokuroista,
- hyväksyä periaatteet lahjoituksille yleishyödyllisiin tarkoituksiin.

Hallituksen työjärjestys on kokonaisuudessaan luettavissa Alma Median internetsivuilla osoitteessa: www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/hallitus

Hallitus kokoontuu etukäteen vahvistetun aikataulun mukaan noin 12 kertaa vuodessa ja sen lisäksi tarvittaessa. Useimmat kokoukset ajoittuvat tilinpäätöksen ja osavuositarkastusten julkistamisen yhteyteen. Näiden lisäksi pidetään 1–2 strategiakokousta, joissa käsitellään konsernin tulevaisuuden skenaarioita ja vahvistetaan strategia kullekin strategijaksolle.

Vuonna 2017 hallitus kokoontui 14 kertaa. Jäsenkohtainen osallistuminen kokouksiin ilmenee seuraavasta taulukosta.

NIMI	ROOLI	LÄSNÄOLO HALLITUKSEN KOKOUKSISSA
Harri Suutari	puheenjohtaja	13/14
Petri Niemisvirta	varapuheenjohtaja	14/14
Niklas Herlin	jäsen lokakuuhun 2017 saakka	11/11
Matti Korkiatupa	jäsen	14/14
Esa Lager	jäsen	13/14
Catharina Stackelberg-Hammarén	jäsen	14/14
Mitti Storckovius	jäsen	14/14



Hallituksen toiminnan arviointi

Hallitus on vuonna 2017 arvioinut toimintaansa ja työskentelytapojaan käyttämällä sisäistä itsearviointia.

Hallituksen valiokunnat

Alma Media Oyj:n hallitus on asettanut kaksi valiokuntaa: tarkastusvaliokunnan sekä nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan. Hallitus valitsee varsinaisen yhtiökokouksen jälkeen pidettävässä hallituksen järjestäytymiskokouksessa keskuudestaan valiokuntien jäsenet.

Hallitus vahvistaa valiokunnille kirjallisen työjärjestyksen. Valiokunnat raportoivat toiminnastaan hallitukselle.

Tarkastusvaliokunta

Hallitus valitsee varsinaisen yhtiökokouksen jälkeen pidettävässä järjestäytymiskokouksessa keskuudestaan vähintään kolme tarkastusvaliokunnan jäsentä, jotka valitsevat valiokunnalle puheenjohtajan. Tarkastusvaliokunta kokoontuu vähintään neljä kertaa vuodessa.

Tarkastusvaliokuntaan kuuluvat 22.3.2017 alkaen Esa Lager, Matti Korkiatupa ja Catharina Stackelberg-Hammarén. Puheenjohtajana toimii Esa Lager. Tarkastusvaliokunnan kokouksissa ovat läsnä tilintarkastaja, konsernin talous- ja rahoitusjohtaja ja lakiasiainjohtaja. Asiat esittelee konsernin talous- ja rahoitusjohtaja.

Hallitus on asettanut tarkastusvaliokunnan seuraamaan yhtiön sisäisiä valvontajärjestelmiä. Tarkastusvaliokunnan tehtävänä on mm. lakien ja määräysten noudattamisen arviointi, tilintarkastuksen prosessin seuranta, tilinpäätöksen ja muun taloudellisen raportoinnin valmistelun seuranta ja valvonta, hyväksyä yhtiön hallituksen vahvistamien periaatteiden mukaisesti itse tai valtuuttaa tarkastusvaliokunnan puheenjohtaja etukäteen hyväksymään kaikki tilintarkastajan tarjoamat muut kuin tilintarkastuspalvelut, jotka eivät ole kiellettyjä palveluja, mukaan lukien niiden kattama alue ja niistä maksettavat arvioidut palkkiot; sekä merkittävien taloudellisten-, rahoitus- ja veroriskien seuranta sekä yhtiön taloudellisen tilan, rahoitustilanteen ja verotuksellisen aseman seuranta.

Tarkastusvaliokunnan työjärjestys on kokonaisuudessaan luettavissa Alma Median internetsivuilla: www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/hallitus

Tarkastusvaliokunta kokoontui viisi kertaa vuonna 2017. Jäsenkohtainen osallistuminen kokouksiin ilmenee seuraavasta taulukosta.

NIMI	ROOLI	LÄSNÄOLO VALIOKUNNAN KOKOUKSISSA
Esa Lager	puheenjohtaja	5/5
Matti Korkiatupa	jäsen	5/5
Catharina Stackelberg-Hammarén	jäsen	5/5

Nimitys- ja palkitsemisvaliokunta

Hallitus valitsee varsinaisen yhtiökokouksen jälkeen pidettävässä järjestäytymiskokouksessa keskuudestaan nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan jäsenet. Nimitys- ja palkitsemisvaliokuntaan kuuluu neljä jäsentä, jotka valitsevat valiokunnalle puheenjohtajan. Nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan jäseniksi valittiin 22.3.2017 Niklas Herlin, Petri Niemisvirta, Mitti Storckovius ja Harri Suutari sekä puheenjohtajaksi Petri Niemisvirta. Valiokunnan jäsen Niklas Herlin menehtyi lokakuussa 2017, mutta valiokuntaa ei täydennetty uudella jäsenellä, koska sillä oli hallinnointikoodin edellyttämä jäsenmäärä eli vähintään kolme.

Nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan keskeisimpänä tehtävänä on valmistella hallitukselle sen tehtäviin kuuluvat nimityksiä, palkkausta, palkitsemista ja hallituksen itsearviointia sekä hyvän hallintotavan kehittämistä koskevat asiat.

Nimitys- ja palkitsemisvaliokunnassa palkkausta koskevat asiat esittelee toimitusjohtaja.

Nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan työjärjestys on kokonaisuudessaan luettavana Alma Median internetsivuilla: www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/hallitus

Nimitys- ja palkitsemisvaliokunta kokoontui 4 kertaa vuonna 2017 käsittelemään työjärjestyksensä mukaisia asioita. Jäsenkohtainen osallistuminen kokouksiin ilmenee alla olevasta taulukosta.

NIMI	ROOLI	LÄSNÄOLO VALIOKUNNAN KOKOUKSISSA
Petri Niemisvirta	puheenjohtaja	4/4
Niklas Herlin	jäsen lokakuuhun 2017 saakka	3/3
Mitti Storckovius	jäsen	4/4
Harri Suutari	jäsen	4/4



Osakkeenomistajien nimitystoimikunta

Nimitystoimikunnan tehtävänä on valmistella hallituksen jäsenten valintaan ja palkitsemiseen liittyvät ehdotukset varsinaiselle yhtiökokoukselle.

Osakkeenomistajien nimitystoimikunta koostuu neljästä Alma Median suurimman osakkeenomistajan nimeämästä jäsenestä, jotka tulevat valitsemaan keskuudestaan puheenjohtajan.

Osakkeenomistajia edustavien jäsenten nimeämisoikeus nimitystoimikuntaan on niillä neljällä osakkeenomistajalla, jotka ovat rekisteröity varsinaista yhtiökokousta edeltävänä kalenterivuonna 30.9. Euroclear Finland Oy:n pitämään yhtiön osakasluetteloon, ja joiden osuus tämän osakasluettelon mukaan yhtiön kaikkien osakkeiden tuottamista äänistä on suurin.

Vuonna 2017 jäseniksi on nimetty Ilkka-Yhtymä Oyj:n hallituksen puheenjohtaja Timo Aukia, Mariatorp Oy:n hallituksen jäsen Peter Immonen, Otava Oy:n hallituksen puheenjohtaja Henrik Ehrnrooth ja Keskinäinen Työeläkevakuutusyhtiö Varman sijoitusjohtaja Timo Sallinen. Nimitystoimikunnan puheenjohtajaksi valittiin Timo Aukia. Lisäksi yhtiön hallituksen puheenjohtaja Harri Suutari toimii nimitystoimikunnan asiantuntijajäsenenä.

Tarkempia tietoja Alma Media Oyj:n osakkeenomistajien nimitystoimikunnan jäsenistä vuodelta 2017 on esitetty seuraavissa taulukoissa:

NIMI	ROOLI
Timo Aukia Syntynyt 1973, KTM Toimitusjohtaja Timo Aukia Oy & Jaakko Aukia Oy Osakeomistus 31.12.2017: 5 246 Alma Media Oyj:n osaketta	Puheenjohtaja
Henrik Ehrnrooth Syntynyt 1954, MMK, Diplomiekonomi Hallituksen puheenjohtaja Pöyry Oyj, Otava Oy ja CLC (Climate Leadership Coalition) Osakeomistus 31.12.2017: 0 Alma Media Oyj:n osaketta	Jäsen
Peter Immonen Syntynyt 1959, KTM Hallituksen puheenjohtaja, WIP Asset Management, Mariatorp Oy:n hallituksen jäsen Osakeomistus 31.12.2017: 0 Alma Media Oyj:n osaketta	Jäsen
Timo Sallinen Syntynyt 1971, KTM Sijoitusjohtaja, listatut arvopaperit, Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma Osakeomistus 31.12.2017: 0 Alma Media Oyj:n osaketta	Jäsen
Harri Suutari Syntynyt: 1959, insinööri Toimitusjohtaja, Componenta Oyj Alma Median hallituksen puheenjohtaja, hallituksen nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan jäsen Osakeomistus 31.12.2017: 70 932 Alma Media Oyj:n osaketta	Asiantuntijajäsen

Nimitystoimikunnan jäsenillä ei ole oikeutta saada palkkiota toimikunnan jäsenyydestä, mutta heidän matkakulunsa korvataan Yhtiön matkustusohjesäännön mukaisesti.

Nimitystoimikunta on kokoontunut neljä kertaa toimintakautensa 2017–2018 aikana: kerran marras- ja joulukuussa 2017 ja kaksi kertaa tammikuussa 2018. Kaikki jäsenet olivat paikalla kaikissa kokouksissa.

Nimitystoimikunta antoi 29.1.2018 ehdotuksensa 14.3.2018 pidettävää varsinaista yhtiökokousta varten.



Alma Media Oyj:n toimitusjohtaja ja johtoryhmä

Alma Media Oyj:n toimitusjohtaja on kauppatieteiden maisteri Kai Telanne (s. 1964).

Toimitusjohtaja hoitaa yhtiön juoksevaa hallintoa hallituksen antamien ohjeiden ja määräysten mukaisesti. Toimitusjohtaja vastaa siitä, että yhtiön kirjanpito on lain mukainen ja varainhoito luotettavalla tavalla järjestetty. Toimitusjohtajan on annettava hallitukselle ja sen jäsenelle tiedot, jotka ovat tarpeen hallituksen tehtävien hoitamiseksi.

Toimitusjohtaja saa ryhtyä yhtiön toiminnan laajuus ja laatu huomioon ottaen epätavallisiin tai laajakantoisiin toimiin vain, jos hallitus on hänet siihen valtuuttanut tai hallituksen päätöstä ei voida odottaa aiheuttamatta yhtiön toiminnalle olennaista haittaa. Viimeksi mainitussa tapauksessa hallitukselle on mahdollisimman pian annettava tieto toimista.

Toimitusjohtaja Kai Telanteen tukena on johtoryhmä, johon kuuluivat vuonna 2017 Alma News & Lifen johtaja, kustantaja Kari Kivelä, Alma Talentin johtaja Juha-Petri Loimovuori, Alma Marketsin johtaja Raimo Mäkilä, Alma Regionsin johtaja Kari Juutilainen, talous- ja rahoitusjohtaja Juha Nuutinen, lakiasiainjohtaja Mikko Korttila, henkilöstöjohtaja Virpi Juvonen, CDO Santtu Elsinen sekä 1.1.2017 alkaen Alma Media-ratkaisujen johtaja Tiina Järvilehto sekä 1.9.2017 alkaen viestintä- ja brändijohtaja Eliina Kukkonen. Johtoryhmän sihteerinä toimi elokuuhun 2017 saakka viestintäjohtaja Rauno Heinonen. Syyskuusta 2017 alkaen kukin johtoryhmän jäsen toimii vuorollaan konsernin johtoryhmän sihteerinä.

Johtoryhmä mm. valmistelee kuukausiraportit, investoinnit, konserniohjeet ja -politiikat, strategian ja muut pitkän tähtäimen suunnitelmat ja 12 seuraavaa kuukautta koskevat toimintasuunnitelmat sekä tilinpäätöksen hallituksen päätettäviksi. Vuonna 2017 johtoryhmä kokoontui 19 kertaa.

**Kai Telanne**

Toimitusjohtaja, johtoryhmän puheenjohtaja
Nykyisessä tehtävässä 2005 alkaen
Syntynyt: 1964
Konsernin johtoryhmän jäsen vuodesta 2005
Kauppätieteiden maisteri

Keskeinen työkokemus

- Kustannus Oy Aamulehti: toimitusjohtaja 2001–2005
- Kustannus Oy Aamulehti: varatoimitusjohtaja 2000–2001
- Kustannus Oy Aamulehti: markkinointijohtaja 1999–2000
- Suomen Paikallissanomat Oy: markkinointijohtaja 1996–1999
- Kustannus Oy Aamulehti: markkinoinnin suunnittelupäällikkö 1993–1996
- Kustannus Oy Aamulehti: myyntipäällikkö 1991–1993
- Kustannus Oy Aamulehti: tutkimuspäällikkö 1990–1991
- Nokian Paperi Oy: tuotepäällikkö 1989–1990

Keskeisimmät luottamustoimet

- Keskinäinen työeläkevakuutusyhtiö Varma: hallituksen jäsen 2009–
- Teleste Oyj: hallituksen jäsen 2008–
- Altia Oyj: hallituksen jäsen 2016–

Alma Median osakeomistus 31.12.2017

119 408 Alma Media Oyj:n osaketta

**Santtu Elsinen**

Chief Digital Officer (CDO)
Nykyisessä tehtävässä 2016 alkaen
Syntynyt: 1972
Konsernin johtoryhmän jäsen vuodesta 2016 alkaen
Kauppätieteiden ylioppilas

Keskeinen työkokemus

- Talentum Oyj: kehitysjohtaja, laajennetun johtoryhmän jäsen, 2012–2016
- Trainers' House Oyj: kehitysjohtaja, johtoryhmän jäsen 2011–2012
- Satama Interactive Oyj: johtaja, liiketoiminnan kehitys 2005–2010
- Quartal Oy: toimitusjohtaja 2011–, kehitysjohtaja 1998–2005, Creative Director 1997–1998, hallituksen puheenjohtaja 1997–
- Kauppareklam Bozell Oy: johtaja, digitaalinen media 1997
- Asiantuntijatehtäviä mainostoimistoissa ja mediassa 1994–1996

Keskeiset luottamustoimet

- Viestintäalan tutkimussäätiö, hallituksen jäsen 2016–

Alma Median osakeomistus 31.12.2017

7 500 Alma Media Oyj:n osaketta ja Winterfell Capital Oy:n kautta 10 100 Alma Media Oyj:n osaketta

**Kari Juutilainen**

Johtaja, Alma Regions
Nykyisessä tehtävässä vuodesta 2012
Syntynyt: 1956
Konsernin johtoryhmän jäsen vuodesta 2012
Yhteiskuntatieteiden ylioppilas

Keskeinen työkokemus

- Suomen Paikallissanomat Oy: toimitusjohtaja 2008–2011
- Suomen Paikallissanomat Oy: kustantaja 2007–2008
- Suomen Paikallissanomat Oy: julkaisujohtaja 2005–2007
- Sanomalehti Länsi-Savo: päätoimittaja 2000–2005
- Koillis-Häme: päätoimittaja 1991–2000
- Kuusaan Seutu Oy: päätoimittaja-toimitusjohtaja 1989–1991
- Elimäen Sanomat: päätoimittaja 1986–1989
- Toimittajana, aluetoimittajana ja erikoistoimittajana eri lehdissä 1979–1985

Keskeisimmät luottamustoimet

- Lännen Media Oy: hallituksen jäsen 2014–
- Jakeluyhtiö Suomi Oy: hallituksen puheenjohtaja 2015–2017
- Tampereen Kauppakamari: hallituksen jäsen 2014–2017
- Medialiitto: hallituksen jäsen 2016–2017
- Medialiitto: työelämän valiokunnan jäsen 2008–2017

Alma Median osakeomistus 31.12.2017

12 538 Alma Media Oyj:n osaketta

**Virpi Juvonen**

Henkilöstöjohtaja
Nykyisessä tehtävässä vuodesta 2013
Syntynyt: 1963
Konsernin johtoryhmän jäsen vuodesta 2012
Valtiotieteiden maisteri

Keskeinen työkokemus

- Alma Media Oyj: vt. henkilöstöjohtaja 2012–2013
- Alma Media Oyj: Markkinapainat-liiketoiminta-yksikön henkilöstöpäällikkö 2011–2012
- Kustannusosakeyhtiö Iltalehti: henkilöstöpäällikkö 2007–2011
- Elisa Oyj: henkilöstöpäällikkö 2004–2007
- Oy Radiolinja Ab: henkilöstöpäällikkö 2002–2004

Keskeisimmät luottamustoimet

- Finla Työterveys Oy: Hallituksen jäsen 2017–

Alma Median osakeomistus 31.12.2017

8 909 Alma Media Oyj:n osaketta


Kari Kivelä

Kustantaja ja vastaava päätoimittaja, Alma News & Life
Nykyisessä tehtävässä vuodesta 2005
Syntynyt: 1959
Konsernin johtoryhmän jäsen vuodesta 2005
Yhteiskuntatieteiden kandidaatti, MBA

Keskeinen työkokemus

- Startel Oy: toimitusjohtaja 2002–2004
- Saunalahti Group Oy: varatoimitusjohtaja 2000–2002
- Uutislehti 100 Oy, City-lehti: toimitusjohtaja 1997–2000
- City-lehti: päätoimittaja 1986–1997

Keskeiset luottamustoimet

- Media Metrics Finland Oy, hallituksen jäsen 2015–

Alma Median osakeomistus 31.12.2017

21 076 Alma Media Oy:n osaketta


Mikko Korttila

Lakiasiaintoimittaja, lakiasiat, yritysjärjestelyt ja yrityssuunnittelu; Alma Media Oy:n hallituksen sihteeri
Nykyisessä tehtävässä vuodesta 2007
Syntynyt: 1962
Konsernin johtoryhmän jäsen vuodesta 2008
Oikeustieteen kandidaatti, varatuomari, eMBA

Keskeinen työkokemus

- Raisio Oy: lakiasiaintoimittaja, johtoryhmän jäsen 2003–2015
- Raisio Oy: henkilöstö- ja lakiasiaintoimittaja, johtoryhmän jäsen 2001–2003
- Raisio Oy: Legal Counsel, Chemicals- ja Benecol-divisioonat 1997–2001
- Asianajaja 1990–1997

Keskeisimmät luottamustoimet

- Listayhtiöiden neuvottelukunta: jäsen 2008–
- Kansainvälinen kauppakamari, Suomen osasto: eräiden valmisteluryhmien jäsen 2006–
- Medialiiton Viestintäpoliittinen ryhmä 2016–

Alma Median osakeomistus 31.12.2017

14 305 Alma Media Oy:n osaketta


Tiina Järvillehto

Johtaja, Alma Mediaratkaisut
Nykyisessä tehtävässä vuodesta 2015
Syntynyt: 1970
Konsernin johtoryhmän jäsen vuodesta 2017
Kauppätieteiden maisteri

Keskeinen työkokemus

- Kauppalehti Oy: Myynti- ja markkinointijohtaja 2013–2015
- Iltalehti Oy: Myynti- ja markkinointijohtaja 2008–2013
- Iltalehti Oy: Asiakkuusjohtaja 2006–2008
- Iltalehti Oy: Myyntipäällikkö 2004–2006

Keskeisimmät luottamustoimet -
Alma Median osakeomistus 31.12.2017

8 889 Alma Media Oy:n osaketta


Elina Kukkonen

Viestintä- ja brändijohtaja
Nykyisessä tehtävässä vuodesta 2017
Syntynyt: 1970
Konsernin johtoryhmän jäsen vuodesta 2017
Doctor of Business Administration DBA (KTT)

Keskeinen työkokemus

- Alma Media Oy: markkinointijohtaja, Alma Mediaratkaisut 2015–
- Kauppalehti Oy: markkinointipäällikkö 2006–2015
- Gant / Profashion Oy: tuotepäällikkö 2006
- C More Entertainment / Canal+, Ruotsi: markkinointipäällikkö 2006
- Kustannus Oy Aamulehti: markkinointipäällikkö 2003–2006
- Kustannus Oy Aamulehti: asiantuntija-tehtäviä 1999–2003

Keskeisimmät luottamustoimet

- Suomen Ekonomit, koulutuspoliittinen toimikunta 2016–

Alma Median osakeomistus 31.12.2017

0 Alma Media Oy:n osaketta

**Juha-Petri Loimovuori**

Alma Talent Oy:n
toimitusjohtaja
Nykyisessä tehtävässä
vuodesta 2016
Syntynyt: 1964
Konsernin johtoryhmän
jäsen vuodesta 2006
Kauppatieteiden maisteri

Keskeinen työkokemus

- Alma Media Oyj: Kauppalehti-ryhmän johtaja 2006–2015
- Kustannus Oy Aamulehti: media-markkinoinnin johtaja 2002–2006
- Alma Media Oyj: mediemarkkinoinnin ketjun vetäjä 2004–2006

Keskeisimmät luottamustoimet

- Oy Suomen Tietotoimisto - Finska Notisbyrå Ab (STT): hallituksen jäsen 2011–

Alma Median osakeomistus 31.12.2017

22 675 Alma Media Oyj:n osaketta

**Raimo Mäkilä**

Johtaja, Alma Markets
Alma Median palveluksessa
vuodesta 1998 (Aamulehti-
yhtymässä vuodesta 1997),
nykyisessä tehtävässä
vuodesta 1999
Syntynyt: 1958
Konsernin johtoryhmän
jäsen vuodesta 1999
Diplomi-insinööri

Keskeinen työkokemus

- Alma Media Net Ventures Oy: toimitusjohtaja 1999–2000
- Alexpress Oy: toimitusjohtaja 1998
- Helsingin Sanomat: palvelujohtaja 1994–1997

Keskeisimmät luottamustoimet: -**Alma Median osakeomistus 31.12.2017**

34 773 Alma Media Oyj:n osaketta

**Juha Nuutinen**

Talous- ja rahoitusjohtaja
Nykyisessä tehtävässä
vuodesta 2012
Syntynyt: 1972
Konsernin johtoryhmän
jäsen vuodesta 2012
Kauppatieteiden maisteri

Keskeinen työkokemus

- Suomen Yliopistokiinteistöt Oy: talous- ja hallintojohtaja sekä johtoryhmän jäsen 2009–2012
- Alma Media Oyj: konsernin talouspäällikkö 2005–2009
- IF Vahinkovakuutusyhtiö Oy: talouspäällikkö 2003–2005
- KPMG Oy: tilintarkastaja 1996–2003, KHT-tilintarkastaja (12/2000 alkaen)

Keskeisimmät luottamustoimet -**Alma Median osakeomistus 31.12.2017**

14 187 Alma Media Oyj:n osaketta



Sisäpiirihallinto

Alma Median Oyj:n hallitus on vahvistanut Alma Media konsernissa noudatettavan sisäpiiriohjeen 21.9.2017. Sisäpiiriohje perustuu markkinoiden väärinkäyttöasetukseen komission 2-tason sääntelyyn sekä Euroopan arvopaperimarkkinaviranomaisen (ESMA) antamiin sääntöihin ja ohjeisiin ja täydentää NASDAQ Helsinki Oy:n sisäpiiriohjeen, rikoslain 51 luvun, arvopaperimarkkinalain sekä Finanssivalvonnan kulloinkin voimassa olevia säännöksiä ja ohjeita sisäpiirintiedon hallinnoinnista ja käsittelystä.

Sisäpiiriläiset jaetaan Alma Media Oyj:ssä kahteen kategoriaan: ilmoitusvelvollisiin johtohenkilöihin sekä hankekohtaisiin sisäpiiriläisiin.

Ilmoitusvelvollisia johtohenkilöitä ovat Alma Media Oyj:ssä seuraavat henkilöt: hallituksen puheenjohtaja ja varapuheenjohtaja, hallituksen jäsenet ja mahdolliset varajäsenet, toimitusjohtaja ja toimitusjohtajan mahdolliset sijaiset sekä konsernin johtoryhmän jäsenet. Ilmoitusvelvolliset johtohenkilöt eivät saa käydä kauppaa yhtiön rahoitusvälineillä ennen yhtiön osavuosikatsauksen ja tilinpäätöstiedotteen julkistamista ajanjaksona, joka alkaa 30 vuorokautta ennen osavuosikatsauksen ja tilinpäätöstiedotteen julkistamista ja päättyy julkistamispäivää seuraavana päivänä ("suljettu ikkuna"). Hankekohtaiset sisäpiiriläiset eivät saa käydä kauppaa Alma Media Oyj:n rahoitusvälineillä ennen kuin asianomainen hanke on päättynyt.

Alma Media Oyj on lisäksi päättänyt, että henkilöt, jotka ovat osallisina Alma Media Oyj:n osavuosikatsausten ja tilinpäätöstiedotteiden valmistelemissä ja laatimisessa eivät saa käydä kauppaa yhtiön rahoitusvälineillä ennen yhtiön osavuosikatsauksen ja tilinpäätöstiedotteen julkistamista ajanjaksona, joka alkaa 30 vuorokautta ennen osavuosikatsauksen ja tilinpäätöstiedotteen julkistamista ja päättyy julkistamispäivää seuraavana päivänä ("laajennettu suljettu ikkuna"). Laajennettu suljettu ikkuna koskee myös henkilöitä, jotka tehtävänsä puolesta saavat tietoonsa Alma Media konsernin myyntiluvut tai sellaisen liiketoimintayksikön myyntiluvut, joilla on olennainen merkitys koko Alma Media konsernin tuloksen kannalta.

Markkinoiden väärinkäyttöasetuksen voimaantulon yhteydessä yhtiössä otettiin käyttöön eettisen raportoinnin kanava "Almawhistleblow", jonka kautta yhtiön palveluksessa olevat henkilöt voivat ilmoittaa riippumattoman kanavan kautta muun muassa markkinoiden väärinkäyttöasetuksen ja muiden finanssimarkkinoita koskevien säännösten epäilyistä rikkomisesta.

Alma Media Oyj julkistaa johtohenkilöiden ja heidän lähipiiriinsä kuuluvien henkilöiden tekemät yhtiön rahoitusvälineitä koskevat liiketoimet pörssitiedotteella markkinoiden väärinkäyttöasetuksen mukaisesti.

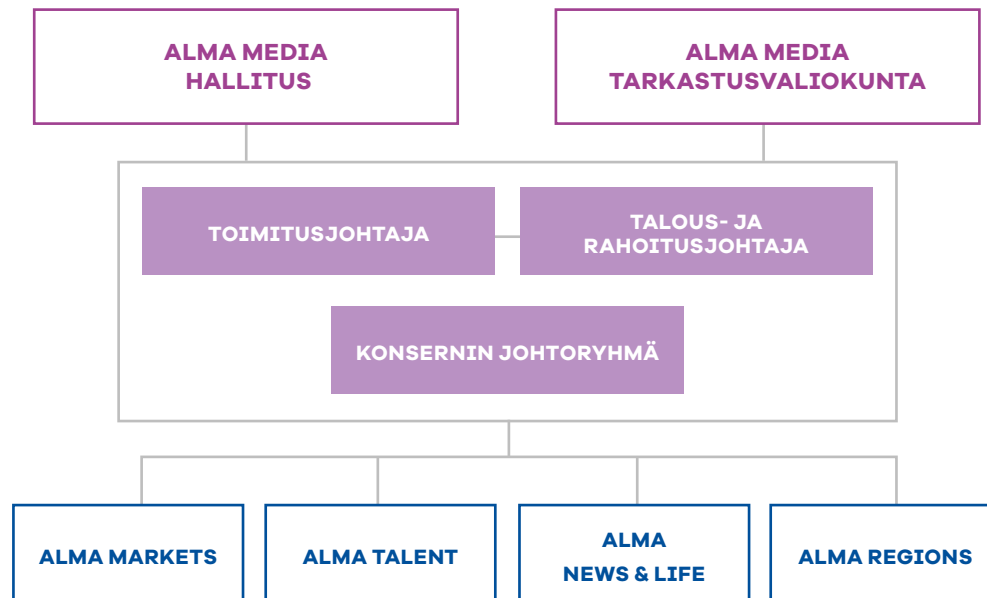
Johdon omistuksia koskevat tiedot päivitetään päivittäin Alma Median internetsivuilla: www.almamedia.fi/sijoittajat/osakkeet-ja-osakkeenomistajat/sisapiirin-omistukset

Alma Media konsernin sisäpiirivastaavana toimii yhtiön lakiasianjohtaja.

Taloudelliseen raportointiin liittyvät sisäisen valvonnan- ja riskienhallinnan järjestelmät

Alma Media Oyj:n taloudelliseen raportointiprosessiin liittyvien sisäisen valvonnan ja riskienhallinnan järjestelmien tavoitteena on varmistaa, että yhtiön tilinpäätöksen ja taloudellisen raportoinnin luotettavuudesta on kohtuullinen varmuus, ja että yhtiö noudattaa lakeja ja säädöksiä sekä yleisesti hyväksytyjä kirjanpitoperiaatteita.

Alma Median sisäisen valvonnan ja riskienhallinnan organisaatio



Sisäinen valvonta

Sisäinen valvonta on olennainen osa yhtiön hallintoa ja johtamisjärjestelmiä. Se kattaa konsernin kaikki toiminnot ja organisaatiotasot. Valvonnan tarkoituksena on saada riittävä varmuus mm. siitä, että yhtiö voi toteuttaa strategiaansa. Sisäinen valvonta ei ole erillinen prosessi, vaan kattaa osana yhtiön toimintoja kaikki konsernilaajuiset toimintaperiaatteet, ohjeistukset ja järjestelmät.

Taloudellinen raportointi

Hallituksella ja toimitusjohtajalla on kokonaisvastuu taloudelliseen raportointiin liittyvien sisäisten valvonta- ja riskienhallintajärjestelmien järjestämisestä. Toimitusjohtaja, johtoryhmän jäsenet ja tulosyksiköiden johtajat vastaavat siitä, että heidän omien vastualueidensa kirjanpito ja hallinto ovat lain, konsernin toimintaperiaatteiden ja Alma Media Oyj:n hallituksen ohjeiden ja määräysten mukaisia. Tulosyksiköiden hallinnon ja kirjanpidon valvonta on Alma Media -konsernissa keskitetty konsernin taloushallinnon vastuulle. Konsernin talous- ja rahoitusjohtajan alaisuudessa toimiva talousosasto tuottaa keskitetysti ulkoisen laskennan vaatimat tilinpäätöstiedot sekä sisäisen laskennan analyysit ja tulosraportit liiketoiminnan kannattavuuden seuraamiseksi konsernin ja liiketoimintayksiköiden johtoryhmille. Konsernin sisäisen valvonnan käytännöllä pyritään varmistamaan konsernin taloudellisen raportoinnin oikeellisuus. Liiketoimintaa ja varainhoitoa seurataan edellä kuvatun raportointikokonaisuuden avulla. Raportointikäytäntöjen kautta seurataan myös tulosyksiköiden toimintasuunnitelmien toteutumista. Taloushallinto seuraa ja ohjeistaa sisäisiä valvonta-toimenpiteitä ja käytäntöjä konsernin toimintaperiaatteiden ja ohjeiden pohjalta.

Alma Media -konserni noudattaa EU:ssa sovellettavaksi hyväksytyjä kansainvälisiä tilinpäätösstandardeja (International Financial Reporting Standards, IFRS). Taloudellista raportointia koskevat ohjeet ja laskentaperiaatteet on kerätty standardimuutosten myötä päivitettävään laskentamanuaaliin ja talousosaston ohjeisiin, joita sovelletaan kaikissa konserniyhtiöissä. Konsernilaskenta vastaa tilinpäätösstandardien seuraamisesta ja noudattamisesta, taloudellista raportointia koskevien periaatteiden ylläpitämisestä sekä niistä tiedottamisesta yksiköille.



Riskienhallinta

Riskienhallinta on osa Alma Media Oyj:n taloudellista raportointiprosessia ja yksi yhtiön tärkeitä sisäisiä valvontatoimenpiteitä. Alma Media -konsernissa riskienhallinnan tehtävä on arvioida ja hallinnoida jatkuvasti osana operatiivista toimintaa kaikkia yritystoiminnassa esiintyviä mahdollisuuksia, uhkia ja riskejä asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi ja toiminnan jatkuvuuden turvaamiseksi.

Riskienhallinnan päävastuu on yhtiön hallituksella. Se käsittelee tärkeimmät tunnistetut riskit ja vastaa yhtiön riskinottohalukkuuden ja -sietokyvyn määrittämisestä. Tarkastusvaliokunta valmistelee hallitukselle konsernin riskienhallintaperiaatteet ja seuraa riskienhallintajärjestelmien tehokkuutta. Valiokunta myös käsittelee johdon antamia tietoja merkittävistä riskeistä ja niille altistumisesta sekä suunnitelmia riskien minimoimiseksi.

Toimitusjohtaja, johtoryhmä ja muu konsernin johto kaikilla organisaatiotasoilla vastaavat päivittäisen riskienhallinnan toteuttamisesta. Kussakin liiketoimintayksikössä on yksikön johtoryhmään kuuluva vastuuhenkilö, yleensä talousvastaava, joka vastaa riskienhallinnasta ja riskienhallintatoimenpiteiden raportoinnista.

Riskienhallintaprosessin avulla tunnistetaan riskit, kehitetään riskienhallintakeinoja ja raportoidaan riskeistä säännöllisesti riskienhallintaorganisaatiolle ja hallitukselle. Riskienhallinta on osa Alma Media Oyj:n sisäistä valvontaa ja näin ollen osa hyvää johtamis- ja hallintojärjestelmää. Määrällisille ja laadullisille riskeille asetetaan kirjalliset rajat ja menettelytavat konsernin riskienhallintajärjestelmässä. Yhtiö luokittelee liiketoimintaansa vaikuttavat riskinsä strategisiin, operatiivisiin ja rahoitusriskeihin. Rahoitusriskejä kuvataan konsernitilinpäätöksen liitetiedoissa.

Alma Median merkittävimmät strategiset riskit ovat painetun median osalta lehtien lukijamäärien merkittävä lasku sekä digitaalisen median osalta verkkoyhteisön pieneneminen, 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 kehittämällä digitaalisia tuotteita ja palveluita kuluttajille ja yrityksille.

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, kyberrisikit sekä painotoiminnan keskeytyminen.



Alma Median liiketoiminnan strategiset, operatiiviset ja rahoitusriskit sekä niiden lieventämistoimet

RISKI	RISKIN MÄÄRITELMÄ	RISKIÄ VÄHENTÄVÄT TOIMET
Strategiset riskit		
Mediakäytön muutos	Toimialan muutos mediakäytön muutosten ja teknologian kehittymisen myötä. Tuote- ja palvelukehityksen kyky arvioida kulutuskäyttäytymisen muutoksia tai panostaa oikeisiin teknisiin palveluratkaisuihin.	Liiketoiminnan kehittäminen asiakastarve edellä. Digitaalisen liiketoiminnan kilpailukykyä edistävät toimenpiteet. Riittävät investoinnit ja resurssit tutkimus- ja kehitystoimintaan.
Painetun ja digitaalisen median yleisöt	Tilaaaja- ja lukijamäärien merkittävä lasku, verkkopalveluiden käyttäjien tilaaaja- ja käyttäjämäärien lasku, mainosmyynnin pysyvä vähentyminen sekä jakelukustannusten merkittävä nousu.	Vuorovaikutteisen media-lukijasuhteen ylläpitäminen ja kehittäminen, asiakastytyväisyyttä mittaavat tutkimukset, yhteistyö Almassa sisällöntuotannossa, sisältömyynnissä ja mainosmyynnissä, tukitoiminnoissa ja tuotekehityksessä. Oma jakeluverkosto sekä jakelukumppanuuden ja kustantajayhteistyö.
Aikakauslehtien ryhmätilaukset	Muutokset suurimpien talouden ja tekniikan aikakauslehtien ryhmätilauksissa.	Asiakastytyväisyystutkimukset ja palvelun jatkuva kehittäminen tulosten mukaan yhdessä ryhmätilaajien kanssa.
Talouden suhdannevaihtelut	Mainonnan merkittävä osuus liikevaihdosta sekä sen herkkyys yleisestä talouden suhdannevaihtelusta.	Palveluliiketoiminnan kehitys, jatkuva toimintaympäristön analysointi ja seuranta, valmiudet rakenteellisiin muutoksiin tarvittaessa, nykyliiketoiminnan aktiivinen kehittäminen, tulonlähteiden monipuolistaminen, liiketoiminnan maantieteellinen hajauttaminen.
Lainsäädännön muutokset	Tietosuojaa ja verotusta koskevat mahdolliset lakimuutokset.	Sisäinen koulutus, säädösten seuranta, prosessien rakentaminen lainsäädännön vaatimiin muutoksiin organisaatiossa.
Maakohtaiset riskit	Liiketoimintoihin liittyvä maakohtaisia riskejä markkinoiden kehittymisen ja taloudellisen kasvun osalta. Maantieteellinen jakauma ja kansainvälistyminen myös vähentää kotimaahan sisältyvää maariskiä.	Jatkuva markkinakehityksen analysointi, konserni- ja maakohtaisten riskien seuranta ja analysointi.
Asiakasdata	Kyky hyödyntää yhä kasvavaa asiakasdatan määrää parempien ja kohdennettujen palveluratkaisujen tarjoamisessa. Tuote- ja palvelukehityksen kyky arvioida asiakastarpeen muutoksia.	Liiketoiminnan kehittäminen asiakastarve edellä. Digitaalisen liiketoiminnan kilpailukykyä ja datan hallintaa edistävät toimenpiteet. Riittävät investoinnit ja resurssit datan hallintaan ja järjestelmiin.
Operatiiviset riskit		
Tietotekniikan ja -liikenteen häiriöt	Tietoverkon toimintavarmuus.	Valmiussuunnitelmat, hajautetut palvelinratkaisut, pilveistäminen, riittävän osaamisen varmistaminen.
Kyberriskit	Riski joutua tietoturvahyökkäysten ja datavarkauksien kohteeksi.	Valmiussuunnitelmat ja riskienhallintatoimet, riittävän osaamisen varmistaminen, vakuuttaminen.
Painotoiminnan keskeytyminen	Painotoiminta häiriintyy onnettomuuden, mekaanisen vian tai tietojärjestelmävirheen vuoksi.	Valmius- ja palautumissuunnitelmat, varajärjestelyt, asiakasviestintä, valmiudet kriisiviestintään.
Osaaminen	Teknologian kehittymisen ja vaativuuden myötä kasvanut riski saada ja ylläpitää riittävää osaamista.	HR-strategia, avainhenkilöiden sitouttaminen, lisäresursoinnit ja trainee-ohjelmat, työhyvinvointi.
Rahoitusriskit		
Jälleenrahoitusriski	Yhtiö ei pysty uusimaan erääntyviä rahoitussopimuksia.	Rahoituspolitiikka, rahoitussuunnitelma ja -sopimukset, riittävän pitkä lainojen maturiteetti ja riittävä omavaraisuusaste.
Likviditeettiriski	Yhtiö ei lyhyellä aikavälillä pysty suorittamaan erääntyviä velvoitteita.	Rahoituspolitiikka, riittävän suuret rahoituslimiittisopimukset.
Korko- ja valuuttariskit	Koron tai valuutan muutos aiheuttaa merkittävän vaikutuksen yhtiön tulos- tai taseasemaan.	Rahoituspolitiikkaa ja siinä määritellyt suojausperiaatteet.



Alma Median liiketoiminnan riskeihin liittyvät keskeisesti myös vastuullinen journalismi ja vastuullinen markkinointi. Alla tiivistelmä edellä mainituista riskeistä ja niitä vähentävistä toimista. Alma Media raportoi myös muun kuin taloudellisen tiedon raportissaan yritysvastuuseen kuuluvista riskeistä sekä niiden hallintakeinoista.

RISKI	RISKIN MÄÄRITELMÄ	RISKIÄ VÄHENTÄVÄT TOIMET
Vastuullinen journalismi	Mediaan ja kansalaisiin kohdistuvat suorat ja epäsuorat petos- ja vaikutusyritykset. Sisältöjen valvonta digitaalisessa toimintaympäristössä haasteellisempaa. Perinteisen median asiakasuskollisuuden heikkeneminen.	Toimitusten käytäntöjen ja henkilöstön osaamisen kehittäminen. Lukijatytyväisyysmittaukset, asiakaskontaktit ja -palautte. Osallistuminen alan journalismin tapahtumiin ja toimieliimiin
Vastuullinen markkinointi	Sisältöjen, mainonnan ja palveluiden valvonta digitaalisessa toimintaympäristössä haasteellisempaa.	Hyvän markkinointitavan mukaisen mainonnan julkaiseminen, lukukokemusta häiritsevän mainonnan välttäminen. Digimainonnan laadun ja hallinnan parantaminen teknologiahankinnoin sekä henkilöstön ja kumppanien osaamiseen panostaminen ja markkinointiviestintäalan käytäntöjen kehittäminen.

Sisäinen tarkastus

Alma Media Oyj:ssä ei liiketoiminnan laatu ja laajuus huomioon ottaen ole katsottu tarkoituksenmukaiseksi järjestää erityistä sisäisen tarkastuksen organisaatiota, vaan sen tehtävät sisältyvät Alma Media Oyj:n taloushallinnon tehtäviin. Sisäisten kontrollien toimivuuden tarkastaminen on myös sisällytetty vuosittaiseen tilintarkastussuunnitelmaan. Sisäisillä tarkastuksilla tarkastetaan prosessien toimivuutta ja tehokkuutta läpikulkutestien ja kontrollitestiä avulla.



Tilintarkastus

Osakkeenomistajat valitsevat vuosittain varsinaisessa yhtiökokouksessa yhtiölle tilintarkastajan, jonka tulee olla Keskuskauppakamarin hyväksymä tilintarkastusyhteisö. Tilintarkastajan toimikausi päättyy ensimmäisen vaalia seuraavan varsinaisen yhtiökokouksen päätyttyä. Tilintarkastajien tehtävänä on varmistua siitä, että tilinpäätös on laadittu voimassa olevien säädösten mukaisesti siten, että se antaa oikeat ja riittävät tiedot yhtiön tuloksesta ja taloudellisesta asemasta sekä muut tarpeelliset tiedot yhtiön sidosryhmille. Alma Media Oyj:n tilintarkastajat tarkastavat osana vuosittaista tilintarkastustoimeksiantoa tulosityksiköiden kirjanpidon ja hallinnon. Sisäisen valvonnan vaatimukset on otettu huomioon tilintarkastajien tilintarkastussuunnitelmissa.

Tilintarkastajat antavat vuosittain kertomuksensa Alma Media Oyj:n varsinaiselle yhtiökokoukselle. Lisäksi tilintarkastajat raportoivat hallitukselle ja hallituksen tarkastusvaliokunnalle vuosittaisen tilintarkastussuunnitelman pääkohdat sekä koko konsernia koskevan kirjallisen tilintarkastusraportin kunkin osavuosikatsauksen ja tilinpäätöksen yhteydessä. Lisäksi tilintarkastajat antavat juoksevat tulosityksikkökohtaiset raportit konsernin talousjohdolle ja raportointiyksiköiden johtajille.

Vuoden 2017 yhtiökokous valitsi yhtiön tilintarkastajaksi KHT-yhteisö PricewaterhouseCoopers Oy:n, päävastuullisena tilintarkastajana Markku Launis, KHT. PricewaterhouseCoopers toimii pääsääntöisesti kaikkien tytäryhtiöiden tilintarkastajana.

Alma Media -konsernin vuoden 2017 tilintarkastuspalkkio oli 281 000 euroa. Lisäksi tilintarkastusyhteisö PwC on veloittanut muista palveluista tilikaudella 2017 yhteensä 54 000 euroa, muun muassa vastuullisuuden raportointiin liittyvää neuvontatyötä. PwC on toiminut tilintarkastajana vuodesta 2014.



Palkka- ja palkkioselvitys

Alma Media Oyj noudattaa Arvopaperimarkkinayhdistys ry:n 1.10.2015 antamaa, voimassa olevaa Suomen listayhtiöiden hallinnointikoodia (Corporate Governance 2015) sellaisenaan. Tämä palkka- ja palkkioselvitys on laadittu perustuen hallinnointikoodin palkitsemista koskevaan raportoinnin suosituksiin. Suomen listayhtiöiden hallinnointikoodi on saatavilla Arvopaperimarkkinayhdistyksen verkkosivuilla osoitteessa www.cgfinland.fi sekä Alma Median verkkosivuilla.

Hallituksen jäsenten palkitseminen

Alma Media Oyj:n hallituksen palkkioista päättää Alma Media Oyj:n varsinainen yhtiökokous. Alma Median nimitystoimikunnan tehtävänä on valmistella hallituksen jäsenten valintaan ja palkitsemiseen liittyvät ehdotukset varsinaiselle yhtiökokoukselle.

Yhtiökokous päätti 22.3.2017 nimitystoimikunnan ehdotuksen mukaisesti, että hallituksen jäsenten palkkiot pysyvät ennallaan, ja että yhtiökokouksessa valittaville hallituksen jäsenille maksetaan vuoden 2018 varsinaiseen yhtiökokoukseen päättyvältä toimikaudelta seuraavat vuosipalkkiot: hallituksen puheenjohtajalle 40 000 euroa vuodessa, varapuheenjohtajalle 32 000 euroa vuodessa ja muille jäsenille 27 000 euroa vuodessa.

Lisäksi hallituksen ja sen valiokuntien puheenjohtajille maksetaan vuoden 2016 varsinaisen yhtiökokouksen päättämällä tavalla 1 000 euron, varapuheenjohtajille 700 euron ja jäsenille 500 euron palkkio niistä hallituksen ja sen valiokuntien kokouksista, joihin he osallistuvat. Hallituksen jäsenten matkakulut korvataan yhtiön matkustushjesäännön mukaisesti.

Hallituksen jäsen hankkii yhtiökokouksen päätöksen perusteella Alma Media Oyj:n osakkeita markkinoilta kaupankäynnissä säännellyllä markkinalla Helsingin Pörssissä muodostuvaan hintaan noin 40 prosentilla hänelle, ennakonpidätys huomioiden, suoritetusta hallituksen jäsenen vuosipalkkiosta. Osakkeiden hankinnan hallituksen jäsen on velvollinen tekemään kahden viikon kuluessa tammi-maaliskuun 2017 osavuositarkastuksen julkistuksesta tai, mikäli tämä ei olisi sisäpiirisäännökset huomioiden mahdollista, ensimmäisenä mahdollisena ajankohtana tämän jälkeen. Mikäli osakkeita ei esimerkiksi vireillä olevien sisäpiirihankkeiden vuoksi ole voitu hankkia vuoden 2017 loppuun mennessä, maksetaan vuosipalkkio rahana. Näin hankittuja osakkeita ei saa luovuttaa ennen kuin hallituksen jäsenyys on päättynyt. Yhtiö vastaa osakkeiden hankinnasta mahdollisesti aiheutuvasta varainsiirtoverosta.

Hallituksen jäsenten palkkiot (euroa) hallitus- ja valiokuntatyöskentelystä vuonna 2017 sekä vertailutiedot edelliseltä tilikaudelta:

Vuosi	Nimi	Asema	Hallituksen kokoukset			Tarkastusvaliokunta	Nimitys- ja palkitsemisvaliokunta	Palkkiot yhteensä
			Vuosi-palkkiot	Vuosipalkkiosta maksettu osakkeina, kpl*	Kokous-palkkiot			
2017	Harri Suutari	Puheenjohtaja	40 000	2 841	13 000	-	2 000	55 000
2016	Harri Suutari	Puheenjohtaja	40 000	6 015	14 000	-	500	54 500
2017	Petri Niemisvirta	Varapuheenjohtaja	32 000	2 273	9 800	-	4 000	45 800
2016	Petri Niemisvirta	Varapuheenjohtaja	32 000	3 499	9 100	-	2 000	43 100
2017	Niklas Herlin	Jäsen	27 000	1 918	5 500	-	1 500	34 000
2016	Niklas Herlin	Jäsen	27 000	2 953	7 000	-	1 000	35 000
2017	Matti Korkiatupa	Jäsen	27 000	1 918	7 000	2 500	-	36 500
2016	Matti Korkiatupa	Jäsen	27 000	2 953	5 500	2 000	-	34 500
2017	Esa Lager	Jäsen	27 000	1 918	6 500	5 000	-	38 500
2016	Esa Lager	Jäsen	27 000	3 580	7 000	5 000	500	39 500
2017	Catharina Stackelberg-Hammarén	Jäsen	27 000	1 918	7 000	2 500	-	36 500
2016	Catharina Stackelberg-Hammarén	Jäsen	27 000	2 953	7 000	2 500	-	36 500
2017	Mitti Storckovius	Jäsen	27 000	1 918	7 000	-	2 000	36 000
2016	Mitti Storckovius	Jäsen	27 000	4 232	5 500	-	500	33 000

* Osakkeiden määrä vastaa ennakonpidätyksen jälkeen noin 40 % vuosipalkkion määrästä

Tilikaudella 2017 hallituksen jäsenten suoriteperusteiset palkkiot olivat yhteensä 282 300 euroa.



Alma Media Oyj:n hallituksen jäsenet eivät ole työ- tai toimisuhteessa yhtiöön. He eivät myöskään ole mukana Alma Median osakepohjaisessa kannustinjärjestelmässä tai muussa yhtiön kannustinjärjestelmässä tai saaneet muita etuisuuksia.

Toimitusjohtajan ja muun ylimmän johdon palkitseminen

Alma Media Oyj:n hallitus päättää emoyhtiön toimitusjohtajan ja hänen suorien alaisensa palkoista ja palkitsemisjärjestelmästä hallituksen nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan esityksestä.

Alma Media Oyj:n toimitusjohtajan sekä muun ylimmän johdon palkitsemisjärjestelmä koostuu kiinteästä rahapalkasta (kuukausipalkasta), luontaiseduista (auto- ja matkapuhelinetu, toimitusjohtajan osalta myös asuntoetu), tulos- ja toiminnallisten tavoitteiden saavuttamiseen liittyvästä kannustepalkkiosta (lyhyen aikavälin palkitsemisjärjestelmä ja konsernin avainhenkilöiden osakepohjaisesta kannustinjärjestelmästä (pitkän aikavälin palkitsemisjärjestelmät) sekä johdon eläke-edusta. Osallistuminen palkitsemisjärjestelmiin määräytyy tehtävän mukaisesti.

Alma Median johdon kannustepalkkiojärjestelmän periaatteet noudattavat Alma Median kannustepalkkiojärjestelmän ehtoja. Järjestelmä perustuu tuloksen jatkuvan parantamisen periaatteelle. Konsernin johtoryhmän jäsenten sekä liiketoimintayksiköiden johtajien kannustepalkkio voi olla suuruudeltaan enintään 40 % vuosipalkasta. Alma Media Oyj:n toimitusjohtajan kannustepalkkio voi nousta 60 %:iin vuosipalkasta.

Kannustepalkkio määräytyy kolmen kriteerin pohjalta: Alma Media -konsernin tulostavoitteiden täytyminen (painoarvo 40 %), liiketoimintayksikön tulostavoitteiden täytyminen (painoarvo 40 %) sekä henkilökohtaisten tavoitteiden täytyminen (painoarvo 20 %) kultakin kalenterivuodelta.

Alma Media Oyj:n toimitusjohtajalle maksettiin vuonna 2017 palkkana, palkkiona ja luontaisena 944 682 euroa, josta kannustepalkkiota 281 898 euroa ja osakepalkkiojärjestelmän osuus 167 265 euroa. Muille johtoryhmän jäsenille maksettujen palkkojen, palkkioiden ja luontaisien yhteismäärä oli 2 431 774 euroa, josta kannuste-palkkioiden osuus oli 417 832 euroa ja osakepalkkiojärjestelmän osuus 334 530 euroa.

	Perusvuosipalkka	Tulokseen perustuvat kannustimet	Luontaisedut	Optioedut	Osakeperusteiset palkkiot
Toimitusjohtaja					
2017	442 689	281 898	52 830		167 265
2016	445 783	195 043	49 601		
2015	402 210	102 509	48 166		
2014	429 475	20 000	47 478	830	
Konsernin johtoryhmä					
2017	1 590 915	417 832	88 497		334 530
2016	1 349 769	206 914	86 467		
2015	1 297 042	136 732	82 093		
2014	1 264 934	41 000	82 026	583	

Kannustinjärjestelmät

Osakepohjainen kannustinjärjestely (LTI 2015 -JÄRJESTELY)

Vuonna 2015 alkanut ohjelma

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 pitkän aikainen 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 lisäosakeohjelmassa (LTI 2015 I) osallistuja saa maksutta kaksi lisäosaketta kutakin sijoittamaansa osaketta kohti



kahden vuoden odotusjakson jälkeen edellyttäen, että osakepalkkion saamiselle ohjelman ehtoissa 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 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 ehtoissa asetetut muut edellytykset edelleen täyttyvät palkkion suorittamishetkellä.

Vuonna 2016 ja 2017 alkaneet osakepalkkio-ohjelmat LTI 2015 II ja LTI 2015 III

Alma Media Oyj:n hallitus päätti 17.3.2016 LTI 2015 -järjestelyn pohjalta vuonna 2016 alkavasta osakepalkkio-ohjelmasta (LTI 2015 II) ja vastaavasti päätti 22.3.2017 vuonna 2017 alkavasta osakepalkkio-ohjelmasta (LTI 2015 III). Kannustinjärjestelyjen ehdot vastaavat olennaisin osin vuonna 2015 alkaneen osakepalkkio-ohjelman ehtoja.

Hallitus on arvioinut, että LTI 2015 -järjestelyn yhteydessä ei anneta uusia osakkeita eikä kannustinjärjestelyillä siten ole laimentavaa vaikutusta yhtiön rekisteröityyn osakemäärään.

Alma Media Oyj:n yhtiökokous on 17.03.2016 valtuuttanut hallituksen päättämään enintään 824 000 osakkeen hankkimisesta yhdessä tai useammassa erässä ja edelleen valtuuttanut hallituksen päättämään osakeannista omia osakkeita luovuttamalla kannustinohjelman toteuttamiseksi.

Osakepohjaisen kannustinjärjestelmän allokaatio ja maksimi ansaintamahdollisuus toimitusjohtajan ja konsernin johtoryhmän jäsenten osalta. Tiedot kattavat LTI I-, LTI II- ja LTI III -ohjelmat:

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

	Osakesijoitukseen perustuva (osakkeita max.)			Suoriteperusteinen (osakkeita max.)		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017
Kai Telanne, toimitusjohtaja	30 000	34 000	36 000	60 000	68 000	72 000
Santtu Elsinen	-	6 000	9 000	-	12 000	18 000
Kari Juutilainen	10 000	-	-	20 000	-	-
Virpi Juvonen	4 000	6 000	4 000	8 000	12 000	8 000
Tiina Järvilehto	-	-	6 000	-	-	12 000
Kari Kivelä	10 000	10 000	13 000	20 000	20 000	26 000
Mikko Korttila	6 000	8 000	9 000	12 000	16 000	18 000
Juha-Petri Loimovuori	10 000	13 000	13 000	20 000	26 000	26 000
Raimo Mäkilä	10 000	13 000	13 000	20 000	26 000	26 000
Juha Nuutinen	6 000	8 000	9 000	12 000	16 000	18 000

Irtisanomiskorvaukset

Alma Media Oyj:n toimitusjohtaja Kai Telanteen irtisanomisaika on kuusi kuukautta. Lisäksi hänelle maksetaan johtajasopimuksen mukaan 12 kuukauden palkkaa vastaava korvaus, mikäli työnantaja irtisanoo hänet ilman, että toimitusjohtaja on syyllistynyt sopimusrikkomukseen. Mikäli toimitusjohtaja irtisanoutuu itse, hänelle ei makseta mainittua 12 kuukauden palkkaa vastaavaa korvausta. Toimitusjohtajan nimittämistä ja tarvittaessa tehtävästään vapauttamisesta päättää Alma Median hallitus.

Alma Media -konsernin muiden johtoryhmän jäsenten irtisanomisaika on kuusi kuukautta. Lisäksi johtoryhmän jäsenelle suoritetaan kuuden kuukauden palkkaa vastaava korvaus, mikäli työnantaja irtisanoo hänet ilman, että irtisanominen johtuu jäsenen omasta syystä tai hänen vastuulleen luettavasta laiminlyönnistä. Muiden johtoryhmän jäsenten toimitusuhdeiden ehtoista päättää nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan esityksestä hallitus ja nimittämisestä ja tarvittaessa tehtävästään vapauttamisesta päättää toimitusjohtaja.



Eläkesopimukset

Alma Media Oyj:n toimitusjohtajalla ja konsernin johtoryhmän jäsenillä on maksu-perusteinen ryhmäeläke-etu. Eläkettä kertyy 15–37 % vuosiansioista riippuen siitä, milloin henkilö on tullut mukaan konsernin johtoryhmän jäseneksi. Eläkeikä on 60 vuotta, jolloin vakuutusmaksujen maksaminen päättyy. Eläke määräytyy eläkkeen alkamishetken vakuutussäästöjen perusteella. Eläkkeen alkamista voidaan lykätä korkeintaan siihen asti, kun henkilö täyttää 70 vuotta. Eläke määräytyy tällöin sijoituskohteiden arvonkehityksen mukaisesti tarkistetusta vakuutussäästöstä.

Alma Median toimitusjohtajan ja johtoryhmän jäsenten ryhmäeläkevakuutuksen ehtoihin kuuluu, että vakuutetulla on kolme vuotta sopimuksen piirissä oltuaan oikeus työsuhteen päättymiseen mennessä kertyneeseen vakuutussäästöä vastaavaan maksuvapaaseen vakuutukseen eli vapaakirjaan. Vapaakirja sisältää vanhuuseläkkeen eläkeiässä, työkyvyttömyysturvan ja kuolemantapausturvan. Vuonna 2017 Alma Median toimitusjohtajan ryhmäeläkevakuutuksen kustannukset olivat 234 683 euroa ja muiden johtoryhmän jäsenten 421 787 euroa, yhteensä 656 470 euroa.

Alma Median toimitusjohtaja Kai Telanne on aloittanut tehtävässään vuonna 2005. Johtoryhmän muiden jäsenten osalta Alma Median verkkosivuilla esitetyt henkilötiedot sisältävät tiedot myös siitä, milloin he ovat aloittaneet nykyisissä tehtävissään.



Muun kuin taloudellisen tiedon raportti 2017
ALMA MEDIA OYJ

Alma Median tehtävä on kiihdyttää yksilöiden, yritysten ja yhteiskunnan kestäväää kasvua. Alma Medialla on merkittävä rooli ihmisten osaamisen, tietoisuuden ja ymmärryksen kasvattamisessa. Avaamme yhteyksiä yritysten ja niiden asiakkaiden välille. Luomme yrityksille uusia kasvumahdollisuuksia. Uutissisältöjemme kautta olemme rakentamassa yhteiskuntaa, ratkaisemassa ongelmia sekä luomassa perustaa talouden kestäväälle kasvuille ja yksilönvapaudelle.

Luomme arvoa kaikille sidosryhmillemme: kuluttajille, lukijoillemme ja palveluidemme käyttäjille, yritysasiakkaille, henkilökunnalle, osakkeenomistajille, yhteistyökumppaneillemme ja yhteiskunnalle.

SISÄLLYS

Alma Median arvonluontimalli	189
Yritysvastuun johtamisen periaatteet ja riittävän varovaisuuden turvaavat menetelmät	190
Merkittävimmät yritys vastuuriskit ja niiden torjunta	192
Tärkeimmät yritys vastuun tunnusluvut	194



Alma Median arvonaluontimalli

RESURSSIT JA PANOKSET

Henkilöstö ja osaaminen

- 3 150 almalaista* (v. 2017)
 - vahvaa journalisti-, markkinointi- ja teknologiaosaamista.

Aineeton

- Alma-brändi ja yli 50 tuotebrändiä.
- Asiakasdata.

Taloudellinen

- Sijoitettu pääoma 218 milj. euroa (v. 2017).
- Investoinnit 170 milj. euroa vuosina 2013–2017.

Kumppaniverkosto

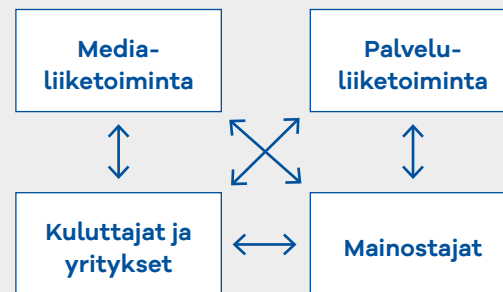
- Yhteistyökumppanuudet sisältöjen ja palveluiden kehityksessä, tuotannossa, markkinoinnissa ja myynnissä.
- Yhteiskuntasuhteet.

Tuotantopanokset, Raaka-aineet

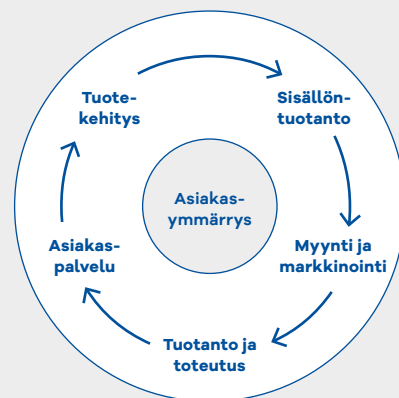
- Toimintaa 10 maassa.
- Monikanavaiset digitaaliset palvelukanavat.
- Painolaitos ja alueellinen jakeluverkosto.
- Kaukolämpö, kaukokylmä ja sähkön kulutus vuonna 2017: 69 395 GJ / 19 276 MWh, paperinkulutus 26 tonnia.

* Sisältäen jakajat

LIIKETOIMINTAMALLI



LIIKETOIMINTAPROSESSI



ALMA MARKETS	ALMA TALENT	ALMA NEWS & LIFE	ALMA REGIONS
Yhteiset toiminnot <ul style="list-style-type: none"> • Keskitetty mediamyynti ja mediamyynnin kehitys • Tieto- ja tuotantotekniikka • Talous ja rahoitus, Henkilöstöhallinto ja HRD • Laki, M&A, yritysuunnittelu • Viestintä, IR, Brändi, Yritysvastuu • Tilahallinto 			

TUOTOKSET

Tuotteet ja palvelut

- Alma Median printti- ja digituotteet tavoittavat viikoittain 74 % suomalaista (v. 2017, 15–74-vuotiaat, Kantar TNS).
- Digitaaliset palvelut yrityksille.
- Tapahtumat ja koulutukset: 540 kpl (v. 2017).
- Paperiset ja sähköiset kirjat: 134 kpl (v. 2017).
- Paino- ja jakelupalvelut: 10 066 020 160 tabloid-sivua (v. 2017).

Kauppalehti **Talouselämä**

ILTALEHTI **AAMULEHTI**

MONSTER **ETUOVI.com**

jobs.cz **prace.cz**

tekniikka & talous **profesia**

AUTOTALLI.com **affars världen**

MGNU **NyTeknik**

TULOKSET JA VAIKUTUKSET

Asiakkaat

- Kuluttajat: yksilöiden kasvu tuottamalla tietoa, hyötyä ja elämyksiä.
- Mainostajat: liiketoiminnan kasvun edistäminen.

Henkilöstö

- Työhyvinvoinnin ja osaamisen kasvu.
- Toimeentulo: palkat 117 milj. euroa vuodessa (v. 2017).

Osakkeenomistajat

- Liiketulos 47 milj. euroa (v. 2017).
- Voitonjako 19,8 milj. euroa (v. 2017), omistaja-arvon kasvu.

Yhteiskunta

- Yhteiskunnallisen kehityksen ja dialogin tukeminen journalismilla ja digitalisaation edistämällä.
- Yhteisöjen ja alueiden elinvoimaisuuden kehittäminen.
- Verojenmaksu ja työllistäminen: verot 77,9 milj. euroa (v. 2017).

Kumppaniverkosto

- Ostot yhteistyökumppaneilta.

Ympäristö

- Hiilidioksidipäästöt vuonna 2017: kaukolämpö, kaukokylmä ja sähkön kulutus 4 720 tCO₂ liikematkustus 248 tCO₂.



Yritysvastuun johtamisen periaatteet ja riittävän varovaisuuden turvaavat menetelmät

Alla olevaan taulukkoon on tiivistetty yritys vastuun johtamisen periaatteet Alma Mediassa sekä näiden periaatteiden noudattamisesta saavutetut tärkeimmät tulokset vuonna 2017. Taulukko kattaa tiedot vain muun kuin taloudellisen tiedon raportointivelvoitteiden osalta. Kattavampi kuvaus Alma Median yritys vastuutyön johtamisesta on luettavissa Alma Median GRI-raportissa.

Alma Media noudattaa esitettyjen tietojen raportoinnissa soveltuvin osin Global Reporting Initiative -järjestön laatimaa GRI-ohjeistoa, poikkeuksena vastuullisen journalismin osa-alue.

Global Reporting Initiative ei ole vielä päivittänyt media-alaa koskevia näkökohtia GRI-raportointiohjeiston mukaisiksi. Alma Media raportoi vastuullisen journalismin kokonaisuudesta toistaiseksi käyttäen pääosin GRI-ohjeistoa edeltänyttä GRI-G4-raportointiohjeistoa.

KESTÄVÄ MEDIA

Yritysvastuun osa-alue	Johtamistapa	Periaatteet	Ohjeistukset, politiikat ja sääntely	Tärkeimmät saavutetut tulokset vuonna 2017
Vastuullinen journalismi	Alma Median medioiden päätoimittajat kantavat vastuun mediansa journalistisesta sisällöstä, apunaan toimituksensa esimiehet.	Alma Median mediat ovat poliittisesti sitoutumattomia. Alma Median toimittajat ja toimitukset toimivat tiedonvälittäjän asemassaan kaikissa tilanteissa läpinäkyvästi ja vastuullisesti. Alma Median medioiden sisällöt ovat laadukkaita ja luotettavia.	Alma Median eettinen ohjeistus, Journalistin ohjeet, Julkisen sanan neuvoston päätökset, toimitusten omat tyylikirjat ja ohjeistukset, lainsäädäntö.	Aamulehdelle, Lapin Kansalle ja Alma Median paikallislehdille ei yhtään Julkisen sanan neuvoston langettavaa päätöstä, Kauppalehdelle ja Satakunnan Kansalle yksi. Aamulehden politiikan toimittaja Lauri Nurmi palkittiin Suomen Kuvalehden journalistipalkinnolla. IL-TV:ssä nähtävä Sensuroimaton Päivärinta -keskusteluohjelma pääsi ainoana pelkästään internetissä esitettävänä keskusteluohjelmaksi Kultainen Venla -äänestyksessä finalistien joukkoon.
Vastuullinen markkinointi	Vastuullisten markkinointiviestintäkäytäntöjen kehittämisestä vastaa Alma Median mediamyynti- ja markkinointiorganisaatio.	Alma Media toimii vastuullisesti ja eettisesti nopeasti digitalisoituvalla markkinointiviestinnän kentällä. Alma Media tarjoaa mainostajille turvallisen ja toimintavarmen mediaympäristön. Alma Media käy aktiivista dialogia vastuullisten markkinointiviestintäkäytäntöjen levittämiseksi alan toimijoiden keskuudessa.	IAB:n ohjeistukset, Kansainvälisen kauppakamarin markkinointisäännöt, Hyvää markkinointitapaa koskevat periaatteet, Euroopan laajuinen itsesääntely kohdennetulle verkkomainonnalle (ns. OBA-itsesääntely), Julkisen sanan neuvoston sisältömarkkinointia koskeva ohjeistus ja ennakkotapaukset, Alma Median mediamyynnin mainosasiakkaita koskevat myynti- ja sopimusehdot, lainsäädäntö.	Alma Median verkko- tai mobiilipalveluissa ei julkaistu yhtään Kansainvälisen kauppakamarin hyvän tavan markkinointisääntöjen vastaista mainosta vuoden 2017 kuluessa.



HENKILÖSTÖVASTUU

Yritysvastuun osa-alue	Johtamistapa	Periaatteet	Ohjeistukset, politiikat ja sääntely	Tärkeimmät saavutetut tulokset vuonna 2017
Henkilöstön osaamisen ja hyvinvoinnin kehittäminen	Alma Median HR määrittelee ja ohjaa prosesseja sekä toimintoja, jotka liittyvät henkilöstön osaamisen ja esimiestyön kehittämiseen, palkkaukseen, etuihin sekä henkilöstöraportointiin.	Alma Media tarjoaa työntekijöilleen runsaasti mahdollisuuksia henkilökohtaisen osaamisensa kasvattamiseen. Alma Media kehittää pitkäjänteisesti esimies- ja johtamistyötä. Alma Media lisää panostuksia osaajien rekrytoinnin, sitouttamisen sekä työnantajakuvansa kehittämiseen.	Alma Median eettinen ohjeistus, Alma Median tasa-arvo- ja yhdenvertaisuusperiaatteet sekä yksiköiden laatimat yhdenvertaisuus- ja monimuotoisuus- ja tasa-arvosuunnitelmat, Alma Median valmennuspolitiikka, Alma Median palkitsemispolitiikka, lainsäädäntö.	Henkilöstön tyytyväisyys Alma Mediaan työpaikkana kohosi edellisvuodesta työelämän laadukkuutta mitaavassa QWL-indeksissä. Henkilöstön tyytyväisyys on nyt selvästi yli suomalaisyritysten keskiarvon. Alma Media oli eräs suurimmista nousijoista halutuimpien suomalaisten työnantajien listalla opiskelijoiden ja ammattilaisten keskuudessa tehtävässä, laajassa kansallisessa työnantajakuvatutkimuksessa.
Tasa-arvoinen ja monimuotoinen työyhteisö	Henkilöstöpolitiikan syrjimättömyydestä ovat vastuussa yksiköiden rekrytoinneista vastaavat esimiehet sekä Alma Median HR.	Kaikkia Alma Median työntekijöitä kohdellaan tasa-arvoisesti ja yhdenvertaisesti. Alma Media valitsee työntekijänsä näiden kykyjen ja soveltuvuuden perusteella riippumatta sukupuolesta, iästä, uskonnosta, kansallisuudesta, seksuaalisesta suuntautumisesta tai mahdollisesta työrajoitteesta.	Alma Median yksiköiden tasa-arvo-, yhdenvertaisuus- ja monimuotoisuussuunnitelmat, Alma Median hallituksen monimuotoisuuspolitiikka, Alma Median eettiset ohjeet, sitoutuminen YK:n kestävän kehityksen tavoitteisiin (SDG) ja Global Compact -aloitteeseen (UNCG), lainsäädäntö, sitoumus FIBS ry:n monimuotoisuusverkostossa.	Henkilöstön tyytyväisyys Alma Mediaan työpaikkana kohosi edellisvuodesta QWL-indeksissä. Henkilöstön tyytyväisyys on nyt selvästi yli suomalaisyritysten keskiarvon. Alma Media oli eräs suurimmista nousijoista halutuimpien suomalaisten työnantajien listalla opiskelijoiden ja ammattilaisten keskuudessa tehtävässä, laajassa kansallisessa työnantajakuvatutkimuksessa. Alma Median tietoon ei tullut työntekijöiden epäasialliseen kohteluun liittyviä rikkomuksia viranomaisten toimesta tai yhtiön työntekijöiden käytössä olevan Whistleblow-kanavan kautta.

VASTUULLINEN YRITYSKULTTUURI

Yritysvastuun osa-alue	Johtamistapa	Periaatteet	Ohjeistukset, politiikat ja sääntely	Tärkeimmät saavutetut tulokset vuonna 2017
Liiketoiminnan läpinäkyvyys ja eettisyys	Alma Median liiketoiminnan eettisyydestä ja läpinäkyvyydestä vastaa konsernin johto.	Alma Mediassa vallitsee nollatoleranssi syrjinnän, korruption, lahjonnan ja muiden epäeettisten liiketoimintatapojen suhteen. Alma Media toimii verotuksessaan avoimesti ja läpinäkyvästi sekä maksaa veronsa siihen maahan, jossa tulos syntyy.	Alma Median eettinen ohjeistus, Alma Median veropolitiikka (päivitetty vuonna 2017), sitoutuminen YK:n kestävän kehityksen tavoitteisiin (SDG) ja Global Compact -aloitteeseen (UNCG), sitoutuminen EU:ssa sovellettavaksi hyväksytyihin tilinpäätös-standardeihin (IFRS), lainsäädäntö.	Alma Median tietoon ei tullut vuonna 2017 syrjintään, lahjontaan, korruption tai muihin epäeettisiin liiketoimintatapoihin liittyviä tapauksia.
Toimitusketjun vastuullisuus	Vastuullisen hankintapolitiikan kehittämisestä Alma Mediassa vastaa hankintapalvelujen johtaja. ICT-hankintojen vastuullisuudesta konsernitasolla vastaavat Alma Median Digital Officer ja tietohallintojohtaja, Alma Median painossa vastuu hankinnoista on logistiikkapäälliköllä ja laatupäälliköllä.	Alihankkijat tutustuvat Alma Median yritysvastuun periaatteisiin sekä eettiseen ohjeistukseen ja sitoutuvat noudattamaan lainsäädäntöä sekä Alma Median yritysvastuun periaatteita ja eettistä ohjeistusta soveltuvin osin. Alma Media rohkaisee avainalihankkijoitaan laatimaan omat pitkän aikavälin ilmastotavoitteet.	Alma Median eettinen ohjeistus, Alma Median hankintapolitiikka (laadittu vuonna 2017), sitoutuminen YK:n kestävän kehityksen tavoitteisiin (SDG) ja Global Compact -aloitteeseen (UNCG), lainsäädäntö.	Alma Median tietoon ei tullut vuonna 2017 tapauksia, joissa Alma Median alihankkijat olisivat syyllistyneet syrjintään, lahjontaan, korruption tai muihin epäeettisiin liiketoimintatapoihin.



YMPÄRISTÖVASTUU

Yritysvastuun osa-alue	Johtamistapa	Periaatteet	Ohjeistukset, politiikat ja sääntely	Tärkeimmät saavutetut tulokset vuonna 2017
Liiketoiminnan ympäristövaikutukset	Alma Median liiketoimintayksiköiden johto vastaa ympäristöystävällisempien tuotteiden ja palveluiden kehittämisestä ja kantaa vastuun siitä, että Alma Media saavuttaa pitkän aikavälin ympäristötavoitteensa.	Alma Media pienentää pitkäjänteisesti omasta toiminnastaan aiheutuvia hiilidioksidipäästöjä. Alma Media parantaa kiinteistöjensä energia- tehokkuutta ja lehtipainonsa materiaalitehokkuutta. Alma Media siirtyy Suomen toiminnoissaan päästöttömään sähköenergiaan vuoteen 2020 mennessä.	Alma Median eettinen ohjeistus, sitoutuminen YK:n kestävän kehityksen tavoitteisiin (SDG) ja Global Compact -aloitteeseen (UNCG), lainsäädäntö.	Alma Median hiilidioksidipäästöt vähenivät 3,6 prosenttia vuodesta 2016. Alma Median lehtipaino pienensi materiaalihävikkiään 10 prosenttia vuodesta 2016. Alma Median kiinteistöjen energiatehokkuus Suomessa parani 3,7 prosenttia vuodesta 2016.

Merkittävimmät yritysvastuuriskit ja niiden torjunta

Seuraavan sivun kaaviossa on esitelty eräisiin Alma Median yritysvastuun osa-alueisiin vaikuttavia trendejä, niihin liittyviä riskejä sekä keinoja riskien torjumiseksi.

Alma Media noudattaa yritysvastuuseen liittyvien riskien hallinnassa olennaisuuden periaatetta ja keskittää riskejä ehkäisevät toimensa tärkeimmiksi arvioimiinsa yritysvastuun osa-alueisiin.

Kaavioon on sisällytetty ainoastaan ne riskit, jotka liittyvät muun kuin taloudellisen tiedon selvityksessä raportoitaviin yritysvastuun osa-alueisiin. Sen vuoksi Alma Median yritysvastuun osa-alueiden ryhmittely ja kaavion termistö eivät vastaa täysin Alma Median muussa yritysvastuuraportoinnissaan noudattamaa käytäntöä.

Kattavampi kuvaus Alma Median yritysvastuun eri osa-alueisiin liittyvistä riskeistä on luettavissa Alma Median selvityksestä hallinto- ja ohjausjärjestelmästä. Yritysvastuuriskejä käsitellään osana yhtiön liiketoimintaan liittyviä riskejä selvityksen sivuilla 16–19.



VASTUULLINEN MEDIA

Vastuullinen journalismi
Vastuullinen markkinointi

TRENDI:
Syvenevä epäluottamus mediaa kohtaan globaalisti
Mainos- ja uutissisältöjen digitalisoituminen
Medialukutaidon heikentyminen

RISKIT:
Mediaan ja kansalaisiin kohdistuvat suorat ja epäsuorat petos- ja vaikutusyritykset lisääntyvät
Perinteisen median asiakasuskollisuuden heikkeneminen
Sisältöjen ja palveluiden valvonta digitaalisessa ympäristössä haasteellisempää

RISKIEN EHKÄISY:
Omien toimintatapojen ja henkilöstön osaamisen kehittäminen
Pitkäjänteinen palvelujen ja sisältöjen kehittäminen
Teknologiahankinnat
Lukijatytyväisyysmittaukset, asiakaskontaktit ja -palautte
Osallistuminen alan tapahtumiin ja toimielimiin

HENKILÖSTÖVASTUU

Henkilöstön osaamisen ja hyvinvoinnin kehittäminen
Tasa-arvoinen ja monimuotoinen työyhteisö

TRENDI:
Työnkuvien muutos digitalisoitumisen seurauksena
Yritysvastuun merkityksen korostuminen eri sidosryhmissä

RISKIT:
Pula osaavasta työvoimasta
Epäonnistuminen työntekijöiden sitouttamisessa
Työnantajabrändin heikentyminen

RISKIEN EHKÄISY:
Henkilöstön ja osaamisen kehittäminen
Esimies- ja johtamistyön pitkäjänteinen kehittäminen
Henkilöstökyselyt ja seuranta, yhteistyön kehittäminen, one-to-one keskustelut
Yksikötasoiset tasa-arvo-, monimuotoisuus- ja yhdenvertaisuussuunnitelmat
Työnantajabrändin systemaattinen rakentaminen ja kohdistetut trainee-ohjelmat

VASTUULLINEN YRITYSKULTTUURI

Liiketoiminnan läpinäkyvyys ja eettisyys
Toimitusketjun vastuullisuus

TRENDI:
Yritysvastuun merkityksen korostuminen eri sidosryhmissä

RISKIT:
Eettiseen ja vastuulliseen liiketoimintaan liittyvät laiminlyönnit ovat sekä liiketoiminta- että brändiriski

RISKIEN EHKÄISY:
Omien toimintatapojen ja henkilöstön osaamisen kehittäminen
Veroalanjäljen raportoinnin kehittäminen
Aktiivinen vastuullisuusdialogi ja -viestintä alihankkijoiden suuntaan

YMPÄRISTÖVASTUU

Liiketoiminnan ympäristövaikutukset

TRENDI:
Ilmastonmuutos
Ympäristövastuun merkityksen korostuminen eri sidosryhmissä

RISKIT:
Ympäristövastuun laiminlyönnit ovat sekä liiketoiminta- että brändiriski
Yrityksiin kohdistuvien päästövähennysvaatimusten kiristyminen

RISKIEN EHKÄISY:
Omien toimintatapojen ja henkilöstön osaamisen kehittäminen
Konsernin pitkän aikavälin ympäristötavoitteet
Kiinteistöjen energiatehokkuuden ja lehtipainon materiaalitehokkuuden pitkäjänteinen kehittäminen

Tärkeimmät yritys vastuun tunnusluvut

Alla on esitelty Alma Medialle vuonna 2017 laaditut yritys vastuun tavoitteet sekä saavutetut tulokset. Luetteloon on sisällytetty ainoastaan tavoitteet, jotka liittyvät muun kuin taloudellisen tiedon selvityksessä raportoitaviin yritys vastuun osa-alueisiin. Kattavampi kuvaus Alma Median tavoitteista yritys vastuun eri osa-alueilla on luettavissa Alma Median vuosikertomuksen yritys vastuuraportista.

● TAVOITE SAAVUTETTU
 ● TAVOITE KESKEN
 ● TAVOITETTA EI SAAVUTETTU

VASTUULLINEN JOURNALISMI

● **Tavoite:** Alma Median medioiden osuus kaikista Julkisen sanan neuvoston langettavista päätöksistä vuosittain enintään 20 %. **Tulos:** Vuonna 2018 langettavien päätösten osuus 32 %.
● **Tavoite:** Vuoteen 2019 mennessä kaikilla Alma Median suurilla medioilla on olemassa sisällön vastuullisuuteen liittyvät tavoitteet, joiden toteutumista ne seuraavat lukijatutkimuksien välityksellä. **Tulos:** Hanke käynnistyy vuonna 2018.

VASTUULLINEN MARKKINOINTI

● **Tavoite:** Alma Median verkkosivustoilla ei julkaista yhtään hyvän tavan vastaista mainosta, jotka rikkovat Kansainvälisen kauppakamarin markkinointisääntöjä. **Tulos:** Ei tietoon tulleita tapauksia.
● **Tavoite:** Vuoteen 2020 mennessä Alma Median mediamyöntiorganisaatio on toimialansa parhaimmiston joukossa Suomessa vuosittain toteutettavassa valtakunnallisessa mediamyöntiorganisaatioiden asiakaskokemusta mittaavassa tutkimuksessa (indeksikeskiarvo). **Tulos:** Seuranta käynnistyy vuonna 2018.

HENKILÖSTÖN OSAAMISEN JA HYVINVOINNIN KEHITTÄMINEN

● **Tavoite:** Alma Media saavuttaa vuosittain vähintään 70 %:n tuloksen QWL-indeksissä (engl. Quality of Work Life). **Tulos:** Vuoden 2017 indeksiluku 76 %.
● **Tavoite:** Vähintään 10 % Alma Median uusista työntekijöistä jatkaa yhtiön palveluksessa kaksi vuotta aloittamisensa jälkeen. **Tulos:** Vuonna 2017 lähtövaihtuvuus enintään kaksi vuotta sitten töihin tulleiden keskuudessa 12,9 %.
● **Tavoite:** Alma Media saa työntekijöilleen vuosittain osoittamassaan työnantajakuvaamisessa vähintään arvosanan 7. **Tulos:** Vuonna 2017 Alma Median arvosana 7,98 (vastausten keskiarvo, asteikko 1–10).
● **Tavoite:** Työtapaturmat vähentyvät Alma Median jakelussa 50 % vuoteen 2022 mennessä. **Tulos:** Etenee aikataulussa. Työtapaturmia jakelussa vuonna 2017 yhteensä 104 (2016: 148).

TASA-ARVOINEN JA MONIMUOTOINEN TYÖYHTEISÖ

● **Tavoite:** Ei tietoon tulleita työntekijöiden syrjintään tai muuhun epäasialliseen kohteluun liittyviä rikkomuksia Alma Median Whistleblow-kanavan välityksellä tai viranomaisten toimesta. **Tulos:** Ei tietoon tulleita rikkomuksia.

LIIKETOIMINNAN LÄPINÄKYVYYS JA EETTISYYS

● **Tavoite:** Ei raportoituja korruptio- tai lahjontatapauksia tai muita epäeettisiin liiketoimintatapoihin liittyviä rikkomuksia. **Tulos:** Ei tietoon tulleita rikkomuksia.

TOIMITUSKETJUN VASTUULLISUUS

● **Tavoite:** Alma Media käy avainalihankkijoidensa kanssa aktiivista dialogia ilmastotavoitteista päämääränään, että vuoteen 2025 mennessä kaikilla avainalihankkijoilla Suomessa on omat pitkän aikavälin ilmastotavoitteet. **Tulos:** Hanke käynnistyy vuonna 2018.

LIIKETOIMINNAN YMPÄRISTÖVAIKUTUKSET

● **Tavoite:** Alma Media vähentää toiminnastaan aiheutuvia CO₂-päästöjä (ml. Scope 1- ja Scope 2-päästöt) 21 % vuoteen 2025 mennessä (vertailuvuosi 2016). **Tulos:** Etenee aikataulussa. Vuonna 2017 CO₂-päästöt vähentyivät 3,6 %.
● **Tavoite:** Alma Media parantaa Suomen kiinteistöjensä energiatehokkuutta 5 % vuoteen 2020 mennessä (vertailuvuosi 2016). **Tulos:** Edellä aikataulua. Vuonna 2017 energiatehokkuus parani 3,7 % edellisvuodesta.
● **Tavoite:** Alma Media siirtyy Suomen toiminnissaan päästöttömään sähköenergiaan vuoteen 2020 mennessä. **Tulos:** Hanke käynnistyy vuonna 2018.
● **Tavoite:** Alma Median lehtipaino parantaa materiaalihokkuuttaan vuosittain 2 % vuoteen 2025 saakka (vertailuvuosi 2016). **Tulos:** Etenee aikataulussa. Vuonna 2017 painon materiaalihokkuus parani 10 % edellisvuodesta.

Yhteystiedot:

Alma Media Oyj, pääkonttori

Käyntiosoite: Alvar Aallon katu 3 C, 00100 Helsinki

Postiosoite: PL 140, 00101 Helsinki

Puhelin: 010 665 000

Sähköpostiosoitteet:

etunimi.sukunimi@almamedia.fi

almamedia@almamedia.fi