



Alma Media Oyj

Puolivuosikatsaus 2020

17.7.2020



Alma Median puolivuositiedot tammi—kesäkuu 2020:

Koronaepidemia laski liikevaihtoa selvästi, kustannussäästöt hidastivat oikaistun liikevoiton laskua. Myyntivoitto alueellisen median liiketoiminnasta paransi osakekohtaista tulosta.

Alma Media tiedotti 30.4.2020 saaneensa päätökseen alueellisen sanomalehti- ja painoliiketoiminnan myynnin Sanoma Media Finland Oy:lle. Yhtiö raportoi myydyin liiketoiminnan myyntihetkeen saakka sekä myynnistä saadun voiton lopetettuna toimintona. Aiemmin tämä myyty liiketoiminta raportoitui Alma Consumer -segmentissä. Tässä puolivuositiedotuksessa esitetyt tuloslaskelmaan liittyvät luvut sisältävät pääosin vain jatkuvat toiminnot. Rahavirtaan liittyvät luvut sisältävät sekä jatkuvat että lopetetut toiminnot.

Taloudellinen kehitys huhti—kesäkuussa 2020:

- Liikevaihto jatkuvista toiminnoista 52,5 (64,1) milj. euroa, laskua 18,2 %.
- Oikaistu liikevoitto jatkuvista toiminnoista 9,8 (11,9) milj. euroa, laskua 17,6 %.
- Liikevoitto jatkuvista toiminnoista 7,0 (11,8) milj. euroa, laskua 41,0 %.
- Osakekohtainen tulos jatkuvista toiminnoista 0,04 (0,09) euroa.
- Osakekohtainen tulos lopetetut toiminnot mukaan lukien 0,76 (0,12) euroa.
- Yhtiön rahoitusasema on vahva ja yhtiön nettokassa oli kesäkuun lopussa 57,4 milj. euroa, gearing -23 %.
- Alma Markets: Merkittävät kustannussäästöt vaimensivat tuloksen laskua.
- Alma Talent: Muiden liiketoimintojen hyvä kehitys loivensi mainosmyynnin jyrkän laskun vaikutusta.
- Alma Consumer: Mainonnan merkittävä lasku heikensi kannattavuutta.

Taloudellinen kehitys tammi—kesäkuussa 2020:

- Liikevaihto jatkuvista toiminnoista 114,3 (126,2) milj. euroa, laskua 9,4 %.
- Oikaistu liikevoitto jatkuvista toiminnoista 21,0 (23,4) milj. euroa, laskua 10,3 %.
- Liikevoitto jatkuvista toiminnoista 19,2 (23,3) milj. euroa, laskua 17,7 %.
- Osakekohtainen tulos jatkuvista toiminnoista 0,14 (0,19) euroa.
- Osakekohtainen tulos lopetetut toiminnot mukaan lukien 0,97 (0,24) euroa.

Oikaistu liikevoitto huhti—kesäkuu, milj. euroa**Oikaistu liikevoitto tammi—kesäkuu, milj. euroa**

AVAINLUVUT milj. euroa	2020 4—6	2019 4—6	Muutos %	2020 1—6	2019 1—6	Muutos %	2019 1—12
Liikevaihto	52,5	64,1	-18,2	114,3	126,2	-9,4	250,2
Sisältöliikevaihto	14,9	16,0	-6,6	30,7	31,8	-3,2	64,2
Sisältöliikevaihto, painettu	10,7	12,8	-16,4	22,6	25,5	-11,4	50,9
Sisältöliikevaihto, digi	4,2	3,2	33,1	8,1	6,2	30,3	13,2
Mainosmyynnin liikevaihto	27,0	38,6	-30,0	63,0	75,4	-16,4	148,5
Mainosmyynti, painettu	1,8	4,1	-57,1	5,4	8,2	-34,1	16,3
Mainosmyynti, digi	25,3	34,5	-26,8	57,5	67,1	-14,3	132,2
Palveluliikevaihto	10,5	9,5	10,6	20,6	19,1	8,1	37,6
Oikaistut kokonaiskulut	42,9	52,2	-17,9	93,6	102,9	-9,0	201,1
Oikaistu käyttökate	13,8	16,2	-14,6	29,2	32,1	-9,1	66,1
Käyttökate	11,0	16,1	-31,8	27,3	32,0	-14,5	66,2
Oikaistu liikevoitto	9,8	11,9	-17,6	21,0	23,4	-10,3	49,4
% liikevaihdosta	18,7	18,6		18,4	18,6		19,8
Liikevoitto/-tappio	7,0	11,8	-41,0	19,2	23,3	-17,7	49,5
% liikevaihdosta	13,3	18,4		16,8	18,5		19,8
Tilikauden tulos	4,2	9,3	-55,2	14,4	18,4	-22,0	40,5
Tulos/osake, EUR (laimentamaton ja laimennettu)	0,04	0,09	-62,8	0,14	0,19	-25,1	0,41
Digiliiketoiminnan liikevaihto	35,4	43,0	-17,7	77,5	83,8	-7,5	166,7
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	67,5	67,1		67,8	66,4		66,6

Toimintaympäristö vuodelle 2020

Maailmanlaajuinen koronaepidemia luo merkittävän epävarmuuden vuoden 2020 taloudelliselle kehitykselle. Suomen ja muiden Alma Median toimintamaiden kansantalouksien odotetaan tämän johdosta heikkenevän selvästi vuonna 2020 edellisvuoteen verrattuna.

Vallitsevassa poikkeustilanteessa digitaalisten sisältöjen ja palveluiden kuluttaminen on yleisesti kasvanut merkittävästi. Koronavirusepidemian arvioidaan muuttavan kuluttajakäyttäytymistä pysyvästi ja kiihdyttävän digitaalisten palveluiden kysyntää. Median rakennemuutoksen odotetaan tämän johdosta jatkuvan ja entisestään voimistuvan. Datan, analytiikan, koneoppimisen ja automaation merkitys lisääntyy vaatien kasvavia panostuksia teknologiainvestointeihin. Digitaalisessa mainonnassa haku- ja sosiaalisen median mainonnan, mobiili- ja videomainonnan sekä sisältömarkkinoinnin odotetaan edelleen kasvavan nopeimmin.

Näkymät vuodelle 2020 (päivitetty)

Epävarmuus Alma Median toimintaympäristössä jatkuu ja näkyvyys on edelleen heikko. Alma Media arvioi jatkuvien toimintojen vuoden 2020 liikevaihdon ja oikaistun liikevoiton laskevan selvästi vuoden 2019 tasosta. Vuoden 2019 jatkuvien toimintojen liikevaihto oli 250,2 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 49,4 milj. euroa.

Markkinatilanne päämarkkina-alueilla ja koronavirusepidemian vaikutuksia Alma Median liiketoimintaan

Koronakriisi vaikutti merkittävästi mainonnan määrään toisella vuosineljänneksellä. Huhti–kesäkuussa 2020 mainonnan kokonaismäärä laski Suomessa Kantar TNS:n mukaan 38,2 (+4,8) % ja myös verkkomedia-mainonnan kehitys oli negatiivinen 22,6 (+8,7) %. Mainonta sanomalehdissä laski 42,0 (-3,2) % ja aikakauslehdissä 30,0 (-1,7) %. Iltpäivälehtien kappalemääräinen markkina laski Suomessa vuoden 2020 toisella kvartaalilla -21,9 (-4,9) %.

Suomen lisäksi Alma Median päämarkkinamaat ovat Tšekki ja Slovakia itäisessä Keski-Euroopassa. Koronaviruksen leviämisen hillitsemiseksi tehdyt rajoitustoimet supistavat Euroopan Komission ennusteen mukaan maiden bruttokansantuotetta (BKT) merkittävästi vuonna 2020. Komissio on julkaissut viimeisimmät ennusteensa BKT:n kehityksestä heinäkuussa ja työttömyysastetta koskevat toukokuussa 2020. Euroopan Komission ennusteen mukaan Suomen BKT laskee vuonna 2020 6,3 prosenttia ja työttömyysaste olisi 8,3 prosenttia. Vuoden 2021 Suomen BKT-kasvuksi Komissio ennustaa 2,8 prosenttia ja työttömyysasteeksi 7,7 prosenttia. Tšekissä BKT:n ennustetaan laskevan tänä vuonna 7,8 prosenttia ja työttömyysasteen nousevan 5,0 prosenttiin. Vuodelle 2021 Euroopan Komissio ennustaa nopeaa palautumista: 4,5 prosentin BKT:n kasvua sekä työttömyysasteeksi 4,2

prosenttia. Slovakian BKT:n laskuksi Euroopan Komissio ennustaa vuonna 2020 9,0 prosenttia ja työttömyysasteeksi 8,8 prosenttia. Vastaavasti vuodelle 2021 EU Komissio ennustaa Slovakialle 7,4 prosentin BKT-kasvua ja työttömyysasteeksi 7,1 prosenttia.

Epidemian vaikutukset ja toimenpiteet liiketoimintasegmenteittäin:

- **Alma Markets**

Koronaepidemiasta ja taloudellisesta epävarmuudesta johtuen asiakkaat vähensivät merkittävästi uusia rekrytointeja keskittyen vain olennaisimpien korvausrekrytointien tekemiseen. Verkkokoulutusliiketoiminta kehittyi hyvin koronavirusepidemian aikana. Alma Marketsin järjestämät rekrytointitapahtumat on siirretty syksyyn. Katsauskauden aikana Alma Marketsin rekrytointiliikevaihdon lasku vaihteli toimintamaasta riippuen 16–60 prosenttia. Rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto laski toisella vuosineljänneksellä 29 prosenttia (5,6 milj. euroa). Vastaavan ajankohdan asiakaslaskutus kuitenkin laski tätä enemmän, -44 %, mikä heikentää rekrytointiliiketoiminnan liikevaihdon kehitystä toisella vuosipuoliskolla laskutuksen tuloutuessa liikevaihdoksi laskutuskuukautta seuraavien 1-12 kk aikana. Tšekin korona on heikentynyt vuoden 2020 alusta noin 4 prosenttia pienentäen Tšekin liiketoiminnan euromääräistä tulosta huolimatta siitä, että osa liiketoiminnan tulevasta rahavirrasta on suojattu.

Asumiseen- ja autoiluun liittyvässä markkinapaikkaliiketoiminnassa epidemia vaikutti negatiivisesti, mutta toipuminen on käynnistynyt rekrytointiliiketoimintaa nopeammin. Kilpailutuspalvelut ja asumisen palveluista vuokrailmoittelu kehittyivät hyvin koronavirusepidemian aikana. Asumiseen- ja autoiluun liittyvässä markkinapaikkaliiketoiminnassa liikevaihto laski toisella vuosineljänneksellä 10 % (0,6 milj. euroa), mutta toipumista oli nähtävissä kesäkuussa, jolloin liiketoimintojen liikevaihto oli vertailukauden tasolla.

Alma Marketsin kustannussäästöt olivat toisella vuosineljänneksellä 3,9 miljoonaa euroa vertailukauteen verrattuna ja ylittivät aiemman arvion. Sopeuttamistoimenpiteisiin kuuluivat markkinointipanostusten merkittävä supistaminen, lomautukset, määräaikaiset palkanalennukset paikallisen lainsäädännön asettamissa puiteissa, henkilöstövähennykset ja ulkoisten palveluiden ostojen vähentäminen. Puolan rekrytointimobiilipalvelun markkinointia vähennettiin merkittävästi, rekrytointikonsultointia Baltian maissa supistettiin ja Workania-liiketoiminta Unkarissa lopetettiin.

Toukokuusta lähtien rekrytointimarkkina on osoittanut lieviä toipumisen merkkejä, mutta talouden näkymät ovat edelleen erittäin epävarmat. Kokonaisuudessaan rekrytointiliiketoiminnan ei odoteta palautuvan koronakriisiä edeltävälle tasolle vuoden 2020 aikana. Asuntojen ja autojen markkinapaikkaliiketoiminnassa on nähtävissä merkkejä asteittaisesta palautumisesta, mutta liiketoiminta on hyvin riippuvainen yleisestä talouskehityksestä.

- **Alma Talent**

Mainonnan myynti laski jyrkästi yleisen epävarmuuden vuoksi, erityisesti autokaupan ja rekrytointimainonnan kysynnän laskiessa. Sen sijaan koronavirusepidemiaan liittyvän tiedon tarve lisäsi ajantasaisen ja luotettavan tiedon kysyntää, mikä näkyi Alma Talentin medioiden, erityisesti talousmedioiden yleisöjen merkittävänä kasvuna ja positiivisena kehityksenä tilattavan median sisältöjen myynnissä. Koronarajoitteiden vuoksi Alma Talentin koulutuksia siirrettiin digitaaliseen kanavaan etänä seurattavaksi. Vakautta segmentin liiketoimintaan toivat tietopalvelut, kirjojen julkaisutoiminta, digitaaliset toimitilapalvelut sekä telemarkkinointipalvelut. Alma Talent Tapahtumaliiketoimintaa supistettiin merkittävästi.

Alma Talentissa saavutettiin 1,9 milj. euron kustannussäästöt toisella vuosineljänneksellä vertailukauteen verrattuna, mikä ylitti aiemman arvion toteutuvista kustannussäästöistä. Sopeuttamistoimiin kuuluivat koulutusliiketoiminnan henkilöstön lomauttaminen, tapahtumaliiketoiminnan henkilöstövähennykset, lomarahojen vaihtaminen vapaaksi ja vanhojen, aiemmin kertyneiden lomien pitäminen. Myös ulkoisia palveluostoja vähennettiin. Lisäksi muita kuin kriittisiä kehitysprojekteja lykättiin.

Mainosmyynnin lasku oli Talent Suomen medialiiketoiminnassa toisella vuosineljänneksellä -42 %. Kesäkuussa mainosmarkkina hieman elpyi ja mainonnan pudotus oli -26 prosenttia. Talouden epävarmuuden jatkuessa mainonnan ei odoteta palautuvan vertailukauden tasolle vuonna 2020. Poikkeustila on kasvattanut mediasisältöjen kysyntää ja sisältöliikevaihdon hyvän kehityksen arvioidaan jatkuvan.

- **Alma Consumer**

Mainonnan myynti laski Alma Consumerissa yleisen epävarmuuden vuoksi, erityisesti autokauppa, matkailu ja vähittäiskauppa vähensivät panostuksiaan mediamainontaan. Koronan rajoitustoimenpiteet ja esimerkiksi matkailualaan liittyvien lehtimyyntipisteiden sulkeminen vaikutti negatiivisesti Iltalehden irtonumeromyyntiin. Vastaavasti painetun median jakelu- ja painokustannukset laskivat. Iltalehden yleisömäärän ennätyksellinen kasvu laantui hieman kevään pahimman tautitilanteen rauhoituttua ja katsauskaudella kävijämäärät lisääntyivät noin 20 prosenttia vertailukauteen verrattuna.

Alma Consumerin kustannussäästöt olivat noin 1,3 milj. euroa toisella vuosineljänneksellä ylittäen aiemman arvion kustannussäästöistä. Digitaalisissa palveluissa vähennettiin markkinointikustannuksia. Henkilökuluja laskivat lomarahojen vaihtaminen vapaaksi ja vanhojen, aiemmin kertyneiden lomien pitäminen kevään aikana. Ulkoisia palveluostoja vähennettiin. Lisäksi muita kuin kriittisiä kehitysprojekteja lykättiin.

Koronavirusepidemia laski 32 prosenttia Alma Consumerin mainosmyyntiä toisella vuosineljänneksellä. Kesäkuussa mainonnan markkina hieman elpyi, mutta Alma Consumerin mainonta ei palautunut olennaisesti. Iltalehden irtonumeromyynti laski toisella vuosineljänneksellä 13 prosenttia ja kesäkuussa 10 prosenttia.

- **Yhteiset toiminnot ja rahoitusasema**

Yhteisten toimintojen kustannussäästöt katsauskaudella olivat 1,3 milj. euroa. Lisäksi kustannuksiin vaikuttivat yritysjärjestelykulujen sekä palkitsemisjärjestelmiin liittyvien varauksien lasku vertailukauteen verrattuna.

Koronaepidemian luomasta taloudellisesta epävarmuudesta johtuen Alma Median operatiivisen liiketoiminnan rahavirta laskee, mutta yhtiön rahoitusasema on siitä huolimatta erittäin vahva. Toisella vuosineljänneksellä luottotappioriskit eivät ole olennaisesti lisääntyneet. Tällä hetkellä ei ole nähtävissä arvonalentumisriskiä liikearvojen osalta.

Alma Media seuraa liiketoimintasegmenttiensä markkinatilanteen kehittymistä ja ryhtyy lisätoimenpiteisiin tarvittaessa.

Toimitusjohtajan katsaus

Alma Median toimintaympäristö muuttui alkuvuonna nopeasti koronaepidemian levitessä globaaliksi ja viranomaisen asettaessa liikkumis- ja elinkeinotoiminnan rajoitteita taudin leviämisen hillitsemiseksi. Huhti–kesäkuussa Alma Median liikevaihto laski 18,2 prosenttia 52,5 miljoonaan euroon. Suhteellinen kannattavuus pysyi vertailukauden tasolla liikevoittomarginaalin ollessa 18,7 prosenttia. Toisella vuosineljänneksellä saavutetut kustannussäästöt ylittivät aiemmin annetun arvion ja olivat 8,4 miljoonaa euroa.

Selkeimmin koronan aiheuttama isku heijastui rekrytointiliiketoimintaan. Liikevaihdon lasku vaihteli toimintamaittain ollen 16–60 prosenttia. Lasku oli odotuksia loivempaa muun muassa Tšekissä, jossa vakautta toi ennakoitua parempi myynnin kehitys pienille ja keskiuurille yrityksille. Rekrytointipalveluiden kysyntä on nyt osittain palautumassa, mutta näkymät ovat edelleen sumeat ja asiakaslaskutuksen selvä pudotus huhti–kesäkuussa vertailukauteen verrattuna tulee näkymään liikevaihdon kehityksessä negatiivisesti vuoden 2020 jälkimmäisellä vuosipuoliskolla. Katsauskaudella korona vaikutti haitallisesti myös asumisen- ja autoilun markkinapaikkaliiketoimintaan, joskin nämä liiketoiminnot alkoivat toipua kvartaalin puolivälissä. Merkittävien 3,9 miljoonan euron kustannussäästöjen johdosta, erityisesti markkinointi- ja henkilöstökuluissa, segmentin kannattavuus oli edelleen hyvällä tasolla (liikevoittomarginaali 36,3 prosenttia).

Alma Talentin mainonnan myynti laski merkittävästi, mutta liiketoimintaa vakauttivat muut liiketoiminnot, kuten tietopalvelut, kirjojen julkaisu- ja digitaaliset toimitilapalvelut ja suoramarkkinointi. Koronakriisi lisäsi ennätyksellisesti laadukkaiden mediasisältöjen kysyntää ja digitaalinen sisältömyynti kasvoi 46 prosenttia. Alma Talent AB:n myynti kesäkuussa New Technology Media Groupille on jatkoa johdonmukaiselle prosessille luopua perinteisestä medialiiiketoiminnasta Ruotsissa ja strategisen painopisteen siirtämiselle selkeämmin digitaaliseen liiketoimintaan ja palveluihin. 1,9 miljoonan euron kustannussäästöjen ansiosta segmentin suhteellinen kannattavuus oli vertailukauden tasolla (liikevoittomarginaali 12,4 prosenttia).

Alma Consumerissa erityisesti autokauppaan ja matkailuun liittyvä mainonta notkahti selvästi. Kesäkuussa kotimaan mainonta elpyi yleisesti hieman, mutta edelleen hyvin haasteellisessa markkinatilanteessa Alma Consumerin mainonta ei ole olennaisesti palautunut. Iltalehden irtonumeromyyntin lasku loiveni hieman monien

myyntipisteiden avauduttua ja liikkumisrajoitteiden poistuessa. Digitaalisista palveluista lainanvertailupalvelu Etua.fi kehitys oli katsauskaudella hyvää. Iltalehden verkkopalvelun kävijämäärät kasvoivat hyvin huhti–kesäkuussa, joskin palautuen korkeimmasta kasvupiikistä kevään epidemiatilanteen rauhoituttua. Segmentin kustannussäästöt olivat noin 1,3 milj. euroa.

Poikkeustila jatkuu edelleen ja median sisältöjen ja palveluiden kysynnän arvioiminen on haastavaa. Turvataksemme pitkän aikavälin menestyksemme ja kannattavuutemme varaudumme eri skenaarioin tulevaan sekä suunnittelemme sopeutustoimenpiteitä kulloiseenkin tilanteeseen. Vahvan taloudellisen asemamme ansiosta meillä on erittäin hyvät valmiudet myös tarttua tulevaisuuden kasvumahdollisuuksiin. Kulunut kevät on vahvistanut käsitystämme siitä, että valitsemamme digistrategia ja laajentuminen mediasta digitaalisiin palveluihin on oikea tie myös tulevaisuudessa.

Koronaepidemian vaikutuksia eri liiketoimintasegmentteihin ja tehtyjä toimenpiteitä niiden lieventämiseksi kuvataan tarkemmin puolivuositarkastuksen sivuilla 3–4.

Strategian toteuttaminen katsauskauden aikana

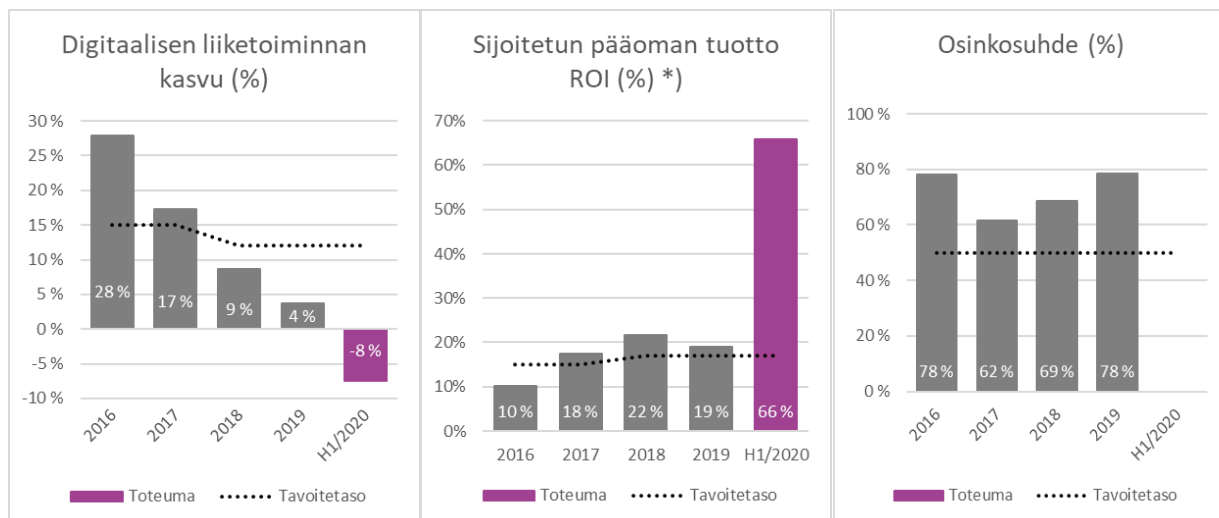
Alma Media rakentaa kestäväää kasvua digitalisaation mahdollisuuksia hyödyntäen. Tavoitteena on yhtiön omistaja-arvon kasvattaminen liikevaihdon kasvun ja kannattavuuden parantamisen kautta. Alma Media kehittää ja laajentaa nykyistä liiketoimintaansa ja etsii kasvumahdollisuuksia uusilta liiketoiminta-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

Alma Media vastaa muuttuvaan mediankäyttöön sekä lisääntyvään digitaalisten palveluiden kysyntään tarjoten sisältöjä ja palveluja, jotka tuottavat käyttäjilleen arvoa arjessa, työssä ja vapaa-ajalla. Alma Median strategian keskiössä ovat markkinapaikkaliiketoiminnan kasvattaminen Suomessa ja kansainvälisesti, ammattilaismedian ja ammattilaisille suunnattujen palveluiden laajentaminen sekä valtakunnallisen monikanavaisen kuluttajamedian ja -palveluiden kehittäminen. Yhtiö hakee kasvua myös uudistuvilla digitaalisilla mainos- ja markkinointiratkaisuillaan sekä maksullisilla digisäällöillä.

Vuosien 2020–2022 strategiajaksolle Alma Media on valinnut viisi erityisesti digitaalisen liiketoiminnan kasvattamiseen ja kehittämiseen tähtäävää liiketoimintoja yhdistävää strategista aloitetta. Aloitteiden toteuttamisessa hyödynnetään konsernin eri liiketoimintojen välistä yhteistyötä ja synergiaa. Strategiset aloitteet ovat: 1) keskitetty valtakunnallinen mediamyynti Alma Mediaratkaisut (AMR), 2) digitaaliseen sisältöliikevaihdon kasvuun tähtäävä Digitaaliset tilaukset, 3) Datan liiketoiminnallinen hyödyntäminen regulaatiovaatimukset huomioiden, 4) erikoissisältöihin ja palveluihin keskittyvät Alma-teemat 5) kävijäliikenteen kasvattaminen ja ohjaus Digitaaliset yleisöt- aloitteen avulla.

Aluemedioiden ja painoliiketoiminnan myynti Sanomalle saatiin päätökseen huhtikuun lopussa. Myös Ruotsin liiketoiminnoissa luopuminen perinteisestä medialiiiketoiminnasta jatkui katsauskaudella ja strategisen painopisteen siirtyminen digitaaliseen liiketoimintaan eteni. Alma Talent myi kesäkuussa Alma Talent Ab:n osakekannan New Technology Media Group Ab:lle. Kaupassa siirtyivät lehti- ja verkkomediabrändit Ny Teknik, Lag & Avtal, Arbetarskydd, Personal & ledarskap ja Teknikhistoria sekä niiden henkilöstö. Aiemmin vuonna 2020 Alma Talent myi talouslehti Affärsvärldenin liiketoiminnan BörsPlus Ab:lle ja vuonna 2018 Dagens Median Bonnier Business Media Sweden Ab:lle.

Alma Median pitkän aikavälin tavoitteet ja niiden toteutuma, sisältäen lopetetut toiminnot:



*) Sijoitetun pääoman tuotto vuoden 2020 sisältää alueellisen median myynnistä syntyneen myyntivoiton

ALMA MEDIA -KONSERNIN PUOLIVUOSIKATSAUS 1.1.–30.6.2020

International Financial Reporting Standards (IFRS) -standardien mukainen vertailu on tehty vuoden 2019 vastaavan jakson lukuihin, ellei toisin ole mainittu. Taulukoiden luvut ovat itsenäisesti pyöristettyjä lukuja.

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.

KONSERNIN TUNNUSLUKUJA

TULOSLASKELMA	2020	2019	Muutos	2020	2019	Muutos	2019
milj. euroa	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
Liikevaihto	52,5	64,1	-18,2	114,3	126,2	-9,4	250,2
Oikaistut kokonaiskulut	42,9	52,2	-17,9	93,6	102,9	-9,0	201,1
Oikaistu käyttökate	13,8	16,2	-14,6	29,2	32,1	-9,1	66,1
Käyttökate	11,0	16,1	-31,8	27,3	32,0	-14,5	66,2
Oikaistu liikevoitto	9,8	11,9	-17,6	21,0	23,4	-10,3	49,4
% liikevaihdosta	18,7	18,6		18,4	18,6		19,8
Liikevoitto/-tappio	7,0	11,8	-41,0	19,2	23,3	-17,7	49,5
% liikevaihdosta	13,3	18,4		16,8	18,5		19,8
Tilikauden tulos ennen veroja	6,5	11,2	-42,2	18,9	22,5	-15,9	49,0
Tilikauden tulos	4,2	9,3	-55,2	14,4	18,4	-22,0	40,5
TASE	2020	2019	Muutos	2020	2019	Muutos	2019
milj. euroa	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
VARAT				356,9	387,3	-7,8	400,9
Nettovelat				-57,4	56,8	-201,0	23,7
Korolliset velat				40,3	100,0	-59,7	90,8
Korottomat velat				70,6	109,3	-35,4	107,6
Investoinnit yhteensä	0,6	6,1	-90,0	7,4	7,1	5,0	12,6
Omavaraisuusaste%				71,0	48,9	45,1	54,1
Gearing%				-23,0	32,6	-170,6	11,7
HENKILÖSTÖ	2020	2019	Muutos	2020	2019	Muutos	2019
	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	1 522	1 538	-1,0	1 549	1 518	2,0	1 530
Telemarkkinoijat keskimäärin	342	301	13,4	331	310	6,7	304
TUNNUSLUKUJA	2020	2019	Muutos	2020	2019	Muutos	2019
	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	163,4	28,7	469,3	87,2	26,3	231,5	25,0
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	117,3	18,3	540,7	65,8	19,2	242,5	19,0
Tulos/osake, EUR laimentamaton	0,76	0,12	540,0	0,97	0,24	309,1	0,51
Tulos/osake, EUR laimennettu	0,74	0,12	541,9	0,95	0,24	302,8	0,50
Tulos/osake, jatkuvat toiminnot laimentamaton	0,04	0,09	-62,8	0,14	0,09	53,4	0,41
Tulos/osake, lopetetut toiminnot laimentamaton	0,72	0,03	2 722,4	0,83	0,15	455,7	0,10
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,04	0,18	-78,1	0,37	0,55	-32,9	0,04
Oma pääoma/osake				1,86	1,83	2,1	2,09
Osinko/osake							0,40
Efektiiivinen osinkotuotto%							5,0
Hinta/voittosuhte P/E							15,5
Markkina-arvo				563,5	482,8	16,7	655,8
Osakkeiden lkm ka. laimentamaton (YTD) **)	82 262	82 283		82 262	82 283		82 283
Osakkeiden lkm ka. laimennettu (YTD)	83 553	83 826		83 553	83 826		83 673
Osakemäärä kauden lopussa (1000 osaketta)	82 383	82 383		82 383	82 383		82 383

) vuosituotto, ks. puolivuositarkastuksen laadintaperiaatteet. Tunnusluvut sisältävät myös oikaistut erät **) yhtiö on hankkinut katsauskauden aikana omia osakkeita 90 000 kpl, vuoden 2020 aika 180 000 ja luovuttanut omia osakkeita 158 784 kpl, yhtiön hallussa olevat omat osakkeet katsauskauden lopussa 121 011 kpl. *) luvut sisältävät sekä jatkuvat että lopetetut toiminnot*

LIKEVAIHTO

Huhti–kesäkuu 2020

Liikevaihto jatkuvista toiminnoista laski 52,5 (64,1) milj. euroon. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli -0,1 milj. euroa. Digitaalisten sisältötuottojen kasvu 33,1 % kompensoi painetun sisältöliikevaihdon laskun Alma Talentissa, mutta Iltalehden irtonumeromyyntin laskun sekä myytyjen Ruotsin medialiiketoimintojen myötä sisältömyynti laski 6,6 % ja oli 14,9 (16,0) milj. euroa.

Jatkuvien toimintojen mainosmyynti laski 30,0 % ja oli 27,0 (38,6) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 57,1 % ja oli 1,8 (4,1) milj. euroa. Digimainosmyynti jatkuvista toiminnoista laski 26,8 % ja oli 25,3 (34,5) milj. euroa.

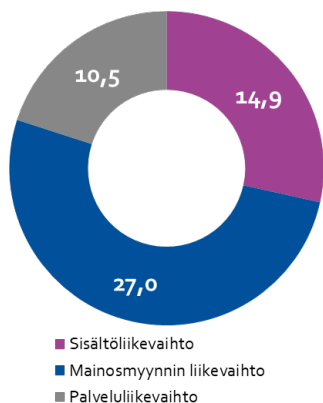
Palveluliikevaihto jatkuvista toiminnoista kasvoi 10,6 % ja oli 10,5 (9,5) milj. euroa. Palveluliikevaihdon kasvuun vaikutti hankittujen liiketoimintojen lisäksi divestoituihin alueelliseen mediaan ja painoliiketoimintaan liittyvät palveluveloitukset.

Tammi–kesäkuu 2020

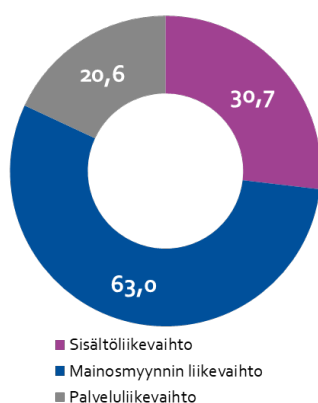
Liikevaihto jatkuvista toiminnoista laski 9,4 % ja oli 114,3 (126,2) milj. euroon. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 1,2 milj. euroa. Sisältömyynti laski 3,2 % ja oli 30,7 (31,8) milj. euroa.

Mainosmyynti jatkuvista toiminnoista laski 16,4 % ja oli 63,0 (75,4) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 34,1 % ja oli 5,4 (8,2) milj. euroa. Jatkuvien toimintojen digitaalinen mainosmyynti laski 14,3 %. Jatkuvien toimintojen palveluliikevaihto kasvoi 8,1 % ja oli 20,6 (19,1) milj. euroa.

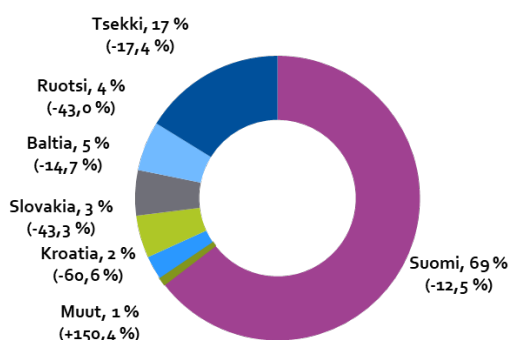
Liikevaihdon jakauma 4–6 2020, milj. €



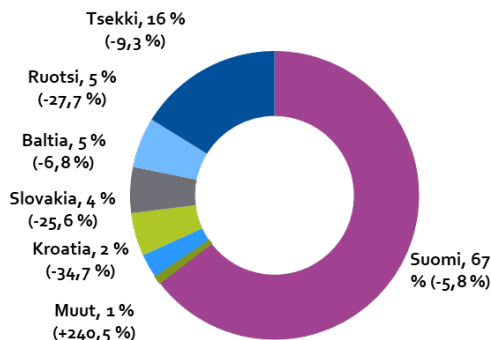
Liikevaihdon jakauma 1-6 2020, milj. euroa



Liikevaihdon maantieteellinen jako 4-6 2020, milj. euroa



Liikevaihdon maantieteellinen jako 1-6 2020, milj. euroa



LIKEVAIHTO milj. euroa	2020 4—6	2019 4—6	Muutos %	2020 1—6	2019 1—6	Muutos %	2019 1—12
Alma Markets	19,4	25,6	-24,2	44,1	50,5	-12,7	100,0
Alma Talent	22,4	26,1	-14,4	48,0	52,3	-8,3	102,9
Alma Consumer	9,8	12,3	-20,2	21,4	23,2	-7,8	47,2
Segmentit yhteensä	51,6	64,1	-19,5	113,5	126,1	-10,0	250,1
Kohdistamattomat toiminnot	0,9	0,1	1 572,8	0,8	0,1	641,4	0,2
Yhteensä	52,5	64,1	-18,2	114,3	126,2	-9,4	250,2

LIKEVAIHDON MAANTIETEELLINEN JAKAUMA (milj. euroa)	2020 4—6	2019 4—6	Muutos %	2020 1—6	2019 1—6	Muutos %	2019 1—12
Suomi	36,2	41,5	-12,8	76,3	81,4	-6,2	161,8
Muut maat	16,3	22,6	-28,0	38,0	44,8	-15,2	88,5
Konserni yhteensä	52,5	64,1	-18,2	114,3	126,2	-9,4	250,2

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

TULOS

Huhti–kesäkuu 2020

Oikaistu liikevoitto jatkuvista toiminnoista oli 9,8 (11,9) milj. euroa, 18,7 % (18,6 %) liikevaihdosta. Liikevoitto jatkuvista toiminnoista oli 7,0 (11,8) milj. euroa, 13,3 % (18,4 %) liikevaihdosta. Jatkuvien liiketoimintojen liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä 2,9 milj. euroa, jotka liittyivät Alma Talentin Ruotsin media-liiketoiminnan myyntitappioon ja uudelleenjärjestelykuluihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät myyntivoittoihin.

Kokonaiskulut jatkuvista toiminnoista laskivat toisella neljänneksellä 6,7 milj. euroa. Jatkuvien toimintojen kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 4,0 (4,3) milj. euroa. Huhti–kesäkuun tulos jatkuvista toiminnoista oli 4,2 (9,3) milj. euroa ja oikaistu tulos jatkuvista toiminnoista 7,0 (9,4) milj. euroa.

Tammi–kesäkuu 2020

Jatkuvien toimintojen oikaistu liikevoitto oli 21,0 (23,4) milj. euroa, 18,4 % (18,6 %) liikevaihdosta. Jatkuvien toimintojen liikevoitto oli 19,2 (23,3) milj. euroa, 16,8 % (18,5 %) liikevaihdosta. Jatkuvien toimintojen liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä 1,8 milj. euroa, jotka liittyivät vaiheittaisten hankintojen myyntivoittoihin, myyntitappioihin ja toiminnan uudelleenjärjestelykuluihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät myyntivoittoihin.

Jatkuvien toimintojen kokonaiskulut laskivat tammi–kesäkuussa 6,3 milj. euroa. Jatkuvien toimintojen kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 8,1 (8,7) milj. euroa. Tammi–kesäkuun tulos jatkuvista toiminnoista oli 14,4 (18,4) milj. euroa ja oikaistu tulos jatkuvista toiminnoista 16,2 (18,6) milj. euroa.

OIKAISTU LIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa	2020 4—6	2019 4—6	Muutos %	2020 1—6	2019 1—6	Muutos %	2019 1—12
Alma Markets	7,0	9,8	-28,0	15,7	18,4	-15,1	37,7
Alma Talent	2,8	3,3	-15,3	6,5	7,1	-9,1	14,8
Alma Consumer	0,5	2,0	-73,3	1,2	3,0	-59,6	6,2
Segmentit yhteensä	10,3	15,1	-31,3	23,3	28,5	-18,2	58,7
Kohdistamattomat toiminnot	-0,5	-3,1	83,5	-2,3	-5,1	54,8	-9,2
Yhteensä	9,8	11,9	-17,6	21,0	23,4	-10,3	49,4

Liikevoittoa oikaisevat erät

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

OIKAISTUT ERÄT milj. euroa	2020 4—6	2019 4—6	2020 1—6	2019 1—6	2019 1—12
Alma Markets					
Myyntivoitot ja -tappio			1,4		0,1
Alma Talent					
Uudelleenjärjestelykulut	-0,2		-0,4		
Myyntivoitot ja -tappio	-2,8		-2,8		
Kohdistamattomat					
Uudelleenjärjestelykulut	0,1				
Myyntivoitot ja -tappio		-0,1		-0,1	
Liikevoiton oikaistut erät	-2,9	-0,1	-1,8	-0,1	0,1
Oikaistut erät tuloksessa ennen veroja	-2,9	-0,1	-1,8	-0,1	0,1

LIIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa	2020 4—6	2019 4—6	Muutos %	2020 1—6	2019 1—6	Muutos %	2019 1—12
Alma Markets	7,0	9,8	-28,0	17,0	18,4	-7,7	37,7
Alma Talent	-0,2	3,3	-107,4	3,2	7,1	-54,3	14,8
Alma Consumer	0,5	2,0	-73,3	1,2	3,0	-59,6	6,2
Segmentit yhteensä	7,3	15,1	-51,3	21,5	28,5	-24,7	58,7
Kohdistamattomat toiminnot	-0,4	-3,3	88,6	-2,3	-5,2	55,8	-9,2
Yhteensä	7,0	11,8	-41,0	19,2	23,3	-17,7	49,5

TASE JA RAHOITUSASEMA

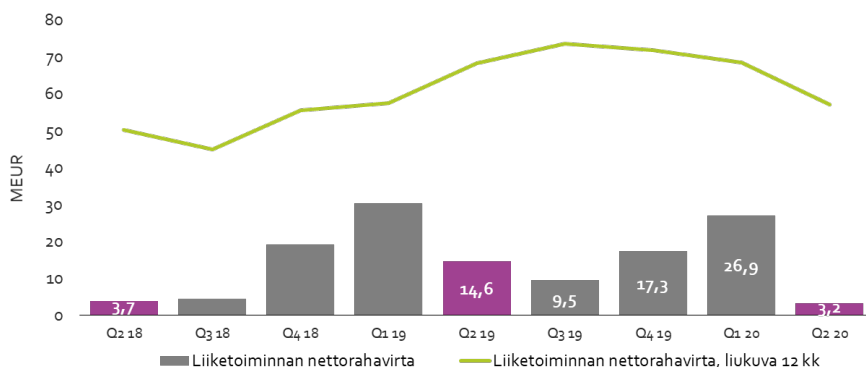
Konsernitaseen loppusumma oli kesäkuun 2020 lopussa 356,9 (387,3) milj. euroa. Konsernin omavaraisuusaste oli kesäkuun lopussa 71,0 % (48,9 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 1,86 (1,83) euroa.

Liiketoiminnan rahavirta huhti–kesäkuussa sisältäen lopetetut toiminnot oli 3,2 (14,6) milj. euroa. Rahavirta ennen rahoitusta oli huhti–kesäkuussa 51,1 (2,3) milj. euroa. Liiketoiminnan rahavirtaa painoi tuloksen heikentymisen lisäksi rektytoimintaliiketoiminnan asiakaslaskutuksen vähentyminen toisella vuosineljänneksellä. Vertailukauden liiketoiminnan rahavirta oli poikkeuksellisen vahva. Investointien rahavirrassa näkyy alueellisen medialiiiketoiminnan ja painoliiketoiminnan myynnistä saatu suoritus.

Liiketoiminnan rahavirta tammi–kesäkuussa sisältäen lopetetut toiminnot oli 30,1 (44,9) milj. euroa. Liiketoiminnan rahavirta oli vertailukautta alhaisempi heikommasta tuloksesta sekä korkeammasta käyttöpääomasta johtuen. Rahavirta ennen rahoitusta oli tammi–kesäkuussa 73,3 (32,2) milj. euroa.

Koronaepidemia vaikuttaa negatiivisesti yhtiön operatiiviseen rahavirtaan myös tulevana kuukausina tuloksen heikentymisen seurauksena. Yhtiön rahoitusasema on kuitenkin vahva, ja sitä vahvisti merkittävästi huhtikuun lopussa toteutunut alueellisen median ja painoliiketoiminnan myynnistä saatu myyntitulo.

Liiketoiminnan rahavirta, MEUR, sisältäen jatkuvat ja lopetetut toiminnot



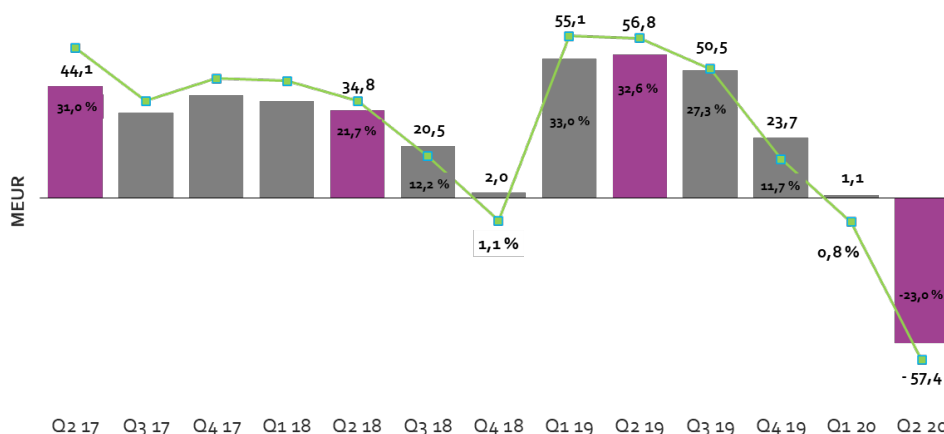
Konsernilla oli kesäkuun 2020 lopussa korollisia velkoja yhteensä 40,3 (100,0) milj. euroa, jotka koostuvat kokonaisuudessaan vuokrasopimusveloista. Konsernin korollinen nettovelka oli -57,4 (56,8) milj. euroa.

KOROLLISET NETTOVELAT (milj. euroa)	2020 1—6	2019 1—6	2019 1—12
Korolliset pitkäaikaiset velat	33,4	88,2	79,0
Lyhytaikaiset korolliset velat	6,9	11,9	11,8
Rahavarat	97,7	43,2	67,1
Korolliset nettovelat	-57,4	56,8	23,7

Alma Medialla on käytettävissä kaksi 12,5 milj. euron suuruisia, sitovaa rahoituslimiittiä, jotka olivat 30.6.2020 kokonaan käyttämättä. Niiden lisäksi yhtiöllä on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistusohjelma oli 30.6.2020 käyttämättä.

Alma Medialla oli yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvaroja 1,8 miljoonaa euroa ja käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvelkoja 2,0 milj. euroa.

Korolliset nettovelat ja velkaantumisasaste, sisältäen lopetetut toiminnot



Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2020

Alma Media Kustannuksen julkaisemien lehtien varhaisjakelu Pirkanmaalla ja Satakunnassa ulkoistettiin 1.1.2020 alkaen Postille kesällä 2019 solmitun liiketoimintakaupan ja jakelupalvelusopimuksen mukaisesti. Ulkoistuksen myötä Alma Manun noin 780 jakeluliiketoiminnan työntekijää siirtyivät Posti Groupille.

Bosnia-Hertsegovinan johtava online-rekryointipalvelu Kolektiv Ltd:n siirtyi kokonaisuudessaan Alma Median omistukseen tammikuussa 2020, kun osakekaupan toteutumisen ehtona ollut paikallinen kilpailuviranomaisprosessi päättyi.

Talousmedia Affärsvärldenin liiketoiminta siirtyi ruotsalaiselle Börslus Ab:lle maaliskuusta 2020 alkaen. Liiketoimintakauppa oli jatkoa brändin ja kustannusoikeuksien haltijan, Stiftelsen Affärsvärldenin päätökselle siirtää Affärsvärldenin kustannusoikeudet Börslus Ab:lle vuodesta 2021 alkaen.

Helmikuussa 2020 Muuttomaaailma Oy:n osakekanta siirtyi kokonaisuudessaan Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartnersin omistukseen. Aiemmin Alma Mediapartners omisti 25 prosenttia yhtiöstä ja se raportoi osakkuusyhtiönä.

Helmikuussa 2020 Alma Media solmi sopimuksen alueelliseen medialiiketoimintaan keskittyneen Alma Media Kustannus Oy:n ja painoliiketoimintaa harjoittavan Alma Manu Oy:n koko osakekannan myynnistä Sanoma Media Finland Oy:lle. Myytäviin liiketoimintoihin kuuluvat Alma Consumer-segmentissä raportoitavat alueelliset mediat Aamulehti ja Satakunnan Kansa sekä paikallismediat Janakkalan Sanomat, Jämsän Seutu, Kankaanpään Seutu, KVM-Lehti, Nokian Uutiset, Rannikkoseutu, Suur-Keuruu, Merikarvia-Lehti, Sydän-Satakunta, Tyrvään Sanomat,

Valkeakosken Sanomat, Jokilaakso ja Vekkari sekä Alma Manun painoliiketoiminta. Yrityskaupan täytäntöönpano oli mahdollinen Kilpailu- ja kuluttajaviraston hyväksynnälle ja erälle muille tavanomaisten ehtojen täyttymiselle. Kilpailu- ja kuluttajavirasto (KKV) antoi 19.3.2020 hyväksyntänsä yritysjärjestelylle. Kauppa saatiin päätökseen huhtikuussa 2020.

Kesäkuussa 2020 Alma Mediaan kuuluva Alma Talent sopi osakekaupasta, jolla se myi Alma Talent AB:n osakekannan New Technology Media Group Ab:lle. Kaupassa siirtyivät lehti- ja verkkomediabrändit Ny Teknik, Lag & Avtal, Arbetarskydd, Personal & ledarskap ja Teknikhistoria sekä niiden henkilöstö.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat vuonna 2020 tammi–kesäkuussa yhteensä 7,4 (7,3) milj. euroa. Investoinnit koostuivat Muuttomaailma Oy:n ja Kolektiv Ltd:n osakkeiden hankinnasta ja normaaleista käyttö- ja ylläpitoinvestoinneista.

INVESTOINNIT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)	2020 4–6	2019 4–6	2020 1–6	2019 1–6	2019 1–12
Alma Markets	0,3	5,9	6,6	6,3	6,8
Alma Talent	0,2	0,0	0,3	0,2	0,4
Alma Consumer	0,0	0,0	0,0	0,0	4,3
Segmentit yhteensä	0,4	5,9	6,9	6,5	11,6
Kohdistamattomat	0,2	0,2	0,5	0,5	1,0
Yhteensä jatkuvat toiminnot	0,6	6,1	7,4	7,1	12,6
Myytäväksi luokitellut		0,2		0,3	0,2
Yhteensä sisältäen myytävät toiminnot		6,3		7,3	12,8

INVESTOINNIT JA YRITYSOSTOT (milj. euroa)	2020 4–6	2019 4–6	2020 1–6	2019 1–6	2019 1–12
Käyttöomaisuus	0,6	0,3	1,3	1,2	2,5
Yritysosotot		5,8	6,1	5,8	10,2
Yhteensä jatkuvat toiminnot	0,6	6,1	7,4	7,1	12,6
Myytäväksi luokitellut		0,2		0,2	0,2
Yhteensä sisältäen myytävät toiminnot		6,3		7,3	12,8

POISTOT (milj. euroa)	2020 4–6	2019 4–6	2020 1–6	2019 1–6	2019 1–12
Käyttöomaisuushyödykkeiden poistot	2,6	2,9	5,4	5,9	11,0
Yrityshankintoihin liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot	1,4	1,4	2,8	2,8	5,7
Yhteensä jatkuvat toiminnot	4,0	4,3	8,1	8,7	16,7
Myytäväksi luokitellut		1,3		2,6	5,2
Yhteensä sisältäen myytävät toiminnot		5,6		11,3	21,9

LIIKETOIMINTASEGMENTIT

Alma Median raportoivat segmentit ovat digitaalisten markkinapaikkojen Alma Markets, talousmedian ja ammattilaisille sekä yrityksille suunnattujen palveluiden tarjoaja Alma Talent ja kuluttajamedialiiketoimintaan keskittyvä Alma Consumer. Konsernin emoyhtiön tuottamat keskitetyt palvelut sekä koko konsernia koskevat keskitetyt mainonnan ja digitaalisen myynnin tukipalvelut käsitellään segmenttiraportoinnin ulkopuolella. Konsernin raportoivat segmentit vastaavat konsernin toimintasegmenttejä.

Alma Markets

Alma Markets -segmentissä raportoidaan rekrytointiliiketoimintaan liittyvät palvelut Monster.fi, Jobs.cz, Prace.cz, CV Online, Profesia.sk, MojPosao.net, MojPosao.ba sekä Monster.cz.

Segmenttiin kuuluu useita verkkopalveluja: asumiseen liittyvät Etuovi.com, Vuokraovi.com ja Muuttomaailma.fi, matkailuportaali Gofinland.fi, autoalan palveluihin liittyvät Autotalli.com, Autosofta, Autojerry.fi, Websales, Webrent ja Tukkuautot.fi. Segmentissä raportoidaan myös uudis- ja korjausrakentamisen toiminnanohjausjärjestelmien ohjelmistoihin keskittyneet NettiKoti, Talosofta ja Kivi –kiinteistövälitysjärjestelmä sekä remontti- ja rakennustöiden markkinapaikka Urakkamaailma.fi.

AVAINLUVUT milj. euroa	2020 4—6	2019 4—6	Muutos %	2020 1—6	2019 1—6	Muutos %	2019 1—12
Liikevaihto	19,4	25,6	-24,2	44,1	50,5	-12,7	100,0
Mainosmyynnin liikevaihto	17,1	23,4	-26,9	39,3	46,2	-15,0	91,3
Palveluliikevaihto	2,3	2,2	4,2	4,9	4,4	11,4	8,7
Oikaistut kokonaiskulut	12,6	15,9	-20,8	28,7	32,2	-10,7	62,5
Oikaistu käyttökate	8,2	11,0	-25,6	18,0	21,0	-13,9	42,5
Käyttökate	8,2	11,0	-25,6	19,4	21,0	-7,4	42,6
Oikaistu liikevoitto	7,0	9,8	-28,0	15,7	18,4	-15,1	37,7
% liikevaihdosta	36,3	38,2		35,5	36,5		37,7
Liikevoitto/-tappio	7,0	9,8	-28,0	17,0	18,4	-7,7	37,7
% liikevaihdosta	36,3	38,2		35,5	36,5		37,7
Henkilöstö keskimäärin	718	682	5,2	729	682	7,0	679
Digiliiketoiminnan liikevaihto	19,4	25,6	-24,2	44,1	50,5	-12,7	100,0
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	100,0	100,0		100,0	100,0		100,0

Huhti—kesäkuu 2020

Vuoden 2020 toisella vuosineljänneksellä Alma Markets -segmentin liikevaihto laski 24,2 % ja oli 19,4 (25,6) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 0,4 milj. euroa. Rekrytointiliiketoiminta laski 29,2 % ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 69,6%. Suomessa asumisen ja autoilun markkinapaikka- ja järjestelmäliiketoiminta laski 10 %, laskua hidasti asumiseen ja autoiluun liittyvien kilpailutuspalveluiden lisääntynyt kysyntä. Asumisen liiketoiminta muodosti 20,3 % segmentin liikevaihdosta ja oli 3,9 (4,5) milj. euroa. Autoilun liiketoiminta muodosti 10,2 % segmentin liikevaihdosta ja oli 2,0 (2,0) milj. euroa.

Merkittävien kustannussäästöjen johdosta kokonaiskulut laskivat 3,3 milj. euroa ja olivat 12,6 (15,9) milj. euroa. Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto oli vuoden toisella neljänneksellä 7,0 (9,8) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 36,3 % (38,2 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 7,0 (9,8) milj. euroa. Katsauskaudella eikä vertailukaudella raportoitu oikaistuja eriä.

Tammi—kesäkuu 2020

Tammi—kesäkuussa Alma Markets -segmentin liikevaihto laski 12,7 % ja oli 44,1 (50,5) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 1,2 milj. euroa. Rekrytointiliiketoiminta laski 16,2 % ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 72,3 %. Suomessa asumisen ja autoilun markkinapaikka ja järjestelmäliiketoiminta laski 2,0 %. Asumisen liiketoiminta muodosti 18,1 % segmentin liikevaihdosta ja oli 8,0 (8,6) milj. euroa. Autoilun liiketoiminta muodosti 9,6 % segmentin liikevaihdosta ja kasvoi 9,8 %.

Katsauskauden kokonaiskulut olivat 28,7 (32,2) milj. euroa. Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto oli vuoden toisella neljänneksellä 15,7 (18,4) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 35,5 % (36,5 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 17,0 (18,4) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät vaiheittaisten hankintojen myyntivoittoihin. Vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Alma Talent

Alma Talent -liiketoimintasegmentti julkaisee ammattilais- ja talousmediaa sekä bisnes- ja lakikirjoja. Lisäksi liiketoiminto tarjoaa eri alojen ammattilaisille ja yrityksille osaamisen kehittämistä tukevia ja liiketoimintaa kasvattavia palveluja, kuten tapahtumia, koulutusta sekä tieto- ja markkinointipalveluja. Alma Talent toimii Suomessa, Ruotsissa ja Baltian maissa. Alma Talentin medioita ovat muun muassa Kauppalehti, Talouselämä, Tekniikka & Talous ja Arvopaperi.

AVAINLUVUT milj. euroa	2020 4—6	2019 4—6	Muutos %	2020 1—6	2019 1—6	Muutos %	2019 1—12
Liikevaihto	22,4	26,1	-14,4	48,0	52,3	-8,3	102,9
Sisältöliikevaihto	11,3	11,8	-4,1	23,0	23,5	-2,1	46,6
Sisältöliikevaihto, painettu	7,1	8,6	-49,1	14,9	17,3	-13,7	33,5
Sisältöliikevaihto, digi	4,2	3,1	33,5	8,0	6,2	30,7	13,1
Mainosmyynnin liikevaihto	4,7	7,6	-38,0	11,9	15,2	-21,3	30,2
Mainosmyynti, painettu	1,4	3,4	-49,1	4,6	6,9	-29,2	13,7
Mainosmyynti, digi	3,3	4,2	-22,4	7,4	8,3	-10,9	16,4
Palveluliikevaihto	6,4	6,8	-5,8	13,1	13,7	-4,5	26,2
Oikaistut kokonaiskulut	19,6	22,9	-14,3	41,6	45,3	-8,2	88,2
Oikaistu käyttökate	3,9	4,5	-14,1	8,7	9,6	-9,2	19,9
Käyttökate	0,9	4,5	-80,8	5,5	9,6	-42,5	19,9
Oikaistu liikevoitto	2,8	3,3	-15,3	6,5	7,1	-9,1	14,8
% liikevaihdosta	12,4	12,5		13,4	13,6		14,4
Liikevoitto/-tappio	-0,2	3,3	-107,4	3,2	7,1	-54,3	14,8
% liikevaihdosta	-1,1	12,5		6,8	13,6		14,4
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	467	494	-5,5	476	487	-2,3	489
Telemarkkinoijat keskimäärin	342	301	13,4	331	310	6,8	304
Digiliiketoiminnan liikevaihto	10,6	10,3	3,5	21,3	20,1	6,0	40,3
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	47,5	39,3		44,3	38,3		39,2

Huhti—kesäkuu 2020

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski huhti—kesäkuussa 14,4 % 22,4 (26,1) milj. euroon. Liikevaihto laski myytyjen liiketoimintojen sekä mainonnan myynnin merkittävän laskun johdosta. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 47,5 % (39,3 %).

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto laski 4,1 % myytyjen Ruotsin medialiiketoimintojen vaikutuksesta ja oli 11,3 (11,8) milj. euroa. Suomessa sisältöliikevaihto kasvoi 5,6 %, mihin vaikutti merkittävästi medialiiketoiminnan digitaalisten sisältötuottojen kasvu 46,0 %.

Vuoden toisen neljänneksen mainosmyynti laski 38,0 % koronavirusepidemiasta ja myydyistä liiketoiminnoista johtuen ja oli 4,7 (7,6) milj. euroa. Mainonnan liikevaihto laski sekä Suomessa että Ruotsissa. Palveluliikevaihto laski 5,8 % ja oli 6,4 (6,8) milj. euroa. Palveluliikevaihdon laskuun vaikutti koronaepidemiasta johtuvat rajoitukset koulutustapahtumien järjestämisessä.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 19,6 (22,9) milj. euroa. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 2,8 (3,3) milj. euroa ja liikevoitto -0,2 (3,3) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin ja myyntitappioon. Vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Tammi—kesäkuu 2020

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski tammi—kesäkuussa 8,3 % 48,0 (52,3) milj. euroon. Liikevaihto laski myydyjen liiketoimintojen sekä mainonnan myynnin merkittävän pudotuksen johdosta. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 44,3 % (38,3 %).

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto laski 2,1 % ja oli 23,0 (23,5) milj. euroa. Digitaalinen sisältöliikevaihto kasvoi 30,7 % ja Suomen medialiiiketoiminnan digitaaliset sisältötuotot kasvoivat 40,1 %.

Tammi—kesäkuussa mainosmyynti laski 21,3 % koronavirusepidemiasta johtuen ja oli 11,9 (15,2) milj. euroa. Palveluliikevaihto laski 4,5 % ja oli 13,1 (13,7) milj. euroa. Palveluliikevaihdon laskuun vaikutti koronaepidemiasta johtuvat rajoitukset koulutustapahtumien järjestämisessä.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 41,6 (45,3) milj. euroa. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 6,5 (7,1) milj. euroa ja liikevoitto 3,2 (7,1) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 13,4 % (13,6 %) liikevaihdosta. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin ja myyntitappioihin. Vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Alma Consumer

Alma Consumer -segmentti keskittyy valtakunnalliseen kuluttajamedialiiiketoimintaan, joka julkaisee sekä printissä että verkossa valtakunnallista uutismedia Iltalehteä. Lisäksi segmentissä raportoidaan verkkopalvelut Etua.fi, Telkku.com, Kotikokki.net, E-kontakti.fi. ja Rantapallo.fi.

AVAINLUVUT milj. euroa	2020 4—6	2019 4—6	Muutos %	2020 1—6	2019 1—6	Muutos %	2019 1—12
Liikevaihto	9,8	12,3	-20,2	21,4	23,2	-7,8	47,2
Sisältöliikevaihto *)	3,7	4,2	-13,3	7,7	8,3	-6,5	17,6
Mainosmyynnin liikevaihto	5,2	7,7	-31,8	11,8	14,1	-16,0	27,2
Mainosmyynti, painettu	0,4	0,9	-53,3	1,0	1,7	-40,2	3,2
Mainosmyynti, digi	4,8	6,8	-29,1	10,8	12,4	-12,6	24,0
Palveluliikevaihto	0,9	0,4	115,9	1,8	0,9	111,6	2,4
Oikaistut kokonaiskulut	9,3	10,3	-9,7	20,2	20,2	-0,2	41,0
Oikaistu käyttökate	0,7	2,2	-66,2	1,6	3,3	-51,2	6,8
Käyttökate	0,7	2,2	-66,2	1,6	3,3	-51,2	6,8
Oikaistu liikevoitto	0,5	2,0	-73,3	1,2	3,0	-59,6	6,2
% liikevaihdosta	5,5	16,5		5,6	12,9	-56,1	13,1
Liikevoitto/-tappio	0,5	2,0	-73,3	1,2	3,0	-59,6	6,2
% liikevaihdosta	5,5	16,5		5,6	12,9	-56,1	13,1
Henkilöstö keskimäärin	183	186	-1,7	187	180	3,9	183
Digiliiketoiminnan liikevaihto	5,7	7,2	-19,7	12,7	13,2	-3,7	26,4
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	58,4	58,0		59,2	56,6		55,9

*) Sisältöliikevaihto muodostuu kokonaisuudessaan Iltalehden irtolomakemyyntistä.

Huhti—kesäkuu 2020

Alma Consumer -segmentin liikevaihto laski huhti—kesäkuussa 20,2 % ja oli 9,8 (12,3) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 0,4 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 58,4 % (58,0 %).

Segmentin mainosmyynti laski 31,8 % ja oli 5,2 (7,7) milj. euroa. Digimainosmyynti laski 29,1 % ja oli 4,8 (6,8) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 53,3 % ja oli 0,4 (0,9). Merkittävintä lasku oli auto- , matkailu- ja vähittäiskaupan mainonnassa.

Segmentin sisältöliikevaihto laski 13,3 ja oli 3,7 (4,2) milj. Euroa. Segmentin palveluliikevaihto kasvoi lainojen kilpailutuspalvelun Etua.fi:n hankinnan myötä 115,9 % ja oli 0,9 (0,4) milj. euroa.

Segmentin kokonaiskulut laskivat kustannussäästöjen ansiosta 9,7 % ja olivat 9,3 (10,3) milj. euroa. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 0,5 (2,0) milj. euroa, 5,5 % (16,5 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 0,5 (2,0) milj. euroa. Katsauskaudella ja vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Tammi—kesäkuu 2020

Alma Consumer -segmentin liikevaihto laski tammi—kesäkuussa 7,8 % ja oli 21,4 (23,2) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 0,9 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 59,2 % (56,6 %).

Segmentin mainosmyynnin liikevaihto laski 16 % ja oli 11,8 (14,1) milj. euroa. Digimainosmyynti laski 12,6 % ja oli 10,8 (12,4) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 40,2 % ja oli 1,0 (1,7). Segmentin sisältöliikevaihto laski 6,5 ja oli 7,7 (8,3) milj. euroa. Segmentin palveluliikevaihto kasvoi lainojen kilpalutuspalvelun Etua.fi:n hankinnan myötä 111,6 % ja oli 1,8 (0,9) milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat vertailukauden tasolla 20,2 (20,2) milj. euroa. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 1,2 (3,0) milj. euroa, 5,6 % (12,9 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 1,2 (3,0) milj. euroa. Katsauskaudella ja vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

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

VARAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)	30.6.2020	30.6.2019	31.12.2019
Alma Markets	107,8	110,6	108,2
Alma Talent	90,7	100,9	98,1
Alma Consumer	11,5	59,8	11,9
Segmentit yhteensä	210,0	271,3	218,1
Myytäväksi luokitellut varat			83,3
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	146,9	116,0	99,4
Yhteensä	356,9	387,3	400,9

VELAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)	30.6.2020	30.6.2019	31.12.2019
Alma Markets	29,5	39,0	35,7
Alma Talent	24,3	30,4	26,9
Alma Consumer	5,5	73,3	60,8
Segmentit yhteensä	59,4	142,8	123,3
Myytävänä oleviksi luokiteltuihin omaisuuseriin liittyvät velat			72,4
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	52,5	67,5	2,7
Yhteensä	111,8	210,3	198,4

*) Alma Consumer segmentin vuoden 2019 luvut on muutettu vastaamaan uutta rakennetta.

HALLINTO

Varsinainen yhtiökokous 2020

Alma Media Oyj:n yhtiökokous 29.4.2020 pidettiin koronavirustilanteesta johtuen poikkeusjärjestelyin. Varsinainen yhtiökokous valitsi uudelleen toimikaudelle, joka jatkuu seuraavan varsinaisen yhtiökokouksen loppuun saakka, hallituksen jäseniksi Peter Immosen, Esa Lagerin, Alexander Lindholmin, Petri Niemisvirran, Jorma Ollilan, Päivi Rekosen ja Catharina Stackelberg-Hammarénin. Yhtiökokouksen jälkeisessä järjestäytymiskokouksessaan hallitus valitsi puheenjohtajakseen Jorma Ollilan ja varapuheenjohtajaksi Petri Niemisvirran.

Hallitus valitsi myös jäsenet valiokuntiinsa. Tarkastusvaliokunnan jäseniksi valittiin Esa Lager, Alexander Lindholm, Petri Niemisvirta ja Päivi Rekosen sekä puheenjohtajaksi Esa Lager. Nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan jäseniksi valittiin Peter Immonen, Jorma Ollila ja Catharina Stackelberg-Hammarén sekä puheenjohtajaksi Peter Immonen.

Hallitukseen valitut henkilöt on hallituksen toimesta arvioitu Peter Immosta, Esa Lageria, Alexander Lindholmia ja Jorma Ollilaa lukuun ottamatta riippumattomiksi yhtiöstä ja sen merkittävistä osakkeenomistajista.

Peter Immonen on Mariatorp Oy:n hallituksen jäsen, Esa Lager on Ilkka-Yhtymä Oyj:n hallituksen jäsen, Alexander Lindholm on Otava-konsernin toimitusjohtaja ja Jorma Ollila on toiminut vuoteen 2019 saakka yhtäjaksoisesti Otava Oy:n hallituksen jäsenenä yli 10 vuotta (hallinnointikoodin suosituksen 10 alakohdan mukainen suhde merkittävään osakkeenomistajaan).

Hallituksen työjärjestyksen mukaisesti hallituksen sihteerinä toimii Alma Media Oyj:n lakiasiaintoimittaja Mikko Korttila. Yhtiökokous valitsi yhtiön tilintarkastajaksi tilintarkastusyhteisö Pricewaterhouse Coopersin ja päävastuullisena tilintarkastajana toimii KHT Markku Launis.

Palkitsemispolitiikka

Yhtiökokous vahvisti 29.4.2020 toimielinten palkitsemispolitiikan. Yhtiön palkitsemispolitiikka on saatavilla yhtiön internetsivuilla osoitteessa <https://www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/palkitseminen>.

Hallituksen jäsenten palkkiot

Yhtiökokous päätti 29.4.2020 osakkeenomistajien nimitystoimikunnan ehdotuksesta, että palkkiot pysyvät ennallaan, ja että yhtiökokouksessa valittaville hallituksen jäsenille maksetaan vuoden 2021 varsinaiseen yhtiökokoukseen päättyvältä toimikaudelta seuraavat vuosipalkkiot: hallituksen puheenjohtajalle 62 500 euroa vuodessa, varapuheenjohtajalle 40 000 euroa vuodessa ja muille jäsenille 32 500 euroa vuodessa.

Lisäksi hallituksen ja tarkastusvaliokunnan puheenjohtajalle maksetaan 1 500, nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan puheenjohtajalle 1 000 euron ja valiokuntien varapuheenjohtajille 700 euron ja jäsenille 500 euron palkkio niistä hallituksen ja sen valiokuntien kokouksista, joihin he osallistuvat. Hallituksen jäsenten matkakulut korvataan yhtiön matkustusohtesäännön mukaisesti.

Kokouspalkkiot maksetaan kustakin kokouksesta:

- kaksinkertaisena (i) Suomen ulkopuolella Euroopassa asuville henkilöille ja (ii) Suomen ulkopuolella Euroopassa pidetyistä kokouksista; sekä
- kolminkertaisena (i) Euroopan ulkopuolella asuville henkilöille tai (ii) Euroopan ulkopuolella pidetyistä kokouksista.

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, suoritettua hallituksen jäsenen vuosipalkkiosta. Osakkeiden hankinnan hallituksen jäsen on velvollinen tekemään kahden viikon kuluessa tammi–maaliskuun 2020 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 2020 loppuun mennessä, maksetaan vuosipalkkio rahana. Näin hankittuja osakkeita ei saa luovuttaa ennen kuin hallituksen jäsenyys on päättynyt. Yhtiö vastaa osakkeiden hankinnasta mahdollisesti aiheutuvasta varainsiirtoverosta.

Osinko

Yhtiökokous päätti 29.4.2020 hallituksen ehdotuksen mukaisesti, että osinkoa tilikaudelta 2019 maksetaan 0,40 euroa osakkeelta. Osinko maksetaan sille, joka on merkitty osingonmaksun täsmäytyspäivänä 4.5.2020 osakkeenomistajaksi Euroclear Finland Oy:n pitämään Alma Media Oyj:n osakasluetteloon. Osinko maksettiin 11.5.2020.

Muut yhtiökokouksen päätökset

Hallituksen valtuuttaminen päättämään omien osakkeiden hankkimisesta

Yhtiökokous valtuutti 29.4.2020 hallituksen päättämään enintään 824 000 osakkeen hankkimisesta yhdessä tai useammassa erässä. Valtuutuksen enimmäismäärä on noin yksi (1) prosentti 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 toteuttamiseksi tai muutoin edelleen luovutettaviksi tai mitätöitäviksi. Valtuutus on voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2021 saakka.

Hallituksen valtuuttaminen päättämään omien osakkeiden luovuttamisesta

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään osakeannista omia osakkeita luovuttamalla. Valtuutuksen perusteella voidaan antaa enintään 824 000 osaketta. Valtuutuksen enimmäismäärä vastaa noin yhtä (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.

Valtuutus on voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2021 saakka. Tämä valtuutus kumoaa varsinaisessa yhtiökokouksessa 15.3.2019 päätetyn vastaavan osakeantivaltuutuksen

Hallituksen valtuuttaminen päättämään osakeannista

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään osakeannista. Valtuutuksen perusteella voidaan antaa enintään 16.500.000 osaketta. 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.

Valtuutus on voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2021 saakka. Tämä valtuutus kumoaa varsinaisessa yhtiökokouksessa 15.3.2019 päätetyn vastaavan osakeantivaltuutuksen, mutta ei edellä ehdotettua osakeantivaltuutusta.

Lahjoitukset yleishyödylliseen tarkoitukseen

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään enintään yhteensä 50.000 euron suuruisista lahjoituksista korkeakouluille ja yliopistoille vuosien 2020–2021 aikana hallituksen päättäessä lahjoitusten tarkemmista ehdoista.

Osake

Huhti–kesäkuussa NASDAQ OMX:n Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 1 091 387 Alma Median osaketta, mikä vastasi 1,3 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 30.6.2019 oli 6,84 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 6,02 euroa ja ylin 8,48 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 563,5 milj. euroa. Alma Media Oyj:llä on hallussaan omia osakkeita yhteensä 121 011 kappaletta.

Omien osakkeiden osto ja luovutus

Yhtiö aloitti omien osakkeiden oston 17.2.2020 ja 29.4.2020. Omien osakkeiden hankinta päättyi 3.6.2020 ja yhtiö oli 30.6.2020 mennessä hankkinut 180 000 osaketta, joka vastaa n. 0,2 % 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 hankitaan ja maksetaan NASDAQ Helsinki Oy:n ja Euroclear Finland Oy:n sääntöjen mukaisesti.

Alma Media Oyj luovutti yhteensä 158 784 yhtiön hallussa olevaa Alma Median osaketta vastikkeetta yhtiön ylimmän johdon vuonna 2015 alkaneen LTI 2015 I, LTI 2015 III & LTI 2015 IV -osakepalkkio-ohjelman osallistujille kannustinjärjestelyn ehtojen mukaisesti.

Osakkeiden luovuttaminen suunnatulla maksuttomalla osakeannilla perustuu Alma Median yhtiökokouksen 15.3.2019 hallitukselle antamaan valtuutukseen. 30.6.2020 Alma Median omistuksessa on 121 011 omaa osaketta.

Osakepohjaiset sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät LTI 2015 ja LTI 2019

Alma Median pitkän aikavälin osakepohjaiset kannustinjärjestelyt yhtiön johdolle ja eräille avainhenkilöille koostuvat vuosittain alkavista yksittäisistä osakepalkkio-ohjelmista, joista kukin on ehdollinen hallituksen erilliselle hyväksynnälle. Kunkin yksittäisen ohjelman pääelementit ovat: sijoitus yhtiön osakkeisiin edellytyksenä ohjelmaan osallistumiselle, osakesijoitukseen perustuvat lisäosakkeet, mahdollisuus ansaita suoriteperusteisia lisäosakkeita ja luovutusrajoitus.

Alma Media julkisti 14.2.2020 EU:n osakkeenomistajien oikeudet direktiivin (SHRD) mukaisesti palkitsemispolitiikan eli toimielinten palkitsemisen periaatteita sekä toimeenpäämistä keskeiset ehdot ja se on saatavilla yhtiön nettisivuilta osoitteesta www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/palkitseminen. Eri osakepohjaisten sitouttamis- ja kannustinjärjestelmien (pitkän aikavälin sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät) ehdot on kuvattu yhtiön palkitsemispolitiikassa.

Alma Media Oyj:n hallitus päätti helmikuussa uuden jakson alkamisesta ylimmän johdon pitkän aikavälin osakepohjaisessa kannustinjärjestelmässä (LTI 2019 I). Hallitus on lisäksi päättänyt uuden jakson alkamisesta suoriteperusteisessa osakepalkkiojärjestelmässä, joka on suunnattu keskijohdolle ja valituille avainhenkilöille. Kannustinjärjestelmät perustettiin ja niistä tiedotettiin alunperin joulukuussa 2018.

Markkinatakaus

Alma Media Oyj:n osakkeelle ei ole voimassa olevaa markkinatakausta.

Liputusilmoitukset

Alma Media Oyj vastaanotti 15.5.2020 vastaanottanut Arvopaperimarkkinalain 9. luvun 5. pykälän mukaisen ilmoituksen Mariatorp Oy:ltä (Y-tunnus 2690035-7) ja Heikki Herliniltä, jonka mukaan Heikki Herlinillä on Niklas Herlinin perinnönjaon 14.5.2020 jälkeen määräysvalta Mariatorp Oy:ssä. Mariatorp Oy ja Heikki Herlin omistavat yhdessä Alma Median osakekannasta ja äänimäärästä 19,04 prosenttia.

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 verkkoyhteisön pienentyminen ja mainosmyynnin pysyvä vähentyminen. 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 liiketoiminnan yhä keskeisempi kilpailukykytekijä, mutta myös strateginen riski on kyky hyödyntää asiakasdataa mainostaja-asiakkaiden tuote- ja palvelutarjoaman parantamiseksi ja loppukäyttäjien palvelujen rikastamiseksi. Asiakas- ja käyttäytymistietoa hallitaan keskittämällä asiakastietovarastoja ja ottamalla käyttöön analysointi- ja aktivointiteknologiaa regulaatiovaatimukset huomioiden. Media-alaa koskeva sääntely ja siihen liittyvät markkinakäytännöt ovat kiristymässä. Teknologisen kehityksen myötä ja mediakulutuksen painopisteen siirtyessä digitaalisiin kanaviin Alma Media vastaa toimintaympäristön muutokseen 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 merkittävimmät ovat tietotekniikan ja -liikenteen häiriöt. Laaja-alainen pandemia voi merkittävästi vaikuttaa toisaalta palveluiden ja tuotteiden kysyntään sekä toisaalta aiheuttaa oleellisia tuotantokatkoksia liiketoimintaprosesseihin merkittävistä henkilöstön terveyteen kohdistuvista riskeistä johtuen.

Katsauskauden jälkeiset tapahtumat

Yhtiöllä ei ole olennaisia katsauskauden jälkeisiä tapahtumia.

PUOLIVUOSIKATSAUSLYHENNELMÄ JA LIITETIEDOT

LAAJA TULOSLASKELMA (milj. euroa)	2020 4—6	2019 4—6	Muutos %	2020 1—6	2019 1—6	Muutos %	2019 1—12
LIKEVAIHTO	52,5	64,1	-18,2	114,3	126,2	-9,4	250,2
Liiketoiminnan muut tuotot	0,2	0,1	90,3	1,7	0,2	716,5	0,6
Materiaalit ja palvelut	7,7	9,6	-20,3	17,0	19,2	-11,0	38,3
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	22,1	25,5	-13,0	47,7	50,4	-5,3	97,4
Poistot ja arvonalentumiset	4,0	4,3	-6,4	8,1	8,7	-5,9	16,7
Liiketoiminnan muut kulut	11,9	13,1	-8,8	23,9	24,9	-3,9	48,9
LIKEVOITTO	7,0	11,8	-41,0	19,2	23,3	-17,7	49,5
Rahoitustuotot	0,1	0,2	-50,9	0,6	0,2	169,7	0,3
Rahoituskulut	0,7	1,0	-32,1	0,9	1,2	-25,6	1,3
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,2	0,1	3,3	0,1	0,3	-46,3	0,5
TULOS ENNEN VEROJA	6,5	11,2	-42,2	18,9	22,5	-15,9	49,0
Tuloverot	2,3	1,9	22,5	4,6	4,1	11,7	8,6
JATKUVIEN TOIMINTOJEN VOITTO	4,2	9,3	-55,2	14,4	18,4	-22,0	40,5
VOITTO LOPETETUISTA TOIMINNOISTA	59,3	2,0	2 923,8	68,0	4,1	1 567,5	8,2
TILIKAUDEN VOITTO	63,5	11,3	463,7	82,4	22,5	266,0	48,7
MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:							
Etuuspohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät							-0,2
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi							
Muuntoerot	2,1	0,2		0,2	-0,1		0,1
Tilikauden muut laajan tuloksen eriin liittyvät verot	0,0	0,0		0,0	0,0		0,0
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	2,1	0,2		0,2	-0,1		-0,1
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	65,6	11,5		82,6	22,4		48,5
Tilikauden tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	2,9	9,7		79,6	19,4		42,2
- Määräysvallattomille omistajille	1,3	1,5		2,9	3,1		6,4
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	5,0	10,0		79,7	19,4		42,1
- Määräysvallattomille omistajille	1,3	1,5		2,9	3,1		6,4
Laajan tuloksen jakautuminen							
- Jatkuvat toiminnot	6,3	9,5		14,5	18,4		40,3
- Lopetetut toiminnot	59,3	2,0		68,0	4,1		8,2
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:							
- Tulos/osake laimentamaton	0,76	0,12		0,97	0,24		0,51
- Tulos/osake laimennettu	0,74	0,12		0,95	0,24		0,50
- Tulos/osake, jatkuvat toiminnot	0,04	0,09		0,14	0,09		0,41
- Tulos/osake, lopetetut toiminnot	0,72	0,03		0,83	0,15		0,10

TASE (milj. euroa)	30.6.2020	30.6.2019	31.12.2019
VARAT			
PITKÄAIKAISET VARAT			
Liikearvo	132,3	138,5	130,3
Aineettomat hyödykkeet	48,6	57,0	54,3
Aineelliset			
käyttöomaisuushyödykkeet	43,7	100,9	47,4
Osuudet osakkuusyrityksissä	3,0	4,3	3,2
Muut rahoitusvarat	3,7	4,3	3,3
Laskennalliset verosaamiset	0,2	1,5	0,4
LYHYTAIKAISET VARAT			
Vaihto-omaisuus	0,8	3,0	0,7
Tilikauden verotettavaan tuloon			
perustuvat verosaamiset	0,2	0,7	1,5
Myyntisaamiset ja muut saamiset	26,6	33,9	28,0
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	0,1	0,0	0,0
Rahavarat	97,7	43,2	48,4
Myytävänä oleviksi luokitellut			
omaisuuserät			83,3
VARAT YHTEENSÄ	356,9	387,3	400,9
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
Osakepääoma	45,3	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7	7,7
Muuntoerot	-0,4	-0,7	-0,5
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,1	19,1	19,1
Kertyneet voittovarot	144,6	79,1	100,5
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma			
pääoma	216,4	150,6	172,1
Määräysvallattomien omistajien			
osuus	28,6	26,4	30,4
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	245,0	177,0	202,5
VIERAS PÄÄOMA			
PITKÄAIKAISET VELAT			
Pitkäaikaiset korolliset velat	33,4	88,2	36,9
Laskennalliset verovelat	9,7	11,9	11,1
Eläkevelvoitteet	0,8	1,1	0,8
Varaukset	0,0	0,4	0,4
Muut rahoitusvelat	2,0	0,0	2,0
Muut pitkäaikaiset velat	0,1	0,2	0,1
LYHYTAIKAISET VELAT			
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	7,0	14,5	9,0
Saadut ennakot	11,8	25,6	12,5
Tilikauden verotettavaan tuloon			
perustuvat verovelat	1,6	0,9	2,5
Varaukset	0,1	0,6	0,1
Ostovelat ja muut velat	45,4	66,8	50,6
Myytävänä oleviksi luokiteltuihin			
omaisuuseriin liittyvät velat			72,4
VELAT YHTEENSÄ	111,8	210,3	198,4
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
YHTEENSÄ	356,9	387,3	400,9

*) Luokittelu myytäviksi omaisuuseriksi ja veloiksi tehtiin tilinpäätöksessä 2019. Tasetta ei ole vertailukausien osalta oikaistu.

LASKELMA KONSERNIN OMAN PÄÄOMAN MUUTOKSISTA

Sarakeotsikot:

A = Osakepääoma

B = Ylikurssirahasto

C = Muuntoerot

D = Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto

E = Kertyneet voittovarot

F = Yhteensä

G = Määräysvallattomien omistajien osuus

H = Oma pääoma yhteensä

(milj. euroa)	Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma							
	A	B	C	D	E	F	G	H
Oma pääoma 1.1.2020	45,3	7,7	-0,5	19,1	100,5	172,1	30,4	202,5
Tilikauden tulos					79,5	79,5	2,9	82,4
Muut laajan tuloksen erät					0,2	0,2	-0,2	-0,2
Muuntoerot			0,2			0,2	-0,2	-0,1
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-32,9	-32,9		-32,9
Tytäryritysten osingonjako						0,0	-4,6	-4,6
Omien osakkeiden hankinta					-1,5	-1,5		-1,5
Omien osakkeiden luovutukset					-1,2	-1,2		-1,2
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					0,1	0,1		0,1
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset					0,0	0,0	0,5	0,5
Oma pääoma 30.6.2020	45,3	7,7	-0,4	19,1	144,6	216,5	28,6	245,0

Oma pääoma 1.1.2019	45,3	7,7	-0,6	19,1	88,7	160,2	26,6	186,8
Tilikauden tulos					19,4	19,4	3,1	22,5
Muut laajan tuloksen erät								
Muuntoerot			-0,1			-0,1	0,0	-0,1
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-28,8	-28,8		-28,8
Tytäryritysten osingonjako							-3,9	-3,9
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					-0,2	-0,2		-0,2
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset							0,5	0,5
Oma pääoma 30.6.2019	45,3	7,7	-0,7	19,1	79,1	150,6	26,4	177,0

RAHAVIRTALASKELMA (milj. euroa)	2020 4—6	2019 4—6	2020 1—6	2019 1—6	2019 1—12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA					
Tilikauden voitto	63,5	11,3	82,4	22,5	48,7
Oikaisuerät	-60,5	8,2	-52,4	17,4	35,2
Käyttöpääoman muutos	2,6	-1,6	4,9	13,0	2,0
Saadut osingot	0,1	0,2	0,1	0,2	0,4
Saadut korot	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-0,1	-0,6	-0,9	-1,2	-2,2
Maksetut verot	-2,4	-3,0	-4,0	-7,1	-12,4
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	3,2	14,6	30,1	44,9	71,8
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA					
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	-0,1	-0,2	-0,3	-0,4	-0,8
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-0,4	-0,1	-0,8	-0,3	-0,7
Investoinnit muihin sijoituksiin		0,0	-0,4	0,0	0,0
Myytavissä olevien rahoitusvarojen myynnit		0,4		0,4	0,8
Lainasaamisten takaisinmaksut	0,3		0,3		
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla	-1,3	-12,4	-5,5	-12,4	-15,4
Liiketoimintojen myynnit vähennettynä myyntihetken rahavaroilla	49,5		49,9		6,2
Investointien rahavirta yhteensä	47,9	-12,3	43,2	-12,8	-9,9
Rahavirta ennen rahoitusta	51,1	2,3	73,3	32,2	61,9
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA					
Omien osakkeiden hankinta	-0,7		-1,5		
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-0,8	-0,7	-5,1	-5,7	-11,6
Maksetut osingot	-37,4	-3,8	-37,6	-32,7	-32,7
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-38,9	-4,5	-44,1	-38,3	-44,3
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	55,7	-4,5	29,2	-6,2	17,6
Rahavarat kauden alussa	41,9	47,6	67,1	49,5	49,5
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	0,1	0,1	1,4	-0,1	-0,1
Rahavarat kauden lopussa	97,7	43,2	97,7	43,2	67,1

Osakkuusyhtiöt

Tammikuussa 2020 Kolektiv Ltd:n ja helmikuussa 2020 Muuttomaailma Oy:n osakekannat siirtyivät kokonaisuudessaan Alma Median omistukseen. Aiemmin nämä raportoitiin osakkuusyhtiönä.

OSUUS OSAKKUUSYHTIÖIDEN TULOKSISTA					
milj. euroa	2020 4–6	2019 4–6	2020 1–6	2019 1–6	2019 1–12
Alma Markets	0,2	0,2	0,1	0,3	0,6
Alma Talent	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Alma Consumer	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Muut osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Yhteensä	0,2	0,1	0,1	0,3	0,5

Hankitut liiketoiminnot 2020

Alma Media on toteuttanut seuraavat yritysjärjestelyt vuoden 2020 aikana:

	<u>Liiketoiminto</u>	<u>Hankintahetki</u>	<u>Hankintaosuus</u>	<u>Konsernin omistusosuus</u>
<u>Alma Markets segmentti</u>				
Kolektiv Ltd	Verkkopalvelu	9.1.2020	70 %	83 %
Muuttomaailma Oy	Verkkopalvelu	25.2.2020	75 %	65 %

Tiedot segmentin hankituista liiketoiminnoista esitetään yhdistettynä.

milj. eur	Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot
Aineelliset hyödykkeet	0,1
Aineettomat hyödykkeet	1,5
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,3
Rahavarat	0,6
Yhteensä	2,6
Laskennalliset verovelat	0,2
Ostovelat ja muut velat	0,4
Yhteensä	0,6
Nettovarat 100%	1,9
Konsernin osuus nettovaroista	1,5
IFRS hankintameno	6,1
Liikearvo	4,6

Ehdolliset kauppahinnat

Liiketoimintakaupoista syntyneet ehdolliset vastikkeet luokitellaan käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavaksi rahoitusvelaksi. Tehtyjen liiketoimintakauppojen ehdollisten vastikkeiden määrä perustuu hankittujen liiketoimintojen vuoden 2019 ja 2020 tulokseen.

EHDOLLISET KAUPPAHINTASAATAVAT (milj. euroa)	
Saatavien alkuperäinen käypä arvo	1,8
Käyvän arvon muutokset aiempina tilikausina	
Saadut suoritukset	
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella	
Saatavien käypä arvo katsauskauden lopussa	1,8

EHDOLLISET KAUPPAHINTAVELAT, JATKUVAT TOIMINNOT**(milj. euroa)**

Velkojen alkuperäinen käypä arvo	4,6
Käyvän arvon muutokset aiempina tilikausina	-0,4
Maksetut velat	-2,0
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella	-0,2
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	2,0

Lopetetut toiminnot

Alma Media tiedotti 11.2.2020 alueellisen sanomalehti- ja painoliiketoiminnan myynnistä Sanoma Media Finland Oy:lle. Kilpailu- ja kuluttajavirasto antoi hyväksyntänsä kaupalle 19.3.2020 ja se toteutui 30.4.2020. Myyty liiketoiminta on raportoitu aiemmin pääosin Alma Consumer -segmentissä.

Alma Media on soveltanut IFRS 5 Myytävänä olevat pitkäaikaiset omaisuuserät ja lopetetut toiminnot -standardin vaatimuksia alueellisen liiketoiminnan ja painoliiketoiminnan myynnin luokittelussa, esittämisessä ja kirjaamisessa. Alma Media on luokitellut liiketoiminnot myytävänä oleviksi omaisuuseriksi ja raportoi ne lopetettuina toimintoina.

Konsernin tuloslaskelmassa esitetään lopetetut toiminnot erillään jatkuvista toiminnoista ja vertailukausi on oikaistu vastaavasti. Tasetta ei ole oikaistu aikaisempien kausien osalta. Lopetettuihin toimintoihin liittyvät omaisuuserät ja velat esitetään erikseen omilla riveillään taseessa.

Lopetettujen toimintojen tulos, varat ja velat on esitetty seuraavissa taulukoissa.

Lopetettujen toimintojen tuloslaskelma

(milj. euroa)	30.4.2020	30.4.2019	2019
Liikevaihto	27,1	30,9	92,2
Liiketoiminnan muut tuotot *)	8,0	0,1	0,2
Kulut	-24,0	-25,4	-75,8
Poistot ja arvonalentumiset **)	0,0	-1,7	-5,2
Nettorahoituskulut	-0,5	-0,4	-1,1
Voitto ennen veroja	10,6	3,5	10,4
Tuloverot	-1,9	-0,7	-2,2
Voitto lopetetuista toiminnoista	8,7	2,8	8,2
Yksityiskohtaiset tiedot tytäryrityksen myynnistä			
Saatu tai saatava vastike	79,1		
Transaktiokustannukset	-1,6		
Myydyn nettovarallisuuden kirjanpitoarvo	-17,9		
Myyntivoitto	59,6		

*) sisältää jakelun ulkoistuksen yhteydessä saadun myyntivoiton 8,0 milj. euroa.

**) luokittelusta johtuen poistot jäädytetty tilikauden 2020 alussa. Poistojen määrä 1,6 milj. euroa.

Lopetettujen toimintojen liikevaihto laski 12,5 %, jossa merkittävin vaikutus oli painetun median mainosmyynnin laskulla. Koronaepidemiolla oli merkittävä vaikutus mainosmyynnin laskuun. Lisäksi lopetettujen toimintojen liikevaihtoa laskivat jakelun ulkoistus sekä painon liikevaihdon lasku.

Jatkuvien ja lopetettujen toimintojen väliset transaktiot on eliminoitu IFRS 10 -standardin mukaisesti. Lopetetut toiminnot ovat myyneet konsernin sisäisesti paino- ja muita palveluita jatkuville toiminnoille 1,7 (1,4) milj. euroa. Nämä erät on eliminoitu lopetettujen toimintojen liikevaihdesta ja niitä vastaavat kulut lopetettujen toimintojen kuluista.

Lopetettujen toimintojen kuluista on tammi–huhtikuussa vähennetty 0,7 (0,7) milj. euroa ja nämä kulut on siirretty rasittamaan jatkuvien toimintojen tulosta. Nämä kulut muodostuvat tukipalveluiden kiinteistä kuluista, joiden on arvioitu rasittavan jatkuvia toimintoja myös myynnin jälkeen.

Myytävänä oleviksi luokitellut varat 2020

(milj. euroa)	30.4.2020	31.12.2019
Aineelliset hyödykkeet	44,0	43,2
Liikearvo	11,7	11,7
Muut aineettomat hyödykkeet	0,7	0,7
Muut pitkäaikaiset varat	0,1	0,1
Pitkäaikaiset saamiset	0,0	0,3
Laskennalliset verosaamiset	1,0	1,0
Vaihto-omaisuus	2,4	2,1
Myyntisaamiset ja muut saamiset	6,2	5,5
Rahavarat	24,7	18,7
Myytävänä olevaan luovutettavien erien ryhmään sisältyvä varat yhteensä	91,0	83,3

Myytävänä oleviksi luokiteltuihin varoihin välittömästi liittyvät velat 2020

(milj. euroa)	30.4.2020	31.12.2019
Korolliset pitkäaikaiset velat	40,7	42,1
Laskennalliset verovelat	0,6	0,6
Eläkevelvoitteet	0,2	0,4
Muut pitkäaikaiset velat	0,0	0,0
Lyhytaikaiset korolliset velat	4,4	4,3
Lyhytaikaiset saadut ennakot	13,0	14,0
Verovelat	1,9	0,0
Varaukset	0,4	0,4
Ostovelat ja muut lyhytaikaiset velat	10,3	10,4
Myytävänä olevaan luovutettavien erien ryhmään siirtyvät velat yhteensä	71,4	72,4

Henkilöstö

HENKILÖSTÖN MAANTIETEELLINEN JAKAUMA	2020 4—6	2019 4—6	2020 1—6	2019 1—6	2019 1—12
Henkilöstö Suomi	1244	1222	1228	1294	1264
Henkilöstö muut maat	653	632	671	647	649
Henkilöstö yhteensä	1897	1854	1899	1943	1913

Varaukset

Yhtiöllä oli 30.6.2020 yhteensä 0,1 (1,0) milj. euroa varauksia. Varausten muodostamisen yhteydessä tehtyjä arvioita ei ole ollut tarvetta muuttaa.

Vastuut

VASTUUSITOUMUKSET (milj. euroa)	30.6.2020	30.6.2019	31.12.2019
Muiden puolesta annetut vakuudet			
Takaukset	0,9	0,9	0,9
Muut vastuusitoumukset	0,0	0,2	0,2
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:			
Yhden vuoden kuluessa	0,3	0,8	0,9
1-5 vuoden kuluessa	0,8	0,8	0,5
yli viiden vuoden kuluttua	0,0	0,0	0,0
Yhteensä	1,1	1,6	1,4

JOHDANNAISSOPIMUKSET (milj. euroa)			
	30.6.2020	30.6.2019	31.12.2019
Hyödykejohdannaiset, sähkötermiinit			
Käypä arvo*	-0,1	0,0	0,0
Nimellisarvo	0,2	0,2	0,2
Korkojohdannaiset			
Käypä arvo*		-0,6	
Kohde-etuuden arvo		15,4	
Valuuttajohdannaiset			
Käypä arvo*	0,1	-0,1	-0,1
Kohde-etuuden arvo	8,2	6,8	4,5

Lähipiiritapahtumat

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

LÄHIPIIRITAPAHTUMAT (milj. euroa)	2020 4—6	2019 4—6	2020 1—6	2019 1—6	2019 1—12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,0	0,1	0,0	0,2	0,3
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,1	0,0	0,1	0,2
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,1	0,1	0,3	0,3	0,5
Osakkuusyhtiöt	0,1	0,1	0,2	0,3	0,5
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Myynti, laina- ja muut saamiset raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0	
Ostovelat raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0		0,0		

KONSERNI VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN milj. euroa	2020 4—6	2020 1—3	2019 10—12	2019 7—9	2019 4—6	2019 1—3
LIKEVAIHTO	52,5	61,9	65,8	58,2	64,1	62,1
Alma Markets	19,4	24,7	24,6	24,9	25,6	25,0
Alma Talent	22,4	25,6	28,3	22,3	26,1	26,2
Alma Consumer	9,8	11,6	12,8	11,1	12,3	10,9
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	0,9	-0,1	0,1	-0,1	0,1	0,1
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	42,9	50,7	53,4	44,8	52,2	50,7
Alma Markets	12,6	16,2	16,0	14,3	15,9	16,3
Alma Talent	19,6	22,0	23,4	19,5	22,9	22,4
Alma Consumer	9,3	10,9	11,0	9,8	10,3	9,9
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	1,4	1,7	2,9	1,3	3,2	2,0
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	13,8	15,3	16,5	17,6	16,2	15,9
Alma Markets	8,2	9,8	9,8	11,8	11,0	9,9
Alma Talent	3,9	4,9	6,1	4,1	4,5	5,1
Alma Consumer	0,7	0,9	2,0	1,5	2,2	1,1
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	1,0	-0,2	-1,5	0,1	-1,5	-0,3
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	9,8	11,2	12,5	13,5	11,9	11,5
Alma Markets	7,0	8,6	8,6	10,6	9,8	8,7
Alma Talent	2,8	3,7	4,8	2,9	3,3	3,8
Alma Consumer	0,5	0,7	1,8	1,3	2,0	1,0
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,5	-1,8	-2,8	-1,3	-3,1	-2,0
% LIIKEVAIHDOSTA	18,7	18,1	19,0	23,2	18,6	18,5
Alma Markets	36,3	34,9	35,0	42,7	38,2	34,7
Alma Talent	12,4	14,4	17,1	12,9	12,5	14,6
Alma Consumer	5,5	5,8	14,3	12,1	16,5	8,8
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OIKAISTUT ERÄT	-2,9	1,0	0,2	0,7	-0,1	0,0
Alma Markets	0,0	1,4	0,0	0,1	0,0	0,0
Alma Talent	-3,0	-0,2	0,0	0,0	0,0	0,0
Alma Consumer	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Kohdistamattomat toiminnot	0,1	-0,1	0,2	0,6	-0,1	0,0
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	7,0	12,2	12,6	13,6	11,8	11,5
Alma Markets	7,0	10,0	8,6	10,7	9,8	8,7
Alma Talent	-0,2	3,5	4,8	2,9	3,3	3,8
Alma Consumer	0,5	0,7	1,8	1,3	2,0	1,0
Kohdistamattomat toiminnot	-0,4	-1,9	-2,6	-1,3	-3,3	-2,0
Rahoitustuotot	0,1	0,6	0,0	0,0	0,2	0,0
Rahoituskulut	0,7	0,3	0,1	0,0	1,0	0,2
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	0,2	0,0	0,1	0,2	0,1	0,1
TULOS ENNEN VEROJA	6,5	12,5	12,7	13,8	11,2	11,4
Tuloverot	-2,3	-2,3	-2,5	-2,0	-1,9	-2,2
TILIKAUDEN TULOS	4,2	10,2	10,2	11,8	9,3	9,1

Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä puolivuositarkastus on laadittu IFRS -standardien mukaisesti (IAS 34). Puolivuositarkastuksessa noudatetaan samoja laatimisperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin vuosittain päätöksessä 31.12.2019 sekä niitä uusia ja uudistettuja IFRS-standardeja, jotka on kuvattu vuoden 2019 tilinpäätöksessä. Puolivuositarkastus ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään vuosittain päätöksessä. Näin ollen puolivuositarkastusta tulee lukea yhdessä yhtiön vuosittain päätöksen 2019 kanssa. Puolivuositarkastukseen on sovellettu samoja laatimisperiaatteita kuin konsernitilinpäätöksessä pois lukien seuraavat tilikauden alussa käyttöön otetut uudet standardit:

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

Jatkuviin toimintoihin kuuluvat digitaalisten markkinapaikkojen segmentti Alma Markets, talousmedian ja ammattilaisille sekä yrityksille suunnattujen palveluiden tarjoaja Alma Talent ja valtakunnalliseen kuluttajamedialiiketoimintaan keskittyvä Alma Consumer. Divestoinnin jälkeen jäljelle jäävät, arvioidut ja kiinteät tukipalveluihin liittyvät kulut, on kohdistettu jatkuville toiminnoille ja vertailutiedot vuodelta 2019 on oikaistu vastaavasti.

Vaihtoehtoiset tunnusluvut

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.

Alma Media Oyj:n käyttämät vaihtoehtoiset tunnusluvut ovat:

Oikaistu liikevoitto (MEUR ja % liikevaihdosta) Tulos ennen veroja ja rahoituseriä ilman oikaistuja eriä

Oikaistu käyttökate Liikevoitto ilman poistoja, arvonalentumisia ja oikaistuja eriä

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 uudelleenjärjestelystä aiheutuvat voitot tai tappiot, sekä liikearvon ja omaisuuserien arvonalentumistappiot. Oikaisuerät kirjataan tuloslaskelmaan aiheuttamisperiaatteensa mukaiseen tuotto- tai kuluryhmään

Korollinen nettovelka (MEUR)

Korolliset velat - rahavarat

Tämän tiedotteen luvut ovat tilintarkastamattomia.

Toiminnan kausiluonteisuus

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

Yleislausunto

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

ALMA MEDIA OYJ

Hallitus

Lisätietoja:

Toimitusjohtaja Kai Telanne, puhelin 010 665 3500

Talous- ja rahoitusjohtaja Juha Nuutinen, puhelin 010 665 3873

Alma Median taloudellinen kalenteri vuonna 2020

- Osavuositarkastus tammi–syyskuulta 2020 torstaina 22.10.2020 noin klo 8.00.