



Alma Media Oyj

Osavuositarkastus Q3 2020

22.10.2020



Alma Median osavuositarkastus tammi—syyskuu 2020:

Kannattavuus säilyi kolmannella vuosineljänneksellä vertailukauden tasolla liikevaihdon laskusta huolimatta

Taloudellinen kehitys heinä—syyskuussa 2020:

- Liikevaihto jatkuvista toiminnoista 54,0 (58,2) milj. euroa, laskua 7,4 %.
- Oikaistu liikevoitto jatkuvista toiminnoista 13,2 (13,5) milj. euroa, laskua 2,3 %.
- Liikevoitto jatkuvista toiminnoista 13,2 (13,6) milj. euroa, laskua 3,2 %.
- Osakekohtainen tulos jatkuvista toiminnoista 0,12 (0,12) euroa.
- Osakekohtainen tulos lopetetut toiminnot mukaan lukien 0,11 (0,14) euroa.
- Yhtiön rahoitusasema on vahva, yhtiön nettokassa oli syyskuun lopussa 65,9 milj. euroa, gearing -25,4 %.
- Alma Markets: Rekrytointiliiketoiminnan lasku hidastui, kilpailutus- ja asuntovuokrauspalveluiden kasvu vaimensi kannattavuuden heikkenemistä.
- Alma Talent: Liikevaihto kasvoi ja kannattavuus parani ilman myytyjen Ruotsin liiketoimintojen vaikutusta.
- Alma Consumer: Mainonnan elpyminen ja kustannussäästöt vaimensivat kannattavuuden laskua.

Taloudellinen kehitys tammi—syyskuussa 2020:

- Liikevaihto jatkuvista toiminnoista 168,3 (184,5) milj. euroa, laskua 8,8 %.
- Oikaistu liikevoitto jatkuvista toiminnoista 34,2 (36,9) milj. euroa, laskua 7,4 %.
- Liikevoitto jatkuvista toiminnoista 32,3 (36,9) milj. euroa, laskua 12,4 %.
- Osakekohtainen tulos jatkuvista toiminnoista 0,26 (0,31) euroa.
- Osakekohtainen tulos lopetetut toiminnot mukaan lukien 1,08 (0,37) euroa.

Oikaistu liikevoitto heinä—syyskuu, milj. euroa**Oikaistu liikevoitto tammi—syyskuu, milj. euroa**

AVAINLUVUT milj. euroa	2020 7—9	2019 7—9	Muutos %	2020 1—9	2019 1—9	Muutos %	2019 1—12
Liikevaihto	54,0	58,2	-7,4	168,3	184,5	-8,8	250,2
Sisältöliikevaihto	13,2	14,9	-11,7	43,9	46,7	-5,9	64,2
Sisältöliikevaihto, painettu	8,9	11,6	-23,5	31,5	37,1	-15,2	50,9
Sisältöliikevaihto, digi	4,3	3,3	29,5	12,4	9,6	30,0	13,2
Mainosmyynnin liikevaihto	30,5	34,8	-12,4	93,5	110,2	-15,2	148,5
Mainosmyynti, painettu	2,2	3,4	-35,3	7,6	11,6	-34,4	16,3
Mainosmyynti, digi	28,3	31,4	-9,9	85,9	98,5	-12,9	132,2
Palveluliikevaihto	10,3	8,5	20,7	30,9	27,6	12,0	37,6
Oikaistut kokonaiskulut	41,0	44,8	-8,5	134,6	147,7	-8,9	201,1
Oikaistu käyttökate	17,0	17,6	-3,1	46,2	49,6	-7,0	66,1
Käyttökate	17,0	17,6	-3,8	44,3	49,6	-10,7	66,2
Oikaistu liikevoitto	13,2	13,5	-2,3	34,2	36,9	-7,4	49,4
% liikevaihdosta	24,5	23,2		20,3	20,0		19,8
Liikevoitto/-tappio	13,2	13,6	-3,2	32,3	36,9	-12,4	49,5
% liikevaihdosta	24,4	23,3		19,2	20,0		19,8
Tilikauden tulos	11,5	11,8	-2,9	25,8	30,2	-14,6	40,5
Tulos/osake, EUR (laimentamaton ja laimennettu)	0,12	0,12	-2,7	0,26	0,31	-16,3	0,41
Digiliiketoiminnan liikevaihto	38,5	40,1	-4,0	116,0	123,9	-6,4	166,7
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	71,3	68,8		68,9	67,2		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 (muuttumaton)

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

Heinä–elokuussa mainonnan kokonaismäärä laski Kantar TNS:n mukaan Suomessa 16,9 (0,0) %. Verkkomediamainonta laski heinä–elokuussa 6,2 (kasvoi 10,1) %. Mainonta sanomalehdissä laski Suomessa 22,8 (13,0) %. Aikakauslehtien mainonnan määrä laski heinä–elokuussa 26,8 (11,3) %. Ilta- ja viikolehtien kappalemääräinen markkina laski Suomessa vuoden 2020 kolmannella kvartaalilla 16,4 (-9,2) %.

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**

Katsauskauden aikana tautitapausten määrä kääntyi Alma Career -toimintamaissa suvantovaiheen jälkeen nousuun. Paikalliset viranomaiset eivät kuitenkaan asettaneet yhtä voimakkaita elinkeinotoiminnan rajoitustoimia kuin kevätkaudella. Tämä heijastui toimintaympäristön jonkinasteisena stabilisoitumisena heinä–syyskuussa. Rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto laski kolmannella vuosineljänneksellä 16 prosenttia verrattuna 29 prosentin laskuun toisella vuosineljänneksellä. Alma Marketsin rekrytointiliiketoiminnan vaihteli toimintamaasta riippuen 13–36 prosenttia. Asiakaslaskutus on alkanut palautua toisen kvartaalin merkittävästä laskusta, mutta sen tuloutuminen viiveellä liikevaihdoksi painaa rekrytointiliiketoiminnan liikevaihtokehitystä vuoden 2021 alkupuoliskolle asti. Tšekin korona on heikentynyt vuoden 2020 alusta noin kuusi prosenttia pienentäen Tšekin liiketoiminnan euromääräistä tulosta huolimatta siitä, että osa liiketoiminnan tulevasta rahavirrasta on suojattu. Verkkokoulutusliiketoiminta kehittyi katsauskaudella edelleen hyvin.

Asumiseen- ja autoiluun liittyvässä markkinapaikkaliiketoiminnassa liikevaihto ylitti lievästi vertailukauden tason johtuen hyvästä kehityksestä kilpailutuspalveluissa ja vuokrailmoittelussa asumisen palveluissa.

Alma Marketsin kustannussäästöt olivat kolmannella vuosineljänneksellä 1,4 miljoonaa euroa vertailukauteen verrattuna. Kulusäästöt syntyivät markkinointipanostusten supistamisesta, määräaikaista palkanalennuksista paikallisen lainsäädännön asettamissa puitteissa ja ulkoisten palveluiden ostojen vähentämisestä.

Koronaepidemian toisen aallon voimistuessa Alma Careerin toimintamaissa talouden näkymät ovat edelleen erittäin epävarmat ja rekrytointiliiketoiminnan ei odoteta palautuvan koronavaiheelle tasolle vuoden 2020 aikana. Asuntojen ja autojen markkinapaikkaliiketoiminnassa on nähtävissä asteittaista palautumista, mutta liiketoiminta on hyvin riippuvainen yleisestä talouskehityksestä.

- **Alma Talent**

Toisella vuosineljänneksellä nähty Alma Talentin Suomen mediamainonnan myynnin jyrkkä lasku (-44%) hidastui merkittävästi kolmannella vuosineljänneksellä (-19 %). Erityisesti auto- ja finanssisektorin mainonta palautui toiseen vuosineljännekseen verrattuna. Keväällä nähty laadukkaiden mediasisältöjen digitaalisten tilausten kysyntä jatkui vahvana. B-to-b markkinapaikka- sekä telemarkkinointipalvelut kehittyivät hyvin katsauskaudella kuten myös Tietopalvelut ja kirjojen julkaisutoiminta. Koronaepidemia on vauhdittanut koulutusten siirtymistä digitaalisiin kanaviin ja Alma Talentin digitaalisten koulutuksien myynti kehittyi positiivisesti katsauskaudella. Alma Talentin tapahtumia järjestettiin kustannustehokkaasti digitaalisia kanavia hyödyntäen.

Alma Talentissa saavutettiin 0,8 milj. euron kustannussäästöt kolmannella vuosineljänneksellä vertailukauteen verrattuna. Toisella vuosineljänneksellä aloitetut sopeuttamistoimet jatkuivat. Niihin kuuluivat esimerkiksi koulutusliiketoiminnan henkilöstön osittainen lomauttaminen, tapahtumaliiketoiminnan henkilöstövähennykset, lomarahojen vaihtaminen vapaaksi ja vanhojen, aiemmin kertyneiden lomien pitäminen. Myös ulkoisten palveluostojen vähentäminen jatkui.

Koronaepidemian näyttäessä taas kiihtymisen merkkejä ja talouden epävarmuuden jatkuessa mainonnan ei odoteta palautuvan vertailukauden tasolle vuonna 2020. Sisältöliiketoiminnan hyvän kehityksen arvioidaan jatkuvan. Muiden Alma Talentin liiketoimintojen osalta vakaana kehityksen odotetaan jatkuvan.

- **Alma Consumer**

Kevään epidemiatilanteen rauhoituttua Alma Consumerin mainonnan myynti osoitti elpymisen merkkejä, erityisesti autokaupan ja vähittäiskaupan mainonta palautui katsauskauden aikana. Koronan rajoitustoimenpiteet esimerkiksi matkailualaan vaikuttivat edelleen negatiivisesti Iltalehden irtonumeromyyntiin. Iltalehden yleisömäärä on edelleen kevään koronavaiheeseen jälkeenkin vertailukautta

korkeammalla tasolla ja lukijat ovat aiempaa sitoutuneempia. Katsauskaudella kävijämäärät lisääntyivät noin 15 prosenttia vertailukauteen verrattuna.

Alma Consumerin kustannussäästöt olivat noin 0,7 milj. euroa kolmannella vuosineljänneksellä. Henkilöstökuluja laskivat edelleen lomarahojen vaihtaminen vapaaksi ja vanhojen, aiemmin kertyneiden lomakertymien purku kolmannen vuosineljänneksen aikana. Irtonumeromyyntiin liittyvät volyyymisidonnaiset kustannukset laskivat. Ulkoisten palveluostojen vähennykset jatkuivat.

Koronavirusepidemia laski 4 prosenttia Alma Consumerin mainosmyyntiä kolmannella vuosineljänneksellä. Mainonnan jyrkkä lasku on taittunut, mutta epävarmuuden jatkuessa mainonnan ei odoteta palautuvan vertailukauden tasolle vuonna 2020. Iltalehden irtonumeromyynti laski kolmannella vuosineljänneksellä 21 prosenttia ja syyskuussa 13 prosenttia.

- ***Yhteiset toiminnot ja rahoitusasema***

Yhteisten toimintojen kustannussäästöt katsauskaudella olivat 0,2 milj. euroa. Koronaepidemian luomasta taloudellisesta epävarmuudesta johtuen Alma Median operatiivisen liiketoiminnan rahavirta laskee, mutta yhtiön rahoitusasema on siitä huolimatta erittäin vahva. Kolmannella vuosineljänneksellä luottotappioriskit eivät olennaisesti lisääntyneet. Tällä hetkellä ei ole nähtävissä arvonalentumisriskiä liikearvojen osalta.

Alma Media seuraa liiketoimintasegmenttiensä markkinatilanteen kehittymistä ja ryhtyy lisätoimenpiteisiin tarvittaessa.

Toimitusjohtajan katsaus

Kolmannella vuosineljänneksellä koronaepidemian taloudelliset vaikutukset Alma Median liiketoimintaan olivat odotuksiamme vähäisemmät. Epidemian vaimentuessa ja viranomaisrajoitteiden poistuessaa alkoi talouden vaiheittainen palautuminen, mikä näkyi liikevaihtomme laskun hidastumisena.

Hyvin poikkeuksellisessa toimintaympäristössä katsauskauden 24,5 prosentin liikevoitto oli odotuksiamme parempi. Siihen vaikuttivat toteutetut kulusäästöt (3,1 miljoonaa euroa), digimainonnan ja rekrytointipalveluiden myynnin elpymisen sekä erityisesti hyvä digitaalisten tilauspohjaisten sisältöjen myynnin kasvu (29,5 %).

Rekrytointipalveluiden kysyntä itäisen Keski-Euroopan toimintamaissa osoitti normalisoitumisen merkkejä, sillä viranomaisten sulkutoimet elinkeinotoiminnalle eivät olleet yhtä voimakkaita kuin keväällä. Rekrytointiliiketoiminnan liikevaihtokehitystä rasittaa vuoden 2021 alkupuoliskolle asti edelleen asiakaslaskutuksen voimakas lasku toisella vuosineljänneksellä ja sen tuloutuminen liikevaihdoksi viiveellä. Asumiseen- ja autoiluun liittyvässä markkinapaikkaliiketoiminnassa liikevaihto ylitti vertailukauden tason kilpailutuspalveluiden ja asumisen vuokrailmoittelun vahvasta kasvusta johtuen. Katsauskaudella saavutetut kustannussäästöt olivat kevätkautta pienemmät, koska lisäsimme pitkän aikavälin kilpailukykyämme varmistamiseksi markkinointi-, henkilöstö-, ja tuotekehityskuluja.

Alma Talent käy läpi rakennemuutosta, pyrkimyksenään irtautuminen heikosti kannattavista ja vähäisen digitaalisen kasvupotentiaalin liiketoimista. Keskittyminen digiliiketoimintoihin kaikilla liiketoiminta-alueilla näkyi katsauskaudella lievästi kasvavana liikevaihtona ja kannattavuuden paranemisena. Digitaalisen liiketoiminnan osuus ylitti 50 prosentin rajapyykin. Laadukkaiden mediasisältöjen kysyntä jatkui ja tämä näkyi digitaalisten tilausten vahvana kasvuna. Alma Talentin palveluiden osalta erityisesti telemarkkinointi sekä b-to-b markkinapaikat kasvoivat. Mediamainonnan edellisellä vuosineljänneksellä nähty jyrkkä lasku taittui ja myynti palautui syyskuussa jo lähelle vertailukauden tasoa, kun tapahtumaliiketoiminnan vaikutus eliminoidaan.

Alma Consumerille mennyt vuosineljännes oli torjuntavoitto: erityisesti autokaupan ja vähittäiskaupan mainonta palautui katsauskauden aikana ja kannattavuutta tukivat kustannussäästöt. Digitaaliset palvelut, matkailuun liittyvää digipalvelua lukuun ottamatta, kehittivät hyvin. Sisältömyynti kuitenkin laski koronarajoitusten vaikuttaessa matkustamiseen ja näin myös printtilehtien irtomyyntipisteiden määrään. Iltalehden yleisömäärä on edelleen kevään koronakriisin jälkeenkin vertailukautta korkeammalla tasolla ja lukijat ovat aiempaan sitoutuneempia. Katsauskaudella kävijämäärät lisääntyivät noin 15 prosenttia vertailukauteen verrattuna.

Viime viikkoina koronan ilmaantuvuusluvut ovat olleet merkittävässä nousussa eri toimintamaissamme. Taudin toisen aallon voimistuminen lisää talouden epävarmuutta ja liiketoimintanäkymämme vuoden viimeiselle

vuosineljännekselle ovat edelleen sumuiset. Uskon kuitenkin, että sitoutunut henkilöstömme, kilpailukykyimme ja vahva taseemme luovat edelleen vakaan pohjan tarjoten riittävät voimavarat kohtaamaan mahdollisesti hyvinkin haastavan toimintaympäristön.

Koronaepidemian vaikutuksia eri liiketoimintasegmentteihin ja tehtyjä toimenpiteitä niiden lieventämiseksi kuvataan tarkemmin osavuosisikatsauksen 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 digisisällöillä.

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 muodossa.

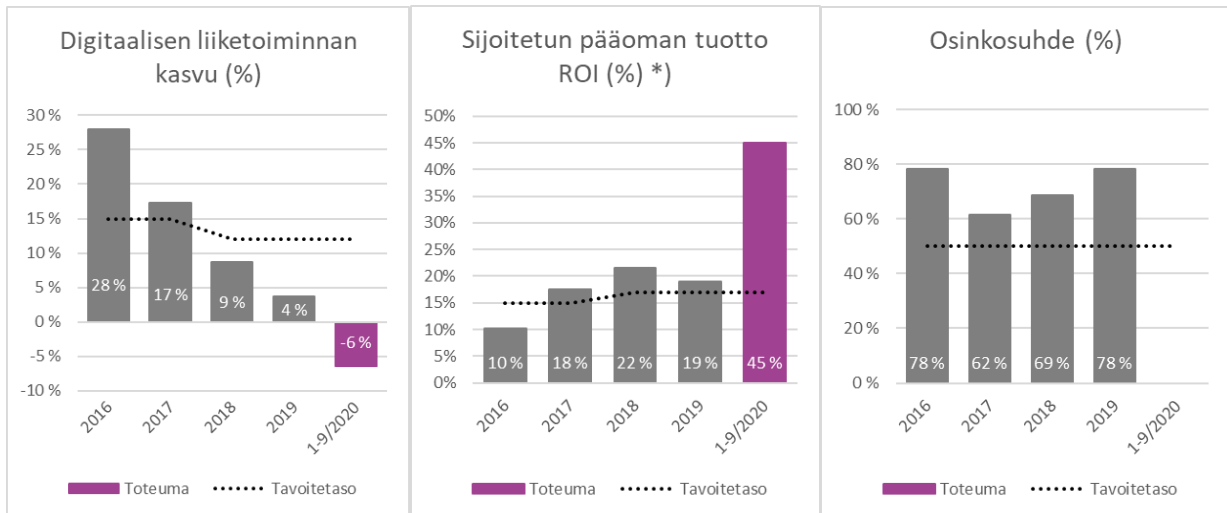
Alma Median strategian keskiössä on laajentuminen digitaalisiin palveluihin. Yhtenä esimerkkinä skaalautuvista digipalveluista on Alma Median tšekkiläisessä tytäryhtiössä LMC:ssä kehitetty koulutuspalvelu Seduo. Katsauskaudella palvelu lanseerattiin Suomessa Alma Talent Seduona ja sen sisältö on räätälöity suomalaisen työkuultuuriin, paikalliseen osaamiseen sekä suomalaisten asiantuntijoiden ammattitaidon kehittämiseen. Seduo tarjoaa monipuolisen, jatkuvasti päivittyvän ja laajentuvan valikoiman ajankohtaisimpia koulutuksia eri alojen parhaiden asiantuntijoiden vetäminä. Koulutuspalvelua on tarkoitus laajentaa muihinkin Alma Career -maihiin.

Alma Talentin strateginen muutos keskittyä entistä vahvemmin maksulliseen, digitaaliseen medialiiketoimintaan jatkui katsauskauden aikana. Alma Talent käynnisti yt-neuvottelut Metallitekniikan, Tekniikan historian ja Markkinointi&Mainonta –julkaisujen tuotannon ja mediamyyntin tehostamisesta sekä mahdollisesta lakkauttamisesta. Toiminnan uudelleenjärjestelyiden tarve aiheutuu mediatuotteiden heikosta kannattavuuskehityksestä, jota koronaepidemia on vauhdittanut. Alustavan suunnitelman mukaan henkilökunnan määrä saattaa vähentyä suunniteltujen toimien johdosta enintään kymmenellä henkilötövuodella.

Alma Career sijoitti katsauskaudella 0,5 milj. euroa digitaaliseen henkilöstövuokrausyritys Tremeriin. Sopimukseen sisältyy lisäksi kahdessa vaiheessa toteutettava jatkosijoitus, yhteensä 1,0 milj. euroa, mikä on ehdollinen liiketoiminnallisten tavoitteiden täyttymiselle. Tremer digitalisoi henkilöstöpalveluja tarjoamalla työnvälitysalustan yhdistämään esimerkiksi keikkatyöläiset ja työnantajat. Vuonna 2015 perustetussa Tremerissa on tällä hetkellä yli 40 000 rekisteröitynyttä käyttäjää ja sen liikevaihto oli vuonna 2019 1,7 miljoonaa euroa. Henkilöstön ulkoistaminen ja digitalisaatio ovat muuttamassa henkilöstöpalvelualaa pysyvästi. Online-työnvälityksen markkinan arvioidaan kasvavan vuosittain jopa 40–60 prosenttia (Lähde: Staffing Industry Analysts).

Alma Media on ottanut käyttöön digitaalisten sisältöjensä lukijoille ja palvelujen käyttäjille yhteisen kirjautumisen, Alma-tunnuksen. Alma-tunnus mahdollistaa sujuvan ja turvallisen siirtymisen yhdellä kirjautumisella Alman digitaalisessa verkostossa palvelusta toiseen. Tällä hetkellä yhteinen Alma-tunnus on käytössä 24 palvelussa ja rekisteröityneitä käyttäjiä on yhteensä yli 370 000. Yhteinen kirjautuminen laajenee kaikkiin Alma Median palveluihin. Alma-tunnus lisää liiketoimintamahdollisuuksia niin mainos- kuin sisältömyynnissä. Yhteinen kirjautuminen Alman eri palveluihin on varautumista myös kirstyvään tietosuojalainsäädäntöön, kuten valmistella olevaan ePrivacy-lainsäädäntöön sekä alustatoimijoiden muiden yhtiöiden toimintaa rajoittaviin tekniisiin ratkaisuihin.

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 OSAVUOSIKATSAUS 1.1.–30.9.2020

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	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Liikevaihto	54,0	58,2	-7,4	168,3	184,5	-8,8	250,2
Oikaistut kokonaiskulut	41,0	44,8	-8,5	134,6	147,7	-8,9	201,1
Oikaistu käyttökate	17,0	17,6	-3,1	46,2	49,6	-7,0	66,1
Käyttökate	17,0	17,6	-3,8	44,3	49,6	-10,7	66,2
Oikaistu liikevoitto	13,2	13,5	-2,3	34,2	36,9	-7,4	49,4
% liikevaihdosta	24,5	23,2		20,3	20,0		19,8
Liikevoitto/-tappio	13,2	13,6	-3,2	32,3	36,9	-12,4	49,5
% liikevaihdosta	24,4	23,3		19,2	20,0		19,8
Tilikauden tulos ennen veroja	13,4	13,8	-2,9	32,3	36,3	-11,0	49,0
Tilikauden tulos	11,5	11,8	-2,9	25,8	30,2	-14,6	40,5
TASE	2020	2019	Muutos	2020	2019	Muutos	2019
milj. euroa	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
VARAT				363,1	388,0	-6,4	400,9
Nettovelat				-65,9	50,5	-230,6	23,7
Korolliset velat				39,7	97,0	-59,0	90,8
Korottomat velat				66,3	109,3	-39,3	107,6
Investoinnit yhteensä	1,9	4,9	-61,3	9,3	12,0	-22,3	12,6
Omavaraisuusaste%				72,7	51,6	40,7	54,1
Gearing%				-25,4	32,6	-177,7	11,7
HENKILÖSTÖ	2020	2019	Muutos	2020	2019	Muutos	2019
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	1 458	1 546	-5,7	1 518	1 527	-0,6	1 530
Telemarkkinoijat keskimäärin	327	283	15,5	330	301	9,4	304
TUNNUSLUKUJA	2020	2019	Muutos	2020	2019	Muutos	2019
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	19,2	28,7	-33,2	57,9	26,3	120,0	25,0
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	16,7	18,3	-8,8	45,0	19,2	134,3	19,0
Tulos/osake, EUR laimentamaton	0,11	0,14	-19,7	1,08	0,37	191,7	0,51
Tulos/osake, EUR laimennettu	0,11	0,14	-21,0	1,06	0,37	187,0	0,50
Tulos/osake, jatkuvat toiminnot laimentamaton	0,12	0,12	-2,7	0,26	0,31	-16,3	0,41
Tulos/osake, lopetetut toiminnot laimentamaton	0,00	0,02	-114,0	0,82	0,06	1215,7	0,10
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR***	0,13	0,12	10,4	0,49	0,66	-25,4	0,87
Oma pääoma/osake				2,74	1,94	41,7	2,09
Osinko/osake							0,40
Efektiiivinen osinkotuotto%							5,0
P/E							15,5
Markkina-arvo				612,9	576,7	6,3	655,8
Osakkeiden lkm ka. laimentamaton (YTD)	82 262	82 283		82 262	82 283		82 283
Osakkeiden lkm ka. laimennettu (YTD)	83 605	83 826		83 605	83 826		83 673
Osakemäärä kauden lopussa (1000 osaketta)	82 383	82 383		82 383	82 383		82 283

*) vuosituotto, ks. osavuositarkastuksen 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

Heinä–syyskuu 2020

Liikevaihto jatkuvista toiminnoista laski 7,4 % 54,0 (58,2) milj. euroon. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun oli 1,1 milj. euroa. Digitaalisten sisältötuottojen kasvu 29,5 % kompensoi painetun sisältöliikevaihdon laskun Alma Talentissa, mutta Iltalehden irtonumeromyyntin laskun sekä myytyjen Ruotsin mediaaliiketoimintojen myötä sisältömyynti laski 11,7 % ja oli 13,2 (14,9) milj. euroa.

Jatkuvien toimintojen mainosmyynti laski 12,4 % ja oli 30,5 (34,8) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 35,3 % ja oli 2,2 (3,4) milj. euroa. Jatkuvien toimintojen digimainosmyynti laski 9,9 % ja oli 28,3 (31,4) milj. euroa.

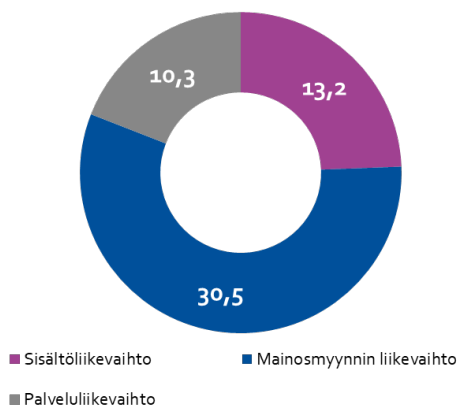
Jatkuvien toimintojen palveluliikevaihto kasvoi 20,7 % ja oli 10,3 (8,5) milj. euroa. Jatkuvien toimintojen palveluliikevaihdon kasvuun vaikuttivat hankittujen liiketoimintojen lisäksi divestoituun alueelliseen mediaan ja painoliiketoimintaan liittyvät palveluveloitukset.

Tammi–syyskuu 2020

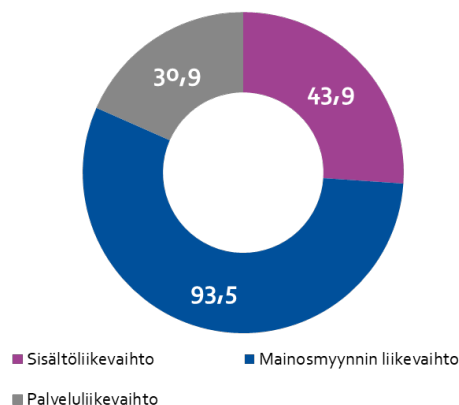
Liikevaihto jatkuvista toiminnoista laski 8,8 % 168,3 (184,5) milj. euroon. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 2,7 milj. euroa. Sisältömyynti laski 5,9 % ja oli 43,9 (46,7) milj. euroa.

Jatkuvien toimintojen mainosmyynti laski 15,2 % ja oli 93,5 (110,2) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 34,4 % ja oli 7,6 (11,6) milj. euroa. Jatkuvien toimintojen digitaalinen mainosmyynti laski 12,9 %. Jatkuvien toimintojen palveluliikevaihto kasvoi 12,0 % ja oli 30,9 (27,6) milj. euroa.

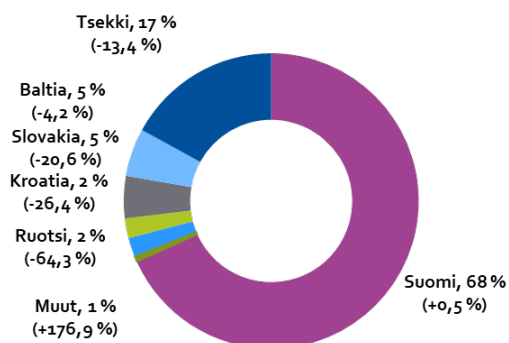
Liikevaihdon jakauma 7–9 2020, milj. euroa



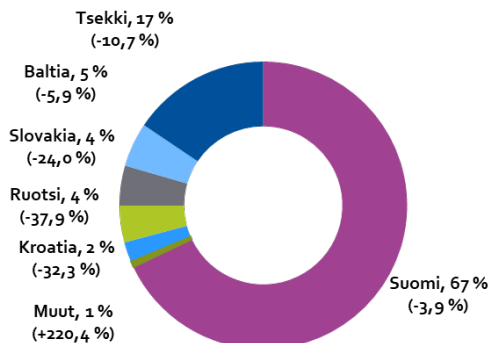
Liikevaihdon jakauma 1–9 2020, milj. euroa



Liikevaihdon maantieteellinen jakauma
7–9 2020



Liikevaihdon maantieteellinen jakauma
1–9 2020



LIKEVAIHTO milj. euroa	2020 7—9	2019 7—9	Muutos %	2020 1—9	2019 1—9	Muutos %	2019 1—12
Alma Markets	22,2	24,9	-10,5	66,4	75,4	-12,0	100,0
Alma Talent	20,7	22,3	-7,4	68,7	74,7	-8,0	102,9
Alma Consumer	10,2	11,1	-8,1	31,6	34,4	-7,9	47,2
Segmentit yhteensä	53,1	58,3	-8,9	166,7	184,4	-9,6	250,1
Kohdistamattomat toiminnot	0,8	-0,1	133,6	1,6	0,0	376,2	0,2
Yhteensä	54,0	58,2	-7,4	168,3	184,5	-8,8	250,2

LIKEVAIHDON MAANTIETEELLINEN JAKAUMA (milj. euroa)	2020 7—9	2019 7—9	Muutos %	2020 1—9	2019 1—9	Muutos %	2019 1—12
Suomi	36,9	36,9	-0,0	113,2	118,3	-4,3	161,8
Muut maat	17,0	21,3	-20,1	55,1	66,2	-16,8	88,5
Konserni yhteensä	54,0	58,2	-7,4	168,3	184,5	-8,8	250,2

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

TULOS

Heinä–syyskuu 2020

Oikaistu liikevoitto jatkuvista toiminnoista oli 13,2 (13,5) milj. euroa, 24,5 % (23,2 %) liikevaihdesta. Liikevoitto jatkuvista toiminnoista oli 13,2 (13,6) milj. euroa, 24,4 % (23,3 %) liikevaihdesta. Jatkuvien liiketoimintojen liikevoittoon ei sisälly nettomääräisesti oikaistuja eriä. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät myyntivoittoihin.

Kokonaiskulut jatkuvista toiminnoista laskivat kolmannella vuosineljänneksellä 3,8 milj. euroa. Jatkuvien toimintojen kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 3,8 (4,0) milj. euroa. Heinä–syyskuun tulos jatkuvista toiminnoista oli 11,5 (11,8) milj. euroa ja oikaistu tulos jatkuvista toiminnoista 11,5 (11,7) milj. euroa.

Tammi–syyskuu 2020

Jatkuvien toimintojen oikaistu liikevoitto oli 34,2 (36,9) milj. euroa, 20,3 % (20,0 %) liikevaihdesta. Jatkuvien toimintojen liikevoitto oli 32,3 (36,9) milj. euroa, 19,2 % (20,0 %) liikevaihdesta. Jatkuvien toimintojen liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä 1,9 milj. euroa, jotka liittyivät vaiheittaisten hankintojen myyntivoittoihin, myyntitappioihin ja toiminnan uudelleenjärjestelykuluihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät myyntivoittoihin.

Jatkuvien toimintojen kokonaiskulut laskivat tammi–syyskuussa 10,0 milj. euroa. Jatkuvien toimintojen kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 12,0 (12,7) milj. euroa. Tammi–syyskuun tulos jatkuvista toiminnoista oli 25,8 (30,2) milj. euroa ja oikaistu tulos jatkuvista toiminnoista 27,7 (30,3) milj. euroa.

OIKAISTU LIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa	2020 7—9	2019 7—9	Muutos %	2020 1—9	2019 1—9	Muutos %	2019 1—12
Alma Markets	9,0	10,6	-14,8	24,7	29,1	-15,0	37,7
Alma Talent	4,1	2,9	42,6	10,6	10,0	5,9	14,8
Alma Consumer	1,1	1,3	-17,5	2,3	4,3	-46,5	6,2
Segmentit yhteensä	14,3	14,9	-3,9	37,6	43,4	-13,3	58,7
Kohdistamattomat toiminnot	-1,1	-1,3	19,5	-3,4	-6,4	47,5	-9,2
Yhteensä	13,2	13,5	-2,3	34,2	36,9	-7,4	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 uudelleenjärjestelystä aiheutuvat voitot tai tappiot, sekä liikearvon ja omaisuuserien arvonalentumistappiot. Oikaisuerät kirjataan tuloslaskelmaan aiheuttamisperiaatteensa mukaiseen tuotto- tai kuluryhmään.

OIKAISTUT ERÄT milj. euroa	2020 7—9	2019 7—9	2020 1—9	2019 1—9	2019 1—12
Alma Markets					
Uudelleenjärjestelykulut	-0,1		-0,1		
Myyntivoitot ja -tappio		0,1	1,4	0,1	0,1
Alma Talent					
Uudelleenjärjestelykulut			-0,4		
Myyntivoitot ja -tappio	0,0		-2,8		
Kohdistamattomat					
Myyntivoitot ja -tappio				-0,1	
Liikevoiton oikaistut erät	0,0	0,1	-1,9	0,0	0,1
Oikaistut erät tuloksessa ennen veroja	0,0	0,1	-1,9	0,0	0,1

LIIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa	2020 7—9	2019 7—9	Muutos %	2020 1—9	2019 1—9	Muutos %	2019 1—12
Alma Markets	9,0	10,7	-16,0	26,0	29,1	-10,7	37,7
Alma Talent	4,1	2,9	43,3	7,4	10,0	-26,0	14,8
Alma Consumer	1,1	1,3	-17,5	2,3	4,3	-46,5	6,2
Segmentit yhteensä	14,2	14,9	-4,6	35,7	43,5	-17,8	58,7
Kohdistamattomat toiminnot	-1,1	-1,3	19,5	-3,4	-6,6	48,4	-9,2
Yhteensä	13,2	13,6	-3,2	32,3	36,9	-12,4	49,5

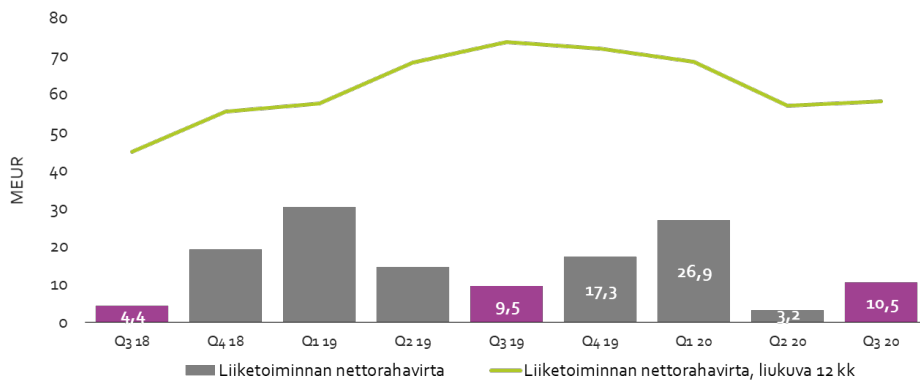
TASE JA RAHOITUSASEMA

Konsernitaseen loppusumma oli syyskuun 2020 lopussa 363,1 (388,0) milj. euroa. Konsernin omavaraisuusaste oli syyskuun lopussa 72,7 % (51,6 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 2,74 (1,94) euroa. Liiketoiminnan rahavirta heinä–syyskuussa sisältäen lopetetut toiminnot oli 10,5 (9,5) milj. euroa. Rahavirta ennen rahoitusta oli heinä–syyskuussa 10,2 (6,3) milj. euroa.

Liiketoiminnan rahavirta tammi–syyskuussa sisältäen lopetetut toiminnot oli 40,6 (54,5) milj. euroa. Liiketoiminnan alhaisempaan rahavirran määrään vertailukauteen nähden vaikuttaa heikentynyt tulostaso ja myytyjen liiketoimintojen myötä poistunut rahavirta. Investointien rahavirrassa näkyy alueellisen medialiiketoiminnan ja painoliiketoiminnan myynnistä saatu suoritus. Rahavirta ennen rahoitusta oli tammi–syyskuussa 83,2 (38,5) 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



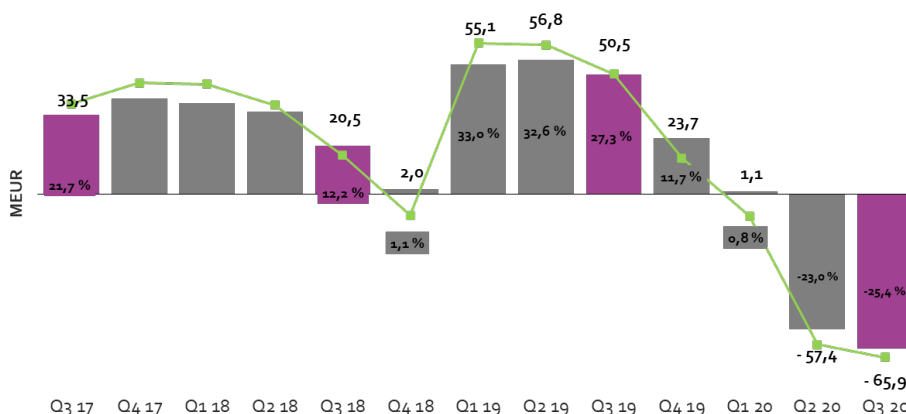
Konsernilla oli syyskuun 2020 lopussa korollisia velkoja yhteensä 39,7 (97,0) milj. euroa, jotka koostuvat kokonaisuudessaan vuokrasopimusveloista. Konsernin korollinen nettovelka oli -65,9 (50,5) milj. euroa.

KOROLLISET NETTOVELAT (milj. euroa)	2020 1—9	2019 1—9	2019 1—12
Korolliset pitkäaikaiset velat	32,7	85,1	79,0
Lyhytaikaiset korolliset velat	7,0	11,9	11,8
Rahavarat	105,6	46,6	67,1
Korolliset nettovelat	-65,9	50,5	23,7

Alma Medialla on käytettävissä kaksi 12,5 milj. euron suuruista, sitovaa rahoituslimiittiä, jotka olivat 30.9.2020 kokonaan käyttämättä. Niiden lisäksi yhtiöllä on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistusohjelma oli 30.9.2020 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 velkaantumisaste, 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-rekrytointipalvelu Kolektiv Ltd:n siirtyi kokonaisuudessaan Alma Median omistukseen tammikuussa 2020, kun osakekaupan toteutumisen ehtona ollut paikallinen kilpailuviranomaisprosessi päättyi.

Talousmedia Affärsvärldenin liiketoiminta siirtyi ruotsalaiselle Børsplus Ab:lle maaliskuusta 2020 alkaen. Liiketoimintakauppa oli jatkoa brändin ja kustannusoikeuksien haltijan, Stiftelsen Affärsvärldenin päätökselle siirtää Affärsvärldenin kustannusoikeudet Børsplus 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 Vekari sekä Alma Manun painoliiketoiminta. Yrityskaupan täytäntöönpano oli ehdollinen 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, Arbetsarkydd, Personal & ledarskap ja Teknikhistoria sekä niiden henkilöstö.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat vuonna 2020 tammi–syyskuussa yhteensä 9,3 (12,2) milj. euroa. Investoinnit koostuivat Muuttomaaailma Oy:n ja Kolektiv Ltd:n osakkeiden hankinnasta ja normaaleista käyttö- ja ylläpitoinvestoinneista.

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

INVESTOINNIT JA YRITYSOSTOT (milj. euroa)	2020 7—9	2019 7—9	2020 1—9	2019 1—9	2019 1—12
Käyttöomaisuus	1,9	0,6	3,2	1,8	2,5
Yritysosot	0,0	4,3	6,1	10,2	10,2
Yhteensä jatkuvat toiminnot	1,9	4,9	9,3	12,0	12,6
Myytäväksi luokitellut		0,2		0,2	0,2
Yhteensä sisältäen myytävät toiminnot		5,1		12,2	12,8

POISTOT (milj. euroa)	2020 7—9	2019 7—9	2020 1—9	2019 1—9	2019 1—12
Käyttöomaisuushyödykkeiden poistot	2,5	2,6	7,9	8,5	11,0
Yrityshankintoihin liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot	1,3	1,4	4,1	4,2	5,7
Yhteensä jatkuvat toiminnot	3,8	4,0	12,0	12,7	16,7
Myytäväksi luokitellut		1,5		3,9	5,2
Yhteensä sisältäen myytävät toiminnot		5,6		16,6	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 7—9	2019 7—9	Muutos %	2020 1—9	2019 1—9	Muutos %	2019 1—12
Liikevaihto	22,2	24,9	-10,5	66,4	75,4	-12,0	100,0
Mainosmyynnin liikevaihto	20,0	22,8	-12,2	59,2	68,9	-14,1	91,3
Palveluliikevaihto	2,3	2,1	7,6	7,1	6,5	10,2	8,7
Oikaistut kokonaiskulut	13,3	14,3	-6,8	42,0	46,5	-9,5	62,5
Oikaistu käyttökate	10,2	11,8	-13,2	28,3	32,8	-13,7	42,5
Käyttökate	10,2	11,9	-14,3	29,6	32,8	-9,9	42,6
Oikaistu liikevoitto	9,0	10,6	-14,8	24,7	29,1	-15,0	37,7
% liikevaihdosta	40,7	42,7		37,2	38,5		37,7
Liikevoitto/-tappio	9,0	10,7	-16,0	26,0	29,1	-10,7	37,7
% liikevaihdosta	40,4	43,0		37,2	38,6		37,7
Henkilöstö keskimäärin	674	668	0,9	711	677	5,0	679
Digiliiketoiminnan liikevaihto	22,2	24,9	-12,0	66,4	75,4	-12,0	100,0
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	100,0	100,0		100,0	100,0		100,0

Heinä—syyskuu 2020

Vuoden 2020 kolmannella vuosineljänneksellä Alma Markets -segmentin liikevaihto laski 10,5 % ja oli 22,2 (24,9) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 0,4 milj. euroa. Rekrytointiliiketoiminta laski 15,9 % ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 69,8 %. Suomessa asumisen ja autoilun markkinapaikka- ja järjestelmäliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 4 % kilpailutuspalveluiden ja asunnonvuokrausilmoittelun volyyymien kasvaessa. Asumisen-liiketoiminta muodosti 21,1 % segmentin liikevaihdosta ja oli 4,7 (4,4) milj. euroa. Autoilun-liiketoiminta muodosti 9,1 % segmentin liikevaihdosta ja oli 2,0 (2,0) milj. euroa.

Kustannussäästöjen johdosta kokonaiskulut laskivat 1,0 milj. euroa ja olivat 13,3 (14,3) milj. euroa. Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto oli vuoden kolmannella neljänneksellä 9,0 (10,6) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 40,7 % (42,7 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 9,0 (10,7) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät myyntivoittoihin.

Tammi—syyskuu 2020

Tammi—syyskuussa Alma Markets -segmentin liikevaihto laski 12,0 % ja oli 66,4 (75,4) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 1,8 milj. euroa. Rekrytointiliiketoiminta laski 16,1 % ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 71,5 %. Suomessa asumisen ja autoilun markkinapaikka- ja järjestelmäliiketoiminta olivat vertailukauden tasolla. Asumisen-liiketoiminta muodosti 19,1 % segmentin liikevaihdosta ja oli 12,7 (13,0) milj. euroa. Autoilun-liiketoiminta muodosti 9,4 % segmentin liikevaihdosta ja kasvoi 6,0 %.

Katsauskauden kokonaiskulut olivat 42,0 (46,5) milj. euroa. Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto tammi-syyskuussa oli 24,7 (29,1) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 37,2 % (38,5 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 26,0 (29,1) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät vaiheittaisten hankintojen myyntivoittoihin ja toiminnan uudelleenjärjestelyihin. Vertailukaudella oikaistut erät liittyivät myyntivoittoihin.

Alma Talent

Alma Talent -liiketoimintasegmentti julkaisee ammatillis- ja talousmediaa sekä bisnes- ja lakikirjoja. Lisäksi liiketoiminto tarjoaa eri alojen ammatillisille 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 7—9	2019 7—9	Muutos %	2020 1—9	2019 1—9	Muutos %	2019 1—12
Liikevaihto	20,7	22,3	-7,4	68,7	74,7	-8,0	102,9
Sisältöliikevaihto	9,4	10,1	-7,4	32,4	33,6	-3,7	46,6
Sisältöliikevaihto, painettu	5,1	6,8	-33,2	20,0	24,2	-17,1	33,5
Sisältöliikevaihto, digi	4,3	3,3	29,8	12,4	9,5	30,4	13,1
Mainosmyynnin liikevaihto	5,0	6,4	-20,8	17,0	21,5	-21,2	30,2
Mainosmyynti, painettu	1,9	2,8	-33,2	6,5	9,7	-30,3	13,7
Mainosmyynti, digi	3,2	3,6	-11,8	10,5	11,8	-11,2	16,4
Palveluliikevaihto	6,2	5,8	7,2	19,3	19,5	-1,0	26,2
Oikaistut kokonaiskulut	16,6	19,5	-15,0	58,1	64,8	-10,2	88,2
Oikaistu käyttökate	5,1	4,1	23,7	13,9	13,8	0,7	19,9
Käyttökate	5,1	4,1	24,2	10,7	13,8	-22,5	19,9
Oikaistu liikevoitto	4,1	2,9	42,6	10,6	10,0	5,9	14,8
% liikevaihdosta	19,9	12,9		15,4	13,4		14,4
Liikevoitto/-tappio	4,1	2,9	43,3	7,4	10,0	-26,0	14,8
% liikevaihdosta	20,0	12,9		10,8	13,4		14,4
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	446	497	-10,3	466	490	-5,0	489
Telemarkkinoijat keskimäärin	327	283	15,5	330	301	9,6	304
Digiliiketoiminnan liikevaihto	10,4	9,5	10,0	31,7	29,5	7,3	40,3
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	50,5	42,5		46,2	39,6		39,2

Heinä—syyskuu 2020

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski heinä—syyskuussa 7,4 % 20,7 (22,3) milj. euroon. Liikevaihto laski myytyjen liiketoimintojen vaikutuksesta 2,1 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 50,5 % (42,5 %).

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto laski 7,4 % myytyjen Ruotsin medialiiketoimintojen vaikutuksesta ja oli 9,4 (10,1) milj. euroa. Suomessa sisältöliikevaihto kasvoi 8,0 %, mihin vaikutti merkittävästi medialiiketoiminnan digitaalisten sisältötuottojen kasvu 45,6 %.

Vuoden kolmannen neljänneksen mainosmyynti laski 20,8 % koronavirusepidemiasta ja myydyistä liiketoiminnoista johtuen ja oli 5,0 (6,4) milj. euroa. Palveluliikevaihto kasvoi 7,2 % ja oli 6,2 (5,8) milj. euroa. Telemarkkinointiliiketoiminnan kasvu nosti palveluliikevaihtoa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 16,6 (19,5) milj. euroa. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 4,1 (2,9) milj. euroa ja liikevoitto 4,1 (2,9) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät myyntitappioon. Vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Tammi—syyskuu 2020

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski tammi—syyskuussa 8,0 % 68,7 (74,7) milj. euroon. Liikevaihto laski myydytjen liiketoimintojen sekä mainonnan myynnin pudotuksen johdosta. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 46,2 % (39,6 %).

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto laski 3,7 % ja oli 32,4 (33,6) milj. euroa. Digitaalinen sisältöliikevaihto kasvoi 30,4 % ja Suomen medialiiketoiminnan digitaaliset sisältötuotot kasvoivat 42,0 %.

Tammi—syyskuussa mainosmyynti laski 21,2 % koronavirusepidemiasta johtuen ja oli 17,0 (21,5) milj. euroa. Palveluliikevaihto oli 19,3 (19,5) milj. euroa. Palveluliikevaihdon laskuun vaikutti koronaepidemiasta johtuvat rajoitukset koulutustapahtumien järjestämisessä.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 58,1 (64,8) milj. euroa. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 10,6 (10,0) milj. euroa ja liikevoitto 7,4 (10,0) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 15,4 % (13,4 %) liikevaihdosta. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin ja myyntitappioihin. Vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Alma Consumer

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

AVAINLUVUT milj. euroa	2020 7—9	2019 7—9	Muutos %	2020 1—9	2019 1—9	Muutos %	2019 1—12
Liikevaihto	10,2	11,1	-8,1	31,6	34,4	-7,9	47,2
Sisältöliikevaihto *)	3,8	4,8	-20,9	11,5	13,1	-11,8	17,6
Mainosmyynnin liikevaihto	5,5	5,7	-4,3	17,3	19,8	-12,6	27,2
Mainosmyynti, painettu	0,4	0,7	-34,8	1,5	2,4	-38,7	3,2
Mainosmyynti, digi	5,1	5,1	-0,2	15,9	17,4	-9,0	24,0
Palveluliikevaihto	1,0	0,6	55,4	2,8	1,5	88,3	2,4
Oikaistut kokonaiskulut	9,1	9,8	-6,7	29,3	30,0	-2,3	41,0
Oikaistu käyttökate	1,3	1,5	-15,6	2,9	4,8	-39,8	6,8
Käyttökate	1,3	1,5	-15,6	2,9	4,8	-39,8	6,8
Oikaistu liikevoitto	1,1	1,3	-17,5	2,3	4,3	-46,5	6,2
% liikevaihdosta	10,9	12,1		7,3	12,6	-41,9	13,1
Liikevoitto/-tappio	1,1	1,3	-17,5	2,3	4,3	-46,5	6,2
% liikevaihdosta	10,9	12,1		7,3	12,6	-41,9	13,1
Henkilöstö keskimäärin	186	200	-6,9	186	186	0,0	183
Digiliiketoiminnan liikevaihto	6,0	5,7	4,5	18,6	18,9	-1,2	26,4
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	58,5	51,4		58,9	54,9		55,9

*) Sisältöliikevaihto muodostuu kokonaisuudessaan Iltalehden irtonumeromyyntistä.

Heinä—syyskuu 2020

Alma Consumer -segmentin liikevaihto laski heinä—syyskuussa 8,1 % ja oli 10,2 (11,1) milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 58,5 % (51,4 %).

Segmentin mainosmyynti laski 4,3 % ja oli 5,5 (5,7) milj. euroa. Digimainosmyynti oli vertailukauden tasolla ja oli 5,1 (5,1) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 34,8 % ja oli 0,4 (0,7). Merkittävintä lasku oli matkailumainonnassa. Segmentin sisältöliikevaihto laski 20,9 % ja oli 3,8 (4,8) milj. euroa. Koronaepidemiaan liittyvistä rajoitustoimenpiteistä johtuen Iltalehden irtomyyntipisteitä oli vähemmän vertailukauteen verrattuna. Segmentin palveluliikevaihto kasvoi 55,4 % ja oli 1,0 (0,6) milj. euroa.

Segmentin kokonaiskulut laskivat kustannussäästöjen ansiosta 6,7 % ja olivat 9,1 (9,8) milj. euroa. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 1,1 (1,3) milj. euroa, 10,9 % (12,1 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 1,1 (1,3) milj. euroa. Katsauskaudella ja vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Tammi—syyskuu 2020

Alma Consumer -segmentin liikevaihto laski tammi—syyskuussa 7,9 % ja oli 31,6 (34,4) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 1,1 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 58,9 % (54,9 %).

Segmentin mainosmyynnin liikevaihto laski 12,6 % ja oli 17,3 (19,8) milj. euroa. Digimainosmyynti laski 9,0 % ja oli 15,9 (17,4) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 38,7 % ja oli 1,5 (2,4). Merkittävin mainonnan lasku oli auto-, matkailu- ja vähittäiskaupan toimialoilla. Segmentin sisältöliikevaihto laski 11,8 % ja oli 11,5 (13,1) milj. euroa. Segmentin palveluliikevaihto kasvoi lainojen kilpailutuspalvelun Etua.fi:n hankinnan myötä 88,3 % ja oli 2,8 (1,5) milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut laskivat 2,3 % ja olivat 29,3 (30,0) milj. euroa. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 2,3 (4,3) milj. euroa, 7,3 % (12,6 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 2,3 (4,3) 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)	30.9.2020	30.9.2019	31.12.2019
Alma Markets	108,5	109,1	108,2
Alma Talent	91,1	100,6	98,1
Alma Consumer	11,2	63,5	11,9
Segmentit yhteensä	210,8	273,3	218,1
Myytäväksi luokitellut varat			83,3
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	146,0	114,8	99,4
Yhteensä	356,9	388,0	400,9

VELAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)	30.9.2020	30.9.2019	31.12.2019
Alma Markets	28,2	36,6	35,7
Alma Talent	23,3	28,0	26,9
Alma Consumer	5,2	57,2	6,1
Segmentit yhteensä	56,7	121,8	68,7
Myytävänä oleviksi luokiteltuihin omaisuuseriin liittyvät velat			72,4
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	55,2	77,9	57,3
Yhteensä	111,8	199,7	198,4

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

Osake

Heinä—syyskuussa NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 984 380 Alma Median osaketta, mikä vastasi 1,2 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 30.9.2020 oli 7,44 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 6,80 euroa ja ylin 7,94 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 612,9 milj. euroa. Alma Media Oyj:llä on hallussaan omia osakkeita yhteensä 121 011 kappaletta.

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 toimeisopimusten 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.

Liputusilmoitukset

Vuoden 2020 kolmannen vuosineljänneksen aikana yhtiö ei vastaanottanut liputusilmoituksia.

Riskit ja riskienhallinta

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

Alma Median merkittävimmät strategiset riskit ovat painetun median osalta lehtien lukijamäärien merkittävä lasku sekä digitaalisen median verkkoyhteisön pienentyminen ja mainosmyynnin pysyvä vähentyminen. Suurimpien talouden ja tekniikan aikakauslehtien ryhmätalaukset 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.

OSAVUOSIKATSAUSLYHENNELMÄ JA LIITETIEDOT

LAAJA TULOSLASKELMA (milj. euroa)	2020 7—9	2019 7—9	Muutos %	2020 1—9	2019 1—9	Muutos %	2019 1—12
LIKEVAIHTO	54,0	58,2	-7,4	168,3	184,5	-8,8	250,2
Liiketoiminnan muut tuotot	0,2	0,2	63,1	1,9	0,4	438,2	0,6
Materiaalit ja palvelut	7,0	8,9	-21,5	24,0	28,1	-14,3	38,3
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	20,9	21,8	-3,9	68,7	72,2	-4,9	97,4
Poistot ja arvonalentumiset	3,8	4,0	-5,7	12,0	12,7	-5,8	16,7
Liiketoiminnan muut kulut	9,3	10,1	-7,6	33,2	35,0	-5,0	48,9
LIKEVOITTO	13,2	13,6	-3,2	32,3	36,9	-12,4	49,5
Rahoitustuotot	0,3	0,0	1 025,9	0,7	0,2	191,7	0,3
Rahoituskulut	0,2	0,0	3 315,2	1,0	1,2	-181,0	1,3
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,2	0,2	13,9	0,3	0,4	-23,0	0,5
TULOS ENNEN VEROJA	13,4	13,8	-2,9	32,3	36,3	-11,0	49,0
Tuloverot	1,9	2,0	-2,8	6,5	6,1	7,0	8,6
JATKUVIEN TOIMINTOJEN VOITTO	11,5	11,8	-2,9	25,8	30,2	-14,6	40,5
VOITTO LOPETETUISTA TOIMINNOISTA	-0,4	1,3	-130,2	67,7	5,4	1 163,2	8,2
TILIKAUDEN VOITTO	11,1	13,1	-15,3	93,5	35,6	162,7	48,7
MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:							
Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi							
Etuus pohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät							-0,2
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi							
Muuntoerot	0,6	-0,3		0,2	-0,7		0,1
Osuus osakkuusyrityksissä kirjatusta muista laajan tuloksen eristä	0,0	0,0		0,0	0,0		0,0
Tilikauden muut laajan tuloksen eriin liittyvät verot	0,0	0,0		0,0	0,0		0,0
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	0,6	-0,3		0,2	-0,7		-0,1
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	11,7	12,7		93,7	34,9		48,5
Tilikauden tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	9,6	11,2		88,8	30,6		42,2
- Määräysvallattomille omistajille	1,8	1,9		4,7	4,9		6,4
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	10,2	10,8		89,0	29,9		42,1
- Määräysvallattomille omistajille	1,8	1,9		4,7	4,9		6,4
Laajan tuloksen jakautuminen							
- Jatkuvat toiminnot	12,0	11,5		26,0	29,5		40,3
- Lopetetut toiminnot	-0,4	1,3		67,7	5,4		8,2
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:							
- Tulos/osake laimentamaton	0,11	0,14		1,08	0,37		0,51
- Tulos/osake laimennettu	0,11	0,14		1,06	0,37		0,50
- Tulos/osake, jatkuvat toiminnot	0,12	0,12		0,26	0,31		0,41
- Tulos/osake, lopetetut toiminnot	0,00	0,02		0,82	0,06		0,10

TASE (milj. euroa)	30.9.2020	30.9.2019	31.12.2019
VARAT			
PITKÄAIKAISET VARAT			
Liikearvo	131,9	141,4	130,3
Aineettomat hyödykkeet	47,0	56,6	54,3
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	43,0	97,2	47,4
Osuudet osakkuusyrityksissä	3,1	3,1	3,2
Muut rahoitusvarat	4,2	3,5	3,3
Laskennalliset verosaamiset	0,3	1,5	0,4
PITKÄAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	229,5	303,3	238,9
LYHYTAIKAISET VARAT			
Vaihto-omaisuus	0,8	2,9	0,7
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,3	0,9	1,5
Myyntisaamiset ja muut saamiset	26,6	34,3	28,0
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	0,2	0,0	0,0
Rahavarat	105,6	46,6	48,4
LYTYAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	133,6	84,7	78,6
Myyttävänä oleviksi luokitellut omaisuuserät			83,3
VARAT YHTEENSÄ	363,1	388,0	400,9
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
Osakepääoma	45,3	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7	7,7
Muuntoerot	-0,3	-1,3	-0,5
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,1	19,1	19,1
Kertyneet voittovarot	154,3	88,7	100,5
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	226,1	159,5	172,1
Määräysvallattomien omistajien osuus	29,9	28,8	30,4
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	256,0	188,3	202,5
VIERAS PÄÄOMA			
PITKÄAIKAISET VELAT			
Pitkäaikaiset korolliset velat	32,7	85,1	36,9
Laskennalliset verovelat	9,5	12,0	11,1
Eläkevelvoitteet	0,8	1,1	0,8
Varaukset	0,0	0,4	0,4
Muut rahoitusvelat	2,0	2,0	2,0
Muut pitkäaikaiset velat	0,1	0,2	0,1
PITKÄAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	45,1	100,8	51,3
LYHYTAIKAISET VELAT			
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	7,1	13,9	9,0
Saadut ennakot	10,8	23,2	12,5
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	1,5	1,6	2,5
Varaukset	0,1	0,5	0,1
Ostovelat ja muut velat	42,6	59,7	50,6
LYHYTAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	62,0	98,9	74,7
Myyttävänä oleviksi luokiteltuihin omaisuuseriin liittyvät velat			72,4
VELAT YHTEENSÄ	107,2	199,8	198,4
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	363,1	388,0	400,9

*) Luokittelu myytäväksi 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

Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma								
(milj. euroa)	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					88,8	88,8	4,7	93,5
Muut laajan tuloksen erät					0,2	0,2		0,0
Muuntoerot			0,2			0,2	-0,1	0,1
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-32,9	-32,9		-32,9
Tytäryritysten osingonjako						0,0	-4,8	-4,8
Omien osakkeiden hankinta					-1,5	-1,5		-1,5
Omien osakkeiden luovutukset					-1,1	-1,1		-1,1
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					0,6	0,6		0,6
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset					-0,1	-0,1	-0,3	-0,4
Oma pääoma 30.9.2020	45,3	7,7	-0,3	19,1	154,3	226,2	29,9	256,0
Oma pääoma 1.1.2019	45,3	7,7	-0,6	19,1	88,7	160,2	26,6	186,8
Tilikauden tulos					30,6	30,6	4,9	35,6
Muut laajan tuloksen erät								
Muuntoerot			-0,7			-0,7	0,1	-0,7
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					-2,0	-2,0	1,2	-0,8
Oma pääoma 30.9.2019	45,3	7,7	-1,3	19,1	88,7	159,5	28,9	188,4

RAHAVIRTALASKELMA (milj. euroa)	2020 7—9	2019 7—9	2020 1—9	2019 1—9	2019 1—12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA					
Tilikauden voitto	11,1	13,1	93,5	35,6	48,7
Oikaisuerät	6,4	9,0	-45,9	26,3	35,2
Käyttöpääoman muutos	-4,8	-11,4	0,2	1,6	2,0
Saadut osingot	0,0	0,1	0,1	0,3	0,4
Saadut korot	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-0,3	-0,5	-1,2	-1,7	-2,2
Maksetut verot	-2,0	-0,8	-6,0	-7,8	-12,4
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	10,5	9,5	40,6	54,5	71,8
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA					
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	-0,4	-0,1	-0,8	-0,6	-0,8
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-0,9	-0,1	-1,6	-0,4	-0,7
Investoinnit muihin sijoituksiin	-0,5	0,0	-0,9	0,0	0,0
Myytavissä olevien rahoitusvarojen myynnit		0,1		0,4	0,8
Lainasaamisten takaisinmaksut	0,3		0,3		
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla		-3,0	-5,5	-15,4	-15,4
Liiketoimintojen myynnit vähennettynä myyntihetken rahavaroilla	1,2	0,0	51,1	0,0	6,2
Investointien rahavirta yhteensä	-0,3	-3,2	42,5	-16,0	-9,9
Rahavirta ennen rahoitusta	10,2	6,3	83,2	38,5	61,9
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA					
Omien osakkeiden hankinta			-1,5		
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-1,5	-3,0	-6,6	-8,7	-11,6
Maksetut osingot			-37,6	-32,7	-32,7
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-1,5	-3,0	-45,6	-41,3	-44,3
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	7,8	-1,2	37,5	-2,9	17,6
Rahavarat kauden alussa	97,7	47,6	67,1	49,5	49,5
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	0,1	0,1	1,0	-0,1	-0,1
Rahavarat kauden lopussa	105,6	46,6	105,6	46,6	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 7—9	2019 7—9	2020 1—9	2019 1—9	2019 1—12
Alma Markets	0,2	0,2	0,3	0,4	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	0,2	0,3	0,4	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
Nettovarot 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 KAUPPAHINTASAAATAVAT (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)	1-4/2020	1-4/2019	1-12/2019
Liikevaihto	27,1	30,9	92,2
Liiketoiminnan muut tuotot *)	8,0	0,1	0,2
Kulut	-24,6	-25,4	-75,8
Poistot ja arvonalentumiset **)	0,0	-1,7	-5,2
Nettorahoituskulut	-0,5	-0,4	-1,1
Voitto ennen veroja	10,1	3,5	10,4
Tuloverot	-1,9	-0,7	-2,2
Voitto lopetetuista toiminnoista	8,1	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.

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 liikevaihdosta 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.

Lopetettuihin toimintoihin on lisäksi ajanjaksolla 7-9/2020 kohdistettu arvioitu kannustepalkkio myydyin liiketoiminnan onnistuneesta siirrosta ostajalle siirtymäkauden palveluajan jälkeen, yhteensä 0,4 milj. euroa.

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 7—9	2019 7—9	2020 1—9	2019 1—9	2019 1—12
Henkilöstö Suomi	862	907	873	887	883
Henkilöstö muut maat	596	639	646	646	647
Henkilöstö yhteensä	1 458	1 546	1 518	1 527	1 530

Varaukset

Yhtiöllä oli 30.9.2020 yhteensä 0,1 (1,0) milj. euroa varauksia. Varausten muodostamisen yhteydessä tehtyjä arvioita ei ole ollut tarvetta muuttaa.

Vastuut

VASTUUSITOUMUKSET (milj. euroa)			
	30.9.2020	30.9.2019	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	0,1	0,9	0,9
1-5 vuoden kuluessa	0,7	0,5	0,5
yli viiden vuoden kuluttua	0,0	0,0	0,0
Yhteensä	0,8	1,4	1,4
JOHDANNAISSOPIMUKSET (milj. euroa)			
	30.9.2020	30.9.2019	31.12.2019
Hyödykejohdannaiset, sähkötermiinit			
Käypä arvo *)	0,0	0,0	0,0
Nimellisarvo	0,1	0,2	0,2
Valuuttajohdannaiset			
Käypä arvo *)	0,2	-0,1	-0,1
Kohde-etuuden arvo	8,2	6,8	4,5

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

Lähipiiritapahtumat

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

LÄHIPIIRITAPAHTUMAT (milj. euroa)	2020 7—9	2019 7—9	2020 1—9	2019 1—9	2019 1—12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,1	0,1	0,2	0,2	0,3
Osakkuusyhtiöt		0,0	0,0	0,2	0,2
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,0	0,1	0,3	0,4	0,5
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,1	0,3	0,4	0,5
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Ostovelat raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0	
Merkittävät omistajat		0,0		0,0	

KONSERNI VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN milj. euroa	2020 7—9	2020 4—6	2020 1—3	2019 10—12	2019 7—9	2019 4—6	2019 1—3
LIKEVAIHTO	54,0	52,5	61,9	65,8	58,2	64,1	62,1
Alma Markets	22,2	19,4	24,7	24,6	24,9	25,6	25,0
Alma Talent	20,7	22,4	25,6	28,3	22,3	26,1	26,2
Alma Consumer	10,2	9,8	11,6	12,8	11,1	12,3	10,9
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	0,8	0,9	-0,1	0,1	-0,1	0,1	0,1
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	41,0	42,9	50,7	53,4	44,8	52,2	50,7
Alma Markets	13,3	12,6	16,2	16,0	14,3	15,9	16,3
Alma Talent	16,6	19,6	22,0	23,4	19,5	22,9	22,4
Alma Consumer	9,1	9,3	10,9	11,0	9,8	10,3	9,9
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	2,0	1,4	1,7	2,9	1,3	3,2	2,0
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	17,0	13,8	15,3	16,5	17,6	16,2	15,9
Alma Markets	10,2	8,2	9,8	9,8	11,8	11,0	9,9
Alma Talent	5,1	3,9	4,9	6,1	4,1	4,5	5,1
Alma Consumer	1,3	0,7	0,9	2,0	1,5	2,2	1,1
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	0,4	1,0	-0,2	-1,5	0,1	-1,5	-0,3
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	13,2	9,8	11,2	12,5	13,5	11,9	11,5
Alma Markets	9,0	7,0	8,6	8,6	10,6	9,8	8,7
Alma Talent	4,1	2,8	3,7	4,8	2,9	3,3	3,8
Alma Consumer	1,1	0,5	0,7	1,8	1,3	2,0	1,0
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,1	-0,5	-1,8	-2,8	-1,3	-3,1	-2,0
% LIIKEVAIHDOSTA	24,5	18,7	18,1	19,0	23,2	18,6	18,5
Alma Markets	40,7	36,3	34,9	35,0	42,7	38,2	34,7
Alma Talent	19,9	12,4	14,4	17,1	12,9	12,5	14,6
Alma Consumer	10,9	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	0,0
OIKAISTUT ERÄT	0,0	-2,9	1,0	0,2	0,7	-0,1	0,0
Alma Markets	-0,1	0,0	1,4	0,0	0,1	0,0	0,0
Alma Talent	0,0	-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	0,0
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,1	-0,1	0,2	0,6	-0,1	0,0
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	13,2	7,0	12,2	12,6	13,6	11,8	11,5
Alma Markets	9,0	7,0	10,0	8,6	10,7	9,8	8,7
Alma Talent	4,1	-0,2	3,5	4,8	2,9	3,3	3,8
Alma Consumer	1,1	0,5	0,7	1,8	1,3	2,0	1,0
Kohdistamattomat toiminnot	-1,1	-0,4	-1,9	-2,6	-1,3	-3,3	-2,0
Rahoitustuotot	0,0	0,1	0,6	0,0	0,0	0,2	0,0
Rahoituskulut	0,1	0,7	0,3	0,1	0,0	1,0	0,2
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	0,2	0,2	0,0	0,1	0,2	0,1	0,1
TULOS ENNEN VEROJA	13,4	6,5	12,5	12,7	13,8	11,2	11,4
Tuloverot	-1,9	-2,3	-2,3	-2,5	-2,0	-1,9	-2,2
TILIKAUDEN TULOS	11,5	4,2	10,2	10,2	11,8	9,3	9,1

Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

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

Osavuositarkastuksen 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. Osavuositarkastuksen 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 2021

- Tilinpäätöstiedote tilivuodelta 2020 keskiviikkona 17.2.2021 noin klo 8.00
- Osavuosikatsaus tammi–maaliskuulta 2021 keskiviikkona 21.4.2021 noin klo 8.00
- Osavuosikatsaus tammi–kesäkuulta 2021 keskiviikkona 21.7.2021 noin klo 8.00
- Osavuosikatsaus tammi–syyskuulta 2021 torstaina 21.10.2021 noin klo 8.00.

Tilinpäätös, toimintakertomus, tilintarkastuskertomus sekä selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä (Corporate Governance Statement) tilivuodelta 2020 julkaistaan keskiviikkona 3.3.2021.

Varsinainen yhtiökokous on suunniteltu pidettäväksi keskiviikkona 24.3.2021. Yhtiökokoukseen liittyvät aineistot kootaan Alma Median verkkosivuille.