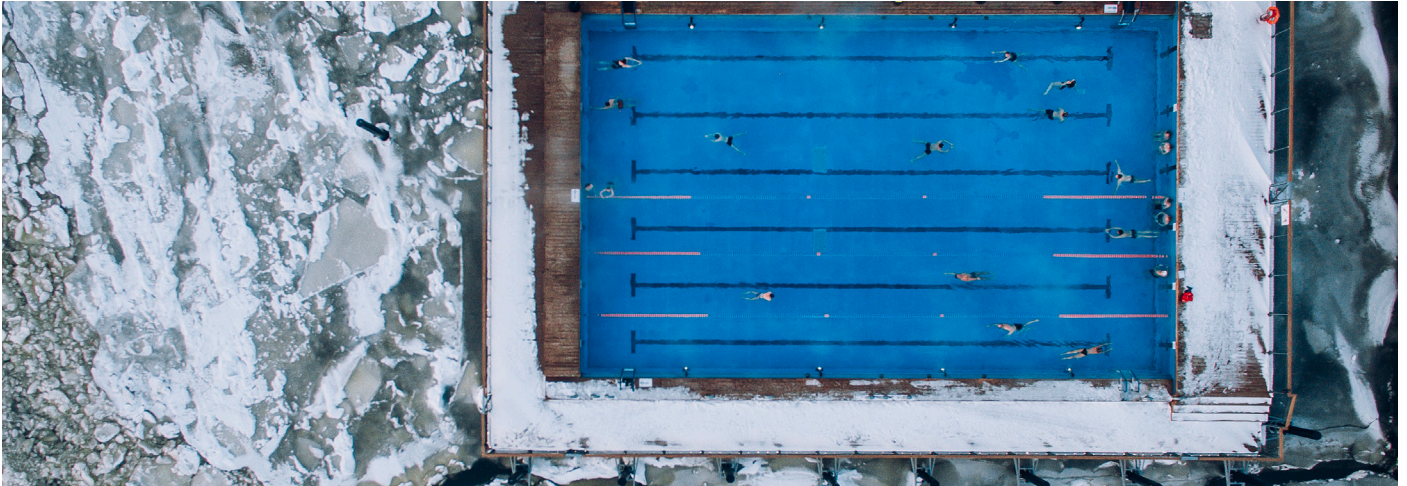




Alma Media Oyj

Tilinpäätöstiedote tammi-joulukuu 2018

14.2.2019



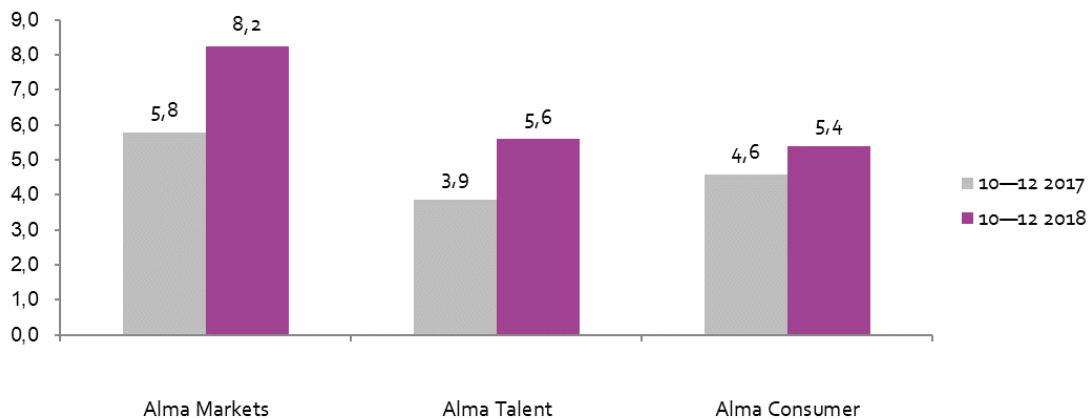
Alma Median tilinpäätöstiedote tammi—joulukuu 2018:

Kaikki liiketoimintasegmentit paransivat liikevoittoaan viimeisellä vuosineljänneksellä. Liikevaihto laski myytyjen liiketoimintojen johdosta.

Taloudellinen kehitys loka—joulukuussa 2018:

- Liikevaihto 91,9 (97,1) milj. euroa, laskua 5,3 %.
- Oikaistu liikevoitto 17,1 (11,3) milj. euroa, 18,6 % (11,6 %) liikevaihdosta, kasvua 51,7 %.
- Liikevoitto 16,1 (5,8) milj. euroa eli 17,6 % (6,0 %) liikevaihdosta, kasvua 176,5 %.
- Osakekohtainen tulos 0,12 (0,04) euroa.
- Alma Markets: Erityisesti kotimaan liiketoiminnan kasvu sekä alhaisemmat markkinointikulut nostivat liikevoittoa.
- Alma Talent: Divestoinnit ja rakennejärjestelyt johtivat kannattavuuden parantumiseen.
- Alma Consumer: Onnistuminen digimyyynnissä sekä kustannussäästöt paransivat tuloskehitystä.

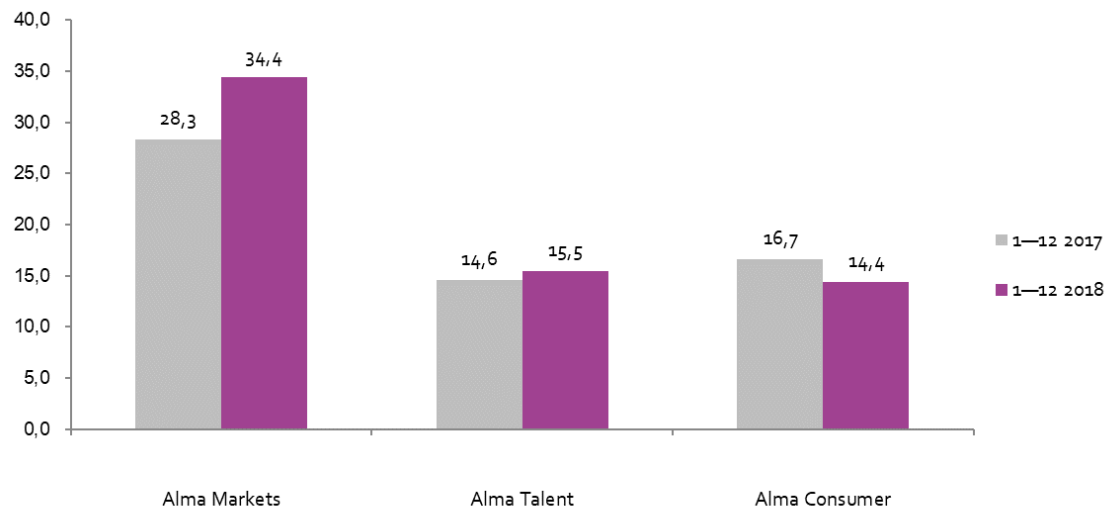
**Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto loka—joulukuu, milj. euroa
(ei sisällä kohdistamattomia toimintoja)**



Taloudellinen kehitys tammi—joulukuussa 2018:

- Liikevaihto 354,6 (367,3) milj. euroa, laskua 3,5 %.
- Oikaistu liikevoitto 57,3 (51,1) milj. euroa, 16,2 % (13,9 %) liikevaihdosta, kasvua 12,2 %.
- Liikevoitto 61,0 (46,6) milj. euroa eli 17,2 % (12,7 %) liikevaihdosta, kasvua 31,0 %.
- Osakekohtainen tulos 0,51 (0,39) euroa.
- Hallituksen osinkoehdotus 0,35 (0,24) euroa/osake.

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



AVAINLUVUT milj. euroa	2018 10—12	2017 10—12	Muutos %	2018 1—12	2017 1—12	Muutos %
Liikevaihto	91,9	97,1	-5,3	354,6	367,3	-3,5
Sisältöliikevaihto	29,5	32,4	-9,1	114,8	125,8	-8,8
Sisältöliikevaihto, painettu	25,1	28,2	-11,0	97,9	109,3	-10,5
Sisältöliikevaihto, digi	4,4	4,2	3,6	16,9	16,5	2,7
Mainosmyynnin liikevaihto	48,6	50,2	-3,2	183,9	185,8	-1,0
Mainosmyynti, painettu	13,1	16,5	-20,6	50,6	62,8	-19,4
Mainosmyynti, digi	34,7	32,9	5,5	131,0	120,5	8,6
Palveluliikevaihto	13,9	14,5	-4,3	55,9	55,7	0,4
Oikaistut kokonaiskulut	75,0	90,1	-16,7	297,9	320,8	-7,1
Oikaistu käyttökate	20,8	15,7	32,4	72,9	67,4	8,2
Käyttökate	19,8	14,3	39,0	76,6	66,9	14,5
Oikaistu liikevoitto	17,1	11,3	51,7	57,3	51,1	12,2
% liikevaihdosta	18,6	11,6		16,2	13,9	
Liikevoitto/-tappio	16,1	5,8	176,5	61,0	46,6	31,0
% liikevaihdosta	17,6	6,0		17,2	12,7	
Tilikauden tulos	11,5	4,4	160,9	47,9	36,7	30,6
Tulos/osake, EUR (laimentamaton)	0,12	0,04	190,4	0,51	0,39	29,5
Digiliiketoiminnan liikevaihto	44,5	42,1	5,8	170,3	156,6	8,7
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	48,4	43,3		48,0	42,6	

Voitonjakoehdotus yhtiökokoukselle:

Emoyhtiön jakokelpoiset varat 31.12.2018 olivat 152 709 980 (134 532 841) euroa. Alma Median hallitus ehdottaa varsinaiselle yhtiökokoukselle, että tilikaudelta 2018 maksetaan osinkoa 0,35 euroa osaketta kohden (2017: 0,24 euroa osakkeelta). Tilinpäätöshetken, 31.12.2018, ulkona olevien osakkeiden lukumäärän perusteella osingon määrä on yhteensä 28 751 404 (19 733 564) euroa.

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

Toimintaympäristö vuodelle 2019

Suomen ja Alma Medialle tärkeiden itäisten Keski-Euroopan maiden, kuten Tšekin ja Slovakian talouksien odotetaan kasvavan, mutta kasvuvauhdin odotetaan hidastuvan vuonna 2019.

Median rakennemuutos jatkuu; mainonta ja sisältömyynti verkossa kasvaa, ja painetun median kysyntä laskee. Painetun median kannattavuutta heikentää jakelukustannusten ja volyymisidonnaisten kustannusten nousu. Datan, analytiikan, koneoppimisen ja automaation hyödyntämisen merkitys lisääntyy vaatien lisääntyviä panostuksia teknologiainvestointeihin. Digitaalisessa mainonnassa haku- ja sosiaalisen median mainonnan, mobiili- ja videomainonnan sekä sisältömarkkinoinnin odotetaan kasvavan nopeimmin.

Näkymät vuodelle 2019

Alma Media arvioi vuoden 2019 liikevaihdon pysyvän edellisvuoden 2018 tasolla ja oikaistun liikevoiton kasvavan vuodesta 2018. Vuoden 2018 liikevaihto oli 354,6 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 57,3 milj. euroa.

Markkinatilanne päämarkkina-alueilla

Vuoden 2018 loka–joulukuussa mainonnan kokonaismäärä laski Suomessa Kantar TNS:n mukaan 1,8 (1,1) % ja verkkomediainonta kasvoi Suomessa viimeisellä kvartaalilla 1,3 (11,9) %. Mainonta kaupunki- ja sanomalehdissä Suomessa laski 10,1 (9,7) %. Suomen aikakauslehtien mainonnan määrä laski loka–joulukuussa 1,2 (0,7) %. Ilta- ja viikolehtien kappalemääräinen markkina laski Suomessa vuoden 2018 viimeisellä kvartaalilla 8,2 (13,4) %.

Vuonna 2018 mainonnan kokonaismäärä kasvoi Ruotsissa Sveriges Mediebyråerin mukaan 6,2 (3,7) %. Samalla ajanjaksolla verkkomediainonta Ruotsissa kasvoi 6,2 % (10,2 %) ja ammattilehtien mainonnan määrä laski 16,0 (9,6) %.

Alma Median päämarkkinamaat itäisessä Keski-Euroopassa ovat Tšekki ja Slovakia. Euroopan Komission ennusteen mukaan bruttokansantuote (BKT) kasvaa vuonna 2019 Tšekissä 2,9%. Tšekin keskuspankki CNB arvioi BKT:n kasvavan 3,3 % vuonna 2019 ja 3,3 vuonna 2020. BKT kasvaa Slovakiassa Euroopan Komission ennusteen mukaan 4,1 % vuonna 2019. Slovakian keskuspankki NBS:n mukaan BKT:n kasvu on 4,2 % vuonna 2019 ja 4,3 % vuonna 2020.

Toimitusjohtaja Kai Telanne:

Vuonna 2018 Alma Median kannattavuus kehittyi edelleen vahvasti. Oikaistu liikevoitto nousi 12,2 % ennätyskalliseen 57,3 miljoonaan euroon liikevoittomarginaalin ollessa 16,2 %. Osakekohtainen tulos parani 29,5 % ja oli 0,51 euroa. Hallituksen osinkoesitys yhtiökokoukselle on 0,35 euroa osakkeelta.

Vuoden 2018 viimeisen vuosineljänneksen tulos oli erinomainen kaikkien liiketoimintojen parantaessa tulostaan.

Kovin tulostuottaja oli jälleen kerran Alma Markets 33,7 %:n liikevoittomarginaalilla. Rekrytointiliiketoiminnan kasvu hidastui alkuvuodesta itäisen Keski-Euroopan toimintamaissamme, mutta oli edelleen hyvällä tasolla kansantalouksien vahvan vedon tukemana. Suomessa markkinapaikkaliiketoiminta ilman rekrytointiliiketoimintaa kasvoi loka–joulukuussa orgaanisesti 11 %. Lisäksi kasvua ja kannattavuutta toivat uudet, vuoden 2018 alussa hankitut liiketoiminnot sekä panostukset lisäarvoa tuottaviin palveluihin. Myös alhaisemmat markkinointikulut nostivat liikevoittoa.

Alma Talentissa fokusointi ydinliiketoimintaan jatkui ja transformaatio kohti digitaalisia median ja palveluiden liiketoimintamalleja edistyi. Digitaalinen sisältömyynti kehittyi hyvin useissa medioissa. Kauppalehden digisisältötuottojen kasvu kompensoi painetun median sisältötuottojen laskun vuonna 2018. Myös tapahtuma- ja kirjaliiketoiminta sekä digitaalinen mainosmyynti Suomessa kehittyivät myönteisesti.

Alma Consumerissa toimenpiteet julkaisutoiminnan kannattavuuden turvaamiseksi jatkuivat. Painetun median mainosmyynti laski, joskin yleistä markkinakehitystä hitaammin. Vastaavasti segmentin digitaalinen mainosmyynti kasvoi markkinaa nopeammin, erityisesti videomainonta, ohjelmallinen ostaminen sekä sisältömarkkinointi. Alma Consumerin alue- ja paikallismedioiden digitilausmyynti on kehittynyt lupaavasti.

Hyvän tuloksen ja vahvan kassavirran myötä Alma Mediasta tuli katsauskauden lopussa lähes nettovelaton yhtiö. Vahva taseemme, huolimatta IFRS 16:n vaikutuksesta, antaa liikkumatilaa tulevaisuuden kasvun rakentamiseen, digitaalista liiketoimintaamme kasvattaviin yrityskauppoihin sekä kilpailukykyämme vahvistaviin teknologiainvestointeihin.

Globaali talouskasvu on taittumassa, mutta tavoitteenamme on edelleen kasvaa ja erityisesti digitaalisessa liiketoiminnassa markkinoita nopeammin. Digitaalinen liiketoiminta muodostaa lähes puolet konsernin liikevaihdosta ja 3/4 oikaistusta liikevoitosta. Kansainväliset toiminnot ovat 20 prosenttia liikevaihdosta ja 40 prosenttia konsernin oikaistusta liikevoitosta.

Neljäs peräkkäinen vuositasen tulospäätös kertoo onnistuneesta digitransformaatiosta, toteutetuista liiketoimintaportfolion muutoksista ja kustannusten optimoinnista. Olemme strategiamme mukaisesti tehostaneet painetun median liiketoimintaa sekä investoineet erityisesti kansainvälisen digitaalisen liiketoiminnan laajentamiseen. Lisäksi olemme myyneet kannattamattomia tai heikosti kannattavia toimintoja.

Strategia ja siihen liittyvät toimenpiteet 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 kuluttajien muuttuvaan mediankäyttöön ja rakentaa julkaisutoiminnan alueella toimivista brändeistään monikanavaisia mediaratkaisuja. Medialiiketoiminnassa jatketaan siirtymää painetusta digitaaliseen mediaan kehittämällä digitaalisia sisältöjä ja markkinointiratkaisuja asiakkaiden tarpeita kuunnellen sekä varmistaen medioiden arvostus alueidensa ja yhteisöjensä ykkösbrändeinä. Palveluliikevaihdon kasvattamiseksi Alma Media lisää digitaalista tarjontaansa tuomalla markkinoille uusia tuotteita ja palveluja myös julkaisutoiminnan ulkopuolelta.

Vuosien 2018–2020 strategiajaksolle Alma Media on valinnut viisi erityisesti digitaalisen liiketoiminnan kasvattamiseen ja kehittämiseen tähtäävää konsernitasoista 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 eCom, 3) datan liiketoiminnallinen hyödyntäminen regulaatiovaatimukset huomioiden, 4) erikoissisältöihin ja palveluihin keskittyvät Alma-teemat 5) kävijäliikenteen kasvattaminen ja ohjaus.

Konsernitason strategisessa data-aloitteessa rakennetaan ja vahvistetaan datakyvykkyyksiä media- ja sisältömyynnin ja palveluiden personoinnin tarpeisiin sekä vastaamaan regulaatiovaatimuksia. Asiakas- ja käyttäytymistiedon hyödyntämistä kehitetään edelleen keskittämällä asiakastietovarastoja ja lisäämällä analysointi- ja aktivointiteknologian käyttöä.

Yksi data-aloitteeseen liittyvä keskeinen edistysaskel vuoden 2018 aikana on ollut tiedon keskittäminen yhteiseen tietovarastoon. Tietovarasto yhdistää Alma Median eri sivustojen ja sovellusten tuottaman statistiikan tilausjärjestelmistä tuleviin tietoihin. Lisäksi tietovarastoon tuodaan suostumusten niin mahdollistaessa käyttäjien paikkatietoja ja mainonnan järjestelmien lokitiedot. Nämä mahdollistavat asiakasprofiloinnin, henkilökohtaisemman käyttökokemuksen, sisältöjen kohdennuksen media- ja sisältömyynnin sekä markkinoinnin tarpeisiin ja kattavan raportoinnin. Tietovarasto toimii myös pohjana Alman koneoppimishankkeille. Data-aloitteeseen kuuluu keskeisesti myös datanhallinnointijärjestelmän eli DMP:n käyttö (Data Management Platform). DMP vahvistaa sisältöjen ja palveluiden dataperusteisen asiakaskokemuksen rakentamista, markkinoinnin automaatiota ja digitaalisen mainonnan kohdentamista.

Perusrekrytointiliiketoiminnan lisäksi Alma Marketsin tšekkiläinen tytäryhtiö LMC on laajentanut tuoteportfolioaan erilaisiin mobiilipalveluihin, kuten työpaikan sijaintiin ja saavutettavuuteen tai kollegoiden suositteluun sosiaalisessa mediassa keskittyvään palveluun. Tšekin työmarkkinoilla positiivinen ja vahva työnantajamielikuva on yhä ratkaisevampi tekijä tavoittamaan osaavimpia ja hankalimmin tavoitettavia potentiaalisia työnhakijoita. Tätä tarvetta varten LMC lanseerasi työnantajien suosittelupalvelu Atmoskopin vuonna 2017. Palvelu on saanut hyvän vastaanoton ja katsauskauden lopussa sovelluksessa oli yli 60 000 arviota yli 16 000 yhtiöstä.

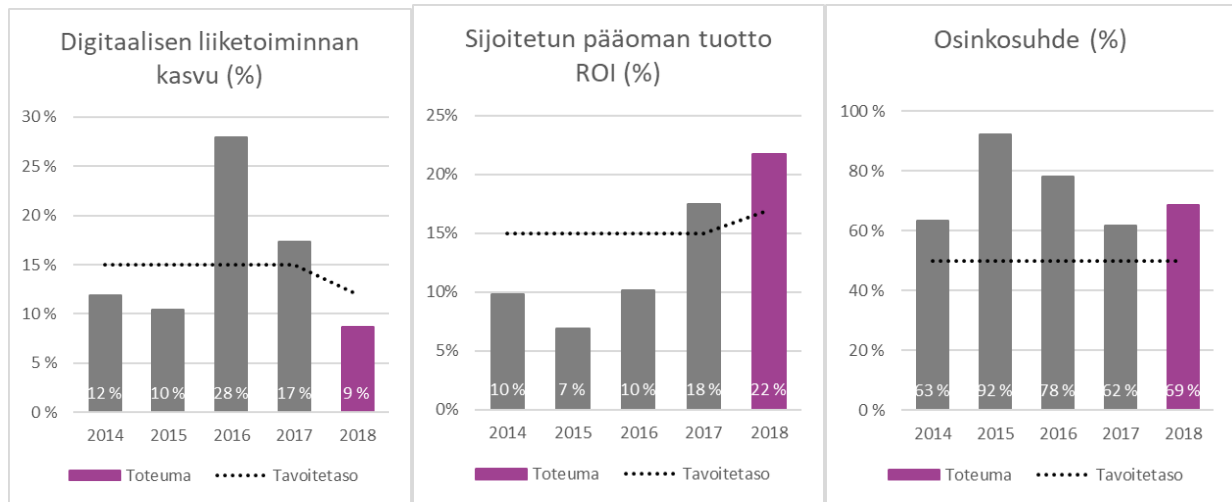
Alma Talentin strategiana on tuoda sisällöt asiakkaille käytettäväksi helposti eri kanaviin. Katsauskaudella panostettiin digisisältöjen tuottamiseen aiempaa tehokkaammin useissa Alma Talentin medioissa. Kauppalehdessä toteutettiin laaja sisältöuudistus. Lisäksi ammattikirjallisuuden verkkokirjakauppa uudistettiin ja lanseerattiin Alma Talent Kirjat -sovellus, joka kokoaa yhteen businesssällöiset e-kirjat, äänikirjat ja podcastit mobiiliin käyttöliittymään.

Katsauskauden aikana toimenpiteet kustannustehokkuuden varmistamiseksi jatkuivat Alma Consumerissa. Alma Media Kustannus Oy:n käynnistämät ja yhteensä noin 100:aa Aamulehden toimituksen työntekijää koskeneet yhteistoimintalain mukaisten neuvottelujen tuloksena työ väheni yhdellätoista henkilötyövuodella.

Alma Median pitkän aikavälin tavoitteet ja niiden toteutuma:

Katsauskauden aikana Alma Media päivitti pitkän aikavälin taloudellisia tavoitteitaan.

- Digitaalisen liiketoiminnan vuosittainen kasvu yli 12 % (aiemmin yli 15%)
- Sijoitetun pääoman tuotto (ROI) yli 17 % vuodessa (aiemmin yli 15%):
- Osinko yli 50 % osakekohtaisesta tuloksesta (ennallaan)



International Financial Reporting Standards (IFRS) -standardien mukainen vertailu on tehty vuoden 2017 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	2018	2017	Muutos	2018	2017	Muutos
milj. euroa	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Liikevaihto	91,9	97,1	-5,3	354,6	367,3	-3,5
Oikaistut kokonaiskulut	75,0	90,1	-16,7	297,9	320,8	-7,1
Oikaistu käyttökate	20,8	15,7	32,4	72,9	67,4	8,2
Käyttökate	19,8	14,3	39,0	76,6	66,9	14,5
Oikaistu liikevoitto	17,1	11,3	51,7	57,3	51,1	12,2
% liikevaihdosta	18,6	11,6		16,2	13,9	
Liikevoitto/-tappio	16,1	5,8	176,5	61,0	46,6	31,0
% liikevaihdosta	17,6	6,0		17,2	12,7	
Tilikauden tulos ennen veroja	15,3	5,8	164,5	60,4	45,9	31,5
Tilikauden tulos	11,5	4,4	160,9	47,9	36,7	30,6
TASE	2018	2017	Muutos	2018	2017	Muutos
milj. euroa	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
VARAT				345,6	333,8	3,5
Nettovelat				2,0	40,2	-95,1
Korolliset velat				51,5	61,3	-16,0
Korottomat velat				107,2	114,2	-6,1
Investoinnit yhteensä	1,3	16,9	-92,4	22,1	22,2	-0,5
Omavaraisuusaste%				57,5	50,9	12,9
Gearing%				1,1	25,4	-95,9
HENKILÖSTÖ	2018	2017	Muutos	2018	2017	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Henkilöstö keskimäärin ilman lehdenjakajia ja telemarkkinoijia	1 854	1 938	-4,3	1 943	1 975	-1,6
Lehdenjakajat ja telemarkkinoijat keskimäärin	1 116	1 145	-2,5	1 149	1 175	-2,3
TUNNUSLUKUJA	2018	2017	Muutos	2018	2017	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	28,0	11,8	137,6	27,8	24,8	12,7
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	22,7	9,0	151,4	21,7	17,5	23,3
Tulos/osake, EUR (laimentamaton)	0,12	0,04	190,4	0,51	0,39	30,8
Tulos/osake, EUR (laimennettu)	0,12	0,04	190,4	0,50	0,39	28,2
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,23	0,10	124,9	0,68	0,63	8,7
Oma pääoma/osake				1,94	1,66	17,1
Osinko/osake				0,35	0,24	
Efektiivinen osinkotuotto%				6,3	3,3	
P/E				10,9	18,4	
Markkina-arvo				456,4	592,3	-22,9
Osakkeiden lkm ka. laimentamaton **)	82 147	82 223		82 147	82 223	
Osakkeiden lkm ka. laimennettu	82 219	83 147		82 219	83 147	
Osakkeiden lkm 31.12.2018	82 383	82 383		82 383	82 383	

*) ks. tilinpäätöstiedotteen laadintaperiaatteet. **) yhtiö on hankkinut katsauskauden aikana omia osakkeita 198 658 kpl ja luovuttanut 122 344 kpl, yhtiön hallussa olevat omat osakkeet katsauskauden lopussa 236 314 kpl.

LIKEVAIHTO

Loka-joulukuu 2018

Liikevaihto laski vuoden 2018 viimeisellä neljänneksellä 5,3 % 91,9 (97,1) milj. euroon myytyjen liiketoimintojen johdosta.

Sisältöliikevaihto laski 9,1 % 29,5 (32,4) milj. euroon. Digitaalisista jakelukanavista saatavien sisältötuottojen kasvu ei riittänyt kattamaan painetun median sisältötuottojen laskua. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus sisältöliikevaihdon laskuun oli 2,3 milj. euroa.

Mainosmyynnin liikevaihto laski 3,2 % 48,6 (50,2) milj. euroon. Painettujen lehtien mainosmyynti laski 20,6 % vertailukauden tasosta ja oli 13,1 (16,5) milj. euroa. Digimainosmyynti kasvoi 5,5 % 34,7 (32,9) milj. euroon. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus mainosmyynnin liikevaihdon laskuun oli 2,7 milj. euroa.

Palveluliikevaihto oli 13,9 (14,5) milj. euroa. Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen vaikutus palveluliikevaihdon laskuun oli 0,5 milj. euroa. Palveluliikevaihtoon sisältyvät mm. tietopalveluiden myynti, tapahtuma-, koulutus- ja suoramarkkinointiliiketoiminta sekä Alma Manun konsernin ulkoisille asiakkaille myydyt paino- ja jakelupalvelut.

Vuosi 2018

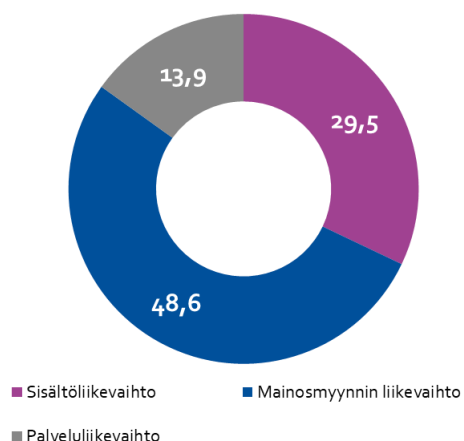
Liikevaihto laski vuoden 2018 aikana 3,5 % 354,6 (367,3) milj. Euroon. Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon muutokseen oli – 16,4 milj. euroa.

Sisältöliikevaihto laski 8,8 % 114,8 (125,8) milj. euroon. Sisältöliikevaihdon lasku vertailukauden tasosta johtui painetun median levikkien pienenemisestä. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus sisältöliikevaihdon laskuun oli 9,5 milj. euroa.

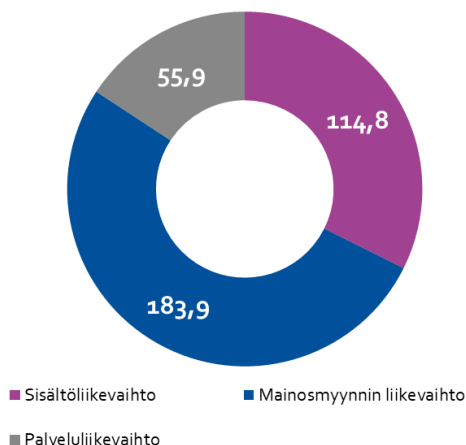
Mainosmyynnin liikevaihto laski 1,0 % 183,9 (185,8) milj. euroon. Painettujen lehtien mainosmyynti laski 19,4 % vertailukauden tasosta ja oli 50,6 (62,8) milj. euroa. Digimainosmyynti kasvoi 8,6 % 131,0 (120,5) milj. euroon. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus mainosmyynnin liikevaihdon laskuun oli 9,5 milj. euroa.

Palveluliikevaihto oli 55,9 (55,7) milj. euroa. Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon muutokseen oli 1,0 milj. euroa. Palveluliikevaihtoon sisältyvät mm. tietopalveluiden myynti, tapahtuma-, koulutus- ja suoramarkkinointiliiketoiminta sekä Alma Manun konsernin ulkoisille asiakkaille myydyt paino- ja jakelupalvelut.

Liikevaihdon jakauma Q4/2018, milj. euroa.



Liikevaihdon jakauma 2018, milj. euroa.



LIKEVAIHTO milj. euroa	2018 10—12	2017 10—12	Muutos %	2018 1—12	2017 1—12	Muutos %
Alma Markets	24,4	22,1	10,3	96,4	83,2	15,8
Alma Talent	29,9	31,0	-3,6	108,9	113,2	-3,8
Alma Consumer	38,4	44,2	-13,1	151,7	171,8	-11,7
Segmentit yhteensä	92,7	97,4	-4,8	356,9	368,2	-3,1
Kohdistamattomat toiminnot	-0,8	-0,3	-226,0	-2,3	-0,9	-149,7
Yhteensä	91,9	97,1	-5,3	354,6	367,3	-3,5

LIKEVAIHDON MAANTIETEELLINEN JAKAUMA (milj. euroa)	2018 10—12	2017 10—12	Muutos %	2018 1—12	2017 1—12	Muutos %
Segmentit Suomi	69,2	74,1	-6,6	264,9	282,2	-6,1
Segmentit muut maat	22,6	22,4	0,8	88,9	82,9	7,2
Segmentit yhteensä	91,8	96,5	-4,8	353,8	365,1	-3,1
Kohdistamattomat	0,1	0,6	-88,0	0,8	2,2	-63,7
Konserni yhteensä	91,9	97,1	-5,3	354,6	367,3	-3,5

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

TULOS

Loka–joulukuu 2018

Oikaistu liikevoitto oli 17,1 (11,3) milj. euroa, 18,6 % (11,6 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 16,1 (5,8) milj. euroa, 17,6 % (6,0 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä -0,9 (-5,4) milj. euroa, jotka liittyivät uudelleenjärjestelykuluihin ja myyntitappioihin. Vertailukauden kertaluonteiset erät liittyivät uudelleenjärjestelykuluihin ja myyntivoittoihin.

Kokonaiskulut laskivat viimeisellä neljänneksellä 15,8 milj. euroa myytyjen liiketoimintojen johdosta. Toisaalta kuluja kasvattivat panostukset verkkopalveluiden kehitykseen ja markkinointiin. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 3,7 (8,4) milj. euroa.

Loka–joulukuun 2018 tulos oli 11,5 (4,4) milj. euroa ja oikaistu tulos 12,5 (9,8) milj. euroa.

Vuosi 2018

Oikaistu liikevoitto oli 57,3 (51,1) milj. euroa, 16,2 % (13,9 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 61,0 (46,6) milj. euroa, 17,2 % (12,7 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä 3,7 (-4,5) milj. euroa, jotka liittyivät uudelleenjärjestelyihin ja omaisuuserien myynteihin. Vertailukauden kertaluonteiset erät liittyivät uudelleenjärjestelykuluihin sekä myyntivoittoihin.

Kokonaiskulut laskivat vuonna 2018 23,8 milj. euroa eli 7,3 % ja olivat 300,3 (324,1) milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 15,6 (20,3) milj. euroa. Vuonna 2017 arvonalentumiset sisältävät 4,0 milj. euron arvonalentumistappion, joka kohdistui sijoituskiinteistöihin.

Vuoden 2018 tulos oli 47,9 (36,7) milj. euroa ja oikaistu tulos 44,3 (41,2) milj. euroa.

OIKAISTU LIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa	2018 10—12	2017 10—12	Muutos %	2018 1—12	2017 1—12	Muutos %
Alma Markets	8,2	5,8	42,1	34,4	28,3	21,5
Alma Talent	5,6	3,9	44,5	15,5	14,6	5,9
Alma Consumer	5,4	4,6	17,8	14,4	16,7	-13,5
Segmentit yhteensä	19,2	14,2	34,9	64,3	59,6	7,9
Kohdistamattomat toiminnot	-2,1	-3,0	28,4	-7,0	-8,5	18,0
Yhteensä	17,1	11,3	51,7	57,3	51,1	12,2

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	2018 10—12	2017 10—12	2018 1—12	2017 1—12
Alma Markets				
Myyntivoitot ja -tappio		0,0	0,7	0,5
Alma Talent				
Uudelleenjärjestelykulut	-0,4		-0,6	-0,1
Myyntivoitot ja -tappio	0,0		0,2	0,7
Alma Consumer				
Uudelleenjärjestelykulut	-0,5	-1,4	-1,0	-2,4
Myyntivoitot ja -tappio	-0,1	0,0	4,5	0,2
Kohdistamattomat				
Arvonalentumistappiot	0,0	-4,0	0,0	-4,0
Uudelleenjärjestelykulut	0,0	0,0	0,0	-0,4
Talentum yritysjärjestelyn kulut				
Myyntivoitot ja -tappio	0,1	0,0	-0,1	0,9
LIIKEVOITON OIKAISTUT ERÄT	-0,9	-5,4	3,7	-4,5
OIKAISTUT ERÄT TULOKSESSA ENNEN VEROJA	-0,9	-5,4	3,7	-4,5

LIIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa	2018 10—12	2017 10—12	Muutos %	2018 1—12	2017 1—12	Muutos %
Alma Markets	8,2	5,8	41,6	35,1	28,9	21,6
Alma Talent	5,2	3,9	33,9	15,1	15,2	-0,7
Alma Consumer	4,8	3,1	51,8	17,9	14,5	23,7
Segmentit yhteensä	18,1	12,8	41,8	68,2	58,5	16,3
Kohdistamattomat toiminnot	-2,0	-7,0	71,1	-7,1	-12,0	40,8
Yhteensä	16,1	5,8	176,5	61,0	46,6	31,0

Osakkuusyhtiöt

Maaliskuussa 2018 Alma Media-konserni on hankkinut suunnatussa osakeannissa omistukseensa 20 prosenttia lainojen- ja vakuutusten kilpailutuspalveluita tarjoavan Etua Oy:n osakekannasta. Etua Oy raportoidaan osakkuusyhtiönä. Kesäkuussa 2018 Alma Media myi osuutensa Oy Suomen Tietotoimistosta. Alma Media omisti yhtiöstä 24,10 %. Myynnillä ei ollut olennaista vaikutusta Alma Media -konsernin tulokseen.

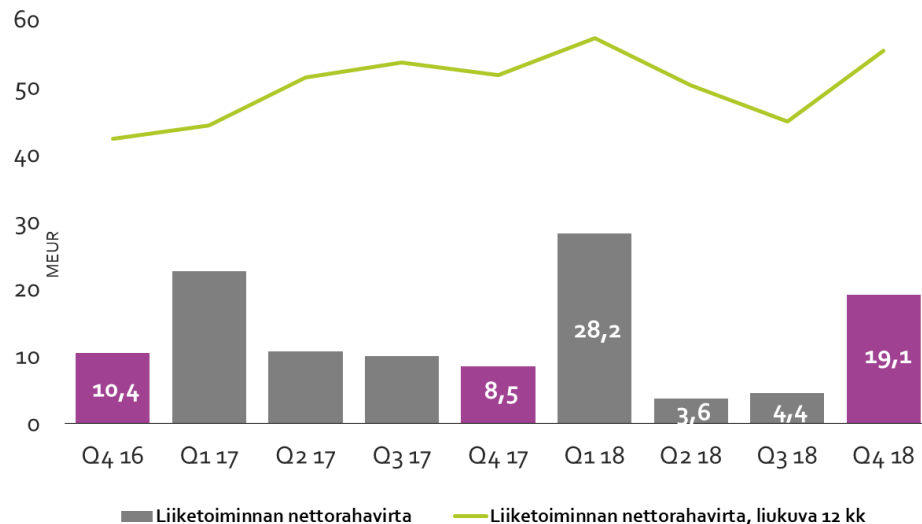
OSUUS OSAKKUUSYHTIÖIDEN TULOISTA milj. euroa	2018 10—12	2017 10—12	2018 1—12	2017 1—12
Alma Markets	-0,7	0,1	-0,4	0,5
Alma Talent	0,0	0,0	0,0	0,1
Alma Consumer	0,0	0,0	0,1	0,0
Muut osakkuusyhtiöt	0,0	-0,1	-0,1	0,1
Yhteensä	-0,7	0,0	-0,3	0,7

TASE JA RAHOITUSASEMA

Konsernitaseen loppusumma oli joulukuun 2018 lopussa 345,6 (333,8) milj. euroa. Konsernin omavaraisuusaste oli syyskuun lopussa 57,5 % (50,9 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 1,94 (1,66) euroa.

Konsernin liiketoiminnan rahavirta oli loka–joulukuussa 19,1 (8,5) milj. Rahavirta ennen rahoitusta oli 18,5 (-6,2) milj. euroa. Konsernin liiketoiminnan rahavirta oli vuonna 2018 56,2 (51,7) milj. euroa. Rahavirta ennen rahoitusta oli 61,6 (34,6) milj. euroa.

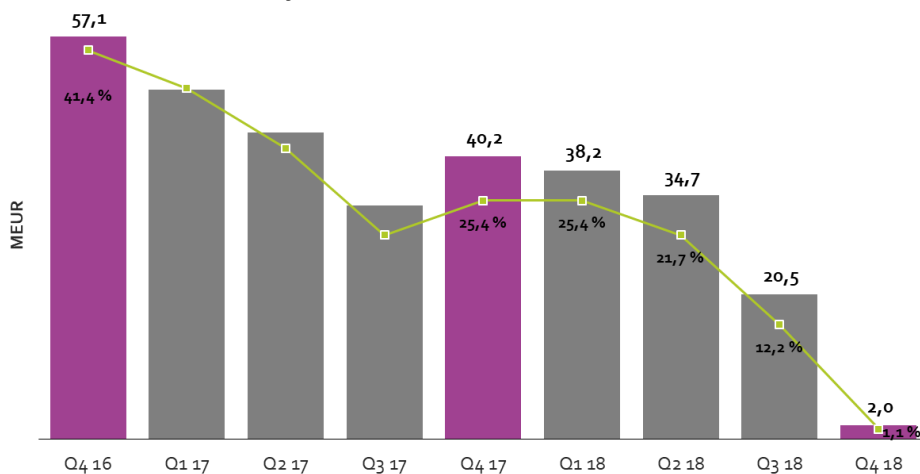
Liiketoiminnan rahavirta, MEUR



Konsernilla oli joulukuun 2018 lopussa korollisia velkoja yhteensä 51,5 (61,0) milj. euroa, jotka koostuvat kokonaisuudessaan rahoitusleasingveloista. Konsernin korollinen nettovelka oli 2,0 (40,2) milj. euroa.

KOROLLISET NETTOVELAT (milj. euroa)	2018 10—12	2017 10—12	2018 1—12	2017 1—12
Korolliset pitkäaikaiset velat	47,3	56,0	47,3	56,0
Lyhytaikaiset korolliset velat	4,2	5,0	4,2	5,0
Rahavarat	49,5	20,7	49,5	20,7
Korolliset nettovelat	2,0	40,2	2,0	40,2

Alma Medialla on käytettävissä kaksi 12,5 milj. euron suuruista, sitovaa rahoituslimiittiä, jotka olivat 31.12.2018 kokonaan käyttämättä. Yhtiö jatkoi huhtikuussa rahoituslimiittisopimuksia nykyisten rahoituskumppaneiden kanssa kolmella vuodella. Niiden lisäksi yhtiöllä on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistusohjelma oli 31.12.2018 käyttämättä. Alma Medialla ei ollut yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvaroja. Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat rahoitusvelat olivat 8,3 milj. euroa.



Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2018

Aiemmin konserniin yhdistelty autohuollon kilpailutuspalveluita tarjoavan AutoJerry Oy:n osakekanta siirtyi tammikuussa 2018 kokonaisuudessaan Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartnersin omistukseen. Lisäksi tammikuussa 2018 Alma Mediapartners Oy täydensi rakentamiseen ja asumiseen liittyvää järjestelmäliiketoimintaansa hankkimalla Käyttösofta Oy:n koko osakekannan sen perustajilta sekä hankki katsastuspalveluja vertailevan Katsastushinnat.fi -markkinapaikan ostamalla palvelun omistavan Ahorouta Oy:n osakekannan. Alma Media -konsernin omistusosuus Alma Mediapartners -konsernista on 65 %.

Alma Media myi Lapin lehti- ja jakeluliiketoimintansa Kalevalle huhtikuussa 2018. Kaupassa vaihtoivat omistajaa maakuntalehti Lapin Kansa, kaupunkilehdet Uusi Rovaniemi ja Lounais-Lappi sekä Alma Manu Oy:n jakeluliiketoiminta Lapin alueella. Alma Media kirjasi kaupasta 4,5 milj. euron kertaluonteisen myyntivoiton toiselle vuosineljännekselle.

Alma Mediaan kuuluva Alma Talent Oy myi kesäkuussa CRM-järjestelmän jälleenmyynti- ja ylläpitoliiketoiminnan CRM-servicelle.

Alma Mediaan kuuluvan Alma Talentin tapahtumaliiketoimintaan erikoistunut tytäryhtiö Alma Talent Events Ab lopetti toimintansa Ruotsissa.

Alma Mediaan kuuluva Alma Talent Ab myi heinäkuussa 2018 Dagens Media Sverige Ab:n osakekannan Bonnier Business Medialle. Bonnierille siirtyivät mediabrändit Dagens Media sekä Medievärlden, niiden medialiiketoiminta tapahtumineen sekä toimituksellinen henkilökunta.

Alma Consumerin matkailumedia Rantapallo myi heinäkuussa Matkapörssi- ja Lentokeskus-liiketoiminnot Lakeuden Matkat Oy:lle.

Alma Media myi heinäkuussa 2018 toimitila- ja tuotantokiinteistön Patamäenkatu 7:ssä Tampereella Ab Sagaxille. Myydyssä kiinteistössä oli aiemmin Aamulehden toimitiloja ja paino, mutta viime vuosina tilat ovat olleet kokonaisuudessaan vuokrattuna Alma Median ulkopuolelle. Ennen myyntiä kiinteistö oli luokiteltu IAS 40 sijoituskiinteistöt -standardin mukaiseksi sijoituskiinteistöksi.

Elokuussa 2018 Alma Median tytäryhtiö Alma Career ilmoitti sulkevensa Monsterpolska.pl:n ja Monster.hu:n rekrytointipalvelu-sivustot. Yhtiöiden, Monster Worldwide Polska SP. Z.o.o:n ja Monster Magyarorszag Kft:n toiminta ajettiin alas vaiheittain vuoden 2018 loppuun mennessä.

Alma Median tytäryhtiö Alma Media Kustannus Oy myi elokuussa Noormarkussa Porissa ilmestyvän Luoteisväylä-lehden Viestintä Vallin Oy:lle.

Raksa ja KotiKauppa Oy siirtyi marraskuussa kokonaisuudessaan Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartners Oy:n omistukseen. Yhtiö toteuttaa toiminnanohjausjärjestelmiä sekä uudis- että korjausrakentamisen tarpeisiin. Aiemmin Alma Mediapartners omisti yhtiöstä 51 prosenttia.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat tammi-joulukuussa 2018 yhteensä 22,1 (22,2) milj. euroa. Investoinnit koostuivat pääsääntöisesti Käyttösofta Oy:n, Autojerry Oy:n ja Ahorouta Oy:n sekä Etua Oy:n osakkeiden hankinnoista. Investointeihin sisältyy lisäksi normaaleja käyttö- ja ylläpitoinvestointeja.

INVESTOINNIT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)	2018 10—12	2017 10—12	2018 1—12	2017 1—12
Alma Markets	0,2	0,7	16,5	2,3
Alma Talent	0,2	0,5	0,9	2,1
Alma Consumer	0,2	0,1	1,9	0,9
Segmentit yhteensä	0,6	1,4	19,4	5,3
Kohdistamattomat	0,7	15,5	2,7	16,9
Yhteensä	1,3	16,9	22,1	22,2

INVESTOINNIT JA YRITYSOSTOT (milj. euroa)	2018 10—12	2017 10—12	2018 1—12	2017 1—12
Käyttöomaisuus	1,3	16,9	4,8	20,1
Yritysosot	0,0	0,0	17,3	2,1
Yhteensä	1,3	16,9	22,1	22,2

POISTOT (milj. euroa)	2018 10—12	2017 10—12	2018 1—12	2017 1—12
Käyttöomaisuushyödykkeiden poistot	2,3	7,2	9,9	15,2
Yrityshankintoihin liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot	1,4	1,3	5,7	5,1
Yhteensä	3,7	8,4	15,6	20,3

Tutkimus- ja kehittämismenot

Konsernilla oli tutkimus- ja kehittämismenoja vuonna 2018 yhteensä 4,3 milj. euroa (5,0 milj. euroa vuonna 2017). Tuloslaskelmaan tutkimus- ja kehittämismenoja kirjattiin yhteensä 4,3 milj. euroa (4,9 milj. euroa) ja taseeseen ei aktivoitu vuonna 2018 kehittämismenoja (0,1 milj. euroa vuonna 2017). Yhteensä taseessa 31.12.2018 on aktivoituja kehittämismenoja 1,1 milj. euroa (2,2 milj. euroa vuonna 2017).

LIIKETOIMINTASEGMENTIT

Alma Media tiedotti 21.3.2018 yhdistävänsä uutis- ja lifestylepalveluja tuottavan Alma News & Life sekä alueelliseen ja paikalliseen medialiiketoimintaan keskittyneen Alma Regions -liiketoimintasegmentit 1.4.2018 alkaen.

Yhdistymisen jälkeen Alma Medialla on kolme liiketoimintasegmenttiä: digitaalisten markkinapaikkojen ja rekrytointiliiketoiminnan 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 raportoitavat segmentit vastaavat konsernin toimintasegmenttejä.

Alma Markets

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

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

AVAINLUVUT milj. euroa	2018 10—12	2017 10—12	Muutos %	2018 1—12	2017 1—12	Muutos %
Liikevaihto	24,4	22,1	10,3	96,4	83,2	15,8
Mainosmyynnin liikevaihto	21,9	20,6	6,3	86,8	77,3	12,3
Palveluliikevaihto	2,5	1,5	65,2	9,5	5,9	61,1
Oikaistut kokonaiskulut	16,2	16,4	-0,9	62,1	55,0	12,8
Oikaistu käyttökate	9,1	6,5	39,3	38,1	31,3	21,6
Käyttökate	9,1	6,5	38,9	38,7	31,8	21,7
Oikaistu liikevoitto	8,2	5,8	42,1	34,4	28,3	21,5
% liikevaihdosta	33,7	26,2		35,7	34,1	
Liikevoitto/-tappio	8,2	5,8	41,6	35,1	28,9	21,6
% liikevaihdosta	33,6	26,2		36,4	34,7	
Henkilöstö keskimäärin	665	613	8,4	668	588	13,6
Digiliiketoiminnan liikevaihto	24,4	22,0	10,8	96,4	83,0	16,1
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	100,0	99,6		100,0	99,7	
OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT	2018 10—12	2017 10—12	Muutos %	2018 1—12	2017 1—12	Muutos %
Verkkopalvelut, eri selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl)*						
Etuovi.com	813,0	790,9	2,8	904,4	873,7	3,5
Autotalli.com	156,1	158,3	-1,4	160,1	161,9	-1,1

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

Lokakuu—joulukuu 2018

Vuoden 2018 viimeisellä neljänneksellä Alma Markets -segmentin liikevaihto kasvoi 10,3 % ja oli 24,4 (22,1) milj. euroa. Rekrytointiliiketoiminnan liikevaihdon kasvu hidastui alkuvuodesta ja viimeisellä vuosineljänneksellä sen liikevaihto kasvoi 5,9 % vertailukauteen verrattuna. Rekrytointiliiketoiminnan osuus koko segmentin liikevaihdosta oli 76,3 (79,5) % vuoden 2018 viimeisellä neljänneksellä. Alma Mediapartnersin tekemät yrityshankinnat kasvattivat

segmentin liikevaihtoa 0,7 milj. euroa sekä liikevoittoa 0,2 milj. euroa. Kotimaan markkinapaikkaliiketoiminta ilman rekrytointiliiketoimintaa kasvoi orgaanisesti 11 %.

Katsauskauden kokonaiskulut olivat 16,2 (16,4) milj. euroa. Kuluja laskivat alhaisemmat markkinointipanostukset erityisesti Tškeissä. Kuluja kasvattivat edelleen verkkopalveluiden kehittämiseen sekä voimakkaasta talouskasvusta johtuva palkkojen nousu erityisesti itäisen Keski-Euroopan maissa. Lisäksi viimeisellä neljänneksellä panostettiin uuden liiketoiminnan lanseeraukseen Puolassa 0,3 milj. eurolla.

Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto oli vuoden viimeisellä neljänneksellä 8,2 (5,8) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 33,7 % (26,2 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 8,2 (5,8) milj. euroa. Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät myyntivoittoihin.

Vuosi 2018

Vuonna 2018 Alma Markets -segmentin liikevaihto kasvoi 15,8 % ja oli 96,4 (83,2) milj. euroa. Kokonaisuudessaan rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 13,1 % katsauskaudella ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 76,3 (78,3) %. Valuuttakurssin muutoksen vaikutus liikevaihdon kasvuun Tškeissä oli 0,9 milj. euroa ja liikevoiton kasvuun 0,4 milj. euroa. Alma Mediapartnersin tekemät yrityshankinnat kasvattivat segmentin liikevaihtoa 2,7 milj. euroa sekä liikevoittoa 0,9 milj. euroa. Kotimaan markkinapaikkaliiketoiminta ilman rekrytointiliiketoimintaa kasvoi orgaanisesti 10 %.

Katsauskauden kokonaiskulut olivat 62,1 (55,0) milj. euroa. Kuluja kasvattivat panostukset myyntiin ja markkinointiin, verkkopalveluiden kehittämiseen sekä voimakkaasta talouskasvusta johtuva palkkojen nousu erityisesti itäisen Keski-Euroopan maissa. Lisäksi katsauskaudella panostettiin uuden liiketoiminnan lanseeraukseen Puolassa 1,6 milj. eurolla.

Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto oli vuonna 2018 34,4 (28,3) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 35,7 % (34,1 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 35,1 (28,9) milj. euroa. Katsauskauden ja vertailuvuoden oikaistut erät liittyivät vaiheittaisen hankinnan myyntivoittoihin.

Alma Talent

Alma Talent -liiketoimintasegmentti julkaisee 19:ta ammatti- ja talouslehteä sekä -kirjoja. Lisäksi liiketoiminto tarjoaa eri alojen ammattilaisille ja yrityksille osaamisen kehittämistä tukevia ja liiketoimintaa kasvattavia palveluja, kuten tapahtumia, koulutusta ja tietopalveluja. Alma Talent toimii Suomessa, Ruotsissa ja Baltian maissa. Alma Talentin medioita ovat muun muassa Kauppalehti, Talouselämä, Tekniikka & Talous, Markkinointi & Mainonta, Arvopaperi, Tivi ja Mediutiset. Ruotsissa Alma Talentin julkaisuja ovat muun muassa Affärsvärlden ja Ny Teknik.

AVAINLUVUT	2018	2017	Muutos	2018	2017	Muutos
milj. euroa	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Liikevaihto	29,9	31,0	-3,6	108,9	113,2	-3,8
Sisältöliikevaihto	13,2	13,3	-0,4	47,7	48,2	-1,2
Sisältöliikevaihto, painettu	10,3	10,7	-11,6	36,6	38,2	-4,2
Sisältöliikevaihto, digi	2,9	2,6	13,7	11,1	10,1	10,3
Mainosmyynnin liikevaihto	9,5	10,1	-5,5	33,4	35,5	-6,0
Mainosmyynti, painettu	4,0	4,5	-11,6	13,9	15,5	-10,5
Mainosmyynti, digi	4,8	4,8	-0,6	17,0	17,3	-1,9
Palveluliikevaihto	7,1	7,6	-6,6	27,8	29,5	-5,6
Oikaistut kokonaiskulut	24,4	27,2	-10,5	93,6	98,7	-5,2
Oikaistu käyttökate	6,6	4,9	33,7	19,5	18,8	3,4
Käyttökate	6,2	4,9	25,4	19,1	19,4	-1,7
Oikaistu liikevoitto	5,6	3,9	44,5	15,5	14,6	5,9
% liikevaihdosta	18,7	12,5		14,2	12,9	
Liikevoitto/-tappio	5,2	3,9	33,9	15,1	15,2	-0,7
% liikevaihdosta	17,3	12,5		13,8	13,4	
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	485	534	-9,2	515	537	-4,1

Telemarkkinoijat keskimäärin	341	317	7,8	326	306	6,7
Digiliiketoiminnan liikevaihto	10,3	10,2	1,2	38,8	38,2	1,3
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	34,5	32,9		35,6	33,8	

Lokakuu—joulukuu 2018

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski 3,6 % 29,9 (31,0) milj. euroon. Myytyjen ja lopetettujen toimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun oli 1,1 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 34,5% (32,9 %). Valuuttakurssin muutoksen vaikutus liikevaihdon laskuun Ruotsissa oli 0,3 milj. euroa.

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto oli viime vuoden tasolla ja oli 13,2 (13,3) milj. euroa. Digitaaliset sisältötuotot kasvoivat 13,7 %. Alma Talentissa digitaalisten yritystilausten (noin 57 000) lisäksi kuluttajien digi-only tilausten määrä oli katsauskauden lopussa 15 000. Digitaalisen sisältömyynnin kasvu kompensoi painetun median laskua. Vuoden viimeisen neljänneksen mainosmyynti laski 5,5 % ja oli 9,5 (10,1) milj. euroa ja digitaalinen mainosmyynti oli vertailukauden tasolla, kotimaassa digitaalinen mainosmyynti kasvoi 8 %.

Palveluliikevaihto laski 6,6 % myytyjen liiketoimintojen johdosta ja oli 7,1 (7,6) milj. euroa. Palveluliikevaihtoa kasvatti Alma Talentin koulutusliiketoiminta.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 24,4 (27,2) milj. euroa. Myytyjen ja lopetettujen toimintojen vaikutus kululaskuun oli 1,0 milj. euroa. Kokonaiskulut laskivat sekä Suomessa että Ruotsissa toteutettujen kustannustehokkuuteen tähtäävien rakennejärjestelyiden vaikutuksesta.

Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 5,6 (3,9) milj. euroa ja liikevoitto 5,2 (3,9) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 18,7 % (12,5 %) liikevaihdosta. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin.

Vuosi 2018

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski 3,8 % 108,9 (113,2) milj. euroon. Hankittujen, myytyjen ja lopetettujen toimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun oli 2,2 milj. euroa. Ruotsin kruunun vaikutus liikevaihdon laskuun oli 1,3 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 35,6 % (33,8 %).

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto laski 1,2 % ja oli 47,7 (48,2) milj. euroa. Digitaaliset sisältötuotot kasvoivat 10,3 %. Vuonna 2018 mainosmyynti laski 6,0 % ja oli 33,4 (35,5) milj. euroa. Mainosmyynti verkossa laski 1,9 % vertailukaudesta erityisesti alkuvuoden heikon myyntikehityksen johdosta.

Palveluliikevaihto oli 27,8 (29,5) milj. euroa. Palveluliikevaihdon laskua selittää myytyjen toimintojen vaikutus 0,6 milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 93,6 (98,7) milj. euroa. Hankittujen, myytyjen ja lopetettujen toimintojen vaikutus kulujen laskuun oli 1,9 milj. euroa. Lisäksi kokonaiskulut laskivat sekä Suomessa että Ruotsissa toteutettujen kustannustehokkuuteen tähtäävien rakennejärjestelyiden vaikutuksesta.

Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 15,5 (14,6) milj. euroa ja liikevoitto 15,1 (15,2) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 14,2 % (12,9 %) liikevaihdosta. Vuoden 2018 oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin ja myyntivoittoihin. Myös vuoden 2017 oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin ja vaiheittaisen hankinnan myyntivoittoihin.

Alma Consumer

Alma Consumer julkaisee sekä printissä että verkossa valtakunnallista uutismedia Iltalehteä, alueellisia lehtiä Aamulehteä, Satakunnan Kansaa ja Pirkanmaalla sekä Länsi- ja Keski-Suomessa ilmestyviä paikallis- ja kaupunkilehtiä. Lisäksi segmentissä raportoidaan verkkopalvelut Telkku.com, Kotikokki.net, E-kontakti.fi ja Rantapallo.fi. Myös paino- ja jakeluyksikkö Alma Manu kuuluu liiketoimintasegmenttiin.

AVAINLUVUT milj. euroa	2018 10—12	2017 10—12	Muutos %	2018 1—12	2017 1—12	Muutos %
Liikevaihto	38,4	44,2	-13,1	151,7	171,8	-11,7
Sisältöliikevaihto	16,2	19,2	-15,2	67,1	77,6	-13,5
Sisältöliikevaihto, painettu	14,8	17,5	-15,5	61,3	71,2	-13,9
Sisältöliikevaihto, digi	1,4	1,6	-12,4	5,8	6,4	-9,3
Mainosmyynnin liikevaihto	17,2	19,6	-12,0	63,9	73,2	-12,7
Mainosmyynti, painettu	9,3	12,2	-23,6	37,5	48,1	-21,9
Mainosmyynti, digi	7,9	7,3	7,3	26,4	25,2	4,8
Palveluliikevaihto	5,0	5,5	-9,8	20,6	20,9	-1,6
Oikaistut kokonaiskulut	33,2	39,7	-16,3	137,6	155,4	-11,5
Oikaistu käyttökate	6,3	5,6	13,2	18,3	20,8	-12,1
Käyttökate	5,7	4,2	37,2	21,8	18,6	17,0
Oikaistu liikevoitto	5,4	4,6	17,8	14,4	16,7	-13,5
% liikevaihdosta	14,0	10,3		9,5	9,7	-2,1
Liikevoitto/-tappio	4,8	3,1	51,8	17,9	14,5	23,7
% liikevaihdosta	12,4	7,1		11,8	8,4	40,0
Henkilöstö keskimäärin ilman lehdenjakajia	535	634	-15,6	590	690	-14,6
Lehdenjakajat keskimäärin	771	827	-6,7	821	869	-5,6
Digiliiketoiminnan liikevaihto	9,9	10,1	-1,4	35,7	35,3	1,0
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	25,9	22,8		23,5	20,6	

Lokakuu—joulukuu 2018

Alma Consumer -segmentin liikevaihto laski loka–joulukuussa 13,1 % 38,4 (44,2) milj. euroon. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun oli 5,1 milj. euroa. Liikevaihto laski erityisesti painetussa mediassa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 25,9% (22,8%).

Segmentin sisältöliikevaihto laski loka–joulukuussa 15,2 % 16,2 (19,2) milj. euroon. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus sisältöliikevaihdon laskuun 2,3 milj. euroa. Lisäksi sisältöliikevaihtoa laski Iltalehden irtonumeromyyntin lasku. Alueellisten medioiden sisältöliikevaihto oli vertailukauden tasolla. Alma Consumer -segmentin digi-only tilausten määrä oli yli 17 000.

Segmentin mainosmyynti laski 12,0 % ja oli 17,2 (19,6) milj. euroa. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus mainonnan laskuun oli 2,1 milj. euroa. Segmentin digimainosmyynti ilman myytyjen liiketoimintojen vaikutusta kasvoi 9,8 %. Digitaalista mainosmyyntiä kasvatti ohjelmallinen ostaminen erityisesti mobiilissa sekä videomainonnassa.

Segmentin palveluliikevaihto laski 9,8 % ja oli 5,0 (5,5) milj. euroa. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus palveluliikevaihdon laskuun oli 0,5 milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 33,2 (39,7) milj. euroa. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus kulujen laskuun oli 5,0 milj. euroa. Lisäksi kulusäästöjä syntyy, sisällön hankinnan- ja henkilöstökulujen pienentymisestä. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 5,4 (4,6) milj. euroa, 14,0 % (10,3 %) liikevaihdosta. Katsauskaudella raportoidut oikaistut erät -0,6 milj. euroa liittyivät omaisuuserien myynteihin ja toiminnan uudelleen järjestelyihin. Segmentin liikevoitto oli 4,9 (3,1) milj. euroa.

Vuosi 2018

Alma Consumer -segmentin liikevaihto laski vuonna 2018 11,7 % 151,7 (171,8) milj. euroon. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 23,5 % (20,6 %). Myytyjen toimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun oli 16,9 milj. euroa.

Segmentin sisältöliikevaihto laski vuonna 2018 13,5 % 67,1 (77,6) milj. euroon. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus sisältöliikevaihdon laskuun oli 7,9 milj. euroa. Lisäksi sisältöliikevaihtoa laski Iltalehden irtonumeromyyntin lasku.

Segmentin mainosmyynti laski 12,7 % ja oli 63,9 (73,2) milj. euroa. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus mainonnan laskuun oli 7,9 milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 21,9 %. Segmentin digimainosmyynti kasvoi 4,8 % ja oli 26,4 (25,2) milj. euroa. Vertailukauden mainosmyynti sisältää 1,0 milj. euroa kunnallisvaalien mainontaa.

Segmentin palveluliikevaihto laski 1,6 % ja oli 20,6 (20,9) milj. euroa. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus palveluliikevaihdon laskuun oli 1,1 milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 137,6 (155,4) milj. euroa. Myytyjen toimintojen vaikutus kulujen laskuun oli 16,4 milj. euroa. Oikaistuja kokonaiskuluja kasvattivat paperin hinnan korotus helmikuusta alkaen sekä ulkoisen jakelumyyntin kasvun myötä lisääntyneet kustannukset. Kuluja laskivat sisällöntuotannon hankintojen pientyminen sekä säästöt henkilöstökuluissa.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 14,4 (16,7) milj. euroa, 9,5% (9,7 %) liikevaihdosta. Katsauskaudella raportoidut oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin ja myynteihin. Segmentin liikevoitto oli 18,0 (14,5) milj. euroa. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyyn Lapin kustannusliiketoiminnassa sekä myyntivoittoihin.

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

VARAT SEGMENTEITTÄIN		
(milj. euroa)	31.12.2018	31.12.2017
Alma Markets	98,3	81,8
Alma Talent	100,5	110,8
Alma Consumer	62,2	68,0
Segmentit yhteensä	261,0	260,6
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	84,6	73,2
Yhteensä	345,6	333,8
VELAT SEGMENTEITTÄIN		
(milj. euroa)	31.12.2018	31.12.2017
Alma Markets	35,7	25,7
Alma Talent	26,1	31,1
Alma Consumer	40,6	65,4
Segmentit yhteensä	102,4	122,3
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	56,1	53,2
Yhteensä	158,8	175,5

Varsinainen yhtiökokous 2018 ja hallituksen järjestäytymiskokouksen päätöksiä

Alma Media Oyj:n 14.3.2018 pidetty varsinainen yhtiökokous vahvisti vuoden 2017 tilinpäätöksen ja myönsi vastuuvapauden hallituksen jäsenille ja toimitusjohtajalle. Yhtiökokous päätti, että tilikaudelta 2017 jaetaan osinkoa 0,24 euroa osaketta kohden. Osinko maksettiin 23.3.2018.

Yhtiökokous vahvisti hallituksen osakkeenomistajien nimitystoimikunta nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan ehdotuksen mukaisesti hallituksen jäsenten lukumääräksi kahdeksan. Varsinainen yhtiökokous valitsi yhtiön hallituksen jäseniksi uudelleen toimikaudelle, joka jatkuu seuraavan varsinaisen yhtiökokouksen loppuun saakka, Esa Lagerin, Petri Niemisvirran, Matti Korkiatuvan ja Catharina Stackelberg-Hammarénin ja uusiksi hallituksen jäseniksi Peter Immosen, Alexander Lindholmin, Heike Tylerin ja Päivi Rekosen. Yhtiökokouksen jälkeen pitämässään järjestäytymiskokouksessa hallitus valitsi puheenjohtajakseen Petri Niemisvirran ja varapuheenjohtajakseen Catharina Stackelberg-Hammarénin.

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

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

Varsinaisen yhtiökokouksen ja hallituksen järjestäytymiskokouksen päätöksistä tiedotettiin tarkemmin pörssitiedotteella 14.3.2018.

Osake, osakemarkkinat ja hallituksen valtuudet

Loka-joulukuussa NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 14 289 663 Alma Median osaketta, mikä vastasi 17,3 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisen kaupankäyntipäivänä 28.12.2018 oli 5,54 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 5,10 euroa ja ylin 6,86 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 456,4 milj. euroa.

Alma Media Oyj:n yhtiökokous päätti 14.3.2018, että oikeudet yhtiön yhteistilillä oleviin osakkeisiin ja niihin perustuviin oikeuksiin menetetään. Päätös koski yhtiökokouskutsun päivämääränä 14.2.2018 yhteistilille kirjattuja Alma Media Oyj:n 198 658 osaketta, jotka olivat paperimuotoisina osakkeenomistajan hallussa. Edellä tarkoitetusta osakemäärästä olisi vähennetty se määrä osakkeita, joiden osalta osakkeenomistaja olisi pätevästi vaatinut kirjaamista osakkeenomistajan osoittamalle arvo-osuustilille viimeistään 14.3.2018 kello 12.00 ja joita koskeva jälkivaihtovaatimus olisi tullut täydelliseksi viimeistään 30.9.2018. Määräaikaan mennessä Alma Medialle ei esitetty osakkeiden kirjaamista koskevia vaatimuksia.

Yhtiökokous valtuutti hallituksen ryhtymään kaikkiin päätöksen edellyttämiin toimenpiteisiin. Menetettyihin osakkeisiin sovellettiin osakeyhtiölain 3 luvun 14 a §:n 3 momentin mukaisesti yhtiön hallussa olevia omia osakkeita koskevia säännöksiä. Menetettyjä osakkeita voidaan käyttää johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamiseen, tai osakkeet voidaan mitätöidä.

Alma Media Oyj:llä on hallussaan omia osakkeita yhteensä 236 314 kappaletta, mikä on 0,24 prosenttia yhtiön osakkeiden kokonaismäärästä ja osakkeisiin liittyvistä äänistä. Alma Median osakkeiden rekisteröity kokonaismäärä on 82 383 182 osaketta, joilla on ääniä yhteensä 82 383 182 kappaletta.

Yhtiökokous valtuutti 14.3.2018 hallituksen päättämään enintään 824 000 osakkeen hankkimisesta yhdessä tai useammassa erässä. Ehdotettu valtuutuksen enimmäismäärä on noin yksi prosenttia yhtiön koko osakemäärästä. Osakkeita voidaan hankkia yhtiön pääomarakenteen kehittämiseksi, yrityskauppojen tai muiden järjestelyjen rahoittamiseksi tai toteuttamiseksi tai johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamisessa tai muutoin edelleen luovutettaviksi tai mitätöitäviksi. Valtuutuksen ehdotetaan olevan voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2019 saakka.

Yhtiökokous valtuutti 14.3.2018 hallituksen päättämään osakeannista omia osakkeita luovuttamalla. Valtuutuksen perusteella voidaan antaa enintään 824 000 osaketta. Ehdotettu valtuutuksen enimmäismäärä vastaa noin 1 prosenttia yhtiön koko osakemäärästä. Hallitus voi valtuutuksen perusteella päättää osakeannista suunnatusti eli

osakkeenomistajien etuoikeudesta poiketen. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhdessä tai useammassa erässä. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhtiön johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamiseksi. Valtuutus on voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2019 saakka.

Yhtiökokous valtuutti 14.3.2018 hallituksen päättämään osakeannista. Valtuutuksen perusteella voidaan antaa enintään 16 500 000 osaketta. Ehdotettu valtuutuksen enimmäismäärä vastaa noin 20 prosenttia yhtiön koko osakemäärästä. Osakeanti voidaan toteuttaa antamalla uusia osakkeita tai luovuttamalla yhtiön hallussa olevia osakkeita. Hallitus voi valtuutuksen perusteella päättää osakeannista suunnatusti eli osakkeenomistajien etuoikeudesta poiketen. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhdessä tai useammassa erässä. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhtiön pääomarakenteen kehittämiseksi, omistuspuhjan 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 30.6.2019 saakka.

Alma Median pitkän aikavälin osakepohjaisen kannustinjärjestely yhtiön johdolle ja eräille avainhenkilöille (LTI 2015 -järjestely) perustuu hallituksen päätökseen, josta on tiedotettu pörssitiedotteella 27.2.2015. LTI 2015 -järjestely koostuu vuosittain alkavista yksittäisistä osakepalkkio-ohjelmista, joista kukin on ehdollinen hallituksen erilliselle hyväksynnälle. Kussakin yksittäisessä ohjelmassa on kolme pääelementtiä: sijoitus yhtiön osakkeisiin edellytyksenä ohjelmaan osallistumiselle, osakesijoitukseen perustuvat lisäosakkeet sekä mahdollisuus ansaita suoriteperusteisia lisäosakkeita.

Osakesijoitukseen perustuvassa lisäosakeohjelmassa (matching share plan) osallistuja saa tietyn määrän lisäosakkeita Alma Median osakkeisiin tekemänsä sijoituksen perusteella. Osallistuja saa maksutta kaksi lisäosaketta kutakin sijoittamaansa osaketta kohti kahden vuoden odotusjakson jälkeen edellyttäen, että osakepalkkion saamiselle ohjelman ehdoissa asetetut muut edellytykset edelleen täyttyvät palkkion suorittamishetkellä.

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

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

Alma Media Oyj:n hallitus on päättänyt LTI 2015 -järjestelyn pohjalta alkavista osakepalkkio-ohjelmista seuraavalle kolmelle vuodelle: LTI 2015 II (2016), LTI 2015 III (2017) ja LTI 2015 IV (2018). Kannustinjärjestelyjen ehdot vastaavat olennaisin osin vuonna 2015 alkaneen osakepalkkio-ohjelman ehtoja.

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

Joulukuussa 2018 Alma Media Oyj:n hallitus päätti muutoksista yhtiön ylimmän johdon pitkän aikavälin osakepohjaiseen kannustinjärjestelmään. Hallitus on lisäksi päätti uuden pitkän aikavälin osakepohjaisen kannustinjärjestelmän perustamisesta yhtiön muille avainhenkilöille. Uusi kannustinjärjestelmä LTI 2019 käynnistyy vuoden 2019 alusta lukien.

Markkinatakaus

Alma Media Oyj:n osakkeelle ei ole voimassaolevaa markkinatakausta.

Liputusilmoitukset

Alma Media Oyj sai 16.11.2018 AML 9 luvun 5 §:n mukaisen ilmoituksen Otava Oy:ltä siitä, että Otavan osakeomistus Alma Media Oyj:n osakkeiden kokonaismäärästä ja äänimäärästä on noussut yli 25 prosenttiin ja oli 29,04 % (10,003 %).

Alma Media Oyj sai 16.11.2018 AML 9 luvun 5 §:n mukaisen ilmoituksen Ilkka-Yhtymä Oyj:lta siitä, että Ilkka-Yhtymän osakeomistus Alma Media Oyj:n osakkeiden kokonaismäärästä ja äänimäärästä on alittanut 15 prosentin rajan ja oli 10,92 % (29,96 %).

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, mainosmyynnin pysyvä vähentyminen sekä jakelukustannusten merkittävä nousu. Suurimpien talouden ja tekniikan aikakauslehtien ryhmätilaukset ovat kattavuudeltaan merkittäviä. Muutokset näissä sopimuksissa saattavat muuttaa lehtien tilausmääriä suuresti. Mediatoimiala muuttuu mediakäytön muutosten ja teknologian kehittymisen myötä. Alma Median 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. 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 tärkeimmät ovat tietotekniikan ja -liikenteen häiriöt sekä painotoiminnan keskeytyminen.

Tilikauden jälkeiset tapahtumat

Tilikauden päättymisen jälkeen ei ole ollut merkittäviä normaalista liiketoiminnasta poikkeavia tapahtumia.

ALMA MEDIA OYJ
Hallitus

TILINPÄÄTÖSTIEDOTELYHENNELMÄ JA LIITETIEDOT

LAAJA TULOSLASKELMA (milj. euroa)	2018 10—12	2017 10—12	Muutos %	2018 1—12	2017 1—12	Muutos %
LIKEVAIHTO	91,9	97,1	-5,3	354,6	367,3	-3,5
Liiketoiminnan muut tuotot	0,2	0,5	-59,6	6,7	3,3	101,4
Materiaalit ja palvelut	15,9	19,2	-17,1	64,8	74,4	-12,9
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	35,9	39,7	-9,6	141,9	148,8	-4,7
Poistot ja arvonalentumiset	3,7	8,4	-56,1	15,6	20,3	-23,3
Liiketoiminnan muut kulut	20,5	24,4	-16,2	78,1	80,6	-3,1
LIKEVOITTO	16,1	5,8	176,5	61,0	46,6	31,0
Rahoitustuotot	0,7	0,5	29,3	2,1	0,6	616,1
Rahoituskulut	0,8	0,6	25,4	2,4	1,8	132,4
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	-0,7	0,0	-1 741,7	-0,3	0,7	-147,5
TULOS ENNEN VEROJA	15,3	5,8	164,5	60,4	45,9	31,5
Tuloverot	3,8	1,4	175,9	12,5	9,2	35,1
TILIKAUDEN TULOS	11,5	4,4	160,9	47,9	36,7	30,6
MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:						
Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi						
Etuuspohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät	-0,1	-0,2		-0,1	-0,2	
Käypään arvoon muiden laajan tuloksen kautta arvostettavien oman pääoman ehtoisten instrumenttien käyvän arvon muutokset	0,0			-0,2		
Verot eristä, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteisiksi	0	0		0	0	
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi						
Muuntoerot	-0,1	0,4		0,6	0,5	
Osuus osakkuusyrityksissä kirjatusta muista laajan tuloksen eristä	0,0	0,0		0,0	0,0	
Tilikauden muut laajan tuloksen eriin liittyvät verot	0,0	0,0		0,0	0,0	
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	-0,2	0,2		0,3	0,3	
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	11,3	4,6		48,3	37,0	
Tilikauden tuloksen jakautuminen:						
- Emoyhtiön omistajille	10,2	3,5		41,7	32,2	
- Määräysvallattomille omistajille	1,4	0,9		6,3	4,6	
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:						
- Emoyhtiön omistajille	9,9	3,7		42,0	32,5	
- Määräysvallattomille omistajille	1,4	0,9		6,3	4,6	
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:						
- Tulos/osake (laimentamaton ja laimennettu), euroa	0,12	0,04		0,51	0,39	

TASE		
(milj. euroa)	31.12.2018	31.12.2017
VARAT		
PITKÄAIKAISET VARAT		
Liikearvo	133,5	121,7
Aineettomat hyödykkeet	59,4	62,4
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	53,7	59,8
Sijoituskiinteistöt	0,0	10,2
Osuudet osakkuusyrityksissä	4,1	4,5
Muut rahoitusvarat	3,9	4,0
Laskennalliset verosaamiset	1,5	2,3
LYHYTAIKAISET VARAT		
Vaihto-omaisuus	3,2	2,4
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,4	0,6
Myyntisaamiset ja muut saamiset	36,3	44,9
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	0,1	0,0
Rahavarat	49,5	20,7
VARAT YHTEENSÄ	345,6	333,8
OMA PÄÄOMA JA VELAT		
Osakepääoma	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7
Muuntoerot	-0,6	-1,2
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,1	19,1
Kertyneet voittovarot	88,7	65,8
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	160,2	136,8
Määräysvallattomien omistajien osuus	26,6	21,6
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	186,8	158,3
VIERAS PÄÄOMA		
PITKÄAIKAISET VELAT		
Pitkäaikaiset korolliset velat	47,3	56,0
Laskennalliset verovelat	12,2	13,0
Eläkevelvoitteet	1,1	1,1
Varaukset	0,4	0,4
Muut pitkäaikaiset velat	0,1	0,2
LYHYTAIKAISET VELAT		
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	13,1	5,7
Saadut ennakot	20,5	23,0
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	3,7	5,1
Varaukset	0,7	0,9
Ostovelat ja muut velat	59,5	70,1
VELAT YHTEENSÄ	158,8	175,5
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	345,6	333,8

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 1.1.2018	45,3	7,7	-1,2	19,1	65,8	136,8	21,6	158,3
IFRS 9 -standardin käyttöönotto					-0,2	-0,2		-0,2
IFRS 2 -standardimuutos					1,6	1,6		1,6
Oma pääoma 1.1.2018	45,3	7,7	-1,2	19,1	67,3	138,2	21,6	159,8
Tilikauden tulos					41,7	41,7	6,3	47,9
Muut laajan tuloksen erät					-0,1	-0,1		
Muuntoerot			0,6		-0,9	-0,3	0,2	-0,1
Myytavissä olevat rahoituserät					-0,2	-0,2		-0,2
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-19,7	-19,7		-19,7
Tytäryritysten osingonjako							-3,1	-3,1
Omien osakkeiden hankinta						0,0		0,0
Lunastamattomien osinkojen palautus					0,1	0,1		
Osakemerkintä								
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					0,5	0,5	0,1	0,6
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset					0,0		1,5	1,5
Oma pääoma 31.12.2018	45,3	7,7	-0,6	19,1	88,7	160,2	26,6	186,8

Oma pääoma 1.1.2017	45,3	7,7	-1,7	19,1	48,3	118,7	19,3	138,0
Tilikauden tulos					32,2	32,2	4,6	36,7
Muut laajan tuloksen erät			0,5		-0,2	0,3	0,2	0,5
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-13,2	-13,2		-13,2
Tytäryritysten osingonjako							-2,3	-2,3
Omien osakkeiden hankinta					-1,2	-1,2		-1,2
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					0,5	0,5		0,5
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset								
Määräysvallattomien omistajien osuuksien hankinnat, jotka eivät johtaneet muutokseen määräysvallassa					-0,5	-0,5	-0,1	-0,6
Oma pääoma 31.12.2017	45,3	7,7	-1,2	19,1	65,8	136,8	21,6	158,3

*) Oikaistu tytäryrityksen valuuttamääräisiä oman pääoman eriä muuntoeron ja kertyneiden voittovarojen välillä.

RAHAVIRTALASKELMA	2018	2017	2018	2017
(milj. euroa)	10—12	10—12	1—12	1—12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA				
Tilikauden voitto	11,5	4,4	47,9	36,7
Oikaisuerät	9,7	11,1	26,1	28,7
Käyttöpääoman muutos	2,0	-5,0	-2,7	-6,0
Saadut osingot	0,1	0,0	0,4	1,0
Saadut korot	0,0	0,0	0,1	0,1
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-0,8	-0,5	-1,7	-1,8
Maksetut verot	-3,4	-1,6	-13,9	-7,0
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	19,1	8,5	56,2	51,7
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA				
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	-0,6	-0,9	-1,6	-1,6
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-0,4	-0,5	-2,1	-2,1
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot	0,1	0,3	1,4	0,5
Investoinnit muihin sijoituksiin	0,0	-14,8	-0,1	-14,8
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla	-0,1	0,0	-5,2	-2,0
Liiketoimintojen myynnit vähennettynä myyntihetken rahavaroilla	0,1	1,1	12,9	1,1
Osakkuusyritysten hankinta	0,3	0,0	-1,2	-0,3
Osakkuusyritysten myynti	0,0	0,0	1,2	1,5
Investointien rahavirta yhteensä	-0,6	-14,7	5,3	-17,2
Rahavirta ennen rahoitusta	18,5	-6,2	61,6	34,5
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA				
Omien osakkeiden hankinta				-1,2
Lainojen nostot		0,0	14,0	3,0
Lainojen takaisinmaksut		-5,0	-19,0	-18,2
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-1,2	-1,4	-5,1	-5,0
Maksetut osingot		0,2	-22,9	-15,5
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-1,2	-6,2	-33,0	-37,0
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	25,3	-13,0	28,6	-2,4
Rahavarat kauden alussa	24,2	33,8	20,7	23,3
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	0,1	0,0	0,2	0,1
Rahavarat kauden lopussa	49,5	20,7	49,5	20,7

Hankitut liiketoiminnot 2018

Alma Media on toteuttanut seuraavat yritysjärjestelyt vuoden 2018 aikana

	<u>Liiketoiminto</u>	<u>Hankintahetki</u>	<u>Hankintaosuus</u>	<u>Konsernin omistusosuus</u>
<u>Alma Markets segmentti</u>				
Ahorouta Oy	Verkkopalvelu	3.1.2018	100,0 %	65 %
AutoJerry Oy	Verkkopalvelu	10.1.2018	76,0 %	65 %
Käyttösofta Oy	Verkkopalvelu	10.1.2018	100,0 %	65 %

Raksa ja KotiKauppa Oy:n hankinta käsiteltiin tytäryhtiöomistusosuuksien muutoksena, määräysvallattomien omistajien osuuksien hankintana, joka ei johtanut muutokseen määräysvallassa. Tämän seurauksena omaan pääomaan kirjattiin 0,1 miljoonan euron vähennys.

Tiedot segmentin hankituista liiketoiminnoista esitetään yhdistettynä.

<u>milj. eur</u>	<u>Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot</u>
Aineettomat hyödykkeet	5,2
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,2
Rahavarat	0,8
Yhteensä	6,2
Laskennalliset verovelat	1,0
Ostovelat ja muut velat	0,4
Yhteensä	1,4
Nettovarat 100%	4,7
Konsernin osuus nettovaroista	3,1
IFRS-hankintameno	16,5
Liikearvo	13,4

Ehdolliset kauppahinnat

Liiketoimintakaupoista syntyneet ehdolliset vastikkeet luokitellaan käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavaksi rahoitusvelaksi. Tehtyjen liiketoimintakauppojen ehdollisten vastikkeiden määrä perustuu hankittujen liiketoimintojen vuoden 2018 tulokseen.

<u>EHDOLLISET KAUPPAHINTAVELAT</u> <u>(milj. euroa)</u>	
Velkojen alkuperäinen käypä arvo	10,0
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella	-1,6
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	8,3

Henkilöstö

HENKILÖSTÖN MAANTIETEELLINEN JAKAUMA	2018	2017	2018	2017
	10—12	10—12	1—12	1—12
Henkilöstö Suomi	1 222	1 315	1 294	1 378
Henkilöstö muut maat	632	623	649	597
Henkilöstö yhteensä	1 854	1 938	1 943	1 975

Varaukset

Yhtiöllä oli 31.12.2018 yhteensä 1,1 (1,2) milj. euroa varauksia. Varausten muodostamisen yhteydessä tehtyjä arvioita ei ole ollut tarvetta muuttaa.

Vastuut

VASTUUSITOUMUKSET (milj. euroa)		31.12.2018	31.12.2017
Muiden puolesta annetut vakuudet			
Takaukset		0,9	0,9
Muut vastuusitoumukset		0,3	1,0
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:			
Yhden vuoden kuluessa		8,7	9,2
1-5 vuoden kuluessa		22,1	25,2
yli viiden vuoden kuluttua		14,8	18,2
Yhteensä		45,5	52,6
Lisäksi konsernilla on IFRIC 4:n perusteella sellaisia ostosopimuksia, joihin sisältyy IAS 17 mukainen muu vuokrasopimuskomponentti. Näiden ostosopimusten perusteella maksettavat vähimmäissuoritukset:		0,0	0,1

JOHDANNAISSOPIMUKSET (milj. euroa)		31.12.2018	31.12.2017
Hyödyke johdannaiset, sähkötermiinit			
Käypä arvo*		0,1	0,0
Nimellisarvo		0,1	0,3
Korkojohdannaiset			
Käypä arvo*		-0,5	-0,5
Kohde-etuuden arvo		15,4	19,4
Valuuttajohdannaiset			
Käypä arvo*		0,0	-0,2
Kohde-etuuden arvo		4,6	8,0

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)	2018 10—12	2017 10—12	2018 1—12	2017 1—12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,0	0,0	0,3	0,6
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,2	0,4
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,1	0,2
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,0	0,0	0,0	0,0
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,1	0,4	0,8	2,9
Osakkuusyhtiöt	0,1	0,4	0,8	2,9
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,0	0,0	0,0	0,0
Myynti, laina- ja muut saamiset raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0	0,0
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,0	0,0	0,0	0,0
Ostovelat raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0	0,0
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0
Hankitut liiketoiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0

KONSERNI VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN milj. euroa	2018 10—12	2018 7—9	2018 4—6	2018 1—3	2017 10—12	2017 7—9	2017 4—6	2017 1—3	2016 10—12
LIKEVAIHTO	91,9	81,6	88,9	92,2	97,1	86,0	93,7	90,5	93,5
Alma Markets	24,4	23,9	24,2	23,8	22,1	20,9	20,6	19,6	18,0
Alma Talent	29,9	23,1	28,1	27,8	31,0	24,0	28,7	29,5	31,2
Alma Consumer	38,4	35,3	37,2	40,7	44,2	41,3	44,7	41,6	44,6
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,8	-0,7	-0,6	-0,2	-0,3	-0,2	-0,2	-0,2	-0,2
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	75,0	66,6	76,2	80,1	90,1	72,2	80,5	78,0	82,8
Alma Markets	16,2	14,6	15,7	15,6	16,4	13,0	13,3	12,4	14,1
Alma Talent	24,4	20,3	24,3	24,6	27,2	21,2	25,3	25,0	26,4
Alma Consumer	33,2	31,4	34,6	38,4	39,7	36,8	40,4	38,6	41,7
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	1,2	0,3	1,7	1,5	6,8	1,2	1,6	2,1	-0,6
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	20,8	18,9	16,9	16,4	15,7	17,9	17,2	16,6	15,6
Alma Markets	9,1	10,3	9,5	9,1	6,5	8,6	8,1	8,0	5,4
Alma Talent	6,6	3,8	4,8	4,3	4,9	3,9	4,4	5,7	5,7
Alma Consumer	6,3	4,9	3,7	3,4	5,6	5,7	5,4	4,0	6,1
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,2	-0,2	-1,2	-0,4	-1,4	-0,4	-0,7	-1,1	-1,8
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	17,1	15,1	12,9	12,2	11,3	14,0	13,2	12,6	10,9
Alma Markets	8,2	9,4	8,6	8,2	5,8	7,9	7,3	7,3	4,0
Alma Talent	5,6	2,8	3,8	3,3	3,9	2,8	3,3	4,6	4,7
Alma Consumer	5,4	4,0	2,7	2,3	4,6	4,7	4,4	3,0	5,1
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-2,1	-1,0	-2,2	-1,6	-3,0	-1,5	-1,8	-2,3	-2,8
% LIIKEVAIHDOSTA	18,6	18,5	14,5	13,2	11,6	16,2	14,1	13,9	11,7
Alma Markets	33,7	39,3	35,5	34,5	26,2	37,8	35,7	37,2	22,0
Alma Talent	18,7	12,1	13,7	11,7	12,5	11,7	11,6	15,5	15,3
Alma Consumer	14,0	11,2	7,3	5,8	10,3	11,4	9,8	7,2	11,4
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OIKAISTUT ERÄT	-0,9	-0,6	4,5	0,7	-5,4	0,3	1,8	-1,2	-4,3
Alma Markets	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0
Alma Talent	-0,4	0,1	-0,1	0,0	0,0	-0,1	0,7	0,0	-0,4
Alma Consumer	-0,6	-0,2	4,3	0,0	-1,4	0,1	0,0	-0,8	-1,7
Kohdistamattomat toiminnot	0,1	-0,5	0,3	0,0	-4,0	-0,2	1,1	-0,4	-2,2
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	16,1	14,6	17,4	12,9	5,8	14,3	15,0	11,4	6,7
Alma Markets	8,2	9,4	8,6	8,9	5,8	8,4	7,3	7,3	4,0
Alma Talent	5,2	2,9	3,7	3,3	3,9	2,7	4,0	4,6	4,3
Alma Consumer	4,8	3,8	7,0	2,3	3,1	4,8	4,4	2,1	3,4
Kohdistamattomat toiminnot	-2,0	-1,6	-1,9	-1,6	-7,0	-1,6	-0,7	-2,6	-5,1
Rahoitustuotot	0,0	0,9	0,2	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,4
Rahoituskulut	-0,2	-0,4	0,8	0,1	0,1	0,6	0,5	0,3	0,7
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	-0,7	0,2	0,1	0,1	0,0	0,3	0,2	0,2	0,1
TULOS ENNEN VEROJA	15,7	15,3	16,9	12,9	5,8	14,0	14,9	11,3	6,5
Tuloverot	-3,9	-3,1	-3,1	-2,5	-1,4	-2,8	-2,7	-2,4	-1,4
TILIKAUDEN TULOS	11,8	12,2	13,8	10,4	4,4	11,2	12,2	8,9	5,1

Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä tilinpäätöstiedote on laadittu IFRS -standardien mukaisesti (IAS 34). Tilinpäätöstiedotteessa noudatetaan samoja laatimisperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin vuositilinpäätöksessä 31.12.2018 sekä niitä uusia ja uudistettuja IFRS-standardeja, jotka on kuvattu vuoden 2017 tilinpäätöksessä. Tilinpäätöstiedote ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään vuositilinpäätöksessä. Näin ollen tilinpäätöstiedotetta tulee lukea yhdessä yhtiön vuositilinpäätöksen 2018 kanssa. Tilinpäätöstiedotteessa on sovellettu samoja laatimisperiaatteita kuin konsernitilinpäätöksessä pois lukien seuraavat tilikauden alussa käyttöönotetut uudet standardit:

IFRS 9 *Rahoitusinstrumentit* käsittelee rahoitusvarojen ja -velkojen luokittelua, arvostamista ja kirjaamista pois taseesta sekä uudistaa suojauslaskentaa koskevia sääntöjä ja tuo rahoitusvaroilte uuden arvonalentumismallin. Uusia sääntöjä on sovellettu konsernissa takautuvasti 1.1.2018 alkaen siten, että hyödynnetään standardin sallimat käytännön apukeinot. Vuoden 2017 vertailutietoja ei oikaista. IFRS 9:n käyttöönoton merkittävimmät vaikutukset konsernissa liittyivät myyntisaamisten arvonalentumiseen sekä rahoitusvarojen ja -velkojen luokitteluun, joka perustuu konsernin johdon määrittämiin liiketoimintamalleihin.

Konserni soveltaa odotettavissa olevien luottotappioiden kirjaamiseen IFRS 9:ssä määritettyä yksinkertaistettua menettelyä, jonka mukaan kaikista myyntisaamisista voidaan kirjata koko voimassaoloajalta odotettavissa olevat luottotappiot. Odotettavissa olevien luottotappioiden määrittämistä varten myyntisaamiset on ryhmitelty yhteisten luottoriskiominaisuuksien ja maksun viivästymisen perusteella. Myyntisaamisiin liittyvän tappiota koskevan vähennyserän lisäys 0,2 milj. euroa pienentää kertyneiden voittovarojen avaavaa saldoa 1.1.2018.

IFRS 2 *Osakeperusteiset maksut* standardin muutos koskee palkkiojärjestelmiä, joissa osakeperusteinen liiketoimi maksetaan nettona verojen jälkeen ja työnantajalla on velvollisuus toimittaa osakepalkkiojärjestelmästä saadun edun arvosta ennakonpidätys. Aikaisemman standardin mukaan kokonaispalkkio jaettiin omana pääomana maksettavaan osuuteen sekä käteisenä maksettavaan osuuteen. Muutetun standardin mukaan osakepalkkiojärjestelmiä käsitellään kokonaisuudessaan omana pääomana maksettavina järjestelyinä ja työsuhdekulu kirjataan perustuen myönnettyjen brutto-osakkeiden määrään huolimatta siitä, että työntekijä saa lopulta vain netto-osakkeet ja konserni suorittaa ennakonpidätysvelvoitteiden kattamiseen tarvittavan osuuden rahana verottajalle. Konsernin verottajalle maksama ennakonpidätys kirjataan suoraan omaan pääomaan.

Konsernin tilinpäätökseen 2017 sisältyi 1,6 milj. euroa lyhytaikaista velkaa liittyen käteisenä maksettavaa osuuteen. Standardimuutoksesta johtuen tämä osuus on oikaistu avaavassa taseessa veloista oman pääoman kertyneisiin voittovarioihin.

IFRS 16 *Vuokrasopimukset* (sovellettava 1.1.2019 tai sen jälkeen alkavilla tilikausilla). Sen seurauksena lähes kaikki vuokrasopimukset tullaan merkitsemään käyttöomaisuuserinä taseeseen pois lukien lyhytaikaiset alle 12 kk sopimukset ja arvoltaan vähäiset sopimukset. Operatiivisia vuokrasopimuksia ja rahoitusleasingsopimuksia ei enää erotella. Muutos siirtää taseen ulkopuolisia vastuuta taseeseen, jonka seurauksena käyttöomaisuuden ja vieraan pääoman määrät kasvavat. Vuokralle antajien soveltamaan kirjanpitoikäsitteeseen ei tule merkittäviä muutoksia.

Vastuina käsiteltävien sopimusten ja IFRS 16 mukaisten vuokrasopimusten käsitteet poikkeavat kuitenkin toisistaan, mistä johtuen taseeseen kirjattavien sopimusten määrä voi poiketa vastuiden määrästä. Valtaosin uudet taseeseen kirjattavat sopimukset koostuvat toimitilojen ja autojen vuokrasopimuksista. IT-laitteiden vuokrasopimukset sen sijaan käsitellään taseen ulkopuolisena vastuuna toisin kuin nykyisen IAS 17 standardin mukaan käsiteltynä.

Alma Media on aloittanut standardin käyttöönottoon valmistautumisen ja arvioinut standardin käyttöönoton vaikutukset konsernissa. Muutoksella tulee olemaan vaikutuksia konsernitilinpäätökseen. Muutos vaikuttaa myös taseeseen perustuviin tunnuslukuihin kuten velkaantumistaseseen.

IFRS 16: arvioitu vaikutus Alma Media Oyj:n konsernitilinpäätökseen (alustava)		
Tase (milj.euroa)	31.12.2018	
	Varat	Velat
Tila- ja muut vuokrasopimukset	54,4	54,4
Autovuokrasopimukset		
IT-vuokrasopimukset	-1,2	-1,4
Yhteensä	53,2	53,0

Tuloslaskelma (milj.euroa)	FY18
Muut kulut – lasku	7,4
Käyttökate	7,4
Poistot – kasvu	-7,3
Liikevoitto	0,1
Korkokulut – kasvu	-0,7
Tilikauden tulos	-0,6

IFRS 16: tase ja tunnusluvut (alustava) (milj. euroa)	Raportoitu 31.12.2018	Oikaistu 31.12.2018
Varat yhteensä	345,6	398,8
Korolliset velat	51,5	104,5
Nettovelat	2,0	55,0
Omavaraisuusaste, %	57,5	46,6
Nettovelat / käyttökate	0,03	0,66
Käyttökate	76,6	84,0
Oikaistu käyttökate	72,9	80,4
Liikevoitto	61,0	61,1
Oikaistu liikevoitto	57,3	57,4
Tulos/osake (EPS)	0,51	0,50

IFRS 15 Myyntituotot asiakassopimuksista on uusi tulouttamista koskeva standardi. Uusi standardi sisältää viisivaiheisen ohjeistuksen asiakassopimusten perusteella saatavien myyntituottojen kirjaamiseen ja korvaa nykyiset IAS 18- ja IAS 11-standardit ja niihin liittyvät tulkinnat. Myynnin kirjaaminen voi tapahtua ajan kuluessa tai tiettyä ajankohtana ja kriteerinä on määräysvallan siirtyminen.

Alma Media on ryhtynyt soveltamaan IFRS 15:tä Myyntituotot asiakassopimuksista 1.1.2018, minkä takia tilinpäätöksen laatimisperiaatteet muuttuivat. Standardin perusteella Alma Media on määritellyt eri myyntituottojen virrat, sekä näiden kirjaamisen. Alma Median merkittävimmät tuotot tulevat sisältömyynnin, mainosmyynnin ja palveluliiketoiminnan liikevaihtoista. Keskeiset sopimukset on arvioitu ja dokumentoitu kaikkien olennaisten liikevaihtovirtojen ja transaktioiden osalta. Tuottosopimuksien perusteella on määritetty transaktiointojen kohdistuminen.

Uudet säännöt on otettu IFRS 15:n siirtymäsääntöjen mukaisesti käyttöön ei-takautuvasti, helpotettua menetelmää käyttäen. Sovelletun siirtymämenetelmän johdosta tilikauden 2017 vertailutietoja ei oikaistu. Standardin soveltaminen ei ole aiheuttanut oikaisuja tilinpäätökseen merkittyihin eriin, eikä kirjauksia kertyneisiin voittovaroihin tilikaudella 2018. Tilinpäätöksessä 2016 Alma Media oikaisi rekrytointiliiketoimintaan liittyvää liikevaihdon tuloutusta ennakoon osana valmistautumista IFRS 15 standardiin.

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

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 uudelleenjärjestelyistä 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 2019

- Osavuositarkastus tammi–maaliskuulta 2019 torstaina 25.4.2019 noin klo 8.00
- Osavuositarkastus tammi–kesäkuulta 2019 keskiviikkona 17.7.2019 noin klo 8.00
- Osavuositarkastus tammi–syyskuulta 2019 keskiviikkona 23.10.2019 noin klo 8.00.

Tilinpäätös, toimintakertomus, tilintarkastuskertomus sekä selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä (Corporate Governance Statement) tilivuodelta 2018 julkaistaan perjantaina 22.2.2019.

Varsinainen yhtiökokous on suunniteltu pidettäväksi perjantaina 15.3.2019. Yhtiökokoukseen liittyvät aineistot kootaan Alma Median verkkosivuille.