



Alma Media Oyj

Tilinpäätöstiedote
tammi-joulukuu 2020

17.2.2021



Alma Median tilinpäätöstiedote tammi—joulukuu 2020:

Vuoden 2020 suhteellinen kannattavuus vertailukauden tasolla, oikaistu liikevoitto lähes 20 prosenttia

Taloudellinen kehitys loka—joulukuussa 2020:

- Viimeisellä vuosineljänneksellä liikevaihdon lasku hidastui, kannattavuutta painoi rekrytointiliiketoiminnan kehitys.
- Liikevaihto jatkuvista toiminnoista 61,9 (65,8) milj. euroa, laskua 5,8 %.
- Oikaistu liikevoitto jatkuvista toiminnoista 11,1 (12,5) milj. euroa, laskua 10,8 %.
- Liikevoitto jatkuvista toiminnoista 10,8 (12,6) milj. euroa, laskua 14,9 %.
- Osakekohtainen tulos jatkuvista toiminnoista 0,08 (0,11) euroa.
- Osakekohtainen tulos lopetetut toiminnot mukaan lukien 0,05 (0,14) euroa.
- Yhtiön rahoitusasema on vahva, gearing -4,5 %.
- Alma Markets: Rekrytointiliiketoiminnan liikevaihdon ja liikevoiton lasku jatkui. Suomessa markkinapaikkaliiketoiminnan elpyminen jatkui ja kannattavuus parani vertailukaudesta.
- Alma Talent: Liikevaihto kasvoi 5 % ja kannattavuus parani 29 % ilman myytyjen Ruotsin liiketoimintojen vaikutusta.
- Alma Consumer: Digimainonnan myynti kasvoi voimakkaasti ja painetun median myynti laski, segmentin kannattavuus parani selvästi.

Taloudellinen kehitys tammi—joulukuussa 2020:

- Liikevaihto jatkuvista toiminnoista 230,2 (250,2) milj. euroa, laskua 8,0 %.
- Oikaistu liikevoitto jatkuvista toiminnoista 45,4 (49,4) milj. euroa, laskua 8,2 %.
- Liikevoitto jatkuvista toiminnoista 43,1 (49,5) milj. euroa, laskua 13,0 %.
- Osakekohtainen tulos jatkuvista toiminnoista 0,33 (0,41) euroa.
- Osakekohtainen tulos lopetetut toiminnot mukaan lukien 1,13 (0,51) euroa.
- Hallituksen osinkoehdotus 0,30 (0,40) euroa/osake.

Oikaistu liikevoitto loka—joulukuu, milj. euroa**Oikaistu liikevoitto tammi—joulukuu, milj. euroa**

AVAINLUVUT milj. euroa	2020 10—12	2019 10—12	Muutos %	2020 1—12	2019 1—12	Muutos %
Liikevaihto	61,9	65,8	-5,8	230,2	250,2	-8,0
Sisältöliikevaihto	15,2	17,5	-13,2	59,1	64,2	-7,9
Sisältöliikevaihto, painettu	10,6	13,8	-23,6	42,0	50,9	-17,5
Sisältöliikevaihto, digi	4,6	3,7	25,8	17,0	13,2	28,8
Mainosmyynnin liikevaihto	35,1	38,3	-8,4	128,6	148,5	-13,4
Mainosmyynti, painettu	3,4	4,7	-26,9	11,1	16,3	-32,3
Mainosmyynti, digi	31,7	33,6	-5,8	117,5	132,2	-11,1
Palveluliikevaihto	11,7	10,0	17,0	42,6	37,6	13,3
Oikaistut kokonaiskulut	51,4	53,4	-3,7	186,0	201,1	-7,5
Oikaistu käyttökate	14,6	16,5	-11,1	60,8	66,1	-8,0
Käyttökate	14,6	16,6	-12,3	58,9	66,2	-11,1
Oikaistu liikevoitto	11,1	12,5	-10,8	45,4	49,4	-8,2
% liikevaihdosta	18,0	19,0		19,7	19,8	
Liikevoitto/-tappio	10,8	12,6	-14,9	43,1	49,5	-13,0
% liikevaihdosta	17,4	19,2		18,7	19,8	
Tilikauden tulos	7,4	10,2	-27,4	33,3	40,5	-17,8
Tulos/osake, EUR (laimentamaton ja laimennettu)	0,08	0,11	-26,9	0,33	0,41	-19,1
Digiliiketoiminnan liikevaihto	43,0	42,8	0,4	158,9	166,7	-4,7
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	69,3	65,1		69,0	66,6	

Voitonjakoehdotus yhtiökokoukselle:

Emoyhtiön jakokelpoiset varat 31.12.2020 olivat 137 958 899 (148 403 121) euroa. Alma Median hallitus ehdottaa varsinaiselle yhtiökokoukselle, että tilikaudelta 2020 maksetaan osinkoa 0,30 euroa osaketta kohden (2019: 0,40 euroa osakkeelta). Osinko maksetaan sille, joka on merkitty osingonmaksun täsmäytyspäivänä 26.3.2021 osakkeenomistajaksi Euroclear Finland Oy:n pitämään Alma Media Oyj:n osakasluetteloon. Hallitus ehdottaa, että osinko maksetaan 6.4.2021. Tilinpäätöshetken, 31.12.2020, ulkona olevien osakkeiden lukumäärän perusteella osingon määrä on yhteensä 24 678 651 (32 913 355) euroa.

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

Toimintaympäristö vuodelle 2021

Maailmanlaajuinen koronapandemia vaikuttaa ja luo edelleen epävarmuutta vuoden 2021 taloudelliselle kehitykselle. Suomen ja muiden Alma Median toimintamaiden kansantalouksien odotetaan kuitenkin elyvän vuoteen 2020 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 teknologiaan. Digitaalisessa mainonnassa haku- ja sosiaalisen median mainonnan, mobiili- ja videomainonnan sekä sisältömarkkinoinnin odotetaan edelleen kasvavan nopeimmin.

Näkymät vuodelle 2021

Epävarmuus Alma Median toimintaympäristössä jatkuu koronapandemian johdosta myös vuonna 2021. Alma Media arvioi jatkuvien toimintojen vuoden 2021 liikevaihdon ja oikaistun liikevoiton olevan edellisen vuoden tasolla. Vuoden 2020 jatkuvien toimintojen liikevaihto oli 230,2 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 45,4 milj. euroa.

Markkinatilanne päämarkkina-alueilla ja koronavirusepidemian vaikutuksia Alma Median liiketoimintaan

Kantar TNS:n mukaan loka–joulukuussa mainonnan kokonaismäärä Suomessa laski 4,0 % (-5,4 %) 223,0 miljoonaan euroon. Verkkomediainfomonta kasvoi 9,1 % (+0,2 %) 57,4 miljoonaan euroon. Mainonta sanomalehdissä laski 15,4 % (-10,5 %). Loka–joulukuussa aikakauslehtien mainonnan määrä laski 11,9 % (-11,1 %). Iltapäivälehtien kappalemääräinen markkina laski 18,0 % (-8,0 %) vuoden 2020 neljännellä vuosineljänneksellä.

Suomen lisäksi Alma Median päämarkkinamaat ovat Tšekki ja Slovakia itäisessä Keski-Euroopassa. Euroopan Komissio on julkaissut viimeisimmät ennusteensa BKT:n kehityksestä helmikuussa 2021. Komission mukaan rokotusten etenemisen myötä näkymät ovat kirkastumassa, vaikka koronaepidemia leviää edelleen Euroopassa luoden epävarmuutta. Suomen BKT kasvaa Euroopan komission ennusteen mukaan vuonna 2021 2,8 prosenttia. Vuoden 2022 Suomen BKT-kasvuksi komissio ennustaa 2,0 prosenttia. Tšekissä BKT:n ennustetaan kasvavan vuonna 2021 3,2 prosenttia. Vuodelle 2022 Euroopan komissio ennustaa 5,0 prosentin BKT:n kasvua. Slovakian BKT:n kasvuksi Euroopan komissio ennustaa vuonna 2021 4,0 prosenttia. Vastaavasti vuodelle 2022 EU komissio ennustaa Slovakialle 5,4 prosentin BKT-kasvua.

Epidemian vaikutukset Alma Median liiketoimintaan vuoden 2020 neljännellä vuosineljänneksellä:

Alma Marketsin rekrytointiliiketoiminnan toimintamaissa itäisessä Keski-Euroopassa koronavirusepidemian tautitapausten määrä oli suurempi kuin keväällä, mutta viranomaisten elinkeinotoiminnalle asettamat sulkutoimenpiteet taudin leviämiseksi eivät vaikuttaneet yhtä laajasti Alma Careerin asiakasyritysten liiketoimintaan kuin aiemmin vuonna 2020. Tämä näkyi asiakaslaskutuksen asteittaisena palautumisena loppuvuonna, mutta laskutuksen tuloutuminen viiveellä liikevaihdoksi painaa rekrytointiliiketoiminnan liikevaihtokehitystä vuoden 2021 ensimmäisellä vuosipuoliskolla. Rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto laski neljännellä vuosineljänneksellä 16 prosenttia. Verkkokoulutusliiketoiminta kehittyi edelleen hyvin. Suomessa Alma Marketsin markkinapaikkaliiketoiminta elpyi ylittäen vertailukauden liikevaihdon asumisen- ja vertailupalveluiden hyvän kehityksen myötä.

Alma Talentin liiketoimintaan koronaepidemiolla ei ollut merkittävää vaikutusta neljännellä vuosineljänneksellä. Keväällä nähty laadukkaiden mediasisältöjen digitaalisten tilausten kysyntä jatkui vahvana. Telemarkkinointi-, BtoB -markkinapaikka- sekä tietopalvelut kehittyivät hyvin katsauskaudella. Koulutusten siirtyminen digitaalisiin kanaviin voimistui. Mainonta, erityisesti auto- ja finanssialan mainonta ylitti vertailukauden tason viimeisellä vuosineljänneksellä.

Alma Consumerin liiketoiminnassa mainosmyynti, muun muassa vähittäiskaupan mainonta, on toipunut kevään rajusta pudotuksesta ja ylitti vertailukauden tason loka–joulukuussa. Epidemiasta johtuvat matkustusrajoitukset sekä lukijoiden nopeutunut siirtyminen printistä digiin ovat jyrkentäneet Iltalehden irtonumeromyyntin laskua. Vastaavasti verkossa Iltalehden lukijamäärää on edelleen aiempaa korkeammalla tasolla: digitaalista mediaa lukee joka viikko yhteensä yli 2,8 miljoonaa suomalaista ja lukijat ovat myös huomattavasti aiempia vuosia sitoutuneempia Kansallisen mediatutkimuksen (KMT) mukaan.

Koronaepidemian vaikutusten lieventyessä Alma Median liiketoiminnoissa ei enää loppuvuodesta toteutettu laajamittaisia sopeutustoimia. Neljännellä vuosineljänneksellä panostuksia esimerkiksi mainontaan ja tuotekehitykseen lisättiin.

Koronaepidemian luomasta taloudellisesta epävarmuudesta johtuen Alma Median operatiivisen liiketoiminnan rahavirta laskee, mutta yhtiön rahoitusasema on siitä huolimatta erittäin vahva. Neljännellä 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

Vuosi 2020 oli globaalin koronapandemian johdosta poikkeuksellinen ja vaati hyvin nopeaa reagoitua Alma Median liiketoiminnan jatkuvuuden sekä henkilöstön ja asiakkaiden terveyden turvaamiseksi. Yhtiössä toteutettiin merkittäviä kustannussäästöjä kannattavuuden ylläpitämiseksi.

Vahva suorituksemme oli vaikeasti ennustettavassa toimintaympäristössä hyvä osoitus sopeutumiskyvystämme sekä liiketoimintamallimme ketteryydestä. Liikevaihdon laskusta huolimatta suhteellinen kannattavuutemme oli vuonna 2020 vertailukauden tasolla, lähes 20 prosenttia.

Koronan vaikutukset Alma Median liiketoimintaan vaihtelivat toimintavuonna liiketoiminnoittain ja maittain. Keväällä taloudessa nähtiin äkkipysähdys, mutta kysyntä elpyi loppuvuotta kohti hidastaen liikevaihtomme laskua. Vuoden viimeisellä vuosineljänneksellä lisäsimme panostuksiamme markkinointiin ja tuotekehitykseen pitkän aikavälin kilpailukykyämme varmistamiseksi, mikä osaltaan vaikutti viimeisellä vuosineljänneksellä käyttökateen heikkenemiseen 12,3 prosenttia vertailukaudesta.

Pahentuneesta Covid19-tautitilanteesta johtuen viranomaisten sulkutoimet itäisessä Keski-Euroopassa jatkuivat myös loppuvuonna, mutta vaikutukset Alma Careerin asiakasyritysten toimintaan olivat alkuvuotta lieventyneitä. Tämä näkyi asiakaslaskutuksen kasvuna edelleen loka–joulukuussa verrattuna aiempiin vuosineljänneksiin. Viiveellä liikevaihdoksi tuloutuva asiakaslaskutus kuitenkin painoi rekrytointiliiketoiminnan liikevaihtokehitystä viimeisellä vuosineljänneksellä ja painaa sitä vielä vuoden 2021 ensimmäisellä vuosipuoliskolla. Suomessa Alma Marketsin markkinapaikkaliiketoiminta elpyi odotettua paremmin asumisen- ja vertailupalveluiden hyvän kehityksen ansiosta.

Alma Talentin tavoitteena on rakentaa vahvempi ja integroituneempi palvelukokonaisuus mediaaliiketoiminnan rinnalle. Digitaaliseen mediaan ja palveluihin keskittyvä portfolio ja koronan vaikutusten lieventyminen heijastuivat liiketoiminnan positiivisena kehityksenä loka–joulukuussa. Alma Talentissa digitaalinen sisältömyynti jatkui edelleen Suomessa vahvana (+42%). Myös digitaalisten BtoB -markkinapaikkojen, telemarkkinointipalveluiden ja tietopalveluiden kehitys katsauskaudella oli hyvä. Digitaalinen mainonta talous- ja ammattimediaissa ylitti koronakriisiä edeltävän tason.

Alma Consumerissa digitaalinen mainonta elpyi voimakkaasti loka–joulukuussa ylittäen vertailukauden tason: ohjelmallisesti ostettu mainonta ja toimialoista erityisesti vähittäiskaupan ja autoilun mainonta kasvoivat. Koronaepidemiaan liittyvistä rajoitustoimenpiteistä johtuen Iltalehden irtonumeromyyntin lasku kiihtyi, mutta verkossa Iltalehden yleisömäärät olivat edelleen ennätyskorkealla tasolla. Digitaalisen mainonnan kasvun ja painetun median volyyminsidonnaisten kulujen laskun myötä kannattavuus vahvistui selvästi viimeisellä vuosineljänneksellä.

Vuonna 2020 jatkoimme poikkeuksellisista olosuhteista huolimatta muutosstrategiaamme aktiivisella portfolionhallinnalla ja digitaalisen liiketoiminnan kehittämällä. Printtipainotteisen alueellisen media- ja painoliiketoiminnan myynti Suomessa ja ammattimedian divestointi Ruotsissa sekä toisaalta loppuvuodesta useat digitaaliseen liiketoimintaan keskittyneet yrityshankinnat olivat konkreettisia askelia strategiaamme toteutuksessa. Koronaepidemia on kiihdyttänyt käynnissä olevaa digitransformaatiota vahvistaen edelleen käsitystämme siitä, että strateginen suuntamme on oikea.

Kasvatamme ja monipuolistamme tuoteportfoliotamme mediasta markkinapaikka- ja digitaalisiin palveluihin. Jatkamme kansainvälistymisen polulla ja etsimme uusia kasvumahdollisuuksia ammattilaisille ja kuluttajille suunnatuista digitaalisista palveluista. Kiihtynyt kuluttajakäyttäytymisen muutos tuo myös uusia digitaalisen liiketoiminnan mahdollisuuksia esimerkiksi tilausliiketoiminnassa, asunto- ja kiinteistökaupassa, verkkokoulutuksessa ja verkko-ostamisessa.

Koronaepidemian vaikutuksia eri liiketoimintasegmentteihin ja tehtyjä toimenpiteitä niiden lieventämiseksi kuvataan tarkemmin osavuosisikatsauksen sivuilla 3.

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. Organisen 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.

Alma Medialla oli raportointivuonna 2020 viisi erityisesti digitaalisen liiketoiminnan kasvattamiseen ja kehittämiseen tähtäävää liiketoimintoja yhdistävää strategista aloitetta. Aloitteiden toteuttamisessa hyödynnettiin konsernin eri liiketoimintojen välistä yhteistyötä ja synergiaa. Strategiset aloitteet olivat: 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.

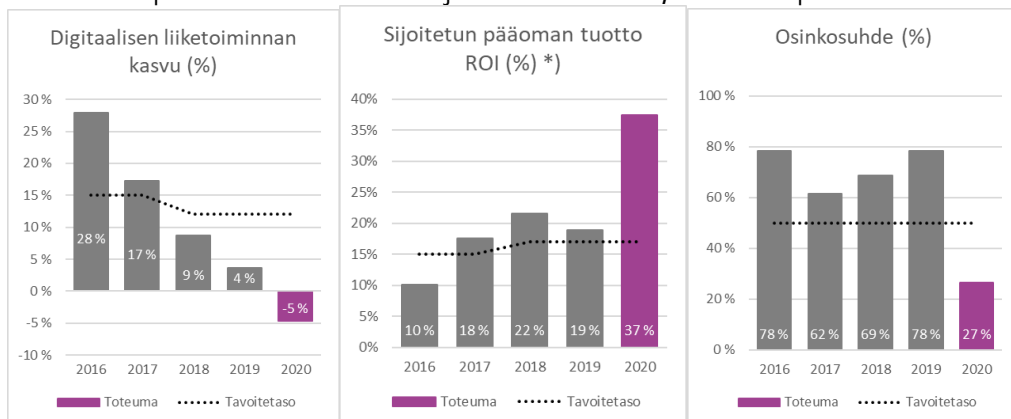
Joulukuussa 2020 Alma Media osti 35 prosentin vähemmistöosuuden Alma Mediapartnerisista Arena Partners Oy:ltä. Osakkeiden kauppahinta oli 53,0 miljoonaa euroa. Alma Mediapartnerisin siirtyminen kokonaisuudessaan Alma Median omistukseen yksinkertaistaa omistusrakennetta ja tukee Alma Median asumiseen ja autoiluun liittyvien markkinapaikkojen kehittämistä strategian mukaisesti.

Henkilöstön ulkoistaminen ja digitalisaatio ovat muuttamassa henkilöstöpalvelualaa. Joulukuussa 2020 Alma Career hankki 21,05 prosenttia suunnatussa osakeannissa työvoimavuokraukseen erikoistuneesta teknologiayhtiöstä Bolt Group Oy:n osakekannasta. Bolt Group on rakentamisen, teollisuuden, logistiikan ja kiinteistöhuollon sekä HoReCa-alan työvoimavuokraukseen ja sen digitaalisiin palveluihin keskittynyt henkilöstöpalveluyritys. Bolt Groupin tavoitteena on uudistaa teknologialla ja koneoppimisella henkilöstövuokrauksen perinteisiä toimintamalleja ja tehostaa digitalisaation avulla rekrytointiprosessin eri vaiheita. Työnhaussa oikeat tekijät yhdistyvät oikeaan tehtävään reaaliaikaisesti.

Kasvattaakseen digitaalisia data-, sisältö- ja markkinapaikkapalvelujaan Alma Talent lisäsi joulukuussa 2020 omistusosuuttaan Digitaalinen asuntokauppa DIAS Oy:ssä 80,5 prosenttiin. Aiemmin Alma Talentin omistusosuus oli viisi prosenttia. DIAS on digitaalisen asuntokaupan alusta, joka yhdistää asunnon ostajan, myyjän, kiinteistönvälittäjän ja pankin yhteiseen järjestelmään. DIAS on yksi ensimmäisistä Suomessa valmiiksi saaduista lohkoketjupohjaisista palveluista. DIAS:in piirissä on jo yli 3000 kiinteistönvälittäjää ja asuntoluottoja myöntävä pankkisektori lähes kokonaisuudessaan.

Alma Talent hankki myös joulukuussa 2020 15 prosentin omistusosuuden pienyrittäjien BtoB-verkkokauppaa kehittävästä startup-yrityksestä Ilona Works Finland Oy:stä. Verkkokaupan avulla yksityisyritykset, pienyritykset ja kevytyrittäjät voivat nopeasti ja turvallisesti vertailla ja ostaa liiketoimintaan liittyviä tukipalveluita. Lisäksi Alma Talent vahvisti asumisen datan ja kiinteistötiedon tuoteportfolioaan hankkimalla eCraftilta asuntojen ja kiinteistöjen arvostus- ja hintakehityspalvelu Asuntopuntarin. Asuntopuntari on tekoälyyn pohjautuva BtoB-palvelutuote, joka tarjoaa koko Suomen kattavat arviot asuntojen hinnoista ja niiden ennustetusta kehityksestä.

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 TILINPÄÄTÖSTIEDOTE 1.1.–31.12.2020

International Financial Reporting Standards (IFRS) -standardien mukainen vertailu on tehty vuoden 2020 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
milj. euroa	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Liikevaihto	61,9	65,8	-5,8	230,2	250,2	-8,0
Oikaistut kokonaiskulut	51,4	53,4	-3,7	186,0	201,1	-7,5
Oikaistu käyttökate	14,6	16,5	-11,1	60,8	66,1	-8,0
Käyttökate	14,6	16,6	-12,3	58,9	66,2	-11,1
Oikaistu liikevoitto	11,1	12,5	-10,8	45,4	49,4	-8,2
% liikevaihdosta	18,0	19,0		19,7	19,8	
Liikevoitto/-tappio	10,8	12,6	-14,9	43,1	49,5	-13,0
% liikevaihdosta	17,4	19,2		18,7	19,8	
Tilikauden tulos ennen veroja	9,9	12,7	-22,0	42,2	49,0	-13,8
Tilikauden tulos	7,4	10,2	-27,4	33,3	40,5	-17,8
TASE	2020	2019	Muutos	2020	2019	Muutos
milj. euroa	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
VARAT				333,9	400,9	-16,7
Nettovelat				-9,1	23,7	-138,5
Korolliset velat				38,9	90,8	-57,1
Korottomat velat				90,5	107,6	-15,9
Investoinnit yhteensä	82,1	0,7	12281,2	91,4	12,6	623,0
Omavaraisuusaste%				63,1	54,1	16,7
Gearing%				-4,5	11,7	-138,2
HENKILÖSTÖ	2020	2019	Muutos	2020	2019	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	1 434	1 536	-6,7	1 497	1 530	-2,1
Telemarkkinoijat keskimäärin	352	313	12,3	335	304	10,2
TUNNUSLUKUJA	2020	2019	Muutos	2020	2019	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	10,0	29,5	-66,1	48,7	25,0	94,7
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	8,9	19,8	-55,1	37,4	19,0	96,5
Tulos/osake, EUR laimentamaton	0,05	0,14	-60,8	1,13	0,51	122,4
Tulos/osake, EUR laimennettu	0,05	0,14	-61,4	1,11	0,51	118,6
Tulos/osake, jatkuvat toiminnot laimentamaton	0,08	0,11	-26,9	0,33	0,41	-19,1
Tulos/osake, lopetetut toiminnot laimentamaton	-0,02	0,03	-166,2	0,80	0,10	727,3
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,19	0,21	-11,5	0,68	0,87	-22,0
Oma pääoma/osake				2,23	2,09	6,7
Osinko/osake				0,30	0,40	-25,0
Efektiiivinen osinkotuotto%				3,4	5,0	
P/E				7,9	15,5	
Markkina-arvo				734,9	655,8	12,1
Osakkeiden lkm ka. laimentamaton (YTD) **	82 262	82 283		82 262	82 283	
Osakkeiden lkm ka. laimennettu (YTD) **	83 692	83 826		83 692	83 826	
Osakemäärä kauden lopussa (1000 osaketta)						
***	82 383	82 383		82 383	82 383	

*) vuosituotto, ks. osavuositarkastuksen laadintaperiaatteet. Tunnusluvut sisältävät myös oikaistut erät **) yhtiö on hankkinut vuoden 2020 aikana omia osakkeita 180 000 kpl ja luovuttanut omia osakkeita 158 784 kpl, yhtiön hallussa olevat omat osakkeet katsauskauden lopussa 121 011 kpl. ***) Sisältää myös yhtiön hallussa olevat omat osakkeet

LIKEVAIHTO

Loka–joulukuu 2020

Liikevaihto jatkuvista toiminnoista laski 5,8 % 61,9 (65,8) milj. euroon. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun oli -1,8 milj. euroa. Digitaalisten sisältötuottojen kasvu 25,8 % kompensoi painetun sisältöliikevaihdon laskun Alma Talentissa, mutta Iltalehden irtolumeromyyntin laskun sekä myytyjen Ruotsin mediaaliiketoimintojen myötä sisältömyynti laski 13,2 % ja oli 15,2 (17,5) milj. euroa.

Jatkuvien toimintojen mainosmyynti laski 8,4 % ja oli 35,1 (38,3) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 26,9 % ja oli 3,4 (4,7) milj. euroa. Jatkuvien toimintojen digimainosmyynti laski 5,8 % ja oli 31,7 (33,6) milj. euroa.

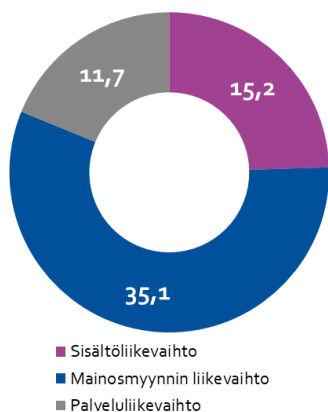
Jatkuvien toimintojen palveluliikevaihto kasvoi 17,0 % ja oli 11,7 (10,0) milj. euroa. Jatkuvien toimintojen palveluliikevaihdon kasvuun vaikuttivat hankittujen liiketoimintojen lisäksi divestoituun alueelliseen mediaan ja painoliiketoimintaan liittyvät palveluveloitukset.

Vuosi 2020

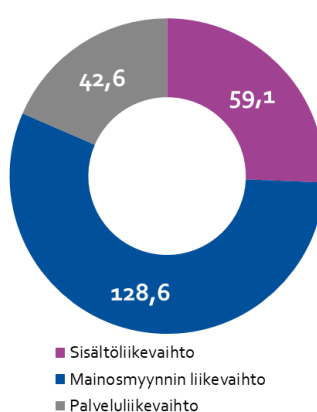
Liikevaihto jatkuvista toiminnoista laski 8,0 % 230,2 (250,2) milj. euroon. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 0,7 milj. euroa. Sisältömyynti laski 7,9 % ja oli 59,1 (64,2) milj. euroa.

Jatkuvien toimintojen mainosmyynti laski 13,4 % ja oli 128,6 (148,5) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 32,3 % ja oli 11,1 (16,3) milj. euroa. Jatkuvien toimintojen digitaalinen mainosmyynti laski 11,1 %. Jatkuvien toimintojen palveluliikevaihto kasvoi 13,3 % ja oli 42,6 (37,6) milj. euroa.

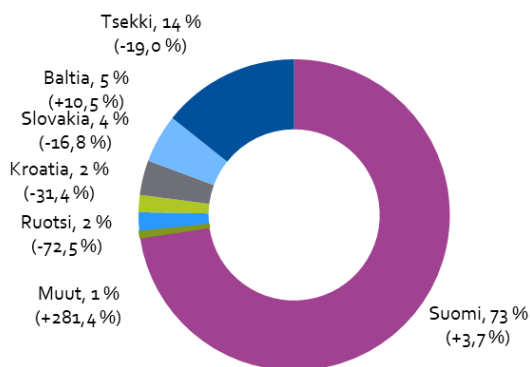
Liikevaihdon jakauma 10–12 2020, milj. euroa



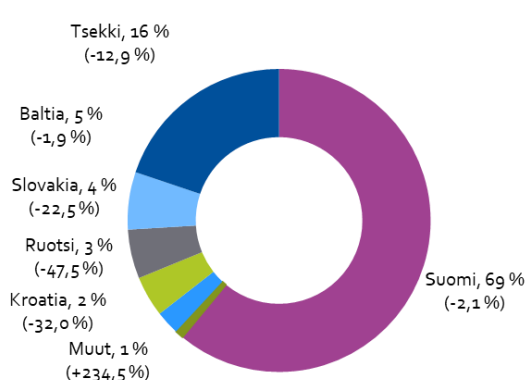
Liikevaihdon jakauma 1–12 2020, milj. euroa



Liikevaihdon maantieteellinen jakauma 10–12 2020



Liikevaihdon maantieteellinen jakauma 1–12 2020



LIKEVAIHTO milj. euroa	2020 10—12	2019 10—12	Muutos %	2020 1—12	2019 1—12	Muutos %
Alma Markets	21,9	24,6	-10,8	88,3	100,0	-11,7
Alma Talent	26,4	28,3	-6,5	95,1	102,9	-7,6
Alma Consumer	12,7	12,8	-0,7	44,4	47,2	-6,0
Segmentit yhteensä	61,1	65,7	-7,0	227,7	250,1	-8,9
Kohdistamattomat toiminnot	0,9	0,1	616,9	2,5	0,2	1 425,8
Yhteensä	61,9	65,8	-5,8	230,2	250,2	-8,0

LIKEVAIHDON MAANTIETEELLINEN JAKAUMA (milj. euroa)	2020 10—12	2019 10—12	Muutos %	2020 1—12	2019 1—12	Muutos %
Suomi	45,2	43,5	3,9	158,4	161,8	-2,1
Muut maat	16,8	22,3	-24,8	71,8	88,5	-18,8
Konserni yhteensä	61,9	65,8	-5,8	230,2	250,2	-8,0

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

TULOS

Loka–joulukuu 2020

Oikaistu liikevoitto jatkuvista toiminnoista oli 11,1 (12,5) milj. euroa, 18,0 % (19,0 %) liikevaihdesta. Liikevoitto jatkuvista toiminnoista oli 10,8 (12,6) milj. euroa, 17,4 % (19,2 %) liikevaihdesta. Jatkuvien liiketoimintojen liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja erä -0,4 (0,2) milj. euroa, jotka liittyivät myyntivoittoihin ja tappioihin, arvonalentumistappioihin sekä toiminnan uudelleenjärjestelyihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät kiinteistöjen myynneistä syntyneihin myyntivoittoihin.

Kokonaiskulut jatkuvista toiminnoista laskivat vuoden viimeisellä vuosineljänneksellä 0,8 milj. euroa. Jatkuvien toimintojen kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 3,8 (4,0) milj. euroa. Loka–joulukuun tulos jatkuvista toiminnoista oli 7,4 (10,2) milj. euroa ja oikaistu tulos jatkuvista toiminnoista 7,8 (10,1) milj. euroa.

Vuosi 2020

Jatkuvien toimintojen oikaistu liikevoitto oli 45,4 (49,4) milj. euroa, 19,7 % (19,8 %) liikevaihdesta. Jatkuvien toimintojen liikevoitto oli 43,1 (49,5) milj. euroa, 18,7 % (19,8 %) liikevaihdesta. Jatkuvien toimintojen liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja erä -2,3 milj. euroa, jotka liittyivät vaiheittaisten hankintojen myyntivoittoihin, arvonalentumistappioihin, myyntitappioihin ja voittoihin sekä toiminnan uudelleenjärjestelykuluihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät myyntivoittoihin.

Jatkuvien toimintojen kokonaiskulut laskivat vuonna 2020 10,8 milj. euroa. Jatkuvien toimintojen kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 15,8 (16,7) milj. euroa. Tammi–joulukuun tulos jatkuvista toiminnoista oli 33,3 (40,5) milj. euroa ja oikaistu tulos jatkuvista toiminnoista 35,5 (40,4) milj. euroa.

OIKAISTU LIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa	2020 10—12	2019 10—12	Muutos %	2020 1—12	2019 1—12	Muutos %
Alma Markets	6,0	8,6	-30,2	30,7	37,7	-18,4
Alma Talent	5,7	4,8	17,2	16,2	14,8	9,6
Alma Consumer	2,6	1,8	39,8	4,9	6,2	-20,8
Segmentit yhteensä	14,2	15,3	-6,8	51,9	58,7	-11,6
Kohdistamattomat toiminnot	-3,1	-2,8	11,3	-6,5	-9,2	-29,7
Yhteensä	11,1	12,5	-10,8	45,4	49,4	-8,2

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	2020 10—12	2019 10—12	2020 1—12	2019 1—12
Alma Markets				
Uudelleenjärjestelykulut			-0,1	
Myyntivoitot ja -tappio	-0,4		1,0	0,1
Alma Talent				
Arvonalentumistappiot	-0,3		-0,3	
Uudelleenjärjestelykulut	-0,3		-0,7	
Myyntivoitot ja -tappio	0,6		-2,2	
Kohdistamattomat				
Myyntivoitot ja -tappio		0,2		0,0
Liikevoiton oikaistut erät	-0,4	0,2	-2,3	0,1
Oikaistut erät tuloksessa ennen veroja	-0,4	0,2	-2,3	0,1

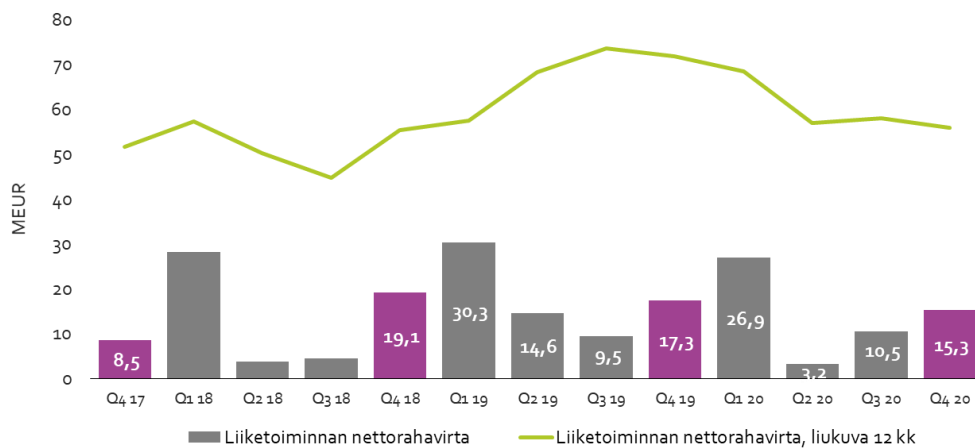
LIIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa	2020 10—12	2019 10—12	Muutos %	2020 1—12	2019 1—12	Muutos %
Alma Markets	5,6	8,6	-34,6	31,6	37,7	-16,2
Alma Talent	5,7	4,8	17,3	13,1	14,8	-11,9
Alma Consumer	2,6	1,8	39,8	4,9	6,2	-20,8
Segmentit yhteensä	13,9	15,3	-9,2	49,6	58,7	-15,6
Kohdistamattomat toiminnot	-3,1	-2,6	17,8	-6,5	-9,2	-29,4
Yhteensä	10,8	12,6	-14,9	43,1	49,5	-13,0

TASE JA RAHOITUSASEMA

Taseen loppusumma oli joulukuun 2020 lopussa 333,9 (400,9) milj. euroa. Omavaraisuusaste oli joulukuun lopussa 63,1 % (54,1 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 2,23 (2,09) euroa. Liiketoiminnan rahavirta loka–joulukuussa sisältäen lopetetut toiminnot oli 15,3 (17,3) milj. euroa. Viimeisellä vuosineljänneksellä liiketoiminnan rahavirtaa vertailukaudesta laski heikentynyt kannattavuus sekä myytyjen liiketoimintojen vaikutus. Rahavirta ennen rahoitusta oli loka–joulukuussa -55,3 (23,4) milj. euroa. Merkittävimmät investoinnit viimeisellä vuosineljänneksellä olivat Alma Mediapartners Oy:n vähemmistöosakkeiden lunastus sekä DIAS Oy:n osakkeiden hankinta.

Liiketoiminnan rahavirta tammi–joulukuussa sisältäen lopetetut toiminnot oli 56,0 (71,7) milj. euroa. Liiketoiminnan alhaisempaan rahavirran määrään vertailukauteen nähden vaikuttivat heikentynyt tulostaso ja myytyjen liiketoimintojen myötä poistunut rahavirta. Rahavirta ennen rahoitusta oli tammi–joulukuussa 27,6 (61,9) milj. euroa. Investointien rahavirrassa näkyy merkittävimmin erinä alueellisen medialiiketoiminnan ja painoliiketoiminnan myynnistä saatu suoritus sekä Alma Mediapartners Oy:n vähemmistöosakkeiden lunastus ja DIAS Oy:n osakkeiden hankinta.

Liiketoiminnan rahavirta, MEUR, sisältäen jatkuvat ja lopetetut toiminnot



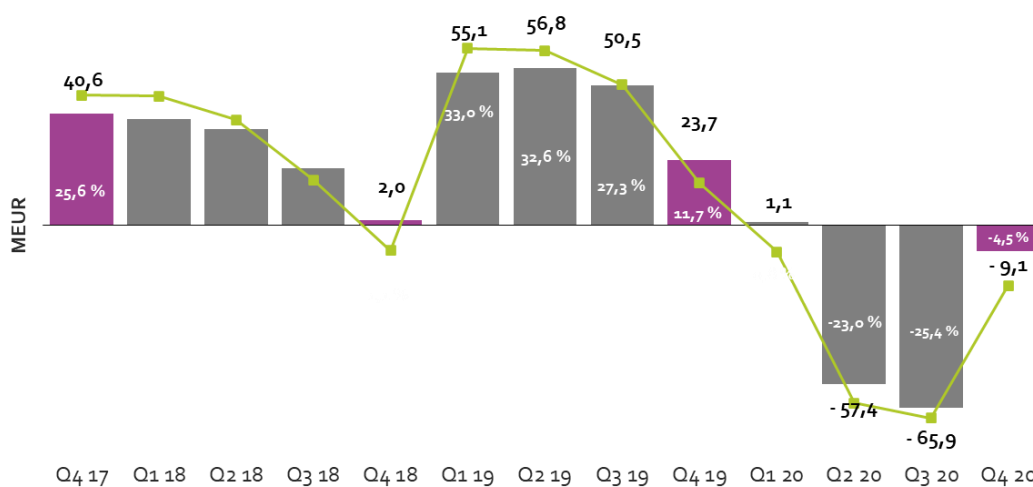
Konsernilla oli joulukuun 2020 lopussa korollisia velkoja yhteensä 38,9 (90,8) milj. euroa, jotka koostuvat kokonaisuudessaan vuokrasopimusveloista. Konsernin korollinen nettovelka oli -9,1 (23,7) milj. euroa.

KOROLLISET NETTOVELAT (milj. euroa)		2020 1—12	2019 1—12
Korolliset pitkäaikaiset velat		31,9	79,0
Lyhytaikaiset korolliset velat		7,0	11,8
Rahavarat		48,0	67,1
Korolliset nettovelat		-9,1	23,7

Alma Medialla on käytettävissä kaksi 12,5 milj. euron suuruista, sitovaa rahoituslimiittiä, jotka olivat 31.12.2020 kokonaan käyttämättä. Niiden lisäksi yhtiöllä on 100 milj. euron yritystodistushjelma Suomessa. Yritystodistushjelma oli 31.12.2020 käyttämättä.

Alma Medialla oli yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvaroja 1,3 miljoonaa euroa ja käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvelkoja 16,3 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-rekryointipalvelu Kolektiv Ltd:n siirtyi kokonaisuudessaan Alma Median omistukseen tammikuussa 2020, kun osakekaupan toteutumisen ehtona ollut paikallinen kilpailuviranomaisprosessi päättyi.

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

Helmikuussa 2020 Muuttomaailma Oy:n osakekanta siirtyi kokonaisuudessaan Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartnersin omistukseen. Aiemmin Alma Mediapartners omisti 25 prosenttia yhtiöstä ja se raportoitin 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, Arbetarskydd, Personal & ledarskap ja Teknikhistoria sekä niiden henkilöstö.

Joulukuussa 2020 Alma Talent Oy kasvatti omistusosuutensa Digitaalinen asuntokauppa DIAS Oy:ssä 80,5 prosenttiin. Tammikuussa 2020 Alma Talent oli hankkinut DIAS Oy:stä 5 prosentin omistusosuuden.

Joulukuussa 2020 Alma Media Oyj osti Alma Mediapartners Oy:n 35 prosentin vähemmistöosuuden Arena Partners Oy:lta. Osakkeiden kauppahinta on 53,0 miljoonaa euroa. Alma Mediapartners siirtyy näin kokonaisuudessaan Alma Median omistukseen. Samassa yhteydessä Alma Media myi 35 prosentin osakeomistuksensa Arena Interactive Oy:ssä Arena Partners Oy:lle 0,4 milj. eurolla. Arena Interactive on Arena Partnersin tytäryhtiö.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat vuonna 2020 yhteensä 91,4 (12,9) milj. euroa. Investoinnit koostuivat mm. Muuttomaailma Oy:n, Kolektiv Ltd:n, Digitaalinen asuntokauppa DIAS Oy:n osakkeiden sekä Alma Mediapartners Oy:n vähemmistön hankinnasta ja normaaleista käyttö- ja ylläpitoinvestoinneista.

INVESTOINNIT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)	2020 10—12	2019 10—12	2020 1—12	2019 1—12
Alma Markets	4,6	0,3	12,0	6,8
Alma Talent	24,4	0,1	25,4	0,4
Alma Consumer	0,0	0,0	0,0	4,3
Segmentit yhteensä	29,0	0,4	37,4	11,6
Kohdistamattomat	53,1	0,3	54,1	1,0
Yhteensä jatkuvat toiminnot	82,1	0,7	91,4	12,6
Myytäväksi luokitellut		0,0		0,2
Yhteensä sisältäen myytävät toiminnot		0,6		12,9

INVESTOINNIT JA YRITYSOSTOT (milj. euroa)	2020 10—12	2019 10—12	2020 1—12	2019 1—12
Käyttöomaisuus	0,4	0,7	3,6	2,5
Yritysostot	81,7	0,0	87,8	10,2
Yhteensä jatkuvat toiminnot	82,1	0,7	91,4	12,6
Myytäväksi luokitellut		0,0		0,2
Yhteensä sisältäen myytävät toiminnot	82,1	0,6	91,4	12,9

POISTOT (milj. euroa)	2020 10—12	2019 10—12	2020 1—12	2019 1—12
Käyttöomaisuushyödykkeiden poistot	2,8	2,5	10,6	11,0
Yrityshankintoihin liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot	1,0	1,4	5,1	5,7
Yhteensä jatkuvat toiminnot	3,8	4,0	15,8	16,7
Myytäväksi luokitellut		1,3		5,2
Yhteensä sisältäen myytävät toiminnot	3,8	5,3	15,8	21,9

Tutkimus- ja kehittämismenot

Konsernilla oli tutkimus- ja kehittämismenoja vuonna 2020 yhteensä 4,6 milj. euroa (4,3 milj. euroa). Tuloslaskelmaan tutkimus- ja kehittämismenoja kirjattiin yhteensä 3,2 milj. euroa (3,4 milj. euroa) ja taseeseen aktivoitiin vuonna 2020 kehittämismenoja 1,4 milj. euroa (1,0 milj. euroa). Yhteensä taseessa 31.12.2020 on aktivoituja kehittämismenoja 2,0 milj. euroa (1,3 milj. euroa).

LIIKETOIMINTASEGMENTIT

Alma Median raportoitavat 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 raportoitavat 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 keskittynyt Talosofta ja Kivi –kiinteistövälitysjärjestelmä sekä remontti- ja rakennustöiden markkinapaikka Urakkamaailma.fi.

AVAINLUVUT milj. euroa	2020 10—12	2019 10—12	Muutos %	2020 1—12	2019 1—12	Muutos %
Liikevaihto	21,9	24,6	-10,8	88,3	100,0	-11,7
Mainosmyynnin liikevaihto	19,3	22,3	-13,6	78,5	91,3	-14,0
Palveluliikevaihto	2,6	2,2	17,8	9,8	8,7	12,1
Oikaistut kokonaiskulut	16,1	16,0	0,6	58,2	62,5	-6,9
Oikaistu käyttökate	7,0	9,8	-28,4	35,3	42,5	-17,1
Käyttökate	6,6	9,8	-32,3	36,2	42,6	-15,1
Oikaistu liikevoitto	6,0	8,6	-30,2	30,7	37,7	-18,4
% liikevaihdosta	27,4	35,0		34,8	37,7	
Liikevoitto/-tappio	5,6	8,6	-34,6	31,6	37,7	-16,2
% liikevaihdosta	25,7	35,0		34,8	37,7	
Henkilöstö keskimäärin	674	686	-1,7	702	679	3,3
Digiliiketoiminnan liikevaihto	21,9	24,6	-11,7	88,3	100,0	-11,7
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	100,0	100,0		100,0	100,0	

Loka—joulukuu 2020

Vuoden 2020 viimeisellä vuosineljänneksellä Alma Markets -segmentin liikevaihto laski 10,8 % ja oli 21,9 (24,6) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 0,6 milj. euroa. Rekrytointiliiketoiminta laski 16,2 % ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 69,9 %. Suomessa asumisen ja autoilun markkinapaikka- ja järjestelmäliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 5 % vertailupalveluiden ja asunnonvuokrausilmoittelun volyyymien kasvaessa. Asumisen-liiketoiminta muodosti 20,5 % segmentin liikevaihdosta ja oli 4,5 (4,3) milj. euroa. Autoilun-liiketoiminta muodosti 9,6 % segmentin liikevaihdosta ja oli 2,1 (2,0) milj. euroa.

Kokonaiskulut olivat 16,1 (16,0) milj. euroa. Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto oli viimeisellä neljänneksellä 6,0 (8,6) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 27,4 % (35,0 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 5,6 (8,6) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät myyntitappioon. Vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Vuosi 2020

Vuonna 2020 Alma Markets -segmentin liikevaihto laski 11,7 % ja oli 88,3 (100,0) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 2,5 milj. euroa. Rekrytointiliiketoiminta laski 16,1 % ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 71,3 %. Suomessa asumisen ja autoilun markkinapaikka- ja järjestelmäliiketoiminta olivat vertailukauden tasolla. Asumisen-liiketoiminta muodosti 19,5 % segmentin liikevaihdosta ja oli 17,2 (17,3) milj. euroa. Autoilun-liiketoiminta muodosti 9,5 % segmentin liikevaihdosta ja kasvoi 5,2 %.

Katsauskauden kokonaiskulut olivat 58,2 (62,5) milj. euroa. Kokonaiskulut laskivat kulusäästöjen johdosta ja ne kohdistuivat toiselle ja kolmannelle vuosineljännekselle painottuen henkilöstö- ja markkinointikulujen säästöihin.

Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto vuonna 2020 oli 30,7 (37,7) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 34,8 % (37,7 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 31,6 (37,7) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät vaiheittaisten hankintojen myyntivoittoihin, myyntitappioihin ja -voittoihin sekä toiminnan uudelleenjärjestelyihin. Vertailukaudella oikaistut erät liittyivät vaiheittaisen hankinnan myyntivoittoon.

Alma Talent

Alma Talentin liiketoiminnan ydintä ovat digitaaliset, tilattavat sisältömediat ja digitaaliset data-, sisältö- ja markkinapaikkapalvelut. Alma Talentin johtava talousmedia on Kauppalehti, muita talous- ja ammattimedioita ovat mm. Talouselämä, Tekniikka & Talous ja Arvopaperi. Alma Talent Palvelut tarjoaa ammattilaisille ja yrityksille kattavasti sisältöjä liittyen yritystietoon, kiinteistötietoon, juridiikkaan, taloushallintoon, osaamisen kehittämiseen, johtamiseen ja markkinointipalveluihin. Alma Talent toimii Suomessa, Ruotsissa ja Baltian maissa.

AVAINLUVUT milj. euroa	2020 10—12	2019 10—12	Muutos %	2020 1—12	2019 1—12	Muutos %
Liikevaihto	26,4	28,3	-6,5	95,1	102,9	-7,6
Sisältöliikevaihto	11,4	13,0	-11,9	43,8	46,6	-6,0
Sisältöliikevaihto, painettu	6,8	9,3	-19,1	26,8	33,5	-19,8
Sisältöliikevaihto, digi	4,6	3,7	26,0	17,0	13,1	29,2
Mainosmyynnin liikevaihto	7,8	8,6	-9,7	24,8	30,2	-17,9
Mainosmyynti, painettu	3,1	4,0	-19,1	9,6	13,7	-27,2
Mainosmyynti, digi	4,7	4,6	2,1	15,2	16,4	-7,5
Palveluliikevaihto	7,2	6,7	8,0	26,5	26,2	1,3
Oikaistut kokonaiskulut	20,8	23,4	-11,4	78,9	88,2	-10,5
Oikaistu käyttökate	6,6	6,1	7,3	20,4	19,9	2,7
Käyttökate	6,9	6,1	12,6	17,6	19,9	-11,7
Oikaistu liikevoitto	5,7	4,8	17,2	16,2	14,8	9,6
% liikevaihdosta	21,5	17,1		17,1	14,4	
Liikevoitto/-tappio	5,7	4,8	17,3	13,1	14,8	-11,9
% liikevaihdosta	21,5	17,1		13,7	14,4	
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	427	486	-12,2	456	489	-6,8
Telemarkkinoijat keskimäärin	352	313	12,3	335	304	10,3
Digiliiketoiminnan liikevaihto	12,9	10,8	19,1	44,6	40,3	10,5
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	48,7	38,2		46,9	39,2	

Loka—joulukuu 2020

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski loka—joulukuussa 6,5 % 26,4 (28,3) milj. euroon. Liikevaihto laski myytyjen liiketoimintojen vaikutuksesta 3,4 milj. euroa. Vertailukelpoinen liikevaihto ilman myytyjä liiketoimintoja kasvoi 5,3 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 48,7 % (38,2 %).

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto laski 11,9 % myytyjen Ruotsin medialiiketoimintojen vaikutuksesta 3,2 milj. euroa ja oli 11,4 (13,0) milj. euroa. Suomessa sisältöliikevaihto kasvoi 8,4 %, mihin vaikutti merkittävästi medialiiketoiminnan digitaalisten sisältötuottojen kasvu 42,6 %.

Vuoden viimeisen neljänneksen mainosmyynti laski myydyistä liiketoiminnoista johtuen 9,7 % ja oli 7,8 (8,6) milj. euroa. Vertailukelpoinen mainosmyynti ilman myytyjä liiketoimintoja kasvoi 3,4 %.

Palveluliikevaihto kasvoi 8,0 % ja oli 7,2 (6,7) milj. euroa. Telemarkkinointiliiketoiminnan ja digitaalisten B2B-palveluiden kasvu nosti palveluliikevaihtoa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 20,8 (23,4) milj. euroa. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus huomioiden kokonaiskulut olivat vertailukauden tasolla. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 5,7 (4,8) milj. euroa ja

liikevoitto 5,7 (4,8) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät vaiheittaisen hankinnan myyntivoittoon, myyntitappioon, alaskirjaukseen sekä toiminnan uudelleen järjestelyihin. Vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Vuosi 2020

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski vuonna 2020 7,6 % 95,1 (102,9) milj. euroon. Liikevaihto laski myytyjen liiketoimintojen vaikutuksesta 5,3 milj. euroa. Vertailukelpoinen liikevaihto ilman myytyjen liiketoimintojen vaikutusta oli edellisvuoden tasolla. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 46,9 % (39,2 %).

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto laski 6,0 % myytyjen Ruotsin medialiiketoimintojen vaikutuksesta ja oli 43,8 (46,6) milj. euroa. Suomessa sisältöliikevaihto kasvoi 4,7 %, mihin vaikutti merkittävästi medialiiketoiminnan digitaalisten sisältötuottojen kasvu 42,2 %.

Vuonna 2020 koronavirusepidemiasta ja myydyistä Ruotsin liiketoiminnasta johtuen mainosmyynti laski 17,9 % ja oli 24,8 (30,2) milj. euroa. Palveluliikevaihto oli 26,5 (26,2) milj. euroa. Vertailukelpoinen palveluliikevaihto kasvoi 3,3 %.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 78,9 (88,2) milj. euroa. Kokonaiskuluja laskivat 7,1 milj. euroa divestoitu Ruotsin liiketoiminta ja 3,5 milj. euroa toteutetut kulusäästöt. Kokonaiskuluihin vaikuttivat myös telemarkkinoinnin kasvaneet henkilöstökulut 1,3 milj.

Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 16,2 (14,8) milj. euroa ja liikevoitto 13,1 (14,8) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 17,1 % (14,4 %) liikevaihdosta. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin, vaiheittaisen hankinnan myyntivoittoon, arvonalentumiseen 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 10—12	2019 10—12	Muutos %	2020 1—12	2019 1—12	Muutos %
Liikevaihto	12,7	12,8	-0,7	44,4	47,2	-6,0
Sisältöliikevaihto *)	3,7	4,5	-16,8	15,3	17,6	-13,1
Mainosmyynnin liikevaihto	8,1	7,4	9,3	25,4	27,2	-6,7
Mainosmyynti, painettu	0,5	0,8	-34,9	2,0	3,2	-37,7
Mainosmyynti, digi	7,6	6,6	14,6	23,4	24,0	-2,6
Palveluliikevaihto	0,9	0,9	-1,6	3,7	2,4	54,1
Oikaistut kokonaiskulut	10,2	11,0	-7,5	39,5	41,0	-3,7
Oikaistu käyttökate	2,8	2,0	35,1	5,6	6,8	-17,5
Käyttökate	2,8	2,0	35,1	5,6	6,8	-17,5
Oikaistu liikevoitto	2,6	1,8	39,8	4,9	6,2	-20,8
% liikevaihdosta	20,2	14,3		11,0	13,1	-15,8
Liikevoitto/-tappio	2,6	1,8	39,8	4,9	6,2	-20,8
% liikevaihdosta	20,2	14,3		11,0	13,1	-15,8
Henkilöstö keskimäärin	176	187	-6,0	184	187	-1,5
Digiliiketoiminnan liikevaihto	8,4	7,5	12,7	27,1	26,4	2,7
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	66,4	58,5		61,1	55,9	

*) Sisältöliikevaihto muodostuu kokonaisuudessaan Iltaalehden irtonumeromyynnistä.

Loka—joulukuu 2020

Alma Consumer -segmentin liikevaihto oli vuoden viimeisellä kvartaalilla vertailukauden tasolla ja oli 12,7 (12,8) milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 66,4 % (58,5 %).

Segmentin mainosmyynti kasvoi 9,3 % ja oli 8,1 (7,4) milj. euroa. Mainonnan siirtymä printistä digiin voimistui. Digimainosmyynti kasvoi 14,6 % ja oli 7,6 (6,6) milj. euroa. Ohjelmallisesti ostettu mainonta ja toimialoista erityisesti vähittäiskaupan ja autoilun mainonta kasvoivat vertailukaudesta. Painetun median mainosmyynti laski 34,9 % ja oli 0,5 (0,8).

Segmentin sisältöliikevaihto laski 16,8 % ja oli 3,7 (4,5) milj. euroa. Koronaepidemiaan liittyvistä rajoitustoimenpiteistä johtuen Iltalehden irtomyyntipisteitä oli vähemmän vertailukauteen verrattuna. Segmentin palveluliikevaihto oli vertailukauden tasolla ja oli 0,9 (0,9) milj. euroa.

Segmentin kokonaiskulut laskivat pääosin painetun median volyymin laskun johdosta 7,5 % ja olivat 10,2 (11,0) milj. euroa. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 2,6 (1,8) milj. euroa, 20,2 % (14,3 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 2,6 (1,8) milj. euroa. Katsauskaudella ja vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Vuosi 2020

Alma Consumer -segmentin liikevaihto laski vuonna 2020 6,0 % ja oli 44,4 (47,2) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 1,1 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 61,1 % (55,9 %).

Segmentin mainosmyynnin liikevaihto laski 6,7 % ja oli 25,4 (27,2) milj. euroa. Digimainosmyynti laski 2,6 % ja oli 23,4 (24,0) milj. euroa. Koronaepidemia heikensi digitaalista mainosmyyntiä erityisesti toisella vuosineljänneksellä. Painetun median mainosmyynti laski 37,7 % ja oli 2,0 (3,2).

Segmentin sisältöliikevaihto laski 13,1 % ja oli 15,3 (17,6) milj. euroa. Koronaepidemiaan liittyvistä rajoitustoimenpiteistä johtuen Iltalehden irtomyyntipisteiden määrä oli pienempi kuin vertailukautena. Segmentin palveluliikevaihto kasvoi lainojen kilpailutuspalvelun Etua.fi:n hankinnan myötä 54,1 % ja oli 3,7 (2,4) milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut laskivat 3,7 % ja olivat 39,5 (41,0) milj. euroa. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 4,9 (6,2) milj. euroa, 11,0 % (13,1 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 4,9 (6,2) 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)	31.12.2020	31.12.2019
Alma Markets	112,3	108,2
Alma Talent	116,6	98,1
Alma Consumer*	10,4	11,9
Segmentit yhteensä	239,3	218,1
Myytäväksi luokitellut varat		83,3
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	94,6	99,4
Yhteensä	333,9	400,9
VELAT SEGMENTEITTÄIN		
(milj. euroa)	31.12.2020	31.12.2019
Alma Markets	28,6	35,7
Alma Talent	38,8	26,9
Alma Consumer*	5,8	6,1
Segmentit yhteensä	73,1	68,7
Myytävänä oleviksi luokiteltuihin omaisuuseriin liittyvät velat		72,4
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	56,3	57,3
Yhteensä	129,4	198,4

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

Varsinainen yhtiökokous 2020 ja hallituksen järjestäytymiskokouksen päätöksiä

Alma Media Oyj:n 29.4.2020 poikkeusjärjestelyin pidetty varsinainen yhtiökokous vahvisti vuoden 2019 tilinpäätöksen ja myönsi vastuuvapauden hallituksen jäsenille ja toimitusjohtajalle. Yhtiökokous päätti, että tilikaudelta 2019 jaetaan osinkoa 0,40 euroa osaketta kohden. Osinko maksettiin 11.5.2020.

Yhtiökokous vahvisti hallituksen osakkeenomistajien nimitystoimikunta nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan ehdotuksen mukaisesti hallituksen jäsenten lukumääräksi seitsemän. Varsinainen yhtiökokous valitsi yhtiön hallituksen jäseniksi uudelleen toimikaudelle, joka jatkuu seuraavan varsinaisen yhtiökokouksen loppuun saakka hallituksen nykyiset jäsenet: Peter Immosen, Esa Lagerin, Alexander Lindholmin, Petri Niemisvirran, Päivi Rekosen ja Catharina Stackelberg-Hammarénin ja uudeksi hallituksen jäseneksi Jorma Ollilan. Yhtiökokouksen jälkeen pitämässään järjestäytymiskokouksessa hallitus valitsi puheenjohtajakseen Jorma Ollilan ja varapuheenjohtajakseen Petri Niemisvirran.

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

Hallitukseen valitut henkilöt ovat hallituksen toimesta arvioitu Peter Immosta, Esa Lageria, Alexander Lindholmia ja Jorma Ollilaa lukuun ottamatta riippumattomiksi yhtiöstä ja sen merkittävistä osakkeenomistajista. Peter Immonen on Mariatorp Oy:n hallituksen jäsen, Esa Lager on Ilkka-Yhtymä Oyj:n hallituksen jäsen, Alexander Lindholm on Otava-konsernin toimitusjohtaja ja Jorma Ollila on toiminut vuoteen 2019 saakka yhtäjaksoisesti Otava Oy:n hallituksen jäsenenä yli 10 vuotta (hallinnointikoodin suosituksen 10 alakohdan j) mukainen suhde merkittävään osakkeenomistajaan).

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

Varsinaisen yhtiökokouksen ja hallituksen järjestäytymiskokouksen päätöksistä tiedotettiin tarkemmin pörssitiedotteella 29.4.2020.

Osake

Loka-joulukuussa NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 1 040 513 Alma Median osaketta, mikä vastasi 1,3 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 30.12.2020 oli 8,92 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 7,22 euroa ja ylin 9,00 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 734,9 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 toimitusjohtajien 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 2020 uuden jakson alkamisesta ylimmän johdon pitkän aikavälin osakepohjaisessa kannustinjärjestelmässä (LTI 2019 I). Hallitus lisäksi päätti uuden jakson alkamisesta

suoriteperusteisessa osakepalkkiojärjestelmässä, joka on suunnattu keskijohdolle ja valituille avainhenkilöille. Kannustinjärjestelmät perustettiin ja niistä tiedotettiin alunperin joulukuussa 2018.

Liputusilmoitukset

Vuoden 2020 neljännen 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 pieneneminen ja mainosmyynnin pysyvä vähentyminen. 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. Koska datan merkitys Alma Median liiketoiminnassa on aiempaa keskeisempi, yhtiön strategiaan riskeihin kuuluvat myös ns. kyberriskit. 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.

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

Alma Media tiedotti 7.1.2021, että Alma Career Oy:n tytäryhtiö ja Tšekin johtava rekrytointipalveluyritys LMC s.r.o on ostanut tsekkiläisen start-up-yrityksen Quantiq s.r.o:n. Yhtiön SAAS-pohjainen rekrytointipalvelu Techloop.io on IT-alan ammattilaisille ja yrityksille suunnattu palvelu. Vuonna 2016 perustetun Quantiqin liikevaihto oli vuonna 2020 noin 0,3 miljoonaa euroa.

OSAVUOSIKATSAUSLYHENNELMÄ JA LIITETIEDOT

LAAJA TULOSLASKELMA (milj. euroa)	2020 10—12	2019 10—12	Muutos %	2020 1—12	2019 1—12	Muutos %
LIKEVAIHTO	61,9	65,8	-5,8	230,2	250,2	-8,0
Liiketoiminnan muut tuotot	1,4	0,2	488,5	3,3	0,6	458,1
Materiaalit ja palvelut	8,6	10,2	-15,2	32,7	38,3	-14,5
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	24,6	25,2	-2,3	93,3	97,4	-4,2
Poistot ja arvonalentumiset	3,8	4,0	-4,3	15,8	16,7	-5,5
Liiketoiminnan muut kulut	15,4	14,0	10,7	48,7	48,9	-0,5
LIKEVOITTO	10,8	12,6	-14,9	43,1	49,5	-13,0
Rahoitustuotot	0,1	0,4	-80,6	0,3	0,3	11,2
Rahoituskulut	0,7	0,4	-263,3	1,3	1,3	-195,3
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	-0,2	0,1	-264,2	0,1	0,5	-78,4
TULOS ENNEN VEROJA	9,9	12,7	-22,0	42,2	49,0	-13,8
Tuloverot	2,5	2,5	0,3	9,0	8,6	5,0
JATKUVIEN TOIMINTOJEN VOITTO	7,4	10,2	-27,4	33,3	40,5	-17,8
VOITTO LOPETETUISTA TOIMINNOISTA	-1,9	2,8	-165,2	65,8	8,2	702,7
TILIKAUDEN VOITTO	5,6	13,1	-57,4	99,1	48,7	103,6
MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:						
Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi						
Etuuspohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät	0,2	-0,2		0,2	-0,2	
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi						
Muuntoerot	0,3	0,8		0,6	0,1	
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	0,5	0,6		0,7	-0,1	
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	6,1	13,7		99,8	48,5	
Tilikauden tuloksen jakautuminen:						
- Emoyhtiön omistajille	6,4	11,6		93,3	42,2	
- Määräysvallattomille omistajille	1,0	1,5		5,7	6,4	
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:						
- Emoyhtiön omistajille	6,9	12,2		94,1	42,1	
- Määräysvallattomille omistajille	1,0	1,5		5,7	6,4	
Laajan tuloksen jakautuminen						
- Jatkuvat toiminnot	8,0	10,8		34,0	40,3	
- Lopetetut toiminnot	-1,9	2,8		65,8	8,2	
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:						
- Tulos/osake laimentamaton	0,05	0,14		1,13	0,51	
- Tulos/osake laimennettu	0,05	0,14		1,11	0,51	
- Tulos/osake, jatkuvat toiminnot	0,08	0,11		0,33	0,41	
- Tulos/osake, lopetetut toiminnot	-0,02	0,03		0,80	0,10	

TASE (milj. euroa)	31.12.2020	31.12.2019
VARAT		
PITKÄAIKAISET VARAT		
Liikearvo	150,7	130,3
Aineettomat hyödykkeet	55,1	54,3
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	40,6	47,4
Osuudet osakkuusyrityksissä	6,6	3,2
Eläkesaaminen, etuuspohjaiset järjestelyt	0,0	0,0
Muut rahoitusvarat	3,9	3,3
Laskennalliset verosaamiset	0,3	0,4
PITKÄAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	257,2	238,9
LYHYTAIKAISET VARAT		
Vaihto-omaisuus	0,6	0,7
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	1,0	1,5
Myyntisaamiset ja muut saamiset	27,1	28,0
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	0,0	0,0
Rahavarat	48,0	48,4
LYTYAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	76,7	78,6
Myyttävänä oleviksi luokitellut omaisuuserät *)		83,3
VARAT YHTEENSÄ	333,9	400,9
OMA PÄÄOMA JA VELAT		
Osakepääoma	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7
Muuntoerot	0,0	-0,5
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,1	19,1
Kertyneet voittovarot	111,4	100,5
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	183,6	172,1
Määräysvallattomien omistajien osuus	21,0	30,4
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	204,6	202,5
VIERAS PÄÄOMA		
PITKÄAIKAISET VELAT		
Pitkäaikaiset korolliset velat	31,9	36,9
Laskennalliset verovelat	11,5	11,1
Eläkevelvoitteet	0,7	0,8
Varaukset	0,0	0,4
Muut rahoitusvelat	13,6	2,0
Muut pitkäaikaiset velat	0,0	0,1
PITKÄAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	57,8	51,3
LYHYTAIKAISET VELAT		
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	9,8	9,0
Saadut ennakot	9,9	12,5
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	3,4	2,5
Varaukset	0,0	0,1
Ostovelat ja muut velat	48,5	50,6
LYHYTAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	71,6	74,7
Myyttävänä oleviksi luokiteltuihin omaisuuseriin liittyvät velat *)		72,4
VELAT YHTEENSÄ	129,4	198,4
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	333,9	400,9

*) Luokittelu myyttäviksi omaisuuseriksi ja veloiksi tehtiin tilinpäätöksessä 2019.

LASKELMA KONSERNIN OMAN PÄÄOMAN MUUTOKSISTA

Sarakeotsikot:

A = Osakepääoma

B = Ylikurssirahasto

C = Muuntoerot

D= Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto

E = Kertyneet voittovarat

F = Yhteensä

G = Määräysvallattomien omistajien osuus

H = Oma pääoma yhteensä

(milj. euroa)	Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma							
	A	B	C	D	E	F	G	H
Oma pääoma 1.1.2020	45,3	7,7	-0,5	19,1	100,5	172,1	30,4	202,5
Tilikauden tulos					93,3	93,3	5,7	99,1
Muut laajan tuloksen erät					0,2	0,2		0,2
Muuntoerot			0,6			0,6	-0,4	0,2
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-32,9	-32,9		-32,9
Tytäryritysten osingonjako						0,0	-4,6	-4,6
Omien osakkeiden hankinta					-1,5	-1,5		-1,5
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					-0,3	-0,3		-0,3
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset					-47,9	-47,9	-10,2	-58,1
Oma pääoma 31.12.2020	45,3	7,7	0,0	19,1	111,4	183,6	21,0	204,6

Oma pääoma 1.1.2019	45,3	7,7	-0,6	19,1	88,7	160,2	26,6	186,8
Tilikauden tulos					42,2	42,2	6,4	48,7
Muut laajan tuloksen erät					-0,2	-0,2		-0,2
Muuntoerot			0,1			0,1	0,1	0,1
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-28,8	-28,8		-28,8
Tytäryritysten osingonjako							-3,9	-3,9
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					0,6	0,6		0,6
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset					-2,0	-2,0	1,2	-0,8
Oma pääoma 31.12.2019	45,3	7,7	-0,5	19,1	100,5	172,1	30,4	202,5

RAHAVIRTALASKELMA (milj. euroa)	2020 10—12	2019 10—12	2020 1—12	2019 1—12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA				
Tilikauden voitto	5,6	13,1	99,0	48,7
Oikaisuerät	6,4	9,2	-39,6	35,2
Käyttöpääoman muutos	5,6	0,4	5,8	2,0
Saadut osingot	0,1	0,1	0,2	0,4
Saadut korot	0,0	0,0	0,1	0,1
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-0,3	-0,5	-1,5	-2,2
Maksetut verot	-2,1	-4,6	-8,1	-12,4
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	15,3	17,3	56,0	71,8
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA				
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	-0,1	-0,2	-0,9	-0,8
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-0,5	-0,2	-2,2	-0,7
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot		0,0		0,0
Investoinnit muihin sijoituksiin	0,3		-0,6	0,0
Myytavissä olevien rahoitusvarojen myynnit		0,4		0,8
Lainasaamisten takaisinmaksut	0,3		0,3	
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla	-67,0		-72,5	-15,4
Liiketoimintojen myynnit vähennettynä myyntihetken rahavaroilla		6,2	51,1	6,2
Osakkuusyritysten hankinta	-4,0		-4,0	
Osakkuusyritysten myynti	0,4		0,4	
Investointien rahavirta yhteensä	-70,6	6,1	-28,4	-9,9
Rahavirta ennen rahoitusta	-55,3	23,4	27,6	61,9
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA				
Omien osakkeiden hankinta			-1,5	
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-0,8	-2,9	-7,4	-11,6
Maksetut osingot			-37,6	-32,7
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-0,8	-2,9	-46,4	-44,3
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	-57,7	20,4	-18,9	17,6
Rahavarat kauden alussa	105,6	46,6	67,1	49,5
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	0,1	0,1	-0,2	-0,1
Rahavarat kauden lopussa	48,0	67,1	48,0	67,1

Osakkuusyhtiöt

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

Joulukuussa 2020 Alma Media myi 35 prosentin osakeomistuksensa Arena Interactive Oy:ssä Arena Partners Oy:lle 0,4 milj. eurolla.

Joulukuussa 2020 Alma Media osti 21,5 prosentin osakeomistuksen Bolt Group Oy:stä.

OSUUS OSAKKUUSYHTIÖIDEN TULOKSISTA				
milj. euroa	2020 10—12	2019 10—12	2020 1—12	2019 1—12
Alma Markets	-0,2	0,1	0,1	0,6
Alma Talent	0,0	0,0	0,0	0,0
Alma Consumer	0,0	0,0	0,0	0,0
Muut osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0
Yhteensä	-0,2	0,1	0,1	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 %
<u>Alma Talent segmentti</u>				
Digitaalinen asuntokauppa				
DIAS Oy	Verkkopalvelu	30.12.2020	75,5 %	75,5 %

Alma Markets segmentin tiedot hankituista liiketoiminnoista esitetään yhdistettynä.

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

Alma Talent segmentin hankittu liiketoiminto

milj. eur	Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot
Aineettomat hyödykkeet	8,9
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,2
Rahavarat	1,1
Yhteensä	10,3
Laskennalliset verovelat	1,7
Ostovelat ja muut velat	1,0
Yhteensä	2,7
Nettovarat 100%	7,6
Konsernin osuus nettovaroista	6,1
IFRS-hankintameno	24,1
Liikearvo	18,0

Ehdolliset kauppahinnat

Liiketoimintakaupoista syntyneet ehdolliset vastikkeet luokitellaan käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavaksi rahoitusvelaksi. Tehtyjen liiketoimintakauppojen ehdollisten vastikkeiden määrä perustuu hankittujen liiketoimintojen vuoden 2020-2024 tuloksiin.

EHDOLLISET KAUPPAHINTAVELAT (milj. euroa)	
Velkojen alkuperäinen käypä arvo	18,7
Käyvän arvon muutokset aiempina tilikausina	-0,4
Maksetut velat	-2,0
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella	0,0
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	16,3

EHDOLLISET KAUPPAHINTASAATAVAT (milj. euroa)	
Saatavien alkuperäinen käypä arvo	1,8
Käyvän arvon muutokset aiempina tilikausina	
Saadut suoritukset	
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella	-0,5
Saatavien käypä arvo katsauskauden lopussa	1,3

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	-24,8	-25,4	-75,8
Poistot ja arvonalentumiset **)	0,0	-1,7	-5,2
Nettorahoituskulut	-0,5	-0,4	-1,1
Voitto ennen veroja	9,8	3,5	10,4
Tuloverot	-1,9	-0,7	-2,2
Voitto lopetetuista toiminnoista	7,9	2,8	8,2

Yksityiskohtaiset tiedot tytäryrityksen myynnistä

Saatu tai saatava vastike	79,1
Transaktiokustannukset	-1,6
Myydyn nettovarallisuuden kirjanpitoarvo	-19,5
Myyntivoitto	57,9

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

*) 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 kohdistettu arvioitu kannustepalkkio myydyn liiketoiminnan onnistuneesta siirrosta ostajalle siirtymäkauden palveluajan jälkeen, yhteensä 0,6 milj. euroa.

Henkilöstö

HENKILÖSTÖN MAANTIETEELLINEN JAKAUMA	2020	2019	2020	2019
	10—12	10—12	1—12	1—12
Henkilöstö Suomi	836	882	864	883
Henkilöstö muut maat	597	654	634	647
Henkilöstö yhteensä	1434	1536	1497	1530

Varaukset

Yhtiöllä ei ollut 31.12.2020 varauksia (1,0 milj. euroa). Varausten muodostamisen yhteydessä tehtyjä arvioita ei ole ollut tarvetta muuttaa.

Vastuut

VASTUUSITOUMUKSET (milj. euroa)	31.12.2020	31.12.2019
Muiden puolesta annetut vakuudet		
Takaukset		0,9
Muut vastuusitoumukset	0,1	0,2
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:		
Yhden vuoden kuluessa	0,3	0,9
1-5 vuoden kuluessa	0,4	0,5
yli viiden vuoden kuluttua	0,0	0,0
Yhteensä	0,7	1,4

JOHDANNAISSOPIMUKSET (milj. euroa)	31.12.2020	31.12.2019
Hyödykejohdannaiset, sähkötermiinit		
Käypä arvo*	0,0	0,0
Nimellisarvo	0,1	0,2
Valuuttajohdannaiset		
Käypä arvo*	0,0	-0,1
Kohde-etuuden arvo	6,0	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 10—12	2019 10—12	2020 1—12	2019 1—12	2019 1—12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,0	0,1	0,2	0,3	0,3
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,2	0,2
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1
Johdon vaikutusvaltayhteisöt	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0
Tavaroiden ja palvelujen ostot	-3,6	0,1	0,6	0,5	0,5
Osakkuusyhtiöt	0,1	0,1	0,3	0,5	0,5
Merkittävät omistajat	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0
Johdon vaikutusvaltayhteisöt	-3,8	0,0	0,1	0,0	
Myynti, laina- ja muut saamiset raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Johdon vaikutusvaltayhteisöt	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	0,0	0,0	

KONSERNI VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN milj. euroa	2020 10—12	2020 7—9	2020 4—6	2020 1—3	2019 10—12	2019 7—9	2019 4—6
LIKEVAIHTO	61,9	54,0	52,5	61,9	65,8	58,2	64,1
Alma Markets	21,9	22,2	19,4	24,7	24,6	24,9	25,6
Alma Talent	26,4	20,7	22,4	25,6	28,3	22,3	26,1
Alma Consumer	12,7	10,2	9,8	11,6	12,8	11,1	12,3
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	0,9	0,8	0,9	-0,1	0,1	-0,1	0,1
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	51,4	41,0	42,9	50,7	53,4	44,8	52,2
Alma Markets	16,1	13,3	12,6	16,2	16,0	14,3	15,9
Alma Talent	20,8	16,6	19,6	22,0	23,4	19,5	22,9
Alma Consumer	10,2	9,1	9,3	10,9	11,0	9,8	10,3
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	4,3	2,0	1,4	1,7	2,9	1,3	3,2
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	14,6	17,0	13,8	15,3	16,5	17,6	16,2
Alma Markets	7,0	10,2	8,2	9,8	9,8	11,8	11,0
Alma Talent	6,6	5,1	3,9	4,9	6,1	4,1	4,5
Alma Consumer	2,8	1,3	0,7	0,9	2,0	1,5	2,2
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,7	0,4	1,0	-0,2	-1,5	0,1	-1,5
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	11,1	13,2	9,8	11,2	12,5	13,5	11,9
Alma Markets	6,0	9,0	7,0	8,6	8,6	10,6	9,8
Alma Talent	5,7	4,1	2,8	3,7	4,8	2,9	3,3
Alma Consumer	2,6	1,1	0,5	0,7	1,8	1,3	2,0
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-3,1	-1,1	-0,5	-1,8	-2,8	-1,3	-3,1
% LIIKEVAIHDOSTA	18,0	24,5	18,7	18,1	19,0	23,2	18,6
Alma Markets	27,4	40,7	36,3	34,9	35,0	42,7	38,2
Alma Talent	21,5	19,9	12,4	14,4	17,1	12,9	12,5
Alma Consumer	20,2	10,9	5,5	5,8	14,3	12,1	16,5
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OIKAISTUT ERÄT	-0,4	0,0	-2,9	1,0	0,2	0,7	-0,1
Alma Markets	-0,4	-0,1	0,0	1,4	0,0	0,1	0,0
Alma Talent	0,0	0,0	-3,0	-0,2	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	0,0	0,1	-0,1	0,2	0,6	-0,1
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	10,8	13,2	7,0	12,2	12,6	13,6	11,8
Alma Markets	5,6	9,0	7,0	10,0	8,6	10,7	9,8
Alma Talent	5,7	4,1	-0,2	3,5	4,8	2,9	3,3
Alma Consumer	2,6	1,1	0,5	0,7	1,8	1,3	2,0
Kohdistamattomat toiminnot	-3,1	-1,1	-0,4	-1,9	-2,6	-1,3	-3,3
Rahoitustuotot	0,1	0,0	0,1	0,6	0,0	0,0	0,2
Rahoituskulut	-0,7	0,1	0,7	0,3	0,1	0,0	1,0
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	-0,2	0,2	0,2	0,0	0,1	0,2	0,1
TULOS ENNEN VEROJA	9,9	13,4	6,5	12,5	12,7	13,8	11,2
Tuloverot	-2,5	-1,9	-2,3	-2,3	-2,5	-2,0	-1,9
TILIKAUDEN TULOS	7,4	11,5	4,2	10,2	10,2	11,8	9,3

Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä osavuositarkastus on laadittu IFRS-standardien mukaisesti (IAS 34). Osavuositarkastuksessa noudatetaan samoja laatimisperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin vuosittain päätöksessä 31.12.2020 sekä niitä uusia ja uudistettuja IFRS-standardeja, jotka on kuvattu vuoden 2020 tilinpäätöksessä. Osavuositarkastus ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään vuosittain päätöksessä. Näin ollen osavuositarkastusta tulee lukea yhdessä yhtiön vuosittain päätöksen 2020 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

- Osavuositarkastus tammi–maaliskuulta 2021 keskiviikkona 21.4.2021 noin klo 8.00
- Osavuositarkastus tammi–kesäkuulta 2021 keskiviikkona 21.7.2021 noin klo 8.00
- Osavuositarkastus tammi–syyskuulta 2021 torstaina 21.10.2021 noin klo 8.00.

Tilinpäätös, toimintakertomus, selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä (Corporate Governance Statement) sekä palkitsemisraportti vuodelta 2020 julkaistaan torstaina 25.2.2021.

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