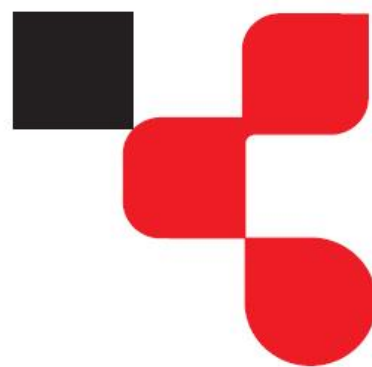
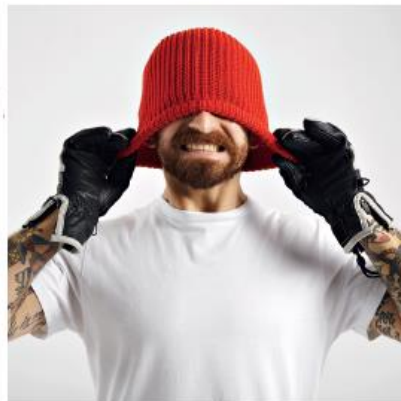


**PUNAMUSTA MEDIA -KONSERNIN  
TILINPÄÄTÖS 1.1.-31.12.2021**



## **PUNAMUSTA MEDIA -KONSERNIN TILINPÄÄTÖS 1.1.-31.12.2021**

### **LIKEVAIHTO NOUSI ENNÄTYSLUKEMIIN Q4:LLA**

#### **LOKA-JOULUKUU 2021 LYHYESTI**

- Konsernin liikevaihto kasvoi 9,9 % ja oli 31,6 miljoonaa euroa (28,7 miljoonaa euroa).
- Käyttökate oli 2,8 (2,7) miljoonaa euroa.
- Liiketulos oli 0,3 (-0,6) miljoonaa euroa ja tulos ennen veroja 1,0 (2,0) miljoonaa euroa.
- Vertailuvuonna liikearvoon tehtiin 1,0 miljoonan euron arvonalentumiskirjaus. Arvonalennuksella oikaistu vertailuvuoden liiketulos oli 0,4 miljoonaa euroa ja tulos ennen veroja 2,9 miljoonaa euroa.
- Liiketoiminnan nettorahavirta oli 2,1 (3,8) miljoonaa euroa.
- Osakekohtainen tulos oli 0,08 (0,17) euroa.

#### **TAMMI-JOULUKUU 2021 LYHYESTI**

- Konsernin liikevaihto kasvoi 3,1 % ja oli 106,0 miljoonaa euroa (102,8 miljoonaa euroa).
- Käyttökate oli 7,3 (8,0) miljoonaa euroa.
- Liiketulos oli -1,8 (-2,5) miljoonaa euroa ja tulos ennen veroja 5,1 (-0,8) miljoonaa euroa.
- Vertailuvuonna liikearvoon tehtiin 1,0 miljoonan euron arvonalentumiskirjaus. Liikearvon arvonalennuksella oikaistu liiketulos oli -1,5 miljoonaa euroa ja tulos ennen veroja 0,2 miljoonaa euroa.
- Liiketoiminnan nettorahavirta oli 5,5 (9,0) miljoonaa euroa.
- Omavaraisuusaste oli 41,6 % (43,7 %).
- Sijoitetun pääoman tuotto ennen veroja oli 6,3 % (-0,2 %).
- Oman pääoman tuotto verojen jälkeen oli 10,1 % (-1,5 %).
- Osakekohtainen tulos oli 0,36 (-0,06) euroa.
- Korollisen vieraan pääoman määrä oli 43,6 (40,6) miljoonaa euroa.
- Hallitus esittää, että vuodelta 2021 jaetaan osinkoa 0,18 euroa osaketta kohti, yhteensä 2,3 miljoonaa euroa.

### **TOIMITUSJOHTAJA RAIMO PUUSTINEN:**

Vuotta 2021 leimasi ajoittaisten yhteiskunnan rajoitteiden myötä kasvanut epävarmuus osaan konsernin palveluiden kysyntään, ja kysynnän ennakointi oli vaikeaa. Alkuvuodesta 2021 konserni vahvisti uuden strategian, jolla haetaan erityisesti näkyvyys- ja digitaalisten palveluiden kasvua. Liiketoiminnan kasvun lisäksi konsernissa keskitytään parantamaan tiedolla johtamista ja laadukasta kokonaisvaltaista asiakaskokemusta sekä samalla kehittämään sisäiset toiminnot vastaamaan Covid-19-pandemian jälkeistä kysyntää.

Uudessa strategiassa konserni pyrkii olemaan asiakkaiden kokonaisvaltainen brändinarvon kasvattaja. Tähän pääseminen vaatii kaikkien palveluiden saumattoman yhdistämisen digitaalisuuden tukemana. Konsernin tavoitteena on tarjota erottuvia ratkaisuja markkinoinnin tarpeisiin, ja yhdistää kaupankäynti kivijalassa ja digitaalisessa ympäristössä yhdenmukaiseksi brändikokemukseksi. Mitattavan näkyvyyden ja sisällön tarjoaminen monikanavaisesti mahdollistaa sekä oman menestyksen mutta edesauttaa myös konsernin loppuasiakkaiden menestymistä.

Strategian toteutus on edennyt hyvin, ja konserni laajensi vuonna 2021 tarjontaa suunnitellusti muuan muassa digitaalisten näyttöpintojen ja brändinhallinnan palveluissa. Vuoden viimeisellä neljänneksellä konserni teki kvartaalitasolla historiansa parhaan liikevaihdon ylittäen 30 miljoonaa euroa. Kasvua tuli erityisesti näkyvyyspalveluista, mikä johdatti koko vuoden liikevaihdon 3,1 %:n kasvuun. Tuloskehitys jäi kuitenkin koko vuoden osalta heikoksi. Covid-19-pandemian aiheuttama

epävarmuus osaan konsernin palveluiden kysyntää säilyi vuoden kolmen ensimmäisen kvartaalin ajan. Konsernin kustannusrakenne oli liian raskas ennakoitua heikompaan kysyntään nähden. Kilpailukyvyyn parantamiseksi toukokuussa käytiin yhteistoimintaneuvottelut, joiden päätösten mukaiset noin 2,5 miljoonan euron kustannussäästöt ja tehokkuushyödyt alkavat realisoitua tilikaudella 2022.

Vuoden viimeinen kvartaali osoitti konsernin olevan oikealla tiellä. Liikevaihdon lähes 10 %:n kasvun lisäksi käyttökate, 2,8 miljoonaa euroa, parani 0,1 miljoonaa euroa ollen vuoden 2015 toisen kvartaalin jälkeisistä vuosineljänneksistä konsernin paras. Myös liiketulos nousi positiiviseksi ollen 0,3 miljoonaa euroa. Viimeisen neljänneksen liiketulosta heikensivät normaalia korkeammat energiakustannukset ja peruuntuneen asiakasprojektin tuotekehityskustannusten alaskirjaukset, joiden tulosvaikutus yhteensä oli noin -0,5 miljoonaa euroa.

Nettorahoitustuotot olivat vuonna 2021 lähes 7,0 miljoonaa euroa, jotka paransivat voiton ennen veroja 5,1 miljoonaan euroon. Osakekohtainen tulos parani merkittävästi -0,06 eurosta 0,36 euroon.

Liiketoiminnan nettorahavirta heikkeni 5,5 miljoonaan euroon edellisen vuoden 9,0 miljoonasta eurosta. Käyttöpääomaa sitoutui edellistä vuotta merkittävästi enemmän vaihto-omaisuuden ja myyntisaamisten kasvun myötä. Liiketoiminnan rahavirta ennen käyttöpääoman muutosta oli kuitenkin edellistä vuotta parempi ollen 8,5 miljoonaa euroa, kun edellisenä vuonna vastaava rahavirta ennen käyttöpääoman muutosta oli 7,9 miljoonaa euroa. Kohtuullinen kassavirta heikosta tuloskehityksestä huolimatta mahdollistaa kehitystoimenpiteiden jatkamisen myös vuonna 2022.

Vuoden 2021 lopussa raaka-aineiden, kuten paperin, hinta alkoi nousta merkittävästi. Paperin saatavuudessa alkoi näkyä epävarmuutta, mikä alkoi korostua vuoden 2022 alkupuolella. Tämä vaatii konsernin henkilöstöltä nopeaa reagoitokykyä. Vuoden 2021 viimeisen kvartaalin kääntyminen positiiviseksi vahvistaa näkemystä siitä, että uusi strateginen lähestymistapa mahdollistaa konsernin kannattavan kasvun epävarmasta toimintaympäristöstä huolimatta. Uskomme, että tehdyt rakennemuutokset ja keskittyminen asiakkuuksien kokonaisvaltaiseen laajempaan palvelutarjontaan mahdollistavat konsernille hienot kasvuedellytykset toimintaympäristön normalisoituessa.

## **TALOUDELLINEN KEHITYS LOKA-JOULUKUUSSA**

Konsernin liikevaihto kehittyi positiivisesti vuoden viimeisellä neljänneksellä ollen selkeästi koko vuoden paras. Liikevaihto kasvoi 9,9 % edellisvuoteen nähden. Liikevaihto kasvoi 2,9 miljoonaa euroa ja oli 31,6 miljoonaa euroa (28,7 miljoonaa euroa). Konsernin liiketulos oli 0,3 miljoonaa euroa (-0,6 miljoonaa euroa). Viimeisen neljänneksen tulos ennen veroja oli 1,0 miljoonaa euroa (2,0 miljoonaa euroa). Vertailuvuoden tulosta heikensi liikearvon arvonalennus 1,0 miljoonaa euroa. Arvopaperikaupan nettotulos vuoden viimeisellä kvartaalilla oli 0,9 miljoonaa euroa (2,7 miljoonaa euroa).

Medialiiketoiminnan ulkoinen liikevaihto laski vuoden viimeisellä vuosineljänneksellä 5,2 % ollen 5,0 miljoonaa euroa (5,2 miljoonaa euroa). Myös medialiiketoiminnan liiketulos heikkeni ollen 0,5 miljoonaa euroa (0,7 miljoonaa euroa).

Näkyvyys- ja painoliiketoiminnan ulkoinen liikevaihto kasvoi 13,3 % (3,1 miljoonaa euroa) ollen 26,6 miljoonaa euroa (23,5 miljoonaa euroa). Vuoden viimeisellä neljänneksellä painopalveluiden liikevaihto kasvoi 2,8 prosenttia 21,5 miljoonaan euroon (20,9 miljoonaa euroa). Merkittävintä kasvu oli näkyvyyspalveluissa ja muissa palveluissa. Näkyvyyspalvelut kasvoivat 99,4 % 3,5 miljoonaan euroon (1,7 miljoonaa euroa) ja liiketoimintaan sisältyvät muut palvelut 102 % 1,6 miljoonaan euroon (0,8 miljoonaa euroa). Tehtyjen yritysostojen vaikutus näkyvyys- ja painoliiketoiminnan liikevaihdon kasvuun oli noin 1,3 miljoonaa euroa. Näkyvyys- ja painoliiketoiminnan liiketulos nousi positiiviseksi ensimmäistä kertaa vuoden 2018 ensimmäisen kvartaalin jälkeen. Liiketulos vuoden viimeisellä

neljänneksellä oli 0,3 miljoonaa euroa (-1,1 miljoonaa euroa). Vertailuvuonna näkyvyys- ja painoliiketoiminnan liiketulosta heikensi kertaluontoinen liikearvon arvonalennus 1,0 miljoonaa euroa.

Liiketoiminnan nettorahavirta oli 2,1 miljoonaa euroa (3,8 miljoonaa euroa). Investointien rahavirta oli -3,3 miljoonaa euroa (-1,1 miljoonaa euroa) ja rahoituksen rahavirta 2,7 miljoonaa euroa (0,1 miljoonaa euroa). Liiketoiminnan nettorahavirta heikkeni käyttöpääoman sitoutumisen myötä, rahavirta ennen käyttöpääoman muutosta oli 2,8 miljoonaa euroa (2,6 miljoonaa euroa).

## **TALOUDELLINEN KEHITYS VUONNA 2021**

Konsernin liikevaihto kasvoi tilikaudella 3,1 % edellisvuoteen nähden. Liikevaihto kasvoi 3,2 miljoonaa euroa ja oli 106,0 miljoonaa euroa, kun se edellisenä vuonna oli 102,8 miljoonaa euroa. Liikevaihto kasvoi konsernin näkyvyys- ja painoliiketoiminnassa. Näkyvyys- ja painoliiketoiminta kasvoi sekä orgaanisesti että vuosina 2020 ja 2021 tehtyjen yritysostojen kautta, joiden vaikutus konsernin liikevaihtoon oli noin 3,0 miljoonaa euroa.

Näkyvyys- ja painoliiketoiminnan kokonaisliikevaihto oli tilikaudella 96,6 miljoonaa euroa, kun se vuotta aiemmin oli 92,6 miljoonaa euroa. Medialiiketoiminnan kokonaisliikevaihto oli tilikaudella 19,4 miljoonaa euroa (19,4 miljoonaa euroa vuotta aiemmin).

Konsernin liiketoiminnan muut tuotot olivat 2,5 miljoonaa euroa (2,7 miljoonaa).

Tilikauden kulut konsernissa olivat 101,9 miljoonaa euroa (97,9 miljoonaa euroa vuonna 2020). Materiaali- ja palvelukulut olivat 49,1 miljoonaa euroa, kun ne edellisenä vuonna olivat 47,8 miljoonaa euroa. Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut olivat 35,7 miljoonaa euroa (33,9 miljoonaa euroa vuonna 2020). Tilikauden poistot olivat 9,1 miljoonaa euroa (edellisenä vuonna poistot 10,5 miljoonaa euroa). Vertailuvuoden tilikauden poistoihin sisältyy kertaluonteinen liikearvon arvonalennus 1,0 miljoonaa euroa. Liiketoiminnan muut kulut olivat 17,1 miljoonaa euroa (16,2 miljoonaa euroa vuonna 2020).

Tilikauden liiketulos konsernissa parani ollen kuitenkin tappiollinen 1,8 miljoonaa euroa eli -1,7 prosenttia liikevaihdosta. Vuonna 2020 liiketulos oli -2,5 miljoonaa euroa eli -2,4 prosenttia liikevaihdosta. Liikearvon arvonalennus heikensi vertailuvuoden liiketulosta 1,0 miljoonaa euroa. Medialiiketoiminnan liiketulos parani hieman 1,9 miljoonaa euroon, edellisvuonna liiketulos oli 1,8 miljoonaa euroa. Näkyvyys- ja painoliiketoiminnan liiketulos parani ollen tappiollinen 2,9 miljoonaa euroa (vuotta aiemmin tappiollinen 4,1 miljoonaa euroa).

Konsernin laajan tuloslaskelman rivillä ”rahoitustuotot ja -kulut (netto)” esitetään sekä arvopaperikaupan nettotulos että muut rahoitustuotot ja -kulut. Tilikaudella 2021 konsernin rahoitustuotot ja -kulut (netto) olivat yhteensä 7,0 miljoonaa euroa (1,7 miljoonaa euroa edellisenä vuonna). Arvopaperikaupan nettotulos oli koko tilikaudella 4,9 miljoonaa euroa voitollinen (2,2 miljoonaa euroa vuotta aiemmin). Katsauskauden muut rahoitustuotot ja -kulut olivat 2,1 miljoonaa euroa (-0,5 miljoonaa euroa) sisältäen Arena Partners Oy:ltä saadut osinkotulot 2,6 miljoonaa euroa.

Tilikauden välittömät verot olivat 0,6 miljoonaa euroa (0,1 miljoonaa euroa negatiiviset edellisenä vuonna).

Konsernin tilikauden tulos oli 4,5 miljoonaa euroa, josta emoyhtiön omistajille kuuluva osuus 4,5 miljoonaa euroa. Vuotta aikaisemmin tulos oli 0,7 miljoonaa euroa tappiollinen, josta emoyhtiön omistajille kuuluva osuus -0,7 miljoonaa euroa.

Tilikauden osakekohtainen tulos oli 0,36 euroa (-0,06 euroa).

Konsernin korollisen vieraan pääoman kokonaismäärä oli 43,6 miljoonaa euroa, edellisen vuoden

vastaava luku oli 40,6 miljoonaa euroa. Taseen korottomien velkojen määrä ilman laskennallista verovelkaa oli 17,4 miljoonaa euroa. Vuonna 2020 korottomia velkoja oli 14,1 miljoonaa euroa.

Konsernin sijoitetun pääoman tuotto parani 6,3 prosenttiin (edellisvuonna -0,2 prosenttia).

## **NÄKYVYYS- JA PAINOLIIKETOIMINTA**

Vuoden 2021 kehitystä leimasivat voimakkaat kausivaihtelut. Yleisen graafisen alan volyymien laskun lisäksi etenkin vuoden ensimmäisen kvartaalin kysyntää heikensi Covid-19-pandemian vaikutus paino- ja näkyvyyspalveluiden kysyntään. Vastaavasti vuoden viimeisellä kvartaalilla koronarajoitusten hellittäessä näkyvyys- ja painoliiketoiminnan liikevaihto kohosi ennätyslukemiin.

PunaMusta Media -konserni jatkoi vuonna 2021 konsernin näkyvyys- ja painoliiketoiminnan kasvua. Liiketoiminnassa haetaan strategian mukaisesti kasvua etenkin näkyvyys- ja digitaalisista palveluista. Alkuvuodesta konserni osti enemmistön Proflight Oy:n osakekannasta. Kauppa vahvisti konsernin näkyvyyspalveluita ja laajensi palveluvalikoimaa muun muassa valaistuksiin ja digitaalisiin näyttöpintoihin. Konsernin digitaalisia palveluita vahvistettiin loppuvuodesta brändinhallintaan erikoistuneen Gredi Oy:n osakekannan ostolla. Yritysjärjestelyt mahdollistavat entistä laajalaisemman palvelutarjonnan toteuttaen konsernin strategiaa kokonaisvaltaisten erottuvien ratkaisujen tarjoajana.

Pysyvästi heikentyneiden konsernin painopalveluiden näkymien ja kysynnän laskun vuoksi konsernissa käytiin keväällä 2021 PunaMusta Oy:tä ja Forssan Kirjapaino Oy:tä koskevat yhteistoimintaneuvottelut, joiden lopputuloksena tuotannollista toimintaa tiivistettiin ja toimitiloja karsittiin. Samalla myyntiorganisaatiota uudistettiin vastaamaan entistä paremmin muuttuvaan kysyntäympäristöön. Tehtyjen säästötoimenpiteiden vaikutus alkaa näkymään täysimääräisesti tilikaudella 2022.

Palveluvalikoiman laajennuksen lisäksi sisäistä kehitystä jatkettiin konsernin strategian mukaisesti keskittyen erityisesti digitaalisten palvelukanavien ja tiedolla johtamisen parantamiseen. Tuotannon keskittämällä haetaan selkeää kapasiteetin käyttöasteen nostamista ja sitä kautta tehokkuushyötyjä, joiden uskotaan näkyvän positiivisesti jo vuoden 2022 aikana.

Näkyvyys- ja painoliiketoiminnan ulkoinen liikevaihto kasvoi 3,9 prosenttia (3,2 miljoonaa euroa) ollen 86,7 miljoonaa euroa (vuonna 2020 ulkoinen liikevaihto oli 83,5 miljoonaa euroa). Painopalveluiden liikevaihto laski 3,1 prosenttia 73,6 miljoonaan euroon (75,9 miljoonaa euroa edellisenä vuonna). Kysyntä laski konsernin lehtiasiakkuuksissa, mihin vaikuttivat muun muassa digitaalisuuden kasvun myötä eri julkaisujen ilmestymiskertojen väheneminen ja painoskojojen pieneneminen. Strategian mukaisesti kasvua tuli näkyvyyspalveluista, jonka liikevaihto kasvoi 82,8 prosenttia 9,1 miljoonaan euroon (vuonna 2020 liikevaihto 5,0 miljoonaa euroa). Kasvusta noin 2,5 miljoonaa euroa tuli yritysostojen kautta. Myös näkyvyys- ja painoliiketoiminnan muut palvelut kasvoivat suunnitellusti. Muissa palveluissa liikevaihto kasvoi 56,3 prosenttia ollen 4,0 miljoonaa euroa (2,6 miljoonaa euroa). Kasvua tuli etenkin digitaalisista palveluista, joiden kysynnän odotetaan kasvavan voimakkaasti myös jatkossa. Yritysostojen vaikutus muiden palveluiden kasvuun oli noin 0,5 miljoonaa euroa. Näkyvyys- ja painoliiketoiminnan liiketulos pysyi tappiollisena mutta parani tappion ollessa tilikaudella 2,9 miljoonaa euroa (vuoden 2020 liiketulos oli 4,1 miljoonaa euroa tappiollinen). Kysyntä pysyi lähes koko vuoden ennakoitua heikompana, joka näkyi heikkona liiketuloksena. Painopalveluiden kustannusrakennetta kevennettiin tilikauden aikana vastaamaan nykyistä kysyntää. Vertailukauden liiketulosta heikensi kertaluontoinen liikearvon arvonalennus 1,0 miljoonaa euroa.

## **MEDIALIIKETOIMINTA**

Joulukuun 2021 talouskatsauksessaan Suomen Pankki arvioi Suomen talouden kasvaneen 3,5 prosenttia vuonna 2021. Vaikka Suomen talous oli toipunut nopeasti keväällä 2020 alkaneen

koronakriisin aiheuttamasta syvästä taantumasta, korona jarrutti yhä Suomen talouden hyvää kasvuvauhtia. Suomen Pankin mukaan maailmanlaajuiset häiriöt toimitusketjuissa ja komponenttien saatavuudessa sekä korkeat raaka-aineiden hinnat tylsyttivät parhaan terän kasvulta ja kiihdyttivät inflaatiota myös Suomessa. Koronakriisistä seurasi myös entistä velkaisempi julkinen talous. Vuodelle 2021 Suomen Pankki ennusti Suomen talouden 2,6 prosentin kasvua.

Vastaavasti valtiovarainministeriö ennusti joulukuun 2021 taloudellisessa katsauksessaan Suomen bruttokansantuotteen kasvaneen 3,4 prosenttia vuonna 2021 ja kasvun pysyvän 3,0 prosentissa vuonna 2022.

Kantar TNS Oy:n mukaan mediamainonnan määrä Suomessa vuonna 2021 lisääntyi 13,4 prosenttia edellisvuoteen verrattuna. Kotimaisessa mediamarkkinassa suurimmat kasvuprosentit koettiin huhtikesäkuussa, johon ajoittuivat kesäkuulle koronan vuoksi siirretyt kuntavaalit ja jonka taustalla ovat myös vertailuvuoden ja samalla ensimmäisen koronavuoden 2020 jyrkimmät laskukuukaudet.

Vuonna 2019 mediamainonnan kokonaismäärä euroissa oli ollut 1,269 miljoonaa, josta se putosi vuonna 2020 1,125 miljoonaan ja nousi tarkasteluvuonna 1,276 miljoonaan. Mainonta painetuissa sanomalehdissä kasvoi edellisvuodesta 3,0 prosenttia sekä painetuissa kaupunki- ja noutolehdissä 1,2 prosenttia. Radiossa kasvu edellisvuodesta oli 17,8 prosenttia ja ulkomainonnassa 15,7 prosenttia, kun taas painetuissa aikakauslehdissä mainonta väheni edellisvuodesta 3,7 prosenttia.

Kun digitaalinen mainonta sisällytetään eri mediaryhmiin, mainonta sanomalehdissä kasvoi vuonna 2021 edellisvuodesta 8,6 prosenttia ja aikakauslehtien mainonnan väheneminen jäi 0,4 prosenttiin. Kaikista mediaryhmistä selvästi eniten edellisvuodesta lisääntyi mainonta sosiaalisessa mediassa, noin 30 prosentilla.

Perinteisellä mediaryhmäjaottelulla tarkasteltuna verkkomedian osuus kasvoi vuonna 2021 edellisvuodesta 21 prosentilla 50 prosenttiin. Televisio oli osuudellaan toisena 18 prosentissa sekä painetut sanomalehdet kolmantena 15 prosentin osuudella. Kun mediaryhmiin sisällytetään myös niiden verkkomainonta, on sanomalehtien osuus kaikesta mainonnasta yhä suurin, 26 prosenttia, ja total-tv:n osuus toiseksi suurin, 20 prosenttia, hakumainonnan osuuden jäädessä 17 prosenttiin ja sosiaalisen median 15 prosenttiin. Total-radion osuus oli tarkasteluvuonna 5 prosenttia ja samoin ulkomainonnan osuus 5 prosenttia.

Konsernin medialiiketoiminnan ulkoinen liikevaihto mediamyyntin osalta palautui hieman edellisen vuoden laskusta ollen 8,3 miljoonaa euroa (vuotta aiemmin 8,1 miljoonaa euroa). Vuoden 2020 mediamyyntin jyrkkään laskuun nähden suunta kääntyi kasvuun kasvun ollessa 2,4 prosenttia, mutta kokonaismyynti ei palautunut koronapandemiaa edeltävälle tasolle. Vastatakseen mediamarkkinan yleiseen laskuun konserni alkoi vuonna 2021 myydä mediatilaa painetun lehden sekä verkko- ja radiomainonnan lisäksi myös digitaalisissa näyttöpinnoina. Konsernin lehtien tilausmyynti laski edellisen vuoden tasosta 2,1 prosenttia ollen 10,9 miljoonaa euroa (vuotta aiemmin 11,2 miljoonaa euroa). Painetun lehden myyntitulojen laskua kompensoivat edelleen selkeästi kasvaneet digitilausmyyntitulot, jotka lisääntyivät 26,6 prosenttia edellisvuodesta.

Medialiiketoiminnan ulkoinen liikevaihto laski 0,2 prosenttia (0,0 miljoonaa euroa) ollen 19,3 miljoonaa euroa (19,3 miljoonaa euroa vuonna 2020). Liiketulos parani 1,9 miljoonaan euroon (edellisenä vuonna 1,8 miljoonaa euroa). Liiketulosta paransivat Liikenne- ja viestintävirasto Traficom joulukuussa 2020 tehdyllä päätöksellä myönnettyt ja tammikuussa 2021 maksetut tuet, 0,3 miljoonaa euroa, jotka käytettiin vuoden 2021 aikana journalistista työtä tekevien henkilöiden palkkoihin ja journalistisen sisällön hankkimiseen käytettyihin freelance-palkkioihin. Käytännössä koronatuon ansiosta vältettiin medialiiketoiminnan toimituksen lomautukset tarkasteluvuoden aikana sekä voitiin tehdä pidempiä määräaikaisia työsopimuksia sekä käyttää enemmän toimituksen ulkopuolisten avustajien työpanosta kuin ilman tukea olisi ollut mahdollista.

Vuoden 2021 keväällä Sanomalehti Karjalaisen toimituksessa toteutettiin organisaatio- ja työtapamuutos, jolla kaikki sisällön tekeminen, työroolit, työvuorot ja työkalut suunnattiin niin, että ne tukevat tärkeintä strategista tavoitetta, digitaalisen tilauskasvun kiihdyttämistä. Osana tavoitteen saavuttamista Karjalaisen toimitus toteutti vuonna 2021 noin 150 suorana striimattua videolähetystä. Paikalliseradiokanava Radio Rexin ohjelmasisältöä ja musiikkilinjaa suunnattiin vuoden aikana aiempaa nuoremmalle kuulijakunnalle tiedostaen, että se tarkoittaa etenkin aluksi kuuntelijamäärän laskua. Samalla se kuitenkin tuo mediamyynnille aiempaa selkeämmin vaihtoehtoisen kohderyhmän Karjalaisen kautta tavoitettavalle yleisölle, millä tavoitellaan kasvua koko mediamyyntiin.

## **COVID-19-PANDEMIAN VAIKUTUS KONSERNIN LIKETOIMINTAAN**

Covid-19-pandemialla oli vaikutuksia konsernin liiketoimintaan myös vuonna 2021. Ajoittaiset yhteiskunnan rajoitukset vaikeuttivat tapahtumien järjestämistä, ja tämä näkyi etenkin konsernin näkyvyyspalveluiden kysynnässä vuoden kolmen ensimmäisen kvartaalin aikana. Henkilöstön terveyden turvaaminen sekä toiminnan jatkuvuus varmistettiin etätöiden ja muiden työjärjestelyjen avulla, eikä palveluiden saatavuuteen liittynyt pandemian aiheuttamia ongelmia.

Liiketoiminnat on sopeutettu vastaamaan nykyistä vallitsevaa tilaa, ja konsernissa ei enää seurata erikseen niin sanottuja koronapandemian aiheuttamia vaikutuksia. Vaikka rokotuskattavuus Suomessa on noussut merkittävästi, säilyy epävarmuus osaan konsernin palveluiden kysyntään siihen saakka, kunnes viimeiset koronarajoitteet poistuvat.

Konsernin rahoitusasema on pysynyt vakaana, ja konsernin johto arvioi rahoitusaseman olevan riittävä pandemian aiheuttaman epävarman markkinatilanteen mahdollisesta pitkittymisestä huolimatta, eikä liiketoiminnan jatkuvuuteen liity epävarmuutta.

Konserni sai koronatukia vuonna 2021 Liikenne- ja viestintävirastolta noin 0,3 miljoonaa euroa. Tämä valtionavustus tarkoitettiin journalistisen sisällön edistämiseen, ja sillä myös vältettiin medialiiketoimintaa koskevat lomautukset tai muut henkilöstöä koskevat vähennystoimet.

## **INVESTOINNIT**

Konsernin bruttoinvestoinnit vuonna 2021 ennakkomaksuineen olivat 11,4 miljoonaa euroa eli 10,7 prosenttia liikevaihdosta (5,0 miljoonaa euroa eli 4,9 prosenttia liikevaihdosta edellisenä vuonna). Merkittävimmät vuoden 2021 investoinnit olivat Profilight Oy:n osakekannan enemmistön ja Gredi Oy:n koko osakekannan hankinta. Lisäksi konserni investoi vuoden lopussa digituotannon tehostamiseen hankkimalla Canon Varioprint iX -digipainokoneen, jonka avulla saadaan merkittäviä tehokkuushyötyjä.

## **RAHOITUS**

Konsernin liiketoiminnan nettorahavirta oli 5,5 miljoonaa euroa (9,0 miljoonaa euroa edellisenä vuonna).

Investointien rahavirta oli -9,6 miljoonaa euroa (-3,6 miljoonaa euroa edellisenä vuonna).

Rahoituksen rahavirta oli 1,0 miljoonaa euroa (-6,9 miljoonaa euroa vuotta aiemmin).

Konsernin korollisen vieraan pääoman määrä oli tarkastelujakson lopussa 43,6 miljoonaa euroa, edellisen vuoden vastaava luku oli 40,6 miljoonaa euroa. Tilikaudella maksettiin osinkoja 1,9 miljoonaa euroa. Konsernin rahavarat olivat tilikauden lopussa 2,7 miljoonaa euroa (6,0 miljoonaa euroa edellisenä vuonna). Konsernin omavaraisuusaste oli 41,6 prosenttia (edellisenä vuonna 43,7 prosenttia).

Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavien rahoitusvarojen arvo oli katsauskauden lopussa 18,0

miljoonaa euroa, kun arvo edellisenä vuonna oli 15,5 miljoonaa euroa.

PunaMusta Media Oyj:n omistusosuus Ilkka-Yhtymästä oli katsauskauden päättyessä yli 10 prosenttia (10,18 %) eli yhteensä 99 kpl Ilkka-Yhtymän I-sarjan osaketta ja 2 613 125 kpl II-sarjan osaketta. Osakkeiden kokonaishankintameno on 17,2 miljoonaa euroa ja markkina-arvo katsauskauden lopussa oli 12,4 miljoonaa euroa. Osakkeet on arvostettu markkina-arvoon.

## **HENKILÖSTÖ**

Konsernin henkilöstömäärä oli katsauskaudella keskimäärin 644 henkilöä (669 henkilöä vuonna 2020), joista osa-aikaisia oli keskimäärin 12 (15). Konsernin palveluksessa oli tilikauden lopussa 624 henkilöä (659 henkilöä vuotta aiemmin), joista osa-aikaisia 10 (9 vuotta aiemmin).

Konsernin työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut olivat tilikaudella 35,7 miljoonaa euroa eli 33,7 prosenttia liikevaihdosta (vuotta aiemmin 33,9 miljoonaa euroa eli 33,0 prosenttia liikevaihdosta).

## **RISKIT JA EPÄVARMUUSTEKIJÄT**

Lähiajan riskejä ovat kiihtyneen inflaation vaikutus reaalityömarkkinoihin sekä sen myötä konsernin palveluiden kysyntään. Myös Itämeren ympäristön kiristynyt turvallisuuspoliittinen tilanne uhkaa kriisiyttää Euroopan ja samalla Suomen talouskehitystä. Sähkön ja painotuotannon raaka-aineiden hintojen voimakas kohoaminen myös vuonna 2022 on merkittävä riskitekijä, samoin kuin konsernin toimialoja sääntelevän poliittisen päätöksenteon ennakoimattomuus, Suomen työmarkkinoiden epävakaus ja ammattiliittojen viime aikoina lisääntynyt työtaisteluherkkyys.

Konsernin painopalveluiden näkymiä huonontaa erityisesti paperin suuri hinnannousu vuoden 2022 alussa ja suoranainen pula paperista sen Suomessa tapahtuneen tuotannon alasajon ja työtaistelujen seurauksena. Tämä vaikuttaa myös medialiiketoimintaan, mikäli sanomalehtipaperin saatavuus heikkenee merkittävästi.

Muut merkittävimmät riskit liittyvät painotuotteiden pysyvään kysynnän laskuun ja edelleen niiden hintatasoon sekä toimialan ylikapasiteettiin. Tuonnin jatkuminen vaikeuttaa kilpailutilannetta kotimaassa. Verotuksen epätasapaino kotimaan ja tuonnin välillä lisää kysyntäriskin toteutumista.

Vientiin liittyvistä riskeistä suurimmat ovat valuuttakurssimuutokset. Venäjän epävarmana säilynyt tilanne vaikeuttaa edelleen vientimahdollisuuksia.

Medialiiketoiminnassa mediamyynnin kehityksellä on merkittävä vaikutus tulokseen. Sanomalehtimainonnan määrä heijastelee yleistä talouskehitystä, yritysten luottamusta tulevaan, valtakunnallisia mainostrendejä sekä lehden ilmestymisalueen taloudellista vireyttä. Merkittäviä epävarmuustekijöitä ovat kuluttajien mediankäyttötottumusten muutos ja siinä viime vuosina tapahtuneen murroksen vauhdittuminen entisestään sekä painettujen sanomalehtien jakelun laadun huonontuminen ja jakelukustannusten kohoaminen. Medialiiketoiminnassa lehden jakelupalvelut ostetaan pääsääntöisesti Posti Oy:ltä.

Yhtiöllä ei ole merkittäviä riskejä rahoituksen suhteen ja yhtiöllä on riittävät luottolimitit vastaamaan mahdollisiin kysynnän kausivaihteluihin.

Suurin osa konsernin lyhytaikaisista saamisista on euroissa. Konsernilla on käytössä luottopolitiikka luottoriskin minimoimiseksi. Konsernilla ei ole olennaista luottoriskiä epävarmojen myyntisaamisten suhteen.

Arvopaperikauppa ja arvopaperisalkun arvon muutokset voivat vaikuttaa emoyhtiön ja konsernin tulokseen merkittävästi.



Konserni altistuu euribor-sidonnaisten markkinakorkojen muutoksesta johtuvalle korkoriskille. Riskeistä ja niihin varautumisesta on kerrottu tarkemmin tilinpäätöksen liitetiedoissa.

## **YMPÄRISTÖASIAT JA VASTUULLISUUS**

PunaMusta Media -konsernin vastuullisuuden kulmakiviä ovat työnantajavastuu, vastuullisuus veronmaksajana, tasa-arvoisuus ja ihmisoikeuksien noudattaminen, hallintomme toimintojen läpinäkyvyys ja eettisyys, vastuullinen journalismi sekä vastuu ympäristöstä.

Konsernille on muodostettu vastuullisuusjohtoryhmä, johon on kerätty edustus eri liiketoiminnoistamme. Kesäkuussa 2021 allekirjoitimme YK:n Global Compact -aloitteen ja lähdimme mukaan UN Global Compact Network Finlandin järjestämään Climate Ambition Accelerator -ohjelmaan oppiaksemme, kuinka asetamme ilmastotavoitteemme Pariisin ilmastopimuksen mukaisiksi. Joulukuussa konsernin johtoryhmä päätti yksimielisesti sitoutua tieteeseen perustuvien ilmastotavoitteiden (Science Based Targets) asettamiseen, ja sitoumus allekirjoitettiin helmikuussa 2022. Sitoumus auttaa meitä vastuullisuusvisiomme, konsernin hiilinegatiivisuuden, saavuttamisessa vuoden 2029 loppuun mennessä.

Konsernissa on sitouduttu noudattamaan ympäristölainsäädäntöä ja kestävä kehityksen periaatteita. Yhtiön laatu- ja ympäristöasioita johdetaan ISO 9001- ja 14001-standardien vaatimusten mukaisesti. Teknisen ja toiminnallisen laadun perustana ovat asiakkaiden odotukset sekä lait ja asetukset, joten kehitämme jatkuvasti ympäristö- ja laatuasioita. Suuri osa asiakaskunnastamme on erittäin kiinnostuneita näistä asioista.

Konsernissa arvioidaan säännöllisesti liiketoiminnan ympäristövaikutuksia ja merkittävimmille ympäristövaikutuksille laaditaan vuosittain kehitysohjelmaa.

Konsernin näkyvyys- ja painoliiketoiminnan yhtiöille on myönnetty Joutsenmerkki eli Pohjoismainen Ympäristömerkki, joka kertoo sitoutumisesta ympäristökuormituksen minimoimiseen. Ympäristömerkki kattaa sanoma- ja aikakauslehtien sekä mainospainotuotteiden tuotannon. PunaMustalla on myös puukuidun alkuperästä ja sen hallintaketjuista kertovat FSC- ja PEFC-sertifioinnit. FSC- tai PEFC-merkityn tuotteen valmistamiseen käytetty puuraaka-aine on peräisin kestäväällä periaatteella hoidetuista - sertifioiduista metsistä. Suomen metsistä n. 85 %, mutta maailman metsistä vain noin 10 % on sertifioituja. Näkyvyys- ja painoliiketoiminnan yhtiöillä on Avainlippu-merkin käyttöoikeus, merkki kertoo, että tuote tai palvelu on tuotettu Suomessa ja työllistää Suomessa.

Konsernin koko painotuotannon hiilijalanjälki on laskettu sertifioidulla Climate Calc -menettelyllä. Tämä mahdollistaa myös yksittäisten painotuotteiden hiilijalanjäljen laskennan ja siten hiilineutraalien painotuotteiden tarjoamisen asiakkaille. Konserni on asettanut tavoitteet ja tehnyt toimenpiteitä hiilijalanjäljen pienentämiseksi. Olemme onnistuneet painotuotannon hiilijalanjäljen pienentämisessä erinomaisesti: 2018–2019 se pieneni 20 prosentilla ja 2019–2020 16 prosentilla suhteessa valmistamiimme tuotetonneihin.

PunaMusta Media -konsernin ympäristövastuun päätavoitteena on olla hiilinegatiivinen konserni vuonna 2029. Tätä varten olemme selvittäneet myös medialiiiketoiminnan sekä PunaMusta Digitalin hiilijalanjäljet vuodelta 2020. Vuonna 2022 lasketaan ensimmäistä kertaa koko konsernin hiilijalanjälki vuodelta 2021, jolloin mukaan lasketaan tuodaan myös tarkasteluvuonna yrityskaupoilla konserniin liittyvät yhtiöt.

Lisää vastuullisuustietoa on luettavissa vuosikertomuksen yhteydessä erillisenä julkaistavassa muun kuin taloudellisen tiedon raportissa.

## **EU:N TAKSONOMIA-ASETUKSEN MUKAISET TIEDOT**

Euroopan Unioni on antanut kesäkuussa 2020 taksonomia-asetuksen. Taksonomia-asetus muodostaa perustan EU-taksonomiale ja on osa EU:n kestävän rahoituksen pakettia. EU-taksonomia, eli yhtenäinen kestävyyskriteeristö vihreiden investointien edistämiseksi, on luokitusjärjestelmä, joka muodostaa luettelon ympäristön kannalta kestävästä taloudellisesta toiminnasta. Taksonomia-asetuksessa ympäristöllinen kestävyys rakentuu kuuden ympäristötavoitteen varaan, joita ovat: ilmastomuutoksen hillintä, ilmastomuutokseen sopeutuminen, vesivarojen ja merten luonnonvarojen kestävä käyttö ja suojelu, siirtyminen kiertotalouteen, ympäristön pilaantumisen ehkäiseminen ja vähentäminen sekä biologisen monimuotoisuuden ja ekosysteemien suojelu ja ennallistaminen

Ympäristöllisesti kestäväksi, taksonomian mukaiseksi toiminnaksi luokitellaan sellainen toiminta, joka edistää merkittävästi ainakin yhden yllä luetellun tavoitteen toteuttamista eikä aiheuta merkittävää haittaa muille tavoitteille tai riko esimerkiksi ihmisoikeuksia.

Vuonna 2021 yritysten edellytetään julkaisevan tiedot taksonomiakelpoisten liiketoimintojen osuudesta liikevaihdosta, investoinneista ja operatiivisista kuluista. Toiminto raportoidaan, mikäli se on säädöksen piirissä.

Taksonomiaan on sen ensimmäisessä vaiheessa valittu sektorit ja toiminnot, joilla on suurin potentiaali vaikuttaa suuresti ilmastomuutoksen hillitsemiseen tai siihen sopeutumiseen. Konserni on suorittanut tarkastelun liiketoimintojen osalta. Tarkastelun pohjalta konsernin tulkinta on se, ettei mikään sen liiketoiminnoista ole tällä hetkellä raportoitavien taksonomiatoimialojen piirissä.

## **TILIKAUDEN JÄLKEISET TAPAHTUMAT**

Tilikauden päättymisen jälkeen ei ole ollut sellaisia liiketapahtumia, joilla olisi olennaista vaikutusta konsernin tuloslaskelmaan tai taseeseen.

## **NÄKYMÄT VUODELLE 2022**

Covid-19-pandemia ja epävarmuus sen kestosta ja vaikutuksista vaikeuttavat edelleen ennustettavuutta. Alhainen hintataso ja vuosia laskenut alan kokonaisvolyyymi tekevät toimintaympäristöstä edelleen vaikean. Painotöiden siirtyminen ulkomaille vaikeuttaa kilpailutilannetta ja näkyy volyymin laskuna. Suomessa valtiiovallan päätökset Covid-19-pandemian aiheuttamien rajoitusten suhteen ovat merkittävässä roolissa niin yritysten ja kuluttajien epävarmuuden hälventymisen, taloudellisen toimeliaisuuden lisääntymisen sekä erityisesti isojen tapahtumien onnistumisten kannalta. Valtakunnallisten mediamarkkinoiden odotetaan pysyvän vuoden 2021 tasolla, jolloin liikevaihdon ei enää odoteta kasvavan aikaisempien vuosien tasolle.

Konsernin näkyvyys- ja painoliiketoiminnan painopalveluiden kysynnän odotetaan pysyvän vähintään vuoden 2021 tasolla, näkyvyyspalveluiden ja muiden palveluiden kysynnän odotetaan olevan vuotta 2021 paremmalla tasolla. Liiketoimintaan tehtyjen investointien, panostusten digitaalisiin palveluihin ja toteutettujen rakennemuutosten sekä vuonna 2022 parantuvan kysynnän uskotaan näkyvän positiivisesti vuoden 2022 tuloskehityksessä.

Medialiiketoiminnan liikevaihdon ennakoidaan hieman kasvavan. Mediamyynti paranee vuotta 2021 korkeammalle tasolle, ja tilaustuloissa digitilausten kasvu kompensoi printtitilausten laskua. Mediamyyntiä vauhdittaa parantunut palveluportfolio muun muassa uusien myytävien mediapintojen kautta. Kuluttajien ja yritysten luottamus palautuvat nopeasti pandemian hellittäessä.

Makrotalouden epävarmat näkymät vaikeuttavat merkittävästi mediamarkkinoiden kehityksen sekä mainos- ja tilausmyyntitulojen ennustamista. Molempien liiketoimintojen näkymät perustuvat

oletukseen, että viimeiset koronarajoitteet poistuvat kesään 2022 mennessä, eivätkä rajoitukset muutenkaan olennaisesti heikennä alkuvuoden 2022 tilannetta.

## **TULOSOHJEISTUS**

Konsernin liikevaihdon odotetaan kasvavan ja liiketuloksen arvioidaan paranevan vuoden 2021 tasoista. Vuonna 2021 liikevaihto oli 106,0 miljoonaa euroa ja liiketulos oli -1,8 miljoonaa euroa.

Arvopaperikauppa ja arvopaperisalkun arvon muutokset voivat vaikuttaa merkittävästi konsernin tulokseen.

## **YHTIÖKOKOUS JA VOITONJAKOESITYS**

Yhtiön hallitus on päättänyt kutsua koolle varsinaisen yhtiökokouksen 25.3.2022.

PunaMusta Media Oyj:n hallitus esittää yhtiökokoukselle jaettavaksi osinkoa 0,18 euroa osakkeelle, yhteensä noin 2,3 miljoonaa euroa. Lisäksi hallitus ehdottaa, että yhtiökokous varaa hallituksen käyttöön 100 000 euroa sen tarpeelliseksi katsomaan tarkoitukseen, kuten yleishyödyllisiin kohteisiin osoitettaviin lahjoituksiin. Yhtiön voitonjakokelpoiset varat ovat 28 541 965,01 euroa.

Konsernin taloudellisessa asemassa ei ole tapahtunut tilikauden päättymisen jälkeen oleellisia muutoksia.

Yhtiökokouksen päättämä osinko maksetaan osakkeelle, joka täsmäytyspäivänä on merkitty Euroclear Finland Oy:n ylläpitämään omistajaluetteloon. Mikäli hallituksen esitys hyväksytään, osingonmaksun täsmäytyspäivä on 29.3.2022 ja osingon maksupäivä 5.4.2022.

## **KONSERNIN RAKENNE JA HALLINTO**

PunaMusta Media -konsernin emoyhtiö on PunaMusta Media Oyj. Emoyhtiö tarjoaa tytäryhtiöilleen hallinto-, tietohallinto- ja rahoituspalvelut, omistaa kiinteistöjä sekä harjoittaa arvopaperikauppaa.

Konserni jakautuu kahteen toimialaan eli toimintasegmenttiin. Konsernin medialiiketoiminnan muodostavat Sanomalehti Karjalainen Oy, PunaMusta Paikallismediat Oy (entinen Pohjois-Karjalan Paikallislehden Oy) ja Karjalan Heili -kaupunkilehteä kustantava Karelia Viestintä Oy. Tilikauden 2021 aikana medialiiketoimintaan aiemmin kuuluneet Keski-Karjalan Kustannus Oy, Lieksan Lehti Oy, Pogostan Sanomat Oy ja Ylä-Karjala Oy sulautuivat PunaMusta Paikallismediat Oy:öön. Toimialaa täydentää Radio Rex -radiokanava, joka on osa Sanomalehti Karjalainen Oy:tä. Medialiiketoimintaa johtaa Karjalaisen päätoimittaja Pasi Koivumaa.

Konsernin näkyvyys- ja painoliiketoimintaan kuuluu PunaMusta Oy, Forssan Kirjapaino Oy, PunaMusta Digital Oy, PunaMusta PixMill Oy (entinen PixMill Group Oy), Pixmill Estonia Oü ja tilikauden 2021 aikana hankitut Proflight Oy ja Gredi Oy. Näkyvyys- ja painoliiketoimintaa johtaa PunaMusta Oy:n toimitusjohtaja Jari Avellan.

Sanomalehti Karjalainen Oy on osakkaana Väli-Suomen Media Oy:ssä 25 prosentin osuudella.

Yhtiön hallitukseen kuuluivat kertomusvuoden lopussa puheenjohtajana Harri Suutari, varapuheenjohtajana Reetta Laakkonen ja varsinaisina jäseninä Hannu Laakkonen, Joonas Laakkonen, Merja Laakkonen ja Juha Mäkihönko.

PunaMusta Media Oyj:n toimitusjohtajana toimii Raimo Puustinen.

Yhtiön tilintarkastajana toimi tilikauden aikana tilintarkastusyhteisö Ernst & Young Oy, vastuullisena

tilintarkastajana KHT Juha Hilmola.

PunaMusta Media Oyj:n päätöksenteossa ja hallinnossa noudatetaan Suomen osakeyhtiölakia, yhtiön yhtiöjärjestystä, julkisesti noteerattuja yhtiöitä koskevia muita säädöksiä sekä Arvopaperimarkkinayhdistys ry:n laatimaa Suomen listayhtiöiden hallinnointikoodia sekä Nasdaq Helsinki Oy:n sääntöjä ja ohjeita. Hallinnointikoodi löytyy yhtiön verkkosivuilta osoitteesta [www.punamustamedia.fi](http://www.punamustamedia.fi) kohdasta Sijoittajatieto – Hallinnointiperiaatteet.

Yhtiö laatii erillisenä kertomuksena selvityksen hallinto- ja ohjausjärjestelmästä (Corporate Governance Statement) sekä suosituksista poikkeamisesta, jotka julkaistaan yhtiön verkkosivuilla osoitteessa [www.punamustamedia.fi](http://www.punamustamedia.fi) kohdassa Sijoittajatieto – Hallinnointiperiaatteet.

## **OSAKKEET, KAUPANKÄYNTI JA VAIHTO**

PunaMusta Media Oyj:n osake on listattuna Nasdaq Helsinki Oy:ssä. PunaMusta Media Oyj kuuluu Kulutuspalvelut -toimialaan ja on markkina-arvoltaan pieni yhtiö. Yhtiön kaupankäyntitunnus on PUMU.

Yhtiön osakemäärä on 12 517 360 kpl ja osakepääoma on 1 052 634 euroa. Kaikilla osakkeilla on samanlainen oikeus osinkoon ja yhtiön varoihin. Osakkeen kaupankäyntikurssi tilikauden lopussa oli 5,50 euroa, osakekannan markkina-arvo tilikauden päätöskurssilla oli 68,8 miljoonaa euroa. Osakkeen vaihto tilikauden aikana oli 270 050 kappaletta eli noin 2,16 % osakemäärästä.

Valtiovarainministeriön asetuksessa arvopaperin liikkeeseenlaskijan säännöllisestä tiedonantovelvollisuudesta (1020/2012) 1 luvun 5 §:n 1 momentissa luetellut tiedot on esitetty konsernitilinpäätöksen liitetiedoissa.

## **Osakepohjaiset kannustinjärjestelmät**

PunaMusta Media Oyj:n hallitus päätti 26.2.2021 hyväksyä konsernin avainhenkilöiden osakepohjaisen kannustinjärjestelmän yksityiskohtaiset ehdot vuodelle 2021. Kannustinjärjestelmällä pyritään yhdistämään omistajien ja avainhenkilöiden tavoitteet ja siten kasvattamaan yhtiön arvoa. Kannustinjärjestelmä on osa vuonna 2019 perustettua avainhenkilöiden kannustin- ja sitouttamisjärjestelmää, jolla avainhenkilöt sitoutetaan yhtiöön ja heille tarjotaan mahdollisuus hyötyä yhtiön osakkeen positiivisesta kehityksestä.

Järjestelmässä on kolme ansaintajaksoa, 1.2.2019–31.1.2022, 1.2.2020–31.1.2023 ja 1.2.2021–31.1.2024. Ansaintajakson palkkiot vahvistetaan ja maksetaan avainhenkilöille kunkin ansaintajakson päättymisen jälkeen.

Järjestelmän kohderyhmään ansaintajaksolla 1.2.2021—31.1.2024 kuuluu enintään 10 avainhenkilöä. Ansaintajaksolla 2021—2024 jaetaan yhteensä 155 000 osakeyksikköä. Osakkeen arvonnousua mitataan lähtötasolta 5,66 euroa, joka oli yhtiön osakkeen vaihdolla painotettu keskikurssi Nasdaq Helsinki Oy:ssä ajanjaksona 1.8.2020–31.1.2021. Osakeyksikön loppuarvo on osakkeen vaihdolla painotettu keskikurssi Nasdaq Helsinki Oy:ssä ajanjaksona 1.8.2023–31.1.2024.

## **PUNAMUSTA MEDIA OYJ, TILINPÄÄTÖS LYHENNELMÄT JA LIITETIEDOT TAMMI-JOULUKUU 2021**

Tilinpäätöstiedote on laadittu noudattaen IAS 34 -standardin mukaisia vaatimuksia. Tunnusluvut on laskettu vuositilinpäätöksessä esitettyjen laskentakaavojen mukaisesti.

## **UUDEN IFRS-NORMISTON SOVELTAMINEN**

Vuonna 2021 voimaantulleilla IFRS-standardeilla ja niiden muutoksilla ei ollut olennaista vaikutusta konsernin tilinpäätökseen.

## KONSERNIN LAAJA

TULOSLASKELMA (miljoonaa euroa)	7- 12/ 2021	7-12/ 2020	Muutos MEUR	2021	2020	Muutos MEUR
Jatkuvat toiminnot						
Liikevaihto	55,2	52,8	2,5	106,0	102,8	3,2
Liiketoiminnan muut tuotot	1,2	1,4	-0,2	2,5	2,7	-0,2
Valmiiden ja kesken- eräisten tuotteiden varastojen muutos	0,3	0,2	0,1	0,1	-0,1	0,1
Valmistus omaan käyttöön	0,3	0,2	0,1	0,5	0,3	0,2
Materiaalit ja palvelut	- 26,3	-24,3	-2,1	-49,1	-47,8	-1,3
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	- 17,2	-16,5	-0,7	-35,7	-33,9	-1,8
Poistot	-4,7	-5,6	0,9	-9,1	-10,5	1,4
Liiketoiminnan muut kulut	-9,1	-8,6	-0,5	-17,1	-16,2	-0,9
Liikevoitto	-0,4	-0,4	0,0	-1,8	-2,5	0,7
Arvopaperikaupan nettotulos	1,4	3,1	-1,7	4,9	2,2	2,7
Muut rahoitustuotot ja -kulut	-0,3	-0,3	0,0	2,1	-0,5	2,6
Voitto ennen veroja	0,7	2,4	-1,7	5,1	-0,8	5,9
Tuloverot	0,5	0,1	0,3	-0,6	0,1	-0,7
Tilikauden voitto	1,1	2,5	-1,4	4,5	-0,7	5,2
Tilikauden tulos yhteensä	1,1	2,5	-1,4	4,5	-0,7	5,2
Muut laajan tuloksen erät						
Tilikauden laaja tulos	1,1	2,5	-1,4	4,5	-0,7	5,2
Jakautuminen						
Emoyhtiön omistajille	1,1	2,6	-1,4	4,5	-0,7	5,2
Määräysvallattomille omistajille	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Emoyhtiön omistajille kuuluvasta voitosta laskettu osakekohtainen tulos:

Laimentamaton osakekohtainen tulos (EUR)	0,09	0,20	-0,11	0,36	-0,06	0,42
---	------	------	-------	------	-------	------

Osakkeiden lukumäärä on 12 517 360 kappaletta.

Yhtiöllä ei ole eriä, jotka voisivat laimentaa osakekohtaista tulosta.

Välittöminä veroina on otettu huomioon kauden tulosta vastaava vero.

KONSERNIN TASE (miljoonaa euroa)	12/21	12/20	Muutos MEUR
Jatkuvat toiminnot			

Varat			
Pitkäaikaiset varat			
Aineelliset hyödykkeet	47,5	49,6	-2,1
Aineettomat hyödykkeet	15,2	9,3	5,9
Sijoituskiinteistöt	0,0	0,0	0,0
Myytavissä olevat sijoitukset	0,5	0,5	0,0
Muut pitkäaikaiset saamiset	1,4	1,6	-0,2
Käyttöoikeusomaisuuserä	3,7	4,0	-0,3
Lyhytaikaiset varat			
Vaihto-omaisuus	5,7	4,2	1,5
Saamiset	16,8	12,0	4,8
Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat rahoitusvarat	18,0	15,5	2,5
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,0	0,4	-0,4
Rahavarat	2,9	6,0	-3,1
<b>VARAT YHTEENSÄ</b>	<b>111,8</b>	<b>103,4</b>	<b>8,4</b>
Oma pääoma ja velat			
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma			
Määräysvallattomat omistajat	0,2	0,1	0,2
Oma pääoma yhteensä	45,7	44,3	1,4
Velat			
Laskennalliset verovelat	4,9	4,3	0,6
Pitkäaikainen vieras pääoma	20,7	19,5	1,1
Lyhytaikainen vieras pääoma	40,4	35,2	5,2
Velat yhteensä	66,0	59,1	7,0
<b>OMA PÄÄOMA JA VELAT YHT.</b>	<b>111,8</b>	<b>103,4</b>	<b>8,4</b>
RAHAVIRTALASKELMA			
(miljoonaa euroa)	12/21 12 kk	12/20 12 kk	
Liiketoiminnan rahavirta	5,5	9,0	
Investointien rahavirta	-9,6	-3,6	
Rahoituksen rahavirta			
Lainojen nostot	46,3	39,4	
Lainojen takaisinmaksut	-42,5	-40,7	

Vuokrasopimusvelkojen lyh.	-0,7	-2,5
Maksetut osingot	-1,9	-3,1
Oman pääoman muutokset	-0,2	0,0
Rahoituksen rahavirta yht.	1,0	-6,9
Likvidien varojen muutos	-3,1	-1,5

OMAN PÄÄOMAN MUUTOKSET,  
IFRS(miljoonaa euroa)

Oman pääoman muutos 1-12/2021	Osake- pääoma	Yli- kurssi- rahasto	Käyvän arvon rahasto	Voitto- varat	Määräys- vallattomat	Yht.
OMA PÄÄOMA KAUDEN ALUSSA	1,1	7,7	0	35,5	0,1	44,3
Kauden laaja tulos				4,5	0,0	4,5
Voitonjako / Osingonjako				-1,9		-1,9
Muut muutokset				-1,4	0,1	-1,3
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ 12/2021	1,1	7,7	0	36,7	0,2	45,7
Oman pääoman muutos 1-12/2020	Osake- pääoma	Yli- kurssi- rahasto	Käyvän arvon rahasto	Voitto- varat	Määräys- vallattomat	Yht.
OMA PÄÄOMA KAUDEN ALUSSA	1,1	7,7	0	39,6	0,1	48,4
Kauden laaja tulos				-0,7	0,0	-0,7
Voitonjako / Osingonjako				-3,1		-3,1
Muut muutokset				-0,3	0,0	-0,3
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ 12/2020	1,1	7,7	0	35,5	0,1	44,3

TOIMINTASEGMENTIT

M=Medialiiketoiminta

N=Näkyvyys- ja painoliiketoiminta

MU=Muut

7-12/2021 (miljoonaa euroa)	M	N	MU	elimi- nointi	yht.
Ulkoiset tuotot	9,6	45,7	0,0	0,0	55,2
Sisäiset tuotot	0,0	5,5	1,4	-7,0	0,0
LIIKEVAIHTO	9,6	51,2	1,5	-7,0	55,2
LIIKETULOS	0,8	-0,6	-0,3	-0,3	-0,4
Rahoitustuotot ja -kulut	0,0	-0,1	1,2	0,0	1,1
Voitto ennen tuloveroja	0,8	-0,8	0,9	-0,3	0,7

7-12/2020 (miljoonaa euroa)	M	N	MU	elimi- nointi	yht.
Ulkoiset tuotot	9,9	42,8	0,0	0,0	52,8

Sisäiset tuotot	0,0	5,2	1,2	-6,5	0,0
LIKEVAIHTO	9,9	48,0	1,3	-6,5	52,8
LIKETULOS	1,1	-1,3	-0,3	0,2	-0,4
Rahoitustuotot ja -kulut	0,0	-0,2	3,0	0,0	2,8
Voitto ennen tuloveroja	1,1	-1,5	2,7	0,2	2,4

Muutos (miljoonaa euroa)	M	N	MU	elimi- nointi	yht.
Ulkoiset tuotot	-0,3	2,8	0,0	0,0	2,5
Sisäiset tuotot	0,0	0,3	0,2	-0,5	0,0
LIKEVAIHTO	-0,4	3,2	0,2	-0,5	2,5
LIKETULOS	-0,3	0,7	0,0	-0,5	0,0
Rahoitustuotot ja -kulut	0,0	0,1	-1,8	0,0	-1,7
Voitto ennen tuloveroja	-0,3	0,8	-1,8	-0,5	-1,7

1-12/2021 (miljoonaa euroa)	M	N	MU	elimi- nointi	yht.
Ulkoiset tuotot	19,3	86,7	0,0	0,0	106,0
Sisäiset tuotot	0,1	9,9	2,9	-12,8	0,0
LIKEVAIHTO	19,4	96,6	2,9	-12,8	106,0
LIKETULOS	1,9	-2,9	-0,4	-0,5	-1,8
Rahoitustuotot ja -kulut	0,0	-0,3	7,2	0,0	7,0
Voitto ennen tuloveroja	1,9	-3,1	6,8	-0,5	5,1

1-12/2020 (miljoonaa euroa)	M	N	MU	elimi- nointi	yht.
Ulkoiset tuotot	19,3	83,5	0,0	0,0	102,8
Sisäiset tuotot	0,1	9,1	2,4	-11,7	0,0
LIKEVAIHTO	19,4	92,6	2,5	-11,7	102,8
LIKETULOS	1,8	-4,1	-0,2	0,0	-2,5
Rahoitustuotot ja -kulut	0,0	-0,4	4,1	-2,0	1,7
Voitto ennen tuloveroja	1,8	-4,5	3,9	-2,0	-0,8

Muutos (miljoonaa euroa)	M	N	MU	elimi- nointi	yht.
Ulkoiset tuotot	0,0	3,2	0,0	0,0	3,2
Sisäiset tuotot	0,0	0,8	0,4	-1,2	0,0
LIKEVAIHTO	-0,1	4,0	0,4	-1,2	3,2
LIKETULOS	0,1	1,3	-0,2	-0,5	0,7
Rahoitustuotot ja -kulut	0,0	0,1	3,1	2,0	5,2
Voitto ennen tuloveroja	0,1	1,3	2,9	1,5	5,9



## TUOTTEITA JA PALVELUJA KOSKEVAT TIEDOT SEGMENTEITTÄIN, ULKOINEN LIIKEVAIHTO

Medialiiketoiminnan liikevaihto muodostuu pääasiassa sisältötuotoista ja mediamyynnin tuotoista. Näkyvyys- ja painoliiketoiminnan liikevaihto koostuu suurimmaksi osaksi painamisesta.

(miljoonaa euroa)	7-12/2021	7-12/2020	muutos	12/2021	12/2020	muutos
Medialiiketoiminta						
Sisältötuotot	5,5	5,6	-0,1	10,9	11,2	-0,2
Mediamyynnin tuotot	4,0	4,2	-0,2	8,3	8,1	0,2
Muu myynti	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Kustannustoiminta yhteensä	9,6	9,9	-0,3	19,3	19,3	0,0
Näkyvyys- ja painoliiketoiminta						
Painamisen tuotot	38,6	37,9	0,6	74,1	73,4	0,7
Palvelutuotot	7,1	4,9	2,2	12,6	10,0	2,6
Painotoiminta yhteensä	45,7	42,8	2,8	86,7	83,5	3,2
Muu toiminta	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Konserni yhteensä	55,2	52,8	2,5	106,0	102,8	3,2

## HANKITUT LIIKETOIMINNOT

PunaMusta Media Oyj osti 30.4.2021 visuaalisiin kokonaisratkaisuihin erikoistuneen Profilight Oy:n osakekannasta 70 prosenttia. Osakkeiden nettovelaton kauppahinta oli 1,6 miljoonaa euroa. Profilight Oy raportoidaan osana näkyvyys- ja painoliiketoimintaa. Konsernin hallussa ei ollut yhtiön osakkeita ennen yrityskauppaa ja osakkeet vaihtoivat omistajaa kaupantekopäivänä. Kauppaan sisältyy mahdollinen, enintään 1,0 miljoonan euron lisäkauppahinta, jos asetetut kasvutavoitteet vuosina 2022-2023 saavutetaan. Yrityskauppa vahvistaa konsernin näkyvyyspalvelujen asemaa markkinoilla tuoden uusia näkyvyyskanavia palveluvalikoimaan. Investoinnin avulla konserni vahvistaa asemaansa palveluntarjoajana markkinointiprosessin kaikissa vaiheissa.

PunaMusta Media Oyj osti 30.9.2021 digitaaliseen aineiston- ja brändinhallintaan erikoistuneen Gredi Oy:n koko osakekannan. Osakkeiden nettovelaton kauppahinta oli 4,0 miljoonaa euroa. Gredi Oy raportoidaan osana näkyvyys- ja painoliiketoimintaa. Konsernin hallussa ei ollut yhtiön osakkeita ennen yrityskauppaa ja osakkeet vaihtoivat omistajaa kaupantekopäivänä. Kauppahintaan ei sisältynyt lisäkauppahintaelementtejä. Yrityskauppa vahvistaa konsernin digitaalisten liiketoimintojen kasvua ja vahvistaa konsernin asemaa asiakkaiden brändiarvon kasvattajana.

Konsernin näkyvyys- ja painoliiketoimintaan kuuluva PunaMusta Oy osti 1.9.2021 Unigrafia Oy:n liiketoiminnan. Hankintameno oli 0,05 miljoonaa euroa, joka kirjautuu kokonaisuudessaan liikearvoksi. Unigrafia-liiketoiminta raportoidaan osana näkyvyys- ja painoliiketoimintaa. Hankinnalla konserni jatkaa pitkäaikaista yhteistyötä Unigrafia Oy:n kanssa. Kaupalla ei ollut olennaista vaikutusta konsernin liikevaihtoon tai tulokseen. Kauppahintaan ei sisältynyt lisäkauppahintaelementtejä.

Alla olevissa taulukoissa on esitetty tiivistetysti määrät Unigrafia Oy:n liiketoiminnasta ja Profilight Oy:stä sekä Gredi Oy:stä maksetuista vastikkeista, yrityshankintojen rahavirtavaikutuksista sekä varojen ja velkojen arvoista hankintahetkellä.

	Profilight Oy	Gredi Oy	Unigrafia Oy
	MEUR	MEUR	MEUR
Vastike			
Hankintameno ml. lisäkauppahinta	2,4	4,2	0,1
Kokonaishankintameno	2,4	4,2	0,1
Yrityshankinnan rahavirtavaikutus	MEUR	MEUR	MEUR
Maksettu hankinta	1,6	4,2	0,1
Hankitut rahavarat	0,0	0,3	0
Yrityshankinnan rahavirtavaikutus yhteensä	1,6	3,9	0,1
Hankittujen varojen ja vastattavaksi otettujen velkojen arvot hankintahetkellä olivat seuraavat:			
	MEUR	MEUR	MEUR
Aineettomat hyödykkeet	0,0	0,3	0,0
Asiakassuhteet (sis.muihin aineettomiin hyödykkeisiin)	0,2	0,7	0,0
Brändi (sis.muihin aineettomiin hyödykkeisiin)	0,0	0,1	0,0
Aineelliset hyödykkeet	0,5	0,0	0,0
Käyttöoikeusomaisuuserä	0,1	0,1	0,0
Sijoitukset	0,0	0,0	0,0
Vaihto-omaisuus	0,1	0,0	0,0
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,2	0,3	0,0
Rahavarat	0,0	0,3	0,0
Varat yhteensä	1,1	1,9	0,0
Rahoitusvelat	0,0	0,0	0,0
Ostovelat ja muut velat	0,4	0,8	0,0
Varaukset ja velat yhteensä	0,4	0,8	0,0
Nettovarallisuus yhteensä	0,7	1,1	0,0
Liikearvo	1,9	3,1	0,1

Aineettomien hyödykkeiden ja myyntisaamisten käypään arvoon ei sisällynyt riskiä hankintojen osalta. Unigrafia Oy:n hankinnasta syntyi 0,05 miljoonan euron liikearvo, joka perustuu pääasiassa liiketoimintaa osaavaan henkilöstön arvoon. Profilight Oy:n hankinnasta syntynyt 1,9 miljoonan euron liikearvo ja Gredi Oy:n hankinnasta syntynyt 3,1 miljoonan euron liikearvo koostuu odotettavissa olevista tuotto- ja kulusynergioista ja henkilöstön osaamisen arvosta.

Hankittujen yhtiöiden konsernissa oloajan liikevaihdot noin 1,8 miljoonaa euroa ja tulos noin -0,04 miljoonaa euroa sisältyvät konsernin vuoden 2021 laajaan tuloslaskelmaan. Jos tilikauden aikana hankitut liiketoiminnat olisi yhdistelty konsernitilinpäätökseen tilikauden 2021 alusta lähtien, olisi konsernin liikevaihto kasvanut arviolta 3,5 miljoonaa euroa ja tulos pysynyt samalla tasolla.

TUNNUSLUKUJA	1-12/ 2021	1-12/ 2020
Liikevoitto (%)	-1,7	-2,4
Tulos/osake EUR	0,36	-0,06
Oma pääoma/osake EUR	3,63	3,53
Bruttoinvestoinnit (milj. EUR)	11,4	5,0

Osuus liikevaihdosta (%)	10,7	4,9
Oman pääoman tuotto (%)	10,0	-1,5
Sijoitetun pääoman tuotto (%)	6,3	-0,2
Omavaraisuusaste (%)	41,6	43,7
Henkilöstö keskimäärin,	644	669
josta osa-aikaisia	6	15

KONSERNIN VASTUUSITOUMUKSET (miljoonaa euroa)	12/21	12/20
EHDOLLISET VELAT JA VARAT SEKÄ SITOUMUKSET		
Omasta puolesta annetut vakuudet		
Pantatut osakkeet	15,3	16,4
Kiinnitykset maa-alueisiin ja rakennuksiin	15,6	15,6
Muut vastuut ja sitoumukset	2,1	2,0
Yrityskiinnitykset	11,9	12,2
YHTEENSÄ	45,0	46,3
Muiden puolesta annetut vakuudet	0,1	1,0

Vastuut ovat emo- ja tytäryhtiön veloista.

## KÄYPÄÄN ARVOON

12/21

12/20

## ARVOSTETUT

## RAHOITUSVARAT JA -VELAT

(miljoonaa euroa)	kirjanpito-arvo	käypä arvo	kirjanpito-arvo	käypä arvo
Pitkäaikaiset rahoitusvarat				
Osakkeet ja muut pitkäaikaiset sijoitukset				
Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat rahoitusvarat, hierarkiataso 3	0,1	0,1	0,1	0,1
Lyhytaikaiset rahoitusvarat				
Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat rahoitusvarat, hierarkiataso 1	18,0	18,0	15,5	15,5

Rahoitusvelat on arvostettu jaksotettuun hankintamenuun. Niiden käypä arvo on lähellä niiden kirjanpitoarvoa.

Euromääräiset pankkilainat	39,9	39,9	36,1	36,1
----------------------------	------	------	------	------

## LÄHIPIIRITAPAHTUMAT

1-12/2021

1-12/2020

(miljoonaa euroa)

Palvelujen ostot	0,4	0,4
Palvelujen myynnit	0,9	0,7

Yhtiöiden väliset liiketapahtumat ovat markkinaehtoisia.

Tilinpäätöstiedotteen tiedot ovat tilintarkastettuja.

Yhtiön täydellinen tilinpäätös, toimintakertomus ja tilintarkastuskertomus sekä selvitys hallinto- ja ohjauksen järjestelmästä ovat saatavilla 28.2.2022 alkaen yhtiön verkkosivuilla osoitteessa [www.punamustamedia.fi](http://www.punamustamedia.fi) kohdassa Sijoittajatieto. Konsernin vuosikertomus ja vastuullisuusraportti julkaistaan viikolla 12/2022.

Joensuussa 25. helmikuuta 2022

## **PUNAMUSTA MEDIA OYJ**

Hallitus

### **LISÄTIETOJA:**

Toimitusjohtaja Raimo Puustinen p. 0500 975 873

### **TIEDOTTEEN JAKELU**

Nasdaq Helsinki Oy  
keskeiset tiedotusvälineet  
[www.punamustamedia.fi](http://www.punamustamedia.fi)

**PunaMusta Media Oyj on kotimainen media-, näkyvyys- ja painoliiketoiminnan ammattilainen, jonka palveluksessa on noin 620 alan osaajaa. Konsernin näkyvyys- ja painoliiketoimintaan kuuluva PunaMusta Oy palvelee asiakkaitaan mm. aikakaus- ja sanomalehtien sekä mainospainotuotteiden ja viestinnän materiaalien painamisessa sekä niiden suunnittelussa, suurkuvaratkaisuissa, brändinhallinnan ratkaisujen tarjoajana ja digitaalisen näkyvyyden palveluntarjoajana. Yhtiön medialiiketoiminta koostuu sanomalehti Karjalaisesta, kuudesta paikallislehdestä, kaupunkilehdestä sekä radiokanavasta. PunaMusta Media -konsernin liikevaihto vuonna 2021 oli 106 miljoonaa euroa.**