



Living
Information

Alma Media Oyj

Tilinpäätöstiedote tammi-joulukuu 2015
12.2.2016



Alma Median tilinpäätöstiedote 2015:

LIIKEVOITTO ILMAN KERTALUONTEISIA ERIÄ KASVOI, OSAKEKOHTAINEN TULOS LASKI KERTAERISTÄ JOHTUEN
Taludellinen kehitys loka–joulukuussa 2015:

- Liikevaihto 78,6 (76,6) milj. euroa, kasvua 2,6 %.
- Verkkoliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 17,7 % ja oli 29,1 (24,7) milj. euroa.
- Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä 10,8 (8,9) milj. euroa, kasvua 21,5 %.
- Käyttökate 6,1 (10,1) milj. euroa, laskua 40,1 %.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 7,1 (5,6) milj. euroa, 9,0 % (7,3 %) liikevaihdosta, kasvua 26,3 %.
- Liikevoitto 0,9 (4,8) milj. euroa eli 1,1 % (6,3 %) liikevaihdosta, laskua 81,5 %.
- Liikevoittoon sisältyy kertaluonteisia eriä -6,2 (-0,8) milj. euroa.
- Katsauskauden tulos 0,3 (4,0) milj. euroa, laskua 93,7 %.
- Osakekohtainen tulos 0,00 (0,05) euroa.

Taludellinen kehitys vuonna 2015:

- Liikevaihto 291,5 (295,4) milj. euroa, laskua 1,3 %.
- Verkkoliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 8,7 % ja oli 102,8 (94,5) milj. euroa.
- Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä 37,4 (35,1) milj. euroa, kasvua 6,5 %.
- Käyttökate 34,5 (36,4) milj. euroa, laskua 5,1 %.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 23,4 (21,4) milj. euroa, 8,0 % (7,2 %) liikevaihdosta, kasvua 9,3 %.
- Liikevoitto 17,7 (20,7) milj. euroa eli 6,1 % (7,0 %) liikevaihdosta, laskua 14,5 %.
- Liikevoittoon sisältyy kertaluonteisia eriä -5,7 (-0,7) milj. euroa.
- Katsauskauden tulos 12,1 (15,7) milj. euroa, laskua 23,3 %.
- Osakekohtainen tulos 0,13 (0,19) euroa.
- Hallituksen voitonjakoehdotus 0,12 euroa/osake

AVAINLUVUT	2015	2014	Muutos		2015	2014	Muutos	
milj. euroa	10—12	10—12		%	1—12	1—12		%
Liikevaihto	78,6	76,6	2,0	2,6	291,5	295,4	-3,9	-1,3
Sisältöliikevaihto	29,2	27,7	1,5	5,5	104,7	110,1	-5,5	-4,9
Sisältömyynti, painettu	26,3	26,2	0,1	0,4	97,0	104,6	-7,6	-7,2
Sisältömyynti, verkko	2,4	1,5	0,8	53,4	7,1	5,6	1,5	27,3
Mainosmyynnin liikevaihto	40,6	38,6	2,0	5,2	146,9	146,4	0,5	0,3
Mainosmyynti, painettu	17,6	19,8	-2,2	-10,9	66,2	73,7	-7,5	-10,2
Mainosmyynti, verkko	23,0	19,0	3,9	20,7	80,7	72,7	8,0	11,0
Palveluliikevaihto	8,7	10,2	-1,5	-14,9	39,9	38,8	1,1	2,8
Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä	71,7	71,2	0,5	0,7	268,7	274,6	-5,9	-2,1
Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä	10,8	8,9	1,9	21,5	37,4	35,1	2,3	6,5
Käyttökate	6,1	10,1	-4,1	-40,1	34,5	36,4	-1,9	-5,1
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	7,1	5,6	1,5	26,3	23,4	21,4	2,0	9,3
% liikevaihdosta	9,0	7,3			8,0	7,2		
Liikevoitto (-tappio)	0,9	4,8	-3,9	-81,5	17,7	20,7	-3,0	-14,5
% liikevaihdosta	1,1	6,3			6,1	7,0		
Tilikauden tulos	0,3	4,0	-3,8	-93,7	12,1	15,7	-3,7	-23,3
Tulos/osake, EUR (laimentamaton)	0,00	0,05	-0,05	-103,3	0,13	0,19	-0,06	-30,9
Tulos/osake, EUR (laimennettu)	0,00	0,05	-0,05	-103,3	0,13	0,19	-0,06	-30,9
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	29,1	24,7	4,4	17,7	102,8	94,5	8,3	8,7
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	37,1	32,3			35,3	32,0		

Voitonjakoehdotus yhtiökokoukselle:

Emoyhtiön jakokelpoiset varat 31.12.2015 olivat 120 642 934 (179 932 379) euroa. Alma Median hallitus ehdottaa varsinaiselle yhtiökokoukselle, että tilikaudelta 2015 maksetaan pääoman palautusta sijoitetun vapaan oman pääoman rahastosta 0,12 (2014 pääoman palautus 0,12) euroa osaketta kohden. Tilinpäätöshetken, 31.12.2015, osakkeiden lukumäärän perusteella pääomanpalautuksen määrä on yhteensä 9 885 982 (2014 pääoman palautus 9 058 422) euroa.

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

Näkymät vuodelle 2016:

Suomen kansantalouden arvioidaan pysyvän samalla tasolla tai kasvavan vain vähän vuonna 2016. Alma Medialle tärkeiden itäisten Keski-Euroopan maiden, kuten Tsekin ja Slovakian kansantalouksien arvioidaan kasvavan, mutta vähemmän kuin vuonna 2015.

Kansantalouden kehitys vaikuttaa sekä kulutusksyntään että mainonnan määrään. Mainonnan rakennemuutos jatkuu vuonna 2016; mainonta verkossa kasvaa, ja painetun median mainonta laskee. Mainonnan kokonaismäärän ei arvioida kasvavan Suomessa vuonna 2016.

Loppuvuodesta 2015 toteutunut Talentum-yrityskauppa kasvattaa Alma Median liikevaihtoa ja liikevoittoa vuonna 2016. Alma Media arvioi vuoden 2016 liikevaihdon ja liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä kasvavan vuoden 2015 tasosta. Vuoden 2015 liikevaihto oli 291,5 milj. euroa ja liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 23,4 milj. euroa.

Toimitusjohtaja Kai Telanne:

Alma Medialle vuosi 2015 oli hyvä toimintaympäristö huomioiden. Ulkomaan liiketoiminta kehittyi erinomaisesti itäisen Euroopan kansantalouksien hyvän kasvun myötä, mutta kotimaan markkinassa ei nähty toivottua elpymistä merkittävän tuloskäänteen aikaansaamiseksi. Kuluneena vuonna Suomen kansantalouden kehitys oli EU:n heikoimpia ja kuluttajien ostovoima oli laskussa. Kotimaan talouden heikko yleisvire vaikutti negatiivisesti kuluttajien ja elinkeinoelämän odotuksiin sekä mainonnan investointeihin.

Vuonna 2015 Alma Median operatiivinen tulos parani vaikeasta suhdanteesta huolimatta. Koko vuoden liikevaihto laski 291,5 miljoonaan euroon myytyjen liiketoimintojen seurauksena. Liikevoitto ilman kertaeriä parani 9,3 prosenttia 23,4 miljoonaan euroon. Hyvä tuloskehitys jatkui erityisesti Alma Median kansainvälisen liiketoiminnan päätoimintamaissa Itä-Euroopassa. Vuoden 2015 viimeisellä neljänneksellä ulkomainen rekrytointiliiketoiminta kasvoi lähes 21 prosenttia.

Mediakulutuksen painopiste on nopeasti siirtymässä digitaalisiin kanaviin, etenkin mobiiliin. Mediakäytön muutosten myötä mainostajien panostukset painettuun mediaan laskevat ja siirtymä digitaalisiin kanaviin jatkuu. Alma Media on vienyt määrätietoisesti liiketoimintaansa ja henkilöstöään painetun median maailmasta kohti digitaalisia monimedialpalveluita. Vuonna 2015 konsernin digitaalisten tuotteiden ja palvelujen liikevaihdossa ylittyi 100 miljoonan euron rajapyykki, kasvua edelliseen vuoteen oli 8,7 prosenttia.

Digitaaliset kuluttajapalvelut -segmentissä liikevaihdon kasvu oli erinomaisen kannattavaa liikevoiton ilman kertaeriä kasvaessa 47 prosenttia vuoden takaisesta. Keskeisin tekijä tuloksen paranemisessa oli ulkomaisen rekrytointiliiketoiminnan vahva kehitys. Kotimaassa digitaaliset palvelut onnistuivat säilyttämään tulostasonsa.

Talousmedia- ja yrityspalvelut -segmentin kannattavuuden parannusta edesauttoi hyvä mainosmyynti ja JM Tiedon tuoma liikevaihdon kasvu. Kauppalehden sisältömyynnissä onnistuttiin kompensoimaan painetun median lasku digitaalisten sisältötuotteiden kasvulla.

IL-Mediassa vuosi oli vaikea. Painetun median sisältöliikevaihto ja mainonta olivat merkittävässä laskusuunnassa. Vuoden loppua kohden digimainonnassa saatiin kuitenkin aikaiseksi ilahduttava käänne. Verkon mainosmyyntiä kasvattivat loppuvuonna erityisesti mobiilimyynti, ohjelmallisen ostamisen ja mainonnan kohdentamisen uudet ratkaisut.

Aluemediassa julkaisutoiminnan kannattavuuden turvaamiseksi tehtiin useita divestointeja, toiminnan uudelleenjärjestelyjä ja tehostamista. Siellä aloitettiin myös vaiheittainen siirtymä kohti maksullista digitaalista sisältöä.

Yksi suomalaisen mediasektorin suurimpia uutisia kuluneena vuotena oli Alman Talentum-yrityskauppa. Yhtiöiden liiketoiminnot täydentävät erinomaisesti toisiaan ja sulautumisessa syntyy merkittävä ammattilaismedian ja yrityspalveluiden toimija.

Talentum-yrityskauppa rahoitettiin sekä oman pääoman ehtoisella rahoituksella että velkarahoituksella. Merkittävästä investoinnista huolimatta Alma Median rahoitusasema säilyi vuonna 2015 vahvana ja omavaraisuusasteemme 42,5 %:ssa. Vahva taseemme mahdollistaa sen, että voimme jatkaa investoimista kasvuun ja kansainvälistymiseen strategiaamme sopivien mahdollisuuksien avautuessa.

Vuonna 2015 toteutimme valtakunnallisen mediamyynnin organisaatiomuutoksen. Vahvistimme kilpailukykyämme ja lisäsimme mainonnan markkinaosuuttamme panostaen muun muassa uusien tuloksellisten digitaalisten monimediaratkaisujen luomiseen ja monipuoliseen datan hyödyntämiseen.

Mediamainonnan määrä laski TNS Media Intelligencen mukaan vuoden 2015 aikana Suomessa noin kaksi prosenttia edellisvuodesta, ja oli yhteensä 1,2 miljardia euroa. Arvioidaan, että sen osuus bruttokansantuotteesta kuluneena vuonna oli historiallisen alhaalla – samalla tasolla monien kehittyvien markkinoiden kanssa. Hyvin toteutetulla markkinointiviestinnällä on oma keskeinen roolinsa taloudellisen toimeliaisuuden ylläpitämisessä Suomessa. Suomi tarvitsee tehostamisen ja kulujen saneeraamisen sijaan investointeja, työntekoa ja yrittämistä kannustavan ilmapiirin, uskoa ja luottamusta tulevaisuuteen. Jos haluaa myydä ja menestyä, pitää uskaltaa luoda myös kulutuskysyntää ja markkinoida.

Lisätietoja:

Toimitusjohtaja Kai Telanne, puhelin 010 665 3500

Talous- ja rahoitusjohtaja Juha Nuutinen, puhelin 010 665 3873

International Financial Reporting Standards (IFRS) -standardien mukainen vertailu on tehty vuoden 2014 vastaavan jakson lukuihin, ellei toisin ole mainittu. Taulukoiden luvut ovat itsenäisesti pyöristettyjä lukuja.

KONSERNIN TUNNUSLUKUJA milj. euroa	2015		2014		Muutos	
	10—12	10—12	10—12	10—12	1—12	1—12
Liikevaihto	78,6	76,6	2,6	291,5	295,4	-1,3
Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä	71,7	71,2	0,7	268,7	274,6	-2,1
Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä	10,8	8,9	21,5	37,4	35,1	6,5
Käyttökate	6,1	10,1	-40,1	34,5	36,4	-5,1
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	7,1	5,6	26,3	23,4	21,4	9,3
% liikevaihdosta	9,0	7,3		8,0	7,2	
Liikevoitto (-tappio)	0,9	4,8	-81,5	17,7	20,7	-14,5
% liikevaihdosta	1,1	6,3		6,1	7,0	
Tulos ennen veroja	1,4	5,4	-74,9	16,8	19,7	-14,9
Tilikauden tulos	0,3	4,0	-93,7	12,1	15,7	-23,3
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	0,9	16,9	-94,8	10,4	16,4	-36,6
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	1,0	10,2	-90,6	6,9	9,8	-29,3
Nettorahoituskulut	0,3	0,6	41,9	2,5	2,7	7,1
Nettorahoituskulut, %	0,4	0,8		0,9	0,9	
Taseen loppusumma				328,2	256,1	28,1
Investoinnit	49,6	0,5	9 411,6	60,2	14,4	317,8
Investoinnit % liikevaihdosta	63,1	0,7		20,6	4,9	
Omavaraisuusaste-%				42,5	42,6	-0,3
Velkaantumisaste (gearing), %				59,2	68,5	-13,7
Korolliset nettovelat				76,2	71,1	7,2
Korollinen vieras pääoma				90,6	83,0	9,1
Koroton vieras pääoma				108,9	69,4	56,8
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna ilman lehdenjakajia	1 877	1 723	8,9	1 793	1 828	-1,9
Lehdenjakajien lukumäärä keskimäärin	827	918	-9,9	929	985	-5,7
Osakekohtaiset tunnusluvut						
Tulos/osake, EUR (laimentamaton)	0,00	0,05	-103,3	0,13	0,19	-30,9
Tulos/osake, EUR (laimennettu)	0,00	0,05	-103,3	0,13	0,19	-30,9
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,10	0,08	25,6	0,43	0,35	23,8
Oma pääoma/osake, EUR				1,35	1,17	15,5
Voitonjako/osake, EUR (**)				0,12	0,12	
Efektiivinen osinkotuotto-%				4,0	4,4	
Hinta/voitto-suhde (P/E)				23,1	14,6	
Osakekannan markkina-arvo				247,1	207,6	19,1
Osakemäärä keskimäärin (1 000 osaketta)						
- laimentamaton	79 954	75 487		76 636	75 487	
- laimennettu	79 954	75 487		76 636	75 487	
Osakemäärä kauden lopussa (1 000 osaketta)				82 383	75 487	

*) ks. tilinpäätöstiedotteen laadintaperiaatteet

**) hallituksen esitys, pääoman palautus 0,12 eur/osake

Strategia ja siihen liittyvät toimenpiteet katsauskauden aikana

Strategisen kehittämisen painopisteinä ovat monikanavasisällöt, markkinointi- ja mainosratkaisut, digitaaliset palvelut sekä voimavarojen ja osaamisen kehittäminen.

Katsauskauden aikana syyskuussa 2015 julkistettu kahden merkittävän suomalaisen mediatalon Alma Median ja Talentumin yhdistyminen hyväksyttiin. Yhdistyminen tukee Alma Median strategian eteenpäinviemistä tulevina vuosina, luo merkittävää arvoa sekä Alma Median että Talentumin osakkeenomistajille perustuen muun muassa suuremman liiketoiminnallisen kokonaisuuden tuomiin etuihin digitalisoituvilla mediamarkkinoilla, konkreettisiin kustannussynergioihin sekä yhdistyneen yhtiön tilaajapotentiaalin hyödyntämiseen. Marraskuussa 2015 Alma Media julkisti Talentum-vaihtotarjouksen lopullisen tuloksen. Vaihtotarjouksen hyväksyivät osakkeenomistajat, jotka edustivat noin 95 prosenttia Talentumin osakkeista. Lisäksi Kilpailu- ja kuluttajaviraston antoi hyväksyntänsä yhdistymiselle. Kaikkien muidenkin vaihtotarjouksen ehtojen täyttyessä, Alma Media päätti toteuttaa vaihtotarjouksen Talentumin osakkeenomistajille ja optio-oikeuksien haltijoille. Kaupankäynti vaihtotarjouksessa tarjotuilla Alma Median uusilla osakkeilla alkoi 20.11.2015. Alma Media aloitti marraskuussa osakeyhtiölain mukaisen välimiesmenettelyn toteuttaakseen vähemmistöosakkeenomistajien Talentumin osakkeiden pakollisen lunastuksen.

Katsauskauden aikana yhtiöissä käynnistyi integraatiosuunnittelu. Yhdistymissuunnitelman mukaisesti Talentumin liiketoiminta liitetään osaksi Talousmedia- ja yrityspalvelut –yksikköä. Talentumin hallinto liitetään osaksi Alma Median konsernihallintoa. Alma Media arvio, että yhdistymisestä odotettavat vuotuiset kustannussynergiat voivat nousta 4–5 miljoonaan euroon, ja yhdistymisestä aiheutuvat integraatiokustannukset ovat noin 1–2 miljoonaa euroa yhdistymistä seuraavan ensimmäisen toimintavuoden aikana. Integraatio etenee vuoden 2016 ensimmäisen vuosipuoliskon aikana toteuttamisvaiheeseen.

Talousmedia- ja yrityspalvelut –yksikön toimintaa päätettiin fokusoida, minkä seurauksena Alma Media myi asiakasmediaa ja sisältömarkkinoinnin palveluita tarjoavan Alma 360 Oy:n Otavamedialle lokakuussa 2015.

Alma Media rakentaa strategiansa mukaisesti kestäväää kasvua liiketoimintaansa digitalisaation mahdollisuuksia hyödyntäen. Työ painottuu digitaalisten sisältöjen kehitykseen ja myyntiin, palveluliiketoiminnan kasvattamiseen sekä ketteriin markkinointiratkaisuihin. Toiminnassaan Alma Media on kasvattanut digitaalista palveluliiketoimintaa kannattavasti, ja toisaalla pitänyt perinteisen, painettuun mediaan perustuvan liiketoiminnan elinvoimaisena erilaisin tehostamistoimin.

Palveluliiketoiminnan kehittämiseksi esimerkiksi Digitaaliset kuluttajapalvelut -segmentissä on tarjottu median lisäksi myös järjestelmä- ja asiantuntijapalveluja asiakkaan oman liiketoiminnan johtamiseen. Kiinteistöväliittäjille on kehitetty välitysjärjestelmä ja tarjottu erilaisia informaatiopalveluja, ja rekrytointiliiketoiminnassa on panostettu muun muassa HR-konsultointiin sekä rekrytointijärjestelmiin. Yritysostojen myötä palvelutarjonta on laajentunut toiminnanohjausjärjestelmiin myös autokaupalle. Katsauskauden aikana Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartners Oy osti autokaupan ohjelmistoyrityksen Autosoftan täydentämään autokauppa-toimialan digitaalista liiketoimintaansa.

Alma Media jatkoi neljännen vuosineljänneksen aikana rakenneuudistuksia kustannusliiketoiminnan kannattavuuden parantamiseksi. Alma Median alue- ja paikallislehtiyksikkö Alma Aluemedian syyskuussa käynnistämät ja yhteensä 500 henkilöä koskeneet yhteistoimintalain mukaiset neuvottelut päättyivät. Irtisanottavia työsuhteita oli yhteensä 19 ja noin 50 henkilötyövuoden vähennys toteutui siirtymisenä pois Alma Aluemedian palveluksesta eläköitymisen tai muiden järjestelyjen kautta. Yt-neuvottelut koskivat Aluemedian kustannusliiketoiminnan koko henkilöstöä lukuun ottamatta Lapin lehtiä. Aluemediaan kuuluva paino- ja jakeluyhtiö Alma Manu Oy ei kuulunut neuvottelujen piiriin.

Alma Median hallitus hyväksyi joulukuussa 2015 päivitetyn strategian vuosille 2016–2018. Päivitetystä strategiassa Alma Median pitkän aikavälin taloudellisiin tavoitteisiin ei tehty muutoksia. Strategian painopistealueiksi määriteltiin sisällöt, monimediaratkaisut, palveluliiketoiminta sekä voimavarat ja tavat toimia.

Markkinatilanne kotimaassa

Vuoden viimeisellä neljänneksellä mainonnan kokonaismäärä laski TNS Media Intelligencen mukaan 1,8 (laski 4,9) %. Mainonta kaupunki- ja sanomalehdissä laski 7,1 (laski 7,0) %, mutta kasvoi verkkomediassa 9,0 (kasvoi 1,7) % vertailukaudesta. Iltapäivälehtien kappalemääräinen markkina laski vuoden 2015 viimeisellä neljänneksellä 17,0 (laski 8,2) %.

Vuonna 2015 mainonnan kokonaismäärä laski TNS Media Intelligencen mukaan 2,9 (laski 3,5) %. Mainonta kaupunki- ja sanomalehdissä laski 6,2 (laski 8,3) %, mutta kasvoi verkkomediassa 6,7 (kasvoi 12,3) % vertailukaudesta. Iltapäivälehtien kappalemääräinen markkina laski vuoden 2015 aikana 15,3 (laski 7,1) %.

Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2015

Alma Media osti tammikuussa 2015 JM Tieto Oy:n koko osakekannan vaiheittaisena hankintana. Alma Media omisti aikaisemmin yhtiöstä 20 %. JM Tieto Oy on B2B-myyntin tehostamiseen erikoistunut yhtiö, joka keskittyy markkinointitietoon ja sen hyödyntämiseen. JM Tieto organisoitiin osaksi Kauppalehti Tietopalvelut -liiketoimintaa.

Alma Median lehtiliiketoiminta Kainuussa siirtyi uudelle omistajalle, SLP Kustannus Oy:lle maaliskuussa 2015. Toteutuneessa kaupassa maakuntalehti Kainuun Sanomat, kaupunkilehti Koti-Kajaani ja kolme tilattavaa paikallislehteä siirtyivät Suomalainen Lehtipaino Oy:n tytäryhtiön omistukseen. Liiketoimintakaupasta ei muodostunut tulosvaikutusta Alma Median vuoden 2015 tulokseen.

Alma Median tytäryhtiö Alma Media Kustannus Oy myi Kemijärvellä ilmestyvän Koti-Lappi-kaupunkilehden huhtikuussa 2015.

Alma Median tytäryhtiö Alma Media Kustannus Oy myi Ranualla ja Posiolla ilmestyvän joka kotiin jaettava Kuriiri-lehden. Heinäkuun 1. päivästä 2015 lähtien lehden uusi kustantaja on ollut Kuriirilainen Oy, jonka omistaa lehden nykyinen henkilöstö.

Alma Media myi 1.10.2015 asiakasmediaa ja sisältömarkkinoinnin palveluita tarjoavan Alma 360 Oy:n Otavamedialle.

Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartners Oy osti lokakuussa autokaupan ohjelmistoyrityksen Autosoftan sen perustajilta täydentämään autokauppa-toimialan digitaalista liiketoimintaansa. Kempeleellä toimivan Autosoftan vuotuinen liikevaihto on noin 0,5 miljoonaa euroa.

Alma Media hankki Talentum-konsernista määräysvallan 17.11.2015. Aiemmin yhtiö raportoitiin konsernissa osakkuusyhtiönä ja yhdistely tehtiin pääomaosuusmenetelmällä. Konsernin aiempi omistusosuus oli 14 236 295 Talentumin osaketta, mikä vastasi 32,4 prosenttia ulkona olevien osakkeiden lukumäärästä. Vaihtotarjouksen ehdot täyttyivät 17.11.2015, josta lähtien Talentum on ollut osa Alma Media –konsernia ja yhdistelty konsernitilinpäätökseen 31.12.2015 tytäryhtiönä.

Tarkemmat tiedot hankituista tytäryhtiöistä on annettu tilinpäätöstiedotteen taulukko-osassa sivulla 25.

Konsernin liikevaihto ja tulos loka–joulukuussa 2015

Liikevaihto kasvoi vuoden viimeisellä neljänneksellä 2,6 % 78,6 (76,6) milj.euroon. Hankittujen liiketoimintojen, Talentum-konsernin ja JM Tiedon, vaikutus liikevaihdon kasvuun oli yhteensä 6,7 milj. euroa. Myytyjen liiketoimintojen, Alma 360 -liiketoiminnan ja Aluemedian myytyjen lehtien vaikutus liikevaihdon laskuun oli 6,0 milj. euroa.

Sisältöliikevaihto kasvoi 5,5 % 29,2 (27,7) milj.euroon. Talentum-konsernin vaikutus sisältöliikevaihdon kasvuun oli 4,1 milj. euroa.

Mainosmyyntin liikevaihto kasvoi 5,2 % 40,6 (38,6) milj. euroon. Painettujen lehtien mainosmyynti laski 2,2 milj. euroa vertailukauden tasosta ja oli 17,6 (19,8) milj. euroa. Verkkomainosmyynti kasvoi 20,7 % 23,0 (19,0) milj. euroon. Talentum-konsernin vaikutus mainosmyyntin liikevaihdon kasvuun oli 1,0 milj. euroa.

Palveluliikevaihto oli 8,7 (10,2) milj. euroa. Palveluliikevaihtoon sisältyvät mm. Kauppalehti Tietopalveluiden ja E-kontaktin liiketoiminnot sekä Alma Manun konsernin ulkoisille asiakkaille myydyt paino- ja jakelupalvelut. Lokakuussa myydyin Alma360- liiketoiminnan vaikutus palveluliikevaihdon laskuun oli 3,1 milj. euroa.

Kokonaiskulut kasvoivat viimeisellä neljänneksellä 4,3 milj. euroa eli 5,8 %, ja olivat 78,1 (73,8) milj. euroa. Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 71,7 (71,2) milj. euroa. Talentumin vaikutus katsauskauden kulujen kasvuun oli 6,0 milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 5,2 (5,3) milj. euroa. Katsauskauden kertaluonteiset kulut 6,4 (2,6) milj. euroa liittyivät arvonalentumistappioihin, uudelleenjärjestely- sekä yritysjärjestelykuluihin.

Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 7,1 (5,6) milj. euroa, 9,0 % (7,3 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 0,9 (4,8) milj. euroa, 1,1 % (6,3 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti kertaluonteisia eriä -6,2 (-0,8) milj. euroa.

Konsernin liikevaihto ja tulos 2015

Liikevaihto laski vuoden 2015 aikana 1,3 % 291,5 (295,4) milj. euroon. Marraskuussa hankitun Talentum-konsernin vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 5,8 milj. euroa. Tammikuussa hankitun JM Tiedon vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 3,4 milj. euroa. Syyskuussa myydyn Alma360 -liiketoiminnan vaikutus liikevaihtoon oli -3,6 milj. euroa ja vuoden 2015 aikana toteutuneiden Aluemedian myytyjen lehtien vaikutus liikevaihtoon on -9,8 milj. euroa.

Sisältöliikevaihto laski 4,9 % 104,7 (110,1) milj. euroon. Sisältöliikevaihdon lasku vertailukauden tasosta johtui painetun median levikkien pienenemisestä. Talentum-konsernin vaikutus sisältöliikevaihdon kasvuun oli 4,1 milj. euroa.

Mainosmyynnin liikevaihto kasvoi 0,3 % 146,9 (146,4) milj. euroon. Painettujen lehtien mainosmyynti laski 10,2 % vertailukauden tasosta ja oli 66,2 (73,7) milj. euroa. Verkkomainosmyynti kasvoi 11,0 % 80,7 (72,7) milj. euroon.

Palveluliikevaihto oli 39,9 (38,8) milj. euroa. Palveluliikevaihtoon sisältyvät mm. Kauppalehti Tietopalveluiden, lokakuussa myydyn asiakasmedian ratkaisuja tuottavan Alma360:n ja E-kontaktin liiketoiminnot sekä Alma Manun konsernin ulkoisille asiakkaille myydyt paino- ja jakelupalvelut. Palveluliikevaihdon kasvuun vaikuttivat erityisesti Kauppalehti Tietopalveluiden sekä Alma Manun kasvanut liikevaihto.

Kokonaiskulut laskivat 0,5 milj. euroa eli 0,2 %, ja olivat 277,4 (277,9) milj. euroa. Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 268,7 (274,6) milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 16,8 (15,7) milj. euroa. Vuoden 2015 kertaluonteiset kulut 8,7 (3,3) milj. euroa liittyivät arvonalentumistappioihin, uudelleenjärjestely- sekä yritysjärjestelykuluihin.

Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 23,4 (21,4) milj. euroa, 8,0 % (7,2 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 17,7 (20,7) milj. euroa, 6,1 % (7,0 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti kertaluonteisia eriä -5,7 (-0,7) milj. euroa.

Alma Media -konserni vuosi 2015 yritysjärjestelyiden vaikutukset huomioiden (Pro forma)

Alma Media -konsernin liikevaihto ja liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä ilman myytyjen liiketoimintojen vaikutusta ja huomioiden hankittujen liiketoimintojen vaikutus vuonna 2015 on esitetty alla olevassa taulukossa:

PRO FORMA	2015	2014
milj. euroa	1—12	1—12
Liikevaihto		
Alma Media -konserni raportoitu – IFRS	291,5	295,4
Myydyt liiketoiminnot *	-9,7	-24,9
Hankitut liiketoiminnot **	+67,3	+76,0
Liikevaihto – pro forma	349,2	346,5
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä		
Alma Media -konserni raportoitu – IFRS	23,4	21,4
Myydyt liiketoiminnot *	0,0	1,3
Hankitut liiketoiminnot **	3,2	2,2
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä – pro forma	26,6	24,9

*Myydyt liiketoiminnot sisältää Aluemedian Kainuun lehtiliiketoiminnan myynnin, City24- liiketoiminnan, BNS- liiketoiminnan sekä Alma 360 Oy:n myynnin vaikutuksen.

** Hankitut liiketoiminnot sisältää Talentum-konsernin, JM Tiedon sekä Autosoftan vaikutuksen. Hankittujen liiketoimintojen liikevoitossa on huomioitu hankinnasta johtuvat, kasvaneet IFRS 3 -poistot.

Liiketoimintasegmentit

Alma Median raportoitavat segmentit ovat Digitaaliset kuluttajapalvelut, Talousmedia ja yrityspalvelut, Valtakunnallinen kuluttajamedia ja Aluemia. Konsernin emoyhtiön tuottamat keskitetyt palvelut sekä koko konsernia koskevat keskitetyt digitaaliset tukipalvelut käsitellään segmenttiraportoinnin ulkopuolella.

Konsernissa on viisi toimintasegmenttiä alla olevan taulukon mukaisesti. Samankaltaisia tuotteita ja palveluita tuottavat toimintasegmentit on yhdistelty raportoitaviksi segmenteiksi, koska niiden taloudellinen tuloksellisuus ja ominaispiirteet ovat samanlaisia.

RAPORTOITAVA SEGMENTTI:	TOIMINTASEGMENTTI:
Digitaaliset kuluttajapalvelut	Markkinapaikat Alma Diverso
Talousmedia ja yrityspalvelut	Talousmedia ja yrityspalvelut
Valtakunnallinen kuluttajamedia	Valtakunnallinen kuluttajamedia
Aluemia	Aluemia

Aluemia-segmentti raportoitiin aiemmin nimellä Alueellinen Media. Segmentin sisällössä ei ole tapahtunut muutoksia. Marraskuussa hankittu Talentum-konsernin liiketoiminnot raportoidaan osana Talousmedia ja yrityspalvelut -segmenttiä. Talentum Oyj:ssä olevat konsernitoiminnot esitetään kohdistamattomina tapahtumina.

LIKEVAIHTO JA -VOITTO SEGMENTEITTÄIN

LIKEVAIHTO	2015	2014	Muutos	2015	2014	Muutos
milj. euroa	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Digitaaliset kuluttajapalvelut						
Ulkoisen liikevaihto	16,1	14,2		60,4	54,4	
Segmenttien välinen liikevaihto	0,5	0,4		1,3	1,4	
Digitaaliset kuluttajapalvelut yhteensä	16,6	14,7	12,9	61,7	55,8	10,5
Talousmedia ja yrityspalvelut						
Ulkoisen liikevaihto	17,1	13,5		56,3	52,0	
Segmenttien välinen liikevaihto	1,1	0,5		2,2	1,1	
Talousmedia & yritystieto yhteensä	18,2	14,0	30,0	58,5	53,0	10,3
Valtakunnallinen kuluttajamedia						
Ulkoisen liikevaihto	8,5	10,0		35,1	44,4	
Segmenttien välinen liikevaihto	2,6	1,2		6,6	2,5	
Valtakunnallinen kuluttajamedia yhteensä	11,1	11,2	-0,9	41,6	46,9	-11,3
Aluemia						
Ulkoisen liikevaihto	32,3	36,2		128,0	137,7	
Segmenttien välinen liikevaihto	1,6	2,1		6,4	7,5	
Aluemia yhteensä	33,9	38,3	-11,5	134,4	145,2	-7,5
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,1	-1,6		-4,6	-5,6	
Yhteensä	78,6	76,6	2,6	291,5	295,4	-1,3

LIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa*	2015 10—12	2014 10—12	Muutos %	2015 1—12	2014 1—12	Muutos %
Digitaaliset kuluttajapalvelut	1,7	3,5	-50,4	12,4	10,7	15,5
Talousmedia ja yrityspalvelut	1,8	1,4	34,0	6,9	6,5	7,5
Valtakunnallinen kuluttajamedia	1,0	-0,4	319,1	2,2	3,1	-29,3
Aluemediat	0,8	2,5	-67,4	5,9	8,3	-29,1
Segmentit yhteensä	5,3	6,9	-22,2	27,4	28,6	-4,1
Kohdistamattomat toiminnot	-4,4	-2,0	-119,5	-9,7	-7,9	-22,8
Yhteensä	0,9	4,8	-80,6	17,7	20,7	-14,3

*Sisältää kertaluonteiset erät.

Digitaaliset kuluttajapalvelut

Digitaaliset kuluttajapalvelut -segmentin Suomessa toimivat palvelut ovat Etuovi.com, Vuokraovi.com, Gofinland.fi, Monster.fi, Autotalli.com, Autosofta.fi, Telkku.com, Kotikokki.net, E-kontakti.fi sekä Meedio.fi. Ulkomailta toimivat palvelut ovat Jobs.cz, Prace.cz, Topjobs.sk, CV Online, Profesia.sk, MojPosao.net, Monster.hu, Monsterpolska.pl sekä Monster.cz.

DIGITAALISET KULUTTAJAPALVELUT

AVAINLUVUT (milj. euroa)	2015 10—12	2014 10—12	Muutos %	2015 1—12	2014 1—12	Muutos %
Liikevaihto	16,6	14,7	12,9	61,7	55,8	10,5
Kotimaan toiminnot	5,6	5,6	0,1	21,8	22,0	-0,9
Ulkomaan toiminnot	11,0	9,1	20,8	39,9	33,8	18,0
Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä	13,8	12,9	7,5	48,4	46,8	3,3
Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä	4,1	3,3	22,4	18,7	14,8	26,7
Käyttökate	4,1	5,1	-19,3	18,7	16,5	13,5
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	2,8	1,9	46,0	13,4	9,2	46,6
% liikevaihdosta	16,7	12,9		21,8	16,4	
Liikevoitto	1,7	3,5	-50,4	12,4	10,7	15,5
% liikevaihdosta	10,4	23,5		20,1	19,2	
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	512	491	4,4	509	491	3,7
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	16,6	14,7	12,9	61,7	55,8	10,5
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	100,0	100,0		100,0	100,0	
OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT	2015 10—12	2014 10—12	Muutos %	2015 1—12	2014 1—12	Muutos %
Verkkopalvelut, eri selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl)*						
Etuovi.com	651,8	518,6	25,7	665,7	533,8	24,7
Autotalli.com	114,3	111,3	2,7	121,1	111,8	8,3
Telkku.com	648,7	741,3	-12,5	723,9	735,5	-1,6
Kotikokki.net	472,0	476,0	-0,9	454,8	408,7	11,3

*) TNS Gallup on muuttanut eri selainmittareiden laskentatapaa vuoden 2015 alusta lukien. Eri selainten lukua korjattiin aikaisemmin ns. korjausalgoritilla, jolla pyrittiin arvioimaan mm. mittaus-cookiesien poistaneiden määrää. Tämä korjausalgoritmi on poistettu ja nykyisin raportoidaan suoraan raakaselaimia. Tämän vuoksi luvut eivät ole vertailukelpoisia aikaisempiin selainlukuihin.

Etuovi.com, Autotalli.com selaimia viikossa keskimäärin tieto perustuu yhtiön sisäiseen seurantaan vuoden 2015 osalta.

Lokakuu–joulukuu 2015

Vuoden 2015 viimeisellä neljänneksellä Digitaaliset kuluttajapalvelut -segmentin liikevaihto kasvoi 12,9 % ja oli 16,6 (14,7) milj. euroa. Kokonaisuudessaan rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 20,4 % katsauskaudella ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 74,2 (69,5) % vuoden 2015 viimeisellä neljänneksellä. Ulkomaan rekrytointiliiketoiminnan kasvua tuki erityisesti bruttokansantuotteen vahva kasvu itäisen Keski-Euroopan maissa.

Katsauskauden kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 13,8 (12,9) milj. euroa. Katsauskauden kokonaiskulut olivat 14,9 (13,0) milj. euroa.

Digitaaliset kuluttajapalvelut -segmentin liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli vuoden viimeisellä neljänneksellä 2,8 (1,9) milj. euroa. Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 16,7 % (12,9 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 1,7 (3,5) milj. euroa. Katsauskauden kertaluonteisena erät olivat -1,1 (1,5) milj. euroa. Vuoden viimeisen neljänneksen kertaluonteiset erät liittyivät arvonalentumistappioihin kotimaan verkkopalveluihin kohdistetuista liikearvoista. Vertailuvuoden kertaluonteiset erät liittyivät arvonalentumistappioihin sekä City24 -liiketoiminnan myynnin voittoon.

Vuosi 2015

Vuoden 2015 aikana Digitaaliset kuluttajapalvelut -segmentin liikevaihto kasvoi 10,5 % ja oli 61,7 (55,8) milj. euroa. Rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 20,5 % ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 73,6 % (67,5 %) vuoden 2015 aikana. Ulkomaan rekrytointiliiketoiminnan kasvua tuki erityisesti bruttokansantuotteen vahva kasvu itäisen Keski-Euroopan maissa.

Katsauskauden kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 48,4 (46,8) milj. euroa.

Digitaaliset kuluttajapalvelut -segmentin liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli vuoden 2015 aikana 13,4 (9,2) milj. euroa. Segmentin liikevoitto oli 12,4 (10,7) milj. euroa. Kertaluonteisena erät olivat -1,1 (1,5) milj. euroa. Kuluvaan vuoden kertaluonteiset erät liittyivät arvonalentumistappioihin kotimaan verkkopalveluihin kohdistetuista liikearvoista. Vertailuvuoden kertaluonteiset erät liittyivät arvonalentumistappioihin sekä City24 -liiketoiminnan myynnin voittoon.

Talousmedia ja yrityspalvelut

Talousmedia ja yrityspalvelut -segmentti on erikoistunut taloudellisen informaation sekä liike-elämän hyötytiedon ja markkinointiratkaisujen tuottamiseen. Segmentissä raportoitu asiakasmedian ratkaisuja tuottava Alma 360 myytiin lokakuussa 2015. Marraskuussa hankitun Talentumin liiketoiminta raportoidaan osana segmenttiä.

TALOUSMEDIA & YRITYSPALVELUT

AVAINLUVUT (milj. euroa)	2015 10—12	2014 10—12	Muutos %	2015 1—12	2014 1—12	Muutos %
Liikevaihto	18,2	14,0	30,0	58,5	53,0	10,3
Sisältöliikevaihto	8,5	4,4	92,6	20,3	16,2	24,8
Mainosmyynnin liikevaihto	5,8	4,1	42,2	17,2	15,6	10,6
Palveluliikevaihto	4,0	5,6	-28,4	21,0	21,2	-1,0
Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä	16,3	12,2	33,4	50,7	46,4	9,3
Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä	2,5	1,9	28,9	9,0	7,1	26,3
Käyttökate	2,1	1,9	7,7	9,1	7,3	24,8
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	2,1	1,8	11,5	8,0	6,7	19,1
% liikevaihdosta	11,3	13,2		13,6	12,6	
Liikevoitto	1,8	1,4	34,0	6,9	6,5	7,5
% liikevaihdosta	10,1	9,8		11,9	12,2	
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	420	215	95,7	287	259	11,0
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	7,1	6,0	19,8	24,4	22,8	7,0
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	39,2	42,5		41,7	43,0	

OPERATIIVISEN TOIMINNAN

TUNNUSLUVUT

	2015	2014	Muutos	2015	2014	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Verkkopalvelut, eri selaimia viikossa (keskimäärin 1000 kpl)*						
Kauppalehti.fi	1 094,6	791,0	38,4	1 026,7	772,9	32,8
Tarkastettu levikki (1000 kpl)						
Kauppalehti, printti				47,7	50,7	
Kauppalehti, digi				53,3		

**) TNS Gallup on muuttanut eri selainmittareiden laskentatapaa vuoden 2015 alusta lukien. Eri selainten lukua korjattiin aikaisemmin ns. korjausalgoritmilla, jolla pyrittiin arvioimaan mm. mittaus-cookies poistaneiden määrää. Tämä korjausalgoritmi on poistettu ja nykyisin raportoidaan suoraan raakaselaimia. Tämän vuoksi luvut eivät ole vertailukelpoisia aikaisempiin selainlukuihin.*

Lokakuu–joulukuu 2015

Talousmedia ja yrityspalvelut -segmentin liikevaihto kasvoi 30,0 % 18,2 (14,0) milj. euroon. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 39,2 % (42,5) %. Marraskuussa hankitun Talentum-konsernin vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 5,8 milj. euroa, josta verkkoliiketoiminnan liikevaihto oli 0,8 milj. euroa. Tammikuussa hankitun JM Tiedon vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 0,9 milj. euroa. Syyskuussa myydyin Alma360 -liiketoiminnan vaikutus liikevaihtoon oli -2,9 milj. euroa.

Talousmedia ja yrityspalvelut -segmentin sisältöliikevaihto kasvoi 92,6 % ja oli 8,5 (4,4) milj. euroa. Kauppalehden digitaaliset sisältötuotot jatkoivat kasvua ja kattoivat painetun median sisältötuottojen laskun.

Vuoden viimeisen neljänneksen mainosmyynti oli 5,8 (4,1) milj. euroa. Kauppalehden mainosmyynti kasvoi 12,4 %.

Palveluliikevaihdon laski 28,4 % ja oli 4,0 (5,6) milj. euroa. Liikevaihdon laskuun vaikuttu erityisesti syyskuussa myyty Alma360 -liiketoiminta.

Segmentin kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 16,3 (12,2) milj. euroa. Segmentin kokonaiskulut olivat 16,5 (12,7) milj. euroa.

Talousmedia ja yrityspalvelut -segmentin liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 2,1 (1,8) milj. euroa ja liikevoitto 1,8 (1,4) milj. euroa. Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 11,3 % (13,2 %) liikevaihdosta. Katsauskauden kertaluonteiset erät liittyivät Talentumin vaiheittaiseen hankintaan liittyvään 0,4 milj. euron tulosvaikutteiseen tappioon sekä arvonalentumistappion oikaisuun. Talentum-hankinnan vaikutus vuoden viimeisen kvartaalin tulokseen oli vähäinen.

Vuosi 2015

Talousmedia ja yrityspalvelut -segmentin liikevaihto kasvoi 10,3 % 58,5 (53,0) milj. euroon. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 41,7 % (43,0 %). Marraskuussa hankitun Talentum-konsernin vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 5,8 milj. euroa ja tammikuussa hankitun JM tiedon vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 3,4 milj. euroa. Syyskuussa myydyin Alma360:n vaikutus liikevaihdon laskuun oli -3,6 milj. euroa.

Talousmedia ja yrityspalvelut -segmentin sisältöliikevaihto kasvoi 24,8 % ja oli 20,3 (16,2) milj. euroa. Kauppalehden sisältöliikevaihto oli edellisen vuoden tasolla.

Vuoden 2015 aikana mainosmyynti oli 17,2 (15,6) milj. euroa. Mainosmyynti verkossa kasvoi 16,3 % vertailukaudesta.

Segmentin kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 50,7 (46,4) milj. euroa. Segmentin kokonaiskulut olivat 52,3 (47,4) milj. euroa.

Talousmedia ja yrityspalvelut -segmentin liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 8,0 (6,7) milj. euroa ja liikevoitto 6,9 (6,5) milj. euroa. Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 13,6 % (12,6 %) liikevaihdosta. Katsauskauden kertaluonteiset erät liittyivät Talentumin vaiheittaiseen hankintaan liittyvään 0,4 milj. euron tulosvaikutteiseen tappioon, JM Tiedon vaiheittaisen hankinnan 0,6 milj. euron voittoon sekä Alma360 -liiketoiminnan arvonalentumistappioon 1,2 milj. euroa. Talentum-yritysoston vaikutus koko vuoden tulokseen oli vähäinen.

Valtakunnallinen kuluttajamedia

Valtakunnallinen kuluttajamedia -segmentissä raportoidaan IL-Median eri julkaisupalvelut.

VALTAKUNNALLINEN KULUTTAJAMEDIA

AVAINLUVUT (milj. euroa)	2015 10—12	2014 10—12	Muutos %	2015 1—12	2014 1—12	Muutos %
Liikevaihto	11,1	11,2	-0,9	41,6	46,9	-11,3
Sisältöliikevaihto	5,9	7,0	-15,1	24,7	28,5	-13,2
Mainosmyynnin liikevaihto	5,1	4,2	21,9	16,8	18,4	-8,6
Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä	9,8	11,1	-11,6	39,1	43,2	-9,5
Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä	1,3	0,1	967,7	2,5	3,8	-32,8
Käyttökate	1,0	-0,4	319,2	2,2	3,2	-31,0
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	1,3	0,1	968,9	2,5	3,7	-31,4
% liikevaihdosta	11,8	1,1		6,1	7,8	
Liikevoitto	1,0	-0,4	319,1	2,2	3,1	-29,3
% liikevaihdosta	8,8	-4,0		5,3	6,6	
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	153	146	4,9	157	160	-1,7
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	4,1	3,0	38,1	12,4	12,7	-2,1
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	37,1	26,6		29,8	27,0	
OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT						
	2015 10—12	2014 10—12		2015 1—12	2014 1—12	
Verkkopalvelut, eri selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl)* Iltalehti.fi	5 630,3	4 383,5	28,4	5 523,5	4 225,3	30,7

*) TNS Gallup on muuttanut eri selainmittareiden laskentatapaa vuoden 2015 alusta lukien. Eri selainlukua korjattiin aikaisemmin ns. korjausalgoritmilla, jolla pyrittiin arvioimaan mm. mittaus-cookies poistaneiden määrää. Tämä korjausalgoritmi on poistettu ja nykyisin raportoidaan suoraan raakaselaimia. Tämän vuoksi luvut eivät ole vertailukelpoisia aikaisempiin selainlukuihin.

Lokakuu–joulukuu 2015

Valtakunnallinen kuluttajamedia -segmentin liikevaihto laski loka–joulukuussa 0,9 % 11,1 (11,2) milj. euroon. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 37,1 % (26,6 %).

Segmentin sisältöliikevaihto laski loka–joulukuussa 15,1 % 5,9 (7,0) milj. euroon, mikä johtui Iltalehden levikin laskusta.

Segmentin mainosmyynti nousi 21,9 % ja oli 5,1 (4,2) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 16,5 %. Segmentin verkkomainosmyynti kääntyi kasvuun vuoden viimeisellä neljänneksellä. Verkkomainosmyynti kasvoi 38,4 % ja oli 4,1 (2,9) milj. euroa. Verkon mainosmyyntiä kasvattivat erityisesti mobiilimyynti, ohjelmallisen ostamisen sekä mainonnan uudet kohdentamisratkaisut asiakkaille.

Segmentin kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 9,8 (11,1) milj. euroa. Kokonaiskulujen laskuun vaikutti erityisesti paino- ja jakelukulujen väheneminen painetun median myynnin laskun myötä sekä sisällöntuotannon tehostamistoimenpiteet. Segmentin katsauskauden kuluihin sisältyy kertaluonteisia kuluja 0,3 milj euroa, jotka liittyvät uudelleenjärjestelyihin. Segmentin kokonaiskulut olivat 10,1 (11,6) milj. euroa.

Segmentin liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 1,3 (0,1) milj. euroa, 11,8 % (1,1 %) liikevaihdosta.

Vuosi 2015

Valtakunnallinen kuluttajamedia -segmentin liikevaihto laski tammi-joulukuussa 11,3 % 41,6 (46,9) milj. euroon. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 29,8 % (27,0 %).

Segmentin sisältöliikevaihto laski tammi-joulukuussa 13,2 % 24,7 (28,5) milj. euroon, mikä johtui Iltalehden levikin laskusta.

Segmentin mainosmyynti laski 8,6 % ja oli 16,8 (18,4) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 22,6 %. Koko vuoden segmentin verkkomainosmyynti laski 2,1 % ja oli 12,3 (12,5) milj. euroa. Verkkomainonnan loppuvuoden kasvu ei riittänyt kompensoimaan alkuvuoden verkkomainonnan laskua.

Segmentin kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 39,1 (43,2) milj. euroa. Kokonaiskulujen laskuun vaikuttivat erityisesti paino- ja jakelukulujen väheneminen painetun median myynnin laskun myötä sekä sisällöntuotannon tehostamistoimenpiteet. Segmentin katsauskauden kuluihin sisältyy kertaluonteisia kuluja 0,3 (0,6) milj. euroa, jotka liittyvät uudelleenjärjestelyihin. Segmentin kokonaiskulut olivat 39,4 (43,8) milj. euroa.

Segmentin liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 2,5 (3,7) milj. euroa. Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 6,1 % (7,8 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 2,2 (3,1) milj. euroa.

Aluemia

Aluemia-segmentissä raportoidaan Alma Aluemedian sanomalehtien kustannustoiminta ja konsernin paino- ja jakeluyhtiö Alma Manu. Segmentin tunnetuin media on Aamulehti.

ALUEMEDIA

AVAINLUVUT (milj. euroa)	2015 10—12	2014 10—12	Muutos %	2015 1—12	2014 1—12	Muutos %
Liikevaihto	33,9	38,3	-11,5	134,4	145,2	-7,5
Sisältöliikevaihto	14,9	16,4	-9,3	59,8	65,5	-8,7
Mainosmyynnin liikevaihto	14,5	17,1	-15,0	56,3	62,5	-9,9
Palveluliikevaihto	4,5	4,8	-6,8	18,3	17,2	6,1
Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä	30,5	34,6	-11,9	125,7	135,8	-7,4
Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä	4,3	4,6	-6,0	12,3	14,7	-15,9
Käyttökate	2,2	4,6	-51,9	9,8	14,7	-33,1
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	3,4	3,8	-9,4	8,9	9,6	-7,0
% liikevaihdosta	10,1	9,9		6,6	6,6	
Liikevoitto	0,8	2,5	-67,4	5,9	8,3	-29,1
% liikevaihdosta	2,4	6,5		4,4	5,7	
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna ilman lehdenjakajia	629	708	-11,2	671	758	-11,4
Lehdenjakajien lukumäärä keskimäärin	827	918	-9,9	929	985	-5,7
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	1,4	1,1	30,5	4,7	3,7	26,3
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	4,1	2,8		3,5	2,6	

OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT	2015 10—12	2014 10—12		2015 1—12	2014 1—12	
Verkkopalvelut, eri selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl)						
Aamulehti.fi	655,9	470,4	39,4	544,4	433,8	25,5
Tarkastettu levikki (1000 kpl)						
Aamulehti					106,8	
Painovolyymi (1 000 kpl)	68 460	68 460		277 578	256 034	
Paperin käyttö (tonnia)	6 118	5 974		23 966	23 956	

**) TNS Gallup on muuttanut eri selainmittareiden laskentatapaa vuoden 2015 alusta lukien. Eri selainten lukua korjattiin aikaisemmin ns. korjausalgoritmilla, jolla pyrittiin arvioimaan mm. mittaus-cookies poistaneiden määrää. Tämä korjausalgoritmi on poistettu ja nykyisin raportoidaan suoraan raakaselaimia. Tämän vuoksi luvut eivät ole vertailukelpoisia aikaisempiin selainlukuihin.*

Lokakuu–joulukuu 2015

Aluemia-segmentin liikevaihto oli loka–joulukuussa 33,9 (38,3) milj. euroa. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 4,1 % (2,8 %). Vuoden 2015 aikana toteutuneiden Aluemedian lehtien myynnin vaikutus liikevaihtoon on -3,1 milj. euroa.

Segmentin sisältöliikevaihto laski loka–joulukuussa 9,3 % 14,9 (16,4) milj. euroon.

Segmentin mainosmyynti laski 15,0 % ja oli 14,5 (17,1) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 16,4 %. Segmentin verkkomainosmyynti kasvoi 24,0 % ja oli 0,7 (0,6) milj. euroa. Myytyjen lehtien vaikutus segmentin mainosmyynnin liikevaihdon laskuun oli 1,6 milj. euroa.

Segmentin palveluliikevaihto laski 6,8 % 4,5 (4,8) milj. euroa, mihin vaikutti pääosin jakeluliikevaihdon lasku.

Segmentin kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 30,5 (34,6) milj. euroa ja kokonaiskulut 33,1 (36,0) milj. euroa. Kokonaiskuluja laskivat niin sanomalehtien kuin painotoiminnan tehostamistoimenpiteet.

Alma Aluemedian syyskuussa käynnistämät ja yhteensä 500 henkilöä koskeneet yhteistoimintalain mukaiset neuvottelut päättyivät marraskuussa. Irtisanottavia työsuhteita oli yhteensä 19 ja noin 50 henkilötyövuoden vähennys toteutui siirtymisenä pois Alma Aluemedian palveluksesta eläköitymisen tai muiden järjestelyjen kautta. Järjestelyjen seurauksena kirjattiin vuoden 2015 neljännen kvartaalin tulokseen 2,1 miljoonan euron kertaluonteinen kulu.

Segmentin liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 3,4 (3,8) milj. euroa ja liikevoitto 0,8 (2,5) milj. euroa. Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 10,1 % (9,9 %) liikevaihdosta. Katsauskauden kertaluonteisena kuluna raportointiin yhteensä 2,6 (1,3) milj. euroa, jotka liittyivät uudelleenjärjestelyn lisäksi Alma Lappi -liiketoimintayksikön liikearvoon tehdystä arvonalentumistappiosta.

Vuosi 2015

Aluemia -segmentin liikevaihto laski tammi–joulukuussa 7,5 % 134,4 (145,2) milj. euroon. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 3,5 % (2,6 %). Vuoden 2015 aikana toteutuneiden Aluemedian lehtien myynnin vaikutus liikevaihtoon on -9,8 milj. euroa.

Segmentin sisältöliikevaihto laski tammi–joulukuussa 8,7 % 59,8 (65,5) milj. euroon. Myytyjen lehtien vaikutus sisältöliikevaihdon laskuun oli 4,7 milj. euroa.

Segmentin mainosmyynti laski 9,9 % ja oli 56,3 (62,5) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 11,1 %. Segmentin verkkomainosmyynti kasvoi 23,2 % ja oli 2,5 (2,1) milj. euroa. Valtakunnallinen mainonta on vähentynyt eniten painetun median mainosmyynnissä. Myytyjen lehtien vaikutus mainosmyynnin laskuun oli 4,8 milj. euroa.

Segmentin palveluliikevaihto kasvoi 6,1 % ja oli 18,3 (17,2) milj. euroa.

Segmentin kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 125,7 (135,8) milj. euroa ja kokonaiskulut 129,1 (137,2) milj. euroa.

Segmentin liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 8,9 (9,6) milj. euroa ja liikevoitto 5,9 (8,3) milj. euroa. Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 6,6 % (6,6 %) liikevaihdosta. Vuoden 2015 kertaluonteiset erät olivat yhteensä -3,0 (-1,3) milj. euroa. Kertaluonteiset erät liittyvät uudelleenjärjestelykuluihin, arvonalentumistappioihin sekä kiinteistön myyntivoittoon.

Osakkuusyhtiöt

OSUUS OSAKKUUSYRITYSTEN TULOKSISTA (milj. euroa)	2015 10—12	2014 10—12	2015 1—12	2014 1—12
Digitaaliset kuluttajapalvelut	0,2	0,1	0,3	0,0
Talousmedia ja yrityspalvelut				
Talentum Oyj	0,5	0,8	1,0	1,0
Valtakunnallinen kuluttajamedia	0,0	0,0	0,0	0,0
Aluemia	0,0	0,0	0,0	0,0
Muut osakkuusyrietykset	0,0	0,2	0,3	0,7
Yhteensä	0,8	1,1	1,6	1,7

Talentum on aikaisemmin yhdistelty Alma Median konsernitilinpäätökseen osakkuusyhtiönä pääomaosuusmenetelmällä, koska konserni omisti 14 236 295 Talentumin osaketta, mikä vastasi 32,4 prosenttia ulkona olevien osakkeiden lukumäärästä. Alma Median tekemä vaihtotarjous toteutui 17.11.2015, mistä lähtien Talentum on ollut osa Alma Media –konsernia ja yhdistelty konsernitilinpäätökseen 31.12.2015 tytäryhtiönä.

Kertaluonteiset erät

Kertaluonteinen erä on kokonaisvaltainen tuotto tai kulu, joka syntyy kerran tai harvoin tapahtuvan asian seurauksena. Konserni esittää kertaluonteisina erinä liiketoimintojen tai omaisuuserien myynneistä tai lopetuksista aiheutuvat voitot tai tappiot, toiminnan uudelleenjärjestelystä aiheutuvat voitot tai tappiot, sekä liikearvon ja omaisuuserien arvonalentumistappiot. Kertaluonteiset erät kirjataan tuloslaskelmaan aiheuttamisperiaatteensa mukaiseen tuotto- tai kuluryhmään.

KERTALUONTEISET ERÄT milj. euroa	2015 10—12	2014 10—12	2015 1—12	2014 1—12
Digitaaliset kuluttajapalvelut				
Arvonalentumistappiot	-1,1	-0,2	-1,1	-0,2
Myyntivoitot	0,0	1,7	0,0	1,7
Talousmedia & yrityspalvelut				
Arvonalentumistappiot	0,2	-0,5	-1,2	-0,5
Uudelleenjärjestelykulut	0,0	0,0	0,0	-0,5
Myyntivoitot ja -tappiot	-0,4	0,0	0,2	0,7
Valtakunnallinen kuluttajamedia				
Uudelleenjärjestelykulut	-0,3	-0,6	-0,3	-0,6
Aluemia				
Arvonalentumistappiot	-0,5	-1,3	-0,5	-1,3
Uudelleenjärjestelykulut	-2,1	-0,1	-2,8	-0,1
Myyntivoitot ja -tappiot	0,0	0,1	0,3	0,1
Kohdistamattomat				
Uudelleenjärjestelykulut	-0,3	0,0	-0,5	-0,2
Talentum- yritysjärjestelyn kulut	-1,8		-1,8	
Myyntivoitot ja -tappiot	0,2	0,0	2,0	0,0
LIIKEVOITON KERTALUONTEISET ERÄT	-6,2	-0,8	-5,7	-0,7

Osakkuusyhtiöosakkeiden arvonalennus	0,0	0,0	0,0	0,0
KERTALUONTEISET ERÄT TULOKSESSA ENNEN VEROJA	-6,2	-0,8	-5,7	-0,7

Tase ja rahoitusasema

Konsernitaseen loppusumma oli joulukuun 2015 lopussa 328,2 (256,1) milj. euroa. Konsernin omavaraisuusaste oli joulukuun lopussa 42,5 % (42,6 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 1,35 (1,17) euroa.

Konsernin liiketoiminnan rahavirta oli tammi–joulukuussa 33,2 (26,5) milj. euroa. Liiketoiminnan rahavirran kasvuun vaikutti erityisesti alentunut käyttöpääoman taso sekä alhaisemmat maksetut korot ja verot. Vuoden 2015 rahavirta ennen rahoitusta laski 11,1 (34,9) milj. euroon, mihin vaikutti vuoden 2015 aikana toteutetut merkittävät yritysostot.

Konsernilla oli korollisia velkoja joulukuun lopussa yhteensä 90,6 (83,0) milj. euroa. Joulukuun lopussa korollisista veloista rahoitusleasingvelkoja oli yhteensä 65,0 milj. euroa ja lainoja rahoituslaitoksilta 25,6 milj. euroa. Joulukuun lopussa konsernin korollinen nettovelka oli 76,2 (71,1) milj. euroa.

Alma Medialla on käytettävissä kaksi 20,0 milj. euron suuruista, sitovaa rahoituslimiittiä, joista oli 31.12.2015 käytettynä 15 milj. euroa. Sen lisäksi yhtiöllä on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistusohjelma oli 31.12.2015 kokonaan käyttämättä.

Alma Medialla ei ollut yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneiden käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvaroja 31.12.2015. Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat rahoitusvelat olivat 0,3 (0,0) milj. euroa.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat vuonna 2015 yhteensä 60,2 (14,4) milj. euroa. Investoinnit koostuivat pääsääntöisesti osakkuusyhtiö JM Tieto Oy:n ja Talentum Oyj:n lunastamisesta konserniyhtiöksi sekä normaaleista käyttö- ja ylläpitoinvestoinneista.

INVESTOINNIT	2015	2014	2015	2014
milj. euroa	10—12	10—12	1—12	1—12
Digitaaliset kuluttajapalvelut	2,3	0,3	3,3	10,5
Talousmedia ja yrityspalvelut	46,7	0,2	53,9	1,2
Valtakunnallinen kuluttajamedia	0,0	0,0	0,2	0,3
Aluemedia	0,4	0,1	1,4	1,1
Segmentit yhteensä	49,4	0,7	58,8	13,0
Kohdistamattomat toiminnot	0,3	-0,2	1,4	1,4
Yhteensä	49,6	0,5	60,2	14,4

Tutkimus- ja kehittämismenot

Konsernin tutkimus- ja kehittämismenot olivat vuonna 2015 yhteensä 5,5 milj. euroa. Tutkimus- ja kehittämismenoja kirjattiin tuloslaskelmaan yhteensä 4,0 milj. euroa. Taseeseen aktivoitiin vuoden 2015 aikana yhteensä 1,5 milj. euroa kehittämismenoja. 31.12.2015 taseessa oli aktivoituja kehittämismenoja yhteensä 1,5 milj. euroa.

Hallinto

Alma Media Oyj:n 17.3.2015 pidetty varsinainen yhtiökokous valitsi yhtiön hallituksen jäseniksi Niklas Herlinin, Esa Lagerin, Petri Niemisvirran, Perttu Rinnan, Erkki Soljan, Catharina Stackelberg-Hammarénin ja Harri Suutarin. Yhtiökokouksen jälkeen pitämässään järjestäytymiskokouksessa hallitus valitsi puheenjohtajakseen Harri Suutarin.

Hallitus valitsi myös jäsenet valiokuntiinsa. Tarkastusvaliokunnan jäseniksi valittiin Perttu Rinta ja Catharina Stackelberg-Hammarén sekä Esa Lager puheenjohtajaksi. Nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan jäseniksi valittiin Esa Lager, Niklas Herlin ja Erkki Solja sekä Petri Niemisvirta puheenjohtajaksi.

Alma Media Oyj:n hallitus on arvioinut, että Perttu Rintaa, Esa Lageria ja Niklas Herliniä lukuun ottamatta hallitukseen valitut henkilöt ovat yhtiöstä ja sen merkittävistä osakkeenomistajista riippumattomia. Edellä mainitut jäsenet on arvioitu riippumattomiksi yhtiöstä, mutta riippuvaisiksi sen merkittävistä osakkeenomistajista.

Hallituksen sihteeriksi valittiin Alma Media Oyj:n lakiasiaintojohtaja Mikko Korttila.

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

Alma Media Oyj on noudattanut vuonna 2015 Arvopaperimarkkinayhdistys ry:n 15.6.2010 antamaa, 1.10.2010 alkaen voimassa olevaa Suomen listayhtiöiden hallinnointikoodia sellaisenaan. Palkka- ja palkkioselvitys vuodelta 2014 on julkaistu 13.2.2015 yhtiön internet-sivuilla osoitteessa www.almamedia.fi/sijoittajille. Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä on julkaistu yhtiön internet-sivuilla osoitteessa www.almamedia.fi/sijoittajille.

Osinko

Yhtiökokous päätti hallituksen ehdotuksen mukaisesti, että tilikaudelta 2014 ei jaeta osinkoa. Yhtiöllä ei ole kertyneitä voittovaroja.

Sijoitetun vapaan oman pääoman rahaston käyttäminen

Yhtiökokous päätti hallituksen ehdotuksen mukaisesti, että yhtiön taseen 31.12.2014 mukaisesta sijoitetun vapaan oman pääoman rahastosta käytetään 36 420 000 euroa tappion kattamiseen. Tappion kattamisella parannetaan edellytyksiä voitonjakoon tulevana tilikautena.

Pääomanpalautus

Yhtiökokous päätti hallituksen ehdotuksen mukaisesti jakaa pääomanpalautuksena 0,12 euroa osakkeelta sijoitetun vapaan oman pääoman rahastosta. Yhtiökokoushetkellä yhtiöllä oli 75 486 853 osaketta, minkä perusteella palautettava määrä oli 9 058 422,36 euroa. Pääomanpalautus maksettiin osakkeenomistajalle, joka oli maksun täsmäytyspäivänä 19.3.2015 merkitty osakkeenomistajaksi Euroclear Finland Oy:n pitämään Alma Media Oyj:n osakasluetteloon. Pääomanpalautus maksettiin hallituksen ehdotuksen mukaisesti 26.3.2015.

Muut yhtiökokouksen päätökset

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään enintään 754 000 osakkeen hankkimisesta yhdessä tai useammassa erässä. Ehdotettu valtuutuksen enimmäismäärä on noin 1 prosenttia yhtiön koko osakemäärästä. Osakkeet hankitaan yhtiön vapaalla omalla pääomalla säännellyllä markkinalla NASDAQ Helsinki Oy:n järjestämässä kaupankäynnissä sen sääntöjen ja ohjeiden mukaisesti, minkä vuoksi hankinta tapahtuu suunnatusti eli muuten kuin osakkeenomistajien omistamien osakkeiden suhteessa. Osakkeiden hankkimisesta maksettavan vastikkeen tulee perustua yhtiön osakkeen hintaan säännellyllä markkinalla siten, että hankittavien osakkeiden vähimmäishinta on osakkeen alin säännellyllä markkinalla noteerattu markkinahinta valtuutuksen voimassaoloaikana ja enimmäishinta vastaavasti osakkeen korkein säännellyllä markkinalla noteerattu markkinahinta valtuutuksen voimassaoloaikana. Osakkeita voidaan hankkia yhtiön pääomarakenteen kehittämiseksi, yrityskauppojen tai muiden järjestelyjen rahoittamiseksi tai toteuttamiseksi tai johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamisessa tai muutoin edelleen luovutettaviksi tai mitätöitäviksi. Valtuutus on voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2016 saakka.

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään osakeannista omia osakkeita luovuttamalla. Valtuutuksen perusteella voidaan antaa enintään 754 000 osaketta. Ehdotettu valtuutuksen enimmäismäärä vastaa noin 1 prosenttia yhtiön koko osakemäärästä. Hallitus voi valtuutuksen perusteella päättää osakeannista suunnatusti eli osakkeenomistajien etuoikeudesta poiketen. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhdessä tai useammassa erässä. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhtiön johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamiseksi. Valtuutus on voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2016 saakka.

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään osakeannista. Valtuutuksen perusteella voidaan antaa enintään 15 000 000 osaketta. Ehdotettu valtuutuksen enimmäismäärä vastaa noin 20 % yhtiön koko osakemäärästä. Osakeanti voidaan toteuttaa antamalla uusia osakkeita tai luovuttamalla yhtiön hallussa olevia osakkeita. Hallitus voi valtuutuksen perusteella päättää osakeannista suunnatusti eli osakkeenomistajien etuoikeudesta poiketen. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhdessä tai useammassa erässä. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhtiön pääomarakenteen kehittämiseksi, omistuspohjan laajentamiseksi, yrityskauppojen tai muiden järjestelyiden

rahoittamiseksi tai toteuttamiseksi tai muihin hallituksen päättämiin tarkoituksiin. Valtuutusta ei kuitenkaan saa käyttää yhtiön johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamiseksi. Valtuutus on voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2016 saakka. Tämä valtuutus kumoaa varsinaisessa yhtiökokouksessa 20.3.2014 päätetyn osakeantivaltuutuksen.

Yhtiökokous päätti hallituksen ehdotuksen mukaisesti perustaa osakkeenomistajien nimitystoimikunnan. Nimitystoimikunnan tehtävänä on valmistella hallituksen jäsenten valintaan ja palkitsemiseen liittyvät ehdotukset varsinaiselle yhtiökokoukselle. Samalla yhtiökokous hyväksyi hallituksen ehdotuksen mukaisesti osakkeenomistajien nimitystoimikunnan työjärjestyksen. Osakkeenomistajien nimitystoimikunta koostuu neljästä osakkeenomistajien nimeämästä jäsenestä, jotka valitsevat keskuudestaan puheenjohtajan. Lisäksi yhtiön hallituksen puheenjohtaja toimii nimitystoimikunnan asiantuntijajäsenenä. Hallituksen puheenjohtajan tehtävänä on pyytää varsinaista yhtiökokousta edeltävänä kalenterivuonna 30.9. osakkeenomistuksen perusteella neljää suurinta osakkeenomistajaa kutakin nimeämään yhden jäsenen osakkeenomistajien nimitystoimikuntaan. Osakkeenomistajia edustavien jäsenten nimeämisoikeus on niillä neljällä osakkeenomistajalla, jotka ovat rekisteröity varsinaista yhtiökokousta edeltävänä kalenterivuonna 30.9. Euroclear Finland Oy:n pitämään yhtiön osakasluetteloon, ja joiden osuus tämän osakasluettelon mukaan yhtiön kaikkien osakkeiden tuottamista äänistä on suurin. Mikäli osakkeenomistaja ei halua käyttää nimeämisoikeuttaan, nimeämisoikeus siirtyy osakasluettelon mukaan seuraavaksi suurimmalle omistajalle, jolla muutoin ei olisi nimeämisoikeutta. Osakkeenomistajien nimitystoimikunnan työjärjestys on saatavilla Alma Media Oyj:n internet-sivuilla osoitteessa <http://www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/nimitystoimikunta>.

Osake

Loka–joulukuussa NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 5 624 527 Alma Median osaketta, mikä vastasi 6,8 % osakkeiden kokonaismäärästä. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 2,55 euroa ja ylin 3,25 euroa.

Tammi–joulukuussa NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 9 668 430 Alma Median osaketta, mikä vastasi 12,7 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 30.12.2015 oli 3,00 euroa. Vuoden 2015 aikana alin kaupankäyntikurssi oli 2,51 euroa ja ylin 3,25 euroa.

Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 247,1 milj. euroa.

Optio-ohjelma ja osakepalkkiojärjestelmä

Alma Medialla on optio-ohjelma 2009. Optio-ohjelma on konsernin johdon kannustus- ja sitouttamisjärjestelmä. Jos kaikki merkintäoikeudet käytetään, 2009 optio-ohjelma laimentaa aikaisempien omistajien omistusta enintään 1,0 %. Tarkemmat tiedot optio-ohjelmista on esitetty osavuosikatsauksen liitetiedoissa.

Alma Media Oyj:n hallitus on hyväksynyt uuden pitkän aikavälin osakepohjaisen kannustinjärjestelyn perustamisen yhtiön johdolle ja erälle avainhenkilöille. LTI 2015 -järjestely koostuu vuosittain alkavista yksittäisistä osakepalkkio-ohjelmista, joista kukin on ehdollinen hallituksen erilliselle hyväksynnälle. Kussakin yksittäisessä ohjelmassa on kolme pääelementtiä: sijoitus yhtiön osakkeisiin edellytyksenä ohjelmaan osallistumiselle, osakesijoitukseen perustuvat lisäosakkeet sekä mahdollisuus ansaita suoriteperusteisia lisäosakkeita. LTI 2015 -järjestelyn ensimmäiseen, vuonna 2015 alkavaan ohjelmaan on oikeutettu osallistumaan enintään 35 henkilöä.

Hallituksen muut valtuutukset

Hallituksella ei ole voimassa muita valtuuksia.

Markkinatakaus

Alma Media Oyj:n osakkeelle ei ole voimassaolevaa markkinatakausta.

Liputusilmoitukset

Vuoden 2015 aikana yhtiö vastaanotti Arvopaperimarkkinalain 9 luvun 5 pykälän mukaisia ilmoituksia omistusosuuden muuttumisesta seuraavasti:

Mariatorp Oy ilmoitti 20.11.2015, että Mariatorpin aiemmin 12.11. liputtama sopimus on toteutunut, ja että Alma Median osakemäärän tultua korotetuksi 20.11. Talentum-vaihtotarjouksen perusteella alittaa Mariatorpin osuus

Alma Median kokonaisosakemäärästä ja äänimäärästä 20 prosentin rajan. Mariatorp Oy:n osuus Alma Median osakepääomasta ja äänimäärästä oli tapahtuman jälkeen noin 18,8 %.

Mariatorp Oy ilmoitti 12.11.2015, että Mariatorp on tehnyt sopimuksen, joka toteutuessaan johtaa osakkeiden tai ääniosuuksien hankintaan, ja jonka seurauksena Mariatorpin osuus ylittää 20 prosentin rajan Alma Median kokonaisosakemäärästä sekä 20 prosentin rajan Alma Median äänimäärästä.

Mariatorp Oy ilmoitti 30.4.2015 (y-tunnus 1948056-9, jäljempänä myös Jakautuva Yhtiö) liputusilmoituksen, jonka mukaan Mariatorp Oy on 30.4.2015 allekirjoittanut jakautumissuunnitelman koskien osakeyhtiölain (624/2006) 17 luvun 2 §:n 1 momentin 1-kohdan mukaista kokonaisjakautumista. Jakautumisen täytäntöönpanon rekisteröinnin yhteydessä Jakautuvan Yhtiön varat, velat, vastuut ja oikeudet siirtyvät selvitysmenettelyttä kahdelle uudelle perustettavalle osakeyhtiölle jakautumissuunnitelmassa määrättyllä tavalla. Jakautumisen toteutuessa Niklas Herlinin määräysvaltayhteisön Jakautuvan Yhtiön omistamat Alma Media Oyj:n osakkeet siirtyvät jakautumisen täytäntöönpanon rekisteröinnin yhteydessä perustettavalle Mariatorp Oy:lle. Toiselle yhtiölle ei siirry Alma Media Oyj:n osakkeita.

Jakautumisen täytäntöönpanon rekisteröinti on saadun ilmoituksen perusteella toteutettu 31.8.2015. Jakautumisen täytäntöönpanon jälkeen uuden Mariatorp Oy:n omistusosuus Alma Media Oyj:ssä on 16,03 % osakkeista ja osakkeiden tuottamasta äänimäärästä (12 100 000 osaketta).

Riskit ja riskienhallinta

Alma Media -konsernissa riskienhallinnan tehtävä on arvioida ja hallinnoida jatkuvasti osana operatiivista toimintaa kaikkia 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. Määrällisille ja laadullisille riskeille asetetaan kirjalliset rajat ja menettelytavat konsernin riskienhallintajärjestelmässä.

Alma Median merkittävimmät strategiset riskit ovat painetun median osalta lehtien lukijamäärien merkittävä lasku, mainosmyynnin pysyvä vähentyminen sekä jakelukustannusten merkittävä nousu. Mediatoimiala muuttuu mediakäytön muutosten ja teknologian kehittymisen myötä. Alma Median strategisena tavoitteena on vastata tähän haasteeseen uusiutumalla ja kehittämällä uusia liiketoimia digitaalisissa kuluttaja- ja yrityspalveluissa.

Talouden suhdannevaihtelut heijastuvat mainosmyynnin kehitykseen. Mainosmyynti kattaa noin puolet konsernin liikevaihdosta. Liiketoimintoihin kotimaan rajojen ulkopuolella, mm. Itä- ja Keski-Euroopan maissa, liittyy maakohtaisia riskejä markkinoiden kehittymisen ja taloudellisen kasvun osalta. Liiketoiminnan laajentuminen kotimaan ulkopuolelle on vähentänyt yhdellä markkina-alueella toimimisen riskiä.

Operatiivisista riskeistä tärkeimmät ovat tietotekniikan ja -liikenteen häiriöt sekä painotoiminnan keskeytyminen.

Katsauskauden jälkeiset tapahtumat

Alma Career Oy:n tytäryhtiö ja Tsekin johtava rekrytointipalveluiden toimittaja LMC s.r.o osti tammikuussa 2016 tsekkiläisen start-upin Jobote s.r.o'n, joka kehittää rekrytointiin käytettävää uutta ohjelmistoteknologiaa. Ostetun yhtiön verkkopalvelu jobote.com on kehitetty tavoittamaan osaavimpia ja hankalimmin tavoitettavia potentiaalisia työnhakijoita. Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartners Oy osti tammikuussa 2016 51 prosenttia Raksa ja KotiKauppa Oy:n osakekannasta yhtiön perustajilta. Yhtiö toteuttaa toiminnanohjausjärjestelmiä sekä uudis- että korjausrakentamisen tarpeisiin. Raksa ja KotiKauppa Oy:n liikevaihto vuodelta 2015 oli noin 0,5 miljoonaa euroa.

Helmikuussa 2016 Alma Aluemia ilmoitti suunnittelevansa asiakaspalvelutoimintojen uudelleenjärjestelyä. Tavoitteena on toimintomalli, joka tukee nykyistä paremmin digitalisoituvaa mediakulutusta ja asiakasneuvontaa. Samalla selvitetään mahdollisuutta tiivistää asiakaspalvelun ja jakelupäivystyksen yhteistyötä. Aluemia ilmoitti aloittavansa mahdollisten henkilöstövaikutusten takia yhteistoimintaneuvottelut. Työnantajana alustavan suunnitelman mukaan henkilöstövähennys on enintään 34 henkilötyövuotta.

OSAVUOSIKATSAUSLYHENNELMÄ JA LIITETIEDOT

LAAJA TULOSLASKELMA (milj. euroa)	2015 10—12	2014 10—12	Muutos %	2015 1—12	2014 1—12	Muutos %
LIKEVAIHTO	78,6	76,6	2,6	291,5	295,4	-1,3
Liiketoiminnan muut tuotot	0,4	2,1	-80,7	3,6	3,2	11,5
Materiaalit ja palvelut	16,7	20,2	-17,5	69,6	77,5	-10,2
Työsuhde-etuuksista aiheutuneet kulut	35,0	30,5	14,8	124,1	120,8	2,7
Poistot ja arvonalentumiset	5,2	5,3	-2,1	16,8	15,7	7,2
Liiketoiminnan muut kulut	21,3	17,9	19,0	66,9	64,0	4,6
LIKEVOITTO	0,9	4,8	-81,5	17,7	20,7	-14,5
Rahoitustuotot	0,2	0,1	284,1	0,3	0,4	-11,3
Rahoituskulut	0,5	0,7	-5,5	2,9	3,1	-7,6
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,8	1,1	-29,2	1,6	1,7	-7,8
TULOS ENNEN VEROJA	1,4	5,4	-74,9	16,8	19,7	-14,9
Tuloverot	1,1	1,3	-17,4	4,7	4,0	18,4
TILIKAUDEN TULOS	0,3	4,0	-93,9	12,1	15,7	-23,3

MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:

Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi						
Etuuspohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät	1,2	0,0		1,2	-0,3	
Verot eristä, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteisiksi	-0,2	0,0		-0,2	0,0	
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi						
Muuntoerot	0,4	-0,1		1,0	0,2	
Osuus osakkuusyrityksissä						
kirjatuista muista laajan tuloksen eristä	0,1	-0,1		0,1	-0,4	
Tilikauden muut laajan tuloksen eriin liittyvät verot	0,0	0,0		0,0	0,0	
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	1,4	-0,2		2,1	-0,6	
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	1,5	3,8		14,2	15,1	
Tilikauden tuloksen jakautuminen:						
- Emoyhtiön omistajille	-0,4	3,9		9,9	14,2	
- Määräysvallattomille omistajille	0,4	0,1		2,1	1,5	
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:						
- Emoyhtiön omistajille	1,2	3,7		11,9	13,6	
- Määräysvallattomille omistajille	0,4	0,1		2,3	1,5	
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:						
- Tulos/osake, euroa	-0,00	0,05		0,13	0,19	
- Tulos/osake (laimennettu), euroa	-0,00	0,05		0,13	0,19	

TASE (milj. euroa)	31.12.2015	31.12.2014
VARAT		
PITKÄAIKAISET VARAT		
Liikearvo	118,6	69,7
Muut aineettomat hyödykkeet	72,3	38,2
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	70,5	76,2
Osuudet osakkuusyriyksissä	6,8	25,7
Muut rahoitusvarat	4,6	3,9
Laskennalliset verosaamiset	1,6	1,3
LYHYTAIKAISET VARAT		
Vaihto-omaisuus	2,2	1,3
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	1,8	1,2
Myyntisaamiset ja muut saamiset	35,3	26,4
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	0,0	0,2
Rahavarat	14,4	12,0
VARAT YHTEENSÄ	328,2	256,1
(milj. euroa)	31.12.2015	31.12.2014
OMA PÄÄOMA JA VELAT		
Osakepääoma	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7
Muuntoerot	-1,6	-2,5
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,1	0,0
Kertyneet voittovarot	41,0	38,0
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	111,5	88,5
Määräysvallattomien omistajien osuus	17,2	15,2
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	128,7	103,7
VIERAS PÄÄOMA		
PITKÄAIKAISET VELAT		
Pitkäaikaiset korolliset velat	63,1	70,9
Laskennalliset verovelat	14,2	6,9
Eläkevelvoitteet	1,5	2,7
Varaukset	0,2	0,0
Muut rahoitusvelat	0,2	0,0
Muut pitkäaikaiset velat	0,2	0,3
LYHYTAIKAISET VELAT		
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	28,5	12,8
Saadut ennakot	25,3	12,9
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	2,2	0,0
Varaukset	0,6	0,4
Ostovelat ja muut velat	63,5	45,5
VELAT YHTEENSÄ	120,1	152,5
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	328,2	256,1

LASKELMA KONSERNIN OMAN PÄÄOMAN MUUTOKSISTA

Sarakeotsikot:

A = Osakepääoma

B = Ylikurssirahasto

C = Muuntoerot

D= Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto

E = Kertyneet voittovarot

F = Yhteensä

G = Määräysvallattomien omistajien osuus

H = Oma pääoma yhteensä

milj. euroa	Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma							
	A	B	C	D	E	F	G	H
Oma pääoma 1.1.2015	45,3	7,7	-2,5	0,0	38,0	88,5	15,2	103,7
Tilikauden tulos					9,9	9,9	2,1	12,1
Muut laajan tuloksen erät			0,9		1,1	2,0	0,2	2,1
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-9,1	-9,1		-9,1
Tytäryritysten osingonjako							-1,4	-1,4
Osakemerkintä				19,1		19,1		19,1
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					0,1	0,1		0,1
Liiketoimintojen yhdistymiset					1,0	1,0	1,2	2,1
Osuus osakkusyhtiöiden omaan pääomaan kirjatusta eristä					0,0	0,0	0,0	0,0
Oma pääoma 31.12.2015	45,3	7,7	-1,6	19,1	41,0	111,5	17,2	128,7
milj. euroa								
Oma pääoma 1.1.2014	45,3	7,7	-2,7	0,0	35,6	86,0	2,3	88,3
Tilikauden tulos					14,2	14,2	1,5	15,7
Muut laajan tuloksen erät			0,2		-0,7	-0,6		-0,6
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-7,5	-7,5		-7,5
Tytäryritysten osingonjako							-0,8	-0,8
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					0,1	0,1		0,1
Liiketoimintojen yhdistymiset					-3,7	-3,7	12,2	8,5
Osuus osakkusyhtiöiden omaan pääomaan kirjatusta eristä					0,0	0,0	0,0	0,0
Oma pääoma 31.12.2014	45,3	7,7	-2,5	0,0	38,0	88,5	15,2	103,7

RAHAVIRTALASKELMA (milj. euroa)	2015 10—12	2014 10—12	2015 1—12	2014 1—12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA				
Tilikauden voitto	0,3	4,0	12,1	15,7
Oikaisuerät	5,2	2,4	19,0	15,8
Käyttöpääoman muutos	2,0	0,1	5,9	2,7
Saadut osingot	0,1	0,1	1,7	1,2
Saadut korot	0,0	0,0	0,1	0,2
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-0,2	-0,6	-1,9	-2,5
Maksetut verot	0,8	0,1	-3,7	-6,6
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	8,2	6,2	33,2	26,5
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA				
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin	-1,0	-0,9	-3,3	-3,5
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot	0,0	0,8	2,2	1,0
Investoinnit muihin sijoituksiin	0,0	0,0	-0,1	-0,1
Luovutustulot muista sijoituksista	0,4	0,0	1,0	0,0
Tytäryritysten ja liiketoimintojen hankinta	-21,0	0,0	-26,8	-0,2
Osakkuusyritysten hankinta	-0,1	0,0	-0,5	-0,7
Tytäryritysten myynti ja palautuneet hankintamenot	5,3	2,6	5,3	12,0
Osakkuusyritysten myynti ja pääoman palautukset	0,0	0,0	0,0	0,0
Investointien rahavirta yhteensä	-16,5	2,5	-22,1	8,4
Rahavirta ennen rahoitusta	-8,3	8,7	11,1	34,9
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA				
Pitkäaikaisten lainojen nostot	0,0	6,5	0,0	6,5
Lyhytaikaisten lainojen nostot	16,0	6,5	45,0	152,5
Lyhytaikaisten lainojen takaisinmaksut	-6,4	-20,1	-43,2	-185,9
Korollisten saamisten muutos	0,0	0,0	0,0	0,0
Maksetut osingot	0,0	0,0	-10,5	-8,3
Rahoituksen rahavirta yhteensä	9,4	-7,1	-8,7	-35,2
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	1,3	1,5	2,4	-0,3
Rahavarat kauden alussa	13,1	10,5	12,0	12,3
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	0,1	0,0	0,1	0,0
Rahavarat kauden lopussa	14,4	12,0	14,4	12,0

Hankitut liiketoiminnot 2015

Alma Media on toteuttanut seuraavat yritysjärjestelyt vuoden 2015 aikana

	Liiketoiminto	Hankintahetki	Hankintaosuus
<u>Digitaaliset kuluttajapalvelut -segmentti</u>			
Autosofta Oy	Verkkopalvelu	19.10.2015	65 %
<u>Talousmedia ja yrityspalvelut -segmentti</u>			
JM Tieto Oy	Verkkopalvelu	1.1.2015	80 %
Talentum-konserni	Medialiiketoiminta	17.11.2015	100 %

JM Tieto Oy

JM Tieto Oy yrityshankinta toteutettiin vaiheittaisena hankintana. Konsernin aiempi omistusosuus yhtiöstä oli 20 %.

Hankinnan seurauksena kirjatut alustavat varat ja velat olivat seuraavat:

milj. eur	Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot
Aineelliset hyödykkeet	0,0
Aineettomat hyödykkeet	1,7
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,7
Rahavarat	0,6
Yhteensä	3,1
Laskennalliset verovelat	0,3
Ostovelat ja muut velat	0,7
Yhteensä	1,0
Nettovarat	2,1
IFRS hankintameno	7,0
Liikearvo	4,9
Vaiheittaisessa hankinnassa kirjattu tulosvaikutteinen myyntivoitto	0,6

milj. eur	Käypäarvo
Osakkuusyhtiöhankinta	0,6
Käteismaksu	2,9
Ehdollinen vastike	2,9
Vaiheittainen hankinta	0,6
Yhteensä	7,0

Liiketoimintojen yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot aineettomiin hyödykkeisiin liittyvät pääasiassa hankittuihin asiakassopimuksiin. Hankinnassa syntyneeseen liikearvoon vaikuttivat hankittuun liiketoimintaan liittyvät odotettavissa olevat synergiaedut.

Autosofta Oy

Vastike:

<u>milj. euroa</u>	<u>Käypäarvo</u>
Käteismaksu	1,6
Ehdollinen vastike	0,3
Vastike yhteensä	1,9

Hankinnan seurauksena kirjatut alustavat varat ja velat olivat seuraavat:

<u>milj. euroa</u>	<u>Käypäarvo</u>
Aineettomat hyödykkeet	1,1
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,1
Rahavarat	0,1
Hankitut varat yhteensä	1,3

Laskennalliset verovelat	0,2
Ostovelat ja muut velat	0,1
Hankitut velat yhteensä	0,3

Hankitut nettovarot **1,0**

Liikearvo **1,0**

Liiketoimintojen yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot aineettomiin hyödykkeisiin liittyvät pääasiassa hankittuihin asiakassopimuksiin. Hankinnassa syntyneeseen liikearvoon vaikuttivat hankittuun liiketoimintaan liittyvät odotettavissa olevat synergiaedut.

Talentum-konserni

Alma Media Oyj ja Talentum Oyj sopivat liiketoimintojensa yhdistämisestä 28.9.2015 solmitulla yhdistymissopimuksella. Vaihtotarjouksessa Alma Media -konserni tarjosi osakevastikkeena 0,25 uutta Alma Median osaketta ja käteisvastikkeena 0,70 euroa kustakin Talentumin osakkeesta. Vaihtotarjouksen toteutuminen edellytti, että tarjouksen hyväksyi Talentumin osakkeenomistajat, joilla oli yli 90 prosenttia Talentumin liikkeeseen lasketuista ja ulkona olevista osakkeista ja äänistä. Lisäksi ehtona oli kilpailuviranomaisten hyväksyntä.

Hankinnasta syntyvä liikearvo 47,8 milj. euroa liittyy yhdistymisestä saataviin synergiahöytyihin, tulevaisuuden teknologiaan, tuleviin asiakassuhteisiin sekä nykyiseen henkilöstöön. Liikearvo ei ole verotuksessa vähennyskelpoinen.

Talentum on aikaisemmin yhdistelty Alma Median konsernitilinpäätökseen osakkuusyrityksenä pääomaosuusmenetelmällä, koska Konserni omisti 14 236 295 Talentumin osaketta, mikä vastasi 32,4 prosenttia ulkona olevien osakkeiden lukumäärästä.

Vaihtotarjous toteutui 17.11.2015, mistä lähtien Talentum on ollut osa Alma Media -konsernia. Vaihtotarjouksessa hyväksytyt osakkeet edustivat noin 94,4 prosenttia kaikista Talentumin osakkeista ja äänistä ja noin 95,2 prosenttia Talentumin liikkeeseen lasketuista ja ulkona olevista osakkeista. Konserni on esittänyt Talentumin jäljellä oleville osakkeenomistajille lunastusvaatimuksen, jonka perusteella osakkeet, joita ei tarjottu vaihtotarjouksessa, tullaan lunastamaan osakeyhtiölain mukaisessa lunastusmenettelyssä. Talentumin optio-oikeuksien 2013A ja 2013B haltijat hyväksyivät vaihtotarjouksen ehtojen mukaisesti.

Vastike	Käypä arvo
Osakevastike	19,9
Käteisvastike	19,3
Optiovastike	0,1
Aikaisemman omistussuuden käypään arvoon arvostus hankinnan yhteydessä	19,5
Osakeyhtiöalan mukaisen lunastusmenettelyn kauppahintavelka	3,0
Alustava vastike yhteensä	61,8

Hankinnan seurauksena kirjatut varat ja velat olivat seuraavat:

milj. euroa	Käypä arvo
Pitkäaikaiset varat	
Aineelliset hyödykkeet	0,6
Aineettomat hyödykkeet	35,5
Osuudet osakkuusyrietyksissä ja yhteisyrityksissä	1,1
Rahoitusvarat	0,7
Laskennalliset verosaamiset	0,3
Lyhytaikaiset varat	
Vaihto-omaisuus	0,9
Myyntisaamiset ja muut saamiset	10,3
Rahavarat	2,7
Hankitut varat yhteensä	52,1
Pitkäaikaiset velat	
Pitkäaikaiset korolliset velat	0,8
Muut pitkäaikaiset velat	0,1
Pitkäaikaiset varaukset	0,2
Laskennalliset verovelat	7,2
Lyhytaikaiset velat	
Lyhytaikaiset korolliset velat	3,8
Ostovelat ja muut velat	25,7
Tilikauden verotettavaav tuloon perustuvat verovelat	0,2
Hankitut velat yhteensä	37 996
Hankitut nettovarot	14,1
Määräysvallattomien omistajien osuudet	0,1
Liikearvo	47,8

Ehdolliset kauppahinnat

Liiketoimintakaupoista syntyneet ehdolliset vastikkeet luokitellaan käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavaksi rahoitusvelaksi. Tehtyjen liiketoimintakauppojen ehdollisten vastikkeiden määrä perustuu hankittujen liiketoimintojen vuoden 2015 ja 2016 liikevaihtoon ja liikevoittoon.

EHDOLLISET KAUPPAHINTAVELAT

(milj. euroa)

Velkojen alkuperäinen käypä arvo	0,3
Käyvän arvon muutokset aiempina tilikausina	0,0
Maksetut velat	0,0
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella	0,0
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	0,3

LIKEVAIHDON MAANTIETEELLINEN

JAKAUMA	2015	2014	2015	2014
milj. euroa	10—12	10—12	1—12	1—12
Segmentit kotimaa	60,6	64,2	235,3	251,7
Segmentit ulkomaat	13,5	9,8	44,6	37,3
Segmentit yhteensä	74,1	74,0	279,9	288,9
Kohdistamattomat ja eliminoinnit	4,5	2,6	11,6	6,5
Konserni yhteensä	78,6	76,6	291,5	295,4

LIKEVOITON MAANTIETEELLINEN

JAKAUMA	2015	2014	2015	2014
milj. euroa	10—12	10—12	1—12	1—12
Segmentit kotimaa	1,2	4,4	16,8	23,3
Segmentit ulkomaat	4,1	2,5	10,6	5,2
Segmentit yhteensä	5,3	6,9	27,4	28,6
Kohdistamattomat	-4,4	-2,0	-9,7	-7,9
Konserni yhteensä	0,9	4,8	17,7	20,7

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

Tiedot segmenteittäin

Alma Median segmentit ovat Digitaaliset kuluttajapalvelut, Talousmedia ja yrityspalvelut, Valtakunnallinen kuluttajamedia ja Aluemia. Osavuositiedon selostusosassa on esitetty segmenttien liikevaihto- ja liikevoittotiedot sekä osakkuusyhtiötulosten kohdistaminen segmenteittäin.

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

VARAT SEGMENTEITTÄIN

milj. euroa	31.12.2015	31.12.2014
Digitaaliset kuluttajapalvelut	86,2	89,5
Talousmedia ja yrityspalvelut	114,2	35,0
Valtakunnallinen kuluttajamedia	2,8	3,6
Aluemia	63,2	67,8
Segmentit yhteensä	266,5	196,0
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	61,8	60,2
Yhteensä	328,3	256,1

VELAT SEGMENTEITTÄIN

milj. euroa	31.12.2015	31.12.2014
Digitaaliset kuluttajapalvelut	17,1	16,6
Talousmedia ja yrityspalvelut	33,5	9,6
Valtakunnallinen kuluttajamedia	2,5	5,1

Aluemia	64,6	67,3
Segmentit yhteensä	117,7	98,7
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	81,7	53,8
Yhteensä	199,5	152,5

Varaukset

Yhtiöllä oli 31.12.2015 yhteensä 0,8 (0,4) milj. euroa varauksia. Varausten muodostamisen yhteydessä tehtyjä arvioita ei ole ollut tarvetta muuttaa.

Vastuut

VASTUUSITOUMUKSET

milj. euroa	31.12.2015	31.12.2014
Muiden puolesta annetut vakuudet		
Takaukset	1,2	1,3
Muut vastuusitoumukset	2,5	1,9
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:		
Yhden vuoden kuluessa	11,4	9,2
1-5 vuoden kuluessa	37,1	26,7
yli viiden vuoden kuluttua	28,5	32,5
Yhteensä	76,9	68,3

Lisäksi konsernilla on IFRIC 4 perusteella sellasia ostosopimuksia, joihin sisältyy IAS 17 mukainen muu vuorasopimuskomponentti.

Näiden ostosopimusten perusteella maksettavat vähimmäissuoritukset:

	0,1	0,2
--	-----	-----

JOHDANNAISSOPIMUKSET

milj. euroa	31.12.2015	31.12.2014
Hyödykejohdannaiset, sähkötermiinit		
Käypä arvo*	-0,1	-0,1
Nimellisarvo	0,3	0,4
Korkojohdannaiset		
Käypä arvo*	-0,7	-0,7
Kohde-etuuden arvo	19,5	19,7
Valuuttajohdannaiset		
Käypä arvo*	0,0	0,0
Kohde-etuuden arvo	2,4	1,5

* 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	2015	2014	2015	2014
milj. euroa	10—12	10—12	1—12	1—12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,2	0,2	0,2	0,8
Osakkuusyhtiöt	0,2	0,1	0,2	0,5
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,1	0,3
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,0	0,0	0,0	0,1
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,8	0,7	2,9	3,0
Osakkuusyhtiöt	0,8	0,7	2,7	2,9
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,1	0,1
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,0	0,0	0,0	0,0

Myynti, laina- ja muut saamiset raportointikauden lopussa	0,3	0,1	0,3	0,1
Osakkuusyhtiöt	0,3	0,1	0,3	0,0
Ostovelat raportointikauden lopussa	1,1	0,0	1,1	0,0
Osakkuusyhtiöt	1,1	0,0	1,1	0,0

Optio-ohjelma

Alma Medialla on optio-ohjelma 2009. Optio-ohjelma on konsernin johdon kannustus- ja sitouttamisjärjestelmä.

Optio-ohjelman 2009 perusteella optio-oikeuksia voitiin antaa vuosina 2009–2011 yhteensä enintään 2 130 000 kappaletta, ja ne oikeuttivat merkitsemään yhteensä 2 130 000 yhtiön uutta tai sen hallussa olevaa osaketta. Optio-oikeuksista 710 000 kappaletta merkittiin tunnuksella 2009A, 710 000 kappaletta tunnuksella 2009B ja 710 000 kappaletta tunnuksella 2009C.

Optio-ohjelma 2009A ja 2009B ovat päättyneet.

2009C-optioita myönnettiin 640 000 kappaletta. Osakkeiden merkintäaika optio-oikeudella 2009C on 1.4.2014–31.3.2016. Konsernin johdolla on hallussaan yhteensä 535 000 kappaletta 2009C-optio-oikeutta. Optioiden merkintähinta oli vuoden 2015 joulukuussa 7,23 euroa.

Jos kaikki merkintäoikeudet käytetään, optio-ohjelma 2009 laimentaa aikaisempien omistajien omistusta enintään 1,0 %.

Osakepalkkiojärjestelmä 2015

Alma Media Oyj:n hallitus on helmikuussa 2015 hyväksynyt uuden, osakeomistukseen perustuvan kannustinjärjestelmän yhtiön johdolle ja erälle avainhenkilöille (LTI 2015).

Järjestelmän puitteissa käynnistettiin keväällä 2015 kolme ohjelmaa: kiinteä lisäosakeohjelma ja kaksi suoriteperusteista lisäosakeohjelmaa. Osallistuminen edellyttää sijoitusta Alma Median osakkeisiin. Ohjelmiin osallistuu yhteensä 33 henkilöä 76 550 osakkeella. Kussakin ohjelmassa osallistuja voi ansaita enimmillään kaksi lisäosaketta kutakin ohjelmiin sijoittamaansa osaketta kohti, eli ohjelmissa voi yhteensä ansaita enimmillään 459 300 Alma Median osaketta (brutto, ennen veroja).

Kiinteässä lisäosakeohjelmassa osallistuja saa maksutta kaksi lisäosaketta kutakin sijoittamaansa osaketta kohti kahden vuoden odotusjakson jälkeen, edellyttäen että hän pitää ohjelmaan sitomansa osakkeet ja pysyy työsuhteessa Alma Media-konsernissa odotusjakson ajan, eli kevääseen 2017 asti. Tällä hetkellä ansaittavissa oleva lisäosakkeiden määrä on yhteensä enintään 153 100 osaketta (brutto, ennen veroja).

Suoriteperusteisissa lisäosakeohjelmissa voi ansainta palkkiona enimmillään kaksi lisäosaketta digitaalisen liiketoiminnan kannattavan kasvun perusteella ja enimmillään kaksi lisäosaketta Alma Median osakkeen kokonaistuoton perusteella. Suoriteperusteisesti mahdollisesti palkkiona ansaitut lisäosakkeet maksetaan digitaalisen liiketoiminnan kasvun perusteella keväällä 2018 ja osakkeen kokonaistuoton perusteella keväällä 2020. Tällä hetkellä molemmissa suoriteperusteisissa ohjelmissa ansaittavissa oleva lisäosakkeiden enimmäismäärä on 153 100 osaketta (brutto, ennen veroja).

Palkkionmaksu edellyttää ohjelman sijoitettujen osakkeiden pitämistä ja työsuhteen kestoja ohjelmien ajan maaliskuuhun 2017, 2018 ja 2020 asti. Palkkio maksetaan osittain rahana ja osittain osakkeina. Palkkion rahoitus on tarkoitettu henkilölle palkkiosta aiheutuviin veroihin.

Järjestelmästä kirjataan kulu osakepalkkion käypään arvoon perustuen lisäosakkeiden maksuun asti. Osakkeina maksettava osan käypä arvo on määritelty päivänä, jona kohderyhmä on hyväksynyt järjestelyn ehdot. Osakkeen arvosta on vähennetty ohjelman omistusveloitteen aiheuttama rahoituskustannus ja odotusjakson aikana odotettavissa olevat osingot. Osakkeen kokonaistuottoon perustuvan ohjelman käyvässä arvossa on huomioitu myös markkinaehtoinen ansaintakriteeri. Rahana maksettava osuus palkkiosta arvostetaan uudestaan odotusjakson ajan kullakin raportointihetkellä tarkasteluhetken osakkeen pörssikurssin perusteella.

KONSERNI VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN	2015 10— 12	2015 7—9	2015 4—6	2015 1—3	2014 10— 12	2014 7—9	2014 4—6	2014 1—3	2013 10— 12
LIIVEVAIHTO	78,6	68,0	73,0	71,9	76,6	70,5	75,7	72,7	77,3
Digitaaliset kuluttajapalvelut	16,6	15,3	15,3	14,5	14,7	13,5	14,0	13,6	12,9
Talousmedia ja yrityspalvelut	18,2	12,5	14,0	13,8	14,0	12,2	13,1	13,7	15,4
Valtakunnallinen kuluttajamedia	11,1	9,9	10,7	9,9	11,2	11,5	12,7	11,5	12,4
Aluemia	33,9	31,6	34,0	34,9	38,3	34,6	37,2	35,1	38,2
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,1	-1,2	-1,1	-1,2	-1,6	-1,3	-1,4	-1,3	-1,6
KOKONAISKULUT ILMAN KERTALUONTEISIA ERIÄ	71,7	60,6	66,4	70,0	71,2	63,5	69,5	70,2	71,1
Digitaaliset kuluttajapalvelut	13,8	11,3	11,5	11,8	12,9	10,9	11,5	11,5	11,5
Talousmedia ja yrityspalvelut	16,3	10,4	12,2	11,9	12,2	10,0	11,7	12,4	12,8
Valtakunnallinen kuluttajamedia	9,8	9,2	9,9	10,2	11,1	10,7	11,1	10,4	11,3
Aluemia	30,5	28,9	31,5	34,8	34,6	32,0	34,3	35,0	34,6
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	1,3	0,7	1,4	1,4	0,5	-0,1	0,9	0,9	0,9
KÄYTTÖKATE ILMAN KERTALUONTEISIA ERIÄ	10,8	11,0	10,2	5,3	8,9	10,4	9,7	6,1	10,1
Digitaaliset kuluttajapalvelut	4,1	5,3	5,2	4,1	3,3	4,1	3,9	3,5	2,6
Talousmedia ja yrityspalvelut	2,5	2,3	2,1	2,1	1,9	2,3	1,4	1,5	2,7
Valtakunnallinen kuluttajamedia	1,3	0,7	0,9	-0,3	0,1	0,8	1,7	1,2	1,1
Aluemia	4,3	3,6	3,5	1,0	4,6	4,0	4,4	1,8	5,5
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,3	-0,8	-1,4	-1,6	-1,0	-0,6	-1,6	-1,9	-1,8
LIIVEVOITTO/-TAPPIO ILMAN KERTALUONTEISIA ERIÄ	7,1	7,6	6,8	1,9	5,6	7,0	6,3	2,6	6,4
Digitaaliset kuluttajapalvelut	2,8	4,0	3,9	2,7	1,9	2,6	2,5	2,2	1,5
Talousmedia ja yrityspalvelut	2,1	2,1	1,9	1,9	1,8	2,2	1,3	1,4	2,6
Valtakunnallinen kuluttajamedia	1,3	0,7	0,9	-0,3	0,1	0,8	1,7	1,1	1,1
Aluemia	3,4	2,7	2,6	0,2	3,8	2,6	3,0	0,2	3,6
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-2,5	-1,9	-2,5	-2,6	-2,0	-1,2	-2,2	-2,3	-2,4
% LIIVEVAIHDESTA	9,0	11,1	9,3	2,7	7,3	9,9	8,3	3,5	8,2
Digitaaliset kuluttajapalvelut	16,7	26,2	25,6	18,8	12,9	19,2	17,9	15,9	11,3
Talousmedia ja yrityspalvelut	11,3	17,1	13,3	14,0	13,2	17,7	10,2	10,0	16,7
Valtakunnallinen kuluttajamedia	11,8	6,6	8,1	-3,1	1,1	6,6	13,1	9,8	8,8
Aluemia	10,1	8,6	7,7	0,5	9,9	7,7	8,0	0,6	9,5
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
KERTALUONTEISET ERÄT	-6,2	-1,6	1,3	0,8	-0,8	-0,5	-0,2	0,5	-2,0
Digitaaliset kuluttajapalvelut	-1,1	0,0	0,0	0,0	1,6	0,0	0,0	0,0	-0,1
Talousmedia ja yrityspalvelut	-0,2	-1,4	0,0	0,6	-0,5	-0,5	0,0	0,7	0,0
Valtakunnallinen kuluttajamedia	-0,3	0,0	0,0	0,0	-0,6	0,0	0,0	0,0	0,0
Aluemia	-2,6	-0,2	-0,4	0,2	-1,3	0,0	0,0	0,0	-2,0
Kohdistamattomat toiminnot	-2,0	0,0	1,7	0,0	0,0	0,0	-0,2	-0,2	0,0
LIIVEVOITTO/-TAPPIO	0,9	6,0	8,1	2,7	4,8	6,5	6,1	3,2	4,3
Digitaaliset kuluttajapalvelut	1,7	4,0	3,9	2,7	3,5	2,6	2,5	2,2	1,4
Talousmedia ja yrityspalvelut	1,8	0,7	1,9	2,5	1,4	1,6	1,3	2,1	2,6
Valtakunnallinen kuluttajamedia	1,0	0,7	0,9	-0,3	-0,4	0,8	1,7	1,1	1,1
Aluemia	0,8	2,5	2,2	0,4	2,5	2,6	3,0	0,2	1,7
Kohdistamattomat toiminnot	-4,4	-1,9	-0,7	-2,6	-2,0	-1,2	-2,3	-2,4	-2,4
Rahoitustuotot	0,2	0,0	0,3	0,1	0,1	0,0	0,2	0,1	0,5
Rahoituskulut	0,5	1,2	0,7	0,6	0,7	0,8	0,9	0,8	0,7
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,8	0,3	0,2	0,3	1,1	0,2	0,3	0,1	-4,4
TULOS ENNEN VEROJA	1,4	5,1	8,0	2,4	5,4	5,9	5,8	2,7	-0,3
Tuloverot	-1,1	-1,4	-1,6	-0,6	-1,3	-1,1	-1,0	-0,5	-1,7
TILIKAUDEN TULOS	0,3	3,7	6,3	1,8	4,0	4,8	4,8	2,2	-2,0

Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä tilinpäätöstiedote on laadittu IFRS -standardien mukaisesti (IAS 34). Tilinpäätöstiedotteessa noudatetaan samoja laatimisperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin vuositilinpäätöksessä 31.12.2015. Tilinpäätöstiedote ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään vuositilinpäätöksessä. Näin ollen tilinpäätöstiedotetta tulee lukea yhdessä yhtiön vuositilinpäätöksen 2014 kanssa. Tilikaudet 2014 ja 2015 ovat laadintaperiaatteiltaan vertailukelpoisia. Yhtiöllä ei ole raportoitavia lopetettuja toimintoja tilikausilla 2014–2015.

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

1.1.2015 ei ole otettu käyttöön uusia laskentastandardeja.

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. Sanomalehtien 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

Alma Median taloudellinen kalenteri vuonna 2016

Alma Media Oyj julkaisee taloudellisia raportteja vuonna 2016 seuraavasti:

- Osavuosikatsaus tammi–maaliskuulta 2016 perjantaina 29.4. noin klo 9.00
- Osavuosikatsaus tammi–kesäkuulta 2016 perjantaina 22.7. noin klo 9.00
- Osavuosikatsaus tammi–syyskuulta 2016 perjantaina 28.10. noin klo 9.00.

Alma Media Oyj:n vuosikatsaus 2015 julkaistaan viimeistään viikolla 11 vuonna 2016.

Varsinainen yhtiökokous on suunniteltu pidettäväksi torstaina 17.3.2016. Tilinpäätös, toimintakertomus, tilintarkastuskertomus sekä selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä (Corporate Governance Statement) tilivuodelta 2015 julkaistaan torstaina 25.2.2016.

Yhtiökokoukseen liittyvät aineistot kootaan Alma Median verkkosivuille.