

Living
Information

Alma Media Oyj

Q1 osavuositarkastus
29.4.2016

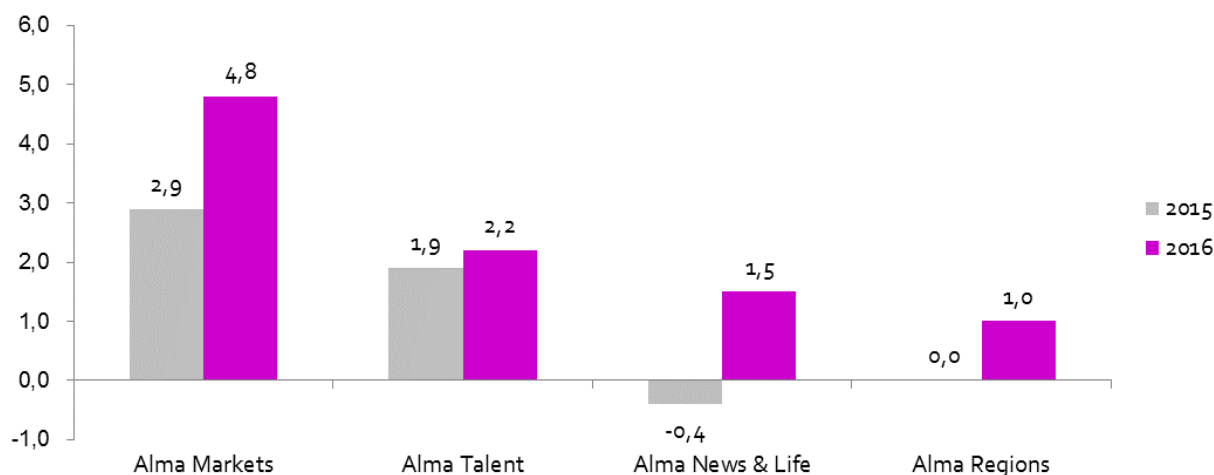
Alma Median osavuositiedot tammi—maaliskuu 2016:

LIIKEVAIHTO JA LIIKEVOITTO ILMAN KERTALUONTEISIA ERIÄ KASVOIVAT

Taloudellinen kehitys tammi—maaliskuussa 2016:

- Liikevaihto 86,7 (71,9) milj. euroa, kasvua 20,6 %.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 5,5 (1,9) milj. euroa, 6,4 % (2,7 %) liikevaihdosta, kasvua 189,8 %.
- Liikevoitto 2,5 (2,7) milj. euroa eli 2,9 % (3,7 %) liikevaihdosta, laskua 6,4 %.
- Osakekohtainen tulos 0,01 (0,02) euroa.
- Velkaantumisaste kauden lopussa oli 55,9 % ja omavaraisuusaste 40,3 %.
- Alma Markets: Itäisen Keski-Euroopan kansantalouksien vahva kehitys jatkui tukien rekrytointiliiketoiminnan kasvua ja kannattavuutta.
- Alma Talent: Talentumin liiketoimintojen integraatio eteni suunnitellusti toteutusvaiheeseen.
- Alma News & Life: Ohjelmallinen ostaminen ja mobiilimainonta kasvoivat selvästi, verkkoliiketoiminnan osuus nousi 39 %:iin liiketoimintayksikön liikevaihdosta.
- Alma Regions: Kannattavuus parani uudelleenjärjestelyiden ja tappiollisten liiketoimintojen divestointien seurauksena.

Liiketoimintasegmenttien liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä tammi—maaliskuu, milj. euroa (ei sisällä kohdistamattomia toimintoja)



AVAINLUVUT	2016	2015	Muutos	2015
milj. euroa	1—3	1—3	%	1—12
Liikevaihto	86,7	71,9	20,6	291,5
Sisältöliikevaihto	32,9	26,0	26,5	104,1
Sisältömyynti, painettu	29,5	24,5	20,2	97,0
Sisältömyynti, verkko	3,4	1,4	133,2	7,1
Mainosmyynnin liikevaihto	40,7	35,5	14,6	148,2
Mainosmyynti, painettu	16,4	16,7	-1,9	66,2
Mainosmyynti, verkko	24,3	18,8	29,5	82,0
Palveluliikevaihto	13,2	10,4	26,3	39,2
Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä	81,4	70,0	16,3	268,7
Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä	9,9	5,3	86,5	37,4
Käyttökate	6,9	6,1	13,3	34,5
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	5,5	1,9	189,8	23,4
% liikevaihdosta	6,4	2,7		8,0
Liikevoitto (-tappio)	2,5	2,7	-6,4	17,7
% liikevaihdosta	2,9	3,7		6,1
Tilikauden tulos	1,6	1,8	-11,9	12,1
Tulos/osake, EUR	0,01	0,02	-50,6	0,13
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	31,6	24,2	30,7	104,2
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	36,4	33,6		35,7

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 kulutuskysyntään 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:

Vuoden 2016 ensimmäisellä neljänneksellä Suomen taloudessa oli havaittavissa varovaista myönteistä värinää. Kasvun odotetaan kuitenkin edelleen jatkuvan vaimeana. Alma Median itäisen Keski-Euroopan päämarkkinoilla kansantalouksien näkymät pysyivät sen sijaan positiivisina.

Alma Median liikevaihto nousi 21 prosenttia 86,7 milj. euroon muun muassa Talentum-kaupan johdosta. Liikevoitto ilman kertaeriä parani 5,5 milj. euroon erityisesti rekrytointiliiketoiminnan ja Iltalehden tulosparrannusten myötä.

Alma Markets –segmentin liikevaihto kasvoi 21 prosenttia ja liikevoitto ilman kertaeriä 65 prosenttia. Hyvän tuloskehityksen taustalla oli jälleen ulkomaisen rekrytointiliiketoiminnan erinomainen kehitys ja kannattava kasvu itäisessä Keski-Euroopassa. Myös Alma Marketsin kotimaan toiminnot kehittyivät hyvin.

Alma Talentissa vertailukelpoinen liikevaihto ja liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä säilyivät viime vuoden tasolla. Talentumin liiketoimintojen integroiminen osaksi uutta kokonaisuutta edistyi suunnitellusti. Alma Talentista muodostuu monipuolinen mediaperhe, laaja-alainen tietopalvelu sekä tehokas liiketoiminnan ja osaamisen kehittäjä. Integraatiovaiheessa oleva yhdistetty toimitus tulee edustamaan suomalaisen talousjournalismin kärkeä.

Mainonnan yhä nopeutuva teknologinen murros vaikuttaa erityisesti Alma News & Life –segmenttiin. Sisältömyynti ja iltapäivälehtien irtonumeromyynti olivat edelleen laskevia, mutta viime vuoden lopussa aikaansaatu käänne digimainonnassa kasvatti segmentin mainosmyyntiä 28 prosenttia. Liikevoitto ilman kertaeriä parani merkittävästi nousten 1,5 miljoonaan euroon. Ensimmäisellä vuosineljänneksellä verkkoliiketoiminnan osuus Alma News & Lifen liikevaihdosta nousi jo lähelle 40 prosenttia.

Alma Regions –segmentissä liikevaihto laski, mutta liikevoittoa ilman kertaeriä paransivat toiminnan uudelleenjärjestelyt julkaisu- ja kustannusrakenteen keventämiseksi. Samaan aikaan Alma Regions teki määrätietoista työtä eri medioidensa verkkojulkaisujen ja mobiilipalvelujen uudistamiseksi.

Alma Median muuntautuminen eurooppalaiseksi media- ja palveluyhtiöksi etenee suunnitellusti. Uudistettu segmenttirakenne ja liiketoimintayksiköiden uudet nimet kuvaavat paremmin digitaalisen ajan yhtiötä.

Alma Median kotimaan toimintaympäristön kehittymistä leimasi odottava tunnelma muun muassa digisisältöjen arvonlisäveroratkaisujen osalta. Euroopan Komissio on julkistanut suunnitelmansa arvonlisäverojärjestelmän yhtenäistämistä ja joustavoittamisesta - sisältäen avauksen soveltaa alennettua verokantaa myös digitaalisiin sisältöihin jo tänä vuonna. EU-tason päätöksen jälkeen mitataan suomalaisten päättäjien sitoutuneisuus hallitusohjelmassa mainittuun tavoitteeseen. Oikeasuuntainen verotuksen muutos edesauttaisi suomalaisten mediatalojen kilpailukykyä.

Lisätietoja:

Toimitusjohtaja Kai Telanne, puhelin 010 665 3500

Talous- ja rahoitusjohtaja Juha Nuutinen, puhelin 010 665 3873

ALMA MEDIA -KONSERNIN OSAVUOSIKATSAUS 1.1.–31.3.2016

International Financial Reporting Standards (IFRS) -standardien mukainen vertailu on tehty vuoden 2015 vastaavan jakson lukuihin, ellei toisin ole mainittu. Taulukoiden luvut ovat itsenäisesti pyöristettyjä lukuja.

KONSERNIN TUNNUSLUKUJA	2016	2015	Muutos	2015
milj. euroa	1–3	1–3	%	1–12
Liikevaihto	86,7	71,9	20,6	291,5
Kotimaan toiminnot	68,7	62,1	10,6	246,9
Ulkomaan toiminnot	18,1	9,8	83,6	44,6
Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä	81,4	70,0	16,3	268,7
Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä	9,9	5,3	86,5	37,4
Käyttökate	6,9	6,1	13,3	34,5
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	5,5	1,9	189,8	23,4
% liikevaihdosta	6,4	2,7		8,0
Liikevoitto (-tappio)	2,5	2,7	-6,4	17,7
% liikevaihdosta	2,9	3,7		6,1
Tulos ennen veroja	2,1	2,1	-12,4	16,8
Tilikauden tulos	1,6	1,8	-12,0	12,1
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	5,3	7,5	-29,8	10,4
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	4,5	5,5	-17,6	6,9
Taseen loppusumma	333,7	267,4	24,8	328,2
Investoinnit	3,3	7,2	-54,6	60,2
Omavaraisuusaste-%	40,3	39,4	2,3	42,5
Velkaantumisaste (gearing), %	55,9	70,0	-20,2	59,2
Korolliset nettovelat	67,4	67,8	-0,6	76,2
Korollinen vieras pääoma	91,2	84,5	7,9	90,6
Koroton vieras pääoma	121,9	86,1	41,7	108,9
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna ilman lehdenjakajia	2 492	1 739	43,3	1 793
Lehdenjakajien lukumäärä keskimäärin	829	954	-13,1	929
Osakekohtaiset tunnusluvut				
Tulos/osake, EUR (laimentamaton ja laimennettu)	0,01	0,02	-50,6	0,13
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,25	0,20	27,3	0,43
Oma pääoma/osake, EUR	1,24	1,08	15,8	1,35
Osinko/osake, EUR				0,12
Efektiiivinen osinkotuotto-%				4,0
Hinta/voitto-suhde (P/E)				23,1
Osakekannan markkina-arvo	280,1	216,6	29,3	247,1
Osakemäärä keskimäärin (1 000 osaketta)				
- laimentamaton ja laimennettu	82 383	75 487		76 394
Osakemäärä kauden lopussa (1 000 osaketta)	82 383	75 487		82 383

*) ks. osavuositarkastuksen laadintaperiaatteet.

Strategia ja siihen liittyvät toimenpiteet katsauskauden aikana

Alma Median strategiassa painopisteinä ovat monikanavasisällöt, markkinointi- ja mainosratkaisut, digitaaliset palvelut sekä voimavarojen ja osaamisen kehittäminen.

Sekä mediaostamisen että -myymisen prosessit digitalisoituvat vauhdilla. Mainonnan ohjelmallisen ostamisen määrä on voimakkaassa kasvussa Suomessa. Ohjelmallisen ostamisen osuus on lisääntynyt nopeasti myös Alma Mediassa ja sen kehittäminen on yksi vuoden 2016 painopistealueita. Teknologian rooli mainonnan ostamisen prosesseissa muokkaa esimerkiksi myyntiorganisaation osaamisvaateita ja resursseja Alma Mediassa.

Laajentaakseen digitaalista palvelutarjontaa Alma Markets –yksikössä raportoitava tytäryhtiö Alma Mediapartners hankki katsauskaudella 51% omistusosuuden toiminnanohjausjärjestelmiä sekä uudis- että korjausrakentamisen tarpeisiin toimittavasta NettiKodista. Lisäksi autoalaan liittyviä palveluita lisättiin autohuollon kilpailutuspalvelulla.

Vahvan talouskasvun maissa, kuten Tšekissä ja Slovakiassa, hyvin vilkkaiden työmarkkinoiden on havaittu passivoivan potentiaalisia työnhakijoita ja laskevan työhakemusten määrää avoimiin työpaikkoihin. Aktiiviset työmarkkinat edellyttävät uusien työnhakupalveluiden jatkuvaa kehittämistä. Katsauskaudella Tšekissä lanseerattiin muun muassa maantieteellisesti lähimmät avoimet työpaikat vinkkaava mobiilipalvelu. Lisäksi Alma Median paikallinen tytäryhtiö osti kollegoiden suositteluun ja työpaikkailmoitusten helppoon jakamiseen sosiaalisessa mediassa ohjelmistoteknologiaa kehittävän start upin.

Alma Talentissa on parhaillaan käynnissä digitaalisiin tuotteisiin ja palveluihin liittyvä strategiatyö sekä brändiportfolion arviointi. Lisäksi mainosasiakkaille on tarjolla ensimmäisiä uusia mainosmyynnin Alma Talent – tuotteita.

Vuoden ensimmäisellä neljänneksellä toteutettiin useita Alma Regionsin julkaisutoiminnan kilpailukykyä lisääviä toimenpiteitä. Liiketoiminto uudelleenorganisoiti asiakaspalvelun ja mainostuotannon: asiakaspalvelun henkilöstö väheni yhteistoimintaneuvottelujen seurauksena 28 ja mainostuotannossa 9 henkilöllä. Asiakaspalvelussa sähköisten kanavien ja itsepalvelutyökalujen käyttö on kasvanut nopeasti, ja uudet digitaaliset mediatuotteet muuttavat myös asiakkaiden tarpeita.

Alma Median taloudelliset tavoitteet	2012	2013	2014	2015	Q1/2016	Tavoitetaso
Digitaalisen liiketoiminnan kasvu	36,8 %	8,4 %	11,9 %	8,7 %	30,7%	> 15 %
Sijoitetun pääoman tuotto ROI, %	13,8 %	10,0%	9,8 %	6,9 %	4,5%	> 15 %
Osinkosuhte*	45 %	50 %	63 %	92 %	n/a	> 50 %

* sisältää pääomanpalautuksen osakkeenomistajille

Alma Median ja Talentumin sulautuminen sekä Talentumin delistaus

Katsauskauden aikana Alma Median ja Talentumin yhdistyminen eteni suunnitteluvaiheesta toteutukseen. Yhdistymissuunnitelman mukaisesti Talentumin liiketoiminta liitettiin osaksi Alma Median Talousmedia- ja yrityspalvelut –yksikköä ja uuden liiketoimintayksikön nimi Alma Talent julkistettiin helmikuussa. Integraatioprosessiin kuului muun muassa liikkeenluovutuksia sekä Kauppalehdessä helmikuussa aloitetut yhteistoimintaneuvottelut. Neuvottelun piirissä oli yhteensä 230 henkilöä. Tavoitteena oli luoda uusi organisaatorakenne, jossa poistetaan mahdolliset päällekkäisyydet ja joka osaltaan siirtää tekemisen painopistettä kohti digitalisoituvaa mediakäyttöä toimituksissa ja mediamyynnissä. Uudelleenjärjestelyn johdosta työt vähenevät yhteensä noin 33 henkilötyövuodella. Vähennykset tapahtuvat pääsääntöisesti uudelleensijoittumisten, luonnollisen vaihtuvuuden, vapaaehtoisten eläköitymisten sekä erosopimusten kautta.

Liiketoiminnan yhdistämisen painopiste on ollut Talentumin Suomen lehtiliiketoiminnan ja Kauppalehden medialiiketoiminnan yhdistämisessä. Talentumin toimituksellisen henkilöstön muuttaessa kevään aikana Alma-taloon tulee uusi organisaatorakenne voimaan. Myös mediamyöntien henkilökunta on yhdistetty yhdeksi Alma Talent- myyntiorganisaatioksi. Sisältömyynnit on jo yhdistetty ja siihen liittyvät asiakaspalvelut yhdistetään kevään aikana. Alma Talentilla on yhteinen markkinointitoiminto, joka vastaa brändien hallinnasta.

Talentumin delistaukseen liittyen Alma Media asetti välimiesoikeuden hyväksymän vakuuden Talentumin vähemmistöosakkeiden lunastusmenettelyssä ja sai omistusoikeuden kaikkiin Talentumin osakkeisiin osakeyhtiölain 18 luvun 6 §:n mukaisesti. Vakuuden asettamisen jälkeen lunastusmenettelyssä mukana olevat Talentumin vähemmistöosakkeenomistajat ovat oikeutettuja saamaan lunastushinnan ja sille maksettavan koron. Välimiesoikeus tulee myöhemmin antamaan lopullisen välitystuomion, jossa lunastushinta määrätään. Talentum osake poistettiin Helsingin Pörssin pörssilistalta 21.4.2016.

Alma Media toistaa arvionsa, että Alma Median ja Talentumin 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.

Markkinatilanne päämarkkina-alueilla

Vuoden ensimmäisellä neljänneksellä mainonnan kokonaismäärä laski Suomessa TNS Media Intelligencen mukaan 1,3 (laski 2,8) % ja verkkomediamainonta kasvoi Suomessa tammi—maaliskuussa 5,2 (6,1) %. Mainonta kaupunki- ja sanomalehdissä Suomessa laski 5,6 (laski 6,2) %. Suomen aikakauslehtien mainonnan määrä laski tammi—maaliskuussa 11,0 (laski 14,2) %. Iltapäivälehtien kappalemääräinen markkina laski Suomessa vuoden 2016 ensimmäisellä neljänneksellä 14,6 (laski 11,9) %.

Vuoden ensimmäisellä neljänneksellä mainonnan kokonaismäärä laski Ruotsissa Sveriges Mediebyråerin mukaan 3,0 (laski 1,4) %. Verkkomediamainonta kasvoi Ruotsissa 13,9 %. Ruotsissa ammattilehtien mainonnan määrä laski 17,4 (laski 15,2) %.

Alma Median päämarkkinamaat itäisessä Keski-Euroopassa ovat Tšekki ja Slovakia. Euroopan Komission ennusteen mukaan BKT kasvaa vuonna 2016 Tšekissä 2,3 (4,5) %. Tšekin keskuspankki CNB arvioi BKT:n kasvavan 2,7 % vuonna 2016. Slovakiassa BKT kasvoi Euroopan Komission mukaan 3,5 % vuonna 2015 ja komission ennuste BKT:n kasvuksi vuodelle 2016 on 2,4 %. Keskuspankki NBS arvioi Slovakian BKT:n kasvuksi 3,2 % vuonna 2016.

Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2016

Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartners Oy osti tammikuussa 2016 Raksa ja KotiKauppa Oy:n (NettiKoti) osakekannasta 51 % ja hankittu liiketoiminta yhdistellään Alma Media -konserniin täysimääräisesti. NettiKoti toteuttaa toiminnanohjausjärjestelmiä sekä uudis- että korjausrakentamisen tarpeisiin.

Alma Career Oy:n tytäryhtiö LMC s.r.o osti tammikuussa 2016 tsekkiläisen start-upin Jobote s.r.o'n, joka kehittää rekrytointiin käytettävää uutta ohjelmistoteknologiaa.

Konsernin liikevaihto ja tulos tammi—maaliskuussa 2016

Liikevaihto kasvoi vuoden ensimmäisellä neljänneksellä 20,6 % 86,7 (71,9) milj.euroon. Marraskuussa 2015 hankitun Talentum-konsernin vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 18,4 milj. euroa. Syyskuussa 2015 myydyin Alma360 -liiketoiminnan vaikutus liikevaihtoon oli -2,7 milj. euroa ja maaliskuun alussa 2015 myytyjen Kainuun lehtien vaikutus liikevaihtoon oli -1,8 milj. euroa.

Sisältöliikevaihto kasvoi 26,5 % 32,9 (26,0) milj.euroon. Talentum-konsernin vaikutus sisältöliikevaihdon kasvuun oli 9,5 milj. euroa. Vertailukelpoinen sisältöliikevaihto laski johtuen painetun median levikkien pienenemisestä.

Mainosmyynnin liikevaihto kasvoi 14,6 % 40,7 (35,5) milj.euroon. Verkkomainosmyynti kasvoi 29,5 % 24,3 (18,8) milj.euroon. Painettujen lehtien mainosmyynti laski 1,9 % vertailukauden tasosta ja oli 16,4 (16,7) milj.euroa. Talentum-konsernin vaikutus mainosmyynnin kasvuun oli 3,3 milj. euroa.

Palveluliikevaihto oli 13,2 (10,4) milj. euroa. Palveluliikevaihtoon sisältyvät mm. tietopalveluiden, tapahtuma- ja suoramarkkinointiliiketoiminnan sekä Alma Manun konsernin ulkoisille asiakkaille myydyt paino- ja jakelupalvelut.

Kokonaiskulut kasvoivat ensimmäisellä neljänneksellä 14,4 milj. euroa eli 20,5 %, ja olivat 84,5 (70,1) milj. euroa. Talentum-konsernin vaikutus kokonaiskulujen kasvuun oli 18,9 milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 4,4 (3,4) milj. euroa.

Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 5,5 (1,9) milj. euroa, 6,4 % (2,7 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 2,5 (2,7) milj. euroa, 2,9 % (3,7 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti kertaluonteisia eriä -3,0 (0,8) milj. euroa, jotka liittyivät uudelleenjärjestelyihin. Vertailukauden kertaluonteiset erät liittyivät pääosin myyntivoittoihin.

VELAT SEGMENTEITTÄIN

milj. euroa	31.3.2016	31.3.2015	31.12.2015
Alma Markets	19,5	18,2	16,7
Alma Talent	36,8	11,4	33,5
Alma News & Life	1,8	5,0	3,0
Alma Regions	72,7	75,5	64,6
Segmentit yhteensä	130,7	110,2	117,8
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	82,4	60,4	81,7
Yhteensä	213,1	170,5	199,5

Varaukset

Yhtiöllä oli 31.3.2016 yhteensä 1,0 (0,3) milj. euroa varauksia. Varausten muodostamisen yhteydessä tehtyjä arvioita ei ole ollut tarvetta muuttaa.

Vastuut

VASTUUSITOUMUKSET

milj. euroa	31.3.2016	31.3.2015	31.12.2015
Muiden puolesta annetut vakuudet			
Takaukset	1,2	1,4	1,2
Muut vastuusitoumukset	2,2	1,7	2,5
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:			
Yhden vuoden kuluessa	8,3	8,6	11,4
1-5 vuoden kuluessa	27,1	24,9	37,1
yli viiden vuoden kuluttua	24,4	30,3	28,5
Yhteensä	59,8	63,8	76,9

Lisäksi konsernilla on IFRIC 4 perusteella sellasia ostosopimuksia, joihin sisältyy IAS 17 mukainen muu vuorasopimuskomponentti. Näiden ostosopimusten perusteella maksettavat vähimmäissuoritukset:

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

JOHDANNAISSOPIMUKSET

milj. euroa	31.3.2016	31.3.2015	31.12.2015
Hyödykejohdannaiset, sähkötermiinit			
Käypä arvo*	-0,1	0,0	-0,1
Nimellisarvo	0,3	1,9	0,3
Korkojohdannaiset			
Käypä arvo*	-0,7	-0,7	-0,7
Kohde-etuuden arvo	19,5	19,6	19,5
Valuuttajohdannaiset			
Käypä arvo*	0,0	0,0	0,0
Kohde-etuuden arvo	2,4	1,5	2,4

Lähipiiritapahtumat

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

LÄHIPIIRITAPAHTUMAT milj. euroa	2016 1—3	2015 1—3	2015 1—12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,1	0,0	0,2
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,2
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,1
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,0	0,0	0,0
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,5	0,7	2,9
Osakkuusyhtiöt	0,5	0,6	2,7
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,1
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,0	0,0	0,0
Myynti, laina- ja muut saamiset raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,3
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,3
Ostovelat raportointikauden lopussa	0,0	0,0	1,1
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	1,1

Osakepalkkiojärjestelmä

Alma Media Oyj:n hallitus hyväksyi helmikuussa 2015 osakeomistukseen perustuvan kannustinjärjestelmän yhtiön johdolle ja erälle avainhenkilöille (LTI 2015) ja päätti maaliskuussa 2016 sen pohjalta vuonna 2016 alkavasta seuraavasta osakepalkkio-ohjelmasta (LTI 2016).

Järjestelmän puitteissa käynnistettiin keväällä 2015 kolme ohjelmaa: kiinteä lisäosakeohjelma ja kaksi suoriteperusteista lisäosakeohjelmaa. Osallistuminen edellyttää sijoitusta Alma Median osakkeisiin. Osakeohjelmiin on oikeutettu osallistumaan enintään 43 henkilöä (LTI 2016) ja 35 henkilöä (LTI 2015). Kussakin ohjelmassa osallistuja voi ansaita enimmillään kaksi lisäosaketta kutakin ohjelmiin sijoittamaansa osaketta kohti, eli ohjelmissa voi yhteensä ansaita enimmillään 390 000 (LTI 2016) ja 459 300 (LTI 2015) 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 keväääseen 2018 (LTI 2016) ja keväääseen 2017 (LTI 2015) asti. Tällä hetkellä ansaittavissa oleva lisäosakkeiden määrä on yhteensä enintään 195 000 (LTI 2016) ja 153 100 (LTI 2015) osaketta (brutto, ennen veroja).

Suoriteperusteisissa lisäosakeohjelmissa voi ansaita 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 390 000 (LTI 2016) ja 153 100 (LTI 2015) osaketta (brutto, ennen veroja).

Hallitus arvioi, että uuden osakepohjaisen kannustinjärjestelyn yhteydessä ei anneta uusia osakkeita eikä kannustinjärjestelyllä siten ole laimentavaa vaikutusta yhtiön rekisteröityyn osakemäärään. Alma Media Oyj:n yhtiökokous on 17.03.2016 valtuuttanut hallituksen päättämään enintään 824 000 osakkeen hankkimisesta yhdessä tai useammassa erässä ja edelleen valtuuttanut hallituksen päättämään osakeannista omia osakkeita luovuttamalla kannustinohjelman toteuttamiseksi.

Palkkionmaksu edellyttää ohjelman sijoitettujen osakkeiden pitämistä ja työsuhteen kestoa ohjelmien ajan maaliskuuhun 2017, 2018 ja 2020 asti. Palkkio maksetaan osittain rahana ja osittain osakkeina. Palkkion rahaosuus 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	2016	2015	2015	2015	2015	2014	2014	2014	2014
milj. euroa	1—3	10—12	7—9	4—6	1—3	10—12	7—9	4—6	1—3
LIKEVAIHTO	86,7	78,6	68,0	73,0	71,9	76,6	70,5	75,7	72,7
Alma Markets	16,7	15,9	14,7	14,7	13,8	13,9	12,8	13,1	12,8
Alma Talent	29,3	18,2	12,5	14,0	13,8	14,0	12,2	13,1	13,7
Alma News & Life	10,9	11,8	10,4	11,4	10,6	11,8	12,0	13,6	12,3
Alma Region	30,8	33,9	31,6	34,1	34,9	38,3	34,6	37,3	35,2
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,9	-1,1	-1,2	-1,1	-1,2	-1,4	-1,1	-1,4	-1,3
KOKONAISKULUT ILMAN KERTALUONTEISIA ERIÄ	81,4	71,7	60,6	66,4	70,0	71,2	63,5	69,5	70,2
Alma Markets	11,9	13,3	10,6	10,6	10,9	12,0	10,2	10,7	10,7
Alma Talent	27,2	16,3	10,4	12,2	11,9	12,2	10,0	11,7	12,4
Alma News & Life	9,4	10,2	9,8	10,5	10,9	11,6	11,1	11,7	11,0
Alma Region	29,8	30,6	29,1	31,7	34,9	34,7	32,1	34,5	35,2
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	3,1	1,3	0,7	1,4	1,4	0,6	0,0	0,9	0,9
KÄYTTÖKATE ILMAN KERTALUONTEISIA ERIÄ	9,9	10,8	11,0	10,2	5,3	8,9	10,4	9,7	6,1
Alma Markets	6,1	3,9	5,4	5,3	4,2	3,3	4,0	3,7	3,5
Alma Talent	3,2	2,5	2,3	2,1	2,1	1,9	2,3	1,4	1,5
Alma News & Life	1,6	1,6	0,7	0,9	-0,3	0,2	0,9	2,0	1,3
Alma Region	1,8	4,2	3,4	3,3	0,9	4,5	3,8	4,2	1,6
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-2,8	-1,3	-0,8	-1,4	-1,6	-1,0	-0,6	-1,6	-1,9
LIKEVOITTO/-TAPPIO ILMAN KERTALUONTEISIA ERIÄ	5,5	7,1	7,6	6,8	1,9	5,6	7,0	6,3	2,6
Alma Markets	4,8	2,6	4,2	4,1	2,9	1,9	2,6	2,4	2,2
Alma Talent	2,2	2,1	2,1	1,9	1,9	1,8	2,2	1,3	1,4
Alma News & Life	1,5	1,6	0,6	0,9	-0,4	0,2	0,9	1,9	1,3
Alma Region	1,0	3,3	2,6	2,5	0,0	3,7	2,5	2,8	0,0
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-4,0	-2,5	-1,9	-2,5	-2,6	-2,0	-1,2	-2,2	-2,3
% LIKEVAIHDOSTA	6,4	9,0	11,1	9,3	2,7	7,3	9,9	8,3	3,5
Alma Markets	29,0	16,5	28,3	27,7	21,2	13,8	20,6	18,4	17,0
Alma Talent	7,6	11,3	17,1	13,3	14,0	13,2	17,7	10,2	10,0
Alma News & Life	13,9	13,6	6,0	7,8	-3,4	1,4	7,3	14,1	10,3
Alma Region	3,1	9,7	8,2	7,2	0,1	9,7	7,2	7,5	0,1
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
KERTALUONTEISET ERÄT	-3,0	-6,2	-1,6	1,3	0,8	-0,8	-0,5	-0,2	0,5
Alma Markets	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,7	0,0	0,0	0,0
Alma Talent	-1,4	-0,2	-1,4	0,0	0,6	-0,5	-0,5	0,0	0,7
Alma News & Life	0,0	-0,8	0,0	0,0	0,0	-0,6	0,0	0,0	0,0
Alma Region	-1,1	-3,1	-0,2	-0,4	0,2	-1,5	0,0	0,0	0,0
Kohdistamattomat toiminnot	-0,5	-2,0	0,0	1,7	0,0	0,0	0,0	-0,2	-0,2
LIKEVOITTO/-TAPPIO	2,5	0,9	6,0	8,1	2,7	4,8	6,5	6,1	3,2
Alma Markets	4,8	2,6	4,2	4,1	2,9	3,6	2,6	2,4	2,2
Alma Talent	0,8	1,8	0,7	1,9	2,5	1,4	1,6	1,3	2,1
Alma News & Life	1,5	0,7	0,6	0,9	-0,4	-0,4	0,9	1,9	1,3
Alma Region	-0,2	0,1	2,4	2,0	0,2	2,3	2,5	2,8	0,0
Kohdistamattomat toiminnot	-4,5	-4,4	-1,9	-0,7	-2,6	-2,0	-1,2	-2,3	-2,4
Rahoitustuotot	0,1	0,0	0	0,3	0,1	0,1	0,0	0,2	0,1
Rahoituskulut	0,8	1,2	1,2	0,7	0,6	0,7	0,8	0,9	0,8
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,3	0,8	0,3	0,2	0,3	1,1	0,2	0,3	0,1
TULOS ENNEN VEROJA	2,1	1,4	5,1	8,0	2,4	5,4	5,9	5,8	2,7
Tuloverot	-0,5	-1,1	-1,4	-1,6	-0,6	-1,3	-1,1	-1,0	-0,5
TILIKAUDEN TULOS	1,6	0,3	3,7	6,3	1,8	4,0	4,8	4,8	2,2

Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä osavuositarkastus on laadittu IFRS -standardien mukaisesti (IAS 34). Osavuositarkastuksessa noudatetaan samoja laatimisperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin vuositilinpäätöksessä 31.12.2015 sekä niitä uusia ja uudistettuja IFRS-standardeja, jotka on kuvattu vuoden 2015 tilinpäätöksessä. Osavuositarkastus ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään vuositilinpäätöksessä. Näin ollen osavuositarkastusta tulee lukea yhdessä yhtiön vuositilinpäätöksen 2015 kanssa. Tilikaudet 2015 ja 2016 ovat laadintaperiaatteiltaan vertailukelpoisia. Alma Media on uudistanut konsernin segmenttirakennetta vuoden 2016 alusta ja muutoksesta on annettu pörssitiedote 20.4.2016. Yhtiöllä ei ole raportoitavia lopetettuja toimintoja tilikausilla 2015–2016.

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. Osavuositarkastuksen luvut ovat itsenäisesti pyöristettyjä.

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:

- Osavuositarkastus tammi–kesäkuulta 2016 perjantaina 22.7. noin klo 9.00
- Osavuositarkastus tammi–syyskuulta 2016 perjantaina 28.10. noin klo 9.00.