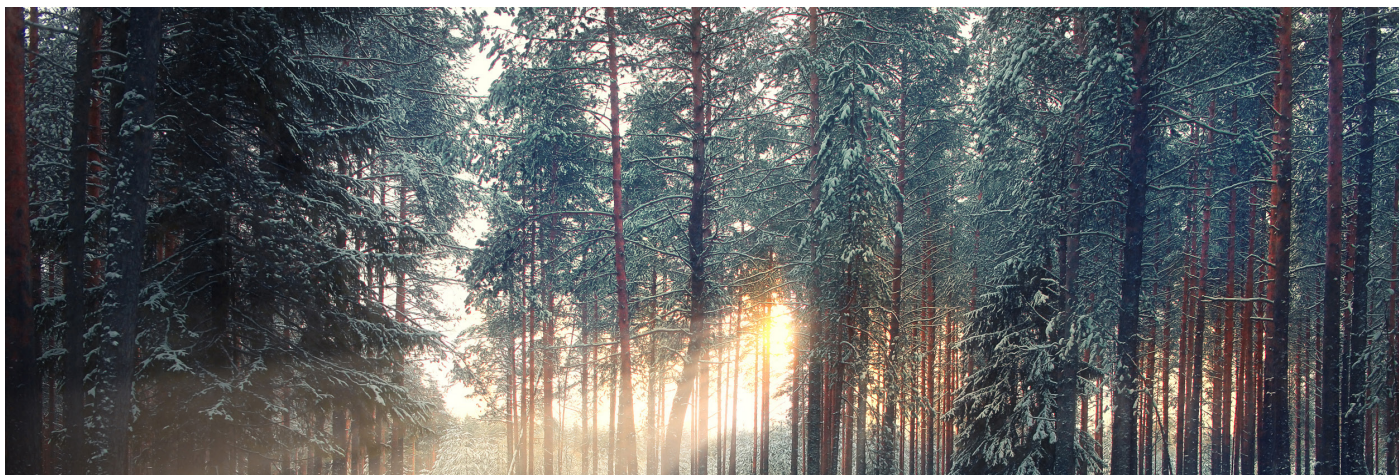




Alma Media Oyj

Osavuositiedot Q1 2020

21.4.2020



Alma Median osavuositarkastus tammi—maaliskuu 2020:

Jatkuvien toimintojen liikevaihto ja oikaistu liikevoitto edellisen vuoden tasolla. Koronaepidemiolla merkittävä liikevaihtoa ja liikevoittoa heikentävä vaikutus tuleville kuukausille.

Alma Media tiedotti 11.2.2020 alueellisen liiketoiminnan ja painoliiketoiminnan myynnistä Sanoma Media Finland Oy:lle. Yhtiö raportoi myytävän liiketoiminnan lopetettuna toimintona. Myytävä liiketoiminta on raportoitu aiemmin Alma Consumer -segmentissä. Tässä osavuositarkastuksessa esitetyt tuloslaskelmaan liittyvät luvut sisältävät pääosin vain jatkuvat toiminnot. Taseeseen ja rahavirtaan liittyvät luvut sisältävät sekä jatkuvat että lopetetut toiminnot.

Taloudellinen kehitys tammi—maaliskuussa 2020:

- Liikevaihto jatkuvista toiminnoista vertailukauden tasolla 61,9 (62,1) milj. euroa.
- Oikaistu liikevoitto jatkuvista toiminnoista 11,2 (11,5) milj. euroa, laskua 2,7 %.
- Liikevoitto jatkuvista toiminnoista 12,2 (11,5) milj. euroa, kasvua 6,2 %.
- Osakekohtainen tulos jatkuvista toiminnoista 0,10 (0,09) euroa.
- Osakekohtainen tulos lopetetut toiminnot mukaan lukien 0,21 (0,12) euroa.
- Yhtiön rahoitusasema on vahva ja yhtiö on lähes nettovelaton, gearing 0,8 %.
- Alma Markets: Liikevaihto ja kannattavuus säilyivät vertailukauden tasolla.
- Alma Talent: Digiliikevaihdon kasvu oli vahvaa (9%) ja liiketoiminnan digiaste nousi 41,5 %:in.
- Alma Consumer: Digitaalisen mainosmyynnin, erityisesti sisältömarkkinoinnin, kasvu jatkui. Digitaalisten kuluttajapalveluiden kannattavuus laski.

Oikaistu liikevoitto tammi—maaliskuu, milj. euroa

AVAINLUVUT milj. euroa	2020 1—3	2019 1—3	Muutos %	2019 1—12
Liikevaihto	61,9	62,1	-0,4	250,2
Sisältöliikevaihto	15,8	15,8	0,2	64,2
Sisältöliikevaihto, painettu	11,9	12,7	-6,4	50,9
Sisältöliikevaihto, digi	3,9	3,1	27,4	13,2
Mainosmyynnin liikevaihto	35,9	36,7	-2,2	148,5
Mainosmyynti, painettu	3,7	4,1	-11,3	16,3
Mainosmyynti, digi	32,3	32,6	-1,0	132,2
Palveluliikevaihto	10,1	9,6	5,7	37,6
Oikaistut kokonaiskulut	50,7	50,7	0,1	201,1
Oikaistu käyttökate	15,3	15,9	-3,4	66,1
Käyttökate	16,3	15,9	3,0	66,2
Oikaistu liikevoitto	11,2	11,5	-2,7	49,4
% liikevaihdosta	18,1	18,5		19,8
Liikevoitto/-tappio	12,2	11,5	6,2	49,5
% liikevaihdosta	19,7	18,5		19,8
Tilikauden tulos	10,2	9,1	11,7	40,5

Tulos/osake, EUR (laimentamaton ja laimennettu)	0,10	0,09	13,3	0,41
Digiliiketoiminnan liikevaihto	42,1	40,8	3,1	166,7
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	68,1	65,8		66,6

Toimintaympäristö vuodelle 2020

Maailmanlaajuinen koronaepidemia luo merkittävän epävarmuuden vuoden 2020 taloudelliselle kehitykselle. Suomen ja muiden Alma Median toimintamaiden kansantalouksien odotetaan tämän johdosta laskevan selvästi vuonna 2020 edellisvuoteen verrattuna.

Vallitsevassa poikkeustilanteessa digitaalisten sisältöjen ja palveluiden kuluttaminen on yleisesti kasvanut merkittävästi. Koronavirusepidemian arvioidaan muuttavan kuluttajakäyttäytymistä pysyvästi ja kiihdyttävän digitaalisten palveluiden kysyntää. Median rakennemuutoksen odotetaan tämän johdosta jatkuvan ja entisestään voimistuvan. Datan, analytiikan, koneoppimisen ja automaation merkitys lisääntyy vaatien kasvavia panostuksia teknologiainvestointeihin. Digitaalisessa mainonnassa haku- ja sosiaalisen median mainonnan, mobiili- ja videomainonnan sekä sisältömarkkinoinnin odotetaan edelleen kasvavan nopeimmin.

Näkymät vuodelle 2020

Koronavirusepidemiasta ja siihen liittyvistä rajoitustoimenpiteistä johtuen Alma Median toimintaympäristö on muuttunut äkillisesti ja epävarmuus on lisääntynyt merkittävästi. Nykyisissä poikkeusolosuhteissa yhtiö arvioi näkyvyyden heikoksi eikä anna tässä vaiheessa tulosoheistusta vuodelle 2020.

Alma Media peruutti 25.3. yhtiön aiemmin, helmikuussa 2020 annetun näkymän.

Markkinatilanne päämarkkina-alueilla ja koronavirusepidemian vaikutuksia Alma Median liiketoimintaan

Alma Media on viitannut aiemmin toimintaympäristökuvauksissaan Kantar TNS:n mediamainonnan määrän mittauksiin Suomessa sekä Euroopan Komission ennusteisiin bruttokansantuotteen ja työttömyysasteen kehityksestä Tšekissä ja Slovakiassa. Viimeisimmät tiedot ovat tammi–helmikuulta 2020, ennen globaalin koronaviruspandemian puhkeamista ja laajojen rajoitustoimenpiteiden voimaantuloa. Koska tässä vaiheessa ei tiedetä koronavirusepidemian kestoja eikä viruksen leviämisen estoon liittyvien rajoitustoimien mahdollista purkuajankohtaa, näkyvyys epidemian talousvaikutuksista Alma Median toimintamaissa on heikkoa ja riskien arviointi poikkeuksellisen epävarmaa. Eri maiden keskuspankkien ja tutkimuslaitosten talousennusteissa on suurta hajontaa.

Epidemian vaikutuksia ja aloitettuja toimenpiteitä liiketoimintasegmenteittäin:

- **Alma Markets**

Koronaepidemian hillitsemiseen liittyvien viranomaisrajoitusten sekä taloudellisen epävarmuuden lisääntyessä asiakkaat ovat vähentäneet merkittävästi uusia rekrytointia ja keskittyneet korvausrekrytointien tekemiseen, mikä vaikuttaa negatiivisesti Alma Marketsin rekrytointimainonnan myyntiin. Epidemian aikana kysyntä on kohdistunut logistiikan ja hoiva-alan työpaikkoihin. Alma Marketsin järjestämät rekrytointitapahtumat on siirretty syksyyn. Asumiseen- ja autoiluun liittyvässä markkinapaikkaliiketoiminnassa epidemian vaikutukset ovat myös selvästi negatiivisia, mutta jäävät rekrytointiliiketoiminnan vaikutuksia pienemmiksi. Verkkokoulutusliiketoiminta on kehittynyt hyvin koronavirusepidemian aikana.

Arvio koronavirusepidemian vaikutuksesta Alma Marketsin liikevaihdon laskuun maaliskuussa 2020 oli noin 1,5 miljoonaa euroa. Tšekin korona on heikentynyt vuoden 2020 alusta noin 6 %, mikä heikentää Tšekin liiketoiminnan euromääräistä tulosta huolimatta siitä, että osa liiketoiminnan tulevasta rahavirrasta on suojattu.

Alma Marketsissa on aloitettu toimenpiteet kustannusten sopeuttamiseksi. Toimenpiteet sisältävät markkinointipanostusten merkittävän supistamisen, lomautusten käynnistämisen, määräaikaisten palkanalennukset huhti–kesäkuussa paikallisen lainsäädännön asettamissa puitteissa ja ulkoisten palveluiden ostojen vähentämisen. Puolan rekrytointimobiilipalvelun markkinointia vähennetään merkittävästi, rekrytointikonsultointia Baltian maissa supistetaan ja Workania-liiketoiminta Unkarissa lopetetaan.

Toimenpiteillä arvioidaan saatavan noin 3,6 milj. euron kustannussäästöt toisella vuosineljänneksellä.

- **Alma Talent**

Mainonnan myynti on hidastunut yleisen epävarmuuden vuoksi, erityisesti autokaupan ja rekrytointimainonnan kysynnän laskiessa. Sen sijaan koronavirusepidemiaan liittyvän tiedon tarve on lisännyt ajantasaisen ja luotettavan tiedon kysyntää, mikä on näkynyt Alma Talentin medioiden, erityisesti talousmedioiden yleisöjen merkittävänä kasvuna ja positiivisena kehityksenä tilattavan median sisältöjen myynnissä.

Tapahtumaliiketoiminnan tapahtumat on siirretty syksyyn 2020. Työnantajien ohjeistukset ja viranomaisten asettamat rajoitteet ovat vaikuttaneet koulutusten osallistujamääriin ja koulutuksia on siirretty digitaaliseen kanavaan etänä seurattavaksi.

Arvio koronavirusepidemian vaikutuksesta Alma Talentin liikevaihdon laskuun maaliskuussa 2020 oli noin 0,4 miljoonaa euroa.

Alma Talentissa on aloitettu toimenpiteet kustannusten sopeuttamiseksi. Tapahtuma- ja koulutusliiketoiminnassa on käynnistetty lomautukset. Henkilöstölle suositellaan myös lomarahojen vaihtamista vapaaksi ja vanhojen, aiemmin kertyneiden lomien pitämistä kevään aikana. Myös ulkoisia palveluostoja vähennetään. Lisäksi muita kuin kriittisiä kehitysprojekteja lykätään.

Toimenpiteillä arvioidaan saatavan noin 1,3 milj. euron kustannussäästöt toisella vuosineljänneksellä.

- **Alma Consumer ja yhteiset toiminnot**

Mainonnan myynti on laskenut Alma Consumerissa yleisen epävarmuuden vuoksi, erityisesti autokauppaan ja matkailuun liittyvä mainonta on laskenut. Koronan leviämisen estämiseksi asetetut rajoitteet liikkumiselle sekä esimerkiksi matkailualaan liittyvien lehtimyyntipisteiden sulkeminen ovat vaikuttaneet negatiivisesti Iltalehden irtonumeromyyntiin. Vastaavasti painetun median materiaalikustannukset ovat laskeneet. Iltalehden verkkopalvelun kävijämäärä oli vuoden alussa ennätystasolla ja on koronauutisoinnin myötä kasvanut edelleen vahvasti.

Arvio koronavirusepidemian vaikutuksesta Alma Consumerin liikevaihdon laskuun maaliskuussa 2020 oli noin 0,3 miljoonaa euroa.

Alma Consumerissa ja yhteisissä toiminnoissa on aloitettu toimenpiteet kustannusten sopeuttamiseksi. Digitaalisissa palveluissa vähennetään markkinointikustannuksia. Henkilöstölle suositellaan lomarahojen vaihtamista vapaaksi ja vanhojen, aiemmin kertyneiden lomien pitämistä kevään aikana. Ulkoisia palveluostoja vähennetään. Lisäksi muita kuin kriittisiä kehitysprojekteja lykätään.

Alma Consumerissa (jatkuvat toiminnot) sekä Alma Median yhteisissä toiminnoissa tehtävillä toimenpiteillä arvioidaan saatavan noin 1,1 milj. euron kustannussäästöt toisella vuosineljänneksellä.

Alma Media seuraa liiketoimintasegmenttiensä markkinatilanteen kehittymistä ja ryhtyy lisätoimenpiteisiin tarvittaessa.

Toimitusjohtajan katsaus

Alma Median liiketoiminnan kehitys oli vuoden 2020 alussa vakaata. Yhtiön jatkuvien toimintojen liikevaihto ja oikaistu liikevoitto olivat vuoden ensimmäisellä neljänneksellä vertailukauden tasolla.

Nopeasti edennyt koronavirusepidemia on heijastunut Alma Median toimintaan maaliskuusta lähtien. Heti epidemian eskaloitumisen jälkeen otimme käyttöömme erityisvarotoimia suojellaksemme henkilökuntamme ja asiakkaidemme terveyttä ja hyvinvointia sekä varmistaaksemme palveluidemme toimivuuden. Tällä hetkellä palvelut tuotetaan pääasiallisesti etänä ja olemme pystyneet sopeutumaan poikkeustilanteeseen ilman palvelukatkoja.

Toimintaympäristön ja markkinoiden voimakkaiden muutosten myötä epidemia aiheuttaa liiketoiminnallemme merkittävää epävarmuutta tuleville kuukausille. Arvioimme, että maaliskuussa 2020 epidemia laski liikevaihtoaamme noin 2 miljoonaa euroa. Toimenpiteet toiminnan sopeuttamiseksi on aloitettu ja niillä arvioidaan saavutettavan noin 6 miljoonan euron kustannussäästöt toisella vuosineljänneksellä. Kriisin aiheuttaman

laskukauden pituus ja syvyys jää nähtäväksi – olemme jatkuvassa valmiudessa reagoimaan lisätoimilla tulevaisuuden kannattavuutemme sekä kilpailukykyämme turvaamiseksi. Olemme kuvanneet edellä koronaepidemian vaikutuksia eri liiketoimintasegmentteihin ja toimenpiteitä niiden lieventämiseksi tarkemmin osavuositarkastuksen sivuilla 2–3.

Alma Marketsin rekrytointiliiketoiminta oli hyvässä vauhdissa tammi–helmikuussa kehittyen suunnitelmien mukaisesti. Koronaepidemian vaikutus näkyi maaliskuusta alkaen liikevaihdon laskuna rekrytointimainonnan ja -palveluiden kysynnän hidastuessa merkittävästi Alman toimintamaissa, erityisesti Suomessa ja Slovakiassa. Asumisen ja autoilun markkinapaikka- ja järjestelmäliiketoiminnan kehitys oli vakaata katsauskaudella. Koronan vaikutukset liiketoiminnalle ovat myös selvästi negatiivisia, mutta jäänevät rekrytointiliiketoiminnan vaikutuksia pienemmiksi. Alma Marketsin kannattavuus oli vuoden ensimmäisellä neljänneksellä vertailukauden tasolla, sillä segmentissä oli varauduttu jo alkuvuodesta hidastuvaan talouskasvuun tiukemmalla kustannuskurilla.

Alma Talentissa ripeä eteneminen kohti digitaalisia median ja palveluiden liiketoimintamalleja jatkui katsauskaudella: digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta nousi 42 %:iin. Kysynnän merkittävä lisääntyminen ajantasaiselle, relevantille talousuutisoinnille nosti digitaalisen sisältömyynnin Suomessa ennätystasolle (kasvua 33,9%). Sisältömyynti kehittyi hyvin myös Pron digiliiketoiminnassa. Alkuvuoden hyvä kehitys mainonnassa ja koulutusliiketoiminnassa kääntyi maaliskuussa koronaepidemian myötä. Alma Talentin liikevaihtoa painoi katsauskaudella ensisijaisesti liikevaihdon lasku Ruotsin medialiiketoiminnassa ja Affärsvärldenin divestoinnin vaikutus. Kannattavuus oli vertailukauden tasolla. Kuluja laskivat myydyt liiketoiminnot, kulusäästötoimenpiteet Ruotsissa ja Alma Talent Pron uudelleenorganisointi.

Alma Consumerin valtakunnallisen kuluttajamedian Iltalehden digimainosmyynti oli alkuvuonna hyvällä tasolla, erityisesti sisältömarkkinointi kasvoi. Maaliskuussa epidemiasta johtuen esimerkiksi autokauppaan ja matkailuun liittyvä mainonta hiipui. Sisältöliikevaihto oli vertailukauden tasolla, sitä tuki osaltaan heinäkuussa 2019 voimaan tullut alv-muutos, mutta irtoluvun myynnin trendinomaisen lasku kiihtyi kohti katsauskauden loppua monien myyntipisteiden sulkeuduttua viranomaisrajoitteiden vuoksi. Iltalehden verkkopalvelun kävijämäärä oli vuoden alussa ennätystasolla ja on koronauutisoinnin myötä kasvanut edelleen vahvasti.

Katsauskauden merkittävin liiketoiminnallinen tapahtuma oli aluemedioiden ja painoliiketoiminnan myynti Sanomalle. Kauppa saadaan päätökseen huhtikuun lopussa. Tammi–maaliskuussa lopetetuissa toiminnoissa painetun median mainosmyynnin lasku jatkui ja epidemialla oli merkittävä vaikutus maaliskuun mainosmyyntiin. Lisäksi lopetettujen toimintojen liikevaihtoa laskivat jakelun ulkoistus Postille sekä painon liikevaihdon lasku.

Taloudellinen asemamme on digitransformaation, kannattavan kasvun ja onnistuneiden yritysjärjestelyiden vuoksi erittäin vahva, ja taseemme on katsauskauden lopussa lähes nettovelaton.

Vallitsevassa poikkeustilanteessa digitaalisten sisältöjen ja palveluiden kuluttaminen on kasvanut merkittävästi. Epidemian arvioidaankin muuttavan kuluttajakäyttäytymistä ja kiihdyttävän myös yrityksille suunnattujen digitaalisten palveluiden kysyntää. Pian myös asunnon ostaminen digitaalisesti voi olla vallitseva käytäntö. Tämän lisäksi työelämä on murroksessa, virtuaaliset tavat työskennellä, järjestää tapahtumia sekä opiskella ovat tulleet osaksi arkea. Yhtiöille, joilla on vahvat digitaaliset kyvykkyudet, tämä kriisi avaa uusia kasvumahdollisuuksia.

Strategian toteuttaminen katsauskauden aikana

Alma Media rakentaa kestävästä kasvusta digitalisaation mahdollisuuksia hyödyntäen. Tavoitteena on yhtiön omistaja-arvon kasvattaminen liikevaihdon kasvun ja kannattavuuden parantamisen kautta. Alma Media kehittää ja laajentaa nykyistä liiketoimintaansa ja etsii kasvumahdollisuuksia uusilta liiketoiminta- ja markkina-alueilta. Yhtiön kansainvälistymispolkua jatketaan. Organisen kasvun lisäksi kannattavuuden kehitystä vauhditetaan yritysjärjestelyin.

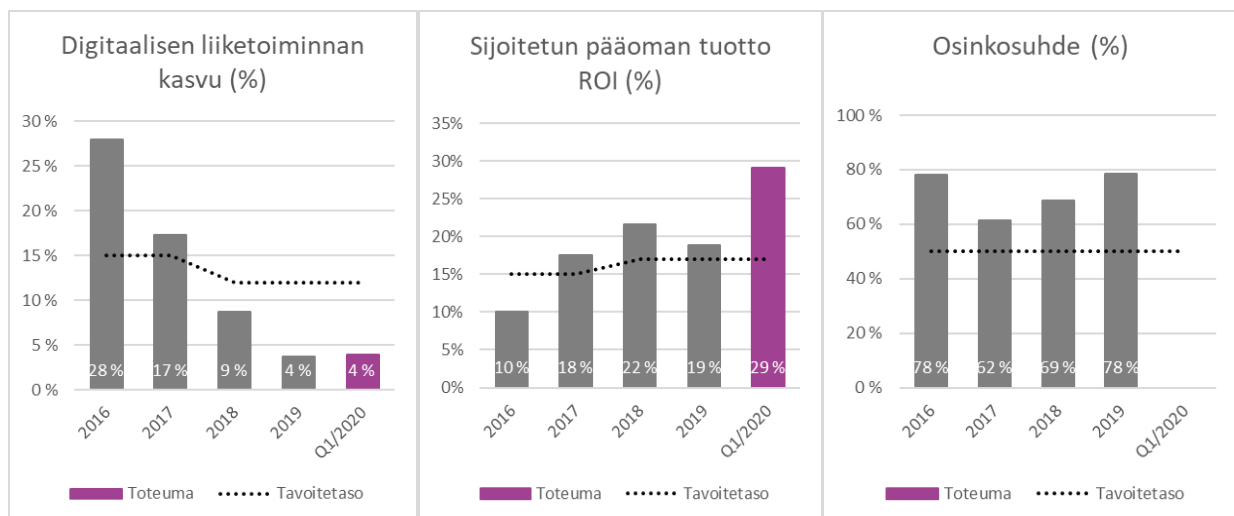
Alma Media vastaa muuttuvaan mediankäyttöön sekä lisääntyvään digitaalisten palveluiden kysyntään tarjoten sisältöjä ja palveluja, jotka tuottavat käyttäjilleen arvoa arjessa, työssä ja vapaa-ajalla. Alma Median strategian keskiössä ovat markkinapaikkaliiketoiminnan kasvattaminen Suomessa ja kansainvälisesti, ammattilaismedian ja ammattilaisille suunnattujen palveluiden laajentaminen sekä valtakunnallisen monikanavaisen kuluttajamedian ja -palveluiden kehittäminen. Yhtiö hakee kasvua myös uudistuvilla digitaalisilla mainos- ja markkinointiratkaisuillaan sekä maksullisilla digisisällöillä.

Vuosien 2020–2022 strategiajaksolle Alma Media on valinnut viisi erityisesti digitaalisen liiketoiminnan kasvattamiseen ja kehittämiseen tähtäävää liiketoimintoja yhdistävää strategista aloitetta. Aloitteiden toteuttamisessa hyödynnetään konsernin eri liiketoimintojen välistä yhteistyötä ja synergiaa. Strategiset aloitteet ovat: 1) keskitetty valtakunnallinen mediamyynti Alma Mediaratkaisut (AMR), 2) digitaaliseen sisältöliiketoimintaan kasvuun tähtäävä Digitaaliset tilaukset, 3) Datan liiketoiminnallinen hyödyntäminen regulaatiovaatimukset huomioiden, 4) erikoissisältöihin ja palveluihin keskittyvät Alma-teemat 5) kävijäliikenteen kasvattaminen ja ohjaus Digitaaliset yleisöt- aloitteen avulla.

Laajentaakseen asunnonvaihtopalveluiden kokonaisuutta ja tarjotakseen kilpailutuspalveluilla kuluttajille yhä räätälöidympiä ja personoidumpia palveluita Muuttomaailman osakekanta siirtyi kokonaisuudessaan Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartnersin omistukseen katsauskauden aikana. Vuonna 2015 perustettu Muuttomaailma ylläpitää ja kehittää täyden palvelun markkinapaikkaa, jossa asunnonvaihtaja voi helposti suunnitella muuttonsa, kilpailuttaa palvelutarjoajat, vertailla ja valita itselleen sopivimman muuttofirman sekä hakea muuttoon liittyvää rahoitusta. Tähän mennessä yli 65 000 muuttajaa on kilpailuttanut muuttonsa palvelussa ja palveluun on rekisteröitynyt yli 350 muuttofirmaa eli suurin osa Suomen kaikista muuttofirmoista.

Helmikuussa 2020 Alma Media tiedotti sopineensa alueelliseen medialiiketoimintaan keskittyneen Alma Media Kustannus Oy:n ja painoliiketoimintaa harjoittavan Alma Manu Oy:n koko osakekannan myynnistä Sanoma Media Finland Oy:lle. Myytäviin liiketoimintoihin kuuluvat Alma Consumer-segmentissä raportoitavat alueelliset mediat Aamulehti ja Satakunnan Kansa sekä paikallismediat Janakkalan Sanomat, Jämsän Seutu, Kankaanpään Seutu, KVM-Lehti, Nokian Uutiset, Rannikkoseutu, Suur-Keuruu, Merikarvia-Lehti, Sydän-Satakunta, Tyrvään Sanomat, Valkeakosken Sanomat, Jokilaakso ja Vekari sekä Alma Manun painoliiketoiminta. Maaliskuussa 2020 Kilpailu- ja kuluttajavirasto (KKV) ilmoitti antavansa hyväksyntänsä yritysjärjestelyille. Myytävien liiketoimintojen velaton kauppahinta on 115 miljoonaa euroa. Alma Media kirjaa kaupasta arviolta 58 miljoonan euron myyntivoiton toisella vuosineljänneksellä. Kaupan myötä digitaalisen liiketoiminnan osuus Alma Median liikevaihdosta nousee lähes 70 prosenttiin ja liiketoiminnan strateginen painopiste entistä selvemmin digitaalisen media- ja palveluliiketoiminnan kehittämiseen.

Alma Median pitkän aikavälin tavoitteet ja niiden toteutuma, sisältäen lopetetut toiminnot:



ALMA MEDIA -KONSERNIN OSAVUOSIKATSAUS 1.1.–31.3.2020

International Financial Reporting Standards (IFRS) -standardien mukainen vertailu on tehty vuoden 2019 vastaavan jakson lukuihin, ellei toisin ole mainittu. Taulukoiden luvut ovat itsenäisesti pyöristettyjä lukuja.

Alma Media Oyj käyttää ja julkaisee lisäksi vaihtoehtoisia tunnuslukuja antaakseen paremman kuvan liiketoiminnan operatiivisesta kehityksestä ja parantaakseen vertailukelpoisuutta raportointikausien välillä. Vaihtoehtoiset tunnusluvut raportoidaan IFRS-tunnuslukujen lisäksi.

KONSERNIN TUNNUSLUKUJA

TULOSLASKELMA	2020	2019	Muutos	2019
milj. euroa	1–3	1–3	%	1–12
Liikevaihto	61,9	62,1	-0,4	250,2
Oikaistut kokonaiskulut	50,7	50,7	0,1	201,1
Oikaistu käyttökate	15,3	15,9	-3,4	66,1
Käyttökate	16,3	15,9	3,0	66,2
Oikaistu liikevoitto	11,2	11,5	-2,7	49,4
% liikevaihdosta	18,1	18,5		19,8
Liikevoitto/-tappio	12,2	11,5	6,2	49,5
% liikevaihdosta	19,7	18,5		19,8
Tilikauden tulos ennen veroja	12,5	11,4	9,9	49,0
Tilikauden tulos	10,2	9,1	11,7	40,5
TASE ***)	2020	2019	Muutos	2019
milj. euroa	1–3	1–3	%	1–12
VARAT	417,1	394,9	5,6	400,9
Nettovelat	1,1	55,1	-98,0	23,7
Korolliset velat	88,4	102,7	-13,9	90,8
Korottomat velat	109,7	122,1	-10,1	107,6
Investoinnit yhteensä	6,8	1,0	614,3	12,6
Omavaraisuusaste%	56,0	46,1	21,4	54,1
Gearing%	0,8	33,1	-97,4	11,7
HENKILÖSTÖ	2020	2019	Muutos	2019
	1–3	1–3	%	1–12
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	1 534	1 504	2,0	1 530
Telemarkkinoijat keskimäärin	320	319	0,3	304
TUNNUSLUKUJA	2020	2019	Muutos	2019
	1–3	1–3	%	1–12
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	41,1	27,8	48,0	25,0
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	29,1	19,8	46,7	19,0
Tulos/osake, EUR laimentamaton	0,21	0,12	78,2	0,51
Tulos/osake, EUR laimennettu	0,21	0,12	78,2	0,50
Tulos/osake, EUR jatkuvat toiminnot	0,10	0,09	14,8	0,41
Tulos/osake, EUR lopetetut toiminnot	0,11	0,03	267,8	0,10
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,33	0,37	-10,1	0,87
Oma pääoma/osake	2,26	1,71	32,2	2,09
Osinko/osake ****)				0,40
Efektiiivinen osinkotuotto%				5,0
Hinta/voittosuhte P/E				15,5
Markkina-arvo	509,1	497,6	2,3	655,8
Osakkeiden lkm ka. laimentamaton (YTD) **)	82 352	82 147		82 283
Osakkeiden lkm ka. laimennettu (YTD)	83 445	82 219		83 673
Osakemäärä kauden lopussa (1000 osaketta)	82 383	82 383		82 383

*) vuosituotto, ks. osavuosikatsauksen laadintaperiaatteet. Tunnusluvut sisältävät myös oikaistut erät **) yhtiö on hankkinut katsauskauden aikana omia osakkeita 90 000 kpl ja luovuttanut omia osakkeita 158 784 kpl, yhtiön hallussa olevat omat osakkeet katsauskauden lopussa 31 011 kpl. ***) luvut sisältää sekä jatkuvat että lopetetut toiminnot

****) Hallituksen esitys

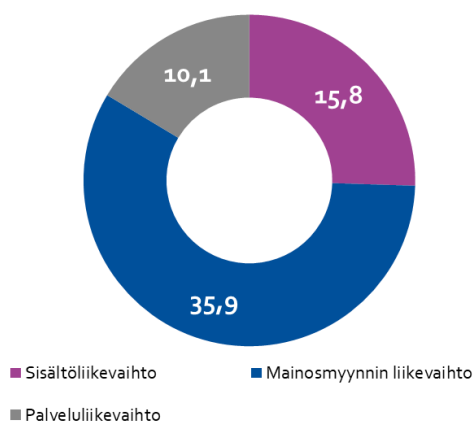
LIKEVAIHTO

Tammi–maaliskuu 2020

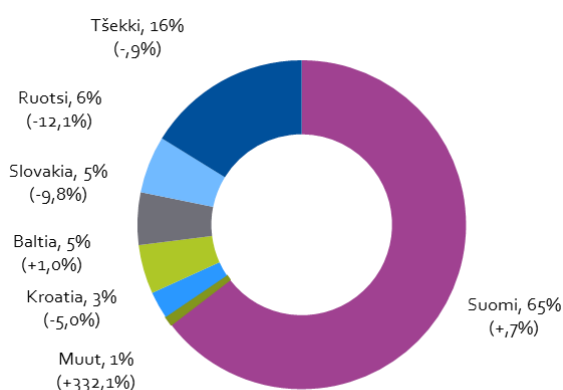
Liikevaihto jatkuvista toiminnoista oli edellisen vuoden tasolla 61,9 (62,1) milj. euroon. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 0,5 milj. euroa. Digitaalisten sisältötuottojen kasvu 27,4 % kompensoi painetun liikevaihdon laskun. Sisältömyynti oli edellisen vuoden tasolla 15,8 (15,8) milj. euroa.

Mainosmyynti jatkuvista toiminnoista laski 2,2 % ja oli 35,9 (36,7) milj. euroa. Mainosmyynnin liikevaihto laski painetun median laskun seurauksena 11,3 % ja oli 3,7 (4,1) milj. euroa. Digimainosmyynti jatkuvista toiminnoista laski 1,0 %. Palveluliikevaihto jatkuvista toiminnoista kasvoi 5,7 % ja oli 10,1 (9,6) milj. euroa.

Liikevaihdon jakauma 1–3 2020, milj. €, jatkuvat toiminnot



Liikevaihdon maantieteellinen jako 1–3 2020 milj. €, jatkuvat toiminnot



LIKEVAIHTO milj. euroa	2020 1–3	2019 1–3	Muutos %	2019 1–12
Alma Markets	24,7	25,0	-0,9	100,0
Alma Talent	25,6	26,2	-2,1	102,9
Alma Consumer	11,6	10,9	6,2	47,2
Segmentit yhteensä	60,4	62,0	-2,6	250,1
Kohdistamattomat toiminnot	-0,1	0,1	-217,1	0,2
Yhteensä	61,9	62,1	-0,4	250,2

LIKEVAIHDON MAANTIETEELLINEN JAKAUMA (milj. euroa)	2020 1–3	2019 1–3	Muutos %	2019 1–12
Suomi	40,1	39,8	0,7	161,8
Muut maat	21,7	22,3	-2,3	88,5
Konserni yhteensä	61,9	62,1	-0,4	250,2

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

TULOS

Tammi–maaliskuu 2020

Oikaistu liikevoitto jatkuvista toiminnoista oli 11,2 (11,5) milj. euroa, 18,1 % (18,5 %) liikevaihdesta. Liikevoitto jatkuvista toiminnoista oli 12,2 (11,5) milj. euroa, 19,7 % (18,5 %) liikevaihdesta. Liikevoittoon jatkuvista toiminnoista sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä 1,0 milj. euroa, jotka vaiheittaisten hankintojen myyntivoittoihin. Vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Kokonaiskulut jatkuvista toiminnoista laskivat ensimmäisellä neljänneksellä 0,4 milj. euroa. Kokonaiskuluihin jatkuvista toiminnoista sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 4,1 (4,4) milj. euroa. Tammi–maaliskuun tulos jatkuvista toiminnoista oli 10,2 (9,1) milj. euroa ja oikaistu tulos jatkuvista toiminnoista 9,2 (9,1) milj. euroa.

OIKAISTU LIIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa	2020 1–3	2019 1–3	Muutos %	2019 1–12
Alma Markets	8,6	8,7	-0,5	37,7
Alma Talent	3,7	3,8	-3,8	14,8
Alma Consumer	0,7	1,0	-30,6	6,2
Segmentit yhteensä	13,0	13,5	-3,6	58,7
Kohdistamattomat toiminnot	-1,8	-2,0	8,9	-9,2
Yhteensä	11,2	11,5	-2,7	49,4

Liikevoittoa oikaisevat erät

Liikevoittoa oikaiseva erä on kokonaisvaltainen tuotto tai kulu, joka syntyy kerran tai harvoin tapahtuvan asian seurauksena. Konserni esittää oikaisuerinä liiketoimintojen tai omaisuuserien myynneistä tai lopetuksista aiheutuvat voitot tai tappiot, toiminnan uudelleenjärjestelyistä aiheutuvat voitot tai tappiot, sekä liikearvon ja omaisuuserien arvonalentumistappiot. Oikaisuerät kirjataan tuloslaskelmaan aiheuttamisperiaatteensa mukaiseen tuotto- tai kuluryhmään.

OIKAISTUT ERÄT milj. euroa	2020 1–3	2019 1–3	2019 1–12
Alma Markets			
Myyntivoitot ja -tappio	1,4		0,1
Alma Talent			
Uudelleenjärjestelykulut	-0,2		
Kohdistamattomat			
Myytyjen liiketoimintojen transaktiokustannukset	-0,1		
Liikevoiton oikaistut erät	1,0		0,1
Oikaistut erät tuloksessa ennen veroja	1,0		0,1

LIIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa	2020 1–3	2019 1–3	Muutos %	2019 1–12
Alma Markets	10,0	8,7	15,2	37,7
Alma Talent	3,5	3,8	-9,0	14,8
Alma Consumer	0,7	1,0	-30,6	6,2
Segmentit yhteensä	14,1	13,5	5,1	58,7
Kohdistamattomat toiminnot	-1,9	-2,0	1,5	-9,2
Yhteensä	12,2	11,5	6,2	49,5

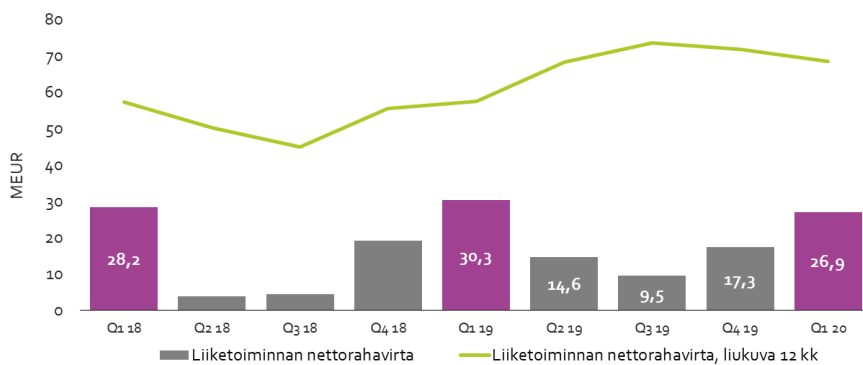
TASE JA RAHOITUSASEMA

Konsernitaseen loppusumma oli maaliskuun 2020 lopussa 417,1 (394,9) milj. euroa. Konsernin omavaraisuusaste oli maaliskuun lopussa 56,0 % (46,1 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 2,26 (1,71) euroa.

Konsernin liiketoiminnan rahavirta tammi–maaliskuussa sisältäen lopetetut toiminnot oli 26,9 (30,3) milj. euroa. Rahavirta ennen rahoitusta oli tammi–maaliskuussa 22,2 (29,9) milj. euroa.

Koronaepidemia vaikuttaa negatiivisesti yhtiön operatiiviseen rahavirtaan tulevina kuukausina tuloksen heikentymisen seurauksena. Yhtiön rahoitusasema on kuitenkin vahva, ja sitä parantaa huhtikuun lopussa toteutuva alueellisen median ja painoliiketoiminnan myynnistä saatava myyntitulo.

Liiketoiminnan rahavirta, MEUR, sisältäen jatkuvat ja lopetetut toiminnot



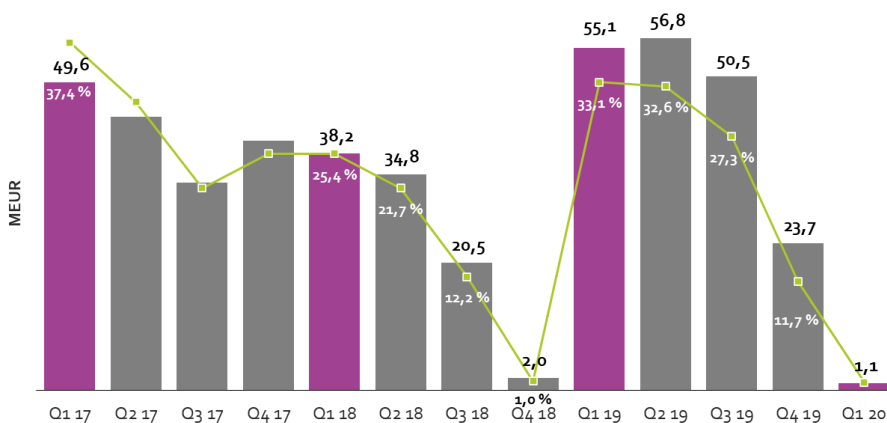
Konsernilla oli maaliskuun 2020 lopussa korollisia velkoja yhteensä 88,3 (102,7) milj. euroa, jotka koostuvat kokonaisuudessaan vuokrasopimusveloista. Konsernin korollinen nettovelka oli 1,1 (55,1) milj. euroa.

KOROLLISET NETTOVELAT, SISÄLTÄEN LOPETETUT TOIMINNOT (milj. euroa)	2020	2019	2019
	1—3	1—3	1—12
Korolliset pitkäaikaiset velat	76,5	91,2	79,0
Lyhytaikaiset korolliset velat	11,8	11,5	11,8
Rahavarat	87,2	47,6	67,1
Korolliset nettovelat	1,1	55,1	23,7

Alma Medialla on käytettävissä kaksi 12,5 milj. euron suuruista, sitovaa rahoituslimiittiä, jotka olivat 31.3.2020 kokonaan käyttämättä. Niiden lisäksi yhtiöllä on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistusohjelma oli 31.3.2020 käyttämättä.

Alma Medialla ei ollut yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvaroja. Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat rahoitusvelat olivat 3,5 milj. euroa.

Korolliset nettovelat ja velkaantumisasaste, sisältäen lopetetut toiminnot



Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2020

Alma Media Kustannuksen julkaisemien lehtien varhaisjakelu Pirkanmaalla ja Satakunnassa ulkoistettiin 1.1.2020 alkaen Postille kesällä 2019 solmitun liiketoimintakaupan ja jakelupalvelusopimuksen mukaisesti. Ulkoistuksen myötä Alma Manun noin 780 jakeluliiketoiminnan työntekijää siirtyivät Posti Groupille.

Bosnia-Hertsegovinan johtava online-rekryointipalvelu Kolektiv Ltd:n siirtyi kokonaisuudessaan Alma Median omistukseen tammikuussa 2020, kun osakekaupan toteutumisen ehtona ollut paikallinen kilpailuviranomaisprosessin päättyi.

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

Helmikuussa 2020 Muuttomaailma Oy:n osakekanta siirtyi kokonaisuudessaan Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartnersin omistukseen. Aiemmin Alma Mediapartners omisti 25 prosenttia yhtiöstä ja se raportoitin osakkuusyhtiönä.

Helmikuussa 2020 Alma Media solmi sopimuksen alueelliseen medialiiketoimintaan keskittyneen Alma Media Kustannus Oy:n ja painoliiketoimintaa harjoittavan Alma Manu Oy:n koko osakekannan myynnistä Sanoma Media Finland Oy:lle. Myytäviin liiketoimintoihin kuuluvat Alma Consumer-segmentissä raportoitavat alueelliset mediat Aamulehti ja Satakunnan Kansa sekä paikallismediat Janakkalan Sanomat, Jämsän Seutu, Kankaanpään Seutu, KVM-Lehti, Nokian Uutiset, Rannikkoseutu, Suur-Keuruu, Merikarvia-Lehti, Sydän-Satakunta, Tyrvään Sanomat, Valkeakosken Sanomat, Jokilaakso ja Vekari sekä Alma Manun painoliiketoiminta. Yrityskaupan täytäntöönpano oli mahdollinen Kilpailu- ja kuluttajaviraston hyväksynnälle ja erälle muille tavanomaisten ehtojen täyttymiselle. Kilpailu- ja kuluttajavirasto (KKV) antoi 19.3.2020 hyväksyntänsä yritysjärjestelylle. Kaupan toteuttamisen ehdot ovat siten täyttyneet ja kaupan odotetaan saatettavan päätökseen huhtikuun 2020 loppuun mennessä.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat vuonna 2020 tammi-maaliskuussa yhteensä 6,8 (1,0) milj. euroa. Investoinnit koostuivat Muuttomaailma Oy:n ja Kolektiv Ltd:n osakkeiden hankinnasta ja normaaleista käyttö- ja ylläpitoinvestoinneista.

INVESTOINNIT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)	2020 1—3	2019 1—3	2019 1—12
Alma Markets	6,3	0,4	6,8
Alma Talent	0,1	0,2	0,4
Alma Consumer	0,0	0,1	4,3
Segmentit yhteensä	6,4	0,6	11,6
Kohdistamattomat	0,4	0,4	1,0
Yhteensä	6,8	1,0	12,6

INVESTOINNIT JA YRITYSOSTOT (milj. euroa)	2020 1—3	2019 1—3	2019 1—12
Käyttöomaisuus	0,7	1,0	2,5
Yritysosotot	6,1	0,0	10,2
Yhteensä	6,8	1,0	12,6

POISTOT (milj. euroa)	2020 1—3	2019 1—3	2019 1—12
Käyttöomaisuushyödykkeiden poistot	2,7	3,0	11,0
Yrityshankintoihin liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot	1,4	1,4	5,7
Yhteensä	4,1	4,4	16,7

LIIKETOIMINTASEGMENTIT

Alma Median raportoitavat segmentit ovat digitaalisten markkinapaikkojen Alma Markets, talousmedian ja ammattilaisille sekä yrityksille suunnattujen palveluiden tarjoaja Alma Talent ja kuluttajamedialiiketoimintaan keskittyvä Alma Consumer. Konsernin emoyhtiön tuottamat keskitetyt palvelut sekä koko konsernia koskevat keskitetyt mainonnan ja digitaalisen myynnin tukipalvelut käsitellään segmenttiraportoinnin ulkopuolella. Konsernin raportoitavat segmentit vastaavat konsernin toimintasegmenttejä.

Alma Markets

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

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

AVAINLUVUT milj. euroa	2020 1–3	2019 1–3	Muutos %	2019 1–12
Liikevaihto	24,7	25,0	-0,9	100,0
Mainosmyynnin liikevaihto	22,2	22,8	-2,7	91,3
Palveluliikevaihto	2,6	2,2	18,7	8,7
Oikaistut kokonaiskulut	16,2	16,3	-1,0	62,5
Oikaistu käyttökate	9,8	9,9	-1,0	42,5
Käyttökate	11,2	9,9	12,8	42,6
Oikaistu liikevoitto	8,6	8,7	-0,5	37,7
% liikevaihdosta	34,9	34,7		37,7
Liikevoitto/-tappio	10,0	8,7	15,2	37,7
% liikevaihdosta	34,9	34,7		37,7
Henkilöstö keskimäärin	698	682	2,4	686
Digiliiketoiminnan liikevaihto	24,7	25,0	-0,9	100,0
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	100,0	100,0		100,0

Tammi—maaliskuu 2020

Vuoden 2020 ensimmäisellä vuosineljänneksellä Alma Markets -segmentin liikevaihto pysyi vertailukauden tasolla ja oli 24,7 (25,0) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 0,3 milj. euroa. Rekrytointiliiketoiminta laski 3,1 % ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 74,5 %. Lasku johtui pääosin Suomen ja Slovakian rekrytointiliiketoiminnasta. Suomessa asumisen ja autoilun markkinapaikka- ja järjestelmäliiketoiminnan kehitys jatkui vakaana. Asumisen liiketoiminta muodosti 16,5 % segmentin liikevaihdosta ja oli vertailukauden tasolla. Autoilun liiketoiminta muodosti 9,2 % segmentin liikevaihdosta ja kasvoi 23,2.

Katsauskauden kokonaiskulut olivat 16,2 (16,3) milj. euroa. Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto oli vuoden ensimmäisellä neljänneksellä 8,6 (8,7) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 34,9 % (34,7 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 10,0 (8,7) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät vaiheittaisten hankintojen myyntivoittoihin. Vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Alma Talent

Alma Talent -liiketoimintasegmentti julkaisee ammattilais- ja talousmediaa sekä bisnes- ja lakikirjoja. Lisäksi liiketoiminto tarjoaa eri alojen ammattilaisille ja yrityksille osaamisen kehittämistä tukevia ja liiketoimintaa kasvattavia palveluja, kuten tapahtumia, koulutusta sekä tieto- ja markkinointipalveluja. Alma Talent toimii Suomessa, Ruotsissa ja Baltian maissa. Alma Talentin medioita ovat muun muassa Kauppalehti, Talouselämä, Tekniikka & Talous ja Arvopaperi. Ruotsissa Alma Talentin julkaisu on muun muassa Ny Teknik.

AVAINLUVUT milj. euroa	2020 1—3	2019 1—3	Muutos %	2019 1—12
Liikevaihto	25,6	26,2	-2,1	102,9
Sisältöliikevaihto	11,7	11,7	0,0	46,6
Sisältöliikevaihto, painettu	7,9	8,7	-9,6	33,5
Sisältöliikevaihto, digi	3,9	3,0	27,8	13,1
Mainosmyynnin liikevaihto	7,2	7,5	-4,5	30,2
Mainosmyynti, painettu	3,1	3,5	-12,2	13,7
Mainosmyynti, digi	4,1	4,1	0,9	16,4
Palveluliikevaihto	6,7	6,9	-3,1	26,2
Oikaistut kokonaiskulut	22,0	22,4	-1,9	88,2
Oikaistu käyttökate	4,9	5,1	-4,8	19,9
Käyttökate	4,7	5,1	-8,7	19,9
Oikaistu liikevoitto	3,7	3,8	-3,8	14,8
% liikevaihdosta	14,4	14,6		14,4
Liikevoitto/-tappio	3,5	3,8	-9,0	14,8
% liikevaihdosta	13,6	14,6		14,4
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	485	481	0,9	489
Telemarkkinoijat keskimäärin	320	318	0,6	304
Digiliiketoiminnan liikevaihto	10,6	9,8	8,7	40,3
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	41,5	37,3		39,2

Tammi—maaliskuu 2020

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski tammi—maaliskuussa 2,1 % 25,6 (26,2) milj. euroon. Liikevaihdon lasku johtui pääosin Ruotsin medialiiketoiminnan liikevaihdon orgaanisesta laskusta sekä myytyjen liiketoimintojen vaikutuksesta (0,3 milj. euroa). Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 41,5 % (37,3 %).

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto pysyi vertailukauden tasolla 11,7 (11,7) milj. euroa. Digitaalinen sisältöliikevaihto kasvoi 27,8 % ja Suomen medialiiketoiminnan digitaaliset sisältötuotot kasvoivat 33,9 %.

Vuoden ensimmäisen neljänneksen mainosmyynti laski 4,5 % koronavirusepidemiasta johtuen ja oli 7,2 (7,5) milj. euroa. Mainonnan liikevaihto laski sekä Suomessa että Ruotsissa. Palveluliikevaihto laski 3,1 % ja oli 6,7 (6,9) milj. euroa. Palveluliikevaihdon laskuun vaikutti koronaepidemiasta johtuvat rajoitukset koulutustapahtumien järjestämisessä.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 22,0 (22,4) milj. euroa. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 3,7 (3,8) milj. euroa ja liikevoitto 3,5 (3,8) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 14,4 % (14,6 %) liikevaihdosta. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin. Vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Alma Consumer

Alma Consumer -segmentti keskittyy valtakunnalliseen kuluttajamedialiiketoimintaan, joka julkaisee sekä printissä että verkossa valtakunnallista uutismedia Italehteä. Lisäksi segmentissä raportoidaan verkkopalvelut Etua.fi, Telkku.com, Kotikokki.net, E-kontakti.fi. ja Rantapallo.fi.

AVAINLUVUT milj. euroa	2020 1—3	2019 1—3	Muutos %	2019 1—12
Liikevaihto	11,6	10,9	6,2	47,2
Sisältöliikevaihto	4,1	4,0	0,7	17,6
Sisältöliikevaihto, painettu	4,0	4,0	0,7	17,5
Sisältöliikevaihto, digi	0,0	0,0	-2,2	0,1
Mainosmyynnin liikevaihto	6,6	6,4	2,8	27,2
Mainosmyynti, painettu	0,6	0,9	-27,1	3,2
Mainosmyynti, digi	6,0	5,6	7,5	24,0

Palveluliikevaihto	0,9	0,4	107,3	2,4
Oikaistut kokonaiskulut	10,9	9,9	9,7	41,0
Oikaistu käyttökate	0,9	1,1	-21,7	6,8
Käyttökate	0,9	1,1	-21,7	6,8
Oikaistu liikevoitto	0,7	1,0	-30,6	6,2
% liikevaihdosta	5,8	8,8	-34,6	13,1
Liikevoitto/-tappio	0,7	1,0	-30,6	6,2
% liikevaihdosta	5,8	8,8	-34,6	13,1
Henkilöstö keskimäärin	191	173	9,9	183
Digiliiketoiminnan liikevaihto	6,9	6,0	15,5	26,4
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	59,8	55,0		55,9

Tammi—maaliskuu 2020

Alma Consumer -segmentin liikevaihto kasvoi tammi—maaliskuussa 6,2 % ja oli 11,6 (10,9) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 0,5 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 59,8 % (55,0 %).

Segmentin sisältöliikevaihto oli vertailukauden tasolla 4,1 (4,0) milj. euroa. Segmentin mainosmyynnin liikevaihto kasvoi 2,8 % ja oli 6,6 (6,4) milj. euroa. Digimainosmyynti kasvoi 7,5 % erityisesti sisältömarkkinoinnin vetämänä ja oli 6,0 (5,6) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 27,1 % ja oli 0,6 (0,9). Segmentin palveluliikevaihto kasvoi hankitun liiketoiminnan myötä 107,3 % ja oli 0,9 (0,4) milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut kasvoivat 9,7 % ja olivat 10,9 (9,9) milj. euroa. Kokonaiskulut kasvoivat pääosin hankitun liiketoiminnan vaikutuksesta. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 0,7 (1,0) milj. euroa, 5,8 % (8,8 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 0,7 (1,0) milj. euroa. Katsauskaudella ja vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

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

VARAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)			
	31.3.2020	31.3.2019	31.12.2019
Alma Markets	109,3	105,5	108,2
Alma Talent	97,0	104,6	98,1
Alma Consumer *)	11,5	63,6	11,9
Segmentit yhteensä	217,7	273,7	218,1
Myytäväksi luokitellut varat	93,1		83,3
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	106,3	121,2	99,4
Yhteensä	417,1	394,9	400,9

VELAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)			
	31.3.2020	31.3.2019	31.12.2019
Alma Markets	34,6	46,0	35,7
Alma Talent	30,4	33,7	26,9
Alma Consumer *)	6,4	50,7	6,1
Segmentit yhteensä	71,3	130,4	68,7
Myytävänä oleviksi luokiteltuihin omaisuuseriin liittyvät velat	71,8		72,4
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	55,7	95,3	57,3
Yhteensä	198,8	225,7	198,4

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

Varsinainen yhtiökokous 2020

Koronavirustilanteen kehittymisen ja Suomen hallituksen 16.3.2020 tekemien linjausten seurauksena Alma Median hallitus päätti perua keskiviikoksi 25.3.2020 koolle kutsutun varsinaisen yhtiökokouksen.

Alma Media tiedotti 7.4.2020 kutsuvansa koolle varsinaisen yhtiökokouksen 29.4.2020. Kokous pidetään Alma Median pääkonttorin Alma-talon tiloissa osoitteessa Alvar Aallon katu 3 C, 00100 Helsinki, jos kokouksen osallistujamäärä on niin vähäinen, että yhtiökokous voidaan järjestää turvallisesti ja Suomen viranomaisten ohjeita noudattaen.

Turvallisuussyistä yhtiön hallitus pyytää vahvasti osakkeenomistajia olemaan saapumatta kokouspaikalle. Sen sijaan osakkeenomistajia kehoitetaan seuraamaan yhtiökokousta verkossa, ja käyttämään äänioikeuttaan yhtiön tarjoaman valtakirjapalvelun avulla tai äänestämällä ennakoon. Lisätietoja internetsivuilla <https://www.almamedia.fi/yhtiokokous/2020>

Yhtiökokouksukuusi kokonaisuudessaan, kokouksen esityslista, hallituksen ehdotukset sekä muut yhtiökokouksen asiakirjat ovat nähtävillä yhtiön internetsivuilla <https://www.almamedia.fi/yhtiokokous/2020>

Osake ja osakemarkkinat

Tammi–maaliskuussa NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 1 365 038 Alma Median osaketta, mikä vastasi 0,7 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 31.3.2020 oli 6,18 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 5,82 euroa ja ylin 9,30 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 509,1 milj. euroa. Alma Media Oyj:llä on hallussaan omia osakkeita yhteensä 31 011 kappaletta.

Osakepohjaiset sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät LTI 2015 ja LTI 2019

Alma Median pitkän aikavälin osakepohjaiset kannustinjärjestelyt yhtiön johdolle ja eräille avainhenkilöille koostuvat vuosittain alkavista yksittäisistä osakepalkkio-ohjelmista, joista kukin on ehdollinen hallituksen erilliselle hyväksynnälle. Kunkin yksittäisen ohjelman pääelementit ovat: sijoitus yhtiön osakkeisiin edellytyksenä ohjelmaan osallistumiselle, osakesijoitukseen perustuvat lisäosakkeet, mahdollisuus ansaita suoriteperusteisia lisäosakkeita ja luovutusrajoitus.

Alma Media julkisti 14.2.2020 EU:n osakkeenomistajien oikeudet direktiivin (SHRD) mukaisesti palkitsemispolitiikan eli toimielinten palkitsemisen periaatteita sekä toimeisopimusten keskeiset ehdot ja se on saatavilla yhtiön nettisivuilta osoitteesta www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/palkitseminen. Eri osakepohjaisten sitouttamis- ja kannustinjärjestelmien (pitkän aikavälin sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät) ehdot on kuvattu yhtiön palkitsemispolitiikassa.

Alma Media Oyj:n hallitus päätti helmikuussa uuden jakson alkamisesta ylimmän johdon pitkän aikavälin osakepohjaisessa kannustinjärjestelmässä (LTI 2019 I). Hallitus on lisäksi päättänyt uuden jakson alkamisesta suoriteperusteisessa osakepalkkiojärjestelmässä, joka on suunnattu keskijohdolle ja valituille avainhenkilöille. Kannustinjärjestelmät perustettiin ja niistä tiedotettiin alunperin joulukuussa 2018.

Markkinatakaus

Alma Media Oyj:n osakkeelle ei ole voimassa olevaa markkinatakausta.

Liputusilmoitukset

Vuoden 2020 ensimmäisen vuosineljänneksen aikana yhtiö ei vastaanottanut liputusilmoituksia.

Riskit ja riskienhallinta

Alma Media -konsernissa riskienhallinnan tehtävä on havaita, arvioida ja hallinnoida yritystoiminnassa esiintyviä mahdollisuuksia, uhkia ja riskejä asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi ja toiminnan jatkuvuuden turvaamiseksi. Riskienhallintaprosessin avulla tunnistetaan ja hallitaan riskit, kehitetään riskienhallintakeinoja ja raportoidaan

riskeistä säännöllisesti riskienhallintaorganisaatiolle ja hallitukselle. Riskienhallinta on osa Alma Median sisäistä valvontaa ja näin ollen osa hyvää johtamis- ja hallintojärjestelmää.

Alma Median merkittävimmät strategiset riskit ovat painetun median osalta lehtien lukijamäärien merkittävä lasku sekä digitaalisen median verkkoyhteisön pieneneminen, mainosmyynnin pysyvä vähentyminen sekä jakelukustannusten merkittävä nousu. Suurimpien talouden ja tekniikan aikakauslehtien ryhmätilaukset ovat kattavuudeltaan merkittäviä. Muutokset näissä sopimuksissa saattavat muuttaa lehtien tilausmääriä suuresti. Mediatoimiala muuttuu mediakäytön muutosten ja teknologian kehittymisen myötä. Alma Median liiketoiminnan yhä keskeisempi kilpailukykytekijä, mutta myös strateginen riski on kyky hyödyntää asiakasdataa mainostaja-asiakkaiden tuote- ja palvelutarjoaman parantamiseksi ja loppukäyttäjien palvelujen rikastamiseksi. Asiakas- ja käyttäytymistietoa hallitaan keskittämällä asiakastietovarastoja ja ottamalla käyttöön analysointi- ja aktivointitekniikoihin reguloivia vaatimukset huomioiden. Media-alaa koskeva sääntely ja siihen liittyvät markkinakäytännöt ovat kiristymässä. Teknologisen kehityksen myötä ja mediakulutuksen painopisteen siirtyessä digitaalisiin kanaviin Alma Media vastaa toimintaympäristön muutokseen kehittämällä digitaalisia palveluja ja tuotteita kuluttajille ja yritysille.

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 merkittävimmät ovat tietotekniikan ja -liikenteen häiriöt sekä painotoiminnan keskeytyminen. Laaja-alainen pandemia voi merkittävästi vaikuttaa toisaalta palveluiden ja tuotteiden kysyntään sekä toisaalta aiheuttaa oleellisia tuotantokatkoksia liiketoimintaprosesseihin merkittävistä henkilöstön terveyteen kohdistuvista riskeistä johtuen.

Katsauskauden jälkeiset tapahtumat

Yhtiöllä ei ole olennaisia katsauskauden jälkeisiä tapahtumia.

OSAVUOSIKATSAUSLYHENNELMÄ JA LIITETIEDOT

LAAJA TULOSLASKELMA (milj. euroa)	2020 1—3	2019 1—3	Muutos %	2019 1—12
LIKEVAIHTO	61,9	62,1	-0,4	250,2
Liiketoiminnan muut tuotot	1,4	0,1	1 683,0	0,6
Materiaalit ja palvelut	9,4	9,6	-1,7	38,3
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	25,6	24,9	2,5	97,4
Poistot ja arvonalentumiset	4,1	4,4	-5,4	16,7
Liiketoiminnan muut kulut	12,0	11,8	1,5	48,9
LIKEVOITTO	12,2	11,5	6,2	49,5
Rahoitustuotot	0,5	0,1	465,1	0,3
Rahoituskulut	0,2	0,3	-8,1	1,3
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,0	0,1	-115,7	0,5
TULOS ENNEN VEROJA	12,5	11,4	9,9	49,0
Tuloverot	2,3	2,2	2,6	8,6
JATKUVIEN TOIMINTOJEN VOITTO	10,2	9,1	11,7	40,5
VOITTO LOPETETUISTA TOIMINNOISTA	8,7	2,1	311,5	8,2
TILIKAUDEN VOITTO	18,9	11,3	68,2	48,7
MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:				
Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi				
Etuus pohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät				-0,2
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi				
Muuntoerot	-2,0	-0,3		0,1
Osuus osakkuusyrityksissä kirjatusta muista laajan tuloksen eristä	0,0	0,0		0,0
Tilikauden muut laajan tuloksen eriin liittyvät verot	0,0	0,0		0,0
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	-2,0	-0,3		-0,1
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	16,9	10,9		48,5
Tilikauden tuloksen jakautuminen:				
- Emoyhtiön omistajille	17,3	9,8		42,2
- Määräysvallattomille omistajille	1,6	1,5		6,4
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:				
- Emoyhtiön omistajille	15,3	9,5		42,1
- Määräysvallattomille omistajille	1,6	1,5		6,4
Laajan tuloksen jakautuminen				
- Jatkuvat toiminnot	7,2	8,8		40,3
- Lopetetut toiminnot	9,8	2,1		8,2
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:				
- Tulos/osake laimentamaton	0,21	0,12		0,51
- Tulos/osake laimennettu	0,21	0,12		0,50
- Tulos/osake , jatkuvat toiminnot	0,10	0,09		0,41
- Tulos/osake, lopetetut toiminnot	0,11	0,03		0,10

*) Laajan tuloksen erät kohdistuvat jatkuville liiketoiminnoille

TASE (milj. euroa)	31.3.2020	31.3.2019	31.12.2019
VARAT			
PITKÄAIKAISET VARAT			
Liikearvo	132,4	133,4	130,3
Aineettomat hyödykkeet	53,1	57,3	54,3
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	44,7	104,5	47,4
Osuudet osakkuusyrytyksissä	2,8	4,2	3,2
Muut rahoitusvarat	3,8	5,0	3,3
Laskennalliset verosaamiset	0,5	1,5	0,4
LYHYTAIKAISET VARAT			
Vaihto-omaisuus	0,7	3,5	0,7
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,4	0,5	1,5
Myyntisaamiset ja muut saamiset	26,9	37,4	28,0
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	0,4	0,0	0,0
Rahavarat	58,3	47,6	48,4
Myytävänä oleviksi luokitellut omaisuuserät *)	93,1		83,3
VARAT YHTEENSÄ	417,1	394,9	400,9
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
Osakepääoma	45,3	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7	7,7
Muuntoerot	-2,5	-0,9	-0,5
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,1	19,1	19,1
Kertyneet voittovarot	117,2	69,9	100,5
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	186,8	141,2	172,1
Määräysvallattomien omistajien osuus	31,4	28,0	30,4
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	218,3	169,2	202,5
VIERAS PÄÄOMA			
PITKÄAIKAISET VELAT			
Pitkäaikaiset korolliset velat	35,2	91,2	36,9
Laskennalliset verovelat	10,6	11,9	11,1
Eläkevelvoitteet	0,8	1,1	0,8
Varaukset	0,3	0,4	0,4
Muut rahoitusvelat	2,0	0,0	2,0
Muut pitkäaikaiset velat	0,1	0,1	0,1
LYHYTAIKAISET VELAT			
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	8,9	20,4	9,0
Saadut ennakot	14,3	28,1	12,5
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	3,1	1,9	2,5
Varaukset	0,1	0,7	0,1
Ostovelat ja muut velat	51,6	69,9	50,6
Myytävänä oleviksi luokiteltuihin omaisuuseriin liittyvät velat *)	71,8		72,4
VELAT YHTEENSÄ	198,8	225,7	198,4
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	417,1	394,9	400,9

*) Luokittelu myytäviksi omaisuuseriksi ja veloiksi tehtiin tilinpäätöksessä 2019. Tasetta ei ole vertailukausien osalta oikaistu.

LASKELMA KONSERNIN OMAN PÄÄOMAN MUUTOKSISTA

Sarakeotsikot:

A = Osakepääoma

B = Ylikurssirahasto

C = Muuntoerot

D = Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto

E = Kertyneet voittovarot

F = Yhteensä

G = Määräysvallattomien omistajien osuus

H = Oma pääoma yhteensä

Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma								
(milj. euroa)	A	B	C	D	E	F	G	H
Oma pääoma 1.1.2020	45,3	7,7	-0,5	19,1	100,5	172,1	30,4	202,5
Tilikauden tulos					17,3	17,3	1,6	18,9
Muut laajan tuloksen erät						0,0		
Muuntoerot			-2,0			-2,0	-0,9	-2,9
Liiketoimet omistajien kanssa								
Tytäryritysten osingonjako						0,0	-0,2	-0,2
Omien osakkeiden hankinta					-0,8	-0,8		-0,8
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					0,2	0,2		0,2
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset					0,0	0,0	0,5	0,4
Oma pääoma 31.3.2020	45,3	7,7	-2,5	19,1	117,2	186,8	31,4	218,3

Oma pääoma 1.1.2019	45,3	7,7	-0,6	19,1	88,7	160,2	26,6	186,8
Tilikauden tulos					9,8	9,8	1,5	11,3
Muut laajan tuloksen erät								
Muuntoerot			-0,3			-0,3	-0,1	-0,4
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-28,8	-28,8		-28,8
Tytäryritysten osingonjako							-0,1	-0,1
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					0,4	0,4		0,4
Oma pääoma 31.3.2019	45,3	7,7	-0,9	19,1	69,9	141,2	28,0	169,2

RAHAVIRTALASKELMA (milj. euroa)	2020 1—3	2019 1—3	2019 1—12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA			
Tilikauden voitto	18,9	11,3	48,7
Oikaisuerät	8,1	9,0	35,2
Käyttöpääoman muutos	2,4	14,6	2,0
Saadut osingot	0,0		0,4
Saadut korot	0,0	0,0	0,1
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-0,8	-0,6	-2,2
Maksetut verot	-1,7	-4,1	-12,4
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	26,9	30,3	71,8
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA			
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	-0,2	-0,2	-0,8
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-0,4	-0,2	-0,7
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot		0,0	0,0
Investoinnit muihin sijoituksiin	-0,4		
Myytävissä olevien rahoitusvarojen myynnit			0,8
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla	-4,2		-15,4
Liiketoimintojen myynnit vähennettynä myyntihetken rahavaroilla	0,4		6,2
Investointien rahavirta yhteensä	-4,8	-0,4	-9,9
Rahavirta ennen rahoitusta	22,2	29,9	61,9
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA			
Omien osakkeiden hankinta	-0,8		
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-2,4	-3,0	-11,6
Maksetut osingot	-0,2	-28,9	-32,7
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-3,3	-31,9	-44,3
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	18,8	-2,0	17,6
Rahavarat kauden alussa	67,1	49,5	49,5
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	1,3	0,1	-0,1
Rahavarat kauden lopussa	87,2	47,6	67,1

Osakkuusyhtiöt

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

OSUUS OSAKKUUSYHTIÖIDEN TULOKSISTA milj. euroa	2020 1—3	2019 1—3	2019 1—12
Alma Markets	0,0	0,1	0,6
Alma Talent	0,0	0,0	0,0
Alma Consumer	0,0	0,0	0,0
Muut osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0
Yhteensä	0,0	0,1	0,5

Hankitut liiketoiminnot 2020

Alma Media on toteuttanut seuraavat yritysjärjestelyt vuoden 2020 aikana:

	<u>Liiketoiminto</u>	<u>Hankintahetki</u>	<u>Hankintaosuus</u>	<u>Konsernin omistusosuus</u>
<u>Alma Markets segmentti</u>				
Kolektiv Ltd	Verkkopalvelu	9.1.2020	70 %	83 %
Muuttomaailma Oy	Verkkopalvelu	25.2.2020	75 %	65 %

Tiedot segmentin hankituista liiketoiminnoista esitetään yhdistettynä.

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

Ehdolliset kauppahinnat

Liiketoimintakaupoista syntyneet ehdolliset vastikkeet luokitellaan käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavaksi rahoitusvelaksi. Tehtyjen liiketoimintakauppojen ehdollisten vastikkeiden määrä perustuu hankittujen liiketoimintojen vuoden 2019 ja 2020 tulokseen.

EHDOLLISET KAUPPAHINTAVELAT, JATKUVAT TOIMINNOT (milj. euroa)	
Velkojen alkuperäinen käypä arvo	4,6
Käyvän arvon muutokset aiempina tilikausina	-0,4
Maksetut velat	-0,7
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella	
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	3,5

Lopetetut toiminnot

Alma Media tiedotti 11.2.2020 alueellisen liiketoiminnan ja painoliiketoiminnan myynnistä Sanoma Media Finland Oy:lle. Myytävänä oleva liiketoiminta on raportoitu aiemmin pääosin Alma Consumer -segmentissä. Kilpailu- ja kuluttajavirasto antoi hyväksyntänsä kaupalle 19.3.2020 ja se toteutuu 30.4.2020.

Alma Media on soveltanut IFRS 5 Myytävänä olevat pitkäaikaiset omaisuuserät ja lopetetut toiminnot - standardin vaatimuksia alueellisen liiketoiminnan ja painoliiketoiminnan myynnin luokittelussa, esittämisessä ja kirjaamisessa. Alma Media on luokitellut liiketoiminnot myytävänä oleviksi omaisuuseriksi ja raportoi ne lopetettuina toimintoina.

Konsernin tuloslaskelmassa esitetään lopetetut toiminnot erillään jatkuvista toiminnoista ja vertailukausi on oikaistu vastaavasti. Tasetta ei ole oikaistu aikaisempien kausien osalta. Lopetettuihin toimintoihin liittyvät omaisuuserät ja velat esitetään erikseen omilla riveillään taseessa.

Lopetettujen toimintojen tulos, varat ja velat sekä rahavirrat on esitetty seuraavissa taulukoissa.

Lopetettujen toimintojen tuloslaskelma

(milj. euroa)	31.3.2020	31.3.2019	2019
Liikevaihto	20,7	22,6	92,2
Liiketoiminnan muut tuotot *)	8,0	0,1	0,2
Kulut	-17,2	-18,5	-75,8
Poistot ja arvonalentumiset **)	0,0	-1,3	-5,2
Nettorahoituskulut ***)	-0,6	-0,3	-1,1
Voitto ennen veroja	10,9	2,6	10,4
Tuloverot	-2,2	-0,5	-2,2
Voitto lopetetuista toiminnoista	8,7	2,1	8,2

*) sisältää jakelun ulkoistuksen yhteydessä saadun myyntivoiton

**) luokittelusta johtuen poistot jäädytetty tilikauden 2020 alussa. Poistojen määrä 1,2 milj.euroa.

**) nettorahoituskulut ovat kasvaneet painokiinteistön siirron myötä lopetetuille toiminnoille

Lopetettujen toimintojen liikevaihto laski 8,5 %, jossa merkittävin vaikutus oli painetun median mainosmyynnin laskulla. Koronaepidemiolla oli merkittävä vaikutus maaliskuun mainosmyynnin laskuun. Lisäksi lopetettujen toimintojen liikevaihtoa laskivat jakelun ulkoistus sekä painon liikevaihdon lasku.

Jatkuvien ja lopetettujen toimintojen väliset transaktiot on eliminoitu IFRS 10 standardin mukaisesti. Lopetetut toiminnot ovat myyneet konsernin sisäisesti paino- ja muita palveluita jatkuville toiminnoille 1,3 (1,9) milj. euroa. Nämä erät on eliminoitu lopetettujen toimintojen liikevaihdosta ja niitä vastaavat kulut lopetettujen toimintojen kuluista.

Lopetettujen toimintojen kuluista on ensimmäisellä vuosineljänneksellä vähennetty 0,5 (0,5) milj. euroa ja nämä kulut on siirretty rasittamaan jatkuvien toimintojen tulosta. Nämä kulut muodostuvat tukipalveluiden kiinteistä kuluista, joiden on arvioitu rasittavan jatkuvia toimintoja myös myynnin jälkeen.

Myytävänä oleviksi luokitellut varat 2020

(milj. euroa)	31.3.2020	31.12.2019
Aineelliset hyödykkeet	44,1	43,2
Liikearvo	11,7	11,7
Muut aineettomat hyödykkeet	0,7	0,7
Muut pitkäaikaiset varat	0,1	0,1
Pitkäaikaiset saamiset	0,3	0,3
Laskennalliset verosaamiset	1,0	1,0
Vaihto-omaisuus	2,4	2,1
Myyntisaamiset ja muut saamiset	3,8	5,5
Rahavarat	28,9	18,7
Myytävänä olevaan luovutettavien erien ryhmään sisältyvä varat yhteensä	93,1	83,3

Myytävänä oleviksi luokiteltuihin varoihin välittömästi liittyvät velat 2020

(milj. euroa)	31.3.2020	31.12.2019
Korolliset pitkäaikaiset velat	41,3	42,1
Laskennalliset verovelat	0,6	0,6
Eläkevelvotteet	0,4	0,4
Muut pitkäaikaiset velat	0,0	0,0
Lyhytaikaiset korolliset velat	4,4	4,3
Lyhytaikaiset saadut ennakot	13,0	14,0
Verovelat		0,0
Varaukset	0,4	0,4
Ostovelat ja muut lyhytaikaiset velat	11,6	10,4
Myytävänä olevaan luovutettavien erien ryhmään siirtyvät velat yhteensä	71,8	72,4

Henkilöstö

HENKILÖSTÖN MAANTIETEELLINEN JAKAUMA	2020	2019	2019
	1—3	1—3	1—12
Henkilöstö Suomi	893	850	882
Henkilöstö muut maat	642	654	647
Henkilöstö yhteensä	1534	1504	1530

Varaukset

Yhtiöllä sisältäen lopetetut toiminnot oli 31.3.2020 yhteensä 0,8 (1,1) milj. euroa varauksia. Varausten muodostamisen yhteydessä tehtyjä arvioita ei ole ollut tarvetta muuttaa.

Vastuut

VASTUUSITOUMUKSET SISÄLTÄEN LOPETETUT TOIMINNOT (milj. euroa)	31.3.2020	31.3.2019	31.12.2019
Muiden puolesta annetut vakuudet			
Takaukset	0,9	0,9	0,9
Muut vastuusitoumukset	0,1	0,2	0,2
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:			
Yhden vuoden kuluessa	0,5	0,9	0,9
1-5 vuoden kuluessa	0,7	0,7	0,5
yli viiden vuoden kuluttua	0,0	0,0	0,0
Yhteensä	1,2	1,6	1,4

JOHDANNAISSOPIMUKSET (milj. euroa)	31.3.2020	31.12.2019
Hyödyke johdannaiset, sähkötermiinit		
Käypä arvo	-0,1	0,0
Nimellisarvo	0,2	0,2
Valuuttajohdannaiset		
Käypä arvo	0,4	-0,1
Kohde-etuuden arvo	7,5	4,5

Lähipiiritapahtumat

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

LÄHIPIIRITAPAHTUMAT (milj. euroa)	2020 1—3	2019 1—3	2019 1—12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,0	0,1	0,3
Osakkuusyhtiöt		0,1	0,2
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,1
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,1	0,1	0,5
Osakkuusyhtiöt	0,1	0,1	0,5
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0
Myynti, laina- ja muut saamiset raportointikauden lopussa		0,0	
Osakkuusyhtiöt		0,0	

KONSERNI VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN milj. euroa	2020 1—3	2019 10—12	2019 7—9	2019 4—6	2019 1—3
LIKEVAIHTO	61,9	65,8	58,2	64,1	62,1
Alma Markets	24,7	24,6	24,9	25,6	25,0
Alma Talent	25,6	28,3	22,3	26,1	26,2
Alma Consumer	11,6	12,8	11,1	12,3	10,9
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,1	0,1	-0,1	0,1	0,1
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	50,7	53,4	44,8	52,2	50,7
Alma Markets	16,2	16,0	14,3	15,9	16,3
Alma Talent	22,0	23,4	19,5	22,9	22,4
Alma Consumer	10,9	11,0	9,8	10,3	9,9
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	1,7	2,9	1,3	3,2	2,0
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	15,3	16,5	17,6	16,2	15,9
Alma Markets	9,8	9,8	11,8	11,0	9,9
Alma Talent	4,9	6,1	4,1	4,5	5,1
Alma Consumer	0,9	2,0	1,5	2,2	1,1
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,2	-1,5	0,1	-1,5	-0,3
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	11,2	12,5	13,5	11,9	11,5
Alma Markets	8,6	8,6	10,6	9,8	8,7
Alma Talent	3,7	4,8	2,9	3,3	3,8
Alma Consumer	0,7	1,8	1,3	2,0	1,0
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,8	-2,8	-1,3	-3,1	-2,0
% LIIKEVAIHDOSTA	18,1	19,0	23,2	18,6	18,5
Alma Markets	34,9	35,0	42,7	38,2	34,7
Alma Talent	14,4	17,1	12,9	12,5	14,6
Alma Consumer	5,8	14,3	12,1	16,5	8,8
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OIKAISTUT ERÄT	1,0	0,2	0,1	-0,3	0,0
Alma Markets	1,4	0,0	0,1	0,0	0,0
Alma Talent	-0,2	0,0	0,0	0,0	0,0
Alma Consumer	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Kohdistamattomat toiminnot	-0,1	0,2	0,0	-0,3	0,0
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	12,2	12,6	13,6	11,8	11,5
Alma Markets	10,0	8,6	10,7	9,8	8,7
Alma Talent	3,5	4,8	2,9	3,3	3,8
Alma Consumer	0,7	1,8	1,3	2,0	1,0
Kohdistamattomat toiminnot	-1,9	-2,6	-1,3	-3,3	-2,0
Rahoitustuotot	0,6	0,0	0,0	0,2	0,0
Rahoituskulut	0,3	0,1	0,0	1,0	-0,2
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	0,0	0,1	0,2	0,1	0,1
TULOS ENNEN VEROJA	12,5	12,7	13,8	11,2	11,4
Tuloverot	-2,3	-2,5	-2,0	-1,9	-2,2
TILIKAUDEN TULOS	10,2	10,2	11,8	9,3	9,1

Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä osavuositarkastus on laadittu IFRS -standardien mukaisesti (IAS 34). Osavuositarkastuksessa noudatetaan samoja laatimisperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin vuosittain päätöksessä 31.12.2019 sekä niitä uusia ja uudistettuja IFRS-standardeja, jotka on kuvattu vuoden 2019 tilinpäätöksessä. Osavuositarkastus ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään vuosittain päätöksessä. Näin ollen osavuositarkastusta tulee lukea yhdessä yhtiön vuosittain päätöksen 2019 kanssa. Osavuositarkastukseen on sovellettu samoja laatimisperiaatteita kuin konsernitiilinpäätöksessä pois lukien seuraavat tilikauden alussa käyttöön otetut uudet standardit:

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

Jatkuviin toimintoihin kuuluvat digitaalisten markkinapaikkojen segmentti Alma Markets, talousmedian ja ammattilaisille sekä yrityksille suunnattujen palveluiden tarjoaja Alma Talent ja valtakunnalliseen kuluttajamedialiiiketoimintaan keskittyvä Alma Consumer. Divestoinnin jälkeen jäljelle jäävät, arvioidut ja kiinteät tukipalveluihin liittyvät kulut, on kohdistettu jatkuville toiminnoille ja vertailutiedot vuodelta 2019 on oikaistu vastaavasti.

Vaihtoehtoiset tunnusluvut

Alma Media Oyj käyttää ja julkaisee lisäksi vaihtoehtoisia tunnuslukuja antaakseen paremman kuvan liiketoiminnan operatiivisesta kehityksestä ja parantaakseen vertailukelpoisuutta raportointikausien välillä. Vaihtoehtoiset tunnusluvut raportoidaan IFRS-tunnuslukujen lisäksi.

Alma Media Oyj:n käyttämät vaihtoehtoiset tunnusluvut ovat:

Oikaistu liikevoitto (MEUR ja % liikevaihdoista) Tulos ennen veroja ja rahoituseriä ilman oikaistuja eriä

Oikaistu käyttökate Liikevoitto ilman poistoja, arvonalentumisia ja oikaistuja eriä

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

Korollinen nettovelka (MEUR)

Korolliset velat - rahavarat

Tämän tiedotteen luvut ovat tilintarkastamattomia.

Toiminnan kausiluonteisuus

Konsernissa kirjataan kustannustoiminnasta saatavat sisältötuotot suoriteperusteisesti. Tämän vuoksi sisältöliikevaihto kertyy tuloslaskelmassa vuoden aikana melko tasaisesti vuoden eri neljänneksillä. Tilauslaskutus kohdistuu alkuvuoteen, minkä johdosta liiketoiminnan rahavirran kertymä painottuu voimakkaimmin alkuvuoteen. Tämä vaikuttaa myös yhtiön erilaiseen taseasemaan vuoden eri neljänneksillä.

Yleislausunto

Tämän tiedotteen tietyt lausunnot ovat ennusteita ja perustuvat johdon näkemykseen niiden antohetkellä. Tästä syystä niihin sisältyy riskejä ja epävarmuustekijöitä. Ennusteet saattavat muuttua, jos yleisessä taloudellisessa tilanteessa tapahtuu merkittäviä muutoksia.

ALMA MEDIA OYJ

Hallitus

Lisätietoja:

Toimitusjohtaja Kai Telanne, puhelin 010 665 3500

Talous- ja rahoitusjohtaja Juha Nuutinen, puhelin 010 665 3873

Alma Median taloudellinen kalenteri vuonna 2020

- Osavuositarkastus tammi–kesäkuulta 2020 perjantaina 17.7.2020 noin klo 8.00
- Osavuositarkastus tammi–syyskuulta 2020 torstaina 22.10.2020 noin klo 8.00.

Varsinainen yhtiökokous on suunniteltu pidettäväksi keskiviikkona 29.4.2020. Yhtiökokoukseen liittyvät aineistot kootaan Alma Median verkkosivuille.