



Alma Media Oyj

Q2 osavuosikatsaus

22.7.2016



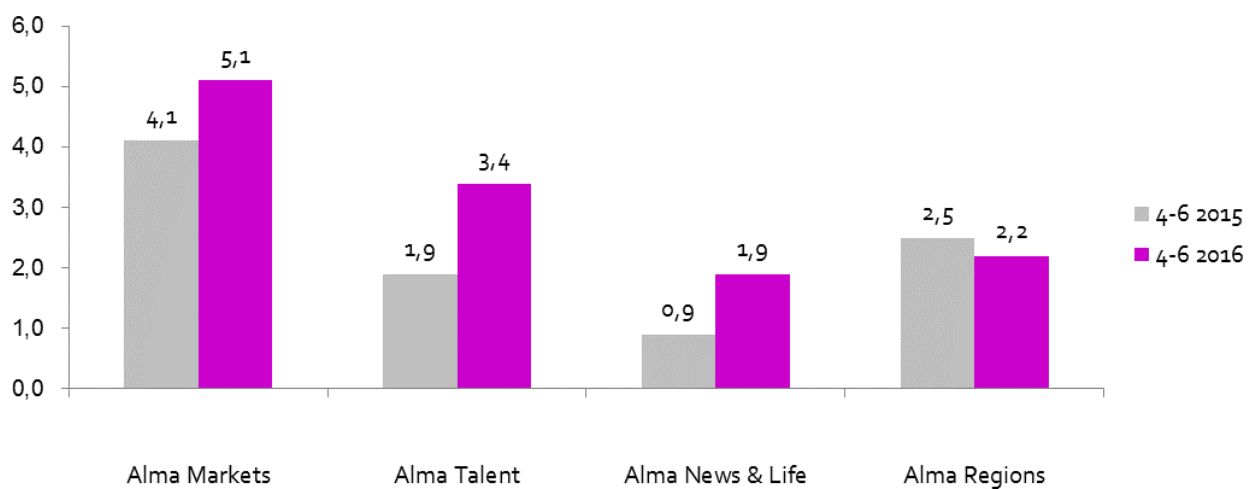
Alma Median osavuositarkastus tammi—kesäkuu 2016:

HYVÄ KANNATTAVUUDEN JA DIGITAALISEN LIIKETOIMINNAN KASVU TOISELLA VUOSINELJÄNNEKSELLÄ

Taloudellinen kehitys huhti—kesäkuussa 2016:

- Liikevaihto 92,0 (73,0) milj. euroa, kasvua 25,9 %.
- Oikaistu liikevoitto 9,9 (6,8) milj. euroa, 10,8 % (9,3 %) liikevaihdosta, kasvua 45,5 %.
- Liikevoitto 9,1 (8,1) milj. euroa eli 9,9 % (11,1 %) liikevaihdosta, kasvua 12,5 %.
- Osakekohtainen tulos 0,07 (0,07) euroa.
- Alma Markets: Vahva kasvu ulkomailla ja kotimaassa jatkui.
- Alma Talent: Talentum integraatiosta saadut hyödyt nostivat liikevoittoa.
- Alma News & Life: Segmentin verkkomainonta kasvoi 26,6 %.
- Alma Regions: Kannattavuus heikkeni hieman vertailukaudesta.

Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto huhti—kesäkuu, milj. euroa (ei sisällä kohdistamattomia toimintoja)



Taloudellinen kehitys tammi—kesäkuussa 2016:

- Liikevaihto 178,7 (144,9) milj. euroa, kasvua 23,3 %.
- Oikaistu liikevoitto 15,4 (8,7) milj. euroa, 8,6 % (6,0 %) liikevaihdosta, kasvua 77,1 %.
- Liikevoitto 11,6 (10,8) milj. euroa eli 6,5 % (7,4 %) liikevaihdosta, kasvua 7,8 %.
- Osakekohtainen tulos 0,08 (0,09) euroa.
- Velkaantumisaste kauden lopussa oli 55,7 % ja omavaraisuusaste 41,9 %.

Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto tammi—kesäkuu, milj. euroa (ei sisällä kohdistamattomia toimintoja)



AVAINLUVUT milj. euroa	2016 4—6	2015 4—6	Muutos %	2016 1—6	2015 1—6	Muutos %	2015 1—12
Liikevaihto	92,0	73,0	25,9	178,7	144,9	23,3	291,5
Sisältöliikevaihto	32,6	24,2	34,7	65,0	50,1	29,6	104,1
Sisältömyynti, painettu	28,9	22,5	28,6	57,9	47,0	23,3	97,0
Sisältömyynti, verkko	3,7	1,7	114,7	7,0	3,2	123,2	7,1
Mainosmyynnin liikevaihto	45,6	38,4	18,8	86,3	73,9	16,8	148,2
Mainosmyynti, painettu	19,4	17,8	9,1	35,9	34,5	3,8	66,2
Mainosmyynti, verkko	26,2	20,6	27,5	50,5	39,3	28,5	82,0
Palveluliikevaihto	13,8	10,5	31,7	27,4	20,9	31,0	39,2
Oikaistut kokonaiskulut	82,2	66,4	23,8	163,6	136,4	19,9	268,7
Oikaistu käyttökate	14,4	10,2	40,9	24,3	15,6	56,5	37,4
Käyttökate	13,6	11,5	18,3	20,5	17,6	16,6	34,5
Oikaistu liikevoitto	9,9	6,8	45,5	15,4	8,7	77,1	23,4
% liikevaihdosta	10,8	9,3		8,6	6,0		8,0
Liikevoitto (-tappio)	9,1	8,1	12,5	11,6	10,8	7,8	17,7
% liikevaihdosta	9,9	11,1		6,5	7,4		6,1
Tilikauden tulos	6,9	6,3	9,0	8,5	8,2	4,3	12,1
Tulos/osake, EUR (laimentamaton ja laimennettu)	0,07	0,07	-5,2	0,08	0,09	-14,2	0,13
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	33,8	26,1	29,5	65,4	50,2	30,1	104,2
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	36,7	35,7		36,6	34,7		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 Tšekin 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 oikaistun liikevoiton kasvavan vuoden 2015 tasosta. Vuoden 2015 liikevaihto oli 291,5 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 23,4 milj. euroa.

Toimitusjohtaja Kai Telanne:

Alma Median ensimmäisellä neljänneksellä alkanut hyvä kehitys jatkui toisella neljänneksellä. Konsernin liikevaihto kasvoi 26 prosenttia 92 milj. euroon muun muassa Talentumin hankinnan sekä Alma Marketsin ja News & Lifen myynnin hyvän kehityksen johdosta. Oikaistu liikevoitto parani 46 % 9,9 milj. euroon. Osakekohtaista tulosta rasitti Alma Talentin Ruotsin liiketoiminnan uudelleenjärjestelykuluista tehty 1,5 milj. euron varaus.

Alma Markets –segmentin toisen neljänneksen liikevaihto kasvoi 20 prosenttia ja liikevoitto 25 prosenttia. Erinomaisen kehityksen taustalla olivat sekä ulkomaiset rekryointipalvelut että kotimaan markkinapaikat.

Alma Talentin vertailukelpoinen liikevaihto parani hieman. Sen sijaan liikevoitto parani merkittävästi syntyneiden kulusynergien seurauksena Talentumin liiketoimintojen integroiminen uudeksi kokonaisuudeksi edistyi suunnitellusti ja hyvässä hengessä. Suomen toimintojen uudelleenjärjestelyt ovat toimitilamuutot mukaan lukien pääosin toteutettu. Integraatiotyö jatkuu vielä etenkin Ruotsin toiminnoissa, missä tehtiin kesäkuussa merkittäviä uudelleenjärjestelypäätöksiä.

Alma News & Lifin digitaalisessa mainosmyynnissä oli kolmas perättäinen reilun kasvun neljännes. Yksikön digitaalisten kuluttajapalveluiden liikevaihto kasvoi muun muassa Rantapallo.fi:n enemmistön oston myötä. Digitaalisen liiketoiminnan hyvän kehityksen ja toisaalta laskevan irtolumeromyynti johdosta digitaalisen liikevaihdon osuus nousi jo 41 prosenttiin yksikön liikevaihdosta. Yksikön tulos yli kaksinkertaistui.

Alma Regions –yksikön alue- ja paikallismedian digitaalisen sisältö- ja mainosmyynnin kehitys oli toisella neljänneksellä hyvää. Digitaalisen myynnin kasvava volyymi ei kuitenkaan vielä riitä kattamaan painetun median laskevan myynnin jättämää aukkoa, joten yksikön liikevaihto ja oikaistu liikevoitto laskivat.

Kokonaisuutena Alma Median joukkuepeti ja vahvat media- ja palvelubrändit osoittivat toimivuutensa edelleen haasteita täynnä olevassa toimintaympäristössä. Alma Median Keski-Euroopan toimintamaissa taloudellinen kehitys jatkui hyvänä, mikä luo edellytykset Alma Marketsin rekrytointipalveluiden menestykselle myös jatkossa. Ruotsin vahva talous tarjoaa hyvän alustan Alma Talentin Ruotsin toimintojen uudelle kasvulle. Suomen orastava talouskasvu on sen sijaan vaakalaudalla muun muassa eurooppalaisen poliittisen sekaannuksen vaikuttaessa taloudellisiin päätöksiin.

Suomalaisten yritysten omien tuotteiden suhteellisen vähäinen markkinointi on tutkitusti ongelma kansalliselle kilpailukyvyillemme. Alma Media pyrkii toiminnallaan ja aloitteillaan tukemaan kasvumyönteisen ilmapiirin vahvistumista Suomessa. Näemme, että markkinointi-investointien merkittävä kasvattaminen olisi yksi keinoista rakentaa paitsi yritysten, myös koko Suomen kasvua ja menestystä.

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 2015 vastaavan jakson lukuihin, ellei toisin ole mainittu. Taulukoiden luvut ovat itsenäisesti pyöristettyjä lukuja.

KONSERNIN TUNNUSLUKUJA milj. euroa	2016 4–6	2015 4–6	Muutos %	2016 1–6	2015 1–6	Muutos %	2015 1–12
Liikevaihto	92,0	73,0	25,9	178,7	144,9	23,3	291,5
Kotimaan toiminnot	72,7	62,5	16,3	141,4	124,6	13,5	246,9
Ulkomaan toiminnot	19,2	10,5	83,5	37,3	20,3	83,5	44,6
Oikaistut kokonaiskulut	82,2	66,4	23,8	163,6	136,4	19,9	268,7
Oikaistu käyttökate	14,4	10,2	40,9	24,3	15,6	56,5	37,4
Käyttökate	13,6	11,5	18,3	20,5	17,6	16,6	34,5
Oikaistu liikevoitto	9,9	6,8	45,5	15,4	8,7	77,1	23,4
% liikevaihdosta	10,8	9,3		8,6	6,0		8,0
Liikevoitto (-tappio)	9,1	8,1	12,5	11,6	10,8	7,8	17,7
% liikevaihdosta	9,9	11,1		6,5	7,4		6,1
Tulos ennen veroja	9,0	8,0	12,6	11,1	10,4	6,8	16,8
Tilikauden tulos	6,9	6,3	9,0	8,5	8,2	4,3	12,1
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	24,3	27,9	-12,8	13,8	16,5	-16,0	10,4
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	14,8	16,3	-8,7	9,3	10,5	-11,3	6,9
Taseen loppusumma				329,5	258,7	27,4	328,2
Investoinnit	4,2	1,5	186,5	6,7	8,7	-22,5	60,2
Omavaraisuusaste-%				41,9	42,7	-1,8	42,5
Velkaantumisaste (gearing), %				55,7	62,1	-10,3	59,2
Korolliset nettovelat				70,0	63,4	10,3	76,2
Korollinen vieras pääoma				88,1	77,0	14,5	90,6
Koroton vieras pääoma				115,7	79,6	45,4	108,9
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna ilman lehdenjakajia	2 351	1 794	31,1	2 405	1 766	36,1	1 793
Lehdenjakajien lukumäärä keskimäärin	864	1 001	-13,7	847	977	-13,4	929
Osakekohtaiset tunnusluvut							
Tulos/osake, EUR (laimentamaton ja laimennettu)	0,07	0,07	-5,2	0,08	0,09	-14,2	0,13
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,04	0,06	-26,4	0,29	0,25	15,1	0,43
Oma pääoma/osake, EUR				1,31	1,16	13,6	1,35
Osinko/osake, EUR							0,12
Efektiiivinen osinkotuotto-%							4,0
Hinta/voitto-suhde (P/E)							23,1
Osakekannan markkina-arvo				310,6	239,3	29,8	247,1
Osakemäärä keskimäärin (1 000 osaketta)							
- laimentamaton ja laimennettu	82 383	75 487		82 383	75 487		76 394
Osakemäärä kauden lopussa (1 000 osaketta)				82 383	75 487		82 383

*) ks. osavuositarkastuksen laadintaperiaatteet

Alma Media ilmoitti 20.6.2016 julkaistussa tiedotteessa muuttavansa raportoinnissa käytettävää terminologiaa vastaamaan Euroopan arvopaperimarkkinaviranomaisen (European Securities and Markets Authority, ESMA) suosituksia liittyen vaihtoehtoisin tunnuslukuihin. Muutos tuli voimaan 22.7.2016 lähtien. Alma Median määritelmä

aiemmin käytetylle "liikevoitto ennen kertaluonteisia eriä" muuttui muotoon "oikaistu liikevoitto". Vastaavasti käyttökate ilman kertaluonteisia eriä muuttui muotoon "oikaistu käyttökate". Määritelmä pysyi samana.

Strategia ja siihen liittyvät toimenpiteet katsauskauden aikana

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

Alma Media on vahvistanut medialiiketoiminnan rinnalla kuluttajille suunnattua palvelutarjontaansa. Katsauskauden aikana Alma Media osti enemmistöosuuden Suomen laajimmasta pakettimatkojen markkinapaikasta Rantapallo.fi:stä. Yhtiöön kuuluu myös verkossa toimiva matkapalvelu Matkapörssi ja B2B-palveluita matkatoimistoille tarjoava LT Lentokeskus. Tavoitteena on rakentaa kokonaisuus palvelemaan kokonaisvaltaisesti matkanjärjestäjiä ja matkailusta kiinnostunutta suurta yleisöä. Synergioita saavutetaan myös Iltalehden lifestyle-toimituksen ja Rantapallo.fi:n tuottamien toimituksellisten sisältöjen välillä.

Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartners Oy teki lisäsjoiituksen remontti- ja urakatöiden markkinapaikka Urakkamaailma.fi:hin. Urakkamaailma.fi –palvelun avulla kuluttajat ja taloyhtiöt voivat löytää taustatarkistettuja urakoitsijoita arvosteluineen kaikkiin remontti- ja rakennustöihin. Tiivistynyt yhteistyö Urakkamaailma.fi kanssa palvelee muun muassa Etuovi.comin asiakkaita syventyvän palvelutarjonnan muodossa.

Alma Regions käynnisti Reviiri-digitalisaatiohankkeen, jossa kehitetään paikallisen sisällön palvelua sekä edistetään asiakkaiden siirtymistä digitaalisuuteen. Hankkeen kokonaiskustannukset ovat 1,4 miljoonaa euroa, ja se saa median innovaatiotukea Tekesiltä 0,6 milj. euroa.

Alma Regions avasi toukokuussa verkkopalvelu Ikuisuus.fi:n, Alma Median sanomalehtien yhteisen kuolinilmoitus- ja muistosivupalvelun. Palvelu tuo perinteisen sanomalehdessä julkaistun kuolinilmoituksen rinnalle digitaalisen ilmoituksen ja mahdollistaa myös erillisen muistosivuston luomisen vainajalle verkossa.

Alma Talent Suomen liiketoimintojen integraatioon liittyvät päätökset on saatu pääosin toteutettua. Alma Talent ja Monster laajensivat yhteistyötä rekrytointi-ilmoittelun myynnissä. Alma Talent toteutti Talentum Swedeniin kuuluvissa yhtiöissä uudelleenjärjestelyjä, joiden tavoitteena ovat kustannussäästöt sisällöntuotannossa sekä journalistisen organisaation muutos vastaamaan digitaalisen median vaatimuksia. Järjestelyihin liittyvän henkilöstöneuvottelun (MBL) piirissä oli 47 henkilöä ja ne saatiin päätökseen kesäkuussa. Uudelleenorganisoinnin myötä työntekijöiden määrä vähenee 11 hengellä kuluvan vuoden aikana. Vähennykset toteutetaan luonnollisen vaihtuvuuden, vapaaehtoisten eläköitymisten sekä vapaaehtoisten eropakettien kautta.

Henkilöstön voimavarojen ja osaamisen kehittämiseksi Alma Media on siirtynyt jatkuvaan ja joustavaan malliin henkilöstön ja esimiesten välillä käytävissä tavoite- ja kehityskeskusteluissa. Uusi malli osallistaa työntekijöitä enemmän ja lisää ymmärrystä konsernin ja eri liiketoimintojen strategian toteuttamisesta käytännössä ja jokaisen almalaisen työssä.

Alma Median taloudelliset tavoitteet	2012	2013	2014	2015	1-6 / 2016	Tavoitetaso
Digitaalisen liiketoiminnan kasvu	36,8 %	8,4 %	11,9 %	8,7 %	30,1 %	> 15 %
Sijoitetun pääoman tuotto ROI, %	13,8 %	10,0%	9,8 %	6,9 %	9,3 %	> 15 %
Osinkosuhde*	45 %	50 %	63 %	92 %	n/a	> 50 %

* sisältää pääomanpalautuksen osakkeenomistajille

Markkinatilanne päämarkkina-alueilla

Vuoden toisella neljänneksellä mainonnan kokonaismäärä laski Suomessa TNS Media Intelligencen mukaan 1,3 (laski 3,3) % ja verkkomediainonta kasvoi Suomessa huhti–kesäkuussa 16,0 (5,1) %. Mainonta kaupunki- ja sanomalehdissä Suomessa laski 4,7 (laski 5,1) %. Suomen aikakauslehtien mainonnan määrä laski huhti–kesäkuussa 10,2 (laski 15,7) %. Iltaapäivälehtien kappalemääräinen markkina laski vuoden 2016 toisella neljänneksellä 18,3 (laski 11,8) %.

Vuoden 2016 tammi–toukokuussa mainonnan kokonaismäärä kasvoi Ruotsissa Sveriges Mediebyråerin mukaan 3,3 (laski 0,7) %. Verkkomediainonta kasvoi Ruotsissa 15,7 %. Ruotsissa ammattilehtien mainonnan määrä laski 19,2 (laski 17,1) %.

Alma Median päämarkkinamaat itäisessä Keski-Euroopassa ovat Tšekki ja Slovakia. Euroopan Komission ennusteen mukaan BKT kasvaa vuonna 2016 Tšekissä 2,1 (4,2) %. Tšekin keskuspankki CNB arvioi BKT:n kasvavan 3,4 % vuonna 2016. Slovakiassa EU komission ennuste BKT:n kasvuksi vuodelle 2016 on 3,2 (3,6) %. Keskuspankki NBS arvioi Slovakian BKT:n kasvuksi 3,3 % vuonna 2016.

Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2016

Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartners Oy osti tammikuussa 2016 Raksa ja KotiKauppa Oy:n (NettiKoti) osakekannasta 51 %. 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 tšekkiläisen start-upin Jobote s.r.o'n, joka kehittää rekrytointiin käytettävää uutta ohjelmistoteknologiaa.

Alma Media Oyj kasvatti huhtikuussa 2016 omistustaan Rantapallo Oy:ssä 35:stä 79 %:iin osakkeista. Rantapallo.fi on vuonna 2007 perustettu matkailun kokonaisvaltainen verkkopalvelu, joka tarjoaa tietoa, inspiraatiota ja palveluita matkailusta kiinnostuneille lukijoille. Samanaikaisesti Rantapallo Oy osti liiketoimintakaupalla Matkapörssi Oy:n ja LT Lentokeskus Oy:n liiketoiminnot. Matkapörssi on verkossa toimiva matkapalvelu. Matkapörssin sisaryhtiö LT Lentokeskus tarjoaa B2B-palveluita matkatoimistoille.

Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartners Oy kasvatti kesäkuussa 2016 omistustaan Remonttibulevardi Oy:ssä (Urakkamaailma.fi) 30:sta 51 %:iin ja hankittu liiketoiminta yhdistellään Alma Media -konserniin täysimääräisesti. Urakkamaailma.fi on vuonna 2012 lanseerattu palvelu, jonka avulla kuluttajat ja taloyhtiöt voivat löytää taustatarkistettuja urakoitsijoita arvosteluineen kaikkiin remontti- ja rakennustöihin.

Konsernin liikevaihto ja tulos huhti–kesäkuussa 2016

Liikevaihto kasvoi vuoden toisella neljänneksellä 25,9 % 92,0 (73,0) milj.euroon. Marraskuussa 2015 hankitun Talentum-konsernin vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 18,6 milj. euroa. Syyskuussa 2015 myydyin Alma360-liiketoiminnan vaikutus liikevaihtoon oli –2,7 milj. euroa.

Sisältöliikevaihto kasvoi 34,7 % 32,6 (24,2) milj. euroon. Talentum-konsernin vaikutus sisältöliikevaihdon kasvuun oli 8,9 milj. euroa. Vertailukelpoinen sisältöliikevaihto laski 1,4 % johtuen painetun median levikkien pienenemisestä.

Mainosmyynnin liikevaihto kasvoi 18,8 % 45,6 (38,4) milj.euroon. Talentum-konsernin vaikutus mainosmyynnin kasvuun oli 4,2 milj. euroa. Verkkomainosmyynti kasvoi 27,5 % 26,2 (20,6) milj.euroon. Painettujen lehtien mainosmyynti kasvoi 9,1 % ja oli 19,4 (17,8) milj.euroa.

Palveluliikevaihto oli 13,8 (10,5) milj. euroa. Palveluliikevaihtoon sisältyvät mm. tietopalveluiden myynti, tapahtuma- ja suoramarkkinointiliiketoiminta sekä Alma Manun konsernin ulkoisille asiakkaille myydyt paino- ja jakelupalvelut.

Kokonaiskulut kasvoivat toisella neljänneksellä 16,9 milj. euroa eli 25,2 %, ja olivat 83,9 (67,0) milj. euroa. Yritysjärjestelyiden vaikutus kulujen kasvuun oli 15,4 milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 4,5 (3,4) milj. euroa.

Oikaistu liikevoitto oli 9,9 (6,8) milj. euroa, 10,8 % (9,3 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 9,1 (8,1) milj. euroa, 9,9 % (11,1 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä -0,8 (1,3) milj. euroa, jotka liittyivät uudelleenjärjestelyihin sekä vaiheittaisten hankintojen myyntivoittoihin. Vertailukauden kertaluonteiset erät liittyivät pääosin myyntivoittoihin sekä uudelleenjärjestelykuluihin.

Huhti–kesäkuun 2016 tulos oli 6,9 (6,3) milj. euroa ja oikaistu tulos 7,7 (5,0) milj. euroa.

Konsernin liikevaihto ja tulos tammi–kesäkuussa 2016

Liikevaihto kasvoi ensimmäisellä vuosipuoliskolla 23,3 % 178,7 (144,9) milj. euroon. Marraskuussa 2015 hankitun Talentum-konsernin vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 37,4 milj. euroa. Syyskuussa 2015 myydyin Alma360 - liiketoiminnan vaikutus liikevaihtoon oli –5,4 milj. euroa ja maaliskuun alussa 2015 myytyjen Kainuun lehtien vaikutus liikevaihtoon oli –2,0 milj. euroa.

Sisältöliikevaihto kasvoi 29,6 % 65,0 (50,1) milj. euroon. Talentum-konsernin vaikutus sisältöliikevaihdon kasvuun oli 17,6 milj. euroa. Vertailukelpoinen sisältöliikevaihto laski 2,7 % johtuen painetun median levikkien pienenemisestä.

Mainosmyynnin liikevaihto kasvoi 16,8 % 86,3 (73,9) milj. euroon. Verkkomainosmyynti kasvoi 28,5 % 50,5 (39,3) milj. euroon. Painettujen lehtien mainosmyynti kasvoi 3,8 % vertailukauden tasosta ja oli 35,9 (34,5) milj. euroa. Talentum-konsernin vaikutus mainosmyynnin kasvuun oli 7,9 milj. euroa.

Palveluliikevaihto oli 27,4 (20,9) milj. euroa. Palveluliikevaihtoon sisältyvät mm. tietopalveluiden myynti, tapahtuma- ja suoramarkkinointiliiketoiminta sekä Alma Manun konsernin ulkoisille asiakkaille myydyt paino- ja jakelupalvelut.

Kokonaiskulut kasvoivat ensimmäisellä vuosipuoliskolla 31,2 milj. euroa eli 22,8 %, ja olivat 168,4 (137,1) milj. euroa. Yritysjärjestelyiden vaikutus kulujen kasvuun oli 28,7 milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 8,9 (6,8) milj. euroa.

Oikaistu liikevoitto oli 15,4 (8,7) milj. euroa, 8,6 % (6,0 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 11,6 (10,8) milj. euroa, 6,5 % (7,4 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä -3,8 (2,1) milj. euroa, jotka liittyivät uudelleenjärjestelyihin sekä vaiheittaisten hankintojen myyntivoittoihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät uudelleenjärjestelykuluihin sekä myyntivoittoihin.

Tammi–kesäkuun 2016 tulos oli 8,5 (8,2) milj. euroa ja oikaistu tulos 12,3 (6,1) milj. euroa.

Liiketoimintasegmentit

Konserni uudisti segmenttiraportointia vuoden 2016 alusta lukien ja antoi asiasta tiedotteen 20.4.2016. Konsernin segmenttiraportoinnissa tapahtuneet muutokset:

- segmenttien nimet muuttuivat
- konsernissa aiemmin Digitaalisissa kulujattapalveluissa raportoidun Alma Diverson liiketoiminnot ovat siirtyneet osaksi Alma News & Life- ja Alma Regions -segmenttejä.
- E-kontaktiliiketoiminnan liikevaihto on siirretty konsernin palveluliikevaihdosta osaksi konsernin mainosmyyntiä.
- Lisäksi merkittävä osa JM Tiedon liikevaihdosta käsitellään jatkossa verkkoliiketoimintana, kun se aikaisemmin käsiteltiin muuna kuin verkkoliiketoimintana.

Alma Median raportoitavat segmentit ovat Alma Markets (aikaisemmin Digitaaliset kuluttajapalvelut), Alma Talent (aikaisemmin Talousmedia ja yrityspalvelut), Alma News & Life (aikaisemmin Valtakunnallinen kuluttajamedia) ja Alma Regions (aikaisemmin Aluemia). Konsernin emoyhtiön ja Talentum Oyj:n tuottamat keskitetyt palvelut sekä koko konsernia koskevat keskitetyt mainonnan sekä digitaalisen myynnin tukipalvelut käsitellään segmenttiraportoinnin ulkopuolella.

Konsernin raportoitavat segmentit vastaavat konsernin toimintasegmenttejä. Samankaltaisia tuotteita ja palveluja tuottavat toiminnot on yhdistelty toimintasegmenteiksi, koska niiden taloudellinen tuloksellisuus ja ominaispiirteet ovat samanlaisia.

Raportoitavien segmenttien rakenteen ja koostumuksen muututtua Alma Media on IFRS 8 Toimintasegmentit - standardin mukaisesti oikaissut segmentti-informaation vastaavat erät vertailukaudelta 2015. Osavuositarkastuksen taulukoissa on esitetty yhteenveto muutoksen vaikutuksesta sekä uuden segmenttikoostumuksen mukaiset segmenttien liikevaihto ja liikevoitto.

LIKEVAIHTO JA -VOITTO SEGMENTEITTÄIN

LIKEVAIHTO milj. euroa	2016 4—6	2015 4—6	Muutos %	2016 1—6	2015 1—6	Muutos %	2015 1—12
Alma Markets							
Ulkoisen liikevaihto	17,6	14,6		34,3	28,4		58,7
Segmenttien välinen liikevaihto	-0,1	0,0		-0,1	0,1		0,3
Alma Markets yhteensä	17,6	14,7	19,7	34,2	28,5	20,2	59,0
Alma Talent							
Ulkoisen liikevaihto	29,2	13,6		57,4	27,1		56,3
Segmenttien välinen liikevaihto	1,3	0,4		2,4	0,7		2,2
Alma Talent yhteensä	30,5	14,0	117,8	59,8	27,8	115,2	58,5
Alma News & Life							
Ulkoisen liikevaihto	8,5	9,6		16,3	18,7		36,6
Segmenttien välinen liikevaihto	3,6	1,7		6,6	3,2		7,5
Alma News & Life yhteensä	12,1	11,4	6,4	23,0	21,9	4,8	44,1
Alma Regions							
Ulkoisen liikevaihto	31,0	32,5		59,9	65,8		128,1
Segmenttien välinen liikevaihto	2,0	1,6		3,9	3,2		6,4
Alma Regions yhteensä	33,0	34,1	-3,2	63,7	69,0	-7,6	134,5
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,2	-1,1		-2,1	-2,3		-4,6
Yhteensä	92,0	73,0	25,9	178,7	144,9	23,3	291,5
OIKAISTU LIIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa	2016 4—6	2015 4—6	Muutos %	2016 1—6	2015 1—6	Muutos %	2015 1—12
Alma Markets	5,1	4,1	25,1	9,9	7,0	42,0	13,8
Alma Talent	3,4	1,9	83,2	5,6	3,8	48,2	8,0
Alma News & Life	1,9	0,9	109,7	3,4	0,5	537,4	2,8
Alma Regions	2,2	2,5	-11,1	3,2	2,5	26,8	8,3
Segmentit yhteensä	12,5	9,3	35,2	22,1	13,8	59,9	32,9
Kohdistamattomat toiminnot	-2,6	-2,5	-6,7	-6,6	-5,1	-30,4	-9,5
Yhteensä	9,9	6,8	45,5	15,4	8,7	77,1	23,4
OIKAISTUT ERÄT milj. euroa	2016 4—6	2015 4—6	Muutos %	2016 1—6	2015 1—6	Muutos %	2015 1—12
Alma Markets	0,0	0,0		0,0	0,0		0,0
Alma Talent	-1,5	0,0		-3,0	0,6	-614,3	-1,0
Alma News & Life	0,9	0,0		0,9	0,0		-0,8
Alma Regions	-0,2	-0,4	60,2	-1,3	-0,3	-418,9	-3,6
Segmentit yhteensä	-0,8	-0,4	-79,4	-3,3	0,3	-1 118,0	-5,5
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	1,7	-100,0	-0,5	1,7	-127,3	-0,3
Yhteensä	-0,8	1,3	-160,5	-3,8	2,1	-285,1	-5,7
LIIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa	2016 4—6	2015 4—6	Muutos %	2016 1—6	2015 1—6	Muutos %	2015 1—12
Alma Markets	5,1	4,1	25,9	10,0	7,0	42,5	13,8
Alma Talent	1,9	1,9	0,0	2,7	4,4	-39,4	6,9
Alma News & Life	2,8	0,9	212,4	4,3	0,5	709,3	1,9
Alma Regions	2,0	2,0	-0,5	1,9	2,2	-17,2	4,8
Segmentit yhteensä	11,7	8,8	33,1	18,7	14,1	32,6	27,4
Kohdistamattomat toiminnot	-2,6	-0,7	-263,2	-7,1	-3,3	-111,9	-9,7
Yhteensä	9,1	8,1	12,6	11,6	10,8	7,9	17,7

Alma Markets

Alma Markets –segmentissä raportoidaan rekrytointiliiketoimintaan liittyvät palvelut Monster.fi, Jobs.cz, Prace.cz, CV Online, Profesia.sk, MojPosao.net, Monster.hu, Monsterpolska.pl, Monster.cz. ja Jobote.com.

Segmenttiin kuuluu useita verkkopalveluja: asumiseen liittyvät Etuovi.com, Vuokraovi.com ja Urakkamaailma.fi, matkailuportaali Gofinland.fi, autoalan palveluihin liittyvät Autotalli.com, Autosofta ja Alkali. Segmentissä raportoidaan myös uudis- ja korjausrakentamisen toiminnanohjausjärjestelmien ohjelmistoihin keskittynyt NettiKoti ja Kivi –kiinteistövälitysjärjestelmä.

AVAINLUVUT (milj. euroa)	2016 4—6	2015 4—6	Muutos %	2016 1—6	2015 1—6	Muutos %	2015 1—12
Liikevaihto	17,6	14,7	19,7	34,2	28,5	20,2	59,0
Mainosmyynnin liikevaihto	16,3	13,8	18,1	31,7	26,7	18,8	55,3
Palveluliikevaihto	1,2	0,8	47,0	2,5	1,8	41,4	3,7
Oikaistut kokonaiskulut	12,5	10,6	17,4	24,4	21,5	13,1	45,4
Oikaistu käyttökate	6,4	5,3	19,5	12,5	9,5	31,2	18,8
Käyttökate	6,4	5,3	20,1	12,5	9,5	31,5	18,8
Oikaistu liikevoitto	5,1	4,1	25,1	9,9	7,0	42,0	13,8
% liikevaihdosta	29,0	27,7		29,0	24,6		23,3
Liikevoitto	5,1	4,1	25,9	10,0	7,0	42,5	13,8
% liikevaihdosta	29,2	27,7		29,1	24,6		23,3
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	536	506	6,0	527	502	5,0	502
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	17,6	14,7	19,7	34,2	28,5	20,2	59,0
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	100,0	100,0		100,0	100,0		100,0
OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT	2016 4—6	2015 4—6	Muutos %	2016 1—6	2015 1—6	Muutos %	2015 1—12
Verkkopalvelut, eri selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl*)							
Etuovi.com	818,5	669,1	22,3	795,9	615,9	29,2	665,7
Autotalli.com	122,7	116,4	5,4	124,7	128,7	-3,1	121,1

*) Etuovi.com ja Autotalli.com selaimia viikossa keskimäärin tieto perustuu Google Analyticsin tuottamaan kävijämääräseurantaan vuoden 2016 osalta ja TNS Gallupin seurantaan vuoden 2015 osalta.

Huhtikuu—kesäkuu 2016

Alma Markets -segmentin liikevaihto kasvoi 19,7 % ja oli 17,6 (14,7) milj. euroa. Kotimaan liikevaihto kasvoi kaikilla liiketoiminta-alueilla: asumiseen, autoiluun ja rekrytointiin liittyvissä palveluissa. Ulkomaan rekrytointiliiketoiminnoissa vahva kasvu jatkui. Kokonaisuudessaan rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 19,2 % katsauskaudella ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 76,0 (76,4) % vuoden 2016 toisella neljänneksellä. Yrityshankinnat (Autosofta, NettiKoti, Urakkamaailma) kasvattivat liikevaihtoa 0,3 milj. euroa.

Katsauskauden oikaistut kokonaiskulut olivat 12,5 (10,6) milj. euroa. Kokonaiskulujen kasvu johtui panostuksista myyntiin ja markkinointiin sekä ICT-toimintoihin.

Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto oli vuoden toisella neljänneksellä 5,1 (4,1) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 29,0 % (27,7 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 5,1 (4,1) milj. euroa. Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Tammikuu—kesäkuu 2016

Vuoden 2016 ensimmäisellä vuosipuoliskolla Alma Markets -segmentin liikevaihto kasvoi 20,2 % ja oli 34,2 (28,5) milj. euroa. Rekrytointiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 76,3 (76,7) % vuoden 2016 ensimmäisellä vuosipuoliskolla.

Katsauskauden oikaistut kokonaiskulut olivat 24,4 (21,5) milj. euroa. Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto oli vuoden 2016 ensimmäisellä vuosipuoliskolla 9,9 (7,0) milj. euroa. Segmentin liikevoitto oli 10,0 (7,0) milj. euroa. Ensimmäisellä vuosipuoliskolla ei raportoitu oikaistuja eriä.

Alma Talent

Alma Talent –liiketoimintasegmentti julkaisee 19 ammatti- ja talouslehteä sekä kirjoja. Lisäksi liiketoiminto tarjoaa eri alojen ammattilaisille ja yrityksille osaamisen kehittämistä tukevia ja liiketoimintaa kasvattavia palveluja, kuten tapahtumia, koulutusta ja tietopalveluja. Alma Talent toimii Suomessa, Ruotsissa ja Baltian maissa. Alma Talentin medioita ovat muun muassa Kauppalehti, Talouselämä, Tekniikka & Talous, Markkinointi&Mainonta, Arvopaperi ja Tivi. Ruotsissa Alma Talentin julkaisuja ovat muun muassa Affärsvärlden, Ny Teknik ja Dagens Media.

AVAINLUVUT (milj. euroa)	2016 4—6	2015 4—6	Muutos %	2016 1—6	2015 1—6	Muutos %	2015 1—12
Liikevaihto	30,5	14,0	117,8	59,8	27,8	115,2	58,5
Sisältöliikevaihto	13,1	3,8	240,0	25,9	7,8	232,8	19,7
Mainosmyynnin liikevaihto	8,6	4,1	106,5	16,0	8,2	95,0	17,2
Palveluliikevaihto	8,9	6,0	47,8	17,9	11,8	51,6	21,6
Oikaistut kokonaiskulut	27,2	12,2	123,7	54,4	24,0	126,7	50,7
Oikaistu käyttökate	4,4	2,1	113,3	7,6	4,2	80,7	9,0
Käyttökate	2,9	2,1	38,3	4,6	4,8	-3,5	9,1
Oikaistu liikevoitto	3,4	1,9	83,2	5,6	3,8	48,2	8,0
% liikevaihdesta	11,2	13,3		9,4	13,7		13,6
Liikevoitto	1,9	1,9	0,0	2,7	4,4	-39,4	6,9
% liikevaihdesta	6,1	13,3		4,4	15,7		11,9
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	957	247	288,2	973	242	301,8	287
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	9,1	6,4	43,0	17,7	12,6	40,5	25,8
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdesta	29,9	45,6		29,6	45,3		44,1
OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT	2016 4—6	2015 4—6	Muutos %	2016 1—6	2015 1—6	Muutos %	2015 1—12
Verkkopalvelut, eri selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl*)							
Kauppalehti.fi	1 010,6	1 003,6	0,7	1 074,9	1 007,0	6,7	1 026,7
Talouselama.fi	280,1	291,6	-3,9	295,1	304,1	0,0	307,8
Tarkastettu levikki (1000 kpl*)							1—12
Kauppalehti, printti							47,7
Kauppalehti, verkko							53,3
Talouselämä, printti							75,1
Talouselämä, verkko							6,7

*) Verkkopalveluiden eri selaimia viikossa keskimäärin perustuu TNS Gallupin seurantaan

Huhtikuu—kesäkuu 2016

Alma Talent -segmentin liikevaihto kasvoi 117,8 % 30,5 (14,0) milj. euroon. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdesta oli 29,9 % (45,6) %. Marraskuussa 2015 hankitun Talentum-liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 18,6 milj. euroa. Syyskuussa 2015 myydyin Alma360-liiketoiminnan vaikutus liikevaihtoon oli -2,7 milj. euroa.

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto kasvoi 240,0 % ja oli 13,1 (3,8) milj. euroa. Talentum-liiketoimintojen vaikutus sisältöliikevaihdon kasvuun oli 8,9 milj. euroa. Vuoden toisen neljänneksen mainosmyynti oli 8,6 (4,1) milj. euroa. Talentum-liiketoimintojen vaikutus mainosmyynnin kasvuun oli 4,2 milj. euroa. Mainosmyynti verkossa kasvoi 94,5 % vertailukaudesta. Yritysjärjestelyt huomioiden verkon mainosmyynti kasvoi 3,8 %.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 27,2 (12,2) milj. euroa. Yritysjärjestelyiden vaikutus oikaistujen kulujen kasvuun oli 15,2 milj. euroa.

Alma Talent -segmentissä toteutettiin Ruotsissa katsauskauden aikana yhteistoimintaneuvottelut. Lisäksi päätettiin lopettaa tapahtumaliiketoimintaan erikoistuneen tytäryhtiö FYI Events Denmark ApS:n toiminta Tanskassa. Katsauskaudella kirjatut uudelleenjärjestelykulut olivat 1,5 milj. euroa.

Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 3,4 (1,9) milj. euroa ja liikevoitto 1,9 (1,9) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 11,2 % (13,3 %) liikevaihdosta. Yritysjärjestelyiden vaikutus segmentin oikaistun liikevoiton kasvuun oli 0,7 milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät uudelleenjärjestelyihin ja vertailukauden oikaistut erät vaiheittaisen hankintaan liittyvään myyntivoittoon.

Tammikuu—kesäkuu 2016

Alma Talent -segmentin liikevaihto kasvoi 115,2 % 59,8 (27,8) milj. euroon. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 29,6 % (45,3 %). Marraskuussa 2015 hankitun Talentum-liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 37,0 milj. euroa. Syyskuussa 2015 myydyin Alma360-liiketoiminnan vaikutus liikevaihtoon oli -5,4 milj. euroa.

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto kasvoi 232,8 % ja oli 25,9 (7,8) milj. euroa. Digitaalisten sisältötuottojen kasvu kattoi painetun median sisältötuottojen laskua. Talentum-liiketoimintojen vaikutus sisältöliikevaihdon kasvuun oli 17,6 milj. euroa. Vuoden 2016 ensimmäisen vuosipuoliskon mainosmyynti oli 16,0 (8,2) milj. euroa. Mainosmyynti verkossa kasvoi 85,7 % vertailukaudesta. Talentum-liiketoimintojen vaikutus mainosmyynnin kasvuun oli 8,0 milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 54,4 (24,0) milj. euroa. Yritysjärjestelyiden vaikutus oikaistujen kulujen kasvuun oli 30,7 milj. euroa.

Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 5,6 (3,8) milj. euroa ja liikevoitto 2,7 (4,4) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 9,4 % (13,7 %) liikevaihdosta. Talentum-liiketoimintojen vaikutus segmentin oikaistun liikevoiton kasvuun oli 2,2 milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät - 3,0 milj. euroa liittyivät uudelleenjärjestelyihin ja vertailukauden oikaistut erät 0,6 milj. euroa vaiheittaisen hankintaan liittyvään myyntivoittoon.

Alma News & Life

Alma News & Life -segmenttiin kuuluvat valtakunnallisen Iltalehden eri digitaaliset ja painetut uutis- ja lifestyle -sisällöt. Lisäksi segmentissä raportoidaan verkkopalvelut Telkku.com, Kotikokki.net, E-kontakti.fi ja Rantapallo.fi.

AVAINLUVUT (milj. euroa)	2016 4—6	2015 4—6	Muutos %	2016 1—6	2015 1—6	Muutos %	2015 1—12
Liikevaihto	12,1	11,4	6,4	23,0	21,9	4,8	44,1
Sisältöliikevaihto	5,4	6,1	-11,2	10,9	12,5	-12,5	24,7
Mainosmyynnin liikevaihto	6,5	5,3	23,5	11,8	9,4	25,6	19,3
Oikaistut kokonaiskulut	10,3	10,5	-2,2	19,6	21,4	-8,4	41,4
Oikaistu käyttökate	2,0	0,9	113,3	3,5	0,6	467,3	2,9
Käyttökate	2,9	0,9	210,5	4,4	0,6	612,6	2,6
Oikaistu liikevoitto	1,9	0,9	109,7	3,4	0,5	537,4	2,8
% liikevaihdosta	15,3	7,8		14,6	2,4		6,2
Liikevoitto	2,8	0,9	212,4	4,3	0,5	709,3	1,9
% liikevaihdosta	22,8	7,8		18,6	2,4		4,3
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	142	166	-14,4	147	157	-6,3	158
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	5,0	3,8	30,1	9,3	7,0	31,9	14,9
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	41,3	33,8		40,3	32,0		33,8

OPERATIIVISEN TOIMINNAN
TUNNUSLUVUT

	2016	2015		2016	2015		2015
	4—6	4—6		1—6	1—6		1—12
Verkkopalvelut, eri selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl)							
Iltaalehti.fi	5 278,4	5 762,4	-8,4	5 341,8	5 477,8	-2,5	5 523,5
Telkku.com	538,2	819,7	-34,3	609,6	818,2	-25,5	723,9

*) Verkkopalveluiden eri selaimia viikossa keskimäärin perustuu TNS Gallupin seurantaan

Huhtikuu—kesäkuu 2016

Alma News & Life -segmentin liikevaihto kasvoi huhti–kesäkuussa 6,4 % 12,1 (11,4) milj. euroon Iltalehden verkkomainonnan kasvun seurauksena. Katsauskaudella hankitun Rantapallon vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 0,4 milj. euroa. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta kasvoi 41,3 (33,8) %:iin. Samalla mainonnan osuus kasvoi yli puoleen segmentin kokonaisliikevaihdosta.

Segmentin sisältöliikevaihto laski huhti–kesäkuussa 11,2 % 5,4 (6,1) milj. euroon, mikä johtui painetun Iltalehden levikin laskusta. Segmentin mainosmyynti nousi 23,5 % ja oli 6,5 (5,3) milj. euroa. Segmentin verkkomainosmyynti kasvoi 26,6 % mobiilimainonnan ja ohjelmallisen ostamisen ansiosta, ja oli 4,8 (3,8) milj. euroa. Rantapallon hankinnan vaikutus mainosmyynnin kasvuun oli 0,2 milj. euroa. Painetun median mainosmyynti kasvoi 16,0 %.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 10,3 (10,5) milj. euroa. Kokonaiskulujen laskuun vaikuttivat erityisesti paino- ja jakelukulujen väheneminen painetun median myynnin laskun myötä sekä sisällöntuotannon palveluostojen vähentyminen. Rantapallon vaikutus kulujen kasvuun oli 0,4 milj. euroa.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 1,9 (0,9) milj. euroa, 15,3 % (7,8 %) liikevaihdosta. Katsauskauden oikaistut erät 0,9 milj. euroa liittyivät Rantapallon vaiheittaisen hankinnan myyntivoittoon (alustava). Segmentin liikevoitto oli 2,8 (0,9) milj. euroa.

Tammikuu—kesäkuu 2016

Alma News & Life -segmentin liikevaihto kasvoi tammi–kesäkuussa 4,8 % 23,0 (21,9) milj. euroon verkkomainonnan kasvun seurauksena. Katsauskaudella hankitun Rantapallon vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 0,4 milj. euroa. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 40,3 % (32,0 %).

Segmentin sisältöliikevaihto laski tammi–kesäkuussa 12,5 % 10,9 (12,5) milj. euroon, mikä johtui Iltalehden levikin laskusta. Segmentin mainosmyynti nousi 25,6 % ja oli 11,8 (9,4) milj. euroa. Segmentin verkkomainosmyynti kasvoi 30,9 % ja oli 9,1 (6,9) milj. euroa mobiilimainonnan ja ohjelmallisen ostamisen ansiosta. Painetun median mainosmyynti kasvoi 11,5 %.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 19,6 (21,4) milj. euroa. Kokonaiskulujen laskuun vaikuttivat erityisesti paino- ja jakelukulujen väheneminen painetun median myynnin laskun myötä sekä sisällöntuotannon palveluostojen vähentyminen. Rantapallon vaikutus kulujen kasvuun oli 0,4 milj. euroa.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 3,4 (0,5) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 14,6 % (2,4 %) liikevaihdosta. Tammi–kesäkuun oikaistut erät liittyivät Rantapallon vaiheittaisen hankinnan myyntivoittoon (alustava).

Alma Regions

Alma Regions -segmentissä raportoidaan Aamulehden, Satakunnan Kansan, Lapin Kansan/Pohjolan Sanomien sekä useiden paikallis- ja kaupunkilehtien kustannustoiminta sekä painettuna että verkossa. Myös paino- ja jakeluyksikkö Alma Manu sisältyy segmenttiin.

AVAINLUVUT (milj. euroa)	2016 4—6	2015 4—6	Muutos %	2016 1—6	2015 1—6	Muutos %	2015 1—12
Liikevaihto	33,0	34,1	-3,2	63,7	69,0	-7,6	134,5
Sisältöliikevaihto	14,1	14,3	-0,9	28,2	29,9	-5,8	59,8
Mainosmyynnin liikevaihto	14,2	15,2	-6,0	26,9	29,6	-9,3	56,4
Palveluliikevaihto	4,6	4,7	-1,3	8,7	9,4	-7,8	18,3
Oikaistut kokonaiskulut	30,8	31,7	-2,9	60,6	66,6	-9,0	126,4
Oikaistu käyttökate	3,1	3,3	-7,5	4,9	4,2	16,3	11,8
Käyttökate	2,9	2,9	0,5	3,6	4,0	-9,3	9,3
Oikaistu liikevoitto	2,2	2,5	-11,1	3,2	2,5	26,8	8,3
% liikevaihdosta	6,6	7,2		4,9	3,6		6,2
Liikevoitto	2,0	2,0	-0,5	1,9	2,2	-17,2	4,8
% liikevaihdosta	6,1	5,9		2,9	3,2		3,5
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna ilman lehdenjakajia	563	706	-20,2	590	697	-15,5	677
Lehdenjakajien lukumäärä keskimäärin	864	1 001	-13,7	847	977	-13,4	929
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	2,2	1,4	60,9	4,2	2,4	78,4	4,8
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	6,7	4,1		6,6	3,4		3,6
OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT	2016 4—6	2015 4—6		2016 1—6	2015 1—6		2015 1—12
Verkkopalvelut, eri selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl*)							
Aamulehti.fi	611,6	511,0	19,7	625,3	481,2	30,0	544,4
Tarkastettu levikki (1000 kpl*)							
Aamulehti							100,2
Painovolyymi (1 000 kpl*)	74 492	72 617		141 527	137 375		277 578
Paperin käyttö (tonnia)	6 835	6 191		12 805	11 920		23 966

*) Verkkopalveluiden eri selaimia viikossa keskimäärin perustuu TNS Gallupin seurantaan

Huhtikuu—kesäkuu 2016

Alma Regions -segmentin liikevaihto oli huhti—kesäkuussa 33,0 (34,1) milj. euroa. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 6,7 % (4,1 %).

Segmentin sisältöliikevaihto laski huhti—kesäkuussa 0,9 % 14,1 (14,3) milj. euroon. Segmentin mainosmyynti laski 6,0 % ja oli 14,2 (15,2) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 7,6 %. Segmentin verkkomainosmyynti kasvoi 26,0 % ja oli 0,9 (0,7) milj. euroa. Vertailukauden mainosmyyntiin sisältyy 0,8 milj. euroa vaalimyyntiä. Segmentin palveluliikevaihto laski 1,3 % ja oli 4,6 (4,7) milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 30,8 (31,7) milj. euroa ja kokonaiskulut 31,0 (32,2) milj. euroa. Kokonaiskuluja laskivat niin sanomalehtien kuin painotoiminnan tehostamistoimenpiteet.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 2,2 (2,5) milj. euroa ja liikevoitto 2,0 (2,0) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 6,6 % (7,2 %) liikevaihdosta. Katsauskauden oikaisuerät liittyivät uudelleenjärjestelykuluihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin sekä myyntivoittoon.

Tammi—kesäkuu 2016

Alma Regions -segmentin liikevaihto laski tammi—kesäkuussa 7,6 % 63,7 (69,0) milj. euroon. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 6,6 % (3,4 %). Vuonna 2015 myytyjen lehtien vaikutus liikevaihdon laskuun oli 2,0 milj. euroa.

Segmentin sisältöliikevaihto laski tammi—kesäkuussa 5,8 % 28,2 (29,9) milj. euroon. Vuonna 2015 myytyjen lehtien vaikutus sisältöliikevaihdon laskuun oli 0,9 milj. euroa. Segmentin mainosmyynti laski 9,3 % ja oli 26,9 (29,6) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 11,4 %. Segmentin verkkomainosmyynti kasvoi 34,8 % ja oli 1,8 (1,3) milj. euroa. Vuonna 2015 myytyjen lehtien vaikutus mainosmyynnin laskuun oli 1,1 milj. euroa.

Segmentin palveluliikevaihto laski 7,8 % 8,7 (9,4) milj. euroa. Konsernin ulkoinen painomyynti laski pienikatteisissa, mutta volyymiltaan isoissa painotuotteissa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 60,6 (66,6) milj. euroa ja kokonaiskulut 61,9 (67,2) milj. euroa. Kokonaiskuluja laskivat niin sanomalehtien kuin painotoiminnan tehostamistoimenpiteet. Myytyjen lehtien vaikutus kululaskuun oli 2,5 milj. euroa.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 3,2 (2,5) milj. euroa ja liikevoitto 1,9 (2,2) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 4,9 % (3,6 %) liikevaihdosta. Ensimmäisen vuosipuoliskon oikaistut uudelleenjärjestelykulut olivat 1,3 milj. euroa. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät kiinteistön myyntivoittoon sekä toiminnan uudelleenjärjestelyihin.

Osakkuusyhtiöt

Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartners Oy hankki tammikuussa 2016 omistukseensa 24% autohuollon kilpailutuspalveluita tarjoavan AutoJerry Oy:n osakekannasta.

OSUUS OSAKKUUSYHTIÖIDEN

TULOKSISTA (milj. euroa)	2016 4—6	2015 4—6	2016 1—6	2015 1—6	2015 1—12
Alma Markets	0,0	0,0	0,1	0,1	0,3
Alma Talent	0,1	0,3	0,3	0,5	1,0
Alma News & Life	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Alma Regions	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Muut osakkuusyhtiöt	0,0	-0,1	0,2	0,0	0,3
Yhteensä	0,2	0,2	0,6	0,5	1,6

* Vertailukaudella Alma Talent sisältää Alma Media konsernin osuuden Talentum Oyj:n tuloksesta

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	2016 4—6	2015 4—6	2016 1—6	2015 1—6	2015 1—12
Alma Markets					
Arvonalentumistappiot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Uudelleenjärjestelykulut	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Myyntivoitot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Alma Talent					
Arvonalentumistappiot	0,0	0,0	0,0	0,0	-1,2
Uudelleenjärjestelykulut	-1,5	0,0	-3,0	0,0	0,0
Myyntivoitot ja -tappiot	0,0	0,0	0,0	0,6	0,2
Alma News & Life					
Arvonalentumistappiot	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,5
Uudelleenjärjestelykulut	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,3

Myyntivoitot ja -tappiot	0,9	0,0	0,9	0,0	0,0
Alma Regions					
Arvonalentumistappiot	0,0	0,0	0,0	0,0	-1,1
Uudelleenjärjestelykulut	-0,2	-0,5	-1,3	-0,6	-2,8
Myyntivoitot ja -tappiot	0,0	0,1	0,0	0,3	0,3
Kohdistamattomat					
Arvonalentumistappiot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Uudelleenjärjestelykulut	0,0	-0,1	-0,5	-0,1	-0,5
Talentum-yritysjärjestelyn kulut					-1,8
Myyntivoitot ja -tappiot	0,0	1,9	0,0	1,9	2,0
LIIKEVOITON OIKAISTUT ERÄT	-0,8	1,3	-3,8	2,1	-5,7
OIKAISTUT ERÄT TULOKSESSA ENNEN VEROJA	-0,8	1,3	-3,8	2,1	-5,7

Tase ja rahoitusasema

Konsernitaseen loppusumma oli kesäkuun 2016 lopussa 329,5 (258,7) milj. euroa. Konsernin omavaraisuusaste oli kesäkuun lopussa 41,9 % (42,7 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 1,31 (1,16) euroa.

Konsernin liiketoiminnan rahavirta oli huhti–kesäkuussa 3,5 (4,4) milj. euroa. Rahavirta ennen rahoitusta oli -0,8 (5,8) milj. euroa. Konsernin liiketoiminnan rahavirta oli tammi–kesäkuussa 24,2 (19,2) milj. euroa. Rahavirta ennen rahoitusta oli 17,9 (18,1) milj. euroa.

Konsernilla oli korollisia velkoja kesäkuun lopussa yhteensä 88,1 (77,0) milj. euroa. Korollisista veloista rahoitusleasingvelkoja oli yhteensä 62,5 milj. euroa, lainoja rahoituslaitoksilta 12,5 milj. euroa ja lyhytaikaisia yritystodistuksia 13,0 milj. euroa. Kesäkuun lopussa konsernin korollinen nettovelka oli 70,0 (63,4) milj. euroa.

Alma Medialla on käytettävissä kaksi 15,0 milj. euron sekä yksi 20 milj. euron suuruista, sitovaa rahoituslimiittiä, jotka olivat 30.6.2016 kokonaan käyttämättä. Sen lisäksi yhtiöllä on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistusohjelmasta oli 30.6.2016 käytetty 13,0 milj. euroa.

Alma Medialla ei ollut yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneiden käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvaroja 30.6.2016. Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat rahoitusvelat olivat 1,0 (2,9) milj. euroa.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat tammi–kesäkuussa 2016 yhteensä 6,7 (8,7) milj. euroa. Investoinnit koostuivat pääsääntöisesti Jobote s.r.o'n, Raksa ja KotiKauppa Oy:n, Rantapallo Oy:n ja Remonttibulevardi Oy:n hankinnoista sekä normaaleista käyttö- ja ylläpitoinvestoinneista.

INVESTOINNIT milj. euroa	2016 4—6	2015 4—6	2016 1—6	2015 1—6	2015 1—12
Alma Markets	0,1	0,1	1,2	0,3	3,1
Alma Talent	0,1	0,2	0,5	6,4	53,7
Alma News & Life	3,2	0,1	3,3	0,2	0,4
Alma Region	0,4	0,5	0,8	0,8	1,4
Segmentit yhteensä	3,8	0,9	5,8	7,7	58,6
Kohdistamattomat toiminnot	0,4	0,5	0,9	0,9	1,6
Yhteensä	4,2	1,5	6,7	8,7	60,2

Hallinto

Katsauskauden aikana Alma Media valmisteli uuden, 3.7.2016 voimaantulleen markkinoiden väärinkäyttöasetuksen (MAR) noudattamiseen liittyviä prosesseja ja toimintatapoja yhtiössä. Osin MAR:in soveltamiseen liittyen yhtiön eettistä ohjeistusta päivitettiin ja otettiin mm. käyttöön henkilöstön eettinen raportointikanava (whistleblowing).

Osake

Huhti–kesäkuussa NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 2 196 167 Alma Median osaketta, mikä vastasi 2,7 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 30.6.2016 oli 3,77 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 3,23 euroa ja ylin 3,86 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 310,6 milj. euroa (239,3 milj. euroa 30.6.2015).

Optio-ohjelma ja osakepalkkiojärjestelmä

Alma Median optio-ohjelma 2009 päättyi 31.3.2016.

Alma Media Oyj:n hallitus hyväksyi vuonna 2015 uuden pitkän aikavälin osakepohjaisen kannustinjärjestelyn perustamisen yhtiön johdolle ja eräille avainhenkilöille ja päätti maaliskuussa 2016 sen pohjalta vuonna 2016 alkavasta seuraavasta osakepalkkio-ohjelmasta (LTI 2016). Kannustinjärjestely 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. Osakepalkkio-ohjelmiin on oikeutettu osallistumaan enintään 43 henkilöä (LTI 2016) ja 35 henkilöä (LTI 2015).

Markkinatakaus

Alma Media Oyj:n osakkeelle ei ole voimassaolevaa markkinatakausta.

Liputusilmoitukset

Vuonna 2016 yhtiö ei ole vastaanottanut Arvopaperimarkkinalain 9 luvun 5 pykälän mukaisia ilmoituksia omistussuuden muuttumisesta.

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, 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 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.

ALMA MEDIA OYJ

Hallitus

OSAVUOSIKATSAUSLYHENNELMÄ JA LIITETIEDOT

LAAJA TULOSLASKELMA (milj. euroa)	2016 4—6	2015 4—6	Muutos %	2016 1—6	2015 1—6	Muutos %	2015 1—12
LIKEVAIHTO	92,0	73,0	25,9	178,7	144,9	23,3	291,5
Liiketoiminnan muut tuotot	1,1	2,1	-49,0	1,3	3,0	-56,1	3,6
Materiaalit ja palvelut	19,5	17,2	13,3	37,8	36,4	3,9	69,6
Työsuhde-etuuksista aiheutuneet kulut	39,6	31,3	26,7	80,7	62,5	29,2	124,1
Poistot ja arvonalentumiset	4,5	3,4	32,1	8,9	6,8	30,5	16,8
Liiketoiminnan muut kulut	20,3	15,2	33,9	40,9	31,4	30,2	66,9
LIKEVOITTO	9,1	8,1	12,5	11,6	10,8	7,8	17,7
Rahoitustuotot	0,3	0,3	8,0	0,3	0,3	13,3	0,3
Rahoituskulut	0,7	0,7	4,8	1,5	1,3	17,5	2,8
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,2	0,2	-1,4	0,6	0,5	7,9	1,6
TULOS ENNEN VEROJA	9,0	8,0	12,6	11,1	10,4	6,8	16,8
Tuloverot	2,1	1,6	26,3	2,6	2,2	16,1	4,7
TILIKAUDEN TULOS	6,9	6,3	9,0	8,5	8,2	4,3	12,1

MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:

Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi							
Etuuspohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät	0,0	0,0		0,0	0,0		1,2
Verot eristä, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi	0,0	0,0		0,0	0,0		-0,2
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi							
Muuntoerot	-0,3	0,3		-0,4	0,6		1,0
Osuus osakkuusyrityksissä kirjatusta muista laajan tuloksen eristä	0,0	0,1		0,0	0,2		0,1
Tilikauden muut laajan tuloksen eriin liittyvät verot	0,0	0,0		0,0	0,0		0,0
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	-0,3	0,4		-0,4	0,7		2,1
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	6,6	6,7		8,1	8,9		14,2

Tilikauden tuloksen jakautuminen:

- Emoyhtiön omistajille	5,8	5,6		6,6	7,0		9,9
- Määräysvallattomille omistajille	1,1	0,7		1,9	1,1		2,1

Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:

- Emoyhtiön omistajille	5,5	6,0		6,2	7,7		11,9
- Määräysvallattomille omistajille	1,1	0,7		1,9	1,1		2,3

Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:

- Tulos/osake (laimentamaton ja laimennettu), euroa	0,07	0,07		0,08	0,09		0,13
---	------	------	--	------	------	--	------

TASE (milj. euroa)	30.6.2016	30.6.2015	31.12.2015
VARAT			
PITKÄAIKAISET VARAT			
Liikearvo	122,5	73,9	118,6
Muut aineettomat hyödykkeet	71,5	38,1	72,3
Aineelliset			
käyttöomaisuushyödykkeet	67,5	73,0	70,5
Osuudet osakkuusyrityksissä	5,9	25,3	6,8
Muut rahoitusvarat	4,5	3,7	4,6
Laskennalliset verosaamiset	1,5	1,4	1,6
LYHYTAIKAISET VARAT			
Vaihto-omaisuus	2,3	1,2	2,2
Tilikauden verotettavaan tuloon			
perustuvat verosaamiset	0,8	2,1	1,8
Myyntisaamiset ja muut			
saamiset	34,8	26,5	35,3
Rahavarat	18,2	13,6	14,4
VARAT YHTEENSÄ	329,5	258,7	328,2
(milj. euroa)	30.6.2016	30.6.2015	31.12.2015
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
Osakepääoma	45,3	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7	7,7
Muuntoerot	-2,0	-1,9	-1,6
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,1	0,0	19,1
Kertyneet voittovarot	38,0	36,1	41,0
Emoyhtiön omistajille kuuluva			
oma pääoma	108,2	87,2	111,5
Määräysvallattomien omistajien			
osuus	17,5	15,0	17,2
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	125,7	102,2	128,7
VIERAS PÄÄOMA			
PITKÄAIKAISET VELAT			
Pitkäaikaiset korolliset velat	67,5	68,8	63,1
Laskennalliset verovelat	13,9	7,0	14,2
Eläkevelvoitteet	1,5	2,7	1,5
Varaukset	0,3	0,0	0,2
Muut rahoitusvelat	0,0	0,0	0,2
Muut pitkäaikaiset velat	0,2	0,3	0,2
LYHYTAIKAISET VELAT			
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	21,7	11,8	28,5
Saadut ennakot	29,9	19,5	25,3
Tilikauden verotettavaan tuloon			
perustuvat verovelat	0,0	0,0	2,2
Varaukset	0,7	0,5	0,6
Ostovelat ja muut velat	68,1	46,0	63,5
VELAT YHTEENSÄ	203,8	156,5	199,5
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
YHTEENSÄ	329,5	258,7	328,2

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 1.1.2016	45,3	7,7	-1,6	19,1	41,0	111,5	17,2	128,7
Tilikauden tulos					6,6	6,6	1,9	8,5
Muut laajan tuloksen erät			-0,4		0,0	-0,4	0,0	-0,4
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-9,7	-9,7		-9,7
Tytäryritysten osingonjako							-1,8	-1,8
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					0,2	0,2		0,2
Oma pääoma 30.6.2016	45,3	7,7	-2,0	19,1	38,0	108,2	17,5	125,7
milj. euroa								
Oma pääoma 1.1.2015	45,3	7,7	-2,5	0,0	38,0	88,5	15,2	103,7
Tilikauden tulos					7,0	7,0	1,1	8,2
Muut laajan tuloksen erät			0,6		0,2	0,7		0,7
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-9,1	-9,1		-9,1
Tytäryritysten osingonjako							-1,4	-1,4
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					0,0	0,0		0,0
Oma pääoma 30.6.2015	45,3	7,7	-1,9	0,0	36,1	87,2	15,0	102,2

RAHAVIRTUALASKELMA

(milj. euroa)

	2016 4—6	2015 4—6	2016 1—6	2015 1—6	2015 1—12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA					
Tilikauden voitto	6,9	6,3	8,5	8,2	12,1
Oikaisuerät	5,7	3,4	11,2	7,4	20,3
Käyttöpääoman muutos	-6,3	-4,0	8,8	7,1	4,5
Saadut osingot	0,2	1,0	0,6	1,1	1,7
Saadut korot	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-0,5	-0,6	-1,0	-1,2	-1,9
Maksetut verot	-2,5	-1,8	-4,0	-3,3	-3,7
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	3,5	4,4	24,1	19,2	33,2

INVESTOINTIEN RAHAVIRTA

Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin	-1,1	-0,8	-2,5	-1,3	-3,3
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot	0,0	1,9	0,0	2,2	2,2
Investoinnit muihin sijoituksiin	0,0	0,0	0,0	-0,1	-0,1
Luovutustulot muista sijoituksista	0,0	0,6	0,0	0,6	1,0
Tytäryritysten ja liiketoimintojen hankinta	-3,1	0,0	-3,8	-2,3	-26,8
Osakkuusyhtiöiden hankinta	0,0	-0,4	0,0	-0,4	-0,5

Tytäryritysten myynti ja palautuneet hankintamenot	0,0	0,0	0,0	0,0	5,3
Osakkuusyritysten myynti ja pääoman palautukset	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Investointien rahavirta yhteensä	-4,3	1,4	-6,2	-1,2	-22,1
Rahavirta ennen rahoitusta	-0,8	5,8	17,9	18,1	11,1
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA					
Pitkäaikaisten lainojen nostot	0,0	0,0	10,0	0,0	0,0
Pitkäaikaisten lainojen takaisinmaksut	0,0	0,0	-2,5	0,0	0,0
Lyhytaikaisten lainojen nostot	23,0	2,0	46,0	22,0	45,0
Lyhytaikaisten lainojen takaisinmaksut	-26,0	-9,5	-56,0	-28,1	-43,2
Maksetut osingot	-1,8	-1,4	-11,7	-10,5	-10,5
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-4,8	-8,9	-14,2	-16,5	-8,7
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	-5,6	-3,2	3,7	1,5	2,4
Rahavarat kauden alussa	23,8	16,7	14,4	12,0	12,0
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	0,0	0,1	0,0	0,1	0,1
Rahavarat kauden lopussa	18,2	13,6	18,2	13,6	14,4

Hankitut liiketoiminnot 2016

	<u>Liiketoiminto</u>	<u>Hankintahetki</u>	<u>Hankintaosuus</u>	<u>Konsernin omistusosuus</u>
<u>Alma Markets -segmentti</u>				
Raksa ja KotiKauppa Oy	Verkkopalvelu	1.1.2016	51 %	33,15 %
Jobote s.r.o	Verkkopalvelu	1.1.2016	100 %	83 %
Remonttibulevardi Oy	Verkkopalvelu	2.6.2016	51 %	33,15 %
<u>Alma News & Life -segmentti</u>				
Rantapallo Oy	Verkkopalvelu	1.4.2016	79 %	79 %

Rantapallo Oy:n hankinnan seurauksena kirjatut alustavat varat ja velat olivat seuraavat:

milj. eur	Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot
Aineettomat hyödykkeet	2,7
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,3
Rahavarat	0,3
Yhteensä	3,3
Laskennalliset verovelat	0,5
Ostovelat ja muut velat	0,8
Yhteensä	1,3
Nettovarat 100%	2,0
Konsernin osuus nettovaroista	1,6
IFRS hankintameno (alustava)	4,5
Liikearvo (alustava)	2,9

Liiketoimintojen yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot aineettomiin hyödykkeisiin liittyvät asiakassuhteisiin, ICT-teknologiaan ja tuotemerkkiin. Hankinnoissa syntyneeseen liikearvoon vaikuttivat hankittuihin liiketoimintoihin liittyvät odotettavissa olevat synergiaedut.

Tiedot muista hankituista liiketoiminnoista esitetään yhdistettynä:

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

Liiketoimintojen yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot aineettomiin hyödykkeisiin liittyvät pääasiassa hankittuihin ICT-sovelluksiin ja asiakassuhteisiin. Hankinnoissa syntyneeseen liikearvoon vaikuttivat hankittuihin liiketoimintoihin liittyvät odotettavissa olevat synergiaedut.

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	0,6
Käyvän arvon muutokset aiempina tilikausina	0,0
Maksetut velat	-0,4
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella	0,0
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	0,2

LIKEVAIHDON MAANTIETEELLINEN

JAKAUMA	2016	2015	2016	2015	2015
milj. euroa	4—6	4—6	1—6	1—6	1—12
Segmentit kotimaa	67,2	59,9	130,9	119,6	235,3
Segmentit ulkomaat	19,2	10,5	37,3	20,3	44,6
Segmentit yhteensä	86,4	70,4	168,2	140,0	280,0
Kohdistamattomat	5,5	2,6	10,5	5,0	11,5
Konserni yhteensä	92,0	73,0	178,7	144,9	291,5

LIKEVOITON MAANTIETEELLINEN

JAKAUMA	2016	2015	2016	2015	2015
milj. euroa	4—6	4—6	1—6	1—6	1—12
Segmentit kotimaa	9,1	6,4	12,7	10,1	16,8
Segmentit ulkomaat	2,6	2,4	6,0	4,1	10,6
Segmentit yhteensä	11,7	8,8	18,7	14,1	27,4
Kohdistamattomat	-2,6	-0,7	-7,1	-3,4	-9,7
Konserni yhteensä	9,1	8,1	11,6	10,8	17,7

HENKILÖSTÖN MAANTIETEELLINEN JAKAUMA					
	2016	2015	2016	2015	2015
	4—6	4—6	1—6	1—6	1—12
Henkilöstö kotimaa	1 519	1 388	1 593	1 363	1 362
Henkilöstö ulkomaat	832	406	812	404	430
Henkilöstö yhteensä	2 351	1 794	2 405	1 766	1 793

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

Tiedot segmenteittäin

Alma Median segmentit ovat Alma Markets, Alma Talent, Alma News & Life, ja Alma Regions. Osavuositarkastuksen 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	30.6.2016	30.6.2015	31.12.2015
Alma Markets	77,1	79,0	79,7
Alma Talent	111,6	42,0	114,2
Alma News & Life	15,8	12,4	10,6
Alma Region	61,0	63,2	63,2
Segmentit yhteensä	265,6	196,6	267,8
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	64,0	62,1	60,5
Yhteensä	329,5	258,7	328,2

VELAT SEGMENTEITTÄIN

milj. euroa	30.6.2016	30.6.2015	31.12.2015
Alma Markets	19,6	18,5	16,7
Alma Talent	34,8	10,8	33,5
Alma News & Life	1,6	4,0	3,0
Alma Region	68,4	70,5	64,6
Segmentit yhteensä	124,4	103,9	117,8
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	79,4	52,6	81,7
Yhteensä	203,8	156,5	199,5

Varaukset

Yhtiöllä oli 30.6.2016 yhteensä 1,0 (0,5) milj. euroa varauksia. Varausten muodostamisen yhteydessä tehtyjä arvioita ei ole ollut tarvetta muuttaa.

Vastuut

VASTUUSITOUMUKSET

milj. euroa	30.6.2016	30.6.2015	31.12.2015
Muiden puolesta annetut vakuudet			
Takaukset	1,2	1,4	1,2
Muut vastuusitoumukset	2,2	1,6	2,5
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:			
Yhden vuoden kuluessa	10,7	8,7	11,4
1-5 vuoden kuluessa	35,0	25,4	37,1
yli viiden vuoden kuluttua	25,9	29,0	28,5
Yhteensä	71,6	63,2	76,9

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

0,2 0,1 0,1

JOHDANNAISSOPIMUKSET

milj. euroa	30.6.2016	30.6.2015	31.12.2015
Hyödyke johdannaiset, sähkötermiinit			
Käypä arvo*	-0,1	-0,1	-0,1
Nimellisarvo	0,3	0,4	0,3
Korkojohdannaiset			
Käypä arvo*	-0,8	-0,6	-0,7
Kohde-etuuden arvo	19,4	19,6	19,5
Valuuttajohdannaiset			
Käypä arvo*	0,0	0,0	0,0
Kohde-etuuden arvo	2,4	1,5	2,4

* Käypä arvo edustaa tuottoa joka olisi syntynyt, mikäli johdannaispositiot olisi suljettu tilinpäätöshetkellä.

Lähipiiritapahtumat

Alma Media -konsernin lähipiiriin luetaan emoyhtiön merkittävimmät omistajat, osakkuusyritykset sekä niiden omistamat yritykset. 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	2016	2015	2016	2015	2015
milj. euroa	4—6	4—6	1—6	1—6	1—12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,1	0,0	0,1	0,0	0,2
Osakkuusyritykset	0,0	0,0	0,1	0,0	0,2
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,5	0,7	1,0	1,4	2,9
Osakkuusyritykset	0,5	0,7	1,0	1,4	2,7
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Myynti, laina- ja muut saamiset					
raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3
Osakkuusyritykset	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3
Ostovelat raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1
Osakkuusyritykset	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1

Osakepalkkiojärjestelmä

Alma Media Oyj:n hallitus hyväksyi helmikuussa 2015 osakeomistukseen perustuvan kannustinjärjestelmän yhtiön johdolle ja eräille 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 kevääseen 2018 (LTI 2016) ja kevääseen 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 kulua osakepalkkion käypään arvoon perustuen lisäosakkeiden maksuun asti. Osakkeina maksettava osan käypä arvo on määriteltävä päivänä, jona kohderyhmä on hyväksynyt järjestelyn ehdot. Osakkeen arvosta on vähennetty ohjelman omistusvelvoitteen 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 milj. euroa	2016 4—6	2016 1—3	2015 10—12	2015 7—9	2015 4—6	2015 1—3	2014 10—12	2014 7—9	2014 4—6
LIIVEVAIHTO	92,0	86,7	78,6	68,0	73,0	71,9	76,6	70,5	75,7
Alma Markets	17,6	16,7	15,9	14,7	14,7	13,8	13,9	12,8	13,1
Alma Talent	30,5	29,3	18,2	12,5	14,0	13,8	14,0	12,2	13,1
Alma News & Life	12,1	10,9	11,8	10,4	11,4	10,6	11,8	12,0	13,6
Alma Regions	33,0	30,8	33,9	31,6	34,1	34,9	38,3	34,6	37,3
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,2	-0,9	-1,1	-1,2	-1,1	-1,2	-1,4	-1,1	-1,4
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	82,2	81,4	71,7	60,6	66,4	70,0	71,2	63,5	69,5
Alma Markets	12,5	11,9	13,3	10,6	10,6	10,9	12,0	10,2	10,7
Alma Talent	27,2	27,2	16,3	10,4	12,2	11,9	12,2	10,0	11,7
Alma News & Life	10,3	9,4	10,2	9,8	10,5	10,9	11,6	11,1	11,7
Alma Regions	30,8	29,8	30,6	29,1	31,7	34,9	34,7	32,1	34,5
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	1,4	3,1	1,3	0,7	1,4	1,4	0,6	0,0	0,9
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	14,4	9,9	10,8	11,0	10,2	5,3	8,9	10,4	9,7
Alma Markets	6,4	6,1	3,9	5,4	5,3	4,2	3,3	4,0	3,7
Alma Talent	4,4	3,2	2,5	2,3	2,1	2,1	1,9	2,3	1,4
Alma News & Life	2,0	1,6	1,6	0,7	0,9	-0,3	0,2	0,9	2,0
Alma Regions	3,1	1,8	4,2	3,4	3,3	0,9	4,5	3,8	4,2
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,4	-2,8	-1,3	-0,8	-1,4	-1,6	-1,0	-0,6	-1,6
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	9,9	5,5	7,1	7,6	6,8	1,9	5,6	7,0	6,3
Alma Markets	5,1	4,8	2,6	4,2	4,1	2,9	1,9	2,6	2,4
Alma Talent	3,4	2,2	2,1	2,1	1,9	1,9	1,8	2,2	1,3
Alma News & Life	1,9	1,5	1,6	0,6	0,9	-0,4	0,2	0,9	1,9
Alma Regions	2,2	1,0	3,3	2,6	2,5	0,0	3,7	2,5	2,8
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-2,6	-4,0	-2,5	-1,9	-2,5	-2,6	-2,0	-1,2	-2,2
% LIIKEVAIHDESTA	10,8	6,4	9,0	11,1	9,3	2,7	7,3	9,9	8,3
Alma Markets	29,0	29,0	16,5	28,3	27,7	21,2	13,8	20,6	18,4
Alma Talent	11,2	7,6	11,3	17,1	13,3	14,0	13,2	17,7	10,2
Alma News & Life	15,3	13,9	13,6	6,0	7,8	-3,4	1,4	7,3	14,1
Alma Regions	6,6	3,1	9,7	8,2	7,2	0,1	9,7	7,2	7,5
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OIKAISTUT ERÄT	-0,8	-3,0	-6,2	-1,6	1,3	0,8	-0,8	-0,5	-0,2
Alma Markets	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,7	0,0	0,0
Alma Talent	-1,5	-1,4	-0,2	-1,4	0,0	0,6	-0,5	-0,5	0,0
Alma News & Life	0,9	0,0	-0,8	0,0	0,0	0,0	-0,6	0,0	0,0
Alma Regions	-0,2	-1,1	-3,1	-0,2	-0,4	0,2	-1,5	0,0	0,0
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	-0,5	-2,0	0,0	1,7	0,0	0,0	0,0	-0,2
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	9,1	2,5	0,9	6,0	8,1	2,7	4,8	6,5	6,1
Alma Markets	5,1	4,8	2,6	4,2	4,1	2,9	3,6	2,6	2,4
Alma Talent	1,9	0,8	1,8	0,7	1,9	2,5	1,4	1,6	1,3
Alma News & Life	2,8	1,5	0,7	0,6	0,9	-0,4	-0,4	0,9	1,9
Alma Regions	2,0	-0,2	0,1	2,4	2,0	0,2	2,3	2,5	2,8
Kohdistamattomat toiminnot	-2,6	-4,5	-4,4	-1,9	-0,7	-2,6	-2,0	-1,2	-2,3
Rahoitustuotot	0,3	0,1	0,0	0,0	0,3	0,1	0,1	0,0	0,2
Rahoituskulut	0,7	0,8	1,2	1,2	0,7	0,6	0,7	0,8	0,9
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	0,2	0,3	0,8	0,3	0,2	0,3	1,1	0,2	0,3
TULOS ENNEN VEROJA	9,0	2,1	1,4	5,1	8,0	2,4	5,4	5,9	5,8
Tuloverot	-2,1	-0,5	-1,1	-1,4	-1,6	-0,6	-1,3	-1,1	-1,0
TILIKAUDEN TULOS	6,9	1,6	0,3	3,7	6,3	1,8	4,0	4,8	4,8

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–syyskuulta 2016 perjantaina 28.10. noin klo 9.00.