



Alma Media Oyj

Q3 Osavuositiedot

25.10.2018



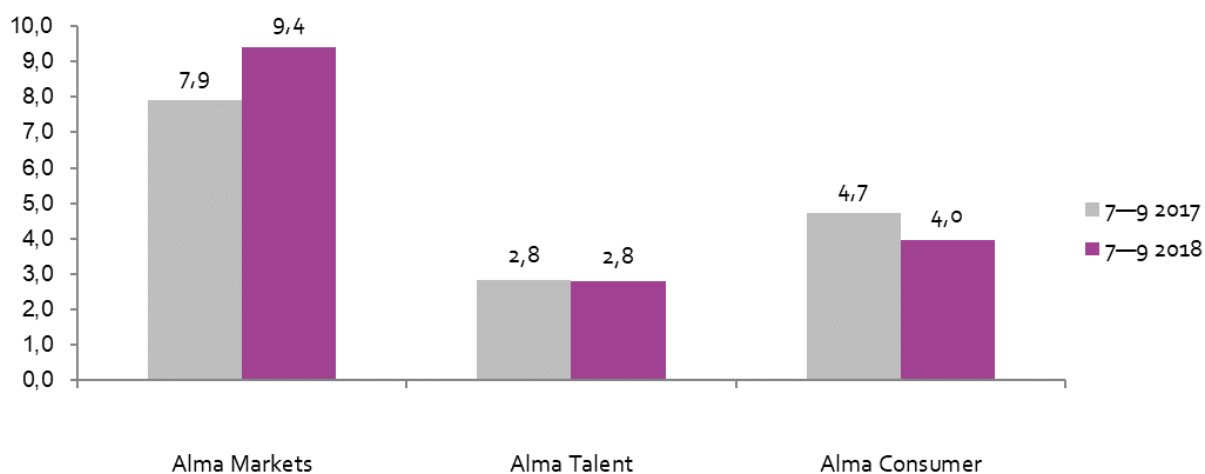
Alma Median osavuositarkastus tammi—syyskuu 2018:

Kolmannen vuosineljänneksen oikaistu liikevoitto kasvoi Markets-segmentin tulosparannuksen jatkuessa. Liikevaihto laski odotetusti myytyjen liiketoimintojen johdosta.

Taloudellinen kehitys heinä—syyskuussa 2018:

- Liikevaihto 81,6 (86,0) milj. euroa, laskua 5,1 %.
- Oikaistu liikevoitto 15,1 (14,0) milj. euroa, 18,5 % (16,2 %) liikevaihdosta, kasvua 8,3 %.
- Liikevoitto 14,6 (14,3) milj. euroa eli 17,9 % (16,6 %) liikevaihdosta, kasvua 1,9 %.
- Osakekohtainen tulos 0,12 (0,12) euroa.
- Alma Markets: Liiketoiminnan kannattava kasvu jatkui sekä Suomessa että kansainvälisesti.
- Alma Talent: Kannattavuus edellisvuoden tasolla, sisältömyynnin digitilaukset kehittyivät hyvin.
- Alma Consumer: Painetun median myynnin lasku heikensi edelleen kannattavuutta.

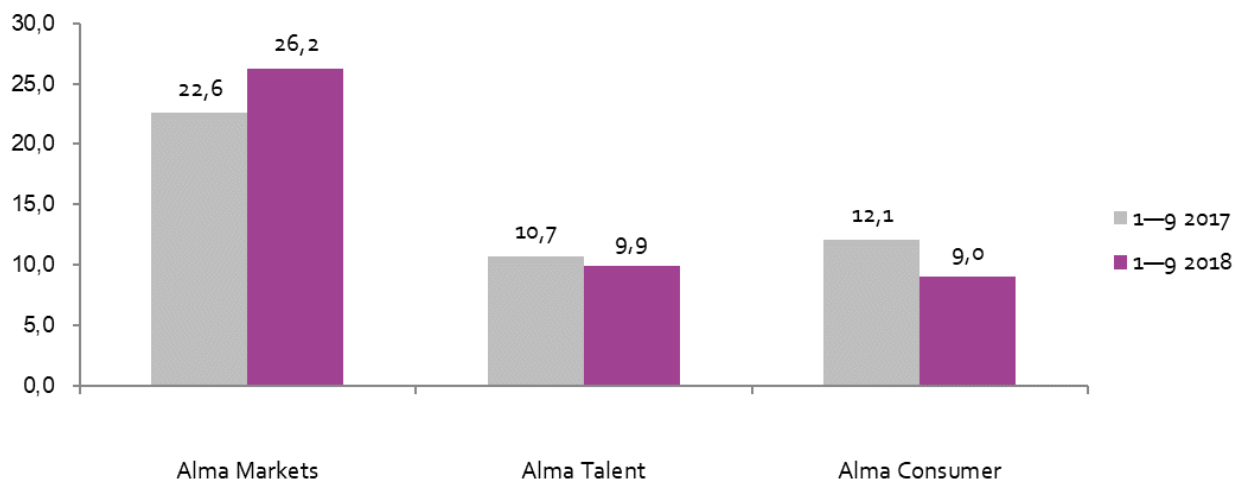
**Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto heinä—syyskuu, milj. euroa
(ei sisällä kohdistamattomia toimintoja)**



Taloudellinen kehitys tammi—syyskuussa 2018:

- Liikevaihto 262,7 (270,2) milj. euroa, laskua 2,8 %.
- Oikaistu liikevoitto 40,2 (39,8) milj. euroa, 15,3 % (14,7 %) liikevaihdosta, kasvua 1,1 %.
- Liikevoitto 44,9 (40,7) milj. euroa eli 17,1 % (15,1 %) liikevaihdosta, kasvua 10,1 %.
- Osakekohtainen tulos 0,38 (0,35) euroa.

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



AVAINLUVUT milj. euroa	2018 7—9	2017 7—9	Muutos %	2018 1—9	2017 1—9	Muutos %	2017 1—12
Liikevaihto	81,6	86,0	-5,1	262,7	270,2	-2,8	367,3
Sisältöliikevaihto	26,6	29,9	-11,2	85,3	93,4	-8,6	125,8
Sisältöliikevaihto, painettu	22,4	25,8	-13,1	72,8	81,1	-10,3	109,3
Sisältöliikevaihto, digi	4,2	4,1	1,1	12,6	12,3	2,4	16,5
Mainosmyynnin liikevaihto *)	42,2	42,9	-1,6	135,3	135,6	-0,2	185,8
Mainosmyynti, painettu	10,7	13,5	-20,9	37,5	46,2	-18,9	62,8
Mainosmyynti, digi	31,2	28,9	8,0	96,2	87,6	9,8	120,5
Palveluliikevaihto *)	12,8	13,1	-2,6	42,0	41,2	2,0	55,7
Oikaistut kokonaiskulut	66,6	72,2	-7,7	222,9	230,7	-3,4	320,8
Oikaistu käyttökate	18,9	17,9	5,3	52,1	51,7	0,8	67,4
Käyttökate	18,3	18,2	0,3	56,7	52,6	7,9	66,9
Oikaistu liikevoitto	15,1	14,0	8,3	40,2	39,8	1,1	51,1
% liikevaihdesta	18,5	16,2		15,3	14,7		13,9
Liikevoitto/-tappio	14,6	14,3	1,9	44,9	40,7	10,1	46,6
% liikevaihdesta	17,9	16,6		17,1	15,1		12,7
Tilikauden tulos	12,2	11,2	8,9	36,4	32,3	12,7	36,7
Tulos/osake, EUR (laimentamaton ja laimennettu)	0,12	0,12	4,0	0,38	0,35	9,8	0,39
Digiliiketoiminnan liikevaihto	40,5	38,0	6,6	125,4	114,6	9,4	156,6
Digiliiketoiminta, % liikevaihdesta	49,7	44,2		47,7	42,4		42,6

*) Vertailutietoa on oikaistu mainosmyynnin liikevaihdon ja palveluliikevaihdon välillä.

Toimintaympäristö vuodelle 2018

Suomen kansantalouden arvioidaan kasvavan vahvasti vuonna 2018. Alma Medialle tärkeiden itäisen Keski-Euroopan maiden, kuten Tšekin ja Slovakian, kansantalouksien arvioidaan kasvavan 3–4 %. Median rakennemuutos jatkuu vuonna 2018; mainonta ja sisältömyynti verkossa kasvaa, ja painetun median kysyntä laskee.

Näkymät vuodelle 2018 (muuttumaton)

Alma Media arvioi vuoden 2018 liikevaihdon pysyvän edellisvuoden 2017 tasolla ja oikaistun liikevoiton kasvavan vuoden 2017 tasosta. Vuoden 2017 liikevaihto oli 367,3 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 51,1 milj. euroa.

Markkinatilanne päämarkkina-alueilla

Vuoden 2018 heinä–syyskuussa mainonnan kokonaismäärä laski Suomessa Kantar TNS:n mukaan 0,6 (2,2) % ja verkkomediainonta kasvoi Suomessa kolmannella kvartaalilla 2,4 (10,1) %. Mainonta kaupunki- ja sanomalehdissä Suomessa laski 7,5 (10,9) %. Suomen aikakauslehtien mainonnan määrä laski heinä–syyskuussa 2,8 (8,9) %. Iltaapäivälehtien kappalemääräinen markkina laski Suomessa vuoden 2018 kolmannella kvartaalilla 10,7 (12,1) %.

Vuoden 2018 tammi–syyskuussa mainonnan kokonaismäärä kasvoi Ruotsissa Sveriges Mediebyråerin mukaan 6,7 (3,6) %. Samalla ajanjaksolla verkkomediainonta Ruotsissa kasvoi 5,2 % (9,8 %) ja ammattilehtien mainonnan määrä laski 17,5 (8,1) %.

Alma Median päämarkkinamaat itäisessä Keski-Euroopassa ovat Tšekki ja Slovakia. Euroopan Komission ennusteen mukaan bruttokansantuote (BKT) kasvaa vuonna 2018 Tšekissä 3,0 %. Tšekin keskuspankki CNB arvioi BKT:n kasvavan 3,2 % vuonna 2018 ja 3,4 % vuonna 2019. BKT kasvaa Slovakiassa Euroopan Komission ennusteen mukaan 3,9 % vuonna 2018. Slovakian keskuspankki NBS:n mukaan BKT:n kasvu on 4,3 % vuonna 2018 ja 4,7 % vuonna 2019.

Toimitusjohtaja Kai Telanne:

Alma Median kannattavuuden kehitys jatkui hyvänä kolmannella vuosineljänneksellä. Oikaistu liikevoitto oli heinä–syyskuussa 15,1 miljoonaa euroa ja liikevoittomarginaali 18,5 prosenttia. Digitaalisiin markkinapaikkoihin ja rekrytointiliiketoimintaan erikoistuneen Alma Marketsin tulokset kehitys jatkui vahvana. Luovuimme tappiollisista tai heikosti kannattavista liiketoiminnoista, mikä myös nosti suhteellista kannattavuutta. Alma Median liikevaihto heinä–syyskuussa laski odotetusti myytyjen liiketoimintojen seurauksena 5,1 prosenttia 81,6 miljoonaan euroon.

Suomen talouden arvioidaan olevan nousukautensa huipulla, mutta kotimaisen mediamainonnan määrä laski Kantar TNS:n mukaan heinä–syyskuussa 0,6 prosenttia. Alhaisten mainospanostusten taustalla on etenevä siirtymä perinteisestä sanomalehtimainonnasta digitaaliseen mainontaan, mainostaja-asiakkaiden investoinnit omiin medioihin ja markkinointiteknologioihin kuin myös kilpailutilanteen kiristymisen kotimaisten mediatilojen ja kansainvälisten alustatoimijoiden välillä.

Alma Markets jatkoi kolmannella vuosineljänneksellä erinomaisen kannattavalla kasvu-uralla (liikevoittomarginaali 39,3 prosenttia). Rekrytointiliiketoiminnan liikevaihdon kasvu hidastui hieman alkuvuodesta, mutta rekrytointipalveluiden kysyntä Itäisessä Keski-Euroopassa on vahvasta talouskasvusta johtuen edelleen hyvällä tasolla. Markkinointipanostukset uuteen rekrytointimobiilipalveluun Puolassa jatkuivat. Suomessa hyvä talouskehitys vauhditti asumiseen ja autoiluun liittyvien verkkopalveluiden myyntiä.

Alma Talentin heinä–syyskuun oikaistu liikevoitto oli vertailukauden tasolla 2,8 miljoonassa eurossa. Alma Talentin transformaatiostrategian keskiössä ovat medioiden uudistustyö ja digisisältötuottojen sekä -tilausten kasvattaminen. Näissä onnistuttiin katsauskaudella tavoitteiden mukaisesti ja ne kompensoivat painetun median laskua. Toimenpiteet Ruotsin liiketoiminnan tervehdyttämiseksi jatkuivat. Liiketoimintasegmentin toimintaa on myös fokusoitu luopumalla kannattamattomista ja ei-synergisistä liiketoiminnoista.

Alma Consumerin liikevaihtoa laskivat Lapin lehtien myynti. Kannattavuuskehitykseen vaikuttivat Iltalehden irtonumeromyyntin ja alueellisen sekä paikallismedioiden painetun median mainosmyyntin lasku, vaikkakin printtimainonnan myyntin lasku oli hitaampaa kuin markkinakehitys yleisesti. Segmentin digimainonnassa hyvää kehitystä nähtiin mobiili- ja videomainonnassa, myös sisämarkkinointi kasvoi selvästi vertailukaudesta. Edellisen kvartaalin kehitykseen vaikuttanut, keväällä voimaan tullut uuden tietosuoja-asetuksen (GDPR) tuoma epävarmuus ohjelmalliseen ostamiseen on osittain poistunut.

Myimme heinäkuussa toimitila- ja tuotantokiinteistön Tampereella. Myynnillä ei ollut merkittävää tulosvaikutusta, mutta se vapauttaa pääomia ydinliiketoimintojen kehittämiseen. Omavaraisuusasteemme oli syyskuun lopussa 56,0 prosenttia ja nettovelkaantumisaste 12,1 prosenttia.

EU:n neuvoston päätös sallia digitaalisten julkaisujen arvonnäköveron laskun 24 prosentista 10 prosenttiin on myönteinen ratkaisu. Uskomme, että päätös lisää digitaalisten palveluiden sekä sisältöjen kysyntää ja käyttöä Suomessa. Tämä vuorostaan edesauttaa kotimaisten mediatilojen elinvoimaisuuden ylläpitämistä sekä vahvistaa valmiuksia hoitaa laatu medialle tärkeää yhteiskunnallista sivistystehtävää.

Strategia ja siihen liittyvät toimenpiteet 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 kuluttajien muuttuvaan mediankäyttöön ja rakentaa julkaisutoiminnan alueella toimivista brändeistään monikanavaisia mediaratkaisuja. Mediaaliiketoiminnassa jatketaan siirtymää painetusta digitaaliseen mediaan kehittämällä digitaalisia sisältöjä ja markkinointiratkaisuja asiakkaiden tarpeita kuunnellen sekä varmistuen medioiden arvostus alueidensa ja yhteisöjensä ykkösbrändeinä. Palveluliikevaihdon kasvattamiseksi Alma Media lisää digitaalista tarjontaansa tuomalla markkinoille uusia tuotteita ja palveluja myös julkaisutoiminnan ulkopuolelta.

Vuosien 2018–2020 strategijaksolle Alma Media on valinnut viisi erityisesti digitaalisen liiketoiminnan kasvattamiseen ja kehittämiseen tähtäävää konsernitason 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 kasvun tuottava eCom, 3) datan liiketoiminnallinen hyödyntäminen regulaatiovaatimukset huomioiden, 4) erikoissisältöihin ja palveluihin keskittyvät Alma-teemat 5) kävijäliikenteen kasvattaminen ja ohjaus.

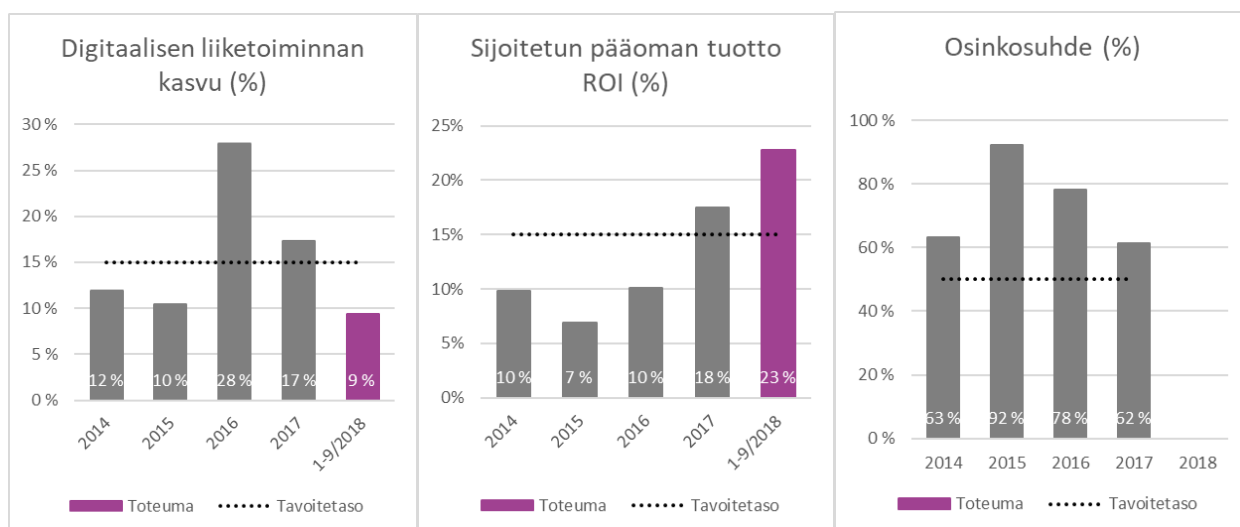
Katsauskaudella satsaukset digisisältöjen lisääntyvään tuottamiseen näkyivät Alma Median toimituksissa vaihtelevasti käyttöön otettavina työkaluina, joilla digisisältöjä voidaan tuottaa aiempaa tehokkaammin ja jotka edistävät toimitusten välillä tehtävää yhteistyötä ja lisäävät sisältövirtojen läpinäkyvyyttä. Lisäksi katsauskaudella toteutettiin useita verkkopalvelu-uudistuksia. Mikrobitti-lehden verkkopalvelu uudistui elokuussa. Uudistuksen myötä osa sivuston artikkeleista muuttui maksullisiksi. Erityisenä elementtinä Mikrobitti.fi tunnistaa mainonnan esto-ohjelmien -käyttäjät ja sallii adblock-ohjelmien käytön tilauksen tehneille lukijoille. Myös Kauppalehden, Aamulehden, Satakunnan Kansan verkkosivut uudistettiin ja etenkin sivustojen mobiilikäyttö on tehty aiempaa sujuvammaksi.

Toimenpiteet digisisältöliiketoiminnan kasvattamiseksi strategisen eCom-aloitteen puitteissa jatkuivat. Sisältömyynnissä edistettiin analytiikkaa, jonka pohjalta voidaan ennustaa lukijauskollisuutta ja tilaajapotentiaalia tai suunnitella tilauspoistumaa pienentäviä toimenpiteitä, esimerkiksi sivuston ja asiakaspolun personointia.

Strategisiin aloitteisiin kuuluu myös keskitetty valtakunnallinen mediamyynti Alma Mediaratkaisut (AMR). AMR aloitti vuonna 2015 pilottihankkeena ja se on muutamassa vuodessa muuntunut 170 hengen matriisiorganisaatioksi. Aloitteen tavoitteita ovat muun muassa mainosmyynnin markkinaosuuden kasvattaminen, mainonnan ohjelmallisen ostamisen edistäminen ja uusien tuotteiden sekä palvelukokonaisuuksien tuominen mediatarjoomaan. Katsauskaudella AMR:n ja Alma Consumerin mainosmyynti ja siihen liittyvät tukitoiminnot yhdistettiin, mikä vahvistaa AMR:n alueellista myyntiä ja markkinointia. Desktopin display-mainonnan markkinan tasaantuessa AMR:n fokusalueita ovat mobiilimarkkinointi, sisältömarkkinointi ja ohjelmallinen ostotapa. Lisäksi yleisödatan tehokkaammalla hyödyntämisellä mainostaja-asiakkaille voidaan tarjota yhä kohdennettumpia, relevantimpia yleisöjä ja tarkempia analyysityökaluja mainonnan tehokkuuden mittaamiseksi.

Kannattavan kasvun varmistamiseksi Alma Media arvioi säännöllisesti brändiportfolioaan, liiketoimintojensa tuotteita ja palveluita - tarvittaessa kannattamattomat tai vähäisiä synergioita tuottavat toiminnot lopetetaan tai divestoidaan. Katsauskaudella Alma Talent myi mediabrändit Dagens Median ja Medievärldenin Dagens Media Sverige AB:n osakekaupalla Bonnier Business Medialle. Lisäksi Alma Career ilmoitti sulkevasa Monsterpolska.pl:n ja Monster.hu:n rekrytointipalvelu-sivustot sekä lopettavansa Puolassa Monster Worldwide Polska SP. Z.o.o:n ja Unkarissa Monster Magyarorszag Kft:n toiminnot vuoden 2018 loppuun mennessä. Alma Media keskittyy Puolassa mobiilisovellus Pracza Rogiem:in ja Unkarissa verkkopalvelu Workania.hu:n kehittämiseen ja niiden myynnin kasvattamiseen. Suomessa Monster-palvelun toiminta jatkuu ennallaan.

Alma Median pitkän aikavälin tavoitteet ja niiden toteutuma:



International Financial Reporting Standards (IFRS) -standardien mukainen vertailu on tehty vuoden 2017 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	2018	2017	Muutos	2018	2017	Muutos	2017
milj. euroa	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Liikevaihto	81,6	86,0	-5,1	262,7	270,2	-2,8	367,3
Oikaistut kokonaiskulut	66,6	72,2	-7,7	222,9	230,7	-3,4	320,8
Oikaistu käyttökate	18,9	17,9	5,3	52,1	51,7	0,8	67,4
Käyttökate	18,3	18,2	0,3	56,7	52,6	7,9	66,9
Oikaistu liikevoitto	15,1	14,0	8,3	40,2	39,8	1,1	51,1
% liikevaihdosta	18,5	16,2		15,3	14,7		13,9
Liikevoitto/-tappio	14,6	14,3	1,9	44,9	40,7	10,1	46,6
% liikevaihdosta	17,9	16,6		17,1	15,1		12,7
Tilikauden tulos ennen veroja	15,3	14,0	9,1	45,1	40,1	12,3	45,9
Tilikauden tulos	12,2	11,2	8,9	36,4	32,3	12,7	36,7
TASE	2018	2017	Muutos	2018	2017	Muutos	2017
milj. euroa	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Taseen loppusumma				336,1	332,4	1,1	333,8
Nettovelat				20,5	33,2	-38,4	40,6
Korolliset velat				52,5	67,0	-21,7	61,3
Korottomat velat				107,9	110,9	-2,8	114,2
Investoinnit yhteensä	0,2	1,2	-82,5	20,8	5,3	290,6	22,2
Omavaraisuusaste%				56,0	50,7	10,5	50,9
Velkaantumisaste (gearing), %				12,2	21,7	-43,9	25,6
HENKILÖSTÖ	2018	2017	Muutos	2018	2017	Muutos	2017
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Henkilöstö keskimäärin ilman lehdenjakajia ja telemarkkinoijia	1 950	2 021	-3,5	1 972	1 987	-0,7	1 975
Lehdenjakajat ja telemarkkinoijat keskimäärin	1 124	1 184	-5,0	1 160	1 186	-2,2	1 175
TUNNUSLUKUJA	2018	2017	Muutos	2018	2017	Muutos	2017
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	32,3	33,9	-4,5	30,2	30,5	-1,2	24,8
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	24,1	23,4	3,1	22,8	20,8	9,5	17,5
Tulos/osake, EUR (laimentamaton ja laimennettu)	0,12	0,12	4,0	0,38	0,35	9,8	0,39
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,05	0,12	-55,2	0,45	0,52	-14,1	0,63
Oma pääoma/osake	1,82	1,62	11,9	1,82	1,62	11,9	1,66
Osinko/osake							0,24
Efektiivinen osinkotuotto%							3,3
P/E							18,4
Markkina-arvo				524,0	533,0	-1,7	592,3
Osakkeiden lkm ka. laimentamaton (YTD)	82 383	82 383		82 383	82 383		82 383
Osakemäärä kauden lopussa (1000 osaketta)				82 383	82 383		82 383

*) ks. osavuositarkastuksen laadintaperiaatteet. **) laimentamaton ja laimennettu. ***) yhtiö on hankkinut katsauskauden aikana omia osakkeita 198 658 kpl ja luovuttanut 122 344 kpl, yhtiön hallussa olevat omat osakkeet katsauskauden lopussa 236 314 kpl.

LIKEVAIHTO

Heinä–syyskuu 2018

Liikevaihto laski vuoden 2018 kolmannella neljänneksellä 5,1 % 81,6 (86,0) milj. euroon myytyjen liiketoimintojen johdosta.

Sisältöliikevaihto laski 11,2 % 26,6 (29,9) milj. euroon. Digitaalisista jakelukanavista saatavien sisältötuottojen kasvu ei riittänyt kattamaan painetun median sisältötuottojen laskua. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus sisältöliikevaihdon laskuun oli 2,3 milj. euroa.

Mainosmyynnin liikevaihto laski 1,6 % 42,2 (42,9) milj. euroon. Painettujen lehtien mainosmyynti laski 20,9 % vertailukauden tasosta ja oli 10,7 (13,5) milj. euroa. Digimainosmyynti kasvoi 8,0 % 31,2 (28,9) milj. euroon. Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen vaikutus mainosmyynnin liikevaihdon laskuun oli 2,1 milj. euroa.

Palveluliikevaihto oli 12,8 (13,1) milj. euroa. Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen vaikutus palveluliikevaihdon laskuun oli 0,4 milj. euroa. Palveluliikevaihtoon sisältyvät mm. tietopalveluiden myynti, tapahtuma- ja suoramarkkinointiliiketoiminta sekä Alma Manun konsernin ulkoisille asiakkaille myydyt paino- ja jakelupalvelut.

Tammi–syyskuu 2018

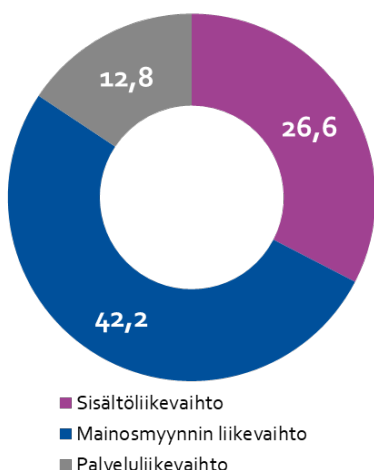
Liikevaihto laski tammi–syyskuussa 2,8 % 262,7 (270,2) milj. euroon.

Sisältöliikevaihto laski 8,6 % 85,3 (93,4) milj. euroon. Sisältöliikevaihdon lasku vertailukauden tasosta johtui painetun median levikkien pienenemisestä. Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen vaikutus sisältöliikevaihdon laskuun oli 4,7 milj. euroa.

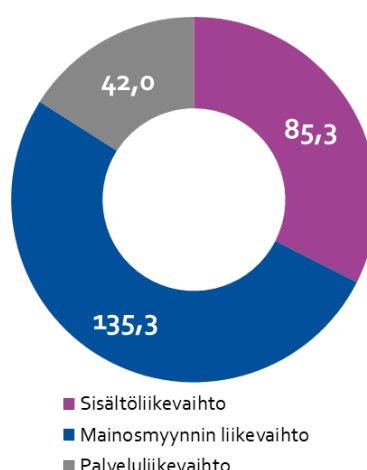
Mainosmyynnin liikevaihto laski 0,2 % 135,3 (135,6) milj. euroon. Painettujen lehtien mainosmyynti laski 18,9 % vertailukauden tasosta ja oli 37,5 (46,2) milj. euroa. Digimainosmyynti kasvoi 9,8 % 96,2 (87,6) milj. euroon. Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen vaikutus mainosmyynnin liikevaihdon laskuun oli 5,1 milj. euroa.

Palveluliikevaihto oli 42,0 (41,2) milj. euroa. Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 1,0 milj. euroa. Palveluliikevaihtoon sisältyvät mm. tietopalveluiden myynti, tapahtuma- ja suoramarkkinointiliiketoiminta sekä Alma Manun konsernin ulkoisille asiakkaille myydyt paino- ja jakelupalvelut.

Liikevaihdon jakauma Q3/2018, milj. euroa.



Liikevaihdon jakauma 1-9/2018, milj. euroa.



LIKEVAIHTO milj. euroa	2018 7—9	2017 7—9	Muutos %	2018 1—9	2017 1—9	Muutos %	2017 1—12
Alma Markets	23,9	20,9	14,7	71,9	61,1	17,7	83,2
Alma Talent	23,1	24,0	-3,8	79,0	82,2	-3,9	113,2
Alma Consumer	35,3	41,3	-14,6	113,3	127,6	-11,2	171,8
Segmentit yhteensä	82,3	86,2	-4,5	264,2	270,9	-2,5	368,2
Kohdistamattomat toiminnot	-0,7	-0,2	-213,8	-1,5	-0,7	121,5	-0,9
Yhteensä	81,6	86,0	-5,1	262,7	270,2	-2,8	367,3

LIKEVAIHDON MAANTIETEELLINEN JAKAUMA (milj. euroa)	2018 7—9	2017 7—9	Muutos %	2018 1—9	2017 1—9	Muutos %	2017 1—12
Segmentit Suomi	60,6	65,9	-8,0	195,7	208,2	-6,0	278,7
Segmentit muut maat	21,0	19,5	8,0	66,3	60,5	9,6	73,0
Segmentit yhteensä	81,6	85,4	-4,4	262,0	268,6	-2,5	351,7
Kohdistamattomat	0,0	0,6	-105,0	0,7	1,6	-54,5	1,5
Konserni yhteensä	81,6	86,0	-5,1	262,7	270,2	-2,8	353,2

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

TULOS

Heinä–syyskuu 2018

Oikaistu liikevoitto oli 15,1 (14,0) milj. euroa, 18,5 % (16,2 %) liikevaihdesta. Liikevoitto oli 14,6 (14,3) milj. euroa, 17,9 % (16,6 %) liikevaihdesta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä -0,6 (0,3) milj. euroa, jotka liittyivät myyntitappioihin. Vertailukauden kertaluonteiset erät liittyivät uudelleenjärjestelykuluihin sekä myyntivoittoihin.

Kokonaiskulut laskivat kolmannella neljänneksellä 5,2 milj. euroa myytyjen liiketoimintojen johdosta. Toisaalta kuluja kasvattivat panostukset verkkopalveluiden kehitykseen ja markkinointiin. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 3,7 (3,9) milj. euroa.

Heinä–syyskuun 2018 tulos oli 12,2 (11,2) milj. euroa ja oikaistu tulos 12,8 (10,9) milj. euroa.

Tammi–syyskuu 2018

Oikaistu liikevoitto oli 40,2 (39,8) milj. euroa, 15,3 % (14,7 %) liikevaihdesta. Liikevoitto oli 44,9 (40,7) milj. euroa, 17,1 % (15,1 %) liikevaihdesta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä 4,6 (0,9) milj. euroa, jotka liittyivät uudelleenjärjestelyihin sekä omaisuuserien myynteihin. Vertailukauden kertaluonteiset erät liittyivät uudelleenjärjestelykuluihin sekä myyntivoittoihin.

Kokonaiskulut laskivat tammi–syyskuussa 8,0 milj. euroa eli 3,4 % ja olivat 224,4 (232,3) milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 11,9 (11,9) milj. euroa.

Tammi–syyskuun 2018 tulos oli 36,4 (32,3) milj. euroa ja oikaistu tulos 31,8 (31,4) milj. euroa.

OIKAISTU LIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa	2018 7—9	2017 7—9	Muutos %	2018 1—9	2017 1—9	Muutos %	2017 1—12
Alma Markets	9,4	7,9	19,3	26,2	22,6	16,2	28,3
Alma Talent	2,8	2,8	-1,3	9,9	10,7	-8,0	14,6
Alma Consumer	4,0	4,7	-16,0	9,0	12,1	-25,4	16,7
Segmentit yhteensä	16,2	15,4	4,8	45,1	45,4	-0,6	59,6
Kohdistamattomat toiminnot	-1,0	-1,5	-29,2	-4,9	-5,6	-12,5	-8,5
Yhteensä	15,1	14,0	8,3	40,2	39,8	1,1	51,1

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	2018 7—9	2017 7—9	2018 1—9	2017 1—9	2017 1—12
Alma Markets					
Myyntivoitot ja -tappio		0,5	0,7	0,5	0,5
Alma Talent					
Uudelleenjärjestelykulut		-0,1	-0,2	-0,1	-0,1
Myyntivoitot ja -tappio	0,1		0,2	0,7	0,7
Alma Consumer					
Uudelleenjärjestelykulut		-0,1	-0,5	-1,0	-2,4
Myyntivoitot ja -tappio	-0,2	0,2	4,6	0,2	0,2
Kohdistamattomat					
Arvonalentumistappiot					-4,0
Uudelleenjärjestelykulut				-0,4	-0,4
Myyntivoitot ja -tappio	-0,5	-0,2	-0,2	0,9	0,9
LIIKEVOITON OIKAISTUT ERÄT	-0,6	0,3	4,6	0,9	-4,5
OIKAISTUT ERÄT TULOSSA ENNEN VEROJA	-0,6	0,3	4,6	0,9	-4,5

LIIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa	2018 7—9	2017 7—9	Muutos %	2018 1—9	2017 1—9	Muutos %	2017 1—12
Alma Markets	9,4	8,4	11,7	26,9	23,1	16,6	28,9
Alma Talent	2,9	2,7	8,5	9,9	11,3	-12,5	15,2
Alma Consumer	3,8	4,8	-21,0	13,1	11,3	15,9	14,5
Segmentit yhteensä	16,1	15,9	1,3	49,9	45,7	9,2	58,5
Kohdistamattomat toiminnot	-1,6	-1,6	-3,7	-5,1	-5,0	1,6	-12,0
Yhteensä	14,6	14,3	1,9	44,9	40,7	10,1	46,6

Osakkuusyhtiöt

Maaliskuussa 2018 Alma Media-konserni on hankkinut suunnatussa osakeannissa omistukseensa 20 prosenttia lainojen- ja vakuutusten kilpailutuspalveluita tarjoavan Etua Oy:n osakekannasta. Osapuolet eivät julkista sijoituksen hintaa. Etua Oy raportoidaan osakkuusyhtiönä.

Kesäkuussa 2018 Alma Media myi osuutensa Oy Suomen Tietotoimistosta. Alma Media omisti yhtiöstä 24,10 %. Myynnillä ei ollut olennaista vaikutusta Alma Media -konsernin tulokseen.

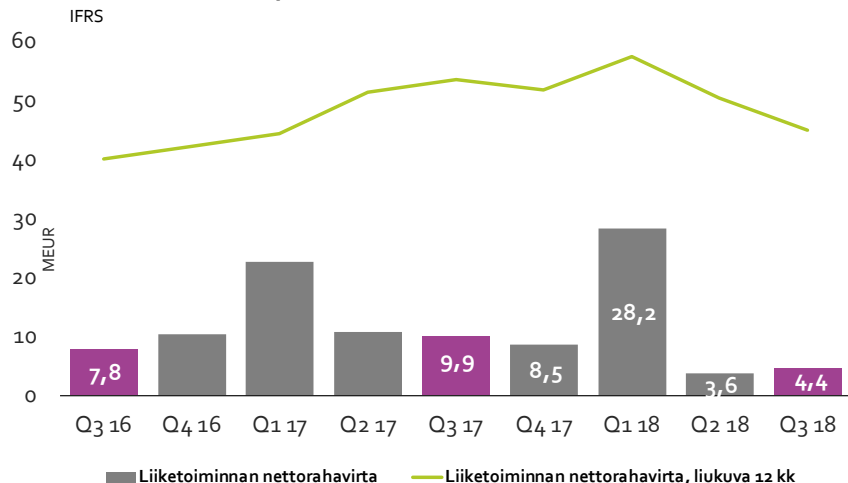
OSUUS OSAKKUUSYHTIÖIDEN TULOSSA milj. euroa	2018 7—9	2017 7—9	2018 1—9	2017 1—9	2017 1—12
Alma Markets	0,2	0,2	0,4	0,4	0,5
Alma Talent	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
Alma Consumer	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0
Muut osakkuusyhtiöt	0,0	0,1	-0,1	0,1	0,1
Yhteensä	0,2	0,3	0,4	0,6	0,7

TASE JA RAHOITUSASEMA

Konsernitaseen loppusumma oli syyskuun 2018 lopussa 336,1 (332,4) milj. euroa. Konsernin omavaraisuusaste oli syyskuun lopussa 56,0 % (50,7 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 1,82 (1,62) euroa.

Konsernin liiketoiminnan rahavirta oli heinä–syyskuussa 4,4 (9,9) milj. euroa. Liiketoiminnan rahavirta laski vertailukaudesta korkeampien maksettujen verojen ja kasvaneen käyttöpääoman johdosta. Rahavirta ennen rahoitusta oli 14,5 (10,7) milj. euroa. Konsernin liiketoiminnan rahavirta oli tammi–syyskuussa 37,1 (43,2) milj. euroa. Rahavirta ennen rahoitusta oli 42,9 (41,2) milj. euroa.

Liiketoiminnan rahavirta, MEUR



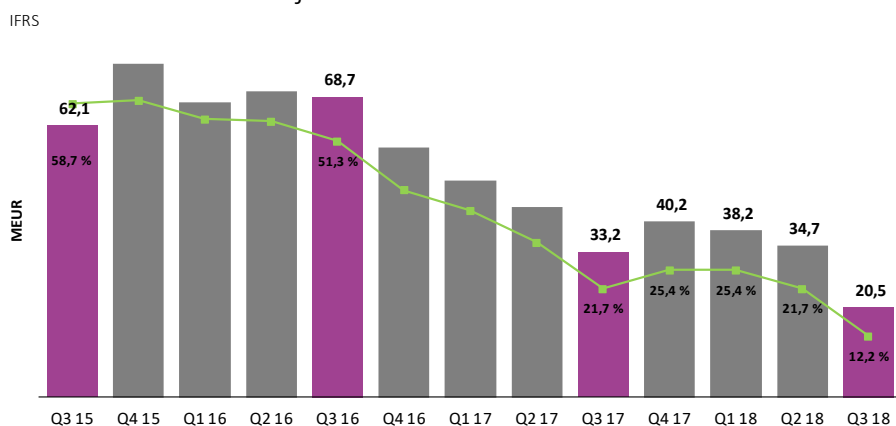
Konsernilla oli syyskuun 2018 lopussa korollisia velkoja yhteensä 52,5 (67,0) milj. euroa, jotka koostuvat rahoitusleasingveloista. Konsernin korollinen nettovelka oli 20,5 (33,2) milj. euroa.

KOROLLISET NETTOVELAT (milj. euroa)	2018 1–9	2017 1–9	2017 1–12
Korolliset pitkäaikaiset velat	48,1	61,9	56,0
Lyhytaikaiset korolliset velat	4,3	5,1	5,0
Rahavarat	32,0	33,8	20,7
Korolliset nettovelat	20,5	33,2	40,2

Alma Medialla on käytettävissä kaksi 12,5 milj. euron suuruista, sitovaa rahoituslimiittiä, jotka olivat 30.9.2018 kokonaan käyttämättä. Yhtiö jatkoi huhtikuussa rahoituslimiittisopimuksia nykyisten rahoituskumppaneiden kanssa kolmella vuodella. Niiden lisäksi yhtiöllä on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistusohjelma oli 30.9.2018 käyttämättä.

Alma Medialla ei ollut yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvaroja. Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat rahoitusvelat olivat 9,1 milj. euroa.

Korolliset nettovelat ja velkaantumisaste



Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2018

Aiemmin konserniin yhdistelty autohuollon kilpailutuspalveluita tarjoavan AutoJerry Oy:n osakekanta siirtyi tammikuussa 2018 kokonaisuudessaan Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartnersin omistukseen. Lisäksi tammikuussa 2018 Alma Mediapartners Oy täydensi rakentamiseen ja asumiseen liittyvää järjestelmäliiketoimintaansa hankkimalla Käyttösofta Oy:n koko osakekannan sen perustajilta sekä hankki katsastuspalveluja vertailevan Katsastushinnat.fi -markkinapaikan ostamalla palvelun omistavan Ahorouta Oy:n osakekannan. Alma Media -konsernin omistusosuus Alma Mediapartners -konsernista on 65 %.

Alma Media myi Lapin lehti- ja jakelu-liiketoimintansa Kalevalle huhtikuussa 2018. Kaupassa vaihtoivat omistajaa maakuntalehti Lapin Kansa, kaupunkilehdet Uusi Rovaniemi ja Lounais-Lappi sekä Alma Manu Oy:n jakelu-liiketoiminta Lapin alueella. Alma Media kirjasi kaupasta 4,5 milj. euron kertaluonteisen myyntivoiton toiselle vuosineljännekselle.

Alma Mediaan kuuluva Alma Talent Oy myi kesäkuussa CRM-järjestelmän jälleenmyynti- ja ylläpitoliiketoiminnan CRM-servicelle. Kaupalla ei ole Alma Media -konsernille tulosvaikutusta.

Alma Mediaan kuuluvan Alma Talentin tapahtumaliiketoimintaan erikoistunut tytäryhtiö Alma Talent Events Ab lopettaa toimintansa Ruotsissa.

Alma Mediaan kuuluva Alma Talent Ab myi heinäkuussa 2018 Dagens Media Sverige Ab:n osakekannan Bonnier Business Medialle. Bonnierille siirtyvät mediabrändit Dagens Media sekä Medievärlden, niiden medialiiketoiminta tapahtumineen sekä toimituksellinen henkilökunta. Kaupalla ei ole Alma Media -konsernille merkittävää tulosvaikutusta.

Alma Consumerin matkailumedia Rantapallo myi heinäkuussa Matkapörssi- ja Lentokeskus-liiketoiminnot Lakeuden Matkat Oy:lle. Kaupalla ei ole Alma Media -konsernille tulosvaikutusta.

Alma Media myi heinäkuussa 2018 toimitila- ja tuotantokiinteistön Patamäenkatu 7:ssä Tampereella Ab Sagaxille. Myydyssä kiinteistössä oli aiemmin Aamulehden toimitiloja ja paino, mutta viime vuosina tilat ovat olleet kokonaisuudessaan vuokrattuna Alma Median ulkopuolelle. Ennen myyntiä kiinteistö oli luokiteltu IAS 40 sijoituskiinteistöt -standardin mukaiseksi sijoituskiinteistöksi.

Alma Median tytäryhtiö Alma Media Kustannus Oy myi elokuussa Noormarkussa Porissa ilmestyvän Luoteisväylä-lehden Viestintä Vallin Oy:lle.

Alma Median tytäryhtiö Alma Career sulkee Monsterpolska.pl:n ja Monster.hu:n rekrytointipalvelu-sivustot sekä lopettaa Puolassa Monster Worldwide Polska SP. Z.o.o:n ja Unkarissa Monster Magyarorszag Kft:n toiminnan. Yhtiöiden toiminta ajetaan alas vaiheittain vuoden 2018 loppuun mennessä.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat tammi–syyskuussa 2018 yhteensä 20,8 (5,3) milj. euroa. Investoinnit koostuivat pääsääntöisesti Käyttösofta Oy:n, Autojerry Oy:n ja Ahorouta Oy:n sekä Etua Oy:n osakkeiden hankinnoista. Investointeihin sisältyy lisäksi normaaleja käyttö- ja ylläpitoinvestointeja.

INVESTOINNIT (milj. euroa)	2018 7–9	2017 7–9	2018 1–9	2017 1–9	2017 1–12
Alma Markets	0,1	0,6	16,3	1,6	2,3
Alma Talent	0,2	0,1	0,7	1,5	2,1
Alma Consumer	0,0	0,1	1,7	0,8	0,9
Segmentit yhteensä	0,2	0,8	18,7	3,9	5,3
Kohdistamattomat	0,0	0,4	2,1	1,4	16,9
Yhteensä	0,2	1,2	20,8	5,3	22,2

LIIKETOIMINTASEGMENTIT

Alma Media tiedotti 21.3.2018 yhdistävänsä uutis- ja lifestylepalveluja tuottavan Alma News & Life sekä alueelliseen ja paikalliseen medialiiketoimintaan keskittyneen Alma Regions -liiketoimintasegmentit 1.4.2018 alkaen.

Yhdistymisen jälkeen Alma Medialla on kolme liiketoimintasegmenttiä: digitaalisten markkinapaikkojen ja rekrytointiliiketoiminnan 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, MojPosao.net, Monster.hu, Monsterpolska.pl sekä Monster.cz.

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

AVAINLUVUT milj. euroa	2018 7–9	2017 7–9	Muutos %	2018 1–9	2017 1–9	Muutos %	2017 1–12
Liikevaihto	23,9	20,9	14,7	71,9	61,1	17,7	83,2
Mainosmyynnin liikevaihto	21,6	19,4	11,2	64,9	56,7	14,5	77,3
Palveluliikevaihto	2,4	1,5	60,7	7,0	4,4	59,7	5,9
Oikaistut kokonaiskulut	14,6	13,0	11,8	45,8	38,6	18,6	55,0
Oikaistu käyttökate	10,3	8,6	19,5	29,0	24,8	17,0	31,3
Käyttökate	10,3	9,2	12,5	29,7	25,3	17,3	31,8
Oikaistu liikevoitto	9,4	7,9	19,3	26,2	22,6	16,2	28,3
% liikevaihdosta	39,3	37,8		36,4	36,9		34,1
Liikevoitto/-tappio	9,4	8,4	11,7	26,9	23,1	16,6	28,9
% liikevaihdosta	39,3	40,4		36,4	37,8		34,7
Henkilöstö keskimäärin	678	593	14,0	669	579	15,4	588
Digiliiketoiminnan liikevaihto	23,8	20,8	17,4	71,5	60,9	17,4	83,0
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	100,0	100,0		100,0	100,0		100,0
OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT	2018 7–9	2017 7–9	Muutos %	2018 1–9	2017 1–9	Muutos %	2017 1–12
Verkkopalvelut, eri selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl)*							
Etuovi.com	954,9	947,4	0,8	934,8	901,3	3,7	809,4
Autotalli.com	163,5	171,7	-4,8	161,5	163,1	-1,0	133,8

*) Etuovi.com ja Autotalli.com selaimia viikossa keskimäärin tieto perustuu Google Analyticsin tuottamaan kävijämääräseurantaan.

Heinäkuu—syyskuu 2018

Vuoden 2018 kolmannella neljänneksellä Alma Markets -segmentin liikevaihto kasvoi 14,7 % ja oli 23,9 (20,9) milj. euroa. Rekrytointiliiketoiminnan liikevaihdon kasvu hidastui hieman alkuvuodesta ja oli katsauskaudella 11,8 %. Rekrytointiliiketoiminnan osuus koko segmentin liikevaihdosta oli 75,8 (77,8) % vuoden 2018 kolmannella neljänneksellä. Valuuttakurssin muutoksen vaikutus liikevaihdon kasvuun Tšokeissa oli 0,3 milj. euroa ja liikevoiton kasvuun 0,2 milj. euroa. Alma Mediapartnersin tekemät yrityshankinnat kasvattivat segmentin liikevaihtoa 0,6 milj. euroa sekä liikevoittoa 0,2 milj. euroa.

Katsauskauden kokonaiskulut olivat 14,6 (13,0) milj. euroa. Kuluja kasvattivat panostukset myyntiin ja markkinointiin, verkkopalveluiden kehittämiseen sekä voimakkaasta talouskasvusta johtuva palkkojen nousu erityisesti itäisen Keski-Euroopan maissa. Lisäksi kolmannella neljänneksellä panostettiin uuden liiketoiminnan lanseeraukseen Puolassa 0,5 milj. eurolla.

Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto oli vuoden kolmannella neljänneksellä 9,4 (7,9) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 39,3 % (37,8 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 9,4 (8,4) milj. euroa. Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät myyntivoittoihin.

Tammikuu—syyskuu 2018

Vuoden 2018 tammi–syyskuussa Alma Markets -segmentin liikevaihto kasvoi 17,7 % ja oli 71,9 (61,1) milj. euroa. Valuuttakurssin muutoksen vaikutus liikevaihdon kasvuun Tšokeissa oli 1,0 milj. euroa ja liikevoiton kasvuun 0,4 milj. euroa. Alma Mediapartnersin tekemät yrityshankinnat kasvattivat segmentin liikevaihtoa 2,0 milj. euroa sekä liikevoittoa 0,7 milj. euroa. Kokonaisuudessaan rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 15,8 % katsauskaudella ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 76,3 (77,6) %.

Katsauskauden kokonaiskulut olivat 45,8 (38,6) milj. euroa. Kuluja kasvattivat panostukset myyntiin ja markkinointiin, verkkopalveluiden kehittämiseen sekä voimakkaasta talouskasvusta johtuva palkkojen nousu erityisesti itäisen Keski-Euroopan maissa. Lisäksi katsauskaudella panostettiin uuden liiketoiminnan lanseeraukseen Puolassa 1,3 milj. eurolla.

Alma Markets -segmentin oikaistu liikevoitto oli vuoden 2018 tammi–syyskuussa 26,2 (22,6) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 36,4 % (36,9 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 26,9 (23,1) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät vaiheittaisen hankinnan myyntivoittoon.

Alma Talent

Alma Talent -liiketoimintasegmentti julkaisee 19:ta 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, Tivi ja Mediutiset. Ruotsissa Alma Talentin julkaisuja ovat muun muassa Affärsvärlden ja Ny Teknik.

AVAINLUVUT milj. euroa	2018 7—9	2017 7—9	Muutos %	2018 1—9	2017 1—9	Muutos %	2017 1—12
Liikevaihto	23,1	24,0	-3,8	79,0	82,2	-3,9	113,2
Sisältöliikevaihto	10,1	10,2	-0,8	34,4	34,9	-1,5	48,2
Sisältöliikevaihto, painettu	7,4	7,7	-12,4	26,3	27,5	-4,4	38,2
Sisältöliikevaihto, digi	2,8	2,5	11,3	8,2	7,5	9,2	10,1
Mainosmyynnin liikevaihto *)	6,8	7,4	-7,7	23,8	25,4	-6,1	35,5
Mainosmyynti, painettu	2,8	3,2	-12,4	9,9	11,0	-10,0	15,5
Mainosmyynti, digi	3,7	3,7	-0,2	12,2	12,5	-2,4	17,3
Palveluliikevaihto *)	6,1	6,4	-4,2	20,7	21,9	-5,3	29,5
Oikaistut kokonaiskulut	20,3	21,1	-3,8	69,2	71,4	-3,1	101,8
Oikaistu käyttökate	3,8	3,9	-2,7	12,9	13,9	-7,3	18,8
Käyttökate	3,9	3,8	4,2	12,9	14,5	-10,9	19,4
Oikaistu liikevoitto	2,8	2,8	-1,3	9,9	10,7	-8,0	14,6
% liikevaihdosta	12,1	11,7		12,5	13,1		12,9
Liikevoitto/-tappio	2,9	2,7	8,5	9,9	11,3	-12,5	15,2
% liikevaihdosta	12,7	11,3		12,5	13,8		13,4
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	508	546	-7,0	525	538	-2,4	545
Telemarkkinoijat keskimäärin	294	291	0,9	321	302	6,3	306
Digiliiketoiminnan liikevaihto	9,0	8,9	1,3	28,4	28,1	1,4	38,2
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	39,0	37,0		36,0	34,1		33,8

*) Vertailutietoa oikaistu mainosmyynnin liikevaihdon ja palveluliikevaihdon välillä.

Heinäkuu—syyskuu 2018

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski 3,8 % 23,1 (24,0) milj. euroon. Myytyjen ja lopetettujen toimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun oli 0,8 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdesta oli 39,0% (37,0 %). Valuuttakurssin muutoksen vaikutus liikevaihdon laskuun Ruotsissa oli 0,2 milj. euroa.

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto laski 0,8 % ja oli 10,1 (10,2) milj. euroa. Digitaaliset sisältötuotot kasvoivat 11,3 %. Digitaalisen sisältömyynnin kasvu kompensoi painetun median laskua. Vuoden kolmannen neljänneksen mainosmyynti laski 7,7 % ja oli 6,8 (7,4) milj. euroa. Mainosmyynti verkossa pysyi vertailukauden tasolla.

Palveluliikevaihto laski 4,2 % myytyjen liiketoimintojen johdosta ja oli 6,1 (6,4) milj. euroa. Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 20,3 (21,1) milj. euroa. Kokonaiskulut laskivat sekä Suomessa että Ruotsissa toteutettujen kustannustehokkuuteen tähtäävien rakennejärjestelyiden vaikutuksesta.

Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 2,8 (2,8) milj. euroa ja liikevoitto 2,9 (2,7) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 12,1 % (11,7 %) liikevaihdesta. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät myyntivoittoihin.

Tammikuu—syyskuu 2018

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski 3,9 % 79,0 (82,2) milj. euroon. Hankittujen, myytyjen ja lopetettujen toimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun oli 1,1 milj. euroa. Valuuttakurssin muutoksen vaikutus liikevaihdon laskuun Ruotsissa oli 1,0 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdesta oli 36,0 % (34,1 %).

Alma Talent -segmentin sisältöliikevaihto laski 1,5 % ja oli 34,4 (34,9) milj. euroa. Digitaaliset sisältötuotot kasvoivat 9,2 %. Vuoden 2018 tammi—syyskuussa mainosmyynti laski 6,1 % ja oli 23,8 (25,4) milj. euroa. Mainosmyynti verkossa laski 2,4 % vertailukaudesta. Palveluliikevaihto oli 20,7 (21,9) milj. euroa. Palveluliikevaihdon laskua selittää myytyjen toimintojen vaikutus 0,6 milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 69,2 (71,4) milj. euroa. Kokonaiskulut laskivat sekä Suomessa että Ruotsissa toteutettujen kustannustehokkuuteen tähtäävien rakennejärjestelyiden vaikutuksesta.

Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 9,9 (10,7) milj. euroa ja liikevoitto 9,9 (10,7) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 12,5 % (13,1 %) liikevaihdesta. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin ja myyntivoittoihin.

Alma Consumer

Alma Consumer julkaisee sekä printissä että verkossa valtakunnallista uutismedia Iltalehteä, alueellisia lehtiä Aamulehteä, Satakunnan Kansaa ja Pirkanmaalla sekä Länsi- ja Keski-Suomessa ilmestyviä paikallis- ja kaupunkilehtiä. Lisäksi segmentissä raportoidaan verkkopalvelut Telkku.com, Kotikokki.net, E-kontakti.fi. ja Rantapallo.fi. Myös paino- ja jakeluyksikkö Alma Manu kuuluu liiketoimintasegmenttiin.

AVAINLUVUT	2018	2017	Muutos	2018	2017	Muutos	2017
milj. euroa	7—9	7—9	%	1—9	1—9	%	1—12
Liikevaihto	35,3	41,3	-14,6	113,3	127,6	-11,2	171,8
Sisältöliikevaihto	16,5	19,7	-16,6	50,9	58,4	-12,9	77,6
Sisältöliikevaihto, painettu	15,1	18,1	-16,7	46,5	53,7	-13,3	71,2
Sisältöliikevaihto, digi	1,4	1,6	-14,7	4,4	4,8	-8,3	6,4
Mainosmyynnin liikevaihto *)	13,9	16,2	-14,5	46,7	53,7	-13,0	73,2
Mainosmyynti, painettu	8,1	10,5	-23,0	28,2	35,8	-21,3	48,1
Mainosmyynti, digi	5,8	5,7	1,3	18,6	17,9	3,8	25,2
Palveluliikevaihto *)	5,0	5,4	-7,8	15,6	15,4	1,3	20,9
Oikaistut kokonaiskulut	31,4	36,8	-14,6	104,4	115,8	-9,8	155,4
Oikaistu käyttökate	4,9	5,7	-14,5	12,0	15,2	-21,4	20,8
Käyttökate	4,8	5,8	-18,7	16,1	14,5	11,1	18,6
Oikaistu liikevoitto	4,0	4,7	-16,0	9,0	12,1	-25,4	16,7
% liikevaihdesta	11,2	11,4		8,0	9,5	-16,0	9,7
Liikevoitto/-tappio	3,8	4,8	-21,0	13,1	11,3	15,9	14,5

% liikevaihdosta	10,7	11,6		11,6	8,9	30,5	8,4
Henkilöstö keskimäärin ilman lehdenjakajia	590	718	-17,9	608	709	-14,3	690
Lehdenjakajat keskimäärin	830	892	-7,0	837	883	-5,2	869
Digiliiketoiminnan liikevaihto	7,8	8,3	-5,5	25,7	25,2	2,0	35,3
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	22,2	20,0		22,7	19,8		20,6

OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT	2018 7—9	2017 7—9	Muutos %	2018 1—9	2017 1—9	Muutos %	2017 1—12
Painovolyyymi (1000 kpl)	76 084	80 906	-6,0	245 863	249 454	-1,4	336 641
Paperin käyttö (tonnia)	6 000	6 697	-10,4	19 629	20 562	-4,5	27 925

*) Vertailutietoa oikaistu mainosmyynnin liikevaihdon ja palveluliikevaihdon välillä.

Heinäkuu—syyskuu 2018

Alma Consumer -segmentin liikevaihto laski heinä—syyskuussa 14,6 % 35,3 (41,3) milj. euroon. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun oli 5,5 milj. euroa. Liikevaihto laski erityisesti painetussa mediassa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 22,2% (20,0%).

Segmentin sisältöliikevaihto laski heinä—syyskuussa 16,6 % 16,5 (19,7) milj. euroon. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus sisältöliikevaihdon laskuun 2,3 milj. euroa. Lisäksi sisältöliikevaihtoa laski Iltalehden irtonumeromyyntin lasku. Alueellisten medioiden sisältöliikevaihto oli vertailukauden tasolla.

Segmentin mainosmyynti laski 14,5 % ja oli 13,9 (16,2) milj. euroa. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus mainonnan laskuun oli 1,9 milj. euroa. Segmentin digimainosmyynti ilman myytyjen liiketoimintojen vaikutusta kasvoi 3,9 %. Edellisen kvartaalin kehitykseen vaikuttanut, keväällä voimaan tulleen uuden tietosuoja-asetuksen (GDPR) tuoma epävarmuus ohjelmalliseen ostamiseen on osittain poistunut. Painetun median mainosmyynnin lasku hidastui kolmannella kvartaalilla alkuvuoteen verrattuna.

Segmentin palveluliikevaihto laski 7,8 % ja oli 5,0 (5,4) milj. euroa. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus palveluliikevaihdon laskuun oli 0,4 milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 31,4 (36,8) milj. euroa. Myytyjen toimintojen vaikutus kulujen laskuun oli 5,3 milj. euroa. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 4,0 (4,7) milj. euroa, 11,2 % (11,4 %) liikevaihdosta. Katsauskaudella raportoidut oikaistut erät 0,2 milj euroa liittyivät omaisuuserien myynteihin. Segmentin liikevoitto oli 3,8 (4,8) milj. euroa.

Tammikuu—syyskuu 2018

Alma Consumer -segmentin liikevaihto laski tammi—syyskuussa 11,2 % 113,3 (127,6) milj. euroon. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 22,7 % (19,8 %). Myytyjen toimintojen vaikutus liikevaihdon laskuun oli 11,8 milj. euroa.

Segmentin sisältöliikevaihto laski tammi—syyskuussa 12,9 % 50,9 (58,4) milj. euroon. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus sisältöliikevaihdon laskuun oli 4,7 milj. euroa. Lisäksi sisältöliikevaihtoa laski Iltalehden irtonumeromyyntin lasku.

Segmentin mainosmyynti laski 13,0 % ja oli 46,7 (53,7) milj. euroa. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus mainonnan laskuun oli 4,6 milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 21,3 %. Segmentin digimainosmyynti kasvoi 3,8 % ja oli 18,6 (17,9) milj. euroa. Vertailukauden mainosmyynti sisältää 1,0 milj. euroa kunnallisvaalien mainontaa.

Segmentin palveluliikevaihto kasvoi 1,3 % ja oli 15,6 (15,4) milj. euroa jakelun ulkoisen myynnin seurauksena.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 104,4 (115,8) milj. euroa. Myytyjen toimintojen vaikutus kulujen laskuun oli 11,6 milj. euroa. Oikaistuja kokonaiskuluja kasvattivat paperin hinnan korotus helmikuusta alkaen sekä jakelun volyymisidonnaisten henkilöstökulujen kasvu.

Segmentin oikaistu liikevoitto oli 9,0 (12,1) milj. euroa, 8,0 % (9,5 %) liikevaihdosta. Katsauskaudella raportoidut oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin ja myynteihin. Segmentin liikevoitto oli 13,1 (11,3) milj. euroa. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyyn Lapin kustannusliiketoiminnassa sekä myyntivoittoihin.

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

VARAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)	30.9.2018	30.9.2017	31.12.2017
Alma Markets	100,9	81,4	81,9
Alma Talent	103,0	108,6	110,8
Alma Consumer	63,3	69,2	68,0
Segmentit yhteensä	267,2	259,2	260,7
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	68,9	73,2	73,1
Yhteensä	336,1	332,4	333,8

VELAT SEGMENTEITTÄIN (milj. euroa)	30.9.2018	30.9.2017	31.12.2017
Alma Markets	38,1	25,1	25,5
Alma Talent	26,2	28,4	31,1
Alma Consumer	32,0	65,0	65,3
Segmentit yhteensä	96,2	118,5	122,0
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	65,0	59,8	53,5
Yhteensä	161,2	178,2	175,5

Osake

Heinä–syyskuussa NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 1 072 053 Alma Median osaketta, mikä vastasi 1,3 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 28.9.2018 oli 6,36 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 5,72 euroa ja ylin 7,24 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 524,0 milj. euroa.

Alma Media Oyj:n yhtiökokous päätti 14.3.2018, että oikeudet yhtiön yhteistilillä oleviin osakkeisiin ja niihin perustuviin oikeuksiin menetetään. Päätös koski yhtiökokouskutsun päivämääränä 14.2.2018 yhteistilille kirjattuja Alma Media Oyj:n 198 658 osaketta, jotka olivat paperimuotoisina osakkeenomistajan hallussa. Edellä tarkoitetusta osakemäärästä olisi vähennetty se määrä osakkeita, joiden osalta osakkeenomistaja olisi pätevästi vaatinut kirjaamista osakkeenomistajan osoittamalle arvo-osuustilille viimeistään 14.3.2018 kello 12.00 ja joita koskeva jälkivaihtovaatimus olisi tullut täydelliseksi viimeistään 30.9.2018. Määräaikaan mennessä Alma Medialle ei esitetty osakkeiden kirjaamista koskevia vaatimuksia.

Yhtiökokous valtuutti hallituksen ryhtymään kaikkiin päätöksen edellyttämiin toimenpiteisiin. Menetettyihin osakkeisiin sovellettiin osakeyhtiölain 3 luvun 14 a §:n 3 momentin mukaisesti yhtiön hallussa olevia omia osakkeita koskevia säännöksiä. Menetettyjä osakkeita voidaan käyttää johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamiseen, tai osakkeet voidaan mitätöidä.

Alma Media Oyj:llä on hallussaan omia osakkeita yhteensä 236 314 kappaletta, mikä on 0,24 prosenttia yhtiön osakkeiden kokonaismäärästä ja osakkeisiin liittyvistä äänistä. Alma Median osakkeiden rekisteröity kokonaismäärä on 82 383 182 osaketta, joilla on ääniä yhteensä 82 383 182 kappaletta.

Osakepohjainen kannustinjärjestely (LTI 2015 -järjestely)

Alma Media Oyj:n hallitus hyväksyi vuonna 2015 pitkän aikavälin osakepohjaisen kannustinjärjestelyn perustamisen yhtiön johdolle ja erälle avainhenkilöille (jäljempänä LTI 2015 -järjestely).

LTI 2015 -järjestelyn tavoitteena on yhdenmukaistaa osallistujien intressit osakkeenomistajien intressien kanssa aikaansaamalla osallistujien pitkäaikainen osakeomistusintressi yhtiössä ja siten yhtiön arvon kasvattaminen pitkällä aikavälillä sekä tukea suoritusperusteista toimintakulttuuria, sitouttaa osallistujia yhtiöön ja tarjota heille kilpailukykyinen kompensatio erinomaisista suorituksista.

LTI 2015 -järjestely koostuu vuosittain alkavista yksittäisistä osakepalkkio-ohjelmista, joista kukin on ehdollinen hallituksen erilliselle hyväksynnälle. Kussakin yksittäisessä ohjelmassa on kolme pääelementtiä: sijoitus yhtiön osakkeisiin edellytyksenä ohjelmaan osallistumiselle, osakesijoitukseen perustuvat lisäosakkeet sekä mahdollisuus ansaita suoriteperusteisia lisäosakkeita.

Alma Media Oyj:n hallitus on LTI 2015 -järjestelyn pohjalta tehnyt päätökset neljästä osakepalkkio-ohjelmasta: LTI 2015 I, LTI 2015 II, LTI 2015 III ja LTI 2015 IV. Kannustinjärjestelyjen ehdot vastaavat olennaisin osin vuonna 2015 alkaneen LTI 2015 -osakepalkkio-ohjelman ehtoja.

Osakesijoitukseen perustuva lisäosakeohjelma

Osakesijoitukseen perustuvassa lisäosakeohjelmassa (matching share plan) osallistuja saa tietyn määrän lisäosakkeita Alma Median osakkeisiin tekemänsä sijoituksen perusteella.

LTI 2015 I-lisäosakeohjelmassa osallistuja saa maksutta kaksi lisäosaketta kutakin sijoittamaansa osaketta kohti kahden vuoden odotusjakson jälkeen edellyttäen, että osakepalkkion saamiselle ohjelman ehdoissa asetetut muut edellytykset edelleen täyttyvät palkkion suorittamishetkellä.

Suoriteperusteinen lisäosakeohjelma

Suoriteperusteinen lisäosakeohjelma (performance matching plan) sisältää yhteensä viiden vuoden pituisen ansaintajakson. Mahdolliset osakepalkkiot annetaan erissä kolmen ja viiden vuoden kuluttua yhtiön hallituksen asettamien ansaintakriteerien saavuttamisen perusteella.

Suoriteperusteisessa lisäosakeohjelmassa ansaintakriteereinä käytetään yhtiön kannattavaan kasvuun ja osakkeen arvoon perustuvia mittareita. Jos hallituksen asettamat ansaintakriteerit saavutetaan kokonaisuudessaan, osallistuja saa maksutta yhteensä neljä lisäosaketta kutakin sijoittamaansa osaketta kohti edellyttäen, että osakepalkkion saamiselle ohjelman ehdoissa asetetut muut edellytykset edelleen täyttyvät palkkion suorittamishetkellä.

Palkkionmaksu edellyttää ohjelmaan sijoitettujen osakkeiden pitämistä ja työsuhteen kestoa ohjelmien ajan viiden vuoden ajan. 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 määritelty päivänä, jona kohderyhmä on hyväksynyt järjestelyn ehdot. Osakkeen arvosta on vähennetty ohjelman omistusveloitteen aiheuttama rahoituskustannus ja odotusjakson aikana odotettavissa olevat osingot. Osakkeen kokonaistuottoon perustuvan ohjelman käyvässä arvossa on huomioitu myös markkinaehtoinen ansaintakriteeri. Rahana maksettava osuus palkkiosta arvostetaan uudestaan odotusjakson ajan kullakin raportointihetkellä tarkasteluhetken osakkeen pörssikurssin perusteella.

Osakepalkkio-ohjelma LTI 2015	Osakesijoitukseen perustuva (osakkeita max.) Bruttomäärä, josta vähennetään verot.	Suoriteperusteinen (osakkeita max.) Bruttomäärä, josta vähennetään verot.	Osallistumaan oikeutettujen määrä max.
Vuonna 2015 alkanut LTI 2015 I	159 000	318 000	35
Vuonna 2016 alkanut LTI 2015 II	195 000	390 000	43
Vuonna 2017 alkanut LTI 2015 III	195 000	390 000	44
Vuonna 2018 alkanut LTI 2015 IV	203 000	406 000	54

Markkinatakaus

Alma Media Oyj:n osakkeelle ei ole voimassaolevaa markkinatakausta.

Liputusilmoitukset

Vuoden 2018 kolmannen vuosineljänneksen aikana yhtiö ei ole 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 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 strategisena tavoitteena on vastata tähän haasteeseen kehittämällä digitaalista liiketoimintaa kuluttajille ja yrityksille.

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

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

Katsauskauden jälkeiset tapahtumat

Alma Media tiedotti 4.10.2018 aloittavansa Alma Consumer -liiketoimintayksikössä yhteistoimintaneuvottelut, jotka koskevat Alma Media Kustannus Oy:ssä työskentelevää Aamulehden toimituksen henkilöstöä. Neuvottelut koskevat yhteensä noin 100:aa henkilöä. Alma Media Kustannus Oy:n palveluksessa on noin 300 henkilöä. Alustavan suunnitelman mukaan Aamulehden henkilökunnan määrä saattaa vähentyä suunniteltujen toimien johdosta enimmillään 17 henkilötyövuodella. Neuvottelut eivät koske muita Alma Consumer -liiketoimintasegmenttiin kuuluvia yksiköitä Alma Media Kustannus Oy:ssä, Alma Media Suomi Oy:tä eivätkä paino- ja jakeluyhtiö Alma Manu Oy:tä.

ALMA MEDIA OYJ
Hallitus

OSAVUOSIKATSAUSLYHENNELMÄ JA LIITETIEDOT

LAAJA TULOSLASKELMA (milj. euroa)	2018 7—9	2017 7—9	Muutos %	2018 1—9	2017 1—9	Muutos %	2017 1—12
LIKEVAIHTO	81,6	86,0	-5,1	262,7	270,2	-2,8	367,3
Liiketoiminnan muut tuotot	0,4	1,0	-59,8	6,5	2,9	127,3	3,3
Materiaalit ja palvelut	14,5	17,4	-16,3	48,9	55,2	-11,4	74,4
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	31,8	33,8	-5,9	106,0	109,1	-2,9	148,8
Poistot ja arvonalentumiset	3,7	3,9	-5,5	11,9	11,9	0,1	20,3
Liiketoiminnan muut kulut	17,4	17,6	-1,2	57,6	56,1	2,5	80,6
LIKEVOITTO	14,6	14,3	1,9	44,9	40,7	10,1	46,6
Rahoitustuotot	0,9	0,0	3574,9	1,4	0,3	427,7	0,6
Rahoituskulut	0,4	0,6	-30,8	1,6	1,5	5,0	1,8
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,2	0,3	-33,2	0,4	0,6	-35,3	0,7
TULOS ENNEN VEROJA	15,3	14,0	9,1	45,1	40,1	12,3	45,9
Tuloverot	3,1	2,8	10,0	8,7	7,8	10,3	9,2
TILIKAUDEN TULOS	12,2	11,2	8,9	36,4	32,3	12,7	36,7
MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:							
Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi							
Etuuspohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät							-0,2
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi							
Myytavissä olevat rahoitusvarat	0,0			-0,2			
Muuntoerot	-0,4	0,4		-0,2	1,1		0,5
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	-0,4	0,4		-0,4	1,1		0,3
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	11,8	11,6		36,1	33,4		37,0
Tilikauden tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	10,2	9,8		31,5	28,7		32,2
- Määräysvallattomille omistajille	2,0	1,4		4,9	3,6		4,6
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	9,8	10,2		31,1	29,7		32,5
- Määräysvallattomille omistajille	2,0	1,4		4,9	3,6		4,6
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:							
- Tulos/osake (laimentamaton ja laimennettu), euroa	0,12	0,12		0,38	0,35		0,39

TASE (milj. euroa)	30.9.2018	30.9.2017	31.12.2017
VARAT			
PITKÄAIKAISET VARAT			
Liikearvo	133,5	122,1	121,7
Aineettomat hyödykkeet	61,1	63,9	62,4
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	55,3	61,1	59,8
Sijoituskiinteistöt			10,2
Osuudet osakkuusyrietyksissä	5,2	4,4	4,5
Eläkesaaminen, etuuspohjaiset järjestelyt	0,0	0,2	0,0
Muut rahoitusvarat	4,4	4,2	4,0
Laskennalliset verosaamiset	1,5	1,6	2,3
LYHYTAIKAISET VARAT			
Vaihto-omaisuus	2,8	2,7	2,4
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,8	0,0	0,6
Myyntisaamiset ja muut saamiset	39,4	38,5	44,9
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	0,1	0,0	0,0
Rahavarat	32,0	33,8	20,7
VARAT YHTEENSÄ	336,1	332,4	333,8
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
Osakepääoma	45,3	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7	7,7
Muuntoerot	-0,7	-0,6	-1,2
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,1	19,1	19,1
Kertyneet voittovarot	78,2	62,1	65,8
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	149,6	133,7	136,8
Määräysvallattomien omistajien osuus	25,4	20,5	21,6
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	174,9	154,2	158,3
VIERAS PÄÄOMA			
PITKÄAIKAISET VELAT			
Pitkäaikaiset korolliset velat	48,1	61,9	56,0
Laskennalliset verovelat	12,9	12,9	13,0
Eläkevelvoitteet	1,1	1,2	1,1
Varaukset	0,4	0,3	0,4
Muut rahoitusvelat	0,0	0,0	0,0
Muut pitkäaikaiset velat	0,2	0,2	0,2
LYHYTAIKAISET VELAT			
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	13,9	5,7	5,7
Saadut ennakot	23,9	28,3	23,0
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	2,4	4,5	5,1
Varaukset	0,7	0,9	0,9
Ostovelat ja muut velat	57,6	62,4	70,1
VELAT YHTEENSÄ	161,2	178,2	175,5
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	336,1	332,4	333,8

LASKELMA KONSERNIN OMAN PÄÄOMAN MUUTOKSISTA

Sarakeotsikot:

A = Osakepääoma

B = Ylikurssirahasto

C = Muuntoerot

D = Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto

E = Kertyneet voittovarot

F = Yhteensä

G = Määräysvallattomien omistajien osuus

H = Oma pääoma yhteensä

(milj. euroa)	Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma							
	A	B	C	D	E	F	G	H
Oma pääoma 1.1.2018	45,3	7,7	-1,2	19,1	65,8	136,8	21,6	158,3
IFRS 9 standardin käyttöönotto					-0,2	-0,2		-0,2
IFRS 2 standardimuutos					1,6	1,6		1,6
Oma pääoma 1.1.2018	45,3	7,7	-1,2	19,1	67,3	138,2	21,6	159,8
Tilikauden tulos					31,5	31,5	4,9	36,4
Muut laajan tuloksen erät								
Muuntoerot			0,5		-0,9	-0,4	0,2	-0,2
Myytavissa olevat rahoituserät					-0,2	-0,2		-0,2
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-19,7	-19,7		-19,7
Tytäryritysten osingonjako							-3,1	-3,1
Lunastamattomien osinkojen palautus					0,1	0,1		
Osakemerkintä								
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					0,0	0,0	0,1	0,1
Tytäryhtiöomistussuoksien muutokset							1,7	1,7
Oma pääoma 30.9.2018	45,3	7,7	-0,7	19,1	78,2	149,6	25,4	174,9

Oma pääoma 1.1.2017	45,3	7,7	-1,7	19,1	48,3	118,7	19,3	138,0
Tilikauden tulos					28,7	28,7	3,6	32,3
Muut laajan tuloksen erät			1,1			1,1		1,1
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-13,2	-13,2		-13,2
Tytäryritysten osingonjako							-2,3	-2,3
Omien osakkeiden hankinta					-1,2	-1,2		-1,2
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					0,2	0,2		0,2
Tytäryhtiöomistussuoksien muutokset								
Määräysvallattomien omistajien osuuksien hankinnat, jotka eivät johtaneet muutokseen määräysvallassa					-0,5	-0,5	-0,1	-0,6
Oma pääoma 30.9.2017	45,3	7,7	-0,6	19,1	62,2	133,7	20,5	154,2

*) Oikaistu tytäryrityksen valuuttamääräisiä oman pääoman eriä muuntoeron ja kertyneiden voittovarojen välillä.

RAHAVIRTALASKELMA (milj. euroa)	2018 7—9	2017 7—9	2018 1—9	2017 1—9	2017 1—12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA					
Tilikauden voitto	12,3	11,2	36,4	32,3	36,7
Oikaisuerät	7,7	6,0	16,3	17,7	28,7
Käyttöpääoman muutos	-12,6	-5,7	-4,7	-2,4	-6,0
Saadut osingot	0,1	0,0	0,4	1,0	1,0
Saadut korot	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-0,2	-0,2	-0,9	-1,3	-1,8
Maksetut verot	-2,7	-1,4	-10,5	-4,1	-7,1
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	4,4	9,9	37,1	43,2	51,7
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA					
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	0,0	-0,1	-1,2	-0,7	-1,6
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-0,4	-0,1	-1,7	-1,6	-2,1
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot	0,1	0,7	1,4	0,7	0,5
Investoinnit muihin sijoituksiin	-0,1	0,0	-0,1	0,0	-14,8
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla			-5,1	-2,0	-2,0
Liiketoimintojen myynnit vähennettynä myyntihetken rahavaroilla	10,5		12,8		1,1
Osakkuusyritysten hankinta		-0,1	-1,5	-0,1	-0,3
Osakkuusyritysten myynti		0,4	1,2	1,6	1,5
Investointien rahavirta yhteensä	10,1	0,8	5,8	-2,1	-17,2
Rahavirta ennen rahoitusta	14,5	10,7	42,9	41,2	34,5
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA					
Omien osakkeiden hankinta				-1,2	-1,2
Lainojen nostot			14,0	3,0	3,0
Lainojen takaisinmaksut	-5,0		-19,0	-13,1	-18,2
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-1,8	-1,2	-3,9	-3,7	-5,0
Maksetut osingot			-22,9	-15,5	-15,5
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-6,8	-1,2	-31,8	-30,5	-37,0
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	7,7	14,0	11,1	10,6	-2,4
Rahavarat kauden alussa	24,2	19,7	20,7	23,3	23,3
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1
Rahavarat kauden lopussa	32,0	33,8	32,0	33,8	20,7

Hankitut liiketoiminnot 2018

Alma Media on toteuttanut seuraavat yritysjärjestelyt vuoden 2018 aikana

	<u>Liiketoiminto</u>	<u>Hankintahetki</u>	<u>Hankintaosuus</u>	<u>Konsernin omistusosuus</u>
<u>Alma Markets segmentti</u>				
Ahorouta Oy	Verkkopalvelu	3.1.2018	100,0 %	65 %
AutoJerry Oy	Verkkopalvelu	10.1.2018	76,0 %	65 %
Käyttösofta Oy	Verkkopalvelu	10.1.2018	100,0 %	65 %

Tiedot segmentin hankituista liiketoiminnoista esitetään yhdistettynä.

milj. eur	Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot
Aineettomat hyödykkeet	5,2
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,2
Rahavarat	0,8
Yhteensä	6,2
Laskennalliset verovelat	1,0
Ostovelat ja muut velat	0,4
Yhteensä	1,4
Nettovarat 100%	4,7
Konsernin osuus nettovaroista	3,1
IFRS hankintameno	16,5
Liikearvo	13,4

Ehdolliset kauppahinnat

Liiketoimintakaupoista syntyneet ehdolliset vastikkeet luokitellaan käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavaksi rahoitusvelaksi. Tehtyjen liiketoimintakauppojen ehdollisten vastikkeiden määrä perustuu hankittujen liiketoimintojen vuoden 2018 tulokseen.

EHDOLLISET KAUPPAHINTAVELAT (milj. euroa)	
Velkojen alkuperäinen käypä arvo	10,0
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella	-0,8
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	9,1

Henkilöstö

HENKILÖSTÖN MAANTIETEELLINEN JAKAUMA	2018 7—9	2017 7—9	2018 1—9	2017 1—9	2017 1—12
Henkilöstö Suomi	1300	1417	1318	1398	1519
Henkilöstö muut maat	649	604	654	588	761
Henkilöstö yhteensä	1950	2021	1972	1987	2280

Varaukset

Yhtiöllä oli 30.9.2018 yhteensä 1,1 (1,2) milj. euroa varauksia. Varausten muodostamisen yhteydessä tehtyjä arvioita ei ole ollut tarvetta muuttaa.

Vastuut

VASTUUSITOUMUKSET (milj. euroa)	30.9.2018	30.9.2017	31.12.2017
Muiden puolesta annetut vakuudet			
Takaukset	0,9	0,9	0,9
Muut vastuusitoumukset	1,2	1,3	1,0
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:			
Yhden vuoden kuluessa	8,5	9,0	9,2
1-5 vuoden kuluessa	22,3	25,6	25,2
yli viiden vuoden kuluttua	15,8	19,2	18,2
Yhteensä	46,6	53,7	52,6
Lisäksi konsernilla on IFRIC 4 perusteella sellaisia ostosopimuksia, joihin sisältyy IAS 17 mukainen muu vuokrasopimuskomponentti. Näiden ostosopimusten perusteella maksettavat vähimmäissuoritukset:	0,1	0,1	0,1

JOHDANNAISSOPIMUKSET (milj. euroa)	30.9.2018	30.9.2017	31.12.2017
Hyödyke johdannaiset, sähkötermiinit			
Käypä arvo*	0,1	0,0	0,0
Nimellisarvo	0,1	0,2	0,3
Korkojohdannaiset			
Käypä arvo*	-0,4	-0,6	-0,5
Kohde-etuuden arvo	15,4	19,4	19,4
Valuuttajohdannaiset			
Käypä arvo*	-0,1	0,0	-0,2
Kohde-etuuden arvo	6,9	3,1	8,0

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)	2018 7—9	2017 7—9	2018 1—9	2017 1—9	2017 1—12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,1	0,1	0,2	0,6	0,6
Osakkuusyhtiöt	0,1	0,1	0,1	0,4	0,4
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,1	0,1	0,2
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt		0,0		0,0	0,0
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,1	0,7	0,7	2,6	2,9
Osakkuusyhtiöt	0,1	0,7	0,7	2,6	2,9
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt		0,0		0,0	0,0
Myynti, laina- ja muut saamiset raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt		0,0		0,0	0,0

KONSERNI VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN milj. euroa	2018 7—9	2018 4—6	2018 1—3	2017 10—12	2017 7—9	2017 4—6	2017 1—3	2016 10—12	2016 7—9
LIKEVAIHTO	81,6	88,9	92,2	97,1	86,0	93,7	90,5	93,5	80,9
Alma Markets	23,9	24,2	23,8	22,1	20,9	20,6	19,6	18,0	17,2
Alma Talent	23,1	28,1	27,8	31,0	24,0	28,7	29,5	31,2	23,0
Alma Consumer	35,3	37,2	40,7	44,2	41,3	44,7	41,6	44,6	40,7
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,7	-0,6	-0,2	-0,3	-0,2	-0,2	-0,2	-0,2	0,0
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	66,6	76,2	80,1	90,1	72,2	80,5	78,0	82,8	72,0
Alma Markets	14,6	15,7	15,6	16,4	13,0	13,3	12,4	14,1	11,8
Alma Talent	20,3	24,3	24,6	27,3	21,1	25,3	25,0	26,4	21,0
Alma Consumer	31,4	34,6	38,4	39,7	36,8	40,4	38,6	41,7	37,0
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	0,3	1,7	1,5	6,7	1,3	1,6	2,1	0,6	2,3
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	18,9	16,9	16,4	15,7	17,9	17,2	16,6	15,6	13,6
Alma Markets	10,3	9,5	9,1	6,5	8,6	8,1	8,0	5,4	6,6
Alma Talent	3,8	4,8	4,3	4,9	3,9	4,4	5,7	5,8	3,1
Alma Consumer	4,9	3,7	3,4	5,6	5,7	5,4	4,0	6,1	4,9
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,2	-1,2	-0,4	-1,4	-0,4	-0,7	-1,1	-1,8	-0,9
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	15,1	12,9	12,2	11,3	14,0	13,2	12,6	10,9	9,1
Alma Markets	9,4	8,6	8,2	5,8	7,9	7,3	7,3	4,0	5,3
Alma Talent	2,8	3,8	3,3	3,9	2,8	3,3	4,6	4,7	2,1
Alma Consumer	4,0	2,7	2,3	4,6	4,7	4,4	3,0	5,1	3,8
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,0	-2,2	-1,6	-3,0	-1,5	-1,8	-2,3	-2,8	-2,1
% LIIKEVAIHDOSTA	18,5	14,5	13,2	11,6	16,2	14,1	13,9	11,7	11,2
Alma Markets	39,3	35,5	34,5	26,2	37,8	35,7	37,2	22,0	31,2
Alma Talent	12,1	13,7	11,7	12,5	11,7	11,6	15,5	15,3	9,0
Alma Consumer	11,2	7,3	5,8	10,3	11,4	9,8	7,2	11,4	9,4
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OIKAISTUT ERÄT	-0,6	4,5	0,7	-5,4	0,3	1,8	-1,2	-4,3	-0,2
Alma Markets	0,0	0,0	0,7	0,0	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0
Alma Talent	0,1	-0,1	0,0	0,0	-0,1	0,7	0,0	-0,4	-0,2
Alma Consumer	-0,2	4,3	0,0	-1,4	0,1	0,0	-0,8	-1,7	0,0
Kohdistamattomat toiminnot	-0,5	0,3	0,0	-4,0	-0,2	1,1	-0,4	-2,2	0,0
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	14,6	17,4	12,9	5,8	14,3	15,0	11,4	6,7	8,9
Alma Markets	9,4	8,6	8,9	5,8	8,4	7,3	7,3	4,0	5,3
Alma Talent	2,9	3,7	3,3	3,9	2,7	4,0	4,6	4,3	1,8
Alma Consumer	3,8	7,0	2,3	3,1	4,8	4,4	2,1	3,4	3,8
Kohdistamattomat toiminnot	-1,6	-1,9	-1,6	-7,0	-1,6	-0,7	-2,6	-5,1	-2,2
Rahoitustuotot	0,9	0,2	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,4	0,0
Rahoituskulut	-0,4	0,8	0,1	0,1	0,6	0,5	0,3	0,7	1,0
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	0,2	0,1	0,1	0,0	0,3	0,2	0,2	0,1	0,3
TULOS ENNEN VEROJA	15,3	16,9	12,9	5,8	14,0	14,9	11,3	6,5	8,2
Tuloverot	-3,1	-3,1	-2,5	-1,4	-2,8	-2,7	-2,4	-1,4	-1,7
TILIKAUDEN TULOS	12,2	13,8	10,4	4,4	11,2	12,2	8,9	5,1	6,6

Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä osavuositarkastus on laadittu IFRS -standardien mukaisesti (IAS 34). Osavuositarkastuksessa noudatetaan samoja laatimisperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin vuosittain päätöksessä 31.12.2017 sekä niitä uusia ja uudistettuja IFRS-standardeja, jotka on kuvattu vuoden 2017 tilinpäätöksessä. Osavuositarkastus ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään vuosittain päätöksessä. Näin ollen osavuositarkastusta tulee lukea yhdessä yhtiön vuosittain päätöksen 2007 kanssa. Osavuositarkastuksessa on sovellettu samoja laatimisperiaatteita kuin konsernitilinpäätöksessä pois lukien seuraavat tilikauden alussa käyttöön otetut uudet standardit:

IFRS 9 *Rahoitusinstrumentit* käsittelee rahoitusvarojen ja -velkojen luokittelua, arvostamista ja kirjaamista pois taseesta sekä uudistaa suojauslaskentaa koskevia sääntöjä ja tuo rahoitusvaroilta uuden arvonalentumismallin. Uusia sääntöjä on sovellettu konsernissa takautuvasti 1.1.2018 alkaen siten, että hyödynnetään standardin sallimat käytännön apukeinot. Vuoden 2017 vertailutietoja ei oikaista. IFRS 9:n käyttöönoton merkittävimmät vaikutukset konsernissa liittyivät myyntisaamisten arvonalentumiseen sekä rahoitusvarojen ja -velkojen luokitteluun, joka perustuu konsernin johdon määrittämiin liiketoimintamalleihin.

Konserni soveltaa odotettavissa olevien luottotappioiden kirjaamiseen IFRS 9:ssä määritettyä yksinkertaistettua menettelyä, jonka mukaan kaikista myyntisaamisista voidaan kirjata koko voimassaoloajalta odotettavissa olevat luottotappiot. Odotettavissa olevien luottotappioiden määrittämistä varten myyntisaamiset on ryhmitelty yhteisten luottoriskiominaisuuksien ja maksun viivästymisen perusteella. Myyntisaamiin liittyvän tappiota koskevan vähennyserän lisäys 0,2 milj. euroa pienentää kertyneiden voittovarojen avaavaa saldoa 1.1.2018.

IFRS 2 *Osakeperusteiset maksut* standardin muutos koskee palkkiojärjestelmiä, joissa osakeperusteinen liiketoimi maksetaan nettona verojen jälkeen ja työnantajalla on velvollisuus toimittaa osakepalkkiojärjestelmästä saadun edun arvosta ennakonpidätys. Aikaisemman standardin mukaan kokonaispalkkio jaettiin omana pääomana maksettavaan osuuteen sekä käteisenä maksettavaan osuuteen. Muutetun standardin mukaan osakepalkkiojärjestelmiä käsitellään kokonaisuudessaan omana pääomana maksettavina järjestelyinä ja työsuhdekulu kirjataan perustuen myönnettyjen brutto-osakkeiden määrään huolimatta siitä, että työntekijä saa lopulta vain netto-osakkeet ja konserni suorittaa ennakonpidätysvelvoitteiden kattamiseen tarvittavan osuuden rahana verottajalle. Konsernin verottajalle maksama ennakonpidätys kirjataan suoraan omaan pääomaan.

Konsernin tilinpäätökseen 2017 sisältyi 1,6 milj. euroa lyhytaikaista velkaa liittyen käteisenä maksettavaa osuuteen. Standardimuutoksesta johtuen tämä osuus on oikaistu avaavassa taseessa veloista oman pääoman kertyneisiin voittovaroihin.

IFRS 16 *Vuokrasopimukset* (sovellettava 1.1.2019 tai sen jälkeen alkavilla tilikausilla). Sen seurauksena lähes kaikki vuokrasopimukset tullaan merkitsemään käyttöomaisuuserinä taseeseen pois lukien lyhytaikaiset alle 12 kk sopimukset ja arvoltaan vähäiset sopimukset. Operatiivisia vuokrasopimuksia ja rahoitusleasingsopimuksia ei enää erotella. Muutos siirtää taseen ulkopuolisia vastuuta taseeseen, jonka seurauksena käyttöomaisuuden ja vieraan pääoman määrät kasvavat. Vuokralle antajien soveltamaan kirjanpitoikäsihtelyyn ei tule merkittäviä muutoksia.

Vastuina käsiteltävien sopimusten ja IFRS 16 mukaisten vuokrasopimusten käsitteet poikkeavat kuitenkin toisistaan, mistä johtuen taseeseen kirjattavien sopimusten määrä voi poiketa vastuiden määrästä. Valtaosin uudet taseeseen kirjattavat sopimukset koostuvat toimitilojen ja autojen vuokrasopimuksista. IT-laitteiden vuokrasopimukset sen sijaan käsitellään taseen ulkopuolisena vastuuna toisin kuin nykyisen IAS 17 standardin mukaan käsiteltynä.

Alma Media on aloittanut standardin käyttöönottoon valmistautumisen ja arvioinut standardin käyttöönoton vaikutukset konsernissa. Muutoksella tulee olemaan vaikutuksia konsernitilinpäätökseen. Muutos vaikuttaa myös taseeseen perustuviin tunnuslukuihin kuten velkaantumistaseseen.

IFRS 16: arvioitu vaikutus Alma Media Oyj:n konsernitilinpäätökseen (alustava)			31.12.2017		31.12.2018	
Tase (milj.euroa)	Varat	Velat	Varat	Velat	Varat	Velat
Tila- ja muut vuokrasopimukset	60.1	60.1	52.1	52.1		
Autovuokrasopimukset	0.8	0.8	0.8	0.8		

IT-vuokrasopimukset	-1.7	-1.8	-1.7	-1.8
Yhteensä	59.1	59.1	51.2	51.1

Tuloslaskelma (milj.euroa)	FY18
Muut kulut - <i>lasku</i>	7.8
Käyttökate	7.8
Poistot - <i>kasvu</i>	-7.2
Liikevoitto	0.6
Korkokulut - <i>kasvu</i>	-0.6
Tilikauden tulos	0.0

IFRS 16: tase ja tunnusluvut (alustava) (milj. euroa)	Raportoitu 31.12.2017	Oikaistu 31.12.2017
Varat yhteensä	333.8	392.9
Korolliset velat	61.3	120.4
Nettovelat	40.2	99.3
Omavaraisuusaste, %	50.9	42.8
Nettovelat / käyttökate	0.6	1.3
Käyttökate	66.9	74.7
Oikaistu käyttökate	67.4	75.2
Liikevoitto	46.6	47.2
Oikaistu liikevoitto	51.1	51.7
Tulos/osake (EPS)	0.39	0.39

IFRS 15 *Myyntituotot asiakassopimuksista* on uusi tulouttamista koskeva standardi. Alma Media on ottanut standardin käyttöön 1.1.2018 alkaen mukautetun takautuvan soveltamisen menetelmää käyttäen, mikä tarkoittaa sitä, että soveltamisen aloittamisesta aiheutuvat kumulatiiviset vaikutukset on kirjattu kertyneisiin voittovaroihin 1.1.2018 eikä vertailutietoja oikaista. Yhtiön näkemyksen mukaan standardinmuutoksella ei ole ollut merkittävää vaikutusta konsernin tilinpäätökseen.

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

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 % liikevaihdesta) 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 oikaisuerinä liiketoimintojen tai omaisuuserien myynneistä tai lopetuksista aiheutuvat voitot tai tappiot, toiminnan uudelleenjärjestelystä aiheutuvat voitot tai tappiot, sekä liikearvon ja omaisuuserien arvonalentumistappiot. Oikaisuerät 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. 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

Lisätietoja:

Toimitusjohtaja Kai Telanne, puhelin 010 665 3500

Talous- ja rahoitusjohtaja Juha Nuutinen, puhelin 010 665 3873

Alma Median taloudellinen kalenteri vuonna 2019

- Tilinpäätöstiedote tilivuodelta 2018 torstaina 14.2.2019 noin klo 8.00
- Osavuositarkastus tammi–maaliskuulta 2019 torstaina 25.4.2019 noin klo 8.00
- Osavuositarkastus tammi–kesäkuulta 2019 keskiviikkona 17.7.2019 noin klo 8.00
- Osavuositarkastus tammi–syyskuulta 2019 keskiviikkona 23.10.2019 noin klo 8.00.

Tilinpäätös, toimintakertomus, tilintarkastuskertomus sekä selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä (Corporate Governance Statement) tilivuodelta 2018 julkaistaan perjantaina 22.2.2019.

Varsinainen yhtiökokous on suunniteltu pidettäväksi perjantaina 15.3.2019. Yhtiökokoukseen liittyvät aineistot kootaan Alma Median verkkosivuille.