



Alma Media Oyj

Puolivuosikatsaus 2021

21.7.2021

Alma Median puolivuositarkastus tammi—kesäkuu 2021:

Liiketoiminnan vahva kehitys ja yritysostot kasvattivat merkittävästi liikevaihtoa ja liikevoittoa toisella vuosineljänneksellä.

Alma Median uudistettu segmenttirakenne astui voimaan 1.3.2021. Alma Media uudisti myös liikevaihdon raportointiaan jakaen liikevaihdon markkinapaikka-, media- ja palveluliikevaihtoon. Segmenttiuudistuksessa aiemmin osana Alma Markets -liiketoimintasegmenttiä raportoidut Alma Mediapartnersin palvelut siirrettiin raportoitavaksi Alma Consumer -liiketoimintasegmenttiin. Uudistuksen yhteydessä Alma Marketsin nimi muuttui Alma Career:ksi.

Alma Media julkisti 9.4.2021 uuden segmenttirakenteen ja uudistetun liikevaihtojaon mukaiset vertailutiedot kaikilta vuosineljänneksiltä ja tammi–joulukuulta 2020. Tämä puolivuositarkastus on raportoitu uudella segmenttirakenteella ja uudistetulla liikevaihtojaolla.

Yhtiö julkaisee myös tarkempia segmenttikohtaisia liikevaihto- ja kannattavuustietoja niiden liiketoiminnan luonteen mukaisesti.

Alma Media sai Nettix-yrityskaupan päätökseen 1.4.2021. Nettixin liiketoiminnot raportoidaan osana Alma Consumer -liiketoimintasegmenttiä toisesta vuosineljänneksestä 2021 alkaen.

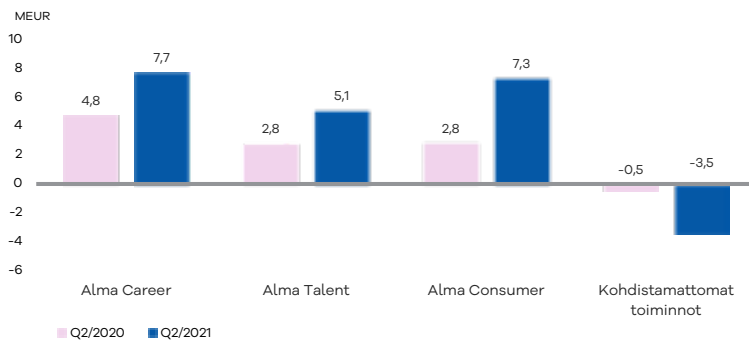
Taloudellinen kehitys huhti—kesäkuussa 2021:

- Liikevaihto 71,6 (52,6) milj. euroa, kasvua 36,1 %.
- Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta, 77,6 % (67,3 %)
- Oikaistu liikevoitto 16,6 (9,8) milj. euroa, kasvua 69,2 %.
- Liikevoitto 13,0 (7,0) milj. euroa, kasvua 87,0 %.
- Osakekohtainen tulos, jatkuvat toiminnot 0,12 (0,04) euroa.
- Alma Career: Rekrytointipalveluiden odotettuaakin nopeampi elpyminen kasvatti merkittävästi liikevaihtoa ja liikevoittoa.
- Alma Talent: Vertailukelpoinen mainonnan liikevaihto palautui vuoden 2019 tasolle. Digitaalinen sisältömyynti ja digitaaliset palvelut jatkoivat vahvaa kasvua.
- Alma Consumer: Liikevaihto ja liikevoitto kasvoivat merkittävästi sekä organisaation että yritysostojen vaikutuksesta.
- Yritysjärjestelyt muuttivat yhtiön taseasemaa: omavaraisuusaste 29,4 % (71,0 %), gearing 160,0 % (-23,0 %)

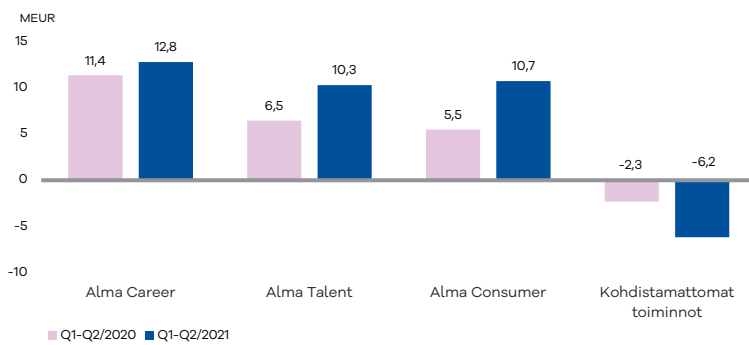
Taloudellinen kehitys tammi—kesäkuussa 2021:

- Liikevaihto 129,7 (114,5) milj. euroa, kasvua 13,3 %.
- Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta, 76,0 % (67,3 %)
- Oikaistu liikevoitto 27,7 (21,0) milj. euroa, kasvua 31,8 %.
- Liikevoitto 23,8 (19,2) milj. euroa, kasvua 24,2 %.
- Osakekohtainen tulos, jatkuvat toiminnot 0,21 (0,14) euroa.

Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto



Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto



Avainluvut

milj. euroa	2021 4—6	2020 4—6	Muutos %	2021 1—6	2020 1—6	Muutos %	2020 1—12
Liikevaihto	71,6	52,6	36,1	129,7	114,5	13,3	230,2
Markkinapaikat	30,7	19,1	61,2	52,7	43,3	21,6	86,7
Media	26,8	21,4	25,4	49,6	47,5	4,5	94,9
Sisältö, media	12,2	12,8	-4,5	23,9	26,5	-10,0	50,4
- josta digitaalista	31,4 %	24,6 %		31,9 %	22,6 %		25,4 %
Mainonta, media	14,6	8,6	69,5	25,8	21,0	23,0	44,5
- josta digitaalista	76,1 %	78,7 %		77,0 %	73,6 %		74,5 %
Palveluliikevaihto	14,1	12,1	15,8	27,3	23,7	15,6	48,6
- josta digitaalista	69,3 %	52,7 %		67,1 %	53,7 %		53,8 %
Oikaistut kokonaiskulut	55,0	43,0	28,0	103,0	93,8	9,8	186,0
Oikaistu käyttökate	20,8	13,8	50,6	35,4	29,2	21,4	60,8
Käyttökate	17,2	11,0	57,0	31,5	27,3	15,4	58,9
Oikaistu liikevoitto	16,6	9,8	69,2	27,7	21,0	31,8	45,4
% liikevaihdosta	23,2	18,7		21,4	18,4		19,7
Liikevoitto/-tappio	13,0	7,0	87,0	23,8	19,2	24,2	43,1
% liikevaihdosta	18,2	13,2		18,4	16,8		18,7
Tilikauden tulos	9,7	4,2	132,0	17,8	14,4	23,7	33,3
Tulos/osake, EUR (laimentamaton ja laimennettu)	0,12	0,04	232,0	0,21	0,14	49,4	0,33
Digiliiketoiminnan liikevaihto	55,6	35,4	56,9	98,6	77,1	28,0	158,4
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	77,6	67,3		76,0	67,3		68,8

Toimintaympäristö vuonna 2021

Maailmanlaajuinen koronapandemia vaikuttaa ja luo edelleen epävarmuutta vuoden 2021 taloudelliselle kehitykselle. Suomen ja muiden Alma Median toimintamaiden kansantalouksien odotetaan kuitenkin elpävän vuoteen 2020 verrattuna.

Uuden teknologian käyttöönotto nopeutui koronavirusepidemian synnyttämän poikkeustilan aikana ja kasvatti digitaalisen median ja digitaalisten palveluiden kysyntää. Palveluiden ja niiden muodostamien ekosysteemien digitalisoitumisen odotetaan edelleen kiihtyvän lähivuosina ja kaupankäynnin jatkavan siirtymistään digitaalisille markkinapaikoille. Tämän johdosta myös median rakennemuutoksen odotetaan jatkuvan ja entisestään voimistuvan. Datan, analytiikan, koneoppimisen ja automaation merkitys lisääntyy vaatien kasvavia panostuksia teknologiaan.

Näkymät vuodelle 2021 (muuttumaton, päivitetty 9.7.2021)

Alma Media arvioi jatkuvien toimintojen vuoden 2021 liikevaihdon ja oikaistun liikevoiton kasvavan selvästi vuoden 2020 tasosta. Vuoden 2020 jatkuvien toimintojen liikevaihto oli 230,2 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 45,4 milj. euroa.

Markkinatilanne päämarkkina-alueilla

Kantar TNS:n mukaan huhti–kesäkuussa mainonnan kokonaismäärä Suomessa kasvoi 42,9 % (-38,2 %) 219,9 miljoonaan euroon. Verkkomediamainonta kasvoi 42,8 % (-22,6 %), josta luokiteltu mainonta kasvoi 40,5 % (-25,6 %). Mainonta aikakaus- ja sanomalehdissä kasvoi 28,7 % (-39,5 %). Iltaapäivälehtien kappalemääräinen markkina laski 4,2 % (laski 21,9 %) vuoden 2021 toisella vuosineljänneksellä.

Suomen lisäksi Alma Median päämarkkinamaat ovat Tšekki ja Slovakia itäisessä Keski-Euroopassa. Euroopan Komissio on julkaissut viimeisimmät ennusteensa BKT:n kehityksestä heinäkuussa 2021. Suomen BKT kasvaa Euroopan komission ennusteen mukaan 2,7 % vuonna 2021 ja 2,9 % vuonna 2022. Valtiovarainministeriö ennusti toukokuussa Suomen työttömyysasteeksi 7,8 % ja vuodelle 2022 7,2 %. Tšekissä Euroopan komissio ennustaa BKT:n kasvavan 3,9 % vuonna 2021 ja 4,5 % vuonna 2022. Tšekin keskuspankki arvioi työttömyysasteeksi 3,6 prosenttia vuonna 2021 ja 3,5 prosenttia vuodelle 2022. Slovakiassa BKT:n kasvuksi Euroopan komissio ennustaa 4,9 % vuonna 2021 ja 5,3 % vuonna 2022. Slovakian keskuspankin arvion mukaan vuoden 2021 työttömyysaste olisi 7,1 prosenttia ja 6,8 vuonna 2022.

Toimitusjohtajan katsaus

Talouden elpymisen jatkuessa Alma Median liiketoiminnot kehittyivät erinomaisesti vuoden toisella vuosineljänneksellä orgaanisen kasvun ollessa 24 %. Myös yritysostot kasvattivat Alma Median liikevaihtoa ja oikaistua liikevoittoa huhti—kesäkuussa. Suhteellinen kannattavuutemme oli ennätystasolla (23 %).

Laskeneiden koronatartuntamäärien ja viranomaisrajoitusten purkamisen myötä Alma Career -segmentin liiketoiminnan palautuminen on ollut hyvin nopeaa kaikissa toimintamaissamme ja segmentin liikevaihto kääntyi keväällä nousujohteiseksi. Asiakaslaskutus oli ennätystasolla vuoden toisella vuosineljänneksellä. Vilkastuneen rekrytointimarkkinan taustalla arvioidaan olevan myös patoutuneen kysynnän realisoitumista. Perinteisen rekrytointi-ilmoittelun lisäksi liikevaihdon kehitys oli vahvaa huhti—kesäkuussa myös digitaalisessa koulutuspalvelu Seduossa ja muissa rekrytoinnin lisäarvopalveluissa. Investoinnit markkinointiin ja henkilöstöön lisäsivät segmentin kuluja.

Alma Talent -segmentissä toisen vuosineljänneksen kehityksessä erityisen hyvää oli mainonnan nopea palautuminen (+55 %) vuoden 2019 vertailukauden tasolle. Myös digitaalinen sisältömyynti jatkoi voimakasta kasvuaan (24 %) kompensoiden printtituotteiden laskun. Segmentin hyvän kehityksen taustalla olivat myös yritysostot ja kasvu markkinapaikkaliiketoiminnoissa sekä digitaalisissa kiinteistötiedon, yritystiedon ja juridiikan palveluissa. Segmentin kulut olivat vertailukauden tasolla. Alma Talentin yrityksille tarjottavien tieto- ja datapalveluiden kehittäminen luo selkeitä skaalaetuja ja näkyy operatiivisen tehokkuuden parantumisena. Alma Talent Palveluiden digiaste on jo lähes 90 %.

Alma Consumer -segmentin liikevaihto kasvoi ja tulos parani merkittävästi sekä orgaanisesti että yritysostojen vaikutuksesta huhti—kesäkuussa. Asumisen ja autoilun markkinapaikkojen sekä vertailupalveluiden kysyntä oli vahvaa. Medialiiketoiminnassa erityisesti digitaalinen mainonta kasvoi voimakkaasti Iltalehden yltäessä ennätyselliseen mainosmyyntiin. Lisäksi panostukset alueelliseen mainosmyyntiin vahvistivat Alma Consumerin markkina-asemaa pk-asiakassegmentissä.

Nettixin integrointi osaksi Alma Mediaa ja Alma Consumer -liiketoimintasegmenttiä on käynnissä. Segmentin uusi organisaatorakenne ja johtamismalli on luotu. Integraatioprosessin keskeisiä painopistealueita ovat yhteisten toimintamallien sekä yhteisen yrityskulttuurin rakentaminen ja kehittäminen.

Olemme tehneet viimeisen puolen vuoden aikana merkittävän määrän yritysjärjestelyitä, yhteensä 241 miljoonalla eurolla, mikä on luonnollisesti vaikuttanut rahoitusasemaamme ja nostanut velkaisuusastettamme. Vakavaraisuutemme paranee kuitenkin ripeästi hyvän tuloskehityksen ja vahvan kassavirran myötä.

Olemme kääntäneet katseemme jo koronaepidemian jälkeiseen aikaan ja jatkamme työskentelyä joustavasti monipaikkaisen työn -mallilla. Korona-aika on osoittanut, että almalaiset ovat muuntautumiskykyisiä, joustavia ja erityisen valmiita ponnistelemaan yhteisen tavoitteen eteen. Näitä oppeja viemme mukamme myös uuteen normaaliin.

Strategian toteuttaminen katsauskauden aikana

Alma Median toimintaympäristössä kilpailutilanteen nähdään edelleen kiristyvän strategiajaksolla 2021–2023. Kansainväliset alustajätit ovat vahvistaneet asemiaan monilla sektoreilla, kuten mainonnassa ja markkinapaikkaliiketoiminnassa. Lisäksi paikallisen kilpailun odotetaan lisääntyvän Alma Median toimintamaissa. Nykyisiä liiketoimintamalleja disruptiivien eli vakiintuneita toimintamalleja merkittävästi uudistavien ja kapeille erikoisaloille keskittyneiden pienempien niin sanottujen niche-toimijoiden vaikutus näkyy jo useilla markkinoilla.

Alma Median strategia perustuu ydinliiketoiminnan digitaaliseen transformatioon, digitaalisen liiketoiminnan kasvuun ja kansainvälistymiseen.

Yhtiö on tunnistanut nykyisen liiketoiminnan kehittämiseksi neljä strategista painopistealuetta 1) yleisöjen kasvattaminen, sitouttaminen ja kaupallistaminen, 2) markkinointiratkaisujen kehitys, 3) tiivistyvä yhteistyö skaalaetujen saavuttamiseksi ja 4) datan kaupallistaminen.

Orgaanisen kasvun lisäksi Alma Media hakee uusia liiketoimintamahdollisuuksia aktiivisesti yritysjärjestelyjen kautta. Yhtiö kasvattaa ja monipuolistaa tuoteportfoliotaan mediasta markkinapaikkaliiketoimintaan ja digitaalisiin palveluihin. Yhtiö jatkaa edelleen rekrytointiliiketoiminnan kansainvälistymispolkua painopisteenään itäinen Eurooppa ja Balkanin alue. Koronaepidemia on kiihdyttänyt käynnissä olevaa digitalisaatiota ja lisännyt siihen liittyvien palvelujen ja ratkaisujen kysyntää. Muutos tuo uusia digitaalisen liiketoiminnan mahdollisuuksia esimerkiksi tilausliiketoiminnassa, asunto- ja kiinteistökaupassa, verkkokoulutuksessa sekä verkko-ostamisessa.

Keskeistä yhtiön strategiassa on jatkaa laajentumista median ja markkinapaikkojen sisällöntuotannosta ja mainonnasta uusiin, asiakkaiden tarpeita täydentäviin ja koko arvoketjun kattaviin digitaalisiin tuotteisiin ja palveluihin alkaen myynnin järjestelmistä aina transaktioihin. Samalla yhtiö kumppanoituu osaksi laajoja ja saumatomia digitaalisia palveluverkostoja eli ekosysteemejä, esimerkiksi rekrytointin, asumisen ja autoilun vertikaaleissa.

Katsauskauden alussa Nettix Oy:n hankinta saatettiin päätökseen ja sen liiketoiminnot liitettiin osaksi Alma Consumer -segmenttiä. Nettix-yritysosto on jatkumoa Alma Median digitaaliseen mediaan ja palveluihin keskittyvälle strategialle. Nettix vahvistaa Alma Median markkinapaikkaliiketoimintaa Suomessa erityisesti autoilun ja liikkumisen palveluissa sekä avaa uusia liiketoimintamahdollisuuksia muun muassa vuokraus- ja leasingtoiminnassa. Alma Medialle siirtyi 1.4.2021 alkaen yhteensä 39 Nettix Oy:n työntekijää (kokopäiväiseksi muutettuna).

Alma Consumerin tuoteportfolioon kuuluvat median ja palveluiden kanssa synergiset, kuluttajille suunnatut digitaaliset vertailupalvelut. Huhtikuussa 2021 lainojen ja vakuutusten kilpailutuspalvelua tarjoavan Etua Oy:n osakekanta siirtyi kokonaisuudessaan Alma Median omistukseen. Alma Median omistus Etua Oy:ssä oli aiemmin 60 prosenttia. Etua.fi on perustettu vuonna 2008 ja se on pisimpään Suomessa toiminut lainavertailupalvelu. Yhtiö on Finanssivalvonnan rekisteröimä asuntoluotonvälittäjä. Etua.fi -palvelussa voi vertailla kulutusluottoja ja asuntolainoja. Yhtiö toimii yhteistyössä yli 25 finanssialan yrityksen kanssa ja se välittää verkkopalvelun kautta tulleet lainahakemukset eteenpäin yhteistyökumppaneille. Tähän mennessä Etua.fi on palvellut yli 250 000 suomalaista arjen raha-asioissa.

Alma Consumerin keskittyessä asunto- ja autokaupan digitaalisiin palveluihin, vertailupalveluihin ja mediaan, Alma Median tytäryhtiö Alma Mediapartners Oy ja Lemonsoft Oy sopivat katsauskaudella liiketoimintakaupasta, jossa rakentamisen ERP-järjestelmä Talosofta siirtyi Lemonsoft Oy:lle. Talosofta on pienille ja keskisuurille rakennus-, saneeraus- sekä talotekniikkatoimijoille suunnattu verkkopohjainen toiminnanohjausjärjestelmä.

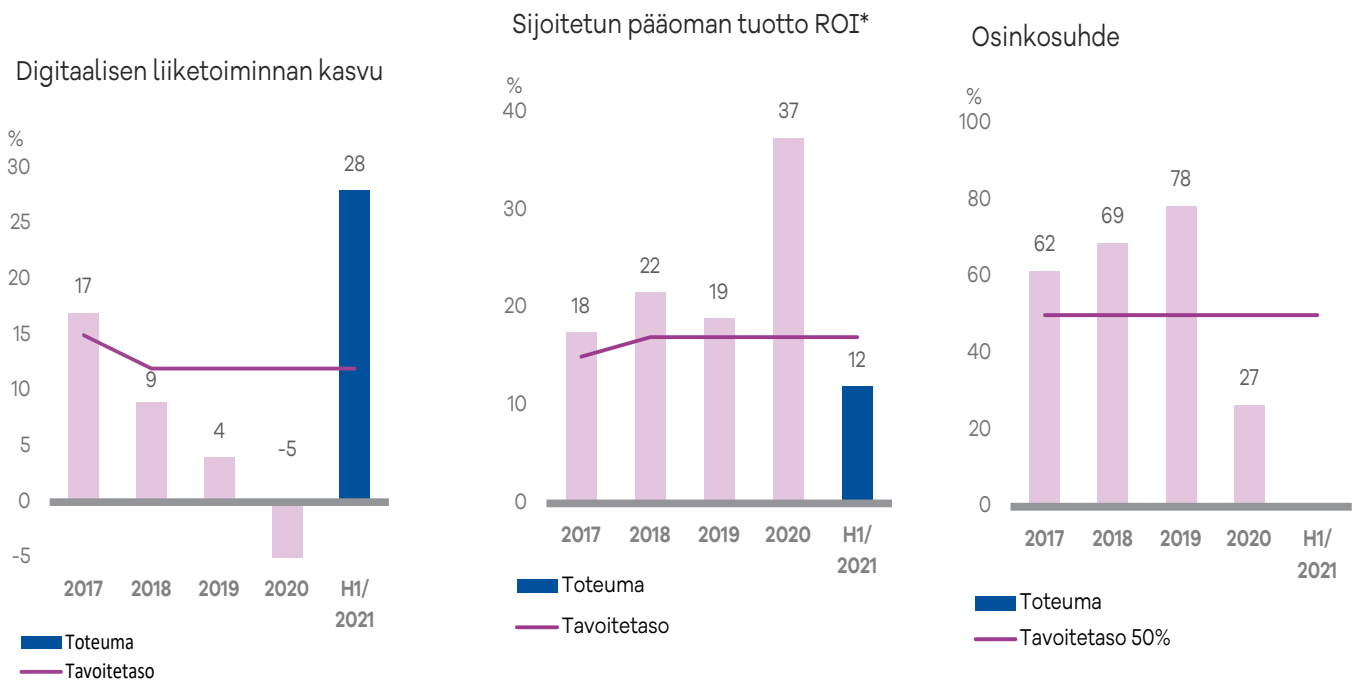
Alma Median digitaalinen rekrytointipalvelu Monster.fi uudistui katsauskauden aikana. Uusi palvelu tarjoaa ensimmäisenä Suomessa uuden sukupolven palvelualueen, joka huomioi rekrytointilanteessa kokonaisvaltaisesti hakijan kyvyt eli koulutuksen, osaamisen ja kokemuksen lisäksi myös hakijan yksilölliset piirteet ja sosiaaliset vahvuudet, kuten vuorovaikutustaidot. Palvelualueen algoritmipohjainen luokittelu tehostaa ja nopeuttaa rekrytointiprosessia yhä kohdennetumpien hakutuloksien kautta.

Alma Talent hakee kasvua yrityksille suunnatuista skaalautuvista digitaalisista palveluista yhtenä fokusalueenaan prosessitehokkuutta ja velvoitteiden täyttämistä tukevat ratkaisut. Tähän kasvustrategiaan liittyen Alma Media hankki katsauskaudella 25 prosentin omistusosuuden Suomen Tunnistetieto Oy:stä. Suomen Tunnistetiedon DOKS-palvelu tarjoaa tehokkaan ja turvallisen digitaalisen työkalun asiakkaan tunnistamiseksi ja tuntemiseksi (Know Your Customer, KYC-prosessi) ja rahanpesun torjuntaan liittyvien velvoitteiden täyttämiseksi. Palvelun avulla yritykset säästävät kustannuksia ja tehostavat asiakassuhteen perustamiseen liittyviä rutiinitoimenpiteitä. DOKS-palvelulla yritykset voivat edistää hyvän hallintotavan toteuttamista, hallita governance-riskiä ja samalla varmistaa eettisten liiketoimintaperiaatteiden noudattaminen. Suomen Tunnistetieto on perustettu vuonna 2014. Vuonna 2020 yhtiön liikevaihto ja muut tuotot olivat yhteensä noin 0,2 miljoonaa euroa.

Alma Medialla on mediayhtiönä keskeinen rooli yhä vastuullisemman yhteiskunnan rakentamisessa. Yhtiön medioilla ja palveluilla on oma oleellinen roolinsa ilmastomuutoksen hillinnässä ja yhteiskunnan toimintatapojen muuttamisessa esimerkiksi työelämässä monimuotoisuutta ja sosiaalista osallistamista tukevammaksi. Yhtiön digitaaliset palvelut mahdollistavat kuluttajille vähäpäästöisempien ja energiatehokkaampien kulutus päätösten tekemisen esimerkiksi asuntoa tai autoa hankittaessa. Alma Median tavoitteena on yhdistää kestävä kehitys, strateginen kilpailuetu sekä vastuullisuuteen pohjautuvan uuden liiketoiminnan luominen. Esimerkkinä Alma Median vastuullisuuteen liittyvän tuotetarjoaman lisäämisestä Kauppalehti toi katsauskaudella ensimmäisenä suomalaisena talousmedian tilaajilleen Sustainalyticsin pörssiyhtiöiden vastuullisuusriskejä

luokittelevan palvelun. Morningstariin kuuluva Sustainalytics on globaali ESG-tutkimukseen, -luokitukseen ja -dataan erikoistunut analyysitalo. Kauppalehden palvelu kattaa Helsingin pörssissä 25:n vaihdetuimman pörs-siyhtiön ESG-vastuullisuusriskiarviot. Sustainalyticsin ESG-vastuullisuusriskiluokitus auttaa sijoittajia tunnistamaan taloudellisesti olennaisten ESG-riskien (environment, social, governance) eli ympäristö-, sosiaalisten-, ja hallintoriskien mahdollista vaikutusta yhtiön arvoon ja sijoituskohteen riski/tuotto -profiliin.

Alma Median pitkän aikavälin tavoitteet ja niiden toteutuma:



* Sijoitetun pääoman tuotto vuonna 2020 sisältää alueellisen median myynnistä syntyneen myyntivoiton.

Alma Media -konsernin puolivuositiedot

1.1.–30.6.2021

International Financial Reporting Standards (IFRS)
-standardien mukainen vertailu on tehty vuoden 2020 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

	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
milj. euroa	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
Liikevaihto	71,6	52,6	36,1	129,7	114,5	13,3	230,2
Oikaistut kokonaiskulut	55,0	43,0	28,0	103,0	93,8	9,8	186,0
Oikaistu käyttökate	20,8	13,8	50,6	35,4	29,2	21,4	60,8
Käyttökate	17,2	11,0	57,0	31,5	27,3	15,4	58,9
Oikaistu liikevoitto	16,6	9,8	69,2	27,7	21,0	31,8	45,4
% liikevaihdosta	23,2	18,7		21,4	18,4		19,7
Liikevoitto/-tappio	13,0	7,0	87,0	23,8	19,2	24,2	43,1
% liikevaihdosta	18,2	13,2		18,4	16,8		18,7
Tilikauden tulos ennen veroja	12,6	6,5	94,8	22,9	18,9	21,0	42,2
Tilikauden tulos	9,7	4,2	132,0	17,8	14,4	23,7	33,3

Tase

	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
milj. euroa	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
Varat				504,9	356,9	41,5	333,9
Nettovelat				221,7	-57,4	-486,3	-9,1
Korolliset velat				255,5	40,3	534,0	38,9
Korottomat velat				110,1	70,6	56,0	90,5
Investoinnit yhteensä	179,2	0,6	29249,6	243,3	7,4	3181,9	91,4
Omavaraisuusaste%				29,4	71,0	-58,6	63,1
Gearing%				160,0	-23,0	-794,4	-4,5

Henkilöstö

	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
	4—6	4—6	%	1—6	1—6	%	1—12
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	1 572	1 522	3,3	1 507	1 549	-2,7	1 497
Telemarkkinoijat keskimäärin	339	342	-0,8	351	331	6,1	335

Tunnuslukuja

	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
	4—6	4—6	%	1—6	1—6	%	1—12
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	32,3	163,4	-80,2	21,8	87,2	-75,0	48,7
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	13,9	117,3	-88,2	11,9	65,8	-81,9	37,4
Tulos/osake, EUR laimentamaton	0,12	0,76	-84,6	0,21	0,97	-78,4	1,13
Tulos/osake, EUR laimennettu	0,11	0,74	-84,7	0,20	0,95	-78,5	1,11
Tulos/osake, jatkuvat toiminnot laimentamaton	0,12	0,04	232,0	0,21	0,14	49,4	0,33
Tulos/osake, lopetetut toiminnot laimentamaton		0,72	-100,0		0,83	-100,0	0,80
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,20	0,04	403,0	0,38	0,37	4,3	0,68
Oma pääoma/osake				1,65	2,63	-37,2	2,23
Osinko/osake							0,30
Efektiiivinen osinkotuotto%							3,4
Hinta/voittosuhte P/E							7,9
Markkina-arvo				850,2	563,5	50,9	734,9
Osakkeiden lkm ka. laimentamaton (YTD)	82 320	82 262		82 320	82 262		82 262
Osakkeiden lkm ka. laimennettu (YTD)**	84 045	83 553		84 045	83 553		83 692
Osakemäärä kauden lopussa (1000 osaketta)***	82 383	82 383		82 383	82 383		82 383

* Vuosituotto, ks. osavuositarkastuksen laadintaperiaatteet. Tunnusluvut sisältävät myös oikaistut erät.

** Yhtiö on vuoden 2021 aikana luovuttanut omia osakkeita 57 630 kpl, yhtiön hallussa olevat omat osakkeet katsauskauden lopussa 63 381 kpl.

*** Sisältää myös yhtiön hallussa olevat omat osakkeet.

Liikevaihto

Huhti–kesäkuu 2021

Alma Median liikevaihto kasvoi 36,1 % 71,6 (52,6) milj. euroon. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 6,5 milj. euroa. Ilman myytyjä ja hankittuja liiketoimintoja orgaaninen kasvu oli 24,3 %.

Markkinapaikkojen liikevaihdon kasvuun vaikutti rekrytointikysynnän voimakas elpyminen, vahvana jatkunut asuntokauppa sekä Nettix-yritysosto. Median liikevaihtoa kasvatti edelleen hyvänä jatkunut digitaalisen sisältömyynnin kehitys sekä voimakkaasti elpynyt mainonta. Palveluliikevaihdon kasvuun vaikuttivat esimerkiksi hankitut liiketoiminnot ja digitaalisten palveluiden hyvä kehitys katsauskaudella.

Tammi–kesäkuu 2021

Alma Median liikevaihto kasvoi 13,3 % 129,7 (114,5) milj. euroon. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 4,8 milj. euroa. Ilman myytyjä ja hankittuja liiketoimintoja orgaaninen kasvu oli 9,4 %.

Liikevaihto

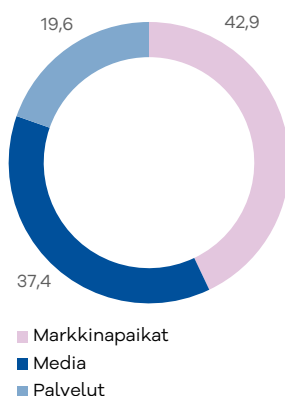
	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
milj. euroa	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
Alma Career	20,0	13,5	48,1	36,2	31,9	13,4	62,7
Alma Talent	25,2	22,4	12,9	49,7	48,0	3,6	95,1
Alma Consumer	26,6	15,7	68,8	44,1	33,7	31,0	69,9
Segmentit yhteensä	71,8	51,6	39,2	130,0	113,5	14,5	227,7
Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit	-0,2	1,0	-119,2	-0,3	0,9	-131,9	2,5
Yhteensä	71,6	52,6	36,1	129,7	114,5	13,3	230,2

Liikevaihdon maantieteellinen jakauma

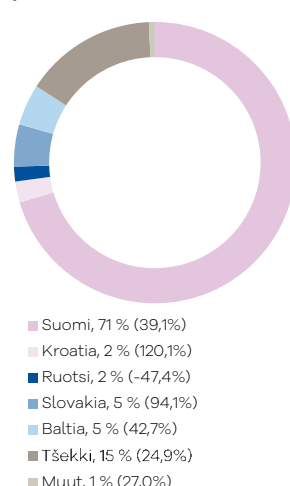
	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
milj. euroa	4–6	4–6	%	1–6	1–6	%	1–12
Suomi	50,5	36,3	39,0	91,0	76,5	19,0	158,4
Muut maat	21,1	16,3	29,7	38,7	38,0	1,9	71,8
Konserni yhteensä	71,6	52,6	36,1	129,7	114,5	13,3	230,1

* Liikevaihdon maantieteellinen jakauma on esitetty konsernin yksiköiden sijaintimaan mukaan.

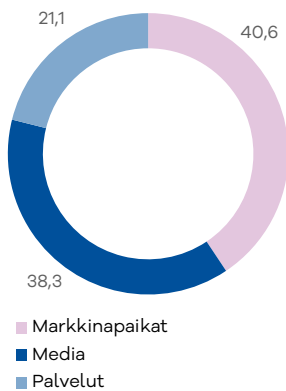
Liikevaihdon jakauma Q2/2021



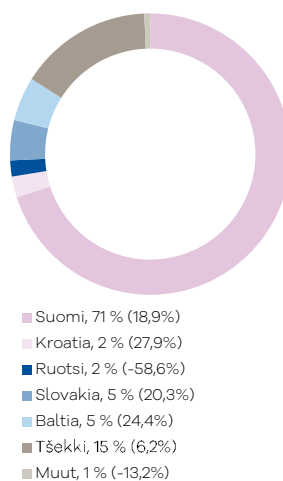
Liikevaihdon maantieteellinen jakauma Q2/2021



Liikevaihdon jakauma Q1-Q2/2021



Liikevaihdon maantieteellinen jakauma Q1-Q2/2021



Tulos

Huhti-kesäkuu 2021

Oikaistu liikevoitto oli 16,6 (9,8) milj. euroa, 23,2 % (18,7 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 13,0 (7,0) milj. euroa, 18,2 % (13,2 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä -3,6 (-2,9) milj. euroa, jotka liittyivät yrityshankintojen transaktiokuluihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät Alma Talentin Ruotsin medialiiketoiminnan myyntitappioon ja uudelleenjärjestelykuluihin.

Kokonaiskulut kasvoivat vuoden toisella vuosineljänneksellä 12,8 milj. euroa. Kulujen kasvu liittyi pääasiallisesti yritysjärjestelukuluihin sekä markkinointi- ja henkilöstökuluihin. Vertailukaudella toteutettiin lisäksi merkittäviä kulusäästöjä. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 4,2 (4,0) milj. euroa. Huhti-kesäkuun tulos jatkuvien toimintojen osalta oli 9,7 (4,2) milj. euroa. Osakekohtaista tulosta 0,12 (0,04), paransi hyvän tuloskehityksen lisäksi Alma Career- ja Alma Mediapartners-vähemmistö-osuuksien lunastaminen.

Tammi-kesäkuu 2021

Oikaistu liikevoitto oli 27,7 (21,0) milj. euroa, 21,4 % (18,4 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 23,8 (19,2) milj. euroa, 18,4 % (16,8 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä -3,9 (-1,8) milj. euroa, jotka liittyivät myyntivoittoihin ja yrityshankintojen transaktiokuluihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät Alma Talent Ruotsin medialiiketoiminnan myyntitappioon, uudelleenjärjestelykuluihin sekä liiketoimintojen vaiheittaisten hankintojen aiheuttamiin tulosvaikutteisiin eriin.

Kokonaiskulut kasvoivat ensimmäisellä vuosipuoliskolla 10,1 milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 7,7 (8,1) milj. euroa. Tammi-kesäkuun tulos jatkuvien toimintojen osalta oli 17,8 (14,4) milj. euroa.

Oikaistu liikevoitto/-tappio

	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
milj. euroa	4—6	4—6	%	1—6	1—6	%	1—12
Alma Career	7,7	4,8	62,1	12,8	11,4	12,7	20,6
Alma Talent	5,1	2,8	83,9	10,3	6,5	59,6	16,2
Alma Consumer	7,3	2,8	159,9	10,7	5,5	95,5	15,0
Segmentit yhteensä	20,1	10,3	94,6	33,9	23,3	45,2	51,9
Kohdistamattomat toiminnot	-3,5	-0,5	577,4	-6,2	-2,3	167,7	-6,5
Yhteensä	16,6	9,8	69,2	27,7	21,0	31,8	45,4

Liikevoittoa oikaisevat erät

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

Oikaistut erät

milj. euroa	2021 4—6	2020 4—6	2021 1—6	2020 1—6	2020 1—12
Alma Career					
Uudelleenjärjestelykulut					-0,1
Myyntivoitot ja -tappio				0,9	0,9
Alma Talent					
Arvonalentumistappiot					-0,3
Uudelleenjärjestelykulut		-0,2		-0,4	-0,7
Myyntivoitot ja -tappio		-2,8		-2,8	-2,2
Alma Consumer					
Liiketoimintojen hankinnoista syntyneet tulosvaikutteiset erät				0,5	0,1
Kohdistamattomat					
Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen transaktiokulut	-3,6	0,1	-4,1		
Myyntivoitot ja -tappio			0,2		
Liikevoiton oikaistut erät	-3,6	-2,9	-3,9	-1,8	-2,3
Oikaistut erät tuloksessa ennen veroja	-3,6	-2,9	-3,9	-1,8	-2,3

Liikevoitto/-tappio

milj. euroa	2021 4—6	2020 4—6	Muutos %	2021 1—6	2020 1—6	Muutos %	2020 1—12
Alma Career	7,7	4,8	62,1	12,8	12,2	4,8	21,4
Alma Talent	5,1	-0,2	-2 209,9	10,3	3,2	217,3	13,1
Alma Consumer	7,3	2,8	159,9	10,7	6,0	78,9	15,1
Segmentit yhteensä	20,1	7,3	174,4	33,9	21,5	57,6	49,6
Kohdistamattomat toiminnot	-7,1	-0,4	1 811,0	-10,0	-2,3	335,7	-6,5
Yhteensä	13,0	7,0	87,0	23,8	19,2	24,2	43,1

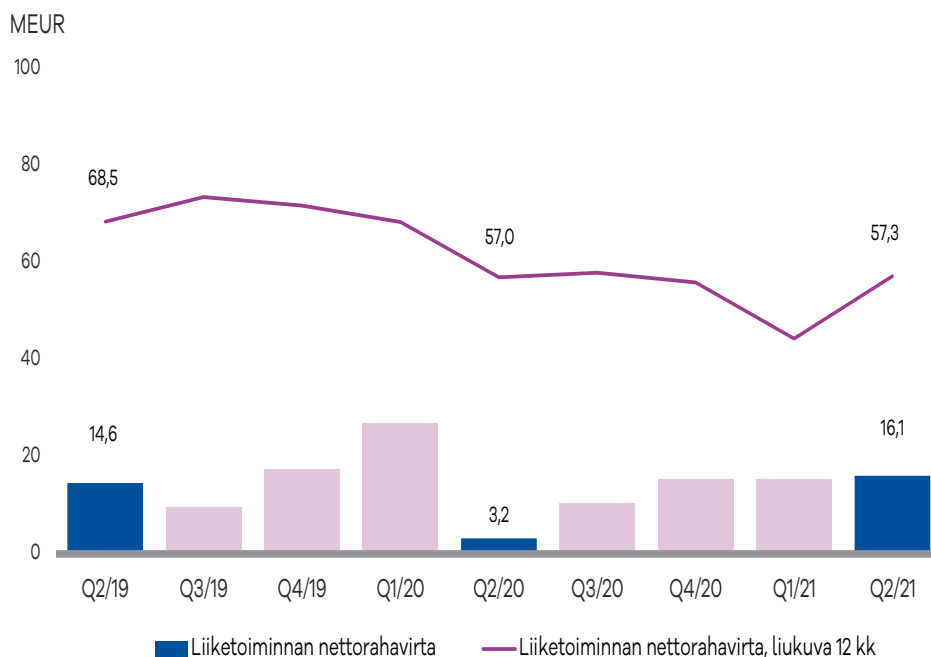
Tase ja rahoituslaskelma

Taseen loppusumma oli kesäkuun 2021 lopussa 504,9 (356,9) milj. euroa. Omavaraisuusaste oli kesäkuun lopussa 29,4 % (71,0 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 1,65 (2,63) euroa.

Liiketoiminnan rahavirta huhti–kesäkuussa oli 16,1 (3,2) milj. euroa. Liiketoiminnan rahavirta parani vertailukaudesta liiketoiminnan kasvaneen tuloksen ja alempien maksettujen verojen myötä. Investointien jälkeen rahavirta ennen rahoitusta oli huhti–kesäkuussa -157,2 (51,1) milj. euroa. Merkittävimmät investoinnit toisella vuosineljänneksellä olivat Nettix Oy:n hankinta ja Etua Oy:n vähemmistöosakkeiden lunastus.

Liiketoiminnan rahavirta tammi–kesäkuussa oli 31,5 (30,1) milj. euroa. Liiketoiminnan rahavirta parani vertailukaudesta liiketoiminnan kasvaneen tuloksen myötä. Rahavirta ennen rahoitusta oli tammi–kesäkuussa -205,4 (73,3) milj. euroa. Merkittävimmät investoinnit ensimmäisellä vuosipuoliskolla olivat Alma Career Oy:n ja Etua Oy:n vähemmistöosakkeiden lunastukset sekä Nettix Oy:n, Netello Systems Oy:n ja Quantiq s.r.o:n osakkeiden hankinnat.

Liiketoiminnan nettorahavirta, MEUR

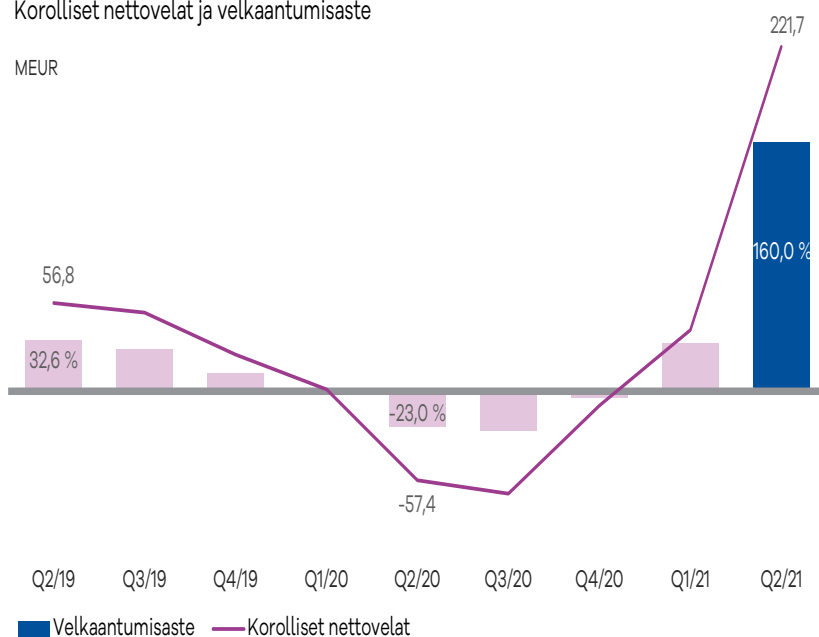


Korolliset nettovelat

milj. euroa	2021 4—6	2020 4—6	2021 1—6	2020 1—6	2020 1—12
Korolliset pitkäaikaiset velat	248,3	33,4	248,3	33,4	31,9
IFRS16-leasingvelat	28,3	33,4	28,3	33,4	31,9
Rahoituslaitoslainat	220,0		220,0		
Lyhytaikaiset korolliset velat	7,2	6,9	7,2	6,9	7,0
IFRS16-leasingvelat	7,2	6,9	7,2	6,9	7,0
Rahavarat	33,8	97,7	33,8	97,7	48,0
Korolliset nettovelat	221,7	-57,4	221,7	-57,4	-9,1

Korolliset nettovelat ja velkaantumisaste

MEUR



Alma Media sopi maaliskuussa 2021 yhteensä 220 milj. euron rahoitusjärjestelystä (ns. bridge rahoitus) OP Yrityspankki Oyj:n kanssa. Samalla yhtiö sopi aiempien rahoituslimiittien (25 milj. euroa) päättämisestä. Bridge-rahoituslaina erääntyy maksettavaksi viimeistään 18 kuukauden kuluttua lainan nostosta. Rahoitusjärjestelyyn sisältyvät tavanomaiset rahoituskovenanttiehdot koskien omavaraisuusastetta ja nettovelan suhdetta käyttökatteeseen. Konserni täytti asetetut kovenanttiehdot 30.6.2021. Alma Media tulee muuntamaan järjestelyn pitkäaikaiseksi rahoitukseksi vuoden 2021 aikana. Alma Medialla on edelleen 100 milj. euron yritystodistusoh-

jelma Suomessa. Yritystodistusohjelma oli 30.6.2021 käyt-

Alma Medialla oli kesäkuun 2021 lopussa korollisia velkoja yhteensä 255,5 (40,3) milj. euroa. Korollinen nettovelka oli 221,7 (-57,4) milj. euroa.

Alma Medialla oli yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvaroja 1,2 miljoonaa euroa ja käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvelkoja 17,7 milj. euroa.

Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2021

Tammikuussa 2021 Alma Media -konserniin kuuluvan Alma Career Oy:n tytäryhtiö ja Tšekin johtava rekrytointipalveluyritys LMC s.r.o osti tsekkiläisen start-up-yrityksen Quantiq s.r.o:n.

Maaliskuussa 2021 Alma Media Oy osti Alma Career Oy:n 16,66 prosentin vähemmistöosuuden Monster Worldwide Scandinavia AB:ltä. Alma Career Oy siirtyi kokonaisuudessaan Alma Median omistukseen.

Maaliskuussa 2021 Alma Media solmi Otava-konsernin kanssa sopimuksen Nettix Oy:n osakekannan ostamisesta. Nettix Oy:n liiketoiminta käsittää Suomen johtavat moottorialan markkinapaikat, kuten Nettiauton, Nettikoneen ja Nettimoton. Kauppa saatettiin päätökseen huhtikuussa 2021.

Maaliskuussa 2021 Alma Media hankki 60 prosenttia digitaalisia markkinointiratkaisuja erityisesti pienille ja keskisuurille yrityksille tarjoavan Netello Systems Oy:n osakekannasta.

Huhtikuussa 2021 lainojen ja vakuutusten kilpailutuspalvelua tarjoavan Etua Oy:n osakekanta siirtyi kokonaisuudessaan Alma Median omistukseen. Alma Media Oy:n omistus Etua Oy:ssä oli aiemmin 60 prosenttia.

Kesäkuussa 2021 Alma Median tytäryhtiö Alma Media-partners Oy ja Lemonsoft Oy sopivat liiketoimintakauden, jossa rakentamisen ERP-järjestelmä Talosofta siirtyi Lemonsoft Oy:lle heinäkuusta 2021 alkaen. Tehdyillä divestoinneilla ei ole merkittävää tulosvaikutusta ja kaupasta syntyvä myyntitulo kirjataan kolmannella vuosineljänneksellä.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat vuoden 2021 toisella vuosineljänneksellä yhteensä 179,2 (0,6) milj. euroa. Investoinnit koostuivat mm. Nettix Oy:n, Netello Systems Oy:n hankinnoista ja normaaleista käyttö- ja ylläpitoinvestoinneista.

Investoinnit segmenteittäin

	2021	2020	2021	2020	2020
milj. euroa	4—6	4—6	1—6	1—6	1—12
Alma Career	0,4	0,1	2,6	3,7	8,5
Alma Talent	0,8	0,2	0,9	0,3	25,4
Alma Consumer	176,4	0,2	179,7	2,9	3,5
Segmentit yhteensä	177,7	0,4	183,2	6,9	37,4
Kohdistamattomat	1,5	0,2	60,1	0,5	54,1
Yhteensä	179,2	0,6	243,3	7,4	91,4

Investoinnit ja yritysostot

	2021	2020	2021	2020	2020
milj. euroa	4—6	4—6	1—6	1—6	1—12
Käyttöomaisuus	1,5	0,6	2,2	1,3	3,6
Yritysostot	177,7		241,0	6,1	87,8
Yhteensä	179,2	0,6	243,3	7,4	91,4

Poistot

	2021	2020	2021	2020	2020
milj. euroa	4—6	4—6	1—6	1—6	1—12
Käyttöomaisuushyödykkeiden poistot	2,3	2,6	4,8	5,4	10,6
Yrityshankintoihin liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot	1,9	1,4	2,9	2,8	5,1
Yhteensä	4,2	4,0	7,7	8,1	15,8

Liiketoimintasegmentit

Alma Median raportoivat segmentit ovat rekrytointiliiketoimintaan ja rekrytointiin liittyviin palveluihin itäisessä Keski-Euroopassa ja Suomessa keskittyvä Alma Career, talousmedian ja ammattilaisille sekä yrityksille suunnattujen palveluiden tarjoaja Alma Talent ja kuluttajamedia- ja markkinapaikkaliiketoimintaan keskittyvä Alma Consumer. Konsernin emoyhtiön tuottamat keskitetyt palvelut sekä koko konsernia koskevat keskitetyt mainonnan ja digitaalisen myynnin tukipalvelut käsitellään segmenttiraportoinnin ulkopuolella. Konsernin raportoivat segmentit vastaavat konsernin toimintasegmenttejä.

Alma Career

Alma Career -segmentissä raportoidaan rekrytointiliiketoimintaan liittyvät palvelut Jobs.cz, Prace.cz, CVOnline, Profesia.sk, MojPosao.net, MojPosao.ba, Monster.fi, Seduo-verkkokoulutuspalvelu sekä Prace za rohem. Alma Careerin tavoitteena on työpaikkailmoittelun vahvistamisen lisäksi liiketoiminnan laajentaminen uusiin työnhakua ja työnantajien tarpeita tukeviin palveluihin, kuten työpaikkailmoitteluun liittyvään teknologiaan, digitaalisiin henkilöstöpalveluihin ja koulutukseen. Alma Career toimii kymmenessä maassa Euroopassa.

Avainluvut

	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
milj. euroa	4—6	4—6	%	1—6	1—6	%	1—12
Liikevaihto	20,0	13,5	48,1	36,2	31,9	13,4	62,7
Markkinapaikat	18,2	12,3	47,4	32,7	29,6	10,7	58,1
Palvelut	1,8	1,1	55,5	3,4	2,3	48,3	4,6
Oikaistut kokonaiskulut	12,2	8,9	36,8	23,4	20,8	12,7	42,7
Oikaistu käyttökate	8,4	5,6	50,0	14,2	13,1	8,3	23,9
Käyttökate	8,4	5,6	50,0	14,2	14,0	1,7	24,7
Oikaistu liikevoitto	7,7	4,8	62,1	12,8	11,4	12,7	20,6
% liikevaihdosta	38,6 %	35,3 %		35,4 %	35,7 %		32,8 %
Liikevoitto/-tappio	7,7	4,8	62,1	12,8	12,2	4,8	21,4
% liikevaihdosta	38,6 %	35,3 %		35,4 %	38,3 %		34,2 %
Henkilöstö keskimäärin	579	591	-2,0	572	604	-5,4	588
Digiliiketoiminnan liikevaihto	19,9	13,3	15,5	36,1	31,3	15,5	62,1
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	99,9 %	98,7 %		99,9 %	98,0 %		99,1 %

Liikevaihto

	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
milj.euroa	4—6	4—6	%	1—6	1—6	%	1—12
Tšekki	10,9	8,7	24,9	20,0	18,8	6,2	37,3
Slovakia	3,5	1,8	94,1	6,0	5,0	20,3	9,8
Baltian maat	2,2	1,2	84,6	4,0	2,9	34,6	6,2
Kroatia	1,7	0,8	120,1	3,1	2,4	27,9	4,7
Suomi	1,3	0,7	77,7	2,4	2,0	20,6	2,9
Muut maat	0,5	0,4	27,0	0,9	1,0	-13,2	1,9

Huhti—kesäkuu 2021

Vuoden 2021 toisella vuosineljänneksellä Alma Career -segmentin liikevaihto kasvoi 48,1 % ja oli 20,0 (13,5) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 0,1 milj. euroa. Parantuneen koronaepidemiatilanteen myötä liiketoimintaan vaikuttavia rajoituksia on purettu kaikissa toimintamaissa ja sen myötä rekrytointiliiketoiminta on elpynyt ennakoitua nopeammin. Digitaalisen koulutuspalvelu Seduon ja rekrytinnin muiden lisäarvopalveluiden liikevaihdon kehitys oli hyvää katsauskaudella.

Katsauskauden kokonaiskulut kasvoivat 36,8 % 12,2 milj. euroon kasvaneiden henkilöstö- ja markkinointikulujen johdosta. Vertailukaudella toteutettiin merkittäviä säästötoimenpiteitä.

Oikaistu liikevoitto oli toisella vuosineljänneksellä 7,7 (4,8) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 38,6 % (35,3 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 7,7 (4,8) milj. euroa. Katsauskaudella eikä vertailukaudella raportoitu oikaistuja eriä.

Tammi—kesäkuu 2021

Alma Career -segmentin liikevaihto kasvoi tammi—kesäkuussa 13,4 % ja oli 36,2 (31,9) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 0,1 milj. euroa. Ensimmäisellä vuosineljänneksellä liikevaihto ja liikevoitto laskivat, mutta kääntyivät toisella vuosineljänneksellä kasvuun rekrytointipalveluiden kysynnän elpyessä voimakkaasti.

Katsauskauden kokonaiskulut kasvoivat 12,7 % 23,4 milj. euroon kasvaneiden henkilöstökulujen johdosta.

Oikaistu liikevoitto oli toisella vuosipuoliskolla 12,8 (11,4) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 35,4 % (35,7 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 12,8 (12,2) milj. euroa. Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät liiketoiminnon vaiheittaisesta hankinnasta aiheutuneesta tulosvaikutteisesta erästä.

Alma Talent

Alma Talentin liiketoiminnan ydintä ovat digitaaliset, tilatavat sisältömediat ja digitaaliset data-, sisältö- ja markkinapaikkapalvelut. Alma Talentin johtava talousmedia on Kauppalehti, muita talous- ja ammattimedioita ovat mm. Talouselämä, Tekniikka & Talous ja Arvopaperi.

Alma Talent Palvelut tarjoaa ammattilaisille kattavasti palveluja liittyen yritystietoon, kiinteistötietoon, juridiikkaan, taloushallintoon, osaamisen kehittämiseen, johtamiseen ja markkinointiin.

Avainluvut

	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
milj. euroa	4—6	4—6	%	1—6	1—6	%	1—12
Liikevaihto	25,2	22,4	12,9	49,7	48,0	3,6	95,1
Markkinapaikat	1,6	1,3	17,8	3,1	2,6	18,3	5,5
Media	13,7	12,5	54,7	26,5	28,1	-5,7	54,4
Sisältö, media	8,5	9,1	-7,1	16,9	18,8	-10,4	35,2
-josta digitaalista	44,9 %	34,4 %		44,8 %	31,7 %		36,3 %
Mainonta, media	5,2	3,4	54,7	9,6	9,3	3,6	19,3
- josta digitaalista	60,7 %	56,8 %		56,9 %	50,7 %		50,4 %
Palvelut	10,0	8,5	16,8	20,1	17,2	16,7	35,2
-josta digitaalista	59,6 %	49,7 %		58,1 %	46,0 %		47,2 %
Oikaistut kokonaiskulut	20,2	19,6	2,9	39,9	41,6	-4,1	78,9
Oikaistu käyttökate	6,0	3,9	54,9	12,2	8,7	39,3	20,4
Käyttökate	6,0	0,9	591,9	12,2	5,5	120,0	17,6
Oikaistu liikevoitto	5,1	2,8	83,9	10,3	6,5	59,6	16,2
% liikevaihdosta	20,2 %	12,4 %		20,7 %	13,4 %		17,1 %
Liikevoitto/-tappio	5,1	-0,2	-2 209,9	10,3	3,2	217,3	13,1
% liikevaihdosta	20,2 %	-1,1 %		20,7 %	6,8 %		13,7 %
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	454	467	-2,8	440	476	-7,6	456
Telemarkkinoijat keskimäärin	339	342	-0,8	351	331	6,1	335
Digiliiketoiminnan liikevaihto	14,5	10,6	36,4	27,9	21,3	31,0	44,6
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	57,5 %	47,5 %		56,0 %	44,3 %		46,9 %

Liikevaihto

	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
milj. euroa	4—6	4—6	%	1—6	1—6	%	1—12
Alma Talent Media	13,8	11,3	22,1	26,6	24,5	8,7	50,9
-josta digitaalista	50,9 %	42,7 %		49,2 %	39,9 %		42,4 %
Alma Talent Palvelut	8,5	6,8	25,3	16,9	14,0	20,1	28,4
-josta digitaalista	88,5 %	81,7 %		87,5 %	74,4 %		77,1 %
Suoramarkkinointi	3,8	3,8	-1,3	7,7	7,2	7,2	14,7
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit *)	-0,8	0,5	-261,9	-1,5	2,2	-165,6	1,0

* Myydyt toiminnot sisältävät Ruotsin medialiiketoiminnan, joka myytiin kesäkuussa 2020.

Liikevoitto

	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
milj. euroa	4—6	4—6	%	1—6	1—6	%	1—12
Alma Talent Media	2,9	1,0	192,1	5,5	2,8	95,7	8,3
Alma Talent Palvelut	1,7	1,5	15,3	3,8	3,0	24,9	6,6
Suoramarkkinointi	0,5	0,4	16,9	1,1	0,7	46,9	1,6
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit	-0,0	-0,1	-89,8	-0,0	-0,1	-83,8	-0,2

Huhti—kesäkuu 2021

Alma Talent -segmentin liikevaihto kasvoi huhti—kesäkuussa 12,9 % 25,2 (22,4) milj. euroon. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli -0,3 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 57,5 % (47,5 %).

Talent Median sisältöliikevaihdossa digitaalisten sisältötuottojen vahva kasvu jatkui (24 %) ja se kompensoi kokonaisuudessaan painetun median liikevaihdon laskun. Mainonnan vertailukelpoinen liikevaihto palautui vuoden 2019 tasolle.

Huhti—kesäkuussa Talent Palveluiden liikevaihto kasvoi 25,3 % ja oikaistu liikevoitto parani 15,3 %. Hyvän kehityksen taustalla olivat yritysostot sekä orgaaninen kasvu markkinapaikkaliiketoiminnoissa, digitaalisissa kiinteistötiedon, yritystiedon ja juridiikan palveluissa. Digitaalisen liiketoiminnan osuus Alma Talentin palveluista oli 88,5 % (81,7 %).

Suoramarkkinoinnin liikevaihto oli vertailukauden tasolla ja kannattavuuskehitys hyvä.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 20,2 (19,6) milj. euroa. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 5,1 (2,8) milj. euroa ja liikevoitto 5,1 (-0,2) milj. euroa. Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin ja vaiheittaisesta hankinnasta aiheutuneesta tulosvaikutteisesta erästä.

Tammi—kesäkuu 2021

Alma Talent -segmentin liikevaihto kasvoi tammi—kesäkuussa 3,6 % 49,7 (48,0) milj. euroon. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli -2,0 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 56,0 % (44,3 %).

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 39,9 (41,6) milj. euroa. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 10,3 (6,5) milj. euroa ja liikevoitto 10,3 (3,2) milj. euroa. Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin vaiheittaisesta hankinnasta aiheutuneesta tulosvaikutteisesta erästä.

Alma Consumer

Alma Consumer -segmentti muodostuu 37 kuluttaja- ja b-to-b-brändin laajasta kattauksesta. Alma Consumer -segmentin liiketoimintaan kuuluvat monikanavainen uutis- ja lifestyle-media Iltalehti, Suomen johtava asuntokaupan markkinapaikka Etuovi.com ja asuntovuokrauksen markkinapaikka Vuokraovi.com, moottorialan markkinapaikat Nettiauto, Autotalli.com ja Nettimoto sekä toimialan yrityksiä palvelevat asuntokaupan ja auto-kaupan myynnin järjestelmät.

Lisäksi segmenttiin kuuluvat vertailupalvelut, kuten Autojerry, Urakkamaailma ja Etua. Myös digitaalisiin mainosratkaisuihin erikoistunut Netello raportoidaan osana Alma Consumer -segmenttiä.

Alma Consumerin kilpailukyky perustuu median ja palveluiden erinomaiseen tavoitavuuteen digitaalisena verkostona, ainutlaatuisen käyttäjädatavarantoon ja kehittyviin toimialavertikaaleihin mediassa, asumisessa, autoilussa ja vertailupalveluissa. Alma Consumer toimii Suomessa.

Avainluvut

	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
milj. euroa	4—6	4—6	%	1—6	1—6	%	1—12
Liikevaihto	26,6	15,7	68,8	44,1	33,7	31,0	69,9
Markkinapaikat	11,0	5,3	106,4	16,8	10,9	54,7	22,7
Media	13,1	8,9	47,1	23,2	19,6	18,5	40,7
Sisältö, media	3,7	3,7	1,6	7,0	7,7	-9,3	15,2
Mainonta, media	9,4	5,2	78,9	16,2	11,8	36,6	25,4
- josta digitaalista	84,1 %	92,3 %	-8,9	88,2 %	91,3 %	-3,3	92,2 %
Palvelut	2,5	1,5	64,1	4,1	3,2	27,0	6,5
Oikaistut kokonaiskulut	19,3	12,9	49,0	33,7	28,2	19,8	54,9
Oikaistu käyttökate	8,8	3,3	163,7	12,7	6,5	94,2	17,0
Käyttökate	8,8	3,3	163,7	12,7	7,0	80,2	17,1
Oikaistu liikevoitto	7,3	2,8	159,9	10,7	5,5	95,5	15,0
% liikevaihdosta	27,5 %	17,9 %		24,4 %	16,3 %		21,5 %
Liikevoitto/-tappio	7,3	2,8	159,9	10,7	6,0	78,9	15,1
% liikevaihdosta	27,5 %	17,9 %		24,4 %	17,8 %		21,6 %
Henkilöstö keskimäärin	363	298	21,6	327	303	8,1	293
Digiliiketoiminnan liikevaihto	21,5	11,7	84,5	35,3	24,9	41,5	52,6
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	80,9 %	74,0 %		80,0 %	74,0 %		75,3 %

* Sisältöliikevaihto muodostuu kokonaisuudessaan Iltalehden irtonumeromyynnistä.

Liikevaihto

	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
milj. euroa	4—6	4—6	%	1—6	1—6	%	1—12
Asuminen	4,5	3,5	29,1	8,5	7,2	17,8	15,3
Autoilu ja liikkuminen	7,3	1,4	401,7	8,8	3,3	168,5	6,4
Vertailu ja jakamistalous	1,9	1,6	19,5	3,5	3,0	16,3	6,4
Media ja medalliset palvelut	12,9	9,1	41,4	23,3	20,1	15,9	41,7
- josta digitaalista	66,6 %	55,2 %		65,7 %	56,1 %		58,4 %
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit	-0,0	0,1	-150,9	-0,0	0,1	-159,0	0,1

Huhti—kesäkuu 2021

Alma Consumer -segmentin liikevaihto kasvoi 68,8 % vuoden toisella vuosineljänneksellä ja oli 26,6 (15,7) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 6,6 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 80,9 % (74,0 %).

Asumiseen liittyvien markkinapaikkojen, kuten Etuovi.com:in ja Vuokraovi.com:in hyvä kehitys jatkui, liikevaihto kasvoi ja kannattavuus parani. Autoilun ja liikkumisen liiketoiminta-alueen liikevaihdon kasvuun vaikutti pääosin Nettix Oy:n hankinta. Vertailupalveluiden, kuten Urakamaailma.fi:n ja AutoJerry.fi:n liikevaihdon kasvu jatkui huhti—kesäkuussa.

Medialiiketoiminnan liikevaihto kasvoi 4,2 milj. euroa. Eri-tyisesti digitaalinen mainonta kasvoi voimakkaasti ja oli yhteensä 7,9 milj. euroa. Iltalehti ylsi toisella vuosineljänneksellä ennätyselliseen mainosmyyntiin. Panostukset katsauskaudella alueelliseen mainosmyyntiin vahvistivat markkina-asemaa pk-asiakassegmentissä.

Segmentin kokonaiskulut kasvoivat 49,0 % ja olivat 19,3 (12,9) milj. euroa. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 7,3 (2,8) milj. euroa, 27,5 % (17,9 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 7,3 (2,8) milj. euroa. Katsauskaudella eikä vertailukaudella raportoitu oikaistuja eriä.

Tammi—kesäkuu 2021

Alma Consumer -segmentin liikevaihto kasvoi 31,0 % vuoden ensimmäisellä puoliskolla ja oli 44,1 (33,7) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 6,6 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 80,0 % (74,0 %).

Segmentin kokonaiskulut kasvoivat 19,8 % ja olivat 33,7 (28,2) milj. euroa. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 10,7 (5,5) milj. euroa, 24,4 % (16,3 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 10,7 (6,0) milj. euroa. Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät liiketoiminnan vaiheittaisesta hankinnasta aiheutuneista tulosvaikutteisesta eristä.

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

Varat segmenteittäin

milj. euroa	30.6.2021	30.6.2020	31.12.2020
Alma Career	84,3	74,8	80,0
Alma Talent	116,3	90,7	116,6
Alma Consumer	227,5	44,5	42,6
Segmentit yhteensä	428,1	210,0	239,3
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	76,8	146,9	94,6
Yhteensä	504,9	356,9	333,9

Velat segmenteittäin

milj. euroa	30.6.2021	30.6.2020	31.12.2020
Alma Career	33,9	26,8	25,3
Alma Talent	40,8	24,3	38,8
Alma Consumer	15,1	8,3	9,0
Segmentit yhteensä	89,7	59,4	73,1
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	276,4	52,4	56,3
Yhteensä	366,1	111,8	129,4

Osake ja osakemarkkinat

Huhti–kesäkuussa NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 1 487 376 Alma Median osaketta, mikä vastasi 1,8 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 30.6.2021 oli 10,32 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 9,04 euroa ja ylin 10,82 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 850,19 milj. euroa. Alma Media Oyj:llä on hallussaan omia osakkeita yhteensä 63 381 kappaletta.

Osakepohjaiset sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät LTI 2015 ja LTI 2019

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

Alma Media Oyj:n hallitus on päättänyt uuden jakson alkamisesta ylimmän johdon pitkän aikavälin osakepohjaisessa kannustinjärjestelmässä (MSP 2021). Hallitus lisäksi päätti uuden jakson alkamisesta suoriteperusteisessa osakepalkkiojärjestelmässä, joka on suunnattu keskijohdolle ja valituille avainhenkilöille (PSP 2021). Kannustinjärjestelmät perustettiin ja niistä tiedotettiin alunperin joulukuussa 2018.

Alma Media julkisti 17.2.2021 EU:n osakkeenomistajien oikeudet direktiivin (SHRD) mukaisesti palkitsemisraportin vuodelta 2020. Yhtiön palkitsemispolitiikka eli toimielinten palkitsemisen periaatteita sekä toimisopimusten keskeiset ehdot ja se on saatavilla yhtiön nettisivuilta osoitteesta www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/palkitseminen. Eri osakepohjaisten sitouttamis- ja kannustinjärjestelmien (pitkän aikavälin sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät) ehdot on kuvattu yhtiön palkitsemispolitiikassa.

Liputusilmoitukset

Vuoden 2021 toisella vuosineljänneksen aikana yhtiö ei vastaanottanut liputusilmoituksia.

Riskit ja riskienhallinta

Alma Media -konsernissa riskienhallinnan tehtävä on havaita, arvioida ja hallinnoida yritystoiminnassa esiintyviä mahdollisuuksia, uhkia ja riskejä asetettujen tavoitteiden saavuttamiseksi ja toiminnan jatkuvuuden turvaamiseksi. Riskienhallintaprosessin avulla tunnistetaan ja hallitaan riskit, kehitetään riskienhallintakeinoja ja raportoidaan riskeistä säännöllisesti riskienhallintaorganisaatiolle ja hallitukselle. Riskienhallinta on osa Alma Median sisäistä valvontaa ja näin ollen osa hyvää johtamis- ja hallintojärjestelmää.

Alma Median merkittävimmät strategiset riskit kohdistuvat digitaalisten palveluiden ja median verkkoyhteisön vähentymiseen sekä digitaalisen mainosmyynnin ja kohdeilmoittelun pysyvään laskuun. Painetun median osalta merkittävin riski on lehtien lukijamäärien pysyvä lasku. Toimiala muuttuu mediakäytön muutosten ja teknologian kehittymisen myötä. Alma Median liike-toiminnan yhä keskeisempi kilpailukykytekijä, mutta myös strateginen riski on kyky hyödyntää asiakasdataa mainostaja-asiakkaiden tuote- ja palvelutarjoaman parantamiseksi ja loppukäyttäjien palvelujen rikastamiseksi. Asiakas- ja käyttäytymistietoa hallitaan keskittämällä asiakastietovarastoja ja ottamalla käyttöön analysointi- ja aktivointiteknologiaa regulaatiovaatimukset huomioiden. Koska datan merkitys Alma Median liiketoiminnassa on aiempaa keskeisempi, yhtiön strategiaan riskeihin kuuluvat myös kyberriskit. Media-alaa koskeva sääntely ja siihen liittyvät markkinakäytännöt ovat kiristymässä. Toimiympäristön muutos ja voimakas teknologinen kehitys edellyttää jatkuvaa panostusta henkilöstön osaamiseen ja kehittämiseen.

Katsauskauden jälkeiset tapahtumat

Yhtiöllä ei ollut merkittäviä tapahtumia katsauskauden jälkeen.

Osavuositatsausyhennelmä ja liitetiedot

Laaja tuloslaskelma

	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
milj. euroa	4—6	4—6	%	1—6	1—6	%	1—12
LIIKEVAIHTO	71,6	52,6	36,1	129,7	114,5	13,3	230,2
Liiketoiminnan muut tuotot	0,1	0,2	-74,4	1,2	1,7	-30,4	3,3
Materiaalit ja palvelut	9,4	7,7	22,7	17,3	17,0	1,4	32,7
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	28,5	22,1	28,6	53,6	47,7	12,3	93,3
Poistot ja arvonalentumiset	4,2	4,0	5,0	7,7	8,1	-5,3	15,8
Liiketoiminnan muut kulut	16,6	12,1	37,4	28,4	24,1	18,1	48,7
LIIKEVOITTO	13,0	7,0	87,0	23,8	19,2	24,2	43,1
Rahoitustuotot	0,3	0,1	230,1	0,3	0,6	-42,9	0,3
Rahoituskulut	0,7	0,7	-4,5	1,2	0,9	26,8	1,3
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	-0,1	0,2	-138,5	-0,0	0,1	-129,2	0,1
TULOS ENNEN VEROJA	12,6	6,5	94,8	22,9	18,9	21,0	42,2
Tuloverot	2,9	2,3	27,1	5,1	4,6	12,5	9,0
JATKUVIEN TOIMINTOJEN VOITTO	9,7	4,2	132,0	17,8	14,4	23,7	33,3
VOITTO LOPETETUISTA TOIMINNOISTA	0,0	59,3	-100,0	0,0	68,0	-100,0	65,8
TILIKAUDEN VOITTO	9,7	63,5	-84,8	17,8	82,4	-78,4	99,1
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							
Muuntoerot	-0,9	2,1		-0,4	0,2		0,6
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	-0,9	2,1		-0,4	0,2		0,7
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	8,8	65,6		17,4	82,6		99,8
Tilikauden tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	9,6	62,2		17,2	79,6		93,3
- Määräysvallattomille omistajille	0,1	1,3		0,6	2,9		5,7
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	8,7	64,4		16,9	79,7		94,0
- Määräysvallattomille omistajille	0,1	1,3		0,6	2,9		5,7
Laajan tuloksen jakautuminen							
- Jatkuvat toiminnot	8,8	6,3		17,4	14,5		34,0
- Lopetetut toiminnot		59,3			68,0		65,8
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:							
- Tulos/osake laimentamaton	0,12	0,76		0,21	0,97		1,13
- Tulos/osake laimennettu	0,11	0,74		0,20	0,95		1,11
- Tulos/osake , jatkuvat toiminnot	0,12	0,04		0,21	0,14		0,33
- Tulos/osake, lopetetut toiminnot		0,72			0,83		0,80

Tase

milj. euroa	30.6.2021	30.6.2020	31.12.2020
VARAT			
PITKÄAIKAISET VARAT			
Liikearvo	294,1	132,3	150,7
Aineettomat hyödykkeet	94,8	48,6	55,1
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	37,3	43,7	40,6
Osuudet osakkuusyrityksissä	6,8	3,0	6,6
Muut rahoitusvarat	4,2	3,7	3,9
Laskennalliset verosaamiset	0,3	0,2	0,3
PITKÄAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	437,4	231,4	257,2
LYHYTAIKAISET VARAT			
Vaihto-omaisuus	0,7	0,8	0,6
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	1,3	0,2	1,0
Myyntisaamiset ja muut saamiset	31,8	26,6	27,1
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	0,0	0,1	0,0
Rahavarat	33,8	97,7	48,0
LYTYAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	67,5	125,4	76,7
VARAT YHTEENSÄ	504,9	356,9	333,9
OMA PÄÄOMA JA VELAT			
Osakepääoma	45,3	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7	7,7
Muuntoerot	-0,4	-0,4	0,0
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,1	19,1	19,1
Kertyneet voittovarot	64,2	144,6	111,4
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	136,0	216,4	183,6
Määräysvallattomien omistajien osuus	2,8	28,6	21,0
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	138,8	245,0	204,6
VIERAS PÄÄOMA			
PITKÄAIKAISET VELAT			
Pitkäaikaiset korolliset velat	248,3	33,4	31,9
Laskennalliset verovelat	19,3	9,7	11,5
Eläkevelvoitteet	0,7	0,8	0,7
Muut rahoitusvelat	17,2	2,0	13,6
Muut pitkäaikaiset velat	0,0	0,1	0,0
PITKÄAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	285,6	46,0	57,8
LYHYTAIKAISET VELAT			
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	7,9	7,0	9,8
Saadut ennakot	32,5	11,8	9,9
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	1,7	1,6	3,4
Varaukset	0,0	0,1	0,0
Ostovelat ja muut velat	38,4	45,4	48,5
LYHYTAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	80,5	65,9	71,6
VELAT YHTEENSÄ	366,1	111,8	129,4
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	504,9	356,9	333,9

Laskelma konsernin oman pääoman muutoksista

Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma

milj. euroa	A	B	C	D	E	F	G	H
Oma pääoma 1.1.2021	45,3	7,7	0,0	19,1	111,4	183,6	21,0	204,6
Tilikauden tulos					17,2	17,2	0,6	17,8
Muut laajan tuloksen erät						0,0		0,0
Muuntoerot			-0,4			-0,4		-0,4
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-24,7	-24,7		-24,7
Tytäryritysten osingonjako					-0,0	-0,0		-0,0
Omien osakkeiden hankinta						0,0		0,0
Omien osakkeiden luovutukset					0,6	0,6		0,6
Lunastamattomien osinkojen palautus					0,1	0,1		
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					1,9	1,9		1,9
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset					-42,1	-42,1	-18,7	-60,8
Oma pääoma 30.6.2021	45,3	7,7	-0,4	19,1	64,2	136,2	2,8	138,8
Oma pääoma 1.1.2020	45,3	7,7	-0,5	19,1	100,5	172,1	30,4	202,5
Tilikauden tulos					79,6	79,6	2,9	82,4
Muut laajan tuloksen erät					0,2	0,2	-0,2	-0,2
Muuntoerot			0,2			0,2	-0,2	-0,1
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-32,9	-32,9		-32,9
Tytäryritysten osingonjako							-4,6	-4,6
Omien osakkeiden hankinta					-1,5	-1,5		-1,5
Omien osakkeiden luovutukset					-1,2	-1,2		-1,2
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					0,1	0,1		0,1
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset						0,0	0,5	0,5
Oma pääoma 30.6.2020	45,3	7,7	-0,4	19,1	144,6	216,5	28,6	245,0

Sarakeotsikot:

A = Osakepääoma

B = Ylikurssirahasto

C = Muuntoerot

D = Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto

E = Kertyneet voittovarot

F = Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma, yhteensä

G = Määräysvallattomien omistajien osuus

H = Oma pääoma yhteensä

Rahavirtalaskelma

milj. euroa	2021 4—6	2020 4—6	2021 1—6	2020 1—6	2020 1—12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA					
Tilikauden voitto	9,7	63,5	17,8	82,4	99,0
Oikaisuerät	12,4	-60,5	19,3	-52,4	-39,6
Käyttöpääoman muutos	-4,7	2,6	0,5	4,9	5,8
Saadut osingot	0,2	0,1	0,4	0,1	0,2
Saadut korot	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-0,6	-0,1	-1,0	-0,9	-1,5
Maksetut verot	-0,9	-2,4	-5,5	-4,0	-8,1
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	16,1	3,2	31,5	30,1	56,0
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA					
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	0,0	-0,1	-0,2	-0,3	-0,9
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-0,4	-0,4	-0,9	-0,8	-2,2
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot	0,0	-0,0	0,4	-0,0	-0,0
Investoinnit muihin sijoituksiin	-0,3	-0,0	-0,3	-0,4	-0,6
Myytävikissä olevien rahoitusvarojen myynnit	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Lainasaamisten takaisinmaksut		0,3		0,3	
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla	-173,3	-1,3	-236,7	-5,5	-72,5
Liiketoimintojen myynnit vähennettynä myyntihetken rahavaroilla	1,1	49,5	1,1	49,9	51,1
Osakkuusyritysten hankinta	-0,5	0,0	-0,5	0,0	-4,0
Osakkuusyritysten myynti	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4
Investointien rahavirta yhteensä	-173,3	47,9	-236,9	43,2	-28,4
Rahavirta ennen rahoitusta	-157,2	51,1	-205,4	73,3	27,6
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA					
Omien osakkeiden hankinta	0,0	-0,7	0,0	-1,5	-1,5
Lainojen nostot	170,0	0,0	224,7	0,0	-0,0
Lainojen takaisinmaksut	-5,0	0,0	-5,0	0,0	0,0
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-1,2	-0,8	-3,4	-5,1	-7,4
Korollisten saamisten muutos	0,0	-0,0	0,0	-0,0	-0,0
Maksetut osingot	-24,9	-37,4	-24,9	-37,6	-37,6
Rahoituksen rahavirta yhteensä	138,8	-38,9	191,3	-44,1	-46,4
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	-18,6	55,7	-14,3	29,2	-18,9
Rahavarat kauden alussa	52,3	41,9	48,0	67,1	67,1
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	0,1	0,1	0,1	1,4	-0,2
Rahavarat kauden lopussa	33,8	97,7	33,8	97,7	48,0

Osakkuusyhtiöt

Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksista

	2021	2020	2021	2020	2020
milj. euroa	4—6	4—6	1—6	1—6	1—12
Alma Career	-0,1	0,2	-0,0	0,1	0,1
Alma Talent	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Alma Consumer	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Muut osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Yhteensä	-0,1	0,2	-0,0	0,1	0,1

Hankitut liiketoiminnot 2021

Alma Media on toteuttanut seuraavat yritysjärjestelyt vuoden 2021 aikana:

	Liiketoiminto	Hankintahetki	Hankinta-osuus	Konsernin omistus-osuus
Alma Career -segmentti				
Quantiq s.r.o	Verkkopalvelu	1/7/2021	100%	100%
Alma Consumer -segmentti				
Netello Systems Oy	Verkkopalvelu	3/31/2021	60%	60%
Nettix Oy	Verkkopalvelu	4/1/2021	100%	100%

Alma Career -segmentin tiedot hankituista liiketoiminnoista esitetään yhdistettynä.

milj.euroa	Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot
	Yhteensä
Aineettomat hyödykkeet	0,8
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,0
Rahavarat	0,0
Yhteensä	0,8
Laskennalliset verovelat	0,1
Ostovelat ja muut velat	0,2
Yhteensä	0,3
Nettovarot	0,5
Konsernin osuus nettovaroista	0,5
IFRS-hankintameno	1,9
Liikearvo	1,5
Yrityshankintaan liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot vuodessa	0,0

Alma Consumer -segmentin tiedot hankituista liiketoiminnoista.

milj.euroa	Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot		
	Nettix Oy	Muut	Yhteensä
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	0,0	0,0	0,1
Aineettomat hyödykkeet	38,7	3,1	41,7
Myyntisaamiset ja muut saamiset	1,9	0,3	2,2
Rahavarat	3,2	0,2	3,4
Yhteensä	43,8	3,6	47,4
Laskennalliset verovelat	7,6	0,6	8,1
Ostovelat ja muut velat	4,7	0,6	5,3
Yhteensä	12,3	1,1	13,4
Nettovarat	31,6	2,4	34,0
Konsernin osuus nettovaroista	31,6	1,5	33,0
IFRS-hankintameno	171,2	2,9	174,1
Liikearvo	139,7	1,4	141,1
Yrityshankintaan liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot vuodessa	3,4	0,3	3,7

Alma Media sai keväällä 2021 päätökseen Nettix Oy:n yrityskaupan Otava-konsernilta. Kauppa julkistettiin 5.3.2021 ja se toteutui 1.4.2021. Nettix Oy raportoidaan osana Alma Consumer -liiketoimintasegmenttiä toisesta vuosineljänneksestä 2021 alkaen. Nettix Oy:n liiketoiminta käsittää Suomen johtavat moottorialan markkinapaikat, kuten Nettiauton, Nettikoneen ja Nettimoton, ja ne tavoittavat viikoittain 2,5 miljoonaa suomalaista. Vuonna 2020 markkinapaikat muodostivat Nettix Oy:n liikevaihdosta 81 prosenttia. Markkinapaikkojen liikevaihdon keskimääräinen kasvu (CAGR) oli vuosina 2016–2020 noin seitsemän prosenttia per vuosi. Nettix Oy:öön kuuluvat lisäksi kone- ja kuljetusalan johtava ammattimedia Konepörssi sekä uutispalvelu Ampparit. Kaupan toteutumisen myötä Alma Medialle siirtyi yhteensä 39 Nettix Oy:n työntekijää (kokopäiväiseksi muutettuna). Nettix Oy:n hankinta on jatkumoa Alma Median digitaaliseen mediaan ja palveluihin keskittyvälle strategialle. Nettix täydentää Alma Median markkinapaikkaliiketoimintaa tarjoten mahdollisuuksia ristiin- ja lisämyyntiin sekä parhaiden käytäntöjen jakamiseen palveluiden välillä. Yrityksostolla Alma Media jatkaa strategista laajentumista uusiin, asiakkaiden tarpeita täydentäviin ja koko arvoketjun kattaviin digitaalisiin tuotteisiin ja palveluihin alkaen myynnin järjestelmistä aina transaktioihin asti. Liikkumisen palveluiden ja autoilun ekosysteemin digitalisoitumisen odotetaan edelleen kiihtyvän lähivuosina ja kaupankäynnin jatkavan siirtymistään digitaalisille markkinapaikoille.

Nettix Oy:n liikevaihto oli vuonna 2020 yhteensä 22,5 miljoonaa euroa, käyttökate 11,2 miljoonaa euroa ja liikevoitto 10,0 miljoonaa euroa. Ostetun liiketoiminnan kauppahinta oli 171,2 milj. euroa. Kauppaan ei sisälly lisäkauppahintaelementtejä. Alma Media rahoitti kaupan täysimääräisesti velalla. Yrityskauppaan liittyviä transaktiokustannuksia on ollut yhteensä 4,6 miljoonaa euroa, josta 0,5 milj. euroa on kirjattu kuluksi vuodelle 2020 ja 4,1 milj. euroa on kirjattu vuoden 2021 ensimmäiselle vuosipuoliskolle liiketoiminnan muihin kuluihin. Kulu käsitellään liikevoittoa oikaisevana eränä vuoden 2021 osalta. Nettix Oy:n liiketoimintakauppa kasvattaa Alma Median liikearvoa 140 milj. eurolla. Liikearvo muodostuu liiketoiminnan tulevaisuuden kasvuodotuksista ja synergioista. Alma Media arvioi, että yrityskaupasta syntyy noin 1,5 miljoonan euron vuotuiset synergiaedut vuoteen 2022 mennessä ja ne liittyvät pääasiassa mediayhtymään, tukitoimintoihin, tiloihin ja tietojärjestelmiin sekä IT-kehitykseen. Lisäksi kaupan yhteydessä muiden aineettomien hyödykkeiden arvo kasvoi 39 milj. eurolla, joka muodostuu asiakassopimuksista ja tuotemerkeistä. Yrityskaupan yhteydessä käypään arvoon arvostettavien omaisuususerien lisäävät poistojen kokonaismäärää vuositasolla 3,4 milj. eurolla. Nettix Oy:n vaikutus Alma Media konsernin toisen vuosineljänneksen liikevaihtoon oli 6,1 miljoonaa euroa, käyttökatteeseen 3,2 miljoonaa euroa ja PPA poistoilla vähennettyyn liikevoittoon 2,0 miljoonaa euroa. Mikäli Nettix Oy olisi yhdistelty Alma Media konserniin vuoden 2021 alusta lähtien sen vaikutus olisi ollut liikevaihtoon 11,3 miljoonaa euroa, käyttökatteeseen 5,7 miljoonaa euroa ja PPA poistoilla vähennettyyn liikevoittoon 3,5 miljoonaa euroa.

Ehdolliset kauppahinnat

Liiketoimintakaupoista syntyneet ehdolliset vastikkeet luokitellaan käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavaksi rahoitusvelaksi. Tehtyjen liiketoimintakauppojen ehdollisten vastikkeiden määrä perustuu hankittujen liiketoimintojen vuosien 2021–2024 tuloksiin.

Ehdolliset kauppahintavelat

milj. euroa	
Velkojen alkuperäinen käypä arvo	19,9
Maksetut velat	-2,0
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella	-0,2
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	17,7

Ehdolliset kauppahintasaatavat

milj. euroa	
Saatavien alkuperäinen käypä arvo	1,8
Käyvän arvon muutokset aiempina tilikausina	-0,5
Saadut suoritukset	-0,2
Saatavien käypä arvo katsauskauden lopussa	1,2

Henkilöstö

	2021	2020	2021	2020	2020
	4—6	4—6	1—6	1—6	1—12
Henkilöstö Suomi	963	869	906	878	864
Henkilöstö muut maat	608	653	602	671	634
Henkilöstö yhteensä	1572	1522	1507	1549	1497

Vastuut

Vastuusitoumukset

milj. euroa	30.6.2021	30.6.2020	31.12.2020
Muiden puolesta annetut vakuudet			
Takaukset	0,0	0,9	0,0
Muut vastuusitoumukset	0,0	0,0	0,1
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:			
Yhden vuoden kuluessa	0,3	0,3	0,3
1-5 vuoden kuluessa	0,7	0,8	0,4
Yhteensä	1,0	1,1	0,7

Johdannaisopimukset

milj. euroa	30.6.2021	30.6.2020	31.12.2020
Hyödykejohdannaiset, sähkötermiinit			
Käypä arvo*	-0,0	-0,1	-0,0
Nimellisarvo	0,1	0,2	0,1
Valuuttajohdannaiset			
Käypä arvo*	-0,3	0,1	-0,0
Kohde-etuuden arvo	9,0	8,2	6,0

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:

	2021	2020	2021	2020	2020
milj. euroa	4—6	4—6	1—6	1—6	1—12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,1	0,0	0,2	0,0	0,2
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Johdon vaikutusvaltaiset	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,1	0,1	0,2	0,3	0,6
Osakkuusyhtiöt	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
Johdon vaikutusvaltaiset	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1
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 vaikutusvaltaiset	0,0	0,0	0,0		0,0
Ostovelat 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
Hankitut liiketoiminnot	0,0	0,0	0,0		0,0
Merkittävät omistajat	171,2	0,0	0,0		0,0

Nettix Oy:n myyjänä on Alma Median suurimman osakkeenomistajan Otava Oy:n tytäryhtiö Otava Markkinapaikat Oy. Otava Oy on Alma Median suurin osakkeenomistaja ja transaktio on luokiteltu lähipiiritapahtumaksi.

Konserni vuosineljänneksittäin

	2021	2021	2020	2020	2020
milj. euroa	4—6	1—3	10—12	7—9	4—6
LIIVEVAIHTO	71,6	58,1	61,9	53,8	52,6
Alma Career	20,0	16,2	15,3	15,5	13,5
Alma Talent	25,2	24,5	26,4	20,7	22,4
Alma Consumer	26,6	17,5	19,3	16,9	15,7
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,2	-0,1	0,9	0,7	1,0
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	55,0	47,9	51,4	40,9	43,0
Alma Career	12,2	11,2	11,8	10,1	8,9
Alma Talent	20,2	19,7	21,1	16,6	19,6
Alma Consumer	19,3	14,5	14,5	12,3	12,9
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	3,4	2,6	4,0	1,9	1,5
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	20,8	14,6	14,6	17,0	13,8
Alma Career	8,4	5,8	4,4	6,4	5,6
Alma Talent	6,0	6,2	6,6	5,1	3,9
Alma Consumer	8,8	3,9	5,3	5,2	3,3
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-2,4	-1,3	-1,7	0,4	1,0
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	16,6	11,1	11,1	13,2	9,8
Alma Career	7,7	5,1	3,7	5,5	4,8
Alma Talent	5,1	5,2	5,7	4,1	2,8
Alma Consumer	7,3	3,4	4,9	4,6	2,8
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-3,5	-2,7	-3,1	-1,1	-0,5
% LIIKEVAIHDOSTA	23,2	19,1	18,0	24,5	18,7
Alma Career	38,6	31,5	24,2	35,5	35,3
Alma Talent	20,2	21,3	21,5	19,9	12,4
Alma Consumer	27,5	19,6	25,2	27,5	17,9
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OIKAISTUT ERÄT	-3,6	-0,3	-0,4	0,0	-2,9
Alma Career	0,0	0,0	0,1	-0,1	0,0
Alma Talent	0,0	0,0	0,0	0,0	-3,0
Alma Consumer	0,0	0,0	-0,4	0,0	0,0
Kohdistamattomat toiminnot	-3,6	-0,3	0,0	0,0	0,1
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	13,0	10,8	10,8	13,2	7,0
Alma Career	7,7	5,1	3,8	5,4	4,8
Alma Talent	5,1	5,2	5,7	4,1	-0,2
Alma Consumer	7,3	3,4	4,4	4,6	2,8
Kohdistamattomat toiminnot	-7,1	-2,9	-3,1	-1,1	-0,4
Rahoitustuotot	0,3	0,0	0,4	0,1	0,1
Rahoituskulut	0,7	0,5	0,3	0,1	0,7
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	-0,1	0,0	-0,2	0,2	0,2
TULOS ENNEN VEROJA	12,6	10,4	9,9	13,4	6,5
Tuloverot	-2,9	-2,2	-2,5	-1,9	-2,3
TILIKAUDEN TULOS	9,7	8,1	7,4	11,5	4,2

Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä osavuositarkastus on laadittu IFRS-standardien mukaisesti (IAS 34). Puolivuosikatsauksessa noudatetaan samoja laatimisperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin vuositilinpäätöksessä 31.12.2020 sekä niitä uusia ja uudistettuja IFRS-standardeja, jotka on kuvattu vuoden 2020 tilinpäätöksessä. Puolivuosikatsaus ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään vuositilinpäätöksessä. Näin ollen puolivuositarkastusta tulee lukea yhdessä yhtiön vuositilinpäätöksen 2020 kanssa. Puolivuosikatsaukseen on sovellettu samoja laatimisperiaatteita kuin konsernitilinpäätöksessä pois lukien seuraavat tilikauden alussa käyttöön otetut uudet standardit:

Puolivuosikatsauksen 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, % liikevaihdosta on laskettu digiliiketoiminta/liikevaihto * 100. Osavuositarkastuksen luvut ovat itsenäisesti pyöristettyjä.

Jatkuviin toimintoihin kuuluvat digitaalisten markkinapaikkojen segmentti Alma Career, talousmedian ja ammattilaisille sekä yritysille suunnattujen palveluiden tarjoaja Alma Talent ja valtakunnalliseen kuluttajamediailiiketoimintaan keskittyvä Alma Consumer. Yhtiö myi huhtikuussa 2020 alueellisen sanomalehtiliiketoiminnan ja painoliiketoiminnan mikä on käsitelty lopetettuna toimintona vuonna 2020. Divestoinnin jälkeen jäljelle jäävät, arvioidut ja kiinteät tukipalveluihin liittyvät kulut, on kohdistettu jatkuville toiminnoille ja vertailutiedot vuodelta 2020 on oikaistu vastaavasti.

Vuoden 2021 alusta lukien yhtiö on luokitellut Tšekin rekrytointiliiketoimintaan kohdistuvat saadut ennakot taseessa saatujen ennakoiden tiliryhmään aiemman ostovelat ja muut velat -tiliryhmän sijaan. Muutoksen vaikutus oli 30.6.2021 yhteensä 15,9 milj. euroa.

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 % liikevaihdosta)
- 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 uudelleenjärjestelyistä 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

Medialiiketoiminnasta saatavat sisältötuotot kirjataan suoriteperusteisesti. Tämän vuoksi sisältöliikevaihto kertyy tuloslaskelmassa vuoden aikana melko tasaisesti vuoden eri neljänneksillä. Tilauslaskutuksesta, erityisesti printtitilauksista, huomattava osa kohdistuu kuitenkin alkuvuoteen, minkä johdosta liiketoiminnan rahavirran kertymä painottuu myös alkuvuoteen. Tämä vaikuttaa yhtiön erilaiseen taseasemaan vuoden eri neljänneksillä. Yhtiön toiminnan digitalisoituessa liiketoiminnan rahavirran kausiluonteisuus vähenee.

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 2021

- Osavuositarkastus tammi–syyskuulta 2021 torstaina 21.10.2021 noin klo 8.00.