



AL  
MA

ALMA MEDIA OYJ  
OSAVUOSIKATSAUS Q3 2021  
21.10.2021

# Alma Median osavuosisikatsaus tammi—syyskuu 2021: Vahvaa kasvua kaikissa segmenteissä – kannattavuus ennätystasolla

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 puolivuosisikatsaus 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.

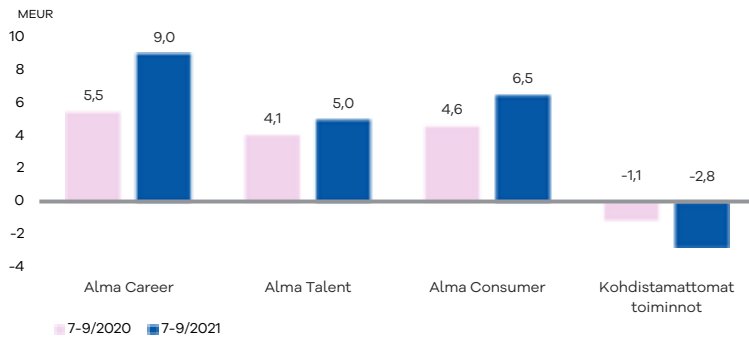
## Taloudellinen kehitys heinä—syyskuussa 2021:

- Liikevaihto 67,8 (53,8) milj. euroa, kasvua 25,9 %.
- Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta, 79,0 % (71,4 %)
- Oikaistu liikevoitto 17,8 (13,2) milj. euroa, kasvua 35,2 %.
- Liikevoitto 17,4 (13,2) milj. euroa, kasvua 32,3 %.
- Osakekohtainen tulos, jatkuvat toiminnot 0,18 (0,12) euroa.
- Alma Career: Rekrytointipalveluiden poikkeuksellisen vahva kysyntä nosti liikevaihdon ja kannattavuuden ennätystasolle.
- Alma Talent: Sekä median että palveluiden liikevaihto ja kannattavuus kasvoivat. Palveluiden liikevaihto kasvoi sekä orgaanisesti että yritysostoin.
- Alma Consumer: Vahva digitaalisen median ja markkinapaikkojen kasvu jatkui. Liikevaihtoa ja liikevoittoa nostivat lisäksi yritysostot.
- Edelliseen vuosineljännekseen nähden taseasema vahvistui: omavaraisuusaste 33,3 % ja gearing 132,0 %.

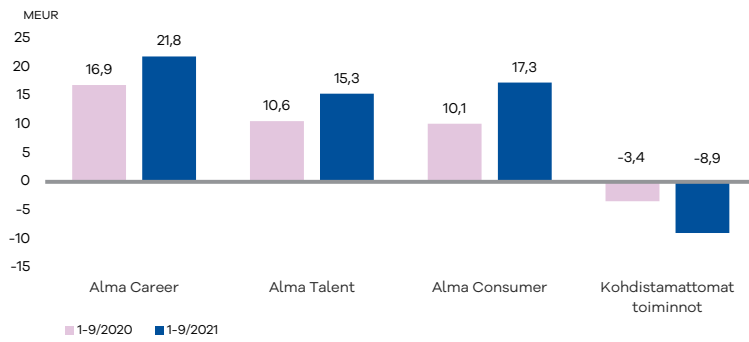
## Taloudellinen kehitys tammi—syyskuussa 2021:

- Liikevaihto 197,4 (168,3) milj. euroa, kasvua 17,3 %.
- Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta, 77,0 % (68,6 %)
- Oikaistu liikevoitto 45,5 (34,2) milj. euroa, kasvua 33,1 %.
- Liikevoitto 41,2 (32,3) milj. euroa, kasvua 27,5 %.
- Osakekohtainen tulos, jatkuvat toiminnot 0,39 (0,26) euroa.

Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto



Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto



## Avainluvut

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Liikevaihto	67,8	53,8	25,9	197,4	168,3	17,3	230,2
Markkinapaikat	31,2	22,0	42,0	83,9	65,3	28,5	86,7
Media	22,9	20,7	10,7	72,5	68,2	6,4	94,9
Sisältö, media	11,7	11,5	2,2	35,6	38,0	-6,4	50,4
- josta digitaalista	34,9 %	28,3 %		32,9 %	24,3 %		25,4 %
Mainonta, media	11,2	9,2	21,3	36,9	30,2	22,5	44,5
- josta digitaalista	79,8 %	75,1 %		77,9 %	74,1 %		74,5 %
Palveluliikevaihto	13,6	11,2	22,2	41,0	34,8	17,7	48,6
- josta digitaalista	67,3 %	56,3 %		67,1 %	54,6 %		53,8 %
Oikaistut kokonaiskulut	50,0	40,9	22,3	153,0	134,6	13,6	186,0
Oikaistu käyttökate	22,2	17,0	30,5	57,6	46,2	24,8	60,8
Käyttökate	21,8	17,0	28,3	53,3	44,3	20,4	58,9
Oikaistu liikevoitto	17,8	13,2	35,2	45,5	34,2	33,1	45,4
% liikevaihdosta	26,3	24,5		23,1	20,3		19,7
Liikevoitto/-tappio	17,4	13,2	32,3	41,2	32,3	27,5	43,1
% liikevaihdosta	25,7	24,4		20,9	19,2		18,7
Tilikauden tulos	14,6	11,5	27,6	32,4	25,8	25,5	33,3
Tulos/osake, jatkuvat toiminnot EUR (laimentamaton ja laimen- nettu)	0,18	0,12	51,3	0,39	0,26	50,3	0,33
Digiliiketoiminnan liikevaihto	53,5	38,4	39,2	152,1	115,5	31,7	158,4
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	79,0	71,4		77,0	68,6		68,8

### Toimintaympäristö vuonna 2021

Koronaepidemia jatkuu edelleen, mutta korkea rokote-kattavuus vähentää epävarmuutta vuoden 2021 taloudellisessa kehityksessä. Suomen ja muiden Alma Median toimintamaiden kansantalouksien odotetaan elyvän 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

Suomen mediamainonnan kehitys jatkoi kasvu-urala heinä–elokuussa. Kantar TNS:n mukaan mainonnan kokonaismäärä Suomessa kasvoi 12,2 % (-17,1 %) 104,7 miljoonaan euroon. Heinä–elokuussa verkkomediamainonta kasvoi 16,3 % (-5,8 %) ja mainonta painetuissa sanomalehdissä 2,5 % (-25,1 %) vuodessa. Mainonta printti-ai-kauslehdissä sen sijaan väheni 2,8 % (-26,8 %). Avoimien työpaikkojen ilmoittelu kasvoi 38,8 % (-35,6 %).



Iltapäivälehtien kappalemääräinen markkina laski 10,5 % (-16,4 %) vuoden 2021 kolmannella vuosineljänneksellä.

Suomen lisäksi Alma Median päämarkkinamaat ovat Tšekki ja Slovakia itäisessä Keski-Euroopassa. Euroopan Komissio on julkaissut viimeisimmät ennusteensa BKT:n kehityksestä heinäkuussa 2021. Sen mukaan Suomen BKT kasvaa tänä vuonna 2,7 % ja 2,9 % ensi vuonna. Valtiovarainministeriö ennusti syyskuussa Suomen työttömyysasteeksi 7,8 % tälle ja 6,8 % ensi vuodelle. Tšekissä Euroopan komissio ennustaa BKT:n kasvavan 3,9 % tänä ja 4,5 % ensi vuonna. Tšekin keskuspankki arvioi työttömyysasteeksi 3,5 prosenttia tälle ja 3,5 prosenttia ensi vuodelle. Slovakian BKT:n kasvuksi Euroopan komissio ennustaa 4,9 % vuonna 2021 ja 5,3 % vuonna 2022. Slovakian keskuspankin arvion mukaan työttömyysaste olisi 7,0 prosenttia tänä ja 6,5 ensi vuonna.

## Toimitusjohtajan katsaus: Kasvua laajalla rintamalla

Talouden elpymisen jatkuessa Alma Median liiketoiminnat kehittyivät erinomaisesti vuoden kolmannella vuosineljänneksellä orgaanisen kasvun ollessa 14,4 %. Myös yritysostot kasvattivat Alma Median liikevaihtoa ja oikaisua liikevoittoa heinä—syyskuussa. Oikaistu liikevoitto-marginaali oli ennätystasolla (26,3 %). Liikevaihdon kasvu oli monipuolista ja tuli laajasti eri liiketoiminta-alueilta.

Vuoden 2021 kolmannella vuosineljänneksellä rekrytointipalveluiden poikkeuksellisen vahva kysyntä nosti liikevaihdon ja kannattavuuden ennätystasolle Alma Career-segmentissä, jonka liikevaihto kasvoi 41,2 % 21,9 (15,5) miljoonaan euroon. Koronatartuntamäärien laskiessa ja viranomaisrajoitusten purkamisen myötä liiketoiminnan palautuminen jatkui vilkkaana kaikissa toimintamaisiamme ja asiakaslaskutus ylsi ennätystasolle. Vilkkaan rekrytointimarkkinan taustalla arvioidaan olevan paitsi patoutuneen kysynnän realisoitumista, myös kiihtyvää kilpailua työvoimasta osassa toimintamaitamme. Rekrytointi-ilmoittelun lisäksi liikevaihdon kehitys oli vahvaa myös digitaalisessa koulutuspalvelu Seduossa sekä muissa rekrytointin lisäarvopalveluissa. Odotamme tulevalla vuosineljänneksellä kasvun jatkuvan vahvana.

Alma Talent -segmentissä sekä media- että palveluliiketoiminnat kehittyivät strategian mukaisesti. Digitaalisen liiketoiminnan orgaaninen kasvu oli 14 % ja sen osuus segmentin liikevaihdosta nousi 57,2 prosenttiin (50,5 %). Kolmannella vuosineljänneksellä median sekä mainonta että sisältöliiketoiminta kasvoivat hyvin. Digitaalinen mainonta kasvoi 30 % ja digitaaliset tilaukset jatkoivat vahvaa kasvua. Segmentin hyvän kehityksen taustalla olivat myös yritysostot sekä palveluliiketoiminnan orgaaninen kasvu markkinapaikkaliiketoiminnoissa ja digitaalisissa yritystiedon ja juridiikan palveluissa. Alma Talentin yrityksille tarjottavien tieto- ja datapalveluiden kehittäminen luo skaalaetuja ja näkyy operatiivisen tehokkuuden parantumisena.

Koulutusten kysyntä kärsi osin koronarajoituksista edelleen kolmannella vuosineljänneksellä, mutta kysynnän odotetaan elpävän etätyösuositusten ja kokoontumisrajoitusten poistuessa.

Alma Consumer -segmentin kaikki liiketoiminta-alueet kasvoivat vahvasti. Segmentin liikevaihto kasvoi 39,3 % ja tulos parani merkittävästi sekä orgaanisesti että yritysostojen vaikutuksesta heinä—syyskuussa. Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta nousi 81,2 prosenttiin (74,9 %). Asumisen, autoilun ja liikkumisen markkinapaikkojen kysyntä oli vahvaa. Medialiiketoiminnassa erityisesti digitaalinen mainonta kasvoi voimakkaasti Iltalehden yltäessä jälleen ennätyskelliseen mainosmyyntiin. Syyskuussa julkistetun kansallisen FIAM-mittauksen mukaan Iltalehti on kasvanut yleisömäärältään Suomen suurimmaksi digitaalseksi uutispalveluksi, tavoittaen 2,77 miljoonaa suomalaista (viikko 34). Lisäksi panostukset alueelliseen mainosmyyntiin vahvistivat Alma Consumerin markkina-asemaa pk-asiakassegmentissä. Vertailuajankohdan vahvan mainonnan kysynnän vuoksi ennakoimme maltillisempaa liikevaihdon kasvua seuraavalla vuosineljänneksellä.

Nettixin integrointi osaksi Alma Mediaa ja Alma Consumer -liiketoimintasegmenttiä on edennyt suunnitelman mukaisesti ja integraation ensimmäinen vaihe, jossa liiketoiminta ja tukipalvelut ovat liitetty osaksi Alma Median prosesseja, on toteutettu. Integraatioprosessin seuraavia keskeisiä painopistealueita ovat tuote- ja palvelusynergian vahvistaminen, yhteisten toimintamallien hiominen sekä yhteisen yrityskulttuurin rakentaminen ja kehittäminen.

Olemme tehneet kuluvana vuonna merkittävän määrän yritysjärjestelyitä, mikä on luonnollisesti vaikuttanut rahoitusasemaamme ja nostanut velkaisuusastettamme. Kolmannen vuosineljänneksen aikana rahoitusasema vahvistui suunnitellusti ja vakavaraisuutemme parani hyvän tuloskehityksen ja vahvan kassavirran myötä. Velkaantumistasoimme (gearing) oli kolmannen vuosineljänneksen lopulla 132,0 %, kun se toisen vuosineljänneksen lopulla oli 160,0 %. Omavaraisuusasteemme (equity ratio) vastaavasti nousi samassa ajassa 33,3 prosenttiin 29,4 prosentista. Alma Media tulee muuntamaan nykyisen väliaikaisen bridge-rahoitusjärjestelyn pitkäaikaiseksi rahoitukseksi vuoden 2021 aikana.

Katsomme jo koronaepidemian jälkeiseen aikaan ja jatkamme työskentelyä monipaikkaisen työn -mallilla. Korona-aika on osoittanut almalaisten olevan muuntautumiskykyisiä, joustavia ja halukkaita ponnistelemaan yhteisen tavoitteen eteen. Näitä oppeja viemme myös tulevaan.

## Strategian toteuttaminen katsauskauden aikana

Alma Media on viime vuosien aikana läpikäynyt merkittävän muutoksen luopuessaan alueellisesta media- ja painoliiketoiminnasta ja investoituaan digitaaliseen markkinapaikkaliiketoimintaan. Tästä syystä Alma Median hallitus päätti asettaa katsauskaudella uudet konsernin pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet, jotka liittyvät liiketoiminnan kasvuun, kannattavuuteen ja vakavaraisuuteen. Tavoitteet perustuvat näkemykseen toimintaympäristön muutoksista, kilpailutilanteesta ja transformaatiostrategian etenemisestä ja ne ovat IFRS-laskentaperiaatteiden mukaiset.

Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet ovat:

- Kasvu: liikevaihdon vuosittainen kasvu yli 5 prosenttia
- Kannattavuus: Oikaistu liikevoittomarginaali yli 20 prosenttia
- Vakavaraisuustavoite: nettovelan suhde käyttökäyttöön alle 2,5

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.

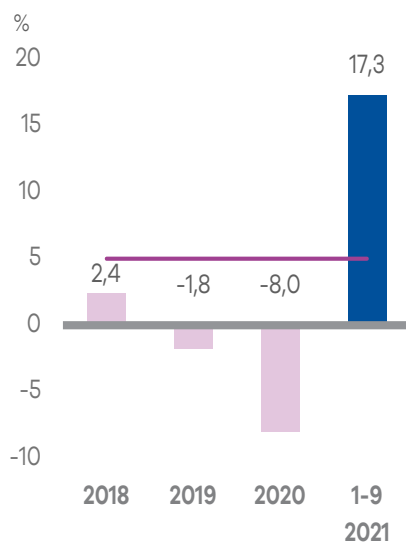
Yhtiö jatkaa edelleen rekrytointiliiketoiminnan kansainvälistymispolkua painopisteenään itäinen Eurooppa ja Balkanin alue. Koronaepidemia on kiihdyttänyt käynnissä olevaa digitalisaatiota ja lisännyt siihen liittyvien palvelujen ja ratkaisujen kysyntää. Muutos tuo uusia digitaalisen liiketoiminnan mahdollisuuksia 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 saumattomia digitaalisia palveluverkostoja eli ekosysteemejä, esimerkiksi rekrytointiin, asumisen ja autoilun vertikaaleissa.

Esimerkki uudeltaisesta kumppanuudesta on analyysitalo Inderesin ja Alman laajentuva yhteistyö, joka kattaa Inderesin analyysien tarjoamisen Kauppalehden digitaalille, sijoittajatilaisuuksien webcast-lähetysten jakelun sekä sijoittajatapahtumat. Tavoitteena on vastata osakesijoittajien kasvaneisiin tietotarpeisiin ja tukea kotimaisien pörssiyritysten tunnettuutta. Katsauskaudella Alma ja Inderes toteuttivat osakesijoittamiseen keskittyvän Pörssi-sijoittajan viikko -virtuaalitapahtumasarjan, jonka esityksiä katsottiin viikossa yli 35.000 kertaa. Uudeltais digitaalinen konsepti toi kattavan katsauksen 39 pörssiyrityksistä sijoittamiskohteena yrityksen avainhenkilön esittämänä.

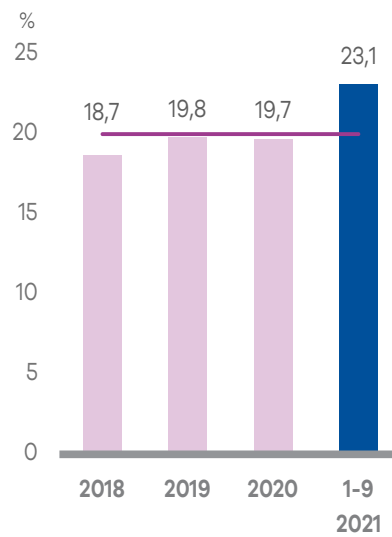
Alma Medialla on mediayhtiönä keskeinen rooli yhä vastuullisemman yhteiskunnan rakentamisessa. Yhtiön medioilla ja palveluilla on oma oleellinen roolinsa ilmastomuutoksen hillinnässä ja yhteiskunnan toimintatapojen muuttamisessa esimerkiksi työelämässä monimuotoisuutta ja sosiaalista osallistamista tukevammaksi. Yhtiön digitaaliset palvelut mahdollistavat kuluttajille vähäpäästöisempien ja energiatehokkaampien valintojen tekemisen esimerkiksi asuntoa tai autoa hankittaessa. Alma Median tavoitteena on yhdistää kestävä kehitys, strateginen kilpailuetu sekä vastuullisuuden pohjautuvan uuden liiketoiminnan luominen.

Liikevaihdon kasvu



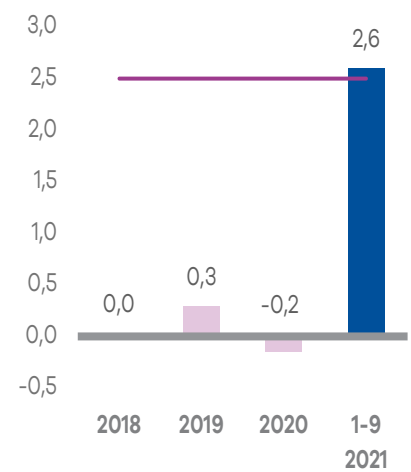
■ Toteuma  
— Tavoitetaso

Oikaistu liikevoittomarginaali



■ Toteuma  
— Tavoitetaso

Nettovelan ja käyttökateen suhde\*



■ Toteuma  
— Tavoitetaso

\* Oikaistu käyttökate 12kk rullaava.

# Alma Media -konsernin osavuositiedot 1.1.–30.9.2021

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

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Liikevaihto	67,8	53,8	25,9	197,4	168,3	17,3	230,2
Oikaistut kokonaiskulut	50,0	40,9	22,3	153,0	134,6	13,6	186,0
Oikaistu käyttökate	22,2	17,0	30,5	57,6	46,2	24,8	60,8
Käyttökate	21,8	17,0	28,3	53,3	44,3	20,4	58,9
Oikaistu liikevoitto	17,8	13,2	35,2	45,5	34,2	33,1	45,4
% liikevaihdosta	26,3	24,5		23,1	20,3		19,7
Liikevoitto/-tappio	17,4	13,2	32,3	41,2	32,3	27,5	43,1
% liikevaihdosta	25,7	24,4		20,9	19,2		18,7
Tilikauden tulos ennen veroja	17,4	13,4	30,3	40,4	32,3	24,9	42,2
Tilikauden tulos, jatkuvat toiminnot	14,6	11,5	27,6	32,4	25,8	25,5	33,3

## Tase

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Varat	496,8	363,1	36,8	496,8	363,1	36,8	0,0
Nettovelat	203,6	-65,9	-408,9	203,6	-65,9	-408,9	-9,1
Korolliset velat	233,6	39,7	487,8	233,6	39,7	487,8	38,9
Korottomat velat	108,2	66,5	62,7	108,2	66,5	62,7	90,5
Investoinnit yhteensä	0,8	1,9	-58,3	244,1	9,3	2519,6	91,4
Omavaraisuusaste%	33,3	72,7	-54,2	33,3	72,7	-54,2	63,1
Gearing%	132,0	-25,4	-619,9	132,0	-25,4	-619,9	-4,5



## Henkilöstö

	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
	7—9	7—9	%	1—9	1—9	%	1—12
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	1 590	1 458	9,0	1 535	1 518	1,1	1 497
Telemarkkinoijat keskimäärin	315	327	-3,8	339	330	2,9	335

## Tunnuslukuja

	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
	7—9	7—9	%	1—9	1—9	%	1—12
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	46,3	18,9	144,9	24,8	57,8	-57,1	48,7
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	16,3	16,5	-0,6	14,4	44,9	-67,9	37,4
Tulos/osake, EUR laimentamaton	0,18	0,11	57,6	0,39	1,08	-64,2	1,13
Tulos/osake, EUR laimennettu	0,17	0,11	56,7	0,38	1,06	-64,4	1,11
Tulos/osake, jatkuvat toiminnot laimentamaton	0,18	0,12	51,3	0,39	0,26	50,3	0,33
Tulos/osake, lopetetut toiminnot laimentamaton	0,00	0,00	-100,0	-0,00	0,82	-100,0	0,80
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,23	0,13	77,2	0,61	0,49	23,1	0,68
Oma pääoma/osake				1,84	2,74	-32,9	2,23
Osinko/osake							0,30
Efektiiivinen osinkotuotto%							3,4
Hinta/voittosuhte P/E							7,9
Markkina-arvo				821,4	612,9	34,0	734,9
Osakkeiden lkm ka. laimentamaton (YTD)	82 320	82 262		82 320	82 262		82 262
Osakkeiden lkm ka. laimennettu (YTD)	84 101	83 605		84 101	83 605		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

### Heinä–syyskuu 2021

Alma Median liikevaihto kasvoi 25,9 % 67,8 (53,8) milj. euroon. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 6,2 milj. euroa. Ilman myytyjä ja hankittuja liiketoimintoja orgaaninen kasvu oli 14,4 %.

Markkinapaikkojen liikevaihdon kasvuun vaikutti rekrytointikysynnän voimakas elpyminen, asuntokaupan kasvu 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–syyskuu 2021

Alma Median liikevaihto kasvoi 17,3 % 197,4 (168,3) milj. euroon. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 11,2 milj. euroa. Ilman myytyjä ja hankittuja liiketoimintoja orgaaninen kasvu oli 11,0 %.

### Liikevaihto

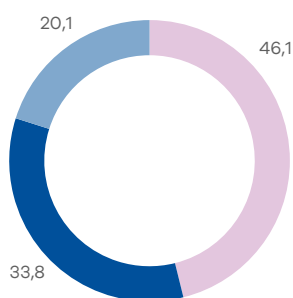
milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Alma Career	21,9	15,5	41,2	58,1	47,4	22,5	62,7
Alma Talent	22,4	20,7	8,4	72,1	68,7	5,1	95,1
Alma Consumer	23,6	16,9	39,3	67,7	50,6	33,8	69,9
Segmentit yhteensä	67,9	53,1	27,8	197,9	166,7	18,7	227,7
Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit	-0,1	0,7	-118,7	-0,4	1,6	-126,2	2,5
Yhteensä	67,8	53,8	25,9	197,4	168,3	17,3	230,2

### Liikevaihdon maantieteellinen jakauma

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Suomi	44,5	36,8	21,0	135,5	113,2	19,6	158,4
Muut maat	23,3	17,0	36,4	62,0	55,1	12,6	71,8
Konserni yhteensä	67,8	53,8	25,9	197,4	168,3	17,3	230,1

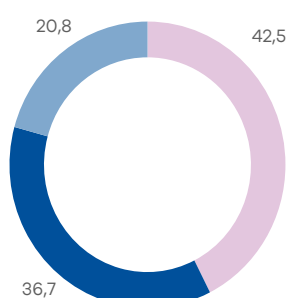
\* Liikevaihdon maantieteellinen jakauma on esitetty konsernin yksiköiden sijaintimaan mukaan.

Liikevaihdon jakauma 7-9/2021



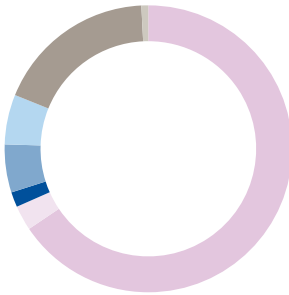
■ Markkinapaikat  
■ Media  
■ Palvelut

Liikevaihdon jakauma 1-9/2021



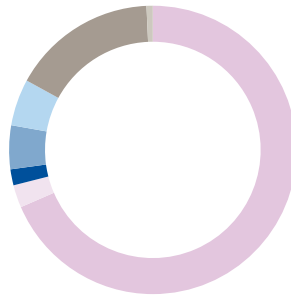
■ Markkinapaikat  
■ Media  
■ Palvelut

Liikevaihdon maantieteellinen jakauma 7-9/2021



Suomi, 66 % (20,2%)
Kroatia, 3 % (65,3%)
Ruotsi, 2 % (4,3%)
Slovakia, 5 % (46,1%)
Baltia, 6 % (38,7%)
Tšekki, 18 % (33,2%)
Muut, 1 % (28,2%)

Liikevaihdon maantieteellinen jakauma 1-9/2021



Suomi, 69 % (19,3%)
Kroatia, 3 % (39,9%)
Ruotsi, 2 % (-48,6%)
Slovakia, 5 % (28,9%)
Baltia, 5 % (29,3%)
Tšekki, 16 % (15,1%)
Muut, 1 % (-1,3%)

## Tulos

### Heinä–syyskuu 2021

Oikaistu liikevoitto oli 17,8 (13,2) milj. euroa, 26,3 % (24,5 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 17,4 (13,2) milj. euroa, 25,7 % (24,4 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä -0,4 (0,0) milj. euroa, jotka liittyivät liiketoiminnan myyntitappioon. Vertailukaudella ei raportoitu nettomääräisesti oikaistuja eriä.

Kokonaiskulut kasvoivat vuoden kolmannella vuosineljänneksellä 9,5 milj. euroa. Kulujen kasvu liittyi pääasiallisesti digitaalisen liiketoiminnan kehityspanosten kasvuun, markkinointi- ja henkilöstökuluihin. Vertailukaudella toteutettiin lisäksi kulusäästöjä. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 4,4 (3,8) milj. euroa. Heinä–syyskuun tulos jatkuvien toimintojen osalta oli 14,1 (11,5) milj. euroa. Osakekohtaista tulosta 0,18 (0,12), paransi hyvän tuloskehityksen lisäksi Alma Career- ja Alma Mediapartners-vähemmistöosuuksien lunastaminen.

### Tammi–syyskuu 2021

Oikaistu liikevoitto oli 45,5 (34,2) milj. euroa, 23,1 % (20,3 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 41,2 (32,3) milj. euroa, 20,9 % (19,2 %) liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti oikaistuja eriä -4,3 (-1,9) milj. euroa, jotka liittyivät myyntivoittoihin ja -tappioihin sekä yrityshankintojen transaktiokuluihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät Alma Talent Ruotsin medialiiketoiminnan myyntitappioon, uudelleenjärjestelykuluihin sekä liiketoimintojen vaiheittaisten hankintojen aiheuttamiin tulosvaikutteisiin eriin.

Kokonaiskulut kasvoivat tammi–syyskuussa 19,6 milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 12,1 (12,0) milj. euroa. Tammi–syyskuun tulos jatkuvien toimintojen osalta oli 31,9 (25,8) milj. euroa.

### Oikaistu liikevoitto/-tappio

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Alma Career	9,0	5,5	63,8	21,8	16,9	29,4	20,6
Alma Talent	5,0	4,1	22,4	15,3	10,6	45,1	16,2
Alma Consumer	6,5	4,6	40,7	17,3	10,1	70,4	15,0
Segmentit yhteensä	20,6	14,3	44,4	54,5	37,6	44,9	51,9
Kohdistamattomat toiminnot	-2,8	-1,1	156,7	-8,9	-3,4	164,2	-6,5
Yhteensä	17,8	13,2	35,2	45,5	34,2	33,1	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	2020	2021	2020	2020
	7—9	7—9	1—9	1—9	1—12
Alma Career					
Uudelleenjärjestelykulut		-0,1		-0,1	-0,1
Myyntivoitot ja -tappio				0,9	0,9
Alma Talent					
Arvonalentumistappiot					-0,3
Uudelleenjärjestelykulut				-0,4	-0,7
Myyntivoitot ja -tappio	-0,0		-0,0	-2,8	-2,2
Alma Consumer					
Liiketoimintojen hankinnoista syntyneet tulosvaikutteiset erät	-0,4	0,0	-0,4	0,5	0,1
Kohdistamattomat					
Myytyjen ja hankittujen liiketoimintojen transaktiokulut			-4,1		
Myyntivoitot ja -tappio			0,2		
Liikevoiton oikaistut erät	-0,4	-0,0	-4,3	-1,9	-2,3
Oikaistut erät tuloksessa ennen veroja	-0,4	-0,0	-4,3	-1,9	-2,3

## Liikevoitto/-tappio

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
	7—9	7—9	%	1—9	1—9	%	1—12
Alma Career	9,0	5,4	65,9	21,8	17,7	23,6	21,4
Alma Talent	5,0	4,1	21,4	15,3	7,4	107,5	13,1
Alma Consumer	6,1	4,6	31,7	16,9	10,7	58,3	15,1
Segmentit yhteensä	20,2	14,2	41,8	54,0	35,7	51,3	49,6
Kohdistamattomat toiminnot	-2,8	-1,1	156,7	-12,8	-3,4	278,6	-6,5
Yhteensä	17,4	13,2	32,3	41,2	32,3	27,5	43,1

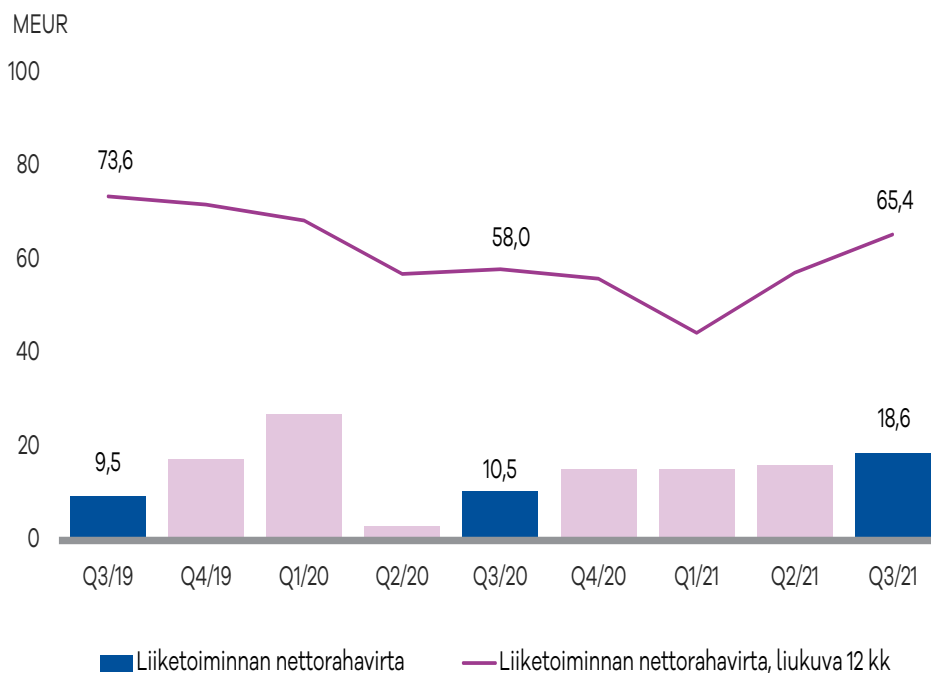
## Tase ja rahoituslaskelma

Taseen loppusumma oli syyskuun 2021 lopussa 496,8 (363,1) milj. euroa. Omavaraisuusaste oli syyskuun lopussa 33,3 % (72,7 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 1,84 (2,74) euroa.

Liiketoiminnan rahavirta heinä–syyskuussa oli 18,6 (10,5) milj. euroa. Liiketoiminnan rahavirta parani vertailukaudesta liiketoiminnan kasvaneen tuloksen ja laskeneen käyttöpääomatason ansiosta. Investointien jälkeen rahavirta ennen rahoitusta oli heinä–syyskuussa 18,1 (10,2) milj. euroa.

Liiketoiminnan rahavirta tammi–syyskuussa oli 50,1 (40,6) milj. euroa. Liiketoiminnan rahavirta parani vertailukaudesta liiketoiminnan kasvaneen tuloksen myötä. Rahavirta ennen rahoitusta oli tammi–syyskuussa -187,3 (83,2) milj. euroa. Merkittävimmät investoinnit katsauskaudella 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.

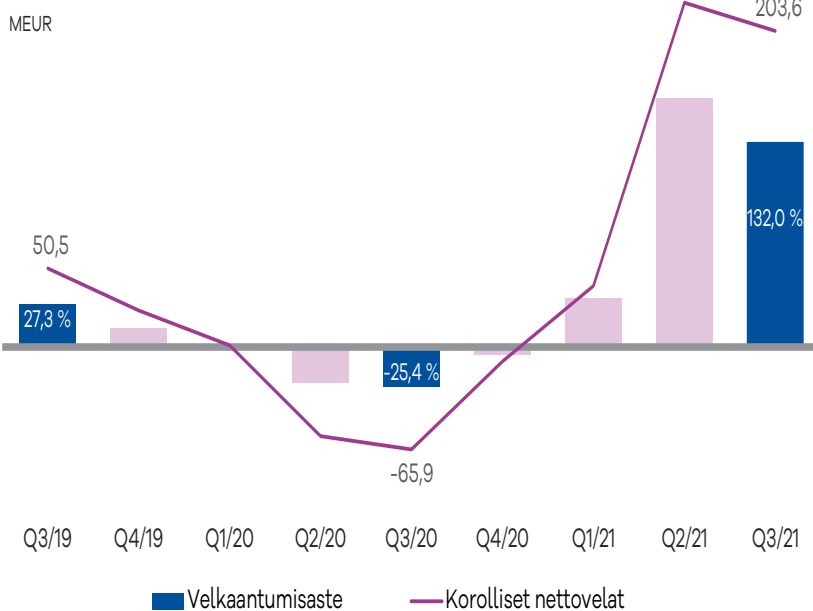
Liiketoiminnan nettorahavirta, MEUR



## Korolliset nettovelat

milj. euroa	2021	2020	2021	2020	2020
	7—9	7—9	1—9	1—9	1—12
Korolliset pitkäaikaiset velat	26,7	32,7	26,7	32,7	31,9
IFRS16-leasingvelat	26,7	32,7	26,7	32,7	31,9
Lyhytaikaiset korolliset velat	206,9	7,0	206,9	7,0	7,0
IFRS16-leasingvelat	6,9	7,0	6,9	7,0	7,0
Rahoituslaitoslainat	200,0	0,0	200,0	0,0	0,0
Rahavarat	30,0	105,6	30,0	105,6	48,0
Korolliset nettovelat	203,6	-65,9	203,6	-65,9	-9,1

### Korolliset nettovelat ja velkaantumisaste



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) päättämistä. Bridge-rahoituslaina erääntyy maksettavaksi viimeistään 18 kuukauden kuluttua lainan nostosta. Rahoitusjärjestelyyn sisältyvät tavanomaiset rahoituskovenanttiehdot koskien omavaraisuusastetta ja nettovelan suhdetta käyttökatteeseen. Konserni täytti asetetut kovenanttiehdot 30.9.2021. Alma Media tulee muuntamaan järjestelyn pitkäaikaiseksi rahoitukseksi vuoden 2021 aikana. Bridge-rahoituslaina on raportoitu taseessa 30.9.2021

lyhytaikaisena velkana. Alma Medialla on edelleen 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistusohjelma oli 30.9.2021 käyttämättä.

Alma Medialla oli syyskuun 2021 lopussa korollisia velkoja yhteensä 233,6 (39,7) milj. euroa. Korollinen nettovelka oli 203,6 (-65,9) 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 Tšekkin johtava rekryointipalveluyritys LMC s.r.o osti tsekkiläisen start-up-yrityksen Quantiq s.r.o:n.

Maaliskuussa 2021 Alma Media Oyj 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 Oyj:n omistus Etua Oy:ssä oli aiemmin 60 prosenttia.

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

## Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat vuoden 2021 kolmannella vuosineljänneksellä yhteensä 0,8 (1,9) milj. euroa. Investoinnit koostuivat normaaleista käyttö- ja ylläpitoinvestoinneista.

## Investoinnit segmenteittäin

	2021	2020	2021	2020	2020
milj. euroa	7–9	7–9	1–9	1–9	1–12
Alma Career	0,1	0,6	2,7	4,3	8,5
Alma Talent	0,1	0,7	1,0	1,0	25,4
Alma Consumer	0,4	0,3	180,0	3,2	3,5
Segmentit yhteensä	0,5	1,5	183,7	8,4	37,4
Kohdistamattomat	0,3	0,4	60,4	0,9	54,1
Yhteensä	0,8	1,9	244,1	9,3	91,4

## Investoinnit ja yritysostot

	2021	2020	2021	2020	2020
milj. euroa	7–9	7–9	1–9	1–9	1–12
Käyttöomaisuus	0,8	1,9	3,0	3,2	3,6
Yritysostot	0,0	0,0	241,0	6,1	87,8
Yhteensä	0,8	1,9	244,1	9,3	91,4

## Poistot

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

## Liiketoimintasegmentit

Alma Median raportoitavat 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 raportoitavat 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

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Liikevaihto	21,9	15,5	41,2	58,1	47,4	22,5	62,7
Markkinapaikat	19,8	14,5	36,2	52,5	44,1	19,1	58,1
Palvelut	2,2	1,0	112,1	5,6	3,3	68,0	4,6
Oikaistut kokonaiskulut	13,0	10,1	27,9	36,4	30,9	17,7	42,7
Oikaistu käyttökate	9,7	6,4	52,9	23,9	19,5	22,9	23,9
Käyttökate	9,7	6,3	54,5	23,9	20,3	18,1	24,7
Oikaistu liikevoitto	9,0	5,5	63,8	21,8	16,9	29,4	20,6
% liikevaihdosta	41,2 %	35,5 %		37,6 %	35,6 %		32,8 %
Liikevoitto/-tappio	9,0	5,4	65,9	21,8	17,7	23,6	21,4
% liikevaihdosta	41,2 %	35,1 %		37,6 %	37,3 %		34,2 %
Henkilöstö keskimäärin	605	550	10,0	583	586	-0,6	588
Digiliiketoiminnan liikevaihto	21,9	15,6	23,7	58,0	46,9	23,7	62,1
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	99,8 %	100,0 %		99,8 %	98,8 %		99,1 %

### Liikevaihto

milj.euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Tšekki	12,3	9,2	33,2	32,3	28,1	15,1	37,3
Slovakia	3,7	2,5	46,1	9,7	7,5	28,9	9,8
Baltian maat	2,5	1,6	60,5	6,5	4,5	43,6	6,2
Kroatia	1,9	1,2	65,3	5,0	3,6	39,9	4,7
Suomi	1,1	0,8	45,1	3,6	2,8	27,5	2,9
Muut maat	0,5	0,4	28,2	1,4	1,4	-1,3	1,9

## Heinä—syyskuu 2021

Vuoden 2021 kolmannella vuosineljänneksellä Alma Career -segmentin liikevaihto kasvoi 41,2 % ja oli 21,9 (15,5) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 0,1 milj. euroa. Rekrytointipalveluiden poikkeuksellisen vahva kysyntä nosti liikevaihdon ja kannattavuuden ennätystasolle. Myös digitaalisen koulutuspalvelu Seduon ja rekrytinnin muiden lisäarvopalveluiden liikevaihdon hyvä kehitys jatkui katsauskaudella.

Katsauskauden kokonaiskulut kasvoivat 27,9 % 13,0 milj. euroon kasvaneiden henkilöstö- ja markkinointikulujen johdosta. Keskeisissä toimintamaissa kuluja kasvattaa kiihtyvä palkkainflaatio.

Oikaistu liikevoitto oli kolmannella vuosineljänneksellä 9,0 (5,5) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 41,2 % (35,5 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 9,0 (5,4) milj. euroa. Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin.

## Tammi—syyskuu 2021

Alma Career -segmentin liikevaihto kasvoi tammi—syyskuussa 22,5 % ja oli 58,1 (47,4) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 0,2 milj. euroa. Ensimmäisellä vuosineljänneksellä liikevaihto ja liikevoitto laskivat, mutta kääntyivät toisella ja kolmannella vuosineljänneksellä kasvuun rekrytointipalveluiden kysynnän elpyessä voimakkaasti.

Katsauskauden kokonaiskulut kasvoivat 17,7 % 36,4 milj. euroon kasvaneiden henkilöstökulujen johdosta.

Oikaistu liikevoitto oli kolmannella vuosineljänneksellä 21,8 (16,9) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 37,6 % (35,6 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 21,8 (17,7) milj. euroa. Katsauskaudella ei raportoitu oikaistuja eriä. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin sekä liiketoiminnan 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 ammattimediaa 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

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
	7—9	7—9	%	1—9	1—9	%	1—12
Liikevaihto	22,4	20,7	8,4	72,1	68,7	5,1	95,1
Markkinapaikat	1,5	1,4	8,3	4,6	4,0	14,9	5,5
Media	11,7	11,4	3,5	38,2	39,5	-3,3	54,4
Sisältö, media	7,9	7,7	2,6	24,8	26,5	-6,6	35,2
- josta digitaalista	49,7 %	42,1 %		46,3 %	34,7 %		36,3 %
Mainonta, media	3,8	3,7	3,5	13,4	13,0	3,6	19,3
- josta digitaalista	60,5 %	48,3 %		57,9 %	50,0 %		50,4 %
Palvelut	9,2	7,9	16,2	29,3	25,2	16,5	35,2
- josta digitaalista	55,3 %	51,0 %		57,2 %	47,6 %		47,2 %
Oikaistut kokonaiskulut	17,4	16,6	4,8	57,2	58,1	-1,6	78,9
Oikaistu käyttökate	6,0	5,1	16,3	18,1	13,9	30,8	20,4
Käyttökate	5,9	5,1	15,5	18,1	10,7	69,7	17,6
Oikaistu liikevoitto	5,0	4,1	22,4	15,3	10,6	45,1	16,2
% liikevaihdosta	22,5 %	19,9 %		21,3 %	15,4 %		17,1 %
Liikevoitto/-tappio	5,0	4,1	21,4	15,3	7,4	107,5	13,1
% liikevaihdosta	22,4 %	20,0 %		21,3 %	10,8 %		13,7 %
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	453	446	1,6	444	466	-4,7	456
Telemarkkinoijat keskimäärin	315	327	-3,8	339	330	2,9	335
Digiliiketoiminnan liikevaihto	12,8	10,4	22,7	40,7	31,7	28,3	44,6
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	57,2 %	50,5 %		56,4 %	46,2 %		46,9 %

## Liikevaihto

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
	7—9	7—9	%	1—9	1—9	%	1—12
Alma Talent Media	11,7	11,3	3,5	38,4	35,9	7,0	50,9
- josta digitaalista	53,1 %	44,2 %		50,4 %	41,3 %		42,4 %
Alma Talent Palvelut	7,6	6,3	20,8	24,4	20,3	20,3	28,4
- josta digitaalista	87,0 %	86,4 %		87,4 %	78,1 %		77,1 %
Suoramarkkinointi	3,7	3,7	-0,2	11,4	10,9	4,7	14,7
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit *)	-0,6	-0,6	-7,2	-2,0	1,6	-224,8	1,0

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

## Liikevoitto

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Alma Talent Media	2,5	2,1	19,0	8,0	4,9	62,7	8,3
Alma Talent Palvelut	2,0	1,6	23,9	5,8	4,7	24,6	6,6
Suoramarkkinointi	0,5	0,4	37,7	1,5	1,1	43,9	1,6
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit	-0,0	0,0	-113,4	-0,0	-0,1	-82,5	-0,2

### Heinä—syyskuu 2021

Alma Talent -segmentin liikevaihto kasvoi heinä—syyskuussa 8,4 % 22,4 (20,7) milj. euroon. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli 0,9 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 57,2 % (50,5 %). Orgaaninen digikasvu oli 14,0 %.

Talent Median sisältöliikevaihto kasvoi 3,0 % digitaalisten sisältötuottojen kasvun 21,1 % ansiosta ja ylittäen painetun median liikevaihdon laskun 10,3 %. Mainonta kasvoi 3,8 % erityisesti vahvan digimainonnan ansiosta, joka kasvoi 30,2 %.

Heinä—syyskuussa Talent Palveluiden liikevaihto kasvoi 20,8 % ja oikaistu liikevoitto parani 23,9 %. Hyvän kehityksen taustalla olivat yritysostot sekä orgaaninen kasvu kaikissa liiketoiminnoissa. Digitaalisen liiketoiminnan osuus Alma Talentin palveluissa oli 87,0 % (86,4%). Jatkuvan laskutuksen tuoma liikevaihto kasvoi 26,6% ja orgaanisesti 6,3 %. Jatkuvan laskutuksen osuus liikevaihdosta oli 76,4 %.

Suoramarkkinoinnin liikevaihto oli vertailukauden tasolla ja kannattavuuskehitys hyvä.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 17,4 (16,6) milj. euroa. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 5,0 (4,1) milj. euroa ja liikevoitto 5,0 (4,1) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät myyntitappioon. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät Ruotsin liiketoiminnan myyntitappioon.

### Tammi—syyskuu 2021

Alma Talent -segmentin liikevaihto kasvoi tammi—syyskuussa 5,1 % 72,1 (68,7) milj. euroon. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli -1,0 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 56,4 % (46,2 %).

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 57,2 (58,1) milj. euroa. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 15,3 (10,6) milj. euroa ja liikevoitto 15,3 (7,4) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät myyntitappioon. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin, myyntitappioon ja 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

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Liikevaihto	23,6	16,9	39,3	67,7	50,6	33,8	69,9
Markkinapaikat	10,3	6,1	70,5	27,2	17,0	60,3	22,7
Media	10,9	9,3	17,4	34,1	28,8	18,2	40,7
Sisältö, media	3,8	3,8	1,2	10,8	11,5	-5,9	15,2
Mainonta, media	7,1	5,5	28,6	23,2	17,3	34,1	25,4
- josta digitaalista	88,7 %	92,1 %	-3,7	88,4 %	91,5 %	-3,4	92,2 %
Palvelut	2,3	1,6	47,1	6,4	4,8	33,7	6,5
Oikaistut kokonaiskulut	17,0	12,3	38,5	50,8	40,5	25,5	54,9
Oikaistu käyttökate	7,9	5,2	52,9	20,6	11,7	76,0	17,0
Käyttökate	7,5	5,2	44,9	20,2	12,2	65,3	17,1
Oikaistu liikevoitto	6,5	4,6	40,7	17,3	10,1	70,4	15,0
% liikevaihdosta	27,8 %	27,5 %		25,5 %	20,1 %		21,5 %
Liikevoitto/-tappio	6,1	4,6	31,7	16,9	10,7	58,3	15,1
% liikevaihdosta	26,0 %	27,5 %		24,9 %	21,1 %		21,6 %
Henkilöstö keskimäärin	356	298	19,6	337	301	11,9	293
Digiliiketoiminnan liikevaihto	19,1	12,7	51,0	54,4	37,6	44,7	52,6
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	81,2 %	74,9 %		80,4 %	74,3 %		75,3 %

## Liikevaihto

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
Asuminen	4,1	3,9	5,5	12,1	10,6	14,2	15,3
Autoilu ja liikkuminen	6,1	1,5	308,0	14,9	4,8	212,3	6,4
Vertailu ja jakamistalous	2,0	1,7	18,2	5,6	4,8	17,0	6,4
Media ja medialiset palvelut	11,3	9,5	18,4	34,5	29,6	16,7	41,7
- josta digitaalista	64,2 %	55,4 %		65,2 %	55,9 %		58,4 %
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit	0,1	0,3	-81,3	0,6	0,9	-37,6	0,1

\* Talosoftan myyty liiketoiminta esitetään myytnä toimintona.



## Heinä—syyskuu 2021

Alma Consumer -segmentin liikevaihto kasvoi 39,3 % vuoden kolmannella vuosineljänneksellä ja oli 23,6 (16,9) milj. euroa. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 5,3 milj. euroa. Liikevaihdon orgaaninen kasvu 8,3 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 81,2 % (74,9 %).

Asumiseen liittyvien markkinapaikkojen, kuten Etuovi.com:in ja Vuokraovi.com:in kasvu jatkui. Autoilun ja liikkumisen sekä vertailupalveluiden liiketoiminta-alueiden liikevaihdon kasvuun vaikutti pääosin Nettix Oy:n hankinta.

Medialiiketoiminnan liikevaihto kasvoi 1,6 milj. euroa. Eri-tyisesti digitaalinen mainonta kasvoi voimakkaasti 23,8 % ja oli yhteensä 6,3 milj. euroa. Toimialoista vähittäiskauppa ja autokauppa siivittivät mainonnan kasvua.

Segmentin kokonaiskulut kasvoivat 38,5 % ja olivat 17,0 (12,3) milj. euroa. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 6,5 (4,6) milj. euroa, 27,8 % (27,5 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 6,1 (4,6) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät liiketoiminnan myynnistä syntyneeseen myyntitappioon. Vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

## Tammi—syyskuu 2021

Alma Consumer -segmentin liikevaihto kasvoi 33,8 % vuoden kolmannella vuosineljänneksellä ja oli 67,7 (50,6) milj. euroa. Hankittujen liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 11,8 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 80,4 % (74,3 %).

Segmentin kokonaiskulut kasvoivat 25,5 % ja olivat 50,8 (40,5) milj. euroa. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 17,3 (10,1) milj. euroa, 25,5 % (20,1 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 16,9 (10,7) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät liiketoiminnan myynnistä syntyneestä myyntitappiosta. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät liiketoimintojen vaiheittaisten hankintojen aiheuttamista tulosvaikutteisista eristä.

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

### Varat segmenteittäin

milj. euroa	30.9.2021	30.9.2020	31.12.2020
Alma Career	85,6	75,6	80,0
Alma Talent	116,3	91,1	116,6
Alma Consumer	231,5	44,1	42,6
Segmentit yhteensä	433,4	210,8	239,3
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	63,5	152,3	94,6
<b>Yhteensä</b>	<b>496,8</b>	<b>363,1</b>	<b>333,9</b>

### Velat segmenteittäin

milj. euroa	30.9.2021	30.9.2020	31.12.2020
Alma Career	37,2	25,3	25,3
Alma Talent	37,9	23,3	38,8
Alma Consumer	11,8	8,0	9,0
Segmentit yhteensä	86,9	56,7	73,1
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	255,4	50,5	56,3
<b>Yhteensä</b>	<b>342,2</b>	<b>107,1</b>	<b>129,4</b>

## Osake ja osakemarkkinat

Heinä–syyskuussa NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 667 809 Alma Median osaketta, mikä vastasi 0,8 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 30.9.2021 oli 9,97 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 9,80 euroa ja ylin 12,30 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 821,36 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 toimitusjohtajan keskeiset ehdot ja se on saatavilla yhtiön nettisivuilta osoitteesta [www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/palkitseminen](http://www.almamedia.fi/sijoittajat/hallinnointi/palkitseminen). Eri osakepohjaisten sitouttamis- ja kannustinjärjestelmien (pitkän aikavälin sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät) ehdot on kuvattu yhtiön palkitsemispolitiikassa.

## Liputusilmoitukset

Vuoden 2021 kolmannella 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 digitaalisessa liiketoiminnassa liittyvät kyberriskeihin ja tietoturvaan ja tietosuojaa koskeviin loukkauksiin. Alma Median liiketoiminnan yhä keskeisempi kilpailukykytekijä, mutta myös strateginen riski, on kyky hyödyntää asiakasdataa mainostaja-asiakkaiden tuote- ja palvelutarjoaman parantamiseksi ja loppukäyttäjien palvelujen rikastamiseksi. Asiakas- ja käyttäytymistietoa hallitaan, regulaatiovaatimukset huomioiden, keskittämällä asiakastietovarastoja ja ottamalla käyttöön analysointi- ja aktivointitekniologiaa.

Media-alaa koskeva sääntely ja siihen liittyvät markkina-käytännöt ovat kiristymässä. Toimiala muuttuu media-käytön muutosten ja teknologian kehittymisen myötä. Toimintaympäristön muutos ja voimakas teknologinen kehitys edellyttää jatkuvaa panostusta henkilöstön osaamiseen ja kehittämiseen.

Riski liiketoiminnalle on myös digitaalisten yleisöjen merkittävä väheneminen, digitaalisen mainosmyynnin ja kohdeilmoittelun pysyvä lasku. Painetun median osalta merkittävin riski on lehtien lukijamäärien pysyvä lasku.

## Katsauskauden jälkeiset tapahtumat

Yhtiöllä ei ollut merkittäviä tapahtumia katsauskauden jälkeen.

# Osavuositarkastusyhennelmä ja liitetiedot

## Laaja tuloslaskelma

milj. euroa	2021	2020	Muutos	2021	2020	Muutos	2020
	7–9	7–9	%	1–9	1–9	%	1–12
<b>LIIKEVAIHTO</b>	<b>67,8</b>	<b>53,8</b>	<b>25,9</b>	<b>197,4</b>	<b>168,3</b>	<b>17,3</b>	<b>230,2</b>
Liiketoiminnan muut tuotot	0,1	0,2	-68,6	1,2	1,9	-35,3	3,3
Materiaalit ja palvelut	8,3	7,0	18,4	25,6	24,0	6,4	32,7
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	24,9	20,9	18,7	78,5	68,7	14,3	93,3
Poistot ja arvonalentumiset	4,4	3,8	14,3	12,1	12,0	1,0	15,8
Liiketoiminnan muut kulut	12,9	9,2	41,0	41,3	33,2	24,4	48,7
<b>LIIKEVOITTO</b>	<b>17,4</b>	<b>13,2</b>	<b>32,3</b>	<b>41,2</b>	<b>32,3</b>	<b>27,5</b>	<b>43,1</b>
Rahoitustuotot	-0,0	0,3	-113,3	0,3	0,7	-57,7	0,3
Rahoituskulut	0,6	0,2	175,4	1,8	1,0	79,6	1,3
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,7	0,2	282,2	0,7	0,3	106,4	0,1
<b>TULOS ENNEN VEROJA</b>	<b>17,4</b>	<b>13,4</b>	<b>30,3</b>	<b>40,4</b>	<b>32,3</b>	<b>24,9</b>	<b>42,2</b>
Tuloverot	2,8	1,9	46,6	7,9	6,5	22,5	9,0
JATKUVIEN TOIMINTOJEN VOITTO	14,6	11,5	27,6	32,4	25,8	25,5	33,3
VOITTO LOPETETUISTA TOIMINNOISTA	0,0	-0,4	-100,0	0,0	67,7	-100,0	65,8
<b>TILIKAUDEN VOITTO</b>	<b>14,6</b>	<b>11,1</b>	<b>32,1</b>	<b>32,4</b>	<b>93,5</b>	<b>-65,3</b>	<b>99,1</b>
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	-0,0	0,6		-0,4	0,2		0,6
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	-0,0	0,6		-0,4	0,2		0,7
<b>TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ</b>	<b>14,6</b>	<b>11,7</b>		<b>32,0</b>	<b>93,6</b>		<b>99,8</b>
Tilikauden tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	14,6	9,2		31,8	88,8		93,3
- Määräysvallattomille omistajille	0,1	1,8		0,6	4,7		5,7
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:							
- Emoyhtiön omistajille	14,6	9,8		31,4	89,0		94,0
- Määräysvallattomille omistajille	0,1	1,8		0,6	4,7		5,7
Laajan tuloksen jakautuminen							
- Jatkuvat toiminnot	14,6	12,1		32,0	26,0		34,0
- Lopetetut toiminnot	0,0	-0,4		0,0	67,7		65,8
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:							
- Tulos/osake laimentamaton	0,18	0,11		0,39	1,08		1,13
- Tulos/osake laimennettu	0,17	0,11		0,38	1,06		1,11
- Tulos/osake, jatkuvat toiminnot	0,18	0,12		0,39	0,26		0,33
- Tulos/osake, lopetetut toiminnot	0,00	0,00		-0,00	0,82		0,80

## Tase

milj. euroa	30.9.2021	30.9.2020	31.12.2020
<b>VARAT</b>			
<b>PITKÄAIKAISET VARAT</b>			
Liikearvo	293,9	131,9	150,7
Aineettomat hyödykkeet	91,8	47,0	55,1
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	35,2	43,0	40,6
Osuudet osakkuusyhteisöissä	7,4	3,1	6,6
Muut rahoitusvarat	4,3	4,2	3,9
Laskennalliset verosaamiset	0,3	0,3	0,3
<b>PITKÄAIKAISET VARAT YHTEENSÄ</b>	<b>432,7</b>	<b>229,5</b>	<b>257,2</b>
<b>LYHYTAIKAISET VARAT</b>			
Vaihto-omaisuus	0,8	0,8	0,6
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	1,4	0,3	1,0
Myyntisaamiset ja muut saamiset	31,9	26,6	27,1
Muut lyhytaikaiset rahoitusvarat	0,0	0,2	0,0
Rahavarat	30,0	105,6	48,0
<b>LYTYAIKAISET VARAT YHTEENSÄ</b>	<b>64,1</b>	<b>133,6</b>	<b>76,7</b>
<b>VARAT YHTEENSÄ</b>	<b>496,8</b>	<b>363,1</b>	<b>333,9</b>
<b>OMA PÄÄOMA JA VELAT</b>			
Osakepääoma	45,3	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7	7,7
Muuntoerot	-0,4	-0,3	0,0
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,1	19,1	19,1
Kertyneet voittovarot	79,9	154,3	111,4
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	151,7	226,1	183,6
Määräysvallattomien omistajien osuus	2,9	29,9	21,0
<b>OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ</b>	<b>154,6</b>	<b>256,0</b>	<b>204,6</b>
<b>VIERAS PÄÄOMA</b>			
<b>PITKÄAIKAISET VELAT</b>			
Pitkäaikaiset korolliset velat	26,7	32,7	31,9
Laskennalliset verovelat	18,7	9,5	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
<b>PITKÄAIKAISET VELAT YHTEENSÄ</b>	<b>63,4</b>	<b>45,1</b>	<b>57,8</b>
<b>LYHYTAIKAISET VELAT</b>			
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	207,7	7,1	9,8
Saadut ennakot	32,2	10,8	9,9
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	2,1	1,5	3,4
Varaukset	0,0	0,1	0,0
Ostovelat ja muut velat	36,8	42,6	48,5
<b>LYHYTAIKAISET VELAT YHTEENSÄ</b>	<b>278,8</b>	<b>62,0</b>	<b>71,6</b>
<b>VELAT YHTEENSÄ</b>	<b>342,3</b>	<b>107,2</b>	<b>129,4</b>
<b>OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ</b>	<b>496,8</b>	<b>363,1</b>	<b>333,9</b>

# Laskelma konsernin oman pääoman muutoksista

## Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma

milj. euroa	A	B	C	D	E	F	G	H
<b>Oma pääoma 1.1.2021</b>	45,3	7,7	0,0	19,1	111,4	183,6	21,0	204,6
Tilikauden tulos					31,8	31,8	0,6	32,4
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					3,1	3,1		3,1
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset					-42,1	-42,1	-18,7	-60,8
<b>Oma pääoma 30.9.2021</b>	45,3	7,7	-0,4	19,1	79,9	151,9	2,9	154,6
<b>Oma pääoma 1.1.2020</b>	45,3	7,7	-0,5	19,1	100,5	172,1	30,4	202,5
Tilikauden tulos					88,8	88,8	4,7	93,5
Muut laajan tuloksen erät					0,2	0,2		-0,0
Muuntoerot			0,2			0,2	-0,1	0,1
Liiketoimet omistajien kanssa								
Emoyhtiön osingonjako					-32,9	-32,9		-32,9
Tytäryritysten osingonjako							-4,8	-4,8
Omien osakkeiden hankinta					-1,5	-1,5		-1,5
Omien osakkeiden luovutukset					-1,1	-1,1		-1,1
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot					0,6	0,6		0,6
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset					-0,1	-0,1	-0,3	-0,4
<b>Oma pääoma 30.9.2020</b>	45,3	7,7	-0,3	19,1	154,3	226,2	29,9	256,0

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 7—9	2020 7—9	2021 1—9	2020 1—9	2020 1—12
<b>LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA</b>					
Tilikauden voitto	14,1	11,1	31,9	93,5	99,0
Oikaisuerät	8,9	6,4	28,2	-45,9	-39,6
Käyttöpääoman muutos	0,1	-4,8	0,6	0,2	5,8
Saadut osingot	0,0	-0,0	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	-0,3	-1,6	-1,2	-1,5
Maksetut verot	-4,0	-2,0	-9,5	-6,0	-8,1
<b>Liiketoiminnan rahavirta yhteensä</b>	<b>18,6</b>	<b>10,5</b>	<b>50,1</b>	<b>40,6</b>	<b>56,0</b>
<b>INVESTOINTIEN RAHAVIRTA</b>					
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	-0,1	-0,4	-0,2	-0,8	-0,9
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-0,5	-0,9	-1,3	-1,6	-2,2
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot	-0,0	0,0	0,4	0,0	-0,0
Investoinnit muihin sijoituksiin	0,0	-0,5	-0,3	-0,9	-0,6
Myytävissä olevien rahoitusvarojen myynnit	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Lainasaamisten takaisinmaksut		0,3		0,3	
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla	-0,0	0,0	-236,7	-5,5	-72,5
Liiketoimintojen myynnit vähennettynä myyntihetken rahavaroilla	0,0	1,2	1,1	51,1	51,1
Osakkuusyritysten hankinta	-0,0	-0,0	-0,5	-0,0	-4,0
Osakkuusyritysten myynti	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4
<b>Investointien rahavirta yhteensä</b>	<b>-0,5</b>	<b>-0,3</b>	<b>-237,4</b>	<b>42,5</b>	<b>-28,4</b>
<b>Rahavirta ennen rahoitusta</b>	<b>18,1</b>	<b>10,2</b>	<b>-187,3</b>	<b>83,2</b>	<b>27,6</b>
<b>RAHOITUKSEN RAHAVIRTA</b>					
Omien osakkeiden hankinta	0,0	0,0	0,0	-1,5	-1,5
Lainojen nostot	0,0	-0,0	224,7	-0,0	-0,0
Lainojen takaisinmaksut	-20,0	0,0	-25,0	0,0	0,0
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-1,9	-1,5	-5,3	-6,6	-7,4
Korollisten saamisten muutos	-0,0	0,0	0,0	-0,0	-0,0
Maksetut osingot	-0,0	0,0	-24,9	-38,6	-37,6
<b>Rahoituksen rahavirta yhteensä</b>	<b>-21,9</b>	<b>-1,5</b>	<b>169,4</b>	<b>-45,6</b>	<b>-46,4</b>
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	-22,4	7,8	-17,9	37,5	-18,9
Rahavarat kauden alussa	52,3	97,7	48,0	67,1	67,1
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	0,1	0,1	-0,1	1,0	-0,2
<b>Rahavarat kauden lopussa</b>	<b>30,0</b>	<b>105,6</b>	<b>30,0</b>	<b>105,6</b>	<b>48,0</b>

## Osakkuusyhtiöt

### Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksista

milj. euroa	2021	2020	2021	2020	2020
	7–9	7–9	1–9	1–9	1–12
Alma Career	0,7	0,2	0,7	0,3	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
<b>Yhteensä</b>	<b>0,7</b>	<b>0,2</b>	<b>0,7</b>	<b>0,3</b>	<b>0,1</b>

## Hankitut liiketoiminnot 2021

Alma Media on toteuttanut seuraavat yritysjärjestelyt vuoden 2021 aikana:

	Liiketoiminto	Hankintahetki	Hankinta-osuus	Konsernin omistus-osuus
<b>Alma Career -segmentti</b>				
Quantiq s.r.o	Verkkopalvelu	1/7/2021	100%	100%
<b>Alma Consumer -segmentti</b>				
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
<b>Yhteensä</b>	<b>0,8</b>
Laskennalliset verovelat	0,1
Ostovelat ja muut velat	0,2
<b>Yhteensä</b>	<b>0,3</b>
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
<b>Yhteensä</b>	<b>43,8</b>	<b>3,6</b>	<b>47,4</b>
Laskennalliset verovelat	7,6	0,6	8,1
Ostovelat ja muut velat	4,7	0,6	5,3
<b>Yhteensä</b>	<b>12,3</b>	<b>1,1</b>	<b>13,4</b>
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. Yritysosstolla 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 mediomyyntiin, 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 omaisuuserien lisäävät poistojen kokonaismäärää vuositasolla 3,4 milj. eurolla. Nettix Oy:n vaikutus Alma Media konsernin toisen ja kolmannen vuosineljänneksen liikevaihtoon oli 11,1 miljoonaa euroa, käyttökatteeseen 5,5 miljoonaa euroa ja PPA poistoilla vähennettyyn liikevoittoon 3,7 miljoonaa euroa. Mikäli Nettix Oy olisi yhdistelty Alma Media konserniin vuoden 2021 alusta lähtien sen vaikutus olisi ollut liikevaihtoon 16,3 miljoonaa euroa, käyttökatteeseen 8,1 miljoonaa euroa ja PPA poistoilla vähennettyyn liikevoittoon 5,0 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
<b>Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa</b>	<b>17,7</b>

## Ehdolliset kauppahintasaatavat

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

## Henkilöstö

	2021	2020	2021	2020	2020
	7—9	7—9	1—9	1—9	1—12
Henkilöstö Suomi	957	862	923	873	864
Henkilöstö muut maat	632	596	612	646	634
<b>Henkilöstö yhteensä</b>	<b>1590</b>	<b>1458</b>	<b>1535</b>	<b>1518</b>	<b>1497</b>

## Vastuut

### Vastuusitoumukset

milj. euroa	30.9.2021	30.9.2020	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	0,5	0,1	0,3
1-5 vuoden kuluessa	0,4	0,7	0,4
<b>Yhteensä</b>	<b>0,8</b>	<b>0,8</b>	<b>0,7</b>

## Johdannaissopimukset

milj. euroa	30.9.2021	30.9.2020	31.12.2020
Hyödykejohdannaiset, sähkötermiinit			
Käypä arvo*	0,0	-0,0	-0,0
Nimellisarvo	0,1	0,1	0,1
Valuuttajohdannaiset			
Käypä arvo*	-0,3	0,2	-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:

milj. euroa	2021	2020	2021	2020	2020
	7–9	7–9	1–9	1–9	1–12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,2	3,9	0,4	4,2	0,6
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,1	0,3	0,3
Merkittävät omistajat	0,1	0,0	0,2	0,0	0,1
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,0	3,9	0,1	3,9	0,1
Myynti, laina- ja muut saamiset raportointikauden lopussa	0,0	0,1	0,0	0,1	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		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	0,0	0,0	171,2		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	2021	2020	2020
milj. euroa	7—9	4—6	1—3	10—12	7—9
<b>LIIVEVAIHTO</b>	<b>67,8</b>	<b>71,6</b>	<b>58,1</b>	<b>61,9</b>	<b>53,8</b>
Alma Career	21,9	20,0	16,2	15,3	15,5
Alma Talent	22,4	25,2	24,5	26,4	20,7
Alma Consumer	23,6	26,6	17,5	19,3	16,9
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,1	-0,2	-0,1	0,9	0,7
<b>OIKAISTUT KOKONAISKULUT</b>	<b>50,0</b>	<b>55,0</b>	<b>47,9</b>	<b>51,4</b>	<b>40,9</b>
Alma Career	13,0	12,2	11,2	11,8	10,1
Alma Talent	17,4	20,2	19,7	21,1	16,6
Alma Consumer	17,0	19,3	14,5	14,5	12,3
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	2,6	3,4	2,6	4,0	1,9
<b>OIKAISTU KÄYTTÖKATE</b>	<b>22,2</b>	<b>20,8</b>	<b>14,6</b>	<b>14,6</b>	<b>17,0</b>
Alma Career	9,7	8,4	5,8	4,4	6,4
Alma Talent	6,0	6,0	6,2	6,6	5,1
Alma Consumer	7,9	8,8	3,9	5,3	5,2
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,4	-2,4	-1,3	-1,7	0,4
<b>OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO</b>	<b>17,8</b>	<b>16,6</b>	<b>11,1</b>	<b>11,1</b>	<b>13,2</b>
Alma Career	9,0	7,7	5,1	3,7	5,5
Alma Talent	5,0	5,1	5,2	5,7	4,1
Alma Consumer	6,5	7,3	3,4	4,9	4,6
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-2,8	-3,5	-2,7	-3,1	-1,1
<b>% LIIKEVAIHDOSTA</b>	<b>26,3</b>	<b>23,2</b>	<b>19,1</b>	<b>18,0</b>	<b>24,5</b>
Alma Career	41,2	38,6	31,5	24,2	35,5
Alma Talent	22,5	20,2	21,3	21,5	19,9
Alma Consumer	27,8	27,5	19,6	25,2	27,5
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>OIKAISTUT ERÄT</b>	<b>-0,4</b>	<b>-3,6</b>	<b>-0,3</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,0</b>
Alma Career	0,0	0,0	0,0	0,1	-0,1
Alma Talent	-0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Alma Consumer	-0,4	0,0	0,0	-0,4	0,0
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	-3,6	-0,3	0,0	0,0
<b>LIIKEVOITTO/-TAPPIO</b>	<b>17,4</b>	<b>13,0</b>	<b>10,8</b>	<b>10,8</b>	<b>13,2</b>
Alma Career	9,0	7,7	5,1	3,8	5,4
Alma Talent	5,0	5,1	5,2	5,7	4,1
Alma Consumer	6,1	7,3	3,4	4,4	4,6
Kohdistamattomat toiminnot	-2,8	-7,1	-2,9	-3,1	-1,1
Rahoitustuotot	-0,0	0,3	0,0	0,4	0,3
Rahoituskulut	0,6	0,7	0,5	0,3	0,2
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	0,7	-0,1	0,0	-0,2	0,2
<b>TULOS ENNEN VEROJA</b>	<b>17,4</b>	<b>12,6</b>	<b>10,4</b>	<b>9,9</b>	<b>13,4</b>
Tuloverot	-2,8	-2,9	-2,2	-2,5	-1,9
<b>TILIKAUDEN TULOS</b>	<b>14,6</b>	<b>9,7</b>	<b>8,1</b>	<b>7,4</b>	<b>11,5</b>

## Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä osavuosikatsaus 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 puolivuosikatsausta 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. Osavuosikatsauksen 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 30.9.2021 yhteensä 17,7 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 oikaisuerienä 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 2022

- Tilinpäätöstiedote tilivuodelta 2021 keskiviikkona 16.2.2022 noin klo 8.00
- Osavuositarkastus tammi–maaliskuulta 2022 perjantaina 22.4.2022 noin klo 8.00
- Osavuositarkastus tammi–kesäkuulta 2022 keskiviikkona 20.7.2022 noin klo 8.00
- Osavuositarkastus tammi–syyskuulta 2022 torstaina 20.10.2022 noin klo 8.00
- Tilinpäätös, toimintakertomus, tilintarkastuskertomus sekä selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä (Corporate Governance Statement) tilivuodelta 2021 julkaistaan tiistaina 8.3.2022.
- Varsinainen yhtiökokous on suunniteltu pidettäväksi tiistaina 29.3.2022. Yhtiökokoukseen liittyvät aineistot kootaan Alma Median verkkosivuille.