



**AL
MA**

**ALMA MEDIA OYJ
TILINPÄÄTÖSTIEDOTE
TAMMI-JOULUKUU 2022**

16.2.2023

Alma Median tilinpäätöstiedote tammi—joulukuu 2022: Koko vuosi ennätystasolla. Viimeisellä vuosineljänneksellä liikevaihto vertailukauden tasolla, oikaistu liikevoitto jäi hieman vertailukaudesta.

Taloudellinen kehitys loka—joulukuussa 2022:

- Liikevaihto 78,7 (78,0) milj. euroa, kasvua 1,0 %.
- Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta, 80,1 % (76,9 %).
- Oikaistu liikevoitto 15,2 (15,5) milj. euroa, laskua 2,0 %.
- Liikevoitto 15,0 (15,5) milj. euroa, laskua 3,7 %.
- Alma Career: Itäisessä Keski-Euroopassa työvoiman kysyntä säilyi vahvana ja liikevaihto jatkoi kasvuaan. Henkilöstö- ja ICT-panostukset kasvattivat kustannuksia.
- Alma Consumer: Kannattavuutta painoi mainonnan myynnin lasku sekä kasvaneet markkinointi-, tuotekehitys- ja painatuskustannukset.
- Alma Talent: Vertailukelpoinen liikevaihto laski 4,0 % mainonnan ja kirjamyynnin laskun seurauksena. Oikaistu liikevoitto laski 1,5 %.
- Osakekohtainen tulos 0,20 (0,14) euroa. Osakekohtaista tulosta paransi rahoituseriin kirjattu kauppahintavelkojen 4,0 milj. euron käyvän arvon muutos.

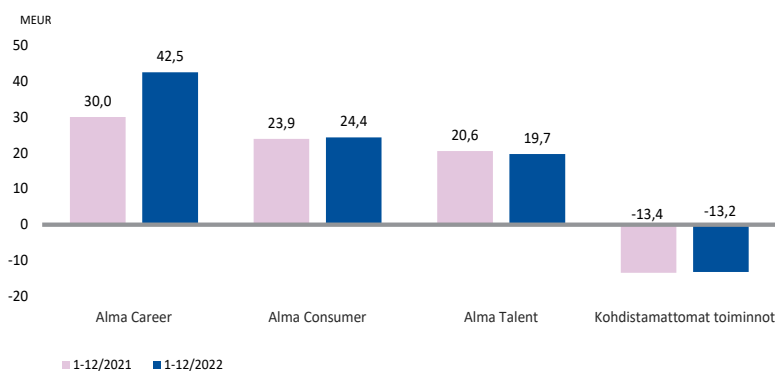
Taloudellinen kehitys vuonna 2022:

- Liikevaihto 308,8 (275,4) milj. euroa, kasvua 12,1 %.
- Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta 80,9 % (77,0 %).
- Oikaistu liikevoitto 73,4 (61,1) milj. euroa, kasvua 20,2 %.
- Liikevoitto 80,0 (56,8) milj. euroa, kasvua 40,9 %.
- Omavaraisuusaste 45,8 % ja velkaantumisaste (gearing) 69,3 %.
- Osakekohtainen tulos 0,88 (0,53) euroa.
- Hallituksen osinkoehdotus 0,44 (0,35) euroa/osake.

Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto



Liiketoimintasegmenttien oikaistu liikevoitto



Voitonjakoehdotus yhtiökokoukselle

Emoyhtiön jakokelpoiset varat 31.12.2022 olivat 156 856 329 (144 833 995) euroa. Alma Median hallitus ehdottaa varsinaiselle yhtiökokoukselle, että tilikaudelta 2022 maksetaan osinkoa 0,44 euroa osaketta kohden (2021: 0,35 euroa osakkeelta). Osinko maksetaan sille, joka on merkitty osingonmaksun täsmäytyspäivänä 6.4.2023 osakkeenomistajaksi Euroclear Finland Oy:n pitämään Alma Media Oyj:n osakasluetteloon. Hallitus ehdottaa, että osinko maksetaan 17.4.2023. Tilinpäätöshetken, 31.12.2022, ulkona olevien osakkeiden lukumäärän perusteella osingon määrä on yhteensä 36 161 308 (28 774 470) euroa.

Yhtiön taloudellisessa asemassa ei tilikauden päättymisen jälkeen ole tapahtunut olennaisia muutoksia. Ehdotettu voitonjako ei hallituksen näkemyksen mukaan vaaranna yhtiön maksukykyä.

Toimintaympäristö vuonna 2023

Venäjän hyökkäyssodan vaikutukset sekä hiipuva talouskasvu näkyivät toimintaympäristössä selvemmin vuoden 2022 jälkimmäisellä puoliskolla. Euroopan talous kärsi muun muassa kauppapakotteista, toimitusketjujen häiriöistä ja raaka-ainesatavuuden ongelmista. Energian, raaka-aineiden sekä ruoan hintojen nopea nousu jatkui, samalla kun markkinakorot kohosivat voimakkaasti. Näiden yhteisvaikutuksena kuluttajien luottamus, kotitalouksien ostovoima ja -kulutus laskivat. Pandemiaan liittyviä rajoituksia Euroopassa kuitenkin lievennettiin ja lopulta poistettiin, mikä toisaalta piristi toimintaa palvelualoilla.

Suomen ja muiden Alma Median toimintamaiden kansantalouksissa odotetaan kasvuvauhdin hiipuvan selvästi vuonna 2023, joissakin maissa odotetaan jopa taantumaa.

Euroopan keskuspankki EKP arvioi joulukuussa talouskasvun olleen vuonna 2022 euroalueella keskimäärin 3,4 %, mutta hidastuvan vain 0,5 prosenttiin vuonna 2023. Se arvioi BKT:n supistuvan hienoisesti sekä vuoden 2022 viimeisellä neljänneksellä että vuoden 2023 ensimmäisellä neljänneksellä, kun sodan aiheuttamat häiriöt energiantuonnissa ovat jatkuneet kaikkialla taloudessa. Taloudellinen toiminta alkaa EKP:n mukaan taas elpyä vuoden 2023 jälkipuoliskolla, mikäli tilanne energiamarkkinoilla vakaantuu, toimintahäiriöt väistyvät, reaalitytot kohenevat ja vientikysyntä vahvistuu.

EKP ennusti keskimääräisen vuotuisen inflaatiiovauhdin olleen 8,4 % viime vuonna, hidastuvan 6,3 %:iin tänä vuonna ja edelleen 3,4 %:iin vuonna 2024.

Markkinatilanne päämarkkina-alueilla

Kantar TNS:n mukaan joulukuussa mainonnan määrä laski 6,8 %:a vuoden 2021 joulukuuhun verrattuna ja tammi-joulukuussa se kasvoi 0,4 %:a edellisvuoteen verrattuna.

Tammi-joulukuussa mainosmyynti laski painetuissa sanomalehdissä 7,2 prosenttia, aikakauslehdissä 11,3 %, mutta kasvoi verkkomediassa 4,5 %. Toimialoista mediamainontansa lisäsivät vuonna 2022 eniten matkailun ja liikenteen, telepalveluiden, finanssialan ja vähittäiskaupan mainostajat. Merkkimainonta laski joulukuussa 8,3 prosenttia, vähittäiskaupan mainonta 3,7 %, luokiteltu ilmoittelu 7,9 % ja avoimien työpaikkojen ilmoittelu 26,6 %.

Iltapäivälehtien kappalemääräinen markkina laski 7,7 prosenttia vuoden 2022 viimeisellä vuosineljänneksellä.

Autoalan Tiedotuskeskuksen mukaan vuosi 2022 oli poikkeuksellinen automarkkinoilla. Pitkittynyt ja moniin tuoteosiin laajentunut komponenttipula jarrutti erityisesti henkilöajoneuvorekisteröintien määrän historiallisen alas. Talouden synkentyneet näkymät, nousut korkotaso ja inflaatio sekä heikentynyt ostovoima leikkasivat uusien autojen tilauksia. Uusia henkilöautoja rekisteröitiin vuonna 2022 yhteensä 81 698, mikä on 17,0 prosenttia vähemmän kuin vuonna 2021. Autoalan Tiedotuskeskuksen mukaan käytettyjen autojen kaupassa liikkui yhteensä noin 570 000 henkilöautoa, mikä on noin 11 prosenttia edellisvuotta vähemmän.

Kiinteistövälitysalan keskusliiton mukaan edelliseen menestysvuoteen 2021 verrattuna asuntoja myytiin vuonna 2022 21,3 prosenttia vähemmän. Käytettyjen asuntojen kauppa laski 17,5 % ja uusien asuntojen 46,7 %. Keskimäärin asuntojen hinnat kävivät lähivuosien huipputasoillaan alkuvuonna, mutta kääntyivät loppuvuonna selvään laskuun.

Suomen lisäksi Alma Median päämarkkinamaat ovat Tšekki ja Slovakia itäisessä Keski-Euroopassa. **Euroopan Komissio** on julkaissut viimeisimmät ennusteensa BKT:n kehityksestä 13.2.2023. Sen mukaan Suomen BKT:n kasvuvauhti oli vuonna 2022 2,0 %:a ja se hidastuisi tänä vuonna 0,2 %:iin, Tšekin 2,5 %:n vauhti tippuisi 0,1 %:iin ja Slovakiassa 1,7 % vaihtuisi 1,5 %:n kasvuvauhtiin.

Komissio arvioi Suomen työttömyysasteeksi 7,2 prosenttia, Tšekin 3,3 %:a ja Slovakian 6,4 %:a vuonna 2023.

Näkymät vuodelle 2023

Alma Media arvioi vuoden 2023 liikevaihdon ja oikaistun liikevoiton olevan vuoden 2022 tasolla tai laskevan vuodesta 2022. Vuoden 2022 liikevaihto oli 308,8 milj. euroa ja oikaistu liikevoitto 73,4 milj. euroa.

Näkymien taustalla on arvio, jonka perusteella yhtiön liikevaihto ja liikevoitto laskevat vuoden alkupuoliskolla mainosmyynnin laskun ja rekrytointiliiketoiminnan kasvaneiden kustannusten johdosta. Kansantalouden näkymien odotetaan parantuvan vuoden toisella puoliskolla. Arvioimme rekrytointipalveluiden kysynnän säilyvän vahvana ja mainosmyynnin elpävän vuoden aikana. Yhtiön käynnistämät toiminnan tehostamistoimet parantavat kannattavuutta jälkimmäisellä puoliskolla.

Toimitusjohtajan katsaus: Liikevaihto vertailukauden tasolla viimeisellä vuosineljänneksellä

Alma Median liiketoiminta kehittyi viimeisellä vuosineljänneksellä Venäjän hyökkäyssodan aiheuttamista häiriöistä huolimatta kohtalaisesti. Liikevaihto kasvoi 1,0 %:a 78,7 milj. euroon ja oikaistu liikevoitto laski 2,0 %:a 15,2 milj. euroon. Ilman myytyjä liiketoimintoja orgaaninen kasvu oli viimeisellä neljänneksellä 3,2 %:a ja koko vuoden 2022 osalta 12,8 %. Koko vuoden 2022 liikevaihto (+12,1 %) ja oikaistu liikevoitto (+20,2 %) kasvoivat selvästi viime vuodesta.

Alma Career -segmentin vuosineljännes oli jälleen vahva. Rekrytointipalveluiden vilkkaana jatkunut kysyntä nosti liikevaihtoa 13,7 %:a 27,4 milj. euroon. Oikaistu liikevoitto kasvoi 3,0 %:a 8,4 milj. euroon, 30,8 %:iin liikevaihdosta.

Rekrytointipalveluiden kysyntä jatkui vahvana Tšekissä, Slovakiassa ja Kroatiassa. Edelleen vireänä pysyneen rekrytointimarkkinan taustalla on voimakas kilpailu ammattitaitoisesta työvoimasta. Matala työttömyysaste keskeisissä toimintamaissamme vahvistaa myös kysyntää lisäarvopalveluillemme. Suomessa avasimme lokakuun lopussa uuden työnhakupalvelun, Joblyn.

Sisäistä yhteistyötä syventävä Career United -hanke eteni suunnitellusti, mikä auttaa myös hillitsemään kulluskasvua jatkossa. Neljännen vuosineljänneksen kulujen kasvun (18,4 %) taustalla ovat vuoden 2022 aikana toteutetut lisäykset ICT- ja myyntihenkilöstöön.

Asiakaslaskutus on pysynyt vahvalla tasolla, ja odotamme liikevaihdon kasvun jatkuvan myös seuraavan vuosineljänneksen aikana, vaikka erityisesti Suomessa ja Baltian maissa on näkynyt jo merkkejä kysynnän hidastumisesta.

Alma Consumer -segmentissä liikevaihto pysyi vertailukauden tasolla (-0,3 %) 26,8 milj. eurossa. Oikaistu liikevoitto laski 12,3 %:a 5,8 milj. euroon, 21,8 % liikevaihdosta. Digiliiketoiminnan osuus liikevaihdosta oli 82,6 %. Media- ja mediallysten palveluiden liikevaihto laski 1,8 %:a. Suunnitellut panostuksemme erityisesti palveluiden kehityksessä markkinapaikka- ja vertailupalveluissa jatkuivat.

Jännitteinen geopolitiikka ja sotautiset ovat pitäneet kansalaisten uutiskysynnän ja medioiden käytön korkeana. Myös maksullisen Iltalehti Plus -palvelun kysyntä kehittyi edelleen suotuisasti. Nyt tilaajia on 40 000.

Asumisen liiketoiminta-alueen liikevaihto kasvoi vaikeasta markkinatilanteesta huolimatta neljännellä vuosineljänneksellä 4,8 %:a. Kasvuun vaikutti luokitellun ilmoittelun kasvu Etuovi.com-palvelussa.

Autoilun toimialan globaalit ongelmat tuotantoketju- ja komponenttipulasta johtuvine haasteineen jarruttivat segmentin liiketoiminnan kasvua. Lisäksi kuluttajien lisääntynyt epävarmuus nousseiden energiahintojen, inflaation ja markkinakorkojen takia heijastui asumisen ja autoilun markkinapaikkoihin ja -mainontaan enemmän kuin aiempina vuosineljänneksillä. Ilmoitimme lanseeraavamme kuluttajien ja autokauppojen välille digitaalisen käytettyjen autojen huutokaupan vuoden 2023 ensimmäisellä vuosineljänneksellä.

Alma Talent -segmentin vertailukelpoinen liikevaihto ilman keväällä myytyä Baltian telemarkkinointiliiketoimintaa laski 4,0 prosenttia. Uudet pörssilistautumiset olivat vähissä ja markkinatilanne oli talousmedialle vaikea, vaikka pörssikurssit hieman korjasivatkin ylöspäin syyskuun pohjistaan. Segmentin vahva digitaalinen transformaatio jatkui digitaalisen liiketoiminnan osuuden ollessa lähes 60 %:a liikevaihdosta. Oikaistu liikevoitto oli 20,5 %:a liikevaihdosta. Se laski vertailukaudesta 1,5 %:a 5,1 milj. euroon. Kannattavuutta nosti pienentyneet kulut (-10,9 %).

Strategisesti tärkeä onnistuminen oli Alma Talent Palveluiden jatkuvalaskutusteisten palveluiden 15,2 %:n kasvu muun muassa yritystiedon, juridiikan palveluiden ja toimitilamarkkinapaikkojen liikevaihdon kasvaessa.

Alma Media hyvässä asemassa kohti vuotta 2023

Rahoitusasemamme on vahvistunut suunnitellusti vahvan tuloskehityksen ja kassavirran myötä. Velkaantumistasemme (gearing) oli vuoden viimeisen vuosineljänneksen lopulla 69,3 prosenttia ja omavaraisuusasteemme 45,8 prosenttia.

Venäjän hyökkäyssota Ukrainaan on hidastanut talouskasvua Alma Median toimintamaissa: inflaatio on kiihtynyt, markkinakorot ovat nousseet, kuluttajien luottamus omaan talouteen on heikentynyt selvästi ja geopolitiittiset jännitteet ovat lisääntyneet. Näistä huolimatta Alma Median taloudellinen kehitys on ollut vahvaa ja suorituskyky erinomainen.

Jatkamme tulevan kasvun rakentamista jatkuvalla toiminnan kehittämällä ja uusia avauksia tekemällä. Markkinapaikka- ja palveluliiketoiminnan osalta kehitysasteemme vievät kohti kehittyneempiä digitaalisia kaupankäyntialustoja. Ostoprosessien digitalisoituessa haluamme auttaa asiakkaitamme asioimaan vaivatta ja sujuvasti digitaalisilla alustoilla ja tarjota lisäpalveluita asiointiprosessin eri vaiheissa.

Kai Telanne

Toimitusjohtaja

Strategian toteuttaminen katsauskauden aikana

Viime vuosien digitaaliseen transformaatioon perustuva strategia on ollut onnistunut: yhtiön liikevaihdosta suurin osa tulee digitaalisista lähteistä ja digitaalisen liiketoiminnan osuus on jo ylittänyt 80 %:a. Markkinapaikka-liiketoiminnan osuus liikevaihdosta on lähes puolet, medialiiketoiminnan osuus noin kolmannes ja palveluiden osuus noin viidennes. Medialiiketoiminnassa jatkuu digitaalinen transformaatio painetusta mediasta digitaaliseen mediaan. Markkinapaikka- ja palveluliiketoiminnan osalta kehitysaskleet etenevät seuraavalle tasolle ja kohti kehittyneempiä kaupankäyntialustoja.

Digitalisaation trendi jatkuu ja sitä ohjaa teknologian kehitys ja kuluttajakäyttäytymisen muutos. Digitaalinen liiketoiminta kehittyä vastaamaan palvelujen käyttäjien odotuksia. Kilpailutilanne kiristyy edelleen, kun yhä useammat kansainväliset teknologiajätit ja uudet, markkinaa disruptoivat toimijat haastavat paikalliset toimijat. Alma Media valmistautuu markkinoiden muutoksiin ja jatkaa strategian kolmen painopisteen toteuttamista:

1) digitaalinen transformaatio

2) digitaalisen liiketoiminnan kasvu

3) kansainvälistyminen.

Tavoitteenamme on vahvistaa nykyistä liiketoimintaamme rekrytoinnin, ammattimedian ja -palvelujen sekä kuluttajamedian ja -palveluiden alueilla. Käyttäjien kiinnostus asiointiin ja kaupankäyntiin verkossa kasvaa, myös kotitalouksien suurempien hankintojen osalta. Ostoprosessien digitalisoituessa otamme strategisen askeleen kehittääksemme markkinapaikkamme luokitellun listausilmoittelun palveluista kehittyneiksi digitaalisiksi alustoiksi. Tavoitteena on auttaa sekä loppukäyttäjiamme että B2B-kumppaneitamme asiomaan vaivatta ja sujuvasti verkossa ja tarjota lisäpalveluita asiointiprosessin eri vaiheissa.

Esimerkkejä näistä uusista palveluista ovat liikkumisen osalta muun muassa autokaupan dokumentaatio ja maksaminen sähköisesti, älypuhelimella hoituvat Helpot Kaupat -malli ja 2023 ensimmäisellä vuosineljänneksellä aloitettava digitaalinen käytettyjen autojen huutokauppa. Asumisen osalta vastaavia esimerkkejä ovat muun muassa OviPro-palvelukokonaisuus, sähköiset työkalut asuntokaupan kaikkiin vaiheisiin sekä Asuntoneuvos, eli vuokrasuhteen digitalisoinnin työkalut ja ajantasainen markkinatieto asuntosijoittamisen tueksi.

Haemme markkinajohtajuutta rekrytoinnin, asumisen ja kiinteistöjen sekä autoilun ja liikkumisen alueilla.

Monipuolistamme tulovirtoja nykyisillä palvelualueilla ja täydennämme tarjontaamme uusilla, synergiaa tuottavilla palveluilla. Jatkamme rekrytointiliiketoimintojemme kansainvälistymispolkua ja etsimme myös uusia mahdollisuuksia nykyisiltä markkinoilta. Kasvua vauhditetaan organisen kehityksen lisäksi yritysostoilla.

Tehokas reagointi kiristyvään kilpailuun ja muuttuvaan toimintaympäristöön edellyttää aktiivista yhteistyötä ja tiedon jakamista konsernin ja toimialojen sisällä. Olemme käynnistäneet Career United -integraatioprojektin, jonka tavoitteena on vauhdittaa kasvua ja innovaatioita sekä turvata Alma Career -liiketoimintojen markkina-asetat johtavina rekrytointipalveluina. Segmenttien ja liiketoimintojen välinen yhteistyö Suomessa jatkuu ja synergiaetuja haetaan yhteisestä mainosmyynnistä, data- ja teknologiaosaamisesta sekä yleisökehityksestä.

Talouskasvu hidastuu toimintamaissamme

Ukrainan sota on vaikeuttanut talouden kehitystä koko Euroopassa. Toimintamaidemme talouskasvun odotetaan hidastuvan ja joissakin maissa odotetaan jopa taantumaa vuonna 2023. Myös geopoliittiset riskit ovat kasvaneet toiminta-alueillamme. Poliittiseen ja taloudelliseen kehitykseen liittyy merkittävää epävarmuutta, ja ennustaminen on vaikeaa.

Vaikka pitkän aikavälin trendit, kuten digitalisaatio, tukevat liiketoimintamme kehitystä koko strategiakauden 2023 - 2025 ajan, yhtiö varautuu epävarmuuden aikaan ja heikentyvän talouskasvun erilaisiin skenaarioihin huolellisella suunnittelulla ja riskienhallinnalla.

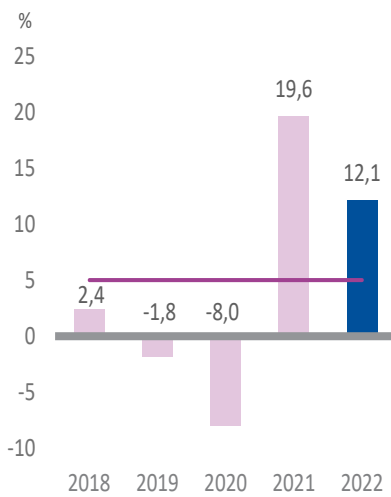
Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet

Alma Median hallituksen asettamat konsernin pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet liittyvät liiketoiminnan kasvuun, kannattavuuteen ja vakavaraisuuteen. Ne perustuvat näkemykseemme toimintaympäristön muutoksista, kilpailutilanteesta ja transformaatiostrategian etenemisestä.

Pitkän aikavälin taloudelliset tavoitteet ovat:

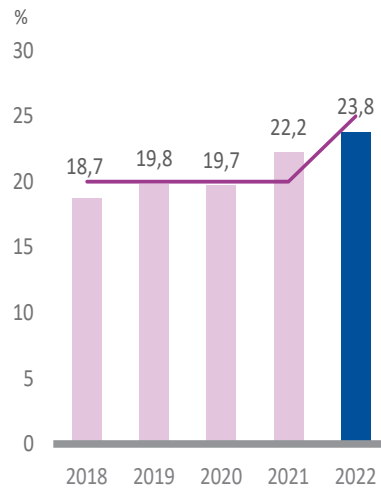
- Kasvu: liikevaihdon vuosittainen kasvu yli 5 prosenttia
- Kannattavuus: oikaistu liikevoittomarginaali yli 25 prosenttia
- Vakavaraisuustavoite: nettovelan suhde käyttökatteeseen alle 2,5

Liikevaihdon kasvu



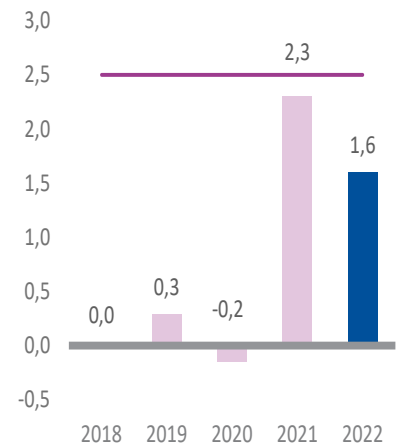
■ Toteuma
— Tavoitetaso

Oikaistu liikevoittomarginaali



■ Toteuma
— Tavoitetaso

Nettovelan ja käyttökateen suhde*



■ Toteuma
— Tavoitetaso, maksimi

* Oikaistu käyttökate 12kk rullaava.

Vastuullisuus

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 tasa-arvoisemmaksi ja enemmän monimuotoisuutta ja sosiaalista osallistamista edistäväksi.

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 vastuullisuuteen pohjautuvan uuden liiketoiminnan luominen. Yhtiö toimii vastuullisesti uusien tuotteidensa ja palveluidensa kehittämisessä ja pyrkii ennaltaehkäisemään kaikki vakavat tietoturvaloukkaukset.

Alma Median syksyllä 2021 päivitetyn vastuullisuusohjelman vuodelle 2022 asetetut vastuullisuustavoitteet ovat myös osa henkilöstön kannusteperusteita. Tavoitteiden mukaan yhtiön tuli raportointivuoden aikana:

- vähentää 4,3 prosenttia omasta toiminnasta syntyviä kasvihuonepäästöjä (Scope 1 ja Scope 2). Merkittävin osa yhtiön oman toiminnan kasvihuonekaasupäästöistä syntyy toimitilojen energiankulutuksesta sekä työsuhteautoista.
- vähentää 1,2 prosenttia Alma Median alihankintaketjussa syntyviä kasvihuonekaasupäästöjä (Scope 3). Merkittävimmät ilmastovaikutukset alihankintaketjussa liittyvät lehtien painamiseen ja jakeluun.
- varmistaa, että Alma Median ilmastotavoitteet ovat Science Based Targets -organisaation hyväksymät ja linjassa ilmaston lämpenemiselle asetetun 1,5 celsiusasteen tavoitteen kanssa.
- saavuttaa vähintään 83 % -taso henkilöstön työelämän laatua mittaavassa QWL (Quality Work Life) -indeksissä.
- huolehtia, että henkilöstöstä 100 %:a on suorittanut yhtiön eettisen ohjeistuksen verkkokoulutuksen.

- sitouttaa vähintään puolet (50 %) merkittävimmistä alihankkijoista suorittamaan yhtiön eettinen ohjeistus.
- olla julkaisematta Kansainvälisen Kauppakamarin markkinointisääntöjä rikkovaa mainontaa.
- minimoida yhtiön medioille Julkisen sanan neuvoston (JSN) toimesta asetettujen langettavien päätösten määrä enintään viiteen langettavaan päätökseen.
- ehkäistä vakavat tietosuojarikkomukset, joista yhtiölle syntyisi taloudellinen korvausvelvoite.

Alma Media saavutti vastuullisuustavoitteensa vuodelta 2022 lukuunottamatta alihankintaketjun Scope 3 -päästöjä. Päästöjen kasvu johtui lisääntyneistä hankinnoista liittyen mm. lehtien painoon ja jakeluun sekä kasvaneesta panostuksista digitaalisten palveluiden kehittämiseen. Scope 3 -päästöissäkin yhtiö pysyi kuitenkin pitkän aikavälin, vuoteen 2030 ulottuvan tavoitetaso, alenevala trendillä.

Vastuullisuustoimien eteneminen katsantokaudella

- Alma Media jatkoi alihankkijoidensa sitouttamista yhtiön uuteen eettiseen ohjeistukseen. Supplier Code of Conduct -koulutukseen osallistui vuosineljänneksen loppuun mennessä 73 prosenttia yhtiön merkittävimmistä alihankkijoista.
- Toimitilojen tilankäytön tehostamistoimenpiteitä jatkettiin koko yhtiössä. Tavoitteena ovat pienemmät neliömäärät ja sitä kautta pienemmät energiasta syntyvät päästöt.
- Alma Median Quality Work Life (QWL) -indeksin tulos koko henkilöstön keskuudessa ylsi tavoitteeseensa (83,1 %).

Ympäristövastuu:	Sosiaalinen vastuu	Hyvä hallintotapa
• CO2-päästöjen minimointi	• Vastuullinen media, journalismi ja markkinointi	• Korruption, lahjonnan ja ihmisoikeusloukkausten ehkäisy
	• Henkilöstön sitoutuminen ja korkea työelämän laatu	• Vakavien tietosuojarikkomusten ja tietoturvaloukkausten ehkäisy
TAVOITE 2030: Oman toiminnan kasvihuonekaasupäästöjen 46 % ja alihankintaketjun 14 % vähentäminen	TAVOITE 2022: Julkisen sanan neuvoston asetamat langettavat päätöksen medialle <5	TAVOITE 2022: 100 % Alma Median henkilöstöstä on suorittanut eettisen ohjeistuksen (Code of Conduct) valmennuksen
TAVOITE 2022: Oman toiminnan kasvihuonekaasupäästöjen 4,3 % ja alihankintaketjun 1,2 % vähentäminen vuosittain	TAVOITE 2022: Yhtiö ei julkaise kansainvälisen kauppakamarin hyvää markkinointitapaa rikkovaa mainontaa	TAVOITE 2022: 50 % keskeisimmistä alihankkijoista on sitoutunut yhtiön eettisen ohjeistuksen noudattamiseen
	TAVOITE 2022: Työelämän laatu -indeksi (QWL) yli 83 %	JATKUVA TAVOITE: Yhtiön palveluissa ei esiinny vakavia tietosuojarikkomuksia tai tietoturvaloukkauksia

Konsernin tunnuslukuja

Tuloslaskelma

milj. euroa	2022	2021	Muutos	2022	2021	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Liikevaihto	78,7	78,0	1,0	308,8	275,4	12,1
Markkinapaikat	35,8	32,5	10,3	144,6	116,4	24,2
Media	28,6	29,4	-2,8	107,8	101,9	5,8
- josta digitaalista	61,4 %	59,5 %		60,6 %	56,9 %	
Palveluliikevaihto	14,3	16,1	-11,2	56,3	57,1	-1,3
- josta digitaalista	70,2 %	62,2 %		71,8 %	65,7 %	
Digiliiketoiminnan liikevaihto	63,1	60,0	5,2	249,7	212,1	17,7
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	80,1	76,9		80,9	77,0	
Oikaistut kokonaiskulut	63,5	62,6	1,5	235,7	215,6	9,3
Oikaistu käyttökate	19,6	20,2	-3,0	90,6	77,8	16,5
Käyttökate	19,3	20,2	-4,3	97,2	73,5	32,3
Oikaistu liikevoitto	15,2	15,5	-2,0	73,4	61,1	20,2
% liikevaihdosta	19,4	19,9		23,8	22,2	
Liikevoitto/-tappio	15,0	15,5	-3,7	80,0	56,8	40,9
% liikevaihdosta	19,0	19,9		25,9	20,6	
Tilikauden tulos ennen veroja	18,6	16,0	16,3	86,4	56,3	53,4
Tilikauden tulos	16,3	11,8	37,4	71,9	44,3	62,4

Tase

milj. euroa	2022	2021	Muutos	2022	2021	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Varat				495,2	518,4	-4,5
Nettovelat				142,6	181,8	-21,5
Korolliset velat				172,7	233,7	-26,1
Korottomat velat				116,6	118,2	-1,3
Investoinnit yhteensä	5,7	3,0	88,2	18,3	247,1	-92,6
Omavaraisuusaste %				45,8	34,7	31,7
Gearing %				69,3	109,2	-36,5

Henkilöstö

	2022	2021	Muutos	2022	2021	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	1 687	1 591	6,1	1 679	1 549	8,4
Telemarkkinoijat keskimäärin	142	332	-57,2	196	337	-41,8

Tunnuslukuja

	2022	2021	Muutos	2022	2021	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	37,1	32,9	12,5	38,6	23,9	61,9
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	19,0	13,1	44,2	18,9	14,3	32,6
Tulos/osake, EUR laimentamaton	0,20	0,14	37,8	0,88	0,53	65,0
Tulos/osake, EUR laimennettu	0,19	0,14	38,2	0,86	0,52	65,5
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,21	0,30	-28,2	0,96	0,92	4,8
Oma pääoma/osake				2,48	1,99	25,0
Osinko/osake ***				0,44	0,35	
Efektiiivinen osinkotuotto%				4,7	3,2	
Hinta/voittosuhte P/E				10,7	20,4	
Markkina-arvo ****				774,4	891,4	13,1
Osakkeiden lkm ka. laimentamaton (YTD)	82 185	82 213		82 185	82 213	
Osakkeiden lkm ka. laimennettu (YTD)	83 706	83 991		83 706	83 991	
Osakemäärä kauden lopussa (1000 osaketta)	82 383	82 383		82 383	82 383	

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

** Yhtiö on vuoden 2022 aikana hankkinut omia osakkeita 426 462 kpl ja luovuttanut 398 481 kpl. Yhtiön hallussa olevat omat osakkeet katsauskauden lopussa 198 391 kpl.

*** 2022: Hallituksen ehdotus yhtiökokoukselle

**** Sisältää myös yhtiön hallussa olevat omat osakkeet.

Liikevaihto

Loka–joulukuu 2022

Alma Median liikevaihto oli edellisvuoden tasolla 78,7 (78,0) milj. euroa. Myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli -1,7 milj. euroa. Ilman myytyjä liiketoimintoja orgaaninen kasvu oli 3,2 prosenttia. Liikevaihdon kasvuun orgaanisesti vaikutti erityisesti rekrytointiliikevaihdon kasvu itäisessä Keski-Euroopassa.

Vuosi 2022

Alma Median liikevaihto kasvoi 12,1 prosenttia 308,8 (275,4) milj. euroon. Hankittujen ja myytyjen liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli -1,0 milj. euroa. Ilman myytyjä ja hankittuja liiketoimintoja orgaaninen kasvu oli 12,8 %:a. Liikevaihdon kasvuun vaikuttivat rekrytointikysynnän voimakas kasvu, yritysostot sekä digimainonnan kasvu.

Liikevaihto

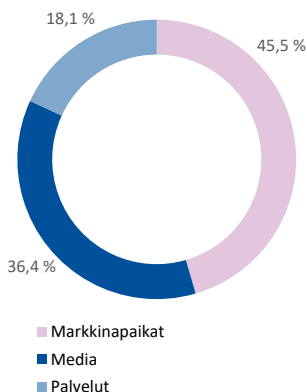
milj. euroa	2022	2021	Muutos	2022	2021	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Alma Career	27,4	24,1	13,7	109,8	82,2	33,6
Alma Consumer	26,8	26,9	-0,3	104,1	94,5	10,2
Alma Talent	25,0	27,5	-9,1	96,5	99,7	-3,2
Segmentit yhteensä	79,2	78,5	0,9	310,4	276,4	12,3
Kohdistamattomat toiminnot ja eliminoinnit	-0,5	-0,5	-5,6	-1,6	-0,9	-69,7
Yhteensä	78,7	78,0	1,0	308,8	275,4	12,1

Liikevaihdon maantieteellinen jakauma

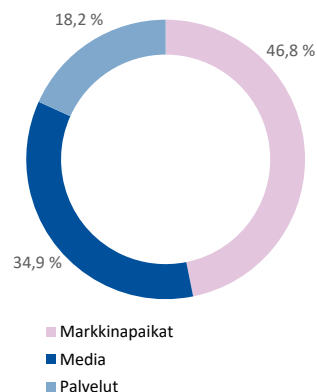
(milj. euroa)	2022	2021	Muutos	2022	2021	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Suomi	51,3	52,7	-2,7	197,9	188,1	5,2
Muut maat	27,5	25,3	8,6	110,9	87,3	27,1
Konserni yhteensä	78,7	78,0	1,0	308,8	275,4	12,1

* Liikevaihdon maantieteellinen jakauma on esitetty liiketoimintayksiköiden sijaintimaan mukaan.

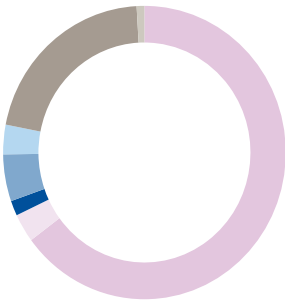
Liikevaihdon jakauma 10-12/2022



Liikevaihdon jakauma 1-12/2022

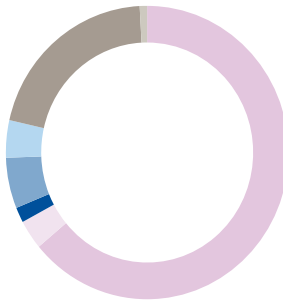


Liikevaihdon maantieteellinen jakauma 10-12/2022



Suomi, 65 % (-2,6%)
Kroatia, 3 % (19,9%)
Ruotsi, 2 % (10,4%)
Slovakia, 5 % (19,7%)
Baltia, 3 % (-39,6%)
Tšekki, 21 % (20,7%)
Muut, 1 % (8,7%)

Liikevaihdon maantieteellinen jakauma 1-12/2022



Suomi, 64 % (5,2%)
Kroatia, 3 % (41,8%)
Ruotsi, 2 % (10,3%)
Slovakia, 6 % (32,4%)
Baltia, 4 % (-13,0%)
Tšekki, 21 % (38,6%)
Muut, 1 % (28,2%)

Tulos

Loka-joulukuu 2022

Oikaistu liikevoitto oli 15,2 (15,5) milj. euroa, 19,4 % (19,9 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 15,0 (15,5) milj. euroa, 19,0 % (19,9 %) liikevaihdosta. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleen järjestelyihin. Vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Kokonaiskulut kasvoivat viimeisellä vuosineljänneksellä 1,5 milj. euroa. Kuluja kasvattivat panostukset digitaalisen liiketoiminnan kehitykseen ja henkilöstöön. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 4,3 (4,6) milj. euroa. Loka-joulukuun tulos oli 16,2 (11,8) milj. euroa. Osakekohtainen tulos oli 0,20 (0,14) euroa per osake. Osakekohtaista tulosta parantaa rahoituseriin kirjattu kauppahintavelkojen 4,0 milj. euron käyvän arvon muutos.

Vuosi 2022

Oikaistu liikevoitto oli 73,4 (61,1) milj. euroa, 23,8 % (22,2 %) liikevaihdosta. Liikevoitto oli 80,0 (56,8) milj. euroa, 25,9 % (20,6 %) liikevaihdosta. Vuoden 2022 oikaistut erät muodostuivat liiketoiminnan myynneistä aiheutuneista myyntivoitoista, osakkuusyhtiö Bolt Group Oy:n osakkeiden myynnistä sekä toiminnan uudelleen järjestelyistä. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät myyntivoittoihin ja -tappioihin sekä yrityshankintojen transaktiokuluihin.

Kokonaiskulut kasvoivat 7,2 % 236 milj. euroon. Kulujen kasvu liittyi yritysostoihin sekä digitaalisen liiketoiminnan kehityspanosten kasvuun ja markkinointi- ja henkilöstökuluihin. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 17,2 (16,7) milj. euroa. Vuoden 2022 tulos oli 71,9 (44,3) milj. euroa. Osakekohtainen tulos oli 0,88 (0,53) euroa per osake.

Oikaistu liikevoitto/-tappio

milj. euroa	2022	2021	Muutos	2022	2021	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Alma Career	8,4	8,2	3,0	42,5	30,0	41,7
Alma Consumer	5,8	6,7	-12,3	24,4	23,9	1,8
Alma Talent	5,1	5,2	-1,5	19,7	20,6	-4,0
Segmentit yhteensä	19,4	20,0	-3,2	86,6	74,5	16,2
Kohdistamattomat toiminnot	-4,2	-4,5	7,6	-13,2	-13,4	1,6
Yhteensä	15,2	15,5	-2,0	73,4	61,1	20,2

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	2022	2021	2022	2021
	10—12	10—12	1—12	1—12
Alma Career				
Uudelleenjärjestelykulut	-0,2		-0,2	
Myyntivoitot ja -tappiot			6,2	
Alma Consumer				
Myyntivoitot ja -tappio			0,2	
Liiketoimintojen hankinnoista syntyneet tulosvaikutteiset erät				-0,4
Alma Talent				
Uudelleenjärjestelykulut	-0,1		-0,1	
Myyntivoitot ja -tappiot	0,0		0,5	-0,0
Kohdistamattomat				
Myytujen ja hankittujen liiketoimintojen transaktiokulut				-4,1
Myyntivoitot ja -tappio				0,2
Liikevoiton oikaistut erät	-0,3		6,6	-4,3
Oikaistut erät tuloksessa ennen veroja	-0,3		6,6	-4,3

Liikevoitto/-tappio

milj. euroa	2022	2021	Muutos	2022	2021	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Alma Career	8,2	8,2	0,6	48,5	30,0	61,5
Alma Consumer	5,8	6,7	-12,3	24,6	23,5	4,5
Alma Talent	5,1	5,2	-2,8	20,1	20,5	-2,0
Segmentit yhteensä	19,1	20,0	-4,5	93,2	74,1	25,8
Kohdistamattomat toiminnot	-4,2	-4,5	7,6	-13,2	-17,3	23,6
Yhteensä	15,0	15,5	-3,7	80,0	56,8	40,9

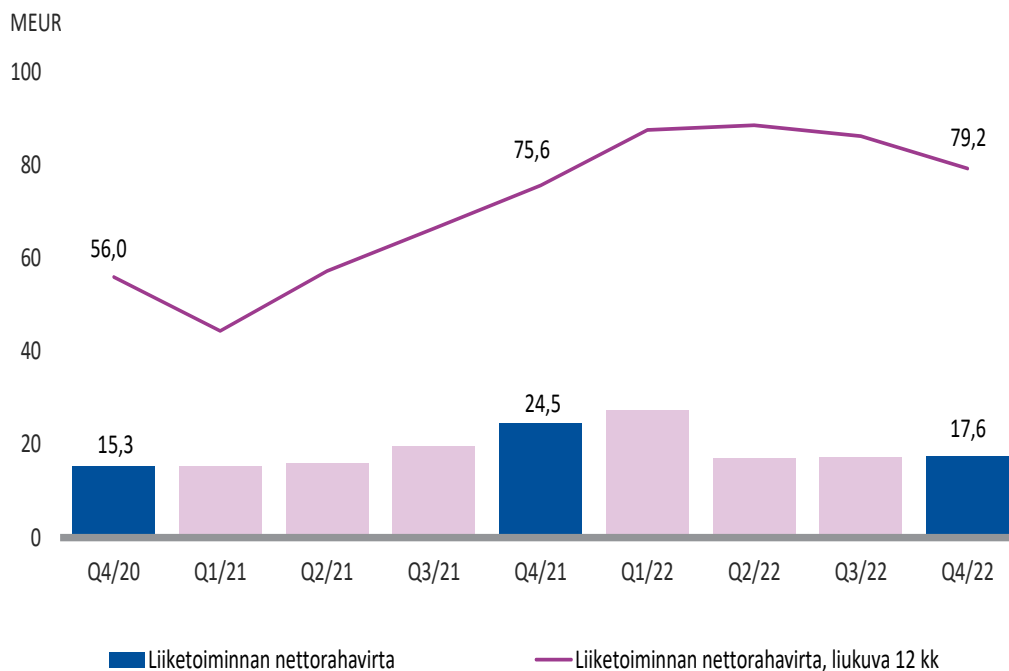
Tase ja rahoituslaskelma

Taseen loppusumma oli joulukuun 2022 lopussa 495,2 (518,4) milj. euroa. Omavaraisuusaste oli joulukuun lopussa 45,8 % (34,7 %) ja oma pääoma osaketta kohden 2,48 (1,99) euroa.

Liiketoiminnan rahavirta loka–joulukuussa oli 17,6 (24,5) milj. euroa. Liiketoiminnan rahavirta laski vertailukaudesta käyttöpääoman kasvun sekä korkeampien maksettujen verojen johdosta. Investointien jälkeen rahavirta ennen rahoitusta oli loka–joulukuussa 15,8 (23,6) milj. euroa.

Liiketoiminnan rahavirta vuonna 2022 oli 79,2 (75,6) milj. euroa. Liiketoiminnan rahavirta parani edellisestä vuodesta liiketoiminnan kasvaneen tuloksen myötä huolimatta käyttöpääoman kasvusta. Investointien jälkeen rahavirta ennen rahoitusta oli vuonna 2022 76,2 (-162,3) milj. euroa.

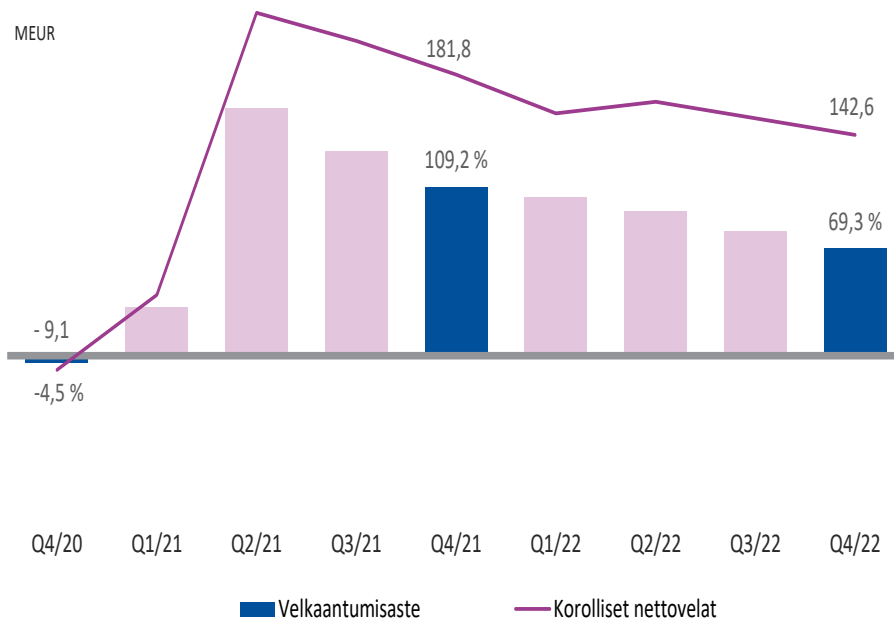
Liiketoiminnan nettorahavirta, MEUR



Korolliset nettovelat

(milj. euroa)	2022	2021	2022	2021
	10—12	10—12	1—12	1—12
Korolliset pitkäaikaiset velat	163,7	226,8	163,7	226,8
IFRS16-leasingvelat	23,7	26,8	23,7	26,8
Rahoituslaitoslainat	140,0	200,0	140,0	200,0
Lyhytaikaiset korolliset velat	9,0	7,0	9,0	7,0
IFRS16-leasingvelat	7,0	7,0	7,0	7,0
Yritystodistukset	2,0	0,0	2,0	0,0
Rahavarat	30,0	51,9	30,0	51,9
Korolliset nettovelat	142,6	181,8	142,6	181,8

Korolliset nettovelat ja velkaantumisaste



Alma Media sopi joulukuussa 2021 uuden 200 milj. euron rahoituslainajärjestelyn. Sillä korvattiin käytössä ollut väliaikainen ja yrityshankintoja varten otettu rahoitusso-
pimus. Uudella sopimuksella on 36 kuukauden maturi-
teetti. Vuoden 2022 aikana pitkäaikaista lainaa lyhennet-
tiin 60 milj. euroa.

Lisäksi uuteen rahoituspakettiin kuuluu myös 30 milj. euron luottolimiittisopimus ("RCF"). Uutta luottolimiit-
tiä käytetään konsernin yleisiin rahoitustarpeisiin ja
31.12.2022 se oli kokonaan käyttämättä. Luottolimiitin ma-
turiteetti on 48 kuukautta. Rahoitusjärjestelyyn sisältyvät
tavanomaiset rahoituskovenanttiehdot koskien omava-
raisuusastetta ja nettovelan suhdetta käyttökatteeseen.
Konserni täytti asetetut kovenanttiehdot 31.12.2022.

Alma Medialla on 100 milj. euron yritystodistusohjelma
Suomessa. Yritystodistusohjelmasta oli 2 milj. euroa käy-
tetty 31.12.2022.

Alma Medialla oli vuoden 2022 lopussa korollisia velkoja
yhteensä 172,7 (233,7) milj. euroa. Korollinen nettovelka
oli 142,6 (181,8) milj. euroa.

Alma Medialla oli yritysjärjestelyiden yhteydessä syn-
tyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia
rahoitusvaroja 0,2 miljoonaa euroa ja käypään arvoon
tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvelkoja 9,9 milj.
euroa.

Yhtiö allekirjoitti joulukuussa 2021 korkojohdannaisopi-
muksen. Tämä sopimus on luonteeltaan kahden vuoden
päästä alkava neljän vuoden kiinteä korkosopimus. Joh-
dannaisen nimellisarvo on 50 milj. euroa ja siitä vuonna
2022 syntynyt 5,2 milj. euron positiivinen käyvän arvon
muutos on kirjattu rahoitustuottoihin.

Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2022

Joulukuussa 2021 Alma Median tytäryhtiö Alma Media Suomi Oy sopi kaupasta, jolla se myi treffipalvelu E-kontaktin City Digital -konsernille. Liiketoiminta siirtyi uudelle omistajalle 11.2022. Kaupasta muodostui 0,2 milj. euron myyntivoitto.

Alma Media Oyj:n tytäryhtiö Alma Career Oy sai päätökseen suomalaisen työvoiman vuokrausta harjoittavan Bolt Group Oy:n vähemmistöosuuden myymisen. Kauppa julkistettiin 18.2.2022 ja se toteutui muun muassa Kilpailu- ja kuluttajaviraston hyväksytyä järjestelyn 1.4.2022. Kaupasta muodostui 6,2 miljoonan euron myyntivoitto, joka on käsitelty tulosvaikutteisena ja oikaistuna eränä toisella vuosineljänneksellä.

Huhtikuussa 2022 Alma Talent Oy:n tytäryhtiö Suora-markkinointi Mega Oy sopi kaupasta, jolla se myi

omistamansa 80 %:n osuuden Muugimeistrite A/S:n osakekannasta yhtiön toimivalle johdolle. Kaupasta muodostui 0,5 milj. euron myyntivoitto.

Toukokuussa 2022 Netello Systems Oy:n osakekanta siirtyi kokonaisuudessaan Alma Median omistukseen. Aiemmin Alma Media omisti 60 prosenttia yhtiöstä.

Joulukuussa 2022 Alma Median tytäryhtiö Alma Talent Oy sopi vuokrattavien toimitilojen markkinapaikan Toimitilat.fi:n liiketoiminnan ostamisesta Talso Oy:ltä. Kauppa toteutetaan liiketoimintakauppana 11.2023.

Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat vuoden 2022 viimeisellä kvartaalilla yhteensä 5,7 (3,0) milj. euroa. Investoinnit koostuivat Toimitilat.fi liiketoiminnan hankinnasta, normaaleista käyttö- ja ylläpitoinvestoinneista, sekä IFRS 16 mukaisista vuokrasopimusvelkojen lisäyksistä.

Investoinnit segmentteittäin

	2022	2021	2022	2021
(milj. euroa)	10—12	10—12	1—12	1—12
Alma Career	0,6	0,6	6,0	3,2
Alma Consumer	1,4	0,9	6,2	180,9
Alma Talent	3,0	0,1	3,6	1,0
Segmentit yhteensä	5,1	1,5	15,8	185,2
Kohdistamattomat	0,7	1,6	2,5	61,9
Yhteensä	5,7	3,0	18,3	247,1

Investoinnit ja yritysostot

	2022	2021	2022	2021
(milj. euroa)	10—12	10—12	1—12	1—12
Käyttöomaisuus	2,9	3,0	13,2	6,1
Yritysostot	2,8	0,0	5,2	241,0
Yhteensä	5,7	3,0	18,3	247,1

Poistot

	2022	2021	2022	2021
(milj. euroa)	10—12	10—12	1—12	1—12
Käyttöomaisuushyödykkeiden poistot	2,6	2,8	10,2	10,2
Yrityshankintoihin liittyvien aineettomien hyödykkeiden poistot	1,7	1,8	7,0	6,5
Yhteensä	4,3	4,6	17,2	16,7

Konsernilla oli tutkimus- ja kehittämismenoja vuonna 2022 yhteensä 7,6 milj. euroa (4,6 milj. euroa). Tuuloslaskelmaan tutkimus- ja kehittämismenoja kirjattiin yhteensä 5,6 milj. euroa (3,6 milj. euroa) ja taseeseen aktivoitiin vuonna 2022 kehittämismenoja 1,9 milj. euroa (1,0 milj. euroa). Yhteensä taseessa 31.12.2022 on aktivoituja kehittämismenoja 3,7 milj. euroa (2,2 milj. euroa).

Liiketoimintasegmentit

Alma Median raportoitavat segmentit ovat rekrytointiliiketoimintaan ja rekrytointiin liittyviin palveluihin itäisessä Keski-Euroopassa ja Suomessa keskittyvä **Alma Career**, kuluttajamedia- ja markkinapaikkaliiketoimintaan keskittyvä **Alma Consumer** ja talousmedian ja ammattilaisille sekä yrityksille suunnattujen palveluiden tarjoaja **Alma Talent**. 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, Jobly.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 yhdessätoista maassa Euroopassa.

Avainluvut

milj. euroa	2022	2021	Muutos	2022	2021	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Liikevaihto	27,4	24,1	13,7	109,8	82,2	33,6
Markkinapaikat	24,6	21,6	14,1	99,2	74,1	33,9
Palvelut	2,8	2,5	10,5	10,6	8,1	30,6
Oikaistut kokonaiskulut	19,0	16,0	18,4	67,4	52,4	28,6
Oikaistu käyttökate	9,2	8,9	3,0	45,5	32,8	38,5
Käyttökate	9,0	8,9	0,8	51,4	32,8	56,6
Oikaistu liikevoitto	8,4	8,2	3,0	42,5	30,0	41,7
% liikevaihdosta	30,8 %	34,0 %		38,8 %	36,6 %	
Liikevoitto/-tappio	8,2	8,2	0,6	48,5	30,0	61,5
% liikevaihdosta	30,1 %	34,0 %		38,8 %	36,6 %	
Henkilöstö keskimäärin	710	628	13,1	682	595	14,7
Digiliiketoiminnan liikevaihto	26,9	23,9	12,4	108,6	81,9	32,6
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	98,2 %	99,4 %		98,9 %	99,7 %	

Liikevaihto

milj.euroa	2022	2021	Muutos	2022	2021	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Tšekki	16,7	13,9	20,7	64,0	46,2	38,6
Slovakia	4,1	3,4	19,7	17,4	13,1	32,4
Baltian maat	2,6	2,8	-8,5	11,4	9,3	22,9
Kroatia	2,5	2,1	19,9	10,1	7,1	41,8
Suomi	1,3	1,4	-7,8	5,6	5,1	10,4
Muut maat	0,7	0,6	8,7	2,6	2,1	28,2

Operatiiviset avainluvut

Kuukausittaiset keskiarvot			
Vuosi	Yksittäinen kävijä	Työpaikkavahtien käyttäjät	Yksittäiset kävijät / työpaikkavahtit
2022	5 410 333	1 746 163	32,3 %
2021	5 835 417	1 664 917	28,5 %
2020	5 790 333	1 584 500	27,4 %
2019	5 573 667	1 478 750	26,5 %
2018	5 302 667	1 295 917	24,4 %

* Luvut eivät sisällä Baltian eikä Puolan lukuja

Kuukausittaiset keskiarvot					
Vuosi	Mainostaja	Maksulliset ilmoitukset	Laskutus	Laskutus / mainostaja	Laskutus / maksulliset ilmoitukset
2022	16 123	111 621	8 716 250	541	78
2021	14 679	104 336	6 974 917	475	67
2020	11 038	71 183	4 567 250	414	64
2019	13 533	99 386	5 870 167	434	59
2018	13 409	103 434	5 876 917	438	57

Loka—joulukuu 2022

Vuoden 2022 neljännellä vuosineljänneksellä Alma Career -segmentin liikevaihto kasvoi 13,7 % ja oli 27,4 (24,1) milj. euroa. Rekrytointipalveluiden kysyntä pysyi edelleen vahvana itäisessä Keski-Euroopassa. Suomessa ja Baltian maissa liikevaihto laski. Suomessa lanseerattiin lokakuussa uusi rekrytointiportaali Jobly.fi, joka korvasi Monster-brändin.

Katsauskauden kokonaiskulut kasvoivat 18,4 % 19,0 milj. euroon erityisesti myyntihenkilöstön ja kasvaneiden tuotekehityspanostusten johdosta. Oikaistu liikevoitto oli neljännellä vuosineljänneksellä 8,4 (8,2) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 30,8 % (34,0 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 8,2 (8,2) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin. Vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Vuosi 2022

Vuonna 2022 Alma Career -segmentin liikevaihto kasvoi 33,6 %:a ja oli 109,8 (82,2) milj. euroa. Liikevaihto ja kannattavuus olivat ennätystasolla rekrytointipalveluiden ja rekrytoinnin muiden lisäarvopalveluiden voimakkaan kysynnän myötä.

Katsauskauden kokonaiskulut kasvoivat 28,6 prosenttia 67,4 milj. euroon kasvaneiden henkilöstö- ja ICT-kulujen johdosta. Lisäksi markkinointipanostuksia lisättiin merkittävästi erityisesti rekrytointiportaalien kävijäliikenteen hankintaan. Keskeisissä toimintamaissa kuluja kasvatti myös korkealle tasolle noussut inflaatio.

Oikaistu liikevoitto oli vuonna 2022 42,5 (30,0) milj. euroa. Oikaistu liikevoitto oli 38,8 % (36,6 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 48,5 (30,0) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät johtuivat osakkuusyritys Bolt Group Oy:n osakkeiden myynnistä syntyneestä myyntivoitosta ja toiminnan uudelleenjärjestelyistä. Vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Alma Consumer

Alma Consumer -segmentti muodostuu yli 30 kuluttaja- ja b-to-b-brändin laajasta portfolioista. Alma Consumer -segmentin liiketoimintaan kuuluvat monikanavainen uutis- ja lifestyle-media Iltalehti, Suomen johtava asuntokaupan markkinapaikka Etuovi.com, 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 käyttäjädatavaran ja kehittyviin toimialavertikaaleihin mediassa, asumisessa, autoilussa ja vertailupalveluissa. Alma Consumer toimii Suomessa.

Avainluvut

milj. euroa	2022	2021	Muutos	2022	2021	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Liikevaihto	26,8	26,9	-0,3	104,1	94,5	10,2
Markkinapaikat	10,3	10,2	1,0	41,6	37,3	11,5
Media	13,8	13,9	-0,3	52,1	47,9	8,8
Sisältö, media	4,3	3,8	11,6	16,3	14,7	11,4
Mainonta, media	9,5	10,0	-4,9	35,8	33,3	7,6
- josta digitaalista	91,0 %	89,1 %	2,1	90,1 %	88,6 %	1,7
Palvelut	2,7	2,8	-5,2	10,4	9,3	12,1
Oikaistut kokonaiskulut	20,9	20,2	3,6	79,8	71,0	12,4
Oikaistu käyttökate	7,3	8,0	-8,7	29,9	28,6	4,7
Käyttökate	7,3	8,0	-8,7	30,1	28,1	7,0
Oikaistu liikevoitto	5,8	6,7	-12,3	24,4	23,9	1,8
% liikevaihdosta	21,8 %	24,8 %		23,4 %	25,3 %	
Liikevoitto/-tappio	5,8	6,7	-12,3	24,6	23,5	4,5
% liikevaihdosta	21,8 %	24,8 %		23,6 %	24,9 %	
Henkilöstö keskimäärin	370	344	7,4	374	339	10,4
Digiliiketoiminnan liikevaihto	22,1	22,2	-0,2	86,1	76,6	12,4
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	82,6 %	82,5 %		82,7 %	81,0 %	

Liikevaihto

milj. euroa	2022	2021	Muutos	2022	2021	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Asuminen	4,5	4,3	4,8	18,2	16,3	11,5
Autoilu ja liikkuminen	6,5	6,5	0,3	25,8	21,4	20,7
Vertailu ja jakamistalous	1,8	1,7	8,2	7,3	6,6	10,3
Media ja medialiset palvelut	14,0	14,2	-1,8	52,7	48,7	8,3
- josta digitaalista	71,2 %	71,7 %		70,4 %	67,1 %	
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit	0,0	0,2	-88,1	0,0	1,5	-97,1

* Talosoftan ja E-kontaktin myydyt liiketoiminnot esitetään myytyinä toimintoina.

Oikaistu liikevoitto

milj. euroa	2022	2021	Muutos	2022	2021	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Asuminen	1,7	1,5	9,8	8,4	7,9	6,2
Autoilu ja liikkuminen	1,9	1,9	0,6	7,6	7,0	8,4
Vertailu ja jakamistalous	0,3	0,4	-17,3	2,3	2,4	-2,2
Media ja mediallyset palvelut	2,0	2,8	-28,0	6,3	6,5	-3,0
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit	-0,1	0,0	-306,0	-0,3	0,2	-260,0

Loka—joulukuu 2022

Alma Consumer -segmentin liikevaihto oli neljännellä vuosineljänneksellä edellisvuoden tasolla ja oli 26,8 (26,9) milj. euroa. Myydyt liiketoimintojen vaikutus liikevaihtoon oli -0,2 milj. euroa. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 82,6 % (82,5 %).

Media- ja mediallysten palveluiden liikevaihto laski 1,8 %:a. Digitaalinen mainonta laski 3,1 %:a. Mainonta laski erityisesti telepalveluiden, finanssitoimialan sekä elintarvikesektorin osalta.

Segmentin kokonaiskulut kasvoivat 3,6 %:a ja olivat 20,9 (20,2) milj. euroa. Kulujen kasvuun vaikuttivat suunnitellut panostukset tuotekehitykseen ja markkinointiin markkina- ja vertailupalveluissa sekä painatuskulujen kasvu medialiiketoiminnassa. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 5,8 (6,7) milj. euroa, 21,8 %:a (24,8 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 5,8 (6,7) milj. euroa. Katsauskaudella eikä vertailukaudella raportoitu oikaistuja eriä.

Asumisen liiketoiminta-alueen liikevaihto kasvoi 4,8 %:a, mihin vaikutti luokitellun ilmoittelun kasvu Etuovi.com-palvelussa. Asumisen markkinapaikoissa myytävien asuntojen tarjonta kasvoi markkinointiaikojen pidentyessä: Etuovi.comissa aktiivisia ilmoituksia oli 10,6 %:a enemmän ja haut, eli myytävien asuntojen kysyntä, laski 22,6 %:a. Aktiivisten vahtien määrän 6,0 %:n kasvu indikoi patoutunutta kysyntää pidemmällä aikavälillä. Vuokra-asuntojen tarjonnassa uusien myynti-ilmoitusten määrä kasvoi 3,2 %:a Vuokraovi.com-palvelussa. Kysyntä jatkui vireänä, näkyen erityisesti markkinointiaikojen laskuna. Vuokra-asuntojen haut pysyivät viime vuoden tasolla, aktiivisten vahtien määrä laski 22,7 %:a ja palvelun ilmoitukset 1,2 %:a edellisvuoden tasolta.

Autoilun ja liikkumisen liikevaihto oli vertailukauden tasolla. Nettiauto.comissa myydyt autojen kokonaismäärä laski vertailujaksoon verrattuna 6 % yhteensä 147 000 kappaleeseen. Tehtyjen kauppajen yhteisarvo (noin 2 500 milj. euroa) laski 1 prosentin. Edullisten, alle 15 000 euron, autojen myyntimäärä laski 8 %:a ja kalliiden, yli 30 000 euron autojen, myynti kasvoi 8 %:a. Erityisesti sähkö- ja hybridautojen suosio kasvoi.

Vuosi 2022

Alma Consumer -segmentin liikevaihto kasvoi 10,2 %:a vuonna 2022 ja oli 104,1 (94,5) milj. euroa. Hankittujen ja myydyt liiketoimintojen vaikutus liikevaihdon kasvuun oli 4,5 milj. euroa. Liikevaihdon orgaaninen kasvu oli 5,5 %:a. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 82,7 % (81,0 %).

Media- ja mediallysten palveluiden liikevaihto kasvoi 8,3 prosenttia. Vertailukelpoinen digitaalinen mainonta kasvoi selvästi, yhteensä 2,4 milj. euroa (8,2 %). Toimialoista etenkin matkailu, finanssiala sekä vähittäiskauppa vauhditti mainonnan kasvua.

Segmentin kokonaiskulut kasvoivat 12,4 %:a 79,8 (71,0) milj. euroon. Kulujen kasvuun vaikuttivat yrityshankinnat, panostukset tuotekehitykseen ja markkinointiin sekä merkittävä painatuskulujen nousu. Segmentin oikaistu liikevoitto oli 24,4 (23,9) milj. euroa, 23,4 %:a (25,3 %) liikevaihdosta. Segmentin liikevoitto oli 24,6 (23,5) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät johtuivat liiketoiminnan myynnistä syntyneestä myyntivoitosta. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät liiketoiminnan myynnistä syntyneestä myyntitappiosta.

Asumisen liiketoiminta-alueen liikevaihto kasvoi 11,5 %:a. Kasvuun vaikutti kaikkien osa-alueiden hyvä kehitys. Asumisen järjestelmät ja mainonta Etuovi.com- ja Vuokraovi.com-palveluissa kasvoivat. Etuovi.com-palvelussa myytävien asuntojen aktiivisia ilmoituksia oli 0,5 %:a vähemmän vertailuajankohtaan verrattuna. Haut, eli myytävien asuntojen kysyntä, laski vertailuajankohtaan nähden 17,6 %:a; varsinkin keväästä lähtien markkinakorot nousivat ja kuluttajien luottamus heikkeni. Uusien myynti-ilmoitusten määrä kasvoi 2,6 %. Vuokraovi.com-palvelussa vuokra-asuntojen hakujen määrä laski 5,2 %:a, aktiivisten vahtien määrä 8,4 %:a ja palvelun ilmoitusten määrä 0,8 %:a edellisvuoden tasolta.

Autoilun ja liikkumisen sekä vertailupalveluiden liiketoiminta-alueiden liikevaihdon kasvuun vaikutti pääosin Nettix Oy:n hankinta. Netti-auto.com-palvelussa myydyt autojen kokonaismäärä laski reilut 10 %:a yhteensä 590 000 kappaleeseen ja tehtyjen kauppajen yhteisarvo noin prosentin reiluun 10 miljardia euroon. Edullisten, alle 15 000 euron, autojen myyntimäärä laski yli 14 %:a, mutta kalliiden, yli 30 000 euron autojen, myynti kasvoi yli 10 %:a. Sähkö- ja hybridautojen suosio kasvoi.

Alma Talent

Alma Talentin liiketoiminnan ydintä ovat digitaaliset, tilattavat 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

milj. euroa	2022	2021	Muutos	2022	2021	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Liikevaihto	25,0	27,5	-9,1	96,5	99,7	-3,2
Markkinapaikat	1,7	1,6	9,1	6,7	6,2	8,6
Media	14,3	15,0	-12,9	53,4	53,2	0,4
Sisältö, media	8,9	8,8	0,9	34,4	33,5	2,7
- josta digitaalista	50,6 %	47,6 %		50,3 %	46,7 %	
Mainonta, media	5,4	6,2	-12,9	19,0	19,6	-3,5
- josta digitaalista	60,4 %	56,2 %		59,8 %	57,4 %	
Palvelut	9,0	11,0	-17,6	36,4	40,3	-9,7
- josta digitaalista	57,5 %	48,0 %		59,4 %	54,7 %	
Oikaistut kokonaiskulut	19,9	22,3	-10,9	76,8	79,6	-3,5
Oikaistu käyttökate	5,9	6,1	-3,4	23,1	24,3	-4,7
Käyttökate	5,9	6,1	-4,5	23,5	24,2	-3,0
Oikaistu liikevoitto	5,1	5,2	-1,5	19,7	20,6	-4,0
% liikevaihdosta	20,5 %	18,9 %		20,4 %	20,6 %	
Liikevoitto/-tappio	5,1	5,2	-2,8	20,1	20,5	-2,0
% liikevaihdosta	20,2 %	18,9 %		20,9 %	20,6 %	
Henkilöstö keskimäärin ilman telemarkkinoijia	421	444	-5,3	438	444	-1,3
Telemarkkinoijat keskimäärin	142	332	-57,2	196	337	-41,8
Digiliiketoiminnan liikevaihto	14,7	14,5	1,0	57,0	55,2	3,2
Digiliiketoiminta, % liikevaihdosta	58,6 %	52,7 %		59,0 %	55,4 %	

Liikevaihto

milj. euroa	2022	2021	Muutos	2022	2021	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Alma Talent Media	14,4	15,1	-4,8	53,8	53,5	0,6
- josta digitaalista	54,1 %	51,1 %		53,4 %	50,6 %	
Alma Talent Palvelut	9,0	9,4	-4,4	34,1	33,8	0,7
- josta digitaalista	76,6 %	72,3 %		82,9 %	83,2 %	
Suoramarkkinointi	2,2	2,2	-0,7	9,7	9,7	0,5
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit *)	-0,5	0,8	-168,3	-1,1	2,7	-139,8

Liikevoitto

milj. euroa	2022	2021	Muutos	2022	2021	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
Alma Talent Media	3,0	3,0	-1,2	10,9	11,1	-1,6
Alma Talent Palvelut	1,8	1,5	21,8	7,4	7,3	1,2
Suoramarkkinointi	0,3	0,4	-23,6	1,5	1,7	-12,2
Myydyt toiminnot ja eliminoinnit	0,0	0,2	-109,7	0,0	0,5	-98,4

Jatkuva laskutus (recurring), Alma Talent Palvelut

milj. euroa	2022	2021	Muutos	2022	2021	Muutos
	10-12	10-12	%	1-12	1-12	%
Alma Talent Palvelut						
Recurring *	2,6	2,3	15,2 %	10,0	8,7	14,0 %
Recurring like **	3,4	3,8	-9,2 %	15,2	15,2	-0,3 %
Non recurring ***	3,0	3,4	-12,2 %	9,0	9,9	-9,4 %
Yhteensä	9,0	9,4	-4,4 %	34,1	33,8	0,7 %

* Jatkuva, lisenssipohjainen liikevaihto.

** Jatkuva, pääosin lisenssisopimuksien yhteydessä myytävä, volyympohjainen liikevaihto.

*** Ei jatkuva, kertaluonteisiin myyntitapahtumiin perustuva liikevaihto.

Loka—joulukuu 2022

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski viimeisellä kvartaalilla 9,1 %:a 25,0 (27,5) milj. euroon. Liikevaihdon laskuun vaikutti Baltian myyty liiketoiminta 1,5 milj. euroa. Vertailukelpoinen liikevaihto laski 4,0 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 58,6 %:a (52,7 %).

Talent Median sisältöliikevaihto oli edellisvuoden tasolla, digitaalisten sisältötuottojen kasvaessa 4,3 %:a ja painetun median liikevaihdon laskiessa 4,7 %:a. Mainonnan myynti laski 12,9 %:a, mihin vaikutti erityisesti vuonna 2022 toteuttamatta jäänyt Kaupalehden Optio gaala -tapahtuma.

Talent Palveluiden liikevaihto laski 4,4 %:a, mihin vaikuttivat kirjaliiketoiminnan myynnin lasku sekä asunto- ja kiinteistömarkkinoiden vähentynyt transaktiivolyymi. Liikevaihtoa kasvatti juridiikan ja yritystiedon jatkuvalaskutteinen myynti sekä toimitilamarkkinapaikkojen hyvä kehitys Suomessa ja Ruotsissa. Oikaistu liikevoitto kasvoi 21,5 %:a kulusäästöjen ansiosta. Digitaalisen liiketoiminnan osuus Alma Talentin palveluissa oli 76,6 %:a (72,3 %).

Suoramarkkinoinnin liikevaihto ilman myytyjä liiketoimintoja oli edellisvuoden tasolla ja oli 2,2 milj. euroa.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 19,9 (22,3) milj. euroa. Vertailukelpoinen kulujen lasku oli 1,1 milj. euroa, mihin vaikuttivat toteuttamatta jäänyt Kaupalehden Optio gaala -tapahtuma, tietopalveluiden myynnin suhteessa muuttuvat kulut ja henkilöstökulujen lasku. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 5,1 (5,2) milj. euroa ja liikevoitto 5,1 (5,2) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin. Vertailukaudella ei raportoitu oikaistuja eriä.

Vuosi 2022

Alma Talent -segmentin liikevaihto laski vuonna 2022 3,2 %:a ja oli 96,5 (99,7) milj. euroa. Liikevaihdon laskuun vaikutti myyty Baltian liiketoiminta 5,4 milj. euroa. Vertailukelpoinen liikevaihto kasvoi 2,4 %. Digiliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 59,0 % (55,4 %).

Talent Median sisältöliikevaihto kasvoi 2,3 %:a digitaalisten sisältötuottojen 9,8 %:n kasvun ansiosta ja ylittäen painetun median liikevaihdon 4,2 %:n laskun. Mainonta laski 3,5 prosenttia, mihin vaikutti muun muassa listautumismainonnan voimakas hiljentyminen edellisvuodesta.

Talent Palveluiden liikevaihto oli edellisvuoden tasolla. Kasvua saatiin aikaan yritystiedon ja juridiikan jatkuvalaskutteisissa palveluissa sekä markkinapaikkojen myynnissä. Liikevaihto laski kirja- ja koulutusliiketoiminnassa. Oikaistu liikevoitto kasvoi 1,2 prosenttia ja oli 7,4 (7,3) milj. euroa. Digitaalisen liiketoiminnan osuus Alma Talentin palveluissa oli 82,9 %:a (83,2%).

Suoramarkkinoinnin liikevaihto ilman myytyjä liiketoimintoja ja oli vertailukauden tasolla.

Segmentin oikaistut kokonaiskulut olivat 76,8 (79,6) milj. euroa. Alma Talent -segmentin oikaistu liikevoitto oli 19,7 (20,6) milj. euroa ja liikevoitto 20,1 (20,5) milj. euroa. Katsauskauden oikaistut erät liittyivät toiminnan uudelleenjärjestelyihin. Vertailukauden oikaistut erät liittyivät myyntitappioon.

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

Varat segmenteittäin

(milj. euroa)	31.12.2022	31.12.2021
Alma Career	90,0	86,9
Alma Consumer	221,9	224,1
Alma Talent	110,6	113,5
Segmentit yhteensä	422,5	424,5
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	72,7	93,9
Yhteensä	495,2	518,4

Velat segmenteittäin

(milj. euroa)	31.12.2022	31.12.2021
Alma Career	48,8	39,5
Alma Consumer	14,4	14,2
Alma Talent	31,9	38,4
Segmentit yhteensä	95,1	92,1
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	194,2	259,8
Yhteensä	289,3	351,9

Osake ja osakemarkkinat

Loka–joulukuussa NASDAQ Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 386 898 Alma Median osaketta, mikä vastasi 0,5 %:a osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 30.12.2022 oli 9,40 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 7,78 euroa ja ylin 9,90 euroa. Alma Media Oyj:n markkina-arvo oli katsauskauden lopussa 774,40 milj. euroa. Alma Media Oyj:llä on hallussaan omia osakkeita yhteensä 198 391 kappaletta.

Osakepohjaiset sitouttamis- ja kannustinjärjestelmät

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 päätti uuden jakson alkamisesta ylimmän johdon pitkän aikavälin osakepohjaisessa kannustinjärjestelmässä (MSP 2022). Lisäksi hallitus päätti uuden jakson alkamisesta suoriteperusteisessa osakepalkkiojärjestelmässä, joka on suunnattu keskijohdolle ja valituille avainhenkilöille (PSP 2022). Kannustinjärjestelmät perustettiin ja niistä tiedotettiin alunperin joulukuussa 2018.

Alma Media julkisti 16.2.2022 EU:n osakkeenomistajien oikeudet direktiivin (SHRD) mukaisesti palkitsemispolitiikan vuodelle 2022 ja -raportin vuodelta 2021. 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 2022 neljännen 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.

Yhtiön merkittävimmät strategiset riskit liittyvät olemassa olevien markkinapaikkojen liiketoimintamallien nopeaan muutokseen, kuluttajien mediakäytön muuttumiseen sekä tietosuojaa koskeviin luokkauksiin.

Alma Median liiketoiminnan yhä keskeisempi kilpailukykytekijä, mutta myös strateginen riski, on kyky hyödyntää asiakasdataa käyttäjien palvelukokemuksen parantamiseksi sekä mainostaja-asiakkaiden tuote- ja palvelutarjoaman kehittämiseksi. Asiakas- ja käyttäytymistietoa hallitaan, regulaatiovaatimukset huomioiden, keskittämällä asiakastietovarastoja ja ottamalla käyttöön analysointi- ja aktivointiteknologiaa. Kolmannen osapuolen evästeiden käytön mahdollinen rajoittaminen aiheuttaa, ainakin lyhytaikaisia, epävarmuustekijöitä digitaaliseen mainosmyyntiin.

Media-alaa koskeva sääntely ja siihen liittyvät markkina-käytännöt ovat kiristymässä.

Toimintaympäristön muutos ja voimakas teknologinen kehitys edellyttää jatkuvaa panostusta henkilöstön osaamiseen ja kehittämiseen. Merkittävä strateginen riski on osaavan, teknologiahenkilöstöresurssin riittävyyden takaminen tuleville vuosille.

Riski liiketoiminnalle on myös digitaalisten yleisöjen merkittävä väheneminen, digitaalisen mainosmyynnin ja kohdeilmoittelun pysyvä lasku.

Laaja-alaisen koronapandemian jatkuminen voi vaikuttaa toisaalta palveluiden kysyntään sekä toisaalta aiheuttaa oleellisia tuotantokatkoksia liiketoimintaprosesseihin merkittävistä henkilöstön terveyteen kohdistuvista riskeistä johtuen.

Koronapandemian lisäksi geopolittisten riskien eskalaatio Alma Median toimintamaissa voi merkittävästi vaikuttaa palveluiden kysyntään.

Operatiivisista riskeistä merkittävimmät ovat tietoturva- ja kyberriskit, tietotekniikan ja -liikenteen häiriöt sekä päivittäiseen uutistuotantoon liittyvät keskeytykset. Tietoturvariskejä hallitaan muun muassa parantamalla ennakoivaa automaatiota palvelinhyökkäysten havaitsemiseksi ajoissa ja kouluttamalla säännöllisesti henkilöstöä tietoturvaan ja tietosuojaan liittyen.

Muihin kuin taloudellisiin asioihin liittyvä riskienhallinnan prosessi kattaa myös vastuullisuusriskit, joiden merkittävyyttä arvioidaan sekä taloudellisesti että muun muassa sen perusteella, miten vakavasti riskin toteutuminen vahingoittaisi yhtiön mainetta. Yhtiö kertoo läpinäkyvästi sidosryhmäviestinnässään vastuullisuusriskeistään ja yritysvastuun kehittämisen haasteistaan.

Tilinpäätöstiedotelyhennelmä ja liitetiedot

Laaja tuloslaskelma

(milj. euroa)	2022	2021	Muutos	2022	2021	Muutos
	10—12	10—12	%	1—12	1—12	%
LIIKEVAIHTO	78,7	78,0	1,0	308,8	275,4	12,1
Liiketoiminnan muut tuotot	0,0	0,2	-77,4	7,2	1,4	411,8
Materiaalit ja palvelut	10,0	10,0	0,8	37,6	35,5	5,9
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	32,0	30,7	4,3	119,6	109,2	9,5
Poistot ja arvonalentumiset	4,3	4,6	-6,4	17,2	16,7	3,3
Liiketoiminnan muut kulut	17,4	17,3	0,5	61,6	58,6	5,0
LIIKEVOITTO	15,0	15,5	-3,7	80,0	56,8	40,9
Rahoitustuotot	3,6	0,0	73 182,5	9,2	0,9	908,6
Rahoituskulut	0,3	0,7	-53,3	2,9	2,3	23,3
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,3	0,3	-17,0	0,7	1,0	-33,5
TULOS ENNEN VEROJA	18,6	16,0	16,3	86,4	56,3	53,4
Tuloverot	2,3	4,1	-42,2	14,5	12,1	20,6
TILIKAUDEN VOITTO	16,2	11,8	36,8	71,9	44,3	62,3
MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:						
Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi						
Etuuspohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät	0,1			0,1	-0,2	
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi						
Muuntoerot	0,6	0,0		0,3	0,3	
Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen	0,8	0,0		0,4	0,1	
TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ	17,0	11,8		72,4	44,4	
Tilikauden tuloksen jakautuminen:						
- Emoyhtiön omistajille	16,3	11,8		71,9	43,6	
- Määräysvallattomille omistajille	0,0	0,0		0,0	0,7	
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:						
- Emoyhtiön omistajille	17,1	11,8		72,3	43,7	
- Määräysvallattomille omistajille	0,0	0,0		0,0	0,7	
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:						
- Tulos/osake laimentamaton	0,20	0,14		0,88	0,53	
- Tulos/osake laimennettu	0,19	0,14		0,86	0,52	

Tase

(milj. euroa)	31.12.2022	31.12.2021
VARAT		
PITKÄAIKAISET VARAT		
Liikearvo	294,4	294,5
Aineettomat hyödykkeet	87,4	90,6
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	3,6	2,3
Käyttöoikeusomaisuuserät	30,0	32,9
Osuudet osakkuusyhtymyksissä	4,2	7,7
Muut rahoitusvarat	8,8	3,8
Laskennalliset verosaamiset	0,6	0,7
PITKÄAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	429,0	432,5
LYHYTAIKAISET VARAT		
Vaihto-omaisuus	0,7	0,7
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	0,1	1,8
Myyntisaamiset ja muut saamiset	35,4	31,5
Rahavarat	30,0	51,9
LYHYTAIKAISET VARAT YHTEENSÄ	66,2	85,9
VARAT YHTEENSÄ	495,2	518,4
OMA PÄÄOMA JA VELAT		
Osakepääoma	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7
Muuntoerot	0,6	0,3
Sijoitetun vapaan oman pääoman rahasto	19,1	19,1
Kertyneet voittovarot	131,7	91,1
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	204,4	163,5
Määräysvallattomien omistajien osuus	1,5	2,9
OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ	205,9	166,5
VIERAS PÄÄOMA		
PITKÄAIKAISET VELAT		
Pitkäaikaiset rahoitusvelat	140,0	200,0
Pitkäaikaiset vuokrasopimusvelat	23,7	26,8
Laskennalliset verovelat	17,1	18,9
Eläkeveloitteet	0,6	0,8
Muut rahoitusvelat	9,6	16,3
PITKÄAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	191,1	262,8
LYHYTAIKAISET VELAT		
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	3,0	0,8
Lyhytaikaiset vuokrasopimusvelat	7,0	7,0
Saadut ennakot	45,4	39,2
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	7,0	5,3
Ostovelat ja muut velat	35,9	36,8
LYHYTAIKAISET VELAT YHTEENSÄ	98,2	89,1
VELAT YHTEENSÄ	289,3	351,9
OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ	495,2	518,4

Laskelma konsernin oman pääoman muutoksista

Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma

	(milj. euroa)	Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma							
		A	B	C	D	E	F	G	H
Oma pääoma 1.1.2022	45,3	7,7	0,3	19,1	91,2	163,6	2,9	166,5	
Tilikauden tulos					71,9	71,9	0,0	71,9	
Muut laajan tuloksen erät					0,1	0,1		0,1	
Muuntoerot			0,3		0,3	0,3		0,3	
Liiketoimet omistajien kanssa									
Emoyhtiön osingonjako					-28,8	-28,8		-28,8	
Määräysvallattomien omistajien osuus tytäryhtiön osingosta							-0,1	-0,1	
Omien osakkeiden hankinta					-4,2	-4,2		-4,2	
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat kannustinjärjestelmät					0,2	0,2		0,2	
Tytäryhtiöomistusosuuksien muutokset									
Hankinnat ja muut muutokset määräysvallattomien omistuksien osuuksissa					1,3	1,3	-1,4	-0,1	
Oma pääoma 31.12.2022	45,3	7,7	0,6	19,1	131,7	204,4	1,5	205,9	
<hr/>									
Oma pääoma 1.1.2021	45,3	7,7	0,0	19,1	111,4	183,6	21,0	204,6	
Tilikauden tulos					43,6	43,6	0,7	44,3	
Muut laajan tuloksen erät						-0,2		-0,2	
Muuntoerot			0,3			0,3	0,6	0,8	
Liiketoimet omistajien kanssa									
Emoyhtiön osingonjako					-24,7	-24,7		-24,7	
Määräysvallattomien omistajien osuus tytäryhtiön osingosta					0,0	0,0	0,0	0,0	
Omien osakkeiden hankinta					-1,1	-1,1		-1,1	
Lunastamattomien osinkojen palautus					0,1	0,1		0,1	
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat kannustinjärjestelmät					3,6	3,6		3,6	
Hankinnat ja muut muutokset määräysvallattomien omistuksien osuuksissa					-41,6	-41,6	-19,3	-60,9	
Oma pääoma 31.12.2021	45,3	7,7	0,3	19,1	91,2	163,6	2,9	166,5	

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

	2022	2021	2022	2021
(milj. euroa)	10—12	10—12	1—12	1—12
LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA				
Tilikauden voitto	16,3	11,8	72,0	44,3
Oikaisuerät	4,2	8,4	22,4	37,1
Käyttöpääoman muutos	1,5	6,7	-2,8	7,3
Saadut osingot	0,1	0,1	0,3	0,4
Saadut korot	0,0	0,0	0,1	0,1
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-0,7	-0,7	-2,1	-2,2
Maksetut verot	-3,7	-1,8	-10,6	-11,3
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	17,6	24,5	79,2	75,6
INVESTOINTIEN RAHAVIRTA				
Investoinnit aineellisiin hyödykkeisiin	2,7	-1,3	-3,3	-1,5
Investoinnit aineettomiin hyödykkeisiin	-1,7	-1,0	-5,7	-2,3
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot	-0,1	0,0	0,0	0,4
Investoinnit muihin sijoituksiin	0,0	-0,2	-0,4	-0,5
Myytävikissä olevien rahoitusvarojen myynnit	0,0	0,9	0,0	1,0
Liiketoimintojen hankinnat vähennettynä hankintahetken rahavaroilla	-2,8	0,0	-5,2	-236,7
Liiketoimintojen myynnit vähennettynä myyntihetken rahavaroilla	0,0	0,6	1,4	2,2
Osakkuusyritysten hankinta	0,0	0,0	0,0	-0,4
Osakkuusyritysten myynti	0,0	0,0	10,1	0,0
Investointien rahavirta yhteensä	-1,9	-1,0	-3,0	-237,9
Rahavirta ennen rahoitusta	15,8	23,6	76,2	-162,3
RAHOITUKSEN RAHAVIRTA				
Omien osakkeiden hankinta	-0,8	-1,1	-4,2	-1,1
Lainojen nostot	8,7	200,0	36,0	425,0
Lainojen takaisinmaksut	-31,0	-200,0	-94,0	-225,0
Rahoitusleasingvelkojen maksut	-1,3	-2,2	-7,1	-7,5
Maksetut osingot	0,0	0,0	-28,9	-24,9
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-24,4	-3,3	-98,2	166,4
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	-8,6	-0,5	-21,9	4,1
Rahavarat kauden alussa	38,7	52,3	51,9	48,0
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	-0,1	0,1	0,0	-0,2
Rahavarat kauden lopussa	30,0	51,9	30,0	51,9

Osakkuusyhtiöt

Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksista

milj. euroa	2022	2021	2022	2021
	10—12	10—12	1—12	1—12
Alma Career	0,3	0,4	0,6	1,0
Alma Consumer	0,0	0,0	0,0	0,0
Alma Talent	0,0	-0,0	0,0	-0,0
Muut osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0
Yhteensä	0,3	0,3	0,7	1,0

Ehdolliset kauppahinnat

Liiketoimintakaupoista syntyneet ehdolliset vastikkeet luokitellaan käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavaksi rahoitusvelaksi. Ehdolliset kauppahintavelat ovat syntyneet liiketoimintojen hankintojen yhteydessä ja perustuvat hankittujen liiketoimintojen vuoden 2022–2025 tuloksiin. Yksittäisistä sopimuksista riippuen ehdollisten kauppahintavelkojen toteuma yhteensä voi vaihdella välillä 0–26 milj. euroa, joista parhaan käytettävissä olevan tiedon mukaan velaksi on 31.12.2022 kirjattu velkaa 9,9 milj. euroa. Kauppahintasopimukseen sisältyy yksi kauppahintavelka, jonka maksimimäärä on rajoittamaton perustuen hankitun liiketoiminnan käyttökatteeseen tilikaudelta 2022 hankintasopimuksessa määritellyllä kertoimella.

Ehdolliset kauppahintavelat

(milj. euroa)	31.12.2022	31.12.2021
Velkojen käypä arvo katsauskauden alussa	16,8	19,9
Maksetut velat	-2,4	-2,0
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella *)	-4,6	-1,1
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	9,9	16,8

*) sisältää käyvän arvon muutokset Digitaalinen asuntokauppa DIAS Oy:n, Asuntopuntarin ja Netello Systems Oy:n ehdollisten kauppahintavelkojen osalta.

Ehdolliset kauppahintasaatavat

(milj. euroa)	31.12.2022	31.12.2021
Saatavien käypä arvo katsauskauden alussa	0,2	1,8
Käyvän arvon muutokset aiempina tilikausina		-0,5
Saadut suoritukset		-0,6
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella		-0,5
Saatavien käypä arvo katsauskauden lopussa	0,2	0,2

Henkilöstö

	2022	2021	2022	2021
	10—12	10—12	1—12	1—12
Henkilöstö, Suomi	990	933	999	926
Henkilöstö, muut maat	697	657	680	623
Henkilöstö yhteensä	1687	1591	1679	1549

Vastuut

Vastuusitoumukset

(milj. euroa)	31.12.2022	31.12.2021
Muiden puolesta annetut vakuudet		
Takaukset	0,0	0,0
Muut vastuusitoumukset	0,0	0,0
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:		
Yhden vuoden kuluessa	0,4	0,4
1-5 vuoden kuluessa	0,7	0,5
Yhteensä	1,1	0,9

Johdannaissopimukset

(milj. euroa)	31.12.2022	31.12.2021
Korkojohdannaiset		
Käypä arvo	5,5	0,2
Kohde-etuuden arvo	50,0	50,0
Valuuttajohdannaiset		
Käypä arvo	-0,7	-0,3
Kohde-etuuden arvo	13,7	11,9

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)	2022	2021	2022	2021
	10—12	10—12	1—12	1—12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,3	0,2	0,7	0,4
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,1	0,1
Merkittävät omistajat	0,0	0,1	0,1	0,1
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,2	0,1	0,5	0,2
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,3	0,2	1,3	0,6
Osakkuusyhtiöt	0,1	0,0	0,2	0,1
Merkittävät omistajat	0,1	0,1	0,4	0,2
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,4	0,1	1,0	0,2
Myynti, laina- ja muut saamiset raportointikauden lopussa	0,1	0,0	0,1	0,0
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,0	0,0	0,0
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0
Johdon vaikutusvalta-yhteisöt	0,0	0,0	0,0	
Ostovelat raportointikauden lopussa	0,0	0,0	0,0	0,0
Osakkuusyhtiöt	0,0	-0,1	0,0	-0,1
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0	0,0
Hankitut liiketoiminnot	0,0	0,0	0,0	
Merkittävät omistajat*		0,0	0,0	171,2
Myydyt liiketoiminnot		0,0	0,0	
Merkittävät omistajat**				1,0

* Vuonna 2021 Nettix Oy:n myyjänä oli Alma Median suurimman osakkeenomistajan Otava Oy:n tytäryhtiö Otava Markkinapaikat Oy. Otava Oy on Alma Median suurin osakkeenomistaja ja transaktio on luokiteltu lähipiiritapahtumaksi.

** Alma Media Oyj myi vuonna 2021 KPK Yhtiöt Oyj -yhtiön (aiemmin Keski-Pohjanmaan Kirjapaino Oyj) osakekantansa Ilkka-Yhtymälle. Kaupassa siirtyi Alma Media Oyj:n omistamat yhteensä 24 379 A-sarjan osaketta, mikä vastaa 5,6 prosenttia koko KPK Yhtiöt Oyj:n osakekannasta ja 0,5 prosenttia sen äänistä.

Konserni vuosineljänneksittäin

	2022	2022	2022	2022	2021	2021	2021	2021
milj. euroa	10—12	7—9	4—6	1—3	10—12	7—9	4—6	1—3
LIIKEVAIHTO	78,7	74,5	79,3	76,2	78,0	67,8	71,6	58,1
Alma Career	27,4	27,3	28,4	26,7	24,1	21,9	20,0	16,2
Alma Talent	26,8	25,4	27,1	24,8	26,9	23,6	26,6	17,5
Alma Consumer	25,0	22,1	24,1	25,2	27,5	22,4	25,2	24,5
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-0,5	-0,3	-0,4	-0,4	-0,5	-0,1	-0,2	-0,1
OIKAISTUT KOKONAISKULUT	63,5	55,3	60,2	56,7	62,6	50,0	55,0	47,9
Alma Career	19,0	17,3	16,7	14,5	16,0	13,0	12,2	11,2
Alma Talent	20,9	18,6	20,5	19,7	20,2	17,0	19,3	14,5
Alma Consumer	19,9	17,3	19,8	19,8	22,3	17,4	20,2	19,7
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	3,7	2,1	3,1	2,7	4,0	2,6	3,4	2,6
OIKAISTU KÄYTTÖKATE	19,6	23,6	23,5	24,0	20,2	22,2	20,8	14,6
Alma Career	9,2	10,8	12,5	13,0	8,9	9,7	8,4	5,8
Alma Talent	7,3	8,3	8,0	6,3	8,0	7,9	8,8	3,9
Alma Consumer	5,9	5,6	5,1	6,4	6,1	6,0	6,0	6,2
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-2,8	-1,1	-2,2	-1,8	-2,9	-1,4	-2,4	-1,3
OIKAISTU LIIKEVOITTO/-TAPPIO	15,2	19,3	19,2	19,6	15,5	17,8	16,6	11,1
Alma Career	8,4	10,0	11,8	12,3	8,2	9,0	7,7	5,1
Alma Talent	5,8	6,8	6,6	5,0	6,7	6,5	7,3	3,4
Alma Consumer	5,1	4,8	4,3	5,5	5,2	5,0	5,1	5,2
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-4,2	-2,4	-3,5	-3,2	-4,5	-2,8	-3,5	-2,7
% LIIKEVAIHDOSTA	19,4	25,9	24,3	25,8	19,9	26,3	23,2	19,1
Alma Career	30,8	36,9	41,5	46,0	34,0	41,2	38,6	31,5
Alma Talent	21,8	26,9	24,4	20,4	24,8	27,8	27,5	19,6
Alma Consumer	20,5	21,7	17,9	21,7	18,9	22,5	20,2	21,3
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OIKAISTUT ERÄT	-0,3	0,0	6,7	0,2	0,0	-0,4	-3,6	-0,3
Alma Career	-0,2	0,0	6,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Alma Talent	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	-0,4	0,0	0,0
Alma Consumer	-0,1	0,0	0,5	-0,1	0,0	-0,0	0,0	0,0
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-3,6	-0,3
LIIKEVOITTO/-TAPPIO	15,0	19,3	25,9	19,8	15,5	17,4	13,0	10,8
Alma Career	8,2	10,0	18,0	12,3	8,2	9,0	7,7	5,1
Alma Talent	5,8	6,8	6,6	5,3	6,7	6,1	7,3	3,4
Alma Consumer	5,1	4,8	4,8	5,4	5,2	5,0	5,1	5,2
Kohdistamattomat toiminnot	-4,2	-2,4	-3,5	-3,2	-4,5	-2,8	-7,1	-2,9
Rahoitustuotot	9,2	5,1	3,8	0,0	0,2	0,0	0,3	0,0
Rahoituskulut	2,9	2,6	2,0	0,5	0,1	0,6	0,7	0,5
Osuus osakkuusyhtiöiden tuloksesta	0,3	0,3	0,3	-0,2	0,3	0,7	-0,1	0,0
TULOS ENNEN VEROJA	18,6	20,2	27,5	20,1	16,0	17,4	12,6	10,4
Tuloverot	-2,4	-4,0	-4,1	-4,0	-4,1	-2,8	-2,9	-2,2
TILIKAUDEN TULOS	16,2	16,2	23,4	16,0	11,8	14,6	9,7	8,1

Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä osavuositarkastus on laadittu IFRS-standardien mukaisesti (IAS 34). Osavuositarkastuksessa noudatetaan samoja laatimisperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin vuositilinpäätöksessä 31.12.2022. Vuonna 2022 voimaan tulleilla uusilla ja uudistetuilla IFRS-standardeilla ei ole ollut vaikutusta laatimisperiaatteisiin. Osavuositarkastus ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään vuositilinpäätöksessä. Näin ollen osavuositarkastusta tulee lukea yhdessä yhtiön vuositilinpäätöksen 2022 kanssa.

Osavuositarkastuksen 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.

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 omaisuususerien myynneistä tai lopetuksista aiheutuvat voitot tai tappiot, toiminnan uudelleenjärjestelyistä aiheutuvat voitot tai tappiot, sekä liikearvon ja omaisuususerien 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 2023

- Tilinpäätös, toimintakertomus, tilintarkastuskertomus, vastuullisuusraportti sekä selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä (Corporate Governance Statement) tilivuodelta 2022 julkaistaan tiistaina 14.3.2023.
- Varsinainen yhtiökokous on suunniteltu pidettäväksi tiistaina 4.4.2023. Yhtiökokoukseen liittyvät aineistot kootaan Alma Median verkkosivuille.
- Osavuositarkastus tammi - maaliskuulta 2023 perjantaina 21.4.2023 noin klo 8.00
- Osavuositarkastus tammi - kesäkuulta 2023 keskiviikkona 19.7.2023 noin klo 8.00
- Osavuositarkastus tammi - syyskuulta 2023 torstaina 19.10.2023 noin klo 8.00