



**Alma Media Oyj**

Q1 2015

30.4.2015

Alma Median osavuositarkastus tammi-maaliskuulta 2015:

## LIIVEVAIHTO JA LIIKEVOITTO LASKIVAT ENNAKOIDUSTI, KANSAINVÄLISTEN LIIKETOIMINTOJEN VAHVA KASVU JATKUI

### Taloudellinen kehitys tammi-maaliskuussa 2015:

- Liikevaihto 71,9 (72,7) milj. euroa, laskua 1,1 %.
- Verkkoliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 0,3 % ja oli 23,8 (23,7) milj. euroa.
- Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä 5,3 (6,1) milj. euroa, laskua 12,2 %.
- Käyttökate 6,1 (6,8) milj. euroa, laskua 10,6 %.
- Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 1,9 (2,5) milj. euroa, 2,7 % (3,4 %) liikevaihdosta, laskua 22,6 %.
- Liikevoitto 2,7 (3,2) milj. euroa eli 3,7 % (4,4 %) liikevaihdosta, laskua 16,9 %.
- Katsauskauden tulos 1,8 (2,2) milj. euroa, laskua 14,7 %.
- Tammi - maaliskuun liikevoittoon sisältyy kertaluonteisia eriä 0,8 (0,7) milj. euroa.
- Osakekohtainen tulos 0,02 (0,02) euroa.

AVAINLUVUT	2015	2014	Muutos		2014
milj. euroa	1-3	1-3		%	1-12
Liikevaihto	71,9	72,7	-0,8	-1,1	295,4
Sisältöliikevaihto	26,0	27,4	-1,4	-5,1	110,1
Sisältömyynti, painettu	24,5	26,1	-1,6	-6,0	104,6
Sisältömyynti, verkko	1,4	1,3	0,2	14,7	5,6
Mainosmyynnin liikevaihto	35,2	35,1	0,1	0,2	146,4
Mainosmyynti, painettu	16,7	16,9	-0,2	-1,3	73,7
Mainosmyynti, verkko	18,4	18,1	0,4	2,1	72,7
Palveluliikevaihto	10,8	10,2	0,5	5,2	38,8
Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä	70,0	70,4	-0,3	-0,5	274,6
Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä	5,3	6,1	-0,7	-12,2	35,1
Käyttökate	6,1	6,8	-0,7	-10,6	36,4
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	1,9	2,5	-0,6	-22,6	21,4
% liikevaihdosta	2,7	3,4			7,2
Liikevoitto (-tappio)	2,7	3,2	-0,5	-16,9	20,7
% liikevaihdosta	3,7	4,4			7,0
Tilikauden tulos	1,8	2,2	-0,3	-14,7	15,7
Tulos/osake, EUR (laimentamaton)	0,02	0,02	0,00	-20,0	0,19
Tulos/osake, EUR (laimennettu)	0,02	0,02	0,00	-20,0	0,19
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	23,8	23,7	0,1	0,3	94,5
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	33,1	32,6			32,0

### Näkymät vuodelle 2015:

Alhainen korkotaso, heikentynyt euro ja laskenut öljyn hinta parantavat kasvun edellytyksiä pitkällä aikavälillä, mutta vuoden 2015 osalta talouskasvun arvioidaan Euroopassa ja erityisesti Suomessa jäävän edelleen heikoksi. Heikko talouden kokonaiskasvu vaikuttaa mainonnan määrään, jonka ei arvioida kasvavan Suomessa vuonna 2015.

Alma Media arvioi vuoden 2015 ensimmäisen vuosipuoliskon liikevaihdon ja liikevoiton ilman kertaluonteisia eriä laskevan vuoden 2014 ensimmäisen vuosipuoliskon tasosta. Vuoden 2014 ensimmäisen vuosipuoliskon liikevaihto oli 148,4 milj. euroa ja liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä 8,8 milj. euroa.

**Toimitusjohtaja Kai Telanne:**

Vuoden 2015 ensimmäinen neljännes jatkui media-alalla alavireisenä. Heikko suhdannetilanne sekä kotimaisen mainonnan markkinan vaimea kehitys rasittivat mediayhtiöiden liiketoimintaa. Mainonnan määrä laski TNS Media Intelligencen mukaan ensimmäisellä neljänneksellä Suomessa 2,8 % edellisvuodesta.

Alma Median ensimmäisen neljänneksen liikevaihto pysyi lähes edellisvuoden tasolla. Rekrytointipalveluliiketoiminta kasvoi edelleen vahvasti itäisessä Keski-Euroopassa. Vuoden 2015 ensimmäisellä neljänneksellä ulkomainen rekrytointiliiketoiminta kasvoi yli 18 %.

Alma Median kotimaan liiketoiminnan liikevaihto laski Suomen yleisen talouden tilanteen painamana. Vaikea markkinatilanne heikensi muun muassa IL-Median sekä kotimaisten digitaalisten palveluiden tulosta. Sen sijaan yhtiön Talousmedia ja yrityspalvelut -segmentin liiketoiminta kehittyi hyvin. Digitaaliset sisältötuotot kasvoivat segmentissä 14,5 % ja kattoivat osittain painetun median sisältötuottojen laskua. Kauppalehden kävijämäärät kasvoivat tammikuussa 2015 toteutetun sisältöuudistuksen seurauksena. Myös segmentin mainosmyynti painetussa mediassa ja verkossa kasvoi erityisesti maaliskuun hyvän kehityksen ansiosta.

Vuoden 2015 alussa Alma Media osti markkinointi- ja myyntikonsepteja B2B-yrityksille rakentavan JM Tieto Oy:n koko osakekannan. Kauppa vahvistaa Alma Median tietopalveluliiketoimintaa ja tukee yhtiön strategiaa laajentaa medialiiketoimintaa palveluiden suuntaan.

Alma Media toteutti ensimmäisellä neljänneksellä rakenneuudistuksia kustannusliiketoiminnan kannattavuuden parantamiseksi. Yhtiön sanomalehtiliiketoiminta Kainuussa myytiin maaliskuussa SLP Kustannus Oy:lle. Lisäksi Alma Media suunnittelee Lapissa ilmestyvien kahden päivälehtensä, Lapin Kansan ja Pohjolan Sanomien, tuotantotapaan merkittäviä uudistuksia.

Mediatoimialan muutoksen vuoksi Alma Media on uudistanut viime vuosina voimakkaasti rakennettuaan, jonka seurauksena digitaalisen liiketoiminnan osuus on kasvanut yli kolmannekseen liikevaihdosta. Samalla yhtiö on kansainvälistynyt yritysostojen kautta. Toimintaympäristön epävarmuuden yhä jatkuessa Alma Media panostaa edelleen uudistumiseen ja jatkaa investointejaan uuteen digitaaliseen liiketoimintaan. Alma Media haluaa olla oman alansa digitaalinen suunnannäyttävä ja jatkaa pitkäjänteistä kasvustrategiaansa tulevaisuuden digitaalisen liiketoiminnan kasvattamiseksi.

**Lisätietoja:**

Toimitusjohtaja Kai Telanne, puhelin 010 665 3500

Talous- ja rahoitusjohtaja Juha Nuutinen, puhelin 010 665 3873

## ALMA MEDIA -KONSERNIN OSAVUOSIKATSAUS 1.1. - 31.3.2015

Tämän katsauksen tekstiosassa keskitytään tammi-maaliskuun tulokseen. International Financial Reporting Standards (IFRS) -standardien mukainen vertailu on tehty vuoden 2014 vastaavan jakson lukuihin, ellei toisin ole mainittu. Taulukoiden luvut ovat itsenäisesti pyöristettyjä lukuja.

KONSERNIN TUNNUSLUKUJA	2015	2014	Muutos	2014
milj. euroa	1-3	1-3	%	1-12
Liikevaihto	71,9	72,7	-1,1	295,4
Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä	70,0	70,4	-0,5	274,6
Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä	5,3	6,1	-12,2	35,1
Käyttökate	6,1	6,8	-10,6	36,4
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	1,9	2,5	-22,6	21,4
% liikevaihdosta	2,7	3,4		7,2
Liikevoitto (-tappio)	2,7	3,2	-16,9	20,7
% liikevaihdosta	3,7	4,4		7,0
Tulos ennen veroja	2,1	2,7	-19,7	19,7
Tilikauden tulos	1,8	2,2	-14,7	15,7
Oman pääoman tuotto/ROE (vuosituotto)*	7,5	9,9	-24,2	16,4
Sijoitetun pääoman tuotto/ROI (vuosituotto)*	5,5	5,9	-7,0	9,7
Nettorahoituskulut	0,6	0,7	15,8	2,7
Nettorahoituskulut, %	0,8	0,9		0,9
Taseen loppusumma	267,4	272,6	-1,9	256,1
Investoinnit	7,2	9,4	-23,7	14,4
Investoinnit % liikevaihdosta	10,0	13,0		4,9
Omavaraisuusaste-%	39,4	36,8	7,0	42,6
Velkaantumisaste (gearing), %	70,0	89,9	-22,1	68,5
Korolliset nettovelat	67,8	82,1	-17,4	71,1
Korollinen vieras pääoma	84,5	95,9	-11,9	83,0
Koroton vieras pääoma	86,1	85,4	0,8	69,4
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna ilman lehdenjakajia	1 739	1 853	-6,2	1 828
Lehdenjakajien lukumäärä keskimäärin	954	968	-1,5	985
Osakekohtaiset tunnusluvut				
Tulos/osake, EUR (laimentamaton)	0,02	0,02	-20,0	0,19
Tulos/osake, EUR (laimennettu)	0,02	0,02	-20,0	0,19
Liiketoiminnan rahavirta/osake, EUR	0,20	0,22	-11,1	0,35
Oma pääoma/osake, EUR	1,08	1,02	5,5	1,17
Osinko/osake, EUR				0,12
Efektiiivinen osinkotuotto-%				4,4
Hinta/voitto-suhde (P/E)				14,6
Osakekannan markkina-arvo	216,6	209,9	3,2	207,6
Osakemäärä keskimäärin (1 000 osaketta)				
- laimentamaton	75 487	75 487		75 487
- laimennettu	75 487	75 487		75 487
Osakemäärä kauden lopussa (1 000 osaketta)	75 487	75 487		75 487

\* ks. osavuositarkastuksen laadintaperiaatteet.

## Strategia ja siihen liittyvät toimenpiteet katsauskauden aikana

Strategian painopisteinä ovat monikanavasisällöt, markkinointi- ja mainosratkaisut, digitaaliset palvelut sekä voimavarojen ja osaamisen kehittäminen.

Monikanavasisältöjä kehitettiin ensimmäisellä neljänneksellä muun muassa Aamulehdessä, jossa julkaistiin ensimmäinen digitaalinen iltapäiväjulkaisu, Hetki. Julkaisu tarjoaa tiiviissä muodossa päivän tärkeimmät uutiset, kiinnostavimmat puheenaiheet ja illan tärpit tilaajille. IL-Media jatkoi panostamistaan lifestyle-sisältöihin ja toi tammikuussa markkinoille uuden ruokapalvelun, Pippuri.fi:n. Myös Kauppalehti uudisti verkkopalvelunsa sisällöltään, ulkoasultaan ja tekniikaltaan.

Markkinointi- ja mainosratkaisujen osalta Alma Media lanseerasi mainostajille uusia ohjelmallisen ostamisen kanavia, jotka tehostavat digimainonnan ostamisen prosesseja ja tehokkuutta. Lisäksi Alma Median medioissa otettiin käyttöön TNS Metrixin uusi mittaustapa verkkomedioiden kävijämäärien seuraamiseksi. Uudistuksen myötä mediat saavat aiempaa luotettavampaa tietoa sivustojensa kävijämääristä. Alma Median lisäksi uuden mittaustavan suunnittelussa ovat olleet mukana muut Suomen suurimmat mediatalot: Sanoma Media Finland, Yleisradio ja MTV.

Digitaalisia palveluita kehitettiin ensimmäisellä neljänneksellä muun muassa työnhakupalvelu Monsterissa, jossa lanseerattiin uusi työntekijöille ja -hakijoille suunnattu Palkkadata-työkalu. Uuden työkalun avulla Suomen työmarkkinoilla olevat ihmiset voivat verrata palkkaansa tai palkkaodotuksiaan muiden samanlaisissa työtehtävissä työskentelevien ihmisten palkkoihin. Alma Media uudisti maaliskuussa myös pienille ja keskisuurille yritykselle sekä kuluttajille suunnattua Meedio.fi-markkinointipalveluaan. Palvelu keskittyy tulevaisuudessa tarjouksiin ja kokoa printistä tutun tarjousmainonnan verkkoon yhden osoitteen alle.

Alma Media osti ensimmäisellä neljänneksellä koko osakekannan JM Tieto Oy:stä, josta se omisti aikaisemmin 20 %. JM Tiedon erityisosaamista on markkinointi- ja myyntikonseptien rakentaminen B2B-yrityksille. Yrityksen tarjoomassa yhdistyvät rekisteri- ja analytiikkapalvelut, asiakashankintapalvelut sekä CRM- ja markkinointitekniikat. JM Tiedon osaaminen tuo lisäarvoa myös muille Talousmedia ja yrityspalvelut -yksikön toimintoille, kuten Alma360:n asiakasmediaratkaisuille sekä Kauppalehden mediamyynnille. JM Tieto organisoidaan osaksi Kauppalehti Tietopalvelut -liiketoimintaa kevään 2015 kuluessa.

Alma Media vahvisti digitaalisia kasvuvalmiuksiaan liittymällä digitaalisiin palveluinnovaatioihin keskittyvän Star-Tap -kiihdytysohjelman ensimmäiseen kierrokseen. Ohjelman tavoitteena on tiivistää toimialan yhteistyötä voimakkaasti uudistavien kasvuyritysten kanssa. Star-Tap-ohjelma on kehitetty vastaamaan sekä suuryrityksen että kasvuyrityksen tarpeisiin. Yhteistyö kasvuyritysten kanssa tarjoaa Alma Medialle uusia mahdollisuuksia digitaalisen kasvun nopeaan ja ketterään etenemiseen.

Alma Media toteutti myös rakenneuudistuksia kustannusliiketoiminnan kannattavuuden parantamiseksi. Yhtiön sanomalehtiliiketoiminta Kainuussa myytiin maaliskuussa SLP Kustannus Oy:lle, ja kaupan myötä maakuntalehti Kainuun Sanomat, kaupunkilehti Koti-Kajaani ja kolme tilattavaa paikallislehteä siirtyivät Suomalainen Lehtipaino Oy:n tytäryhtiön omistukseen. Lisäksi Alma Media suunnittelee Lapissa ilmestyvien kahden päivälehtensä, Lapin Kansan ja Pohjolan Sanomien, tuotantotapaan merkittäviä uudistuksia. Suunnitelman mukaan lehtien toimitukset, mediamyynti ja tuotanto yhdistettäisiin niin, että kesäkuun 2015 alusta Lapin alueella ilmestyisi käytännössä yksi 6-päiväinen sanomalehti, Lapin Kansa. Sen toinen painos jaettaisiin osittain erisisältöisenä Pohjolan Sanomina Kemi-Tornio-alueella. Samassa yhteydessä lehtien verkko- ja mobiilipalvelut uudistettaisiin.

Suuret suomalaiset sanomalehtikustantajat perustivat ensimmäisellä neljänneksellä uuden jakeluyhtiön, Jakeluyhtiö Suomen, vastaamaan jakelupalveluiden valtakunnallisesta myynnistä ja asiakaspalvelusta sekä kehittämään yhteistyötä ja logistiikkaa jakelutoiminnassa. Uuden yhtiön perustajaosakkaina ovat Alma Mediaan kuuluvan Alma Manu Oy:n lisäksi Sanoma Media Finland Oy, Keskisuomalainen Oyj, Kaleva Oy, TS-Yhtymä Oy, Kaakon Viestintä Oy sekä Esan Kirjapaino Oy.

## Markkinatilanne kotimaassa

Vuoden ensimmäisellä neljänneksellä mainonnan kokonaismäärä laski TNS Media Intelligencen mukaan 2,8 (laski 4,8) %. Mainonta kaupunki- ja sanomalehdissä laski 6,2 (laski 10,8) %, mutta kasvoi verkkomediassa 6,1 (kasvoi 12,5) % vertailukaudesta. Iltapäivälehtien kappalemääräinen markkina laski vuoden 2015 ensimmäisellä neljänneksellä 12,1 (laski 9,7) %.

## Muutokset konsernirakenteessa vuonna 2015

Alma Media osti JM Tieto Oy:n koko osakekannan, joka toteutettiin vaiheittaisena hankintana. Alma Media omisti aikaisemmin yhtiöstä 20 %. JM Tieto Oy on B2B-myyntin tehostamiseen erikoistunut yhtiö, joka keskittyy markkinointitietoon ja sen hyödyntämiseen. Kevään 2015 kuluessa JM Tieto organisoidaan osaksi Kauppalehti Tietopalvelut -liiketoimintaa.

Alma Median sanomalehtiliiketoiminta Kainuussa siirtyi uudelle omistajalle, SLP Kustannus Oy:lle. Toteutuneessa kaupassa maakuntalehti Kainuun Sanomat, kaupunkilehti Koti-Kajaani ja kolme tilattavaa paikallislehteä siirtyivät Suomalainen Lehtipaino Oy:n tytäryhtiön omistukseen. Liiketoimintakaupasta ei muodostu tulosvaikutusta Alma Median vuoden 2015 ensimmäisen neljänneksen tulokseen. Osapuolet eivät julkista kauppahintaa.

## Konsernin liikevaihto ja tulos tammi-maaliskuussa 2015

Liikevaihto laski vuoden ensimmäisellä neljänneksellä 1,1 % 71,9 (72,7) milj.euroon.

Sisältöliikevaihto laski 5,1 % 26,0 (27,4) milj.euroon. Sisältöliikevaihdon lasku vertailukauden tasosta johtui painetun median levikkien pienenemisestä. Digitaalisista jakelukanavista saatavien sisältötuottojen kasvu ei riittänyt kattamaan painetun median sisältötuottojen laskua.

Mainosmyynnin liikevaihto kasvoi 0,2 % 35,2 (35,1) milj.euroon. Painettujen lehtien mainosmyynti laski 1,3 % vertailukauden tasosta ja oli 16,7 (16,9) milj.euroa. Verkkomainosmyynti kasvoi 2,1 % 18,4 (18,1) milj.euroon.

Palveluliikevaihto oli 10,8 (10,2) milj. euroa. Palveluliikevaihtoon sisältyvät mm. Kauppalehti Tietopalveluiden, asiakasmedian ratkaisuja tuottavan Alma 360-ryhmän ja E-kontaktin liiketoiminnot sekä Alma Manun konsernin ulkoisille asiakkaille myydyt paino- ja jakelupalvelut.

Kokonaiskulut laskivat ensimmäisellä neljänneksellä 0,3 milj. euroa eli 0,4 %, ja olivat 70,1 (70,4) milj. euroa. Kokonaiskuluihin sisältyvät katsauskauden poistot ja arvonalentumiset olivat 3,4 (3,6) milj. euroa.

Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 1,9 (2,5) milj. euroa, 2,7 (3,4) % liikevaihdosta. Liikevoitto oli 2,7 (3,2) milj. euroa, 3,7 (4,4) % liikevaihdosta. Liikevoittoon sisältyy nettomääräisesti kertaluonteisia eriä 0,8 (0,7) milj. euroa.

Tammi - maaliskuun 2015 tulos oli 1,8 (2,2) milj. euroa ja tulos ilman kertaluonteisia eriä 1,1 (1,4) milj. euroa.

## Liiketoimintasegmentit

Alma Median raportoitavat segmentit ovat Digitaaliset kuluttajapalvelut, Talousmedia ja yrityspalvelut, Valtakunnallinen kuluttajamedia ja Aluemia. Konsernin emoyhtiön tuottamat keskitetyt palvelut sekä koko konsernia koskevat keskitetyt digitaaliset tukipalvelut käsitellään segmenttiraportoinnin ulkopuolella.

Konsernissa on viisi toimintasegmenttiä alla olevan taulukon mukaisesti. Samankaltaisia tuotteita ja palveluita tuottavat toimintasegmentit on yhdistelty raportoitaviksi segmenteiksi, koska niiden taloudellinen tuloksellisuus ja ominaispiirteet ovat samanlaisia.

RAPORTOITAVA SEGMENTTI:	TOIMINTASEGMENTTI:
Digitaaliset kuluttajapalvelut	Markkinapaikat Alma Diverso
Talousmedia ja yrityspalvelut	Talousmedia ja yrityspalvelut Valtakunnallinen kuluttajamedia
Valtakunnallinen kuluttajamedia	Aluemia

Aluemia-segmentti raportoitiin aiemmin nimellä Alueellinen Media. Segmentin sisällössä ei ole tapahtunut muutoksia.

## LIIKEVAIHTO JA -VOITTO SEGMENTEITTÄIN

LIIKEVAIHTO milj. euroa	2015 1-3	2014 1-3	Muutos %	2014 1-12
Digitaaliset kuluttajapalvelut				
Ulkoinen liikevaihto	14,2	13,3		54,4
Segmenttien välinen liikevaihto	0,3	0,3		1,4
Digitaaliset kuluttajapalvelut yhteensä	14,5	13,6	6,7	55,8
Talousmedia ja yrityspalvelut				
Ulkoinen liikevaihto	13,4	13,6		52,0
Segmenttien välinen liikevaihto	0,4	0,2		1,1
Talousmedia & yritystieto yhteensä	13,8	13,7	0,3	53,0
Valtakunnallinen kuluttajamedia				
Ulkoinen liikevaihto	8,6	11,2		44,4
Segmenttien välinen liikevaihto	1,3	0,3		2,5
Valtakunnallinen kuluttajamedia yhteensä	9,9	11,5	-13,9	46,9
Aluemia				
Ulkoinen liikevaihto	33,2	33,4		137,7
Segmenttien välinen liikevaihto	1,7	1,7		7,5
Aluemia yhteensä	34,9	35,1	-0,7	145,2
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,2	-1,3		-5,6
Yhteensä	71,9	72,7	-1,1	295,4
LIIKEVOITTO / -TAPPIO milj. euroa *	2015 1-3	2014 1-3	Muutos %	2014 1-12
Digitaaliset kuluttajapalvelut	2,7	2,2	26,1	10,7
Talousmedia ja yrityspalvelut	2,5	2,1	18,7	6,5
Valtakunnallinen kuluttajamedia	-0,3	1,1	-127,6	3,1
Aluemia	0,4	0,2	83,8	8,3
Segmentit yhteensä	5,3	5,6	-5,5	28,6
Kohdistamattomat toiminnot	-2,6	-2,4	-9,8	-7,9
Yhteensä	2,7	3,2	-16,9	20,7

\* Sisältää kertaluonteiset erät.

## Digitaaliset kuluttajapalvelut

Digitaaliset kuluttajapalvelut -segmentin Suomessa toimivat palvelut ovat Etuovi.com, Vuokraovi.com, Monster.fi, Autotalli.com, Telkku.com, Kotikokki.net, E-kontakti.fi sekä Meedio.fi. Ulkomailla toimivat palvelut ovat Jobs.cz, Prace.cz, Topjobs.sk, CV Online, Profesia.sk, MojPosao.net, Monster.hu, Monsterpolska.pl sekä Monster.cz .

AVAINLUVUT (milj. euroa)	2015 1-3	2014 1-3	Muutos %	2014 1-12
Liikevaihto	14,5	13,6	6,7	55,8
Kotimaan toiminnot	5,4	5,5	-2,2	22,0
Ulkomaan toiminnot	9,1	8,1	12,8	33,8
Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä	11,8	11,5	2,4	46,8
Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä	4,1	3,5	16,0	14,8
Käyttökate	4,1	3,5	16,0	16,5
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	2,7	2,2	26,1	9,2
% liikevaihdosta	18,8	15,9		16,4
Liikevoitto	2,7	2,2	26,1	10,7
% liikevaihdosta	18,8	15,9		19,2
<b>Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna</b>	<b>505</b>	<b>478</b>	<b>5,6</b>	<b>491</b>
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	14,5	13,6	6,7	55,8
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	100,0	100,0		100,0
<b>OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT</b>	<b>2015 1-3</b>	<b>2014 1-3</b>		<b>2014 1-12</b>
Verkkopalvelut, eri selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl) *				
Etuovi.com	615,9	532,4		533,8
Autotalli.com	128,7	126,4		111,8
Monster.fi	182,0	131,5		127,2
Telkku.com	816,7	790,2		735,5
Kotikokki.net	472,3	391,3		408,7
Meedio.fi	46,2	67,2		58,6

*\*) TNS Gallup on muuttanut eri selainmittareiden laskentatapaa vuoden 2015 alusta lukien. Eri selainten lukua korjattiin aikaisemmin ns. korjausalgoritilla, jolla pyrittiin arvioimaan mm. mittaus-cookies poistaneiden määrää. Tämä korjausalgoritmi on poistettu ja nykyisin raportoidaan suoraan raakaselaimia. Tämän vuoksi luvut eivät ole vertailukelpoisia aikaisempiin selainlukuihin.*

### Tammikuu - maaliskuu 2015

Segmentissä raportoitu City24-liiketoiminta myyntiin marraskuussa 2014. Myydyn liiketoiminnan vaikutus segmentin vertailukauden liikevaihtoon oli 0,4 milj. euroa ja liikevoittoon -0,1 milj. euroa.

Vuoden 2015 ensimmäisellä neljänneksellä Digitaaliset kuluttajapalvelut -segmentin liikevaihto kasvoi 6,7 % ja oli 14,5 (13,6) milj. euroa. Kokonaisuudessaan rekrytointiliiketoiminnan liikevaihto kasvoi 14,6 % katsauskaudella ja sen osuus segmentin liikevaihdosta oli 73,3 (68,2) % vuoden 2015 ensimmäisellä neljänneksellä. Kotimaan liikevaihdon lasku 2,2 % johtui pääosin kotimaan heikosta markkinatilanteesta.

Katsauskauden kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 11,8 (11,5) milj. euroa.

Digitaaliset kuluttajapalvelut -segmentin liikevoitto oli 2,7 (2,2) milj. euroa. Liikevoitto oli 18,8 (15,9) % liikevaihdosta. Erityisesti kannattavuus parani Tsekin ja Slovakian rekrytointiliiketoiminnoissa. Segmentissä ei raportoitu kertaluonteisia eriä.



## Talousmedia ja yrityspalvelut

Talousmedia ja yrityspalvelut -segmentti on erikoistunut taloudellisen informaation sekä liike-elämän hyötytiedon ja markkinointiratkaisujen tuottamiseen. Sen tunnetuin tuote on Suomen johtava talousmedia Kauppalehti. Segmenttiin kuuluvat myös Kauppalehti Tietopalvelut, toimitilapalveluita tuottava Objektvision.se sekä asiakasmedian ratkaisuja tuottava Alma 360 -ryhmä.

AVAINLUVUT (milj. euroa)	2015 1-3	2014 1-3	Muutos %	2014 1-12
Liikevaihto	13,8	13,7	0,3	53,0
Sisältöliikevaihto	4,0	4,0	-1,2	16,2
Mainosmyynnin liikevaihto	4,0	3,9	4,4	15,6
Palveluliikevaihto	5,8	5,9	-1,5	21,2
Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä	11,9	12,4	-4,4	46,4
Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä	2,1	1,5	41,1	7,1
Käyttökate	2,7	2,3	20,0	7,3
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	1,9	1,4	41,3	6,7
% liikevaihdosta	14,0	10,0		12,6
Liikevoitto	2,5	2,1	18,7	6,5
% liikevaihdosta	18,2	15,4		12,2
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	238	339	-29,8	259
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	5,8	6,0	-3,2	22,8
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	42,2	43,8		43,0
OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT	2015 1-3	2014 1-3		2014 1-12
Verkkopalvelut, eri selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl)*)				
Kauppalehti.fi	1 011,8	799,9		772,9
Tarkastettu levikki (1000 kpl)				1-12
Kauppalehti				50,7

\*) TNS Gallup on muuttanut eri selainmittareiden laskentatapaa vuoden 2015 alusta lukien. Eri selainten lukua korjattiin aikaisemmin ns. korjausalgoritilla, jolla pyrittiin arvioimaan mm. mittaus-cookies poistaneiden määrää. Tämä korjausalgoritmi on poistettu ja nykyisin raportoidaan suoraan raakaselaimia. Tämän vuoksi luvut eivät ole vertailukelpoisia aikaisempiin selainlukuihin.

### Tammikuu - maaliskuu 2015

Tammikuussa 2015 hankittiin markkinointi- ja myyntikonseptien rakentamiseen B2B-yrityksille erikoistunut JM Tieto, joka raportoidaan osana Kauppalehti Tietopalvelut kokonaisuutta. Hankinnan vaikutus segmentin palveluliikevaihtoon oli 0,8 milj. euroa ja kannattavuuteen 0,2 milj. euroa. Helmikuussa 2014 myydyin BNS-liiketoiminnan vaikutus vertailukauden palveluliikevaihtoon oli 0,7 milj. euroa ja kannattavuuteen 0,1 milj. euroa.

Talousmedia ja yrityspalvelu -segmentin liikevaihto kasvoi 0,3 % 13,8 (13,7) milj. euroon. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 42,2 (43,8) %.

Talousmedia ja yrityspalvelut -segmentin sisältöliikevaihto oli 4,0 (4,0) milj. euroa. Digitaaliset sisältötuotot kasvoivat 14,5 % ja kattoivat osittain painetun median sisältötuottojen laskua. Kauppalehden tammikuussa toteuttaman sisältöuudistuksen seurauksena sivuston kävijämäärät kasvoivat.

Vuoden ensimmäisen neljänneksen mainosmyynti oli 4,0 (3,9) milj. euroa. Mainosmyynti painetussa mediassa ja verkossa kasvoi vertailukaudesta erityisesti maaliskuun hyvän kehityksen ansiosta.

Segmentin palvelumyynti oli 5,8 (5,9) milj. euroa. Palvelumyyntiä laski asiakaslehti- ja tietopalveluliiketoiminnan liikevaihdon heikentyminen.

Segmentin kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 11,9 (12,4) milj. euroa. Kokonaiskuluja laski asiakaslehtiliiketoimintaan tehdyt kustannussäästötoimenpiteet, jotka paransivat liiketoiminnan kannattavuutta.

Talousmedia ja yrityspalvelu -segmentin liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 1,9 (1,4) milj. euroa ja liikevoitto 2,5 (2,1) milj. euroa. Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä oli 14,0 (10,0) % liikevaihdosta. Kertaluonteisena eränä raportoitiin JM Tiedon vaiheittaiseen hankintaan liittyvä myyntivoitto, 0,6 milj. euroa.

## Valtakunnallinen kuluttajamedia

Valtakunnallinen kuluttajamedia -segmentissä raportoidaan IL-Median eri julkaisupalvelut.

AVAINLUVUT (milj. euroa)	2015 1-3	2014 1-3	Muutos %	2014 1-12
Liikevaihto	9,9	11,5	-13,9	46,9
Sisältöliikevaihto	6,4	6,9	-6,9	28,5
Mainosmyynnin liikevaihto	3,5	4,6	-24,6	18,4
Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä	10,2	10,4	-1,5	43,2
Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä	-0,3	1,2	-126,9	3,8
Käyttökate	-0,3	1,2	-126,9	3,2
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	-0,3	1,1	-127,6	3,7
% liikevaihdosta	-3,1	9,8		7,8
Liikevoitto	-0,3	1,1	-127,6	3,1
% liikevaihdosta	-3,1	9,8		6,6
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna	148	150	-1,4	160
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	2,5	3,4	-24,8	12,7
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	25,5	29,2		27,0
OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT	2015	2014		2014
	1-3	1-3		1-12
Verkkopalvelut, eri selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl)*)				
Iltalehti.fi	5 193,3	4 233,6		4 225,3
Tarkastettu levikki (1000 kpl)				
Iltalehti				71,2

\*) TNS Gallup on muuttanut eri selainmittareiden laskentatapaa vuoden 2015 alusta lukien. Eri selainlukua korjattiin aikaisemmin ns. korjausalgoritmilla, jolla pyrittiin arvioimaan mm. mittaus-cookien poistaneiden määrää. Tämä korjausalgoritmi on poistettu ja nykyisin raportoidaan suoraan raakaselaimia. Tämän vuoksi luvut eivät ole vertailukelpoisia aikaisempiin selainlukuihin.

## Tammikuu - maaliskuu 2015

Valtakunnallinen kuluttajamedia -segmentin liikevaihto laski tammi-maaliskuussa 13,9 % 9,9 (11,5) milj. euroon. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 25,5 (29,2) %.

Segmentin sisältöliikevaihto laski tammi-maaliskuussa 6,9 % 6,4 (6,9) milj. euroon, mikä johtui lähinnä Iltalehden levikin laskusta.

Segmentin mainosmyynti laski 24,6 % ja oli 3,5 (4,6) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 23,0 %. Segmentin verkkomainosmyynti laski 25,2 % ja oli 2,5 (3,3) milj. euroa. Sosiaalisen median kanavat painoivat kotimaan digimainonnan hintatasoa sekä laskivat Iltalehden markkinaosuutta.

Segmentin kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 10,2 (10,4) milj. euroa. Kokonaiskulujen laskuun vaikutti erityisesti paino- ja jakelukulujen väheneminen painetun median myynnin laskun myötä. Toisaalta panostukset verkkoliiketoimintaan kasvattivat kuluja.

Segmentin liikevoitto oli -0,3 (1,1) milj. euroa, -3,1 (9,8) % liikevaihdosta. Segmentissä ei raportoitu kertaluonteisia eriä.

## Aluemia

Aluemia -segmentissä raportoidaan Alma Aluemedian yli 30 sanomalehden kustannustoiminta ja konsernin paino- ja jakeluyhtiö Alma Manu. Segmentin tunnetuin media on Aamulehti.

AVAINLUVUT (milj. euroa)	2015 1-3	2014 1-3	Muutos %	2014 1-12
Liikevaihto	34,9	35,1	-0,7	145,2
Sisältöliikevaihto	15,7	16,5	-5,1	65,5
Mainosmyynnin liikevaihto	14,4	14,5	-0,3	62,5
Palveluliikevaihto	4,8	4,1	15,8	17,2
Kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä	34,8	35,0	-0,6	135,8
Käyttökate ilman kertaluonteisia eriä	1,0	1,8	-41,2	14,7
Käyttökate	1,2	1,8	-30,6	14,7
Liikevoitto ilman kertaluonteisia eriä	0,2	0,2	-10,0	9,6
% liikevaihdosta	0,5	0,6		6,6
Liikevoitto	0,4	0,2	83,8	8,3
% liikevaihdosta	1,0	0,6		5,7
Henkilöstö keskimäärin kokoaikaisiksi muutettuna ilman lehdenjakajia	683	730	-6,4	758
Lehdenjakajien lukumäärä keskimäärin	954	968	-1,5	985
Verkkoliiketoiminnan liikevaihto	0,9	0,8	15,0	3,7
Verkkoliiketoiminta, % liikevaihdosta	2,7	2,3		2,6
<b>OPERATIIVISEN TOIMINNAN TUNNUSLUVUT</b>	<b>2015 1-3</b>	<b>2014 1-3</b>		<b>2014 1-12</b>
Verkkopalvelut, eri selaimia viikossa keskimäärin (1000 kpl)*				
Aamulehti.fi	451,4	421,0		433,8
Tarkastettu levikki (1000 kpl)				
Aamulehti				106,8
Painovolyymi (1 000 kpl)	64 758	62 661		256 034
Paperin käyttö (tonnia)	5 729	6 669		23 956

*\*) TNS Gallup on muuttanut eri selainmittareiden laskentatapaa vuoden 2015 alusta lukien. Eri selainten lukua korjattiin aikaisemmin ns. korjausalgoritilla, jolla pyrittiin arvioimaan mm. mittaus-cookien poistaneiden määrää. Tämä korjausalgoritmi on poistettu ja nykyisin raportoidaan suoraan raakaselaimia. Tämän vuoksi luvut eivät ole vertailukelpoisia aikaisempiin selainlukuihin.*

### Tammikuu - maaliskuu 2015

Maaliskuussa 2015 myytiin segmentissä raportoidut lehdet Kainuun Sanomat sekä 2-päiväiset Koti-Kajaani, Ylä-Kainuu, Kuhmolainen ja Sotkamo-lehti. Lehtien yhteenlaskettu liikevaihto vuonna 2014 oli noin 11,5 miljoonaa euroa. Myynnin vaikutus osavuositarkastuksen vertailuihin on liikevaihdossa 0,9 milj. euroa ja liikevoitossa -0,1 milj. euroa.

Aluemia-segmentin liikevaihto oli tammi-maaliskuussa 34,9 (35,1) milj. euroa. Verkkoliiketoiminnan osuus segmentin liikevaihdosta oli 2,7 (2,3) %.

Segmentin sisältöliikevaihto laski tammi-maaliskuussa 5,1 % 15,7 (16,5) milj. euroon.

Segmentin mainosmyynti laski 0,3 % ja oli 14,4 (14,5) milj. euroa. Painetun median mainosmyynti laski 0,7 %. Segmentin verkkomainosmyynti kasvoi 11,2 % ja oli 0,6 (0,5) milj. euroa. Myös painetun median mainosmyynti kasvoi ilman myydyin Kainuun liiketoiminnan vaikutusta.

Segmentin palveluliikevaihto kasvoi 15,8 % 4,8 (4,1) milj. euroon.

Segmentin kokonaiskulut ilman kertaluonteisia eriä olivat 34,8 (35,0) milj. euroa ja kokonaiskulut 34,8 (35,0) milj. euroa. Kokonaiskuluja laskivat niin sanomalehtien kuin painotoiminnan tehostamistimenpiteet.

Alma Media suunnittelee Lapissa ilmestyvien kahden päivälehtensä, Lapin Kansan ja Pohjolan Sanomien toimitusten, mediamyynnin ja tuotannon yhdistämistä kesäkuun 2015 alusta. Samassa yhteydessä lehtien verkko- ja mobiilipalvelut uudistetaan. Työnantajan arvion mukaan suunnitelman toteutuessa mahdolliset henkilöstövaikutukset vähentävät Lapin lehtien henkilöstön tarvetta enimmillään 30 henkilötyövuodella.

Segmentin liikevoitto ilman kertaluonteisia eräiä oli 0,2 (0,2) milj. euroa ja liikevoitto 0,4 (0,2) milj. euroa. Liikevoitto ilman kertaluonteisia eräiä oli 0,5 (0,6) % liikevaihdosta. Segmentin kertaluonteiset erät 0,2 milj. euroa liittyivät kiinteistön myyntivoittoon sekä uudelleenjärjestelykuluihin.

## Osakkuusyhtiöt

Alma Media -konserni omistaa Talousmedia ja yrityspalvelut -segmentissä raportoitavasta Talentum Oyj:stä yhteensä 32,14 %. Talentumin hallussa olevat yhtiön omat osakkeet on laskettu mukaan osakkeiden kokonaismäärään. Alma Median osavuositarkastukseen omistus Talentumissa on yhdistelty siten, että Talentumin omia osakkeita ei ole huomioitu osakkeiden kokonaismäärässä. Alma Median tässä osavuositarkastuksessa käytetty omistusosuus on 32,45 %.

OSUUS OSAKKUUSYRITYSTEN TULOISTA (milj. euroa)	2015 1-3	2014 1-3	2014 1-12
Digitaaliset kuluttajapalvelut	0,0	-0,1	0,0
Talousmedia ja yrityspalvelut			
Talentum Oyj	0,2	0,1	1,0
Valtakunnallinen kuluttajamedia	0,0	0,0	0,0
Aluemia	0,0	0,0	0,0
Muut osakkuusyrietykset	0,1	0,1	0,7
<b>Yhteensä</b>	<b>0,3</b>	<b>0,1</b>	<b>1,7</b>

## Kertaluonteiset erät

Kertaluonteinen erä on kokonaisvaltainen tuotto tai kulu, joka syntyy kerran tai harvoin tapahtuvan asian seurauksena. Konserni esittää kertaluonteisina erinä liiketoimintojen tai omaisuuserien myynneistä tai lopetuksista aiheutuvat voitot tai tappiot, toiminnan uudelleenjärjestelyistä aiheutuvat voitot tai tappiot, sekä liikearvon ja omaisuuserien arvonalentumistappiot. Kertaluonteiset erät kirjataan tuloslaskelmaan aiheuttamisperiaatteensa mukaiseen tuotto- tai kuluryhmään.

KERTALUONTEISET ERÄT milj. euroa	2015 1-3	2014 1-3	2014 1-12
Digitaaliset kuluttajapalvelut			
Arvonalentumistappiot			-0,2
Myyntivoitot			1,7
Talousmedia & yritystieto			
Arvonalentumistappiot			-0,5
Uudelleenjärjestelykulut			-0,5
Myyntivoitot ja -tappiot	0,6	0,7	0,7
Valtakunnallinen kuluttajamedia			
Uudelleenjärjestelykulut			-0,6
Aluemia			
Arvonalentumistappiot			-1,3
Uudelleenjärjestelykulut	-0,1		-0,1
Myyntivoitot ja -tappiot	0,3		0,1
Kohdistamattomat			
Uudelleenjärjestelykulut			-0,2
<b>LIIKEVOITON KERTALUONTEISET ERÄT</b>	<b>0,8</b>	<b>0,7</b>	<b>-0,7</b>
<b>KERTALUONTEISET ERÄT TULOKSESSA ENNEN VEROJA</b>	<b>0,8</b>	<b>0,7</b>	<b>-0,7</b>

## Tase ja rahoitusasema

Konsernitaseen loppusumma oli maaliskuun 2015 lopussa 267,4 (272,6) milj. euroa. Konsernin omavaraisuusaste oli maaliskuun lopussa 39,4 % (36,8 %) ja oma pääoma osaketta kohden oli 1,08 (1,02) euroa.

Konsernin liiketoiminnan rahavirta oli tammi-maaliskuussa 14,9 (16,7) milj. euroa. Rahavirta ennen rahoitusta oli 12,3 (24,3) milj. euroa.

Konsernilla oli korollisia velkoja maaliskuun lopussa yhteensä 84,5 (95,9) milj. euroa. Maaliskuun lopussa korollisista veloista rahoitusleasingvelkoja oli yhteensä 68,5 milj. euroa, lainoja rahoituslaitoksilta 8,0 milj. euroa ja lyhytaikaisia yritystodistuksia 8,0 milj. euroa.

Maaliskuun lopussa konsernin korollinen nettovelka oli 67,8 (82,1) milj. euroa.

Alma Medialla on käytettävissä kaksi 20,0 milj. euron suuruista, sitovaa rahoituslimiittiä, jotka olivat 31.3.2015 kokonaan käyttämättä. Sen lisäksi yhtiöllä on 100 milj. euron yritystodistusohjelma Suomessa. Yritystodistusohjelmasta oli 31.3.2015 käytetty 8,0 milj. euroa.

Alma Medialla ei ollut yritysjärjestelyiden yhteydessä syntyneitä käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavia rahoitusvaroja 31.3.2015. Käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavat rahoitusvelat olivat 2,9 (0,3) milj. euroa.

## Investoinnit

Alma Media -konsernin investoinnit olivat tammi-maaliskuussa 2015 yhteensä 7,2 (9,4) milj. euroa. Katsauskauden investoinnit koostuivat osakkuusyhtiö JM Tieto Oy:n lunastamisesta konserniyhtiöksi sekä normaaleista käyttö- ja ylläpitoinvestoinneista.

INVESTOINNIT	2015	2014	2014
milj. euroa	1-3	1-3	1-12
Digitaaliset kuluttajapalvelut	0,3	8,4	10,5
Talousmedia ja yrityspalvelut	6,2	0,3	1,2
Valtakunnallinen kuluttajamedia	0,1	0,1	0,3
Aluemia	0,3	0,3	1,1
Segmentit yhteensä	6,8	9,1	13,0
Kohdistamattomat toiminnot	0,4	0,3	1,4
Yhteensä	7,2	9,4	14,4

## Hallinto

Alma Media Oyj:n 17.3.2015 pidetty varsinainen yhtiökokous valitsi yhtiön hallituksen jäseniksi Niklas Herlinin, Esa Lagerin, Petri Niemisvirran, Perttu Rinnan, Erkki Soljan, Catharina Stackelberg-Hammarénin ja Harri Suutarin. Yhtiökokouksen jälkeen pitämässään järjestäytymiskokouksessa hallitus valitsi puheenjohtajakseen Harri Suutarin.

Hallitus valitsi myös jäsenet valiokuntiinsa. Tarkastusvaliokunnan jäseniksi valittiin Perttu Rinta ja Catharina Stackelberg-Hammarén sekä Esa Lager puheenjohtajaksi. Nimitys- ja palkitsemisvaliokunnan jäseniksi valittiin Esa Lager, Niklas Herlin ja Erkki Solja sekä Petri Niemisvirta puheenjohtajaksi.

Alma Media Oyj:n hallitus on arvioinut, että Perttu Rintaa, Esa Lageria ja Niklas Herliniä lukuun ottamatta hallituksen valitut henkilöt ovat yhtiöstä ja sen merkittävistä osakkeenomistajista riippumattomia. Edellä mainitut jäsenet on arvioitu riippumattomiksi yhtiöstä, mutta riippuvaisiksi sen merkittävistä osakkeenomistajista.

Hallituksen sihteeriksi valittiin Alma Media Oyj:n lakiasiaintohtaja Mikko Korttila.

Yhtiökokous valitsi yhtiön tilintarkastajaksi PricewaterhouseCoopers Oy:n ja päävastuullisena tilintarkastajana toimii KHT Markku Launis.

Alma Media Oyj noudattaa Arvopaperimarkkinayhdistys ry:n 15.6.2010 antamaa, 1.10.2010 alkaen voimassa olevaa Suomen listayhtiöiden hallinnointikoodia sellaisenaan. Palkka- ja palkkioselvitys vuodelta 2014 on julkaistu 13.2.2015 yhtiön internet-sivuilla osoitteessa [www.almamedia.fi/sijoittajille](http://www.almamedia.fi/sijoittajille).

Selvitys hallinto- ja ohjausjärjestelmästä on julkaistu yhtiön internet-sivuilla osoitteessa [www.almamedia.fi/sijoittajille](http://www.almamedia.fi/sijoittajille).

## Osinko

Yhtiökokous päätti hallituksen ehdotuksen mukaisesti, että tilikaudelta 2014 ei jaeta osinkoa. Yhtiöllä ei ole kertyneitä voittovaroja.

## Sijoitetun vapaan oman pääoman rahaston käyttäminen

Yhtiökokous päätti hallituksen ehdotuksen mukaisesti, että yhtiön taseen 31.12.2014 mukaisesta sijoitetun vapaan oman pääoman rahastosta käytetään 36 420 000 euroa tappion kattamiseen. Tappion kattamisella parannetaan edellytyksiä voitonjakoon tulevana tilikausina.

## Pääomanpalautus

Yhtiökokous päätti hallituksen ehdotuksen mukaisesti jakaa pääomanpalautuksena 0,12 euroa osakkeelta sijoitetun vapaan oman pääoman rahastosta. Yhtiökokoushetkellä yhtiöllä oli 75 486 853 osaketta, minkä perusteella palautettava määrä oli 9 058 422,36 euroa. Pääomanpalautus maksettiin osakkeenomistajalle, joka oli maksun täsmäytyspäivänä 19.3.2015 merkitty osakkeenomistajaksi Euroclear Finland Oy:n pitämään Alma Media Oyj:n osakasluetteloon. Pääomanpalautus maksettiin hallituksen ehdotuksen mukaisesti 26.3.2015.

## Muut yhtiökokouksen päätökset

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään enintään 754 000 osakkeen hankkimisesta yhdessä tai useammassa erässä. Ehdotettu valtuutuksen enimmäismäärä on noin 1 prosenttia yhtiön koko osakemäärästä. Osakkeet hankitaan yhtiön vapaalla omalla pääomalla säännellyllä markkinalla NASDAQ OMX Helsinki Oy:n järjestämässä kaupankäynnissä sen sääntöjen ja ohjeiden mukaisesti, minkä vuoksi hankinta tapahtuu suunnatusti eli muuten kuin osakkeenomistajien omistamien osakkeiden suhteessa. Osakkeiden hankkimisesta maksettavan vastikkeen tulee perustua yhtiön osakkeen hintaan säännellyllä markkinalla siten, että hankittavien osakkeiden vähimmäishinta on osakkeen alin säännellyllä markkinalla noteerattu markkinahinta valtuutuksen voimassaoloaikana ja enimmäishinta vastaavasti osakkeen korkein säännellyllä markkinalla noteerattu markkinahinta valtuutuksen voimassaoloaikana. Osakkeita voidaan hankkia yhtiön pääomarakenteen kehittämiseksi, yrityskauppojen tai muiden järjestelyjen rahoittamiseksi tai toteuttamiseksi tai johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamisessa tai muutoin edelleen luovutettaviksi tai mitätöitäviksi. Valtuutus on voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2016 saakka.

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään osakeannista omia osakkeita luovuttamalla. Valtuutuksen perusteella voidaan antaa enintään 754 000 osaketta. Ehdotettu valtuutuksen enimmäismäärä vastaa noin 1 prosenttia yhtiön koko osakemäärästä. Hallitus voi valtuutuksen perusteella päättää osakeannista suunnatusti eli osakkeenomistajien etuoikeudesta poiketen. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhdessä tai useammassa erässä. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhtiön johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamiseksi. Valtuutus on voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2016 saakka.

Yhtiökokous valtuutti hallituksen päättämään osakeannista. Valtuutuksen perusteella voidaan antaa enintään 15 000 000 osaketta. Ehdotettu valtuutuksen enimmäismäärä vastaa noin 20 % yhtiön koko osakemäärästä. Osakeanti voidaan toteuttaa antamalla uusia osakkeita tai luovuttamalla yhtiön hallussa olevia osakkeita. Hallitus voi valtuutuksen perusteella päättää osakeannista suunnatusti eli osakkeenomistajien etuoikeudesta poiketen. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhdessä tai useammassa erässä. Hallitus voi käyttää valtuutusta yhtiön pääomarakenteen kehittämiseksi, omistusohjelman laajentamiseksi, yrityskauppojen tai muiden järjestelyiden rahoittamiseksi tai toteuttamiseksi tai muihin hallituksen päättämiin tarkoituksiin. Valtuutusta ei kuitenkaan saa käyttää yhtiön johdon tai avainhenkilöiden kannustinohjelmien toteuttamiseksi. Valtuutus on voimassa seuraavaan varsinaiseen yhtiökokoukseen saakka, kuitenkin enintään 30.6.2016 saakka. Tämä valtuutus kumoaa varsinaisessa yhtiökokouksessa 20.3.2014 päätetyn osakeantivaltuutuksen.

Yhtiökokous päätti hallituksen ehdotuksen mukaisesti perustaa osakkeenomistajien nimitystoimikunnan. Nimitystoimikunnan tehtävänä on valmistella hallituksen jäsenten valintaan ja palkitsemiseen liittyvät ehdotukset varsinaiselle yhtiökokoukselle. Samalla yhtiökokous hyväksyi hallituksen ehdotuksen mukaisesti osakkeenomistajien nimitystoimikunnan työjärjestyksen. Osakkeenomistajien nimitystoimikunta koostuu neljästä osakkeenomistajien nimeämästä jäsenestä, jotka valitsevat

keskuudestaan puheenjohtajan. Lisäksi yhtiön hallituksen puheenjohtaja toimii nimitystoimikunnan asiantuntijajäsenenä. Hallituksen puheenjohtajan tehtävänä on pyytää varsinaista yhtiökokousta edeltävänä kalenterivuonna 30.9. osakkeenomistuksen perusteella neljää suurinta osakkeenomistajaa kutakin nimeämään yhden jäsenen osakkeenomistajien nimitystoimikuntaan. Osakkeenomistajia edustavien jäsenten nimeämisoikeus on niillä neljällä osakkeenomistajalla, jotka ovat rekisteröity varsinaista yhtiökokousta edeltävänä kalenterivuonna 30.9. Euroclear Finland Oy:n pitämään yhtiön osakasluetteloon, ja joiden osuus tämän osakasluettelon mukaan yhtiön kaikkien osakkeiden tuottamista äänistä on suurin. Mikäli osakkeenomistaja ei halua käyttää nimeämisoikeuttaan, nimeämisoikeus siirtyy osakasluettelon mukaan seuraavaksi suurimmalle omistajalle, jolla muutoin ei olisi nimeämisoikeutta. Osakkeenomistajien nimitystoimikunnan työjärjestys on saatavilla Alma Media Oyj:n internet-sivuilla osoitteessa [www.almamedia.fi/sijoittajille/hallinto/yhtiokokous/yhtiokokous-2015](http://www.almamedia.fi/sijoittajille/hallinto/yhtiokokous/yhtiokokous-2015).

## **Osake**

Tammi-maaliskuussa NASDAQ OMX:n Helsingin pörssissä vaihdettiin yhteensä 978 632 Alma Median osaketta, mikä vastasi 1,3 % osakkeiden kokonaismäärästä. Osakkeen päätöskurssi katsauskauden viimeisenä kaupankäyntipäivänä 31.3.2015 oli 2,87 euroa. Katsauskauden alin kaupankäyntikurssi oli 2,75 euroa ja ylin 3,24 euroa.

## **Optio-ohjelma ja osakepalkkiojärjestelmä**

Alma Medialla on optio-ohjelma 2009. Optio-ohjelma on konsernin johdon kannustus- ja sitouttamisjärjestelmä. Jos kaikki merkintäoikeudet käytetään, 2009 optio-ohjelma laimentaa aikaisempien omistajien omistusta enintään 2,0 %. Tarkemmat tiedot optio-ohjelmista on esitetty osavuositarkastuksen liitetiedoissa.

Alma Media Oyj:n hallitus on hyväksynyt uuden pitkän aikavälin osakepohjaisen kannustinjärjestelyn perustamisen yhtiön johdolle ja eräille avainhenkilöille. LTI 2015 -järjestely koostuu vuosittain alkavista yksittäisistä osakepalkkio-ohjelmista, joista kukin on ehdollinen hallituksen erilliselle hyväksynnälle. Kussakin yksittäisessä ohjelmassa on kolme pääelementtiä: sijoitus yhtiön osakkeisiin edellytyksenä ohjelmaan osallistumiselle, osakesijoitukseen perustuvat lisäosakkeet sekä mahdollisuus ansaita suoriteperusteisia lisäosakkeita. LTI 2015 -järjestelyn ensimmäiseen, vuonna 2015 alkavaan ohjelmaan on oikeutettu osallistumaan enintään 35 henkilöä.

## **Hallituksen muut valtuutukset**

Hallituksella ei ole voimassa muita valtuuksia.

## **Markkinatakaus**

Alma Media Oyj:n osakkeelle ei ole voimassaolevaa markkinatakausta.

## **Liputusilmoitukset**

Vuoden 2015 ensimmäisellä neljänneksellä yhtiö ei vastaanottanut Arvopaperimarkkinalain 9 luvun 5 pykälän mukaisia ilmoituksia omistusosuuden muuttumisesta.

## **Riskit ja riskienhallinta**

Alma Media -konsernissa riskienhallinnan tehtävä on arvioida ja hallinnoida jatkuvasti osana operatiivista toimintaa kaikkia 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. Riskienhallinta on osa Alma Median sisäistä valvontaa ja näin ollen osa hyvää johtamis- ja hallintojärjestelmää. Määrällisille ja laadullisille riskeille asetetaan kirjalliset rajat ja menettelytavat konsernin riskienhallintajärjestelmässä.

Alma Median merkittävimmät strategiset riskit ovat painetun median osalta lehtien lukijamäärien merkittävä lasku, mainosmyynnin pysyvä vähentyminen sekä jakelukustannusten merkittävä nousu. Mediatoimiala muuttuu mediakäytön muutosten ja teknologian kehittymisen myötä. Alma Median

strategisena tavoitteena on vastata tähän haasteeseen uusiutumalla ja kehittämällä uusia liiketoimia digitaalisissa kuluttaja- ja yrityspalveluissa.

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

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

### **Kestävä kehitys**

Alma Media on eettisellä ohjeistuksellaan sitoutunut tukemaan YK:n Global Compact -aloitteen ihmisoikeuksia, työvoimaa, ympäristöä ja korruption torjuntaa koskevia peruseriaatteita. Alma Media osallistuu vuosittain sijoittajille suunnattuun Carbon Disclosure Project -ilmastoraportointiin (CDP), jossa se sijoittui lokakuussa 2014 pohjoismaisten mediayhtiöiden kärkeen. Lisäksi Alma Median osake on sisällytetty OMX GES Sustainability Finland -indeksiin. Alma Media on jäsenenä Nordic Media CR Forum- ja Finnish Business & Society (FIBS) -yritysvastuuverkostoissa. Tammikuussa 2015 Alma Media liittyi FIBS ry:n monimuotoisuus-verkoston jäseneksi ja allekirjoitti monimuotoisuussitoumuksen.

Alma Median liiketoiminnan merkittävimmät ympäristövaikutukset liittyvät hankintoihin, paino- ja jakelutoimintaan sekä kiinteistöihin. Vuonna 2014 yhtiön lehtipainoissa käytettiin 23 956 (23 489) tonnia sanomalehtipaperia. Alma Media käytti vuonna 2014 sähköenergiaa 13 298 (16 333) megawattituntia. Sähkönkulutus laski edellisvuodesta 18,6 %. Lisätietoja konsernin Kestävä media -yritysvastuuohjelmasta on saatavilla Alma Median verkkosivuilla.

### **Tilikauden jälkeiset tapahtumat**

Alma Median tytäryhtiö Alma Media Kustannus Oy on myynyt Kemijärvellä ilmestyvän Koti-Lappi-kaupunkilehden 1.5.2015 alkaen.

ALMA MEDIA OYJ  
Hallitus

### **Alma Median taloudellinen kalenteri vuonna 2015**

- Osavuosisikatsaus tammi-kesäkuulta 2015 tiistaina 21.7.2015 noin klo 9.00
- Osavuosisikatsaus tammi-syyskuulta 2015 perjantaina 23.10.2015 noin klo 9.00



## OSAVUOSIKATSAUSLYHENNELMÄ JA LIITETIEDOT

LAAJA TULOSLASKELMA (milj. euroa)	2015 1-3	2014 1-3	Muutos %	2014 1-12
<b>LIKEVAIHTO</b>	71,9	72,7	-1,1	295,4
Liiketoiminnan muut tuotot	0,9	0,9	-0,9	3,2
Materiaalit ja palvelut	19,2	19,1	0,8	77,5
Työsuhde-etuuksista aiheutuneet kulut	31,2	31,5	-0,9	120,8
Poistot ja arvonalentumiset	3,4	3,6	-5,1	15,7
<b>Liiketoiminnan muut kulut</b>	<b>16,3</b>	<b>16,2</b>	<b>0,5</b>	<b>64,0</b>
<b>LIKEVOITTO</b>	<b>2,7</b>	<b>3,2</b>	<b>-16,9</b>	<b>20,7</b>
Rahoitustuotot	0,1	0,1	-41,9	0,4
Rahoituskulut	0,6	0,8	-19,5	3,1
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,3	0,1	115,6	1,7
<b>TULOS ENNEN VEROJA</b>	<b>2,4</b>	<b>2,7</b>	<b>-10,3</b>	<b>19,7</b>
Tuloverot	0,6	0,5	7,6	4,0
<b>TILIKAUDEN TULOS</b>	<b>1,8</b>	<b>2,2</b>	<b>-14,7</b>	<b>15,7</b>
<b>MUUT LAAJAN TULOKSEN ERÄT:</b>				
Erät, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteiseksi				
Etuus pohjaisen nettovelan (tai omaisuuserän) uudelleen määrittämisestä johtuvat erät	0,0	0,0		-0,4
Verot eristä, joita ei myöhemmin siirretä tulosvaikutteisiksi	0,0	0,0		0,0
Erät, jotka saatetaan myöhemmin siirtää tulosvaikutteiseksi				
Muuntoerot	0,3	0,4		0,2
Osuus osakkuusyrityksissä kirjatuista muista laajan tuloksen eristä	0,1	-0,1		-0,4
Vakuutusmatemaattiset voitot ja tappiot	0,0	0,0		0,0
Tilikauden muut laajan tuloksen eriin liittyvät verot	0,0	0,0		0,0
<b>Tilikauden muut laajan tuloksen erät verojen jälkeen</b>	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>		<b>-0,6</b>
<b>TILIKAUDEN LAAJA TULOS YHTEENSÄ</b>	<b>2,2</b>	<b>2,5</b>		<b>15,1</b>
Tilikauden tuloksen jakautuminen:				
- Emoyhtiön omistajille	1,4	1,7		14,2
- Määräysvallattomille omistajille	0,4	0,4		1,5
Tilikauden laajan tuloksen jakautuminen:				
- Emoyhtiön omistajille	1,7	2,0		13,6
- Määräysvallattomille omistajille	0,4	0,4		1,5
Emoyhtiön omistajille kuuluvasta tilikauden tuloksesta laskettu osakekohtainen tulos:				
- Tulos/osake, euroa	0,02	0,02		0,19
- Tulos/osake (laimennettu), euroa	0,02	0,02		0,19

TASE (milj. euroa)	31.3.2015	31.3.2014	31.12.2014
<b>VARAT</b>			
<b>PITKÄAIKAISET VARAT</b>			
Liikearvo *)	73,7	71,6	69,7
Muut aineettomat hyödykkeet	38,8	41,2	38,2
Aineelliset käyttöomaisuushyödykkeet	74,8	84,8	76,2
Osuudet osakkuusyriyksissä	24,7	25,5	25,7
Muut rahoitusvarat	3,9	3,8	3,9
Laskennalliset verosaamiset	1,4	1,5	1,3
<b>LYHYTAIKAISET VARAT</b>			
Vaihto-omaisuus	1,0	1,2	1,3
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verosaamiset	1,9	0,0	1,2
Myyntisaamiset ja muut saamiset	30,5	29,1	26,6
Rahavarat	16,7	13,9	12,0
<b>VARAT YHTEENSÄ *)</b>	<b>267,4</b>	<b>272,6</b>	<b>256,1</b>
<b>(milj. euroa)</b>	<b>31.3.2015</b>	<b>31.3.2014</b>	<b>31.12.2014</b>
<b>OMA PÄÄOMA JA VELAT</b>			
Osakepääoma	45,3	45,3	45,3
Ylikurssirahasto	7,7	7,7	7,7
Muuntoerot *)	-2,3	-2,3	-2,5
Kertyneet voittovarot	30,4	26,2	38,0
Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma	81,2	76,9	88,5
Määräysvallattomien omistajien osuus	15,6	14,4	15,2
<b>OMA PÄÄOMA YHTEENSÄ *)</b>	<b>96,8</b>	<b>91,3</b>	<b>103,7</b>
<b>VIERAS PÄÄOMA</b>			
<b>PITKÄAIKAISET VELAT</b>			
Pitkäaikaiset korolliset velat	69,8	77,2	70,9
Laskennalliset verovelat	7,2	6,8	6,9
Eläkeveloitteet	2,7	2,6	2,7
Muut pitkäaikaiset velat	0,3	0,4	0,3
<b>LYHYTAIKAISET VELAT</b>			
Lyhytaikaiset rahoitusvelat	18,3	19,5	12,8
Saadut ennakot	21,4	24,6	12,9
Tilikauden verotettavaan tuloon perustuvat verovelat	0,0	0,8	0,0
Varaukset	0,3	4,1	0,4
Ostovelat ja muut velat	50,5	45,4	45,5
<b>VELAT YHTEENSÄ</b>	<b>170,5</b>	<b>181,3</b>	<b>152,5</b>
<b>OMA PÄÄOMA JA VELAT YHTEENSÄ</b>	<b>267,4</b>	<b>272,6</b>	<b>256,1</b>

\* Vertailutietoa vuodelta 2014 on muutettu liikearvon valuuttakurssimuutoksesta johtuen. Muutoksen vaikutuksesta liikearvo ja aineettomat hyödykkeet pienenevät 2,1 milj. eurolla.

## LASKELMA KONSERNIN OMAN PÄÄOMAN MUUTOKSISTA

Sarakeotsikot:

A = Osakepääoma

B = Ylikurssirahasto

C = Muuntoerot

D = Kertyneet voittovarot

E = Yhteensä

F = Määräysvallattomien omistajien osuus

G = Oma pääoma yhteensä

milj. euroa	Emoyhtiön omistajille kuuluva oma pääoma						
	A	B	C	D	E	F	G
Oma pääoma 1.1.2015	45,3	7,7	-2,5	38,0	88,5	15,2	103,7
Tilikauden tulos				1,4	1,4	0,4	1,8
Muut laajan tuloksen erät			0,3	0,1	0,3	0,0	0,3
Liiketoimet omistajien kanssa							
Emoyhtiön osingonjako				-9,1	-9,1		-9,1
Tytäryritysten osingonjako						0,0	0,0
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot							
Liiketoimintojen yhdistymiset							
Osuus osakusyhtiöiden omaan pääomaan kirjatuista eristä				0,0	0,0	0,0	0,0
Oma pääoma 31.3.2015	45,3	7,7	-2,3	30,4	81,2	15,6	96,8
milj. euroa							
Oma pääoma 1.1.2014 *)	45,3	7,7	-2,7	35,5	85,8	2,5	88,3
Tilikauden tulos				1,7	1,7	0,4	2,2
Muut laajan tuloksen erät *)			0,4	-0,1	0,3		0,3
Liiketoimet omistajien kanssa							
Emoyhtiön osingonjako				-7,5	-7,5		-7,5
Tytäryritysten osingonjako						-0,5	-0,5
Osakkeina toteutettavat ja maksettavat optiot				0,1	0,1		0,1
Liiketoimintojen yhdistymiset				-3,5	-3,5	12,1	8,6
Osuus osakusyhtiöiden omaan pääomaan kirjatuista eristä				0,0	0,0	0,0	0,0
Oma pääoma 31.3.2014 *)	45,3	7,7	-2,3	26,2	76,9	14,4	91,3

\*) Vertailutietoa vuodelta 2014 on muutettu liikearvon valuuttakurssimuutoksesta johtuen. Muutoksen vaikutuksesta liikearvo ja aineettomat hyödykkeet pienenevät 2,1 milj. eurolla.

RAHAVIRTALASKELMA (milj. euroa)	2015 1-3	2014 1-3	2014 1-12
<b>LIIKETOIMINNAN RAHAVIRTA</b>			
Tilikauden voitto	1,8	2,2	15,7
Oikaisuerät	3,9	3,7	15,7
Käyttöpääoman muutos	11,1	12,9	2,8
Saadut osingot	0,1	0,0	1,2
Saadut korot	0,0	0,0	0,2
Maksetut korot ja muut rahoituskulut	-0,6	-0,6	-2,5
Maksetut verot	-1,5	-1,5	-6,6
Liiketoiminnan rahavirta yhteensä	14,9	16,7	26,5
<b>INVESTOINTIEN RAHAVIRTA</b>			
Investoinnit aineellisiin ja aineettomiin hyödykkeisiin	-0,5	-1,1	-3,5
Aineellisten ja aineettomien hyödykkeiden luovutustulot	0,3	0,0	1,0
Investoinnit muihin sijoituksiin	-0,1	0,0	-0,1
Tytäryritysten ja liiketoimintojen hankinta	-2,3	0,4	-0,2
Osakkuusyritysten hankinta	0,0	-0,5	-0,7
Tytäryritysten myynti ja palautuneet hankintamenot	0,0	8,8	12,0
Osakkuusyritysten myynti ja pääoman palautukset	0,0	0,0	0,0
Investointien rahavirta yhteensä	-2,6	7,6	8,4
Rahavirta ennen rahoitusta	12,3	24,3	34,9
<b>RAHOITUKSEN RAHAVIRTA</b>			
Pitkäaikaisten lainojen nostot	0,0	0,0	6,5
Lyhytaikaisten lainojen nostot	20,0	69,0	152,5
Lyhytaikaisten lainojen takaisinmaksut	-18,5	-83,7	-185,9
Korollisten saamisten muutos	0,0	0,0	0,0
Maksetut osingot	-9,1	-8,1	-8,3
Rahoituksen rahavirta yhteensä	-7,6	-22,7	-35,2
Rahavarojen muutos (lisäys + / vähennys -)	4,7	1,6	-0,3
Rahavarat kauden alussa	12,0	12,3	12,3
Valuuttakurssien muutosten vaikutus	0,0	0,0	0,0
Rahavarat kauden lopussa	16,7	13,9	12,0

**Hankitut liiketoiminnot 2015**

Alma Media on toteuttanut seuraavat yritysjärjestelyt vuoden 2015 aikana

	Liiketoiminto	Hankintahetki	Hankintaosuus
<u>Talousmedia ja yrityspalvelut segmentti</u>			
JM Tieto Oy	Verkkopalvelu	1.1.2015	80 %

JM Tieto Oy yrityshankinta toteutettiin vaiheittaisena hankintana. Konsernin aiempi omistusosuus yhtiöstä oli 20 %.

Hankittujen liiketoimintojen alkavat taseet konsernissa, kokonaishankintahinta ja rahavirtavaikutus:

milj. eur	Yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot
Aineelliset hyödykkeet	0,0
Aineettomat hyödykkeet	1,7
Myyntisaamiset ja muut saamiset	0,7
Rahavarat	0,6
Yhteensä	3,1
Laskennalliset verovelat	0,3
Ostovelat ja muut velat	0,7
Yhteensä	1,0
Nettovarat	2,1
IFRS hankintameno	7,0
Liikearvo	4,9
Vaiheittaisessa hankinnassa kirjattu tulosvaikutteinen myyntivoitto	0,6

milj. eur	Hankintameno
Osakkuusyhtiöhankinta	0,6
Käteismaksu	2,9
Ehdollinen vastike	2,9
Vaiheittainen hankinta	0,6
Yhteensä	7,0

Konsernin vuoden 2014 liikevaihto olisi ollut arviolta 298,5 milj. euroa (raportoitu 295,4 milj. euroa), mikäli hankinnat olisivat toteutuneet vuoden 2014 alussa.

Liiketoimintojen yhdistämisessä kirjatut käyvät arvot aineettomiin hyödykkeisiin liittyvät pääasiassa hankittuihin asiakassopimuksiin. Hankinnassa syntyneeseen liikearvoon vaikuttivat hankittuun liiketoimintaan liittyvät odotettavissa olevat synergiaedut.

## Ehdolliset kauppahinnat

Liiketoimintakaupoista syntyneet ehdolliset vastikkeet luokitellaan käypään arvoon tulosvaikutteisesti kirjattavaksi rahoitusvelaksi. Tehtyjen liiketoimintakauppojen ehdollisten vastikkeiden määrä perustuu hankittujen liiketoimintojen vuoden 2015 liikevaihtoon ja liikevoittoon.

EHDOLLISET KAUPPAHINTAVELAT (milj. euroa)	
Velkojen alkuperäinen käypä arvo	2,9
Käyvän arvon muutokset aiempina tilikausina	0,0
Maksetut velat	0,0
Käyvän arvon muutokset katsauskaudella	0,0
Velkojen käypä arvo katsauskauden lopussa	2,9

LIIKEVAIHDON MAANTIETEELLINEN JAKAUMA milj. euroa	2015 1-3	2014 1-3	2014 1-12
Suomi *)	62,2	63,3	258,5
Muut EU-maat *)	9,8	9,4	36,9
Muut maat*)	0,0	0,0	0,0
Yhteensä	71,9	72,7	295,4

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

## Tiedot segmenteittäin

Alma Median segmentit ovat Digitaaliset kuluttajapalvelut, Talousmedia ja yrityspalvelut, Valtakunnallinen kuluttajamedia ja Aluemia. Osavuositiedon selostusosassa on esitetty segmenttien liikevaihto- ja liikevoittotiedot sekä osakkuusyhtiötulosten kohdistaminen segmenteittäin.

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

VARAT SEGMENTEITTÄIN milj. euroa			
	31.3.2015	31.3.2014	31.12.2014
Digitaaliset kuluttajapalvelut	89,2	93,0	89,5
Talousmedia ja yrityspalvelut	43,1	37,0	35,0
Valtakunnallinen kuluttajamedia	3,3	4,9	3,6
Aluemia	66,3	76,5	67,8
Segmentit yhteensä	201,9	211,4	196,0
Kohdistamattomat toiminnot varat ja eliminoinnit	65,4	61,2	60,2
Yhteensä	267,4	272,6	256,1

VELAT SEGMENTEITTÄIN milj. euroa			
	31.3.2015	31.3.2014	31.12.2014
Digitaaliset kuluttajapalvelut	18,6	17,2	16,6
Talousmedia ja yrityspalvelut	11,4	11,0	9,6
Valtakunnallinen kuluttajamedia	4,7	4,7	5,1
Aluemia	75,5	87,1	67,3
Segmentit yhteensä	110,2	120,0	98,7
Kohdistamattomat toiminnot velat ja eliminoinnit	60,4	61,4	53,8
Yhteensä	170,5	181,3	152,5

## Varaukset

Yhtiöllä oli 31.3.2015 yhteensä 0,3 (4,1) milj. euroa varauksia. Varausten muodostamisen yhteydessä tehtyjä arvioita ei ole ollut tarvetta muuttaa.

**Vastuut**

VASTUUSITOUMUKSET			
milj. euroa	31.3.2015	31.3.2014	31.12.2014
Muiden puolesta annetut vakuudet			
Takaukset	1,4	1,4	1,4
Muut vastuusitoumukset	1,7		1,9
Muiden vuokrasopimusten perusteella maksettavat vähimmäisvuokrat:			
Yhden vuoden kuluessa	8,6	8,6	9,2
1-5 vuoden kuluessa	24,9	26,9	26,7
yli viiden vuoden kuluttua	30,3	36,1	32,5
<b>Yhteensä</b>	<b>63,8</b>	<b>71,7</b>	<b>68,3</b>
Lisäksi konsernilla on IFRIC 4 perusteella sellasia ostosopimuksia, joihin sisältyy IAS 17 mukainen muu vuorasopimuskomponentti. Näiden ostosopimusten perusteella maksettavat vähimmäissuoritukset:	0,2	0,4	0,2

JOHDANNAISSOPIMUKSET			
milj. euroa	31.3.2015	31.3.2014	31.12.2014
Hyödykejohdannaiset, sähkötermiinit			
Käypä arvo*	0,0	-0,1	-0,1
Nimellisarvo	1,9	0,6	0,4
Korkojohdannaiset			
Käypä arvo*	-0,7	-0,3	-0,7
Kohde-etuuden arvo	19,6	15,8	19,7
Valuuttajohdannaiset			
Käypä arvo*	0,0	0,0	0,0
Kohde-etuuden arvo	1,5	0,0	1,5

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

**Lähipiiritapahtumat**

Alma Media -konsernin lähipiiriin luetaan emoyhtiön merkittävimmät omistajat, osakkuusyhtiöt sekä niiden omistamat yhtiöt. Lähipiiriin luetaan myös yhtiön johto ja heidän lähipiirinsä (hallituksen jäsenet, toimitusjohtajat sekä konsernin johtoryhmä). Lähipiirin kanssa käydyistä liiketoimista sekä saatava- ja velkatilanteesta on esitetty seuraavassa tiivistelmä:

LÄHIPIIRITAPAHTUMAT			
milj. euroa	2015 1-3	2014 1-3	2014 1-12
Tavaroiden ja palvelujen myynnit	0,0	0,2	0,8
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,1	0,7
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0
Johdon vaikutusvaltaisyhteisöt	0,0	0,0	0,0
Tavaroiden ja palvelujen ostot	0,7	0,7	3,1
Osakkuusyhtiöt	0,6	0,6	3,1
Merkittävät omistajat	0,0	0,0	0,0
Johdon vaikutusvaltaisyhteisöt	0,0	0,0	0,0
Myynti, laina- ja muut saamiset raportointikauden lopussa	0,0	0,1	0,1
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,1	0,1
Ostovelat raportointikauden lopussa	0,0	0,1	0,0
Osakkuusyhtiöt	0,0	0,1	0,0

## Optio-ohjelma

Alma Medialla on optio-ohjelma 2009. Optio-ohjelma on konsernin johdon kannustus- ja sitouttamisjärjestelmä.

Optio-ohjelman 2009 perusteella optio-oikeuksia voitiin antaa vuosina 2009 - 2011 yhteensä enintään 2 130 000 kappaletta, ja ne oikeuttivat merkitsemään yhteensä 2 130 000 yhtiön uutta tai sen hallussa olevaa osaketta. Optio-oikeuksista 710 000 kappaletta merkittiin tunnuksella 2009A, 710 000 kappaletta tunnuksella 2009B ja 710 000 kappaletta tunnuksella 2009C.

Optio-ohjelma 2009A ja 2009B ovat päättyneet.

2009C-optioita myönnettiin 640 000 kappaletta. Osakkeiden merkintäaika optio-oikeudella 2009C on 1.4.2014 - 31.3.2016. Konsernin johdolla on hallussaan yhteensä 535 000 kappaletta 2009C-optio-oikeutta. Optioiden merkintähinta oli vuoden 2015 maaliskuussa 7,23 euroa.

Jos kaikki merkintäoikeudet käytetään, optio-ohjelma 2009 laimentaa aikaisempien omistajien omistusta enintään 2,0 %.

## Osakepalkkiojärjestelmä

Alma Media Oyj:n hallituksen helmikuussa 2012 hyväksymä osakeomistukseen perustuva kannustinjärjestelmän Alma Media -konsernin avainhenkilöstölle on päättynyt. Tulostavoitetta ei saavutettu määritellyillä ansaintajaksolla ja järjestelmä ei toteutunut.

## Uusi osakepohjainen kannustinjärjestely

Alma Media Oyj:n hallitus on hyväksynyt uuden pitkän aikavälin osakepohjaisen kannustinjärjestelyn perustamisen yhtiön johdolle ja erälle avainhenkilöille.

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

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

### *Osakesijoitukseen perustuva lisäosakeohjelma*

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

Ensimmäisessä, vuonna 2015 alkavassa lisäosakeohjelmassa osallistuja saa maksutta kaksi lisäosaketta kutakin sijoittamaansa osaketta kohti kahden vuoden odotusjakson jälkeen. Jos kaikki osallistumiseen oikeutetut henkilöt osallistuvat ohjelmaan sijoittaen enimmäismäärän osakkeita, ensimmäisten lisäosakkeiden määrä on yhteensä enintään 159 000 osaketta (bruttomäärä, josta vähennetään verot).

### *Suoriteperusteinen lisäosakeohjelma*

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

Ensimmäisessä, vuonna 2015 alkavassa suoriteperusteisessa lisäosakeohjelmassa ansaintakriteereinä käytetään yhtiön kannattavaan kasvuun ja osakkeen arvoon perustuvia mittareita. Jos hallituksen asettamat ansaintakriteerit saavutetaan kokonaisuudessaan, osallistuja saa maksutta yhteensä neljä lisäosaketta kutakin sijoittamaansa osaketta kohti. Tällöin, jos kaikki osallistumaan oikeutetut henkilöt osallistuvat ohjelmaan sijoittamalla enimmäismäärän osakkeita, suoriteperusteisten osakkeiden kokonaisuusmäärä on enintään 318 000 osaketta (bruttomäärä, josta vähennetään verot).



*Muita tietoja*

LTI 2015 -järjestelyn ensimmäiseen, vuonna 2015 alkavaan ohjelmaan on oikeutettu osallistumaan enintään 35 henkilöä.

Hallitus arvioi, että uuden osakepohjaisen kannustinjärjestelyn yhteydessä ei anneta uusia osakkeita eikä kannustinjärjestelyllä siten ole laimentavaa vaikutusta yhtiön rekisteröityyn osakemäärään. Hallitus on 13.2.2015 julkaistussa yhtiökokouskutsussa ehdottanut 17.3.2015 pidettävälle yhtiökokoukselle, että se valtuuttaa hallituksen päättämään enintään 754 000 osakkeen hankkimisesta yhdessä tai useammassa erässä ja edelleen valtuuttaa hallituksen päättämään osakeannista omia osakkeita luovuttamalla kannustinohjelman toteuttamiseksi.

KONSERNI VUOSINELJÄNNEKSITTÄIN milj. euroa	2015 1-3	2014 10-12	2014 7-9	2014 4-6	2014 1-3	2013 10-12	2013 7-9	2013 4-6	2013 1-3
<b>LIIKEVAIHTO</b>	71,9	76,6	70,5	75,7	72,7	77,3	71,7	76,3	74,9
Digitaaliset kuluttajapalvelut	14,5	14,7	13,5	14,0	13,6	12,9	12,3	13,4	14,1
Talousmedia ja yrityspalvelut	13,8	14,0	12,2	13,1	13,7	15,4	13,1	14,4	14,0
Valtakunnallinen kuluttajamedia	9,9	11,2	11,5	12,7	11,5	12,4	12,2	12,4	12,0
Aluemia	34,9	38,3	34,6	37,2	35,1	38,2	35,1	37,2	36,6
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,2	-1,6	-1,3	-1,4	-1,3	-1,6	-1,0	-1,0	-1,8
<b>KOKONAISKULUT ILMAN KERTALUONTEISIA ERIÄ</b>	70,0	71,2	63,5	69,5	70,2	71,1	64,1	71,9	69,6
Digitaaliset kuluttajapalvelut	11,8	12,9	10,9	11,5	11,5	11,5	10,1	10,5	11,3
Talousmedia ja yrityspalvelut	11,9	12,2	10,0	11,7	12,4	12,8	10,9	12,7	12,7
Valtakunnallinen kuluttajamedia	10,2	11,1	10,7	11,1	10,4	11,3	10,4	11,4	11,2
Aluemia	34,8	34,6	32,0	34,3	35,0	34,6	32,4	35,9	34,5
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	1,4	0,5	-0,1	0,9	0,9	0,9	0,3	1,4	-0,1
<b>KÄYTTÖKATE ILMAN KERTALUONTEISIA ERIÄ</b>	5,3	8,9	10,4	9,7	6,1	10,1	11,4	8,0	8,0
Digitaaliset kuluttajapalvelut	4,1	3,3	4,1	3,9	3,5	2,6	3,6	4,2	4,1
Talousmedia ja yrityspalvelut	2,1	1,9	2,3	1,4	1,5	2,7	2,4	1,9	1,5
Valtakunnallinen kuluttajamedia	-0,3	0,1	0,8	1,7	1,2	1,1	1,9	0,9	0,9
Aluemia	1,0	4,6	4,0	4,4	1,8	5,5	4,3	2,7	2,8
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-1,6	-1,0	-0,6	-1,6	-1,9	-1,8	-0,7	-1,7	-1,3
<b>LIKEVOITTO/-TAPPIO ILMAN KERTALUONTEISIA ERIÄ</b>	1,9	5,6	7,0	6,3	2,6	6,4	7,8	4,6	5,5
Digitaaliset kuluttajapalvelut	2,7	1,9	2,6	2,5	2,2	1,5	2,2	2,9	2,8
Talousmedia ja yrityspalvelut	1,9	1,8	2,2	1,3	1,4	2,6	2,2	1,7	1,3
Valtakunnallinen kuluttajamedia	-0,3	0,1	0,8	1,7	1,1	1,1	1,8	0,9	0,9
Aluemia	0,2	3,8	2,6	3,0	0,2	3,6	2,7	1,3	2,1
Eliminoinnit ja kohdistamattomat toiminnot	-2,6	-2,0	-1,2	-2,2	-2,3	-2,4	-1,3	-2,2	-1,6
<b>% LIKEVAIHDESTA</b>	2,7	7,3	9,9	8,3	3,5	8,2	10,8	6,0	7,3
Digitaaliset kuluttajapalvelut	18,8	12,9	19,2	17,9	15,9	11,3	18,2	21,6	19,9
Talousmedia ja yrityspalvelut	14,0	13,2	17,7	10,2	10,0	16,7	16,9	12,0	9,6
Valtakunnallinen kuluttajamedia	-3,1	1,1	6,6	13,1	9,8	8,8	15,1	7,4	7,2
Aluemia	0,5	9,9	7,7	8,0	0,6	9,5	7,8	3,5	5,7
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>KERTALUONTEISET ERÄT</b>	0,8	-0,8	-0,5	-0,2	0,5	-2,0	0,0	4,9	0,0
Digitaaliset kuluttajapalvelut	0,0	1,6	0,0	0,0	0,0	-0,1	0,0	8,4	0,0
Talousmedia ja yrityspalvelut	0,6	-0,5	-0,5	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Valtakunnallinen kuluttajamedia	0,0	-0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	-0,3	0,0	0,0
Aluemia	0,2	-1,3	0,0	0,0	0,0	-2,0	0,3	-3,5	0,0
Kohdistamattomat toiminnot	0,0	0,0	0,0	-0,2	-0,2	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>LIKEVOITTO/-TAPPIO</b>	2,7	4,8	6,5	6,1	3,2	4,3	7,8	9,5	5,4
Digitaaliset kuluttajapalvelut	2,7	3,5	2,6	2,5	2,2	1,4	2,2	11,3	2,8
Talousmedia ja yrityspalvelut	2,5	1,4	1,6	1,3	2,1	2,6	2,2	1,7	1,3
Valtakunnallinen kuluttajamedia	-0,3	-0,4	0,8	1,7	1,1	1,1	1,8	0,9	0,9
Aluemia	0,4	2,5	2,6	3,0	0,2	1,7	2,7	-2,2	2,0
Kohdistamattomat toiminnot	-2,6	-2,0	-1,2	-2,3	-2,4	-2,4	-1,3	-2,2	-1,6
Rahoitustuotot	0,1	0,1	0	0,2	0,1	0,5	0,9	0,5	0,4
Rahoituskulut	0,6	0,7	0,8	0,9	0,8	0,7	0,8	0,5	0,6
Osuus osakkuusyritysten tuloksesta	0,0	1,1	0,2	0,3	0,1	-4,4	-0,2	0,2	0,2
<b>TULOS ENNEN VEROJA</b>	2,4	5,4	5,9	5,8	2,7	-0,3	7,7	9,5	5,4
Tuloverot	-0,6	-1,3	-1,1	-1,0	-0,5	-1,7	-1,8	-1,6	-1,4
<b>TILIKAUDEN TULOS</b>	1,8	4,0	4,8	4,8	2,2	-2,0	5,9	7,9	4,1

## Pääasialliset laadintaperiaatteet (IFRS)

Tämä osavuositarkastus on laadittu IFRS -standardien mukaisesti (IAS 34). Osavuositarkastuksessa noudatetaan samoja laatimisperiaatteita ja laskentamenetelmiä kuin vuosittain päätöksessä 31.12.2014. Osavuositarkastus ei kuitenkaan sisällä kaikkea sitä informaatiota tai liitetietoja, jotka esitetään vuosittain päätöksessä. Näin ollen osavuositarkastuksesta tulee lukea yhdessä yhtiön vuosittain päätöksen 2014 kanssa. Tilikaudet 2014 ja 2015 ovat laadintaperiaatteiltaan vertailukelpoisia. Yhtiöllä ei ole raportoitavia lopetettuja toimintoja tilikausilla 2014 - 2015.

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

1.1.2015 ei ole otettu käyttöön uusia laskentastandardeja.

Tämän tiedotteen luvut ovat tilintarkastamattomia.

## Toiminnan kausiluonteisuus

Konsernissa kirjataan kustannustoiminnasta saatavat sisältötuotot suoriteperusteisesti. Tämän vuoksi sisältöliikevaihto kertyy tuloslaskelmassa vuoden aikana melko tasaisesti vuoden eri neljänneksillä. Sanomalehtien tilauslaskutus kohdistuu alkuvuoteen, minkä johdosta liiketoiminnan rahavirran kertymä painottuu voimakkaimmin alkuvuoteen. Tämä vaikuttaa myös yhtiön erilaiseen taseasemaan vuoden eri neljänneksillä.

## Yleislausunto

Tämän tiedotteen tietyt lausunnot ovat ennusteita ja perustuvat johdon näkemykseen niiden antohetkellä. Tästä syystä niihin sisältyy riskejä ja epävarmuustekijöitä. Ennusteet saattavat muuttua, jos yleisessä taloudellisessa tilanteessa tapahtuu merkittäviä muutoksia.

ALMA MEDIA OYJ  
Hallitus

## Alma Median taloudellinen kalenteri vuonna 2015

- Osavuositarkastus tammi-kesäkuulta 2015 tiistaina 21.7.2015 noin klo 9.00
- Osavuositarkastus tammi-syyskuulta 2015 perjantaina 23.10.2015 noin klo 9.00